CONSUMPTION DAILY

消费日报

2026年10月20日
星期二
总第9283期
第6342期
今日4版

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

微报眼

前三季度全国铁路发送旅客37.1亿人次

记者从中国国家铁路集团有限公司获悉:前三季度,全国铁路累计发送旅客37.1亿人次,同比增长4.8%,创历史同期新高。

前三季度,全国铁路累计开行旅游列车2860列,同比增长25.5%,其中旅游专列1613列、旅游专线列车1247列。开行“歌迷专列”“球迷专列”等947列,带动餐饮、酒店、文旅等产业发展。

(民 文)

前三季度我国外贸发展“快、新、优、好”

10月16日,国新办就2026年前三季度进出口情况举行新闻发布会,海关总署新闻发言人、副署长王军介绍,今年前三季度,我国外贸发展的特点可以用“快、新、优、好”四个字来概括,具体如下:

“快”,就是增长速度快。纵向看,前三季度外贸增速是近5年同期中最快,季度和月度增速也总体呈现加快态势。横向看,最新国际数据显示,贸易增速在主要经济体中位居前列,我国继续稳居全球货物贸易第一大国地位。

“新”,就是发展动能新。从实践看,随着我国先进制造业不断做大做强,产业体系升级和融合发展加快推进,持续为外贸增长焕新赋能。前三季度,工业机器人、电子元件、电脑零部件、电工器材等产品进出口合计超10万亿元,增长58.9%,拉动整体进出口增长11.3个百分点。“中国制造”品牌影响力持续提升,自主品牌出口增速达26.7%,占出口的24.8%,比重较去年同期提升两个百分点。

“优”,就是贸易结构优。前三季度我国贸易伙伴稳定多元,各类型企业齐头并进,外贸发展均衡协调。从跨境物流通道来看,结构也在进一步优化。前三季度,我国与周边国家经贸合作不断加深,粤港澳大湾区深度融合发展,带动公路进出口占比提升3.4个百分点。随着高技术产品、高附加值产品以及鲜活农食产品贸易规模扩大,空运进出口增长37.2%。

“好”,就是开放质效好。我国开放的“大门”越开越大,国际经贸互利合作空间不断拓展,为全球产供链稳定提供了可靠供给,也为全球企业共享中国市场提供了机遇。前三季度,我国对超过120个国家和地区进口和出口实现双向增长。

从消费端来看。针对当前全球消费领域场景化、个性化的趋势,走“量”更走“心”,不仅重视“大订单”,也心系“小需求”。例如,近年来,沉浸式的第一视角短视频作品日益火爆,国内企业“量体裁衣”,开发了具备人物跟随、语音手势控制、AI自动剪辑等功能的便携式拍摄设备,深受全球短视频创作者的青睐。前三季度,我国出口数字相机增长了40.5%。类似的产品还有不少,从完美适配野外露营等场景需求的迷你制冰机,到即装即用的便携式空调,“中国造”带着高品质和硬技术跨洋出海。

总体来看,前三季度我国外贸增势强劲,为全球经贸增长注入强大动能。同时,世界经济仍具韧性,我国有超大规模市场和完整产业体系的优势支撑,存量和增量政策协同显效,下阶段我国外贸仍然具备稳定增长的基础和条件。

(综 合)

消费时评 Consumption commentary

符号溢价退场 文旅消费回归价值本位

□ 肖睿平

近日,“年轻人告别景区‘冤种三件套’”登上热搜。被网友戏称为“冤种三件套”的文创雪糕、城市冰箱贴、景区护手霜风光不再,不少游客到店打卡拍照,却不愿掏钱购买。调研显示,近六成受访者认为景区伴手礼定价偏高、性价比不足。曾经依靠印上景区标识就能实现高溢价的流水线文创,正在遭遇年轻消费者集体冷遇。

舆论多将此归结为年轻人消费理性觉醒,拒绝打卡式符号消费。但这件事的深层启示,远不只是消费观念变化这么简单,这场发生在景区商铺里的消费取舍,本质是消费主权的重新确立,倒逼整个文旅供给体系告别“靠资源垄断收割流量”的旧路径。

很长一段时间,景区商业走的是一套简单粗暴的变现逻辑:手握景点空间资源,天然锁定游客流量,商家不必深耕在地文化,不用打磨产品工艺,只需外购通用小商品,贴上景区标识,就把普通日用品包装成旅行纪念符号。过去信息不对称,游客习惯购买一件纪念品,当作“到此一游”的凭证,符号价值压倒实物价值,高额溢价也因此成立。

互联网抹平信息差之后,这套模式难以为继。同款冰箱贴、护手霜线上随处可买,价格透明。年轻人旅行诉求已经迭代:旅行不再是向外证明“我来过”,而是向内感受“我体验过”。所谓“只薅不买”,不是年轻人不愿为旅游花钱,而是拒绝为空洞的景区标识付费。他们剥离商品附加的打卡光环,重新衡量产品本身的文化含量、审美质感与实用价值。这不是消费降级,而是消费筛选。

市场正在清晰分化:流水线复刻的“冤种三件套”卖不动,而真正扎根地域文化、承载独特故事的文创产品依旧广受追捧。消费者并没有合上钱包,只是把消费留给有诚意的供给。这一现象戳破一个行业误区:文旅IP不等于简单印景区标识,景区资源不等于随意定价的特权。溢价,应当来自文化挖掘、匠心设计与沉浸式体验,而不是依托景区空间垄断形成的信息差价。

游客用消费行为投票,是市场自发的纠偏,对文旅行业而言,这不是危机,而是转型契机。粗放售卖纪念品的时代已经落幕,文旅商业需要跳出货架思维,从卖商品转向卖体验、传文化。唯有沉下心挖掘本土文脉,打磨产品品质,优化消费场景,让溢价匹配真实价值,才能接住新一代消费者。

消费市场的底层逻辑永远不变:短期可以靠符号营销赚快钱,长期只能靠真实价值留住人心。年轻人放下景区“冤种三件套”,是在提醒市场:文旅消费的重心,早已从货架转移到旅途体验本身。

邮发代号81-9
国内统一刊号CN11-0057
消费日报
共赢合作
欢迎订阅2027年《消费日报》
全年定价396元
发行电话:010 – 67604545
全国各地邮局均可订阅
消费日报社由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
新闻传播定位:产业基础上的市场化表述
综合服务平台:为行业企业品牌提供服务
扫码订报

北京确立“十五五”国际消费中心建设蓝图

到2030年建成彰显大国首都风范的国际消费高地

“到2030年,消费对首都经济发展的基础性作用更加稳固,服务消费供给提质扩容,商品消费能级稳步攀升,新业态新模式新场景持续涌现,消费空间布局更加完善,消费环境不断优化,在国际知名度、消费繁荣度、商业活跃度、到达便利度、消费舒适度等方面走在前、作表率,建成彰显大国首都风范的国际消费高地。”

日前,北京市正式印发实施《“十五五”时期深化国际消费中心城市建设规划》(以下简称规划),确立了发展目标。

规划设置了9项预期性指标,到2030年,市场总消费额年均增速5%左右,北京口岸出入境人数占全国比重达到3.8%左右,国际体育赛事数量保持稳定,城市一刻钟便民生活圈先行试点行政区数量达到8个,特色消费街区数量达到65个,离境退税商店数量达到5000家,首店引进数量年均达到8687家,飞机起降数量达到85万架次以及高铁,动车到达次数保持增长。

规划围绕服务消费、商品消费、消费新业态新模式新场景、消费空间、消费环境五方面,提出“十五五”时期23项重点任务,并设置4个专栏。

在释放服务消费潜力方面,规划落实扩大高品质服务消费相关要求,突出首都特色,提出繁荣文化旅游消费、扩大体育消费、提质健康消费、丰富教育和培训消费、拓展会展消费、升级生活服务消费,更好满足人民群众个性化、多样化、品质化服务消费需求。

在推动商品消费扩容升级方面,规划提出优化住房消费新供给、延伸汽车消费链条、推动老字号传承发展、优化国潮时尚供给、推动消费绿色转型,推动商品消费稳步扩容、能级持续攀升。

在培育打造消费新业态新模式新场景方面,《规划》顺应居民消费需求变化趋势,提出创新数字消费、做强首发经济、繁荣夜间消费、培育体验式消费、推动文商旅体展深度融合,持续激发消费新动能,形成更多消费新增长点。

在优化商业消费空间布局方面,规划坚持全域统筹,完善多层次、差异化、全覆盖的消费空间,提出打造四大城市活力片区消费新地标、提升多层级消费集聚区品质,构建布局合理、功能互补、特色鲜明的消费空间体系,增强城市消费活力和国际吸引力。

在改善消费环境方面,规划提出不断提升航空枢纽服务能力、着力提高入境消费便利化水平、营造安全放心的消费氛围、优化公平诚信的营商环境、引育优质消费经营主体,提升北京国际消费中心城市的全球影响力、竞争力和美誉度。

北京市商务局相关负责人表示,规划的实施将进一步增强北京消费市场的全球吸引力和资源配置能力,助力首都经济社会高质量发展,不断满足人民日益增长的美好生活需要。

(辛 文)

庆祝长征精神 奋进复兴征程

青海班玛县弘扬长征精神——红色薪火永传 团结花儿长开

“红军走了,村寨空了;村寨空了心不焦,心焦的是红军走了……”青海省果洛藏族自治州班玛县,一首当地歌谣传唱至今。

班玛是红军长征途经青海的地方。这首歌谣饱含浓浓的军民鱼水情,涌动着民族团结一家亲的暖流。

2021年6月,习近平总书记在青海考察时来到海北藏族自治州刚察县沙柳河镇果洛藏贡麻村。总书记指出:“长征的时候,红军路过少数民族居住地区,和我们的少数民族同胞,就像兄弟姐妹一样,留下了很多美丽的故事。”“现在,我们共产党的各级干部到哪都要问一声乡亲们:还想过什么样的好生活?更好的生活,我们一起来推动、来实现。”

牢记殷殷嘱托,站稳人民立场,青海坚持生态优先、绿色发展,立足资源禀赋、发挥比较优势,扎实推进乡村全面振兴,走好新时代的长征路。

一片豌豆地,照见为民初心——

旋转锁“咔咔”转动,在班玛县档案馆,馆长任小鹏翻出一张照片。照片中,梯田和原始森林混杂,红军来时,正是豌豆开花结荚的时候。

“梯田里种的是豌豆和青稞。”任小鹏指着照片说,“灯塔乡班前村的老人们回忆,红军没有一人进地里,而是挖野菜、捡牛羊骨熬汤喝。”

子木达沟,今天的名字叫红军沟。国庆假期,在红军沟爱国主义教育示范基地,红军沟纪念馆里前来研学、参观的游客很多。

登上瞭望楼,湍急的玛柯河环抱着红军沟。班前村那片曾经的豌豆地,黑青稞正迎来收获。

红色初心,薪火相传,一代代人接续奋斗。如今的班玛县,牦牛产业作为带动农牧民增收致富的支柱产业,已逐步形成“养殖—加工—销售—餐饮—文旅”链条,全县11.85万头牦牛获得国家有机产品认证。青海全省牦牛、藏羊产品全产业链产值突破180亿元,带动50.6万户农牧民增收。

一座山,代代接力守护——

“风雨冰雹交加”“浑身湿透”……当年红军日记的字里行间,满目艰险。

红军沟纪念馆后的红军墓前,多年来哈达不断。在每个班玛人心中,红色是一种永不褪色的温暖。

班前村党支部原书记尕玛求是全国劳模,在他的组织下,村民们整理出代代口耳相传的红军故事,征集管护散落在民间的革命老物件,对红军沟、红军亭、红军桥、红军墓等遗存逐一修缮维护。

红军沟的后人们,守护红色,也守护着绿色。

班玛县的林区一度陷入困境。“上世纪七八十年代,村里路上全是拉木头的大车,排着长队往外运。”后来,尕玛求组织村民植树造林,如今山林复绿。

地处三江源国家级自然保护区核心地带的玛可河林区,森林覆盖率已增长到69.58%。沿玛柯河前行,路上不时闪出藏猕猴、猞猁。

倾心护林,林下生金。班玛县在海拔3500米以上成功实现羊肚菌人工种植,高原特色菌种产业示范园的67座大棚富了群众口袋。

一口锅,见证团结合力——

红军沟纪念馆二楼展厅最显眼的位置,是一口锅,锅身浮雕斑驳可见。

“这是红军和当地群众交往的见证,是‘镇馆之宝’。”原班玛县旅游局局长雅格多杰,当年亲手从藏族老人求保手中接过了这口锅。

红军经过班前村时,求保的父亲索多曾邀请红军战士住进家中。那几天,红军战士帮索多一家砍柴挑水,教他们说汉语,索多则拿出糌粑和酥油茶,给红军战士讲当地的风俗。临别时,红军战士把这口锅留给了他。

2019年,班玛红军沟被正式命名为全国民族团结进步教育基地。民族团结的故事续写至今,目前,青海省所有市(州)和98%的县(区)建成全国民族团结进步示范区。“舌尖上的拉面”“指尖上的青绣”“石榴籽家园”等成为民族团结的新名片。

10多年来,在上海市对口支援下,果洛藏族自治州已实施98个交往交流交融项目,组织2.1万余人次赴北京、上海、江苏研学交流。一名藏族小姑娘在研学日记里写下:“黄浦江的水和黄河源的水,流到海里就分不清了。”

民族团结的火种,燃成高原上不灭的灯。 (人民日报)

本报新闻职业道德监督岗
电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfrbjw@163.com

搜狐新闻客户端 快来扫扫我吧! 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

● 消费日报社出版 ● 社长、总编辑:赵 曦 ● 副总编辑:张丽娜 ● 责编:刘 元 ● 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