

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

进博会观察

智慧赋能 让美好生活触手可及



图为飞利浦 AI 悅光伴系列展台。

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
《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。”在昕诺飞展台,工作人员刚与飞利浦 AI 悅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。

昕诺飞工作人员告诉记者,本届进博会是飞利浦 AI 悅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、温和宁静型等,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,随着电视画面切换到森林场景,一旁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。据创始人黄剑伟介绍,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 AVENEER EV1 吸引了不少观众驻足咨询、体验。

据介绍,该机器内置 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 AVENEER 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 AVENEER 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,中国馆集中展示了“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,吸引了中外观众纷纷驻足“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 4108 家企业参展,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,共发布了 461 项代表性新产品、新技术、新服务。其中,全球首发 201 项、亚洲首展 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,今年共发布了 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次展出,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、智能舒眠系统、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,将为企业“总部决策策”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 场主场论坛、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“进博会中外人文交流之夜”主题活动,深化经贸人文交流互动。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”场馆首次举办进博会优品交易会,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“进博会好物”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。

目前,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。

第十九届中国消费经济论坛(秋季)本月在京举办

本报讯 (记者 张钰格)近日,记者从中国消费经济论坛组委会获悉,由消费日报社主办,中国消费经济论坛组委会、值得买消费产业研究院、黑猫投诉平台、启信宝支持的“质量创新 重塑消费市场新生态”——第十九届中国消费经济论坛(秋季)(以下简称“论坛”)及相关行业分论坛将于 11 月 28 日在北京举办。论坛将聚焦新技术、新业态下的质量创新路径,凝聚政府、企业、消费者三方力量,为构建安全、智能、可持续的消费生态提供系统性解决方案。

据主办方透露,本届论坛内容丰富、亮点纷呈。不仅有国家质量监管部门解读最新政策,助力企业于经济

大势中知方向、明战略、赢市场,还有行业专家、优秀企业代表围绕质量创新、质量安全把控等进行主题分享。圆桌对话将邀请电商平台嘉宾、实体零售及大型批发企业嘉宾以及行业专家,围绕线上、线下消费渠道的当前焦点和未来发展进行探讨。消费日报社将联合第三方平台,基于多维度大数据、电商销售数据等结果,共同发布消费产业报告,在分析数据背后产品质量发展趋势的同时,也关注消费市场的新增趋势和新热点。

医药分论坛将以“科技赋能质量 守护生命健康线”为主题,探讨企业在质量安全方面的创新思路和方向。论坛现场不仅设置医药企

业“透明工厂”VR 云参观环节,让公众近距离见证产品诞生全过程,还将进行《医药行业质量合规自律公约》签署仪式。

本届论坛将以“文字+视频”的形式在消费日报全媒体矩阵发布,同步在新华网、人民网、央视网、中新网、环球网、中国青年网、中国网等权威主流媒体平台,以及腾讯视频、搜狐视频、百度视频等主流视频平台发布。

中国消费经济论坛立足全球化背景下迅速发展的中国消费经济领域,密切关注中国百姓消费生活的质量提升和变化以及其对社会经济发展的影响,从解决和平衡供需矛盾角度,聚焦中国消费品制造产业的发展

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:xfbjw@163.com

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)

消费时评

Consumption commentary

智慧城市:消费更顺畅、生活更有获得感

□ 肖 露

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;智慧教育从缴费、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;文旅场景的数据化解说、沉浸式体验与实名票务系统的优化,直接影响城市文娱产业的转化率;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。

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,只需要基于城市数据底座的轻量化服务即可获得客流分析、库存管理、数字化营销等能力;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,也才真正成为经济发展的底气。



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

零售价:2 元