

编者按

“大力提振消费”是今年经济工作的重中之重。贯彻落实中央经济工作会议精神和省委、市委经济工作会议的部署安排,长沙正深入开展提振消费、放心消费行动,不断激发消费市场经营主体活力和人民群众消费热情,全力建设国际消费中心城市。对此,该怎么看,又该怎么干?本期长沙晚报理论版,约请省市社科专家和基层工作者谈看法、谈体会、谈建议,敬请垂注。

# 培育更多“烟火气湖南味国际范”消费新场景

● 马骏

提振消费,是当下经济工作最热关键词。中央经济工作会议将“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”列为2025年九项重点任务之首。今年湖南省政府工作报告提出,培育更多有“烟火气、湖南味、国际范”的消费新场景,实施内需扩容提效攻坚行动。长沙市政府工作报告则提出,深入开展提振

消费、放心消费行动,激发消费市场主体活力,全力建设国际消费中心城市。

一分部署,九分落实。长沙作为湖南省省会、长江中游地区中心城市和全国特大城市,应充分发挥自身独特的人文历史、区位优势、研发创新、产业培育和网红城市等优势,在扩大内需、畅通循环、提振消费上脱颖而出,努力打造立足国内、辐射周边、面向世界的具有全球影响力、吸引力的国际消费中心城市。

## 长沙建设国际消费中心城市需要培育更多有“烟火气、湖南味、国际范”的消费新场景

“烟火气”就是人气,人气旺则信心足。人间烟火,就是芸芸众生、广大百姓的生活日常。这既是一种刚性需求,也是一种不竭动能。一座国际化大都市既要有高大上的现代化建筑和设施,也要有融入街头巷尾、人头攒动的温暖和记忆,更需要“蓦然回首”和“灯火阑珊”的浪漫与共。如此,城市才有灵魂、显生机、聚人气。人气就是发展的底气,更是消费的信心。无论是法国巴黎的香榭丽舍大街,还是日本东京的银座,抑或美国纽约的时代广场,无一不是人气的实力担当和消费的火爆代言。长沙作为著名的网红城市,以建设国际消费中心城市为目标,必须在吸引消费人气上谋划新思路、开辟新赛道、打造新场景,把小街巷的烟火气融入大都市的繁华中,以烟火气息装点城市的亲民气质,以烟火气韵吸引八方来客,以超强人气提振消费信心。

“湖南味”就是特色,特色明则卖点多。热辣滚烫,用来形容湖南味应不为过。无论是湖湘文化还是三湘民俗,是长沙美食还是山水洲城,在蕴含着深厚历史底蕴的同时,又都以一种“火辣”的热忱呈现给世人。湖湘文化中的理性、务实与包容赋予了湖南人“吃得苦、耐得烦、霸得蛮”的性格特质。红色热土、热血奔流,更向后世传递着一种不屈不挠的革命精神。一曲动听的《浏阳河》唱响五湖四海,一座马王堆千年古墓惊撼全球的目光。被毛主席称之为“闻起来臭吃起来香”的长沙臭豆腐不知搅动了多少吃货的味蕾。湘绣、湘瓷、湘刷、湘莲、湘菜、湘茶、湘烟花早已蜚声海外。而长沙建设国际消费中心城市,培育更多具有湖南味的消费新场景,则是将湖南味具象化、实感化,以湖南味刷新消费体感和获得感。

“国际范”就是流量,流量大则价值

在此过程中,如何塑造自身专属的灵魂IP,以此形成独具特色的消费吸引力、消费竞争力、消费辐射力和消费影响力?笔者认为,在国内网红城市不断涌现的今天,只有围绕“消费者”的消费需求、情绪价值和特色体验做好文章,培育更多有“烟火气、湖南味、国际范”的消费新场景,才能上接天线、下接地气、凸显特色,营造引流、回流效应,打造潮流、顶流格局。

高。国际风范通常自带流量,光环加身。在建设国际消费中心城市的语义中,“国际范”理应包括城市功能的国际范、营商环境的国际范、消费客流的国际范、商品品牌的国际范、购物体验的国际范等概念。国际范,代表一种左右时尚的风向标、引领潮流新方位的价值认同。商业的本质在于交换产生价值。在国际化的消费体验中,不单能获得境内外一流的商品本身,实现足不出户买卖全球,而且能实现优质的消费体验和情绪价值,并在差异化的文化互动中获取额外的“溢出价值”。例如,在首发经济、首店经济中感受独具魅力的尊崇、专享的消费体验。长沙建设国际消费中心城市,培育更多具有国际范的消费新场景,必将引致更多全球消费品牌与客流,繁荣内外商品市场,促进多边人文交流,实现多维价值创造。

## 长沙应围绕“培育烟火、抒发湘韵、拥抱国际”建设国际消费中心城市

持续擦亮国际消费中心城市金字招牌。长沙是首批国家历史文化名城,历经三千年城名、城址不变,拥有马王堆汉墓、岳麓书院、贾谊故居、铜官窑等世界级历史文化地标,是“东亚文化之都”、世界“媒体艺术之都”。长沙在建设国际消费中心城市中,应积极利用招商引资机遇、节庆文博展会、人文艺术交流、手机移动终端、机场高速窗口等各种渠道,持续擦亮这些举世耀眼的IP。同时,培育更多“文化+科技+商业”融合发展的新消费场景、新消费模式,运用新宣传手法,推动本土金字招牌唱响全国、走向世界,将金字招牌的含金量变成提振消费的真金白银。

充分彰显国际消费中心城市湖湘底蕴。“经世致用、兼收并蓄”的湖湘文化历经千年,浸润着长沙这方钟灵毓秀、人杰地灵的热土。“惟楚有材,于斯为盛”的振聋发聩之声回响于岳麓书院之上,记载了朱熹、张栻、王阳明等历代名家对道的追寻。长沙既是清末维新运动和旧民主主义革命策源地之一,又是新民主主义的发祥地之一,走出了黄兴、蔡锷等名人。橘子洲头、爱晚亭、清水塘、新民学会无处不留下伟人“经纶天下之大经,立天下之大本”的思想足迹。长沙在建设国际消费中心城市中,应把湖湘之魂、文脉之根融入长沙特有的名人文化、惊艳的美食文化、火辣的市井文化、时尚的娱乐文化中,营造更多既能讲好长沙故事,又能

激发消费意愿的新消费场景,打造更多具有湖南味的消费打卡点、体验点和情怀点来感受非凡的湖南口味。

充分营造国际消费中心城市烟火气韵。作为千年古城的长沙,至今保留着许多老街巷、老民居、老公馆、古城楼、古城墙等,拥有2400余处不可移动文物,有潮宗街、太平街、西文庙坪、妙高峰等历史文化街区 and 西园北里、白果园、化龙池等历史地段,涵盖太平街、坡子街、北正街、都正街、药王街、藩后街、大古道巷等众多古街巷,是承载老长沙传统生活图景烟火气最浓郁的精华地。而代表现代气息的一五一商圈、万家丽商圈、梅溪湖商圈、红星商圈、北辰三角洲商圈等,则弥漫着以时尚消费为特征的商业烟火气。长沙在建设国际消费中心城市中,应精心呵护这些活色生香的烟火气韵,鼓励市民营造烟火气、商家传承烟火气、大众参与烟火气,培育更多与生活息息相关的消费新场景,保护和传承好传统记忆与技艺,吸引更多消费人群驻足、体验和品鉴。

积极打造国际消费中心城市特色场景。长沙这座全国网红城市,在建设国际消费中心城市中,应立足现有基础、深挖自身潜力、彰显特色魅力、深耕优势所长。应将湖湘文化、湖南口味、长沙记忆等基因和元素,有机融入特色消费场景、特色消费街区、特色消费商圈之中,让消费者在消费中感受历史的积淀、人文的

魅力和文化的价值。应针对不同年龄和对象的人群,打造诸如符合中老年人、年轻人的购物、亲子、研学、农事、红色、科教等不同消费需求的消费目的地和体验场所。应根据不同国别和地域的人群,将文旅、商务、展会、文博、论坛、学术与消费体验融合起来,营造差异化、便利化、特色化的消费新场景。应紧跟时代步伐,打造更多首店、餐饮、酒吧、脱口秀小剧场、网红打卡式民宿、文创书店等多业态场景,建设更多消费体验中心、休闲娱乐中心、文化时尚中心。

不断优化国际消费中心城市营商环境。要持久吸引消费客商与客流,营造市场化、法治化、国际化一流营商环境必不可少,良好的口碑正是消费意愿的原始动力。各职能部门应更贴近消费者、贴近商家,做好“调研员”“参谋员”和“服务员”,出台更多鼓励全天候消费的政策,定期发布大众消费指南。具体来讲,应进一步加强市场监管与指导,建立消费者评价和反馈机制,确保商家诚信经营、消费者放心消费;着力提高酒店、餐饮、扶助、医疗、急救等服务质量和水平;完善外币兑换、多语种导购、退税、售后、咨询等配套服务;优化交通环境,使交通成为舒适购物体验的一部分;建立健全高效物流配送体系,促进城乡消费一体连通,打造更多城乡互动消费体验场所,等等。(作者系湖南省社会科学界城市发展研究中心副主任,副研究员)

# 做活商圈载体 释放年货经济潜力

● 翟晓叶

商圈是城市经济发展和居民消费的重要载体,好的商圈能够有效解决消费文化变迁背后的“人—货—场”问题,切实以消费提振内需,带动经济发展。近年来,长沙市以商圈提质升级为抓手,加快优质商圈谋划布局,逐步形成了五一广场等传统商圈,月亮岛、洋湖等区域商圈,铜官窑等特色商圈协同发展的新格局。蛇年春节日益临近,各大商圈应继续积极打造消费新模式新场景新业态,促进供需双方精准对接,释放年货经济消费新潜力,使“网红城市”的人间烟火更加浓郁。

## 从“人”的需求出发,将商圈建设成为全龄人群消费的重要场景

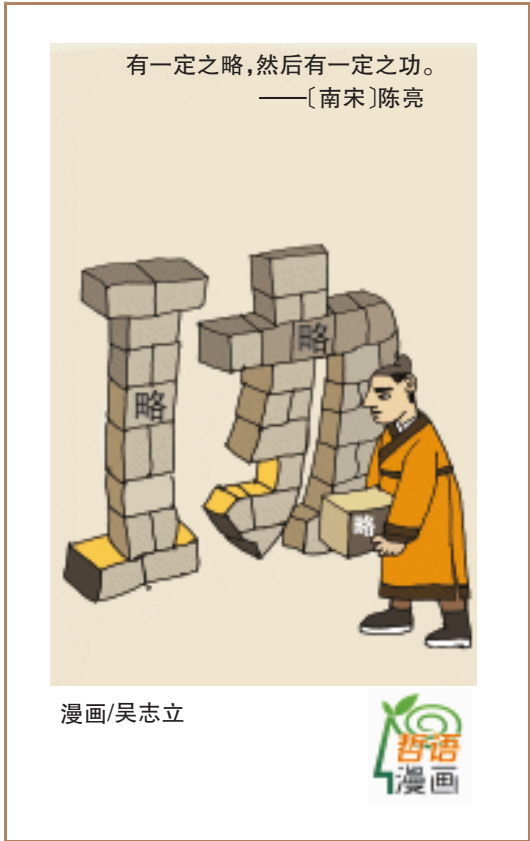
商圈经济所讲的“人”,指的是商圈从顶层设计到底层运营都要以人为本。近年来,居民消费呈现新趋势,全时消费增长迅速,青年、儿童更追求趣味体验,老年及中年人更追求商品性价比。迎合这些需求变化,长沙市以建设国际消费中心城市为目标,加大新型商圈布局力度,仅河西去年就新增万象城、月亮岛天街等商业综合体,极大方便了市民购物、娱乐与社交。在传统商圈,则着力打造“市井文化+现代商业”的多元特色业态。发展年货经济,也应在满足基本年货采购的同时,又满足Z世代人群对传统文化、特色餐饮、文创零售的个性需求,做到兼顾“柴米油盐”“诗和远方”,营造全龄人群的消费新场景。

## 从“货”的供给出发,将商圈打造成为供需精准对接的重要桥梁

“货”是商品服务、业态内容、营销运营等与商业相关的泛指概念。当前,居民消费需求的变化催生了新的业态模式,比如,追求情绪价值的“多巴胺经济”快速发展,快闪店以高效率、低成本、满足消费者猎奇心理的特点意外出圈,线上引“流量”、线下变“留量”的模式带来新商业机遇。对此,长沙应充分发挥网红城市特质,精准把脉消费新特征,创新商品服务供给方式,拉动经济增长。前不久,借助数字经济新力量,长沙在万家丽国际广场举办首届名优工业品供需对接会暨“共享计划”新春嘉年华。三天的活动,成交额超3000万元。这既提升了市民消费体验,激发了市场活力,更为长沙在落实扩大内需战略、推动经济高质量发展方面积累了宝贵经验。

## 从“场”的营造出发,将商圈发展成为市民身心放松的重要场所

“场”是交易发生的物质载体。在商业发展历史上,“场”逐渐从地摊发展到现代化大商场。随着工业化、城镇化推进,市民职场压力增大、休闲时间减少,逛商场成为家庭聚会、放松愉悦的不错选择,恬淡怡然的“场”应运而生。把握该变化,长沙各大商圈不再追求高得铺率,而是将部分新商业空间主动让渡给展览或消费者体验,更加注重与城市空间的互相结合,通过地铁出口直通商场,甚至用小公园、小广场连接城市交通主干道,真正“让利于城”“让利于自然”。比如,洋湖商圈多个购物中心均与地铁口相通,将大量空间用来打造景观、孩童游乐场。不少市民表示,逛商场的的一个重要原因是免费的游乐场方便爸爸遛娃、妈妈买年货。我们期待春节期间,商圈能有更多这样充满人情味的细节,以此激发节日消费潜力。(作者单位:中共长沙市委党校)



## 充分释放文旅市场消费潜能

发挥文化赋能、旅游带动作用,深化“文旅+百业”“百业+文旅”,提升产品供给能力,丰富消费业态和场景,有助于更好满足人民群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求,把文化旅游业培育成为支柱产业。找准新兴文旅消费需求。“Z世代”逐渐成为未来消费领域的主导力量,他们的消费行为更加注重“悦己”,对传统文化发自内心热爱;我国60岁及以上老年人人口超2.96亿人,对康养、度假、旅居类产品需求旺盛;大量农村人口爱上旅游,是跟团游的主力军……不同群体的需求愈发细分,对文旅产品的选择更加追求多元化、个性化,必须有针对性地加以满足。

关注文旅消费创新扩容。一方面,要以新质生产力赋能,持续不断创造新产品、新业态、新模式。随着5G、大数据、人工智能等技术快速发展,一些文旅与科技融合的新赛道正在形成。以智能交互、沉浸体验等为特征的新型业态,增强文化产品的表现力、传播力和感染力,提升旅游产品的体验性、舒适性和便捷性,给消费者带来更多耳目一新的感受。另一方面,应发挥文旅业关联性强、辐射面广、带动性强的优势,坚持融合发展之路,除了“文化+旅游”,文旅与农业、工业、商业、体育、教育等的跨界融合都可能碰撞新火花,成就新爆款。从需求出发,以“文旅+百业”“百业+文旅”推动产品创新、场景创新,不断激发文旅市场生机活力,充分释放文旅消费潜能。——金观平(摘编自《经济日报》)

观点撷音

# 善待骑手 消费更火

● 石希

习近平总书记强调,要高度关注新业态发展,坚持网上网下结合,做好新就业群体的思想引导和凝聚服务工作。外卖骑手是新就业群体的重要组成部分,做好他们的服务工作很有必要,我们在实践中有切身体会。

我们社区,居民小区多,而且临近华坤时代大型商圈,在辖区内活动的外卖骑手有200多名。社区结合实际情况,正全力建设“骑手友好型小区”。

比如,大家都晓得,就餐时段,骑手们都在接单送餐,顾不上吃饭;而过了饭点,餐饮商户也休息了。于是,我们联动辖区商户,为新就业群体提供友好服务。一些骑手友好商家,每天都会准备优惠盒饭,安排好骑手就餐区,为骑手提供就餐服务。我们还向商户“约法三章”:骑手的盒饭不仅要干净、卫生,更要价格实惠;不管骑手几点钟到店,都要保证能吃上热乎的饭菜……

外卖骑手穿梭在小区、商圈,哪家饭菜好吃、哪家外卖销量好,哪里道路不平整、哪里卫生要维护,他们都一清二楚。于是,我们在做好服务的同时,还做了两方面工作。一是让骑手“有话说”,主动收集采纳骑手们对门店管理、食品、服务的意见建议,让外卖饭菜更卫生可口。二是推出“随手拍市容陋习、随地盯安全隐患、随时传突发情况”等志愿服务项目,把外卖骑手的走街串巷“移动地图”优势发挥出来。这样,骑手就成为社区“特聘人员”。

外卖骑手一头连着一家生计,一头连着大众消费。实践告诉我们,做好服务善待骑手,骑手就能成帮手。大家一起把环境搞好了,消费就会火更旺。

(作者系雨花区井湾子街道井旺社区党总支书记、居委会主任)

## 就是这个理



释文:敬事而信  
篆刻/徐旦

● 廖琳

中央经济工作会议确定“大力提振消费”是今年经济工作的重中之重。这凸显了消费在促进经济高质量发展中的重要性。笔者认为,让消费更具活力,促进消费市场健康发展,需要做到心中有数、有的放矢和同向发力。

## 一、深刻认识消费新变化,做到心中有数

其一,线上消费发展势头强劲。数据显示,从2015到2023年,我国网上零售额年均增长超过20%,大于零售总额的增长率。截至2024年11月,社会消费品零售总额和实物商品网上零售额绝对值分别为44.3万亿元和11.8万亿元,分别同比增长3.5%和6.8%。实物商品网上零售额占到社会消费品零售总额的26.6%,且增速也高出将近一半,这反映出线上消费的旺盛。

其二,消费群体结构发生转变。一方面,“Z世代”逐渐成为新的消费主力军,同时他们也是网购的主力军,其更加追求个性化的表达和消费;另一方面,“银发经济”越来越表现出强大的发展后劲。而这二者的消费场景、消费供给还没有完全跟上消费需求,具有广阔的消费潜力。

其三,消费观念发生变化。当前的消费观念正从物质消费向精神消费转变,人们对精神情感的需求逐步上升,消费更趋理性。同时,消费观念也从单一消费向多元消费变革,不再满足传统的单一消费模式,个性化、多元化、定制化的新型消费业态更加吸引大众的需求。

## 二、准确把握消费新形态,做到有的放矢

一是数字消费方兴未艾。数字消费不仅是一种消费形态,也是新质生产力的典型代表,更是未来一种生活形态。近年来,随着VR、AR、AI、元宇宙等数字技术的飞速进步,数字经济呈现出强大的发展韧劲,也越来越受到消费群体的青睐。数据显示,我国数字经济从2012年的11.2万亿元增长至2023年的53.9万亿元,有机构预测,到2030年数字经济规模将达80万亿元,而数字消费将发挥更重要功能。

二是场景消费加速发展。多元消费意识逐步苏醒,消费者不仅仅在乎商品本身带来的消费感受,更在乎身临其境地感受特定的氛围和体验。于是,沉浸式餐厅、沉浸式娱乐、沉浸式剧场等沉

浸式场景,越来越受消费者喜爱。这些场景消费为消费者带来全新的消费体验,市场前景巨大。

三是绿色消费成为风尚。为推动“双碳”目标贯彻落实,政府通过多种政策措施促进绿色消费。比如从去年延续至今的消费品以旧换新,带动了新能源汽车、绿色家电等消费。这其实也顺应了近年来消费者绿色消费意识稳步增强的趋势。可以预见,这一趋势在可见的未来,将会进一步显现出来。

## 三、精准掌握消费新情况,做到同向发力

首先,增强消费意愿是关键。习近平总书记强调,要建立和完善扩大居民消费的长效机制,使居民有稳定收入能消费、没有后顾之忧敢消费、消费环境优获得感强愿消费。为此,政府一方面应推出更多解渴的政策,从源头上降低企业生产成本,优化边际空间,这样就能降低商品和服务的单价,拉动消费。另一方面,应坚持尽力而为、量力而行,给群众发放购物代金券,刺激大众消费。比如,横跨元旦、春节、元宵等重大节庆,推出长沙市第十七届“福满星城”购物消费节暨国际消费中心城市“精品消费月”活动,发放3.09亿元消费券。这势必为岁末年初长沙消费市场再添一把火。

其次,拓展新型消费是支撑。当前,场景经济、绿色经济、银发经济、悦己经济、国潮经济等消费新形态、新业态、新生态层出不穷,体现出异常活跃的消费热度和发展潜力。市场主体需要根据当前消费市场出现的新潮流和消费群体结构的变化,主动迎合消费市场变化趋势,准确识变、科学应变、主动求变,根据自身实际情况大力发展新兴业态,积极拥抱市场。

再次,提升消费环境是保障。现在,越来越多的消费者不仅仅在乎消费商品本身,更在意消费的体验感,他们对消费环境的要求越来越高。而一些经营主体还停留在过去的观念中,店铺装修过时、产品升级换代滞后、周边环境脏乱差、品质保障不到位等,这就严重影响客流和消费。对此应多做一些思考,加以改进,提升服务质量,增强消费者获得感。同时,政府需完善政策法规体系,加强基础设施建设,提升行政监管效能,强化消费者权益保护,促进消费市场健康发展。(作者系中共长沙市委党校副校长)