

# 努力让老百姓的消费底气更足

消费，一头连着百姓生活，一头连着千行百业，是满足人民美好生活需要的重要途径，也是经济增长的持久动力。近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》，着眼推动消费市场高质量发展打出政策“组合拳”，努力让老百姓的消费底气更足、预期更稳、信心更强。

当前，在多重因素影响下，消费者信心和预期偏弱、部分消费需求未充分满足、消费环境有待优化等问题仍客观存在。行动方案坚持问题和目标导向，

旨在从收入、供给、环境等多方面破除老百姓不敢花钱、不愿花钱等痛点难点，为消费市场注入强心剂。

让老百姓敢于消费，先要让老百姓的“钱袋子”鼓起来。行动方案把“促增收”放在首位，提出实施重点领域、重点行业、城乡基层和中小微企业就业支持计划，健全最低工资标准调整机制，解决拖欠账款问题，首次将稳股市、稳楼市纳入消费政策等，不仅强调促进工资性收入合理增长，还兼顾拓宽财产性收入渠道，旨在从根本上提升老百姓的消

费能力，稳住消费预期。

让老百姓愿意消费，就要顺应消费新趋势、满足消费新需求。好的产品和服务，消费者是愿意买单的。从优化“一老一小”服务供给，到发展入境消费，再到促进“人工智能+消费”，一系列务实举措回应百姓期待，加惠惠民提质，顺应消费潮流，不仅有利于释放我国差异化、多样化、多元化的消费潜力，还将带动产业加快转型升级。

让老百姓放心消费，还要让老百姓的消费信心强起来。针对人们反映突

出的养老育儿“隐形负担”、假冒伪劣“品质焦虑”等问题，行动方案精准施策，保障休息休假权益、研究建立育儿补贴制度、实施优化消费环境三年行动等多点发力，着力减少百姓消费的后顾之忧。

政策给力，贵在落实。当前，各地各部门正抓紧出台配套政策，因地制宜探索务实举措。以钉钉子精神抓好落实，用绣花功夫解决实际问题，将政策红利更好地转化为街头巷尾的烟火气、百姓生活的幸福感。 谢希瑶

## “AI+消费”如何打开新空间

网购时的“选择困难症”，相信你我都懂。

想入手电动牙刷，但产品繁多，选了几款有“眼缘”的商品放进购物车，保障休息休假权益、研究建立育儿补贴制度、实施优化消费环境三年行动等多点发力，着力减少百姓消费的后顾之忧。

联想到春节假期去购物中心的经历。路过某品牌化妆品专柜时，爱人被智能试妆镜吸引。轻点屏幕，便可一键切换口红色号，还能模拟不同妆容的效果，免除了反复涂抹的麻烦。“真美，这款多适合您！”在工作人员“助攻”下，她欣然买单。

看，无论线上还是线下，人工智能已化身“隐形导购员”，悄然融入生活。

《提振消费专项行动方案》提出“促进‘人工智能+消费’”，今年的《政府工作报告》部署“持续推进‘人工智能+行动’”，全国两会期间代表委员热议“人工智能+消费”的前景。消费市场加速转型升级，如何打通传统消费模式供需错配、体验单一、创新滞后等痛点？人工智能与消费相耦合，为我们提供了新的观察视角。

以新技术牵引新应用，消费新需求得以满足。从“被动筛选”到“精准捕获”，从“经验主义”到“数据驱动”，人工智能顺应了消费者新期待。不必说虚拟试衣、智能客服，也不必说辅助爬山的外骨骼机器人，单是浙江义乌商户运用人工智能大模型自动生成数十种语言的带货视频，卖出200万单袜子，就很能说明发展的趋势。

未来，人工智能可在更多领域精准洞察消费需求、有效提升消费环境。比如，面向文旅，可制定个性化的旅游攻略，帮助老年游客进行智能健康管理；针对房产交易，可通过数智人直播、“AI经纪人”等，简化交易流程。避免“新瓶装旧酒”，

注重技术创新与应用创新同频共振，促进“互联网+”迭代升级为“人工智能+”，将极大推动消费扩容提质。

用新场景打造新业态，不仅能为产业升级添助力，还能培育更多消费新模式。以开车出行为例，车主经常面临找车位的难题。如果借助人工智能打造开放平台，车主就能提前预约车位，及时获得避堵建议，平台也可根据车主日常通勤习惯推荐相应的低价充电时段等。推动停车行业从单一的停车费线上支付模式向停车经营智能化跨越，有利于车主“智慧停车”、车场精准运营。

人工智能不仅仅是技术赋能，更意味着一场产业变革。对平台与商家来说，既要善于创新，打造新的应用场景和商业模式，也要强化应用思维，变“想方设法推送产品给消费者”为“帮助消费者找到对的商品”。人工智能用好了，就能成为新产品新服务诞生的“孵化器”、拓展消费场景的“放大器”、提升产业效率的“加速器”。

《生成式人工智能应用发展报告(2024)》显示，我国初步构建了较为全面的人工智能产业体系，相关企业超过4500家，核心产业规模已接近6000亿元。这为发展“人工智能+消费”打下了坚实基础。推进人工智能产业链强链、补链、延链，还须瞄准芯片、算法、数据、平台、应用等上下游关键环节，进一步强化政策供给、凝聚政策合力。

同时，消费领域中小企业众多。供需错配、算力资源短缺与数据安全风险等，是其拥抱人工智能面临的共性问题。着眼场景挖掘、算力统筹、安全保障等关键领域，以政策促协同、优化资源配置，才能让人工智能成为普惠型基础设施，助力中小企业共建良好消费环境。

以人的价值为圆心，以技术创新为半径，画出提振消费的同圆心，激活经济“一池春水”，我们的生活也将更加美好。 李浩然

## 温暖“一老一小”幸福千家万户

在山东济宁任城区南苑街道“一老一小”服务中心，孩子们系上围裙，拿起擀面杖，有模有样擀着面皮，老人则巧手翻飞，把面皮捏成花瓣、元宝；江苏连云港海州区路南街道葵花社区的幼儿园里，每天都有老人来“打卡”，他们有的切磋棋艺，有的挥毫泼墨，欢声笑语不断；广东深圳南山区沙河街道一所托育园的草坪上，老人和孩子排着整齐的队伍，跟着节拍欢快起舞，其乐融融……同一片屋檐下的“一老一小”，勾勒出“老幼共托”的生动图景。

“一老一小”，是保障和改善民生的重要内容。年轻父母要上班，孩子谁来带？老人日常生活谁来帮？今年政府工作报告提出，“扩大普惠养老服务”“大力发展托幼一体服务，增加普惠托幼服务供给”，“老有所养”“幼有所育”牵系每个家庭的幸福生活与美好未来。在一些城市，“老幼共托”模式渐成风尚，为解决“一老一小”照护难题提出新方案。

从需求端来看，老龄化趋势叠加生育支持政策不断出台，人们对养老托幼服务的需求愈发迫切。托幼与养老，看似处于人生两端，需求却有诸多相似：幼儿园大多开在社区周围，以就近、便利为原则，居家养老服务亦如此；小朋友需要照看、辅助用餐等，与养老服务需求大同小异。对双职工家庭来说，如果能将老人和孩子安排在一起，压力能减轻不少。

供给侧，不少地方的幼儿园承受压力。将目光投向老年群体，探索“老幼共托”新模式，既能为老人提供生活照料、医疗护理，又能给孩子提供看护、教育等服务，让“朝阳”与“夕阳”在同一片屋檐下同享欢乐，既盘活了资源，也为托幼机构转型提供新路径。

黄发垂髫，怡然自得。老人与孩子的互动往往能产生奇妙的“化学反应”。孩子们的活力感染着老年人，而老年人的知识、经验也熏陶影响着孩子们。当绘本区添置书法角，滑梯旁有了适老化扶手，这种“时空折叠”催生出色彩收获——孩子们围着老人学剪纸、老人跟着幼师做手指操，幸福跨越代际稳稳传递。

“老幼共托”的尝试，不仅是社会服务与照护模式的创新探索，也是积极应对我国人口形势变化的务实举措。不少企业、机构都很看好这一新模式，截至去年年底，中国已有“老幼共托”相关企业36.2万余家。

不过也要看到，“老幼共托”可不是幼儿园加挂个牌子那么简单。托老和托幼虽有相似，但也有诸多不同，不仅需要的设施不同，对照顾人员的能力要求也有所差异。而且，两类服务涉及不同管理主体，实现“1+1>2”，还需要建立跨部门的协调和“政策包”精准滴灌，从而扩大优质服务供给。

作为新生事物，“老幼共托”还面临诸多挑战。但只要全社会共同努力，定能为“一老一小”撑起一片温暖的晴空，让每一位老人都能安享晚年，让每一个孩子都能茁壮成长，真正实现老有所颐养、幼有所育。 刘文字

## 从垃圾袋看产业创新

前几天，在家里打扫卫生，换垃圾袋时，不小心将一个新袋子撕破了。想着多买点备用，便打开购物软件一搜，商品描述里的关键词引起我的注意：“免撕”“可抽取”“一拉即收”“不脏手”……一个个卖点，精准匹配我的需求。

如此细分的厂商注意到并加以解决，惊讶之余，也引发思考，新的市场不正是这样开辟出来的吗？

随着时代发展，市场需求总会发生变化。不过，原来的需求并不是消失了，而是升级了。当现有的产品与升级的需求不相匹配，是推陈出新，还是因循守旧？想要迎头赶上，又该何处用力？

在消费需求日益多样化、个性化的当下，“一招鲜”往往很难“吃遍天”。就在不久前，大容量的“吨吨桶”还备受消费者欢迎，但近来，“越来越小”成为保温杯的新趋势。“迷你杯”“玲珑杯”“口袋杯”……这些体积小、重量轻、易携带的产品，满足了消费者通勤、出差、健身等不同场景的需求，销量颇为可观。

由此而言，细分的场景、多元的需求，是挑战也是机遇。主动应变，敏锐捕捉市场新动向并顺势调整，以新产品满足新需求，才能在激烈的市场竞争中抢占先机。

打开新的市场蓝海，既要在产品创新上寻思路，也要向技术创新要动力。实践证明，深耕技术创新，用好技术赋能，不仅能提高生产效率、降低成本，还能提高产品品质和性能，打造差异化竞争优势。

播撒创新的种子很关键，保持静候其破土生长的耐心和定力同样重要。

一根小小的吸管，藏着一家企业的成功密码。在塑料污染治理愈发受到重视的今天，专注吸管制度的浙江义乌市双童日用品有限公司却逐步做大做强。其中关键就在于创新。早在2005年，企业就开始研发可降解吸管。200项专利，吸管的专利数量占全球2/3……正是持续的创新，让其产品占据了3/4的国内市场份额、超30%的全球市场份额。

对于企业而言，转型发展的道路绝非坦途，创新也不是轻而易举就能成功的。选对方向就扎扎实实、埋头苦干、攻坚克难，方能有所突破、赢得回报。

垃圾袋的“创新故事”还启示我们，传统产业并不一定是夕阳产业、落后产业。向“新”求进，加快向高端化、智能化、绿色化转型升级，传统产业也能突破瓶颈、发展新质生产力，开辟发展新赛道、培育竞争新优势。

变则通，通则进。把力气用到正确的地方，在科技驱动创新引领创新方面下更大功夫，加快转型升级步伐，才能铸就“风雨不动安如山”的底气 and 实力。这也正是赢得市场、赢得优势、赢得未来的关键一招。 尹双红

## 票根经济



用演唱会门票抵火锅店代金券，拿景区门票换奶茶，甚至地铁票根都能在商场抽盲盒……时下，在全国各地悄然兴起一种全新的经济模式——“票根经济”。目前，上海已将“票根经济”纳入今年扩消费六大专项行动，明确推动“票根经济”与首发经济、银发经济等协同发展。在洛阳，火车票也被玩出了新花样，全国游客凭借终点站为洛阳的火车票、高铁票或电子订单，就可以半价游玩洛阳11家知名景区。

在“票根经济”的助力下，一场演唱会、一次观光的“终点”，成为一项新消费的“起点”。期待更多类似“票根经济”的创新消费模式出现，助力地方旅游经济高质量发展，为经济繁荣和发展注入新活力。王琪 文/图

## 场景化体验化成为城市旅游竞争趋势

近日，中国社会科学院财经战略研究院、中国社会科学院旅游研究中心与社会科学文献出版社共同举办了2024—2025年中国旅游发展专家研讨会并发布了《旅游绿皮书：2024—2025年中国旅游发展分析与预测》，与会专家围绕我国旅游业发展态势、城市旅游竞争趋势、数字化赋能旅游全场景消费、人工智能技术应用等问题进行深入研讨。

与会专家认为，城市目的地依然是旅游体验和旅游消费的重要市场，通过品牌建设塑造目的地的综合竞争力的场景旅游、强调深度体验和特殊探索体验的私家定制旅游、更加重视自我需求与性价比的反向旅游和平替旅游成为城市旅游休闲消费的主要方式。

与会专家指出，从目的地品牌建设引致的场景旅游来看，短视频平台发挥了重要的流量引导和互动参与作用。从强调消费体验的个性化旅游产品来看，自驾游、开放空间旅游成为城市旅游市场新趋势。得益于可自主规划行程路线、自由选择消费内容、享受更加舒适便利的出游空间等优势，自驾游市场快速增长。从消费市场涌现的反向旅游和平替旅游趋势来看，针对小众城市的独立和个性化消费选择显著增加。反向旅游和平替旅游的流行在一定程度上反映了旅游消费观念的转变，即摒弃对于传统热门目的地的盲目跟风，将性价比和有效需求的满足作为消费决策的首要考量，这一变化有望给非传统目的地和新兴旅游城市带来更多市场机遇。 高昂

## 婚姻登记“全国通办”化解“为爱奔波”之苦

记者从民政部获悉，近日召开的国务院常务会议审议通过《婚姻登记条例(修订草案)》。《条例》指出将施行婚姻登记“全国通办”，届时当事人办理婚姻登记不再受常住户口所在地限制。据了解，自2021年6月起，全国陆续有21个省(自治区、直辖市)开展了2轮婚姻登记“跨省通办”试点。截至2025年2月底，全国累计办理婚姻登记“跨省通办”49.2万对。

长期以来，婚姻登记与户籍深度绑定，成为横亘在流动社会中的一道无形门槛。对于跨省工作、生活的群体而言，结婚登记必须返回一方户籍地，意味着时间和经济成本的叠加，甚至可能因婚期延误而推迟结婚计划。这一制度设计源于早年政务信息化水平有限的时代背景，却在人口高度流动的今天显得格格不入。

从“跨省通办”试点到“全国通办”全面铺开，体现的是政策制定者对民生诉求的敏锐捕捉与务实回应。这一政策以法律形式确认了婚姻登记的跨地域自由，彻底打破了过去因户籍限制带来的程序桎梏，让无数为爱奔波的年轻人告别了“千里领证”的无奈，真正实现了“人在何处，爱在何处，婚姻登记便在哪里”。

值得一提的是，技术进步为婚姻登记“全国通办”提供了坚实支撑。随着二代身份证普及、

人脸识别技术成熟以及政务数据互联互通，身份核验的效率与准确性大幅提升，纸质户口簿的“证明使命”自然退场。“让信息多跑路，让群众少跑腿”，婚姻登记的“全国通办”，不仅简化了登记流程，更消解了传统户籍制度对个人生活的过度干预。

更深层的意义在于，这一改革折射出社会治理逻辑的转变。从“属地管理”到“全国通办”，从“严管审批”到“便捷服务”，政策背后是对公民权利与生活便利的尊重。配套推出的婚姻家庭辅导、婚俗改革等措施，更进一步凸显政策的系统性。

这项改革还印证了一个朴素道理：制度的生命力在于与时俱进。从取消单位开具婚姻证明到废除地域限制，婚姻登记制度的变迁，折射出公共服务从“管理人”到“服务人”的转型。在人口流动成为常态的今天，更多领域的制度创新值得期待。医疗、教育、养老等公共服务能否进一步打破户籍壁垒？社会治理能否更多倾听流动人群的声音？婚姻登记改革的成功经验，或许能为这些问题的解答提供镜鉴。

总之，婚姻登记“全国通办”，让无数爱情故事少了一份跋涉，多了一份从容。它告诉我们：社会的发展，在于让每个普通人的生活少一点周折，多一份尊严。 陈广江

## 创新惠老举措 发展银发经济

走转转。此前，铁路部门围绕购票、候车、乘车、交通接驳等出行各环节，推出了一系列适老化服务举措，还特别开设了以老年旅客为主要客群的银发旅游列车，构建起面向老年旅客的立体化关爱服务体系，既满足他们的文旅需求，也激活了旅游消费和银发经济的发展潜力。

当前，我国已进入中度老龄化社会。数据显示，2024年年末，我国60岁及以上人口突破3亿人，达到31031万人，占全国人口的22.0%；其中65岁及以上人口20223万人，占全国人口的15.6%。根据人口变化趋势，未来一段时间我国人口老龄化进程还将深化。

数量庞大的老年群体需要社会关怀与支持，同时，这一群体也蕴藏着巨大的消费潜能。2023年我国银发经济规模约为7万亿元，有机构预测，到2035年，银发经济规模有望达到30万亿元。不过，要变潜能为动

能，还需解决好相关问题，让老年人敢于消费、放心消费。

今年《政府工作报告》提出要大力发展银发经济。近日出台的《提振消费专项行动方案》也特别强调，积极发展银发旅游等产业，释放银发消费市场潜力。2024年，国办还印发了首个支持银发经济发展的专门文件……日趋完善的顶层设计将为银发经济高质量发展提供有力支撑和保障。

发展银发经济，大抵可从两个方向发力：一是供给端提质扩容，二是需求端减负增效。具体来讲，在供给端，紧跟老年消费新趋势，创新产品服务，为老年人提供更多元选择。比如，开发适合老年人使用的智能健康监测设备，方便老年人更好地管理健康；打造康养游、怀旧游等旅游产品，发展旅游养老，丰富老年人的精神文化生活等。在需求端，则需针对老年消费服务的痛点进行针对性提升和完善。

值得一提的是，随着银龄群体消费能力的提升，不法分子也盯上了这一群体。尤其人工智能泛滥而致，各种打着AI幌子的骗局层出不穷，让老年人防不胜防。因此，发展银龄经济，必须积极回应新形势新变化，加强监管与防范，为老年人筑牢安全防线。监管部门要利用技术手段监测可疑交易，及时预警并查处坑老骗老行为。同时，多部门需密切合作，加强对老年人的宣传教育，普及防诈骗知识，增强老年人的风险意识和辨别能力，守好老年人的钱包。

发展银龄经济，是满足老年人晚年优质生活需求、促进经济社会高质量发展的必然要求。期待更多行业和企业开拓思路、创新服务，发力营造关爱老年人的良好氛围，携手打造友善、贴心的“适老化”消费环境，让他们共享改革开放成果，共同绘就最美“夕阳红”画卷。 侯金亮