

中国消费新模式驱动内需提质扩容

宠物主人为智能猫砂盆“豪掷千元”，盲盒玩具从中国商场火到美国超市，“新茶饮”成为年轻人健康度夏的饮品首选……在零售效率持续优化和年轻群体已成为消费主力的当下，中国消费呈现明显的新渠道和新品类驱动态势。

日前，以“构建‘大消费’格局·激活内需新引擎”为主题的2025海河国际消费论坛在天津举办。与会嘉宾认为，新消费是指基于新技术形成的新的消费行为和消费方式，目前已成为满足居民生活需要、释放消费潜力、促进经济发展的重要抓手，正从多方面激活中国经济发展新动能。

作为迅速崛起的颠覆性力量，人工智能正从需求端和供应端重塑消费格局。3月，中国发布了《提振消费专项行动方案》，提出开展“人工智能+”行动，促进“人工智能+消费”。

在德勤亚太首席战略与创新官谭瑞看来，人工智能不仅可以提振消费，还能加速中国经济



3月16日，游客在参观上海静安首发品牌馆。

向消费型驱动转型。以人工智能的重要应用场景NOA（自动驾驶辅助驾驶）为例，业内人士预计，到今年底，NOA在乘用车中的渗透率或将达到20%。

智能化转型成为整车厂发展趋势：长安汽车宣布将终止非智能的新产品开发、比亚迪为20余款新车搭配智驾系统、理想智驾系统2024年的总行驶里

程达到约30亿公里……

谭瑞认为，NOA已成为中国消费者购车的重要考量因素之一，也成为推动汽车消费升级的重要驱动力，“这意味着人工智能将在未来继续释放传统行业消费增量的需求”。

新消费带来的消费提质扩容浪潮不仅体现在汽车等高价值耐用消费品上，“小而美”的改

变也已融入人们身边的消费场景。波士顿咨询董事总经理、全球合伙人胡昊鹏认为，当前中国的消费市场存在明显的分层趋势，同类产品的消费场景也在不断细化。

京东集团副总裁、首席经济学家沈建光介绍，基于京东大数据分析，中国消费市场出现了健康消费、国产品牌消费和老年人消费崛起等趋势。不少企业因时而动，在细分领域创新模式和产品，探寻消费增长新空间。

在参会者元气森林（北京）食品科技集团有限公司联合创始人王璞看来，消费者对中国品牌的高关注度和日益增长的健康消费需求，为企业升级工艺、迭代产品提供了动力。

“消费者每天喝的水中，有的为了提神、有的为了放松、有的为了在社交场合中用于拉近关系……”胡昊鹏认为，依托中国超大消费人口规模，满足每一杯“水”的需求，就是细分市场为消费带来的机遇。

依托新消费生发出的绿色

经济、文旅经济、首发经济等模式也正逐渐成为拉动消费的新引擎，各地的相关政策也在加速落地。

以首发经济为例，天津市商务局副局长王亚刚介绍，天津正加速培育一批地标性首发经济聚集区，去年以来举办400余场精品首演首展，并将于近期出台支持首发经济发展的政策措施。

国研新经济研究院创始院长朱克力认为，从消费侧来看，首发经济能将消费者的好奇心有效转化为购买力。如去年3月，小米集团首款新能源汽车SU7发布，自发布开始27分钟内订单突破5万台。从企业侧看，首发经济能为企业提供获取市场先发优势的重要平台，企业通过首发活动可以快速建立品牌认知。

“随着首发经济等新业态新模式不断成长，未来，新经济新动能的作用将进一步凸显，成为推动中国经济高质量发展不可或缺的动力源泉。”朱克力说。

据新华社

· 公益广告 ·

小暑

2025.7.7

一碗分来百越春，
玉溪小暑却宜人。

