

数说经济  
中国新闻奖名专栏

# 服务消费迎来前所未有的发展机遇

《扩大消费“十五五”规划》(以下简称《规划》)近日获国务院批复同意。作为消费领域第一份国家级专项规划,《规划》提出到2030年居民消费率明显提高、全社会商品和服务消费较快增长、社会消费品零售总额达到60万亿元左右等目标。在规划部署的各项重点任务中,“促进服务消费提质惠民”居首位,服务消费稳稳站上“C位”。

服务消费站上“C位”,是经济发展规律作用下的必然结果。国际经验表明,人均国内生产总值达到1.5万美元左右时,消费结构将加快从商品消费主导向服务消费主导转变。我国人均GDP连续3年超过1.3万美元,服务消费进入快速增长阶段,已成为居民消费的重要增量来源。2025年,我国服务零售额同比增长5.5%,快于商品零售额1.7个百分点;居民人均服务性消费支出占比为46.1%,撑起居民消费的“半壁江山”,在北京、上海等一线城市,这一比重更是达到60%左右。2026年以来这一趋势更加鲜明,上半年服务零售额同比增长5.3%,明显高于商品零售额1.1%的增速,旅游咨询租赁服务类、文体休闲服务类零售额更是实现了两位数增长。

服务消费的快速发展,是居民消费从生存型向发展型、享受型升级的必然结果。当物质需求得到基本满足,人民对美

服务消费站上“C位”,是经济发展规律作用下的必然结果,是中国经济转型升级的必然选择,也是满足人民对美好生活向往的必由之路。一个服务更优、体验更好、活力更强的消费新时代,正向我们走来。

好生活的向往必然向旅游、文化、体育、健康、养老、教育等服务领域延伸。从“买商品”到“享服务”,消费的内涵正在发生深刻变化。《规划》重点补上养老、托育、文旅、健康、家政等服务短板,扩大优质服务供给,将实现促消费与惠民生双向赋能,让消费升级更加贴合百姓需求。

面向“十五五”,服务消费面临前所未有的发展机遇。

机遇之一,是扩容提质的确定性。2020年至2025年,我国居民人均服务性消费支出年均增长8.5%,展现出强大的增长动能,但从国际比较来看,我国服务消费仍有巨大的追赶空间。《规划》明确提出“居民人均服务性消费支出占居民人均消费支出的比重稳步提高”的目标,在扩大高品质供给、丰富平台载体、加强支撑保障等多方面推出一系列举措,服务消费的潜力将进一步释放。

机遇之二,是科技赋能的想象力。过去,服务消费往往受限于线下场景,难以规模化。而人工智能、大数据、云计算等技术的广泛应用,正在彻底改变这一格局。远程医疗让优质医疗资源下沉基层,在线教育让名师课堂触手可及,云演艺、云旅游让文化体验突破地理限制。数字技术不仅提升了服务效率,更创造了全新的消费增量,让服务消费变得更加便捷、丰富和智能。《规划》提出,培育打造消费新业态新模式新场景,推动人工智能与教育、医疗、文化、旅游、体育等领域融合应用,支持重点商圈商街等消费载体向沉浸式、互动式多元消费场景升级。“十五五”期间,随着数字基础设施的进一步完善,服务消费的数字化、智能化水平将迈上新台阶。

机遇之三,是制度突破的牵引力。不同于吃穿用度等生存型商品消费,服务消费多为改善型、体验型支出,对居民收入

变化更为敏感。这意味着,激发服务消费潜力,只有好的服务还不够,关键是居民兜里有钱、心里不慌。《规划》将“着力提升消费能力”独立成章,对就业、增收、社会保障、公共服务等基础性制度作出系统部署,并提出有序放宽服务业准入限制、清理优化不合理限制性措施、落实休息休假制度等多项举措,为服务消费松绑、赋能、拓空间。当收入有支撑、保障有依托、环境有改善,消费的增长便是水到渠成的结果。

服务消费站上“C位”,是中国经济转型升级的必然选择,也是满足人民对美好生活向往的必由之路。一个服务更优、体验更好、活力更强的消费新时代正向我们走来。



国务院印发的《加快农业农村现代化“十五五”规划》明确提出“推进人工智能运用和智慧农业发展”,并对“人工智能+”农业行动开展了专项部署。这标志着我国智慧农业建设进入加速推进的新阶段。要抓好规划任务落实,必须激活智慧农业新引擎。

近年来,数智技术与农业产业不断融合,我国智慧农业在核心技术创新、智能装备普及以及应用场景拓展等多个方面,都取得了显著发展成效。根据农业农村部部的统计数据,病虫害多模态识别算法等104项关键核心技术、大田作物表型机器人等62项整机智能装备相继实现突破。目前270万台(套)农用北斗终端设备投入田间生产,30余万架植保无人机服务耕地面积达4.6亿亩。我国分区域、分品种建设完成116个国家智慧农业创新应用项目,并累计推介发布16个“人工智能+”行动典型场景,覆盖育种、种养、加工和销售等各环节,智慧农业应用场景全链拓宽,发展模式在全国遍地开花。

从北国黑土地到江南水乡,从华北平原到西南山地,智慧农业在各地展现了颇具特色的生动实践。黑龙江北大荒八五二分公司引进全天候智能激光除草机器人,作业效率可达人工除草的4倍至8倍,有效破解了人工除草用工难等痛点。在江苏,作为全国数字乡村试点区的南京市高淳区,率先发布省级《河蟹产业数字化建设指南》,当地虾蟹产业数字化水平已达76.8%。有着“蔬菜之都”之称的山东寿光,新建大棚的物联网应用占比超85%,搭载环境传感器与AI机器狗,农业生产效率提升2倍。贵州省山地智能农机全省重点实验室的“刺梨收获机”“智能灌溉系统”等成果,在省内实现成熟应用,刺梨收获机采净率达94.42%,智能灌溉系统推广超50万亩。

必须认识到,智慧农业要实现长效发展,还面临不少现实瓶颈。比如专用芯片、作物生长模型的核心算法等技术,目前仍较多依赖进口,关键核心技术的自主可控能力还有待提升。涉农数据方面,标准、接口不一,流通共享机制不健全,数据要素的价值还未充分得到释放。智慧农业专业人才缺口明显,智能装备成本又较高,中小农户面临“用不起、不会用”困境,规模化发展受到阻碍。破除这些瓶颈、激活智慧农业新引擎,需要多管齐下,合力抢占农业“智”高点。

强化产业顶层设计,创造良好产业环境。实施智慧农业核心技术攻坚行动,立足农业生产重大实际需求设立专项基金,突破“卡脖子”关键技术。加快统一农业数据采集、接口、交换标准,推动各地农业云平台互联互通。探索农业数据产权登记与交易试点,健全数据确权与流通制度。完善财税金融支持政策,对从事智慧农业的经营主体给予适当税收优惠和信贷倾斜。创新“政府购买服务+合作社托管”模式和农业保险政策。扩大智能装备购置补贴范围,对服务小农户的专业化组织给予作业补贴。实施智慧农业人才培养计划,支持高校设立交叉学科,建立梯度新型职业农民培养体系,定向培养复合型“新农人”。

激发企业创新活力,发展可持续商业模式。培育农业科技领军企业,打造产学研研科技创新联合体,推动科研成果实现工程化、产品化落地。鼓励传统农机企业与人工智能企业跨界合作,针对小地块、特色作物等不同场景,开发低成本、易操作的智能终端产品。引导科技企业拓展“AI+农业服务”新业态,探索从产品销售向服务订阅转型。支持企业建立“共享农机”平台,以分时租赁、以租代购的方式降低农户一次性投入,对租赁覆盖农户数量多的企业给予税收优惠等政策激励。

加强市场品牌建设,畅通良性供需循环。建立智慧农产品区块链溯源认证体系,对全程智能管控、数据留痕的产品授权“智慧农业”专属标识,在线上线下渠道设立专柜专区。消费者扫码可查验生产环境、农事记录等“数字身份证”,拓展智慧农产品的溢价空间,提升消费者支付意愿,推动形成“优质优价—农户增收—技术再投入”的良性循环。创新消费业态,推广可视化认养、智慧农文旅等场景。

## AI作品参赛边界需厘清

年巍

AI正让人类传统赛事中的“原创”二字面临新挑战。近期,多地爆出赛事AI生成作品获奖争议,引发社会关注。

这些AI生成的获奖作品最初都由网友发现并质疑后,经主办方迅速核查证实、进行通报并予以处置。也不用太夸奖网友们是“火眼金睛”,很多作品确实是“一眼假”:马甲上有文字乱码、多人共用一张脸、书法句号每个都百分百圆……可偏偏这些破绽,却能一路绿灯,瞒过了赛事评审专家。只能说,不是评审过程“走过场”,就是一些专家有意放水。

或许有人会说,没必要太较真。在没有AI的时代,一些“暗箱操作”的手段不容易被发现,况且“文无第一,武无第二”,类似的“人情奖”也不是个例。如今,就不能“睁一只眼闭一只眼”吗?恐怕不能。拿摄影来说,为了捕捉一个镜头,拍摄者要趴在一个地方好几个小时不动,精挑细选的照片却要跟AI作品一起被评审,这公平吗?

“来鹅城,我只办三件事。公平,公平,还是公平!”《让子弹飞》中张麻子的经典台词含金量还在上升。既然赛事不是内部的“自娱自乐”,从报名、评审、公布等一

系列环节都涉及不少利益需求,那么就得按照规矩来。明确AI作品的参赛边界——是严禁入内,还是分类评比?能否使用AI辅助、允许到何种程度?这些红线必须清晰划定。更为重要的是,要在评审环节针对AI的使用,进行必要的审核把关。

进一步说,不少人对AI嵌入公共生活也越来越警惕了。比如,有视频平台宣发“AI艺人库”,引发轩然大波,遭到网民抵制,连涉事明星也紧急辟谣。又如,某网站发布声明,部分AI署名论文在业界引发版权权属、学术规范相关合规争议,已下架处理。在与AI共处的过程中,哪些场景用AI提效,哪些场景要守住“人”的位置,尚需时间慢慢厘清。

回到开头,各种评奖今后都得“认真看”。工业领域的竞争,可以唯结果论,重成效。但在艺术领域,很多人不只是追求目标,也在意“方法”,看重人文温度。谁不喜欢“活人感”呢?引导AI抵达更有价值的场景,不要在无谓的地方消耗词元,考验着各方的智慧。因为,在机器越来越像人的时代,人不能越来越像机器。

(中国经济网供稿)

## 绽放生产线变风景的魅力

同赋能,能够充分释放工业旅游的研学价值,普及工业知识、传承工匠精神。

创新供给夯实服务根基。丰富的游览内容是优质服务的前提,可立足自身产业特色打造差异化产品。如制造业企业可聚焦汽车、机器人等领域,开发特色生产线观摩项目。工艺美术、创意设计等企业可深挖手作体验、产品定制等互动内容,避免同质化观光。还可注重培育“工业旅游+”新业态,将主题商业、特色市集融入游览体系,用丰富的产品供给满足不同游客的需求,从源头提升服务的吸引力。

设施升级优化服务体验。工业旅游区别于自然景区,游览场景多依托生产厂区、工业原址,基础设施往往存在短板,这也是服务提升的关键发力点。可合理规划游览空间与游览线路,科学划分生产区域与观光区域,保障游览安全。同时按照适旅化标准改造升级设施,规范设置解说标识,提升文创购物、卫生餐饮、停车充电等配套服务。

精准服务拓宽发展空间。工业旅游兼具观光、科普等多重属性,提升服务质量不能只聚焦游览本身,更要挖掘其多元价值。如依托工厂、工业博物馆等资源,研发贴合校园教学计划的研学产品,将工业科普、技能体验融入研学服务。再如,加强导览讲解队伍建设,提升讲解的专业性与趣味性,把工业发展历史、产业技术知识、工匠精神融入讲解内容,让游客在游览中收获知识、感悟文化,实现工业旅游从“到此一游”向“学有所获”的转变。



## 炒作虚假功效殃及整个行业



钛杯成消费新风口,部分商家依托钛材质的高科技标签,炒作净化水质、杀菌灭菌等虚假功效,扰乱市场经营秩序。行业健康发展,需多方呵护形成合力,以科普知识辟碎营销谎言,以统一规范厘清材质标准,以平台自查净化售卖环境,共同守护市场秩序与消费者合法权益。



# “微短剧+”拓宽文化产业空间

王羽

在数字技术迭代与消费需求升级双重驱动下,微短剧以情节紧凑、悬念迭起、适配移动场景的独特优势,迅速跻身大众文化消费新潮流,成为市场追捧的新赛道。今年以来,微短剧行业日益火爆,各方力量激烈竞逐:北京启动“星耀影都”全国微短剧创投季,搭建“资金+平台+资源”三位一体扶持体系;上海开展“微短剧编剧雅集·春启AI季”活动,打造微短剧出海基地版权服务工作站;湖南芒果TV发起“千部IP联合创制生态计划”。

值得一提的是,当前微短剧不仅强化内容层面的生态搭建,更深入社会发展肌理,积极探索跨界融合。从“微短剧+文旅”带火乡村秘境,到“微短剧+非遗”活态传承民族技艺,“小切口、大能量”的融合形态,让微短剧跳出单纯的视听娱乐范畴,在文化传播创新与实体经济赋能中实现新价值、拓展新空间。

我国微短剧行业已从野蛮生长迈入精品化、融合化的关键转型期。从规模体量看,行业持续高速增长,2025年全国有3.3万部微短剧上线播出,国内用户近7亿,市场规模超千亿元,较2024年翻番,成为文化产业增速最快的细分领域之一。从创作生态看,主体构成日趋多元,已形成主流媒体、头部影

视机构、网络视听平台、中小创作者协同发力的格局,创作质量稳步提升。2026年国家广播电视总局实施微短剧新版分类分层标准,将重点微短剧投资门槛从100万元升至300万元,普通微短剧从30万元升至100万元,以政策杠杆撬动微短剧从量增向质优转型。从产业形态看,融合渗透不断加深,“微短剧+”行动计划成效显著,构建起内容、场景、产业融合发展的全新生态,让微短剧的社会价值与经济价值同步释放。

“微短剧+”模式以小载体承载大主题,以小屏幕撬动大发展,实现文化传播与产业赋能双重突破。一批非遗主题微短剧将刺绣、木雕等传统技艺融入剧情,让文化传承更接地气。“跟着微短剧去旅行”成为新风尚,河南登封袁桥村通过微短剧展现古村风貌,吸引60多个剧组取景,2025年村集体收入有两成来自微短剧相关产业。一些地方通过微短剧推广特色农产品,打通内容种草到消费变现的闭环,让田间地头的优质产品直达消费者。凭借“短平快、强情节、低文化折扣”的优势,微短剧成为中华文化“走出去”的新名片,2025年,我国海外微短剧市场收入达23.29亿美元,覆盖东南亚、中东、欧美等多个地

区,有效提升中华文化国际影响力。

尽管“微短剧+”模式成效显著,但在快速发展中仍面临诸多瓶颈,形式化嫁接、蹭热点流量现象时有发生,类型题材多陷入固定套路,产业联动浮于表面、开发不足,跨界融合存在治理空白等。为推动“微短剧+”模式行稳致远,需坚持规范与发展并举、内容与产业并重,构建政府引导、市场主导、行业自律的多元治理体系。

强化内容引领。构建微短剧赋能千行百业的选题矩阵,鼓励创作反映现实生活、传承优秀传统文化、弘扬主流价值的作品,建立内容质量、社会价值、产业效益相统一的评价体系。

完善产业生态。支持建设“微短剧+”产业集聚区,完善拍摄制作、后期剪辑、投流发行、版权交易等一站式服务,推动内容与场景、产品、服务深度融合。

创新盈利模式。鼓励“微短剧+电商”“微短剧+IP开发”等多元变现方式,形成内容赋能产业、产业反哺内容的良性循环。优化行业管理和综合治理,运用大数据、人工智能等技术实现精准监管,支持成立行业联盟,制定自律公约,引导行业自觉承担社会责任。