

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

上半年服务出口同比增长 17.6%

“中国服务”加速走向海外

商务部数据显示:上半年,我国服务进出口总额 37797.5 亿元,同比增长 8.3%。其中,服务出口 15047 亿元,同比增长 17.6%;服务贸易逆差 7703.5 亿元,比上年同期缩小 1614.2 亿元。

一连串数字背后,是全球贸易格局的深刻调整——服务贸易和服务业合作深入发展,成为世界贸易的新增长点。上半年,我国服务业增加值同比增长 5.2%, 占国内生产总值比重 59.5%, 是国民经济的第一大产业。当前,我国服务出口有哪些新趋势、新亮点? 记者进行了采访。

旅行服务出口增速较快 知识密集型服务出口占比超一半

上半年,我国旅行服务出口 2292 亿元,同比增长 31.1%, 在前五大服务出口领域中增速最快。

近年来,随着免签、离境退税等政策不断优化,“中国游”“中国购”持续活跃。旅行服务包括旅游、留学、就医等,入境游客在我国“吃住行游购娱”等各类消费计入我国旅行服务出口。

今年 7 月 1 日起,全国离境退税

“小额抽检制”正式落地实施,退税销售额 1 万元以下的退税申请单实行随机抽检,不再逐单进行实物验核。深圳罗湖口岸和深圳机场投用离境退税自助机,支持 13 种语言,最快两三分钟即可完成退税办理。

新政落地首月,深圳海关累计办理离境退税验核业务 1.3 万票,验核申请单金额 1.7 亿元,同比分别增长 2.2 倍和 94.1%。据深圳海关相关负责人介绍,境外旅客的消费选择更加多元,除茶叶、丝绸等传统伴手礼外,国产数码产品、服饰文创等成为热门选择。来到中国、体验中国、爱上中国,入境旅游正与消费、文化等更多场景融合,成为服务贸易增长新支撑。

服务贸易增长的另一亮点,是知识密集型服务出口。上半年,我国知识密集型服务出口 8056.7 亿元,同比增长 12.8%, 占服务出口总额的 53.5%。

盘古智库高级研究员江瀚表示, 53.5% 的占比意味着一个重要的结构性拐点,我国服务出口从“体力活”转向了“脑力活”,高附加值领域撑起了

半壁江山。

“过去,我们的创新成果更多依赖国内循环;如今,知识产权使用费出口攀升,游戏、短剧等数字内容在海外市场占有率屡创新高,说明我们的创新成果已经具备了全球变现能力。”江瀚说。

在他看来,这并非偶然的阶段性爆发,而是数字经济和产业升级长期积累的结果,“从‘中国制造’到‘中国服务’,我们输出的不再是简单的劳动力,而是技术专利、文化 IP 和数字解决方案。”

中国商务部研究院研究员周密则认为,中国的服务企业在具备更强创新能力和竞争力的同时,也为进口方提供了更多价值。

培育更多“中国服务”品牌 激活新发展动能

服务出口的增长,折射出“中国服务”品牌认可度的提升。

近年来,“中国服务”品牌加快拓展海外市场,品牌背后的消费理念和文化元素也被更多人了解喜爱。

一杯茶饮的出海之路,也是中国品牌国际化发展的缩影。在巴西推出巴西莓冰淇淋,在美国提供多种糖度选项,在东南亚开发具有当地特色的热带风味产品……蜜雪冰城推行“全球标准+区域定制”的运营模式,尊重和融入当地文化,让中国茶饮走进当地人的生活,目前已在印度尼西亚、越南、马来西亚、泰国等东南亚国家开设了 4000 多家门店。

霸王茶姬则更重视空间打造和场景拓展。比如,在菲律宾以宠物友好设施和场所闻名的地区开设宠物友好门店;韩国首尔江南区的旗舰店采用了更柔软的织物和绿色植物,为忙碌的都市顾客打造一个“宁静放松的绿洲”。

从旅行服务增长到知识密集型服务提升,再到中国品牌加快走向海外,一组组数据勾勒出中国服务贸易转型升级的成长轨迹。随着服务业对外开放持续扩大,中国服务将以更为丰富的形态参与全球分工,不断激活新的发展动能。

(综合)

1至7月我国全行业对外直接投资同比增长 2.8%

本报讯 据商务部、国家外汇局统计,2026 年 1 至 7 月,我国全行业对外直接投资 6845.1 亿元人民币,同比增长 2.8% (以美元计为 995.3 亿美元,增长 7.3%)。其中,我国境内投资者共对全球 148 个国家和地区的 7742 家境外企业进行了非金融类直接投资,累计投资 5284.3 亿元人民币。

(综合)

消费时评

Consumption commentary

如今,很多促消费举措都有“专程消费”的鲜明特点。一说提振消费,就要打造网红商圈、举办大型促销活动、拉动大宗商品交易,默认消费是需要专门腾出时间、跨越空间、刻意奔赴的经济行为。但如火如荼茶推进的一刻钟便民生活圈建设,正在颠覆这套传统逻辑,催生一种全新的生活嵌入式消费;消费不再是独立的生活环节,而是融入柴米油盐、日常起居的自然常态,悄然重塑着国内消费市场的底层格局。

商务部明确 2026 年完成 1 万个便民生活圈建设目标,目前全国超 90% 的地级以上城市落地相关建设,惠及 1.89 亿社区居民。这组数据的价值远不只是新增了若干社区商铺、完善了民生配套,其核心意义在于,它打破了消费的时空门槛,让内需增长摆脱了对政策刺激、流量营销的依赖。过去,居民促销需要付出时间、出行、决策等多重成本,繁琐的流程会直接压制其日常消费意愿,很多刚需消费就这样被无形门槛抵消。

嵌入式消费的核心魅力,就在于“无感知融入、常态化发生”。下楼买菜、社区就餐、就近托育、上门养老、便民维修……这些琐碎的日常场景将消费彻底嵌入生活轨迹,无需刻意规划、不用长途奔波,生活行进的過程就是消费释放的过程。不同于节庆促销带来的短期消费热潮,这种依托社区场景的刚需消费,频次更高、韧性更强、稳定性更足,是真正扎根民生、可持续的内需增长点。

当下消费市场的最大误区,就是重“流量消费”、轻“存量民生消费”。不少地区执着打造地标商业、网红业态,追逐一次性的消费热度,却忽视了社区十亿级消费市场的基本盘。事实上,高端商圈承担的是消费升级的“面子”,而一刻钟便民生活圈承载的是民生消费的“里子”。坚持“一圈一策”,拒绝大拆大建;聚焦“一老一小”刚需,补齐社区服务短板,兼顾国货潮品、便民促销的品质需求,这种精准适配居民真实诉求的供给模式,打通了大众基础消费与品质升级消费的双向通道。

必须警惕便民生活圈建设的“形式化陷阱”。部分地区片面追逐建设数量的硬指标,重硬件堆砌、轻业态运营,重网红打造、轻民生刚需,看似商圈业态齐全,却丢失了装配维修、平价商超等接地气的小微业态,最终沦为“好看不实用”的摆设。真正的嵌入式消费从来不是商铺的简单堆砌,而是业态与生活的深度适配,评判建设成效的核心标准,从来不是建成数量,而是居民消费的便利度、小微商户的存活率、社区业态的持久生命力。

民生活水,滋养消费新机;场景革新,重塑增长逻辑。一刻钟便民生活圈带来的不仅是家门口的便利,更是消费模式的深层迭代,让消费脱离刻意奔赴的枷锁,回归日常烟火的本源;让内需增长不再依赖短期刺激,而是依托亿万百姓的日常刚需稳步蓄力。从单点商圈的流量热闹,到全域社区的内生增长,无数扎根街巷的微观消费活力持续涌动、汇聚成势,稳稳托举实体经济稳健前行,为高质量发展注入持久绵长的民生动能。

肖睿平

从专程消费到嵌入式消费：民生小圈撑起经济大局

我国加快 6G 核心技术攻关

在 8 月 26 日国新办举行的“开局起步‘十五五’”系列主题新闻发布会上,工业和信息化部信息通信发展司司长刘郁林表示,6G 将是“十五五”时期的重中之重。工业和信息化部将加快 6G 核心技术攻关,持续开展 6G 技术试验、标准研制,促进 6G 产业成熟和生态构建,为 6G 商用做好准备。

随着新型信息基础设施建设持续推进,

我国信息通信“大动脉”愈发畅通,成为支撑经济社会数字化转型的坚实基础。截至 6 月底,我国智能算力规模达 2185EFLOPS,围绕算力枢纽建成 70 余条算力大通道;5G 基站达到 510.2 万个,5G-A 商用网络加快建设应用,5G Red-Cap 基站数达 224.7 万个,万兆光网在小区、工厂、园区等场景试点部署。

(综合)

廊坊消费新图景

打造养老产业新样本

河北廊坊康养社区的跨城实验

本报记者 赵曦 □ 花沁昕

当北京的养老需求持续外溢,跨城养老成为银发经济的新风口。依托紧邻北京的区位优势,河北廊坊正持续承接北京康养消费外溢需求,一批差异化的康养新场景加速落地。

8 月 21 日,记者来到位于河北廊坊三河市的松下壹品康居,这里紧邻北京地铁 22 号线,将居住、适老化硬件与医养服务“打包”进同一空间。在人口老龄化加剧与京津冀协同发展的背景下,康养产业正被地方寄予厚望,而一个康养项目成色几何,终究

要看它能不能真正安顿好老年人的生活日常。

北京老年人跨城“安家” 一张产权证安放养老需求

在松下壹品康居走访时,记者恰好碰上一行从北京结伴而来的访客。他们有临近退休、提前规划养老生活的老年人,也有陪同父母实地考察的子女。

“我们对比过北京好几家老年康养公寓,要么价格高昂,年花费动辄十几万元;要么配套简陋,达不到品质养老的需求。”陪同父母前来的刘

女士告诉记者,一番了解过后,最打动她的是性价比,“这里的定位刚好处于北京高端康养项目与普惠型养老机构之间,而且紧邻地铁站,到北京东大桥站一小时左右。”

记者看到,社区内 6 栋公寓楼中有一栋正在加紧整装,其余的根据销售进度逐步开放,规划建设约 1000 套居所,设计了 45 平方米、90 平方米、98 平方米 3 种户型。

与“纯消费”形式的养老社区不同,这里主打产权式养老——购房者可以拿到 40 年不动产权证,房子可以继承、转让与出租。记者对比了解

到,松下壹品康居周边的毛坯商业公寓每平方米单价在七八千元左右,这里带精装修与松下全套智慧系统的公寓,每平方米单价在 1.3 万元至 1.5 万元之间,一套 45 平方米的房子总价约在 60 万元至 65 万元间。

当天正在签约的一对老夫妇给记者算了一笔账:“这里 45 平方米的房子按五年长租算,每月房费 3500 元,服务费 1 人一个月 1500 元,钱交出去就回不来了。而买下产权就是自己的房子,我们不关注涨跌,就想住得安心。”

松下壹品康居营销总监胡路涛透露,项目以产权房源为主,租赁房源为辅,兼顾长期定居与短期体验需求,目前已有近 70 套房源完成预定,大多数下单预定的都是自主规划养老生活的北京老人。

(下转 A2 版)



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