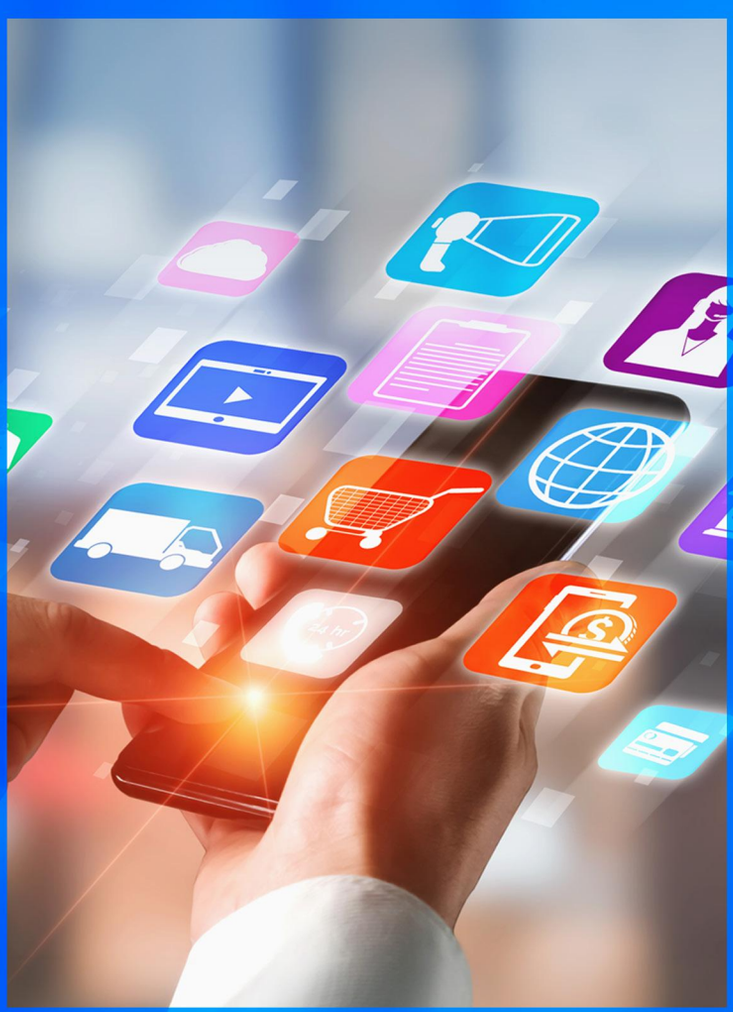
KPMG
毕马威

重塑与增长：十五五服务消费十大前沿趋势展望



毕马威中国
研究院

毕马威 创见不同·智启未来

kpmg.com/cn

2026年9月

目录

01 中国服务消费发展概览 03

服务消费已被提升至国家战略高度 04

当前中国服务消费发展的迫切性和必要性 06

中国的服务消费涵盖范畴 06

中国服务消费未来考量因素 07

02 “十五五”期间中国服务消费发展十大趋势前瞻 08

趋势一：民生服务消费提质扩容——家政、教育、居住服务与“一老一小”的普惠化升级 09

趋势二：情绪价值货币化，万亿疗愈市场爆发 10

趋势三：健康优先战略下的消费医疗，服务消费最具活力的增长极 12

趋势四：外资准入再开放，医养文旅红利释放 14

趋势五：“AI+消费”落地，数字服务打开服务消费新空间 16

趋势六：县域服务均等化，从基础覆盖到品质升级 18

趋势七：服务消费出海，从产品输出到文化价值输出 19

趋势八：入境消费扩容升级，国际消费新引擎崛起 21

趋势九：文旅体展跨界化，沉浸式体验经济崛起 22

趋势十：“首”字经济，以首发为引擎的服务消费提质 23

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

序言

消费是拉动经济增长的基础性力量，而服务消费则是衡量一个国家消费结构成熟度与经济发展质量的重要标尺。当居民基本物质需求得到满足后，消费重心便会从物质占有转向追求体验，从生存型消费迈向发展型、享受型消费。

2026年上半年，中国服务零售额同比增长5.3%，较社会消费品零售总额同比增长率高出4.2个百分点。消费新场景、新业态、新模式不断涌现，旅游咨询租赁服务类、文体休闲服务类零售额均实现两位数增长。从人均消费支出看，2020年到2025年期间，中国居民人均服务性消费支出年均增长8.5%，展现出强劲的增长动能；2025年人均服务性消费支出占居民人均消费支出的比重达46.1%，接近居民消费的“半壁江山”。服务消费正从消费升级的自然结果，成长为扩大内需、稳定增长的新引擎。

尽管如此，与美、日、法等发达国家服务消费占比接近或超过60%相比，中国仍处于“补课”阶段，在供给质量、制度环境与消费信心上尚有明显短板。服务消费的提质扩容，既需要巩固既有增长动能，更需直面结构性差距，在供给侧提质、制度端松绑、需求侧提振上协同发力，方能推动服务消费从量的扩张迈向质的跃升。

本报告旨在系统梳理中国服务消费的发展脉络与战略定位，深入剖析其发展的迫切性与必要性，界定服务消费的涵盖范畴，并前瞻研判“十五五”时期影响服务消费的关键考量因素，以期为相关决策与实践提供参考。



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

01

中国服务消费发展概览



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

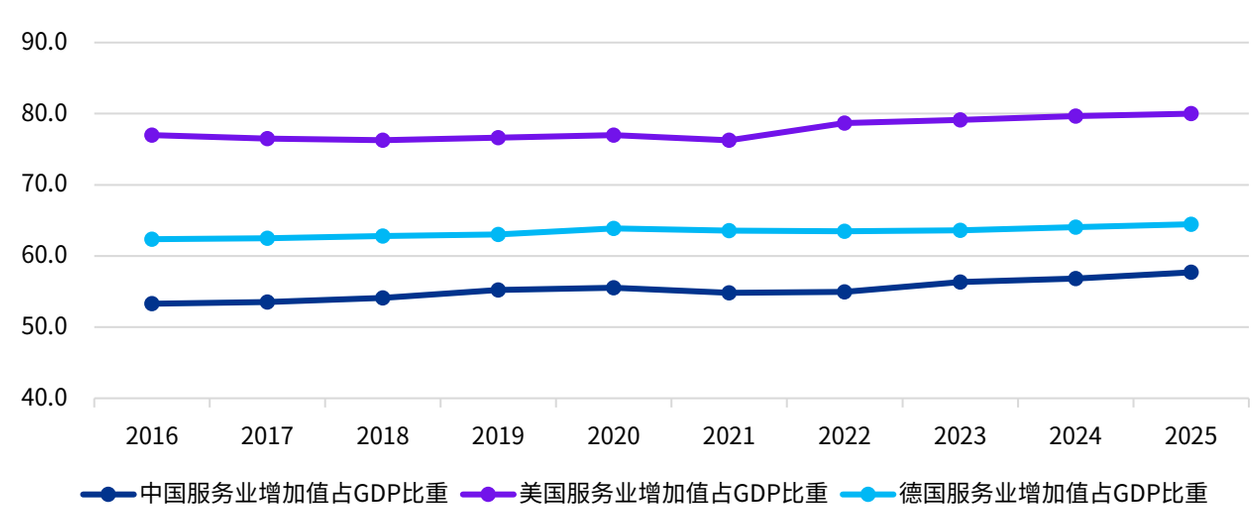
服务消费，是指居民以货币形式购买各类服务的消费行为，涵盖餐饮住宿、家政服务、托育养老等基础型消费，文娱旅游、教育体育、居住服务等改善型消费，以及数字服务、绿色服务、健康服务等新型消费。与商品消费相比，服务的生产与消费同时发生，具有无形性、不可储存性和不可转移性，且收入弹性更大、消费频次高、乘数效应强、增长后劲足。

服务消费已被提升至国家战略高度

2024年12月中央经济工作会议明确提出“积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济”，并将扩大服务消费作为提振消费的核心举措；“十五五”规划纲要明确提出“释放服务消费潜力”，**将服务消费摆在提振消费的重要位置**。2026年7月13日，国务院正式批复《扩大消费“十五五”规划》，将服务消费置于扩大消费的核心位置，围绕生活服务、养老、托育、文旅、健康、体育、教育等七大领域作出部署。

从国际经验看，一国人均GDP达到1.5万美元左右时，消费结构将加快从商品消费主导向服务消费主导转变。2025年我国人均GDP约为1.4万美元，正处于这一关键转变期[1]。2025年，中国居民服务消费占比46.1%，而美国将近70%，英国、韩国在60%左右，法国、日本和德国也在55-60%的区间[2]。中国与发达国家普遍存在较大差距。

中国、美国、德国服务业增加值占GDP比重，%

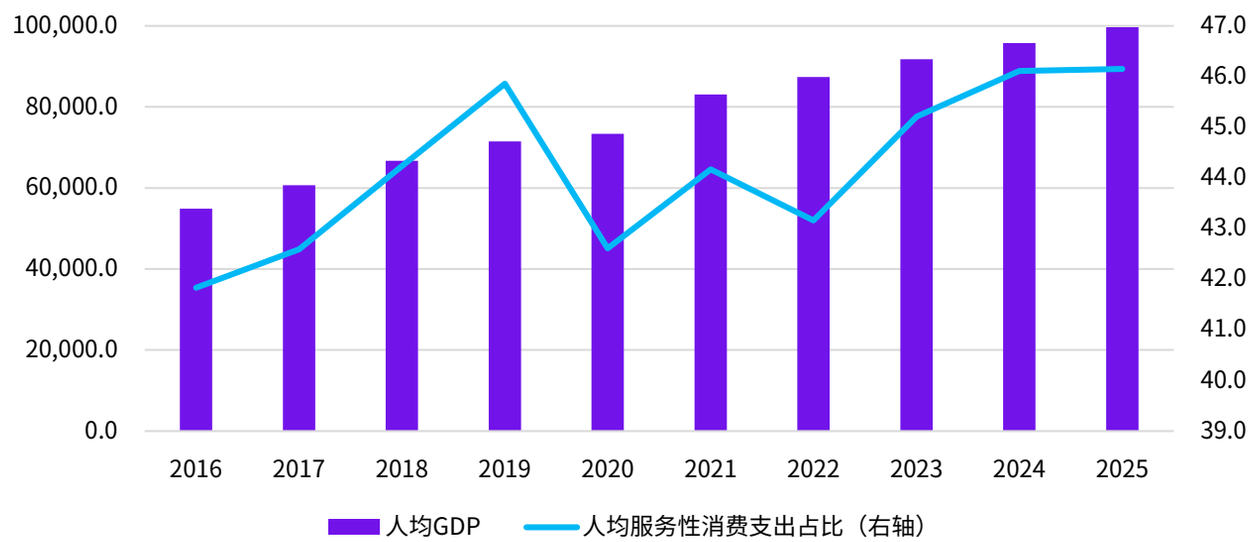


来源：世界银行，国家统计局，毕马威分析

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

中国服务消费增速持续跑赢商品消费，成了拉动内需的主力，服务业占比的持续提升为服务消费扩容提供了供给基础。2025年服务零售额增长5.5%，快于社零总额3.7%的增速。2026年上半年，服务零售额增长5.3%，比商品零售额（1.1%）快了4.2个百分点。结构上，文旅、文体、出行这类体验型消费在集体发力，旅游咨询租赁、文体休闲零售额都保持两位数增长。从居民消费支出来看，2025年居民人均服务性消费支出占比已达46.1%，人均花到13,602元，比2020年提高了3.5个百分点；同年服务零售额增长5.5%，快于社零总额3.7%的增速。

2016-2025年中国人均GDP及居民人均服务消费支出比重，元，%（右轴）



来源：国家统计局，毕马威分析



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

当前中国服务消费发展的迫切性和必要性

从内需端看，当前我国供强需弱矛盾突出，内需不足已成为影响国民经济循环的突出症结。与商品消费相比，服务消费供给仍存在很大缺口，家政、教育、医疗、养老等高质量服务需求旺盛、市场前景广阔，扩大服务消费能够带动生产和投资增长，促进消费与投资、供给与需求的良性互动。

从民生端看，养老、育幼、教育、医疗等领域与人民生活息息相关。服务消费横跨多个技术密集型和劳动密集型行业，就业吸纳能力强、层次丰富，扩大服务消费既能创造大量就业岗位、增加居民收入，也能切实改善民生福祉。

从开放端看，我国制造业领域外资准入限制措施已全面取消，服务业正成为新一轮高水平对外开放的重点。而我国消费市场规模位居世界第二，服务消费增长快且提升空间大；做大做强国内服务消费市场，才能为服务业扩大开放提供坚实的市场基础和开放底气。

从区域发展看，服务消费本地化特征突出。大部分服务消费支出都在本地实现，直接转化为本地的收入和就业，形成“消费在哪里，收益就在哪里”的直接效应。

中国的服务消费涵盖范畴

中国服务消费的范围，统计上有服务零售额（交通/住宿/餐饮/教育/卫生/体育/娱乐）、居民服务性消费支出（住户调查）、GDP支出法（含金融保险）三个口径；政策上以《扩大消费“十五五”规划》为纲，明确覆盖生活服务、养老、托育、文旅、健康、体育、教育七大领域，并由《加快培育服务消费新增长点工作方案》进一步聚焦交通、家政、网络视听、旅居、汽车后市场、入境消费等新增长点。

整体而言，2026年7月，国务院批复的《扩大消费“十五五”规划》可作为当前最权威的界定，明确将服务消费划分为七大领域。

中国服务消费七大领域



来源：《扩大消费“十五五”规划》，毕马威分析

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

中国服务消费政策体系

文件	时间	核心内容
《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》（国发〔2024〕18号）	2024年8月	首个国家层面服务消费专项政策
《促进健康消费专项行动方案》	2025年4月	健康消费专项
《加快培育服务消费新增长点工作方案》（国办发）	2026年1月	聚焦“6+3”重点领域：交通、家政、网络视听、旅居、汽车后市场、入境消费 + 演出、体育赛事、情绪式体验式服务
《服务消费提质惠民行动2026年工作方案》（商务部等9部门）	2026年4月	64条任务，覆盖传统领域+新增长点领域
《扩大消费“十五五”规划》（国函〔2026〕66号）	2026年7月	将服务消费置于扩大消费核心位置，明确七大领域

来源：毕马威分析

中国服务消费未来考量因素

当前我国服务消费正处于政策红利持续释放与消费结构升级共振的关键发展阶段，长期增长前景广阔，预计未来一段时期服务消费增速将持续快于商品消费，服务消费占居民消费支出的比重将进一步提升，逐步向发达国家平均水平靠拢。**服务消费发展预期向好，但未来仍有需要着重考虑的因素：**

宏观经济与需求复苏不确定性风险。当前国内消费市场整体复苏动能偏弱，居民消费信心仍有待提升，若宏观经济增长不及预期，居民收入增速放缓，可能会对服务消费需求复苏产生不利影响，尤其是可选服务消费需求可能出现阶段性波动。

优质服务供给不足与结构性矛盾。当前我国服务消费领域高质量服务供给不足问题突出。如养老服务机构存在养老护理员短缺问题，预计未来5年护理员缺口超500万；而其中30岁以下年轻护理员占比不足2%，且离职倾向近20%[3]。

行业竞争加剧风险。随着服务消费市场不断开放，行业新进入者持续增多，部分热门细分领域可能出现竞争加剧，导致企业利润率承压，尤其是中小服务企业可能面临更大的经营压力。

突发事件风险。服务消费多数依赖线下消费场景，容易受到自然灾害、公共卫生事件、安全事故等突发事件影响，可能对行业正常经营产生阶段性冲击。

最后，从结构变化趋势看，体验型服务消费、银发经济、冰雪经济、托育养老、文旅健康等领域将迎来更快发展，沉浸式体验、情绪消费等新型服务消费模式将不断涌现，服务消费与商品消费加速融合的“泛服务化”趋势将持续拓宽消费市场的内涵与边界。人工智能技术应用的日渐成熟，尤其是具身智能产品的加速落地也将为“十五五”期间服务消费带来新的机遇。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

02

“十五五”期间中国服务消费发展十大趋势前瞻



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

趋势一：民生服务消费提质扩容——家政、教育、居住服务与“一老一小”的普惠化升级

2026年7月，国务院批复《扩大消费“十五五”规划》，把养老、托育列为重点方向。当前，人口红利发生转变，但“一老一小”带动的服务消费正在崛起。家政、教育、居住服务、养老托育四个赛道，在《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》（国发〔2024〕18号）文件里分属不同层次——家政、养老托育是基础型消费，教育、居住是改善型消费，但它们有一个共同点：都直接对应居民**“生老病死、安居乐业”**的基本需求，是服务消费与获得感、安全感关联最紧密的部分。

需求端的驱动逻辑也一致。国家统计局的数据显示，我国人口结构总体上已由人口增量发展转向减量发展阶段，人口发展呈现少子化、老龄化等特征，2025年我国60岁及以上人口为32,338万人，占全国人口总量的23%，且比上年增加1,307万人。全国65岁及以上人口占全国人口总量的16%，超过0到14岁少儿人口总和[4]。全国户均人口2.52人，较2015年的3.1人减少0.58人[5]。 **老龄化加深、少子化加剧、家庭变小，这三件事同时发生，养老、托育、家政、居住的需求同时显现。**

先看“一老”端，也就是银发经济。联合国预测，2050年中国老龄人口将超3.8亿、占比逾30%[6]。1962—1975年出生的“第二代婴儿潮”（年均出生超2,500万）正批量进入养老阶段，未来5—10年会形成一大波新增需求。更关键的是消费能力的变化：60后、70后赶上了改革开放红利期，收入财富相对充裕，消费观念开放，银发消费也迈入“品质型”消费。规模上看，多家机构预测，2035年银发经济规模有望到30万亿元、占GDP约10%[7]。

从消费结构看，养老服务、健康消费、文娱消费构成三大核心驱动力。2025年上半年，社区养老照护、机构养老照护、居家养老照护服务销售收入同比分别增长30.4%、22.6%、18.0%[8]；老年用品市场规模已从2014年的2.6万亿元增至2024年的5.4万亿元，年复合增长率7.3%[9]。智慧养老技术服务、老年智能可穿戴装备均进入高速增长周期。**“刚需、健康、悦己”正成为银发消费的三大关键词，从智能眼镜、AI玩具到银发旅游专列，银发族的消费半径与品类边界持续拓宽。**

与银发经济的人口扩张逻辑不同，托育服务是在出生人口持续下行的背景下，需要依靠政策以及需求结构的升级。从宏观数据看，我国出生人口已从2016年的1,786万降至2025年的792万，生育率降至约28‰的低位[10]，“想生不敢生”“生了无人带”成为制约生育的核心痛点，托育机构供需缺口巨大。



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

政策是托育市场最重要的催化剂。2025年《育儿补贴制度实施方案》明确对3周岁以下婴幼儿按每孩每年3,600元发放补贴；《全国托育服务质量提升行动（2025—2027年）》提出新增66万个普惠性托位；2025年底《托育服务法（草案）》公开征求意见，首次以立法形式确立托育服务的公共服务属性。2026年《扩大消费“十五五”规划》进一步提出“支持托育消费”，加快普惠托育服务体系建设，支持社区嵌入式托育、用人单位办托、托幼一体等多种模式发展。

家政、教育、居住这三个赛道，普惠化的路径各有侧重。家政是典型的劳动密集型、基础型消费，政策着力点是“扩供给、提技能、树品牌”。国发18号文提出支持员工制家政企业，推动家政进社区，实施家政服务员技能升级；2026年国办《加快培育服务消费新增长点工作方案》又把家政列为六大重点领域之一，目前行业的主要问题是高质量供给不足，员工制转型、数字化与平台化、品牌化与连锁化是主要方向。**教育（含培训）**属于改善型消费，政策口径是“规范发展”和“多元供给”并重。“双减”之后学科类培训受约束，政策鼓励的是职业教育、技能培训、素质教育和终身学习。《扩大消费“十五五”规划》提出“提升教育和培训消费品质”，老年教育、职业技能培训这些细分领域空间比较大。**居住服务**包括房屋租赁、物业管理、家居装修维修、社区便民服务等，国发18号文鼓励“物业服务+生活服务”模式，推广智能安防、智慧停车、智能门禁等；“十五五”规划进一步提出实施物业服务质量提升行动、拓展物业服务内容，推动房地产从“投资属性”转向“居住和消费属性”，居住服务正从“基础物业”往“生活服务综合平台”发展，与养老、托育、家政、餐饮等业态的融合程度日益加深。

总的来看，民生服务消费现在处在需求刚性释放、政策密集催化、供给提质升级的阶段。从国际经验看，随着收入水平的提升，消费结构必然由以商品为主导向以服务为主导转变。我国居民服务消费占GDP比例较发达国家还有差距，服务消费占居民消费支出比例还有较大发展空间，**其中“一老一小”相关的民生服务短板最突出，也恰恰是未来扩容增量最大的方向。**

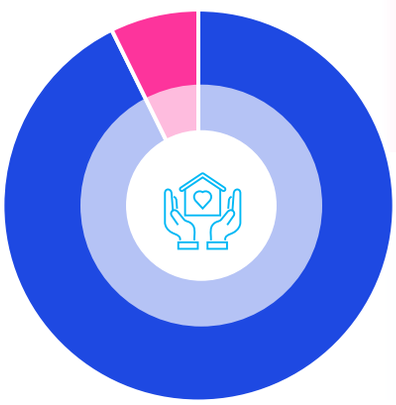
趋势二：情绪价值货币化，万亿疗愈市场爆发

当中国进入物质丰裕时代，消费的核心驱动力正从传统的功能满足加速转向情绪满足，情绪价值正在成为新的消费“硬通货”，万亿疗愈经济迎来爆发增长。国家卫健委联合专业机构发布白皮书显示，超7成城镇居民处于心理亚健康状态，超8亿人对疗愈存在迫切需求[11]。睡眠问题同样严峻，中国睡眠研究会《2025年中国睡眠健康调查报告》显示，18岁及以上人群睡眠困扰率达48.5%，覆盖超5亿人，其中约1.5亿人需要积极医学干预[12]。情绪层面，《中国国民心理健康发展报告（2021-2022）》显示中国成年人抑郁风险检出率10.6%、焦虑风险检出率15.8%，18-24岁青年群体抑郁风险检出率更高达24.1%[13]。

这种“情绪赤字”正转化为真金白银的消费力。数据显示，目前，超9成青年认可“情绪价值”概念，其中近6成的青年愿意为情绪价值买单[14]。未来，2026年中国情绪消费市场规模预计达2.7万亿元，预计2029年将突破4.5万亿元[15]。2026年1月，国务院发布《加快培育服务消费新增长点工作方案》，将情绪消费列入三大服务消费潜力领域之一，促进服务消费提质惠民。从更为广义概念来看，疗愈经济不仅涵盖心理健康服务，还包括文化旅游、酒店、情绪消费、宠物服务消费等关联产业。

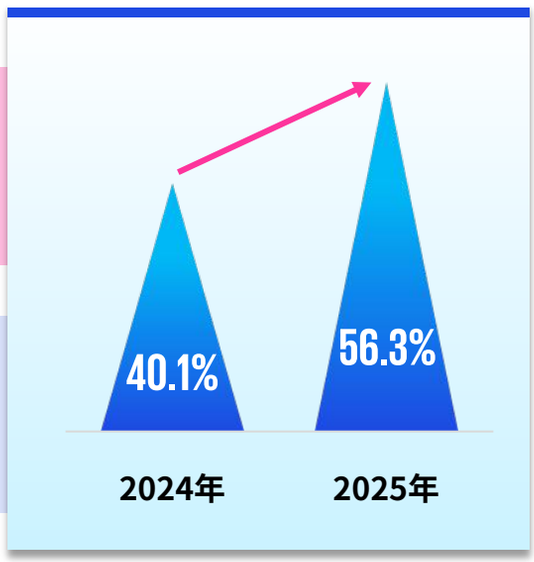
© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

2025年青年认可情绪价值需求调研情况（单位： %）



7.3%
认为自己不需要情绪价值

92.7%
认可，都在以不同方式寻找“精神靠岸”



来源：上海市青少年研究中心，毕马威分析

睡眠经济：睡眠困扰的普遍性推动睡眠经济从单一产品向全场景服务升级

早期睡眠市场以功能性家纺、助眠食品等标品为主，当前已经延伸至智能监测、临床干预、场景营造等全链路服务。数据显示，2025年中国睡眠经济整体市场规模已突破5,000亿元，预计到2030年中国睡眠健康产业市场规模或将突破万亿元大关[16]。供给端呈现多元玩家入场格局，**传统家居企业**纷纷推出高端助眠产品线，通过材料创新（如记忆棉、凝胶床垫）实现产品溢价；**科技企业**依托可穿戴设备布局睡眠监测，通过数据化报告为用户提供个性化助眠方案；**医疗机构**加速开放睡眠专科门诊，针对重度睡眠障碍提供药物与行为干预的专业解决方案，线下睡眠管理中心也在一二线城市快速落地，单店模型已逐步跑通；**酒店行业**更是率先推出助眠主题客房，通过降噪设计、香薰系统、冥想引导等组合打造沉浸式睡眠场景。

心理健康服务：线上线下深度融合，从小众需求走向大众普及

随着国民心理健康意识提升，专业心理健康服务正在打破“病耻感”桎梏，进入商业化爆发期。研究数据显示，到2025年，全球疗愈经济的市场规模将达到7万亿美元。预计到2025年，中国泛心理健康服务市场年复合增长率将达到34.5%[17]。**线上线下融合的业态逐步成熟，且线上平台凭借便利性和价格优势快速渗透；**线下连锁心理咨询中心加快扩张，在一二线城市核心商圈和社区布局门店，提供面对面咨询、团体疗愈等服务，逐步建立标准化的咨询师培训和服务流程，解决行业过去小散乱的痛点。另根据Verified Market Reports（VMR）发布的《全球解压玩具专项报告》，2026年全球解压玩具市场规模达62.6亿美元，预计2030年将突破89.6亿美元[18]，满足了年轻人日常轻度情绪调节的需求。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net



疗愈文旅：从观光休闲到情绪修复，疗愈成为目的地文旅转型的核心方向

广义疗愈文旅涵盖森林疗愈、温泉康养、禅修度假、正念露营等多个品类，凭借高客单价、高复购率成为文旅行业新的增长极。从需求端看，城市年轻人面对工作生活压力，更愿意为“能让人静下来”的度假产品付费。据同程旅行《2026康养度假消费新趋势洞察》，国内康养度假订单量同比增长10.4%，康养度假人群每年出游频次达2.3次，其中4-7天中长线行程占比高达91.81%[19]。供给端，地方政府纷纷打造疗愈特色目的地，云南腾冲、浙江莫干山、四川都江堰等区域依托自然生态资源，推出“森林疗愈+瑜伽”“温泉+康养”“禅修+正念徒步”等组合产品，吸引了大量年轻客群；城市周边的“微疗愈度假”同样火爆，周末露营冥想、书店疗愈沙龙、郊区农场放松游，成为年轻人每月固定的情绪放松项目。



宠物陪伴疗愈：情感寄托催生新消费

中国城镇独居人口已超过1亿人，宠物从“看家动物”转变为核心情绪陪伴者，宠物相关消费也被赋予强烈的疗愈属性。毕马威发布的《2025年中国宠物行业市场报告——“它经济”的消费升级与市场洞察》显示，2025年，我国城镇宠物（犬猫）市场规模超过3,000亿元，预计至2027年有望突破4,000亿元[20]。宠物疗愈消费延伸至多个环节：一方面，心理咨询机构开始引入“动物辅助疗愈”，通过宠物互动帮助抑郁、焦虑人群改善情绪，这一服务已经被线下心理咨询中心采用；另一方面，针对宠物本身的疗愈服务兴起，宠物spa、宠物心理疏导、宠物临终关怀等新兴服务快速普及，宠物主愿意为这类情绪相关服务支付溢价。此外，宠物殡葬、宠物纪念等服务也快速发展，满足了宠物主失去宠物后的情绪慰藉需求。整体来看，和情绪陪伴相关的宠物服务细分领域，增速远超宠物商品消费，成为宠物行业未来最具潜力的增长方向。

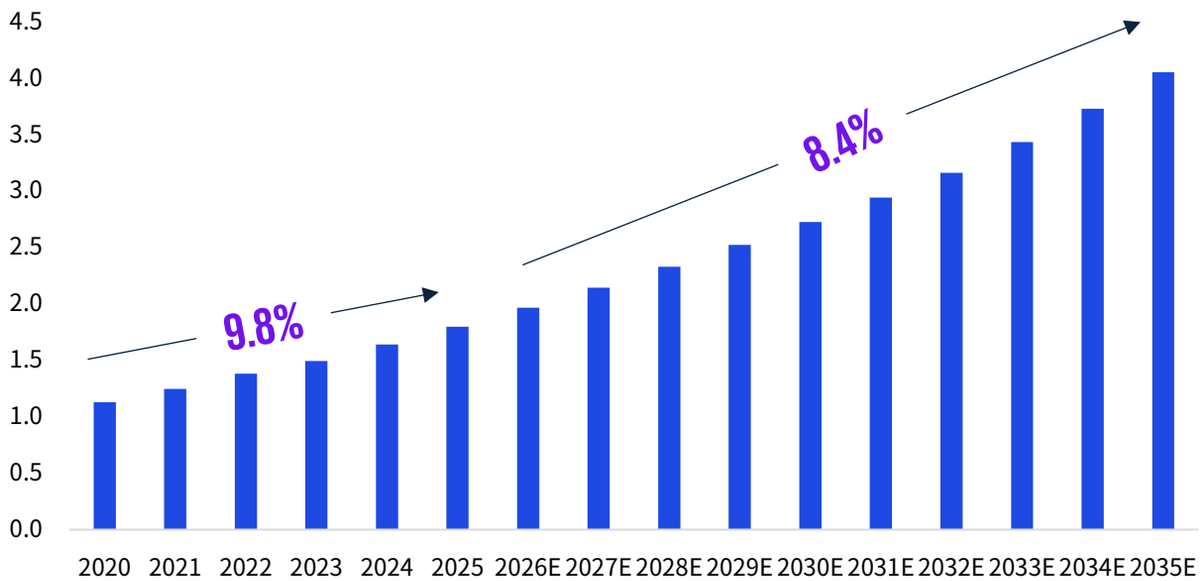
趋势三：健康优先战略下的消费医疗，服务消费最具活力的增长极

消费医疗作为兼具医疗刚需与消费属性的细分领域，已经成为服务消费增长中最具活力的板块之一。消费医疗本质是医疗刚需的消费化表达，区别于传统医保覆盖的基础医疗，消费医疗更多满足居民差异化、个性化、高端化的健康需求，覆盖医美、口腔、眼科、毛发管理、体重管理、健康体检等多个细分赛道，随着居民可支配收入提升和健康意识升级，行业已经进入稳步扩容的快速发展阶段。

从数据来看，当前，中国消费医疗行业也迎来高速增长期，其市场规模由2020年的1.1万亿元增至2025年的1.8万亿元，期间复合年增长率近10%，预计2035年该市场规模将进一步增长到4.1万亿元，2026年至2035年的复合年增长率为8.4%，表明中国消费医疗行业发展前景广阔。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

2020-2035年中国消费医疗市场规模，万亿元



来源：国家卫健委，国家统计局，灼识咨询，毕马威分析

“十五五”规划纲要将**“实施健康优先发展战略”**置于核心位置，明确提出推动卫生健康工作从以治病为中心向以健康为中心转变，标志着我国医疗健康事业进入战略转型关键期。随着人均预期寿命向80岁迈进、人口老龄化加速以及居民健康需求升级，消费医疗正加速从传统医疗服务模式，**向高质量、普惠化、系统化、场景化和数智化方向发展。**

从产业端来看，我国健康消费需求持续增长，为消费医疗向大健康领域延申提供了基础。数据显示，2025年，我国居民健康素养水平达33.7%，较上年提高1.8个百分点[21]；人均医疗保健消费支出升至2,573元，占人均消费支出的比重为8.7%[22]，为健康消费奠定了稳固的支付基础。**从消费意愿看**，中国人民银行调查数据显示（2025年四季度），未来3个月计划增加医疗保健支出的居民占比30.8%，位列消费意愿第二位[23]，健康消费正从选择性支出转向刚性需求。

在需求变化增长的背景下，“十五五”规划明确提出加大健康消费领域投资，加大对健康养老、体育健身等领域消费场景建设和设施提档升级的投资力度，**同时鼓励以业态融合为重点扩大服务消费，培育新的增长点。**这意味着消费医疗的业务范围不再局限于挂号、开药、手术等传统诊疗环节，而是逐步向运动健身、休闲旅游、康养居住等日常生活场景延申。“体医融合”“康养文旅”等复合型业态获得发展空间，消费医疗整体呈现向大健康领域拓展的趋势。

当前消费医疗核心机会来自三个方向：

一是新兴高增长赛道，体重管理和毛发健康管理增速显著高于行业平均，其中脱发治疗、GLP-1类体重管理药物需求快速增长，头部企业已经构建竞争壁垒，增长潜力突出；

二是下沉市场机会，传统医美、口腔等赛道需求从一二线城市向三四线城市下沉，渗透率持续提升，例如隐形正畸国内渗透率在下沉空间仍存巨大潜力；

三是出海机会，国产消费医疗企业凭借供应链优势，在国产替代取得成绩后，加速拓展海外市场。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务
更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

趋势四：外资准入再开放，医养文旅红利释放

近年来，我国持续推进高水平对外开放，通过不断缩减外资准入负面清单、加大服务业开放力度，推动开放重心由制造业向服务业延伸。在此进程中，医疗、养老、文旅等民生服务领域成为外资开放的重点方向，政策红利持续释放。尤其是《扩大消费“十五五”规划》将服务消费列为首要任务，2026年《政府工作报告》又首次将生物医药列为“新兴支柱产业”，为医养文旅领域的外资开放提供了顶层政策支撑，红利释放由此进入加速期。从政策开放进程看，医疗领域外资准入呈现**“试点先行、逐步推广”**的鲜明特征。

医疗领域外资准入进程

2024年9月	2025年4月	2026年1月	2026年2月	2026年6月
商务部、国家卫健委、国家药监局联合印发《关于在医疗领域开展扩大开放试点工作的通知》	**国务院批复同意《加快推进服务业扩大开放综合试点工作方案》**	**商务部印发《大连等9城市服务业扩大开放综合试点任务》**	**商务部、卫健委等7部门公布《鼓励进口服务目录》**	**商务部、国家发改委、财政部正式印发《利用外资固稳促优行动方案》**
明确在北京、天津、上海、南京、苏州、福州、广州、深圳和海南全岛9个区域试点设立外商独资医院（中医类除外、不得并购公立医院），同时允许在京、沪、粤自贸区和海南自贸港从事人体干细胞、基因诊断与治疗技术开发应用，标志着医疗领域对外开放进入新阶段	将苏州等9个城市纳入试点范围	政策开放进一步提速	首次将“医疗与健康服务”作为独立鼓励类别，明确支持外资及港澳台医疗机构在华开展诊疗服务	提出“抓紧研究报批进一步扩大生物技术、外商独资医院领域开放试点区域范围”，并研究出台药品跨境分段生产实施细则，标志着外资医院开放进入落地爆发阶段

来源：公开资料搜集，毕马威分析

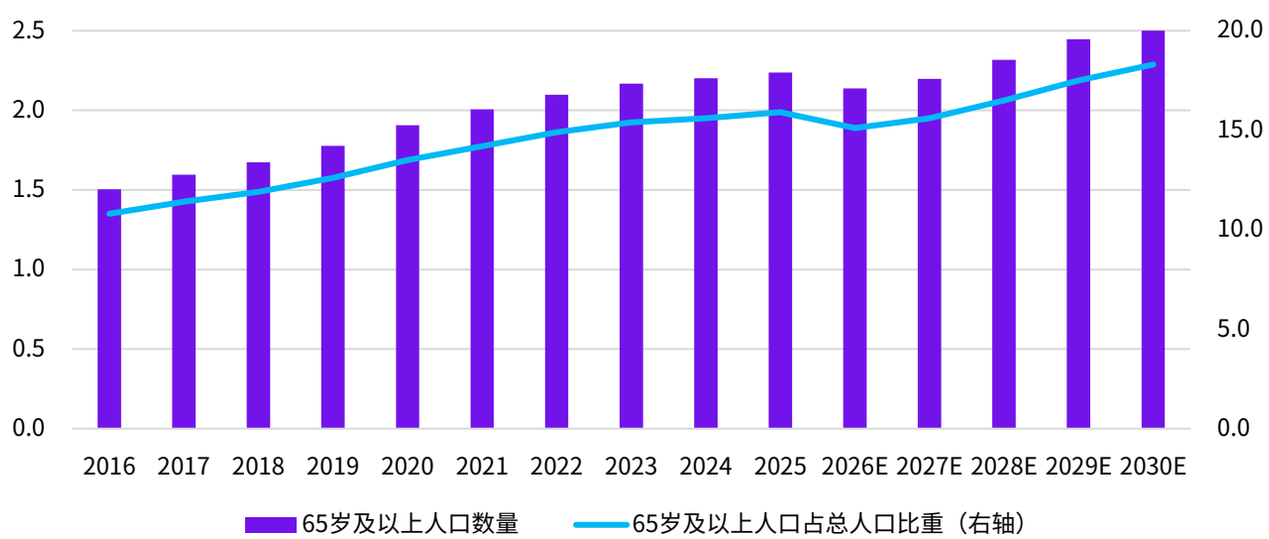
此外，政策红利下，外商独资医院项目在2026年密集落地。据公开信息，**天津鹏瑞利医院**作为国内首家外商独资三级综合医院，由**新加坡鹏瑞利集团**投资约10亿元建设，规划床位500张，已于2025年2月开诊[24]；**上海德达医院**成为全国首家外商独资心血管专科医院[25]；**海南博鳌富隆医院**（新加坡富隆集团投资，规划床位150张）成为海南首家外商独资医院[26]；**南京韩美维媞整形医院**（韩国M&J医疗集团投资1,000万美元）成为江苏首家外商独资三级医疗机构[27]；**江苏太学眼科医院**成为全国首家外商独资三级眼科专科医院[28]。2026年，**广州白云鹏瑞利国际医院**（总投资100亿元的白云国际医养城首期项目，投资10亿元，设置500张床位）计划年底投入运营，成为华南地区首家外商独资三级综合医院[29]；**福州星耀眼科医院**（新加坡企业投资7,000万元）成为福建省首家外商独资三级眼科医院[30]。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

从服务消费的视角看，外资准入再开放的核心意义，在于给国内服务消费市场带来优质增量供给。服务业是我国吸引外资的主要领域，在实际使用外资中的比重已高达七成。据商务部数据，2025年服务业实际使用外资5,451.2亿元，占全国实际使用外资的比重达72.9%，为历史较高水平，较2024年提高2.2个百分点。尽管受全球外资下行大环境影响，全国实际使用外资总量承压（2026年1-7月同比下降6.2%）[31]，但服务消费相关的细分领域却呈现逆势高增长，外资正加速流向能够直接丰富服务消费供给的领域，外资的进入不仅丰富了医疗、养老、文旅等高品质服务消费的供给，也为消费者提供了更多元、更高端的服务消费选择，从而在供给侧推动服务消费扩容提质。

从需求端看，医养文旅红利释放具备坚实的人口与市场基础。2016年到2025年这十年间，中国65岁以上的老龄人口占全国总人口的比重由10.8%上升至15.9%，增加了5.1个百分点。展望2030年，中国老龄化的态势有望延续，中国65岁以上的总人口将达到2.6亿人，占比达到18.3%。**外资凭借成熟的运营经验和服务标准，重点布局高端养老护理、康复医疗与生物技术、高端文旅度假三大领域，呈现“高端化、差异化”特征，避开国内竞争激烈的大众市场，切入国内供给不足的高端细分领域，与国内企业形成互补。**

2016-2030年中国65岁以上的人口数量以及占全国总人口的比重，亿人，%（右轴）



来源： ，国家统计局，联合国，毕马威分析

外资准入再开放释放了国内服务消费的红利空间，能够填补高端供给缺口，精准对接国内不断增长的高品质医养文旅需求；同时带动技术与管理的双重升级，外资带来前沿医疗技术、成熟运营经验和国际化服务标准；更激活市场竞争，倒逼国内企业提升创新活力与服务品质。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

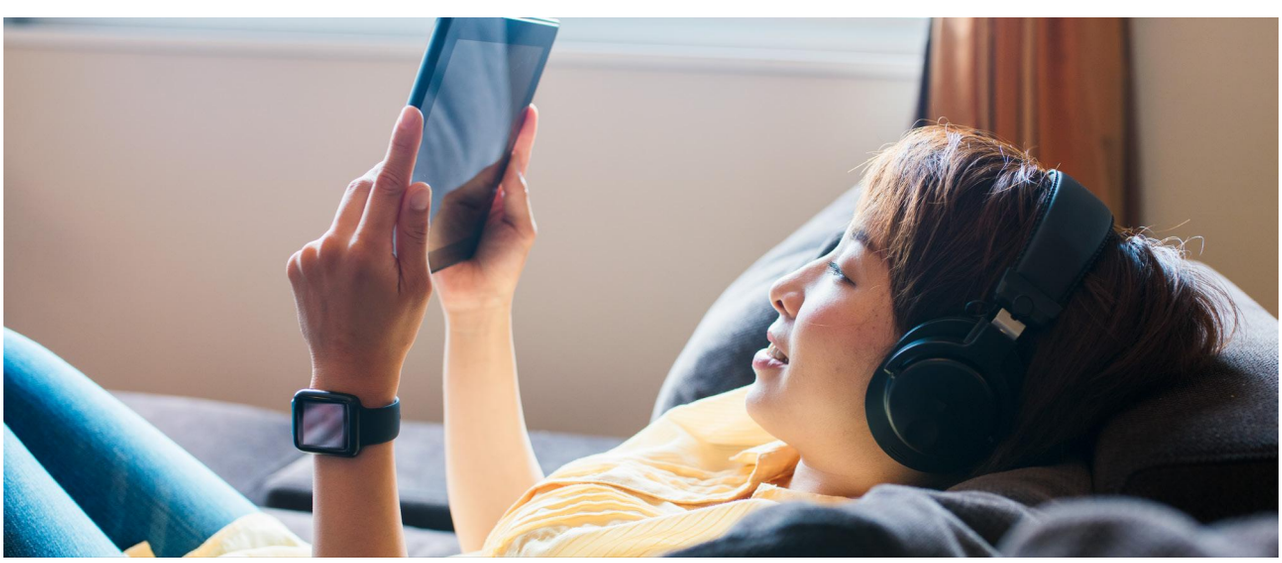
趋势五：“AI+消费”落地，数字服务打开服务消费新空间

服务消费扩容是“十五五”扩大内需的主攻方向，人工智能与数字技术的深度渗透，则是撬动这一主攻方向最有力的杠杆。在当前实物消费逐步逼近饱和、居民消费加速向服务化、品质化升级之际，数字服务消费正以远超整体消费的增速异军突起。根据商务部公开数据，2025年我国居民数字消费整体规模达25.3万亿元，同比增长8.7%，其中数字服务消费增速达到12.5%[32]，显著高于整体数字消费增速，成为拉动数字消费增长的主引擎。

在数字服务消费里，网络视听是最具代表性、覆盖面最广的组成部分。据《中国网络视听发展研究报告（2026）》，截至2025年12月，我国网络视听用户规模达10.99亿人，同比净增776万人，多年稳居互联网应用首位；2025年网络视听行业市场规模达12,876.61亿元，同比增长5.3%，连续多年保持稳增长[33]。网络视听早已不只是娱乐，而是渗透最深、覆盖人群最广的数字服务载体。2025年12月网络视听用户人均单日使用时长达201分钟，相当于人均每日花费超过三个小时用于观看视频。其中，短视频是唯一实现使用率和用户规模持续双增长的互联网应用。在新增入网网民中，有44.6%的用户首次上网即使用短视频。微短剧更是爆发式增长，人均单日使用时长已达129分钟，超越长视频跃居视听细分应用第二位。网络视听还直接带动了消费转化，报告调查显示，近一半受访者曾因观看短视频或直播而发生消费行为。**可以说，网络视听既是数字服务消费本身的重要组成部分，又是撬动其他服务消费的流量入口和内容引擎。**

此外，从消费端领域，“AI+消费”的快速落地离不开政策和资本的双重驱动：政策层面，国家密集出台支持政策构建发展框架，2022年《扩大内需战略规划纲要（2022-2035年）》明确提出结合**数字化发展服务消费**，2024年国务院《关于促进服务消费高质量发展的意见》进一步强调**以数字技术培育服务消费新增长点**，2026年6月商务部等8部门更是联合发布《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》，**围绕扩大智能商品消费、赋能服务消费、创新消费场景三大重点**提出17条具体举措，这也是国家层面首次多部门联合聚焦人工智能与消费融合的专项政策。地方层面，各地也纷纷发力，北京亦庄2026年“机器人消费节”将促消费专项资金提升至1,800万元，重点向人工智能、具身智能产业倾斜[34]。

资本层面，人工智能消费领域投资热度持续攀升。我国凭借超大规模市场优势、海量消费数据资源以及全球占比60%的人工智能专利储备[35]，具备推动“人工智能+消费”率先突破的独特条件，广阔的消费市场也正在反向牵引人工智能技术迭代，打通技术研发、产品制造、市场落地的正向循环。



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

从落地场景来看，目前人工智能在消费领域已经形成多个成熟落地场景，覆盖生活服务、文旅休闲、健康养老、零售等多个领域。



数字消费应用场景

场景类型	典型应用模式	核心价值	发展阶段
生活服务O2O	AI智能推荐、精准供需匹配、智能调度	提升服务效率，改善消费体验	规模化应用
文旅演艺消费	AI定制行程规划、沉浸式体验、智能导购	释放文旅消费增量，提升定制化水平	快速扩张期
智慧零售	AI精准推荐、千店千面模块化运营	提升转化效率，降低运营成本	落地渗透期
养老健康服务	AI健康监测、智能养老护理辅助	扩大优质服务供给能力	试点起步期

来源：毕马威分析

从需求端看，数字技术正在破解传统服务消费长期存在的时空约束，让优质服务资源突破地域与人群边界。传统服务消费具有生产与消费同步、不可储存的特性，高度依赖线下场景，导致医疗、教育、养老等优质资源难以向中小城市和下沉市场覆盖。而数字服务通过在线化、智能化改造，实现了优质服务资源的全域覆盖：截至2025年12月，我国互联网医疗用户规模达4.11亿人，在线教育用户达3.27亿人[36]；截至2025年9月，全国互联网医院已达3,756所，2024年互联网诊疗服务量达1.3亿人次[37]。远程医疗、在线教育、智慧养老、云旅游等数字服务模式，使农村居民和中小城市居民能够平等享受一线城市的优质服务资源，极大释放了全社会的服务消费需求。与此同时，数字技术还创造了数字原生的服务消费新形态，推动服务消费从传统的衣食住行、科教文卫，向沉浸式体验、虚拟服务、AI专业服务等新领域延伸，催生了“数字+服务”的融合新模式。

对供给端的改造，人工智能正在重塑服务消费的供给逻辑。一方面，人工智能推动传统服务业数字化转型，催生“数字+服务”融合新范式，通过精准匹配供需、降低交易成本、拓展消费边界，有效化解当前消费市场存在的结构性矛盾，推动供需在更高水平实现动态平衡。例如，大数据反馈让原本“看不见的消费需求”变得可评价、可比较、可追溯，帮助企业更好优化供给结构；生成式AI降低了个性化服务门槛，推动消费供给从标准化向柔性定制转型。另一方面，人工智能创造了全新的产品和业态，智能助行外骨骼、消费级具身智能、AI智能眼镜等新品类快速增长，2026年前4个月智能助行外骨骼网上零售额增长785.5%，智能眼镜增长175.2%[38]，不断开辟新的消费赛道。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

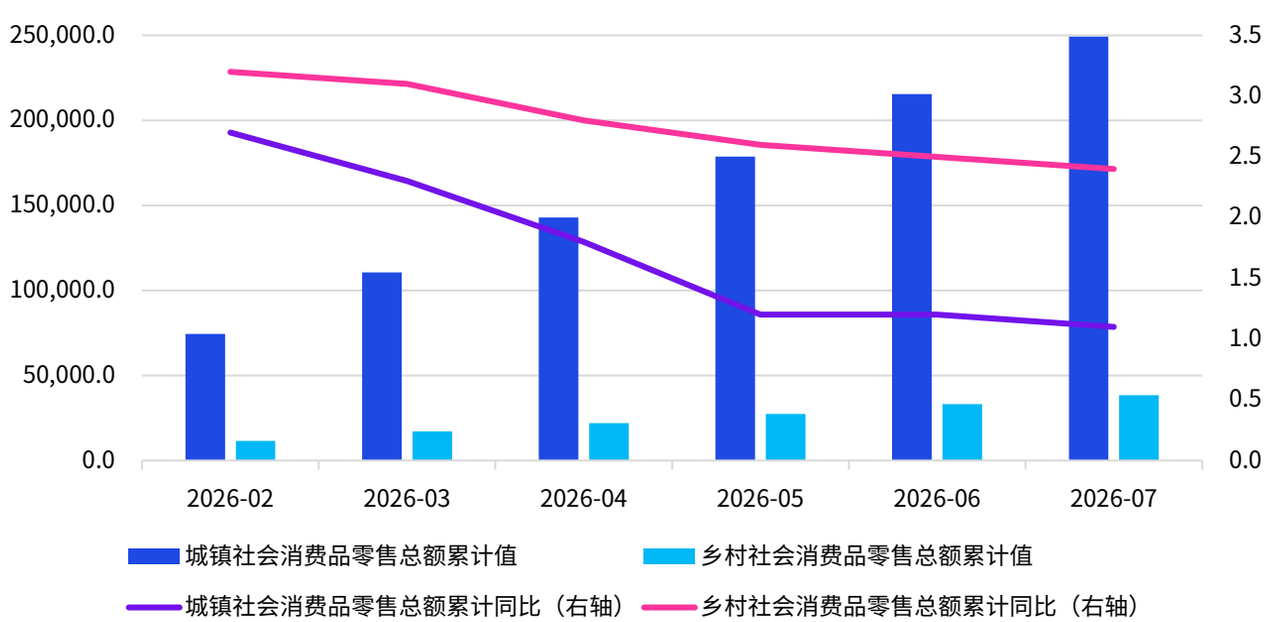
趋势六：县域服务均等化，从基础覆盖到品质升级

县域是我国消费的基石市场，也是服务消费扩容最具潜力的增量空间。我国县域约占全国九成国土面积、承载五成常住人口、贡献四成经济总量[39]，县乡消费占社会消费品零售总额的比重持续稳步提升，已成为扩大消费最重要的潜力来源。从发展阶段看，我国县域服务发展已走过以**“基本公共服务全覆盖、缩小城乡基础差距”**为目标的基础覆盖阶段，当前正进入以**“提升服务品质、缩小与城市品质差距”**为核心的第二阶段，推动县域服务从“有”到“优”升级。

2026年8月18日，商务部等9部门联合印发《关于进一步激发下沉市场活力 活跃县域消费的意见》，从支持县域消费渠道升级、推动商业业态创新和品牌打造、优化商品和服务供给、提升流通现代化水平等六方面提出18条举措，明确加快完善“一老一小”等服务业态、促进商农文旅体融合发展、推动“一刻钟便民生活圈”向县域延伸、实施县域养老服务提升计划，这是近年来县域消费领域规格最高、涉及面最广的专项部署之一。“十五五”规划纲要亦明确部署提振消费重点工作，提出增强居民消费能力、扩大优质商品与服务供给，并将推进基本公共服务均等化提升到新的战略高度，通过拉平地区间、城乡间公共服务水平，降低居民因户籍、地域差异产生的预防性储蓄，从而增强消费能力和意愿。

2026年1-7月，乡村消费品零售额累计同比增长2.4%，高于城镇1.3个百分点，已连续55个月高于或基本持平于城镇；县乡消费品零售额占社零总额比重达39.1%，较去年同期提升0.3个百分点。乡村消费增速总体快于城镇，下沉市场潜力持续释放。从需求端看，2025年农村居民人均消费支出20,259元，实际增长5.3%，增速明显快于城镇的3.7%；农村居民边际消费倾向达74.2%，高于城镇居民11.5个百分点，收入持续增长与高边际消费倾向叠加，形成了县域消费增长的乘数效应。尤为关键的是，县域消费结构正从生存型向发展型、享受型升级，服务消费增速快于商品消费，成为县域消费新引擎。麦肯锡预测，到2030年我国约66%的个人消费增量将来自三线及以下城市、县乡等下沉市场[40]。

2026年乡村及城镇社会消费品总额及同比情况，亿元，%（右轴）



来源：国家统计局，毕马威分析

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

县域服务品质升级正沿着三个核心方向展开。

其一，生产性服务赋能县域产业升级。针对县域工业集群的生产性服务需求，通过共享生产、共享研发、共享科技服务提升产业品质、降低中小企业成本。河北清河县针对羊绒加工中小微企业集聚特点，建成数字化共享智造工厂，集中投放高端智能针织设备，推行设备租赁、订单代工模式，配套开放设计打版等共享服务，帮助中小企业降本提质、推动集群整体升级；福建福安市打造“全家福安”工业互联网平台，依托工业互联网打通产业链上下游数据壁垒，为电机电器、按摩器具等特色产业提供一体化数字服务，驱动中小企业“上云用数赋智”，被咨询机构总结为县域生产性服务赋能的典型模式之一。

其二，公共服务品质升级，优质教育医疗资源加速下沉。近年来推行的紧密型县域医共体建设，推动城市三甲医院与县域医院对口帮扶，统筹县域心电、影像、检验等资源共享中心效能提升，持续提升县级医院综合能力；教育领域通过集团化办学、名校托管县域学校，实施县域普通高中振兴行动，提升县域教育品质。

其三，生活服务品质升级，文旅休闲服务成为亮点。2026年“五一”假期，县域目的地旅游产品预订热度同比上涨128%，四线及以下城市高星酒店预订量同比增长超34%，县域高星酒店消费占比首次反超一线城市[41]，“反向旅游”“小城热”持续升温，县域品质化文旅服务既满足了本地居民需求，又吸引了大量城市游客，带动县域服务消费增长。

展望“十五五”，随着“以县城为中心、以城带乡”的县域消费格局加快构建，农村人口向县城集中带来购房、装修、教育、医疗等多层次系统性消费增量，超1,500万返乡创业人员回流带来消费方式与品质的变革，县域服务消费有望成为拉动服务消费增长的重要力量[42]。但当前县域服务品质升级仍面临约束：比如资金约束，县域财政实力相对较弱，提升服务品质需要大量投入，部分欠发达县域资金不足，需要中央和省级财政加大转移支付力度；人才约束，优质教育、医疗人才倾向于流向大城市，县域难以吸引和留住高端人才，制约服务品质提升。

趋势七：服务消费出海，从产品输出到文化价值输出

服务消费出海，正成为中国扩大高水平开放、培育外贸新增长点的核心引擎。过去数十年间，中国消费出海以制造型产品为代表的“硬消费”为主导，而当前正加速向以服务与文化为代表的“软消费”兼顾转型，其全球竞争力建立在文化叙事、品牌认同与平台生态之上。

从中国服务贸易总量看，2025年，我国服务进出口总额达80,823.1亿元，同比增长7.4%。其中，出口36,267.9亿元，增长14.2%[43]，显著快于进口增速（2.5%），服务贸易逆差收窄至8,287.2亿元，比上年减少3,439.5亿元。2026年1—5月，服务出口12,304.6亿元，同比增长15.9%[44]。

服务出口在对外贸易总出口中的占比持续提升。尤为亮眼的是，2026年1—5月，个人文化和娱乐服务出口增速高达50.1%[45]。旅行服务出口同样高速增长，2025年全年出口增长49.5%，我国旅行服务出口规模达3,939.8亿元人民币。2026年1到5月旅行服务出口增长31.3%，成为前五大服务出口领域中增速最快的板块，这得益于我国免签“朋友圈”持续扩容与离境退税政策优化，带动入境旅游、文化体验等国际吸引力显著增强。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

从结构看，服务消费出海正沿着“数字服务、文化内容、生活服务、入境消费”四条主线全面展开。

其一，数字服务出海进入爆发期。当前全球数字服务贸易占服务贸易比重已超过50%[46]，中国数字服务出口规模已超过实物跨境电商，且增长势头迅猛，世界排名升至第六位[47]。2025年，中国数字贸易市场规模将突破4.5万亿元，2030年有望达8.2万亿元，年复合增长率超12%[48]。AI大模型、软件SaaS、云服务、数字文创等无形产品成为出海新增长点，例如上海临港推出“词元出海”服务体系[49]，聚焦AI内容、多语言本地化、合规审核、海外渠道对接，帮助中小数字企业降低出海门槛。

其二，文化内容出海全面开花。2025年海外短剧总收入23.29亿美元，同比增长133%，活跃市场从年初的37个增至46个，全球化趋势显著[50]；中国自主研发游戏海外市场收入已连续六年超千亿元[51]，《黑神话：悟空》成为首款在全球取得现象级成功的3A游戏；《哪吒之魔童闹海》以22.67亿美元全球票房登顶动画影史[52]。

其三，生活服务品牌出海加速。中国新茶饮、潮玩、中餐等消费品牌成为出海“新势力”：茶饮品牌以“东方美学与本土化适配”模式切入欧美市场；泡泡玛特2026年半年报显示，在报告期内其全球累计注册会员数量超1亿人，共在全球运营676家线下门店与2,827台机器人商店，全球市场线下渠道持续扩张，品牌覆盖范围不断扩大[53]。此外，海外中餐门店已发展到近70万家，市场规模近3万亿元[54]，红餐产业研究院预计，2027年国际中餐市场规模将近4,500亿美元，较2020年接近翻倍[55]。

从政策支撑看，服务消费出海已上升为国家战略。**2025年10月，二十届四中全会通过的“十五五”规划建议明确提出“大力发展服务贸易，鼓励服务出口，完善跨境服务贸易负面清单管理制度”“创新发展数字贸易，有序扩大数字领域开放”“支持跨境电商等新业态新模式发展”。**“十五五”规划将货物贸易、服务贸易、数字贸易并列为贸易强国三大支柱，首次将“中国服务”品牌写入国家规划，要求在检验检测、专业服务、数字文化、云服务、数据服务等领域培育服务出口新增长点。**2026年3月政府工作报告**提出“推进贸易投资一体化、内外贸一体化发展，推动跨境电商加海外仓模式扩容升级”。2026年服贸会重点打造“出海服务”，设置出海服务专区，为中国服务出海搭建桥梁。政策层面，跨境服务贸易负面清单管理制度从试点上升为法律制度，负面清单之外领域境外服务提供者享受“非禁即入”便利，为高附加值服务出口松绑。

展望“十五五”，服务消费出海市场空间广阔。**从国际经验看，当人均GDP达到一定水平后，服务贸易往往成为贸易增长的主导力量。当前中国服务出口占对外贸易总出口比重约11.5%，较全球平均水平仍有提升空间。**随着数字技术突破服务时空限制、AI多语言能力降低跨境语言障碍、免签政策持续扩容，中国服务消费出海有望从“跟跑”迈向“领跑”。但同时也面临多重挑战：一是海外合规壁垒高，各国数据跨境、内容监管、知识产权法规差异巨大，合规失误可能导致业务停摆；二是本地化门槛高，语言翻译不等于文化适配，产品需贴合当地消费习惯；三是国际巨头竞争激烈，海外本土云服务、软件巨头在高端企业级市场护城河深厚；四是地缘政治风险，部分国家对数字服务出台限制性政策。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

趋势八：入境消费扩容升级，国际消费新引擎崛起

2026年7月发布的《扩大消费“十五五”规划》明确提出**“优化入境消费环境，打造‘购在中国’品牌”**，稳步扩大免签国家范围、优化离境退税便利化举措、鼓励更多国产品进入口岸出境免税店和市内免税店销售。文旅部《旅游强国建设“十五五”规划》设定到2030年入境旅游人次达1.9亿、总花费超1,500亿美元的目标[56]。

入境消费正成为中国服务消费增长中最具确定性的新蓝海。2025年，我国入境游客达1.545亿人次，同比增长17.1%，**已超过2019年同期水平**；入境旅游消费（外汇收入）达1,311亿美元，同比增长39.2%，**接近2019年水平**[57]。其中，入境外国游客达3,517万人次，同比增长超30%[58]，**增速显著快于整体市场**。旅行服务出口规模达551.6亿美元，同比增长49.1%，为2019年的1.6倍，增速远超同期我国服务出口整体13.9%的水平[59]。

2026年上半年入境外国人达2,291.4万人次，同比增长20.4%[60]；2026年春节假期入境外国人131.3万人次，较去年假期日均增长21.8%，实现“开门红”。同时，入境游的“含金量”持续提升，2025年外籍人士出入境人次同比增长26.4%，明显高于内地居民出入境15.1%的增速[61]，人均停留天数和人均消费均在上行。

本轮入境消费的增长得益于“免签扩容” 政策。截至2025年底，我国单方面免签国家增至48国、互免签证国家扩大至29国，240小时过境免签适用口岸增至65个，免签辐射国家人口约12.2亿人。2025年免签入境外国人达3,008万人次，占入境外国人总数的73.1%，同比增长49.5% [62]。

离境退税政策持续升级，成为撬动入境购物的关键杠杆。2025年4月，离境退税“即买即退”从试点推广至全国，起退点从500元下调至200元，现金退税限额从1万元上调至2万元；2026年5月，六部门进一步推出离境退税2.0版，自2026年7月1日起实行小额抽检制、推行退税无纸化办理，并推动“即买即退”实现全国互认、离境期限统一延长至28天。2025年全国办理离境退税的境外旅客数量同比增长305%，退税商品销售额同比增长95.9% [63]。

支付便利化同步推进。“外卡内绑”、境外电子钱包扫码乘车、多语种标识等举措不断完善，与免签、退税形成协同效应，系统性解决了长期困扰入境游的签证、支付、上网等瓶颈。

综合来看，入境消费呈现三大特征：

其一，消费结构更加向多元领域扩散。入境游客消费从传统的交通、住宿、餐饮等基础消费，加速向文化体验、个人护理、医疗康养、免税购物等多元领域延伸。2025年退税品类从传统奢侈品、香化产品，扩展至国货文创、非遗周边、中医药健康产品等领域。

其二，旅游形态向深度体验倾斜。海外社交媒体上“Becoming Chinese”热潮兴起，入境游客追求深度文化体验。旅游目的地也从北上广深等一线城市向中西部、县域下沉扩散，济宁、鄂尔多斯、北海、阿勒泰等成为入境游新晋目的地。

其三，客源结构更加多元。东南亚市场成为核心增长引擎，泰国入境客源同比增幅超100%；欧美澳等传统高端市场稳健增长，英国客源增速达36%；中东等高消费力客群增速达100%。核心大城市仍是首选目的地，北京2025年12月外籍旅客人次已恢复至2019年同期的150%[64]。

但是需要关注，尽管入境消费增长迅猛，但我国入境消费占GDP比重仍处低位。2025年，境外旅客入境消费占我国GDP比重约0.67%，虽较2024年的0.5%明显提升，但远低于日本超1.2%、法国/意大利约2%、欧美普遍1%-3%的水平[65]。商务部研究院国际服务贸易研究所“入境旅游”课题组测算，当前我国入境旅游收入占GDP比重不足0.5%，明显低于泰国（超10%）及欧美国家（普遍1%-3%）的水平；若提升至国际可比水平，将释放约1万亿至3万亿元人民币的潜在市场增量[66]。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

趋势九：文旅体展跨界化，沉浸式体验经济崛起



中国信息通信研究院数据显示，2025年我国体验经济市场规模已达18.4万亿元，同比增长22.6%[67]，文旅体展的跨界融合是体验经济中的代表。从宏观数据看，2025年国内居民出游人次突破65亿，同比增长超16%，出游花费达6.3万亿元、同比增长9.5%[68]；2026年春节假期，全国国内出游5.96亿人次，较2025年春节假日8天增加0.9亿人次；国内出游总花费8,034.83亿元，较2025年春节假日8天增加1,264.81亿元，**假日游客人数和花费均创历史新高[69]。**

游客愿意为独特的经历和情绪体验买单，直接催生沉浸式体验经济的全面崛起，形成“文化内容为核心、旅游场景为载体、体育赛事引流、会展平台推广”的多元融合格局，核心发展形态可分为三类：

（1）数字技术赋能的沉浸式场景打造，通过VR/AR、数字孪生、大模型技术实现传统文化内容的可交互体验；

（2）多业态复合的消费空间构建，将餐饮、演艺、观展、运动等多种消费功能整合于同一空间；

（3）IP联动的跨行业资源整合，依托文博IP、国潮IP实现从内容到消费的全链路打通。

究其背后原因，**需求层面，**根据《2026抖音文旅消费趋势报告》数据，62%的旅行者认为独特体验比住宿价格更重要，88%的用户已形成内容驱动直接下单的消费习惯[70]，用户需求更加注重情绪价值和社交属性，消费群体结构变化进一步强化了这一趋势，Z世代逐步成为文旅消费主力，这类群体成长于数字时代，更加偏好互动化、个性化、可分享的消费内容，愿意为独特的沉浸式体验支付溢价。短视频平台的发展也重构了消费决策路径，数据显示过去一年抖音酒旅相关视频播放量超4,025亿次，用户搜索量超677亿次，优质沉浸式内容能够快速激发消费需求，直播间消费额同比增长75%[71]，需求端的增长十分明确。

供给层面，如趋势四所述，技术进步为跨界融合提供了实现基础，数字技术的发展降低了沉浸式体验的落地成本，VR/AR设备价格不断下探，大模型技术提升了互动内容的生成效率，使得沉浸式项目从高端示范走向商业化落地。

政策层面，各地政府均出台支持文旅融合发展的政策，从基础设施配套到资源整合都给予支持，比如开封打造立体观光网络、上海建设融合服务枢纽，都为沉浸式项目落地提供了公共服务支撑。

业态创新路径也逐步清晰，从深圳文博会“观展+体验+赛事”的低空文旅复合场景，到《海丝赋》沉浸式餐秀，跨界融合的可复制商业模式逐步成熟，头部企业持续加大研发投入，推动AI交互、具身机器人等新技术在文旅场景的应用，供给端的创新迭代不断加速，推动行业持续发展。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

趋势十：“首”字经济，以首发为引擎的服务消费提质

首发经济，是指企业发布新产品、推出新业态、新模式、新服务、新技术，开设首店等经济活动的总称，涵盖了从产品或服务的首次发布、首次展出，到首次落地开设门店、首次设立研发中心，再到设立企业总部的链式发展全过程。

2019年国务院办公厅《关于加快发展流通促进商业消费的意见》首次在国家层面提出吸引知名品牌开设首店、首发新品；2020年国家发改委等多部门将“首发经济”与“首店经济”并列提出；2024年7月二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出“积极推进首发经济”；**2024年12月中央经济工作会议明确“积极发展首发经济”；**2025年3月《提振消费专项行动方案》部署“因地制宜推进首发经济”；2025年9月财政部、商务部开展消费新业态新模式新场景试点，支持试点城市健全首发经济服务体系。2026年7月国务院批复《扩大消费“十五五”规划》，**将服务消费置于扩大消费核心位置，31个省份在“十五五”规划纲要中均对发展首发经济作出部署。**

地方层面，上海推出“首发上海3.0”政策，对亚洲及以上级别首店予以100万元一次性奖励，对高规格首发、首秀、首展给予最高100万元补贴[72]；北京对亚洲首店最高给予500万元支持，中国（内地）首店最高200万元[73]；西藏对符合中国（内地）首店、西南首店、西藏首店、旗舰店要求的分别给予150万元、100万元、70万元、40万元一次性落户奖励[74]；浙江提出到2027年全省新增城市品牌首店2,000家以上，其中华东区域以上高能级首店200家[75]。

从“首店”到“首发”，首店经济聚焦于品牌门店的首次落地，**而首发经济则强调“首次”的链式发展全过程，从新品研发、发布、展示、推广到销售，构建起完整的产业生态圈，这成为服务消费提质升级的核心引擎。**

从市场规模看，我国首发经济已进入高速增长期。相关研究机构测算，2023年我国首发经济规模达1.5万亿元，预测2025年将达到10万亿元[76]，成为拉动内需的新增长极。

从首店数量看，全国首店规模持续创新高。有数据统计，2024年全国74城有超7,000家新首店亮相，相比2022年、2023年分别增长79.12%、36.18%，数量创近三年新高[77]。2025年全年新开品质首店超7,200家，同比增长16%。其中，城市首店为主力（占比61%），区域首店占18.5%，全国首店集中度向头部城市倾斜，上海全国首店占比超30%，形成绝对高地[78]。

从重点城市看，一线及强二线城市呈现“一超多强”格局。上海作为首发经济先行者，2018年5月至2023年12月累计引进首店5,840家（日均2.8家），2024年新增各类首店1,269家，其中高能级首店占比17.02%[79]；2025年新增首店1,093家，全球及亚洲首店等高能级首店占比达16.8%，数量与质量均稳居全国首位[80]；2025年，北京新增首店数量首次超千家，达到1,068家，较2024年同比增长11.3%[81]。成都2025年新增首店876家，累计落户首店超4,800家，连续7年位居全国第三[82]。深圳2025年品质首店规模位居全国第一，超600个[83]。此外，杭州、武汉等城市首店经济上均有突破。

从服务消费带动看，首发经济与我国服务消费升级形成共振。首发经济通过首演首秀、品牌首店、产品首发、展览首展等业态，直接推动文旅、餐饮、文娱等服务消费扩容提质。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

此外，AI与数字化重塑首发经济新形态。首发经济正与人工智能、数字化深度融合，成为其最鲜明的时代特征。一方面，AI赋能产品创新，企业借助大模型、大数据精准洞察消费者需求，开发更具创新性的首发产品。2025年超1,600万款优质新品在天猫首发，新品规模创历史新高，超30,000款优质新品成交破百万，数量同比增长35%，新品整体实现34%的成交增长[84]。另一方面，科技赋能首发场景，演绎、首秀、演出等场景中AI、AR/VR、裸眼3D、全息技术、机器人应用日益广泛。2026年8月，北京中关村壹号启动科技新品首发月，围绕AI陪伴、AI生活、AI音乐等五大主题发布30款AI新物种，成为“人工智能+消费”驱动首发经济的标杆行动[85]。

展望未来，首发经济将呈现三大趋势：

一是从“首店”向“首发”全链条延伸，从消费端向产业端拓展，形成“首发—首店—总部”的完整生态；

二是科技赋能持续深化，“人工智能+消费”成为首发经济的重要方向；

三是区域布局从一线城市向强二线、中西部城市梯次扩散，成都、西安、武汉等城市加速崛起。

首发经济作为服务消费提质升级的核心引擎，有望在“十五五”期间持续释放消费潜力，成为扩大内需、推动高质量发展的新增长极。



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

结语

服务消费的崛起，是中国经济从量的满足迈向质的提升的生动写照，也是内需扩张最具潜力的方向。当越来越多的人愿意为一场演出、一次旅行、一堂课、一次体检买单，消费便不再是经济增长的稳定器，而成为推动社会进步与人的全面发展的积极力量。从买物到买体验的换轨，这不仅是统计口径上的结构变化，更是增长方式、资源配置与生活方式的多重转型。站在十五五的新起点上，中国服务消费正迎来前所未有的战略机遇期。它不仅是拉动内需的稳定器，更是经济转型的加速器与美好生活的温度计。唯有顺应趋势、前瞻布局，方能在服务消费的蓝海中行稳致远，让高质量发展的成果真正惠及千家万户。



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务
更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

引文（1/5）

序号	标题	来源	发布时间
1	商务部研究院发布《中国服务消费发展报告2025》	商务部国际贸易经济合作研究院	2026年6月
2		OECD, 毕马威分析	
3	《2025养老护理员职业现状调研报告》深度解读：550万护理员缺口背后，破局关键在哪？	江苏省老龄产业协会	2025年12月
4	瞭望 | 积极应对人口之变	新华网	2026年3月
5	2025年全国1%人口抽样调查主要数据公报	国家统计局	2026年5月
6	2050年中国60岁及以上老年人口或近5亿 老龄化挑战如何应对？	中国新闻网	2020年6月
7	推进规模化标准化集群化品牌化 银发经济市场广阔	人民日报	2024年5月
8	上半年我国银发经济发展呈现三大亮点	光明日报	2025年7月
9	视频丨从老有所养到老有所享 我国银发消费正跨越升级	央视新闻	2025年12月
10	瞭望 | 积极应对人口之变	新华网	2026年3月
11	《中国城镇居民心理健康白皮书》显示：73.6%的人处于心理亚健康状态	央广网	2021年5月
12	中国睡眠大数据中心发布会暨全国睡眠障碍筛查工作发布会在京召开	新华网	2025年3月
13	中科院发布心理健康蓝皮书——成年人群自评心理健康状况总体良好	新华网	2023年2月
14	Z世代情绪消费报告	上海市青少年研究中心	2025年9月
15	多机构预计2026年消费市场将迎三大趋势	经济参考报	2026年1月
16	《中国睡眠研究报告2025》（2025年3月18日发布）	中国经济新闻网	2025年3月
17	“悦己”催生庞大消费市场——疗愈经济何以“疗”己“愈”人	经济参考报	2024年12月
18	上海“捏捏”风靡全球：两年新企如何站上情绪消费千亿风口	界面新闻	2026年7月
19	同程旅行×五指山发布康养度假消费洞察：康养人群年均出游2.3次	格隆汇	2026年7月
20	2025年中国宠物行业市场报告——“它经济”的消费升级与市场洞察	毕马威中国	2025年6月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

引文（2/5）

序号	标题	来源	发布时间
21	2025年全国居民健康素养水平达到33.69%	国家卫生健康委员会	2026年1月
22	2025年居民收入和消费支出情况	国家统计局	2026年1月
23	2025 年第四季度城镇储户问卷调查报告	中国人民银行调查统计司	2026年1月
24	国内首家外商独资三级综合医院 天津鹏瑞利医院开诊鹏瑞利医疗群全面开诊	天津政务网	2025年2月
25	经济大省调研行·权威访谈丨发挥龙头带动优势　彰显挑大梁担当——专访上海市常务副市长吴伟	新华网	2026年5月
26	海南首家外商独资医院揭牌	国务院侨务办公室	2025年12月
27	全省首家外商独资三级医疗机构落地南京	南京日报	2025年12月
28	试点后全国首家！外商独资眼科医院落户苏州相城	澎湃新闻	2026年1月
29	华南首家外商独资医院在广州落户 计划2026年正式投用	广东省人民政府	2025年5月
30	省内首家外商独资专科医院开诊	东南网	2026年6月
31	2026年1-7月全国吸收外资4383.3亿元人民币	商务部	2026年8月
32	2025年我国居民数字消费规模达25.3万亿元	人民日报	2026年2月
33	数览中国脉动丨10.99亿 我国网络视听用户规模再突破	新华网	2026年4月
34	2026 E-Town机器人消费节启动 促消费专项资金提升至1800万元	人民网	2026年8月
35	我国成为人工智能专利最大拥有国	中国政府网	2025年4月
36	第57次《中国互联网络发展状况统计报告》	中国互联网络信息中心	2026年2月
37	去年全国互联网医院达3756所、诊疗1.3亿人次 AI医疗服务已有上市公司盈利	每日经济新闻	2025年9月
38	打開“人工智能+消費”想象空間	经济日报	2026年6月
39	国务院新闻办公室新闻发布会：介绍激发下沉市场活力活跃县域消费有关情况	国务院新闻办公室	2026年8月
40	中国县域消费新观察	新浪财经	2026年7月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

引文（3/5）

序号	标题	来源	发布时间
41	今年五一 小县城赢麻了 县域旅游预订暴涨128%！	深港在线	2026年5月
42	国务院新闻办公室新闻发布会：介绍激发下沉市场活力活跃县域消费有关情况	国务院新闻办公室	2026年8月
43	2025年我国服务贸易规模稳步扩大 结构持续优化	央视网	2026年2月
44	前5个月我国服务进出口总额同比增长6%	中国政府网	2026年7月
45	前5个月我国知识密集型服务出口增长12.2%	央视网	2026年7月
46	全球数字服务贸易超4万亿美元，人工智能驱动增长	第一财经	2025年9月
47	深耕数字贸易（上）丨创新发展激活数字贸易潜力	中国经济时报	2024年12月
48	我国数字贸易市场规模年内或突破4.5万亿元	证券日报	2025年6月
49	数据跨境2.0，临港定下新目标：词元出海的全球运营枢纽	第一财经	2026年8月
50	短剧出海爆发式增长 2025年总收入超23亿美元	环球网	2026年4月
51	中国游戏扬帆出海：海外市场收入连续六年超千亿元	中国经营报	2026年1月
52	连破113项纪录后，“魔童”又“闹”出新高度 《哪吒2》票房升至全球第四	四川日报	2026年4月
53	泡泡玛特发布2026半年报 全球累计注册会员超1亿人	中国经济网	2026年8月
54	海外中餐市场迎“新蓝海” 湘菜迈向主流餐饮阵营	中国新闻网	2025年9月
55	《中国餐饮品牌出海发展报告2026》：内卷之下，中国餐饮品牌正在改写全球餐桌格局	红餐产业研究院	2026年3月
56	文化和旅游部印发《旅游强国建设“十五五”规划》	新华社	2026年7月
57	中华人民共和国2025年国民经济和社会发展统计公报	中国政府网	2026年2月
58	外国游客入境增超三成 中国入境游迈向万亿级市场	深圳新闻网	2026年6月
59	报告：入境游成服贸出口“新引擎” 推动服务贸易逆差显著收窄	中国网	2026年2月
60	免签政策持续发力 入境游市场热力攀升	央视网	2026年7月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

引文（4/5）

序号	标题	来源	发布时间
61	图表：近7亿！2025年出入境人次创历史新高	新华社	2026年1月
62	2025年近七亿人次出入境 与我国互免签证国家扩大至二十九个	人民日报	2026年1月
63	税收数据显示：2025年国内消费亮点纷呈	新华社	2026年1月
64	增速超30%！全球游客扎堆来华	上观新闻	2026年6月
65	消费时评丨入境游火爆折射中国服务供给消费新图景	消费日报	2026年6月
66	“每1元入境收入带动4.3元产业增长” 入境游成服贸出口增长新引擎	大众证券报	2026年3月
67	何为“体验经济”	学习时报	2026年5月
68	2025年国内居民出游人次超65亿	新华社	2026年1月
69	2026年春节假期国内出游5.96亿人次	文化和旅游部政府门户网站	2026年2月
70	从流量到增量：抖音生活服务重塑酒店与目的地文旅增长新逻辑	东方网	2026年6月
71	抖音生活服务重构酒旅经营逻辑，助力酒店与景区开辟营收增长新路径	中国日报网	2026年7月
72	上海市商务委员会等多部委《关于进一步促进上海市首发经济高质量发展的若干措施》	上海市人民政府	2024年5月
73	北京市商务局关于发布2024年度鼓励发展商业品牌首店首发项目申报指南的通知	北京市人民政府	2024年3月
74	西藏自治区促进首发经济高质量发展若干措施	西藏商务厅	2026年4月
75	浙江省商务厅等7部门关于印发《加快推进首店经济发展三年行动方案（2025-2027年）》的通知	浙江省商务厅	2025年8月
76	全国首个首发经济指数报告发布 预测2025年规模将达10万亿元	封面新闻	2025年10月
77	海外小众品牌抢滩中国首店！助推潮流与商圈“双向奔赴”	证券时报	2025年8月
78	区域首店全国第二！西安首发经济激活消费新动能	西安商务	2026年3月
79	平均每天新增“首店”2.8家 上海力促“首发经济”	中国新闻网	2024年4月
80	《平均每周5家首店落地，静安领跑上海"首发经济"》	界面新闻	2026年3月

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询（中国）有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

引文（4/5）

序号	标题	来源	发布时间
81	朝阳领跑多区跟进 新兴商圈崛起成新增长点 2025年超千家店落地 北京首店经济再跃升	北京日报	2026年1月
82	21经济网：成都首店经济狂奔：市场与补贴都要强丨消费参考	21经济网	2026年5月
83	深圳市七届人大七次会议记者会（经济科技专场）实录	深圳市发改委	2026年2月
84	天猫宣布2026年将加大优质新品扶持	钛媒体	2026年1月
85	首发月|让科技拥有温度，AI陪伴新品集中首发	北京市海淀区商务局	2026年8月



© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

联系我们



林启华
零售及消费品行业主管合伙人
零售及消费品行业审计服务
主管合伙人
毕马威中国
+86 (20) 3813 8388
raymond.lam@kpmg.com



吴旭初
北方区首席合伙人
北方区零售及消费品行业
主管合伙人
毕马威中国
+86 (10) 8508 5131
jeff.wu@kpmg.com



郭成专
北方区零售及消费品行业
审计服务主管合伙人
毕马威中国
+86 (10) 8508 5626
william.guo@kpmg.com



张诗颖
零售及消费品行业市场经理
毕马威中国
+86(20)3813 8974
cherry.s.zhang@kpmg.com



谷雨
零售及消费品行业市场经理
毕马威中国
+86 (10) 8508 4052
gary.gu@kpmg.com

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

kpmg.com/cn/socialmedia

如需获取毕马威中国各办公室信息，请扫描二维码或登陆我们的网站：
https://kpmg.com/cn/zh/about/office-locations.html

所载资料仅供一般参考用，并非针对任何个人或团体的个别情况而提供。虽然本所已致力提供准确和及时的资料，但本所不能保证这些资料在阁下收取时或日后仍然准确。任何人士不应在没有详细考虑相关的情况及获取适当的专业意见下依据所载资料行事。

© 2026 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。

毕马威的名称和标识均为毕马威全球组织中的独立成员所经许可后使用的商标。

出版物刊号：1787822966003