

新业态、新技术——

数字消费生活新体验

本报记者 李贞



2021年12月21日，河北省邢台市柏乡县职教中心组织学生到该县博众众创空间“电商直播间”实训直播带货。

栗剑兵摄（人民视觉）

日前，国务院印发《“十四五”数字经济发展规划》，明确了“十四五”时期推动数字经济健康发展的指导思想、基本原则、发展目标、重点任务和保障措施。在提到打造智慧共享的新型数字生活时，《规划》提到“培育一批新型消费示范城市和领先企业”“培养全民数字消费意识和习惯”。

根据中国信息通信研究院去年发布的《中国数字经济发展白皮书》，2020年中国数字经济规模达到39.2万亿元，占GDP的38.6%，居世界第二位；增速同比上升9.7%，位居全球第一。这标志着数字经济产业已成为中国经济稳定增长的重要引擎。

其中，数字消费是推动中国数字经济发展的关键动力，也是促进国内需求加快恢复、持续扩大的重要力量。近年来，以网络购物、网络直播、数字文化、在线医疗等为代表的数字消费新业态、新模式迅猛发展，深刻改变着人们的消费习惯。无论在城市还是乡村，数字消费亮点频现，各项新技术加速落地应用，发展前景令人期待。

催生新业态 助力城市空间改造

“数字消费是指消费市场针对商品的数字内涵而发生的消费。”清华大学互联网产业研究院院长、清华大学经济管理学院教授朱岩认为，数字经济时代，无论是工程机械还是日用百货，都需要具备数字内涵、文化内涵。当产品被赋予数字性能之后，消费模式就会相应发生很多改变，继而给市场注入新的活力，给企业带来新的发展机会。

许多城市已经看到数字消费潜力，大力支持相关新业态的发展。年逾八旬的浙江省宁波市市民张林，患有高血压，并发肾功能减弱。

去年，家人为他注册了“宁波云医院”系统，能够在线预约专家医生云问诊。到了约定时间，张林在家中通过视频和医生讲述自己的症状。医生调阅他的健康档案，结合确诊信息，开出了电子处方并将处方提交至“云端”。一天后，张林收到了配送到家的控制高血压的药物，很轻松就完成了问诊。

除了在线医疗，宁波市还在去年10月举办的信息消费体验日活动上，展示了27项数字消费体验互动项目，涉及通信、医疗、民生、金融、娱乐等消费场景；并发布了宁波移动天宁旗舰店、宁波市智慧城市科技馆等13个市级信息消费体验中心，培育引导市民数字消费。宁波市经信局有关负责人表示，打造信息消费体验中心，不仅能提供丰富的数字生活新体验、促进数字消费发展，还能带动信息技术产品、服务加快向产业链高端迈进，提升百姓在信息消费领域的获得感、幸福感、安全感。

数字消费还能够推动城市空间的升级改造。

北京市东城区隆福大厦，这座昔日的百货商场如今已成为了“文化+科技”深度融合的消费新地标。书店、美术馆、精品咖啡店、潮流艺术市集……老建筑转身变为时尚的网红打卡地，科技化、数字化、智能化与文化体验消费在此完美融合。将于今年开业的隆福寺街区修缮更新二期项目之一——长虹影院，包括飞行影院、“走入中国”、文创体验区三大功能区。北京隆福文创商业管理有限公司相关负责人全韬介绍，改造后的长虹影院将成为一个全新的飞行影院，设置70座动感座椅和巨型球幕，悬空式动感飞行平台可将乘客的座椅推进巨大球幕中，创造沉浸式的文娱体验。此外，长虹影院还计划在外立面安装曲面裸眼3D屏幕，进一步增加建筑的科技感。

北京市经济和信息化局副局长陈焕文表示，在加速构建数字消费全新场景方面，北京市将在重点区域积极培育不少于15个信息消费体验中心。布局无人零售、智慧零售等新零售技术与传统零售业的融合示范，推动智慧停车、无人驾驶出租车等新型数字化出行服务，构建新型消费服务场景。

扩大覆盖面 拉动乡村消费升级

数字消费也成为撬动乡村消费升级、助力乡村振兴的重要抓手。

“没想到这么方便，碰一碰就付钱了！”江苏省苏州市相城区望亭镇迎湖村村民沈才珍，拿着数字人民币实体卡在超市买了样日用品后表示，“尝鲜”数字人民币让她感到很高兴。

去年10月，迎湖村搭上数字经济快车，在农家乐、酒店、超市等商户设置多个数字人民币消费场景，

还陆续向村民发放近千张数字人民币实体卡，让更多村民能零距离接触数字人民币，体验到数字消费的便利。

如今，随着数字乡村建设的推进，农村地区数字消费增长迅速，城乡差异不断变小。以网络购物为例，2014年，中国农村网络零售额为1800亿元；到2020年，已增至1.79万亿元。全国建设县级电商公共服务和物流配送中心2000多个，村级电商服务站超过13万个。快递网点已覆盖全国3万多个乡镇，覆盖率达97.6%。

数字消费在乡村的普及，让村民们享受到更丰富、优质的商品，收获了更好的购物体验。“以前给孩子买奶粉，要骑摩托车到镇上，好麻烦，品牌又少。现在手机上网，一下就买了，邮政还能给送到家里来。”湖南省衡阳市衡东县江坪村村民李美珠的儿子、儿媳都在外地工作，她在老家带着孙子和孙女生活。前几年，村里里卖母婴用品的商店很少，为了不耽误孩子吃的用的，李美珠学会了网购。“现在，看短视频、从直播间

下单领优惠，我都能操作明白。越买越熟练，我还帮村里其他老年人‘代购’，大家一起拼单，实惠更多了！”

在村民消费习惯和消费结构发生转变的同时，还有越来越多乡村借力数字消费需求，走出了致富增收的新路子。

贵州省遵义市正安县瑞濠村，在周围人的口中，更响亮的名字是“吉他淘宝村”。这个地处山区的村庄曾深陷贫困。村民唐玉江记得，自家最困难的时候，种庄稼的种子都要借钱买。但后来，县里兴起了吉他产业，并通过电商平台打开销路，每年有几十万把吉他从这里走向世界。2020年初，正安县正式脱贫。商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇表示，正是因为电子商务改变了传统经济布局，才促成了瑞濠村的蜕变。

瑞濠村的变化并非个例。根据阿里研究院制定的标准，在农村地区，以行政村为单元，电子商务年销售额达到1000万元，本村活跃网店数量达



1月6日，山东省临沂市临沂商城节庆用品专业批发市场内，一位主播正在通过直播带货销售春节饰品。

许传宝摄（人民视觉）



2021年11月5日，在江苏省镇江市官塘桥街道，江苏大学志愿者在指导老年人学习使用智能手机上网购物技能。

石玉成摄（人民视觉）

专家观点

数字消费打开内需增长新空间

——访商务部研究院国际市场研究所所长许英明

当前，数字消费已成为中国经济实现新旧动能转换的巨大推动力之一。接下来数字消费会向哪些领域进行拓展？该如何打造更安全可信、公平有序的数字消费环境？就这些问题，本报记者近日采访了商务部研究院国际市场研究所所长许英明，他对此做出相关解答。

问：随着数字消费范围的不断扩大，未来数字消费会有哪些新的拓展空间？

许英明：在全球新冠肺炎疫情反复的背景下，线下消费仍然受限，线上消费渠道比重快速提升，以网络购物、直播、视频、娱乐和数字文化、在线医疗等为代表的数字消费新业态新模式持续发展，其在居民日常消费过程中的地位日益重要。未来，数字消费主要是向数字内容服务消费、传统消费数字化赋能和下沉市场数字消费潜力等方

面拓展。

向数字内容服务消费拓展。随着数字消费带来的参与感、仪式感和幸福感的提升，以及数字化渠道的多样化和多元化，消费者对可穿戴设备、智能健身器材等数字服务和产品的需求会进一步提升。

向传统消费数字化赋能拓展。传统商业企业和商圈将进一步顺应数字化发展趋势，加强数字化、信息化等新技术的应用推广，进行智能化改造，持续打造沉浸式、体验式、互动式消费场景，涌现出更多智慧商店、智慧餐厅、无接触配送、情景式消费等新业态、新模式、新场景、新体验。

向下沉市场数字消费潜力拓展。以广大乡镇和农村为代表的下沉市场是新一轮消费升级的主战场。目前，在下沉市场，智能手机已成为新消费工具，电商和直播已成为新

消费渠道，数字有望成为新消费内容。随着乡村振兴战略的实施，农村数字化基础设施将逐步完善，农产品可电商化水平将大幅提高，下沉市场的数字产品和服务需求将得到进一步激发。

问：随着人们对数字消费的安全意识、维权意识日益增强，应从哪些方面打造更安全可信、公平有序的数字消费环境？

许英明：安全可信、公平有序的数字消费环境是推动数字消费市场健康发展的保障。可以从创新数字消费监管方式、畅通生产—流通—消费循环、强化数据安全和隐私保护等方面更好维护数字消费秩序、构建数字消费生态、保护消费者合法权益。

创新数字消费监管方式，维护数字消费秩序。针对数字消费与传统消费在商业模式和监管难度等方面的差异，围绕数据、竞争、平台等领域，根据《反不正当竞争法》

《电子商务法》《数据安全法》《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》等法律法规，健全行业标准，推动数字化赋能监管方式，创新信用监管、标准监管和风险监管方式，打造更为公平的市场竞争环境。

畅通生产—流通—消费循环，构建数字消费生态。开展数字化转型赋能行动，推动电子商务技术创新，促进数据资源赋能实体经济。开展“数商兴农”行动，推动电商与快递物流协同发展，提升新型消费基础设施通达性。开展消费数字化升级行动，培育消费新模式新业态，促进品牌消费、品质消费等。

加强数据安全和隐私保护，保障消费者权益。针对信息不对称、算法设局、数字鸿沟等可能成为侵害消费者权益的途径，利用大数据、人工智能、云计算等数字化工具，进一步规范和监督相关主体的数据收集、存储、传输和使用行为，同时，充分发挥行业

组织作用推动行业自律，并加大对违法违规和侵害消费者行为的惩处力度，形成对不法行为足够的震慑力。

问：在新的一年里，数字消费发展趋势如何，将在哪些方面承担更大的作用？

许英明：数字经济正改变人们消费理念、行为和行动。在数字化助力下，更多高质量的商品和服务供给，将更好满足和激发消费者对美好生活的向往和需求。

2022年，促进数字消费将成为北京、上海、广州、天津、重庆等国际消费中心城市建设的重要内容，沉浸式体验、AR购物、跨界融合服务等情景式、场景化的数字消费将持续快速发展，进一步提升消费品质、引领消费趋势、促进消费升级。

2022年，数字消费仍将成为新型消费的亮点，在数字化技术的支持下，进一步推动消费供给的优化、消费体验的提升、消费仪式感和幸福感的增加，助力消费回暖。

2022年，数字消费将打开内需增长的新空间，持续增强消费对经济发展的基础性作用，可为中国稳定国内消费、推动经济持续复苏、构建新发展格局等方面承担更大作用。

（采访整理 本报记者 李贞）