

近日，中国互联网络信息中心政策与国际合作所发布《数字消费发展报告(2025)》(以下简称《报告》)。《报告》显示，2025年上半年我国数字消费总额达9.37万亿元，数字消费用户规模突破9.58亿人，数字消费正成为消费的重要动能。

数字消费包括数字产品消费、数

字服务消费、数字内容消费以及通过数字渠道实现的消费。下单即时配送、选购智能家居、在智慧商圈购物、跟着“AI导游”参观博物馆……多样化的数字消费场景，越来越高频地出现在人们的日常生活中。作为消费新业态，数字消费不断拓展消费空间。

消费群体更加多元

《报告》显示，2025年上半年，基于商品、服务和内容的数字消费规模达9.37万亿元，占居民消费支出总额的46.5%。其中，实物商品数字消费额占比66.3%，数字服务消费额占比29.2%，数字内容消费额占比4.5%。数字消费用户规模突破9.58亿人，占网民总数的85.3%、全国总人口的68.1%。

从用户结构看，“Z世代”数字消费用户2.61亿人，占比达27.2%，是智能商品、数字内容和情绪消费主力；60岁及以上“银发族”数字消费用户1.17亿人，占比达12.2%，既热衷比价，也会在直播间冲动消费；农村数字消费用户2.49亿人，占比达26.0%，在线上参与消费补贴的比例与城镇地区基本持平。

随着互联网技术红利不断惠及全体人民，数字消费用户群体不断打破年龄、性别、地域等因素限制，出现了90后、00后、“银发族”、女性群体和农村群体等数字消费新势力。

“现在我妈和她舞蹈队的姐妹们，都是在网上购买舞蹈服、运动鞋、音箱等，操作非常熟练。”对于数字消费用户扩展到农村和老年群体，在北京工作的小郭感受很深，她说，以前在河南许昌老家的母亲常常让她帮忙网购，现在已经学会使用多个电商平台，自己就能在直播间下单、团购优惠券、聚餐时点外卖等。

像小郭的母亲一样，在县域、乡村，不少居民已经养成了数字消费的习惯，享受即时配送的便利。这离不开“县县通千兆、乡乡通5G、村村通宽带”等数字技术供给能力的提升，离不开我国农村电商服务体系的基本形成。

中国社会科学院大学应用经济学院教授李勇坚认为，数字技术与消费场景融合，推动消费本地化，吸引越来越多小镇青年选择返乡就业创业。新农人具有新的消费理念与经营理念，有效释放了县域市场的消费需求。越来越多县域市场逐步实现规范化、特色化和数字化发展。

《报告》显示，当前用户的数字消费理念呈现理性与感性并存、实用与体验交融等融合特征。一是性价比和品质并重，数字消费用户既重视基础类商品性价比，也乐于为品质和情绪付费。71.1%的网购用户网购前会进行比价，55.6%的网购用户愿意在能力范围内购买最好的，60.6%的用户愿为兴趣爱好和情绪价值支付溢价。

二是新品与二手共荣，1.64亿用户通过电商平台参与“以旧换新”，1.43亿用户在网上进行二手消费，闲置经济规模突破万亿元。三是即时与体验消费互补，即时零售从生鲜扩展到应急药品、节日礼品，覆盖全时段、全地域；体验消费则通过沉浸式数字演出、云直播等场景，推动数字消费从商品交易向体验消费延伸。

细分领域表现亮眼

在最近播出的国产3D动画《凡人修仙传》第170集的片尾，出现了一份长达19分钟的致谢名单，参与最新一期周边众筹的约8万名用户ID被逐一列出，与制作人员名单共同滚动。

这一备受关注的致谢名单，源于该系列动画在B站发起的周边众筹项目。据了解，B站会员购平台上“万维猫动画·凡人·重返天南系列众筹”项目上线时间为2025年8月16日，当天恰逢动画播出关键剧情，项目组瞄准这一时机，成功将观众的观剧热情转化为消费动力：上线仅29.5小时，众筹数额即突破1000万元。到2025年11月17日零点众筹结束，金额最终定格在超4025万元，成为国产动画IP衍生品众筹新晋冠军。

《凡人修仙传》众筹破纪录，是谷子经济快速发展的生动注脚。这种以二次元文化IP如动漫、游戏、小说、漫画等为核心的原创设计周边商品消费形态，正呈现出蓬勃发展态势。《报告》显示，2025年以来，谷子经济与宠物消费借助数字媒体传播逐步进入大众视野，展现出强大的消费动能。网购盲盒、IP周边、二次元产品的用户规模超9000万人。

谷子以其独特的创意、精湛的设计与丰富的文化内涵，满足了消费者对文化消费的需求，体现了文化创意与数字经济的相互融合，显示出较好的市场潜力和发展前景。目前国内已有超20个一、二线城市60多个核心商圈在打造二次元消费城市地标，如北京王府井喜悦购物中心的地下二层改造后成了二次元主题空间，被网友列进北京“吃谷”必打卡名单；安徽合肥的百盛购物中心集中了20余家二次元品牌店铺，占商场总面积2/5的谷子店和不定期举办的各类主题活动，让这个老牌商场成了火爆的“吃谷地”；河南郑州的大上海城，动漫IP首发首秀首展活动接连不断，已成为“二次元浓度”很高的商场，打开了商业新空间。

业内人士指出，谷子经济还推动了餐饮、影院等传统业态与二次元IP联动，衍生出多种“泛二次元”业态，特别是优质品牌的首发首秀首展效应，有望将“尝鲜消费”转化成长线消费。

数字消费展现强劲动能

本报记者 叶子

数字消费应用场景不断“上新”，吸引着消费者“买买买”。《报告》显示，2025年以来，数字消费在多个细分领域表现亮眼。如“人工智能+消费”升温，2025年上半年，45%的网购用户购买过智能家居、数码、可穿戴设备等智能产品，虚拟偶像、数字人等新业态加速兴起，不断开拓新的数字消费场景。又如文化传承“国潮化”，数字化工坊、“非遗+电商”等模式推动汉服、传统文化文创产品热销，非遗元素渗透到



美妆、餐饮等日常消费场景。2025年上半年，我国在线餐饮外卖消费额过万亿元，在线医疗、在线教育及在线家政等数字民生服务消费额超过5000亿元。

AI驱动作用明显

“戴上这个，听歌可以看歌词了，外出可以导航，还能翻译，感觉挺实用的。”刚刚过去的周末，北京市民程先生在北京西三旗万象汇体验了一款AI眼镜，他了解到，现在的AI眼镜不仅接入了大模型，有着更多功能，还可以适配近视度数和散光，这样就可以日常佩戴。

从AI眼镜到AI手机，从AR试妆机到机器人6S店，人工智能热潮对数字消费产生了深刻影响，带有智慧元素的产品与服务不断“上新”。2025年，AI手机、AI电脑、AI眼镜等人工智能终端已超百款，数字产品领域标杆产品密集突破。在人工智能等新技术的驱动下，数字消费已广泛渗透至居民的衣食住行、社交娱乐、健康学习、文化旅游等各方面。

第一次到陕西的内蒙古游客邓娜，在AI的帮助下做好了行程攻略。“行程顺利进行，是因为手机里有个可爱的棕色大熊猫‘导游’。”邓娜说的大熊猫导游叫“小七”，是“游陕西”线上平台

的AI伴游助手，以秦岭棕色大熊猫“小七”为原型。出发前，邓娜在“游陕西”微信小程序里输入出行人数、预算、旅游偏好等关键信息，AI伴游助手自动为她规划好了行程。

邓娜说，AI伴游助手提供的旅游攻略，不仅有推荐景点，还提供路线规划、费用估算、本地人评价等。针对很火爆的陕西历史博物馆，还附有预约游览指南，帮了大忙。“我用小程序里自动弹出的优惠券购买景点和演出门票，还省了一顿饭的钱，这种体验太棒了。”旅行结束后，邓娜在社交平台分享一路的高效与便利。

“小七”的“聪明”离不开陕西推出的省级文旅大模型“博观”。以“博观”为基础，陕文投集团开发“文旅+AI”四大场景应用，其中之一便是为游客打造的文旅出行智能助手。作为文旅行业垂直大模型，可以做到“千人千面”的行程规划，为每一位游客提供更实用更具体的服务。

中国信息通信研究院产业与规划研究所所长徐志发指出，人工智能技术加速推动消费走向智能驱动，向智能交互、主动适配、场景融通、虚实融合等方向变革，“AI+消费”引发消费者广泛关注。相关调查显示，88.4%的受访者对AI技术在消费领域应用表示期待，年轻群体的期待比例更是超过90%。

为释放多样化、差异化数字

消费潜力，发展新型消费，推动消费提质升级，2025年9月，商务部等八部门联合印发《关于大力发展战略消费共创数字时代美好生活指导意见》。专家表示，数字消费作为促进消费提质扩容、智能升级的“金钥匙”，是拉动内需、推动经济高质量发展的关键力量，在人工智能技术赋能下正迎来深度变革，“十五五”时期将进入壮大发展的关键阶段。

图①：位于上海南京路步行街的百联ZX创趣场内人头攒动，不少消费者正在选购“谷子”。

王初摄（人民视觉）

图②：“Meet China”入境旅游数字消费大屏具备商品导购、故事化解说、多语种交互与境外银行卡便捷支付等功能。图为用户展示“Meet China”入境旅游数字消费大屏打印的购物核销单。

新华社记者 陈浩明摄

图③：参观者在第八届中国国际进口博览会现场，试戴一款AI眼镜。

新华社记者 樊雨晴摄

图④：消费者在位于广东深圳龙岗区的全球首家机器人6S店参观。

新华社记者 周科摄

图⑤：在第五届中国国际消费品博览会全球特色消费展区，消费者在体验干眼症治疗医疗设备，感受沉浸式按摩。

张茂摄（人民视觉）

北京经开区里的智慧服务新场景

徐嘉扬

全程只用了半天，比原来效率提升了6倍。”

“‘迎商数智人’提升了招商引资的效能，成为北京经开区在引进优质企业过程中把握时间窗口、构筑核心竞争力的重要支撑。”张涛表示，“这对政府和企业来说，都是实实在在的一举两得。”

智能决策助手——

智慧政务“信息通”

“经济运行，有整合清晰的图表数据；招商引资，可精准匹配潜力企业；城市治理，能实时调取动态指标。”百度智能云行业解决方案总监李超向笔者介绍了“亦智”服务平台的另一个场景应用——智能决策助手。

据了解，使用者无需掌握复杂查询语法，只需用自然语言提问，系统便能动态生成分析报告、可视化图表及发展预测，可谓“一句指令、动态响应”，以图文相结合的展现形式为辅助决策调度和指挥应用需求提供可能。

创业者王先生对此深有感触：“以前考察

投资环境，要跑招商、发改、社保等多个部

门，光政策咨询就至少花3天时间，还担心

遗漏关键信息。”如今，在迎商数智人的协

助下，他不仅能获得量身定制的落户方案，还

能通过线上通道一次性完成材料提交和审批，

相当于将以往需多方对接的实体窗口，整合进

了一个“掌上窗口”。“从政策了解到提交申请，

“以前，了解某项情况得先从各部门调取原始数据，整理分析后人工形成报表，难度和成本都非常大。”李超表示，“而大模型的应用，则能系统梳理各类信息数据，为管理者提供更为综合的决策方案。”

李超告诉笔者，目前，智能决策助手可呈现经济运行、招商引资、城市治理等7大领域的指标分析、图表比对、发展预测等信息。未来，智能决策助手有望在各类审批、便民服务等事项中得到高频利用，逐步成为北京经开区管理者的“智能参谋”。

亦城慧眼——

城市治理“视觉中枢”

2025年4月，全球首个人形机器人半程马拉松在北京经开区开跑。赛事期间，沿线布设的700多路摄像头实时感知赛场秩序，当一处防护栏出现倾倒迹象，系统立即自动识别异常、发出预警，工作人员第一时间到

场处置，有效防范了潜在风险。这一顺畅运行的背后，是亦城慧眼提供的智能支撑。

据相关负责人介绍，针对城市治理中常见的问题多样、人员不足、成本高等难题，亦城慧眼使用了北京经开区自动驾驶示范区已有的路侧感知设备，能够自动识别道路积水、破损、垃圾满溢等171类治理场景，并通过“监测—发现一分派—处置—反馈”的闭环流程，实现对城市运行状态的智能感知与自动化管理，提升了治理效能。

在2025年6月北京汛期，作为城市治理的“视觉中枢”，亦城慧眼的作用凸显。面对上千路防汛监控点位，亦城慧眼迅速完成事件定位、上报、派单并推送至相关部门，以分钟级的应急响应扭转了过去被动应对的局面，为城市安全度汛筑牢科技防线。

张涛介绍，该平台并没有新增摄像头，而是在现有设备基础上加载视觉大模型。“传统监控只有‘眼睛’，我们则为旧设备装上会分析的‘大脑’和能预警的‘嘴巴’，这种创新思路实现了资源集约与功能升级的双赢。”

从迎商数智人到智能决策助手，再到亦城慧眼，AI正在重塑政府治理模式，让城市运行更高效、服务更精准。北京经开区将AI技术深度融入政务服务场景的成功实践，不仅为城市治理现代化注入强劲动能，也为全国数字政府与数字城市建设提供了可复制、可推广的新方案。

迎商数智人——

智慧商务“百晓生”

走进北京经开区政务服务大厅内的“亦城客厅”，屏幕上的迎商数智人面带微笑，正