

观念迭代加速趋势变化，价值重构引领消费变革

新观念催生六大消费新趋势

□ 宋洋洋

高质量发展 看消费

近年来,随着我国经济社会的快速发展与居民生活水平的持续提升,消费趋势正在经历深刻变革。居民的消费观念正在经历从追求“量”到追求“质”、从“物质满足”到“精神共鸣”、从“标准化供给”到“个性化定制”的转型,牵引消费市场和供给侧转型升级,催生文化消费、情绪消费、数智消费、绿色消费、循环经济、健康消费等消费新趋势,为消费市场注入崭新活力。

“国潮认同” 促进传统文化消费焕新机

当前,我国综合实力不断增强,高品质文化产品日益涌现,文化自信与产品创新同频共振,不断刺激消费者提高对中华优秀传统文化的认同感,本土化消费意识逐渐觉醒,推动消费观念从“强调国际名牌”向“认同本土国潮”转变,形成“追求传统文化、支持国产品牌”的消费新认知。

国货感知认同提升。据《互联网助力数字消费发展蓝皮书》显示,66.5%的网购用户认为国货品质不输外国品牌,消费者对国货的认可度和信任度正在不断提升。非遗消费市场火热。据《2023非物质文化遗产电商消费报告》显示,2023年,淘宝、天猫两大电商平台全年非遗产品成交额达1073.2亿元,同比增长37.7%,是同期社会消费品零售总额增速的五倍多,印证了非遗创造性转化和创新性发展蕴含的商业价值。国产佳作激发消费热情,国产游戏《黑神话:悟空》以四大名著《西游记》为文化背景,销量突破2800万份,销售额达90亿元人民币;作为游戏的主要取景地,山西省积极发挥“悟空”效应,2024年国庆期间接待游客3650万人次,较上年同期增长85%,消费者对国产优质文化供给的消费热情逐渐释放。

“情感共鸣” 构筑情绪消费新赛道

当前,在快节奏生活的背景下,消费者对产品消费的侧重点逐渐从其功能价值向情绪价值转移,试图通过消费行为释放情绪压力,寻求情感寄托与社交认同,催生“情绪消费”新趋势。

“谷子经济”蓬勃发展。数据显示,2024年,我国泛二次元及周边市场规模达5977亿元,以影视、动漫等周边为主的衍生品市

场规模达1689亿元,其中,《哪吒之魔童闹海》刷新多项票房纪录,衍生品销售也掀起现象级浪潮,影片以“情绪解药”式的叙事内容,与消费者建立了强有力的情感连接,让消费者获得强烈的情感共鸣与身份认同,满足了消费者情绪释放的消费需求。

治愈消费逐渐兴起,消费者更加注重自我情感的满足与压力的释放,据中国玩具和婴童用品协会数据,2024年上半年,以Jellycat等品牌为代表的毛绒玩具销量增长显著,销售额同比增长9.2%,同比增幅位列玩具重点品类前三,此类非功能性消费为消费者提供了重要的情感寄托,成为化解消费者社会压力的重要媒介。

“注重科技感” 构建数智消费新场景

在数字时代,随着人工智能、虚拟现实等数字技术应用成本的不断降低和对生产生活的深度赋能,消费者不再满足于传统的物质需求,更注重强大互动性、便利性的数智体验,推动消费重心向以智能家居、数字服务、虚拟体验等为主的数智消费转移。据工信部数据显示,2024年我国数字消费规模超6万亿元,实物商品网上零售额比上年增长6.5%,市场潜力巨大。

智能家居加速渗透。据奥维云网监测数据显示,2024年1-10月精装修市场配套智能家居系统规模达15.28万套,同比增长7.7%,智能家居系统配置率达30.1%,同比增长10.5%,越来越多的消费者选择以智能家居产品提升居家保障;“国补”政策助推数智消费升温,投影仪、炒菜机器人等43类智能家居产品进入国补名单,进一步刺激智能家居电子产品消费。

生活服务数字化转型。数据显示,2024年体育服务类电子商务交易额增速达32.1%,在线旅游、在线教育、线上医疗等服务领域发展速度较快,其中,在线旅游预订用户规模达5.48亿人,提升了文旅市场线上流量向线下客流的转换效率。

沉浸式体验全面升级。虚拟现实,增强现实等数字技术深度赋能文旅融合发展,2024年“五一”假期,全国首批42家沉浸式体验新空间为游客提供了演艺、主题娱乐、实境娱乐等互动娱乐新体验,吸引消费者超430万人次,实现消费总额超22亿元。

“环保低碳” 培养绿色消费新动能

在推进人与自然和谐共生的中国式现代化进程中,“双碳”目标正在倒逼生产消费

升级,低碳、环保的社会观念不断深入人心,绿色低碳逐渐成为影响消费者消费决策的重要因素,消费者更加愿意为环保理念和行为买单,节能产品、新能源汽车等消费产品备受欢迎。

绿色消费政策激励成效显著。“国补”不断提高绿色家电补贴力度,据奥维云网数据显示,在2024年以旧换新的8类家电中,一级能效产品的销售额占比超过90%,据国家节能中心预计,2024年更换的高效家电每年能为全社会节电100亿千瓦时以上,节能减排效果突出;“以旧换新”措施鼓励绿色消费,苏宁易购数据显示,自2024年8月新一轮家电以旧换新活动实施以来,节能洗干一体机销量增长129%,政策补贴有效撬动绿色消费热情。

“出行革命”加码绿色消费,一方面,《2024新能源汽车消费观察报告》显示,年轻消费群体对新能源汽车购买欲最强,占比超过55%,新能源汽车潜在消费群体庞大;另一方面,新能源汽车行业规模不断扩张,数据显示,2024年新能源车年产销首次突破1000万辆,占新车总销量比重40.9%,一批智能化、科技化、体验优质的新能源汽车涌现,将有效满足消费者个性化、多样化的购车需求,进一步带动绿色消费热情。

“以租代买” 开辟循环经济新路径

当前,随着消费主体代际变迁的日益加快,以Z世代为主力的消费群体更加关注消费成本管控,其消费观念也逐渐从父辈一代的“追求奢侈、强调拥有”逐渐向“使用权代替所有权”转变,形成“以租代买”的消费趋势。

租赁市场规模庞大。数据显示,按商品交易总额计算,2023年我国新租赁行业市场规模达152.7亿元,“以租代买”的消费趋势为挖掘消费市场潜力,培育新兴消费热点提供了全新角度。租赁项目分层拓展,租赁产品逐渐从租房、租车等“大件”向手机、相机等“小件”转变,凸显了消费者多样化、细分化的租赁需求。如2024年下半年,人人租平台订单数增长52%,其中,受演唱会和直播场景带动,电脑、相机和无人机等租赁业务同比增长速率达80%至90%,低成本、高便捷的租赁模式使得原本需要进行高额支出的活动变得经济实惠与方便快捷,契合了青年消费者“精打细算,强调体验”的消费观念。二手市场需求旺盛,转转等循环经济产业公司开始深化循环经济布局,2025年春节期间,该平台家电类商品回收订单量增长超300%,休闲娱乐类产品卖场交易订单量增

长71%，“先回收再利用”的循环经济系统不断激发消费者的消费热情。

“健康觉醒” 催生健康消费新蓝海

社会环境、消费水平和生活习惯的改变不断刺激消费者健康管理意识的觉醒。在社会环境方面,随着健康中国建设的深入推进,公众的健康意识不断增强,更加注重疾病预防与健康管理;在消费水平方面,我国城乡居民人均可支配收入的不断提高,生活水平稳步提升,对自我保养等项目的需求不断提高;在生活习惯方面,快节奏生活状态导致疾病年轻化、多发化等问题频现,促使消费者提高对健康的关注度,健康管理、养生保健等需求日益深化。

智慧医疗个性化发展。随着大数据、人工智能等技术对医疗健康领域的深度赋能,“互联网+医疗健康”服务供给逐渐向个性化、智慧化转型升级,在线问诊等智慧医疗服务将满足群众多层次、便捷化的医疗服务需求,推动优质医疗资源下沉式流动。

健康食品市场快速兴起,随着轻食主义等理念的持续深化,低脂、低糖、低热量的营养食品逐渐成为消费者饮食消费的重要选择之一,艾媒咨询数据显示,2023年,75.8%的消费者每周至少吃一次轻食,催生一批轻食餐饮品牌兴起。

健身市场持续火热,除传统户外运动和健身房运动外,运动App、智能健身设备等消费需求逐渐扩大,运动科技公司Keep数据显示,2024年上半年,该公司实现营收10.37亿元人民币,同比增长5.4%,年轻消费者对于智能化、个性化和在线化的健身运动需求日益上涨。

“新中式”养生消费觉醒,传统中医“药食同源”理念的流行和八段锦等运动的火爆折射当前消费者对养身保健的需求,数据显示,2023年我国新式茶饮市场规模达3333.8亿元,预计2028年养生茶饮市场规模将突破千亿级,一批融合传统中医精髓与现代生活方式的新产品、新服务成为消费新热点。

综上所述,消费是拉动经济增长的主引擎,也是人民美好生活需要的直接体现。当前,消费观念的升级变革催生一系列消费新趋势,将通过供需双侧的深度互动重塑市场格局,推动形成“需求牵引供给,供给创造需求”的良性循环,最终实现消费提质扩容与产业转型升级的同频共振,为构建新发展格局注入源源不断的新动力。

(作者系中国人民大学创意产业技术研究院副院长、文化品牌评测技术文旅部重点实验室副主任)

以生成式人工智能为代表的新技术快速推动世界进入智能化新时代。人工智能不仅重塑经济社会发展方式,更深刻影响全球科技经济竞争格局。与此同时,人工智能的核心技术如算法、数据和算力本身的安全隐患,叠加人工智能与工业制造、智慧城市、电子政务、国防军事等领域的深度融合带来的外溢风险和技术快速更新迭代带来的监管压力等,为人工智能安全治理带来多重挑战。

探索契合我国人工智能发展水平和安全要求的治理模式,应当以总体国家安全观为根本遵循,探索统筹安全与发展的安全治理模式,完善法律法规、技术创新、伦理规范、审慎监管等多位一体的安全治理体系,实现“风险可控、创新可持续”的治理目标,从而推动人工智能安全可控发展。

构建统筹安全与发展的治理模式

党的二十届三中全会提出建立人工智能安全监管制度,健全分级分类监管体系,完善安全监管规则,增强安全风险的分析评估预警等,提升人工智能安全治理能力。当前,我国积极构建统筹人工智能安全与发展的治理模式,以安全保障促进产业技术发展。

一是顶层制度设计,政策支持和环境塑造等多管齐下,积极谋划人工智能的技术产业发展格局。通过《新一代人工智能发展规划》等发展规划,产业布局 and 科技创新等顶层设计,深入贯彻发展和安全并重、创新发展和有效化解安全风险相结合、合作共治等治理原则。实施创新驱动发展战略,对人工智能实施包容审慎和分级分级的监管措施,采取有效措施激励算法芯片等核心科技研发,完善科技创新体系,健全算力等智能化基础设施等,为人工智能产业发展、与经济社会深度融合提供制度供给。

二是在生成式人工智能、算法、深度合成等领域,不断完善人工智能安全治理规则体系。我国注重对人工智能算法的透明度、模型的可解释性、算法推荐的公平公正、深度合成技术散布虚假信息内容、生成式人工智能的内容安全等不同领域的安全治理,防范可能引发的国家安全、社会秩序等公共利益、隐私权等合法权利等安全风险。

三是我国积极参与人工智能安全治理的国际实践,在治理规则制定、协同机制构建、实践推动等领域贡献力量。我国陆续颁布《全球人工智能治理倡议》《加强人工智能能力建设国际合作决议》等,对人工智能的安全与发展、治理模式和路径等核心内容进行了详细阐释,提出以人为本和智能向善等治理原则,主张人工智能发展应兼顾技术的安全可靠可控,提出依据人工智能安全风险等级建立分级监管制度等治理举措。

完善法律规则体系防范安全风险

随着《中华人民共和国民法典》《生成式人工智能服务管理暂行办法》等法律法规的颁布实施,数据安全、数据隐私保护、生成式人工智能产品的安全评估、算法和模型备案、信息内容安全、个人隐私保护、法定责任承担等法律法规体系逐步形成。笔者认为,应进一步加强对于人工智能风险的分级分类、技术和安全监管的行政法律制度、法律责任主体、法律责任类型和承担方式等法律制度的研究和法律实践总结,逐步完善以综合性立法和算法管理等专门立法为主干,以数据安全、个人信息保护等领域法律法规为相关法,以伦理规则、行业自律规范等为补充的人工智能法律体系。

第一,推动核心科技自主创新筑牢人工智能安全底座。人工智能算法的技术垄断,自身漏洞和算力基础设施的对外依赖,会导致模型篡改和恶意攻击,影响系统运行稳定。数据缺乏加密或者脱敏处理措施,会导致敏感数据泄露、数据篡改、数据滥用等安全风险。人工智能与经济社会的深度融合,会导致数据、通信等关键信息基础设施和重要信息系统的溢出风险。

防范应对复杂多样的安全风险,人工智能安全治理应当遵循“一体之两翼、驱动之双轮”理念,做到科技创新、产业发展和安全治理的统一谋划部署、统一推进实施,应高度重视并加强安全可信的人工智能技术创新,切实解决安全风险,防范“两高一低”(高成本、高门槛和低效能)等问题。一是推动人工智能智能公共安全服务平台等基础设施建设。对人工智能训练、应用和安全风险防控进行统一部署,搭建基于云数据为中心的智算公共服务平台,可以实现对不同区域和领域算力资源的智能调度和风险评估管控,提供基础算力、智算资源、模型训练、安全评测预警等公共服务,从而有效推动人工智能的商业化应用,调动不同行业领域构建人工智能垂域模型、模型训练和算法创新的积极性。二是强化算法的安全评估,实现模型漏洞的自动扫描。三是加强风险等级自评系统的研发,实现人工智能系统的安全类别快速判断。四是加强生成内容识别、算法优化模型创新和隐形水印等技术的研发应用,高效识别、评估、溯源、拦截有害内容,防范虚假信息传播。

第二,完善人工智能伦理的治理框架。人工智能缺乏伦理约束会导致技术蒙昧主义蔓延、公民尊严权益侵害、偏见歧视、信任体系损害、危害社会稳定和国家安全甚至危及人类主体地位等非同维度的治理风险,应细化人工智能伦理规则体系,建立伦理审查、监督和反馈机制,确保人工智能技术产业发展恪守人类社会的基本道德准则。一是在人工智能的行政监管、设计开发、部署使用等不同环节,完善人工智能伦理风险的治理原则和治理措施。基于《新一代人工智能伦理规范》等规定,在人工智能的数据处理、算法模型设计开发、部署交付等全生命周期,明确促进人类福祉、保障公平公正、保护人类权益、可控可信等治理原则,制定具有可操作性的知情同意、透明可追溯、公平无歧视、监测与改进、责任承担等伦理细则。二是构建以人工智能伦理委员会为核心的伦理治理组织架构,承担伦理咨询、风险评估、审查、处置等职责,行使对人工智能高风险应用的否决权力。三是应对人工智能技术的快速迭代升级,贯彻人工智能伦理风险的动态敏捷,及时判断识别新型伦理风险,动态调整伦理风险级别。

第三,坚持包容审慎的监管原则。一是落实包容审慎的监管原则,鼓励人工智能技术产业的创新发展。构建并完善跨部门协同治理机制和部门联合执法合作机制,允许在可控环境下测试人工智能技术类型包括政治风险、违法犯罪、引发社会歧视等。依据社会领域属性、用户数量规模、风险类型和影响程度等标准,将人工智能的安全风险分为不可接受风险、高风险、可控风险和低风险等不同等级,并采取禁止应用、严格监管等分级分类监管措施。二是落实人工智能企业的安全主体责任,重视对模型训练、算法设计和终端应用等全环节的过程监管,督促企业完善安全管理制度、数据隐私保护、安全应急处置等措施。

(作者系山东建筑大学马克思主义学院副教授)

票根超越物理凭证属性，成为连接需求与供给的重要媒介

票根经济：打通圈层撬动大消费

□ 劳帼龄

“新经济” 系列观察

当前,全国各地纷纷发力提振消费。联动成为释放消费新活力的重要抓手,票根成为连接多元消费场景的关键媒介。今年2月,上海发布扩消费六大专项行动,明确提出打造商旅文体展联动场景,支持市场开发“门票+”主题产品,并计划评选10个票根经济创新产品。这是首次在政府文件中倡导票根经济。无独有偶,济南刀郎演唱会期间,山东各地景区也开启联动优惠,拿着演唱会门票票根就可以享受景区优惠。

作为一种新经济形态,票根经济是指消费者凭借文旅消费活动的票根凭证,在后续消费场景中转化为优惠凭证,获得折扣、积分兑换等权益,形成“消费链”延伸,从而刺激更多消费行为产生的一种经济模式。票根经济的本质是联动消费,即以票根为纽带,串联起不同消费领域,推动消费从“单一购买”向“链式体验”转型,为商旅文体展融合发展提供了新的增长路径。

票根经济的兴起与流行

票根经济概念的兴起可以追溯到2024年的“上海之夏”国际消费季。当时,上海博物馆的“金字塔之巅”大展火爆出圈,新世界集团、黄浦区先后推出联动活动,观众可凭展览票根享受购物、餐饮、停车等优惠,实现“展-商-餐”跨业引流。小小票根激活了南京路商圈,带动周边消费增长,这一创新标志着票根经济的诞生。

随后,票根经济迅速在全国各地流行,比较典型的案例,如2025年春节假期,许多景区借助电影《哪吒之魔童闹海》的热度,推出凭电影票根享受折扣或免票活动,吸引了大量游客。该模式不仅为景区带来了新的流量,也进一步激发了消费者的消费意愿。

此外,演唱会、体育赛事等大型活动也成了票根经济发挥作用的重要契机。今年2月,刀郎济南演唱会期间,山东各地景区开启联动优惠,免票、折扣、赠票等福利满

满,歌迷与游客都能畅享多重特惠,这种跨领域的联动不仅提升了消费者的体验,也为当地经济带来了显著的拉动作用;3月,F1中国大奖赛在上海国际赛车场轰鸣引擎,以赛为媒,上海的票根经济再次发力,百联集团推出“看赛车·送惊喜·享福利”主题营销,通过“票证+消费”双向引流,将观赛流量变消费留量,该模式以门票联动商圈、酒店、体验店,打造“观赛-购物-文化”一站式消费场景。

小票根如何撬动大消费

剖析票根经济,之所以能成为带动消费的重要推手,主要原因有以下三个方面——首先是对消费者的吸引力,重点在实惠和体验。消费者凭借票根能在后续消费中获得折扣、满减、兑换礼品等优惠,带来计划外的消费行为。同时,票根经济将文化、旅游、商业、体育等多种消费形式有机结合,打破了单一消费场景的限制,凭借一张票根,可以体验到不同领域的消费服务,多元化消费体验能满足消费者多样化的需求。

其次是给商家带来的机会,包括拓展客源、增加品牌曝光、形成消费闭环。商家参与票根经济活动,能与其他行业商家合作,吸引到原本不属于自己目标客户群的消费者。同时,商家与不同领域的品牌或机构进行票根联动,能借助合作方的品牌影响力和客户群体,扩大自身品牌的曝光度。而围绕票根设计的消费闭环,可使不同商家之间相互引流,形成良性的消费循环。

第三是对整体消费市场的促进作用。一是激发消费乘数效应,以票根为纽带,串联起不同消费领域,使消费不再局限于单一环节或单一领域,也能带动相关产业的协同发展。二是整合碎片化消费场景,将原本分散、独立的消费场景整合起来,形成一个相互关联、相互促进的消费生态,提高了消费市场的整体活力和效率。三是创造新的消费增长点,票根经济作为一种创新的消费模式,为市场带来了新的商业机会和发展空间,鼓励经营者开发更多与票根相关的消费产品和服务,为消费市场注入新的活力,创造新的消费增长点。

票根经济也有“成长的烦恼”

从现有票根经济的实践经验看,成功的关键是做到了从单点突破到系统的协同。

首先,精准营销是核心,即依托票务数据构建精准用户画像,如上海通过赛事门票识别体育爱好者,匹配赛车主题商品。其次,跨部门协作是关键,如上海成立跨部门工作小组,打破文旅、商务、交通的数据壁垒,黄浦区商圈牵头联动博物馆、航空公司,实现“展-商-航”资源整合。再者,技术赋能是支撑,即借助技术完善票务核验、权益兑换系统,提升优惠兑现效率与精准度。

虽然票根经济快速崛起,但也存在不少“成长的烦恼”。第一是激励机制有待完善,目前票根经济主要依赖政府补贴与商家让利,缺乏长效机制分配机制,部分商家因成本顾虑参与度低。第二是数据壁垒有待破除,目前跨行业数据共享不足,难以评估联动效果,典型如场馆周边餐饮兑换流程繁琐,影响消费者体验。第四,消费场景有待深化,目前部分票根联动消费仅停留在简单折扣,缺乏基于用户需求的深度定制,影响长期吸引力。

推动票根经济释放更大能量

在票根经济的联动消费中,周边商家作为溢出效应的受益者,或是最为积极的一方,但票根经济的真正成功,不能仅建立在商家的一头热上。票根经济的始发点其实是出票方,需要从源头上提高票的吸引力和票务方的积极性。同时,需要在政策、技术、评估层面精准发力。

源头层面,首先要打造优质内容,创作推出高质量、有吸引力的演艺作品,提高演出的艺术水平和观赏性,或是举办有吸引力的体育赛事、展览,吸引更多观众