

第八届虹桥国际经济论坛

“提振消费：世界共享中国市场机遇”

分论坛活动简报



2025.11

国家会展中心（上海）

National Exhibition and Convention Center (Shanghai)

2025 年 11 月 6 日

第八届虹桥国际经济论坛 “开放共创新机遇 合作共享新未来”

“提振消费：世界共享中国市场机遇” 分论坛

“提振消费：世界共享中国市场机遇”作为第八届虹桥国际经济论坛的分论坛之一，于 2025 年 11 月 6 日下午在国家会展中心（上海）4.2 馆 A2 厅举办。本次会议由商务部主办，上海第一财经传媒有限公司承办，包括主旨演讲和圆桌讨论两个环节。

主旨演讲环节，邀请了上海财经大学校长刘元春、2001 年诺贝尔经济学奖获得者迈克尔·斯宾塞、上海交通大学安泰经济与管理学院特聘教授陆铭、名创优品集团创始人叶国富、英特尔副总裁萨拉·坎普。嘉宾围绕“提振消费：世界共享中国市场机遇”相关核心议题展开交流。从消费政策选择来看，明确中国消费率偏低是长期存在的事实，但消费率低与消费不足并非同一概念，当前消费增速下降与 GDP 增速不匹配，存在一定消费缺口，需区分短期消费刺激与中长期结构性改革的不同作用，短期可适度加码消费补贴等政策填补缺口，中长期则需从收入分配调整、社会保障体系完善、降低强制性储蓄等方面发力，同时兼顾逆周期政策与结构性政策，重视居民资产负债表修复与消费信心提振。从科技与

经济增长关系来看，中国正逐步进入服务业主导经济的阶段，“十五五”规划将推动总需求从投资端向消费端转移，人工智能（AI）等新技术将深刻变革经济供给侧，催生大量新业态，在医疗健康、法律服务等领域提升服务质量与效率，助力经济转型。恢复经济动能需重塑居民与私营企业信心，明确各类市场主体角色定位。从服务消费发展来看，中国正处在迈向高收入阶段的关键时刻，服务业占比将持续提升，服务消费是未来消费增长的核心方向，当前中国服务消费占比与发达国家存在一定差距，存在增长空间，需转变对服务消费的传统认知，通过提升居民收入、优化假期安排、推进城市更新、加大公共服务投入等措施释放服务消费潜力，大城市在服务消费发展中凭借人口规模与密度优势将发挥重要作用。兴趣消费正成为全球消费主流趋势，新一代消费者更注重情感满足与文化认同，中国品牌可依托硬科技实力与文化创新能力，通过全球化布局与本地化融合，推动中国 IP 与文化走向世界，打造具有全球竞争力的品牌，同时借助柔性供应链优势，快速响应全球市场多元化需求。从 AI 普惠应用来看，人工智能个人计算机（AIPC）将成为提振消费的重要增长点，可集成强大 AI 算力，且具备低延迟、强隐私保护等优势，创造设备更换需求并解锁全新应用生态，通过推动 AI 技术在终端设备的普及，赋能各行各业创新驱动，助力数字经济发展与消费升级。

圆桌讨论环节，邀请了京东集团首席经济学家沈建光、泰佩思琦集团国际业务总裁盛德璞、林肯中国总裁贾鸣镝。

嘉宾围绕中国消费市场新特征、科技重塑产业的新路径及未来市场商机展开交流。在市场特征方面，中国消费者对产品品质与性价比要求提升，偏好人工智能、节能环保类产品，国货品牌崛起趋势明显，不同领域消费呈现差异化特点，奢侈品消费从追求地位转向自我表达，可持续发展理念与本土文化元素倍受关注，豪华汽车市场则呈现新能源化与用户年轻化趋势，消费者更注重科技感、个性化与体验感。在发展路径方面，可通过数字化与 AI 技术赋能服务升级，如优化经销商服务效率、提升用户沟通响应速度、降低运营成本等，同时拓展新消费赛道，破除部分领域政策壁垒，释放潜在需求，推动电商平台与制造业、服务业跨界融合，助力中国品牌出海与全球优质商品引入。在未来商机方面，“十五五”时期中国消费市场将持续增长，豪华汽车行业需依托核心技术与品牌差异化提升竞争力，借助智能制造与产业链优势拓展全球市场；奢侈品行业可进一步扩大市场覆盖，吸引年轻消费群体，通过数字化创新与全渠道体验提升品牌影响力；整体消费市场需以全国统一大市场建设为契机，打通内部循环堵点，推动供给与需求良性互动，充分释放超大规模市场优势，为全球经济增长注入更多动力和确定性。

—虹桥论坛—

虹桥国际经济论坛（简称虹桥论坛）与中国国际进口博览会（简称进博会）同期举办，第八届虹桥论坛以“开放共创新机遇 合作共享新未来”为主题，举办主论坛（进博会暨虹桥论坛开幕式）和“1+4”板块分论坛及闭门会等活动，即《世界开放报告 2025》发布暨国际研讨会（发布最新世界开放指数）和“开放合作”“开放创新”“开放发展”“开放共享”四个板块下若干场分论坛活动。“开放合作”板块进一步聚焦“重振多边合作”，“开放创新”板块进一步聚焦“数智赋能”，“开放发展”板块进一步聚焦“绿色和可持续发展”，“开放共享”板块进一步聚焦“更加开放的中国”。

