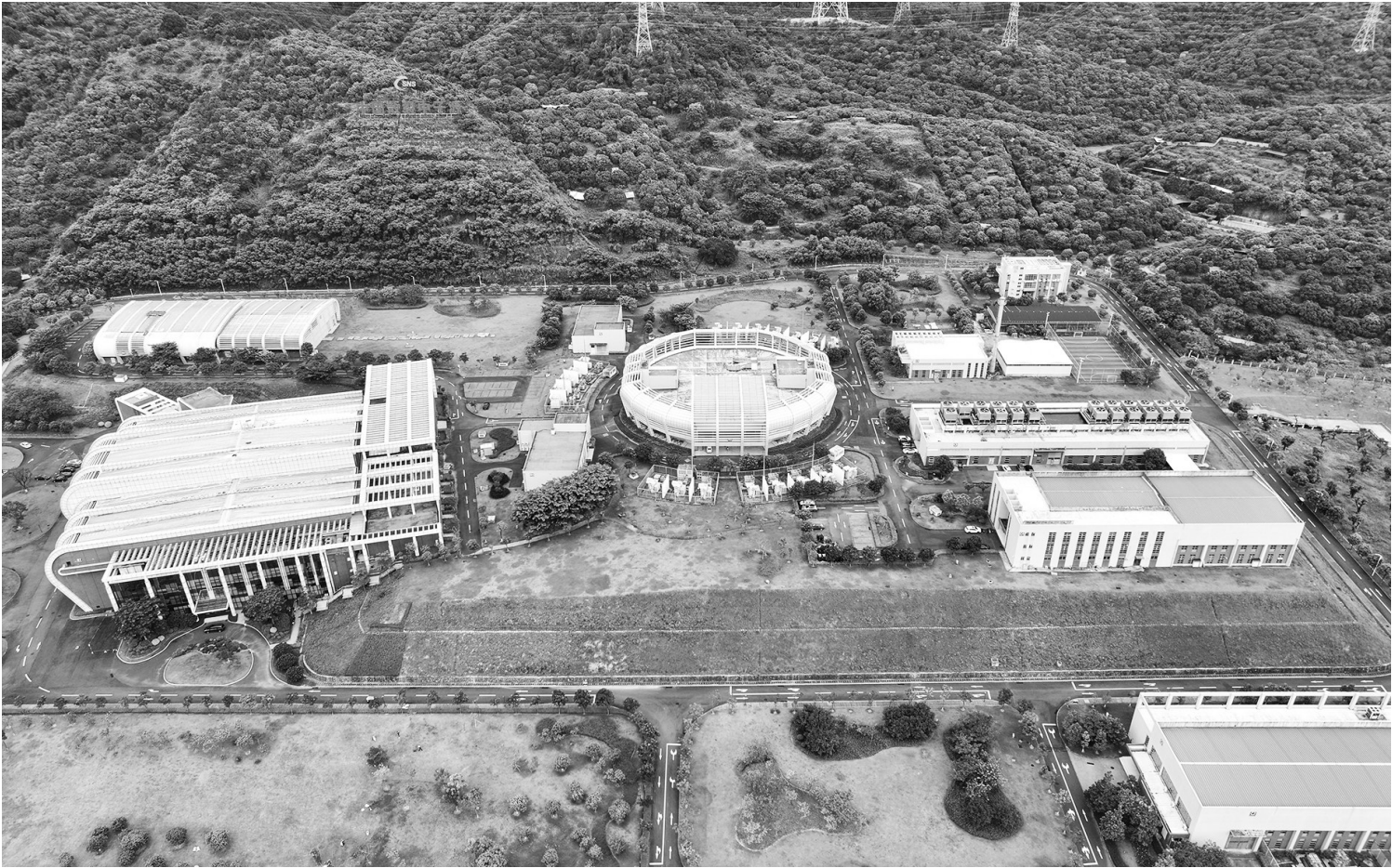


不断增强高质量发展的确定性

——从地方两会看开局之年谋篇布局

新华社记者 安 蓓 王雨萧 张晓洁



图为在广东东莞拍摄的中国散裂中子源。在粤港澳大湾区多地，一系列在建和已启用的大科学装置集群效应初现，助力大湾区加速迈向国际科技创新中心。

新华社发

2026年开年，全国31个省区市地方两会密集召开。各地深入学习贯彻党的二十届四中全会精神，扎实落实中央经济工作会议部署，结合实际、因地制宜，筹划经济社会发展各项工作，推动出台地方“十五五”规划纲要，为“十五五”开局之年谋篇布局。

立春刚过，气象正新。在以习近平总书记为核心的党中央坚强领导下，全国一盘棋凝聚发展合力，神州大地处处涌动奋发热潮，中国式现代化征程迎来新的出发。

推动经济实现质的有效提升和量的合理增长

去年12月召开的中央经济工作会议上，习近平总书记为做好开局之年经济工作指明方向：“完整准确全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，着力推动高质量发展”“推动经济实现质的有效提升和量的合理增长”。

各地政府工作报告中，多数省份将2026年地区生产总值预期增长目标设定为5%左右。

地区生产总值排名前十的经济大省占中国经济总量超过六成。2026年，经济第一大省广东设定了4.5%至5%的增长区间，江苏地区生产总值按增长5%安排，山东省预期增长5%以上，浙江设定了5%至5.5%的增长区间，四川、湖北为5.5%左右，河南、福建、上海、湖南均设定在5%左右。多省份在设定经济增长目标的同时，提出“在实际工作中努力争取更好结果”。

2025年，中国经济总量跨越140万亿元关口。基本实现社会主义现代化，中国经济必须在前提高质量效益的前提下，保持合理的增长。

记者梳理发现，大多数省份都设置了2%左右的居民消费价格增长目标。国家发展改革委经济研究所副所长郭丽岩说，设定温和和上涨的物价目标，体现了多措并举推动消费价格合理回升的信心，有利于促进经济良性循环，实现企业增效、居民和财政增收。

此外，各地政府工作报告普遍对一般公共预算收入增长、城镇调查失业率以及节能减排降碳等指标作出设置。

“这些指标统筹考虑经济质的有效提升和量的合理增长。”“十五五”开局之年，保持经济运行在合理区间，将为中国经济应对外部风高浪急挑战，着力促改革谋发展、苦练内功提供支撑，也将为中长期经济高质量发展夯实基础。”郭丽岩说。

地方两会上，各地“十五五”规划纲要草案纷纷亮相，一系列发展指标凸显未来五年发展着力点：

浙江提出到2030年人均地区生产总值接近发达经济体水平，全社会研发投入强度达到3.5%以上，居民人均可支配收入达到9万元左右；

北京从创新、协调、绿色、开放、共享、安全6个维度设置了29项主要指标，包括地区生产总值年均增速4.5%至5%，努力争取更好结果，全社会研发投入占比6%以上；

陕西提出力争“十五五”时期地区生产总值年均增长5%左右，到2030年全社会研发投入强度达到3.2%左右；

…………

中国式现代化是一步一步干出来的。2026年，各地区结合实际科学提出发展目标，并通过扎实工作争取好的结果，将努力实现“十五五”良好开局奠定坚实基础。

激活内需引擎 加快构建新发展格局

夜幕降临，重庆解放碑商圈霓虹闪烁，百年老巷的“烟火气”与摩天楼宇的“国际范儿”交织，勾勒出“不夜山城”的活力图景。

2025年，重庆以超1.6万亿元的社会消费品零售总额，问鼎年度中国“消费第一城”，支撑了5.3%的地方经济增速。从“网红城市”到“消费首城”，印证超大规模市场的巨大潜能。中央经济工作会议把“坚持内需主导，建

为核心，深耕首店经济赛道，创新新业态组合模式，在激烈的区域商业竞争中快速突围，构建起独树一帜的品牌壁垒。

截至目前，中兴商业累计引进各类首店及旗舰店73家，其中东北首店16家、辽宁首店24家、沈阳首店29家，全面覆盖户外运动、高端美妆、潮流服饰、特色餐饮等多个核心消费品类，形成了“首店集聚、品牌多元、体验优质”的良好格局。在首店布局过程中，中兴商业并非简单堆砌品牌、追求数量突破，而是坚持“精准定位、品质优先、客群适配”的原则，精准聚焦中高端核心客群需求，全力打造“首店+主力店+形象店+旗舰店”的四级核心店铺矩阵，实现品牌层次与客群需求的精准匹配。

同时，中兴商业主动挖掘具备高成长潜力的新锐品牌、设计师品牌，打破传统品牌格局，通过资源倾斜、

场景赋能、精准营销等方式，吸引年轻时尚客群进店消费，进一步优化客群结构，强化品牌竞争优势。

布局风口品类，紧抓趋势红利，激活增长新引擎。精准预判消费风口、前瞻性布局潜力品类，是中兴商业招商创新的关键举措，也是其实现业绩持续增长的核心密码。中兴商业组建专业招商研判团队，密切关注消费市场动态、行业发展趋势，精准捕捉品类增长风口，提前布局、主动出击，凭借对趋势的敏锐把握，成功抢占市场先机，激活业绩增长新引擎。

2023年末，中兴商业精准预判户外消费热潮将至，敏锐洞察到居民消费从“室内”向“户外”延伸、从“基础消费”向“品质体验”升级的趋势，提前启动户外品类布局，主动对接行业头部品牌、梳理优质资源，为后续业绩稳定增长奠定了坚实基础。2024年，中兴商业乘势而上，成功

引进萨洛蒙、壁克峰、凯乐石、海丽汉森、国家地理、安踏冠军六大知名户外品牌，并对始祖鸟、可隆两大成熟户外品牌进行扩位升级，进一步丰富户外品类矩阵、提升品牌能级。

2025年，中兴商业持续加码户外品类布局，乘胜追击引入德国巍德东北首店、美国非凡探索辽宁首店、瑞士知名户外品牌猛犸象等多个国际高端户外品牌，凭借丰富的品牌矩阵、专业的场景体验与精准的外联运营，成功打造沈城高端户外爱好者的核心聚集地，让户外品类成为商场业绩增长的“新引擎”，进一步巩固在区域户外消费市场的领先地位。

跨界业态融合，打破传统边界，拓展商业新空间。面对传统百货“购物单一化”的局限，中兴商业打破行业边界，以业态跨界融合为突破口，推动商业体从“传统购物场

以改善民生为重点 经济社会发展协调并进

中国式现代化，民生为大。习近平总书记强调要把发展经济和改善民生有机统一起来。

地方两会上，一张张民生清单温暖人心。各地强化政策协同支撑，推动民生改善与经济发展同频共振，投资于物和投资于人紧密结合。

就业是民生之本。多地将实施稳岗扩容提质行动摆在民生清单前列。甘肃将深挖电商、养老、家政服务等领域就业潜力；河南将加大以工代赈实施力度，新增农村劳动力转移就业40万人；辽宁将帮助6万名以上就业困难人员实现就业……

改善就业收入，将打通经济增长与美好生活的良性循环。记者梳理发现，多地在增收和完善社会保障方面推出一批有实感的举措：

贵州将深入实施促进居民增收三年行动；西藏部署完善城乡居民基本养老保险筹资和待遇调整机制，基本医疗保险参保率稳定在95%以上；广西将筹措280.44亿元实施社保惠民工程……

多家机构分析，这将有利于形成居民收入稳定增长的预期，从根本上提振消费。

2026年，各地部署推出一系列民生实事，持续织密民生保障网——

推动“上好学”，吉林提出扩大基础教育资源配置、中小学教师“县管校聘”试点范围，实施县域高中振兴行动；北京将完善基础教育学位动态保障机制，新增中学学位1万个。

破解“看病难”，青海将促进人工智能、远程医疗应用发展，开展巡回医疗、移动医疗，把优质医疗资源送到群众家门口；四川将高水平建设国家医学中心和区域医疗中心，深化紧密型城市医疗集团、县域医共体建设，建设省级医影像云。

聚焦“一老一小”，湖南将实施新生儿医保免缴政策；天津将实施向中度以上失能老年人发放养老服务消费补贴项目，增加护理型床位，加大普惠托育服务供给。

让人们“住有所居”，山东将深化棚改回迁安置攻坚，城中村、棚户区改造安置房交付18万套以上；河南提出着力稳定房地产市场，收购存量商品房用于保障性住房、安置房、宿舍、人才房等。

着力加强生态保护治理，宁夏将深入系统打好蓝天碧水净土保卫战，持续加力打好黄河“几字弯”攻坚战，积极稳妥打好碳达峰碳中和整体战；内蒙古提出坚持生态优先、绿色发展，筑牢我国北方重要生态安全屏障。

“健康、养老、住房等领域的民生需求，既是亿万家庭的现实关切，也为推动高质量发展提供内生动力。”国务院发展研究中心研究员赵峰说，从城市更新到生态保护，精准捕捉民生痛点难点，让群众获得实实在在的利益，有助于不断提高人民生活品质，在满足民生需求中不断拓展发展空间。

安全是发展的前提。围绕提高社会治理和公共安全治理水平、有效防范化解各类风险等，多地明确相关任务目标：

贵州提出实施农村公路安全生命防护工程9000公里，实施危桥改造100座；云南将提升边境管理效能，加大电信网络诈骗等突出违法犯罪预防和打击力度；黑龙江强调坚决当好国家粮食安全“压舱石”，深入实施新一轮千万吨粮食增产计划……

各项举措持续守护万家灯火、社会安宁，也将不断筑牢治国安邦的根基、夯实攻坚克难的底气。

发展为要，实干为先。

蓝图已经绘就。锚定目标任务，坚定必胜信心，以高质量发展的确定性对冲前进路上的一切不确定性，必将推动中国经济航船行稳致远，不断描绘更加壮美的中国式现代化新图景。

（新华社北京2月9日电）

方大集团中兴商业：创新招商举措 激发消费活力

面对实体零售品牌同质化、吸引力不足、增长乏力的困局，招商已成为企业突破壁垒、实现高质量发展的核心抓手。如何打造独特品牌矩阵与业态组合、突破改革后发展瓶颈、激活内生动力，是方大集团中兴商业亟待破解的关键问题。基于行业洞察与自身研判，中兴商业以招商创新为突围路径，以首店经济为支点、风口品类为引擎、业态融合为路径，走出从顺应到主导、从跟随到引领的差异化发展之路，为实体零售转型提供实践经验。

锚定首店经济，引进首店品牌，注入发展新活力。首店经济作为推动城市商业升级、激活消费模式创新的核心动力，既能挖掘消费潜力、激发市场活力，更能帮助商业体构建差异化竞争优势、扩大核心影响力。改革以来，中兴商业打破传统招商思维桎梏，以突破性招商布局

为核心，深耕首店经济赛道，创新新业态组合模式，在激烈的区域商业竞争中快速突围，构建起独树一帜的品牌壁垒。截至目前，中兴商业累计引进各类首店及旗舰店73家，其中东北首店16家、辽宁首店24家、沈阳首店29家，全面覆盖户外运动、高端美妆、潮流服饰、特色餐饮等多个核心消费品类，形成了“首店集聚、品牌多元、体验优质”的良好格局。在首店布局过程中，中兴商业并非简单堆砌品牌、追求数量突破，而是坚持“精准定位、品质优先、客群适配”的原则，精准聚焦中高端核心客群需求，全力打造“首店+主力店+形象店+旗舰店”的四级核心店铺矩阵，实现品牌层次与客群需求的精准匹配。同时，中兴商业主动挖掘具备高成长潜力的新锐品牌、设计师品牌，打破传统品牌格局，通过资源倾斜、

场景赋能、精准营销等方式，吸引年轻时尚客群进店消费，进一步优化客群结构，强化品牌竞争优势。布局风口品类，紧抓趋势红利，激活增长新引擎。精准预判消费风口、前瞻性布局潜力品类，是中兴商业招商创新的关键举措，也是其实现业绩持续增长的核心密码。中兴商业组建专业招商研判团队，密切关注消费市场动态、行业发展趋势，精准捕捉品类增长风口，提前布局、主动出击，凭借对趋势的敏锐把握，成功抢占市场先机，激活业绩增长新引擎。2023年末，中兴商业精准预判户外消费热潮将至，敏锐洞察到居民消费从“室内”向“户外”延伸、从“基础消费”向“品质体验”升级的趋势，提前启动户外品类布局，主动对接行业头部品牌、梳理优质资源，为后续业绩稳定增长奠定了坚实基础。2024年，中兴商业乘势而上，成功

引进萨洛蒙、壁克峰、凯乐石、海丽汉森、国家地理、安踏冠军六大知名户外品牌，并对始祖鸟、可隆两大成熟户外品牌进行扩位升级，进一步丰富户外品类矩阵、提升品牌能级。2025年，中兴商业持续加码户外品类布局，乘胜追击引入德国巍德东北首店、美国非凡探索辽宁首店、瑞士知名户外品牌猛犸象等多个国际高端户外品牌，凭借丰富的品牌矩阵、专业的场景体验与精准的外联运营，成功打造沈城高端户外爱好者的核心聚集地，让户外品类成为商场业绩增长的“新引擎”，进一步巩固在区域户外消费市场的领先地位。跨界业态融合，打破传统边界，拓展商业新空间。面对传统百货“购物单一化”的局限，中兴商业打破行业边界，以业态跨界融合为突破口，推动商业体从“传统购物场

所”向“多元社交体验空间”转型，丰富商业体验场景，拓展商业发展新空间，实现社会效益与经济效益的双重丰收。2025年1月，全国首家商业综合体内容龙专题博物馆—沈阳·中兴恐龙博物馆正式开业，这是中兴商业探索“文博+商旅”融合发展新模式的首次尝试。该博物馆展陈面积积约3000平方米，以场景式展示和互动参与为主要特色，结合数字交互、多媒体等声、光、电现代科技，生动讲述恐龙文化，全面还原恐龙生活景象，让消费者可以身临其境于远古时代场景之中，360度沉浸式体验恐龙时代的奇妙与神秘。不仅填补了辽沈地区商业体中文博业态的空白，更成为当地亲子研学、观光旅游、文化体验的新地标。开业以来，博物馆吸引了大量市民及游客前来参观，有效带动商场客流量大幅增

长，真正实现了“以文兴商、以旅促商、以商传文”。中兴商业还积极引入多元特色业态，持续丰富商业体验场景，提升引流引流能力。先后引入朱炳仁·铜辽宁首店、完美影城沈阳首店及魔方小镇·城市书房等特色品牌，涵盖文化、娱乐、休闲等多个领域，满足消费者多元化的体验需求；同时，引进知名餐饮品牌优化七层餐饮布局，扩大餐饮品类经营面积、丰富餐饮品牌矩阵，以“餐饮+娱乐”联动提升商场黏性。中兴商业以差异化、消费者需求为导向，以创新为核心，重构招商战略，通过首店经济与跨界融合抢占先机，从美妆服饰升级、动线布局优化到品牌结构调整，精准契合市场趋势与消费需求，推动企业成为区域消费升级风向标，实现从跟随到引领的跨越。

庞 博