



中國商業十大 熱點展望 2026

香港科技大學利豐供應鏈研究院

議程

- 《十大熱點》簡介及參與組織介紹
- 2026 年中國商業十大熱點
- 對投資者的啟示
- 答問環節



有關十大熱點

- 為進一步瞭解中國市場的龐大潛力，中國商業聯合會專家工作委員會及香港科技大學利豐供應鏈研究院（前稱「馮氏集團利豐研究中心」連續二十三年攜手合作，發布年度《中國商業十大熱點展望》報告
- 《十大熱點》系列每年綜述中國內地最新的商業發展情況，為中國經濟狀況的變化提供指引
- 《2026年中國商業十大熱點展望》匯集逾160位頂級專家的意見，並經由專家小組多重投票和深入探討所得

參與組織背景

香港科技大學利豐供應鏈研究院

香港科技大學利豐供應鏈研究院（研究院）致力於鼓勵行業創造新知識，把其推廣至全球，並轉化成實際應用，以應對未來供應鏈所需。研究院由國際研究學府香港科技大學和供應鏈行業領袖利豐共同建立，專注於研究合作、交流、專業發展和高管教育，以推動區內以至環球的行業發展，並協助香港發展成為跨國供應鏈管理中心。

中國商業聯合會

中國商業聯合會成立於1994年，為國務院主管的半官方機構。會員約8萬家，涵蓋零售、流通、服務和旅遊業的企業、地方商會、國家專業協會、仲介組織和個體企業。中國商業聯合會專家委員會是中國商業聯合會的一個分支機構，由來自政府各部門、研究機構和大學、龍頭企業、專業協會、諮詢機構和報社的160多名專家組成，當中包括商務部、中國社會科學院、中國連鎖經營協會和人民大學等。委員會為行業專家提供交流平台，以推動商業機構和流通行業的發展。

2026 年中國商業十大熱點



01 黨的二十屆四中全會作出「十五五」頂層設計與戰略擘畫，為商貿服務業高質量發展提供方向與根本遵循

02 消費品市場持續擴容提質，促消費制度機制進一步完善

03 商貿流通領域新質生產力不斷發展，驅動行業新舊動能接續轉換

04 商旅文體融合激發消費新活力 人工智能拓展服務消費新場景

05 綠色消費擴容分層供需互動升級，市場驅動賦能數綠融合全場景全球協同拓展



06 零售行業多業態提質創新 高質量發展成行業共識

07 餐飲業多元變革與價值重構，供應鏈全面提質創新出海

08 縣域商業體系重塑助力鄉村振興，農村市場從「補短板」邁向「促循環」

09 消費分層新格局：「悅己消費」、解壓療愈和品質升級驅動市場新增長

10 多向發力加速「出海」步伐 多措並舉共促外貿新動能

01

黨的二十屆四中全會作出「十五五」頂層設計與戰略擘畫，為商貿服務業高質量發展提供方向與根本遵循

- 「十四五」期間我國已鞏固全球第二大消費市場地位，零售總額年均增長5.5%，最終消費對經濟增長的貢獻率達60%左右，主引擎作用持續凸顯
- 2025年零售總額突破50萬億元，網絡零售額連續13年穩居全球第一
- 十五五規劃建議明確提出要堅持做強國內大循環，以擴大內需特別是促消費為戰略基點，建設強大國內市場
- 建議強調要破除全國統一大市場建設卡點堵點，清理各類限制性措施，整治「內捲式」競爭

02



消費品市場持續擴容提質， 促消費制度機制進一步完善

- 國家把提振消費擺在經濟工作的首要位置，通過市場擴容和完善制度兩方面，著力擴大消費
- 市場擴容：提振消費專項行動方案強調優化「一老一小」服務供給，推動線上線下、商旅文體融合，加速推廣新技術新產品開發與應用，包括自動駕駛、智能穿戴等AI驅動型產品等
- 完善制度：促進高質量充分就業，實現居民收入增長與經濟增長同步，優化分配結構，擴大中等收入群體，堅持惠民生和促消費緊密結合，增加民生保障支出，放寬服務業市場准入等
- 預計2026年社會消費品零售總額增長4.5%左右

03

商貿流通領域新質生產力不斷發展， 驅動行業新舊動能接續轉換

- 新質生產力推動商貿流通行業由勞動密集型向技術密集型躍升
- 智慧系統以數字孿生與供應鏈控制塔為代表，在寧波舟山港、成都天府機場等樞紐應用
- 「黑燈倉庫」自動化立體倉庫、AGV機器人、智慧分揀等設施應用規模不斷擴大
- 「數據要素×」以商貿流通行業為競賽主題，國家數據局設立專項賽道進行探索，商貿流通應用空間巨大

04

西湖音乐节

商旅文體融合激發消費新活力 人工智能拓展服務消費新場景

- 服務消費已占居民人均消費支出的46.1%，2030年有望超50%，正式邁入服務型消費社會
- 故宮博物院「AI文博助手」識別文物並智能調整講解，「西湖一鍵智慧遊」根據實時數據規劃遊覽動線
- 商旅文體融合構建「文化增值-旅遊引流-商業變現-體育激活」閉環，催生「票根經濟」新範式
- AI應用包括盒馬Rex智慧門店、天貓虛擬試衣鏡、美團星巴克AI咖啡工坊等創新模式

05

綠色消費擴容分層供需互動升級，市場驅動賦能數綠融合全場景全球協同拓展

- 2024年綠色消費市場規模突破5萬億元，同比增長10%，正由政策驅動向市場驅動轉變
- 2025年1-8月，以舊換新活動中新能源汽車和一級能效家電份額超60%和91%
- 中國綠色專利佔全球超過一半，技術驅動型綠色產品佔比超60%，二手電商交易規模達6450.2億元
- 循環經濟快速發展，2024年廢舊物資回收網點約15萬個，新增智能化社區回收設施超1.1萬個

零售行業多業態提質創新 高質量發展成行業共識

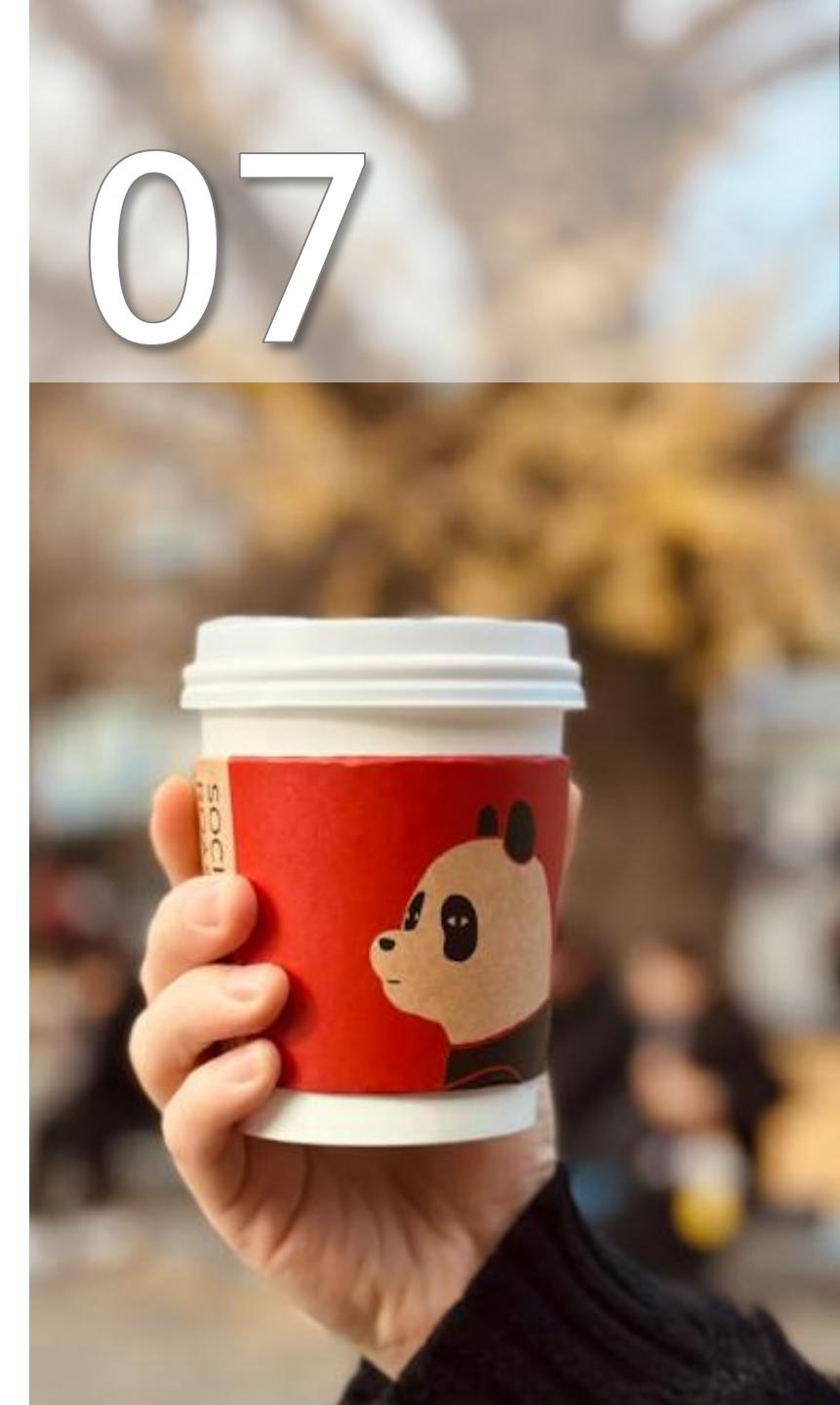
- 永輝、物美等知名超市推進「胖東來模式」調改，永輝已完成222家門店調改，同店銷售額恢復正增長。物美43家AI新質零售門店煥新開業，首家北京學清路店日均線下銷售增長超2.5倍
- 零食店和折扣店成為零售業態新增長點，量販零食店激增至4.5萬家，2025年即時零售市場規模預計達1.5萬億元，到2030年有望突破3萬億元
- 老舊商業翻新改造帶動業態調整，北京友誼商店試營業客流超5000人，銷售額同比增長數百倍
- 傳統零售業態跨界融合謀突圍，"百貨+免稅店""便利店+咖啡店""服裝店+咖啡店"等創新經營模式豐富消費者體驗維度



餐飲業多元變革與價值重構， 供應鏈全面提質創新出海

- 品牌連鎖企業引領標準化建設，肯德基KPRO、海底撈焰請、茶顏悅色等積極拓展首店
- 餐飲企業數字化轉型加速，炒菜機器人進入應用，區塊鏈推動食材全程可追溯和質量管理透明化
- 中式餐飲加快「出海」，主要通過標準化預製菜生產以及中式糕點、火鍋、新式茶飲等業態形式拓展海外市場
- 預計2026年餐飲業呈現六大趨勢：政策支持加大、複合業態興起、食品安全受重視、連鎖品牌提質、AI數智化加快、品牌進一步國際化

07



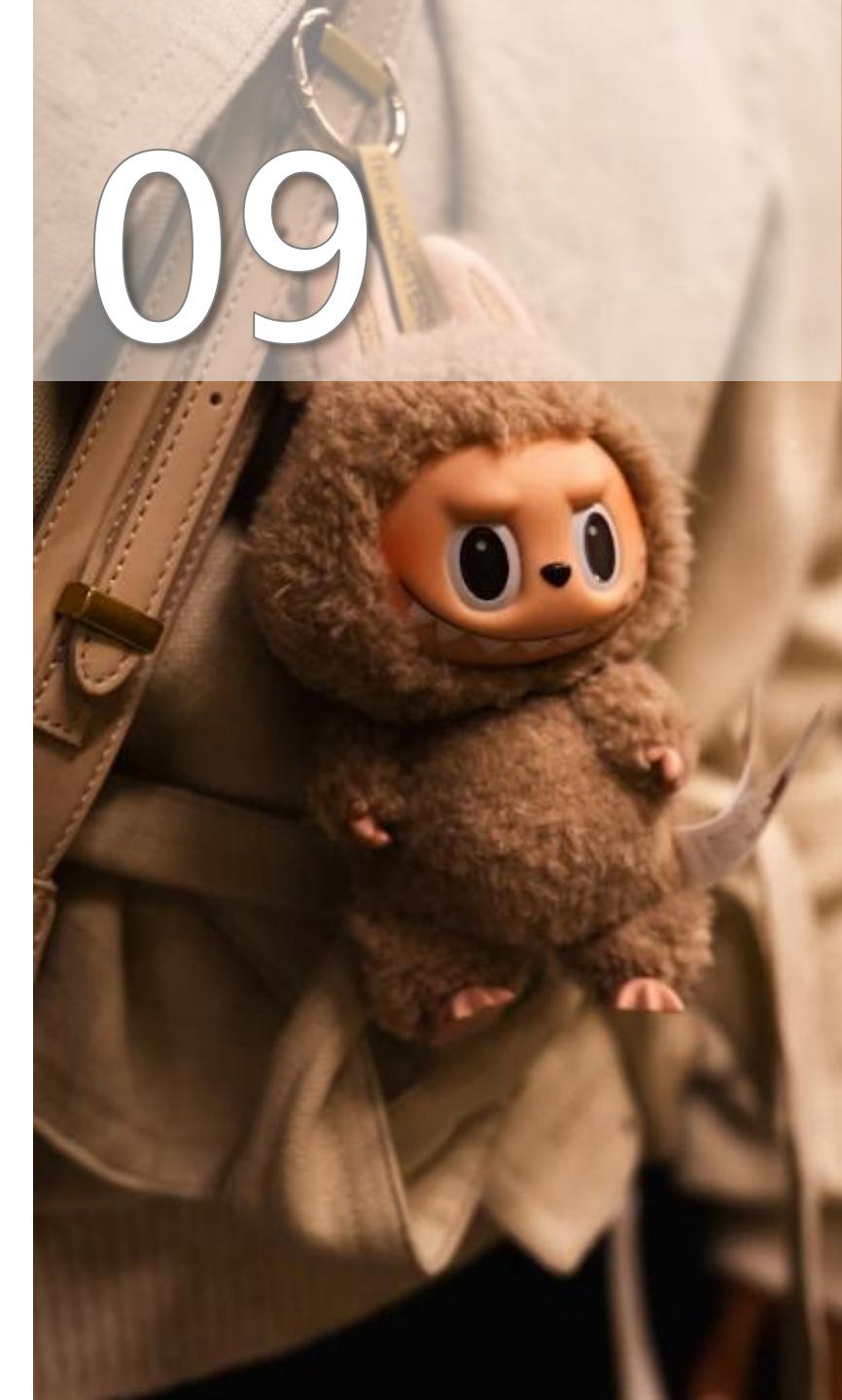
縣域商業體系重塑助力鄉村振興， 農村市場從「補短板」邁向「促循環」

- 縣域商業從「商品中轉站」向集生產、流通、消費於一體的綜合樞紐轉型
- 農產品銷售和供應集採體系的數字化改造和標準協同加強
- 直播電商將本地生產者與全國市場直接連接，縣域成為產業聚集、人才留存的平台
- 「集採+雲倉配送」模式逐漸成熟，直播銷售在產地和主要集散地快速發展



消費分層新格局：「悅己消費」、 解壓療愈和品質升級驅動市場新增長

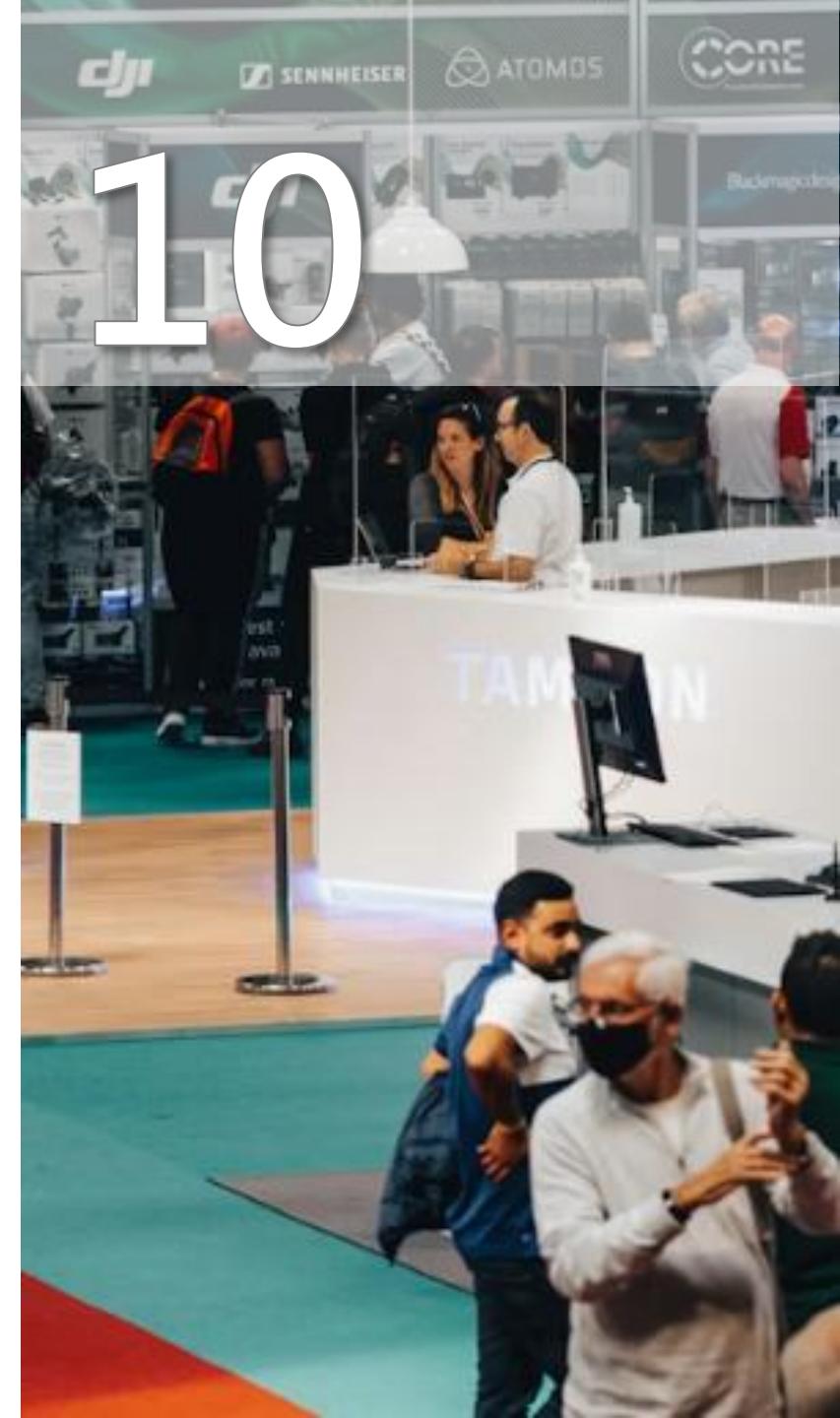
- 中國「情緒經濟」規模2024年達2.31萬億元，預計2029年將突破4.5萬億元
- 三大消費群體驅動增長：Z世代追求情感價值（泡泡瑪特上半年營收29.4億元，同比增長212.2%）、中年中產尋求療愈體驗、銀髮群體需求升級
- 銀髮經濟預計2026年達12萬億元，老年旅遊、體育健康和文化娛樂銷售分別同比增長26.2%、23.9%、20.7%，銀髮群體的消費正從「養老」向「享老」升級



多向發力加速「出海」步伐

多措並舉共促外貿新動能

- 中國品牌正在贏得國際認可，出海產品呈現「高端化」趨勢
- 超2200家「雙循環」領軍企業在國內國際兩個市場表現出色，內外貿一體化運營模式發展迅速
- 市場採購貿易（MPT）方式助力小商品全球化，義烏2025年前三季度進出口值6312億元，同比增長26.3%
- 數字化成為中國品牌「走進去」的支點：AI驅動的數字化轉型在跨境生態加速推進，智能風控、智能物流降低庫存風險，助力品牌從「出口產品」向「出口價值」轉型





對投資者的啟示

對企業的影響與啟示



把握擴內需促消費市場機遇

- 中國政府加快構建全國統一大市場，破除地方保護和市場分割
- 十四五規劃強調擴大內需特別是促消費為戰略基點，建設強大國內市場

企業應密切關注國家促進統一大市場和擴大內需的政策導向，主動調整經營策略。這包括適應促進公平競爭和市場準入的新規定，積極參與地方促消費活動，提供符合消費者需求的優質產品和服務。外資企業可考慮與本土企業建立戰略合作，藉助本地渠道和資源有效應對監管環境，充分利用各類促消費政策紅利。通過與國家戰略同頻共振，企業能夠更好地把握這個充滿活力的市場中的發展機遇。

對企業的影響與啟示



以融合和創新提升消費體驗

- 服務消費正在快速增長，體驗式消費成為主流趨勢
- 人工智能技術催生融合沉浸體驗、實時互動和個性化定製的新場景

企業必須打造商旅文體健多業態融合的綜合消費體驗。通過引入人工智能技術，在零售、旅遊和生活服務等領域提供精準化、個性化服務，更好地滿足消費者的多元化需求。積極擁抱AI賦能創新的企業將更有能力應對市場變化，在激烈競爭中脫穎而出。

對企業的影響與啟示



加快推進數智化轉型

- AI驅動的數字孿生技術正在重塑傳統供應鏈控制塔
- 「黑燈倉庫」等無人化自動化倉儲在全國快速鋪開
- 新質生產力推動流通活動由經驗驅動向數據驅動轉型

企業應優先加大對人工智能、大數據分析、區塊鏈等先進技術的投入。這些技術不僅能夠幫助企業優化流程、提升供應鏈效率，還能深度洞察消費者行為，實現精準營銷和產品創新。通過全面擁抱數字化轉型，企業可以為長期高質量發展打下堅實基礎。外資企業可以與本土科技公司開展合作，更好地把握中國快速演進的數字化浪潮。

對企業的影響與啟示



踐行綠色發展和可持續理念

- 綠色消費正在從政策驅動向市場驅動為主加速轉變
- 消費者越來越願意為環保、符合道德規範的產品支付溢價

企業應在採購、產品設計、包裝、物流等全流程貫徹可持續發展理念。開發綠色環保產品，提高企業ESG信息披露透明度，有助於增強消費者信任。積極參與碳抵消、減污降碳、循環經濟等綠色行動，能夠提升品牌聲譽和消費者忠誠度。把可持續發展放在戰略優先位置的企業，將贏得日益壯大的綠色消費群體青睞，獲得競爭優勢。

對企業的影響與啟示



深耕農村和縣域市場新藍海

- 縣域商業正在從「補短板」邁向「促循環」，演變為綜合樞紐
- 農村和縣域地區對多樣化、高品質產品和服務的需求快速增長

企業應深入開展市場調研，準確把握農村和縣域消費者的獨特需求，因地制宜調整產品和服務供給。外資企業可以與本地分銷商和電商平臺建立合作，提升供應鏈效率，確保產品可及性。同時，營銷策略要充分考慮當地文化特點，實現精準觸達。深耕農村和縣域市場，企業能夠挖掘此前未充分開發的消費潛力，開闢新的增長空間。

對企業的影響與啟示



重視情感營銷與國際拓展

- 消費者越來越重視情感價值，「情緒經濟」市場規模高速增長
- 國內市場競爭加劇，企業紛紛尋求出口和海外布局機會

企業應打造注重故事敘述和情感連接的營銷傳播，突出產品背後的個人體驗、品牌價值觀和人文關懷，通過社交媒體和互動平臺與消費者深度互動。外資品牌可以充分利用自身獨特的文化敘事，在中國市場形成差異化定位。通過拓展全球市場，企業可以實現收入來源多元化，降低對單一市場的依賴。企業應開展充分的市場調研，明確重點區域，制定本地化的產品和營銷策略。與當地合作夥伴建立戰略協作，有助於順利進入新市場並確保合規運營。

對企業的影響與啟示



多向發力加速「出海」步伐

- 國內市場競爭加劇，潮流玩具、智能機器人等中國品牌正在贏得國際認可
- 餐飲品牌加速全球化布局，通過標準化預製菜、中式糕點、火鍋、新式茶飲等業態形式拓展海外
- 亞洲、非洲、拉丁美洲等新興市場因消費需求上升和城鎮化加速而具有巨大發展潛力

企業應開展充分的市場調研，準確把握目標市場的商業環境、法規制度和文化特點，以確定重點區域。制定本地化的產品和營銷策略，與當地合作夥伴建立戰略協作，有助於順利進入新市場並確保合規運營。通過拓展全球市場，企業可以實現收入來源多元化，降低對本地市場的依賴，從「出口產品」向「出口價值」轉型，實現可持續的國際增長。



報告下載



Scan QR code to
download