



宏观研究

【粤开宏观】如何发展服务消费？中国服务消费的特征事实、制约因素和提振路径

2025 年 06 月 02 日

投资要点

分析师：罗志恒

执业编号：S0300520110001

电话：010-83755580

邮箱：luozhiheng@y kzq.com

近期报告

《【粤开宏观】“十五五”时期中国财政政策展望：财政政策转型的必要性与可能路径》2025-05-27

《【粤开宏观】化债成绩、挑战及建议——基于对 2025 年地方化债部署的分析》2025-05-20

《【粤开宏观】关税冲击的宏观时滞与微观分化——4 月经济数据解读》2025-05-19

《【粤开宏观】中美互降关税：为何要降？还有哪些没解决？未来会如何？》2025-05-12

《【粤开宏观】本轮物价低迷与前两轮有何不同：特征、原因和应对》2025-05-11

摘要

中央经济工作会议明确提出“扩大服务消费”。服务消费是总需求的重要组成部分，也是提振消费的重要着力点；服务业就业吸纳能力强，扩大服务消费是稳增长、稳就业、稳民生的重要抓手。但服务消费不同于商品消费，除了商品消费的共性外，还存在收入弹性更高、供需同步性、耗时性、高度依赖人口聚集等特点。我国服务消费发展面临收入预期不稳、居民闲暇较少、流动人口城市化不足、供给不足等制约因素，有必要采取措施予以破解。本文分析了当前我国服务消费的总现状和主要特征，梳理当前服务消费的主要制约因素，提出提振服务消费的基本路径。

一、服务消费的特点与发展服务消费的意义

不同于商品消费，服务消费的特点主要体现为四个方面：收入弹性高、供需同步性、规模经济和聚集效应明显、难以标准化复制和远距离运输，因此需要：更稳定的收入增长支持、更多闲暇时间、更集中的人口和更家庭化的消费场景、更强的供给能力。

一是服务消费的收入弹性更高、对居民收入变化更为敏感，需要更稳定的收入增长支持。商品到服务是生存型消费到发展型消费的过程，是发展水平和收入水平提高的产物。服务消费的收入弹性系数普遍大于 1，意味着收入增长加快时，服务消费增长会更快；但当收入增速放缓或预期不稳时，服务消费放缓速度会大于收入变化。

二是服务消费具有供需同步性，需要更多闲暇时间，易受休假制度影响。服务消费的供给过程和消费过程往往同步进行，任何时间上的错配都会导致服务价值的丧失。这使得服务消费更加依赖于消费者的闲暇时间。因此，休假制度的完善程度会直接影响服务消费。

三是服务消费的规模经济和聚集效应更突出，更依赖于人口集聚，需要更家庭化的消费场景。人口越集中、城市能级越高，服务消费供给会越充分、质量越高。同时，教育、医疗、养老、文旅等服务消费具有明显的家庭化特征，流动人口如果与家庭分离，其在工作地的服务消费意愿会十分受限。推动流动人口实现家庭随迁，与此同时使人口进一步集聚，对服务消费发展具有重要意义。

四是服务更难实现标准化复制和远距离传输，对供给能力的要求更高。商品生产可以实现标准化、规模化制造，并通过现代物流体系实现远距离配送。但服务的无形性、异质性等特点决定了其难以像商品一样实现完全标准化。这种特性要求各类服务行业有更完善的市场准入和行业规范体系，并对各地区的服务供给能力提出了更高要求。



在我国当前的宏观经济形势和发展阶段下，服务消费的重要性也日益凸显：一是其边际效用递减效应更弱、消费上限更高、吸纳就业能力突出，是稳增长、稳就业、稳民生的重要抓手；二是本地化特征突出，大部分服务消费支出可直接转化为本地的收入和就业，能有力促进区域均衡发展、提高城市活力；三是服务消费的发展有利于满足居民消费结构从商品到服务的升级趋势，有助于人力资本积累、推动社会个体更加平等地参与收入分配，是民生福祉改善的重要支撑；四是高质量的服务消费还能够加速技术扩散，推动知识型经济发展，提升整体经济的创新能力和竞争力。

二、我国服务消费的基本特征事实

从整体趋势和结构分析，我国服务消费呈现如下特征：

第一，服务消费整体稳步增长，但尚未恢复至 2020 年之前的趋势水平。2013 年至 2024 年，居民人均服务性消费从 0.5 万元提升至 1.3 万元，占总消费支出的比重从 39.7% 上升到 46.1%。2020 年居民消费受到了疫情外生冲击后，商品消费韧性较强，在 2021 年就已经恢复到了趋势水平之上。但服务消费在 2020 年受到的冲击更为猛烈，并且到 2024 年也未恢复至趋势水平。

第二，我国当前的服务消费水平相对于发展阶段略显滞后，与发达国家差距明显。40 个经济体的历史数据显示：服务消费占比与经济发展水平呈现明显的正相关关系，我国目前的人均 GDP 水平对应的服务消费占比应超过 50%，而目前的实际水平与之存在 4 个百分点以上的差距。与主要发达国家比较，我国服务消费水平的差距更加显著：2023 年，美国服务消费占比为 66%，日本、法国、英国均接近 60%，德国为 50%，较中国高出 5-20 个百分点不等。

第三，在结构上，住房服务在服务消费中占比最高，改善型服务消费占比有所下降，住宿、养老、金融等服务占比很低。2023 年居住服务（含自住住房服务和租赁房服务）占服务消费比重为 34.6%，虽较 2013 年下降，但仍然在各类消费占比最高。旅馆住宿、社会保护（含养老、慈善救助等）和金融服务在统计上全部归于“其他服务”，但“其他服务”占服务消费比重很低，不足 3%。改善性较强的交通通信、教育文娱消费占比在 2019 年后下降，反映出近年改善性较强的服务消费的增长较为受限。

三、当前制约我国服务消费的主要因素

一是服务消费的收入弹性更高，居民收入预期和增速变化影响更大。本文测算得出，服务性质较强的交通通信、医疗保健、教育文娱消费的收入弹性均大于 1。在收入增长减速时，这些服务消费的下降幅度显著大于收入的变化。2020 年至今，我国居民收入预期的稳定性下降，收入增长偏缓。服务消费因为有着更高的收入弹性，受到拖累更深，恢复进度不及商品消费。

二是社保体系对服务消费的支持有待加强。当前我国社保体系的突出问题是覆盖面仍不足、均等化程度有待提高，这在一定程度上制约了服务消费的发展。尚有约 19% 的城镇就业人员未参与城镇职工社保，城乡居民社保的待遇水平显著低于职工社保。对于保障水平较低的群体而言，他们需要为未来的养老、医疗等支出进行更多的储蓄准备，这必然会压缩当前的消费支出，特别是服务消费支出。

三是劳动者工作时间较长，服务消费潜力有待释放。根据国家统计局数据估算，我国 2023 年企业职工年度工作时间要较 OECD 国家均值高出 48%，较人均 GDP 与我国相当的墨西哥也要高出约 9%。居民闲暇时间相对不足，一



定程度制约了文体娱乐、旅游等服务消费。此外，由于工作时间较长、实际休假时间较短，我国文旅等服务消费往往在春节、国庆等假期“爆发式”集中释放，季节性波动过强。这给交通基础设施和服务供给带来较大压力和挑战。

四是流动人口城市化仍有较大空间，流动人口服务消费受到制约。当前流动人口以家庭为单位的城市化程度不足，流动人口大部分的时间里脱离家庭生活。这种与家庭的分离状态严重制约了流动人口的服务消费意愿，城市流动人口市民化的最终目标，应该是实现流动人口家庭成员随迁至常住地。“家庭整体进城”带来的服务消费增量远超单个劳动力流动的影响，可以构成服务消费增长的重要推动力。

五是部分服务领域存在供给短板，未能充分满足消费需求。例如，养老服务方面，养老床位稳步增长但总体供给量仍显短缺，同时空置率较高，或反映服务质量和可接受度有待提高。旅游住宿方面，也存在公共设施和服务配套不足、服务质量不均衡、服务同质化等短板。文体服务方面，我国人均体育场馆面积大幅低于发达国家。这种差距不仅体现在设施的数量上，也体现在设施的质量和可达性上。

四、提振服务消费的思考及政策建议

提振服务消费需要从需求端的收入保障和供给端的质量提升两个方面同时发力，通过系统性的政策组合，推动服务消费实现高质量发展。

一是需求端刺激消费的政策转向服务消费，推动“以旧换新”政策从商品逐步转向服务。2023年以来，消费品“以旧换新”效果较好，但可能透支了一部分未来的耐用品需求。下一步刺激政策应侧重于收入弹性更高的服务消费，这些消费正是当前拖累整体消费的主要部分，消费券、消费补贴等鼓励消费的手段应注意向服务消费倾斜，以获取更大的政策效果。

二是推动“国资-财政-社保”联动改革，增加国资上缴财政并专项用于提高社保体系建设，提高城乡居民养老金待遇，缩小与城镇职工的差距，降低其预防性储蓄需求、释放服务消费潜力。如果将城乡居民养老金中的月均财政补贴（约180元），提高到城镇职工所享受补贴的70%水平（约560元），则需要的资金规模约8000亿元。可加大国资上缴财政力度再专项补贴城乡居民养老金，提高社保体系均等化水平，降低居民尤其是未参与职工社保居民的预防性储蓄需求，释放服务消费潜力。

三是在落实劳动者权益保护的基础上优化休息休假制度，适当增加下半年的公共假期，增加劳动者闲暇时间，在提振服务消费的同时，平滑服务消费需求释放的节奏。一方面，应进一步落实劳动者权益保护，促进现有周末和法定假期“应休尽休”，完善落实现有加班调休和带薪年假制度。另一方面，可考虑优化法定假期安排、适度增加法定假期。不仅可以直接提振服务消费，还可以有效平滑服务消费波动，缓解资源调度压力。

四是重点解决流动人口子女义务教育问题，加快推进大中城市以家庭为单位的流动人口城市化进程。流动人口能够与家庭成员在工作地团聚，是服务消费提振的重要基础条件。应重点解决流动人口子女义务教育入学问题，并完善住房保障制度。

五是注重发挥公共投资的力量，补齐养老、旅游、文体等领域的服务消费供给短板、提升服务质量。这些服务领域供给存在公共性，社会力量难以独立



承担供给任务，公共投资应发挥引领作用，配合、吸引社会资本进入这些服务供给领域。

六是放开文旅、医疗、教育、养老等服务业市场准入并强化监管，促进优胜劣汰，为消费者提供更好的服务。优化市场准入门槛，激发市场活力。加强服务业标准化建设，建立健全服务质量评价体系。完善消费者权益保护机制，营造安全放心的消费环境。

风险提示：服务消费统计数据偏少可能导致数据分析的准确度有待提高



目 录

一、服务消费的特点与发展服务消费的意义.....	6
二、我国服务消费的基本特征事实.....	7
（一）我国服务消费整体稳步增长，但尚未恢复至 2020 年之前的趋势水平	7
（二）我国当前的服务消费水平相对于发展阶段略显滞后，与发达国家差距明显	9
（三）住房服务在服务消费中占比最高，住宿、养老、金融等服务占比很低，改善型服务消费占比有所下降	10
三、当前制约我国服务消费的主要因素.....	12
（一）服务消费收入弹性更高，居民收入形势转变对其影响更大	12
（二）社保体系对服务消费的支持有待加强.....	13
（三）我国劳动者工作时间较长，服务消费潜力有待释放.....	14
（四）流动人口城市化仍有较大空间，流动人口服务消费受到制约	15
（五）部分服务领域存在供给短板，未能充分满足消费需求	16
四、提振服务消费的思考及政策建议.....	17

图表目录

图表 1： 2024 年第三产业就业人员占全国就业人员的 48.8%.....	7
图表 2： 2024 年居民人均服务性消费占总消费比重达到 46.1%.....	8
图表 3： 商品消费从 2021 年开始就恢复到了趋势水平之上	9
图表 4： 服务消费 2020 年以后持续低于趋势值.....	9
图表 5： 中国（红色点）服务消费略滞后于发展阶段（2013-2023 年数据）	10
图表 6： 中国服务消费占比显著低于发达国家（2023 年）	10
图表 7： 服务消费内部结构及其变化（估算值）	11
图表 8： 2020-2023 年，交通通信、教育文娱服务消费平均增速降幅最为显著	12
图表 9： 服务性质更强的消费类别的收入弹性更高.....	13
图表 10： 2023 年职工社保尚未完全覆盖城镇就业人员	13
图表 11： 城镇职工养老与城乡居民养老待遇差距明显	14
图表 12： 中国劳动者工作时间较长.....	14
图表 13： 流动人口集中在一、二线城市（2022）	15
图表 14： 流动人口与家庭的分离状态体现在教育（2022）	16
图表 15： 我国每千名 65 岁以上老人对应的注册登记的养老床位数低于美国、日本	17



一、服务消费的特点与发展服务消费的意义

服务消费是指消费者为获取各种非物质性、非商品形式的服务所产生的支出。不同于商品消费，服务消费有其显著特点，主要体现为：**需要更稳定的收入增长支持、需要更多闲暇时间、需要更集中的人口和更家庭化的消费场景、需要更强的供给能力。**

第一，从商品消费到服务消费体现了消费升级的规律，服务消费的收入弹性更高、对居民收入变化更为敏感，需要更稳定的收入增长支持。消费是收入的函数，收入是消费最基础的影响因素，但商品消费和服务消费受收入影响的程度不同。当居民收入水平满足了基本物质需求后，消费重心会从商品消费转向改善型特征更为明显的服务消费。服务消费在很大程度上承载着居民对美好生活的向往，如文旅娱乐满足精神享受需求，教育培训满足自我提升需求，医疗保健满足生命质量提升需求。这些服务消费的收入弹性系数普遍大于1（见后文图表9），意味着收入每增长1%，服务消费可能增长1%以上。相应地，当收入增速放缓或预期不稳时，居民往往首先削减的是服务消费支出，服务消费放缓速度会大于收入变化。

第二，服务消费具有供需同步性，需要更多闲暇时间，易受休息休假制度影响。服务消费供给过程和消费过程必须同步进行，这是区别于商品消费的最直接特征。与商品可以先生产后消费不同，服务的生产即消费，消费即生产，任何时间上的错配都会导致服务价值的丧失。这种同步性特征使得服务消费更加依赖于消费者的闲暇时间。现代社会中，居民的服务消费需求往往集中在工作之外的时间，如周末的娱乐消费、假期的旅游消费、下班后的餐饮消费等。因此，休假制度的完善程度直接影响服务消费的释放空间。标准工作时间、带薪休假等现有制度的落实以及法定节假日的合理安排，都是激发服务消费潜力的重要制度保障。

第三，服务消费更依赖于人口集聚，需要更家庭化的消费场景。人口越集中、城市能级越高，服务消费的需求越多元，服务消费供给会越充分、质量越高。一方面，服务业的规模经济效应需要足够的消费人群支撑，高质量的医院、专业的文化休闲场所、优质的家政服务，都需要相当规模的人口基数才能维持运营；另一方面，人口集中的高能级城市往往拥有更完善的基础设施、更丰富的人力资源、更活跃的创新环境，是高质量服务供给的基础。同时，教育、医疗、养老、文旅等服务消费具有明显的家庭化特征，流动人口如果与家庭分离，其在工作地的服务消费意愿会十分受限。所以，推动流动人口实现家庭随迁，使人口进一步集聚，对服务消费发展具有重要的意义。

第四，服务更难实现标准化复制和远距离传输，对供给能力的要求更高。商品生产可以实现高度标准化、规模化制造，并通过现代物流体系实现远距离配送。但服务的无形性、异质性等特点决定了其难以像商品一样实现完全标准化。服务质量取决于服务提供者的专业水平、沟通能力、服务态度等人力资本要素。这种特性要求各类服务行业有更完善的市场准入和行业规范体系，并对各地区的服务供给能力均提出了更高要求：不仅需要充足的服务设施和服务人员，更需要高素质的服务人才队伍。

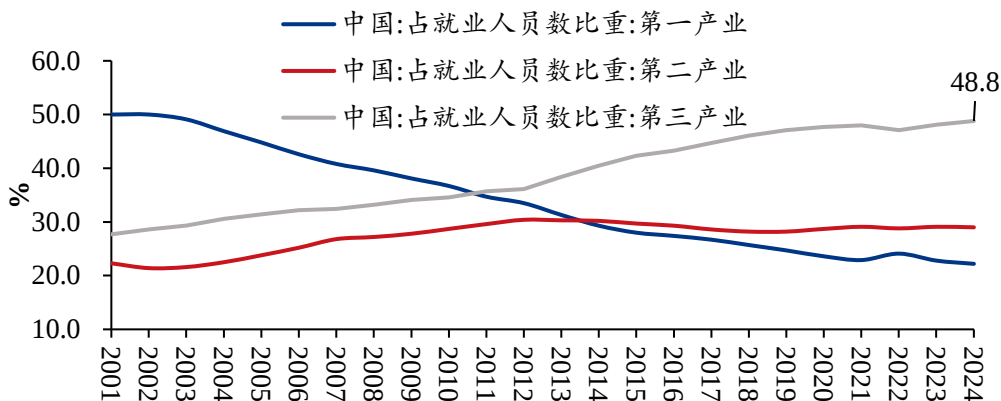
在我国当前的宏观经济形势和发展阶段下，服务消费的重要性日益凸显，主要体现在以下五个层面：

一是服务消费边际效用递减效应更弱、消费上限更高，同时服务业的吸纳就业能力突出，是稳增长、稳就业、稳民生的重要抓手。商品消费多以满足生理和功能性需求为主，边际效用递减速度较快，例如居民不会在短时间内重复购买家电等耐用消费品。而服务消费更强调精神、情感和体验层面的满足，边际递减效应弱，具有持续升级和反复投入的特性。这种结构性的差异，使得服务消费可以成为支撑消费扩容和改善的重要动力源。同时，服务业就业吸纳能力突出，2024年，我国服务业（第三产业）就业人员占



全国就业人员的 48.8%，显著高于第一产业（22.2%）和第二产业（29.0%）。随着人工智能的发展，制造业就业吸纳能力可能走弱。促进服务消费发展对于形成强大国内市场、稳定就业形势、保障民生底线具有重要意义。

图表1：2024 年第三产业就业人员占全国就业人员的 48.8%



资料来源: wind、粤开证券研究院

二是服务消费的本地化特征突出，可以有力促进区域均衡发展、提高城市活力。商品的供需过程分离，生产环节可以集中在特定地区再行销全国。但如前所述，服务消费具有供需同步性，大部分服务消费支出都在本地实现，消费者的支出直接转化为本地的收入和就业，可以形成“消费在哪里，收益就在哪里”的直接效应。这种本地化特征使得服务消费对区域经济具有更强的内生拉动作用，可以增加各地区的城市活力、促进区域间经济平衡。

三是服务消费契合居民美好生活的需要，并且是促进社会公平和人力资本积累的重要途径。服务消费的发展有利于满足居民消费结构从商品到服务的升级趋势，满足人民美好生活需要，直接关系到社会发展质量的提升。优质的教育服务能够提升人力资本存量，增强个体和社会的发展能力；丰富的文化体育服务能够满足精神文化需求，促进全面发展。所以，提高全体居民的服务消费水平，有助于人力资本积累、推动社会个体更加平等地参与收入分配。这是民生福祉改善的重要支撑，也是实现共同富裕目标的重要路径。

四是高质量的服务消费还能够加速技术扩散，推动知识型经济发展，提升整体经济的创新能力和竞争力。在数字文娱、远程医疗、专业咨询、研发设计等领域，服务消费已经成为技术应用和创新的重要载体。与此同时，在研发服务、科技金融、信息服务等领域，高质量服务供给往往直接参与到技术创新链条中，成为推动知识型经济发展的关键力量。通过扩大高质量服务消费，有助于提升全社会的创新能力与竞争力，增强经济增长动能。

二、我国服务消费的基本特征事实

（一）我国服务消费整体稳步增长，但尚未恢复至 2020 年之前的趋势水平

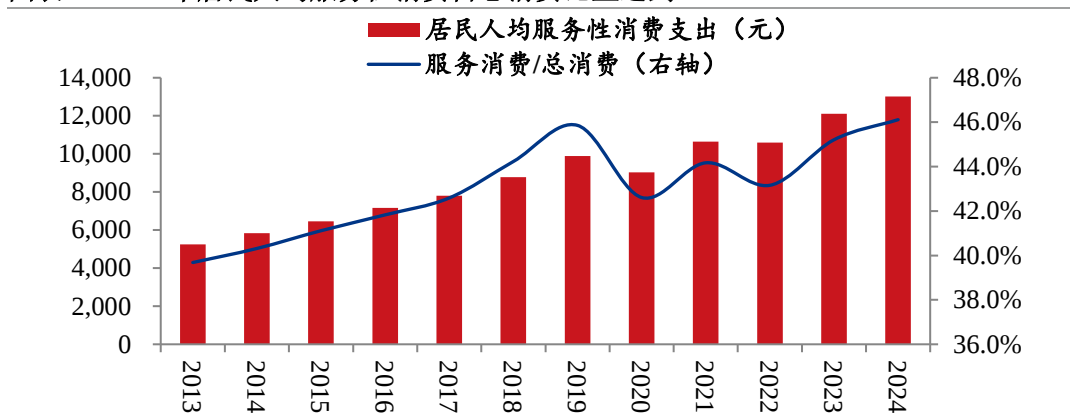
在统计核算中，各经济体一般基于联合国制定的《按目的划分的个人消费分类》



（COICOP）将居民消费分类统计。我国城乡一体化住户调查（始于 2013 年）中包括服务性消费在内的各类消费也基于 COICOP 进行分类，其中服务性消费涵盖餐饮服务、衣着鞋类加工服务、居住服务、家庭服务、交通通信服务、教育文化娱乐服务、医疗服务和其他服务（但未直接完整公布各类服务消费的具体数值）。这一调查数据同时成为我国 GDP 核算和消费者价格指数（CPI）核算的主要基础，本文亦基于住户调查数据分析服务消费现状¹。

从发展趋势来看，我国服务消费整体上稳步增长。2013 年至 2024 年的 12 年间，除 2020、2022 年以外，服务消费规模及其占总消费比重均逐年提高。居民人均服务性消费从 2013 年 0.5 万元提升至 1.3 万元，增长了 1.6 倍；服务消费占总消费支出的比重也从 39.7% 上升到 2024 年的 46.1%，提升了 6.4 个百分点。

图表2：2024 年居民人均服务性消费占总消费比重达到 46.1%



资料来源：wind、粤开证券研究院

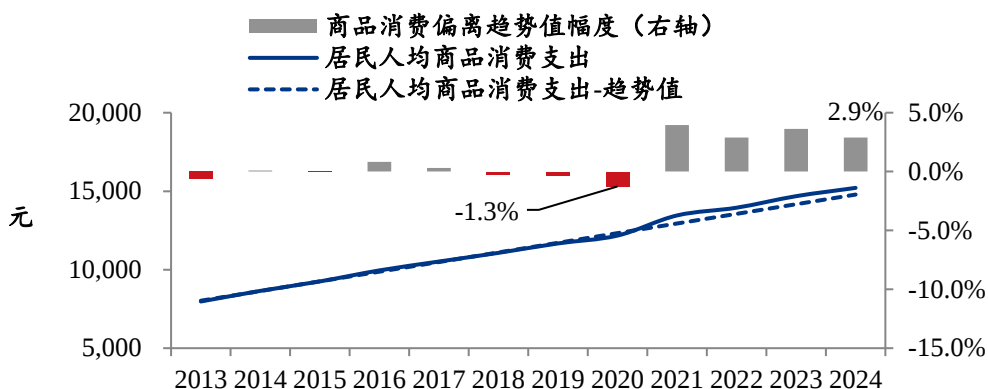
但在 2020 年居民消费受到了较大的外生冲击后，服务消费尚未恢复至 2020 年之前的趋势水平，恢复进度显著慢于商品消费。通过对 2013-2019 年的服务和商品消费值进行 HP 滤波处理得到趋势值，并基于这一趋势值线性外推得到 2020-2024 年的趋势值，可以清晰地观察到两者的差异。

2020-2024 年，商品消费展现出了较强的韧性和更快的恢复速度。2020 年，居民人均商品消费为 1.21 万元，仅较趋势值低了 1.3%，受到的冲击相对较小。更为重要的是，商品消费的恢复速度很快，到 2021 年就已经恢复到了趋势水平之上。2022-2024 年期间，商品消费始终保持在趋势值以上，均较趋势值高约 3 个百分点，显示出良好的发展态势。

¹ 服务消费的另一个统计数据来源是：支出法 GDP 居民消费支出中的“货物/服务消费占比数”。该数据自 2018 年开始发布，但 2022 年已停止发布（这里的服务消费占比超过 50%）。为避免口径混淆，国家统计局明确建议，如对服务消费数据有研究需求，应查询住户调查中的居民人均服务性消费支出。见：https://www.stats.gov.cn/hd/lyzx/zxgk/202407/t20240719_1955732.html。



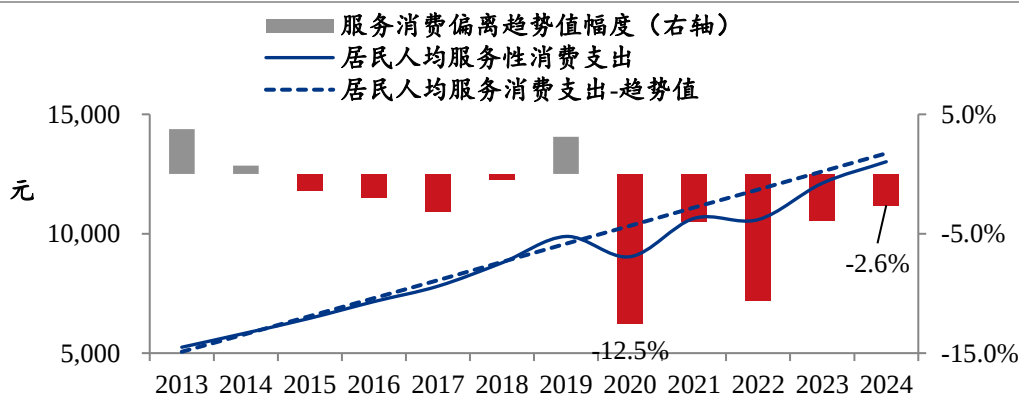
图表3：商品消费从 2021 年开始就恢复到了趋势水平之上



资料来源：wind、粤开证券研究院

服务消费在 2020 年受到的冲击更为猛烈，并且经过 4 年尚未恢复至趋势水平。2020 年，居民人均服务消费为 0.9 万元，较趋势值低了 12.5%，受到的冲击较商品消费更为猛烈。经过 4 年时间，服务消费仍未能恢复到趋势水平。截至 2024 年，服务消费仍较趋势值低 2.6 个百分点，恢复进度明显滞后。这种差异不仅反映了服务消费相对商品消费的脆弱性，也凸显了当前提振服务消费的必要性和重要性。

图表4：服务消费 2020 年以后持续低于趋势值



资料来源：wind、粤开证券研究院

（二）我国当前的服务消费水平相对于发展阶段略显滞后，与发达国家差距明显

我国服务消费规模不断扩大、占总消费比例整体提高，但从国际历史比较来看：我国目前的服务消费水平较之我国的国民收入水平和发展阶段而言略显滞后，尚有充足的提升空间。基于 OECD 数据库中约 40 个经济体 2013-2023 年的服务消费占比和人均 GDP（购买力平价后）数据，可以发现：

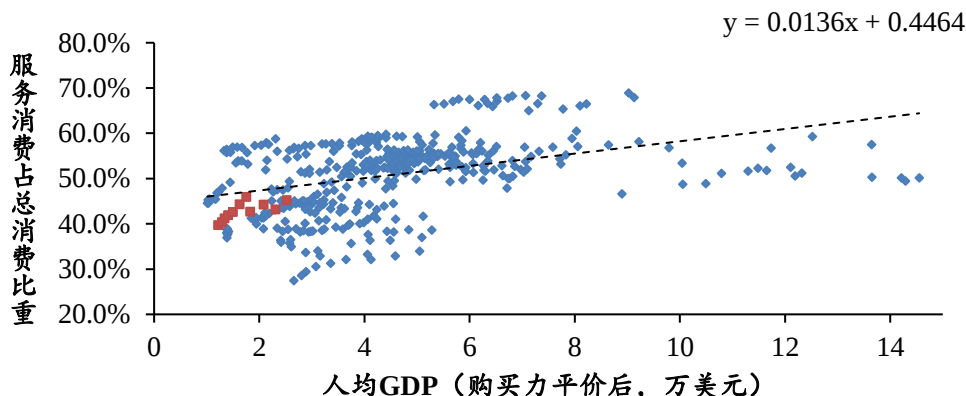
第一，服务消费占比与经济发展水平呈现明显的正相关关系。40 个经济体 2013-2023 年的样本数据显示，人均 GDP 每提高 1 万美元，服务消费占总消费比重约可提高 1.4 个百分点。

第二，我国当前的服务消费水平滞后于当前的发展阶段。按照 40 个经济体发展的历史数据推算，以我国目前的人均 GDP 水平（购买力平价后），对应的服务消费占比应超



过 50%，而目前的实际水平与之相比存在约 4 个百分点的差距。

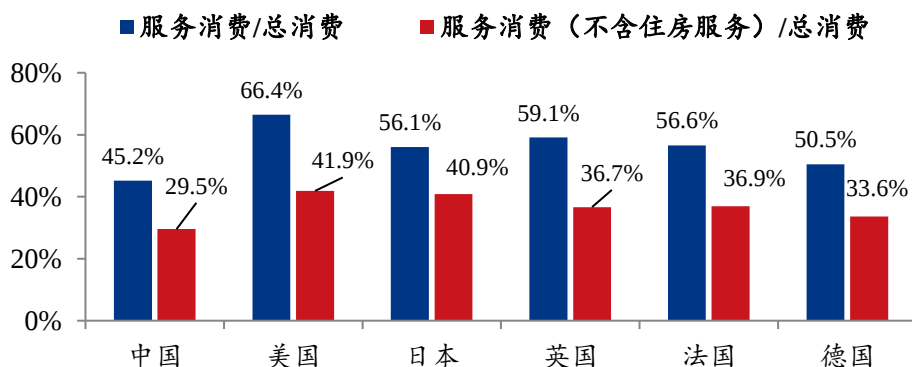
图表5：中国（红色点）服务消费略滞后于发展阶段（2013-2023 年数据）



资料来源：wind、OECD、粤开证券研究院

第三，与主要发达国家比较，我国服务消费水平的差距更加显著。2023 年，美国服务消费占比为 66%，日本、法国、英国均接近 60%，德国为 50%，较中国高出 5-20 个百分点不等。鉴于住房服务消费给居民带来的相对“痛感”，如果剔除住房消费，2023 年我国住房以外的其他服务消费占总消费的比重为 29.5%。这一比例仍较美国、日本低 10 个百分点左右，较英国、法国、德国低 4-7 个百分点左右。

图表6：中国服务消费占比显著低于发达国家（2023 年）



资料来源：wind、OECD、粤开证券研究院

（三）住房服务在服务消费中占比最高，住宿、养老、金融等服务占比很低，改善型服务消费占比有所下降

由于住户调查数据并未直接公布完整的服务消费分项数据，我们结合住户调查公布的季度“居民人均消费支出”和年度“居民人均现金消费支出”数据，尽可能详尽地对服务性消费的结构做了估算²，结果显示：2023 年，住房服务在服务消费中占比 34.6%，

² （1）居民消费支出包括居民现金消费支出和虚拟消费支出，现金消费支出指直接以货币形式购买的货物和服务的消费支出，国家统计局住户调查每年度都会公布居民现金消费支出分项（更新至 2023 年）。虚拟消费支出主要是单位以实物报酬及实物转移的形式提供给劳动者的货物和服务，以及居民自有住房折算租金。每季度公布的“居民人均消费支出”是居民现金消费和虚拟消费的合计值，但该数据并未将服务消费的细项拆分公布；年度公布的现金消费支出则公布了服务消费的更多细项情况。

（2）根据公开数据，对服务消费做如下估算处理：住房服务消费=租赁住房现金消费支出+自有住房折算租金=租赁住房现金消费支出+（居住类总消费-居住类现金消费）；医疗服务消费=医疗保健总消费-医疗器具及药品现金消费；忽略餐饮服务、家庭服务和其他服务的虚拟消费（数值很小），将这三类服务的消费支出直接等同于现金消费；由于任何数据来源都不能拆分交通通信类和教育文娱类消费的商品



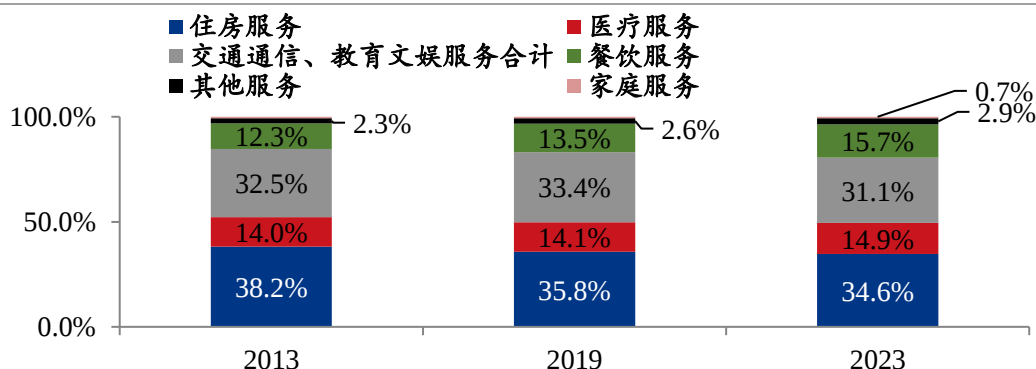
交通通信、教育文娱服务消费合计占比 31.1%，餐饮、医疗、其他服务和家庭服务占比分别为 15.7%、14.9%、2.9%和 0.7%。服务消费的内部结构及其变化有如下要点：

第一，居住是居民的基础性需求，长期以来住房服务都是服务消费中占比最高的单项服务，但其比值整体呈下降趋势。2023 年，居住服务占服务消费比重为 34.6%，虽较 2013 年下降了 3.6 个百分点，但仍然在各类消费中占比最高。居住服务占比趋势性下降，一方面是因为住房以外的其他服务消费不断增加，另一方面可能也受到了近年房地产市场下行的影响。

不过值得注意的是，我国住房自有率较高（超 70%），居民通过自有房为自身提供的居住服务是住房服务消费的主体，自有住房的服务价值要通过核算自有房的折算租金体现。但 2024 年之前住户调查数据，主要是通过自有住房的建造成本核算自住房租金，一定程度上低估了自有住房的服务价值。如果采用国际上更为广泛采用的自有住房折算租金核算方法（更多体现自住房的市场价值），我国居住服务消费将会有显著提高，住房服务消费占比会更高、住房以外的服务消费占比会更低。

第二，餐饮服务占比增幅较高，医疗服务占比略有提升，包含旅馆住宿、养老、金融服务在内的“其他服务”占比不足 3%，家庭服务占比极低。餐饮服务消费指居民在家庭以外的餐馆等服务场所支付的饮食支出，其占服务消费比重在 2023 年达到 15.7%，较 2019 年、2013 年分别提高了 2.2 个和 3.4 个百分点。医疗服务 2023 年占比为 14.9%，较 2019 年小幅提升了 0.8 个百分点。“其他服务”则包括了旅馆住宿、美容美发、社会保护（含养老、慈善救助等）和金融服务，涵盖范围很广但占比却只有 2.9%。家庭服务主要为保姆、保洁等家政服务，占比极低，2023 年只有 0.7%。

图表7：服务消费内部结构及其变化（估算值）



资料来源：wind、粤开证券研究院

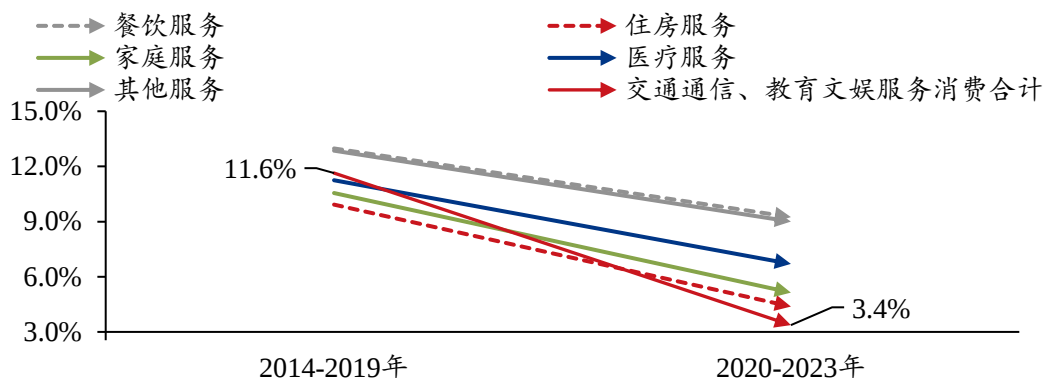
第三，改善性较强的交通通信、教育文娱消费占比在 2019 年后下降，增速降幅最大。根据估算，2023 年交通通信、教育文娱服务合计（数据有限，未能进一步拆分）占总消费的比重为 31.1%，较 2019 年下降了 2.3 个百分点，亦较 10 年前的 2013 年低 1.4 个百分点。这反映出 2019 年以后，改善性、享受性较强的服务消费的增长较为有限。

比较各类服务消费的增速变化也可见：交通通信、教育文娱服务在 2019 年之后的增速降幅最大。2019 年之后，各类服务消费的增长速度都出现下降。其中交通通信、教育文娱服务 2020-2023 年的平均增速只有 3.4%，较 2014-2019 年期间的平均增速下降了 8.2 个百分点，在各类服务消费中降幅最大。餐饮服务降幅最低（3.7 个百分点），住房、医疗、家庭和其他服务的降幅分别为 5.5、4.5、5.4 和 3.9 个百分点。

和服务性质，则计算交通通信、教育文娱服务消费合计=居民整体服务性消费支出-（饮食、居住、医疗、家庭、其他服务消费合计）。



图表8：2020-2023 年，交通通信、教育文娱服务消费平均增速降幅最为显著



资料来源：wind、粤开证券研究院

三、当前制约我国服务消费的主要因素

（一）服务消费收入弹性更高，居民收入形势转变对其影响更大

消费是收入的函数，同时，不同种类消费间的收入弹性存在区别。我们计算了八大类消费需求的收入弹性，发现服务性质较强的消费类别的收入弹性更高，这可以解释为什么 2020 年以后服务消费的恢复进度远不及商品消费。

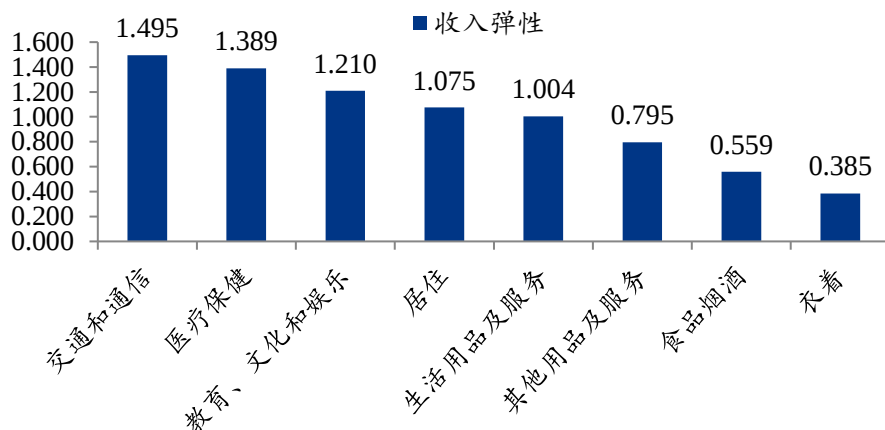
由于 2020 年以后的居民消费和收入数据受到的扰动较大，这里用 2020 年之前的数据计算各类消费需求的收入弹性为：2014-2019 年每年的实际消费支出增速和每年居民人均可支配收入的实际增速相除后的均值。其中实际消费支出根据各类消费 CPI 增速缩减后得到，收入实际增速由整体 CPI 增速缩减得到。

计算结果显示：服务性质较强的交通通信、医疗保健、教育文娱消费的收入弹性均大于 1。说明在收入增速提高时，服务消费的增长会超越收入的增长；在收入增长减速时，这些服务消费也会呈现比收入形势本身更为显著的下降幅度。相反，主要体现为商品性消费的食品烟酒、衣着类消费的收入弹性均小于 1，这说明这些消费相对收入变动的较为刚性，在收入形势变动中受到的影响会相对服务消费更小。

2020 年至今，我国宏观经济运行接连受到公共卫生事件、房地产市场持续下行的冲击，居民收入预期稳定性有所减弱，收入增长受到一定制约。在这一背景下，服务消费因为有着更高的收入弹性，受到拖累更深，恢复进度不及商品消费。



图表9：服务性质更强的消费类别的收入弹性更高



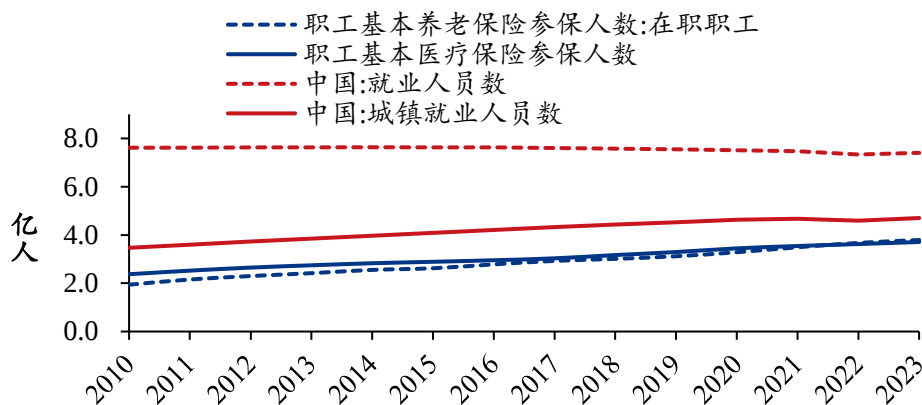
资料来源：wind、粤开证券研究院

（二）社保体系对服务消费的支持有待加强

健全的社会保障体系是稳定收入预期、提振服务消费的重要基础，同时，强大的社保体系还会通过医疗、养老等领域的公共支付直接增加服务消费。当前我国社保体系的突出问题是覆盖面不足、均等化程度仍有待提高，制约了服务消费的发展。

城镇职工社保体系对就业人员的覆盖仍不够全面。2023 年人社部数据显示，我国就业人员总数为 7.4 亿人、城镇就业人员 4.7 亿元，但参加职工基本养老保险的在职人员为 3.8 亿人。因此，截至 2023 年，尚有约 0.9 亿城镇就业人员未参与职工社保，占城镇就业人员约 19%。

图表10：2023 年职工社保尚未完全覆盖城镇就业人员

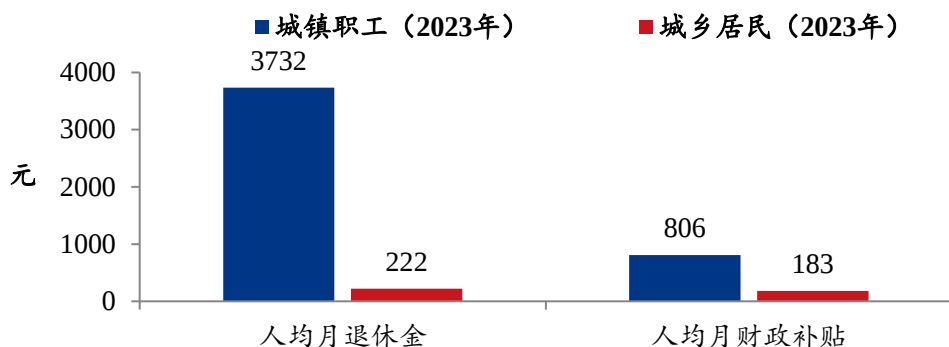


资料来源：wind、人社部、粤开证券研究院

虽然未参加职工养老和医疗保险的就业人员，基本上都参加了城乡居民养老和医疗保险，但两者之间的保障程度存在巨大差异。按公开数据估算，2023 年参加城镇职工基本养老保险的退休人员月均养老待遇约为 3700 元，而城乡居民基本养老保险领取人员的月均养老待遇只有 222 元，前者是后者的接近 17 倍。



图表11：城镇职工养老与城乡居民养老待遇差距明显



资料来源：wind、人社部、财政部、粤开证券研究院

造成这种差距的原因是多方面的。一方面，城乡居民养老保险的缴费水平确实较低，职工基本养老保险还有企业缴费作为补充；另一方面，两类保险享受的财政补贴水平也存在显著差异。2023年，退休职工人均养老金中的财政补贴达到806元，而城乡居民只有183元，前者是后者的4.4倍。

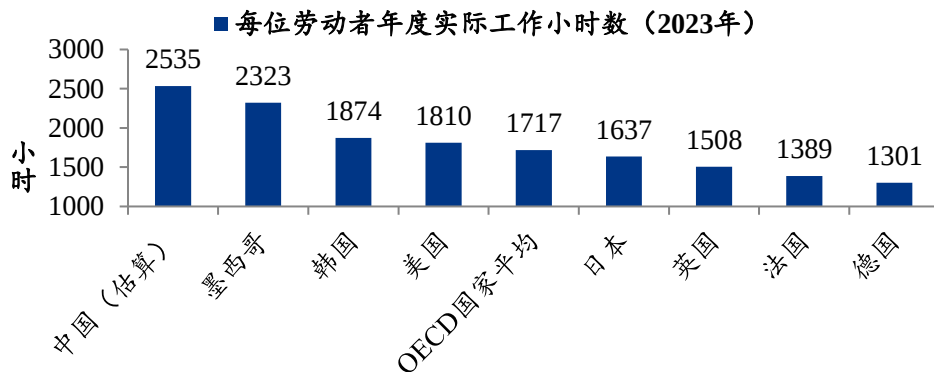
社保体系均等化程度不高，不仅直接影响了不同群体的消费能力，还通过影响收入预期间接制约了服务消费的发展。保障水平较低的群体需要为未来的养老、医疗等支出进行更多的储蓄准备，首先被压缩的就会是服务消费。

（三）我国劳动者工作时间较长，服务消费潜力有待释放

服务消费的供给过程和消费过程同步进行，时间属性更强，受节假日和工作制度影响显著。我国尚处于发展阶段，劳动者工作时间较长、实际休假时间较短，一定程度上制约了服务消费的潜力。

根据国家统计局数据，我国2023年企业就业人员周均工作时间48.6小时（12个月平均值），折算年度工作时间约2535小时³，大幅高于OECD国家均值（1717小时），也高于人均GDP与中国处于同等水平的墨西哥（2323小时）。即我国劳动者平均较墨西哥多工作约200个小时，若按8小时工作制计算，我国劳动者较墨西哥每年少休息超20天。居民闲暇时间相对不足，一定程度制约了文体娱乐、旅游等服务消费。

图表12：中国劳动者工作时间较长



资料来源：wind、OECD、粤开证券研究院

³ 为与国际数据比较（OECD发布的是年度工作时长），估算2023年我国企业职工年度平均工作时长=2023年企业就业人员周平均工作时间的月度均值*2023年周数。



此外，由于工作时间较长、实际休假时间较短，我国文旅等服务消费往往在春节、国庆等假期“爆发式”地集中释放，季节性波动过强。这给交通基础设施和服务供给带来较大压力和挑战，如果可以优化休假制度，或许可以平滑服务消费需求释放节奏，提高服务消费供给效率。

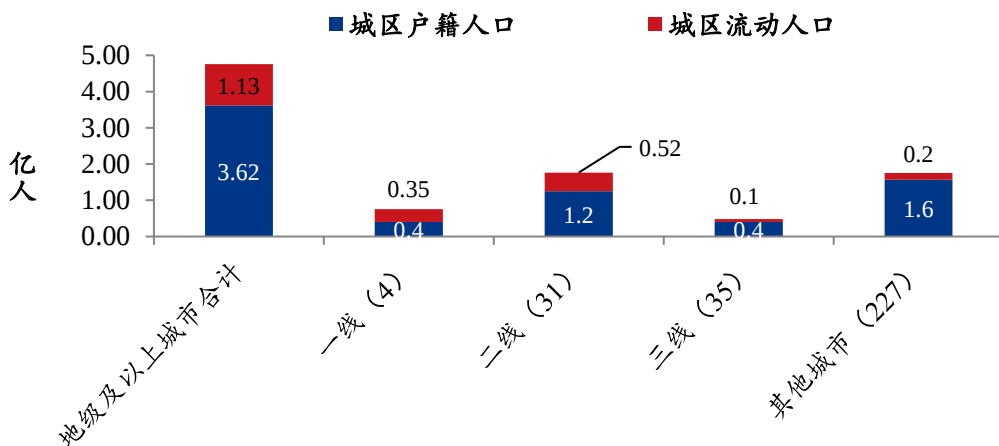
（四）流动人口城市化仍有较大空间，流动人口服务消费受到制约

如前所述，服务消费需要人口集聚，且家庭化特征明显。只有在人口密度较高的地区，服务消费才会更有效率，规模经济效应才能充分发挥；并且，许多服务消费以家庭为单位进行的频次可能更高，如教育、旅游等服务。

当前流动人口以家庭为单位的城市化程度不足，是制约服务消费发展的重要结构性因素。根据估算，目前我国真正意义上的流动人口是地级以上城市的 1.1 亿流动人口⁴，且集中在一、二线城市⁵。

近年来，多数城市在加快取消或放松落户限制，城区 300 万人口以下城市的落户限制已经基本取消（70 个大中城市以外的城市基本属于此列）。城市流动人口基本集中在 70 个大中城市尤其是一二线城市。2022 年，70 个大中城市的城区常住人口约 3 亿人，城区城镇户籍人口 2.05 亿人，即 70 个大中城市的城区流动人口合计近 1 亿，占 297 个地级以上城市流动人口的近 85%。其中，北京、上海、广州、深圳 4 个一线城市的城区流动人口约为 3500 万人，31 个二线城市城区流动人口约为 5200 万人。一、二线城市合计近 8700 万流动人口，是目前流动人口市民化的难点。

图表13：流动人口集中在一、二线城市（2022）



资料来源：wind、《中国城市建设统计年鉴》、粤开证券研究院

这些流动人口大部分的时间里脱离家庭生活，面临的基本困境是：工作地虽然是常住地，但家庭成员并不在常住地，一家人分散在多个地区生活。这种分离状态最直接的

⁴ 在很多语境中，流动人口市民化常被等同于农民工的市民化，但二者依然存在一定差异。2023 年，我国农民工总量 3 亿人，指的是在本地从事非农产业或到外地从业（包括从事农业）的农村户籍人口；外出农民工 1.8 亿人，指的是在户籍所在乡镇以外工作的农民工。即使是外出农民工，其定义也是很宽泛的，其中很多外出农民工并非是因为户籍政策限制才成为农民工：例如，保留原农村户籍但到相邻乡镇或者县城工作居民，虽然是统计意义上的外出农民工，但这些居民在当前政策下转换成非农户籍的阻力很小，保留农村户籍并不是政策限制的结果。

衡量流动人口市民化对应的人口规模，更合适的指标是地级以上城市城区的流动人口（城区常住人口减去城区城镇户籍人口）。根据《中国城市建设统计年鉴》，2022 年地级以上城市城区常住人口合计 4.75 亿，城区城镇户籍人口 3.62 亿，流动人口 1.13 亿。这 1.1 亿城区流动人口既包括部分农民工，也包括在户籍所在地以外的城市工作的城镇户籍人口。

⁵ 国家统计局房地产价格统计中的 70 个大中城市及一二三线城市划分。

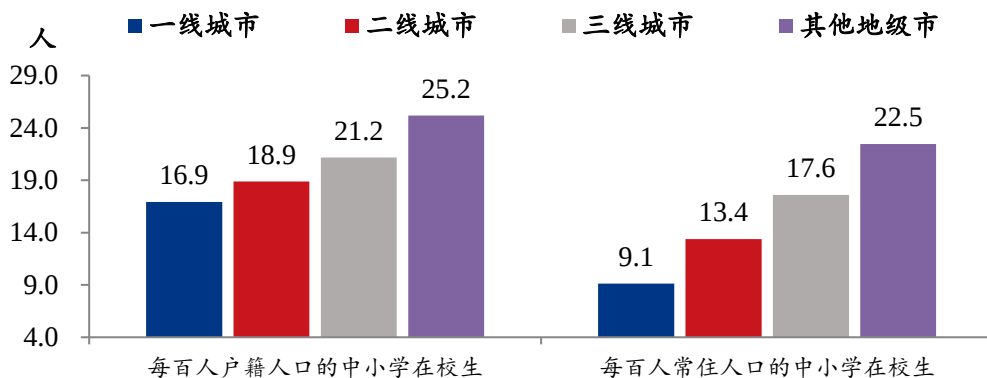


数据体现来自义务教育领域（图表 14）：因城市的义务教育常与户籍挂钩，流动人口的子女不随迁、上学困难。

2022 年，一、二、三线城市以外的其他地级市（落户限制基本已经取消）每百名户籍人口中的中小學生数为 25.2 人（在校中小學生数/户籍人口），是同口径一线城市数值的 1.5 倍、二线城市的 1.3 倍。因为各类城市的户籍人口基本都可以顺利在当地入学，所以这一数据差异不来自户籍因素，可能是由于一、二线城市生育率较低。

但如果我们比较不同城市每百名常住人口中的中小學生数（在校中小學生数/常住人口），可见其他地级市数值为 22.5 人，是同口径一线城市数值的 2.5 倍和 1.8 倍，差距明显扩大。这种显著的差距显然不能由生育率的差异完全解释，反映的是：**流动人口子女因为户籍限制入学较难，一、二线城市常住人口中流动人口比例更高，所以一、二线城市每百名常住人口中的中小學生数，会更加显著地低于其他城市。**

图表14：流动人口与家庭的分离状态体现在教育（2022）



资料来源：wind、《中国城市建设统计年鉴》、粤开证券研究院

这种与家庭的分离状态严重制约了流动人口的服务消费需求，城市流动人口市民化的最终目标，应该是实现流动人口家庭成员随迁至常住地，在常住地无障碍地享受入学教育、医疗卫生、基本公共服务等各项权利。例如，由于家庭成员不在身边，流动人口对本地教育服务的需求较低；由于缺乏稳定的家庭生活环境，对家政服务、社区服务的需求也相对有限。只有当流动人口能够以家庭形式在城市中稳定居住时，他们对各类服务消费的需求才会显著增加，这不仅包括基本的生活服务，还包括教育、医疗、文化、娱乐等各个方面的服务需求。

更重要的是，随着流动人口在城市落户、家庭单位完整城市化，其服务消费需求可能会出现显著跃升。这种“家庭整体进城”带来的服务消费增量远超单个劳动力流动的影响，可以构成服务消费增长的重要推动力，也能为城市服务业发展带来巨大机遇。

（五）部分服务领域存在供给短板，未能充分满足消费需求

我国在部分服务领域存在较为明显的供给不足，制约了服务消费潜力的释放。

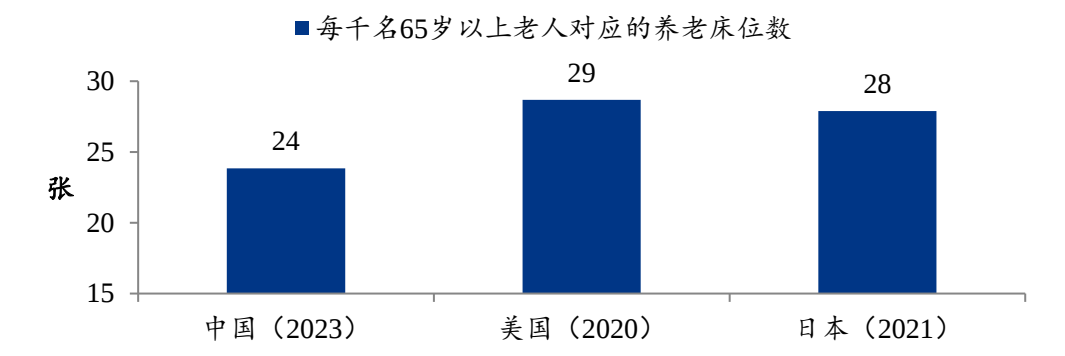
养老服务方面，养老床位稳步增长但总体供给量仍显短缺，同时空置率较高，或反映服务质量和可接受度有待提高。据民政部数据，2023 年我国注册登记的养老机构床位数达到 517 万张，同年 65 岁以上老人为 2.2 亿人，每千名 65 岁以上老人对应的床位数为 24 张。而据美国国家卫生统计中心数据，美国 2020 年取得执照的养老床位数为 160 万张，每千名 65 岁以上老人对应的床位数为 29 张；日本 2021 年纳入长期护理保险体系



的照护机构床位数约 101 万张，每千名 65 岁以上老人对应的床位约 28 张。在人口老龄化趋势中，我国养老床位总体供给量仍略显短缺。

同时，我国养老床位空置率较高：根据民政部数据，2020 年我国入住养老院的老人 为 214.6 万人，意味着养老床位使用率只有 50% 左右。养老需求不断增长与养老床位空 置率并存，一方面是因为我国传统家庭习惯仍以居家养老为主。另一方面，也反映了养 老服务的供给质量可能存在较大提升空间。养老床位仅是满足养老需求的基础性物质条 件，养老机构的配套医疗、照护服务也更加关键。

图表15：我国每千名 65 岁以上老人对应的注册登记的养老床位数低于美国、日本



资料来源：中国民政部、美国国家卫生统计中心、日本厚生劳务省，粤开证券研究院

旅游住宿方面，也存在公共设施和服务配套不足、服务质量不均衡、服务同质化等 短板。如前所述，旅游住宿与养老、照护、金融等服务在统计上都被归入“其他服务”， 但 2023 年居民人均“其他服务”现金消费仅 357 元，占服务消费比重不足 3%。部分中 小城市、乡村旅游点交通接驳不畅，数字化设施、无障碍设施建设滞后，影响游客体验。 旅游、住宿业标准化服务体系有待完善，个性化、精细化服务能力不足。高品质度假产 品、文化体验产品、康养旅游产品等细分市场供给相对薄弱，同质化竞争激烈，难以匹 配消费升级需求。

文体娱乐方面，以体育设施为例，我国人均体育场馆面积 2022 年只有 2.6 平方米， 美国、日本分别为 19、16 平方米，差距明显。这种差距不仅体现在设施的数量上，也体 现在设施的质量和可达性上。体育设施的不足直接制约了居民参与体育活动的便利性， 从而影响了体育服务消费的发展。

四、提振服务消费的思考及政策建议

提振服务消费需要从需求端的收入保障和供给端的质量提升两个方面同时发力，通 过系统性的政策组合，推动服务消费实现高质量发展。

第一，需求端刺激消费的政策转向服务消费，推动“以旧换新”政策从商品补贴逐 步转向服务消费补贴。2023 年以来，财政政策积极支持消费品“以旧换新”，家电等消 费品消费获得了较好支持。但考虑到目前政策支持的耐用消费品使用周期较长，可能已 经透支了一部分未来的耐用品需求。下一步继续提振消费，应侧重于收入弹性更高的服 务消费，这些消费正是当前拖累整体消费的主要部分，消费券、消费补贴等鼓励消费的 手段应注意向服务消费倾斜，以获取更大的政策效果。

第二，推动“国资-财政-社保”联动改革，增加国资上缴财政并专项用于提高社保 体系建设，提高城乡居民养老金待遇，缩小与城镇职工的差距，降低其预防性储蓄需求、 释放服务消费潜力。当前城镇职工与城乡居民养老待遇差距较大，虽有缴费因素，但二



者的财政补贴力度也有差别。应着力缩小两类社保参保人员的财政补贴差距，如果将城乡居民养老金中的月均财政补贴（约 180 元），提高到城镇职工所享受补贴的 70% 水平（约 560 元），则需要的资金规模约 8000 亿元。可加大国资上缴财政力度再专项补贴城乡居民养老金，提高社保体系均等化水平，降低居民尤其是未参与职工社保居民的预防性储蓄需求，释放服务消费潜力。

第三，在落实劳动者权益保护的基础上优化休息休假制度，适当增加下半年的公共假期，增加劳动者闲暇时间，在提振服务消费的同时，平滑服务消费需求释放的节奏。一方面，应进一步落实劳动者权益保护，促进现有周末和法定假期“应休尽休”，完善落实现有加班调休和带薪年假制度。另一方面，可考虑优化法定假期安排、适度增加法定假期。这不仅可以直接提振服务消费，还可以有效平滑服务消费波动，缓解资源调度压力、提升行业整体效率。

第四，重点解决流动人口子女义务教育问题，加快推进大中城市以家庭为单位的流动人口城市化进程。流动人口能够与家庭成员在工作地团聚，是服务消费提振的重要基础条件。应重点解决流动人口子女义务教育入学问题，推进教育资源均等化配置。完善住房保障制度，为流动人口提供更多保障性租赁住房。通过促进流动人口的真正城市化，释放其教育、医疗、文化娱乐等方面的服务消费需求。

第五，注重发挥公共投资的力量，补齐服务消费供给短板、提升服务质量。应顺应人口形势变化，增加优质养老床位供给，重点发展护理型床位；推进医养结合，提升养老机构医疗服务能力；加强养老护理员队伍建设，提高专业化水平；发展智慧养老，运用信息技术提升服务效率。同时，应大幅增加人均体育场馆面积，完善全民健身设施网络；加强公共文化设施建设，丰富文化服务内容；增加优质教育资源供给，推进教育均等化；增加优质医疗资源供给，提高医疗服务可及性。**这些服务领域供给存在公共性，社会力量难以独立承担供给任务，公共投资应发挥引领作用，配合、吸引社会资本进入这些服务供给领域。**

第六，优化服务消费和服务业发展的政策环境，放开文旅、医疗、养老、教育等服务业市场准入并强化监管，促进优胜劣汰，为消费者提供更好的服务。应完善养老、医疗等服务领域准入政策，优化市场准入门槛，激发市场活力。加强服务业标准化建设，建立健全服务质量评价体系。完善消费者权益保护机制，营造安全放心的消费环境。



分析师简介

罗志恒，2020 年 11 月加入粤开证券，现任总裁助理，兼首席经济学家、研究院院长，证书编号：S0300520110001。

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，在执业过程中恪守独立诚信、勤勉尽职、谨慎客观、公平公正的原则，独立、客观地出具本报告，结论不受任何第三方的授意或影响。本报告反映了本人的研究观点，不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接接收到任何形式的报酬。

与公司有关的信息披露

粤开证券具备证券投资咨询业务资格，经营证券业务许可证编号：10485001。

本公司在知晓范围内履行披露义务。

股票投资评级说明

投资评级分为股票投资评级和行业投资评级。

股票投资评级标准

报告发布日后的 12 个月内公司股价的涨跌幅度相对同期沪深 300 指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为：

买入：相对大盘涨幅大于 10%；

增持：相对大盘涨幅在 5%~10%之间；

持有：相对大盘涨幅在-5%~5%之间；

减持：相对大盘涨幅小于-5%。

行业投资评级标准

报告发布日后的 12 个月内行业股票指数的涨跌幅度相对同期沪深 300 指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为：

增持：我们预计未来报告期内，行业整体回报高于基准指数 5%以上；

中性：我们预计未来报告期内，行业整体回报介于基准指数-5%与 5%之间；

减持：我们预计未来报告期内，行业整体回报低于基准指数 5%以下。



免责声明

本报告由粤开证券股份有限公司（以下简称“本公司”）向专业投资者客户及风险承受能力为稳健型、积极型、激进型的普通投资者客户（以下统称客户）提供。若您并非上述类型的投资者，请取消阅读，请勿收藏、接收或使用本研究报告中的任何信息。公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告基于本公司认为可靠的公开信息和资料，但本公司不保证信息的准确性和完整性，亦不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。本公司可随时更改报告中的内容、意见和预测，且并不承诺提供任何有关变更的通知。本公司力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，不构成所述证券的买卖出价或询价，在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。

本公司在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。本公司可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为作出投资决策的唯一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向专业人士咨询并谨慎决策。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。如征得本公司同意进行引用、刊发的，须在允许的范围内使用，并注明出处为“粤开证券研究”，且不得对本报告进行任何有悖意愿的引用、删节和修改。如因侵权行为给本公司造成任何直接或间接的损失，本公司保留追究一切法律责任的权利。本公司并不对其他网站和各类媒体转载、摘编的本公司报告负责。合法取得本报告的途径为本公司网站及本公司授权的渠道，非通过以上渠道获得的报告均为非法，本公司不承担任何法律责任。

投资者应自主作出投资决策并自行承担投资风险，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

联系我们

广州市黄埔区科学大道 60 号开发区控股中心 19、22、23 层

北京市西城区广安门外大街 377 号

网址：www.ykzq.com