深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

文旅消费成为提振消费的排头兵，呈现出新特点新趋势

文旅市场下沉蕴含巨大向上空间

□ 魏　翔

高质量发展 看消费

●随着城镇化推进，县域市场蕴含巨大消费潜力，成为文旅消费新战场。年轻消费者逐渐从城市快节奏生活中“逃离”，偏好由传统观光转向文化沉浸与在地体验。与此同时，县域服务消费价格相对亲民

当前，提振消费成为推动经济高质量发展的关键举措。中央经济工作会议将“提振消费”列为2025年首要任务，强调加力扩围实施“两新”政策，创新多元化消费场景，扩大服务消费，促进文化旅游业发展。2025年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》提出要扩大文体旅游消费、推动冰雪消费、发展入境消费等以繁荣文旅消费。

文旅消费凭借其独特的魅力和强大的带动效应，成为提振消费的重要组成部分。当前文旅消费呈现出哪些新特点和新趋势，文旅消费何以能成为提振消费的排头兵？发展文旅消费还要把握哪些关键点？笔者从多个方面给予梳理和阐析。

发展文旅消费的重要意义

文旅消费能够有效推动多产业协同发展。其天然具备“乘数效应”与“粘连效应”，可带动交通、住宿、餐饮等多个行业实现协同增长。从直接效应来看，2023年国内旅游收入达到49133.1亿元，直接拉动交通、住宿、餐饮三大核心产业分别实现11.8%、9%和7.3%的同比增长。更深层次的传导机制则体现在产业链延伸方面。福建省的“七沿”休闲度假项目通过整合交通、地产及休闲产业，形成了复合收益链，游客二次消费占比高达38%，远超传统景区约15%的水平。

文旅消费有利于提升城市形象与文化软实力。它不仅是经济行为，更是城市文化对外输出的重要载体。通过增强市民对城市文化的认同感、丰富城市功能、推动文化创新等途径，文旅消费可有效提升城市国际影响力，增强市民凝聚力，从而切实改善城市形象与文化软实力。

文旅消费在乡村振兴中扮演重要角色。文旅消费既能带来经济效益，也能产生文化效益。通过开发特色民宿、非遗体验、生态游等产品，可促进农村就业、增加集体经济收入并推动文化传承创新。安徽省凤阳县小岗村通过发展乡村旅游，不仅丰富了游客体验，还实现了当地经济持续增长。

当前阶段文旅消费的新特点

5月1日，游客在山东省临沂市郯城县郯国古城景区观看表演。（新华社发）

文旅经济成为激发消费潜力的新抓手，全国各地以消费者潜在服务消费需求为出发点，不断提升生活服务业供给品质与多样性，通过创新文旅项目设计有效推动服务消费发展，通过发放文旅消费券与推出优惠活动激活文旅市场。与此同时，我国的文旅消费也呈现出一些新特点与新趋势。

消费升级趋势正反向推动业态创新发展。中国旅游收入从2010年的1.26万亿元增长至2023年的4.91万亿元，人均消费增速显著高于客流增速，表明消费者理念已从注重“量”转向追求“质”。这种需求升级促使文旅产业不断优化现有模式，开发具有地方特色且高黏性的新型文旅产品，催生出更多文化旅游新业态与新模式，集中释放出行、休闲、娱乐等领域的消费需求。例如，沉浸式文旅项目受到广泛欢迎，尤其是年轻一代消费者的青睐。根据美团数据，2024年暑期虚拟现实体验订单量同比增长144%，与“沉浸式”相关的搜索量大幅上升，其中30岁以下年轻消费者占比超过五成。故宫博物院通过“数字故宫”项目结合文物数字化展示与AR导览，使游客停留时间延长2.3倍，二次消费占比提升至35%。

下沉市场展现出广阔空间。随着城镇化推进，县域市场蕴含巨大消费潜力，成为文旅消费新战场。年轻消费者逐渐从城市快节奏生活中“逃离”，偏好由传统观光转向文化沉浸与在地体验。与此同时，县域服务消费价格相对亲民。根据美团、携程等平台数据，县域高星酒店平均价格仅为一线城市同等级别酒店的50%左右。以福建为例，2023年县域乡村旅游人均消费较城市景区低30%-40%，高性价比契合后疫情时代消费者对“质价比”的精细化考量标准，显示出县域消费增长空间充足。例如，浙江莫干山民宿通过“设计师联名+在地文化”模式，将客房均价从500元提升至1200元，证明县域文旅消费具备价值溢价能力。

文旅消费个性化特征日益突出。借助数字技术实现精准服务，差异化竞争格局逐步形成，满足消费者对文化深度体验的多元需求，构建起需求牵引供给、供给创造需求的高水平动态平衡态势。例如，黄山AI助手、宋城演艺沉浸式演出以及人工智能景区DIY手工定制项目均成为文旅服务领域亮点。

多元场景联动释放服务消费潜力。票根经济、旅拍经济等新兴消费形式串联演出、旅游、餐饮、住宿等服务场景，激发可观市场活力。以南昌市为例，通过演唱会门票与景区门票配套福利举措，景区门票订单较同期增长140%。这种跨领域消费整合方式既提升单个项目收益，又推动整体服务消费持续增长。

推动文旅消费更上一层楼

创新多元文旅场景，激发细分市场潜能。近年来，冰雪经济、首发经济、银发经济等新兴领域成为文旅消费的重要增长点。以冰雪旅游为例，不仅推动“冷资源”向“热经济”转变，还解锁了四季文旅消费的新场景。滑雪、赏冰灯、冰雪赛事等多样化活动，满足了城乡居民对美好生活的向往。同时，通过精准把握不同消费群体的需求，开发个性化冰雪项目与产品，完善产业链配套服务，进一步提升了冰雪经济的附加值。

打通文旅融合链条，催生新业态新场景。近年来，数字娱乐变革推动文旅产业革新，传统文化借传播热点焕发新生机。以热门游戏《黑神话：悟空》为例，2024年8月国产3A游戏《黑神话：悟空》发布，迅速成为跨领域文化现象。冰雪产业与多行业的深度融合，能够持续开拓新的增长点并提升附加值。例如，冰雪产业与电竞、影视等产业的结合，不仅延长了产业链条，还催生了“电竞+数字创意”等新业态。

优化基础设施建设，提升文旅消费便利性。交通基础设施是文旅消费的先导条件。以粤港澳大湾区为例，广深港高铁通过新增直达城市、加密车次、优化站点布局，打造了“1小时生活圈”，形成了“上午叹早茶，中午维港游，晚上赏灯光秀”的“一程多站”旅游模式。这种高效、便捷的交通服务，加速了区域文旅经济带的成型，为提振消费提供了有力支撑。　**（作者系中国社会科学院财经战略研究院研究员、中国社科院大学商学院教授）**

加快推进部分品目消费税征收环节后移并下划地方

借消费税改东风 促地方财政紧平衡改善

□ 张玉　吕承超

消费税作为我国税收体系中的重要税种，是财税体制改革中不可忽视的环节。今年全国两会上，政府工作报告提出，“加快推进部分品目消费税征收环节后移并下划地方，增加地方自主财力。”

推进消费税征收环节后移改革，通过将税源归属从生产端转向消费端，不仅能够有效矫正跨区域消费引致的税收转移现象，更能实质性重构央地财政分配格局。同时，推进消费税征收环节后移改革也有利于引导地方改善消费环境，积极拉动本地消费。

可以说，消费税改革既有助于缓解基层政府财力与支出责任错配的结构性矛盾，也为建立现代财税制度、培育地方特色消费市场注入强劲制度动能，最终为推进中国式现代化提供坚实的财政治理基础。

三重压力倒逼消费税改革

第一，财政体制失衡加剧。自1994年分税制改革以来，我国财政体制呈现出“财权上收、事权下移”的显著特征。地方财政收入与支出的矛盾日益突出，主要表现为地方财政收入增长乏力，而支出责任却不断增加。一方面，随着经济结构调整和房地产市场的下行，地方政府的土地出让收入大幅减少，地方财政收入的稳定性受到严重挑战。另一方面，地方政府在公共服务、基础设施建设、社会保障等方面的支出责任不断增加，财政压力持续增大。数据显示，1993年中央财政收入占比仅为22%，但到了2024年，这一比例已跃升至46%，实现了大幅增长；而地方财政支出占比却始终维持在85%左右的高位，长期稳定不变。这一升一稳的背后，反映出地方政府在财政收支上的巨大压力。土地出让收入曾是地方财政的重要支柱之一。然而，近年来，随着房地产市场的调整，其占地方综合财力的比重下降趋势明显。在这样的形势下，基层政府的“三保”（保基本民生、保工资、保运转）支出面临着刚性约束，财政收支矛盾愈发尖锐。

第二，产业结构矛盾凸显。现行消费税的税源结构存在明显的不合理性，税收收入主要集中于烟、油、车、酒四大传统行业，且主要税源来自生产环节。这种“生产地纳税、消费地受益”的模式，导致地方政府过度依赖工业项目，出现了产业结构不合理的现象。税源与受益地的严重错位，影响了地方政府发展消费型经济的积极性。例如，随着新能源汽车产业的快速发展，产业结构转型加速。新能源汽车市场份额不断扩大，传统燃油车的市场空间受到挤压，其消费税收入也随之受到影响。这表明现行消费税制度已无法适应产业结构的快速变化，亟待改革以跟上时代发展的步伐。

第三，治理能力亟待升级。随着信息技术的飞速发展，税收征管技术也在不断进步。金税四期系统的上线，标志着我国税收征管进入了数字化、智能化的新阶段。2023年，零售环节电子发票为税收征管提供了更准确、及时的数据支持。然而，消费税的征管仍主要集中在生产端，与征管技术的发展脱节。例如，某高档化妆品企业年销售额达10亿元，按照现行征管模式，需提前垫付1.5亿元消费税款，这对企业的资金流造成了较大压力。若改为在零售端征税，企业无需提前垫付大量税款，可有效释放企业现金流，减轻企业负担，这充分说明了改革征管环节对增加地方财政收入的巨大潜力。现行消费税征管技术与税制设计的脱节，不仅制约了税收治理现代化的进程，也影响了地方财政收入的增长，改革势在必行。

消费税改革三大突破重构税制逻辑

首先，征收环节后移：从“生产驱动”到“消费导向”。此次消费税改革的方向，是将征收环节从生产端逐步后移至零售端。以高档化妆品和珠宝首饰行业为例，过去在生产环节征收消费税，企业需提前垫付大量税款，这无疑给企业带来了沉重的资金压力。改革后，这些品目改在零售环节征收，企业的资金流得到了极大的释放，能够将更多资金投入到研发、市场拓展等关键领域，增强企业的市场竞争力。

从地方政府的财力结构来看，新增财力意味着为地方政府提供更多的资金用于公共服务、基础设施建设等领域，有效提升地方政府公共服务能力和城市发展水平。从宏观来看，这种调整实现税收归属与消费行为的直接挂钩。以往“生产地纳税、消费地受益”的模式，容易导致地方政府为追求税收而过度依赖工业项目，引发产业同质化竞争，造成资源浪费和市场无序。如今，消费税征收环节后移，使得地方政府更加关注本地消费市场的培育和发展，积极改善消费环境，推动消费升级，促进区域经济的协调发展。

其次，税目动态扩展：从“传统品类”到“绿色经济”。为了适应经济社会的发展和环保需求，消费税改革在税目设置上进行了大胆创新，将高耗能、高污染、高碳排放产品纳入征税范围，并根据不同产品的特性实施差异化税率。

在高耗能产品方面，含磷洗涤剂的大量使用会导致水体富营养化，对生态环境造成严重破坏。如果将其纳入消费税征收范围，通过提高产品价格，能够有效抑制消费者对这类产品的需求，从而减少其生产和使用，降低对环境的污染。从产业链角度来看，如果对煤炭制品等碳排放较高的产品征收消费税，会促使煤炭企业加大环保投入，采用更先进的生产技术和设备，降低碳排放。同时，新增的税收收入可用于支持充电桩、污水处理设施等环保基础设施建设，形成“税收调节-产业升级-环境改善”的良性闭环，推动经济的绿色可持续发展。

再次，央地税收共享：从“中央独享”到“央地共享”。在央地财政关系方面，建立中央与地方的共享机制，增量部分全部归属地方。这一调整具有重大的现实意义，按照新的税收共享机制，地方财政收入增长，为地方财政注入了强大的活力。共享机制的建立将增强地方政府发展经济、培育税源的积极性，促使地方政府更加注重本地经济的可持续发展，加大对民生领域的投入，提升公共服务水平，实现经济与社会的协调发展。

消费税改革激活地方财政活水

缓解地方收支矛盾。改革全面实施后，地方政府的综合财力可迎来显著增长。这一增长将为地方政府提供更多资金支持，使其能够更好地履行各项职能。债务风险指数也会因此下降，地方政府的债务风险能够得到有效控制，财政稳定性会得到增强。

如果对高端住宅加征消费税，这一政策可以使房价增速放缓，有效抑制房价的过快上涨，促进房地产市场的平稳健康发展。同时，为保障性住房筹集资金，这为解决中低收入群体的住房问题提供了有力的资金保障，体现了税收政策在促进社会公平、保障民生方面的重要作用。通过这一举措，实现了“控房价—保民生—稳财政”的多重目标，为地方财政的可持续发展奠定了坚实基础。

推动经济高质量发展。消费税改革对经济高质量发展具有推动作用。通过消费税的引导，单位GDP能耗能够降低，有助于推动经济向绿色、低碳方向发展，提高资源利用效率。比如，对高污染企业的高污染产品加征消费税，企业为了应对税收压力，就会积极加大研发投入，寻求技术创新和转型升级的路径。消费税改革通过税收杠杆，引导企业加大环保投入，推动产业结构优化升级，促进经济高质量发展。

构建现代财政体系。在构建现代财政体系方面，消费税改革可以建立消费税动态调整机制。这一机制的建立，使消费税能够更好地适应市场变化和经济发展的需求，提高税收政策的灵活性和针对性。海南自贸港试点运用区块链技术追踪商品流向，使征税成本下降，征管效率提升。区块链技术的应用，实现了税收征管的数字化、智能化，提高了税收征管的准确性和及时性。这种“技术+制度”双轮驱动的模式，为全国统一大市场建设提供了制度供给。

综上，这场万亿级税制改革，既是应对财政困局的务实之策，更是引领经济转型的战略之举。通过重构中央与地方利益分配格局，破解财政体制深层次矛盾，为高质量发展注入制度性红利。唯有以制度创新破题，方能实现财政安全与经济发展的双赢，为区域协调发展和共同富裕奠定坚实基础。

（作者分别系青岛科技大学经管学院教授；青岛科技大学经管学院院长、教授）

新质生产力赋能消费提质升级

□ 陈晋

新质生产力推动创新发展，在产品迭代、服务质量提升、消费环境优化上下足功夫，更好满足消费者对于高品质生活的追求；新质生产力创造优质就业，推动城乡融合发展，倡导绿色发展理念，让消费者有钱消费、放心消费、自由消费；新质生产力推动传统消费场景焕发新生，实现新消费场景虚实互动，引领消费文化转型升级，为消费者提供全新的消费体验

消费是经济增长的重要引擎，是畅通国内大循环的关键环节。党中央、国务院明确部署“实施提振消费专项行动”，标志着推进消费提质升级已成为我国经济工作的重中之重。如今，以科技创新为主导的新质生产力加快形成，在提升消费品质、释放消费活力、拓展消费场景中扮演着重要角色，正在成为消费提质升级的核心引擎。

第一，提升消费品质是消费提质升级的重要支撑点。新质生产力推动创新发展，在产品迭代、服务质量提升、消费环境优化上下足功夫，更好满足消费者对于高品质生活的追求——

驱动产品迭代，满足多元化诉求。新质生产力以技术创新为核心驱动，推动产品由功能型向智能化、绿色化和个性化发展。人工智能、物联网等前沿技术广泛应用于产品设计与制造，使产品具备智能感知与自主决策能力，显著提升了用户体验。新材料与绿色技术的应用不仅优化产品性能，更契合低碳环保的消费趋势，增强了产品的可持续价值。柔性制造使生产系统具备高度适应性和响应能力，能够满足消费者个性化、小批量、多品种的定制化需求。

提升服务质量，激发内生动能。通过产业融合，新质生产力正在逐渐打破传统行业壁垒，推动资源、技术与服务要素的深度整合，提升服务质量。以“线上+线下”融合为例，商家通过信息共享和数据分析，能够实时掌握商品库存和销售情况，进而优化库存管理，减少缺货、滞销等情况；消费者则可以将线上平台了解商品的详细信息与线下门店实际体验有机结合起来，形成线上线下的信息互通和体验反馈循环。

优化消费环境，增强市场信任。新质生产力通过技术赋能，有效增强了消费安全，赢得了市场信任。区块链、物联网等技术实现商品全流程可追溯，提升了交易透明度和产品可信度，有效防范假冒伪劣，保护消费者权益。智能风控和数据安全系统的应用，为数字交易环境提供了保障。平台经济与数字技术推动市场资源更加高效配置，使中小商家与优质产品有更多展示机会，推动形成更加公平、透明、有序的市场环境，提升消费者的参与感和信任度。

第二，释放消费活力是消费提质升级的有力举措。新质生产力创造优质就业，推动城乡融合发展，倡导绿色发展理念，让消费者有钱消费、放心消费、自由消费——

创造优质就业，增强居民收入支撑力。高质量就业是释放消费活力的重要前提。在新质生产力推动下，绿色经济、生命健康、智能交通等新兴领域创造出大量技术含量高、发展前景好的就业岗位，这些岗位正在成为越来越多人的选择。同时，建筑业、制造业、农业等传统产业通过数字化、智能化改造，在提升效率的同时也实现了收入剧增。

推动城乡融合发展，激活下沉市场活力。城乡融合发展是中国式现代化的必然要求。新质生产力推动5G、物联网、云计算等数字技术在农村广泛布局，打通了城乡之间的“信息壁垒”和“物流断点”，实现优质资源“下得去”。依靠电商平台、冷链物流、品牌打造等手段，农村的优质农产品、手工艺品、文旅资源走出乡村进入城市甚至海外，推动特色产品“上得来”。“消费下沉”与“产能上行”协同推进，城乡之间真正实现了资源共享、互利共赢。

倡导绿色发展理念，培育生态消费新趋势。新质生产力以绿色发展为导向，推动产业链向低碳、节能、环保方向转型，生态消费已然成为新趋势。绿色制造、清洁能源、循环经济等加快发展，带动环保产品、绿色食品、新能源汽车等绿色消费快速增长。共享出行、无纸办公、低碳旅游等新型生活方式逐渐普及，绿色理念融入日常消费选择。通过碳足迹追踪、环保标签认证等方式，消费者能够更直观地了解商品的环保特性，作出更加符合可持续发展理念的消费决策。

第三，拓展消费场景是消费提质升级的关键一环。新质生产力推动传统消费场景焕发新生，实现新消费场景虚实互动，引领消费文化转型升级，为消费者提供全新的消费体验——

升级传统消费场景，赋予消费新体验。传统消费场景以线下为主，供给模式单一，缺乏数据支撑和精准服务，很难与消费者形成情感连接。新质生产力通过智能推荐、再造流程、虚拟现实，推动传统消费场景焕新升级，赋予消费者虚实交融的新奇体验。在零售领域，实体商超借助大数据、人工智能、AR导购等手段，转型为集商品展示、互动体验与数字营销于一体的智慧门店。传统节庆、庙会、年货市场等消费场景借助直播电商、文创产品开发等形式被重新激活，拉近了与年轻消费者的距离。

创设全新消费场景，拓宽消费边界。新质生产力推动颠覆性技术的产业化与商业化应用，创设了诸多全新消费场景。以虚拟现实、元宇宙、人工智能等技术为支撑，消费者可以在虚拟空间中完成试衣、试妆、购物等全过程，实现沉浸式、情景化的消费体验。即时零售、移动支付、无人零售、社区智能服务实现了从传统的“人找货”向“货找人”转变，消费从单一交易行为延伸为多元场景体验，“随时随地想买就买”成为可能。

催生新消费文化，引导生活方式变革。新质生产力通过创意、平台与文化融合，推动消费从物质满足走向文化认同和情感连接，形成更加多元、包容、动态的新消费文化。在绿色低碳理念引导下，新能源汽车、可降解包装、二手经济等生态消费场景悄然兴起，推动可持续消费成为时尚。数字技术带来的“种草经济”“社群消费”不断强化社交属性和情感价值，让消费者在获取商品的同时，也在表达审美、彰显个性与参与文化共创，消费热情得到进一步激发。