

推动青春经济高质量发展

□高惠芳

青年兴则国家兴，青年强则国家强。青年是经济社会发展中最具活力、最富潜力的群体，是推动高质量发展的重要力量。当前，以青年为创新创业主体和核心消费群体的青春经济加快发展，正成为激活内需、推动产业升级的新动能。近期，共青团中央等15个部门联合印发《关于深化青年发展型城市建设 助力建设现代化人民城市的意见》，明确提出培育发展青春经济。在新发展阶段，需准确把握青春经济发展规律，强化政策引导、优化市场供给、激发青年活力，推动青春经济高质量发展。

青春经济的蓬勃兴起，根植于我国超大规模市场禀赋与近4亿青年的人口基础。据预测，2030年我国14至35岁青年总量仍将保持在3.5亿左右，其中Z世代群体（1995—2009年出生）规模约2.6亿人。相关调研显示，这一群体以不足20%的人口占比贡献了全国约40%的消费额，成为拉动内需的主力军。另据相关统计，2024年我国青春经济市场规模就已达到4.3万亿元，在新消费赛道占比高达68%，国潮文创、兴趣圈层、沉浸式社交、数字文娱等业态蓬勃兴起。青

春经济绝非单一消费业态，而是青年个体发展与经济社会发展深度融合的新型经济形态，是新质生产力在消费升级、创新创业、生活服务领域的生动实践。

青春经济以青年为主体、以需求为导向、以创新为动力，呈现三方面显著特征。一是主体与客群高度统一，青年既是核心消费者，也是创业者和传播者，在消费中“种草”、在创造中“破圈”，深度参与生产供给全链条。二是需求与供给协同升级，青年注重兴趣表达、社交参与和场景体验，推动商家从传统卖货向卖体验转变。2025年为情绪价值与兴趣埋单的青年达56.3%，较上年提升16.2个百分点，文旅市场持续火爆、演唱会经济一路走高，背后正是愿意为开心付费的消费心态转变。三是需求与社会价值有机统一，既拉动内需、拓宽就业，又承载文化弘扬、社会参与功能，助力青年树立理性健康消费观，实现个人成长与国家发展同频共振。

释放青年消费潜能，以优质供给推动青春经济提质扩容。文化消费领域，国潮服饰、非遗文创融入日常生活，当前我国国潮服饰市场规模已突破3000亿元。体验消费领域，城市漫步、户外露营、沉浸

式剧场、文创园区等场景备受青睐，满足青年社交与精神需求。成长消费领域，知识付费、技能实训、身心健康服务成为青年成长刚需。绿色消费领域，简约低碳、循环利用成为青年生活新风尚。此外，数字消费同样表现亮眼。相关报告显示，2025年上半年我国数字消费规模达9.37万亿元，占居民消费支出总额的46.5%；数字消费用户突破9.58亿人，其中Z世代约2.6亿人，数字消费占比27.2%，是数字内容与情绪消费的主力。与此同时，必须强化市场监管与行业自律，规范市场秩序、守护消费安全，为青春经济健康发展筑牢根基。

强化创新驱动，以创意创造赋能青春经济转型升级。创新是青春经济的核心竞争力，青年依托大数据、人工智能、虚拟现实等技术，打造个性化定制、AI内容创作、虚拟互动体验等新型供给，显著提升产业附加值。要完善青年创业服务体系，完善孵化器、众创空间等载体，强化资金、场地、渠道支持，降低创业门槛、提升创业成功率，让青年创客敢创业、能创业、创成业。引导青年深耕无人机科创、国风原创、小众兴趣社群、数字IP等细分赛道，坚守工匠精神、

强化原创保护，规避同质化竞争与短期逐利，推动青春经济从规模扩张转向高质量内涵式发展。

完善政策支持体系，以系统施策保障青春经济行稳致远。青春经济跨界广、链条长，亟须政府、市场、社会协同发力。坚持政府引导、市场主导，以青年为主体，将青春经济融入青年发展型城市建设与消费升级大局，聚焦市场准入、创业补贴、低息信贷、场地支持、人才落户等关键诉求，不断打通难点、堵点，缓解创业融资难题。统筹宣传、发改、教育、文旅、商务、共青团等部门联动施策，让政策红利转化为可感可及的发展便利，打造青年进得来、留得住、干得成的发展环境。以社会主义核心价值观引领方向，纠治低俗跟风、过度营销、浮躁逐利等不良倾向，守护青春经济清朗生态。

发展壮大青春经济，本质是信任青年、投资未来。尊重青年主体地位、释放青年创造潜能，让青年的热爱与创新成为经济发展的澎湃动能，必将为高质量发展注入持久活力，为中国式现代化建设汇聚充沛青春力量。

(来源：《光明日报》)

打破壁垒推动融合 持续优化化学科专业

□刘春荣

光明时评

高考结束，志愿填报季来临。一些高校的本科招生专业调整方案呈现新气象，引人关注。如中国科学技术大学增设“商业人工智能”本科专业、北京师范大学新增“钱学森智能管理卓越人才实验班”、天津大学推出12个双学士学位项目等。

梳理这些调整方案，不难发现其中鲜明的趋势：一是交叉融合催生新专业，人工智能全面赋能各学科领域；二是国家战略急需领域密集布局，智慧健康、教育数字化等赛道成为重点；三是人才培养模式迭代升级，长周期、个性化培育成为主流。

这些趋势的出现并非偶然。当前，人工智能、脑科学等新技术加速崛起，正重塑知识生产与人才需求的基本格局。近期，教育部2026年新版本科专业目录新增38种专业、设立交叉学科门类，为高校专业迭代明确了方向。从全球高等教育实践来看，打破学科壁垒、推动交叉融合也成为顶尖高校的普遍共识。可以说，这

场改革既是对时代需求的回应，也是对高等教育发展规律的遵循。

学科专业的动态调整，重构了拔尖创新人才培养逻辑。以学科专业高质量发展服务国家战略，打破单一学科壁垒，构建面向重大问题的跨学科育人体系正成为当下学科调整的重要方向。新一轮学科优化聚焦“内涵提升”，实现明显转变。

具体来说，首先，学科组织模式从学科中心转向问题导向，围绕“人工智能+传统学科”“生命健康+数据”等重大问题重新组织专业方向。其次，人才培养目标从侧重知识传授转向价值塑造、能力培养，更加注重学生的创新思维与综合素养。再次，办学育人模式从校内循环为主转向校内外深度融合，推动教育链、人才链与产业链、创新链有机衔接。例如，东南大学医工交叉创新研究院打破医学与工程学科壁垒，围绕重大疾病诊疗需求组建跨学科团队，正是这些变革的生动实践。

不过也应该看到，当前一些高校盲目跟风追热点、交叉融合走形式、改革节奏有偏差等现象依然存在。推进学科设置优

化，须在动态调控、内涵提质、机制保障等方面持续发力。

健全需求导向的动态调控机制，把握改革“快慢节奏”。“十四五”期间，全国高校新增本科专业布点1.02万个、撤销或停招1.22万个。专业调整幅度持续增大，累计调整比例超30%，今年全国高校专业调整比例首次突破10%。相关部门已印发专项行动方案，持续深化动态调整改革。一方面，应坚守基础学科阵地，为交叉学科提供源头活水；新增专业坚持“非急需不布局、非特色不设立”。另一方面，院系建制调整须“慢一点”，尊重学术传统；专业方向与培养方案更新应“快一点”，及时融入前沿技术。

深耕能力导向的内涵提质体系，保障学生自由探索空间。专业名称更新只是外在形式，课程体系与培养理念革新才是根本。应构建“文理交融、双向赋能”的课程体系，用人工智能升级文科教学的同时，将伦理内容融入理工科培养。此外，放宽专业转修门槛，支持学生跨大类选课、自主组合课程模块，为学生提供多样

化路径。

完善协同联动的机制保障体系，实现学科深度融合的“化学反应”。学科交叉需要实体化平台与制度保障。依托未来技术学院、现代产业学院等平台，统筹多学科资源协同育人。深化校校、校企协同机制，推动教育链与产业链有机衔接。如西安交通大学统筹全校众多优势学科协同育人，北京师范大学与北京航空航天大学、北京理工大学分别签署合作协议，开展跨校联合学士学位人才培养等，都通过资源共享实现了协同育人的最大化效应。

这场覆盖全国的学科调整，坚持守正创新、推动深度融合，以文理互哺丰富育人内涵，以跨学科交叉激发创新动能，力图最终实现教育、科技、人才“三位一体”协同发展。新一轮高校学科专业优化，是新时代高等教育服务国家发展的必答题。高校既要顺势而为布局新兴专业，也要倾斜资源重视基础学科，更要把握节奏统筹改革进程，如此才能为党和国家事业发展源源不断培养可堪大用的栋梁之材。

(来源：《光明日报》)

把教育养分化作强国力量

□余璇

最后一次自习，教室门被推开的瞬间，学生准备的花束和老师准备的礼物撞了个满怀；毕业典礼上，老师和学生拥抱话别，笑着笑着就哭了……“最后一课”为何总能打动我们？

动人的底色源于一场双向奔赴。教育不仅仅是教师单向传道、授业、解惑。一代代师者立德树人、赓续薪火，将善良、担当、奉献的精神种子深植学子心底；父母倾力守护、同窗并肩相伴，亲情友情沉淀为行囊里最珍贵的底气；一届届毕业生接续前行，将校园涵养的学问与品质带出校门、带入社会。就像是蒲公英随风起舞，当无数青年怀

揣理想汇入时代洪流，教育的温度与价值得以绵延永续。

“毕业季”是一个复杂的词。它落笔为学生时代作别，让人难免伤怀；又挥毫启卷，铺展成长的新章，孕育新的悸动。翻阅近年刷屏的毕业论文致谢，青春热血难掩，志向担当初显。有学子感念故土与善意，许下“继续努力学习、带着知识回到大山，帮助更多孩子走出大山”的诺言；有学子“感谢学校让拾荒老人进校”，希望未来“能为有需要的人提供尽可能的帮助”……立己达人、兼济天下，尚未褪去稚气的青年学子，从书本所投出发发现照现实，实现

从“呵护中的成长”到“主动担当”的动人蜕变。这些意气风发的面孔，正是青春最动人的模样。

近年来，甘肃小城镇吸引数以万计青年奔赴，不少毕业生将此举作为毕业旅行目的地。很多高三学子许下心愿：“等高考结束了，我也要去做点有意义的事。”沙漠与江海、讲台与田野、非遗工坊与助农直播间……施展才干的舞台无比广阔，越来越多青年把个人追求融入时代洪流，立足各自岗位不断创造新业绩，在新征程上贡献力量，书写自己的青春答卷。

“培养什么样的人”，是全社会的关切。每一个脚踏实地、逐梦前行的青年，

都是教育最好的回响：我们培养的，是有温度、有风骨、有担当的新时代青年。他们上可登天探宇，下能扎根乡土，既能坐“冷板凳”、闯科研“无人区”，也能踏时代热浪、拓前沿热土。在我之所有、我之所能与国之所需的紧密衔接中，可以看见教育的真谛，更看见家国向前的稳健步伐。

“今年是‘十五五’开局之年，青年建功正当其时。”毕业季是一段旅程的落幕，更是接过时代接力棒、奔赴下一程的起点。希望每一位毕业生都能心怀感恩、向阳生长，在各行各业大展身手，让教育的养分化作落地生根的强国力量。

(来源：《人民日报》)

推动赛事经济从爆红走向长红

□康侠

近来，从传统的马拉松、龙舟赛到火爆出圈的“村超”“苏超”，再到各类融合地方文化元素的民俗体育节，有效激发了消费潜力，成为推动地方发展的重要载体。对不少地方来说，文体赛事不仅仅是文体活动，更是聚人气、活市场、塑品牌、兴产业的有力手段。

赛事带动消费的关键，不在于“来了多少人”，而在于其重塑了消费场景。与一般旅游活动相比，赛事时间集中、话题鲜明、参与感强、带动面广，可以在短时间内把“观赛—休闲—社交—旅游—购物”串联起来，形成复合型消费链条，让不少原本只是来观一场比赛的游客，最终在住宿、餐饮、交通、零售、文创等方面产生了消费。赛事所引发的消费集聚效应，不仅较好地激发了地方市场活力，也为服务业发展提供了更为稳定的市场需求支撑。

赛事经济的更深层价值，在于推动供给体系的优化升级。赛事流量本身不会自

动转化为发展增量，关键在于地方能否顺应客流变化改进服务供给。一些地方依靠赛事，带动特色餐饮、精品民宿、文创产品、非遗展示等业态发展，推动服务供给从“有没有”加快转向“好不好”，把分散的经营主体组织起来，将地方文化、生态等资源转化为可消费、体验、传播的产品和服务，提升了短期营业额，又推动了品牌塑造、产业链延伸、就业扩容，成为备受游客青睐的网红打卡点。

实践中，有的地方赛事办得热闹，但游客停留时间不长、消费层次不高；有的地方客流短期激增，但服务供给、市场秩序、接待能力没有及时跟上，结果“人来了、钱没留下，热度有了、口碑没立住”。这表明，赛事流量要真正转化为发展动能，不能仅满足于“办一场活动、火一阵子”，更要在消费场景、服务供给、制度保障和长效运营上同步发力。

从更深层来看，地方要提升内生动力，不能只是依靠传统的投资、工业项目

来驱动，还要善于从消费端、服务端、场景端寻找新的增长点。赛事是一个重要的切口，以活动作为引流点、消费作为落脚点、产业和治理作为支撑点，将注意力、人流量、消费力有效转化为发展动能。对于文化特色鲜明、群众基础好、旅游资源比较丰富的地方来说，这是一条可以探索、深耕的发展路径。

强化场景建设，放大消费带动效应。围绕赛前、赛中、赛后全链条设计消费场景，把观赛人群更好转化为住宿、餐饮、购物、游览等多元消费群体。推动赛事与节庆、演艺、夜间经济、非遗展示等深度融合，丰富消费内容，延长停留时间，提升过夜率和复购率，防止赛事散场即消费退场。

优化服务供给，提升县域承接能力。流量能否沉淀下来，关键取决于产品和服务能不能跟上。要围绕“吃住行游购娱”补上短板、提升品质，推动服务供给由数量扩张向质量提升转变。特别是要立足县

域资源禀赋，发挥好地方文化、特色物产、民俗体验等特色，避免简单模仿、同质竞争，把资源优势转化为市场优势、品牌优势。

完善政策供给，增强发展预期。赛事越火爆，对治理水平的要求就越高。健全交通疏导、安全保障、环境维护、市场监管、投诉处置等方面的机制，提高应急响应和协同处置能力，将临时性的应对变为常态化的机制，把忙不过来变成有条不紊，推动赛事经济从“爆红一阵”走向“长红一片”。

注重长效运营，推动单点突破向系统增值转变。把赛事纳入县域产业布局和文旅规划中统筹推进，形成品牌化运营、项目化实施、常态化推进的工作机制。通过做强赛事IP、培育特色业态、畅通要素流动，推动赛事从活动形态向产业形态延伸，更好发挥对消费扩容、服务业升级和县域经济发展的牵引作用。

(来源：《经济日报》)

从“经济大合唱”

读懂中国优势

□李斌

“经济大合唱，有很强的艺术性，既要讲合唱的规律，又要讲合唱的技巧。”习近平同志在福建宁德工作时，提出“经济大合唱”的命题，强调经济工作“上下左右要形成一个整体”。以此视角观察中国经济，更能读懂经济运行的深层逻辑，感受培育新质生产力、实现高质量发展的昂扬主旋律。

大合唱的美妙，在于声部分明、和而不同。在经济大合唱中，只有找准自身在大局中的定位，因地制宜发挥比较优势，同时讲协调、重配合，方能各展所长，汇聚成大国经济的万千气象。在错位发展中各美其美、美美与共，正是中国经济抵御风浪、行稳致远的深厚底气。

经济大省挑大梁。东部地区率先探索，一线城市奋力开路，让新技术、新产业、新经济蓬勃生长；中西部地区紧抓产业配套、结构转型，东北地区发挥资源优势，助力国内循环顺畅、产业链根基稳固；生态功能区守护绿水青山，粮食主产区深耕产粮沃土，为高质量发展拓展回旋空间。高音嘹亮、中音厚实、低音稳重，中国经济的韧性密码就藏在广袤国土的差异性与互补性之中。

大合唱的美妙，也体现在节奏吻合、音律相和。若自顾自唱、节拍错乱，旋律就会混乱。确保经济大合唱不出现“合成谬误”，就要做好宏观政策取向一致性评估，让各项政策同频共振、各个部门协作发力。正因为环保政策与产业政策协同推进，降碳、减污、扩绿、增长实现动态平衡；正因为科技政策与人才政策精准对接，“揭榜挂帅”等新机制有力激活创新引擎。围绕高质量发展，推动各项工作落实落细、配合高效，宏观经济运行才能始终平稳有序。

今年前4个月，规模以上高技术制造业增加值同比增长12.6%，信息传输业投资增长29.2%，设备工器具购置投资同比增长11.5%；4月份，新能源汽车国内零售渗透率首次超过60%……这些成绩见证综合施策效应。财政政策、货币政策精准“鼓点”，科技政策和产业政策形成“和声”，区域协调与扩大开放相融“伴唱”……这样的大合唱音声相和、琴瑟和鸣，才能发挥整体效应。

大合唱是否成功，既看声部的实力，更看指挥的艺术。在复杂多变的国际环境中保持战略定力，在风高浪急的风险考验中化危为机，靠的是什么呢？正是党中央的“定音鼓”，为经济巨轮校准航向、把握舵盘，团结亿万人民心往一处想、劲往一处使。从五年规划的缜密部署到年度目标的扎实推进，从宏观战略的厚积薄发到微观政策的润物无声，中央指挥有力、各层级落实有力，是经济大合唱方向不偏、节奏不乱、气势不减的根本保证。

中国经济之所以能够顶压前行、向新向优发展，正是因为党中央坚强领导下，各地各部门各领域各尽其责、各展所能、团结一心，形成强大合力。在这个充满挑战与机遇的关键时期，坚持系统思维、增强协同意识、突出落实成效，让各声部配合得更紧密更和谐，中国经济的大合唱将更为恢宏和精彩。

(来源：《人民日报》)

新华时评

哪有什么“特供酒”

全是坑

□新华社记者赵怡宁 王希

国家对于“特供”“专供”标识的禁令早已有之。未承想，一瓶原液成本仅几块钱的勾兑假酒，装入带有“京总一号”“军台”“储备”等字样的包装，再经直播间主播话术忽悠，摇身一变就成了所谓“特供酒”。

6月12日，国务院食安办召开新闻发布会公布“特供酒”案件查处结果，这些“特供酒”消费陷阱重重，不仅破坏市场环境，更直接侵害消费者权益，损害党政机关和军队形象。

相关规定明确，严禁生产销售含有“特供”“专供”“内供”党政机关、军队等类似标识的酒类商品。近年来经过多轮专项整治，标明明示“特供酒”问题得到有力解决，但一些不法分子假借党政机关和军队名义，将毫无食品安全保障的假冒伪劣产品包装成所谓“特供酒”，演变出制假售假的“新变种”。

这些新型“特供酒”藏在直播间、朋友圈、二手平台销售。不让公开用“特供”“专供”，就改叫“储备”“京总”，同时配上“限量定制、内部流通”“肩上有星星的人才能喝”等营销话术。市场监管总局此次查实的7.52万箱“特供酒”，大多为食用酒精加香精勾兑冒充酱香型白酒。这种劣质假酒最终卖出一箱499元的价格，扰市场、损民利、毁形象，危害不容小觑。

更为严重的是，作为销售主渠道的网络平台，对特供假酒明显管控不力，审核把关仍存漏洞，一些直播平台甚至为“特供酒”直播间提供引流服务。监管部门此次查处存在违法行为的平台企业7家，涉嫌销售“特供酒”的网店61家，涉嫌以营销话术诱导消费者的直播间78个。有的直播间还向平台额外购买了流量，平台未能发现和制止。

线上不是法外之地，平台不能只赚钱不“守门”。从不久前的“幽灵外卖”到此次特供假酒系列案，接连曝出的线上消费安全问题，警示平台企业必须坚决压实主体责任，切实加强入网商家、直播间、带货主播及交易活动的审核管理，真正保障好商品和服务质量。

对于以“特供酒”为代表的违规行为，监管端始终保持高压严打态势不减、综合治理力度不松，加大抽检监测、网络监测、随机抽查力度，严惩不法分子和问题平台。消费者也要提升防范意识，认清营销噱头背后的陷阱。各方同频发力，打造安全、放心、可靠的网络消费环境，那些形形色色的“特供酒”自然就会失去生存空间。

(新华社北京6月12日电)