

消费日报

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第 0054 号

聚力新质消费 加速融合创新

2025 中国消费经济论坛在京成功召开

□ 本报记者 张钰格格

当下,消费市场格局正以前所未有的深度与广度进行着剧烈变革,新质消费如同一股势不可挡的强劲浪潮,重塑着经济生态与日常生活。今年是“十四五”规划收官之年,也是“十五五”规划精心谋篇布局的关键节点。在这一重要时期,加快科技创新步伐、培育新质生产力、推动新兴产业发展,已然成为消费市场乃至众多行业实现转型升级的必经之路。

值此关键时刻,4月11日,由消费日报社主办,黑猫投诉平台、(国家)食品行业生产力促进中心支持的2025中国消费经济论坛(以下简称“论坛”)在北京成功召开。本届论坛的主题为“聚力新质消费 加速融合创新”。本届论坛汇聚了多方智慧与力量,共同探寻消费市场的新机遇、新模式,为推动消费市场的持续繁荣与高质量发展贡献力量。

全国工商联原党组成员、专职副主席,中国民间商会原副会长庄聪生;商务部原党组成员、部长助理,中国商业经济学会名誉会长黄海;中国商业联合会副会长、高级经济师傅龙成;中国食品发酵工业研究院有限公司中餐工业化研究中心、(国家)食品行业生产力促进中心主任袁超;中关村健康服务产业促进会会长孙德海;全国卫生产业企业管理协会医药政策与评价专业委员会常务主任张正学;黑猫投诉平台运营经理孙晓明;北京龙天科技创始人、清华

大学EMBA导师张远兮;抱抱数字品牌战略首席顾问程俊等领导和专家出席论坛并做主题演讲。

消费日报社党总支书记李玉中;消费日报社社长、总编辑赵曠;消费日报社副社长王春宝;消费日报社党总支委员岳莹莹;消费日报社副总编辑张丽娜等主办方领导出席此次活动。

北京同仁堂制药有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、伊利集团、内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司、山西杏花村汾酒集团有限责任公司、葵花药业集团股份有限公司、雷允上药业集团有限公司等众多来自不同消费行业的企业代表,及数十家中央、地方媒体,共同参加了本届论坛。

**新质消费引领市场升级
轻工创新驱动高质量发展**

“新质消费是消费升级变革的集中体现。它不仅仅是一种新的消费形态,更是一种新的经济增长点。”李玉中为论坛致开幕辞时表示。对于轻工行业来说,新质消费意味着新的机遇和挑战。中国轻工业联合会一直积极推动轻工行业的科技创新和绿色发展,深入实施创新驱动发展战略,持续完善轻工科技创新促进机制,建立形成科技奖励、成果鉴定、创新平台等高效协同的创新体系。这些努力为新质消费的发展提供了坚实的产业基础。“一直以来,消费日报社积极推动中国消费市场的国际化发展。通过国



图为论坛现场。

际合作,提升中国消费市场的国际影响力和竞争力。作为扎根于消费行业和领域的中央媒体,消费日报社将持续发挥媒体优势,服务大局、服务行业、服务消费者,以更加饱满的热情、更加坚定的信心、更加扎实的步伐,迎接新质消费时代的到来。”李玉中说。

赵曠为论坛致欢迎辞时指出,绿色消费、智能消费、健康消费,这些新质消费的全新亮点,正引领着消费市场向更高层次、更高质量发展。在此背景下,本次论坛为多方搭建了一个对话的平台,汇聚专家智慧、倾听行

业声音,共同书写提振消费、扩大内需的新篇章。如今,消费日报社、中国消费经济高层论坛组委会已将“中国消费经济论坛”打造成为“消费市场影响力品牌名片”,将始终坚持以人民为中心的发展思想,关注消费者权益保护,推动消费经济健康发展。赵曠表示,“消费日报社将继续发挥媒体的作用,传递正能量,弘扬主旋律,为推动消费市场高质量发展,为构建新发展格局、实现中国式现代化贡献智慧和力量。”

(下转 A2 版)

《食品产业变革与消费趋势分析报告(2025)》发布

揭示六大消费趋势与五大未来方向 预制菜、细胞培育肉等赛道加速产业变革



产业变革:多维度升级与新兴亮点凸显

袁超指出,我国食品行业作为关系到国计民生的支柱产业,一直以来在国民经济中占据重要地位。2024年,规上食品加工企业达43万家,总产值超9万亿元,虽增速较“十三五”末期有所放缓,但仍保持个位数的平稳增长幅度。其中,预制菜、植物基食品、宠物食品等细分领域表现亮眼,增长速度迅猛,引领食品产业增长。同时,食品产业聚集度不断提高,百亿元级企业及头部企业营收占比持续增长。

从产业结构来看,深加工比例不断提高,从过去以农产品粗加工为主,到2023年底,深加工比例增长至42%,新兴品类如功能食品、宠物食品增速高于传统粮油及主食产品。区域格局也发生演变,传统粮油产区山东、河南、广东等省份占比有所下降,而四川成都郫县、广西柳州等地凭借特色食材开发,实现了快速增长。

在发展水平上,我国食品产业正从劳动密集型向创新驱动跃升。智能制造水平提升,在乳制品、饮料、复合调味品等成熟细分领域,涌现出大量标准化、工业化、自动化的生产方式,部分工厂实现全自动无人工厂、“黑灯工厂”。食品企业更加注重绿色制造,单位产能消耗及碳排放逐年下降,产业标准也不断健全和升级。

科技创新方面,前沿食品加工技术取得显著进展。合成生物学技术从实

验室走向规模化量产,细胞培养肉技术产业化元年即将到来,部分产品成本已低于传统肉制品原料。此外,工业与数字化应用技术在食品领域紧密结合,工业5.0智能工厂中食品机器人协同范式密度达到150台/万人,区块链技术在食品安全追溯和提振消费者信心方面起到积极作用。

消费需求:六大结构性变化引领新潮流

报告指出,食品消费者需求呈现出健康诉求转向科学量化,便捷需求催生“碎片化餐饮革命”,情感价值成为新支付货币,可持续消费从理念到行动,数字化重塑消费全旅程,代际需求分化加剧六大结构性变化。

一是精准营养与健康诉求强化。过去十年,食品消费主要聚焦于解决“吃得饱”问题,对营养健康关注不足,糖尿病人群、三高人群、超重肥胖人群比例较高。如今,消费者对精准营养和健康的诉求逐渐强化,不同人群根据自身营养体征选择不同食品,如运动员、健身人群选择高蛋白食品,糖尿病人群关注低GI食品。同时,消费者越来越关注食品功能成分,药食同源概念也得到较好体现。

二是便捷需求催生餐饮革命。便捷需求与营养精准健康需求是食品行业两大主要需求。预制菜等预制品的兴起,满足了年轻人和餐饮企业节省时间、稳定品质的需求。中央厨房和预制菜生产工厂将产品前处理或基础调味工作完成,餐饮企业及消费者只需简单复热即

可出餐,催生了餐饮行业的革命。

三是情感价值成为新支付货币。随着民族自信心的提高,国货国潮文化与食品结合日益紧密。食品企业挖掘当地食材背后的故事,将历史文化与产品紧密结合,消费者愿意为文化带来的附加值和情感价值买单,如冰洋、大白兔等企业通过打文化牌获得市场认可。

四是可持续消费理念逐渐落地。随着绿色可持续发展理念在食品行业得到推广,“双碳”经济促使企业推行绿色工厂和绿色供应链建设,通过植物基替代动物源、细胞培养与植物基混合应用等方式减少碳足迹,部分创新理念消费者对植物基食品和低碳零碳产品接受度较高。

五是数字化重塑消费全旅程。数字化对食品消费产生虚实两方面影响。一方面,针对“Z世代”等年轻消费者,VR技术可展示食物营养成分和构成,模拟消费过程中的香气和风味特色,吸引追求好玩、猎奇的消费者;另一方面,智能终端将厨师的传统经验和手艺标准化、数字化、模块化设计,融入到智能料理机、炒菜机器人等设备,重塑了消费全旅程。

六是代际需求分化加剧。“Z世代”年轻消费者在直播带货、知识性吃播等场景中表现出较高的消费转化率,愿意为学习和体验过程中的情绪价值消费。而“银发族”方面,我国老龄化率已达22%,进入超老龄化社会,老年食品研发和需求成为刚需,特医食品逐步从

全营养食品转向特定全营养,部分已纳入医保。

未来趋势:五大方向引领食品行业发展

报告预测,未来,食品产业将朝着精准营养工业化、蛋白质来源革命、人机共烹时代、负碳消费闭环、食品即服务等方向发展,重新定义产品价值,推动行业持续创新变革。

一方面,功能产品传统成本有效下降,产业化程度将得到提升,且从大众化向个人精准营养个性化转变。特医食品部分产品已纳入医保,预计明年更多产品将纳入医保目录,市场变革显著。

另一方面,细胞肉培养成本显著下降后,产业化程度将更高。这不仅是蛋白质来源的变革,也是保障国家食品安全的有力措施,消费者对其接受度较高,将引发第三次食品生产革命。

同时,智能终端与菜肴味觉数据库等结合,通过算法加持,普通工人经过短期培训即可熟练烹饪美味菜肴。技术演进将重新定义厨房边界,重构现有餐饮消费场景,人机共烹时代已经来临。

此外,“双碳”经济以及“体验经济”升级背景下,加工企业在耗能控制、碳捕捉、包材等方面不断进行技术突破。2025年食品碳标签有望接入全国碳交易市场,碳积分对成本节约和竞争力提升具有重要意义;食品行业应更加关注可玩性和情绪价值,为消费者提供更好的服务价值体验。未来,“食品即服务,服务即食品”的理念将重新定义产品价值。

全国家电以旧换新突破1亿台

本报讯 商务部消息,自2024年8月加力实施家电以旧换新政策以来,各地多措并举扎实推进,企业协会积极响应竞相发力,截至4月10日,消费者累计购买以旧换新家电产品达10035万台。

今年,家电以旧换新政策进一步加力扩围,在补贴范围和政策流程上进一步优化。截至目前,消费者购买12大类家电以旧换新产品带动销售1247.4亿元。(新文)

消费时评

Consumption commentary

4月9日,经济形势专家和企业家座谈会在京召开。会上,4位企业家代表发言,其中唯一的“00后”是在科技圈被称为“野生钢铁侠”的智元机器人联合创始人彭志辉。而上个月,智元机器人刚刚发布了全球首个通用具身基座大模型GO-1(Genie Operator-1)。今年全国两会期间被写入政府工作报告的“具身智能”再次引发关注与热议。

今年政府工作报告提出,培育生物制造、量子科技、具身智能、6G等未来产业。作为具身智能重要方向的人形机器人已展现出巨大发展潜力。前不久召开的2025中关村论坛年会上,能制作咖啡、指路导览的智能机器人成为焦点,向公众展示了具身智能技术的快速进步。

《2025中国人形机器人产业发展蓝皮书》预测,到2031年,人形机器人进入快速起量期;到2035年,中国人形机器人市场规模有望接近1400亿元。这是一个庞大的增量市场,展现了以人形机器人为代表的具身智能产业广阔的发展前景。虽然如此,但不可否认的是,人形机器人目前在我国尚处于起步阶段,从实验室研发到真正走进千家万户,仍需突破技术、成本、场景适配等多重壁垒,其发展路径亟需科技创新与产业生态的协同推进。协同的关键在于“利益共享、风险共担”,人形机器人的发展不应是单打独斗,而需要政策端“搭台”、科研端“攻关”、产业链“落地”、市场端“验证”、社会端“接纳”。只有形成“需求—技术—产品—市场”的正向循环,才能让实验室里的“黑科技”真正走进工厂、家庭和社会服务的一线,成为智能经济的新支柱。

令人欣慰的是,这样的正向循环体系正逐渐建立并日臻完善。

在政策端,近年来,我国相继发布《“十四五”机器人产业发展规划》和《人形机器人创新发展指导意见》等政策文件,并设立重大项目进行重点支持,逐步构建起一套全面的产业发展支撑体系,涵盖了技术创新体系建设、场景应用拓展、产业生态营造等多个关键领域,全方位推动机器人产业高质量发展。

在科研端,人形机器人作为具身智能的关键载体,开展了一场从“机械躯壳”到“数字生命”的进化革命,从基于程序控制的1.0机械纪元到基于大模型的2.0模仿纪元,人形机器人快速迭代升级,下一步正朝着基于海量3D数据的智能阶段——3.0觉醒纪元迈进。从被动响应和执行到主动感知和决策,未来的人形机器人将逐渐认识和理解世界,能够像人类一样进行思考和规划,不仅可以适应复杂多变的环境与任务需求,更为重要的是具备自主决策、行动与操作能力。

在市场端,人形机器人的落地场景也日益丰富、多元,在工业生产、医疗健康、商业零售、生活服务、居家养老等方面优势明显。除了在春晚的舞台上跳手帕舞、在会议期间指路导览外,人形机器人还在电力巡检、化工抢险等高危领域替代人工作业,并在养老机构协助人类完成助浴、喂饭等任务。社会需求的迫切性和刚需场景的应用落地,让人形机器人不再是“展厅玩具”,而成为人类生产生活的朋友,甚至是主力。

从科幻想象到现实应用,人形机器人正站在产业化的临界点,只有在技术创新、场景深耕等方面不断突破,才能让这一具身智能的代表真正融入日常生活,成为推动经济高质量发展的新引擎。

未来已来,科技必将继续裂变出更多无限可能。

突 破 壁 垒 具 身 智 能 正 崛 起 为 高 质 量 发 展 新 支 柱

□ 肖 鑫 平



搜狐新闻客户端

消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”
步骤二:打开应用点击上方“订阅” 步骤四:点击右上角“+关注”即可