



### 学习贯彻党的二十届三中全会精神

# 以首发经济激发消费市场活力

■ 李伟铭 张舒畅 黎春燕

首发经济

《决定》点击

完善扩大消费长效机制,减少限制性措施,合理增加公共消费,积极有序推进首发经济。

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》指出,“完善扩大消费长效机制,减少限制性措施,合理增加公共消费,积极有序推进首发经济”。从产品首次发布、门店的首次开设、中心的首次设立、全新技术的首次展示到全新品牌的首次亮相都可以成为首发。首发不仅可以满足消费者对新需求、新技术、新产品和高品质的追求,激发市场消费潜力,实现消费规模扩大,促进消费品品质升级,而且有助于促进企业加大创新投入,为产业高质量发展注入活力,形成推动经济高质量发展的新动能。

## 集成独特优势,自贸港孕育首发经济发展新机遇

政策持续发力,城市消费激活首发经济市场。近年来,海南省多个市县推出了一系列发展首发经济的政策。《海口市龙华区支持首店经济高质量发展的若干措施(试行)》《三亚市促进首发首店经济实施实施细则》等政策相继出台,用真金白银对首发、首秀、首展、首店给予足够的政策保障和资金支持。同时,海南自贸港积极打造国际一流消费环境,承接海外消费回流,促进消费提质扩容,为首发经济提供巨大的商业机会和发展空间。在“零关税、低税率、简税制”等自贸港政策加持下,首发的进口商品关税减免等政策更是降低了企业在海南自贸港开展首发经济的活动成本,吸引了众多国际知名品牌在海南自贸港首发或同步上市新品。同时,离岛免税购物额度提高、商品种类不断丰富,也为国内外品牌在海南自贸港提供的高端消费品、时尚产品等提供了广阔的首秀舞台。

平台有力支撑,助力品牌在海南自贸港首发首秀。今年4月,第四届

消博会以“共享开放机遇、共创美好生活”为主题,吸引了国内外众多品牌在海南自贸港进行全球产品的首秀。本次消博会为1000多件新品提供了首秀平台,卡赫发布全球首款锂电布艺清洁机,保乐力加展示了中国原产叠川纯麦芽威士忌,中国国产茶饮品牌喜茶也在消博会上首次产出其最新版智能分体式茶机,众多新品首发、首秀、首展活动,使得消博会成为消费者认识新品牌、体验新产品的嘉年华。当下,消博会已成为全球消费精品盛会,致力于把中国超大规模市场打造成为世界共享的大市场。借助消博会这一平台,海南自贸港逐渐发展起了自己的“首”字经济。

旅游热度持续,首发经济促进旅游消费升级。国际旅游消费中心是海南“三区一中心”战略定位之一,海南深耕“旅游+”“+旅游”发展模式,不断丰富旅游产品供给,打造了相对成熟完备的现代旅游产业体系。作为热门旅游目的地,海南省每年吸引了来自国内外的众多游客前来度假。2024年前三季度,海南省接待国内外游客6993.59万人次,同比增长9.3%,游客总花费1504.84亿元,同比增长9.3%。庞大的游客流量为海南自贸港发展首发经济提供了强大的消费支撑,众多品牌、门店在海南进行首发活动能够直接面向广大游客群体,快速提高产品的市场影响力和销售量。依托旅游“吃住行游购”全链条产业链,海南自贸港更容易形成以新技术、新产品、新业态、新模式、新体验为新形态的首发经济产业生态圈。首发经济为海南建设国际旅游消费中心提供了高质量的消费资源和供给,释放了新的旅游消费潜力,培育了新的旅游消费增长点,成为促进海南自贸港消费升级的“助推器”。

## 得“新”应“首”,绘就海南自贸港消费升级新路径

充分发挥政策新优势。海南

自贸港封关运作涉及贸易制度、投资制度、税收制度、环境制度等多方面制度的建设。以贸易、投资、跨境资金流动、人员进出、交通运输来往自由便利和数据安全有序流动为主框架的自贸港政策制度为首发经济的发展提供了广阔市场空间。海南自贸港可以采取多种措施吸引国际品牌选择海南进行产品首发。例如,组建首发经济的国际招商团队,主动参与国际知名的行业展会、商业论坛如巴黎时装周、世界经济论坛等,深入拓展欧洲、东盟、非洲、中东、南太平洋岛国等共建“一带一路”国家和地区的经贸交流合作,向全球展示海南自贸港的建设成果,吸引全球优质资源集聚海南自贸港,促进首发经济“小步快跑”。

打造线上线下新平台。一是积极发展以消博会为代表的各类会展平台,通过加强与国际知名会展机构合作,联合举办首发主题展会,引入国际高端会展品牌和资源,提升海南会展平台的国际影响力。二是打造具有国际影响力的核心商圈和特色商业街区,吸引品牌首发活动落地。提升商圈的基础设施、环境品质和服务水平,提供舒适、便捷、时尚的购物环境。比如,海口日月广场、三亚海棠湾等商圈,可以进一步优化布局,增加高端商业设施和休闲娱乐配套,提高对首发活动的承载能力。同时,在线上建设方面,积极推进跨境电商电子商务统一的数据标准和认证体系,打造一批“专而强”“特而精”的跨境电商数字化外贸平台,利用第三方线上服务平台,优化拓宽本土和国际品牌的首发渠道,并及时为企业提供首发产品的销售数据反馈,推动线上首发经济快速发展。

融入海南特色新元素。加大对本土品牌的扶持力度,通过为本土品牌首发活动提供设计、宣传、推广等方面的指导和支

持,借助首发帮助本土品牌提升知名度和影响力。鼓励本土企业将海南独特的非物质文化遗产、民俗风情、热带资源等元素融入新品开发,推出一批浓郁本土特色的产品,并在海南重要节点与活动上进行首发。例如,甄选海南热带特色农产品、黎苗文化创意产品、椰雕产品等,通过创意设计、创新营销,在“海南岛欢乐节”“中国(海南)国际热带农产品冬季交易会”等盛大节日与活动上进行新品首发、首秀、首展,打造成为融入海南特色的伴手礼和时尚精品。

发展数字技术新场景。利用数字技术,丰富应用场景,赋能首发首秀,让海南自贸港首发活动更加精彩。一方面,可以在消博会等大型展会期间,利用数字经济实现线上展示、预约、交易等功能,为参展商和观众提供更加便捷的参会方式,同时突破时空限制,扩大展会的辐射范围。另一方面,利用大数据技术对首发产品的市场需求进行预测,根据预测结果合理安排生产和库存。通过对消费者的购买行为、市场趋势等数据的分析,准确把握首发后市场需求的变化,避免库存积压或缺货的情况发生。例如,根据历史销售数据和消费者的反馈信息,预测某系列新品在海南的上市反应,提前安排生产和备货。此外,还可以利用社交媒体平台、短视频平台、直播平台等同步开展首发产品或活动的推广,激发全球市场消费潜能,形成首发经济规模效应。

【作者李伟铭、黎春燕系海南大学国际商学院教授;张舒畅单位为海南大学国际教育学院。本文系教育部人文社会科学研究一般项目(21YJ630042)阶段性研究成果】

### 热点聚焦

# 新时代东南亚华裔青少年的中华文化认同

■ 邓子昂 彭慧

中华文化影响力

《决定》点击

人民精神文化生活,提升国家文化软实力和中华文化影响力,健全文化事业、文化产业体制机制,推动文化繁荣,丰富人民精神文化生活,提升国家文化软实力和中华文化影响力。

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》指出,健全文化事业、文化产业体制机制,推动文化繁荣,丰富人民精神文化生活,提升国家文化软实力和中华文化影响力。

新世纪以来,Z世代成为主流,东南亚华裔青少年也成长为当地社会重要群体之一。此类人群大部分为25岁以下,是网络时代国外出生和(或)成长并入籍、有中国血统的二代(及以上)华人族群。他们自幼浸润于多元文化、数字媒体之中,有着不同于早期华侨华人的文化归属与意识。近年来,一系列出海的新兴文化,以其独特的魅力和深刻的内涵,多元化展现新时代中国文化的自信与活力,不断加强东南亚华裔青少年的中华文化认同。笔者来到东南亚印度尼西亚、泰国、马来西亚及越南四国进行了相关调研。

## 当下东南亚华裔青少年中华文化认同基本情况

本次调研对象主要为华语学校学生、大学生及教师等,采取量表性问卷与半结构性访谈,最后收集问卷有效样本超过1800个,深度访谈案例73例,呈现以下特征。

首先,在地生活中,东南亚华裔青少年的中华文化认同呈现以下变化。一是语言方面,掌握中文人数比例及使用频率较高,但不能直接显示其对中华文化认同程度。此群体学习过中文人数占比高达97%,使用中文和祖籍方言频率也较高,总是使用和经常使用占66.2%。但由于调研对象多为华语学校学生,98.9%由学校及家长安排学习中文,因此并不能直接反映其对中华文化的认同感。第二,日常生活中,中华文化相关活动参与

人数比例较高,但参与频率很低,反映出其生活中与中华文化有一定接触,但深度与主观能动性不高。从人数比例上看,学习过中华优秀传统文化的华裔占比为76.2%。参与过春节、中秋节、端午节、祭祖等传统活动占比84.1%。参加过相关兴趣活动,如书法、国画、武术等人数占56.7%。然而,对春节等传统活动参与频率不高,日常生活中书法等相关兴趣活动参与频率较低。

其次,网络生活中,东南亚华裔青少年群体偏爱使用中国App。一是中国App使用人数比例高。其中短视频类App占比最多,高达78.5%。手游、电子商务以及社交类平台也占较高比例,如原神、小红书等。二是中国App体验感较好,且与地生活华裔青少年中华文化认同感呈正相关关系。统计显示,他们对中国App满意程度与喜爱程度均居于较高值,设计与内容符合其生活需求,而且乐意通过使用中国App加深对中华优秀传统文化的了解。不少人在文化认同方面认为,使用中国App有助于其加强与祖籍地之间的联系;在情感倾向方面认为,中国App会因某个人的华人身份而对产生好感;在文化传播方面认为,愿意通过网络向非华人宣传中华文化。分析可知网络生活中使用中国App体验感越好,中华文化认同感越强。

再次,祖籍地跨文化活动参与与其中华文化认同间也有显著正相关关系,中国文化吸引力明显。一是近年来参加回籍地活动及有意愿人数比例提升。问卷显示,有623人去过中国,愿意去祖籍地探访问的有492人,比例较高。二是参加回籍地活动后印象好、认同度高,且有力推进了其对中国文化的认同。问卷中,六项认可度均值都较高,分别为:会推荐其他人前往中国,如果

再有去中国访问的机会会尽力抓住,如果到中国旅游或生活会很快适应,如果未来因为工作原因需要在其他国家居住会选择中国,如果听到对中国不利的新闻会感到压抑,认为去中国旅游当地人可能意识不到自己是外国人。分析可知祖籍地探访问与其中华文化认同的关系密切。回籍访问作用明显,可促进其对中国的亲近感。

## 目前东南亚华裔青少年中华文化认同的特征

通过以上分析可以发现,当下东南亚华裔青少年群体文化认同有以下特点。

- 一是当地华裔青少年群体文化认同为双柱多元型。这是传统离散族群意识与新时期Z时代青年文化意识相结合的表征。双柱即在地文化认同与本族群文化认同“双柱并立”且不分主次,绝大多数华裔青少年对自身双重身份没有内在冲突感,“两种文化都好,如果是中华文化也会有亲近感”是普遍认识。多元则表现为数字时代青年文化身份的多样性与碎片化,他们在不同群体中寻找认同与归属感。不少受访者表示线上生活丰富多元,不仅喜爱使用中国App,海外流行软件也经常使用,其生活中呈现的社会关系与文化归属较复杂,“交友遍天下”是常见现象。
- 二是日常在地生活中,其双柱认同的中华文化认同正在不断衰减。调查表明,语言掌握比例高不能说明其中华文化认同感,语言学习功利性更为突出,其文化传播功能式微。而现实生活中虽然马来西亚等国此类文化活动数量不少,但其参与相关活动频率较低,主观意愿及感兴趣程度不高。
- 三是此群体受中国App影响较

深,其线上生活中对中华文化认同度较高。中国出海东南亚各类App深受欢迎,其正向文化效能明显。如,小红书为一二线城市精致女性华裔白领或学生喜爱,抖音在城镇或农村华裔青少年中普遍流行,B站是华裔大学生或高知人群的知识搜索引擎,各类游戏产品则为不少华裔青少年提供休闲娱乐。内容上,大多摒弃宏大叙事,涉及经典再造、生活方式、多元文化、异域风情等内容,在文化传播及涵化方面作用显著,其内附的文化观点、态度对此群体的中华文化认知与归属感有明显增强作用。

四是不少华裔青少年通过实地探访改变对中国印象,中华文化吸引力不断提升。近年来华裔青少年参与各类回籍地活动比例不断提高,大部分对回籍地态度呈两种正向态势,一是没有来过中国的群体对此感兴趣,他们普遍认为祖籍地是“很遥远”的地方,但向往之心,需要机会实践。二是访问过中国的群体均表示感受好、感触深,进一步提升了中华优秀传统文化的传播力和影响力。

总之,随着在地化程度加深,当代东南亚华裔青少年日常生活中中华文化认同衰减难以避免,但网络与中国App的深度接触以及近年来火热的回籍地活动很大程度减缓了这一趋势。中华文化魅力无限,正以崭新方式、多元渠道辐射广大海外华人群。

【作者邓子昂单位为华中师范大学历史文化学院,彭慧系华中师范大学历史文化学院副教授】

### 行知讲谈

党的二十届三中全会高瞻远瞩,对深化生态文明体制改革提出了明确要求。省委八届五次全会积极响应,明确提出深化生态文明体制改革,致力于高水平建设国家生态文明试验区。在部署要求下,加快健全海南热带雨林国家公园体制机制成为海南深化生态文明体制改革的重要内容。特别是健全海南热带雨林国家公园生态产品价值实现机制,成为当前一项重要而紧迫的任务。

## 健全海南热带雨林国家公园生态产品价值实现机制的重大意义

这是贯彻落实习近平生态文明思想的具体举措。2022年4月,习近平总书记在海南考察时强调,“海南要坚持生态立省不动摇,把生态文明建设作为重中之重,对热带雨林实行严格保护,实现生态保护、绿色发展、民生改善相统一,向世界展示中国国家公园建设和生物多样性保护的丰硕成果”。因此,完整、准确、全面贯彻习近平生态文明思想,要健全海南热带雨林国家公园生态产品价值实现机制,推进国家公园自然资源科学保护和合理利用,率先走出一条生态自然保护和经济社会发展相互促进、相得益彰的新路子。

这是贯彻落实省委八届五次全会“向绿图强”部署的重要路径。8000多吨吨碳储量的海南热带雨林国家公园森林生态系统是海南自贸港“颜色最深的绿”,4269平方公里的海南热带雨林国家公园是海南自贸港“面积最大的绿”,2080亿元GEP(生态系统生产总值)的海南热带雨林国家公园是海南自贸港“价值最大的绿”。作为国家生态文明试验区(海南)标志性工程之一,海南热带雨林国家公园应当义不容辞、当仁不让,健全生态产品价值实现机制,加快发展新质生产力,争当海南自贸港“向绿图强”的引领示范标杆。

这是海南热带雨林国家公园建设的主要任务。《海南热带雨林国家公园设立方案》将推动国家公园绿色发展作为五大主要任务之一。因此,加快推动建立健全生态产品价值实现机制,是海南热带雨林国家公园建设的规定任务和硬性指标。要立足国家公园生态资源优势,不断丰富生态产品价值实现路径,提供更多优质生态产品,满足人民日益增长的优美生态环境需要,打造人与自然和谐共生新方案。

## 健全海南热带雨林国家公园生态产品价值实现机制的建议

近年来,海南深入贯彻落实习近平总书记关于海南热带雨林国家公园的重要指示精神,牢固树立和全面践行绿水青山就是金山银山的理念,率先在全国开展国家公园GEP核算,率先在全国印发国家公园生态旅游专项规划,率先在全国开发国家公园碳汇产品,在探索海南热带雨林国家公园生态产品价值转化路径方面取得了显著成效。但也要清醒认识到,在海南热带雨林国家公园生态产品价值转化方面,当前还存在生态旅游产业发展滞后、国家公园GEP变现难、国家公园品牌尚未真正形成等短板。要在不损害生态系统前提下,发展生态旅游和相关产业,走出一条人与自然和谐共生的新路子,奋力争当海南自贸港“向绿图强”示范标杆。

一要完善规划体系,做好顶层设计。国家公园要在严格保护的前提下实现绿色发展,各类项目的建设和实施都必须严格受各类规划的约束和管控,以免造成生态环境破坏,这就对规划体系提出更高要求。建议进一步构建总体规划—专项规划—实施方案—年度计划等完整的规划体系。明确国家公园从年度任务到近、中、远期的重点建设任务和保护发展目标。衔接好园内外规划,加快编制环国家公园绿色产业发展带,明确周边区域绿色产业布局和发展重点,引导周边市县与国家公园共建共享共用国家公园生态资源,加快绿色转型发展。坚持陆海统筹,实现山海联动,加强环岛旅游公路和环海南热带雨林国家公园旅游公路互联互通,利用发展低空经济契机,优先打造“陵水—吊罗山”“海棠湾—五指山”“陆空”立体化的山海联动旅游路线,通过在滨海城市举办主题活动、投放宣传广告等方式,将海边游客吸引到国家公园。

二要推进园地融合,做到生态惠民。要加快建设“入口社区—服务基地—雨林驿站”多级服务体系,在国家公园外围及天窗建设入口社区和服务基地,一方面可以为当地县市增加就业机会、拉动经济发展,另一方面也可以避免高强度开发国家公园,缓解国家公园生态环境压力。在国家公园内建设小型雨林驿站,保障游客基础服务需求。完善国家公园生态补偿制度,建立健全森林、耕地等领域生态保护补偿机制,探索在国家公园内实行差异化补偿政策,真正实现受到限制越多、得到补偿越多的机制。完善社区参与机制,引导当地居民参与生态旅游、自然教育等活动,支持当地居民生产和销售特色农产品,建立与海南热带雨林国家公园利益联合体。

三要补齐突出短板,提升供给能力。当前海南热带雨林国家公园内景区景点没有专业导游与解说队伍,游客难以沉浸式领略热带雨林的神秘与美丽。要加快建立解说员队伍,培养一批自然教育师、生态讲解员,提供专业讲解服务,更好展示国家公园,不断提升游客体验。建立智能导游系统,开发AI导游助手,智能推荐生态旅游路线,并根据游客实时定位自动提供讲解服务。发展生态旅游新业态,依托民宿、酒店等发展森林康养产业,建设房车营地、帐篷营地等野外露营地,开展雨林穿越、溯溪探险、极限运动等户外运动。

四要发挥特色优势,加强品牌建设。良好生态环境是提供优质生态产品的基础,国家公园生态产品具有原生态、稀缺性等特点,通过打造品牌,可以让隐性生态价值转化为实实在在的经济效益。要加强GEP核算成果应用,持续开展GEP核算,编制生态产品目录清单,推进GEP进规划、进考核、进项目、进交易,将GEP核算成果应用到海南热带雨林国家公园生态价值实现的标志性品牌。打造一批特色景区景点,根据不同区域资源特点,打造差异化的景区景点,避免同质化竞争。如在霸王岭打造海南长臂猿主题景区,在尖峰岭打造雨林天池景区,在吊罗山打造百瀑雨林景区等,塑造国家公园生态旅游品牌。利用国家公园品牌赋能特色农产品,指导园内外及周边群众转型升级农林产品,通过国家公园品牌化运作,带动农林产品溢价增值。

【作者系2024年秋季学期中共海南省委党校中青年干部培训一班学员、海南省林业局海南热带雨林国家公园处副处长】

### 自贸港建设青年说

健全海南热带雨林国家公园生态产品价值实现机制

■ 罗轶奇