2023 李渡论坛

本期主办：江西日报社 李渡酒业 执行策划：刘之海 编辑：刘之海 吴艳雯 欧阳远媛 晏懿辉 版式：刘 君

总第10期

奋进新征程 实干勇争先

“作示范、勇争先”系列论坛之提振消费篇

“作示范、勇争先”促进消费走旺正当时

论坛嘉宾：

朱 虹 江西省消费者权益保护委员会主任

邱向军 上饶市市长

钟小武 省社科院副院长

孙 彬 萍乡市商务局局长

肖梓才 吉水县委书记

邵九思 庐山市委书记

胡三红 明月山党工委书记

习近平总书记指出，必须大力实施扩大内需战略，采取更加有力的措施，使社会再生产实现良性循环。今年的政府工作报告强调要着力扩大国内需求，把恢复和扩大消费摆在优先位置。我省深入贯彻落实习近平总书记的重要讲话精神和全国两会精神，不失时机地打出扩内需促消费的“组合拳”，一系列政策举措的持续发力，使百姓消费信心不断增强，春天里的赣鄱大地，各类消费活动热度攀升，处处洋溢着消费回暖走旺的活跃景象。为了进一步提振消费信心，激发消费潜力，营造良好的消费环境，江西日报今天特别推出一期李渡论坛，就“作示范、勇争先”促进消费走旺展现新思路、新作为、新担当。

朱 虹

邱向军

钟小武

孙 彬

肖梓才

邵九思

胡三红

良好的消费环境是提振消费信心、促进社会消费的重要一环。全省各级消费者权益保护组织要积极回应广大消费者的殷切期盼，进一步创优消费环境、创新消费场景、倡导文明新风，让消费热起来、经济暖起来、发展势头好起来

朱 虹：习近平总书记强调，建立和完善扩大居民消费的长效机制，使居民有稳定收入能消费、没有后顾之忧敢消费、消费环境优获得感强愿消费。为贯彻落实党中央恢复和扩大消费的决策部署，商务部将2023年定为“消费提振年”，中国消费者协会也明确2023年消费维权年主题是“提振消费信心”。良好的消费环境是提振消费信心、促进社会消费的重要一环。全省各级消费者权益保护组织要积极回应广大消费者的殷切期盼，进一步创优消费环境、创新消费场景、倡导文明新风，让消费热起来、经济暖起来、发展势头好起来。

努力创优提振消费的新环境。我们要针对重点人群、重点区域、重点领域和重点产品，建立综合维权工作机制，持续强化12315平台一体化建设，全面拓展线下购物无理由退货、消费投诉公示覆盖面，着力解决消费领域痛点、难点、堵点问题。一要创优消费环境，激发消费活力。围绕让老百姓吃得放心、买得放心、用得放心，以产品质量、食品安全监督抽查、投诉信息分析为线索，围绕销售假冒伪劣商品、餐饮服务食品安全违法、预付式消费陷阱等乱象开展消费监督活动。积极开展消费者满意度提升行动，广泛开展线下无理由退货承诺活动，持续打造放心消费示范店（街区）、示范城市，营造安全放心消费环境。二要创新消费场景，培育新生动能。加强与行业组织和企业的沟通，推动行业、企业结合自身特点，在提升产品和服务质量的基础上，创新便利消费方式、满足新兴消费需求。应用智慧城市、元宇宙、数字5G等科技手段，推动餐饮消费、文化消费、旅游消费等跨界融合。三要倡导文明新风，践行绿色消费。综合运用传播载体，充分发挥江西消费教育基地和消费维权志愿者的积极作用，鼓励支持生产企业和商家，以消费者喜闻乐见的形式开展丰富多彩的消费教育活动，倡导消费者文明、健康、绿色消费，自觉抵制商品过度包装、极限参与制止餐饮浪费，科学消费、理性选择、依法维权。

始终维护消费者的合法权益。充分发挥消费维权社会平台作用，联合立法、司法、行政、行业、媒体、专家等各方力量，综合运用投诉信息公示、体察、约谈、支持起诉、公益诉讼等手段，不断提高消费纠纷解决率和消费者满意度。一要稳步推进“投诉和解百千万工程”。建立健全投诉和解联络工作机制，力争实现省一级发展100家、市里发展100家、县里发展100家的工作目标。截至目前，全省已创建投诉和解单位4024家。据不完全统计，2022年，全省投诉和解联络单位共处理消费投诉280余万件，和解成功率达90%以上。二要畅通消费投诉反映渠道。落实市场监管投诉举报线上线下一体化、统一应用全国12315平台处理投诉举报业务，确保全省12315咨询投诉举报电话24小时畅通。及时研判消费投诉热点难点，为强化事中事后监管、解决普遍性诉求、科学决策提供全面数据支撑和信息参考。三要强化预付式消费纠纷解决机制。2020年，省消保委联合行业协会在银行、家装企业、消费者三方之间，搭建家庭装饰装修资金存管平台（即“保银装”），为消费者预付的家装资金和装修质量上了一把“保险锁”。今后将适时向其他预付式消费重点领域推广预付式资金存管工作，促进我省预付式消费模式健康有序发展。四要严格落实执行赔付制度。积极贯彻落实《江西省监督者权益保护条例》，推动全省各地建立健全“权责明确、保障有效、程序规范、执法有力”的旅游诚信退赔机制，为打造提升“江西风景独好”旅游品牌、促进全省旅游业高质量发展，积极营造“开心、称心、暖心”的旅游市场。

大力支持实体商业数字化赋能，培育拓展共享消费、定制消费、绿色消费等新领域，打造沉浸式、体验式、互动式消费新场景。充分挖掘江西地方特色，全力打造有特色的消费中心城市、争创品质消费新高地。

邱向军：消费是稳增长的主引擎，是“拼经济”的主推手。上饶坚持把恢复和扩大消费摆在优先位置，深入实施促进商贸消费提质扩容三年行动，扎实开展“消费提振年”活动，全力以赴主推全域旅游，培优商贸业态，做足服务文章，强力推动消费市场加速回暖，确保全年社会消费品零售总额达1650亿元，加速建设区域性消费中心城市。

主推全域旅游，推动消费再提质。上饶是旅游大市，我们始终坚持把旅游业作为主导产业来抓。今年1至2月，全市37个4A级以上景区实际过夜机构游客人数达886.4万人，同比增长190%，占全省总额的22.6%，排名全省第一。下一步，我们将持续推动全域旅游发展。一是政企联动打造网红景区。进一步做热望仙谷、葛仙村、鹭岭、婺女洲等网红景区，加速推进三清山景区综合提升、葛仙村景区二期、望仙谷景区二期、云谷田园二期、龟峰景区综合提升等十大文旅项目，真正以网红景区引领清闲度、持久网红。同时，有效发挥政府投资对社会资本投资的引导带动作用，通过创新投融资模式、加大专项债支持力度等方式，不断激发旅游市场活力动力。二是创新模式唱响旅游品牌。创新推广篇岭村、望仙谷等“两山”理论价值转换模式，确保实现生态保护、绿色发展、民生改善相统一。创新推广云谷田园、葛仙村等“农文旅+特色小镇+康养”模式，强化与观光农业、休验农业、乡村振兴同频共振。积极推行旅游诚信退赔工作机制，确保实现游客自购物之日起30日内均可无理由、快速便捷退货，真正做到“不让一位游客受委屈”。三是因地制宜丰富产品业态。大力发展复合型旅游新业态，积极推广红色文化游、农业观光游、生态休闲游、古镇城市游、康养度假游、运动休育游等。

培优商贸业态，推动消费再扩容。一是做旺商圈消费。在持续做旺万达广场、万力时代、时光PARK、吾悦广场等传统商圈的基础上，加快建设高铁新区云上上饶、上饶经开区铜钢湾厅场、广丰城北综合体、鄱阳凤凰里综合体等城市新商圈，加速形成以城旺圈、以圈热城的商圈效益。二是点亮夜间消费。盘活旅游景点、博物馆、艺术馆、体育场馆、公园等公共场馆资源，进一步丰富夜间产品，延长消费时段，全力开启夜游、夜购、夜娱、夜健等“白加黑”精彩不打烊新业态新模式。三是发展电商消费。实施“电商回归”工程，今年力争引进年交易额1000万元以上的网络零售企业20家以上。支持“上饶旅游”“企惠网”等本土电商平台做大做强，加快打造若干千电商产业带。四是促进会展消费。抓紧研究出台会展经济发展规划，适时启动上饶会展中心建设，打造2至3个在国内具有一定影响力的大型展会。五是稳定大宗消费。支持各地举办各类汽车展销活动，开展新能源汽车下乡活动，促进汽车消费。鼓励各地通过政府支持、企业促销等方式，开展家电以旧换新活动，重点促进绿色智能家电消费。六是挖潜县乡消费。不断完善城乡商业体系，改造提升县城综合商贸服务中心3个、县级物流配送中心4个、乡镇商贸中心30个、城乡商业网点3000个以上，真正让城乡生产和消费连接更加紧密和畅通。

做足服务文章，推动消费再升级。一是升级促销活动。全力办好“游购饶城·乐享消费”促进活动、上饶首届老字号发布会、五一消费季、时光盛夏音乐节、上饶大型汽车展销会、十一消费黄金季等系列活动，开要求各县（市、区）每年举办4次以上大型消费促进活动，努力形成“周周有活动、月月有特色、全年可持续”的浸润式消费热潮。同时，按照“财政补贴+金融撬动+商家让利”的方式，市本级计划发放各类消费券2000万元，有效带动商家让利、全民参与；统筹安排3000万元以上的资金，加大对消费中心打造、商圈改造提升、社大龙头企业、举办促销活动等支持力度。二是升级餐饮体验。围绕本地特色美食，餐饮文化，风尚茶饮，品质咖啡等，建设一批具有高水准的特色美食街、萍乡冬令消费季“六大主题，聚焦”在萍购好物、品楚萍美食、萍享新生活、楚萍风格购、巡楚萍特展，赏姑好风景”六大领域举办N场形式多样、丰富多彩的促消费活动，为广大消费者送上“四季持续、精彩纷呈、嗨翻整年”的消费盛宴。三是多元融合促消费。加强促消费活动与智慧商圈建设、商业街区改造、县城商业体系建设等重点工作相结合，加快培育线上引流、智慧消费、绿色消费、品牌消费等新型业态，促进线上和线下、传统和新型、商贸和文旅等消费的有机融合。三是同频共振促消费。拿出“真金白银”促消费，持续推出“惠民消费券、惠民大礼包、代金券、折扣券”等各类优惠促销政策，让广大消费者真正享受一波接一波的“红包雨”。大力提升汽车、家装、家电等消费，组织开展新能源汽车推广应用、绿色智能家电消费促进等促销活动，并将新能源汽车免征车辆购置税政策延续至今年12月31日，鼓励有条件的县（区）通过线上平台发放电子消费券。四是文旅升级拓消费。今年我们将做好“旅游武功山+”和“武功山旅游+”两篇文章，推动全域旅游高质量发展，对组织包车、专列、包机“引客入萍”的旅行社予以一定奖励。大力发展“体育+旅游”，积极创建国家体育消费示范城市。

景德镇陶瓷国际艺术品交易城

萍乡市大力开展商贸消费提质扩容三年行动，为广大消费者送上“四季持续、精彩纷呈、嗨翻整年”的消费盛宴，着力促进商贸消费，引爆线上消费，点亮夜间经济，致力打造赣西有特色的消费中心城市

孙 彬：萍乡市出台促进商贸消费提质扩容三年行动方案，提出了主体培育、品牌塑造、消费促进、会展创新、楚萍菜推广、体系升级、电商提报、物流提升等八大行动，致力打造赣西有特色的消费中心城市，助力建设“八个萍乡”。今年以来，通过重振消费市场，萍乡处处见雨市，呈现出一片繁华的消费景象。

促进商贸消费。我们着力擦亮“惠享萍城”促消费活动品牌，围绕换火做热应节消费季，发放各类零售、餐饮、文旅、汽车消费券，开展“迎春消费季”“惠享萍城 多彩生活”等形式多样的主题促销活动。积极发展首店经济、首发经济、夜间经济，创建智慧商圈、绿色商场、智慧商店，并对荣获国家级和省级的特色示范街区、旅游景区、文旅综合体、智慧商圈、绿色商场等，予以一定奖励。

引爆线上消费。我们采取“市县两级联动、平台企业联合、线上线下融合”方式，邀请县（区）长担任电商直播带货达人，开展“网上年货节”“第四届双品网购节”“十百千万”电商促进等线上促销活动，各类与商家超400家，推动萍乡本土品质好货直连国内国际两大市场。鼓励电商平台出台阶段性费率优惠措施，减免或降低网店年租、推广运营等费用。

点亮夜间经济。我们以步行街、重点商圈为代表，融合美食、旅游、购物、娱乐等业态，不断开发夜间消费新场景，创新夜间消费新场景。先后开展了“萍水相逢，湘东做东”“城市烟火气”车厢夜市等活动，全市形成南正街、天空里、硖石美食城、洞达国际等4条市级夜间经济发展示范街区，累计占地面积73万平方米，入驻各类商家摊主700余家，日均客流量15万人次。其中，南正街获评国家级夜间文化和旅游消费集聚区。

下一步，萍乡市将持续开展商贸消费提质扩容三年行动，积极组织开展2023“消费提振年”系列活动，着力稳住重点消费，培育新兴消费，夯实消费基础，市县乡三级联动，共同发力，创新百个以上消费场景，开展百场以上消费促进活动，培育百家以上线上商贸流通企业，力争拉动百亿以上消费促进活动。一是开展全年促消费。我们将按照“6+6+N”框架，围绕“萍乡迎春消费季、萍乡消费促进月、萍乡大宗商品消费季、萍乡约惠夏日消费季、萍乡金秋消费季、萍乡冬令消费季”六大主题，聚焦“在萍购好物、品楚萍美食、萍享新生活、楚萍风格购、巡楚萍特展，赏姑好风景”六大领域举办N场形式多样、丰富多彩的促消费活动，为广大消费者送上“四季持续、精彩纷呈、嗨翻整年”的消费盛宴。二是多元融合促消费。加强促消费活动与智慧商圈建设、商业街区改造、县城商业体系建设等重点工作相结合，加快培育线上引流、智慧消费、绿色消费、品牌消费等新型业态，促进线上和线下、传统和新型、商贸和文旅等消费的有机融合。三是同频共振促消费。拿出“真金白银”促消费，持续推出“惠民消费券、惠民大礼包、代金券、折扣券”等各类优惠促销政策，让广大消费者真正享受一波接一波的“红包雨”。大力提升汽车、家装、家电等消费，组织开展新能源汽车推广应用、绿色智能家电消费促进等促销活动，并将新能源汽车免征车辆购置税政策延续至今年12月31日，鼓励有条件的县（区）通过线上平台发放电子消费券。四是文旅升级拓消费。今年我们将做好“旅游武功山+”和“武功山旅游+”两篇文章，推动全域旅游高质量发展，对组织包车、专列、包机“引客入萍”的旅行社予以一定奖励。大力发展“体育+旅游”，积极创建国家体育消费示范城市。

吉水县坚持政府搭台、企业唱戏、全民共享，“春之约·吉品好物消费月”“春光灿烂嘉游籁”“红五月文旅商贸消费季”“惠民汽车展”等各类促消费活动好戏连台，春节以来累计接待游客、旅游综合收入均呈爆发性增长

肖梓才：近年来，吉水县锚定高质量发展首要任务，把恢复和扩大消费摆在优先位置，持续优化消费新供给、创造消费新场景、发展消费新模式、营造消费新环境，着力满足个性化、多样化、高品质消费需求，千方百计推动市场旺起来、消费热起来、经济活起来。

深挖潜力，助推农村消费提质升级。我们始终把完善城镇基础设施作为带动消费的重要一环，新建一批乡镇商贸综合体、提升一批村级便民店或乡镇商贸中心，畅通县、乡、村三级商贸流通网络，带动商品零售、餐饮、娱乐、电商等业态融合，构建起“吃住行游购娱”的消费全链条。依托“吉香万里”区域公用品牌，建设运营吉香万里吉水特产店（拼多多）、本地农特产品O2O特色馆、农产品电商运营中心，搭建交易平台，开展近40场线上线下促消费活动，拓宽八都板鸭、水南腐竹、螺田姜蒜、双村辣椒等土特产销售渠道。依托地方名优特产品展销，积极推荐胡仔子水南腐竹等“江西老字号”企业参加中华老字号、赣品“两上三进”等展销会，同步打造吉水特色赣菜品牌，做优做活“进士礼宴”“万里诗宴”“吉阳喜宴”等特色菜品。下一步，我们预力打造15分钟便民生活服务圈，建设连锁一站式”便利店，燃旺乡村“烟火气”。

深耕市场，助推新兴消费快速崛起。我们始终把开拓市场作为促进消费的关键一招，积极开展各类线上线下促消费活动，邀动电商、直播、短视频等新兴业态加入，加快从“门票经济”向“创意经济”转变，开展创意爆款主题活动。超前谋划庐山国际爱情电影周、全球商界领袖大会等主题活动，精心策划和推出一批引爆燃点的流量活动、文旅IP，做到特色活动接连不断，扬庐山名气、聚景区人气。今年春节期间，庐山水雾游冰灯盛放至春末，共接待游客64.82万人次，推动庐山冬季旅游淡季实现逆转性突破；旅游火热场面接近暑期旺季水平。坚持将康养产业作为特色产业来抓，做好“旅游+”“+旅游”文章，加快庐山植物园南山分园、杏林文化产业园等重大项目建设，着力打造中医医养、文化修养、森林绿养、佛学禅养、温泉浴养“五养”产业。

数字延展，增强消费体验。采用“5G、大数据人工智能”等新技术，建设“两云一中心+四类应用”智慧庐山新格局。借助VR技术，让游客穿越庐山千年历史文化，欣赏不同季节的美景，在数字化虚拟现实技术中访问热门景点、文物、风景，体验飞越庐山、虚拟驾驶、翼装飞行等项目，丰富拓展文化旅游的边界、方式和深度，形成数字文旅新业态和新消费。通过移动端、PC端平台，向游客提供“分时预约、预订、停车、导览、智能客服、紧急求助、虚拟旅游”等交互服务，为游客带来便利。

服务优化，提升消费品质。开展“源创意、微改造、精提升”品质升级行动，擦亮门户、优化田园、美化道路、改造别墅、点亮夜晚，做到移步换景、处处是景。以“感动每一位游客”的理念，组建一支国际化导游团队、一支专业化讲解团队、一支标准化接待团队、动员景区宾馆、酒店、民宿、餐饮、商超等经营主体做好标准化经营服务，让游客愿意来、留下来、好再来。

市场推动抓机遇，进一步提振消费信心，激发消费活力，继续深化文旅融合区域建设，强化旅游资源联动、产品开发、线路串联，发挥旅游龙头担当和区域旅游集散中心作用，推进“山城湖江”文旅联动发展，引领全域旅游发展和推广，不断做实唱响“庐山天下悠”品牌。

庐山作为文旅消费标杆，通过政策引流、宣介增流、活动聚流、创新拓流、优质服务暖流等非常之举，一改往年“半年生意半年闲”状态，一季度，省外游客显著增加，境外游迎来重启，批零住餐等全线回暖走旺

邵九思：庐山作为全省龙头、全国示范、世界知名的旅游景区，通过政策引流、宣介增流、活动聚流、创新拓流、优质服务暖流等非常之举，高效拉动旅游业快速复苏，带动市场消费回暖走旺。

政策发力，提振消费信心。结合省委、省政府提出的“引客入赣”工程、“6+6+N”消费活动，庐山市及时出台45天的免门票优惠政策，设计发行“庐易游”年卡738张，分阶段发放三百万元旅游消费券，以政府“真金白银”的投入，一改往年“半年生意半年闲”状态，带动全市及周边地区旅游市场快速复苏。一季度，省外游客显著增加，境外游迎来重启，庐山景区累计旅游人次356.61万人次，同比2022年、2019年分别增长87.73%、118.89%，稳居省内第一；旅游收入累计27.68亿元，同比2022年、2019年分别增长82.85%、103.60%。景区各行各业商户开业达100%，批零住餐等全线回暖，同比分别增长8.7%、9.2%、10.7%、8.4%，实现了旅游经济开门红。

宣介辅开，激发消费需求。坚持“线上+线下+智慧营销”联动宣传模式，挖掘庐山深厚的历史文化资源，讲好庐山故事，传播庐山风采，让庐山春如梦、夏如冰、秋如醉、冬如玉的四季多彩景色，在央视等主流媒体不断“出圈”。今年，意公子及其团队抵达庐山，以“探寻庐山三境，感受山水治意人心的力量”为主题，拍摄《走进李白的命里仙山》，成为爆款产品。智慧营销整合“吃住行游购娱”旅游六要素，推介旅游线路、优惠政策、本地特产、酒店住宿及娱乐设施等信息，开展“AR打卡、电子消费券、趣味答题、打CALL助力”等营销活动。线下紧抓后疫情时代的窗口期和消费复苏的机遇期，第一时间赴赣州等地举办推介会，与广州、深圳、武汉、长沙等地文旅企业、旅行社加强战略合作，持续巩固“周边游”，加快拓展“旅游圈”，免票期间游客客源地实现了全国省级行政区全覆盖。

活动创新，拓展消费场景。加快从“门票经济”向“创意经济”转变，开展创意爆款主题活动。超前谋划庐山国际爱情电影周、全球商界领袖大会等主题活动，精心策划和推出一批引爆燃点的流量活动、文旅IP，做到特色活动接连不断，扬庐山名气、聚景区人气。今年春节期间，庐山水雾游冰灯盛放至春末，共接待游客64.82万人次，推动庐山冬季旅游淡季实现逆转性突破；旅游火热场面接近暑期旺季水平。坚持将康养产业作为特色产业来抓，做好“旅游+”“+旅游”文章，加快庐山植物园南山分园、杏林文化产业园等重大项目建设，着力打造中医医养、文化修养、森林绿养、佛学禅养、温泉浴养“五养”产业。

数字延展，增强消费体验。采用“5G、大数据人工智能”等新技术，建设“两云一中心+四类应用”智慧庐山新格局。借助VR技术，让游客穿越庐山千年历史文化，欣赏不同季节的美景，在数字化虚拟现实技术中访问热门景点、文物、风景，体验飞越庐山、虚拟驾驶、翼装飞行等项目，丰富拓展文化旅游的边界、方式和深度，形成数字文旅新业态和新消费。通过移动端、PC端平台，向游客提供“分时预约、预订、停车、导览、智能客服、紧急求助、虚拟旅游”等交互服务，为游客带来便利。

服务优化，提升消费品质。开展“源创意、微改造、精提升”品质升级行动，擦亮门户、优化田园、美化道路、改造别墅、点亮夜晚，做到移步换景、处处是景。以“感动每一位游客”的理念，组建一支国际化导游团队、一支专业化讲解团队、一支标准化接待团队、动员景区宾馆、酒店、民宿、餐饮、商超等经营主体做好标准化经营服务，让游客愿意来、留下来、好再来。

市场推动抓机遇，进一步提振消费信心，激发消费活力，继续深化文旅融合区域建设，强化旅游资源联动、产品开发、线路串联，发挥旅游龙头担当和区域旅游集散中心作用，推进“山城湖江”文旅联动发展，引领全域旅游发展和推广，不断做实唱响“庐山天下悠”品牌。

明月山温泉风景名胜区重现三年久违的旅游繁荣火爆景象。2月下旬以来，分别迎来湘赣一家亲千人旅游团、澳门首发旅行团和“玉龙号”首趟川渝旅游专列，核心景区接游人次、旅游营收均创历年新高

胡三红：明月山温泉风景名胜区聚焦旅游主业，抢抓市场机遇，把恢复和扩大消费摆在优先位置，构建了“促景区景点引流、促居民游客消费、促经营主体营销”的工作机制。截至3月底，明月山核心景区接游人次同比2019年增长42.74%，同比2022年增长43.3%；旅游营收同比2019年增长206.9%，同比2022年增长81.57%，两项指标均创历年新高。

提升品质、丰富业态，夯实消费基础。围绕打造“世界温泉康养与休闲度假旅游目的地”，持续强化自身建设，统筹推进国家5A级旅游景区和国家级旅游度假区双提升工程，累计投入7000余万元，对山上、山下进行了全方位、立体式改造，辖区旅游环境、配套设施、服务管理等迈上新台阶。同时，推动旅游业态持续更新，助力旅游市场快速复苏，打造了一批品质高、特色足、文化浓的民宿集群，数十条不同风格的写生线路；正推进规划和建设明月山户外露营综合体、房车基地、体育场馆等，满足不同群体的需求。

创新活动，提升体验，升级消费热度。明月山围绕“春赏花品茶、夏露宿避暑、秋赏月参禅、冬滑雪泡泉”的全季密销策略，做到“季季有主题、月月有活动”，在营销活动上保持最区密新。今年春节，明月山以全省“温暖过年嘉游籁”为主题，以月亮文化、祈福文化、冰雪文化、温泉文化、民俗文化为基础，融合中国传统习俗、非遗民俗、游戏互动等元素，创意开发春节旅游特色项目，推出了涵盖20余场精彩活动的“新春游园会，潮玩明月山”主题文化旅游大餐。为进一步提升游客体验，还推出了以春雪、戏雪、赏雪为主题的冬季高山冰雪及民俗活动，引发了全网媒体关注，明月山重现了三十年过去的旅游繁荣火爆景象。

整合资源、创新模式，提升消费效能。明月山以花为媒、通过整合辖区花季资源，设计不同花期的赏花电图，将旅游活线可视化图规划成赏花“主打区域”，打造出樱花、油菜花、桃花、玫瑰花等个性化、高品质旅游产品，融合音乐会、国潮、瑜伽、写生、品茶、直播、摄影等元素，推出为期三个月的“春风十里”明月山赏花季。坚持创意营销和旅游窗民并举，用花“窄针引线”，采取“国企+村委会+合作社+农户”的方式，实施“大型景区反哺乡村旅游，乡村旅游配合大型景区”的市场营销策略，联动周边涉旅企业、民宿主、民俗小吃商户等，打造融观赏游玩、生态休闲、采摘体验和农耕文化于一体的“赏花经济”，真正让田园变公园、民房变民宿、劳动变运动、产品变商品、流量变销量，为周边村民平均增收近万元，有效带动了乡村旅游高质量发展。

升级营销、延伸市场，拓宽消费营道。一是深入市场一线做强市场，在重点客源市场设立景区官方办事处和地接社办事处；二是出台大团奖励办法，设立专项资金，对组织“引客入赣”包机、包列、专列的旅行社给予奖励；三是出台“工会游”奖励政策措施，加强推荐明月山“工会游”、疗休养产品，同时加强与华为、腾讯等大型IT企业战略合作，并建立疗休养基地，匹配相应的优惠政策，引导大型企业组织员工来明月山休闲旅游度假；三是以明月山、明月山风景区分别迎来“湘赣一家亲千人旅游团”、澳门首发旅行团和“玉龙号”首趟川渝旅游专列，实现了明月山旅游团队市场开门红。

微论坛 @李渡论坛

《长征第一渡》人气爆棚

胡筱娟（江西广播电视台网络视听中心责任编辑）：近期，文化演出市场快速复苏，各大剧场迎来了久违的热闹场景。近日，由江西文演集团运营的中国首部大型红色文旅史诗《长征第一渡》在于都长征大剧院震撼上演以来，几乎场场爆满，甚至还有不少外地观众驱车六小时专程前来“打卡”。《长征第一渡》以当年红军夜渡于都河、血战湘江、飞夺泸定桥、爬雪山、过草地等长征中的重大事件为节点，串联起一部铁姿壮丽的文艺史诗，讴歌了伟大的长征精神。

横峰电商带动消费4亿元

邓心悦（横峰县融媒体中心记者）：横峰通过搭建线上销售平台，建设智慧物流体系，实现“三通一达”齐聚横峰，国区快递快运辐射赣浙闽皖四省50多个县市，智慧云仓、电商企业接踵而至，数字物流总部基地和新零售电商产业城相继建成。今年以来，横峰电商销售额同比增长65%，带动消费4.1亿元。预计下半年，“618”“双十二”电商消费会强势增长。

分宜刺激消费出实招

胡梦丽（分宜县商务局内贸股干部）：今年1至2月，分宜县实现全县限额以上社会消费品零售额完成1.58亿元，同比增长6.8%，限额以上企业拉动消费明显。为充分挖掘市场潜力，促进消费提质升级，分宜县商务局联合商超推出“惠享分宜多彩生活”“惠购暖春”系列活动等，引导商超、家居、电商企业开展“超值购”“超级家装节”等形式多样的商品促销活动。与此同时，联合分宜广新旅局发放300万元消费券，包含百货、餐饮住宿、文旅三大类，入驻商家达44家，预计拉动消费3500万元。

南浦消费市场暖意足

江 珊（南昌市西湖区南浦街道党工委书记）：1至2月，南浦街道社会消费品零售总额实现6.25亿元，同比增长10.69%。近年来，南浦街道积极组织辖区企业及个体工商户积极参与绿地并象中华米粉美食街新春消费节、西湖区夏日购物消费季暨第三届商贸消费节、西湖区金秋消费季等各类消费促销活动，涉及百货、餐饮、商超等领域，同接拉动消费上亿元。点燃“夜”消费，重点打造米粉特色街区、船山路夜市以及系马桩夜市等一批夜间消费集聚区，丰富啤酒、小龙虾经营业态，推介以“新疆阿布拉江烧烤”为代表的少数民族特色小吃，让消费者感受老城南昌浪漫的“烟火气”。

景德镇艺术陶瓷市场回暖

金 仲（景德镇仲安陶瓷文化传播有限公司董事长）：景德镇艺术陶瓷市场经历三年疫情寒冬终于迎来春暖花开。今年春，来景德镇旅游的游客明显多了，来景德镇创作的艺术家明显多了，不同规模的艺术陶瓷展明显多了，关注和介入艺术陶瓷的主流媒体和机构明显多了。前三年来我很少策展，今年我一口气策划了多个瓷画展；（跨越——此心安处是吾乡——景漂瓷画名家作品邀请展）（现当代瓷画名家作品邀请展）（色釉瓷画作品展）等在上海、江苏等地展出。