

习近平抵达华盛顿对美国进行国事访问

新华社华盛顿9月23日电(记者杨依军 宿亮)当地时间9月23日下午,国家主席习近平乘专机抵达华盛顿,应美国总统特朗普邀请,对美国进行国事访问。

习近平和夫人彭丽媛抵达华盛顿安德鲁斯空军基地时,特朗普和夫人梅拉尼娅热情迎接。特朗普表示,很高兴在华盛顿接待习近平主席和彭丽媛女士,这是一次举世瞩目的访问。习近平主席是伟大的领导人,这是一个伟大的时刻。我期待同习近平主席深入交换意见,推动两国关系发展。

美国儿童向习近平和彭丽媛献上鲜花。礼兵分列红毯两侧致敬,军乐团奏中美两国国歌,现场鸣放21响礼炮,战机飞越致敬。

习近平发表书面讲话,代表中国人民向美国人民

致以诚挚问候和良好祝愿。

习近平指出,中国和美国都是伟大的国家,中国人民和美国人民都是伟大的人民。中美两国人民长期友好交往,双方利益深度交融,两国应该成为伙伴而不是对手,实现中华民族伟大复兴和让美国再次伟大,完全可以并行不悖、相互成就、造福世界。特朗普总统今年5月访问中国时,我们同意构建中美建设性战略稳定关系,为未来中美关系发展作出战略指引。中美双方应该相向而行,推动形成合作为主、竞争有度、分歧可控、和平可期的稳定关系,走出一条新时代中美两个大国正确相处之道。

习近平强调,世界在发展,时代在变化,但中美两国和平共处的历史逻辑没有变,两国人民友好交往的

良好愿望没有变,国际社会对中美两国的普遍期待没有变。我期待同特朗普总统就关乎两国关系和世界局势的重大问题深入交流,不断丰富中美建设性战略稳定关系内涵,拓展中美各领域交流合作空间。我也期待同美国各界人士广泛接触、厚植友谊。相信在双方共同努力下,这次访问一定会取得丰硕成果,为两国人民增进福祉,为世界和平增添希望。

蔡奇、王毅等陪同人员同机抵达。

先期抵达的中共中央政治局委员、国务院副总理何立峰,中国驻美国大使谢锋也到机场迎接。

习近平乘车从机场赴下榻饭店途中,华侨华人和留学生代表聚集在道路两旁,挥舞中美两国国旗,热烈欢迎习近平主席到访。

消费提质 市场焕新

——“中国经济圆桌会”共话消费新亮点

据新华社电 消费,一头连着百姓民生,一头连着经济发展。

“坚持内需主导,建设强大国内市场”是今年经济工作的重点任务之首。习近平总书记强调:“统筹促消费和扩投资,用好我国超大规模市场优势”“适应消费结构变化,扩大优质商品和服务供给”。

近日,新华社记者随2026年“活力中国调研行”主题采访活动赴湖南、福建、山东等地,从古厝民宿到海洋牧场,从首发首店到夜间市集,品味消费转型升级中的活力中国,感受超大规模市场的万千气象。

结合采访情况,新华社9月24日推出第三十七期“中国经济圆桌会”大型全媒体访谈节目,邀请商务部国际贸易经济合作研究院副院长林健、山东省文化和旅游厅副厅长张卫华、长沙新消费研究院院长张丹丹、厦门国际邮轮母港集团有限公司董事长陈春晖,共话中国消费新亮点。

新需求促进消费提质

民生市场,最见消费温度。

山东淄博,深嵌居民区的老菜市场八大局便民市场,2023年因打假博主“连查十家无一缺斤少两”的视频意外出圈,凭借“公平秤”守住诚信经营、“微更新”提升消费体验,“文化牌”激活消费场景而走红至今。

河南许昌,胖东来超市天使城店里,天南海北的人们涌向这里,手机上刷着“胖东来必买”帖子。其品质严选、供应链可控的商品,以及“去皮”称重、无理由退货等服务,让“逛胖东来”成为一种“放心消费”体验。

一个被誉为“全国最牛5A级菜市场”,一个被称为零售业的“6A级景区”,人们的口碑,折射出消费内涵的深刻转变——从“有没有”转向“好不好”,从单一的物质满足延伸至情感共鸣、健康管理与服务体验。

张卫华说,消费者正从“买商品”转向“买放心”,更看重诚信、公平、安全和质优价廉;从“看景”转向“入景”,更喜欢市井气、真实感、文化味和地方特色;从“功能性消费”转向“体验式消费”,追求沉浸、互动、情绪价值和社交分享,注重精细化、人性化带来的“被尊重、被宠爱”的服务体验,更愿意为实在的产品、真诚的服务、优质的体验买单。

民生基础型消费在提质,发展型、改善型消费在扩容。

以邮轮游艇消费为例,正从小众体验迈向大众日常,成为人们文旅出行的热门选项。作为国家四大邮轮运输试点示范港之一,厦门国际邮轮母港今年上半年累计接待访问港邮轮艘次同比增长33%,带来境内外旅客数同比增长约180%。陈春晖说,邮轮消费从船到岸,集吃、住、行、游、购、娱于一体,契合了当下消费者的复合体验需求。

行走在大江南北,从古巷夜游的沉浸体验到博物馆里的深度停留,从家政上门的贴心照护到专业定制的智能家装,消费的温度不再只由商品的价格标注,更由服务的质感衡量。

今年1至8月,社会消费商品和服务零售总额同比增长2.5%,其中服务零售额增长4.9%,商品零售额增长1.0%,消费市场稳中提质,消费结构持续优化。

当前,我国消费市场已进入“商品+服务”并重

的发展阶段。林健说,今年6月国家统计局首次发布“社会消费商品和服务零售总额”指标,正是对这一消费结构变化的呼应,能够更真实、全面反映消费市场全貌。随着人均收入水平提升,服务消费增速超过商品消费是经济发展的客观规律,“十五五”期间我国服务消费有望进一步加快发展。

“服务消费与商品消费的边界将更加模糊,二者会深度融合。但不变的是,以用户需求为原点,把目标客群的真实需求持续商品化。”张丹丹说。

新供给推动市场焕新

“来厦门,海上游”正成为领略这座“海上花园”城市魅力的方式之一。

近三年来,“屿见·厦门海上游”持续升温,年接待游客近百万人次,背后是船岸联动的创新探索。陈春晖介绍:“在岸上,和平码头升级为‘城市阳台’并注入多元业态,游客可以逛市集,到‘红桥咖啡’打卡厦门夜景,观赏光影秀;在海上,游客‘海上看金门’‘鹭江夜游’,体验全国首个海上音乐餐秀《鼓浪往风》,品味‘海上闽味宴客厅’‘鹭江宴’,我们通过产品不断迭代创新,赋予游客新体验。”

需求引领供给,供给创造需求。眼下,培育消费新业态、新模式、新场景,成为各地提振消费的关键抓手。

创新供给,让传统产业焕发新生。

五彩零食搭起梦幻长廊,7万多根棒棒糖拼出巨幅人物画像,巨型零食雕塑错落其间……在位于湖南长沙的“零食王国”,1.3万平方米的空间里汇集了全球超3.5万款零食,打造集选购、打卡、互动于一体的探索式体验,吸引很多外地游客慕名而来。

作为全国消费新业态新模式新场景试点城市之一,长沙正在围绕“新消费”打造消费创新发展高地。张丹丹说,新消费是围绕消费者的新需求,以新技术、新理念和新模式为创新点,持续创造契合消费者真正需求的产品与服务。

文化赋能,让供给更具灵魂。

从“淄博烧烤”的全民追捧,到百年青啤的消费焕新,再到曹县汉服的文化出圈,山东正走出一条从“流量爆红”到“产业长红”的独特路径。“这些案例的共性,就是承载了消费者对文化深度体验的需求和表达。”在张卫华看来,只有文化立根、紧扣需求、服务升级、产业承接协同发力,才能让网红“流量”真正变成可持续的消费“留量”和增量。

“屿见闽南”景区聚焦闽南文化、华侨文化,通过打造“体验式非遗博物馆”,吸引游客走进侨批馆写家书、坐在悬吊钢琴下对唱闽南语老歌,在深化情感互动中流连忘返。陈春晖说,在因地制宜推进首发经济、培育体验式消费方面,要坚持“文化为魂,创新为要”。

因地制宜,要各美其美,而非“千城一味”。

林健认为,各地资源禀赋和消费基础不同,应深入挖掘本地历史、文化、生态、产业等独特资源,打造具有辨识度的区域消费特色品牌。同时,推动商旅文体健深度融合,培育沉浸式、体验式消费新场景,创造“1+1大于2”的独特优势。

“引流靠活动,转化靠供给,长红靠环境。”林健认为,可持续的消费转化,最终要靠服务质量、消费设施

和营商环境的系统支撑,把“知名度”转化为“美誉度”。

畅循环释放消费潜能

家电从按能效等级分档补贴调整为精准补贴1级能效产品,汽车从定额补贴改为按车价比例补贴,首次将智能眼镜纳入全国统一补贴范围……

今年以来,以旧换新政策引导需求向绿色、智能方向升级,补贴资金撬动比从2025年的1:7.8提升至1:10.3。

在林健看来,提振消费是否可持续,关键在于能否促进形成消费升级和产业升级互促的良性循环。

促进智能家居消费、推动商品消费扩容升级、全链条扩大汽车消费、活跃县域消费……今年以来,在持续优化消费品以旧换新政策的基础上,商务部等多部门相继出台一系列提振消费举措,聚焦深挖增量空间,引导消费提质、产业向新的导向鲜明。

“汽车消费政策向新能源、智能网联车型倾斜,县域消费政策向绿色智能产品、新兴业态倾斜,本质是通过需求侧引导,倒逼制造业向绿色化、智能化转型,形成消费升级带动产业升级、再作用于消费扩容的正向循环。”林健说。

中国是全球第二大消费市场,拥有全球最大规模中等收入群体,蕴含着巨大投资和消费潜力。

展望2030年,《扩大消费“十五五”规划》提出,全社会商品和服务消费较快增长,社会消费品零售总额达到60万亿元左右;《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》提出,培育形成绿色消费、智能消费、健康消费等十万亿级市场;《旅游强国建设“十五五”规划》提出,入境旅游人次达到1.9亿、总花费超过1500亿美元……

新技术正在成为拓展消费空间的重要变量。林健认为,面向“十五五”,最大的机遇在于“人工智能+消费”等新增长点将不断涌现且加快发展,商品和服务消费结构升级空间广阔。张卫华介绍,山东将出台“人工智能+旅游”行动方案,推动人工智能赋能文旅资源开发和产品创新。

大宗消费同样蕴含新的增量。林健说,以汽车为例,我国汽车保有量已超3.7亿辆。“全链条扩大汽车消费,就是要推动汽车消费从一次性购车向全生命周期消费延伸,激活万亿级市场增量。”

中国游、中国购正成为国际风尚,将撬动入境消费新增量。“海上文旅消费发展潜力巨大,需要引进来和走出去相结合。”陈春晖说,我国入境消费正从以旅游观光为主转向深度体验的新阶段,发挥厦门港口城市联通国际的优势,发展海上文旅、国际邮轮旅游恰逢其时。

消费是最终需求,涉及经济运行方方面面。以就业增收夯实“能消费”的根基,以优化环境增强“敢消费”的信心,以产业升级匹配“愿消费”的供给,以社会保障兜住“放心消费”的底线……林健认为,实现消费从量的扩张到质的跨越,必须供需两端协同发力,持续完善扩大居民消费的长效机制。

“充分发挥有效市场和有为政府的作用,厚植新消费产业生态的土壤,创新就会生生不息,消费潜力也将源源释放。”张丹丹说。

(记者赵超、谢希瑶、潘洁、王聿昊)