

50万亿元不是中国消费故事的全部

2025年，我国社会消费品零售总额首次突破50万亿元，同比增长3.7%。消费对经济发展的主引擎作用持续发挥，超大规模市场优势进一步巩固。然而，50万亿元并非中国消费故事的全部，如果将目光仅仅停留在这个数字上，可能会错过消费市场更富活力的图景。

社会消费品零售总额突破50万亿元，是政策发力、供需协同、结构优化共同作用的结果。过去一年，消费品以旧换新加力扩围，带动汽车、家电、手机等相关产品销售额6.21万亿元，惠及3.66亿人次；绿色智能商品消费升温，新能源乘用车零售量达1280.9万辆，渗透率提升至53.9%；线上线下深度融合，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重达26.1%，直播交易额、即时零售交易额均实现两位数增长。

消费市场的真面貌远比单一总量数据更为复杂多元。需要看到的是，社会消费品零售总额这一统计指标，主要衡量的是实物商品消费和餐饮消费，难以完全覆盖和充分反映我国消费市场的全貌与变化，尤其是快速增长的服务消费与数字消费新形态。

消费市场的动力结构发生转变，服务消费成为重要增量来源。随着居民收入水平

消费市场的真实面貌远比单一总量数据更为复杂多元。读懂中国这个超大规模市场的消费表现，既要看商品消费的“基本盘”，更要看服务消费的新动能；既要看总量的“稳”，更要看结构升级的“进”。

提高，我国消费结构正从以商品消费为主向“商品+服务”双轮驱动转变，文化、旅游、教育、医疗、家政等服务消费需求快速增长。2025年服务零售额同比增长5.5%，增速快于商品零售额1.7个百分点，服务性消费支出占居民人均消费支出的比重达46.1%。国务院办公厅近日印发方案，聚焦交通、家政、网络视听、旅居、汽车后市场及入境消费等重点领域，通过优化供给、创新场景、强化财政金融支持等举措，加快培育服务消费新增长点，正是对这一趋势的积极回应。

消费新业态新模式不断涌现，市场潜力多层次释放。各地首店、首展、首秀轮番登场，北京大吉巷、成都春熙路等商圈凭借首发经济实现客流与消费双增长；人工智能、VR、AR等技术与消费场景深度融合，咖啡机器人、AI糖画机、元宇宙体验空间等数字

消费场景走进日常生活，让消费从“交易”向“体验”延伸；绿色消费理念深入人心，一级能效家电、新能源汽车持续走俏。与此同时，“悦己”成为消费新风向，国货潮品崛起，乡村消费增速快于城市，“中国游”“中国购”持续火热。这些现象共同勾勒出多元化、个性化、品质化的消费市场新貌。

因此，读懂中国这个超大规模市场的消费表现，既要看商品消费的“基本盘”，更要看服务消费的“新动能”；既要看总量的“稳”，更要看结构升级的“进”。

坚持内需主导，建设强大国内市场，是2026年经济发展的首要任务。扩大消费不能仅盯着社消总额的数字增长，而应立足消费市场的真需求与发展趋势，从供需两端协同发力。一方面，优化实施消费品以旧换新，促进汽车、家电等大宗耐用商品消费。同时，加快

完善文旅、健康、教育、医疗、养老等领域优质服务供给，更好满足服务消费需求。另一方面，聚焦消费场景创新，培育首发经济、绿色消费、健康消费、数字消费以及“人工智能+消费”“IP+消费”等新业态新模式，持续优化消费环境，清理不合理消费限制。更重要的是，把稳就业、增收入放在突出位置，推动惠民生和促消费紧密结合，持续提升居民消费能力，从根本上夯实消费增长的基础。

中国消费市场正站在一个新起点上，规模优势向质量优势持续转化，市场深度与广度同步扩展，内生动力与开放活力相互促进。未来，中国消费的故事，将远比50万亿这个数字更加丰富、多元、充满惊喜。



银发订票专线暖人心

刘莉

2026年春运大幕开启，一项暖心举措引起关注。自1月20日起，60周岁及以上老年旅客可拨打12306客服电话，通过人工座席完成选票、订票及支付全流程服务。这条专为银发群体开辟的电话订票专线，为许多不熟悉智能手机和电脑操作的老年人提供了切实、便捷的购票渠道，也在春运大潮中传递出温暖的人文关怀。

我国互联网发展迅速，普及程度高。但不少老年人面临的困境存在于应用层面——手机屏幕上细小的字体、复杂的操作流程、陌生的线上支付环节，这些细微却具体的障碍，无形中将他们阻挡在数字便利之外。

铁路部门推出的老年旅客电话订票服务，暖在精准回应了老年群体使用互联网服务的痛点，这条银发专线体现的温度，不止于增设购票渠道，更体现在服务的全过程设计上：系统可快速接入人工座席，帮助老年人查询车次、选择席位，并支持现金支付、线下取票等多种支付方式，最大限度降低了老年人的操作门槛。这种服务模式的调整，打破了“技术升级必然淘汰传统方式”的思维定式，展现出公共服务应有的包容性与人性化考量。

有温度的服务，其背后必然是以人为本

的服务态度。公共服务的现代化，并非一味追求技术的先进与形式的革新，更重要的是坚持公平与可及。开设银发专线，意味着需投入额外资源——包括改造后台系统以适配语音订票全流程、增配人工座席、培训客服人员掌握与老年人沟通的耐心与技巧等。这些看似“不经济”的投入，恰恰体现出公共服务“服务所有人”的立场，是在效率与公平之间寻求平衡的积极努力。

银发热线的探索，也为更广泛的适老化改造提供了可借鉴的思路。所谓“适老”，不仅仅是简化界面、放大字体，更是在服务逻辑上贴近他们的生活习惯与认知节奏。电话专线这种服务形式，正是属于老年人的“好用”设计。它既是一种保障，也是一种引导，在保留传统渠道的同时，以更友好、更信任的方式，逐步协助老年人融入数字社会。

服务优化永无止境。电话订票专线只是一个起点，要设身处地想老人之所想，急老人之所急。从医院挂号、政务办理到公共交通、生活缴费，许多场景仍存在“数字障碍”，未来在各类公共服务领域，需要更多机构拿出切实行动，持续设身处地体察老年群体的真实需求。让每一位老年人、每一个步履稍缓的群体，都能感受到社会的包容进步。

当前，面对人口老龄化，如何更好地优化基本养老服务供给，完善城乡养老服务网络和空巢老人、留守儿童、残疾人等群体服务保障体系，成为题中应有之义。农村幸福院作为基本养老服务供给的一项重要举措，承担着解决农村群众急难愁盼问题的功能，值得研究。

所谓农村幸福院，是政府支持、村级主办、村级管理、社会参与并具有互助服务性质的公益性活动场所，属于城乡三级养老服务网络重要节点设施，可以为农村老年人提供餐饮、健身、文娱、照护等服务。

近年来，我国农村幸福院的建设运营已经取得一定的积极成效。例如，河北省肥乡区前屯村将闲置小学校舍改建成供符合特定条件的老人免费集中居住生活的场所，老人自愿申请入住，幸福院为其提供住宿和餐饮设施；日常生活由老人自理或依靠入住老人互助；衣食、医疗等费用由老人或其子女承担。又如，山东省济南市2021年以来加大对农村幸福院建设和运营的支持力度，使其不仅在一定程度上发挥出生活照料、精神慰藉等方面的养老服务功能，还通过提供一年四季相对舒适的文体娱乐环境，在凝聚聚力和提升社会风尚方面收到明显成效。

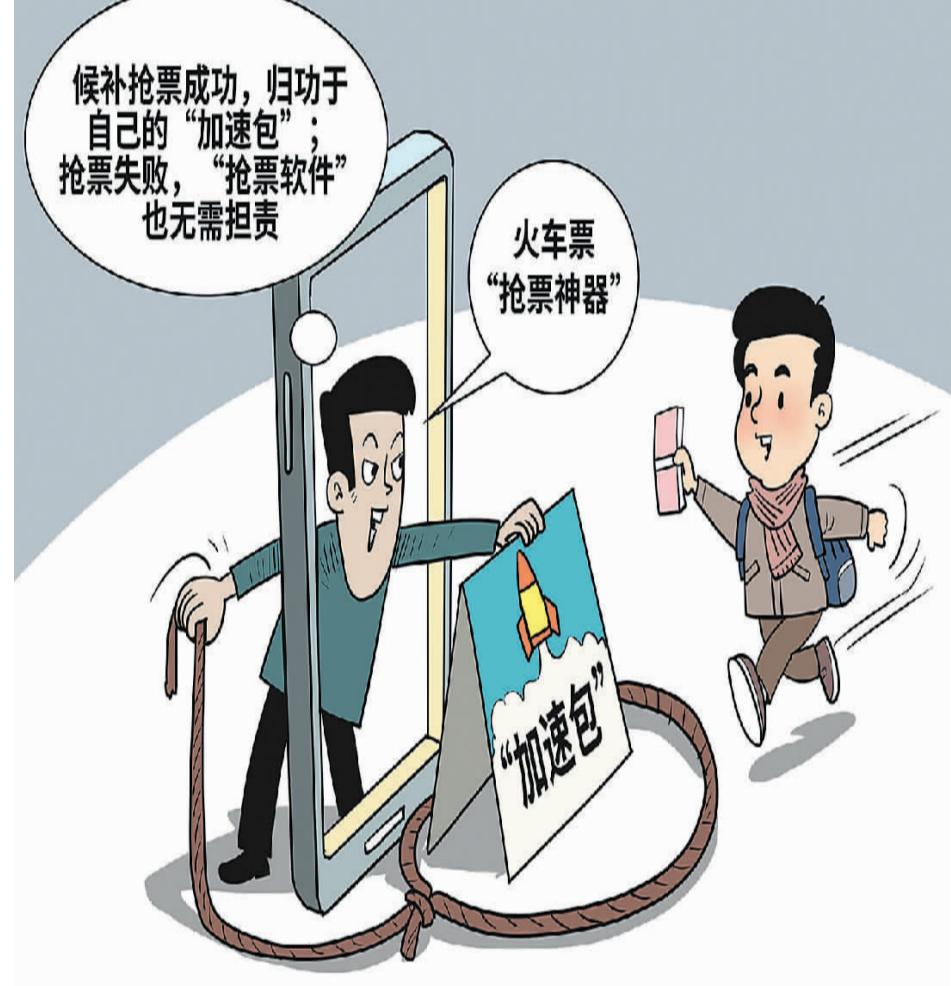
在农村幸福院建设过程中，目前依然存在财力保障不到位、管理机制不够健全、空壳化现象严重等问题。接下来，应多措并举。

完善政策法规。尽快完善规范农村幸福院发展的相关法律法规和政策，地方政府要因地制宜，制定具有可操作性的实施细则，努力提高执行力，完善追责问责和激励约束机制。

李学迎提供“保基本、促公平、提质量”的普惠养老服务，更要聚焦解决这些特困养老群体的生活照料尤其是长期照护需求。

加强财力保障。由政府资金主导、采用政府购买公共服务的形式推进农村幸福院建设和日常运营，是摆脱空壳化和实现更好更有实效发展的稳妥选择。我国涉农惠农资金种类多、涉及面广、总量大，因此可以通过整合使用以加强农村幸福院的建设。另外，还要创新财力保障，拓展多元筹资渠道，通过出台抵税政策、推行冠名权、加强宣传报道、借助信息网络增强公开透明性等举措，激发有实力的企业、社会组织和个人的捐赠积极性。

促进农村养老服务融合发展。我国的很多农村问题，需要城乡统筹和城乡融合发展才能解决。化解农村养老困境，一方面要适度推进助医、助餐、助浴、助洁、助购、助行等城市高水平为老服务下乡；另一方面应适度助力部分农村老人易地进城养老，缩小其与赡养人的空间距离，助其在城镇享受较高水平的社会养老服务。



朱慧卿作(新华社发)

多措并举破解农村养老服务“神器”陷阱

春节日渐临近，旅客购买火车票又开启“拼手速模式”，一些“抢票神器”代抢服务在互联网平台上也活跃起来。“极速加速包”“VIP专属通道”“专人一对一抢票”……“高超”的技术手段、“贴心”的对口服务、“更高成功率”的宣传承诺，让人们心动。花钱让平台代为抢票，往往白花钱不说，反而可能耽误行程，造成信息泄露风险。破除陷阱需各方协同努力。监管部门必须持续高压打击此类虚假宣传和非法经营，及时曝光查处结果。铁路部门可通过大数据优化运力、动态增开班次，同时持续增强官方平台服务的公平性与透明度，从根本上压缩虚假服务的生存空间。此外，旅客需清醒认识到，铁路12306官方候补功能才是唯一正规可靠的渠道，切勿轻信任何第三方“优先”承诺。

(时锋)

持续提升外贸韧性

朱文鑫

数据显示，2025年我国进出口总值达到45.47万亿元人民币，同比增长3.8%，创历史新高，连续9年保持增长。其中，出口额增长6.1%，进口额增长0.5%，全球货物贸易第一大国地位稳固。这样的成绩来之不易。2025年，面对复杂严峻的外部环境，我国外贸顶压前行、量质齐升，在高基数上再创新高。这充分显示出我国外贸稳底盘、强增量、抗风险的强大韧性。

在我国外贸的结构中，出口增长幅度较大。一直以来，我国为世界供给了很多物美价廉、稳定可靠的产品。其中，中间品贸易实现较快增长是拉动出口的主要力量。中间品是与全球产业链供应链合作最紧密的产品。在全球产业链供应链重构背景下，我国中间品贸易快速发展，可以弥补供需缺口，确保产业链供应链稳定顺畅，推动全球价值链体系持续深化完善，为世界范围内的产业合作提供有力支撑。基于此，推动我国外贸增长的同时，必须更大力度推动进出口平衡发展，更好地实现互利共赢。

在可预见的未来，面对更加复杂的大国博弈以及单边主义和保护主义，国际经济贸易秩序会

遭遇更严峻的挑战，全球贸易的不确定性也将加剧。这就要求我国外贸要继续保持战略定力，顶压前行，实现逆势增长。

稳步扩大制度型开放。通过对标国际高标准经贸规则，不断深化对外开放进程，通过积极主导以及参与多边规则的制定，更好地实现规则标准的“软联通”，提高货物贸易自由便利化水平。2025年，我国在对美出口大幅下降的背景下依然实现出口整体增长，得益于多元化市场的对冲效应。同时，对共建“一带一路”国家以及东盟、拉美、非洲国家进出口增长明显较快。因此，要继续打造多元化的开放格局，保持稳定平衡的市场结构，以应对复杂多变的外部环境。

持续培育外贸新动能。从外贸结构看，技术密集和高附加值产品出口强劲，外贸“含新量”“含绿量”不断提升，创新驱动的增长格局加速形成，是拉动我国外贸逆势增长的主要力量。以工业机器人为例，这一制造业皇冠顶端的“明珠”，过去较长一段时间内都被国外品牌主导，但2025年我国在这一产业的出口大幅增长且首次超过进口。此外，绿色产品出口增长也保持较快增

速。未来，要进一步适应数字化和绿色化的国际贸易发展趋势，提高研发经费投入强度，增强出口产品的适配性和竞争力，优化贸易结构。巩固“新三样”出口优势，推动高端装备制造业从出口产品向提供整体解决方案转型。加大对汽车、大型成套设备等出口产品的金融、信用保险和海外营销服务支持。

推动进出口平衡发展。扩大进口是推动外贸增长的组成部分，更是在出口增速明显高于进口增速条件下推动进出口平衡发展的关键举措。我国拥有超大规模市场优势，要通过积极扩大自主开放和单边开放进一步释放生产和消费，降低对特定国家的关税水平，为进口提供更广阔的的空间。此外，还要促进贸易投资一体化，重点扩大对外直接投资。

激发经营主体活力。民营企业经营机制灵活，应变能力突出，更能适应复杂多变的外部环境。以民营企业为主要组成成分的专精特新企业，具有较强的活力和竞争力。未来，要重点提升这类企业的积极性，为民营外贸企业提供更多政策支持，健全海外综合服务体系。引导企业稳妥应对国外不合理贸易限制措施，提升企业的合规能力。

体验产业具有跨界融合属性，能够与农业、工业、服务业深度融合，催生新业态、新模式。在扩大内需、促进消费的大背景下，体验产业作为服务消费的重要载体，正获得更多政策关注和资源倾斜。

一段时间以来，我国居民消费结构从“物质型”向“服务型”“体验型”加快升级，从功能消费向情感消费跃迁。体验产业作为以人的感受、记忆、情感为核心价值的新经济形态，正在成为推动高质量发展、培育新生产力的重要赛道。面对新一轮科技革命和消费升级浪潮，如何把握体验产业发展新机遇，成为许多企业和地区谋求新发展、推动经济转型的重要课题。

中国消费者协会2025年发布的《新型群体消费行为研究报告》显示，超过70%的年轻人曾为体验消费买单。从“亲手摘的果子更甜”到体验田园乐趣，再到各类体验场馆，许多消费者不再满足于购买商品本身，更愿意为独特的体验、美好的记忆、情感的共鸣付费。这种消费理念的转变，为体验产业发展提供了广阔的市场基础。与此同时，人工智能、虚拟现实、增强现实、5G等新一代信息技术迅速发展，为体验产业提供了强大的技术支撑。VR/AR技术让“身临其境”成为可能，AI大模型实现个性化交互体验，数字孪生技术构建虚实融合的新场景。最新技术降低了体验产品的开发成本，还拓展了体验的时空边界——从线下实体空间延伸到线上虚拟世界，从单一感官体验升级为多感官沉浸。这些都为体验产业创新提供了无限可能。

体验产业具有跨界融合属性，能够与农业、工业、服务业深度融合，催生新业态、新模式。农业+体验催生休闲农业、农事体验；工业+体验诞生工业旅游、定制化生产；文化+体验形成沉浸式演艺、数字博物馆等。这种“体验+”的融合模式，不仅为传统产业注入新活力，更开辟了新的价值增长空间。有关部门已出台《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》等政策文件，明确提出支持发展沉浸式体验、数字文化体验等新业态。在扩大内需、促进消费的大背景下，体验产业作为服务消费的重要载体，正获得更多政策关注和资源倾斜。

发展体验产业也存在诸多挑战和问题。例如，有些地区就出现一哄而上的现象，缺乏差异化定位和特色化发展，文化街区千篇一律、商业综合体业态雷同、沉浸式项目同质化竞争激烈。又如，专业人才供给不足，既懂内容创作又懂商业运营的人才稀缺，能够统筹技术、内容、营销的复合型人才更是少之又少。面对这些短板，需要多措并举，协力促进体验产业发展。

强化政策引导，优化市场环境。加快完善体验消费市场与产业的标准体系，明确产品和服务的质量要求、定价原则，严厉打击虚假宣传、价格欺诈等违法行为，保障消费者合法权益。加大对体验新业态、新模式的支持力度，在税收优惠、融资支持、场地保障等方面给予政策倾斜，鼓励企业深耕细分领域，开发更多优质供给。

深化产业融合，丰富产品供给。推动体验型消费与文化、旅游、科技、健康等产业深度融合，创造更多沉浸式、场景化消费体验。利用虚拟现实、人工智能等技术，打造个性化情绪疏导、兴趣培养等数字服务。注重产品和服务的细化及多样化，从设计、包装、营销到售后全程注入情感价值，让消费者在持续体验中获得更多的满足。鼓励企业建立消费者需求反馈机制，精准把握发展趋势，推出一系列针对性较强的产品和服务。

激活创新驱动，促进消费增长。运用大数据、人工智能技术，建立消费者情绪标签体系，实现产品精准推荐与营销。搭建线上情绪交流社区，结合VR/AR技术打造沉浸式体验场景，增强消费黏性。推动体验型消费与商超、文旅场馆融合，增设体验专区，拓展消费场景。培养具备多学科背景的专业人才队伍，提升产品和服务的专业水准。支持高校、科研机构与企业合作，开展相关理论研究和技术攻关，推动科研成果转化应用。

聚焦普惠共享，扩大消费覆盖。加快建立和完善产业链供应链价值链，结合县域经济、乡村振兴战略，开发适合当地居民需求的新业态、新产品。关注不同群体的情绪需求差异，推出差异化供给。通过构建普惠性的消费体系，让更多人能通过消费获得情绪滋养，进一步释放消费市场整体潜力。