

要闻

内需市场持续扩容提质,浙企迎来时代机遇 新消费时代,谁能领跑

调查与思考

本报记者 朱承 李洁薇
通讯员 林琰昊

眼下,一场从“制造大国”向“消费大国”的跃升已拉开帷幕——

去年底,中央经济工作会议将“全方位扩大国内需求”列为九项重点任务之首;今年3月,政策部署持续加码,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》强调各地区各部门要把“提振消费”摆到更加突出的位置;6月,国务院总理李强在夏季达沃斯论坛上提出,推动中国在“制造大国”的坚实基础上成长为超大体量的“消费大国”。

这是关乎国家经济结构的深层变革,更事关亿万市场主体的洗牌与重塑。

置身于民营经济活跃、制造业发达的浙江,面对前所未有的时代机遇,一批浙企已率先探路,推动浙江成为这场变革的前沿阵地。

然而,记者调查发现,先行者也面临着“先到山顶先缺氧”的考验:市场认知偏差、核心消费人群触达难、品牌研发投入回报周期长等问题接踵而至。当传统的供给能力遭遇需求升级,当技术创新碰撞消费惯性,浙企能否率先探索出制造业与消费升级协同共进的新路,实现从“做得出”到“卖得好”的跃迁?

现状:机遇与困境交织

连续15年稳坐全球制造业“头把交椅”的中国正在迈向消费大国——

看总量,中国已是全球第二大消费市场和进口市场。一年有近50万亿元的消费额、超过20万亿元的进口额。

看趋势,今年1至8月社会消费品零售总额累计实现32.39万亿元,同比增长4.6%,较去年同期高出1.2个百分点,消费活力不断释放。

看结构,中国消费正从传统衣食住行向高品质、体验型、智能化需求跃迁。智能终端、文化IP、健康服务等新型消费快速增长。麦肯锡最新报告显示,中国富裕城镇消费者对生活品质的追求不减,教育、健康和体验类消费持续增长。

看潜力,世界银行数据显示,2023年全球居民消费支出占GDP的比重平均为56.5%,而中国仅为39.6%。另一组数据显示,2024年中国最终消费支出对经济增长的贡献率仅为44.5%,低于50%的国际平均水平。可见,中国的市场增长空间依旧很大。

看政策,一系列提振消费的政策组合拳正在持续加码:多渠道增加居民收入,让百姓“有钱可花”;完善医疗、养老、教育等社会保障,缓解“后顾之忧”;优化消费环境,规范市场秩序,提升消费信心。

基数庞大,活力释放、结构优化、潜力巨大、政策加持,面对庞大的市场蛋糕,强脑科技合伙人何熙锦的见解代表了不少浙企的心声:“新型消费的爆发,本质是人们对美好生活的需要。要抢占消费升级先机,我们不应只做硬核科技提供者,更应成为新生活方式的共建者。”

瞄准人们日益增长的美好生活需要,敏锐的浙企早已摩拳擦掌、各显神通——

宇树科技与长城汽车联手,让机器狗与越野车组成“探险CP”,拓展户外陪伴创新场景;涂鸦智能运用AI能力帮孩子王开发的AI玩偶,短短2周售出3万多个;原本围绕政府(G端)和企业(B端)开辟市场的宇视科技,转向个人消费(C端),研发夜拍高清

收获甘甜

问题

- 新消费时代,制造业发达的浙江如何抢抓历史机遇,尤其是如何在人工智能、人形机器人等新消费赛道竞速中,构建起独特产业优势,在变革浪潮中成功领跑?

调查

- 面对全新的消费市场、升级的消费群体、迭代的消费趋势,浙江企业有哪些布局?
- 既要“卷”价格应对消费者敏感的价格神经,又要获得合理利润谋求可持续发展,企业如何“走钢索”?
- 发力新消费领域,会遇到创新转型成本高、需求洞察不准、品牌塑造难等困难,如何破局?

思考

- 从生产驱动到消费拉动,突围的关键在于思维模式的迭代。企业应构建长线思维,陪伴共同进化;构建“入口”思维驱动用户增长;构建合作思维重塑产业协同。

相机。

走进文三未来科技体验中心,还能看到杭州今年评出的十大“科技新特产”:入睡辅助“神器”深海豚Easleep脑机智能安睡仪,被誉为“香水宝库”的数字气味播放器, AI设计的艺术丝巾等等,无不展示出浙企强大的创新力,也充分体现了“政府搭台、企业唱戏、市场买单”的新机制。

然而,浙企在消费市场的探索并非一帆风顺。记者调查的浙企中,仅30%的企业有产品成熟落地,50%仍处“打磨产品”阶段,20%在徘徊观望。

大家反映的问题集中体现在:消费需求难以精准捕捉,产品“叫好”难“叫座”,长期定力与短期内卷之间难以平衡……种种问题,折射出转型过程中的深层矛盾。

“根本症结在于供需错位所引发的结构性矛盾。”在浙江省发展规划研究院经济师厉哈隽看来,如何将潜在的供需匹配转化为真实的市场交易,是决定转型成败的关键所在,而这也是当前浙企亟待突破的核心命题。

试水:在碰撞中找平衡

面对未知的新兴消费市场,浙江企业正经历着产品定位、用户需求、创新成本、品牌塑造等多维碰撞。这种碰撞存在于产品研发与市场反馈之间,贯穿于企业对消费趋势的认知迭代之中——每一次尝试都在验证边界,每一次磨合都在重构认知。

多元需求与产品定位的碰撞。杭州余杭区科创企业回车科技是国内新兴消费崛起之年的尝鲜者。深耕脑科学多年,他们敏锐捕捉到现在很多人面临的失眠困扰,推出集睡眠监测与音乐调节于一体的智能助眠眼罩。

产品迅速热销,年销售超十万套。但没想到,退货潮接踵而至,电商平台的评价数据最终影响产品口碑,导致巨大损失。

“看似精准的市场出击,实则暴露出需求洞察的盲区。”回车科技脑机事业部总监胡翊畅在复盘中指出,失眠问题存在显著的个体化差异,而产品却将复杂的心理需求简化为标准化解决方案。

在传统需求已被满足的今天,消费进入深水区——用户需求向心理、情感、价值层面延伸。新需求呈现碎片化、个性化,难以捕捉,更难系统归纳。在厉哈隽看来,将制造优势转化为消费价值,从“看见痛点”到“赢得人心”,企业比拼的不只是产品,更是洞察力与共情力,这注定是一条“知易行难”的漫长道路。

产品调研与市场成交的碰撞。身为健身爱好者,全进科技创始人孙相宇深知都市上班族渴望“随时随地锻炼”的迫切需求。他研发的电驱智能健身设备,一改传统铁片器械占地方、种类杂、安全性差等问题,力求让家

庭空间也能拥有专业级健身体验。

前期调研清晰,用户画像明确,功能设计精准,孙相宇一度以为胜券在握。可现实却令人意外:在C端市场重金投入广告仅换来寥寥订单。

深层原因逐渐浮现——个人消费者虽有需求,但对上万元的售价望而却步,难以真正下单。“产品策略一定要找准消费者对价格和价值的平衡点,这在不同市场差异很大。”胡翊畅深有感触。

回车科技的经历印证了这一点——其助眠眼罩在北美市场广受欢迎,价格翻倍仍销量稳定,已占据当地市场三成份额。这种“墙内开花墙外香”的反差,映照出中国市场在转型期特有的结构性矛盾:一方面消费者对品质与体验的诉求持续攀升,另一方面在支付意愿上又表现出“钱包理性”。

归根结底,上述种种碰撞可解构为供需关系的双重失衡。当消费者在价格与价值间反复权衡时,企业则面临“活下去”还是“活得久”的两难选择。

“价格战仍是难以回避的现实。”多位企业家坦言,既要“卷”赢价格以应对消费者敏感的价格神经,又要获得合理利润以持续投入研发塑造品牌护城河。

然而,无论科技创新还是打造品牌,皆非易事。

一位企业家坦言,消费领域利润本就微薄,新品一经走红,仿品便蜂拥而至蚕食市场。一旦陷入“投入大、回报慢、利润薄”的恶性循环,创新引擎便极易停摆。另一位企业呼吁:亟须加强知识产权保护,让原创者获得合理溢价,形成创新投入—利润提升—员工增收—消费升级的良性循环。

品牌的建立,也绝非一日之功。厉哈隽指出,在新兴消费市场构建真正品牌力,需要企业培育全新的复合能力矩阵——不仅产品过硬,还要具备流量、货品、用户、内容等运营能力,这就要求企业持续大量的投入。

突围之路,注定不会平坦。这种“既要又要”的生存逻辑,迫使市场主体在价格杠杆与价值创造之间寻找动态平衡点。或许,只有通过一次次试错与碰撞,才能淬炼出对创新和品牌的信念与定力,从而成就破局而出的核心竞争力。

破局:用新思维闯新路

如果说传统制造的底气是“造得出”,那么新消费时代的核心竞争力则是“造得巧”——既要依托前沿科技的颠覆性变革,也要深挖传统领域的客户积累,更要精准把握新的痛点需求。

在与市场不断的碰撞中,浙企逐渐悟出:要在激烈竞争中保持优势,关键不在于“抢快”,更在于“转脑”。这场变革的本质,是一场思维模式的迭代赛。

调查中,一些新的思维冲击扑面而来——

长线思维。

新时代的消费逻辑,不再是“一锤子买卖”,而是“陪伴式成长”。

嘉兴企业麒盛科技的拳头产品是智能床——功能齐全,能唤醒引导、防鼾干预、分析睡眠情况,价格不菲依旧十分畅销。

但企业却说,卖床并不是终点。“我们计划从‘硬件制造商’转型为‘健康服务商’,为消费者提供更长期的陪伴。”麒盛科技董秘唐蒙恬透露,眼下,他们已经组建了专业健康服务部门,基于每日睡眠数据的采集和分析,为消费者制定精准的睡眠改善计划,提供慢病早期预警,逐步成为专属健康顾问。未来,这很可能成为他们的第二增长曲线。

回车科技则以更大的耐心,从更细分的场景布局国内市场,与教育、医疗机构合作研发具有精神疗愈功能的冥想头环,慢慢奠定旗下脑科学产品的口碑。

“入口”思维。

“未来市场竞争,已从产品份额之争转向对用户连接入口的竞争。”普华资本合伙人吴晓丰认为,“入口”思维的本质是抢占高频触达入口、建立用户连接,从而持续获得用户增长。

国庆中秋假期,武汉野生动物园的文旅机器狗备受游客青睐,西湖南山路的巡检机器狗也上岗工作。它们搭载智能大脑和运动相机,成为游客的智能导游、随行拍摄的好伙伴,城市管理部门移动安防的好帮手——这背后是杭州市上城区企业智瀚星途的“入口”策略。

“我们要下沉到具体场景。”智瀚星途创始人曹晶坦言,机器狗的真实价值,在于通过高频、沉浸式的交互捕捉痛点,理解需求、积累数据,为未来产品迭代和服务拓展奠定基础。

借助“入口”思维,企业得以触达更多用户,更能链接起新的市场。

今年,在糖尿病管理领域深耕多年的微泰医疗创始人郑攀敏锐捕捉健康消费升级趋势,将核心的动态血糖监测仪延伸至更广阔的场景:赞助马拉松赛事、进驻健身房,服务于运动爱好者,减脂人群、孕产妇等群体。看似“不务正业”,实则是以技术为入口,从“治已病”迈向“防未病”的战略跃迁。

合作思维。

市场复杂多变、技术迭代加速,单打独斗不如协同合作。

C端市场遇冷,全进科技迅速调整战略方向,转而为传统健身器材制造商提供智能化升级服务,意外催生出新型业态——“社区微型健身房”让技术方、制造商、渠道商共同受益,释放出更大的系统性价值。

无独有偶,尚选科技的Dukk(该企业的技术品牌)生物基控温技术,通过“借船出海”策略打开市场。他们与多家知名服装品牌合作,共同推出“防着凉、不感冒”童装及户外控温系列服装等新品。在竞争激烈、同质化严重的服装行业实现差异化突破,不仅提升了终端产品的复购率与客单价,也实现了技术方与品牌方的价值共赢。

长线思维锚定终身价值,“入口”思维驱动用户增长,合作思维重塑产业协同。挑战虽多,但办法更多,潜力无限——这是本次调查最深的感受。

这些浙企在探索中持续进发的新思维,是对当前挑战的回应,更是对未来图景的预演。以消费升级引领产业升级,在这场由思维革命驱动的供给侧改革面前,破局之路已逐渐清晰。

本报杭州10月13日讯(记者 张蓉 通讯员 赵媛媛)伪装公共服务平台的诈骗短信为何能成功发送?将码号资源层层转包的电信业务经营者具有不可推卸的责任。

10月13日,杭州互联网法院公开开庭审理一起反电信网络诈骗民事公益诉讼案,宣判五家电信业务经营公司和一位原电信业务经营公司股东连带赔偿公益损害赔偿金共计50万元。这标志着我省法院在全国率先通过民事公益诉讼追究电信业务链条相关企业的损害赔偿责任。

“尊敬的客户,您已成功订购XXX世界巡回演唱会门票,请您在收到短信后15分钟内支付完成出票。”2023年7月至8月期间,杭州市滨江区等地多人收到由10687415和10684500码号发送的虚假票务短信,转账被骗。

杭州互联网法院互联网审判第一庭一级法官沈莹介绍,当时正值暑假期间,诈骗人员瞄准了部分观众想要捡漏演唱会、体育赛事等门票的心理,伪装成购票“黄牛”在微博发布信息,并通过1068号段伪装成某票务平台发送购票成功短信,致使受害人对虚假票务信息信以为真。涉案1068码号累计发送涉诈短信6525条,使30多位受害人遭受财产损失逾百万元。

1068码号通常用于跨省或全国范围内非经营性短消息类服务接入代码,申请码号资源后仅供申请人使用,不得擅自出让、出租。那么,诈骗人员为何能获取这两段码号的使用权?

经调查,这两段码号由广东某公司和无锡某公司分别向工信部申请获得,这两家公司又与武汉某公司、北京某公司、安徽某公司与原河北某公司(该公司已注销)签订系列服务协议,形成短信服务平台的层层转租转借链路,该链路中的上家均会指定下家使用固定号段,达成涉案1068码号的层层转包出租,最终被不法分子利用。

据调查,广东某公司、无锡某公司未对短信内容进行严格审核,也未建立有效的预警监测机制;武汉某公司、北京某公司、安徽某公司未充分履行合作方身份查验义务,使诈骗短信绕过监管进入短信发送渠道;原河北某公司还通过伪造合同、规避短信内容过滤系统等手段实施违法行为。

由此,码号资源成为灰色产业链中的“交易标的”,短信端口变成诈骗信息的“传送带”。

“码号资源作为重要通信资源,其分配和使用具有严格的法定程序,有效阻断诈骗短信、诈骗电话是反电信网络诈骗的首道防线,也是电信业务经营者应履行的法定责任。”杭州互联网法院院长陈增宝说,该案把责任主体范围扩大到非法转租转售电信码号资源的电信业务经营者,从源头实现了对电诈的全链条打击,也丰富了司法打击电诈的手段与方式。

当码号资源违规转租与滥用,当本应做好“反诈看门人”的电信业务经营者,却成为犯罪分子的“帮凶”,其所损害的不仅是公民财产安全,更是整个社会的通信安全基座与数字信任体系。

该案不仅是对个别违法主体的惩处,更是对通信行业违规乱象的严厉警示。“运营商应提高风险防范意识,强化端口管理与技术防控,服务提供者应严格落实实名制与内容审核,广大用户也需提高警惕、积极监督。”陈增宝说。

浙江开展规范法律咨询服务专项行动

本报讯(记者 钱伟 通讯员 刘牧)近日,省司法厅、省公 安厅、省市场监管局联合开展规范法律咨询服务专项行动,对法律服务乱象重拳出击,有力维护法律服务市场良好秩序,努力建设更高水平法治浙江、平安浙江,更好服务保障经济社会高质量发展。

此次专项行动聚焦社会各界反映强烈的一些法律咨询服务机构,假借律师名义进行诈骗、招摇撞骗以及虚假宣传、虚假承诺等违法犯罪问题,公开问题线索反映渠道,开展重点线索核查,依法查处一批违法违规行为,引导法律咨询服务机构依法规范诚信执业,有效维护法律服务良好秩序,切实增强人民群众法治获得感。

据悉,专项行动将一直持续到今年12月底。

让每个“她”人生出彩梦想成真

(上接第一版)

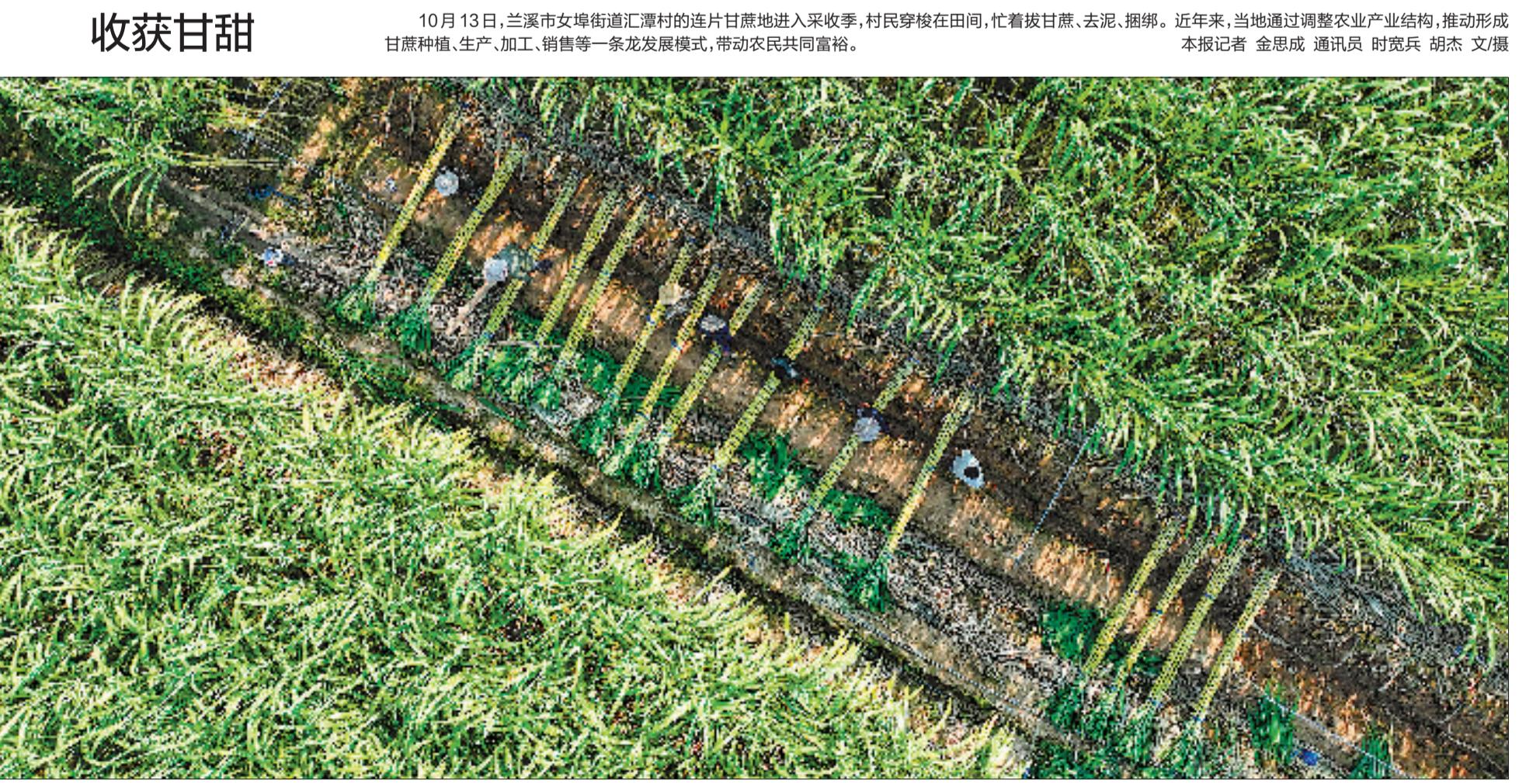
以精神激励妇女。“蚂蚁岛妇女跟共产党走,艰苦奋斗、自力更生、刻苦耐劳,一定会过上小康生活。”2005年6月13日,习近平同志考察舟山蚂蚁岛时,为蚂蚁岛妇女带来亲切的鼓励,也激励着每一位女性追逐梦想、建功立业。

以行动支持妇女。浙江是民营经济大省,女性创业者是浙商重要组成部分。万里教育集团创始人徐亚芬,曾向习近平同志表达创办中国第一所中外合作大学的想法。当时中国还没有先例,徐亚芬心中忐忑。可没想到,习近平听后当即表示全力支持,后来还出席了校园落成仪式。

“在中国人民追求美好生活的过程中,每一位妇女都有人生出彩和梦想成真的机会。”党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央把保障妇女合法权益、促进男女平等和妇女全面发展,作为中国式现代化的重要内容,对妇女事业发展作出一系列开创性、全局性、长远性的重大决策部署。中国在增进妇女福祉、促进妇女全面发展上取得的历史性成就,为全球妇女事业进步注入强劲动力。

没有妇女的现代化,就没有国家的现代化。在中国式现代化进程中,还须继续汇聚“她”智慧,在各领域更好发挥“半边天”作用。

让人生更加出彩。世界现代化应由广大妇女参与和分享。要努力让广大妇女在世界现代化的大潮中人生出彩、梦想成真,未来须朝着构建人类命运共同体的目标,积极推 进落实全球发展倡议、全球安全倡议、全球文明倡议、全球治理倡议,持续深化交流互鉴,推动形成美美与共的生动局面。



10月13日,兰溪市女埠街道汇潭村的连片甘蔗地进入采收季,村民穿梭在田间,忙着拔甘蔗、去泥、捆扎。近年来,当地通过调整农业产业结构,推动形成

本报记者 金思成 通讯员 时宽兵 胡杰 文/摄