



服务消费提质扩容 为拉动内需添动力

作者：王欣蕾

电话：010-58352887

邮箱：xhcj@xinhua.org

编辑：杜少军

审核：张 骐

官方网站：www.cnfic.com

客服热线：400-6123115



国务院日前印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》提出，统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，通过提升服务品质挖掘基础型消费潜力、激发改善型消费活力和培育壮大新型消费，并优化服务场景和消费环境，培育服务消费新增长点，支撑经济高质量发展。

目录

一、以供给侧结构性改革提振消费扩大内需.....	3
二、从餐饮住宿、家政服务和养老托育三领域挖掘基础型消费潜力.....	3
三、让消费者敢消费、愿消费，多措并举激发改善型消费活力.....	4
四、培育壮大以数字消费为代表的新型消费，推动消费结构升级.....	5

服务消费提质扩容 为拉动内需添动力

国务院日前印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》提出，统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，通过提升服务品质挖掘基础型消费潜力、激发改善型消费活力和培育壮大新型消费，并优化服务场景和消费环境，培育服务消费新增长点，支撑经济高质量发展。

一、以供给侧结构性改革提振消费扩大内需

7月30日，中共中央政治局召开会议，分析研究当前经济形势，部署2024年下半年经济工作。会议强调，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，要多渠道增加居民收入，增强中低收入群体的消费能力和意愿，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。日前，国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》（以下简称《意见》）提出，统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，通过提升服务品质挖掘基础型消费潜力、激发改善型消费活力和培育壮大新型消费，并优化服务场景和消费环境，培育服务消费新增长点，支撑经济高质量发展。

在供求关系中，投资形成生产，出口和消费属于需求，其中消费是最终需求。消费是经济增长的最终目的，也是内需中的顶梁柱。所以，“扩大内需”是“永不过时”的经济发展任务。

《意见》提出20项任务，从消费品质提升、消费场景建设和消费环境改善三方面发力，促进服务消费高质量发展。传统消费包括基础型消费和改善型消费，新一代信息技术运用在传统消费中形成新型消费。其中，基础型消费一般指的是为解决生存与温饱，消费结构以吃、穿、用为主的消费。改善型消费指的是为追求更高品质、更好体验和幸福感的消费。新型消费指的是以互联网、数字技术、人工智能、区块链等新一代技术的创新与应用为支撑而形成的一系列消费新业态、新模式、新场景和新服务。《意见》提出，在餐饮住宿、家政服务和养老托育三领域挖掘基础型消费潜力，文化娱乐、旅游、体育、教育和培训、居住服务是改善型消费比较有活力的领域，培育壮大以数字消费、绿色消费和健康消费为代表的新型消费。另外，通过消费场景建设、品牌培育和对外开放增强服务消费动能，通过加强消费监管、引导合规经营、完善服务消费标准优化服务环境，以供给侧结构性改革疏通消费升级的堵点。

二、从餐饮住宿、家政服务和养老托育三领域挖掘基础型消费潜力

餐饮是基础型消费中重点挖掘潜力的首要领域。由于刚需消费频次高、细分品类多赛道宽，在消费者信心和消费意愿增强的时期，挖掘餐饮消费潜力有助于基础型消费的整体复苏。《意见》提

出四点从供给侧刺激餐饮消费的措施，突出“品质化、品牌化、集聚化”的特点：提升餐饮服务品质，培育名菜、名小吃、名厨、名店；鼓励地方传承发扬传统烹饪技艺和餐饮文化，培育特色小吃产业集群，打造“美食名镇”“美食名村”；办好“中华美食荟”系列活动，支持地方开展特色餐饮促消费活动；鼓励国际知名餐饮品牌在国内开设首店、旗舰店。这些措施能带来经济效益和文化传播双重效果，以美食为媒介提升城市知名度美誉度，围绕地标美食集聚人气带动文旅消费，同时做大做强特色食品产业链。

住宿是人们日常出行和旅游的休憩驿站，住宿的本质在于住的舒适、睡得舒服。从消费者的角度住宿业的发展重点在于提升体验感，从供给的角度在于提高便利性和服务品质以及丰富业态增加多元收入。《意见》提出的提振住宿消费的措施，突出品质化、品牌化、多业态融合和资源的高效利用：提升住宿服务品质和涉外服务水平，培育一批中高端酒店品牌和民宿品牌，支持住宿业与旅游、康养、研学等业态融合发展；依法依规盘活农村闲置房屋、集体建设用地，发展乡村酒店、客栈民宿服务。个性化和差异化是民宿行业发展的生命力所在，民宿满足了消费者在住宿中对独特体验和互动交流的需求。

家政消费和养老托育消费都属于基础型消费领域。无论是日常家务、母婴照护，还是居家养老照料，都有相应的市场需求。鼓励家政消费有利于提高家庭生活品质、促进就业。《意见》从供需对接、技能提升、规范化管理提出对促进家政服务消费的措施，包括深化家政服务劳务对接行动，推动家政进社区，增加家政服务供给；实施家政服务员技能升级行动，推进家政服务品牌建设，打造巾帼家政服务品牌；指导制定家政服务公约，优化家政服务信用信息平台和“家政信用查”功能，推行电子版“居家上门服务证”。养老方面，《意见》提出，通过人才培养、养老托育机构建设、设施布局、价格执行和金融服务等措施，加快健全居家社区机构相协调、医养康养相结合的养老服务体系。

三、让消费者敢消费、愿消费，多措并举激发改善型消费活力

改善型消费指的是消费者在满足基本生活需求后，为了提升生活品质而进行的消费行为，消费产品和服务更新换代以后，居民的生活更有品质，常见于经济收入改善之后。改善型消费不仅依赖人口基数，更依赖人们收入的增长和收入预期的改善。需求侧，改善居民消费能力和预期，才能让消费者更加“能消费”，增加收入是刺激消费的源头。供给侧，构建更加成熟的消费细分市场，让消费者更加“愿消费”；营造安全放心的消费环境，让消费者更加“敢消费”。

《意见》提出从文娱消费、旅游消费、体育消费、教培消费和居住服务消费五个领域激发改善型消费活力。文娱消费方面，持续实施“百城百区”文化和旅游消费行动计划，开发具有地域和民

族特色的文化创意重点项目，扩大文化演出、电影供给，促进多业态网络文化消费，同时做好规范引导和治理。区域层面，激发文旅消费新动能的首要任务是加强国家文化和旅游消费示范城市建设，推动夜间文旅消费集聚区、生活度假休闲工程和乡村旅游消费提质升级。文旅消费在商业层面强调多业态融合发展，提升项目体验性、互动性。促进体育消费的供给侧措施主要包括盘活空置场馆场地资源、鼓励举办各类体育赛事活动。教育和培训消费方面，推动高等院校、科研机构、社会组织开放优质教育资源、推动社会培训机构面向公众需求提高服务质量、指导学校引进第三方机构提供非学科类优质公益课后服务、鼓励中外办学。通过鼓励有条件的物业服务企业与养老、托育、餐饮、家政等企业开展合作，发展“物业服务+生活服务”模式，与鼓励家装改造等措施一同促进居住消费。

四、培育壮大以数字消费为代表的新型消费，推动消费结构升级

新型消费指的是以互联网、数字技术、人工智能、区块链等新一代技术的创新与应用为支撑而形成的一系列消费新业态、新模式、新场景和新服务。与传统消费不同，新型消费具有线上线下多场景多业态融合发展的特点。《意见》提出，培育壮大数字消费、绿色消费和健康消费三项新型消费。数字消费是以数据和数字技术为基础，通过数字化手段优化消费流程，提升消费者的消费体验。

《意见》提出，从供给侧发力，通过加快布局智慧商圈、智慧街区、智慧门店等消费新场景，“互联网+”医疗服务、数字教育等新模式，无人零售店、自提柜、云柜等新业态，支持电子竞技、社交电商、直播电商等发展，壮大数字消费。扩大数字消费服务供给、提高服务质量能更好地满足新消费群体的需求。数字消费用户群体不断崛起，从需求侧推动数字消费蓬勃发展。中国互联网络信息中心近期发布的《互联网助力数字消费发展蓝皮书》显示，我国网络购物用户规模已超过9亿人，“90后”“00后”网络购物使用率分别达到95.1%、88.5%，成为数字消费主力军，“银发族”、农村群体也是数字消费的新势力。这些群体的消费集中在网络购物、文娱旅游和健康医疗。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。