

新场景引燃热情 消费市场走出稳中向好发展曲线

上半年社会消费品零售总额 245458 亿元，同比增长 5.0%，比一季度加快 0.4 个百分点——我国消费走出了稳中向好的发展曲线。

数据背后，是一系列蓬勃发展的新动能：消费品“以旧换新”效能持续增强，今年以来销售额达 1.4 万亿元，已超去年总额；新业态新模式火热，“苏超”、演出、文化展览等有力激活文旅、餐饮市场；二次元、国潮等方兴未艾，成为吸引年轻人的“流量密码”……

近日，记者走访多地，发现从商品消费到服务消费，“新”字成为激发市场活力的重要“密码”，也为接下来的消费增长提供支撑。

“以旧换新”销售额超 1.4 万亿元

随着政策扩围加力，家电、手机、电脑等产品持续热销。国家发展改革委 6 月 26 日发布的数据显示，今年以来“以旧换新”相关商品销售额超过 1.4 万亿元。

“消费品‘以旧换新’已成为当前扩内需、稳增长的关键引擎。”国务院发展研究中心市场经济研究所研究员漆云兰接受媒体采访时表示。

漆云兰认为，其作用与成

效主要体现在以下方面：一是直接拉动消费规模扩张。2025 年以来，“以旧换新”政策加力扩围，带动相关消费品销售额显著提升。二是推动相关消费品结构升级和相关产业链转型跃升，助力相关产品消费结构升级，同时促进产业链协同发展。三是乘数效应显著。据 2025 年一季度相关数据，每 1 元财政补贴平均撬动 11.2 元社会消费。

新业态带动作用显著

除了商品“焕新”对市场的激发作用，新业态新模式新场景层出不穷，也成为消费市场重要的增长动力。

在江苏，足球热浪有力地激发了当地文旅、餐饮市场活力。7 月 20 日晚，江苏无锡滨湖区湖滨商业街东广场上摆满了排档桌椅，龙虾摊的烟火升腾缭绕，球迷与食客的身影重叠在一起。

当天适逢湖滨商业街夏季促消费活动。

记者看到，这条全长 1.38 公里的“国字号”商业街，汇聚 370 余家知名餐饮品牌，现场吸引大量人流。“猴哥龙虾”“脸盆龙虾”“爆父龙虾”……各色龙虾摊位招牌在街区沿线“争

奇斗艳”。

看球之余，来一场沉浸式的休闲娱乐也成为不少游客的选择，扬州搓背、南京旅拍、苏州评弹、淮安游船都受到热捧。美团数据显示，“苏超”赛事以来，江苏省休闲娱乐消费线上订单稳居华东第一，同比增速达到 40% 左右。

热闹的新消费场景在全国遍地开花：“上海之夏”国际消费季已经启动，共将组织 300 余场“好来、好玩、好购”活动，充分展现上海夏日活力和魅力；广西将围绕“潮玩暑期 惠燃广西”主题，推出 2000 余项文旅、餐饮、体育消费活动；福建的“全闽乐购”缤纷夏日消费季展现浓郁的闽南特色，吸引全球旅客……

在赛事、演出、文化展览、主题市集等新消费场景带动下，服务消费进一步扩大，成为消费市场的又一亮点。国家统计局数据显示，上半年，服务零售额同比增长 5.3%，增速比一季度加快 0.3 个百分点，高于同期商品零售额 0.2 个百分点。

“随着促进服务消费系列政策效应不断释放，高品质服务供给完善扩大，多样化、个性化消费场景日益丰富，服务消费持续提质扩容。”国家统计局贸易外经统计司司长于建勋说。

下半年消费有支撑

“上半年中国消费市场，在一系列扩内需、促消费政策带动下趋于活跃，发展态势向好。”国家统计局副局长盛来运说，这意味着下半年消费发展是有支撑的。上半年的消费支撑因素、消费发展态势在下半年会得以持续。

盛来运同时表示，消费政策还会继续加力。有关方面已经对外宣布，下半年刺激消费补贴政策在陆续出台，各地也会继续出台相关措施促消费。

值得注意的是，消费品“以旧换新”热度有望持续。根据政策安排，今年支持消费品“以旧换新”的 3000 亿元超长期特别国债资金中，前两批 1620 亿元已下达，后续还将有 1380 亿元中央资金在三、四季度分批有序下达，为消费市场注入持续动力。

记者注意到，除了消费品“以旧换新”的最新一批国家补贴即将发布，培育消费新业态新模式也成为接下来的施策重点。近期多地在部署提振消费时屡屡提及“新”“潮”等关键词，比如，北京提出时尚场景育新；山西打造非遗国货“潮牌”“潮品”；上海联动国潮动漫、文化非遗等特色 IP，开发主题文旅

秀演项目……

日前，在上海举行的哔哩哔哩世界数字娱乐动漫文化博览会（BW2025），吸引了数十万“00 后”“05 后”年轻人背着“痛包”（即带有二次元徽章的包）来沪观展、旅游，带动周边休闲娱乐购消费热度上升。美团旅行数据显示，漫展举办当周，上海文旅预订增速环比上涨 35%，各地来沪机票预订量同比上涨近 50%。

国家信息中心经济预测部宏观经济研究室副主任邹蕴涵对记者表示，消费领域新增长点增强消费市场活力、扩大内需具有多维度、深层次的推动作用。

邹蕴涵进一步分析，一方面，以新供给填补消费空白。新产品新服务新业态新模式都以崭新的供给，更好满足了多元化个性化品质化体验化的、尚未被充分满足的消费新需求，在传统消费领域饱和的情况下，新增长点能开辟全新的消费赛道。另一方面，以新供给推动消费升级。新增长点往往伴随技术创新和品质提升，引导消费向高端化、智能化、绿色化转型，推动整个消费市场的品质升级。

据《经济参考报》

交通安全统筹新规发布，如何破除货车司机的便宜保险“陷阱”？

近一段时间，不少消费者投诉反映，一些打着正规保险旗号推销“机动车辆安全统筹服务”的公司在市场上混淆视听。日前，交通运输部、公安部、市场监管总局、金融监管总局、中华全国总工会等 5 部门办公厅联合印发关于规范交通安全统筹有关事项的通知。

为什么要开展交通安全统筹？推进这项工作有哪些好处？如何更好进行规范？对此，记者进行了采访。

规范交通安全统筹业务开展势在必行

“交通安全统筹是交通运输系统内开展的一种非经营性的行为。”交通运输部公路科学研究院副研究员范敏介绍，云南在 1993 年曾通过设立省交通安全统筹中心积累事故理赔专用资金，现在包括重庆物流集团在内的部分大型交通运输企业也会通过提取企业所属运输车辆的费用，统筹进行理赔。

但近年来，这个行为却成

为社会上一些机构眼中的“香饽饽”，导致安全统筹走了样。

来自市场监管总局的数据显示，全国已登记注册的经营主体中，经营范围中含“机动车统筹”“车辆统筹”“交通安全统筹”等内容的经营主体共 826 家，其中只有 11 家具备道路运输经营资质，其余均为交通运输企业之外的机构。

据了解，这些机构仅需在市场监管或行政审批部门登记注册取得经营主体资质，无需办理其他经营许可，便可借“统筹”之名行“保险”之实。“涉嫌非法经营商业保险，构成事实上的金融活动。”范敏说。

除此之外，这些机构普遍存在产品定价不规范、风险管控能力差等问题，特别是归集资金不受监管，容易被挪用或侵占，严重损害从业人员的合法权益。

“切实有效规范交通安全统筹业务开展，疏堵结合加强道路运输行业互助保障，当前势在必行。”范敏说。

提升企业和从业人员抗风险能力

虽然机动车辆安全统筹服务同样拥有在机动车辆发生事故后进行赔偿的约定，但由于其不属于商业保险，所以不能按照保险法的规定进行约束。

“机动车辆安全统筹并未纳入保险监管，如果运作方没有相应的偿付能力，拒赔甚至非法集资现象便会出现。”范敏说。

此次 5 部门办公厅联合印发的通知，明确交通安全统筹只能由大型交通运输企业组织实施。“经营主体在规模和营收上有了保证，一定程度上避免了发生事故后运作方‘跑路’的可能性。”范敏说。

除此之外，此次通知进一步明确了交通安全统筹是一种互助性非营利行为。

我国道路运输经营者普遍规模较小，议价能力有限，因此营运车辆保费普遍较高。以山东省道路货运行业为例，相关协会调研数据显示，营运货车每年保费约 1.5 万元，货车司机年收入约

10 万元，保费支出约占货车司机年收入的 15%。

范敏表示，交通运输企业面向自有车辆开展交通安全统筹的，不仅缴费相对便宜，还将开立资金专用账户，健全完善资金使用管理制度，同时自觉接受有关部门监督。“这将有效满足企业和从业人员互保和自保需要，提升抗风险能力。”

多措并举规范市场

治理假借交通安全统筹名义的非法经营行为，将成为规范交通安全统筹的重点。

根据通知，各地市场监管或行政审批部门要将本地区经营范围中含“机动车统筹”“交通安全统筹”等内容的经营主体登记信息及时向同级交通运输、公安、地方金融监督管理等部门共享，相关部门要逐一开展排查。

“对开展统筹业务的交通运输企业，要督促其严格面向自有车辆规范开展业务，严禁擅自扩大范围。对开展统筹业务的非交通运输企业，要依职责开展治

理。”范敏说。

治理市场乱象，需疏堵结合。根据通知，公安机关将会同交通运输、市场监管等部门，严厉打击假借交通安全统筹名义实施的各类犯罪行为。金融监管部门将严厉打击销售误导等违规行为；保险公司、保险中介机构不得与从事机动车统筹等业务经营的非金融持牌机构进行任何合作。

除此之外，健全交通运输行业管理机制，也是一项重要任务。

交通运输部运输服务司有关负责人表示，将鼓励保险企业积极参与营运车辆主动安防、视频监控，以及运输企业人员培训、隐患排查、应急处置、紧急救援、纠纷调解等事前事中风险防范工作，提升道路运输行业安全发展水平，打造风险减量新模式。

“各地各部门要建立健全信息共享、执法联动等长效机制，全面加强对交通安全统筹的业务监管、监测预警、风险防控和善后处置，切实维护从业人员的合法权益。”交通运输部运输服务司有关负责人说。据新华社