

打造消费强区 点亮“烟火中原”

邓英文

近期召开的中央经济工作会议以“八个坚持”部署明年经济工作重点任务，将“坚持内需主导，建设强大国内市场”摆在首位。郑州市深入贯彻落实国家、河南省有关要求，郑州市委十二届九次全会围绕国际消费中心城市培育建设，对促消费工作作出系统部署提出，要促进外贸一体化发展，全面提升经济、文化、交往的国际化水平，不断增强城市全球资源配置能力，着力建设经典与时尚融合的国际消费中心。这一系列自上而下的战略部署，不仅清晰勾勒出激发内需、拓展市场的宏观路线图，也为地方实践提供了从顶层设计到落地施工的系统指引，是各地方在新时期全面促进消费升级、释放内需潜力的根本依据与行动纲领。

中原区以郑州创建国际消费中心城市为契机，加快构建以演艺赛事经济为战略牵引、以工业遗存文旅融合为特色底基、以传统商圈与新兴业态互促共荣为市场支撑、以数字消费与首店首发为创新引擎、以“烟火中原”品质生活为品牌内核的“五链融合、五力联动”现代化消费产业体系。2025年全区生产总值预计即将跨入千亿元门槛。“十四五”期间，全区社会消费品零售总额累计达1513亿元，年均增速5.1%，稳居市内六区前列，消费市场呈现总量稳步增长、结构持续优化、动能加速集聚的良好发展态势，为全区经济高质量发展注入了强劲动力。

引爆“流量”新引擎，构筑文商旅体融合新增长极

大型演艺赛事是集聚人气、带动消费、提升城区影响力的主要引擎。中原区立足“四大中心”资源禀赋，坚持“内容引流、模式创新、场景延伸”的系统思维，以演唱会聚势、体育赛事引流，推进“文商旅体+百业”融合发展，形成“一业兴、多业旺”的消费生态。一是做强核心引擎，打造顶级演艺赛事引力场。大力实施“演艺赛事牵引”工程。通过承办国际乒联总决赛、金鸡百花电影节、王者荣耀KPL总决赛等国内外顶级文体活动超900场，打造中部地区“演艺赛事新高地”。奥体中心自2023年以来共举办90余场演唱会，占全市演唱会举办总场次的90%以上，跨城观演率超80%；今年以来举办活动达264场，服务群众超150万人次，直接撬动交通、住宿、餐饮、购物等关联消费超115亿元，形成了强大的磁场效应，确立了文体消费领域的领先地位。二是创新联动模式，延伸“票根经济”消费链。首创“票根经济”模式，系统性整合消费资源。通过组建“票根经济商家联盟”，联动辖区内酒店、餐饮、景区、商超等数百家商户，创新推出“演出门票+消费优惠券”“观演+住宿”等组合产品，为观众提供一站式消费解决方案。同时，开通从演出场馆至中原万达、锦艺城、特色街区等重点消费区域的免费接驳专线，有效延长观众停留时间，引导消费从场馆内向全区扩散，将大型活动带来的瞬时、集中人流，转化为持续、多元的消费增量。三是促进场景跨界，实现文旅体消费深度融合。积极推动演艺赛事活动从单一事件向综合性文

旅消费场景转变，大力推广“跟着演出去旅行”“跟着赛事去旅行”理念。以热门演出和赛事为纽带，精心设计“观演+研学”“观演+休闲”等主题旅游线路，将二砂文创园、芝麻街1958双创园、贾鲁河生态公园等区内优质文旅资源串珠成链。这一举措不仅丰富了观众的文化体验，更带动了全区文旅产业的整体热度，实现了推动“流量”变“留量”、“过客”变“常客”，有效促进了演艺流量向旅游留量、赛事观众向休闲常客的深度转化。

重塑“空间”新形态，打造多层立体消费生态圈

消费空间的重构与升级是激发内需潜能、提升消费品质的关键抓手。中原区以国家培育建设国际消费中心城市为契机，将“年轻力、科技感、时尚度”作为核心导向，坚持“保护与更新并重、提质与扩容并举”，系统推进工业遗存创造性转化、传统商圈迭代升级与新兴业态前瞻布局，着力构建“历史人文、现代时尚、未来体验”相交融的多层次、立体化消费空间矩阵，全面增强消费载体的辐射力、吸引力和承载力。一是注重历史传承与创新转化，打造工业文化体验新地标。系统推进国棉三厂、二砂、芝麻街等老厂区的保护性开发，通过“微改造、精提升”，植入文化展演、创意设计、休闲娱乐等现代业态，精心打造“一路四街”工业文旅消费带。创新推动“工业遗存保护区、特色旅游街区、双创产业园区、宜居生活社区”四区功能融合与空间联动，成功培育了磨街省级旅游休闲街区，推动二砂、国棉三厂入选省级历史文化街区，形成了年客流量超4000万人次的网红打卡集群，实现了工业记忆从静态保护到活态利用、从历史场景到消费热点的价值跃升。二是推动存量优化与能级跃升，巩固区域商业消费主阵地。针对中原万达、锦艺城、探十里等成熟商圈，实施以“业态焕新、环境美化、体验升级”为核心的系统提质工程。支持调整优化品牌组合，引入更多体验式、互动式消费项目，完善公共空间与智慧服务设施，持续提升消费舒适度与便利性，不断增强其对本地及周边客群的持久吸引力，稳固其在全区消费格局中的基本盘和压舱石作用。三是聚焦增量引进与品牌引领，培育高端时尚消费增长极。大力实施商业招商“领航计划”，瞄准国内外知名品牌、新兴业态和商业模式，积极引进具有标杆意义的商业项目。成功落户麦德龙会员旗舰店、京东MALL、百联奥莱、798&X云松艺术中心、董明珠健康家河南旗舰店等一批引领性项目，以及“谷乐屋”等19家区域首店、旗舰店。这些高端商业要素的聚集，不仅快速提升了区域商业的品牌级次与时尚氛围，满足了消费者对品质化、个性化、国际化消费的进阶需求，更带动了周边商业生态的整体升级，形成了传统与新兴互补、大众与高端协同的商业发展新格局。

用足“政策”杠杆力，激发市场内生乘数效应

我们深刻认识到，政策不仅是短期刺激消费的“催化剂”，更是优化制度环境、稳定市场预期、构建长期健康发展生态的“奠基石”。中原区坚持系统思维，精准对接国家与省、市战略导向，将政策工具作为打通堵点、激活存量、创造增量的关键支点，通过“直接激励、活动造势、平台联动”相结合的组合拳，有效放大财政资金与社会资本的乘数效应，为消费品市场注入持续活力与稳定信心。一是精准对接国家战略，以“以旧换新”撬动存量升级。抢抓国家推动大规模设备更新和消费品以旧换新的重大机遇，率先响应、快速行动。系统组织辖区内超过300家汽车、家电、家装等领域的重点市场主体，深度参与消费品以旧换新活动。通过财政补贴、企业让利、回收服务等多重激励，有效降低消费者换新成本，激发升级换代需求。截至目前，累计撬动相关领域消费规模突破22亿元，发放财政补贴超2.14亿元，不仅直接拉动了当期消费，更促进了绿色、智能、健康等高品质产品的普及，推动了存量市场的结构优化与能级提升。二是坚持“政策+活动”双驱，以节庆热点创造消费浪潮。注重政策的场景化落地，以全年重要节点、消费旺季为节点，策划举办系列主题鲜明、内容丰富的促销活动。通过政府搭台、企业唱戏、全民参与的模式，年均联动重点商圈、商业街区开展各类促消费活动千余场，形成了“季季有主题、月月有活动、周周有场景”的浓厚氛围。这些活动不仅直接带动消费超12亿元，更营造了活跃的消费场景，聚集了人气商气，显著增强了消费市场的韧性与活跃度。三是创新政企联动模式，以数字平台赋能消费激励。积极探索“政府引导、平台赋能、商户联动”的数字化促消费新路径。一方面，高效承接并配套省、市消费券发放政策，确保红利直达市场主体和消费者。另一方面，主动联合滴滴、抖音等头部互联网平台，创新设计“出行+消费”融合补贴券包、“暑假焕新购”等线上专项活动。累计发放各类消费券超过7000万元。这种模式实现了从“线上精准引流”到“线下实体消费”再到“全链条数据反馈与优化”的闭环，大幅提升了政策触达率和转化效率，形成了多方共赢、持续循环的消费促进新生态。

抢滩“新消费”赛道，培育供给创造需求强大动能

我们深刻认识到，消费业态的创新是驱动消费升级、引领市场变革的核心力量。中原区紧抓消费结构向数字化、绿色化、健康化升级的历史机遇，前瞻布局新场景、新业态、新模式，着力推动消费从被动“满足需求”向主动“创造需求”跃迁，为区域消费增长注入强劲新动能。一是强化数字引领，夯实新消费底座。充分发挥龙头企业集聚辐射效应，以抖音河南公司等平台型企业为核心，加速构建数字消费生态圈。今年1—10月实现营收260亿元，并带动产业链上17家

规上企业创造超300亿元营收，规模效应显著。同时，积极推动传统商贸企业全方位数字化转型，支持其搭建线上销售平台，大力发展直播电商、社交电商、即时零售等新模式。依托区内电商资源优势，积极布局跨境电商新载体，着力培育一批具有竞争力的本土直播电商企业，筑牢数字经济发展的根基。二是发力首发经济，打造新消费地标。高度重视“首发经济”的标杆价值和流量效应，制定专项扶持政策，对成功引进区域首店、旗舰店、概念店的市场主体给予奖励，并支持举办各类首秀、首展、首发活动。目前已成功引入“谷乐屋”等19家特色首店，落地奇妙名画嘉年华（河南首展）、郑州CPark天庭潮音首秀等标杆活动，显著提升了商圈能级和消费吸引力，使“首店首发”成为刺激消费、引领潮流的关键抓手。三是筑牢便民根基，拓展新消费空间。坚持将便民利民作为消费工作的出发点和落脚点，深入推进“一刻钟便民生活圈”建设。在社区周边系统性配齐购物、餐饮、家政、养老、托育、医疗等基本服务设施，着力打造一批国家级、省级示范生活圈。同时，鼓励品牌连锁企业下沉社区，创新发展社区团购、无人超市、智能快件箱等智慧便民业态，有效打通消费“最后一公里”，在提升居民日常生活便利度和满意度的同时，持续释放社区消费潜力。

塑造“烟火”形与魂，彰显品质与地域特色交融魅力

品牌是城市消费竞争力的核心标识，我们通过差异化、特色化的品牌建设，打破同质化供给格局，向市场传递“品质优先、体验至上”的价值主张，全面推动消费供给的品质跃升。一是深耕餐饮品牌，唤醒城市味觉记忆。深入挖掘郑州西郊深厚的文化底蕴，将历史脉络与文化元素系统融入餐饮品牌建设。通过实施“名菜、名小吃、名厨、名店”培育工程，推动葛记焖饼、须水邓记叫花鸡等老字号与知名餐饮企业加快品牌化、连锁化发展，着力打造一批承载城市记忆、彰显中原特色的餐饮品牌集群，让传统美味成为吸引消费的独特名片。二是优化夜间场景，点亮城市活力图谱。着力拓展消费的时间维度，系统优化夜间消费环境。通过延长重点商圈、特色街区营业时间，积极引进和培育深夜食堂、24小时书店、夜间演艺、文创集市等多元业态，打造一批特色鲜明、业态融合的夜间消费集聚区。推动夜间经济从简单的餐饮购物向文化体验、休闲娱乐等品质化、多元化方向升级，让城市的夜晚更加璀璨动人。三是融合工业遗存，打造文化消费地标。创新利用二砂文创园、芝麻街1958双创园、郑州纺织工业博物馆等工业遗产资源，在保护中开发，在开发中传承。通过植入非遗展示、文创销售、艺术展演等现代业态，使老厂房、旧设备转变为充满故事感和互动性的文化消费新场景。持续举办“中原文化消费季”“非遗购物月”等品牌活动，推出一系列具有中原印记的文创产品，促进文化价值与商业价值深度融合，让工业历史在消费活力中焕发新生。

古村变“竖店”有了含金量

贾倩

河南登封袁桥村，一座承载千年历史的古村落，正在手机镜头下悄然蜕变。70多岁的袁铁芳，从古戏楼下的“听戏人”变成了竖屏短剧中的“群演”；曾经闲置的老院落，如今成了剧组的临时宿舍；老手艺人编的花篮，更成为镜头里鲜活的“道具”。古村落的千年文脉，靠着微短剧搭台，走出了一条资源盘活、村民增收的特色路。

微短剧，正站在当下内容创作与文旅融合交汇的新风口上。它制作轻、节奏快、传播广，不仅重塑着视听消费习惯，也为实体场景赋能提供了新路径。而乡村，恰因其质朴的肌理、真实的烟火气和低成本的原生场景，成为值得挖掘的“天然片场”。

乡村变“竖店”（现在微短剧产业基地被称为“竖店”，与浙江“横店”影视城相呼应），并非简单挂个牌子。袁桥村原本的资源特点就在于“不搭台就是景”的原生状态，古槐、碉楼、戏楼、巷道，都是现成的拍摄场景，成本低、质感真。短短时间内，40多部短剧在此诞生，累计播放量超过3000万。屏幕之外，变化更为实在：村民忙时务农，闲时进组，有了额外收入；手艺人安青娥的花篮借着镜头走出山门，外地订单纷至沓来。这一切，没有脱离乡村的本色，却让沉睡的资源“活”了起来。

“竖店”模式之所以能在袁桥村扎根，离不开务实的推动力。当地政府提供一站式服务，把培训班开到村里，帮助村民熟悉镜头、理解拍摄需求。村“两委”则顺势升级场景、规划体验动线，让短剧拍摄与乡村旅游自然衔接。既向外展示乡村，也为乡村引入活水——村集体400万元的年收入，其中近两成来自微短剧相关产业。

从袁桥村的实践来看，“竖店”给乡村带来的不仅是经济收益，还有一种新的发展节奏。短视频行业因“低成本”而看到乡村，乡村因“烟火气”被更多人看见，进而带动文旅、农产品销售等相关产业发展。这两种核心竞争力一拍即合，“牵手”衍生出多重效益。国家广电总局“跟着微短剧去旅行”计划推广以来，300余部优秀作品让更多小众景点走红，而袁桥村的实践更进一步：它不只是“被取景地”，而是把整个乡村变成了“可运营、可持续”的拍摄基地。这种融合悄然改变着乡村的业态，也重塑着人们对发展的认知与运用。

乡村振兴未必总是大规划、大投资。找准一个如微短剧这般灵活轻盈的切入点，同样可以激活一片乡土。当乡村成为“竖店”，镜头便成为连接内外、贯通古今的媒介，可以记录故事，也创造故事；展现风景，也带动发展。

在“跨年”中读懂消费密码

陈广江

烟花下倒数零点、去演唱会欢呼摇摆、民宿欢聚……新年的脚步声越来越近，记者综合多家旅游平台数据发现，很多消费者特别是年轻消费群体，对于如何过一场“仪式感满满”的跨年夜十分期待。

元旦假期的消费亮点，再次印证了“仪式感经济”的强大活力。所谓“仪式感经济”，是指通过创造和消费具有特殊意义和情感价值的体验、产品或服务来满足人们在重要时刻或日常生活中对情感共鸣和独特体验的需求。这种强调心理感受和情感连接的经济形态，正成为消费升级的重要驱动力。

砥砺前行：如何筑牢安全“新长城”

面对这些挑战，我们该怎么办？答案很明确：众人拾柴火焰高，筑牢安全“新长城”，需要国家、社会、每个人的共同努力。

国家要持续完善政策法规体系，加快新兴领域、涉外领域的立法，让安全管理有法可依。比如，针对人工智能安全、数据跨境流动等新问题，要尽快出台专门的法律法规；针对“长臂管辖”、单边制裁等外部压力，要健全反制裁、反干涉的法律工具箱，让我们在国际斗争中有更多“武器”。同时，要强化科技自主创新，集中力量攻克“卡脖子”技术，让安全发展的根基更牢固。就像我国在量子计算、航天科技等领域的突破，告诉我们：核心技术靠别人是靠不住的，只有自己掌握了，才能真正掌握安全主动权。

社会要形成共治合力。企业要扛起安全责任，严格遵守安全法律法规，加强内部安全管理，比如互联网企业要做好数据安全保护，制造企业要保障产业链供应链安全；社会组织要发挥桥梁作用，开展安全宣传教育，组织志愿服务活动，助力基层社会治理；媒体要加强安全宣传，普及安全知识，曝光安全隐患，引导全社会树立安全意识。就像一些互联网企业推出的反诈APP，帮助老百姓识别诈骗陷阱，这就是企业参与安全管理的生动实践。

每个人都需要争当安全“守护者”。国家安全不是一句口号，而是每个人的责任。我们要增强安全意识，学习安全知识，比如了解反间谍法的相关规定，不向陌生人泄露敏感信息；提高防范能力，警惕电信网络诈骗，保护好自己的财产安全；积极参与安全实践，发现安全隐患及时举报，遇到矛盾纠纷理性处理，为维护社会稳定出一份力。就像一位退伍军人说的：“以前在部队保卫国家，现在退伍了，也要做国家安全的‘义务宣传员’，带动身边人一起守安全。”

“民惟邦本，本固邦宁”。国家安全，归根结底是为了让老百姓过上好日子；而筑牢国家安全屏障，也离不开老百姓的共同参与。从古代的“天下兴亡，匹夫有责”，到今天的“国家安全，人人有责”，中华民族的安全理念一脉相承。

被拉满的“跨年仪式感”，本质是物质丰裕之后，人们对精神满足的追寻。年轻群体的消费选择，实际上是将时间与金钱直接运用于充盈精神、联结同好、定义自我的生活实践。未来，消费增长点或将愈发侧重于精神文化层面，侧重于能否提供差异化、引发共鸣的体验。读懂这份“仪式感”背后的密码，也就读懂了正在崛起的消费新主张，以及一个更重品质、体验和情感连接的未来市场。

从“大国底气”到“百姓福气”

——新时代国家安全的实践与担当

马铭浩

立了中央国家安全委员会，形成了“党委领导、政府负责、社会协同、公众参与”的治理格局，就像一张覆盖全国的“安全网”，让安全隐患无处藏身。在基层，“枫桥经验”就是安全治理的“金钥匙”。浙江诸暨的村民遇到矛盾纠纷，不用跑远路、不用找关系，村里的调解委员会就能帮忙化解；社区里的网格员每天走街串巷，排查安全隐患、收集民情民意，把邻里矛盾、安全风险都化解在萌芽状态。有位社区大妈说：“网格员就是我们的‘安全哨兵’，有他们在，心里踏实。”这样的基层治理，让国家安全感从“宏大叙事”变成了“身边故事”。

国家安全政策：从“总体”布局到“民生”落点

说起国家安全政策，有人会觉得离自己远。其实不然，2014年，总体国家安全观的提出，把安全从传统的军事、政治领域，拓展到了经济、科技、网络、生态等方方面面，形成了“大安全”格局。这就像给国家装了一套“全方位防护网”，既要防外部的“狂风暴雨”，也要护内部的“风调雨顺”。

在政治安全这个“生命线”上，政策的“刚性”让人安心。香港国安法出台后，香港从动荡不安变回了繁荣稳定，商铺开门营业了，游客慢慢多了，市民夜里出门也踏实了。这就是政策的力量——守住了政权安全、制度安全，才能守住老百姓的安宁生活。而在经济安全领域，政策的“温度”无处不在。牢牢守住18亿亩耕地红线，粮食产量连续10年稳定在6.5亿吨以上，2024年更是突破7亿吨，超市里琳琅满目的米面油，背后就是粮食安全政策的坚实支撑。老百姓常说“手中有粮，心中不慌”，这简单的8个字，正是国家粮食安全政策最生动的写照。

非传统安全领域的政策，更是精准回应了大家的新需求。现在人人都用智能手机、玩互联网，个人信息泄露、网络诈骗成了新烦恼。国家及时出台网络安全法、数据安全法，就像给虚拟世界装了“防盗门”。2024年，全国网络犯罪立案数持续下降，不少老人学会了识别诈骗套路，年轻人不用担心个人信息被滥用，这就是政策落地带来的真实改变。

国家安全治理：从“顶层设计”到“基层实践”

国家安全治理，就像打理一个大家庭，既要统筹全局，又要照顾到柴米油盐的细节。我国建

立了完善的监管机制。

专业人才队伍建设也亟待加强。网络安全、数据安全、生物安全等领域的高端人才缺口很大，基层安全工作人员的专业能力也需要提升。

砥砺前行：如何筑牢安全“新长城”

面对这些挑战，我们该怎么办？答案很明确：众人拾柴火焰高，筑牢安全“新长城”，需要国家、社会、每个人的共同努力。

国家要持续完善政策法规体系，加快新兴领域、涉外领域的立法，让安全管理有法可依。比如，针对人工智能安全、数据跨境流动等新问题，要尽快出台专门的法律法规；针对“长臂管辖”、单边制裁等外部压力，要健全反制裁、反干涉的法律工具箱，让我们在国际斗争中有更多“武器”。同时，要强化科技自主创新，集中力量攻克“卡脖子”技术，让安全发展的根基更牢固。就像我国在量子计算、航天科技等领域的突破，告诉我们：核心技术靠别人是靠不住的，只有自己掌握了，才能真正掌握安全主动权。

社会要形成共治合力。企业要扛起安全责任，严格遵守安全法律法规，加强内部安全管理，比如互联网企业要做好数据安全保护，制造企业要保障产业链供应链安全；社会组织要发挥桥梁作用，开展安全宣传教育，组织志愿服务活动，助力基层社会治理；媒体要加强安全宣传，普及安全知识，曝光安全隐患，引导全社会树立安全意识。就像一些互联网企业推出的反诈APP，帮助老百姓识别诈骗陷阱，这就是企业参与安全管理的生动实践。

内部的风险隐患也不能掉以轻心。一些关键技术还受制于人，比如高端芯片、工业软件等，还存在“卡脖子”问题；经济回升向好的基础还不稳固，房地产、地方债务等领域风险需要妥善处置；新型犯罪层出不穷，电信网络诈骗、跨境赌博等还在危害老百姓的财产安全。

治理体系还有一些“薄弱环节”。比如，有些部门之间存在“信息孤岛”，数据不共享，遇到问题协调起来费劲；基层安全治理的人力、物力、财力还不够，一些偏远地区的风险监测能力还比较弱；新兴领域的立法还跟不上技术发展的速度，对人工智能、量子技术等带来的风险，还缺乏完