

每周经济评论



# 以旧换新，换出了什么？

子 鸣

湖北武汉的潘女士把旧电视折价交回，叠加以旧换新补贴和店补，省下4000元搬回一台百英寸大屏；上海的王先生置换了一辆智能电动SUV，从小程序提交申请到补贴到账只用了几天；北京的李阿姨则把家里的旧冰箱换成了静音的一级能效新品……从大宗耐用用品到数码潮品，老百姓的生活正借着“以旧换新”的东风悄然升级。这些看似分散的家庭决策，正汇成一股强劲的暖流，勾勒出当下中国消费的韧性及活力。

政策加把火，市场热起来。以旧换新绝非简单的“新老交替”，而是通过真金白银的补贴和便利服务，有效降低了消费者的决策门槛，把潜在的改善型需求从“观望”推向“下单”。最新数据显示，今年1—4月份，消费品以旧换新累计带动相关商品销售6069.3亿元，惠及8223.4万人次。超6000亿元的市场增量，是政策精准滴灌与市场内生动力共振的结果。与以往不同，这一轮换新潮透着鲜明的“绿”与“智”：4月份重点平台智能眼镜销售额激增5.9倍，手持摄影设备销售额增长26.9%，智能血糖仪销售额增

长12.3%，一级能效洗衣机销售额增长10.4%；1—4月我国数码和智能产品销售同比增长26.1%。数据背后，是老百姓的消费偏好正加速向高科技、高品质、绿色化迁移，而供给端的创新也层出不穷，更高水平的供需动态平衡正在加速形成。

把镜头拉长，这种消费结构的跃迁并非一日之功。过去，家电下乡、节能补贴等政策曾先后撬动了数万亿元级的消费增量，但彼时的重心更多在于“普及”和“节能”。而本轮以旧换新，则是在人均国内生产总值超过1.3万美元、居民消费从生存型向发展型跨越的大背景下展开的。这意味着，政策瞄准的不再是简单的“有没有”，而是“好不好”“智不智”，折射出对更好满足人民美好生活需要的绵绵用力。

更深层次的意义在于，以旧换新也是助推产业升级的“加速器”。4月份，我国新能源车乘用车市场渗透率升至61.4%，首次迈过60%大关。在汽车领域，报废更新不仅带动了新车销售，还催生了二手车评估、电池回收等后市场服务的繁荣；在家电领域，

龙头企业反馈，换新需求倒逼企业加大研发投入，超薄嵌入式冰箱、新风空调、洗烘套装等高端产品占比显著提升。通过淘汰落后产能，为节能环保的新能源产品和智能终端腾出蓝海，既顺应了百姓对美好生活的向往，又推动了高质量发展。

政策的生命力在于因地制宜、因势利导。江苏、上海、湖北等地围绕智能、适老等方向，优化实施补贴政策。无论是年轻家庭打造全屋智能家居，还是银发一族升级适老化家电，都能找到更贴合自身需求的方案。这种“通用品类+特色品类”的灵活打法，实现了新兴产业发展和消费需求升级的精准对接。

今年以来，随着提振消费专项行动深入实施，多项政策工具正形成合力。正在50个城市开展的有奖发票试点，截至5月17日已吸引超260万家商户参与，累计投入资金51亿元，带动参与活动发票金额达2163.3亿元。这看似只是鼓励开发票的小举措，实则通过税收杠杆和诚信激励，把大量“沉睡交易”唤醒了。以旧换新撬动大宗消费，有奖发票激活日常消费，各类促消费活动竞相登场……多管齐下，共同支撑起消费市场的平稳运行与向新向上。

透过“以旧换新”这扇窗口，我们看到的不仅是商品的更替，更是中国经济在转型中积蓄的动能。它像一台强劲的引擎，一头耦合着百姓对品质生活的向往，一头驱动着宏观经济大盘的稳健运转。随着后续政策举措的持续落地见效，这台引擎必将释放更强劲的动能，让消费市场的活力更足、人气更旺。

## 新视窗·聚焦体验经济

年轻人爱上中医馆，养生课开到山水间

# 康养玩出新花样

本报记者 齐志明 宋豪新 董泽扬

清晨的公园里，打太极的老人与晨跑上班族擦肩而过；周末的山林步道，年轻人背着行囊来一场“森呼吸”疗愈；中医馆中，白领们趁着午休体验艾灸推拿——这样的场景，正成为健康生活的日常剪影。

《“健康中国2030”规划纲要》提出，“积极促进健康与养老、旅游、互联网、健身休闲、食品融合，催生健康新产业、新业态、新模式”。随着“健康中国”战略深入推进，康养产业发展前景广阔。中医药康养、运动康养、生态康养等成熟业态蓬勃发展，推动产业从单一治疗向预防、调理、医养的全链条升级，康养消费正迎来从“治病”到“养生”的跃迁。

### 年轻人成为中医养生消费主力群体

晚上8点，在江西萍乡市安源区润达国际购物中心中庭，一方摊位前，排成长队，这里不卖奶茶，不售小吃，几位身着白大褂的医师正为排队的人们进行艾灸、推拿。

“白天没空，夜间无医”，曾是许多上班族和年轻人调理亚健康状态时面临的现实痛点。安源区人民医院中医馆举办的“中医夜市”，精准地切入了这一需求空白，让中医传统技艺走出医院，走进生活圈，拉近与市民的距离，一种全新的健康消费图景正在浮现。

“将服务主动送到大家常去的休闲生活场景里，是想传递一个信号：中医养生可以很亲切、很方便，它是日常生活的一部分。”安源区人民医院中医馆主治中医师罗巧林道出了初衷。

夜市里，年轻面孔不少。刚刚体验完肩颈推拿的90后李紫萱说，自己长期坐在电脑桌前工作，颈肩僵硬，“这里氛围轻松，下班顺道就能调理一下，还能喝杯定制茶饮。”

一杯杯根据时令与个人体质配制的养生茶饮，成了吸引人流、普及知识的载体。从“求医问药”到“品茗养生”，场景的转换，悄然消融了传统医疗服务的距离感与心理门槛。

走进安源区人民医院中医馆，药材的清香、艾绒燃烧的温热气息与舒缓的音乐交织，营造出宁静的沉浸式调理空间。馆内汇聚了一批经验丰富、医术精湛的中医专家。这里设有独立的艾灸、针刺、推拿、中药熏蒸等治疗区。

“我们充分发挥中医药‘简、便、验、廉’的优势，除了常见疗法，还提供中药熏洗、穴位压豆、梅花针、中药面膜等特色项目。”罗巧林说。

“我是来整体调理体质的，几次下来，感觉不错，常年手脚冰凉和脸色暗沉的问题也改善不少，睡眠和精力也好了很多。”正在接受调理的85后刘文荣说。

如何让中医调理更好地适配快节奏的现代生活，是提升体验的关键。为此，中医馆在服务细节上做好了“融合”文章。比如，中医馆不仅提供中草药代煎服务，还特别推出了中药免煎颗粒剂。“我们优化所有流程，让优质中医药服务变得高效、可及、体验友好。”罗巧林介绍，在候诊区，馆方会根据不同时节节气，免费提供夏季清心祛湿的“五花茶”、秋季润燥的“桑菊饮”等中药茶饮，人们在候诊时即可感受养生之道。



康养产业从单一治疗向预防、调理、休养的全链条升级

中医药康养、运动康养、生态康养等成熟业态蓬勃发展

### 【延伸阅读】

当下，传统中医药文化与健康服务深度融合，各地积极打造国医馆、中医养生体验馆、康养基地，不断丰富服务品类，将古法理疗、膳食养生、健康宣教相结合，推动中医康养从传统诊疗向日常养护、休闲体验延伸。

消费群体呈现明显年轻化趋势。美国数据显示，截至今年5月，推拿按摩需求同比增长43%，刮痧增长42%，针灸增长37%。其中，年轻用户已成为中医养生消费的主力群体，20—30岁用户占需求用户的35%。凭借深厚文化底蕴与实用价值，中医康养热度持续攀升，成为健康消费领域的热门选择。

### 迈开腿是最好的保健品

早上7点，在四川乐山市市中区嘉州绿心公园，59岁的王静涛正在公园绿道旁做拉伸运动，额头的汗水顺着脸颊往下淌。“今天6公里就到了，跑了10公里，汗都出透了。”王静涛擦了把脸，语气透着舒坦。在这条绿道上，他已经跑了3年多，以前换季总容易感冒，现在好多了，“迈开腿是最好的保健品。”

每天早晚，许多乐山市民在嘉州绿心公园散步、跑步、骑行。10余公里的绿心环线，健康提示牌、健身器械、休闲座椅沿途分布，被许多乐山市民称为“家门口的康养场”。

来到乐山市沙湾区洞洞大峡谷户外运动基地，数名游客围着教练，认真聆听攀岩注意事项。在教练的指导下，他们一步

步攀上陡峭的崖壁。“刷短视频看到这个基地，特意过来感受。”正在成都读大学的乔迈说，这是一种全新的体验。

这样的故事，在乐山的山水间从未间断。依托丰富的生态资源，乐山打造了一系列特色鲜明的户外康养产品——峨眉山将越野跑与武术、禅修结合；夹江犇门仙草谷以千亩石斛梯田融合药草文化；峨边彝族自治县则以生态徒步、森林瑜伽、山地越野串联起高山草甸与原始峡谷，让游客在亲近自然的同时收获健康。

乐山市卫生健康委党组书记、主任曾伟分析说，许多人的健康观念正在转变，从“有病才医”转向“未病先防”，“运动+康养”比纯健身多了疗愈属性，比传统康养多了主动干预。

热度背后，也有待解之题：普通人如何科学运动、避免伤病？如何让户外运动从“一时新鲜”变成可持续的日常习惯？

曾伟介绍，目前乐山正在推进“体卫融合”试点工作，将“运动处方”纳入社区健康服务，探索“体检—评估—指导—运动”的闭环管理，让医生和体育指导员一起为市民的健康把关，系统构建全周期体医融合康养服务体系。

“我们正依托乐山山水资源，大力发展自行车、徒步、山地越野、水上运动等户外项目，同步扩容群众运动空间，让市民和游客能‘出门即运动、山水间康养’。”乐山市体育局局长李志强表示，鼓励大家走出家门、走进自然，用科学运动实现健康关口前移，让运动习惯转化为长期的健康红利。

### 【延伸阅读】

“体卫融合”深入推进，运动处方、康复训练等专业化服务

逐步普及，全国体育康养基地、运动小镇建设如火如荼……当下，运动康养产业迈入发展快车道。

户外运动持续火爆，徒步、骑行、露营成为都市人群“轻康养”首选。同程旅行发布的《2026“运动度假”旅行趋势报告》显示，自今年立夏以来，人们户外活动参与度大幅攀升，平台上溯溪、徒步、骑行、攀岩等关键词搜索热度涨幅明显，浙江、广西、海南、安徽、广东等成“运动度假”热门目的地流向。同时，消费群体全年龄段扩展，个性化运动健康管理成为新趋势，运动康养正从单一锻炼向“运动+医疗+休闲”综合服务模式转型。

### “接地气”成为康养消费新选择

脚踩着岩石步道，目光所及皆是醉人的葱茏绿意，耳畔不时传来婉转清脆的鸟鸣，这是海南白沙黎族自治县鹭湖自然疗愈基地的寻常画面。为了这份清幽，来自北京的游客张丽特意起了个大早，一头扎进了热带雨林的画卷之中。

“这里不仅风景绝美，空气更是清新。早起散散步，感觉全身上下都有一种说不出的舒爽劲儿。”张丽一边拍摄景致，一边录起了“现场讲解”，把这份别致的体验分享给好友。

在鹭湖基地，像张丽一样到此体验康养的游客还有很多。藏在热带雨林中的白沙县，森林覆盖率81.52%，环境空气质量优良率99.5%，富含负氧离子。依托自然资源禀赋，占地4678亩的鹭湖基地推出特色康养项目，让远道而来的人们尽享惬意悠闲。

“我们倡导‘接地气’的生活方式，通过林间散步、理疗放松、疗愈课程等，让游客舒缓压力、放松身心。”基地运营方、好屋（海南）科技服务公司总经理孙晓冬介绍，鹭湖基地在原有基础上升级改造，建设过程严守生态红线，最大程度保留原貌，力图为游客打造沉浸式体验。

在林间，各类传感器实时监测着雨林的微气候，便于基地开展精细化的植被与生态管护；住所内，体检机器人可无感采集游客的健康数据，以游客知情同意为前提，量身定制康养方案，并每日跟踪身体指标。“把设备‘藏’起来，既借助科技的力量管理健康，又避免了游客面对仪器设备时产生紧张感。”孙晓冬解释。

散步回来，张丽品味起了由本地特色农产品烹制而成的健康餐。服务管家提醒，下午还有一场融合黎医智慧的草本理疗体验，以及相关的疗愈课程。通过与本地黎族医药非物质文化遗产传承人合作，鹭湖基地还收录了珍贵的黎药植被、理疗技法与养生配方，让古老的民族医药文化在现代康养中得到传承。

“既能看好风景，又能品味原生态的农产品、感受本土的医药文化，这样的康养体验，比纯观光探访更加自在。”张丽计划着定期来访，给身心放个假。花海常在的圣哒哒旅游景区、农耕野趣的阿罗多甘共享农庄，同样也都是到访游客的计划目的地。

《海南省推动康养产业发展三年行动方案（2025—2027年）》提出，培育10个以上医疗康养品牌项目。“我们将找准生态保护与发展的平衡点，发挥黎药康养资源优势，丰富森林康养产品和服务，让更多游客品绿意、享新意。”白沙县旅游和文化广电体育局相关负责人说。

### 【延伸阅读】

2025年，全国生态旅游接待游客量突破30亿人次，康养旅游市场广阔，成为促消费的重要引擎。各地依托优质山林、田园、温泉等自然生态资源，推动旅游与康养、中医药、旅居业态深度融合，持续完善康养民宿、休闲场地、理疗体验等配套设施，产业体系日趋成熟。

森林氧吧、温泉康养、乡村漫游等经典项目人气不减，中医药养生、沉浸式身心疗愈等新兴业态快速走红。科技赋能下，智能健康监测、AI定制行程、旅居小程序广泛应用，生态康养正重塑中国人的生活方式。

（苏咏满参与采写）

夜色渐沉，陕西西安华灯初上。

### 唐代仕女俑——

# 跨越时空的“美妆顾问”

本报记者 高 炳

“发髻，可谓‘盛唐时尚’的缩影——乌蛮髻、抛家髻、单刀髻，每种造型，都对应着不同的审美潮流，也是唐人热爱生活的鲜活见证。”毛静茹说。

上斜细看，这尊仕女俑上着褐色窄袖襦，襦衫上点缀有红、白各色的小团花；下着橘红色齐胸高腰曳地长裙，长裙正背及侧面，均饰有倒垂的几串枝叶纹，小叶片呈桃形……一个浓妆艳抹、雍容华贵的唐代仕女，跃然眼前。

移步向前，展柜里一枚唐代的鎏金云雀纹银簪，同样别具匠心。仔细观察，花鸟纹样的线条灵动婉转，花上还装饰着展翅翱翔的云雀。精致巧妙的细节，诉说着盛唐女子对美的极致追求。

“整体来看，仕女俑的穿着、打扮以及配饰，无疑是当时的时尚风向标。”在毛静茹看来，“这份自信雍容，正是盛唐气象最生动的注脚。”

穿越千年，唐代的美妆时尚，也悄然走进当下年轻人的

生活。

来到西安博物院文创区，映入眼帘的是一款云雀系列文创，精致镜子、典雅书签、实用钥匙扣等物件以鎏金云雀纹银簪为设计灵感，刻有精美的云雀纹，云雀形象栩栩如生。

旁边，一款“仕女彩妆盘”颇为惹眼，整合了眼影、腮红、口红等多样化功能，来满足盛唐妆容的需求。

“这个彩妆盘文创的设计灵感源自仕女俑，取自盛唐中‘斜红妆’‘桃花妆’‘时世妆’等经典妆容。”在西安博物院文化创意部工作人员王晗看来，沉淀于历史中的盛唐美学可以“活”起来，走入当代消费者的日常生活，“彩妆盘连接的，不只是盛唐风华，也是博物馆对文化创新边界的探索。”

妆造店里，姑娘们学着唐代仕女，轻轻插上银簪；古城墙下，游客衣袂翩跹，与好友拍照打卡……截至2025年9月底，西安市汉服经营主体超过2300家。古城大街小巷，人们一袭汉服，与千年文物完成一场跨越时空的时尚对话。



上图：唐代仕女俑。  
右图：仕女彩妆盘文创。  
以上图片均为本报记者高炳摄



## 文物里的潮生活

本版责编：罗珊珊 式设计：汪哲平