

## 有线耳机翻红 意外逆袭带来什么启发？

2026年05月06日 08:36 来源：人民日报



今年一季度，电子消费市场上演的一场意外逆袭给人启发。

相关市场调研机构数据显示，今年一季度有线耳机销售额同比增长20%，结束连续5年下滑态势。在无线设备早已成为市场主流的当下，有线耳机的翻红引发网友广泛讨论。除了摆脱续航焦虑、设备“失踪”困扰等尴尬，“潮流化”表达更成为其回潮的驱动力。社交平台上，大量时尚博主、网友分享有线耳机穿搭技巧，相关视频、笔记播放量已突破亿次。

从实用功能到穿搭配饰，从街头休闲到职场通勤，有线耳机这波看似小众的消费反弹，本质上是对细分场景需求的精准回应，既折射出现在的消费新逻辑，也成为我国经济在高质量发展阶段，从细分场景中挖掘消费增量、激发市场活力的生动注脚。

当下，我国消费市场正朝着个性化、多元化的趋势加速演进，消费升级与需求分化的特征愈发明显。历经多年发展，我国消费市场进入存量竞争阶段，各类主流消费品市场趋于饱和，单纯依靠规模扩张的模式不可持续，而增量空间更多藏在细分场景、个性需求中。

无论是因实用或时尚而重新受到关注的有线耳机，还是近年来锚定深睡、皮肤护理等新兴的差异化赛道，企业只有紧扣细分需求，把小品类做精、做专，才能在存量竞争中开辟新的增长空间。这既是消费市场发展的趋势，也是企业实现可持续发展的破局之道。

从商业布局延伸到经济社会发展的脉络，细分场景的价值愈发凸显。今年一季度，我国社会消费品零售总额达127695亿元，同比增长2.4%。其中，限额以上单位通讯器材类商品零售额同比增长20.8%，增速显著高于整体消费水平；服务零售额同比增长5.5%，通讯信息服务类零售额较快增长。这些亮眼数据的背后，正是无数个细分场景的需求聚合与力量释放。

小众运动装备热销、定制化家居兴起、文旅体等业态加速融合……一系列现象无不说明当消费向个性化、多元化转变时，谁能精准捕捉细分场景的需求，谁便能激活存量需求，释放增量潜力，赢得发展空间。

中国拥有超大规模市场优势，盘活存量、做优增量蕴含着巨大的发展潜力。乡村市场是细分场景中极具潜力的重要阵地，也是做优增量的关键赛道。一季度我国城乡消费协同发展，乡村消费品零售额同比增长3.1%，快于城市。县乡市场活力持续激发，不仅为产品下沉提供了广阔空间，更印证了细分场景不分城乡，只要精准对接需求，就能挖掘出可观的经济增量，让乡村市场成为拉动消费、推动经济增长的重要一环。

当然，从细分赛道中挖掘增量，离不开企业的主动作为与政策的精准赋能。企业顺应当下消费品质化的发展趋势，捕捉存量市场中的多元细分需求，通过技术创新、模式迭代和服务升级，实现提质增效。同时，一方面要落实促消费专项行动，优化消费环境；另一方面要借助城市更新、产业改造升级、乡村全面振兴等工作，盘活各类存量资产，激活内生发展动力。

今年，在复杂多变的外部冲击面前，中国一季度经济增长好于预期，充分彰显了发展活力与韧性。深耕细分场景、挖掘潜在需求，将宏观政策的发力点与微观市场的需求点精准对接，中国消费市场定能持续保持活力、培育更多增长点，为经济注入更强劲的动能。

单 词：	nìxí 逆袭	xiàhuá 下滑	tàishì 态势	xùháng 续航
	bǎituō 摆脱	kùnrǎo 困扰	qūdòng 驱动	gāngà 尴尬
	pèishì 配饰	fǎntán 反弹	bǎohé 饱和	shìfàng 释放

讨论：1. 你平时更习惯使用有线耳机还是无线耳机？请结合自己的使用体验，从音质、便利性、使用场景等角度谈谈你的偏好及原因。

2. 近年来，有线耳机在年轻群体中重新流行，有人认为这是对“无线化”过度便利的一种反思。你如何看待这种现象？

源新闻：<https://www.chinanews.com.cn/cj/2026/05-06/10616032.shtml>

音声 URL：<http://ttcn.co.jp/sound/text/files202605061778034946.mp3>