



读者至上  
星期三  
2026年6月10日  
农历丙午年四月廿五  
今日8版  
国内统一连续出版物号CN 51-0072  
邮发代号61-41  
发行热线:028-86754267

# 西南商报

SOUTHWEST BUSINESS NEWS



微信公众号: XNSBS86786115



西部经济网 www.swbdcn

总编辑 李晨赵

四川省供销社合作社联合社主管 四川西南商报报业传媒有限公司出版 新闻热线 028-86786115 总第 5185 期 星期二、三、五出版 E-mail: xnsbshe@126.com 值班编辑: 马工枚

## 形成覆盖多元赛道的万亿元产业规模 情绪消费新场景加速涌现

国务院印发的《关于推进服务业扩能提质的意见》提出,到2030年,服务业总规模迈上100万亿元台阶。作为服务消费的重要组成部分,情绪消费强调情感共鸣、心理慰藉、自我认同,多元消费场景深受年轻人喜爱,也闯出一片产业发展的新蓝海。数据显示,我国情绪消费已形成覆盖潮玩、盲盒、手作等多元赛道的万亿元产业规模。

为情感体验付费、为情绪价值买单,正成为当下青年消费的重要特点。情绪消费何以创造大市场?记者进行了采访。

### 共享菜园受欢迎 业态创新折射消费升级

下班了,王杉开车来到位于山东省青岛市崂山区北宅街道的老雷家家庭农场,在整齐的地块中,一眼看到了自己租的地。地里,一簇簇时蔬长势喜人。“这块地面积大约60平方米,平时由农场帮忙打理,我和家人有空时也来干点活。”王杉一边收菜一边说。

北宅街道背靠崂山,山地多,耕地少,零星分散,不利于传统农业种植。但是,这里距离市区近,区位优势明显。“早在2008年,我们农场就开始做‘北宅有我一分田’项目,当时是我父亲在负责。”老雷家家庭农场负责人雷明说,市民租用地块后,可以体验播种、管理以及收获的全过程。

随着生活水平的提升,越来越多市民乐于走进乡村,体验农耕。看到这个趋势,雷明2015年回到青岛,全身心投入共享菜园经营。

每块菜地里种啥?雷明说,自己有一本“菜单”,供租地的市民选择,一块地最多可以同时种十几种蔬菜。

怎么种也有讲究。“哪种菜挨着哪种菜,收完一种再种哪种菜,都会影响产量,我会提出专业建议。”雷明说,一分田一年收费3500元,相当于每平方米50多元就可享受全托管服务,播种、施肥、浇水、除草、搭架子等工作都由农场负责,租地市民可以随时前来体验。

“收的菜吃不完,经常送给亲戚朋友。”王杉说,除了吃得放心,还能放松身心。一到周末,共享菜园就热闹起来,孩子们学着浇水、翻土、除草,到处是欢声笑语。

“我们农场的70块菜地已经全部租出去了,租户以80后群体居多。”雷明说,经营共享菜园为农场带来更稳定的收益,以前种菜种果到市场卖,亩均收入六七千元,打造成共享菜园后亩均收入约3.5万元。

“人们爱上共享菜园,本质上是热爱

于体验种菜的过程。”山东师范大学经济学院教授刘强说,共享菜园的走红,体现出农业业态创新加速,折射出人们的消费逻辑正从物质需求向情绪疗愈转变。

刘强表示,共享菜园的发展前景值得期待。在严守耕地红线的前提下,地方政府和村集体组织可以将闲置土地等“沉睡资源”加以微改造,促进业态从“单一租赁”向“复合运营”扩展。

### 解压玩具销售热 情绪价值牵引精准供给

仿真美食、各色水果……走进位于浙江杭州湖滨银泰的一家商店,映入眼帘的是造型各异的“捏捏乐”。这些由高延展性硅胶制成的玩具外观可爱,按压后能缓慢回弹,吸引不少消费者选购。

在杭州一家新能源企业工作的王清雨是这家店的常客,她已经收集了20多个造型各异的“捏捏乐”。“压力大的时候,下意识拿出一个‘盘’上几分钟,感觉心里的褶皱一点点被抚平了。”王清雨说。以“捏捏乐”为代表的解压玩具,正成为年轻人的消费新选择。解压玩具也从年轻群体的指尖走向社交场域,兴起情绪消费新风尚。

博主朱盈盈时常在社交媒体上分享制作“捏捏乐”的视频:以食品级硅胶为原料,调制颜色,一颗红富士苹果几可乱真。在评论区,网友纷纷求购。

朱盈盈还有另一个身份——浙江佩姬文化创意有限公司创始人。走进位于浙江金华的公司生产车间,工人正在进行手工操作:勾勒造型、脱模清洗、封装打包……一件件造型可爱的“捏捏乐”就诞生了。

2024年,从事线上服装销售的朱盈盈敏锐地注意到,各种“解压神器”越来越受到年轻人的喜爱。她果断转型,在家中制作“捏捏乐”,并把视频发布在社交媒体上。

“去年12月,我们的新品上市,短时间内卖出了6万件,很受市场认可。”朱盈盈说,佩姬文化主打水果系列“捏捏乐”,工厂目前一天能生产约1000个“捏捏乐”,还吸引了海外客户下单订购。

作为全国消费新业态新模式新场景试点城市之一,金华推动文旅旅深度融合,打造情感交互的消费新图景。除了解压玩具等产品“上新”,当地还开发具有在地特色的文创IP,回应细分需求。

“要顺应青年消费趋势,开发更多年轻态、复合式产品,以新业态打开情绪消费的更多可能性。”浙江省发展规划研究院相关负责人表示。

### 创意手工引关注 新兴赛道并存机遇挑战

在湖北武汉,许多手工爱好者喜欢到中百集团武汉中心百货大楼打卡。这里一共有2000平方米,全是各类手作店。

走进一家银饰手作店,市民王超用锉刀将银条的边角磨平,拿起锤子将钢印上的字母敲进银条里,再交给店里的技术人员。经过焊接、抛光后,一个印有自己名字首字母的银戒指就做好了。“创意手工能够彰显个性审美,是一条兼具活力与前景的赛道。”店主刘鹏说,店里平均每月接待顾客约1000人次。

武汉中心百货大楼长期以来主要销售服饰、鞋帽、箱包等传统商品。“电商兴起后,许多人在线上购买商品,传统门店的经营受到影响。”武汉中心百货大楼总经理柳钢说。

随着创意手工等情绪消费新业态发展,2021年起,武汉中心百货大楼开启焕新转型,引进手作店。“我们地处武汉市江汉路步行街,年轻顾客很多。”柳钢初步估算,每100名顾客中就有60名会到手作店消费,顾客转化率较高。

“对于入驻商场的手作店,我们会免2个月左右的租金。”柳钢介绍,入驻后,手作店可以根据自己的特色对店铺进行设计和装修。日常运营时,武汉中心百货大楼也会免费为手作店引入客流。

“与线上消费对比,创意手工全过程由顾客主导,满足许多人对‘自主创造’的深层心理需求。”华中师范大学经济研究中心副主任胡继亮说,创意手工带来的成就感、满足感精准契合了青年的消费需求。

迅速发展中也有挑战。胡继亮介绍,情绪消费需求具有即时性、个性化特征,新消费热点更迭迅速且分布不集中,市场需求难以精准捕捉。同时,部分商家刻意传播低俗、肤浅内容,将原本丰富多元的情感体验窄化、对立化,需加以规范。

不久前,随着创意手工玩具拼豆爆发,部分产品存在加热设备缺乏3C认证、额定电压超标、劣质塑料加热释放有害物质等问题,引发社会关注。中国消费者协会发布消费警示,提示消费者切莫忽视安全风险。各地市场监管部门开展排查整治,严厉打击相关产品生产、销售领域违法违规行为。

“情绪消费既要‘放得活’,也要‘管得好’。”胡继亮建议,完善法律法规体系,筑牢产品质量和安全底线,明确交易规范和监管边界,引导情绪消费朝着更健康、更可持续的方向发展。

(人民日报记者 王沛 窦皓 吴君)

## 前5个月我国货物贸易进出口增长15.3%

□本报记者 王建武

据海关统计,2026年前5个月,我国货物贸易进出口总值20.68万亿元人民币,同比(下同)增长15.3%。其中,出口11.91万亿元,增长11.8%;进口8.77万亿元,增长20.5%。5月份,我国货物贸易进出口总值4.45万亿元,增长16.9%。其中,出口2.59万亿元,增长13.8%;进口1.86万亿元,增长21.5%。

从贸易方式看,前5个月,我国一般贸易进出口12.47万亿元,增长8.3%;加工贸易进出口3.95万亿元,增长22.9%;保税物流进出口3.59万亿元,增长41.8%。

从贸易伙伴看,前5个月,我国与东盟贸易总值为3.52万亿元,增长16.6%;我国与欧盟贸易总值为2.53万亿元,增长

10.3%;我国与美国贸易总值为1.61万亿元,下降6.6%。同期,我国对共建“一带一路”国家合计进出口10.57万亿元,增长13.6%。

从外贸主体看,前5个月,民营企业进出口11.81万亿元,增长15.5%;外商投资企业进出口6.02万亿元,增长15.7%;国有企业进出口2.81万亿元,增长14%。

从重点商品看,出口方面,前5个月,我国出口机电产品7.58万亿元,增长18.4%;农产品1.61万亿元,下降3.1%;农产品3007.9亿元,增长1.6%。进口方面,前5个月,我国进口机电产品3.54万亿元,增长25.3%;原油2.18亿吨,减少4.8%;农产品6181.6亿元,增长7.6%。

## 四川制造业拼服务了! 2028年建成西部地区服务型制造创新发展引领地

□本报记者 陶岚

为推动制造业与服务业融合,加快服务型制造创新发展,助推重点产业建圈强链和构建现代化产业体系,日前,四川省经济和信息化厅牵头制定了《四川省深入推动服务型制造创新发展行动方案》(以下简称《行动方案》)。

《行动方案》明确,到2028年,促进服务型制造创新发展的机制进一步完善,服务资源高效集聚,服务型制造发展水平显著提高,培育一批具有全国影响力的服务型制造龙头企业、领军品牌,对重点产业建圈强链和构建现代化产业体系的支撑保障作用进一步增强,建成西部地区服务型制造创新发展引领地。

### 到2028年 培育省级及以上工业设计中心25家以上

服务型制造创新发展,重点领域有哪些?根据《行动方案》,四川将从推动服务型制造研发设计能力提升、推动生产制造过程服务化改造、推动企业市场感知与服务能力建设、提升供应链运行质效四个方面入手。

《行动方案》提到,实施“设计四川·制造业设计能力提升行动”,引导制造业企业设立工业设计部门,创建国、省、市级工业设计中心,以设计创新引领制造业产品附加值和品牌影响力提升。助力制造业“增品种”“提品质”“创品牌”,到2028年,培育工业设计专业职称人员200名以上,培育省级及以上工业设计中心25家以上。

响应制造业数字化智能化发展趋势,深入实施制造业“智改数转”行动,应用工业智能体、工业大模型、工业元宇宙等新技术,梯度培育智能工厂,提升产业链智能化水平。到2028年,软件首版次产品达100个以上,建设300个以上先进级智能工厂。

## “种得好”向“卖得远”跨越 成都崇州大米拿到国际市场“入场券”

□本报记者 李祥

今年3月,成都崇州田间地头培育出的功能性大米,迈出了以自主品牌身份系统“出海”第一步。

成都天健君农业科技有限公司(以下简称“天健君”)与珠海美味君食品科技有限公司、香港起元科技有限公司签署三方战略合作协议,共同开拓“稳糖米”系列产品在中国港澳地区及东南亚的市场,这意味着崇州功能性大米——稳糖米,正式拿到了通往中国港澳地区和东南亚市场的“船票”。

在天健君水稻育种基地里,每一块田都竖着标牌。“每一个标牌就是一个新的材料或者一个新的品种。”蜀州水稻研究所所长、天健君创始人宋德明指着田里的标牌介绍,“目前我们有功能水稻的基因接近1万份。”这一万份种质资源的积累,背后是十余年的漫长攻关。宋德明是水稻育种领域的“老把式”,师从已故中国工程院院士、著名水稻育种专家周开达,研究杂交水稻30多年。稳糖米的诞生,源于他想培育出一种让高糖人群“敢吃饱”的大米。

回忆起艰难的育种历程,宋德明坦言最大的挑战是:在不可能当中寻找可能性。“水稻品种选育,能够有万分之一选出来就已经很不容易了。我们做了成千上万个杂交组合,这里面失败的风险非常大。”

为了攻克难关,宋德明和团队采用传统系谱法,将野生稻、粳稻、籼稻等多种携带目标性状的优质种质资源进行远缘杂交,让优

良基因聚合在一起,选育新的满足需求的品种。在经历无数次尝试无数次失败后,才有了稳糖米这一功能性大米的问世。

以稳糖米为原料,天健君进一步开发出低GI轻食米线、米饼干、米酥、鲜食米饭等一系列深加工产品,提升产品附加值,形成了从功能大米到健康食品的产品矩阵。

正是这些技术底牌,让崇州这款米拿到了走向国际市场的“入场券”。

技术有了,出海的通道在哪里?3月8日的三方签约,给出了答案。根据协议,天健君作为核心产品与技术的输出方;珠海美味君食品科技有限公司担任澳门及东南亚市场的总代理,负责渠道拓展;香港起元科技有限公司则拿下产品的香港总代理权。三方各司其职,搭建起一条从崇州田间到海内外餐桌的完整链路。

天健君销售部部长王莎介绍:“今年第三季度,首批货柜将发往香港,第四季度将进入香港的酒店、医院和零售渠道试点。明年第一季度将进行新加坡等东南亚市场的拓展。”这意味着,在不久的将来,中国港澳地区和新加坡等地的消费者就能在货架上看到来自崇州的功能性大米和米制品。

宋德明表示,这次签约不仅是天健君一家企业的突破,更是崇州农业从“种得好”向“卖得远”跨越的标志性一步。

从育种基地的一方试验田,到中国港澳地区和东南亚的广阔市场,崇州大米的故事,正在翻开新的一页。



## 冲刺二季度 拼出“成绩单”

今年以来,四川省眉山市青神县锚定“制造强县”战略,以新型工业化引擎,聚产业、强创新、优服务,奋力冲刺二季度。当前,青神县工业经济稳中有进,产值增速、固投增幅等多项指标位居全市前列,正全力确保实现“双过半”目标。

据了解,依托成都都市圈独有的表面处理、绿色铸造两大产业稀缺牌照,

青神县持续壮大高端装备制造主导产业,集聚33家规模以上装备制造企业,构建起从铸造锻造、精密加工、表面处理到整机装配的完整产业链,装备制造产业规模占全市比重达18.5%。二季度以来,海默科技能源装备智能制造、科跃芯片散热保护系统制造等10个重点项目集中开工,科美特新型耐高温超导材料、兴智精密机械光模块精密结构件

等6个项目竣工投产。

在项目增量培育上,青神县创新构建跨区域协作机制,保持15家以上优质企业储备规模,靶向培育中小微企业成长为规模以上增量。与此同时,工业投资势头稳健,预计二季度工业固定资产投资可达7.4亿元,为工业经济长远发展筑牢硬件支撑。

林琳文/图