

弹好政策“协奏曲”

崔妍

今年上半年最终消费对经济增长的贡献率达到52%，其中二季度贡献率为52.3%，较一季度提高0.6个百分点，较去年同期提高4.4个百分点。

经济增长的“第一引擎”动力澎湃，离不开政策合力助推：安排3000亿元超长期特别国债资金支持消费品以旧换新；批量调整存量房贷利率，为居民节省利息支出；发放就业补助资金，促进高质量充分就业，提高就业的质量；深入实施“人工智能+”行动，扩容消费场景……多项政策同向而行、环环相扣，形成了提升消费能力、提振消费意愿、拓展消费场景、扩大消费供给的政策合力。现实中，具体政策的制定部门不同、聚焦重点不同，容易出现

相互掣肘的情况，从而影响宏观经济治理效果。确保各项具体政策相互配合，彼此之间相一致，才能更好巩固拓展经济回升向好势头，完成高质量发展的目标任务。

用“百颗子”下好“一盘棋”，没有全局意识不行。去年9月以来，我国推出了一揽子增量政策，“两重”“两新”加快推进，化债“组合拳”为地方减负，建立支持小微企业融资的协调机制……财政政策与货币政策共同发力，助市场活跃度快速回升、企业经营预期较快改善、内需潜力有效激发。加强顶层设计，瞄准一致目标，各项政策积极有为、合力作为，推动政策效能充分释放，将为高质量发展注入更多确

定性。

使“千根线”拧成“一股绳”，没有系统观念不行。把经济政策和非经济性政策统一纳入一致性评估，以“扩列”提升精度；加强重点事项统筹协调，明确职责分工，强化条块联动，以“组团”提升效率；中央财政安排超长期特别国债资金支持“两新”，省级财政部门制定资金分配方案，市县财政部门细化具体项目和单位，以“串联”落实执行……既在纵向上“一竿子插到底”，也在横向上“打好组合拳”，让各项政策环环相扣、融为整体，发展之势才能不断向上。

化“资源池”为“及时雨”，还要强化动态调整。为确保政策同向发力和

高效执行，要坚持监督评估、不断纠偏，实时收集地方在政策执行中遇到的问题，形成动态反馈链条。自2023年以来，各地区、各部门清理妨碍全国统一大市场建设和公平竞争的政策措施逾4000件，有力释放了市场活力。

近期，不少国际机构预测全球经济将放缓，但大都约而同调高中国经济增长的预期。一名国外学者道出其中缘由：“中国的政策具有稳定性。”强化宏观政策取向一致性是保持政策稳定性的重要基础。以统筹为基调，弹好政策“协奏曲”，向既定目标奋发前进，中国号经济巨轮的航程必将更加稳健。

（来源：《人民日报》）

省界游如何从“爆红”走向“长红”

叶雨

“高铁串起两省山水，在浙江看江山江郎山风貌后，再到江西品上饶望仙仙侠氛围，这样的跨省旅行既新鲜又方便。”国庆中秋假期期间，浙江宁波游客谢培带着家人踏上“浙赣边际游”线路，第一站便选择了衢州江山的江郎山。他翻开手机里的相册笑着说：“以前觉得省界地区偏远，现在交通方便了，反而成了深度游的特色。”曾几何时，省界是旅游的“鬼门关”。衢州江山到上饶望仙谷不过百余公里，放在十年前，这段路足以让多数游客望而却步。如今高铁疾驰，自驾畅达，偏远反而成了“深度游”的卖点。这种转变背后，是交通基础设施的“逆袭”。

长期以来，行政壁垒也是省界旅

游的“隐形墙”。辽宁、吉林、黑龙江、内蒙古四省区联手立法推动旅游协同，统一规划“三纵三横”旅游通道，这种打破“一亩三分地”思维的尝试，堪称区域合作的典范。反观某些地方，明明共享一片山水，却因属地管理各自为政：这边建了个玻璃栈道，那边马上跟风复制；你搞“三国文化节”，我办“水浒主题游”，最后游客看得一头雾水，资源内耗却愈演愈烈。

河南南阳与湖北襄阳地理相邻，文化相通，却因行政壁垒导致文旅发展失衡；南阳文旅项目同质化严重，襄阳则通过政策协同打造“鄂西北旅游圈”，吸引大量南阳消费者跨省消费。这种“墙内开花墙外香”的尴尬，暴露了传统区域合

作模式的致命缺陷。只有当政策学会“跨省握手”，当跨省旅游通道成为现实，省界才会变成“黄金走廊”。例如，浙赣两省通过联合营销、客源互送，让江郎山与望仙谷从“竞争对手”变为“旅游搭子”，实现1+1>2的效应。

年轻人要的不是“到此一游”，而是“此生难忘”。省界地带的“逆袭”，靠的正是对文化基因的深度挖掘。江西望仙谷把废弃矿山变成仙侠世界，浙江江郎山用数字技术重现徐霞客笔下的奇景。

文化创新的底线是真实。如果游客能在省界地带找到更地道的民俗体验、更鲜活的文化场景，消费流向自然会改变。例如，陕甘宁交界地带通过还原“丝路古道”场景，让游客化身“商

队成员”，这种沉浸式体验远比单纯的景观展示更具吸引力。

省界游的爆发，给文旅产业上了三堂必修课：交通是骨骼，政策是血脉，文化是灵魂。没有交通的“硬联通”，再美的风景也无人问津；没有政策的“软衔接”，再好的资源也难成气候；没有文化的“深挖掘”，再火的IP也终将昙花一现。

未来的省界游，或许会出现更多“高铁+直升机”的立体交通，更多“一票通游三省”的政策创新，更多“让文物开口说话”的文化场景。只有打破行政壁垒的“墙”，架起区域协同的“桥”，激活文化基因的“魂”，才能让省界游从“爆红”走向“长红”。（来源：《南方农村报》）

从“引来一企”到“繁荣一链”

周泽将

一段时间以来，各地招商引资的新思路、新变化引人深思。上海虹口区推行“基金、土地、场景、会展”招商模式，江西赣州市通过链式招商、以商招商等方式培育产业生态；陕西西安市绘制重点产业链招商图谱……各地的实践表明，招商引资正从“拼优惠”转向“拼生态”。

今天，全国统一大市场建设有序推进，违规实施优惠政策被明令禁止，企业更加期待公平有序的市场环境、长期可持续发展的前景。面对企业的更高需求，应如何增强招商引资的吸引力？各地涌现的一些创新做法具有启发意义。

实现产业链集聚并形成网络效应，“链式招商”能够对产业链上下游企业形成有效吸引力。比如，江西信丰县通过链式招商，集聚30多家印刷电路板上市企业，发展成全国知名的产业集聚区。大族数控、景旺电子等龙头企业落户后，上下游企业纷纷跟进。完善产业上下游配套，助力企业降低生产成本，这本身就是地域发展的重要竞争优势。

从培育产业链生态出发的“链式招商”，会释放出“以商招商”的内生动力。这其中起关键作用是龙头企业企业。一家龙头企业的落地，意味着研发、配套、物流、服务等一整套上下游环节的随之聚合。因此，现在的招商引资不能停留在“引来一企”，而是要“带动一批、繁荣一链”。

为企业技术创新提供便利应用场景的“场景招商”，同样是吸引企业的有效招牌。比如，作为老牌产业园区，上海漕河泾开发区通过开发试验、训练和应用

用人工智能打开文旅新空间

周曼民

在2025中国文化旅游产业博览会上，360度全景观影、AR趣味考古盲盒和机器人“乐手”“舞者”等一批创新产品集中亮相，以可感可触的互动体验，为游客打造了一场科技文旅盛宴。如今，走马观花式旅游已难以满足消费需求。依托人工智能技术，文旅产业正逐渐打破传统局限，加速向智慧化、个性化、沉浸式方向升级。

人工智能助力体验式文旅，核心在于构建沉浸互动场景。湖南衡阳船山书院，运用AI模拟当年的讲学情景，王夫之先生穿越时空而来，真正做到让游客与历史人物对话，把300年前的哲学智慧和千年衡州文化做成了爆款。江西南昌滕王阁景区，打造《千年一序滕王阁》VR体验中心，让游客得以“身临其境”地感受唐代宴席。

通过打破虚拟与现实的边界，推动线上线下深度融合，数字化开启文旅“新感官时代”，为游客带来全新的视听享受，让其在情景互动中收获独特的情感体验。这些创新实践，不仅重构文旅产品的内容生产范式，激活数字创新动能，更能让各地特色文化以更鲜活、更具吸引力的方式触达大众，激发文化传承与发展的新活力。

借助人工智能技术，文旅服务也可以更精细、更有效率。比如，浙江杭州打造文旅智能体“杭小忆”，通过大数据平台整合全市文旅资源，分析游客来源、行

为与偏好，基于游客的具体需求与时间要求，实现“千人千面”的个性化信息推送、路线规划与产品推荐。杭州西湖景区还推出“数字导游”，“亲子游”推荐由院风荷的荷花科普、“文化游”讲解岳王庙的历史故事。使用“数字导游”的游客平均停留时间延长至5小时，景区二次消费收入增长30%。可以说，实现精准营销，提升服务体验，人工智能技术功不可没。

人工智能还可扮演旅行管家的角色。输入旅行时间、预算、兴趣爱好等条件，短短几分钟，一份由AI生成的详细旅行计划便摆在面前。越来越多游客尤其是年轻人，开始选择使用AI进行个性化行程定制。从游客视角来看，人工智能更好让游客从“旁观者”转变为“参与者”，甚至是“设计者”，既满足了个性化消费，又提升了用户黏性。从产业发展来看，依托“大模型+大算力+大数据”架构，深度挖掘分析海量用户数据，精准勾勒游客画像、预判市场需求趋势，可以为产业发展提供科学决策依据，极大提升产业运营效能。

习近平总书记强调：“让旅游业更好服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴。”通过人工智能赋能，坚持以人为本和科技向善，以技术迭代提升服务效能，创新产品设计、丰富消费体验，就能开拓文旅产业高质量发展新的想象空间和增长点，实现经济发展、民生改善和文化繁荣的共赢。（来源：人民网）

别让景区预约拦住银发族

龙敏飞

近年来，随着数字化服务的普及，许多热门景区纷纷实行线上预约售票，这一变革确实为许多游客带来了便利，提前在手机上完成预约，到景区后扫码即可入园，省去了长时间排队队的麻烦。但是，在这股数字化浪潮中，不少老年人却遭遇了“出行困境”。当线上预约成为主流渠道甚至是唯一通道，当二维码和智慧手机取代了传统的售票窗口与现场服务，数字化浪潮在提升效率的同时，也将一部分老年人挡在景区之外。

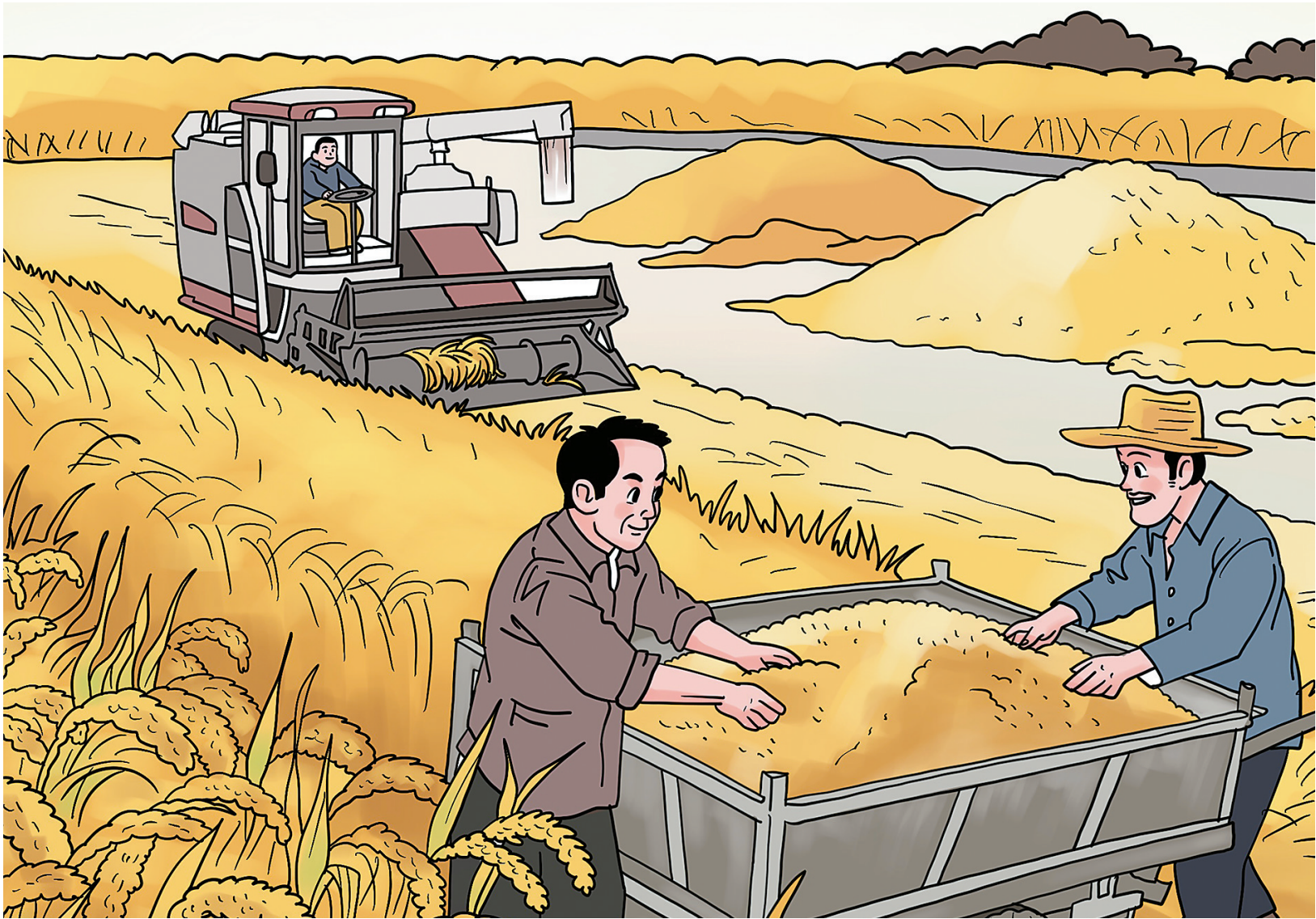
科技本应赋能美好生活，而非制造新的鸿沟。线上售票确实能帮助景区减少人力成本、精准调控客流，避免节假日游客过度拥挤。但简单粗暴的“一刀切”式推广，却暴露了公共服务的短板。密密麻麻的预约须知小字、层层嵌套的选择菜单、需要跳转多平台的操作流程，再加上部分平台要求绑定银行卡、完成人脸识别等附加步骤……这些年轻人轻而易举的操作，对很多老年人来说就是难以逾越的数字高墙。景区追求效率无可厚非，但若以牺牲老年人的合法权益为代价，则偏离了公共服务该有的初心。便捷出游本是所有人都能享受的权益，不该因年龄或数字技能的差异而被区别对待。

老年人在景区预约中权益受损，本质上是部分景区对社会责任的漠视，以及对公共服务普惠性原则的背离。我国旅游法明确规定，残疾人、老年人、未成年人等旅游者在旅游活动中依照法律、

法规和有关规定享受便利和优惠。民政部、文化和旅游部等部门联合印发的《关于支持老年人社会参与 推动实现老有所为的指导意见》也明确提出，要提升旅游服务设施适老化水平。这些法规与政策都清晰传递出一个信号：数字时代的发展，绝不能以抛弃老年人作为代价，普惠性才是公共服务的核心底色。

适老化改造并非遥不可及，需从政策、技术、服务三个维度协同发力。在政策层面，不断完善实施细则、推出具体标准，将适老化改造纳入景区评级考核体系，以政策倒逼景区重视适老服务。景区可联合平台开发“长辈模式”，放大界面字体、简化操作步骤，去掉不必要的弹窗广告，或者支持子女远程帮老人预约，让老年人无需复杂操作就能完成预约。在服务层面，景区可加强工作人员培训，开设专门的老年人爱心通道，安排志愿者协助老年人完成预约、购票，对没有智能手机的老人，保留人工登记入园的选项，用人工服务为老年人的出行兜底。

技术进步的价值，从来不是单纯追求速度，而是让生活更美好。景区作为公共服务的重要提供者，既要跟上数字化的步伐，也要兼顾不同群体的需求。当线上预约既能满足年轻人说走就走的便捷，又能承载老年人漫步美景的渴望，让每一位游客都能感受到服务的温度，让银发旅途无碍，才是数字时代景区服务的正确打开方式。（来源：《内蒙古日报》）



秋粮收获

据农业农村部最新消息,截至10月10日,全国秋粮收获已过五成。

分作物看,中稻收获近六成,玉米过五成,大豆五成半,双季晚稻零星收获。分区域看,西南过七成、西北过五成、东北近四成、长江中下游过三成、华南近三成、黄淮海近八成。

（新华社发 冯德光 作）

迎战连阴雨,秋收秋种抓好“抢”和“保”

新华社记者 王悦阳 胡璐

视,把各项措施落实落细。

众人同心,其利断金。为应对连阴雨,各地各部门正在积极行动。农业农村部成立工作专班,跨省份调剂调运履带式收割机、烘干机应急机具,并与财政部门进一步明确救灾机具补贴事项。受灾地区利用一切雨歇间隙,组织人机轮班,昼夜不停,做到“能收尽收、快收快抢”,最大限度减少田间损失。一些地方还有针对性地对应急机具进行改造升级,提升过湿地块通过能力。应对举措与近年来我国深入实施“藏粮于地、藏粮于技”战略、推进高标准农田建设等一起,构成当前抗灾夺丰收的重要底气。

目前全国秋粮收获过五成。根据农业农村部和中国气象局联合发布连阴雨和农田渍涝灾害风险预警,后期部分地区仍有连阴雨和农田渍涝风险。打好这场秋粮抢收抢烘“保卫战”,各地各部门还需提高警惕、细化政策,从气象预警、田间抢收、麦播备耕到秋粮收储全面发力。

要抓好一个“抢”字。紧盯天气预报,抓住每一个抢收抢烘的黄金窗口。加大对应急机具购置、改装、作业支持,加强农机需求信息发布、顺畅通行、作业用油等服务,全力强化机具保障,加快秋收进度。