以场景之“钥” 开创新之“锁”

——场景驱动国际科技创新中心建设新范式

孙瑜康 李国平

以场景为牵引，能够把潜在需求转化为创新命题，把技术成果转化为现实生产力，把区域比较优势转化为协同创新优势。以场景之“钥”开创新之“锁”，正在成为国际科技创新中心建设的新范式

随着新一轮科技革命深入发展，国际科技创新中心的竞争正在从追求技术突破，转向把科技优势转化为产业优势、发展优势和治理优势的综合较量。国际科技创新中心既要持续产出原创引领成果，也要为成果验证和应用提供真实空间。而场景正是连接科技创新与产业应用的纽带，以场景为牵引，能够把潜在需求转化为创新命题，把技术成果转化为现实生产力，把区域比较优势转化为协同创新优势。以场景之“钥”开创新之“锁”，正在成为国际科技创新中心建设的新范式。

场景的理论内涵与独特价值

国务院办公厅印发的《关于加快场景培育和开放推动新场景大规模应用的实施意见》明确指出，“场景是用于系统性验证新技术、新产品、新业态产业化应用以及配套基础设施、商业模式、制度政策的具体情境，是连接技术和产业、打通研发和市场的桥梁，是推动科技创新和产业创新融合发展的重要载体。”这一界定表明，场景是需求提出、技术验证、产业协同和制度适配共同发生的创新空间。场景驱动创新，本质上是以真实世界的应用需求为牵引，推动创新范式由“供给推动”转向“需求牵引”。传统创新流程遵循“先研发、后应用”的线性逻辑，场景驱动则将真实需求前置于创新起点，并贯穿从研发到应用的全过程。场景是创新需求的显影器，将隐性需求转化为清晰命题；场景是技术产业化的验证场，将成本、性能、安全等现实条件纳入测试，降低成果转化的不确定性；场景是创新要素的融合器，以具体任务汇聚技术、数据、资本和人才；场景是创新生态的组织枢纽，连接科研机构、企业、政府和用户，推动创新由单向供给转向多元共创。最终，形成“需求识别—技术突破—场景验证—产业应用—体系升级”的价值循环。

国际科技创新中心拥有丰富的原始创新成果、完备的产业体系、超大规模的应用市场和多元的城市运行环境，是场景驱动创新的最佳载体。通过重构核心功能的实现方式，场景驱动正成为国际科技创新中心建设的新范式。场景推动技术、资本、人才等围绕具体任务重组，增强了全球创新资源汇聚功能；将产业需求前置到基础研究、技术开发和工程验证环节，提升了前沿技术策源功能；以真实生产环境检验技术成果，强化了全球高端产业引领功能；推动多元主体数据共享、风险共担、利益协同、规则共建，优化了创新生态营造功能。

国际科技创新中心建设中的场景实践

当前，北京(京津冀)、上海(长三角)和粤港澳大湾区围绕场景在国际科技创新中心建设中的作用展开了各具特色的探索，形成了若干可资借鉴的实践经验。

以场景为牵引校准科创中心的策源方向。国际科技创新中心的首要职能是原始创新策源，关键在于研发议程能否接入真实问题。北京经开区通过“测试—验证—推广”闭环和揭榜挂帅机制，将产业技术瓶颈转化为场景任务，引导研发资源向真实约束条件收敛。

以场景为支点撬动科创中心的产业孵化。场景以真实约束条件筛选技术路线，以运行环境检验成果成熟度，推动创新成果跨越从实验室到产业端的转化鸿沟。北京海淀向智能体企业开放城市治理、民生服务等测试场景，使企业在真实任务中完成产品定型。上海围绕量子计算发布电力、金融、物流等应用场景，并与未来产业基金和孵化器衔接。

以场景为纽带聚合科创中心的多主体协同。场景以具体技术命题提供共同任务锚点，使高校、企业、政府的分散能力重新汇聚。北京海淀依托“五方六力”机制推行“一校一策”，组建高校工作组进驻院系，推动高校创新与企业应用场景对接。长三角G60科创走廊依托创新联合体，组织跨城高校院所和产业链企业围绕特定方向协同攻关。粤港澳大湾区通过“港澳研发、湾区转化、跨城推广”等模式，把科研资源、制造能力和应用市场串联起来。

以场景为试验田生成科创中心的治理规则。新技术应用中的数据安全、责任认定和标准衔接，需要在实践中逐步解决。北京探索建立场景监管沙盒、包容期管理和尽职免责机制，在可控边界内为新技术提供试验空间。粤港澳大湾区以数据跨境应用为切口，将合规要求嵌入跨境医疗、科研和制造场景，推动规则互认由制度对话转向具体操作。

以场景为抓手推动国际科技创新中心建设

当前，场景建设仍处于起步培育阶段，其潜能尚未充分释放。面向国际科技创新中心建设的新要求，需以场景建设为切入点，推动创新体系重构、发展动能转换与区域优势再造，塑造国际科技创新中心发展的新动力。

提升国际科技创新中心的场景供给能力，首要在于形成从场景挖掘、价值提炼到开放应用的完整机制。围绕科技前沿、国家战略需求、产业转型与城市治理难题，建立常态化场景发现机制；围绕技术缺口、应用主体与风险边界提炼高价值场景；完善场景发布、供需匹配、测试评价和退出制度，推动政府、国企、科研机构和链主企业开放场景资源，保障公平参与。大力推动场景识别、培育和开放，加快发展为全球高价值场景策源地、首发地和扩散地。

提升国际科技创新中心的成果转化能力，关键在于以场景促进科技创新与产业创新深度融合。将产业链短板、生产流程难题和用户痛点前置为科研任务，推动科研机构、链主企业和专精特新企业围绕场景协同攻关；在真实生产与市场环境中检验技术可靠性、经济性和可复制性，推动成果从样品到产品，再到商品；支持人工智能、先进制造、生命健康等前沿技术规模化应用，带动新产品、新服务和新模式成长。

提升国际科技创新中心的持续创新能力，基础在于完善支撑场景建设的要素体系和组织体系。培养场景设计师、技术经理人和运营人才，推动高校、科研机构与企业联合培养；完善覆盖概念验证、中试熟化、场景测试和首用推广的资金链，吸引产业资本、金融机构和长期资本，探索场景贷、场景险和成果转化基金；建设概念验证、中试、检验检测和场景实验室，提供数据、算力、设备和测试认证服务；培育专业化运营机构，推动场景从一次性试点转为可持续基础设施。

提升国际科技创新中心的区域协同能力，重点是以场景共建推动核心城市与周边地区优势互补。国际科技创新中心空间扩围，是创新链延伸和产业分工深化的要求。要建立跨区域场景联合发布、供需匹配和利益分享机制，推动北京原始创新与津冀产业场景、上海科研金融优势与长三角制造业、港澳平台和规则衔接作用结合；推进数据接口、技术标准、检测认证和场景准入衔接，降低跨地区验证和产业化成本。由此形成研发在核心城市、验证在产业腹地、应用在多元市场的格局，使城市群成为创新要素高效流动的创新共同体。

（作者分别为首都经济贸易大学特大城市经济社会发展研究院副教授，北京大学首都发展研究院院长、教授）

发展体验经济 激活内需增长新动能

董微微

体验经济以体验为纽带，推动服务业与农业、制造业等领域深度融合，催生“体验+制造”“体验+农业”等跨界新业态，带动沉浸式内容创作、交互技术开发、场景运营服务等新兴产业成长

坚持扩大内需这个战略基点，深入实施提振消费专项行动，是“十五五”时期推动经济高质量发展的重大部署。《扩大消费“十五五”规划》明确提出“培育体验式消费”，要求以消费体验为重点培育消费新业态新模式新场景。伴随居民消费从物质功能满足转向情感共鸣、精神价值追求，体验经济市场规模快速扩张，在扩大国内需求、推动产业转型升级、促进城乡融合发展、建设强大国内市场等方面发挥重要作用。

当前，我国体验经济仍处于成长上升期，坚持以文化为内核、以场景为载体、以数实融合为路径、以企业为主体、以制度为保障，推动供给体系升级，实现以新需求引领新供给，以新供给创造新需求，促进消费和投资、供给和需求良性互动，对于激活消费潜力、建设强大国内市场等具有重要意义。

一、深刻把握体验经济的理论内涵与时代逻辑

体验经济正在深刻重塑产业空间形态和市场价值范式，成为拉动经济增长的新引擎。体验经济是以商品、服务为载体，以消费者深度参与为核心，通过场景营造、内容叙事、交互设计，创造个性化、沉浸式、可记忆消费体验的新型经济形态。从表征看，体验经济表现为“走进生活、体验文化、深度参与、情感共鸣”，注重情感体验与精神满足；从载体看，体验经济凸显以品牌为支撑、以服务为核心、以场景为牵引的动态供需关系与产业逻辑；从功能看，体验经济体现出从产品功能向服务效率、品牌效益的价值转向，让消费者从服务的被动接受者转变为价值共创的参与者，凸显服务“非标准化”带来的稀缺性和情感溢价，其本质是在服务中融入“人”的温度与“文化”的厚度。

体验经济是需求牵引与供给支撑双向作用的产物。从需求侧看，消费结构升级驱动体验经济增长。我国经济迈入高质量发展阶段，居民收入稳步增长，消费结构发生深刻变革，消费需求实现从“有没有”向“好不好”的跃迁，发展型、改善型消费持续提升，消费决策不再局限于商品物质功能满足，消费者更加看重参与感、社交认同、情绪疗愈，完成从“性价比”向“心价比”的价值转向，折射出消费观念的转变，为体验经济开辟广阔市场空间。

从供给侧看，数字技术与产业融合为体验经济发展提供载体。人工智能、数字孪生等数字技术不断成熟，智能体应用场景不断拓展，为沉浸式、互动式体验场景提供技术底座。同时，消费端提出人机交互、情感计算等新诉求，反向牵引数字技术迭代升级，形成技术创新与体验升级双向循环。“文旅+商业”“体育+康养”“农业+研学”等跨界融合不断深化，历史街区、工业遗存、乡村田园、商圈场馆等存量资源持续向消费场景转化，为体验经济提供丰富落地载体，推动供给向定制化、场景化、情感化升级，带动传统服务业迭代升级，催生大量新业态新模式，进一步提高供给体系对个性化多样化需求的适配能力。

二、把握体验经济赋能高质量发展的多重价值

体验经济是顺应生产力变革、消费范式转型形成的经济新形态，在畅通国内大循环、建设现代化产业体系、推动城乡协调发展、塑造经济发展新优势方面具备多重战略价值。

第一，体验经济是释放内需潜力的重要引擎。我国超大规模市场蕴藏巨大消费潜能。体验经济不断拓展服务消费增长空间，把群众潜在的个性化需求转化为现实消费。体验经济具有强关联性、高带动性的特征，能够带动交通、餐饮、住宿、零售等全链条消费提升。通过打造夜游经济、沉浸式演艺、赛事旅游等多元场景，激活发展型、改善型消费，提升居民服务性消费占比，释放不同群体消费潜力，更好发挥消费对经济发展的基础性作用。

第二，体验经济是推动产业体系迭代升级的重要抓手。体验经济以体验为纽带，推动服务业与农业、制造业等领域深度融合，催生“体验+制造”“体验+农业”等跨界新业态，带动沉浸式内容创作、交互技术开发、场景运营服务等新兴产业成长。传统企业不再局限于销售实物商品，而是依托产品搭建体验场景，推动生产模式由大规模标准化向柔性定制、用户共创转型，推动生产性服务业向价值链高端延伸、生活性服务业向高品质和多样化升级，提升产业整体附加值与市场竞争力。

第三，体验经济是促进城乡融合发展的有效载体。在城市，体验经济赋能城市更新，各地利用商业设施、历史建筑等存量空间，通过创意赋能、风貌改造、业态提升等方式，发展创意设计、数字艺术、沉浸式体验等业态，盘活闲置载体，拓展消费场景，实现空间盘活、业态重塑、活力提升。在乡村，农事体验、田园康养、乡土文化体验等项目把生态资源、文化资源转化为消费产品，通过实施县域商业提质增效行动、推进“千集万店”改造提升，拓宽农民增收渠道。体验经济正成为推动城乡消费要素双向流动、逐步缩小城乡消费差距的重要力量。

三、推动体验经济高质量发展的实践路径

牢牢把握实施扩大内需战略重大机遇，坚持文化铸魂、场景赋能、数实融合、市场主导、制度护航，持续提升体验经济供给质量，把我国丰厚的文化资源、广阔的市场空间转化为经济发展优势，更好满足人民群众多层次、多样化的消费需求，推动供需在更高水平上实现动态平衡，为畅通国内大循环、推动经济高质量发展注入源源不断的新动能。

第一，厚植文化根基，塑造体验经济竞争优势。文化是体验经济的灵魂，文化挖掘越充分，体验感越强。成功的体验项目，往往能够将地域文化精髓、民族历史记忆与现代审美表达有机融合，通过故事化、仪式化的表现手段，让消费者在互动中产生深度情感共鸣。立足中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化资源，深度挖掘地域特色资源，加强文化资源开发和利用，深耕内容创作，加大对优质原创体验产品的扶持力度，提升体验产品文化厚度，培育一批具有标杆意义的优质体验业态与品牌，开发具有辨识度的原创体验产品标识。鼓励基于文化内核的二次创作，推动在地文化与当代艺术、流行时尚等跨界融合。深入实施国家文化数字化战略，推动博物馆、历史街区、文化遗址从“看展品、看建筑”升级为沉浸式互动体验，把文物典籍、非遗技艺转化为可参与、可触摸的实践项目，打造城市特色沉浸式体验集聚区。分层分类优化体验供给，针对青年群体发展潮流社交类体验产品，面向家庭群体做强亲子研学，面向老年群体开发康养休闲、适老化体验项目，形成兼顾大众普惠与小众定制的产品体系。以文化元素赋能消费品制造和服务供给创新。

第二，拓展多元场景，构建跨界融合的产业生态。场景是体验经济生存发展的土壤。充分发挥我国超大规模市场丰富场景优势，大力发展“体验+”跨界新业态。一是做优城市消费场景。推动传统购物型商业综合体向多元消费场景升级，增加文化时尚、健康体育、艺术展览、主题社交等服务消费功能。推动演艺、赛事活动“进商圈、进街区、进景区”，培育“观赛+文旅消费”联动模式，放大赛事、节庆活动对消费的带动效应。二是做强乡村特色体验场景。因地制宜发展农耕体验、乡村研学、生态康养等产业，鼓励各地探索发展虚拟现实、沉浸式体验等差异化路径，推动体验经济赋能乡村全面振兴。三是丰富产业融合场景。发展工业旅游，推动传统工业遗存向体验消费载体转化，鼓励教育、医疗、康养行业引入体验思维，发展沉浸式科普、智慧康养等新型服务。促进文旅、商业、体育、康养、农业、工业深度融合，发展“文旅+康养”“教育+研学”“商业+文化+生态”“交通+体验”等跨界融合业态，培育多层次、多样化体验消费场景矩阵。

第三，深化数实融合，以新技术拓展体验边界。数字技术的应用不仅能打破时空限制，拓展服务的边界和空间，更能有效满足消费者个性化、多样化的体验诉求。顺应数字经济发展趋势，深入推进“人工智能+消费”，推动人工智能等数字技术在文娱、旅游、健康、体育等领域的深化应用，打造一批商文旅体健融合的消费新场景。用好人工智能、数字孪生、大数据等新一代信息技术，推进商圈、景区、产业园区、博物馆数字化改造，建设“人工智能+消费”集聚区和人工智能应用体验中心。开发差异化、个性化体验产品，发展线上线下联动的数字体验项目，丰富沉浸式、交互式体验供给。聚焦银发经济、首发经济、冰雪经济等潜力赛道，通过大数据算法精准识别不同年龄、地域、文化背景消费者的需求，开发一批兼具定制化、场景化、情感化特征的服务产品。引导科技企业、科研院所等聚焦体验经济发展需求开展联合技术攻关，降低中小经营主体使用算力、交互工具的成本。

第四，激发经营主体活力，培育适配体验经济的供给能力。企业是发展体验经济的核心主体。体验经济对经营主体提出全新能力要求，包括精准洞察消费需求、跨界整合资源、全流程共情服务、持续迭代内容产品等综合能力。在需求响应方面，提升需求捕捉与动态适配能力，建立常态化的市场调研和需求分析机制，实现体验产品和服务的定制化、差异化供给。在产业协同方面，提升跨界融合与资源联动能力，打破产业边界与行业壁垒，推动文旅、商业、体育、科技、健康、教育等多个产业深度联动，构建全链条的体验消费生态。引导广大经营主体转变发展理念，从传统产品思维转向体验价值思维，更加关注消费者全过程体验感受与情感获得。支持企业深耕内容创作和场景运营，培育一批具有原创能力和全国影响力的体验经济龙头企业、链主企业。鼓励经营主体进行长周期的内容创作与场景运营，创新商业模式，探索社群运营、会员长效运营模式，把一次性消费转化为长期复购与口碑传播。鼓励企业立足本土实际开展模式创新，发挥创新联合体作用，推动文化机构、科技企业、运营服务商协同联动，共同打磨优质体验产品，形成创新合力。

（作者系天津社科院经济分析与预测研究所所长）