

消费日报

2026年5月18日
星期一
总第9179期
第6238期
今日4版

一季度批发零售市场运行平稳

本报讯 日前,记者从商务部获悉,一季度,我国批发和零售业增加值3.5万亿元,同比增长4.1%,占GDP比重为10.5%。商务部流通发展司负责人表示,一季度,市场运行起步平稳,多数业态保持增长。从批发业看,商务部重点联系商品市场成交额同比增长8.6%。从零售业看,据国家统计局数据,商品零售额11.3万亿元,同比增长2.2%。
(宗文)

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

政策加力“中国服务”扩能提质

今年一季度,我国服务出口7045.2亿元,同比增长11.2%;入境游火爆,“五一”假期全国共接待入境游客243万人次,同比增长7.4%;第139届广交会上,超7%的参展企业提供“硬件+软件+服务”一体化解决方案……近期出炉的一组组数据,印证着“中国服务”扩能提质、加速奔跑的势头。

2026年,服务业迎来政策“大年”。从政府工作报告首次提出培育“中国服务”品牌,到首次聚焦服务业主题召开的全国服务业大会做出系统性安排,再到国务院印发《关于推进服务业扩能提质的意见》进一步部署,并提出2030年服务业总规模迈上100万亿元台阶,我国服务业发展的政策顶层设计加速完善。

同时,细分领域政策举措也在密

集出台。商务部等9部门联合印发《服务消费提质惠民行动2026年工作方案》,明确培育入境消费等新增长点;同时,商务部等9部门出台《关于促进旅行服务出口 扩大入境消费的政策措施》,从签证便利、支付优化、国际医疗旅游等方面营造具有全球吸引力的国际消费环境;《服务贸易标准化工作行动计划(2026—2030年)》则从标准引领入手,提升“中国服务”国际竞争力。

在政策引导与市场驱动下,“中国服务”正通过生产性服务业与生活性服务业的协同发力,实现从“量的积累”向“质的跃迁”。这从刚刚落幕的第139届广交会上得到生动印证。

作为观察中国外贸的“风向标”,刚刚结束的第139届广交会呈现出从“产品输出”向“价值共生”演进的清

晰轨迹。商务部数据显示,超过7%的参展企业能够向合作伙伴提供“硬件+软件+服务”的一揽子解决方案,近30%的企业正积极向该模式转型。越来越多的外贸企业正在跨越传统贸易边界,由以往单纯提供产品向提供“产品+服务”转变。

商务部研究院国际服务贸易研究所所长李俊对记者表示,现代服务业与先进制造业互为支撑。现代服务业能够更好地助力制造业强国建设,提升制造业的质量与效益,进而提升中国制造业在全球价值链中的地位。

生产性服务业的转型升级如火如荼,生活性服务业同样势头强劲。作为服务贸易的第一大领域,旅行服务跑出了增长的“加速度”。商务部数据显示,今年一季度,我国旅行服务出口1053.5亿元,增长32.3%,位居

服务出口各领域增速首位。

中国服务外包研究中心、研究员郑伟分析,当前中国入境游市场正处于从“恢复性反弹”向“高质量增长”转变的关键期。随着全方位入境消费场景的持续拓展,旅行服务有望成为拉动服务出口的长期引擎。

更多支持性举措还将出台。商务部部长助理张力日前表示,我国将进一步完善跨境服务贸易负面清单管理制度,有序放宽服务领域准入限制,破除跨境服务贸易壁垒,推动与服务贸易密切相关的资金、人员、数据等要素跨境便利安全流动;还将统筹布局建设国家服务贸易创新发展示范区等重大开放合作平台,加强制度创新和政策集成,形成一批可复制推广的示范经验。

(经参)

“轻工脊梁”五一劳动奖系列报道

把中国吉他弹给世界听

——专访全国五一劳动奖章获得者、贵州正安娜塔莎乐器制造有限公司手工制作组长张荣



图为张荣和他设计完成的全竹吉他。受访者供图

□ 本报记者 王蔚涵

张荣最近接受采访有点多。全国五一劳动奖章公示后,媒体陆续找上门来。电话那头,他的四川口音不急不缓,聊到技术细节时,语速会突然快起来。

4月28日,2026年庆祝“五一”国际劳动节暨全国五一劳动奖章表彰大会在北京举行,贵州正安娜塔莎乐器制造有限公司手工制作组长张荣,成为贵州省17名全国五一劳动奖章获得者之一。在正安吉他产业园那个弥漫着松脂与木屑清香气味的车间里,这位四川内江的打工青年用20多年时间,走出了一条从“匠人”到“产业革新者”的独特路径。

从“一个人做好”到“一群人做好”

张荣做的第一把吉他,大概要追溯到2007年。

那之前他在广东的工厂里做小提琴。一个二十出头的小伙子,每天和木头打交道,手上渐渐磨出了茧。转到吉他车间后,他第一次完整看到一块木头怎么变成一把琴——刨板、弯侧板、合琴箱、打磨、上漆、调音。他心里冒出个念头:这辈子就干这个了。

此后的岁月里,他从流水线工人成长为独立制琴师,和堂哥一道成立手工吉他工作室,专门为专业音乐人

定制手工琴。一把琴从开工到完工,要经手成百上千次。“就像养一个孩子”,他说,“你得知道它哪儿怕冷,哪儿怕湿,哪儿得轻一点,哪儿得使劲。”

2019年,安娜塔莎乐器在贵州正安建厂。正安是出了名的“吉他之都”,也是劳务输出大县,很多人在外地打工,而张荣却是那个“回家”的人。当时,安娜塔莎品牌创始人赵建峰找到张荣,希望他将手工定制琴的品质标准反哺到生产线。这意味着,一位习惯用指尖感受木材纹理的匠人,要转身为“产业组长”——去教会流水线上的几十个素不相识的工人,复制自己用20年练就的手感和判断。

“把一个人做的事情搬到生产线,让很多人以同样的标准来做,这个过程非常漫长,最起码两年到三年才能够真正掌握品质理念。”张荣坦言,最难的不是技术,而是“人”。

“每个人的性格不一样,我要根据每个人的性格来判断他们适合做哪道工序。”张荣的话道出了中国制造业转型中一个常被忽略的真相:工艺可以标准化,但“匠心”的传递却是缓慢而艰苦的。

为什么不能用竹子?

如果说把手工标准带进产线是做“加法”,让传统工艺在量产中不衰;那么张荣和团队后来干的一件事,就

是彻底的“换道”——全竹吉他的念头,不是拍脑袋想出来的。

传统吉他的原材料高度依赖进口。面板常用的云杉、玫瑰木等优质木材90%以上来自国外。随着全球木材资源日益紧缺,成本不断攀升,品质却在下降。张荣和赵建峰开始思考一个看似简单,实则颠覆性的问题:为什么一定要用进口木材?

正安遍地是竹子,张荣将目光投向了竹子。“中国地大物博,其实有很多很好的木材,但资源管控得比严格,有些是不允许开采的。竹子成材周期非常短,三到五年就可以砍伐使用,可谓取之不尽。”张荣说起竹子时,语气明显轻快起来,“更关键的是文化上的连接:笛子、箫、笙,中国传统乐器早就用竹子做了上千年。竹子有声,有魂。”

真正动手做,才知道困难比预想的得多。“刚开始,我们从网上找了一些竹子板回来做,一把吉他都还没完成,就已经出现开裂和鼓包了。”竹子爱生虫、容易发霉、水分高、稳定性极差——这些特性几乎每一项都与制琴的要求背道而驰。

转机来自他们的“笨办法”。张荣和团队找到靠谱的竹板供应商,花了将近一年时间磨合,提出了一套严格的工艺标准:板材加工全程必须在恒温恒湿环境中进行,湿度严格控制在45%到60%之间;竹子经过脱糖处理杜绝虫蛀,再经炭化增强稳定性。“没

有糖分就不会生虫,炭化后水分稳定性也控制得非常好。”张荣说。

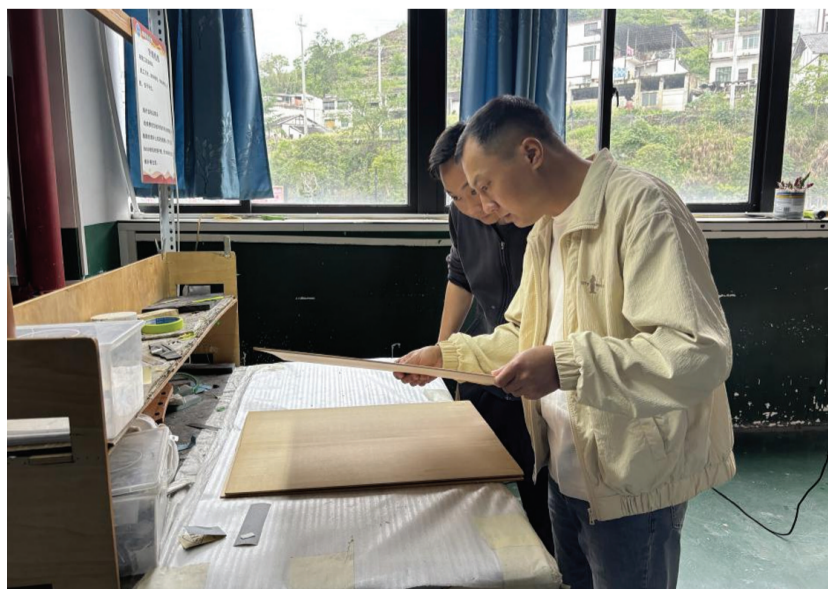
但第一批竹面板上夹具的时候,还是裂了。深夜车间里,传来清脆的“啪”的一声。张荣说那天晚上他不是坐在地上,也没说自己有没有抽烟,只说后来找到一种新的弧度夹具,第四块竹面板终于稳住了。

第一把全竹吉他弹出声音的时候,张荣楞了一下,和传统吉他相比,竹吉他的声音更温润,不尖锐,不刺耳。有人觉得像风穿过竹林,有人觉得像雨打在竹叶上。“真的是一把中国味十足的吉他。”张荣表示。

2022年,全竹吉他问世。面板、背板、侧板、指板、琴颈、内部音梁——除了五金件,这把吉他的每一个部件全部由楠竹制成。安娜塔莎乐器为此申请了多项生产设计专利。而作为一款适合大众的产品,目前,全竹吉他已远销巴西、韩国、日本、俄罗斯等10余个国家,成为中国吉他的新名片。

张荣印象最深的海外客户,来自巴西、俄罗斯和日本。“他们特别认可全竹吉他,说这不只是是一件乐器,还是一件有中国味道的艺术品。”为了让“中国味”更直观,团队做了更多尝试。“我们计划把大熊猫的样子镶嵌到琴面上去,竹叶也镶上去。外国人一看大熊猫就知道是中国,大熊猫又吃竹子——这个联系,不用解释,一眼就懂了。”张荣说。

(下转A2版)



图为张荣在挑选吉他面板。受访者供图

消费时评

Consumption commentary

智能体重重塑消费市场

□ 肖睿平

当消费者的手机里不停地跳出各种促销信息和产品推荐时,烦恼也随之增加:“有时候明明只想买一瓶洗发水,比价比得头都晕了,也不知道哪条信息是真的。”这类烦恼正是多数受访者面临的问题——选择太多反而增加了焦虑。

信息时代,消费者面临海量商品和服务,往往有“选择困难症”,AI则能够帮助消费者进行初步筛选。从缓解信息过载到真伪甄别,再到价格透明化,AI正在全面渗透消费场景。简而言之,AI不是单纯的工具,而是现代消费生态的重要参与者,其发展路径深刻影响着未来市场的公平、效率和信任。

近期,上海市消费者权益保护委员会开展的一项专项调查显示,AI智能体在消费者中的认知度已超过94%,其中62.34%的受访者认为其能够“解决信息过载”,54.34%的人认可其“真伪甄别能力”,35.78%的人期待其“实现价格透明化”。

比如,不少电商平台通过智能推荐系统分析用户的浏览记录、购买历史以及搜索习惯,为消费者精准推送可能感兴趣的商品,显著提升了购买效率;新闻聚合平台则利用自然语言处理技术筛选用户偏好内容,帮助用户在碎片化时间内获取相关的信息。这种基于AI的智能筛选,极大节省了用户时间,提升了消费体验。

网络上各种优惠、测评、口碑铺天盖地,却真假难辨。“我不怕价格高,就怕被忽悠。广告说这个好,这个便宜,实际上到底值不值得,我很难分辨。”似乎,消费者对信任的渴望比对折扣的敏感度更高,这一点在调查数据中体现得淋漓尽致。

因此,在初步筛选之后,AI的价值还体现在“甄别”上。有的电商平台引入AI图像识别技术,对商品图片和商家资质进行自动比对,以发现潜在侵权或虚假信息;有的通过AI分析用户评价和交易数据,对商品可靠性进行评估。实际上,AI不仅帮助消费者甄别信息,也倒逼企业强化诚信经营,为市场的健康发展提供了技术支持。

价格透明化也是痛点之一。电商促销、超市打折……复杂的价格机制和隐性费用让人眼花缭乱,公平透明已经成为现代消费市场的一种隐形“软需求”。一些电商平台和比价工具能够实时抓取不同渠道的商品价格,并通过AI分析呈现最优购买方案,帮助消费者避免“高买低卖”的困扰。这种透明化不仅赋予消费者更多主动权,也对企业形成竞争压力,促使市场价格机制更加合理。

需要注意的是,AI在消费市场的广泛应用也带来了数据隐私泄露风险等新的挑战,需要全社会共同治理。如何在享受技术带来的便利的同时规避潜在风险,是未来政策制定和企业实践必须回答的核心问题。

不管怎样,AI智能体正从“辅助工具”向“市场基础设施”转变,重构消费逻辑、优化用户体验、提升市场透明度。它不仅是消费升级的助推器,也可能成为维护市场秩序和社会信任的重要力量。

标准速递

我国牵头制定的首个产品碳足迹数字化国际标准立项

赋能全球绿色低碳发展

本报讯 记者从市场监管总局获悉,近日,由我国提出的国际标准项目《产品碳足迹(CFP)数字化—第2部分:CFP数据交换格式与指南》在国际电工委员会(IEC)成功立项。这是我国牵头制定的首个产品碳足迹数字化国际标准。

产品碳足迹是衡量产业绿色低碳发展水平的关键指标,实施产品碳足迹管理是落实国家“双碳”战略目标的重要抓手。当前,在贸易全球化的背景下,电子电气产品产业链材料、零部件、组件等多个领域,但是产品碳

足迹数据交换核算标准不一、数据交换方式不同、数据交换格式各异,导致产品碳足迹数据无法有效在产业链上传递,影响产品碳足迹核算结果。本次立项的国际标准项目针对上述问题,将明确产品碳足迹数据的交换格式要求,提出应用指南及相关使用案例,适用于电子电气产品产业链上下游全生命周期碳足迹数据交换场景。

该标准成功立项,将为全球产品碳足迹数据在产业链上的有效传递提供解决方案,同步提升我国在绿色低碳标准化领域的国际影响力。(新文)



快来扫描我吧!



搜狐新闻客户端

消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤二:打开应用点击上方“订阅”
步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报” 步骤四:点击右上角“+关注”即可