

■聚焦《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》

社零总额5年冲刺10万亿元增量 哪些消费赛道将率先受益？

◎记者 宋薇萍 曾庆恰

商务部等七部门日前联合印发的《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》(下称“意见”)提出,到2030年,社会消费品零售总额达60万亿元左右。

受此提振,9月1日,A股市场消费板块回暖,食品饮料、零售等大消费板块领涨。

商务部国内贸易专家、北京工商大学商业经济研究所所长洪涛对上海证券报记者表示,2025年,社会消费品零售总额为50.1万亿元,这意味着,未来5年消费市场将冲刺近10万亿元增量。绿色消费、智能消费、健康消费,叠加大宗耐用商品(汽车/家电/家居)全链条升级与“一老一小”特色消费,构成未来5年政策支持的主线。

三大领域将率先受益

国盛证券首席经济学家熊园表示,意见更注重中长期促消费机制培育,聚焦破除流通堵点、完善回收体系、建设城乡流通载体、标准升级、消费金融贴息、品牌培育等制度型工具,从商品端和服务端双线发力,将银发经济、国潮消费等延伸至实物商品赛道。

中信证券首席经济学家明明认为,意见聚焦汽车、家电、通讯器材、纺织服装等主线,以及绿色、智能、健康等升级方向,受益板块包括新能源整车与核心部件、充换电运营、智能家居及家电龙头、消费电子与AI终端、二手流通和回收拆解、健康食品与银发适老产品等。

申万宏源研究所政策研究室分析称,“十五五”时期商品消费需求有望逐步释放,结构不断优化升级,三大产业将率先受益。

一是大宗耐用消费品产业。汽车全产业链、二手车、汽车后市场、智能家居、家电换新迎来新机遇。中国汽车工业协会数据显示,2020年至2025年,汽车后市场维保产值维持在1万亿元至1.2万亿元,全国汽车保有量超过3.7亿辆,新能源车为后市注入新活力,改装、维修保养、赛事运动、房车露营等领域有望受益。家电方面,今年财政部下达消费品以旧换新资金1875亿元,带动相关商品销售额约1.32万亿元,惠及1.78亿人次,智能家居会持续受益。

二是民生特色消费产业。相关政策重点布局“一老一小”刚需赛道,针对银发人群的衣(运动服饰与黄金珠宝)、食(健康食品和功能食品)、住(养老陪护机器人、健康管理医疗器械)、行(银发休闲游)等健康管理、品质消费、情绪价值管理领域将受益。

三是高端升级消费产业。AI硬件、绿色产品、健康消费等有望实现产业发展与政策支持的共振。

企业抢抓“智能+绿色”双风口

“家电家居适老化行业横跨多个维度,既承担着扩内需‘压舱石’角色,又站上了智能、绿色、健康消费升级的风口。对家电家居适老化行业而言,意见释放的信号非常明确。”京东电器上海分公司总经理付蓉表示。

据介绍,京东电器、京东MALL已联动家电、家居、3C数码领域头部品牌与正规服务商,从供给端、服务端、场景端同步发力,推出专项补贴、优惠套餐与定制化服务,持续加大节能家电、智能穿戴、智能家居等产品供给,同时深耕下沉市场与商业网络,释放全域消费活力。

赢商大数据显示:去年以来,时尚生活赛道整体发展势头向好,潮流数码、IP主题门店、户外用品已连续5个季度保持开店态势,其中2026年二季度户外用品门店净开店率进一步提升至7.69%;超市业态回暖态势明显,2026二季度大型综合超市门店净增量位居全业态首位;体育运动类门店净开店率持续走高,主要由健身会所、专业球馆、攀岩等品类积极拓店带动。

永辉超市CEO王守诚认为,零售行业将迎来品质升级的存量转化、场景创新的体验增量、自有品牌和供应链升级的价值增量,以及社区和县域市场的覆盖增量。门店正从单一售卖场所升级为“购物+餐饮+体验”的家庭消费场景。

大润发母公司高鑫零售表示,将依托线上新零售能力,推动供给向“商品+服务”升级,打通家庭日常消费多元场景。

时装品牌之禾相关负责人表示,高端消费仍有未被充分满足的需求,公司将持续推动产品创新、文化表达和国际化布局,把握消费结构升级机遇。

爱婴室集团董事、高级副总裁高岷表示,公司将把握相关机遇:一是扩大上下游企业的整合,以更高效的方式将优质、高性价比的商品送到消费者手中;二是加速面向消费者端(2C)渠道建设,发挥渠道优势,反哺产品创新。

经济学家、万博新经济研究院院长滕泰表示,从经济学原理看,消费取决于居民收入增长、利率水平和社会保障水平。除各领域促消费措施外,提高居民收入、改善民生社保、推动实际利率降低等工作同样重要,应多措并举增加消费支出总量。



三大产业有望率先受益

■大宗耐用消费品产业

汽车全产业链、二手车、汽车后市场、智能家居、家电换新

■民生特色消费产业

针对银发人群的衣(运动服饰与黄金珠宝)、食(健康食品和功能食品)、住(养老陪护机器人、健康管理医疗器械)、行(银发休闲游)等

■高端升级消费产业

AI硬件、绿色产品、健康消费

郭晨凯 制图

完善标准与渠道破局 政策支持AI终端产品发力“一老一小”

◎记者 柴刘斌

从能“对话”的智能眼镜到会“思考”的家庭机器人,AI终端产品正加速走进大众生活。《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》(下称“意见”)提出,加快人工智能手机和电脑、智能穿戴设备、智能机器人、智能家居等产品推广应用。

当前,在供给端加速创新迭代、需求端补贴精准拉动的多重利好下,AI终端产业正迎来新的增长机遇。从“一老一小”民生赛道到数据安全新兴领域,A股公司纷纷加码布局。

完善标准与渠道破局

当前,智能消费领域正沿着三大方向协同推进:供给端加速AI终端创新迭代,需求端通过补贴与场景培育拉动市场,标准端则为智能消费规模化护航。

随着AI终端产业发展,行业标准的约束与引导作用愈发凸显。5月,《人工智能终端智能化分级》系列国家标准发布,涉及移动终端、眼镜、耳机等多种智能终端产品。其中,针对眼镜的L3辅助级产品,明确要求具备复杂意图理解、链式推理及长期记忆、动态规划任务等高级智能化能力。

“品牌智能眼镜要给工业和信息化部做检测,如果不符合标准,明年起将无法售卖。”一家AI眼镜公司相关负责人表示向上海证券报记者透露,随着AI眼镜相关标准体系加速完善,公司正积极推进新品

研发,主要围绕隐私保护、智能化功能进行升级优化。

雷鸟创新表示:“当前,消费级AR眼镜行业正处于高速发展阶段,要构建涵盖光学、硬件、AI、隐私等多维度的标准体系。以光学显示为例,‘无感显示’要达到什么样的程度,镜片透光率、纯净度、色差、防彩虹纹、漏光等方面具体数据维度应该是什么样的?需要有更具体的数据来引导产品优化和行业进步。”

与此同时,新品触达消费者的现实难题摆在行业面前。AI眼镜、服务机器人等新品高度依赖线下体验,但线下门店建设运营成本高昂,缺少常态化体验阵地。

针对这一痛点,意见提出,布局建设“人工智能+消费”集聚区和集合店、人工智能应用体验中心等消费基础设施。

已有上市公司率先布局智能消费体验场景。例如,王府井近期表示,消费者在公司旗下王府井喜悦购物中心等项目中,可体验AI智能交互类商品及服务。数据显示,2025年公司数码家电品类销售额同比增长逾10%。

“一老一小”成为产业布局重点

AI终端产业中,“一老一小”细分市场成为产业布局重点。意见提出,加强关键技术和核心部件研发,扩大脑机融合、人工智能等技术在适老化产品、康复辅助器具产品等领域应用。

当前,A股上市公司加速布局银发经

济赛道,例如:可靠股份以“AI+银发”为核心抓手,逐步搭建覆盖护理产品、健康服务、智能科技的银发产业生态体系,公司8月宣布将合作布局AI护理机器人领域;拓邦股份于6月发布行业首款跃伴·如厕机器人,聚焦老龄群体与失能人士的如厕刚需痛点。

华泰证券研报提出,大模型端侧化使千元级产品具备可接受的交互能力,执行器、传感器国产化推动BOM(物料清单)成本持续下行。中国企业在“硬件+渠道+生态”的综合能力上具备优势,家电和安防龙头可复用现有用户基础与家庭设备连接体系,推动机器人从单一陪伴硬件升级为家庭入口。行业竞争重点已从模型能力本身转向渠道、生态、交互入口与量产能力的综合比拼。

在儿童消费方向,AI益智陪伴玩具正成为一条快速崛起的细分赛道。例如:实丰文化已构建起以AI飞兔、AI魔法星为代表的AI陪伴产品矩阵;汤姆猫推出了AI情感陪伴机器人及随身AI产品;奥飞娱乐重点打造超级飞侠AI拍学机、AI闹钟等产品。

此外,AI手机、AI PC、家庭机器人等智能终端大规模普及,让数据隐私与设备安全成为产业不可忽视的环节,正成为多家上市公司的新业务方向。例如,国民技术推出了国内国际双合规的AI Agent可信计算安全方案,为AI Agent与算力基础设施构建“不可伪造、不可篡改、不可窃取、不可抵赖”的底层安全屏障。

房车露营等需求旺盛 汽车后市场潜力将获充分挖掘

◎记者 俞立严

汽车后市场的消费潜力有望被进一步挖掘。《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》(下称“意见”)提出,深入推进汽车流通消费改革试点,加快破除汽车流通消费领域不合理限制性措施,创新汽车使用管理模式,全链条扩大汽车消费。培育壮大汽车后市场,支持发展汽车改装、维修保养、赛事运动、房车露营,建立传统经典车认定和管理制度。

上海证券报记者近日采访获悉,汽车后市场消费作为围绕汽车使用而产生的全周期性消费,对拉动居民消费升级、激发经营主体活力、推动汽车产业转型发挥着重要作用:一方面,大量车辆进入维修保养等高频周期,刚性服务需求持续释放;另一方面,个性化需求快速增长,汽车文化消费开始发力,汽车后市场的细分赛道开始起步。

推动汽车后市场扩容

意见提出,在汽车后市场扩容方面,鼓励汽车改装、维修保养、汽车赛事运动、房车露营等业态发展,建立传统经典车认定与管理制

度。商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所研究员董超介绍,我国是全球汽车保有量第一大国,车龄7年以上的乘用

车占比突破50%,越来越多的车辆进入维修保养、零部件更换、置换升级的高频周期,刚性服务需求持续释放。同时,二手车流通持续活跃,跨区域交易比例不断提高;汽车改装、汽车美容等个性化需求快速增长;房车露营、汽车赛事、自驾游等“汽车+文旅”“汽车+体育”融合业态方兴未艾,汽车文化消费开始发力。

同济大学汽车与能源学院汽车产业与技术战略研究中心主任王宁介绍,2025年汽车改装市场规模突破1600亿元,2026年一季度同比增长23.5%,改装正成为汽车后市场新的增长点。汽车改装需求由单一性能向多元场景拓展,如外观改装、内饰升级、性能调校、智能科技等。

汽车行业分析师韩松林则表示,房车露营消费市场需求旺盛,发展潜力较大。随着房车露营逐渐成为一种时尚,从整车到配套设施的相关产业链有望迎来更大的发展空间。

不过,与成熟市场相比,我国汽车后市场在产业链价值中的占比仍偏低,且部分领域“小散乱”特征明显,服务质量参差不齐,消费者信任度不高。对于行业和参与企业而言,未来还有巨大的发展空间。

企业加码汽车后市场业务

部分企业已开始受益于汽车后市场

业务。

港交所公司途虎发布的2026年中期业绩报告显示:上半年,途虎实现总收入87.8亿元,同比增长11.4%;经调整净利润2.4亿元;途虎养车门店网络扩张至8825家。

“目前,汽车改装行业正处于从‘野蛮生长’向‘规范发展’转型的关键节点。”途虎养车相关负责人介绍,途虎近期已上线外观改装、内饰改装、电子改装等服务项目。在服务保障方面,途虎通过打造“线上下单—透明施工”的全流程服务体系,让改装从“想改不敢改”变成“敢改,会改,省心改”。

在8月举办的2026成都车展上,露营帐篷、尾门厨房、营地监测、外放电等配置产品亮相,越来越多汽车产品开始围绕户外、旅行等具体生活场景进行设计。

华为常务董事余承东近期在社交平台分享了华为与北汽蓝谷合作的享界G9户外场景实拍图,直观展示了这款新车专门优化的户外露营功能。从国家知识产权局公开的备案信息来看,华为在4月正式提交了这套集成式升顶帐篷的相关专利申请。业内专家表示,华为在汽车领域的动作具有一定的前瞻性,其对户外露营车型的开发,将带动更多车企推出相关车型和配套产品。

AI竞争从“拼模型” 转向“拼交付” 服务商能力体系逐步形成

◎记者 李雁争 罗茂林

工业和信息化部8月31日印发《关于开展人工智能应用服务商培育专项行动的通知》,正式启动人工智能应用服务商培育专项行动。通知明确,到2026年底全国服务商资源池内服务商数量突破2000家,到2027年底不少于3000家,支撑形成全要素协同、全链条贯通、全场景覆盖的人工智能应用服务生态。

业内人士表示,此举标志着人工智能产业重心正从技术研发攻坚转向规模化产业落地,竞争从“拼模型”转向“拼交付”。

AI竞争从“拼模型”转向“拼交付”

所谓人工智能应用服务商,是指围绕用户单位智能化需求,提供人工智能解决方案咨询规划、交付实施、运营管理、安全治理等服务的企业或机构。当前,我国已涌现一批人工智能应用服务商,但仍面临资源底数不明、交付水平不均、商业闭环不通、服务生态不壮等痛点问题。

中国通信业知名观察家项立刚认为,开展专项行动意味着人工智能产业的竞争重点正从单一模型能力,进一步延伸至行业理解、系统集成和持续运营。模型能不能进入真实业务流程、能不能稳定产生价值,正在成为检验人工智能企业能力的新标尺。

深演智能创始人、董事长兼CEO黄晓南表示,开展专项行动释放出“人工智能+”从模型供给端加快转向应用交付端的信号,“企业并不缺少模型,真正稀缺的是能够将多模型、多数据源与业务KPI有效连接,并推动人工智能进入实际决策流程的交付型服务商”。

商汤科技相关负责人也认为,人工智能产业竞争重心正加速转向真实场景的规模化应用和结果交付,“通知提出加大大模型、智能体、词元等服务采购力度,有望进一步激活企业用模智需求,推动行业从项目制走向更加标准化、可复用、可持续的服务模式”。

StartLux联合创始人兼CTO郭柯玮认为,通知最值得关注的变化,是进一步明确人工智能产业正在从“技术验证”走向“规模应用”。“下一阶段真正拉开差距的,不再只是参数有多大、模型有多强,而是谁能让人工智能稳定进入真实场景、持续解决问题,并最终成为个人和企业日常工作的一部分。”郭柯玮说。

服务商能力体系逐步形成

企业层面,一批服务商已形成与政策要求高度匹配的能力体系。

拓尔思数字经济研究院副院长文雅表示,公司在数据资源、开放接口、安全合规、场景落地等方面已形成完整能力,200万高质量通用词元数据资源、日均20万次以上API调用的标准化开放通道已跑通,可直接对接服务商资源池建设。

用友网络董秘齐麟表示,开展专项行动是落实“人工智能+”行动、培育壮大新质生产力的核心抓手,企业数智化进入以“智能化”为重心的下半场。“人工智能通过为企业和员工增强智能,放大企业和员工的能力,助力企业提效、降本、控险、增长、升维。”齐麟认为,人工智能产业不是单一模型竞赛,而是产业生态的协同竞合,用友将打通技术底座、行业认知、安全管控、交付落地全链路核心能力,助力千行百业实现人工智能深度应用与价值落地。

赛目科技董事长胡大林认为,此次专项行动有望为企业带来三重推动:一是纳入全国服务商资源池,加速技术成果落地;二是参与人工智能应用服务团,形成一体化交付能力,增强服务竞争力;三是算力券等要素保障工具,能够有效支撑服务供给能力。他透露,赛目已联合上下游合作伙伴开展“智能汽车+低空+具身智能”全场景安全合作,将积极把握机遇,加速迈向物理人工智能新征程。

算力数据安全筑牢产业底座

人工智能应用规模扩大,也对算力、数据和安全治理提出更高要求。国联民生证券研究所副总经理、海外研究首席分析师孔馨表示,专项行动既涉及词元平台、算力平台、数据中心等基础设施,也指向企业级人工智能应用,“企业应用要先处理好数据;随着更多数据上云、智能化程度加深,数据安全和系统安全的要求也会越来越高”。

通知部署了四项重点任务:一是摸底数,建立服务商资源池,下辖国家人工智能产业创新应用先导区的省份到2027年底本地区资源池内企业数量应不少于100家;二是强能力,提升服务供给水平,推动组建“模数共振”“算力协同”等类型的人工智能应用服务团;三是促闭环,推动规模化应用,鼓励打造“小快轻准”的模块化标准化解决方案;四是壮生态,加强支撑保障,用好“算力券”等政策工具降低算力成本,发展前线部署工程师(FDE)团队。

为推动专项行动落地,工业和信息化部正加快制定人工智能应用服务商相关标准,已组织编制总体要求、成熟度评估、FDE分级能力要求等国家、行业标准,并将适时建立服务商资源池线上平台。