

# 消费日报

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第 0054 号

实用性与情绪价值并重

## 国产文具创意“破圈”



本报记者 卢岳 □ 王琦琛

伴随九月开学季,文具消费再度迎来热潮。与往年有所不同,今年的“开学装备”出现了新变化:指纹解锁笔盒、减压回弹笔、食品造型笔记本等兼具“黑科技”和情绪价值的创意文具成为学生追捧的“爆款”。从“买买买”到“逛展打卡”,文具正突破学习工具的单一角色,向更具创意和体验感的消费形态转变。

### “黑科技”使书写更舒适

过去,文具的核心竞争力在于耐用与实用,但随着“Z世代”逐渐成为主力消费群体,单一的功能标准已无法满足需求。如今,“是否好用”只是第一步,“是否更人性化、更新颖独特”才是新一代消费者更在意的维度。

9月1日,在朝阳大悦城的“超级文具节”上,记者注意到,不少年轻人被一款可视半径圆规吸引,反复上手试用。“以前画圆经常画歪,这个能直接看到半径,画起来更准,还挺有趣。”一名高中生分享道。

而在另一边,“防断芯铅笔”因书写流畅、不易折断,也受到了不少学生的青睐。

这类“黑科技文具”已成为国产品牌差异化竞争的重要手段,不仅提升了书写的舒适度,也拓宽了文具在学习、办公乃至情绪调节中的角色。如按动钢笔的可收回笔芯解决了墨迹干涸问题;带有“解压开关”的圆珠笔为喜欢按笔的学生提供了情绪出口;“六边形战士”系列圆珠笔通过低重心设计和防晃动笔头,让书写更稳定;直液式水笔的速干墨水避免了荧光笔标注时的渲染;易水洗钢笔则彻底解决了“墨迹难洗”的困扰。

“我们在纸张厚度、光滑度和翻页设计上做了多次调试,希望满足不同同学学习场景下的需求。”得力工作人员介绍,最新的活页本可180°平摊,翻页顺滑,不易卡纸,提升了高频使用的舒适感。另一款“小透明修正带”则采用原纸色带芯,与市面大多数纸张颜色一致,覆盖后不留痕迹,兼顾实用与美观。

### “谷子型”文具满足情绪需求

如果说“黑科技”文具解决的是功

能层面的痛点,那么“谷子型文具”则直击年轻人的情绪价值和社交需求。数据显示,2025年上半年我国文教办公用品制造业利润总额同比下降超24%,传统文具市场复苏乏力。在增长困境下,越来越多企业开始押注情绪价值,尝试让文具承载类似玩具与周边的功能。

在行业探索中,国内头部品牌晨光走在前列。早在2016年,晨光就设立独立品牌“九木杂物社”,率先试水“文创杂货集合店”模式,将IP衍生品与文具深度融合。到2025年上半年,九木杂物社实现营收7.56亿元,同比增长9.49%,成为文具行业从“卖功能”转向“卖情绪”的代表案例。

如今走进各类文具集合店,最吸引眼球的往往不是笔、本,而是摆在“C位”的潮玩盲盒、卡牌和动漫衍生品。例如,“哪吒”主题展区的“混天绫”笔袋、中性笔成为爆款,抽签、福袋和赠品活动则把“买文具”转化为“玩文具”的沉浸式体验。在开盲盒、收集卡牌的过程中,消费者获得的不只是文具本身,更是一种情绪上的惊喜与满足。

这种文具的玩具化、收藏化,正是“谷子经济”在文具领域的落地。所谓“谷子”,原本指代动漫周边,如徽章、立牌等,如今被迁移到学习和办公用品中,赋予文具社交标签与情绪陪伴功能。中研普华产业院数据显示,2024年中国IP授权市场规模已达1561亿元,并保持双位数增长;上海消保委的调查也显示,中国泛二次元用户规模突破5.26亿,其中“Z世代”占比过半。庞大的年轻群体正在成为推动“文具谷子”的核心力量。

业内专家认为,“谷子经济”作为二次元经济中情感黏性最强的分支,“IP+文具”不仅拓展了消费边界,也重塑了消费逻辑。9月18日,鹿客岛科技创始人卢克林在接受采访时告诉记者,文具

2025年9月26日

星期五

总第 9029 期

第 6088 期

本刊第 7 期

今日 8 版

## 新消费

### 声音

一直以来,预付式消费在健身、培训、餐饮等领域广泛应用。商家以“优惠”和“折扣”吸引消费者,使其享受便利与实惠。然而,近年来频频出现的商家跑路现象,严重侵害消费者权益,扰乱市场秩序,也削弱了公众的消费信心。

预付式消费的本质是消费者提前支付费用,商家承诺在未来某段时间提供相应服务。对商家而言,该模式能提前锁定客户、回笼资金,有助于缓解经营压力、扩大规模或优化服务。但从消费者角度来看,为了享受折扣提前支付费用,却对商家后续是否履约缺乏有效制约。一旦商家出现违约行为,消费者便处于被动局面。

今年5月份,《最高人民法院关于审理预付式消费民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》正式实施,进一步明确预付式消费中经营者和消费者的权利义务,对预付款退还、赔偿责任、退款跑路等情形作出规定,强化了经营者的举证责任。但在事实操作层面,预付式消费民事纠纷案件中仍然存在取证艰难、退赔无门、审理周期长等问题。

采用预付式消费经营模式的商家通常具有高周转的经营特点,与之对应的是商家抗风险能力较弱,需要持续吸纳预付款维持经营。当资金缺乏有效监管,应付账款转换为持续的成本压力,消费者获得的账面优惠无法兑现,商家和顾客便陷入两败俱伤的境地。

如何让预付式消费做到扬长避短,在保障合规的前提下充分释放业态活力,成为多地市场监管部门和平台企业努力的方向。

杭州推动支持在预付式消费领域发展平台经济新场景新模式,这种治理不是简单地限制预付式消费,而是在“第三方平台+支付机构+银行信托”的市场调节模式下,监测和追溯相关往来资金,及时警示风险,保障消费者利益;北京多部门联合平台企业推出“安心消费在北京,消费权益有保障”活动,在多个服务消费领域推出“按次核销、剩余可退”的次卡团购产品,同时借助第三方力量为消费者兜底。依托技术和平台力量确保消费者资金安全,更好促进预付式消费健康发展,反映出市场治理宜疏不宜堵,形成良性循环才能收获消费者信任。

安心消费的核心在于保障。只有消费者能够放心预付、不必靠“运气”选择商家,预付模式才能真正发挥其优势,促使商家聚焦服务质量与产品提升。我们期待这一模式在有序监管下持续释放活力,让消费者切实享受到便利与实惠。

(经济日报)

让预付式消费值得“托付”

## 2025中国服务业企业500强营收总额突破50万亿元

平均营业收入规模首次突破千亿元

中国企业联合会、中国企业家协会18日发布2025中国服务业企业500强榜单。数据显示,与“十三五”末相比,中国服务业企业500强的入围门槛提高了19.5亿元,营业收入总额增加了7.5万亿元,资产总额增加了106.3万亿元,净资产增加了17.73万亿元,总体呈现总量更大、结构更优、动能更新、质量更高的态势。

总体规模迈上新台阶。2025中国服务业企业500强营业收入总额突破50万亿元,达到51.1万亿元,增长3.82%,增速较上年提高1.9个百分点;平均营业收入规模首次突破千亿元,达到1022.2亿元;入围门槛达到79.8亿元,增长10.71%;资产总额突破400万亿元大关,达到404.9万亿元,增长9.19%。

企业利润水平较快增长。2025中国

服务业企业500强实现净利润3.34万亿元,增长6.71%;人均营业收入和人均净利润分别增长至328.1万元和21.5万元,均达到历史最好水平。

新兴服务表现亮眼。2025中国服务业企业500强中,互联网及信息技术服务、金融、商务服务等现代新兴服务业加速崛起,入围数量达到184家,相比上年增加12家。

转型升级步伐加快。信息技术服务业研发投入占全部企业的48.67%,平均研发强度达到3.80%,为智能化改造、数字化转型和网络化联接提供有力支撑。商贸批发企业积极向“供应链+服务”驱动的综合模式转型,竞争能力不断增强。

(人民日报)

## “丰收市集”推动城乡消费深度融合



9月21日,安徽省芜湖市繁昌区“2025年中国农民丰收节”在繁昌北站1969文化创意街区开启。活动现场打造了集农产品展销、美食品鉴、互动体验于一体的“丰收市集”,吸引了众多市民游客驻足咨询、试吃选购。

通过“展销+消费券”联动模式,活动有效激发了消费活力,带动了农特产品的销售,既助力农民增收,也让市民共享丰收喜悦,推动城乡消费深度融合。

9月21日,“2025年中国农民丰收节”上市民选购农产品。

(工人日报)

## 扩大服务消费将打出政策“组合拳”

商务部近日会同国家发展改革委、文化和旅游部、中国人民银行等9部门印发《关于扩大服务消费的若干政策措施》(以下简称《政策措施》)。在9月17日举行的新闻发布会上,记者获悉,住宿业高质量发展、铁路与旅游融合发展等系列文件将出台,形成政策“组合拳”。

商务部副部长盛秋平表示,近年来,我国消费市场规模稳步扩大,消费结构持续优化,消费潜能加速释放,服务消费表现亮眼,国际消费中心城市入境旅客成倍增长,旅游市场亮点纷呈,演唱会、音乐节广受欢迎,“苏超”“村BA”等群众身边的赛事“火爆出圈”,服务消费已成为推动消费市场增长的重要力量。

盛秋平同时指出,我国服务消费领

域供给质量仍需提高,一些领域消费体验有待提升,需要进一步发挥政策合力,促进服务消费高质量发展。商务部会同相关部门坚持“对外开放、对内放开”,统筹利用财政、金融等手段,优化服务供给,激发服务消费新增量。

《政策措施》共提出5大方面19项举措,相关部门作出具体安排。其中,《政策措施》提出,开展消费新业态新模式新场景试点城市建设。商务部表示,将通过竞争性评审方式在全国选择50个左右人口基数大、带动作用强、发展潜力好的消费新业态新模式新场景试点城市,增加优质消费供给。同时,将出台住宿业高质量发展、铁路与旅游融合发展等一系列政策文件,形成政策“组合拳”。

聚焦服务供给提质扩容,国家发展改革委重点从三个方面发力:一是推动企业向“新”,激发创新动能。深入实施“人工智能+”行动,推动人工智能在服务消费等领域加快应用,赋能大中小各类型企业;二是推动行业向“优”,提升服务水平。在托育、养老、家政、旅游等重点领域实施“信用+”工程,健全守信激励和失信惩戒机制,让消费者更放心;三是推动市场向“活”,营造良好环境。扎实推进统一大市场建设,清理整治市场准入壁垒,为各类企业特别是中小型企业营造公平的市场准入环境。

文化和旅游部表示,将支持创作生产更多优秀文艺作品、舞台艺术精品,

推出旅游演艺精品项目;持续开展全国文旅消费促进活动,贯穿全年举办文旅

消费周、消费月、消费季,推出面向全国的特色活动、惠民措施和优质产品,加大消费惠民力度;推动首发经济、冰雪经济、时尚经济发展,创新发展文商旅、文体旅、农文旅等融合业态;持续提升入境旅游服务便利化水平,开展“你好!中国”国家旅游形象海外推广及“欢乐春节”等活动,提高优质文旅资源的海外知名度和吸引力等。

另外,《政策措施》对加强财政金融支持作出重点部署。盛秋平介绍,几个部门将统筹利用中央预算内投资等资金支持文化、旅游、养老、托育、体育等服务设施建设;支持服务贸易创新发展引导基金按市场化原则投资符合条件的服务消费企业;加大对服务消费领域经营主体信贷投放力度,加强对多元化服务消费场景、服务消费集聚区的建设支持;对与居民日常生活密切相关的服务消费领域经营主体给予贷款贴息等。

(经济参考报)

## 夜经济升腾烟火气

乐,也得有能让人沉下心的去处,这些书屋就是。”

每当夜幕降临,包头茂业万豪酒店门口的外摆摊位便吸引了不少市民驻足。家住附近的王佳是摊位的常客。“外摆摊位为我们提供了体验酒店美食的机会,而且价格也比较实惠。”她表示已推荐不少朋友过来体验,反馈都还不错。

“为了拓展销售渠道,也为了提高品牌认可度,在相关部门的支持下,我们开始做外摆,把五星级品质的餐品推向老百姓。”酒店总经理所光辉说,外摆摊位推出后受到市民好评,外摆餐品的数量也从开始的30多种增加到现在的70多种。“目前每天的客流量在200人次左右,客单价在50元左右。”所光辉说,与外摆摊位配套,酒店

在户外设置了夜间餐吧,在夜间餐吧的助力下,大堂吧的销售额同比增加100%左右。

同样是酒店,包头市泓德酒店把发展夜经济的重头戏锁定在了烧烤上。“我们搭建了具有露营风格的烧烤摊,同时依托酒店的川菜优势,配套供应经典川菜菜品,挺受年轻人喜欢。”酒店总经理谭亮说。

今年以来,面对广大市民消费活力亟待释放与部分商业体经营承压的结构性问题,昆都仑区紧紧围绕城市内涵式发展,下大力气挖掘消费新潜能、打造消费新场景、构建消费新载体,鼓励引导各类经营主体探索实践新商业模式。“既提升城市烟火气,又能为酒店拓展新的营收渠道,同时还进一步激活了夜间经济,可谓一举多得。”昆都仑区商务局副局长曾燕说。

夜经济的蓬勃发展有效拉动昆都仑区消费增长。数据显示,今年1月至7月,昆都仑区实现社会消费品零售额149.82亿元,同比增长9.3%,高于全市1.3个百分点,增速比1月至6月加快0.1个百分点。限上零售额同比增长16.4%,较1月至6月上升0.4个百分点。

“夜经济不仅为老百姓的日常生活增添了绚丽色彩,更成为提振消费、促进就业、增加收入、推动消费升级的重要引擎。”曾燕说,下一步,昆都仑区将坚持挖掘消费需求,聚焦服务供给,推动消费升级,通过大力发展夜间经济不断提升城市商业竞争力。

(经济日报)

家在包头市青山区的市民吴懿磊是阿尔丁麓引艺术文创社区的常客。“这里环境优美,茶餐口味不错,有的时候还会有演出。”吴懿磊告诉记者,之前是散步时无意间看到这个地方,进来看体验之后感觉不错。

“目前昆都仑区有这样的一些城市书屋16家。”昆都仑区文体旅游广电局局长边文娜说,“夜经济不只是吃喝玩