

编者按

当前，我国消费结构正经历深刻变革，居民消费正由商品消费为主向商品与服务消费并重加速转型，服务消费已成为扩大内需、满足人民美好生活需要的重要引擎。党的二十届四中全会《建议》提出，“以放宽准入、业态融合为重点扩大服务消费”。国务院办公厅近期印发的《加快培育服务消费新增长点工作方案》，对进一步优化和扩大服务供给、培育服务消费新增长点、促进服务消费提质惠民作出系统部署。在这一背景下，如何推动服务消费从“有没有”向“好不好”跃升，成为宁波加快建设国际消费中心城市的关键命题。本期刊发的三篇文章，围绕“科技+消费”“健康+消费”“国货+消费”三个方向，从科技创新赋能、服务场景拓展、品牌势能激活等维度深入阐释，探索服务消费提质惠民的实践路径。

多措并举推动服务消费提质惠民

科技赋能服务消费提质扩容的实践路径

吴伟强

当前，我国消费结构正经历深刻变革。据统计，2025年我国服务消费占居民消费支出比重达48.7%，较2020年提升6.2%，“商品消费为主”向“商品与服务消费并重”转型态势日益凸显。科技创新作为培育新质生产力的核心引擎，正深度融入文旅、健康、数字内容等服务领域，推动消费从“有没有”向“优不优”跃升，为构建新发展格局注入强劲动能。对宁波而言，抢抓科技赋能服务消费的机遇，既是服务国家战略的担当，也是建设国际消费中心城市、提升城市能级的必由之路。

政策信号：科技赋能上升为战略共识

从中央到地方，加快科技赋能服务消费的政策信号不断释放。2025年政府工作报告明确提出“创新和丰富消费场景”，国务院印发的《关于促进服务消费高质量发展的意见》强调“推动科技赋能服务消费新场景”。国家发展改革委、商务部等部门相继出台“智慧商圈”“数字消费”等专项行动方案，推动服务基础设施智能化升级。科技赋能是以数字技术重塑服务供给体系，以新供给创造新需求的必然选择，既能破解当前“优质供给不足”“消费潜力未充分释放”等现实挑战，又能增强经济韧性以应对外部不确定性。宁波作为制造业强市和开放大市，拥有充沛的消费潜力，更应抢抓政策窗口期，以科技创新撬动服务消费提质扩容。

朱晓卓

党的二十大报告明确提出“推进健康中国建设”，将保障人民健康置于优先发展的战略位置。党的二十届四中全会《建议》作出“加快建设健康中国”的重大决策部署。随着居民消费结构从“物质型”向“服务型”跃升，健康消费已成为扩大内需、稳增长的新引擎。然而，当前健康服务供给体系仍存在优质医疗资源集中而预防康复服务资源分散、技术创新活跃而转化应用滞后、健康需求旺盛而消费场景单一等结构性失衡。破解这一困局，亟须以“场景”为纽带，打通健康科技创新与消费市场的连接通道。场景作为用于系统性验证新技术、新产品、新业态产业化应用的具体情境，是连接技术和产业、打通研发和市场的桥梁。宁波作为长三角南翼经济中心，拥有雄厚的产业基础、活跃的民营经济及较高的居民收入水平，更需在健康消费领域先行先试，以场景创新构建健康消费新生态。

宁波打造健康消费场景的现实基础

健康宁波行动与人口老龄化双重驱动。据统计，2024年末全市常住人口达977.7万人，其中60岁及以上人口210.1万人，占比21.5%，较上年提升0.9个百分点，其中失能失智老年人约15万人。人口老龄化加速与健康需求升级叠加，推动形成“数字医疗+生物医药”双轮驱动格局。目前，全市36家医疗机构

场景创新：技术驱动消费空间持续拓展

AI、VR、大数据、云计算等技术降低创新成本、缩短迭代周期，加速催生沉浸式、体验式、互动式消费新场景，形成“技术赋能—场景创新—消费扩容”的内生逻辑链。以即时配送为例，截至2025年6月，深圳开通无人配送航线近500条，完成订单突破242万单，科技正在重新定义物流服务的时空边界。在AI技术深度渗透下，智能穿戴设备市场进入新发展阶段，生成式AI加速推动教育、法律咨询、创意设计等服务领域更新迭代。这些实践表明，科技不仅重构了消费场景的形态，更创造了全新的消费增量，推动服务消费向智能化、个性化、高品质方向演进。

动力转换：供需两侧协同推进科技赋能

从需求侧看，不同群体对科技赋能服务消费展现出差异化需求。青年群体是“科技+消费”的深度认同者。《2025“Z世代眼中的世界”全球青年调查研究报告》显示，全球青年对数字产品的便捷性、智能化要求突出，倾向通过科技工具提升生活效率。中国消费者协会调查表明，78.3%的18岁至35岁青年认为AI导览、VR云旅游等科技服务显著提升体验便捷性与趣味性。银发群体则是“科技+健康消费”的理性接纳者，《2025年中国老年人数字健康服务使用状况报告》显示，58.7%的60岁以上

加快场景创新激活健康消费新动能

已开展人工智能影像辅助诊疗服务，肺结节、冠状动脉等检查报告出具时间缩短至30分钟内；杭州湾新区生命健康产业园集聚荣安生物、美诺华等企业，形成“研发—生产—物流”全链条，为场景创新提供了丰富的应用土壤。

数字基础设施提供坚实支撑。作为全国首批千兆城市，宁波累计建成5G基站3.9万个，入选全国“5G+工业互联网”融合应用试点城市。2025年，全市10个项目入选浙江省万兆光网试点，总数位居全省第一，其中招宝磁业入选国家级万兆工厂试点。这些新型基础设施为智慧医疗、远程诊疗、无感支付等场景应用提供了底层支撑。此外，宁波已经将培育健康消费纳入服务消费提质行动重要内容，智能健康设备等产品的以旧换新政策为市场注入新活力。

以场景重构推动健康消费扩容的实践路径

当前，我国健康消费场景呈现数字化、融合化、绿色化特征。场景创新的意义不仅是技术应用，更是服务生态与消费价值的系统性重构。从实践看，健康消费场景创新路径需把握三个方向：服务场景从“疾病治疗”向“全生命周期健康管理”转型，消费场景从“标准化供给”向“个性化定制”升级，融合场景从“单一业态”向“生态协同”演进。这要求打破机构壁垒、数据壁垒与政策壁垒，构建开放协同的场景创新体系。

一是拓展全周期健康服务场

老年人曾使用智能手环、AI健康咨询等服务，较2023年提升22个百分点，科技正在帮助老年人跨越数字鸿沟，享受品质生活。

从供给侧看，科技赋能已成为企业提升效率和服务质量的核心选择。中国商业联合会《2025零售与服务数字化转型白皮书》调研显示，全国3000家商贸企业中82.5%已部署智能客服、无人配送等数字化工具，73.8%反馈客户满意度提升超10%。《2025中国电商AI客服行业发展白皮书》表明，85%电商企业已部署或计划部署AI客服，核心诉求为“降本、提效、合规”。去年9月，淘宝推出基于大模型构建的店小蜜5.0，作为智能客服行业首个Agent原生产品，已有百万商家接入。这些数据印证：科技赋能正在从“可选项”变为“必选项”，成为企业竞争力的关键来源。

宁波路径：构建科技赋能服务消费的创新生态

面对新形势新任务，宁波应坚持“政府搭台、企业唱戏、消费者受益”原则，将港口开放优势、制造基因与数字技术有机融合，强化数据安全与消费者权益保障，促进技术、场景与人的深度耦合，推动服务消费提质扩容。

一是强化政策集成，构建科技赋能的制度支撑。精准对接国家全方位扩大内需、发展服务消费、促进消费提质扩容的相关政策，立足宁波制造业优势与居民消费潜力，完善科技赋能服务消费的政策体系。可设立专项引导基金，重点支持VR文旅、智慧康养、智慧商圈、数字演艺等项目建设。努力打通科技、商务、文旅、卫健等领域

机构建立转诊绿色通道，推广智慧养老模式，通过物联网设备实时监测老人健康状况，发展家庭养老床位、居家适老化改造等场景。打造“运动宁波”场景，发展运动装备、健身培训、体育旅游等产业，支持健身机构开发个性化课程，提供私教服务，满足消费者运动、旅游、健康三重需求。

二是深化数字医疗场景应用。优化互联网医院服务，完善线上问诊、复诊配药、处方流转、药品配送等闭环管理。推广“云医院”模式，实现三甲医院专家资源下沉。发展远程医疗、智慧家医等新型服务，通过智能可穿戴设备实时监测健康数据，提供个性化健康干预方案。

三是重构消费服务场景，满足个性化健康需求。围绕皮肤管理、形体塑造、抗衰修复、头皮护理等领域，支持引进先进技术与设备，强化行业监管与标准建设，培育健康有序的医疗美容市场。规范发展医疗美容场景。针对人口老龄化带来的银发经济需求，发展精准营养、功能食品、健康管理等抗衰老服务。面对出生人口变化趋势，产科医院需从单纯分娩服务向孕产优生、产期保健、产后康复、月子餐食、婴幼儿照护全链条延伸，优化母婴健康服务场景。

四是重构产业融合场景，培育健康消费增长点。依托宁波山海资源与文化底蕴，提升宁海森林温泉、东钱湖旅游度假区等场景的康养功能，发展“健康+文旅”场景。创新“健康+养老”场景，加快养老机构失智专区建设，与医疗



国货消费：释放超大规模市场的消费潜力

阳振林

在全球化与产业链深度融合的今天，国货不再是传统意义上由中国企业拥有、在中国生产制造的商品，而是指由中国资本控股、中国企业运营的品牌所提供的商品与服务，其研发设计、核心技术、品牌溢价、利润留存等价值链高增值环节都主要发生在中国境内，并且承载着中华文化元素，体现东方美学精神，传递当代中国价值观念。2025年中央经济工作会议在部署今年经济工作时，将扩大内需置于首位，明确“坚持内需主导，建设强大国内市场”，扩大优质商品和服务供给，优化“两新”（大规模设备更新和消费品以旧换新）政策实施。这一部署凸显了内需作为支撑经济增长的战略地位，而国货消费是其中的重要环节，有利于促进释放中国超大规模市场的消费潜力。

国货消费是拉动内需的重要引擎

近年来，各类提振消费的政策文件纷纷出台，其中不乏推动国货消费的具体举措，国货消费之所以成为拉动内需的重要引擎，有其深刻的内在逻辑。

一是国货消费能形成收益闭环增值效应。消费是经济循环的终点，也是新起点。国货消费的价值在于“收益留存”效应，形成“消费在内—收益在内—投资在内—就业在内”的完整闭环。当消费者购买国货时，消费支出的乘数效应全部在国内释放，转化为企业研发投入、工人工资收入、上游供应商订单和地方税收。这些留存收益通过再分配，又不断催生新的消费需求，为经济增长提供内生动力。

二是国货消费能激活内需增量市场。提振消费不仅要存量上做文章，更要在增量上找出路。国货消费正以其深厚的文化根基和敏锐的市场嗅觉，成为挖掘内需潜力的新动力。特别是“国潮”产品的爆发，不是在既有蛋糕上切分，而是开辟增量市场，扩大整个消费市场的边界。国货消费通过对新人群、新场景的精准覆盖，将潜在的文化认同转化为现实的购买力，让消费增长获得强劲动能。

三是国货消费可推动产业升级与文化自信互促共进。国货消费通过“需求牵引供给、供给创造需求”的动态平衡，推动产业从“成本优势”转向“价值优势”。同时，消费过程也成为增强文化自信、实现精神富足的过程，形成物质消费与精神满足的双重升级。

国货消费的现状与特征

从市场格局到人群覆盖，从消费逻辑到运行模式，国货正经历着一场深刻的系统性跃迁。

一是国货消费市场规模实现历史性突破。国货消费已跨越单一品类的“爆红”阶段，呈现出从美妆、服装等“前沿阵地”向电子产品、汽车、家

居等全品类纵深推进的“全面开花”态势。相关政策的实际成效明显，2024年至2025年全国家电以旧换新累计达1.92亿台，其中2025年为1.29亿台；通讯器材类国货零售额增速达20.9%。中国化妆品全渠道交易额突破1.1万亿元，国货品牌以57.37%的份额站稳主导地位。家电、手机市场规模均突破万亿元大关，创历史新高。

二是年轻群体成为国货消费主力军。“80后”“90后”“00后”消费增速领跑各年龄段。这一代际特征表明，国货消费已超越单纯的民族情感，成为年轻群体表达文化认同、追求品质生活的重要方式。并且，国货消费正在加速实现从一、二线城市向广阔下沉市场延伸，实现地域维度的全域覆盖。

三是国货消费可实现性价比到品价比再到价值的共鸣。消费者对国货的认知正经历深刻跃迁。5000元以上国产机型市场占有率从2020年的8%跃升至2025年的34%；专业跑者中国产品牌使用率从19%提升至41%。从非遗技艺的活化传承到东方中华优秀传统文与代时尚元素相结合，消费者在为产品付费的同时，也在为文化归属感、审美表达和社会责任认同买单，在消费过程中获得价值共鸣。

宁波推进国货消费升级的实践路径

作为国家制造强国战略的重要支点、长三角南翼经济中心，宁波应立足产业基础与开放优势，从供需两端协同发力，打造国货消费高质量发展的区域样板。

一是深化科技赋能，提升“宁波智造”品质内涵。依托宁波制造业厚实家底，支持智能家电、纺织服装、文体用品等传统消费品企业开展“设备更新+技术改造”，将人工智能、物联网等新技术嵌入产品研发。重点推进方太、奥克斯、公牛等龙头企业建设智能工厂，让宁波国货不仅承载“专精特新”底蕴，更具备科技硬核。通过技术创新筑牢品质根基，在智能家电、户外用品等细分赛道构建国际核心竞争力。

二是发挥港口优势，拓展内外循环双轮驱动。利用宁波舟山港世界第一大港优势，鼓励本土品牌出海拓展增长天花板。支持跨境电商龙头企业搭建海外仓网络，补齐自主品牌出口的售后与渠道短板。深化与中东欧国家经贸合作，推动宁波国货进入欧洲市场，在内外双循环中实现持续跃升。

三是创新场景体验，打造“商文旅体健”融合新地标。持续支持“老字号+新网红”跨界联动，将和丰纱厂、太丰面粉厂等工业遗产打造成沉浸式消费空间。依托老外滩、南塘老街等文化地标，推出“宁波智造”体验中心，展示智能家电、文具、服装等本土品牌；同时，深入挖掘文化底蕴，开发文创衍生品、动漫周边产品等国潮优品，打造一批专属品牌——“宁波IP”。深化“大消费”体系建设，畅通线上线下一体化快速维权通道，让消费者购买宁波国货时更加安心、更有底气。

（作者单位：浙江工商职业技术学院）