

消費提質 市場煥新

「中國經濟圓桌會」共話消費新亮點

新華社北京9月24日電 消費，一頭連著百姓民生，一頭連著經濟發展。

「堅持內需主導，建設強大國內市場」是今年經濟工作的重點任務之首。習近平總書記強調：「統籌促消費和擴投資，用好我國超大規模市場優勢」「適應消費結構變化，擴大優質商品和服務供給」。

近日，新華社記者赴湖南、福建、山東等地，從古厝民宿到海洋牧場，從首發首店到夜間市集，品味消費轉型升級中的活力中國，感受超大規模市場的萬千氣象。

結合採訪情況，新華社9月24日推出第三十七期「中國經濟圓桌會」大型全媒體訪談節目，邀請商務部國際貿易經濟合作研究院副院長林健、山東省文化和旅遊廳副廳長張衛華、長沙新消費研究院院長張丹丹、廈門國際郵輪母港集團有限公司董事長陳春暉，共話中國消費新亮點。

新需求促進消費提質

民生市場，最見消費溫度。

山東淄博，深嵌居民區的老菜市場八大局便民市場，2023年因打假博主「連查十家無一缺斤少兩」的視頻意外出圈，憑藉「公平秤」守住誠信經營、「微更新」提升消費體驗、「文化牌」激活消費場景而走紅至今。

河南許昌，胖東來超市天使城店裡，天南海北的人們湧向這裡，手機上刷著「胖東來必買」帖子。其品質嚴選、供應鏈可控的商品，以及「去皮」稱重、無理由退貨等服務，讓「逛胖東來」成為一種「放心消費」體驗。

一個被譽為「全國最牛5A級菜市場」，一個被稱為零售業的「6A級景區」，人們的口碑，折射出消費內涵的深刻轉變——從「有沒有」轉向「好不好」，從單一的物質滿足延伸至情感共鳴、健康管理與服務體驗。

張衛華說，消費者正從「買商品」轉向「買放心」，更看重誠信、公平、安全和質優價廉；從「看景」轉向「入景」，更喜歡市井氣、真實感、文化味和地方特色；從「功能性消費」轉向「體驗式消費」，追求沉浸、互動、情緒價值和社交分享，注重精細化、人性化帶來的「被尊重、被寵愛」的服務體驗，更願意為實在的產品、真誠的服務、優質的體驗買單。

民生基礎型消費在提質，發展型、改善型消費在擴容。

以郵輪遊艇消費為例，正從小眾體驗邁向大眾日常，成為人們文旅出行的熱門選項。作為國家四大郵輪運輸試點示範港之一，廈門國際郵輪母港今年上半年累計接待訪問港郵輪艘次同比增長33%，帶來境內外旅客數同比增長約180%。陳春暉說，郵輪消費從船到岸，集吃、住、行、遊、購、娛於一體，契合了當下消費者的複合體驗需求。

行走在大江南北，從古巷夜遊的沉浸體驗到博物館裡的深度停留，從家政上門的貼心照護到專業定制的智能家裝，消費的溫度不再只由商品的價格標注，更由服務的質感衡量。

今年1至8月，社會消費商品和服務零售總額同比增長2.5%，其中服務零售額增長4.9%，商品零售額增長1.0%，消費市場穩中提質，消費結構持續優化。

當前，中國消費市場已進入「商品+服務」並重的發展階段。林健說，今年6月國家統計局首次發佈「社會消費商品和服務零售總額」指標，正是對這一消費結構變化的呼應，能夠更真實、全面反映消費市場全貌。隨著人均收入水平提升，服務消費增速超過商品消費是經濟發展的客觀規律，「十五五」期間中國服務消費有望進一步加快發展。

「服務消費與商品消費的邊界將更加模糊，二者會深度融合。但不變的是，以用戶需求為原點，把目標客群的真正需求持續商品化。」張丹丹說。

新供給推動市場煥新

「來廈門，海上游」正成為領略這座「海上花園」城市魅力的方式之一。

近三年來，「嶼見·廈門海上游」持續升溫，年接待遊客近百萬人次，背後是船岸聯動的創新探索。陳春暉介紹：「在岸上，和平碼頭升級為「城市陽台」並注入多元業態，遊客可以逛市集，到「紅橋咖啡」打卡廈門夜景，觀賞光影秀；在海上，遊客「海上看金門」「鷺江夜遊」，體驗全國首個海上音樂餐秀《鼓浪往風》，品味「海上閩味宴客廳」「鷺江宴」，我們通過產品不斷迭代創新，賦予遊客新體驗。」

需求引領供給，供給創造需求。眼下，培育消費新業態、新模式、新場景，成為各地提振消費的關鍵抓手。

創新供給，讓傳統產業煥發新生。

五彩零食搭起夢幻長廊，7萬多根棒棒糖拼出巨幅人物畫像，巨型零食雕塑錯落其

間……在位於湖南長沙的「零食王國」，1.3萬平方米的空間里匯集了全球超3.5萬款零食，打造集選購、打卡、互動於一體的探索式體驗，吸引很多外地遊客慕名而來。

作為全國消費新業態新模式新場景試點城市之一，長沙正在圍繞「新消費」打造消費創新發展高地。張丹丹說，新消費是圍繞消費者的新需求，以新技術、新理念和新模式為創新點，持續創造契合消費者真正需求的產品與服務。

文化賦能，讓供給更具靈魂。

從「淄博燒烤」的全民追捧，到百年青啤的消費煥新，再到曹縣漢服的文化出圈，山東正走出一條從「流量爆紅」到「產業長紅」的獨特路徑。「這些案例的共性，就是承載了消費者對文化深度體驗的需求和表達。」在張衛華看來，只有文化立根、緊扣需求、服務升級、產業承接協同發力，才能讓網紅「流量」真正變成可持續的消費「留量」和增量。

「嶼見閩南」景區聚焦閩南文化、華僑文化，通過打造「體驗式非遺博物館」，吸引遊客走進僑批館寫家書、坐在懸浮鋼琴下對唱閩南語老歌，在深化情感互動中流連忘返。陳春暉說，在因地制宜推進首發經濟、培育體驗式消費方面，要堅持「文化為魂，創新為要」。

因地制宜，要各美其美，而非「千城一味」。

林健認為，各地資源稟賦和消費基礎不同，應深入挖掘本地歷史、文化、生態、產業等獨特資源，打造具有辨識度的區域消費特色品牌。同時，推動商旅文體健深度融合，培育沉浸式、體驗式消費新場景，創造「1+1大於2」的獨特優勢。

「引流靠活動，轉化靠供給，長紅靠環境。」林健認為，可持續的消費轉化，最終要靠服務質量、消費設施和營商環境的系統支撐，把「知名度」轉化為「美譽度」。

暢循環釋放消費潛能

家電從按能效等級分檔補貼調整為精準補貼1級能效產品，汽車從定額補貼改為按車價比例補貼，首次將智能眼鏡納入全國統一補貼範圍……

今年以來，以舊換新政策引導需求向綠色、智能方向升級，補貼資金撬動比從2025年的1:7.8提升至1:10.3。

在林健看來，提振消費是否可持續，關鍵在於能否促進形成消費升級和產業升級互

促的良性循環。

促進智能家居消費、推動商品消費擴容升級、全鏈條擴大汽車消費、活躍縣域消費……今年以來，在持續優化消費品以舊換新政策的基礎上，商務部等多部門相繼出台一系列提振消費舉措，聚焦深挖增量空間，引導消費提質、產業向新的導向鮮明。

「汽車消費政策向新能源、智能網聯車型傾斜，縣域消費政策向綠色智能產品、新興業態傾斜，本質是通過需求側引導，倒逼製造業向綠色化、智能化轉型，形成消費升級帶動產業升級、再作用於消費擴容的正向循環。」林健說。

中國是全球第二大消費市場，擁有全球最大規模中等收入群體，蘊含著巨大投資和消費潛力。

展望2030年，《擴大消費「十五五」規劃》提出，全社會商品和服務消費較快增長，社會消費品零售總額達到60萬億元左右；《關於推動商品消費擴容升級的實施意見》提出，培育形成綠色消費、智能消費、健康消費等十萬億級市場；《旅遊強國建設「十五五」規劃》提出，入境旅遊人次達到1.9億、總花費超過1500億美元……

新技術正在成為拓展消費空間的重要變量。林健認為，面向「十五五」，最大的機遇在於「人工智能+消費」等新增長點將不斷湧現且加快發展，商品和服務消費結構升級空間廣闊。張衛華介紹，山東將出台「人工智能+旅遊」行動方案，推動人工智能賦能文旅資源開發和產品創新。

大宗消費同樣蘊含新的增量。林健說，以汽車為例，中國汽車保有量已超3.7億輛。「全鏈條擴大汽車消費，就是要推動汽車消費從一次性購車向全生命周期消費延伸，激活萬億級市場增量。」

中國遊、中國購正成為國際風尚，將撬動入境消費新增量。

「海上文旅消費發展潛力巨大，需要引進來和走出去相結合。」陳春暉說，中國入境消費正從以旅遊觀光為主轉向深度體驗的新階段，發揮廈門港口城市聯通國際的優勢，發展海上文旅、國際郵輪旅遊恰逢其時。

消費是最終需求，涉及經濟運行方方面面。以就業增收夯實「能消費」的根基，以優化環境增強「敢消費」的信心，以產業升級匹配「願消費」的供給，以社會保障兜住「放心消費」的底線……

老伴兒順著我的目光看了一眼，「真美！可別忘明天還要起早到北山公園晨練呢。」說完轉身回屋。

我笑了笑，站起身伸了個懶腰。是啊，明天還得早起「做功課」，但今晚的月色，確實挺迷人的。

正想著，兒子推門走了進來。他一邊換鞋一邊喘著粗氣，額頭上還沁著幾滴汗珠。

他走到陽台，看見我，隨口問了一句：「老爸，大半夜還不睡，干嘛呢？」

「賞月呢。」我轉過頭，瞧著這個如今也長出了幾根白頭髮、正處在四十不惑的中年人，忍不住把剛才的感悟告訴了他：「人到中年，事業有成固然可喜可賀，但真到了這個歲數你就會明白，事業成不成，其實沒那麼重要了。重要的是，在這漫長又短暫的一生裡，你要學會怎麼在一地雞毛中，給自己扎一個漂亮的雞毛撣子。能把日子過得熱氣騰騰，這就夠了。」

兒子怔了一下，若有所思，呵呵地笑著點了點頭。

看著他轉身回屋的背影，我抬頭又望向那輪明月……

擇訂於2026年09月26日(農曆八月十六日，星期六)於香港九龍紅磡世界殯儀館地下大禮堂設靈治喪；翌日09月27日(農曆八月十七日，星期日)舉行出殯儀式。本會聞耗，經致電慰唁其家屬，勉其節哀順變，並將至奠花圈，藉表哀思,以盡窗誼。

李世藩逝世

菲律濱隴西李氏宗親總會中北呂宋分會訊：本會監事長家世藩宗長(原籍福建省晉江市安海鎮庄頭村)，不幸於公元二〇二六年九月二十一日上午十時逝世於邦邦牙省仙彬蘭洛市GREEN CITY MEDICAL CENTER，享壽九十高齡，老成凋謝，軫悼同深。現停柩於該市GOOD SHEPHERD MEMORIAL CHAPEL。擇訂於九月廿七日(星期日)上午十時出殯，安葬於GOOD SHEPHERD MEMORIAL PARK墓園之原。

家監事長世藩宗老先生，乃本會創會元老之一，多年來愛會如家，貢獻良多，本會聞耗，經派員慰唁其家屬，並襄理飾終事宜。爰訂於九月廿六日(星期六)下午七時卅分，設其靈前舉行獻花致奠禮，藉表哀思，並睦宗誼。

唐世偉逝世

和記訊:僑商唐世偉老先生，原籍澳門，亦即唐帝名、帝安賢昆仲令先尊，不幸於二〇二六年九月二十三日下午一時五十分，壽終於崇仁醫院，享壽九十高齡。老成凋謝,軫悼同深。現停柩設靈於計順市亞蘭禮查大街聖國殯儀館(Sanctuary 302 – cattleya)靈堂。擇訂於九月二十九日(星期二)出殯,火化於聖國聖樂堂。

望明月

林輝煌

今夜，我靠在陽台的藤椅上，一邊泡著袅袅飄香的鐵觀音茶，一邊聽著客廳裡老伴正輕聲哼著南音《中秋時節》的調子，望著天上那輪亮得有些晃眼的圓月，腦子裡突然蹦出了一句閩南老話：「月到中秋分外明，人到中年事業成。」

年輕時候，心高氣傲，聽到這種老輩人嘴裡念叨的俗語，總覺得透著一股子說教感。總以為只要肯打拼，這世上就沒有翻不過去的山。可現在，真真切切地熬到了滿頭銀絲的年紀，再咂摸這句諺語，味道全變了。它不再是一句打雞血的口號，倒像是一句帶著歲月嘆息的無奈。

說實話，到了我這把歲數，哪還有什麼「事業大成」的狂喜？更多的是被匆匆日子摩擦大半輩子後，終於學會了怎麼在夾縫裡喘口氣的「認命」。

我時常會想起自己剛過四十歲那陣子，也就是所謂的中年。前陣子去體檢，拿到報告單的時候，我盯著上面那幾個向上的小箭頭看了足足五分鐘。以前在單位熬夜趕材料，第二天上班，喝杯茶水照樣能在辦公室談笑風生；現在稍微晚睡一點，心髒就像一

台生鏽的發動機，突突地抗議。

那時候我一下子明白，閩南人說的「事業成」，早就不是指你賺了多少個W，或者「名片」上的頭銜有多唬人。而是你終於懂得，在那個年紀，能把一家老小的飯碗端穩，能把體檢報告上的指標壓住，能在歲月的刁難和生活的冷臉面前，還能咽下委屈擠出一個得體的笑——這，就是最大的「事業有成」。

人到中年，其實就是一個不斷做減法的過程。

年輕那會兒，我恨不得把全世界都裝進兜裡，朋友要交最鐵的，酒要喝最烈的，連發個朋友圈都要字斟句酌，生怕別人不知道我過得有多精彩多浪漫。可到了中年呢？手機通訊錄裡上千個人，真到了半夜睡不著想找人說說話、喝杯酒的時候，手指劃拉了半天，最後又默默鎖了屏。

不是沒人理我，是我突然覺得，那些談天說地、推杯換盞的交情，太累了。我更喜歡在深夜，獨自坐在書桌前，聽著鍵盤清脆的敲擊聲，把一天的瑣碎和心事敲進文章裡；更願意在周末的早晨，陪老伴兒去趟菜市場，看著她在攤位前為了幾毛錢跟攤主討價還價，然後順手買一把她最愛吃的小青菜。

這種「有成」，是向內收的。

閩南人講「惜福」，以前我不懂，覺得

訃告

林榮旋 (晉江市永和馬坪村) 逝世於九月十七日 現停柩設靈於計順市亞蘭禮查大街聖國殯儀館(Sanctuary 101 – FLEUR DE LIS) 出殯於九月廿五日上午十一時	莊國輝 (晉江青陽沿塘二房) 逝世於九月廿二日 現停柩設靈於計順市亞蘭禮查大街亞聖國殯儀館二樓212號靈堂(Sanctuary-212) 擇訂九月廿七日上午八時出殯
陳吳香港 (晉江市羅山社店) 逝世於九月二十日 現停柩於計順市亞蘭禮查大街聖國殯儀館(SANCTUARIUM 202-CHRYSANTHEMUM)靈堂 出殯於九月廿五日上午八時三十分	施婉真 (晉江市龍湖鎮前港村) 逝世於九月十八日 現停柩於計順市亞蘭禮查大街聖國殯儀館(SANCTUARIUM 204-ACACIA ROSE)靈堂 出殯於九月廿五日上午十一時
李世藩 (福建省晉江市安海鎮庄頭村) 逝世於九月廿一日 現停柩於該邦邦牙省仙彬蘭洛市GOOD SHEPHERDMEMORIALCHAPEL 擇訂於九月廿七日(星期日)上午十時出殯	唐世偉 逝世於九月廿三日 現停柩設靈於計順市亞蘭禮查大街聖國殯儀館(Sanctuary 302 – cattleya)靈堂 出殯於九月廿九日