

【敢当头条】

# 海鲜“消费地图”拓展的启示

假期返回山区老家,发现相比以往,餐桌上多了海鲜的身影。抛出疑惑,得到的回答是:咱们山沟里以前怕变质,只偶尔吃些冷冻海鲜,现在快递方便了,送过来还很鲜活,好吃又不是很贵。交通物流的进步引领饮食之变,折射消费市场的大趋势。

直观的感受,有客观的数据作支撑。一份报告显示,今年国庆、中秋假期,某生鲜平台的帝王蟹整体销售额同比增长185%,且二线及以下城市消费增速远超北上广。去年我国水产品总产量7366万吨,同比增长3.5%,批发市场成交量额实现双增长。曾经在一些中西部城市,吃海鲜是个稀罕事,如今海鲜消费日渐大众化。高品质海鲜突破地域限制“游”上全国百姓的餐桌,既是消费提质扩容的表现,又蕴藏着激发消费潜力的“钥匙”。

习近平总书记强调,“要积极扩大

国内需求”“创造更多消费场景,持续释放消费和投资潜力”。消费潜力从何而来?归根到底源自人民日益增长的美好生活需要,源自从“有没有”转向“好不好”的需求升级。紧扣变化和趋势,更好满足消费新需求,才能持续拓展消费新空间。

做好“通”的文章。“海鲜下乡”渐成趋势,背后日益完善的物流网络发挥了重要支撑作用。甘肃兰州,梭子蟹、皮皮虾等应季海货集中上市的季节,部分品类相比上半年降价超30%,市民乐享“海鲜自由”。山城重庆,交易市场里南美白对虾、生蚝被商户麻利地搬上货台,而20小时前它们还身处黄海之滨。

充分发挥我国经济纵深广阔的优势,持续释放超大规模市场潜力,“通”是重要发力点。加快完善交通物流体系,方能进一步降低消费成本、提升消费品质、丰富消费选择、增强消费信

心,让消费者引擎动能更强劲。

下足“新”的功夫。今年国庆、中秋假期,上海的赛事经济、票根经济等为文旅商体融合精准赋能,湖南长沙以首店、首展为核心的“首发经济”集聚旺盛人气,湖北武汉的花车巡游凭借“楚风汉韵”“非遗国潮”等主题内容吸引近10万市民游客围观。引入新技术、新手段,拓展新玩法、新场景,消费向新而行,便能撬动发展增量。

挖掘新的消费增长点,不意味眼光只能盯着新业态新模式。传统消费里面也有新的潜能。就拿餐饮消费来说,新菜新品等样式出新、包间唱K等场景出新、演艺餐厅等模式出新,回应了消费者从“吃饱”到“吃好”的需求升级。以创新优化产品和服务供给,能为消费增长提供源头活水。

打牢“质”的基石。如何更好满足内陆地区消费者对高品质水产品的需

求?新疆在峡谷和盐碱地里发展水产养殖,2024年三文鱼加工产量超5000吨。产品品质高、价格又实惠,自然能收获消费者的青睐。

从海鲜“消费地图”向中西部拓展,到新能源汽车驶向广袤乡村,再到咖啡经济、鲜花经济、宠物经济等业态在县城茁壮成长,消费市场不断扩容,不仅生动印证“我国经济基础稳、优势多、韧性强、潜能大”,也启示我们,顺应人民对高品质生活的期待,消费潜力才能充分释放。

说到海鲜,连续几年进博会上,食品及农产品展区的开鱼仪式都备受关注。一条条体形巨大的蓝鳍金枪鱼背后,是舌尖消费升级的澎湃动力,是开放合作的务实行动。14亿多人超大规模市场持续升级,造福的不仅是国内消费者,也将为全球发展注入更多稳定性和确定性。  
(据新华网)

【金玉良言】

## 数字消费,绘就美好生活新图景

清晨,智能音箱用悠扬的音乐将你唤醒并告知今天的天气状况;上午,通过在线会议软件与远在千里之外的同事协同工作;午休时,在外卖平台下单,美食很快送达;晚上,在视频网站观看超高清电影,享受沉浸式视听体验……这些看似普通的生活场景,展现出数字消费的无限生机与潜力。如今,它已融入人们日常生活的各个角落,悄然改变着人们的生活方式。

数字消费,包括数字产品消费、数字服务消费、数字内容消费以及通过数字渠道实现的消费。据商务部测算,2024年我国居民数字消费规模达23.8万亿元,相当于当年居民消费的44.2%,足见数字消费在国民经济发展中的重要性。近日,商务部等8部门联合印发《关于大力发展数字消费共创数字时代美好生活的指导意见》(以下简称《指导意见》),为促进数字消费发展、推动消费提质升级按下了加速键。

《指导意见》以满足人民日益增长的美好生活需要为出发点和落脚点,从丰富数字消费领域供给、培育壮大数字消费经营主体、优化数字消费支撑体系、营造数字消费良好环境4个方面,提出了14项具体任务举措。其中,针对供给侧,《指导意见》提出要增加人工智能终端的硬件供给,支持智能机器人、可穿戴设备等前沿产品的发展;注重数字服务、数字内容这样的软件创新,推动人工智能与更多消费领域融合发展,运用虚拟

现实、元宇宙等技术升级感官体验。相信软件创新与硬件迭代相关部署的不断落地,将为数字消费注入新动能。

当前,数字消费已在各领域展现出丰富多彩的应用场景。在文博领域,数字技术让文化遗产焕发新生,借助虚拟现实与增强现实技术,游客可以“穿越”到历史场景中,感受鲜活的历史文化。在医疗服务领域,远程诊疗、智慧医疗等创新模式不断涌现,提升了诊疗效率,改善了就医体验。在教育领域,在线课堂、虚拟实验室等创新应用,打破了时空限制,让优质教育资源惠及更多人群。此外,超高清视频、沉浸式娱乐等数字内容消费的蓬勃发展,丰富了人们的精神文化生活。

在政策的牵引下,全国各地积极探索具有地方特色的数字消费发展路径,并积累了宝贵经验。比如,北京聚焦新兴消费趋势,培育数字消费新标杆,规范发展“谷子经济”,打造二次元和新生代潮玩聚集地;上海以大型活动为引领,促进线上线下深度融合,举办“上海数字生活节”,聚焦智享生活、品质直播等板块,推出30个“共享直播间”;广东创新数字消费新业态,支持直播电商平台创新虚拟主播、3D直播间等新模式,发展智慧商圈、智慧门店等;浙江打造数字贸易与时尚消费高地,举办“杭州数字贸易时尚消费周”,发布十大数字消费主题场景;四川推出“电子竞技消费月”,通过“电竞+文旅+科技”多元融合,创新消费场景;广西上线“北部

湾数字人民币综合服务平台”,落地全国首个跨机构数字人民币智能消费解决方案。这些各具特色的地方实践,共同勾勒出中国数字消费蓬勃发展的生动图景。

可以预见,随着《指导意见》的落实,数字消费将为美好生活注入源源不断的活力。未来,消费体验将更加智能化、个性化、沉浸式,人工智能与消费深度融合将是重要趋势。商务部将开展“人工智能+消费”案例推荐工作,推广一批典型案例,助力引领数字消费趋势。国际消费中心城市建设也将有力引领丰富数字消费供给,创新城市数字消费矩阵,促进商旅文体深度融合,打造具有全球吸引力的数字消费环境。国家级展会平台将推动更多数字创新成果首发首秀首展。此外,智慧物流建设将加快推进,无人机支线运输和末端配送业务将有序发展,数字人民币的受理覆盖面和应用场景将持续拓展,数字消费的支撑体系将日益完善,助力其更充分释放发展潜能。

展望未来,无人机配送、智能家居互联、虚拟现实购物等场景或将逐步融入日常生活,为我们的生活带来更多的可能性。除此,还有更多新的可能性值得我们期待。比如,数字技术如何赋能文物讲述文明故事?远程医疗如何缩小城乡健康差距?元宇宙技术催生的智慧学习范式会否重塑知识传播形态?让生活变得更美好且充满可能,这也正是数字消费的真正魅力所在。  
(据新华网)

【有此一说】

## 李玟账号“复活”折射数字遗产管理漏洞

近日,已故歌手李玟的一个音乐账号被异常登录。据媒体报道,有网友在使用新办的手机号注册这个音乐平台账号时,竟自动登录上了李玟的账号。平台客服回应称,此事源于“运营商二次放号”导致账号被新用户“继承”,已紧急解绑处理。这一事件,引发了公众对数字遗产保护的关注。

数字时代,平台账号不仅包含虚拟货币等财产性资产,也承载聊天记录、照片影像等记忆内容。可以说,数字足迹已构成与现实生活交织的“第二自我”,但数字资产的管理和保护仍存在短板。此前已有平台用户反映,新手机号无法注册微信等App,经查为回流“二手号”,已被原用户绑定多个平台,无法重新注册账号。还有一些使用“二手号”的用户频繁收到陌生快递通知、购物消费等提醒,甚至遭遇催债电话与短信轰炸。

数字资产管理的短板急需补齐。不少网络平台将手机验证码作为唯一的注册或登录验证工具,手机号停用后,其绑定的平台账号就存在泄露风险。法律层面,民法典虽然承认网络虚拟财产的法律地位,但并未明确社交账号数据是否属于可继承遗产,操作层面仍需进一步细化规则。

完善数字资产管理规则需多方合力。法律法规需明确社交账号等数据的法律地位,构建分类继承制度。平台应承担管理责任,比如给逝者账号建立亲属“继承”通道,从技术上筑牢信息安全防线。B站、抖音等平台已明确相关规则,亲属认证后即可冻结账号使用权限。运营商对“二手号”信息的披露也需更主动,在售号前告知购买者是否属于“二手号”,同时与平台建立信息联动机制。

在数字空间日益成为情感寄托载体的今天,唯有技术、制度与人文关怀并举,才能让我们在虚拟世界中的轨迹和记忆得以安放。  
(据新华网)

【画里话外】

## 理屈词“穷”

“穷就在家不要出来,出来就是你的错”,青岛某导游辱骂并强迫游客消费,近日被文旅部列入旅游市场强制消费问题典型案例。强制游客消费已是顽疾,必须再施猛药。侮辱游客的导游,更该“下车”。  
(据新华网)

