

到2030年,社会消费品零售总额达到60万亿元左右 5年10万亿元消费增量有支撑

本报记者 王东辉 王 珂

经济新方位 解码“十五五”专项规划

作为消费领域首份国家级专项规划,《扩大消费“十五五”规划》(以下简称《规划》)提出到2030年消费市场发展目标:消费市场总体规模持续扩大,社会消费品零售总额达到60万亿元左右。

2025年,我国社会消费品零售总额达50.12万亿元,连续多年稳居全球第二大商品消费市场和第一大网络零售市场。

按照目标,未来5年,社会消费品零售总额将有10万亿元左右增量。实现增量目标的支撑条件如何?怎样实现增量目标?记者进行了采访。

增量目标具备坚实支撑条件和较强可操作性

夜幕降临,重庆长嘉汇购物公园热闹起来,一场科技与文化交织的无人机灯光秀上演。花朵、熊猫、山水等图案轮番呈现,为这座城市增添几分浪漫。

“和家人看完无人机表演再吃顿火锅,晚上都安排满了。”游客彭尚文说,吃完饭还要去商圈选购文创商品。

去年4月以来,无人机灯光秀已展演100余场,全网传播量约110亿次,串联起餐饮、零售等消费链条。该商圈一家店铺的经营者介绍,在夏季夜间展演时段,门店客流量比平日提升三成,整体营业额大幅上涨。流量转变为实实在在的增量,成为消费活力迸发的生动写照。

商务部研究院流通与消费研究所副研究员姜照认为,《规划》提出到2030年社会消费品零售总额达到60万亿元左右,是在2025年首次突破50万亿元大关基础上设定的预期性目标,具备坚实支撑条件和较强可操作性。消费市场底盘稳固——

“十四五”时期,尽管外部环境复杂严峻,但消费市场总体保持增长。我国社会消费品零售总额相继跃上40万亿元、45万亿元和50万亿元台阶,5年间增长超10万亿元。最终

消费支出对经济增长的平均贡献率达58.8%,比“十三五”时期提高10个百分点。

智能家居、智能机器人等新产品进入市场,技术迭代升级,供需更好适配,逐渐进入千家万户;县域市场以及银发、青年、婴童等消费群体体量庞大,消费增长前景广阔……参照“十四五”时期的增长规模,这一目标积极可行。

国家发展改革委有关负责同志表示,面向“十五五”,我国消费市场发展进入提质扩量的关键时期,消费基础稳固扎实,消费升级趋势明显、消费场景创新活力充足,为消费市场壮大提供坚实支撑。

政策举措接续发力——7月8日,2026年全国暑期文化和旅游消费季启动。消费季期间,各地将举办超3万场次文旅消费活动,发放超4.5亿元消费券等消费补贴,助力居民游客欢度暑期。

近年来,提振消费专项行动、消费品以旧换新、国际消费中心城市培育建设、个人消费贷款财政贴息、有奖发票活动等促进消费政策落地实施,成效持续显现。

2025年,以旧换新相关商品销售额超过2.6万亿元,惠及消费者超3.6亿人次,带动社会消费品零售总额增长超1个百分点。今年上半年,消费品以旧换新累计带动相关商品销售额1.1万亿元,惠及1.5亿人次,有力促进相关商品销售和产业发展。

今年第三批625亿元超长期特别国债支持消费品以旧换新资金已下达,政策效应持续显现;国家发展改革委会同有关部门抓紧研究制定扩大内需战略实施方案(2026—2030年)……扩内需、促消费系列政策持续推出,将助力消费市场规模持续扩大。

优化供给,形成新增长点

商品消费是促消费、惠民生的重要领域。我国商品零售额由2021年的39.4万亿元增至2025年的44.3万亿元,累计增长12.5%,占社会消费品零售总额的比重长期保持在90%左右。

《规划》突出创新引领,从推广绿色消费、提升生活类商品消费、推进“IP(知识产权)+消费”等方面,对推动商品消费扩容升级进行

了系统部署。

正值暑期,江西景德镇御窑博物院迎来许多游客,研学游的学生、亲子游的家庭在文创区域认真挑选商品。

“我到每个地方旅游都会买特色文创产品。”来自浙江宁波的游客张莹刚买了一个“岁岁鸭”冰箱贴,冰箱贴外观参照馆藏文物素三彩鸭形香薰设计。“很有历史感。”张莹很满意。

围绕“岁岁鸭”IP,景德镇御窑博物院推出了180余款周边文创。院长翁彦俊介绍,博物院与设计单位合作,挖掘文物特色,不时推出新的文创产品,对于市场反馈好的会进一步规模化生产。“IP+消费”这一模式,既让更多人了解文物,也产生了经济效益。

“人工智能等技术推动商品消费迭代升级,消费新业态新模式新场景不断涌现,是持续创造增量的关键动力。”姜照分析。

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。商务部有关负责同志表示,将出台相关政策措施,推动商品消费规模扩大、结构升级,更好顺应和满足人民群众多样化、多层次的消费需求。

夯实扩大消费的根基,进一步释放潜力

当前,消费领域还面临一些矛盾和问题,

客观上制约着消费潜力的进一步释放。

国务院发展研究中心市场经济研究所市场流通研究室主任陈丽芬认为,《规划》更加注重提升消费能力、优化消费环境、完善促进消费制度机制等长效制度建设,强调通过多渠道促进居民增收、保障消费者权益、清理优化不合理限制性措施等举措,切实增强人们的消费意愿和消费能力,夯实扩大消费的根基。

《规划》一方面坚持惠民生与促消费紧密结合,提高人民生活品质;另一方面注重处理好短期与长期、供给与需求、政府与市场、消费政策与其他经济社会政策等关系,坚持消费领域具体举措与提升消费能力、优化消费环境、健全制度政策一体推进,着力构建更加有力的政策体系。

习近平经济思想研究中心副主任王蕴认为,就业和收入既是民生大事,也是扩大消费的基础。要更加突出就业优先导向,强化就业优先政策。落实好结构性减税降费政策,支持吸纳就业能力强的产业和企业稳岗扩岗,强化包括高校毕业生在内的青年群体等重点人群就业服务和职业技能提升服务。

国家发展改革委有关负责同志表示,大力提振消费,要着力提升消费能力,深入实施就业优先战略,持续开展大规模职业技能提升培训,多渠道促进居民增收,让居民消费底气更足、预期更稳、信心更强。

贴近群众生活	满足多样需求
崔 斌	
消费,一头连着经济大盘,一头连着千家万户的生活。扩大消费的成效,关乎经济发展动能,更关系每一个人生活的点点滴滴。《规划》与群众贴得很近,为满足多样需求提供了“一揽子方案”。以服务消费为例,“扩大养老消费”关注老年人的幸福晚年,“支持托育消费”立足让“宝爸宝妈”育儿更轻松,“提升教育和培训消费品质”为终身学习提供支撑……出发点和落脚点都是“促进服务消费提质惠民”。	5年10万亿元增量的底气,正是来自群众在“柴米油盐”中一次次满意的消费体验,来自各方不断为群众的高品质生活添砖加瓦。随着《规划》的深入实施,相信群众的消费需求会得到越来越精细的满足,消费也将在支撑高质量发展中发挥更大作用。
编辑手记	
	
国产大飞机正式执飞国际商业航线	
本报北京、乌兰巴托8月12日电 (记者邱超奕、张朋辉)北京时间8月12日16时58分,由中国国航C919机型执飞的CA723航班	平稳降落在蒙古国新乌兰巴托机场,标志着国产大飞机正式开启国际定期商业航线运营。截至目前,国航C919机队规模达12架,累计安全飞行超1.2万班次,运送旅客超162万人次,开通10余条航线。
	图为12日,国航CA723航班从北京首都机场起飞。陶 冉摄(人民视觉)

汽车出口连续两月突破百万辆 新能源汽车月度新车销量占比首超60%

本报北京8月12日电 (记者王政)中国汽车工业协会发布的最新统计数据显:今年前7月,我国汽车产销分别完成1756.7万辆和1760.2万辆,其中新能源汽车产销分别完成901.4万辆和900.7万辆,同比增长均近10%。7月,新能源汽车月度新车销量占比首次超过60%、累计占比首次超过50%。自4月、5月连续两个月汽车出口超过90万辆后,我国汽车出口延续强劲增长态势,6月、7月连续两个月突破100万辆。

7月,新能源汽车产销分别完成157.6万辆和156.1万辆,同比分别增长26.8%和23.7%,纯电动汽车产销量均超过100万辆,同比增长均超过三成。

7月,汽车出口104.3万辆,环比增长0.6%,同比增长81.3%。其中,新能源汽车出口55.3万辆,环比增长5.7%,同比增长145.5%,出口占比连续两个月超过50%。1—7月,汽车出口614万辆,同比增长66.8%。其中,新能源汽车出口290.9万辆,同比增长1.2倍。

农业机器人4S店,能干些啥 提供验证场景、定制解决方案

本报记者 姚雪青

奋进“十五五”一线见闻

健全公益性和经营性相结合的农业科技推广体系。
——摘自“十五五”规划纲要

江苏无锡高新区城郊,今年新建了4座农业大棚,这里是全国首家农业机器人4S店。

走进其中一座大棚,一根根尼龙绳从棚顶垂下,番茄藤蔓沿绳向上攀爬,叶片下挂着成熟度各不相同的果实。“大棚被打理得井井有条,都是它们的功劳。”门店运营方长三角国家技术创新中心智慧农业机器人研究所的市场运营总监秦齐,向记者介绍起他的“同事们”。

智能巡检机器人“脚踩”轨道式底盘,头上的摄像头识别番茄的尺寸和颜色,统计果实数量、判断成熟度,再实时回传至云端后台。

接到数据后,智能采摘机器人“上岗”,来到成熟的番茄前,定位、识别,精准剪下果实。此时,智能物流机器人也已赶到,装满番茄后,自动驶向仓库卸货,随后返回继续作业。

针对不同的作物种类、种植环境和地面条件,门店给大棚配备了相应的机器人员工。在设有轨道的温室里,用轨道式底盘机器人;在泥土地面上,则是轮式或履带式机器人发挥作用。

这里和应用农业机器人的普通种植基地有何不同?

“搭建真实场景,是为了展示农业机器人。”秦齐介绍,种植企业和农户过去往往在经销商处采购农机,购买前不容易判断设备是否适应自家的作物、田块和农艺流程。更多时候,他们需要的不只是一台机器人,更是一整套解决方案;不同机器人如何配合作业,机器人如何与种植环境、农艺流程和生产管理协同……这些都要在真实场景中得到验证。

研究所所长吴昊介绍,依托长三角国家技术创新中心的平台资源,团队聚焦高价值经济作物这一细分赛道,研制出10款农业机器人,实现果蔬生产从种植到采收全周期覆盖,并在此基础上开展销售和服务。

为何要叫4S店?

吴昊解释,门店的“4S”指的是展示体验、销售交付、技术服务和定制解决方案。门店不仅是产品展示和体验中心,也是检验“靠机器人种地能不能赚钱”的试验场——只有这套模式能够创造收益、实现可持续运营,才能形成示范效应,进一步开拓市场。“预计到

“月亮出来明又明,感谢浙江黄杜村,千里送苗来到此,子子孙孙不忘恩……”贵州普安地瓜镇也上村的“白叶一号”感恩茶园里,朴素的山歌在山间回荡,讲述着跨越近2000公里的山海共同富裕故事。

在浙江安吉,黄杜村一直很有名,以前是因为穷,现在则是因为富。一株茶苗,经过辛勤浇灌,不仅让黄杜变身远近闻名的“白茶第一村”,更成为联结山海的致富纽带,带动湖南古丈、四川青川和贵州普安、沿河、雷山三省五县走向共同富裕。

从“一片叶子富了一方百姓”到“一片叶子再富一方百姓”,跨越20多年的致富路,为何能够越走越宽?就是因为黄杜村始终坚持依靠勤劳创新致富。面对缺资金、缺技术、缺市场的难题,黄杜村人不等不靠,一手争取信贷资金、拓宽销售渠道,一手推动绿色、有机白茶认证,打造白茶生态休闲观光园区,靠着勤劳的双手和创新的意识,黄杜村完成了从“到处黄泥路,穷到小伙子娶不到媳妇”到“家家户户小别墅,一个院子停3辆私家车”的蜕变,并把最优质的茶苗、最实用的技术、最宝贵的经验送到千里之外,实现先富帮后富,共奔致富路。

“幸福生活都是奋斗出来的,共同富裕要靠勤劳智慧来创造。”黄杜村的“一片叶子”告诉我们:共同富裕不是“等出来”“分出来”的,是依靠共同奋斗、勤劳创新和优势互补干出来的,必须始终坚持在高质量发展中促进共同富裕。

共同富裕是社会主义的本质要求,是中国式现代化的重要特征,也是中国共产党和中国人民的不懈追求。必须清醒认识到,共同富裕绝不是轻轻松松、敲锣打鼓就能实现的,而是要依靠人民群众的勤劳智慧创造出来,唯有全体人民共同奋斗、不懈奋斗,凝聚共识,形成共同奋斗的良好氛围,才能在高质量发展中实现共同富裕。历史和现实都证明,对于中国这样一个有着14亿人口的大国,好日子等不来、要不来,唯有奋斗,别无他路。

“万物得其本者生,百事得其道者成。”实现共同富裕,必须脚踏实地、久久为功,科学把握战略目标和实践途径。我们要实现的共同富裕,不是所有人都同时富裕,也不是所有地区同时达到一个富裕水准,不同人群不仅实现富裕的程度有高有低,时间上也会有先有后,不同地区富裕程度还会存在一定差异,不可能齐头并进。一方面要看到,促进共同富裕是长期、艰巨、复杂的任务,是一个长期的历史过程。另一方面,也要深刻认识到,共同富裕是全体人民的富裕,是人参与、人人尽力、人人享有的富裕,归根结底要靠全体人民共同奋斗,遵循经济社会发展规律循序渐进,首先要通过全国人民共同奋斗把“蛋糕”做大做好,然后通过合理的制度安排把“蛋糕”切好分好。

每年城镇新增就业稳定在1200万人以上,新增布局114个国家区域医疗中心,人均预期寿命达到79.25岁……“十四五”时期,把造福人民作为根本价值取向,在发展中稳步提升民生保障水平,我们每个人都是发展的参与者,也是发展的受益者。正是14亿多中国人民的团结奋斗,凝聚起战胜一切艰难险阻的磅礴力量,确保了“十四五”规划各项任务顺利推进,全体人民共同富裕迈出坚实步伐。

美好生活中,有民生产,也有发展观、现代化观。

从黄杜村的“一片叶子”,到闽宁镇的山海深情,当前,我国已到了扎实推动共同富裕的历史阶段,亿万人民正在党的带领下,用双手创造财富,用奋斗书写传奇,朝着共同富裕目标扎实迈进,向着全面建设社会主义现代化国家的宏伟目标阔步前进。

成就源自共同奋斗,成果终由你我共享。中国式现代化是人口规模巨大的现代化,也是全体人民共同富裕的现代化。新征程上,在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下,在习近平经济思想科学指引下,再接再厉、接续奋斗,我们定能绘就更加壮美的共同富裕新图景。

电商物流指数7月为111.2点 仓储指数连续两月运行在扩张区间

本报北京8月12日电 (记者欧阳洁)中国物流与采购联合会和京东集团联合发布的7月中国电商物流指数为111.2点,环比回落0.2点。电商物流总业务量指数为128.4点,环比回落0.2点。分地区来看,西部、东北部地区分别回升0.9点、0.6点,中部地区小幅回落0.4点,东部地区与上月持平。

电商物流供给端稳定向好。7月,企业库存流转效率进一步提升,库存周转率环比回升0.4点,实现连续三个月回升;物流服务质量稳步优化,自2月起,物流时效、履约率、满意率连续回升,7月分别回升0.1点、0.3点和0.1点。成本指数环比回落0.3点,企业经营压力有所舒缓。

据分析,7月,电商物流迎来季节性调整。电商促销活动相继结束,平台集中促销效应逐步消退,市场回归常态化运行,电商物流需求有所回落,但行业运行基本盘依旧稳固,总业务量指数仍高于全年平均水平,电商物流总业务量与农村业务量均保持20%以上的同比增速。8月,伴随暑期消费需求持续释放,叠加促消费政策效能进一步显现,电商物流有望止跌回稳,延续平稳运行态势。

与此同时,中国物流与采购联合会与中储发展股份有限公司联合调查发布的7月中国仓储指数为50.3%,较上月回升0.1个百分点,连续两个月运行在扩张区间。从分项指数来看,同上月相比,延伸业务量指数、期末库存指数、平均库存周转次数指数、企业员工指数均有所上升,升幅在0.2至7.8个百分点之间。

中储发展股份有限公司副总经理杨飏认为,7月,仓储指数在高温多雨、台风等季节性气候与极端天气因素影响下仍保持微幅回升,显示仓储行业运行具有较强韧性。新订单指数虽有回落,但仍在扩张区间,仓储业务需求保持温和增长。同时,平均库存周转次数指数回升较为明显,商品周转效率提高。

吴秋余

从『一片叶子富了一方百姓』看共同富裕