

消费日报

2026年2月24日
星期二
总第9124期
第6183期
本刊第12期
今日4版

新消费

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

优化服务供给 释放消费潜力

12条举措加快培育服务消费新增长点

国务院办公厅日前印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》，从激发重点领域发展活力、培育潜力领域发展动能、加强支持保障等方面提出12条政策举措。工作方案要求各地区、各有关部门加强政策设计，创新支持举措，优化服务消费环境，根据需要制定出台具体服务消费领域支持政策。

服务消费是扩大内需的重要抓手，更是推动经济高质量发展的关键动力。近日，国务院召开常务会议提出，要加快培育服务消费新增长点。同日，国务院办公厅发布《加快培育服务消费新增长点工作方案》(以下简称《方案》)，从激发重点领域发展活力、培育潜力领域发展动能、加强支持保障等方面提出12条政策举措。

激发活力

近年来，服务消费日益成为我国提振消费、扩大内需的重要抓手。数据显示，2025年，我国服务零售额同比增长5.5%，居民人均服务性消费支出同比增长4.5%，占居民人均消费支出的比重为46.1%。

此次发布的工作方案划出了交通、家政、网络视听、旅居、汽车后市场、入境消费等重点服务消费领域。在交通服务方面，工作方案制定出台了促进铁路与旅游融合发展的专项支持政策，加快车站、列车旅游化改造，开发特色化旅游专线，打造多样化旅游列车产品，推出一批银发旅游等主题列车，提升铁路旅游服务和运行保障水平。

同时，支持有条件的地方开展邮轮消费创新，提升邮轮服务水平，打造融

合消费场景，开发沉浸式、多元化邮轮消费产品。促进夜游船持续健康发展，推动夜游船提质升级与创新发展。促进游艇消费高质量发展，修订游艇安全管理规定等相关规章制度，保障游艇业健康发展，加强公共码头和泊位等游艇基础设施和配套服务保障。依托中国国际消费品博览会等打造游艇展示交易平台，支持有条件的地方创新推出一批游艇消费场景。优化休闲渔业船舶管理。

在家政服务方面，工作方案支持符合条件的家政服务企业创新服务模式、探索智慧化场景、拓展居家养老服务。鼓励地方发布家政服务规范协议。对家政领域人力资源服务机构开展分级分类监管。开展家政服务职业技能专项培训行动，提升家政服务专业化水平。推动中介制家政企业向员工制转型，培育一批家政行业龙头企业。

另外，工作方案专门就入境消费作出部署，提出“做好单方面免签国家试行期限延长相关工作，研究稳妥扩大单方面免签、过境免签、区域性免签政策适用范围”“加快入境签证全流程在线办理全球覆盖”“增加离境退税商店”等多项务实举措，为外国游客营造更加便利、舒适的消费环境。

工作方案对家政、网络视听、旅居、汽车后市场服务等领域也提出具体举措，从优化服务供给、推进先行先试、创新消费场景、加强人才培养等方面发力，激发发展活力。针对演出、体育赛事、情绪式体验式服务等潜力领域，工作方案从健全激励机制、优化安全管理、培育优质品牌、建设平台载体等方面着手，培育发展动能。

培育动能

健全标准体系，是服务消费提质升级的“硬支撑”。服务业的品质提升，离不开标准化的规范引领，尤其是在情绪体验、旅居服务等新业态、新模式不断涌现的当下，缺乏统一标准极易导致行业发展失序、服务质量参差不齐。

在演出服务方面，工作方案明确，优化演出管理，科学合理设置安全容量限制，持续推进跨地区巡演。探索将具备条件且有意愿的演出团体、专业剧场调整为公益二类事业单位，建立健全激励机制。规范票务市场，完善票务平台、退票制度，加大对票务平台及转售平台的监管力度，加强对代抢、倒卖等行为的打击和惩戒。

在体育赛事服务方面，工作方案优化改进大型群众性活动安全管理，分级分类合理核定赛场安全容量，用于划设治安缓冲区的容量原则上不超过赛场可用座位数的10%。增加优质服务供给，鼓励引进一批国外优秀体育赛事，支持地方举办群众性体育赛事，打造一批知名精品赛事、职业联赛、体育竞赛表演、青少年体育赛事、老年体育赛事、乡村文体赛事品牌，推动高质量户外运动目的地建设。加快重点赛事市场化、商业化运作，推动赛事消费发展。结合消费新业态新模式新场景培育、高质量户外运动目的地建设等，支持冰雪服务相关消费载体建设，支持符合条件的地

方创新打造多元化冰雪消费场景。针对情绪式、体验式服务，方案提出，创新监管方式，对新业态实施包容审慎监管，逐步完善相关监管要求；支持将具备条件的情绪式、体验式服务相关职业纳入国家职业分类体系等。

加强支持

今年开年以来，服务消费领域政策支持力度持续加大。多个部门发布服务消费支持政策，涉及银发经济、绿色消费、文体消费等领域，上海、江苏、北京等多地也推出地方性支持政策。

强化财政金融支持，是服务消费扩容增长的“助推器”。工作方案提出，统筹利用现有资金渠道支持发展服务消费、培育服务消费新增长点。优化实施服务业经营主体贷款贴息政策。引导金融机构加大对服务消费新增长点领域经营主体的信贷支持力度，合理确定贷款利率水平，创新开发特色金融产品和服务。支持符合条件的文化、旅游、教育、体育、家政等服务消费领域企业发行债券，支持符合条件的消费基础设施项目发行基础设施领域不动产投资信托基金(REITs)。加大消费信贷支持力度，引导金融机构与商家合作开发适合服务消费特点的产品和服务。

另外，工作方案针对加强信用建设提出健全养老、家政、旅游等消费领域信用体系。依托“信用中国”网站和国家企业信用信息公示系统，加强对相关经营主体信用信息的归集、公示。开展服务承诺活动和服务质量监测评价，引导经营主体诚信经营。

专家表示，服务消费的发展具有鲜明的个性化特征，不同地区的消费需求、产业基础、资源禀赋差异显著，这就要求各地区、各有关部门跳出“一刀切”的政策思维，结合实际创新支持举措，细化落实方案。(中国商报)

声音

提质惠民双向发力 服务消费新政激活民生与经济双引擎

国务院办公厅日前印发的《加快培育服务消费新增长点工作方案》，以12条举措搭建起服务消费升级的支撑体系，既聚焦服务质量提升与消费场景创新，又紧扣民生刚需与消费痛点，在推动服务消费提质扩容的同时，让民众享受到消费升级红利，成为兼顾民生改善与经济增长的重要抓手。

政策的精准性体现在“提质”与“惠民”的深度融合上。方案聚焦交通出行、家政服务、网络视听等与民生密

切相关的重点领域，通过标准化建设、智慧化升级等举措提升服务品质；同时前瞻性布局演出经济、体育赛事、情绪体验等新兴潜力赛道，顺应个性化、体验式消费潮流，丰富民众消费选择。从养老育幼等基础民生服务的扩容提质，到文旅娱乐等精神文化消费的创新供给，政策既回应了“一老一小”照护、日常服务便利化等民生关切，又通过供给侧改革破解服务消费“质量不均、选择不足”的痛点，实现

“服务提质”与“民生受益”的同频共振。

政策落地见效，关键在于形成多方协同合力。地方政府需结合区域资源禀赋细化实施方案，推动“旅游+”“体育+”等融合消费场景落地。市场主体应加大创新投入，以数字技术赋能服务流程优化与质量提升。同时，健全服务质量标准体系、强化消费者权益保护，才能切实增强消费者的获得感与安全感，让消费者敢消费、愿消费、放心消

费。唯有政企协同、供需联动，才能推动服务消费从“规模扩张”向“质量提升”转型，充分释放政策红利。

在扩大内需战略深入实施背景下，服务消费新政既是应对短期经济波动的务实之举，更是培育长期增长动能的深远之策。随着各项政策举措逐步落地见效，服务消费将成为拉动经济增长的重要力量，为经济高质量发展提供坚实支撑。

(王紫茜)

□ 本报记者 王琦琛

早高峰时段，北京地铁1号线国贸站内，人流沿着通道快速移动。一侧的咖啡快取窗口没有明显排队，取餐架上却整齐摆放着已制作完成的饮品。乘客打开手机小程序核销订单，顺手取走咖啡后继续赶路，整个过程不过十几秒。

近年来，北京地铁持续推进便民服务升级，从寄存柜、早餐车到鲜花售卖机，再到“网订站取”的咖啡服务，轨道交通空间正逐渐从单一出行场所，转变为承载多元生活服务的公共空间。

“通勤即消费”催生即时消费新场景

“在地铁上提前点单，到站直接取走，不用专门排队。”在国贸附近写字楼工作的韩女士告诉记者，“如今‘网订站取’已成为她通勤中的固定环节。由于早高峰客流集中，她通常会提前约15分钟下单，走到站里刚好做好，既不用等待，也能避开拥堵，时间基本可以精确控制。”

所谓“网订站取”，是指乘客通过线

上小程序提前下单，门店完成制作后放置取餐区，乘客在通勤途中即可领取。这一模式将点单、制作和等待环节前置，使咖啡消费从“专门安排”转变为“顺路完成”，嵌入既有通勤路径之中。

记者走访发现，北京部分地铁咖啡店普遍采用“快取型”运营模式，不设堂食区域，而是通过紧凑布局与数字化系统提升效率。一些门店由原有售票设施或闲置空间升级改造而来，以嵌入式方式融入站内通勤节点，在不影响乘客通行的前提下提供服务。

瑞幸咖啡国贸地铁站店的店员告诉记者，早高峰是一天中最忙碌的时段，订单高度集中在早上7点半至9点之间。该店员表示，高峰期门店半小时可售出约200杯咖啡，设备需持续运转才能满足需求。

2月8日，中国城市发展研究院投资部副主任袁帅在接受记者采访时表示，地铁凭借稳定、高频的客流，正在成

为城市消费体系中的重要载体。“‘通勤+消费’模式将消费行为嵌入日常动线，使咖啡、早餐等高频需求可以在通勤途中完成，改变了过去消费依赖商圈的格局。”他指出，这种模式不仅填补了通勤场景的消费空白，也使原本闲置的站内空间转化为新的服务节点，提升了公共空间利用效率。

“出行即生活”服务功能持续拓展

咖啡门店的出现，并非单一品牌布局，而是轨道交通空间服务功能持续释放的缩影。

北京市政协委员、北京市地铁运营有限公司党委书记、董事长潘秀明表示，北京地铁正推动“出行即服务、出行即生活”的理念落地，使轨道交通从单一运输工具，升级为城市公共服务的重要载体。

数据显示，“十四五”期间，北京地

铁持续推进便民服务体系。目前，北京地铁公司所辖375座车站中，便民服务设施覆盖率已达97.83%，累计布设早餐车39处、智能寄存柜171处、自助设备2640台，涵盖饮品零售、鲜花售卖、物品寄存及共享充电等多种服务类型。

经济研究专家付一夫认为，轨道交通具备高频、稳定的客流优势，是提升公共服务可达性的理想载体。“当咖啡、零售等高频消费嵌入轨道交通体系，消费触点将沿着通勤线路自然延伸，形成覆盖城市的‘轨道消费网络’，使消费更加贴近日常生活场景。”他说。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜也认为，这一变化正在重塑消费的时间结构。“过去，消费往往需要专门安排时间，而现在可以在通勤过程中顺带完成，使地铁成为连接出行与生活的重要载体。”他表示，当消费嵌入高频出行场景后，不仅提高了消费效率，也提升了

□ 本报记者 卢岳

日前，一场以“智汇融合·媒体赋能·潮向2026”为主题的家电服务业趋势发布会在北京举办。该发布会勾勒出中国家电产业未来两年的增长地图。

会上，中国家用电器服务维修协会(以下简称“中服协”)正式发布《2026年家电服务业及新兴市场发展趋势预测》报告。报告明确指出：全屋智能系统、AI显示、服务机器人三大新兴市场，将成为2026年家电产业核心增长引擎，驱动整个行业从“产品销售”向“场景服务”的深刻裂变。

活动现场，协会领导、行业专家与媒体代表齐聚，共同探讨在“总量趋稳”的宏观背景下，如何通过结构性创新与服务品质跃迁，开辟产业增长新蓝海。

市场进入新周期：“弱复苏”与“结构成长”并行

报告发布环节，中服协研究员王倩博士首先援引国家统计局数据，分析了当前市场基本面：2025年，我国家电市场整体呈现“总量趋稳、结构分化、技术驱动、绿色智能主导”的鲜明特征。进入“十五五”时期，我国经济预计将保持稳定向好，社会消费品零售总额有望实现4.5%左右的平稳增长，这为家电服务业的持续发展奠定了坚实的宏观经济基础。

“2026年，家电市场将呈现‘政策托底、结构升级、出海加速、渠道变革’的综合特征。”王倩博士研判，行业将进入一个“弱复苏”与“结构成长”并行的新周期。在这一周期内，外销市场的表现预计将持续优于内销，而真正的增长内核，则在于持续的产品结构升级与对新赛道的战略性布局。

三大引擎详细拆解：从单品智能到空间认知

报告对三大新兴市场进行了定量与定性相结合的深度预测。一是全屋智能系统：迈向家庭“空间认知”核心。预计到2026年，全屋智能市场规模将达到2800亿元，市场渗透率突破35%。其发展将实现从早期的“单品智能”联动，跃升至具备“空间认知”能力的整体解决方案。全屋智能不再是功能的简单叠加，而将成为家庭智能化的核心中枢与载体，真正理解并适配家庭成员在不同空间、不同时段的需求。

二是AI显示：高端化与场景化双轮驱动。在消费升级浪潮与前沿显示技术(如更成熟的Micro-LED、AI画质芯片、柔性屏等)的双重赋能下，AI显示产品将继续向高端化迈进。同时，其应用将深度融入具体生活场景，如沉浸式影音、在线教育、家庭健身、智能交互中心等，实现从“硬件参数竞争”到“场景体验价值”的转变。

三是服务机器人：细分市场持续拓展蓝海。服务机器人市场将在健康管理、情感陪护、清洁维护、餐饮辅助等细分市场持续深化与增长。随着AI感知与决策能力、人机交互自然度的提升，服务机器人的应用领域将更加广阔，从工具型向伴侣型、管家型演进，成为家庭的新成员。

多重利好叠加：政策与技术共筑增长基石

对于三大市场增长的驱动因素，王倩博士进行了系统梳理。2026年1月1日正式实施的《家用和类似用途电器的安全使用年限和再生利用通则》国家标准，强制要求家电标注安全使用年限并提供风险提示。此举将有力推动超过安全年限、能效低下的老旧家电有序退出市场，为绿色、智能的新产品释放巨大的置换空间。近日，商务部也明确表示，将通过提质增效的以旧换新政策，促进绿色智能家电消费，这为市场注入强劲政策动能。

同时，5G、AI大模型、物联网、边缘计算等技术的融合应用，为产品智能化、服务智慧化提供了底层支撑。消费升级与消费分级现象并存，既催生了对于高端、集成、体验型产品的需求，也扩大了在细分功能、性价比领域的市场空间。

此外，新兴赛道所展现的潜力和想象力，正吸引着产业资本和金融资本的持续流入，加速技术迭代与市场教育。

服务质变：从成本中心到价值共创中心

发布会上，中服协资深会长刘秀敏的发言，将议题引向更深的产业逻辑层面。她指出，家电服务业正经历一场从“数智跃迁”到“服务质变”的深刻变革。用户角色已经发生了根本性转变，他们不再是服务的被动接受者，而是成为了服务设计乃至价值共创的积极参与者。

刘秀敏强调，家电产业本身就是新型经济体下的“智能朝阳产业”，而家电服务业，则是这轮朝阳产业中，通过“服务质变”所孕育出的新兴价值领域。她介绍了协会近年来推动行业升级的具体实践，包括组织开展“家电企业实施高质量售后服务135行动计划”，以及宣传贯彻商务部等三部门办公厅印发的《家电售后服务提升行动方案》。

“这些举措的核心，在于重新定义、规划和发展‘服务’本身。”刘秀敏总结道，“我们的目标是实现与用户的价值共创，通过主动预见和动态适配的服务体系，重构服务在家电全生命周期中的角色——从传统的成本优化环节，转变为实现客户价值最大化的核心环节。”

据悉，本次发布会不仅是趋势的预判，更标志着行业各方力量围绕“场景服务”新范式凝聚共识、开启协同行动的起点。随着政策、技术、消费与资本的多重浪潮汇集，2026年的中国家电市场将在智能、服务及用户价值等方面做出更多成绩。

从“赶时间”到“享服务” 地铁转型多元服务空间

规模扩张，而在于围绕公共需求构建精细化服务体系。”柏文喜指出，轨道交通本质上是公共基础设施，其空间利用必须坚持“服务优先”的原则。地铁商业应围绕通勤需求发展轻量化、非干扰型服务，使消费成为公共服务的延伸，而非对通行功能的挤占。

在具体运营层面，基于数据的动态优化正成为重要方向。运营方通过客流监测与乘客行为分析，可以识别不同时段的服务需求特征，在高峰时段优先布局“即取即走”的快取服务，在平峰时段适度拓展零售及便民功能，实现服务供给与客流结构的匹配。如成都地铁推出的“智慧小站”，通过整合零售、寄存与信息设备，实现空间集约化利用与智能化运营，在增加服务供给的同时保障通行效率，体现出轨道交通空间从“功能扩展”向“系统运营”的转变。

业内人士指出，未来地铁空间不仅将承载消费功能，还可进一步融入生鲜配送取货、自助政务服务、便民维修及应急医疗设备等公共服务，使轨道交通从单纯的交通载体，升级为城市公共服务体系的重要延伸节点。

“地铁空间开发的核心不在于商业