理论周刊 理性 求真 论衡 求是

锦观智库 JINGUAN THINK TANK 第105期

精彩观点

① 在追求个性化和差异化旅行体验的趋势下,现在的旅行者不再满足于“千篇一律”“千城一面”的走马观花,而是倾向于挖掘那些未被大众广泛触及的“隐秘角落”。

② 暑假临近,要抓好“一大一小”两个群体,定位学生群体需求,打造兼具行走课堂、自然教育和文化传递的世园会研学产品;同时,定位老年人群体需求,将自然美学与大健康有机结合推出产品。

③ 扩大城市消费只是国际消费中心城市建设的前端工作,成都在这个方面已有比较多的探索。接下来,成都要做好后端工作,即运用消费提升城市在招商引资、吸纳人才和升级产业等方面的竞争力。

解锁流量密码

把流量转化为消费增量和产业之基

编者按

包粽子、编香囊等民俗活动人气爆棚,各类出游新趋势、新兴潮玩持续上新……端午假期,成都共接待游客687.9万人次,实现旅游收入47.2亿元,全市文旅市场呈现安全有序、平稳增长的良好态势。

市委十四届五次全会指出,要提升国际消费中心城市能级,并对千亿级商圈打造、高品质消费供给、国际化消费环境提质等工作作出了新部署。展望下半年,成都如何抢抓6·18大促、暑期等时点,把流量转化为消费增量?如何优化提质国际化消费环境?本期《锦观智库》采访了西南财经大学中国西部经济研究院消费经济研究中心副主任叶胥。

专家简介

叶胥 四川省居民消费研究会副秘书长、西南财经大学中国西部经济研究院消费经济研究中心副主任

接住泼天流量 及时反馈消费者诉求

锦观智库:在数字经济时代,流量似黄金。流量是衡量文旅热度的最直观指标,但热度并不等于持久度,留下来才是效益的增长点。成都如何抢抓世园会、6·18大促、暑期等重要场景和时点,把流量转化为消费增量?

叶胥:从淄博赶“烤”,到哈尔滨的“滨”至如归,再到天水麻辣烫的爆火……近年来,许多城市轮番出圈。面对泼天而来的流量,国内城市探索了一些经验。

一是[illegible]“开花”,引燃为大大的城市口碑。最初对流量的引爆往往只是网络社交平台的一个小点,但数字时代的口碑传播具有传播效率高、传播互动性强等特点,城市本身积蓄已久的筹划和其独特的旅游资源,借由高效率的传播和多平台的宣传,经由消费者积极的网络互动,演变成为城市“口碑”,助力流量增长。

二是主动迎接短时流量的快涌入,展现服务型政府的治理能力。各地在主动出击的基础上,不断做好应对短时快流量所延伸出的问题,及时反馈消费者诉求。各个“讨好型城市”频频出圈,体现了服务型政府治理能力对留住流量经济的关键作用。这种从政府、商家到市民的整体改变,来源于当地政府发挥的引领和推动作用,最终因市场和市民自发参与而收到奇效。

三是打破截流的路径依赖,塑造旅游消费新场景。把流量变成消费增量,除了活用现有的城市资源外,更要另辟蹊径开发消费新赛道。因为在追求个性化和差异化旅行体验的趋势下,现在的旅行者不再满足于“千篇一律”“千城一面”的走马观花,而是倾向于挖掘那些未被大众广泛触及的“隐秘角落”。

成都如何抢抓世园会、6·18大促、暑期等场景和时点,把流量转化为消费增量?

一要拓宽世园会这只流量漏斗。要立足于世园会的资源特点不断开发爆款产品,尤其是暑假临近,要抓好“一大一小”两个群体,定位学生群体需求,打造兼具行走课堂、自然教育和文化传递的世园会研学产品;同时,定位老年人群体需求,将自然美学与大健康有机结合推出产品。

二要破解愿消费这组流量密码。适应当前居民消费社交化和休闲化发展趋势,避免消费内容的空洞化和同质化,给予消费者不同于过去的消费体验,添加包括观赏元素、打卡元素、分享元素、时尚元素、潮玩元素等多元素进行创新。

三要拉长流量转向增量的链条。推出“世园会+互拼”旅游模式,加快鼓励世园会实施“游购互抵”联动,世园会门票可抵扣购物费用,购物小票可适当抵扣世园会门票;探索结对“游客互宠”活动,跟成都结对的城市游客可实施互免门票机制,鼓励两地居民相互旅游;推动“游览互拼”模式,基于游客在川游览景区数量,给予世园会的门票减免。

基于而不拘于特色 提升多元消费承载能力

锦观智库:近年来,不少城市结合自身条件,立足文化资源、生态资源等,打造丰富的消费业态和场景,推进文体旅融合发展。这些网红消费场景的共性何在?成都如何把握这些共性特征,促进多元消费业态融合,打造消费新场景?

叶胥:概括而言,这些场景都以“+消费”形式,打造消费新场景,逐步成为网红消费地标。

强调现代元素而不失本色。很多网红消费场景都倾向于在保留原始特色的基础上结合现代商业元素,通过引入现代商业和文化活动,实现本色与现代的完美融[illegible]力改造为文化园区的成功案例,它在保留原有工业建筑和设施的同时,结合现代艺术和文化活动,打造了一个充满创意和活力的消费场景。

着眼标签化的业态融合。每一个爆火场景的背后都有其独特的关键词与消费场景融合,凸显一个明确的标签,再发展成自身的特色。比如,成都铁像寺水街“文化+场景”、春熙路商圈“时尚+场景”、天府绿道“生态+场景”,不仅成了成都的文化新地标,也成了年轻人的网红打卡地。

差异化定位面向多群体。新的消费场景都在追求更为精准的消费群体定位,力图在竞品中体现出自身特性。比如,在闹中取静、或在静中取幽、抑或是在幽中透闹。同时,与周边社区形成联动效应,让消费新场景不只是年轻人的打卡地,还是中老年人的生活区,文殊坊的打造就在于再现老成都生活画卷。

接下来,成都要大力推动农商文旅体融合发展,围绕乡村振兴、绿色低碳、银发经济等打造消费新场景,创新发展“音乐+旅游”“体育+旅游”“工业+旅游”“康养+旅游”等融合业态,提升多元消费承载能力。

第一,基于特色而不拘于特色。将成都传统特色与现代时尚元素相结合,聚焦动漫周边、工艺美术、珠宝首饰、智能穿戴消费品等领域,以时尚设计为引领,通过开放引进和本土原创培育,以信息化和智能制造为支撑,发展多样化的时尚产品、个性化定制和品牌体验。

第二,力求感观和内容的双创新。要从消费场景的外貌颜值、规划设计和展示展现上给予视听上的新变化,力求在第一眼的感观上与传统消费场景相区别,更要在消费内容上进行实质创新,找好不同业态的交互接口,企业运用大数据、智能交互、通信感知等新技术搭建5G全景应用生态体系,避免业态的简单堆砌。

第三,做到消费场景的应时切换。因为消费场景本身源于电影中的“场景”概念,电影场景强调场景切换和主题应景,消费新场景要避免“审美疲劳”,做好适应时节和时点的场景切换。用好数字手段和人工智能,打造可以智能切换的特色场景,依据不同时点进行内容主题的升级变化。

聚焦消费矩阵 完善产业布局拓展产业链条

锦观智库:从全球范围看,1990年代以来,纽约、伦敦、巴黎、东京等迅速成长为全球领先的国际消费中心城市,它们的发展经验对成都推进国际消费中心城市建设有何借鉴意义?营造国际化消费环境,您认为成都可如何行动?

叶胥:国际经验表明,国际消费中心城市建设不是简单地扩大城市消费,而是要把消费作为提升城市竞争力的重要方面。扩大城市消费只是国际消费中心城市建设的前端,成都这个方面已有比较多的探索。接下来,成都要做好后端的工作,即运用消费提升城市在招商引资、吸纳人才和升级产业等方面的竞争力。

以本地市场优势需求为先导,完善相关产业布局。立足当前成都本地旅游市场火热的现实,以需求为牵引大力发展旅游装备制造业,尤其是瞄准露营装备、骑行装备、冰雪运动装备和水上运动装备的制造和设计企业进行招商引资。加强餐饮业新赛道布局,鼓励全球知名餐饮企业在蓉建立区域性总部、研发中心、结算中心、配送中心和中央厨房等。

提升城市消费的情绪价值,助力人才吸引力提升。居民生活服务、基本社区公共服务既与居民生活密切相关,又与国际消费中心城市所要求的全面便捷高效的基本服务体系紧密相连,要以满足居民服务需求为导向,补齐短板、精进服务,推动社区商业创新升级,支持新零售企业下沉社区,改造老旧社区商业形态,提升社区商业发展品质,打造15分钟便民社区商业形态。

聚集城市消费矩阵,拓展产业发展链条。鼓励相关企业、创业团队结合自身的市场定位,通过生产协作、开放平台、共享资源等方式,发展产品设计,打造个性化品牌,促进上下游中小微企业和创业者共同发展,进一步加强与国内外知名品牌合作,发展高级定制等中高端服务,优化产业发展链条。

具体来说,成都可采取以下措施营造国际化消费环境:

一是提升基础设施建设。加强交通网络建设,提高国际航班的通达性,确保国际旅客的便捷出行;完善城市公共服务设施,如国际学校、国际医院、国际社区等,为外籍人士提供便利的生活环境。

二是优化商业环境。引进国际品牌和高端零售,打造国际化的购物街区和商业综合体;举办国际性展会和活动,如国际美食节、国际艺术展览等,吸引国际游客和消费者。

三是发展特色消费。结合成都的文化特色,如川菜、茶文化、熊猫文化等,开发具有地方特色的消费产品和服务;推广成都的非物质文化遗产,如蜀绣、川剧变脸等,提升文化消费的吸引力。

四是提升服务质量。培训服务人员,提高外语水平和服务意识,确保国际消费者能够得到优质的服务体验;推广智能服务系统,如智能导览、智能支付等,提升消费的便捷性和科技感。

五是加强国际交流与合作。与国际城市建立友好城市关系,开展文化交流和经济合作;吸引国际企业总部或分支机构入驻,促进国际资本和技术的流入。

成都日报锦观新闻记者 **陈仕印**

国际

联合国报告认定以巴双方均犯有战争罪

联合国人权理事会设立的一个独立国际调查委员会12日发布报告,认定以色列当局和巴勒斯坦伊斯兰抵抗运动(哈马斯)等巴方武装组织在去年10月7日以色列遇袭以及随后以色列对加沙地带实施军事行动中均犯有战争罪,违反国际人道主义法和国际人权法。

去年10月7日发生了什么?

独立国际调查委员会认定,去年10月7日袭击以色列时,哈马斯和另外6个巴勒斯坦武装组织成员蓄意伤害、虐待和挟持平民,并实施性暴力和基于性别的暴力,受害者包括以色列公民和外国公民。

报告说,以色列安全部队一些成员也成为受害者,其中包括已经失去战斗力的伤员。

“这些行为构成战争罪,违反国际人道主义法和国际人权法。”报告写道。

委员会调查一些媒体记者和以色列警方对巴方武装人员所提强奸指控,但表示无法独立予以核实,缘由是无法接触受害人或到达现场,且以方阻挠调查。

哈马斯否认该组织武装人员对以色列妇女实施性暴力的指控。

报告同时指出,以色列当局在10月7日当天“几乎在各方面都没能保护以色列南部的平民”,包括没有迅速部署足够的安全部队保护和疏散平民。以色列安全部队甚至在多个地点执行所谓“汉尼拔指令”,杀死至少14名以色列平民。

据以色列媒体报道,该指令是一种防止以军士兵被俘的程序,涉嫌在袭击当天用于以色列平民,包括动用坦克炮击遭挟持人员和巴方武装人员藏身的房屋。

以色列在加沙涉嫌哪些罪行?

独立国际调查委员会认定,以色列在加沙地带的军事行动犯下战争罪和危害人类罪,违反国际人道主义法和国际人权法。

报告说,以色列“所选择的动武策略不可避免地造成”加沙地带大量平民伤亡,民用物体和重要民用基础设施遭到广泛破坏,原因是以色列无视区别对待、相称性和充分预防等原则,蓄意造成最大程度破坏。

报告写道,“以色列国防军在人口密集区蓄意使用具有强大破坏力的重武器,构成对平民的蓄意直接攻击,妇女儿童受害尤甚”。以色列政策或军事策略一直没有改变,加沙地带伤亡人数持续增加。

委员会认定以色列强行迁移巴勒斯坦平民。报告说,尽管以方向加沙地带北部及其他地点民众数以百次发布疏散令,但时常内容不明确且相互矛盾,而且没有为安全疏散提供充分时间,甚至持续袭击疏散令指定的安全撤离通道和安全区。

委员会认定,以色列将饥饿作为战争“武器”,通过全面围困加沙,集体惩罚巴勒斯坦平民。孕妇、残疾人和儿童深受其害;包括新生儿在内,许多儿童死于饥饿。

委员会发现,以色列安全部队对加沙地带成年女性、男性和儿童进行性别迫害,把性暴力和基于性别的暴力作为“操作程序”,包括强迫脱衣,意在羞辱和报复。

委员会还发现,在巴勒斯坦约旦河西岸地区,以色列军警犯下性暴力、虐待、非人道或残酷对待、侮辱个人尊严等罪行;以色列政府和军警允许、纵容和煽动犹太人定居者针对巴勒斯坦居民的暴力。

6月13日,以色列对加沙南部拉法以西的马瓦西地区发动袭击

文图据新华社、环球时报

莫斯科证券交易所宣布停止使用美元和欧元交易

俄罗斯莫斯科证券交易所12日发布公告,宣布次日起不再使用美元和欧元进行交易。

公告说,由于美国对莫斯科证券交易所采取限制措施,莫斯科证券交易所自6月13日起将不再使用美元和欧元进行外汇和贵金属交易。此外,在股票和货币市场以及标准化金融衍生工具市场,也不再使用以美元和欧元结算的金融工具进行交易。

美国财政部12日宣布对俄罗斯实行新一揽子制裁措施,目标包括俄金融系统的组成机构,以及为俄黄金生产商提供原料以支持俄武器制造的“跨国网络”等。其中,莫斯科证券交易所及其下设的国家结算存管公司以及国家清算中心等在制裁对象名单中。

2023年7月28日,俄罗斯莫斯科证券交易所指数自2022年2月以来首次突破3000点。2022年5月5日,英国撤销了莫斯科证券交易所作为公认交易所的地位。

据新华社

以色列北部遭上百枚火箭弹袭击

以色列国防军6月13日下午发布消息称,当天早些时候,以色列北部在一小时内遭到超过40枚来自黎巴嫩方向的火箭弹袭击,其中部分被以方防空系统拦截,另有数枚火箭弹掉落地面后引发火灾,导致2人受轻伤。

以军消息显示,在火箭弹袭击的几乎同一时间段,5个“被认为是无人机”的飞行器来袭,以色列北部响起防空警报,其中3个目标被防空系统拦截,军方没有具体说明其他2个目标的情况。另据以色列媒体13日报道,以北部当日下午遭上百枚火箭弹和无人机袭击,已引发15处火灾。

据央视新闻客户端

美国将和乌克兰签署双边安全协议

七国集团(G7)峰会13日至15日在意大利举行,美国总统拜登将和乌克兰总统泽连斯基签署美乌双边安全协议。美国国家安全事务助理杰克·沙利文12日在飞往意大利的途中宣布了这一消息。如若签署,就有15个国家与乌克兰达成了此类安全协议。分析认为,这是美乌关系自去年底低谷期后复苏的显著标志。

协议的主要内容是美国承诺将长期支持乌克兰,包括在未来十年继续对乌克兰武装部队进行培训、扩大武器和军事装备开发合作、继续提供军事援助、加强情报共享。

另外,美国承诺未来如果俄罗斯发动袭击,美方会立即与乌克兰进行磋商,以考虑下一步行动。

但分析指出,拟签署的协议规避了一些敏感内容,其法律约束力也有限。首先,沙利文保证协议不会承诺在当地使用美国军队保护乌克兰。

其次,与以往此类协议一样,协议内容不包括“共同防御”条款。

据上观新闻

便民服务 成都日报社广告热线 86623932
金堂站 028-84922091 大邑站 028-88265223
龙泉站 028-88450831 蒲江站 028-88606022
温江站 028-82718880
为您服务广告 86511885 86747811
雨露春芽广告 13308064232 13880605967
支付宝 登报通 微信
本栏目每日刊出60元/行/天 13字(行)

启 事

●成都新川外国语中学有限公司遗失成都市新都区行政审批局核发的食品经营许可证正本,核发日期:2019年08月23日,许可证编号:JY35101140140215,声明作废

●南天府创意公园23幢1层38号车位收据(金额:85000元)、39号车位收据(金额:85000元)遗失作废

●成都百易居房地产经纪有限公司的公章(网号:5101215068901),财务专用章(网号:5101215068902),发票章(网号:5101215068903),法人专用章(网号:5101215068904,法人:黄黎)遗失作废

成都西航港工业发展投资有限公司
关于清理出租资产所涉应付水电费相关的保证金及其他款项的公告

我司对出租资产所涉水电费历史账目进行梳理,发现有长期挂账的应付款项,相关主体未对上述应付款项主张退回且我司无法联系相关主体,为及时梳理我司账目及保障相关主体的合法权益,我司特发此公告。请相关主体在本公告发布之日起30日内向我司申报、核对应付款项,核对款项时需向我司提供款项涉及的主体信息及凭证等材料。联系人:林敏,联系电话:15182735794。相关主体名单如下:

中信银行股份有限公司、中国银行双流白家支行、中国移动通信集团四川有限公司双流分公司、中国五冶集团有限公司、中国联合网络通信有限公司成都分公司、中国建设银行股份有限公司西航港支行、中国工程物理研究院化工材料研究所、中国电信股份有限公司双流区分公司、四川天味食品股份有限公司、四川申川建筑材料有限责任公司、四川精工伟达智能技术股份有限公司、四川锦江花园餐饮食品有限公司、四川宏业盛达通信工程有限公司、四川得阳化学有限公司、四川达进东方能源管理有限公司、四川翘楚科技有限公司、四川成都空分配套阀门有限公司、四川奥特丝纺织有限公司、四川爱柏生物科技有限公司、双流交通智能指挥中心、双流佳源科技有限公司、成都中浦科技有限公司、成都智信合创科技有限公司、成都云海龙电科技有限公司、成都伊耐克新能源有限公司、成都兴睿宝电子科技有限公司、成都星豆餐饮管理有限公司、成都新思维商务信息咨询服务有限责任公司、成都新泵水务技术工程有限公司、成都威能电气有限公司、成都天府垫片科技有限公司、成都天博创科技有限公司、成都特来电新能源有限公司、成都双流县华阳法律服务所、成都双流华兴热缩防腐有限责任公司、成都市远晟照明设备有限公司、成都市双流区康易健商贸有限公司、成都市青春保洁服务有限公司、成都市产品质量监督检验研究院、成都时效管理物流有限公司、成都时鲜食品有限公司、成都时代立夫科技有限公司、成都润达精密科技有限公司、成都睿宝电子科技有限公司、成都仁智科技有限公司、成都全益食品有限公司、成都青石激光科技有限公司、成都立道文化传播有限责任公司、成都凯泳堃贸易有限公司、成都尖尖椒餐饮有限公司、成都华永信食品有限责任公司、成都恒彤医疗投资管理有限责任公司、成都和田物流有限公司、成都和创精密技术有限公司、成都海汇天佑贸易有限责任公司、成都海波鑫旺商贸有限公司、成都登特牙科技术开发有限公司、成都道达思电子科技有限公司、成都川利信科技有限责任公司、成都储翰科技股份有限公司、成都禅德太阳能电力有限公司、成都卜裕食品有限公司、成都宝泰机电设备有限公司、成都宝琪食品有限公司、成都百草电子有限公司、正兴泥鳅、周鑫、张潇、张卫林、张杰、詹利贵、薛小云、徐跃平、徐杰、徐道会、新源水务、新美时窗饰、新路建筑公司、新东平、谢宁武、武联建司、巫元凤、邬良建、旺威、科普尔、王素仙、史春梅、盛玛特超市、尚文全、三本投资、屈鹏、闵汉清、罗翼、刘英、刘少华、刘金容、刘兵、邻里二期用电单位、邻里二期铺面商、邻里宾馆、廖南方、梁聪、李玥双、李俊华、九院、蒋勇军、黄诚、何玉华、感知物联网(成都)有限公司、孵化园用电单位、范涛、董炳怀、大家乐、陈为洪、陈婷婷、陈利燕、曹玉华、曹家铭、敖萍。

如未能在规定时间主动联系我单位,我单位将依法对相关应付款项进行处理。

特此公告

成都西航港工业发展投资有限公司
2024年6月14日

编辑:漆长新 樊兴博 唐福春 联系电话:028-86611442(夜间) 美术编辑:高超