

对话田轩

从输血到造血
“人工智能+消费”预计2030年规模化

从实验室到街头, AI如何从概念走向实质性的产业赋能, 早已不是新鲜话题。在这一过程中, 科技与消费的深度融合备受关注。

日前, 商务部等8部门发布《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》, 围绕提升人工智能+商品消费、扩大人工智能+服务消费等五方面, 提出17项具体举措, 推动人工智能技术进千家万户、进千商万店, 更好满足人民美好生活需要。

北京大学光华管理学院院长、北京大学博雅特聘教授田轩在接受北京商报记者专访时, 详细描绘了一幅“人工智能+消费”的未来图景: 智能终端不再仅仅是工具, 而是成为连接人与服务的新触点, 推动消费场景从“标准化供给”向“个性化定制”跃迁。这一模式有望在2030年迎来规模化普及, 智慧养老、沉浸式文旅两大赛道被寄予厚望。

与此同时, 科技与消费在北京的“十五五”城市蓝图中已不再是两条平行线, 而是彼此交织、互为驱动。如今, 北京人工智能产业规模已突破4500亿元, 并率先落地了全球首个城市级商用机器人示范区。田轩特别提出, 北京在“人工智能+消费”领域的先行探索, 对于全国其他城市有重要示范意义, 有望从“功能型都市”进化为“智慧型生命体”, 形成开放、包容且极具韧性的数字消费生态圈。

值得注意的是, 人工智能在提升消费匹配效率、拓展消费场景的同时, 也带来数字鸿沟、算法歧视、数据权益分配等公平性议题。对此, 田轩认为, “效率交给市场, 公平交给制度”, 应以“技术普惠+规则兜底”确保AI消费红利不沦为少数人的特权。



“造血式”升级

北京商报: AI技术如何从供给侧和需求侧同时发力, 形成可持续的内生消费动力?

田轩: “人工智能+消费”与传统政策在增长逻辑上的本质区别在于: 传统政策如消费补贴、以旧换新等, 主要是在需求侧通过价格杠杆进行短期刺激, 属于“输血式”的边际改善; 而“人工智能+消费”则是通过技术创新实现内生增长, 从供需双侧重构消费生态, 是长期的“造血式”升级。

供给侧AI推动生产模式向柔性化、智能化转型, 能精准捕捉潜在需求, 推出智能陪伴、个性化健康等全新服务品类, 实现

“以销定产”。同时, AI催生智能网联汽车、人形机器人、AR/VR设备等全新品类, 拓展消费边界, 创造新的消费增长点。在需求侧, AI通过大数据分析精准洞察消费者需求, 提供个性化推荐和服务, 以智能客服、虚拟试衣、AI导游等应用优化消费体验, 增强消费者黏性。

此外, AI还能挖掘潜在需求, 创造新的消费场景, 如沉浸式文旅、智慧养老等, 激发消费活力。这种由技术创新驱动的消费增长, 通过提升产品力、服务力和体验感, 实现消费的自然增长, 形成可持续的内生动力。

重点落地场景 ▶▶▶

消费电子

AI手机、AI PC、AI电视
具备本地大模型、智能摘要、智能创作、
语音助手等能力

智能穿戴

AI眼镜、智能手表
支持翻译、健康监测、信息提醒

智能家居

智能厨卫、照明、安防
实现设备互联互通
适配老人、儿童使用习惯

消费机器人

扫地机器人、陪伴机器人、
养老护理机器人
聚焦家务、健康照护、情感陪伴