

消费日报

2026年9月8日
星期二
总第9259期
第6318期
今日4版

前7月我国服务进出口总额同比增长8.3%

本报讯 商务部9月3日发布数据显示,今年1至7月,我国服务进出口总额44467.1亿元,同比增长8.3%。数据显示,1至7月,我国服务出口17732.3亿元,同比增长17.1%;服务进口26734.8亿元,同比增长3.2%。服务贸易逆差9002.5亿元,同比缩小1763.3亿元。

(辛文)

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

激活消费动能 零售业创新提升试点再扩围

商务部等四部门办公厅近日印发通知,公布第二批32个全国零售业创新提升试点城市名单。从东海之滨到西北戈壁,从千年商埠到新兴都市,一场以“创新”为引擎、以“消费”为导向的零售变革正在全国铺开。

32城试点加速落地 地方探索亮点纷呈

此次入选的32个城市涵盖东中西部多个省份,包括河北省秦皇岛市、保定市,山西省晋中市,内蒙古自治区呼和浩特市、乌海市,辽宁省鞍山市,黑龙江省鸡西市,江苏省无锡市、扬州市,浙江省宁波市、温州市,安徽省芜湖市、安庆市,福建省漳州市,江西省九江市,山东省青岛市、烟台市,河南省开封市、许昌市,湖北省襄阳市、宜昌市,湖南省衡阳市,广东省东莞市、江门市等。截至目前,全国共有70个城市获评试点。

通知明确,建议试点侧重方向包括“一店一策”场景化改造、供应链提升、数字化赋能、多元化创新等。试点城市要在政策创新、管理创新、模式创新等方面大胆探索,加快构建供给丰富、布局均衡、渠道多元、服务优质、智慧便捷、绿色低碳的现代零售体系。

各试点城市迅速行动,因地制宜推出创新举措。宁波将通过两年试点建设,围绕场景化改造、品质化供给、数字化赋能、多元化创新、供应链提升五大维度,实施“商旅文融合”场景焕

新、“宁波制造”品质供给、“数字孪生”智慧赋能等七大行动,对标国际一流商圈打造国际购物之都。青岛在零售创新方面已积累深厚基础,截至去年底,已完成12大核心商圈智慧化改造,建成台东步行街等5个省级以上智慧商圈试点,今年上半年落地首店60余家,并已获得“消费新业态新模式新场景”和“国际化消费环境建设”两项国家级试点,合计获得5亿元中央财政补助资金。同样值得关注的是,扬州将“文旅优势”转化为“消费增量”,2025年社零总额同比增长5.5%,增幅连续4年位居江苏省第一;依托“苏超”赛事IP打造“核心商圈+文旅地标”立体观赛网络,全市30多个商业综合体设置直播大屏,每场赛事第二现场观赛超20万人次。另外,襄阳、宜昌双双上榜后,湖北累计获评4个试点城市,湖北省商务厅表示,下一步将加快建设武汉、襄阳、宜昌、十堰等试点城市,深化商文旅体健业态融合,打造一批带动性强的多元零售场景,推出一批融合创新的业态模式。

首批38个试点城市的成效同样亮眼。北京、上海、广州等38个第一批全国零售业创新提升试点城市按照文件明确的侧重方向,积极推动存量商业设施“一店一策”改造,成功推出一批消费新场景,培育一批消费新业态,起到了很好的示范引领效应。

创新供给激活消费 零售业转型正当时

地方实践如火如荼,而如何从更深层次理解这一轮零售业创新提升的内在逻辑,专家们给出了各自的研判。在多位学者看来,其核心在于以创新供给激活消费新需求,推动行业从粗放经营向精细化、数字化、体验化转型。

中国商业联合会专家委员会委员赖阳表示,我国零售业正处于结构性转型的关键期,线上流量红利见顶,线下实体面临设施老化、体验同质化等挑战,传统粗放经营模式已难以为继。

首都经济贸易大学消费大数据研究院教授陈立平表示,零售创新应围绕创新供给以及创造需求主题展开,通过优质产品创造需求,通过卖场体验升级创造需求,真正激发消费者购买欲望。

“传统零售的供给逻辑是‘大而全’的商品陈列,追求SKU(库存量单位)覆盖率。现代零售体系强调非标供给,其本质是将零售空间从‘货架’转化为‘内容容器’。”中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端认为,“Z世代”、银发群体、国际游客等不同客群,在不同场景中获得差异化的内容体验,零售的供给单位从“商品”细化为“场景+内容+服务”的复合单元。

此前商务部印发的《关于加快零售业创新发展的意见》围绕规划布局、供给质量、业态模式、数智化转型等五大

维度提出系统性举措,为零售企业指明了发力点。文件特别提出“一店一策”打造新场景,利用现代商贸流通体系建设试点等政策,推动商业设施空间重构、业态更新、数智化改造。这意味着,过去千店一面的购物中心和大卖场将迎来个性化改造浪潮,每个商业体需根据周边客群特征重新定义自身形态。

“正是首批试点的积极成效,为第二批试点扩围积累了经验、奠定了基础。”对于未来的发展,中国城市发展研究院投资部副主任袁师预计,全国零售业创新提升试点工作将呈现出更多元、更深入的趋势。首先,试点城市的创新实践将更加注重场景化与体验感,满足消费者对“一站式”生活服务的需求。其次,绿色零售将成为重要的创新方向,试点城市会推动零售企业减少包装浪费、推广绿色产品、优化物流配送的碳排放,实现零售业可持续发展。再次,数字化技术的应用将更加深入,提升零售的智能化水平。同时,试点城市之间的交流与协作将不断加强,形成跨区域的创新网络,共享创新经验与资源,推动全国零售业协同发展。未来,随着试点工作的推进,我国零售业将逐步形成以创新为驱动、以消费者为中心、融合线上线下、覆盖城乡区域的高质量发展格局,成为推动经济持续增长、满足人民美好生活需要的重要力量。

(综合)

资讯

《促进数字化绿色化协同转型发展实施方案(2026—2030年)》发布

持续推进智能工厂和绿色工厂创建

本报讯 近日,中央网信办等七部门联合印发《促进数字化绿色化协同转型发展实施方案(2026—2030年)》(以下简称《实施方案》),明确了“十五五”时期推进数字化绿色化协同转型发展(以下简称“双化协同”)的思路目标、重点任务和政策举措。

《实施方案》明确,到2030年,人工智能低成本、高效率优势更加彰显,深度赋能绿色低碳技术创新和产业发展,算力设施、5G基站等新兴领域用能效率大幅提升,推动算力设施等重点领域

可再生能源电力消费水平达到所在省份可再生能源电力消纳责任权重水平,农业、制造业、贸易、消费、城市运行等重点领域数字化绿色化深入推进,数智技术赋能生态环境治理能力持续提升,双化协同发展模式有力支撑经济社会发展全面绿色转型和高质量发展。

《实施方案》围绕“十五五”发展目标,部署了4个方面14项重点任务。一是推动数智技术与绿色技术融合创新,发展绿色高效人工智能技术,推动人工智能赋能绿色低碳技术创新。二是提

升新兴领域用能效率,推动算力设施、通信基站、数字企业绿色低碳发展。三是深化重点领域双化协同应用,推动农业、制造业、贸易、消费、城市运行等领域数字化绿色化和生态环境智能化治理。四是夯实双化协同基础支撑,优化发展环境,提升数字化碳管理水平,深化国际交流合作。

其中,在深化重点领域双化协同应用方面,《实施方案》提到,实施传统产业焕新行动,聚焦冶金、化工、轻工、纺织、机械、船舶等行业领域,支持企业广

泛运用数智技术、绿色技术,促进设备更新、工艺优化、管理创新。培育做强工业互联网平台,大力发展面向重点行业、关键场景的智能化软硬件产品和解决方案,加快发展新一代智能制造、绿色制造。鼓励工业企业和园区建设数字化能碳管理中心,集成能效对标、能效平衡与优化、用能与碳排放预算管理、碳排放和碳足迹核算、供应链碳管理等功能,实现对能源消耗和碳排放的精准化计量、精细化管理、智能化决策与可视化呈现。持续推进智能工厂和绿色工厂创建,引导企业围绕能源低碳化、资源高效化、生产洁净化和产品绿色化等,实施“智改数转网联”和绿色低碳技术改造。

(辛文)

前8月共新开国际航空货运航线115条

货物结构以跨境电商货物、高端制造业货物等为主

记者从中国物流与采购联合会了解到,今年以来,我国国际航空货运网络持续织密,前8个月,全国共新开国际航空货运航线115条。

据中国物流与采购联合会航空物流分会统计,8月份全国共新开11条国际航空货运航线,每周增加往返航班量34个。截至8月31日,2026年全国共新开115条国际航空货运航线,每周增加往返航班量292个。航向结构方面,今年新开辟航线中,亚洲航线

57条,欧洲航线41条,北美洲航线13条,非洲航线3条,南美洲航线1条。货物结构以跨境电商货物、高端制造业货物、高附加值货物、电子产品、汽车配件为主。

专家表示,我国国际航空货运网

络持续织密完善,全球通达效能不断增强。亚洲仍是航线拓展的核心阵地,欧洲空中货运通道保持平稳运行,非洲、北美等方向布局持续补位。市场参与主体日趋多元,境外航司开辟航线的参与度持续提升。货运货源兼

顾跨境电商、生鲜农产品及高端制造等多个品类,供给结构保持丰富多元。在外贸市场需求驱动下,航空货运持续保障各类跨境货物高效流转,有力服务我国外贸多元化发展大局。

(央视)

我国将加快建设“六张网”项目库

记者从国家发展改革委获悉,国家发展改革委有关负责人日前主持召开“六张网”重大项目协调推进机制会,研究完善政银企协作机制和项目库建设。

会议专题研究推动各牵头部门和地方加快建设“六张网”项目库,加强与金融机构的信息共享,实现高效

“投贷联动”;加快梳理一批具有吸引力的工程项目向社会公开推介,鼓励多元主体参与;更好发挥政府投资的撬动作用,同步完善价费形成等机制和配套支持政策,推动商业模式创新和形成共同推进“六张网”建设的合力。

今年以来,水网、新型电网、算力网、新一代通信网、城市地下管网、物流网“六张网”规划建设持续推进,其中既包括新基建建设,也包含传统基础设施建设。据国家发展改革委初步估算,今年“六张网”及相关重点领域建设投资规模将超7万亿元。

(工人日报)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfrbjw@163.com

消费时评

Consumption commentary

盐水鸭风味酸奶、酸菜鱼牛奶、白切鸡牛奶、猪脚姜牛奶……当一道道地方名菜与乳品相“融合”时,一场关于“怪味牛奶”的创新浪潮正在区域乳企中加速蔓延。

有人觉得这是乳企的大胆破圈,也有人质疑这是为了博眼球的营销噱头。无论如何,这些猎奇产品已经成为近年来乳业市场一道独特的风景线。它们带来的不仅是味觉上的冲击,更折射出区域乳企在存量竞争时代的一种突围焦虑:面对全国性乳业巨头的渠道优势和品牌压力,如何找到属于自己的差异化道路?

从这个角度看,“怪味牛奶”的出现也许是市场竞争逼出来的一种创新“策略”。

长期以来,乳制品行业高度同质化。纯牛奶、酸奶、风味乳饮料等传统品类竞争激烈,头部企业凭借规模、供应链和渠道优势占据市场主动,而区域乳企往往难以在全国化竞争中正面抗衡。因此,挖掘地方文化、绑定区域美食、打造特色标签,成为不少区域品牌寻找突破口的重要方式。

把地方美食融入牛奶,本质上是在销售一种“文化体验”。消费者购买的并不只是产品本身,更是一种新鲜感、一种地域情怀,甚至是一份社交谈资。对于游客而言,一盒地方特色牛奶可以作为伴手礼;对于年轻消费者而言,一款足够新奇的产品具有天然的话题传播属性。

这正是“怪味牛奶”能够迅速走红的重要原因。

在社交媒体时代,产品首先需要被看见。一个足够有话题性的新品,可能通过消费者自发传播获得巨大曝光。“怪味牛奶”抓住了这一点,让一些区域品牌获得了过去难以想象的全国关注度。

但问题也同样明显:流量并不等于销量,出圈也不代表成功。猎奇产品最大的挑战,在于如何跨越“尝鲜消费”的短周期。消费者愿意因为好奇购买一次,但未必愿意长期复购。如果产品最终只能停留在“拍照分享”“网上讨论”的阶段,那么再高的热度也难以转化为稳定市场。

事实上,不少网红新品都曾经经历类似轨迹:上市时引发热议,销量短期增长,但随着话题热度消退,很快被消费者遗忘。对于乳企而言,创新不是制造一次性的消费刺激,而是建立持续的产品价值。因此,“怪味牛奶”真正的竞争,不应该停留在“谁的创意更大胆”,而应该进入“谁的产品更有生命力”的阶段。

当然,创新也不能成为忽视产品品质的借口。消费者可以接受新奇,但最终吸引消费者的,依然是口感、安全和品质。过度依赖概念包装,甚至为了追求猎奇而牺牲品质属性,只会透支品牌信任。

从“怪味”到“长红”,区域乳企需要的不只是一次营销爆点,更是一套长期经营逻辑。在乳业竞争进入深水区的今天,创新没有错,年轻化没有错,借助地方文化破圈也没有错。但真正成熟的市场竞争,最终比拼的不是谁更会制造话题,而是谁能把话题沉淀为产品价值,把流量转化为忠诚消费。

「怪味牛奶」流量狂欢之后要回答市场长青之问

肖睿平

图片新闻

山东荣成：“中国无花果之乡”加工忙



山东省荣成市是中国青皮无花果主产区之一,被誉为“中国无花果之乡”。当地近年来推行“公司+基地+农户”发展模式,深耕无花果特色产业,开展干果、果汁等深加工,推动产业提质增效。

图为工人们在加工无花果。

(中新网)

● 消费日报社出版

● 社长、总编辑:赵曦

● 副总编辑:张丽娜

● 责编:闫利

● http://www.xfrb.com.cn

● 北京市丰台区定安东里20号楼

邮编:100075

● 监督电话:67600827

● 总编室:67605115

● 经营中心:67604888

● 发行部:67604545

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

地址:北京市朝阳区金台西路2号

● 照排:网络照排中心

● 零售价:2元