

提质扩容，发力新领域新赛道

作者：李浩燃 | 来源：人民日报 | 版面：第05版 | 日期：2025年12月13日

12月13日文章精读笔记

总论点：

分论点：

论据（案例）：

市场运行的细节中，蕴藏新的活力因子，折射经济脉动。几则消息，联系起来看，发人深思。

伴随“雪假”在新疆等省份落地，围绕冰雪运动、非遗体验、文化研学，文旅产品新意迭出，助力“冷资源”加速生成“热经济”。

提质扩容，发力新领域新赛道

作者：李浩燃 | 来源：人民日报 | 版面：第05版 | 日期：2025年12月13日

12月13日文章精读笔记

市场运行的细节中，蕴藏新的活力因子，折射经济脉动。几则消息，联系起来看，发人深思。

伴随“雪假”在新疆等省份落地，围绕冰雪运动、非遗体验、文化研学，文旅产品新意迭出，助力“冷资源”加速生成“热经济”。

寒风中，人们排队购买首发的“马墩墩”——北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”特别纪念版。从曾经“一墩难求”，到如今经典延续，文创产品生命力如此蓬勃。

电影《疯狂动物城2》上映首周，中国内地票房大幅领先北美，远超好莱坞预期。超大规模市场的能量，可见一斑。

作为畅通国民经济循环的重要环节，消费一头连着宏观政策，一头连着百姓感受。涌动的消费热潮，照见中国经济的韧性与活力，也再次印证，能够满足美好生活需要的产品和服务，永远不愁没有消费者买单。

如今，消费需求已从“有没有”转向“好不好”。“十五五”规划建议对“大力提振消费”作出部署，提出“扩大优质消费品和服务供给”。抓住供需适配这个“牛鼻子”，以优质供给满足多元需求，以消费升级引领产业升级，实现供需更高水平动态平衡，方能为经济高质量发展提供更有力的支撑。

系统施策，协同发力，促进供给需求“双向奔赴”。

举例来说，2014年至2024年，我国老年用品市场规模从2.6万亿元增长到5.4万亿元，为银发经济写下生动注脚。然而，家里老人说“想要的东西不好买”，创业的朋友感慨“老年用品不好销售”。为什么“难买”又“难卖”？本质上还是供需不匹配。

破解一些领域供需结构性错配问题，统筹兼顾是重要方法论。老百姓想要什么、喜欢什么，企业就该琢磨什么、生产什么，以优质优价的产品服务赢得市场。各类促消费政策，也应就此发力。比如，培育首饰、化妆品等领域高端品牌，打造适应个性化需求的智能终端新品，丰富低空观光、IP衍生品等供给种类。反过来，这也有利于形成新的消费增长点，扩大有效需求。

向“新”而行，拥抱开放，做好提质扩容文章。

新产品、新功能、新服务、新模式、新场景、新应用、新体验……“新”是促消费的密码。新质生产力的蓬勃生长，为高质量消费品的供给筑牢物质底座。依靠科技赋能，搭乘数字化、智能化快车，面向需求端改造提升既有产能，积极研发含“新”量高的产品，是赢得消费者的有效路径。

对外开放的大门越开越大，激活消费一池春水。新款香水、护肤品引人驻足，智能体测仓体验奇妙……今年进博会上，消费品展区新意与匠心迭出。新能源汽车实现从“产品出海”到“生态出海”，蜜雪冰城海外门店数超5000家，中国品牌、中国IP表现亮眼。比肩国际一流水准，引进来与走出去相结合，有利于持续提升消费能级。

革新理念，与时俱进，挖存量与拓增量并重。

看存量，传统消费领域依然有潜力可挖。拥抱“减重”消费热潮，浙江义乌一家服装企业加码瑜伽服生产，赚得“盆满钵满”。引入“食药同源”理念，研发“低升糖指数”方案，河南漯河食品产业尝到转型升级甜头。思路一变天地宽。消费领域没有一成不变的优势，也不存在“绝对红海”。

探增量，新消费热点层出不穷，机遇属于有准备者。上海融合首店经济与户外经济，推进国际品牌落地，点燃城市消费扩容引擎。一些中式茶饮品牌精研健康养生，弘扬中华文化，在优化布局中闯出新天地。有的科技企业投身可穿戴设备、养老服务机器人等新赛道，收获“人工智能+”红利。应时而动，洞悉市场需求，提高响应能力，方能顺应新兴消费业态的崛起，参与做大市场蛋糕。

消费是经济增长的重要引擎，与现代化进程高度耦合。当前，我国正处于消费结构加速升级的关键期，千方百计促进供需适配，使消费潜力充分释放出来，必将激发内需市场的“乘数效应”，助力中国经济航船劈波斩浪、行稳致远。

提质扩容，发力新领域新赛道

总论点

抓住供需适配这个“牛鼻子”，实现供需更高水平动态平衡，为经济高质量发展提供有力支撑

分论点

系统施策，协同发力，促进供给需求“双向奔赴”

破解供需结构性错配问题，统筹兼顾是重要方法论

以优质优价的产品服务赢得市场

向“新”而行，拥抱开放，做好提质扩容文章

依靠科技赋能，积极研发含“新”量高的产品，是赢得消费者的有效路径

比肩国际一流水准，引进来与走出去相结合，有利于持续提升消费能级

革新理念，与时俱进，挖存量与拓增量并重

看存量，传统消费领域依然有潜力可挖

探增量，新消费热点层出不穷，机遇属于有准备者

金句

涌动的消费热潮，照见中国经济的韧性与活力

能够满足美好生活需要的产品和服务，永远不愁没有消费者买单

思路一变天地宽。消费领域没有一成不变的优势，也不存在“绝对红海”

消费是经济增长的重要引擎，与现代化进程高度耦合

对策

培育首饰、化妆品等领域高端品牌

打造适应个性化需求的智能终端新品

丰富低空观光、IP衍生品等供给种类

依靠科技赋能，搭乘数字化、智能化快车，面向需求端改造提升既有产能

应时而动，洞悉市场需求，提高响应能力

论据（案例）

“雪假”在新疆等地落地，文旅产品新意迭出

“冰墩墩”特别纪念版“马墩墩”首发引发抢购

电影《疯狂动物城2》中国内地票房大幅领先北美

我国老年用品市场规模十年间从2.6万亿元增长到5.4万亿元

浙江义乌一家服装企业加码瑜伽服生产，拥抱“减重”消费热潮

河南漯河食品产业引入“食药同源”理念，研发“低升糖指数”方案

上海融合首店经济与户外经济，推进国际品牌落子

中式茶饮品牌精研健康养生，弘扬中华文化

科技企业投身可穿戴设备、养老服务机器人等新赛道

进博会消费品展区新款香水、护肤品、智能体测仓引人注目