

领会和把握“十五五”时期战略部署

Y研之有理

深耕体验经济 发挥内需潜能

魏翔 杨思齐

体验经济横跨商品、服务、文化、科技等多个领域,能够将生产、分配、流通、消费等各环节有效串联起来,促进产业链、供应链、价值链向高端延伸。发展体验经济,一方面可以带动服务消费提质和扩张,另一方面可以反向牵引制造业数字化、智能化升级。由此促进供需在更高水平上实现动态平衡,为经济持续健康发展注入强劲动能

国家“十五五”规划纲要提出,“深入实施提振消费专项行动”“打造一批沉浸式互动式消费新场景”。当前,随着居民收入水平稳步提高、消费观念深刻变革、数字技术全面渗透,我国消费市场正从生存型向品质化、多样化、个性化加速演进。在一些传统领域,以物质产品供给为主的增长模式渐趋饱和,而以情感满足、场景参与、价值认同为核心的体验经济则加速崛起。体验经济不仅是满足人民美好生活需要的重要载体,也是激活内需潜力、推动消费扩能提效的战略抓手。加快发展高质量体验经济,有助于畅通国内大循环,也有利于促进经济结构转型升级。应系统谋划发展体验经济,推动消费扩能提效,为全面建设社会主义现代化国家筑牢内需根基。

做强体验经济 夯实消费内需根基

体验经济是消费升级的必然趋势。从国际经验看,当人均GDP达到一定水平后,居民消费重心往往逐步从实物转向服务、从功能转向体验,经济形态也随之从农业经济、工业经济、服务经济逐步演进为体验经济。体验经济以“体验”为核心价值载体,为消费者提供独特、难忘、可感知的消费经历。场景营造、互动参与、情感共鸣,归根到底,就是让人们买的不只是商品,更是一种追忆、一种情怀。相较于传统经济形态,体验经济能够有效挖掘潜在需求、创造增量空间、升级存量消费,推动消费市场从规模扩张向质量效益提升转变,具有高附加值、强融合性、广带动性等特点。

构建新发展格局的重要支撑。“十五五”时期,我国将以畅通经济循环、释放内需潜力为核心,加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。体验经济横跨商品、服务、文化、科技等多个领域,能够将生产、分配、流通、消费各环节有效串联起来,促进产业链、供应链、价值链向高端延伸。发展体验经济,一方面可以带动服务消费提质和扩张,另一方面可以反向牵引制造业数字化、智能化升级。由此促进供

需在更高水平上实现动态平衡,为经济持续健康发展注入强劲动能。

满足人民美好生活需要的重要路径。新时代人民群众对美好生活的追求更丰富、更主动,在精神文化、健康休闲、社交互动等方面也提出了更高的诉求。体验经济以多元化、高品质、有温度的消费供给回应群众多层次需求。体验消费的价值与传统的商品消费不同,不仅在于满足功能需要,更重要的是创造情感连接和精神满足——一场身临其境的表演带来的感动、一次乡村旅游收获的放松,这些难以量化的体验正成为美好生活的重要组成部分。

提升体验价值 推动消费扩能提效

发展体验经济,根本路径在于以供给创新激发消费潜力、以效能提升优化消费生态,推动消费的扩能与提效协同并进。其发展方向是让消费更有温度,让供给更懂人心,让体验真正融入美好生活。

从场景创新看消费扩能。传统消费的时空边界正在被新质生产力和数字技术的深度应用所打破。人工智能、大数据、虚拟现实等技术不断涌现,催生沉浸式、交互式、参与式等新业态,创造出了新的增量需求。在实践中,文化博物馆的数字化改造、商业综合体多元业态融合等,都在丰富消费选择、促进消费总量扩大。其间,技术不是目的,体验才是关键——技术要为人服务,而不是让人去适应技术。

从价值共创看消费提效。体验经济的一个突出特征,是消费者从被动接受者向主动参与者转变。实现供需精准匹配和情感溢价提升是推动消费提效的核心。一方面,运用大数据、人工智能精准洞察需求,减少信息不对称,使供给更加对路;另一方面,强化品牌的情感价值,引导消费者从“买产品”转向“买体验、买感受、买认同”。同时,让消费更方便、更高效,优化消费流程。

从业态融合看新动能培育。体验经济的跨界融合属性较强,但融合并非业态的简单叠加。围绕特定人群的

真实需求重新组织供给,才是真正有价值的融合。比如,针对银发群体的“康养+文化+社交”社区型业态,针对年轻家庭的“亲子+教育+轻假日”复合空间,可能比大而全的文旅商综合体更有活力。融合的关键不在“多”,而在“准”。

健全体验消费生态 释放消费潜力

应当看到,发展体验经济不是赶时髦、贴标签,它本质上是顺应消费结构变化的务实选择。目前,部分领域的体验消费尚处于起步阶段,业态创新与制度供给之间还存在种种落差。这意味着发展体验经济,既要坚持创新驱动,也要注重制度配套;既要鼓励市场主体大胆探索,也要防止一哄而上、低水平重复。“十五五”时期,构建高水平体验消费体系,涉及供给升级、技术底座、制度环境、政策协同等多个方面。

培育有温度的体验生态。目前一些体验消费项目表面看似业态丰富,实则千人一面——沉浸式就是灯光秀,融合就是商场里搭个展台。而真正好的体验业态,应当从真实生活中长出来。实践表明,相关政策引导要精准,而不是撒胡椒面。对市场主体而言,与其追求大而全的文旅商综合体,不如深耕细分市场。

夯实技术底座。人工智能、算力中心等新基建是体验经济的重要支撑,但技术落地不能停留在概念层面。技术只有真正转化为用户可感知的体验提升才有价值。应主动扶持技术与场景深度融合的项目,诸如VR购物、AR试穿、AI个性化推荐等已证明有市场需求的方向。

制度保障要托底。体验经济所涉领域广、业态新,监管要包容审慎;对新业态新模式,先观察、后规范,在守住安全底线的基础上主动留出创新空间。同时,消费者权益保护也要跟上——沉浸式消费、虚拟体验等新兴领域中如何界定服务质量标准,如何解决虚拟商品退货难等问题,这些需要行业标准与法律法规的协同推进。此外,借助全国统一大市场的建设,让好的体验业态跨区域复制推广。

政策支持要精准滴灌。财政、金融、税收等政策工具要主动有力地流向体验经济的薄弱环节。比如,支持中小微体验消费企业发展。下一步,可考虑将支持范围拓展至沉浸式餐饮、非遗体验、数字文创等新兴赛道。要重视培养懂技术、懂消费、懂文化的复合型人才及大量一线服务人才。

(作者单位:中国社会科学院大学商学院)

东北超 重构群众赛事区域性联动

石银 姚璐

群众性体育赛事在中国方兴未艾,相继产生了“村超”“苏超”“楚超”“湘超”“东北超”。有别于“村超”自下而上的全民参与、“苏超”省内循环的运营标准,以及“湘超”“楚超”对地域文化的深度挖掘,“东北超”并未止步于既有模式的简单复制,而是聚焦于打破行政壁垒,构建前所未有的跨省区协同发展平台。其核心优势在于通过顶层架构的革新、产业赋能的深化与文化认同的重塑,探索出一条从单点爆发迈向区域协同的独特路径。这一模式不仅激活了区域经济发展活力,更有力推动了区域协调发展,标志着群众性体育赛事正从局部亮点走向系统性的区域联动新阶段。

形成跨省区制度性协同

“东北超”最显著的差异化优势,在于其创造性地建立了三省一区联合主办的跨省区行政协同机制,将足球赛事从单一的文化现象升级为区域振兴的战略引擎。

这种协同并非简单的“拼盘”,而是深度的“化学反应”。“东北超”由黑龙江蒙三省一区联合主办,实现了品牌形象、竞赛标准、市场开发、宣传推广的“四统一”。这一机制突破了困扰区域发展的行政壁垒,使赛事整合覆盖超1亿人口的广阔市场。在传统赛事中,跨省协调往往面临标准不一、利益分割的难题,而“东北超”通过制度创新,将分散的行政力量拧成一股绳,构建了“1+4+N”的融合体系。这意味着,赛事不再局限于某一城市的单打独斗,而是将东北三省一区各自独特的资源和文化,统一纳入一个超级IP进行整体策划与推介,真正形成了一场比赛、多地联动、全域共享的宏大格局。未来需进一步建立常态化的跨省联席会议制度与利益共享机制,确保协同模式的可持续运行。

打造区域振兴新引擎

在产业转化层面,“东北超”展现出了超越短期消费拉动的战略视野。“东北超”致力于通过赛事构建区域经济发展的新生态,其协同模式具有更强的战略纵深与产业耦合度。

“东北超”创新构建了跨省区“票根经济”联盟,这是其产业模式的一大亮点。通过推出“一张球票闯关东”模式,三省一区实现了景区、酒店、交通的权益互通。辽宁七市43家景区7天免费畅游,吉林发放超2500万元消费券,黑龙江组织500余场促销覆盖13地市,哈尔滨派发超4000万元文旅消费券。球迷专享穿梭三省一区,上万商家助力“票根经济”,让赛事红利切实转化为群众看得见、摸得着的实惠福利。持票球迷不仅能观看比赛,更能享受跨省份的免票、折扣及交通补贴。这种打破省界限制的消费权益闭环,有效推动了区域文旅从单点火爆向全域繁荣转变,从季节向全年在线跨越。

赛事深度融入了东北全面振兴战略。“东北超”不仅是一场足球赛,更是一个集体育、文旅、商贸、工业于一体的综合平台。通过引入知名企业构建五级赞助体系,并联动本土老字号与新兴品牌,赛事成功将巨大的流量转化为区域投资与消费的增量。更重要的是,它利用足球赛事的集聚效应,重塑了东北的社会文化生态,让“体育+工业”“体育+文旅”成为新的经济增长点,为老工业基地的转型提供了可复制的实践样本。

搭建区域协同的精神纽带

作为现象级群众性体育赛事品牌,“东北超”的独特之处在于以足球为支点撬动区域协同发展,以“一盘棋”思维打破行政壁垒,使文化认同升华为区域协同的坚实精神纽带。

在文化层面,“东北超”致力于在更宏大的地理与历史维度上,重塑“东北人”的集体认同。“东北超”通过三省一区同步开赛、八城联动的形式,将分散的省区情感凝聚为统一的“东北一家亲”。赛事将朝鲜族、蒙古族、满族等多元地域文化在同一个平台上精彩展示,将抽象的地理概念转化为可感知、可参与的文化共同体。这种文化整合,不仅增强了区域内的向心力,更向外界展示了东北地区多元融合、开放包容的新形象。文化认同的溢出效应正重塑地缘共同体的现代形态,哈尔滨球迷在长春高唱“冰城加油”,大连球员分享“沈阳烧烤地图”,地理边界在推动区域经济社会高质量发展中悄然消融,一种超越行政区划的文化生态圈应运而生。

此外,赛事紧扣“共和国长子”的历史记忆与老工业基地的厚重底蕴,通过“草根”球员(教师、工人、消防员等)代表城市出战,唤醒了东北人坚韧、团结、不服输的精神基因。这种精神层面的深度共鸣,使得“东北超”超越了单纯的体育竞技,成为凝聚区域合力、展现新时代东北形象的重要窗口。它让外界看到,东北不仅有冰雪与黑土,更有蓬勃的朝气与团结的力量。

深植于东北共有的历史记忆、工业基因与豪爽互助的地域性格,东北人骨子里的“敞亮劲儿”“幽默劲儿”“热乎劲儿”,为赛事注入了鲜明而独特的气质。在东北全面振兴的关键时期,这种文化认同成为提振信心、凝聚合力、驱动区域协同发展的深层动力。区域协同既需产业、交通、科技等“硬联通”支撑,更离不开人民情感“软连接”与心灵契合的滋养。

“东北超”的独特价值,在于它并未止步于复制“村超”的烟火气或“苏超”的城市联动,而是以足球为支点,通过跨省区制度创新,将体育赛事上升为区域协同发展的战略平台。它以制度协同破局行政壁垒,以全域融合激活振兴动能,以文化共鸣重塑区域认同。这一模式不仅为东北全面振兴注入了新活力,更为全国其他地区探索跨区域协同发展提供了宝贵的“东北样本”,彰显了体育赛事在推动区域经济社会高质量发展中的巨大潜力。

(作者单位:哈尔滨体育学院)

调研小结

“东北超”创造性地建立了“三省一区”联合主办的跨省区行政协同机制,将足球赛事从单一的文化现象升级为区域全面振兴的战略引擎。

“东北超”展现出了超越短期消费拉动的战略视野,致力于通过赛事构建区域经济发展的新生态,其协同模式具有更强的战略纵深与产业耦合度。

“东北超”的独特之处在于以足球为支点撬动区域协同发展,使文化认同升华为区域协同的坚实精神纽带。

打造“主客共享”公共文化服务模式

孙鸿鹤

公共文化服务是满足人民群众美好生活需要的主要领域。黑龙江省“十五五”规划纲要提出,“坚持文化惠民,实施公共文化服务提质增效行动”。近年来,随着各地文旅融合的深入推进,“主客共享”逐渐成为公共文化服务与旅游融合的重要理念。其旨在满足本地居民和外地游客的双重需求,让双方共同拥有城市资源、公共服务并共享发展红利。创新建设“主客共享”的公共文化服务模式,不仅能提升各地公共文化服务的质量和效益,也能增强各地文化的吸引力与包容性,推动形成近悦远来、全民可享、主客共赢的服务格局。

构建“主客共享”的实践模式

空间嵌入式。将公共文化设施嵌入景区、酒店、商圈、公园、街区或交通枢纽等人群密集区,方便本地居民与外来游客共同使用,打造“小而美”的公共文化新空间。如北京钟鼓楼广场、武汉江城书房、昆明翠湖周边的文化空间群,都成为本地居民休憩与外来游客打卡的交汇点。

功能复合型。公共文化场馆不再只是展览场所,而是集阅读、展演、文创、餐饮、研学于一体的多功能综合体。如浙江丽水龙泉市发展龙窑烧制、研学旅行,实现村庄主客共享。江苏省昆山市构建夜渔、夜宴、夜戏等夜间新空间,推动业态多元。

服务人性化。创造高品质的城市人文环境,提供真诚善意温暖的公共文化服务,让本地居民生活得更美

好,让外来游客找到情感连接。如江苏省淮安市为外地游客打破“周一闭馆”的国际惯例,全年取消博物馆“闭馆日”,延长服务时间,提升公共文化机构使用率。

全民参与性。公共文化机构主动走出围墙,把文艺演出、非遗体验等活动搬到广场、景区、街区,鼓励本地居民和外来游客从“旁观者”变为“参与者”。如海南省三亚市将文化馆品牌栏目搬至户外,在免税店广场举办“仲夏文艺生活节”,设置琼剧演出、非遗墟市、手工市集,实现“有艺你就来”的全民共创。

管理共同体。发动居民、志愿者、商户、社会组织等社会力量参与公共文化机构管理,形成“人人都是服务者”的氛围,提升服务多样性与可持续性。如北京海淀区博物馆联盟创新引入科创企业作为协作成员,形成“博物馆+科技企业”共生模式。

推动“主客共享”的积极意义

体现以人为本。“主客共享”打破传统公共文化服务仅服务本地居民的局限和传统旅游城市“游客至上”的思维定式,推动文化空间向所有人开放、共用、共情。“主客共享”彰显了公共文化服务公益性、基本性、均等性、便捷性的基本属性,其本质是对人民群众文化权利的尊重。

提升服务效益。“主客共享”不仅是物理空间的开放,更是服务理念升级——从“我提供”转向“你所需”,强调需求导向与精准供给。“主客共享”实现从“打卡式参观”到“沉浸式体验”的转变,为本地居民和外来游客提供更方便、更优质的文化服务。

带动文旅消费。“主客共享”使公共文化场所成为城市文化活动的重要组成部分,吸引本地居民和外来游客参与,带动周边文化消费,提升街区活力,促进周边餐饮、住宿、交通、文创商品销售等产业发展,形成文旅经济链条,为城市文化建设和旅游业发展注入新活力。

促进文化传承。“主客共享”延长了文化服务半径,

反映了一座城市的文化温度,既加深了本地居民对中华优秀传统文化、现代文化成果的了解与认识,也让更多外来游客领略历史文化魅力,增强文化认同感,提高全民文化素质。

提升“主客共享”公共文化服务水平

推动体制机制创新。构建政府引导、市场运作、公众共建的多元治理体系。推动文化、旅游、城建、交通等部门协同,形成跨部门协作制度框架。通过设施共建、活动共创、资源共用等方式推进公共文化机构适老化改造,实现从“单向服务”向“双向互动”转型。鼓励社会力量参与运营,引入专业团队提升服务效能。

注重内生动力培育。将公共文化服务与更多领域相结合,如教育、体育、科技等,形成多元化融合模式。将旧厂房、社区用房等改造为兼具本地服务与旅游功能的公共文化空间(如社区书房、文化驿站)。推动“文化+”融合:鼓励文化设施与商业、旅游结合,打造复合型空间,满足主客多样化需求。尊重村落或社区原有文化逻辑,激发本地居民主动参与。培育本地文化能人和团队,让本地居民成为文化供给主体。

加强数智技术赋能。通过文化资源的数字化和智能化应用,提升文化体验的深度和趣味性。景区利用智能导览、VR体验等提升互动性和吸引力。建设线上预约平台,实现游客远程、现场无缝通用。建设“主客”行为大数据监测平台,实现文化资源动态调配。

兼顾主客利益需求。建立以游客满意度、居民参与度为核心的评价体系,定期定向收集“主客”双方意见建议,动态调整服务内容。既满足外来游客对“异质性”的追寻,又保障本地居民对“归属感”的需求;既用外来游客的眼睛发现城市魅力,又以本地居民的立场守护生活本质,达到游客获得深度体验、居民提升生活质量、城市增强文化活力的目的。

(作者单位:黑龙江省社会科学院,作者系黑龙江省中国特色社会主义理论体系研究中心特聘研究员)

关系。树立正确政绩观,要摒弃“虚功虚做”的形式主义,通过学习研究、集思广益,谋划思路、凝聚共识,为实干提供科学指引。实干出实绩,要以重实绩、求实效的作风,推动各项工作落地见效,让发展成果惠及全体人民。

把握好标与本的关系,在标本兼治中破解难题。标与本辩证统一,治标是应急之策,治本是长久之计,治标为治本赢得时间,治本巩固治标成效。树立正确政绩观,就是要摒弃“头痛医头、脚痛医脚”的片面思维,坚持标本兼治,实现短期成效与长远发展的有机统一。坚持标本兼治,既要抓“当下治”,更要抓“长久立”。

把握好近与远的关系,在立足当前中着眼长远。近与远的关系,体现党员干部的历史耐心和战略定力,“近”是当务之急,“远”是战略全局,二者不可偏废。这就要求党员干部既要立足当下、真抓实干,又要着眼长远、久久为功。“近”是群众急难愁盼问题和改革发展紧迫任务,必须立说立行、紧抓快办。“远”是坚持干,涵养境界格局。党员干部要摒弃政绩焦虑,杜绝热衷“短平快”项目,只抓“显绩”不做“潜绩”的片面做法,涵养“功成不必在我、功成必定有我”的情怀,持续投入、久久为功。

【作者单位:中共黑龙江省委党校(黑龙江行政学院)】

把握正确政绩观的内在逻辑

路欣

调,是龙江应对风险挑战、推动高质量振兴发展的必然要求,更是树立正确政绩观的内在逻辑。“稳”,不是墨守成规的“躺平式”稳定,而是守住发展根基、民生底线、安全红线的战略定力。“进”不是盲目冒进,而是在稳的基础上,推动科技创新和产业创新深度融合,以模式创新推动质量变革,以作风转变激发干事活力。

把握好立与破的关系,在守正创新中推动发展。立和破是事物发展的内在规律,把握好二者关系,核心是统筹守正与创新的辩证统一,在坚守根本中破除积弊,在改革创新中筑牢根基。“立”要立住根本、规矩和方向。对党员干部而言,是立住全心全意为人民服务的初心使命,立住实事求是的思想路线,立住高质量发展导向。“破”要破除积弊、障碍和藩篱。推动高质量振兴发展必须拿出动真碰硬的勇气,向顽瘴痼疾开刀。

把握好虚与实的关系,在求真务实中彰显担当。虚与实的关系,本质上是认识与实践、谋划与落实的

LILUN

理论专刊

总第1873期

政绩观 大家谈

习近平总书记深刻指出:“要树立正确政绩观,处理好稳和进、立和破、虚和实、标和本、近和远的关系,坚持底线思维,强化风险意识,自觉把新发展理念贯穿到经济社会发展全过程。”这五对关系辩证统一、相辅相成,蕴含着马克思主义的立场、观点和方法,既是破解发展难题的“金钥匙”,也是检验党员干部党性修养和能力作风的“试金石”,更是推进龙江高质量振兴发展必须牢牢把握的实践方法论。

把握好稳与进的关系,在守牢根基中开拓新局。稳和进是辩证统一的有机整体,“稳”是压舱石,“进”是动力源,二者相辅相成、缺一不可。稳中求进工作总基