

激活消费“主引擎” 释放增长新动能

——中国经济年中观察之一

消费是经济增长的“主引擎”，也是民生幸福的“晴雨表”。

国家统计局最新公布的数据显示，今年上半年，我国消费市场“压舱石”作用更为明显，“主动力”释放更大动能。

记者近日在北京、上海、重庆等多地实地走访实体商超，体验线上消费场景，观察假日经济与夜间经济业态，追踪“中国游”与“中国购”等消费热点，感受消费市场脉搏和发展新趋势。

政策显效 释放活力

在苏宁易购北京安贞店，工作人员一边向顾客讲解产品功能，一边计算着优惠方案。“原本考虑买一款普通挂式空调，到店后决定升级为最新款无风感空调。原价4000多元的空调，叠加各种优惠到手只要1999元。”消费者王女士说。

今年以来，随着消费品以旧换新等一系列扩内需、促消费政策发力显效，国内消费需求不断释放，市场活力逐步增强。上半年，社会消费品零售总额达24.55万亿元，同比增长5%，其中二季度增长5.4%，比一季度加快0.8个百分点，逐季提升。

服务消费提速、假日消费拉动作用增强，部分升级类消费增速加快，绿色消费渐成新风尚，“中国游”“中国购”持续升温，新的消费模式和业态层出不穷——在日前举行的国新办新闻发布会上，国家统计局副局长盛来运总结了上半年我国消费市场特点。

近期以来，中国首座乐高乐园在上

海金山开园迎客，吸引大批游客前来体验；新疆阿禾公路正式通车，吸引超10万名游客“打卡”；吉林长白山多个度假区开启夏季运营，大批游客前来拥抱“22℃的夏天”……

国内旅游市场持续升温，折射假日消费的拉动力。上半年，“春节”“五一”“端午”节日外人数创新高，相关的文体休闲、交通出行服务消费都保持两位数增长。

“跟着演出、赛事去旅行”掀起热潮，“苏超”火爆出圈、持续“霸屏”，带动周边餐饮住宿业迎来“泼天流量”；各地音乐节人气火热，7月底即将举行的成都“仙人掌音乐节”，在大麦平台“想看”人数已近7万。

国家统计局数据显示，上半年服务零售额同比增长5.3%，增速快于商品零售额。国家信息中心数据显示，上半年生活服务消费热度指数同比增长15.7%，其中休闲娱乐业、餐饮业、住宿业同比分别增长47.4%、12.0%、5.5%。

业态创新 激发潜能

“这是我们第一次看无人机表演，实在太震撼了。”在重庆旅行的印尼游客弗索纳·比南达说。

无人机灯光秀，不仅点亮重庆夜空，也折射出重庆夜经济活力。7月11日晚，2025不夜重庆生活节开幕。活动期间，龙门浩老街、鲁祖庙传统风貌区、

紫薇路商业街等150余个推荐打卡点为四海宾客奉献一场乐享生活、愉悦消费的夏日盛宴。

入夏以来，全国多地夜夜璀璨，聚集了人气，带旺了消费，折射出多元创新业态对消费的巨大撬动作用。

“新的消费模式和业态层出不穷。

悦己消费、情绪消费，还有一些新的个性化、多元化消费都方兴未艾。”盛来运说。

需求多元，不断点亮细分市场新蓝海；供给向“新”，持续激发消费潜能。

近期，一只名为LABUBU的毛绒玩具风靡全球。从社交平台上的“开箱狂欢”，到海外门店前彻夜排队，这个有着标志性笑容的小怪兽玩偶，成为年轻人情绪表达和文化认同的出口，彰显了情绪消费的巨大潜力和增长空间。

北京出台扩大时尚消费专项行动方案，广西推出深夜食堂、夜广西LIVE秀等特色活动，山西打造非遗国货“潮牌”“潮品”，广东广州落地实施“首发经济16条”……“追新”“赶潮”，多地顺应多元化、个性化消费需求，加快培育市场新动能。

2025北京国际文旅消费博览会上，

购在中国 共享精彩

碧波荡漾的北海公园、云海翻涌的张家界森林、底蕴深厚的西安古城……第一次到中国的瑞士女孩伊莎贝尔列出了一份“中国游”计划。从机场口岸免签入境后，除了“打卡”知名景点，她还和朋友解锁共享单车骑行、使用电子支付“扫货”、搭乘高铁跨省游等，深度体验各地生活方式。

“‘中国游’‘中国购’持续升温，尤其是免签‘朋友圈’扩大以后，来中国旅游的游客更多了，也带动了国内消费。”盛来运说，“五一”“端午”假期，适用免签政策入境的外国人次同比分别增长72.7%、59.4%。

目前，上海办理离境退税备案企业超过1000家，覆盖品牌商户超3000户。上半年，上海离境退税销售额同比增长85%，“即买即退”销售额增长28倍，服务167个国家和地区的6.3万名旅客。

中国240小时过境免签政策适用国家增至55国，出台进一步优化离境退税

消费科技新品让观众体验感“拉满”；浙江绍兴，依托物联网与数字技术的“数智居家医养服务体系”，让老年人在家中也能享受24小时健康监测、远程问诊和紧急救助服务；上海虹口，联合华东师范大学开发30课时AI基础课程，在全区中小学实现100%普及……

当前，多地以科技创新赋能养老、托育、教育、医疗、文旅等多业态消费场景，不断挖掘消费潜能、释放消费动能。

供给、需求两端发力，撬动投资消费，超大规模市场持续升级扩容。

“‘演艺+’‘赛事+’等复合式消费场景，融合文化、旅游、体育等多种元素，为消费者提供多元化消费体验，促进消费升级，延长消费链条，形成多层次的消费结构。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇说。

扎实开展排查整治 织密农村食品“安全网”

市监局开展暑期农村食品安全专项检查

本报讯(记者 刘莉)今年以来，市市场监督管理局聚焦群众关切，始终坚持以问题为导向，向农村食品安全领域精准发力。近日，开展暑期农村食品安全专项检查行动，扎实开展排查整治，织密守护农村食品“安全网”，全力护航农村群众夏日食品安全。

周密部署。提前将农村监管区域按“片区”进行整体划分，落实到具体的监管责任人、责任小组。针对重点区域加大派人手，提高检查频次，确保合理分配、一处不落。

精准排查。执法人员重点对农村销售环节的信息公示、人员管理、场所布局、设施设备、是不是禁止销售产品、购销过程等进行详细排除；对农村小作坊的生产资质、厂区环境、车间卫生、设备设施原辅料管理、食品添加剂、过程控制、贮存条件、生产防护、标签表示等

信息进行排查。督促相关主体严格落实食品安全管理制度，杜绝安全隐患。

线上线下联动。在积极开展线下检查的同时，充分利用线上网络阵地，通过微信公众平台分享食品安全知识、结合抖音短视频平台发布普法短剧、消费提醒，通过寓教于乐的形式积极开展线上宣传，提高广大群众的食品安全意识和自我辨别能力。

专项行动期间，共出动执法车辆40余次，执法人员213人次，现场发现并立即整改问题6个。

市市场监督管理局将持续深入推进农村食品安全工作做细、做深，严厉打击违法违规行为，并以农村食品安全专项行动为契机形成示范效应，将专项行动的经验做法扩展至城区，竭尽全力守护人民群众的食品安全。

经济资讯

位居全球第二!

全球前5000个品牌中我国品牌价值达1.76万亿美元

国家知识产权局局长申长雨7月17日在国新办举行的“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会上介

绍，全球前5000个品牌中我国品牌价值达1.76万亿美元，位居全球第二。(新华社)

我国企业发明专利产业化率提升至53.3%

国家知识产权局局长申长雨7月17日在国新办举行的“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会上表示，我国知识产权运用取得新成效，企业发明专利产业化率从2020

年的44.9%提升至2024年的53.3%；知识产权使用费进出口总额从2020年的3194.4亿元提升至2024年的3987.1亿元，年均增速5.7%。(新华社)

近三年全国城乡残疾人就业率提高4.8个百分点

记者7月16日在国新办举行的国务院政策例行吹风会上获悉，《促进残疾人就业三年行动方案(2022—2024年)》实施以来，全国城乡残疾人新增就业累计164.8万人，就业率提高4.8个百分点。

中国残联、国家发展改革委、人力资源社会保障部和农业农村部有关负责人，在国务院政策例行吹风会上介绍了第二期三年行动方案有关情况。

中国残联副主席、副理事长李冬梅说，三年间实名培训城乡残疾人142.7万人次，残疾人就业技能进一步提升；高校残疾人应届毕业生已连续五年100%建立服务档案，有就业意愿残疾人高校毕业生就业率已连续五年超过85%。

作为首期三年行动的延续，国办日前印发《促进残疾人就业三年行动方案(2025—2027年)》。方案由中国残联会同30家部门单位共同制定，

中国残联教育就业部主任任占斌介绍，第二期三年行动是“精准滴灌”，既要解决残疾人“有没有岗位”的问题，更要解决“适不适合”“稳不稳定”的痛点。

根据方案，有关部门单位和地方各级政府将按职责分工负责，持续提升残疾人公共服务质量，进一步加强残疾人就业帮扶，促进残疾人实现较为充分较高质量的就业。(新华社)

税收数据显示:

上半年我国银发经济快速发展

国家税务总局7月16日最新发布的增值税发票数据显示，上半年，我国银发经济快速发展，相关行业收入增长较快。

增长30.4%、22.6%、18%。助听产品、老年营养和保健品、健康监测设备销售收入同比分别增长32.2%、30.1%、7.5%。

在供给端，养老服务不断丰富，银发产品加速迭代。上半年，全国老年人残疾人养护服务业、适老类家庭服务业、适老类社会看护与帮助服务业销售收入同比分别增长40.9%、14.1%、8.8%，较全国服务业平均增速分别高出37.7个、10.9个和5.6个百分点。

值得注意的是，上半年，老年旅游服务、体育健康服务、文化娱乐活动销售收入同比分别增长26.2%、23.9%、20.7%，反映出银发群体从“养老”转向“享老”，悦己属性显现。

从趋势看，新一代信息技术与银发产业加速融合应用。上半年，全国银发经济企业购进信息技术服务金额同比增长16.9%；智慧养老技术服务、老年智能与可穿戴装备制造销售收入同比分别增长33.7%、32.6%。

全国从事银发产品生产制造主体户数同比增长14.1%；适老类健身器材制造、康复辅助具制造、营养保健食品制造销售收入同比分别增长14.7%、12.1%、6.9%，较全国制造业平均增速分别高出9.5个、6.9个和1.7个百分点。

国家税务总局相关司局负责人表示，税务部门将持续落实好系列税费支持政策，助力银发经济发展，为消费提质和新型消费培育保驾护航。(新华社)



夏季的广场公园是人们休闲娱乐的好去处，人流量大，尤其是周末和节假日，很多家长带着孩子到广场游玩。随着人流的增长也带火了路边的玩具销售摊位，捞鱼网、沙滩玩具、卡通泡泡棒等儿童玩具销售量可观。这是市民正在为孩子购买玩具。本报记者 常欣月 摄

以自愿承诺让无理由退货落地实体消费

经济论坛

近日，《北京市线下无理由退货承诺指引(试行)》(以下简称《指引》)正式对外发布。《指引》明确实体店可自愿承诺无理由退货但需履约、不得虚假承诺，消费者退货需保证商品完好且不得恶意退货，同时对购物凭证遗失、商品完好界定、赠品处理等争议情形作出规范，为优化消费环境、维护消费者权益提供指导。

自从新版《消费者权益保护法》设置“七天无理由退货”制度以来，无理由退货在电商领域已成标配，不少习惯于在实体店购物的消费者也迫切希望享受无理由退货待遇。然而，一些实体店把商品高拒即如

“泼出去的水”的态度，又让他们对无理由退货可望而不可即。在此语境下，《指引》应运而生，明确要求实体店自愿承诺无理由退货，这对于消费者而言可谓“及时雨”。

实体店不愿对售出的商品无理由退货，主要理由是消费者是现场验货后才决定购买的，事后要求无理由退货，本质上是对契约精神的违背，也是对实体店的不尊重。尽管实体店的这种理由无不厚非，但也应认识到，消费者对所购商品的满意度并非一成不变，且在实际购物中，还存在因考虑不周或对商品了解不全面就仓促下单的情形，只要消费者在不损害实体店利益的前提下，实体店就有必要从赢得信任、树立口碑的角度出发，支持和满足消费者无理由退货的诉求。

在这种意义上，北京对实体店推出无理由退货“自愿承诺”制，对

祛除消费者在实体消费中“商品售出概不退货”的隐痛更有针对性。实体店自愿承诺无理由退货，既是善待消费者的应有经营理念，亦是诚信的试金石。此举最大的益处在于，实体店以自愿承诺为契约精神背书，既能为无理由退货在线下扎根提供可持续的土壤，也能让消费者感受到实体店的诚意，助力其在市场竞争中筑牢长远发展根基。

当然，推行实体店无理由退货“自愿承诺”制，不是无限条件限制的。此番北京市出台的《指引》摒弃强制统一标准，规定实体店经营者可量力裁衣，结合自身情况决定是否参与、明确退货品类与具体规则。同时，《指引》对消费者无理由退货清晰界定了“商品完好”的前置条件，并根据上位法消费者应履行的义务，对其无理由退货画出了不

得“假意购买，恶意退货”的红线，筑牢了防止“自愿承诺”创新机制被滥用的制度堤坝。

这种平衡兼顾消费者和实体店利益诉求的柔性制度设计，既尊重了市场主体的现实差异，也避免了“一刀切”政策可能带来的隐性负面效应。只要消费者和实体店恪守诚信和契约精神，无理由退货“自愿承诺”制必能实现惠顾实体店经营者与消费者的双向奔赴。

消费是经济增长的“压舱石”“稳定器”，一头连着宏观经济大盘，一头连着群众美好生活。在网络消费还不能完全取代实体消费的背景下，引导实体店自愿承诺无理由退货，是对消费者现实需求的精准回应，也是实体商业提升竞争力的必然路径。(新华社)