

R 商海观潮

服务零售额增长5%，折射消费之变

齐志明

上午，一杯现磨咖啡通过即时零售平台送到办公桌前；中午，一家高能级首店门前排起长队；晚上，一场沉浸式戏剧在老商圈里一票难求。当消费从“买东西”延伸到“买体验”，服务零售正以更快的速度、更丰富的形态走进生活，也成为观察中国消费市场脉动的重要窗口。

前三季度，社会消费商品和服务零售总额同比增长2.6%，其中服务零售额增长5.0%，比商品零售额增速高出4.0个百分点。通讯信息服务类、旅游咨询租赁服务类、文体休闲服务类零售额均保持较快增长，交通出行服务类零售额增速同样亮眼。数据勾勒出一条清晰轨迹：服务消费正成为拉动消费增长的重要引擎，居民消费结构加快从商品消费为主向商品和服务消费并重转变。

增速亮眼。前三季度，全国网上商品和服务零售额151471亿元，同比增长4.4%；其中网上服务零售额56411亿元，增长5.3%，比网上商品零售额增速高出1.5个百分点。线上服务消费的加速渗透，与线下场景的持续回暖相互辉映。即时零售交易额增速持续超过两位数，打通线上线下消费场景。从外卖餐饮到生鲜配送，从家政服务到维修上门，“线上下单、小时到达”的模式，正重塑城市生活的节奏与品质。

结构向好。通讯信息服务类零售额持续两位数增长，折射信息服务消费增势良好。技术创新持续助力消费场景拓展延伸，带动数字消费等新型消费潜力不断释放。前三季度，旅游咨询租赁服务类、文体休闲服务类零售额分别增长10.7%和9.7%，印证了“诗与远方”的持久热度。从乡村度假到城市漫步，从博物馆夜游到演唱会经济，文体旅休闲市场持续保持高位运行，消费个性化、体验化、品质化特征愈发鲜明。

服务零售的较快增长，不是偶然的“风口”，而是供需双向发力、政策持续加力的必然结果。

从需求侧看，我国人均国内生产总值已超过1.3万美元，居民消费重心正从“拥有商品”转向“享受服务”。2025年全国居民人均服务性消费支出占人均消费支出比重达46.1%，较发达经济体60%的水平仍有空间。《扩大消费“十五五”规划》明确到2030年这一比重稳步提高，这意味着服务消费将是未来五年消费增量的重要来源，也是释放内需潜力的关键抓手。

从供给侧看，服务消费市场供需适配性持续增强。生活服务业数字化转型加速，餐饮、家政等领域线上化率不断提升，“线上+线下”加快融合，让服务更高效便捷精准。文旅供给持续创新，沉浸式演艺、夜间文旅消费集聚区等接续涌现。在线文娱、远程医疗、云健身等新场景层出不穷，拓展了服务消费新空间。供给端持续发力，让服务消费有处可去、有物可选、有质可享。

服务零售的较快增长，也是新业态新模式蓬勃发展的生动写照。前三季度，限额以上仓储会员店、无人值守商店零售额增速均超过25%，购物中心零售额增速超过两位数，集合店零售额增速持续加快。这些新业态不仅“卖货”，更提供生活方式，社交、休闲、体验、审美多重价值叠加，不断丰富服务消费的内涵与外延。

一系列创新实践正在各地次第展开。安徽实施服务消费提质惠民行动、培育商文旅体展融合发展集聚区30个以上；福建围绕“购、游、吃、养、乐”统筹各方资源，“游在福建”安排资金打造商旅文体健融合新场景；湖南支持长沙创建国际消费中心城市，衡阳明确到2027年基本建成品牌集聚、业态创新、消费便利、辐射广泛的区域消费中心城市……各地把服务消费作为扩内需重点，政策举措正加速落地。

当然也要看到，国内需求不足问题依然存在，居民消费能力和意愿还有待进一步增强，优质供给仍需提升。同时，积极变化正在累积：9月份，社会消费品零售总额同比增长1.1%，增速比8月份加快0.7个百分点，环比增长0.35%。

服务零售越是“加速跑”，消费升级越发“成色足”。当越来越多人愿意为体验买单、为品质付费、为服务叫好，消费市场就有了源源不断的内生动力。立足“十五五”开局之年，以服务消费提质扩容为抓手持续释放内需潜力，中国超大规模市场的活力竞相迸发、潜力持续释放，必将为经济高质量发展注入更加强劲的动能。

R 新视窗

文旅消费迎来金秋丰收季

本报记者 王东辉 李 蕊 李祉瑶

随着秋日的地图由北向南渐次铺展，秋日消费的活力也愈发蓬勃。

凉爽的气温、渐黄的树叶、成熟的果实等一系列具体而生动的秋日场景，勾起众多人追求“诗与远方”的期待。

观察近年来的秋日消费图景，有人跨越几千公里追一场秋，只为满足在视频中初见时的心动；有人漫步公园，或沉浸式体验游园乐趣，或静静坐在长椅上感受凉风阵阵；有人走进大棚、乘船出海，亲身感知丰收的愉悦……在一幅幅鲜活的游玩图景中，文旅消费市场也迎来了金秋丰收季。

一场“追秋”，激发出行愿望

内蒙古呼伦贝尔额尔古纳市的白桦林里，万顷白桦次第鎏金，细碎金叶随风飘落；草原深处，牧民打草后遗留的圆形草卷错落铺展，被网友称为“瑞士卷”，吸引大批游客前来打卡。“我就是通过新闻知道了额尔古纳的秋天，亲眼看到的五彩斑斓比镜头里还要震撼。”来自江苏的刘爽举着手机穿行林间。

额尔古纳位于大兴安岭林区，9月一到，落叶松鎏金、白桦染黄，这里便进入一年中景色最壮阔、层次最丰富的赏秋黄金时段，网友称为“大兴安岭最佳赏味期”。一批又一批的游客来此“追秋”。

涌入的客流，转化为住宿餐饮的实实在在收入。额尔古纳市民宿经营者韩万利说：“从9月份开始游客数量激增，一直到国庆假期都是满房状态。”来自河北的自驾游客李伟提前5天预订房间：“这边民宿环境干净、服务热情，沿途一步一景，这趟金秋之行特别值！”

沿G331深入大兴安岭腹地，莫尔道嘎镇的烟火气正旺——在中心餐饮街区，午晚高峰几乎每家饭店门口都坐着等位的游客，铁锅炖、林区山野菜、冷水鱼备受青睐，部分热门餐厅每日翻台四五次。浙江游客徐汉青坐在等位的长凳上感慨：“没想到大兴安岭的秋天这么火，但看到满山金黄的落叶松和白桦林，觉得一切都值了。”据统计，今年9月，莫尔道嘎国家森林公园接待游客18.98万人次，收入1328.65万元。

吃住有保障，游客的体验也从“看景”延伸到“人戏”。内蒙古以604项文旅活动为牵引，把非遗引进景区、街区、商圈。锡林郭勒盟太仆寺旗边墙村的“捡秋”项目升级到2.0版本，挖土豆、品农家饭、看乌兰牧骑展演、做手工研学；根河市的敖鲁古雅使鹿部落景区里，游客穿着民族服饰与驯鹿合影……从湖南衡阳赶来的李密娜难掩兴奋：“提前一个月规划‘追秋’行程，到这里后发现，秋天果然像童话世界一般，《额尔古纳河右岸》里描写的景象就在眼前。”

据敖鲁古雅使鹿部落景区市场部部长赵庚介绍，今年秋季，景区的线上平台预购订单迅猛增长，游客到访数量不断提升。

白天，各类节庆赛事把秋景变成沉浸式舞台；入夜，观星营地的灯光让静谧的氛围又增添浪漫。观光、吃住、体验、赛事、夜游的背后，是业态融合的整体布局。

“我们把森林观光、民俗体验、美食品鉴、摄影采风等业态融合起来，就是为了让游客留下来、住下来。”莫尔道嘎镇白鹿岛原始森林旅游有限公司总经理刘涛说，品牌效应释放直接带动全链条消费，这里正从秋季旅游的“过境地”转变为“目的地”。

依托“秋天的大兴安岭”等文旅系列活动的拉动，今年国庆假期内蒙古自治区累计接待国内游客2489.22万人次，游客总花费174.73亿元，同比分别增长12.39%、12.91%；国庆假期首日接待游客370.16万人次，同比增长47.51%，创近5年增幅之最。《美团2026国庆消费洞察报告》显示，呼和浩特、赤峰、鄂尔多斯集体入围“十一”北方赏秋热门目的地前十名。

花样游园，看见业态融合

秋风送爽，丹桂飘香，正是游园好时节。北京西城区北海公园内，人来人往。近处，游客拍照不亦乐乎；远处，一叶叶小船在水面缓缓飘荡着，尽显惬意松弛。

尘封70余年的琉璃阁院落首次完整亮相、国潮花神在古建庭院间趣味互动、文创美食市集氤氲烟火气……一步一景、多元供给，园林独有的秋日浪漫串起游园消费链。

从北海公园南门进入，一座华丽大气的立体花坛引人注目，这便是“太液福舟”主题花坛，引得不少游客驻足观赏。

花坛以龙舟游船为造型，借鉴清晏舫建筑形制，运用30余种植物、5400余盆花卉搭建而成。层层叠叠的菊花、艳丽热烈的鸡冠花、灵动飘逸的鼠尾草点缀其间，营造出龙舟泛舟太液池、穿行繁花之间的优美意境。

在不远处的万佛楼遗址处，黄秋英花海在古建的映衬下极具氛围，成为社交平台上的网红点，迎接着一拨又一拨的游客。“之前来北海公园游玩很多次了，但这次看到主题花坛，还去拍了花海，体验别具一格。”游客李文感慨。

设置花坛是单向的欣赏，开办市集则让游园更具互动性、体验更丰富。

从主题花坛沿着东岸向前走，不一会儿便到了贵州非遗市集。水书、马尾绣、扎染、蜡染、银饰等贵州非遗手工产品琳琅满目，牛肉粉、糯米饭等特色美食飘香。

在谭记合胜的小摊前，一款电影《给阿嬷的情书》里“谢南枝同款”的无米粿吸引不少游客品尝。外皮是糯米粉，里面是韭菜馅，吃起来外酥里嫩。主管陈新武介绍：“这款美食深受老人小孩喜欢，之前在北京展览馆摆摊时，一天能卖上万个。”

穿过品尝美食的人群，旁边的摊位上，一名身着复原唐代圆领襕袍的卖花郎正低头打理花束，剪刀轻响、彩纸翻飞间，人群逐渐围拢。除此之外，“花神游”也在国庆假期精彩亮相，投壶雅射活动妙趣横生。

这样丰富的游园体验在北京已逐渐扩散。据北京市公园管理中心相关负责人介绍，北京市属公园持续创新游园模式，通过打造特色市集、推出沉浸式互动等多种形式，把静态的园林风光变成可触摸、可参与、可体验的游园盛宴。

北京香山公园推出“秋染静宜，遇见香山”主题市集，活动预计持续至11月中旬；陶然亭公园推出“非遗陶然”“金秋陶然”主题市集；玉渊潭公园推出沉浸式气味之旅……漫步山水之间，一边赏秋一边逛市集，既领略自然人文之美，也激发消费活力。

从单一的观赏属性，到承载吃喝游玩购等多元业态，当下的公园正成为场景焕新、业态融合的空间载体，营造的特色文旅体验也在促进服务消费发展中发挥更大作用。

亲身体验，丰收的喜悦在身边

“挑石斑鱼溅了一身海水，赶海时被螃蟹攻击，吃海鲜烫了嘴……糗事一箩筐，开心全过程！”在山东日照市东港区涛雒镇刘家湾村的归心民宿里，来自江西的游客郭玮在朋友圈分享赶海视频，留下这样一段话。

这一趟，一家人把行程排得满满当当：早晨带着两个孩子到码头接船、挑石斑鱼，上午赶海，回来跟着渔家大嫂学做清蒸石斑鱼，再配上赶海收获的半桶小海鲜，一桌海鲜餐便齐备了。

“我们一家都喜欢吃石斑鱼。这回尝到了从海里到碗里的新鲜，还体验了一把渔家生活。”郭玮说，孩子们都多吃了半碗饭，嚷着没玩够，还惦记着下次再来。一家人关注了民宿经营者滕建波的社交账号，期待下一次海边之旅。

金秋时节，黄海之滨的深海牧场迎来收获季。从买一尾鲜鱼，到亲手做一餐海鲜，再到住下来体验渔家生活，黄海之滨的这口秋鲜，让远道而来的游客有了更多留恋。

这口鲜，从海上来。

清晨，涛雒镇的渔港码头已忙碌起来。渔民孙同丰登上养殖船，驶向远海的网箱。海面碧波粼粼，一排排网箱有序排列，渔民们分工协作，收网、捞鱼、分拣、装筐。一尾尾老虎斑在筐中翻腾，溅起阵阵水花。

当天，近5000公斤石斑鱼被捕捞上岸。一部分消费者来到码头挑选，更多鲜鱼则搭乘活水冷链运输车，发往北京、上海、浙江等地市场。过秤、装车，码头上忙而有序，客商们赶着把这口秋鲜送上各地餐桌。

“石斑鱼肉多刺少，高蛋白、低脂肪，因为好消化，特别适合老人、小孩吃，也符合年轻人健康餐的消费潮流。”一名来自上海的采购商边说边指挥装车，“市场催得紧，这批鱼今晚就能成为各家餐桌的‘硬菜’。”

餐桌上的鲜美，连着海上的精细管护。

孙同丰掏出手机，点开应用，网箱内的水温、溶氧量等数据一目了然。“以前养鱼全凭经验，现在靠数据。水温高了，就调整投喂频次。”他说。

科学养殖，让深海牧场有了好收成，也让养殖户有了扩大经营的底气。“一个700立方米水体的网箱，能捕5000公斤以上。”孙同丰说，眼下石斑鱼码头批发价每公斤65元以上，收获时节，他最盼着鱼儿养得好、卖得顺。

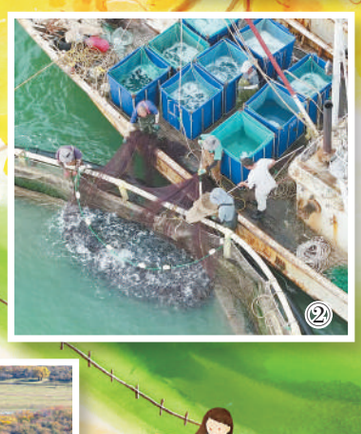
秋鲜上市，下一季的养殖也在筹备。

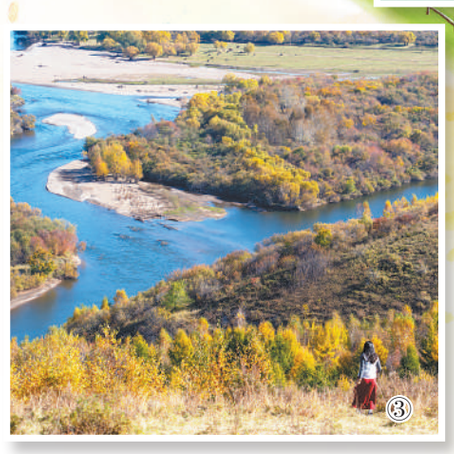
东港区海洋发展局相关负责人介绍，当地探索“夏养石斑、冬养三文”的接力养殖模式。11月后，新一批经陆地孵化育苗的三文鱼将进入腾空的网箱，养至来年5月捕捞上岸。根据不同鱼类对水温的需求，冷暖接力，提高网箱利用效率。

海上接力养殖，岸上也在琢磨怎样让游客吃得好、玩得尽兴。郭玮一家的接船、赶海、学做海鲜之旅，让孙同丰看到了卖鱼之外的新机会，“明年我打算发展海钓项目，带着游客乘船钓石斑鱼，领着他们到滨海民宿做家常海鲜。这深海牧场，越耕越有奔头哩。”

（孙嘉翊参与采写）







图①：众多游客在北京北海公园阐福寺菊花展现场赏花拍照。 樊甲山摄

图②：山东省日照市东港区涛雒镇养殖企业在远海养殖区域捕捞收获石斑鱼。 孙 超摄

图③：内蒙古根河源国家湿地公园乌力库玛景区风景如画，游客漫步其间。 胡 民摄

R 消费新知

如何让创新势能加快激发消费潜能

本报记者 罗珊珊

当人工智能、大数据、具身智能、数字孪生等新技术快速迭代，消费、流通等与老百姓生活息息相关的商贸行业又将有哪些新变化？

日前，商务部等9部门发布《关于加快推进科技兴商的意见》（以下简称《意见》），这是首份以“科技兴商”为主题的政策文件。商贸行业是连接生产和消费的关键纽带，当前新一轮科技革命和产业变革加速演进，正在深刻改变商贸的组织方式、运营模式。

具体来说，科技赋能，可以从供给端增加商品和服务供给，从需求端丰富消费场景、降低消费者决策成本，从流通端提升运行效率、降低物流成本，推动供需在更高水平上实现动态平衡。

科技创新与扩大内需都是当前做好经济工作的重要部分，如何将二者联动起来，让创新势能加快激发消费潜能？《意见》提出了三方面举措。

科技创新，适应消费新趋势新变化。数据显示，2026年上半年，各类智能终端出货量超1亿台。这个数据说明，消费潜力不是没有，而是有待新技术、新产品、新场景去激发。消费者的钱袋，为“好东西”和“新体验”敞开。《意见》提出要加强科技研发和转化应用，加速脑机接口、具身智能等前沿科技成果向市场转化。

双向发力，覆盖商贸全链条全业态。从18条具体举措看：纵向上，从供给端“人工智能+制造”、柔性制造、按需生产，到流通端数智供应链、智能立体仓库、“先鉴别后发货”的品质电商，再到消费场景的智能化、绿色化、融合化，科技创新嵌入商贸每一环；横向上，既让零售、餐饮、家政等“老买卖”焕发新生机，也培育商业智能体、绿色循环消费等新业态新模式。

问题导向，确保政策可落地可检验。《意见》聚焦商贸领域突出问题精准施策。例如，人民群众对教育、体育、养老、托育等生活服务品质的要求越来越高，如何通过科技手段推动服务消费领域提质升级？《意见》提出开展“人工智能+文化和旅游”应用试点、推进“数据要素×体育”行动、打造智能家政服务平台等有针对性的举措。

尤须看到，商贸领域经营主体大多是中小微企业和个体工商户。根据第五次全国经济普查数据：仅批发零售、住宿餐饮领域的个体经营户就将近5600万个。政策红利能否抵达这5600万个“经济细胞”，是检验科技兴商成色的关键。《意见》提出深入实施人工智能中小企业创业支持计划，推动普惠算力赋能商贸领域人工智能创业企业。

简而言之，大企业搭平台、攻技术、做示范，中小企业用工具、享服务、拓市场，各类主体各展所长、各得其所，共同分享科技兴商的发展红利，让创新势能实实在在转化为每一笔真实消费。



图为江苏省宿迁市宿城区人工智能场景开放日活动现场，市民正在体验各类人工智能设备与应用，沉浸式感受科技魅力。

陈少帅摄，AI修饰生成素描画

本版责编：黄金玉 版式设计：张丹峰