

培育新型消费模式的有效途径

□田翠琴 赵乃诗

近年来,我国以网络购物、移动支付、线上线下融合等新业态新模式为特征的新型消费迅猛发展。新型消费塑造出新的消费主体、消费模式及全新的消费形态。新型消费模式涵盖绿色消费方式、平台消费方式、共享消费方式和新型借贷消费等内容。培育新型消费模式是一个系统性社会工程,必须以培育新型消费主体、完善新型消费政策体系、构建新型消费制度与优化新型消费环境为抓手,建立新型消费模式持续发展的长效机制。

塑造新型消费主体

新型消费主体是新型消费持续发展的内生动力和重要支撑,促进新型消费发展的首要任务是培育新型消费主体,提升居民消费能力。提升消费能力的根本之举是提高居民的实际收入。政府要从就业与收入分配两个方面构建居民收入增长的长效机制。制定出台更加积极的就业政策,多措并举保就业、稳收入,拓宽居民收入来源,改善居民收入结构,让消费者拥有良好的收入预期。在宏观收入分配环节,千方百计增加城乡居民收入,壮大中等收入群体,扩大对低收入群体的转移支付,如对农民的补贴、对困难群体的救助和扩大养老支付面等,增加居民的实际可支配收入。积极运用财政政策和货币政策调控不同收入群体的收入差距,减缓收入分配差距过大造成的消费分化。提高社会保障水平是提振消费信心之本。只有不断提高社保水平,扩大社保覆盖面,才能降低居民消费风险,为提升新型消费主体的实际消费能力保驾护航。政府建立健全就业、养老、医疗等保障制度,可以降低城乡家庭的未来不确定性,减少居民为应对预期消费而增加储蓄,增强新型消费群体的消费倾向和即期消费能力。提高居民消费技能,扩大新型消费群体。加强对农村居民和“新银发一族”互联网安全知识和操作技能的培训,通过新媒体、社区宣传等多种途径普及新型消费知识和信



息化操作技能,充分发挥其消费潜能。要发挥金融对新型消费的帮扶作用,引导金融机构对于重点民生领域消费升级的企业给予专项融资授信扶持。

构建新型消费政策体系

消费政策体系是培育新型消费的最有效工具。应该全面梳理、及时调整不适应新型消费发展的政策和规章制度,构建完善的新型消费政策体系与制度机制。明确新型消费政策的价值取向。消费政策的价值取向对制定消费政策具有方向性引领作用。构建新型消费政策体系应坚持五个基本原则,即坚持公平性原则,是制定消费政策的出发点和最基本的价值取向;坚持保障基本消费原则,谋求消费公平首先要保障居民的基本消费;坚持差异性原则,制定分层分类的差异化消费政策,提高新型消费政策的精准性;坚持绿色消费原则,把绿色消费政策纳入政府决策,制定符合国情的绿色消费战略与行动计划;坚持适度消费原则,抑制攀比消费、炫耀消费与奢侈消费。制定新型消费政策,要注重消费政策的整体性与系统性,及时调整不适合新业态新模式的政策。加快新型消费立法及政策评估工作。中国政府已出台多项新

型消费政策及实施方案,但缺乏支持新型消费政策的法律制度,需要强化相关政策、法律之间的衔接,加快推进新型消费的立法工作,及时完善新模式、新业态下消费者权益保护、人工智能应用、个人信息保护等法律法规,借助法律手段保障新型消费政策的有效实施。同时,要加强对新型消费政策的科学性和执行效果评估,把握新型消费政策的发展方向,提升消费政策的前瞻性和科学性。在加快新型消费发展的过程中,加快出台激励性消费政策,调动居民消费的积极性和主动性。构建多方共同参与的监管治理体系。将监管部门、平台企业及行业协会等纳入新型消费市场监管体系中,完善跨部门多方协同参与的监管模式,探索构建跨区域和跨部门的执法联动机制。构建“大数据+监管”全新监管机制,推动数字技术与新型消费监管深度融合。强化新型消费领域的信用体系建设。监管部门可借助人工智能、大数据等技术,对新型消费领域的各类消费主体与市场主体的交易行为、信用状况等方面进行全方位监管,加快构建以信用为基础的新型监管机制。加快新型消费行业与服务业标准化建设进程,不断完善新型消费标准体系与认证制度。

优化新型消费发展环境

促进新型消费品的提质扩容。重点培育消费新模式新业态,充分利用线上线下两种资源,持续提升产业链附加值,打造高质量品牌产品。推动数字经济与实体经济深度融合,促进零售新业态发展。利用数字技术赋能文旅产业,促进数字文旅发展。加快体育基础设施数字化、智能化建设,促进智能体育发展。推进实体商业数字化转型,持续加快线下业态智能化转型。构建供需匹配的高质量生产体系,提高新型消费产品的供应与居民满意度。加强新基建,以信息网络赋能新型消费发展。新基建即以数字经济、人工智能、网络、光缆、移动通信等设备设施为主体的新型基础设施建设,是新时代推进消费提质扩容的物质基础。加快新基建的主要任务是,加快制定新基建的战略规划和顶层设计,以规划引领新基建的有序发展。加快大数据中心建设,以大数据引领消费领域发展的新业态新模式。加快物联网运营体系建设,构建以现代信息技术支撑的物联网平台。加快建设以互联网、大数据、人工智能、5G等现代信息技术为支撑的新型消费服务平台,形成新型消费全方位供给的新基建体系。培育新型消费文化,构建新型消费模式的社会支持系统。每位消费者都是新型消费的参与者和践行者。培育新型消费模式,要落实到广大居民的日常消费行为中,构建新型消费模式的社会支持系统。通过新媒体、社区宣传等多种途径普及新型消费理念与消费文化,倡导理性消费、适度消费、绿色消费等消费观念,反对奢侈消费和过度负债消费,提升全民新型消费意识,促进需求模式转型,促进新型消费绿色化。(本文系中宣部马克思主义研究建设工程重大委托项目“新时代中国特色社会主义的阶段性特征和发展规律研究”的子课题“新时代生态文明建设和党的建设阶段性特征及其发展规律研究”的阶段性成果)(作者单位:河北省社会科学院社会发展研究所)

原产地规则对区域产业链重构的影响

□施炳展

近几年,全球化进入深入调整期,国际分工体系失衡持续加剧。世界主要大国内部经济结构不断调整,一股逆全球化潮流逐渐显现,给世界经济发展带来严重的不确定性。为了既获得区域优惠安排带来的贸易创造效应,又降低开放所带来的风险,区域经济组织成为一国次优的战略选择。目前,区域经济组织的形式主要表现为自由贸易区、关税同盟、共同大市场、经济货币联盟,其中自由贸易区以其主权让渡的有限性、利益获得的直接性、易于达成协议等特点,成为许多国家对外发展战略的首要选择。由此,在20世纪90年代末出现大量自由贸易区之后,21世纪又兴起了新一轮区域一体化发展浪潮。以中国和东盟分别为轮轴建立了大量自由贸易区,优惠原产地规则作为自由贸易区的主要特征,对区域生产链条配置的影响越来越明显。伴随国际分工格局的变化,东亚区域经济突破原有的“雁行模式”形成新型的东亚生产体系,已经成为全球最重要的三大区域生产网络之一。中国是东亚区域生产网络的中心,与区域内经济体间的贸易量不断攀升,在“三角贸易”模式中扮演中间枢纽的角色,其主要特征表现为从区域内经济体进口大量的零部件产品,经过加工组装后最终以制成品的形式出口到美国、欧盟等区域外国家。中国虽是东亚区域的主要成员之一,但参与产品内分工的地位仍然处于低端,参与的产业主要是制造业,企业的决策容易受原产地规则的影响。因此,需利用原产地规

成新轩教授出版的著作《东亚地区自贸区优惠原产地规则对我国在区域中产业地位的影响研究》一书,运用理论与实证相结合的方法,对原产地规则影响我国在东亚区域产业链中地位的机理进行了深入分析

则,引导东亚成员国以及欧美在东亚的跨国企业调整其生产战略,提高对我国原材料、中间品的使用率,增加技术研发等高附加值环节在我国的生产,以促进我国在东亚产品内分工从劳动密集型环节转变为资本、技术密集型环节,进而带动我国劳动密集型产业向资本、技术密集型产业转变,促进产业升级。中国作为东亚区域的主要经济体之一,由于自身经济实力提升、“一带一路”倡议以及自由贸易区网络构建等因素的影响,在东亚区域产业链重构中具有重要作用。优惠原产地规则是自贸区的主要特征,其对促进自贸区经济体间的产业和贸易联系发挥着重要作用,有效避免了第三国“搭便车”行为,保护了各成员国的经济利益,但因其产生的巨大的生产成本和贸易成本已经成为阻碍区域分工深化发展的新障碍。东亚地区的自贸区原产地规则产生的成本主要是因获取原产地证书存在较高的管理成本、较少地使用宽松条款和自贸区互相重叠缺乏统一性。尤其是对中间产品贸易而言,产品生产成本和贸易成本的增加导致竞争力减弱,将对经济体在全球价值链分工体系中的参与深度和广度发生作用,进而对该经济体的产业地位产生影响。可见,在当今东亚区域产业链重构过程中,原产地规则影响

东亚区域产业链的机理和效果是非常值得研究的问题。成新轩教授出版的著作《东亚地区自贸区优惠原产地规则对我国在区域中产业地位的影响研究》一书,运用理论与实证相结合的方法,对原产地规则影响我国在东亚区域产业链中地位的机理进行了深入分析。作者首先对优惠原产地规则的短期和长期经济效益进行了理论分析。自由贸易区使原产地规则具有了与产品生产阶段结合紧密、贸易保护、推动区域内相互开放等职能。这种职能的变化将会对自由贸易区的贸易创造和贸易转移效应产生影响。书中还运用局部均衡分析法研究了优惠原产地规则对区域内产品生产成本的影响,并从无原产地规则和包含原产地规则两个角度探讨了原产地规则的短期效应。无原产地规则的自由贸易区能够提高整体的福利水平,而包含原产地规则的自由贸易区,其福利水平将取决于原产地规则的严格程度。书中还分析了自由贸易区原产地规则对区域内公司的微观影响,指出了中间品价格变化对公司利润的影响。原产地规则不仅对自由贸易区产生短期效应,还将会产生长期效果。其长期经济效益在于投资将会代替贸易的流动、改变跨国公司的投资战略、降低区域经济运行效率等方面。这些分析丰富了

传统自由贸易区经济效益的理论研究。在此基础上,书中指出区域优惠原产地规则的交叉和重叠并未使企业充分享受到建立自贸区带来的优惠待遇,反而加剧了区域生产链条的复杂化、分散化,区域产业链的完整性和自我成长性有待提高,这些因素导致了东亚区域产业链的脆弱性,也使东亚区域产业链重构面临困境。作者还进一步分析了原产地规则的严格与否影响了东亚地区企业生产战略的选择,原产地规则将通过贸易流和投资流等影响一个国家在东亚区域产业链中的地位,对东亚区域产业链重构将起到重要影响。国内外大部分学者关于原产地规则和一国产业国际地位单独进行研究的较多,但能够深入分析东亚地区自由贸易区优惠原产地规则对成员国在区域产业地位影响的文献还相对比较少。因此,在全球化发展面临单边主义、民粹主义盛行等不利环境下,自由贸易区成了一国对外开放的重要选择,全球产业链逐渐向区域和国家内化发展,本书以自由贸易区为研究对象,锚定自由贸易区优惠原产地规则这一兼具技术性,又具有理论性的问题,从微观和中观层面分析优惠原产地规则对区域产业链的影响具有重要的理论价值和现实意义。成新轩教授书中提出的原产地规则严格程度的测算体系,以及原产地规则严格程度对东亚区域产业链影响机理和效果的实证都属于此领域研究的重要拓展,为对此方面感兴趣的学者们提供了不可多得的文献参考。(作者单位:南开大学国际经济研究所)

□李晓

随着“数字中国”建设新征程的开启,数字科技的进步正在不断打破红色旅游原有的发展模式,并将引领红色旅游实现创新发展,让红色文化焕发新的生机

随着“数字中国”建设新征程的开启,数字科技的进步正在不断打破红色旅游原有的发展模式,并将引领红色旅游实现创新发展,让红色文化焕发新的生机。

数字科技创新红色文化的资源保护、传播和传承形式

红色文旅资源保护的数字化。我国红色文旅资源十分丰富,据统计,我国的革命文物共有103.6万多处(件),其中可移动文物的占比约为96.5%,其余的3.5%为不可移动文物。运用技术优势让文物实现可永久保存、可持续再现,不仅为文物保护研究奠定了扎实的数据基础,也让很多缺损的文物借助数字化手段恢复了原本的光彩。红色文化传播形式的数字化。在红色文化传播方面,数字中国建设打破了传统的文化传播形式和格局,通过新鲜有趣的技术手段充分挖掘红色文化不为人知的一面,为之赋予当代的数字化表达,通过更加奇妙多彩的互动打开方式,讲好革命文物故事、讲好红色文化故事,弥补红色文物在传播上的限制,增强红色文化传播的有效性,让沉积许久的红色文化被感受、被接触,同时也给新时期红色文化传承与发展带来了新的机遇。红色文化传承发展的数字化。对红色文旅资源进行有效的数字化整合和展示是传承红色文化的必要条件。依托数字孪生,通过“建模、仿真、信息技术和处理”流程将红色文旅资源数字化,构建红色文化基因库。建立红色文旅数字平台,将数字化的红色文旅资源按年份、事件、图片等门类进行整合并上传至数字平台,并配置文献检索、机构知识库等服务,以便通过指尖点文献的形式,盘活红色文旅资源,形成资源共享共生的“数字生态圈”。利用数字仿真技术创新红色文旅资源的展示方式,将纪念馆和博物馆打造为沉浸式体验新空间,并依托数字化交互技术,刺激游客的不同感官来提升互动体验感,增强红色文化传播的力度、广度和深度,从而让文物“活”起来,让红色故事“火”起来,让游客感兴趣、有收获,红色基因得以有效传承。

数字科技助推红色旅游产品创新供给

展馆设计数字化。红色旅游产品的承载空间大多是展馆,而展馆设计的数字化程度对红色文化的输出和游客的接收程度有着直接的影响,因此,红色旅游的创新发展应注重展馆的设计。针对线下展馆,借助AR、VR等数字化技术优化文物展陈方式,通过“动”起来的文物,让整个文化空间更具互动吸引力,让游客与红色文化有更多的情感共鸣。建设线上展馆,打造红色“云”家园。线上展馆不是机械地通过拍照、录像等方式将线下展馆的文物“复制”到线上,而是运用5G、融媒体、全息投影等数字技术将展馆文物灵活呈现在云端,并通过设置链接跳转到云上各产品门类,真正将线上展馆这一文化空间打造成孵化各类红色旅游产品的网络节点。旅游演艺数字化。旅游演艺是红色旅游的重要产品之一,将数字技术融入演艺之中,有助于营造出磅礴的历史氛围,让游客来一场酣畅淋漓的观赏体验。基于建筑的空间结构,运用高流明激光投影、立体成像、裸眼3D等技术,加上高科技声光电的配合,让现场成为融投影、镭射、声音与光线于一体的红色文化空间,再现峥嵘岁月,凝聚民族力量。通过互动演艺装置、多态体验装置和数字模拟技术,搭建体验中心,让游客穿越时空,亲历“枪林弹雨”,感受家国情怀,打造一场集观赏、互动、体验于一体的多维度、有质感、立体化的文化盛宴。以5G+4K数字化云演绎模式为引领,拓展线上演艺,形成全天不打烊的“云演艺”模式,从而打破时间和空间限制,让红色文化触手可及。

数字科技辅助旅游管理和服务模式创新

旅游基础设施建设数字化。旅游管理和服务要向更安全、更高效、更协同的方向转型,旅游基础设施数字化必须先行。把握建设数字中国的机遇,完善红色旅游景区5G基站、数字网络、云平台、智慧导览系统等建设,夯实红色旅游发展的信息基础;优化旅游公共场所及红色文旅企业的宽带网络、大数据中心和智能化设备等建设,提升红色旅游发展的应用基础。此外,数字技术较为晦涩复杂,技术人员的专业性是数字化基础设施建设的保障,因此,需引进相关骨干人才,根据市场趋势和用户需求,探索数字技术与红色旅游发展的融合点,做好数字基建的技术服务工作。旅游管理模式数字化。基于数字化旅游基础设施建设,整合用户数据信息,建立红色旅游数据交换平台,推进文旅与党史办、网信办、交通等部门联动,打破信息孤岛,营造良好的数字信息交换环境,形成数据共融、共通、共享的沟通机制,从而优化部门协作,提高红色旅游政务服务效能。同时,借助数字技术,打造红色旅游数字监管平台。通过动态监管和预警系统,把握景区内的人车流量及流向、红色文旅资源的保护情况等信息,以便及时应对旅游突发事件,给游客提供一个安全、和谐、的旅游环境。要做好数据的深度挖掘与分析,摆脱大量无效、低频、僵尸的数据仅仅用来“看看”的窘境。通过大数据系统,建立有效的数据模型,对目标市场,特别是对青年人和老年人这类群体的旅游轨迹、参与特征、选择偏好等消费行为进行精细捕捉,立体化地分析红色文旅资源的利用率和影响力,形成红色文旅资源的个性化推荐,促进红色旅游产品的差异化供给,建构“用数据说话”“以数据谋划”的一屏掌控数据分析服务体系,提升红色旅游目的地的决策和营销能力。旅游公共服务数字化。利用大数据、人工智能等技术,不断推进旅游公共服务模式向“无接触”的数字化方向发展,即将数字技术贯穿至游客行程始终,给游客带来便捷化、智慧化、个性化的旅游服务体验。优化票务网上预订系统,鼓励红色旅游景区开设门户网站或设置微信小程序来拓宽订票渠道;推广“游客、身份证、电子票、健康码”四合一的智能入馆游览机制,实现无接触、安全消费;运用AR技术升级导航系统,让游客与景区环境形成自然交互;推广AI导游、语音交互等数字化服务,让讲解智能化、趣味化;打造红色旅游数字化市场交易平台,提供红色文化资产转化、存储、流通和交易服务;健全智慧监测、风险提示、一键报警、安全救援等功能,推动与“健康通行码”、社会保障卡等服务平台互联互通、信息共享;完善问题反馈、投诉受理系统,让数字客服实现良性循环。新时代红色旅游创新发展要充分利用数字中国建设的契机,有机整合红色文旅资源,积极搭建红色文旅资源共享的数字化平台,利用数字化技术增强红色文化展示的直观性,注重红色资源物质载体与人们之间的有效互动,更好地传播红色文化,增强红色文化对人们思想和情感的影响力。(本文系河北省社会科学院国家社科基金预研项目(2021YY13)阶段性成果)(作者单位:河北省社会科学院旅游研究中心)

以数字科技引领红色旅游创新发展