

专属课堂

——重要经济模式解读（二）

主讲人：安步的公考课堂

莫聽穿林打葉聲

何妨吟嘯且徐行

热门经济模式集中解读

【是什么】概念解释

【从哪来】文件政策

【记什么】内容框架

智能经济

林下经济

平台经济

数字经济

冰雪经济

赛事经济

银发经济

青春经济

县域经济

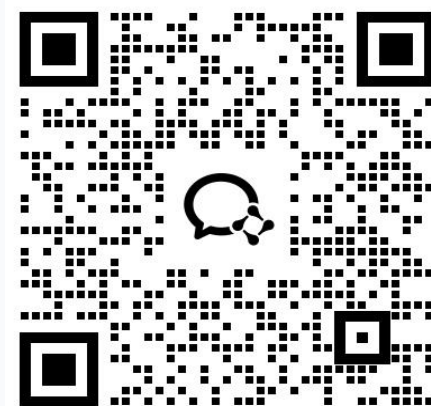
首发经济

国潮经济

海洋经济

低空经济

电子版讲义↓



林下经济

一、是什么

——【官方概念】在严格保护森林生态的前提下，科学利用林地空间、林下资源开展复合经营，盘活林地资源发展种养、文旅、康养，把生态优势转化为富民经济优势。

——【通俗解读】在树林底下搞“多种经营”，如种药材、养鸡、采蘑菇，既不影响树木又能多一份收入，把“绿水青山”变成“金山银山”。



【案例】安徽金寨林区农户发展林下中药材种植、特色养殖，配套森林民宿、生态研学，实现生态富民双赢。



林下经济

一、是什么

【同类模式】生态经济、循环经济、农林文旅经济、田园经济、林下康养经济

——立足绿水青山生态资源，在保护前提下发展种养、休闲、康养，把生态优势转化为经济优势，属于乡村绿色富民类业态。



林下经济

二、从哪来

1、发展林下经济一定要注意研究市场，突出多种经营，防止一哄而上、产销失衡

——2016年5月总书记黑龙江伊春市考察

2、因地制宜推动兴业、强县、富民一体发展，做好“土特产”文章，发展林下经济，促进乡村特色产业延链增效、联农带农，拓宽农民增收渠道。

——2025年《政府工作报告》



林下经济

三、记什么

- 1、让生态家底“厚起来”。** 严格划定适宜区域，该保护的保护好、该利用的利用好，实现“不砍树也能致富”。
- 2、让产业价值“提起来”。** 从种养、采集到加工、销售、品牌运营，不只是“卖原料”，而是“卖产品、卖品牌、卖标准”
- 3、让乡亲口袋“满起来”。** 让林农从“旁观者”变“参与者”，通过分红、租金、薪金多渠道增收，让“林下经济”变成“林下富民”。

热门经济模式集中解读

【是什么】概念解释

【从哪来】文件政策

【记什么】内容框架

智能经济

林下经济

平台经济

数字经济

冰雪经济

赛事经济

银发经济

青春经济

县域经济

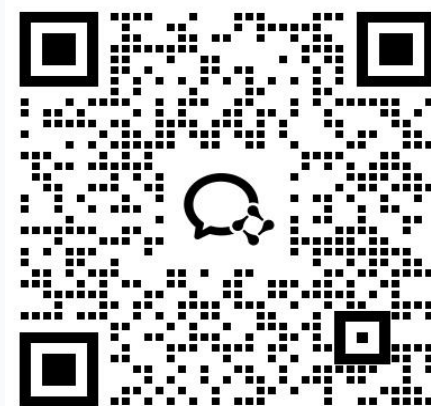
首发经济

国潮经济

海洋经济

低空经济

电子版讲义↓



冰雪经济

一、是什么

——【官方概念】依托冰雪气候与景观资源，盘活冬季冰雪冷资源，通过旅游、赛事、体验活动带动食宿、文创、装备产业增收。

——【通俗解读】“冷资源”变“热经济”，冬天滑雪、看冰雕、玩冰雪项目，带动住宿、餐饮、装备、文创一整条产业链，让冰天雪地也值钱。



【案例】哈尔滨打造冰雪大世界核心IP，推出冰雪观光、民俗体验、冬季研学产品。彻底扭转冬季旅游颓势，成功激活冬季文旅市场。



冰雪经济

一、是什么

【同类模式】 赏花经济、避暑经济、滨海经济、露营经济、红叶经济等

——依托地域气候、自然景观打造季节性文旅 IP，以特色风光吸引游客，联动住宿、餐饮、装备、文创产业，属于资源依托型文旅消费经济。





二、从哪来

1、要贯彻绿水青山就是金山银山、冰天雪地也是金山银山的理念

——2018年9月28日总书记在沈阳主持召开深入推进东北振兴座谈会

2、把发展冰雪经济作为新增长点，推动冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展

——2023年9月总书记黑龙江考察





三、记什么

- 1、让同质化困境“破”得开。** 依托本地自然禀赋与文化基因，打造独树一帜的冰雪品牌，让游客“奔着你来、而不是奔着雪来”。
- 2、让季节性瓶颈“打”得通。** 跳出冬季单一思维，春可踏青赏花、夏可避暑露营、秋可红叶观光、冬可冰雪狂欢。
- 3、让产业附加值“提”起来。** 深度挖掘冰雪装备制造、冰雪文化创意、冰雪赛事运营、冰雪研学教育等衍生价值，从“卖雪”到“卖装备、卖体验、卖文化”。

热门经济模式集中解读

【是什么】概念解释

【从哪来】文件政策

【记什么】内容框架

智能经济

林下经济

平台经济

数字经济

冰雪经济

赛事经济

银发经济

青春经济

县域经济

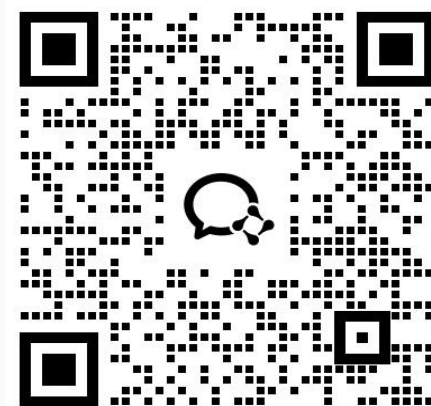
首发经济

国潮经济

海洋经济

低空经济

电子版讲义↓



赛事经济

一、是什么

——【官方概念】以体育、文体、民俗赛事为核心IP，通过举办各类赛事吸引游客、汇聚人气，带动本地消费、打响城市品牌，推动全域发展。

——【通俗解读】通过举办体育比赛，把大量观众和参赛者吸引过来，这些人要吃饭、住宿、交通、旅游、购物，赛事本身可能不赚钱但围绕赛事产生的关联消费才是大头。



【案例】江苏打造本土足球赛事“苏超”，推出赛事票根惠民、城市联动观赛、地方特产联动展销系列活动，成为现象级全民赛事



赛事经济

一、是什么

【同类模式】 演艺经济、会展经济、节庆经济、票根经济、夜间经济等

——以特定活动（赛事、演出、会展）为流量入口，聚集大规模人群，激活“吃住行游购娱”全链条消费，属于流量入口型融合消费经济。





二、从哪来

1、要推动体育产业高质量发展，不断满足体育消费需求” “推动群众体育、竞技体育、体育产业协调发展

2、加快建设体育强国，就要坚持以人民为中心的思想，把人民作为发展体育事业的主体

——总书记关于赛事经济讲话





三、记什么

- 1、让赛事“火”起来。** 立足本地山水、人文、产业资源，打造“人无我有、人有我优”的品牌赛事。
- 2、让消费“旺”起来。** 上午看比赛、下午逛景区、晚上品美食、临走带特产，让体育的“流量”转化为消费的“增量”
- 3、让品牌“立”起来。** 赛场上展示非遗文化、赛道旁呈现民俗风情、赛事包融入城市印记，让“为一场赛赴一座城”成为常态。

热门经济模式集中解读

【是什么】概念解释

【从哪来】文件政策

【记什么】内容框架

智能经济

林下经济

平台经济

数字经济

冰雪经济

赛事经济

银发经济

青春经济

县域经济

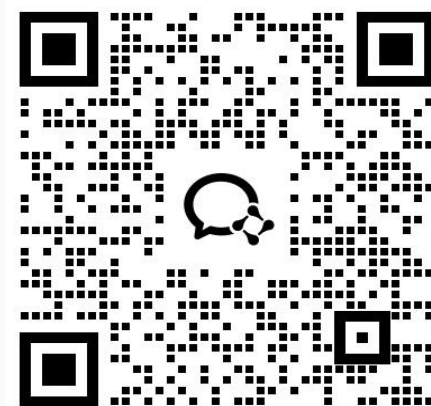
首发经济

国潮经济

海洋经济

低空经济

电子版讲义↓



国潮经济

一、是什么

——【官方概念】以中华优秀传统文化、非遗民俗、本土历史IP为内核，把国风、非遗、传统元素融入产品和文旅场景，让国货崛起、国风走红，实现文化和消费双向升级。

——【通俗解读】把中国传统文化元素和现代时尚潮流结合起来，比如穿汉服上街、买故宫联名款、用国货美妆，既有文化味又时髦。



【案例】中国国家博物馆推出凤冠冰箱贴等文创产品，将馆藏文物元素与现代生活用品结合，创下国博文创产品近20年销售纪录



一、是什么

【同类模式】非遗经济、文创经济、文旅IP经济、谷子经济、沉浸式体验经济

——以传统文化、本土圈层文化为内核赋能商品、文旅、消费场景，实现文化变现，兼具文化自信与消费升级双重属性。



二、从哪来

1、要推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展

——总书记关于国潮经济讲话

2、培育国货“潮品”消费

——国家发展改革委等部门《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》





三、记什么

- 1、让文化根脉“深下去”。**真正从传统文化中汲取养分，让国潮产品有据可依、有源可溯、有魂可守，避免“有潮无国”的空洞表达。
- 2、让产业边界“拓开来”。**从博物馆走进衣食住行，汉服通勤、故宫色上美妆、古诗词入歌，让传统文化从“展品”变“日常”。
- 3、让文化自信“走出去”。**国潮不只是一场“内销狂欢”，更是一张“文化名片”，中国不只有“产品”，更有“文化”。

热门经济模式集中解读

【是什么】概念解释

【从哪来】文件政策

【记什么】内容框架

智能经济

林下经济

平台经济

数字经济

冰雪经济

赛事经济

银发经济

青春经济

县域经济

首发经济

国潮经济

海洋经济

低空经济

电子版讲义↓

