

深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

统筹好做优增量和盘活存量

李焯

中央经济工作会议提出“必须统筹好做优增量和盘活存量的关系,全面提高资源配置效率”。



核心观点:增量与存量的辩证统一作为资源配置的重要机制,在社会再生产过程中表现为资本积累与更新、存量优化与增量扩张、传统产业转型与新兴产业培育的有机结合。

增量与存量统筹的理论内涵

马克思主义政治经济学强调生产关系必须适应生产力发展水平,高效的资源配置是二者良性互动的重要体现。

抓手。二者的协同推进,能够实现从传统增长引擎向创新驱动体系的平稳转换,是构建现代化产业体系的制度基础。

当前,中国经济发展呈现出增量与存量协同不足的复杂态势。从产业结构看,传统产业存量资产效率低下与战略性新兴产业增量资源不足并存。

增量与存量统筹的战略路径

从政治经济学关注的要素投入动态累积,到新古典经济学聚焦的“边际收益递减”规律,再到内生增长理论强调的全要素生产率提升,理论谱系的演化映射出经济增长的动力源从单纯依靠资源要素的规模扩张,转向了技术进步与制度创新驱动的结构性优化,进而发展为强调存量资源盘活与增量资源质量提升相互促进的协同机制。

以增量存量辩证统一为理论基础,优化资源配置效率,构建中国经济新发展格局,需要系统推进产业结构升级、区域协同发展、价值链重构,实施存量盘活与增量优化的全方位战略行动。

产业结构优化升级是增存协同的战略取向。通过战略性新兴产业培育与传统产业改造提升的双轮驱动,可实现存量盘活与增量优化的系统协同。

区域协调发展是增存融合的空间载体。我国区域发展不平衡不充分问题突出,东部地区面临存量效率提升与增量空间拓展双重挑战,中西部地区存在存量利用不足与增量质量不高的结构性矛盾。

一是重构资源配置方式,从“总量扩张”走向“结构优化”。传统经济增长路径过度依赖要素投入规模扩张,导致资源错配和效率损失;而新发展阶段则要求通过市场化机制盘活存量资源,优化增量投入结构,实现从规模驱动到效率驱动的范式转变。

二是重构产业发展路径,从“线性增长”走向“循环迭代”。产业演进不再是简单的规模扩张,而是存量产业高质化改造与增量产业培育孵化的双轮驱动,通过产业链价值链重构和产业链内梯度转移,形成新旧动能接续转换的有机体系。

三是重构区域协调机制,从“均衡分散”走向“集群网络”。区域经济发展从传统的行政区划配置资源向功能性空间优化,通过要素跨区域流动与集聚,形成“极点带动、轴带联动、网络协同”的空间格局,实现各区域基于比较优势的专业化分工与一体化发展。

增量与存量统筹协调是构建新发展格局的战略支点。从供给侧视角,盘活存量是消除产能过剩、优化产业结构的根本之策;做优增量则是培育新动能、拓展新赛道

区域协调发展是增存融合的空间载体。我国区域发展不平衡不充分问题突出,东部地区面临存量效率提升与增量空间拓展双重挑战,中西部地区存在存量利用不足与增量质量不高的结构性矛盾。

区域协调发展是增存融合的空间载体。我国区域发展不平衡不充分问题突出,东部地区面临存量效率提升与增量空间拓展双重挑战,中西部地区存在存量利用不足与增量质量不高的结构性矛盾。

人员尤其是党员干部进行处罚教育,阻断新的腐败问题的产生。第二,建立健全风腐同查机制。构建线索数据互通大平台,打破纪委监委和财政、税务、审计部门之间的信息壁垒。

以“同治”治标铲除风腐滋生土壤

在风腐同查同治的问题中,“治”是“查”的深化与归宿。除了在“查”上动真格,更要在“治”上见真章。我们要坚持不懈地推进监督工作,拓展监督广度,就是要打破只管党员干部的错误模式,将监督防线延伸到配偶、子女及其配偶违规经商办企业等情况。

第一,要构建好“查”“治”贯通的闭环机制。一是进一步完善细化有关“四风”问题的制度规定,堵塞制度漏洞。同时加强反腐败的纪法衔接工作,贯彻落实反腐败斗争的执

健全体制机制推进“查”“治”贯通

“查”与“治”不是彼此孤立的,而是相辅相成、相互贯通的一个体系。推进风腐同查同治,最终要落脚在构建完善的体制机制,推进风腐同查“查”“治”贯通。

发展旅游业,要走出“千城一面”

田芸 王德刚

由独特性或唯一性元素所塑造的地方特色,是形成旅游注意力和吸引力的核心要素。可以说,特色,就是旅游业的生命线;没有特色,旅游业就没有生命

驱动的根本转变。

增量与存量统筹的制度创新

统筹好做优增量和盘活存量的关系,必须超越单一领域改革,构建系统性制度体系,打破行政壁垒,打通政策梗阻,打破利益藩篱,形成有利于增量优化与存量盘活的制度环境,推动资源配置效率整体提升。

一是建立增存协同的规划与决策机制。打破传统部门分割的政策制定模式,建立跨部门、跨领域的“增存协同”决策协调机制,统筹产业、区域、科技、金融等政策;创新“目标清单+任务清单+责任清单”的规划实施机制,将存量盘活与增量优化纳入一体化规划体系;建立增存协同的公共政策评估制度,对政策实施前进行协同性评估,防止政策碎片化导致的协同失效;完善决策咨询机制,建立产业转型升级智库联盟,为增存协同提供智力支持。

二是创新宏观调控与微观激励的联动机制。改革宏观调控思路,从单一关注速度目标转向“速度、质量、效益”并重,构建有利于存量盘活和增量优化的宏观政策环境;创新财政政策工具,建立“腾退奖励+增量扶持”的双向激励机制,对主动退出过剩产能、整合低效资产的企业给予一次性奖励,同时对其转型发展给予增量支持;完善金融监管导向,将金融机构服务实体经济特别是支持存量盘活和增量提质的情纳入监管评价体系;创新企业家激励机制,在国有企业领导人员考核中引入全要素生产率和资产周转率等指标,激励企业重视存量资产效率提升;健全创新激励机制,对盘活存量技术资产和突破关键核心技术的创新主体给予同等重视和支持,按照新增价值的一定比例给予财政奖励,引导企业从扩张思维转向效率思维,实现存量资产利用效率的显著提升。

三是构建跨部门跨区域的协同治理体系。打破传统“条块分割”的行政架构,建立跨部门、跨区域的协同推进机制,统筹推进增存协同;创新区域合作模式,推动由行政主导向市场主导转变,降低区域合作的制度成本;完善区域利益分享机制,探索建立产业转移的利益补偿和税收分享制度,促进产业在区域间优化布局;健全重大项目联合推进机制,对跨区域的重大产业项目实施“多规合一”和“并联审批”,提高项目落地效率;构建区域生态补偿与产业协同机制,引导生态优势区与产业发达区建立跨区域合作,实现资源优势互补和产业协同发展;创新跨区域治理模式,建立省际联动共同参与的协同发展基金,统筹支持产业转移、生态补偿和创新合作项目,为区域增存资源的优化配置提供了制度保障。(作者系北京邮电大学经济管理

深入推进风腐同查同治的落脚点

季冬晓

风腐同查同治是一项系统工程。风腐交织是现阶段党风廉政建设和反腐败斗争着力解决的突出问题,必须坚持正风肃纪反腐相贯通,不敢腐、不能腐、不想腐一体推进。2025年3月,中共中央办公厅印发《关于在全党开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育的通知》指出:“运用中央及腐案例加强学习教育,引导党员、干部锤炼党性,提高思想觉悟”。

当前“四风”问题和腐败问题呈现出不正之风和腐败问题交织叠加的特征,而风腐同查同治不但是破除风腐顽疾的治本之策,更是提升党员干部廉洁意识、提升党的公信力的破局利剑,是推进全面从严治党从治标到治本的必然要求。

以“同查”治标严惩风腐交织问题

腐败问题和不正之风交织是当前反腐败工作问题的复杂表现之一,二者互为表里、同根同源,必须一体查处、双向突破。而“查”是“治”的前提和基础。这要求我们对于风腐领域问题有着清醒认知,锲而不舍地落实中央八项规定精神,确保反腐永远在路上。

第一,要循线深挖斩断风腐链条。坚持以“同查”惩治风腐交织问题,要求我们从“风”“腐”两个角度看待问题。一方面,遇到作风问题就要深挖探究背后的腐败案件,做到“由风查腐”。党员干部的腐败往往从一包烟、一张卡、一桌饭开始,逐渐在吃喝喝喝、迎来送往、请托办事中滋生演化。我们要紧盯这类官商不正当交往的作风问题,深挖背后所隐藏的违纪问题、腐败案件,坚决斩断由风变腐的链条。在营造党员干部风清气正的政治生态的同时铲除腐败滋生的土壤。另一方面,要做到“由腐查风”。发现腐败问题不能就事论事,需要构建由腐纠风工作链。那些表面孤立的个案背后往往是作风问题长期累积所导致的集中爆发。既查清审查调查对象本人“四风”问题,同时也要查清其他公职人员的“四风”问题,并对案件过程中发现的一系列违纪问题和不良作风问题进行追查。开展专项整治活动,对已经发现的腐败案件中的相关人员、部门进行作风问题专项整治,针对异常情况进行重点跟踪核查。对发现问题的相关

深度,从“外用药”到“靶向药”。要对关键领域进行深层次全链条的调查回溯,通过对招标文件、资金流水等问题进行严格监管调查,将相关的风腐交织问题进行顺藤摸瓜式的查处。同时,要利用好大数据等技术手段,通过对公务消费和商务合作等数据进行大批量、跨系统的对比,精准识别打击隐蔽性问题,自动预警党员干部及其亲属的高消费或不明收入等异常行为。

第二,要建立健全“震慑警示—思想教育—组织约束”治理工作链条,通过深刻的思想教育引导党员干部从“不敢腐”转向“不想腐”。要建立健全“震慑”长效机制,建立起风腐问题的案例库,收集各种违纪违法的典型案。要召开党委、纪委警示教育大会,通报相关的风腐案件,并同步对背后存在的主体责任和监督责任进行追溯,形成“查处一起、震慑一批、教育一片”的连锁反应。同时,要针对党员干部开展廉政专题培训,通过深刻剖析典型案例,采取违纪违法干部现身说法的方式强化党员干部廉洁意识。同步开展针对党员干部亲属的警示教育,引导家属当好“廉”内助,阻断家庭腐败的滋生源头。除了各种廉政教育,我们也要从中华优秀传统文化和红色基因中汲取力量。利用好本地历史文化中的廉政元素和红色资源打造廉政思想教育基地,开发针对党员干部及其亲属的“廉政”研学。结合戏曲、话剧等经典艺术形式和短视频、微博等现代媒介形成廉政教育“一条龙”式教育体制,使党员干部充分接触、深刻领悟廉政精神。

第三,要完善评估机制。要从查治效率、治理结果、群众评价三个方面出发,精准量化评估考核系统。通过统计地区内风腐案件的查处率以及线索案件的成功率来量化该地区的查腐效能;以制度修正的完成率和同类问题复发率为主要依据来评价该地区的治腐效能;以群众对党风廉政建设的满意度和“四风”问题举报的下降率为准绳来衡量该地区群众对风腐同查同治工作的满意度。

第三,要完善评估机制。要从查治效率、治理结果、群众评价三个方面出发,精准量化评估考核系统。通过统计地区内风腐案件的查处率以及线索案件的成功率来量化该地区的查腐效能;以制度修正的完成率和同类问题复发率为主要依据来评价该地区的治腐效能;以群众对党风廉政建设的满意度和“四风”问题举报的下降率为准绳来衡量该地区群众对风腐同查同治工作的满意度。

纪执法机制,在此基础上,重视完善国际有关反腐败斗争的相关法律,打击腐败分子海外逃窜行为。二是必须建立健全反腐败斗争的领导体制和责任落实机制。巩固发展反腐败斗争压倒性胜利必须充分发挥党委(党组)和纪委、监委(党组)书记和班子成员的“一岗双责”作用,构筑反腐败斗争的责任壁垒。最后,贯彻机构、组织、审计等各部门在风腐查治过程中的分工与协作,强化风腐同查同治的落实机制。推动风腐同查同治中线索互通、监督检查、审查调查等各环节,形成查治合力。完善风腐问题从信访举报、监督检查、审查调查、巡视巡察到警示教育、惩处整改、制度补缺的全链条工作机制。做到对于作风问题,法律及制度、责任问题的一揽子回溯。

第二,要完善评估机制。要从查治效率、治理结果、群众评价三个方面出发,精准量化评估考核系统。通过统计地区内风腐案件的查处率以及线索案件的成功率来量化该地区的查腐效能;以制度修正的完成率和同类问题复发率为主要依据来评价该地区的治腐效能;以群众对党风廉政建设的满意度和“四风”问题举报的下降率为准绳来衡量该地区群众对风腐同查同治工作的满意度。

第三,要完善评估机制。要从查治效率、治理结果、群众评价三个方面出发,精准量化评估考核系统。通过统计地区内风腐案件的查处率以及线索案件的成功率来量化该地区的查腐效能;以制度修正的完成率和同类问题复发率为主要依据来评价该地区的治腐效能;以群众对党风廉政建设的满意度和“四风”问题举报的下降率为准绳来衡量该地区群众对风腐同查同治工作的满意度。

第三,要完善评估机制。要从查治效率、治理结果、群众评价三个方面出发,精准量化评估考核系统。通过统计地区内风腐案件的查处率以及线索案件的成功率来量化该地区的查腐效能;以制度修正的完成率和同类问题复发率为主要依据来评价该地区的治腐效能;以群众对党风廉政建设的满意度和“四风”问题举报的下降率为准绳来衡量该地区群众对风腐同查同治工作的满意度。

第三,要完善评估机制。要从查治效率、治理结果、群众评价三个方面出发,精准量化评估考核系统。通过统计地区内风腐案件的查处率以及线索案件的成功率来量化该地区的查腐效能;以制度修正的完成率和同类问题复发率为主要依据来评价该地区的治腐效能;以群众对党风廉政建设的满意度和“四风”问题举报的下降率为准绳来衡量该地区群众对风腐同查同治工作的满意度。

第三,要完善评估机制。要从查治效率、治理结果、群众评价三个方面出发,精准量化评估考核系统。通过统计地区内风腐案件的查处率以及线索案件的成功率来量化该地区的查腐效能;以制度修正的完成率和同类问题复发率为主要依据来评价该地区的治腐效能;以群众对党风廉政建设的满意度和“四风”问题举报的下降率为准绳来衡量该地区群众对风腐同查同治工作的满意度。

第三,要完善评估机制。要从查治效率、治理结果、群众评价三个方面出发,精准量化评估考核系统。通过统计地区内风腐案件的查处率以及线索案件的成功率来量化该地区的查腐效能;以制度修正的完成率和同类问题复发率为主要依据来评价该地区的治腐效能;以群众对党风廉政建设的满意度和“四风”问题举报的下降率为准绳来衡量该地区群众对风腐同查同治工作的满意度。

第三,要完善评估机制。要从查治效率、治理结果、群众评价三个方面出发,精准量化评估考核系统。通过统计地区内风腐案件的查处率以及线索案件的成功率来量化该地区的查腐效能;以制度修正的完成率和同类问题复发率为主要依据来评价该地区的治腐效能;以群众对党风廉政建设的满意度和“四风”问题举报的下降率为准绳来衡量该地区群众对风腐同查同治工作的满意度。

暑期来临,旅游市场不断升温。家庭出游热情高涨,学生群体释放积蓄已久的旅行需求,避暑纳凉、文化旅行、研学体验成为热门选择。然而,在夏日旅游的盛况之下,一些烦恼也悄然浮现。互联网社交平台上,不乏游客抱怨,许多旅游目的地提供的体验似曾相识,休闲街区大同小异,网红打卡点如出一辙,“特色小吃”千篇一律,甚至宣传方式也多有雷同,这种“千城一面”的趋同化趋势,让追求新鲜感的游客逐渐产生审美疲劳,旅游景区如何避免陷入“复制粘贴”的困境,成为摆在各地面前的三道关键考题。

旅游业是一个以吸引人的异地性消费为主要特征的现代服务业,其消费范畴涵盖吃住行游购娱六大领域,一百多个细分行业,但其核心要素则是以“游”为主体形成的包括观光游览、休闲娱乐、文化体验等在内的产品体系。因此,对于任何旅游目的地而言,自己的目的地形象是否有吸引力、自己的产品是否受游客青睐,是地方发展旅游业的关键。

当前,国家大力实施扩消费促增长发展战略,把旅游消费作为扩大内需拉动经济增长的重要着力点,各地更是高度重视发展旅游业,不断强化政策支撑和引导,采取各种措施推进旅游项目建设和旅游产品开发,涌现出许多在产品研发、业态组合、场景创新等方面火爆“出圈”的成功案例,淄博、哈尔滨、阿勒泰等地因其自然、民俗风情以及产品雷同、推广手段一致、宣传文案和视频超同的同类现象。我们也时常会看到,不同的城市之间有着基本相同的休闲商业街区,相似的网红墙,一个模样的汉服旅拍和文旅局长们一致动作的摆拍等等。不仅浪费投资,还降低了游客的体验感,甚至还可能造成负面影响,得不偿失。这种现象大量存在,一定程度上已经影响到了旅游业的发展质量和行业声誉。

旅游,作为一种异地性消费行为,首先要引起人们的关注,因此也被称为“注意力经济”,即首先要引起人们的注意,并由注意力转化成吸引力,再由吸引力转化成消费力。而由独特性或唯一性元素所塑造的地方特色,就是形成旅游注意力和吸引力的核心要素。可以说,特色,就是旅游业的生命线;没有特色,旅游业就没有生命。

打造地方旅游特色,主要应从以下几个方面入手:从地域文化的挖掘整理中凝练特色。任何一个地方都有自己独特的自然环境、地方风物、民俗风情以及生产生活方式,正是这些“在地性”的元素,构成了当地具有识别意义的自然和人文特征,而旅游目的地的形象打造和核心产品开发,就是要从这些资源禀赋中提取和凝练核心要素,来打造具有独特性或唯一性的地方旅游形象和具有强大吸引力的核心旅游产品。“好客山东”旅游目的地的打造就是从最具识别意义的山东地域特色和山东的人文特质中凝练出来的标志性文化符号。当然,地方特色的凝练也可从一个单品或单品上实现突破,如“淄博烧烤”与淄博旅游营销,就是用一个个充满烟火气的地方生活单品的火爆“出圈”带火一座城的成功案例。

通过横向比较进行差异化定位和错位开发凸显特色。人类社会本身具有一定的趋同性,同一个空间区域内的不同城市在地理、气候、历史、文化、风俗等方面更不可避免存在着一定的相似性。这就需要通过对比较来寻找差异性特征,并通过差异定位和错位开发来凸显自身特色。如我国的古城古镇,从建筑形态和街区肌理上看就是基本雷同的,而且越是保护得好的古城古镇,其相似性就越强,这是由历史建筑本身的特征和保护法则决定的,那么在哪里肌理和物质载体基本相似的前提下如何打造特色呢?这就需要通过对文化主题的差异化定位来打造和凸显。比如,丽江古城,主要的文化特色是纳西族文化;凤凰古城,因沈从文笔下的《边城》而闻名;乌镇,会让人联想到鲁迅的《阿Q正传》和《祝福》。如此案例还有很多。在旅游产品开发与消费场景打造上,我们同样可以通过差异化定位来凸显自身特色,例如近几年来西安、洛阳等地的换装旅拍非常火爆,引发了全国各地的换装旅拍热潮,但许多地方不像西安、洛阳那样有着多朝古都的历史文化积淀,虽然投入巨资装扮了街区形态,置办了汉服,开了旅拍店,但没有火起来。而作为朝鲜族集聚区的延吉,依托当地的民族文化资源,开发的朝鲜族王子、公主扮装旅拍,一举成为继西安、洛阳之后的又一个换装旅拍胜地。

以产品、业态和场景创新打造特色。人们的兴趣、爱好和消费行为特征会随着社会发展、市场变化和技术进步而演变,这必然会引发旅游供给端的产品迭代和业态升级,因此旅游业也是一个创新驱动型产业,即要根据市场趋势的变化,以创意策划为手段不断升级供给体系,成为一道文化赋能旅游发展的亮丽风景线;泰山景区首创的外骨骼机器人助力游客登山,通过科技赋能让许多对山岳景区望而却步的游客实现了多年夙愿;乐山大佛景区通过现代科技手段在夜间复原已经损毁的洞窟景观打造夜游项目,为游客打开了一个亦实亦幻的夜游新场景,让人们产生与白天旅游不一样,甚至更精彩的新体验。文化和科技赋能为旅游产品、业态和消费场景创新开辟了一条宽阔大道。

总之,发展旅游业要走特色化之路。特色,就是人无我有、人有我优,而特色的打造,既要依靠对传统旅游资源的深度挖掘和凝练,又要以文化和科技赋能为手段进行创新,通过凝练和创新,让目的地有一个与众不同的品牌形象和一套无法复制的产品体系。

(作者单位:山东农业工程学院,山东大学旅游产业研究院)

发展旅游业,要走出“千城一面”

田芸 王德刚

由独特性或唯一性元素所塑造的地方特色,是形成旅游注意力和吸引力的核心要素。可以说,特色,就是旅游业的生命线;没有特色,旅游业就没有生命

暑期来临,旅游市场不断升温。家庭出游热情高涨,学生群体释放积蓄已久的旅行需求,避暑纳凉、文化旅行、研学体验成为热门选择。然而,在夏日旅游的盛况之下,一些烦恼也悄然浮现。互联网社交平台上,不乏游客抱怨,许多旅游目的地提供的体验似曾相识,休闲街区大同小异,网红打卡点如出一辙,“特色小吃”千篇一律,甚至宣传方式也多有雷同,这种“千城一面”的趋同化趋势,让追求新鲜感的游客逐渐产生审美疲劳,旅游景区如何避免陷入“复制粘贴”的困境,成为摆在各地面前的三道关键考题。

旅游业是一个以吸引人的异地性消费为主要特征的现代服务业,其消费范畴涵盖吃住行游购娱六大领域,一百多个细分行业,但其核心要素则是以“游”为主体形成的包括观光游览、休闲娱乐、文化体验等在内的产品体系。因此,对于任何旅游目的地而言,自己的目的地形象是否有吸引力、自己的产品是否受游客青睐,是地方发展旅游业的关键。

当前,国家大力实施扩消费促增长发展战略,把旅游消费作为扩大内需拉动经济增长的重要着力点,各地更是高度重视发展旅游业,不断强化政策支撑和引导,采取各种措施推进旅游项目建设和旅游产品开发,涌现出许多在产品研发、业态组合、场景创新等方面火爆“出圈”的成功案例,淄博、哈尔滨、阿勒泰等地因其自然、民俗风情以及产品雷同、推广手段一致、宣传文案和视频超同的同类现象。我们也时常会看到,不同的城市之间有着基本相同的休闲商业街区,相似的网红墙,一个模样的汉服旅拍和文旅局长们一致动作的摆拍等等。不仅浪费投资,还降低了游客的体验感,甚至还可能造成负面影响,得不偿失。这种现象大量存在,一定程度上已经影响到了旅游业的发展质量和行业声誉。