

事关安全生产！ 七部门出手升级安责险保障力度

为推动安全生产责任保险高质量发展，应急管理部、财政部、金融监管总局、工业和信息化部、住房城乡建设部、交通运输部、农业农村部等7部门联合印发《安全生产责任保险实施办法》，明确应当投保安责险的行业、领域范围，即矿山、危险化学品、烟花爆竹、交通运输、建筑施工、民用爆炸物品、金属冶炼、渔业生产等高危行业、领域单位。

实施办法明确，负有安全生产监管职责的相关行业主管部门依法对本行业、领域安责险投保情况等实施监督管理，有利于齐抓共管，推动安责险在高危行业、领域全覆盖，切实保障高危行业、领域从业人员的合法权益。

实施办法提高了安责险保障额度，将生产安全事故每人死亡伤残责任全国最低保障限额由30万元提升至40万元，各地可在全国最低保障限额之上，结合实际确定当地最低保障限额。据了解，目前有的地区最低保障限额已达80万元。扩大保障范围，明确安责险应当覆盖投保企业全体从业人员，将临时聘用人员、被派遣劳动者等有用工关系的人员纳入从业人员范畴，保险金额实行同

一标准，不得因用工方式、工作岗位等差别对待。优化理赔服务，建立重大或典型事故快速理赔机制和预付赔款机制，事故发生后按照法律规定和合同约定快速支付或先行支付已确定的保险赔偿金。

实施办法增加“事故预防服务”专门章节。明确“安全生产的主体责任由生产经营单位负责”，要求被保险人应当配合保险机构开展事故预防服务，对服务中发现的生产安全事故隐患及时整改。细化保险机构提供事故预防服务的要求，加强事故预防服务风控团队和专业能力建设。保险机构为被保险人开展事故预防服务，应当委托具有相应资质或能力的安全生产技术服务机构。保险机构应当保证事故预防服务费用投入，按照不高于安责险实际收取保费的21%，制定事故预防服务专项预算，据实支出。

实施办法强调，应急管理部门、保险监督管理机构和相关行业主管部门不得滥用行政权力，排斥、限制市场公平竞争，或对市场份额进行分割、分配，或违规干预安责险市场经营活动。

中央生态环境保护督察工作领导小组办公室： 严禁“一刀切”，切实减轻基层负担

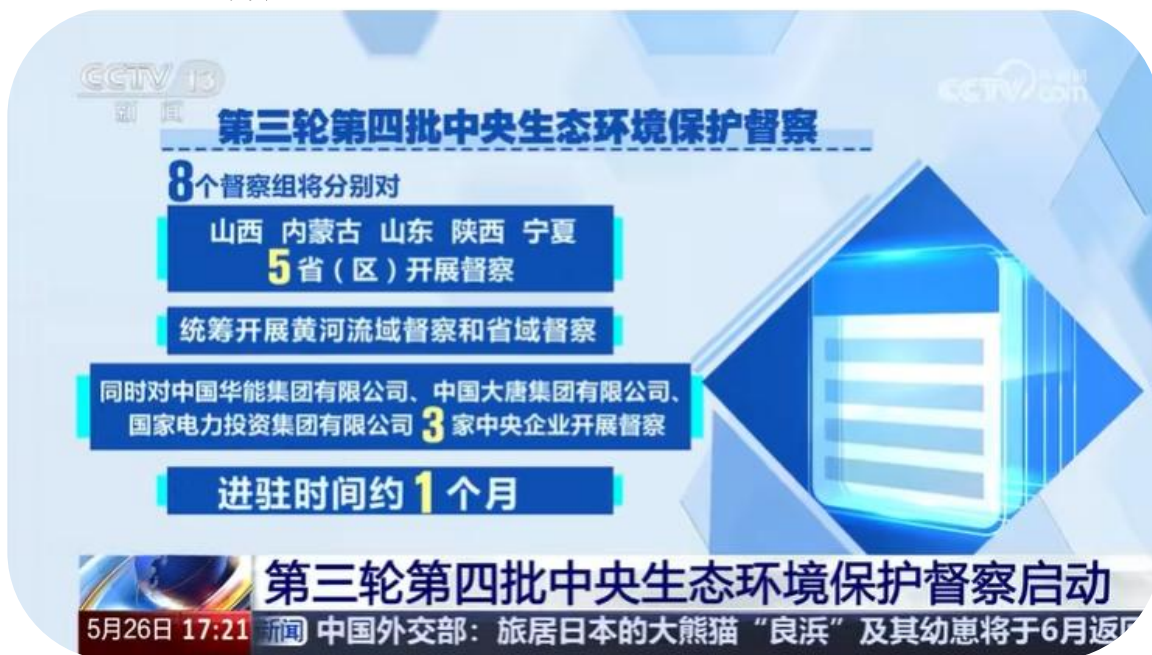
经党中央、国务院批准，中央生态环境保护督察组（以下简称督察组）将于近日陆续进驻山西、内蒙古、山东、陕西、宁夏5省（区），中国华能集团有限公司、中国大唐集团有限公司、国家电力投资集团有限公司3家中央企业开展第三轮第四批中央生态环境保护督察。为统筹经济发展、民生保障和生态环境保护，近日，中央生态环境保护督察工作领导小组办公室专门致函上述被督察对象，要求坚决贯彻落实中央决策部署，精准科学依法推进边督边改，禁止搞“一刀切”，并简化督察接待安排，切实减轻基层负担。

文件要求，有关省（区）、集团在督察进驻期间，应坚持稳中求进工作总基调，把握工作节奏，突出工作重点，精准科学依法推进边督边改。对于督察组受理转办的群众信访举报问题，既要认真核实、坚决整改，切实解决群众反映突出的生态环境问题；也要依法依规、实事求是，做到一事一办、一厂一策，不搞“运动式”整改。对于督察

中发现的企业生态环境问题，既要督促有关企业切实履行生态环境保护责任，严格整改要求，确保整改到位；也要注重精细化管理，分类施策，加强指导帮扶。对于历史遗留生态环境问题，既要坚持底线思维，严控环境风险，保障群众利益；也要统筹兼顾，合理安排，因地制宜采取措施。

文件强调，有关省（区）、集团公司应严禁为应付督察采取紧急停工停业停产等简单粗暴行为，以及“一律关停”“先停再说”等敷衍应对做法。要坚持精准治污、科学治污、依法治污，对于生态环境问题的整改，要做到依法依规，统筹推进，按照问题的轻重缓急和解决的难易程度，能立即整改的，要立即整改；一时整改不了的，要明确整改的目标、措施、时限和责任单位，督促各责任主体抓好落实。要给直接负责整改工作的单位和人员留足时间，禁止层层加码、级级提速。特别是对涉及民生的产业或领域，更应当妥善处理、有序推进，坚决杜绝打着环保幌子搞“一刀切”行

特别报道



为。对于采取“一刀切”方式消极应对督察的，督察组将严肃处理，发现一起、查处一起。

文件要求，有关省（区）、集团在督察进驻过程中，要严格按照“严肃、精准、有效”的原则，实事求是，通过必要的问责切实传导压力、落实责任，建立长效机制。同时，要严格贯彻落实中央有关文件精神，防止和纠正以问责代替整改以及乱问责、滥问责、简单化问责等问题。对发现问责出现上述问题的，督察组将会及时予以提醒，情节比较严重的，还将按有关程序报告中央纪委国家监委机关。

文件明确，中央生态环境保护督察是督察组与有关省（区）、集团公司共同承担的一项重要政治任务，需要双方

以高度的政治责任感共同推进，完整、准确、全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，着力推动高质量发展。要坚决贯彻落实中央八项规定及其实施细则精神，坚决贯彻落实党中央整治形式主义为基层减负有关要求，严格按照有关要求安排督察接待和督察保障工作，能从简的一律从简，能简化的一律简化，不搞迎来送往、层层陪同，切实减轻基层负担。要按照《生态环境保护督察工作条例》要求，加强对督察组及其成员执行督察纪律情况的监督。有关省（区）、集团公司要督促所辖地市（州、盟）、有关部门和单位如实反映问题，提供真实情况，推进整改落实，加强信息公开，共同营造督察工作良好氛围。

辽宁省烟花爆竹协会 深入湘赣产区开展考察调研活动

4月16日-25日，协会组织会员单位赴湖南省、江西省烟花爆竹主产区开展考察调研活动。协会会长张继云带队，一行10余人参加了此次活动。活动期间，协会考察团与浏阳市人民政府、上栗县烟花爆竹产业服务中心就推动烟花爆竹产业高质量发展进行深入交流；应邀参加了第十九届国际烟花论坛和首届湖南（醴陵）烟花爆竹产业博览会；观摩了烟花爆竹新品发布会；走访了10余家生产企业。

——政企交流促发展

4月19日，协会考察团与上栗县烟花爆竹产业服务中心对接洽谈，上栗县副县长罗俊湘出席。中心主任王小艾详细介绍了花炮产业现状、政策支持、发展规划等内容，通过建设国家级仓储基地、培育专业燃放企业、借力消费税改革拓展市场等举措，打造全产业链生态。随后，副县长罗俊湘作总结发言，他满怀期待地表示，希望属地生产企业能够与辽宁企业紧密携手，充分发挥各自优势，推动产销合作迈向新的高度，实现两地产业的共同繁荣。

协会张继云会长介绍了辽宁省烟花爆竹行业的发展现状，对上栗花炮产业多元化发展给予了肯定，希望今后双方互利合作取得实效，打造更为紧密的合作关系。

会后辽宁考察团参观走访了上栗县金渝烟花爆竹制造有限公司、上栗县金诚出口花炮厂2家企业。

4月20日，协会考察团与浏阳市人民政府召开了专题座谈会，双方就产业发展、合作共赢进行了深入交流。浏阳市委常委、副市长李翔对协会一行来浏深化合作表示欢迎。

协会张继云会长介绍了辽宁省烟花爆竹行业的管理政策和市场现状，提出了强化行业自律与源头管控，并表示多年来，辽宁与浏阳构建了良好的产销体系，合作关系稳中有进、向新向好，实现了互利共赢。

浏阳政府领导介绍了浏阳花炮产业的创新发展，政策扶持营造了良好的市场环境，未来，浏阳将持续发力、一方面积极向上争取更多政策支持，另一方面严格抓好产业源头管控工作，同时不

协会动态

断加大在微烟无硫等绿色环保技术领域的研发投入与推广应用力度，多措并举推动浏阳花炮产业实现高质量发展，助力其发展水平再上新台阶。

——博览平台树新风

4月21日，第十九届中国国际烟花论坛和首届湖南（醴陵）烟花爆竹产业博览会盛大开幕。受大会组委邀请，协会前往博览会现场参观并观看了“科富之夜”焰火晚会，醴陵夜空被一场震撼人心的焰火盛宴点亮。博览会期间醴陵恒达烟花重磅发布多款创新产品，成为展会焦点。

同时张继云会长在国际论坛发表题为《浅谈烟花爆竹文化传承与创新发展的主旨演讲，深入剖析了传统烟花文化的核心价值，结合行业趋势提出创新发展的新思路，展现了协会风采，提高了影响力、扩大了知名度。

——新品发布展新貌

考察期间，协会实地走访了东信“燃动四方、十六重光”新品发布会、江丰城堡烟花文旅项目、周周友礼艺术性展厅、激情烟花和古家烟花的新品展示、“观澜烟花，花绽九州”主题发布会、忆江南烟花国风展厅及个性演绎等主题



活动，产区企业集中展示了微烟无硫研发技术、文化IP塑造，实现产品迭代的创新实践。

——科技赋能创新篇

活动期间，协会观摩了以“破圈·生长”为主线的418生态大会，了解到烟花爆竹行业与时俱进的发展趋势，AI技术与DeepSeek工具在安全生产、智能营销等环节的探索融合，打破了传统产业边界，为行业高质量发展注入了新动能。

此次考察调研活动意义非凡，是协会立足新起点、树立新目标、迈向新征程的一次重要实践。它不仅为即将召开的2025年产销交易会积蓄了充足的能量，也为展会的成功举办奠定了坚实的基础。

副会长孙传良、佟官庆、檀立强、顾问高增群、常务理事以及协会的工作人员等参加。

聚势谋远启新程 创新突破向未来

5月17日，辽宁省2025烟花爆竹行业安全管理工作会议暨创新发展研讨峰会于辽宁营口盛大召开。此次会议汇聚多方力量，省应急管理厅危化品安全监管二处处长杜建亮、省公安厅治安总队副支队长王靖文、省市场监督管理局质量监督处处长王毅强、省生态环境厅大气环境处处长李红梅等省职能部门领导，营口市老边区人民政府区长周鹏、各市应急管理局、公安局、生态环境局领导，湖南、江西等主产区政府领导，花炮产业发展中心及商会领导应邀出席，省内外产销企业400余人共赴盛会，共同探讨行业发展新路径。本次会议由协会专业发展部部长王瑶主持，议程丰富，亮点纷呈。

会议伊始，营口市老边区人民政府区长周鹏向大会致欢迎辞，对各位嘉宾的到来表示热烈欢迎，诚挚祝愿此次会议圆满成功。随后，会长张继云向大会作行业工作报告，系统梳理了协会2024年开展的主要工作，从市场调研、行业规范制定到企业服务等多方面回顾成果；深入分析行业发展形势，指出当前行业在市场需求、技术创新等方面面临的机遇；同时，直面行业当前存在的问题，

并针对这些问题提出了下一步工作设想，为行业发展指明方向。

会上，为弘扬会员单位的大爱、人道主义精神，对葫芦岛洪灾捐赠单位进行了表扬。

浏阳、醴陵、上栗、万载产区政府领导发表了热情洋溢的讲话，充分表达了所在地政府对产业发展的高度重视，强调将全力支持产销两地开展合作，共同推动产业转型升级，实现互利共赢。

省职能部门领导也从各自职责出发，发表重要讲话，对协会过去的工作给予充分肯定和高度认可，同时对下一步行业监管提出新要求、明确新方向。

为深化行业协同发展、构建规范有序的市场生态，协会与产区商会举行战略合作签约仪式，缔结战略联盟伙伴关系。双方将立足合作共赢、共同发展的原则，在行业自律、产品创新等领域开展深度合作，共同推动行业高质量发展。

战略合作签约仪式现场还同步举行了行业自律承诺签约活动。协会会员单位代表与供货企业代表共同签署《行业自律承诺书》，郑重承诺严格遵守《辽宁省烟花爆竹行业自律公约》，规范经营行为，维护市场秩序，保障产品质量，

协会动态

恪守商业道德，共同营造公平竞争、诚信经营的行业环境。

在以“烟火向新，真实为界”为主题的产品展示环节，来自湖南、江西、河北、贵州等地 90 余家企业带来精彩展示。无药样品展示区，各类创新设计的无药烟花产品充满科技感，展现了行业在环保、安全方面的探索，组合烟花、爆竹、双响、小产品等近五百余种新品吸引了大量经销企业驻足观看、深入了解，不少企业当场签订合作合约；

有药产品燃放展示现场，绚丽多彩的烟花在夜空中绽放，点燃了所有参会人员的热情。此次展示的产品均严格符合新国标要求，体现了协会在产品质量把控上的严格要求，也彰显了行业紧跟发展趋势、积极创新的决心。

此外，今年协会创新性开展的“烟花辽宁·创新领航高峰会”和“烟火说”两个论坛活动成为会议一大亮点。“烟火说·创新领航高峰会”邀请业内大咖，围绕行业热点、前沿技术、市场趋势等主题进行深度分享，嘉宾们的真知灼见为参会者带来全新思考。

“烟火说”则为行业新人搭建了展示平台，他们用真挚的情感分享自己与行业的故事，他们的思想、情怀与魄力感染了在场每一位烟花人。论坛最后通过场内观众现场投票，首届“烟火说 Talk King”脱颖而出，为行业注入新的活力与激情。

此次辽宁省 2025 烟花爆竹行业安全管理工作会议暨创新发展研讨峰会的成功举办，不仅为行业各方搭建了交流

合作的平台，也为行业在安全管理、创新发展、规范运营等方面指明了方向。相信在多方共同努力下，烟花爆竹行业将在新时代实现高质量发展，绽放更加绚烂的光彩。



辽宁省烟花爆竹协会七届四次理事会暨 七届四次会员大会圆满召开



5月17日，辽宁省烟花爆竹协会七届四次理事会暨七届四次会员大会于营口成功举办。省应急管理厅危化品安全监管二处处长杜建亮受邀出席并讲话，全体会员代表、协会法律顾问100余人齐聚一堂，在严谨有序的议程中凝聚智慧、擘画蓝图。会议由协会副会长蔡彪主持。

会议严格遵循协会章程，全体与会代表以高度负责的态度，审议并通过协会2024年工作报告、财务报告，以及安全管理工作会议核心议题，为协会后续工作指明方向、筑牢根基。

会上，杜建亮处长立足日常监管实际，围绕安全管理、规范经营等方面提出具体要求，为行业健康发展提供指导，

筑牢安全屏障。

面对各地禁限放政策持续收紧、企业法律纠纷频发的行业困局，协会创新推出2025年度“护航计划”，将法务培训作为破局首战。协会法律顾问冯文军律师围绕“行政规范性文件的制定及监管要求”“烟花爆竹经营买卖合同法律实务”等企业关切内容，结合真实案例，深入浅出，系统解读《行政规范性文件制定程序条例》核心要义，深度解析烟花爆竹经营中的缔约风险、违约责任认定等实务问题。帮助企业明晰法律边界，构建合规经营体系，切实提升企业风险应对能力，助力企业在复杂政策环境下合理规划经营策略。

此次会议的召开，对推动辽宁省烟花爆竹行业规范、安全、有序发展意义深远。未来，协会将通过构建“政策指导+法律护航+行业自治”的协同发展机制，以系统化思维推动行业向规范化、安全化、可持续化方向迈进，为传承传统民俗文化、保障公共安全贡献行业力量，开启行业高质量发展的全新篇章。

全国首个烟花爆竹行业 地震预警响应团体标准颁布实施

江西省地震局联合省花炮产业科技创新联合会、省应急管理科学研究院等单位共同编制完成《烟花爆竹 地震预警响应》团体标准，2025年3月31日起该标准正式颁布实施，编号 T/JXHP 01—2025。

该标准是我国首个针对烟花爆竹行业的地震预警响应规范，系统性规范了地震预警信息接收使用、应急处置流程等内容，填补了地震预警在烟花爆竹行业场景应用的空白。

延伸阅读↓↓↓

适用范围/摘要

主要技术内容：本文件规定了烟花爆竹地震预警分类与等级、预警信息接收与发布、预警终端信息响应方式与要求、预警响应与措施、预警的更新和解除等内容。本文件适用于江西省烟花爆竹（含黑火药、引火线）及烟花爆竹用单基火药加工生产企业地震预警响应

来源：（节选）江西省地震局

ICS 91.120.25
CCS P 15

T/JXHP

团 体 标 准

T/JXHP 01—2025

烟花爆竹 地震预警响应

第三届烟花爆竹安全分技术委员会第七次全体会议暨标准审查会在辽宁省沈阳市召开



情况汇报,进行了认真研究讨论并提出具体意见建议。经与会委员表决,1项安全生产国家标准《烟花爆竹生产机械设备安全技术规范》、4项安全

2025年5月27日—28日,第三届烟花爆竹安全分技术委员会(TC288/SC4,以下简称烟花安全分标委)第七次全体会议暨标准审查会在辽宁省沈阳市召开。会议通报了烟花安全分标委近期的工作情况,研讨审查了6项烟花爆竹标准。

会议指出,烟花爆竹安全生产标准制修订工作,对推动行业高质量安全生产具有重要意义。会议要求,烟花安全分标委委员要认真贯彻落实党的二十届三中全会精神,严把标准审查质量关,为行业安全发展提供技术支撑。

按照标准审查程序,与会委员和专家听取了标准起草组关于标准制修订的

生产行业标准《烟花爆竹用烟火药危险性分类定级》《烟花爆竹安全生产风险监测预警技术规范》《烟花爆竹流向登记通用规范》《烟花爆竹工程竣工验收规范》通过技术审查;同时,会议还对1项安全生产国家标准《烟花爆竹作业安全技术规程》征求意见后修改稿进行了深入研讨。

烟花安全分标委21名委员参加会议,应急管理部危化监管二司以及辽宁、江西、湖南、贵州、陕西等省应急管理厅烟花爆竹安全监管负责人,中国烟花爆竹协会负责人、辽宁省烟花爆竹协会负责人,部分相关专家应邀参加会议。

贵州迈出第一步！ 支持各地推进烟花爆竹燃放“由禁转限”



近日，贵州官方公布《贵州省提振消费实施方案（征求意见稿）》，其中“支持各地推进烟花爆竹燃放‘由禁转限’”这一条款，犹如一颗石子投入平静的湖面，激起了千层浪。这不仅是贵州在消费领域的一次大胆尝试，更是全国烟花爆竹政策变革的一个重要信号。

从“一刀切”到“禁转限”，政策变革背后的深思熟虑

过去，为了改善空气质量、减少安

全隐患，许多城市纷纷出台全面禁止燃放烟花爆竹的政策。然而，这种“一刀切”的做法在实际执行中却引发了不少争议。一方面，燃放烟花爆竹是中国传统民俗文化的重要组成部分，承载着人们对节日的庆祝、对祖先的缅怀以及对美好生活的向往。春节、元宵节等传统节日中，烟花爆竹的缺席，让节日的氛围大打折扣。另一方面，全面禁鞭也给基层执法带来了诸多困扰。在一些偏远

行业新闻

地区，警力资源本就有限，却要花费大量精力去制止那些在空旷田野燃放烟花爆竹的行为，实在是得不偿失。

贵州此次提出“由禁转限”，无疑是经过了深思熟虑的。这一政策变革既尊重了传统民俗文化，又兼顾了现代社会对环境保护和公共安全的要求。通过设定合理的燃放区域和时间，既能满足人们对烟花爆竹的需求，又能有效减少对环境的污染和安全隐患。例如，在加油站、医院等周边区域完全禁放，而在一些空旷地带或特定的燃放场所，则允许在法定节假日等特定时段燃放。这种有禁有限的方式，既体现了政策的灵活性，又彰显了人性化。

烟花爆竹产业的转型升级，为政策变革提供了有力支撑

近年来，烟花爆竹产业也在不断转型升级。以“世界花炮之都”浏阳为例，2025年举办的烟花爆竹产品订货交易会上，一款名为“七彩魔方”的新型烟花爆竹产品引起了广泛关注。这款产品采用了先进的粉尘控制技术，能够将大量残留物锁定在纸管内，大大减少了对环境的污染。这表明，随着科技的不断进步，烟花爆竹产业已经具备了实现环保、安全和文化相结合的条件。地方政府对烟花爆竹的环保担忧，也随着技术手段的创新而逐渐消除。

此外，烟花爆竹产业的转型升级还体现在文化内涵的挖掘和创新上。许多烟花爆竹企业不再仅仅满足于传统的燃放效果，而是将更多的文化元素融入产品设计中。例如，一些产品通过独特的造型和燃放效果，展现了中国传统文化中的吉祥如意，如“龙凤呈祥”“花开富贵”等。这些具有文化内涵的烟花爆竹产品，不仅在国内市场受到欢迎，还在国际市场上赢得了良好的口碑，成为中国传统文化走向世界的一张亮丽名片。

解禁后的管理与监管，是政策成功落地的关键

贵州的“由禁转限”政策虽然得到了广泛的支持，但解禁后的管理和监管工作同样不容忽视。如何确保在允许燃放的区域和时间内，烟花爆竹的安全燃放，是摆在各地政府面前的一道重要课题。在这方面，一些地方政府已经进行了有益的探索。例如，有的地方推出了“燃放码”制度，要求市民在购买烟花爆竹时进行实名登记，并在燃放前通过扫码获取燃放许可。这种创新的管理方式，不仅能够有效监管烟花爆竹的流向，还能在发生安全事故时迅速追溯责任，保障公共安全。

同时，加强宣传教育也是解禁后的重要工作之一。政府需要通过多种渠道，向市民普及烟花爆竹的安全燃放知识和

行业新闻

环保意识，引导市民文明燃放。例如，通过社区宣传、学校教育、媒体宣传等方式，让市民了解在允许燃放的区域和时间内，如何正确选择烟花爆竹产品，如何安全燃放，以及如何减少对环境的影响。只有通过加强管理和宣传教育，才能确保“由禁转限”政策的顺利实施，让烟花爆竹在传承传统文化的同时，也能更好地融入现代社会。

期待更多省份效仿，共同推动政策变革

贵州的这一大胆尝试，为全国烟花爆竹政策的变革提供了一个良好的范例。我们期待更多省份能够效仿贵州，根据自身的实际情况，制定合理的烟花爆竹燃放政策。在尊重传统民俗文化的同时，兼顾环境保护和公共安全，实现传统文

化与现代社会的和谐共生。

同时，我们也希望相关部门能够加强对烟花爆竹产业的引导和支持，推动产业的持续转型升级。通过科技创新和文化创新，让烟花爆竹产业在新时代焕发出新的活力，为传统文化的传承和发展注入新的动力。

总之，贵州的“由禁转限”政策是一个值得肯定和推广的创新之举。它不仅为提振消费、促进经济增长提供了新的思路，更为传统文化的传承和发展开辟了新的道路。我们相信，在各方的共同努力下，烟花爆竹政策将迎来更加科学、合理和人性化的发展方向，让传统节日的氛围重新回归，让传统文化在现代社会中绽放出更加耀眼的光芒。



江西省 2025 年度烟花爆竹安全经营管理 暨产品交易大会现场达成意向合作金额超 16 亿元



5月9日至11日，由江西省烟花爆竹行业协会联合中国日用杂品流通协会烟花爆竹专业委员会、湖北供销惠依烟花爆竹有限公司共同主办的“2025年中国（南昌）国际烟花爆竹产业博览会”暨系列行业活动在南昌绿地国际博览中心成功举办。活动涵盖产业博览会、高质量发展论坛、安全经营管理大会、省级协会联谊会及创新焰火展演五大板块，吸引全国20余省（市、自治区）近2000家企业、行业协会代表及2万余名观众参与，现场达成意向合作金额超16亿元，成为推动行业高质量发展的重要平台。

规模空前，政企联动共谋发展

大会获中华全国供销合作总社、江西省供销联社及南昌市政府鼎力支持。

南昌市委常委、副市长安宝军致辞强调，江西将以文化传承、创新驱动、安全责任为抓手，推动烟花爆竹产业行稳致远。江西旅游商贸职业学院党委书记吴小平到会致辞并指导。省应急管理厅、公安厅及万载县委书记刘学军等产区政府代表现场指导，共商行业规范发展路径。

产品云集，创新成果百花齐放

3万平方米展区内，数百家企业展出千余款烟花爆竹创新产品，涵盖环保型、智能燃放装置及文旅融合特色品类。中华全国供销合作总社原监事会主任诸葛彩华率队巡馆，对产品工艺与安全标准给予高度评价。

智慧碰撞，论坛引领转型方向

“烟花爆竹行业高质量发展论坛”汇聚百余位专家，围绕标准化、智能化、绿色化转型展开研讨。现场达成数十项战略合作，涵盖技术研发、产销联动及安全管理领域，为行业提质增效注入新动能。

经验共享，跨省协作凝聚共识

多省行业协会联合举办“供销系统烟花爆竹经营提升研讨会”，深入交流

行业新闻

《烟花爆竹安全管理条例》落实经验。江西省供销社提出“质量变革、安全首位、协会引领”三大行动纲领，并发布 2024 年度市场满意品牌授牌名单，强化行业标杆示范作用。

机制创新，联谊共促协同发展

全国 19 个省级烟花爆竹协会会长（秘书长）首次齐聚，通过“首届联谊会”建立常态化协作机制。会议修订行业倡议书，明确安全监管、技术创新与跨区域合作重点，并组织红色教育基地参访，推动党建与业务深度融合。

科技赋能，焰火演绎文化新篇

南昌融创乐园举办两场“城市焰火创新展演”，融合无人机编队、数字光

影与环保焰火技术，打造“传统技艺+现代科技”视听盛宴，吸引数万市民观看，有效提升行业文化传播力与公众认知度。

成果丰硕，锚定行业未来

本次大会通过展览、论坛、签约、联谊等多维联动，强化了烟花爆竹全产业链的安全管理共识，推动了跨区域资源整合与技术创新。江西省近百家批发企业与生产商签订 16 亿元订单，为产业高质量发展奠定坚实基础。未来，江西省烟花爆竹行业协会将持续发挥平台作用，深化政企协作，助力行业迈向标准化、智能化、绿色化发展新阶段。



烟花爆竹行业破局之路： 品牌、平台与多元模式探索

在国内烟花爆竹行业的版图中，产能过剩已成为高悬头顶的达摩克利斯之剑，严重掣肘行业前行。应急管理部数据清晰显示，自2016年起，全国春节期间烟花爆竹销售量持续下探，过剩产能如滚雪球般越积越大，行业发展陷入瓶颈。面对如此困境，探寻契合市场需求的新消费模式刻不容缓，其中，品牌化、平台化以及“烟花+”模式，成为行业破局的关键路径。

品牌化堪称烟花爆竹企业突出重围的利刃。在竞争激烈的当下市场，品牌绝非简单的产品标识，而是安全、质量与服务的集合体，是消费者信赖的基石。以浏阳花炮为例，作为国内响当当的品牌，不仅在国内市场牢牢占据较高份额，更积极迈向国际舞台，凭借可靠的产品质量与合理定价，赢得了消费者的高度认可。通过持续深耕品牌建设，企业得以塑造鲜明的品牌形象，增强消费者信任感，从而大幅提升市场竞争力。当同质化产品市场中泛滥时，强势品牌能够帮助企业脱颖而出，吸引消费者目光，在市场中赢得宝贵的发展空间。

平台化运作则是整合行业资源、优化产业生态的关键抓手。上栗县烟花爆竹产业供应链服务平台便是成功范例。该平台借助互联网思维与大数据管理手段，以金融服务为有力支撑，实现了对烟花爆竹企业资质审查、交易监管及产品流向的全网智能监控。目前，已有463家企业入驻平台，完成总交易额达3.33亿元。借助这一平台，企业有效降低了采购成本，缓解了融资难题，实现了从粗放式管理向精细化管理的转变。平台模式打破了企业间的信息壁垒，促进资源共享与协同合作，显著提升行业整体运营效率，为化解产能过剩难题提供了坚实支撑。

“烟花+”模式更是为烟花爆竹开辟了全新的应用场景，创造出诸多消费增



行业新闻

长点。在“烟花+文旅”融合领域，发展态势一片向好。浏阳大力推动“传统烟花爆竹制作技艺+旅游”模式在乡村旅游景点落地，打造多个烟花文旅示范景点，并精心设计特色旅游线路。国内众多景区纷纷引入浏阳“烟花小屋”零售新模式，打造常态化文旅焰火项目，占据全国文旅焰火市场85%的份额。在“烟花+科技”领域，随着科技的迅猛发展，企业不断加大研发投入，推出微烟无硫烟花等环保型产品，高度契合当下绿色环保的消费理念，成功开拓出一片崭新的市场。

为进一步突破当前困局，行业可从以下几个维度发力。在品牌建设方面，企业需持续加大研发创新投入，推出个性化、差异化产品以满足消费者日益多元的需求。同时，加强品牌宣传推广力度，通过多元渠道提升品牌知名度与美誉度。在平台化建设上，要持续完善现有平台功能，拓展服务范畴，吸引更多企业入驻，构建更

为广泛、多元的产业生态体系。此外，推动不同产区平台间的互联互通，实现更大范围的资源共享，也是提升行业整体竞争力的重要举措。对于“烟花+”模式，应进一步深化与各领域的融合，如开展“烟花+教育”科普活动，以寓教于乐的方式传播烟花文化；拓展“烟花+电商”线上销售渠道，打破地域限制，让产品触达更广泛的消费群体。

综上所述，品牌化、平台化与“烟花+”模式，为深陷产能过剩困境的烟花爆竹行业指明了前行方向。通过对这些新消费模式的深入探索与持续深化，烟花爆竹行业有望实现转型升级，重焕蓬勃生机，在新的市场环境中闯出一片广阔天地。



如何打造有灵魂的品牌和人才团队？

在市场竞争白热化的今天，企业的竞争早已超越产品与价格的表层较量，转向品牌价值与人才实力的深层博弈。一个有灵魂的品牌，能够跨越地域与文化差异，在消费者心中占据独特位置；一支有灵魂的人才团队，则是驱动品牌持续发展的核心引擎。对于烟花爆竹行业而言，这个承载着千年文化底蕴的传统产业，如何在现代商业浪潮中焕发新生？我觉得要“以大智慧的品牌主线贯穿企业内外、以主题化的包装燃放定格产品、以习惯化的言行举止培育团队”。

一、以大智慧的品牌主线贯穿企业内外：让文化成为企业的“精神灯塔”

1、品牌是企业的灵魂，文化是品牌的根基

品牌绝非简单的标识或口号，而是企业价值观、文化底蕴与市场承诺的集中体现。故宫博物院通过“把故宫文化带回家”的品牌战略，将《千里江山图》《清明上河图》等国宝级文物转化为文创产品，让传统文化以现代形态走进千家万户。其成功的核心，在于将千年文化积淀融入每一个设计细节，使产品成为文化传播的载体。

烟花爆竹行业，部分企业仍停留在“卖烟花就是卖声响和色彩”的初级阶段，忽视品牌文化的构建。但也有一些企业开始向品牌化迈进，例如，某企业将“人与自然和谐共生”作为品牌内核，在烟花原料选择上坚持环保理念，在产品设计中融入四季自然元素，不仅赢得了消费者的信任，更是将品牌打造成经销商和消费者心中的首选。这启示我们：唯有深挖文化内涵，将价值观注入品牌基因，才能让品牌拥有长久生命力。

2、从理念到行动：让品牌贯穿企业全链条

品牌的“大智慧”，在于将文化理念渗透到企业运营的每一个环节。星巴克通过“第三空间”的品牌定位，从门店选址、装修风格到员工服务话术，都围绕“舒适社交场所”的核心价值展开。例如，烟花爆竹企业以“传承非遗文化”为品牌主线，便可在原料采购环节选用传统工艺制作的火药，在生产车间设置“匠人匠心”展示区，在销售端推出“烟花文化体验课”，在产销对接展销会和新品发布会上诠释企业品牌文化符号和内涵。例如，湖南某烟花企业以“守

热点热议

护传统年味”为品牌理念，不仅在产品中保留传统烟花造型，还联合民俗专家开发“年俗烟花礼盒”，附赠传统年俗故事手册。这种将品牌理念转化为具体行动的做法，让文化不再是空洞的口号，而是消费者能够切实感受到的价值体验。

二、以主题化的包装燃放定格产品：让每一次亮相都成为“高光时刻”

1、包装品牌化：用视觉讲述故事

产品包装是品牌与消费者的“第一次对话”，如果设计粗糙、缺乏主题和亮点，就无法吸引消费者。包装应注重简约中渗透主题，例如：某公司产品包装以极简设计闻名，白色盒子搭配烫金LOGO，传递出科技与品质感；例如，某公司的蓝色礼盒更是成为浪漫与奢华的象征。烟花爆竹企业的包装设计，同样可通过主题化策略赋予产品独特魅力。例如，某烟花品牌在情人节推出“心之绽放”系列礼盒，采用心形镂空设计，内部烟花筒身印满情侣剪影。盒内附赠手写祝福卡片，将产品从单纯的烟花转化为情感表达。

2、燃放即传播：用场景创造记忆

烟花的魅力不仅在于产品本身，更在于燃放瞬间的震撼或唯美体验。悉尼跨年烟花秀以海港大桥为舞台，每年设定不同主题，结合灯光、音乐与故事性编排，吸引全球数亿观众观看；迪士尼

乐园的“星梦奇缘”烟花秀，将经典动画角色投影与烟花绽放相结合，让游客沉浸在童话世界中；浏阳“天空剧院”利用烟花+无人机，将各种主题意境在夜空演绎得精彩绝伦，让场内场外和视频前的观众无不心动。烟花爆竹企业还可以在文旅景区策划“诗词烟花秀”，将李白、苏轼的诗句通过烟花图案呈现；在商业活动中设计“品牌故事烟花剧”，用光影变化讲述企业发展历程。这种将产品与场景深度融合的方式，能够让每一次燃放都成为品牌传播的“超级符号”。

三、以习惯化的言行举止培育团队：让文化融入员工的“肌肉记忆”

1、文化落地：从口号到行为习惯的转变

企业文化必须转化为员工的日常行为习惯。海底捞的“服务神话”背后，是“把顾客当家人”的文化理念通过“师徒制”“服务案例分享会”等方式，内化为员工的自觉行动。反观部分企业，墙上贴满文化标语，员工却对理念内容一问三不知，文化沦为“墙上的装饰”。烟花爆竹企业可通过具体行动推动文化落地。例如，建立“安全文化日”，定期开展安全生产演练；设立“创新工坊”，鼓励员工提出产品改良方案；推行“文化积分制”，将践行企业价值观

热点热议



与绩效考核挂钩;多开展团队户外拓展活动,在寓教于乐中增进团结、凝心聚力;还可以采取沉浸式情境化的人才学习培训方式,让“传承非遗”的课堂变得生动丰富。

2、人才赋能: 打造有灵魂的团队

有灵魂的团队,需要凝聚更多认同企业文化、具有创造力的“同路人”。阿里巴巴通过“百年湖畔”培训计划,将“客户第一、团队合作”的价值观融入新人培养;华为推行“蓝血十杰”评选,树立奋斗者标杆。

烟花爆竹企业可采取多种方法培育人才:技能培养,通过校企合作培养烟花设计、安全管理等专业人才;文化浸润,组织员工参观烟花博物馆、参与非遗文化活动;激励机制,设立“匠心奖”“创新奖”,对表现突出的员工给予物质与精神双重奖励;阶段总结,在企业成立周年纪念日或取得一些小成就时都需要组织员工好好总结过去、展望

未来、聚焦当下,讲好企业品牌故事和员工成长故事,让员工从内心深处觉得在企业工作很有意义。当员工将企业价值观内化为习惯,团队便拥有了强大的凝聚力与战斗力。

综合来看,打造有灵魂的品牌和人才团队,是一项系统性工程。以大智慧的品牌主线贯穿企业内外,赋予品牌文化深度;以主题化的包装燃放定格产品,提升品牌传播力度;以习惯化的言行举止培育团队,增强企业发展韧性。三者相辅相成,缺一不可。对于烟花爆竹企业而言,这既是传承千年文化的使命,也是拥抱现代市场的必然选择。唯有将文化、创意与人才深度融合,才能让传统产业焕发新生,在激烈的市场竞争中绽放出独一无二的光芒。未来,随着消费升级与文化自信的提升,那些真正拥有灵魂的品牌与团队,必将成为行业的引领者。

从恒达烟花“方方得利”看企业知识产权保护

4月22日，知识产权护航特色产业高质量发展研讨会召开，多位国内顶尖知识产权专家齐聚，共同探讨醴陵烟花爆竹产业的知识产权保护与创新发展。活动现场，以恒达烟花“方方得利”商标遭侵权和赖吉昌遭遇冒牌侵权的典型案列，各位专家展开了深入交流讨论。对于恒达烟花“方方得利”维权案专家是什么看法？企业如何保护知识产权？一起来看看专家怎么说。

对于“方方得利”商标被宣告无效，西南政法大学知识产权学院名誉院长张玉敏教授认为存在不合理性：“包括商标专利的专业标识的保护，它的一个最基本的立法理由，就是防止混淆，既要防止通过搭便车来占便宜，无偿地去剽窃他人的商业信誉，也要保护消费者，防止消费者因混淆而受到损失。因此在商标和其他商业标识的保护上，特别是商标，经过严格的注册程序以后有一个保护范围。

“关于‘方方得利’这个例子，说到的一个问题就是它是地方性的大家广泛使用的祝福语，所以不应该给予商标注册，这个问题我个人的看法是，《商

标法》上并没有这样的规定，何况这是商标注册机关已经批准注册了。虽然像这样的非独创性的商标，保护范围是有限的，但是本案当中的侵权人，就是在同一类商品上，都是烟花爆竹，并没有超出一个最起码的保护范围，这样我觉得这种商标宣告其无效，不太符合《商标法》的规定。总的来讲，我觉得作为产品的标识，要从保护竞争者的正当利益和消费者的利益双方面去考虑应该不应该对它保护。”

针对恒达烟花的“方方得利”维权案件，北京科技大学知识产权研究中心主任徐家力教授认为案件中除了商标侵权，还存在不正当竞争的行为：“《反不正当竞争法》有一条，是对知名商品或者服务外观、包装、装潢专用权的保护。比如‘加多宝和王老吉’这个著名的案件就是对外观包装、装潢形成显著性以后受法律保护的。恒达在‘方方得利’上投入这么多，我觉得商标侵权诉讼的同时，也可以主张对方构成不正当竞争行为，侵犯的是你的外观包装装潢权，这个包装有显著性。

“因为专利权构成法律要件是严格

热点热议

要件，但是反不正当竞争当中，一种不正当竞争的方法，这个构成要件就是一种非严格要件，所以法院很容易认为这是不正当行为，侵犯的是外观包装装潢权。因此企业可以向法院提起三项诉讼请求，第一项诉讼请求，要法院认定我是商标性使用，保护商标权；第二个，认定我知名商品的包装装潢权，独立的权利；第三项，被告用不正当的方法混淆我‘方方得利’和其他的产品。”

对于恒达烟花的案例中，二审法院以被诉企业烟花包装上使用的“方方得利”字样系表达吉祥祝福之意，判定撤销长沙县人民法院一审民事判决的结果，中南财经政法大学知识产权学院院长黄玉烨教授提出了看法：“按照《商标法》的规定，只有说本商品的通用名称、图形、型号，还有直接表明本商品的特征、质量，这种情况的文字表述，其他人也可以合理使用。但是《商标法》没有说当地的常用祝福语，大家都可以来做叙述性使用，没有这个规定，所以二审法院的判决缺乏明确的法律依据。

“即便‘方方得利’是浏阳地区常用的祝福语，从法律上来说本身显著性会弱一点，但是商标显著性的获得有两个途径，第一固有显著性，就是商标文字是自创的；还有一个获得显著性，就是商标的构成本身不具有显著性或者显

著性比较弱，但是经过长期的使用得到了消费者的认可，那么它就获得了显著性，比如说典型的商标‘五粮液’。‘方方得利’这个商标从2009年开始使用到现在，获得了广大消费者的认可，也很有市场，所以它肯定是获得了很强的显著性。”

企业如何改进自身的商标管理？同济大学长聘特聘教授、国家知识产权战略实施研究基地主任朱雪忠教授认为，企业应该在注册商标时就考虑到如何保护，“尽可能不要拿现成的词语，这样会影响商标的独创性，使商标的保护受到限制；同时，一旦设计了好的商标，就要尽快注册，而且获得注册后，应该突出使用注册商标，来扩大商标的知名度和保护。”

知名产品和商标遭到侵权冒用，武汉理工大学法学与人文社会学院院长刘介明教授则认为，企业能以此为契机，提升自身的知名度，加强品牌建设：“商标被模仿，说明产品是具有市场竞争力的。比如‘方方得利’这个商标，除了汉字商标以外，还可以把图形跟文字结合起来，甚至注册一系列商标。因为这个产品是有优势的，要把技术、技术秘密、专利还有标准结合起来，融合到系列商标里面去，这样就更有竞争力。”

中华商标协会副会长兼秘书长吴东

热点热议

平从企业面对商标争议问题时，如何保护自身权益的实践操作层面提出了建议：

“从我们的角度来讲，首先企业应该选择专业的法律机构来解决问题，还有专门的商标维权委员会能提供这方面的经验支持；第二，企业可以跟当地的市场监管部门反映，当企业权利受到侵害的时候，行政处理是最快捷的；同时，我认为还应该发挥行业组织的力量，不管是当地的行业组织，还是各个层级的保护协会，都是可以发声的。当行业组织经过沟通确认后，发声的效果会更好一些。”

案例背景

恒达烟花是位于醴陵孙家湾镇的一家烟花企业，2008年，企业由出口喷花型烟花、组合烟花产品为主转向国内市场，研发出三角形喷花产品“方方得利”，产品以个头小但燃放时间长的效果，受到市场欢迎。2016年，恒达烟花获得烟花包装盒（方方得利）外观专利和实用新型专利授权，并于同年开始申请注册“方方得利”商标。2018年9月，“方方得利”商标获准注册。

2021年，恒达烟花发现浏阳某企业在其生产销售的喷花烟花产品上使用了

“方方得利”标识，并采用与“方方得利”烟花产品外观相似的设计，以商标侵权为由，起诉至湖南省长沙县人民法院，法院一审认定涉案被告构成商标侵权，要求其停止在生产和销售的烟花产品上使用“方方得利”文字标识。

该企业不服一审判决，上诉至长沙市中级人民法院。2022年9月，中院二审判决书认为：被诉企业烟花包装上使用的“方方得利”字样系表达吉祥祝福

之意，并非用于识别商品来源的使用行为，判定撤销长沙县人民法院一审民事判决，驳回恒达烟花全部诉讼请求。

恒达烟花不服二审判决，向湖南省高级人民法院申请再审。2024年2月27日，高院裁定由长沙市中级人民法院重审“方方得利”被侵权案。2024年5月7日，长沙中院作出裁定，撤销了该院就此案作出的民事二审判决，发回长沙县法院重审。

在该案民事诉讼期间，2022年5月，浏阳某企业以“方方得利”名称系烟花行业普遍使用的祝颂语且在浏阳使用历史悠久为由，对涉案商标提起了无效宣告请求。2023年7月27日，商标管理部门作出裁定，宣告涉案商标权无效。



浏阳烟花，如何点亮璀璨的“夜空经济”？

一秒绚烂，万人奔赴，浏阳烟花再次火“出圈”。

今年“五一”假期，湖南浏阳连续两天举办烟花秀，累计吸引了近48万人次游客现场观看。不少网友感叹：“浏阳烟花已经进化到这个地步了吗？”“浏阳烟花正向魔法方向发展……”



夜空中，“七彩祥云”创意烟花绚烂登场，还有千架无人机编队点亮“星际之门”，烟花如星河倾泻。

更有“无人机+烟花”勾勒出城堡、月亮、星星等众多景观。

浏阳被誉为“中国烟花之乡”，也是我国最大的花炮产销地。据统计，浏阳现有烟花爆竹生产企业431家，花炮产业2024年实现总产值502.2亿元，国内市场占有率约60%，出口约占全国70%。

连日来，美国的“关税大棒”持续

给全球市场带来震荡，对浏阳烟花产业影响几何？

01 畸高关税下：美国或无烟花可放

数据显示，2024年，浏阳烟花爆竹产业出口额为65.8亿元，同比增长24.9%。

浏阳烟花出口主要有三条“路线”：一是欧线，出口到欧盟国家，出口额约占35%；二是美线，出口到美国，出口额约占35%；三是出口到欧线和美线以外的国家，出口额约占30%。

“关税政策对浏阳烟花出口美国还是造成了一定影响。”浏阳市烟花爆竹总会出口分会会长文光辉介绍，一个货柜烟花货值约为3万美元，按照以前6%基础关税计算，关税约为1800美元。如果按照145%关税来算，关税将从1800美元涨至43500美元，比烟花货值高出1万多美元。

一位浏阳烟花生产企业负责人表示，因担心关税政策动荡，一些美国经销商接货谨慎，一些美线订单近期发货暂停。

但该负责人也表示，浏阳烟花在全球范围内具有很强竞争力，美国不生产烟花，“加关税也是加他们的，不赚钱

热点热议

的生意我们不会做。”

美国挥舞“关税大棒”，中国烟花出口美国受阻，或导致美国无烟花可放。

有数据统计，2024年2月至2025年1月，美国进口了5.08亿美元的烟花，其中95%都源自中国。每年独立日，全美各地会举行1.7万场庆祝活动，烟花秀是其中最具吸引力的活动之一。

但由于美国施加的畸高关税，无力承担关税的美国烟花公司已通知中国供应商暂停发货。有美媒报道称，一位美国烟花公司老板表示，这不仅会导致严重的短缺、扰乱生产，还将使特朗普想要隆重庆祝的美国建国250周年活动无烟花可放。

至于特朗普宣扬的将制造业带回美国，美国烟火协会（APA）首席执行官朱莉·赫克曼认为，这永远不会发生在烟花制造业上。她表示，美国不会生产烟花，“我们没有原材料、火药和所有必要的化学品”，即使有人想开始生产，所有化学品也必须依赖进口。

美国烟火协会4月初致信特朗普，要求他取消对烟花征收的关税。信中写道，“2019年，您的政府明智地认识到了烟花行业的独特性，对它免除了关税。我们敦促您现在采取同样明智的行动”。

美线订单暂停，浏阳烟花企业进一步加强多元化市场策略，积极开拓非美

市场，包括大力开发欧洲、非洲、东南亚等市场。

据长沙海关数据，今年前两个月，湖南省烟花对东盟、欧盟出口增长明显。其中对东盟出口1亿元，同比增长19.7%；对欧盟出口9700.6万元，同比增长21.7%。

02 “烟花+文旅”开辟消费新场景

除了市场多元化发展，浏阳烟花通过“烟花+文旅”模式开辟消费新场景，拉动内需增长。

在浏阳，烟花不仅仅是年节的点缀，还是城市文旅发展的“闪亮名片”。

“5、4、3、2、1！”烟花如同流星，绽放出各种图案，点亮了整个夜空。

不久前的一个周六，浏阳的天空剧院正在上演一场精彩的创意烟花秀，天空仿佛璀璨银河，绚烂多彩。

来自北京的王女士说：“周末和家人一起来浏阳看烟花，很浪漫。”



自2023年2月起，浏阳开启周末烟花秀，举办烟花燃放活动近百场，已累计

热点热议

计吸引游客超 500 万人次，拉动消费超 150 亿元。

烟花秀上“蓝色流星雨”“七彩祥云”等创意烟花刷屏网络，带动了烟花爆竹产品的热销。

在浏阳河畔，有多个“烟花小屋”售卖点，屋内有 50 多款烟花，价格在 2.5 元到 300 元不等。一家“烟花小屋”的店长说：“每到周末，有很多游客涌进浏阳，小屋就会很受欢迎。”

近年来，浏阳将烟花产业与文化旅游紧密结合，打造了独特的烟花文旅体验，比如开发烟花主题民宿、举办湘赣艺术焰火邀请赛……“烟花+民宿”“烟花+赛事”等新业态不断涌现，带动餐饮、酒店、景区等地人气升温。

天空剧院附近的一家餐厅经理介绍，烟花秀举办时，营业额最高可提升 50%。浏阳一家酒店负责人表示，自举办烟花秀以来，整体入住率增长了 30%至 40%。

来自重庆的徐先生说，第一次到浏阳旅游，看了烟花，还吃了浏阳特色蒸菜，“完美周末！”

烟花秀不仅吸引了游客，还成为企业展示自身实力的平台。

东信烟花负责 2024 年的压轴大秀，整体投入超过百万元，主题为“星雨新愿”，用无人机搭载烟花，重现蓝色流星雨，让观众许下 2025 年的愿望。

压轴大秀走红，东信烟花也收获了积极反馈。相关负责人表示，半个月时间，接到了 10 个燃放订单。

因为烟花，浏阳的知名度、影响力进一步得到了提升。“来浏阳看一场烟花”正成为越来越多游客旅行清单上的体验项。

03 提升自身硬实力：安全、环保、创新

打铁还需自身硬，浏阳烟花在提升自身硬实力上狠下功夫。安全，是烟花爆竹产业发展的生命线。

面对安全生产问题，浏阳近年来大力推动生产机械化、自动化、智能化进程。在浏阳的一个生产车间内，自动卷筒机将纸浆压制成型，机械臂以 0.1 秒的精度填充火药，全程由 AI 视觉系统监控。过去 200 人日产 1 万支烟花，现在 30 人可生产 5 万支。

还有一些烟花生产企业研发和安装了红外温度传感器、自动报警等安全防护系统，生产车间摄像头监控“360 度全覆盖”，机器人在装药等多个环节得到应用，最大程度地降低了安全风险，提高了生产效率。

环保问题是烟花爆竹产业发展的另一个“紧箍咒”。

亚冬会开幕式的烟花燃放全部采用微烟产品，发射剂燃放后无固体颗粒、

热点热议

有害气体等污染物产生。

近年来，浏阳不少企业和科研院所合作研发微烟无硫火药新材料、气态发射型烟花、再生植物纤维烟花外筒等环保产品。

浏阳烟花还在产品研发上不断创新，探索新技术、新材料、新玩法。

传统的烟花，只是声光的结合。但近些年，以天空为画布，结合声、光、电、

影、焰等多种元素，特别是无人机的运用，烟花开始演变成创意秀场。

除了科技手段，浏阳烟花与时下流行的国风、影视 IP 等深度联动，引发关注热潮，比如生动再现《哪吒 2》中的经典场景。

浏阳烟花也在致力于开拓更多应用场景：大力发展药量小、声音小、运动轨迹可控的“城市烟花”，以适应城市燃放场景，比如仙女棒。

伴随科技发展和消费变革，传统烟

花产业面临新挑战。有分析指出，电子烟花、赛博烟花正在强势崛起，并以其科技感强、环保安全等特点，有可能成为传统烟花的替代品。但也有人认为，传统烟花在夜空中绽放时，绚丽多彩、璀璨夺目的视觉效果是电子烟花难以比拟的。还有人认为，电子烟花像一场精

致的灯光秀，但它没有温度。未来如何发展，观众和消费者会做出选择。

近年来，浏阳

出台了《浏阳市烟花爆竹产业高质量发展三年行动计划（2022—2024 年）》《浏阳市打造“世界花炮之都”十条激励政策》等，助推浏阳烟花爆竹产业稳健发展。

烟花是浏阳的独特符号。浏阳积极探索“烟花+”模式推动文旅融合，开辟消费新场景，同时，以技术创新驱动烟花产业向安全化、环保化升级，拓展多元化市场布局。浏阳烟花正在书写属于自己的“璀璨经济学”。



烟花演绎打造文旅夜经济胜地 “烟花+旅游”文旅融合产业发展模式研究

湖南浏阳，作为全球瞩目的烟花爆竹生产贸易基地和科研中心，其烟花制作历史可追溯至一千四百多年前。历经岁月沉淀，浏阳花炮产业基础愈发雄厚，在生产规模、市场份额、产业集群和技术创新等多方面优势显著。如今，在文旅蓬勃发展的浪潮下，浏阳积极探索烟花与文旅融合之路，不仅在国内成绩斐然，更在国际舞台崭露头角。本文剖析了浏阳烟花产业与文旅融合发展的创新实践，并通过对比国外烟花经济发展模式进一步提出了创新思路。

一、产业基础：论跨界融合的有力支撑

浏阳花炮产业基础雄厚，在生产规模、市场份额、产业集群、技术创新等多方面具备显著优势。历经 1400 多年的发展演变，已成为全球最大的烟花爆竹生产贸易基地和科研中心，文化传承源远流长。浏阳拥有 431 家烟花爆竹生产企业，2024 年全市花炮产业实现总产值 502.2 亿元。仅 2024 年前 10 月，浏阳花炮产业集群就实现总产值 313.4 亿元，同比增长 75.6%。

目前，浏阳花炮在国内市场占有率

约为 60%，出口量占全国六成以上，在国际市场占据重要地位。例如，德国消费的烟花中 70%-80% 产自浏阳。2024 年浏阳烟花爆竹产业出口额为 65.8 亿元，同比增长 24.9%。如今，浏阳已形成了完整的产业集群，涵盖生产、经营、批发、仓储、包装、印刷、机械生产以及具备燃放资质的企业等。除 431 家生产企业外，还有经营、批发、仓储公司 534 家，包装、印刷、机械生产企业 400 多家，具有燃放资质企业 51 家。

通过与南京理工大学、北京理工大学等重点高校广泛开展合作，浏阳在新材料、新机械、新工艺、新产品、新包装等方面深入开展科研攻关。众多企业积极推动技术升级，中洲烟花实施“机械化换人、自动化减人”工程；庆泰烟花首条城市烟花智能自动化生产线投入生产；孝文科技全球首创无火药智能喷花机等。此外，浏阳成功入选 2023 年国家地理标志产品保护示范区筹建名单，入选“2024 中国最具影响力产业名片”，“世界花炮之都”的城市名片愈发响亮。

二、烟花产业融合文旅发展的浏阳实践

烟花论坛

在文旅产业蓬勃发展的时代浪潮下，浏阳，作为烟花文化的重要发源地，凭借独特的产业优势，走出了一条别具一格的烟花产业与文旅融合发展之路。

产业升级是推动融合发展的关键支撑。面对安全与环保的双重挑战，浏阳积极主动作为。在安全领域，大力淘汰落后产能，依据风险等级对工房细致分类，采用“物理隔离、单人单栋”作业模式，实现了全方位、智能化的安全监管。在环保方面，浏阳深入开展“三大革命”，与高校紧密合作开展科研攻关，全力研发环保产品，让微烟、无硫、少尘成为生产的核心标准。正因如此，即便在烟花燃放量大的情况下，浏阳全年空气优良率仍能保持在94%以上。

产品与消费场景的创新，为融合发展注入了新活力。新一代“烟花人”勇于突破传统，积极探索创新。银洋烟花率先提出“城市烟花”概念，聚焦城市休闲场景，打造出兼具安全性、高颜值与社交属性的产品，并开设“新零售”门店，极大提升了消费者的购物体验。星视界则推出网红“加特林”烟花，持续推陈出新。与此同时，销售方式也在不断革新，通过拍摄Vlog、搭建视频号矩阵、在产品包装上印二维码展示燃放效果等手段，受到了年轻消费者的青睐。

文化赋能为融合发展开辟了广阔空

间。长期以来，浏阳致力于树立文化品牌，推动产业向高端化迈进。通过打造“天空剧院”、“周末烟火”等沉浸式焰火秀，浏阳吸引了海量游客。同时，烟火表演还带动了乡村旅游和餐饮住宿业蓬勃发展，成功入选国家文化产业和旅游产业融合发展示范区。创意焰火秀精心打造“焰遇”文旅IP，在国内外多地成功落地，大幅提升了品牌影响力。在巴黎奥运会上，浏阳烟花凭借科技创新，满足场景燃放需求，惊艳全球。

然而，尽管取得了令人瞩目的成绩，但与成熟的旅游目的地相比，浏阳的旅游基础设施仍显薄弱，高质量住宿产品的短缺成为制约其进一步发展的瓶颈之一。虽然已初步形成文化结合的烟花演绎产品雏形，但仍需加大产品研发，走规模化发展道路，以提升整体竞争力。

三、他山之石：国内外烟花及夜间经济发展

3.1 迪士尼模式：文化与商业的深度融合

迪士尼乐园的烟花表演，是乐园夜间娱乐的核心亮点，在文化内涵的深度挖掘和经济价值的多元释放方面表现突出。在文化层面，迪士尼烟花表演承载着深厚的文化意义与浪漫色彩。2021年上海迪士尼在疫情防控期间的“逆行烟花”，彰显了中国式浪漫，传递出逆境

烟花论坛

中对美好生活的向往与乐观。同时，烟花秀常常巧妙融合丰富的故事情节和音乐元素，播放《冰雪奇缘》主题曲，让游客沉浸在梦幻童话世界，深度共鸣迪士尼倡导的正义战胜邪恶、爱国、爱环境、亲情、友情等价值观，这正是迪士尼品牌精神的生动体现。从经济角度来看，迪士尼乐园每晚的烟花表演经济效益明显。每场成本约 4.1 万至 5.5 万美元，每年总花费高达 5000 万美元，但这笔投入收获颇丰。它成功吸引游客延长停留时间，有力促进餐饮、纪念品销售、酒店住宿等二次消费，乐园二次消费盈利占比显著提升，周边商业设施和服务也随之受益。

3.2 日本花火大会模式：传统与现代的有机结合

日本花火大会源远流长，有着独特的文化底蕴和显著的经济价值。其起源可追溯至 1732 年，当时幕府将军德川吉宗为纪念饥荒和瘟疫丧生者，在隅田川举办首次公开烟花表演，此后逐渐演变为庆祝活动，尤其是盂兰盆节期间，人们借燃放烟花祭奠祖先、祈求平安、驱除恶灵。在现代，花火大会成为重要社交场合，夏日夜晚，人们身着传统浴衣，相聚河边或海边赏烟火，增进家人感情，也为年轻人提供浪漫约会契机。文旅融合成为日本烟花经济发展的重要驱动。

以秋田大曲烟花大会为例，通过“烟花+俳句创作”的跨媒介叙事策略，构建“诗性烟花”文化符号体系，衍生出《花火百景》出版物、AR 明信片等衍生品矩阵。花火大会作为重要旅游资源，吸引大量国内外游客，如静冈县热海市的“海上花”，带动当地餐饮、住宿等产业增长，经济效益高达 40 亿日元，同时提升了举办地的知名度和品牌形象。再如，新潟地区的长冈大花火大会，从一场桥梁建成的纪念活动，已经发展为当地的标志性节日。

3.3 悉尼跨年烟花模式：多元价值的全面释放

悉尼跨年烟花表演是全球知名的新年庆祝活动，在文化、经济和营销方面有着独特的多元价值。文化内涵上，2024 年活动融入原住民传统文化元素，“Calling Country”烟花秀强调了团结与合作，突出原住民文化和社区人物 Barangaroo 的精神。创意总监诺基策划的艺术家展示，体现对多元文化的尊重包容，反映澳大利亚作为移民国家的社会价值观。活动期间经济带动作用显著，累计吸引超 100 万观众现场观看，其中不乏大量国际游客。尽管表演耗资约 630 万澳元，但为当地经济注入超 1.7 亿澳元收益，旅游、餐饮、住宿等多行业受益，间接经济效益远超过直接成本。此

烟花论坛

外，悉尼采取多样的国际营销策略来扩大影响力。当前，悉尼跨年烟花表演已成为文化交流、经济发展与品牌营销的重要载体，提升悉尼的目的地吸引力。

纵观迪士尼、日本花火大会、悉尼跨年烟花三大模式，其成功共性在于“文化场景化、体验高频化、价值外溢化”。迪士尼将烟花与 IP 故事深度绑定，日本花火大会以传统仪式构建文化认同，悉尼则通过原住民元素强化城市精神。通过常态化（迪士尼每日烟花）、节庆化（日本夏祭）、事件化（悉尼跨年）设计，突破烟花消费的时空限制。通过文旅产业的经济乘数效应，实现从单一表演到全域消费的裂变。这些经验为国内烟花经济发展提供了重要参照。

3.4 自贡灯会：非遗技艺激发夜间经济活力

自贡灯会起源于唐宋时期的新年燃灯习俗，经过明清时期的进一步发展，逐渐形成了具有固定内涵和特定时段的传统民俗活动。其历史可以追溯到 800 多年前，这使得自贡被誉为“南国灯城”，并享有“天下第一灯”的美誉。自贡彩灯以其独特的艺术风格和精湛的手工艺著称，涵盖了从传统工艺到现代科技的应用。例如，利用丝扎工艺、特殊材料以及现代灯光效果，创造出气势磅礴、构思巧妙的大型灯组，这些灯组不仅在

视觉上给人以震撼，同时也传达出丰富的文化信息。通过举办国际性的灯会，自贡成功地将这一传统艺术形式转化为推动地方经济发展的引擎。自 1964 年起举办的迎春灯会，到后来的国际恐龙灯会经贸交易会，自贡灯会已经成为了集文化展示与商业交流于一体的综合性活动，极大地促进了当地旅游业及相关产业的发展。从数据上看，目前自贡全市拥有彩灯相关企业上千家，相关企业年产值约 60 亿元，国内灯展市场占有率达 85%。同时，自贡灯会扬帆出海，足迹到达 80 多个国家和地区，占据海外 92% 的灯展市场份额。随着自贡彩灯走向国门，自贡灯会已经成为中国文化的重要使者之一。通过参与各种国际展览和文化交流，自贡灯会为促进中外文化交流做出了贡献。

四、浏阳模式：天上的花头，地上的文章

浏阳“烟花+旅游”的跨界融合发展，不仅为本地经济注入活力，更通过模式创新与数据验证，为全国传统景区转型升级提供了可复制的创新样板。其意义已超越单一产业的边界，成为撬动区域经济、激活夜间消费、重构文旅业态的重要杠杆。

4.1 夜间经济的标杆示范

浏阳“烟花+文旅”的融合发展，不

烟花论坛

仅为本地烟花产业注入活力，更通过模式创新与数据验证，为全国夜间经济发展提供了可复制的样板。其意义已超越单一产业的边界，成为撬动区域经济、激活夜间消费、重构文旅业态的重要杠杆。据统计，2023 年浏阳焰火燃放企业共执行了 1500 多场国内外焰火燃放活动，占据了全国市场份额的 90% 以上。同时，浏阳还开展了 50 场创意焰火燃放活动，其中周末焰火秀就吸引了超过 380 万人次的游客，文旅消费更是突破了 110 亿元大关。这些举措不仅提升了城市的品牌影响力，还推动了“夜间经济”的迅猛增长，带动了浏阳乡村旅游和餐饮住宿业的全面发展。如今，“白天游乡村、晚上看焰火”已成为浏阳独特的休闲模式。这一模式与全国夜经济趋势高度契合——据文化和旅游部统计，2023 年国内夜间消费规模达到了 50.25 万亿元，占社零总额的 60%，表明夜间经济具有广阔市场。与自贡灯会（2023 年接待游客超过 140 万人次，营收突破 3 亿元）相比，浏阳模式更具“高频化”。其“周末焰火秀”以常态化演出打破节庆限制，形成“周周有亮点、月月有爆点”的可持续流量入口，为景区解决淡季失衡难题、促进产业融合提供了新思路。

4.2 双轮驱动模式：驻场型与城市

型并行

一是驻场型定期烟花演绎模式。天空剧院作为驻场型烟花演绎的代表，拥有 9000 人规模的场地和舞台，能够将剧院内的表演与天上的烟花、无人机烟花完美配合。这种模式通过与《庆余年》、《哪吒》等 IP 结合，实现了经济效益的提升。从适用场景来看，该模式可作为一种标准模式进行推广。特别是，该模式适用于传统景区升级，能够替代传统旅游演艺中高成本、低灵活度的演员密集型项目，以“轻运营、重科技”降低淡季空置率。例如，在一些原本夜间旅游项目匮乏的地区，驻场型烟花演绎能够填补 IP 空白，为当地经济带来从无到有的增长。同时，因其周末定期演出的属性，在近郊可依托一线城市消费力，打造周末消费新场景。

二是城市大型烟花燃放模式。以南昌、浏阳、汕头等地组织的城市型大型烟花燃放活动为代表，这类活动能够带来巨大的流量增量，如汕头一次活动吸引 50 万人参与。从携程数据观察，此类活动举办期间，当地酒店预订量、餐饮消费等大幅增长，对当地旅游经济拉动作用显著。然而，城市型烟花燃放面临着审批难题，主要源于环保和安全管理等方面的考虑。尽管如此，其对城市知名度提升、旅游经济带动的积极效果，

烟花论坛

值得各地在综合评估后探索开展。通过优化安全保障措施、采用环保型烟花产品等方式,以烟花为核心串联城市地标、商业综合体、文化街区,形成“爆点活动、长效留客、消费转化”的闭环,为旅游经济注入新活力。

4.3 产业生态的标准化输出

浏阳模式的核心竞争力,在于其构建了一套可拆分、可移植、可定制的标准化产业生态体系,形成了完整的产业输出链条。这一体系的建立,不仅降低了传统烟花文旅项目的复制门槛,更通过市场化运作实现了跨区域产业协同。在技术输出方面,浏阳可以通过智能燃放控制系统、无火药喷花机等专利技术,可通过授权模式降低复制门槛。此外,浏阳发布的《打造“世界烟花爆竹之都”十条激励政策》《浏阳市促进文旅深度融合高质量发展十条措施》,为地方政府提供产业扶持范本。湖南花火剧团等企业已形成从设计、策划到表演的全链条服务能力,可快速适配不同场景需求,以浏阳模式的标准化带动全国夜间经济繁荣发展。

五、浏阳模式的意义:传统景区转型的新引擎

推动形成“传统产业融合文旅发展”的浏阳模式,不仅能够促进当地旅游业

发展,更能为中国乃至世界提供关于如何利用传统特色产业带动区域经济转型的新思路。浏阳模式则证明了只要找准定位,注重用户体验,就能够实现传统产业与新兴业态的有效对接。对于其他希望借助本土优势资源发展旅游业的城市而言,浏阳模式将提供一个极具示范价值的案例。

当前,传统景区面临收入压力,复制浏阳“烟花+旅游”模式有望为景区及其所在目的地带来新的营收和流量增量,如同当年自贡灯会对地方经济和文旅产业的巨大推动作用一样,成为旅游经济发展的新引擎。浏阳模式的验证,为全国传统景区提供了两条转型路径:一是以“烟花+文旅”推动存量景区升级,将驻场型烟花秀替代高成本、低灵活度的传统演艺项目,二是推动新兴目的地打造,以“烟花+旅游”为缺乏核心IP的区域创造流量入口。

如何利用本土资源优势,结合科技创新和市场需求,探索出一条适合自身特点的发展路径的故事?浏阳“烟花+旅游”的模式创新将激励更多城市发掘自身潜力,寻找属于自己的转型升级之路,该模式的示范效应也必将推动中国旅游行业向着更加健康、可持续的方向前进。

做好品牌融合文章 全面激发消费活力

大力提振消费是中央经济工作会议和今年《政府工作报告》的重点任务之首，也是推动高质量发展的重要引擎。萍乡将坚持把提振消费放在突出位置，以“工运摇篮”“花炮故里”“户外天堂”“中国辣都”四张城市名片为主抓手，着力做好品牌融合文章，激发消费新动能，为推动萍乡经济高质量发展注入强劲动力。

突出“四张名片”这个品牌，着力增强消费驱动力。消费是经济发展的“主动力”，我们将用好用活萍乡的“四张

名片”，着力放大品牌效应，让城市名片带动消费火起来。

一是以“工运摇篮”为载体，带动红色消费提质。萍乡是中国工人运动的摇篮，秋收起义的策源地和主要爆发地，我们将擦亮“工运摇篮”这张亮丽的红色旅游名片，促进红色消费提质增效。致力赓续红色基因，打造集红色旅游、红色研学、红色教育于一体的红色产业链条，大力提升安源景区管理运营水平，以红色资源带动消费。致力讲好红色故事，积极推动安源纪念馆、红领巾教育

基地、安源大剧院、博物馆、文化馆等平台举办红色教育活动，着力打造红色演艺、红色光影秀等沉浸式项目，以红色文化场景带动消费。致力打造红色旅游精品路线，推动区域联动发展，围绕秋收起义、井冈山会师、湘赣边



烟花论坛

革命斗争三条主线，着力打造“韶山-萍乡”“井冈山-萍乡”等红色旅游精品线路，以红色旅游带动消费。

二是以“花炮故里”为抓手，激活产业消费需求。萍乡上栗花炮已有千余年历史，我们将坚持“育龙头、重研发、强燃放、拓市场”的理念，大力激发烟花产业消费需求。加大文化附加值高的创意烟花产品研发力度，推动烟花产业前端向科研设计延伸，后端向文化创意、服务延伸，打造属于萍乡的烟花“微笑曲线”。加大焰火燃放企业培育力度，策划一批“烟花进景区、进赛事、进庆典”营销活动，拓展烟花在全国的燃放市场，在武功山帐篷节、辣文化美食节和中秋、国庆、春节等各类节会期间组织大型主题焰火晚会，拉动城市文旅新消费。加大市场开拓力度，办好烟花爆竹展销会，建立烟花爆竹交易展示中心，促进上栗花炮品牌影响力和产品销量双提升，将上栗花炮打造成为闻名世界的品牌。

三是以“户外天堂”为龙头，促进文旅消费升级。加快建设“1+3+N”文旅产业园，充分发挥武功山国家5A级旅游景区的影响力，以“武功山”为龙头，带动芦溪凤栖文旅产业园区、安源文旅产业园区、上栗杨岐山文旅产业园区发展，着力做好“招游引客”工作，让景

区游客实现爆发式增长。充分彰显武功山品牌效应，围绕“文韬武略科技范儿”主题，创新“武功山+机器人”等场景应用，举办国际帐篷节、国际越野赛、全国大学生户外运动文化节等户外活动赛事，让“户外天堂”品牌传得更广、叫得更响、影响更大。充分打造山上山下文旅消费带，以“萍乡十大文旅消费新场景”为重点，大力发展冰雪运动、房车露营、户外探险、低空飞行等新业态，切实提升“吃、住、行、游、购、娱”全链条消费品质，推动武功山的旅游“流量”转化为消费“留量”。

四是以“中国辣都”为招牌，释放辣味消费活力。全力把“中国辣都”打造为金字招牌，吸引八方客流，增添消费热潮。做强“辣食”产业，着力推广莲花血鸭、萍乡小炒肉等辣味美食，大力发展辣味食品、零食食品等产业集群，培育壮大花蝴蝶、黄家将等一批本土辣食品企业，推进食品科技产业园和萍乡辣文化产业园建设，打造具有萍乡特色的辣味品牌。做优“辣城”街区，着力打造以玉湖美食街、武功山“特种兵”辣文化美食街、南正街、安源老街为代表的四大“辣美食街区”，打造一批“辣街”“辣巷”“辣园”，吸引更多人流、物流、资金流汇聚。做好“辣文”活动，加强“辣文化”旅游资源、文创产品的

烟花论坛

开发研发，以辣文化美食节、辣文化概念店、辣文创直营店等为抓手，为“中国辣都”系列产品“出圈”提供有力支撑，深入开展“中国吃辣看江西，江西吃辣在萍乡”主题系列活动，把辣味消费带活起来。

突出商贸消费这个重点，着力增强消费扩张力。商贸消费是经济增长的“压舱石”，我们将立足三个重点，全方位增强消费扩张力。

一是全力打造特色商圈，培育城市消费新动能。大力优化商业布局和商圈建设，以润达国际、天虹购物广场、赣湘边奥莱数字生活城等综合体为载体，加快建设集购物、餐饮、文化、休闲、娱乐等于一体的标志性商圈，推动爱琴海等新商业综合体建成投用，推动各县区打造具有各地特色和消费活力的县域特色消费商圈，激发县域消费活力。大力打造特色街区，积极推动打造以南正街、武功山驴友户外小镇、芦溪民俗文化街等为代表的夜间文旅消费集聚区，丰富夜游、夜娱、夜食、夜购、夜演等“新夜态”。大力培育一批中高端酒店品牌和民宿品牌，推动餐饮、住宿、文娱等行业稳定增长。

二是全力提振大宗消费，力促经济发展新突破。抓实抓好“两新”政策落地，加力扩围实施消费品以旧换新，用

好超长期特别国债资金，拉动新能源汽车、家电、家装家居、数码产品、住房等大宗商品消费力。抓实抓好“惠享萍城”系列促消费活动，举办汽车展销会、家电家居购物节、房产家居联动促销等大型消费活动，联动举办应季促销活动100场以上。抓实抓好汽车消费扩容，加大换购新能源汽车的活动开展力度和政策支持力度，拓展汽车改装、租赁、赛事及房车露营等汽车后市场消费。抓实抓好房地产工作，稳步推进商品房现房销售改革试点工作，加快发展第四代住宅，更好满足刚性和改善性住房需求，促进房地产市场平稳健康发展。

三是全力培育新型业态，拓展市场需求新空间。加力发展首发经济、银发经济、童经济等新业态，打造新的消费增长点。加力实施数字消费、绿色消费、健康消费促进政策，以跨境电商综试区建设为抓手，加强与京东、阿里国际站等电商平台对接合作，培育品质电商，满足群众对高科技、高品质生活的追求。加力发展低空旅游、航空运动、消费级无人机等低空消费。加力发展赛事经济，以承办2026年省运会为契机，带动全市体育产业发展。加力刺激农村消费，推进家居家装、家电、汽车等优质消费资源下乡，完善商贸流通体系，释放农村消费潜力。

烟花论坛

突出体制机制这个保障，着力增强消费支撑力。体制机制是提振消费的“硬支撑”，我们将打好政策“组合拳”，全方位增强消费支撑力。

一是建立健全政策支持机制。认真落实中办、国办印发的《提振消费专项行动方案》和省市促进消费的有关政策，积极推动一揽子扩内需促消费政策发力显效，加强促消费政策协同联动。做好财税和消费协同联动、金融和消费协同联动，优化文旅、养老、体育等消费重点领域的金融产品和服务，支持金融机构在风险可控前提下加大汽车贷款、个人消费贷款投放力度，扩大消费领域资金供给。

二是建立健全就业增收机制。完善就业优先政策，强化减负稳岗、扩岗激

励、创业支持和人岗匹配等具体政策举措，多措并举促进重点群体就业增收。拓宽财产性收入渠道，大力发展乡村富民产业，构建技能导向的薪酬分配制度，着力扩大有收入支撑的消费需求，夯实居民消费的底气。

三是建立健全消费保障机制。实施优化消费环境三年行动，进一步完善质量标准、信用约束、综合治理、消费维权等制度。深入实施县域商业建设行动和“千集万店”改造提升行动，加大对消费集聚区域的经营活动场地、公共交通便利、临时停车泊位等配套保障力度，夯实基础设施保障。加强服务消费领域监管，夯实消费者合法权益保障，努力营造公平公正的消费环境，以良好的消费保障措施，促进萍乡经济高质量发展。

