

2000多种四川出版图书亮相全国书博会

【本 报 讯】（成都日报锦观新闻记者 泽登旺姆）7月26日至29日，第32届全国图书交易博览会将在山东济南举行。由19家四川出版单位组成的四川展团将整体亮相位于山东国际会展中心5号馆的四川出版展区。其中，成都传媒集团旗下成都时代出版社将携203种重

上接01版
7月，中国艺术体操队将备战巴黎奥运会的最后一站测试赛放在了成都。比赛在成都大运

会艺术体操场馆、成都体院综合馆举行，队员们很熟悉，感觉很亲切。她们期待着像参加东京奥运会和2023世锦赛一样，再创新高。

比赛一场接着一场，挑战一次接着一

次，胜利需要用勇气去浇灌，荣誉需要用坚持去兑现。

成都与巴黎 交流跨越万里

8月9日至10日，巴黎协和广场将迎来夏季奥运会历史上首个霹雳舞比赛。而在成都，14岁的任秉良和13岁的张哲瀚也在舞蹈教室里一遍又一遍地练着“大招”，他们在霹雳舞赛道上追着“五环”的光。

8月10日，巴黎奥运会男子马拉松比赛将拉开帷

幕。同一天晚上，大众组马拉松比赛也将在相同的赛道上举行。这是奥运会历史上首次设置大众组马拉松赛，吸引了全球超80万人注册报名，但最终仅有4万余名业余跑者获得参赛资格，37岁的四川人陈志刚是其中之一。

9年前，陈志刚第一次接触马拉松，那是一场山地10公里迷你马拉松比赛，举办地在成都凤凰山。从此，陈志刚开始尝试参加各项赛事，从半马到全马，从平原到高原，这次，他从成都跑到了巴黎。

成都和巴黎，纵然相隔万里，但在精神气质上有诸多共通之处——

地处盆地，海拔不高，气候宜人，锦江水缓缓流淌，塞纳河穿城而过。历史悠久，也始终保持对时尚创新的好奇；文化厚重，也从不拒绝对外来精华的吸纳；发展快速，也持续追求惬意而浪漫的生活。

近年来，两座城市更因体育赛事、经济活动、思想交流、文化碰撞，产生了更为紧密的联系——

1月底，空客飞机全生命周期服务中心在成都投入运营，这是空客在全球布局的首个飞机全生命周期服务中心，填补了中国航空产业链末端空白领域，在成都构建起更加完善的航空

磅礴图书参展。

据了解，本届全国书博会，四川展团新华文轩旗下出版单位携2000余种图书参展，在精品书台上重点展示图书200余种。这些图书在题材上重点体现蜀道、三苏、三星堆、大熊猫等领域，以及近期出版的热点新书。

因“运”际“会”，梦想飞扬

在成都时代出版社展架上则重点展示了入选雨果奖“最佳相关作品”的《中国科幻口述史》系列，此外，展示城市文化、城市发展与生活的名家作品，如阿来主编、创作的《有一种生活美学叫成都》《回首锦城一茫茫：杜甫成都诗传》和《天府文化·城市系列》《成都最

下深刻的美好记忆，而今，又正以深厚友谊共绘诗意明天。

文明交流互鉴 更开放的成都拥抱更精彩的世界

行走巴黎，遇见中国。

一走出巴黎戴高乐机场的下机通道，工作人员便以中文热情相迎；从提取行李的指示牌到机场内各种广告牌，中文随处可见；走进官方纪念品商店，备受欢迎的钥匙链、奥运手环以及吉祥物都写着“中国制造”；打开美食软件，鲁菜、盐帮菜、云南菜都可以找到，从凯旋门步行三分钟就能吃到成都担担面……中法交流的成果逐渐具象化。

今年是中法建交60周年。60年来，两国关系创造多个“第一”、取得丰硕成果。1981年6月，中法两国之间有了第一对友好城市——成都与蒙彼利埃。以城市为窗口，中国的形象正被全球看见，中国的声音正被世界听见。以体育赛事、文化活动为平台，城市的影响力和美誉度不断提升。

去年，成都大运会吸引数以万计的国外朋友来到成都。据统计，成都大运会期间，来成都的国际机票预订量同比增长近10倍。国际大体联秘书长艾瑞克·森超说：“参赛代表团工作人员、运动员走出赛场，走出大运村，走上街头，对中国及成都文化历史有了更加深入的了解，天府文化乃至中国文化在海外得到更广泛的传播。”成都大运会后，“全球体育之都”报告发布，成都位列全球第8、中国第2，成为亚洲排名最高的非首都城市。

成都大运会的光洒向天府大地，文明互鉴之路上，成都与世界的对话交流也越发密集，沟通方式日益多元——

以光影为媒，聚世界星光。2023年9月，首届金熊猫奖评选活动在成都举行。这是一场文明互鉴的盛会，立足世界影视坐标，展现中华文明的悠久历史和人文底蕴，让世界读懂中国、读

懂中国人民、读懂中华民族。

共生纪元，共赴未来。一个月后，第81届世界科幻大会在成都开幕。这是这一世界性科幻文化主题活动首次走进中国，国内外顶尖科幻作家、杂志主编、科幻产业代表以及科幻和前沿科技领域专家学者展开思维碰撞，共同推动全球科幻产业发展。

一路走来美蓉花，一园春色绽芳华。最美人间四月天，2024年成都世园会如期而至。这是世界园艺界的“奥林匹克”，也是畅叙友谊、共谋发展的国际交流盛会。成都世园会开幕当天，2024成都国际友城市市长交流座谈会举行，来自美国、法国、意大利、德国、韩国、日本、莫桑比克、奥地利等18个国家、19个国际友城的代表团团长及嘉宾展开广泛交流。

羽世界，共襄盛。成都2024汤尤杯与成都世园会几乎同时开幕。这场巴黎奥运会之前级别最高的羽毛球赛事是运动员之间的竞技场，也是世界认识成都的窗口、了解中国的通道。美国队教练员 Ahlawat Abhishek 第一次来到中国，他表示，“这趟成都之行改变了我对中国的看法。”

花开朵朵，其华灼灼。下个月，第37届百花奖将落户成都。这也是时隔39年，灿烂“百花”再次在蓉城盛放。

相约成都，共享世运。下一年，第12届世界运动会将在成都举行。这是我国大陆首次举办世运会，也是成大运会后成都举办的又一重大国际体育赛事。

今天的成都，正回答“中国成都在哪里？”之问，给出了“中国成都在这里！”的回答。作为中外交流的枢纽，成都这颗丝锥之路上的明珠因海纳百川、兼容并蓄而始终保持经济发展、文化繁荣，也随时欢迎大家到成都街头走走看看，体验并分享中国式现代化的万千气象。

巴黎奥运会和残奥会的口号是“奥运更开放”。巴黎奥组委主席埃斯坦盖表示：这是一种力量，一种打开人们心扉的力量，让人们停止将差异视为障碍。这也是一个梦想，所有以不同方式参与这届奥运会的人共同的梦想。

“更开放”是奥运的梦想，也是城市的姿态！

成都日报锦观新闻记者 胡锐凯 吴皓

成都日报锦观新闻记者 孙晓容）今年以来，成都市新都区军屯镇纪委紧扣监督、执纪、问责“三大主业”，在“七彩社区”建设、重大项目推进等工作上发力，为镇域经济高质量发展筑牢纪律防线。

军屯镇强化政治担当，以党纪学习教育活动为切入点，引领全镇党员干部强化纪律建设。通过“九责工作法”，深化“四责协同”机制，抓住关键少数带动多数，构建起层层压实全面从严治政政治责任的工作格局。

在制度建设方面，军屯镇认真落实“三重一大”集体研究决策制度，深度查找村（社区）廉洁风险点，完善《军屯镇村（社区）财务管理制度》，细化操作，规范流程，严格要求，推动制度切实落地，将全面从严治党主体责任延伸至村（社区）。

同时，军屯镇严肃执纪问责，以整治群众身边不正之风和腐败问题为核心，在农村“三资”、执法领域、重大项目等方面深挖彻查，精准运用监督执纪“四种形态”，做到抓早抓小、防微杜渐，对腐败零容忍，不断拓展监督执纪执法的覆盖范围，从“惩治极少数”迈向“管住大多数”，坚定不移推进全面从严治党 and 党风廉政建设。

新津区应急管理局： 坚决打好防汛关键期攻坚战主动仗

【本 报 讯】（成都日报锦观新闻记者 魏捷仪）当前，成都已进入“七下八上”防汛关键期，新津区防汛形势严峻复杂。按照省、市、区部署要求，新津区应急管理局全力以赴以赴抓好“七下八上”防汛关键期抢险救灾各项工作。

聚焦重点点位、重点区域和重点部位，区应急管理局密切关注山洪、地质灾害和气象风险预警，对8个地质灾害隐患点、56个城乡易涝等重点点位、30个山洪危险区、研学营地及A级旅游景区4个等重点区域，下穿隧道及下沉道路7个、江河堤防险工段8处等重点部位加强监测预警。

同时，区应急管理局及时开展防汛抗旱应急预案修订，完成1个区级、8个镇（街道）、81个村（社区）防汛抗旱应急预案修订。认真组织预案培训与演练，集中对镇（街道）、村（社区）预案编制进行培训，开展应对极端暴雨洪涝灾害综合应急演练，提高全区防汛抢险应急处置能力。

队伍物资准备方面，区应急管理局及时梳理防汛物资，储备编织袋8.37万条、六面体2100个、救生衣2121件，排涝泵车、移动排涝泵6台、移动抽水机30台以及各种照明设备等，并组织区消防救援大队、区级应急救援尖刀分队、镇（街道）综合救援队10支240余人做好24小时值班备勤。

理论周刊

理性求真 论衡求是

锦观智库

JINGUAN THINK TANK

第111期

编者按

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》提出“加快培育完整内需体系”“完善扩大消费长效机制”，为新形势下做好扩大消费、促进内需等工作指明了方向、提供了遵循。

扩大消费把重点放在大宗消费等方面是必要的，但也要充分认识到小

众消费的重要作用。近年来，以潮玩、定制游、小城游、国货美妆、宠物、独立咖啡等为代表的“小众经济”迎来大爆发。“小众经济”有哪些特点？“小

众经济”与“大众消费”之间有何关系？挖掘“小众经济”的市场潜力，政策层面如何发力？带着这些问题，本期《锦观智库》采访了西南财经大学中国西部经济研究院院长毛中根教授。



专家简介

毛中根 西南财经大学中国西部经济研究院院长、教授

精彩观点

① “小众经济”作为当前经济发展的新潮流之一，具有两个特点：从消费主体看，年轻群体成为小众经济的绝对主力；从消费客体看，小众消费产品层出不穷，消费市场潜力广阔

② “小众经济”是“大众消费”的重要组成部分。发展态势良好的“小众经济”极有可能是未来“大众消费”的具体内容，这取决于“小众经济”是否能够实现消费者的个性化、多样化需求

③ “小众经济”的兴起，离不开政策的支持和文化的加持。挖掘“小众经济”的市场潜力，可从消费端和生产端双向着力，为其发展营造更加良好的发展环境，助力“小众经济”拉动“大众消费”

“小众经济”如何拉动“大众消费”？

【本 报 讯】（成都日报锦观新闻记者 泽登旺姆）随着居民生活水平的不断提高，小众消费越来越广泛普遍。“小众经济”有哪些特点？“小众经济”崛起的背后，如何体现中国企业不断提升的创新意识和技术能力？

折射消费市场细分深化 小众经济异军突起

【本 报 讯】（成都日报锦观新闻记者 泽登旺姆）近年来，以潮玩、国货美妆、定制游等为代表的新兴消费模式异军突起，多元化、个性化消费不断涌现，“小众经济”蓬勃发展，势头强劲。以宠物经济为例，2019年掀起的宠物市场热潮延续至今，至2023年8月，宠物爱好者数量激增至3.23亿，带动宠物销售领养、宠物生活服务等产业发展，相关小众App应运而生。

“小众经济”作为当前经济发展的新潮流之一，具有以下特点：一是从消费主体看，年轻群体成为小众经济的绝对主力。年轻群体更倾向于表达自我，追求独特性和个性化，且能熟练使用数字技术、乐于追求新鲜事物、勇于尝试创新产品，是推动“小众经济”发展的生力军。

二是从消费客体看，小众消费产品层出不穷，消费市场潜力广阔。一方面，由于受众群体、生活环境、社会舆论和流行趋势等因素的影响，当下流行的小众消费种类繁多，存续时间不一，呈现出显著的多样化特征。另一方面，“小众经济”也呈现出专业化趋势，标志着消费市场的深化与细分。

三是从消费环境看，社交媒体和文化认同扮演着重要角色。“小众经济”通常围绕特定的社会群体展开，消费者在消费过程中表达出对某种特定文化的认同感；“小众经济”普遍通过线上渠道进行分享和传播。社交媒体平台不仅成为小众品牌的最有效推广渠道，也打破了消费者沟通交流的时空限制，促进了消费文化的传播；“小众经济”需要更具包容性的社会环境，以满足不同消费群体的偏好和需求，保护更多元化的产品服务供给。

“小众经济”的崛起，既顺应了我国居民消费发展的趋势，也体现了我国企业不断提升的创新意识和技术能力。

我们从消费视角看，随着居民收入水平提升，居民消费逐渐从以生存型消费为主向发展型消费、享受型消费为主转变。“小众经济”的兴起，满足了消费者对个性化、多样化、高品质和高文化内涵产品的需求。“小众经济”还推动了消费市场多元化发展。未来将会持续涌现新的个性化需求，但居民消费演变的趋势则保持不变，在此背景下，“小众经济”已成为一种成熟稳定的消费模式。

满足消费者个性化和多样化需求，离不开生产层面的支持。因此，从生产视角看，企业必须改变传统生产方式，实现小批量、定制化生产，并确保供应链的高效响应。一要迅速捕捉新的个性化消费需求，在短时间内调整生产计划和产品组合，以响应瞬息万变的消费市场；二要不断提升创新意识和生产能力，包括产品设计创新、生产工艺创新和商业模式创新，以保持自身竞争力；三要进一步强化质量控制，“小众经济”需要更高的产品质量和更独特的产品特性；四要进行有效的供应链管理，确保生产能够快速响应市场和原材料的及时供应。

是经济 大众消费 本质上 重要组成部分

【本 报 讯】（成都日报锦观新闻记者 泽登旺姆）毛中根：“小众经济”与“大众消费”并非严格意义上的对立概念，而是经济生态中的不同层次和表现形式。本质上，“小众经济”属于“大众消费”发展的一环。我国已经从全球的生产工厂逐渐转型为全球最大的消费市场，2023年最终消费支出对经济增长的贡献率达82.5%，消费对经济增长的“主引擎”作用进一步凸显。“大众消费”发展势头强劲，数据显示，2024年上半年，全国社会消费品零售总额达到23.6万亿元，同比增长9.8%，实物商品网上零售额增长8.8%，占社会消费品零售总额的比重为25.3%。

“大众消费”发展的另一个显著特征是消费升级趋势明显。2023年，我国恩格尔系数为29.8%，再次回落至2017年水平。根据联合国划分，恩格尔系数在20%—30%区间为富足标准。同疫情前相比，全国居民人均消费支出中，食品烟酒消费、交通通信消费、医疗保险消费占比提升，衣着消费、居住消费、教育文化娱乐消费占比均有所下降，这表明我国居民消费结构持续优化，人们生活水平逐步提升。消费升级的方向是由生存型消费为主向发展型消费、享受型消费为主转变。根据马斯洛需求层次理论，当以生理需求和安全需求为主的较低层次需求得到满足后，人们才会追求以社交需求、尊重需求和自我实现需求为主的更高层次需求。随着“大众消费”的进一步发展，人们对高品质、个性化和文化内涵丰富的产品与服务的需求将会与日俱增。

“小众经济”本质上是“大众消费”的重要组成部分。“小众经济”以其独特性、创新性和文化价值，在满足消费者个性化表达需要和文化认同追求的同时，不断推动消费市场多元化和高质量发展，成为推动“大众消费”发展的重要力量。因此，从另一角度理解，发展态势良好的“小众经济”极有可能是未来“大众消费”的具体内容，这取决于“小众经济”是否能够实现消费者的个性化、多样化需求。以新能源汽车为例，随着消费者对环保和节能的意识增强，越来越多的消费者倾向于选择新能源汽车。但早期碍于技术能力、政策环境和基础设施建设等因素，新能源汽车销量较低，2013年新能源汽车市场启动后，2014年新能源汽车产销量仅为7.85万辆与7.48万辆。在政策支持下，随着技术创新与产业链完善，新能源汽车“用车成本低”“科技智能”“驾乘体验好”“设计潮流”等优势逐渐凸显，其市场接受度逐渐提高，到2023年，新能源汽车产销分别完成958.7万辆和949.5万辆，市场占有率达到31.6%。

【本 报 讯】（成都日报锦观新闻记者 泽登旺姆）党的二十届三中全会提出“加快培育完整内需体系，建立政府投资支持基础性、公益性、长远性重大项目建设长效机制”。营造更加良好的发展环境，挖掘“小众经济”的市场潜力，政策层面该如何发力？

营造更佳营商环境 小众经济市场潜力巨大

【本 报 讯】（成都日报锦观新闻记者 泽登旺姆）毛中根：“小众经济”的兴起，离不开政策的支持和社会文化的加持。比如，随着养宠人群的增加和宠物行业的繁荣，相关政策也日趋完善。政府不仅加强了对宠物食品、用品的监管，还推动了宠物医疗、宠物美容等相关行业的发展，为宠物产业提供了更多元化和专业化的服务。挖掘“小众经济”的市场潜力，政策层面可从消费端和生产端双向着力，为其发展营造更加良好的发展环境，助力“小众经济”拉动“大众消费”。

消费层面。一是加强消费主体的消费能力。“小众经济”满足的是消费者的高层次需求，需要进一步提升相应消费群体尤其是年轻群体的收入。例如，加强职业教育和技能培训，丰富职业技能，增强就业竞争力；支持创新创业，提供创业资金支持、税收优惠和创业指导服务；提供就业补贴，对年轻群体提供部分税收减免或补贴；二是加大“小众经济”宣传力度。“小众经济”虽然针对特定消费群体，但仍可通过宣传加强公众了解，消除公众误解，扩大受众群体；三是加强“小众经济”与数字消费深度融合。“小众经济”的发展离不开数字消费的助力，众多“小众经济”依靠电商平台、社交媒体、直播带货等数字消费渠道推广传播，例如，国货美妆品牌与电商直播深度合作，大幅提升了品牌知名度和销售额；四是优化消费环境，加强市场监管。发展“小众经济”需要提升产品和服务的整体质量，树立良好的品牌形象和消费者口碑，加强质量监管，有助确保“小众经济”健康稳定发展。

生产层面。一是加大政策支持与引导。通过税收优惠、财政补贴、信贷支持等措施，降低“小众经济”相关企业运营成本，激发企业活力；二是降低市场准入。简化“小众经济”企业的市场准入流程，有助于帮助企业快速响应市场需求，获取消费者认可；三是推动“小众经济”与文化旅游融合发展。“小众经济”针对特定消费群体和特定消费文化，加强“小众经济”与文化旅游、旅游消费的融合发展，有助于“小众经济”进一步推广，吸引更多受众；四是推动企业加强创新。“小众经济”不仅能推动消费市场深化和细分，也是推动产业转型升级的重要力量。以新能源汽车产业为例，鼓励相关企业投入研发，加强创新，有助于提升产品价值，创造新兴需求。

成都日报锦观新闻记者 陈仕印（西南财经大学中国西部经济研究院助理研究员贾宇云对本文亦有贡献）