

## 每周经济观察

## 中国服务贸易发展潜力有多大

增速明显加快、竞争力稳步增强、对外贸易占比持续提升……中国服务贸易近年来展现出的活力与潜力，吸引了全球目光。

这从正在举办的2025年中国国际服务贸易交易会上可见一斑：近2000家企业线下参展，覆盖27个服务贸易前30强国家和地区，190多项新产品新成果首发……作为观察中国服务贸易的重要窗口，服贸会见证并参与了中国服务业和服务贸易对外开放发展的全过程。

成绩可圈可点，尤其在贸易规模上持续刷新纪录。2024年，中国服务进出口总额首次突破1万亿美元，规模创下历史新高。今年上半年，服务进出口总额达3.9万亿元，规模再创历史新高。

贸易规模在增大，但长期以来服务贸易逆差同样不能忽视。从结构看，主要表现为旅行项下的逆差。过去一年，中国全面放宽优化过境免签政策，带动了旅游服务的快速增长。目前，旅游服务已超越运输服务，成为中国服务贸易规模最大的领域。

数字化内容及平台的出海表现亮眼。游戏是中国文化服务出口的重要类别，《黑神话：悟空》自2024年首发以来，迅速登上Steam、WeGame等多个游戏平台销量榜首，斩获多项行业大奖。国产电影电视剧精品通

过奈飞、迪士尼+、优兔等海外流媒体平台出海，表现优异。这些散发着东方魅力的文化服务，拉动了中国服务贸易的持续扩大，也促进了全球服务贸易的进一步恢复与繁荣。

值得关注的是，来自中国的知识密集型服务增长平稳。上半年，知识密集型服务进出口总额15025.4亿元，同比增长6%，其中出口、进口分别增长7.8%、3.6%。从数字上看，这一增速仍低于旅行等传统服务贸易，表明服务贸易的结构仍有待进一步优化，也意味着服务贸易未来还有很大发展空间。

当前，服务贸易已成为全球自由贸易发展的重点，也是国际经贸规则重构的焦点。在此背景下，未来中国服务贸易的发展潜力究竟有多大？

结构调整蕴含巨大潜力。有预测显示，在消费结构、产业结构升级拉动下，未来5年至10年，我国服务贸易将继续保持较高增

速，到2035年，总额有望达2.7万亿美元，服务贸易占外贸比重有望在20%左右，接近全球平均水平。经济转型带动了服务贸易结构的持续优化，从传统旅游、影视、游戏等贸易转向以知识密集型服务为主体的贸易新结构，服务贸易将成为我国重要的主导性产业之一。

扩大开放孕育更大空间。服务贸易发展离不开制度型开放的支撑。去年，我国首次在全国范围内对跨境服务贸易建立负面清单管理制度，出台了自贸试验区版和全国版跨境服务贸易负面清单。下一步，要持续提升制度型开放水平，适时对跨境服务贸易负面清单“缩单缩表”，有序推进跨境服务贸易梯度开放。继续主动对接国际高标准经贸规则，推动服务贸易领域规则、规制、管理、标准相互通容，打造一批服务贸易综合改革开放示范平台，以开放创新赋能服务贸易发展。

深化合作释放更多动能。当前，我国在北美、东盟等地区服务贸易市场保持较好增长态势，与共建“一带一路”国家和地区的服务贸易活力充沛。随着我国消费形态逐步转向以商品消费和服务消费并重的新阶段，通过深化多双边区域合作，发挥服贸会等重大展会平台作用，建设好服务贸易国际合作园区，有望释放出更多服务贸易发展新动能。

服务贸易是高水平对外开放的重点和难点，也是未来全球贸易增长的重要蓝海。我国是全球第二大服务贸易市场，但还不是服务贸易强国，特别是在服务要素集聚、服务技术外溢、服务标准提升等方面仍有较大提升空间。但我们正以自己的实际行动，向全球表明推动服务贸易高水平发展的努力和信心。



蓝庆新

## 文旅融合绘出流动风景线

屈晓东

东岳泰山、南岳衡山、西岳华山、北岳恒山和中岳嵩山，是不少人向往的旅游目的地。今年暑期，“五岳”景区联合推出的历史文化活动吸引了众多游客。数据显示，登顶“五岳”总报名人数超3万人，一些游客甚至实现“五天登五岳”。

一天登临一“岳”的背后，是这些年交通运输强国建设的飞跃。“十四五”时期以来，我国交通运输事业取得了历史性成就。截至2024年底，铁路营业里程达到16.2万公里，比“十三五”期末增加约1.6万公里，其中高铁增加1万公里；公路总里程达到549万公里，增加约29万公里，其中高速公路增加3万公里；高等级航道通航里程达到1.76万公里，增加1600公里。

交通基础设施不断完善，显著提升了旅游资源的可及性。甘肃的石窟艺术、贵州的民族风情、东北的冰雪世界，这些曾经的“远方”，正越来越多地被纳入京津冀、长三角、珠三角等核心客源地的“周末旅行半径”。这不仅盘活了当地的文旅资源，也为区域经济协调发展开辟了新通道。当“说走就走”变为现实，旅游消费的频次与潜力也被前所未有的激发出来。

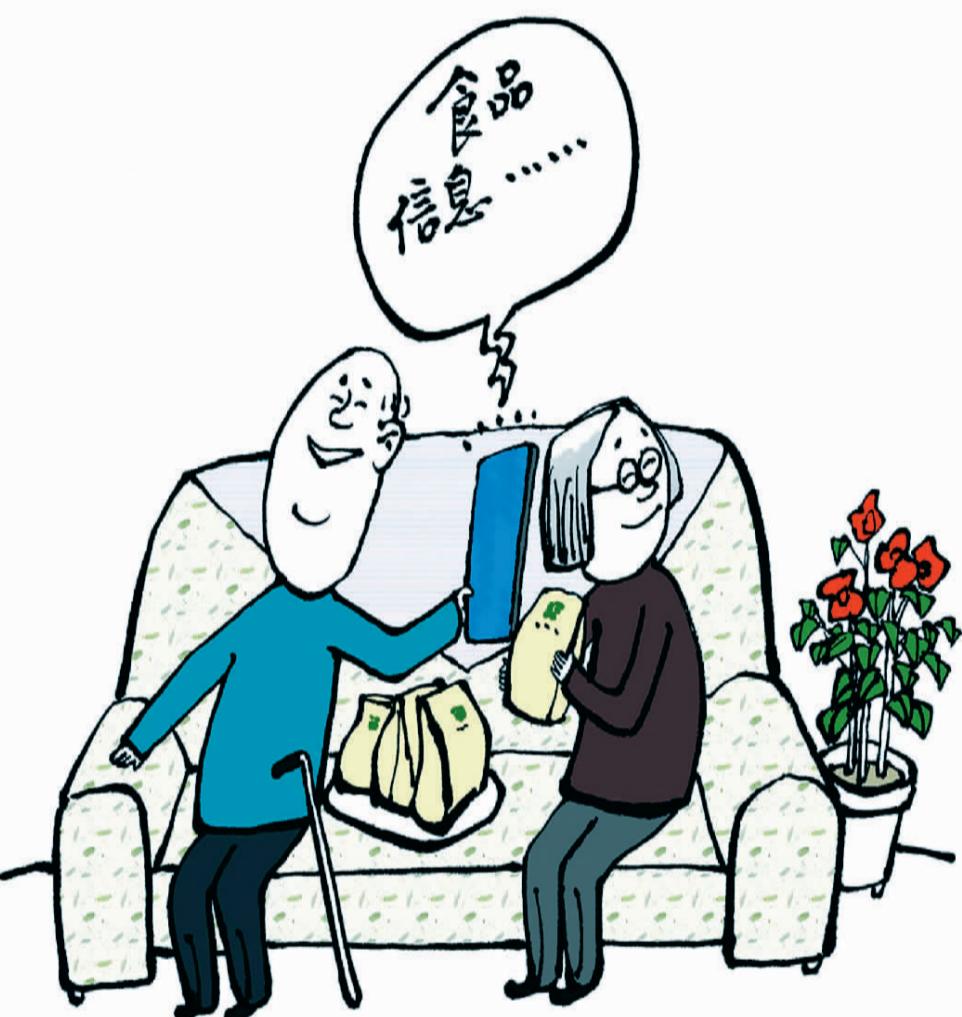
综合交通体系的优化进一步提高了

出行效率，人们告别“舟车劳顿”，进入“快旅慢游”时代。如今，现代旅游已超越“上车睡觉、下车拍照”的阶段，游客愈加追求沉浸式、有深度的文化体验。交通网络的价值，在于将游客从低效的“在途时间”中解放出来，赋予他们更多用于深度体验的“在地时间”。

这一转变的关键在于无缝衔接与精准可期。应当看到，以综合客运枢纽为代表的现代交通节点，通过“零换乘”设计，实现了高铁、地铁、机场、公交等多种交通方式的高效整合，极大减少了中转过程中时间与精力损耗。旅客“下高铁、上地铁”或“出机场、入城轨”的流畅衔接，将城际间的“大交通”与城市内的“微循环”紧密融合。

交通基础设施的升级还显著降低了旅游综合成本。航线与铁路网不断加密，通过网络化运营提升了效率。城市公共交通体系的完善，也降低了旅行的“最后一公里”成本。从实践来看，这为更广泛人群打开了文旅体验的大门，也从需求侧为文旅产业的持续繁荣注入源源不断的动力。

(中国经济网供稿)



王 铎作

## 食品安全“听”得到

扫描二维码，食品配料、生产工艺、产地溯源、营养信息等一目了然，甚至还能“听”标签——这即将成为我国预包装食品消费的日常。近期，国家卫生健康委、国家市场监督管理总局发布《关于实施预包装食品数字标签有关事项的公告》，我国预包装食品标签管理迈入数字化新阶段。以往，食品包装实体标签上的字往往偏小，看着费劲或很难看清。如今，借助数字标签的页面缩放、语音识别、视频讲解等功能，可实现食品标签信息可听、可播、可放大，有效解决标签信息找不到、看不清、读不懂的问题。这便于消费者更好了解食品，进一步发挥数字标签在助力食品安全全链条监管方面的作用。

(时 锋)

## 曲终人不散

音乐会经济发展、大连市打造“跟着演唱会游美丽大连”城市文旅IP……一段时间以来，各地文旅消费持续升温，演艺活动推陈出新，大型演唱会热度十足。

演唱会作为重要的文化消费形式，在国内经济发展、文化消费升级以及人们对娱乐多样化需求推动下，逐渐成为推动城市消费增长的重要引擎。据中国演出行业协会发布的《2024年全国演出市场简报》，2024年5000人以上大型演唱会票房收入296.36亿元，占全年演出票房收入的51.14%，观演人次超2900万，成为演出市场票房最为突出的品类。灯塔专业版数据显示，今年1月份至7月份，全国演唱会票房收入129.82亿元，同比增长46.11%，观演人次为1825.8万，同比增长53.01%。

多地政府通过简化审批流程、提供政策支持、提升保障服务等措施，吸引演唱会落地，以促进消费。例如，南京市多个部门共同发起“跟着演出（赛事）游南京”乐享“1+3”优惠活动”，观众凭观演观赛票据即可享受南京市域内景区景点、住宿餐饮、商场购物等三重优惠；太原市政府通过提供免费接驳服务、开通“歌迷专列”等服务措施，打造“歌迷之城”。今年全国演唱会市场规模有望持续扩大，未来几年内继续保持较高增长，成为文化产业中颇具增长潜力的细分领域之一。

挖掘凝练文化内核。演唱会的组织者和创作者要不断给观众奉献高质量、高水平的视觉盛宴，使演唱会成为“身份认同的仪式场域、集体记忆的时空锚点”。演唱会的举办城市要借助演唱会品牌塑造和形象传播上的独特价值，因地制宜开发主题性文旅产品和体验项目，将本地文化推广到更广泛的受众群体。

挖掘凝练文化内核。演唱会的组织者和创作者要不断给观众奉献高质量、高水平的视觉盛宴，使演唱会成为“身份认同的仪式场域、集体记忆的时空锚点”。演唱会的举办城市要借助演唱会品牌塑造和形象传播上的独特价值，因地制宜开发主题性文旅产品和体验项目，将本地文化推广到更广泛的受众群体。

挖掘凝练文化内核。演唱会的组织者和创作者要不断给观众奉献高质量、高水平的视觉盛宴，使演唱会成为“身份认同的仪式场域、集体记忆的时空锚点”。演唱会的举办城市要借助演唱会品牌塑造和形象传播上的独特价值，因地制宜开发主题性文旅产品和体验项目，将本地文化推广到更广泛的受众群体。

## 多些“厂区”向“景区”的蜕变

侯喜保

曾几何时，工厂车间整齐的流水线和轰鸣的机声，成为现代工业文明的象征。如今，步入长沙三一18号灯塔工厂，“数字化制造”和“全球化4.0”示范者的魅力映入眼帘；走进青岛啤酒博物馆，游客在百年发酵池前品尝新鲜醇厚的原浆啤酒……这些昔日的生产重地，在华丽转身之后，成为游客争相打卡的“新景区”。

蓬勃发展的工业旅游，正以前所未有的力量重塑传统工业的边界。例如，山西老陈醋集团匠心打造的全国首家醋文化旅游园，将品读千年酿醋史、体验非遗酿醋技艺、品尝老醋冰激凌等产品巧妙融合，累计吸引游客超500万人次。柳州螺蛳粉产业园精心设计旅游动线，将体验式营销发挥到极致，游客转化率飙升40%，营销成本锐减65%。

近年来，一系列精准有力的政策相继出台，推动工业旅游向体系化发展，全国涌现122家国家级工业旅游示范基地和232处工业遗产旅游项目。然而，在行业高歌猛进的同时，部分工业遗产改造仍停留在“挂牌子+摆设备”的初级阶段，内涵挖掘不足；一些科技园区参观流于表面，核心工艺展示不足；深谙工业精髓又精通旅游运营的复合型人才

缺口大。突破瓶颈，释放潜能，关键在于走好工业与文旅、科技深度融合之路，推动工业旅游从“有”到“优”。

规划领航，绘就融合路线图。借鉴国内外成熟经验，在工业项目规划之初，即可前瞻性植入旅游功能，引导企业科学配置参观动线、产品展示区及沉浸式体验场景，实现“生产即风景”。将工业旅游节点有机嵌入全域旅游空间布局，打造业态协同、特色鲜明的区域旅游产品矩阵，系统构建集“生产观摩、互动体验、科普教育、衍生消费”于一体的复合型工业旅游价值链。

立足特色，培育多元主体。鼓励有条件的企业依托独特的建筑风貌、生动的生产场景、精湛的工艺流程等核心工业资源，开发建设工业遗址博物馆、智能化生产线观光走廊、沉浸式产品工坊等特色项目，推动“厂区”向“景区”的华丽蜕变。支持工业园区立足主导产业特色，深挖工业文化内涵，打造主题展馆、设计互动体验项目、研发高附加值文创产品，打造一批主题鲜明、体验独特、运营高效的工业旅游标杆项目。

场景革命，打造沉浸式新体验。对现有特色产

今年1月份至7月份，我国货物贸易进出口总额25.7万亿元，同比增长3.5%，较上半年加快0.6个百分点。出口15.31万亿元，增长7.3%；进口10.39万亿元，下降1.6%，较上半年下降1.1个百分点。面临复杂多变的国际贸易环境，我国外贸在保持总量增长的同时，质量进一步提升，充分反映了我国外贸发展的强大韧性和经济长期向好趋势。

从出口产品结构来看，高技术产品进出口5.1万亿元，增长8.4%，对外贸的贡献率达到45%以上，高端机床、集成电路、汽车出口增势喜人，分别增长23.4%、21.8%、10.9%，充分体现了新质生产力发展带来的产业转型升级效应。从外贸方式结构来看，一般贸易占外贸总值的64%，体现了我国自主品牌产品国际竞争力的提升。以保税物流方式进出口3.69万亿元，同比增长6%，尤其是保税物流出口1.52万亿元，增幅达14.1%，反映了跨境电商“提前备货、快速配送”带动消费增长，更折射出国内产业链与国际市场有效链接格局的深化。从外贸市场结构来看，我国对非洲、中亚、东盟、欧盟进出口分别增长17.2%、16.3%、9.4%、3.9%，外贸市场日益多元化。从外贸主体结构来看，民营企业进出口增长7.4%，占外贸总额57.1%，同比提升2.1个百分点。民营企业经营方式灵活多样，是我国跨境电商、市场采购贸易等新型外贸模式的主要使用者，是拉动我国贸易增长和结构优化的重要力量。

近年来，我国出台了一系列稳外贸促发展的有效政策，以自由贸易试验区和自由贸易港建设为抓手，持续优化营商环境，促进外贸便利化和自由化。比如，积极参与国际区域经济一体化，通过RCEP等平台，对接高标准经贸规则，积极开拓多元化外贸市场，成效显著。

持续提升外贸发展质量，是我国从贸易大国迈向贸易强国的重要途径，需通过“技术创新+多元布局”双轮驱动，把握机遇，系统灵活施策。

创新驱动发展，培育外贸发展新动能。加快全球跨境电商枢纽建设，推动区块链数字提单、智能报关等贸易数字化应用，推广外贸企业智能制造，建立行业级工业互联网平台。持续推动制度创新，扩大制度型开放，升级通关便利化措施，落实《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)规则，推进《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)、《数字经济伙伴关系协定》(DEPA)等高标准经贸规则对接和压力测试，建设进口贸易促进创新示范区，扩大先进技术设备进口，以制度创新赋能外贸新动能发展。

推动市场多元化布局，扩大外贸“朋友圈”。大力开拓新兴外贸市场，推进高质量共建“一带一路”，发挥中欧班列、中老铁路的外贸发展效应，加强与全球南方国家的贸易规则对接和关税减让，积极布局以中国企业为主的全球价值链，建立“一带一路”海外仓网络，加强与东盟、非洲、中东、拉美市场的贸易紧密度，形成稳固安全的贸易网络和供应链体系。

促进结构升级，增强外贸发展核心竞争力。推进产业结构转型升级，提升高新技术产品的外贸占比，推动拥有自主知识产权、自主品牌、自主营销渠道、高技术含量、高附加值、高效益的产品贸易，扩大新能源、低碳环保、生物医药、集成电路、高端装备制造等产品的外贸增速。拓展服务贸易，重点发展云计算、AI服务外包等数字服务贸易和研发设计、检验检测等知识密集型服务贸易，高水平建设国家数字贸易示范区，提升外贸发展的国际竞争力。

建设保障体系，降低外贸发展成本。强化汇率风险管理，推广外汇套期保值工具，扩大中小企业使用率。应对欧盟碳边境调节机制(CBAM)等新型贸易壁垒，建立行业性合规服务平台。加强金融支持外贸力度，扩大出口信用保险覆盖面，发展供应链金融，为民营外贸企业提供多样化、低成本的融资产品，有效解决其持续生产与开拓国际市场所面临的融资难、融资贵问题。

(作者系对外经济贸易大学区域国别研究院教授、博士生导师)