

DATA INSIDE

2023. 03

总 第 253 期

用数据立论 为发展建言

国内统一刊号: CN51-1620/D

国际标准刊号: ISSN 1671-3540

邮发代号: 62-265 定价: ¥12.5元

An illustration featuring a white gift box with a red ribbon bow on the left, and a red rectangular block with a yellow pizza (topped with green and red) on the right. A large, light-colored diagonal banner with a subtle pattern runs across the bottom right, containing the main text.

提振消费，是当前经济社会发展的重中之重。
消费潜能如何深挖，行业未来走向何处，均是火热
议题。2023年的消费，究竟将呈现怎样的“新”
脉动？

- > P33 报告！四成受访群众会在今年增加消费
- > P36 2022年成都都市圈经济总量超2.6万亿元
- > P53 怎么看中国人口负增长问题？

随刊附送《数说天下》
囊括世界全国四川
数据及权威点评

2023：消费“尚新”

■文/本刊记者 乔燕艳

消费是什么？

它是社会再生产过程中的重要环节，指利用社会产品来满足人们各种需要的过程，可分为生产消费和个人消费。本期所探讨的消费，主指个人消费，即人们把生产出来的物质资料和精神产品用于满足个人生活需要的行为和过程。

从1949年至今，我国经济走过了奋力争取温饱、稳定解决温饱、实现总体小康、迈向全面小康四个阶段。与之伴随的，是从“缝缝补补又三年”的朴素生活刚需消费走到在元宇宙内观赏演唱会的虚拟精神消费，走过了追求量的商品经济、追求质的服务经济时代，正处于追求自身感受的体验经济时代。

这期间的进度，被新冠疫情阻滞了一下，混合了新的变量后，重新摆出奋进的姿势。

商务部数据显示，2023年春节期间，全国36个大中城市重点商圈客流量较上年农历同期增长27.8%，全国重点零售和餐饮企业销售额较上年同期增长了6.8%。

这些数据，是大众日常生活的凝聚体现。

家住成都的张昆（化名），在三年就地过年
后，于今年一月预订了六人小团的新疆六日游，
接着预定了上门喂猫服务，又直奔物美价廉的运
动品集合店迪卡侬购置滑雪用品，以及在淘宝京
东等平台下单其他旅游用品。考虑到“阳康”不
久，临行前又买了一些感冒药，终于放心地坐上

了开往机场的网约车，开启度假模式。

七天后，带着新疆美味干果和文创产品尽兴而归的他，和亲友们在伊藤洋华堂食品超市买了佛跳墙、东坡肘子等团圆宴礼盒，补了一顿虽迟但快乐的年夜饭。接下来，他准备再去试试预约一家中西融合风格的私房菜，那家店每月一号开放预约，但经常几分钟内就被订完整月的坐席。

(全文见《四川省情》2023年第03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。

ISSN 1671-3540



安卓版



下载APP获取更多数据分析

苹果版





当前，越来越多的消费者倾向于选择有质量保证但同时价格更优的产品。
摄影/李唯伊

10 COVER · DEPTH

封面·深度
消费“尚新”

疫情防控政策优化后，居民消费热情回归的同时相关业态也涌动着新的变化。文旅消费走向定制化、沉浸式，餐饮消费呈现“M”型趋势，健康消费更是迎来爆发，前景大好。

- 12 “尚新”的消费，潜力几何？
/本刊记者 赵倩倩 代建凯 叶戈
- 15 文旅新风：旅游者定义旅游业
/本刊记者 戚军凯
- 18 健康消费，迎接“新态度”
/本刊记者 唐佳莹

卷首语 PROLOGUE

- 01 2023：消费“尚新”/本刊记者 乔燕艳

宏观视角 MACROECONOMIC OBSERVATION

- 04 经济论坛
- 06 图说四川
- 08 数字快报

- 21 后疫情时代餐饮消费趋势观察
/本刊记者 贾翔
- 24 对话学者：如何提振消费？
/本刊记者 李莲

本刊特稿 SPECIAL MANUSCRIPT

- 29 经济行政区适度分离的“题”与“解”/吴振明

SPECIAL REPORT ON THE FIFTH SICHUAN NATIONAL ECONOMIC CENSUS

四川省第五次全国经济普查专题报道

- 31 “五经普”开局稳！/本刊编辑部整理

权威研判 AUTHORITY JUDGE

- 33 报告！四成受访群众会在今年增加消费/王冰
- 36 2022年成都都市圈经济总量超2.6万亿元/龙强
- 38 “川”字号，出发！/肖学文 李纳云 王渝博

热点透视 FOCUS

- 40 川菜产业如何可持续发展？/邹婷 王丹美亚 周作昂
- 43 联手弹好“协奏曲” 组团培育“副中心”/杨刚 等
- 46 2023年春节后四川制造业企业复工返岗情况调研报告
/李慧英 高尚

特别报道 SPECIAL REPORT

- 49 嘿，想成为一名志愿者吗？/本刊记者 乔燕艳

社经时评 SOCIOECONOMIC COMMENT

- 52 表格，岂止是表格/甄石
- 53 怎么看中国人口负增长问题？/陈智
- 54 GDP核算的“恒纪元”与“乱纪元”/张柯
- 55 视频收费应多点真诚、少点套路/钟甦

经济地理 ECONOMY GEOGRAPHY

- 56 资阳：消费回升，这个春节“旺了”！/张婷婷 张蓉
- 58 拼经济搞建设，开江这样干/张德勋 蒋兴荣

动态观察 DYNAMIC OBSERVE

- 60 鬓微霜，何妨再就业！/吕雪萍
- 61 天府文化强县：为文化强省先行探路/马健
- 63 月子中心：进入稳定发展阶段 制约因素明显/徐毅

根据四川省新闻出版局《关于开展2022年度新闻记者证核验工作的通知》（川新出〔2023〕11号）的统一部署和要求，现将我单位需进行2022年度记者证核验的人员名单进行公示，举报电话：028-87043038，公示期为2023年3月10日至2023年4月31日。

新闻记者证年度核验人员名单

唐婉岚 赵倩倩 戚军凯 乔燕艳

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
网络编辑 严婷 吕雪萍
发行管理 杨俊伟 陈梅
本期执行编辑 乔燕艳
《数说天下》执行编辑 戚军凯 贾翔

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

邱沛萁 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

魏明伦 著名戏剧家 文化名人

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（传真）/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 成都博瑞印务有限公司

广告发布登记编号 川广登字〔2019〕0057号

2023年3月13日出刊 定价 12.5元

《四川省情》理事会成员单位

四川省郫县豆瓣股份有限公司 董事长 徐良

中国邮政储蓄银行四川省分行 党委书记 行长 洪晓成

四川省宜宾五粮液集团有限公司 总经理 刘中国

成都飞机工业（集团）有限公司 董事长 宋承志

中科院成都信息技术股份有限公司 董事长 史志明

四川忠桥集团有限公司 董事长 姜柳均

四川金盆地集团 董事长 余刚

哥拜耳涂料股份有限公司 董事长 陈云鹏

利人建设集团有限公司 董事长 刘洪昌

四川新时代升达地板有限公司 董事长 赵毅明

热点评析

关注“35岁门槛”

多家媒体梳理发现，在近期各省份发布的公务员招录公告中，已有约10个省份将部分岗位年龄调整为40周岁以下，公务员省考中的年龄限制松动或将引导全社会形成共识，逐渐打破“35岁门槛”。

中国社会科学院人力资源研究中心研究员屈小博表示，我国公务员职级遵循逐级晋升制度，设置招考年龄限制是出于对公务员的培养和成长周期的考虑。随着社会发展，人们的预期寿命、工作周期都将有所延长，应当逐渐打破之前对于年龄的固有认知。

（摘自人民网）

华东政法大学中国法治战略研究中心副研究员孙煜华认为，相对而言，年轻人的可塑性更强、服务周期更长，在知识更新方面更占优势，因此雇主更愿意选择年轻的求职者。当前应进一步完善相应的社会保障制度，让超过35周岁的求职者能够有一个“安全网”和“缓冲期”，让他们有更新知识的时间和机会。

（摘自法制日报）



在预期寿命、工作周期都有所延长的背景下，应逐渐打破“35岁门槛”。

（摘自微信公众号泽平宏观）

中国矿业大学（北京）原副校长姜耀东认为，35岁左右的劳动力是职场上的“生力军”，且具有较大发展潜力和上升空间。企事业单位应结合实际，考虑不同种类工作的特性和年龄匹配度，对于一些需要丰富经验和阅历的岗位，应当向35岁及以上的群体倾斜。

（摘自中国青年报）

热议生育鼓励政策

据近期公布的2023年杭州民生实事项目，杭州今年将首次向同一对夫妻生育二孩、三孩，且新出生子女户籍登记在杭州的家庭发放育儿补助，拟向二孩家庭一次性发放补助五千，向三孩家庭一次性发放补助两万元，再次引起社会各界对生育鼓励政策的热议。

IPG中国首席经济学家柏文喜向表示，育儿补贴的发放有利于降低多孩家庭的养育成本和多孩家庭的生活压力，对提升生育意愿应该有一定的帮助，有望减缓育龄人口生育意愿持续低迷和继续下降的状况，保持地区经济社会的发展活力。

（摘自证券日报）

北京社科院研究员、中国人民大学智能社会治理研究中心研究员王鹏认为，生育政策的调整是个长线过程，虽然在不断优化，但仍有一些难点，如教育、医疗卫生和公共服务等。未来需要进一步加大力度，国家和企业、社会共同发力，合力去解决可能存在的问题。

（摘自北京商报）

著名经济学家任泽平认为，我国老龄化、少子化、不婚化在“十四五”时期扑面而来，将影响中国经济社会长远发展。人口既是经济社会发展的根本目的，也是经济社会发展的基础要素。生育政策调整是最根本、最重要的供给侧结构性改革，放开并鼓励生育是大势所趋。应综合运用现金补贴、税务补贴、购房补贴和新建托儿所等方法，大力鼓励生育。

（摘自微信公众号泽平宏观）



拓宽海洋等食物供给渠道，是构建多元食物供给体系的应有之义。

构建多元食物供给体系

2023年中央一号文件提出构建多元化食物供给体系。这是新时代粮食安全观的发展，对优化农业资源配置、保障国家食物供给安全具有重要意义。

有利于提高我国食物供给安全保障水平。近年来，我国食物供给的总体对外依赖程度趋于上升，在国际市场不确定性加剧的情况下，食物供给安全问题日益突出。同时，我国还有很大一部分国土资源的潜力未能得到有效发挥，草原、森林、海洋提供的食物在食物供给总量中的占比依然偏低。将食物来源从耕地资源向整个国土资源拓展，将显著提高我国食物供给潜能，增强国内资源在保障食物供给安全中的作用。另外，微生物和合成生物等颠覆性农业技术的快速发展，使得对非传统食物生产方式、非传统农业生产空间的利用成为可能。

有助于满足城乡居民转变、升级的食物消费需求，优化食物供给结构与需求结构的匹配。城乡居民食物消费需求加速升级，呈现口粮消费下降、肉蛋奶果蔬等非口粮食物消费快速刚性增长的多元化变动趋势。然而，当前我国农业生产结构调整速度仍滞后于食物需求结构转变速度，导致食物供需偏离、过剩与短缺并存的结构性失衡，已成为影响食物供给安全和资源配置效率的主要矛盾。

构建多元化食物供给体系要以资源条件为基础，发挥比较优势和科技支撑作用。在承认粮食以外其他食物生产重要性的基础上，扭转片面强调粮食增产导致的资源错配及相应的效率损失与环境风险。按照同市场需求相适应、同资源环境承载力相匹配的要求，构建现代食物生产结构和区域布局，减少食物大规模、长距离运输，以及由此带来的成本和损耗。构建多元食物供给体系还必须充分发挥科技创新的关键作用，通过科技进步破解水土资源不足、劳动力成本上升、资源环境趋紧等约束。

（摘自经济日报《刘长全：加快构建多元食物供给体系》）

经济观察

（全文见《四川省情》2023年第03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。



万象“耕”新

春耕是确保全年粮食和重要农产品稳产保供的关键。当下，四川多地正抢抓农时，全力投入春耕备耕生产。图为攀枝花市平地镇迤沙拉村春季五彩农田风光。



兴水利保春耕

四川水利部门针对性采取保供水措施，为春耕生产备足水源。截至1月底，全省“10+137”座大中型水库蓄水34.87亿方。图为南充市升钟水库。



不误农时不负春

各地农民积极投入春耕备耕，田间地头一派忙碌景象。图为成都市温江区万春镇和林村春耕景象。 摄影/郭鉴



52.6%

随着稳经济政策措施效应进一步显现，叠加疫情影响消退等有利因素，企业复工复产、复商复市加快，我国经济景气水平持续回升。2023年2月，制造业采购经理指数、非制造业商务活动指数和综合PMI产出指数分别为52.6%、56.3%和56.4%，高于上月2.5个、1.9个和3.5个百分点，三大指数均连续两个月位于扩张区间。

全国第一

在“快递进村”“快递进厂”“快递出海”等一系列政策支持下，江西快递业通过积极推进技术进步和商业模式创新，实现了较快发展。2022年快递企业累计完成业务量18.2亿件，比上年增长13.9%，增速全国排名第六；实现业务收入161.7亿元，比上年增长12.1%，增速全国排名第一。



2014年以来，京津冀三地紧密围绕《京津冀协同发展规划纲要》和各阶段重点任务推动工作，积极应对复杂多变的内外部环境与新冠疫情影响，区域经济整体实力迈上新台阶。2022年京津冀地区生产总值合计10万亿元，按现价计算，是2013年的1.8倍。

10万亿元

全国第一

2022年，云南大力推动高原特色现代农业发展，聚焦区域特色重点产业，大抓产业投资。政策有力、气候适宜助推特色产业持续向好，其中鲜切花、烤烟、咖啡、坚果产量分别增长11.0%、2.5%、1.3%、17.3%，种植面积和产量均居全国第一。



2022年，四川克服多重超预期困难挑战，推动文化产业各项政策显效发力，全省规模以上文化企业营业收入4797.3亿元。增速从一季度增长2.6%、上半年下降1.9%、前三季度下降1.3%，到全年增长1.4%，实现“V”型反转回升发展，走出一条从震荡下行到企稳回升的“坚强曲线”。

4797.3亿元

430万吨

近年来，南充积极争取中央专项资金及社会资本投入蔬菜产业发展，稳步推进专业蔬菜基地建设，全市已形成鲜食蔬菜保障供给区、韩国萝卜外销优势区、食用菌外销优势区等主要蔬菜和食用菌产区。初步统计，2022年蔬菜及食用菌播种面积达258.3万亩、比上年增长4.6%；产量430.0万吨、比上年增长2.3%。



(全文见《四川省情》2023年第03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。



科技催生消费新业态。2022年成都全球创新创业交易会上，观众凭借门票，生成虚拟形象即可进入“斑马中国元宇宙演唱会”现场。

消费“尚新”

当前，消费已成为我国经济社会发展的“关键词”。颇具消费“基因”的四川，从最终消费率来看，以世界平均水平观照，还具备1万多亿元的消费拓展空间，全省应更充分关注、引导后疫情时代的消费新方向，让消费更加有效拉动经济增长。

“尚新”的消费，潜力几何？

■文/本刊记者 赵倩倩 代建凯 叶戈

当前经济工作生活中，自上而下，恐怕没有哪个词能比“消费”出现得更频繁、摆放的位置更突出、更能牵动各方视线了。党的二十大报告、中央经济工作会议先后提出要“增强消费对经济发展的基础性作用”，“把恢复和扩大消费摆在优先位置”。《扩大内需战略规划纲要（2022-2035年）》《“十四五”扩大内需实施方案》两份重磅文件的接连出台，更是将消费的重视程度升至前所未有的高度。可以说，激活消费已是当前经济发展的主要议题，区域经济发展中谁先破题谁就能够领先一步。

现阶段，消费如此受重视的背后，不得不承认也是消费还不够“给力”的现实。长期以来，拉动经济的三驾马车中，相较于“强”的投资、“壮”的出口，消费这匹“马”既小且弱，近几年疫情等不确定不稳定性因素叠加，更进一步冲击了消费意愿和消费信心。但人们真的不愿意“买买买”了吗？未必。从“双十一”京东、美团等各大平台发布的消费数据以及宏观数据看，相较于2022年四川社会消费品零售总额增速的转正未遂、下降0.1%，预制菜、医疗健康、城市新运动等消费增速却高达三位数。

表面看起来“惨淡”的消费其实内里正在酝酿新的变化。星星之火，可以燎原。于四川而言，这种持久而尚新的变化带来的消费潜力有多大？可从哪些方面着手释放？又如何才能避免出现“启而不振”的现象？

消费潜力还有多大？

论及消费，川蜀之地有着先天的消费基因。自李冰修建都江堰从根本上改善这片土地的水利之后，四川土腴谷美，时无荒年，不知饥馑，逐渐成为最适宜人类生活的地区之一，并有了“天府之国”的美誉。丰富的物产、相对发达的经济，加之高山大川天然隔绝了外部动

荡战乱，使得这方土地上的人有着与生俱来的安全感和富足感，生活趋向休闲安逸，相较于其他地区更愿意消费、也更敢于消费。深厚的消费底蕴，促使人类有史以来的第一张纸币——“交子”在这诞生，闻名全国的“第一街”春熙路在这建成，伊藤洋华堂全球单店最高利润的纪录在这创造，唐朝时就享有“扬一益二”美誉的商贾重地成都，而今更是国际品牌拓展国内市场的首选城市。

经济转入内需主导的当下，四川的消费优势也非常突出。一方面是重大战略加持，成渝地区双城经济圈这一事关国家发展全局的重大擘画，赋予了成渝地区“两中心两地”的战略定位，发展富有巴蜀特色的多元消费业态、打造国际消费目的地是重要目标之一。风口之上，必将会促使四川以需求为导向的消费供给发生质的蜕变。另一方面是人口优势，自古每逢中原政权板荡，知识精英、平头百姓都会首选四川作为避难所，南宋时期四川人口占了全国的四分之一，时至今日四川人口引力依然不减。2022年，在全国总人口首次出现减少的情况下，四川常住人口依旧保持小幅增长，达8374万人、比上年末增加2万人，净流入24.2万人，人口回流趋势明显。近亿人的大市场蕴藏着巨大的消费需求，这是四川消费扩张最大的潜力和底气。

从数据上看，这种消费潜力更加具象。自2013年开始，四川最终消费率（最终消费支出/支出法GDP）逐年攀升，2021年提升至53.7%。世界银行数据显示，目前高收入国家最终消费率比重通常在80%左右，发展中国家普遍超过70%。2020年，北美地区最终消费率81.6%，欧洲地区74.2%，美国高达82.4%，世界平均为73%。四川最终消费率距世界平均水平还差近20个百分点，以2021年四川GDP为基数，20个百分点则意味着四川消费有1万多亿元的拓展空间。

去哪挖？

万亿元的消费空间，振奋人心的同时也发人深思，要从哪些方面着手才可以将潜在动力转变成为现实动力。结合当前的消费需求及四川发展的特定阶段，既有活力又有潜力的下沉消费、服务性消费、银发消费等是值得开启的“掘金之旅”。

下沉市场是亟待开发的增量市场。随着以县城为载体的新型城镇化的建设以及乡村振兴战略的纵深推进，县域、农村等下沉市场消费潜力将加速释放。单以农村消费为例，2021年四川农村居民消费占全体居民消费的比重仅为28.2%，城镇居民消费占比则高达71.8%，占总人口四成以上的农村居民消费占比仅两成有余，有着明显的提升空间。而且，根据边际消费倾向递减规律，收入相对较低的下沉市场消费倾向反而较高，2021年四川农村居民消费倾向比城镇要高近30个百分点。下沉市场的不断深耕，将为四川消费创造不小的增量市场。

服务性消费是扩大消费的新引擎。从消费的发展阶段看，物质性消费在得到基本满足后，增速会相对放缓，文化娱乐、休闲旅游、教育培训、健康养生等服务性消费需求会迎来快速增长。2021年，四川居民人均服务性消费支出8817元，占居民消费的比重达41%，人均服务性消费支出较上年增长12.4%，比商品性消费支出高6.0个百分点，消费结构加快从实物消费主导向服务消费主导转换。从国际经验看，主要发达经济体服务性消费占居民消费的比重平均在60%以上。对于四川而言，服务性消费提升是大势所趋，且鉴于当前服务性消费“有需求、缺优质供给”的矛盾比较突出，提升空间较大，力促服务型消费提质扩容将会有效扩大总体消费。

“银发消费”潜力不可限量。尽管业界对老年人群的消费倾向是高还低一直争论不休，以致产生了“退休消费之谜”的说法，但从日本等较早进入深度老龄化的国家来看，社会保障水平一定的条件下，老年人口的消费潜力不小，尤其是对高层次消费需求的带动力度较大。当前，四川人口老龄化也较为严峻，突出表现在老年人口规模大，老龄化程度高、进程快。2022年，四川65岁以上人口高达1518万人，占比达18.13%、较上年提高0.55个百分点，按照国际通行划分标准，已经进入了深度老龄化，且程度进一步加深。老龄化程度加深固然会对四川经济发展造成一定影响，但老龄人口规

模的扩大，也将加速“银发经济”的发展、养老服务消费市场的形成，加之社保水平的不断提升，“劣势”将会变成筑牢消费基础的“优势”。目前四川“银发”消费市场远未被重视且很好的开发，老年保健医疗食品、生活辅助器材、护理用品、教育用品、科技产品以及老人专属的高品质、服务型商品等“蓝海”市场仍待填充，这些将为扩大消费提供有力支撑。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

文旅新风： 旅游者定义旅游业

■文/本刊记者 戚军凯

文旅业无遗是受新冠疫情冲击最大的行业之一，但产业变革常常在困境中得以实现，尤其是在防控政策优化之后，一些新的文旅形式如雨后春笋般快速生长。

新时代催生文旅业进化

工业革命所产生的机械动力交通工具极大提高了运输速度、降低了运输成本，为文旅产业发展提供了条件，同时工业化极大提高了生产力，产生了大量富裕的市民阶层，为文旅创造了需求，可以说文旅业的产生与工业化密不可分。工业化早中期的一个重要特点是产品生产规模化、标准化、同质化，在这种时代背景下，文旅业也受到很大影响，具体表现在旅游形式以景点观光游为主，旅游产品同质化问题突出，全国各地大同小异的古街便是典型例子。之所以会有这种问题，是因为在一个标准化时代，用成熟的商业模式改造现有的文旅资源，通过复制与模仿，快速打造一个个



钟书阁成都融创茂店因其独特的空间设计成为了著名“网红”打卡点。

文旅产品，是最方便且成本最低的方法。

近年来，随着我国经济持续发展，逐渐从工业化中期向中后期转型，服务业在经济中的比重大幅提升，工业化与信息化深度融合，多

元化产品的供给能力大幅增强；居民生活水平持续改善，居民的个性化需求开始觉醒；新技术大量应用，一些新的旅游形式得以实现。在这种时代大势下，文旅业也得以进化发展，告别了过去单纯的“看景

点”，发展成为形式多样、目的地多元、注重体验与个性化需求的新业态。四川大学教授李原认为，现在的文旅业具有很强的心理性、情感性和价值性，因此需要改变工业时代的文旅业发展形式，形成一种能够传递情感、打动游客心灵的新业态。

小团游和定制游快速增长

携程曾在《2021 用户旅行新趋势洞察》中提出，大团、长线、走马观花的旅游方式会逐渐被消费者摒弃。当前，这一论断逐渐成为现实，具有人数更少、品质更高、灵活自由等特点的小团游和定制游越来越受到消费者的青睐。携程发布的《2023 年春节旅游总结报告》显示，春节期间，不与陌生人拼团、灵活高质的私家团的订单量暴增 6 倍；约个导游领你品味当地风俗、私享旅程的当地向导业务订单量增长 13 倍，小规模、私密性、个性化、追求质感的旅游方式，正在成为新趋势。成都巛行国际旅行社有限公司总经理何朗表示，近年来游客越来越注重旅游的品质和个性，人数少价格高的小团定制游逐步走热，尤其是在新冠疫情防控政策优化之后，游客自由行和定制行出游需求明显增多，更多游客正在从被动“跟团”转向主动“定制”出游。“截至今年 2 月底，我们共发高端定制团 11 个，共有游客 253 人，发团数、人数和金额都较去年同期大幅增长。”

“微度假”成为常态

过去，提到旅游，人们想到的是“诗和远方”，但现在这一现象正

在逐渐发生变化。新冠疫情期间，依靠短假期在城市周边出游的“微度假”开始流行，营地露营、乡村旅居、户外运动等活动方式受到追捧。在新冠防疫控政策调整之后，“微度假”并没有陷入低谷，反而展现出“高频率低消费”的强大生命力。以“微度假”中最常见的露营为例，西岭雪山推出的雪地露营帐篷在 2023 年春节期间天天爆满，峨眉山的露营帐篷价格高达每晚 1980-2280 元，但每天的预订都在 50% 以上。中信建投证券在其发布的 2023 年大消费领域十大预测中表示，露营经济“未来仍有翻倍提升空间”。华南师范大学旅游管理学院院长刘俊教授认为，“微度假”的本质是国内旅游消费经历高速增长时代之后的理性回归，疫情只是加速了回归的进程。

与其说“微度假”是新的旅游产品，不如说是新的生活方式。以前的长途旅游，更像是一种彰显生活方式、提高生活品质的手段，追求的是一种外在形式，而“微度假”本身就是目的，就是生活，追求的是精神享受。相应地，“微度假”对各项服务和体验的要求更高，旅游企业要抓住商机，从吃、住、行、游、购、娱等各旅游要素给游客带来极致的体验，在业态上要提供能够满足家庭全龄段休闲度假和高频度体验需求的产品。

出行目的地更加多元

在成都融创文旅城，人气最旺的是哪里？不是游乐园也不是商业区，而是钟书阁。钟书阁成都融创茂店以其独特的建筑风格，一经亮

相便走红网络，每天来打卡的人络绎不绝，在节假日连拍照都要排长队，成了文旅人气“顶梁柱”。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

健康消费，迎接“新态度”

■文/本刊记者 唐佳莹

凌晨3点，借着微弱的灯光，赵晓给还在发烧的孩子喂下了8ml美林混悬液。这瓶美林是去年年底囤的，没想到在甲流季派上了用场。与它同放在药箱里的还有十包连花清瘟颗粒、两盒布洛芬缓释胶囊……林林总总，算下来要500多元——一笔赵晓自己都觉得惊讶的支出。

“囤药”，只是新冠疫情催发下最明显、最大众化的消费习惯转变。抛开疫情因素，2011—2021年我国健康消费支出总体也呈上升态势。据《中国卫生健康统计年鉴》，2021年中国人均医疗保健支出^[1]达2115元，是2011年的近3倍。从这11年的增速来看，健康中国建设提出（2015年）后，人均医疗保健支出增幅明显快于之前，其中2018年涨幅最大，达16.1%。2020年受新冠疫情影响全年各项消费支出均下降的背景下，人均医疗保健支出首次出现负增长，但即便如此，其增速依然位于各项消费支出之首，并于次年就实现反弹（见图）。

人均医疗保健支出走势大致勾勒出了这样一个市场事实：一方面，随着人们对健康的重视程度越来越高，健康消费市场需求广阔；另一方面，经济发展等大环境的影响又切切实实拉扯着消费者的“钱包”，消费乏力困境渗透至健康产业领域。



相较于之前的商业模式与产品设计，要想撬动更多潜在健康需求走向“经济化”，形成供需互促，生产端或许是时候停下脚步审视消费者，迎接他们对健康的全新“态度”。

养老需要“体面”

今年初，60岁的刘宏盘算着把8年前在攀枝花米易县购置的一套80平小两居卖掉。这是他准备的养老房，坐北朝南，开窗见山，曾很是喜欢。房子还是以前的房子，周

围的配套设施却也一样八年如一日——开发商所描绘的公园景致与医疗服务至今没有看到起色。刘宏不想再等了。

2015年被业内称为康养产业“元年”，全国各地康养项目次第铺开，“候鸟老人”“卖阳光”曾是健康消费最爱提及的“故事”。这个故事由于缺乏对老年社区的运营、周边环境的完善以及医疗需求的满足，并没有讲得很好。

西华大学讲师卢立宇认为，在这一时期，供给端开始关注老年人“养老”需求，并因此提炼成“康养”这种更高层次的消费载体是有卓越远见的。

我国已经是全球老龄化程度较深的国家之一，其进程还在不断加剧。历年人口普查数据显示，2010年“六人普”到2020年“七人普”间中国60岁及以上人口占总人口比重升高了5.4个百分点，这主要与20世纪50年代第一次出生高峰所形成的人口队列相继进入老年期相关。而“十四五”时期，20世纪60年代第二次出生高峰所形成的更大规模人口队列也会跨入老年期。“双高峰”叠加，中国人口老龄化水平可预见地将一改过往几年相对缓速的演进状态，步入增长“快车道”。

摆在行业面前的问题是，如此庞大的消费群体，内部分化势必也更为复杂。高端养老项目瞄准“头部老人”，但未来规模更大的普世化、大众化养老需求也亟待获得满足。《第四次中国城乡老年人生活状况抽样调查成果》显示，2020年我国空巢和独居老人已达1.18亿人。显然，在家庭养老功能逐渐减弱的当下，他们的养老需求并不止是一套“面朝大海，春暖花开”的房子。

无论位于收入的哪端，老年人对养老的核心诉求都在于如何更“体面”地走完人生。从卢立宇多年观察来看，受制于当下房地产发展困境等因素，实际上与地产项目深度绑定的高端养老模式推进得反而较普世化社区养老更为缓慢，能够提供真正包含医疗保健、深度定制陪护的康养机构在全国都属罕见，高端养老需求外溢，市场上甚至出现帮助老年人对接国外疗养院的中介机构。

反观社区养老，近年来新意无穷。从提供老年文化生活的社区之家到解决独居老人三餐的老年食堂再到超过12小时用水量不到0.01立方米自动报警的智慧水表……细微改动却正中养老“痛神经”，收获一众好评。但这毕竟更倾向于政府行为，相关服务的提供者更多是社区工作人员或网格员，要将这样的社会化养

老“接棒”给市场，还需要进一步摸索价值空间及其实现方式。

同样因为“不怎么赚钱”而推动缓慢的还有老年商业保险。作为养老服务的金融补充，针对老年人的各类保险项目却限制重重。极高的准入门槛为行业规避了风险的同时，也将日益增长的老年保险需求拒之门外。以市面上某款重疾险为例，老年人投保的要求在55岁以下，每年价格较30岁人群多出近4000元。不仅价格和年龄有限制，罹患高血压等的慢性病人也不能购买，而根据中国疾控中心慢性病预防控制中心的研究报告显示，近年来我国老年人群中罹患慢性病的大约占3/4。这意味着很多老年人即使拥有足够的财富，也很难购买到适宜的保险产品。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

[1] 大健康产业不仅包含治疗、康养、保健还涉及健康运动、休闲娱乐、膳食营养等方面，因此健康支出包含内容也较广阔，考虑到数据的可得性与科学性，本文以人均医疗保健支出数据作为分析健康消费支出情况的判断依据。



预制菜已成为众多餐饮企业瞄准的“兵家必争”赛道。图为消费者在展会上购买预制菜。

后疫情时代餐饮消费趋势观察

■文/本刊记者 贾翔

俗话说：民以食为天。一餐一饭关系民生，一瓢一饮贴近生活。美食是生活中的一大乐事，承载美食的餐饮业也是满足人们对美好生活向往的主要消费行业，已成为促进经济内循环的重要推手之一。餐饮业具有刚性需求、高消费频次等特征，其中精致餐饮又带有享乐型消费的属性。新冠疫情以来，餐饮业受到巨大冲击，而随着疫情影响的逐渐弱化，餐饮快速复苏，呈现一边堂食火热、一边站满外卖小哥的线下线上“两旺”场景。餐饮消

费也迎来了发展的拐点。吃什么、在哪吃、怎么吃……当前整体快速复苏的餐饮消费有哪些新增长点立在潮头？还有哪些潜在领域待进一步挖掘？本文试图观察解答其中一二。

“M型”趋势开始显现

2022年“双十一”，天猫食品饮料大类目总体销售额同比下降5.5%，但其中却有两个次级类目维持了增长，一是米面粮油，二是酒。一个是基本温饱一个是“诗与

远方”，这特性迥异的两端恰好反映了当前餐饮消费趋势中的“M型”特征，两端突出而中间塌陷。即要么是低价的必需品、追求的是高性价比，要么是昂贵的奢侈消费代表着精致、高端。营销业内有更绝对的说法：消费者只买两种东西，最便宜的必需品和体验最好的消费品。

消费行为背后，是代际更迭产生的消费观念变化。在信息高速流动时代成长起来的年轻消费者，更愿意为高品质的“体验型产品”买单。

封面·深度 COVER DEPTH 消费“尚新”

“M型”的两端，一端是低价的平民快餐，一端是精致的高档餐厅。但与我们过去的惯常认知不同，这两部分消费者也许是同一拨人。“工作日吃便宜外卖，周末打卡精致餐厅”是许多年轻人的生活方式。

精致餐饮率先复苏

“过去三年，餐饮业是受疫情影响最为严重的消费业态之一。但在后疫情时代，我们看到，精致餐饮的恢复速度高于普通餐饮。数据显示，今年以来，精致餐饮的访问量比去年同期增长近20%，作为精致餐饮代表的黑珍珠餐厅则接近40%。与此同时，精致餐饮的抗风险能力也很强，疫情三年来，内地没有一家黑珍珠餐厅倒闭。”2月9日，在2023年黑珍珠餐厅指南发布暨颁奖盛典上，美团高级副总裁张川如是说。

黑珍珠这套评价体系，最开始对标的就是大家所熟知的法国米其林。作为中国人自己的美食榜单，黑珍珠餐厅指南自2018年首次发布，今年共有304家餐厅上榜，其中新上榜餐厅数量达65家，创历年最高。上海、北京、香港、成都、广州为黑珍珠上榜餐厅数量最多的五座国内城市，连续六年稳居精致餐饮第一梯队。成都作为全国知名的美食之都共有19家餐厅上榜，是榜单前五城市中上榜餐厅数量增速最快（150%）的城市。

美团数据显示，2022年，国内精致餐饮行业总规模为559亿元，门店数量达4429家，分别较2021年增长7.8%、1.5%。国家统计局数据显示，2022年全国餐饮收入下

降6.3%。以黑珍珠餐厅为代表的精致餐饮的逆势发展，说明了人们对美好生活的追求，中国经济的长期向好推动了精致餐饮需求的快速增长。精致餐饮消费的群体也呈现出与三年前不同的景象，据业内人士表示：“疫情前，占比最高的是商务宴请，而放开以后个人消费、家庭消费则成为精致餐饮的主要消费群体。”精致餐饮代表着“M型”的右端，即更高的价格得到最优的品质，体现了为极致体验买单的倾向，而想要定位高端的餐饮企业，关键是思考如何真正做好产品、实现消费者好的体验，否则就可能“高不成、低不就”落入到“M型”的中间塌陷坑中。

预制菜长风劲吹

2023年中央一号文件提出“提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平。培育发展预制菜产业。”预制菜首次被写入中央一号文件，给近年来餐饮行业最热的预制菜风口，又添了一把火。

从定义上讲，预制菜按照加工程度以及原辅料来划分，可以分成净菜类、预制半成品类以及预制成品菜类。净菜类为已加工，但未经过调味腌制的果蔬、肉禽产品；预制半成品为经过调味、裹粉、预炸等工序的半成品菜；预制成品菜为经过调味、腌制的菜品进一步炒制、蒸煮后的熟制品，以速冻的方式保存。

与精致餐饮的高端定位不同，预制菜瞄准的是方便快捷、经济实惠，这恰恰对准了“M型”的左端，即低价必需品区域。在疫情防控背景下，人们的餐饮消费习惯和消费

场景发生了巨大变化。以四川为例，2022年在餐饮收入整体下降10.1%的同时，通过互联网实现的餐饮收入却逆势增长11.5%，消费者的外卖餐饮需求暴涨，催生了对于外卖行业上游即预制菜的需求增长。另一方面，餐饮业人工成本和租金成本不断增加，追求更快的出餐速度和更少的人员、更小的店铺面积，这些因素都加速了预制菜发展。最后，近年来餐饮产业供应链不断完善，物流配送体系和冷链技术的进步为预制菜发展解决了采购、存储和销售等方面的技术难题。

（全文见《四川省情》2023年第03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。



对话学者：如何提振消费？

■文/本刊记者 李莲

尽管消费新风向孕育了巨大发展潜力，但潜力变现的路上还横亘着不少或显性或隐性的障碍。为此，本刊特邀中国消费经济学会会长杨继瑞、中国西部经济研究院院长毛中根、四川大学商学院教授黄璐，针对当前制约消费扩大的因素，畅谈如何提振消费，以切实发挥消费在国民经济中的基础性作用。

夜市流光溢彩热闹非凡，“夜经济”激发消费活力。图为四川眉山栖西里商业街区。

记者：扩大消费的关键在于充实钱袋子提升居民的消费能力。目前四川居民收入总体水平不高且差距较大，如何提高收入、缩小差距，以扩大消费？

杨继瑞：消费已经成为拉动经济的“三驾马车”之首，疫情后的

消费新阶段，扩大消费的重要性不言而喻。缩小居民收入差距，除了要缩小区域差距和城乡差距外，更要从初次分配、二次分配和三次分配这三个层面入手。初次分配要注重效率按贡献分配。国民收入的初次分配，是在国有经济、集体经济及民营经济的各企业中分别进行的。因此，在初次分配领域，关键是要进一步完善要素市场，让市场在要素配置和收入分配上起到主导作用。二次分配应关注低收入人群。政府应该发挥更大作用，可以通过税收和转移支付来解决收入分配不合理和收入差距过大问题。这需要调整政府财政支出结构，提高对民生支出的比重，特别是对低收入人群的转移支付的比重，在“提低、扩中、调高”这个改善收入分配格局的大政方针下，重点应该放在提高低收入人群的收入和创收能力上。三次分配需进一步健全法律和制度体系。目前，我国公益性捐赠单位的资格认定范围过窄，慈善捐赠个人所获得的税收减免程序复杂，一定程度弱化了税收对慈善捐赠的激励作用。政府应适当放宽捐赠税前扣除的限制，简化税收减免程序，允许对超出捐赠进行结转抵扣，尽快推进捐赠“倒逼机制”，更好地发挥税收政策在三次分配中的激励作用。

毛中根：未来需要从改革收入分配制度、完善社会保障体系、加大公共支出投入和拓宽就业渠道等方面多管齐下。分配制度改革方面应提升劳动者报酬占国民收入的比重，提高居民收入在国民收入分配中的比重，扩大中等收入群体比重，

合理调节过高收入、增加低收入者收入，形成橄榄型分配结构。完善社会保障体系方面重点要扩大社保覆盖面，解决好医疗、教育、养老等后顾之忧，让老百姓“敢消费”。加大公共支出投入方面应增加住房、教育、医疗、公共卫生等社会性支出，推动公共服务均等化，保障人民生存和发展基本需要，减少人力资本积累的成本和未来就业机会的不平等。拓宽就业渠道方面应关注高校毕业生、退役军人、农民工和城镇困难人员等重点群体就业，推进灵活就业政策与稳就业政策形成互补，鼓励有志青年和大学生积极投身乡村振兴，大力推动中小微企业发展，壮大实体经济以提升就业质量。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

经济区行政区 适度分离的“题”与“解”

文/吴振明



川渝高竹新区承担探索经济区与行政区适度分离的重任，图为建设中的新区一角。

川渝高竹新区是全国首个明确以探索经济区与行政区适度分离改革为目标的跨省级试验区，自2020年12月正式批复成立以来，开展了一系列的改革探索，取得较好成效的同时也显露出一些深层次的问题和矛盾，进一步先行先试、深化改革，对于落实成渝地区双城经济圈建设战略部署、探索经济区与行政区适度分离改革有效路径具有重要意义。

适度分离已基本成型

搭建了适度分离改革的基本框架

川渝高竹新区通过川渝两省（市）、邻水县与渝北新区的横向合作，以及省、市、县之间的纵向协同，搭建了经济区与行政区适度分离改革的基本框架。一是行政管理权限的分离框架，按照“能放则放、应放尽放”原则，广安市级层面下放134项、邻水县级层面下放159项行政权力；对于跨省级行政区的行政审批差异事项，制定新区行政权力试运行事项清单，建设线上线下政务服务平台，实现川渝事项无差别受理、同标准办理。二是高效的一体化新区管理框架，由合作双方共同组建、共同出资、共同管理，探索统一编制、联合审查的规划管理机制。

探索破除行政壁垒的实现路径

以破除阻碍要素自由流动的体制机制障碍为突破口，探索“不破行政隶属、打破行政壁垒”的改革路径，在市场主体异地注册、水电气等生产要素同城同价、税费征管跨省域集成、人才服务互通互认、法务联动跨省协

同、监督执纪执法跨省联合等方面，开展了涉及27个跨省域事项的改革试验，有效破除了阻碍要素自由流动的行政壁垒。

建立多样化的适度分离改革推进机制

“改革重在落实，也难在落实”，川渝高竹新区充分发挥各类主体的积极性，建立了多样化的适度分离改革推进机制。一方面以重大项目为载体，通过项目共建推进适度分离改革，另一方面以产业协作为核心，通过产业链的相互融合探索适度分离机制，例如川渝高竹新区以智能网联新能源汽车及核心零配件为主攻方向，全面嵌入重庆汽车产业链，成为推动适度分离改革的重要抓手。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

“五经普” 开局稳！

文/本刊编辑部整理

第五次全国经济普查（以下简称“五经普”）准备工作开展以来，四川各地强化普查责任，形成工作合力，创新举措，亮点纷呈。

【德阳市】 “八大专项行动” 备战“五经普”

为落实“拼经济、搞建设、抓发展”的工作要求，德阳市规划实施了“千人联千企”“转企升规”等“八大专项行动”，实行“项目+清单制”管理，为“五经普”提供有效支撑。

一是“千人联千企”专项行动。完善领导联系重点企业工作机制，将“五经普”工作作为领导联系重点企业重要工作内容，做到全市“一套表”企业联系全覆盖。

二是“转企升规”专项行动。开展全面摸排，分级、分行业筛查“转企升规”培育对象，建立重点培育库，强化政策支持和要素保障，

积极鼓励和引导“小升规”“个转企”。

三是“统计回归”“统计落地”专项行动。建立市外法人在德产业单位和德阳市总部企业市外产业单位基本信息台账，精准施策，引导“数据回流”并在本地“落地”。

四是规模以上工业增加值率提升专项行动。抓好全部规模以上工业企业成本费用调查，加强对工业企业的培训和指导。

五是基本单位清理专项行动。查清、查全、查准、查实全市所有从事经济社会活动除个体工商户以外的基本单位，推动所有符合基本单位统计制度要求的单位及时纳入名录库。



德阳市开展“五经普”基本单位清理工作。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

报告！ 四成受访群众会在今年增加消费

文/王冰

中央经济工作会议在部署2023年经济工作任务时，强调“要把恢复和扩大消费摆在优先位置”。四川省统计局调查中心围绕当前社会公众关注的消费热点，结合中国消费者协会公布的2023年消费维权年主题“提振消费信心”，开展了2023年四川“3·15”消费者权益日专项调查。

本次调查通过云平台调查方式进行，访问对象为全省21个市（州）年龄在18-70岁之间的城乡常住居民，共计完成有效样本量3856个。调查结果显示，居民消费结构在不断优化升级，不同群体消费感知评价、消费意愿等差异明显，有四成受访群众表示2023年会增加消费。

消费评价：2022年主要实物性和服务性消费质量的满意度评价较2021年下降

“药品”质量评价得分下降幅度最大

调查显示，2022年8类主要实物性消费质量的满意度评价平均得分为70.97分，其中，“手机”“家电”“生

活日用品”的满意度评价得分^[1]排前三位，“保健品”满意度评价得分最低，为57.12分，明显低于其他商品。与2021年调查结果相比，8类主要实物性消费质量的满意度评价得分均有所下降，其中下降幅度最大的是“药品”质量评价，下降了3.07分（详见图1）。

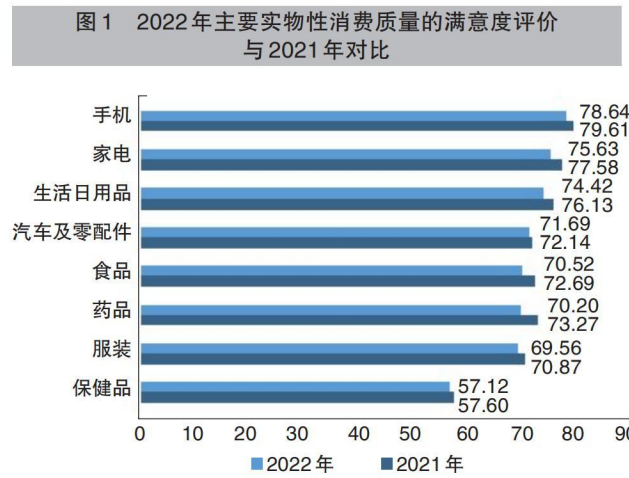
“医疗服务”评价得分下降幅度最大

2022年10类主要服务性消费质量的满意度评价平均得分为70.20分，其中“快递物流服务”“公共交通运输”“购物服务”的满意度评价得分排前三位。与2021年调查结果相比，10类主要服务性消费质量的满意度评价得分也均有所下降，其中下降幅度最大的是“医疗服务”评价，下降了1.99分（详见图2）。

（全文见《四川省情》2023年第03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。



2022年成都都市圈发展强劲，生态环境日益改善。图为绿意盎然的龙泉山城市森林公园。

2022年成都都市圈 经济总量超2.6万亿元

文/龙强

面对复杂严峻的宏观经济形势和多重超预期因素冲击，2022年以来，全省加快推进成德眉资同城化发展，成都都市圈积极应对困难考验、成功抵御风险冲击，对全省经济恢复贡献突出。

有力拉动全省经济增长

支撑作用持续增强

主干功能突出。2022年成都都市圈实现地区生产总值（GDP）26218.1亿元，按可比价格计算，增长2.9%，增速与全省持平，经济总量占全省比重为46.2%，拉动全省经济增长1.3个百分点；其中成都地区生产总值达20817.5亿元，占全省比重为36.7%。

极核地位显著。成都都市圈经

济总量占成渝地区双城经济圈的比重为33.8%，与上年持平，经济增速高于重庆主城都市区0.6个百分点，有力支撑了成渝地区双城经济圈经济发展。

经济实现“V”型反转。面对多重超预期因素冲击，成都都市圈经济从一季度平稳开局增长5.2%、低于全省0.1个百分点，上半年增速回落至2.9%，前三季度探底增长1.5%，到全年增长2.9%、与全省持平，走出了一条从震荡下行到企稳回升的“V”型曲线。

产业引领作用突出

产业分工协作进一步强化。成都都市圈开展跨市域产业协作企业增至1490家，成都市软件和信息服

务装备集群、成渝地区电子信息先进制造集群入选国家先进制造业集群。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

[1] 满意度评价得分计算方法：所有评价项目的满意度评价均以打分方式进行，打分范围为0到10分（非常满意为10分，从高到低，非常不满意为0分），在剔除“不了解”“说不清”的样本后，将受访群众对不同分数的选择比例乘以对应的分值权重进行加权求和，即为某个评价项目的满意度评价得分。

“川” 字号，出发！

文/肖学文 李纳云 王渝博



四川泡菜作为省级区域品牌，影响力逐步形成。

品牌是高质量发展的重要象征，是地区竞争力的综合体现。加强品牌建设是满足人民美好生活需要的重要途径，是质量强省、制造强省的应有之义。近期，国家发展和改革委员会、国家市场监督管理总局等七部门印发了《关于新时代推进品牌建设的指导意见》，提出我国推进品牌建设的总体思路、发展目标、重点任务和保障措施，为新时代四川品牌建设指明了方向。全省进一步强化品牌建设，更好地支撑现代产业优化升级。

四川品牌建设有力

政策法规支撑有力。2018年3月，印发《四川省开展质量提升行动实施方案》，部署“实施品牌创建工程”。2018年6月，省委十三届三次全会《关于全面推动高质量发展的决定》专章部署“推动品质革命和品牌创建”，提出“大力实施四川品牌创建行动计划”。2020年12月，省委十一届八次全会提出“实

施质量强省战略和品牌创建行动计划”。2021年，在全国省级层面率先出台《四川省质量促进条例》专章规定品牌建设，随后印发《关于打造“天府名品”质量品牌推动高质量发展的指导意见》，提出培育打造“天府名品”特色优势质量品牌。

行业部门行动迅速。四川省发展和改革委员会牵头开展中国品牌日宣传活动，组织四川品牌企业展示展销；经济和信息化厅强化质量标杆建设，加强企业品牌培育；农业农村厅推动绿色食品、有机农产品发展，支持区域公用品牌建设；商务厅积极推动川派餐饮品牌建设；文化和旅游厅加快天府旅游名牌建设；省市场监管局积极组织争创中国质量奖，评选天府质量奖，创新开展“天府名品”高端品牌建设，开展地理标志产品培育，强化有机产品认证示范区创建，开展绿色建材产品认证，组织参加品牌价值评价。截至2022年末，累计培育中国

质量奖13家，天府质量奖（四川质量奖）29家，212个农产品区域公用品牌、816个优质品牌农产品，国家知名品牌示范区7个，国家级有机产品认证示范区6个，形成了天府龙芽、四川泡菜、天府菜油等省级区域品牌。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

川菜产业如何可持续发展？

文/邹婷 王丹美亚 周作昂

川菜具有深厚的文化底蕴和广泛的消费人群，是四川“天府之国”“美食天堂”金字招牌的实体依托。近年来，川菜产业发展步伐不断加快，在稳增长、促就业、保民生中发挥着重要作用，是满足人民群众美好生活需要的基础产业、民生产业、大众产业。要不断深挖川菜市场潜能，激发市场活力，提升供给质量，壮大产销体量，促进川菜产业高质量发展。

川菜产业根基牢固

一产持续发力，川菜根基牢固
粮油产量逐年增长。2015—2021年，四川粮食产量实现七连增，年均增长0.6%（见图1）；2022年，粮食总产量3510.5万吨，连续三年稳定在3500万吨以上，维稳饭食之根基。2015—2021年，油料产量增长22.7%，年均增长3.5%（见图2），牢固烹饪之基础。

图1 2011—2021年四川粮食产量
单位：万吨



数据来源：四川省统计局，后同

图2 2011—2021年四川油料产量
单位：万吨



川菜食材丰饶多产。2015—2021年，四川蔬菜及食用菌产量由3988.4万吨增长至5050.4万吨（见图3），增长26.6%，年均增长4.0%，其中油菜、卷心菜、榨菜头、冬瓜等食材年均增速超5%，蘑菇、核桃等食

图3 2011—2021年四川蔬菜产量
单位：万吨





世界川菜大会是全球川菜产业的风向标、聚集地。图为在雅安举行的第五届世界川菜大会。

材年均增速超10%，川菜丰饶；园林水果产量1154.2万吨，增长6.5%，川果丰硕。

川肉产量波动增长。2022年，四川生猪出栏6548.4万头，比上年增长3.7%；牛出栏306.0万头，增长4.4%；羊出栏1792.7万只，增长1.5%；家禽出栏7.8亿只，增长0.8%。四川以养殖淡水产品为主，2021年，全年水产养殖面积19.3万公顷，与上年持平；水产品产量166.5万吨，增长3.8%，水产品较丰富。

川调农作物产量增长突出。川菜善用麻辣，以麻辣鲜香为主调的调料农产品产量逐年飙升。2021年，四川辣椒产量293.0万吨，比上年增长7.1%，十年间年均增长3.3%；花椒产量为14.2万吨，比上年增长16.2%，十年间年均增长17.9%；2021年，大葱、蒜头、生姜产量分别为75.0万吨、53.7万吨、61.0万吨，比上年分别增长3.6%、0.7%、3.3%；八角产量为929吨，比上年减少2.5%。

二产稳中有增，调味品、饮品铸就川菜本味

调味品产业基础牢固，产品种类丰富。2021年，四川味精、食用盐产量分别为8.8万吨、22.1万吨，味精产量减少14.5%，食用盐产量增长3.9%；黄酒产量0.6万千升，增长0.5%；食醋产量为33.0万吨，酱油产量为51.4万吨，分别增长11.7%、9.7%。

川酒产量保持稳定，川茶较快增长。四川白酒产量在

川酒中占比最大，2021年，规模上以企业白酒产量为364.1万千升，基本保持稳定。规模上以企业啤酒和精制茶产量均增长较快，啤酒产量为249.9万千升，增长14.7%；精制茶产量为15.6万吨，增长7.8%。

（全文见《四川省情》2023年第03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。



组团培育经济副中心，充分发挥两地资源优势壮大文旅产业也是关键一环。图为南充阆中古城。

联手弹好“协奏曲” 组团培育“副中心”

■文/杨刚 等

推进南充—达州组团培育川东北省域经济副中心，是四川坚决落实党的二十大“深入实施区域协调发展战略”“以城市群、都市圈为依托构建大中小城市协调发展格局”重大部署，推进“四化同步、城乡融合、五区共兴”、构建“多中心、组团式”发展格局的重要抓手。作为川东北经济区的“双核”，南充、达州两市必须主动担当使命、加强组团协作、增强综合实力，联手打造区域高质量发展引擎，带动川东北经济区协同共兴，引领川东北渝东北一体发展，支撑成渝地区双城经济圈北翼腾飞。

培育“副中心”，基础坚实

南充、达州区位优势、资源富集、实力强劲，且两

市地域相邻、人文相亲，拥有组团培育川东北省域经济副中心的良好条件。

资源禀赋好。据《南充市第七次全国人口普查公报》《达州市第七次全国人口普查公报》显示，南充、达州两市常住人口近1100万、占川东北经济区的57%；南充是国务院界定的成长型资源城市，达州是国家重要的能源资源战略基地，两市石油、天然气、锂钾、煤炭等资源储量丰富，市场空间广阔，资源开发潜力巨大。南充是国家知识产权试点市、全国创新驱动助力工程示范市，达州是国家知识产权强市建设试点城市，据南充市科学技术局、达州市科学技术局数据显示，截至2022年，两市有效国家高新技术企业共计337户，创新资源集聚，

发展动能强劲。

产业实力强。南充、达州都是国家商品粮、优质生猪生产基地，有机农产品、粮食、生猪产量全省靠前（见表1），“好充食”“巴山食荟”等农业品牌全国知名，现代农业基础坚实。新能源汽车、油气化工、食品饮料等产业迅速成长，两市规模以上工业企业数、工业增加值分别占川东北经济区的53.2%、60.7%，新型工业潜力巨大。商贸、金融、文旅、物流等产业兴盛，社会消费品零售总额占川东北经济区的63.9%，现代服务业优势明显（见表2）。

表1 2021年南充、达州现代农业发展情况						
类别			南充		达州	
			总额	全省排位	总额	全省排位
农林牧渔业总产值(亿元)			787.5	2	665.3	4
第一产业增加值(亿元)			474.8	2	411.6	4
重点产业	粮食	播种面积(万亩)	849.6	1	847.1	2
		产量(万吨)	317.1	2	324.2	1
	生猪	出栏量(万头)	591.4	1	434.1	4
	牛	出栏量(万头)	13.1	7	34.1	4
	羊	出栏量(万头)	199.0	2	126.6	4
	蔬菜	播种面积(千公顷)	164.7	2	93.4	3
	蔬菜及食用菌	产量(万吨)	420.2	2	317.8	5
	柑橘	种植面积(万亩)	80.3		26.57	
农业园区		国字号(个)	6		2	
		省星级(个)	7		6	

数据来源：南充市农业农村局、达州市农业农村局、国家统计局四川调查总队

表2 2021年川东北经济区现代服务业发展情况						
城市	第三产业增加值		社会消费品零售总额		金融机构存款余额	金融机构贷款余额
	总额(亿元)	全省排位	总额(亿元)	全省排位	总额(亿元)	总额(亿元)
南充	1107.7	4	1448.7	3	4201.4	2951.5
达州	1105.1	5	1281.5	4	3838.6	2240.3
巴中	360.7	19	485.1	16	1595.9	1051.7
广安	702.1	13	651.4	12	2340.9	1150.2
广元	460.4	15	495.4	15	1823.8	1139.7

数据来源：四川省统计局

战略地位高。“渝新欧”国际快铁、成达万高铁、西渝高铁等铁路和兰海、沪蓉、银昆、包茂等高速公路纵横相连，交通网络高效便捷，拥有国家级万达开川渝统

筹发展示范区、省级临江新区、自贸区南充协同改革先行区等重大平台，文化教育卫生软实力较强，区域比较优势明显。南充、达州均为国家规划定位的川东北区域中心城市，四川省委对南充建设嘉陵江绿色生态经济带示范市和区域综合交通物流枢纽、达州建设万达开天然气锂钾综合利用集聚区和东出北上国际陆港枢纽给予明确支持。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

2023年春节后四川制造业企业复工返岗情况调研报告

■文/李慧英 高尚

为了解2023年春节后制造业企业员工返岗复工情况和一季度企业用工情况，国家统计局四川调查总队于1月28日—30日通过问卷调查和实地走访相结合的方式，对全省15个市（县）的148家制造业企业开展了快速专题调研，调研的148家工业企业中，外向型企业49家，非外向型企业99家；大型企业35家，中型企业62家、小型企业45家，微型企业6家；涉及计算机、通信和其他电子设备制造业，非金属矿物制品业，化学原料和化学制品制造业等27个行业。

结果显示：春节后制造业企业返岗复工势头较好，生产经营形势稳中向好，用工需求稳中有升，政府对企业扶持力度明显，但还存在用工缺口、经营成本持续增加、招工难、外向型企业经营受困等问题，在一定程度上影响了企业的生产发展。

复工复产情况较好

返岗复工势头较好

调查显示，73.6%的受访企业已开工，其中开工情况较好的行业是计算机、通信和其他电子设备制造业，占13.8%；化学原料和化学制品制造业，占10.1%；医药制造业，占9.2%。尚未开工的39家企业中预计在两周内开工的占94.9%，而尚未开工的主要原因是正常的生产经营周期所致。员工到岗率与去年相比“基本持平”的占95.4%，“有所增加”的占2.9%；空缺岗位预计半个月之内能基本到位的占50.0%。

生产经营形势稳中向好

调查显示，37.9%的受访企业预计今年一季度生产经营形势与去年同期相比为“非常好”“比较好”，48.0%的预计“差不多”，仅

有14.1%的预计“比较差”和“非常差”。72.3%的受访企业表示一季度订单情况与去年同期相比为“有一定增幅”“基本保持稳定”，16.2%的表示“订单量有所下降”，11.5%的表示“情况尚不明朗”。49家外向型企业中，65.3%的表示下一步海外订单“会有一定增幅”“基本保持稳定”，16.3%的表示“订单量有所下降”，18.4%的表示“情况尚不明朗”。

（全文见《四川省情》2023年第03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。



宜宾长宁地震后，安置点的青年志愿者为受灾儿童讲故事。

嘿，想成为一名志愿者吗？

■文/本刊记者 乔燕艳

青年志愿者，是四川志愿服务的主体力量，在无数个生活细节里发挥着重要作用。比如，新冠疫情发生以来，四川储备疫情防控青年志愿者40万人，发布疫情防控志愿服务活动3.6万个，招募青年志愿者58.6万人，累计服务时长85.8万小时。

这一串串的数据让人好奇，四川的青年志愿服务，究竟是怎样的存在？

青年志愿服务走在全国前列

2001年，四川青年志愿者协会成立，无数心怀热诚的青年，由此开启了服务社会的征途。

2009年，《四川省志愿服务条例》正式实施，将青年志愿服务推上了制度化的发展道路。

2019年，四川出台全国首个青年志愿服务制度试点改革方案，全省青年志愿服务得以进一步地深化。

二十余年来，四川青年志愿服务的服务体系、能力培养、服务路径均在不断完善提升。

体系完善，是四川青年志愿服务发展的稳定基石。多年来，四川形成以共青团四川省委员会（以下简称团省委）为主体，四川省青年志愿者服务中心、四川青年志愿者协会为抓手，专项基金、注册管理信息平台（“志愿四川”平台）、青年志愿者学院为支撑的“一体两翼

三支撑”省级青年志愿服务示范运行体系。在此框架下，全省183个县（市、区）全部建立了青年志愿者协会；四川高校志愿服务联盟业已成立，全省134所高校建立校级服务志愿组织；省、市两级志愿者学院近五年来培训青年志愿者骨干超过4000人；通过青年志愿者成长营等方式，培训高校志愿者骨干超过25万人次。同时，建立四川青年志愿服务工作专家人才库，编制应急救援、博物馆志愿服务、卫生应急志愿服务等领域志愿服务标准，并推动成都大学建立了全国首个志愿服务（辅修）专业。

应急服务，是四川青年志愿服务的特色优势。身处断裂带上的四川，地震频发。在多次参与救援中，全省志愿服务逐渐形成“快速响应—登记报备—供需对

接—精准参与—有序撤离”的应急志愿服务工作机制，并由此制定了全国首部《应急志愿服务管理规范》。同时，四川积极探索在地灾防治领域实施“守护生命”项目，组建队伍6747支，参与志愿服务75.1万余人次，开展宣传教育、应急演练、隐患点排查等活动7.8万余次，为保卫人民生命财产安全贡献了积极力量。

敢于改革，是四川青年志愿服务的内驱动力。2019年10月，四川青年志愿服务改革试点正式启动，至2023年2月，“志愿四川”平台累计注册志愿者721.4万人，较改革前增长199.6%；注册志愿服务组织8.2万个，增长203.7%；发布志愿服务活动40.2万个，增长1282.8%；记录志愿服务时长5000万余小时。其中，宜宾结合长

江第一城的地理特色，打造了“河小青”环保志愿服务品牌，泸州则突出细节服务，打造“小桂花”青年志愿服务品牌，在社区治理、大型赛会、弘扬红色文化等方面作出贡献；攀枝花则在社区志愿服务和志愿服务激励保障体系建设上取得了较好成绩。

（全文见《四川省情》2023年第03期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

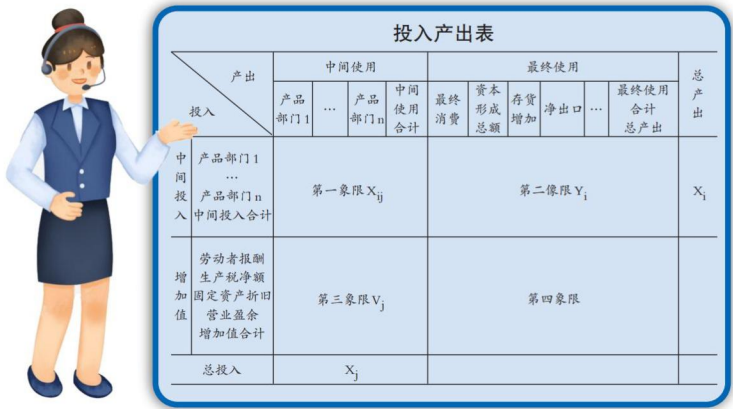
下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在App Store中搜索“四川省情”下载。



三名巡河护河志愿者正清理湖边垃圾。

表格，岂止是表格

文/本刊专栏作者 甄石



2022 年最后一期，笔者以《统计数据，何止是统计数据》为题，聊了聊 GDP 核算的那些事儿。今天再来聊一聊排名仅次于 GDP 的投入产出核算。

“投入产出”这四个字很接地气，简单、直白地表达了投入小、产出大的美好愿望。作为国民经济核算制度之一，却很高冷，最近蹭上经济普查的热度，才不断被人所知。

投入产出表

广义的投入产出核算包括投入产出调查、编表和应用等内容，囿于篇幅，重点聊聊投入产出表。这张表信息量巨大，最主要的部分是 $n \times n$ 的正方形、棋盘式的表格，可以定量地反映各部门相互依存、相互制约的技术经济联系。一方面它能告诉人们各部门的产出情况，以及这些产出是怎样用于生产或最终消费的；另一方面它还告诉人们各部门为了自身生产需要的投入情况，以及这些投入的构成。

懵了吧？这哪里是“表”，这是“棋”，是“网”和“局”。这张表是对 GDP 核算的深化和细化，把 GDP 的三种方法嵌在“表”中，更直观地彼此印证、互相平衡。岂止这些！这张表还告诉我们很多人生道（哲）理，以笔者的理解，包括

但不限于以下。

人生终极“三问”

“你是谁？从哪里来？到哪里去？”，如果是门卫保安盘问，答案是迅速且直接的。但作为一个哲学命题却要深思，不同的人、同一个人在不同的时间会有不同的答案，或者说，思考答案比答案本身更有意义。投入产出表的核心部分、也即是第一象限，从数学的角度提供了一个参考答案。其中的每个数据 X_{ij} 都有“我是谁”的困惑：使用者或被使用者、索取者和奉献者？其实是集多种身份于一身的“雌雄同体”；从每一列（纵向）看，表明从哪里来（某部门的投入构成），从每一行（横向）看，表明到哪里去（某部门的产出去向）。看来，“数学的尽头是哲学”这句话不无道理。

我为人人、人人为我

法国作家大仲马在《三个火枪手》中有一句极其简单的英文：All for one, one for all，直译就是“人人为我，我为人人”，与“我为人人、人人为我”相比，顺序不同，但格局高低立见。投入产出表以矩阵的方式，形象地反映了每个单位都是复杂经济系统中的一个棋子，都需要其它单位的产品或服务，同时也被其它

单位所使用。其中的 X_{ij} 不仅定量地反映了 i 部门为 j 部门提供了多少，又代表了 j 部门使用了 i 部门多少。人类社会亦如此，每一个人都在贡献着自己的价值，也享受着别人贡献出来的价值，相互依存、互惠互利、合作共赢。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

怎么看中国人口负增长问题？

文/本刊专栏作者 陈智

真没有想到，2022 年中国人口就出现了负增长！

今年春节前夕，国家统计局发布数据，2022 年全年全国出生人口 956 万人，死亡人口 1041 万人，年末人口为 141175 万人，比上年减少 85 万人。这条信息如一颗石头扔进平静的湖水，引起巨大震荡，各种舆论观点、相关新闻报道、网上热议评论纷至沓来，笔者曾经多年从事人口统计工作，有很深的“人口情结”，忍不住也来凑个热闹说上几句。

对于这个问题，我想说，第一，中国人口负增长早有预期，只是没想到来得这么快这么早。中华人民共和国成立至今，全国人口从 5.42 亿飙升到 14 亿多，增速之快、时间之短，在全球首屈一指。人口大规模增长主要集中在 20 世纪后半叶，1987 年出生率达到历史最高点 23.3%。之后就开始一路下滑，1991 年跌破 20%，2020 年跌破 10‰，2022 年进一步下跌至 6.77‰。随着计划生育政策的实施和经济社会的发展，人口增长放缓是自然规律，出现负增长只是时间早晚问题，这在人口学界基本上形成了共识。但来得这么早却远超出了预期，中国社科院 2019 年预测我国人口在 2029 年达到 14.4 亿的峰

值，同年联合国人口展望报告也认为中国人口峰值在 2031 年出现，2022 年人口拐点就来了，这一场“雪”的确来得有点早。

第二，出生率持续走低、人口负增长并非中国特有，许多国家都已出现。人口变化由出生、死亡、迁移三个因素决定。我国人口出现负增长主要是出生率持续下降、出生人口快速减少导致的，为什么现在年轻人越来越不愿意生孩子了？人们普遍认为是因为当下生育、养育、教育成本太高，年轻人不敢生、不愿生，这当然是一个重要原因，但绝不是唯一甚至有可能不是最重要的原因。笔者认为，低生育率是一个国家进入相对富裕和现代化后都要出现的问题，可以说是一种社会的“富贵病”，大多数欧美发达国家、东亚的日本和韩国都是这样。现代社会不需要养儿防老，情感慰藉也有许多替代方式，结婚的意义、生孩子的必要性确实下降了不少。笔者曾在 2022 年第 2 期发表《生育率下降是世界难题》一文，就此做过一些专门的分析，这里就不赘述了。

第三，人口负增长会带来多重影响。尽管未来某一年或几年人口增长或许有所反弹，但我国总人口不断减少的趋势已难以逆转。联合国预测今年 4 月印度人口数量将超

过中国，印度成为第一人口大国已是板上钉钉。人口是衡量国力的重要指标之一，人口规模与国家的国际话语权直接相关。印度成为世界第一人口大国的影响，可能随着时间延长逐渐显现。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

GDP核算的“恒纪元”与“乱纪元”

文/本刊专栏作者 张柯

刘慈欣的《三体》是我国“现象级”的科幻作品，今年年初，由《三体》改编的电视剧和动漫作品陆续上映，掀起了又一波的“三体热”。在《三体》中，遥远的三体文明面临三颗“太阳”，三颗“太阳”的运行是个混沌系统，无法计算其运行规律，因此三体人要么生活在三星稳定运行、万物周而复始的“恒纪元”中，要么生活在恒星无规律运转的“乱纪元”中，他们不得不寻找地球这样一直处在“恒纪元”的栖息地。

实际上，我国GDP核算体系和三体文明有异曲同工之妙，三体文明有三颗太阳，GDP核算也要经历三个周期，分别是季度核算、非经普年度核算、经济普查年度核算，当进入季度定基核算周期的时候就是GDP的“恒纪元”，当来到经济普查无基核算周期的时候就进入了GDP的“乱纪元”。

季度核算——“恒纪元”

平常年份季度GDP核算，以经济普查核算结果为基数，通过分行业相关指标增速进行推算，再汇总计算得到GDP总量和增速。比如，

金融业增加值核算采用存贷款余额、证券交易额、保费收入等相关指标增速推算；房地产业增加值核算采用商品房销售面积等增速推算。这种方法的特点是时效性强，在每个季度季后20天左右就能得到结果，充分满足社会各界的需要。季度核算由于是速度推算，再配合价格指数和折算系数，一般来说波动不会太大，只有在遭遇超预期因素影响下会出现负增长（比如疫情冲击、高温限电等），经济进入新常态下也很难达到两位数增长，常态下都是个位数增速。当然，不能忘了非经济普查年度核算，在次年12月前完成，核算时间更充裕、基础资料更丰富，也会对数据进行修订调整，但一般而言都是“小修小补”，不会“大动干戈”。因此，在季度核算和非普查年度核算时，GDP就如同在“恒纪元”状态下，总体稳定、秩序井然。

经普核算——“乱纪元”

五年一次的经济普查，会采取“地毯式”清查的方法，对辖区内全部法人单位、产业活动单位和从事第二产业和第三产业的个体经营户

进行全面清查，详细掌握各类单位的基本情况，这些都是季度核算难以掌握的

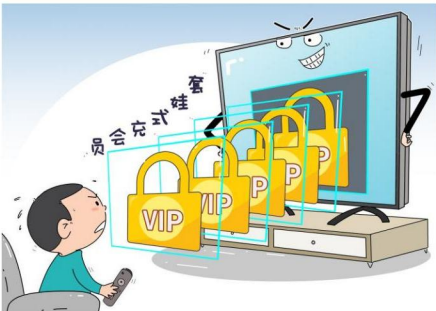
（全文见《四川省情》2023年第03期）

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。

视频收费应多点真诚、少点套路

文/钟甦



扫黑题材的电视剧《狂飙》在2023年开年着实火了一把，即使当前广泛讨论的热潮已慢慢褪去，但抖音、B站等视频网站上的二创视频依旧还常有热度。笔者这样不常看电视剧的人，也在前段时间追了一下热点，感受了一把全民追剧的感觉！

虽然电视剧好看，可是看电视剧的方式开始变得不太有趣。曾经看电视的方式是提前守在电视机前，等待着要看的节目播出。现在方便了，可以随时点播自己想看的内容，但是这种“痛快”有代价，得先付费，而且可能会是“套娃式”付费：开机要先看一段开机广告，看到一半还时常有弹窗广告，只有付费才能取消；想看自己感兴趣的内容，却发现现在会员之上还得另外付费；一台电视中藏着大小各种不同的平台，都要充值不同的会员；在自动续费的模式诱导下，一不小心就会支出高额会员费……会员套会员、付费再付费，无尽的广告、无尽的套路。

中国消费者协会2月15日发布的《2022年全国消协组织受理投诉情况分析》就把当前看电视剧难的种种乱象总结了一遍。文章显示，

以智能电视平台“套娃式”收费为代表的在线会员服务乱象屡现，成为消费者投诉重灾区。一是智能电视平台“套娃式”收费引发消费者不满。由于智能电视系统内各模块资源相互独立，消费者连续充值却仍无法观看全部视频内容。二是视频平台会员服务体验不佳。视频平台限制原会员用户手机投屏功能，若解除限制需购买更贵的增值会员服务。消费者支付的费用越来越高，但体验却大打折扣。三是网络会员服务默认自动续费。一些网络会员服务先诱导消费者免费使用，到期后未向消费者充分告知或有效提醒消费者情况下自动续费。

智能电视、视频平台的普及，本应便利人们的生活，而非添堵。如何收费是商业模式的探索，用户权益如何保障，则关乎市场秩序的健康。视频平台商家在收费之余，却忽视消费者的观感体验和意见，笔者认为这么做的原因主要有两点：一是因为视频内容版权方输出内容越来越强势，视频平台已经呈现大平台垄断的趋势，消费者只能在其提供的影视资源里进行选择，缺乏议价能力；二是相关法律法规的缺

位，视频会员业务亟需更具体更专业对口的法律法规或者国家标准、行业标准来加以规范。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

资阳：消费回升，这个春节“旺了”！

文/张婷婷 张蓉

为了解疫情管控政策调整后第一个新春佳节居民的消费情况，2023年1月29日—31日，国家统计局资阳调查队开展了网络问卷调查，并对资阳市的部分餐饮、零售商家和居民进行了走访。

调查结果显示：在疫情防控政策调整、政府消费政策带动，以及被积压的消费原动力爆发等因素的共同作用下，春节资阳市消费市场复苏强劲，但低收入人群消费能力不足等问题仍需关注。

春节消费热度攀升

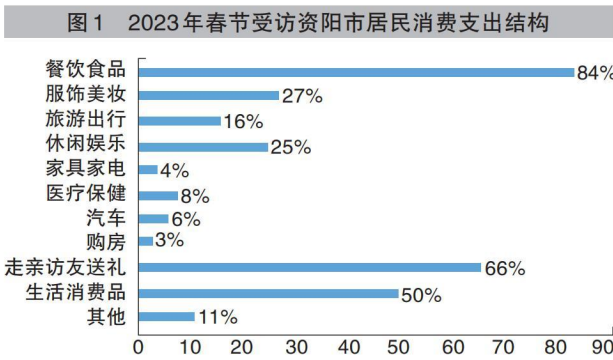
消费市场复苏回暖

据资阳市商务局重点监测样本数据显示，春节期间（2023年1月21日—27日），资阳市重点零售企业营业收入同比增长16%，全市消费市场收入预计超20亿元。从调查走访的22家商家来看，春节期间营业额比去年同期增加的有17家，占比达77.3%，其中：增幅超30%以上的有8家，与去年持平的有3家，下降的仅2家。从问卷调查情况看，今年春节家庭消费总支出比去年增加的占72%；同时，近四成人员选择春节离开常住地过年，流动加强拉动消费增长，久违的“年味儿”回归明显。

餐饮食品成复苏领头羊

调查结果显示，居民对于“您家今年春节期间消费金额最多的是哪几项（可多选）”问题的回答，选择“餐饮食品”的占84%，居首位。餐饮食品行业成为今

年春节消费市场复苏最为明显的行业之一。选择“走亲访友送礼”和“生活消费品”支出的集中度也相对较高，占比均超过50%。反观春节期间购房、家具家电和汽车的人群相对较少，仅占3%、4%、6%（见图1）。



（全文见《四川省情》2023年第03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。

拼经济搞建设，开江这样干

文/张德勋 蒋兴荣

为稳定经济增长，全力以赴拼经济搞建设，开江县着力稳住市场主体、扩大有效投资、激发消费活力，2022年，全县GDP增长3.5%，规模以上工业增加值增长7.2%，全社会固定资产投资增长9.5%，社会消费品零售总额增长2.9%。经济运行总体平稳，发展态势恢复向好。

千方百计稳住市场主体

2022年下半年，受新冠疫情等多重因素影响，企业和个体工商户受到了不同程度的冲击。开江县坚持稳字当头、稳中求进工作总基调，积极探索开展“首违不罚”市场监管机制（对轻微、非主观故意、没有造成危害后果的首次违规行为，免于行政处罚），为市场主体营造宽松舒适的发展环境。编制出台《开江县促进市场主体高质量



鬓微霜，何妨再就业！

■文/吕雪萍



很大一部分老年人仍有就业的需要和能力。

《第七次全国人口普查公报（第五号）》数据显示，截至2020年11月1日，我国60岁及以上人口为2.64亿人，占18.70%，与2010年第六次全国人口普查相比上升5.44个百分点。随着全国社会老龄化程度的逐步加深，退休人群规模有所扩大将成为一个不争的事实，而推动退休老人再就业可以缓解人口老龄化带来的部分问题。

退休老人仍能发挥余热

目前全国很大一部分退休老人拥有较丰富的知识、技能、经验和纵深的社会网络，具备参与生产劳动、社会管理、科学研究、文艺创作、帮教下一代等社会事务的能力。退休老人再就业可以将多年积累的人力资本转化成物质和精神财富，也为人生的“后半场”觅得良好归宿。

老年人选择再就业主要有三种情形：一是拥有一技之长，不愿完全退出劳动力市场，选择“退而不休”；二是虽然步入老年，但仍有经济方面的需要，通过就业增加一份收入；三是没有生活负担，仍有能

量可以发挥，寻求个人和社会价值的实现。

“银发族”再就业存在的问题

年龄的设限

当前的法律体系对老年人就业的支撑不足。例如，《中华人民共和国劳动合同法实施条例》明确规定，“劳动者达到法定退休年龄的，劳动合同终止。”劳动合同终止后，其再行与用人单位建立的用工关系通常被界定为劳务关系，在获得报酬、工伤赔偿、责任事故认定等方面的权责不够清晰，增加了老年求职者和用工单位双方的风险。目前，国家立法部门还没有正式出台一部老年人就业的“专门法”，有的也只是地方性法规，缺乏约束力和法制性，还需要不断完善。

身体健康的个体差异

退休老人身体健康，具有劳动能力，也应享有再就业的权利，但许多用人单位都觉得老龄人基础疾病多，不确定风险大，采取“一刀切”的办法，把他们拒之门外，这无疑也是“银发族”迈入职场的一道坎。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

购置优惠政策，积极开展消费券发放、商品展等促销活动。实施以节兴商、以旅促销，举办第二届田城文化旅游艺术节等节会，持续激发消费活力，吸引游客消费。实施电商赋能，以国家级电子商务进农村综合示范项目为支撑，促进传统商贸企业数字化改造升级，推动工业品下乡、农产品进城，增强新型消费动能。实施场景培优，培育开街、清河坊两大商圈，启动奥特莱斯商业综合体建设，积极争创“天府骄”消费新场景，不断繁荣消费市场。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

度，确保达到全年预期目标。

推动陌上春风、田米水乡等80个项目开工建设，加快开梁高速、国家储备林等24个项目建设，切实以项目提速推动经济发展增速，有力促进全社会固定资产投资增长。

同时，紧盯国省政策投向，加大项目储备力度，持续招大引强，坚持推行“链主引领、国资领投、基金撬动”三大模式，深入推进全员招商、产业招商，全周期服务，提高项目核准落地率、开工竣工率、达产达效率。

2022年，全县338个“四个一批”重点项目完成投资101亿元，达年度计划的105.5%；36个省、市重点项目完成投资65.6亿元，达年度目标任务的105.6%。纳入国家重点项目库储备项目1658个、总投资4897亿元。主要领导带队开展小分队招商活动39批次，新签约亿元以上项目52个，签约投资金额558亿元。

竭尽全力激发消费活力

当前，各项稳经济促消费政策效应逐步显现，居民消费全面复苏，全县消费品市场运行状况得到了极大改善。

为刺激消费，开江县突出提振消费信心、扩大消费能力“两个关键”，全力恢复接触型、聚焦型、流动型消费。实施助企惠民，全面落实汽车、住房等大宗商品

发展二十条措施》《开江县进一步帮助中小微企业和个体工商户纾困解难十二条措施》等一系列文件，明确了具体措施，进一步放宽市场准入、引导扶持市场主体创新创业、推动降本减负、营造公平竞争环境、提供资金支持，持续激发了市场主体创业活力、提升动力、发展潜力、竞争能力。

同时，大力实施“建圈强链”行动，牢牢把握“推动经济实现质的有效提升和量的合理增长”要求，始终把发展的着力点放在实体经济上，全力推动三次产业融合建圈，大幅提升链主及龙头企业对产业链的整合力，打造根植性高、竞争力强、可持续的绿色低碳现代产业体系。

2022年，全县市场主体净增3185家。建成开江县电商产业营运中心（已入驻10家企业）、电商直播基地3个、电商产业服务示范基地3个，新入驻快递企业2家、商贸流通企业1家，建设冷链转运仓库1个。

想方设法扩大有效投资

开江县充分发挥投资对优化供给结构、恢复经济发展的关键性作用，更加突出政府投资和政策激励，提振发展信心，带动社会投资。持续深化项目工作全过程效率革命，全面赋予项目指挥长干部任用调整“建议权”和“否决权”，执行项目“一月一拉练”和“红黑榜”通报制



建设文化强县是建设文化强省的有力抓手。图为成都天府绿道首届龙舟文化推广活动，众多市民参与。

天府文化强县：为文化强省先行探路

文/马健

党的二十大报告关于“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”的新部署和关于“增强文化自信，围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象建设社会主义文化强国”的新要求，为加快建设新时代文化强省、全面建设社会主义现代化四川进一步指明了方向。

四川高度重视文化建设

党的十八大以来，四川高度重视文化建设工作、大力推动文化繁荣兴盛。2019年，中共四川省委、四川省人民政府印发的《关于大力

发展文旅经济 加快建设文化强省旅游强省的意见》明确提出“把我省建设成为社会主义核心价值观广泛践行、文化事业繁荣发展、文旅产业深度融合的文化高地和世界重要旅游目的地。”在文化建设方面，四川印发的《建设文化强省中长期规划纲要（2019—2025年）》聚焦和突出“强”这个关键词，进一步提出“实现文化建设由‘大’到‘强’的根本转变，到2025年基本建成文化强省”的发展目标。在旅游发展方面，四川印发的《关于开展天府旅游名县建设的实施意见》

则聚焦和聚力“县域”主战场，进一步提出通过建设天府旅游名县，统筹县域旅游高质量发展和县域经济创新发展的战略举措。

（全文见《四川省情》2023年第03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。

月子中心：进入稳定发展阶段 制约因素明显

文/徐毅

月子中心是为产妇及新生儿提供生活照护服务的场所，服务内容主要包含母婴健康保健、月子膳食、母乳喂养、产后塑身等。随着人们生活水平的提高和思想观念的转变，月子中心也从“旧时王谢堂前燕”，逐步“飞入寻常百姓家”。

目前经历五个发展阶段

萌芽阶段——第一代月嫂制移动式月子中心

2001年，中国加入世界贸易组织（WTO）后，国家经济高速发展，部分群体经济收入水平高、消费意识先进，对产后恢复产生了更高的要求，而没有经过正规培训的“月嫂”已不能满足其需求，于是第一代月子中心应运而生。第一代月子中心主要以公司为主体，创始人大多具有医护背景，对月嫂进行基本技能培训，使其具备一定的专业知识与应急处理能力。

探索阶段——第二代托管制公寓式月子中心

2006—2010年间，月子中心行业不断探索，针对此前行业中存在的问题，发展到第二代月子中心。第二代月子中心采用独立的场所，如快捷酒店、公寓的房间，相对保证了月子期间的私密，防止了休养期被打扰，同时第一次进行了月子服务分工，月嫂、厨师、保洁员等各司其职。

发展阶段——第三代医护制会所式月子中心

2010年，伴随居民消费水平的日益提高，高端医护市场不断扩大，出现了“孕妇生产+坐月子”的一体化需求。在这种情况下，通过向日本、韩国等较为成熟的月子中心学习，并与本土情况相结合形成了第三代月子中心。主要是启用了护理学校毕业的持证护士，全面取代月嫂；对服务进行了再一次细分，提供分板块化的专业服务；与高端酒店融合或采用独栋别墅式的场所，提供更加舒适私密的环境。在随后运营的过程中，暴露出的主要问题在于没有专门的功能区域，如专业服务场所、休闲娱乐场所、

儿童游玩场所，也没有医护级别的消毒卫生措施。

（全文见《四川省情》2023年第03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

- 全国规模以上工业生产主要数据
- 四川全社会固定资产投资主要数据
- 2022年全国各副省级城市主要经济数据



安卓版



下载APP获取更多数据分析

苹果版



No. 145 汇聚权威数据
透视全球经济
March

03
2023

《四川省情》随刊附送

CONTENTS

目录

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

中国篇

- 工业
全国规模以上工业生产主要数据 ----- 4
- 投资
全国固定资产投资（不含农户）主要数据 ----- 5
- 贸经
全国社会消费品零售主要数据 ----- 6
- 价格指数
全国居民消费价格涨跌幅 ----- 7
全国工业生产者价格涨跌幅 ----- 8
- 房地产
全国房地产开发和销售情况 ----- 9
- 文化
2022年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入情况 ----- 10

专题篇

- 2022年全国各副省级城市主要经济数据 ----- 16
- 2022年全国各副省级城市主要经济数据【续表1】----- 17
- 2022年全国各副省级城市主要经济数据【续表2】----- 18

01

世界篇

- 主要国家和地区国内生产总值增长率（同比）----- 1
- 主要国家和地区工业生产增长率（同比）----- 2
- 世界主要股市数据 ----- 3
- 消费者价格涨跌率及预测 ----- 3

03

四川篇

- 工业
四川规模以上工业增加值 ----- 11
四川规模以上工业企业经济效益 ----- 11
- 投资
四川全社会固定资产投资主要数据 ----- 12
- 贸经
四川社会消费品零售主要数据 ----- 13
四川全省及各市（州）限额以上商贸单位数量情况 ----- 14
- 价格指数
四川居民消费和工业生产者价格指数 ----- 15