

优质供给打开商品消费增量空间

最新数据显示,1月份至8月份,在商品零售额同比增长1.0%的情况下,智能绿色和部分升级类商品表现亮眼,高能效等级家电零售额增速超过25%,可穿戴智能设备零售额保持高速增长长;8月份,限额以上单位通讯器材类零售额增长27.3%,新能源乘用车渗透率再创新高至65.2%。总量增速放缓与结构升级加速并存,商品消费的主要矛盾已从“有没有”转向“好不好”,消费增长的逻辑正发生深刻转变。

商品消费增速放缓,原因是多方面的。从周期因素看,房地产市场深度调整,财富效应减弱;经济转型升级背景下,部分劳动者对就业和收入预期偏弱,预防性储蓄动机增强。从短期因素看,前期以旧换新等促消费政策效应集中释放,耐用品换购周期拉长,家电、汽车等品类进入阶段性消化期。更值得关注的是供需错配:低端供给过剩与优质供给不足并存,难以充分满足居民日趋个性化、多元化的消费需求。这些因素相互交织,共同构成当前商品消费增速放缓的深层背景。

我国连续10余年稳居全球第二大商品消费市场和最大网络零售市场,2025年社会消费品零售总额迈过50万亿元门槛,按照相关部署,到2030年有望达到60万亿元左右。这意味着,未来5年需要约10万亿元增量。商品消费占社零近九成,商品消费的增长将

60万亿元左右的目标,不仅是总量规模的扩张,更是消费质量与产业能级的同步跃升。关键在于形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。

直接影响社零整体表现。

增量从何而来?

中央政治局会议提出,“适应不同群体消费需求扩大优质供给”,为此指明了方向。60万亿元左右的目标,不仅是总量规模的扩张,更是消费质量与产业能级的同步跃升。其中的关键,在于形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。居民对绿色、智能、健康等高品质消费的需求,为供给端创新提供方向;供给端通过制度优化、技术突破、标准升级、品牌培育,推出更多优质产品,反过来激发新的消费意愿,让潜在需求转化为现实购买力。

存量更新牵引供给升级。大宗耐用消费品仍是消费大盘的压舱石,但增长支点已从新增购置转向存量更新和全链条价值挖掘。汽车领域,破除限购壁垒、推进二手车销售统一发票互认,盘活存量流通潜力;培育汽车改装、维修保养、赛事运动、房车露营等新场景,

释放消费潜力。家电家居领域,“送新+收旧”降低换新成本,智能家居互联互通标准加快建立,推动普通家电向全屋智能转型。此时,商品消费不再只是“买商品”,而是向“商品+服务”延伸。

技术赋能创造新需求。绿色、智能、健康三大10万亿级消费市场,增长动能正加快释放。人工智能持续融入消费场景,智能穿戴、机器人走进千家万户;完善绿色产品认证与标识体系,绿色家电、低碳建材、环保纺织逐步建立品牌溢价;健康消费走向日常生活管理,特医食品、营养膳食等新品类持续扩容,零售药店加快向健康驿站转型。

品牌引领挖掘细分价值。老龄化浪潮下,适老辅具、智能床垫、外骨骼机器人等产品迎来发展窗口,完善适老产品认证标准,有利于整治市场乱象,释放老年群体消费潜力。国产名特优新、消费名品、非遗文创产品等纳入免税与离境退税渠道,有助于引导企

业强化自主品牌建设,提升产品附加值和市场竞争能力。

城乡融合拓展市场空间。县域流通体系升级,不是向下倾销低价商品,而是补齐城乡消费供给落差,将品牌化、标准化的高品质产品延伸到下沉市场。只有让优质供给真正抵达不同区域、不同群体,供需良性循环才能在更广阔市场中充分展开。

当然,消费扩容升级不会一蹴而就。标准落地、品牌培育需要时间,居民收入预期和消费信心更是关键变量。扩大消费政策不是鼓励透支式、粗放式刺激,而是通过优化供给、改善环境、稳定预期,推动消费实现更高质量、更可持续增长,更好满足人民美好生活需要。



国务院《扩大消费“十五五”规划》部署了未来5年消费重点领域,其中包括扩大银发产品、银发服务消费的目标任务。提振银发消费,既能提升银发群体生活品质,也能从需求侧引导市场加大优质产品和服务供给,通过供需适配推动银发经济高质量发展,进而将人口老龄化挑战转化为扩内需新动能。未来5年,由老年人和备老人群共同组成的银发群体数量大、特定领域需求大、消费潜力大,要将庞大的消费需求有效激活,使其成为释放银发消费潜力的“钥匙”,要找到其中需求最旺、增长最快的核心板块。

银发消费有3个特征值得关注:

一是银发群体成为自主决策的消费主力。研究发现,根据年龄阶段、健康状况、居住状态等特征划分银发群体,不同群体的消费呈现出较大差异。其中,尤以低龄、健康为特征的“新银发”群体消费意愿强、活力强。近期,国家发展改革委社会发展研究所课题组围绕银发消费需求开展问卷调研,50岁至64岁处于备老或初老阶段的银发群体占受访者的2/3,“已经开展”和“希望尝试”的银发消费更多样更活跃,且受访者自主消费特征明显,近七成受访者表示购买产品或服务完全由“自己决定、自己支付”。

二是银发群体更热衷于发展改善型领域消费。事实上,促进银发消费并不是简单依靠银发群体数量增加而带来的增量“通用”消费,通用消费仅仅是不同年龄群体之间的“统计转移”。真正促进银发消费是要发现银发群体的特有需求、改善型需求,进而在满足需求、扩大消费中促进发展,实现消费对银发人力资本投资的带动作用。银发群体的消费可以分为基本生活型和发展改善型两类,其中衣、食、住、行、用等基本生活消费支出基本稳定,而文、体、旅、娱、玩等发展改善型消费凸显出亮点多、潜力大的特征。中国老龄协会2025年调研显示,旅游度假、健康养生、文体娱乐处于银发消费需求的第一、第二梯队,银发群体对健康的、能拓展体验的消费更加热衷。

三是银发群体更偏好融合型服务消费。随着我国居民消费结构进入商品消费与服务消费并重的新阶段,居民消费重心持续向服务领域转移,银发消费也呈现出服务消费旺盛的特征,尤其是银发文旅、康养、医美等融合服务领域。根据中国旅游研究院测算,2025年银发文旅消费增速领跑文旅全行业。中国老龄协会、国铁集团数据显示,2025年全国旅游专列发车2000余列,80%乘客为老年人,“慢生活、长周期”的旅居养老全年接待超过8400万人次,带动大理、北海、巴马等一大批城市成为旅居目的地。

可见,大量银发群体有需求、有意愿为改善型、融合型需求买单,充分认识银发群体的多样化、高品质需求,积极推动健康、文旅、教育、娱乐等多业态融合发展,能够提升银发群体的综合消费体验,并持续促进消费结构优化、质量升级。推动银发消费从意愿变为行动、从尝试变成习惯,应进一步加大支持力度。

拓展高品质银发服务模式。提高银发群体基本生活消费的品质,扩大老年助餐、适老化改造、老年鞋帽服饰等领域的优质供给,让老年人穿靓丽、吃健康、住舒适、行便捷。扩大银发文体娱乐、康养旅居、老年教育等多元化服务供给,以社区为载体整合周边资源提供服务。

创建良好的市场供给环境。探索建立银发产品和服务认证制度,充实银发消费产品和服务目录,实施产品和服务质量分级。健全细分行业标准体系,完善银发产品和服务领域国家标准,以规范化供给提升高品质生活。

扩大银发消费的政策推广和体验场景。增强银发消费支持政策的知晓度,鼓励地方发布相关政策、参考价格、用户评价和购买渠道信息,持续引导和培育银发消费习惯,让银发群体更具获得感。鼓励多地推广银发专属商店、综合商超的银发专区等,提高银发群体的体验和感知度。

(作者系国家发展改革委社会发展研究所研究员)

弹窗广告为何屡禁不止

臧梦雅

近日,“手机锁屏画报”再度引发网友热议。一些手机自带的“魔法画报”锁屏广告关闭起来的确比较麻烦,对于老年人等群体也不是很友好。

事实上,如今手机里的弹窗、开屏、摇一摇广告随处可见,打开App需要“过五关斩六将”是当下许多手机用户的真实遭遇。有网友提到自己的父母在应用智能手机时,想打开相机、浏览器等应用时不小心点到了锁屏界面,怎么操作都回不到原来的应用界面。还有视障人士也反映过类似的烦恼,打开App便遭遇弹窗广告,想关掉必须退出App,再点进来是否能避开这些广告也全凭运气。

数字时代,每个人的“数字尊严”都应当被重视。弹窗广告的无序蔓延,不能再“扫射”到本该便利的数字生活。

解决此类问题,并非没有规则可依。去年,《网络安全标准实践指南——摇一摇广告触发行安全要求》发布,从技术规范上明确App和软件开发工具包运营者应设置便捷关闭渠道和合理触发阈值。进入2026年,有关部门针对电商促销期间的弹窗广告、违规跳转开展多轮专项检查,多次通报违规平台。前几个月,“导航软件跳转广告机险遇车祸”话题也引发相关讨论,对此多家地图导航平台集体下线开屏广告。

国务院印发的《加快农业农村现代化“十五五”规划》强调,创制应用先进适用农机装备,并对培育智能农机制造企业、建强农机装备领域先进制造业集群等方面提出了明确要求。当前,我国智能农机产业驶入发展快车道,在市场规模、装备应用、技术研发等方面均取得一定进展。

市场规模方面,据行业机构预测,2030年我国智能农机市场规模将达到1039亿元。装备应用方面,农业生产智能化覆盖率持续提升,超350万台(套)农机装备加装北斗卫星导航终端,农用无人机保有量突破30万架,累计作业面积超30亿亩次,智能装备全面融入耕、种、管、收全链条。技术研发方面,一批标杆性智能农机装备相继落地,全球最大的马力轮式拖拉机、模块化变形农业机器人等高端装备实现国产化突破。此外,智能农机产业集群建设稳步推进,龙头引领、上下游协同的产业格局加速成型,无人化智慧农场规模化落地,有力助推传统农业转型升级和现代农业提质增效。

不过,我国智能农机自主创新能力与国际先进水平仍然存在差距,部分核心零部件“卡脖子”现象依旧存在;智能农机的普及工作面临资金不足、技术能力欠缺和基础设施落后的阻碍;智能农机专业人才培养缺口较大。对此,须坚持问题导向,推动我国智能农机产业迈上新台阶。

但不少用户实测发现,整治之后的结果只是短期收敛,不少App整改两天就再次偷偷“回潮”。那么,弹窗广告为何屡禁不止?归根结底,源于违法成本与获利规模之间的失衡。

根据现行规定,未显著标明关闭标志、确保一键关闭的,对广告主处5000元以上3万元以下的罚款;恶意弹窗、诱导点击,广告主作为第一责任人最高可罚10万元。但某些App弹窗广告单日收入可达数万元甚至数十万元。这就意味着即使被顶格处罚,与高额的广告收入相比,罚款金额仍不过是九牛一毛。“违规无大碍、守法无收益”的认知一旦形成,行业何谈自律?

要尽快消除弹窗广告“乱跳转”“关不上”等危害,应从根本上改变广告推送机制和收益机制,压实电商平台、软件开发运营商和手机厂商等主体对互联网广告的管理责任。同时,有关部门需尽最大力度进行整治并提高违法成本,让违法者付出的代价远远超过获利的预期。如此,“整治—反弹—再整治”的恶性循环才有可能被打破。

手机的功能越来越丰富,但不该成为绑架用户、导流广告的入口。让数字空间少一些套路、多一些体面,这既是对用户基本权益的尊重,也是数字社会走向成熟的必经之路。

(中国经济网供稿)

拓展智能农机更多应用场景

聚焦智能农机核心短板设立专项科研基金和奖励机制,加大对关键零部件、智能控制系统、精准作业技术等核心领域的研发投入。深化产学研协同创新,针对高端智能装备、丘陵山地适配农机等重点领域开展联合攻关,集中力量突破技术壁垒。布局建设智能农机技术熟化应用中心,打通技术研发、田间试验、市场推广全产业链条,推动技术快速迭代、成果落地转化。积极开展国际技术交流合作,吸收转化先进智能农机技术与经验,持续提升自主研发水平。

畅通推广应用渠道。落实智能农机的资金补贴政策,完善智能农机购置、租赁、维修等相关配套服务,持续降低智能农机使用成本,降低使用门槛。常态化开展智能化农机操作、运维、管护专项培训,加强智能农机所需的基础设施建设,保证智能农机持续良好运行。建设智慧农业示范区,为智能农机的使用推广提供样板。打造智慧农业数据平台,依托数字化技术提高智能农机生产效能。

健全人才培养体系。打破学科壁垒,实现跨学科培养,培育适配智能农机行业所需的复合型人才。注重生产制造型人才培养,打造智能农机领域“大国工匠”。推动产学研深度融合,深化校企合作,打造校企沟通机制,共建产业实训基地,实现人才培养与产业需求的高效精准对接。完善人才就业相关机制,为智能农机产业健康发展提供人才保障。

对电动车非法改装说“不”



如今电动自行车广泛服务于日常出行与外卖配送,但电机改装、解除限速等违规操作依然存在。不少车辆改装后安全结构被破坏,自燃、失控风险暗藏街头。顺畅安全的交通环境,离不开每个人的守护,应自觉抵制非法改装车辆,坚守道路通行准则,共同维护文明畅通的出行环境。



“铁规矩”托举养老机构安全底线

郭锦蒙

近日,市场监管总局会同民政部制定并发布《养老机构基本规范》《养老机构重大事故隐患判定准则》两项强制性国家标准,从选址建筑到安全管理、从入院出院到运营评价,系统划定了养老机构合规运营的红线与底线。这一举措恰逢其时,也切中了当前养老服务体系建设的关键环节。

养老机构是老年人集中照护的重要场所,一头连着万千家庭的牵挂,一头连着社会文明的温度。截至目前,我国60岁及以上老年人口已超过3亿人,人口老龄化程度不断加深,养老服务需求日超多元与精细。与此同时,养老机构安全事故时有发生,一些机构在消防设施、护理规范、应急管理等方面存在短板,个别极端案例更是给社会敲响警钟。行业发展快、主体多元、水平参差,恰恰说明“立规矩”已刻不容缓——安全是养老服务的第一道门槛,没有安全托底,再好的服务理念都无从谈起。

此次出台的两项标准,最大的亮点在于变软约束为硬标准。《养老机构基本规范》从选址与建筑、设施与设备、入院出院管理、基础服务、安全管理、运营管理、评价与改进7个方面提出90项具体

要求,什么事必须做、做到什么程度,都有了清晰的量化标尺,改变了以往部分规范的模糊状态。《养老机构重大事故隐患判定准则》更进一步,把25条直接判定要素、28条综合判定要素和两类排除情形转化为可操作、可执行的3种判定规则,让一线管理人员和监管部门在面对纷繁复杂的现场情况时,能够“照单办事”,精准识别风险点,而不是凭经验、靠感觉。这种从原则性要求到可操作规则的转变,回应了行业长期以来标准分散、执行尺度不一的痛点。

值得注意的是,两项标准均为强制性国家标准,这意味着它们不是可选项,而是必答题。此前,养老服务领域虽已有诸多规范性文件 and 地方性标准,但效力层级不一、执行尺度参差,难以形成全国统一、刚性有力的安全防线。此次两项标准以国家标准的形式统一“度量衡”,压缩了监管执行中的模糊地带,也压缩了违规经营的侥幸空间,倒逼养老机构从“能开就开、能撑就撑”的粗放模式,转向“对标达标、规范运营”的精细化道路。

从治理逻辑看,标准的生命力在于落地执行,而非停留在文本层面。此次两项标准设置了从2027年8月1日起正式实施、为期1年的过渡期,这

一制度安排颇具深意:既给了养老机构自我排查、整改提升的缓冲期,也传递出“标准不是用来吓人,而是用来帮人”的务实导向。这一年的过渡期,考验的正是各方协同发力的诚意。民政部门要切实承担起宣传培训、政策配套的责任,帮助基层养老机构看得懂标准、用得上标准;市场监管部门则要在检查监督中把握好宽严尺度,不能“一刀切”关停整改中的机构,也不能对明显的重大隐患姑息迁就;养老机构自身更要摒弃“等靠要”心态,主动查漏补缺,把安全责任真正扛在肩上、落到日常运营的每个细节上。

从更长远的视角看,两项国标的出台,为整个养老服务行业高质量发展铺路架桥。我国养老服务正处在从“有没有”向“好不好”跃升的关键阶段,机构良莠不齐、服务水平参差的问题如果得不到有效解决,不仅会消耗社会对养老服务行业的信任,也会制约整个产业的健康发展。以强制性标准倒逼行业洗牌、提质增效,短期内或许会给部分不达标机构带来转型压力,但从长远看,这恰恰是行业走向规范化、专业化、标准化的必由之路,也是养老服务真正赢得老年人和家属信赖的根本之策。