

服务入户拓展消费新领域

“上门经济”重构生活图景

本报记者 安欣欣 文/图

家庭聚餐想省去采买烹饪的烦琐？私厨携新鲜食材上门掌勺；假期出游，担心家中“毛孩子”无人照料？专人上门投喂清洁；房间杂乱无从下手？整理收纳师上门施展“空间魔法”……当下，上门服务正从外卖、快递的单一形态，演变为覆盖生活多场景的“上门经济”，成为数字经济发展与消费升级碰撞出的新火花。

这一消费升级催生的新业态，不仅满足了人们对品质生活的追求，更拓宽了数字时代下的灵活就业渠道。从私厨到整理收纳师，由“上门服务”所衍生的新兴职业不断涌现，“上门经济”也逐渐成为消费者追求效率和品质的新潮流。

消费需求推动模式迭代

“上门经济”的核心逻辑在于消费者与从业者通过互联网平台、社交媒体等渠道建立联系，进而将服务或商品直接送到消费者家中或指定地点。这意味着，许多过去需要在门店享受的服务，现在足不出户就能“请”进家里。在这一市场中，上门服务的种类在近年来愈发丰富，涵盖家政、美甲、代厨、宠物护理等多个领域。

“以前家庭聚餐，光是采购食材、餐前准备和餐后收拾都让人焦头烂额。现在有了上门私厨，一切变得简单轻松，我们全家能专心聊天，专业人士做出来的味道也更好。”李女士的感慨道出了“上门经济”走红的关键：在快节奏生活中，消费者对时间效率和体验品质的追求愈发强烈。

智研咨询数据显示，2024年，中国厨师上门O2O（线上到线下）市场规模从2015年的5.4亿元增长至11.9亿元，预计今年市场规模将达到13.7亿元。这一数据背后，是消费者对上门服务需求的持续攀升，也是市场对这一新兴业态的积极回应——随着生活水平提高，越来越多人愿意为省时、提升生活品质买单，而上门服务恰好切中了这一需求点。

从事厨师职业将近20年的张振坤对



整理收纳师团队上门服务为客户收纳衣物

此深有体会。张振坤2022年从北京回到郑州，全职做上门私厨，朋友圈里“今天午餐，马上完成任务”“确保食材新鲜，开餐前处理”“3桌乔迁宴，开整”的动态，记录着这份工作的忙碌与火热。

“几年前我发现上门做菜很符合当下人们的需求，也算是一种潮流，当时便有了初步的尝试。回到郑州从事上门做菜半年后，客户越来越多，身边也有不少厨师也加入进来，现在我们团队已经有十来个厨师了。”从酒店后厨到家庭厨房，越来越多像张振坤一样的专业厨师循着市场需求转型，用精湛的厨艺为家庭聚餐、乔迁之喜增添便利与滋味。

互联网激活业态活力

“上门经济”的蓬勃发展，离不开互联网搭建的“通道”。打开抖音、小红书、美团等平台，输入“上门”二字，“上门遛狗”“上门做菜”“上门美甲、美甲”等相关词条赫然映入眼帘，花样百出的服务让人目不暇接。

“00后”小朱是通过社交媒体打开市场的从业者之一。她在自己的社交媒体账号主页标注了“上门喂猫、遛狗”，还曾发布关于上门喂猫的记录视频：镜头里有她细心为宠物添粮、换水的细节，也有与猫咪互动的温情瞬间。“我本身就很喜欢小动物，在从事这份工作的过程中能够接触更多的猫猫狗狗，既有收入还能获得幸福感。”小朱告诉记者，每年春节期间是订单高峰期，很多宠物主人返



上门私厨为客户提供“上门做菜”服务

乡前会预约服务。

在社交媒体平台上，有着许多像小朱一样的从业者，通过“线上传播—私信咨询—线下上门服务”的链条打开市场，积累客户。河南省商业经济学会副秘书长、郑州工程技术学院副教授胡钰表示：“‘上门经济’是即时市场的一种新的商业业态和消费场景，其诞生和发展取决于技术的发展水平和消费者的变化。”

“社交媒体平台利用技术和大数据在满足消费者所需产品和服务‘上门’的同时，也推动了商业业态的创新和新型消费场景的打造，拓展了商业市场的发展空间，满足了消费者多样化和多元化需求，提升了消费者生活品质和幸福指数。”胡钰说。

新职业规范化发展是关键

“上门经济”的深层价值，不仅在于满足消费需求，更在于催生了一批兼具灵活性与成长性的新职业，这些职业从“边缘尝试”走向“官方认可”，从单一技能转向专业体系，勾勒出新业态从无序到规范的成长轨迹。

2022年发布的修订版《中华人民共和国职业分类大典（2022年版）》，将“整理收纳师”正式纳入居民服务人员职业类目中，使之成为增加的158个新职业之一。“芝麻整理”负责人苏苏是一名整理收纳师，她的团队成员在从事整理收纳师这一职业前背景多元：有全职宝妈、线上品牌主理人，也有外企员工。“大家怀揣着对整理收纳师这一职业的看

市消协提醒消费者警惕“种草”套路

本报讯（记者 李爱琴）8月12日，记者从郑州市消协获悉，越来越多消费者反映，在社交平台上被各类“探店攻略”“好物笔记”等点赞量超高的“种草”文章推荐后“激情下单”，却发现产品与宣传不符，有些甚至存在严重质量问题，而且之后的维权过程也困难重重。

为切实维护消费者合法权益，郑州市消协提醒消费者购物过程中，一要多方核实信息，不盲从“爆款”。部分商家为快速推广产品，邀请一批“网红”博主发布虚假“种草”内容，甚至雇佣专业写手和网络水军虚构“种草笔记”“网红测评”。消费者在看到推荐内容时，不要轻信单一平台或单一账号的说法，应尽量通过不同渠道对比不同商家，多元化获取信息，打破商家营造的“信息茧房”。同时，注意辨别内容的真实性，若发现大量文案雷同、图片过度美化、评论区清一色好评，需提高警惕。

二要核查产品资质，关注正规渠道。部分商家在“种草”内容中夸大产品功效，消费者在购买前务必确认产品是否具备相关资质，如食品需有“SC”认证、化妆品需在国家药品监督管理局备案取得“特字号”“妆字号”等。在购买时，切勿通过个人社交账号、临时链接等非正规渠道进行交易，尽量选择品牌官方旗舰店、正规商超等渠道购买，留存购买凭证，以便后续维权。

三要保持理性心态，按需消费。部分“种草”内容常伪装成普通买家的分享，通过“宝妈推荐”“学生党必入”“打工人居福音”等身份标签拉近与消费者的距离，用所谓的“真实感”强推商品，消费者要避免被这些营销话术冲昏头脑，结合自身实际需求判断是否购买。

郑州市消协表示，“种草”这一新型购物消费之地，只有种下优质“草苗”，用商家的诚信和消费者的信任来滋养，方能培育出放心消费的良好生态，不应让“杂草”破坏了互信的根基。

九部门：

8类符合条件的服务业经营主体贷款可享贴息

新华社北京8月12日电（记者 申铖）记者12日从财政部了解到，财政部、民政部等九部门印发《服务业经营主体贷款贴息政策实施方案》，明确对符合条件的8类消费领域服务业经营主体贷款给予财政贴息。

根据实施方案，同时符合相关条件的贷款可享受贴息政策。相关条件包括，由经办银行向餐饮住宿、健康、养老、托育、家政、文化娱乐、旅游、体育8类消费领域服务业经营主体发放；在《提振消费专项行动方案》公开发布之日（2025年3月16日）至

2025年12月31日期间签订贷款合同且相关贷款资金发放至经营主体；贷款资金合规划用于改善消费基础设施和提升服务供给能力等。

贴息标准方面，实施方案明确，对于经办银行向服务业经营主体发放的贷款，财政部门按照贷款本金对经营主体进行贴息，贴息期限不超过1年，年贴息比例为1个百分点，中央财政、省级财政分别承担贴息资金的90%、10%。单户享受贴息的贷款规模最高可达100万元。相关贷款包括用于改善消费基础设施的固定资产投资

款以及用于提升服务供给能力的流动资金贷款。

根据实施方案，中央财政给予贴息的服务业经营主体贷款经办银行为21家全国性银行。符合条件的服务业经营主体可向所在地相关经办银行提出贷款申请，并按要求提供相关证明材料。经办银行按照市场化、法治化原则审批贷款申请，自主决策贷款发放条件并及时放款。经办银行应与符合贴息条件的经营主体签订贷款合同，明确贴息享受条件、贷款资金用途、贷后管理要求等内容。

其中出境事由为旅游的占比超六成。”磨憨边检站执勤四队负责人孟涛介绍，中国旅客出境前往老挝，主要以学生游、家庭亲子游和银发游为主。

服务升级，旅途更加温馨——

铁路史料、海派文化、旅行指南、儿童绘本等九大类千余册书籍，供往来旅客取阅……近日，上海南站与徐家汇书院共同打造“汇悦读”灯塔书局正式对外开放，成为上海首个设在火车站内的图书馆。

如何进一步提升旅客出行体验？各地铁路部门采取多种服务保障措施，强化安全管理，让旅客出行更加平安有序温馨。

国铁武汉局武汉、汉口等车站积极协调当地公交集团等市政交通部门，统筹安排公共交通运力，方便旅客出行“最后一公里”；国铁成都局与南方电网贵州铜仁供电公司密切协作，对管内沪昆高铁等线路沿线电力设施进行安全检查，确保高铁畅行无忧；国铁呼和浩特局鄂尔多斯站充分发挥站内服务台作用，配备包含清凉油、藿香正气水等药品的防暑小药箱，供旅客出行使用。

国铁集团运输部负责人表示，暑运期间，铁路部门将继续统筹客货运输，细化落实旅客运输方案，全力为暑运旅客出行提供坚实保障。

据新华社北京8月12日电

我国新能源汽车产业加速提质向新

新华社记者唐诗凝田金文

发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路。

年产销规模均超过1200万辆，关键核心技术持续突破，全产业链自主可控能力和绿色发展水平不断提升，自主品牌出海步伐加快……“十四五”以来，我国新能源汽车产业不断提升核心竞争力，为经济高质量发展注入澎湃动能。

汽车产业转型升级成效显著

2024年，全国新能源汽车保有量达到3140万辆，比“十三五”末的492万辆增长5倍多。

“新能源汽车已经成为我国汽车市场的主导力量，标志着我国电动化转型升级进入稳步发展阶段。”中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋说，技术快速迭代和成本优化，促进了新能源汽车规模化发展和市场化普及。

中汽协会最新发布的数据显示，2025年1至7月，新能源汽车产销量双超820万辆，市场渗透率进一步提升至45%。《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》提出的到2025年新能源汽车新车销售量达到汽车新车销售总量的20%左右，这一目标已提前超额完成。

跃升背后，是“十四五”以来新能源汽车产业全链条的系统性突破——

以纯电动汽车、插电式混合动力（含增程式）汽车、燃料电池汽车为“三纵”，布局整车技术创新链，以动力电池与管理系统、驱动电机与电力电子、网联化与智能化技术为“三横”，构建关键零部件技术供给体系。

政策赋能产业高质量发展；跨界融合重构产业生态，产业链现代化水平持续提升；充换电网络建设、智能路网设施建设等协调推进；深化开放合作，加快融入全球价值链……助力新能源汽车产业发展不断打开新空间。

创新赋能产业活力涌现

轻量化复合上盖提升电池系统能量密度；大面水冷扩充换热面积保障4C超充稳定运行；双重底部防护可抵抗高强度冲击……宁德时代推出的麒麟电池采用第三代CTP技术，进一步缓解“里程焦虑”，让行驶更安全。

清晨通勤时，一键开启“战斗模式”，座椅自动调直、导航同步公司地址；周末露营时，切换“慵懒假日”，天幕透光率调至50%，音响播放白噪音……借助可编程座舱技术，用户可自由组合几十项功能，打造千人千面的专属“移动生活空间”。

“十四五”规划纲要提出，突破新能源汽车高安全动力电池、高效驱动电机、高性能动力系统等相关技术，加快研发智能（网联）汽车基础技术平台及软硬件系统、线控底盘和智能终端等关键部件。

技术创新的“引擎”轰鸣不息，驱动智能座舱和车载软件越来越“聪明”，电池系统、芯片持续迭代升级，更带来生产线变革，汽车制造的逻辑正从“物理叠加”向“智能共生”升维。

走进赛力斯超级工厂，1600多台智能终端与3000多台机器人协同运作，焊接、喷涂等生产环节自动化率实现100%。“采用AI视觉检测技术，十几秒就能对单一零部件的几十处卡口完成全部检测，有效保障产品一致性和出厂品质。”赛力斯超级工厂总经理曹楠说。

“十四五”以来，智能化技术在新能源汽车研发设计、生产制造、仓储物流等各环节深度应用，成为新能源汽车产业逐“新”提“智”的缩影。

坚定走“品牌向上”之路

7月29日，重庆，中国长安汽车集团有限公司成立大会举行。这家新央企拥有117家分公司和子公司，主要经营汽车整车及零部件、汽车销售等业务。

“这是汽车产业供给侧结构性改革的关键举措，也为中国汽车产业在全球产业格局变革中增加了确定性。”中汽中心中国汽车战略与政策研究中心主任王铁说，汽车新央企的诞生有利于带动汽车产业资源整合，优化组织结构，放大规模效益。

面对技术迭代日新月异、国际竞争加剧、产业格局重塑等挑战，“十四五”以来，从政府部门到行业企业，一系列有力举措和创新实践接连落地，持续巩固和扩大新能源汽车产业发展优势。

“加快培育具有国际竞争力的新兴支柱产业”“依法依规治理企业无序竞争”“推进重点行业产能治理”“规范地方招商引资行为”……7月30日召开的中央政治局会议作出的一系列重要部署。7月16日召开的国务院常务会议明确提出，切实规范新能源汽车产业竞争秩序。

践行“供应商支付账期不超过60天”承诺，重点车企在行动——中国一汽组建部门专项工作组，形成闭环管理，并针对中小企业推出专项支持；广汽集团构建覆盖“订单下发—验收入库—对账结算—货款支付”的全流程管控体系……

推动构建“整车—零部件”协作共赢发展生态，促进产业健康可持续发展，坚定走“品牌向上”之路成为全行业共识。

中国汽车工程学会副秘书长赵立金表示，我国汽车产业正从“规模发展”迈向“价值创造”，从“跟跑发展”转向“引领创新”，面对市场竞争，要进一步提升高质量科技供给，加强基础原创技术创新。

“产业链上下游需进一步强化芯片、人工智能等前沿领域创新，持续推进动力电池、燃料电池等技术迭代升级，赋能智能底盘、智能驾驶、智能座舱跨系统融合，着力从源头上突破制约产业高质量发展的瓶颈。”赵立金说。新华社北京8月12日电

上半年全国新设经营主体1327.8万户

据新华社北京8月12日电（记者 赵文君）市场监管总局12日发布数据，今年上半年，全国新设经营主体1327.8万户。其中，新设企业462万户，新设个体工商户862.9万户，新设农民专业合作社2.9万户，多种经营主体均呈现稳定增长势头。

民营和外资企业发展势头良好。上半年，新设民营企业434.6万户，同比增长4.6%；新设外资企业3.3万户，同比增长4.1%。多种所有制企业发展态势良好，显示市场预期持续改善，企业投资信心有效提升，中国始终是全球投资的热土。

产业结构进一步优化。上半年，第一产业新设经营主体60.1万户，第二产业新设96.5万户，第三产业新设1171.2万户。截至6月底，全国登记在册“四新”（新技术、新产业、新业态、新模式）经济企业2536.1万户，同比增长6.6%，占企业总量的40.2%。

消费领域文化产业亮点突出。随着“哪吒”“悟空”等国产IP火爆全球，文化产业成为上半年消费增长亮点，新设“文化、体育和娱乐业”企业增速高达17.5%。