

编者按：

7月30日召开的中央政治局会议提出，“深入实施提振消费专项行动，在扩大商品消费的同时，培育服务消费新的增长点”。9月16日商务部等9部门发布的《关于扩大服务消费的若干政策措施》，推出五方面19条举措，进一步扩大服务消费。培育服务消费新的增长点，正成为促进消费、扩大内需的重要引擎。当前，我市消费能级仍需进一步提档升级，应积极把握结构升级机遇，全力推进服务消费的高质量发展。充分发挥宁波的要素资源禀赋优势，积极推动科技赋能、金融赋能、开放赋能等，聚焦文旅休闲、健康养老、赛事演艺、家政服务等领域，以高质量供给引领新需求，推动服务消费的提质扩容，持续满足人民美好生活需要；为加快建设国际消费中心城市、实现经济高质量发展注入持续动能。



今年6月，宁波iPN渔轮厂演艺综合体成为商务部首批创新多元化服务消费场景10个实践案例之一，系全省唯一。

进一步推动服务消费提质扩容

不断满足人民美好生活需要 加快激发服务消费新动能

朱晓卓

当前，我国社会主要矛盾已转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。这一矛盾在生活服务消费和服务供给领域尤为突出。居民个性化、品质化、多样化服务需求快速增长；2024年全国居民人均服务消费支出占人均消费支出的比重上升至46.1%。从消费趋势来看，居民从以商品消费为主向商品和服务消费并举转变，家政服务、养老服务、旅游和娱乐服务、文体服务等服务消费也在从“有没有”向“好不好”升级。面对现实需求，我市在服务消费供给的个性化、品质化、多样化方面仍有不足，存在一些供给缺口，距离人民群众品质化的服务消费期待还有差距。为此，不断满足人民美好生活的需要，激发产业发展潜力，需要把深化供给侧结构性改革与扩大内需有机结合起来，锚定美好生活服务消费提振的根本导向，把美好生活消费需求和产业发展匹配起来，加快消费场景建设、优化消费环境、引导科技赋能产业、做好普惠服务、支持产业融合发展，以及强化人才支撑等，以此加快激发服务消费的新动能。

一是加快将普惠服务做成激发美好生活消费的“流量池”

《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》提出“挖掘养老托育、家政服务等基础型消费潜

力”。在人口老龄化加剧、出生率走低的背景下，更需要先做好做大普惠服务，尽快满足人民群众美好生活所迫切需求，这也对该项政策实施的深度、广度提出更高要求。从宁波的实际来看，要系统提升生活服务供给质量和效能，需要积极匹配现有的商业模式，支持先做好做大“流量池”。一方面，政企协同供给的普惠养老托育服务覆盖规模最为庞大的中等收入群体，尽可能填补政府兜底与市场高端服务之间的结构性供给短板。另一方面，普惠养老服务通过降低消费门槛，助力中低收入老年群体进入养老服务市场，扩展服务覆盖范围，进一步激活市场需求。从发展的角度来看，当基础性生活消费需求得到充分覆盖后，健康管理、文化教育和旅居康养等非刚性消费也会逐渐成为美好生活消费的新增长极，普惠服务的“流量池”因此蕴含大量商机。

二是科技创新要成为激发美好生活消费的“加速器”

在新一轮科技革命和产业变革浪潮中，云计算、5G、大数据、人工智能和虚拟现实等前沿技术加速迭代，数字经济与实体经济的融合不再局限于简单的技术叠加，而是演变为一场重构产业生态的深度变革。生活服务业正经历着这场数字化转型的洗礼，其服务模式、消费场景和运营逻辑发生着前所未有的改变。科技赋能加速了美好生活消费的便捷高效，也让美好生活供应降本增效。例如，消费端智能

点餐系统的广泛应用，大幅提升了门店运营效率，在供给端的数字化管理系统，则可以大幅度提高餐饮商家菜品研发、品牌营销和食材供应链管理各环节的效率。科技赋能核心在于创新。为此，宁波要重视新质生产力在生活消费领域的关键作用，加快5G、人工智能、物联网等基础设施建设和加大新兴信息技术在生活消费场景中的应用，支持生活服务类企业加强技术创新，支持科研机构、科技企业、平台企业等赋能中小微企业，同时完善数据安全、劳动者权益保护等制度设计。

三是融合发展要成为激发美好生活消费的“突破口”

当前，家庭需求呈现个性化、多样化和专业化发展趋势；而美好生活服务涵盖金融、房产、物业、家政、健康、文体等多个领域，业态间的融合发展可满足家庭的多样化需求。一方面业态间的融合发展，为打造消费新场景，延长消费链条提供了广阔空间。从实践来看，文旅服务可通过“沉浸式体验+文化IP”模式打造新型消费场景；演艺经济可带动住宿、餐饮、旅游、交通等多类型生活消费类消费。另一方面融合发展的融合生活服务业向生产性服务业甚至产品制造业拓展。例如，广州南方美谷银发经济产业园首批入驻企业和服务机构覆盖了银发经济全产业链。从实践来看，融合发展重在引导和规划，宁波应加快制定生活性服务业发展的规划和政策，深入谋划

产业发展方向、重点领域、布局区域；要积极探索银发经济的发展潜力，不断扩大该领域的消费性商品和文旅、康养等服务消费的供给；要围绕家庭的改善型需求，支持发展具有融合特征的冰雪经济、健康经济、演艺经济等，以及与高质量生活密切相关的服务消费。

四是人才队伍要成为激发美好生活消费的“动力源”

人是生产力中最活跃的因素，也是最具有决定性的力量。满足美好生活需要，不仅需要优质的产品，还需要优质的服务，需要有一大批高素质技术技能人才、能工巧匠等作为动力源，优化美好生活消费产业结构，引领或服务美好生活居民消费，开发美好生活消费新业态。美好生活涵盖领域广泛，对从业人员的专业技能和服务意识要求较高，高素质、专业化人才更是稀缺，严重制约行业服务质量的提升和产业升级。对此，要引导我市各类相关院校聚焦美好生活需要，聚焦新兴生活消费核心要素，聚焦生活消费对产业结构变化，加快找准人才培养新定位，融入新理念、新技术、新职业，深化产教融合、科教融汇，推动已有专业升级改造，优化课程体系，面向美好生活新产业培育未来产业人才，助力美好生活消费。要不断厚植人才成长土壤，营造鼓励创新创业氛围，让人才创新创业活力充分迸发。

（作者为宁波卫生职业技术学院教授）

促进养老服务消费 大力发展银发经济

吴伟强

我国人口结构正处于深刻变化过程中，据统计，2024年末，我国60岁及以上人口为3.1031亿人，占全国总人口的22.0%。从变化趋势来看，未来二十年，我国每年约增加1200万老年人，预计在2034年60岁及以上人口突破4亿，银发人口正加速成为主力消费群体。为此，我国在2024年初出台了《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，这是首次以“银发经济”命名的文件。2025年政府工作报告提出“大力发展银发经济”，首次把“服务消费”与“银发经济”并列表述。从宏观经济层面看，国家已将银发经济纳入扩大内需战略核心之一，大力引导产业向“促消费、提品质”阶段升级。可以说，我国已经进入培育银发经济的战略机遇期，其中养老服务消费领域市场更是前景巨大。宁波无论是从以人为本的角度，还是经济发展动能的角度，均应促进养老服务消费的增长。

一是养老服务消费市场发展前景巨大

从人口结构的变化趋势看，我国已经进入中度老龄化社会，预期到2035年前后进入重度老龄化社会。因此，2025年至2035年将是未来较长一段时间内老龄化程度相对较低的十年，在这阶段银发人口的服务消费潜能有望迅速迸发，并成为主力消费群体。从国际经验来看，人均GDP突破1.2万至1.5万美元后，服务消费逐步取代商品消费成为主流；养老服务消费的增长是经济社会发展的必然趋势。2024年，我国服务消费支出占GDP比重已达46.1%，但与发达国家相比仍有十到二十个百分点的差距，具有广阔的提升空间。事实上，随着人口老龄化，以及家庭结构小型化、空巢化趋势，老年群体在居家护理、社区照护、康复服务、精神慰藉等方面的养老服务需求迅速上升；与此同时，随着“60后”“70后”逐步进入老年阶段，他们不仅消费意愿强、消费能力较强，还表现出注重个性化、悦己型、体验型等消费倾向。根据《银发经济蓝皮书：中国银发经济发展报告（2024）》数据，我国银发经济规模在7万亿元左右，到2035年有望达到30万亿元。与需求相比，市场供给却发展缓慢。面对新形势，我国在养老服务政策导向上已发生显著变化，强调要向“发展型”升级，推动养老与医疗、文旅、金融等产业融合发展，加快做优产品服务，进而释放消费潜能。需要注意的是，养老服务作为银发经济的核心板块，可以与医疗、保险、房地产、科技、文旅等多产业融合发展，形成“养老+”多元业态，不仅具备驱动经济增长功能，还具备“就业蓄水池”功能。

二是养老服务消费的产业化空间广阔

养老服务消费，是以老年人为中心、以生活质量提升为导向

的服务型消费，涵盖康养护理、精神慰藉、文娱教培、旅游旅居、智慧养老、适老化改造等内容，既包括有偿市场化消费，也涉及政府补贴相关的准市场消费。养老服务相关产业关联范围广泛，并且随着5G、AI、机器人等科技产业的飞速发展，将为养老服务注入新的活力，诸如智慧养老、智能穿戴、远程医疗等新场景、新赛道不断涌现。根据《2024年北京市老年人消费调查报告》显示，超过4成的受访者表示已完成或有计划进行居家适老化改造，86.2%的受访者愿意使用智能产品，使用意愿最高的前三类智能产品分别是“健康管理”（61.1%）、“安全监测”（52.8%）和“智能家居”（38.0%）。今年上半年，全国老年旅游服务、体育健康服务、文化娱乐活动销售收入同比分别增长26.2%、23.9%、20.7%，银发消费潜力初现端倪。从宁波来看，随着逐年持续投入，养老事业的发展基础较好，在养老助餐、老年教育、机构养老等方面取得了显著成绩，在完善养老服务体系方面政策较为完备，也要看到，养老产业的发展水平相对滞后，比如，康养护理、智慧养老、银发旅游、适老化改造等方面尚处于起步阶段。与此相对应的是，各地的行动在加快，比如上海2021年就开始实施长者服务“银色数字工程”；广州老博会已从单一的养老用品展，拓展为涵盖智慧养老、康复医疗、健康管理、金融服务、文化旅游等的综合性博览会，广州相关企业已突破1.8万家。可以预见，养老服务相关产业近十年将迎来需求的爆发，宁波需要抢抓机遇，积极入局。

三是激活养老服务消费新兴赛道

我们需要深刻认识发展好养老服务产业、激活银发消费，是积极应对人口老龄化的重要举措；发展养老服务消费，不能仅在民生保障方面发力，更需要放在扩大内需、做强银发经济的角度，推动有效市场和有为政府发挥合力。尤其是要迭代完善支持养老服务消费的政策体系，可围绕康养照护、智慧养老、银发文旅、老年健康、养老金融等服务领域加强政策引导和支持。比如，要推动康养照护服务专业化和规模化发展，这需要加快更新完善我市的相关养老服务基础设施，持续完善长期护理、商业护理保险等政策，支持相关企业规模化发展、融合发展。规模化发展有利于业务创新和服务新场景推广，融合发展则有利于支持中小企业围绕需求拓展服务。要积极探索银发旅游，支持旅游产品的适老化设计，立足我市特色，开发老年养生旅游、特色文化旅游等产品，围绕产品推动景区开展适老化改造。要推动科技、金融、中医药与老年健康服务的结合，例如深化“互联网+医疗健康”和“互联网+护理”等居家服务，通过发展智能穿戴+AI预警产品来提升响应时间和效率，支持康养机构、基础医疗机构等发展中医康复治疗，通过完善金融支持来加快养老服务体系建设，加快宁波国家保险创新综合试验区在第三支柱金融产品供给、养老机构建设等养老服务领域的探索。

（作者为市社会科学院经济研究所所长）

瞄准服务消费新蓝海 打造宁波消费新引擎

任方丽

2024年底召开的中央经济工作会议强调“创新多元化消费场景，扩大服务消费”。今年4月，中共中央政治局会议进一步指出：要提高中低收入群体收入，大力发展服务消费，增强消费对经济增长的拉动作用。服务消费是指人们为了满足自身某种需求，去消费各种无形的、非实物形态的产品或服务的行为和过程。服务消费作为非实物消费，是经济结构高级化的重要标志。近期，北京、上海、浙江等多地出台提振消费专项行动方案，聚焦服务消费精准施策。从宁波的人口结构、经济基础等来看，也已经到了大力发展服务消费去有效释放内需潜力、推动消费扩容提质的阶段。

发展服务消费符合民生升级方向和高质量发展要求

服务消费提升居民生活品质。服务消费具有深厚的民生属性，它涉及餐饮、家政、养老、文娱、教育、医疗等多个领域，直接关系到人民群众的日常生活。随着生活水平的提高，消费者也越来越倾向于在能够满足精神需求的服务消费领域增加支出。因此，高质量的服务消费供给能够提升居民幸福感和获得感。

服务消费激活经济活力。扩大服务消费能够有效促进内循环，打通供需之间的堵点，是优化经济结构、激发内需潜力的关键举措。在当前消费升级的背景下，服务消费

既是消费结构的主体，也是增长最快的动能，拥有巨大发展空间；而且如果能进一步推进高质量服务供给并深化服务业对外开放，则可以强化国内外市场的联动。

服务消费带动产业发展。服务消费内在联动性强，能够带动相关产业协同发展，加速产业升级。以智慧商圈、在线教育、数字医疗、直播电商等新业态为例，它们有效实现了与商贸、教育、医疗、物流等行业的深度融合与提质增效，为经济高质量发展注入了强劲新动能。

发展服务消费面临的机遇与挑战

宁波发展服务消费面临广阔机遇。一方面，宁波经济基础扎实。向服务要增长，是经济发展规律的必然结果，尤其是人均GDP突破1万美元后，服务消费占比提升成为全球经济体的共性规律，宁波人均GDP已达2.6万美元，远超全国1.3万美元的平均水平。可以预见，未来一段时间服务消费必将处于快速增长阶段，潜力巨大。另一方面，政策红利持续释放。国家和地方层面通过资金与金融支持，实施放宽市场准入与优化营商环境等一系列政策。如宁波落地“服务消费与养老再贷款”政策，快速审批发放养老产业贷款；执行国家统一的个人消费贷款贴息政策和服务业经营主体贷款贴息政策，降低消费信贷成本，支持居民消费和服务业发展。宁波发展服务消费也面临诸多挑战。一方面，供给侧端总量的短

缺。比如，养老、托育等服务消费领域供给滞后于需求，2023年，宁波每千人拥有医生3.91人，每千人养老床位4.74张，养老服务资源短板严重制约宁波银发服务消费潜能释放。另一方面，高质量服务供给不足。比如，一些高层次的服务消费如文化、艺术、体育等，还存在高端人才缺乏、服务质量有待提升等问题。调研显示，宁波消费市场出现部分消费领域供需错配的问题，还需强化对新型消费场景支持并增加高端服务业、文化娱乐服务供给。

大力发展服务消费，打造宁波消费新引擎

供需协同，释放服务消费潜力。增加居民收入是提振消费的根本。在需求侧，要持续提高居民的收入水平，提升消费能力。通过促进充分就业、鼓励创业、加强职业培训、夯实社会保障以及拓宽财产性收入渠道等方式，促进居民增收。影响扩大服务消费的主要短板是供给。在供给侧，应大力推动服务消费从“有”到“优”。促进健康、养老、托育、家政等多元化服务的高质量供给；支持发展房车露营、户外运动、低空飞行等新业态，挖掘乡村旅游、银发旅游、亲子旅游、入境旅游等细分市场潜力，更好满足人民群众的消费需求。

政策激励，向服务消费倾斜。打好政策“组合拳”，才能不断激发服务消费增长潜力。为促进服务消费高质量发展，应围绕重点行业

出台专项政策，持续深化服务业领域的“放管服”改革，破除制约新服务模式、新消费场景发展的各种显性和隐性壁垒。同时，应持续用好消费券、国补等政策工具，为餐饮、旅游、电影、体育等服务领域的发展提供支撑。

业态融合，拓展服务消费新场景。培育服务消费新增长点，关键在于打造多元融合的消费场景。宁波应积极推动商旅文体深度融合，增强服务消费的体验性与吸引力。通过多业态联动激发融合创新活力，引领消费新趋势，实现消费提质与扩容。应加快“赛事+旅游”“演艺+旅游”“科技+旅游”等领域的融合发展，以场馆设施提升为基础，建设一批集体育、文化、旅游、商业于一体的多元功能区域，营造服务消费新生态。

优化环境，提升服务消费品质。优化消费环境是繁荣服务消费的重要保障。一方面，优化“硬”环境，完善基础设施。围绕市民与游客需求，以提升文旅、医疗、养老、家政等领域的服务供给能力为方向，推动相关基础设施的更新。尤其要加快文旅场所适老化改造，积极发展银发旅游。另一方面，优化“软”环境，健全制度与标准。加快建立服务消费领域相关规范，加强市场监管和信用体系建设，提升服务品质与消费信心。保障消费者权益，依法打击虚假广告、网络欺诈、信息泄露等行为，畅通投诉维权渠道，推动消费纠纷源头化解。

（作者单位：市社会科学院经济研究所）