

说数

服务消费广度深度显著拓展

李秋咏

国家统计局数据显示,上半年我国居民人均服务性消费支出占居民消费支出的比重较上年同期继续提高。从“买商品”到“享服务”,居民消费结构发生了明显变化。

服务消费正从随机、偶发的临时需求,转变为固定、周期性的生活安排。消费调查显示,46.0%的受访者已养成固定频次的服务消费习惯,38.7%的受访者在服务消费上的支出有所增加。25%的受访者通过订阅年卡、周期套餐等模式将服务消费转化为贯穿全年的生活支出。

具体来看,消费者在旅游出行、家政保洁、汽车养护等方面已形成稳定的服务消费习惯,健身运动、观影/演出、网络视听/知识付费的占比居前。无论是替代日常家务、安排出行计划,还是丰富精神文化生活,服务消费已由“可选”变为“刚需”,深度融入居民生活的方方面面。

消费者为何越来越愿意为服务买单?有

的受访者视服务消费为“品质生活标配”,有的看重其提供的“情绪价值”,还有很多人认为服务消费是“日常刚需支撑”,能实现“时间效率提升”。答案因人而异,但都展现出人们对物质生活和精神生活更高质量追求。

今年上半年,家政保洁、服装洗护、家电清洗等订单量快速增长,汽车养护类服务增速尤为亮眼,体现出消费者愿意为“省时”和“专业”付费。另外,居家康复理疗订单量同比增长1.8倍,宠物美容服务增长3.5倍;酒景套餐、国内机票、旅游包车成交额同比分别增长322%、170%、161%。服务消费的广度和深度不断拓展,服务供给进一步从“有没有”转向“优不优”。

不同年龄段消费者的服务消费偏好各有侧重。以“00后”为代表的年轻群体,服务消费支出主要为旅游出行、文化娱乐、休闲悦己、情绪/心理服务和知识付费;对于有孩家庭的消费者而言,亲子旅游、子女教育、家政服务支出

位列前三,汽车服务与医疗健康服务也是重要支出项;银发族的服务消费高度集中于医疗健康,其次是旅游出行和营养服务。尽管偏好不同,服务消费已成为各年龄段消费者提升生活质量的重要支撑。

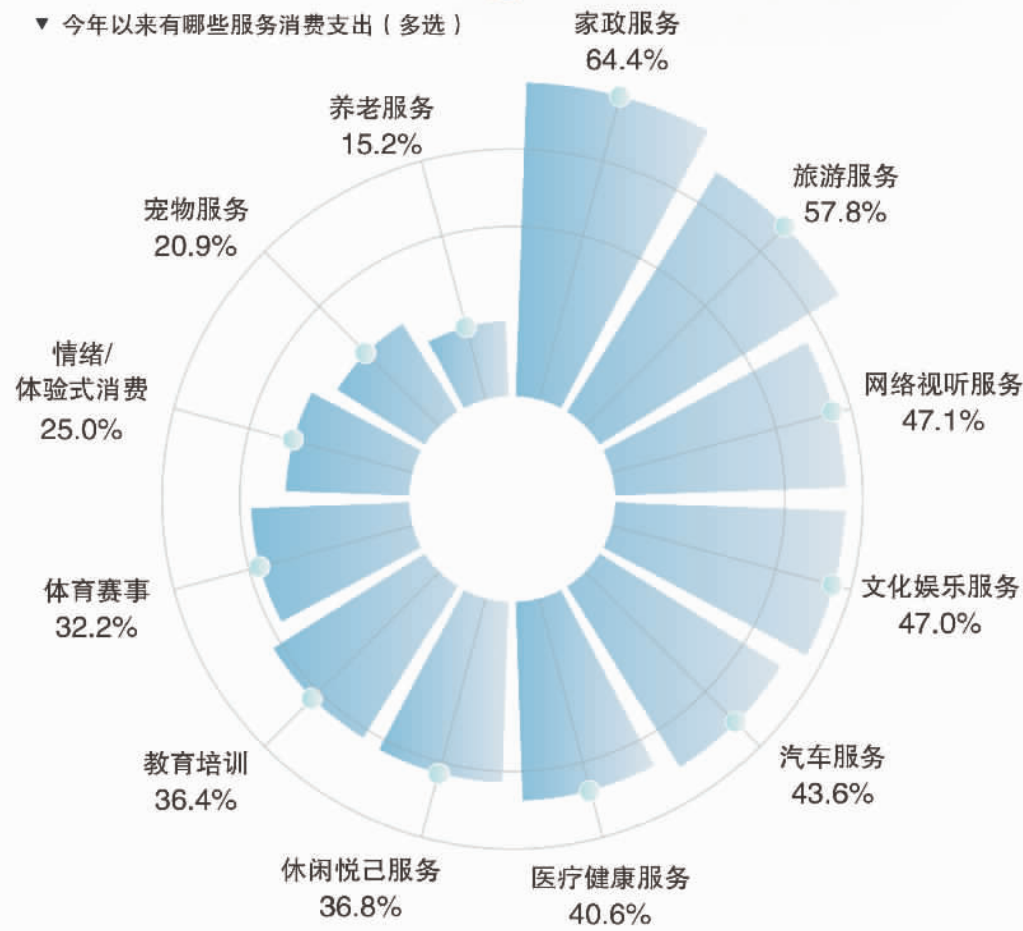
服务消费的即时消耗与体验不可逆等特性,让消费者在决策时会比商品消费更为谨慎。数据显示,消费者选择服务时最关注的五大因素分别是价格透明度、价格与服务品质匹配度、售后保障、服务品质与专业性以及真实评价和口碑;在选择平台方面,“平台监管严格”“正规品牌”和“价格透明、退改政策友好”则是核心考量标准。

服务消费支出占比不断提升,是居民收入增长、消费观念迭代的必然结果。对相关企业来说,谁能提供更透明的价格、更专业的服务和更可靠的保障,谁就能赢得消费者的信赖与长期复购。

在这里读懂中国消费



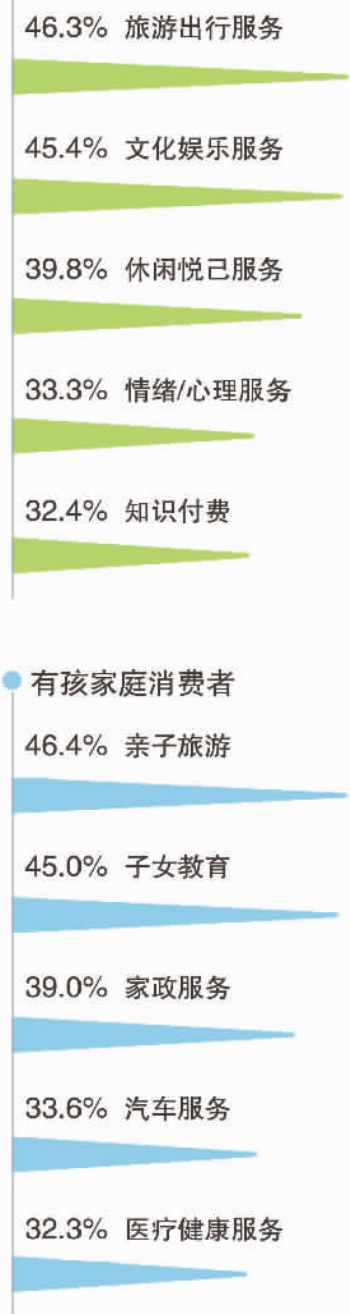
今年以来有哪些服务消费支出(多选)



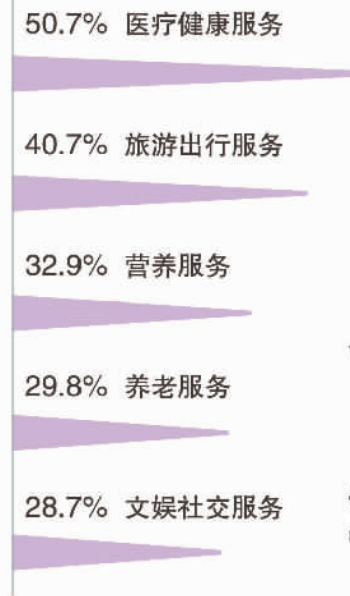
不同年龄段消费者服务消费支出TOP5(多选)

注:本版数据来自于面向全国6000名消费者开展的服务消费专项调研

“00后”消费者



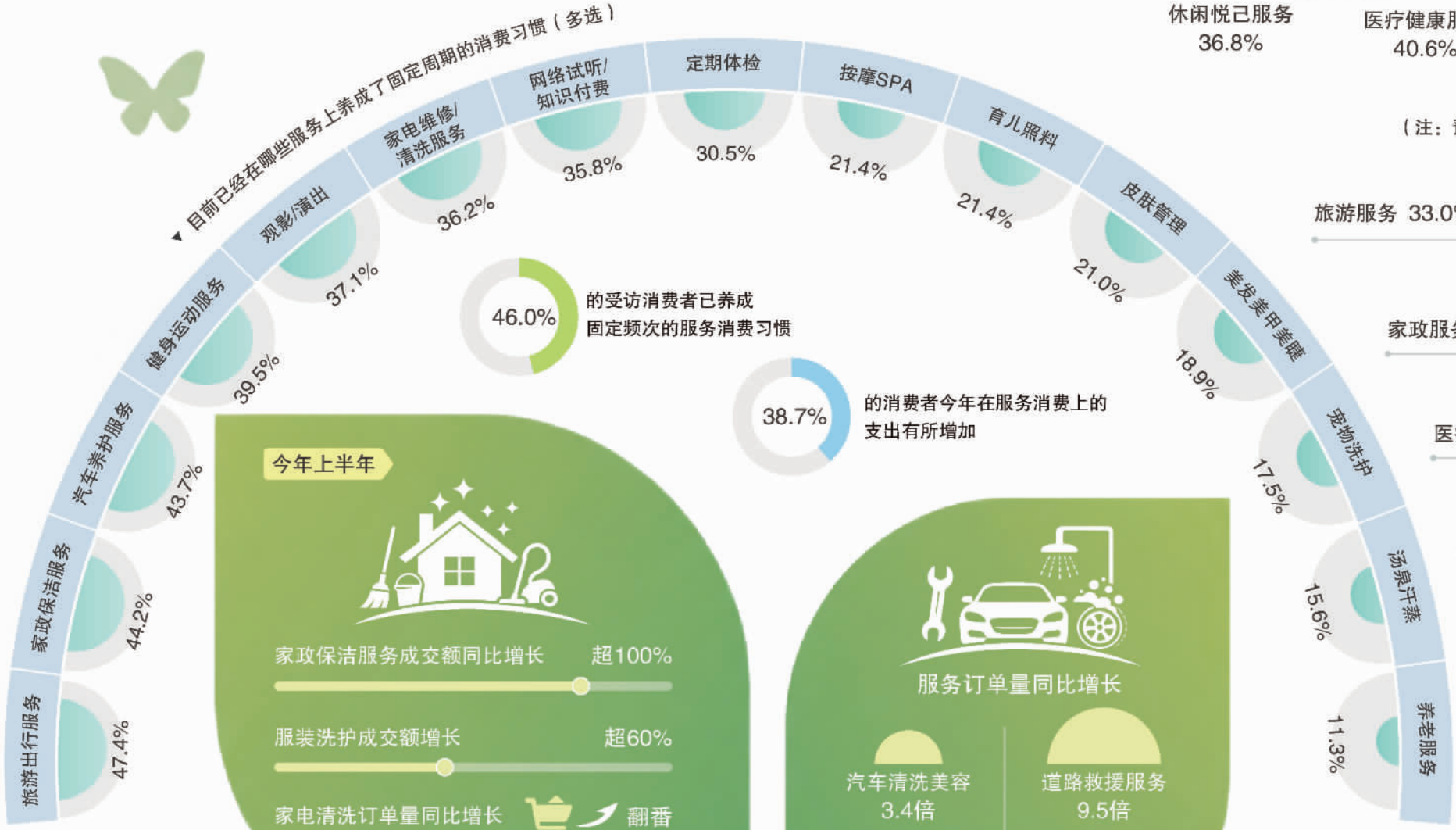
有孩家庭消费者



银发族消费者



目前正在哪些服务上养成了固定周期的消费习惯(多选)



今年上半年



服务订单量同比增长



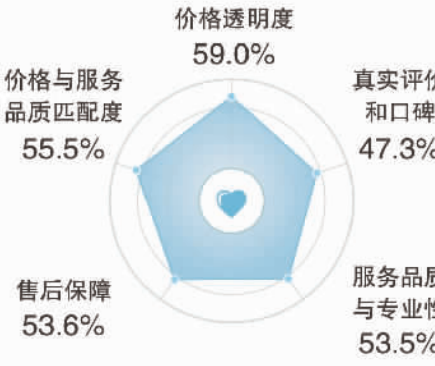
酒景套餐 国内机票 旅游包车



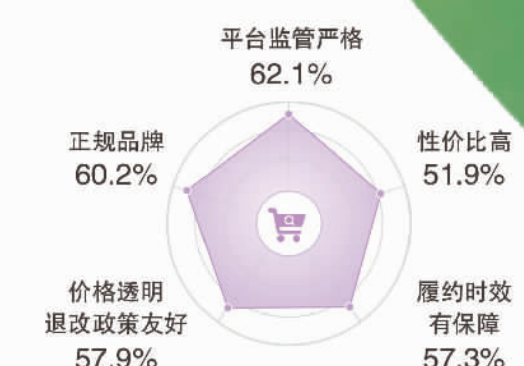
居家康复理疗 宠物美容服务



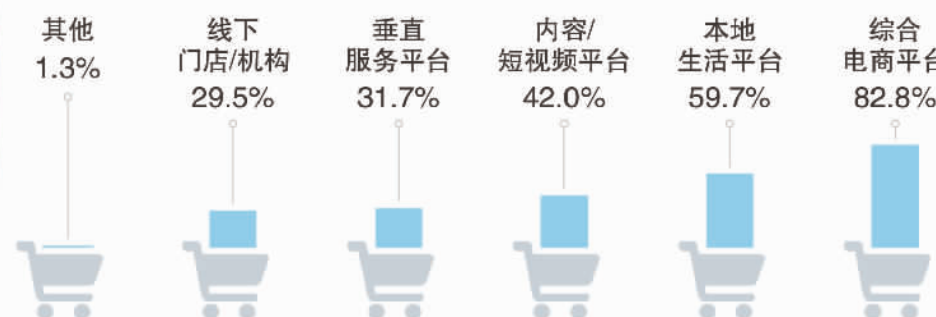
选择服务消费时关注的因素TOP5(多选)



选择服务消费平台时关注的因素TOP5(多选)



通常通过哪些平台预订或购买服务(多选)



更多内容 扫码观看

数据周期: 2026年上半年