消费升级再加码

□ 本报记者 暴媛媛 张 倩

智能消费乘势而上

商品消费是促消费、惠民生的重要领域。当前，我国商品消费呈现结构性分化特征，新兴消费赛道潜力需进一步释放，传统大宗消费亟待提质破局。本报今起推出“消费升级再加码”系列报道，深度解析各细分市场的堵点与机遇，探索推动商品消费扩容升级的有效路径。

上图 10月26日，消费者在南京市AI·镜界餐厅取餐。该餐厅采用人机协同运营模式，部分餐食和饮品依托AI后厨、智能茶饮设备等完成标准化制作。 新华社记者 季春鹏摄

左图 10月2日，游客在合肥市合柴1972文创园“具身智能机器人小店”消费体验。 新华社记者 周 牧摄

对着智能眼镜说一句“去机场”，导航路线便出现在眼前；下班回家，扫地机器人已提前完成全屋清洁；夜里，陪伴机器人轻声提醒老人按时服药。这样的智能生活，正在成为不少家庭的日常。此前，商务部等7部门印发的《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》提出，培育形成绿色消费、智能消费、健康消费等多个十万亿级市场。作为当前消费热点，智能消费正处于从单品热销向成套普及的关键转型期。

场景不断破圈

走进北京市朝阳区银河SOHO，七鲜咖啡首家24小时智能化无人咖啡店吸引了不少人的目光。透过玻璃窗看去，一杯咖啡从研磨、萃取到制作、出杯，全流程均由机器人完成。开业当天，这位“员工”以1小时制作202杯的成绩挑战吉尼斯世界纪录成功。这台设备不仅能在30秒内完成单杯制作，还能精细调节甜度、浓度，实现“一杯一配方”。在前不久举行的2026年中国国际服务贸易交易会上，七鲜小厨智能移动餐车亮相，3台智能炒菜机器人前端售卖、后端现炒，被观众称为“会炒菜的变形金刚”。

如果说无人咖啡店是智能消费向生活服务场景延伸的体现，那么以洗地机为代表的智能家居产品，则见证着智能消费从小众尝鲜向大众刚需的转变。数据显示，全球家用清洁机器人市场出货量持续增长，产品应用已拓展到擦窗、割草、泳池清洁等多种场景。海尔机器人产品总监鲜策告诉记者，洗地机、扫地机等清洁类产品的渗透率逐年攀升，企业的下一个目标是瞄准“无人家务”研发新品，满足消费者的新需求。

伴随大模型的火热，一众AI硬件竞相登场，谁能成为更具潜力的交互终端？AI眼镜被视为热门候选。“智能眼镜的消费逻辑正在发生变化，不少用户为出国旅行、汇报提词等具体场景需求下单。”乐奇副总裁蔡国祥介绍，乐奇旗下一款AI眼镜整机仅重49克，可实现提词、翻译、导航、AI问答、移动支付等功能，轻量、开放、实用是核心卖点。“以前消费者只是觉得智能眼镜酷，现在更看重实际功能。”蔡国祥说。

技术新、迭代快、应用广、潜力大，是智能消费的鲜明特征。不少业内人士认为，智能消费的快速崛起是科技创新驱动消费升级的具体体现。

“当前，智能消费正处在迈向成套场景落地的关键阶段。”国家电子商务示范城市专家委员会专家李鸣涛认为，智能消费能把一次性商品买卖延伸到持续的场景服务，几乎所有实体商品都可以基于智能化技术重做一遍。

堵点有待疏通

奇特、有趣、好玩，众多智能消费场景都带给人新鲜的体验。但消费者也不讳言：有些产品看着酷，功能单一，新鲜劲儿一过就被闲置；还有的产品外表花里胡哨，功能云里雾里，实际一用，全不在线。

热度之下，堵点仍待疏通。从消费者的不满和期待中不难发现，产品同质化、生态不互通、服务不配套、价格门槛高是制约智能消费全域扩容的突出因素。专家指出，当前智能消费市场的繁荣是局部的、分层的、非普惠的。

重硬件、轻体验，重堆砌、轻适配，是行业通病。国研新经济研究院创始院长朱克力认为，当前不少智能产品存在功能内卷、体验脱节等问题，且高端产品定价偏高、中低端产品质量参差不齐。李鸣涛也表示，一些企业热衷炒作智能概念，消费者新鲜感过后，产品就被长期闲置，成了“一次性尝鲜消费”，难以形成持续性复购。

生态壁垒是成套消费落地的突出瓶颈。中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉认为，目前智能设备行业不同品牌、不同品类的产品互不兼容，消费者购置后难以实现不同品牌设备的一体化体验，成套消费意愿大幅降低。

服务体系缺失又造成隐性壁垒。智能消费涵盖安装调试、互联互通、运维升级、售后保障等全周期服务，不是“一卖了之”。当前行业普遍重销售、轻服务，缺乏成套场景定制与长期运维能力，多数家庭难以搭建完整智能场景。

以AI眼镜为代表的新兴智能终端，还受制于产业链不成熟的供给瓶颈。蔡国祥表示，光学、芯片、电池等核心部件构成“轻量化、长续航、高算力”的“不可能三角”，原生应用还不够丰富，尚未出现真正的现象级应用。“行业应回归真实需求，建立标准规范，构建开放生态。”蔡国祥说。

数据安全与信任短板直接抑制了消费意愿。“智能终端涉及大量个人生活数据、健康数据，部分产品数据收集不规范、算法不透明，消费者不敢放心依赖。”李鸣涛认为，激活智能消费必须强化数据安全保障，发挥政府、行业组织的信用背书作用。

市场是检验产品价值的试金石。消费者对智能产品的期待是买得起、用得好、修得了。专家建议，回应这些实际需求，一方面要推动企业深耕产品分层升级，补齐差异化供给短板；另一方面要加快统一行业标准，打破生态互通壁垒，健全“硬件销售+安装调试+运维升级+售后保障”一体化服务体系。

释放持久动能

场景成套化将成为核心增长主线。朱克力表示，未来市场增量将转向场景化、成套化消费，全屋智能、智慧养老等一体化解决方案或将成为消费主流。欧阳日辉提醒，未来3年至5年，智能消费将呈现智能主动化、消费服务化、市场分层化、生态开放化四大特征，但场景化、成套化、普惠化、服务化短期内还不会全面实现，总体呈现“高端成套、大众组合、下沉普及”的分层梯度格局。

企业已经行动起来。京东正将AI应用于零售、物流、健康、工业、家政等多个场景。鲜策判断，未来3年，消费级AI外骨骼机器人有望率先迎来规模化突破，家用烹饪机器人已具备规模化入户条件。“中年子女为长辈采购适老智能设备的需求超预期增长，意味着家庭机器人赛道蕴藏着巨大发展潜力。”鲜策说。

智能眼镜的普及路径，同样折射着智能终端的迭代方向。蔡国祥表示，未来1年至3年，乐奇将聚焦3个发力方向：提升轻量化与续航时长；以自研操作系统为底座，加快开发者拓展与应用孵化；向文旅端推广“AI导览”方案，在工业端扩大AI工作流应用覆盖。“只有让更多开发者和行业伙伴参与进来，才能催生真正属于智能眼镜的现象级应用，让智能眼镜从‘看起来很酷’变成消费者每天都愿意戴的日常伙伴。”蔡国祥说。

AI智能体等新模式将持续重塑消费形态。朱克力判断，AI智能体将成为智能消费的核心中枢，消费逻辑将从“人适配产品”转向“产品适配人”。李鸣涛认为，AI智能体的成熟会使越来越多的消费者把决策权让渡给智能体，推动消费模式从标准化硬件购买转向智能体驱动的场景订阅、个性化方案定制。

智能消费不是短期风口，而是技术进步与消费升级深度融合的必然趋势。专家指出，相较于海外市场，我国智能消费具有市场规模超大、产业体系全、场景迭代快、政策支撑强等优势。随着政策持续落地、堵点逐步破解、市场深度激活，智能消费将持续为扩内需、稳增长、促转型提供坚实支撑。

文旅一席谈

朱轶琳

前不久，西双版纳野象谷因一块“这里有屎卖”的招牌走红。景区将大象粪便处理后制成象粪纸笔记本、明信片、护花基质等文创产品，无臭且带清香，还有环保科普意义。这一系列“重口味”文创成为游客眼中的特别伴手礼。

野象谷此番走红，并非临时起意的猎奇。制作象粪纸在野象谷已持续多年，雨林牧象、自然教育研学等体验内容也早有布局。这些项目未必都能成为爆款，但方向一致：把亚洲象保护、雨林生态和本地物产，转化为游客能体验、能带走、能分享的内容。因此，象粪纸此次出圈，表面看是招牌的功劳，背后则是野象谷在优化文创设计、提升游客体验方面的长期积累。

“象粪纸”火了，也恰恰戳中了游客对景区纪念品“千篇一律”的厌倦。国内一项调查显示，近五成消费者认为景区伴手礼“同质化严重、缺乏本地特色”。

同质化的尽头是审美疲劳，什么样的产品才是好的文旅纪念品？答案应是真正意义上的“本地限定”，其核心在于不可替代的文化链接。游客买走的不只是一件物品，更是一份独特的文化认同。

国家博物馆的凤冠文创便是例证。它以明孝端皇后九龙九凤冠为灵感设计，一经面世就成为网红单品。截至今年7月，凤冠冰箱贴累计销量超过340万件，全系列销售总额超过3亿元，创下国家博物馆近20年单品及系列文创销售纪录。

再如大英博物馆，其推出的“安德森猫”系列文创依据古埃及青铜雕像开发，产品线拉得很长，包括冰箱贴、钥匙扣、背包、雨伞等。一件公元前600年的文物形象，就这样渗透进现代生活的各个角落。

这些文创出圈的底层逻辑其实不复杂：把只属于这里的东西，变成人们愿意用、愿意带走的物件。凤冠从展柜里走出来，安德森猫从古埃及穿越而来，大象也不只是留下脚印，它们变成冰箱贴、钥匙扣、帆布包。游客买走的，是“在地感”，也是一个能讲给别人听的故事。

当一款文创做到这些，它便不再是流水线产品，而是自带传播力的文化符号。

更多

扫码

本版编辑 康琼艳 张 可 美 编 吴 迪
来稿邮箱 jjrbgzb@163.com

（上接第二版）

中央委员、中央社会工作部部长吴汉圣说：“《决定》对新兴领域党的建设、党建引领基层治理和基层政权建设、凝聚服务群众工作，都提出明确要求。我们深感责任重大，将全力抓好贯彻落实。”

吴汉圣表示：“《决定》强调，‘突出抓好新兴领域党的建设’。这一部署具有鲜明的时代性和现实针对性。我们将按照全会部署要求，立足职能职责，分类完善新兴领域党建管理体制和责任体系，深化拓展新兴领域党的组织覆盖和工作覆盖，巩固提升非公有制企业党建工作，分类推进混合所有制企业党建工作，分类指导新社会组织党建工作，加强新就业群体党建工作和服务管理，不断增强党在新兴领域号召力凝聚力影响力。”

“全面从严治党延伸到基层，就是管住小微权力，公正办事，整治群众身边的微腐败，以清风正气赢得老百姓信任，筑牢党的执政根基。”列席代表、江苏省连云港市赣榆区柘汪镇西棘荡村党委书记钟佰均说，“杂草不会拔一次就永远不长了，全面从严治党也是这个道理，所以党中央强调持之以恒。作为村书记，越是发展，事情越多，越要守规矩。”

钟佰均说：“推进乡村全面振兴离不开坚强有力的党组织。我要当好‘宣传员’，把全会的声音带回村里，当好‘带头人’，抓好支部建设，带动群众增收，化解邻里矛盾，办好民生实事，党建抓硬、规矩守严、干事踏实，以高质量党建引领乡村高质量发展。”

（新华社北京10月29日电 记者胡浩 王 鹏 张 研）

香港特区政府公布大埔宏福苑火灾报告并推出系统性改革举措

新华社香港10月29日电 香港特区政府29日公布独立委员会就大埔宏福苑火灾提交的报告，香港特区行政长官李家超率特区政府相关官员当日下午召开记者会，宣布问责事宜及改革措施。

记者会上，李家超率特区政府相关官员就宏福苑火灾向公众道歉，表示特区政府将依法对涉案人员及相关公司进行刑事追责，对有关公务员的不足和缺失进行调查，决定有关主要官员承担政治责任。

李家超表示，特区政府将以独立委员会报告为基础进行全面改革，包括禁止及打击楼宇维修工程围标、成立跨部门特遣队打击楼宇维修工程围标罪行、成立楼宇维修支援及服务局、改革楼宇维修运作及监管制度、建立中央数据系统并改革投诉机制、成立由特区政府政务司司长主持的督导委员会等。

李家超表示，特区政府将汲取教训，强化领导角色和责任担当。他将全力带领特区政府解决问题，全面改革，不允许再发生类似事故。

无人驾驶矿卡加快规模化落地

本报记者 吴 浩

说起无人驾驶汽车，人们常常想到的是行驶在城市中、与日常生活密切相关的无人驾驶出租车。不过，在多数人看不到的地方，无人驾驶汽车也迎来了更广泛的应用。截至今年6月底，国内无人驾驶矿用运输车自动驾驶系统累计出货近8500台（套），预计年底突破万台大关。

近年来，涉及无人驾驶矿卡业务的企业受到市场广泛关注。截至6月30日，易控智驾在运行的无人驾驶矿卡超过3100台，在手待交付订单超过1000台。希迪智驾无人驾驶矿卡累计出货量已超1900台，产品覆盖全球范围的近40座矿山。《煤炭工业发展“十五五”规划》提出，到2030年，智能化煤矿产能比例提升至75%，并构建安全、绿色、高效的现代煤炭产业体系。随着煤矿智能化水平不断提高，无人驾驶矿卡的应用前景更加广阔。

无人驾驶矿卡率先走到无人驾驶商业化前沿，根本原因在于它同时满足了“技术可行、需求刚性、经济可算”3个条件。希迪智驾相关负责人介绍，矿区相对封闭，路线和作业流程明确，相关技术成熟度较高。同时，矿山运输工作高危、繁重，招工难问题日益突出，应用无人驾驶矿卡后可大幅降低高危岗位人员投入。目前，无人驾驶矿卡已参与矿区生产，通过全天候作业、智能调度以及纯电补能，客户可以清晰核算成本收益。

近年来，内蒙古自治区各重点煤矿依托“5G+工业互联网”应用场景，持续开展智能化设备改造。在露天煤矿中，新能源无人驾驶矿卡大批量投入使用，推动矿山作业向智能化、绿色化转型，助推煤炭开采领域新质生产力发展。

走进内蒙古大唐国际锡林浩特矿业有限公司胜利东二号露天煤矿矿区作业现场，上百台无人驾驶矿卡往来穿梭、井然有序。“当前，矿区无人驾驶矿卡已实现260台规模化常态化运行，作业效率与人工驾驶基本持平。矿卡搭载1056kWh大容量动力电池，支持大功率快充，兼顾生产能力与低碳环保要求。”大唐集团胜利东二号露天煤矿工程项目管理部工作人员张勇现说。

大唐集团胜利东二号露天煤矿煤炭资源总量63.76亿吨。矿区投用的无人重型矿卡搭载“无人驾驶+智能换电”核心系统，可自主规划最优行驶路线，精准识别、实时规避现场障碍物，解决了传统人工驾驶疲劳作业、视线盲区等安全隐患，全方位筑牢矿山安全生产防线。

内蒙古大唐国际锡林浩特矿业有限公司总工程师王守功向记者介绍，作为国家保供煤矿，胜利东二号露天煤矿积极顺应煤炭行业智能化发展趋势，加快推进智能化转型。该煤矿成功投运全国首台（套）矿卡“双无人”系统，实现卡车无人驾驶、全自动无人换电一体化作业。260台新能源无人驾驶矿卡装料、行驶、转向、卸载全程自主完成。所有车辆接入统一调度平台，调度大屏可实时监控车辆位置、工况与运行状态。

不过，无人驾驶矿卡大规模落地仍面临一些挑战。在复杂极端天气、局部路面破损等非常规场景下，系统识别与应急处置能力受限，存在一定的风险。此外，设备、通信、感知传感器运维体系复杂，前期建设与运维投入较高。

“这些现存的短板、难题，也是我们接下来重点攻坚的方向。”张勇现说，矿区将持续迭代无人驾驶算法，拓展复杂作业场景，完善绿电补能体系，固化作业标准。随着技术持续成熟、成本逐步下降，无人运输模式将在更多露天矿山复制推广，助力煤炭行业数字化、绿色化转型。

业内人士认为，面向未来，行业将沿3条主线演进：一是无人化与纯电、换电等新能源技术深度融合，进一步降低全生命周期成本；二是从运输环节延伸至“钻爆挖运排”全流程，由无人驾驶矿卡编队升级为矿卡、挖机、凿岩及装药设备等多品类智能设备协同应用；三是从单个项目交付转向标准化复制，并联合整车及工程机械伙伴出海。