

把握理论和实践要求因地制宜发展新质生产力

○陈运平

习近平总书记高度重视发展新质生产力,反复强调因地制宜发展新质生产力。“牢牢把握高质量发展这个首要任务,因地制宜加快发展新质生产力”“各地要坚持从实际出发,先立后破、因地制宜、分类指导”“要根据本地的资源禀赋、产业基础、科研条件等,有选择地推动新产业、新模式、新动能发展”……这些重要论述为立足国情更好培育和发展新质生产力指明了方向。

发展新质生产力是一项长期任务、系统工程,需要科学谋划、统筹兼顾。因地制宜发展新质生产力的重要论断,要求在深刻把握新质生产力的内涵、意义与发展要求的基础上,结合各地客观实际、尊重区域发展规律,扎扎实实培育和发展新质生产力。“因地制宜”这一科学方法,将马克思主义生产力理论与中国式现代化生动实践经验相结合,深化了对生产力发展动力机制和演进规律的认识。

先看国际,世界百年未有之大变局加速演进,新一轮科技革命与大国博弈加剧态势相互交织。新质生产力由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生,成为一个国家增强国际竞争力的主要源泉。再看国内,我国经济发展正处于新旧动能平稳接续转换的关键阶段,实现高质量发展迫切需要新的生产力理论来指导,摆脱传统经济增长方式和生产力发展路径,特别是要把因地制宜发展新质生产力摆在更加突出的战略位置。

因地制宜发展新质生产力,是适应我国社会主要矛盾变化的现实要求。我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾,推动高质量发展面临的突出问题依然是发展不平衡不充分。这个不平衡不充分,既体现为城乡区域发展差距,又体现为不同地区发展基础、资源禀赋存在差异。必须深刻把握我国社会主要矛盾变化,立足发展不平衡不充分的实际,用好“因地制宜”这一科学方法。遵循生产力发展的空间分异规律,各地按自身产业基础与科技水平探索发展新质生产力的路径,能够更充分挖掘自身发展潜力,进而推动城乡区域整体发展水平提升,逐步解决发展不平衡不充分问题,也能实现现阶段培育和发展新质生产力的目标。

因地制宜发展新质生产力,是进一步全面深化改革的重要实践。生

产力决定生产关系,生产关系必须与生产力发展要求相适应。发展新质生产力,本质上要求生产关系进行适应性调整与变革,形成与之相适应的新型生产关系,这需要通过进一步全面深化改革来实现。强调因地制宜发展新质生产力,就是要求各地立足自身发展基础、排查薄弱环节、梳理堵点卡点,采取有效措施,将发展新质生产力的过程与进一步深化改革的过程结合起来,形成健全因地制宜发展新质生产力体制机制的合力,进一步塑造发展动能、激发经济活力。

深刻理解理论基础

新质生产力是习近平经济思想的重要理论成果,标志着我们党对马克思主义生产力理论认识的重大突破和创新。必须充分认识因地制宜发展新质生产力的内涵意蕴,深刻理解其理论基础。

一是体现辩证唯物主义基本要求。辩证唯物主义认为,矛盾存在于一切事物之中,具有普遍性和特殊性。因地制宜发展新质生产力,强调的是矛盾的特殊性原理,即不同事物的矛盾具有不同的特点,同一事物在不同发展阶段和不同条件下的矛盾也各有特点。在发展新质生产力过程中,不同地区的地理环境、产业基础、资源禀赋等存在差异,一个地区在经济发展的不同阶段,发展新质生产力的侧重点也不同,这些差异共同构成了矛盾的特殊性。各地需具体分析和研究相关产业结构、市场需求、技术水平,发挥自身特色和优势,解决发展面临的瓶颈和问题。

二是体现实事求是思想路线。实事求是,是中国共产党人以中国化的语言对马克思主义的根本观点的高度概括,是中国共产党人认识世界、改造世界的根本要求。“因地制宜”体现出现实求是的思想方法和工作方法,体现了具体问题具体分析的方法论要求。在发展新质生产力过程中,不能“一刀切”,不能搞“运动式”蛮干,必须立足各地的自然资源、产业基础、科研条件、生态承载力等客观实际发展新质生产力。不仅强调发展的特殊性、自主性和自立性,也强调发展的协调性、平衡性和灵活性,这是

实事求是思想路线在新质生产力领域的直接应用。

三是体现经济学比较优势理论。比较优势理论认为,各国各地区应根据自身的资源禀赋差异,生产并出口具有比较优势的产品和服务,进口具有比较劣势的产品和服务,从而实现贸易利益的最大化和资源的有效配置。如拥有丰富矿产资源的地区,在发展新能源、新材料等新兴产业方面具有潜在优势,可以通过技术创新将资源优势转化为产业优势。在发展新质生产力过程中,各地生产要素比较优势的内容从劳动力、土地、自然资源等传统要素拓展至新质要素,而“因地制宜”是比较优势理论在发展新质生产力过程中的延伸,通过识别区域传统优势与新质要素的结合点,向以新质要素为中心的优化组合跃升。

四是体现区域协调发展理论。区域协调发展理论强调区域之间以及区域内部的和谐、均衡发展,如区域内的产业互补、资源合理分配、基础设施共享等。因地制宜发展新质生产力,就是在把握区域协调发展理论基础上,将国土空间视为一个有机整体,推动各地区根据自身功能定位和比较优势进行科学谋划、精准施策。在发展新质生产力过程中,各地需将自身的发展置于区域协调发展的大格局中,充分发挥本地资源优势,与周边地区实现产业对接和资源共享,形成优势互补、协同共进的发展态势。通过加强区域间的合作与交流,促进创新要素的优化配置和高效利用。

充分把握实践基础

我国幅员辽阔,各地区产业发展的实际情况千差万别,同样的发展模式难以奏效。只有充分认识并尊重这些差异,根据各地的独特条件谋划发展策略,明确各地发展新质生产力的实践要求,才能释放发展潜力,实现经济社会高质量、可持续发展。

区域间要素禀赋存在差异。要素禀赋是区域经济发展的“先天基础”。自然资源、人力资本、技术储备、资本供给等维度的差异性,直接决定了不同区域发展新质生产力的比较优势。因地制宜发展新质生产

力,本质上是要通过精准匹配区域要素禀赋特征,找到要素重组、技术创新落地、产业转型升级的最优路径。例如,自然资源丰富的地区可从资源型产业起步,向资源深加工和循环利用方向发展;劳动力资源丰富地区可推动劳动密集型产业转型升级,逐渐向技能密集型产业发展。因此,从各地资源要素禀赋出发合理选择未来的产业发展方向,是因地制宜发展新质生产力的现实选择。

区域间产业发展基础存在差异。在产业发展规模上,产业规模较大的地区往往拥有较为成熟的产业链、供应链和市场,这种规模优势能为新质生产力发展提供广阔市场空间和丰富产业资源。以新能源汽车为例,大型汽车产业集群更有条件实现电池技术创新、自动驾驶系统研发等,为企业培育和发展新质生产力提供良好环境。在产业技术水平上,高新技术产业聚集区的企业和科研机构更容易积累先进技术、拥有活跃的科技创新能力,更有条件基于高起点实现突破,推动产业转型升级。在产业配套能力上,完善的产业配套能力可以大大缩短产品的研发周期,降低生产成本,能够加速新质生产力的形成和发展。

区域间发展功能定位存在差异。不同区域的功能定位不同,根据国土空间规划、资源环境承载能力、国家战略需求等形成不同的发展方向。具体来说,就是明确各区域该做什么、不该做什么,为区域发展确定“战略坐标”。经济发达的沿海地区是对外开放前沿和高端产业集聚地,其产业选择会倾向于高新技术产业、现代服务业和海洋经济等领域,可重点发展电子信息、生物医药、新能源等产业。对内陆地区来说,根据功能定位以及资源和交通条件,可考虑发展特色制造业、资源深加工产业或现代物流业等。虽然目标都指向培育和发展新质生产力,但是条件不同,发展的过程和平台也不同。必须将发展新质生产力与区域功能定位深度结合,才能避免同质化竞争和资源错配,真正实现因地制宜,形成各扬其长、优势互补的良好局面。

(原载《经济日报》2025年9月10日第10版)

习近平新时代中国特色社会主义思想宣传阐释

依托优势资源推动乡村旅游高质量发展

○邓芳

2024年,咸宁全年接待游客人次增长16.4%,旅游综合收入增长19.49%,展现出武汉都市圈绿色发展重要增长极的潜力。在旅游消费从“景点观光”向“生活体验”转型的背景下,咸宁依托独特的自然禀赋、丰厚的文化遗产、鲜活的生活场景这些优势资源,积极探索主客共享型乡村旅游目的地建设,为乡村旅游高质量发展提供了样本与借鉴。

一、优势资源,咸宁旅游高质量发展的根基

(一)独特的自然禀赋,构建全域生态景观体系

咸宁是国家级公园城市标准化综合试点城市,54.6%的森林覆盖率,拥有九宫山、陆水湖、斧头湖国家湿地公园等生态明珠。其中,九宫山负氧离子浓度高,位居全国天然氧吧榜首,其山地康养旅游成为武汉市都市圈游客“微度假”的首选;咸宁素有“中国温泉之乡”的美誉,以面积广、储量高、水质优而闻名,独具特色的氡温泉体验备受青睐。这些得天独厚的自然禀赋,形成了“山水林湖泉”全域生态景观廊道,为乡村旅游高质量发展奠定了坚实的生态基础。

(二)丰厚的文化遗产,打造连续千年文明谱系

从史前文明到现代康养,咸宁形成了连续千年不断代的文化链。赤壁古战场作为国家级文保单位,2025年构建数字化场景并提供角色体验项目,让游客沉浸式感受三国文化,实现展馆的活化升级;刘家桥古民居群落完整保留鄂南古民居风貌,是研究鄂南建筑文化的活化石;青砖茶制作工艺、通山木雕等4项国家级非遗构成

了咸宁独特的文化标识,彰显了深厚的文化底蕴。

(三)鲜活的生活场景,激活活态传承的乡土密码

羊楼洞茶文化旅游区以青砖茶非遗为核心,带动年接待游客112万人次,收入8.5亿元,展现了“茶旅”融合的强大生命力;“打桂花”仪式通过“采—晒—酿”全流程体验,成为文化传播的重要符号,按照规划,到“十四五”末,桂花全产业链产值预计达到100亿元,到“十五五”末,将达到300亿元;贺胜桥“中华鸡汤小镇”主题体验馆,将美食消费升级为文化体验,体现了“食旅”融合的民间智慧。这些老百姓的生活场景,为旅游注入了鲜活的乡土气息。

二、现存问题,制约旅游高质量发展的瓶颈

(一)资源碎片化:有“珍珠”无“项链”

咸宁市绝大部分景区都具备“自然+人文+民俗”复合形态,如隐水洞整合喀斯特地貌、溶洞传说,非遗展演,但景区内联动不足——隐水洞与刘家桥古民居距离仅30公里,却缺乏主题线路串联,很多游客选择散客自由行,团队游组织效率不高,资源未能发挥整体效益。

(二)体验浅层化:有“场景”无“沉浸”

多数景区仍以“白天观光、夜晚返程”模式为主,沉浸式体验项目占比不足;民俗活动多为表演式观赏,未充分释放“生活即旅游”的潜力,难以满足游客深层次的体验需求。

(三)主客互动不足:有“消费”无“共生”

乡村旅游从业人员学历大都不

高,民宿服务标准化不足,居民参与多限于提供食材或劳动力,利益共享机制待完善,尚未形成“游客体验—居民受益—文化传承”的闭环,影响了旅游发展的可持续性。

三、开发路径:从“资源存量”到“价值增量”的转化策略

(一)打通“快进慢游”脉络,让生态资源“串起来”

1.交通体验化升级
规划“咸宁乡村旅游风景道”,串联九宫山、隐水洞、刘家桥等核心景区,设置观景台、房车补给站等设施,提升沿途景观性和体验性;开通“武汉—咸宁乡村旅游专线”,实现高铁与景区直通车无缝衔接,缩短游客从城市到景区的时间成本,提高可达性。

2.智慧服务全覆盖
开发“咸宁乡村旅游”APP,集成实时公交、景区导览、车位预约等功能,实现4A级以上景区5G全覆盖,让游客“一键触达”全域资源,提升旅游便利性和智能化水平。

(二)激活文化遗产“活态叙事”,让历史场景“动起来”

1.沉浸式体验创新
借由《赤壁·借东风》实景剧的影响力,打造震撼的视觉盛宴,扩大知名度和美誉度;在刘家桥古民居开展“鄂南建筑营造技艺”非遗研学,联合高校开发“三国文化研学营”,让游客从“看客”变“参与者”,深度感受文化魅力。

2.文化IP数字化赋能

打造“咸宁桂仙子”数字人形象,开发“桂宝”动漫IP,提升文化传播的亲力和影响力;推动青砖茶制作工艺纳入国家文化数字化战略资源库,实现“线下体验+线上传播”双线发力,扩大文化辐射范围。

(三)深化“生活即旅游”理念,让主客关系“融起来”

1.社区参与式治理

推广“民宿+农户”合作机制,如嘉鱼官桥村由村民提供食材、参与服务,民宿收益按一定比例分成,增强居民获得感;建立乡村旅游发展基金,按景区门票收入的一定比例提取,用于生态补偿与文化保护;推行“主客共享积分制”,游客参与环保活动可兑换民宿折扣券,居民维护社区环境可获分红,让居民从“旁观者”变“主人翁”,形成共建共享的良好局面。

2.民俗体验生活化改造
在通山石门村推行“一日村民”计划,游客可参与农耕劳作、市集摆摊,收入归个人所有,体验真实的乡村生活;在咸安区大幕乡设立“民俗体验日”,每周六开展打糍粑、编竹篮等活动,增强游客的参与感和互动性;将“打桂花”从“政府主导”转向“社区主办”,引入“桂花仙子”选拔、桂香市集等互动环节,提升游客参与度,让民俗活动更具生命力。

四、实践启示,在保护与共享中实现价值统一

从“卖风景”到“卖生活”,咸宁以优势资源为根基的主客共享模式,不仅为都市圈游客提供了“望得见山、看得见水、记得住乡愁”的体验空间,更探索出一条“游客满意、居民获益、文化延续”的乡村旅游可持续发展之路。这一实践,对破解城乡二元结构、推动共同富裕具有重要示范意义。未来,咸宁应继续依托优势资源,不断优化发展路径,推动旅游高质量发展迈上新台阶。

(作者单位:咸宁职业技术学院)

推动咸宁文化产业高质量发展

○李敬云

2001年以来,咸宁文化产业从文化事业发展到事业与产业并行,到产业化发展逐步展开,逐步提档升级,文化产业高质量发展的特征日渐显现:文旅融合深度不断加深,实施文旅要素提能行动,充分挖掘温泉文化、红色文化、三国文化、砖茶文化等特色资源;新业态不断涌现,拓展了数字创意、网络视听、电子竞技等新兴文化业态,促进了文化产业与现代科技的融合,推动了文化产业新质生产力发展;文化旅游进入5个千亿产业集群行列,出现了一批文化产业规模以上的企业,出台《咸宁市文化和旅游产业高质量发展三年倍增实施方案(2025—2027年)》;文化产业与公共文化服务互动,大力实施文化惠民工程,加大文化遗址保护利用,《三餐四季》“咸宁篇”登陆央视综合频道,着力打造文化产业品牌。今天文化产业已成为支撑咸宁市经济发展的重要支柱。

然而,我们也必须看到咸宁文化产业的发展现状与高质量发展的要求相比仍有一定的差距:

1、文化产业发展速度较快,但水平不高结构不均衡。咸宁文化产业迅速,按国家统计局《文化及相关产业分类(2018)》项目,运用焓值法测算,2011—2023年文化产业发展综合指数年均增长率为6.22%,其中年平均增长最快的是文化娱乐休闲服务,为12.77%。但文化产业发展水平不高且结构不均衡,2011—2023年咸宁文化产业综合发展指数较低,内容创造生产、文化娱乐休闲服务、文化辅助生产和中介服务发展快于新闻信息服务、文化传播渠道、文化投资营运。

2、文化产业发展与公共文化服务并行互动,但文化内涵的价值发挥不充分。文化事业的发展主要体现在公共文化服务建设的加强,历年政府工作报告都十分强调文化惠民工程,兴建了诸多基层文化服务站点,在文化产业发展的同时强调社会主义核心价值观的引领,文化产业服务的社会贡献特色突出。但文化内涵的价值发挥不充分,多数处于简单的“文化+”状态,文化赋能不强,文化产业融合深度不够,文化价值的实现机制需要深入探索。

3、从供求双侧推动了文化产业发展,但供求对接不够精准。咸宁文化产业发展一方面注重供给侧结构性创新,从传统文化产业发展到文旅融合创新和科技融合创新,另一方面注重需求端的开发,从2012年发展文化娱乐新兴消费开始,一直致力于推动文化创意服务消费、文旅体融合消费、农文旅融合消费,积极开拓文化产业消费市场。但供求对接不够精准,文化产品供给侧结构性改革不平衡,需求端消费市场的内部潜力挖掘不充分,城外市场拓展不够,需求规模反过来制约了供给量的增长。

4、文化与旅游融合度不断加深,但互馈路径单向度明显。从2009年首届温泉文化旅游节的举办到2025年实施文化与旅游产业高质量发展三年行动倍增计划,文旅融合不断加深。据测算,2011—2023年,咸宁文化产业与旅游产业耦合协调度从最低的2012年的0.4779,发展到2023年的0.8008。但文旅融合的互馈路径单向度明显,文化对旅游支撑力度不断加大,提升了旅游的核心竞争力,实现了以文塑旅。但以旅彰文互馈路径打造不够,旅游产业综合发展指数高于文化产业综合发展指数0.166406个点。

当前咸宁文化产业中所呈现出来的上述不足,制约了咸宁文化产业的高质量发展。为推动咸宁文化产业的高质量发展,必须从咸宁经济社会发展的实际出发,找准高质量发展的路径,科学谋划,精准发力,推动咸宁文化产业步入高质量发展轨道。

1、融合发展路径:链条融合价值互馈

第一,文化产业的产业融合。咸宁文化产业的产业融合主要在于文化产业与旅游产业的融合发展、与科学技术的融合、与其它三次产业的融合。走文旅深度融合路径,既要充分发挥文化的引领作用和支撑作用,提升旅游发展的文化内涵,提高旅游的吸引力和核心竞争力,又要发挥旅游打造、传播特色文化的功能和载体作用,推动文化活化、体验、传承,不断丰富文化产业发展内容。推动文化产业与科技的融合,通过现代技术打造文化创意产业,创造沉浸式体验场景,丰富文化内容生产,创新融合新业态。文化与其它三次产业的融合主要在于“文化+旅游+产业”,大力发展农文旅、工业文化旅游、文旅服务消费等产业新形态。第二,文化产业的链条融合。通过产业链的纵向延伸和横向拓展,从渗透到交叉,再到重组,由低级发展到高级,形成创新链、产业链、资金链、人才链的深度融合和“三产”融合发展,不断提升产业链发展水平。第三,文化产业融合的价值互馈。在价值链条上形成双向度互馈路径,一方面文化产业为其它产业的发展注入可识别的文化内涵,助力品牌打造和良好公共关系的建立、创造、传递产业链文化价值,另一方面其它产业通过产业、产品载体等形式,塑造特色文化,形成产业链条文化价值的回馈路径。

2、价值实现路径:产品化产业化

第一,文化资源要活化。文化是新质生产力的重要组成部分,将文化资源转换成生产要素是咸宁文化产业价值实现路径的基础。咸宁文化资源丰富,要转变观念,构建文化经济价值,将文化资源通过链条延伸、科技嫁接等方式与劳动力、资本、技术深度融合,转化为生产要素,实现文化价值的商业化转化。第二,文化要素产品化。构建文化功能价值,通过创意设计转化、知识产权运营、体验经济开发、技术赋能、消费市场开发、商业模式创新等方式,实现文化要素产品化。第三,文化产品产业化。根据2018年国家统计局关于文化产业的分类,重点4类43个中类和146个小类有选择性地发展实行产业化发展,重点发展新闻出版、广播影视、文艺演艺、网络文化、文化创意等重点产业,实行“文化+”行动,推进文化产业与其它产业的深度融合,通过产业化形式,全面推动咸宁文化产业的高质量发展。

3、以旅彰文路径:活化传播品牌

第一,非遗活化。支持非物质文化遗产与乡村旅游、红色旅游、康养旅游、体育旅游相结合,打造非遗旅游,以旅游助力非遗传承,实现非遗活化,实现文旅产品融合,打通咸宁旅游与非遗文化的双向赋能通道。第二,文化传播。利用旅游商、养、学、闲、情、奇新六要素载体,承载传播咸宁地域文化,突出文化参与,增加场景体验,拉动消费升级,展示地方文化的独特魅力和价值,传播咸宁文化,提升文化附加值。第三,品牌打造。深度挖掘咸宁地域文化特色,通过沉浸式场景开发、节庆活动打造、科技赋能、文旅媒体矩阵推广,实现文化展示和文化认同,打造文化品牌,完成文化IP的商业化转换。

4、转化升级路径:数字化智慧化

第一,文化资源的数字化转化。以数字化技术解析咸宁存档文化资源,实行文化资源模块化,进入产业链条和经济体系,将文化资源转化为生产要素。第二,文化产品的数字化实现。通过原创内容的数字化开发、AI辅助创作,构建具有明确产权的文化IP,打造VR/AR沉浸式体验等数字文化产品,形成体验式、可行走的咸宁特色文化产品。第三,文化产业的智慧化升级。构建咸宁地域文化数据平台,打造文化产业链条,实现文化资源联通和文化产品数字化展示传播,构建链条的产业逻辑关联,实现文化数据资产化、文化产品智能化,打造“数字孪生”文化产业融合空间,构建“文化+科技+产业”的文化产业智慧生态圈。

(作者单位:湖北科技学院)