

上海市消保委“提振消费·维护权益”大讲堂：

## 解码消费新生态 焕消费活力 凝权益共识

消费作为经济增长的“压舱石”与主动力，其复苏升级始终是国家经济工作的核心议题。党的二十大报告明确提出“增强消费对经济发展的基础性作用”，中央经济工作会议亦多次将扩大内需、提振消费列为重点任务。

自2024年2月起，上海市消费者权益保护委员会（以下简称“上海市消保委”）携手上海市消保基金会，联合多方力量举办了一系列“提振消费·维护权益”系列大讲堂。该活动通过发布权威报告、举办圆桌对话等形式，搭建起企业、学界与消费者之间的高效互动平台，旨在推动消费维权与产业升级同

频共振，全面助力上海国际消费中心城市建设的。

启动以来，大讲堂已成功举办12期，发布重磅调查报告8份，提炼典型案例数十项。活动紧扣市场脉搏，以前瞻视野探索破局方案，切实扮演了消费趋势的“瞭望塔”、消费信心的“稳定器”以及社会共治的“连接器”。

上海市消保委主任方惠萍指出：“中央经济工作会议明确将‘大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求’作为重点任务，这充分体现了扩大消费对经济增长的关键作用。上海市消保委大讲堂，要进一步发挥传递消费正能量的作用，成为洞

察消费新趋势的重要窗口，成为沟通政府与市场、消费者与经营者的桥梁纽带，成为凝聚提振消费共识和合力的社会平台。”

依托这一平台，上海市消保委不仅有效传递了消费正能量，更在深层意义上重塑了市场生态：它让消费新趋势的洞察更加敏锐，让政府、市场与消费者之间的对话更加通畅，让全社会提振消费的共识更加坚实。未来，大讲堂将继续深化这一“三位一体”的功能定位，为构建放心消费环境、激发内需潜力注入持久动力，书写上海消费高质量发展的新篇章。



## 平台定位：搭建多元协同的消费治理桥梁

大讲堂的核心价值，在于构建了汇聚政府、企业、学界、媒体与消费者的多元对话生态，成为衔接政策导向、市场需求与消费者权益的关键纽带。在深化提振消费政策、优化消费环境的背景下，大讲堂精准把握“提振消费”与“维护权益”的辩证关系，立足市场痛点、着眼行业长远，通过

十二期主题鲜明的活动，实现多重功能有机统一。

从功能来看，大讲堂是消费趋势“瞭望塔”：联合专业机构开展深度调研，发布重磅调查报告，全方位捕捉消费变迁信号，为行业提供前瞻性决策参考；

是消费信心“稳定器”：直面维权复杂议题，创新共治模式，

保护消费者权益的同时，为诚信经营营造公平竞争环境，打破市场信任壁垒；

是社会共治“连接器”：打破多方信息壁垒，通过常态化对话凝聚“提振消费需合力，维护权益是共责”的共识，推动消费治理从单一监管向多元共治转型。

主题设置上，大讲堂紧跟政策导向与市场节奏，从激发青年消费活力到发展银发经济，从健康消费升级到新兴领域规范，每一期主题均呼应“培育消费新增长点”“完善维权机制”“建设国际消费中心城市”等要求，成为政策落地的“试验田”与实践成果的“展示窗”。

## 趋势洞察：精准描摹消费变迁与产业方向

大讲堂的核心成果，在于通过持续调研精准捕捉消费市场从群体结构到产业形态的深刻变化，为企业创新、政策施策提供实践支撑，契合“消费结构升级”“培育新型消费”的导向。

## 聚焦核心消费群体 解码增长引擎

不同消费群体的需求变迁是市场演进的核心动力。大讲堂锁定关键群体，通过具象画像揭示消费逻辑。

解码“00后”与“Z世代”：第一期活动发布《新洞察：00后的消费理念与消费主张》报告。作为未来消费主力，00后“移动互联网原住民”呈现六大特征：“既重性价比又愿为情绪价值付费”“既从众打卡又追求个性”“既理性规划又冲动消费”“既崇尚国潮又拥抱多元”“既注重环保又兼顾便利”“既依赖线上又向往线下”。其“价值导向型”消费逻辑，更看重产品与自身价值观的契合度、使用体验及社交适配性，为品牌调整策略、政策红利触达提供指引。

洞察“二次元”圈层：第七期活动发布相关调查报告。随

着“支持新型消费”政策推进，小众需求从边缘走向中心。报告显示，中国泛二次元用户超5亿，核心用户超2亿，消费涵盖手办、卡牌、电竞装备及线下漫展等场景，动机从“悦己”延伸至“社交认同”与“身份表达”，形成新消费范式，推动二次元消费成为政策支持下的新增长点。

拥抱“新银发”群体：第八期活动发布《上海新银发群体消费习惯调查报告》，响应“积极发展银发经济”战略。以白领、教师、公务员为代表的“新退休群体”，凭借稳定收入、丰富经验和开放观念，消费需求从“生存型”向“品质化、功能化、体验化”跃升，健康管理、旅游社交、兴趣爱好成为核心领域，市场规模有望突破万亿级，为养老消费政策细化提供参考。

## 把握宏观消费趋势 指引产业创新

除群体洞察外，大讲堂报告从宏观层面勾勒市场演进蓝图，为“打通消费全链条、推动产业升级”提供清晰路径。

健康消费领域，第四期活动

揭示升级趋势。随着国民健康意识提升和政策推动，健康理念成为显性标准，驱动多领域产品革新。消费者对“无添加”“有机”“功能性”产品关注度激增，健康食品市场年增长率超15%，智能健身设备、线上课程等新型场景快速普及，健康消费正从单一产品供给转向“产品+服务+场景”一体化解决方案。

服务消费领域，第五期活动发布《服务消费需求与趋势调查报告2024》，呼吁“加快发展现代服务业”战略。服务消费已成为提振消费的重要力量，占社会消费品零售总额比重持续攀升，文旅、家政、养老、教育等领域增长显著。报告预见，AI技术将在智能维保、个性化旅游定制、远程医疗咨询等领域广泛落地，进一步释放消费潜力。

产品供给领域，第六期活动以“好产品带动消费新需求”破题，指出低价低质竞争损害权益、侵蚀信心，而具备创新价值、卓越品质和人文关怀的“好产品”才能激发增量需求。发布的《好产品与消费新需求调查报告》指出，“好产品”以消费需求为原点，在功能、设计、体验上实现突破，兼顾实用与情感价

值，引导企业跳出价格战，聚焦创新与品质提升。

文化消费领域，第十一期活动发布《破圈与赋能：文化消费激活上海国际消费中心城市新动能》报告，实践“培育国际消费中心城市”“文旅消费融合”政策。以演出经济为代表的文化消费，通过“演出+文旅”“演出+商圈”等融合模式，为上海建设提供持续动力。上海演出市场票房持续增长，带动周边城市文旅消费，形成“一票难求带火一房难求”的联动效应，为各地提供可复制经验。

消费升级领域，第十二期活动发布《立标助力消费提质升级消费者调查与研究报告》，揭示了标准与消费的深层次关系。报告指出，当前消费者需求已从“满足基本使用”升级为“追求全程体验”，其中“省心”成为最迫切诉求，“安心”“放心”“舒心”的体验型需求紧随其后，报告提出构建“四心”标准体系，并明确标准建设五大转型方向：从产品中心转向场景中心、从可测试性转向可感知性、从功能导向转向品质导向、从参数竞赛转向信任基础、从行业博弈转向社会共治。

## 权益护航：创新共治机制，筑牢市场根基

提振消费与维护权益相辅相成，国家始终将“优化消费环境、强化权益保护”作为提振信心的关键抓手。大讲堂立足政策要求，突破传统维权模式，从规范秩序、推动供给、构建生态三方面，探索全链条、前瞻性保护路径，让消费者“敢消费、愿消费、能消费”。

## 直面新挑战，规范市场秩序

随着消费市场发展，新型纠纷与乱象涌现，《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》（以下简称《条例》）的颁布提供了法律依据。第二期活动聚焦“职业索赔现象”，直面部分团伙滥用投诉举报机制、以“打假”为名牟利的问题——此举增加企业成本、扰乱市场秩序、挤占维权资源。

会议通过发布研究成果、分享典型案例，推动形成共识：依法区分合法维权与牟利性索赔，落实过罚相当原则，打击恶意索赔的同时，保护消费者合法权益。这一探讨为《条例》落地营造理性氛围，推动监管部门明确执法边界，契合国家“构建公平竞争市场环境”的目标。

## 创新新思路，推动优质供给

响应“从供给侧提升消费质量”的导向，大讲堂突破“事后调解”局限，将维权关口前移，通过优质供给实现源头治理。

针对地方特色消费，第三期、第九期、第十期活动连续围绕“上海伴手礼”展开，通过市场机制邀请消费者、专家、媒体共同评选，筛选出海派文化特色与卓越品质兼具的产品，为消费者提供“放心买、值得带”的选择，同时引导企业聚焦“好产品”打造，从供给侧减少纠纷。

针对新兴消费维权难点，第七期活动中，上海市消保委联合相关平台和企业，启动“二次元消费与权益保护合作机制”。该机制结合二次元消费特点，在限量商品销售、预售监管、防黄牛炒作、售后处理等方面形成自律与保护合力，填补政策空白，为行业发展划定边界。

针对消费提质升级与权益保障的规范化需求，第十二期活动中，上海市消保委联合上海浦东明珠国际标准化研究院、上海市质量和标准化研究院启动“促进消费者参与国际标准制定合作机制”，搭建消费者诉求征集、专业转化、国际对接全链条体系，推动中国消费者声音纳入

国际标准制定流程；同步发布专项调查报告，提出构建“省心、安心、放心、舒心”的“四心”标准体系与五大转型方向，联动科研院所、行业企业深挖标准化赋能价值。活动聚焦AI消费、家装服务等领域痛点，集结多方力量分享实操案例，以标准为纽带破解消费难题、规范市场行为，既守护消费者合法权益，又推动消费维权与产业升级同频共振。

## 构建新生态，倡导社会共治

消费维权需多方协同，要“构建社会共治的消费维权格局”。大讲堂是社会共治的生动实践，通过搭建对话平台，推动维权从纠纷处理上升为行业标准提升、商业模式优化的系统工程。

每一期活动均邀请各方代表表达诉求、分享经验、凝聚共识：政策解读，企业分享困惑与改进措施，专家提出解决方案，消费者表达需求，媒体发挥监督作用。例如，探讨服务消费维权时，商议智能化服务适老化改造等问题；聚焦银发经济时，提出老年消费绿色通道、加强虚假宣传监管等举措。这种多元共治模式，让政策更贴市场、企业更合需求、维权更具实效，形成“政府监管、企业自律、行业自治、消费者参与、媒体监督”的新生态。

“提振消费·维护权益”大讲堂的十二期历程，构成了动态立体的消费市场演进与治理图谱。在政策指引下，消费者正驱动市场向品质化、情感化、体验化、可持续化演进；消费领域的新趋势、新场景、新需求，既为经济增长注入活力，也对维权工作提出更高要求。消费维权需与时俱进，从单一事后救济向“规范秩序、创新机制、引导供给”的全链条保护升级，与消费政策演进方向高度契合。

展望未来，在深化提振消费政策、推动消费高质量发展的背景下，随着人工智能、虚拟现实等技术融入消费场景，直播电商、即时零售、元宇宙消费等新形态将不断涌现，新的维权课题也将产生。大讲堂的开放对话平台价值将进一步凸显，它将继续作为洞察趋势的窗口、沟通各界的桥梁和凝聚共识的载体，呼应政策导向、捕捉市场变化、创新维权方式，为激发消费活力、优化消费环境、坚定消费信心，推动政策落地生根，为经济高质量发展和人民美好生活实现贡献智慧与力量。

