

信息参考

“两会”专刊

03

2025

促进服务消费高质量发展



广西桂林图书馆



北海市图书馆

2025年1月15日



目录 CONTENTS

尊敬的读者：

本产品为信息聚合内部资料，非卖品；所有文章均摘自公开媒体，仅供参考。

相关政策

近期政策一览·····	3
增强服务消费发展动能·····	4
挖掘养老服务消费潜力 推动养老事业和产业协同发展·····	6

各方观点

加快服务消费发展 提升人民生活品质·····	11
以服务消费为抓手 为扩大内需增动力·····	14
持续赋能新业态 数字消费激活经济发展新潜力·····	16
养老服务消费潜力释放正当时·····	18
从“双11”看数字消费活力·····	21
数字赋能服务消费高质量发展·····	22

各地实践

多地：开拓服务消费新场景·····	28
多地：培育服务消费新品牌·····	32
甘肃玉门：服务消费何以“热力”满满·····	35
青海：聚焦“舌尖”需求让养老变“享老”·····	38

数说“服务消费”

服务消费进入快速增长期·····	40
我国服务消费增势良好 消费梯次升级释放经济新潜能·····	42
服务消费提质扩容为内需增长添动能·····	43
数据展现服务消费高质量发展·····	45

主办单位：广西桂林图书馆
北海市图书馆

编辑出版：广西桂林图书馆
北海市图书馆

地址：北海市北海大道132号
邮编：536000
电话：0779-2020461
传真：0779-2038155
电子邮箱：bhlib@163.com
官方网站：www.bhlib.cn

前言

服务消费关乎民生和人民幸福感、获得感，是民生福祉改善提升的重要支撑，是消费结构优化升级的重要方向，也是推动经济高质量发展的重要内生动力。随着我国经济由高速增长转向高质量发展，社会消费日益呈现个性化、多样化、品质化的升级趋势，消费形态也逐渐由商品消费为主向商品和服务消费并重转变，服务消费在扩大内需乃至高质量发展中的作用越来越突出。

不久前召开的中央政治局会议部署 2024 年下半年经济工作时提出，要以提振消费为重点扩大国内需求，经济政策的着力点要更多转向惠民生、促消费，明确“把服务消费作为消费扩容升级的重要抓手，支持文旅、养老、育幼、家政等消费”。2024 年 8 月，国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》，进一步释放以服务消费为抓手，为扩大内需添动力的明确信号。

相关政策

近期政策一览

2024年6月

为进一步培育和壮大消费新增长点，国家发展改革委等部门印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》，提出“围绕居民吃穿住用行等传统消费和服务消费，培育一批带动性广、显示度高的消费新场景”、“支持相关部门和地方协同开展政策性试点示范和实践探索，加强对大宗消费、服务消费的综合金融支持”。

2024年7月

中共中央政治局召开会议，强调要把服务消费作为消费扩容升级的重要抓手，支持文旅、养老、育幼、家政等消费。

国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》，优化和扩大服务供给，释放服务消费潜力，更好满足人民群众个性化、多样化、品质化服务消费需求。

2024年10月

民政部等24部门联合印发《关于进一步促进养老服务消费 提升老年人生活品质的若干措施》，聚焦促进养老服务供需适配、拓展养老服务消费新场景新业态、加强养老服务设施设备和产品用品研发应用、加强养老服务消费保障、打造安心放心养老服务消费环境等5个方面，提出19条政策措施。

2024年11月

广西发布《广西促进服务消费高质量发展工作措施（公开征求意见稿）》，从挖掘基础型消费潜力、激发改善型消费活力、培育壮大新型消费、增强服务消费动能、优化服务消费环境等方向进一步优化和扩大我区服务供给，释放服务消费潜力，更好满足人民群众个性化、

多样化、品质化服务消费需求。

（综合自：中国政府网、新华社、广西商务厅网站等）

增强服务消费发展动能

国务院 2024 年 8 月 3 日印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》（以下简称《意见》），就服务消费发展作出系统全面部署。2024 年 8 月 9 日，在国新办举行的新闻发布会上，商务部、国家发展和改革委员会、民政部等部门相关负责人就《意见》进行了详细解读。商务部部长助理唐文弘说，出台《意见》主要目的是通过优化和扩大服务供给，释放服务消费潜力，更好满足人民群众个性化、多样化、品质化服务消费需求。

聚焦重点领域提出务实举措

国家统计局数据显示，2024 年上半年，服务零售额同比增长 7.5%，增速比同期商品零售额增速快 4.3 个百分点。不过，与高收入经济体相同发展阶段的平均水平相比，目前中国服务消费占居民消费比重仍然偏低，具有较大的发展空间和潜力。

唐文弘在发布会上介绍，《意见》围绕挖掘基础型消费潜力、激发改善型消费活力、培育壮大新型消费、增强服务消费动能、优化服务消费环境、强化政策保障等 6 个方面提出了 20 项重点任务。相关务实举措涵盖了餐饮住宿、家政服务、养老托育、文娱旅游、教育体育、居住服务、健康服务等与人民群众生活密切相关的领域。

在餐饮住宿消费上，培育名菜、名小吃、名厨、名店，培育特色小吃产业集群；在文化娱乐消费上，提升网络文学、网络表演、网络游戏、广播电视和网络视听质量，鼓励沉浸体验、剧本娱乐、数字艺术、线上演播等新业态发展；在数字消费上，发展“互联网+”医疗服务、数字教育等新模式，加快无人零售店、自提柜、云柜等新业态

布局，支持电子竞技、社交电商、直播电商等发展……

“《意见》涵盖了服务消费的各个领域，既有存量较大的传统服务消费，也有增长空间更大的改善型、新型服务消费，不仅有利于满足消费者日益多样化的需求，还能推动经济结构优化升级。”商务部研究院流通与消费研究所所长董超说。

扩大养老托育、家政服务消费

大力发展银发经济，促进智慧健康养老产业发展，推进公共空间、消费场所等无障碍建设，提高家居适老化水平……《意见》对促进养老服务消费提出一系列要求。

“2023年底，我国60周岁及以上老年人口达到2.97亿，占总人口比重达到21.1%。随着我国人口老龄化程度不断加深，必将带来服务消费方面的深刻变化。”民政部养老服务司负责人李永新说。

据介绍，民政部将认真落实《意见》关于养老服务消费的部署要求，进一步优化居家、社区、机构养老服务供给，推动助餐、助浴、助医、助洁、助行、助急和探访关爱等服务发展，开展居家适老化改造；创新“智慧+”养老新场景，运用智能技术为老年人提供更加精准的服务；增加养老服务设施有效供给，有效补齐老旧小区养老服务设施短板；进一步鼓励和支持企业等社会力量参与提供养老服务。

针对家政服务需求日益增多的情况，商务部服务贸易和商贸服务业司司长王东堂说，商务部将积极会同相关部门深化家政劳务对接行动，持续开展家政服务员技能升级行动，为家政服务员提供免费的线上培训。同时，进一步健全家政服务的标准体系，推动制定若干关于家政服务领域高质量发展的国家标准。

国家发改委就业收入分配和消费司负责人常铁威说，将把服务消费作为消费扩容提质的重要抓手，充分发挥中央预算内投资等中央资金的引导和带动作用，积极支持服务消费重点领域发展。

促进服务消费扩容升级

目前，中国人均国内生产总值已经超过了 1.2 万美元。随着收入水平的提高和中等收入群体规模的扩大，服务消费的扩容升级还有望进一步提速。“要推动商业、交通、文化、旅游、体育等多种服务业态创新融合，推进先进制造业和现代服务业深度融合，推进农村一二三产业融合发展，增强服务消费发展动能。”常铁威说。

文化和旅游部产业发展司负责人马力说，文化和旅游部将围绕《意见》，从丰富消费惠民活动举措、提升文旅产品供给质量、优化文化和旅游消费环境三个方面重点发力，发挥好文旅消费促增长、惠民生的作用。

为了培育服务消费新增长点，《意见》还从财税金融、人才队伍等方面给出了一系列保障措施。唐文弘表示，商务部会同相关部门建立了促进服务消费发展工作协调机制，未来将持续发挥机制作用，协调推进服务消费发展政策措施的研究制定和组织实施，研究解决制约服务消费发展的难点堵点，共同促进服务消费高质量发展。

（来源：人民日报 2024-08-10）

挖掘养老服务消费潜力 推动养老事业和 产业协同发展

民政部、商务部、国家发展改革委等 24 部门 2024 年 10 月 31 日印发的《关于进一步促进养老服务消费提升老年人生活品质的若干措施》（以下简称《若干措施》）提出，“挖掘养老服务消费潜力，更好满足老年人服务需求，提升老年人生活品质”。

截至 2023 年底，全国 60 岁及以上老年人口近 2.97 亿，占总人口的 21.1%，预计到 2050 年，将达到近 5 亿人，老龄化将伴随社会主义现代化强国建设全过程。随着人口老龄化程度日益加深，人民群众多

样化多层次的养老需求不断增强。发展养老产业和银发经济，将老年人的消费需求有效转化为晚年的幸福感，既是积极应对人口老龄化的需要，也是提升老年人生活品质的重要因素。

《若干措施》聚焦促进养老服务供需适配、拓展养老服务消费新场景新业态、加强养老服务设施设备和产品用品研发应用、加强养老服务消费保障、打造安心放心养老服务消费环境等5个方面，提出19条政策措施，要求进一步有效挖掘养老服务消费潜力，推动养老事业和养老产业协同发展，实现养老服务高质量发展，更好满足老年人多层次、多样化、个性化服务需求。

加大和优化高质量养老服务供给

民政部有关负责人介绍，出台《若干措施》是推动养老事业和养老产业协同发展的重要举措，主要目的是通过加大和优化高质量养老服务供给，更好满足老年群体养老服务消费需求，努力让老年人的获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。其主要有以下三个方面的特点：

坚持民生为要，突出有效提升老年人生活品质。《若干措施》聚焦老年人在居家、社区、机构等不同场景下的养老服务需求，提出全面推进智慧型家庭养老床位建设，大力发展助餐、助浴、助医、助洁、助行、助急和探访关爱等服务，发展社区“虚拟养老院”，为居家老年人提供线上线下服务，支持老年人家庭开展适老化改造；提出构建一刻钟养老服务消费圈，为老年人便利获得所需的专业服务提供渠道；提出支持养老机构护理型床位建设和增设认知障碍照护专区，完善经济困难失能老年人集中照护服务支持措施，更好满足失能老年人长期照护刚需。

坚持市场主导，突出充分激发养老服务消费活力。《若干措施》聚焦推动养老服务产业健康有序发展，提出支持养老服务与物业、家政、医疗、文化、旅游、体育、教育等行业融合发展，拓展形成多业

态多形式的新型消费领域；提出发挥平台经济优势，鼓励平台企业建立养老服务、老年用品市场交易平台，支持各地依规以市场化、社会化方式举办各类养老服务领域博览会、展销会；提出支持培育老年用品国家技术创新企业、“专精特新”企业、制造业单项冠军企业等，培育老年用品科技研发、展示体验、贸易集散、电子商务服务等产业集群；提出不断壮大养老服务经营主体，支持培育养老服务领域龙头企业，推动形成若干高品质的养老服务品牌。

坚持改革创新，突出加大养老服务消费促进力度。《若干措施》聚焦新时代养老服务改革发展要求，首次提出推动养老服务供需适配，进一步满足老年人在居家、社区、机构等不同场景下的养老服务需求；首次提出创新拓展“智慧+”“行业+”“平台+”养老服务消费新场景新业态，通过科技赋能、行业融合、平台整合等方式，有效汇聚不同行业的优质资源以及优势服务内容方式，为老年人提供更加丰富、便利的服务，进一步畅通养老服务消费渠道；首次提出将每年10月设为“养老服务消费促进月”，培育养老服务消费新增长点；首次提出促进养老服务消费要“引进来”和“走出去”相结合，支持养老服务经营主体立足国内养老服务市场发展壮大，同时依托“一带一路”等国际合作机制开拓国际养老服务市场，推广中国养老服务技术和产品。

推动养老事业和养老产业协同发展

“家家都有老人，人人都会变老。”国家发展改革委有关负责人表示，促进养老服务消费，对于保障和改善民生、有效扩大内需、培育新增长点等具有积极促进作用。此次发布的《若干措施》的重要意义具体表现为：

《若干措施》将有力支撑发展银发经济，增进老年人福祉。国务院办公厅2024年印发的《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》部署推动银发经济规模化、标准化、集群化、品牌化发展，养老服务

是其中的重要方面。通过供需适配、新场景新业态拓展、消费环境打造等一系列政策组合拳，推动养老服务全行业扩容提质增效，推动银发经济整体高质量发展，让老年人共享发展成果、安享幸福晚年。

《若干措施》深入贯彻党中央决策部署，推动养老产业发展壮大。2024年9月26日召开的中共中央政治局会议要求，支持和规范社会力量发展养老产业。对此，《若干措施》坚持养老事业和养老产业协同发展，引导社会力量积极参与提供基本养老服务，推进公建民营养老机构规模化、连锁化发展，鼓励社会力量兴办高品质养老机构，依规建设老年公寓、养老社区，在推动解决老年人养老服务急难愁盼问题中培育服务消费新增长点。

《若干措施》有助于满足老年人消费需求，持续释放内需潜力。我国老年人口规模大、老龄化速度快，1962年后的“婴儿潮”出生人口陆续进入老龄阶段，新的老年群体财富储备更加充实，消费观念更新，消费意愿和能力更强，需求结构正在加速向发展型、个性化转变。满足老年人多层次、多样化需求的养老服务，有望成为经济转型、内需扩大的重要驱动力。

该负责人透露，下一步，国家发展改革委将结合职责，从体系建设、设施利用、整体推动三个方面抓好《若干措施》贯彻落实。一是统筹用好中央预算内投资、地方政府专项债、普惠养老专项再贷款等资金渠道，支持养老服务体系化建设，重点加强失能照护服务能力，发展社区嵌入式养老服务。二是在组织谋划养老项目建设时，将以提质增效为努力方向，积极推广公建民营等模式，吸引社会力量参与。三是督促指导各地实施好“一老一小”整体解决方案，将一揽子支持养老服务发展的“政策包”落到实处，为养老服务发展创造良好外部环境。

多部门多举措合力共推服务消费高质量发展

“养老服务是服务消费的重要领域，随着我国老龄化程度加深，

相关市场需求将持续扩大。”商务部有关负责人表示，推动养老服务高质量发展，将有利于提升老年人生活品质，增进老年人福祉，带动服务消费发展。此次出台的《若干措施》就是贯彻落实国务院《关于促进服务消费高质量发展的意见》的具体举措之一。

该负责人透露，作为服务消费工作牵头部门，下一步，商务部将会同相关部门加快培育服务消费新增长点，促进服务消费高质量发展。一是加快完善“1+N”政策措施体系，推动出台增开银发旅游列车、扩大家政服务消费等若干政策举措，形成服务消费政策“组合拳”。二是推进服务消费领域对外开放，主动对接国际高标准经贸规则，深化电信、教育、养老、医疗、健康等领域开放，以开放优化供给，以供给创造需求。三是搭建服务消费促进工作平台，实施服务消费提质惠民行动，积极改善消费条件、打造消费热点，优化消费环境。

《若干措施》把促进养老服务供需适配作为促进养老服务消费的重要举措放在首位。民政部有关负责人介绍，《若干措施》坚持以老年人需求为导向，从居家、社区、机构、农村等方面提出促进养老服务供需适配的政策举措。

工业和信息化部有关负责人表示，工业和信息化部始终坚持以人民为中心的发展思想，加快推进老年用品产业创新发展。主要成果有：

一是先后发布三批《老年用品产品推广目录》，累计推广老年服装服饰、陪护机器人、智能监测仪、多功能护理床等千余项优质老年用品，助力提升老年人生活质量。

二是重点面向智慧养老院、智慧社区等智慧养老场景，持续开展智慧健康养老应用试点示范遴选。截至2024年11月，已累计发布并复核199家示范企业、293个示范街道（乡镇）、80个示范基地、3个示范园区。

三是印发实施《促进数字技术适老化高质量发展工作方案》，组织开展2024年“数字适老中国行”活动，推动超50项适老化专利开

放共享，指导 2864 个老年人常用网站和手机 App 完成适老化改造，助力老年人乐享数字生活。

工业和信息化部有关负责人透露，下一步，工业和信息化部将以老年用品产业高质量发展行动为抓手，加快推进产业创新、供给优化和标准建设，满足老年人多层次、多样化、个性化消费需求，切实提高老年人获得感、幸福感、安全感。

(来源：中国发展网 2024-11-19)

各方观点

加快服务消费发展 提升人民生活品质

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》强调指出“聚焦提高人民生活品质”。消费作为人民对美好生活需要的直接体现，对提升人民生活品质具有重要作用。2024 年 7 月 30 日，中共中央政治局会议指出，“把服务消费作为消费扩容升级的重要抓手，支持文旅、养老、育幼、家政等消费”。

随着收入水平提升和消费观念转变，消费者对教育、健康、文化、旅游等服务型消费的需求不断增长。上半年，我国居民人均服务消费支出 6200 元，同比增长 9.2%，高于居民人均消费增速 2.4 个百分点，占居民消费的比重为 45.6%，同比提高 1.1 个百分点。反映出我国服务消费蓬勃发展的良好态势，逐渐成为拉动消费增长的主要动力。加快服务消费高质量发展，增强居民服务消费动力、激发服务消费潜力、提升服务消费活力是扩大内需、促进经济高质量发展、提升人民生活品质和满足人民美好生活需要的重要抓手。

提升服务品质增强消费动力

随着居民服务消费需求逐渐多元化、个性化和品质化，提升服务品质是更好满足消费者需求、增强居民消费动力的必然选择。

一是提升服务标准化和个性化。建立完善的服务标准，确保服务流程、服务质量、人力资源配置等方面的统一和规范性，提升服务效率，确保服务的稳定性和可靠性；在标准化基础上，通过收集和分析客户数据，了解客户行为模式和偏好，根据客户不同需求提供定制化服务；建立有效的客户关系管理系统，跟踪客户需求变动，及时提供响应和服务，提升消费者忠诚度。

二是加强服务人才培育和发展机制完善。支持职业院校开设与服务行业相关的专业，如养老服务、健康管理等，培养具有专业知识和技能的服务人才；通过集中轮训、网络培训等方式，提升在职服务人员的技术和服务水平，特别注重对一线服务人员的实操技能和职业道德培训，提升服务质量；完善服务行业职业技能等级认定制度，规范职业技能等级认定机构的遴选和考核认定，为服务人才提供清晰的职业晋升路径，激励其强化职业技能，提升服务专业性。

三是加快服务行业数字化赋能。持续推进服务业与虚拟现实、增强现实、人工智能、云计算、物联网等新技术融合发展，推动服务业数字化转型，提高服务消费的可达性和扩展性；依托数字技术创建高质量数字化服务内容，例如在线视频、音频、游戏等，丰富数字消费产品；通过整合社交媒体平台、数字化营销等方式，增强与消费者互动，提升消费者信任度；培育生活服务数字化平台建设，推进服务行业线上线下融合发展，为消费者提供更加丰富高效的购买体验。

丰富消费场景激发消费潜力

消费场景是指消费者进行购买或消费活动时所处的具体情境，包括购买的时间、地点、心理状况、社交互动等，侧重描述消费行为发生的特定场合和背景，直接影响消费者的即时购买决策。当前，消费者不仅追求商品与服务的物质性和功能性，且更加注重消费目的和情

感价值，对消费场景提出了更高要求。相比于实物消费，服务消费更具多样化、个性化、体验性和互动性特征，需要更多地满足消费者的情感需求。丰富服务消费场景，可以帮助传统商品和服务突破功能化属性，满足消费者社交、自我认同等升级需求，有利于激发居民消费潜力。

一是深化行业融合发展，创新服务内容和形式，打造一批具有强大引领作用和高知名度的消费体验场景。建设涵盖景区、街区、历史建筑、商业中心、餐馆、艺术展区等物理新空间，以点带面，激发消费者潜在需求；围绕餐饮住宿、家政服务、养老育托、文旅体育等传统服务消费场景，开展技术赋能和产业融合，发展旅游+体育、餐饮+演出、汽车+赛事等业态，打造集社交、休闲、文化交流等功能于一体的特色旅游线路、主题餐厅等新消费场景，从而推动各行业提质增效；充分利用人工智能等尖端技术实现基础型服务消费的改造升级，打造虚拟消费空间，推进现实与虚拟融合，满足消费者互动性、沉浸式消费需求。

二是鼓励各地因地制宜，实现消费场景差异化发展。现有服务消费场景模式化发展居多，特色不足，缺乏高品质场景创新。各地应制定鼓励创新和差异化发展的政策，为地方提供灵活性，允许各地根据自身特色资源和条件创新消费场景；服务消费场景创新应挖掘和利用当地独特地理优势、非遗文化、自然资源和特色美食等，将其融入服务消费场景中，增加地方特色和吸引力；建立示范项目，展示服务消费场景创新差异化发展的成功案例，促进不同地区间的交流合作，共享实践经验。

优化消费环境提升消费活力

消费环境是指影响消费者购买和消费行为的所有外部条件和因素的集合，通过塑造消费者的长期偏好、需求和购买力间接影响居民消费决策。服务消费环境包括提供服务的场所，如设施的布局、

舒适度、可达性等物理环境，服务过程中使用的技术工具，如在线预订系统、自助服务等技术环境，服务行业的政策支持、监管措施等政策法规环境。前两者属于服务消费“硬”环境，后者则属于服务消费“软”环境。消费环境决定了消费行为发生的便捷性、安全性和舒适性，改善服务消费环境对于提升消费者满意度、适应居民消费需求升级、提升服务消费市场活力具有重要作用。

一是加强交通、通信、物流等传统基础设施建设，改善服务消费“硬”环境。提高服务效率和覆盖面，为消费者提供更加便捷的条件；加强宽带网络、5G通信、数据中心等数字基础设施建设，为服务数字化提供基础支撑；搭建数字化服务平台，为服务消费整合线上线下资源提供技术支持；结合城市更新进程，加强存量片区改造升级，确保基础设施与服务消费新场景顺利对接，强化县域商业服务建设；推动城乡消费环境均衡发展，提高农村地区的服务消费品质和消费体验。

二是出台专门针对服务消费的鼓励政策，改善服务消费“软”环境。明确政策目标和支持重点，提升服务消费市场活力；通过财政补贴、奖励、研发补助、税收优惠和贴息贷款等优惠政策，降低服务行业准入门槛、运营和融资成本，支持服务行业发展；通过教育和专项培训计划，加强服务行业的人才队伍建设，提高服务的专业性；加强服务行业监管，建立完善的消费者投诉和纠纷解决机制，确保市场秩序和消费者权益；建立跨部门协作机制，形成政策合力，共同推进服务消费发展。（作者系消费经济学会副会长、西南财经大学中国西部经济研究院院长、教授毛中根；西南财经大学博士生董甜甜）

（来源：经济参考报 2024-09-18）

以服务消费为抓手 为扩大内需增动力

国务院 2024 年 8 月 3 日印发《关于促进服务消费高质量发展的

意见》，进一步释放以服务消费为抓手，为扩大内需添动力的明确信号。

不久前召开的中央政治局会议部署下半年经济工作时提出，要以提振消费为重点扩大国内需求，经济政策的着力点要更多转向惠民生、促消费，明确“把服务消费作为消费扩容升级的重要抓手，支持文旅、养老、育幼、家政等消费”。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬说，我国正处在服务消费较快增长阶段，服务消费增速快于商品消费，成为居民消费的主要增量来源。但与高收入经济体相同发展阶段的平均水平相比，我国目前服务消费占居民消费比重仍然偏低，具有较大的发展空间和潜力。促进服务消费高质量发展是扩大内需的有力举措。

国家统计局数据显示，2024年上半年，服务零售额同比增长7.5%，增速比同期商品零售额增速快4.3个百分点。商务部研究院流通与消费研究所所长董超说，当前国内有效需求不足，从消费来看，服务消费已经成为拉动消费增长的主要引擎。意见出台十分及时，有利于激发服务消费内生动能，培育服务消费新增长点，为扩大内需和拉动经济提供有力支撑。

6方面20项重点任务中，“挖掘餐饮住宿、家政服务、养老托育等基础型消费潜力”居于首位。

陈丽芬说，餐饮住宿、家政服务和养老托育等是居民基础的服务需求，消费潜力较大，同时也是劳动密集型行业，但面临高质量供给不足等问题，发展基础型服务消费，不仅有利于满足居民需求，而且有助于吸纳更多劳动就业，稳定和提升居民消费能力。

“激发文化娱乐、旅游、体育、教育和培训、居住服务等改善型消费活力”“培育壮大数字、绿色、健康等新型消费”“增强服务消费动能，创新服务消费场景”……意见围绕着力提升服务品质、丰富消费场景、优化消费环境、扩大服务业开放提出多项要求。

在董超看来，意见涵盖了服务消费的各个领域，既有存量较大的传统服务消费，也有增长空间更大的改善型、新型服务消费，不仅有利于满足消费者个性化、体验性等服务消费日益多样化需求，还能推动经济结构优化升级。

意见还提出，优化服务消费环境，加强服务消费监管，引导诚信合规经营，完善服务消费标准。强化政策保障，加强财税金融支持，夯实人才队伍支撑，提升统计监测水平。

董超说，服务消费往往涉及无形的服务，相比商品消费监管难度更大，因此旅游消费投诉多，家政领域纠纷多，意见提出优化服务消费环境，有利于推动服务消费向高品质、高标准提升。

陈丽芬认为，服务消费涉及行业众多，意见的落实推进需要各方形成合力，从财税金融、人才、统计监测等方面强化政策保障支撑，从而充分释放服务消费潜力，促进服务消费高质量发展。

(来源：新华社 2024-08-04)

持续赋能新业态 数字消费激活经济 发展新潜力

消费作为经济增长的主引擎，对于促进经济发展具有重要作用。2024年上半年，消费市场生机勃勃，线上消费增长平稳，展现出强劲的韧性和活力。

2024年8月3日发布的《关于促进服务消费高质量发展的意见》提出，加快生活服务数字化赋能，构建智慧商圈、智慧街区、智慧门店等消费新场景。

国家统计局数据显示，2024年1-6月份，全国网上零售额70991亿元，同比增长9.8%。其中，实物商品网上零售额59596亿元，增长

8.8%，占社会消费品零售总额的比重为 25.3%。

“2024 年以来，一系列扩内需促消费政策持续发力显效，消费潜力不断释放，服务消费增势良好，消费需求延续恢复态势，拉动经济增长的主动作用显著。”国家统计局相关负责人介绍，要推进消费品以旧换新释放消费潜能，着力增强居民消费能力，不断培育壮大消费新增长点，推动消费市场持续扩大，进一步发挥消费对经济发展的基础性作用。

近期，线上消费热情高涨，我国网络零售业不断发展，持续促进消费恢复向好。直播带货、即时零售等电商新模式快速兴起，拉动线上消费增长作用明显。数据显示，2024 年上半年，网络购物促销力度加大，网上零售持续较快增长。

电商经济的发展有利于重构零售业态，成为引领消费的重要力量，催生出潜力巨大的电商市场。中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉认为，2024 年上半年，我国网络零售的销售增长速度比较可观，这主要得益于以数字消费为代表的新业态和一些新产品的出现。

数字赋能在推动电商高质量发展方面发挥关键作用。近年来，产业电商数字化双向赋能产业链上下游，一站式集采、云工厂、精准匹配等提升供应链全链路数智化管理水平，大规模设备更新带动数字化采购规模持续扩大，主要工业品平台大幅缩短采购时长。

多地用数智赋能电商经济，开展“数商兴农”活动。湖北设立农产品资源对接专区，探索农产品数字化之路，已创建多个国家级电子商务进农村综合示范县和省级电商示范县，形成了一批知名农产品电商品牌；湖南通过中国电商乡村振兴联盟参加帮扶培训，资助多家企业进行优质农产品认证，常态化开展“网上年货节”“双品网购节”等形式多样、线上线下融合的促消费活动，持续发放各类消费券，有效拉动了消费增长。

业内专家表示，帮扶优质农产品产业带，有利于聚合农产品需求和农业产能，带动农产品网络零售额增长，助力农产品区域品牌长远发展。

为持续发力直播电商成交额增长，打造电商人才队伍尤为关键。四川汉源出台配套激励政策，明确对新入库的电商企业给予一次性奖励，聘请专业教师全链条培育人才，成功培育数万名“三农”主播、数千名电商“种子”人才。广东揭阳重点建设跨境电商创意产业园，组织实施“十万电子商务人才培训工程”，在广东多所高校中开设电商专业，落实“电商创业、电子商务师技能晋升、网商运营”培训三项补贴标准……打造电商人才“雁阵”，让人才安心发展，产业才能持续繁荣。

“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群至关重要。”业内专家表示，作为数字经济的重要组成部分，电商行业的发展近年来呈现蓬勃态势，在释放消费潜力、畅通国内循环、拓展就业创业空间、赋能产业转型升级、助力乡村振兴、打造高质量消费供给体系等方面发挥了不可替代的作用，日益成为我国经济发展的一道独特风景。

(来源：人民网 2024-08-09)

养老服务消费潜力释放正当时

国家统计局数据显示，截至2023年，我国60岁以上人口约3亿人，占总人口比重超过20%。随着我国人口老龄化速度不断加快，如何使老年群体度过幸福晚年，成为时代必答题。

在2024年10月18日举办的2024海河国际消费论坛“消费产业升级”分论坛上，与会人士认为，银发经济蓬勃发展，催生出我国养老领域新需求、新业态和新场景，宜通过开发新技术、拓展新消费等

方式释放养老服务消费潜力，满足老年人群个性化、多样化、品质化的服务需求。

拥抱智慧养老大潮

《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》提出，大力发展银发经济，促进智慧健康养老产业发展。“当前我国养老领域存在‘用更少的人照顾更多老人’的现实需求，提升智慧化康养产品和智能化系统供给正当其时。”乐聆康养科技（集团联盟）总经理金建红说。

智能穿戴设备、虚拟现实老年用品和服务展示体验……越来越多养老服务企业开始从老年人实际需求出发，发力适老化产品研发。

在天津富勤科技股份有限公司展厅内，公司董事长刘宇新为记者介绍了一款石墨烯取暖坐垫。产品利用石墨烯薄膜通电后发热释放远红外光波，人体直接接触按压温而不烫，提升了使用安全性。

养老领域各行业融合创新趋势也逐步明显。“很多患有急性脑溢血或心脏病的老年人，在发病前都会有一些症状。”金建红介绍，他们与天津市海河医院、国家超级计算天津中心共同推进康养领域数据分析研究，通过大数据模型对老年人的身体状况进行提前评估，力求提供精准方案。

回应居家社区养老“微关切”

外出购物、收发快递、收纳杂物……年轻人“一伸胳膊一抬腿”的事，却是老年人需要翻过的“山”。如何解决好老年人身边的急难愁盼，是发展银发经济的出发点和落脚点。

“我们是一家居家养老服务企业，非常琐碎的日常工作，却是老人们眼中的‘关键小事’。”天津如鱼集团董事长许艳霞说。

作为一家深度参与老年人日常生活服务的综合性公司，如鱼集团正以“一圈一策，缺啥补啥”的理念运营旗下15分钟养老服务圈。

“我们在养老服务圈中提供‘一店一早一场一修’服务，即便利店、早餐铺、菜市场、修理铺，力求让老人们不出小区就能满足生活基本

需求。”许艳霞说。

一些新职业也应运而生。2024年7月31日，人力资源社会保障部向社会发布一批新职业、新工种，其中包括社区助老员、老年助浴员等。多位受访人士认为，这些新职业不仅回应了老年人对更高质量养老服务的期待，还为释放养老服务消费潜力、拓展就业机会等提供助力。

金融助力养老服务消费新发展

市场机构艾媒咨询数据显示，2023年我国养老产业市场规模为12万亿元，预计到2035年，我国银发经济规模将达30万亿元左右。

这一“朝阳产业”发展离不开金融“活水灌溉”。天津市民政局二级巡视员陈才表示，去年底中央金融工作会议将养老金融列入“五篇大文章”之一，越来越多银行和金融机构都树立了自己的相关工作目标。

中国人寿于2019年成立健康领域专业化投资子公司国寿健康产业投资有限公司，全面开启健康养老产业发展新版图。国寿嘉园天津乐境渠道拓展部负责人常亮介绍，国寿健投旗下国寿大养老基金先后发起设立了总规模达500亿元的大健康基金和200亿元的大养老基金，为养老产业布局提供强有力支撑。

“我们正积极探索创新养老产业融资模式，畅通企业资金需求。”渤海银行天津分行个人金融与财富管理部财富业务负责人刘钟蔚介绍，渤海银行结合养老产业周期长、微利等特点完善相关制度，同时优化贷款审批制度，对养老产业贷款授信额度、考核周期等方面进行政策倾斜，引导行业信贷资源更多惠及养老产业。

（来源：新华社 2024-10-19）

从“双11”看数字消费活力

2024年“双11”电商购物节提前开启以来，人们的消费热情持续升温，各平台销售数据亮眼。中国物流与采购联合会当天发布的中国电商物流指数显示，受“双11”预售期、“抢先购”等活动及各地出台家电消费补贴等多重因素推动，2024年10月的电商物流业务量指数创近5年新高……

近年来，随着我国大力发展数字经济，数字化转型、数字经济和实体经济融合发展日益深化。与全球其他主要经济体相比，我国已形成全球最大线上消费市场规模、最大产业数字化规模、最强数字基础设施等发展数字消费的有利条件。中国互联网络信息中心发布的《互联网助力数字消费发展蓝皮书》显示，截至2024年6月，我国网络购物用户规模超9亿人；71.2%的用户因观看短视频或直播而买过商品，53.7%的用户经常收看直播带货。数字消费呈现全年龄段、全地域覆盖的特点：90后、00后是数字消费比例最高的群体，60岁及以上的“银发族”网络购物使用率也达到了69.8%。农村网民线上购物比例达76.7%，甚至高于城镇网民1.2个百分点，充分彰显数字消费的蓬勃之势。

2024年以来，国家层面相继出台《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》等文件，均提出加快供给侧和消费侧数字化赋能，为促进数字消费提供了有力政策支撑和引导。未来，创新数字消费新场景、增加数字消费新体验、打造数字消费新产品、优化数字消费新环境，有利于充分释放数字消费潜力，为经济发展注入更强劲动能。

创新打造科技潮流消费场景。充分发挥数字技术在推动消费场景升级、赋能传统实物和服务消费等方面的优势，加快培育消费新增长点。数字化水平的提升也将助力优化“软环境”，进一步激发潜在服务消费需求，拓展和改善购物消费体验，更好满足人们对美好生活的

需要。当前，我国居民消费需求正从生存型向发展型、品质型升级。无人超市利用物联网和人工智能技术实现自助购物和结算，虚拟试衣间利用增强现实技术让消费者可以在线试穿衣服……智能语音助手、可穿戴设备等多种智能终端的规模化普及，让消费者能通过融合视觉、听觉、触觉的多模态交互技术完成下单购物，提高了消费的便捷性。大量智能算法，如智能搜索、智能推荐、智能定价在电商平台上的大规模应用，使用户需求能被更好理解和预测，实现了更精确的人货匹配。此外，农户直播、“数字人”直播等数字化业态，也正成为打通城市与农村、连接买家与卖家的桥梁，让农产品真正“出村进城”，为乡村振兴提供新动能。

培育壮大数字消费，离不开良好消费环境的营造。一方面，持续完善数字支付和物流配送等基础设施，特别是在农村地区推进数字支付和快递服务覆盖。另一方面，加强数据安全和个人信息保护，建立健全数字消费领域信用体系。按照个人信息保护法等相关法律法规，明确数据收集和使用标准，保障数字消费中的用户隐私安全。推动数字普惠金融发展，为小微企业和个人提供更优质的金融服务。同时，加强消费者权益保护，规范数字消费市场秩序，为数字消费营造安全、可信的市场环境。（作者系清华大学习近平新时代中国特色社会主义思想研究院特约研究员孙辰朔，清华大学经济管理学院教授孙亚程）

（节选自：中国经济网 2024-11-13）

数字赋能服务消费高质量发展

总需求不足是当前经济运行面临的突出矛盾。2024年中央经济工作会议将“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”列为2025年要抓好的九项重点任务的第一位，并提出“创新多元化消费场景，扩大服务消费”。党的二十届三中全会提出，完善扩大消费

长效机制，减少限制性措施。近年来，随着互联网、大数据、人工智能等数字技术的快速发展和广泛应用，服务消费越来越成为扩大消费的增长点，同时也正经历着前所未有的变革，服务消费的模式、内容和体验都在发生深刻变化。数字赋能服务消费高质量发展，对于扩大内需和稳定经济增长具有重要作用。

服务消费成为消费提质扩容的重要引擎

数字经济时代，居民消费结构持续优化，服务消费占比快速提升，驱动消费不断提质扩容。随着经济社会发展、居民收入水平提高、人口结构变化以及消费核心需求转换等，消费对象正在加速从实物消费向服务消费转变，消费者对教育、健康、文化、旅游等服务消费的需求不断增长。国家统计局的数据显示，2023年，我国服务零售额比上年增长20%，居民人均服务性消费支出增长14.4%，占居民人均消费支出的比重为45.2%，服务支出消费增速显著快于商品消费支出增速。2024年上半年，我国居民人均服务性消费支出6200元，同比增长9.2%，快于居民人均消费增速2.4个百分点，占居民消费的比重为45.6%。具备舒适性、发展性、享受性等特征的服务消费，如文化旅游、医疗养老、体育保健、教育文娱等在居民消费中所占比重明显提升，成为消费提质扩容的重要引擎。

近年来，我国出台了一系列扩大消费和引导消费升级的重要文件。2023年7月，国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》提出扩大餐饮服务消费、丰富文旅消费、促进文体体育会展消费、提升健康服务消费等举措。2024年8月，国务院发布《关于促进服务消费高质量发展的意见》，要求“着力提升服务品质、丰富消费场景、优化消费环境，以创新激发服务消费内生动能，培育服务消费新增长点，为经济高质量发展提供有力支撑”，提出挖掘基础型消费潜力、激发改善型消费活力、培育壮大新型消费、增强服务消费动能、优化服务消费环境、强化政策保障等重要任务。文件还明确提出要发展“数字消

费”，加快生活服务数字化赋能，构建智慧商圈、智慧街区、智慧门店等消费新场景，发展“互联网+”医疗服务、数字教育等新模式，加快无人零售店、自提柜、云柜等新业态布局，支持电子竞技、社交电商、直播电商等发展，加快建设和升级信息消费体验中心和推出一批新型信息消费项目等。一系列恢复和扩大消费尤其是促进服务消费发展的举措，为发挥消费的基础性作用构筑了有力支撑。

数字赋能服务消费高质量发展的主要机理

在推动服务消费发展的过程中，数字技术的作用正在逐年凸显。数字赋能服务消费发展的一个重要特征，就是可以借助互联网、大数据、人工智能等现代信息技术，提升服务生产效率，推动服务消费升级和高质量发展。主要表现在如下几个方面：

数字技术克服服务缺陷，提升服务体验。服务消费与商品消费存在显著差异，主要体现在服务的无形性、异质性、不可分离性和易逝性上。而数字技术的应用，正在逐步克服这些服务特性带来的挑战。例如，在线教育、在线问诊等线上服务消费活动打破了时空限制，使服务的“不可分离性”得到缓解。同时，互联网平台上的服务评价系统也降低了信息不对称，使服务质量更加公开透明，倒逼商家提高服务水平。

构建全新消费场景，满足个性化需求。数字技术赋能下，服务消费场景从实体世界转向虚拟世界，实现了多元化和个性化。构建多元化应用场景，有助于新技术推广应用、新业态衍生发展、新模式融合创新。例如，无人便利店、AR沉浸式体验等线下场景和VR试衣间、直播间卖货等线上场景，为消费者提供了全新的消费体验。这些场景设计增强了用户体验，满足了个性化、场景化的定制需求。

降低信息搜寻成本，优化资源配置。在互联网时代，企业和消费者通过线上交易平台建立了直接联系，打破了信息隔阂，降低了信息搜寻成本。共享平台使供需双方能够精准对接与匹配，提高了资源配

置效率。同时，数字技术也为企业提供了挖掘市场需求、定制个性化服务项目的条件。例如，企业可以建立服务需求数据库，了解客户偏好、定位服务群体、预测服务需求，进而提供更为精准的服务。

新基建提供底层支撑，推动新业态新模式发展。以5G、人工智能、物联网等新一代信息技术为代表的新基建，为智能经济发展和产业数字化转型提供了底层支撑。这些技术将驱动新业态和新模式发展，创造更多的消费场景。例如，通过AR、VR等数字技术，对旅游景区进行数字化、智能化、沉浸式改造，提升景区的智慧化服务能力。同时，新基建也将为生活服务企业提供更为便捷、高效的数字化基础设施，推动其数字化转型和升级。

以数字化激发服务消费潜力、推动服务消费升级

服务消费数字化转型是服务消费高质量发展的关键力量，是实施扩大内需战略的重要环节，以数字化激发服务消费潜力、推动服务消费升级势在必行。为更好地把握数字化带来的机遇，促进服务消费高质量发展，需要从以下几个方面发力：

加快服务业数字化转型，为服务消费高质量发展创造有利条件。服务业数字化转型与服务消费之间是相互促进的，数字化转型可以为服务消费带来诸多积极影响。比如，数字化技术可以帮助服务提供者跨越地理限制，为更广泛的客户群体提供服务：通过数字化手段，如在线预订、移动支付等，可以减少消费者的等待时间，提高服务效率，还可以利用数字化技术更精准地分析消费者需求，提高服务的个性化和定制化水平，更好地满足消费者需要。推进服务业数字化转型，需要解决几个关键问题：一是以数字技术创新应用为牵引，扩展服务的边界、范围和主体，提高服务效率和增强服务体验，形成新的价值增长点。重点突破数据仓库、数据挖掘分析等关键技术，发展云操作系统、云数据库等核心产品，扩大云计算在商贸流通、金融服务、教育医疗和交通运输等服务业领域的应用，增强智能化云计算解决方案和

应用示范水平。二是引导本土服务品牌的数字化升级，借助互联网和数字技术，加强大数据分析，推动品牌的有形化、差异化，增强品牌的感知度、知名度。三是加快服务业数字化标准体系建设，引导企业树立以服务标准化、品牌化为基础的优质服务导向，保障服务质量和用户体验。对标国际先进标准，鼓励开展服务质量认证与达标评价，推动地方政府与企业、行业协会、科研院所共建服务业数字化的行业标准和品牌标准，指导行业数字化转型和品牌培育。以标准化促进服务质量目标化、服务方法规范化和服务过程程序化，保障优质服务体验获取和服务品牌增值。针对数字经济发展中涌现的新业态，完善服务标准体系，建立一批国内领先、国际先进的中国标准。

强化数字技术的应用，构建服务产品供给者和消费者的信任机制。服务消费包括生产和消费的同步性及服务的无形性、高体验性等，其消费过程中容易出现信息不对称、供需匹配难、信任机制难以构建等问题。因此，利用数字技术手段构建服务产品供给者和消费者的信任机制，就显得尤为重要。一是由政府部门牵头，联合社会组织、平台企业、行业龙头企业等，同时积极鼓励消费者参与，共同制订服务消费标准细则。发挥平台企业在信任机制构建、交易保障等方面的作用，进一步加大消费者合法权益保护，使消费者能够在更好的环境中完成服务消费。二是明确数字身份认证，加强数据安全与隐私保护。通过数字证书、生物识别技术等，确保网络中个体的真实性和唯一性。完善数字信任的基础设施，如数字证书认证系统、密钥管理系统等，保护用户数据不被滥用或泄露，切实保护好数据安全与隐私。三是增加供需双方透明度。服务提供者应该确保数据处理过程透明，让用户了解他们的数据如何被使用，比如利用区块链等先进加密技术，构建不可篡改的数据记录，增强数据的真实性和可靠性。四是顺应数字经济和数字消费发展规律，及时制定完善相关法律法规政策，促进平台经济在规范中创新发展，构建以信用为基础的长效监管机制。

发挥数字平台的供需枢纽作用，优化数字服务消费生态体系。数字平台链接无数商家和用户，是供需双方的枢纽。实践中应充分利用好数字平台的评价榜单，增加线上曝光，激发消费活力。政府部门积极完善文化旅游、餐饮酒店、快递配送、家政服务、养老托育、健康消费、商务服务等领域的服务标准与认证制度，从而将更多潜在消费需求挖掘出来。培育服务品牌，通过平台流量、网红、达人等推动服务品牌成长，形成线上线下融合互动、双向繁荣的局面。进一步加强消费者保护，特别是在信息消费、金融消费、医疗健康消费等领域的新业态、新技术方面，加强消费者保护立法。完善消费者和社会监督评价机制，畅通服务评价和投诉渠道，加强对虚假营销、假冒伪劣服务产品的打击和处罚力度。

以数字技术拓宽服务消费场景，拓展服务消费空间。支持数字企业积极应用柔性化、智能化生产模式，加强技术、产品、服务创新，搭建数字化服务平台，打造沉浸式、体验式、互动式的数字消费新场景，丰富服务消费业态。推动服务消费相关领域同数字技术深度融合，运用 5G、云计算、人工智能、VR/AR、3D 打印等数字技术，构建丰富多元的服务消费场景。尤其是要充分发挥数字平台链接市场、畅通供需的功能，为小众、低频新兴服务业态集聚消费者，培育个性化服务市场，发展个性化定制、柔性化生产，满足“长尾客户”需求。推动线上线下融合，重点是利用数字技术更新传统服务的交付模式、体验模式、运营模式，扩充服务消费内容，大力发展线上社交、云体验、预约服务、无接触服务、到家服务等新兴服务，以此拓展服务消费空间。

（作者：夏杰长、李勇坚，均系中国社会科学院习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心研究员、财经战略研究院研究员）

（来源：光明日报 2024 年 12 月 27 日）

各地实践

多地：开拓服务消费新场景

近年来，随着服务消费市场日益繁荣，消费者对服务品质的需求不断提高。各地以消费者需求为出发点，纷纷创新服务消费场景，促进服务消费高质量发展。各式各样的消费新场景为何受欢迎？各地在创新场景方面有哪些实践探索？还需要从哪些方面发力？

打造新型文旅亮点

各地积极开发具有地域和民族特色的文化创意重点项目，通过“花样上新”“花样翻新”，创新活动形式、强化龙头项目牵引，不断吸引消费者目光。

观国潮婚礼、赏无人机与焰火秀……“七夕”当天，一场独具东方气韵的国潮集体婚礼在湖南长沙市望城区铜官窑国风乐园举行。景区结合传统节日、科技元素等，将出阁礼、敬茶礼、对拜礼等特色传统婚典文化融入服务消费场景，并推出国潮美陈打卡、摩天轮告白等活动，吸引了众多游客前来打卡。“沉浸式感受浪漫氛围，很有意思、很新潮。”满满的浪漫体验让江西游客王静赞不绝口。

铜官窑国风乐园副总经理张宁介绍，2024年以来，铜官窑景区在传统文化基础上创新活动内容和形式，以国风国潮概念结合节庆假日不断更新服务消费场景，策划落地春节铜官古镇过大年暨自贡国潮花灯节、“五一”第四届国风焰火节暨华服文化节、端午仲夏汉唐节等主题活动。“场场爆满，深受游客朋友喜爱，2024年上半年入园人数超52万人次。”张宁说。

美食是一座城市的味道，很多城市有远近闻名的老牌夜市。如何让老街焕发新光彩，为文旅消费注入新活力，给市民和游客提供新亮点、新选择？

2024年以来，青海西宁市充分挖掘街区文化历史资源，通过丰富各类文化活动，打造独具特色的网红涂鸦墙和非遗特色街区，让城市夜晚亮起来、人气聚起来、老街“活”起来。

“我们利用高原雪豹，主打‘豹街’夜市品牌，开展了14场大型巡游表演活动，每周进行不同主题的节目展演，通过雅俗共赏的表演形式，将高原文化展示给市民和游客。”西宁城北投资管理有限公司市场部主管白玉红说。“城北豹街”燃爆西宁周末的夜晚，2024年7月份客流量超56万人次，营业额超千万元，成为领略河湟风情、品尝青海美食、体验高原民俗的网红打卡地。

打造文旅地标、聚拢旺盛人气，关键在于明确定位、吸引年轻消费者关注。

近段时间，在内蒙古包头市昆都仑区吾悦广场，落日海岛主题音乐节、告白七夕夜等主题活动也轮番上演。“我们的主客群是年轻人，活动的设计也是以吸引年轻人为主，效果不错。”包头市吾悦商业管理有限公司总经理陈静告诉记者，近年来，随着商圈定位不断优化调整，目标客群更加精准，活动引流效果十分明显，再加上相关部门促消费政策的支持，昆都仑区吾悦广场的人气节节攀升。“截至2024年7月底，商场的营业额已经突破3.6亿元，2024年有望突破6亿元。”陈静说，目前公司正在建设“包罗万巷”文旅主题街区，打造城市文旅新地标，希望能吸引更多消费者。

推进业态融合创新

通过多业态联动发展、引领融合新潮流，提升消费体验性、互动性，能够激发服务消费内生动能，推动消费提质扩容，发挥出“1+1>2”的效果。

眼下正是黄桃、葡萄、甜梨等时令水果成熟上市时节，湖南娄底市将音乐文化与水果产业相结合，连续举办“水果风情·草地音乐会”，创新“水果展销+草地音乐会+直播”销售模式，带动水果产业和休

闲观光旅游发展。3天时间，吸引市民、游客2万多人次，认购水果315.155万斤，不仅给游客带来了丰富的体验，也实现了助农“甜蜜增收”。湖南省文化和旅游厅党组书记、厅长李爱武表示，接下来，将创新打造更多“智慧+”“景区+”消费场景，支持各地开展促消费活动，激活消费“强引擎”。

为了吸引消费者，各地使出了“十八般武艺”。包头金街运营管理有限公司副总经理邬哲说，包头金街以“老包头商贸文化”为载体，聚力打造集特色餐饮、精品零售、互动娱乐、文创体验、夜游表演于一体的沉浸式国潮文旅商业街，开街一年以来，累计接待游客超490万人次。“目前正在开展一周年庆典活动，每天客流量近2万人次，有力带动了街区各项消费。”邬哲说。

2024年以来，包头市以开展“消费促进年”活动为契机，构建“商旅文体”相融合的全链条、多领域、多业态联动发展促消费工作格局，全力打造“约惠鹿城”主题消费品牌。截至2024年7月末，已累计发放政府消费券24期52.77万张，消费券金额1110万元，带动居民消费1.1亿元以上。目前政府消费券使用范围涵盖百货、商超、家电、餐饮、住宿等多个行业。

同时，包头积极挖掘新型消费潜力，开展“包头名小吃评选”等活动，持续提振消费活力。“感觉包头这两年新鲜的店铺、有趣的活动多了许多。”包头市民王晴喜欢周末约好友出门逛逛，2024年，她明显感到当地商文旅体等领域好玩的场景更多更有意思了。

包头市商务局四级调研员郭革林表示，下一步，包头市将通过整合政府和企业资源，多方投入，联动促销，确保年内完成促消费活动600场次以上，进一步提振消费信心，挖掘消费潜力，促进消费市场繁荣。

优化供给满足需求

创新服务消费场景，要结合新形势、新需求优化服务消费供给，

用努力、诚意与创意，更好满足人民群众个性化、多样化、品质化服务消费需求。

2024年以来，西宁市文旅广电局通过“政府搭台、企业唱戏、市场运作”方式，鼓励引导社会资本引进各类演唱会、动漫模型交流展等深受青少年欢迎的文化活动，积极发挥行政部门社会服务职能，在演唱会、大型体育赛事等活动中为市民游客发布观演线路指南、免费派发“雪豹大礼包”、赠送旅游景区门票、开展文化市场监督执法等，多部门联动加强服务保障。

通过快速响应市民、游客需求，顺势而为全力做好服务，西宁市政府的一系列举措赢得了好评与点赞。2024年以来，西宁在32个主要街区开展促消费活动共60余项280余场次，入境游订单量同比上涨256%。上半年，全市接待游客1349.86万人次，同比增长28.1%；实现旅游收入131.29亿元，同比增长25.23%。接下来，西宁将在提升文旅产业治理能力、完善基础设施建设、做好生态环境保护等方面发力，逐步建立起文旅综合数据汇集共享机制，积极提升景区智能信息服务水平。

位于湖南长沙望城区的砂之船（长沙）奥莱在全国首创草绿丝带服务计划，为会员提供“一站式”管家服务，让实体商业与消费者建立有温度的情感联结。“会员通过佩戴草绿色丝带标识，能全程享受专属停车区、免费洗车、代客泊车、专属导购、餐厅免排队等多项专属服务，获得消费者喜爱的同时更增加了顾客黏性。”砂之船（长沙）奥莱数智营销总监虞舟说，2024年上半年，砂之船（长沙）奥莱客流量同比增长20%。

湖南省统计局发布的数据显示，2024年以来湖南服务消费增势良好，规模以上服务业持续恢复向好，总体运行平稳。其中，休闲观光、体育组织、文化艺术业、娱乐业等行业发展持续向好，营业收入增速均在20%以上。

(来源：经济日报 2024-09-09)

多地：培育服务消费新品牌

服务消费是民生福祉改善提升的重要支撑，是消费结构优化升级的重要方向，也是推动经济高质量发展的内生动力。近年来，各地纷纷通过培育服务消费新品牌，更好地满足消费者日益个性化、品质化、多元化的消费需求，让消费市场动起来、活起来。

突出特色优势

“安逸”是四川美好生活的代名词。2024年7月1日，四川省商务厅对2024年度四川省“蜀里安逸”消费新场景拟支持项目名单予以公示。作为省级层面打造的消费品牌，“蜀里安逸”到底如何打造？

据悉，四川将全面实施“三品一创”消费提质扩容工程，即打造全球消费品质供给集聚地、培育全球消费品尚引领创新地、建设全球消费品味生活宜居地和创建国际一流消费环境高地。

素有“德阳文庙甲西川”美誉的文庙位于德阳市中心，是“蜀里安逸”拟支持项目之一。文庙历史特色街区颇具地方特色，以仿古建筑为主，汇聚着大大小小近200家购物、娱乐、餐饮等店铺，是城市商流、人流聚集地。德阳星光商业管理有限公司市场企划部工作人员尹晗硕介绍，2024年以来，文庙历史特色街区接待游客约55万人次，游客接待量同比增长150%。

因地制宜、突出地方特色是促进消费的一个抓手。2024年以来，江苏重点组织了“苏新消费”系列活动，推动消费品以旧换新政策落地，实现商品零售稳中向好。江苏省商务厅厅长陈涛介绍，上半年，江苏实现社会消费品零售总额24178.4亿元，同比增长4.9%，累计增幅高于全国1.2个百分点；江苏省社会消费品零售总量占全国总规模的10.2%，规模继续保持在全国前列。

2024年9月10日，大润发M会员店无锡首店在无锡梁溪区正式开门迎客，吸引了众多市民前来购物。据悉，近年来当地着力引进打造一批满足群众需求、凸显地方特色的商贸服务品牌。南京商业地产商会专家智库成员苏晓晴表示，凭借商品力、服务力、场景化等优势，会员制超市可为消费者提供更多新选择。

加强业态融合

随着服务消费业态不断创新，多业态融合更好地满足消费需求。

全国首批县域商业“领跑县”无锡宜兴市正积极打造城市商圈名片，为品牌提供落脚点，通过首店经济下沉，释放出县域消费向上潜能。2024年5月以来，已开设宜兴首店超过20家，吸引消费者前往打卡并在社交平台传播，为所在街区和商圈带来流量。上半年，宜兴社会消费品零售总额超过320亿元。

宜兴市商务局有关负责人表示，宜兴正通过品牌、市场、政府三方良性、高效互动，充分发挥首店经济的撬动作用，打造更多城市地标性商圈，让各类优质品牌百花齐放。

体育赛事对于挖掘释放消费潜力、激发经济发展新动能、满足群众高品质生活需求的意义日趋显现。“趣中和·FUN肆嗨”是成都首个街道级体育赛事品牌，重点聚焦绿道经济、商圈经济、夜经济等，品牌不仅成功孵化了多种类型赛事活动，还将这些活动和餐饮、运动装备销售等商业元素相结合，2024年以来，累计开展品牌活动500余场，通过放大体育经济带效应激活消费潜力，让赛事“流量”拉动消费“增量”。

成都高新区中和街道党工委委员、办事处副主任雷涛介绍，2024年，中和街道召开了4次促消费推进会，根据辖区4家商业综合体、6条商业特色街的特点举办了7场线下促消费主题活动、3场线上促消费主题活动，发放体育消费券1000余张、体育消费纪念品400余份。

除了体育赛事，美食也是满足游客多样化、个性化需求，培育消费增长点的一支中坚力量。

四川省阿坝州九寨沟县经济商务和信息化局副局长李继明告诉记者，暑期是九寨沟景区的传统旅游旺季，此前有不少游客反映，九寨沟景区仅有诺日朗餐厅可提供餐饮服务，餐食品类供给不够丰富。2024年5月份，全新打造的诺日朗风味街30余家餐厅正式对外营业。除了大众美食外，街区还特别汇聚了独具九寨沟地方特色的美食品类，通过提供美味的当季绿色食材，满足游客的多元化需求，同时打响九寨沟特色美食品牌，打造九寨沟旅游消费新场景。截至2024年9月，街区已实现营业额约1000万元，暑期日均接待游客万余人次。

加码直播经济

走进江苏省宿迁市宿豫区迎科电子商务有限公司生产现场和仓储发货中心，主播正对着镜头热情地推销渔具。迎科公司总经理周迎表示，这种“溯源直播”正受到越来越多网友的追捧，2024年公司销售额预计超过3亿元。

宿豫区商务局党组书记、局长王化文表示，宿豫区正进一步推进数实融合，强化企业根据自身优势发展“直播+工厂”“跨境+产业带”新模式。

直播经济以其独特的魅力和强大的活力，正成为推动消费增长和经济发展的新引擎。

在浙江省开化县齐溪镇齐溪村，村民余昌源正忙着为即将开始的“源头好物梦工厂”品牌直播活动做准备：农家火腿、小香薯、牛龙片、野葛粉、气糕干、土蜂蜜等各种当地特色农副产品在桌边堆成了小山。

余昌源是当地较早从事农特产品电商销售的“新农人”之一。2015年，他开始收购村民家里的应季农产品，并统一包装通过网络销售让这些优质农副产品走出大山，是村民们贴心的“村小二”。随着电商

直播的兴起，近年来，余昌源开始试水直播带货，成了一名“村播”。虽然自己摸索了些门道，但直播间流量始终一般，不过，转机从2024年年初开始。

2023年11月，阿里巴巴公益与开化县围绕“数字+人才”“数字+文旅”“数字+农品”3个板块开展合作。随后，开化建设阿里巴巴公益数字人才基地，并引进第三方机构开展常态化基地运营。截至2024年9月，阿里巴巴公益数字人才基地已打造30个直播间，全力孵化“源头好物梦工厂”本地电商直播品牌，深入挖掘县域乡村农品。

开化县共富领导小组办公室副主任余润前表示，开化以数字消费为切入点，充分发挥阿里公益资源优势，纵深推进电商人才培养、文旅线路赋能、区域农品打造等工作，充分激活县域服务消费动能。

（来源：经济日报 2024-09-15）

甘肃玉门：服务消费何以“热力”满满

玉门，一座体量小、人口少的城市，服务消费为何能跑出新活力？

2024年以来，从文旅到餐饮，从赛事到演出，从康养到城市一刻钟便民生活圈，玉门深挖内需潜力，服务消费供需两旺，新业态、新模式层出不穷，消费活力加快释放，为经济发展注入强劲动能。

2024年前7月，玉门市三产增加值22.5亿元，增长6.1%；社会消费品零售总额19.6亿元，增长7.9%，零售、餐饮消费市场保持活跃，接待游客数量和总花费持续增长。

紧扣热点激发消费动能

在玉门市翔驰汽车贸易有限责任公司，前来看车的消费者明显增多。

“车开了好多年了，想卖也卖不了多少钱，听说汽车也有以旧换新的政策，优惠力度确实比较大，决定换一辆新车。”市民李晓东说。

近期，玉门市发布了《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》，将补贴标准由此前的购买新能源乘用车补贴1万元、购买燃油乘用车补贴7000元，分别提高至2万元和1.5万元，增长了一倍及以上。

同时，落实激励房地产健康发展政策，兑现购房补贴1595万元，上半年销售商品房11.6万平方米，同比增长53.3%。

种种活动，折射出玉门在促消费、扩内需上的“用功”。

2024年上半年，玉门市举办“乐享消费·惠购玉门”等促销活动，制定汽车、家电、餐饮等7条促消费政策措施，一站式购车、家电以旧换新、节日促销、1100万元消费券发放等活动紧扣时下消费热点，截至2024年9月，拉动消费1.6亿元。

值得关注的是，在居民收入持续增长、县域商业体系建设不断推进、城乡服务消费网络不断健全、服务供给能力提升等有利因素带动下，居民消费品质也在不断升级。

根据相关数据，交通通信、教育文化娱乐、医疗保健等发展型消费比重提高。首先，就近旅游、周末一日游等成为家庭外出旅游的主要选择。其次，对子女教育更加重视，研学旅行、兴趣培养等为家长提供了更多选择，相关消费随之增加。

需求释放，动能增强，玉门服务消费空间广阔。

深度融合凭借实力“出圈”

细看玉门2024年以来服务消费成绩单，文旅体等多种服务业态融合，推动消费提质扩容，可圈可点。

玉门文旅部门举办启动第十九届“铁人”文化艺术季，策划6个版块32项系列文化体育活动，开发小城四季新玩法，逐季度推出精品线路、主题活动、惠民措施。

为“迎客入玉”，玉门市主动融入大敦煌文化旅游经济圈建设，水上世界生态公园、昌马石窟保护利用等文旅项目有序推进，推出了

红色文化、历史文化等多条精品研学旅游线路，引进华住汉庭酒店落户玉门，在上海、西宁、兰州等地举办文旅推介会9场次，签订客源互送协议100个，上半年全市旅游接待人数113.4万人次，实现旅游收入3亿元。

“公园二期建的很好，而且经常搞活动，我就喜欢下午饭后过来转转。”市民张瑞说。

漫步玉泽湖公园，这里“上新”了古色古香的火烧沟部落、玉门首家冒险波浪谷滑板公园、壮观寥廓的火山星球……

文旅新业态、新模式的涌现，有力激发消费新需求。

“我从抖音上看到了推介视频，周末便带着孩子过来体验漂流。赤金峡游玩项目不少，是一个周末休闲的好去处。”游客张玉虎说。

以赤金峡景区为代表的众多景点，成就了玉门“热力”满满的文旅市场。

当前，“为一项运动、赴一座城”成为年轻一代旅游消费的新趋势之一。一场场活动赛事也为“迎客入玉”添了一把火。

2024年以来，玉门市举办“五一”文化旅游消费季暨美食周、“诗意甘肃丝路长风三千里”玉门采风活动、2024年玉门市“凯盛大明杯”干部职工球类运动会、第二十四届“我爱祖国海疆”甘肃省青少年科技体育航海模型教育竞赛、铁人青年音乐节等活动达60余场次，做到了“周周有活动、月月有节会、季度有赛事”，线上线下累计参与人数达到38万人次，玉门正在把活动赛事的“流量”转化成扩大消费的“增量”。

优质供给消费提档升级

“油子回乡过大年”“美食活动周”“寻找最美星空”采风露营……独具特色的美食和消费新场景，带动餐饮消费升温，吸引市内外食客寻味打卡。2024年以来，玉门各景点、餐饮企业为传统植入新场景、新创意。

新供给激发新潜力，玉门服务消费供给侧正推陈出新。

着力支持玉门关文旅公司做大做强，实体化运营 693 人防工程，魔山地质公园常态化对游客开放，玉门油田红色旅游景区、玉门之光工业体验馆、玉门魔山国家地质公园接待游客 3 万多人，同比增长 40%。启动“游学玉门”2024 玉门工业研学游活动，推出《红色工业谱新篇》《风的旅行》《品读经典诗篇抒发边塞豪情》等系列研学产品，接待研学团队 35 批次、1.5 万人次，同比增长 100%，玉门关文旅公司实现营收 150 万元。

培育壮大健康消费等新型消费。稳步推进紧密型县域医共体建设，全力打造“一核两翼”区域医疗中心，推动优质医疗资源下沉，基层首诊率较改革前提升近 10%，在酒泉市率先实现医保总额预付打包付费，推行远程诊疗、“互联网+护理”“一次挂号管三天”等便民惠民措施……随着健康城市建设不断深入，越来越多的群众在家门口便可享受到“健康红利”。

玉门还按照新老社区的不同定位，整合辖区优势资源，持续推进十五分钟便民生活圈建设，满足居民多元化生活需求。

2024 年上半年，益旺国际购物广场、油城购物中心、广宇御景苑等重点项目加快建设，玉泽湖公园二期建成投用，474 套保障性住房续建、144 户城市危旧房改造等项目全面开工，新增城市便民消费点 8 个，新增临时摊点 48 个，城区绿地率达到 40%， “十五分钟生活圈”升级换代，居民生活幸福感和获得感不断提高。

（来源：新华网 2024-09-09）

青海：聚焦“舌尖”需求让养老变“享老”

“一个社会幸福不幸福，很重要的是看老年人幸福不幸福。”社区幸福食堂作为重要民生工程、应对人口老龄化重要举措，事关“银

发一族”福祉、事关居家养老质量。办好老年人“食”事，要坚持民生至上，以老年人“助餐”需求为导向，为辖区老年人提供优惠、方便、营养、暖心的用餐服务。

“食堂饭菜天天不重样，干净、便宜又好吃，我们省心、省时还省钱。”提到社区“爱老幸福食堂”，家住西宁市城西区文亭巷社区的郜淑珍老人十分欣慰。截至2024年7月，西宁市已建成148个“幸福食堂”，为126万人次老年人提供配餐助餐服务，日均助餐量最高达1.2万人。幸福食堂从“舌尖”出发，解决养老“刚需”之困，不断提升为老服务水平。

这些年，老年人舌尖上的幸福感，一直是青海养老事业的工作重点之一。《青海省养老服务高质量发展三年行动方案(2024—2026年)》提出，到2026年，全省城市社区老年助餐服务全覆盖。着眼老年人生活质量和福利，不断释放政策红利，有效挖掘养老服务消费潜力，将有力推动养老事业和养老产业协同发展，实现养老服务高质量发展。

今天，聚焦“舌尖”需求，让养老变“享老”，仍需把工作做得更实更细。要将“积极老龄观、健康老龄化”理念融入经济社会发展全过程，全面、客观、辩证认识人口老龄化，主动挖掘用好蕴含其中的新机遇，做大做强老龄产业。要坚持老有所养与老有所为相结合，积极搭建平台，完善政策，为健康老年人老有所为、继续发光发热创造条件。要积极促进事业与产业、城市与农村、康养与旅居、服务与管理协同发展，为当下与未来银发经济量的快速增长与质的稳步提升提供广阔空间。

老人可承担、企业有回报，方能托起“夕阳红”。要围绕优化养老服务营商和消费环境，加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的养老服务市场，进一步鼓励和支持企业等社会力量参与提供养老服务。积极探索“适老餐品”，提升餐饮服务品质，培育“名菜”“名吃”“名厨”“名店”，满足老年人多样化就餐需求，丰富养老助餐服务

供给，构建布局均衡、方便可及、多元参与的老年人助餐服务体系，全面提升养老助餐服务能力，共同迎来养老产业发展的春天。

(来源：青海日报 2024-11-18)

数说“服务消费”

服务消费进入快速增长期

消费已成为我国经济增长的重要动力。2023年，最终消费支出对经济增长的贡献率达到82.5%，拉动GDP增长4.3个百分点。消费的基础性作用更加显著。无论从国内消费发展现状，还是从国际经验来看，服务消费都是最有潜能的消费。

从消费增长的潜力来看，以往作为消费增长主力的家用电器、电子设备、汽车等耐用消费品已进入平稳增长期。以家用电器和汽车为例，2018年我国家电消费市场已达到创纪录的9000亿元，之后进入稳定增长阶段。2017年中国汽车销量达到2887.89万辆，之后便进入了稳定增长阶段，汽车年销量基本维持在2700万辆左右。2023年汽车销量首次突破3000万辆。

从消费者对服务的需求来看，服务需求的收入弹性较高，随着人均收入水平的提升，必然带来服务需求的爆发式增长。根据已有的一些研究，服务的需求弹性高于工农业产品，其收入弹性大于1。这意味着随着收入水平的提高，服务需求的增长速度要快于收入增长，在消费支出中的份额也将稳步上升。

从消费者结构来看，我国各个年龄阶段的消费者都已进入加大服务消费支出的阶段。作为消费的中坚力量，85后和95后在社会消费中的重要性日益增加。第52次《中国互联网络发展状况统计报告》公布的数据显示，截至2023年6月，我国20-29岁、30-39岁网民占

比分别为 14.5%、20.3%，超过三分之一。这些人群更加追求个性化消费、品质消费，愿意为自己的兴趣、体验支付相应的对价，尤其是在情感消费、兴趣消费等方面，其支付意愿要远远高于其他年龄段。对于这一类消费者，能够提供更好体验的服务消费将在消费中占据更为重要的地位，他们更加追求体验感和满足感，关注消费过程中的社交、情感效用等。在消费方式方面，他们更为关注所见即所得，更倾向于快捷、智能、高效的社会化服务，因此，外卖、即时零售、家庭服务等数字化智能化服务将有较大的发展空间。中国市场学会等机构发布的《本地即时电商发展报告 2023》预计，到 2030 年，每年即时配送的订单规模将超过 2000 亿件，与快递行业的业务量相当。即时电商的市场规模将达到 11.8 万亿元，占实物商品电商市场规模的比重接近 60%。

老年人对服务消费的需求也不可忽视。根据国家统计局数据，预计到 2050 年，我国老年人口将达到 4.8 亿人左右。老年人对服务消费的偏好是多种多样的。例如，低龄老人对旅游、休闲、文化、健康等服务消费的需求较大。以旅游为例，中国旅游研究院数据显示，2021 年 45 岁以上中老年旅游者累计出游 11.94 亿人次，占国内旅游客源市场 36.81%。可以预见，以老年人作为服务对象的老年消费将成为服务消费的一个重点内容。

根据国际经验，在人均 GDP 达到 10000 美元左右时，服务消费进入快速增长阶段，占全部消费的比重将逐步提升。2022 年，我国人均 GDP 折合 12741 美元，已进入到服务消费快速增长的阶段。

(节选自：经济参考报 2024-01-25)

我国服务消费增势良好 消费梯次升级释放经济新潜能

国家统计局 2024 年 7 月 15 日发布数据，经初步核算，上半年国内生产总值按不变价格计算，同比增长 5.0%。上半年，最终消费支出对经济增长贡献率为 60.5%，拉动 GDP 增长 3.0 个百分点。这一组数据中可以看到消费成为了 2024 年上半年的一个亮点。

国家统计局最新数据显示，2024 年上半年，我国社会消费品零售总额 235969 亿元，同比增长 3.7%。其中，商品零售额 209726 亿元，增长 3.2%；餐饮收入 26243 亿元，增长 7.9%。从商品类值看，限额以上单位中八成以上商品类值零售额实现增长。

此外，在农村居民收入持续增长、县域商业体系建设不断推进等有利因素带动下，乡村市场销售快于城镇。上半年，城镇和乡村消费品零售额同比分别增长 3.6%、4.5%，乡村市场销售增速快于城镇 0.9 个百分点。县乡消费品零售额占社会消费品零售总额的比重稳步提升，占比较上年同期提高 0.4 个百分点。

服务消费增势良好 成为扩大消费主要动力

2024 年上半年，服务消费保持较快增长，成为扩大消费的主要动力。专家认为，未来随着居民收入持续提高，服务消费还将持续扩大，是整体消费持续扩大的重要力量。

2024 年上半年，服务零售额同比增长 7.5%，明显快于商品零售。居民人均服务性消费支出占居民消费支出比重为 45.6%，比上年同期上升 1.1 个百分点。

2024 年以来，线上线下融合成为新趋势。直播带货、即时零售等继续保持快速增长，带动线上消费市场增速不断提高，规模持续扩大。与此同时，线上服务性消费逐渐走热。上半年，非实物商品网上零售额占网上商品和服务零售额的比重达 16%，较 2023 年同期提高 0.7

个百分点。

服务业持续恢复 新动能加快成长

国家统计局最新数据显示,2024年上半年,我国服务业持续恢复,发展内生动力继续增强,新动能新优势发展壮大。

349646亿元,这是2024年上半年我国服务业增加值,这一数据同比去年增长了4.6%。国家统计局最新公布的数据显示,2024年上半年,服务业对国民经济增长的贡献率、服务业增加值占GDP的比重均在50%以上,吸纳就业的能力继续在增强。服务业在国民经济中分量更加突出,“稳定器”的作用日益明显。

不仅如此,服务业自身也在优化升级,新业态新模式持续活跃,新动能加快成长壮大。

从供给来看,信息、商务、科技服务业等现代服务业、高技术服务业保持快速增长,为引领产业向价值链高端延伸和加快形成新质生产力提供有力支撑。从需求来看,文旅、餐饮、数字等服务消费增势良好,成为扩大消费的主要动力,更好满足了人民美好生活需要。

(节选自:央视网 2024-07-18)

服务消费提质扩容为内需增长添动能

国家统计局2024年4月公布的数据显示,一季度国内生产总值同比增长5.3%。其中,服务业增势较好,增加值同比增长5.0%。服务业作为扩大内需的关键领域,其兴旺发达是现代经济的显著特征。作为服务业的主要组成部分,生活性服务业和生产性服务业的协同发展,将为我国经济增长注入新的动力。

从数据来看,一季度,我国服务零售额增长10%,居民人均服务性消费支出增长12.7%,居民服务性消费支出占比43.3%,比去年同期提高了1.6%。总体来看,服务消费正不断在调结构、提质量、增

效益上发力。

具体来看，生活性服务业方面，消费对经济增长的基础性作用进一步增强。文旅部数据显示，春节假期出行人数、旅游消费金额都已经超过了2019年同期水平，旅游出游人次同比增长34.3%。民航旅客运输量接近1.8亿人次，货邮运输量完成200.7万吨，均创下历年一季度最高值；全国铁路发送旅客突破10亿人次，日均发送旅客1114.7万人次，同比增长28.5%，多项客运指标创历史最好水平。

生产性服务业方面，一季度，信息传输、软件和信息技术服务业，租赁和商务服务业指数分别增长12.7%、8.2%，邮政、电信广播电视及卫星传输服务、货币金融服务等行业商务活动指数位于60.0%以上高位景气区间。近年来，依托全球领先的信息软件技术，我国智能汽车、智能家电等产品加快升级，广受世界认可，不断向价值链高端延伸。

同时，推动服务消费扩容提质的有利条件正不断增多。细分来看，中国消费涌现出一些新的结构亮点，假日经济、国潮经济、银发经济，数字消费、绿色消费……一季度，体育娱乐用品销售增长14.2%、通信器材的销售增长13.2%，交通通信支出、教育文化娱乐支出均保持两位数增长，不断涌现的新型消费将重塑消费结构、释放消费潜力。

在新型消费迅速壮大的同时，传统消费仍有潜在发展空间。中国家电、汽车等设备更新需求巨大。2023年底国内民用汽车保有量达到3.36亿辆，冰箱、洗衣机、空调等家电保有量超过30亿台，汽车、家电更新换代或将创造万亿元规模的市场空间。此前，国务院关于印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，将有力促进投资和消费。

14亿多人口的超大规模市场是中国消费潜力的动力源泉，随着居民收入增加、就业改善，消费者信心也在不断回升。服务消费的进一步扩容、提质、增效，必将成为扩大内需的重要抓手，为我国经济

增长增添源源不断的新动能。

(来源：人民网 2024-04-19)

数据展现服务消费高质量发展

服务消费潜力释放

●据国家统计局数据,2024年1-10月服务零售额同比增长6.5%,增速高于同期商品零售额3.3个百分点,其中餐饮收入4.44万亿元,同比增长5.9%,交通出行类、通讯信息类服务零售额均保持两位数增长。

2024年前三季度,全国居民人均服务性消费支出9694元,同比增长7.6%,快于居民人均消费支出增速2个百分点;居民服务性消费支出占居民消费支出比重为47%,比上年同期上升0.9个百分点。

●据商务大数据监测,2024年1-10月网络服务消费增长15.5%。

●据商务部数据显示,2024年上半年,我国在线旅游和在线餐饮零售额分别增长59.9%和21.7%。我国人均医疗保健消费支出1271元,同比增长4.2%,占人均消费支出的比重为9.3%,处于近年来较高水平。

假期服务消费活力

●据有关机构数据,国庆假期国内出游人次和游客出游总花费同比分别增长5.9%和6.3%,营业性演出场次和票房收入同比分别增长14.6%和25.9%。

●据国家税务总局公布的数据显示,2024年春节假期,全国服务消费相关行业日均销售收入同比增长52.3%,旅游、住宿、餐饮服务消费快速增长,文化体育服务消费热度上升。

旅行社及相关服务日均销售收入同比增长1.2倍,旅游游览和休闲观光服务日均销售收入同比分别增长70%和40%。长途旅行和自驾

游成为更多人的出行选择，航空出行服务、汽车租赁服务日均销售收入同比分别增长 71%和 1.4 倍。

住宿服务日均销售收入同比增长 25.4%，其中，经济型连锁酒店、旅游饭店日均销售收入同比分别增长 35.2%、11.5%。民宿服务提供个性化消费场景受到游客欢迎，日均销售收入同比增长 68.8%。餐饮服务日均销售收入同比增长 31.5%。

文化艺术服务日均销售收入同比增长 86.7%，其中文艺创作与表演服务日均销售收入同比增长 1.1 倍。体育服务日均销售收入同比增长 43.2%，其中体育健身服务、体育场馆服务日均销售收入同比分别增长 45.8%和 31.2%。

上海、江苏、浙江服务消费日均同比分别增长 67.7%、46.8%和 45%。黑龙江省接待外来游客人数大幅增长，住宿、餐饮日均销售收入同比分别增长 1.8 倍和 1.2 倍。

●北京市商务局数据显示，2024 年清明假期三天，北京 60 个重点商圈客流量达 2168 万人次，同比增长 4.4%。服务消费热度攀升，银联商务数据显示，清明假期三天北京服务消费金额同比增长 7.9%，北京文化娱乐类、旅游售票类消费金额同比分别增长 6.5%、30.2%。北京重点监测的餐饮企业营业额同比增长 13.4%，其中全聚德、便宜坊、华天饮食营业额同比分别增长 58.7%、27.9%、13.6%。

推动服务消费扩容提质的有利条件不断增多

●国家信息中心最新数据显示，2024 年 10 月，生活服务消费热度指数同比增长 12.7%，增速较 2024 年 9 月上升 1.7 个百分点。其中住宿业、休闲娱乐业、餐饮业分别同比增长 17.9%、14.5%、12.2%。基于生活服务类电商平台用户消费订单数据构建的生活服务消费热度指数，印证了服务消费持续向好的趋势。

●《中国冰雪产业发展研究报告（2024）》显示，2023 至 2024 冰雪季，我国冰雪休闲旅游人数超过 3.85 亿人次，预计 2024 至 2025

冰雪季有望突破 5 亿人次，冰雪休闲旅游总收入有望超 7000 亿元。

服务消费撬动地方城市潜力

●据美团数据，2024 年前三季度，江西餐饮、住宿、休闲娱乐等生活服务消费综合指数同比增长 29.7%，增速居全国前列，平台“赣菜”搜索量同比翻倍，省内赣菜类别商户数同比增长超 40%。

●截至 2024 年 10 月份，广州 600 多场重点活动在各大商圈轮番登场，带动餐饮住宿向新向好，限额以上餐饮企业较 2023 年增加了 171 家。

●据广西统计局数据显示，2024 年前三季度，广西全区限额以上单位体育娱乐用品类同比增长 23.0%，餐饮收入同比增长 2.2%，比上半年加快 0.2 个百分点，高于商品零售 0.8 个百分点。

2024 年 1-5 月，广西全区规模以上高技术服务业企业营业收入增长 19.3%，拉动规模以上服务业营业收入增长 6.9 个百分点。其中，科技成果转化服务、信息服务、研发与设计服务、知识产权及相关法律服务、专业技术服务业的高技术服务等多个领域营业收入增速在 10% 以上，分别增长 52.1%、21.7%、16.2%、15.5%、11.4%。

规模以上科技推广和应用服务、互联网和相关服务、软件和信息技术服务、研究和试验发展、专业技术服务等行业增势良好，营业收入同比分别增长 54.8%、47.2%、25.4%、24.3%、10.0%，合计拉动规模以上服务业营业收入增长 7.1 个百分点。

（综合自：人民日报、央视网、中国新闻网、国家统计局网站、广西统计局网站等）

结语

促进服务消费，是经济高质量发展和人民高品质生活的重要交汇点。

从服务消费的发展趋势看，人口结构变化蕴含服务消费的创新机遇。层出不穷的科技创新应用也为服务消费创造了新赛道。教育、医疗等服务机器人不断迭代升级，“互联网+”医疗服务、数字教育等新模式稳步发展，电子竞技、社交电商、直播电商等新业态快速成长，为消费者提供了丰富且便利的消费选择。

我国正处在服务消费较快增长阶段，服务消费增速快于商品消费，成为居民消费的主要增量来源。但与高收入经济体相同发展阶段的平均水平相比，我国目前服务消费占居民消费比重仍然偏低，一些服务业态短缺的局面当前依然没有改变，创新型、多样化服务消费供给能力仍不充分，具有较大的发展空间和潜力。

下一步，还需要各方形成合力，着力提升服务品质、丰富消费场景，优化消费环境，以创新激发服务消费活力、培育新的增长点，并从财税金融、人才、统计监测等方面强化政策保障支撑，从而充分释放服务消费潜力，促进服务消费高质量发展。

