

文旅深融正当时

文/本刊编辑部

中国经济由投资拉动转向消费拉动之际，文化和旅游业深度融合发展的“新风尚”也同步活跃起来。

历史地看，旅游活动古已有之。“落霞与孤鹜齐飞，秋水共长天一色”“欲把西湖比西子，淡妆浓抹总相宜”……这些脍炙人口的“佳句”，从某种意义上来说，也是弥留千古的“游记”。一切景语皆情语的表达下，是文化与旅游业亘古不变的交融。但将文化和旅游联系在一起形成“文旅”这一概念是直到2018年文化和旅游部成立才开始的，部门组建伊始即明确了“宜融则融，能融尽融，以文促旅，以旅彰文”的工作思路。可以说，文旅深融既是对产业发展道路的深刻洞察，又是中华璀璨文化传承的生动实践，更是满足人民群众对美好生活向往的诗意作答。

党的十八大以来，文化旅游业在国家经济社会发展中的战略摆位空前提升，中央强推动下地方政府也纷纷跟进布局，据《中国文化报》报道，2025年各省份政府工作报告中，“文化”“旅游”“文旅”分别被提及528次、406次和128次，文旅深融被作为地方经济高质量发展的抓手之一，众望压身。

在一众布局者中，四川是被寄予厚望，“家底”也的确殷实的那一个。

从文旅资源来看，四川拥有全国数量最多、类型最全、规模最大的文旅资源谱系。《四川省文化和旅游资源普查报告》显示，四川拥有非遗、文物等六大类文化资源305.74万处，地理景观、水域景观等八大类旅游资源24.57万处。三星堆遗址、金沙遗址唱响古蜀文明，九寨沟景区、四姑娘山景区名动万里山河，李白杜甫苏东坡，川菜川酒盖碗茶……21个市（州）各具特色，“蜀”不尽的魅力共同组成了中国地理景观和千年文明的“精彩微缩”。

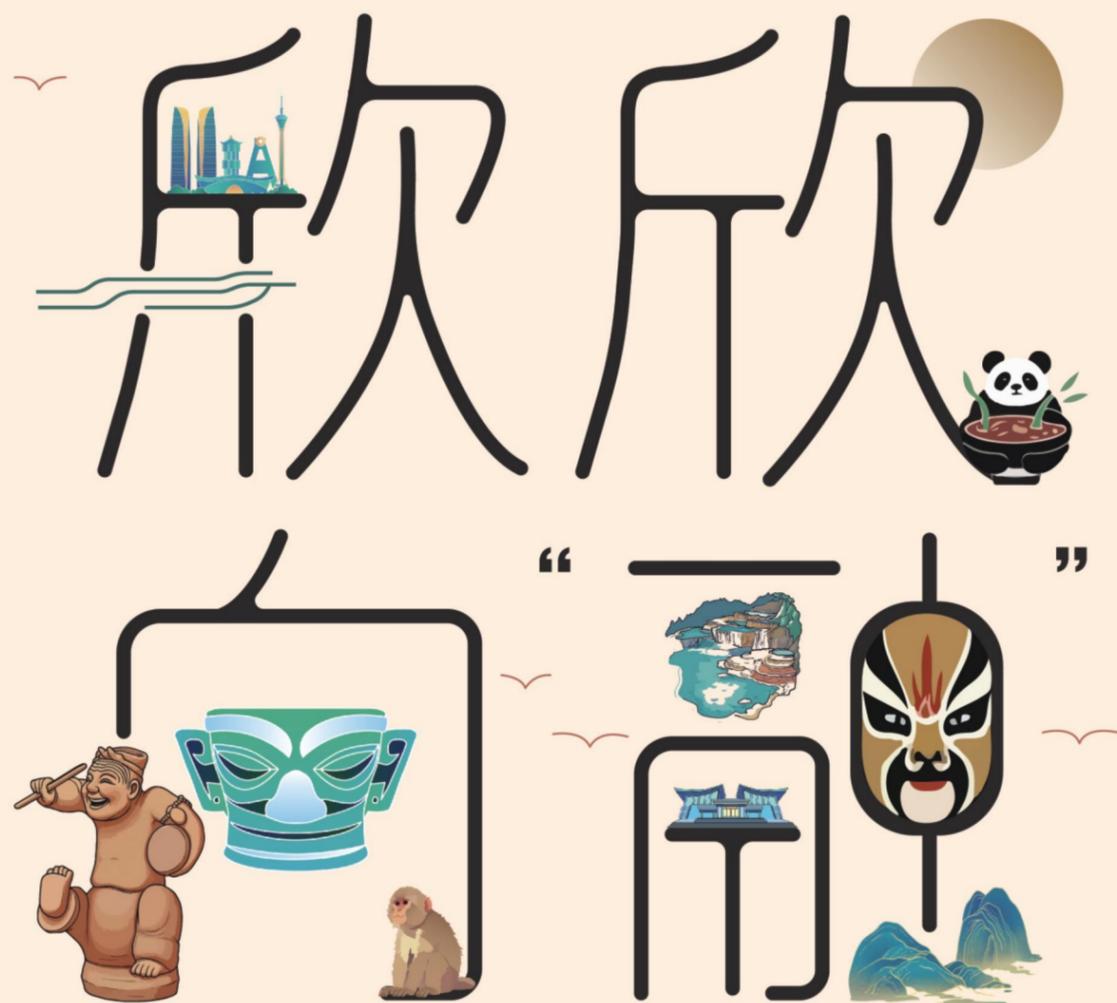
从产业基础来看，四川是文旅产业大省，文化和旅游业起步早、发展深厚，在推动经济社会发展中作用日益突出。2024年，全省接待国内游客总量、游客总花费

再创新高，分别达到11.19亿人次、1.76万亿元。规模以上文化及相关产业增加值在2023年达到2767.7亿元，比上年增长11.7%，占GDP比重达4.51%。可以说，加强文化和旅游深度融合四川具备相应的基础和条件。

（全文见《四川省情》2025年第08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。



四川拥有丰厚的文化和旅游资源家底以及深耕行业多年的多元化经营主体，文化和旅游融合发展资源、产业基础雄厚。2023年，全省规模以上文化及相关产业增加值比上年增长11.7%，占GDP比重达4.51%；2024年，全省接待国内游客总量达11.19亿人次，居全国前列。

ISSN 1671-3540



9 771671 354259

安卓系统



iOS系统



公众号



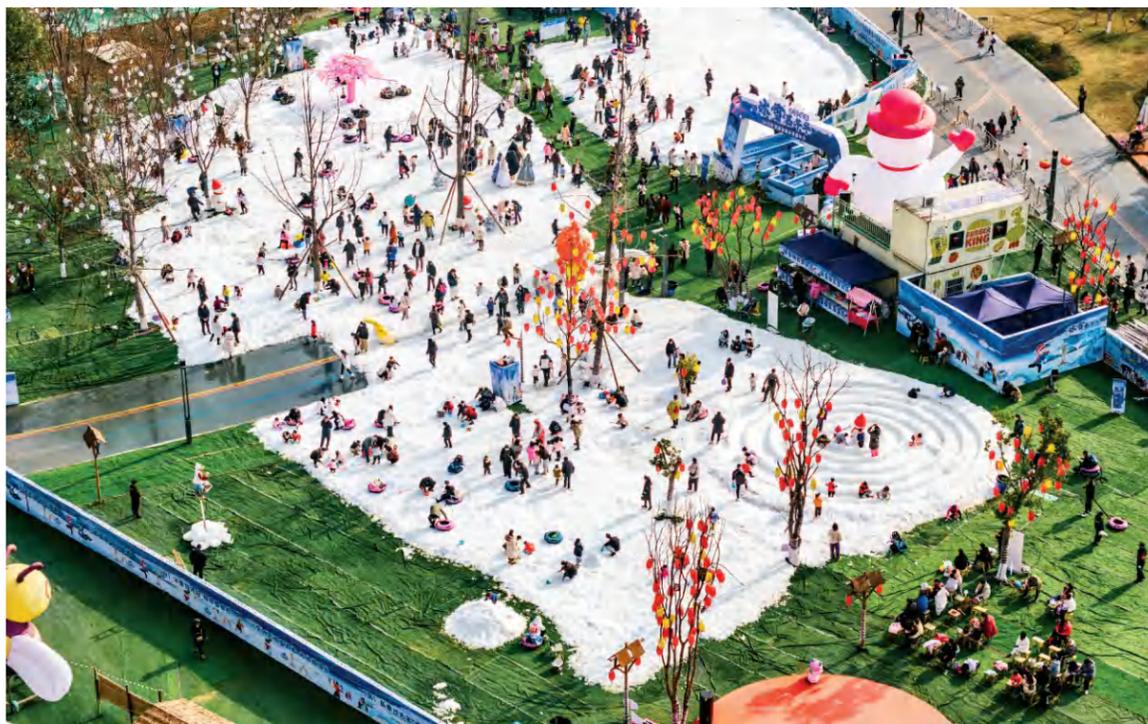
下载APP获取更多数据分析

- > P30 下半年经济前行，需答好四个问题
- > P44 财税体制改革如何发力统一大市场建设？
- > P56 盘和林：稳定币真的“稳定”吗？

随刊附送《数说天下》
囊括世界全国四川
数据及权威点评

CONTENTS 目录

2025 年第 08 期 总第 282 期



依托第31届世界大学生夏季运动会带来的持续热度和相关配套，成都东安湖已打造推出多项文旅活动。图为东安湖冰雪嘉年华。

10 COVER · DEPTH 封面·深度 欣欣向“融”

文旅融得深不深，重点在于有没有竞争力强、影响力大、带动性高的经营主体。目前，四川拥有1家全国旅游集团20强企业和1家全国文化30强企业，但在做强重点骨干文旅企业与梯度培育中小微企业上上还任重道远。

- 12 经营主体视野下，四川文化旅游业如何深“融”？/唐婉岚
- 15 破解赛事经济“流量转化”之难 /安江丽 周渝岚 余霞 孟凡云
- 18 田园遇上流量，四川农文旅如何破壁？ /本刊记者 戚军凯

- 21 让四川红色旅游，长“红” /罗眉
- 24 文旅融合背景下，生态康养如何拓展更多可能？ /本刊记者 贾翔
- 27 为什么我们爱逛博物馆了？ /本刊记者 乔燕艳

卷首语 PROLOGUE

- 01 文旅深融正当时 /本刊编辑部

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

- 30 下半年经济前行，需答好四个问题 /中国银行研究院中国经济金融研究课题组
- 33 农业要“强”，川种需“振”/杜兴端

权威研判 AUTHORITY JUDGE

- 36 四川科技成果转化仍需突破四重关/殷洁
- 39 “内卷”下的快递企业 未来路在何方/张淑珍

热点透视 FOCUS

- 41 四川：让消费走向“国际范儿”/崔绍宇 石峰屹 李林峰
- 44 财税体制改革如何发力统一大市场建设？/黄策
- 47 新质生产力何以赋能农业绿色发展？/姚增福 陈翠
- 50 夯实县域民营经济“底座”/晏常丽 李太后

全域纵横 GLOBAL ASPECT

- 52 江苏：如何走出车企内卷泥潭？/拾翠

社经时评 SOCIOECONOMIC COMMENT

- 54 文字的魅力/陈智
- 55 逆势而上的5.6%/张柯
- 56 稳定币真的“稳定”吗？/盘和林

经济地理 ECONOMY GEOGRAPHY

- 57 成都：激活创新引擎仍需破研发困局/王爱霖
- 59 向阳而“攀” ——从基本单位发展看攀枝花经济发展/邓杰 胡滔 闫敏

动态观察 ECONOMY GEOGRAPHY

- 61 打造社区“零工角” 服务群众零距离/向晶 李文武
- 63 罗江区：“三雁”体系推进统计干部队伍建设/欧倩

经典导读 CLASSIC NAVIGATION

- 64 读书时间/蓝莓

■ 声明

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 唐佳莹
《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8月19日出刊 定价 12.5元

《四川省情》理事会成员单位

四川省科教兴川促进会
四川省郫县豆瓣股份有限公司
中国邮政储蓄银行四川省分行
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
四川金盆地集团
成都天创兴工科技有限公司
明伦书院

热点评析

《中华人民共和国反不正当竞争法》修订草案通过表决

近日，十四届全国人大常委会第十六次会议表决通过了《中华人民共和国反不正当竞争法》修订草案，并将于2025年10月15日起施行。此次修订紧密贴合市场发展现状，直击当下竞争乱象，旨在营造公平竞争的市场环境。

全国人大常委会法工委社会法室副主任高莉娜表示，这次修订反不正当竞争法主要是全面贯彻落实党中央关于综合整治“内卷式”竞争、解决拖欠中小企业账款等问题的精神，积极回应当前反不正当竞争工作面临的新情况新问题，细化不正当竞争行为的类型和认定标准，增加关键词搜索、侵害数据权益、虚假交易、虚假评价、恶意退货、平台责任等方面的制度。推动形成既“放得活”又“管得住”的经济秩序，科学处理反不正当竞争法与民法典、反垄断法、商标法、消费者权益保护法、电子商务法等法律的关系。

(摘自央视新闻客户端)

全国人大常委会法工委民法室主任石宏表示，此次修订完善关于网络不正当竞争行为的规定，明确经营者不得利用数据和算法、技术、平台规则等实施有关不正当竞争行为；明确经营者不得滥用平台规则，直接或者指使他人对其他经营者实施虚假交易、虚假评价或者恶意退货等行为。

(摘自中国新闻网)

武汉大学法学院教授、竞争法与竞争政策研究中心主任孙晋认为，反不正当竞争法此次修订完成，意味着我国竞争法基本完成了数字竞争规则构建，为构建全国统一大市场和维护市场公平竞争提供高水平制度供给，内容和体系更加健全。

(摘自新京报)

养老金上调

人力资源社会保障部、财政部近日印发《关于2025年调整退休人员基本养老金的通知》，明确从2025年1月1日起，为2024年底前已按规定办理退休手续并按月领取基本养老金的退休人员提高基本养老金水平，总体调整水平为2024年退休人员月平均基本养老金的2%。

中国劳动和社会保障科学研究院院长莫荣认为，自2005年以来，国家连续调整退休人员基本养老金，退休人员养老保险待遇水平稳步提高，到2023年，全国企业退休人员月平均基本养老金比2012年增加一倍。调整退休人员基本养老金充分体现了民生政策的惠民性和公平性，既关乎退休人员生活保障，也影响着数亿在职参保人员对未来养老生活的预期，有助于惠民生、稳预期、促消费、畅循环。

(摘自人民日报客户端)

北京大学中国保险与社会保障研究中心主任郑伟表示，按照定额调整、挂钩调整与适当倾斜相结合的调整办法，最终每个人养老金的实际增长比例各不相同，养老金水平较低的退休人员上调的幅度会更高一些。

(摘自新华社)



以创新推动城市高质量发展

做好城市工作，要从以下几方面着力推进：

一是推进城市空间布局的协同转型。党的二十大报告提出：以城市群、都市圈为依托构建大中小城市协调发展格局。“强城、建圈、组群”是城市的基本发展规律，本次会议强调“着力优化现代化城市体系”，是顺应时代发展，在新的城市发展阶段优化国土空间格局、提升城市整体承载力的关键路径。

二是构建数字赋能的智慧治理体系。随着时代发展，我国城市治理理念、模式、手段都实现创新突破。各地如杭州“城市大脑”、上海“一网通办、一网统管”等实践，正在以数字手段推动城市治理转型升级。加快智慧城市建设和推动新一代信息技术与城市治理深度融合，是城市治理维度的重要方向。

三是增强城市韧性与可持续发展能力。城市是高密度人口和经济活动的集聚地，城市的韧性与可持续发展能力成为新的关注重点。在城市快速发展过程中，各种要素集聚交汇形成复杂的治理情境，城市风险也不断向新的更为交叉复合的领域拓展。将着力建设安全可靠的韧性城市作为城市重点工作任务之一，正回应了城市治理现代化所面临的新挑战。

四是以“内涵提升”助力城市转型发展。我国城镇化正从快速增长期转向稳定发展期，城市发展正从大规模增量扩张阶段转向存量提质增效为主的阶段。新时期对城市发展提出新的内涵要求，通过加强城市有机更新、空间再开发、公共资源优化配置等，助推城市高质量发展转型。

(摘自中国网《时隔十年中央再次召开城市工作会议，有哪些“变”与“不变”？》)

(全文见《四川省情》2025年第08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。

经济观察



丹棱县晚熟柑橘扩大“朋友圈”，从2023年起，不到两年时间，已打通泰国、新加坡、马来西亚等多国的出口渠道。2024年，丹棱晚熟柑橘出口量达1300吨，是2023年的187倍。



一“颗”水果的力量

四川是中国重要的水果产区，水果品类丰富，以柑橘、枇杷、荔枝、柠檬、猕猴桃等特色水果闻名，其中安岳柠檬、合江荔枝、攀枝花芒果等为国家地理标志产品。《2024年四川省国民经济和社会发展统计公报》显示，2024年四川园林水果产量1441.6万吨，增长7.4%。近年来，随着果饮的畅销、水果销售渠道增多、“采摘+乡村旅游”模式的兴起，小小水果成为撬动富民的大产业，特色农业绘就乡村振兴新画卷。



四川水果积极探索“互联网+”新模式，合江荔枝从枝头到舌尖、从影视中的“长安驿站”火到现实里的抖音电商，已形成一个完整的商业闭环。

摄影/李唯伊



花香蓝莓全网爆火，四川绘就“莓”好蓝图。《2024年中国蓝莓产业发展报告》显示，2024年四川蓝莓栽培面积达15万亩，总产量约8.5万吨，栽培面积和产量均居全国前列。



国内外“两头抢”！四川安岳柠檬价格创新高。图为柠檬饮品。



“特色种植+”的农文旅融合路径推动了经济提质增效。图为游客在广安某葡萄园体验采摘。



数字快报

2025年上半年，面对复杂形势，各地区、各部门贯彻落实党中央、国务院决策部署，宏观政策组合持续发力，工业经济总体平稳向好，装备制造业支撑有力。**全国**规模以上装备制造业增加值同比增长10.2%，拉动全部规模以上工业增长3.4个百分点；占全部规模以上工业的比重为35.5%，较2024年提高0.9个百分点，“压舱石”作用进一步夯实。

10.2%

99%

2025年，**北京**出台贷款贴息等政策，加力支持设备更新。上半年，全市设备工器具购置投资同比增长99%，占全市投资比重为28.2%，同比提高12个百分点，拉动全市投资增长16个百分点。其中，信息传输、软件和信息技术服务业，制造业和交通运输业设备工器具购置投资合计占全市比重超8成。



2025年以来，**甘肃**深入实施强工业行动，支持工业大市稳增长，重点企业增产量，数实融合赋能产业升级，推动产业聚链成群，取得显著效果。上半年，全省规模以上工业增加值同比增长10.2%，稳居全国第一方阵。

10.2%

11.2%

2025年以来，**海南**各地落实提振和扩大消费三年行动方案各项工作任务，场景模式不断创新，消费供给有效优化，消费潜力逐步释放。上半年，全省社会消费品零售总额1329.89亿元，同比增长11.2%，增速比一季度提高7个百分点。



2025年上半年，**四川**出台稳增长一揽子政策措施，各地各部门全力以赴拼经济搞建设，扎实推动全省高质量发展，促进市场主体规模不断壮大。全省新增规模以上单位1999户，同比增加455户，增长29.5%。

1999户

7.73万吨

近年来，**内江**大力发展池塘内循环、高位池等设施养殖。2025年上半年，全市水产品产量7.73万吨，同比增长4.5%，其中虾蟹类产量0.93万吨，增长9.8%，虾蟹类产量占比12.0%，较上年同期提升0.5个百分点。



(全文见《四川省情》2025年第08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。

欣欣向“融”

XIN XIN XIANG RONG

文化产业和旅游产业密不可分，两者的深度融合发展，对协同三次产业、连接供需两端，扩内需、调结构等有着巨大的牵引作用。近年来，四川把文旅融合发展摆在重要位置，用好独特的自然生态之美、多彩人文之韵，深厚底蕴转化为可游可感的“诗与远方”。2023年，全省规模以上文化及相关产业增加值2767.7亿元，占GDP比重达4.51%；接待国内游客总量2024年再创新高，达11.19亿人次。



四川文旅资源丰富，文旅深“融”基础好、条件足。图为北京国际文旅消费博览会上的三星堆文创产品。

经营主体视野下，四川文化旅游业如何深“融”？

2025年6月17日，中共四川省委十二届七次全会召开，审议通过了《中共四川省委关于推进文化和旅游深度融合发展、做大做强文化旅游业的决定》，清晰绘就了文化和旅游深度融合发展、做大做强文化旅游业的四川画卷。

四川是文化旅游业大省，有着独特的自然生态之美和多彩人文之韵。《四川省文化和旅游资源普查报告》显示，四川拥有非遗、文物等六大类文化资源305.74万处，地文景观、水域景观等八大类旅游资源24.57万处，均名列全国前茅。

近年来，文化旅游业在推动经济社会发展中的作用也愈发突出，在全省经济格局中的地位不断抬升。四川省文化和旅游厅数据显示，2024年全省接待国内游客总量、游客总花费再创新高，分别达到11.19亿人次、1.76万亿元，对全省经济稳增长的支撑作用明显，完全具备打造成为全省战略性支柱产业的基础和条件。这也是为何省委十二届七次全会要将文化和旅游深度融合发展摆在治蜀兴川更加突出位置的原因。

从两者融合发展的业态模式来看，四川已经积累了丰富的经验，围绕世界级文旅地标打造了包括三星堆—金沙、九寨沟—黄龙等一大批标志性文化旅游业品牌。但文化旅游业深“融”，显然并不仅仅只是开发出“知名业态”。“文旅+百业”“百业+文旅”的背后是万千经营主体的落地实践，可以说文化旅游业深“融”能不能“融”得好，文化旅游业发展能不能实现“强”的目标，关键在于培育经营主体，重点在于壮大经营主体。那么，目前四川文化旅游业经营主体深“融”能力足够支撑产业发展需要吗？哪些因素制约了其实力的提升？

文/唐婉岚

经营主体在中西部地区优势显著

基于资源和政策持续加码，四川文化旅游业经营主体规模日益壮大，对经济增长作出重要贡献。2023年，全省规模以上文化及相关产业增加值2767.7亿元、增长11.7%，占GDP比重达4.51%。

规模稳居西部第一

2023年，四川规模以上文化及相关产业企业（以下简称文化企业）2842家；资产总计突破9000亿元大关，达到9605.9亿元，同比增长19.4%；实现营业收入5069.4亿元，冲破5000亿元大关，三项指标均稳居西部第一。



美丽的黄龙景区。

盈利能力全国第三

2023年，四川接待国内游客10.5亿人次，实现国内旅游总花费1.3万亿元，均居全国第一；文化企业实现利润总额648.7亿元，比上年增长17.6%；企业利润率连续多年高于全国平均水平（见图），2023年利润率达到12.8%，居全国第三位，比全国平均水平高3.6个百分点。

图 2019—2023年四川与全国规模以上文化及相关产业企业利润率走势情况



创新能力居中西部首位

2023年，四川文化企业研究与试验发展（R&D）经费157.2亿元，较上年增长8.6%，投入强度居全国第六位、中西部首位；新产品开发项目948个，增长19.5%，四川文化旅游业企业市场竞争力进一步增强。

对比先进省份发展差距明显

有基础但实力不强

2023年，四川文化企业数量仅为江苏的24.9%、广东的25.0%，也低于浙江、山东、福建；企业资产总计仅为江苏、广东两省的1/3；从企业营业收入看，浙江是四川的3.1倍，广东则是四川的4.4倍；企业利润总额不足浙江、广东的三成（见表1）。

有创新但转化不足

2023年，全省文化企业R&D经费为79.2亿元，远不及广东379.0亿元、江苏206.2亿元、浙江191.0亿元；从投入强度看，四川为1.56%，居全国第五位；发明专利方面，广东一骑绝尘，数量是四川近十倍，江苏、山东、浙江都高于四川（见表2）。

有发展但结构不优

从区域构成看，“一城独大”现象突出，成都以全省三成的企业数量，撑起全省近六成的营业收入，核心行业

表1 2023年部分省份规模以上文化及相关产业企业主要经营指标情况

地区	年末企业数量(家)	资产总计(亿元)	营业收入(亿元)	利润总额(亿元)
江苏	11417	30106.7	13700.0	858.3
浙江	6263	21308.7	15727.8	2256.2
福建	3471	3992.9	5548.7	349.1
山东	3703	7951.0	7670.7	249.6
河南	2579	2897.9	2000.8	84.6
广东	11345	28676.1	22391.9	2169.7
四川	2842	9605.9	5069.4	648.7
陕西	1589	3298.1	1178.2	50.5

表2 2023年部分省份规模以上文化及相关产业企业创新情况

地区	R&D经费(亿元)	研发投入强度(%)	发明专利(件)	有效发明专利(件)
江苏	206.2	1.51	6271	21927
浙江	191.0	1.21	4679	12430
福建	49.9	0.90	1104	4946
山东	81.3	1.06	2457	9434
河南	22.0	1.10	327	2099
广东	379.0	1.69	18852	72987
四川	79.2	1.56	1971	7880
陕西	9.0	0.77	492	2759

和新兴业态主要集中在成都，而东部省份总体呈现各地相对均衡水平。从企业结构看，四川文化旅游业龙头企业稀缺、核心带动力不足，中小企业呈现“小、散、弱”特征，抗风险能力、市场竞争力都不够强，反观东部省份更趋“大企业顶天立地、中小企业铺天盖地”状态。

（全文见《四川省情》2025年第08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。

破解赛事经济“流量转化”之难

■文/安江丽 周渝岚 余霞 孟凡云

近年来，四川积极推动“壮大赛事经济、发展户外产业、推动体育制造、打造健康电竞”，四川省体育局公开数据显示，2024年四川举办国际国内赛事近90场次，带动体育相关消费达450亿元。然而，全省体育赛事经济仍面临本土赛事影响有限、企业综合实力不强、赛产联动不充分等问题，亟须挖掘资源优势，利用赛事“流量”转化为经济“增量”。

体育赛事经济“火了”

赛事活动量质齐升，地方赛事比较活跃

赛事活动增长较快。2024年，全省举办县级以上各类体育赛事活动超1.5万场次，较上年增加一倍，近三年年均增长51.9%。赛事能级不断提升。2024年，全省举办的国际重大赛事与全国赛事近90场次，其中国际重大赛事占31.8%。地方赛事比较活跃。成都形成“（次）头部—四大核心系列赛—区县特色”的金字塔赛事体系；甘孜、雅安等地形成以户外运动为代表的品牌赛事活动。

赛事组织扩容提速，发展动能不断增强

根据第五次全国经济普查（以下简称五经普）数据，从法人单位数看，2023年末，全省体育竞赛组织企业法人单位849个，占体育行业的18.0%。从营业收入看，总计21.6亿元，占体育行业的24.0%，凸显赛事组织的创收能力在行业中具有相对优势。从从业人员期末人数看，共计0.6万人，占体育行业的18.2%，仅次于健身休闲活动企业法人单位。从市场主体看，全省拥有成都蓉城足球、AG电竞等知名俱乐部，以四川体产赛事管理公司、宜宾首创文化为代表的企业已具备较强赛事运营能力。

场地矩阵多维覆盖，赛事承载潜能激活

群众性赛事场地多元丰富。截至2024年底，全省共有296个体育场馆开放共享，开放数量居全国第一；累计建成各类体育公园179个，为举办群众性体育赛事活动提供支撑。职业性赛事场地初具规模。全省万人以上场馆21个（含建设中），分布在成都、绵阳等15个市（州），多地具备开展大型综合性体育赛事基础。

要素保障夯基赋能，引领赛事聚势增效

拥有健全的运动员培育体系。截至2024年底，全省拥有国家级高水平后备人才基地40个，省级高水平后备人才基地72个。拥有多维度的经费保障体系。省体育局等多部门每年利用中央体彩公益金和政府性基金预算，安排省级体育发展专项资金，加大设施建设和赛事活动补助；同时对赛事商业开发产生的支出给予税收优惠，并对各市（州）设立体育赛事活动专项资金有明确要求。

创新融合消费模式，赛事经济纬度拓展

打造各类赛事消费空间。依托体育旅游示范基地，推动“赛事+旅游”深度融合，截至2024年，全省已有14项赛事获评国家体育旅游精品赛事。完善体育场馆商业配套，推动“赛事+商业”深度融合，全省已认定四星、五星级体育服务综合体43个。开展各类赛事消费活动。策划“体育旅游休闲消费季”，开展研学游、音乐节等赛事配套体验活动；开展衍生品销售、赛事专项消费券发放等赛事配套促销活动。

赛事经济的“转化之难”

本土赛事活动优势不明显，品牌影响力较小

省级自主赛事专业化程度不够。省级层面除以“贡



拓展赛事经济能量要创新融合消费模式，打造各类赛事消费空间。图为2025年第12届世界运动会运动员村的纪念品销售区。

嘎杯”为代表的选拔性赛事和以“巴蜀雄起杯”为代表的群众性赛事外，缺乏如“苏超联赛”般专业水平高和可持续商业运作的成熟职业赛事体系。市级自主赛事特色化程度不够。全省除资阳外，其他市（州）至少拥有一项年度或周期性的、官方明确作为品牌打造的自主赛事，但其中11个市（州）有且仅有“马拉松”。其他基于地理文化打造的特色赛事，面临相邻省份替代性竞争的潜在风险。

赛事组织发展水平有限，产业链结构不优

处于产业链高价值环节的赛事组织规模小、实力弱。根据五经普数据，全省体育竞赛组织企业法人单位户均利润不足20万元。价值环节决定税收落位，赛事直接经济贡献较低。全省商业价值较高的国际赛事以引进承办为主，税收易流失（省外赛事税款均在注册地缴纳，境外赛事税款通常在活动前已由主办方代扣代缴）。大量赛事相关主体集中在利润微薄的门票代理（营收约占产业链3%—8%）、安保服务（<3%）等下游环节，难以分享赛事IP带来的红利。

场馆升级改造意愿不高，新技术应用能力偏弱

场馆升级改造成本较高，回报率较低。全省21座万人以上场馆（含建设中），11座建成于十年前（含6座2005年前建成），设施设备老旧，对品牌赛事吸引力不高，长期处于低效益状态，并反向影响投入改造的积极性。新技术应用和开发能力不足。许多新技术在赛事应用中处于初级阶段，与实际需求未实现紧密结合，缺乏足够的专业人才和有效的应用模式。

（全文见《四川省情》2025年第08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。



幸福古村保留了古朴的传统村落风貌。

田园遇上流量，四川农文旅如何破壁？

文/本刊记者 戚军凯

当清晨的阳光洒向眉山市丹棱县幸福古村龚家大院，主人一家已开始为自家民宿和农家乐准备食材。不远处的石磨豆坊里，第一批游客正挽袖推磨。半山腰的果园中，家长带着孩子采摘李子……一个个幸福场景，拼成了古村的秀美画卷，而众多“幸福古村”的交融，则绘就了四川农文旅融合共生的图景。

从成都平原到川西高原，从水果采摘到民俗体验，四川农文旅融合已实现全领域、全空间覆盖，从零星“盆景”蜕变为全域“风景”，一些成功的案例也为我们提供了借鉴样本。然而，蓬勃发展的同时，四川农文旅也面临困惑与难题，需

要在探索中不断成长。

一个成功的农文旅项目需要什么？

近年来，四川积极促进农文旅融合发展，打造了许多项目，成功案例不少，失败者也非少数。那么，农文旅融合发展的关键影响因素是什么？

农业是基础

“农业肯定是基础，”宜宾市高县农业农村局工作人员谈及农文旅融合时强调。他以今年意外走红的高县庆岭镇油菜花为例：“正因建设了粮油现代农业园区，才有如此壮观的油菜花景。”在成功案例中，农业的作用几乎无处不在。例如，

宜宾市李庄镇安石村依托5万亩酿酒专用粮基地，将稻田景观化设计为“大地艺术区”——秋收时节稻浪翻滚，游客可参与收割、脱粒；村内200亩稻鱼共生系统，则让“渔先生”稻花鱼成为餐饮IP，吸引食客专程驱车前往。幸福古村在打造时也特意保留了原始农田风貌，“地还是按村民原来的方式耕种，游客看的正是这种真实的农村面貌，”古村工作人员表示。

农业为旅游提供基础，旅游也赋能农业、富裕农民。安石村和幸福古村原本农产品销路有限，发展文旅后，不仅本村农产品供不应求，还带动了周边村庄销售。高县农民

在油菜花观赏季售卖饮料、小吃的收入，甚至超过一年务农所得。

文化铸灵魂

在青神县文广旅局副局长程晓云看来，独特的文化是农文旅融合的灵魂。国家级非物质文化遗产青神竹编技艺，是青神县竹旅融合的独特优势，“青神竹编”这张“文化名片”已享誉海内外。其他成功案例中，文化的印记同样鲜明：独特的“抗战文化”令李庄名扬天下，梁思成、林徽因等大师的足迹成为其最佳名片；始建于明代、拥有400多年历史的幸福古村，依山而建，临溪而立，土墙青瓦的川西民居院落散布其间，屋檐下成串的玉米辣椒、院角的柴堆石磨，让游客沉浸于农耕文化与乡愁记忆；安石村作为川南传统农耕村落，在充分保留自然肌理前提下，邀请建筑大师进行美学设计，以建筑之美点亮村庄桃源般的景致和独特文化。

有文化，还需“活化”。李庄梁思成旧居内，全息投影重现他伏案绘制《中国建筑史》的场景，油灯下的手稿投影与窗外长江涛声交织，引人驻足沉思；青神竹编在匠人创新下持续发展，其作品以新、奇、特、绝的神韵“艺甲天下”，已成为眉山名片、青神文化符号及新农村发展支柱产业；安石村的农产品经文创包装“身价倍增”，一斤稻米可卖至10元……

交通是“输血管”

交通是农文旅项目的“输血管”，区位优势直接决定客流规模与消费深度。“屏山县也有大面积油菜花田，春节前即可盛开，是川南最早的油菜花海，但离客源地太远，”宜

宾某文旅从业者道出部分优质资源热度不高的原因。反观成功案例，大多距离客源地近、交通便捷：李庄距宜宾城区仅19公里，坐拥长江水道与陆路枢纽双重便利；安石村距李庄古镇7公里、宜宾城区20公里，宜长旅游公路穿村而过；幸福古村距成都车程仅一个半小时……

资金决定品质

缺乏充足资金投入，再好的资源禀赋与创意构想终成“空中楼阁”。农文旅项目的成功绝非仅凭情怀驱动，需真金白银的持续投入——资金投入量直接制约项目定位与品质。李庄古镇文旅融合发展项目（一期）概算投资达6亿元，幸福古村和安石村整体打造资金均超亿元，青神县国际竹艺城景区（含多个项目）打造成本更高达32亿元。高投入源于发展农文旅所需繁多：规划设计、房屋改造、土地流转、道路拓宽硬化、住宿餐饮卫生等设施配置、运营人员、宣传推

广……非村镇自身可承受，都要依靠地方政府大力支持。

（全文见《四川省情》2025年第08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。



安石村的农产品经过文创包装身价倍增。

让四川红色旅游，长“红”

文/罗眉

习近平总书记高度重视红色资源的保护传承工作，多次强调要“用好红色资源，赓续红色血脉”。四川是红色资源大省，近年来依托丰富的红色资源优势，四川扎实推进红色旅游发展，实现红色基因传承与文旅融合协同推进，为文化强省旅游强省建设注入了新动能。四川省委十二届七次全会明确提出要“推动红色旅游提质升级”，目前，四川红色旅游正从“资源依赖”向“创新驱动”转变，落实全会部署，精准发力至关重要。

“川”越百年：这些红色家底够硬

数量多、分布广。四川红色资源规模庞大，覆盖全省21个市（州）的183个县（市、区）。据四川省委党史研究室普查数据，截至2023年底，全省共有红色遗址10805处，包括重要历史事件、重要机构旧址、重要党史人物活动地等3730处，革命领导人故居145处，烈士墓183处，一般红色资源6747处。四川省文物局2024年数据显示，全省拥有不可移动革命文物1932处，备案革命类博物馆纪念馆132家，馆藏可移动革命文物总量达5万余件/套。庞大的红色遗存为红色旅游提供了坚实基础。

类型全、体系完整。四川红色资源涵盖党奋斗的各个历史阶段，构建了贯穿“革命—建设—改革”全过程的完整红色场景体系。主要类型包括革命历史遗址群、精神传承场馆、革命精神纪念地，以及融合民族、宗教、生态文化的红色文化载体。

价值高、教育功能突出。四川红色资源蕴含丰富历史价值和革命精神。众多革命遗址完整见证了重大历史事件，例如黄猫垭战斗遗址群完整保存了战斗指挥部、战壕、战地医院等22处遗迹，全面展现了红四方面军反

“六路围攻”的关键战役。全省形成以朱德故居暨朱德铜像纪念馆、邓小平故居等多处全国爱国主义教育示范基地为核心的精神传承矩阵，在革命传统和爱国主义教育方面具有重要地位。目前，全省推出“川陕苏区行”“重走长征路”等红色研学线路，形成“现场教学+情景体验+专题研讨”的立体研学模式。据媒体四川在线相关报道，2023年全省革命博物馆纪念馆、革命旧址等共接待观众3000余万人次。

星火燎原：多年来发展成效显著

红色资源保护加强，产业规模壮大。四川高度重视革命文物和红色资源保护利用，出台了《红色资源保护传承条例》，建立省级红色资源数据库，截至2023年底，实现1932处不可移动革命文物数字化建档，实施分级保护制度，2023年公布首批136个省级红色资源保护名录。长征国家文化公园（四川段）建设扎实推进，太平渡渡口、松潘红军长征纪念碑碑园等20余个重点项目相继完成。红色旅游产业加速迈向高质量发展。

品牌景区增量提质，智慧文旅赋能。巴中川陕苏区王坪景区等6个项目获评全国红色旅游发展典型案例。目前，全省正推进“智游长征”数字平台建设，已上线红色景区信息并逐步扩展覆盖范围。各地革命纪念馆展陈逐步运用裸眼3D、数字全息等新技术，“红色+科技”体验不断丰富，红色文化的传播力和吸引力持续提升。

多业态融合拓展，综合效益显现。四川积极探索“红色+”融合发展模式，红色旅游的带动作用日益凸显。“红色+生态”方面，巴中将川陕苏区石刻标语群与光雾山—诺水河地质公园整合打造红色文化+生态旅游示范带，年接待游客超200万人次；“红色+文化”方



通江县红四方面军总指挥部旧址纪念馆开展的“小小讲解员”活动，孩子们在体验剥玉米。

面，将川剧、扬琴等非遗表演融入红色叙事，创作了《红漫巴山》《彝海结盟》等红色文艺精品；“红色+乡村振兴”方面，红色旅游辐射带动四川革命老区发展特色产业，有效促进了乡村振兴。

红色品牌影响力提升。近年来四川大力实施红色旅游精品战略，打造红色文化IP集群。2020—2023年陆续推出《红漫巴山》《孤军》等红色题材文艺精品，累计获国家级“五个一工程奖”等奖项8项；围绕“长征丰碑”“川陕苏区”“抗震救灾”“脱贫攻坚”等六大主题IP，创新开展全媒体宣传推广，通过主流媒体和新媒体矩阵的持续推广，四川红色旅游品牌的网络关注度稳步提升。

瓶颈制约：发展仍存诸多短板

红色资源保护与活化利用不足。一是保护机制存在薄弱环节。保护体系尚未形成闭环管理，以梓潼两弹城旧址为例，因2003年产权转让至企业，导致文物保护部门难以实施有效监管，修缮需跨越多级审批程序，文物损毁风险持续加剧。专业保护力量配置严重失衡，以巴中市某县为例，仅10人的文物保护中心需承担785处文物管理任务，涵盖古遗址、古建筑、近现代史迹等多元类型，人员超负荷运转。更需关注的是，全省红色资源保护名录尚未实现全域覆盖，部分革命遗址因未定级或权属不清，面临自然损毁或人为破坏双重威胁。二是活化利用不足。多数场馆仍沿用传统“图片+橱窗”静态展陈模式，数字化应用率不足。川陕革命根据地博物馆虽已进行数字

化改造，但沉浸式场景占比仍低于国内先进场馆平均水平，游客平均停留时间仅1.5小时，未能充分释放红色文化吸引力。部分景区主题重复，如“干馆一面”的红军标语园与故居陈列，难以形成差异化吸引力。

（全文见《四川省情》2025年第08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。

文旅融合背景下，生态康养如何拓展更多可能？

文/本刊记者 贾翔

当盛夏骄阳炙烤着城市柏油路面，人们纷纷“躲进”层层翠绿掩映的山涧，在森林中来一场晨跑，大口呼吸着富含负氧离子的清新空气；当冬季的寒潮来袭，南迁的候鸟族“飞入”温暖的阳光小城，温泉水舒缓了紧绷的肌肉和神经……在亲近自然、有益身心的舒适环境中度个长假，已成为生态康养旅游的标准范式。

四川辖区面积广阔、地形地貌多样，丰富的自然环境资源是发展生态康养旅游的先天优势；同时四川是人口大省，老龄化程度深，生态康养市场巨大。从供给与需求两端审视，四川发展生态康养旅游产业既有坚实基础，又前景广阔。

生态康养旅游产业涉及住、食、医、运动等多个方面，多个产业的交叉融合发展，让其在近年来快速迭代升级。当前，四川生态康养旅游产业发展需关注哪些重点？文旅融合背景下，如何与文化串联让生态康养旅游产业拓展出更广阔的发展空间？



曾家山荣乐养生谷的温泉浴场。 摄影/贾翔

平衡好保护与开发 让资源优势“长青”

发展生态康养旅游，首重优质的生态环境资源，四川在这方面优势突出。社会科学文献出版社出版的《康养蓝皮书：中国康养产业发展报告(2024—2025)》中，攀枝花、雅安与广元一同进入全国康养

可持续发展能力20强市榜单，助推四川成为全国上榜城市最多的省份。

上榜城市各处一方，代表了四川适宜发展康养旅游的几大标志性生态资源：以69.42%的森林覆盖率位居全省第一的雅安，依托大熊猫、珙桐林等资源，打响了“大熊猫国家公园+森林康养”“长江上游水源涵养区+生态疗愈”等特色IP。

攀枝花则以阳光为主打，用年均气温20℃，年日照2700小时的气候优势，吸引了运动员冬训和老年人冬春疗养，“米易过冬”成为许多人的共同选择。

中国老年保健协会等多家机构联合发布的《中国康养产业消费趋势报告(2025)》显示，康养用户主要分布在地级以上城市，占比达85.4%；65.1%的游客认为四川、云南这样气候宜人的西南地区是期待进行康养的目的地，占比最高。分析康养旅游人群的出发地和目的地，可以这样理解，当代都市人群对生态康养的热衷，本质上是对“城市病”的集体疗愈：人们在钢筋水泥的城市中，向往一片绿意盎然的自然净土。

这种需求催生了全国闻名的以滇池、莫干山为代表的产业带，却也暗藏过度开发的生态危机。这方面已经有了让人警醒的例子，2021年前后滇池过度开发现象突出，当地长腰山90%以上区域挤满了密密麻麻的楼房，整个山体被钢筋水泥包裹得严严实实，基本丧失了生态涵养功能。显然，这样的环境并不能给游客带来持久的吸引力。

实践表明，生态康养旅游产业是“绿水青山就是金山银山”的生动诠释——要将资源优势持久转化为产业优势，必须平衡好开发和保护，实现可持续发展。特别是在规划、制度上明确开发的限度。例如，广元市朝天区曾家山旅游度假区（以下简称曾家山）很早就明确了“以水定人”，该地目前水资源供给承载能力在20万—25万人左右，

虽然高峰期已一房难求，但因承载峰值接近上限，景区仍保持“定力”，严格管理用地，并不过度开发。制度的保护有了产业长青的成效，据民宿烟云里负责人介绍，近几年夏季游客的复游率很高，最高时8成以上住户是熟客。

针对不同客群 多种业态“星月同辉”

区别于以短期、即时性消费为主的旅游类型，生态康养旅游，更倾向于在舒适的自然环境中住下来，深度体验，“观光打卡”属性较弱。其包含短中长多种时间跨度，不同的时间跨度，游客对价格的接受度以及相关配套的要求也有差异。例如长期游就比短期游更看重旅游所在地的医疗资源。

对于短期度假游来说适宜承接游客的主体业态就是民宿。游客住下来只是第一步，还要通过对环境营造、健康管理、文化体验等服务的打造，将单纯的住宿需求丰富为深刻的康养体验，所以生态康养旅游需要更为高端的精品民宿。与浙江等高端民宿发展较好的省份相比，四川高端民宿数量较少，这也是目前制约四川生态康养旅游产业发展的短板之一。当然，发展高端民宿需要大量资金，单纯依靠普遍体量较小的民宿业主，难度较大。在市场自发之外，需要一定的政策金融扶持，形成“政策红利+市场活力”的发展合力。例如朝天区就通过出台《朝天区促进旅游民宿高质量发展的奖励扶持办法》《广元市朝天区旅游民宿等级划分及评定办法》等

政策，对新建、改扩建民宿项目分类分档给予补助，对获评国家等级、市级最美民宿的经营主体给予专项奖励。

(全文见《四川省情》2025年第08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。

为什么我们爱逛博物馆了？

文/本刊记者 乔燕艳

自2014年故宫淘宝发布的“雍正：感觉自己萌萌哒”动态图片走红网络，2016年《我在故宫修文物》纪录片引起广泛关注，在《国家宝藏》等系列节目的持续加温下，“文博热”燃烧至今，势头不减。2022—2024年，我国博物馆全年接待观众从5.78亿人次增至14.91亿人次^[1]，文创产品销售收入从13.24亿元增至34.28亿元。

分省来看，2024年四川省内博物馆观众数量为8638万人次，较2022年增长81.5%；文创收入达4.02亿元，较2022年增长2.4倍（见表）。四川博物馆发展整体走在全国前列。

为什么我们爱逛博物馆了？当物质生活达到一定水平，精神食粮的需求日益增强。在各有特色的常设展览基础上，新鲜有趣的临展（特展）、创意丰富的文创产品，共同吸引着人们涌进博物馆。

临展和文创：“文博热”的两大助燃剂

临展：在地化表达成为客流吸铁石

2022—2024年，全国博物馆基本陈列、临时展览数量分别由1.75万个、1.53万个增至1.97万个、2.34万个，临展成为带动博物馆陈列展览发展的主要力量。就四川而言，2022—2024年，全省基本陈列、临展分别由1220个、802个增至1244个、1150个，同样表现出临展发展快于基本陈列的态势。

临展魅力何在？布展灵活，主题突出，通常具有创新性和科技性。

以成都博物馆（以下简称成博）为例，2019年与国际时尚品牌宝格丽跨界合作举办“灵蛇传奇”艺术展，通过古代文物和现代艺术品呈现蛇（龙）在中西文明中的意蕴变化，首次在展厅配设背景音乐、环境香氛，并配备了临展专属文创产品、主题甜品等，吸引了80余万名观众参展。又如2023年“汉字中国——方正之间的中华文明”特展，凝聚20个省（市）41个文博机构200余件珍品，配套举办7场学术讲座/沙龙，以及40余

	2022年	全国排位	2024年	全国排位
博物馆数量（家）	406	3	442	3
国家一二三级博物馆数量（家）	56	8	72	9
藏品数量（万件/套）	491.72	2	611.38	2
从业人员（人）	8852	4	10456	4
专业技术人员数量（人）	2162	9	2883	5
馆舍建筑面积（万平方米）	207.8	6	256.8	4
展厅面积（万平方米）	102.3	4	114.0	4
陈列展览数量（个）	2022	4	2394	5
临时展览（个）	802	5	1150	7
观众数量（万人次）	4758	3	8638	6
免费开放博物馆数量（家）	361	4	395	3
文创收入（亿元）	1.18	3	4.02	4

场主题活动，吸引了超140万人次参观，成为现象级临展，荣获全国博物馆十大陈列展览优胜奖。

成都博物馆（以下简称成博）副馆长黄晓枫表示，“2016年成博新馆开馆并开始推出临展，2017年各重要临展参观人次通常在50万以上，在此之前国内大部分博物馆的临展观展人数在30万左右。‘成博展览季’是我们自2020年开始重点打造的临展品牌，包括‘辉煌成都’‘多彩文明’‘艺术典藏’三个专题，既贴合博物馆自身文物特色，又和城市文化融合共生。希望借此更好地吸引公众的关注，培育公众的观展习惯。”

开馆至今，成博已举办近80个临展，诞生出多个现象级展览，堪称省内博物馆临展“领头羊”。策展人+学术委员会+专业团队，是成博临展高品质的底层架构。从内容设计、空间表达、开放运营，各个环节均有专业保障。但临展之所以吸引人，核心是“内容为王”——贴合本土观众需求，实现展览的在地化表达。

“即使有时引进的展览本身内容表达比较完整，我们也会进行二次创作，让展览更满足在地讲述的需求。”黄晓枫举了一个例子：2018年引进阿富汗国家博物馆珍藏展览时，这一展览已在欧洲等地巡展过，在国内也巡展过两站，但巡到成都时，成博对展览文案进行了重新梳理，

封面·深度 COVER DEPTH 欣欣向“融”

从单纯讲述这批文物的珍宝属性，重构为考古研究下的文化叙事，呈现了古代阿富汗的文明图景以及中国和中亚地区同期的文化交流。观众可以透过文物感知历史，同时也更容易产生共鸣。“临展的在地化表达需要较长的时间沉淀，从确定主题，到开展研究，形成展览文字，再到形式设计、展出落地，往往需要一到三年。”

尽管很难，但实现在地化表达正成为高质量临展的核心理念。如故宫博物院2024年举办“紫禁城与凡尔赛宫：17、18世纪的中法交往”，展示中学西传和西学东渐相辅相成。

文创：营收翻倍增长下走向IP化

博物馆文创产品的火爆，一是由于到馆人数的增长，二是由于文创产品自带的吸引力。2016年《关于推动文化文物单位文化创意产品开发若干意见的通知》及2017年《关于公布全国博物馆文化创意产品开发试点单位名单的通知》出台后，设立全资子公司、实现事企分离成为国有博物馆促进文创产品开发的主流模式，文创收入不断攀升。2022—2024年，四川博物馆文创收入从1.18亿元增至4.02亿元，成博、四川博物院、三星堆博物馆均是其中佼佼者。

博物馆文创吸引力何在？将文物日常化，满足了消费者的精神需求和社交需求。

自家冰箱上飞舞着一只“太阳神鸟”，办公桌上镇守着一排神兽石犀盲盒摆件，忙碌中撇一眼，便为繁杂的日常生活提供了一个抽离瞬间，仿佛置身于遥远而幽静的历史之中，是一种短而有力的精神慰藉。再有人来夸句好看，聊聊旅游，话题这不就展开了。

2024年，成博文创销售达5000万元以上。黄晓枫表示，博物馆文创怎么做还是要由对藏品和文化更了解的博物馆自身人员主导，联合企业进行文化创意，按市场规律进行运营。

“这礼是成都”是由成博举办的一个文创大赛，已举办五届，设计主题围绕成博文物和成都文化展开，聚焦各大高校以及关注博物馆的社会团体等，每届都产生一批入选成博文创资源库的设计，到2024年已有6000多件产品入库。一条产学研一体，将博物馆、高校和市场三方需求有效结合的文创产品孵化机制就这样良好地运转起来。成博每年上新文创产品从2022年的百余款快速增长至近2000款，保证有6000款在售，并实行文创产品销

售未位淘汰制。那么，究竟什么样的文创产品受欢迎？

“其实还是要实用性，让藏品和传统文化重新走进现代人的生活中，让博物馆的文物和文化赋能当代生活。”黄晓枫说。虽然与文具、台灯等产品属性相比，当下毛绒玩具、冰箱贴等能寄托年轻观众情感表达、成为心灵抚慰的文化消费诉求凸显，但它本质还是实用性，只是从生活实用性走到了情感实用性。

（全文见《四川省情》2025年第08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。

[1] 本文数据来源于国家文物局《中国博物馆事业发展报告》，该报告涉及年份为2022—2024年。

下半年经济前行，需答好四个问题

文/中国银行研究院中国经济金融研究课题组

2025年上半年，面对急剧变化的外部环境，我国加紧实施更加积极有为的逆周期调控政策，内需表现较为稳定，出口好于预期，工业生产较快增长，经济总体平稳运行，GDP同比增长5.3%。其中，受外部冲击、房地产市场再度转弱等因素影响，二季度经济景气度有所回落。展望下半年，经济运行面临的不确定性、不稳定性因素仍然较多，下半年全国经济行稳致远需关注四大问题。

问题一：消费加快增长的趋势能否延续？

下半年，消费增长支撑主要来自政策进一步加码显效以及服务消费潜力的释放。

第一，多地发布提振消费专项行动方案，促消费政策加码、落地将成为消费恢复的重要推动力。3月《提振消费专项行动方案》出台，围绕提升消费能力、释放消费意愿、优化消费环境、解决消费堵点等方面提出了一系列力度大、覆盖广的举措。二季度以来，北京、上海、成都等多地先后发布提振消费专项行动方案，全面推动消费扩量提质增效。

第二，服务消费潜力有望持续释放。随着居民生活水平的提升，服务消费进入快速增长阶段。2013—2024年，我国居民人均服务性消费支出从0.5万元提升至1.3万元。在人口老龄化趋势下养老服务、医疗健康等需求明显增加，以及年轻消费者对骑行、露营、滑雪等新场景消费体验的热情增强，均成为服务消费增长的新动能。在此背景下，政策的进一步加码有望打通服务消费堵点，助力服务消费潜力进一步释放。4月，中共中央政治局会议明确指要“大力发展服务消费”。5月，中国人民银行设立服务消费与养老再贷款，激励引导金融机构加大对住宿餐饮、文体娱乐、教育等服务消费重点领域和养老产业的金融支持。2025年一季度，居

民人均服务性消费支出占人均消费支出的比重为43.4%，较上年同期提升0.1个百分点，预计未来该比重有望持续提升。

但未来消费增长仍面临一些制约因素。在消费中占比较大的汽车消费增长面临压力。5月，比亚迪宣布对王朝、海洋系列的22款主力车型降价，特斯拉、吉利、奇瑞等众多品牌密集跟进，形成新一轮降价浪潮，或将提高消费者观望情绪。同时，部分地区消费品以旧换新政策补贴资金变动或对政策效果带来扰动，叠加2024年三季度起家电消费增速基数抬升，预计下半年家电消费增速或将放缓。此外，居民收入与就业、消费信心和消费意愿有待进一步提升。综合预计三季度社会消费品零售总额增长5.5%左右，全年增长5.0%左右。

问题二：房地产投资降幅能否收窄？

为应对二季度以来的房地产市场持续下行及其伴随的风险，6月13日国务院常务会议明确提出“要对全国房地产已供土地和在建项目进行摸底，进一步优化现有政策，提升政策实施的系统性有效性，多管齐下稳定预期、激活需求、优化供给、化解风险，更大力度推动房地产市场止跌回稳”。预计下半年更多增量房地产支持政策有望出台，例如，优化土地和商品房收储、扩大城中村危旧房改造规模、加强购房支持力度等。

但需要注意的是，尽管政策有止跌回稳的决心，但也面临政策空间、资金来源等现实约束。例如，销售端降低贷款利率、降低首付比例、放松限购限贷等刺激政策不仅空间有限，效果也在逐步减弱。此外，房地产开发投资改善还面临诸多制约因素。一方面，销售走弱情况下，库存依然高企，房企将延续“以销定投”思路，这将不利于下半年房地产开发投资企稳。2025年1—5月商品房待售面积累计同比增长4.2%，虽然增速较上年同期（15.8%）和上年全年（10.6%）有所放缓，但库存仍在持续积累。另一方面，下半年房企偿债压力依然较大，若销售持续疲弱，房企风险可能加快暴露，不仅将制约投资，还将对市场信心造成打击，对市场恢复造成扰动。克而瑞（房地产信息综合服务商）数据显示，2025年全国房企境内外债务到期规模高达5257亿元，在2024年4828亿元的基础上进一步升高；其中三季度将是偿债高峰，到期规模为1574亿元。综合来看，下半年即使政策进一步加力，市场供求关系也难以发生根本性的变化，房企扩大投资的意愿和能力都较为有限。预计全年房地产开发投资将下降10.8%左右，降幅较上年小幅扩大。

为对冲房地产市场下行及外部冲击，未来政策需加快推进基建项目，基建投资增速有望继续加快，在稳增长中发挥更大作用。截至5月底，新增专项债发行规模约为1.63万亿元，占全年发行总额度的37%左右，下半年剩余的新增专项债发行额度约占60%左右，资金保障充足。此外，在对冲外部冲击和完成“十四五”目标任务等要求下，相关部门提出“力争在6月底完成中央预算内投资项目的全清单下达任务，同时设立新型政策性金融工具，解决项目建设资本金不足问题”^[1]。预计下半年各级政府将加快推动专项债、超长期特别国债等各项资金落地，推进相关项目进度，大型项目对投资的带动作用将持续发挥。叠加下半年基数降低，预计基建投资对投资及经济增长的贡献有望提高。

同时，制造业投资将保持较快增长。一方面，大规模设备更新政策效果持续释放，设备工器具购置投资，以及专用设备、通用设备等相关行业投资均有望继续保持较高增速。另一方面，在消费品以旧换新政策持续、

内需平稳增长等有利因素支撑下，下游消费品行业以及中游制造业投资将保持较快增长。此外，下半年制造业投资增速基数将有所下降。但仍需特别关注未来关税政策变化对出口企业的冲击及其对制造业投资造成的扰动。综合预计2025年前三季度固定资产投资（不含农户）同比增长3.8%左右，全年增长4.0%左右。

（全文见《四川省情》2025年第08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。

本文数据来源：国家统计局、财政部。

[1] 4月28日，国务院新闻办公室就稳就业稳经济推动高质量发展政策措施有关情况举办新闻发布会。

农业要“强”，川种需“振”

文/杜兴端

四川是全国种质资源大省，在第三次全国农作物种质资源普查与收集行动中，四川新收集和征集农作物种质资源9880份，资源数量居全国第一位。与之相对，四川丰富的种质资源优势却尚未有效转化为产业竞争力，需持续提升制种基地建设水平、壮大领军型种业企业，全面提升种业科技创新能力。

种业是农业的“芯片”，是国家战略性、基础性核心产业。2025年中央一号文件提出发展农业新质生产力，“深入实施种业振兴行动”“加快攻克一批突破性品种”。四川作为全国种质资源大省、国家四大育制种基地之一，在全国种业版图中居于重要地位。振兴川种，既是实现农业强省目标的重要保障，也是四川在种业强国建设中担当使命、贡献力量关键举措。

种业发展成效喜人

种质资源保护体系初步形成

种质资源是农业“芯片”中的“芯片”。四川是全国种质资源大省，在第三次全国农作物种质资源普查与收集行动中，四川新收集和征集农作物种质资源9880份，资源数量居全国第一位。畜禽遗传资源极为丰富，截至2023年底，建有国家级畜禽遗传资源保种场10个和国家级畜禽遗传资源保护区1个。凉山黑绵羊等11个畜禽遗传新资源通过国家鉴定，甲着小麦等9个种质资源先后入选全国十大优异种质资源。已建成全国首个省级综合性种质资源中心库，“一库多圃”、覆盖省市县三级的种质资源保护体系初步形成，发掘出一批具有产业化开

发价值的特异性、独占性资源，极大地丰富了作物基因资源，在种质资源保护方面建立起全方位、多层次的科学架构。

育种创新攻关取得重要成果

近年来，四川育种创新水平不断提升，总体研究水平跃入全国先进行列，为保证全省粮油畜禽持续增产增收和现代农业高质量发展提供了核心种源支撑。2023年，四川通过省级审定的主要农作物品种160个；非主要农作物登记品种92个，占全国的3.0%。畜禽育种领域，育成天府肉猪、天府肉鸡、天府农华麻羽鸭、蜀兴1号肉兔、简阳大耳羊等畜禽新品种。水产方面，长吻鮠“川江一号”、乌鳢“玉龙一号”通过国家审定。“川饲1号”则填补了四川省人工饲料专用蚕品种空白。

制种基地建设卓有成效

四川高度重视制种基地建设，目前已建成以川西平原为主的杂交水稻、杂交油菜制种优势区，以攀西地区和盆地丘陵为主的杂交玉米制种优势区，以盆周山区为主的马铃薯良种繁育优势区，制种基地规模化、标准化水平不断提升。在种业园区方面，已建成邛崃天府现代种业园区和三台县国家级现代生猪种业园区两个国家级



种业是农业的“芯片”。图为首批国家级种业园区——邛崃市国家现代农业产业园。

种业园区，有国家级生猪核心育种场10个，国家级肉牛核心育种场2个，国家级羊核心育种场3个，国家级肉鸡核心育种场2个。

种业企业实力逐步提升

四川组建了省种业集团，认定了一批省级优势企业和成长型企业，具备一定竞争力和带动力的龙头企业已见雏形，实际开展经营活动的农作物种业企业数量从2019年的274家增加到2023年的388家，居全国第9位。在农业农村部《关于扶持国家种业阵型企业发展的通知》公布的276家国家种业阵型企业名单中，四川有9家企业入选，其中农作物种业阵型企业2家、畜禽种业阵型企业3家、水产种业阵型企业4家。德康农牧、新希望、铁骑力士等企业已进入全国生猪企业第一方阵。

资源转化困境犹存

种质资源开发利用不足

四川虽为种质资源大省，但资源优势尚未有效转化为产业竞争力。虽然收集和保存了较为丰富的农作物种质资源，但开展深度鉴定、评价和利用的种质资源较少，收集的大部分种质资源尚未得到有效利用。对种质资源缺乏系统精确的表型研究，对资源的鉴定评价多侧重于

产量、抗病抗逆等传统目标性状，缺乏对适应“寡日照”、广适、加工等重要性状的深入评价。种质资源研究不深，关键科学技术还有待突破，对产量、品质、抗性和适应性形成的遗传基础还不够明晰，影响育种应用。此外，各农业科研单位的种质资源保存分散，共享利用程度较低。

（全文见《四川省情》2025年第08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。

四川科技成果转化仍需突破四重关

文/殷洁

近年来，四川瞄准实体经济主战场，坚持以成渝地区区域科技创新中心建设为引领，推进科技创新和科技成果转化，推动科技创新第一动力“打头阵”。2024年全省技术合同成交额达2607.3亿元，比上年增长33.6%，但科技成果转化在资金投入、协同创新、中试验证、科技中介四个方面仍然存在难点堵点，亟待解决。

科技成果转化是连接科技与产业的重要桥梁，中试平台是实现科技成果转化的关键一环。为了解全省科技成果转化和中试平台建设情况，近期，四川省统计局联合四川省教育厅、四川省科技厅，在四川的8个地区、29家单位开展了科技成果转化情况调研。调研结果显示，全省科技成果转化协同创新网络初步构建、中试平台体系快速布局、科技服务中介加速招引、科技政策遍地开花，但科技成果转化在资金投入、协同创新、中试验证、科技中介四个方面仍然存在难点堵点，亟待解决。

科技成果转化成效初显

四川深入开展“双向揭榜挂帅”行动，通过企业找技术、成果找市

场推动“四链”深度融合，截至2025年6月，面向社会共征集需求项目819个，遴选发布榜单3批次、180项，首批拟支持35项。2024年全省技术合同成交额达2607.3亿元，比上年增长33.6%。调研结果显示，29家调研单位2024年开展科技成果转化695项，2025年一季度完成332项，2025年科技成果转化项数有望超过上年。通过成果转化改进或形成新产品、新技术的单位有23家，认为转化效果好和较好的单位分别有6家和19家。全省高度重视科技创新工作，全面推进科技成果转化应用，科技成果转化已进入发展快车道。

协同网络初步构建，为成果转化创优环境。四川大力实施大院大所“聚源兴川”行动，已支持4批

次、93个项目，推动中央在川高校院所重大科技成果加速落地转化，带动人工智能、核技术应用等一大批战略性新兴产业集群发展。调研结果显示，与高校、科研院所、企业开展产学研合作的单位有25家，与产业链上下游企业开展创新合作的单位有20家，牵头或参与组建“创新联合体”的单位有13家。在参与创新联合体的13家单位中，以关键共性技术和产业链补短板为主要攻关方向的分别有10家和9家。

中试体系快速布局，为成果转化筑牢底座。全省推进“1+N”中试研发平台体系建设，组建并实体化运行跨高校院所综合性中试研发平台，聚焦六大优势产业重点领域，已批复组建了智能硬件、无人机、轨道交通、新能源新材料等领域35家省



近年来，四川大力推动科技成果加速落地转化，带动人工智能发展。图为“四川造”智能机器人——“通天晓”。

级中试研发平台，其中概念验证类2家。29家调研单位均自建或参与共建中试平台，其中24家是单位自建。建设总投资53.8亿元，资金主要来源于单位自有资金的有27家。平台核心功能是工艺放大与熟化（小试→中试→量产衔接）、产品性能测试与标准制定的单位，分别有25家、20家。中试平台对外提供中试服务的有26家，2024年对外提供中试服务892项，户均34项。

科技中介加速招引，为成果转化提供服务。截至2025年6月，全省已招引落地17个科技服务机构，建成国省级技术转移机构69家。29家调研单位中，与技术转移转化中介服务机构开展过合作的单位有17

家，合作机构主要为科技咨询和评估机构、技术（知识产权）交易机构、大学或研究机构的技术转移中心；拥有技术经理人等技术转化专业人员的单位有23家，共289人；与外部技术转化专业人员开展过合作的单位有12家；对技术转化人才存在需求的单位有24家，所需技术转化人才类型主要是技术经理人、技术经纪人（技术转移专员），技术评估、市场需求分析师，科技项目全周期管理人员。

科技政策遍地开花，为成果转化加大助力。四川瞄准实体经济主战场，坚持以成渝地区区域科技创新中心建设为引领，推进科技创新和科技成果转化，推动科技创新第

一动力“打头阵”。调研结果显示，29家调研单位均享受了科技成果转化支持政策。其中，享受了“给予资金税收方面支持”“搭建企业与高校院所的对接平台”“开展相关人才培养试点、推进产教融合校企合作”政策的分别有18家、14家、9家。

（全文见《四川省情》2025年第08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。

“内卷”下的快递企业 未来路在何方

文/张淑珍

快递行业作为现代物流体系的关键环节，紧密关联着消费升级和经济增长。近年来，全省快递业务量、业务收入显著增长，市场规模不断扩张。为深入了解全省快递行业竞争现状和发展前景，国家统计局四川调查总队近期在成都、泸州、德阳、南充等市（州）开展了专题调研。调研结果显示：四川快递行业市场规模持续扩大，在带动四川经济增长、创造就业岗位、推动产业协同发展等方面发挥了重要作用，但快递行业价格“内卷”问题日益突出、利润空间被严重压缩、企业经营压力大等问题制约了快递行业高质量发展。

发展现状：规模扩张迅猛，转型初显端倪

快递业务量与收入增长显著

四川作为西部电商核心枢纽，快递行业呈现高速发展态势，业务量居全国前列。据四川省邮政管理局统计，四川快递业务量从2020年的21.5亿件增至2024年的47.4亿件，年均增长21.9%（见图1），业务收入从2020年的223.2亿元增至2024年的379.8亿元，年均增长14.2%（见图2）。2025年上半年四川快递业务量同样保持着较快增长，累计完成24.8亿件，同比增长16.2%；业务收入累计完成191.5亿元，同比增长6.9%。

快递业快速发展，民营企业成为市场主力军

四川省邮政管理局资料显示，截至2024年，全省国有、民营、外资快递业务量占比分别为11.6%、88.3%、0.06%。快递服务主要品牌企业有18家，邮政、顺丰、京东、德邦、菜鸟速递等以直营为主。中通、申通、圆通、韵达、极兔以加盟为主，外资企业有联邦快递、DHL、UPS。菜鸟驿站、多多驿站、兔喜驿站、

妈妈驿站、丰巢主要提供末端服务。

价格是企业最主要的竞争手段

调查发现，价格是当前企业最主要的竞争手段，企业定价机制主要受市场竞争、成本结构和企业发展策略的影响，主要模式包括市场导向定价（低价竞争）、差异化定价（如顺丰、京东物流等高端品牌通过提升时效和服务质量来提高定价）、动态调整机制（如部分企业结合大数据分析，在“双十一”等高峰期临时调价）。另外，

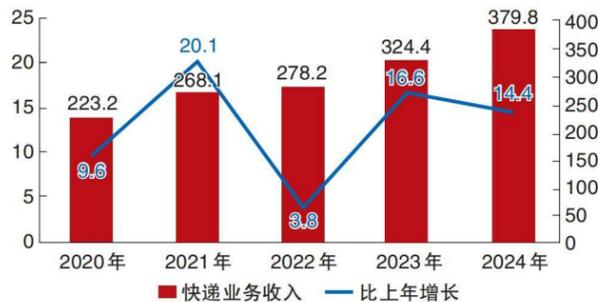
图1 2020—2024年四川快递业务量

单位：亿件，%



图2 2020—2024年四川快递业务收入

单位：亿元，%



企业普遍对于标准件有一个标准的定价，但可根据客户定制化的需求一客一议。

核心挑战：低价内卷与转型瓶颈

低价竞争引发行业“内卷”严重

同质化竞争主导市场。当前快递行业同质化竞争呈现显著的“供给端趋同”特征，企业在服务产品、网络布局、技术应用等核心竞争维度陷入高度同质化陷阱，致使价格成为争夺市场份额的核心工具。同时企业灵活的定价机制，使低价竞争易演变为“内卷式”恶性竞争。电商平台推波助澜。平台通过“包邮区”政策将物流成本转嫁至快递企业，致使电商件客单价走低。如南充某快递公司反映，2024年其客单价由年初的2.0元/件降至1.2元/件，降幅为40.0%。

加盟制模式下考核机制不合理加剧内卷

调查发现，占据主力军地位的民营快递企业均为加盟制，加盟制最大的问题就是管理难，各加盟公司为独立的法人，其营收利润是独立的。部分加盟快递公司，在发展中重利益轻管理，对加盟商设定不合理的业务量指标、通过罚款转移管理责任，例如快件破损、延误、差评等均扣罚网点，引发罚款与派费倒挂的恶性循环，激烈的价格战导致企业利润大幅下降。

快递员工作强度高，收入不稳定保障水平低

劳动强度高。虽然不同区域、不同企业的快递员日均派件量差异较大，从几十件到两百多件不等，但大多数快递员工作时长普遍超过8小时，甚至10小时，超负荷运转成常态。在618、双十一、双十二等电商促销期间，派件量激增，工作时长更长。收入不稳定。由于快递员大部分收入与派件量挂钩，按件计酬模式下收入波动较大。劳务关系不稳定，社保参保率低。快递员与快递公司多以劳务外包的形式签订合同。顺丰、京东等头部企业为快递员购买五险，但中小企业难以做到。此外，快递员群体用工还一定程度存在合同不规范、协议履约兑现难和个人维权难等问题。

自动化水平不高，技术创新不足

智能化已成为快递行业降本提质增效的关键方向，但实际应用中面临多重挑战。自动化成本高。分拣机器人，无人机配送前期投入大，快递企业反映目前这些仅是未来场景，中小快递企业难以承担，同时各平台系统

不互通，导致信息割裂，形成数据孤岛。技术创新与场景适配性不足。部分创新技术在落地时未能充分考量实际应用场景的约束条件，以无人车配送为例，其运行逻辑与现行交通规则、道路环境存在显著磨合障碍，导致事故发生率高不下，难以实现常态化应用。

（全文见《四川省情》2025年第08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：让消费走向“国际范儿”

文/崔绍宇 石峰屹 李林峰

打造高品质国际消费目的地，是四川释放消费潜能，拉动有效需求的重要抓手，也是扩大高水平对外开放，加快融入新发展格局的必要举措。四川具备打造高品质国际消费目的地的良好基础，应充分发挥人口、市场规模和经济腹地优势，以高质量供给引领创造新需求，着力挖掘地方特色消费资源，激发市场消费潜力和活力，持续扩大开放，不断提升国际消费知名度、美誉度和影响力。

什么是国际消费目的地？

目前，理论界对国际消费目的地的概念尚无清晰界定，2021年中共中央、国务院印发的《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》提出“打造富有巴蜀特色的国际消费目的地”，是迄今对“国际消费目的地”这一表述最为权威和官方的应用。笔者认为：国际消费目的地是指在全球消费市场中消费资源高度集聚、消费主导功能显著、消费规模庞大，对国际消费具有较强引领带动作用 and 吸引力的区域，它以国际消费中心城市为核心，并包括周边与其紧密联系的中小城市区域。国际消费目的地普遍具备以下特征：

经济高度发达。经济发展到一定水平，才能催生大规模的商业活动和庞大的消费市场。例如，纽约、巴黎大区、东京湾区等，这些城市的产业体系占据全球产业链的中高端环节，提供了大量高薪岗位，从而造就了具有较强消费能力的群体。同时，强大的经济实力又孕育了成熟的商业环境和完善的市场机制，使得这些区域商业活跃度保持较高水平，特别是商业消费需求与优质消费服务供给相契合，商业活动与消费市场相互促进，为国际消费目的地注入强劲动力。

高能级的服务业。国际消费目的地是经济发展和全球化的产物，更是后工业社会消费功能作为发展驱动力

的重要体现，因此国际消费目的地多为产业结构高度服务化的城市或区域。高能级服务业往往具有较高附加值，不仅体现在直接的消费支出，通过第三产业的集聚发展，将进一步提高生产效率、增加就业人口、提高收入，反哺消费经济的发展。

适宜的人居环境与良好的消费环境。国际消费目的地大量汇集高水平人才以及全球消费者，对宜居环境和消费环境提出更高要求。宜居环境的基础要件包含地理气候适宜、绿色生态以及现代化基础设施。良好的消费环境主要包括更加优越的消费载体、消费场景、消费政策和消费者权益保护等配套。

国际化的商品和服务。国际消费目的地吸引全球商品和服务在本地提供，是一个集聚、整合、配置全球消费资源的大平台，集聚全球顶级消费品供给企业、展示最优最新消费产品及服务、引领最新消费时尚潮流。除此之外，国际消费目的地通常拥有发达的全球物流和供应链管理体系，能够快速高效地处理全球商品的流通和配送，满足大规模的国际商贸交流和人员往来需要。

丰富多元的文化。国际消费目的地不仅提供物质消费层面的商品，更要在文化需求层面发挥创新和引领作用。可以说，文化、艺术的积淀和创新等是能够吸引全球消费者汇聚的重要因素。国际消费目的地通常兼具历史和现代色彩的文化软实力，能够提供多样化消费体验，使不同背景的消费者感受到平等与尊重，从而促进全球优质消费要素的集聚。

走“国际范儿”，四川还差什么

四川资源禀赋优越，历史文化悠久，人文氛围开放包容，省会成都更是将历史名城安逸舒适的慢生活与现代城市勤劳奋进的快节奏毫无违和感地融合在一起，成为国人眼中最不能排外的城市之一，连续15年雄踞“中国



提振消费不仅要国内入手，也要关注国际市场，打造高品质国际消费目的地。图为四川核心商圈——成都春熙路商圈。

最具幸福感城市”榜首。但也必须看到，四川建设国际消费目的地还存在一些短板和不足。

文旅国际吸引力不强

四川对境外游客吸引力不强，2019年^[1]全省实现国际旅游外汇收入20.24亿美元，约为排名第一广东的十分之一，接待入境过夜外国游客313.0万人次，落后于云南、湖北和陕西等中西部省份。作为全省国际消费极核的成都在国际旅游收入和接待入境过夜外国游客数量上也远低于巴黎、伦敦、纽约等国际化消费城市。文化体育消费国际影响力不强，国际化的文艺演出、会展数量偏少，缺乏有国际影响力的文化代表作品和知名文艺工作者，体育文化品牌尚未形成较强影响力。

适应国际消费需求的优质消费品供给不足

四川产业门类齐全，是消费品生产大省，但具备较强国际竞争力的消费品数量少，品牌培育机制和市场化

运作能力不强，品牌建设滞后于消费需求，特色消费品国际化程度不高。比如，四川坐拥中国白酒三大黄金产区中的宜宾和泸州两大产区，拥有五粮液、泸州老窖、剑南春和郎酒等知名白酒品牌，但川酒的海外知名度较低，未能打开国际市场。

（全文见《四川省情》2025年第08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。

[1] 国家统计局目前仅公布了2019年及之前各地区入境旅游数据。



财税体制改革 如何发力统一大市场建设？

文/黄策

中央财经委员会第六次会议明确强调要“健全有利于市场统一的财税体制、统计核算制度和信用体系”。这一论断深刻揭示了财税体制在构建全国统一大市场中的基础性和战略性作用。建设全国统一大市场的核心要义在于打破行政垄断和地方保护，消除市场分割，促进商品和各类生产要素在更大范围内自由有序流动，从而激发市场活力，

畅通国民经济循环，实现经济高质量发展。

现行财税体制面临哪些挑战？

地方保护主义与市场分割

地方保护主义和市场分割是阻碍全国统一大市场建设的顽疾，而财税体制中一些固有问题往往为其滋生提供了温床。

首先，各地税收优惠政策的差

异及由此形成的“税收洼地”现象，是地方政府间不当竞争的突出表现。一些地方政府为吸引投资和企业落户，违规出台带有地方保护色彩的“小政策”，通过营造“税收洼地”和违规进行税收返还等方式进行不正当竞争。这种“变相税收优惠”行为严重扰乱了正常的市场秩序，导致不同地区企业面临不平等的税负，扭曲了公平竞争环境，削弱了税收作为宏观调控工具的有效性，阻碍了统一大市场的形成。尽管中央政府明确要求严格管控区域性税收减免，强调必须通过法律法规加以规范，但在实际操作中，这些优惠政策的清理整顿仍然面临诸多障碍，尚未满足统一大市场建设的根本要求。

其次，各地财税政策差异直接导致了要素流动壁垒。由于各地税费水平、补贴政策乃至行政审批流程存在差异，商品、服务以及劳动力、土地、资本、数据等生产要素的自由流动受到阻碍。例如，企业跨省办理涉税事项时面临“既跑腿、又费心”的困境，这不仅增加了企业的运营成本，也限制了企业在全国范围内的扩张和资源配置。从本质上看，这种地方财政竞争反映出地方政府在追求自身经济增长目标时未能与全国统一大市场的战略目标保持一致。这种不一致导致地方财政激励与国家统一市场目标出现根本错位。在财政收入和吸引投资的双重压力下，地方政府往往优先考虑本地利益，通过扭曲性的政策制造人为竞争优势，最终损害了全国范围的公平竞争和资源配置效率。

中央与地方财政关系存在结构性矛盾

中央与地方财政关系中的结构性矛盾，是导致地方保护主义和市场分割的深层原因，也是健全市场统一财税体制面临的核心挑战。

首先是事权与财力不匹配的问题。当前，地方政府承担着大量面向基层、量大面广的公共服务和管理职责（如教育、医疗、社会保障、城乡社区事务等），但其自主财力相对有限，且不同地区间财力水平差异巨大，导致许多地方财政收支长期处于紧平衡状态，甚至在完成基本运转和上级下达的任务后，缺乏足够资金用于本地经济发展和创新。这种财力与事权的不对称迫使地方政府不得不寻找额外收入来源，增加了其采取非市场化手段（如前述税收优惠竞争）弥补财政缺口的动机。

其次，地方政府债务问题是财力不足的直接后果。为弥补财政缺口、拉动经济发展，不少地方过度举债，隐性债务无序扩张已成为不容忽视的风险点。地方隐性债务的累积不仅带来潜在金融风险，更产生了“挤出效应”，抑制民营企业的融资可得性和研发投入，削弱了微观主体的创新活力和市场竞争能力。当地方政府缺乏充足且稳定的财政收入时，往往倾向于举债，甚至通过扭曲市场的政策来增加收入，这些举措往往又进一步阻碍了地方正常收入的增长。

有利于市场统一的财税体制如何发力？

为有效应对上述挑战，党的二

十届三中全会明确了健全有利于市场统一的财税体制的政策方向和具体举措。这些措施旨在通过系统性改革，从根本上重塑中央与地方的财政关系，优化税制结构，提升税收征管效能。

深化预算制度改革

健全预算制度是财税体制改革的重要基石。改革的目的是实现所有政府相关收入的全面预算化，即将通过行政权力、政府信用以及国有资源和资产获得的各项收入全部纳入预算管理。通过统一预算分配权，能够显著提高预算管理的统一性和规范性，完善预算公开和监督制度。

对预算分配权的统一意味着减少地方政府利用预算外资金和“小金库”进行操作的空间。以往，这些不透明的财政资金常被用于支持地方保护主义措施或从事非市场化竞争。通过将所有政府收入统一纳入预算管理，可确保公共资金分配更加透明规范，并与国家整体战略目标保持一致，有助于促进全国范围内资源的有效配置，减少地方财政不透明导致的市场扭曲，为统一大市场建设提供坚实的财政基础。此外，随着零基预算改革的深化和权责发生制政府综合财务报告制度的完善，财政管理的精细化水平和透明度也将进一步提升。

优化税收制度结构

全面落实税收法定原则，规范税收优惠政策。要严格管控区域性的税收减免，必须通过相应的法律法规对各类优惠政策进行规范。通过清理和整顿不合理的税收优惠政策，可以有效消除地方政府为吸引

投资所造成的“税收洼地”现象，营造平等、公平的市场竞争环境。当税收政策在全国范围内趋于统一和规范时，企业将更多依据市场效率和比较优势进行投资决策，而不再受制于地方税收激励。

（全文见《四川省情》2025年第08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。



农业技术是新质生产力赋能农业领域的核心要素。

新质生产力 何以赋能农业绿色发展？

文/姚增福 陈翠

2025年中央一号文件提出：“以科技创新引领先进生产要素集聚，因地制宜发展农业新质生产力”。农业技术是新质生产力在农业领域的核心要素，是赋能农业绿色发展、突破发展瓶颈的关键所在。本文立足于农业农村现代化的战略要求，深入阐述农业新质生产力与农业绿色发展的内在联系，剖析其现实挑战，进而探寻农业新质生产力驱动农业绿色发展的现实路径。

农业新质生产力何以赋能

技术创新：新型农业技术驱动资源集约化与生态低碳化

数字技术赋能精准管理，优化资源时空配置。农业新质生产力通过数字技术，构建“感知—分析—决策—执行”的闭环管理系统，如物联网、大数据、区块链的深度应用，实现对农业生产全流程的精准控制与资源的高效调配。数字技术

赋能的关键在于以数据驱动替代经验驱动，通过时空维度的动态优化，破解传统农业粗放管理导致的资源浪费与生态负担。

绿色技术替代高能耗生产环节，降低碳排放强度。农业新质生产力的关键在于农业机械与能源系统的绿色化改造，传统农业机械主要依赖柴油驱动，尾气排放与能源消耗问题突出，而如今无人农机的使用能够减少空转，降低单位面积作业

热点透视 FOCUS

能耗，减少碳排放。

构建体系：制度创新构建农业绿色转型保障体系

建立生态补偿机制，平衡保护与发展利益再分配。构建“谁保护、谁受益”的补偿机制，设立专项农业生态补偿基金，依据区域生态功能定位，如水源涵养区、生物多样性保护区，差异化分配资金，探索跨区域流域生态补偿协议，鼓励企业通过“碳汇认购”“认养农田”等模式参与补偿。

实行绿色认证与市场监管，规范市场秩序与价值实现。一方面，制定覆盖生产、加工、流通全链条的绿色认证指标，如碳排放强度、化肥减量比例。另一方面，可以利用区块链技术记录农药使用、资源消耗等数据并上链存证，使追溯体系更加透明化，提升绿色农产品溢价。

优化模式：组织模式优化加速绿色技术规模化渗透

实施规模化经营，降低技术边际成本。家庭农场、合作社等新型经营主体通过土地流转整合零散耕地，形成规模化应用场景，摊薄绿色技术初始投入成本。例如，山东寿光家庭农场引入智能温室技术，通过“农场+农户”代管模式，使周边农户大棚能耗降低25%。可见，规模化经营不仅能提升技术应用经济性，更通过示范效应加速技术扩散。

激发动力：市场机制激活农业生态价值内生动力

通过标准化认证与品牌建设，将生态价值嵌入农产品价格形成机制。例如可以将GEP（生态系统生产总值）核算结果纳入绿色认证标签，量化产品生态贡献。其次，开发高附加

值生态产品，推动农业从“产量导向”向“价值导向”升级。最后，建立消费端普惠机制，联动生产与消费绿色循环，消费侧激励机制通过需求端拉动生态产品市场扩容。

技术、资金等现实挑战待破解

农业新质生产力既是驱动农业高质量发展的战略支点，也是农业现代化进程中的必由路径。尽管我国农业绿色转型已取得阶段性突破，但技术转化瓶颈、资源环境约束等现实挑战仍待系统性破解。

技术储备不足

农业新质生产力的技术应用高度依赖数字化基础设施与智能装备，但当前农村地区存在显著短板。一方面，物联网、5G基站等数字化设施覆盖率低，数据采集与传输效率受限；另一方面，智能农机、精准灌溉系统等装备购置成本高昂，小农户难以承担。此外，跨部门数据共享机制缺失导致“数据孤岛”，阻碍技术集成应用。

利益联结松散

新型经营主体与小农户间缺乏紧密的利益共享机制，导致技术推广“最后一公里”梗阻。然而，小农户是我国农业生产的主体部分，他们在获取专业农业知识、绿色农业技术推广应用上具有明显劣势，导致绿色理念缺乏、生产方式难以优化，资源难以得到有效利用。此外，在合作社与农户的土地托管协议中，存在着收益分配比例不合理，农户参与意愿不足的问题。同时，第三方社会化服务组织专业化水平低，绿色技术推广依赖传统农技站，服务内容碎片化。

（全文见《四川省情》2025年第08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。

夯实县域民营经济“底座”

文/晏常丽 李太后

作为拥有183个县(市、区)、数量居全国第一的省份,四川高度重视县域民营经济发展,出台了系列支持政策,开展了县域民营经济改革试点,多措并举促进县域民营经济发展壮大。

从改革试点的4个县(区)——自贡市沿滩区、达州市大竹县、宜宾市翠屏区、泸州市合江县,调研情况看,当前四川县域民营经济发展总体态势良好,但仍面临市场环境更严峻、县域龙头企业不足、发展质效不高、要素保障不够和营商环境需优等困难问题,亟待探索更多路径举措,促进四川县域民营经济发展壮大。

从试点县域看发展态势

民营经济总量较快增长。民营经济增加值是衡量县域民营经济发展状况的核心指标。四川全省民营经济保持较快增长,2023年和2024年民营经济增加值分别实现34487.9亿元和36461.1亿元,较上年分别增长5.5%和6.0%,占GDP的比重均超半数。试点两年多以来,2023年和2024年民营经济增加值增速超过全省平均水平的改革试点县(区)均有3个,其中2023年翠屏区民营经济增加值实现780.5亿元,较上年增长8.1%,增速高于全省2.6个百分点;2024年沿滩区民营经济增加值较上年增长8.3%,高于全省2.3个百分点。4个改革试点县(区)民营经济在各自经济总量中的占比总体也呈上升趋势,2024年沿滩区民营经济增加值占GDP比重为68.6%,较试点基期2022年高出了8.5个百分点,民营经济成为推动县域经济增长的核心力量(见图1、2)。

民营经营主体量质双升。民营经营主体的数量和质量直接反映了民营经济的活力与竞争力。2023年末和2024年四川末,全省民营经营主体总量分别为876.7万户和893.3万户,增速分别为9.0%和1.9%,占全部经营主体总量的比重均在97.0%以上,全省民营经营主体



注:数据根据各地历年政府工作报告、统计公报整理。

数量稳定增长。近年来4个改革试点县(区)民营经营主体数量均保持增长趋势,以沿滩区为例,2023年新增长营经营主体5364户,较2022年增长23.9%。

(全文见《四川省情》2025年第08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。

江苏: 如何走出车企内卷泥潭?

文/拾翠

今年以来,新能源汽车消费市场保持快速增长态势的同时,价格战也成为绕不开的话题。近期江苏省统计局对省内6家主要新能源汽车生产企业和6家限额以上汽车经销商开展了调研,调研显示,受益于政策扶持、产业链完善和消费市场旺盛,江苏新能源汽车生产销售两旺。同时,面对“以价换量”的内卷式竞争,车企表示钱越来越难赚了,另一方面消费者则担忧新能源汽车的质量和安全隐患。建议以科技创新引领行业发展,营造良好的营商环境,优化产业布局,开拓海外市场,促进新能源汽车产业健康可持续发展。

江苏新能源汽车产销分别约占全国一成

产销量快速增长

2024年,江苏新能源汽车产量和销量分别达到122.6万辆和128.0万辆,分别较上年增长17.1%和23.7%,占全国的比重为9.5%和9.9%。江苏新能源汽车产量占全省汽车总产量比重为55.7%,高出全国14.5个百分点。限额以上新能源汽车零售额增长37.9%,新能源汽车零售额占限额以上汽车类零售额的比重达35.3%,较上年提高9.6个百分点。

产业集群发展

近年,江苏新能源汽车产业链不断完善,在锂电池材料、电池制造、电控电机、底盘系统、车内外饰、整车制造及配套市场环节均有布局,产生了一批具备国际竞争力的优势企业。如星宇车灯稳居国内车灯行业全国首位,亚普股份燃油系统市场占有率多年保持国内第一位、全球第三位,电控龙头汇川动力装机量居全国第二位,万帮数字能源是亚洲数字能源领域头部独角兽。

产业生态初步构建

新能源汽车推广应用方面,2024年,江苏新能源汽

车上牌101.7万辆,市场渗透率44.2%;新能源汽车保有量269.1万辆,渗透率10.6%。从区域发展看,省内多市布局新能源产业,其中南京市入选新能源汽车换电模式应用试点,苏州市、南通市入选燃料电池汽车示范城市群,无锡市、常州市入选公共领域车辆全面电动化先行区。

(全文见《四川省情》2025年第08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。

文字的魅力

■文/本刊专栏作者 陈智



无论过去和现在，笔者对文字都有种特殊的偏好，尤其是当今“乱花迷人眼”的移动互联网时代，信息传播的形式纷繁多样，声音、图片、影像，特别是短视频大行其道的时候，对文字依然情有独钟。这或许与笔者的经历有一定关系，中学时期笔者是理科生，但对语文也很喜欢，学校毕业分配到四川省统计局，就在研究所、杂志社工作，当了十六年的编辑、记者，以及从事统计科研，一直就“爬格子”与文字打交道。当然，除了个人原因，更主要是文字有其特殊的魅力。

文字的传承之力。中国是世界文明古国，而且是几千年来唯一把自己的文化传承保留下来的文化古国，能承五千年文脉，其中一个重要原因就是汉字的存在，特别是秦始皇统一文字后，汉字作为文明最核心的载体，浓缩了几千年文化的积淀，从甲骨文、大篆、小篆、隶书到楷书，汉字的书写方式经历了多次变化，但始终保持了连续性，记录历史、传递思想和文化，承载着源远流长的中华文明。都德所说“亡了国当了奴隶的人民，只要牢牢记住他们的语言，就好像拿着一把打开监狱大门的钥匙。”中华文明生生不息，统一标准的汉字

起到了至关重要的作用。

文字的表达之美。鲁迅曾说，“中国文字有三美：形美以感目，音美以感耳，意美以感心”。汉字的书写结构包括左右结构、上下结构、包围结构和独体字结构，这些结构体现了中国哲学的中和、谦让、对称和均衡等理念，具有浓郁的民族美特点；汉字每个字都有固定的读音，且有阴平、阳平、上声、去声四个声调，使得汉字在阅读时具有高低起伏、抑扬顿挫的音乐美感。特别是用汉字写成的诗歌和词，由于平仄的节奏错落和声律的相互交错，更具有音乐美；汉字的总量虽然多达八九万字，但每个汉字都能表意，且精准、细腻和形象。“忍字心头一把刀”“人吃五谷，就是俗”“富字一半是福，一半是灾”……世界上还有哪种文字有此深意，汉字的成语更是意蕴美的典范，其意义之美无与伦比，汉字的意美可以说是其精髓所在。

文字的思考之深。写作是人类的一种重要表达方式，而且是同时兼顾理性与感性的表达，但它要通过文字来完成。这是一个说理的过程，所以文字铺排需要严密的逻辑；也是一个抒发情感的过程，所以文

字需要美感。语言学家史蒂芬·平克用一句话概括何为写作——“将网状的思想，通过树状的句法结构，用线性的文字展开”。

(全文见《四川省情》2025年第08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。

逆势而上的5.6%

■文/本刊专栏作者 张柯

5.6%，2025年上半年四川经济增速交出一张优异的成绩单。

优异体现在比较上。与一季度比，上半年四川经济增速加快了0.1个百分点，农业、工业、服务业、消费等主要经济指标均实现提速。与全国比，上半年全国经济增速比一季度回落0.1个百分点，而四川经济平稳上行、逆势向上，领先全国优势从0.1个百分点扩大到0.3个百分点。

以“支撑”和“保障”实现逆势而上

逆势有支撑。生产方面，上半年农业生产稳定，夏粮产量增长2.4%，生猪出栏增长1%，蔬菜和水果产量也实现较快增长；工业稳中有升，规模以上工业增加值增长7.3%，创30多月以来累计增速高点，行业增长面达到85.4%，比一季度扩大4.9个百分点，电子信息、装备制造产业规模加快扩张，动力电池、新能源汽车增势强劲；服务业引领增长，服务业增加值增速高于全国0.5个百分点，对经济增长贡献率达到62.3%。**需求方面**，消费需求持续释放，社会消费品零售总额增长5.6%，金银珠宝、文化办公用品、化妆品等升级类消费加速回升，粮油食品、饮料、中西药品等基本生活类消费较快增长；投资结构不断优化，

产业投资稳步扩大，增长12.6%，民间投资有所回暖，增长2.4%，基础设施投资降幅明显收窄。

逆势有保障。一是**各类政策效应保障**，以旧换新政策带动相关领域消费快速增长，限额以上家用电器和音像器材类零售额增长20.2%，通讯器材类增长50.8%；大规模设备更新带动相关领域投资较快增长，设备工器具购置投资增长18.7%；“两新”政策加力扩围助力生产扩张，铸造机械、工业锅炉产量分别增长80.0%、30.4%，智能电视、液晶显示屏产量分别增长1.4倍、29.2%；稳楼市政策推动商品房销售逐步回稳，新建商品房销售面积降幅比一季度收窄1.9个百分点。二是**能源交通金融保障**，能源保障有力，天然气产量创历史同期新高，增长11.5%，规模以上工业发电量增长4.0%，其中水力发电增长5.1%；交通物流提质，铁路运输、公路运输总周转量平稳增长，水上运输、航空运输总周转量实现两位数增长；金融服务有效，6月末金融机构本外币贷款余额增长11.6%，为稳经济提供强劲资金支撑。

从增量和政策思量下半年走势

基于当前形势分析，下半年经济面临的困难压力大于上半年，主要体

现在三个层面：一是**增量层面**，去年以来，四川经济呈现生产强、需求弱的分化格局，投资、消费增速均未跑赢GDP增速。

(全文见《四川省情》2025年第08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。

稳定币真的“稳定”吗？

文/本刊专栏作者 盘和林

近期，美国和中国香港地区相继通过与稳定币相关的法案，将稳定币推向舆论浪尖。稳定币到底是啥？要理解这个概念可以先回到我们更为熟悉的加密货币，比如比特币上。大家都知道，加密货币的价格波动巨大，如果用其购买实物商品，可能付钱的时候是一个价格，对方收钱的时候就是另一个价格了，这让加密货币“用起来”很不方便。能不能让加密货币和美元等主权货币挂钩，让货币价格波动没那么大？于是，稳定币应运而生。

听上去挺美好，但这里面有两个核心问题不容忽视：

第一是去中心化就必然冲击中心化的监管模式。稳定币本质上还是属于加密货币，去中心化的交易模式难以避免地给非法跨境支付提供了可钻的“空子”。未来，跨国支付不需要通过任何金融机构，用一串数字密钥就能够实现，这将给正常的金融秩序带来冲击。

第二个是稳定币也不一定真的“稳定”。举个例子，纸币其实来自于债券，很久以前，纸币不是由央行发行，是由银行自主发行。你将金子存在银行，银行给你债券凭证，你用债券凭证去交易，这个时候债

券凭证就等于纸币。而在一些国家，比如美国，在中央纸币出现之前，各地银行就已经周期性地出现挤兑。原因很简单，银行发行了100万美元的纸币，但储备库里面只有10万美元的黄金，其他黄金都被银行以信贷的方式借出去了。正因为银行的过度放贷，金子不够这才有了联储银行，最终各地银行生出“一个爹”——美联储。你看，过去的银行造币会因为失信而被挤兑，那么如今，稳定币造币会不会也会出现失信和挤兑？会不会到时候发行100亿美元的稳定币，金融机构的账户上实际只有1亿美元的黄金储备？

既然稳定币有两大缺陷，为何美国要如此“高调”地发展稳定币呢？一方面本届特朗普主导的美国政府，其支持者中有大量加密货币从业者。为此，特朗普专门设立了促进加密货币的官员职务，发展稳定币有着“兑现承诺”的意味。更重要的是，对稳定币这种去中心化的加密货币，最理想的监管方式就是将稳定币的发行权掌握在政府手中。这就类似于中国发行数字人民币的逻辑，在如今现金使用场景减少，线上交易活动攀升的当下，用一种数字货币代替现金，是很合理

的思路。所以，哪怕稳定币存在缺陷，美国还是要走推进稳定币这条路子，通过扩大美元稳定币的使用范围，以种种方式实现与金融体系的联结，支撑其在全球的经济地位。

(全文见《四川省情》2025年第08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。

成都：激活创新引擎仍需破研发困局

文/王爱霖

专精特新企业作为民营经济重要组成部分，是推动创新创造的生力军。为了解专精特新民营企业创新现状，国家统计局成都调查队对122家企业开展调研。结果显示，专精特新民营企业创新意愿和能力较强，创新成果逐渐显现，但仍面临政策环境保障不足、成果转化效率不高、人才留用吸引力不够等困境，还需聚政策之力破除研发困局、筑牢人才高地，进一步激发创新动能。

专精特新民企创新意愿较强

八成受访企业设有研发机构

122家专精特新民营企业中，82.0%建立了研发机构，其中，建立国家级研发机构的占4.1%，建立省级机构的占34.4%，建立市级及以下机构的占43.5%。调研显示，研发机构级别与知识产权数量呈正相关。如建立国家级研发机构的企业全部拥有20项以上知识产权；建立省级机构的企业中，拥有20项以上的占92.9%；建立市级及以下级别机构的企业中，该占比为77.4%。

研发投入促进市场占有率提升

调研显示，91.8%的企业2024年度研发投入占营业收入总额比重高于3%，其中，17.2%的企业研发投入比重高于10%，33.6%的企业在5%—10%之间，41.0%的企业在3%—5%之间。高技术投入带来高市场占有率，其中，20.5%的企业核心产品具有市场主导地位，33.6%的企业核心产品在细分市场属于头部。此外，35.2%的企业属于区域内主要竞争者。

人才提质驱动产业升级加速

调研显示，82.0%的企业技术人员占全部人员比重高于10%，其中，32.0%的企业技术人员占比高于20%。此外，企业对技术人才学历需求提高，在今年的招聘计划中，研究生学历约占13.9%，较上年末增加4.2个百分点；本科学历约占32.7%，较上年末增加2.7个百分点。成都某机器人公司近三年研发人员年均占比为41.3%，其中，研究生学历人员占比逐年上升。高技

受访专精特新企业创新、短板及期盼情况



术人才队伍建设助力该企业2020年工业机器人出货量国内第三，2022年纳入国家专精特新“小巨人”名录，2023年实现工业机器人出海第一。

(全文见《四川省情》2025年第08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。

向阳而“攀”

——从基本单位发展看攀枝花经济发展

文/邓杰 胡滔 闫敏

第五次全国经济普查（以下简称“五经普”）结果显示：2019—2023年攀枝花经济高质量发展取得明显进展，第二产业和第三产业法人单位规模不断“扩容”，从业人员保持稳定，产业结构优化升级，新兴产业快速增长，区域发展协同共进，形成了一个行业较为齐全，分布广泛，经营内容趋于多元的行业体系。

量质齐升 发展强劲有力

法人单位数量明显增长，发展基础坚实有力

从增速看，法人单位数量跑赢全国平均水平。2023年末，全市共有从事第二产业和第三产业法人单位20111个，比2018年末增加7710个，增长62.2%，高于全国9.5个百分点。其中，从事第二产业活动的法人单位较2018年末增长79.8%，比全国平均水平高30.8个百分点；从事第三产业活动的法人单位较2018年末增长59.2%，比全国平均水平高5.5个百分点（见表1）。

从比重看，法人单位规模在全省保持稳定。2023年末，全市第二产业和第三产业法人单位数占全省

比重1.5%，在全省排第18位；从业人员占全省比重1.6%，在全省排18位。

从历次经普看，“五经普”跑出加速度，增幅超过前四次经济普查。（见表2）。稳定的企业单位数量成为

支撑全市经济增长的重要基础。

产业结构不断调整，二、三产业蓬勃发展

第二产业稳定发展。五年来，全市第二产业经济保持健康发展态势，企业户数、资产总量稳步增长；

表1 2023年末全国和攀枝花法人单位数量增长情况

	法人单位数 (万个)	较2018年末 增长 (%)	第二产业 法人单位数量 (万个)	较2018年末 增长 (%)	第三产业 法人单位数量 (万个)	较2018年末 增长 (%)
全国	3327.0	52.7	695.9	49.0	2631.1	53.7
攀枝花市	2.0	62.2	0.3	79.8	1.7	59.2

表2 攀枝花历次经济普查从事第二产业和第三产业法人单位数量变动情况

	“一经普”	“二经普”	“三经普”	“四经普”	“五经普”
法人单位数量（个）	5824	7488	9279	12401	20111
增长（%）		28.6	23.9	33.6	62.2
企业法人（个）	3376	4858	6186	9254	16813
增长（%）		43.9	27.3	49.6	81.7

同时传统劳动密集型行业从业人数呈现下降趋势。2023年末，全市共有第二产业企业法人单位3177个，比2018年末增长79.8%；法人单位资产总计3763.37亿元，比2018年末增长31.6%；从业人员14.63万人，比2018年末下降13.6%；企业法人单位营业收入2533.34亿元，增长22.4%。

新动能发展壮大。2023年末，全市从事战略性新兴产业的规模以上工业企业法人单位达到55个，较2018年末增长1.0倍，占规模以上工业企业法人单位的比重为10.8%，较2018年末提高2.5个百分点。

各行业竞相发展，转型升级不断加快

从行业分布看，法人单位主要聚集在三大行业。2023年末，批发和零售业法人单位5980个，占全市法人单位的29.7%，稳居全市首位；其次是租赁和商务服务业2636个，占13.1%；公共管理和社会组织2011个，占10.0%，居第三位。

从增长速度看，2023年末，法人单位增速位居前三位的行业是建筑业，租赁和商务服务业，水利、环境和公共设施管理业，分别较2018年末增长164.6%、157.9%、146.3%。第三产业中单位数量增速超过1倍的还有信息传输、软件和信息技术服务业，科学研究和技术服务业，分别较2018年末增长131.1%、111.2%。

地区分布集聚明显，东区总量稳居第一

东区作为全市经济总量最大的

区，2023年末，法人单位数量7922个，占全市总量近四成；仁和区5602个，占27.9%，位居全市第二；西区法人单位数最少，仅1652个，占8.2%。

从增量看，2023年末，仁和区法人单位较2018年末增加2641个，增加数量最多；东区增加2224个，排第二位；米易县增加1569个，排第三位。

从增速看，2023年末，米易县法人单位较2018年末增长104.0%，增速排第一位；仁和区增长89.2%，排第二位；盐边县增长58.3%，排第三位。

数字经济发展壮大，高技术企业研发力度加强

2023年末，全市共有数字经济核心产业企业法人单位892个，从业人员0.67万人，全年实现营业收入47.41亿元。企业研发投入较快增长，创新能力持续提升。2023年，规模以上工业企业法人单位中，开展研究与试验发展（R&D）活动的有52个，比2018年增长18.2%；规模以上工业企业法人单位R&D经费支出12.1亿元，比2018年增长5.8%；R&D经费与营业收入之比为0.58%。法人单位专利申请量持续攀升。2023年，规模以上工业企业法人单位全年专利申请量729件，其中发明专利申请274件，分别比2018年增长8.3%和9.2%。

（全文见《四川省情》2025年第08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。

[1] 招商引资、招才引智、招院引所。

打造社区“零工角” 服务群众零距离

文/向晶 李文武



社区居民寻求零工服务。 摄影/李文武

2024年以来，达州市达川区以“因地制宜建设一批零工市场，更好促进灵活就业发展”为工作目标，着力构建服务全民、贯穿全程、便捷高效的全方位公共就业服务体系。通过示范建设社区“零工角”，把公共就业服务下沉社区，纳入基层治理和民生范畴，打造15分钟就业服务圈，切实解决就业服务“最后一公里”问题。

党建引领，凝聚“共抓就业”强大合力

行业党委切实发挥骨干带头作用

区人社行业党委总领，区零工行业党委主导，与社区深化共识，强化联动。最大程度地整合培训、外包、输出、招聘、评价等人力资源服务机构力量，从岗位开发、市场调查到技能培训、劳动就业，建立前后贯通、相互衔接的人力资源服务体系。

社区党委积极承接零工服务运行

把就业服务纳入社区党委重要日程和重要工作，与人社、就业、人力资源服务机构，共同建设打造代办中心、

培训中心、共富工坊、招聘市场为一体的“零工角”，帮助零工“揽活”，在“家门口”为社区群众提供就业指导、就业援助、创业帮扶、家政服务等就业创业服务工作。

夯实基础，找准“有效服务”着力点

“铁脚板”扫街调查摸底

联动社区干部、社区网格员共同组建调查小组，深入街巷楼栋，一户一户地调查，建立居民劳动就业台账，弄清居民求职意向、技能水平、培训需求等情况，解决岗位推荐、技能培训精准性问题。

建立市场用工需求台账，弄清辖区内企业、个体户等市场主体岗位开发和安置情况，解决招工难，留人难问题。建立商业资产资源台账，梳理辖区商铺、仓库、产业链资源，解决创业选址、招商入驻问题。

“大数据”比对清晰兜底

定期对比社保数据，建立领取失业保险金人员台账，防范大规模失业风险；对比市场监管部门数据，筛查辖

动态观察 DYNAMIC OBSERVE

区创业者、个体工商户，鼓励创业带动就业；比对农业部门数据，跟踪脱贫人口就业状态，落实就业帮扶举措；比对教育部门数据，识别未就业高校毕业生，加强就业创业指导；比对民政部门数据，锁定困难家庭群体，筑牢民生底线。

合理布局，搭建“可见可及”便捷阵地

阵地建设贴合所需

充分考虑地理位置、交通便利程度、零工人员分布、求职用工需求情况等因素，在主城区3个街道办分别选定多个社区作为“零工角”建设和运营基地。结合每个社区实际情况，合理规划面积、功能区域和配套设施，在“零工角”内设立求职登记、技能培训、零工待工、信息展示、政策咨询等功能区，全方位提供信息发布、求职咨询、技能培训、权益保障等就业服务。

政务服务下沉到位

梳理“家门口”就业服务事项清单，将就（失）业登记、就业巡查、技能培训、就业援助对象认定申请等13项就业服务事项下沉社区“零工角”，简化流程，就地就近办理，让群众少跑路。

“零工角”点位设立劳动维权联络员，由人社部门干部担任，做到政策宣传、调查处理、跟踪落实到社区，强化身边守护，让零工实现“家门口”高质量就业。

双向发力，盘活“人岗丰足”长效源头

持续不断“找人”

社区及时对辖区人员进行摸排，将可就业而未就业人员纳入社区“零工角”人才库。根据专长特点及意愿，将有才能手艺的零工挖掘出来，通过社区“零工角”对他们进行“匠人”宣传推介，让企业、社区居民认识他们、认可他们，如有需要直接联系。同时，根据用工者反馈，对“工匠”服务实行星级动态评价机制，营造“好服务”获得“好市场”的正面效应。

真实深挖“扩岗”

就业促进志愿小组分片分行业深入了解社区商业资源情况，充分掌握辖区企业、门市门店用工需求，最大程度把“家门口”岗位开发出来，充实“零工角”岗位库。设立岗位信息快速发布通道，帮助零工第一时间获取适配度高的岗位，实现零工“即时快招”。

（全文见《四川省情》2025年第08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。

罗江区：“三雁”体系推进统计干部队伍建设

■文/欧倩

2024年以来，德阳市罗江区统计局紧扣统计现代化改革新要求，坚持“人才强统”，构建实施“雏雁培育、普雁提升、强雁拓展”全周期干部培养体系，着力锻造一支政治强、业务精、作风好的高素质专业化队伍，为统计事业长远发展夯实人才根基。

紧盯“雏雁”培育期，积蓄动能

理论武装铸魂。突出加强年轻干部思想政治教育。聚焦学习途径多样化、学习作用长效化，构建实施“中心组示范领学、党支部研讨深学、全员常态跟学”联动体系，打牢年轻干部高举旗帜、听党指挥、忠诚使命的思想根基。

党性教育固本。坚持“线上+线下”双轨并行。线上，依托新媒体平台常态推送政策法规、典型事迹，将党性锤炼融入日常。线下，用好红色影片、廉政教育基地资源，促进年轻干部在文化洗礼中凝聚力量，践行使命担当。

作风建设塑形。通过开展常态化警示教育、深度谈心谈话、党纪法规知识测试及新修改《统计法》主题演讲等系列举措，引导年轻干部树牢风险意识，扣好廉洁从政第一粒扣子。

紧盯“普雁”提升期，激发潜能

靶向培养，实施架梯搭桥工程。精准识别新进统计系统干部特点与专长，分别选派至农业、工业、服务业、投资等关键岗位和重点领域进行轮岗锻炼，助力年轻干部快速融入环境、进入角色，在实践中磨砺能力和本领。

结对帮扶，实施青蓝接力工程。搭建“讲台传经”，邀请老同志分享经验、传授方法。开设“讲坛砺新”，推动新老思维碰撞互鉴；坚持“双带”共进，通过言传身教、精准指导，将老同志的专业优势转化为年轻干部敢为善为、接续奋斗的发展动能。

比学赶超，实施强基提能工程。创新实施党建引领



罗江区统计局深入企业指导调研。

“1+4”强基提能教育培训计划，以“罗江统计大讲堂”系列活动为切入点，分层分类开展教育培训，营造“天天学、月月讲、人人练”的浓厚氛围。

（全文见《四川省情》2025年第08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。

读书时间

■文/蓝莓



《县乡中国：县域治理现代化》

作者：杨华

出版社：中国人民大学出版社

《县乡中国：县域治理现代化》——这部基于1300天田野调查的县域治理“白描集”，以鲜活的基层叙事打破了学术著作的阅读壁垒。本书有两大核心价值值得关注：

一是独创性的研究方法。全书38篇文章均未引用传统学术文献，而是通过“河长制”“驻村第一书记”等典型案例，探讨了县乡政府互动机制、政策落实制度设计等问题。这种“田野灵感+野性思维”的写作，被学者评价为“中国县域治理的精准诊断书”。

二是结构化的治理观察。从治理体系中的“条块博弈”到能力建设的“流程优化”，从自主空间的“政策谈判”到干部激励的“事业编改革”，构建起县域治理的立体图谱。

这部带着泥土芬芳的著作，被政学两界誉为“把论文写在大地上的范本”。其平实文风为关心基层治理的普通读者提供了绝佳窗口，值得每一位想读懂真实中国的读者品鉴。

《2049：未来10000天的可能》

作者：[美]凯文·凯利

出版社：中信出版集团

凯文·凯利最新力作《2049：未来10000天的可能》以“10000天”为时间标尺，系统构建AI、脑机接口等十大技术领域的融合场景，提出“镜像世界”“互见性”等五大未来社会基石概念。其“场景构建法”摒弃空洞预测，通过20余个具象案例展现2049年的生活图景——智能眼镜取代手机、AI助理介入婚恋匹配等。

该书专设“酷中国”章节，预言2049年中国将成为全球科技文化领军者，在游戏、AR、音乐等领域形成全球性文化输出。同时揭示了“数据透明换取精准服务”“注意力稀缺”等命题，为个人职业规划与企业战略提供了决策框架。

在本书中，凯文·凯利保持一贯的“科技极简主义”文风，将深奥的技术伦理转化为餐桌谈话般的轻松阅读。对于渴望理解AI时代生存法则的读者，这无疑在未来25年不可错过的思想导航仪。

数说天下

DATA GLOBE

本 / 期 / 看 / 点

- ◎ 2025年上半年全国及各省（区、市）主要经济数据
- ◎ 2025年上半年四川全省及各市（州）主要经济数据
- ◎ 2024年四川人力资源和社会保障事业发展情况



安卓系统



IOS系统



下载APP获取更多数据分析

No. 174 汇聚权威数据
透视全球经济 08
August 2025

《四川省情》随刊赠送

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

- 4 ■ 全国及各省（区、市）主要经济数据
- 5 ■ 全国及各省（区、市）主要经济数据【续表1】
- 6 ■ 全国及各省（区、市）主要经济数据【续表2】
- 7 ■ 全国及各省（区、市）主要经济数据【续表3】
- 8 ■ 全国及各省（区、市）主要经济数据【续表4】

04 专题篇

- 17 ■ 2024年四川人力资源和社会保障事业发展情况
- 18 ■ 就业创业情况
- 社会保险和人才人事情况

01 世界篇

- 1 ■ 工业&服务业生产
- 2 ■ 国际市场商品价格指数
国际市场石油价格
- 3 ■ 主要国家和地区出口额

03 四川篇

- 综合
- 9 ■ 四川全省及各市（州）主要经济数据
- 10 ■ 四川全省及各市（州）主要经济数据【续表1】
- 11 ■ 四川全省及各市（州）主要经济数据【续表2】
- 12 ■ 四川全省及各市（州）主要经济数据【续表3】
- 13 ■ 四川全省及各市（州）主要经济数据【续表4】
- 14 ■ 四川全省及各市（州）主要经济数据【续表5】
- 15 ■ 四川全省及各市（州）主要经济数据【续表6】
- 价格指数
- 16 ■ 四川居民消费和工业生产者价格指数