

让AI成为提升消费品质的利器

新质生产力正以前所未有的速度重塑消费图景

羊城晚报记者 程行欢

2026年的“3·15”国际消费者权益日如约而至，这一年中国消费者协会将“提升消费品质”确立为全年主题，这一主题背后是人民群众对高品质生活需求的提升。在数字经济与实体经济深度融合的当下，新质生产力正以前所未有的速度重塑消费图景，而人工智能——这一新质生产力的核心引擎，正在书写一份关于“品质”的时代创新方案。

重新定义“消费”边界

“消费”二字的边界正在被技术重新勾勒。

人工智能的进化速度远超预期。仅仅几年前，AI助手还停留在“聊天机器人”的阶段，只能完成简单的问答；而今天，AI智能体已从实验室概念演变为大众消费的标配，成为能够独立完成复杂任务的“数字员工”。

刚刚过去的马年春节，中国在全球率先实现了“AI+消费”的规模化落地。阿里千问主导发起的“全民一句话下单”活动，让数亿消费者首次体验了AI助手的便捷。这不是实验室里的技术演示，而是人工智能真正走进寻常百姓家的历史性一刻。

技术不再是被动的工具，而是主动的“生活伙伴”——它能记住你的咖啡偏好，能在你出差前自动调整家中智能设备，能在你忘记缴费时温柔提醒，能在你情绪低落时推荐一部适合的电影。这种“润物细无声”的体验升级，正是“提升消费品质”最生动的注脚。

在与制度共舞中找平衡

然而，技术的每一次跃升都伴随着被滥用的风险。当AI以前所未有的深度嵌入消费场景，一些阴暗的角落也开始滋生：AI换脸被用于虚假代言，让消费者难辨真伪；AI生成的虚假好评混

淆视听，扭曲了真实的口碑生态；AI语音克隆被用于电信诈骗，威胁着人们的财产安全。这些乱象不仅触碰了法律红线，更侵蚀着刚刚建立起来的消费信任。面对这场技术与治理的赛跑，中国正在探索一条“以技术制技术”与制度完善并行的道路。

政策层面，国家已迈出坚实步伐。市场监管总局等五部门联合印发的《优化消费环境三年行动方案（2025—2027年）》，明确提出要“完善以消费者权益保护法及其实施条例为核心的法律体系”“厘清新业态新模式监管职责”。今年2月正式施行的《直播电商监督管理办法》，则首次明确了AI数字人直播的责任主体——直播间运营者承担首要责任，平台负有监管义务，技术提供方若明知违法仍提供支持则需承担共同责任。这意味着，在AI生成的虚拟形象背后，每一个环节的责任都被清晰地锚定。

技术治理层面，多方正在探索“以技术制技术”的创新路径。北京市消协已联合京东、抖音等8家电商平台签订《促进AI技术规范应用承诺书》，要求建立技术监测体系，对未标注的AI数字人直播及时添加提示标识。天津市市场监管委则提出“AI赋能网络交易监管执法新模式”，依托“网络市场交易监测+远程询问系统+津证云电子数据存证平台”三大智能，用技术手段应对技术挑战，实现执法模式的迭代升级。

更重要的是，消费环境的优化需要形成社会共治的合力。全国人大代表钟铮

在今年两会期间建议加快推进人工智能立法，推行数字人注册备案制度，做到“数字形象可标识、责任主体可追溯”。这一建议直指AI乱象的根源——当每一个数字人都有“身份证”，当每一次AI生成内容都可追溯，虚拟与欺诈将无处遁形。

回归消费真实体验

2026年的“3·15”，既是消费维权的重要节点，更是品质升级的崭新起点。

站在这个节点回望，我们看到技术正在以前所未有的深度和广度重塑消费生态。它让服务更加个性化、让体验更加流畅、让生活更加便捷——这是“提升消费品质”的技术维度。同时，我们也看到制度的不断完善、监管的持续创新、治理的日益精细——这是“提升消费品质”的制度保障。

站在这个节点展望，当AI技术以不可阻挡之势融入日常生活，我们既要以开放心态拥抱其带来的便捷与温度，也要以审慎态度防范其可能的风险与伤害。技术的归技术，制度的归制度，但最终，一切都要回归到“人”本身——回归到每一个消费者的真实体验、每一项权益的有效保障、每一份期待的切实回应。

“提升消费品质”不是一句口号，而是一场需要政府、企业、平台、消费者共同参与的持久战。在这场战役中，AI是利器，但绝不能是终点，要让前沿科技真正呵护人间烟火，让消费环境经得起品质的丈量。

户外游掀起消费热潮 专业度和高性价比成关键

文/沈钊
图/受访者提供

随着天气转暖，户外游也随之迎来了一年中的消费旺季。从城市周边的露营野餐，到山间野径的徒步登山，再到公路上的骑行竞速，户外场景愈发多元，参与人群持续扩容，一股强劲的户外消费热潮正席卷而来。

而与此前不同的是，在这股热潮中，消费者的需求也悄然发生着转变，专业装备与高性价比产品成为了市场的核心关注点。



户外游迎来了消费旺季

户外消费市场持续升温

3月中旬，在入手一双国货大牌的碳板跑鞋之后，王晴迫不及待地穿着新鞋来滨江步道上试跑，这是她今年入手的第一双专业跑鞋——从前，她对跑步装备没有讲究，随便穿双运动鞋就出门。但自从尝试过专业跑鞋的回弹感、包裹感之后，她开始意识到“选择更专业的鞋，配速都能提高一大截”。

户外专业化不再只是驴友或者跑友、骑友们的专属，而是成为了全民参与的生活方式。夜爬白云山的人群中，头灯、碳纤维登山杖等专业装备一应俱全；而在城市公园的草坪上，天幕、帐篷、折叠桌椅等露营装备琳琅满目，人们在享受自然的同时，也带动了户外装备市场的繁荣。

相关数据显示，2025年全国运动装备市场规模或达到6021亿元，同比增长超14%。同样，在2026

年，广州的运动消费市场也在不断扩容，据广州本土电商平台唯品会数据显示，今年以来，平台上广州运动穿搭销量同比增长30%以上，运动外套、运动休闲裤、冲锋衣等品类销量涨势突出。

唯品会相关负责人介绍，从平台的消费趋势来看，头部品牌、高性价比的商品受到消费者青睐，以3月14日的唯品运动节为例，被收藏、关注最多的是New Balance一款售价仅为379元的复古潮流老爹鞋、179元的李宁赤兔8系列的一款运动鞋等。

“既要专业，也要超值”

今年以来，运动户外消费一个重要的转变是，即使是轻量化户外运动，消费者也开始青睐更专业的产品，同时也不放弃对超值的追求。

他们开始重视性能与体验感——在户外鞋类市场，轻功能款成为主流，购买需求开始集中在跑鞋和休闲徒

步鞋，轻便透气、排汗防滑、回弹舒适成为最受关注的三大功能。而头部品牌开发的专业的缓震科技、碳板加持的设计，让跑步鞋能够有效提升运动表现。其也在专业度日益提升的市场中成为受益者。

但另一个显著的趋势是，消费者也不想为专业度的提升而付出更多溢价。他们开始转向折扣渠道：在珠江新城上班的苏沛霖从前是天环广场、天河城的常客，如今他也迷上了奥特莱斯与折扣店，他在特卖平台上买的一款伯希和冲锋衣，到手不到400元，而往年他在专柜或旗舰店买的新款，价格往往过千元。

这本质上是消费者更趋理性的体现。零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅表示，运动户外消费正在逐渐向高品质化、高性价比化发展，头部品牌正在因为其研发实力、品牌影响力而越来越受到消费者关注与青睐。与此同时，在追求高性价比的趋势下，折扣平台或将迎来快速增长。

护航银发群体 深耕养老金融

农行广东分行：以金融力量书写养老金融高质量发展新篇章

文/戴曼曼 王森怡
图/农行广东分行提供

为深入贯彻落实党中央“养老金融”大文章决策部署，积极响应广东金融监管局2026年“3·15”金融消保宣传工作要求，切实提升老年群体金融素养与风险防范能力，农行广东分行以“走进老年大学”为示范引领，联动辖内各分行同步发力，开展了一系列有温度、有深度、有实效的金融宣教活动，为银发群体筑牢“钱袋子”安全屏障，用金融力量守护老年人幸福晚年。



农业银行广东分行联动辖内各分行同步发力，开展了一系列有温度、有深度、有实效的金融宣教活动

打造银发消保“示范标杆”

3月12日上午，以“金融消保温情护航 银发智慧薪火相传”为主题的2026年“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动在广州老年大学成功落下帷幕。本次活动由广东金融监管局指导，广东省金融纠纷调解联合会、广州老年大学联合主办，农行广东分行承办，监管机构、市委老干部局、广州老年大学及农行等机构领导嘉宾出席活动，50多家金融机构代表、银龄宣教志愿者、打非青年志愿者及广州老年大学学员代表等近180人齐聚一堂，共赴这场金融养老之约。

活动现场暖意融融，金融文化与文艺表演交相辉映，让严肃的消保宣教变得生动鲜活。广州老年大学

员们带来的舞蹈《故梦醉年华》韵味悠长，展现了银发群体的风采；农行广东分行打非青年志愿者改编演唱的反诈歌曲《朋友》，以青春之声传递金融守护力量，赢得现场阵阵掌声。

活动期间，在与会领导、嘉宾的共同见证下，省金融办副秘书长张文丽为“银龄宣教志愿者”队伍授旗，这支由55名金融领域离退休老同志组成的志愿队伍正式成立。今后，他们将从金融安全的“学习者”转变为“传播者”，走进社区、校园开展常态化金融宣教，打造独具特色的“银龄金融”宣教品牌，凭借丰富的人生阅历和专业的金融经验，让金融宣教更接地气、更具说服力。

其中，“银龄宣教志愿者”队伍中的农行志愿者代表带来的反诈专题课堂，成为现场焦点。志愿者结合真实案例，深入拆解“养老理财陷阱”“保健品诈骗”“AI换脸冒充亲友”等老年群体高频遭遇的诈骗套路，细致讲解防范技巧，并总结“三不原则”，为老年朋友送上实用“防骗锦囊”，切实提升大家的识诈、防诈、反诈能力。

活动现场还同步发布了《守好钱袋子 老年人金融生活指南》，指南内容通俗易懂、贴心实用，涵盖日常金融操作、诈骗防范等核心内容，堪称老年朋友随身携带的“金融实操和防骗宝典”，为老年人安全使用金融服务提供了有力指引。

全辖联动，宣教惠民全覆盖

以主场活动为引领，农行广东分行辖内各分行积极响应、迅速行动，结合各地特色与老年群体金融需求，精心策划开展形式多样的“走进老年大学”宣教活动，形成“省行引领、全辖联动、上下同心”的消保宣教矩阵，让金融知识精准触达更多银发群体。

在肇庆，农行肇庆分行组织宣讲团队走进肇庆市老干部（职工）大学，创新采用“金融知识讲座+有奖问答”的形式，围绕“金融消费者八项基本权利”“存款保险制度”等与老年群体息息相关的实用知识展开详细讲解，以互动问答调动大家的参与积极性，让金融知识深入人心。

在佛山地区，农行佛山分行走进佛山市老年大学开设“春季开学集市”，现场设置“消费维权服务区”“反诈宣传服务区”两大专属区域，通过发放宣传资料、现场答疑、案例讲解等方式，向老年群体普及金融消保知识，守护好他们的“钱袋子”；农行南海分行桂城支行走进南海老年大学，打造“场景化案例+实用技巧”特色银发金融消保课堂，通过还原“虚假养

老理财”诈骗全过程，让老年群体直观感受诈骗套路，并手把手指导他们操作手机银行，讲解安全使用技巧。

在惠州博罗，农行惠州分行联合当地监管部门等，走进博罗县老干部（老年）大学开展联合宣教活动，以“现场宣传+游戏互动”为主，用接地气的方言揭秘“网络虚假贷款”“刷单返利”“冒充公检法”等本地高发骗局，让老年群体在轻松愉快的氛围中掌握防骗知识。

从省行主场的示范引领，到辖内分行的特色深耕，农行广东分行搭建起银龄互助、青年助老的金融宣教“桥梁”，将金融温暖精准传递给每一位老年朋友，用实际行动践行“金融为民”的初心使命。

下一步，农行广东分行将持续紧扣监管部门“清朗金融网络 守护安心消费”主题，聚焦老年人、青少年、新市民等重点群体，不断创新宣教形式、丰富宣教载体、提升宣教实效，推动金融消费者权益保护工作走深走实、见行见效，持续为消费者保驾护航，以金融力量书写高质量发展新篇章。



农行惠州分行开展金融政策宣讲，工作人员向老年群众发放宣传资料，普及金融知识与防骗技能



农行佛山分行走进佛山市老年大学开设“春季开学集市”，向老年群体普及金融消保知识