



“焕”新政策持续发力，商场人头攒动；首发首秀扎堆抢滩，打卡顾客盈门；个性美食体验升级，餐厅排起“长龙”；精彩展演接连不断，景区游客如织……过去一年，无锡处处涌动着消费热情，城市“烟火气”加速升腾，一派欣欣向荣的景象。

去年年底召开的中央经济工作会议把“大力提振消费”作为今年经济工作的重中之重，消费成为“头等大事”，如何让人民群众敢消费、愿消费？市政协十五届四次全体会议昨天开幕，委员们围绕加速以旧换新、创新消费热点、优化消费环境等话题，从不同侧面、不同维度建言献策。



敢消费 愿消费，出啥新招？

在兴趣中激发消费新需求

以旧换新，放大政策效应尚有潜力

以旧换新是去年最具标志性的消费热词。换新能源汽车、购智能绿色家电、升级电子产品……不少消费者置办“新大件”，享受了真金白银的实惠，也激活了消费市场的“一池春水”。

强化消费惠民，撬动消费增量空间。在季安娜委员看来，激发消费市场活力，要把促消费和惠民生紧密结合起来，把优化供给和引导需求有机融合起来，让人民群众真切地享受实惠的同时，推动消费持续恢复增长。

去年，在促进消费系列政策推动下，市场热点不断涌现。汽车换“能”、家电换“智”、家装家居换“新”、电动自行车换“行”，

超45万人次参与消费品以旧换新，享受补贴13亿元，带动消费138亿元。“今年要继续把消费品以旧换新作为重要抓手，出台一系列范围更广、力度更大、可感可及的政策措施，进一步激发消费意愿。”

“无锡在放大‘焕’新的政策效应，持续释放消费潜能方面尚有潜力。”武戈委员提出，可以结合消费者的需求多样性以及今年增加的家电、数码产品等购新补贴，面向年轻群体、退休老人、低收入家庭等推出定制化的“以旧换新”优惠政策，吸引不同消费层级的群体参与其中。此外还可以通过协同联动促销、优惠叠加等方式，提高消费者的参与度和获得感。

锡报微评

看了一部热播剧就赶紧去取景地旅游、喜欢一部动漫不惜重金就把衍生产品买个遍、想体验一把汉代人的生活就去试穿不同款式的汉服拍写真……放眼望去，现在越来越多的人愿意为兴趣而付费，兴趣背后蕴藏的无限商机值得深挖。

过去消费者买一件商品主要考虑其实用性，随着生活水平的提高，现在消费者不再仅仅关注商品的基本功能，更多地被商品所承载的兴趣元素吸引，如情感价值、文化内涵、个性化体验等诸多方面，特别是“90后”“00后”等年轻消费者，更热衷于兴趣、悦己买单。这两年，无锡南长街、方园荟、锡上MONO购物中心等开出多家“谷子店”，吸引

了众多年轻客群光顾消费，引流效果明显。由漫画、动画、游戏等作品衍生出的周边产品，比如徽章、卡片、手办、挂件等，深受二次元爱好者们喜爱。国潮风也刮到了无锡，在惠山古镇国潮街区，时常会看到游客穿着汉服在拍摄古风造型写真。

消费是拉动经济增长的重要引擎，如何在兴趣中激发消费新需求？对企业、商家来说，要充分把握消费者特别是青年人的情感链接与群体认同，从年龄、性别、收入水平、消费习惯等方面为消费者精准画像，并跟踪消费者的兴趣演变，持续创新产品和服务，以增强用户黏性。现在首店经济发展得风生水起，无锡各个板块还应结合区域内商圈分布、消费群体结构等情况，差异化引入“谷子店”、国潮品牌，优化商业业态，并开展丰富的线下主题活动，提高青年人的参与度、社交活跃度，为消费市场注入新活力。

首发首店，多元场景激活全新需求

首店经济持续升温、国潮消费蓬勃发展、康养服务风生水起……这两年无锡的消费市场上，习惯在变，热点也在变。“创新多元化消费场景”的提出无疑顺应了这种变化。

“鼓励国内外知名品牌在无锡开设旗舰店或概念店，以此吸引追求新鲜感和独特性的消费者。”陈理飞委员把关注目光投向了首发、首店、首秀、首展，如定期举办具有国际影响力的时装周、设计展览等活动，展示最新潮流趋势，不仅能吸引人们打卡，还能提升城市的知名度。

去乡村，品“咖香”，享民宿；去城市，看赛事，听演唱会。“随着《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》等政策文件的出台，

旅游热点的风向渐渐由‘风景’吹向了‘场景’，文化和旅游正在深度融合中走进一个‘场景化消费时代’。”陆一诚委员从业态融合创新的角度提出，要植入新业态，推动传统的文旅业态向“文旅+”的综合模式转变，通过与研学、社群、教育、科技娱乐、民宿等多种业态的融合叠加，拉长消费链条，催生更多“二次消费”。

此外，面对潜在的消费需求和未来的市场趋势，陆一诚委员表示，要紧跟国家新时代养老服务、银发经济的政策步伐，不断创新传统养老模式，弥补旅居康养产业空白，全方位满足长者居住、医疗护理、康复保健、文化娱乐、旅游旅居等多层次需求，创造全新的产业生态和品质标签。

安全放心，是敢消费愿消费的前提

良好的消费环境是提升消费信心、激发市场活力的重要一环。

“只有让消费者感到满意，才能不断地激发消费潜能。”在胡勇委员看来，优化消费环境，首先要重视保护消费者权益，比如说在打击假冒伪劣、消费欺诈、“霸王条款”等违法行为上下功夫，开展“守护消费”执法铁拳行动，破解突出问题，同时要聚焦消费集中的企业、行业、区域，培育一批放心商店、放心市场、放心网店、放心餐饮、放心景区，持续提升线下实体店无理由退货覆盖面，推广经营者首问和赔偿先付制度，打通“消费纠纷处置一事前事中规范一投诉举报减量”监管闭环，以放心制度优化消费环境，来催生“想消费”潜力。

一座城市的消费环境不仅代表着其经济活跃度，同样也蕴含着这个城市的形象与

温度。在促消费举措接连加码的当下，让消费者满意的环境需要具备哪些要素？张庆卿委员认为，至少需要做到“方便”“实惠”“安全”。

“要充分发挥经营者的主体作用，为消费者提供便捷、舒适的场景，并确保消费安全，从而改善消费预期提振信心，让潜在的消费能力转化为现实的消费行为。”张庆卿委员表示，营造让消费者满意的消费环境，不是一句口号，而是一份坚实的责任，一种无形的鞭策。这也是无锡朝阳集团一直努力在做的。一方面严格食品安全管控，从快检到全过程监督，塑造放心消费口碑；一方面借助规模优势争取价格优惠，组织丰富多样的货品，让市民尽享物美价廉，守护护牢百姓“米袋子”“菜篮子”“果盘子”，夯实城市供应根基。

热点聚焦

增强外贸韧性，稳固开放增量

外贸是拉动经济增长的重要引擎。据无锡海关统计，去年前11个月无锡市外贸进出口同比增长9.5%，达6994.2亿元，进出口规模连续9个月保持历史同期最高点。2025年全球经贸环境面临的不确定因素增多，如何增强外贸韧性，稳固开放增量？

“顺应外贸新形势、新变化，通过搭建更多国际经贸对接合作平台，强化国际参展这一获客的重要渠道、完善助力企业国际化经营的服务体系、做好国际商事法律服务，积极帮助无锡企业争订单、拓市场。”钱前委员提出，要结合无锡产业优势，广泛同世界各个经贸促进机构、商协会组织合作，促进供需对接、产能合作，帮助相关产业和企业获得更多国际商业机遇；在继续组织企业参加欧

美、东盟等传统市场知名展会的基础上，发掘中东、中亚、非洲、拉美等“一带一路”共建国家优质展会；同时依托无锡国际商会“465”现代产业专委会、“会员之家”和22家海外联络点，帮助企业更好把握国际经贸形势和全球发展机遇、优化全球布局；并利用中国贸促会无锡调解中心、中国国际经济贸易仲裁委员会无锡庭审中心帮助企业应对经贸摩擦，多元化解国际商事争端，维护合法权益。

虽然外贸发展压力不小，但企业顶压前行，以应变变、抢抓机遇的决心更大。“无论外部环境多么复杂，只有做强自身，才能在国际竞争中取得优势。”在张伟代表看来，当下高技术、高附加值、引领绿色转型的产品出口势头良好，高质量产品走向国际市场，外贸企业要把

产品升级作为主要投入点，推进数字化、智能化、绿色化转型，形成出口新优势。“过去一年无锡华源凯马的出口业务大幅增长主要得益于产品的好口碑。”张伟代表表示，前几年公司完成了智能化生产线的改造，今年公司将在确保产品质量、持续发挥品牌影响力的同时，丰富产品线，满足市场的新需求。他还提出应当制定境外市场开拓计划。“‘一带一路’倡议的推进为民营企业开拓国际市场提供了更广阔的空间，今年我们将在维护好传统市场与老客户的基础上，重点开拓南美市场。”

陈卫宏委员更关注多维度的深耕与突破。回顾凤凰画材2024年表现，传统出口业务势头强劲，实现两位数增长，“这是企业多年来聚焦欧美市场，始终重

视品牌建设，牢牢占据行业头部地位的结果。”自2018年引入英国顶尖技术团队，凤凰画材开启了多元化产品布局，从画布画框到世界一流水准的高端颜料，再到联合无锡物联网创新中心打造的世界首款智能油画框惊艳亮相，凤凰画材凭借深厚底蕴与创新精神开辟了全新的应用天地。“外贸新业态的拓展也为企业开辟出更加广阔的世界市场。”他表示，去年公司依托亚马逊与阿里巴巴两大平台，跨境电商业务量超过1500万美元，增速达42%。“通过跨境电商平台，可以在全球更大范围内传播中国品牌，实现国际化布局。”陈卫宏委员表示，从国家到地方都在加大跨境电商的政策支持力度，这是外贸企业抢抓新风口

观点速递

加快探索技术服务的融合创新

“餐饮住宿、家政服务、养老等基础型消费关乎民生福祉，当前仍难以满足消费者个性化、多元化需求，亟需推动技术、服务融合创新，提升服务品质。”夏静委员说。如餐饮要与文化、旅游、休闲等元素深度融合，推出更多更具特色的露营收、夜间食堂、美食文旅等，注重菜品的艺术性和创意性，提供特色化、个性化的装饰和服务。要加快探索智能厨房、无人酒店等的应用，将智能家政机器人、远程监控系统等智能化产品引入家政服务领域，提升餐饮、家政、养老服务的精准度、匹配度，助力用户提升生活质量。

打响“无锡美食让你甜”品牌

由于消费支出结构变化，餐饮业经营收益下降，竞争加剧。唐国忠代表认为：“危中有机”，餐饮业要深练“内功”，做强产品价值感的打造、顾客体验感的设计，打响“无锡美食让你甜”品牌。加强产品的研发和迭代是打响品牌的关键，要结合经济、营养等消费新特点对传统菜肴的口味、色泽等适当改良，也可围绕品类做横向创新，持续为用户创造价值。餐饮企业要“抱团”加强品牌营销和宣传，加强行业规范，更好地给用户兑现消费体验价值；并与大专院校加强合作，为这一行业引入更多年轻血液。

文化创意点燃消费引擎

积极发展首发经济成为提振消费、扩大内需的重要途径。郑皓华委员认为：“加速文化创意赋能，是发展‘首发经济’的题中之义。”要不断创造新的文化供给，制造新鲜感、讲好故事，让消费者产生认同感、亲近感。加快推动文创产业与科技、自然、艺术等联动，形成特色空间，满足社交、亲子等消费新需求，是相关企业“必做功课”。北仓门生活艺术中心去年优化产业布局，举办了近50场活动，吸引了园区、社区居民近万人参与，擦亮了北仓门春秋文创园、北仓门国学大讲堂、北仓门文创园访谈等知名文化品牌。

推动商圈智能化转型

无锡如何更好地建设成为国际消费中心城市？姚凯委员认为，要进一步提升商圈市场影响力，加强跨界合作和文化交流，依托社交媒体、短视频平台等新兴渠道，打造具有地域特色的“无锡味道”和“无锡风尚”。要大力推动商圈智能化转型，通过数字化技术升级导购、停车等运营管理水平，引入更多高科技零售、无人店等创新消费形态。要加快实现商圈建设国际化，吸引更多国内外一线品牌在锡开设概念店、旗舰店等，并优化店招管理政策，放宽店招审批标准，体现无锡的“国际范”和“烟火味”。