

亲子消费发展进入快车道 市场亟待进一步完善

近些年，伴随着我国人均收入的提高，老百姓的生活水平越来越高。尤其是“80后”“90后”相继成为父母，他们的育儿理念、教育理念和消费观念更加超前，更舍得在孩子身上投入，也更加注重亲子教育。

在这种趋势下，亲子消费进入了快速发展阶段。统计显示，我国儿童消费市场的规模已经突破4.5万亿元。各种培训机构、消费项目纷纷把目光投向亲子市场，许多以往只有大人参与的活动，现在纷纷引入亲子课程，引导大人陪伴孩子一起体验、学习和成长。

寒假期间，记者走访了北京几家知名亲子“打卡地”，发现亲子消费呈现出一些新变化、新气象。

亲子业态成为商场必备

春节期间，对绝大多数孩子的父母来说，最重要的任务就是陪“小神兽”们吃好玩好。

初五一大早，家住北京昌平区回龙观社区的姜女士就早早起床，开始为一天的出行做准备。平时工作繁忙的姜女士，每到节假日，陪伴孩子是头等大事。姜女士向记者讲了她一天的行程安排：早上先直奔昌平的一家草莓采摘园，与孩子一起感受大自然的乐趣。中午赶到朝阳区的蓝色港湾和朋友一家吃饭，下午陪孩子在那里的儿童游乐园玩，晚上吃完饭回家。她大概算了一下，这一天的开销在1000元左右。姜女士说，这基本是带娃出门的“起步价”，其中还不包括买玩具、办卡、报培训班等额外“增项”。

不少家长均表示，随着孩子年龄的增长，各种开销也与日俱增，“孩子的钱最好赚”这句话并不是空穴来风。中国儿童产业研究中心调查结果显示，我国约80%的家庭儿童支出占家庭支出的30%至50%。

蓝色港湾是北京一家很有名的主打亲子业态的商场，其运营总监许争告诉记者，蓝色港湾约有120家儿童业态店铺，尽管去年以来，亲子培训板块受疫

情影响较大，但亲子娱乐和消费方面目前已经恢复甚至超过了疫情之前的状态。今年春节期间，蓝色港湾的日均客流量达到5万人，较2019年增长30%以上。

许争说，蓝色港湾周边属于成熟社区，节假日带着孩子来玩的家长非常多，消费群体较为稳定。亲子消费要同时考虑孩子和家长两个群体的体验，尤其是目前年轻的家长消费力较高，在陪孩子出门的时候，自己购物的欲望也很强。今年春节假期蓝色港湾的销售较2019年同期增长了50%以上。此外，蓝色港湾依托项目环境和商户组合优势，逢年过节都会推出各种面向亲子消费的主题活动，已经成为一张富有特色的名片。

看准了亲子消费的商机，各大商场早已开始积极布局亲子业态。营商大数据公布的“2020年度品牌商关注新开业购物中心TOP100”显示，在细分体验业态中，儿童亲子业态占比达9.54%，仅次于餐饮，成为第二大体验业态。

位于北京朝阳区望京社区的颂堤港购物广场一共有五层，亲子业态就占了三层，里面布满了各种卡通动漫模型、玩偶，让家长和孩子仿佛置身童话王国；在银泰百货北京大红门店，负责人最佳告诉记者，商场周边消费群体年龄主要集中在35岁至45岁，是“溜娃”的主力人群，今年，商场将考虑继续丰富亲子娱乐、儿童培训品类，加强亲子板块布局。

更加注重个性化、品质化

当前，亲子消费市场非常红火。当消费者选择空间增大时，也对产品和服务的品质提出了更高要求。“同质化的东西很难受到家长和孩子们的青睐，新鲜的、互动性强的项目成为首选。”姜女士坦言。

去年10月，国家发展改革委同财政部等13个部门印发了《近期扩内需促消费的工作方案》，其中提到，要坚持供给侧结构性改革，以高质量供给适应引领创新需求，提升供给质量和灵活性，满足人民群众对个性化、多样化、高品质

消费的需求。

记者在走访时也发现，亲子消费正向着个性化、品质化、年轻化的方向发展。

本意手作是蓝色港湾里一家特色店铺，主要教孩子们动手制作一些木制、皮制作品，提供现代木工体验。店铺里陈列了各式各样的模型，有汽车、飞机、轮船、三轮车等。“这些都是孩子们自己选择，在家长和老师的指导与配合下完成的。”本意手作的店员告诉记者，动手能力是孩子成长过程中必不可少的一项技能，现在很多家长都认识到了这一点，带孩子来体验、学习的不在少数。

在北京斯普瑞斯奥特莱斯(vly)蹦床公园，小朋友们纷纷在蹦床、滑梯、攀岩、海洋球等数十个项目非常受欢迎。据工作人员介绍，这几天每天有将近1000人进场。“冬季商场里的蹦床、滑梯、攀岩、海洋球等数十个项目非常受欢迎。据工作人员介绍，这几天每天有将近1000人进场。“冬季商场里的蹦床、滑梯、攀岩、海洋球等数十个项目非常受欢迎。据工作人员介绍，这几天每天有将近1000人进场。”

除此之外，亲子滑雪、亲子马术、亲子高尔夫、亲子游泳、亲子烘焙等培训、娱乐项目五花八门，层出不穷，调动着大人和孩子的每根神经。

记者注意到，家长们对亲子消费的品质要求水涨船高。“过年给宝宝买一件质量好且耐穿的新衣，是家长的普遍心理。”银泰百货母婴品类相关工作人员麻露露告诉记者，节日期间，银泰百货内的高端童装品牌全面领涨。在玩具方面，家长越来越注重寓教于乐，kidsland、乐高注重智力开发、亲子互动的玩具品牌受到普遍欢迎。

亲子游是集教育、亲情、体验、娱乐等于一体的游乐方式，是亲子消费中的一个重要板块。携程公布的《2020年中国亲子游消费趋势报告》显示，“80后”“90后”父母是亲子游主力人群，占比分别为41%和32%。同时，家长对对的品质要求较高，在亲子酒店星级分布中，4星、5星酒店合计占比达45%。

市场亟待进一步完善

“舍得给孩子办卡消费，但是最担心的就是店铺能开多久？会不会在卡用完之前就倒闭？培训机构的专业性如何？会不会错误地引导孩子？”不少家长都有类似的担心和顾虑。

记者了解到，在亲子消费繁荣景象的背后，确实存在不少问题，隐含着不少风险。尤其是去年以来，受疫情影响，亲子项目收钱办卡之后就关门、倒闭、“跑路”的事情时有发生。

如何保障消费者的合法权益？如何补齐短板，推动亲子消费市场健康发展？

在对外经济贸易大学教育与开放经济研究中心产业部主任卢福永看来，当前，亲子消费领域的行业自律明显不足，产品、机构、从业人员等方面的档次和水平也参差不齐，头部企业和机构尚未具备良好的引领能力。有些教育属性的产品和课程中，出现了不适合、不利于幼儿成长的内容，尤其是体现在AI类产品和在线课程内容中。

“同时，行业监管不足。”卢福永说，亲子教育培训机构在重点考虑经济效益的同时，可能对教育属性有所忽略。一些早教机构甚至把小学课程渗透到早教班中，还得到一部分家长的默许，形成了亲子消费市场监管死角。

卢福永认为，亲子消费市场的健康发展，需要多方面的共同努力。首先，家长要增强分辨能力，树立正确的育儿理念，不要随意跟风或者轻易受到不恰当的炒作影响；其次，相关部门应加强监管，及时跟进新业态，采用新监管策略，提升监管力度和监管效率，利用好“黑名单”制度及社会信用管理制度，保障亲子行业的健康有序发展，保证家长和孩子的权益和身心健康；再次，行业协会等社会团体应发挥积极的引导作用，尤其头部企业和机构，要做好表率，多方面促进行业自律，提高服务质量和水平。

据经济日报

持续擦亮“川粮油”“金字招牌” “中国好粮油”四川行动建设典型经验和成效走向全国

本报讯(记者 赵蝶)昨日，记者从有关部门获悉，近日，国家粮食和物资储备局在北京举行2020年度“中国好粮油”产品发布会，各省设分会场通过央视网络直播。发布会对“中国好粮油”行动实施以来取得的成效进行了全面总结，通报了“中国好粮油”产品遴选情况，公布了大米、小麦粉、食用植物油、挂面和杂粮杂豆等5个品类2020年度“中国好粮油”产品名单，四川12个产品入选。作为食用植物油类产品的代表省份，四川介绍了“中国好粮油”行动建设情况，以及大力实施“天府菜油”行动，打造“天府菜油”区域公共品牌，增加优质粮油产品有效供给，引领“川粮油”产业高质量发展的典型经验和成效。

据悉，近年来，四川深入推进优质粮食工程，实施“中国好粮油”行动，打造“天府菜油”区域公共品牌，发展“四川好粮油”产品，增加四川绿色优质粮油产品市场供给，取得了新成效。四川

省川菜王牌小榨浓香菜籽油、辛农民牌黄菜油(小榨浓香菜籽油)、鼻鼻牌苍溪小榨油、川熟乡牌小榨浓香菜籽油、新兴粮油牌浓香菜籽油和小榨菜籽油等6个菜籽油产品，梨乡牌香米、长赤翡翠米牌鱼稻共生乡间小稻米(籼米)、诺水牌通江大米、梁家山牌香米等4个大米产品、雄健丰田牌清水爽滑挂面和清水银丝挂面等2个挂面产品，共计10家粮油企业的12个“四川好粮油”被中国粮油学会评为2020年度“中国好粮油”产品，产品总数位列全国第9位。其中，菜籽油以6个产品的总量位居首位。

下一步，四川省将突出“五优联动”，推动“三链协同”，实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，深入做好“中国好粮油”和“天府菜油”行动，做大做强一批具有四川地域特色、知名度高、美誉度好的优质粮油品牌，持续擦亮四川粮油“金字招牌”，不断推动全省粮油产业高质量发展。

金融土地等措施系统发力—— 楼市调控不松懈 全年将以稳为主

从去年底至今，个别城市房地产市场有所升温。对此，多地出台了房地产市场调控政策，从打击投机炒房，到金融和信贷政策，再到土地出让规则的变化，调控不断加码针对性，不断细化，预计将对平抑个别城市楼市过热态势起到作用，全年楼市仍将以稳为主。

个别城市房价稳中微涨

2021年1月，70个大中城市中，新建商品住宅与上月相比价格上涨的城市有53个。二手房方面，北上广深四个一线城市环比涨幅较为明显。

伴随市场的变化，一段时间以来，杭州、北京、深圳、江苏、江西、上海等地均出台楼市调控政策，举措包括防止假离婚取得购房资格、打击违规冻资、囤积经营贷、上调房贷利率等，主要是打击与抑制市场上投机炒作为主。

从“十四五”规划建议，到2020年底的中央经济工作会议，再到有关主管部门的多次表态，均释放出坚持房地产调控不动摇的信号。清华大学房地产研究所所长刘洪玉认为，国家将坚持房地产调控政策的连续性和稳定性，稳妥实施房地产调控长效机制并在实践中不断优化和完善政策工具箱。

金融和信贷调控成本轮重点“房地产是现阶段我国金融风险方面最大的‘灰犀牛’。”浙江工业大学副校长虞晓芬说，当前我国金融化程度过高，表现在银行信贷投放中房地产占比高，房地产企业负债率过高，居民家庭负债率增长过快。

从去年下半年至今的房地产调控，有一个突出的特点是出台了更多金融和信贷政策。

2020年8月，住建部等部门形成了重点房地产企业资金监测和融资管理规则，“三条红线”(房企剔除预

收款后的资产负债率不得大于70%；房企的净负债率不得大于100%；房企的“现金短债比”小于1)成为规范房地产企业融资的重要规则。

2020年底，央行和银保监会出台《关于建立银行业金融机构房地产贷款集中度管理制度的通知》，设置了房地产贷款余额占比上限和个人住房贷款余额占比上限，旨在将房地产领域的金融杠杆控制在合理范围内。

各地也通过对信贷政策的调整，加大了对购房资金的监管力度。业内人士普遍预计，房地产市场调控的主战场转移到金融信贷领域，会对房地产市场产生实质性的影响。加强对购房资金监管将有效抑制投资客入场并对市场看涨预期起到平抑作用。

引导土地市场理性竞争近日，青岛市自然资源和规划局发布消息称，为引导市场理性竞争，严格实行住宅用地“两集中”同步公开出让，全年将分3批次集中统一发布住宅用地的招拍挂公告并实施招拍挂出让活动。

2月26日，自然资源部自然资源开发利用司负责人表示，今年要求各地进一步将住宅用地出让信息合理适度集中，重点城市要对住宅用地集中公告、集中供应，让各类市场主体和消费者充分掌握信息，形成合理预期。

诺葛找房数据研究中心分析师陈霄称，“在房同一时期组织大量地块集中挂牌出让”对于房企资金将产生一定的分流效果，使得竞拍同地块的房企数量减少，间接降低了土拍的激烈程度，避免出现过热现象，土地的溢价率将会得到有效合理的控制。同时，对于房企来说，将会加速房企间的分化，资金雄厚的大型房企更具实力参与多宗地块的竞拍，拥有更多的拿地机会。

易居研究院的政策分析文章指出，集中供地政策有助于减少土地哄抢，促进各地土地交易市场平稳，本质上也是“稳地价、稳房价、稳预期”的重要体现。

据经济日报

用数字技术赋能乡村发展

朝着广东省广州市花都区农业农村局，花农书显步履加快。“听说政府要帮助我们在网上卖花，还要给我们做培训，我赶紧过来看看。”这段时间，广州白云区、佛山南海区里水镇等地“云上花市”的销售渐入佳境，让韦书辉跃跃欲试。

过去一年，数字化、信息化手段为科学防控新冠肺炎疫情、复工复产、民生保障等提供了有力支撑。在广东，徐闻菠萝在网络营销的帮助下内外销并举，创造销售佳绩；电商平台，市县长直播助农，介绍本地名特产农产品和非遗传衍生品……可以说，红红火火的“云上花市”，也是数字助农在新春佳节里的又一次尝试。

更进一步看，从数字助农到智慧兴农，数字红利是实现乡村振兴亟需激活的宝贵资源。记者在广江市阳西县程村镇红光村采访时发现，秧苗、蔬菜、果树在温度、湿度、土质传感器的监测下茁壮成长，一旦数据异常或者摄像头捕捉到病虫害蔓延，就会启动灌溉、施肥设施加快工作程序，指挥无人机按照定位精准喷洒无公害杀虫剂；采收后的稻谷、蔬菜、水果直接上电商平台，消费者用手机下单，既能通过直播看到销售信息，也能回看作物成长过程中的视频片段；产品到手后，扫一扫二维码，品种、产地、检测报告等都一目了然……在田间地头，在乡村田野，农业数字技术为

乡村振兴画卷增添了智慧的亮色。

由此而言，在实现乡村振兴的过程中，数字农业、乡村信息化不是简单的电商下乡，让农民网购物美价廉的消费品；也不会停留在直播带货本地农产品，而是由数字化、信息化全方位赋能农业生产方式和乡村生活方式。在这里，除了高标准农田、现代水利设施、受过技术培训的专业农民以外，数字基础设施及各种互联互通的信息化应用，也是不可或缺的产业要素。

实现乡村振兴，必须促进农业全面升级、农村全面进步、农民全面发展，建立全域覆盖、普惠共享、城乡一体的基础设施服务网络。例如，5G新建基站延伸到农村、农业，补齐农村基础设施这个短板；工业互联网中的各项技术及应用，也可以加快向农业转化落地。此外，还应加大培训力度，培养更多爱农业、懂技术、善经营的新型职业农民。只有插上信息化的翅膀，将数字红利转化为发展红利，才能发展农业、造福农村、富裕农民。

云端线上，花团锦簇。“云上花市”折射出数字化、信息化对乡村振兴的深远影响。让日新月异的技术革新，承载乡村发展的泥土气，接上百姓生活的烟火气，我们一定能更好谱写新时代乡村全面振兴新篇章。

据人民日报



丰富「菜篮子」 鼓了「钱袋子」

近日，四川省广安市岳池县苟角镇红门村柏氏食用菌种植专业合作社的社员正在采收羊肚菌。为优化农作物种植结构，助力乡村振兴，岳池县苟角镇近年来成立特色食用菌种植专业合作社，引进技术人员，结合市场需求带领社员发展羊肚菌、马桑菌、球盖菇等特色食用菌种植，年产值达100多万元，社员人均增收1万余元，既丰富了市民的“菜篮子”，又鼓了社员的“钱袋子”。目前，当地食用菌产业向规模化种植发展。

丁韬 特约记者 邱海鹰 摄

贵州岑巩：茶园添新绿 春茶采摘忙

春吐黄芽，茶农笑翻天。连日来，在贵州岑巩县天马镇白岩坪的茶场里，40多名采茶人指尖飞舞，采摘首批春茶。

“单手采的时候一天才采得到七八十块钱，两只手采要采得多点，能采一百四五十块钱左右。”采茶工人杨明笑着说，在基地采茶工资当天就兑现，还可以兼顾家庭，每年光采茶就有1万多元的收入。

“今年气温回升比较早，基地里的茶树发芽较快，现在是春茶的采摘关键时期，附近的村民在闲暇之余都会来采摘茶叶。”茶场负责人张远祥介绍说，整个茶场每天的用工量达到50多人，一直到端午节后才能采摘完。

据了解，天马镇是思州绿茶的主产区，具有悠久的茶叶生产史，“天仙绿茶”曾获94年贵州首届绿色食品展评展销会金奖和95国际绿色食品博览会金奖。

“天马镇一直坚持‘两茶一烟’的主导产业发展规划，进一步扩大茶叶种植规模和提升改造，加快形成‘万亩茶叶小镇’的产业布局，带动百姓增收。”天马镇党委书记 镇长周茂说。

目前，该镇现有茶园8500余亩，目前发挥经济效益的茶园5000多亩，预计今年全镇茶叶产量4000吨，产值1000万元。

近年来，岑巩县不断创新茶叶发展思路，通过采取“公司+合作社+农户”的发展模式，整合当地茶叶产业资源，优化茶叶产业结构，选择通过推进龙头企业培育，在企业带动下谋求发展。

该县通过多渠道筹措资金，重点打造了天马镇苗落、白岩坪、天星乡茅坪、大路台和龙田镇老鹿岩等茶叶产业带，采取农户联合大户独立开发、茶农专业合作社有偿土地流转等方式扩大茶叶基地规模，与贫困户建立利益联结机制，对



贫困户实现产业覆盖。

同时，引进了福鼎大白茶、龙井43、安吉白茶等名优品种，利用深厚的思州文化和优良的茶叶品质，引导各茶叶企业整合品牌，共同打造“思州”品牌茶叶

产品，已通过国家相关部门无公害茶园认定，为扩大产品市场占有率打下基础。预计3到5年时间，力争打造成黔东南州茶叶生产大县，力争实现茶叶种植面积8万亩以上。

万再祥 文/图