

# 释放消费潜力 增强河北县域经济内生动力

□刘雪影

随着城镇化持续推进、数字经济快速发展,现代物流体系日益完善,县域经济日益成为我国新的经济增长点,而县域消费也日益成为新时期的消费力基石,深度挖掘、充分释放县域消费潜力,增强县域经济发展的内生动力成为当前推动经济发展的重要着力点。河北省作为县域大省,县域消费力量逐步形成并不断壮大,县域消费潜力巨大,经济发展内生动力充足。但也面临收入水平仍然相对较低,财力有限不能消费;社保体系不够健全,后顾之忧较多不敢消费;商业体系不够完善,获得感不强不愿消费等瓶颈。本文在分析我省县域消费潜力和面临瓶颈的基础上,提出了从提振消费信心、完善消费激励政策、打造丰富消费场景、完善消费配套设施、优化消费环境五个方面进一步激发我省县域消费潜力,增强经济发展内生动力。

## 河北省县域消费潜力巨大

县(市)数量众多,县域人口密度大,是河北省县域消费的坚实基础。河北省县(市)数量为118个,仅次于四川省,居全国第二位,县域总面积15.94万平方公里,占全省的84.4%。县域常住人口4828.2万人,占全省人口的64.7%,县均40.9万人,比全国县均多1.03万人。巨量的县域人口形成了庞大的消费力量,为进一步释放河北省县域消费提供了坚实的基础。

近五年来,河北省农村居民人均可支配收入逐年上升,带动农村人均消费支出也逐年提高,可见推动河北省县域消费特别是县域农村消费潜力巨大。

县域人口消费观念改变,消费能力和消费意愿双提升,为河北省县域消费增添了强劲动力。随着农村居民人均可支配收入不断提高,农村居民消费已经由满足数量要求转向满足质量要求,由实物消费为主转为实物消费与服务消费并重,追求更多元化、更高质量。农村居民人均可支配收入和人均支出不断提高,且2019—2022年城乡人均支出差距呈缩小趋势,显示出河北省县域人口消费能力和消费意愿的不断提升。但2022—2023年,河北省城乡人均消费支出差距扩大,显示出近两年由于经济下行压力,农村居民消费支出趋于保守,在人均可支配收入增长的前提下,农村居民的消费潜力有待进一步挖掘和释放。

县域商业体系不断完善,为河北省县域消费提供了有力支撑。一方面,品牌连锁店入驻、新消费业态下沉,咸鱼消费场景更加丰富。“半小时送达”“一刻钟便民圈”“连锁品牌首店”等即时零售新业态的发展,屈臣氏、永辉超市等连锁品牌下沉,河北县域消费新潜力接连释放。另一方面,河北省扎实推进县域流通服务网络建设,持续促进农村消费。近年来,全省下辖1598个乡镇,乡镇开设超市在内的乡镇商贸中心覆盖率达76.3%。此外,河北省持续推进放心消费创建活动,针对河北县域特色产业众多的实际,引导各地将放心消费创建与区域特色产业深度融合,形成了放心消费与产业发展共同推进的良好局面。

京津冀区域一体化的深入推进,为河北省县域消费提供了有利条件。河北有20多个县(市)毗邻北京、天津,受京津辐射带动效果明显。一方面,可以承接京津地区产业转移,带动当地经济发展,创造更多就业机会,增加居民收入,为县域消费提供更加可靠的收入保障。另一方面,良好的区位优势更有利于实现消费业态、知名品牌下沉,促进商业体系的完善优化,为县域消费提供更加有力的支撑。再一方面,受人才回流的影响,河北县域毗邻京津,可以吸引更多有消费能力和消费意愿的年轻人返乡,推动河北县域消费力量不断壮大。

## 河北省提升县域消费水平面临诸多瓶颈

虽然河北省县域人口数量众多,收入稳步提升、消费观念改变、商业体系不断完善、毗邻京津优势更加显著等因素彰显出河北省县域消费潜力巨大,经济发展内生动力充足,但充分释放县域消费潜力,推动消费拉动经济增长方面仍面临诸多困难。

收入水平相对较低,导致财力有限不能消费。虽然近年来,河北省农村人均收入水平稳步上升,但2023年全国农村居民人均可支配收入21691元,而河北省农村居民人均可支配收入20688元,与全国相比仍存在一定差距。县域人口特别是农村人口的收入水平相对较低直接影响河北省县域消费水平的提高。

社保体系不够健全,导致后顾之忧较多不敢消费。我国社会保险主要包括基本养老保险、基本医疗保险、工伤保险、失业保险和生育保险,但由于长期形成的城乡二元制结构,农村社会保障存在体系

不健全,覆盖范围不广等问题,农村居民储蓄意愿较高。加之经济下行压力,未来收入预期较弱,农村居民收支结余逐年增加,消费动力不足,消费潜力有待进一步激发。

商业体系不够完善,导致获得感不强不愿消费。尽管在各有关部门的共同推动和努力下,河北省县域商业体系建设取得了长足进步,但当前县域商业体系建设仍存在配套设施不够完善、商业环境有待改善、优质产品不足等问题,导致消费者在消费过程中体验感较差,获得感不强,消费意愿减弱。

## 激发河北省县域消费潜力需要多方发力

要建立和完善扩大县域消费的长效机制,使居民有稳定收入能消费,没有后顾之忧之消费,消费获得感强消费、消费场景丰富乐消费、消费环境优消费。

不断提振消费信心。增加收入是基础,完善社保是关键。充分利用发挥京津冀一体化区位优势,承接京津产业转移,继续做强本地传统优势产业,不断发展壮大特色产业,以此增加就业机会,促进农民增收;同时培育新型农业经营主体,加强农户与市场的对接,发展高品质、高附加值的农产品;拓展农业功能,推动农村三产融合发展,扩大农民经营性和财产性收入。完善农村社会保障体系,健全乡村三级养老服务结构,提升农村居民最低生活保障水平,使县域内人口特别是广大农村人口收入提高能消费,无后顾之忧敢消费。

进一步优化完善消费激励政策。抓住关键节点,关注重点产品,面向重点人群,及时出台针对性的消费刺激政策。节假日发放特色农产品、文旅、

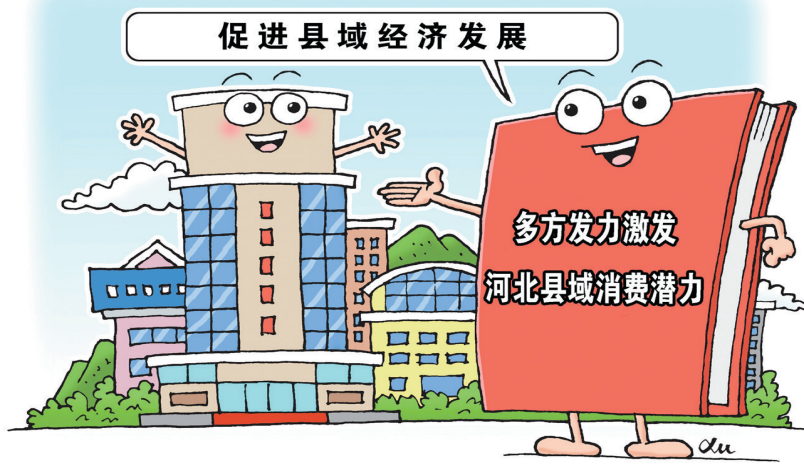
新兴服务产品消费券;在大宗商品消费旺季加大对住房、汽车等大宗物件的补贴支持力度,特别是完善对农民进城购房的优惠支持政策;平时加强对日用消费品的消费促进力度。

打造更丰富的消费场景。拓宽消费渠道,推动传统消费与现代消费双提升,打造县城商业综合体,新建改造乡镇商贸物流中心,实行农村超市、小卖店、集市等乡村消费平台提升计划,同时大力发展农村电商,推动线上线下消费融合发展。打造消费品牌,推动特色产业与知名品牌共同发展,实现一县一消费品牌,将本地特色优势产品打造成为享誉全国乃至世界的品牌消费品。

完善消费配套设施。完善县域内交通网络建设,扩大县域农村客运线路覆盖范围,提高县域内客运班线公交线路运行率,加快形成“行有所乘、城乡一体”公交服务格局。加快县乡村三级物流体系建设,整合物流资源,促进快递物流下沉,县乡设置物流配送中心,村村配置快递站点;同时,提高县域内物流配送人员数量和素质,优化配送服务,提高县域内群众消费获得感。

优化消费环境。着力打造安全放心诚信的县域消费环境。一方面要加大市场监管力度,各县成立专门的市场监管领导小组,定期不定期组织市场抽查;同时加强消费维权服务站的建设与提升工作,消费投诉信息公示工作和消费投诉举报办理提速工作。另一方面要加强宣传引导,开展“冀有诚信,消费安心”创建活动,提高商家企业的法律意识和诚信意识,增强消费者自我保护意识和维权意识。多管齐下,共同营造安全放心诚信的县域消费环境。

(作者单位:河北省社会科学院)



# 构建全面多元高层次的现代化产业集群

## ——评《京津冀产业集群高质量发展研究》

数字经济点燃张家口经济发展新动能,安平“织造”解锁数字经济密码走向“智造”,白沟打开中国箱包走向世界的窗口,天津北辰创新驱动高端装备制造制造业成为区域发展主引擎,北京海淀电子信息产业引领科技创新,这些产业集群如一颗颗明珠在京津冀大地上闪闪发光。实体经济与数字经济的融合,为产业集群插上了飞翔的翅膀,助力京津冀加快了协同发展的脚步。同时,人民需求不断变化,品质要求不断提高。如何使这些特色产业集群持续发光发热,满足广大人民不断升级的多样化需求,为人民的美好生活提供坚强后盾,就需要不断地创新,探索可持续发展之路。政府要定规划、严执行、保落实;产业集群要重联合、强链接、共发展;企业要重创新、创品牌、保环境。

随着京津冀协同发展步伐的加快,京津产业快速、有序向河北转移,促进一系列特色产业集群发展壮大,极大地

推动了河北产业升级,从而推动京津冀协同发展向更高层次迈进。探索京津冀地区特色产业集群的发展态势,把握发展中的短板与障碍,对于进一步推进京津冀三地产业结构优化升级有重大意义。河北经贸大学卢燕老师课题组撰写的《京津冀特色产业集群高质量发展研究》一书,就围绕京津冀地区特色产业集群提出了自己的理论见解。

该书首先从理论角度介绍产业集群相关的理论基础,对特色产业集群内涵进行界定,并对特色产业集群的内涵、产业集群理论、特色产业集群等不同角度进行了观点综述,最后对特色产业集群进行了类型划分,为后面章节的细分奠定基础。其次,从现实角度,以数据与模型对京津冀特色产业集群的空间布局、产业结构及行业分布等方面进行了描述,并分析其影响因素,为今后的高质量发展指引方向。再次,从集群角度,对时尚消费产业集群、民生健

康产业集群、材料延伸产业集群、中市场配套产业集群、现代装备产业集群、数字科技产业集群六大类特色产业集群进行了具体产业发展分析,指出发展重点,并进行典型案例剖析,发现目前存在的困境,提出各特色产业集群今后的发展路径。第四方面,从政府层面、集群层面、企业层面多角度对京津冀特色产业集群高质量发展提出有针对性的对策建议,构建全面、多元、高层次的现代化特色产业集群。

本书的特色体现在以下方面:第一,对典型区域的研究。当前关于京津冀范围内的特色产业集群研究相对较少,而细分具体特色产业集群进行分析更是少之又少。因此,本书以京津冀范围对特色产业集群的高质量发展开展研究,对京津冀协同发展地深入推进有重要作用。第二,对具体产业集群的研究。通过对六大类特色产业集群进行具体分析,充分认识当前的发展特征与

规律,对指导特色产业集群发展实践,从提升各地区产业整体竞争力具有重要的指导意义。第三,为其他地区提供借鉴与参考。分析目前京津冀特色产业集群存在的障碍,探索京津冀特色产业集群的发展历程与实践,提出高质量发展路径,对其他一体化地区的特色产业集群发展具有借鉴与参考价值。因此,本书的研究既有对京津冀区域内特色产业集群总体的评价,又有对每个具体特色产业集群发展的分析研究,有利于突出今后各个特色产业集群的发展重点,让特色真正“特”起来,并进一步提升京津冀整个区域的高质量发展水平。

该书既有特色产业集群相关的理论分析,又有影响因素的实证论证,分析六大类特色产业集群的发展重点、方向、路径,并提出总体发展思路,为特色产业集群的高质量发展提供思路,助力京津冀协同发展的深入。

# 助力京津冀协同发展迈上新台阶

## ——简评《流动人口在京津冀协同发展中的作用研究》

动,在深入推进京津冀协同发展中交出了亮丽的答卷。这是对推动京津冀协同发展迈上新台阶、加快建设经济强国、美丽河北,奋力谱写中国式现代化建设河北篇章的坚实承诺。

河北工程大学魏玲玲教授的新作《流动人口在京津冀协同发展中的作用研究》(新华出版社)深刻探讨了这一命题,这是河北省社会科学基金项目课题“‘十四五’时期河北省人口集聚特征及规模预测研究”(HK21RQ002)的优秀成果。该书从区域协同发展规律“由平衡到不平衡再到新的平衡”的角度,深入研究了流动人口在京津冀协同发展

中的作用,以及如何最大限度地发挥流动人口对区域经济社会发展的能动作用,为京津冀区域的均衡化协同发展提供了独特的见解和创新性分析。

该书在梳理人口学、区域经济学、协同学等相关理论的基础上,对流动人口及协同理论进行了界定,并描述性地分析了流动人口的空间演进特征和京津冀协同发展的现状。书中指出,京津冀三地的流动人口以青壮年为主,性别结构和受教育程度差异化明显,且三地流动人口规模及主要来源存在较大不同。该书从供给侧和需求侧两个方面,总结出流动人口对京津冀协同发展的

影响及内在作用机理,为引导人口合理流动提供了决策性依据。

魏玲玲教授的这部著作,不仅在理论体系和分析框架上系统全面,而且在同类主题研究方法上进行了拓展,运用了多种计量模型进行实证研究,使分析结果更可信。该书提出的举措具有时代趋同性,从人口和区域两方面提出了流动人口管理政策建议,为缩小京津冀三地的经济社会发展差距,共建和谐宜居的城市群,提供了具有应用价值的建议。

(作者系燕山大学二级教授、博士生导师,河北省公共政策评估研究中心首席专家)

□王涛

河北非物质文化遗产承载着河北人民的智慧,反映着河北人民的审美倾向,既是河北省传统文化体系中的宝贵财富,也是我国非物质文化遗产资源体系中至关重要的组成部分。在智媒体时代,河北省需要抓住智媒体为非物质文化遗产活态传播与创新带来的机遇,依托新的传播形态、传播技术,深化社会大众对河北省非物质文化遗产的认知与认同。

## 智媒体在河北省非物质文化遗产活态传播与创新中的赋能价值

人工智能是引领科技革命和产业变革的战略性技术,具有溢出带动性很强的“头雁”效应。在河北省非物质文化遗产活态传播与创新中,智媒体的赋能价值主要体现在以下几个方面:一是在媒介融合的基础上,为河北省非物质文化遗产活态传播与创新带来多元化的传播渠道与广阔的传播空间。二是在丰富信息呈现形式的基础上,提升河北省非物质文化遗产的表现力与吸引力,优化受众体验。三是在强化传受主体互动的的基础上,更高效的收集用户反馈信息,为河北省非物质文化遗产活态传播与创新工作优化方向、策略的探索提供依据。四是在为传播工作提供数据支撑的基础上,提升河北省非物质文化遗产活态传播与创新的针对性与有效性。河北省非物质文化遗产传播主体需要强化创新意识,通过发挥智媒体的赋能价值,为河北省非物质文化遗产活态传播与创新提供助力。

## 智媒时代河北省非物质文化遗产活态传播与创新策略

依托智媒体拓展非物质文化遗产活态传播场景。活态传承强调在原生态环境下对非物质文化遗产进行传承与创新,也重视拉近非物质文化遗产与人民群众之间的距离。这种传承理念,明显区别于“博物馆式”的保护,有利于激活非物质文化遗产活力,推进非物质文化遗产从“历史”走入“当代”。暨南大学新闻传播学院教授、副院长刘涛认为,直播、短视频等在非物质文化遗产活态传承中展现出了不容忽视的价值,通过发挥这些智媒体具有的信息传播优势,能够非物质文化遗产的活态传承提供新的传播场景。这一观点已经在非物质文化遗产传承实践中得到了验证。例如,抖音平台中的“新农人”计划,为非物质文化遗产场景的拓展提供了契机,许多“冷门”的非物质文化遗产呈现于社会大众面前,真正融入到了社会大众的认知与生活当中。

在河北省非物质文化遗产活态传播与创新中,有必要发挥智媒体在拓展非物质文化遗产活态传播场景中的赋能价值,通过引导非物质文化遗产传承主体使用短视频平台、直播平台等对非物质文化遗产内容进行呈现,促使河北省非物质文化遗产从静态保护向活态传承转变。以直播为例,非物质文化遗产传承主体通过直播具有吸引力的非物质文化遗产,不仅能够推进文化普及与推广,而且可以获得受众点赞与打赏。这一过程,既是对非物质文化遗产进行活态展现的过程,也能够让非物质文化遗产传承主体从精神与物质两个方面感受到社会大众对自身的认同,进而激发非物质文化遗产传承主体探索非物质文化遗产活态传播的积极性。以直播过程中,非物质文化遗产传承主体与非物质文化遗产之间的互动,能够促使受众直观地感受到非物质文化遗产传承主体具有的文化传承责任感与历史使命感,这种情感化的传播方式,可以让受众感受到视觉与心灵的双重冲击,提升受众对河北省非物质文化遗产的认同度,也能够让河北省非物质文化遗产展现出更强大生命力与发展活力,加速河北省非物质文化遗产进入社会大众视野。

依托智媒体提升非物质文化遗产活态传播精度。河北省非物质文化遗产要实现“破圈”,就必须做好受众定位工作,确保传播内容、传播形式与受众需求实现良好对接。在智媒体时代下,人工智能技术、大数据技术的发展,为非物质文化遗产活态传播精度的提升带来了机遇。河北省在开展非物质文化遗产活态传播与创新的过程中,需要发挥出这些技术的赋能功能,有效提升传播效果。

其中,大数据技术既能帮助河北省非物质文化遗产活态传播主体摸清非物质文化遗产“家底”,也可以促使活态传播主体掌握非物质文化遗产受众需求,为精准传播夯实基础。摸清河北省非物质文化遗产“家底”,是对河北省非物质文化遗产进行精准传播的起点。河北省可以组织非物质文化遗产领域专业人才,对省内非物质文化遗产进行普查、分类、建档,梳理非物质文化遗产历史渊源与传承谱系,研究非物质文化遗产保护与传承现状,并通过构建非物质文化遗产数据库的方式,对非物质文化遗产信息进行存储,为其活态传播与创新构建保障。在此基础上,河北省有必要发挥出大数据技术在洞察非物质文化遗产受众信息需求、行为方式方面具有的优势,通过对受众数据进行收集与分析,生成受众信息需求标签,围绕具有代表性的受众群体开展用户画像。

人工智能分发电技术则能够打通河北省非物质文化遗产活态传播的“最后一公里”。在使用大数据技术摸清河北省非物质文化遗产“家底”、掌握非物质文化遗产受众需求之后,河北省非物质文化遗产活态传播主体可以使用人工智能分发电技术,对非物质文化遗产信息进行自动推送,以满足受众信息需求的基础上提升活态传播效能。在此过程中,传播主体可以对传播内容进行智能生成、精准推荐,并可以对传播效果、反馈信息进行智能监测与收集。当然,为了能够有效提升智能分发电水平,传播主体有必要推进非物质文化遗产活态传播工作与深度学习技术进行融合,确保智能分发电工作得以持续优化,在为受众带来更好的信息获取体验基础上,提升河北省非物质文化遗产信息的吸引力与传播力。

(作者单位:石家庄学院)

投稿邮箱:hbjrbll@163.com

□刘邦凡

京津冀地区,作为我国经济活力四射、开放度最高、创新能力最强的地区之一,无疑是推动中国经济发展的重要引擎。2024年,京津冀协同发展迎来第十个合作共赢的年头,目前这一协同发展已进入全方位、高质量深入推进的新阶段。

长期以来,以习近平同志为核心的党中央高瞻远瞩、深谋远虑,始终着眼于党和国家发展全局,以大历史观的视野,深入推进京津冀协同发展战略,不断探索人口经济密集地区优化开发的新模式,寻求区域发展的新路径,旨在打造经济社会发展的新的增长极。

在新的历史起点上,河北省将更进一步解放思想、奋发进取,深入贯彻习近平总书记重要指示和党中央决策部署落地见效,以更大力度深化拓展京津冀重点领域合作,持续增强协同联