

中国发展高层论坛 2026 年年会 “十五五”的中国：高质量发展与共创新机遇

消费增长的新趋势和新机遇专题研讨会 (小组讨论二)

由国务院发展研究中心主办、中国发展研究基金会承办的中国发展高层论坛 2026 年年会，于 2026 年 3 月 22-23 日在北京钓鱼台国宾馆举行。3 月 22 日下午举行了“消费增长的新趋势和新机遇专题研讨会”，其中，小组讨论二的发言嘉宾为上海市副市长卢山，国务院发展研究中心原副主任王一鸣，天丝集团首席执行官许馨雄，上海财经大学校长刘元春，雀巢集团首席执行官费耐睿，京东集团首席执行官许冉。本场会议由国务院发展研究中心宏观经济研究部部长许伟主持。

卢山表示，按照购买力平价计算，中国消费市场规模已居全球首位。作为中国最大的经济中心城市和国际消费中心城市，上海人均可支配收入已突破 9 万元，正处于消费结构加速分化、消费形态深刻重塑的关键期。消费增长的底层逻辑正经历一场从“满足需求”向“创造意义”的深度变革。

卢山用五个鲜活的“上海故事”呈现了这场变革的不同侧面。一是票根经济，以 F1 中国大奖赛为例，一张赛事票根成为串联整座城市消费场景的密钥，带动周边商户营收大幅增长，消费的连接从平台走向实体。二是“文化朝圣”，文化正在成为上海消费的关键变量，上海博物馆的古埃及文明展带动整个城市综合消费超 350 亿元，文化从消费的点缀变为消费升级的开关。三是情绪场景，路易威登在静安区打造的“路易号”商业巨轮，带动南京西路日均客流突破 50 万人次，周边商场销售额翻倍，零售的终极战场从货架转移至用户的内心。

四是定制服务，上海定制正成为表达个性的消费语言，南外滩定制中心凭借高性价比、极速交付和丰富选择，实现成本、效率与品质的完美兼顾。五是从“上海味道”到“舌尖上的联合国”，通过上海环球美食汇等活动，消费者的关注点转向餐酒搭配、食材溯源及文化背景，美食消费正在从满足口腹迈向认知扩张。

2025年，服务消费接近居民消费“半壁江山”。对此，王一鸣表示，第一，中国的服务消费转型与新一轮科技革命形成了历史性交汇。数字智能技术向服务领域广泛渗透，中国即时零售、服务零售等新业态、新模式迅速崛起。第二，中国的居民消费率总体依然偏低，即供强需弱。放在较长时间跨度观察，需求偏弱与中国人口结构变化有关，特别是疫情后发生的一些结构性变化，比如房地产市场的深度调整对消费的影响。第三，服务消费是制约内需扩大的关键因素。调查显示，未来服务消费仍将是支撑中国消费持续增长的基本动力。

王一鸣认为，“十五五”时期将是中国服务消费发展最为迅猛的阶段，推动服务消费发展需要政策发力与深化改革协同发力。他提出，可通过放宽服务业市场准入、清理服务消费领域限制性措施、支持新型服务消费发展、提高公共服务支出占财政支出比重、以服务业为重点推进制度型开放等举措深化改革。中国下一步要继续加大对外开放力度，只要改革举措落实到位，服务消费必将迎来重要战略机遇期。

许馨雄表示，中国经济正在迈向高质量发展新阶段，健康消费已经从可选需求变成刚性需求，随着《“健康中国2030”规划纲要》的深入实施，消费者对健康产品、品质生活的需求将不断升级。针对食品行业助力健康中国建设，他提出四点建议：第一，强化基础研究和应用转化的政策引导，全面提升创新效能，加快培育新质生产力。第二，完善市场监管，让真正投入研发、坚守品质的企业获得市场应有的回报。第三，强化消费政策和场景的创新联动，鼓励消费品企业拓展消费机会，挖掘消费需求。第四，深化制度型开放与产业协同，针对一些新品类、新场景和新模式，出台专项消费激励政策，通过高水平开放，深化中外经贸合作，实现健康饮品产业的高质量发展。

刘元春指出，全社会对消费市场的关注度显著提升，并形成许多共识，包括我国已步入消费升级的关键期、需在供给端打造消费场景、

新兴消费（即时、情绪、价值消费）正成为引领未来的主力等。刘元春认为，纵观过去四十多年的发展，中国经历了三次标志性的消费升级，每一次都与人均 GDP 大幅增长、供给侧产业爆发及体制改革密切相关。

刘元春表示，我国 2025 年人均 GDP 为 13953 美元，相当于 1981 年的美国。对比两国该阶段的消费结构可以发现，我国服务类消费在仍有巨大的结构性追赶空间。医疗健康、计算机与数据处理、外出就餐、金融保险以及文娱休闲等领域，有望成为未来重要的消费增长赛道。刘元春指出，收入依然是影响消费的最基本要素，释放消费潜力、盘活现有消费是核心所在，而技术变革、供给变革则是驱动消费变革的主要推力。

费耐睿表示，雀巢集团始终看好中国经济的增长潜力。展望全球新一轮消费增长浪潮，三大力量正在重塑行业发展格局。第一，科技，尤其是人工智能，正在重新定义消费者发现、选择与体验产品的方式。从高度个性化的产品推荐到实时沉浸式数字互动，人工智能降低了消费触达的门槛。数字化技术的加速发展正在全方位激活全渠道零售的巨大潜力。第二，健康与营养发展势头非常强劲。消费者愈发优先选择契合健康生活，品质更高、更加个性化的产品。这样的消费转变充分反映出人们对于提升日常生活品质的深层次需求，也为那些基于科学研究、品质优良且能不断改善生活方式的产品创造了重大发展机遇。第三，当下的消费愈发受到情感链接、自我表达与个性化体验的驱动。消费者所追寻的能够体现自身价值观、理想追求与身份认同的产品，能够与其产生情感共鸣、提供个性化产品价值的品牌，将引领下一轮消费增长。

许冉认为，中国消费市场的三大驱动力正在汇聚成为经济增长的澎湃动能。一是政策组合拳的力量。以旧换新政策的深化落地、免签政策、多孩家庭支持政策等相互叠加，为全球消费品牌打开中国之门；二是 AI 技术变革的力量。当前 AI 驱动的消费新场景层出不穷，比如，人形机器人的相关消费显著增长，AI 育儿助手、陪伴机器人走进了更多家庭，未来更多机器人消费将在更大程度上带动全社会整体的消费信心；三是下沉市场潜力。这正在为全球品牌带来新的增长机遇，

也成为全球经济增长的新动能。面向未来，京东集团将打造超级供应链，让全球商品流通更加稳定和高效，着力构建开放的 AI 生态，让技术创新惠及每一家企业、每一位消费者。同时，践行 ESG 发展理念，让绿色供应链成为全球可持续发展的共同语言。

（中国发展出版社 撰稿：郭心蕊、马超、麻鑫鑫、宋荟柯；审稿：杨良敏；基金会审核：梁婧姝，张纯）

--背景信息--

中国发展高层论坛由国务院发展研究中心主办，中国发展研究基金会承办。自2000年首次举办以来，论坛坚持“与世界对话，谋共同发展”的宗旨，形成了专业化、高层次的鲜明特色，已成为中国政府高层、全球商界领袖、国际组织和中外学者之间重要的交流对话平台。



中国北京东城区安定门外大街138号
皇城国际中心A座15层

邮编: 100011
电话: 86-10-64255855
传真: 86-10-64255855-8100
网址: www.cdrf.org.cn
电邮: cdrf@cdrf.org.cn

Floor15, Tower a, Imperial International Center, No.138
Andingmen Wai Avenue, Dongcheng District, Beijing, 100011, China

Tel: 86-10-64255855
Fax: 86-10-64255855-8100
Website: www.cdrf.org.cn
E-mail: cdrf@cdrf.org.cn