R 商海观潮

“十五五”专项规划里的“柴米油盐”

王东辉

2026年上半年

商品零售额同比增长1.1%　服务零售额同比增长5.3%

服务消费增速显著快于商品消费，成为释放消费潜能、拓展消费空间的重要领域



扩大消费，是畅通国内大循环的关键环节，也是驱动经济高质量发展的重要引擎。

近期，《旅游强国建设“十五五”规划》《扩大消费“十五五”规划》《体育强国建设“十五五”规划》《国民健康“十五五”规划》等多个“十五五”专项规划集中发布。从推进文旅融合，到加快健康消费提质扩容、大力促进赛事领域消费，这些专项规划立足于人民美好生活需要，系统性布局未来5年培育消费新增长点、提振消费的实践路径。

结合2026年上半年宏观经济数据与当下消费市场的新情况，可以看出，这些专项规划紧贴消费市场的发展规律；而消费市场的各类新变化，又反向印证了政策部署的前瞻性。

人民对美好生活的追求，是消费潜力释放的重要驱动力。我国居民消费正从生存型、基础型向发展型、品质型加快升级，对健康养护、休闲度假、运动健身、文化体验等需求不断攀升。

深耕文旅融合，打造研学、康养等差异化产品；将健康、文旅、体育消费统一纳入服务消费提质惠民行动；实施健康消费专项行动，发展医养结合、智慧体检等全链条服务；推动体育产业提质扩容……专项规划提出一系列扩大消费措施。今年上半年，社会消费品零售总额16大类商品中，10类商品实现了增长，其中7类商品的增速在5%以上。绿色、智能、健康的商品消费保持了强劲增长势头，正是美好生活需要释放的直观体现，政策顶层设计与市场真实需求形成双向呼应。

服务消费加速崛起，已成为消费市场变化的鲜明趋势。今年上半年，商品零售额同比增长1.1%，服务零售额同比增长5.3%，服务消费增速显著快于商品消费，成为释放消费潜能、拓展消费空间的重要领域。

这一结构性变化与专项规划部署相契合——把补齐服务消费供给短板、丰富服务消费体验摆在突出位置。今年暑期市场的消费活力也符合这一特点，各地启动文旅消费季、发放数亿元文旅补贴，研学旅行、康养旅居、城市赛事、沉浸式演艺订单呈走高态势；“慢充式深度度假”在社交平台上引起广泛讨论。游客不再单纯追逐景区打卡，更愿意为放松、疗愈、运动等体验买单，更多人的消费重心正向服务消费倾斜。

新业态新场景新模式持续涌现，商品消费与服务消费也在加速融合，助力当下消费市场拓展增量。

“融合”，在多个专项规划的部署中都有体现。《扩大消费“十五五”规划》提出“推动人工智能与教育、医疗、文化、旅游、体育等领域融合应用”；《旅游强国建设“十五五”规划》提出“拓展融合业态”；《体育强国建设“十五五”规划》提出“推动商旅文体健融合发展”……打破行业边界，促进业态融合，打造“商品+服务”一体化消费场景，新消费新体验正重塑传统消费，激发市场活力。

从商圈融合夜间市集、文艺演出打造沉浸式消费场景，到健康养生产品配套定制化康养服务，再到近日交通运输部宣布打造“黄金大外环”，给予自驾游新体验，当下的消费市场，文旅、体育、健康、零售等业态正经历深度串联，更好匹配年轻人、亲子家庭、银发群体的多元化、个性化诉求。商品消费与服务消费联动，将澎湃的流量转化为经济增量。

随着专项规划的部署逐步落地，商品和服务供给不断优化，消费新增长点和新场景加速涌现，我国超大规模市场优势将进一步凸显，消费作为经济发展第一拉动力的作用将会持续巩固。

R 老字号焕新记

走进安徽歙县老胡开文墨厂

一缕徽墨香　玩转新消费

本报记者　罗珊珊　李俊杰

徽州古城，练江之畔。安徽歙县，车驶入老胡开文墨厂，几辆旅游大巴停在院中，松烟混着桐油的独特香气扑面而来，浸润千年的徽墨文脉在此静静流淌。

捶墨车间墨锤起落、声声铿锵，沉淀着匠人日复一日的坚守；描金台前学生们手执毛笔，在墨条上细细勾勒，沉浸式感受非遗魅力；直播间镜头对准匠人指尖技艺，一块块黝黑精致的徽墨锭经由网络跨越山海，销往全国各地及海外市场。

始创于1782年、几经重组的老胡开文墨厂，承载着徽墨这项国家级非物质文化遗产，曾一度困守书画小众圈层，如今忠于古法、形于创新，书写着老字号的崭新故事。

守正固本——千锤万杵留住墨中根脉

行走在老胡开文墨厂，总有一种历史古朴之感。

不仅在于其形，白墙灰瓦的老厂房早在2019年就入选国家工业遗产名单。

更在其魂，一块徽墨，从原料淬炼到成品出炉，要经过取烟、和料、制墨、晾墨、描金等8道大工序，拆解细化更是多达上百道细分小步骤，整套流程环环相扣、缺一不可。2006年，徽墨制作技艺被列入首批国家级非物质文化遗产名录。2007年，老胡开文墨厂厂长周美洪被授予徽墨制作技艺“国家级代表性传承人”称号。

“从现有史料来看，徽墨生产可追溯到唐代末期，历宋元明清而臻于鼎盛。”说起徽墨和墨厂历史，周美洪娓娓道来，清代四大制墨名家胡天柱创设了胡开文墨厂，它几经起伏，到了1956年，4家墨庄公私合营，合并为老胡开文墨庄。1982年，更名为歙县老胡开文墨厂，并延续至今。

“一张桌子、一张凳子，坐了一辈子。”老胡开文墨厂产品研发部主任周健这样形容父亲周美洪：“最艰难的时候，他熬了下来，从来没有放弃过徽墨。”

从墨水到钢笔、中性笔，再到如今的数字书写，时代向前发展，传统墨锭消费群体持续收缩，墨厂一度陷入“受众少、销路窄、传承难”的发展困境，有人提议将位置不错的厂房卖了以作他用。

“放不下，就是放不下，在我手里要把徽墨传承下去。”周美洪的父亲是老胡开文墨厂的一名匠人，1979年父亲退休，周美洪进入墨厂当学徒，这一干就是近50年。“最难的时候，也没想过要卖墨厂，车间、办公楼原样保留着，不少明清时期的墨模精心收藏，这些都是后来老厂房入选国家工业遗产的根基。但总要先活下来，就干点其他的营生，有点进项，把工人工资发下去，留住人才。”周美洪说。

“徽墨制作工艺大多需要手工完成，先有人，才有技艺传承。”周美洪介绍，“烟”和“胶”是徽墨最主要的两种原料，和料的比例、取烟的时间、捶打的力度等决定了一款墨能否“一点如漆，万载存真”，这些工序上的秘诀靠的是工人多年的经验和精湛的技艺。

“我们常说轻胶10万锤，这是个约数，一块墨锭至少需经200次的捶打，力度要适中、均匀。再比如取烟，有机器取烟，效率更高，但古法取烟我们始终坚持着，30斤桐油才得1斤烟，一个工人一天只能产3—4两烟，烟质细腻，产出的墨锭多用于文物修复。”周美洪说。

如今，墨厂里的“墨二代”比比皆是。不仅有周美洪、周健父子，在墨模雕刻车间，模具师傅马贵明正拿着小刻刀全神贯注于墨模创作，他的女儿就在前方坐着，同样专注于自己的墨模雕刻，徽墨技艺传承在一代代的接力中延续。

破圈求变——工坊开门，老手艺拥抱大众场景

站在老胡开文墨厂一楼办公室，抬头就能透过二楼车间窗户看见学生们的身影，仿若置身在中学校园里。顺着大巴车下来的人群，跟着研学讲师的步伐，就能依次穿过捶墨、描金等车间。

在二楼描金车间，两列长桌整齐排列，在桌子边缘靠近墙角处，分别或站或坐着一位描金师傅，每位师傅旁边坐着两三个学生，学生们跟随师傅们的节奏，手执毛笔沿着墨锭上的浮雕纹路细致勾勒填色，金粉顺着纹样一点点匀开，原本素黑的墨锭顿时有了神采。

一位来自福建某学校的老师在走道里随时照顾学生们的需求，他说：“我们这次的主题是文房四宝，徽墨久负盛名，希望带着学生来亲自感受下制墨过程。带来的学生主要是初一、初二年级，大约40人。”

现在，老胡开文墨厂早已成为安徽黄山研学游的重要一环，获评国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地。数据显示，2025年老胡开文墨厂全年研学接待量达到19万人次，同比增长10%。进入2026年暑期，非遗研学热度持续高涨，厂区日均接待研学团队超700人，其中青少年群体占比超八成，今年以来已累计接待研学游客超10万人次，长期与全国50余家研学机构、文旅平台达成稳定合作。



文旅融合，研学游走热

- 2025年
  老胡开文墨厂全年研学接待量达到19万人次
  同比增长10%
- 2026年暑期
  非遗研学热度持续高涨，厂区日均接待研学团队超700人，其中青少年群体占比超八成
- 今年以来
  厂区已累计接待研学游客超10万人次，长期与全国50余家研学机构、文旅平台达成稳定合作

线上直播，带动墨产品热销

- 目前
  淘宝直播和抖音电商双管齐下为墨厂带来2000多万元的年营收

“我父亲那代人让老胡开文墨厂活了下来，我们也得接住这个使命。我们的思路是忠于古法、形于创新，既要传承也要突破。”周健说。

老胡开文墨厂的转型，要从2014年说起。2014年，在偶然的交流中，周健有了些想法，非遗手艺若长期锁在封闭厂房内，只会变成无人问津的静态标本；唯有敞开大门、走向大众、对接市场，让消费者看得见工艺、摸得到细节、读得懂背后的千年文化，古老手艺才能成为可传承的鲜活文化载体。

周健与父亲也曾有过分歧。“我父亲那代人坚持做好产品才是本分，对于工厂改造有顾虑。”最终，两代人对传承徽墨的一致心意促成了创新尝试。

此后两三年，墨厂打破百年封闭生产模式，主动将传统制墨车间全面改造为对外开放的沉浸式参观体验空间，对徽墨100余道制作工序进行系统梳理与整合，将制墨、描金工序设置为体验互动环节，普通游客、青少年学生可以亲手抡锤捶打墨泥、为素色墨锭描金填彩，亲手制作的专属小墨锭可直接带走留存，让静态观赏变为动态实操，让遥远非遗变得可感可知。

这一改，很快有了成效。“改造陆续完成，前来研学游的人群数量快速增长。”周健说，车间全面开门迎客之后，百年墨厂彻底完成身份蜕变，从单一的传统生产工厂，升级为集生产、科普、体验、研学、文旅于一体的徽墨文化传播阵地。每到节假日、研学季，来自全国各地的中小学生、亲子家庭、文化爱好者接踵而至、络绎不绝。

推陈出新——做活文创，线上线下走进千家万户

思路一变天地宽，墨厂改造打开了思想解放的第一步。

“做了研学游改造后，墨厂和游客、消费者的距离被拉近，给了我们许多新的想法和信心。墨锭自古以来，就不止于用来书写，也兼具文化欣赏品鉴。”周健说，墨厂收藏的古墨模“十大仙”用深挖圆雕等技法雕刻人物、坐骑和法器，集清代绘画、书法、雕刻等艺术成就于一体。

“墨模是文化传承的一个载体，今天设计的墨模也应与时俱进，跟得上年轻人的文化与审美潮流。徽墨的生产周期较长，光晾墨就需要半年以上，接着才能进入描金阶段，这对产品创新提出了挑战。”周健说，为贴合年轻化、潮流化、个性化的消费趋势，企业建立常态化产品上新机制，每月推出一款大型墨模产品，将生肖纹样、徽州鱼灯、国风唐马、山水花鸟、吉祥寄语等大众喜爱的元素，精心镌刻在黝黑墨锭之上，让古朴墨器兼具实用性、观赏性、收藏性与纪念性。就比如马年重磅推出的立体唐马文创墨，造型灵动精巧、寓意吉祥向上，一经上市便成为黄山文旅爆款伴手礼，深受年轻游客与文创爱好者青睐。

产品上新，空间改造持续更新。2019年，墨厂着手新建了一栋研学基地，设有研学大教室和文创专区。文创专区主要做了两部分功能划分，一部分是徽墨历史展厅，摆放了不少墨厂所藏的老墨模、老物件。一部分做产品展销，全面展示老胡开文墨厂的产品体系：既有传统复刻类产品，专供馆藏展览与名家收藏的典藏墨品；也有适配专业书画创作者的精品墨品，保障专业使用需求；更有造型精巧、寓意美好的轻量化平价文创墨，适配年轻人打卡把玩、日常礼赠、纪念收藏，让不同年龄段、不同需求的消费者，都能找到适配自己的徽墨产品，彻底打破单一产品格局。

线下体验场景全面打通，线上直播紧随其后。2020年年中，周健第一次在淘宝上直播卖墨。“我记得清楚，第一个晚上卖出去了10条墨，营收1000块钱。不多，但是个增量，那我们就坚持看看。直播让我们更加明晰了消费客群的画像，突破了地域限制、触达了来自全国的年轻消费群体。”很快，周健找到了适合墨厂的直播路径，把直播间搬进生产车间，镜头聚焦匠人捶墨、制模、描金的真实作业场景。主播一边展示古法工艺实操，一边细致科普松烟墨、桐油烟墨、超漆烟墨的品质区别，实时解答网友磨墨、用墨、赏墨的各类疑问，以工艺科普赋能产品销售。目前，淘宝直播和抖音电商双管齐下，为墨厂带来2000多万元的年营收。

下午6点，墨厂车间下班了，院里停着的大巴车陆续驶离。200余年风雨流转、岁月变迁，徽墨的造型样式、产品品类、消费场景不断迭代丰富，但老胡开文墨厂千锤百炼、精益求精的匠心初心从未动摇。

让老字号焕发新生机，周健想着进一步拓宽消费场景，让徽墨走进更多消费者的日常生活。“老字号，是岁月沉淀的宝贵财富，是中华文化活的传承。但酒香也怕巷子深，我们希望有关部门能够将散落在全国各地的老字号组织起来，形成传播合力，尤其是在入境游、入境购火热的背景下，带动更多人了解老字号的文化内涵、产品创新，让老字号真正走进千家万户、走向世界舞台。”周美洪说。

审计护航，放大以旧换新乘数效应

本报记者　齐志明

“线上上传置换材料，短短几天补贴就到账，线上线下门店随便选，换新能源车实实在在省下一笔开支。”山东济南居民王文东刚完成汽车以旧换新，便捷划算的换新体验，道出当下不少消费者的心声。

消费品以旧换新依托超长期特别国债资金落地，一头改善群众居家出行品质，一头盘活零售、制造、回收全产业链，对提振消费、改善民生、促进绿色发展等都有助益。从全国层面来说，今年以来，消费品以旧换新政策稳住了消费市场基本盘，投入资金撬动比由去年的1:7.8提升至目前的1:10.3，带动销售额超过1.25万亿元，受益面达到了1.69亿人次，有力支撑了消费平稳增长，促进了产业升级发展，带动了资源循环利用。

各地区相关部门主动作为，结合本地实际情况开展有益探索，协力推动消费品以旧换新政策效果持续显现。为让换新政策红利充分释放，山东省审计厅把监督“探头”架到消费一线，全方位摸排市场真实运行状况。审计人员一方面深入全省商超、汽车门店走访商户、接待群众，面对面收集一线诉求；另一方面依托数百万条换新交易记录搭建数据分析模型，开展长周期消费行为趋势研判，双线结合梳理出一些制约市场活力的突出堵点。

审计发现，不少外地经销商、线上电商平台反映，部分地方设置本地注册的隐性准入门槛，外来经营主体无法参与本地补贴活动，消费者可选商品、门店范围大幅收窄，不利于统一大市场建设；早期汽车“一刀切”定额补贴适配性不足，低价代步车补贴占比偏高，对中高端新能源车型拉动作用偏弱，难以匹配群众多层次购车需求。再加上多级审核拉长补贴兑付周期，商户垫资负担重等现实难题，削弱了政策惠民实效。

依托审计调查形成的问题清单，山东省商务厅靶向出台一揽子配套优化举措，打出惠企惠民组合拳。

“审计人员下沉一线走访商户，运用大数据量化消费短板，精准戳中政策落地的关键梗阻，为我们迭代完善实施细则提供了方向。”山东省商务厅市场运行和消费促进处处长朱希昕介绍，在市场准入层面，全面清理属地注册等不合理准入条款，简化线上线下经营主体常态化备案公示流程，不分本地外地、线上线下，合规商户均可平等参与换新活动。目前，全省参与家电、汽车、数码换新的经营主体达1.5万家，社区小店、大型商超、线上平台同台竞争，消费者跨区域比价选品不再受限。

在补贴兑付与资金保障层面，山东创新推行“先兑付、后复核”新模式，城乡居民足不出户手机上传置换票据、安装实景照片即可完成申报，后台对照设备SN（产品序列号）、交易单据交叉核验，办事时长大幅压缩；同步建立“预拨+定期清算”资金机制，合规商户最高可提前申领80%补贴资金，按月统一对账结算，大大缓解门店垫资压力，商家得以推出上门收旧、多重叠加折扣等增值服务。

在汽车补贴优化层面，依托审计大数据研判结论，山东省告别固定金额补贴模式，实行阶梯式分档让利，平价代步车、中高端新能源车均匹配对应优惠；家电补贴重点倾斜空调、洗衣机等居家刚需，紧跟市场热度与百姓需求，增加补贴品类、确定让利标准，让政策供给精准贴合消费升级节奏。

“每一笔换新补贴都连着千家万户消费升级，我们将持续开展以旧换新审计，紧盯补贴发放、市场监管、政策落地各环节，常态化开展全链条穿透核查，以常态化经济体检护航惠民红利落地生根。”山东省委审计办秘书处处长郭晓永说。

市场数据直观印证政策优化成效。今年1至7月，山东省消费品以旧换新补贴申请量超1309万件，带动销售额超1048亿元，补贴拉动消费比例提升至1:10.2，同比增长36%，政策乘数效应持续释放。（**王灏洋、张悦**参与采写）



山东省审计厅审计人员在某家电商场核实消费品以旧换新补贴情况。

孔令崑摄，AI修饰生成素描画

R 消费新知

本版责编：**齐志明**　版式设计：**沈亦伶**