

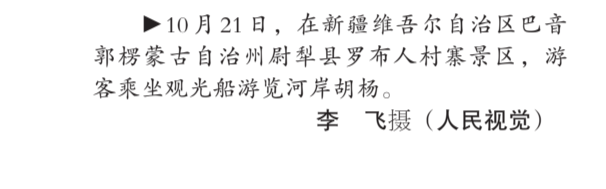
住宿、餐饮、娱乐、交通、保健、教育……服务企业纷纷推出线上优惠

“双11”，服务消费走俏

本报记者 汪文正



◀10月17日，食客在重庆国际博览中心第十二届火锅美食文化节现场品尝重庆火锅。
新华社记者 黄伟摄



▶10月21日，在新疆维吾尔自治区巴音郭楞蒙古自治州尉犁县罗布人村寨景区，游客乘坐观光船游览河岸胡杨。
李飞摄（人民视觉）

“你扫货了吗？”这是“双11”人们常用的一句问候语。而今，除了实物消费，优质低价的服务类消费在线上异军突起，受到青睐。

趁“双11”促销买机票、订酒店、吃自助餐……服务消费活力尽显。今年“双11”，线上服务消费有什么特点？发展趋势如何？怎么看待消费者的需求特征和消费心理？

新技术带热线上服务消费

——新一代信息技术与服务深度融合，打破了服务消费供需双方在时空上的限制，推动线上服务消费供给更多样更充足

“从这里看北京夜景很美，可以边吃边欣赏。”在北京市朝阳区一栋摩天大楼的高层，李轩和女朋友正坐在一家餐厅内，俯瞰全城夜色。

李轩是一位参加工作不久的年轻人，虽然积蓄不多，但在网上租了这家餐厅的会员卡，带女朋友到该店用餐，享受到五折优惠。“各大电商平台上，这类高消费酒店、餐厅的会员卡租赁服务很多，租一次只需要几十元到100余元不等，却能省下几百元甚至更多消费金额，趁着‘双11’有活动价入手，感觉很值。”谈到这次购物体验，李轩很满意。

“人到中年，健康最重要。”刘骥最近刚刚参加了单位组织的职工体检，但他对体检项目的覆盖范围并不满意，因此在电商平台购买了一家商业医疗机构的“贵宾级”体检服务。“筛查项目这么多的体检，在外面的医疗机构通常要卖两三千元，但网上促销不到500元，我和妻子用了以后感到项目确实很全面，医护人员服务好，就给家里的4位老人都买了。”

继夏季“6·18”之后，“双11”“双12”陆续来临，网络购物迎来又一段黄金时间。除了各种实物类商品继续火爆，线上服务类消费也受到消费者青睐。

“‘双11’不仅是购买实物商品价格低，购买服务也一样划算。”正在求职的研二学生卢先智，趁一家教育培训类电商平台推出活动价，购买了申论写作、面试技巧等几门线上求职辅导课程。“线上买课，时间更灵活、价格更实惠，还不需要通勤，非常适合忙于求职的应届生。”

餐饮住宿、会员权益、家政服务、线上办公、知识付费、寻医问药……“双11”线上服务消费的火爆是近年来服务类消费规模快速增长的缩影。2019年，全国居民人均消费支出中，服务性消费支出占比已达45.9%，比上年提高1.7个百分点。

中国贸促会研究院副院长赵萍指出，当前线上服务消费规模的快速增长与消费升级有直接关系，随着居民收入水平不断提高，居民消费结构从商品消费为主转向商品与服务消费并重，人们把更多支出投入服务消费。因此，近年来中国服务消费的增速和占比持续上升。

赵萍指出，新技术应用是线上服务消费快速增长的主要驱动因素。“随着供给侧的产业结构升级，服务业数字化水平不断提高，新一代信息技术与服务业深度融合，进一步打破了服务消费供需双方在时空上的限制，使服务消费市场增长潜力加

速释放。可以说，新技术催生了新业态。”赵萍说。

“随心”类产品叫好又叫座

——服务供给商细分市场，推出价格更优惠、使用面更广、限制条件更少的产品，对接消费者需求

住宿、餐饮、娱乐、交通、保健、教育……居民日常购买的服务包罗万象，线上下有什么，线上就有什么。“双11”的这把火，也在点亮服务消费领域，引来各类服务提供商入局。

今年“双11”，电商平台及各类商户纷纷拿出了吸引眼球的优惠价格，力争在消费回暖、需求释放后的第一个“双11”从新兴的线上服务市场上分一杯羹。老牌电商京东、淘宝珠玉在前，服务类电商也有样学样，如携程的“双11嗨购节”、自如的“品质租房节”、货拉拉的“金秋拉货节”，令消费者目不暇接。

日前，国家发改委等13个部门印发《近期扩内需促消费的工作方案》，出台多项举措推动线下服务消费加速“触网”，充分释放线上经济潜力。国家发改委有关负责人指出，今年疫情在深度抑制线下密接式消费的同时，也给线上消费带来了宝贵的机遇，在线医疗、智能体育、线上教育等服务消费蓬勃发展，要因时顺势、抓住契机，进一步释放服务消费潜力。

“偶然在线上发现了大理一家海景酒店推出的‘随心住’产品，价格很低，一年一除春节、十一黄金周外随时可以使用，加上之前购买了某航空公司‘随心飞’，一家人可以经常到洱海边度假了。”家住北京的石方夫妇最近经常远赴云南旅游，通过购买“随心”服务外出旅游，交通、住宿这类旅游中的支出“大头”被他们压缩到了极致。

石方介绍，该航空公司经营的北京、大理往返航班天天有，搭配当地酒店“随

心住”产品使用，去看洱海就像去颐和园看昆明湖一样方便。“对于消费者而言，这种‘随心’产品当然是越多越好。”

今年以来，民航业一度因疫情受到巨大冲击。随着疫情防控形势趋稳，国内消费引擎重燃，人们的出行需求逐步释放。为此，多家航空公司推出了“随心飞”等产品，为乘客提供特定时间段内、特定条件下不限次乘坐航班的服务，使消费者既叫好又叫座。民航业之外，类似的服务类“随心”产品还有很多，如神州租车的28天-89天“随意租”、多家连锁酒店和芝麻信用推出的“随心住”等，涉及住宿、餐饮、旅游等多个行业。

专家指出，这类产品并非新鲜事物，其近来的蓬勃发展，主要是由于适逢经济从疫情中恢复，能够适应鼓励消费的需要。“此类产品火热是从从业者市场细分的结果，它们更受到对价格敏感、时间相对充裕的消费者青睐。”赵萍认为，“随心”产品一方面用低价刺激消费、助力相关行业复苏，另一方面也给消费者释放了非常大的优惠红利。

线上服务供给仍有提升空间

——疫情对服务消费的冲击比商品消费更持久，有必要引入更多优质资源，提升线上供给能力，同时加快标准化、规范化进程

微观层面看，线上购买服务，如何高效、可靠地完成“使用到付款”的消费行为全过程，是线上服务消费市场买卖双方面临的课题。

以“随心”类产品为例，一些消费者表示，“随心”类产品在兑现时可能面临服务提供商预先设置的条条框框，影响消费体验。“就拿各航司的‘随心飞’产品来说吧，买的时候想得挺美，实际上在班次、退改签等方面有一定限制，用起来并不完全‘随心’。”石方说。

“未来还会涌现更多这类市场细分产

品，这是商家差异化价格策略的体现。对此，消费者应该对产品服务和限制条件进行全面、充分的了解，避免盲目消费、冲动消费。市场监管机构也应注意“随心”类产品是否有悖公平竞争原则，是否存在销售过程中存在夸大宣传等，并针对相关违法违规现象及时进行现场监督和查处。”赵萍说。

宏观层面看，与线下市场实物消费与服务消费各占“半壁江山”形成鲜明对比的是，线上市场服务消费表现还不够抢眼。国家发改委有关负责人指出，近年来中国线上经济快速发展，其中实物消费网上销售是相对的“短板”，而服务消费网上销售仍是相对的“长板”，其占比不到20%，仍有较大拓展和提升空间。

专家指出，当前线上服务消费市场整体上还有不少需要提升的地方。“线上服务消费市场需求巨大，但由于供给能力不足，需求没有得到充分满足，供给端在规模、质量和结构等方面还难以与需求相匹配。”赵萍指出，在服务消费领域，过度收取预付款等长期问题仍然在线上服务消费市场影响着消费者权益的保障，这一市场增长潜力有待进一步挖掘。

未来，如何促进线上服务消费市场快速健康发展？

赵萍认为，今年中国商品消费已经超过去年同期水平，进入上行通道，增速逐月提升，但是服务消费尚未恢复到去年同期水平。疫情对服务消费的冲击影响比商品消费更深、更持久，促进线上服务消费增长对于缓解疫情对消费的冲击具有重要意义。因此，要统筹疫情防控和服务业发展，持续恢复服务供给能力。

“一方面，应出台更多扩大服务业开放的相关举措，充分引入技术、资金、管理等优质资源，提升服务业线上供给能力；另一方面，应加强消费者权益保护的相关制度建设，加快服务类产品标准化、规范化进程，使消费者有底气在线上服务消费领域放心消费、大胆消费。监管部门应对违规行为和产品及时查处，促进公平竞争，保证消费者知情权，使消费者能够明白白消费。”赵萍说。

工业和信息化部公布的数据显示，“十三五”期间，以建材工业为代表的原材料工业实力不断壮大，供给效率提升，强化绿色发展，供给侧结构性改革取得新进展。据了解，中国生产的水泥、平板玻璃、建筑卫生陶瓷等大宗建材产品产量在全球占比已接近60%，为建筑工程和基础设施建设提供了重要的基础性材料；传统产业高端化、绿色化、智能化转型升级步伐不断加快，新型材料产品不断涌现。

建立技术创新体系，研发投入不断增加、强度不断提高。目前，传统建材产业技术装备已达到世界领先水平，高端特种玻璃、特种陶瓷、碳纤维及复合材料、非金属矿制品等新材料取得重大技术突破。

清洁生产水平大幅提升，绿色转型明显加速。建材工业二氧化硫、烟粉尘等污染物减排效果显著，重点地区水泥企业严格执行错峰生产，“十三五”期间采暖季共减排二氧化碳15.3亿吨、二氧化硫5.34万吨、氮氧化物196.1万吨、颗粒物2.61万吨。

长三角地区是中国经济最具活力的地区之一，也是产业数字化、数字产业化发展的前沿阵地。

不久前，国家工业信息安全发展研究中心发布了《2020长三角数字经济水平进行了定量测评》。《报告》显示，近一年来，长三角城市群数字经济水平稳步提升。总分从2019年的58.3上升至2020年的60.5。特别是在新冠肺炎疫情冲击下，实体经济加速数字化转型升级，公共服务加速数字化变革，产业数字化和公共数字化有力推动长三角地区整体数字经济发展。

《报告》描绘出长三角地区数字经济发展的具体特征。

在数字基础设施方面，《报告》认为，杭州、上海、南京在数字基础设施建设方面继续领跑长三角地区。其中，上海率先打造新一代信息基础设施标杆城市，高水平建设5G和固网“双千兆”宽带网络。杭州大力推进布局合理、绿色集约的数据中心基础设施建设，为实施“新制造业计划”打下坚实基础。南京依托国家未来网络实验设施，加快工业互联网核心设施建设，在全国率先建成城市级的新型网络基础设施。

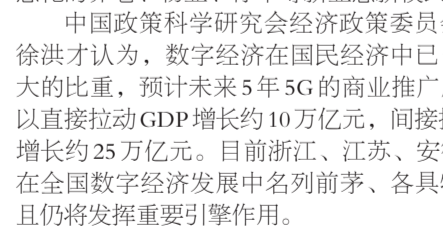
在产业数字化方面，苏州、上海、宁波抢占工业互联网“新高地”，加快推动传统产业链转型升级。《报告》从企业数字技术应用、企业电子商务应用以及企业内部数据开发利用三个角度衡量，发现苏州位列长三角地区产业数字化转型水平第一名，工业体量居全国第三。目前，苏州全市建成的5G基站数量超过1万，为工业互联网发展注入了强大动力。

在数字产业化领域，合肥数字产业跻身前五，常州、芜湖后来居上实现跨越式发展。与其他资源丰富的长三角城市相比，合肥以人工智能为代表的数字产业在城市比拼中脱颖而出。目前，合肥人工智能产业集群拥有科大讯飞、新华三等一批龙头企业，已经形成龙头有效引领、科研强力支撑的产业生态体系，成为全国AI产业开放性创新平台最密集的区域之一。

与此同时，从上海的“一网通办”到浙江的“最多跑一次”，长三角地区目前已经实现30项企业事项、21项个人事项跨省办理。《报告》显示，与上年相比，宁波、无锡、嘉兴等地公共服务数字化水平提升迅速，居民数字生活获得感不断提升。随着长三角地区各城市将优化提升数字营商环境作为近年来推动经济发展的发力重点，数字经济发展与营商环境改善已经步入相互促进的良性循环。比如，温州密集出台一系列政策，将“打造政府数字化转型示范样本”“打造跨境电商最优服务”列入优化营商环境十大举措，成为本年度数字经济生态环境提升幅度最大的城市。

《报告》编写人之一、国家工业信息安全发展研究中心信息政策所副所长高晓雨表示，进一步释放长三角地区数字经济发展潜能，需要加强以下几方面工作：一是加快新型基础设施建设投资，启动6G相关技术研发，超前布局基础研究、核心技术攻关和标准规范；二是推动数据资源共享公用，深入推进大数据在能源、交通、医疗、教育、农业、制造、金融等领域深化应用；三是着力构建“互联网+服务贸易”的数字贸易新体系；四是共同推动数字政府建设，探索基于信息化的养老、物业、停车等新业态新模式。

中国政策科学研究会经济政策委员会副主任徐洪才认为，数字经济在国民经济中已占到相当大的比重，预计未来5年5G的商业推广应用，可以直接拉动GDP增长约10万亿元，间接拉动GDP增长约25万亿元。目前浙江、江苏、安徽和上海在全国数字经济发展中名列前茅、各具特色，而且仍将发挥重要引擎作用。



近日，盐通高铁联调联试正有序进行，预计2020年底开通运营，建成后将对促进长三角高质量一体化发展发挥重要作用。

许丛军摄（人民视觉）

国家工业信息安全发展研究中心最新报告显示

长三角数字经济跑得快

本报记者 王俊岭

前三季度建材生产增速转正，利润接近去年同期水平——

建材行业“转正”了

本报记者 汪文正

造桥修路、建房装修，少不了建材。工业和信息化部近日发布的数据显示，今年前三季度，建材行业增速由负转正，经济效益持续改善，从一个侧面反映出中国经济正加速恢复。

数据显示，前三季度建材工业增加值同比增长0.7%，实现由负转正，其中，9月当月同比增长8.9%，增速较去年同期高出2.4个百分点，继续保持回稳向好态势。其中，全国水泥前三季度产量16.8亿吨，同比下降1.1%，降幅较上半年收窄3.7个百分点；平板玻璃产量7.0亿重量箱，同比增长0.4%。

看行业经济效益。前三季度，建材行业规模以上企业完成营业收入3.8万亿元，同比下降1.8%，降幅较上半年收窄3.0个百分点；利润总额3218亿元，同比仅下降0.9%，已接近去年同期水平，其中，9月份当月利润总额462.9亿元，环比增长5.4%，同比增长16.4%。规模以上水泥企业营业收入6943亿元，同比下降3.5%，降幅较上半年收窄2.6个百分点；利润总额1290亿元，同比下降1.7%，

降幅较上半年收窄4.1个百分点，全年增速有望转正。平板玻璃营业收入626亿元，同比增长7.3%；利润总额82亿元，同比增长25.2%，收入、利润均保持正增长。

看产品价格。前三季度，全国建材及非金属矿工业产品出厂价格指数111.17，同比增长0.05%。其中9月份出厂价格指数111.6，环比增长0.43%，同比下降1.13%。水泥前三季度平均出厂价格指数98.45，平均出厂价格399元/吨，同比下降3.3%，其中，9月份出厂价格指数107.02，平均出厂价格379元/吨，环比增长1.7%，同比下降6.1%；平板玻璃前三季度平均出厂价格指数90.69，平均出厂价格77元/重量箱，同比增长6.9%，其中，9月份出厂价格指数108.77，平均出厂价格92元/重量箱，环比增长11.5%，同比增长18.7%。产品价格总体稳定。

工业和信息化部公布的数据显示，“十三五”期间，以建材工业为代表的原材料工业实力不断壮大，供给效率提升，强化绿色发展，供给侧结构性改革取得新进展。据了解，中国生产的水泥、平板玻璃、建筑卫生陶瓷等大宗建材产品产量在全球占比已接近60%，为建筑工程和基础设施建设提供了重要的基础性材料；传统产业高端化、绿色化、智能化转型升级步伐不断加快，新型材料产品不断涌现。

建立技术创新体系，研发投入不断增加、强度不断提高。目前，传统建材产业技术装备已达到世界领先水平，高端特种玻璃、特种陶瓷、碳纤维及复合材料、非金属矿制品等新材料取得重大技术突破。

清洁生产水平大幅提升，绿色转型明显加速。建材工业二氧化硫、烟粉尘等污染物减排效果显著，重点地区水泥企业严格执行错峰生产，“十三五”期间采暖季共减排二氧化碳15.3亿吨、二氧化硫5.34万吨、氮氧化物196.1万吨、颗粒物2.61万吨。