

加快培育首店经济 激发消费能级提升

□薛晓波

一、培育首店经济的背景

中央经济工作会议明确将“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”排在2025年九大重点任务首位，其中消费被置于优先位置，而首店经济则是激发消费的新赛道。我市作为旅游城市，也需及早推出务实举措，包括给予资金支持，建立服务绿色通道等，创造消费热点流量，满足高质量消费需求，丰富商业发展业态，塑造城市商业地标、提升品牌集聚能力、消费引领能力，培育首店经济激发消费能级全面提升。

二、培育首店经济的意义

1. 首店经济是流量依附的重要助推器。我市也有许多本土品牌，比如海鲜夜排档等，但由于缺少先进的经营理念和创新的营销策略，品牌影响力正在逐渐缩小。

2. 首店经济是激活城市消费升级的新动能。首店带来的新鲜消费体验有效契合了年轻群体热衷“打卡”分享的习惯，能提升消费市场的成熟度和活跃度，是重要的“流量密码”。去年定海古城正式对外开放，形成了一拔打卡热，但没有首店经济的加持，消费的能级较低，热度的持续性也难以长久维系。

3. 首店经济是城市竞争力和商业魅力的重要标志。以首店经济效益培育新消费增长点，有助于推动消费市场国际化、品质化、特色化发展，打造消费升级新地标，对激发消费潜力、激活消费人气具有重要作用。城市首店的大量开设及品牌规模化的集聚，除了给商圈及城市商业综合体带来客流，激发消费的同时，还能促进城市商业地产的发展，联动产生就业扩大、税收增长等拉动效益。当年定海凯虹广场开业，使定海的商业中心由人民路转移到了东廊路，广场周边的房价一路攀升。

根据相关部门的统计，2024年上半年舟山人均可支配收入排在全国第12名。由于舟山缺少国际、国内的一些品牌店，消费外流现象比较严重，游客在舟消费力不足。发展首店经济有利于我市充分激发本地消费避免消费外流，同时也能吸引游客消费，实现从旅游观光到旅游消费的转变，提升旅游的综合收益。

三、培育首店经济的相关建议

1. 完善高端品牌首店集聚配套政策。一是完善品牌首店认定标准。提高引进品牌首店的档次和质量，不断增加我市首店、浙江首店、长三角首店、全国首店的占比。二加大高端品牌宣传力度。在举办重大展览、会议、活动、赛事期间，向国际国内高端首发品牌、品牌首发新品提供免费广告宣传资源。三是出台引进奖励政策。因地制宜地引入适应我市消费能力又能引导消费能级提升的品牌首店，给予一定的资金或是配套奖励。

2. 打造首店经济的“舟山特色”。一是培育本土品牌。立足舟山商贸发展实际，依托舟山本土培牌，打造一批“舟山制造”体验店、旗舰店，培育一批“舟山文化”特色首店。二是加大与平台合作力度。与抖音、快手、小红书、美团等平台加强合作，为首店整体形象宣传推广，提高其影响力和知名度，推动更多本土品牌“出圈”，形成具有舟山特色的国潮首店品牌集聚区。三是打造品牌首发地。吸引知名商业品牌设计团队入驻定海古城举办品牌发布会，结合舟山精品技艺，开发富有舟山元素的奢侈品牌文创产品。将新开发的茶水浦水街等作为重点商业载体打造成为产品首发地，促进舟山构建新的价值链和创新链。

3. 支持优化首店发展环境。一是推动商圈提质升级。鼓励各县区建设高端商业综合体，提升核心商圈竞争力。二是加强政企合作。协同商业载体赴一线城市开展载体招商推介、对接商业精品项目，推动传统商圈业态更新和品牌升级，不断提高现有商圈的品牌集聚能力和消费体验感，并在引进品牌首店的同时将税收留在本地。三是拓展多元消费场景。深入挖掘“体验型”经济，宣传推广“互动式”消费，结合街区改造等项目，打造多层次的沉浸式体验店、打卡点，为首店经济的落地提供载体支撑。四是完善首店经济评价体系。研究不同商圈的定位以及客群消费水平，对引进品牌和项目进行评价和筛选，避免项目一哄而上。依照商圈特色因势利导，加强模式创新、场景创新、技术创新、渠道创新，培育集聚一批新餐饮、零售、文创、大健康行业的首店，使首店品牌与入驻商圈的商业氛围相契合，实现首店经济从短期“引流”转变为长期销量。

作者单位：浙江舟山群岛新区发展研究院

舟山海洋文化赋能海岛民宿 高质量发展的路径探究

□董鸿飞 应鲁恩

体系，打造海洋文化亮点项目，培育海洋文化特色品牌，同时通过有序高效的海洋文化培训行动，将这些理念、品牌和信息传递给每一位民宿从业者。甚至可以在民宿建造、产品设计、服务提供等不同环节，派驻海洋文化专家进行现场指导，以此提高海岛民宿从业人员海洋文化技能水平和专业素养。

二、持续打造海岛民宿海洋文化+系列

当下舟山海岛民宿的海洋特色集中在“离海近，有海鲜吃和海洋风格装修”这三点，其他诸如海豹、海捕也略有涉及，整体看来，仍然缺乏海洋文化辨识度和海洋生活体验感，需要更多的业态融入。

譬如以民宿+海鲜的“一条鱼”系列，打造以品海鲜为主的特色餐饮民宿。民宿主可以在烹饪舟山海鲜时，一边介绍海鲜的种类、生活习性、烹饪方法之外，更可以聊一些民间传说。譬如聊及皮皮虾，相传宋朝末年，元兵南侵，宋端宗逃至东海边，有皮皮虾变成巨船助他脱险。逃亡皇帝身无长物，于是摘下帽子赠予皮皮虾，自此，皮皮虾的脑袋就像戴了皇冠。也可以引入食疗理念，鱿鱼性平，归肝、入肾经，鱿鱼炒香菇可清热补血，“牡蛎含大量的钙铁锌，可生精固肾，杨梅酒配海鲜，就是应用杨梅酒止泻的功效。还可以连接普陀佛茶、朱家尖西瓜、沙洋晒生等舟山特产，跟富丹旅游食品、冠索堂观音饼等海洋食品公司合作，提供制作采摘、参观、食品送货等服务。当然，这些需要前期做好开发整理，后期推广传播。

譬如以民宿+海捕的“一艘船”系列，做实文旅体验。“出海—海豹一捕捞”为主线的休闲渔业，既可以体验出海捕鱼，还可以学穿织网，或者听民宿主来几段渔民号子。有兴趣的游客可以在船上直接烹饪刚捕上来的鱼货，甚至可以体验完整的活鱼拓画操作。鱼拓画可以进行前期培训。此外，“一艘船”系列还可以是以船为载体的其他活动，包括海上会议、海洋文化现场讲座、海上风光摄影等等。

譬如以民宿+赶海的“一片海”系列，做深文旅玩法。该系列是以赶海、海豹、拉网等为主的，带有一定探险性质的项目，这是一项真正体验靠海吃海的渔民生活的文旅项目，包括捡螺、放蟹笼、钓虎头鱼等等，还可以拓展“一片海”至海滩主题派对、海边团建、沙滩篝火、户外拓展、空中览胜、海上竞技、网箱养殖捕捞等。

譬如以民宿+内饰的“一间房”系列。该系列就是把海洋文化融入民宿设计装修的每一个细节。房间可以是风格鲜明的海景房、渔船屋、灯塔屋、船长空间等海洋主题房；内部细节，可以取材海洋文化和渔村本土元素，旧船木改造的茶几、海鸟造型的灯具，老式船舵装饰品等，民宿里的每一个物件都有属于它的海洋故事。还可以在海洋“房”的基础上，融入海洋“家”文化，譬如在游客入住时，有一些民俗礼节等等。

譬如以民宿+文创的“一位老渔民”系列，做新文旅用品。该系列将民宿主定位于“有海有故事”的老渔民，适合渔民转型的经营者，通过他的生活经历，把渔民画、渔歌、沙雕、沙画、贝雕、

贝壳、海岛民间故事等独特的海岛文化串联起来。譬如指导游客打牛桩结，或者指导游客画渔民画，也可以展示和售卖原创渔民画衍生品等。老渔民系列特别适合带孩子家庭开展海洋文化研学体验。

譬如以民宿+康养的“一声禅”系列，做精文旅养生。葫芦岛、朱家尖的民宿可以接纳普陀山外溢资源，打造禅修康养、禅乡旅居、礼佛观光的养生态态。可以通过不同主题打造专属禅意，譬如在山顶的，那就是远眺大海，抛却六识烦恼；在岸边的，那就是聆听梵音，荡涤五蕴神识，除了一些修行内容，还可以有插花、茶艺、香道等传统文化指导。

譬如以民宿+地陪的“一座岛”系列，做全文旅业态。该系列是由民宿主按游客需求设计文旅路线，由当地居民全程陪同，交互式沟通，全景式讲解，沉浸式体验，使游客身临其境全面了解海岛海洋文化故事。譬如朱家尖岛一日游路线，早上在观音法界了解佛教文化，中午在樟州渔村享用海鲜大餐，下午游览南沙景区和大青山景区，晚上观看《印象普陀》演出，结束后回东荷嘉园民宿，还可以选一个酒吧、咖啡馆、书屋深度体验渔村生活。

三、整合全链条服务，构建全域旅游新格局

一个海洋文化赋能成功的海岛民宿，需要民宿自主式、个性化、细节化的思考与探索，它一定是民宿自身原有优势的充分发挥，也一定是迎合了特定消费群体的潜在需求，它可以是上述一个系列的深度挖掘，也可以是多个系列的有机整合，更可以是多个系列中的几个品类重新编排，而且还能够随着市场变动需求不断调整内容和形式，真正以海洋文化的包容开放实现海岛民宿的高质量发展。

除了将单一民宿作为主体进行海洋文化赋能外，对整个文旅业态而言，还需要链接整合多元文旅服务，也就是民宿与民宿之间，民宿与景区景点之间、民宿与其他海洋资源之间的对接，从而真正实现海洋文旅联动融合发展。譬如中小學生需要海洋文化研学，推荐长乔海洋馆、舟山博物馆、朱家尖大青山国家森林公园等；想感悟海岛佛教文化，推荐海天佛国普陀山、定海祖印寺、岱山磨心山景区等；想体验海岛乡村文化，推荐定海古城、东海云廊系列、展茅五匠馆等；想感受天涯辽阔的海岛氛围可以去桃花岛、东极、花鸟岛等；想经历海岛渔民生产生活，可以去沈家门渔港、嵎泗五龙乡、朱家尖樟州等。这些串珠成链的文化点都可以在培训时给予赋能，以海岛民宿为中介，将精品文化景区串点成线、连线成面，真正构建起海洋文化全域旅游发展新格局。

海洋文化是一个可以被无限外延和内融的名相，所以它与海岛民宿的融合也存在着无尽可能，上述内容仅为笔者肤浅认识，文鄙理疏，意乖言拙，希望借此抛砖引玉，能引发从业者更多的思考和实践，为舟山海洋文化赋能海岛民宿高质量发展提供更多现实可能。

作者单位：浙江舟山群岛新区旅游与健康职业学院

宣传阐释习近平新时代中国特色社会主义思想

助力创新创业，打造青年发展高地

习近平总书记指出，青年人是全社会最富有活力、最具有创造性的群体，也是推动创发展的生力军。浙江省委、省政府在全国率先提出建设青年发展型省份目标，出台《浙江省中长期青年发展规划》，持续释放出青年优先发展的强烈信号，较好形成了“浙江对青年发展更友好、更关爱，青年对浙江发展更担当、更有力”的整体声。

强认知、扩增量，提升青年“来浙引力”

青年是推进高水平对外开放、建设高能级开放强省的生力军。在长三角一体化的大背景下，紧扣我省产业规划布局，围绕青年所长和青年所需，结合各地资源优势和产业特色，聚焦先导产业培育、优势产业升级和未来产业萌发，强化特色战略科技力量，加强浙江沪苏改革经验互学互鉴，推动市场要素跨区域流动配置。同时，强化我省产业特征，绘制“城市画像”，提升青年就业创业中的“浙江印象”。充分发挥城市间的“溢出效应”和“虹吸效应”，流通盘活青年人才要素。

面对新一轮科技革命和产业变革，推动全省“一盘棋”。政府、高校、企业三方进一步凝聚共识、明晰权责、协同发力，以产业和市场需求为导向，引导适配型青年人才，融入我省高质量发展和现实所需。同时，以科技成果转化孵化为着力点，探索“头部企业提供技术+青年精英持股+师生团队参与”的协同推进机制，建立孵化转化中心，引入市场主体。结合城市资源禀赋和产业优势，精准布局一批如人工智能、生命健康、装备制造、网络通信、运输供应等重点领域的科技孵化基地，吸引青年“对号入座”。

用心总结提炼在地文化，树立青年就业创业的“城市印象”，培育青年城市文化共同体意识。

在城市品牌打造上，要瞄准青年所需，以城市“亲和力”促进青年“青合力”，加深青年的归属价值和情感认同，引育一批具有国际视野和浙江情怀的新时代青年。

造氛围、优存量，提升青年“留浙黏力”

青年对于浙江的情感和认同不是一蹴而就的，需要营造青年友好型和发展型的城市氛围，通过持续不断的文化浸润，让青年留在浙江并慢慢爱上浙江。这其中，制度是关键。应积极探索形成“政府出‘制’、高校出‘智’、企业出‘资’、青年出‘姿’”的系统性联动机制，聚焦青年职业发展各阶段所需所盼，健全全周期、全要素、全链条的服务体系，打造良好生态。

近年来，以大数据、人工智能、云计算等为代表的数字技术应用广泛，与实体经济和社会发展深度融合，正重塑一个数据驱动下的人类社会全新形态。基于此，要树立科学系统的协同服务观，构建“政府全面统筹、企业更新岗位需求，高校优化人才培养方案，青年在线求职解惑”的大数据信息化平台，通过生成式人工智能优化“政、企、校、青”四方供需匹配，实现青年就业创业工作精准化和高效化。

习近平总书记强调“要坚持把高校毕业生等青年群体就业作为重中之重，开发更多有利于发挥所学所长的就业岗位”。如何让浙江各地的高校毕业生留在浙江，已成为新时代下浙江各大城市的“必答题”。笔者认为，一方面要“走出去”，加强校地协同，优化课程体系，让学生在实践中提升创业能力；另一方面要“走进来”，持续完善思政育人，探索“青创导师”“商会会长”等进校园系列活动，帮助学生树立健康的创业观，培育城市与青年的“命运共同体”思维，弥合青年碎片化认知，促进青年留浙就业。

搭平台、塑变量，提升青年“强浙张力”

在我省数字化转型过程中，人工智能这一战略性新兴产业的影响正与日俱增。AI大模型在很大程度上模拟了人类知识形成的过程，并通过大数据、大训练接近人类的智慧。这意味着，过去依靠大量知识的记忆和重复性的技能训练培养出来的标准化人才，将难以适应未来社会。急剧转型的社会需要的是全面发展、个性化、具有创新能力的高素质青年人才。为此，要引导青年追求学习能力和成长增量，以适应难以预测的未来，对科技型、应用型、高职院校人才培养方向进行结构调整，建立青年人多层次化培育机制，实现从重视领军人才的“火车头”模式到青年全面发展的“动车组”新动力模式的转变，为青年创造多样化的就业环境，让青年在浙江“留得其所”。

在城乡融合发展背景下，聚焦新型城镇化和乡村全面振兴，引导支持外出青年人返乡、城市青年人下乡创业。城市方面，鼓励各地打造一批轻资本、嵌入式、小而美、多主体的职业青年城市文化交流策展空间。围绕不同青年文化，设立“青年立方”，让青年实现跨界破圈交流，设立“青年立方”，让青年实现跨界破圈交流，自由激荡灵感，装点城市氛围。同时，通过多种形式鼓励青年和社会良性互动。通过外卖小哥、网络主播、网约车司机等青年自由职业者，通过鲜活的故事和朴实的话语把主旋律和宏大叙事融入生活日常，增加青年留浙的“小确幸”，用仪式感去对抗工作单调性，提升青年对留浙生活的体验和认同。乡村方面，优化青年全要素城乡流动机制，在乡村开拓青年就业创业新蓝海。通过“引导式融合+群落式培育+场景式塑造”，构筑青创生态圈层，集聚青年精英，共同孵化灵感。

文章来源：《浙江日报》