

# 区委领导批示办理通知

中共舟山市普陀区委办公室

密级：

紧急程度：

批示领导	孙志龙书记	批示日期	2023年12月11日
批示编号	[2023] 301号	收文日期	2023年12月6日
来文单位	区政协办		
来件内容	政协专报第7期 让普陀在烟火气中加速释放经济活力的思考与研究		
领导批示内容	请相关领导及职能部门参阅。		
拟办意见	此件复印送：徐炜波区长、吴红卫常务副区长、王海涛常委、张宏华副区长、屠定玉副区长，区政府办、区政协办、区发改局、区公安分局、区商务局、区文广旅体局、区综合行政执法局、区资源规划分局、区市场监管分局。		
	是否反馈	否	
联系人	陈之博	联系电话	3803625; 13575627556

中共普陀区委  
收第 号  
2023年12月6日

# 政协专报

第 7 期

政协舟山市普陀区委员会办公室

2023年12月4日

领导批示:

请相关领导及职能部门参阅。

(批示和采纳情况反馈)

本期专报: 孙志龙书记, 徐炜波区长, 吴红卫常务副区长

## 让普陀在烟火气中加速释放经济活力的思考与研究

“烟火气”来源于古汉语，本是形容家家户户灶台上蒸腾的袅袅炊烟，之后也代指衣食住行、柴米油盐等琐碎日常。时下流行的“烟火气”则指的是一个城市鼎沸的人气，旺盛的商业气

和老百姓生活里有滋有味的喜气。疫情三年，中国乃至世界的烟火经济都按下了“暂停键”，昔日最寻常不过的夜市、地摊、喧闹和拥挤，一度成为当时幸福美好的回忆。2020年中央文明办就明确要求，不将占道经营、马路市场、流动商贩列为文明城市测评考核内容；今年中央又明确提出推动体育休闲、文化旅游等服务消费，这些举措有力推动了各地人间烟火气复苏。为此，区政协常委会课题组立足当前发展背景，结合普陀实际，就如何在烟火气中加速释放经济活力开展了专题调研。

### 一、提振人间烟火气的重要意义

三年疫情反复，人间烟火气在诸多不确定因素中被消磨殆尽，但是这种生活气息是不可或缺的，它是人们幸福感、获得感、满足感的组成部分，更是地方经济发展见效快、可持续、不能缺的动力来源。

**从全球发展趋势来看**，服务消费加速扩容，将成为消费增长的重要来源。从国际经验来看，1950-2018年间，美国服务消费支出从752亿美元增长至96097亿美元，年均名义增长7.5%，占全部消费支出的比重超过三分之二，服务消费成为美国消费需求的主导。从我国情况看，2019年服务消费比重为45.9%，文化旅游、养老育幼、医疗教育、体育休闲等服务消费已成为城乡居民消费的新热点和增长点，服务消费增速持续高于商品消费。预计“十四五”末期或“十五五”初期，居民服务消费比重有望上升到50%，服务消费成为支撑消费增长和服务业新体系加

快构建的重要动力。

**从经济建设层面来看**，在疫情之前，我国经济刚刚步入以内需为主的转型轨道，大量投资者、创业者和传统行业的民营企业积极投入到转型过程中。截至 2022 年 9 月底，民营经济市场主体超过 1.57 亿，其中个体工商户 1.1 亿户。在这些新增加的市场主体中，大部分是服务类企业，绝大多数是员工人数少、投资规模小、技术门槛低的小微企业。作为中国经济的“毛细血管”，小微企业遍布全国各个行业与角落里，流动于我们日常起居的生活中，在构成城市烟火气的同时，也为更多普通人积蓄生活的力量。没有了人间烟火气，就没有了小微个体户的营业额，对地方税收的影响很大也很直接。

**从提升城市品质层面来看**，一个城市的“烟火气”不仅是城市活力的体现，也是人民美好生活的象征，它的背后是就业、是收入、是创业、是创新，关系着数以亿计百姓生活和成千上万企业发展。城市产业是有层次的，既要有高大上的高端产业，也要有小微企业等“毛细血管”为产业做配套、增强城市服务功能，支撑其整个产业结构和城市功能升级。大小产业做好了，市场比较活跃，在释放就业、置业等积极信号的同时，也将为城市塑造有活力的品牌或形象，增强城市认同感。

**从满足群众需求层面来看**，“烟火气”背后是多元化、个性化需求的满足，是体现一个城市烟火和温情的地方。“烟火气”升腾，本质便是提振消费、聚拢人气，通过适应需求、满足需

求，提升每个人在城市生活的舒适度、便利度，让不同消费群体都能在各自消费层面得到品质生活的满足，实现供给和消费的动态平衡，在推动城市发展的内生动力彰显出价值。

## 二、我区烟火经济的发展现状及问题分析

### （一）发展现状

人间烟火气，最抚凡人心。近年来，我区以打造各具特色的“深夜食堂”为抓手，在夜游、夜景、夜购、夜市、夜娱、夜学上推陈出新，推动商旅文体融合，丰富烟火经济供给品类，提升消费供给质量。2023年上半年普陀区（含普朱）共接待游客472万人次，创旅游收入71.6亿元，同比分别增长77.7%和82.1%，排名全市第一。其中区本级接待游客194.5万人次，创旅游收入30.3亿元，同比分别增长31.1%和33.9%。2023年度1-6月限上住宿业营业额达7.38亿元，同比去年增长126.9%，限上餐饮业营业额达2.97亿元，同比去年增长31.4%，名列全市各县区第一。

**1.消费业态布局不断优化。**打造以杉杉普陀天地、凯虹广场、春天广场、美乐汇等、520潮生夜市为核心基地的高品质商圈经济，汇集百货、购物、餐饮、娱乐等丰富传统业态。突出经典记忆与时尚元素相融，推动沈家门夜排档提升改造、新街夜市重磅回归，绘就热闹繁华的渔港画卷。拓展东港邻里中心、城北旅游水街2个新兴综合体商圈，提供“衣食住行闲”一站式综合性服务。以“夜普陀”为核心，其他海岛乡镇为辅，在全区

构建形成“1+X”的现代夜间经济体系，统筹打造夜景、夜宿、夜食、夜市、夜购、夜学、夜娱和夜健等八大夜经济业态，不间断推出不同主体、不同主题的夜间经济活动，成为游客夜间消费打卡地。2022年普陀成功上榜“首批省级夜间经济样板城市”名单。

**2.节庆品牌打造彰显特色。**依托丰富的海洋资源和浓厚的海洋运动文化底蕴，高水平筹办“又见普陀·嗨翻一夏”系列文体活动，持续升级打造全国海钓名人精英赛、帆船跳岛拉力赛等区域特色鲜明的“自在普陀”系列品牌赛事，将普陀打造成“海上赛事之城”；围绕打造“海上音乐之城”，策划举办了海稻音乐节、全民艺术节等特色节庆活动；打造2.0版的中国沈家门渔港国际民间民俗大会，再现沈家门渔港“十里繁华”；举办普陀福集、沈院雅集等文旅市集活动，通过文艺演出、文创展示、互动体验、美食品尝等形式，全方位展现普陀区独特丰富的文旅资源，让集市更加“接地气、冒热气、聚人气”。挖掘农业生态文化，举办农民丰收节、“海稻”音乐节，打造“路下市集”共富工坊集群，让“村味”节庆不断提升农村附加值。

**3.护航烟火经济举措给力。**精简审批流程，主动对接、靠前服务，由区市场监督分局一次性告知夜市管理部门、经营者、代理人等相关人员营业执照的办理流程、提交材料、准入准营条件等。主动在沈家门夜排档试点“六可”旅游餐饮食品安全模式，提升旅游食品安全保障能力和管理水平。聚焦重要餐饮街

区、网红打卡地，加频加次开展夜间巡查，重点加大对未明码标价、短斤缺两等问题执法力度，全面营造普陀“放心消费”环境。

## （二）问题分析

**1.总体发展定位模糊。**随着国际国内消费复苏的步伐加快，我区不断拓展丰富夜间游玩、娱乐、购物等内容，新业态、新场景、新产品不断涌现。但如何实现普陀烟火经济高质量发展，缺乏统一认识和规划引领，整体发展定位比较笼统模糊。如东港辖区内以凯虹广场、海天国际、美乐汇等为代表的部分传统商圈大多局限于连锁百货、餐饮、购物品牌，存在消费内容同质化、文化赋能不够的情况；沈家门宝龙广场、城北水街商铺空置较多，缺少对商铺的统一规划和特色打造。

**2.消费业态相对单一。**我区夜市经济、小微经济产品仍局限于餐饮、烧烤、小吃等类型，业态形式单一，而文化、体育、表演、康养等项目融合不深，存在“烟火味很浓、文化味不足”现象。如海洲烟火烧烤街在册经营主体共 51 家，其中 49 家为小餐饮店，2 家为小食杂店，经营类别同质率高。且小餐饮店均以烧烤为主，运营过程中餐饮产品没有做到推陈出新，缺乏对 80、90 后等消费群体的粘性和吸引力。

**3.城市人气集聚不足。**城市常驻人口是烟火经济的基础。从消费人群看，主要以本地居民、年轻人和游客为主。普陀作为舟山新三线城市的区域，本岛片区缺少大型企业落户，配套产

业不够多元，以产业技术人员、外来务工人员为主体的新普陀人较少，全区户籍人口 30.9 万，常住人口仅 38.55 万。同时随着东西快速线路的开通和普陀山、朱家尖知名度的提升，外来游客直达朱家尖和普陀山居多，沈家门、东港片区没有足够的人数特别是年轻人群作为消费主体。

**4.线下消费意愿降低。**随着网络化数字化的运用普及，新一代年轻人的生活消费方式发生了巨大的改变，由原本的线下消费，愈发习惯于线上的网络消费。同时受三年疫情的影响，线下消费渠道受阻，线上消费习惯更加深入地渗透日常。足不出户、价格实惠、不满意包退等众多原因都让消费者不再愿意花费更多时间精力去线下消费。以餐饮业为例，现今外卖需求不断增加，已经成为多数人的餐饮习惯。

**5.管理方式不够灵活。**当前，烟火经济的繁荣火爆也给城市治理带来了一定的压力。如沈家门新街夜市、城北水街、路下集市的开启营运，吸引大量的人车客流，导致产生的交通、停车、卫生、秩序等一系列管理问题；海洲烧烤油烟味影响周边居民生活等问题。从部门管理来看，深度协同合作不够，个性化柔性执法手段相对单一，“首错免罚”清单涉及面不够广泛。面对新背景下的烟火经济发展，除了抓好环境卫生、城市秩序、空间规范、维权纠纷等老生常谈的话题外，如何在“管”和“放”之间寻找最合适的平衡点，值得我们探索实践。



### 三、国内城市发展烟火经济经验借鉴

**1.淄博“烧烤出圈”。**今年，凭着“小饼、烤炉加蘸料”的烧烤灵魂“三件套”，淄博烧烤在网上迅速出圈。“五一”期间，淄博住宿预订量较 2019 年同期上涨 800%，旅游订单较 2019 年同期增长超 2000%，“进淄赶烤”成为一度最时尚的“网红盛事”。中秋国庆假日期间，淄博市旅游人次实现新突破，其中周村古商城累计接待游客 30.06 万人次，日均客流量 3.75 万人次；聊斋城景区累计接待游客 18.77 万人次，日均客流量 2.35 万人次，实现了化“走红”为“长红”。主要做法：**一是提升城市承载能力稳稳承接流量。**3 月 8 日“大学生组团坐高铁去淄博撸串”登上抖音同城热搜，3 月 10 日淄博市政府即召开了新闻发布会，推出举办烧烤节、发放烧烤券等 7 项措施，为淄博烧烤“出圈”拾柴添火、加持能量。结合大学生周末作息时间，协调国铁济南局每周五加开“烧烤专列”。淄博文旅部门走进烧烤专列向乘客开展推介活动，网民分享坐高铁被文旅局“投喂”的视频再度带动传播热度。政府一波又一波的组合拳持续引发关注，淄博市的“顺势而上、主动作为”成为不亚于特色烧烤的另一道城市风景，稳稳占据舆论话题 C 位；**二是借助网络媒体将潜在购买力转为现实购买力。**运用网络传播“爆炸式”效应，截至 4 月 25 日，抖音话题“淄博烧烤”的视频总播放量为 102.8 亿次；话题“淄博”播放量 112 亿次；小红书上“淄博烧烤”笔记已经超过 96 万条；微博上，两个月内淄博霸榜 18 次。反观淄博烧烤出圈现象，大学生

打卡成为视频流量引爆点，网络传播成功放大了“网红效应”；  
**三是做好网红热点与传统产业相结合。**淄博烧烤“出圈”后，作为当地传统主导产业的琉璃陶瓷产业，及时推出“烧烤”琉璃产品，各种肉串烧烤、青菜烧烤的琉璃制品，成为广大游客争相购买的纪念品，在消费的同时，也记住了琉璃陶瓷产业是淄博的传统产业，记住了淄博博陶、华光陶瓷等陶瓷品牌，为产业发展扩大了影响力。

**2.长沙“夜经济出圈”。**半城烟火半城诗。长沙市依托国家历史文化名城、东亚文化之都、世界媒体艺术之都等文化名片，着力打造“网红长沙”消费品牌，助推夜经济蓬勃发展并取得了傲人的成绩。中国城市夜间经济发展峰会上发布的《长沙城市夜经济数据分析报告》显示，长沙夜间消费占全天消费比重过半，达到 52.6%。今年以来，长沙夜游订单同比增长 104%，环比增长 332%。如今，夜经济已经成为长沙撬动消费、提振经济的重要增长极。主要做法：**一是“新”“老”结合。**鼓励和引导百年老字号火宫殿，将火庙文化、戏曲文化、饮食文化融为一体，实现了文化在新消费领域的“二次创新”，不断创新消费场景，“适配”年轻人的饮食生活品位和消费习惯，让长沙的夜间经济从单一的餐饮、购物等消费活动，发展到酒吧、夜游、演艺体验、灯光夜景等多元业态，着力打造的网红品牌和“网红打卡点”持续涌现，为激发长沙的消费活力添了一把火；**二是打造良好营商环境。**在 2022 年度全国工商联“万家民营企业评营商环境”

调查结果中，长沙位居全国第六、稳居中西部第一，坚持“不叫不到，随叫随到，服务周到，说到做到”的“四到”精神。成功举办3届“中国城市夜间经济发展峰会”，2023年与中央广播电视总台财经节目中心合作，升级峰会，并在7月份发布“中国夜经济活力指数”及榜单；**三是用服务“平替”治理**。为满足消费者对城市综合管理、交通管理、消费安全等方面的需求，主动从管理型政府向服务型政府转变，政企联动，逐步形成了共建、共创、共享的建设管理氛围。在第五届中国文旅新营销峰会上，长沙市政协主席陈刚总结了“长沙特色”的夜经济营商环境：“治理力”带来“开放力”，长沙在疫情三年中没封过城，这反映的是一个城市的治理能力。我们对长沙的治理力和开放力，充满信心，并由对城市的治理力，带来开放力，广纳各行各业、各地贤才，汇聚成为现在的长沙。

**3.临海“古城出圈”**。2023年9月9日，位于浙江临海的台州府城文化旅游区入口，随着景区智慧系统数字刷新，这座“千年府城”迎来今年第1000万名游客。这意味着跻身国家5A级景区后，台州府城“流量”突破历史纪录，传统文化、特色美食、创意文旅等不断“出圈”。主要做法：**一是做好新旧共生**。为推动千年文化根脉在现代旅游开发中传承延续，遵循“保护优先、合理利用”原则，实施“千年古城复兴”计划，以“浙东唐诗之路”和“宋韵临海”为两大主线，打造极具辨识度的府城文化IP，让历史文化变得可看、可听、可摸、可感知。**二是做好景城共建**。

在 3.12 平方公里的台州府城文化旅游区里，生活着 2.8 万原住民。为在城市的核心区块嵌入一个 5A 景区，以打造全国开放型景区和谐发展典范为目标，将景区改造编入城市整体发展规划，率先做出“景城共建”的尝试，建成紫阳街南段历史文化展示区，展现“十里灵江、十里画廊”的生态美景；以“古城下生活”为主题，打造多业态聚集的高品质步行街。近两年，新增概念书店、文创中心、高端餐饮、主题民宿等文旅业态企业 200 多家，带动客流量 3 年内翻番，店铺营收翻了五番；**三是做好主客共享。**以提升原住民生活便捷性和游客舒适度为出发点，推进文旅“微改造、精提升”和“四十百千”创建工程，累计投入 30 多亿元，优化基础设施和公共服务，先后完成府城亮化、三线入地改造、生态停车场建设、排污系统改造等工程，努力实现让“主在景中住”、让“客如家中游”。

#### **四、提振我区烟火经济的对策建议**

##### **（一）聚焦发展新定位，疏通普陀烟火经济的关键堵点。**

聚拢来是烟火，摊开来是人间。以夜间经济、地摊经济为代表的烟火经济是未来城市消费的“新蓝海”，建议区委区政府进一步明确发展定位，更好促进烟火经济高质量发展。**一是强化顶层设计。**建议组建全区发展烟火经济领导小组或工作专班，明确牵头部门，制定出台我区扶持烟火经济发展的若干意见，把握好引导方向。如给予商户在场地租赁、税收优惠等方面一定的政策支持，降低商户经营成本，为烟火经济提供良好的发展

环境。**二是强化产业引领。**依托普陀“港、景、渔、农”特点，优化城乡多元产业布局。针对东港、沈家门、展茅等不同区块的特点，综合考虑环境、交通、安全等因素，科学布局具有文化内涵、时代元素和符合消费者需求的市集、地摊、休闲、娱乐、民宿、购物等场所，打造东港“总部经济”、沈家门“怀旧经济”、展茅“田园经济”，更好“圈”出整体烟火气。**三是强化人气集聚。**烟火气就是人气。淄博、长沙成功“出圈”的一个秘诀便是抓住了年轻人这个最活跃的群体。要善于抓住各类消费群体，针对不同的年龄、消费能力、偏好提炼消费需求，并通过市场的检验精准提炼形成定制化产品，吸引消费者特别是年轻人慕名前来，使“流量”变“留量”。

**(二)激发城乡新活力，擦亮普陀烟火经济的特色品牌。**“说走就走的旅行”是当下十分流行的网络用语，对于个人来说，难的是有说走就走的勇气，对于城市而言，难得是让人们要找到一个想去就去的理由，建议区委区政府以“渔都港城、蓝色海湾”为名片，切实加强品牌建设，更好展示普陀魄力，使之成为我区烟火经济发展的新气眼。**一是打造东港“总部经济”。**东港商圈是普陀区的中心地带和“大本营”，有着东港游乐园、青少年文化宫、湖畔商圈等传统业态和独具普陀特色、富有舟山风情的520幸福街·潮生夜市。要立足东港内湖商圈的优势条件，以旅游业“微改造、精提升”为引领，举办烛光音乐会和暖冬节等活动，将人流商户集聚起来，推动城市商圈持续火爆。要立足

展茅至东港“最美公路”的时尚新名片，统筹推进“那云·星辰大海上的天空之城”项目，加快螺塘线全线旅游基础设施建设和配套项目开发，进一步推动东港总部提档升级。二是打造沈家门“怀旧经济”。沈家门新街夜市承载了一代沈家门人的记忆，它的回归，让无数人对它瞬间热情高涨。要扩大新街夜市的品牌效应，在新街打造渔都购物街，在滨港路打造渔港风情街、酒吧一条街或咖啡一条街，在中大街打造风情小吃一条街或特色产品一条街等，唤醒沈家门老底子经典记忆。作为舟山餐饮界的金字招牌，沈家门夜排档一直是游客来舟山吃、住、游、购、娱中的重要一环。新提升改造的沈家门夜排档要立足渔港文化和市井文化中的烟火味，挖掘“老底子”，融入时尚元素，进一步擦亮金名片，使之成为游客吃客来普打卡的“新顶流”。三是打造展茅“田园经济”。新农村建设要有新的烟火气。要结合“三农”特点，统筹推进展茅片乡村振兴，最大限度保留农家院落，延续农村生活方式，深化打造共富工坊市集。推动农旅融合，深化田园综合体建设，开设创意民俗体验区、田园文化休闲区、大棚生态区，持续开展“村BA”、我要上“村晚”等活动，彰显乡土风情，打造城市美丽后花园，让游客享受农村独有的悠闲和惬意。

**（三）释放消费新动能，持续燃旺渔都港城烟火气。** 文旅项目消费是烟火经济提质转型升级的新趋势，要把激发文旅游消费作为燃旺我区烟火气的重要抓手来抓。一是创新消费项目

**体验。**丰富当前各商业聚集区的夜间功能，增加夜间表演、竞技、体育健身等活动策划，利用主题光影艺术，推进海岸线区域开发建设，增加滨海大道亮化指引标识，结合当下潮流热点和本地海岛文化增设拍照框、打卡路牌等景观，并将传统购物、餐饮、休闲与音乐会、荧光夜跑、艺术节等新兴休闲娱乐方式进一步融合，打造更多文旅+消费、集市+演出的多元化融合发展新模式。

**二是丰富消费产品供给。**创新消费场景，构建主客共享的文化和旅游消费新空间，推出一批节日主题文艺演出、艺术展览，丰富个性化定制产品，满足多样化的消费需求。深挖海岛游、乡村游的消费潜力，丰富普陀旅游优质产品的供给。引导旅行社重点推出亲子游、研学游、文化体验游等产品和线路。在各大集市合适场所，举行观音饼制作、渔民画创作、渔歌文化等非遗和民间艺术展览，更好吸引人气，促进消费。

**三是加大消费惠民力度。**在推动汽车、家电等商品惠民消费的同时，重点向文旅服务消费倾斜，组织商圈集市、旅游景区等推出形式多样的促销活动，聚焦美食、门票、交通等服务项目，推出一系列促消费举措。如优化消费券发放形式，扩大消费券受众面，增加门店优惠服务参与度，联合商家开展促销，持续释放消费政策红利，推动各类市场良性循环和健康发展。

#### **（四）把好治理新逻辑，全面打造政通人和的营商环境。**

科学处理人间烟火气与城市治理的关系，着重在“放、管、服”上下功夫。一是“放”而有序，既要应放尽放，又要稳步有序。

以精细化思维做好前期工作，认真做好科学全面论证，在确保安全、不影响市容的前提下，适当放开地摊、夜市经营许可，确定哪些路段、公园、时段能够放开，确保放得稳步有序。二是“管”而有度，既要依法依规，又要温情有度。从群众多层次、多样化的消费需求出发，持续规范夜市等经营秩序。建立部门协同监管和投诉处置机制，主动帮助、指导做好投诉问题处置。同时本着人性化管理原则，处理好“情、理、法”的关系，积极推行柔性执法，对经营者做好教育引导，对可能出现的矛盾，开展充满人情味的化解，向市场传递宽松政策支持积极信号。三是“服”而精准，既要全面周到，又要创新方式。积极延伸政务服务触角，将窗口前移、服务前倾，把便民服务从政务大厅带向市井烟火，持续推动政务服务“就近办”“上门办”，开展“进市场”上门集中办照服务，现场为市场商户答疑解惑并受理注册登记办理营业执照，推动实现政务服务“零距离”，打造更有效率、更有温度的营商环境。

#### **（五）用好传播新矩阵，合力推动普陀烟火气品牌出圈。**

当前，互联网、数字化已成为品牌价值传播的重要平台，网络宣传活动有“亲切感、生活味、烟火气”，才能让游客“记得住、去得勤、传得开”。一方面，**要运用线上裂变传播效应**。切实加强与携程、飞猪、马蜂窝等 OTA 平台合作，活用微信、微博、抖音、小红书等流量平台，输出创意新颖的短视频、文案图片等，广泛宣传推介普陀，促进营销精准高效。灵活运用“网红”



这个“专业”群体，借助一批粉丝量巨大、宣传手段丰富的“网红”“视频博主”，邀请他们到普陀拍摄打卡，通过深度探访，策划制造一批正向引爆网络热点，从而实现线上观众向线下消费者引流。另一方面，**要提升舆情应急处置能力**。线上传播裂变效应的背后也蕴含着一定的舆情危机。如今年淄博热度最高的时候，却出现了负面舆情，没有第一时间处置，而是通过线下的主动担当，引得不少网友“黑转粉”“路转粉”；2月14日东极岛“山盟海誓”石碑破碎一地的视频在网上迅速流传，冲上热搜等事件，这迫切需要各级干部不断提升“触网”能力，随时做好舆情应对准备。要善用网络语言，及时响应，换位发声，科学应对，牢牢掌握舆情话语权，转网络为己用，在化危中不断提升热度。

---

抄送：本会主席、副主席、秘书长，区发改局，区公安分局，区商务局，区文广旅体局，区综合行政执法局，区自然资源和规划分局，区市场监管分局，本会各委办。

---