

“十五五”时期我国新型消费发展的新形势与新路径

李森¹, 李钢²

(1. 中央民族大学经济学院, 北京 100081; 2. 中国社会科学院工业经济研究所, 北京 100006)

摘要:“十五五”时期是我国新型消费由扩规模向提质量、由需求扩张向供给牵引转型升级的关键阶段。在新一轮科技革命持续深化、全球绿色转型加速推进和全国统一大市场建设不断完善的背景下, 新型消费正深刻重塑需求结构、产业形态与经济循环方式。回顾“十四五”时期, 数字消费、绿色消费与健康消费协同演进, 在规模扩张、业态创新和结构优化方面取得显著成效, 成为畅通国内大循环、培育新质生产力的重要支撑。面向“十五五”, 新型消费既面临新质生产力赋能、“双碳”战略目标催生和国内超大规模市场优势释放带来的新机遇, 也承受外部冲击与内部约束叠加、供给侧结构性错配和治理体系滞后性的新挑战。围绕“以新需求引领新供给”这一主线, 从技术牵引、结构适配与制度保障三个维度, 提出“十五五”时期新型消费引导供给体系重构的新路径。

关键词: 新型消费; 数字消费; 新需求; 新供给; “十五五”时期

【中图分类号】F724; F49

【文献标识码】A

【文章编号】1672-867X(2026)01-0000-09

一、引言

党的二十届四中全会围绕“建设强大国内市场, 加快构建新发展格局”作出系统部署, 并明确提出“要大力提振消费”的重点任务。^①在这一战略导向下, 消费在畅通国内大循环、引导供给结构优化和培育新质生产力中的基础性、引领性作用进一步凸显。“十四五”时期, 以数字消费、绿色消费、健康消费为代表的新型消费业态蓬勃发展, 在扩内需、稳增长、促转型中发挥了基础性与先导性作用, 不仅有效释放了居民消费潜力, 更为产业结构升级与新动能培育提供了关键支撑。

迈入“十五五”时期, 随着全球新一轮科技革命的突破性进展、绿色低碳转型的全面深化以及全国统一大市场制度红利的逐步释放, 我国消费市场将迎来需求结构的跃升期, 消费者对高品质、个性化及服务型供给的偏好将显著增强。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》强调, 要“坚持扩大内需这个战略基点, 坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合, 以新需求引领新供给, 以新供给创造新需求, 促进消费和投资、供给和需求良性互动”^②。然而, 在这一进程中, 人口结构的老龄化趋势、区域发展的非均衡性以及产业链关键环节的脆弱性, 对供给体系的质量、效率与韧性提出了更为严苛的挑战。^③由此, 供需错配已超越了消费领域的局部性矛盾, 演变为关乎经济循环效率、创新动力生成机制及高质量发展成色的全局性议题。

在新的发展阶段, 亟待破解的核心命题在于: 如何将新型消费所蕴含的需求势能, 有效转化为驱动技术突破、产品迭代与模式创新的供给动能, 从而实现由“需求升级”向“供给跃升”的顺畅传导。当前,

【作者简介】李森, 中央民族大学经济学院博士研究生; 李钢, 中国社会科学院工业经济研究所研究员, 博士生导师, 博士。

【基金项目】国家社会科学基金项目“低碳消费的界定、行为度量及其对低碳创新的引致”(23BJY248)、中国社会科学院实验室孵化专项资助项目“中国包容性绿色发展政策评估实验室”(2024SYFH004)阶段成果。

① 中华人民共和国中央人民政府:《中国共产党第二十届中央委员会第四次全体会议公报》, (2025-10-23)[2025-12-16]. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202510/content_7045444.htm.

② 中华人民共和国中央人民政府:《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》, (2025-10-28)[2025-10-29]. https://www.gov.cn/zhengce/202510/content_7046052.htm.

③ 中国社会科学院经济研究所课题组, 黄群慧, 原磊, 等:《新征程推动经济高质量发展的任务与政策》, 载《经济研究》2023年第9期;石明明, 江舟, 周小焱:《消费升级还是消费降级》, 载《中国工业经济》2019年第7期;陈素梅:《中国培育壮大新型消费: 进展、困境及展望》, 载《沈阳工业大学学报(社会科学版)》2025年第3期。

需求端呈现的分层化、场景化与多元化趋势,倒逼供给体系必须摒弃单纯的规模扩张路径,转向依托结构优化与全要素生产率提升的内涵式发展;消费行为的智能化与体验化特征,进一步强化了供给侧提升科技含量与服务敏捷度的必要性;而消费生态由单一交易环节向多主体、多场景协同系统的演进,亦对制度供给的精准性、包容性与协同性提出了更高要求。因此,构建以需求牵引供给、以供给创造需求的双向互动机制,已成为“十五五”时期培育新质生产力、提升国内大循环效率的关键任务。

在此背景下,本文以“以新需求引领新供给”为主线,通过回顾“十四五”时期新型消费的发展态势,研判“十五五”时期新型消费面临的机遇与挑战,从技术驱动、结构适配和制度保障三个维度提出供给侧重构路径,旨在为构建需求牵引、供给高效、循环顺畅的现代化消费体系与产业体系提供理论依据与政策参考。

二、“十四五”时期新型消费的发展成就

“十四五”时期,我国新型消费从探索期迈向成熟期,在多重超预期冲击下展现出强大的韧性与活力。数字消费、绿色消费与健康消费“三驾马车”协同发力,不仅实现了规模的稳健扩张,更在结构优化与业态创新等方面取得突破性进展,成为畅通国内大循环、推动高质量发展的关键引擎。

(一) 数字消费从“规模红利”转向“创新驱动”

“十四五”时期,数字消费完成了从“数量扩张”向“质量提升”的深刻转型,成为重塑产业生态的核心力量。第一,规模高位企稳,结构深度优化。一方面,我国数字消费规模基数持续扩大,电子商务交易额在2021年创下42.3万亿元高点后,进入高基数下的稳健增长新常态,2024年达到46.4万亿元。^①另一方面,消费内容实现从“实物主导”向“实物+虚拟”双轮驱动的结构转型。以数字文化产业为主体的16类文化新业态高速增长,2024年营业收入突破6.67万亿元,占GDP比重接近5%,增速高达12.4%。^②第二,场景创新重塑生态,业态迭代提速,主要表现在数字技术与实体经济深度融合,催生了即时化、沉浸化与定制化新模式。其一,即时零售重构履约效率。2022年即时零售订单超过400亿单,市场规模达到5042.86亿元,增速远超同期网络零售,标志着消费迈入“万物到家”时代。^③其二,沉浸式消费拓展感官边界。5G、VR/AR技术推动数字藏品、虚拟展厅爆发,2022年数字藏品平台新增超2200家,提供了超越物理限制的互动体验。^④其三,C2M模式实现精准供给。数据算法打通产销两端,推动制造业从“以产定销”向“以需定产”的柔性化变革。第三,市场边界拓宽,主体呈现多元格局,主要表现在数字技术普惠性推动市场全域渗透。一方面,地域维度实现“破圈下沉”,随着物流与网络基础设施完善,2024年全国农村网络零售额达到2.56万亿元,增速持续跑赢全国大盘。^⑤另一方面,人群维度更加兼容并包,银发经济加速触网,截至2025年6月,我国60岁及以上网民规模达1.61亿人,老年群体互联网普及率提升至52.0%,老年群体正成为数字消费的重要增量。^⑥

(二) 绿色消费从“理念倡导”走向“全民实践”

在“双碳”战略目标引领下,“十四五”时期我国绿色消费实现了从“政策倡导”到“社会共识”再到“全民实践”的跨越,一个由理念、市场、技术、政策共同驱动的长效机制逐步形成。第一,绿色

① 数据来自中华人民共和国商务部全国电子商务公共服务网(<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/index.html>)数据发布栏目。

② 中华人民共和国商务部:《数字文化产业激活万亿蓝海》,(2025-08-19)[2025-09-22]. <https://tradeinservices.mofcom.gov.cn/article/yanjiu/pinglun/202508/178218.html>.

③ 中华人民共和国中央人民政府:《发展即时零售 提升消费体验》,(2023-11-01)[2025-09-22]. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202311/content_6913048.htm.

④ 中国民主促进会:《数字藏品:机遇风险 监管并行》,(2024-08-27)[2025-09-22]. https://www.mj.org.cn/mjfc/mtjj/202408/t20240827_289207.htm.

⑤ 中华人民共和国中央人民政府:《我国县域消费市场活力涌动》,(2025-03-23)[2025-09-22]. https://www.gov.cn/yaowen/shipin/202503/content_7015216.htm.

⑥ 中华人民共和国中央人民政府:《截至6月我国网民规模达11.23亿人 互联网普及率达79.7%》,(2025-07-22)[2025-09-22]. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202507/content_7033060.htm.

消费理念觉醒驱动新能源汽车市场扩容。具体来看,公众环保意识显著增强,2025年中国社会科学院开展的“中国包容性绿色发展跟踪调查”显示,96.1%的受访者认同减排责任,92.3%的消费者愿为环保支付溢价。^①在此基础上,绿色消费理念加快向实际购买行为转化,例如,我国新能源汽车销量从2021年的352.1万辆跃升至2024年的1286.6万辆,2025年上半年新车销售占比进一步攀升至44.3%,确立了全球领先地位。^②第二,基础设施与技术底座日益坚实。一方面,数字技术赋能全链条管理,区块链等技术已应用于碳足迹追踪(如WisCarbon碳中和数字化平台^③)。另一方面,硬件设施实现跨越式突破,有效缓解了里程焦虑。截至2024年9月,全国充电设施总量达1143.3万台,同比增长近50%;其中县域和农村地区公共充电设施达41.7万台,占全国公共桩总数的12.53%,绿色出行网络已覆盖城乡。^④第三,政策与产业形成同频共振。一方面,需求侧政策精准发力,2024年仅8大类家电“以旧换新”便拉动消费近2700亿元。^⑤另一方面,供给侧主动进行绿色变革,物流行业成效显著。以申通为例,2024年其“减肥”胶带使用率达100%,新增投入绿色循环中转袋860万只,累计使用6.3亿次,采用可降解塑料袋130万条,快件不再二次包装比例达到90%,从源头大幅降低了资源消耗。^⑥

(三) 健康消费从“疾病治疗”转向“主动管理”

“十四五”时期,受“健康中国”战略与后疫情时代心态影响,居民健康消费内涵彻底重构,从被动医疗转向主动预防与全周期管理。第一,消费重心前移,“治未病”理念加快普及并成为主流选择。从认知层面看,居民对健康重要性的重视程度显著提升。麦肯锡发布的相关调研显示,在受访者中,62%的中国消费者将健康视为日常生活的首要关注点,比例显著高于美国的41%、英国的29%。^⑦与认知转变相呼应,体育产业在需求牵引下实现较快发展。2025年,全国体育器械生产企业超6.3万家,年营收超百亿元的上市企业达8家,累计培育国家级专精特新“小巨人”企业146家、制造业单项冠军企业15家。^⑧同时,Z世代主导的“朋克养生”推动功能性食品等细分市场也快速扩张。第二,科技赋能持续深化,健康消费服务形态加速向数智化演进。一方面,数字技术率先在医疗健康领域实现规模化应用,“互联网+医疗”体系成熟,2024年底互联网医疗用户规模达4.18亿人,对比2020年实现了翻倍式增长。^⑨另一方面,科技赋能进一步由诊疗场景向日常健康管理延伸,运动消费呈现出明显的居家化与线上化特征。2024年户外运动线上消费约2亿人次,总额超3000亿元。^⑩进一步看,数智化服务的覆盖边界继续外延,开始由“身体健康”拓展至“心理健康”领域。在线心理咨询、冥想App等数字化服务凭借私密便捷优势崛

① 数据来自中国社会科学院“中国包容性绿色发展跟踪调查(IGDS-2025021)”中的第1、10、11、15题。

② 央广网:《新能源汽车产业迈入发展新阶段》,(2025-08-06)[2025-09-22]. https://auto.cnr.cn/2015xc/20250806/t20250806_527305235.shtml.

③ 国家数据局:《基于智能数采的碳中和数字化解决方案》,(2025-04-18)[2025-09-22]. https://www.nda.gov.cn/sjj/ywpd/zcgh/0416/20250416094928086846926_pc.html.

④ 中华人民共和国中央人民政府:《增长49.6%!前三季度电动汽车充电设施数量同比增速折射三大趋势》,(2024-11-02)[2025-09-22]. https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202411/content_6984504.htm.

⑤ 中华人民共和国中央人民政府:《以旧换新带动2024年家电零售额创新高》,(2025-01-18)[2025-09-22]. https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202501/content_6999845.htm.

⑥ 中华人民共和国国家邮政局:《锚定绿色化、减量化、可循环化目标 用绿色包装绘就行业高质量发展生态底色》,(2025-05-08)[2025-09-22]. <https://www.spb.gov.cn/gjyzj/c100201/202505/2742cbb13e1a42d68afd1f540d0f8391.shtml>.

⑦ 中华人民共和国中央人民政府:《人民时评:由具身智能看健康消费——消费新亮点 发展新赛道》,(2025-04-07)[2025-09-22]. https://www.gov.cn/zhengce/202504/content_7017889.htm.

⑧ 中华人民共和国中央人民政府:《做强体育消费市场,夯实产业发展基础》,(2025-09-10)[2025-10-22]. https://www.gov.cn/zhengce/202509/content_7039905.htm.

⑨ 中国互联网络信息中心:《第55次〈中国互联网络发展状况统计报告〉》,(2025-01-17)[2025-10-22]. <https://www3.cnnic.cn/n4/2025/0117/c88-11229.html>.

⑩ 中华人民共和国中央人民政府:《国务院政策例行吹风会文字实录(2025年9月9日)》,(2025-09-09)[2025-10-22]. https://www.gov.cn/zccfh/2025zccfh/20250909/wzsl/202509/content_7039940.htm.

起, 2022年心理健康服务市场规模已达1336.8亿元, 标志着消费从生理维度向身心一体跃升。^① 第三, 供给侧扩容下沉, 服务体系更加多元。一方面, 优质医疗资源加速向基层延伸。截至2024年底, 全国医疗卫生机构总量达109万所, 超过90%的居民在15分钟内可到达最近医疗点。^② 另一方面, “健康+X”跨界融合成为常态, 食品、文旅、地产等行业加速布局康养新模式, 构建起协同发展的多元化健康供给生态。

三、“十五五”时期新型消费面临的新形势

“十五五”时期在基本实现社会主义现代化进程中具有承前启后的重要地位。^③ 在这一时期, 我国经济发展环境面临深刻复杂变化: 从国际看, 百年未有之大变局加速演进, 新一轮科技革命与产业变革深入发展, 全球政治经济格局重构带来不确定性显著增强; 从国内看, 我国经济正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期, 人口结构转型、新旧动能转换与有效需求不足的矛盾交织。

(一) “十五五”时期新型消费发展的新机遇

1. 新一轮科技革命通过“新质生产力”全方位赋能消费链条

当前, 全球正处于以人工智能(AI)、第六代移动通信(6G)、量子信息、生物技术为代表的新一轮科技革命爆发前夜。“十五五”时期, 这些前沿技术有望完成从实验室探索向规模化产业应用的实质性跨越, 并通过加快形成“新质生产力”, 对新型消费产生从供给侧到需求侧的全链条、系统性重塑。第一, 生成式人工智能技术加速发展, 内容生产与消费交互范式面临深刻重构。随着以DeepSeek为代表的生成式人工智能技术日益成熟, 其应用场景已延伸至金融、医疗、教育、文娱等多个重要领域。^④ 第二, 数字新型基础设施持续夯实, 全面筑牢“万物智联”的消费运行底座。随着5G-A的全面普及和6G技术的前瞻性布局推进, 叠加边缘计算与物联网的深度渗透, 物理世界与数字世界之间的边界将进一步消融。在此基础上, 高算力、低时延的技术环境将有力支撑智慧出行、远程医疗、无人配送和低空经济等新兴消费场景加速落地。第三, 数据要素加快价值化进程, 持续释放新型消费增长动能。“十五五”时期, 随着数据产权、流通交易、收益分配等基础制度的完善, 数据作为新型生产要素的乘数效应将全面释放。^⑤ 基于海量数据挖掘的消费者画像、供应链反向定制以及数字金融创新, 将极大提升供需匹配的精准度与效率, 催生出数据驱动的新型消费增长极。

2. 全球绿色转型与“双碳”战略催生可持续消费新蓝海

“十五五”时期既是实现“2035年美丽中国”目标的关键期, 也是碳达峰后的碳中和助跑期, 这一宏观背景将深刻重塑消费价值观与产业逻辑。第一, 政策强制与市场自觉双轮驱动绿色供给主流化。国际层面上, 欧盟碳边境调节机制等绿色贸易壁垒将倒逼中国供应链全面绿色化; 国内层面上, 绿色产品标准认证体系将更加健全。这种压力传导至消费端, 将使低碳、可循环、可追溯成为产品的核心竞争力。预计“十五五”期间, 绿色消费将从新能源汽车扩展至全屋智能节能家电、绿色建材、碳标签食品等全领域, 实现从“政策驱动”向“市场内生”的结构性转变。第二, 循环经济模式创新重构“使用权”经济。资源约束趋紧将推动经济模式从“开采—制造—废弃”的线性经济向循环经济转型。在这一背景下, 二手电商、闲置交易、共享租赁、“以旧换新”平台将迎来黄金发展期。这不仅是商业模式的创新, 更代表着

① 光明网:《数字疗法, 点亮自闭症孩子的世界》, (2023-08-09)[2025-09-22]. https://m.gmw.cn/2023-08/09/content_1303474355.htm.

② 中华人民共和国中央人民政府:《建成世界上规模最大的医疗服务体系和疾病预防控制体系 我国居民健康水平持续提升》, (2025-09-12)[2025-10-22]. https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202509/content_7040241.htm.

③ 中华人民共和国中央人民政府:《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》, (2025-10-28)[2025-10-29]. https://www.gov.cn/zhengce/202510/content_7046052.htm.

④ 徐政:《DeepSeek 驱动数据要素产业发展的内在逻辑与实现路径》, 载《云南民族大学学报(哲学社会科学版)》2025年第3期。

⑤ 欧阳日辉, 徐远彬:《“十五五”时期我国数据产业发展重点与路径》, 载《延边大学学报(社会科学版)》2025年第4期。

消费者观念从“占有”向“使用”的深刻转变,推动节约型社会建设。第三,生命健康与生态消费需求刚性化。在老龄化背景下,公众对生命质量的关注度空前提升。融合生物技术、数字医疗与生态资源的“大健康”消费将成为新支柱。针对全龄段的智慧康养、功能性食品、生态旅游、自然教育等服务消费将呈现爆发式增长,成为提升国民福祉的重要抓手。

3. 国内超大规模市场优势与制度红利激发内需潜能

首先,从制度层面看,全国统一大市场建设正由“破”向“立”加快转变。“十五五”时期,破除地方保护和市场分割有望取得实质性进展。统一的物流网络、数据市场和技术标准体系,将显著降低数字平台跨区域经营的履约成本与合规成本,促进各类要素在更大范围内顺畅流动,为新型消费企业依托规模经济降低边际成本创造更加稳定的制度环境。其次,从空间结构层面看,城乡融合发展的深入推进,将持续释放可观的消费增量。一方面,以城市群和都市圈为载体的新型城镇化更加聚焦“存量提质”,通过城市更新和智慧社区建设,培育“一刻钟便民生活圈”、夜间经济集聚区等品质化消费空间;另一方面,“数商兴农”加快推动农村电商由单一销售平台向订单农业、乡村文旅直播等新业态升级,进一步激活广阔的下沉市场和田园消费潜力。最后,从人口结构层面看,人口结构变化正在催生“全龄友好”的分层化消费机遇。一方面,“银发经济”加快提质扩容,老年消费正由生存型需求向健康管理、社交娱乐和精神慰藉等发展型需求升级,适老化智能终端和配套服务的市场空间将持续拓展。通过增加涉老产品与服务供给、扩大老年消费选择,既有助于延伸经济循环链条,也能够切实提升老年群体福祉。^①另一方面,“Z世代”和“α世代”将逐步成为消费潮流的重要引领者。作为数字原住民,这两类群体对国潮IP、电竞、剧本杀、虚拟社交等体验式消费具有较高黏性。

(二) “十五五”时期新型消费发展的新挑战

1. 外部冲击与内部约束叠加,抑制有效需求根基

新型消费的繁荣依赖于稳定的宏观环境与居民收入预期。然而,当前全球地缘政治博弈加剧、贸易保护主义抬头,叠加国内经济修复过程中的波折,使得需求侧面临严峻考验。第一,全球产业链重构增加供给不确定性与成本压力。“脱钩断链”与“小院高墙”风险在“十五五”时期可能进一步显性化。新型消费高度依赖全球分工体系,尤其是智能硬件、新能源汽车等领域的核心芯片与元器件。供应链的碎片化可能导致关键零部件断供、交付延迟及成本大幅上升,削弱我国新型消费产品的价格竞争力与供给稳定性。第二,金融政策调整的频繁性与不可预期性叠加,成为创新资本投入的新约束。国际金融政策取向在短期内多次调整,叠加政策路径的不确定性,可能加剧金融市场预期波动并强化风险传导效应。这对高度依赖融资的创新型消费企业构成新的挑战,使其融资安排和资本投入更趋审慎,进而影响技术研发和商业模式迭代的推进节奏。第三,居民收入与信心修复滞后,对消费能力形成持续约束。当前,居民收入增速放缓,且收入分配结构仍有待进一步优化;与此同时,在住房、教育、医疗等刚性支出压力长期存在的背景下,居民预防性储蓄倾向维持在较高水平,边际消费倾向随之递减。进一步来看,消费者信心指数的阶段性波动,^②折射出居民对未来收入与经济前景的不确定预期,使消费行为趋于理性化与审慎化,“性价比”“平替”等选择取向逐步强化,由此对高度依赖情绪价值与尝鲜意愿的新型消费业态形成直接制约。

2. 供给侧结构性错配,创新滞后于需求变迁

新型消费正经历从“规模驱动”向“质量与体验驱动”的深刻转型,但供给侧的响应速度与质量存在明显的结构性滞后,供需错配矛盾日益凸显。第一,需求分层化与供给标准化之间的矛盾。随着社会结构分化与世代更替,消费需求呈现出高度细分、差异显著的特征:老年群体更需要适老化、陪伴式的深度服务,年轻群体则更偏好个性化、社交化的即时体验。然而,当前市场供给仍以标准化、规模化产品为主,对“一老一小”及特定圈层的精准供给能力不足。例如,高品质智慧养老服务供给相对短缺;而面向年轻群体的部分产品与服务则偏重形式呈现、内涵供给不足。第二,同质化竞争诱发“内卷式”消耗。

① 蔡昉:《以发展银发经济拓展经济循环链条》,载《中共中央党校(国家行政学院)学报》2024年第2期。

② 中国经济信息网:《消费者信心指数》,(2025-08-06)[2025-09-22]. https://www.cei.cn//defaultsite/s/column/4028c7ca-37115425-0137-115646c5-00ec_2025.html?articleListType=1&coluOpenType=1.

在部分领域, 竞争并未有效转化为质量提升, 反而表现为低水平重复与无序扩张, 进而冲击市场秩序, 并对平台经济的稳健运行形成扰动。^① 其背后机制在于, 资本逐利性推动创新资源过度集中于餐饮外卖、社区团购等门槛较低、变现较快的生活服务领域, 造成同质化竞争加剧与资源浪费。企业一旦陷入“价格战”“流量战”的循环, 往往会挤压产品与服务的实质性创新投入。与此同时, 家政、托育、心理咨询等具有正外部性但回报周期较长的领域, 数字化改造相对滞后, “急难愁盼”问题未能通过新型消费模式得到有效回应。第三, 核心技术短板制约产业链攀升。当前我国新型消费的繁荣更多建立在商业模式创新与应用层开发上, 底层核心技术仍存在受制于人的风险。这种“头重脚轻”的技术结构不仅限制了产业向价值链高端攀升, 也使新型消费在遭遇外部技术封锁或供应链冲击时更为脆弱。

3. 治理体系的适应性滞后, 监管面临“两难”困境

新型消费具有跨界融合、迭代迅速、数据驱动等特征, 这对传统监管体系构成了严峻挑战。第一, 传统监管框架存在“盲区”与“交叉”。新型消费往往打破行业边界, 如农产品直播电商环节多、参与方复杂、权责界定模糊, 易引发商品质量安全隐患。^② 现行“分业监管”模式易导致职能交叉或监管真空, 出现“九龙治水”却治而不力的现象。权责界定不清使得消费者在面对算法歧视、数据杀熟、虚假宣传时维权困难。第二, 监管响应速度难以匹配市场迭代。市场创新的速度往往以月甚至周为单位, 而法律法规与政策的制定周期较长。这种“时差”导致监管要么滞后于风险爆发(如早期的P2P、共享单车乱象), 要么在缺乏认知时采取“一刀切”的防御性措施, 误伤创新萌芽。第三, 创新激励与风险防范的平衡难题。监管本质上是在构建和维护良好秩序的基础上, 促进各主体间的利益平衡与实现。^③ 过严的监管会抑制企业创新活力, 增加合规成本; 过宽的监管则可能导致资本无序扩张、垄断行为频发, 损害公平竞争与消费者权益。“十五五”时期, 如何利用大数据、区块链等技术手段构建“敏捷治理”与“智慧监管”体系, 是保障新型消费健康发展的关键制度课题。

四、“十五五”时期以新型消费引领新供给的新路径

“十五五”时期, 新型消费的战略定位正在从经济循环的“终点”转变为牵引产业升级、催生新质生产力、引领有效供给的“起点”。关键在于简单“刺激需求”, 而在于构建一个以高品质、多元化的新型消费需求为导向, 倒逼和催生高技术、高效能、高韧性新供给体系的良性循环。

(一) 强化新型消费的前沿牵引作用, 开辟技术驱动型新供给

1. 响应“个性化、沉浸式”体验需求, 加速“AI+”新供给

在精神文化消费升级、体验经济兴起的背景下, 消费者对“千人一面”内容日益疲惫, 更期待“千人千面”的互动与沉浸。这一趋势正牵引AIGC等通用人工智能技术在虚拟数字人、沉浸式文旅、智能教育、辅助医疗、数字创意等领域加速应用。政策层面应重点支持能够直接提升“体验价值”“情感价值”的AI场景, 推动“人机协同”在内容生产、服务设计、用户运营中的系统嵌入, 以显著降低高品质个性化供给成本。更进一步, 消费端对新材料、新功能、新设计的追求, 正倒逼供给端将AI从“应用层”前移至基础研发环节, 形成“以AI赋能R&D”的“源头供给”创新模式。通过大模型与大数据的结合, 可加速新材料发现、产品结构优化和功能重构, 在“需求尚未显性化”之前就完成产品迭代, 实现从“以需求定义供给”到“以研发引领需求”的跃升。为防止AI领域“泡沫化”“流量化”, 应通过税收优惠、耐心资本引导基金等制度安排, 鼓励资本投向以技术突破和长期价值为导向的创新项目, 使资本真正回归“服务消费福祉”的本源。

2. 响应“即时、可追溯”交付需求, 激活“数据要素”新供给

在即时零售、预制菜、跨境电商等新业态带动下, 消费者对“当日达”“小时达”“全程可视”的履

① 王勇, 王堃:《平台内竞争及其福利影响》, 载《学术月刊》2025年第8期。

② 马九杰, 陈俊良, 赵永华:《直播电商价值链中数字守门人与农产品质量安全把守机制研究》, 载《管理世界》2025年第4期。

③ 江小涓, 黄颖轩:《数字时代的市场秩序、市场监管与平台治理》, 载《经济研究》2021年第12期。

约体验提出更高要求,其背后是新型消费对“数据驱动型新供给”的系统牵引。一是以数据要素激活C2M,实现“精准—柔性”生产。普通消费者所形成的大数据,正日益重塑企业的运营模式与决策逻辑。^①企业需以数据要素和大模型为中枢,构建面向细分人群的预测模型,将“以需定产”升级为“以预测定产”,并通过柔性生产线、模块化设计等方式,将需求信号无缝传导至工厂端,减少库存和试错成本。二是以数实融合重塑智慧物流,回应“效率+透明”诉求。需在工业互联网、5G-A、数字孪生等技术支撑下,打通生产、仓储、运输、配送全链条数据,实现供应链“可视、可控、可调度”,从而动态优化路径、智能分配运力,既提升履约效率,又为消费者提供可追踪、可验证的服务体验。三是以“强链补链”和风险预警体系夯实“履约信任”。高端芯片、智能传感器、工业软件等“卡脖子”环节关乎新型消费稳定供给,因此,应一方面集中力量攻关关键环节,提升自主可控能力;另一方面构建国家级供应链风险监测与预警平台,引导企业实施多元供应、冗余布局等策略,在突发冲击下保障履约承诺不失信于消费者。

3. 响应“探索性”与“前瞻性”消费欲望,布局未来产业新供给

新型消费不仅能够满足既有需求,而且还可以通过“探索性消费”催生未来产业。一是发展低空经济,回应对“三维出行与服务”的想象。载人eVTOL在城市观光、城际通勤等领域的试点,以及无人机即时配送在“最后一公里”的拓展,体现了消费者对“立体出行”和“极致便利”的期待。相关政策需统筹空域管理、安全标准和商业模式创新,使之既服务未来交通,也反哺智慧物流和文旅业态。二是发展虚拟现实与“数字第二空间”。AIGC、空间计算、MR等技术的融合,使消费者在虚拟世界中获得社交、娱乐、创作的新载体,由此催生数字人经济、沉浸式社交、虚拟演艺等产业,其供给本质是围绕“精神与情感寄托”构建的新型数字空间。同时,政府应在版权保护、虚拟资产确权、未成年人保护等方面同步完善制度供给。三是发展深海远洋等“稀缺体验”产业。随着大众旅游趋于同质化,一部分高净值和高知群体开始追求“拓展认知边界”的深度体验,如极地旅游、深海观光、海洋牧场体验等。这将牵引高端装备制造、海洋工程、专业服务与高端文旅深度融合,形成兼具科技含量和体验价值的新供给方向。

(二) 激活新型消费的结构洞察价值,催生精准适配型新供给

1. 系统布局“银发经济”,以“品质养老”需求引领全周期服务新供给

“十五五”时期,“银发经济”将成为最具确定性的结构性蓝海。老年群体需求正由“生存型”向“发展型”“享受型”跃迁,倒逼供给端从“单项辅助产品”转向“综合性养老解决方案”。在产品层面,应推动从“功能辅助”向“智能融合”升级。围绕安全、健康、便利、尊严,开发健康监测穿戴设备、家庭康养终端、适老化家电和无障碍出行工具,并将其通过物联网平台整合为“互联互通的居家养老系统”,实现数据实时采集、异常预警与联动处置。在服务层面,应从“基础照护”扩展到“品质生活”。推动养老与医疗、康复、教育、文旅、社区服务等多产业融合,构建既能满足失能照护、慢病管理,又能满足学习成长、社交互动、休闲旅游需求的全链条服务体系。在金融层面,需要以制度创新释放“沉淀资产”的消费潜力。针对“资产富有、现金流不足”的结构,应规范发展以房养老、长期护理保险和养老理财等产品,以可持续的方式将住房等存量资产转化为支持老年消费和长期照护的资金来源。

2. 聚焦“Z世代”与“α世代”,以“价值认同”需求驱动文化与伦理新供给

新生代作为数字原住民,更重视圈层文化、情感共鸣和价值主张。^②第一,发展IP经济与“用户共创”模式。要从简单的“IP联名”走向“多平台、多形态”的IP生态,支持原创IP在影视、游戏、文创、消费品等领域联动开发。同时,借助开放创作工具与UGC机制,让用户参与角色设定、剧情延展、周边设计,在“共创”中形成稳固的情感黏性。第二,推动“国潮热”向“中国品牌力”升级。应将传统文化符号与现代工业设计、前沿科技结合,从视觉、触觉到使用体验全面“焕新”,实现从“廉价国货”到“高质国品”的跨越,使新供给在全球市场中体现兼具文化自信和现代审美的“中国风格”。第

① 肖静华,吴瑶,刘意,等:《消费者数据化参与的研发创新——企业与消费者协同演化视角的双案例研究》,载《管理世界》2018年第8期。

② 汪永涛:《Z世代亚文化消费的逻辑》,载《中国青年研究》2021年第11期。

三, 强化 ESG 导向的“伦理供给”。面对新生代消费者对环保、公益、公平的高敏感度, 企业需在材料选用、生产过程、供应链管理、社会责任等维度构建可量化、可验证的 ESG 实践, 将其内化为品牌价值的一部分, 通过披露体系和第三方评价增强透明度, 以“价值一致性”提升品牌溢价。

3. 激活“下沉市场”的消费升级潜力, 推动城乡一体化新供给

下沉市场并非“低端市场”, 而是以“高性价比+场景适配”为特征的“差异化升级”市场。一是在渠道与服务下沉上, 构建县域生活新供给。规范发展直播电商、即时零售、社区团购等业态, 提高物流、仓储和冷链基础设施覆盖率, 并通过连锁化、平台化方式将医疗、教育、文娱等优质服务延伸至县镇, 弥补基层高品质服务供给不足。二是在产品适配供给上, 坚持“高性价比+体验升级”。企业需深度理解县域居民的消费场景和社会关系网络, 开发符合乡镇出行特征的新能源车、适应多人家庭结构的家电产品、契合熟人社交的电商与支付工具等, 实现“物美价廉+使用顺手”的统一。三是在“数商兴农”上打通农产品上行通道。通过订单农业、产地直播、区域公用品牌、共享农庄等模式, 将绿色农产品、传统手工艺品和乡村文旅资源标准化、品牌化, 既满足城市消费者对“源头好物”的期待, 也为农村提供稳定增收的新路径, 形成城乡双向互动的供给格局。

(三) 依托新型消费的生态赋能优势, 筑牢制度保障型新供给

1. 清除全国统一大市场障碍, 优化新供给的制度环境

全国统一大市场是新型消费引领新供给的基础性制度前提, 其关键在于系统破除制约要素自由流动和供需高效匹配的制度性掣肘, 重点可从三个方面推进。一是统一数字市场治理规则, 打破“数据孤岛”。加快构建覆盖数据产权确认、公共数据开放、数据跨境流动和收益分配的全国统一制度框架, 推动平台、区域、部门间的数据安全流动, 为跨区域一体化消费和供给创新提供要素保障。二是推动标准与监管协同统一, 降低制度性交易成本。统一物流设施、商品质量、安全认证、信用评价和消费者维权规则, 使企业能够以“一套标准服务全国”, 为新供给跨区域布局、规模化复制创造条件。三是探索利益分享机制, 弱化地方保护动机。通过健全财税分配体制和优化 GDP 核算方式, 使消费发生地在税收和发展收益分配中获得相对合理的回报, 从制度层面削弱地方政府设置隐性壁垒的内在激励, 推动区域竞争由“争夺市场”向“共享市场”转变。

2. 推进“包容审慎”的敏捷监管, 为新供给预留试错空间

在 AIGC、虚拟现实、平台经济等领域, 应通过“理念—工具—机制”三维联动, 构建与新型消费相匹配的监管体系。在理念上, 坚持“包容审慎+守住底线”。对新业态实行“监管理念前移”, 通过“监管沙盒”等方式在可控范围内允许试点, 让监管与创新同频互动, 在实践中打磨规则。在工具上, 实施“以技管技”的智慧治理。运用大数据、人工智能、区块链等监管科技, 对虚假宣传、价格操纵、数据滥用等风险进行实时监测和智能识别, 实现从事后处罚向全周期风险管理转变。在机制上, 构建多主体协同共治格局。通过中央统筹、地方执行、部门协同、行业自律、平台负责和消费者参与的立体治理架构, 提高治理灵活性和响应速度, 在保障安全与公平的前提下, 为新供给预留足够的试错与迭代空间。

3. 完善收入分配与社会保障, 夯实新供给的需求基础

新型消费引领新供给, 最终要回到居民“能消费、敢消费、愿消费”的现实能力与心理预期上。第一, 提升“能消费”能力。通过扩大就业、提高劳动报酬在初次分配中的比重、完善收入再分配和第三次分配机制, 扩大中等收入群体规模, 为新供给提供稳定的需求基础。第二, 增强“敢消费”底气。加快构建多层次社会保障体系, 提升教育、医疗、养老、托育等基本公共服务供给质量和均等化水平, 降低家庭对未来不确定性的焦虑, 缓解过度预防性储蓄倾向, 引导长期潜在需求逐步显性化。第三, 巩固“愿消费”信心。通过稳定透明的宏观政策预期、健全的消费者权益保护和高效的纠纷解决机制, 营造放心消费环境, 使居民在数字时代面对新供给时“敢尝试、愿复购”, 从而推动新型消费与新供给之间形成更具韧性和活力的良性循环。

五、结语

“十五五”时期是我国全面建设社会主义现代化国家的关键阶段, 也是以中国式现代化全面推进中华

民族伟大复兴的重要时期。在这一关键阶段,新型消费在继续发挥经济增长“稳定器”作用的同时,更应强化其对供给体系升级与新质生产力培育的牵引功能。系统回顾“十四五”发展成就,可见我国新型消费在规模扩张与结构优化上已取得显著进展,这为“十五五”时期进一步释放其引领功能奠定了坚实基础。面向新阶段的发展机遇与风险挑战,必须将新型消费置于构建新发展格局的战略高度进行谋划,着力推动其实现从“量的扩张”向“质的跃升”的深刻转型。以数字消费、绿色消费、健康消费为代表的新型消费业态协同演进,不仅将持续重塑居民消费结构,更将带动产业组织形态、技术创新路径和资源配置方式的系统性变革,其本质是消费理念觉醒与供给能力重构双向促进、需求升级与供给创新螺旋上升的动态演化过程。

以新型消费引领新供给是一项系统工程,需从技术、结构、制度三维协同发力。在技术上,应依托人工智能、数据要素、未来产业等前沿突破,强化科技赋能,打造智能、精准、沉浸的消费新体验;在结构上,需精准响应人口变迁与区域发展带来的分层化、差异化需求,针对“一老一小”、新生代、下沉市场等群体优化供给匹配;在制度上,要加快建设全国统一大市场,创新监管模式,完善收入分配与社会保障体系,构筑有利于供需良性互动的公平、透明、可预期环境。当前,在世界百年未有之大变局加速演进、外部环境复杂严峻的背景下,更需坚定实施扩大内需战略,将恢复和扩大消费置于优先位置。新型消费作为内需体系中最活跃、最具潜力的部分,其健康发展直接关乎经济增长韧性、产业升级方向、创新动能培育与民生品质提升,亟需构建起激发新型消费活力、引导供给创新、促进循环畅通的长效机制,而非仅仅依赖短期政策刺激。

展望“十五五”,随着新质生产力加速形成、全国统一大市场纵深推进及收入分配制度持续完善,我国新型消费将拥有更为广阔的发展空间。它不仅将继续发挥内需基础支撑作用,更将通过供需高水平互动,牵引产业体系向高端化、数智化、绿色化演进,为高质量发展注入强劲而持久的内生动力,从而在中国式现代化进程中切实担负起引领变革、驱动复兴的战略使命。

New Trends and Pathways for the Development of New Forms of Consumption in China during the Period of the 15th Five – Year Plan

LI Sen¹ & LI Gang²

(1. School of Economics, Minzu University of China, Beijing 100081, China;

2. Institute of Industrial Economics, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100006, China)

Abstract: The period of the 15th Five – Year Plan constitutes a pivotal stage in the development of new forms of consumption in China, marked by a transition from scale expansion to quality improvement and from demand expansion to supply – oriented upgrading. During the ongoing new round of technological revolution, the acceleration of the global green transition, and the continuous advancement of a unified national market, the dynamics shaping new forms of consumption are undergoing profound changes, reshaping demand structures, industrial configurations, and patterns of economic circulation. During the period of the 14th Five – Year Plan, digital, green and health – related consumption evolved in a coordinated manner, achieving significant progress in scale expansion, business model innovation, and structural optimization, and becoming an important support for smoothing the domestic economic cycle and fostering new – quality productive forces. Looking ahead to the period of the 15th Five – Year Plan, the development of new forms of consumption is characterized by new dynamics, including opportunities driven by the empowerment of new – quality productive forces, the dual – carbon targets, and the release of advantages from China’s mega – sized domestic market, as well as new challenges arising from the interaction of external shocks and internal constraints, structural mismatches on the supply side, and inefficient governance systems. Focusing on these new dynamics, and guided by the principle of “using new demands to lead new supplies,” this paper proposes new pathways for restructuring the supply system led by new forms of consumption from the perspectives of technology – driven approaches, structural adaptation, and institutional support during the period of the 15th Five – Year Plan.

Key words: new forms of consumption; digital consumption; new demand; new supply; the period of the 15th Five – Year Plan

(责任编辑 刘萍萍)