

中国是世界经济扩容提质的重要引擎

本届世界杯足球赛上，中国品牌从此前的单向赞助和展示转变为深度参与赛事的“技术合作伙伴”，欧洲高温炙烤下，中国制造的空调等制冷设备供不应求，比亚迪巴西工厂迎来第10万辆新能源汽车下线……透过这些跳动的商业脉搏，一个图景清晰可见：在深度互嵌的全球化时代，世界经济不是你输我赢的零和博弈，中国发展持续为世界经济贡献增量，中国带给世界经济的绝不是什么“冲击”“挤压”，而是实实在在的“扩容”“提质”。

中国是世界经济的重要稳定锚。7月上旬，国际货币基金组织小幅下调今年世界经济增长预期，而中国是为数不多增长预期上调的主要经济体之

一。日前出炉的中国经济半年报再次展现了中国经济的韧劲。中国经济总体平稳、向新向优，不仅发展了自身，也为世界经济注入稳定性和确定性。从不断做大进博会、服贸会、消博会等开放合作平台，到持续缩减外资准入负面清单、放宽金融服务业市场准入，再到对所有建交的最不发达国家和非洲国家实施100%税目产品零关税，中国坚定不移扩大高水平对外开放，以自身发展为各国提供更多的订单、投资和就业机会，不仅扮演着“世界工厂”的角色，也发挥着“世界市场”的作用。

中国为世界拓展多元增长空间。中国正加速成长为全球产业链供应链的关键枢纽与创

新引擎，以超大规模市场优势，为各国商品、技术和服务提供了广阔的应用场景，以数字经济、绿色能源、人工智能等前沿领域的快速迭代，持续降低全球技术应用的成本。人工智能开源大模型全球累计下载量突破100亿次，可控核聚变、量子科技等大科学装置向全球开放……中国以实际行动践行科技向善理念，推动创新成果惠及世界。欧莱雅集团全球首席人工智能官安迪雅说，中国长期的战略投入、丰富的应用场景、开放的创新生态、不断涌现的创新人才，共同构筑了人工智能发展的沃土。从“市场共享”到“创新共创”“生态共建”，中国的发展红利不断升级，为世界经济发展持续带来

新的可能性。

中国是全球南方最可信赖的伙伴。中国作为全球南方大家庭的一员，在携手实现现代化的道路上始终和全球南方国家是同行者。从共建“一带一路”联通广袤市场到建设“鲁班工坊”分享技术，从不断开放市场到提供普惠可及的新能源产品，中国致力于推动南方国家增强自主“造血”能力，同各方携手并进、合作共赢。事实证明，中国在破除发展瓶颈、推动产业升级中，始终是坚定而活跃的“赋能者”。

面对中国给世界经济带来巨大增量和正能量的事实，西方一些智库和媒体近期却处心积虑地炮制所谓“中国冲击论”“中国挤压论”，不遗余力

地歪曲中国和世界携手发展的真实图景，其本质不过是西方一些人为了推行保护主义、单边主义寻找借口，企图通过遏制、破坏中国向产业链高端攀升的进程来维护自己的垄断利益和霸权地位。

世界好，中国才会好；中国好，世界会更好。中国始终致力于同各方在开放发展中共享机遇，在利益融合中相互成就。中国经济每前进一步，就会为世界多提供一份机遇、多增加一份供给、多创造一种可能。在滚滚向前的时代潮流面前，任何企图制造阵营对抗、鼓吹“脱钩断链”的杂音，都无法阻挡中国与世界双向奔赴、彼此成就、共同繁荣的坚定步伐。

（据新华社 记者 / 樊宇）

从“买商品”到“买体验”——体验式服务消费活力迸发

广东广州，老商圈借“谷子集市”人气高涨；辽宁大连，海上垂钓渐成潮流；江苏苏州，宠物度假区新业态带来新体验……一个个鲜活场景，生动诠释了“为体验与情绪价值买单”的消费新逻辑。

国务院办公厅印发的《加快培育服务消费新增长点工作方案》提出，依托消费新业态新模式新场景试点等平台载体，支持建设若干消费带动作用强的情绪式、体验式服务消费新场景。从商品消费到体验消费，映照出什么新趋势？涌现出哪些新场景、新业态？记者在多地进行了探访。

新业态激发新活力 “谷子集市”聚人气

周末的广州市越秀区地王广场，“谷子集市”如期开市，年轻顾客穿梭于摊位之间。所谓“谷子”，是英语“goods（商品）”的音译，指的是由漫画、动画、游戏等领域版权作品衍生出来的周边产品，如卡牌、徽章、手办等。

25岁的摊主小严从商场转型之初便入驻，先是兼职摆摊，随着集市长期稳定运营，慢慢转向全职经营。“早期卖‘谷子’以日漫周边居多，现在国漫IP、游戏IP、原创设计类‘谷子’也很受欢迎。”小严说，学生和年轻上班族是消费主力，大家不只追爆款，更看重品相、稀缺度和是否为正版，小众冷门IP也有稳定市场。

集市摊主里也活跃着一批年轻原创力量。小廖擅长二次元原创手绘，在集市现场提供约稿服务，8—10分钟就能完成一幅画作，吸引许多人驻足。“这里同好集中、氛围友好，原创内容很受欢迎，我的爱好也有了变现平台。”小廖说。

不少年轻消费者表示，线下集市能现场交流感受，比线上购物更有仪式感。“买的不只是周边，更是情绪价值和兴趣爱好的共鸣。”一名消费者说，集市不仅是消费空间，还是青年的社交空间。

地王广场总经理陆国能介绍，商场此前传统业态低迷，商铺出租率一度极低。2024年瞄准二次元消费转型后，以低门槛、普惠式政策扶持摊主，摊位费每天仅10—30元，商场免费提供桌椅等基础配套设施，让爱好者轻松“出谷”“吃谷”。集市每周五、六、日开放，常设200多个摊位，每期数千人抢位，节假日一席难求。

“这一业态之所以深受年轻人青睐，关键在于精准契合了青年群体的情感表达、圈层社交与自我认同需求。同时，限量、收藏、社交分享等模式，进一步放大了购买行为带来的情绪获得感。”暨南大学经济与社会研究院副教授刘诗濛说。

对商场来说，也实现了双赢。“转型以来，商场周末客流较此前增长3—4倍，整体销售额提升超200%，二次元相关营收占比达80%。”陆国能介绍，“谷

子集市”日均创造400余个灵活就业岗位，不少学生、青年摆摊、逛集两不误。

新场景带来新体验 海上垂钓渐兴起

清晨，辽宁大连长海县獐子岛镇的港口，船长葛琦轻点手机，很快在“海钓e港”小程序上完成出海报备。引导4名钓友登船，启动北斗定位，白色的渔业休闲艇驶离码头。不一会儿，钓点“筏子地”就到了。

停锚，挂饵，挥竿。“中鱼了！”竿尖猛地一沉，游客张杰斌紧握钓竿，收放鱼线，几番周旋，钓起一尾鲈鱼。葛琦接过，放进活鱼舱。

葛琦是獐子岛镇居民，也是岛上首批海钓经营者之一。早年他以传统打鱼为生，发现经常有登岛游客询问能否海钓，便抱着试一试的心态，买下第一艘海钓艇。10年间，从一艘小艇到成立公司，如今葛琦已有6艘专业海钓艇。

“近几年，客流量和营收都翻倍，还有外国钓友专程来体验。”葛琦说，消费群体也持续年轻化，90后、00后越来越多。

大连海事大学经济与管理学院教授时建人表示，海钓正向集旅游、运动、社交于一体的综合性消费模式转变，越来越多的年轻人将海钓视为一种潮流生活方式，不只追求渔获本身，更注重过程中的情绪价值和亲近自然的体验。

葛琦算了一笔账：单次出

海，船长费600—700元，整船包船每天2500元，每船可载四五人。多数钓友上岛后都得钓个两三天，有的甚至一住就是半个月。去年，他们公司单艘海钓艇的营收额达15万元。

为推动海钓发展，长海县推出多项举措：规范休闲渔船管理，每船配备北斗定位，为乘客购买保险；统一划定31处海钓区域，2025年培训旅游从业者超5000人次，提升服务规范与安全意识；开发“海钓e港”小程序，实现钓船预约、气象预警、消费联动等一站式服务……目前，长海县已培育专业化海钓俱乐部10家，共有休闲渔船557艘，2025年海钓客群达19万人次，相关旅游收入1.3亿元，同比增长44%，带动民宿、餐饮、渔具销售等产业链消费增长超30%。

新需求牵引新供给 宠物街区引客来

下午1时，位于江苏苏州工业园区阳澄湖半岛旅游度假区的重云巷OMITOFEE宠物街区十分热闹。

市民顾景菲带着自己心爱的宠物狗逛起品类丰富的店铺：在宠物摄影店，摄影师定格宠物的可爱瞬间；在风雨操场，宠物狗们尽情奔跑；在宠物鲜食餐厅，小巧餐桌整齐摆放，宠物零食等琳琅满目。

重云巷OMITOFEE总经理施叶然介绍，开业半年多以来，街区单日最高接待量突破5万

人次，还有不少来自外地的游客。

这个宠物街区的前身是一个文旅街区，因位置偏远、业态单一，一度门庭冷落。“我们调研后发现，当下宠物消费市场持续升温，‘带宠出行’成为越来越多养宠家庭的需求。”苏州工业园区相关负责人介绍。为此园区投入约1亿元，将原有街区改造成占地42.5亩、建筑面积1万多平方米的宠物主题街区，并引入宠物行业品牌企业来运营。

改造后的街区集展示、体验、消费、社交于一体，配套了宠物餐饮、美容、摄影、住宿等多种服务。施叶然介绍，街区经常举办各种活动，如宠物时尚周、爪爪生活市集、“毛孩子”音乐会等，吸引大量客流，有时一场活动就能带来数十万元的消费。

南京市社会科学院研究员郑琼洁认为，宠物市场项目将宠物消费场景化、体验化、社交化，通过创造超出预期的情绪价值来激活消费潜力。对于消费者而言，购买宠物产品或服务时，购买的不仅是物品本身，更是一种情感体验和生活方式。

数据显示，2025年城镇宠物（犬猫）消费市场规模已超3000亿元，许多宠物主人有携宠出行意愿，直接催生了宠物主题酒店、宠物度假区等新业态不断涌现。

（据《人民日报》记者 / 姜晓丹、刘佳华、王伟健）