

让文化和体育成为消费升级的双引擎

刘洪愧

近日,全国总工会、文化和旅游部等四部门联合印发《关于深入推进新时代职工文体工作高质量发展扩大职工文体消费的意见》,为职工文体生活勾勒出崭新图景。文化铸魂,体育强身,消费赋能。文体消费承载着人民对美好生活的向往,蕴含着推动消费升级的巨大潜力。但是,扩大文体消费,绝非简单的需求刺激手段,而是为了回应人民对美好生活的向往,让人民收获更多幸福感与获得感,是以人民为中心的发展思想的生动体现。

所谓文体消费,是指居民为满足精神文化和体育健身需求而进行的各种消费活动,既包括观看演出、参观展览、阅读书籍、欣赏影视等文化类消费,也涵盖健身锻炼、参与赛事、购买体育器材、体验运动项目等体育类消费。随着收入提高和消费观念转变,人们对文化和健康的需求日益增长,文体消费呈现出扩容提质的良好发展态势,成为消费潜力释放和消费持续升级的重要抓手。

近年来,我国文体消费市场蓬勃发展,一系列现象级文体IP涌现,充分表明人民群众文体消费热情高、需求大、增长快。舞蹈诗剧《只此青绿》自公演以来,剧场爆满、一票难求,全国巡演上座率持续处于高位,衍生的

文创产品更是成为热销爆款。贵州“村超”从乡村自发赛事起步,发展成为覆盖全国的全民足球赛事,实现旅游综合收入大幅增长。球场外的烟火市集里,卷粉摊主仅凭赛事流量就能场售百碗,生动诠释了“一场赛事带火一座城市”的魔力。同样,“苏超”联赛凭借全民参与热情,带动赛事周边餐饮、住宿、文创等消费增长,成为地方文体消费的新引擎。此外,“票根经济”更是文体消费融合发展的创新实践,它以演出、赛事、展览、旅游等活动的门票为牵引,构建涵盖票务销售、衍生消费、数据服务、文化传播的新型经济形态。这些鲜活案例充分勾勒出文体消费市场的生动活力。

文体消费不仅能拉动经济增长,还能丰富人们精神生活,增强团队友谊,为经济社会发展注入精神动力。在繁忙的工作之余,一场酣畅淋漓的运动、一次沉浸投入的观演,能够有效缓解人们的工作压力,滋养精神世界。对于职工群体而言,文体活动更是增进团队凝聚力的“黏合剂”。全国职工半程马拉松赛将赛事与团建、文旅相结合,让职工在运动中放松身心、在协作中凝聚友谊。体育锻炼增强国民体魄,文化体验提升国民素养,无论是清晨的健身步道还是夜晚的文化场馆,都在不知不觉中提升着

人们对经济社会发展的获得感与体验感。

文体消费也是传承和弘扬中华优秀传统文化的重要方式,在潜移默化中增强民族认同感与自豪感。近年来兴起的国潮文创消费,将传统文化元素与现代设计理念相结合,故宫文创、敦煌IP等产品深受消费者青睐,让中华优秀传统文化在日常生活中焕发新生。这些文体消费内容和场景,让传统文化不再只是博物馆里的静态展品,而是可感知、可体验、可消费的鲜活存在,不断增强人们的文化自信与民族自豪感。

推动文体消费高质量发展,要从需求侧和供给侧双侧发力,为消费升级插上强有力翅膀。在需求侧,大力培育文体消费习惯,强化带薪休假制度落实,鼓励利用年假错峰开展文体消费,推动每年四次的春秋游政策落地。发挥消费券的撬动作用,鼓励各地推出文旅消费券、电影券。在供给侧,加强文体基础设施建设,优化文体消费环境,盘活存量空间打造新型公共文化空间,推动企事业单位文体场馆向社会低收费开放。推动文体产品内容和内容创新,鼓励开发具有地方特色的文体品牌,打造“赛事+文旅+消费”“演艺+市集”等融合消费场景。

来源:光明日报

软硬兼修打造冰雪胜地IP

李璐

冰雪经济已成为推动冬季旅游消费、丰富休闲产品供给的重要力量。



网络图片

高质量户外运动目的地建设名单,黑龙江亚布力、北京延庆、河北崇礼、新疆阿勒泰等地依托冰雪优势入选,展现出冰雪运动“南展西扩东进”的整体架构。如今,顶层设计、高端引领、梯次布局的冰雪发展格局已初步成型。

二是“冰天雪地也是金山银山”,万亿元产业指日可待。在“带动三亿人参与冰雪运动”号召下,我国冰雪运动人气持续高涨,2024—2025冰雪季,全国冰雪运动参与人数达2.92亿人,全国滑雪场累计接待客流2.56亿人次。甚至打破了地域和季节的限制,南方人在家门口也能体验“冰天雪地”。冰雪运动贯穿大江南北,冰雪经济更是横跨产业上下游。上游单板、造雪机等国产装备市场份额持续提升,下游雪场一站式服务与康养度假、文化体验、科技装备等产业深度融合,冰雪产业链条不断延长。在此带动下,2024年我国冰雪经济总规模超9000亿元,2025年有望突破万亿元,成为消费与投资的新增长极。

三是赛事带动下,冰雪经济与体育精神相得益彰。2024—2025冰雪季,在亚冬会带动下,哈尔滨旅游总花费、接待游客规模均快速增长。除亚冬会外,我国已经举办了数十项国际国内高水平冰雪赛事,带动数亿游客体验冰雪运动和冰雪旅游,既彰显了勇攀高峰、挑战极限的体育精神,也进一步将冰雪赛场的热度带向消费市场,推动文、娱、商、旅、体融合发展。

我国正处在冰雪运动带动冰雪

经济发展的起势阶段。下一步,在冰雪经济梯次发展格局下,在面向大众推广冰雪运动的同时,应着力打造冰雪胜地IP,提质与扩容协同发力,既“做全做大”又“做优做精”。为此可从以下几方面入手。

推动量质齐升。我国头部雪场游客量已达国际中上游水平,但与一些发达国家雪场相比,国际游客占比和客单价均远远落后,亟须在大众化、普惠性服务以外,打造高端雪道,推广知名IP,引进国际酒店,并配套全程服务,稳定吸引国内外高端客群。

“忙”“闲”兼顾。一些国际知名IP在非雪季充分开发温泉旅行、花海研学、高山徒步、音乐节等活动,营收占比达到一半以上。我国雪场运营期主要集中在冬季,非雪季则存在闲置现象,可尝试推动亚布力等高质量冰雪运动目的地优先提升雪季服务、同步开发非雪季产品,充分发掘四季精品体验产品,实现品牌资源的高效利用。

“软”“硬”兼修。由于差异化定位不足,我国部分雪场高峰时游客密度过大,且专业教练、急救响应、多语种服务仍有不足,亟须提升各大雪场的硬件设施配套和专业人工服务,防范安全隐患,对标国际领先水准强化高水平“软”“硬”件配套,让游客安心舒心。如推动轨道交通直达各大雪场、雪场全域WiFi覆盖、智能预约系统普及,配备标准的持证双语教练以及24小时医疗救援等服务。

来源:经济日报

志愿服务犹如一束温暖的光,照亮他人也温暖社会,用点滴善举传递真善美、汇聚正能量,是衡量社会文明程度的重要标尺。

近期,中央社会工作部公布了志愿服务领域7个突出问题典型案例,涉及售卖虚假志愿服务时长、以志愿服务名义为营利性活动引流等乱象。公开曝光,不只是对歪风邪气的当头棒喝,更彰显推动新时代志愿服务高质量发展的决心。

志愿服务的本质是超越物质回报的利他行为,旨在促进公共福祉而非个人利益,传递奉献、互助的精神力量,塑造温暖向上的社会文化。虚假时长、逐利变现等问题,扭曲了志愿服务无偿、诚信等原则,让宝贵的志愿资源流入投机者手中。乱象若不遏制,必然导致参与者流失、全社会质疑,最终损害整个志愿服务生态。

纠治志愿服务领域存在的突出问题,不光要纠偏乱象,更要抚平负面影响。用公开典型案例的方式加强警示教育,既能震慑那些动歪心思的人,更能增进公众的信任。通过主动曝光、强化整改,让全社会看见行动、看见实效,方能守住这份事业的美好底色。

健全的制度,是志愿服务行稳致远的“安全带”。“十五五”规划建议提出:“发展志愿服务,加强志愿服务组织管理。”志愿服务涉及多方主体、多个环节。建立健全志愿者注册、志愿服务队伍备案审核、活动发布及审核、投诉处理、志愿服务证明开具等制度,才能实现常态化监管、长效化治理,让服务的每一步都公正规范。

让志愿服务在阳光下运行,职能部门的担当必不可少。河南以党建为引领,推动“社工蓝”与“志愿红”深度融合,走出了基层共建共治共享的新路子;陕西打造“志愿三秦”特色品牌,把志愿服务纳入政府购买服务指导性目录,让规范发展有了坚实支撑。从紧盯网络平台巡查、严查营利性引流,到严把组织登记、资金使用等关键环节,只要把监管责任落到实处,违法违规行就没有可乘之机。

阳光是最好的防腐剂,畅通监督渠道,是志愿服务保持健康发展态势所必需。志愿服务的乱象往往藏得深、跨平台扩散,单靠传统监管难以全覆盖。这就需要创新监督方式,借助技术赋能织密监督网络,打通线上线下、贯穿事前事中事后,把每一次服务都置于监督的目光之下。同时,也要激活社会监督和舆论监督的力量,鼓励人人当“监督员”,让歪风邪气无处藏身。

美好的事业,值得用心守护。天津市志愿者栗岩奇坚持无偿献血300多次,用6万毫升热血筑起“生命长城”。2025年西藏自治区定日县地震后,12名在定日的西部计划志愿者第一时间赶赴震中搜救群众、搬运物资,后续还加入当地团委创建的“青青儿童乐园”,帮助孩子们走出灾害阴霾。让每一次善举都清澈透明,必能为社会文明添砖加瓦,让生活更有温度、更具希望。

来源:人民日报

让志愿服务在阳光下闪耀

夏祖奎