

## 前三季度“两新”政策成效显著

社会消费品零售总额同比增长4.5%

**本报讯** 今年,有关部门已分4批向地方下达3000亿元超长期特别国债资金,支持消费品以旧换新加力扩围。前三季度,“两新”政策成效显著,消费市场稳定增长,社会消费品零售总额达36.59万亿元,同比增长4.5%,较去年全年加快1.0个百分点;居民人均消费支出2.16万元,增长4.6%;最终消费支出对经济增长的贡献率达53.5%。

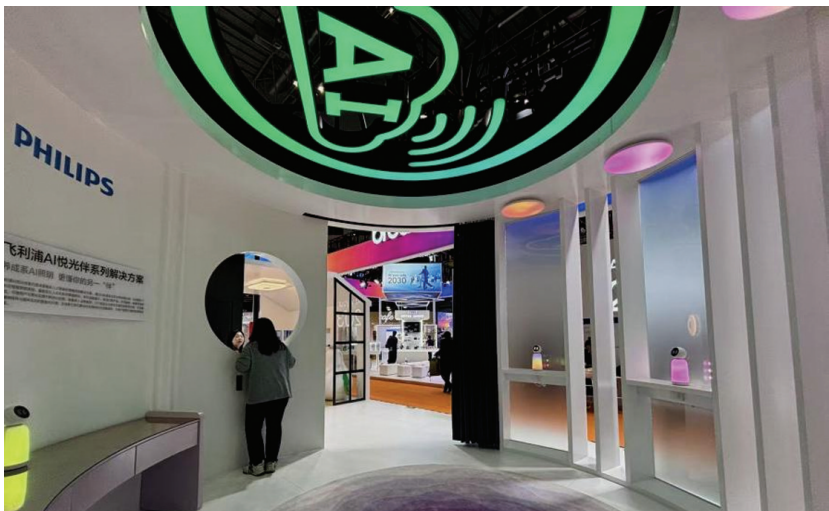
(新文)

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

## 进博会观察

## 智慧赋能 让美好生活触手可及



图为飞利浦AI悦光伴系列展台。

本报记者 黄芷凌 文/摄

活力注入新动能。

## 引发情感共鸣的创新产品受青睐

语音唤醒点亮个性化灯光,气味主机捕捉电视画面释放对应味道,冰箱自动识别食材并推荐食谱……在11月5日至10日举办的第八届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)上,智能技术深度融入日常生活,一幅更便捷、更美好的未来生活图景徐徐铺展。

党的二十届四中全会提出,“坚持扩大内需这个战略基点”“以新需求引领新供给,以新供给创造新需求”。进博会不仅为全球企业提供展示最新成果、拓展中国市场的重要机遇,也助力满足品质生活需求,为激发内需市场

《情绪经济消费人群洞察报告(2024)》显示,2024年,为情绪价值和兴趣买单成为年轻人消费的首要理由,占比超过40.1%。在此趋势下,本届进博会上全球企业竞相展示能引发消费者情感共鸣的创新产品。

“小听,小听,我回来了,现在感觉好疲惫。”“欢迎回家,辛苦了,我们一起放松一下吧。”在听诺飞展台,工作人员刚与飞利浦AI悦光伴系列桌灯搭载的智能体“小听”完成对话,一个舒缓的灯光场景便应声生成,现场氛围也随之变得柔和。

听诺飞工作人员告诉记者,本届进博会是飞利浦AI悦光伴系列的全球首秀。该系列产品深度融合人工智能,实现“情绪照明”。系统内置五种预设“性格”,如严肃认真型、活泼型、温和平静型等,不同“性格”在不同语境下会呈现出相应的“表情”与光效。产品还能根据用户的使用习惯、作息规律和色彩偏好持续学习,逐步进化“性格”,从而更精准地识别用户情绪。如果不想慢慢“养成”,用户也可通过APP手动选择“性格”模式。未来,该系列还将支持多灯联动功能,实现桌灯与磁吸灯状态同步切换。

在“气味电视”展区,随着电视画面切换切换到森林场景,一旁的的气味主机随之散发出雨后丛林的清新气息。这套由杭州气味王国科技有限公司打造的“气味电视”,依托AI与气味数字化技术,能够根据屏幕内容实时计算并释放对应的气味。据创始人黄剑炜介绍,目前“气味主机”内置72种基础气味单元,覆盖自然环境、特色美食、文化符号等多种场景,让“云游”更有沉浸感。

拍摄、上传图片、选择风格、生成刺绣数据、自动穿针、自动绣花……在兄弟集团

展台,家用绣花·缝纫一体机AVE-NEER EV1吸引了不少观众驻足咨询、体验。

据兄弟(中国)商业有限公司营业企业部工作人员介绍,过去在布料上绣制个性化图案,通常需要借助电脑专业软件完成复杂的设计与制版流程,对普通用户来说门槛较高,许多创意因此难以实现。而现在,除了机器内置的1858种绣花花样之外,借助AI技术,用户只需将心仪的图案或照片传输至机器,AI便能将其衍生为铅笔针法、浮世绘等10种不同风格的绣花效果,轻松呈现充满个人特色的绣花作品。此次展示也是AVE-NEER EV1在中国的首秀。(下转A2版)



图为观众正在参观绣花·缝纫一体机AVE-NEER EV1。

## 834.9亿美元! 第八届进博会意向成交额再创新高

**本报讯** (记者 解磊)11月10日,作为党的二十届四中全会胜利召开后举办的首场重要经济外交活动,第八届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)在上海闭幕。记者从闭幕新闻通气会上了解到,本届进博会成交活跃,按一年计意向成交额达834.9亿美元,比上届增长4.4%,创历史新高。

中国国际进口博览局党委书记、副局长吴政平表示,第八届进博会实现了预期目标,充分彰显了中国发展的确定性和开放的确定性,为世界注入了更多稳定性和正能量。

吴政平表示,今年进博会国家展内容更丰富,助力各方拓展合作空间。本届进博会共有67个国家、地区和国际组织参加国家展,展览面积3万平方米,会期举办了上百场活动。其中,中国馆集中展示“十四五”时期中国经济社会发展的开创性进展与历史性成就,共汇集展品570件,为历届最多。CR450高速动车、C919大型客机、6G空天一体应用场景等展品,吸引中外观众纷纷驻足“打卡”,生动诠释了

中国式现代化的最新实践和中国新质生产力发展的最新成果。

本届进博会的企业展面积超过36.7万平方米,共有来自138个国家和地区的企业参展,展览面积和企业数量均创历史新高。其中,世界500强和行业龙头企业达290家,180家企业成为“八届全勤生”,充分体现了中国超大规模市场的强大“磁吸力”。

“企业展首秀功能提升,共发布461项代表性新产品、新技术、新服务。其中,全球首发201项、亚洲首发65项、中国首秀195项,涵盖生物医药、绿色低碳、技术装备等行业、人工智能、人形机器人占比更高。”吴政平说。

吴政平介绍,今年的企业展主要呈现三个特点。一是首秀功能提升,今年共发布461项代表性新产品、新技术、新服务。全球“最快”的无创体检设备、“最小”的X光机、“最轻”的大折叠屏手机等,都在本届进博会上首发首展,助力中国大市场进一步成为全球创新的试验场、应用场、利润场。

二是消费热点突出。“银发经济”“宠物经济”“悦己消费”成为新热点,智能助听器、智能护眼系统、陪伴机器人等适老产品广受欢迎,低碳饮食、智能健身等助力“体重管理”的定制化方案得到全链条展示,经典老爷车与电动汽车上演“百年对话”。

三是顶尖企业齐聚。今年,近百家大型跨国公司、大型商协会负责人来到“四叶草”。其中,10家行业顶尖企业由董事长或CEO亲自率队,将企业“总部决策层”集体带到进博会现场,成为全球企业持续看好中国、加码中国、深耕中国的生动缩影。

进博会期间,第八届虹桥论坛以“开放共创新机遇 合作共享新未来”为主题,举办1场主论坛、25场分论坛及若干闭门会等活动,积极践行四大全球倡议,特别是全球治理倡议,深入探讨全球经济治理体系改革新思路。数据显示,论坛注册总规模首次超过1万人,400多位政商学界权威嘉宾参与讨论,其中包括8位诺贝尔奖得主等顶尖学者。今年的虹桥论坛设置贸易安

全、多边主义、全球南方、产供应链韧性等重要议题,共发布报告、指数、标准、倡议等成果20项。

记者了解到,本届进博会共组建43个交易团和700多个交易分团,注册观众超过46万人,同比增长7%。此外,本届进博会共举办83场配套活动,人文交流展示面积合计超过3.8万平方米,首次开展“进博中外人文交流之夜”主题活动,深化经贸人文交流互促。截至11月10日中午12时,本届进博会累计进场92.2万人次,同比增长8.2%,创历史新高。

此外,为进一步服务扩大进口、促进消费,今年12月19日至21日将在进博会“四叶草”场馆首次举办进博优品交易会,这是进博会的延展,也是“共享大市场·出口中国”系列活动的重要一站,将助力更多“进博好物”展出来、卖出去,加快走进千家万户,更好满足广大消费者对品质生活的需求。

日前,第九届进博会的筹备工作已经全面铺开,企业展签约展览面积超8万平方米。

趋势,以全力推进中国社会经济的全面协调可持续发展为己任。去年,“中国消费经济论坛”被海南省商务厅列为2024年度海南省级会展项目。经过多年发展,消费日报社、中国消费经济论坛组委会已将“中国消费经济论坛”打造成为“消费市场影响力品牌名片”,持续为我国消费经济发展献计献策。

**本报新闻职业道德监督岗**  
电话:(010)67605353 67606237  
邮箱:xfrbjw@163.com

消费时评  
Consumption commentary

在国家发展改革委、国家数据局等部门联合发布的《深化智慧城市发展推进全域数字化转型行动计划》中,“高效办成一件事”“精准普惠服务”“数字美好生活行动”成为最值得关注的关键词。它们指向一个清晰的趋势:智慧城市建设从以城市治理为核心的“政府视角”,转向以民生服务与消费升级为核心的“生活视角”。换言之,新一轮智慧城市不是为了堆叠技术,而是为了让居民的生活更便利、消费更顺畅、服务更可达。

以医疗、养老、教育等民生领域为例,其数字化不仅是服务可及性提升,更是对消费模式与产业结构的直接推动。智慧医疗通过预约诊疗一体化、检验结果互认等方式减少就医等待,让城市家庭一年节省的时间以小时甚至天为单位计;智慧养老通过风险监测与社区服务联动,让条件有限的城市家庭敢于“把老人托付出去”,释放家庭消费潜力;智慧教育以缴费、报名到家庭作业管理的在线化,不仅提升信息透明度,也让教育服务从“线下被动供给”转向“线上可比较、可选择、可评价”,推动教育培训与兴趣消费更加规范和可预期。

此次《行动计划》提出的“数字美好生活行动”,是在国家级数字城市文件中将消费生活作为主要驱动力。数字消费不应仅停留在电商、外卖等传统意义的线上交易,而应全面进入城市空间:从数字化商圈到智慧文旅,从数字化夜经济到基于数据的消费需求预测,从无感支付的交通体系到智能化的公共空间运营。对于城市而言,这意味着要建设的不仅是“可管理的城市”,更是“可消费的城市”。

事实上,一个稳定增长的城市消费体系,越来越依赖数字化基础设施的协同能力。例如,城市交通的实时调度、停车位预测、公共出行无感化支付等,直接决定市民是否愿意跨区消费;文旅场景的数字化解构、沉浸式体验与实名票务系统的优化,直接影响城市文旅产业的转化率;城市商圈的数据回流机制,则成为租金定价、业态调整与招商策略优化的重要依据。城市如果没有统一的数据底座,就很难让各类消费场景形成“从洞察到供给再到反馈”的闭环,也难以让消费成为稳定、可持续的增长力量。

数字化的作用还体现在“促消费的成本递减”上。对中小商户而言,不需要昂贵的管理系统,只需要基于城市数字底座的轻量化服务即可获得客流分析、库存管理、数字营销等能力;对城市而言,通过数据共享与开放,可以推动形成统一的活动平台、消费场景地图与优惠券体系,提高每一元财政促消费资金的效率。

《行动计划》提出,到2027年建成50个以上全域数字化转型城市,其意义不仅在于治理现代化,更在于这些城市将成为中国消费市场的“新增长试验田”。随着数字化渗透到市民生活的每一天,服务民生与促进消费不再是两个目标,而是同一个逻辑链:让城市更好用,生活更轻松,消费自然就会更活跃。

真正的智慧城市,不是更复杂的系统,而是更顺畅的生活;不是更多的技术,而是更强的消费信心。《行动计划》为中国城市描绘了未来生活方式的雏形,而关键在于,城市能否把数字化从“被看见的建设”变成“被感知的便利”。当数字化不再是平台里的一串指标,而是居民能节省的每一分钟、能体验的每一次顺滑服务、能获得的每一份消费便利时,智慧城市才真正走进了人们的生活,也才真正成为经济增长的底气。

智慧城市:消费更顺畅、生活更有获得感

肖睿平

邮发代号81-9  
国内统一刊号CN11-0057

XFRB

消费日报

合作共赢  
共言愿景

欢迎订阅2026年《消费日报》

全年定价396元  
发行电话:010-67604545  
全国各地邮局均可订阅

消费日报社由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  
新闻传播定位:产业基础上的市场化表述  
综合服务平台:为行业企业品牌提供服务



扫码订报

● 消费日报社出版

● 社长、总编辑:赵曦

● 副总编辑:刘丁 张丽娜

● 责编:王薛滔

● http://www.xfrb.com.cn

● 北京市丰台区定安东里20号楼

邮编:100075

● 监督电话:67600827

● 总编室:67605115

● 经营中心:67604888

● 发行部:67604545

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

● 地址:北京市朝阳区金台西路2号

● 照排:网络照排中心

● 零售价:2元