

习近平总书记强调:“要增强消费能力,改善消费条件,创新消费场景,使消费潜力充分释放出来。”

国务院印发的《关于促进服务消费高质量发展的意见》提出,“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。”当前,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。促进服务消费,与满足人民高品质生活需要息息相关,具有较大的发展空间和潜力。

激活服务消费潜能

■ 吉亚娇

当前,服务消费已成为我国居民消费增长快、热点多、潜力大的领域,市场规模持续扩大。国家统计局数据显示,今年前10月,服务零售额同比增长6.5%,增速超过商品零售额。其中,交通出行类和通信信息类服务零售额均保持两位数增长。

促进服务消费,与满足人民高品质生活需要息息相关。年轻消费者渐成消费主力,更加追求兴趣消费和情感消费。同时,随着老龄化进程加速,老年消费者康养、护理、休闲等服务需求也不容忽视。新一代信息技术带动服务消费线上线下加速融合,不断拓展服务消费空间。

尽管新需求和新模式不断涌现,我国服务消费的供需匹配仍存在不足,应多向发力,促进服务消费高质量发展。

提升服务品质,优化供给结构。例如,针对文旅项目同质化问题,需要进一步挖掘地方特色和文化内涵,丰富旅游体验;养老项目选择较少,可以通过发展居家养老、拓展社区养老、优化机构养老等服务,推动“老有所养”向“老有善养”过渡。

拓展消费场景,挖掘消费潜力。积极探索数字消费、绿色消费、健康消费等业态融合创新。加大大数据、人工智能等新技术应用,支持服务消费数字化转型,寻找智慧商圈、社交电商、“互联网+”医疗服务等领域服务消费新需求。在发展夜经济、冰雪经济、赛事经济、演出经济过程中,通过完善交通出行、餐饮住宿、场馆设施等配套服务标准,拉长消费服务链条。

优化消费环境,加强监管协调。与实物消费不同,服务消费中消费者很难在交易前通过指标评估或试用。因此,需要强化对服务消费领域的监管协调,加快制订、修订服务消费相关标准,培育服务业标准化品牌,加强服务消费领域认证制度建设。同时,畅通消费者投诉渠道,严厉打击虚假广告、网络诈骗、泄露信息等行为,切实保障消费者权益。

(据《经济日报》)

前10月,服务零售额同比增长6.5%

服务消费,出新更贴心

■ 王珂 宋豪新

新供给激发新动能

“裤脚开线了,不出小区就能轻松解决。”湖南省长沙市梅溪湖街道某小区里的天鹅到家社区管家店,不仅为居民提供做饭钟点工、各类保洁、保姆、育儿嫂、养老护工等传统家政服务,还增加了干洗、技能培训、缝纫等新服务,给社区居民日常生活增添了便利。

“以前叫车要走到小区门口,现在方便多了。”上海市杨浦区退休老人林树海说,老伴需要经常到医院检查身体,但行动不便,每次往返都是难题。现在,他通过手机小程序就能轻松打车。行程结束,根据实际行驶里程选择线上或者线下付费。

“想吃最火的早茶,但又不想排队,那就点一份外卖吧。”在广东省广州市旅游的游客李佳说。越来越多年轻人追求“吃美食不排队”的用餐新体验,美团外卖在北京、上海、广州等30个城市发布“必点榜”,让游客可以更加轻松地品尝到各地特色美食。

今年以来,餐饮住宿、家政服务、养老托育等基础型消费需求旺盛,文化娱乐、旅游、体育、教育和培训、居住服务等改善型消费保持增长,服务消费迸发出澎湃活力。各地区各部门统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革,以创新激发服务消费内生动能,挖掘基础型消费潜力,激发改善型消费活力,为经济高质量发展提供有力支撑。

国家统计局数据显示,前10月,随着促

进服务消费系列政策逐步落地,服务供给逐步优化,服务消费动能不断激活,叠加假日经济效应,服务消费市场保持较快增长。1—10月份,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。

今年文旅消费市场持续升温,交通出行类和旅游咨询租赁类服务零售额稳定增长。有关部门数据显示,国庆假期,全国国内出游人次按可比口径同比增长5.9%,国内游客出游总花费按可比口径增长6.3%;全国营业性演出4.43万场次,同比增长14.5%,并实现票房收入增长25.9%。

“服务消费已经成为拉动消费增长的主要引擎。”中国社会科学院财经经服经济与餐饮产业研究中心执行主任赵京桥说,生活服务业是促消费、惠民生、稳就业的重要领域,生活服务消费占服务总消费额的比重不断提升。国家统计局数据显示,2023年,服务业增加值占国内生产总值的比重为54.6%,对经济增长的贡献率超过60%。居民人均服务性消费支出增长14.4%,占人均消费支出比重达45.2%,比上年提高2个百分点。

北京联合大学管理学院教授李立威认为,从消费市场发展的一般规律看,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。促进服务消费高质量发展,以新供给激发服务消费新动能,是促消费、扩内需的有力举措。

新场景带来新体验

化身漕运行商,在数位历史人物角色扮演者的带领下,全景式漫游运河,体验不同时期的文化特色……在江苏省扬州市中国大运河博物馆3号馆,游客沉浸式体验盐商行销的历史故事,在互动中感受运河文化魅力。“升级以后的沉浸式体验受到游客欢迎。”运营方中建八局文旅博览投资发展有限公司相关负责人说,当前人们文旅消费需求个性化、多样化趋势明显,要通过场景氛围营造、文创产品开发、非遗体验等多种方式,为游客带来更加丰富的体验。

近年来,人民对美好生活的向往带来服务消费新需求。一方面,在需求带动下,服务消费的模式、业态、场景不断创新;另一方面,新技术的应用加速了服务消费创新的进程。“互联网+医疗服务”、数字教育等新模式稳步发展,社交电商、直播电商等新业态快速成长,为消费者带来更多新选择。

新场景备受欢迎——

“真没想到,在南方也能感受滑雪的乐趣。”近日,湖北省武汉城建热雪奇迹室内滑雪场正式开业。在娱雪区,雪上闯关、雪球打靶等趣味活动吸引了不少市民游客。滑雪场面积约6万平方米,垂直落差最高73米,拥有6条不同级别的雪道,满足个性化、多样化的滑雪需求,还配备专属儿童教学区,适合进行青少年滑雪培训。

“冰雪经济是一个万亿元产业,正在催生更多新场景。”中国旅游研究院副研究员韩元军说,除了冰雪运动,冰雪消费还涉及吃、住、行、游、购、娱等多个方面。冰雪消费正从产业、空间、场景等方面实现更多融合,“冰雪+美食”“冰雪+非

遗”“冰雪+康养”“冰雪+民俗”等深度融合,形成了一批深受游客喜爱的新场景。

新业态刷新体验——

“深井烧鹅”美食、观音山与松山湖等风景区、憨态可掬的大熊猫……今年,广东省东莞市文旅市场热度很高,吸引了不少年轻游客前来拍照打卡,分享旅游体验。截至10月底,抖音平台上展现东莞文旅内容的6.1亿条短视频,获得了273亿点赞,松山湖、隐贤山庄、观音山等成为网友线下打卡的热门景点。

“线上种草、线下体验,成为越来越多年轻游客的出游方式。”复旦大学新闻学院教授张志安说,各类美食探店、自然风光打卡等短视频直播,成为游客了解旅游目的地的新方式。以城市生活场景为主的休闲生活视频,更容易引起共鸣,对年轻消费者有非常强的吸引力。旅游、汉服、餐饮……融合直播的新业态越来越多,体验也更加丰富。

新模式方便快捷——

“现在找保姆,手机点一点就可以,比以前方便太多了。”四川省成都市居民李怡说,打开家政平台App,不仅可以清晰地看到家政服务人员简历,包括过往工作情况、评价、基础信息等,还能非常方便地预约面试。

天鹅到家创始人兼首席执行官陈小华说,相比传统线下家政供需对接模式,数字化的家政服务业,运用互联网技术构建了覆盖产品全链条的数字化系统,将需求匹配、面试等环节实现线上化,实现了家政服务的“可视、可追溯”,提高了供需对接效率,改善了消费体验。

480多家餐厅、推出3000余款套餐,中国国际消费中心城市精品消费月活动期间,美团推出的配套活动吸引了不少消费者。

商务部于11月组织上海市、北京市、广州市、天津市、重庆市联动举办中国国际消费中心城市精品消费月,作为实施“提振消费行动”的标志性活动和“消费促进年”的重头戏。其中,服务消费是重头,精品美食、精品旅游、精品展演等板块开展了丰富的消费促进活动。

在精品美食方面,上海组织“全球美食新味道”系列活动,组织全市万余家环球美食餐厅、百余家老字号餐饮企业,集中推出“进博美食新品”,鼓励金融机构推出餐饮优惠券、环球美食餐厅及老字号餐饮企业优惠叠加活动。

美团相关负责人介绍,美团搭建“消费月”活动专区,消费者在美团App搜索“精品消费月”或“精品消费”即可直达活动专区。同时,采取“主题特色美食+用户互动”相结合的方式,为消

费者推荐“吃住行游购娱”的好去处,激发人们的参与热情。

赵京桥说,当前,我国服务业整体发展稳中向好,服务消费保持较快增长。但仍面临着供给质量不优、消费潜力待挖掘等问题。在加快构建优质高效服务业新体系方面,要推动服务业供需更加适配,促进服务消费高质量发展,优化服务供给,提升服务品质,丰富消费场景,培育服务消费新增长点。

好政策可以“四两拨千斤”。国务院印发的《关于促进服务消费高质量发展的意见》提出,“加强财税金融支持”“引导金融机构优化信贷产品、提供差异化服务,按照风险可控、商业可持续原则,加大对服务消费重点领域信贷支持力度,增加适应共享经济等消费新业态发展需要的金融产品供给”。

“吃上了文旅饭,生意越来越好。”浙江省诸暨市岭北镇一家农家乐经营者周杰看到文旅市场走热,打算升级改造自建房用于经营农家乐,碰到资

金难题。邮储银行诸暨市支行在调研走访时了解到相关情况,主动上门对接,及时提供了信贷支持。今年以来,邮储银行诸暨市支行积极对接文旅产业,结合山水观光、特色餐饮民俗体验等主题特色,引导农家乐转型升级。截至目前,邮储银行诸暨市支行累计发放“农家乐省农担”610万元,缓解了相关经营主体的融资难题。

人才队伍是创新供给的支撑。李立威认为,要持续完善相关学科专业设置和培养方案,加强产教融合和校企合作,“订单式”培养服务业紧缺人才。要完善服务业人才职称评审、职业资格评价、职业技能等级认定等多元化评价方式,鼓励地方发布服务业重点领域“高精尖缺”人才目录和认定标准,吸引更多优秀人才进入服务消费领域,促进优化和扩大服务供给,在更好满足人民群众个性化、多样化、品质化服务消费需求的同时,释放服务消费更大潜力。

(实习生厉烨参与采写)(据《人民日报》)



图①:12月7日,在四川省阿坝藏族羌族自治州九寨沟景区,演员表演熊猫舞欢迎游客。

图②:11月23日,云南省腾冲市固东镇江东银杏村村民在农家乐为营业做准备。

图③:11月30日,市民在京津冀老字号联展暨2024石家庄美食节上品赏饮品。

图④:11月27日,游客在黑龙江省漠河市北极村体验马拉爬犁项目(无人机照片)。



新闻链接

促消费惠民生相结合 服务消费潜力持续释放

人民网北京电 党中央、国务院高度重视服务消费,多次强调要以提振消费为重点扩大内需,坚持促消费和惠民生相结合,把服务消费作为消费扩容提质的重要抓手。

日前,多位专家接受人民网采访时表示,近一段时间,国家层面支持服务消费发展的政策密集出台,随着这些政策措施的有效落实,我国服务消费潜力将持续释放。

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长、研究员刘涛表示,服务消费是消费扩容升级的重点方向,也是民生福祉改善的重要支撑。随着收入水平不断提高,居民消费的重点从商品向服务转变,是经济发展的客观规律。

刘涛介绍,从发达国家的发展经验来看,服务消费增长呈现出诸多共性,特别是在人均GDP超过1万美元后,服务消费具有三个突出特点:

一是服务消费占据居民消费的主导地位。当人均GDP超过1万美元时,美

国、日本等主要发达国家居民服务消费占居民全部消费的比重平均约为50.7%;人均GDP超过2万美元时,这些国家居民服务消费占比平均升至55.7%。

二是服务消费增长点更为丰富多元。以美国为例,在1978年人均GDP超过1万美元到1987年跃升至2万美元这一时期,31个商品消费类别中,有9个年均增速超过居民全部消费增速,而22个服务消费类别中,有15个年均增速超过居民全部消费增速,特别是健康、休闲等服务消费增长迅猛。

三是多数服务消费受闲暇时间约束。教育、休闲、健康等服务消费的特点是生产与消费同步进行,服务提供者与消费者直接互动,消费者更看重这一过

程带来的体验感和情绪价值。这使得这些服务消费增长很大程度上依赖于闲暇时间的增加。

刘涛表示,当前,扩大居民服务消费,对于促进消费扩容升级、增进民生福祉具有重要意义。一方面,我国经济转向高质量发展阶段,进入到需要以消费为主导的经济增长阶段。扩大服务消费,能够增强消费对经济发展的基础性作用,推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。另一方面,扩大服务消费,有利于提升消费层次,更好满足消费升级需求,增强人民群众的获得感和幸福感。

今年8月,国务院发布《关于促进服务消费高质量发展的意见》,这是我国首次专门就服务消费作出系统部署的

政策文件,也是贯彻落实党的二十届三中全会精神的重要举措。11月,国务院公布《关于修改〈全国年节及纪念日放假办法〉的决定》,将法定节假日由原来的11天增至13天,增加了居民闲暇时间,对释放假日消费潜力具有显著促进作用。

在部委层面,9月,商务部等部委联合发文,拟允许北京等9地设立外商独资医院,这有利于引进全球高水平的医疗技术,满足国内多样化医疗服务需求;10月,民政部、商务部等24部门联合发文,提出促进养老服务供需适配等5方面政策措施,有利于挖掘养老服务消费潜力,提升老年人生活品质;11月,商务部会同上海、北京、广州、天津、重庆5个国际消费中心培育建设城市,举办中国国

际消费中心城市精品消费月活动,涵盖吃、穿、用、娱、住、行等各方面。

今年前三季度,我国居民人均服务消费同比增长7.6%,快于居民人均消费增速2个百分点;居民服务消费占居民全部消费的比重为47%,比2023年同期上升0.9个百分点。今年前10个月,我国服务零售额同比增长6.5%,增速高于商品零售额3.3个百分点。另外,今年前三季度,外国人入境2282.1万人次,同比增长1倍,其中通过免签入境1342.7万人次,同比增长1.4倍。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬表示,随着收入水平提高和消费观念转变,居民越来越注重休闲消费。今年前三季度,居民人均文化娱乐消费同比增长16.3%,快于居民人

均消费增速10.7个百分点。

携程平台数据显示,今年10月国内出游下单用户数量比2023年同期增长10.8%,预订销量同比增长11.7%,二者分别比9月增长34.7%、49.3%。同时,居民消费更加注重满足心理和精神需求,观演、骑行、露营、滑雪等悦己消费、沉浸式体验消费备受青睐。

陈丽芬认为,随着数字技术不断创新和推广应用,互联网医疗、在线教育等新业态和新模式蓬勃发展,推动服务消费个性化、定制化、品质化发展。同时,商业、旅游、文化、体育、健康等服务行业内部融合创新,形成协同效应,为消费者提供了多元消费场景,增强了消费市场活力。

(焦磊)