

市场监管

品牌溢价折射中国制造影响力

趁着这个“五一”假期，泡泡玛特城市乐园新园区正式营业了。泡泡玛特在全球走红之后，这里已经成了粉丝的聚集地。以前是中国游客去迪士尼看米老鼠、去环球影城打卡功夫熊猫，现在，轮到外国游客来中国寻找拉布布了。全世界的粉丝们聚在这个以中国IP为核心的乐园，被高唱拉布布之歌的海盗船、充满梦幻色彩的Dimoo旋转木马，以及主打刺激的拉布布爬楼机逗得一会叫、一会笑。

关于乐园，有两个数据值得重点关注：非本地游客占比达58%，等于有近六成的游客是从外地来北京逛乐园的；非亲子家庭游客占比59%，意味着近六成游客来这里不是遛娃，而是悦己。乐园负责人介绍，2025年，在仅开放约三分之一区域的情况下，全年客流量同比增长超过70%，并且开业第一年就已实现盈利。

解剖泡泡玛特这只“麻雀”，是因为它身上浓缩了中国品牌升级路上的一些共性。泡泡玛特跟传统的中国制造不太一样。它不便宜，乐园门票就要178元至288元，进了乐园，一块巴掌大的拉布布华夫饼38元。

不便宜，但线上秒空、线下排队是常态。这几年，像泡泡玛特这样撑得起品牌溢价的国货逐渐多了，国潮品牌走向世界，正是中国制造成长壮大的一种反映。期待更多中国品牌不再埋头“卷”价格，而是大大方方卖出品牌溢价。

日常销售中，只有手指高的盲盒手办卖到六七十元，毛绒挂件一两百元，大娃发售价动辄上千。

可每逢新品上架，线上秒空、线下排队是常态，到了海外，也能让当地消费者排龙抢购。2025年，泡泡玛特海外收入162.7亿元，同比增长291.9%，占总营收比重提升至43.8%。

什么是情绪价值？这就是情绪价值。什么是中国品牌？这就是中国品牌。

我们曾长期陷在一种思维定式里，觉得中国产品的最大卖点就是性价比。“价廉物美”这四个字，既是中国商品过去几十年撬开全球市场的钥匙，也在无形中成了束缚中国品牌的绳索。就算是泡泡玛特，明明海内外粉丝都认可它的价值，也经常面临舆论场“智商税”的质疑。

对比一下，迪士尼玲娜贝儿玩偶比泡泡玛特还贵，就很少有人指责。说到底，不是国货贵，而是很多人还没习惯国货也能卖出品牌溢价。

令人欣慰的是，这几年，像泡泡玛特这样撑得起品牌溢价的国货逐渐多了，比如把水果茶推上潮流爆品的茶饮品牌喜茶，把东方韵味成时髦生活的香薰品牌观夏、宋朝，价格比肩海外同行，且广受欢迎。

这些品牌“唱着歌”“仰着头”就把钱挣了的态度，恰恰宣告了一种新的可能——中国品牌，也能够让全球消费者心甘情愿为“喜欢”和“快乐”买单。

国潮品牌走向世界的背后，是已经悄然进化的工业美学、成熟的产业链和实打实的

质量。更重要的是，它借力于正在外溢的中国文化影响力，以及日益完善的知识产权保护体系，构建起一个让全球消费者共情的情感世界。这也是中国制造不断成长壮大的底气。

再过几天就是第10个“中国品牌日”了。“泡泡玛特”们的路才刚刚开始，以后会怎么样还不好判断。但是，当中国品牌不再埋头“卷”价格，而是大大方方、理直气壮地卖出品牌溢价时，我们应该为它们高兴和自豪。也期待和祝福更多中国品牌能够拔节生长、向阳花开。



王琛玮

刘丹霞

堵疏结合打击金融“黑灰产”

莫开伟

金融市场的健康运行，事关国计民生。近日，公安部、国家金融监督管理总局再次联手，部署新一轮金融领域“黑灰产”违法犯罪专项行动，释放出坚决治理的信号。

所谓金融“黑灰产”，是指金融领域的黑灰产业，它们通常利用金融消费者在维权等方面的急迫心理，披着“合法维权”外衣，干着非法勾当，牟取高额不当利益。典型代表包括不当催收、不法贷款中介、非法荐股等，让金融消费者一不小心就掉“坑”里，损失惨重。从宏观层面看，这类行为严重扰乱国家金融管理秩序，威胁金融安全。

去年6月至11月，公安部会同国家金融监督管理总局首次部署开展了金融领域“黑灰产”违法犯罪专项行动，成效显著：公安经侦部门共立案查处金融领域“黑灰产”犯罪案件1500余起，打掉职业化犯罪团伙200余个，涉案金额累计近300亿元。

为什么两部门再次亮剑？因为金融“黑灰产”这颗“毒瘤”还未根除。不法分子作案手段不断翻新，愈加隐蔽。例如，不法贷款中介包装“职业背债人”，伪造身份和流水材料实施骗贷。数据显示，2025年一季度金融“黑灰产”规模已超2800亿元，体量惊人。此外，人工智能技术的低成本化与普及化，正推动金融“黑灰产”从传统专业式、经营式运作，向平民化、低门槛扩散，产业链条日趋成熟，治理难度大幅上升。

打击金融“黑灰产”是一项长期而艰巨的任务，不可能半其功于一役，必须时刻绷紧安全之弦，始终保持高压态势。怎么打？单靠某个部门孤军奋战远远不够，不妨“堵”“疏”结合，多方协同、持续发力。

“堵”即锚定金融“黑灰产”重灾区，保持“公安+监管”联合执法的高压态势，持续加大对非法网贷中介、信用卡不正当催收中介等重点领域的打击力度，构筑一道坚固严密的防护网，有效堵塞违法犯罪通道。为此，需要加强信息互通，健全联动机制，同时设立举报电话，调动社会力量参与，提高打击的灵敏度与精准度，不断压缩“黑灰产”的生存空间。

在“堵”的基础上，通过“疏”来“开正门”，根除金融“黑灰产”滋生土壤。不法分子之所以有机可乘，是因为钻了消费者维权心切的空子。因此，必须深化公众教育，畅通正规维权渠道。一方面，可通过社区宣传、短视频科普等方式，揭露“代理维权”“全额退保”背后的诈骗本质，引导公众树立合法维权、风险自担的意识。另一方面，金融机构需落实主体责任，完善金融服务，包括提供透明、低成本、易获得的正规融资渠道等，降低金融消费者对“黑灰产”的依赖。多方合力，让金融环境清朗有序，才能更好推动经济社会持续健康发展。

(中国经济网供稿)



王威作(新华社发)

预付消费怎能成套路

店铺换老板了，预付卡要重新充值才能“激活”；说好的“一店办卡全市通用”，去其他分店消费却遭遇推诿限制……类似预付卡消费纠纷屡有发生，如何破解商家套路？近日，浙江省杭州市萧山区人民法院审结了一起预付卡消费纠纷，成功帮原告追回余额，为消费者维权提供了有益借鉴。本案中所涉公司虽已注销，但清算义务人依法应承担清偿责任，提醒经营者此类套路将面临股东个人及关联公司共同担责的法律风险。行政机关、社会组织应通过创新机制、技术赋能等方式提升协同治理效能，完善预付式消费长效监管机制。消费者在购买服务时，应妥善保管合同、付款凭证等证据，必要时通过诉讼裁决维护自身权益。

(时锋)

打造

行走的课堂

近日，北京艺术博物馆、河北衡水间里古镇孙敬学堂等立足自身历史文化、自然生态与教育资源优势，打造国学体验、非遗传承、红色教育、生态科考等多元化研学游场景，不仅让“行走的课堂”更具吸引力，还带动了周边餐饮、民宿、文创等相关产业发展。研学游是文旅融合的重要载体，更是扩大服务消费、助力乡村全面振兴、落实立德树人根本任务的关键抓手，承载着满足青少年成长需求、传承中华优秀传统文化、激活区域经济活力的多重使命。

当前，我国研学游市场正处于蓬勃发展的黄金期，成为拉动文旅消费、培育新增长点的重要力量。随着居民消费升级与教育理念的转变，家长和学生对于研学游的需求从“有没有”向“好不好”转变，个性化、沉浸式、高品质的研学产品备受青睐。有研究显示，2025年全国研学游行业市场规模达2132亿元，同比增长19.04%。旅行社、教育机构、互联网企业等多方主体积极入场，产品类型不断丰富，涵盖国学、非遗、红色、生态、工业等多个领域，入境研学、乡村研学等新业态快速崛起，既丰富了服务消费供给，也为区域经济发展注入了新动能。

下一步，为满足消费者日益增长的高品质研学游需求，要在内容升级、优化监管、融合发展等方面持续努力，推动研学游市场创新提质。着力推动内容创新升级。鼓励经营主体深度挖掘各地特色资源，结合地域文化、自然生态、产业优势，推动研学游与国学、非遗、红色文化、生态保护、工业科技、乡村全

面振兴等多元领域深度融合，打造具有地域辨识度的精品研学产品，避免同质化竞争。支持高校、科研机构与研学机构深度合作，鼓励组建专业课程研发团队，结合中小学生学习特点，开发兼具知识性、趣味性、实践性的研学课程，积极融入红色、生态、科技等元素，打造沉浸式研学场景。鼓励研学机构加强品牌建设，培育一批特色鲜明、口碑优良的研学品牌，增强行业整体竞争力。

提升市场监管水平。建立以正向激励为主、监管约束为辅的长效发展机制，支持宣传推广运营规范、课程优质、安全可靠的研学机构。健全消费者权益保障机制，畅通投诉举报渠道，全面推广研学旅游示范合同，明确服务内容、安全责任、收费标准，让研学游在透明、规范、有序的环境中持续健康发展。鼓励各地搭建专业化师资队伍认证培训体系，开展线上线下融合、标准化培训，明确导师资质标准与实操要求，推动导师持证上岗，加快打造一支懂教育、善引导、能实操的研学人才队伍。

推动融合发展开拓新空间。鼓励研学游与乡村全面振兴深度融合，依托乡村特色产业、自然景观、民俗文化，打造乡村研学游特色场景，带动农产品销售、民宿升级、文创开发，助力农民增收，让研学游成为推动乡村全面振兴的重要抓手。支持入境研学游发展，深度挖掘中华优秀传统文化，打造国际化研学游产品，加强国际宣传推介，提升我国研学游国际影响力与文化传播效能。

王鹏

升级版

多元布局打开银发经济增量空间

侯 茵 武志怡

第十二届中国国际养老服务业博览会将在北京举办，我国个人养老金基金产品上新，养老社区向专业化分工转型……一段时间以来，关于银发经济的举措不断。有预测显示，2050年前后我国老年人口总量将达峰值，届时占比接近40%。如何更有效发展银发经济，是积极应对人口老龄化的战略举措，也是联结经济发展和民生福祉的重要纽带。

银发经济是现代化经济体系适老化改革的新动能，也是老龄社会养老服务转型的“压舱石”，兼具经济发展和民生保障的双重使命，涵盖老龄经济和养老经济两个方面，已完成从产业培育到系统规划、由传统养老服务到全链条服务的全面跃迁。“十五五”时期，银发经济的发展应成为一项系统性社会工程，体现经济结构调整与人口变迁的主动适配，其发展水平直接影响人口高质量发展进程，关乎老龄社会的治理效能和民生福祉。

当前，我国银发经济市场正加速释放多层次、多样化的消费需求，逐步从以基本养老保障为核心的“养老经济”，向更加注重品质与尊严的“享老经济”，以及面向全年龄人口的“备老经济”转型升

级，展现出独特的发展潜力和现实价值。此外，数字技术广泛应用成为银发经济转型的新契机，促进其与健康产业、现代服务业深度融合。银发经济还呈现出因地制宜、协同推进的态势。东部地区依托产业基础和科技优势，加快布局适老产品制造和智慧养老；中西部地区结合生态资源和文旅禀赋，积极发展康养旅游和综合养老服务；城乡之间则通过完善社区养老服务网络和居家适老化改造，推动银发经济向基层延伸、向家庭覆盖。可见，多元化、多层次、多区域协同发展的银发经济格局正在逐步形成。

尽管展现出强劲的发展势头与巨大的市场潜力，但深层矛盾与现实挑战也已凸显。一是认知偏差制约产业多元布局。部分经营主体将银发经济窄化为养老服务产业，未能把握其横跨多产业、贯穿全周期的内在规律，导致银发经济发展的单一性和同质化。二是产业链协同不足，呈现“集而不群”态势。上下游产业链尚未有效贯通，制造业与服务业融合不深，金融、科技、养老等关键要素耦合度偏低，技术、资本、人才等核心要素的配置度不高，还未形成纵向成链、横向集群的良性产业生态。三

不久前在北京召开的全国服务业大会，明确以扩能提质为主线，推动生产性服务业向专业化和价值链高端延伸、生活性服务业向高品质多样化便利化升级。这标志着我国服务业发展进入系统推进、扩能提质的新阶段。

服务业链条长、覆盖面广、带动性强，是国民经济的第一大产业，是稳增长、保民生、促就业的关键引擎。特别是在当前我国从“制造大国”向“制造强国”转变的关键时期，服务业发展水平直接影响制造业数智化、绿色化转型的总体进程，关系我国制造业在全球制造业中的竞争地位。新一轮科技革命和产业变革加速演进的背景下，以数智技术推动服务业扩能提质、转型升级，是加快构建现代化产业体系、整体提升产业竞争力的关键举措。党中央、国务院高度重视服务业发展，近年来深入开展服务业扩大开放综合试点，我国服务业发展呈现规模体量与支撑能力同步提升的良好态势，表现出鲜明特征。

一方面，数智化转型全面提速，云计算、人工智能等技术重构服务交付模式，数字交付服务成为服务贸易重要组成部分。融合化趋势纵深推进，现代服务业与先进制造业深度融合，生产性服务业从配套辅助转向价值创造核心。

另一方面，结构优化持续深化，生产性服务业向高端延伸，生活性服务业向品质升级，分层分类发展成为行业治理导向。开放水平不断提升，服务业成为吸引外资的主引擎。

放眼全球，服务业数字化、知识化、融合化已成为普遍趋势，主要经济体纷纷加快布局。欧盟服务业增长显著快于工业，房地产服务、信息通信、专业技术服务等领域表现突出，成为经济复苏的主要支撑。德国依托强大制造业基础，推动生产性服务业高端化发展，为制造业数字化转型提供坚实保障。新加坡聚焦数字信托、绿色金融、跨境专业服务等高附加值领域，凭借高效营商环境与国际化规则对接，推动服务业数字化转型。

与这些发达经济体相比，我国服务业正处于规模扩张与结构优化并行阶段。超大规模市场、丰富应用场景、政策协同有力等独特优势，正在推动我国服务业走出一条市场驱动、数智赋能、两业融合、民生导向的独特发展道路。也要看到，我国服务业仍存在明显短板：高端服务供给不足，服务贸易和高端制造业的融合度偏低，服务业龙头企业和创新型企业数量不足，生产性服务业领域竞争不充分，制度型开放水平有待提升，高端与专业人才供给短缺。

数智赋能服务业扩能提质，是一场涉及理念、技术与生态的深刻变革，必须突出需求牵引、改革攻坚、科技赋能、开放合作，进一步把握趋势、发挥优势、破解难题、系统推进，在全球服务经济竞争中抢占主动，推动我国从服务大国向服务强国迈进。

强化数智赋能，夯实高端服务基础。聚焦高端工业软件、工业操作系统、半导体等关键领域，构建“产学研用”协同攻关机制，加速国产技术迭代与自主可控产业生态构建。实施服务业“上云用数赋智”等行动，推动人工智能、大数据向服务全链条渗透，培育智慧物流、研发设计、数字文旅等新业态，以技术创新提升服务效率与附加值。深化产业融合，推动两业深度协同。聚焦生产性服务业短板弱项，培育专业化第三方服务机构，支持装备制造企业向系统集成与整体解决方案提供商转型。依托先进制造业集群布局服务集聚区，推动工业设计、供应链金融等服务深度嵌入制造全链条，打造融合共生的产业生态。推出轻量化、低成本、易部署的数字化解决方案，降低中小企业转型门槛，构建大中小企业融通发展的数智服务生态。

加快改革步伐，健全要素资源保障。完善服务业财税、金融、土地支持政策，推广知识产权质押融资，参照工业用地政策保障服务设施用地。加强服务标准体系建设，探索优质服务承诺与标识机制，支持企业实施品牌战略，在研发设计、数字服务、文旅康养等领域打造一批具有国际影响力的“中国服务”品牌。

扩大制度型开放，对接高标准国际规则。进一步缩减跨境服务贸易负面清单，推动互联网、电信、医疗、教育等领域有序扩大开放。在数据跨境流动、工业数据确权、核心源代码保护等领域开展压力测试，打通服务要素跨境流动堵点。

是有效需求不足，消费潜力受限。收入增长预期放缓、刚性支出压力偏大、适老化消费场景欠缺、新兴消费业态渗透不足，导致消费增量空间未能完全打开。针对此，可从多方面寻求突破。拓展产业边界。跳出“养老服务”的单一认知，将银发经济延伸至健康管理、文化休闲、适老产品制造、智慧科技、老年金融等领域。依托社区养老场景，引入老年教育、辅具租赁、适老家装等业态，形成覆盖老年群体多元需求的综合服务体系。

打通产业链条。推动医疗、康养、科技、金融等要素有效整合，以智慧养老平台为载体，将适老化产品研发、社区养老服务、健康管理数据贯通衔接，改变各环节分散运营的局面，提升整体协同效率。在空间布局上，探索“养老设施+复合业态”模式，将社区养老空间与便民商业、生活服务等功能有机整合。

细化分层供给。根据大数据提供的老年人的健康状态、收入水平、服务需求等，分类提供、精准推送匹配的产品与服务。针对老龄化趋势，在健康管理、文化娱乐、适老产品开发等领域向高龄群体提供精细化服务，以精准服务激活有效需求。