

## 导读

基于网络非接触式的新消费模式正成为中国经济发展的“加速器”。国家发改委会同28个部门近日联合印发《加快培育新型消费实施方案》，围绕推动服务消费线上线下融合、加快新型消费基础设施和服务保障能力建设、强化新型消费发展要素保障、改善新型消费营商环境等四方面提出24项政策措施，成为加快培育新型消费的政策制度保障。

如何培育引领新型消费、助推经济高质量发展？湖南日报《理论·智库》特约请专家学者建言献策。



# 培育引领新型消费 推动经济高质量发展

邓子纲

在新一轮产业技术革命推动下，我国以移动互联网、5G商业应用等为特征的新型消费快速发展，对构建双循环新发展格局、推动经济高质量发展发挥了重要作用。今年3月，国家发展改革委会同有关部门和单位研究制定了《加快培育新型消费实施方案》。湖南省“十四五”规划提出，发展新型消费，完善“互联网+”消费生态体系，推动线上线下消费有机融合。

新型消费正日益成为推动我省经济高质量发展的新引擎、新动力。当前，应进一步突破供应链领域和信息应用领域“卡脖子”问题，更加注重基础创新和应用创新有机结合，确保新兴产业发展的安全性和可持续性，着力破除体制机制障碍，为我省加快培育和引领新型消费、推动形成新发展格局提供坚实支撑。

## 运用数字技术打通“堵点”“卡点”

新型消费之“新”，既表现在消费供给的线上化和消费服务的专业化、智能化，也表现在消费场景的多元化和虚拟化，这些都离不开数字经济、人工智能、云计算、ARVR等新一代信息技术。

推动新型消费，必须充分运用数字技术：大、中、小企业应实现运用数

字技术的融通发展，其中龙头企业应发挥数字平台的引导作用、数字化转型的领头雁作用，带动产业链、供应链中小微企业的数字化转型；应加快5G商用部署，实现全省5G大范围连续覆盖，建成一批规模以上数据中心，推动重要交通节点、产业园区、应用场景加快完善数字化生产流通体系，促进智能化技术集成创新应用，安全有序推进数据商用；支持中国工业互联网研究院在湘设立分院、国家工业大数据中心在长沙设立分中心，支持我省在特定领域开展央地数据合作，推动政务数据与社会化数据平台对接；鼓励金融机构推进智能快件箱等终端建设，加快乡村商贸流通的数字化升级。

## 以新业态新模式引领新型消费

新型消费快速发展深刻影响了社会生活，也带旺了“网红”“直播带货”等新业态，但决定消费行稳致远的是产业的品质与服务。

为此，我省应促进传统消费数字赋能，加快医疗、教育、康养、家政、体育等社会服务和传统服务的在线对接、线上线下融合发展。比如开发共享优质的在线教育资源，支持长沙建设“国家智慧教育示范区”，鼓励医疗机构通过互联网开展部分常见病、慢性病复诊，加快实现远程医疗全覆盖，鼓励传统线下文化娱乐业态线上化，

创新无接触式消费模式；应积极培育数字消费、智慧消费、生态消费、共享消费等新消费模式，大力发展数字经济、平台经济、共享经济等新业态，推动智能化技术集成创新应用；应建设新型消费网络节点，鼓励企业依托新型消费拓展国际市场，支持长沙市率先建设国际消费中心城市，推动长沙市、张家界市创建国家文化和旅游消费示范城市。

## 补齐制约新型消费发展的短板弱项

一方面，契合新型消费“在线”发展规律，通过加快“新基建”打通投资供给与新型消费需求之间的通道。应加强新设施新设备的生产应用，推动工业互联网、5G工业无线技术标准、新能源汽车充电桩等跨部门、跨行业、跨区域应用；推进网络建设、完善商贸流通基础设施网络，强化数据作为新型关键生产要素的地位，加快数据公开共享，有效赋能消费升级，为壮大新型消费提供持久动力。

另一方面，完善新型消费相关法规制度和引导政策，系统性优化发展环境，为新型消费创造有序发展的外部环境。按照市场化方式支持新型消费发展，鼓励各地设立新型消费专项资金与产业基金；鼓励银行等各类支付清算服务主体降低手续费用，降低商家、消费者支付成本；指导

企业规范开展用工余缺调剂，高效匹配新型消费人力资源。

## 优化维权机制，提振消费信心

新型消费往往涉及私人信息、移动支付、数据共享等资讯，伪劣产品、虚假宣传等更是深深伤害了消费者、扰乱了市场秩序、影响了新型消费模式的健康发展。只有强化新型消费维权机制，才能进一步提振消费信心，充分释放新型消费中的“新”优势。

为此，应在重点商品和服务行业有针对性地开展新型消费调查、消费统计等活动，并及时发布准确信息；积极制定相关制度规范和行为标准，比如网红带货规范、互联网医疗标准、线上教育规范等，让新型消费以及环绕新型消费的市场关系纳入制度规范之内；加强新型消费维权领域理论研究，建立跨行业、跨区域消费维权协作机制，重点推动在线消费者权益保护领域的公益诉讼；主管部门、社会组织、运营平台应加强对新型消费市场的监督，打造与新型消费信用直接挂钩的综合评价机制；完善互联网、短消息等投诉受理功能，推行统一指挥、快速处置、应急通报。

（作者系湖南省中国特色社会主义理论体系研究中心社科院基地特约研究员）

# 提升新型信息消费新动能 实现在线教育可持续发展

张佳

在线化、移动化、智能化是未来教育产业发展最重要的趋势。《湖南省国民经济和社会发展的第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》明确提出，积极发展远程在线教育、促进教育现代化。当前，我省在线教育产业仍存在5G网络覆盖不到位、新型信息技术应用领域不广、课内外资源对接不够、管理机制体制不健全等问题，应坚持统筹谋划、大胆创新，积极探索符合现代化新湖南建设需求的在线教育可持续发展道路，全面推进教育强省建设。

加强硬件软件技术支持，为提升在线教育普及性“赋能”。先进信息技术是在线教育的“硬支撑”，强化硬件、软件技术深度覆盖与融合是确保在线教育快速发展的首要前提。应适度超前推动5G和千兆光纤网络部署，加快实现5G网络在全省各城区、重点乡镇的全覆盖和在各级各类学校的深度覆盖，有序推进既有建筑物信息基础设施升级改造，为开展在线教学提供高质量的信息化硬件基础支撑；将云计算、AI、大数据、物流网、区块链等现代信息技术和智能技术深度融合在线教学全过程，为在线教育应用场景实现

“云+网+端”三位一体定制服务，推动高等院校、科研院所、行业企业共建前沿科学中心、重点实验室、工程研究中心等创新基地，加快各类在线教育平台的迭代更新；积极推广应用“5G+”新型授课模式，打破传统教育时空资源局限。

扩大优质资源供给，为完善全民教育体系“赋能”。教学资源是在线教育的“软实力”，加快优质教学资源的研发和共享是推动在线教育持续发展的重中之重。应不断完善服务全民终身学习的教育体系建设，加强在线课程资源体系的整体设计与统筹规划，逐步建立全学段、全学科、全方位的在线课程设置；关注职业培训、高等教育、企业培训、技能培训等不同发展阶段的教育资源供给，积极探索远程直播+线上互动、录播课程+线上指导、虚拟仿真+直播实验教学、学习资源推送+网络在线研讨等新型在线教学形式，建设一批内容前沿、形式新颖、互动频率高、可操作性强的高质量“空中课堂”课程包、课件包和资源包，强化订单式、个性化教育供给，以满足不同群体教育需求；积极整合全省各层次各门类教育资源，加快建立湖南省在线教育资源共享平台，运用人工智能技

术对在线课程和学习资源进行分类推送，提升在线教学的体验和精准度；有序引导社会力量举办在线教育机构，推动社会化高质量在线课程资源纳入公共教育体系、参与正规教育资源供给。

构建多元管理服务格局，提升在线教育服务“效能”。管理机制体制是在线教育的“总开关”，健全管理机制、提升育人品质是实现在线教育良性发展的关键举措。应积极将新技术用以全面提升教育决策科学化、管理精细化和服务个性化水平，加快从传统的师生二元互动模式向教师、学生、课程、技术等多重要素之间的能动反映转变，探索引入运行服务新机制，提升教育信息化建设应用性价比；加大对教师信息技术应用能力的培训力度，推动教师由知识传输者向学习设计者的角色转变；构建科学化的制度体系，鼓励在湘各类学校和企业参与制（修）定在线教育的准入标准和课程规范，采用大数据技术开展过程化的学生综合素质评价和教师教学评价，提升评价指标的科学性和全面性。与此同时，应加强网络监管和防护体系建设，在宣传营销、产品备案、师资标准、培训内容、收费管理等方面明确监管要求；

加强在线教育知识产权司法保护，引导在线教育规范经营、良性发展。

发掘在线平台优势，发挥在线教育最大“势能”。在线平台为在线教育赋予了“新使命”，利用平台优势服务社会需求是推动在线教育优先发展的应有之义。一方面，应充分发挥在线教育平台对于教育均衡发展的推动作用，以“国家教育信息化2.0试点省”建设为契机，加大对农村偏远地区在线教育建设的财政投入力度，加强对全省农村学校和教学点的联网攻坚，充分发挥湖南“名师网络教研联盟”的示范辐射作用，扩大“农村网络教研”受益范围，推进区域间际际教学、教研、管理全过程的深度融合，实现优质资源全面共享；定期开展信息“送培到校”，切实解决提升师生信息技术素养“最后一公里”难题。另一方面，应利用在线教育建设契机积极打造国际合作交流平台，搭建在线教学国际平台，持续扩大面向全世界的教育服务供给，以信息化促进教育国际化，不断提升湖湘文化的国际传播力和影响力。

（作者系湖南大学政策研究室副主任，湖南大学湖南发展研究院特约研究员）

# 把握机遇，积极培育数字文化消费新形态

向汝汐

近年来，数字文化消费日益成为文化产业新增长极，在推动经济发展、产业升级等方面发挥了突出作用。党的十九届五中全会确立了到2035年建成社会主义文化强国、国家文化软实力显著增强的远景目标，并提出“健全现代文化产业体系”“实施文化产业数字化战略”等新表述。“十四五”时期将是我国数字文化消费显著提升的重要时期，也是我国文化产业转型和高质量发展的机遇期。

当前，直播、短视频、影视、文学、游戏等跨界联动融通促进着数字文化消费形态不断创新，丰富了文化产品类型和样式；供需互动、科技创新促进着数字文化产业不断升级；以物联网、大数据、人工智能、5G等为代表的新基建拓展着数字文化消费新空间。与此同时，数字文化需求与数字文化产品的匹配还存在一定距离；数字文化市场中同质化、低层次产品和服务过多，缺少品质高、体验多元、创意独特的产品形态，难以满足人们多层次、多样化文化消费需求；区域、城乡数字文化

消费发展不均衡；适合老年人、残障人士等群体的数字文化产品研发不足。我省数字文化产业发展基础好、数字文化消费方兴未艾，具有较大增长空间。应积极把握历史机遇，多措并举突破瓶颈短板，大力培育数字文化消费新形态——

深化文化“供给侧”改革，促进数字文化消费品质升级。应加强数字文化消费需求研判，把握新趋势、新特征、新人群，运用数字化手段打造产业供给链、创造数字文化消费新需求；全面推进“文化+”战略，扩大文化产品供给，带动传统行业转型升级；针对不同人群消费特征，提供更多元、精准、高品质的数字文化消费产品服务。比如根据老年人、新中产阶层、“00后”或“10后”等人群的消费特征提供差异化数字文化消费产品。

加强信息基础设施建设。推进农村及偏远地区信息基础设施建设，缩小城乡数字信息环境差距；顺应数字文化消费弱势群体需求，加强研发适合特殊人群的数字文化消费形态、产品和服务等，让数字文化消费更具包容性、更有质量、更有温度；借助信息

技术加强文创商店、特色书店、小剧场、文化娱乐场所、艺术展览、沉浸式体验项目等多种业态集合。

改善数字文化消费不均衡局面，激发市场活力。提升乡村和偏远地区数字文化消费能力，缩小城乡地区数字文化消费差距；以乡村振兴为指引，将乡村资源禀赋与数字文化有机融合起来，丰富乡村经济业态；将乡村特色文化与数字文化紧密结合起来，开发特色文化产品；以电商直播等方式展示区域特色文化，打造乡村数字文化品牌，激发乡村和偏远地区数字文化消费活力。

拓展数字文化产品的国际影响力。培育数字文化消费新形态是构建“双循环”新发展格局的重要一环。应强化以弘扬中华民族优秀传统文化为主旨的数字文化产品的生产、创新、传播和推广，通过数字文化生产与消费弘扬中华文化，彰显民族自豪感和自信心；将国货品牌、老字号、非物质文化遗产等融入数字文化产业化，推动传统文化与现代多元文化融合发展；创新创意方式，构建现代化管理运营机制，开发广受海外用户喜爱、具有国

际竞争力的文化产品，引导和帮助优秀民族文化企业走向国际市场，拓展其数字文化产品的生产和国际化传播，推动我省数字文化产业链国际化。

加大数字技术运用。数字技术的更新为文化产业向深度化发展提供了条件，由此推动数字化消费不断推陈出新。应进一步加大数字技术运用，通过产业数字化机制、平台聚集化机制、形态高端化机制等驱动文化消费的创新发展；通过构建数字化平台实现资金、信息、知识等的低成本集聚，彰显组织优势和网络效应，实现数字文化更高质量的创新发展；通过大力发展新业态、新模式不断开辟数字文化产业新领域，提升数字文化消费品质。比如随着仿真技术、计算机图形技术、三维建模技术和大容量数据库的出现和应用，一批高技术、集约化的现代文化业态开始出现，这些新业态不仅具有交互性、虚拟性和个性化特点，而且还是低消耗、高产出、高效率的，为创新数字文化生产和消费发展提供了广阔前景。

（作者系湖南省中国特色社会主义理论体系研究中心湖南师范大学基地特约研究员）

# 畅通流通渠道 构建农产品营销新发展格局

李松青

习近平总书记强调，“没有农业农村现代化，就没有整个国家现代化”。实现农业农村现代化，完善基础设施，构建产销密切衔接、长期稳定的农产品流通渠道是关键。

农产品是乡村的主要产出、农民的重要收入来源。完善农产品流通基础设施建设，可提高农业经济效益和农产品流通效率、有效保证城乡农产品市场供给、促进高效解决“农产品卖难”问题，提高农产品商品化率，让农产品就地增值，使城乡消费者和广大农民分享现代流通带来的利好。

近年来，得益于“一带一路”建设、流通产业长足发展，新业态不断涌现，我省农产品生产规模及流通规模持续扩大，流通额大大增加，但农产品流通仍存在流通成本高、供应链脆弱、冷链不配套等问题。建议从以下几方面着手畅通农产品流通渠道、构建农产品营销新发展格局——

创新农产品现代流通体系。一是构建农产品流通网络。完善县、乡、村物流基础设施网络，支持产地农产品贮藏保鲜、分级包装等设施建设；以乡镇为基本单元，建设与之匹配的农产品流通服务综合体，形成县域农产品对外销售窗口。二是培育多元化、多层次市场流通主体。通过政府、农业专门协会组织共同努力，建立起体系完整、成本低、效率高的农产品流通体系；鼓励建立、升级改造大中型农产品批发市场和集贸市场等，发展订单农业、网上销售、直销配送、连锁经营等现代流通方式。三是积极培育大型流通企业。支持中小流通企业特别是小微企业专业化、特色化发展，鼓励流通品牌创新发展。扶持培育一批规模大、实力强、优势特色明显、有示范带动能力的农民专业合作社，大力发展“公司+基地+农户”“基地+合作社+农户”等利益联结方式，构建农产品市场、农业龙头企业、专业合作社、农业生产基地、农民紧密联结的现代化流通体系，使农产品资源优势转化为商品优势和市场优势。

探索农产品“产销对接”新模式。一是支持开展多种形式的农产品产销对接活动。推动农产品生产企业、农民专业合作社与大型超市、大型农产品批发市场、农产品加工企业、城市社区、学校等建立长期稳定的直接供销关系，优化农产品供应

链条，畅通农产品流通渠道。二是通过举办农产品交易会、产销对接会、洽谈会、农产品推介会、美食节等活动，提高农产品品牌知名度，搭建农产品流通平台。三是积极探索农业电子商务新模式。推进农产品销售的线上线下融合发展，加快实施“互联网+”农产品出村工程。四是利用直播平台等带动农产品流通。随着消费者网上消费习惯进一步养成，线上购买需求增多，可以淘宝、抖音、腾讯微视、快手等为载体，以直播带货带动农产品流通。

提高农产品流通组织化程度。一是优化农业区域布局，延伸农业产业链。引导农户拓宽经营思路，实行相对集中连片的规模化生产、专业化经营，强化产前、产中、产后各环节的社会化服务，优化农业资源配置、提升生产组织化水平，依靠产品品质和特色提高自身竞争力。二是引导农户发展高品质农业、绿色生态农业，开展标准化生产、专业化经营，推进种养循环、农牧结合，生产高附加值农产品。鼓励农户利用自然资源、文化遗产、闲置农房等发展观光旅游、餐饮民宿、鲜活农产品采摘等项目，拓展农产品流通和增收渠道。三是壮大农产品流通经纪人队伍。启动实施乡村流通人才培养提升计划，与涉农高校、科研院所等合作，统筹培育造就一批懂管理、会经营、能吃苦的复合型乡村流通人才。不断发展农村经纪人队伍，支持引导农民设立农村经纪合作社、农村经纪公司等组织，形成有规模的新型农业经营主体。

推进农产品流通与信息化、智能化融合。一是开展农产品流通信息采集。强化优势农产品流通市场监测预警系统建设，积极构建农业经济信息发布机制，积极为农民、农业龙头企业与农民专业合作组织提供更加便捷、有效的信息服务。二是开展农产品流通信息服务。研究建立农产品流通公共信息服务平台，深挖农产品产销大数据，充分运用物联网、云计算、移动终端等现代信息技术，支持流通企业利用先进信息技术提高科学管理水平，以信息指导生产、匹配消费、衔接流通。三是推进信息进村入户。选择农业龙头企业、优秀农民专业合作社示范社等推广应用农产品在线产销服务系统，探索鲜活农产品线上线下相协调的流通模式。

（作者系湖南农业大学商学院教授，湖南乡村振兴战略研究院研究员）

# 大力发展智能体育 推动传统体育转型升级

张宇

线上健身指导、在线场地预约、运动数据管理、运动社区构建……近年来，智能体育日益深入人们生活，大众参与体育、享受体育的形式也更为丰富。《国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》指出，在常态化疫情防控条件下，应着力补齐新型消费短板，以新业态新模式为引领加快新型消费发展，大力发展智能体育，培育在线健身等体育消费新业态。为落实国务院关于以新业态新模式引领新型消费的相关部署，今年3月，国家发改委会同有关部门研究制定了《加快培育新型消费实施方案》，其中提出了发展体育事业新的要求、指明了智能体育的发展方向。

与此同时，我省在《湖南体育强省建设规划（2020—2030年）》指导下，全面推进智能体育基础理论、运营模式、发展载体、关键技术研究，并加快相关成果运用，为全省体育事业注入了源源不断的活力。充分发掘智能体育产业的独特优势，通过发展智能体育探索培育我省体育消费新的增长点，对于落实《“健康中国2030”规划纲要》和我省“十四五”规划中有关体育的各项目标要求具有重大意义。

当前，智能体育在我省的应用主要体现在以下几个方面：一是与全民健身的结合，二是与竞技体育的结合，三是与体育产业的结合。我省发展智能体育已取得丰硕成果，但也存在体育智能产品更新换代快、不易形成品牌现象和智能体育场馆运营难度较大、人工智能体系覆盖不全、体育项目开展不够科学合理等问题，建议从以下几方面着手完善推进——

加强政府引导。当前公众对智能体育的认知还比较模糊，对其运用也停留在初级层面。各级政府应根据国家相关法律法规，结合省、市、县实际情况及现实需求制定智能体育发展方案；加大发展智能体育的财政投入，扶持优秀体育企业参与研发智能体育产品；加强智能体育宣传报道力度，使其走进更多消费者日常生活，提高群众幸福指数；推动建立智能体育智库，进一步夯实智能体育基础理论建设，为制定智能体育发展方针政策提供智力支撑。

建立体育大数据库。体育大数据是建立完备的智能体育服务市场的前提和基础，不断收集准确、完善、科学、有效的体育大数据，才能有针对性地研发生产智能体育产品和项目。从2016年

到2020年，我国已进行五次系统的体育产业数据统计，数据涵盖了体育产业各个类别，体育产业发展态势和需求已基本明朗。基于此，我省各市州应打破地域和行业限制，建立互通共享的体育大数据平台，形成统一的数据分析机制。

促进智能体育消费。制约智能体育发展的原因，一方面在于智能体育相对传统体育来说还处于萌芽状态、发展条件不够完善；另一方面在于智能体育消费市场不大，群众消费观念薄弱，消费不足直接影响生产，也不利于智能体育技术革新。智能体育产品的消费主体目前以接受能力强、消费观念时尚的年轻人为主，应逐步扩展到青少年、中老年消费群体。同时创新智能体育产品营销模式、拓宽产品营销市场，结合大数据分析精准定位不同消费群体、灵活调整营销方案，从而有效促进智能体育消费。

推动传统体育产业转型升级。智能体育产业发展建立在传统体育产业基础之上，传统体育产业转型升级的重点应集中在体育竞赛表演业、体育制造业、体育服务业三大板块。体育竞赛表演业应从运动效率、赛事的观赏性、赛事的公平性等方面出发，构建技术辅助、赛事管理、赛事分析三重系统；体育制造业和体育服务业应强化用户体验感和参与感，比如使用运动手环、开展智能健身可以让运动更加科学、有效。智能体育就是要在传统体育上增加科技色彩，让体育运动变得更加简单、方便；智能体育既要融合传统体育，又要有别于传统体育，进而快速推动体育事业发展，助力实现体育强国梦想。

加大人才培养力度。高校是智能体育人才培养的重要基地，应结合社会需求合理设置专业，培养更多服务于全民健身、竞技体育和体育产业发展的智能体育高端人才。相比传统体育，智能体育的综合性更强，在培养智能体育人才过程中，各高校除了充分发挥自身优势资源，还应与相关科研院所、智能企业等开展跨领域、跨学科、跨专业深度合作，联合培养涉猎体育、智能、数据分析等多方面知识的高科技人才。

（作者系湖南师范大学体育学院副教授）

