

湾区内地9市居民收入榜出炉 哪里最能挣? 哪里最敢花?



数以“湾”计 湾区成长进阶路

文/制图 羊城晚报记者 陈泽云 胡彦 实习生 张田 郑祖钦

大湾区建设成果好不好,老百姓说了算。在推进粤港澳大湾区的建设中,民众的幸福感和获得感有什么提升?收入和消费水平的高低是衡量居民幸福感的一项重要指标。羊城晚报记者梳理发现,2021年,粤港澳大湾区内地九市在收入和消费上均实现了稳步增长。居民“钱袋子”鼓了,消费提档升级,又进一步促进了经济增长。粤港澳大湾区内地9市中,哪座城市挣得最多?哪里又花得最爽快?还存在哪些待解决的短板?数据话你知。

1 平稳增长 收入增速介于8%-10%

居民可支配收入是指居民可用于最终消费支出和储蓄的总和,即居民可用于自由支配的收入,既包括现金收入,也包括实物收入。

居民可支配收入是指居民可用于最终消费支出和储蓄的总和,即居民可用于自由支配的收入,既包括现金收入,也包括实物收入。

居民可支配收入是指居民可用于最终消费支出和储蓄的总和,即居民可用于自由支配的收入,既包括现金收入,也包括实物收入。

2 全国也居前 广深进入“7万元俱乐部”

从绝对值来看,广州和深圳均属于“7万元俱乐部”。2021年,广州城镇居民人均可支配收入为74416元,同比增长了8.9%。深圳居民人均可支配收入为70847元,同比增长9.2%。这两座城市的收入不仅领涨大湾区,在全国也是排名前列。

稳居第一,其中,城镇常住居民人均可支配收入82429元,首次突破8万元。北京人均可支配收入75002元,位列第二,其中,城镇居民人均可支配收入60323元,增长10.2%,农村居民人均可支配收入41750元,增长10.9%。

乡居民收入有一定差距,广州各地发展的协同性有望继续提高。对此,中山大学岭南学院经济学系教授林江向记者分析,一方面,要完善转移支付制度,让广州各地经济更加均衡发展;另一方面,通过提高公共服务均衡化优质化水平,在增城、从化等地提供更优质的就业机会,吸引人才、留住人才。

3 用时不到三年 佛山珠海首上6万元台阶

收入在第二档的城市为佛山和珠海,这两座城市的居民收入于2021年首次站上了6万元新台阶。值得注意的是,从5万元到6万元,佛山和珠海只用了短短3年左右。2019年,佛山居民人均可支配收入首破5万元,实现54043元,珠海达到52495元,2021年,这两座城市居民收入分别达到了61700元和61390元。

中山则距离6万元尚有一步之遥,目前为57901元。具体来看,2021年中山居民人均可支配收入57901元,增长9.8%,增速在珠三角9市中排第4位。其中,城镇居民人均可支配收入60323元,增长10.2%,农村居民人均可支配收入41750元,增长10.9%。

点,城乡居民收入比缩小至1.44,连续多年保持全省最小。紧随其后的惠州独居4万元俱乐部,江门和肇庆2021年的人均可支配收入超过3万元。从增长来看,江门的人均可支配收入虽然在湾区城市中并不算太高,但其增速却达到了10.10%,在已公布数据的湾区城市中排名第一。

4 “钱包”如何鼓起来? 稳就业打下坚实基础

湾区人民的“钱包”是如何鼓起来的?整体来看,稳就业为收入的增长打下了坚实的基础。从全省来看,2021年广东人均可支配收入中,工资性收入占可支配收入的比重为68.4%,是拉动居民收入增长的主要动力。具体到各地,深圳的人均可支配收入就达到59095元,同比增长了10.10%,占人均可支配收入的比重高达83%;中山的人均可支配收入为39122元,占比为67.6%。

2020年明显降低。去年,广东出台3.0版“促进就业九条”,保障技能人才更好就业。在此政策下,“粤菜师傅”“广东技工”“南粤家政”三项工程培训389万人次,全省城镇新增就业140万人以上。

政服务培训20万人次以上,带动就业创业40万人次以上。不过,肇庆、惠州、江门等大湾区城市的人均收入还是低于全省平均水平。林江分析认为,《粤港澳大湾区发展规划纲要》于2019年发布,但不久就发生了新冠肺炎疫情,湾区城市开展经济联动受到一定的掣肘,因此在广州、深圳龙头跑在前面时,民众所期待的湾区核心城市引领带动效应需要更多时间来显现。

5 能挣也能花 广州成湾区首个“双万亿”城市

随着钱包恢复元气,受疫情抑制的消费也在回升。羊城晚报记者梳理发现,在湾区内地9个城市中,2021年,广州社会消费品零售总额首次突破万亿元大关,达10122.56亿元,同比增长9.8%,两年平均增长2.9%。自此,广州成为了继北京、上海之后,第三个社会消费品零售总额、外贸进出口总额双双突破万亿元大关的城市,充分展现了广州立足新发展格局,积极发挥经济韧性强、内需空间大、产业基础厚的优势,实现了千年商都“十四五”良好开局。

分展现了广州立足新发展格局,积极发挥经济韧性强、内需空间大、产业基础厚的优势,实现了千年商都“十四五”良好开局。

元,已逐步逼近万亿元大关,在2022年有望迈入到万亿元消费城市行列。

6 居民敢尝鲜 湾区如何进一步激发消费力

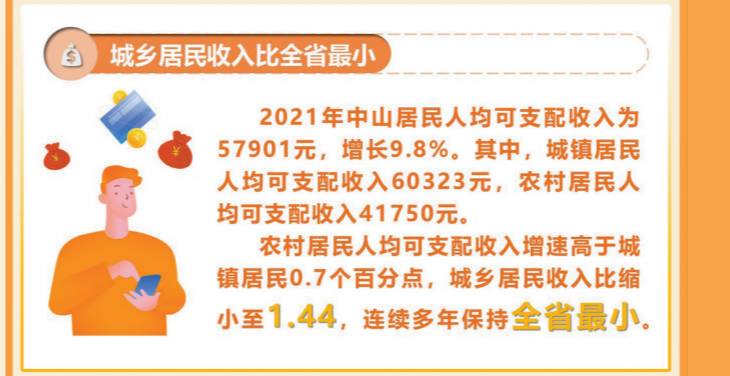
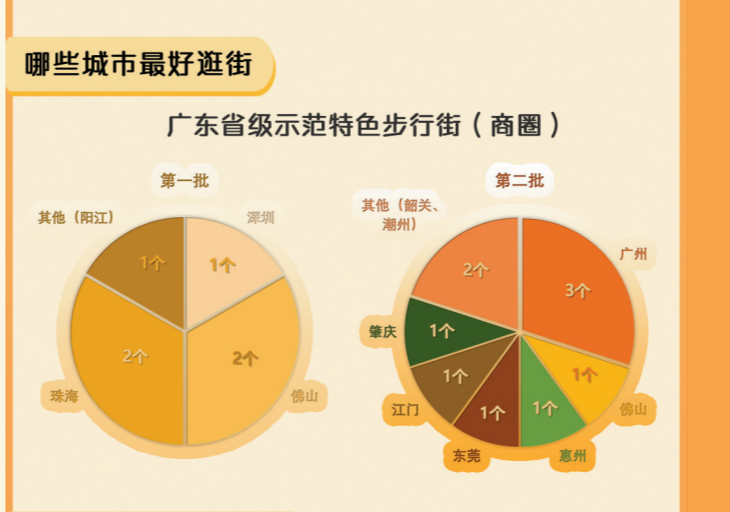
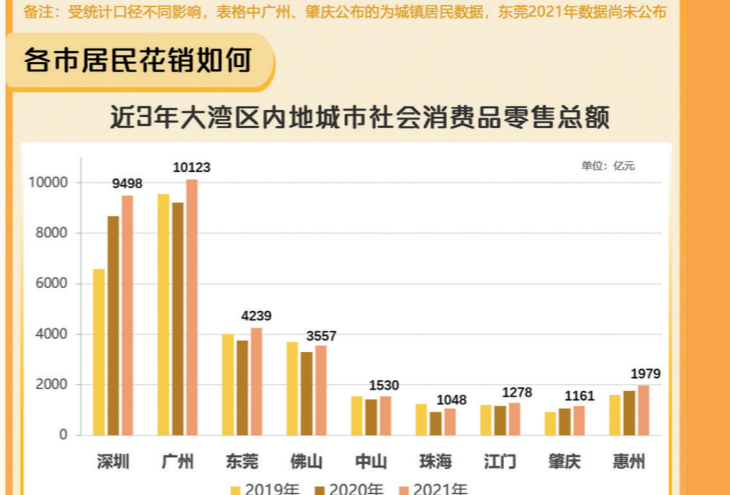
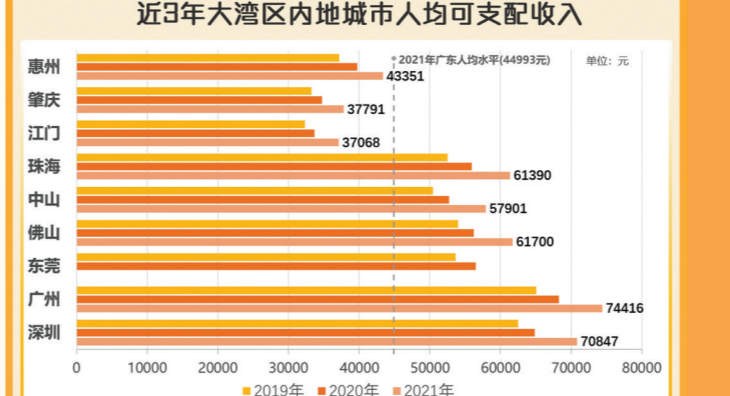
林江接受羊城晚报记者采访时表示,广东居民、特别是粤港澳大湾区内地9市居民普遍收入水平较高。同时,他们也愿意尝试新产品和新服务,例如5G背景下的无人驾驶。同时,远程手术等应用场景得以在2022年建立起来,从而引导更多的投资者和生产商投入到包括人工智能、大数据、生物技术在内的战略性新兴产业。这反过来又鼓励和刺激更多的研发和创新,对于相关新技术进行开发和创造,最终形成广东战略性新兴产业比较完整的供应链和生产链。

那么,怎样才能有效拉动消费和刺激内需呢?他认为,首先,是要增强消费者的信心。应该通过深化改革和扩大开放,特别是充分利用粤港澳大湾区区域融合发展的契机,为广东居民营造良好的市场经济前景的预期,是当前首要工作。广州获得国务院批准成为国际消费中心城市的试点,通过试点建设,总结更多的成功刺激消费的经验,再推广至全省其他城市,值得期待。

其次,是要进一步完善营商环境。当前全国各地都在大力吸引战略性新兴产业的投资项目落户当地,广东如何通过打造产业链和供应链的“链主”以及建设技术创新中心,为战略性新兴产业的研发商、投资商和制造商提供金融、法律、专利、管理、咨询等现代服务业的配套服务,是广东实现科技创新和高质量发展目标的关键环节。



一图读懂 大湾区内地九市人民生活图景



独家专访“喜羊羊之父”黄伟明: 国漫要出好作品 关键要讲好故事 讲好中国故事

《喜羊羊与灰太狼》总导演、广东原创动力文化传播有限公司总经理黄伟明

时隔七年,在今年春节假期期间,喜羊羊与灰太狼重返春节档,再度推出了自己的大电影——《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》(下称“喜羊羊大电影”)。截至目前,喜羊羊大电影已经斩获了过亿元票房。日前,被称为“喜羊羊之父”的电影导演黄伟明接受羊城晚报记者独家专访。“七年磨一剑”,黄伟明和他的团队将带来怎样让人耳目一新的“喜羊羊”?黄伟明分享了他对喜羊羊大电影的感受和期待。

观众最希望作品触动自己

羊城晚报:时隔七年之后,大家都觉得动漫是小朋友看的,但现在小朋友长成了年轻人,年轻人开始为人父母,他们对动漫的接受度越来越高,我们的受众群体是越来越大的。

黄伟明:七年前我们一年一部大电影,2015年,我们觉得要突破一下,所以就停了一段时间。在过去这7年,我们也没有停下来,一直在写很多剧本。有些剧本曾经做到要分镜的时候,我们觉得不是很满意,就停掉了,我们想做一个不一样的、有所突破的电影。后来,我们想到做篮球这个主题,在电影出来之前,我们就做了TV动画系列《筐出未来》,这个动画播出后受到很多年轻观众喜爱,就是“破圈”了,所以我们就有了做大电影的想法。这个想法一直都有,但这几年才付诸行动,把它做出来了。

这次的电影和以往作品相比主要还是内容上不一样。首先,我们会放更多真情实感,更贴近生活,比如父子情、友情,所以我们会把现实中的感情融入到片子里面。其次,我们是做篮球主题的电影,里面会有很多篮球的标准动作、术语,都是反复打磨,按最真实的情况去呈现这个作品。

羊城晚报:喜羊羊是一个伴随着80后、90后长大的IP,如今,越来越多不同年龄层的观众开始关注国漫,您会想办法去扩大观众年龄层吗?

黄伟明:当然会。我觉得,现在大家对动漫是接受度

越来越高的,我们那个年代,大家都觉得动漫是小朋友看的,但现在小朋友长成了年轻人,年轻人开始为人父母,他们对动漫的接受度越来越高,我们的受众群体是越来越大的。

羊城晚报:动漫的观众年龄群体发生了变化,对动漫制作会有哪些影响?

黄伟明:现在动漫观众对内容和技术的要求是越来越高的。首先,他们要求画面要好,然后动作要流畅。因为现在的观众接触的作品真的很多,他们对国漫的要求是对标国际一线动画片来比较的,所以国漫必须要做得更好,满足观众对品质的要求。不过,我们觉得观众更多还是对内容要有要求,他们希望看到一个自己有所感触的内容,在作品中看到触动自己的内容,所以我们关键还是要做好内容。

好内容+新技术能让经典IP擦出火花

羊城晚报:喜羊羊是一个经典IP,您认为经典IP保持长久活力,最重要的是什么?

黄伟明:我认为贴近生活。生活是不断变化的,我们讲的就是生活中发生的事情,让大家有同感有共鸣。在这个过程中,我们的技术也要与时俱进,不断尝试新的领域,作出一些突破。好的内容和新的技术不断擦出新的火花,能让这个IP不断进步。

羊城晚报:好内容和新技术结合能擦出火花,喜羊羊在这方面有什么创新尝试吗?

黄伟明:此前,喜羊羊在支付宝蚂蚁链粉丝平台推出了两款限量发售的赛博朋克风格“喜羊羊与灰太狼”数字藏品,开售即被“秒空”。接下来我们还在数字藏品方面进行探索,例如,最近也通过IP数字藏品潮玩发行平台发布了8款电影专属的形象数字藏品。

通过这次尝试,我们发现大家对IP的创新是比较喜欢的,除了这个数字藏品,我们现在也尝试和一些潮流品牌服装,如新兴的国潮服装品牌,以及潮玩品牌等进行合作。我们还是比较开放的,以