

推动信息消费持续健康发展

□ 张厚明



信息消费是以信息技术为基础，促进消费链与产业链、价值链、供应链相融合而形成的一种新型消费形态。当前，基于移动互联网的信息内容与服务消费，以及基于智能终端的新型信息产品消费正在迅速崛起。据统计，2024年8月份服务机器人产量同比增长20.1%；信息消费场景日新月异，信息产品供给数量极大提升，人工智能、5G等技术实现了规模应用，形成了135个新型数字服务优秀案例，覆盖交通、文旅、养老、医疗、应急等领域。

信息消费表现形式多样，拉动经济增长作用日益凸显

现实生活中，信息消费形式多样，主要有面向社区生活的线上线下融合服务、面向文化娱乐的数字创意内容和服务等生活类信息消费，面向学习培训的在线教育服务、面向便捷就医的在线医疗服务、面向居家护理的智慧健康服务等公共服务类信息消费，面向垂直领域的电子商务平台服务、面向信息消费全过程的网络支付、现代物流、供应链管理等支撑服务的行业类信息消费，以虚拟现实、可穿戴设备等前沿信息产品和消费类电子产品为重点的新型信息产品消费，以及智慧城市治理与服务平台、信息消费体验中心等。

从发展特点和作用来看，信息消费具有附加值高、效益好、能耗低的特点，可以有效促进消费、扩大就业和推动产业结构升级，对经济增长拉动作用明显。数据显示，信息消费每增加100亿元，能带动国民经济增长300多亿元。信息消费具有边际消费倾向递增的特征，这使得经济总量乘数是随着消费支出的增长而不断增长，从而有效发挥其对经济增长的直接拉动作用。信息消费依托移动互联网等具有通用性、高渗透性和基础性特点的信息技术，将传统产业纳入其扩散和应用范畴，形成“互联网+”零售、医疗、文化、教育等产业形态，促进传统产业的转型和升级。与此同时，信息消费通过推动线上消费与线下消费结合、PC端消费与移动端消费结合、终端消费和内容消费结合、实体消费和金融消费结合，催生出智能终端、直播带货、智能家居、在线教育、智慧医疗等新产品、新业态、新

信息消费发展前景广阔，仍存在一些发展短板和问题

作为创新最活跃、增长最迅猛、辐射最广泛的经济领域之一，当前信息消费发展势头良好，发展前景广阔，但是也存在一些发展短板和问题，制约了信息消费潜力的进一步释放，需要尽快加以解决。

首先，信息消费领域创新能力不足。当前，我国信息消费的供给质量不高，产品内容、功能和形式单一，难以满足用户差异化、个性化、多样化的需求。部分企业在信息消费领域的技术创新能力较弱，缺乏自主知识产权和核心技术。一些前沿信息产品普遍使用的高端芯片、核心材料、关键零部件和元器件等存在“卡脖子”问题。在人工智能领域，大型智能系统、高精尖零部件等仍依赖进口，相关AI应用技术成熟度和产品智能化水平也有待提升。

其次，信息消费领域同质化竞争严重。当前，大量信息产品和服务的多样化、专业化、体系化发展程度不高。许多信息产品种类较少、形态单一，功能同质化问题比较严重。例如，在智能终端制造领域，大量智能手机和平板电脑产品的同质化发展问题突出，尽管上述产品的市场需求巨大，但产品在外观设

计、功能等方面高度相似，导致企业间展开激烈竞争，“产业内卷”问题严重。此外，一些在线教育机构、直播电商在商业模式、服务内容等方面高度雷同，缺乏创新点，相互间恶性竞争，扰乱了市场秩序。

最后，信息消费领域网络信息安全风险高企。由于受到技术日益复杂化、数据高速流通、用户安全意识不足、管理制度和法律法规不健全等多种因素的影响，目前，我国在信息消费领域存在着个人信息泄露和非法利用、人脸识别设备滥用、大数据杀熟、APP违规侵害用户权益、网络病毒和恶意程序泛滥、网络诈骗层出不穷等违法违规行为，上述问题不仅威胁到消费者的财产安全和个人隐私，严重制约了我国信息消费的健康发展，也对企业和国家的信息安全构成重大挑战。

进一步释放信息消费发展潜力

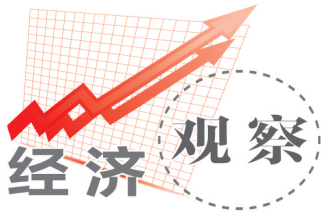
扩大和升级信息消费是国家重大战略部署之一。放眼未来，发展壮大信息消费，应着眼于满足和扩大人民群众对效率提升、知识获取和健康改善的迫切需求，有针对性地补齐发展短板，释放信息消费拉动经济增长的潜力，为我国经济高质量发展注入强劲动能，着重从以下几个方面着力。

一是加强技术研发及创新成果转化应用，推动智能产品功能优化和普及。以建设开放包容的创新生态系统为牵

引，着力加强高校等学术研究机构与人工智能产业联盟之间的战略合作，加快推动前沿学术成果的转化应用，持续加大对人工智能、云计算、大数据等新技术的科技投入、税收激励和金融支持力度，采取联合攻关突破核心技术瓶颈。推动可穿戴计算产业推进联盟、智能家居产业联盟、信息消费推进联盟、虚拟现实产业联盟与人工智能产业联盟之间的战略合作，深入推进人工智能技术在前沿信息产品中的渗透应用，提升智能消费产品的研发水平和功能水平，有效扩大产品的普及范围。

二是加强规划及政策指引，推进产品供给体系建设。重点加强对信息消费产品行业发展的政策指引，制定产业体系发展规划，完善行业标准体系，引导行业向专业化、体系化方向发展。此外，大力推进覆盖不同年龄段消费群体的信息产品供给体系建设，鼓励企业开发种类多样、功能丰富的信息产品和服务，避免同质化发展。加强医疗器械行业协会、老龄产业协会与人工智能产业联盟的战略合作，推动家庭服务机器人、健康监测设备等健康养老智能设备专业化、体系化发展。面向中老年群体共性需求以及青少年群体个性化需求，开放并打造特色产品体系。

三是强化市场监管和信用体系建设，优化消费市场环境。加强对互联网相关行业市场竞争的监管，不定期开展互联网行业不正当竞争专项整治行动，探索创新监管模式，实施协调监管和联合惩戒，推动各部门协调配合形成监管合力，共同维护市场秩序。建立完善的消费市场信用评价体系，包括企业和个人信用评价等，引导企业重视信用建设，加强对消费市场不良行为的监管和处罚，依法严厉打击网络诈骗、侵犯公民个人隐私等违法犯罪行为，持续优化消费市场信用环境。此外，还要在重要核心商圈、交通枢纽、重点产业园区等区域加快数据中心、5G、工业互联网等信息基础设施建设，为信息消费发展和壮大打造优越的基础设施环境。



何为“湾区经济”

□ 李 晨

2024年中央经济工作会议明确提出要“大力发展海洋经济和湾区经济”，充分表明湾区经济在全国区域经济发展大局中的重要地位。湾区由海岸线凹进陆地形成，通常指由一个海湾或者相连的若干个海湾、港湾、毗邻岛屿共同组成的区域。基于湾区的地理特征所衍生出的滨海型区域经济形态被称为湾区经济。

从国内外发展实践看，湾区往往是一个国家经济发展水平和对外开放程度最高的地区，其能级和量级直接影响整个国家经济及其产业的全球影响力和国际竞争力。当今世界，美国的纽约湾区和旧金山湾区、日本的东京湾区、我国的粤港澳大湾区是全球四大世界级湾区，其国际知名度以及在科技、产业、金融等领域的硬实力，都远超世界其他湾区。特别是旧金山湾区的信息科技产业、纽约湾区的金融产业、东京湾区和粤港澳大湾区的高端制造业在全球产业体系中都占据绝对优势。

与其他类型的区域经济形态不同，湾区经济在空间格局、产业结构、城市环境等方面具有一些显著的特征。

在空间格局上，湾区经济是港口群、产业群和城市群的集合。第一次工业革命以来，国际贸易迅速发展并急剧扩大，湾区凭借其港口优势很快成为全球贸易网络的重要节点。伴随港口数量的增多和建设水平的提高，湾区在全球发展格局中的比较优势不断增强，各类先进生产要素持续向湾区集聚，多种不同新型产业率先在湾区孕育和发展，这使得部分湾区的主导产业也逐渐由最初的贸易物流产业转向实体经济产业，并形成了大量有

代表性的产业集群。与此同时，产业集群的发展又进一步加速了人口集聚，进而对城市规划和建设提出了更高要求。通过这种相互促进和相互带动的良性互动，最终在湾区形成了集现代港口群、产业群和城市群“三群叠加”的特殊空间格局。

在产业结构上，湾区经济多为“虚实结合”，兼具高端制造和现代金融双重优势。一方面，从湾区的发展历史看，全球主要湾区的产业结构演变多发端于实体经济和贸易经济，随着经济发展水平的提高和贸易规模的扩大，湾区的主导产业会持续向全球产业链和价值链高端攀升。另一方面，作为全国乃至全球的贸易中心，在贸易规模越来越大、交易频次越来越多的背景下，湾区经济的持续兴盛和繁荣，也必然需要强大的金融产业作为配套。

在城市环境上，湾区的自然环境、人居环境和创新环境都处于较高水平。优美的海洋景观、优质的海岸沙滩、温暖的气候条件，是多数湾区自然环境的先天优势。与此同时，随着集聚效应持续增强，人口规模不断扩大，各主要湾区都十分重视提升城市规划建设品质，持续完善交通运输基础设施和教育医疗等基本公共服务，优化城市景观布局，打造宜居宜业宜游的人居环境。如纽约湾区和旧金山湾区早在20世纪90年代就提出湾区发展的“三E”原则（Economic、Environment、Equity），为湾区发展提供了明确指引。此外，几乎所有湾区都将科技创新作为主要发展方向，如以孕育硅谷而享誉全球的旧金山湾区，拥有包括劳伦斯伯克利国家实验室在内的多个重大科技基础设施，东京湾

区更是集中了日本70%以上的重大科技基础设施。

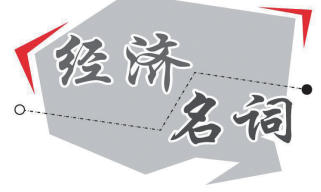
近几年来，由于湾区经济在整个国家区域发展战略中的地位不断提升，我国渤海湾、杭州湾等湾区经济发展迅速。但总体而言，与世界一流湾区相比，我国湾区经济在科技实力、金融能力、开放水平、全球知名度等方面还存在一定差距，加快建设世界级湾区，仍需进一步发力。

进一步提高湾区量级和能级。世界级湾区，必然需要世界级的影响力，这对湾区经济发展的量和质都提出明确要求。一方面，着眼湾区经济总量，加快制定和优化湾区经济发展规划，坚持以区域一体化为目标，破解制约要素、企业和产业流动与集聚的各类体制机制性障碍，推动外部各类生产要素向湾区集聚并在湾区内部实现充分自由流动和高效配置，确保湾区经济总量的持续提高。另一方面，瞄准湾区经济质量，坚持以创新为第一动力，强化企业科技创新主体地位，大力发展国家实验室、高水平研究型大学，统筹各类科创平台建设，持续吸引集聚创新要素，着力增强湾区原始创新和集成创新能力，真正实现科技创新和产业创新的融合发展。

因地制宜打造特色湾区产业体系。产业体系的竞争力是湾区经济竞争力的决定性因素。一是有序推动传统产业转型升级。立足我国湾区当前传统产业具体发展阶段和发展需要，大规模引入新技术、新设备、新工艺，提高传统产业的数字化和绿色化水平，着力激发传统产业发展活力。二是前瞻布局战略性新兴产业和未来产业。紧盯新一代信息技术、人工智

能、量子科技等产业发展趋势，结合自身要素禀赋特征和国家发展需要，加强关键共性技术、前沿引领技术、现代工程技术、颠覆性技术的创新与供给，抢占国际产业竞争先机。三是差异化发展科技金融产业。推动创新链、产业链、资金链协同发展，围绕支撑传统产业转型升级和产业培育的不同金融需求，针对性发展科技金融产业，探索适合不同类型产业、不同升级方向、不同创新需求的金融工具和政策，助力湾区实体经济高质量发展。

增强湾区整体竞争力。在定位上，我国湾区经济的发展，既要瞄准世界一流湾区的普遍特征和共性经验，又要充分发挥我国基本经济制度的独特优势，在市场一体化、实体经济可持续发展等方面探索更多具有引领性和示范性的发展经验，加快建成具有国际影响力的中国式湾区经济。在规划上，坚持以建成世界级湾区为导向，结合我国不同湾区发展实际，从空间格局、产业结构、创新体系、人与自然关系等多方面制定具有约束性和前瞻性的湾区经济发展规划，为湾区经济高质量发展提供制度保障。在开放上，主动对接对标国际高标准尤其是世界级湾区的开放标准，在货物贸易、金融交易、要素流动等方面采取有针对性的改革举措，不断提升我国湾区经济的对外开放水平。



红红火火中国年，龙蛇飞舞庆新春。今年春节期间，居民消费需求持续释放。相关平台数据显示，春节期间旅游消费预订量较2024年有所增长，新兴文化旅游地订单增长较快，新的消费亮点不断涌现。春节是我国重要的传统佳节，也是居民消费旺季。受“激发有潜能的消费，扩大有效益的投资，形成消费和投资相互促进的良性循环”等一系列政策带动，我国持续优化促消费政策、完善相关制度、改善消费环境，消费市场潜力不断被挖掘。从春节消费这扇窗口，可以观察我国经济的韧性与活力，必将带动2025年全年消费规模稳步扩大、结构持续优化、业态不断丰富。

春节非遗效应积极放大。2025年春节是成功申遗后的首个春节，各地积极打造了具有年俗年味的消费场景。商务部结合春节消费特点，并联动各地、各平台，围绕春节餐饮购物、文旅旅游等消费特点，举办“2025年全国网上年货节”，共同迎接蛇年新春。例如，上海首次举办丝路电商过大年，南宁举办中国（广西）—东盟网上年货节等。此次年货节更好融入了非遗元素，把促消费与文化传播相结合，推出了“非遗民俗展演”“传承人走进直播间”等特色活动，积极放大了春节非遗效应。各地顺应生活品质升级需求，全方位展示推广了本地特色产品，促进天津海北的不同风味在餐桌上碰撞，同时增加了本地老字号、国货“潮品”、在线旅游等优质商品和服务供给；更多引入了全球好物，以“产地直发”“工厂直供”等方式让更多丝路云品、外贸优品直连年货市场。文化和旅游部开展“2025年春节主题文化和旅游活动”，内容涵盖惠民文艺演出、公共文化服务、文化娱乐活动、旅游休闲消费、文博展览展示、对外文化交流等重点领域。尤其在“非遗贺新春”板块，围绕非遗保护传承，一些地方举办了非遗展示展演展销、“旅游迎春 休闲过年”、“古城过大年”、“点亮中国灯”蛇年灯会灯彩展示、“赶个年味集”蛇年非遗大集、“我的家乡”视频直播、“年画进万家”、“文脉颂中华”春节非遗宣传推广等民俗文化活动，为人们奉上多种多样的春节文化大餐，丰富了春节期间优质文化和旅游产品供给，打造了百姓新春文化大联欢，切实增强了人民群众获得感幸福感。

消费品以旧换新政策释放春节居民消费潜力。随着消费品以旧换新政策扩围、补贴力度的不断加大以及补贴申请流程的合理优化，居民消费潜力持续释放。特别是统一规范全国汽车置换更新最高补贴限额，将个人消费者购买手机、平板、智能手表手环等3类数码产品纳入补贴范围，将享受以旧换新补贴的家电产品由2024年的8类增至12类，调高单价最高补贴比重至销售价格的20%，尽可能减少消费者获得补贴的操作环节，同时丰富支付渠道更好满足消费者多样化、便利化的支付需求，并且叠加各地紧扣节日需求开展各具特色的促销活动，极大保障和满足了春节期间人民群众消费需求和消费活力。春节期间，居民利用假期掀起了家电智能产品、汽车等消费潮，智能手表、无线耳机、户外运动装备、美容仪、智能绿色小家电等绿色健康、科技智能的商品，受到年轻人青睐。

“文化游”“体验游”魅力十足、国货国潮国韵产品受到宠爱。2025年除夕被纳入法定节假日，假期增加至8天，很多上班族选择了“请2休11”的拼假模式，携家人共同出游，而一些具有文化体验活动的旅游地区拥有超高人气。除了北京、西安、成都、南京是春节传统文化游的热门之选外，泉州、洛阳、铜陵、景德镇、漳州等地的旅游预订量

节日消费点亮经济新活力

□ 刘 方

也增长显著，同比增长约4倍。其中，北京庙会、潮汕英歌舞、广东醒狮、闽南游神、西北社火、东北抽冰尜等独具地方特色的民俗活动，簪花、扎染、剪纸、宣纸、漆扇等充满创意与匠心的手工技艺体验，穿汉服、马面裙旅拍等热门体验项目均吸引了众多游客的青睐与兴趣，让旅客们互动式、沉浸式体验了当地年俗，在欢乐中感受到了传统文化的独特韵味。部分地区因地制宜开展了春节夜间经济新业态，提供了“水上夜游”、灯会、光影秀等文旅产品。与此同时，在春节这场传统文化游的热潮中，文博场馆的“地标”效应也愈发凸显。以北京为例，春节期间，故宫博物院、中国科学技术馆等热门景点吸引了大量游客前来参观，游客更愿意购买热门景点推出的时尚国货“潮品”、国韵产品等文创产品，国货国潮国韵产品让传统文化焕发出新的生机与活力。此外，春节假期各大城市文化演艺市场、电影市场活跃，为不同年龄和收入水平的各类群体提供了多元化、多样化的消费选择。

冰雪运动点燃速度与激情，成为过年“新玩法”。新年假期，部分地方举办“欢乐冰雪旅游季”，雪场也纷纷推出特色活动、特色玩法，吸引了更多消费者去观赏冰雪美景、体验冰雪文化、参与冰雪运动，“冷资源”不断释放“热效应”。不少雪场还积极注入文化元素，不间断推出不同迎新春主题活动，如非遗艺人现场捏面人、舞龙舞狮、秧歌巡游、烟花表演等。同时，部分雪场还与周边达成合作，丰富冰雪消费场景，推出“滑雪泡温泉”等，提供了更加丰富的体验。

火热的消费热情，折射出经济发展的新活力，也让人们看到了新的消费空间。2025年在持续扩大消费规模、持续优化消费结构、持续丰富消费业态的同时，还需要广泛开展质量管理体系升级行动，加强全供应链、全产业链、产品全生命周期管理。加快推进完善消费领域信用体系建设，强化产品和服务标准体系建设，以更好满足居民消费需求。

