

需求旺盛 供给创新 服务消费市场发展势头良好

新华社北京2月7日电《中国证券报》7日刊发文章《需求旺盛 供给创新 服务消费市场发展势头良好》。文章称,据灯塔专业版数据,2月6日16时,《哪吒之魔童闹海》总票房(含点映及预售)破60亿元,刷新中国影史最高票房纪录。相关部门此前公布,2025年春节档电影票房达95.1亿元,创下历史新高。

在业内人士看来,2025年春节档的火爆并非偶然现象,而是在人们生活水平提高、文化消费需求增长等多种因素长期作用下的结果。数字经济时代,居民消费结构持续优化,服务消费占比快速提升,驱动消费不断提质扩容。随着人们对精神文化等服务消费的需求不断增加,未来服务消费市场有望保持良好发展态势,持续为经济增长提供动力。

多元需求加快释放

“今年春节假期延续出行活跃、服务消费意愿提升的趋势。”华泰证券首席宏观经济学家易峴说。

今年春节期间,电影票房屡破纪录,聚餐、旅行等服务消费领域同样增势明显。商务部数据显示,春节期间,重点监测餐饮企业营业额同比增长6.2%。冰雪游、文博游等热度不减,春节假期国内出游总花费6770亿元,同比增长7.0%;国内出游5亿人次,同比增长5.9%。

服务消费需求日趋多元化。以旅游为例,携程、同程旅行等多个旅游平台发布的春节出行报告显示,今年春节旅游呈现出非遗游、冰雪游、避寒游等多个旅游主题协同发展,自驾、邮轮等多种旅游方式共同增长的趋势。

与此同时,文化消费与旅游消费的联动效应显著。同程旅行数据显示,游戏《黑神话·悟空》带“火”山西多个目的地。春节假期,山西忻州、大同、晋中三座城市进入酒店预订涨幅榜前十,其中,忻州酒店预订热度同比上涨82%。

“文旅消费是服务消费的重要载体之一,旅游出行成为低频可选消费中的相对刚需。”国信证券经济研究

所所长助理曾光预计,在国内游趋于常态化增长趋势下,以旅游消费为代表的服务消费增速仍有望好于经济总体增速。

服务消费热潮也得益于多地政府积极为消费者提供“真金白银”的优惠。1月9日,国务院发文鼓励有条件的地方推出文化和旅游消费券等优惠措施。中国旅游研究院专题调研数据显示,春节期间,广东、河南、湖北等地对零售、餐饮、文旅和住宿等重点领域发放总计上亿元消费券。

新业态新场景涌现

消费者的需求日益多元化,也促使服务消费供给创新。

在IP经济、直播业态、AI技术等经济新元素的加持下,服务消费的新业态、新场景大量涌现。2月6日,商务部新闻发言人何咏前在商务部例行发布会上表示,商旅文体健加快融合,数字化、沉浸式、互动式消费场景受到青睐。比如,重庆除夕夜“两江四岸”设置夜景灯饰,推出春晚分会场IP、吉祥物快闪及打卡活动。江西举办非遗传承人走进直播间活动。浙江嘉兴乌镇景区引入人形机器人,游客可与之合影留念,感受科技年味。

随着服务消费的数字化程度日益加深,数字技术也在不断提升消费体验。商务部数据显示,2024年,我国网络服务消费快速增长,在线旅游增长48.6%,在线餐饮增长17.4%。数字平台还提升了服务消费的“含绿量”。支付宝数据显示,春节期间支付宝租车订单同比增长140%,租相机订单同比增长180%,绿色循环消费的新模式受到越来越多消费者喜爱。

中国社会科学院财经战略研究院研究员夏杰长认为,当前服务消费数字化转型面临几个关键问题。如,本土服务行业品牌应进行数字化升级,借助互联网和数字技术,加强大数据分析,推动品牌的有形化、差异化,增强品牌的感知度、知名度。政策层面,需加快服务业数字化标准体系建设,引导企业树立以服务标准化、品牌化为基础的优质服务导向,保障服务质量和用户体验。



资料图片,新华社发

激活服务消费潜能

何咏前说,我国消费市场韧性增强、潜力大、活力足,回升向好的基本趋势没有改变,随着消费品以旧换新政策加力扩围,各类消费促进活动有序开展,一季度消费市场总体将继续呈现平稳增长态势。

支持服务消费的系列政策已经“在路上”。2024年底召开的中央经济工作会议把“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”放在2025年经济工作的首位,并明确“创新多元化消费场景,扩大服务消费,促进文化旅游业发展”。

1月13日,国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》提出,发挥文化赋能、旅游带动作用,深化“文旅+百业”“百业+文旅”,提升产品供给能力,丰富消费业态和场景,更好满足人民群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求,增强人民群众文化获得感、幸福感,着力把文化旅游业培育成为支柱产业。

国家统计局数据显示,2024年,我国服务零售总额同比增长6.2%,高于同期商品零售额增速3.0个百分点。全国居民人均服务性消费支出也同比增加了7.4%,其占居民人均消费支出的比例提升至46.1%,较上年增加0.9个百分点。

“服务消费成为拉动消费的新引擎,大力提振消费,已成为中国经济工作的重中之重。”中国人民大学重阳金融研究院副研究员申宇婧表示。

对于提振服务消费的发力点,申宇婧建议,一方面,扩大服务业对外开放。依托国家服务业扩大开放综合示范区、国家服务贸易创新发展示范区等平台,提升相关服务的供给水平,让民众能以更公平的价格享受更加优质的服务。另一方面,消除服务业不合理的管制措施,打破部分服务业的垄断行为,吸引更多经营主体参与竞争以及更多社会资本参与投资,营造服务业健康发展环境。

国家金融监督管理总局等四部门近日发布的《关于深化改革加强监管促进新能源车险高质量发展的指导意见》提出,探索建立保险车型风险分级制度。

何为保险车型风险分级制度?

这一制度是指综合考虑低速碰撞试验结果、易损零部件价格、常见维修项目工时等因素,预测不同车型赔付成本并进行分级,使其与商业车险保费相挂钩。

据了解,低速碰撞通常是指车辆速度为15公里/小时左右发生的碰撞。由于大部分车险赔案与低速碰撞相关,因此保险车型风险分级将低速碰撞试验结果作为重要依据之一。

这一制度发轫于20世纪60年代末的瑞典,目前已广泛应用于欧洲大多数国家的保险行业,亚洲部分国家也陆续加入。例如,英国各保险公司对未经低速碰撞试验的车型不提供商业险承保,仅提供强制险承保;德国保险行业协会对未进行分级的车型,建议保险公司按最高风险等级承保。

业内人士认为,随着我国汽车和保险行业不断发展,我国目前已具备建立保险车型风险分级制度的需求和条件。

建立这一制度,将带来哪些影响?

一方面,有助于保险业准确厘定保费。

数据是风险测算和车险定价的重要依据。北京大学经济学院风险管理及保险学系主任郑伟表示,新能源车数据积累时间短、相对缺乏,同时随着车型快速迭代、造车技术和维修体系不断变化,历史数据的有效性也十分有限。

专家认为,建立保险车型风险分级制度,能够进一步丰富现有定价要素,提升新车型风险定价和保费厘定的准确性。

另一方面,能够减少信息不对称,帮助消费者准确了解车辆维修经济性。

车型结构风险、零配件价格等是决定车辆维修成本的重要因素,也直接影响了车辆保费水平。

中保研汽车技术研究院数据显示,约110个国内主流汽车品牌中,2021至2023年及2024年上半年分别有73、88、98和98个品牌常用配件价格上涨,平均调增幅度分别为9.91%、7.72%、7.53%和10.59%,其中59个品牌连续3年半涨价。

特别是在新能源车维修成本方面,中国人寿财险车辆保险部总经理吕飞表示,消费者可选维修渠道较窄,维修技术、配件供应等方面存在壁垒;新能源汽车零配件、工时价格较高;新能源汽车常运用一体化压铸技术等高度集成化制造方式,并装载大量智能化设备,维修难度和费用高。

业内人士认为,建立保险车型风险分级制度能够帮助消费者准确了解不同车型在低速碰撞试验下的表现、维修经济性及预估保费水平,减少信息不对称,保障消费者知情权。(记者:张千千) 来源:新华社

保险车型风险分级制度待建立,将给车险带来哪些影响?

