

超长版“618”折射消费新动向

“618”购物节超长“待机”，让“剁手式消费”回归理性购物；潮玩、萌宠等细分市场崛起，更多垂直赛道涌现新蓝海；AI加快对消费全产业链改造，助力行业提“智”向“新”……今年“618”，折射消费领域新动向。
□新华

消费更加理性

“618”越来越长了，这是近几年不少消费者的共同感受。

今年5月中旬，京东、淘宝、抖音等平台开启“618”预热促销活动。记者了解到，部分平台促销活动将持续至6月20日，总时长超过1个月，创下“618”最长时间纪录。

告别复杂“算数题”，平台补贴规则也更加简单直接。京东在“每人每天可领超6180元补贴”等优惠基础上，再加码“618”补贴力度；天猫取消“满减”等需要复杂计算的优惠，只设“官方立减”叠加各种优惠券等；抖音电商投入百亿消费券补贴爆款商品，用户每人最高可领2280元……

“今年大促活动时间长，可以慢慢挑选自己真正需要的东西，避免了很多一时‘上头’的冲动消费，也不用费脑筋凑满减，感觉‘618’变得更清爽和松弛了。”河南郑州的消费者赵女士说。

聚焦打造多元消费场景和体验，线下商业也纷纷抢抓“618”节点开展一系列促销活动。

定制AI照片、戴上眼镜体验AI翻译等互动吸引人们排队打卡；在电竞体验区，多款顶配电脑装备让电竞发烧友直呼过瘾；沉浸式实景样板间与全屋定制服务，为顾客提供家装“一站式”解决方案……在不久前亮相北京的京东MALL双井店，多元业态融合场景为人们带来别样的消费体验。

“我们推出‘京补+品牌补贴+银行补贴’等多重优惠，并通过设立沉浸式体验专区、引入首店首发潮品等，让消费者在线下享受更加个性化、多元化的商品和服务。”京东MALL北京双井店副店长陈瑞说。

国家电子商务示范城市创建工作专家咨询委员会专家李鸣涛分析，今年“618”，多个平台流量分配机制从“价低者得”转向“优者多得”，线下商超也更加注重体验和场景打造，这背后是消费者从“价格敏感”到追求品质和理性消费的转变，从需求导向出发，才能让大促活动有效激活消费动能。



6月18日，浙江省乐清市中通快递分拣中心工作人员在流水线上分拣快递。(新华)

作为一年一度重要的促消费节点，“618”无疑是消费市场新动向的重要风向标。

潮玩、宠物等细分市场崛起——Labubu掀起社交平台上的“开箱狂欢”，线上线下一“bu”难求；“养娃式养宠”催生大量宠物产品消费……这个“618”，更多垂类细分赛道火热，为激活消费打开了新空间。

“今年‘618’，淘宝天猫玩具潮玩领域多个商家销售破亿元，近800个单品销售破百万元。”“谷子类”商品海外订单增速同比实现三位数增长，其中绝大部分成交是国产IP的衍生品。”淘天潮玩行业负责人对记者说。

“自主选择搭配服装、模特、场景，就能用AI一键生成各种风格的真人上身短视频，大促期间帮我们快速完成商品视频矩阵，实现视觉升级。”云尚武汉国际时尚中心相关负责人说。

这位负责人告诉记者，传统服饰行业上新频率快，图文视频等商品内容制作成本高，AI视频工具极大提升了传统视频生产的效率，让企业腾出更多精力投入产品设计和营销。

“AI不仅是生产工具，更是市场洞察的放大器。”口腔护理品牌参半联合创始人常宁晓曦告诉记者，通过对用户行为数据进行智能分析，能帮助品牌发现潜在的市场需求，为产品研发提供更精准的决策参考。

“购物车”映射消费新动向

服务消费成为新引擎——

“端午假期带孩子去贵州玩了一趟，顺便趁‘618’大促在网上订了一套亲子旅拍服务，体验很好。”深圳市民宋倩说。

“从冰雪经济火热到银发经济崛起，服务消费日益成为拉动消费增长的新引擎。”国家信息中心经济预测部宏观经济研究室副主任邹蕴涵说，积极拓宽服务消费场景、增加优质服务供给，将更好满足居民在养老、托育、文娱等方面不断增长的消费需求。

“即时零售”加速入场——

今年“618”，各大平台即时零售业态加快布局，美团闪购联合知名餐饮、零售品牌旗下百万家线下门店开启大促活动，淘宝闪购也在“618”期间链接更多线下实体，进一步加大补贴力度。

“用户越来越追求‘即时满足’，即时零售逐渐延伸到母婴、3C、美妆、服饰等多领域。仅5月28日到6月1日，就有超过800个品牌商、零售商在美团闪购成交额同比翻倍，‘618’期间手机、小家电、白酒等商品十分畅销。”美团闪购负责人说。

AI助力商家提“智”增效

京东云向商家开放免费AI营销产品，京东数字人累计服务超13000家品牌商；淘宝上线生意管家“图生视频”系列工具，一个多月内累计为商家生成超150万个视频素材……今年“618”，AI加速融入电商业态，助力更多平台商家提“智”增效。

今年“618”，有消费者在收快递时同步收到了一份“惊喜语音”——“奶奶，我和女朋友祝您端午节快乐，等我们安顿好，请奶奶来深圳玩”“快高考了，要记得身体第一考试第二，哥哥是你永远的后盾”……

“我们近期上线了‘惊喜电话’功能，由AI外呼提供技术支持，消费者可以选择录制一段语音，或者让京东大模型生成的‘AI百变声线’用自己的声音来说。收件人收到快递时，就能一同收到这份语音。”京东相关负责人说。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬表示，人工智能加速融入千行百业，成为激活消费潜力、牵引产业升级的重要力量，随着技术迭代和落地场景逐渐丰富，人工智能与消费领域的结合正向个性化、多元化发展，有望在未来激活更多消费增量。

美容整形价格项目有了统一规范

6月18日，国家医保局发布《美容整形类医疗服务价格项目立项指南(试行)》，首次对美容整形类价格项目进行统一，引导医疗机构自主合理定价，让“求美”更安全、更安心。新规范将如何引导美容整形市场规范健康发展?将注入怎样的新活力?

收费价格项目统一规范

“此前，医疗机构自主设定美容整形领域的收费项目并备案，这容易导致收费项目名称繁多、收费混乱。”国家医保局医药价格和招标采购司有关负责人介绍，立项指南旨在统一价格项目，规范医疗机构定价行为，并不改变美容整形类价格市场调节价的管理方式。

“规范化的价格立项，有助于医美整形行业形成更好的价格体系，让老百姓享受到性价比合理的服务。”中国医学科学院整形外科医院副院长王永前说。

随着立项指南逐步落地，对于消费者来说最直观的变化是“医疗账单”更清晰，收据、发票等显示的收费项目更加“一目了然”。

“如根据技术原理将‘光子嫩肤’‘超声炮’‘热玛吉’统一规范名称后，分别映射为皮肤美容治疗光/激光、超声、射频，项目名称简单易懂。”国家医保局医药价格和招标采购司有关负责人说，这既有助于消费者理解项目的技术原理，也有助于横向比价。

通过公立医疗机构的引领作用，有望引导非公立医疗机构规范服务和收费行为，让公众更加充分感受到“减负”效果。

支持纳入更多新技术

当前，美容整形行业迅速发展，新技术、新材料等不断涌现。为更好满足消费者的个性化需求，立项指南设立的价格项目也考虑了对新设备、新技术的兼容性。

“一些新技术、新材料要想纳入收费项目，需要重新向相关部门申请备案，时间流程较长。”中国医学科学院整形外科医院医保物价处处长王沛陵说，此次发布的价格项目兼容性较好，有助于医院引进新技术、新材料。

比如在“填充注射”价格项目中，不仅包括常见的玻尿酸注射，临床新出现的聚乳酸、聚己内酯、羟基磷灰石等新材料填充注射也可按此进行收费。

当前，美容技术和仪器设备更新迭代快，为更好满足消费者个性化需求，立项指南也明确规定，有条件的医疗机构可自行设立加收项、扩展项。

充分体现技术价值和劳务付出

北京协和医院整形美容外科主任医师龙笑说：“在临床治疗中，一些技术手段、操作项目难度较高。新发布的立项指南更多考虑了技术价值和劳务付出，有助于推动医疗服务质量的提升。”

例如，立项指南统一新增“减张美容缝合”和“切口美容改型”两个价格项目，有条件的医疗机构可根据患者需求提供服务，帮助患者从源头上减少瘢痕形成，在核心术式之外就“缝合”进行单独收费。

“求美”不可忽视安全，王永前提示，美容整形本质是医疗行为，有技术门槛，消费者要树立理性、切合实际的求美观念，不可盲目追求通过医美“改头换面”。如有进行美容整形的需求，要选择正规医疗机构、有经验的医生就诊。

“我们期待，通过价格项目的进一步规范，为美容整形行业健康发展营造更有活力、更加规范的市场环境，为医疗机构和相关企业带来增量发展。”国家医保局医药价格和招标采购司有关负责人说。(新华)

一些地区取消“国补”?不存在的

——消费品以旧换新热点追踪

“618”期间，线上线下促销活动持续多日，消费者对于以旧换新的热情不减。然而，社交媒体也出现一些关于部分地区暂时无法申领“国补”的讨论。针对相关热点话题，记者在多地进行了采访。

取消“国补”的情况不存在

5月底以来，关于重庆、江苏、湖北等地“国补”暂时无法领取的讨论，在社交媒体上引发关注。

记者查阅云闪付App重庆消费品以旧换新页面，一则公告提及绿色智能家电、家装厨卫“焕新”27个小类补贴资金已使用完毕。

近日在登录淘宝的国补专区时，记者也看到，江苏省的页面曾出现“江苏国补活动升级中，升级期间您将无法领取”的提示。京东国补专区湖北省的页面也曾出现“湖北智能家居国补活动升级中”等提醒。

正是基于这些表述，部分网友开始猜测，一些地方“国补”是否就此停止?

通过采访多地相关负责部门和相关负责人，记者了解到，所谓取消“国补”的情况是不存在的。

记者联系江苏省商务厅市场运行和消费促进处获悉，江苏消费品以旧换新政策并未暂停。江苏此前发布的相关通知明确了“消费品以旧换新资金实行限额管理、资格调控”的规定，即“国补”实行限额管理。

重庆市商务委5月下旬在其官网“公开信箱”栏目里回复表示，全市加力扩围实施消费品以旧换新补贴政策，市民群众参与积极性高，第一阶段补贴资金即将使用完毕。目前，相关部门正在起草第二阶段以旧换新补贴政策。

湖北省商务厅明确答复记者称，湖北国补活动贯穿2025年全年，持续到12月31日。“目前家电和数码3C类产品国补消费券每日限量发放，先到先得。”湖北省商务厅流通处工作人员董伟告诉记者。



顾客在四川省乐山市一大型商场内挑选新款手机。(新华)

业内人士表示，部分地区阶段性地完善了“国补”政策实施节奏，实际上消费品以旧换新工作将持续全年，消费者每月每周都有参与申领“国补”的机会。最近一些企业、平台和自媒体借机炒作，搞饥饿营销，营造恐慌情绪，消费者要特别注意辨别。实际上，除上述少数地区外，大多数省份国补优惠活动也在正常推进。

各地市场对“国补”的需求旺盛

消费品以旧换新是国家层面部署推进的一项重要政策。为何各地执行落地后，“国补”使用情况不尽相同?

记者通过调研发现，在国家确定补贴规则“大框架”的基础上，各地拥有一定的自主权，可以确定国补落地的“小细节”，如具体如何申领使用补贴等。

中国社科院财经战略研究院财政研究室主任、研究员何代欣认为，少数地区政策实施进度较快，跟当地消费结构和消

费者积极性有关。“这也说明市场对‘国补’的需求旺盛，政策激发了消费活力。”

今年以来，消费品以旧换新政策“加力”又“扩围”，不仅增加了手机、平板、洗碗机等新品类，安排的超长期特别国债资金规模也翻了一番，从去年的1500亿元增至今年的3000亿元。

这3000亿元超长期特别国债，再加上地方按比例配套和自行安排的资金，共同构成了“国补”的资金来源。

记者了解到，这3000亿元是“切块”分配到地方的。在分配时，会综合各地区常住人口数量、地区生产总值、汽车和家电保有量、2024年消费品以旧换新政策及资金执行情况等因素，资金分配向2024年消费品以旧换新工作成效较好的地区适度倾斜。

今年中央安排超长期特别国债支持消费品以旧换新的资金总规模是3000亿元，这个额度是确定的。为了让地方合理有序可持续地使用中央资金，在下达流程上，今年的3000亿元中央资金按批次下达。

记者从有关部委了解到，今年1月和4月已分别下达两批共计1620亿元中央资金，支持地方做好一、二季度消费品以旧换新工作。后续还有1380亿元中央资金将在三、四季度分批有序下达，同时地方也将相应配套和自行安排足够的地方资金，“国补”还将继续惠及广大消费者。

提升消费者体验感和获得感

消费品以旧换新政策落地的相关链条长、环节多。在6月初推出的“中国经济圆桌会”访谈中，国家发展改革委综合司副司长丁琳在介绍扩内需的一系列政策举措中提及，将加快消费品以旧换新资金下达。

记者在调研中发现，多地积极优化完善政策流程，着力减轻参与企业垫付补贴资金的压力，创新工作举措，提升消费者的体验感和获得感。

多位专家学者表示，自去年实施以来，消费品以旧换新政策已成为促消费、扩内需的重要发力点。

在湖北，截至6月11日，今年全省3C数码、家电、厨卫、电动自行车等以旧换新产品总销售量3358.15万台，累计带动销售总额414.83亿元；在辽宁，全省参与消费品以旧换新活动的消费者已达200万人次，直接拉动消费超过150亿元……从各地落地情况来看，政策进展积极、效应持续显现。

商务部数据显示，截至5月31日，2025年消费品以旧换新5大品类合计带动销售额1.1万亿元，发放直达消费者的补贴约1.75亿元。

“从各地实践来看，政策不仅直接带动相关消费品销售额显著提升，还积极推动相关消费品结构升级和相关产业链转型升级。”中央财经大学教授、中国财政发展协同创新中心副主任姚东昊说，随着后续资金下达、相关制度持续优化，消费品以旧换新政策有望继续发挥积极效用、惠及更多百姓。(新华)

在线旅游平台预计今年暑运：首次乘飞机旅客约600万

本报讯 2025年暑运首日(7月1日)的火车票日前正式开售，相关线路的机票预订热度也随之快速攀升。在线旅游平台同程旅行18日发布的《2025暑运出行趋势报告》显示，预计从6月17日开始，暑运机票及火车票将迎来预订高峰。根据同程研究院测算，今年暑运期间首次乘飞机出行的旅客预计约600万，对枢纽机场首乘服务需求较大。

《报告》显示，今年暑运民航国内热门目的地中，北京、成都、昆明、上海等排名靠前，广州—北京、成都—北京、广州—乌鲁木齐等国内航线热度较高。暑运民航国内航线亲子客群占比预计约为35%，以亲子游及亲子跨城探亲需求为主，北京、西安等位居暑期亲子旅行热门目的地前列。

在各地中小学暑假时间陆续公布后，近日暑运机票的预订热度随之升温。《报告》预测，暑运的第一波出行高峰将出现在7月上旬，客流结构以学生群体为主。从7月中旬开始，暑期旅游将进入旺季，尤其亲子家庭将集中出游，并将带动机票价格上涨；预计整个暑运期间铁路和民航将在7月上旬、7月下旬至8月中旬以及8月下旬出现三个客流高峰，客流波动规律基本与往年相同。(中新)