



《数字消费发展报告(2025)》发布

本报讯 中国互联网络信息中心近日发布《数字消费发展报告(2025)》(以下简称《报告》)。《报告》显示,2025年上半年,我国数字消费总额达9.37万亿元,占居民消费支出总额近一半。有的网购用户倾向于挑选性价比高的商品,也有的用户愿意为自己的兴趣爱好和情结价值买单。数字消费作为消费新业态,正不断拓展消费空间,成为促进消费的重要动能。

《报告》基于31个省(区、市)共计3万名居民电话抽样调查数据,构建“规模——群体——理念——热点——场景”五大维度系统性分析框架,反映数字消费发展动态。一方面对数字消费用户规模、消费支出规模进行统计监测和测算,把握数字消费总体情况和结构特征;另一方面,围绕群体画像、消费理念、消费热点、消费场景等核心维度深入开展分析,力图政府部门、国内外行业机构、专家学者和广大人民群众了解我国数字消费发展提供参考。

《报告》基于上述框架,从五个维度展现了当前我国数字消费发展态势。一是规模体量可观,激发消费动能。2025年上半年,基于商品、服务和内容

的数字消费规模达9.37万亿元,占居民消费支出总额的46.5%。其中,实物商品数字消费额占数字消费总额的66.3%,数字服务(如在线教育、在线医疗等)和数字内容(如数字音乐、网络视频等)消费额分别占29.2%和4.5%。二是多元用户汇聚,夯实消费根基。截至2025年6月,数字消费用户规模突破9.58亿人。其中“Z世代”数字消费用户2.61亿人,占比达27.2%,是智能商品、数字内容和情绪消费主力;60岁及以上“银发族”数字消费用户1.17亿人,占比达12.2%,既热衷比价,也会在直播间冲动消费;农村数字消费用户2.49亿人,占比达26.0%,在线上参与消费补贴的比例与城镇地区基本持平。三是实用体验并重,引领消费理念。67.1%的网购用户重“实用”选择平替产品,60.6%的网购用户重“悦己”为兴趣和情绪买单。

16.8%的网购用户通过消费补贴在线上买“新”,14.7%的网购用户通过二手交易平台淘“旧”。消费者既通过即时零售享受“快”购物,也通过VR/AR等数字技术获得沉浸式“慢”体验。四是智能潮玩发力,形成消费热潮。智能消费升温,上半年购买过智能家居、智能

数码及智能可穿戴设备等智能产品的用户规模占网民的39.1%。潮玩消费兴起,网购过盲盒、IP周边、二次元产品的用户规模占网民的8.2%。五是消费场景延伸,壮大服务消费。上半年,包括在线旅行预订、在线交通出行和在线文体娱乐等在内的数字文旅出行消费额过万亿元,在线餐饮外卖消费额过万亿元,在线医疗、在线教育及在线家政等数字民生服务消费额超过五千亿元。

《报告》指出,展望未来,数字消费正站在人工智能技术革命与全球化变革的交汇点,“人工智能+消费”模式蕴含着无限潜力与可能。一是需求做细,AI驱动消费释放多层次、多场景消费潜力。随着人工智能核心能力向消费领域的渗透,将有望通过用户动态画像与场景动态构建起数据驱动、实时迭代的消费新生态。二是供给做强, AI推动智能终端与服务创新。放眼未来,供给侧有望通过加速开发人工智能终端产品,推动场景化智能服务供给升级,不断提升数字消费的高质量供给能力。三是供需做通, AI实现数字消费与产业双向赋能。未来将有更多智能终端成为数字入口,多维消费

数据将加速驱动柔性制造与敏捷响应。同时供给优化将带动消费从传统功能满足向体验服务升级。四是增长做广, AI助力数字消费企业高质量出海。未来企业有望进一步借助人工智能等数字化技术构建智能排产系统及智能物流体系,并通过加强“跨境电商+产业带”的紧密合作,以智能制造赋能柔性制造商品出海与本地化精准供给。

对此,业内人士表示,作为一种新兴的消费模式,数字消费是建立在供给侧的强力支撑基础之上。数字产品的丰富供给,正不断激发消费者的购买欲望。当“花钱买服务、花钱买享受”的理念,日益深入人心,而且,民众的经济收入也日益能够满足这一需求之后,数字产品越丰富,数字消费也就越红火。这对于数字产品的供给侧,也就意味着新生一个巨大的市场。相应企业不仅需要敏锐地抓住这一契机,更应拓展视野与发散思维,站在民众的角度,既考虑传统消费需求,更应紧盯新兴消费模式。在彰显企业自身社会担当的同时,开发日益丰富的数字产品,拓展美好生活新空间。

(宗文)

声音

工业和信息化部日前发布《高标准数字园区建设指南》,明确提出到2027年建成200个左右高标准数字园区,实现园区内规模以上工业企业数字化覆盖率、服务水平明显提升。这一举措有望催生一批可推广、可复制的园区建设典范,极大提升高标准数字产业园区建设水平。

数智化是重塑国际竞争格局和未来生产模式的关键力量。数字产业园区则是数智赋能实体经济的主要媒介,是现代产业发展的试验平台。加快建设高标准数字产业园区,是掌握数字时代发展主动权的重要战略举措。近年来,我国稳步推进相关建设,一批创新动力强劲的数字产业园区不断涌现,数智赋能实体经济前景广阔。这些园区具有鲜明特点。一是技术和管理创新能力突出,不仅技术迭代更快,而且园区管理更加灵活。二是数智牵引实体经济转型升级动能强劲,园区往往是数字经济与实体经济深度融合的典范。三是数据安全要求明显高于传统的产业园区,特别是对数据安全和隐私保护的能力有很大提升。

放眼全球,发达国家同样在推动数字产业园区建设。美国、英国数字产业园区注重吸引、培养高技术人才群体。韩国通过政府强力支持引导,推动数字产业园区发展,扶持物联网、5G等领域创业项目。新加坡注重产业空间与生活空间融合,着力构建宜业宜居的智能产业园区,对高端人才具有很强的吸引力。与之相比,我国数字产业园区具有制造业体系更加完善、应用场景更加丰富等独特优势,还拥有超大规模市场的强力支撑,有潜力实现弯道超车、后来居上。

不过也要看到,我国数字产业园区发展还面临一些严峻挑战。比如,一些地方园区建设出现同质化倾向,产业方向、服务内容逐渐趋同,“内卷式”竞争问题突出;各领域数据打通使用难、智能应用落地难等问题仍在制约园区发展,等等。

加快推动数字产业园区发展建设,技术创新是关键,体制机制创新是保障,全产业链品质提升是主要任务。要抓住技术、服务、管理、设施等高标准关键环节,充分运用场景创新这个新型工具,强化改革创新关键作用。发挥各地比较优势,因地制宜优化要素资源配置,促进产业链、供应链深度融合,加快数字技术更深层次赋能产业发展,推动数字产业园区建设再上新台阶。

一方面,善用规模优势,统筹全产业链融合升级。产业园区的突出优势,就是能够通过供应链的空间集聚,实现节约成本和提高效率双重目的。少数国家受制于国土资源和产业规模,不得已采取的“少而精”发展模式,牺牲了产业链上下游精密合作、优势互补带来的规模优势。而我国作为超大规模经济体,不仅有条件探索不同产业的数字化发展模式,还拥有实现产业链上下游深度融合的独特优势。下一阶段,应深化新一代信息技术全链条赋能应用,既要打通阻碍园区内企业协同研发、生产、物流、售后等的堵点阻点,形成可借鉴、可复制的产业链生态体系,也要不断深化各产业园区之间的数据共享,构建“多中心+网格化”的发展模式。

另一方面,挖掘数据价值,加快数据应用赋能。数据是数字时代的基础要素和核心资产。得益于超大规模用户数量和丰富的应用场景,我国在数字资源的生产、运用、增值方面具有无可比拟的优势。下一阶段,数字产业园区建设还应充分利用数字化转型契机,牢牢抓住数据确权、数据标准、数据合成等核心技术攻关,大力推动园区企业“数据上云”,探索园区内企业数据流通、收益、保障的可行机制,建立健全数据资源共享机制,加快完善数据领域各类创新平台,推动数据与其他生产要素的深度融合,催生新业态、新模式、新场景,深度挖掘数据等新型要素价值,全面提升数字产业园区发展水平。

(经济日报)

全国福利用品数字营销职业技能竞赛在山东落幕

推动福利用品行业与数字经济协同发展

专业素养。比赛中,选手们凭借精湛的实操技能、创新的营销思维和灵活的应变能力,在激烈比拼中切磋技艺,交流经验,深刻诠释了新时代劳模精神、劳动精神与工匠精神。

经过两天的紧张角逐,竞赛最终评选出数字营销职工组与学生组的特等奖、一等、二等、三等奖等多个奖项。闭幕式暨颁奖典礼简朴而庄重,获奖选手及代表依次登台领奖,接受表彰与认可。这一环节不仅是对优胜者专业能力的高度肯定,更传递了对全体参赛者积极进取、追求卓越精神的嘉勉,营造了“以赛促学、以赛促练”的良好行业氛围。

中国财贸轻纺烟草工会轻工烟草工作部赵武在致辞中指出,福利用品承载着人们对美好生活的向往,数字营销则是新时代产业转型的“加速器”。当前我国福利用品行业正处于从传统制造向“智造+服务”跨越的关键阶段,数字营销的深度融合为行业发展注入了创新活力。本次赛事的举办,正是响应国家“数字中国”战略,推动福利用品行业与数字经济协同发展的重要行动,将有效助力行业高质量发展。

据悉,本次赛事的成功举办得到了多方力量的鼎力支持。除中小企业合作发展促进中心、中关村人才协会等机构

的积极助力外,吨吨杯、金维他、撵饭记、大虎老、索菲亚、王家渡、农夫、紫山、三元、七彩未来等数十家知名品牌也深度参与其中,不仅提供了丰富的实物商品,还贡献了真实的营销素材,为选手打造了高度拟真的实操环境,确保竞赛内容与市场前沿需求同频共振,充分彰显了“赛产结合”的赛事特色。

作为首届全国福利用品数字营销职业技能竞赛,本次赛事的圆满落幕标志

着“以赛促训、以赛促产、以赛促创”的赛事融合新模式取得实质性成果。赛事聚焦行业前沿,以实战为导向设置竞赛内容,既检验了选手的基础技能,更凸显了创新应用能力,为行业选拔优秀人才,推动产业赋能升级搭建了重要桥梁,推动更多资金资源向“投资于人”倾斜。通过深度捆绑赛事场景与产业实际需求,赛事不仅还原了数字营销岗位的真正工作逻辑,更精准对接了福利用品行业对复合型人才的渴求,为传统产业注入数字活力,助力蕴含温情的福利用品借助数字化翅膀飞向更广阔的市场。

当前,数字经济浪潮席卷全球,人民

对美好生活的向往持续推动福利用品行

业迈向高质量发展新阶段,也对职业技

能人才提出了更高、更紧迫的要求。

中国礼仪休闲用品工业协会表示,未来

将继续携手产业各界,持续完善职业技

能竞赛体系与人才培养机制,深化赛产融

合,为行业的创新变革与可持续发展提

供坚实的人才支撑与创新动力,让赛产

结合的种子在行业沃土中持续生根发芽、开花结果。

商务部召开消费新业态新模式新场景试点工作部署推进视频会议

近日,商务部办公厅、财政部办公厅印发《关于做好消费新业态新模式新场景试点有关工作的通知》,在北京等50个城市开展消费新业态新模式新场景试点(下称“三新”试点)。12月17日,商务部会同财政部召开“三新”试点部署推进会,贯彻落实党的二十届四中全会和中央经济工作会议精神,推动地方扎实推进试点工作。商务部副部长邵东出席会议并

讲话。会议指出,开展“三新”试点工作是落实《提振消费专项行动方案》、扩大优质商品和服务供给的重要举措,有关地方商务主管部门要深刻认识开展“三新”试点的重要意义,准确把握试点工作定位,坚持促消费与惠民生相结合,当好消费体制机制改革的排头兵,以改革、开放、创新激发新业态新模式新场景发展活力,打造消费创

新发展的新高地,培育消费能级提升的新引擎。

会议强调,各试点城市要进一步完善实施方案,建立健全工作推进和保障机制,抓紧出台试点资金(项目)管理办法,紧扣“三新”试点支持方向,精心筛选支持项目,强化项目动态管理。加强宣传引导,引导社会各界积极参与,增强试点支持项目的消费拉动作用。试点城市商务主管部门要在分会场参加会议。

(和文)

国家数据局:

加大公共数据应用场景建设和开放力度

融合应用,更好释放数据要素价值。至此,我国已发布四批次共100个公共数据“跑起来”示范场景。其中,第一批公共数据“跑起来”示范场景经过一年建设,各项任务已经基本完成。社会效益和产业带动作用初步显现,形成了可复制、可推广的建设模式。例如,在民生服务领域,推动医疗保障“一人一画像”,旅游景区入园便利、社保数据支撑就业服务等场景建

设,为参保精准管理、游客“免证入园”、职业信用评估等应用提供支撑。在产业发展领域,海关总署依托跨境贸易通关数据,助力中小微企业降低融资成本,物流数据开放互连有效提升多式联运组织效率,降低物流成本;自然资源部“天地图”应用,已成为面向企业和公众提供基础地理信息服务的重要平台。在社会治理领域,民商卫星数据助力防灾减灾,服务了国内外20余起重

大灾害应急响应。

值得一提的是,授权运营作为公共数据资源开发利用的一种创新模式,是对公共数据开放的有益补充,有助于激发数据动力和用数活力、更好促进数据要素市场化价值化。

陈荣辉在回答记者提问时表示,自公共数据“1+3”政策体系发布以来,各地区各部门积极探索创新突破,在公共数据授权运营上取得了积极成效,数

据资源供给进一步丰富,数据服务企业加快培育,数据赋能作用加快释放。

其中,授权运营催生一批数据服务企业。例如,天津确定了13家市级授权运营试点单位,遴选培育了8家经营主体作为运营机构;安徽建立“运营机构+合伙人”机制,已对接储备合伙人超70家,引育资产评估等67家第三方服务机构。此外,公共数据带动各类数据融合利用,为产业发

展和公共治理提供有力支撑,如山东累计打造授权运营场景150余个,“泉融通”“政保通”等典型数据产品在金融、医疗、民生领域广泛应用;新疆基于农业、气象等数据资源,开发形成“数据融资、智能授信”金融服务场景,累计开展助贷筛查5243次,协助金融机构发放贴息贷款2.15亿元。

陈荣辉表示,授权运营仍处于起步阶段,国家数据局将同各地区各部门持续推进制度落地落实,让更多高价值数据流向市场。同时,公共数据开放与授权运营各有优势,适用于不同的数据类型和应用场景,国家数据局将统筹推进这两种开发利用方式,最大程度释放公共数据价值。

(经济参考报)