



持续促进新型消费主体培育

与amp;市场循环机制创新

刘向东

治理之道

随着数字智能技术广泛应用和绿色可持续发展理念深入人心，新型消费业态迅速发展，以智能家电、新能源汽车、智能穿戴设备、即时零售、在线教育等为代表的新型消费产品、服务及多元化场景持续涌现，为畅通国内大循环和全方位扩大内需提供支撑。2025年政府工作报告提出，要创新丰富消费场景，加快数字、绿色、智能等新型消费发展。2025年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《提振消费专项行动方案》提出，要支持新型消费加快发展。在技术赋能和政策激励加持下，新业态新模式引领新型消费加快发展，消费场景不断拓展、消费动能持续释放，“向新”发展势头强劲。

新型消费对经济发展的支撑作用愈发重要。当前，消费在畅通国内大循环中扮演着“主引擎”角色。促进新型消费发展是提振消费的重要内容之一，有利于适应消费升级和全方位扩大内需，更好地满足人民日益增长的美好生活需要，带动产业数字化转型和智能化改造，实现供需两侧的高水平衔接适配。

主动适应消费升级趋势，助力全方位扩大国内需求。近年来，我国消费已告别排浪式的大众化消费，个性化、多样化和差异化的升级需求更加凸显，消费者更加注重数字、绿色、智能、健康等方面的品质需要。大力提振消费意味着要因势利导，积极发展数字、绿色、智能、健康等新型消费，主动适应广大群众的消费升级需求。充分利用数智化技术驱动消费升级，加快培育即时零售、直播电商、智慧医疗等新业态，不断创新消费场景和政策设计，持续刺激消费新需求，有效推动消费提质扩容，助力消费更好地发挥对经济增长的基础性作用。

有效带动供给结构优化，助力供需高水平动态平衡。新型消费发展意味着要加快技术和数据驱动的智能推荐系统、云计算、5G、3D打印等新技术的应用，精准匹配个性化、多样化、品质化的需求，推动首发经济、冰雪经济、银发经济、国货“潮品”等新热点持续涌现。“互联网+消费”“人工智能+消费”的融合模式，能够缩减商品或服务从生产、流通到零售等的响应时间和成本，使终端消费场景数据直接反馈到供应链上下游，增强产业链供应链韧性和需求快速响应能力，加速供给体系数字化绿色化转型，实现供需双侧资源的动态优化配置，以有效需求牵引供给，以高水平供给创造需求，加快构建新发展格局和实现高质量发展。

激发社会创新创业活力，助力群众多渠道就业增收。当前，新型消费催生数字营销师、直播选品师等50多种新职业。比如，直播电商、即时零售等新零售模式带动体验设计、流量策划等多种岗位需求，创造出满足2亿多人灵活就业的机会，有效扩大了就业容量、提升了就业质量，既能缓解结构性失业压力，又能拓展群众增收的渠道。通过业态创新、技术渗透和产业协同，创新发展消费新业态新模式，能够激发数字、绿色、智能、健康等消费潜力，形成“就业扩容—收入增长—消费升级”的良性循环。

我国新型消费发展取得积极明显的成效。随着我国扩内需促消费政策发力显效，消费新业态新热点持续涌现，数字消费、绿色消费、健康消费等快速发展，已成为当前大力提振消费和全方位扩大内需的重要途径。

数智化赋能产品和服务升级驱动消费扩容提质。大数据、人工智能等技术在社会消费领域深度渗透，推进线上线下深度融合，支撑吃穿用等生活消费稳步增长。据国家统计局数

据，2024年全国网上零售额超15万亿元，其中实物商品网上零售额达13.08万亿元，占社会消费品零售总额的26.8%。智能推荐系统和即时零售快速普及，智慧商圈、无人零售店等新场景涌现，加速推动生产柔性化和供应链敏捷响应，让大规模个性化定制成为可能。数字娱乐、在线教育、直播及短视频购物等新型消费蓬勃发展，数字消费已成为驱动消费增长的重要动能。

升级类的绿色节能商品消费加速渗透普及。随着居民绿色环保意识增强，绿色低碳消费逐渐深入人心，已成为居民消费升级的重要表现方式。近年来，新能源汽车、智能家居机器人、节能烘干一体机等销售实现较快增长。我国新能源汽车销量从2014年的7.5万辆增长到2024年的1286.6万辆，市场渗透率提升至40.9%。在消费品以旧换新的政策作用下，购置补贴和税收优惠将推动绿色消费市场渗透率进一步提升，并将撬动万亿级消费市场规模。随着冰雪运动普及与冰雪休闲旅游升温，冰雪经济正加速形成万亿级的消费市场，特别是冰雪旅游与绿色理念深度融合，冰雪消费市场规模持续扩容，如哈尔滨冰雪大世界等标志性项目热力十足。有关数据显示，2024—2025冰雪季全国冰雪休闲旅游人次达5.2亿，相关旅游收入超6300亿元。

新型消费类型加速涌现并呈多业态融合发展趋势。数字娱乐、在线教育、直播及短视频购物等新型消费蓬勃发展，体验式消费、社交属性类消费备受年轻消费者的热捧，“社交+文化消费”复合业态成为青年群体开展跨年、聚会等沉浸式娱乐场景的重要选择。随着人们更加注重健康生活，减肥控糖类食品、运动康复服务等成为消费新增长点，健康管理相关的智能穿戴设备市场迎来爆发式增长，在线问诊、基因检测等服务用户数量成倍增长。人口老龄化趋势下，老年护理、康养旅游等服务消费规模快速扩大，慢性病管理、心理健康服务等个性化健康方案需求上升，健康监测、旅居养老等融合业态不断涌现。与即时零售等新零售模式相适应，物流配送加速升级，无人机、自动配送车等无人配送已覆盖生鲜、医药等高频消费领域，促进新型消费向多业态融合化方向发展。

挖掘新型消费发展潜力仍面临不少挑战。新型消费代表着消费升级的方向，也代表着人民日益增长的美好生活需要。进一步挖掘新型消费发展潜力，需破除制约新型消费潜力释放的体制机制障碍，解决供需错配问题，及早应对人口结构变化等因素带来的重大挑战。

新型消费发展仍面临着待突破的体制机制障碍问题。数字消费领域，

数字经济场景越来越丰富多元，但数字经济发展仍存在诸多堵点卡点，特别是消费新业态的制度规范存在一定程度的滞后，如直播电商、共享经济等消费新业态面临着数据安全、隐私保护等法律空白，灵活就业群体的社会保障体系尚不健全，跨境电商市场秩序规范与创新速度不相匹配等。绿色消费领域，绿色智能产品已被广泛接受，但绿色消费、智能家居等领域尚缺乏全国统一认证体系，绿色智能产品质量参差不齐，造成消费者信任度不足等问题。健康消费领域，保健食品、智能穿戴设备、健康管理等业态监管相对滞后，跨部门监管协调不足，容易引发虚假宣传争议纠纷；非医疗机构提供的健康咨询（如人工智能问诊）存在医疗资质门槛限制等。低空消费领域，智能驾驶、无人机配送等技术已成熟，但现行法规对路权、空域的限制使商业化应用受阻，存在审批流程烦琐、产权归属不清、资源开发不足等问题。休闲娱乐消费领域，剧本杀等沉浸式体验消费存在一定的内容合规风险，引发未成年人保护争议；密室逃脱类场所存在消防安全隐患；短视频平台等数字娱乐行业缺乏统一规范且标准和责任界定不清晰，容易滋生“劣币驱逐良币”的乱象。尤其值得注意的是，青少年群体在虚拟消费场景中易陷入攀比等非理性消费。

新型消费快速发展中面临日益突出的供需错配问题。这主要表现在供给端创新不足、需求端未被满足或出现低层次过度开发等。随着居民个性化、多样化、品质化需求激增，满足升级需求的供给创新不足，新型消费场景拓展有限。例如，市场上对定制化健康管理（如基因检测、特殊食品营养方案）、智能家居生态等需求增多，但相应前沿技术产品商业化落地缓慢，部分供给仍以标准化产品为主，与消费者的真实需求存在脱节。又如，夜间经济、智慧零售、绿电园区、低空经济等有实际消费需求，但相应场景公共配套不完善，缺乏快速物流、公共卫生、废弃物回收等配套支撑，新型消费场景塑造也存在城乡和区域差异。

促进新型消费将面临人口结构变化带来的挑战。在少子老龄化加剧趋势下，新型消费虽能增强不同年龄消费群体的供需适配性，但人口结构的明显变化给新型消费发展也带来了不小的挑战。相比而言，老年群体对数字消费模式接受度偏低，尤其对科技、时尚、休闲娱乐等新型消费的兴趣不高，制约数字消费规模的持续扩张。相应地，老年群体消费偏好转向医疗、保健、养老等刚性需求，但适老化智能家居、无障碍设计等产品研发滞后，配套服务供给尚未形成规模效应。随着晚婚晚育和少子化趋势明

显，叠加就业增收预期不稳，25—40岁群体这一适龄消费主力规模持续收缩，即时零售、文娱旅游、沉浸式娱乐等非必需型消费将受到较大冲击，智能家居、节能电器等产品市场渗透也会受阻。受区域和城乡人口流动放缓影响，下沉市场数字化消费渗透率仍有一定提升空间，需在提升参与度和承接能力上下功夫。

综合施策促进新型消费健康发展。进一步培育壮大新型消费，需实施新型消费培育工程，既要进一步推进市场化改革，破解制约新型消费潜力释放的制度性障碍，也要完善市场准入制度和价格形成机制，提升消费供给品质，开展汽车等流通消费改革试点，适应人口结构变化和消费升级需求，提升新型消费参与度和承接能力。

深化制度创新，激发新型消费活力。进一步深化要素配置市场化改革，消除地方保护主义和行业隐形门槛，动态修订市场准入负面清单，推进新一轮服务业扩大开放综合试点，放宽社会资本和民营企业参与健康消费、绿色经济等领域的市场准入限制。对健康饮食、银发服务、健身运动、文化娱乐等领域制定标准化政策措施，如强制推行预制菜营养标签标注、适老化产品安全标准等规范，建立统一的绿色节能产品标准、认证和标识体系，提升绿色低碳产品的政府采购比例，引导形成绿色低碳消费环境。加快完善数据要素市场规则，推动公共健康数据向企业有序开放，实现医疗数据互联互通，逐步完善“互联网+”医疗服务医保支付政策，促进健康管理APP、智能穿戴设备等场景数据资源流通。加快完善低空经济监管体系，有序发展低空旅游、航空运动、无人机配送服务等低空消费。对数字娱乐和AI游戏领域，强化跨部门监管，建立分级内容审核机制，制定新型场景安全标准，从源头规范内容生产和场景设置，切实加强未成年人保护。

推动供给升级，增强供需适配程度。深入实施数字消费提升行动，促进“人工智能+消费”，构建智慧商圈、智慧街区、智慧门店等消费新场景，加速推动自动驾驶、智能穿戴、超高清视频、脑机接口、机器人、增材制造等新技术新产品开发与应用推广，大力培育高品质电商，开展数字家庭建设试点，开辟高成长性消费新赛道。开展绿色低碳消费专项行动，完善绿色设计标准，推广应用先进绿色低碳技术，提升绿色产品能效与环保性能，推动供应链上下游协同减碳，建设绿色超市、低碳社区服务中心等场景。开展健康消费专项行动，创新健康管理和养老服务消费场景，支持医疗机构开展医养结合服务，发展壮大民生导向的服务消费，创新发展

银发经济、智慧医疗、普惠托育等新业态，因地制宜发展智慧养老、特色旅居养老新业态，引导各地推出特色鲜明的群众性体育赛事活动，推出一批沉浸式文旅新产品新场景，建设空间型虚拟现实体验项目。

明晰细分市场，提振“一老一小”消费。利用大数据对消费者画像进行细分，明晰银发族、新中产、Z世代等细分群体真实需求，针对不同消费群体的消费特征和消费痛点（如响应速度、产品安全性），持续优化改进产品和服务供给，满足不同年龄群体消费需求。针对老年人群体，推动适老化改造与消费升级结合，支持多层住宅加装电梯、老年助餐服务标准化，发展银发旅游、健康管理等产业，推进智能家居、服务机器人等产品应用，鼓励开发老年健康消费品，建立适老化产品认证体系。针对婴幼儿群体，支持因地制宜试点育儿补贴制度，将灵活就业人员纳入生育保险覆盖范围，发展儿童文体消费新业态，开发冰雪运动、研学旅行等产品，培育连锁化、品牌化养老托育龙头企业，提升托育行业标准化水平。

壮大平台经济，推动消费扩容提质。着力发挥平台企业在培育新型消费、激发消费潜力方面的助推作用，鼓励平台企业推动直播电商、跨境电商与实体零售结合，主动对接国家消费品以旧换新补贴政策，开展“外贸优品中华行”活动，激活家电、汽车等消费品扩容提质，提升供需对接效能。支持平台企业实时处理海量交易数据，通过数据技术和算法优化供需匹配，扩大供应链上下游服务覆盖范围，优化供应链响应速度与金融服务，拓展共享出行、共享健身设备等共享经济和“互联网+”消费场景，以轻资产模式降低消费门槛。完善平台经济监管与标准体系，科学界定平台责任并研究尽职免责办法，加快推进平台从业人员职业伤害保障试点，维护新就业形态劳动者权益，整治“信息茧房”、大数据杀熟等问题，保障市场公平竞争。

强化政策支持，加速新型消费发展。进一步制定新型消费专项支持政策，并配套财政、税收、金融支持工具。继续实施消费品以旧换新、消费券补贴、税收优惠等政策工具，引导企业加大投资新型消费领域，激发消费者数字、绿色、智能、健康等消费热情。创新金融工具，探索商业保险与健康消费的挂钩模式，引导资源向银发经济、智慧医疗、智能家居、数字消费等新业态加速集聚，推动消费结构向服务型、品质型升级。实施新型消费“监管沙盒”，在特定区域或场景先行先试，允许创新产品或服务在限定范围内开展压力测试。

（作者系中国国际经济交流中心科研信息部副部长）

新型消费具有消费内容多样化、消费方式智能化、消费场景融合化、消费需求个性化等突出特征，对于扩大内需、提升人民群众生活品质、加快推进高质量发展意义重大。近年来，在政策红利持续释放与消费需求迭代升级的共同驱动下，我国新型消费呈现出蓬勃发展的强劲势头。网络销售、即时零售等新型消费业态持续领跑市场，数字文旅、直播带货、在线健身等新型消费模式推陈出新，智能家居、智能穿戴、智慧康养等新型消费场景不断拓展边界。

然而，在新型消费快速发展的进程中，年龄鸿沟问题日益凸显。青年群体凭借对新技术的天然敏感度，成为新型消费的主力军，个性化需求也推动消费场景不断向智能化、多元化迭代，形成良性循环。相比之下，老年群体在享受新型消费红利时却面临重重阻碍。智能设备复杂的操作流程、对线上支付安全的顾虑以及消费场景普遍缺乏适老化设计等现实制约，都让老年群体在新型消费浪潮中难以跟上步伐，甚至处于被边缘化的境地。

新型消费年龄鸿沟的形成，折射出技术迭代、消费理念和市场供给等

层面的深层次矛盾。在技术迭代方面，数字技术的迅猛发展虽极大提升了消费的便捷性，但也给老年群体带来全新挑战。比如，电商平台和移动支付软件频繁更新，操作界面与购物流程不断变化，让老年群体难以快速适应。同时，生物识别、移动支付等新技术的广泛应用，虽然提高了消费效率，却让不熟悉智能设备的老年群体在消费时困难重重，无形中形成了一道难以跨越的屏障。消费理念的差异也是造成年龄鸿沟的重要因素。年轻一代成长于互联网时代，对新鲜事物接受度高，乐于尝试新型消费业态和模式，愿意为个性化、体验式消费买单。而老年群体长期形成的消费习惯更倾向于线下、实物交易，秉持

“眼见为实”的消费理念，对虚拟消费、预付式消费等新型消费形式存在天然的不信任感。这种观念上的差异使得老年群体参与新型消费的意愿较低。从市场供给角度来看，商家出于商业利益考量，倾向于将主要资源投入消费潜力大、消费意愿强的青年群体市场，导致针对老年群体的新型消费产品和服务供给不足。市面上的智能穿戴设备、智能家居产品等，大多是为年轻人设计，功能复杂、操作烦琐，缺乏适老化设计；数字文旅、在线教育等平台，也较少推出符合老年群体兴趣和消费能力的产品。这必然导致老年群体在新型消费市场中选择有限，难以分享新型消费发展红利。

新型消费的蓬勃发展，不应以部

分群体的“掉队”为代价。唯有政府、企业与社会协同发力，在技术创新中注入人文关怀，在市场竞争中兼顾社会责任，在社会发展中倡导包容理念，方能消弭年龄鸿沟，让新型消费的红利惠及全体人民，真正实现消费公平与经济高质量发展的良性互动。

发挥政府引导作用，构建适老化政策体系。一方面，完善顶层设计，将适老化改造纳入新型消费发展规划，明确电商平台、智能设备、移动支付等领域推进适老化改造的标准和要求。另一方面，强化政策支持，对开展适老化改造的经营主体给予税收减免或财政奖励。引导相关机构和部门通过社区课堂、公益讲座等形式开

展老年数字技能培训，提升老年群体数字素养。此外，健全消费权益保护法规，针对老年群体消费中存在的虚假宣传、诱导消费等问题，建立快速维权通道与从严处罚机制，为老年群体参与新型消费保驾护航。

强化企业社会责任，精准对接老年消费需求。一方面，强化适老化产品设计与改造。企业可针对老年群体的消费特点，开发老年专属的新型消费产品。比如，结合物联网技术打造“居家养老智能管家”，提供远程健康监测、紧急呼叫等服务。同时，加强对现有产品的适老化改造，简化智能设备与应用程序的操作流程。另一方面，完善针对老年消费者的配套服务，设立老年专属客服通道，及时响

应老年消费群体的诉求。

凝聚社会各界力量，营造全龄共享的新型消费环境。充分调动社区、行业协会、媒体等社会各界积极性，共同打造全龄共享、包容友好的新型消费环境。对于社区而言，要充分发挥基层服务枢纽职能，组织志愿者一对一帮扶、手把手指导老年群体使用智能设备、体验线上消费。对于行业协会而言，要充分发挥协调监督作用，通过牵头制定针对老年消费市场的产品与服务标准、建立老年消费满意度评价体系等举措，促进行业服务老年群体能力和水平的有效提升。积极运用各类媒介，通过制作趣味科普视频、图文手册等通俗易懂的作品，系统性普及新型消费政策和知识，帮助老年群体消除对新型消费的陌生感与畏难情绪。

（作者系江苏省社会科学院区域现代化研究院副院长）

