

# 挖掘发展型消费新增长点

提高发展型消费比重,适应多样化个性化服务需求,规范发展教育和培训消费,培育壮大健康消费,积极引进国际优质服务资源。

——《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》

习近平总书记就服务业发展作出重要指示,深刻阐明促进服务业优质高效发展的重大意义。我国拥有14亿多人口的超大规模市场,中等收入群体不断扩容,居民消费正由商品消费为主向商品和服务消费并重转变。“十五五”规划纲要围绕释放服务消费潜力作出部署,提出“提高发展型消费比重”。中共中央政治局日前召开会议指出,扩大优质商品和服务供给,推动消费升级。本期特邀专家围绕相关问题进行研讨。

当前我国正处在消费结构转型升级阶段,提高发展型消费比重有何重要意义?

## 释放服务消费潜力的重要抓手

金瑞庭(国家发展改革委对外经济研究所研究员):发展型消费是指居民为满足自身能力提升、兴趣拓展、精神富足、人力资本积累等长远需求而进行的消费行为,涵盖职业技能培训、学历教育、知识付费、文化体验、兴趣培育、健康管理等多个领域。发展型消费区别于以衣、食为主的生存型消费,具有以下特征。一是需求弹性大。随着可支配收入提升和消费观念改变,发展型消费在居民消费支出中的占比持续提高。二是人力资本属性强。覆盖全人群、全生命周期,不仅满足当下需求,更为未来发展蓄能。三是服务化程度高。发展型消费大多是服务型产品,是服务消费增长的主要驱动力。

消费的扩大将直接带动教育培训、健康管理、文化创意、数字服务等现代服务业快速发展,催生更多新业态新模式,推动生活性服务业向高品质、多样化、便利化方向升级。从需求端看,发展型消费具有可重复性强、乘数效应高的突出特点,一次文化消费可以带动旅游、餐饮等多项服务需求,一次健康服务可以激发康复、养生、运动等系列消费行为。“十五五”时期,服务消费占消费支出比重有望突破50%。从政策端看,提高发展型消费比重,正是通过消费侧的结构升级牵引供给侧的质量变革,形成需求牵引供给、供给创造需求的良性循环,让服务消费的巨大潜力转化为经济增长的强劲动能。

当前我国处在消费结构转型升级阶段,居民消费正从生存型消费转向发展型消费。正确认识和理解发展型消费,需将其置于消费结构演进的完整脉络中去把握。从生存型到发展型消费的转变,是消费结构升级的内在逻辑。提高发展型消费比重是顺应消费结构转型升级趋势、加快释放服务消费潜力的重要抓手。从国际经验来看,随着人均国内生产总值突破1万美元和中等收入群体规模不断扩大,居民消费结构将更加偏向发展型消费。当前我国人均国内生产总值超过1.3万美元,中等收入群体规模突破4亿人,正是消费扩容升级的关键时期,人们对高品质生活的需求更加旺盛,蕴含着数以万亿计的巨大市场空间。

基础性作用,更加注重惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合。这也对提高发展型消费比重提出了要求。

今年1月,国务院办公厅印发的《加快培育服务消费新增长点工作方案》聚焦重点领域和潜力领域,对进一步优化和扩大服务供给、培育服务消费新增长点、促进服务消费提质惠民作出系统部署,服务消费将在拉动居民消费率提高和推动经济高质量发展中发挥重要作用。

新形势下,人民群众的消费关注点正在从“有没有”向“好不好”转变,对个性化、多样化、品质化服务需求日益强烈。这就要求加快释放服务消费潜力,挖掘发展型消费新增长点,更好满足人民群众多样化、个性化的服务需求。一是以放宽市场准入扩大优质服务供给,以服务业为重点扩大开放领域,在增值电信业务、生物技术、外商独资医院等领域深化开放试点,积极引进国际优质服务资源。二是清理消费领域不合理限制性措施,释放服务消费需求,支持人工智能驱动的在线教育、智慧旅游、互联网医疗等新型服务消费发展。三是坚持需求牵引,围绕居民多样化的消费需求做精做细个性化服务,进一步扩大升级类服务供给。

和培训回归育人本质,服务于公平优质的基础教育体系和泛在可及的终身教育体系建设。

第二,推动行业转型升级,构建良好生态和优质服务供给。加强预收费监管,明确产品标准和售后服务保障等,有效维护市场秩序,让群众敢消费、愿消费,从而激发消费潜力。完善内容备案、质量评估、收费规范与政府指导价等制度,推动教育培训供给方从依赖营销扩张转向专注于内涵发展与效果提升,形成以质量为本、可持续发展的良性业态。

第三,引导资本有序运行,服务国家经济高质量发展。建立规范有序市场环境,促进资本和资源投向符合教育规律、真正有利于人的全面发展、符合国家战略需求的优质教育服务领域,遏制逐利行为和功利化行为,将教育消费潜力转化为推动经济高质量发展的持久动力。

第四,应对重大技术革新,把握教育数字化转型主动权。人工智能等技术深刻改变教育培训的内容、方式和人们的消费习惯,个人知识生产者、跨界创作者等纷纷加入服务供给行列,通过短视频、直播、付费专栏、订阅社群等形式提供教育和培训内容。这种“去机构化”的供给模式,既带来市场活力,也对行业规范与治理提出新挑战,亟须从政策、标准、监管等多层面协同推进,引导教育和培训消费在规范中创新、在创新中发展。

医学用途食品、精准营养补充剂、特定人群保健品等细分领域保持着高于行业平均水平的快速增长。

健康消费既是民生关切,也是经济命题。在人口老龄化加速、居民消费升级、大健康产业蓬勃发展的交汇点上,培育壮大健康消费正当其时。唯有准确把握市场趋势,有效回应群众需求,才能让健康消费真正成为扩内需、促转型、惠民生的重要力量。未来,有效培育壮大健康消费,需从供给和需求两端协同发力。

在供给侧,着力破除制约健康服务消费的体制机制障碍。进一步放宽健康服务领域市场准入,鼓励社会资本进入健康养老、健康管理等紧缺领域。完善健康服务标准体系,提升服务质量和规范性。推动医疗健康数据互联互通,为个性化健康管理奠定基础。加快培育具有国际竞争力的健康服务品牌,以高质量供给创造新需求。

在需求侧,多措并举提升居民健康消费能力。稳步提高医疗保障水平,健全多层次健康保障体系。加强健康知识普及,提升居民健康素养和消费判断力。优化健康产品税收政策举措,降低优质服务获得成本。严厉打击健康消费领域虚假宣传,营造安全放心的消费环境。

近年来,随着生活水平稳步提升,居民消费结构从商品消费为主向商品消费和服务消费并重转变,服务消费日益成为经济高质量发展的重要引擎。2020年至2025年居民人均服务性消费支出年均增长8.5%,人均服务性消费支出占居民人均消费支出的比重达46.1%。

提高发展型消费比重对释放服务消费潜力具有重要意义。服务消费中包含大量发展型消费,如教育和培训消费、健康消费等。从供给端看,发展型

教育和培训消费作为重要的发展型消费,发展状况如何,未来的着力点在哪些方面?

同时也要看到,在教培市场扩张的同时,一定程度上存在虚假宣传、缺乏资质、价格欺诈、卷款跑路等行业乱象,侵害了消费者合法权益。为规范发展教育和培训消费,近年来出台了《关于规范校外培训机构发展的意见》《关于规范校外线上培训的实施意见》《全国校外教育培训监管与服务综合平台应用管理办法》等,采取强有力措施,强化预收费监管与风险防范,明确准入标准与分类审批,规范培训行为与内容备案,构建协同监管与执法体系,引导行业自律,培育健康生态,取得显著成效。

当前和今后一个时期,挖掘我国教育和培训消费的新增长点,需立足消费理念、学习主体、消费内容和形式等的新情况新变化。一是消费理念变化。从应试为主,转向追求综合素质、职业能力、身心健康的全面发展和终身发展。二是学习主体变化。从过去以K12教育阶段学生为主,快速扩展到覆盖婴幼儿和老中青的全龄人群,其中职业提升与老年教育成为用户增长最快的板块。三

是消费内容和形式变化。从单一的学科辅导转变为“教育+科技”“教育+产业”“教育+生活”等融合模式,具体表现为人工智能支持的个性化学习、产教融合的订单式培训以及融入社区与家庭场景的泛在学习服务等。作为提高发展型消费比重,释放服务消费潜力的重要一环,规范发展教育和培训消费是一项系统工程。在建设学习型社会的背景下,教育和培训可持续发展的关键在于,要从规模扩张转向对学习者的多元、优质、个性化终身学习需求的积极响应。对于供给方,需在强化政府主体责任的基础上,激活市场机制,进一步规范教育服务供给,健全机构资质、课程、收费等信息公开公示机制,建立教育服务标准与信用评价体系,并加强监管。对于需求方,应倡导终身学习理念,引导理性消费,提升辨别能力和维权意识,树立科学教育观。未来,可从以下方面着力,规范发展教育和培训消费。

第一,锚定教育强国目标,建设高质量教育体系。《教育强国建设规划纲要(2024—2035年)》将统筹推进“双减”和教育教学质量提升作为重点任务,明确要求巩固校外培训治理成果,严控学科类培训,规范非学科类培训。引导教育

## 规范发展教育和培训消费

王春春(中国教育科学研究院职业教育与继续教育研究所副所长):“十五五”规划纲要围绕“提高发展型消费比重”作出部署,提出规范发展教育和培训消费。教育和培训消费包括为获取学历、技能,学习新知识或提升综合素质而支付的教育培训、知识付费课程等费用。这种消费通过投资于人,服务于人力资源的开发和国民素质的提升,是典型的发展型消费,是消费升级的重要体现,也是增强经济发展内生动力的关键基础。

伴随政策引导、技术革新以及社会对人力资本长期价值认知的深化,我国教育和培训市场逐步走向更加规范、更高质量、更可持续的发展阶段,更加着力于服务人的全面发展和终身成长。当前,我国教育和培训消费呈现总量增长、结构分化、受众群体多样化、从阶段性向终身化延伸的特征。一是占比高,增速快。2025年,全国居民人均教育文化娱乐消费支出3489元,同比增长9.4%,占人均消费支出的比重为11.8%,是仅次于食品烟酒、居住和交通通信的第四大消费类别,成为家庭重要支出。二是消费结构日趋多元。尽管K12教育培训依然是最大细分市场,但内部分化明显,传统学科培训收缩,素质教育、能力提升、兴趣培养需求旺

盛,数字教育市场蓬勃发展。三是受众群体从幼儿到老年实现全覆盖。青年群体为提升竞争力付费成为常态,老年群体在线学习参与率大幅提升。

同时也要看到,在教培市场扩张的同时,一定程度上存在虚假宣传、缺乏资质、价格欺诈、卷款跑路等行业乱象,侵害了消费者合法权益。为规范发展教育和培训消费,近年来出台了《关于规范校外培训机构发展的意见》《关于规范校外线上培训的实施意见》《全国校外教育培训监管与服务综合平台应用管理办法》等,采取强有力措施,强化预收费监管与风险防范,明确准入标准与分类审批,规范培训行为与内容备案,构建协同监管与执法体系,引导行业自律,培育健康生态,取得显著成效。

当前和今后一个时期,挖掘我国教育和培训消费的新增长点,需立足消费理念、学习主体、消费内容和形式等的新情况新变化。一是消费理念变化。从应试为主,转向追求综合素质、职业能力、身心健康的全面发展和终身发展。二是学习主体变化。从过去以K12教育阶段学生为主,快速扩展到覆盖婴幼儿和老中青的全龄人群,其中职业提升与老年教育成为用户增长最快的板块。三

## 培育壮大健康消费

当前我国健康消费市场规模不断扩容,如何进一步培育壮大健康消费新增长点?

郝晓宁(国家卫生健康委卫生发展研究中心健康经济与保障研究部副部长、研究员):“十五五”规划纲要围绕“提高发展型消费比重”作出部署,提出培育壮大健康消费。快速发展的健康消费,如体检筛查、运动健身、健康咨询、康复治疗等服务,本质上是居民为提升自身健康进行的投资,呈现出鲜明的“主动性”和“预防性”特征。这类消费不仅满足当下的生活品质需求,更能降低未来的医疗成本,提高劳动生产率,属于典型的人力资本积累行为。按照世界卫生组织的研究,在非传染性健康领域每投入1元,可对应约4:1的社会经济回报率。从“攒钱看病”转向“投资健康”,这一变化是经济发展水平提升的重要标志。

我国健康消费市场已形成“医、康、养”三位一体的综合体系,主要包括非处方药、保健品、个人护理和医学营养品四大领域,相互补充、协同发展,从疾病治疗到日常保健,从预防干预到康复护理,再到美容美体和特殊人群营养支持,构建起覆盖全生命周期的健康管理闭环。当前,我国健康消费市场正处于高速增长与结构升级并行的关键阶段。

中国消费者协会发布的《健康产业消费趋势发展报告》,2024年我国大健康产业总收入规模达到9万亿元。

从消费意愿看,健康消费正从“选择性支出”向“刚性需求”演进。国家统计局数据显示,2025年全国居民人均医疗保健消费支出2573元,较5年前增长近40%,在人均消费支出中的占比稳定在8.7%左右。中国人民银行发布的《2025年第四季度城镇储户问卷调查报告》显示,在未来3个月准备增加支出的项目中,医疗保健以30.8%的选择比例位列第二,仅次于教育。

当前,把培育壮大健康消费摆在更加突出的位置具有重要意义。从需求侧看,居民健康意识不断提高。2025年我国居民健康素养水平达33.69%,持续保持稳步提升态势。越来越多的人开始关注“治未病”,追求健康生活方式,市场需求潜力持续释放。从增长动能看,健康消费具有显著的乘数效应。从上游的原料供应、中游的产品制造到下游的服务提供,每个环节都能创造就业、带动投资。在传统增长动能趋弱、新增长点亟待培育的背景下,健康消费无疑是扩大内需的重要抓手。从政策导向看,健康消费已被明确列为新

型消费的重点培育方向。国家发展改革委印发的《关于恢复和扩大消费的措施》围绕提升健康服务消费作出部署,提出着力增加高质量的中医医疗、养生保健、康复、健康旅游等服务。国务院印发的《关于促进服务消费高质量发展的意见》强调,培育壮大健康体检、咨询、管理等新型服务业态。

展望未来,健康消费的新增长点主要集中在以下领域。一是银发经济带动的养老健康服务。随着我国60岁及以上人口规模持续扩大,老年康复辅具、智能健康监测、居家养老照护等专业服务的需求快速释放。二是数字化赋能的健康管理服务。可穿戴健康设备、远程医疗咨询等数字健康产品日益普及,正在重塑健康服务的供给模式,推动健康服务从“经验驱动”向“数据驱动”转型。三是中医养生与健康旅游的融合创新。中医药在“治未病”、慢性病管理、康复保健等领域具有独特优势,健康旅游则将这一优势与休闲度假相结合,形成新的消费业态,比如各地涌现出的中医药健康旅游基地、康养小镇等项目,正是这一趋势的生动体现。四是精准营养与功能性食品市场的崛起。随着消费者对健康产品认知不断深化,特殊

“十五五”规划纲要围绕释放服务消费潜力作出部署,提出“积极引进国际优质服务资源”。主动扩大优质服务进口,既是以高水平开放促进我国服务业高质量发展的重要内容,也是以服务进口带动本土服务业发展进而释放服务消费潜力的关键举措。

扩大优质服务进口具有重要意义。对生产性服务进口而言,引进研发设计、数字技术、节能环保等领域高端服务,能够为国内制造业数字化、智能化、绿色化转型提供重要支撑。对生活性服务进口而言,可更好满足多样化个性化服务需求,提升生活服务业重点领域发展能级。

近年来,我国经济结构优化升级,居民收入水平持续提升,对引进国际优质服务资源需求持续增加,服务进口连续多年位居世界前列。如,旅行服务进口稳居全球首位。旅行服务是我国服务进口的第一大领域,2025年旅行服务进口2537.8亿美元,占全球比重约14.3%,反映了我国居民出境旅游消费需求的持续释放,也凸显了国内高品质旅行服务供给的结构性短板。又如,知识产权使用费进口位居全球前列。我国是全球知识产权使用费的主要进口大国,知识产权使用费进口是技术进口的重要形式,支撑了我国制造能力和产业链供应链竞争力的提升。再如,运输服务进口增速较快,逆差规模也较大。我国是全球最大的货物贸易国,也是全球最大的运输服务进口国,同时还是第二大运输服务贸易逆差国,反映了运输物流企业在全球网络和供应链管理上仍有较大提升空间。

为更好引进国际优质服务资源,今年2月商务部等部门联合发布新版《鼓励进口服务目录》。这是我国主动扩大进口、推动高质量发展的重要举措。具体来看,新版《鼓励进口服务目录》释放了以下信号。

一是新增两大服务类别,进口服务领域显著拓宽。新增“其他专业服务”和“医疗与健康服务”,并将供应链管理服务纳入鼓励范围,涵盖从原料采购到产品交付的全流程管理,体现了在全球供应链重构背景下的战略考量。

二是将民生服务纳入鼓励范围,顺应消费升级趋势。将重大疾病医疗服务、照护康复和健康促进服务等纳入鼓励服务进口范畴,标志着我国鼓励服务进口从生产性服务向生活性服务延伸,填补了民生领域鼓励优质服务进口的政策空白。

三是聚焦新质生产力,推动绿色低碳发展。新增与低碳相关的研发设计服务和集成电路研发设计服务,重点对数字技术开发服务、技术测试和分析服务等条目进行了优化。

《鼓励进口服务目录》的历次修订展现了中国服务进口从“补缺口”转向“促升级”的发展态势,为全球优质服务提供商创造了更大市场空间。同时也要看到,我国服务进口增长有放缓趋势,尤其在金融、保险等服务领域。这既有外部地缘政治冲突加剧、贸易保护主义抬头的因素,也说明我国高水平对外开放有待进一步持续扩大。未来,需顺应人口结构变化、消费结构升级和产业结构转型趋势,从以下方面着力,积极引进国际优质服务资源。

拓展优质服务进口。今年3月新修订施行的《中华人民共和国对外贸易法》,将跨境服务贸易负面清单管理制度等改革举措上升为法律制度,增强了制度刚性和约束力。应进一步压减跨境服务贸易负面清单,扩大数字领域开放,以服务业为重点放宽市场准入。

发挥《鼓励进口服务目录》政策导向作用。推动各地结合产业基础和消费需求,制定配套实施细则,加大对目录中六大类18项服务进口的扶持力度,运用税收优惠、财政补贴、金融支持等政策工具,降低优质服务进口成本,重点在研发设计、集成电路、绿色低碳等领域形成服务进口的政策合力。

加强服务进口供需对接平台建设。发挥进博会、服贸会等展会平台作用,举办“出口中国”系列活动,不仅支持发展中国家扩大对华货物出口,也支持扩大对华服务出口。依托相关展会平台,扩大医疗健康、照护康复等生活性服务进口的同时,进一步扩大生产性优质服务进口,重点引进研发设计、数字技术、知识产权等领域高端服务,为消费提振与产业升级注入长效动能。

(作者系商务部研究院国际服务贸易研究所所长、研究员)

积极

李俊

