

# 服务型消费升级蕴藏巨大潜力

匡贤明

服务型消费升级进程中蕴藏着巨大潜力，如果能够尽快有效释放出来，必将成为我国经济增长的重要动力。从现实情况看，打破服务型消费供给短缺的状况，重点在于加快开放服务业领域市场，下一步应尽快推进服务价格机制改革，形成市场决定服务价格的新机制，并加快服务业发展的政策调整，营造服务业良好的发展环境

## 热点快评

不久前，中共中央、国务院颁布实施的《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》在“总体目标”中明确要求，居民消费结构持续优化升级，服务消费占比稳步提高，全国居民恩格尔系数逐步下降。

在面临外部环境明显变化的特定情况下，我国经济增长前景越来越取决于内需市场的不断释放，取决于城乡居民消费需求的不断释放。应当说，近14亿人的大市场蕴藏着巨大的内需潜力，这是我国最大的潜力和底气。要使潜在的增长动力转变成现实的增长动力，关键在于抓住我国城乡居民消费结构由物质型向服务型升级的大趋势，通过改革创新破除体制机制障碍，有效扩大服务型消费的供给。

从过去几年经济生活实际看，一个基本趋势是消费结构呈现出稳步升级的态势。这一点在宏观上表现为恩格尔系

数不断下降，2017年我国城乡居民恩格尔系数下降到29.3%，首次低于30%；在微观上，则表现为城乡居民消费行为多样化、个性化、服务化特点明显增强。一方面，物质型消费在得到基本满足后，增速放缓；另一方面，全社会信息、教育、养老、健康、文化等服务型消费需求快速增长。梳理2010年至2017年全国两会热点问题调查可以发现，社会保障、医疗、养老、教育等问题长期受到关注，且近几年的关注度不断提升。这些需求甚至成为其他国家重要的增长动力。商务部统计显示，2017年中国游客赴美旅游、留学、就医等旅行支出合计达510亿美元，其中赴美游客约300万人次，在美旅游支出高达330亿美元。

服务型消费升级进程中蕴藏着巨大潜力，如果能够尽快有效地释放出来，必将成为我国经济增长的重要动力。正因为如此，此次《若干意见》明确提出，推进

服务消费持续提质扩容，释放信息消费、文化旅游体育消费、健康养老家政消费、教育培训托幼消费等领域的消费。

与物质型消费不同，释放服务型消费的潜力对政策调整与体制创新提出了新的要求。当前，服务型消费“有需求、缺供给”的矛盾比较突出，需求外流比较明显，这也是我国服务贸易逆差的一个重要原因。以健康产业为例，我国健康产业占GDP的比重仅为4%至5%，其供给与城乡居民对大健康的需求不相适应。在教育培训托幼消费上，优质教育供给还相当短缺。这些都说明，服务型消费的供给短缺是制约服务型消费需求释放十分重要的原因。能否适应消费结构升级的趋势，扩大服务业的有效供给，应成为改革的重要任务之一。

从现实情况看，打破服务型消费供给短缺的状况，重点在于加快开放服务业领域市场。过去几年间，我国在服务

业市场开放上明显提速，在一些领域有比较大的进展，这是助推服务型消费快速增长的重要原因。同时，也要看到，一些服务业领域的开放仍有比较大的空间。如果未来几年能基本形成服务业市场开放的新格局，就可以为释放服务型消费奠定坚实的制度和体制保障。

在这方面，改革大有空间也大有可为。比如，加快破除服务业领域的市场垄断和行政垄断，全面实施准入前国民待遇加负面清单管理制度，加大生活性服务领域有序开放力度，逐步放宽对外资的限制；尽快推进服务价格机制改革，形成市场决定服务价格的新机制；加快服务业发展的政策调整，营造服务业良好的发展环境；创新服务领域市场监管，尤其是尽快建立与新消费业态相适应的市场监管新体系。

（作者系中国（海南）改革发展研究院经济研究所所长）

## 行业

# 老字号玩跨界也要「物美价廉」

苑广阔

“双唇薄涂上一层，就能掀起一波‘回忆杀’，想想都令人开心和向往。”据报道，大白兔奶糖润唇膏日前正式开售，受到消费者的追捧。这款售价78元两支的润唇膏在开售后不到2分钟，就被“秒光”下架。“守得住经典，当得了网红”，不少网友这样评论道。

因生产大白兔奶糖闻名的老字号企业，推出大白兔奶糖润唇膏，跨界跨得显然不小。实际上，近年来玩跨界的老字号企业远不只大白兔一家。比如，之前泸州老窖推出香水、周黑鸭与御泥坊联名推出辣味唇膏、六神和RIO推出花露水味鸡尾酒等，这些别出心裁的创意，引发人们广泛关注。

老字号虽然成名已久，但也不能固步自封、一成不变。无论是大白兔推出唇膏，还是泸州老窖生产香水，都是老字号企业主动拥抱时代、追赶潮流、与时俱进的体现，值得肯定。而且，从商业与市场的角度来看，跨界后的老字号企业，其品牌价值也一路攀升，得以走上一条品牌红利的变现之路，更有利于其持续发展。

老字号玩跨界之所以引发公众关注，归根结底是因为老字号产品凝聚着消费者的回忆、情怀等商品属性之外的东西。尤其是随着近年来由网络消费衍生的“情怀杀”“回忆杀”驱动国货复兴浪潮，且已渐成气候，一些老字号产品重出江湖，重新赢得了消费者青睐，老字号企业有了谋求跨界创新以扩大利润空间的动力。但是，也要看到，消费者的回忆、情怀是一把“双刃剑”，老字号跨界也存在着很大的风险和不确定性。消费者对老字号产品的固有印象，或者说心理期待，是“物美价廉”。进入自己不熟悉的行业领域，如何把控生产成本，维持“价廉”，同时保证产品质量，保证“物美”，对任何一家跨界老字号企业来说都是考验，稍有不慎就可能造成老字号品牌贬值。

尤其需要注意的是，一些老字号的所谓跨界，并非把人力和资源投入到新产品的研发当中，而是与其他企业开展跨界合作，更像是提供品牌授权和销售渠道，这种模式的风险会更大。从实践看，老品牌之所以屹立不倒，靠的就是过硬的品质和合理价位。因此，老字号跨界发展值得赞赏，但保证产品质量，不断满足消费者物美价廉的心理期待，才是根本之道。

## 众声

高培勇  
中国社科院副院长、经济研究所所长

## 我国财税体制改革进入新阶段

改革开放从经济体制改革起步，逐步扩展为覆盖经济、政治、文化、社会和生态文明各领域的全面深化改革。40年来的中国财税体制改革，正是顺应这一改革大潮，逐步向与社会主义市场经济体制和国家治理体系、治理能力现代化相匹配的财税体制演化。在财税体制改革方面，出现了一系列深刻变化：从适应和匹配经济体制改革到适应和匹配全面深化改革；从立足于经济领域到立足于国家治理领域；从追求“性质匹配”扩展到“现代化匹配”。这些变化，标志着在初步实现“财政公共化”的基础上，与全面深化改革进程相伴，我国财税体制改革进入了财政现代化的新阶段，即建立现代财政制度。

黄益平  
北京大学国家发展研究院副院长

## 扶持小微企业应多用市场手段

目前，市场流动性相对充裕，但金融机构的风险偏好仍偏低，放贷意愿不足，疏通货币政策传导机制成为下一步政策的重点。解决资金流入实体经济尤其是小微企业的问题，应在政策加码之外运用更多市场化手段。小微企业规模小、缺乏资产和历史数据，因此金融机构很难为之服务，在强制要求银行在增加对小微企业授信的同时，把融资成本降下来并不是好办法。银行在提供服务时，应该更多运用市场化定价手段。

马晓河  
中国宏观经济研究院研究员

## 促进城乡人口双向自由流动

围绕乡村振兴“人、地、钱”等要素供给，《乡村振兴战略规划（2018—2022年）》部署了加快农业转移人口市民化、强化乡村振兴人才支撑、加强乡村振兴用地保障、健全多元投入保障机制、加大金融支农力度等方面的具体任务。解决“人”的问题，关键要推动两类人在城乡之间双向自由流动。一类是农业转移人口，围绕推进市民化“降门槛”，让有意愿、有能力的农业转移人口在城镇落户。另一类是乡村人才，既在“育”上下功夫，培育新型职业农民、培养一大批乡村本土人才，也要在“引”上做文章，鼓励社会人才投身乡村建设。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com  
本版编辑 马洪超 祝伟

# 节日出游不妨避开热门景区

天歌

国庆黄金周将至，很多人都在选择旅游目的地，规划旅游线路。一些著名景区景点，每逢节假日、黄金周等往往人满为患。

知名景区景点，或拥有迷人的自然风光，或具备丰富的文化内涵，确实有其独到之处，对游客更具吸引力。但是，节假日游客集中前往也会带来一些问题。比如，景区内游客太多，结果只能看到人头，看不见风景，导致旅游体验大大降低；又如，通往景区的道路经常堵车，一堵就是几个小时，甚至十几个小时。由于游客爆满，景区周边的住宿、餐饮价格也水涨船高，但游客所能享受到的服务却不尽如人意，等等。

对于上述情况，主管部门近年来采取了一些具有针对性的措施，比如规定

景区游客最大承载量、要求景区发布游客数量、交通拥堵指数的预警信息等，在一定程度上缓解了节假日景区拥挤问题。很多景区景点也在积极探索做好信息发布、对游客实行有效疏导。除了参考往年的统计数据，一些景区景点还与在线旅游平台合作，通过景区预售门票的数量作出预测，同时通过景区的搜索指数、近期交通状况的改变等，及时公布相关信息，便于游客参考。

解决热门景区人满为患问题，作为游客，也应转变旅游理念。如果说过去信息闭塞，游客很难知道哪儿人多、哪儿人少，如今移动互联网发达，各类资讯信息丰富，节日出游时，不妨根据多数数据信息作出选择，避开热门景区，以获得更好的旅游体验。



## 见利忘义

如今，“一年一次体检”已成为不少企事业单位健康保障的“标配”，市场上的体检项目和套餐越来越多，有的价格动辄数千元。据统计，目前公立医院体检机构约占70%的市场份额，民营体检机构快速发展。但媒体调查发现，健康体检市场在快速发展的同时，行业乱象丛生。比如，一些体检项目有过度检查之嫌，有些体检花了钱却连已有问题都没查出，还有一些体检机构的医护人员资质存疑，甚至有护士代替医生上岗的现象。体检事关公众健康，不能变成单纯的生意。治理这些行业乱象，相关监管必须跟上，对各类体检机构的日常业务实行有效规范和约束，确保健康体检行业在规范有序的轨道上发展。（时锋）

# “拼车游”不能说走就走

杨玉龙

假期来临，出门游玩成了不少人的选择。如今，在跟团游、自驾游之外，“拼车游”正悄然兴起。数据显示，今年暑假，前往西北地区的游客中，有三成选择拼车自由行。但由于“拼车游”缺乏有效规则约束，出现了不少纠纷。

拼车游成本较低，也能玩得更自由，还可以结交新朋友。但是，如果拼车遇上没有经验的司机，不仅安全无保障，如果遇到纠纷和事故，如何解决也是一个难题。

因此，“拼车游”要想玩得安全尽兴，不能说走就走，还须作足功课。

一方面，游客自身要在安全上做好准备。比如，提前规划好行程，做好物

质准备。在出行前也可签署相关协议，对吃住行和交通安全等问题作出清晰约定，明确各方权责。再如，应多一些风险意识，尽可能购买相应的出游意外保险等。同时，游客不仅要遵守法律，更须尊重当地风土人情，切勿因任性给旅游地和自身带来麻烦。

另一方面，市场监管部门要为“拼车游”保驾护航。比如，监管部门有必要加强相关消费警示，对拼车游存在的乱象强化有针对性的监管，规范经营者行为，减少消费者受侵害事件。同时，旅行社推出拼车游服务应完善管理机制，对司机出行严格审批，为每辆车配备车载GPS以随时定位车辆位置等。

# 改善营商环境 降低企业负担

李雪松

近年来，我国营商环境持续改善，但提升空间依然巨大。应以更大力度推进改革开放，改善投资和市场环境，推动我国经济持续健康发展。

当前，我国经济运行稳中有变，面临一些新问题新挑战，同时外部环境发生明显变化。积极改善营商环境，显著降低综合成本，有助于稳定市场预期，增强企业信心，保持经济运行在合理区间。进一步看，全球经济贸易格局正在发生深刻变化，全球营商环境的竞争明显加剧。我国已经深度融入世界经济，只有在对标国际营商环境标准、在改善营商环境上取得更大进展，才能在吸引外资和留住内资的国际竞争中赢得主动。

世界银行2017年发布的全球营商环境报告显示，我国营商环境排名较2013年提升了18位。在看到成绩的同时，还要清醒地认识到，我国营商环境的提升空间仍比较大。比如，一些地方政府部门仍然管了很多不该管的事，企业投资经营仍然受各种显性或隐性准入壁垒以及行政许可和变相审批的制约，企业税费负担较重，公共服务存在不少薄弱环节，知识产权保护有待进一步加强，公

平竞争、优胜劣汰的市场环境尚未完全形成，等等。对于这些问题，要坚持问题导向，对照国际标准，以营商环境提升为抓手，以市场主体感受为评判标准，加快打造内外资一视同仁、具有国际竞争力的营商环境。

改善营商环境，核心是处理好政府与市场的关系，关键在于使市场在资源配置中起决定性作用，更好发挥政府作用。要加快推进政府职能转变，把政府管得过多的事项精简下来，把应该由市场决定的事情交出去，最大限度减少政府对市场资源的直接配置和对市场活动的直接干预，激活微观主体，创新和完善事中事后监管，提高政府服务效能，加快打造国际一流、公平竞争营商环境。当前，迫切需要以更大力度推进改革开放，最大限度地给企业松绑减负、提供服务，持续激发市场主体活力和社会创造力。

这就需要继续全面深化改革，深入推进“放管服”改革，显著降低企业负担。过去几年，我国大幅削减各类行政审批事项，改革商事制度，降低了制度性交易成本和企业生产经营成本，促进了营商环境优化和企业提质增效。但不容忽视的是，用工成本上升、税费负担

重、融资难融资贵，仍是制约中小企业发展的三大因素。当前和今后一个时期，要将企业和群众获得感作为改善营商环境的“指挥棒”，加大力度通过减税降费为企业减负，激发市场活力，并大力推动金融体制改革，疏通货币政策传导机制，努力缓解小微企业融资难、融资贵问题。

同时，还需要持续扩大开放，进一步放宽市场准入，大力破除市场准入壁垒。从国家政策法规看，目前绝大部分领域并不限制民间资本进入，但各种隐性限制五花八门，不同所有制主体在资质许可、政府采购、科技项目、标准制定等方面待遇还不够公平。破解这些难题，需要提高政策透明度，实行公平公正监管，为各类所有制企业、内外资企业打造一视同仁、公平竞争的市场环境。今年以来，我国大幅放宽了包括服务业特别是金融业在内的外资市场准入，降低部分商品进口关税。今后还要进一步扩大开放，加快与国际通行经贸规则对接，打造国际一流营商环境。

（作者系中国社会科学院中国特色社会主义理论体系研究中心特约研究员、财经战略研究院副院长）

## 思辨

积极改善营商环境，显著降低综合成本，有助于稳定市场预期，增强企业信心，保持经济运行在合理区间。改善营商环境，核心是处理好政府与市场的关系。当前，迫切需要以更大力度推进改革开放，最大限度地给企业松绑减负、提供服务，持续激发市场主体活力和社会创造力