

深化赛事合作 推动文旅体商融合发展

□包雪英

党的二十届四中全会提出，“以放宽准入、业态融合为重点扩大服务消费”，强调通过打破行业壁垒，推动多业态融合创新消费场景。扩大服务消费不是泛指所有商品消费，而是聚焦服务消费扩容提质，释放居民在文旅、健康、养老、托育、教育、体育等领域的潜力。2025年以来，通辽市以“蒙超”联赛等重大体育赛事为纽带，深化与东北三省的体育文旅合作，带动文旅消费持续增长。2026年“蒙超”赛事持续举办，首届“东北超”足球联赛5月23日在辽吉黑蒙四地同时开赛。“蒙超”“东北超”双赛的举办，让通辽市迎来突破区域发展边界、深化文旅体商融合、激活服务业发展动能的新机遇。

以赛事联动，搭建文旅体商融合平台
业态融合，是指生产力发展到一定水平后跨产业、行业或经营模式的经济形态和现象。它是随着信息技术、数字技术发展，适应居民消费需求，在产业分工基础上形成的新业态的再度融合。

选择哪些产业，以什么样的方式融合，才能符合三省一区共同的发展需求？2025年“蒙超”用实践已验证了“体育搭台、文化铸魂、商旅唱戏”融合发展模式的可能性及可行性。东北三省与通辽市区域合作完全可以借鉴“蒙超”的经验。但是，“蒙超”

突破的是盟市之间如何合作的问题，是区内破圈之举。而东北三省与通辽市合作区域需要跨越省域、市域界限和文化差异。这就需要从细微之处找省域之间的居民消费需求差异之处。比如，自然景观上东北的冰雪、森林与通辽的草原、沙漠景观不同。“东北超”的成功开赛，以体育为载体，将那些细微差异融入进来了。

“蒙超”与“东北超”不是二选一的单选，而是联动互促的双选。通辽市，一方面继续打好、做好“蒙超”，吸引国内外的观赛者，齐聚通辽，悦来通辽，悦购通辽，让赛事成为引领消费的主引擎。另一方面，积极迎战“东北超”，把原来单向维度的文旅体商融合发展，向双维度融合发展方式转变，增强东北三省与通辽市合作多维度覆盖。

消费互促，见文旅体商融合实效

党的二十届四中全会提出“以新需求引领新供给，以新供给创造新需求”。这一新提法强调通过供需两侧的良性互动与动态平衡，解决我国当前“供需需弱”矛盾。在这里，新需求是“指挥棒”，新供给是“回应者”，将引领“十五五”时期经济发展全局。“十五五”时期，通辽市与东北三省合作，需要充分发挥消费这一“指挥棒”的作用。这就需要研究东北三省和通辽市居民消费新需求是什么，如何去满足这一新需求成为关键。

从国内看，近年来，跟着赛事、影视、非遗、乡村风景去旅行成为新的消费热点。东北三省和通辽市居民同样走向全国的多，周边省市、区内盟市游玩的少。消费激活文旅体商融合没能充分释放。其中一点在于“票根经济”多局限于提供基础性优惠，观赛客流停留时间短、复购意愿低，观赛行为与后续消费场景的衔接存在明显断层。这就需要打通“观赛—住宿—餐饮—旅游—购物”全消费链条。

一是升级票根经济，实现跨省域、全市场、全链条通用。通辽本地及“东北超”参赛城市的酒店、餐饮、景区、商超等千企万店，细化满减、折扣等专属优惠，同步推出电子票根线上核销功能，提升消费便捷性，让票根成为串联全消费链条的核心载体。比如结合双赛档期推出“观赛+景区”“观赛+住宿”“观赛+餐饮”等套票，串联大青沟、孝庄园、银沙湾、山地草原、哈民遗址、南宝力皋遗址等核心景区，持票根享门票减免或免票政策；聚焦球迷即时消费需求，引入烧烤、东北和通辽市特色小吃、精良饮品等业态，形成“即看即食”的便捷消费场景。

二是丰富消费场景，满足多元消费体验。2025年“蒙超”期间，选择24处观赛“第二现场”。这满足了那些想到现场又无法到达现场的球迷需求。因此，2026年双赛期间，新增融合草原特色与东北风情

的观赛点，在悦来河休闲街区、银沙湾、山地草原等核心区域，打造沙漠、草原星空露营观赛、非遗夜市观赛等布置直播大屏、观赛座椅及配套服务设施，营造更加多元的观赛体验。开发融合西辽河文化、足球元素、科尔沁文化的双赛专属文创产品，让赛后留念有寄托。比如设计融合足球、草原骏马的冰箱贴、休闲小零食、伴手礼等。充分调动草根音乐、曲艺爱好者，全民参与创作区域联动赛事主题歌曲，民族原创舞蹈，强化双赛各参赛城市记忆新亮点。

三是打通观赛通道，互推客源共享市场。草原足球与东北区域旅游联动，“东北超”赛程覆盖通辽市旅游黄金期、总决赛衔接国庆假期，打通通辽市到内蒙古东部及东北全域客源通道，实现流量规模与质量双提升。加强通辽与“东北超”其他参赛城市协同联动，开通通辽至沈阳、长春、哈尔滨等核心城市的观赛旅游直通车。专列开通时间衔接上，做到周末出行，观赛时间到达场馆的列车时刻表，实现观赛抵达时间无缝衔接，降低跨区域观赛出行成本。专列通票可观看“蒙超”“东北超”通辽主场赛事，同步享受两市全域文旅商户优惠。

品牌共塑，彰显区域特质

西辽河文明是我国三大文明起源之一。通辽市处于西辽河文明核心区，这

是通辽市历史文化最亮眼的名片。这不仅增强了通辽市历史文化底蕴，也增强了通辽市与东北三省的文旅合作的空间。“蒙超”“东北超”必须将赛场打造为西辽河文化展示舞台，推动“悦来通辽”品牌走出内蒙古、辐射东北全域。

一是文化融赛，广泛宣传居民优秀品质。将三省一市人民守望相助、开放包容、豪爽豪迈、厚德厚道、重情重义的优秀品质和鲜明品格，创新融入年代舞、好来宝、马头琴等非遗展演、东北秧歌、二人转等文艺曲艺表演，打造双赛赛前、中场专属文艺节目。赛后链接通辽“马走日”等优秀话剧，感受地方文艺形式新创造。

二是树立核心文旅IP。推进哈民遗址申报国家级考古遗址公园，推出“西辽河文化探源”研学线路，培育“跟着赛事去旅行去研学”品牌IP，真正实现“以赛促游、以游带消”品牌IP。三是以客为本，共创区域品牌。通过央媒、自治区级媒体及东北三省主流媒体、文旅平台资源，彰显以客为先，以客为尊、以客为友，以客为亲的区域好客之情和待客之道，共同打造极具鲜明标识特征的区域文旅体商融合品牌。

(本文为2025年内蒙古党校一体化课题阶段性成果，课题编号:25YTHG01;作者单位:中共通辽市委党校)

专题深思

依托数字平台 助力农牧民增收致富

□范悦 燕玉

习近平总书记深刻指出，“要推动数字经济和实体经济融合发展，把握数字化、网络化、智能化方向，推动制造业、服务业、农业等产业数字化，利用互联网新技术对传统产业进行全方位、全链条的改造，提高全要素生产率，发挥数字技术对经济发展的放大、叠加、倍增作用。”这一重要论述为数字经济发展指明了方向。数字平台作为数字经济的重要载体，正成为驱动农业高质量发展的新质生产力之一。以数字平台赋能农牧民增收，既是积极促进农牧民增收的实践要求，也是培育和发展农业新质生产力、推进农业农村现代化的应有之义。

数字背景下农牧民增收的现实困境

在现有数字经济发展背景下，农牧民增收仍面临三重门槛制约。一是接入门槛方面，对于地广人稀的边疆民族地区，网络覆盖和冷链物流短板突出，田间物联网监测设备布局不足，城乡“数字鸿沟”依然明显。二是应用门槛方面，对于新一代信息技术老百姓普遍存在认知隔阂和畏难情绪，尤其是中老年群体和蒙古族群众，对平台软件应用能力不足，本土数字人才匮乏。三是价值转化门槛方面，数字赋能本地特色产业还停留在浅层，农畜产品精深加工和品牌价值未能充分释放。

数字平台促进农牧民增收的作用机理

数字平台赋能农牧民增收的本质是数字技术通过重塑信息传递、资源配置与价值分配机制，破除“小农户”与“大市场”之间的信息不对称困境。2026年中央一号文件明确提出“实施数字乡村高质量发展行动”，为数字平台促农增收提供了顶层政策支撑。2025年中央一号文件则提出“实施数字乡村强农惠农富农专项行动”，强调以信息化手段培育乡村振兴新动能。2023年12月，国家数据局等17部门印发的《“数据要素×”三年行动计划(2024—2026年)》明确提出开展“数据要素×现代农业”行动，推动数据成为新的生产要素。这些顶层设计清晰揭示了数字平台赋能农牧民增收的路径逻辑。即数字平台能够发挥网络外部性和规模经济效应，降低农户参与市场竞争的门槛。同时其赋能效果取决于接入门槛、应用门槛和价值转化门槛的依次突破。

数字平台促进农牧民增收的实践路径

加强数字基础设施建设，突破“接入门槛”。2026年中央一号文件明确要求“促进人工智能与农业发展相结合，拓展无人机、物联网、机器人等应用场景。”《2025年数字乡村发展工作要点》提出“村村通5G、户户享千兆”目标。为此，要加快推动光纤网络和5G向偏远苏木、嘎查延伸。依托各领域现有数据中心，建设区域性农牧业大数据平台，逐渐完善农畜产品冷链仓储、智慧物流体系，布局田间物联网监测设备，汇聚种养、市场、气象等数据，为精准种养和产销预警提供数据支撑，切实弥合城乡“数字鸿沟”。

提升农牧民数字素养，突破“应用门槛”。按照农业农村部2025年高素质农民培育工作要求，坚持分层实施、分级管理、育用结合，组织实施高素质农民培育项目，提升农民技术技能水平、产业发展能力。因人施教设计针对性双语培训课程，涵盖电商平台操作、短视频制作、智慧牧场管理软件等实用技能。此外，《2025年数字乡村发展工作要点》部署的“十万数字新农人”培训工程为培育本土数字人才提供了政策抓手，通过政策吸引返乡青年、大学生成为数字乡村建设的“领头雁”，以示范效应带动周边农牧民学习应用新技术。

推动数字平台与特色产业深度融合，突破“价值转化门槛”。习近平总书记2023年在内蒙古考察时指出：“推动农牧业转型发展，大力发展生态农牧业，抓好农畜产品精深加工和绿色有机品牌打造。”这就要求因地制宜发展区域性特色农畜产品，打造数字交易溯源平台，整合生产、质检、物流、销售全链条数据中心，运用区块链技术实现产品全程溯源，促进数字技术与农产品加工业全面深度融合应用。这也是打造“以数据和模型为支撑的农业生产数智化场景”的实践范式。同时深挖传统非遗资源，借助直播电商和短视频IP发掘品牌价值，构建“手艺人IP+故事化内容+定制化服务”的营销矩阵，实现文化价值向经济价值转化。

基于协同治理理论加强信息资源整合共享和应用，完善政策支持与多元协同机制。一方面，通过专项财政补贴与税收优惠降低农牧民数字设备使用门槛，并依托绿电协同发展契机，建立农牧业数据要素确权、流转与价值量化机制，推动数据资产化赋能产业链增值；另一方面，搭建“政府引导、平台支撑、村集体组织、农牧户参与”的会议协调机制，明确数据收益共享比例与平台规则共治流程。由此将数字平台红利切实转化为农牧民生产效率提升、数据资产分红、平台服务创收的多领域收入增长，并形成可持续协同模式。

(本文为内蒙古自治区党校一体化项目课题:数字技术拓宽边疆民族地区农牧民增收路径研究,项目编号:25YTHG03;作者单位:中共通辽市委党校)

治理之道

厚植文化根脉 建设共有精神家园

□宋文延

中华民族共有精神家园，是各民族在长期历史演进中形成的文化、情感与价值共同体，是铸牢中华民族共同体意识的精神内核，也是民族地区长治久安和高质量发展的根本支撑。通辽作为西辽河文明核心区、北疆多民族共居交融典型地区，各族群众守望相助、休戚与共，积淀了深厚的民族团结底蕴。立足建设中华民族现代文明方位，借鉴国内同类地区经验，探索符合通辽实际的实践路径，对夯实民族团结根基、服务全方位建设模范自治区大局具有重要意义。

对标先进、转化提升，增强建设实践效能。铸牢共有精神家园，坚持理论引路、典型带路，吸收借鉴国内多民族地区成功经验。广西构建“党建联建+多元参与”社区治理模式，推动各民族互嵌共居；云南昭通提炼共享文化元素，以学术与文艺强化共同体认同；甘肃临夏以立法保护非遗，推动文化活态传承。

强化党建引领，完善市、旗、苏木乡镇、嘎查村四级联动体系，将铸牢中华民族共同体意识纳入基层党建述职评议考核。构建精准宣传体系，整合高校、高校力量，梳理西辽河文明、科尔沁文化共享元素，做强“北疆石榴红”宣讲品牌，常态化开展基层宣讲。推进阵地场域亮化融合，将共同体宣传融入城市地标、校园课堂，升级“北疆石榴娃”IP矩阵，提升传播实效。

深耕文脉、活化传承，厚植精神家园根基。文化认同是最深层次的认同，是构筑中华

民族共有精神家园的核心要义。国内多民族地区立足自身文化禀赋，坚持“保护为基、活化赋能”的实践理念，探索诸多可借鉴路径：云南玉溪常态化开展“中华民族一家亲”主题活动，以文化互动增进民族交融；甘肃临夏聚焦非遗保护传承，推动非遗与文旅产业深度融合，实现文化价值与发展价值双赢。

深化西辽河文明研究，依托市西辽河文化研究基地，联合高校开展多学科研究，讲好各民族共创中华文明的通辽故事。推动非遗活态传承，健全“传习所+工作室+产业园”三级体系，培育青年传承人，破解传承断层难题。挖掘科尔沁文化中的民族团结元素，融入群众文化活动，进一步凝聚各民族情感共识。

多元协同、共建共享，激发全民参与活力。铸牢中华民族共有精神家园需坚持系统观念、强化协同思维。打破政府单一推动的工作格局，构建党委领导、政府负责、社会协同、公众参与的工作体系，凝聚全民共建共享的强大合力。云南玉溪吸纳先进典型参与宣讲，以榜样力量带动群众参与；广东汕尾推行“点单式”服务，精准对接群众需求，有效激发群众主体意识和参与热情。

借鉴汕尾经验，依托新时代文明实践中心开展特色活动，推动各民族互嵌互融。深化校地、企地、军民融合，形成人人参与的生动局面。完善“民族工作协调机制+民委委员制”，将建设工作纳入总体规划与绩效考核。依托全市200余家民族民间企业，引导社会资本参与

文化建设，推动文旅深度融合。

制度固本、长效推进，筑牢坚实保障支撑。制度管根本、管长远，国内同类地区以政策引领、投入保障、人才支撑构建长效机制。云南共有精神家园建设成效纳入领导班子和领导干部政绩考核，以考核推动工作落地；甘肃聚焦非遗保护与人才培育，完善相关政策体系，为文化活态传承和精神家园建设提供坚实支撑。

建立多元投入机制，加大对偏远旗县文化建设倾斜力度，整合各类专项资金，鼓励社会力量参与，破解基层文化设施建设资金短缺难题。实施人才提升工程，开展专题培训，引进培育专业人才，重点加强基层民族文化工作队伍建设，提升从业人员专业素养和业务技能。健全考核机制，将建设成效纳入领导班子考核，倒逼责任落实、推动工作提质增效。

铸牢中华民族共有精神家园是新时代重大政治任务。通辽市需牢牢把握铸牢中华民族共同体意识主线，对标先进、深耕文脉、凝心聚力、制度固本，不断增进各族群众“五个认同”，紧扣“互嵌互融同发展、通达辽阔共繁荣”主题，为内蒙古全方位建设模范自治区、维护北疆长治久安、建设中华民族现代文明贡献通辽力量。

(本文为2026年度通辽市社会科学研究铸牢中华民族共同体意识专项课题阶段性成果;项目编号:TLZLZX18;作者单位:中共科尔沁区委党校)

思想纵横

做强县域特色农产品品牌 推动与电商协同发展

□红霞 乌日乐格 吴晓娟 杨苏雅拉图

农产品品牌建设与电商渠道融合，是推动农业资源转化为市场价值、提升农产品竞争力的重要路径。本文围绕农产品品牌电商融合的现实基础与主要问题展开分析，并结合通辽市科尔沁黄牛、奈曼小米、开鲁红干椒等特色农产品实践，指出当前农产品品牌线上运营、标准化支撑和主体协同等方面仍存在衔接不足。基于此，文章从品牌识别塑造、电商运营优化、质量标准完善和协同机制健全等方面提出优化路径，以期提升农产品品牌传播力、市场转化力和产业带动力。

农产品品牌电商融合的发展基础

从产业基础看，通辽自然资源丰富，如科尔沁黄牛、奈曼小米、开鲁红干椒、扎鲁特旗燕麦等均有的地域特色，为农产品品牌塑造与电商融合发展奠定了基础。随着农村电商网点、网络营销以及农产品进城渠道逐步完善，部分经营者开始将质量认证、包装设计、网络宣传、订单销售等形式进行整合，推动特色产品由资源优势向市场优势转化。

农产品品牌电商融合面临的主要问题

品牌定位与线上需求衔接不足。从品牌塑造过程看，部分县域品牌化建设仍停留在产品名称、产地标识层面，在草原文化、民族传统、饲养、品质差异性上开发不够充分。如科尔沁黄牛、奈曼小米、扎鲁特旗燕麦虽有一定知名度，但品牌识别趋同现象明显，目标消费群体的定位也不清晰，因而难以在电商平台形成稳定识别度和持续竞争优势。

品牌建设与电商运营联动不强。部分地区农副产品虽然已在电商平台进行售卖，但品牌建设与网络营销关系不密切，产品包装、品

划分、溯源证书、客服服务仍有一定距离，难以支撑平台化、标准化销售需求。同时一些经营主体过于注重流量和直播宣传，而忽视了品牌的故事性、产品特点以及服务经验的沉淀，在线销售就容易出现价格战的局面，并没有太多的品牌增值潜力，电商渠道对产业升级的带动作用未能充分释放。

物流人才支撑不足与协同合力不强。制约发展的因素主要包括物流、人力资源、资金以及牵头人的关系等方面。部分偏远地区缺乏冷冻仓库、分级包装和配送能力，会影响农产品网络交易的持续性发展；政府、合作社、加工企业和电商平台之间有一定的合作关系，但在政策、品牌运营和营销上的配合还不足，导致特色产品的品牌效应难以持续放大。

农产品品牌电商融合的优化路径

突出地域特色，明确品牌培育方向。农产品品牌电商融合，应把地域资源转化为清晰的线上品牌识别。围绕科尔沁黄牛、奈曼小米、开鲁红干椒、扎鲁特旗燕麦等优势产品，可从产地环境、种养方式、品质特征和消费口碑中提炼核心卖点，避免品牌表达停留在产地介绍层面。在此基础上，应完善产品分级、包装标识、质量溯源和宣传话语，使消费者在线上页面中直观看到产品优势、适用场景和信任依据。同时推动区域公用品牌与企业品牌、产品品牌联动，统一品牌形象和使用规范，增强通辽市特色农产品在电商平台中的辨识度与溢价能力。

强化电商运营，拓宽品牌传播渠道。品牌电商融合不能停留在简单上架和直播售卖层面，应围绕品牌传播、用户触达和订单转化形成完整运营链条。县域经营主体可根据科尔沁黄牛、奈曼小米、开鲁红干椒等产品特点，优化线上店铺页

面、产品详情、短视频内容和直播脚本，把产地环境、品质标准、加工方式和食用场景转化为消费者容易理解的内容。平台运营中，应加强销售数据、评价反馈和复购情况分析，及时调整产品规格、价格组合和推广重点，避免盲目追逐流量。政府部门可引导合作社、企业与电商平台建立稳定合作，培育本地直播团队和网店运营人员，推动特色农产品从单次销售转向持续传播，使电商渠道真正服务于品牌积累和市场扩展。

健全协同机制，夯实持续发展支撑。健全融合机制关键在于把分散的资源、主体和政策纳入同一工作框架。通辽市可围绕县域主导农产品建立品牌培育与渠道拓展联席机制，由农业农村、商务、市场监管等部门共同参与，明确品牌认证、质量监管、物流配套和市场服务等责任边界。县域内应建立平台农产品名录和经营主体清单，对科尔沁黄牛、奈曼小米、开鲁红干椒等产品实行分类管理，推动生产标准、质量检测、包装规范和品牌使用规则相衔接。对合作社、加工企业 and 农户之间的利益关系，也应通过订单收购、统一分级、收益分配等方式加以稳定，避免品牌建设生产端脱节。通过制度约束和利益联结同步发力，才能为品牌培育与电商渠道拓展提供持续支撑。

农产品品牌电商融合，需要立足区域资源禀赋和产业实际，在品牌定位、线上运营、机制保障之间形成衔接。结合通辽市特色农产品实践，通过突出地域特色、完善运营体系、强化主体协同，可进一步提升农产品市场竞争力，推动农业增效和农民增收。

(本文为2026年通辽市社会科学研究旗县市区实用性课题阶段性成果;项目编号:TLQZX04;作者单位:中共科尔沁左翼中旗委员会党校)

学习研究