



激活经济新动能

代表委员热议全方位扩大内需

本报记者 陶连飞 王堡增

聚焦全方位扩大国内需求，着力促消费扩投资。创新供给引导需求，扩大投资撬动消费，激活经济新动能，拓展发展空间。

——《政府工作报告》

回望过去，我省采取一揽子增量措施，稳住了经济基本盘。新的一年，如何延续发展势头，更好实现目标？全省两会期间，代表委员们围绕这一话题展开讨论。

促消费 挖潜力

消费一头连着经济，一头连着民生，是经济增长的重要引擎。

肖锋代表认为，消费提振对经济发展举足轻重。在现代经济体系中，它是GDP增长的主引擎，能创造就业、促进企业创新、提高生活质量。更大力度释放消费潜力、消费需求可推动生产者扩大产出与投资，形成良性循环，在经济复苏或遇挑战时，政策刺激消费能稳增长。

过去一年，我省注重政策撬动、场景创设、活动牵引，社会消费品零售总额增长3%左右。推动消费品以旧换新，直接拉动消费190亿元。规上服务业营业收入增长8.8%。

省政协委员杜微在长白山脚下的金水鹤温泉酒店工作。她告诉记者，2024年，随着吉林省旅游线路的完善，以及长白山的冰雪旅游热度持续走高，金水鹤温泉酒店实现了经济效益和品牌价值的双提升。2024年全年，成功接待了国内外游客50多万人次，婚宴会议近千场。

杜微委员认为，当前，休闲商务旅游市场不断发展，酒店产品需要兼顾消费者休闲放松的需求。此外，还应考虑培育壮大吉林本地特色餐饮，打造药膳餐饮文化，突出健康饮食理念，形成酒店服务的独特优势。

如何延续好的发展势头，进一步扩大内需？

丁肇勇委员提出，要因制宜以科技创新引领新质生产力发展，扩大有效投资需求，持续提高投资效益。加快推进战略性新兴产业提质升级和强链延链补链，加速推进冰雪经济高质量发展，以“礼遇吉林”为抓手，快速抢占“谷子经济”新赛道。此外，还应进一步全面深化改革，持续降低服务领域开放准入门槛，鼓励服务消费场景创新探索，拓宽和提振各类新型服务消费需求。为此，应依托我省科教、自然生态、历史文化等资源丰富优势，创新青少年教学模式，寓教于乐，提升研学旅游品质，打造“好玩经济”吉林样板。

扩投资 增效益

消费与投资是扩大国内需求的重要抓手。今年的政府工作报告中提出，要提高投资效益。以重大项目建设为牵引，持续优化投资结构，积极扩大有效投资。

好政策持续落地，好势头持续显现。过去一年，我省优化结构扩投资工作硕果满枝。

2024年，我省争取各类中央资金1000亿元以上，实施亿元以上重大项目1827个。奥迪PPE、比亚迪弗迪项目竣工投产。长春轨道交通6号线、长太高速等投入运行，沈白高铁、大水网工程、G331等一批道路工程顺利推进。

有潜力的消费和有效益的投资相辅相成、相互支撑。如何更好利用经济发展规律，促进经济更好更快发展？

肖锋代表认为，为拓展传统消费、培育新型消费，购物中心应引入多元业态，打造文化娱乐、健康养生等场所，提供一站式服务。同时，积极开展数字化转型，利用线上平台推出个性化商品，开展直播带货与社群营销，提升品牌影响力，构建活力消费生态，助推经济繁荣。

丁肇勇委员认为，要继续实施更加积极的就业政策，保持全民收入增速高于地区生产总值增速势头并适度拉大距离，在推动全民收入稳步提高的同时提供更多高质量就业岗位，推动中低收入群体增收减负，提升消费能力和意愿和层级。

惠民生 促发展

促消费、扩投资的成果，将怎样惠及人民的美好幸福生活？

肖锋代表认为，对于商业经营而言，其在扩大内需、增进消费上作用关键。一方面，优化购物环境与服务，如配备便捷停车、舒适休息区，提供个性化服务，吸引顾客；另一方面，开展多样促销、节日庆典等活动，满足多元需求。

李鑫森代表告诉记者，身为百货行业的从业者，她深感在扩大内需方面责任重大。在企业经营过程中，她一方面会精心优化经营策略，致力于升级消费环境。通过深入调研消费者需求，不断丰富商品品类，引入更多优质、特色的商品，满足消费者多样化的购物需求；另一方面，也将积极举办各类丰富多彩的促消费活动，吸引更多顾客走进商场消费，为拉动吉林经济发展贡献力量。

促消费、扩投资，有哪些“实招”？

丁肇勇委员认为，要抓住机遇，创新地方债应用范围和加大投入力度。支持有条件、有能力的企业参与资源回收利用产业，进一步做实做细消费品回收环节各项工作，增加回收渠道的多样性，提高回收物品的价值评估透明度和公允性，深度挖掘“城市矿山”经济价值。设立更加科学合理的各级政府适度分摊成本、社会资本和工商企业适度让利的消费品促销新模式，持续加大各级政府提振消费各项政策宣传力度，切实做到惠民政策深入人心。

齐聚“代表通道” 共话振兴发展



本报记者 赵梦卓 何泽深 王堡增

1月14日，全省两会“代表通道”正式开启，冯其永、王大泉、陈加利、相宏宇、张立华、李红建6位省人大代表走上通道，聚焦各自领域，话成绩、献良策、提士气，受到媒体广泛关注。

记者：作为一名来自农业领域的代表，您怎样评价过去一年我省农业方面取得的发展成就？老爷岭农业集团作为农业产业化国家重点龙头企业，去年有哪些新突破？下一步还有哪些新打算？

冯其永代表



冯其永：过去一年，全省各项工作成绩斐然，尤其是农业领域。作为一名来自农业领域的代表，我倍感振奋。

我所在的吉林老爷岭农业集团是吉林市的一家农业龙头企业，成立23年来，先后获得“农业产业化国家重点龙头企业”“国家级高新技术企业”等荣誉。与吉林大学、吉林农业大学深度合作，目前已经开发了低GI功能米、全谷物健康食品、人参杂粮功能性固体饮料等一系列粮食深加工产品。

2024年，老爷岭农业在品种选育上也有新的突破。与国家水稻工程技术研究中心深度合作，优选隆平稻花香、稻花香6号等优质水稻品种，在老爷岭的基地实验、种植，效果很好。稻花香6号的研发对我国北方优质长粒香米是一项重大技术突破，有望成为我国东北稻区长粒香米的主打品种。

老爷岭农业集团将利用吉林市昌邑区国家现代农业产业园的优势，建设全谷物健康食品生产基地。项目实施后，将实现稻米加工厂、全谷物杂粮加工厂的有机结合，实现年加工能力27万吨，带动吉林地区10余个乡镇、20余万名农民增收，为我省“千亿斤粮食”产能建设工程贡献力量。

相宏宇代表



记者：您作为一名科技工作者，如何从科技创新角度推进我省人参产业实现高质量发展，擦亮“吉林长白山人参”这块金字招牌？

相宏宇：作为吉林大学长白山资源与健康研究院的负责人，以及一名从事微生物转化与健康研究的科研人员，我深知科学保护与有序开发长白山资源的重要性。人参是吉林宝贵资源，药用价值高，开发潜力大。如何进一步擦亮“吉林长白山人参”这块金字招牌，我有以下几点建议。

一要做好人参仿生态种植体系的研究、开发与实施，加强人参根茎叶的综合利用，开发出更多具有保健功能的人参产品，满足人民群众日益增长的健康需求。

二要加快人参产品的研发创新。以人参提取技术为核心，开发人参暖茶、人参发酵酒等人参健康饮品以及人参抗衰产品等高端产品。同时，我们还要探索人参在养殖业的应用。

三要从科研视角全方位彰显长白山道地药材的药用价值与文化底蕴，以中医药文化为载体，传播与发扬中医药文化，增强公众健康意识。

最后，希望通过科技创新和产业融合，提升吉林省食药产业竞争优势，为推动吉林省科技创新和人参产业高质量发展贡献力量。

记者：临江市上榜了“2024美丽中国·深呼吸小城”和全国县域商业“领跑县”名单。新的一年，临江市还将做好哪些工作，继续实现高质量发展？

王大泉代表



王大泉：作为临江市委书记，我知责于心、担责于身、履责于行。2025年，临江将重点做好以下几项工作。

一是展现协同发展的“新面貌”。要深入贯彻落实“两山”理念，加快推进临白高速、抚长高速、最美G331临江段建设，围绕“生态+红色+康养+边境+美丽乡村”，打造四季全域精品旅游体系。

二是谱写产业振兴的“新篇章”。对标政府工作报告提出的重点任务要求，加快产业转型升级，支持矿泉水、矿产新材料、医药健康、绿色新能源等支柱产业提档升级，外引内培，实现高质量发展。

三是铸造对外开放的“新优势”。发挥边境优势，加大对外贸易，依托边民互市贸易区和新建口岸特色园区的建设优势，全力打造跨境电商综合服务平台，千方百计拓宽出口加工贸易的渠道和品类，提高贸易的质量和规模，为临江市高质量发展打造新的经济增长极。

张立华代表



记者：近年来，吉林省聚焦科技创新和产业创新融合发展，发挥科技创新主导作用。您作为人工智能领域的专家，在加快推进创新型省份建设方面有哪些建议？

张立华：吉林省是老工业基地，传统产业规模大，在转型升级过程中，如何将科技创新与传统优势产业相结合，用新技术、新方法解决传统产业的发展难题，为传统产业注入发展新动能，正是我们广大科技工作者和博士科技这样创新型企业的使命。

近年来，博士科技团队将先进的人工智能技术赋能传统产业，通过“数字孪生+人工智能”实现数实融合改造，在保证产品质量的同时，提升了生产效率。其中，我们与一汽红旗繁荣工厂合作开发的“汽车产线智能化视频监测系统”，通过对传统汽车生产线进行智能化升级，有效提升了生产效率。

围绕进一步促进吉林创新型省份建设，以科技创新推动产业创新，聚焦我省支柱产业智改数转的痛点和难点，建议我省进一步加大对科技创新研发的支持力度，与时俱进出台可持续、重落地的人工智能与未来产业支持政策，包括设立人工智能与未来产业发展专项基金，全面推动相关领域创新技术、产品和产业的快速发展，为吉林经济高质量发展持续注入新动能。

记者：2024年，吉林省文旅市场发展迅速，中佰文旅集团一直深度参与吉林省文旅产业建设和发展。请您介绍一下过去一年做了哪些工作，新一年还有哪些规划？

陈加利代表



陈加利：过去一年，吉林文旅取得长足进步，我作为文旅企业代表倍感激动。近年来，中佰文旅集团围绕延边、长白山和查干湖等旅游热点地区进行布局，共投资45亿元，建设10个特色文旅产品以及2个冬季冰雪项目，去年游客接待量达到300万人次。其中，崑崙山康养度假区成绩尤为突出，在游客接待量和整体收入上同比都有较大幅度增长。现在，崑崙山康养度假区已成为南北方游客认可的旅居康养目的地，也成为韩国、日本、俄罗斯游客进入中国旅游的热门打卡地。

在长白山，我们深挖地域文化，打造了长白山南坡千年崖城和塔山风景区，这两个项目已成为G331沿线热门景点。在查干湖，我们以冬捕文化为基础打造了龙鱼部落，在松花江上打造了雪谷市集，这两个项目已成为吉林省冬季旅游的热门景点。

2025年，中佰文旅集团将继续深耕家乡吉林，在延边崑崙山再投资4.5亿元，建设以旅居康养为特色的渤海圣境和温泉客栈，为游客打造集吃住住行游购娱为一体的康养旅居胜地，为打造吉林省特色文旅产业添砖加瓦。

记者：2024年，中国一汽聚焦突破“卡脖子”难题，全力攻坚，推动技术创新，不断实现关键技术自主可控。请问，作为一名来自国企的科技人员，在如何发挥国企创新主体作用，促进吉林经济高质量发展方面有什么建议？

李红建代表



李红建：政府工作报告让我们信心满满、充满期待。2024年，我省坚持用好改革开放“关键一招”，取得了来之不易的成绩。作为一名科技人员，我对科技创新方面谈以下几点感受。

第一，要发挥好企业科技创新主体地位，聚焦重大难题，布局核心技术，实现从科技创新到产品应用的闭环，着力解决影响制约国家发展安全和长远利益的重大科技问题，依靠科技创新取得、取强、取胜。

第二，要因地制宜发展新质生产力，开展氢能技术更新迭代。我省拥有优质的科教资源，汽车、物理、化学、材料、计算机等专业都是发展新质生产力的重要基础。

第三，要提升科技创新使命感、责任感、紧迫感。汽车产业是吉林省重要支柱产业，要加快推动原始创新，把应用作为最终评价标准，对标国际先进，以硬科技打造差异化竞争力。

第四，要把人才队伍和产业生态建设好。近期，吉林省和长春市都已经召开了教育科技人才大会，并发布了一系列政策。我坚信在省委、省政府的组织领导下，吉林省的科教人才优势和产业优势一定能发挥得更好，并取得更大实效。

李春代表：

让历史文物为吉林文旅代言

本报记者 董鹏宇



“我省拥有众多珍贵的文化遗产，它们不仅承载着丰富的历史信息，还展现了吉林人民独特的文化风貌。”李春代表认为，通过保护和研究文化遗产，可以更好地传承和弘扬吉林文化，提升吉林的文化软实力和旅游吸引力。

如何充分发挥文化遗产在吉林文化旅游中的重要作用？李春提出建议。

“虽然我省有着丰富多样的文化古迹，但还是有一些遗迹长久以来缺乏系统保护。”他建议制定详细的文化遗产保护方案，加强日常维护和修缮工作。同时，健全文物保护法律法规，加大执法力度，严厉打击破坏文化遗产的违法行为。

“在调研时发现，我省的一些遗迹非常具有文化价值，但一到当地老百姓，却几乎没有人知道。”对此，他建议，组织专业团队对文化遗产进行深入研究，挖掘其背后的故事和内涵，提升知名度和影响力。同时，将文化遗产保护与旅游产业发展相结合，打造具有吉林特色的文化旅游品牌。通过举办文化节庆活动、开发文化旅游线路等方式，吸引更多游客前来参观体验，让历史文物成为吉林文旅的闪亮名片。

“通过媒体宣传、引导等方式，提高公众对文化遗产保护的认识，鼓励社会各界积极参与文化遗产保护，让历史文物为吉林文旅代言，共同推动吉林文化繁荣发展。”李春说。

王启民代表：

着力提升吉林人参国际影响力

本报记者 刘巍



近年来，省委、省政府高度重视人参产业发展，充分发挥吉林人参资源优势，举全省之力推动人参产业不断升级。

“我省在打造‘吉林长白山人参’品牌方面卓有成效。但从全球市场来看，还存在着吉林人参概念不清晰、内涵不丰富、使用场景不明确等情况。”王启民代表认为，应在我省成立专家智库，集合全国力量，全方位、多角度打造“吉林长白山人参”品牌，提升“吉林长白山人参”的国际影响力。

“做好吉林人参品牌建设，把‘吉林长白山人参’打造成世界级品牌。”王启民建议，统一品牌形象，建立权威认证的“吉林长白山人参”品牌标识系统。支持企业制定高端市场定位策略，通过精品包装、精准营销等方式，提升产品附加值。同时，在主要国际市场完成商标注册，保护品牌知识产权，为“吉林长白山人参”产品国际化铺平道路。

“进一步擦亮‘吉林长白山人参’这块金字招牌。”他建议，我省应择机召开“世界人参品牌大会”，重点组织开展品牌塑造资源对接、市场营销渠道资源对接、精深加工科研成果和产品成果转化对接、人参项目投融资对接等系列活动，在品牌咨询、包装设计、内容传播、品牌展销等方面做出成效。

王启民表示，应以品牌IP为抓手，举办系列“吉林长白山人参”品牌产品营销创意大赛，挖掘吉林人参产地、企业、产品的品牌故事，结合短视频、短剧等媒体矩阵传播，持续打造具有高辨识度的“吉林长白山人参”区域公用品牌，持续塑造具有世界影响力的吉林人参品牌形象。



本版摄影：本报记者 丁研 王萌 刘奥琪

