

激发更多“老资源”转化为“新动能”

李 言

一座城市的历史文化遗存,犹如深埋地下的富矿,蕴藏着巨大的能量。在文旅产业蓬勃发展的今天,如何将公园景区、工业遗存、历史街区等资源优势转化为高质量发展新动能,成为各地探索的关键命题。

在长春动植物公园里,“雪饼猴”金句频出、“猪八戒”又笨又灵、“孔雀公主”美丽彪悍……传统动植物公园叠加《西游记》IP,激发出可观的“乘数效应”;在长春红旗街商圈,每天人流如织,来自全国各地的游客前往长春电影制片厂旧址,去感受电影工业和文化的魅力,有的到“这有山”商业综合体,去体验不一样的商场经营模式……两座地标以不同路径诠释了“旧载体孕育新动能”的可能性,为城市经济转型提供了鲜活样本。

“焕新”并非简单翻新,而是要深挖文化内核,用IP赋能提升附加值。长春动植物公园以《西游记》IP为纽带,将经典神话场景融入现代游乐体验,既盘活了老旧公园的基础设施,

又以文化共鸣撬动了消费潜力。通过引入《西游记》经典形象与剧情,公园将动物观赏升级为“西游文化主题游”:从“五行山下的脱口秀”到“女儿国”互动舞台,从“雪饼猴”的网络爆红到《西游记》现场花絮展览,持续的内容产出不仅延长了游客停留时间,提升了消费黏性,更以文化自信重构了城市形象,让传统资源焕发出时代生命力。

把“老空间”转化为“新容器”,关键要以年轻化、个性化内容重塑吸引力。红旗街“老商街”以电影工业遗产为底色,针对年轻人追求“体验感”“社交感”的特点,植入复古有轨电车、非遗市集“云山集”、首店经济等新业态,让工业基因与商业血脉交织共振,形成“历史场景+年轻消费”的独特吸引力。这种“微改造+强运营”模式,既避免了大拆大建的资源浪费,又通过精准对接市场需求实现“四两拨千斤”的效果。相关数据显示,今年“五一”小长假期间,长影旧址博物馆接待游客2.97万人次,营业额达

191万元,充分印证了“老资源”转化为“新动能”的巨大潜力。

“老资源”盘活只是起点,如何将短期流量转化为长期竞争力才是关键。城市文旅发展不仅要靠热点“出圈”,更要凭实力“圈粉”。要充分意识到,文旅竞争力已不再取决于资源禀赋的多寡,而在于文化创意的浓度、情感连接的温度、生态培育的厚度。各地应因地制宜,深挖文化“富矿”,统筹区域资源协同创新,实现从“独奏”到“协奏”的跃升。同时,可以探索“政府引导+市场主导”的协作机制,引入专业运营团队,结合大数据动态优化业态,让历史记忆与时代需求相容共生、相互促进,使旧资源真正成为新的经济增长点。



段。城市的发展会带来“虹吸效应”,但切忌过犹不及。过度的要素集聚会引发环境污染、交通拥堵等问题,加快都市圈建设是推动城市从资源集聚走向功能疏解的重要引擎。一方面,城市要立足自身资源禀赋,找准产业发展定位,优化产业布局 and 资源配置,形成高效互补的产业链,提升区域整体发展实力,将“虹吸效应”转化为辐射效应,推进区域协同发展和产业协调发展。另一方面,要坚持交通先行,打通“断头路”、拓宽“瓶颈路”,疏通城市的毛细血管,织密中心城市与周边区域四通八达的交通运输网络,促进各类资源要素自由流动,实现都市圈内高效紧密的联系,提高中心城市的承载能力,有效提升城市发展的可持续性。

大城之治,要既见树木,又见森林。遵循城市发展规律,贯彻新发展理念,以都市圈建设带动区域协调高质量发展,就能够从根本上避免“大城市病”,为城市发展赋予更强劲的生命力。



近期,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于持续推进城市更新行动的意见》,提出转变城市建设方式,建立可持续发展的城市更新模式和政策法规。城市如同有机生命体,在吸引资金、技术、人才等要素快速集聚的同时,若缺乏科学规划,同样会面临“生病”的风险。“脉络”不通,都市就会变为“堵”市。要让城

市发展更加健康、具有可持续性,还需要下足“绣花功夫”,从源头上为城市“舒筋通脉”。

新发展理念是破解“大城市病”的金钥匙。城市规模越大,治理面对的问题就越复杂,如果缺乏先进理念和思想的引领,很容易陷入“摊大饼”式的无序扩张状态,带来地价高企、城市管理难度加大、治安环境日趋恶化等一系列城市病。新发展理念为城市治理现代化提供了管全局、管根本、管方向、管长远的科学指引。应坚持以创新增强城市发展的内生动力,用科技创新催生的新产业、新模式、新

动能持续优化城市空间布局,形成优势互补的城市治理新格局,促进大中小城市和小城镇协调发展。要在治理机制上下更大功夫,严守生态保护红线、永久基本农田、城镇开发边界三条控制线,建设环境优美、绿色低碳的宜居环境,实现产业生态互促、公共服务共用的良性循环,营造开放包容的城市发展氛围,让人民共享城市发展成果,做到实事求是、因地制宜、尽力而为、量力而行,真正实现城市建设“颜值”与“气质”兼修、“面子”与“里子”并重。

建设都市圈是避免“大城市病”的有效手

进一步激发『马拉松经济』活力

王艺博

5月中旬的松花江畔,2025吉林市马拉松在数万市民的欢呼声中鸣枪起跑;紧随其后,2025一汽红旗长春马拉松在群众热切期待中拉开帷幕。两场马拉松的赛道犹如丝带,将充满人间烟火气的历史文化街区一一串联,向跑者与观众展示着城市的文化底蕴与魅力。马拉松赛事不仅是体育竞技的舞台,更成为体育、旅游和商业有机互动的支点,折射出马拉松赛事之于城市发展的独特价值。

近年来,马拉松赛事已从单纯的体育活动升级为拉动经济增长的重要引擎,“马拉松经济”一词也逐渐进入人们的视野。跑者的一双运动鞋、一套装备背后,是体育用品市场呈现出的蓬勃生机;而外地参赛者“用脚步丈量城市”的同时,更带动了当地餐饮、住宿、旅游等消费链条的联动增长。还有不少跑者携全家老少参与到赛事活动中,共享运动乐趣、品尝当地美食、感受城市文化。国家国民体质监测中心发布的数据显示,一半的马拉松跑者有外地参赛的经历,其中约七成跑者会去品尝当地美食、特色小吃,超过六成的跑者会选择在当地旅游。这种“一人参赛,多方受益”的效应,使得马拉松成为体育产业中辐射力强、融合度高的黄金赛道,为城市经济发展注入源源不断的动力。

持续释放“马拉松经济”活力,贯彻“以赛营城”理念至关重要。去年6月,国家发展改革委、商务部、文化和旅游部等部门联合印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》,对培育文旅体育消费新场景提出了重点要求,各地也纷纷探索“赛事+特色”的创新模式。如高淳马拉松以螃蟹礼包传递地域风情,南京马拉松让赛道化身“历史文化长廊”,苏州马拉松推出景区免票福利……实践证明,将赛事IP与城市基因深度融合,就能将“流量”转化为“留量”,让跑者成为城市的“代言人”与“回头客”。

但我们也应看到,马拉松经济火热的背后也存在一些亟待解决的问题。比如部分赛事因管理粗放,服务缺乏遭遇“差评”,暴露出城市运营能力的短板。这就要求我们从“质”与“治”两端发力。一方面,各地应摒弃盲目追求规模效应的思维,从市场化角度考虑“怎样把人留住”,立足资源禀赋打造差异化赛事,以独特的赛事体验增强城市吸引力;另一方面,要建立健全全链条监管机制,对住宿、餐饮等消费领域实施动态价格监测,严厉打击借机哄抬物价的行为,用透明有序公平的市场环境赢得口碑。



中国汽车工业协会发布的数据显示,2025年1至4月,我国汽车产销量分别为1017.5万辆和1006万辆,同比分别增长12.9%和10.8%。前4个月产销量首次突破千万辆,彰显汽车产业活力。

新华社发 徐骏 作

露营的“安全环保弦”不能松

方 晴

一片绿地、一顶帐篷、一桌美食,三五好友一起谈天说地、把酒言欢……如此诗情画意的景象,正成为越来越多年轻人在工作之余寻觅心灵慰藉的时尚选择。露营,这种曾经的小众户外运动,如今已是很多民众的休闲之选。

露营给人们带来新鲜体验的同时,也承载着人们对自然和社交的渴望。“露营+钓鱼”“露营+沙滩派对”“露营+篝火晚会”……层出不穷的露营新玩法不断丰富着游客的出游体验。但我们看到,露营热潮的背后也暴露出一些安全隐患和不文明行为,比如,篝火无人看管、垃圾随处丢弃等。

安全,是露营不可逾越的底线。去年5月,贵州龙里的5名露营者因事先未关注天气预警,在暴雨来临时被困山区,最终在救援人员施救下成功脱险;北京怀柔某露营区也曾因游客违规使用明火,引发森林火灾。各地因露营引发的安全事故时有发生,这无疑给露营者敲响了安全警钟。露营者必须全面提升安全防范意识,既要提前掌握天

气预报和地质隐患,也要牢记户外安全守则,才能实现露营活动愉悦身心的初衷。

环保,是露营者应有的文明契约。当前,文明露营的观念尚未完全深入人心,部分游客环保意识淡薄。在热门露营地,甚至出现假期过后垃圾堆积如山的现象,严重影响了自然景观和生态环境。露营行为的规范需要相关部门的引导和规范。一方面,要加强对游客的宣传教育,通过多种渠道传播文明露营知识,提高游客的环保意识和文明素质;另一方面,对屡禁不止的不文明行为,应当加大执法力度,形成“有人管、能追责”的机制,倒逼不文明的露营者增强环保意识,真正做到“轻装来、无痕去”。

露营热的可持续发展,需要每位参与者以安全为基、以文明为约。将环保意识植入每次搭建帐篷之时,让风险防范伴随每场野趣之旅,这份都市人对自然的向往,就能真正升华为诗意栖居的现代实践。

绕演唱会打造“5小时生活圈”,巧用“票根经济”对接酒店,有效带动了周边商业消费。这些实践表明,“票根经济”能够将单次消费延伸至多个领域,延长消费链条,实现从“流量”到“留量”的转变。

让更多“小票根”持续撬动“大消费”,还需要进一步深化对消费者需求和偏好的了解。在此基础上,设计更有针对性的产品组合,更好地提升消费者的体验。同时,相关部门应继续优化政策环境,充分调动经营主体的积极性,扩大票根联动范围,用更精准、更贴心的服务,让群众在文化消费过程中有更强的获得感。

“小票根”撬动“大消费”,是消费领域的一种创新实践,激发出推动经济社会发展的新动力。未来,随着“票根经济”的不断发展完善,更多“小票根”将织就一张覆盖全城的消费网络,进而打破行业边界,为百姓日常生活带来更多惊喜和便利。



以『关键小事』彰显为民大情怀

柳 五

近日,习近平总书记在主持召开部分省市区“十五五”时期经济社会发展座谈会时强调,涉及老百姓的事情关键在实,各项政策举措要实实在在地、富有实效,坚持尽力而为、量力而行。这一重要论述,鲜明体现了习近平总书记真挚质朴的为民情怀,生动诠释了我们党坚持人民至上的价值追求。群众利益无小事,细微之处见真章。从群众身边事入手,以“关键小事”为支点,方能更好地撬动民生福祉大提升,在实干中诠释“人民至上”的执政理念。

民生工作千头万绪,但检验成效的标准始终如一,即是否解决了群众的操心事、烦心事、揪心事。要聚焦百姓生活的“针头线脑”,以实打实的举措回应群众期盼。从建设零工市场和就业服务圈为灵活就业者托底,到改造民生设施提升千家万户生活质量;从助老餐厅解决老年人“一餐热饭”难题,到为残疾人家庭实施无障碍改造传递社会温情,民生工程的“含金量”,不在于投资规模的大小,而在于能否让群众切身感受到生活的改善。那些看似微不足道的“小事”,恰是群众获得感、幸福感、安全感的真实来源。

办好民生实事,既要倾注真情实感,更需科学精准施策。在推进工作中,要始终把握“尽力而为”与“量力而行”的辩证关系,既避免脱离实际盲目铺摊子,也杜绝因循守旧不作为。面对乡村振兴中的难点时,通过培训人才和提供专业服务,破解技术困境,激发产业活力;在公共服务领域,借助数字化手段打破部门壁垒,搭建社会救助监测预警平台,让困难群众“应保尽保、应救尽救”……这种接地气的治理思路,既体现政策的温度,又彰显治理的智慧。

民生改善的持久生命力,在于能否形成可持续、可推广的长效机制。要在探索中注重将“解决一件事”升华为“解决一类事”,让“关键小事”的破题之法转化为制度成果。当政策设计既立足当下又着眼长远,既解决具体问题又完善制度体系,民生实事就能释放出持久的惠民效应。尤其要抓住“十五五”规划契机,积极谋划实施新一轮重点民生工程。从特困群体救助提标到灵活就业保障扩围,从城中村改造到交通服务升级,每一项部署都紧扣群众最关心、最直接、最现实的利益问题。这种“民有所呼、我有所应”的担当,恰是对“量力而行、尽力而为”的生动诠释。正如广袤的黑土地,只有精耕细作才能孕育丰收,民生工作须以“功成不必在我”的境界,一件接着一件办,一年接着一年干,积小胜为大胜,让群众在点滴变化中看见希望、感受温暖。

民之所盼,政之所向。在迈向共同富裕的新征程上,每一盏老旧小区亮起的路灯、每一辆乡村道路上行驶的公交车、每一笔困难群众手中的救助金……这些具体而微的“小事”,都是为民情怀的体现。把这些群众关切的事情办实、办细、办到位,让政策善意化作可知可感的幸福,不仅是贯彻党和国家方针政策的必然要求,更是中国式现代化的实践遵循。



用法治之“优”解民企之“忧”

浩 锐

我国首部关于民营经济发展的基础性法律《中华人民共和国民营经济促进法》(以下简称:《民营经济促进法》)于5月20日正式实施,第一次将坚持“两个毫不动摇”写入法律条文,第一次明确民营经济的法律地位,第一次在法律中规定“促进民营经济持续、健康、高质量发展,是国家长期坚持的重大方针政策”。

法治是最好的营商环境。民营经济的高质量发展离不开法治护航,《民营经济促进法》紧扣时代脉搏,充分发挥出固根本、利长远和稳预期作用,在进一步优化营商环境、确保民营企业合法地位、促进民营经济健康发展等方面,起到了非常关键的作用。《民营经济促进法》直面民营经济发展面临的痛点难点问题,积极回应民营企业和民营企业诉求,取消对民营企业设置的不合理限制,进一步消除隐性壁垒,批准民营企业发展的症结,有助于对民营企业精准帮扶,推动其加速发展。

法治之所以成为健康营商环境的根本保障,是因为法治既体现形式上依法而治的状态,又包含良法善治的价值。法治不仅通过“立法、执法、司法、守法”等多个环节为民营企业提供稳定的行为预期,还在有效竞争的市场上为民营企业打造出公平的营商环境,赋能民营企业优质优价的产品和服务在自由竞争中脱颖而出。同时,厘清政府与市场的边界,做好深化转变职能改革的“加减法”,构建“亲”“清”新型政商关系,实现“既不越位、也不缺位”和“无事不扰”的有机结合。

良法要有效,贵在善治落实。各级党委政府和行政执法机关要进一步提高法治素养、强化法治思维、提升法治能力,不折不扣将党中央关于发展民营经济的决策部署贯彻落实。要建立健全企检查登记制度,健全“预防为主、轻违免罚、重违严惩、过罚相当、事后回访”的服务型执法模式,规范涉企行政执法行为。最后,还要紧盯民营企业问题多发易发领域,开展常态化法律服务,及时推送涉经营主体的重大政策和营商环境相关案例,引导民营经营主体恪守商业道德和法律法规,在良法善治的营商沃土中“拔节生长”。

让更多“小票根”撬动“大消费”

王 琦

“持电影票根买咖啡打八折”“用票根看演出专享专属折扣”“凭电影嘉年华票根享景区门票优惠”……一张张小小的票根,过去只是一次次文化体验的凭证,如今却串联起“吃住行游购娱”,成为激发文旅消费多元消费业态融合发展的新动能。

“票根经济”的兴起是跨行业、跨部门协同联动的成果。以北京电影生活节为例,它以北京国际电影节为契机,广泛动员经营主体参与,打通电影、餐饮、文旅等线上线下资源,发放惠民观影券,推出“跟着电影去旅游”线路。这种整合资源的做法,打破了行业壁垒,让不同领域的消费资源实现互联互通。消费者手持电影票根,不仅能享受观影的乐趣,还能在餐饮、文旅、文创等多个场景中获得优惠,极大地丰富了消费体验。

“票根经济”的关键在于“联动”,其核心是通过文化认同激发消费者的参与感。票根承载着文化记忆,当它与不同的消费场景相结合时,便赋予消费者更多的情感价值。如市民游客凭北京国际电影节票根可在众多园区商户享受折扣优惠,涵盖主题套餐、图书消费、艺术休闲、时尚配饰、潮玩盲盒等多个业态。这种多元的消费联动,让消费者从单一的观影行为延伸至多场景的消费,满足了他们的多元化需求。

“票根经济”不仅局限于电影票根,其发展前景广阔。演唱会票根、赛事票根、景区票根等,都可以成为连接多元消费场景的价值纽带。今年“五一”假期,北京市昌平区依托音乐节推出“一张票根玩转昌平”促消费活动,华熙LIVE·五棵松国