

数说经济
中国新闻奖名专栏

从假日经济看中国服务潜力

今年清明假期,服务消费不出意料地成为最亮眼的主线。商务部数据显示,重点监测餐饮企业销售额同比增长3.9%、跨城出游人次同比增长15.1%、主题乐园消费同比增长11.7%、亲子研学订单同比翻倍。

假日经济是观察服务业发展水平的重要窗口。从供给端看,假期消费需求集中爆发,考验的是服务业的承载能力、响应能力和创新能力,交通、餐饮住宿、旅游产品、景区接待等各方面,都要求有更加优质、高效、有弹性的服务供给。从需求端看,假日期间高频次、大规模的服务交互,为企业了解消费偏好、优化服务标准、培育品牌认知提供了宝贵“试验场”,倒逼服务业加快扩能提质。

与国际先进水平相比,我国服务业在品牌溢价能力、国际竞争力和标准化水平等方面仍有一定差距。“十五五”规划纲要提出,全面提升服务业质量效率和竞争力,更好发挥服务业支撑产业升级、满足民生需要、带动就业扩容的作用。今年的《政府工作报告》也强调,健全服务业国家标准,培育“中国服务”品牌。这意味着,做强“中国服务”,已从行业共识上升为国家行动。

首先,这是顺应经济结构转型、激活内需潜力的必然要求。服务业已占据国民经济一半,2025年增加值突破80万亿元,占

与国际先进水平相比,我国服务业在品牌溢价能力、国际竞争力和标准化水平等方面仍有一定差距。培育“中国服务”品牌,要在完善标准、创新赋能、扩大开放3个维度上协同发力。

GDP比重提升至57.7%。清明假期的消费热潮,为理解“中国服务”提供了一个鲜活样本:传统踏青赏花演变为“赏花+”“民俗+”等沉浸式新场景,亲子游、研学游、长线游等需求集中释放。从“随便逛逛”到“深度体验”,消费者对优质服务的需求越来越旺盛。随着14亿多人的消费需求从“有没有”转向“好不好”,服务的品质、标准、体验不再是锦上添花的点缀,而是影响消费潜力释放的关键举措。培育“中国服务”品牌,就是要破解服务质量“模糊化”、市场竞争“无序化”难题,让优质服务成为市场主流,把超大规模市场优势转化为经济发展优势。

更进一步,这是推动产业深度融合、增强国际竞争力的关键举措。长期以来,我国在国际分工中更多承担加工组装环节,利润相对微薄,而研发设计、品牌营销、专业服务处于价值链高端的环节,过去主要是发达

国家企业的优势领域。全球产业发展规律表明,制造业竞争力正从产品本身向全链条服务延伸。从“卖产品”到“卖产品+服务”,是中国经济高质量发展绕不开的一步。“中国制造”和“中国服务”不是此消彼长,而是深度融合、协同升级。一方面,我国制造业的强大产能和完备产业链,为生产性服务业提供了广阔的应用场景;另一方面,专业高效的服务业,能为制造业注入品牌溢价和创新动能,助力“中国制造”向价值链高端攀升。

从更广阔的视角看,“中国服务”是向世界展示中国文化软实力的重要载体。近年来,以影视剧、网络文学、游戏为代表的文化“新三样”在海外收获大量“粉丝”,中式餐饮、中医保健、国潮文创受到青睐,“中国游”热度不断攀升。金融、法律、物流等生产性服务,也随着中国企业出海的步伐加快走向

世界。2025年我国知识密集型服务出口增长超10%,高技术、高附加值服务出口竞争力持续提升,“中国服务”走出去大有可为。未来的“中国服务”,不仅是优质高效的,也是充满东方智慧与温度的。

培育“中国服务”品牌,需要在3个维度上协同发力。一是完善标准。当前部分服务领域仍存在标准不统一、质量参差不齐的问题,亟待健全服务业国家标准体系,以标准化带动品质化。二是创新赋能。推动人工智能、大数据等技术与服务业深度融合,不断催生新场景、新业态、新模式。三是扩大开放。以开放倒逼改革,在国际竞争中合作中提升品质,让“中国服务”成为与“中国制造”交相辉映的金字招牌。



上海松江构筑6G未来产业新高地、杭州市加速打造商业航天未来产业先导区……一段时间以来,不少地区把未来产业作为培育新质生产力、塑造新增长极的重要抓手。

所谓未来产业,是由前沿技术驱动,当前处于孕育萌发阶段或产业化初期,具有显著战略性、引领性、颠覆性和不确定性的前瞻性新兴产业,包括未来制造、未来信息、未来材料、未来能源、未来空间和未来健康等。在全球范围内,未来产业已形成“引领型国家领跑、追赶型国家加速”的格局。美国依托基础研究与市场优势,在人工智能、量子计算、生物医药等领域保持领先;欧盟未来产业发展重点聚焦“数字罗盘”“绿色新政”,以及可持续发展模式核心规划。

在我国,未来产业发展呈现出“领跑、并跑、跟跑”并存的格局,更强调技术的普惠应用与系统构建,在诸多领域正实现从技术单点突破到产业生态繁荣的系统性跨越。例如,安徽合肥以“量子大道”为核心,形成覆盖量子计算、通信、测量的产业链,第三代自主超导量子计算机“本源悟空”已服务于全球医疗、金融等多个领域;深圳宝安打造的“具身智能港”,正成为人形机器人的“孵化器”与“训练场”,展现出“中国智造”软硬协同的实战能力。国家税务总局数据显示,2025年高技术产业销售收入同比增长13.9%,高技术制造业、高技术服务业同比分别增长10.1%和16.6%;特别是随着“人工智能+”加快落地,智能消费设备制造、集成电路制造、机器人制造同比增长幅度较大。这说明,我国创新活动与数字化需求保持活跃,为未来产业提供了应用场景、供应链配套与人才资本等“产业土壤”。

目前,我国未来产业正进入从技术追赶超前布局的关键阶段,不过仍面临成果转化不畅、市场牵引不足、要素协同不够等挑战。其核心考验在于,能否把“从0到1”的原创突破、“从1到10”的工程化放大、“从10到100”的规模化应用形成可持续的创新生态,进而丰富应用场景。

强化源头创新与转化链条衔接,打通实验室到生产线的“关键一跃”。前瞻研判颠覆性技术方向,鼓励高校、科研院所、企业等主体建立技术挖掘甄别机制,夯实源头供给。创新成果转化模式,聚焦概念验证、中试熟化、产业加速等环节,弥合实验室与生产线间的“达尔文之海”,完成科技成果从“书架”到“货架”的“最后一公里”。坚持场景牵引,打造技术迭代“试验田”,形成技术突破、场景验证、产业应用的正向循环,以真实需求倒逼技术成熟。例如,戴盟机器人孵化于香港科技大学,依托深圳完整供应链体系,与高校科研机构和国际创新资源紧密连接,把“关键能力”做深做透。

激发企业主体活力,以产业组织能力带动生态成势。坚持有效市场和有为政府结合,科学制定市场准入规则,减少对经营主体的准入限制,既铺好“快车道”,也树好“红绿灯”。充分发挥龙头企业头雁效应,鼓励其搭建开放式平台,带动中小企业深度融入生态圈,实现群雁齐飞。例如,安徽合肥全长3.2公里的“量子大道”上聚集了30余家龙头企业,目前形成涵盖百余家企业的量子产业集群,构成龙头企业“顶天立地”、中小企业“铺天盖地”的格局。应建立中小企业孵化机制,通过赛事评选、项目征集等方式遴选培育出创新能力强、成长性好的专精特新“小巨人”企业以及瞪羚、独角兽企业。

完善多元要素保障,以长期主义培育耐心资本。未来产业投入周期长,靠短期回报难以持续创新。发挥政府投资基金的引导作用,通过让利与风险补偿机制,吸引社保、保险等长期资本投入。2025年12月份,国家创业投资引导基金及其下设的京津冀、长三角、粤港澳大湾区区域基金明确将种子期、初创期企业作为投资重点,以耐心资本陪伴企业“长跑”。引育领军人才骨干,依托产学研协同育人,完善能力导向的评价机制,构建“引育用留”的全链条生态。数据、算力、标准与安全治理等公共要素尽快补位,加快数据开放共享与专用库建设,打通横亘在不同领域间的数据孤岛与“知识鸿沟”,为产业扩张提供稳定基础设施和制度支撑。

王丹
赵婉桐

评级指挥棒加快理财差异化

莫开伟

国家金融监督管理总局日前发布《理财公司监管评级暂行办法》(以下简称《办法》),这是资管新规过渡期结束后的又一重要制度安排。

近年来,理财公司存续产品规模持续增长。截至2025年末,理财公司存续产品3.37万只,存续规模30.71万亿元,较年初增加16.72%。然而,行业快速扩张背后,部分机构存在发展定位尚需进一步明确、专业投资能力有待提高、净值化转型仍需深化等问题。《办法》的出台,正是通过评级“指挥棒”引导行业从重规模的粗放式发展转向重质量的精细化管理,筑牢行业稳健发展根基。

《办法》最显著的变革,在于构建了科学严谨的评分架构。总分100分体系中,“资产管理能力”与“风险管理能力”各占25%权重,并列成为决定评级高低的支柱;而曾经被视为行业“硬通货”的管理规模指标被明确剔除。这一调整凸显理财公司“受人之托、代人理财”的核心定位,有利于倒逼机构提升投资能力和风险管控水平,不断提高投资收益,确保资金投向精准,降低风险,减少投资者损失。

投资者权益保护占比15%,则将投资者保护落到实处,着力破解行业长期存在的客户服务不到位、投诉处理不及时等痛点。这将增强投资者对理财公司专业能力的信心,吸引更多

资金入场,为实体经济注入更多资金“活水”;反过来也为理财公司与投资者创造更大回报,最终推动机构强化合规风控、回归资管本源,实现从规模扩张向质量优先转型。

差异化监管是《办法》的最大亮点。《办法》将评级结果细分为1级至6级和S级,是监管部门配置监管资源、开展市场准入、采取差异化监管措施的重要依据。其中,1级代表优良,对于获评1级的头部机构,监管将在业务范围拓展、新产品试点等方面给予政策倾斜;而5级、6级则意味着存在严重风险或重大违规。S级为处于重组、被接管、实施市场退出等情况的理财公司,不参加当年监管评级。这旨在通过市场化手段加速行业出清,推动资源向优质理财公司集中,避免“劣币驱逐良币”。

在评级“指挥棒”引导下,理财行业将更快地向差异化发展。《办法》将进一步推动行业集中度向头部机构聚拢,中小机构的分化出清将在评级约束下加速进行。对于中小机构而言,须将“投资者权益保护”提升至战略高度,需深耕区域特色资产,探索与头部机构合作,弥补自身短板。对投资者而言,除关注机构评级外,还应结合自身风险承受能力,重点关注产品的风险等级、投资范围等信息,理性选择适配产品。(中国经济网供稿)



王 鹏作(新华社发)

向“流量收割”乱象亮剑

今年2月份,拥有百万粉丝的财经“大V”“爱理财的小羊”账号被封禁,再度将财经自媒体乱象推至舆论风口。近年来,一批自称“金融专家”“投资导师”的财经博主,以及直播间的“荐股大师”快速走红,他们通过付费课程、会员社群、实时荐股等方式将流量变现,暗藏过度包装、虚假宣传、诱导投资甚至操纵市场等诸多问题。要根除这一“流量收割”顽疾,必须各方协同、综合施策。监管部门应强化跨部门联动,从“事后封号”转向“事前资质核验与事中实时拦截”,对无资质荐股、虚假宣传等行为依法从重处罚并公开曝光。平台须压实主体责任,严格审核财经主播的执业资质,利用大数据与AI技术对违规内容及时下禁片永久标记违规账号;投资者则需摒弃“一夜暴富”的投机心态,不盲目跟风所谓“大V”。(时 锋)

洞见

串珠成链深化京津冀科创协作

王 喆

近年来,北京(京津冀)国际科创中心建设成效显著。京津冀围绕“一平台两廊三支点”协同创新网络达成多项合作。协同创新正成为区域高质量发展的强大引擎。

日前落幕的2026中关村论坛年会,以“科技创新与产业创新深度融合”为主题,释放出协同创新提速的鲜明信号。开幕式上,由国家部委及中央单位协同推出40项支持政策,涵盖战略科技力量布局、科技产业融合等六方面。其中,科技部将出台“一揽子”政策措施,支持三地培育人工智能、生物医药、商业航天、氢能等世界级产业集群。京津冀围绕“一平台两廊三支点”协同创新网络达成多项合作。近年来,北京(京津冀)国际科创中心建设成效显著。北京全社会研发投入强度保持在6%以上,高被引科学家数量居全球城市首位,培育形成3个万亿级产业集群。京津冀共建中关村园区,入驻企业超9800家;共同绘制6条重点产业链图谱,合力打造7个国家级先进制造业集群。协同创新正成为区域高质量发展的强大引擎。

客观审视,对标世界一流国际科创中心,京津冀协同创新仍有明显短板。创新要素跨区域流动存在壁垒,政策互认、资源共享尚未形成合力;创新链条衔接不畅。人形机器人产业面临高端零部件配套不足、应用场景碎片化等制约。同时,复合型技术经理人短缺与基础研究“耐心资本”不足,制约了科技成果就地产业

化。下一步,需紧扣“科技创新与产业创新深度融合”主线,锚定世界级科技创新策源地目标,串珠成链,深化区域协同、央地联动、制度创新,发挥市场决定性作用和政府引导作用,加快形成创新能级跃升、要素高效流通、优势互补的创新格局。

一是构建“核心引领、梯次联动”的区域协同共同体。以“一平台两廊三支点”为骨架,打造京津冀创新三角,强化三地空间协同与功能联动。突出北京原始创新策源功能,依托国家实验室、综合性国家科学中心布局前沿平台与重大设施。推动京津冀两区两带生产力走廊协同发展,支持滨海新区、雄安新区、石家庄等支点城市差异化布局成果转化与产业化基地,形成“研发在核心、转化在节点、配套在周边”的产业分工格局,共建产业基金、共享应用场景。

二是打造“央地协同、链群融合”的产业创新生

态。发挥央企、国家实验室、高水平研究型大学等战略科技力量作用,建立研发成果与场景应用对接机制,推动重大科技成果优先在京津冀落地。深化“A1+”行动,以北京人工智能资源赋能京津冀传统产业转型升级。围绕集成电路、生物医药、商业航天、氢能等重点领域,突破技术卡点,壮大战略性新兴产业集群。依托京津冀国家技术创新中心,实施颠覆性技术专项,培育硬科技企业,推动创新链产业链在区域层面深度融合。

三是健全“要素畅通、制度接轨”的创新治理体系。在教育科技人才一体发展、科技金融、开放环境建设等方面大胆探索,深化人才评价与科研管理改革,聚焦关键环节,强化资源要素保障。发挥京津冀创业投资引导基金等国家基金作用,撬动社会资本,加大科技金融产品供给,提升北京证券交易所服务质效。推动三地政策互认、资源共享、平台共建、项目共研,在数据跨境流动、科研经费使用、人才资质互认等领域率先突破,营造具有全球竞争力的开放创新生态。

(作者系国家发展改革委经济体制与管理研究所研究员)

2026年,全国多地中小学春假正式落地,为春季消费市场打开全新窗口。春假不仅是教育领域优化假期安排、助力学生全面发展的民生举措,更是精准激活消费、培育消费新增长点、推动文旅及相关产业提质升级的重要抓手。

春假的生命力,首先源于契合青少年成长的真实需求。长期以来,我国学生假期集中在寒暑假与法定节假日间,春季学期中段缺乏适度休整与实践体验的时间窗口。春假落地,精准补上这一短板,让孩子们在气候宜人的时节走出教室、拥抱自然。这种以成长为导向的需求,是有较强基础的,它不是简单的娱乐消遣,而是兼具教育性、体验性与实践性的高质量需求,具备较好可持续性。

家长的认可与支持,是春假消费从“心动”到“行动”的前提。政策落地前,有不少人担心,春假给孩子减负的同时会给家长增负。我们看到,在春假推行的实践中,既兼顾了不同家庭的实际情况,又在产品供给上呈现出立体化多元化的特征。一方面,春假与清明假期衔接形成适度时长的连休,既避免了过长假期带来的学业脱节顾虑,又满足了中短途亲子出行需求,让大多数家庭可以根据自身特点安排出行节奏。另一方面,多地纷纷推出针对性惠民举措,降低亲子消费门槛,不少公益性质的研学服务为家长和孩子带来实实在在的便利,春假消费的成本顾虑得到有效缓解。只有让家长愿意陪、放心去、舍

答群友问

游的后顾之忧,释放消费活力。蕴藏在亲子家庭中的巨大消费潜力,有望通过春假得到释放。我国中小学群体规模庞大,背后是规模庞大的家庭,这一群体消费意愿强、决策链条短、带动效应广,交通、住宿、餐饮、购物、娱乐等多环节都有文章可做。

好时节好风景,归根结底还是需要好产品。从消费形态看,研学旅行、亲子体育、文化体验、户外休闲成为主流,从单一观光向沉浸式体验、品质化服务升级,融合研学、工业探访、自然课堂等新产品受到青睐。春假带来了客流与人气,但让春假的消费活力持续释放,避免“一阵风”式的短期热闹,必须在提供好产品上下下功夫。供给端要立足青少年成长需求,深耕研学、体育、文化、自然等细分领域,推出更多标准化、高品质、有内涵的产品,杜绝同质化、低水平竞争,避免走马观花式的浅层消费,推动需求向品质化、内涵化升级。坚持兼顾教育属性与消费属性,让春假始终围绕青少年成长这一核心,避免过度商业化、功利化,让假期真正成为赋能成长、释放活力、拉动消费的共赢平台。

以学生成长需要为出发点,以家长支持为立足点,以家庭消费潜力为发力点,春假为扩大内需、推动经济高质量发展创造了空间。要用好春假,充分释放蕴藏在亿万家庭中的消费潜力,为经济高质量发展注入动力。