

从“商旅文体展”看城乡消费场景创新

【核心提示】 当前，在促消费、稳增长的经济环境下，城乡消费正面临新的机遇与挑战。自2024年4月，本市出台关于《上海市进一步促进商旅文体展联动吸引扩大消费的若干措施》，将商旅文体展深度联动、跨界融合促进消费的议题推向公众。无论是城市消费，还是乡村消费，“场景”成为话题的高频词。场景，是连接资源、激发活力的基本单元，不论怎样的优质资源和优质活动，最终是要融入到创新的消费场景中去，以可感、可触、可参与的方式嵌入消费生活，提升体验感和吸引力。要以场景作为创新消费的基本空间，以“商旅文体展”为特色和路径，实现从单一产品转向综合体验的服务供给，如此，既为城市消费赋能，也为乡村消费赋能。

东报时评

□首席记者 贾佳

从空间维度，要在城乡融合中理解“商旅文体展”。笔者留意到，在不少政策解读、调研总结或相关报道中，关于“商旅文体展”提法或顺序不一，有的说“文旅商体展”，也有提到“农文旅商体展”。提法的不稳定，一定程度上反映了，概念的内在逻辑关系还需进一步厘清。笔者认为，“农”并非是与“文旅”等并列的内容，尽管“农业”和“乡村”本身也被视为是一种消费场景或消费特色。但乡村并非城市的附属，而是与城市

相并列的空间结构。乡村新消费是推动乡村乡村振兴的重要抓手，也应是“十五五”推进乡村振兴的重点内容之一，以“商旅文体展”为载体和路径，在城乡资源深度融合中为乡村消费赋能，当前，无疑是一种机遇。因此，以城乡融合的视角理解“商旅文体展”，就要把乡村纳入整个体系中加以打造，也要让城市资源为乡村所共享，在场景创新中激活乡村的田园经济、体验经济和美学经济。

从运营维度，要将服务理念融入城乡消费场景创新。不论政府、企业，还是创业者、参展商户，手中不乏好资源、好创意。过去，我们习惯于站在自身角度“做活动”。当然，从自

身出发去思考如何面向消费者投其所好，必然是策划活动的开始，但这种立场往往是单向度的，容易忽略消费者的真实偏好。“商旅文体展”场景创新的优势就在于，它是集成化、生态的、鲜活的。场景中，可以接收到不同年龄、不同群体、不同角色和不同圈层的融合碰撞，甚至有机会看到超出预期的“化学反应”。这些信息的收集、分析与反馈，对于服务理念

的培育是至关重要的。消费场景在动态更新，为我们研究真实的群体消费需求，提供了很好的空间和机会。优质的服务理念，是要以“场景”为媒，在场景运营中保持服务的创新和改进，在对消费者需求的精准捕

捉中，不断推动活动、内容和创意的迭代升级。换句话说，消费活动办得好不好，策划项目好不好，市民买不买账，最终也是要在场景中观察、落地和检验。

从时间维度，要以持续培育的心态推动城乡协同赋能。城市的消费项目尚需时间培育，乡村更是如此。从中国城乡变迁看，乡村历来缺乏天然

的消费流量；当前，不同乡村区域条件不同，在消费场景培育中的吸引力、适配性和联动性存在的差异不小，这就不需要从无到有、从内向外培育的认知理念，更需要时间的耐心。以上海松江云间卉谷为例，在依托上海“3+X”花卉产业集聚优势基础上，云间卉谷探索“花园经济”消费新模式。花卉作为面向城市消费者高引流的载体，新的消费场景初显成效，花园经济正迎来更大的市场空间和潜力。但即便如此，也依然需要经过长时间培育，才能形成可持续的消费氛围和品牌认知。不过，缺少天然流量，并不是“坏事”。这往往倒逼我们放下惯性思维，重新站在“人与空间”的关系的起点上理解场景创新，以重塑的心态去推动“商旅文体展”的开办，推动从供给端到需求端的服务升级，从而实现城乡资源之间的“协同赋能”，而不是“资源拉扯”。

观察与思考

小龙虾价格走低倒逼产业升级

【核心提示】 小龙虾旺季价格跳水，市场供需变化显著，养殖户面临积极性受挫风险。相关部门需加强监管引导，优化产业布局，推广新技术，升级加工与餐饮，拓展销售渠道，保障产业可持续发展。

□向斯佳

眼下，随着气温不断攀升，小龙虾消费逐渐进入旺季，而价格却便宜了。今年前4个月，小龙虾全国批发价格最高时约70元一公斤，5月就变成38元一公斤了，降幅近50%。

小龙虾价格下跌，反映了市场供需关系的变化。一方面，小龙虾养殖技术日益成熟，湖北、江苏、安徽等传统主产区持续扩产，四川、江西等新兴产区也加速发展。2024年，全国小龙虾养殖面积约3000万亩，产量约300万吨，已经成为淡水养殖第四大品类。而且，不少产地气候相近，都在每年5月到6月集中上市，短期内市场供应量激增，容易引发全国价格跳水。

同时，传统运输用泡沫箱和冰袋包装，跨区域配送时效长，损耗率高达15%。如今，依托全程温控冷链车、延长存活

的生鲜仓储中心和电商的“产地直供”模式等，一些产区的小龙虾能实现“凌晨捕捞+上午分拣+下午发车+次日达全国”的极速配送，运输成本大大降低。

另一方面，多元化餐饮市场持续发展，熟食、预制菜、速冻食品等受到市场欢迎，消费者的选择更多。此外，也有人觉得小龙虾壳多肉少、嘌呤含量高，导致小龙虾吸引力相对减弱。

小龙虾走上市民餐桌，催生了分拣工、品虾师等就业岗位，小龙虾垂钓、龙虾节等“小龙虾+”新消费场景层出不穷，小龙虾产业链条不断延伸。但对养殖户来说，价格走低也会影响他们下一季的养殖积极性，甚至部分养殖户可能退出市场。这同样是一个值得关注的问题。

相关部门应持续加强监管和引导，尤其是在小龙虾旺季，更需注重引导和规范市场秩序，避免出现养殖端盲目扩产、餐饮端过度包装、价格战等恶性竞争。从长远来看，还需根据资源禀赋科学谋划小龙虾产业布局。加强技术赋能，通过与科研院所合作，采取技术培训、科技下乡、驻点指导等形式，推广稻虾综合种养和小龙虾新型养殖技术，完善水利、冷链物流等配套设施建设。

小龙虾养殖户要用好政



网络资料图

策、资金和技术支持，升级养殖技术，通过水温调控、电子控温、分池管理等手段，打造全季控温养殖。拓展更多销售渠道，跨区域错峰供应，延长供应周期，缓解季节性供需矛盾，实现“四季有虾”。小龙虾加工企业也要进一步升级加工工艺与装备，提升出肉率和口感品质，积极尝试向精深加工转型升级。

餐饮店还可以顺应消费场景的变化，及时调整经营思维和策略。如把小龙虾与火锅、涮肉、烤肉等相结合，开发小龙虾汉堡、小龙虾披萨、小龙虾粽子等丰富吃法，让菜品应季创新，满足消费者多样化的口味需求，也可以强化“龙虾社交”卖点，挖掘聚会、露营等社交场景。

(来源：《四川农村日报》)

各抒己见

抓作风建设要返璞归真、固本培元

□屈媛媛

信念是本，作风是形，本正而形聚，本不正则形必散。党性是作风的内在根基，作风是党性的外在表现。改进作风，不能简单就事论事，而是要举一反三，透过作风看党性，在解决作风问题的基础上解决好党性问题，返璞归真、固本培元。

作风反映的是形象和素质，体现的是党性，起决定性作用的也是党性。“求木之长者，必固其根本；欲流之远者，必浚其泉源。”党性纯洁则作风端正，党性不纯则作风不正。

返璞归真，归向何处？固本培元，“本”“元”何解？归根结底就是党性上的坚定。必须认识到，作风出问题的根源就在于党性不强，在于理想信念缺失，在于宗旨意识淡薄。只有在立根固本上下功夫，才能防止歪风邪气近身附体。

要教育引导各级党组织和广大党员干部经常进行思想政治体检，同党中央要求“对标”，拿党章党规“扫描”，用人民群众新期待“透视”，同先辈先烈、先进典型“对照”，不断叩问初心、守护初心，不断坚守使命、担当使命。内心净化、志向高远便会力量无穷，就会自觉保持优良作风。(来源：《中国纪检监察报》)