

深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

激活绿色消费新动能赋能城市发展

张松梅

举持续激发绿色消费内生增长动力。

以绿色消费赋能青岛高质量发展

第一，优化政策工具组合，构建双轨互补的激励机制。在财政资金有限的情况下，实现固

定补贴与碳普惠积分协同联动。固定补贴配上

严格的环保标准，更适合拉动家电、汽车这类大

件绿色商品消费；而碳普惠这类积分激励方式，

则更适合用来鼓励老百姓养成日常低碳的生活

习惯。一是优化以旧换新固定补贴。继续把补

贴资源向一级能效家电、新能源汽车等高减排

效益品类倾斜，严格能效、标识审核，防范补

贴刺激带来的过量消费增排风险，用好财政资

金撬动消费增量。二是做强“青碳行”可变补

贴平台。突破单一出行场景，把积分应用拓展

到商超购物、家电以旧换新、文旅行宿等领

域，扩大碳普惠覆盖面。三是探索政策联动创

新。打通以旧换新办理系统与碳普惠平台数

据接口，对参与家电、汽车以旧换新的市民

同步发放碳普惠积分，实现“购置绿色大件享

财政补贴，践行低碳日常得积分激励”，兼

顾短期大件消费拉动与长期低碳生活习惯培

育，放大政策综合效益。

第二，做强绿色产品供给，打通供需循环堵

点。供给是绿色消费的基础。要充分发挥青

岛制造业优势，依托海尔等龙头企业和83家

国家绿色工厂，鼓励企业加大绿色设计，依

靠规模化生产降低绿色产品溢价。加强市场

监管，整治虚假“漂绿”宣传，普及绿色产

品认证、能效标识知识，维护消费者权益。

面向县域、农村市场，开发适配农村居住

条件的高性价比绿色家电、节水器具；持

续推进家电汽车下乡，同步配套上门拆装

、维修、回收一体化服务。健全再生资源

回收体系，加密城乡尤其是乡镇、村级回收

网点布局，鼓励家电、车企完善逆向物流，

推广线上预约上门回收，补齐农村回收短

板，构建“消费—回收—再制造”完整闭环，

释放下沉市场消费潜力，推动城乡绿色消

费结构趋同，补齐县域乡村消费短板，更

能够不断增进民生福祉，涵养简约适度的

社会新风。

青岛绿色消费发展成效与现实短板

近年来，青岛立足本土智能家电产业优势

与滨海城市禀赋，统筹推进消费品以旧换

新、数字碳普惠创新、绿色消费场景培育、

家电汽车下乡推广，打出一套适配本地产

业和消费特点的政策“组合拳”。一方面，

用好超长期特别国债政策红利，创新补贴

品类，推动汽车、一级能效家电等绿色大

件消费快速扩容；另一方面，依托全国首

个数字人民币碳普惠平台“青碳行”，探

索出“固定补贴撬动大件换新、碳普惠积

分激励日常低碳”的双向互补激励模式，形

成政策落地有力度、数字创新有亮点、城

乡覆盖有广度的青岛绿色消费特色模式。

同时，也要清醒看到，对标建设国际消费

中心城市和碳达峰试点建设目标，青岛绿

色消费发展仍存在现实短板：部分绿色家

电、家居产品仍存在一定溢价，面向县城

农村的适配产品供给不足；固定补贴与碳

普惠积分尚未打通联动，个人碳账户应

用场景较为局限，大多集中于公共出行领

域；部分群众虽具备环保意识，但受产

品价格、获取便捷度等现实条件制约，存

在“环保认知高、实际转化低”的认知—行

为鸿沟；家电、汽车逆向回收网络布局不

均衡，农村回收网点偏少，“消费—回

收—再制造”闭环链条仍需进一步健全。

为此，必须坚持系统思维，统筹供给

侧改革、需求侧引导、制度机制完善，多

措并举

从里院档案看历史街区的持续生长

历史城区是城市文脉的载体，也是人民

群众生活的空间。推进历史城区保护更新

，既要让城市记忆在生活中延续，也要让

居民在熟悉的社区中共享品质生活。青

岛近代档案揭示了一个规律：真正有生命

力的历史街区，不只是建筑风貌保存良好

的街区，更是居民生活持续、日常功能完

善、经营秩序稳定的街区。这为当前城市

更新提供了重要启示：保护历史城区，

应当坚持保护为先、民生为大、活力为

本、治理为要，以人民城市理念引领历史

城区保护更新，推动风貌保护、民生改

善、文脉传承、地方品质、城市魅力提

升有机统一。

从里院档案看历史街区的持续生长

1931年青岛市社会局杂院统计，以及1935

年青岛市公安局第一区、第二区杂院调

查，为研究近代青岛里院生活提供了重

要档案支撑。两组资料分别涵盖391个

和594个院落，其中230个院落可以逐

一对应，为跨时段观察里院变化提供了

可靠依据。资料显示，四年间，在这些

院落中，近半数业主或经租人发生更

替，住户职业结构、家庭构成也陆续调

整。与此同时，院落的居住、经营和公

共交往等基本功能总体延续，房间数量

虽有增减但总量基本稳定，月租水平总

体平稳。档案资料不仅记录了里院空间

和生活的历史变化，也承载着青岛城市

管理的有益经验。1931年前后的调查

侧重掌握院落基本情况，1935年前

后的登记则更多服务于户籍管理和公

共社会治理需要；两类资料围绕院落、

房屋、住户和使用方式等要素逐院对

照，形成了具有连续性的城市生活记

录。这说明，认识和治理历史街区，

既要关注建筑形态，也要持续掌握人

口结构、空间使用、经营活动和公共

服务等动态信息。

里院档案启示：“复合共生”的

保护认知

档案资料显示，里院的生命力体现为建

筑格局延续与生活主体更新的有机统

一，历史街区的历史价值是包含生活、

商业、交往、休闲和文化体验的复合关

系。而近代档案所呈现的，正是历史街

区在产权变动、住户更替和功能调整

中持续生长的过程；从连续的历史过程

看，历史街区具有明确的历史依据和现

实条件，作为承载多元城市生活的复合

型空间，形成了街区的历史魅力和城

市影响力。这种复合性也体现在历史街

区面向公众的开放功能之中。以中山

路为代表的近代商业街区，历史上就

汇聚了商业金融、商品流通、社会交

往、旅游休闲和居民生活等多重活动；

商业经营满足日常需要，公共交往扩

大城市影响，观光休闲传播街区文

化，居民生活则持续提供真实而稳定

的社会基础——多种功能在同一条街

道及其周边空间中交织展开，共同塑

造了近代商业街区的

从近代档案看历史街区的复合共生

邓 夏

城市吸引力。这一历史经验表明，生活、

商业、交往与文化体验之间本就存在长

期互动，它的魅力，很大程度上根源于

这种复合型社会生态，生活性、开放

性和商业性形成相互促进的关系。因

此，当下历史城区保护更新的任务，

是识别这种结构、延续这种复合传统，

并通过分类施策使其适应当代生活。

首先，历史街区的价值体现在完整的

空间系统之中。里院形体、柱廊楼梯、

屋顶与门窗等构成了可见的建筑遗存，

街巷、院落、门店、廊道与居民日常

交往、经营、休息、通行之间形成的

空间秩序，则赋予这些遗存以持续使

用的意义。建筑单体只有回到街区整

体和日常生活之中，才能充分呈现其

历史价值。因此，历史街区保护需要

将建筑、街巷、院落与使用方式联系

起来，维护空间形态、生活功能和社会

交往之间的整体关系。

其次，历史街区的活力建立在持续运

转的生活功能之上。各类商业与买菜、

理发、维修、邻里交流、儿童活动和

老人休憩等日常生活，构成了街区稳

定运行的生活基础，也使历史空间保

持真实、连续和可感知的状态。保护

更新应围绕居民生活需要，在注重观

瞻与繁华兼备的对外商娱之外，完善

基础设施和公共服务，延续便民商业、

社区服务和邻里交往等功能，使历史

街区在改善生活条件的同时保持自身

的生活温度。

当前推进历史城区保护更新，需要

通过适度调整街区持续回应现实需

求，为新的生活需求、公共服务和文

化活动提供合理空间。居民生活、特

色经营、公共文化体验和社区交往，

可以在不同空间层次中形成相互支撑

的关系，构成历史街区富有弹性且持

续生长的活力来源。

以分类施策推动历史街区可居可游

真实生活是历史街区最持久的活力来

源，也是历史文脉得以延续的重要保

障。推进历史城区保护更新，应充分

认识历史街区多元功能交织共生的内

在规律；以居民日常生活为基础，以

历史文化为特色，通过适度开放和复

合功能拓展公共体验，使居民生活与

城市公共文化活动策划联动展开，在

改善生活环境的同时延续街区的历史

活力，推动居民生活、商户经营与

游客体验形成相互支持的关系。

一是守住真实日常，使生活成为街区

活力的根基。历史街区的魅力首先来

自持续发生的日常生活。推进更新，

应围绕居民安居和社区延续，改善厨

卫、管线、消防、采光、通风、通

行、无障碍和公共服务等条件，保

持便民商业和社区服务的连续性，为

居民长期生活、商户稳定经营和邻

里日常交往创造良好环境，为新居

民、新业态和新的公共活动留下适

度空间，使历史街区在改善中保持

连续，在发展中延续特色。

二是激活历史文化，提升面向公众

的体验价值。历史文化赋予街区独特

的识别度，公共开放则使这种文化

价值获得更广泛的感知和

回收体系，加密城乡尤其是乡镇、村

级回收网点布局，鼓励家电、车企完

善逆向物流，推广线上预约上门回

收，补齐农村回收短板，构建“消

费—回收—再制造”完整闭环，释

放下沉市场消费潜力，推动城乡绿

色消费结构趋同。

第三，丰富拓展绿色消费场景，促

进实物消费向服务消费延伸。绿色消

费不只是购买实物产品，也包含文

旅、住宿、循环利用等各类服务消

费。依托青岛山海文旅资源，持续

培育生态研学、绿色露营、低碳住

宿等文旅服务消费；深化智慧商圈、

绿色商场建设，引导商贸企业推行

简约包装，减少一次性用品使用。

强化环境规划中介赋能作用，把市

场绿色消费需求传导至本土制造

业，推动企业绿色改造升级，实现

扩内需、促转型、降碳多重目标叠

加共振。鼓励金融机构开发绿色消

费信贷、分期产品，降低市民购

置绿色家电、新能源装备的资金门

槛。

第四，厚植社会共识，破解“认知—

行为”鸿沟，放大绿色行为扩散效

应。绿色消费落地，离不开广大市

民的主动参与。参照中国消协《中

国消费者绿色消费指南（2026版）

》50条行动建议，结合青岛城市

实际，编制本土通俗版绿色消费科

普指引，覆盖饮食、出行、居家、

购物四大领域。重视环境知识感知

的中介作用，不只简单宣讲环保大

道理，更要面向社区、校园、商圈

普及能效标识、绿色认证、旧物循

环等实用知识，降低市民践行绿色

消费认知成本。充分发挥社区邻里

社会互动传导机制，发掘绿色消费

先行者示范作用，通过社区宣讲、

主题打卡活动，实现绿色消费从“

少数先行”走向“全民共行”。发

挥机关事业单位公共机构示范作

用，落实优先绿色采购，带动全社

会形成简约适度、绿色低碳的消费

风尚。

（作者单位：青岛市委党校）

粉丝经济撬动消费新增量

徐 宁

消费是经济增长的“压舱石”，也是

城市活力的“晴雨表”。随着我国消

费结构的转型升级，以演艺活动为代

表的粉丝经济正成为撬动消费新增

量的重要杠杆。今年以来，青岛演

唱会单日“三场同开”已成常态，

技术增量的专业支撑、难度升维的

运营突破、垂类深耕的生态培育，

共同构成了青岛粉丝经济的破圈

逻辑。

粉丝经济的本质，是情感共鸣与场

景体验的融合，而非简单的“应援”

“打榜”等表层行为。体育赛事、

动漫游戏、虚拟偶像、城市文化

IP等多元场景均可催生粉丝经济，

并呈现出高情感卷入、强社群传播、

长链条消费的鲜明特征。据WPP

白皮书《粉丝浪潮：解锁中国全

新增长引擎》预测，2027年，中

国以娱乐为导向的粉丝经济规模将

达到1.9万亿元，2.6亿的“Z世

代”消费者为其核心驱动力；2026

年体育粉丝消费规模将达到1万

亿元，超过5亿的体育粉丝群体

是其主要推动力量。以演出为例，

粉丝经济主要通过三个维度撬动消

费：一是直接消费，涵盖票务和现

场周边等即时性支出；二是衍生消

费，包括跨城观演所拉动的交通、

住宿、餐饮和游览等延伸性支出；

三是