

事关餐饮住宿、养老托育、家政服务！ 国新办发布会聚焦促进服务消费高质量发展

□新华社记者 唐诗凝 谢希瑶

国务院近日印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》，这是我国首次专门就服务消费发展作出系统全面部署的政策文件。意见将对老百姓生活产生哪些影响？如何落实？国务院新闻办公室8月9日举行新闻发布会介绍有关情况。

意见围绕挖掘基础型消费潜力、激发改善型消费活力、培育壮大新型消费、增强服务消费动能、优化服务消费环境、强化政策保障等6个方面，提出了20项重点任务，支持餐饮住宿、家政服务、养老托育等服务消费重点领域高质量发展。

商务部部长助理唐文弘说，出台意见主要目的是通过优化和扩大服务供给，释放服务消费潜力，更好满足人民群众个性化、多样化、品质化服务消费需求。

着力培育餐饮消费热点

餐饮业与人民群众的日常生活紧密关联，同时也是社会消费品零售总额中占比最大的品类。国家统计局数据显示，2023年全国餐饮收入5.29万亿元，规模创历史新高，同比增长20.4%，对社会消费品零售总额增长的贡献率达28.2%。今年上半年，我国餐饮业继续保持较快增长态势。

商务部服务贸易和商贸服务业司司长王东堂表示，接下来将从加快政策落地、着力激发消费活力和积极营造良好发展氛围三个方面促进餐饮消费高质量发展。

“提升餐饮服务品质，培育名菜、名小吃、名厨、名店”“培育特色小吃产业集群”“支持地方开展特色餐饮促消费活动”……意见对促进餐饮消费作出明确部署。王东堂说，商务部将会同有关部门着力培育餐饮消费热点，还将培育、认定一批中华美食街区，推动提升餐饮业数字化水平，积极优化餐饮业营商环境，规范行业经营秩序。

扩大养老托育、家政服务消费

2023年底，我国60周岁及以上老年人口达到2.97亿，占总人口比重达到21.1%。大力发展银发经济，促进智慧健康养老产业发展，推进公共空间、消费场所等无障碍建设，提高家居适老化水平……意见对促进养老服务消费提出一系列要求。

民政部养老服务司负责人李永新表示，下一步，民政部将重点围绕促进养老服务供需适配、培育养老服务消费新场

景新业态、加强养老服务消费保障、优化养老服务营商和消费环境四方面抓好工作落实。

李永新说，将创新“智慧+”养老新场景，运用智能技术为老年人提供更加精准的服务；发展“行业+”养老新业态，推动养老服务与物业、家政、医疗、文化、旅游、体育、教育等行业融合发展；拓宽“平台+”养老新渠道，借力平台经济优势，更好为老年群体提供便捷化、个性化养老服务。

意见提出支持家政服务消费。王东堂表示，商务部将会同相关部门，深入推进家政兴农行动，鼓励更多农村转移就业人口从事家政服务。为家政服务人员提供免费的线上培训。

此外，还将推动制定若干关于家政服务领域高质量发展的国家标准，例如正在制定《0—3岁婴幼儿居家照护服务规范》和《母婴护理服务质量规范》两项国家标准；加快推进家政服务信用体系建设，依托“家政信用查”平台，推进电子版上门服务证，方便消费者直观查验，更加放心地消费。

三方面举措促进文化和旅游消费

今年以来，文旅消费领域精彩纷呈

。意见还涉及文化和旅游多项重点任务。文化和旅游部产业发展司负责人马力说，文化和旅游部将从三个方面重点发力。

丰富消费惠民活动举措——持续开展全国文化和旅游消费促进活动，鼓励各地制定实施景区门票优惠、文旅消费券、满减优惠等多样化惠民举措。推进文旅融合及与促进餐饮、住宿、体育、数字、绿色、健康消费等产业一体推进。

提升文旅产品供给质量——扩大文化演出市场供给，推出更多精品演艺项目。加强非物质文化遗产保护传承，开发具有地域和民族特色的文化创意项目。实施美好生活度假休闲工程和乡村旅游提质增效行动。丰富数字文化产品供给，加快发展沉浸式体验、剧本娱乐、数字艺术、线上直播、邮轮游艇、房车露营、低空飞行等新业态。推动文化产业赋能乡村振兴和城市发展。

优化文化和旅游消费环境——开展文化和旅游领域大规模设备更新工作，提升文化和旅游项目建设运营水平和消费体验。宣传用好免签政策，提升支付便利化水平，增加多层次、高品质入境旅游产品和服务供给。

暑期市场“燃”了！文旅消费真“带感”

□新华社记者 徐社

绿树荫浓夏日长，正是出游好时光。暑期文旅消费市场“燃”了！

文化和旅游部数据显示，暑期各地将推出超过4000项约3.7万场次文旅消费活动。携程平台上，暑期国内酒店、机票搜索热度均同比上涨20%以上，中国旅客在奥运期间赴巴黎的订单同比增长105%，入境游整体订单同比增长1倍。据网络平台统计，截至8月7日，暑期档电影票房(含预售)突破85亿元。

不久前，国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》，提出“着力提升服务品质、丰富消费场景、优化消费环境，以创新激发服务消费内生动力”。

奥运“撞”上暑期，学生暑假叠加成人消夏，跨境旅游“热”起来、假日市场“燃”起来、文旅消费“火”起来。

把握新趋势，文旅市场在“创新”。当全国各地的游客正在北疆追寻“我的阿勒泰”之时，首届中国新疆民间

艺术节将举行，吸引更多游客“打起手鼓唱起歌”，“跟着节庆去旅游”；

第二十七届北京国际音乐节将以“乐游中轴”为主题，推出快闪演出活动，为市民游客打造北京中轴线音乐之旅；

江苏举办2024“水韵江苏·璀璨夏夜”主题活动，发力夜间旅游……

作为一年中时间跨度最长的旅游旺季，这个暑期，各地各部门铆足劲、出新招，文旅消费更“带感”。

需求为本，旅游更有“氛围感”——乘奥运东风来贵州看一场活力四射的“村超”，到敦煌鸣沙山下听星空演唱会，追着影视作品打卡热门取景地……一批特色文旅产品频上热搜。

面对群众愈加个性化、多样化、品质化的服务消费需求，“旅游+”正在生发无限惊喜：旅游+红色文化，革命老区风华正茂；旅游+演出演艺，粉丝经济异军突起；旅游+避暑消夏，深山远海不再冷清……

从滨海、森林，到音乐节、演唱会，再到展览展、户外运动、文体赛事，层出不穷的文旅新场景，不仅满足中国游客所需，也让外国游客直呼“好City的中国！”

服务为先，消费更有“体验感”——

8月1日晚，一年一度的国家自然博物馆“博物馆之夜”活动开启，“博物馆奇妙夜”吸引了更多观众。

暑期以来，为了满足群众旺盛的参观需求，全国多地博物馆采取延长开放时间、取消预约要求、取消“周一闭馆”等措施，开启“不约而行”“超长待机”模式。

何为宾至如归？是炎炎夏日里的一瓶水、一个清凉油，也是排队时的一把遮阳伞、骑单车时的一个清凉坐垫。杭州依托“景区舒适度查询系统”对最佳出行时间给出动态建议，南京优化各景区预约程序和预约时段，哈尔滨将冰雪季的“宠粉”措施延续……

用真心待游客，越来越多景区将优质服务藏在细节里、留在人们心上。

惠民为要，游客更有“获得感”——

“抢到了真金白银的文旅消费券，这趟旅行挺超值。”暑假到成都旅游的大学生周广涛兴奋地说。

6月以来，四川成都发放3000万元“暑来成都 乐游天府”文旅消费券。各地也纷纷推出票价优惠、消费满减、折扣套餐等措施，针对学生推出景区免票和优惠政策。

8月9日举行的国新办发布会上，文化和旅游部产业发展司负责人马力表示，将推进文旅融合及与相关产业融合发展，优化消费惠民活动举措，与促进餐饮、住宿、体育、数字、绿色、健康消费等一体推进，创新文旅消费场景，丰富个性化、定制化产品供给，满足多样化消费需求。

文旅消费与人民美好生活息息相关。更好玩、更优质、更舒心……一个活力四射的文旅市场近在眼前。

湖南双牌：吸引游客 留住游客

8月9日，游客在双牌县阳明山国家森林公园阳明山村露营休闲(无人机照片)。

湖南省永州市双牌县旅游资源独特。近年来，当地积极发展精品民宿，完善乡村基础设施，丰富旅游文创产品，不仅吸引游客，更能留住游客。

□据新华社



CPI同比涨幅扩大 消费需求持续恢复

——透视7月份物价数据

□新华社记者 潘洁 韩佳诺

国家统计局9日发布的数据显示，7月份，全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨0.5%，涨幅比上月扩大0.3个百分点；环比由上月下降0.2%转为上涨0.5%，涨幅处于近年同期较高水平，国内市场消费需求持续恢复。

国务院发展研究中心宏观经济研究部第二研究室主任李承健分析认为，7月CPI环比由降转涨，同比增速回升，食品价格上涨贡献较大，同时旅游、教育、娱乐等价格涨幅相对平稳，反映出部分商品领域供需关系正在改善，部分服务消费活跃度较高。

从环比看，食品价格由上月下降0.6%转为上涨1.2%，影响CPI环比上涨约0.21个百分点；受部分地区高温降雨天气影响，鲜菜和鸡蛋价格分别上涨9.3%和4.4%，占CPI总涨幅的四成。从同比看，食品价格由上月下降2.1%转为持平。

值得注意的是，随着生猪产能去化效

应逐步显现，7月份，猪肉价格同比上涨20.4%，涨幅比上月扩大2.3个百分点。

中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇分析，4月份以来，生猪价格反弹后稳步上涨，带动猪肉价格4、5月份环比小幅上涨，6月份开始涨幅加大，8月第1周生猪和猪肉价格已经涨至2023年2月份以来最高水平。

“受上四季度到今年一季度能繁母猪持续调减影响，预计下半年尤其是三季度猪肉价格将保持涨势，四季度供需双增，猪价总体将会保持较高水平，对CPI将会有明显的上拉作用。”朱增勇说。

7月份，非食品价格环比由上月下降0.2%转为上涨0.4%，影响CPI环比上涨约0.3个百分点；同比上涨0.7%，涨幅比上月回落0.1个百分点，影响CPI同比上涨约0.54个百分点。

国家统计局城市司首席统计师董莉娟介绍，当前暑期出游需求较旺，7月份

飞机票、旅游和住宿价格分别环比上涨22.1%、9.4%和5.8%，涨幅均高于近十年同期平均水平，合计影响CPI环比上涨约0.24个百分点，占CPI总涨幅近五成。

7月份，受市场需求不足及部分国际大宗商品价格下行等因素影响，全国工业生产者出厂价格指数(PPI)环比下降0.2%，同比下降0.8%，降幅均与上月相同。

主要行业中，非金属矿物制品业、黑色金属冶炼和压延加工业、电气机械和器材制造业、农副食品加工业、计算机通信和其他电子设备制造业、汽车制造业价格分别同比下降5.6%、3.7%、2.8%、2.7%、2.6%、2.1%。“上述6个行业是影响PPI同比下降的主要因素，合计下拉PPI约1.25个百分点。”董莉娟分析指出。

中国宏观经济研究院市场与价格研究所研究员刘方认为，随着“两重”建设的扎实推进，叠加保障性住房建设、“平

急两用”公共基础设施建设、城中村改造等“三大工程”，将为下半年PPI降幅持续收窄提供有力支撑。

不久前召开的中央政治局会议强调，要以提振消费为重点扩大国内需求，经济政策的着力点要更多转向惠民生、促消费。

《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》提出，统筹安排3000亿元左右超长期特别国债资金，加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新；国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》，释放以服务消费为抓手、为扩大内需添动力的明确信号……近段时间，一系列促消费、扩内需政策陆续出台。

“随着下半年经济持续回升向好，收入、就业、消费意愿等指标有望延续改善趋势，支撑居民消费需求持续恢复，助力推动物价总水平继续温和回升。”刘方说。

航模赛“闹热”西北生态移民安置区

□新华社记者 艾福梅

位于宁夏吴忠市红寺堡区的罗山飞行营地又如约迎来一群航空航天模型运动的年轻爱好者，他们奔跑着，让一枚枚“火箭”发射升空，一架架“飞机”翱翔蓝天。

8日，2024年全国(青少年)航空航天模型锦标赛在红寺堡区正式开赛。未来半个月时间里，全国356支代表队的2200多名运动员将在65个竞技项目里展开精彩角逐。

国家体育总局航空模型运动三部副主任刘峰说，航空航天模型运动作为一项集科技性、竞技性和观赏性于一体的科技体育项目，近年来在我国蓬勃发展。它不仅能够激发青少年对航空航天领域的兴趣和热爱，还能够培养他们的创新精神、实践能力和团队协作能力。

据了解，本届航模锦标赛参赛人数达到了历史之最。来自四川省成都市翼航空运动俱乐部的李沐霖就感受到了巨大的压力。

这位年仅8岁的小选手将参加电动无线操控空战比赛，同组对手有20多人。为了让选手们保持最好的竞技状态，在红寺堡期间，俱乐部教练要求他们每天凌晨4点半起床做准备，6点左右就到罗山飞行营地训练了。

“很惊讶，但我很喜欢操纵飞机起飞、对抗和降落的过程。”李沐霖说。

16岁的罗灏也来自这家俱乐部，今年是他第二次参赛。作为刻苦训练的回报，他已将一枚铜牌收入囊中，这两天正在备战另一项比赛。

“这项运动太有魅力了，让人很喜欢，特别是拿奖的时候，自信心爆棚。”罗灏说。对于未来，小伙子也已有规划：“抢到真金白银的文旅消费券，这趟旅行挺超值。”暑假到成都旅游的大学生周广涛兴奋地说。

6月以来，四川成都发放3000万元“暑来成都 乐游天府”文旅消费券。各地也纷纷推出票价优惠、消费满减、折扣套餐等措施，针对学生推出景区免票和优惠政策。

8月9日举行的国新办发布会上，文化和旅游部产业发展司负责人马力表示，将推进文旅融合及与相关产业融合发展，优化消费惠民活动举措，与促进餐饮、住宿、体育、数字、绿色、健康消费等一体推进，创新文旅消费场景，丰富个性化、定制化产品供给，满足多样化消费需求。

文旅消费与人民美好生活息息相关。更好玩、更优质、更舒心……一个活力四射的文旅市场近在眼前。

称为“最不宜人类生存的地区之一”的罗山安置区20多万移民。这些年，依托罗山地区空间广阔、地势平缓、视野开阔、无障碍物、低空气流平稳等得天独厚的优势，红寺堡区积极打造航空运动文化品牌，已连续12年成功承办全国性航模锦标赛，吸引众多航模爱好者在此以赛会友、探讨技术的同时，也带动了当地的经济增长。

“一个参赛选手背后就是一个家庭。”红寺堡区文化旅游体育广电局副局长王正康说，航模锦标赛不仅促进红寺堡区餐饮、住宿等服务升级发展，还带动了枸杞、葡萄酒、黄花菜等特色农产品销售。

数据显示，2023年的航模锦标赛历时17天，红寺堡区接待了参赛选手、裁判员、教练员、部分家长及游客共计4000余人，餐饮、住宿、交通消费及特色农产品销售达到3400万元。

今年，红寺堡区依然安排了秦腔文艺演出、“星光好声音”歌手大赛、农特产品展销等12项活动，让远道而来的客人们在比赛之余享受烟火美食、体验新城之美、体味质朴风情。

“这两天，在红寺堡，虽然还是一房难求，但条件已经好太多了，还有特色的窑洞民宿可选择。”本届赛事裁判秘书长王庭文感慨说。据他介绍，2013年他第一次来这里时，参赛选手就300多人，但也远超过当地接待能力，吃住行都存在短板。

短短十年，这个生态移民的新家园就让人刮目相看。“一年一个样，道路宽了，环境好了，老百姓脸上笑容多了。”王庭文说。

红瓦白墙，绿树掩映，坐落在罗山脚下的红寺堡区柳泉乡永新村村民宿早已客满。从一个传统的依靠种植、养殖发展的移民村，到成为远近闻名的旅游村，永新村发展的起点，正是航模锦标赛。

2017年，看到航模锦标赛带来的充足客源，永新村开始“试水”乡村民宿。如今，这里的民宿已从最初的2家发展到2023年的60家，移民们过上了“眼里有风景，口袋有钱景”的好日子。

办好一个赛事，提升一座城市。据介绍，下一步，红寺堡区将继续依托其独特的文化旅游资源，以航空运动为主题，打造移民文化体验、科技体育运动、休闲度假和研学旅游品牌，推动乡村旅游服务能力的提升，促进“文体旅”融合发展。

黄金产业提“质”向“新”

□新华社记者 任军 陈云富

实现自动打矿、自动装药、远程起爆的智能爆破，用硫代硫酸盐替代氰化物作为提金剂，应用黄金氰渣无害化建设“无废”工厂……近年来，黄金矿业从探、采、选、冶各个环节不断提升技术水平，推动产业向“新”向“绿”前行。

破碎机远程操控，提升机自动控制，供电、排水、通风等设施实现无人值守，部分无轨设备实现视觉操控和远程操控……在位于山东烟台的大尹格庄金矿，机械化作业率已达100%。

在安全生产调度指挥中心，井下画面以及当日累计电耗、井下人数等数据在大屏幕上实时跳动，几位操作人员正通过画面查看设备运行情况。

“随着智能化水平提高，井下人数不断减少，作业过程中的安全风险和劳动强度不断降低，生产效率也得到了提升。”山东招金集团大尹格庄金矿矿长闫福彬说。

“从世界范围来看，中国黄金市场已经从追随者转变为引领者，在黄金行业关键领域彰显领导力，并将继续推动国际黄金市场的创新发展。”世界黄金协会CEO泰达维认为。

近期中国黄金协会发布的《中国黄金首饰市场报告(2024)》显示，以古法金为代表的精品首饰，已经成为我国消费者最喜欢的金饰产品。

“以国潮文化、古法工艺、文化传承IP为代表的文化黄金饰品，成为市场趋势。”深圳百泰投资控股集团有限公司董事长周灿坤说，“我们创新研发了古法云锦工艺，让金饰拥有锦缎般质感；和良渚博物院合作，从玉琮、玉钺形器等文物中汲取设计灵感，不断提高产品的文化属性。”

“无创意，无生意。”深圳黄金珠宝文化研究会会长曹阳指出，在金价高企、饰品消费受到压制的当下，黄金珠宝市场正在经历重塑。

来自中国黄金协会的数据显示，2024年上半年，我国黄金产量179.634吨，继续保持全球第一大黄金生产国地位。

“中国黄金矿业快速发展，智能化、数字化水平不断提高，越来越多的中国选冶新产品、新技术走向海外，国际影响力不断提升。”世界黄金协会中国区CEO王立新告诉记者。