

老字号“弄潮”新消费

文/本刊记者 贾翔

提起老字号你会想到什么?或许是色泽油亮、皮酥肉嫩的北京全聚德烤鸭,是编织了温暖记忆的上海恒源祥毛衣……在四川,则可能会是宜宾的五粮液白酒、阆中的保宁醋,亦或是龙抄手、钟水饺、赖汤圆等地道小吃。承载着深厚文化和传统技艺的老字号,已突破了单纯的商品意义,成为了地区名片、集体记忆。

老字号之名,久存于民间;而究老字号之实,需明确其官方层面的相关制度。1991年,原国内贸易部启动了“中华老字号”的首次认定;2006年,商务部实施“振兴老字号工程”,包括四川在内的多省也开始了省级老字号的评定;2023年商务部等五部门联合颁布新规,进一步明确了老字号需兼具文化特色和引领示范价值,将创立年限从固定的1956年调整为50年(含)以上,且会定期对老字号资格进行复核,各省级老字号评判标准也迅速跟进调整,老字号认定标准从“历史年限”向“持续创新力”转变。

时隔多年,为何老字号品牌再次受到关注与重视?主要原因应在于:当前,提振消费市场、激发经济活力已成为重点发展任务,促消费的实践中,供需两端协同发力已成共识。例如需求侧通过优化消费场景、发放消费券等方式释放购买力,供给侧则以品质升级、品牌焕新等路径创造新需求。而推动老字号高质量发展,可作为从优化供给侧发力促消费的关键抓手。

老字号的擅长之处恰与当前的部分消费趋势吻合。一方面文化消费升级,消费者不再满足于产品本身,更追求背后的文化价值,文创化、IP化、场景化消费成为潮流;另一方面品质化与个性化并存,消费者既看重产品品质与口碑,也追求定制化、差异化的消费,注重体验感与情感共鸣。老字号可凭借其在文化、品

质等方面的优势,成为极具拉动力的促消费“引擎”——它不仅承载着几代人的集体记忆,更能凭借深厚的文化底蕴唤起消费者的情感共鸣与文化认同,将情感价值转化为购买意愿;其历经岁月检验的品质口碑,也契合了当下消费者品质消费、理性消费的需求。所以,在消费市场寻求新增长点的当下,老字号的复苏与升级,既能填补高品质国货供给的缺口,也能以差异化的品牌价值激活潜在消费,为消费市场注入持久活力。

(全文见《四川省情》2025年第12期)

获取更多数据及财经资讯,请下载四川省情APP客户端!

下载方式:安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载,苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

提振消费不仅是经济命题,更是文化命题。老字号恰处于这两个命题的交汇点,它们植根于时间淬炼的品质,以文化传承与创新为双翼,为当前消费市场注入了一种稀缺的、确定性和深度。四川拥有55个中华老字号,数量居中西部第一位,依托老字号这些“时光淬炼的消费信标”,提振消费大有可为。

『潮』前看 老字号



ISSN 1671-3540



9 771671 354259

安卓系统



iOS系统



公众号



下载APP获取更多数据分析

- > P31 四川民营经济实力几何?
- > P34 生产性服务业如何更好赋能制造业?
- > P49 2035年人均GDP远景目标,怎么看?

随刊附送《数说天下》
囊括世界(全国)四川
数据及权威点评



传统技艺和其背后蕴含的文化故事，是老字号的魅力所在。图为泸州的先市酱油老作坊。

10 COVER · DEPTH
封面 · 深度
老字号“潮”前看

当前，在双循环、扩内需大背景下国潮消费崛起的同时，也对国货品质提出了更高要求，老字号需平衡好守正与创新，更好满足消费者日益变化的新需求，在培育消费新热点、发展新业态新模式、营造消费新场景上积极作为。

12 振兴老字号，正当其时

/本刊记者 戚军凯

16 “老字号”变形记：守正的城墙与出新的窄门

/本刊记者 唐佳莹

19 老字号如何守住“老味道”

/本刊记者 李莲

22 要出海，先“出彩”

/本刊记者 乔燕艳

卷首语 PROLOGUE

01 老字号“弄潮”新消费

/本刊记者 贾翔

宏观视角 MACROECONOMIC OBSERVATION

04 经济论坛

06 图说四川

08 数字快报

本刊特稿 SPECIAL MANUSCRIPT

25 四川绿色金融发展如何进一步完善？

/王茜 余赛男 周美纹

权威研判 AUTHORITY JUDGE

28 四川：乡村全面振兴取得新成效/雒吟

31 四川民营经济实力几何？

——基于六个经济大省间的比较分析

/安江丽 郑雪梅 周笑 樊奥昕

热点透视 FOCUS

34 生产性服务业如何更好赋能制造业？/李夏 陈友均

37 川中丘陵四市崛起的“五个着力点”

/四川省发展和改革委员会、四川省统计局离退休支部课题组

40 这五年，成渝双核联动联建成绩斐然！/鲜果 刘军伟

全域纵横 GLOBAL ASPECT

43 贵州：构建多业态新经济版图/王沛

45 浙江：竞逐具身智能 如何持续领跑？

/刘小宁 顾凌华 邹欣欣

社经时评 SOCIOECONOMIC COMMENT

48 正确认识中国创新指数跻身“全球前十”/陈智

49 2035年人均GDP远景目标，怎么看？/张柯

50 “十五五”，中国经济将会有有什么不同？/盘和林

四川省2025年全国1%人口抽样调查专题报道
CHINA 1% POPULATION SAMPLING SURVEY

51 践行九字诀 做好关键事

——全国1%人口抽样调查工作的实践与思考

/周丽梅 邵华

经济地理 ECONOMY GEOGRAPHY

53 广元：以一颗“红心”打造“黄金产业”

/甘露 吴其超 蒲美君 高福霞

55 青羊区：新形势下如何促就业？/韩明星 彭波 苏叶 熊健益

57 西充“老疯杨”品牌崛起启示录

/中共南充市委政策研究室、南充市统计局联合课题组

动态观察 DYNAMIC OBSERVE

60 万源：旧院黑鸡飞出乡村振兴加速度/马发海 车浩

62 绿脉兴川东 “四库”蕴生机

——宣汉县森林“四库”的生态答卷

/杨金山

经典导读 CLASSIC NAVIGATION

64 历史不可逆转 得失可资镜鉴

——读《中国历代政治得失》/蓝莓

■ 凡向本刊投稿，均视为作者同意将著作和信息网络传播权授予本刊独家使用，作者文章著作和信息网络传播权使用费与稿费合并一次性给付。

《四川省情》/月刊

国内统一刊号: CN51-1620/D

国际标准刊号: ISSN 1671-3540

主管 四川省统计局

协管 国家统计局四川调查总队

主办 四川省统计科学研究所

出版 四川省情杂志社有限责任公司

总编辑 唐婉岚
执行总监 赵倩倩
责任编辑 戚军凯 乔燕艳 贾翔 唐佳莹
责任校对 李莲 李泉江 李唯伊
美术编辑 涂裕娟 陈成 徐青
网络编辑 严婷 吕雪萍
发行管理 杨俊伟 陈梅
本期执行编辑 贾翔
《数说天下》执行编辑 戚军凯 贾翔
封面设计 徐青

高级顾问 (按姓氏笔画排序)

刘诗白 著名经济学家

杨继瑞 成都市社科联名誉主席 著名经济学家

邱沛瑾 中国传播学会副会长 教授 博导

阿来 四川省作协主席 著名作家

出版发行 四川省情杂志社有限责任公司

地址 成都市二环路西一段108号 邮编 610041

投稿邮箱 scsqzz@163.com

编辑部电话 028-87041393/87042741

发行电话 028-87043903

发行营销商 成都书谣文化传播有限公司

国内总发行 四川省报刊发行局

图片合作单位 汉华易美视觉科技有限公司

印刷 成都日报锦观印务科技有限公司

广告发布登记编号 川广登字〔2019〕0057号

广告营销商 四川和煌良田文化传播有限公司

营销总监 姜华军 13908067133/18000567133

营销副总监 谢强 18681227783

营销副总监 李丰谷 13378113809

2025年12月12日出刊 定价 12.5元

四川省科教兴川促进会

四川省郫县豆瓣股份有限公司

四川省宜宾五粮液集团有限公司

成都飞机工业（集团）有限公司

中科院成都信息技术股份有限公司

四川天翔经济发展研究院

四川忠桥集团有限公司

四川现代民间金融研究院

成都天创兴工科技有限公司

明伦书院

热点评析

《关于进一步促进民间投资发展的若干措施》印发

为进一步激发民间投资活力、促进民间投资发展，国务院办公厅于近日印发《关于进一步促进民间投资发展的若干措施》（以下简称《若干措施》），围绕市场准入、公平竞争、优化服务等民间投资关注的主要问题，提出了13条具体务实的举措，对稳就业、稳企业、稳市场、稳预期有着积极意义，对促进民营经济的发展将产生重要影响。

国家发展改革委投资研究所融资室主任李泽正认为，《若干措施》从重大项目参与、隐性壁垒破除、运营权益保障、数字化转型升级、融资支持等方面出台了13条举措。这些措施有利于破除隐性壁垒、拓宽民间投资渠道；有利于培育新兴动能、优化民间投资结构；有利于强化要素保障、降低民企融资成本；有利于优化营商环境、稳定民间投资预期。

（摘自新华社）

中国企业联合会驻会副会长梁彦表示，《若干措施》以前所未有的力度，打开了传统上由国有资本主导的关键领域大门。首次提出“对各地方规模较小、具有盈利空间的城市基础设施领域新建项目，鼓励民间资本参与建设运营”，体现了国家给予民营企业城市基础设施领域发展机会的坚定性，极大地扩展了民间资本的参与范围。

（摘自证券时报）

复旦发展研究院金融研究中心主任孙立坚认为，对民企而言，13条措施干货满满，三条优先通道值得关注：重大基础设施的合规股权进入与接入规则优化；中试平台与数字化赋能平台的建设与服务供给；政策性金融工具与不动产投资信托基金（REITs）等资本工具组合使用，实现“投得起、转得动、退得出”。

（摘自21世纪经济报道）

灵隐寺宣布免票引热议

杭州西湖风景名胜区近日发布通告称，灵隐飞来峰景区（含灵隐寺、永福寺、韬光寺）将免票开放，这意味着游客无需再支付灵隐飞来峰景区45元门票和灵隐寺30元香花券。这一措施将减少景区每年数亿元门票收入，引起社会广泛关注。

华略智库高级研究员王宁表示，灵隐寺的免票政策，表面上是放弃了门票收益，实则是以引流为核心、推动区域文旅价值链延伸的经济策略。杭州西湖早年免票已印证该模式可行，而灵隐寺无疑也具备复制这一路径的充分潜力。目前，其周边已形成民宿、茶社、非遗工坊等协同发展的文旅产业集群，展现出显著的经济拉动效应。

（摘自新京报）

澎湃特约评论员江城表示，近年来，有不少景区做出了类似探索。这些探索固然各有背景、条件不同，但方向却高度一致——从“卖门票”向“卖服务、卖体验、卖文化”转变。这不仅符合旅游业高质量发展的要求，也更贴近当下游客的消费习惯：人们愿意为优质体验、文化产品、沉浸式服务买单，而不是买票进门、到此一游而已。

（摘自澎湃新闻）



免票政策，是以引流为核心、推动区域文旅价值链延伸的经济策略。

首发经济需突出特色避免同质化

在首发经济“火热”的背后，一些挑战同样不容忽视。一个城市不能过度依赖“首发”来拉动消费，不能以首店的“一哄而上”开始，又以“昙花一现”结束，而是要构建更完善的产业结构和更具活力的创新生态。

接下来，积极培育和发展首发经济，一方面，要致力于打造优质的商业环境。这离不开统筹实施一系列扶持政策，从而提升产业能级并引领消费潮流。要探索规划先行，坚持高起点谋划，在研究制定“十五五”城市发展规划的过程中，科学布局首发经济总部、首发经济商圈、首发经济街区。高水平设计集商务、消费、娱乐、休闲、旅游于一体的首发经济聚集区，打造一批高端“五新”成果首发经济的推广平台和体验平台。

另一方面，在持续推进城市更新、开发建设的过程中，还应把推进首发经济与提升城市功能品质有机结合起来。在主题打造、场景设计、环境融合等方面巧妙融入地域文化符号，彰显主导产业特色优势，在实践中探索从“网红”变“长红”的路径。善于运用财政补贴、税收优惠、融资扶持等多种方式，支持高潜力品牌与创新型企业的持续运营，鼓励品牌深耕本地市场，精准触发消费群体的体验欲、购买欲，进而形成“首发引流—消费升级—产业联动”的链式反应。

（摘自经济日报《首发经济需突出特色避免同质化》）

让“村字号”文化品牌越来越亮

2024年，220多万场“村字号”文体活动在乡村火热开展。如何让这份火热不止于一时，而是转化为乡村长远发展的持久动力？如何让“村字号”从一个现象级文化IP，成长为可持续的区域公用品牌？

这需要深度挖掘当地独特的资源和文化，“村字号”文化活动正是源于农民的文化传统和生活方式。如贵州“村BA”最初是村民自发组织的篮球赛，没有专业场地

经济观察



“村字号”文化活动火爆。图为2025年“村超”全国赛（四川·射洪赛区）开幕式上村民表演节目。

和商业包装，却凭借纯粹的体育精神与淳朴的乡土情怀打动民众。这份从泥土中生长出来的真诚与朴实，正是区域公用品牌最宝贵的根基。因此，尊重农民的主体地位，鼓励基层创新，乡土品牌才有旺盛的生命力。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。



市集里的烟火与美学

文、图/本刊记者 李唯伊

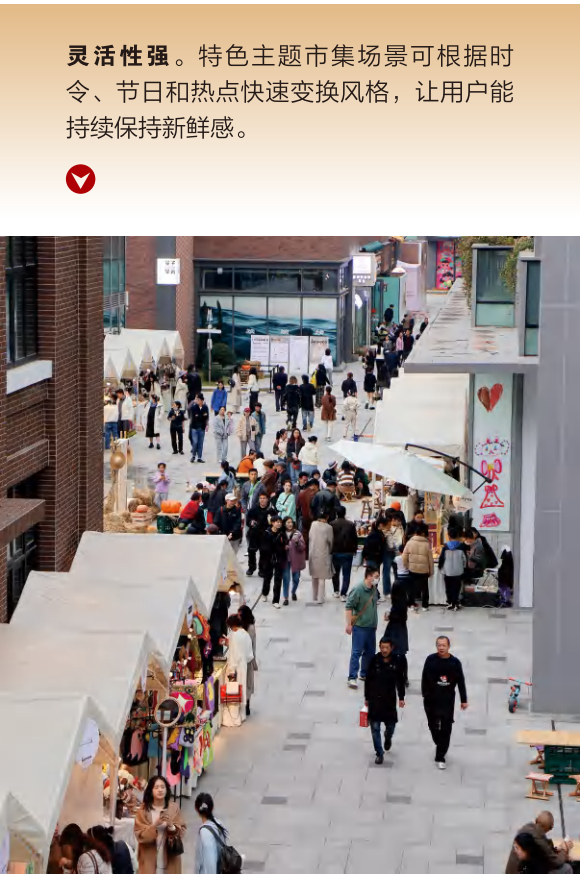
烟火聚拢是市集，摊开便是生活。

近期，一系列特色主题市集活动在四川多地“上新”，与普通市集不同的是，特色主题市集常以“特定主题”或者“特定风格”的形式出现，如双子国际面包节（参展商都是面包类经营者）、周末市集（只在周末开启）等。

这种特色主题市集形式成本低，灵活性和用户垂直性高，盘活了城市闲置空间，以独特的“氛围感”和社交属性，迅速成为都市经济中一道亮丽风景线。



用户垂直性强。特色主题市集的用户基于共同兴趣或需求聚集，有着明确的目的性和高度重合的标签（如“文创爱好者”“宠物家长”等）。



灵活性强。特色主题市场场景可根据时令、节日和热点快速变换风格，让用户能持续保持新鲜感。



场景体验具有独特性。精心布置的装置艺术、独特的摊位设计等元素构成了独特的“氛围感”，他们贩卖的不仅是商品，更是一种氛围和体验。



新品牌的“试炼场”。对于初创品牌、独立设计师或个体创业者，市集提供了远低于实体店成本的“市场试金石”，他们可以在市集里快速验证产品概念、手机用户直接反馈。积累初始用户，并以极低的成本进行品牌曝光。



消费带动能力强。如天府文创市集在2025年国庆黄金周里创下16万人次客流、50万元销售额及10万次小红书话题的“市场佳绩”。



国家统计局社科文司《中国创新指数研究》课题组发布的2024年中国创新指数测算结果显示，2024年中国创新指数达到174.2，比2023年增长5.3%，保持稳步增长态势。其走势表明，**我国**创新环境持续改善，创新投入继续增加，创新产出较快增长，创新成效稳步提升，科技强国根基不断夯实，为高质量发展提供了坚实支撑。

174.2

7.8%

2025年以来，**海南**积极推进提振消费专项行动，扎实推动消费品以旧换新等系列政策落地显效，消费市场规模持续扩大，多数商品增势良好，线上消费活力增强。1—10月，全省社会消费品零售总额2226.69亿元，同比增长7.8%。



得益于智能制造和绿色制造大力推进、设备更新及技改投资显著提升等因素，2025年以来**河北**工业投资保持高速增长。1—10月，全省工业投资同比增长15.6%，增速快于全省投资9.5个百分点，拉动全省投资增长4.7个百分点，占全省固定资产投资比重为32.8%。

15.6%

25.8%

2025年以来，在新兴产业带动高技术产品出口快速增长、跨境电商加速发展、民营企业主体活力释放及配套服务优化等因素带动下，**湖北**进出口总值保持快速增长。1—10月全省进出口总值6809.6亿元，同比增长21.6%。其中，出口4763.8亿元，同比增长25.8%；进口2045.8亿元，同比增长12.7%。



2025年以来，得益于消费新场景带动在线消费活跃、农产品出村进城需求扩大、快递枢纽能级提升及冷链网络优化等因素，**四川**快递行业保持稳定增长。1—10月，邮政行业寄递业务量累计完成51.23亿件，同比增长8.61%，其中快递业务量累计完成42.47亿件，同比增长10.91%。

42.47 亿件

全省第一

2025年以来，**巴中**依托丰富的矿产、能源和生态资源，重点发展能源化工、先进材料、食品饮料、医药健康等产业集群，带动制造业投资快速增长。1—10月，巴中制造业投资同比增长45.3%，居市（州）第一，其中高技术制造业投资增长93.2%，制造业民间投资增长49.1%。



（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

老字号 “潮”前看

老字号既是传统文化与现代消费融合的重要载体，更是培育和壮大消费新增长点，引领消费提振和稳定增长的动力源。四川拥有56个中华老字号，品牌数量位居中西部第一，且在酒类、调味品、餐饮等方面优势明显，部分头部品牌享誉全国，但也要看到，新时期部分老字号面临品牌经营落后、传承青黄不接、产品出海不畅等问题。未来应从品牌建设、技术创新、文旅融合及政策支持等多维度系统推进，促进四川老字号在新时期实现高质量发展。



老字号传统工艺在现代科技助力下，可以焕发出新的生机，图为中华老字号阆中保宁醋的自动化车间。

振兴老字号，正当其时

■文/本刊记者 戚军凯

近年来，从中央到地方持续加码老字号振兴政策，商务部等部门明确提出挖掘老字号消费潜力，推动其数字化转型与国际化布局。在这一背景下，四川作为中西部老字号数量领先的省份，其发展既有利于巴蜀文化传承，亦成为促消费、强品牌的重要抓手。然而，当前四川老字号还面临文化内涵发掘不够、创新能力不足、营销能力不强等问题，亟待通过守正创新破解发展瓶颈。

老字号振兴：恰逢其时的机遇与使命

老字号不仅是一个个历经风雨的商业品牌，更是中华民族文化的瑰宝。它们承载着世代传承的独特技艺、经营理念和商业道德，是连接过去与现在的重要桥梁。振兴老字号，不仅关乎文化传承，而且具有重要的经济价值和现实意义。

推动文化传承的重要载体

老字号将中华优秀传统文化更多融入现代生产生活，是促进中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展的重要载体，老字号所蕴含的诚信理念、工匠精神和商业道德，是弘扬社会主义核心价值观的宝贵资源。

承载信任的“品质标杆”

在信息爆炸、商品选择过剩的市场环境中，老字号历经岁月锤炼形成的“金字招牌”，本身就是质量与信誉的直观体现。消费者在选择老字号产品与服务时，基于其长期积累的社会认同和良好口碑，能够显著降低决策成本与风险顾虑。这种信任关系促使消费者更敢于为确信的品質支付溢价，从而推动了消费从“有”向“好”的升级，增强优质消费的供给能力。

激发“体验式消费”与“情感消费”的核心载体

当消费超越基本功能属性，老字号所蕴含的独特历史文化、工艺传承以及集体记忆，便转化为高附加值的体验要素。通过将传统技艺展示、文化故事讲述、品牌精神传递融入现代消费场景，老字号能够将简单的购买行为，升华为一种获得文化认同与情感满足的沉浸式体验。这不仅满足了消费者对个性化、精神层面享受的新需求，也创造了传统功能性消费向服务性、体验性消费转变的新增长点。

实现文旅融合的重要媒介

老字号能将静态的历史文化资源转化为动态的、可体验的消费动能，从而实现文化传承与经济效益的双向赋能。在消费升级的背景下，老字号凭借其深厚的信誉积淀和独特的文化符号，成为连接地方文脉与旅游体验的关键节点。它通过场景重构、技艺展示与情感联结，将传统商业空间拓展为沉浸式文化体验场所，使游客在消费过程中不仅获得产品本身，更感知到背后的历史记忆与匠心精神。这种融合不仅丰富了文旅供给的层次，更推动老字号从单一的商品提供者转型为地域文化的活态载体。通过强化品牌与地方认同的深度绑定，老字号在文旅产业链中激活了消费潜力，促进了传统与现代的创造性衔接，为区域经济发展注入了可持续的活力。

数看四川老字号：排名前列 分布不均

全国视角：四川居中西部首位

当前，全国经认定的中华老字号总数为 1450 个。四川拥有 56 个中华老字号，在全国排名第 8 位，比排名

第 6 位的天津和广东少 16 个，比排名第 9 位的安徽多 6 个（见表 1）。仔细观察各地分布可以发现，排名在四川之前的 7 个省份全部位于东部，四川堪称中西部老字号的“领头羊”。总的来看，四川作为西部经济与文化大省，其老字号数量在全国排名上游，居中西部第一位，显示出深厚的历史底蕴和商业积淀，但与长三角、京津等传统商业核心区相比仍有差距。

省内分布：高度集中态势明显

四川共认定 210 个四川老字号（其评选标准与中华老字号存在差异，故数量不同）。这 210 个老字号在省内的分布呈现出极度不均衡的态势，区域集中度非常高。成都市以 67 个老字号的数量绝对领先，占全省总量的 31.9%，其数量是排名第二的南充市（19 个）的 3.5 倍以上。成都千年来的商贸传统、庞大的消费市场和完善的产业链条，为老字号的诞生、生存和壮大提供了优越的环境。数量在 10–19 个之间的市（州）构成了省内的第二梯队，包括：南充（19 个）、德阳（14 个）、自贡（13 个）、乐山（13 个）、泸州（12 个）、眉山（11 个）和绵阳（10 个）。这些城市多为历史悠久的区域中心或特色产业城市，在历史上都曾有过繁华的工商业，孕育了相应的消费品老字号。部分市（州）老字号数量较少。其中，广安、阿坝、甘孜三地均仅有 1 个老字号；攀枝花、凉山有 2 个；广元、资阳等地也少于 5 个（见表 2）。这些地区普遍建市历史较短、地域较小或处于老少边穷地区，商业历史积淀相对薄弱。四川省内老字号的分布地图，在某种程度上也是四川区域经济发展史的缩影。

守正之困：四川老字号发展的现实挑战

传统老字号在守正创新过程中，普遍面临创新能力不强、营销水平不高、文化内涵挖掘不足、知识产权保护不力等多重困境，这些问题相互交织，亟需系统性解决方案。

（全文见《四川省情》2025 年第 12 期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360 移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在 AppStore 中搜索“四川省情”下载。

表 1 截至2025年11月末全国及各省（区、市）“中华老字号”数量及排名		
地区	数量（个）	排名
全国	1450	—
上海	197	1
北京	137	2
浙江	124	3
江苏	113	4
山东	91	5
天津	72	6
广东	72	6
四川	56	8
安徽	50	9
福建	48	10
辽宁	47	11
山西	37	12
河北	36	13
河南	36	13
黑龙江	34	15
江西	34	15
湖北	34	15
陕西	33	18
湖南	31	19
重庆	31	19
云南	31	19
吉林	28	22
广西	19	23
贵州	17	24
内蒙古	15	25
甘肃	14	26
新疆	4	27
宁夏	3	28
海南	2	29
西藏	2	29
青海	2	29

注：数据来源于商务部网站。



鹤鸣茶社已成为成都文旅名片，被誉为“都市会客厅”。

“老字号”变形记：守正的城墙与出新的窄门

■文、图/本刊记者 唐佳莹

早上七点，初冬暖阳刚掠过成都市人民公园的梧桐树梢，鹤鸣茶社的铜壶已开始咕嘟作响。一身白衣的年轻师傅手提长嘴铜壶，腕间轻抖，一道水柱精准注入盖碗，茶叶在沸水中舒展的身姿，似与百年前别无二致。但细心观察便会发现，传统的茶桌旁多了一个小巧的二维码立牌，茶客轻扫即可品尝到隔壁老字号品牌钟水饺的数十种四川小吃。

从消费场域的强强联合到开发时下年轻人追捧的特色产品，看似微小的变化背后是品牌发展的暗潮涌动。2023年，商务部联合相关部门对中华老字号品牌进行复核，55个品牌最终被移出名录库，百年传承的“终身制”就此打破。走下旧时代的场域，进入新消费语境下的老品牌们既要结合年轻人的喜好推陈出新，又要在快速迭代的商业浪潮中守住百年积淀的品牌灵魂。

产品设计、营销创意、运维逻辑、资本运作以及更为最重要的机制更新……在守正的城墙与出新的窄门之间，老字号们的尝试从未停歇。

在传统土壤中培育新芽

几乎每个老字号都有一套成熟的品牌叙事。

成都市饮食公司作为一家专营川菜、成都小吃的特色餐饮企业，创立于1956年，鹤鸣茶社、钟水饺正是其旗下产业。品牌矩阵内部还有陈麻婆豆腐、赖汤圆、龙抄手等，其中有9家入选了中华老字号。独特的地域饮食文化是公司手中最核心的一张牌，其产品创新也因此呈现出两种看似相悖实则相成的策略。

在钟水饺的后厨，第四代非遗传承人祝元清依然坚持选用成华黑猪肉的前腿肉，配以内江非遗酱油，手工研磨的海椒面必须现做现用。对核心

原料的坚守，是“深度守正”的产品哲学，以舌尖记忆作为产品卖点，就意味着“出新”需要在品类、形态等方面作出结合，例如迎合减脂需求的轻食水饺——以荞麦面皮替换传统面皮、搭配低脂红油，既保留经典风味又吸引了年轻群体；以熊猫为外形的熊猫汤圆——采用赖汤圆传统制作工艺，在产品设计上点精等，守陈与出新之间的微妙平衡，丰富了舌尖与眼尖的体验，让老字号产品的文化价值得以深度放大。

“作为老字号餐饮企业，在‘世界美食之都’瞬息万变的市场环境中，更应坚守战略定力，以文化传递与技艺传承为内核。”成都市饮食公司企划部部长罗晏子认为，但内核稳定与创新发展之间并非不可兼容。

除了产品的“微创”外，场景创新也成为老字号链接消费者情感，频频收获“出圈”的打法之一，其

中升级装修提升消费者的环境沉浸感尤为重要，罗晏子将其总结为，“在餐饮空间中诠释品牌文化”。近几年，成都市饮食公司对旗下多个品牌进行了大规模的店面升级，陈麻婆豆腐旗舰店升级改造项目更获得当年餐饮空间设计金奖。完善的老字号视觉系统，效果也立竿见影。2023年，赖汤圆（总府路店）全面升级后，收益峰值较之前翻倍，月均最高销售额攀升至150万元。

与重点在守住“原味”中创新消费体验的餐饮类别不同，横跨在工艺制品类老字号“城墙”与“窄门”之间的，更多是效率之争。

天和银楼拥有104年历史，品牌的核心卖点来源于国家级非遗成都银花丝技艺。艺人们通过手工拉丝、搓丝、掐丝等十多种手工技法，编制成花纹图案后焊接成银制工艺品，最细的银丝可细如发丝。极致的工艺之美背后是大量的人力与时

间成本，一个巴掌大小的银丝花工艺品大约需要3-4位匠人耗时半月，量产困难，无法满足部分复杂花样和对精细度要求更高的产品设计。

能不能引入工业化流程用机械替代部分手工操作？天和银楼陷入两难。“有些人会认为，传统手工艺品就是要用手做出来，不接受任何机械化替代。”公司董事长田世强说，但他最终还是拍板实施“工业化”，在工业制品的标准化和传统手工艺品美学的微妙平衡中，完成了品牌自证。

总价值数百万元的3D打印机、数控精雕机、彩色贵金属造币机等被“抬”进了颇有年代感的厂房内，并很快形成了一套模块化、标准化的生产方式。经设计完成的花样部件，可以在不同的产品间通用，有效降低了制作成本，生产效率得到极大提高。这种技艺创新，打破了“传统与现代”的二元对立。在天和

银楼的生产间内，传统手工制作区与现代化生产线和谐共存。田世强为品牌确立了清晰的战略边界：纯手工工艺制品走精品收藏路线，讲好品牌故事和文化叙事；工业化产品则通过营销创新，例如与成都博物馆等合作出品文创，扩大市场覆盖。用“双轨制”确保技艺传承与规模效应的平衡，守住老字号品牌的丰富可能性。

创新路上的“窄门”

对比当下还需要大量宣发讲品牌故事的国货“新人”，老字号辈的产品已具备差异化基石，其经久累积的信誉是消费者决策的“快捷方式”，降低了其选择成本，而历史、故事、工艺等竞争对手无法复制的独特壁垒，又同时满足了消费者怀旧、认同与文化自豪的情绪价值，其优势在信息爆炸和情绪消费的时代愈发凸显。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载、



陈麻婆旗舰店的空间改造获得了当年餐饮空间设计金奖。

工业化和传统工艺的平衡中，诞生了丰富精美的银花丝制品。



老字号如何守住“老味道”

文/本刊记者 李莲



四川老字号在市场中表现出巨大潜力，图为剑南春与三星堆博物馆联手打造的青铜纪系列高端文化白酒。

历史悠久为“老”，文脉传承成“字”，经久不衰称“号”。

“老字号”三个字，承载着深厚的历史记忆与文化基因。既是商业文明的活化石，也是民族品牌的“金字招牌”，让无数消费者在使用产品、体验服务的同时，也能触摸到岁月的温度。然而，部分老字号似乎逐渐失去往日的吸引力，当天津“狗不理”包子从日销6万个的辉煌跌至门庭冷落的窘境，当曾经“称霸一方”的东来顺火锅店客流日渐稀疏……那些曾为老字号排长队的忠实顾客们，心中不禁泛起阵阵涟漪：这些陪伴我们成长的味道，真的不“香”了吗？

老字号“不香了”？

将视角拉远便会发现，老字号的“香”与“不香”，绝非简单的二元对立。

从历史底蕴看，近六成中华老字号存续超过百年，平均年龄达

145.5岁，其中27家历史逾500年。历经三个世纪的沉淀与积累，老凤祥从地方珠宝作坊蜕变为全球行业标杆；历经三百余年岁月洗礼的王致和，在时代浪潮中愈发繁荣；郫县豆瓣以百年传承的酿造技艺，一举成为“川菜之魂”……这些品牌的历史厚度，早已超越商业价值本身。

从文化传承看，目前经商务部认定的1450家中华老字号中，六成以上拥有各级非物质文化遗产项目，总量达1260项，其中国家级287项。同仁堂以“炮制虽繁必不敢省人工”的古训，坚守制药工艺的纯粹与严谨；内联升凭借精益求精的制鞋匠心，诠释着对品质的极致追求；川北凉粉历经7代传承，形成体系化的技艺脉络……它们不仅是商业实体，更是文化传承的“活态博物馆”。

从市场表现看，2024年，中华



现代审美包装的新外壳之下，老技艺制作的好味道是核心。图为钟水饺开发的六宫格茶点。

老字号企业实现营收超2万亿元、利润超3500亿元，海外营收超500亿元。东阿阿胶亮相巴黎、悉尼世界中医药大会，廖元和堂通过进博会与俄罗斯、越南客商达成合作；陈麻婆、赖汤圆等多个品牌将产业链延伸至川菜调料、特色小吃等领域，构建起从原料种植到终端销售的完整链条，产品远销海内外；剑南春开启跨界联名，与三星堆博物馆联手打造青铜纪系列高端文化白酒，备受人们青睐。

诚然，一部分老字号的确没落了，但也有大量的老字号正在稳健发展。现象之下，“没能应对好守正传承中的难题，是部分老字号被‘踢出群聊’的重要原因。”《成都老字号》主编雷位卫一针见血。

守正传承现难题

既难以割舍传统荣光，又无法适应时代变革。这种矛盾折射出部分老字号“吃老本”的惰性思维与市场带来的两难选择，更暴露出技艺传承的断层危机。

“吃老本”的惰性思维

部分老字号企业躺在“金字招牌”上“吃老本”，导致产品创新滞后、市场响应迟钝。2023年，商务部对1128个中华老字号的复核中，因长期经营不善、固守传统模式等原因，有55家被移出名录，另有73家被要求整改。雷位卫指出，这类企业普遍存在“重历史轻市场”的思维，未能捕捉消费升级趋势。如部分企业仍完全依赖传统配方，逐渐被市场边缘化，而另一部分企业

通过大数据分析消费者偏好推出个性化定制产品，赢得了市场认可。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载、

要出海，先“出彩”

■文/本刊记者 乔燕艳

从四川56个中华老字号品类看，店面餐饮类14个，调味品类13个，白酒类11个，即食（预包装）类7个，医药类6个，其余银器、蚕丝、竹编、文具等合计5个，呈现出食品为主的格局（见表）。

其中，出海较早且成绩较好的，集中在调味品和酒类。鹃城郫县豆瓣远销80余个国家及地区；泸州老窖远销70余个国家及地区，并在多个国际机场免税终端建立专柜。但若与同为中华老字号的贵州茅台相比，2024年泸州老窖1.86亿元的境外营收，远低于贵州茅台的51.89亿元。

即食（预包装）类中，名气较大的张飞牛肉于2023年首次出口国际市场，出口时间较晚，出口量也不算大。店面餐饮中，除囊括了9家老字号的成都市饮食公司在海外有所涉足外，其余老字号尚未起步。而即使是成都市饮食公司，最近一次在海外开店也已是二十年前入驻日本的事儿了。

四川老字号的出海先锋，势头似乎也并不太“锋利”，原因究竟何在？

多种要素的缺位

餐饮出海：需要“桥梁人物”和标准化供应链

调味品和酒类出海之所以能相对成功，在于产品容易标准化且相对单一化。而店面餐饮，川菜的“一菜一格”的底蕴决定了其更难出海的现状。它无法像调味品、酒那样只需经过生产包装——物流运输——摆上货架的三步流程，它是一场涉及人力、技艺、原材料、开店等多方面的复杂工程。

从成都市饮食公司管理的陈麻婆豆腐出海路径来看，前期取得成功有三点关键：符合当地饮食偏好、有“桥梁人物”积极争取官方授权、地理位置近。

日本消费者喜食豆腐，麻婆豆腐早早便通过一些个体家常餐馆具备了一定知名度。21世纪初，一在日华人企业家与陈麻婆豆腐品牌合作，取得了官方授权。该企业家负责门店开设等重资产方面，品牌负责提供技术、原材料

表 四川中华老字号一览					
店面餐饮类 (14个)		调味品类 (13个)		白酒类 (11个)	
品牌	主营产品	品牌	主营产品	品牌	主营产品
马旺子	川菜	潼川	豆豉	小角楼	白酒
韩	小吃	先市	酱油	东圣	白酒
洞子口张	小吃	桥	豆腐乳	彭祖	白酒
张老五	小吃	清香园	酱油、食醋	丰谷	白酒
川北	小吃	护国岩	陈醋	江口醇	白酒
带江草堂	川菜	鼎兴	甜面酱	沱牌	白酒
盘飧市	川菜	绍丰和	豆瓣酱	郎	白酒
荣乐园	川菜	太源井	醋	全兴	白酒
夫妻	小吃	烟台	冬菜	剑南春	白酒
钟	小吃	临江寺	豆瓣酱	泸州老窖	白酒
赖	小吃	鹃城牌	豆瓣酱	五粮液	白酒
龙	小吃	天车	火锅底料		
耗子洞	川菜	保宁	醋		
陈麻婆	川菜				
即食（预包装）类 (7个)		医药类 (6个)		其他 (5个)	
品牌	主营产品	品牌	主营产品	品牌	主营产品
张飞	牛肉制品	剑门	药品	六合	蚕丝制品
苏稽	米花糖	济生堂	药品	天酥	银花丝产品
桂花庄	腌腊肉制品	全泰堂	药品	寿昌号	蚕丝制品
汤长发	麻饼	梓潼宫	药品	龚倩	竹编扇
罗江	豆鸡	德仁堂	药品	胡开文	文具
雄健丰田	挂面	虔鼎	药品		
保宁	蒸馍				

等轻资产方面。随着物流、交通条件的日益完善，尤其是两地相隔不远的情况下，无论是原材料的运输，还是技术人员的往来，都愈发便捷，成本在可接受范围之内。

而若将视野放于北美或澳欧等地，陈麻婆豆腐的店面数量便屈指可数了。一是对豆腐的接受度不如日本高，二是距离太远不利于成本及品质的管控，三是缺乏关键的“桥梁人物”解决重资产的“包袱”。

甘肃中华老字号马子禄牛肉面的出海与陈麻婆豆腐如出一辙。赴中留学日本青年清野烈出于对马子禄牛肉面的喜爱，主动对接品牌达成合作，于2017年在喜食拉面的日本开设了第一家海外分店，生意火爆。但该品牌同样在加拿大遭遇“滑铁卢”，品控不力导致口味不正宗、客源流失是主要原因。

保证口味，是餐饮成功出海的关键因素。而供应链的建设，是保障口味的关键。成都市饮食公司企划部部长罗晏子指出，“海底捞之所以能在海外开那么多店，在

于火锅产业的供应链建设比较成熟。”海底捞在海外建立了中央厨房和冷链物流体系，并使用智能配菜机、送餐机器人等自动化设备，有效降低了成本，保证了食材安全和口味稳定，成为一种可快速复制的模式。

因此，餐饮类老字号的出海，关键一环是从原材料到菜品实现标准化、流程化，但市场环境同样也是重要考量因素。“我们正在和一家科技公司接触了解，准备将一些服务智能化，但也需要时间。餐饮行业目前对出海多持谨慎态度。”罗晏子表示。诚然，某老字号烤鸭品牌在美国某城市的店已亏损上亿元，某火锅品牌（非老字号）全球店数从五百余家缩减到一百余家，餐饮出海整体环境并不太乐观。

白酒、调味品出海：面临行业性的“天花板”

综观白酒、调味品类老字号，诞生了3家上市企业——五粮液、泸州老窖、天味食品。尽管它们整体表现较川内其他老字号突出，但海外业务占比依然较低，且与省外部分老字号有一定差距。如天味食品2021年营收20.26亿元，出口额仅2303.39万元，占比1.13%。泸州老窖近年来境外营收占比在0.50%–0.90%之间盘桓，与贵州茅台2024年2.98%的占比相差较大。

实际上，因为白酒、调味品本身面临着海外市场认知度低、风俗口味差异以及食品安全标准差异等壁垒，海外收入占比较低，是业内普遍现象。白酒业内专家张炸力曾指出，“中国白酒出口额仅占海外全球烈酒贸易的2.4%，如果除去华人消费者，这个数字可能只有1%左右。”而在调味品方面，根据《中国调味品著名品牌企业100强2024年度数据报告》，仅有11家企业出口额占营收比重超10%，前三位为梅花生物、安琪酵母、李锦记，其中李锦记出口额为2.37亿美元（约16.9亿元）。

广东老字号李锦记之所以表现突出，首先是起步较早较好，1888年创建，并深入澳门、香港等当时比较国际化的市场，此后随移民潮走向海外，其次也是最关键的是采取了全球化举措，抓住了和国际餐饮巨头麦当劳、肯德基等合作的机会，成为标准化的调味酱料供应商，并大规模进入沃尔玛等海外大型连锁超市货架，一举实现主流渗透，而不是单纯依赖于华人团体。

上市企业拓展已难，遑论其余中小企业。小角楼、东圣、舍得、丰谷等酒品牌知名度本就不及泸州老窖、五粮液，先市酱油、桥（豆腐乳）、太源井醋等，也不及

广东老字号海天味业、北京王致和豆腐乳、江苏恒顺香醋等知名度。它们的出海，更是相对遥远。

医药及其他品类：市场接受度、认知度低

部分手工艺类的老字号在出口方面曾创辉煌，但如今落寞下来。成都天和银楼有限责任公司在二十世纪七八十年代主做出口，员工高达300多人，而目前只有55人。为什么会这样？公司法人田世强用四个字总结原因：市场变了。

曾经的人工费、银费便宜，当时的东南亚市场对银花丝产品关注度也高。随着人工费从一个月十几元涨到几千元，银的成本价从每克0.15元涨到15元，以及国外市场对产品关注度的下降，尽管公司也在利用机器设备降低成本，但市场终究是变了，他们终于转向了内销为主。问及是否在抖音海外版等平台上开设店铺，田世强摇了摇头，以后再说吧。

而医药类方面，西药类如梓潼宫药业虽在北交所上市，但2024年营收4.16亿元的规模并不大，基本也不涉及出口。中药类如太极集团绵阳制药公司主营的风湿马钱片等，因国外要么对中药材未形成体系认证、要么很难通过已有的美国FDA、欧盟EMA或澳大利亚TGA的正式药品注册，出口份额也很少。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

四川绿色金融发展如何进一步完善？

■文/王茜 余赛男 周美纹

绿色金融是指为支持环境改善、应对气候变化和资源节约高效利用的经济活动，即对环保、节能、清洁能源、绿色交通、绿色建筑等领域的项目投融资、项目运营、风险管理等所提供的金融服务。2025年10月《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》中指出，大力发展科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融。

通过发展绿色金融，推进经济社会绿色科技创新、产业绿色低碳转型、绿色战略性新兴产业和未来产业布局，已成为促进绿色生产力发展的重要抓手。四川绿色发展基础良好、潜力巨大，依托绿色金融助力新质生产力发展空间广阔。未来，绿色金融应如何进一步完善发展，以赋能四川筑牢绿色底色？



四川某车企推行光伏屋顶全覆盖项目，实现年减排二氧化碳4000吨。

四川绿色金融发展面临四大问题

绿色标准不统一覆盖不够，绿色项目识别难评估难

绿色标准不完全统计。虽然四川发布了《关于开展四川省绿色企业和绿色项目库建设工作的通知》，建立了绿色企业、绿色项目识别基本标准，但对“绿色”的定性和相关指标的定量尚未统一明确，金融机构若仅依据现行国内标准在实际操作过程中可能出现相互矛盾的情形，比如《绿色信贷指引》和《绿色债券项目支持名录（2021）》在项目分类上存在差异，统计口径不一致，导致金融机构难以精准识别和支持绿色项目。

绿色标准覆盖面不广。目前，四川在气候投融资、绿色产业认证、绿色普惠、绿色农业等重点领域或关键环节的标准规范建设不完善，缺乏符合经营对象特性的细分绿色标准，在精准识别绿色项目时较为困难。

绿色认证评估发展不足。四川绿色认证和评估还处于探索发展阶段，对第三方认证机构缺乏相应规

范措施，导致绿色产品认证、绿色信用评级等新型绿色金融中介服务发展滞后。据中国绿色产品标识认证信息平台显示，截至2025年11月末，四川仅有4家绿色产品有效认证机构，较北京（60家）、广东（15家）等省市差距较大。

绿色金融配套建设不足，对接服务绿色市场不畅通

信息披露和共享机制不完善。目前，中国人民银行发布的《金融机构环境信息披露指南》只针对金融机构，而金融机构对于企业环境信息主要是向环保部门核实查询和向企业索取，信息获取效率低、准确性不高，影响贷前评估，阻碍了绿色信贷审查、风险评估等工作的有序开展。

风险评估机制不健全。四川绿色金融风险评估机制正处于发展阶段，以环境气候风险评估为例，金融机构风险评估中对碳因素的权重配比欠缺，影响了对企业未来的信用和风险判断，无法帮助投资者更好地了解项目的环境风险和收益。

激励约束机制有待完善。一方面，在国家和省级层面，还没有全

面建立起一套绿色金融的统计体系，缺乏激励约束需要的基础信息；另一方面，大多地方政策力度和覆盖范围有限，对绿色金融担保增信、财政奖补、风险补偿以及绿色金融市场主体培育、人才引进等方面激励不足，导致金融机构主动开展绿色金融服务意愿不强。

绿色产品交易平台建设有待提速。虽然四川联合环境交易所已建立，但针对企业环境信息的收集、发布、更新和共享等还不够完善，相关绿色金融服务不够及时和深入，抑制了碳交易市场的繁荣和绿色产品产业化发展。

绿色金融人才和科技支撑不强，绿色金融产品趋于同质化

绿色金融专业人才短缺。绿色金融业属于新兴交叉性行业，涉及融资主体环保信息判断、项目环境风险和商业可行性评估、金融产品定价等多个方面，对环保技术、法律、金融等专业知识要求较高，具有绿色金融专业背景和业务知识的人才较为稀缺，导致很多绿色金融活动只能停留在较浅层次上。

绿色金融科技运用水平低。四川金融机构的科技运用主要集中于产品线上申请、企业线上对接等较初级的层面，对于将大数据、人工智能等信息技术运用于项目环境数据的收集与分析等方面还有较大发展空间。

绿色金融产品针对性、特色性和创新性不足。目前各金融机构推出的绿色信贷产品大同小异，有些银行仅根据《绿色信贷指引》罗列

的行业简单开发信贷产品，未对某些特定行业进行深度跟踪和差异化研判，产品集中在对公信贷和债券，且服务对象基本以大型企业为主，产品和服务创新存在欠缺。

绿色金融服务门槛高，企业绿色转型压力大

金融机构对中小微企业的风险管控严。绿色金融所倡导的节能减排、环境保护等项目大多具有投资周期长、开发利用成本高、风险效益不匹配的特性，而中小微企业主体普遍存在缺乏传统抵（质）押物、基础信息不全、经济效益不高等问题，这使得中小微企业一般很难达到金融机构要求。比如四川风电、光伏等新能源项目的中小规模创新型市场参与主体较多，又以信贷融资为主，但由于经营风险大、抵押资产少，银行普遍收紧对中小清洁能源企业的融资准入条件，部分机构要求光伏电站需属于央企项目，部分机构贷款利率则高达9%以上。

不满足中小微企业融资需求。现行绿色类别一般基于《绿色产业指导目录（2019）》，其往往更加适合科技创新型主体及节能技改等项目大型融资主体，而中小微企业更多是流动资金需求，业务简单甚至未区分产品线，因此难以按照资金用途区分是否“绿色”。

民营企业绿色转型动力不强。四川市场主体中，民营企业是关键支撑，其资金规模一般不大，而技术更新、设备采购和绿色生产需要较大投入，且支持环境改善、应对气候变化和资源节约高效利用的项

目产生收益具有不稳定性，在前期投入成本高、后期盈利无法保证的情况下，企业申请绿色贷款用以提升自身环保效能的积极性不高。同时，中小型民营企业存在环保和社会责任意识不强、信用等级相对较低、财务管理制度不健全、缺少合规足值抵押物、经营能力不足等问题，难以真正产生绿色转型需求并付诸行动，也很难承接绿色重点项目并获得长期信贷支持。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载、

四川：乡村全面振兴取得新成效

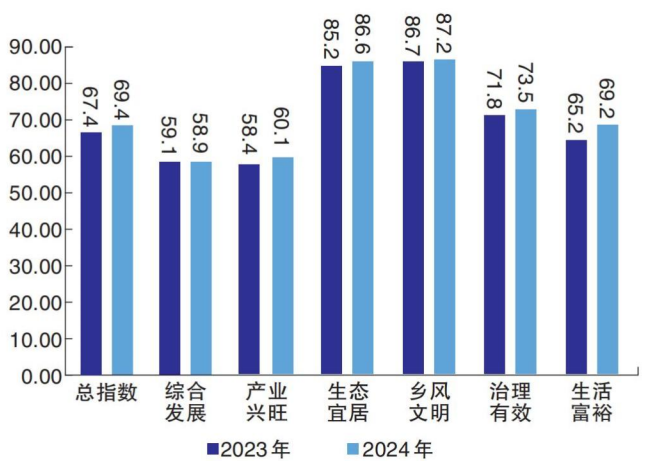
文/雒晗

近年来，四川认真贯彻落实习近平总书记关于“三农”工作的重要论述和对四川工作的系列重要指示精神，学习运用“千万工程”经验，坚决守牢确保粮食安全和不发生规模性返贫的底线，奋力打造新时代更高水平的“天府粮仓”，推动农业强省建设和乡村全面振兴取得新成效。

蜀乡振兴谱新篇

2024年，四川坚持农业农村优先发展，统筹推进乡村发展、乡村建设、乡村治理，乡村面貌显著改善，农业农村现代化迈上新台阶。2024年四川乡村全面振兴发展指数为69.4，比2023年提高2.0（见图）。

图 2023—2024年四川分领域乡村全面振兴发展指数



2024年四川综合发展指数为58.9。2024年四川地区生产总值（GDP）为64697亿元，按不变价格计算，比2023年增长5.7%，高于全国0.7个百分点，是西部地区首个突破6万亿关口的省份，总量居全国第5位；

其中，第一产业增加值5620亿元，比上年增长2.5%；第二产业增加值22817亿元，增长5.6%；第三产业增加值36260亿元，增长6.3%。人均地区生产总值77333元，增长5.7%。全省地方一般公共预算收入为5635亿元，比上年增长1.9%。

产业发展持续兴旺

2024年四川产业兴旺指数为60.1，比2023年提高1.7。第一产业增加值5620亿元，居全国第三位，占GDP比重为8.7%。2024年四川农林牧渔业总产值10298亿元，首次迈上万亿台阶，在2023年增长4.0%的基础上增长了2.5%。2024年农业劳动生产率为3.8万元/人，比上年增长7.3%。2024年经济作物播种面积比2014年增长26.4%，年均增长2.4%。2024年蔬菜及食用菌产量5646万吨，比上年增长4.2%；茶叶产量45.4万吨，增长6.9%；园林水果产量1442万吨，增长7.4%；肉类产量697万吨，居全国第三位；启动建设“天府森林四库”，实施重点林粮项目20个，实现林粮产量1450万吨、产值1700亿元（见表）。

表 2023—2024年四川农林牧渔业总产值

指标	现价总量（亿元）	
	2023年	2024年
农林牧渔业总产值	9978	10298
农业产值	5822	6076
林业产值	482	566
牧业产值	3036	2977
渔业产值	359	377

人居环境持续改善

2024年四川生态宜居指数为86.6，比2023年提高1.4。截至2024年末，农村生活污水治理管控率为

77.2%，比2023年末提高3.8个百分点；对生活垃圾进行处理的村占比为91.6%，比2023年末提高0.1个百分点；农村卫生户厕普及率为89.1%，比2023年末提高1.9个百分点；四川通三级及以上公路乡镇占比为83.6%，比2023年末提高0.3个百分点；5G网络通达的村占比达100%，较大人口规模自然村（组）通硬化路比例达85.6%，比2023年末提高3.5个百分；农村自来水普及率为92.0%，比2023年末提高2.5个百分点。

乡风文明焕发新貌

2024年四川乡风文明指数为87.2，比2023年提高0.5。2024年末，四川省级及以上文明村镇达795个，拥有农民业余文化组织的村达2.2万个，比2023年末增加1000个；村综合性文化服务中心覆盖率为95.5%，比2023年末提高0.8个百分点；四川村级（含涉农社区）体育健身场所达61990个，比2023年末增加5987个，有体育健身场所的村占比94.5%，比2023年末提高0.9个百分点。

乡村治理成效显著

2024年四川治理有效指数为73.5，比2023年提高1.7，比全国高1.1个百分点。2024年末，四川集体经济强村占比为10.0%，比2023年末增长0.4%。2024年末，有公共法律服务工作室的村占比为99.0%，比2023年末提高1.3个百分点；有综合服务站的村占比为62.7%，比2023年提高2.4个百分点；村党组织书记大专及以上学历比例为60.0%，比2023年末提高7.1个百分点。

农民生活更加幸福

2024年四川生活富裕指数为69.2，比2023年提高4.0个百分点。2024年，农村居民人均可支配收入21303元，比2023年增长6.6%；城乡居民收入比2.22，比2023年缩小0.04，城乡居民收入相对差距进一步缩小；农村居民家用汽车普及率为39.8%，比2023年提高3.1个百分点；农村养老服务机构和设施覆盖率19.5%，比2023年提高1.5个百分点。2024年末，乡村义务教育专任教师本科及以上学历比例为74.1%，比2023年末提高4.7个百分点；乡村医生中拥有执业（助理）医师资格的人员比例为45.4%，比2023年末提高2.3个百分点。2024年，城乡居民基本养老保险基础养老金最低标准每人每月为163元，比2023年提高30元；城乡居民月人均领取养老金金额为244元，比2023年增长18.7%。

四方面持续发力

四川乡村全面振兴在“筑‘天府粮仓’根基、强‘川字号’特色产业、塑巴蜀乡韵颜值、鼓农民钱袋子”四方面持续发力，绘就了一幅农业强、农村美、农民富的壮美画卷。

筑“天府粮仓”根基

装满“米袋子”。2024年全省粮食产量达3634万吨，比2023年增长1.1%，创28年来新高，居全国第九位，为端牢“中国饭碗”作出四川贡献；扎实推进农畜育种攻关项目，4个新品种被国家认定为超级稻；油菜籽产量374万吨，增长5.6%，连续15年居全国第一位。深化整灌区、整市、整县推进高标准农田建设试点，2024年末四川高标准农田面积为5169万亩，增长7.3%，占耕地面积的64.9%，耕地产出率为3910元/亩，比2023年增长3.4%。

拎稳“菜篮子”。四川是全国唯一优质商品猪战略保障基地，以生猪为主的国家级农业产业重点龙头企业有24家，2024年全省新建成规模猪场238个。四川出台强化生猪稳产保供和肉牛稳产提质等措施，全力以赴抓好重要农产品稳产保供。2024年全省生猪出栏6150万头，连续5年位居全国第一。四川是“南菜北运”和冬春蔬菜优势区，2024年蔬菜播种面积和产量均居全国第五位。四川晚熟芒果、柠檬、川芎、花椒等多项农产品产量全国第一。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

四川民营经济实力几何？

——基于六个经济大省间的比较分析

■文/安江丽 郑雪梅 周笑 樊奥昕

民营经济是构建新发展格局、推动高质量发展的生力军。与广东、江苏、山东、浙江、河南这其他五个经济大省比较，四川民营经济发展实力几何？

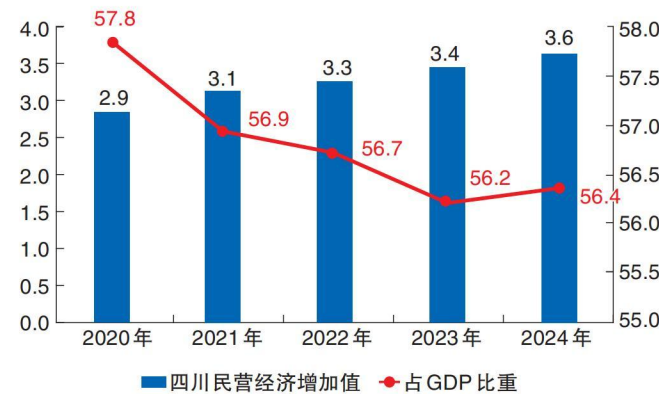
五年来，规模扩大且结构优化

规模稳步扩大，位居西部第一

2020—2024年，四川民营经济增加值从2.9万亿元扩大到3.6万亿元，占全省GDP比重始终保持在50%以上（见图1）；按不变价格计算，2024年比上年增长6.0%，增速较2023年提升0.4个百分点，并超过全省GDP增速。2024年，四川民营经济总量在西部地区排第1位，是云南的2.2倍、陕西的2.1倍、重庆的1.8倍。

图1 2020—2024年四川民营经济增加值

单位：万亿元、%



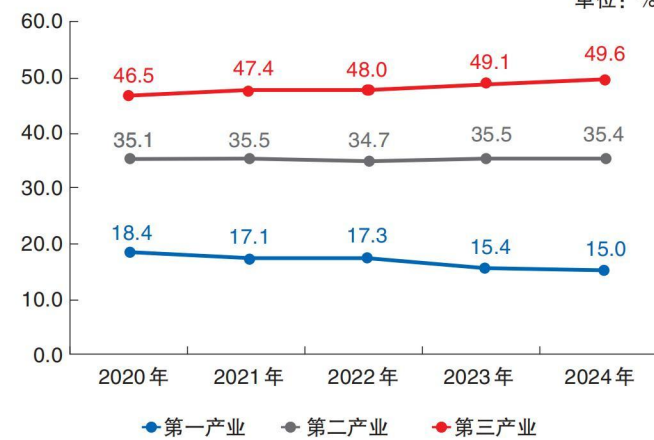
结构持续优化，动能不断释放

四川民营经济三次产业结构由2020年的18.4：

35.1：46.5调整为2024年的15.0：35.4：49.6（见图2），呈现“第三产业主导、第二产业高位、第一产业稳定”的转型特征，第三产业占比逐年攀升，展现出强劲的发展动能。其中，按不变价格计算，2024年四川民营经济第二产业、第三产业增加值分别比上年增长6.5%、7.0%，分别高于全省GDP增速0.8个、1.3个百分点。

图2 2020—2024年四川民营经济三次产业增加值占比

单位：%



市（州）发展势头强劲，超六成地区增速快于全省。2024年，四川有13个市（州）民营经济增加值增速高于全省总体增速，其中，自贡、德阳、绵阳3市增速超过7.5%；成都民营经济增加值超过1.1万亿元。

总量与结构：与经济大省的量化差距

总量存在差距

民营经济占比靠前，经济总量偏小。从民营经济增

加值占GDP比重看，2024年四川为56.4%，在广东、江苏、山东、浙江、四川、河南6个省份中排第3位，高于山东4.7个、广东1.5个、河南1.4个百分点。从民营经济增加值看，2024年四川为3.6万亿元，在6个省份中排第5位，仅相当于江苏的45.7%、广东的46.9%、浙江的60.0%、山东的71.5%。从人均民营经济增加值看，2024年四川为4.4万元，在6个省份中排第5位。

就业贡献相对突出，中间力量不足。2024年末，四川民营经营主体893.3万户，占全部经营主体的比重为97.1%，占比在6个省份中排第2位，高于河南1.1个、江苏1.0个、广东0.6个、浙江0.3个百分点；吸纳城镇新增就业占全省城镇新增就业比重达93.5%，高于广东（80%）、河南（90%）。从2025中国民营企业500强榜单看，四川仅11家企业入围，在6个省份中排末位，而同期浙江有107家企业入围，数量是四川的近10倍。四川民营企业100强入围门槛为39.45亿元，而民营经济头部省份江苏的100强入围门槛超200亿元，反映出四川腰部企业规模普遍较小。

企业发展疲软

要素投入不足，创新能力偏弱。2024年，四川民营企业100强共投入研发经费187.9亿元，较上年减少13.0亿元，下降5.9%；研发经费投入强度为1.09%，远低于四川全社会研发经费投入强度（2.32%）；国家级人才173人，较上年减少63人；省级人才523人，较上年减少3人。四川民营企业关键技术多来自自主开发与研制，产学研合作成效不及预期。从中国民营企业研发投入500强和发明专利500强榜单看，四川分别入围7家、18家，分别仅为排名第1位浙江的7.4%、15.7%。

盈利能力不强，运营效率不高。2024年，四川上市民营企业净资产收益率、利润率、资产周转率分别为2.8%、2.8%和50.5%，三项均在6个省份中排末位。与领先省份相比，四川净资产收益率和利润率分别低于河南8.6个、5.1个百分点，资产周转率低于广东25.5个百分点；与山东、浙江等中游省份相比亦存在明显差距。

外向程度偏低，外贸拉动有限。2024年，四川民营企业进出口总额0.4万亿元，在6个省份中排末位，仅为广东的7.6%、浙江的10.4%，也明显落后于江苏和山东；民营企业进出口总额增速为1.4%，在6个省份中

排末位，低于河南18.4个、广东13.8个百分点；民营企业进出口总额占全省进出口总额比重为42.3%，在6个省份中排末位，与浙江、山东、河南、广东等省份差距均超20个百分点。

政策支撑不足

政策支持力度不够，要素保障偏弱。广东为2025—2027年安排60亿元财政资金完善融资担保体系，江苏明确政府性融资担保业务八成以上服务于民营企业，山东对重大技改项目贴息上限达2000万元，浙江计划2025年安排超1000亿元省级财政并为经营主体减负超2500亿元。相比之下，四川虽已明确2025年安排4.1亿元资金支持中小企业发展，但远低于广东12亿元的资金规模。

政策落地效果显现，提升空间尚存。广东2023年以来“银税互动”贷款超3900亿元，九成流向民营企业。江苏2025年上半年民营经济贷款余额超7万亿元，帮助超50万户企业获贷。浙江2024年安排省级资金1023.6亿元，为企业减负超3000亿元，基金投向民间项目占比达98.6%。河南2024年民营经济纳税人享受相关政策减税降费及退税400.4亿元，超六成惠及民营经济。相比之下，四川2024年为民营企业减税降费及退税324.9亿元，“银税互动”提供信贷1589.1亿元，在金融支持力度上仍有进一步发力空间。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

生产性服务业如何更好赋能制造业？

■文/李夏 陈友均

生产性服务业作为现代化产业体系的重要组成部分，其核心功能在于保障生产过程的连续性，是推动产业结构升级、提升创新力和竞争力、促进经济高质量发展的重要力量。党的二十届三中全会对完善服务业体制机制作出重要部署，明确提出要“聚焦重点环节分领域推进生产性服务业高质量发展”。当前四川生产性服务业发展呈现规模持续扩大、占GDP比重稳步提升的积极态势，但仍面临总体发展不充分、对制造业转型升级的支撑作用不强等问题。建议坚持补短板与扬优势相结合，聚焦科技、金融、物流、信息等重点领域集中攻坚，促进生产性服务业与制造业深度融合，加快生产性服务业赋能制造业迈向价值链中高端，更好推动经济高质量发展。

四川生产性服务业发展呈现出的三大亮点

近年来，四川生产性服务业产业规模不断扩大、创新活力持续迸发、产业结构持续优化，赋能制造业提质增效的作用不断凸显，为推动产业发展提供了有力支撑。

产业规模扩大，增长势头较快

从规模上看，四川生产性服务业不断壮大，四川省统计局数据显示，2024年全省规模（限额）以上生产性服务业企业15410家、增长26.5%，高于全国9.2个百分点；实现营业收入35156.5亿元、增长6.6%，高于全国5.3个百分点，企业经营效益提升，对全省经济的拉动作用不断增强。从重点行业上看，2024年占GDP比重较高的交通运输、仓储和邮政业，信息传输、软件和信息技术服务业，租赁和商务服务业等生产性服务业相对集中的行业增加值分别增长6.9%、8.2%、17.7%，分别高于GDP增速1.2个、2.5个、12个百分点。

创新能力提升，赋能作用凸显

从创新动能看，服务于生产的大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术与制造业融合不断深化，持续引领产业优化升级，全国首个省级制造业“智改数转”赋能平台上线运行，国家企业技术中心达101家，成都入选首批综合型中国软件名城和国家“5G+工业互联网”融合应用试点城市，2024年全省高技术服务业固定资产投资较上年增长6.3%，高于服务业固定资产投资9.4个百分点。从创新成果看，技术服务赋能作用持续增强，科技成果产业化应用步伐加快，截至2025年6月末，国家高新技术企业数、科技型中小企业数分别达1.93万家、2.4万家，2024年29项成果获国家科学技术奖励、数量保持在全国前列，技术合同成交额达2607.3亿元、增长33.6%，远高于全国11.2%的增速。

发展能级提升，产业结构优化

从整体上看，2024年全省规模（限额）以上生产性服务业营业收入、单位数分别较上年增长6.6%、26.5%，比全国分别快5.3个、9.2个百分点。规模（限额）以上生产性服务业10大行业中有8个行业营业收入超500亿元，6个行业营收增速高于平均增速，对经济增长的贡献度持续提升。从细分领域看，2024年全省规模（限额）以上批发与贸易经纪代理服务劳动密集型行业营业收入增长6.2%，低于规模（限额）以上生产性服务业营业收入平均增速0.4个百分点；商务服务、信息服务等知识密集型行业发展向好，营业收入分别增长25.1%、11.4%，比规模（限额）以上生产性服务业分别快18.5个、4.8个百分点，产业内部结构正逐步向高技术、高附加值领域优化调整。



物流服务、研发设计等生产性服务业对制造业高质量发展至关重要。

发展背后仍存隐忧

当前，四川生产性服务业支撑产业发展特别是制造业高质量发展仍存在明显短板，尤其在物流、金融、科技和信息服务等占生产性服务业比重较高、赋能产业发展作用较强的关键领域显得较为突出，亟需予以高度重视并着力破解发展难题。

物流服务水平不高

2024年四川全社会物流总费用占GDP比重为14.2%、高于全国0.1个百分点，高于江苏、浙江等沿海地区0.6个百分点以上，加之90%以上的工业品运输依靠公路等高成本方式，较低的物流运行效率和高昂的物流成本成为四川先进制造业发展的“隐形掣肘”。同时，国际物流服务链条不完整、物流企业“小散弱”特征明显，缺乏为制造业企业提供个性化增值服务的能力。

金融支撑能力不强

金融信贷资源主要集中于基建、房地产等领域，对科技创新、产业发展支持体量相对较小，科技贷款规模仅排名全国第9位，科技型企业纳入科技部名录较少，

导致大部分中小科技企业不能享受国家金融支持的优惠政策，制约贷款规模进一步提升。制造业直接融资水平不高，截至2024年末四川上市公司数量177家（含北交所）、排全国第8，不足江苏、广东、浙江等发达地区的1/4，企业发行债券的规模、种类以及市场活跃度与东部地区存在差距，影响金融赋能制造业企业产能扩张与技术升级。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

川中丘陵四市崛起的“五个着力点”

■文/四川省发展和改革委员会、四川省统计局离退休支部课题组

从总体情况看，川中丘陵四市经济呈现稳中有进发展态势，但产业转型升级滞后、自身优势发挥不足、生产要素支撑偏弱等问题也逐步显现，需要持续加力巩固发展成效，充分激活区域发展活力，为成渝地区双城经济圈建设提供有力支撑。

川中丘陵四市发展取得新突破

自贡、遂宁、内江、资阳川中丘陵四市位于成都“东进”、重庆“西拓”战略交汇处，是成都平原经济区东向、南向开放要地。2024年川中丘陵四市经济总量占成渝地区双城经济圈的比重为7.8%，是成渝地区双城经济圈的重要组成部分。

经济实力稳步提升。经济规模持续扩大，2019年川中丘陵四市经济总量不足5000亿元，2020年迈上5千亿台阶，2023年迈上6千亿新台阶，2024年进一步提高到6779.1亿元，按不变价格计算，2020—2024年年均增长5.6%、增速比全省平均水平高0.3个百分点。发展水平不断提高，2020年川中丘陵四市人均地区生产总值（人均GDP）为

4.7万元，2021年、2023年分别迈上5万元、6万元台阶，2024年超过6.4万元。财政金融支撑能力增强，2024年川中丘陵四市实现地方一般公共预算收入352.0亿元，2020—2024年年均增长7.3%；本外币各项贷款余额达到7861.4亿元，2020—2024年年均增长13.3%。

现代化产业体系建设加快。新型工业化深入推进，2024年川中丘陵四市工业增加值达1786.2亿元，2020—2024年年均增长5.3%，先进制造业基地加快建设，初步形成了低空经济（含无人机）、节能环保、盐氟化工、锂电、页岩气、口腔医疗等特色产业集群。服务业较快发展，2024年川中丘陵四市服务业增加值达到3482.7亿元，2020—2024年年均增长6.6%，对

经济增长贡献突出。现代高效特色农业加快培育，2024年川中丘陵四市共有国家现代农业产业园5个，粮食总量达到640.7万吨，生猪出栏超过1000万头，绿色、有机、地理标志农产品认证数量256个。

特色优势产业初具规模。自贡不断擦亮“千年盐都”“恐龙之乡”“中国灯城”等城市名片，培育壮大节能环保、新能源、新材料、无人机及通航4个主导产业，无人机及通航入选四川省首批先进制造业集群，成德绵自凉航航空航天集群入选国家先进制造业集群。遂宁聚力发展“锂电新材料、食品饮料、油气化工、电子信息、装备制造”五大支柱产业，加快建设“锂电之都”“中国肉类罐头之都”“中国白酒之乡”。内江着力打造“页岩气+”“钒

钛+”两个1000亿产业集群、“甜味+”“装备+”两个500亿产业集群，培育壮大电子信息和生物医药两大新兴产业，目前“钒钛+”产业被纳入省级先进制造业产业集群培育并申报国家级产业集群。资阳加快中国牙谷建设，推动口腔医疗特色产业发

内外市场需求持续扩大。投资压舱石作用有效发挥，2020—2024年川中丘陵四市固定资产投资（不含农户）年均增长12.0%；现代化综合交通运输体系加快构建，拥有成宜、成渝高速铁路与成遂渝铁路等大通道，成达万高铁、成渝中线高铁正加紧建设，内外联通网络不断完善。消费市场持续扩容，2024年川中丘陵四市实现社会消费品零售总额2590.2亿元，2020—2024年年均增长5.0%。对外贸易快速增长，2024年川中丘陵四市货物进出口总额达到291.2亿元，2020—2024年年均增长24.7%；其中，出口额、进口额年均分别增长27.1%、19.5%。

区域发展协调性有所增强。城乡融合发展成效明显，2024年川中丘陵四市常住人口城镇化率达到54.3%，比2019年提高4.2个百分点；城乡居民人均可支配收入之比为2.1，比2019年缩小0.2。县域经济实力不断增强，2024年川中丘陵四市19个县（市、区）平均经济规模为356.8亿元，是2019年1.4倍；其中，经济总量超过400亿元的从

2019年仅射洪1个增加到6个。

当前发展水平与“产业高地”目标仍有差距

产业基础仍需夯实。第一产业占比较高，2024年川中丘陵四市第一产业增加值占地区生产总值的比重为13.1%，高于全省4.4个百分点、高于成渝地区双城经济圈6.0个百分点；农产品附加值仍处于较低水平，精深加工产业链有待加快构建。工业化率过早过快下降，2024年川中丘陵四市工业化率为26.3%，比2019年下降2.1个百分点、比全省低1.3个百分点；制造业增加值占GDP比重为21.2%，比2019年下降2.7个百分点、比四川低1.1个百分点。产业协同发展不足，自贡、遂宁、内江、资阳同为丘陵地貌，区位条件接近、资源禀赋相似，支柱产业集中于先进材料、装备制造、化工、电子信息等行业，服务业多布局物流、文旅、金融、商贸等领域，主导产业较为接近，错位融合发展不够。

创新动能偏弱。研发投入强度较低，2023年川中丘陵四市研究与试验发展（R&D）经费投入46.0亿元，仅占全省的3.4%、成渝地区双城经济圈的2.2%；研发投入强度（R&D经费与地区生产总值之比）为0.72%，大幅低于重庆、四川整体水平。数字经济赋能不强，2024年川中丘陵四市数字经济核心产业增加值仅295.3亿元，数字经济核心产业增加值占GDP比重为4.4%，比全省低3.9个百分点。市场主体培

育仍显不足，2024年末川中丘陵四市经营主体数量83.8万户，占全省的9.1%、成渝地区双城经济圈的7.5%，均低于经济总量占比；大企业偏少，企业关联度较低，缺少能够形成产业聚集效应的创新型企业，缺乏有效承载产业转移和延伸产业链的经营实体。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

这五年，成渝双核联动联建成绩斐然！

■文/鲜果 刘军伟

五年来，面对复杂严峻外部形势和多重困难挑战，成渝两地相向而行、相互赋能，双核引领示范作用不断增强，城市综合实力实现新跨越，2024年，在GaWC世界城市排名中，成都、重庆分别升至第58位、70位，较2020年分别提升1位和29位；经济发展能级迈上新台阶，2020—2024年，成都GDP连续跨越6个千亿台阶，成为全国第3个GDP突破2万亿美元的副省级城市；重庆GDP连续跨越7个千亿台阶，超越广州，跻身全国经济总量第四城。

共建国际性综合交通枢纽有力有效

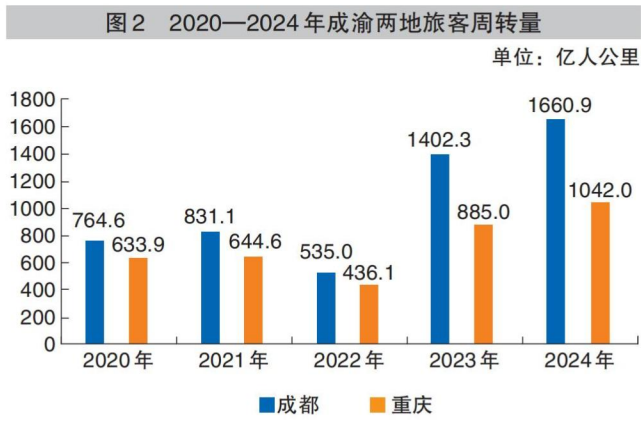
世界级机场群加快打造。成都成为继北京之后全国第二个拥有“双4F机场”的城市，2024年，成渝两地机场旅客吞吐量合计达13725.5万人次（见图1）、货邮吞吐量合计达149.8万吨，分别较2020年增长78.0%、45.2%。

国际大通道共建走深走实。中欧班列（成渝）持续领跑全国，自2021年统一品牌至2024年，累计开行超2万列，开行量约占全国30%，已成为全国开行量最多、开行最均衡、区域合作最广泛、运输最稳定的中欧班列。

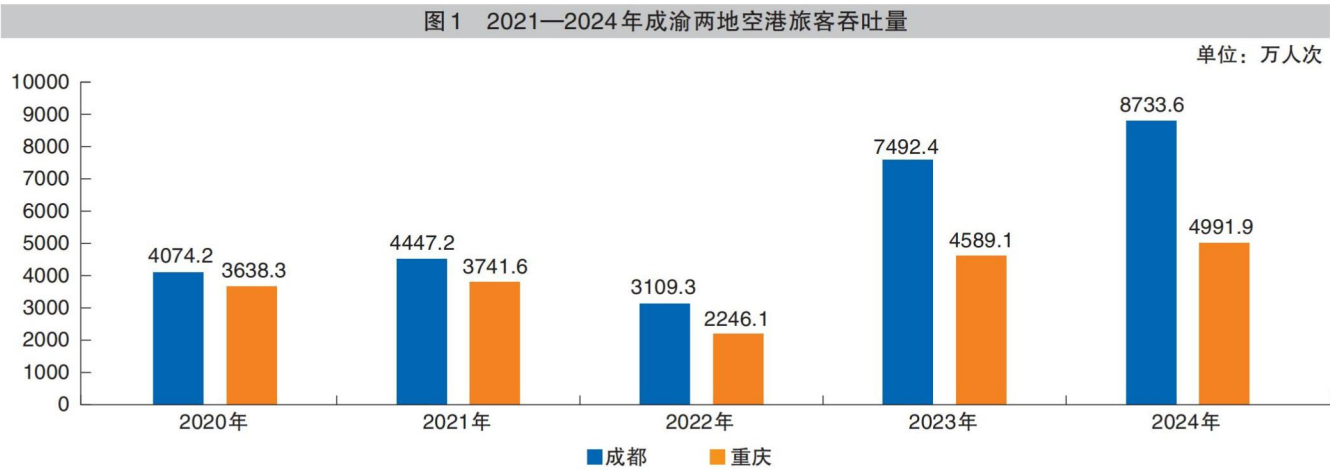
互联互通水平持续提高。成渝双核直联网络加速织密，“3铁+4高”直连直通格局初步成型。两地往来更

加高效便捷，2021—2024年，成渝高铁日均开行动车组数量从87.5对增加到102对。

物流枢纽能级持续跃升。成都、重庆旅客周转量增长势头强劲，2024年较2020年分别增长117.2%、64.4%（见图2）；货物周转量稳步扩张、分别增长24.1%、10.0%。成都获批建设陆港型、空港型国家物流枢纽，重庆成为全国首个兼具港口型、陆港型、空港型、生产服务型、商贸服务型“五型”国家物流枢纽的城市。



资料来源：2020—2024年成都、重庆国民经济和社会发展统计公报。



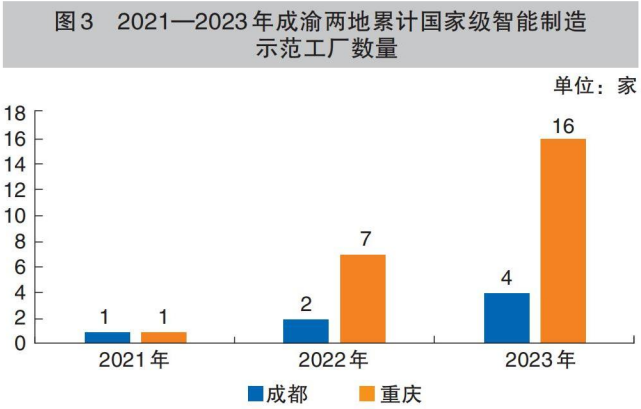
资料来源：2020—2024年成都、重庆国民经济和社会发展统计公报。

共建世界级先进制造业集群成效显著

“国家队”制造业集群联建扎实推进。2022年，成渝携手推动成渝地区电子信息先进制造业集群成为全国首个入选的跨省域国家级先进制造业集群。2024年，两地再度深化合作、乘势而上，推动成渝地区生物医药集群成功获批国家级先进制造业集群。

产业上下游配套不断增强。合作共建成渝地区双城经济圈汽车产业链供需信息对接平台、生物医药产业链供应链服务平台，联合编制成渝两地轨道交通龙头企业供应链清单，推动中嘉沃尔沃、长安深蓝等整车企业采购两地配套产品，以及成都四方、成都长客等车辆主机厂与重庆中铝特材公司、重庆长客公司形成产业链配套合作。

“智改数转”协同推进扎实见效。共建成渝地区工业互联网一体化发展示范区，推动形成“一顶一备”标识战略生态，协同开展成渝地区工业互联网一体化“百城千园行活动”，成渝节点标识注册量、解析量增速均居全国前列。协同推进制造业智能化升级步伐加快，2021—2023年，成渝两地累计建成国家级智能制造示范工厂数量20家（见图3）。



资料来源：工信部2021—2023年度智能制造示范工厂揭榜单位名单。

共建西部科学城取得实效

综合创新实力实现“双跨越”。2020—2024年，成都、重庆全球创新城市指数（GII）排名一路强势上扬，分别从47名、77名跃升至23名、39名，创新能级位次双双实现连续跃升。

创新策源能力协同提升成效显著。协同推动建设国

家实验室、全国（国家）重点实验室，国家重大科技基础设施，2024年成都、重庆两地发明专利授权数较2020年分别增长118.4%、88.2%（见图4），涌现出世界首颗氮化镓量子光源芯片、全球首个亿级参数地震波大模型、全球首款3D热弯纳米微晶玻璃等诸多全球领先硬核成果。2024年，成都、重庆技术合同成交额分别是2020年的1.7倍、5.3倍。



资料来源：2020—2024年成都、重庆国民经济和社会发展统计公报。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

编者按：近年来，贵州频频“出圈”——深挖水电等优势资源推动大数据产业快速跃升，打造“村BA”“村超”等民间赛事带动文旅综合发展实现新突破……其转型发展中的一些路径、模式，可为其它地区创新发展特色经济提供思路。

贵州：构建多业态新经济版图

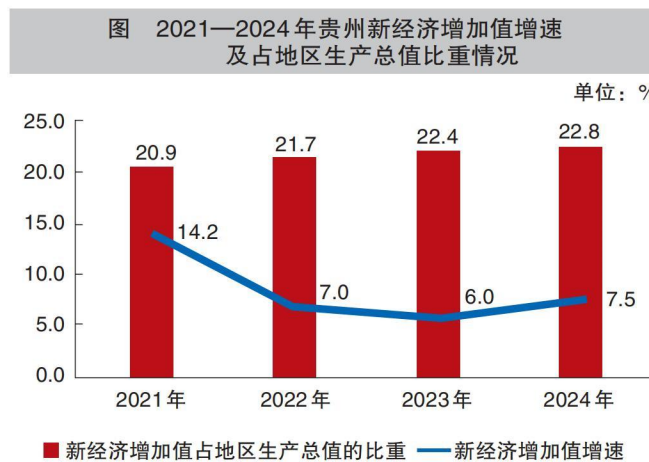
■文/王沛

2024年，贵州全力推进产业结构转型升级，以新产业、新业态、新商业模式为代表的新经济茁壮成长，为贵州经济高质量发展不断注入新生动力。

新经济规模进一步壮大

新经济规模持续扩大。经初步测算，2024年贵州新经济增加值名义增长7.5%，占地区生产总值比重为22.8%，较上年提升0.4个百分点。

新经济占比稳步提升。2021年至2024年，全省新经济增加值占地区生产总值比重分别为20.9%、21.7%、22.4%、22.8%，年均提升0.6个百分点。2024年，第一、二、三产业增加值中新经济活动部分分别占地区生产总值的比重为1.8%、9.9%、11.1%，与2023年相比，第一产业占比基本持平，第二、三产业分别提高0.2个和0.3个百分点。



产业发展亮点纷呈

新产业稳步发展，硬核实力持续提升。2024年，贵州

加快发展先进制造业，推动产业向高端化、智能化、集约化发展，工业增加值中新经济活动部分占地区生产总值的比重持续提升，2024年达到9.7%，较2023年提升0.2个百分点。高技术制造业发展较快，规模以上高技术制造业占规模以上工业增加值比重为5.3%。其中，通信系统设备制造业、生物药品制造业、计算机整机制造业、智能消费设备制造业增加值分别比上年增长702.9%、33.4%、68.8%和498.2%。在产业投资方面，贵州加快推动实施服务业创新发展工程，推进算力基础设施、大数据等高新技术产业服务业投资项目建设，2024年全省高技术产业投资比上年增长4.0%，2021—2024年年均增长21.4%。2024年，信息传输软件和信息技术服务业投资、医药制造业投资、水利环境和公共设施管理业投资分别增长23.7%、37.6%和28.6%，分别高于全省投资增速23.1个、37.0个和28.0个百分点。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

编者按：今年首次被写入政府工作报告的“具身智能”持续受到关注，浙江作为拥有宇树科技等明星企业的先发地区，在四足机器人等领域已占据先机。在中共四川省委十二届八次全会提出“全面实施‘人工智能+’行动，促进实体经济和数字经济深度融合”的当下，浙江具身智能发展面临的挑战和应对之策可供四川借鉴。

浙江：竞逐具身智能 如何持续领跑？

■文/刘小宁 顾凌华 邹欣欣

中国计算机学会发布的《具身智能|CCF专家谈术语》中定义，具身智能是指一种基于物理身体进行感知和行动的智能系统，其通过智能体与环境的交互获取信息、理解问题、做出决策并实现行动，从而产生智能行为和适应性。

浙江凭借数字经济、制造业等方面的产业生态基础和政策支持，在以人形机器人等为代表的具身智能领域已取得产业先发竞争优势，尤其在四足机器人等细分领域占据国内领先地位。为助力浙江具身智能产业更好发展，国家统计局浙江调查总队于近期对省内18家具身智能相关企业、699名城乡居民开展了专题调研。调研显示，浙江具身智能产业发展面临外部支撑体系不健全、核心技术与成本双重承压、人才结构供需失衡、伦理法规建设滞后等四大现实挑战，需强化技术

管理协同，聚焦细分产业赛道，统筹破解发展难题。

具身智能发展已积累优势

政策先行，引领构建产业发展生态

国家层面，工业和信息化部提出开展未来产业创新任务“揭榜挂帅”，制定出台包括具身智能在内的多领域创新发展政策。省级层面，浙江省出台《人形机器人产业发展实施方案（2024—2027年）》，从税收、金融等多维度提供支持；科技厅通过“尖兵领雁+X”计划对相关项目予以专项资助。地方层面，杭州、湖州、上虞等地结合区域实际推出特色举措，如制定产业发展规划、提供园区租金减免与设备补贴、设立具身智能专项基金等，形成多层次、全覆盖的政策支撑网络。杭州某机器人企业表示，

政府提供的融资支持有效帮助企业渡过研发瓶颈期，政策获得感显著。各级政府积极构建具身智能产业发展政策体系，为企业营造良好的创新与发展环境。

技术赋能，多维驱动行业变革调整

调研显示，具身智能对行业赋能效应显著，67.5%受访者认为其推动行业现代化改革。一是驱动企业集约化发展。通过流程自动化与资源优化配置，具身智能有效提升运营能效并降低能耗。数据显示，56.6%受访者认可具身智能对绿色低碳转型的积极作用，77.1%受访者表示具身智能在工作实践中提升了工作效率。二是激发业务模式与业态创新。技术融合不断拓展企业能力边界，推动商业模式向多元化发展，超五成受访者表示，具身智能正在激发各类商业创新模式。三

是重构现代化人才体系。企业在“人机协同”背景下正积极推进人才结构升级与激励方式变革，主要表现在传统岗位的缩减和技术密集型岗位的增长，以及薪酬体系的调整和员工技能的提升，认同度分别为60.8%、43.3%、33.3%和38.3%。

认知深化，推动形成社会积极预期

随着相关技术概念的持续普及，社会公众对具身智能发展普遍抱有较高期待与乐观态度。一是具身智能技术逐步融入公共视野。调研显示，超七成受访者对具身智能已形成初步了解，其认知行为也不再停留于被动接受，超三成受访者在日常生活中能够主动搜索相关信息、使用相关工具。二是发展前景获得高度共识。数据显示，86.9%受访者表示“非常看好”或“比较看好”具身智能的未来发展。其中，受访者最期待的具身智能应用场景包括家庭服务、医疗康养、工业

制造和自动驾驶，认同率为66.5%、59.6%、55.9%和46.6%。这表示公众期待普遍聚焦于民生服务和人力解放。

产业进一步拓展还存瓶颈

外部支撑体系有待健全，产业发展环境亟待优化

当前产业配套环境尚不完善，对具身智能技术的应用推广与市场成熟形成明显制约。一是标准体系建设进程滞后。6家受访企业反映，接口协议、性能测试、安全认证及环境适应性等方面的行业标准建设滞后显著推高研发与适配成本，制约科技成果规模化复制。二是政策精准性与传导效能不足。现有政策多属宏观指导，缺乏针对具体场景的专项支持。台州某企业表示，工业机器人作为落地最快的具身智能载体，在资金补贴、项目申报等方面未获充分倾斜。此外，政策宣传

存在盲区，信息渠道碎片化、文件表述专业性强、缺乏精准解读等问题，导致部分企业对政策了解有限，获得感不强。三是配套服务存在短板。在检测认证、人才培养等关键环节服务供给不足，制约产业生态健康发展。杭州某企业指出，国内缺乏权威的工业机器人零部件检测平台；宁波某企业反映，当地对链主企业吸引而来的上下游配套企业支持力度不足，导致部分优质项目流失至苏州、深圳等地。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载、

准确认识中国创新指数跻身“全球前十”

文/本刊专栏作者 陈智

世界知识产权组织（WIPO）每年发布一次全球创新指数（GII），通过约80项指标评估近140个世界经济体的创新表现，指标涵盖研发支出、风险投资交易、高技术出口和知识产权申请等领域，是目前国际公认的最权威、最全面的国家创新竞争力评价工具之一。

2025年榜单中，瑞士、瑞典、美国、韩国和新加坡位居前五，随后是英国、芬兰、荷兰、丹麦，以及首次跻身前十的中国。对于中国进入前十，有的认为是被低估了，也有的持怀疑论认为有水分。但不管怎样，在WIPO每年发布的全球创新指数中，中国的排名一直稳步上升却是不争的事实。当下，中国已经是全球排名最高的中等收入经济体了。

中国创新指数提高的背后是不断增加的研发投入。总量持续快速增长，投入强度显著增加，结构不断得到优化。2024年，中国共投入研究与试验发展（R&D）经费3.6万亿元，稳居世界第二，是2012年1.0万亿的三倍多；2022年投入强度达2.54%，介于欧盟（2.2%）和经济合作与发展组织国家（OECD，2.7%）平均水平之间，2024年这一数字提升至2.69%，已十分接近

OECD国家2.70%的平均水平，表明中国的研发投入强度已处于全球领先集团。且研发经费来源从过去主要依靠政府转变为以企业为主导，目前，企业资金占全社会R&D经费的比重超过75%，市场力量和企业成为了创新的主体。

中国创新指数提高的背后是部分科技创新处于世界前沿。中国的科技创新正被重新认识，以前的标签是模仿者和制造者，现在我们的创新技术和水平让世界惊叹。5G技术和量子通信绝对领先，航空航天领域世界第一方阵，人工智能、新能源技术、电动汽车、无人机技术世界领先，有华为、阿里、腾讯、百度、商汤科技、大疆等一批体量技术都领先的科技企业，还在特高压输电技术、超级计算机、高速铁路、移动支付等方面独具优势。这些年中国还构建了知识产权和创新生态系统，成为全球知识产权的最大贡献者，现在中国提交的知识产权数量已经超过全球其他国家的总和。

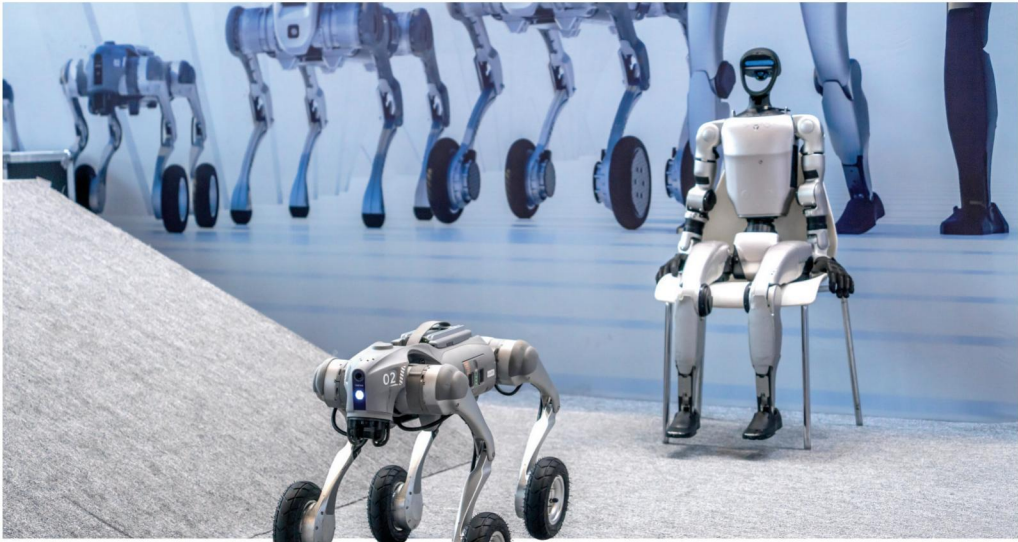
中国创新指数提高的同时也要看到我们与最发达国家仍有差距。尽管中国科技发展在多个领域实现了从“跟跑”到“并跑”甚至“领跑”的转变，但也要清醒地认识到

我们仍有不少短板。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载、



杭州“六小龙”之一的宇树科技生产的具身智能代表产品机器人和机器狗。

2035 年人均 GDP 远景目标，怎么看？

■文/本刊专栏作者 张柯

“人均国内生产总值达到中等发达国家水平，人民生活更加幸福美好，基本实现社会主义现代化”。来自 38 年前的“三步走”发展战略正一步步成为现实，这是党的历史使命，是国家的发展目标，是对人民的庄严承诺。

回顾历史，1987 年党的十三大正式提出经济建设“三步走”战略，并将第三步战略目标明确为“到下个世纪中叶，人均国民生产总值达到中等发达国家水平，人民生活比较富裕，基本实现现代化”。党的十九大明确提出，到 2035 年基本实现社会主义现代化，这个战略安排把基本实现现代化的时间比原先“三步走”战略设想提前了 15 年。今年 10 月，中央在“十五五”规划建议中再次明确：“到 2035 年实现我国经济实力、科技实力、国防实力、综合国力和国际影响力大幅跃升，人均国内生产总值达到中等发达国家水平，人民生活更加幸福美好，基本实现社会主义现代化。”

目标是方向、是动力。我们可以通过以下两个问题进一步加深对 GDP 远景目标的理解。

到底是多少？

国际上对中等发达国家没有明确定义，世界银行、国际货币基金组织、联合国开发计划署等国际组织对于发达国家认定有不同标准，但结果存在很大共性，可以作为参

考依据。近年来国际组织共同承认的发达国家在 40 个左右，人均 GDP 都超过 2 万美元，最低的克罗地亚 2024 年人均 GDP 2.19 万美元。综合考虑未来十年国际经济环境变化、国内物价水平和汇率变动等不确定因素，我国需要从实际出发设置科学合理的人均 GDP 目标，这个目标不仅是在国际比较，更重要是和自己比较，对于中等发达国家的理解，笔者认为更应侧重是中等发达的国家（和过去全面小康比），而非中等的发达国家（和其他发达国家比）。因此，人均 GDP 目标应该是一个动态目标，不拘泥于具体数值，基本标准是 2035 年人均 GDP 达到 2 万–2.5 万美元。

如何能实现？

首先是增速测算。按照到 2035 年人均 GDP 达到 2 万–2.5 万美元，这里涉及两个关键指标：常住人口数量和 GDP 总量。常住人口指标预测主要涉及人口生育率和死亡率，根据当前人口结构推算，未来十年总体趋势是生育率下降（育龄女性人数减少）、死亡率提高（进入深度老龄化社会），如果每年全国出生人口能够稳定在 800 万左右，2035 年全国总人口在 13.2 亿人左右，对应的 GDP 总量需要达到 26.4 亿–33 亿美元，折合人民币为 180 亿–225 亿元（按照美元/人民币 6.8 的平均汇率测算）。2024 年全国 GDP 总量

134.9 亿元，对应的 2025—2035 年 GDP 现价增速为 2.6%–4.7%，综合考量近年来价格走低，不变价增速应略高于该数值，达到 2.8%–4.8%。

（全文见《四川省情》2025 年第 12 期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情 APP 客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360 移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在 AppStore 中搜索“四川省情”下载、

“十五五”，中国经济将会有些什么不同？

■文/本刊专栏作者 盘和林

“十五五”规划建议已于日前出炉，顶层设计和擘画博得海内外广泛关注。人们关注五年规划，因为其不仅事关未来几年中国的发展方略，更在宏观基础上引领着微观走向。正所谓，说的是“顶层事”操的是“基层心”。

在笔者看来，“十五五”中国经济将面临三大机遇、三大挑战，政策导向也将呈现两大改变。首先来说三大机遇，第一是**科技革命带来的效率红利**。AI 正在开启新一轮科技革命，而中国在 AI 领域已经从跟跑逐步转变为领跑，且中国积极布局 AI 的应用场景，制造业和服务业正在加快向智能化转型，以 AI 科技为代表的科技革命将为中国经济转型提供巨大助力。第二是**国内需求潜力带来的经济红利**。中国内需还有很大的拓展空间，随着中国经济发展和人民生活水平的提高，中国的内需市场将释放更大活力，中国消费市场将成为当之无愧的全球第一大需求市场，这对于中国经济发展是一个很有利的驱动因素。第三是**中国人力资本的红利**，和过去人口红利有区别，人力资本红利的背后不是人口数量，而是人口质量，人口教育水平和健康水平

的提升，将提高中国经济的整体竞争力。

再来看看三大挑战。其一是**外部压力的挑战**，由于我国贸易顺差额较高，势必会导致外部摩擦增多，这对外贸造成了挑战，不仅如此外部经济的周期性波动也会造成外需波动，从而影响国内出口形势。其二是**内部压力的挑战**，老龄化、少子化等人口结构变化将导致中国需要支付更高的民生社保开支，社会需要为此早做打算。其三是**经济结构性问题的挑战**，传统产业升级和新兴产业培育以及过剩产能的淘汰，一补一增一减之间如何平衡稳定，是我国经济需面临的挑战。

政策导向也面临着两大改变，第一是**投资目标发生改变**。从投资于物转变为投资于人，在人的教育和健康上给予更大规模的投入，尤其是要提升高等教育质量水平，培养更多的人才而非论文机器。第二大改变是**政策目标发生改变**。这里又要分财政政策和货币政策。财政政策的改变在于内需刺激政策的优化，比如财政补贴可向就业承载力更大的服务业领域倾斜。除了扩大内需，财政还要提高民生支出的力度，要提前做好储备以应对老龄化

等社会问题对社保系统的挑战。

（全文见《四川省情》2025 年第 12 期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情 APP 客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360 移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在 AppStore 中搜索“四川省情”下载、

践行九字诀 做好关键事

——全国1%人口抽样调查工作的实践与思考

文/周丽梅 邵华

全国1%人口抽样调查被称为“人口小普查”，是监测人口发展变化趋势的重要抓手，肩负着捕捉人口结构、流动态势、就业状况等关键信息的使命。

站位“高”突出战略主动

充分认识调查工作的重要性、紧迫性和严肃性，将其置于服务国家发展大局、保障民生福祉的战略高度来统筹谋划和推进落实。

首要任务是凝聚各级共识、统一思想认识，第一时间传达学习上级关于调查工作的文件精神和要求，同步组建专项机构，明确目标任务、时间节点和责任分工，进一步提升思想认识、强化组织保障。

四川在本次调查工作中迅速行动，成立了调查工作领导小组，统筹协调解决工作中的重大问题，以战略主动为调查工作筑牢政治基础与组织支撑。

协同“精”筑牢质量底线

全国1%人口抽样调查涉及范围广、参与部门多、工作任务重，仅靠单一部门的力量难以高效完成，必须依托各部门精准协同、凝聚合力，才能在科学施策中守住数据质量底线。

调查工作需打破部门壁垒，实现信息共享与协同联动。由统计部门牵头组织实施和业务指导；公安部门提供户籍和流动人口基础数据；民政部门共享死亡人口等信息；卫健部门整理出生与死亡信息，各部门依职协同、信息共享。同时建立跨部门协调机制，定期召开联席会议，共同研究解决调查中遇到的难点问题，实现从“单打独斗”到“集团作战”的转变。

宣传“活”凝聚全民共识

调查对象的理解、支持与配合是成功开展人口抽样调查的关键。本次调查中，各级调查机构立足地方特色，有计划、分步骤、抓重点推进宣传工作。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

广元：以一颗“红心”打造“黄金产业”

文/甘露 吴其超 蒲美君 高福霞

近年来，广元将红心猕猴桃列为五大百亿重点特色产业之一，大力推动其规模化、品牌化发展，有效促进农民增收。在日益激烈的市场竞争中，这颗“红心”如何进一步成为乡村全面振兴的“黄金产业”？

一颗“红心”的成长史

20世纪70年代前，广元猕猴桃基本处于野生状态，在农村居民房前屋后零星采食；70年代，农艺专家对猕猴桃资源进行种质资源普查时，发现了生长在北部山区丛林中的野生猕猴桃，为其人工驯化栽培奠定了基础。

1981年，苍溪开始对野生猕猴桃进行人工驯化栽培，主要在东溪等高海拔乡镇发展晚熟品种“海沃德”；1986年首次发现了3株红肉猕猴桃，与省自然资源研究所合作，1997年成功选育审定了世界独一无二的红肉型猕猴桃新品种——“红阳猕猴桃”，填补了国内外红肉猕猴桃品种（系）的空白，被国内外专家推崇为猕猴桃发展换代首选品种，后续又相继培育出“红华”“红美”“红昇”等新品种。1998年，苍溪鼓励规模种植红心猕猴桃，在五龙镇、岐坪镇开始建园发展。2000年，苍溪红心猕猴桃登上中央电视台扶贫栏目，知名度大

增。2002年，苍溪“红阳”猕猴桃获得国家原产地域保护。

近年来，广元市通过全产业链升级推动猕猴桃的产业化发展，在克服病害、干旱等自然灾害后，猕猴桃产业趋于稳面提质发展，逐渐向标准化、精细化、高端化转型升级，构建起种植、加工、销售、文旅一体化的百亿级产业体系。

政策赋能，服务保障有力。广元将猕猴桃产业作为重点产业打造，成立由市领导牵头的产业专班，出台《广元市红心猕猴桃全产业链发展实施方案（2023—2025）》，围绕“五改五提升”推动基地规模稳步发展。主产县区如苍溪县、昭化区在财政资金上予以倾斜，持续支持基地建设、品牌推广、主体培育与科技研发，并连年举办高质量产业大会与产品推介会，夯实产业基础。同时，积极引导种植户参与农业政策保险，有效分散农业风险。例如，昭化区实现猕猴桃多重灾害保险覆盖，每亩保额2000元，农户仅承担25元保费。面对2025年旱情，政府紧急拨付100万元救灾资金，用于添置抗旱设备并补贴电费，全力保障灌溉需求。

规模领先，产业基础扎实。种植规模全国靠前。截至2024年，广

元已建成全国最大的红心猕猴桃生产基地，总面积达50万亩，约占全国红心猕猴桃面积的三分之一、全省三分之二。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载、

青羊区：新形势下如何促就业？

文/韩明星 彭波 苏叶 熊健益

“有活没人干”与“有人没活干”的结构性就业矛盾已成为当前及今后一段时期我国就业领域的主要矛盾，经济社会发展的复杂性是造成结构性就业矛盾的主要原因。技术进步、人口结构变化以及经济规模扩张与结构调整等经济社会发展中的因素相互交织，推动就业格局发生重大变化。近年来，成都市青羊区就业呈现出六大特点，仍需解决五大制约。

就业形势呈现六大特点

经济发展正向影响明显

2022—2024 年青羊区地区生产总值连续增长，带动就业规模扩大，年平均就业人数由 2022 年 49.74 万人增加到 2023 年的 49.99 万人，再到 2024 年的 50.37 万人。新冠疫情结束后，经济增长的就业弹性系数由降转升。2022 年青羊区经济增长的就业弹性系数为 0.2823，表明 GDP 每增长 1%，就业人数增长 0.2823%，2023、2024 年的弹性系数分别为 0.0824、0.1316，2024 年的弹性系数比 2023 年高，表明经济增长对就业的带动能力正在加强。

人口老龄化对劳动力资源影响渐显

近两年青羊区 16 岁及以上的全

部劳动力资源数处于基本稳定状态，但其中包含了逐年增多的老龄不宜就业人口；主要劳动力资源数（16—59 周岁）不仅在总人口中的占比逐年小幅下降，从 2022 年上半年平均 67.78% 下降到 2025 年上半年平均 61.57%，而且绝对量也在下降，从 2022 年上半年平均 65.24 万人下降到 2024 年上半年平均 62.11 万人。

科技创新和产业结构升级影响明显

一是技术替代效应凸显。传统的生产制造、建筑施工、交通运输仓储邮政服务、居民服务修理和其他服务职业含有较多重复性劳动、技术相对简单的岗位，由于人工智能等技术广泛运用对劳动力市场形成“创造性破坏”，使这四个职业大类从业人员在总从业人员中的平均占比分别从 2023 上半年的 8.61%、3.06%、5.89%、8.05% 下降到 2025 上半年的 7.13%、2.69%、3.73%、7.18%。

二是幸福产业^[1]发展带来积极影响。2023 年上半年到 2025 年上半年，青羊区幸福产业从业人数在总从业人数中平均占比逐步提高。

部分曾经的红利行业就业意愿正发生改变

房地产行业：从业者年龄偏大，收入偏低。2025 年上半年，青羊区

房地产业从业者平均 46.31 岁，比全部行业总体平均水平高 6.40 岁；月平均工作报酬收入比全部从业者平均水平低 12.16%。由于供需逆转，2023 年末青羊区收入较高的房地产开发经营业从业人数比 2018 年末下降 26.47%，但物业管理服务从业人数在房地产业中占比由 2018 年末的 73.34% 上升到 2023 年末的 78.83%，物业管理服务中保洁、保安大部分的年龄偏大、文化程度与收入偏低。

（全文见《四川省情》2025 年第 12 期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情 APP 客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360 移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在 AppStore 中搜索“四川省情”下载、



《2025 年中国宠物行业白皮书》显示，我国城镇宠物（犬猫）市场规模已突破 3000 亿元大关。图为老疯杨携宠“橙”跑活动现场。

西充“老疯杨”品牌崛起启示录

文/中共南充市委政策研究室、南充市统计局联合课题组

流量赋能实体产业是数字经济发展催生的新模式，也是推动经济增长、促进产业融合、带动就业创业的重要引擎。“老疯杨”是一个因执着于公益救助流浪动物而全网爆火的社交媒体账号，作为公益救助的投资者、宣传者和执行者，是国内宠物救助界头部标杆，全网粉丝量突破 1400 万，目前发展为集公益救助、网络电商、宠物服务、有机农业和农文旅融合于一体的综合性品牌。依托“老疯杨”这一品牌已成立 3 家公司，注册资本 6065 万元，现有员工 148 人。2024 年，实现营业收入 6700 万元，带动村集体收入超 10 万元，村民人均增收 1.8 万元。

从“一场善行”到“一条赛道” 风口是如何抓住的？

“老疯杨”的崛起，在于形成了“公益吸附流量、流量带动电商、电商赋能产业、产业反哺公益”的发展闭环，走出了一条产业融合新路径。

敏锐捕捉商机。一是公益与商业跨界。2017 年以来，“老疯杨”自费投入 4000 多万元，累计救助 1.4 万余只流浪动物和 400 多只野生动物，坚持不接受任何捐助。然而在救助直播中，很多粉丝希望代购自制宠物零食和当地柑橘。为缓解资金压力，团队在关注到这一需求后，决定用商业反哺公益，探索销售宠物相关产品和特色农产品。2019 年起，“老疯杨”陆续上线快手、淘宝、抖音、京东、微信和自营 APP 网店，众多粉丝通过网购支持“老疯杨”开展公益救助。二是产业与品牌协同。为维护品牌口碑和消费信任，“老疯杨”坚持源头“带货”，与村集体、农业企业、农户开展合作，流转 2000 多亩农田和果园，发展有机农业种植、粮油初加工以及鸡鸭养殖等产业，打造“天兴桥”有机农产品品牌；凭借多年积累的流浪动物科学养育经验，严格筛选供应商和原料，定制化开发“老疯杨”系列宠物食品、保健品，以产品质量维护品牌形象。三是宠旅与文旅融合。8 年来，建成 3 个救助基地和 1 家动物医院，常态化收容

[1] 幸福产业是致力于提升人们幸福感和满足人们美好生活需求的产业，本文以卫生和社会工作，信息传输、软件和信息技术服务业，文化、体育和娱乐业三大行业概括其主要内容。

2000多只流浪动物，不断吸引大量粉丝实地探访。为将线上“爱心流量”转化为线下“消费留量”，2021年，在政府的支持下，“老疯杨”以“携宠出行”为主题，启动“天兴桥·治愈小村”农文旅融合项目，通过盘活闲置村屋、丰富乡村旅游业态，逐步探索出“动物救助+宠旅经济+农文旅融合”的流量“变现”路径。

精准洞察趋势。一是洞察平台推流的转型趋势。自媒体时代，内容真实可信是吸引关注的重要前提。“老疯杨”在救助过程中不断遭受质疑时，发现公众极度关注其真实性和透明度，于是将未经剪辑的全过程救助视频上传网络，回应社会关切，进而产生超高完播率、互动率、分享率等，精准匹配自媒体平台流量推荐机制，契合数字时代从“滤镜内容”向“真实内容”转型的发展趋势。**二是洞察情绪价值的消费趋势。**“身临其境”的救助短视频和直播，引起了众多粉丝强烈的情感共鸣。“老疯杨”的网络带货模式，赋予了商品消费的情绪价值。**三是洞察“宠物经济”的增长趋势。**《2025年中国宠物行业白皮书》显示，我国城镇宠物（犬猫）市场规模已突破3000亿元大关、预计2027年将达到4000亿元。据“老疯杨”粉丝数据调查，43%的粉丝来自一线、新一线等经济发达城市，携宠旅游意愿占比约64%。随着单身人口增加和老龄化、少子化加剧，未来宠物经济还将爆发式增长。

深度匹配需求。一是匹配情感需求。众多具有充沛同情心的网友，受限于时间、空间和能力，无法亲身参与动物救助。“老疯杨”的救助直播和视频，为粉丝提供了“可触摸的”情感代偿与道德实现，通过点赞、评论、分享和购买商品就能“云参与”救助活动，获得做公益的成就感和道德满足感，精准切中爱宠人群的情感共鸣点。**二是匹配市场需求。**当前宠物食品和农产品市场竞争激烈、同质化严重，“老疯杨”作为一个“倾家荡产”救助流浪动物的理想主义者，通过公益身份的信用背书，解决了消费者网购产品的信任痛点，推出的宠粮和有机农产品，更好满足了养宠群体对优质产品的需求。**三是匹配乡村振兴需求。**随着“老疯杨”团队发展壮大和产业链不断延伸，直接创造电商运营、物流配送、乡村旅游等就业岗位300余个，本地青年返乡率从5%提升至32%，并吸引了一批外地专业人才，有力带动农业和乡村文旅发展，为解决乡村空心化、农业效益低、发展动力弱等问题提供了新的思路。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

万源：旧院黑鸡飞出乡村振兴加速度

■文/马发海 车浩

大巴山深处的万源市，森林覆盖率超70%，孕育了“生态、富硒、有机、绿色”的独特资源。有着160余年养殖史的旧院黑鸡，从农户庭院零星饲养，成长为“世界稀有、中国独有、万源独有”的特色产业标杆，不仅载入国家和四川省畜禽遗传资源保护名录，更撑起超10亿元区域经济支柱，为欠发达地区依托特色资源富民强村提供了生动范本，也为全省乡村特色产业高质量发展贡献可复制、可推广的实践经验。

旧院黑鸡原产于万源市旧院镇及周边山区，是地方优良品种。它羽毛乌黑发亮，红冠绿耳，胫羽呈黑色，肉质紧实细嫩，富含硒、锌等微量元素，鸡蛋以“蛋心粉红、

蛋黄橙红”享誉市场。1983年被中科院认定为地方优良品种，先后通过无公害生产基地认证、有机产品认证，获得地理标志产品保护，拿下四川省“著名商标”和“天府十宝”等多项殊荣。在万源民间，旧院黑鸡是节庆宴席珍品，有着“滋补胜人参”的美誉，且养殖技艺代代相传，融入大巴山农耕文化基因，成为当地重要文化符号。

以规划引领产业发展

万源市摒弃“散兵游勇”模式，构建系统化发展体系，制定“培育一个龙头企业、巩固六个重点基地、打造一个省级园区、创建三个产业强镇、建设百个五彩产业店、辐射带动全域发展”的总体思路。空间布局上，以旧院镇为核心，划定12个重点基地乡镇，辐射周边9个乡镇形成集中连片核心优势产区，实现产业资源优化整合与集聚发展。

（全文见《四川省情》2025年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。



旧院黑鸡直播间。 摄影/马发海

绿脉兴川东 “四库” 蕴生机

——宣汉县森林 “四库” 的生态答卷

■文/杨金山

森林，是陆地生态的天然屏障，是文明传承的鲜活载体，更是民生发展的坚实根基。习近平总书记“森林是水库、粮库、钱库、碳库”的科学论断，为我们擘画了林海宝藏的多元价值与挖潜路径。

在巴人故里宣汉，62.15% 的森林覆盖率绘就浓墨重彩的生态长卷，2450 万立方米森林蓄积量筑牢厚实质朴的发展基底，“森林四库” 建设正让绿水青山加速蝶变，书写着“人不负青山，青山定不负人” 的时代答卷。

作为四川建设“天府森林四库” 的重要实践地，宣汉立足秦巴山区独特生态禀赋，将“四库” 功能深度融合，走出了一条生态保护与经济发展共生共荣的丘陵山区城乡融合发展之路。

森林“水库”：以绿润脉的生命守护

“一江春水向东流” 的诗意，源于宣汉“以林蓄水、以水养林” 的生态智慧。这座被土溪口水库、白岩滩水库、江口湖库区环绕的城市，始终将水源涵养作为森林“水库” 建设的核心任务。

作为国家储备林建设核心区，宣汉聚焦前、中、后河及州河流域生态修复，在退化区域精选马尾松、桉木等根系发达树种，构建 15 万亩乔灌木立体防护体系，如一道绿色屏障有效遏制水土流失。

围绕自然保护地和饮用水水源地等关键区域，宣汉持续推进封山育林和退化林生态修复，森林的蓄水保土能力不断提升。防火通道、灌溉设施与智慧监测平台同步落地，形成“人防+技防” 的立体化管护网络，让这座“天然水库” 既储得住水、更护得好水，为下游百姓筑牢用水安全防线。

按照规划，到 2030 年，宣汉将完成人造水土保持

林 0.5 万亩以上，退化林生态修复 18 万亩以上，退耕还林提质增效 5 万亩以上，建成涵养水源 5 亿立方米的森林“水库”。如今，这片林海年均调蓄的充沛水源，正滋养着川东大地的万千生灵，让“绿水青山” 的生态底色愈发厚重。

森林“粮库”：藏粮于林的生态馈赠

依托 179 万亩国家储备林“能包尽包” 的资源优势，宣汉拓展粮食安全的“生态维度”，让山林成为充盈的“生态粮仓”。通过因地制宜发展木本粮食、木本油料、森林蔬菜、森林药材等多元产业，宣汉形成“林下种、林间养、林上采” 的立体发展格局。厚朴、木香的药香沁人心脾，青脆李、枇杷的甜润挂满枝头，花椒、楠竹的生机漫遍山野，五大类林下食药产业年产值即将突破 50 亿元。

（全文见《四川省情》2025 年第 12 期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情 APP 客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360 移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在 App Store 中搜索“四川省情” 下载。

历史不可逆转 得失可资镜鉴

——读《中国历代政治得失》

■文/蓝 莓

这本书挺薄，但我读得很慢——那些晦涩的制度术语、复杂的权力博弈，让我不得不反复查阅。汉代的郡国并行、唐代的三省六部、宋代的二府三司、明代的内阁票拟、清代的军机处密奏制度……比起一味地追究对错或以现代视角审视过去，我更渴望探寻——这些制度为何形成？背后隐藏着怎样的逻辑？未来又蕴含哪些可能性？

“不该单凭时代意见来抹杀以往的历史意见。” 钱穆先生在文中掷地有声的论断，像一把钥匙，打开了理解中国政治制度的大门。当我们评判一项制度时，不能仅用现代标准去衡量，而要回到历史现场追问：它为何被设计出来？解决了什么前朝弊端？又埋下了怎样的新隐患？这种“历史意见” 与“时代意见” 的区分，是一种可复用的认知工具。站在这一阅读立场上，我们便能从具体事件中抽丝剥茧，理解制度产生、存续与变革的逻辑，最

终跳出“非好即坏” 的片面评判。

钱穆先生将中国历代制度视为“一代修正一代” 的连续体，这一观点不仅是对中国政治制度史的深刻总结，更是对制度变革规律的独到洞察。汉初的郡国并行制，是对秦代郡县制的修正——既怕重蹈秦政严苛的覆辙，又要给地方留点弹性空间；唐代的三省六部制，则是对汉代三公九卿制的完善，通过分权制衡提升决策效率；而宋代的二府三司制，则是对唐代三省制过度分权的修正。这种连续的修正过程，如同一条蜿蜒的河流，在历史的长河中不断冲刷、调整，最终形成独特的制度形态，既是对前朝制度弊端的回应，也是对新时代需求的适应。

“就历史经验论，任何一制度，决不能有利无弊。任何一制度，亦决不能历久而不变。” 钱穆先生的话深刻揭示，任何制度都有其优点和缺点，没有完美无缺的制度，关键在于如何根据实际情况，不断修正和完善

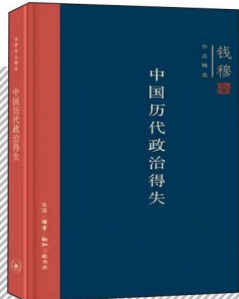
作 者：钱穆

出版社：生活·读书·新知三联书店

（全文见《四川省情》2025 年第 12 期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情 APP 客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360 移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在 App Store 中搜索“四川省情” 下载、



数说天下

DATA GLOBE

本 / 期 / 看 / 点

- 2025年1-10月全国主要经济数据
- 2025年1-10月四川主要经济数据
- “十四五”以来四川公共服务重点领域基本情况



安卓系统



下载APP获取更多数据分析

IOS系统



No. 178 汇聚权威数据
透视全球经济

12
December 2025

《四川省情》随刊附送

C 目录 CONTENTS>>>>

主管 四川省统计局

主办 四川省统计科学研究所

出版 四川省情杂志社有限责任公司

02 中国篇

- 工业
全国规模以上工业生产主要数据
- 投资
全国固定资产投资（不含农户）主要数据
- 贸经
全国社会消费品零售主要数据
- 价格指数
全国居民消费价格涨跌幅
- 全国工业生产者价格涨跌幅
- 房地产
全国房地产开发和销售情况

04 专题篇

- “十四五”以来四川公共服务重点领域基本情况
- “十四五”以来四川公共服务重点领域发展情况
- “十四五”时期四川公共服务重点领域主要发展指标达标情况

01 世界篇

- 主要国家和地区国内生产总值增长率（同比）
- 主要国家和地区工业生产增长率（同比）
- 世界主要股市数据
消费者价格涨跌率及预测

03 四川篇

- 工业
四川规模以上工业增加值和工业企业经济效益
- 四川全省及各市（州）规模以上工业主要数据
- 投资
四川固定资产投资（不含农户）主要数据
- 四川全省及各市（州）固定资产投资（不含农户）主要数据
- 贸经
四川社会消费品零售主要数据
- 四川全省及各市（州）社会消费品零售主要数据
- 价格指数
四川居民消费和工业生产者价格指数