

“花钱买享受”渐成常态,服务消费增势良好

■中国城市报记者 郑新钰

消费升级的路,正从侧重购买商品转向买服务。

国家统计局最新数据显示,1—5月份,社会消费品零售总额同比增长2.8%,其中服务零售额增长5.4%,这个速度持续高于商品零售额增速。

“这种变化是经济发展规律所决定的,也是消费升级的重要体现。”6月16日,在国务院新闻办举行的新闻发布会上,国家统计局新闻发言人、总经济师、国民经济综合统计司司长付凌晖如是说。

当前,随着消费场景日益丰富,服务消费的需求在加速释放,“花钱买享受”渐成常态,成为消费增长的重要力量。这股力量如何激活市场活力?又将从哪些细节处,改变你我的生产生活?

场景体验消费走红

夏日气温攀升,演出和文体赛事的氛围更是火热。一场接一场的精彩活动接连上演,将全民观演消费热情推向高潮。

陕西省西安市90后歌迷林悦就是其中一员。距离周杰伦北京演唱会还有一周,她早早订好车票与酒店。“对我来说,演唱会早已不只是一场演出,更是一场奔赴青春的沉浸式体验。”她说。

当歌迷为热爱奔赴一座城,荧光棒汇成的灯海正点燃城市夜空,成为激活城市消费的新引擎。

“为了看演出,我真是下了‘血本’!”林悦打开手机计算器,给中国城市报记者细算此行的开销:演唱会门票、往返交通车票、场馆周边酒店住宿,再加上“应援”周边和城市游玩餐饮购物等花销,一趟北京观演之旅,整体花费预计超5000元。

“‘来北京看演出’成为潮流消费新名片,2025年北京市举办的演唱会超过180场。”北京市经济社会发展研究院社会发展研究所所长、研究员张晓敏表示,“票根+”“会展+”“影视+”等多元业态持续发力,服务消费撬动效应不断增强,推动城市流量高效转化为消费增量。

近日,商务部国际贸易经济合作研究院发布《中国服务消费发展报告(2025)》指出,明

星、影视、游戏等IP正通过多元化场景渗透,深度激活服务消费潜能,形成“IP引流—场景创新—消费转化”的完整链条。

国家发展改革委宏观经济研究院研究员陈曦则认为,当前消费新业态新模式活力十足,“文体旅+IP+数字化”的模式恰好契合了居民从侧重“买商品”转向“重体验”的消费趋势,可以有效推动服务供给创新和品质进阶。

付凌晖还提到,从服务消费的特点来看,旅游消费较快发展,带动了交通出行消费增长。

数据显示,1至5月,全国铁路累计开行旅游列车1400列,其中旅游专列705列、旅游专线695列。

值得关注的是,为进一步盘活文旅出行消费市场、扩大服务消费供给,6月10日,商务部、文化和旅游部、国铁集团等8部门联合印发《关于促进铁路与旅游融合发展扩大服务消费的若干措施》(以下简称《措施》),围绕加快铁路基础设施旅游化改造、丰富铁路旅游产品体系等方面提出15项具体举措,进一步激发服务消费新活力。

《举措》发布第二天,铁路部门相关配套措施已率先落地。中国城市报记者从国铁集团获悉,6月11日起,儿童旅客可购买铁路旅游计次票,并享受儿童优惠票政策,亲子、家庭旅游出行更加便捷实惠,将有力促进铁旅融合发展和服务消费扩能提质。

铁路经济学者、中国物流学会特约研究员解筱文在接受中国城市报记者采访时表示,此次《措施》的发布及深入实施,有利于铁路从传统运输承运商加速向综合出行服务商转型,既让群众获得更丰富的文旅出行体验,也为铁路行业打开了多元经营新空间。

精神文娱消费扩容

线下文旅体验消费持续升温的同时,线上精神类服务消费也迎来爆发式增长。

“不戴耳机出门,总觉得少了一层安全感。耳机里的声音,能帮我隔绝外界的嘈杂,守住专属自己的片刻宁静。”北京白领杜子匡告诉中国城市报记者,持续订阅各类音频文娱服务,早已成为他稳定的消费习惯。

行业数据印证这股消费潮流:2024年我国在线音频用户规模达7.47亿人;2025年中文播客听众突破1.5亿人,较2023年增长25%,有声赛道用户规模、消费意愿同步走高。

庞大受众市场催生出成熟完整的商业变现体系。喜马拉雅创作者营销部负责人马晓蓉向中国城市报记者介绍,该平台已累计沉淀4.88亿条音频内容,囊括历史人文、个人成长、商业财经、亲子情感、休闲娱乐等全领域内容,且已形成用户付费、广告投放、IP衍生开发三大成熟商业化路径,通过线下沙龙、版权授权、定制内容等形式,将线上听觉流量转化为线下多元消费场景。

另一边,网易云音乐交出亮眼成绩单,2025年全年营收77.6亿元,营业利润同比增长38.5%,会员、线上音乐服务收入均实现两位数增长。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅在接受中国城市报记者采访时分析,“耳朵经济”的爆发并非偶然,背后是大众对情绪治愈、自我成长、圈层归属感的三重诉求。年轻一代不再单纯追求物质堆砌,更愿意为契合自身审美、价值观念的精神内容买单。

商务部部长王文涛此前在《求是》杂志刊文分析指出,服务消费具有消费频次高、乘数效应强、增长可持续等特点,“头回客”常常变成“回头客”。

王文涛提到,以“Z世代”为代表的青年群体,更愿意为兴趣爱好和情绪价值买单,悦己型消费、沉浸式体验深受欢迎。老年群体消费意愿也不断提升,银发经济方兴未艾。

“截至2024年底,使用喜马拉雅的50岁以上用户约1500万人,年度平均收听时长约212小时。但市场上适配他们内容严重不足,适老化的内容供给,远未被充分开发。”马晓蓉以音频服务为例,谈到垂直赛道的未来机会,“泛泛而谈的内容已经饱和,真正有机会的是那些有专业壁垒的领域,比如金融科普、医疗健康、法律咨询、亲子教育。谁能把专业内容翻译成用户爱听的声音,谁就能圈住‘最忠诚的耳朵’。”

产业技术服务蓄力

服务消费的升级,不只体现在生活领域,更深度渗透产

业发展各环节。

相较于大众熟知的生活性服务业消费,以数字化物流、数据服务、产融联动为核心的生产性服务业消费,看似远离大众视野,却是实体经济降本增效、产业转型升级的关键支撑,也是城市服务经济高质量发展的坚实支撑。

长期深耕制造业物流领域的江苏零浩网络科技有限公司企业创始人兼CEO蒋明辉,对生产性服务业的价值有着深刻体会。

几年前,在一家制造业企业就职的蒋明辉发现,企业的货物运输过程极为复杂——单位内部要下设物流部门,物流部门找到第三方公司,公司再与各自有联系的司机对接。

“我国的物流分为工业物流和消费物流,其中工业物流占比更大,数字化水平却很低。这样不仅增加了企业物流的成本,而且货物的质量和安全也无法得到有效保障。”蒋明说。

基于行业痛点,蒋明辉走上了创业之路。“最开始公司只有20多人,在不到40平方米的地方办公,如今已成长为拥有百余人规模的团队。”蒋明辉告诉中国城市报记者,“大型制造业企业每年物流支出上亿元,而利用数字化物流解决方案,可以帮助企业减少5%至8%的物流成本。”

蒋明辉企业所在地江苏省南京市建邺区,近年来立足金融与数字经济两大核心引擎,持续推动生产性服务业与实体经济深度融合,交出了亮眼的产业答卷。2024年,建邺区规模以上服务业营收突破1069亿元,

同比增幅达9.1%,成为区域经济增长的核心动力。

产融联动、数实融合,是南京市建邺区生产性服务业升级的核心密码。

“金融业涵盖范围广泛,银行、投资机构等金融主体能够从股、贷、债、保等各方面,为数据产业企业提供资金支持。”金鱼嘴基金街区投贷联动与助贷部相关负责人告诉中国城市报记者,这些资金可用于数据产业企业的研发、购买数据存储设备等。而数据产业对金融产业也具有反哺作用,能为金融产业发展提供新的业务场景。

该负责人以区域企业尔特数科为例,解读了生产性服务业的融合价值:“该企业通过云计算和卫星遥感技术,打造具有价值的数产品。这一技术可应用于银行贷后管理工作,比如银行在与工厂发生信贷关系后,可依据尔特数科解译的卫星图像数据监测工厂的生产情况,开展贷后监测工作。”

复旦大学世界经济系主任程大中认为,我国生产性服务业整体发展层次仍较为初级,高端服务供给与专业能力还有很大发展空间。对此他提出三方面建议:一是持续扩大服务业对外开放,有序放开信息、互联网等领域准入;二是稳定企业发展预期,完善配套保障机制,以此集聚并留住高层次专业人才;三是牢牢遵循市场运行规律,坚守市场化发展导向,减少带有倾向性、歧视性与选择性的产业干预政策,充分发挥市场在资源配置中的决定性作用。(中国城市报记者王楠对本文亦有贡献)



上海市民正在体验AI智能助视眼镜。该眼镜通过蓝牙与手机联网,提供出行避障、红绿灯识别、障碍物提醒等功能,为视障群体提供智能化辅助生活解决方案。人民视觉