

评论员观察

和企业经营者交流,许多人常把“脑子要活”挂在嘴边。的确,企业发展不可能永远固守“舒适圈”,经营者能否灵活头脑适时开辟新赛道,一定程度上决定着企业能否长久保持生机活力。

上海建国东路一家冷冻肉店铺一度动起了“跨界”的主意。为拓展消费群体,吸引来去匆匆的上班族,店里想尝试卖蒸包子。

然而,按以往相关要求,包子铺的现制现售区域和生鲜肉销售场所要隔10米以上,或有可密闭遮盖的防护罩等防护措施。但这家冷冻肉店面有限,“螺蛳壳”里难“做道场”。

怎样走出死胡同?针对“落伍”条款,上海审批部门在走访调研基础上,发布新版食品经营许可审查细则。根据新规,门店可以在两个区域间竖起玻璃门作为防护隔断,问题迎刃而解。

如今,门店已进行试运营,同样的门店面积,销售额达到了过去只做生鲜肉、预包装食品

的10倍以上。开辟新赛道,主体是企业,却不只是企业自己的事,营商环境同样至关重要。“便利店摊蛋饼打盒饭”“网订柜取早餐”“预包装零食店制售咖啡面包”……类似的案例中,面对棘手诉求,监管部门没有简单地说“不行”,而是

一起研究“怎样能行”,帮助新业态健康规范发展。这样一种“有解思维”,呵护的是创新创造活力,激发的是企业发展潜力,也带来不少启示。

“有解思维”体现为一种包容审慎的态度。有经济学者认为,企业的发展,实质上就是不断发挥想象力,利用未被充分利用的资源,从而开辟出新的“生产性机会”。

今天,经营主体的想象力比过去任何时候都更加重要。就像此前惊艳世界的人工智能大模型DeepSeek(深度求索),最初脱胎于量化投资企业的算力资源,“主干”萌生的“旁枝”最后绽放出别样的花朵。

不过,有些时候,适度超前的想象力,会与既有法律法规、监管制度等产生冲突。如何处理这类复杂的情况?不是一味否定,而是以包容审慎的态度看待新事物、新业态,如此,创新才有试错空间。

“有解思维”也体现为一种主动作为、靠前服务的姿态。

2025年,广东深圳南山区成功迈入“万亿城区”。南山区为什么能?营商环境的持续优化完善,正是发展密码之一。

正如当地一名干部所言,就像珍珠项链,“珠”是经营主体,颗粒饱满、绽放光彩,看不见的“线”则是营商环境,串珠成链、形成合力。对企业“无事不扰、有求必应”,为企业发展壮大减轻负担、持续赋能,有助于催生大企业顶天立地、中小企业铺天盖地、创新创业竞相生长的“热带雨林”生态。

主动作为、靠前服务,以开放胸怀回应合理诉求,共同寻找“最优解”,才能更好激发经营主体活力。

“十五五”规划建议提出:“形成既‘放得活’又‘管得好’的经济秩序。”从以前的“管得住”到现在的“管得好”,一字之差,标准更高、意蕴深远。“管得好”,不是“管得多”,也不是“简单管”,而是要在市场发挥决定性作用的前提下,管好那些市场管不了或管不好的事情。

从有效市场和有为政府的视角看,“有解思维”背后的逻辑就在于,提升政府服务水平,以“管得好”为经营主体搭建各展其能的广阔舞台。

中国经济,大在体量,也在潜能。以“有解思维”建设高效有为的服务型政府,营造一流营商环境,让经济浪潮中每一个迸发的灵感都有机会开花结果,中国经济的未来不可估量。

纵横

“手搓经济”,让创意自由落地

康健

近期,手机应用商店的榜单悄然生变。以往只见大厂“大制作”,如今榜单上开始出现个人或一人公司打造的“手搓”应用。它们凭借对细分需求的精准把握赢得市场,有的以1元售价获百万下载,有的靠服务小众群体成为爆款。“手搓经济”的兴起,让个体创新的微光汇聚成激活市场的新力量,折射出数字经济时代经济增长范式的新变革。

“手搓”走红的本质,是技术红利下沉大幅降低创业门槛。这个源自游戏圈、如今成为个人开发的代名词。它背后是生成式AI的普及,它承担了代码生成、文案策划等工作,使应用开发从成本高昂、需要专业团队的行为,变为个体可操作之事。创业者无需再为“如何造出来”耗费更多精力,转而聚焦“造什么能解决实际问题”。技术一定程度上拉平了起跑线,使每个有想法的个体都有机会成为市场创新者。

“手搓”应用的核心竞争力在于对市场细分需求的极致挖掘。为独居人群设计的专属应用,解决日常小问题的轻量化工具……这些小微产品精准击中用户真实痛点,实现了“同理心”的商业变现。当AI接手繁重技术劳动,人的洞察力、审美力和对生活的感知力反而成为最核心的竞争优势。这种以人为本的创新,让市场供给更多元,也让经济的微循环更有温度与活力。

“手搓经济”的快速发展是市场创新活力的体现,但这一新业态仍面临现实挑战。生成式AI降低开发门槛的同时,也使得复制产品的成本极低,市场上已开始出现同质化“僵尸应用”。同时,AI辅助下的创作成果如何界定与保护产权等问题,仍缺乏明确规则。个人开发者在运营、维权等方面能力相对薄弱,也令产品的持续发展基础不够稳固。

新业态的成长需要包容的环境与精准的支持。“手搓经济”若想进一步发展壮大,离不开一套适配的支持体系。制度层面,不妨探索针对个人开发者与一人公司的灵活税收政策、高效知识产权登记机制及低成本纠纷仲裁渠道,降低其制度性交易成本。市场层面,可以构建公共创新基础设施,提供普惠算力支持与开源技术社区,让开发者不必“重复造轮子”,更聚焦于创意升级。平台也应完善原创保护机制,严格禁止抄袭行为,为开发者守住创新果实。

从工业时代的规模制胜,到数字时代的创意为王,“手搓经济”的崛起背后是市场创新微观单元的裂变。众多“手搓”开发者如同市场中生长的创新细胞,微小而坚韧。唯有给予微创新更多尊重、保护与支持,让创意自由落地、让创新获得回报,才能使其持久释放红利,激活市场创新的“一池春水”。

(摘编自《福建日报》,原题为《“手搓经济”,汇聚个体创新的微光》)

本版邮箱:rmrbpl@peopledaily.cn(来稿请注明栏目名)

本版责编:李拯 邹翔 常晋

找准撬动文旅发展的支点

把长板加长

程诚

消费券是真金白银的补贴,也是拉动需求的有效工具。不过,消费券能降低游客的旅游成本,却无法自动兑换成为游客的满意指数。要想把消费券带来的短期流量转化为长期留量,关键不只是券发得多少,还在于文旅的内功练得有多深。

当前,文旅市场供需两旺,但也存在“成长的烦恼”。比如,有的古镇、古街建设同质化,简单复制黏贴别处的青瓦白墙;有的景区缺少特色,“灯光秀+小吃街+复古建筑”的老三样,让游客产生审美疲劳。特色不显、竞争力不强,就容易导致“建得起、火不了、留不住客”。

文旅发展的核心在于差异化。与其在同质化中“卷”得筋疲力尽,不如发挥长板效应,集中优势力量将本地最独特、最优质的文化资源打磨成“撒手锏”。从老祖宗留下的古城墙、青石板,到世代相传的非遗传艺,这些不可再生的文化瑰宝,才是一个地方区别于他的独特DNA,是无法替代的文化长板。

往深一层看,物是静态的,人才是文

发放消费券、门票优惠券、酒店代金券……春节假期,各地推出丰富的促消费活动,带动文旅消费“热辣滚烫”。如何更好发挥文旅消费券的杠杆作用?除了消费券,撬动文旅发展还有哪些实招?本期大家谈,我们选刊3篇来稿,与大家共同思考。

——编者

化活的载体。每一个热爱家乡的普通居民,都是当地文化的代言人。独特的生活方式、不同的风俗习惯、别具魅力的风土人情,同样也是重要的文化长板,具有无法比拟的竞争力。把长板加长,构建好本土叙事,游客就不仅能看到风景,更能感受到文化韵味。

下足券外功夫

苗冰涛

消费券更多发挥的是短期刺激作用,从长远来看,要想持续激发市场热度,释放文旅潜力,就必须下足券外功夫。

下足“新”的功夫。一时火不等于持续火。从淄博烧烤到“尔滨热”,“泼天的流量”来了,地方靠什么接住、接稳?靠的是产品、业态、体验的不断出新。消费券

是激发消费意愿的开始,只有拓展消费新场景、打造文旅新亮点,才能让消费者从“要我消费”变为“我要消费”,让游客“来了一次还想来”。

下足“深”的功夫。文旅市场的繁荣发展离不开平时的深耕细作。许多看似突然火起来的文旅产品,背后往往是长时段的耕耘。厚积才能薄发。在文化特色上深挖,在业态融合上深探索,方能真正把文旅消费这篇大文章做好。

下足“细”的功夫。一地文旅能否赢得游客满意,既要看产品,也要看服务。对于文旅而言,产品为王,服务为本。服务“上心”,游客“舒心”,文旅才能“留心”。细化服务举措,优化游客体验,同样重要。

下足券外这三重功夫,相信,更多游客能乘兴而来、满意而归,更多地区将实现留客又留心。

提升供需适配度

刘康钦

春节假期,我们一家人去福建看土楼、到广东潮汕看英歌舞。吸引我们的,不仅是各式各样的满减券,更是独具魅力的历史文化。当实打实的优惠与个人需求相契合,一张券才会让更多人有力“为一座城奔赴千里”。

促消费,贵在精准。就拿文旅消费券来说,问题不在发多少,而在怎么发。今天,旅游需求日益个性化、差异化,倘若仅以“发完”为目的,就很难有针对性地挖掘消费潜力,也会造成资源浪费。创新发放消费券机制,让消费券更精准锁定潜在需求群体,才能发挥其应有作用,同时精准滴灌真正需要扶持的文旅项目。

供给也能创造需求。比如,有的地方将优惠券融入“票根经济”,进一步延伸消费链条。能否让消费券发挥乘数效应,从“初次消费”衍生出“二次消费”“多次消费”,关键就在于不同消费场景之间的融合互动能否真正打动消费者。就此而言,在场景创新上发力,在“吃住行游购娱”全链条上做文章,供需才能更好实现动态平衡,适配度才会更高。

间里。如今,萍水相逢的朋友“把好吃的分享给你”,朴素情谊同样能传递浓浓暖意。“友谊牌”年货的走红,让我们看到年轻人对传统年俗的阐释,更折射其历久弥新的生命力。对团圆的期盼、对美好的向往、对情感的珍视,年味的内核一直都在。

这样的互动并不罕见。过去一年,我们见证了诸多暖心时刻。视障博主游历重庆畅通无阻;小吃店店主为求职的毕业生免去餐费以示加油鼓劲;后勤老师将散落的银杏叶精心拼成各式创意图案……不同的时间、地点和主角,演绎着一脉相承的古道热肠。这份真诚,在平时是爱岗敬业的责任心,在节日是互致问候的热乎劲;推动发展时是共建共享的积极性,日常生活中是能帮则帮的同理心。当这样的真诚同频共振,将汇聚成推动社会进步、国家发展的深厚基础与坚实力量。

伟大梦想的实现是一场永不停歇的接力跑,既需要自身本领高强,也需要时时加油补给,更需要大家勠力同心。从一个个温暖片段里读懂深沉期盼、汲取奋斗力量、校准前进航线,我们一定能齐心协力,抵达梦想彼岸。

暖闻热评

千里寄年货 情深意更浓

尹双红

心介绍了食用方法。从“能吃吗”的疑惑,到网友们“像翼龙”的调侃,再到本地人的贴心科普,看似寻常的年货照见真诚而热烈的情谊,让春节更添暖意。

【点评】

我国地大物博,好山好水哺育着热爱生活的人民,塑造了各具特色的地方美食。社交平台上,许多网友分享了外地朋友寄来的年货。浙江温州干货大礼包、山西白花花的大馒头、四川的手工腊肠……或是用风干腌制锁住美味,或是以易储存、高能量食品抵御寒冷,或是将时间窖藏酿成甘醇,每一份特产都是一方水土的结晶,藏着独属于当地的自然禀赋与生活智慧。一份份“硬货”,超越简单的礼尚往

来,勾勒出一幅鲜活的地域文化图景,也诠释了年味动人的情感内核。

出我家门,送你手上,来自远方的味道,得益于高效物流网络越织越密,从“车马慢”变“次日达”。5G网络广泛覆盖,让我们隔着屏幕领略不同的风土人情,在“涨知识”中增加文化自信。这既是时代发展的缩影,也是民生福祉的生动体现。更重要的是,日益完善的基础设施,不仅缩短了空间上的距离,更让各地风物得以相遇、让多样文化得以对话。以物的连接实现人的联结,社会心态在交流中走向包容、在共情中实现理解。

当“辞家千里又千里”不可避免,流动固然带来短暂的离别,但也创造新的相遇。从前,年味藏在一家人置办年货的热

微观

果盘子里话消费

徐之

一个个水果新品种从“高价尝鲜”变成日常消费品,表明消费升级不只在购买力更强,也在供给侧更优

30元一颗黑草莓、200元一斤手指柠檬、800元一个粉菠萝……春节期间,许多消费者发现,一批身价不菲的水果悄然现身电商平台。令人惊讶的是,不少商品已经显示“缺货”,说明不少人愿意为这份“新奇”买单。

高价水果的“身价”有其成因。要么是育种、培育技术限制了种植面积、亩产量;要么是依赖进口,附带更高的物流、关税成本。本身具有“稀缺性”,加之悦己消费、情绪消费渐成风尚,一些消费者不仅为产品本身付费,也为新奇体验和社交分享买单,造成了价格上涨。

但更多消费者期待的是新奇水果兼具好品质与适中价格。这种期待有可能成真吗?

往近看,前不久“车厘子自由”成为热议话题。受益于我国与智利等主产国的自贸协定,进口关税大幅减免,叠加跨境冷链物流效率持续提升,本产季车厘子价格显著降低。往远看,一些国家价格昂贵的西瓜,在我国早已成为便宜好吃的大众水果。今天,还有许多像吴明珠院士一样的农业科技工作者,正在向着新品种、新技术发起攻关。有市场、有政策、有技术,消费者有理由期待,更多高价水果的价格终将落在大众可接受的范围内。

也要看到,新鲜感来得快去得也快,

靠噱头制造的热度终究难以持久。近年来,不乏有高价水果因口感与普通品种并不大,被消费者迅速“用脚投票”、端离餐桌;一些果农盲目跟风扩种,品质管控跟不上,陷入增产不增收的困境。这启示从业者:人们最终愿意为之买单的,唯有过硬的品质与实在的性价比。高端不该只是包装加持,特色更不能只是噱头营销。优胜劣汰的市场法则面前,谁也没有例外,唯有沉下心来打磨产品品质,才能获得长远发展。

让更多好水果惠及更多消费者,关键在供给侧持续发力。一方面,要加强农业科技投入,降低种植和流通成本。从云南蓝莓依托基质栽培技术提升品质,到海南“树上熟”榴莲实现本土挂果,技术进步正不断丰富百姓的“果盘子”。另一方面,要完善冷链物流体系,畅通国内外流通渠道,用好超大规模市场优势,让更多特色水果以合理价格走进千家万户。

“十五五”规划建议提出:“大力提振消费。”一个个水果新品种从“高价尝鲜”变成日常消费品,表明消费升级不只在购买力更强,也在供给侧更优。做优品质、做强品牌,让消费者在追求性价比的同时也能尝鲜优选,水果产业方能行稳致远,为美好生活增添更多甜蜜滋味。



湖南湘西土家族苗族自治州双凤村,外国游客在体验制作土家族特色小吃。

曾勇摄(影像中国)

今年春节假期,中国游、中国购持续火热,越来越多外国游客来到中国,沉浸式体验丰富年俗和传统文化。从提升入境服务便利性,到发布多语种春节民俗地图,再到完善支付环境……有关部门和企业推出一系列举措,让外国游客更方便、欢快玩、舒心购。

这正是:门开迎远朋,情谊不言中。万里来相庆,天涯此春同。

廖沅文