

挖掘潜力 扩能提质——当前我国服务业发展综述

服务业作为国民经济的第一大产业，已深深融入百姓幸福生活，并为经济高质量发展提供坚实支撑。

“推动新兴产业和未来产业集群式发展，积极发展生产性服务业，支持传统产业改造升级”“大力发展生活性服务业，提高公共服务水平，牢牢兜住民生底线”……习近平总书记高度重视服务业发展，着眼经济发展大势，为服务业发展指明方向。

当前，我国服务业发展势头强劲、潜力巨大。政策暖风下，各地顺应百姓生活新需求、产业变革新趋势，加快构建优质高效的服务业新体系，服务业高质量发展的新画卷正徐徐铺展。

蓬勃发展 前景可期

2025年，我国服务业交出一份亮眼成绩单：增加值首次突破80万亿元，占GDP比重达57.7%；服务业对国民经济增长的贡献率高达61.4%，比上年上升3.7个百分点，连续11年占据国民经济的半壁江山。

“服务”提升的幸福感越来越浓，生活性服务业点燃美好生活。

随着居民收入提高和人口结构变化，人们对服务的需求正从“有没有”转向“好不好”，带动旅游、文化、体育、健康、养老、教育等生活性服务业加速发展。

今年前2个月，我国服务零售额同比增长5.6%，明显快于商品零售增速。2025年，我国服务消费占城乡居民人均消费支出46.1%，成为扩内需的重要引擎。

从细分行业来看，2025年，我国批发和零售业增加值145808亿元，比上年增长5.0%；交通运输、仓储和邮政业增加值62092亿元，增长5.2%；住宿和餐饮业增加值26403亿元，增长4.9%。

“服务”蕴含的生产力加速释放，生产性服务业赋能千行百业。

研发设计、供应链管理、检验检测、现代物流……步入经济高质量发展阶段，

科技创新持续驱动服务业优化升级，现代服务业与先进制造业加速深度融合，不断催生各类新业态新模式。

2025年，信息传输、软件和信息技术服务业增加值70599亿元，比上年增长11.1%；租赁和商务服务业增加值63666亿元，增长10.3%。

“服务”催生的新职业层出不穷，吸纳就业能力持续增强。

带货主播、外卖小哥、网约车司机、数据分析师……近年来，伴随服务业兴起的新职业已融入老百姓日常生活。2025年，服务业就业人员占比在50%左右，吸纳就业的主渠道作用突出。

当前，我国经济结构正处于向服务型演进的关键阶段。国家发展改革委预测，“十五五”时期，服务业规模将突破100万亿元。

扩能提质 激活潜能

服务业规模持续扩大的同时，扩能提质成为当务之急。

热门演出一票难求、专业服务人才仍有缺口、公共服务业仍存在短板……我国服务业在快速发展的同时，仍面临供给结构不优、高端服务供给不足等问题。

“痛点”的背后是巨大的市场潜力与机遇。

“不论从国际比较来看，还是从发展趋势来看，我国服务业发展的能级、质效都还不够高，还有很大的潜力可挖。”国务院研究室主任沈丹阳此前表示。

今年政府工作报告首提“扩能提质服务业”，明确“发展金融、信息技术、现代物流、知识产权、检验检测等生产性服务业”“促进生活性服务业高品质、多样化、便利化发展”。

“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。

推进生产性服务业向专业化和价值链

高端延伸——

位于北京石景山的人形机器人数据训练中心内，100多名员工在训练师、数据录入审核、机器人运维等岗位上相互配合，让机器人在反复训练中变得更聪明。

机构预测，仅软件和信息服务业，未来五年年均增速有望达12%左右；人工智能应用服务市场规模有望达8000亿元以上。

工信部等深入推动服务型制造创新发展，人社部等启动人力资源服务业与制造业融合发展试点；广东加快推进科技金融深度融合助力科技型企业创新发展，上海临港出台全国首个产业园区生产性服务指引清单……从中央到地方，我国正加快探索服务业赋能新质生产力发展的具体路径。

促进生活性服务业高品质、多样化、便利化发展——

眼下，各地加快建设“一刻钟便民生活圈”，让百姓在家门口就能享受养老、托育、餐饮等优质服务。研究显示，社区服务产业已形成10万亿级规模的消费市场。

社区嵌入式养老机构，普惠性托育机构加速布局；智慧家政、沉浸式体验等新场景加速渗透；“村字号”群众文体活动火热出圈，农文体旅商融合持续升温……各地顺应人口结构之变、城镇化进程带来的新需求，深挖银发群体等服务细分市场，不断激活服务消费，带动服务业提质升级。

据初步估计，到2030年，我国城乡居民人均服务型消费水平将突破1.8万元大关，服务型消费占比有望达到55%—60%。

国办近期印发工作方案加快培育服务消费新增长点，推动交通、家政、网络视听、演出、体育赛事等服务领域相关行业发展提速。

改革开放 力促破冰

当前，从中央到地方，正深化服务业

体制机制改革，以营商环境之“优”促服务业发展之“进”。

修订市场准入负面清单，放宽养老、医疗等多个领域准入限制；进一步促进民间投资，清理不合理的服务业经营主体准入限制；全国50个城市正开展消费新业态新模式新场景试点建设，首批86亿元财政支持资金已拨付……一系列政策密集部署实施，以真金白银支持服务业发展。

北京演出娱乐审批权力下放，民宿、餐饮行业“一业一证”改革相继在邯郸试点落地，合肥推动海陆空空间无人体系建设……不少地方以服务业为抓手抓改革、优环境，锻造经济新动能。

服务业扩能提质，既要向内挖潜，也要向外借力。

如今，入境游客从“看风景”到“买产品、购服务、享体验”转变，激活巨大市场增量。2025年，中国入境游客人次超1.5亿，花费超1300亿美元。旅行服务已成为中国服务贸易第一大领域，进出口规模占服务贸易总额的比重超过1/4。

放眼全球，中国美食飘香海外、中国游戏圈粉海外、中国电商链动全球……当前，我国服务贸易规模持续扩大，稳居全球第二位。

通过高水平对外开放扩大优质服务进出口，是推动服务业扩能提质、擦亮中国服务品牌的另一关键着力点。

持续缩减外资准入限制措施，推动电信、互联网、教育、文化、医疗等领域有序扩大开放；连年举办服贸会、数贸会等重大展会，推动服务贸易创新发展；服务业扩大开放综合试点扩围至20个，覆盖东、中、西、东北地区……

我国正以服务业为重点扩大高水平对外开放，吸引优质服务深耕中国，助力中国服务“扬帆出海”，与世界各国共享服务业发展机遇。

乘势而上，服务业正迎来发展的春天。（据新华社记者/谢希瑶、王聿昊、黄铭铭）

从田间地头到世界餐桌：中国“土特产”何以圈粉全球

在山东省济宁市金乡县盛隆贸易有限公司的车间内，工人们正忙着将一袋袋蒜头分拣、装箱。这批近70吨的优质大蒜即将搭乘远洋货轮，奔赴欧洲市场。

“这些大蒜可是不愁销路的‘金疙瘩’！”公司总经理王稳说，今年以来，公司出口了约1万吨大蒜，主要销往荷兰、迪拜等国家，出口量较去年同期增长近8%。

金乡县是中国乃至世界大蒜的集散中心、加工中心、出口中心，常年种植大蒜60万亩，培育大蒜相关自主进出口企业900余家，跨境电商经营主体80余家，产品出口170多个国家和地区，年加工出口总量占全国的70%以上。

金乡大蒜的出海故事，是中国“土特产”走向世界的缩影。

从山东临朐的鹅肝成为法国市民餐桌上的新宠，到广西永福的沃柑清甜飘香东南亚市场；从四川达州的香椿装进加拿大消费者的餐盘，到浙江仙居的杨梅远销中东——越来越多中国农产品走出田间地

头，凭借独特风味与过硬品质，在全球市场“圈粉无数”，让世界共享“中国味道”。

2026年中央一号文件提出，促进农产品贸易和生产相协调，推进农产品进口多元化，支持扩大优势特色农产品出口。相关数据显示，2025年中国农产品出口额达1041.6亿美元，连续两年超1000亿美元，农产品出口市场覆盖227个国家和地区，较上年增加8个。

从田间地头到世界餐桌，中国“土特产”香飘世界的背后，是产品品质的提升。

在“中国柠檬之乡”四川资阳安岳县，一颗颗色泽金黄、饱满圆润的柠檬，经过严格筛选封装后，运往菲律宾、泰国、越南等30多个国家和地区。“能在国际市场站稳脚跟，靠的就是实打实的品质。”当地种植户说。

为筑牢品质根基，当地深化与四川省农科院、西南大学柑桔研究所等科研院所的合作，建立起全链条质量安全可追溯体系，严格规范种植、采收、贮藏

等各个环节。

2026年中央一号文件提出，推进农产品精深加工，培育农业精品品牌，促进全产业链开发。在技术培育、设施改善的多重驱动下，中国农产品出口正实现从“卖原料”到“卖产品”、从“重数量”到“重质量”的跨越。

在金乡县，当地携手中国农业科学院等60家高校院所，研发出8个大蒜新品种，其中“金蒜5号”较传统品种增产19.39%。同时，当地吸引70余家国内外知名企业落地，年加工大蒜300万吨以上，一颗普通大蒜经过精深加工，可“变身”为大蒜素胶囊、蒜氨酸口服液等百余款产品，附加值大幅提升。

农产品出海，既要靠品质，也要靠品牌与渠道。“十五五”规划纲要明确提出，统筹发展科技农业、绿色农业、质量农业、品牌农业，把农业建成现代化大产业。

如今，依托农业国际贸易高质量发展基地，中国多地加大对区域公用品牌

和龙头企业的扶持力度，推动“土特产”出海从初级产品贸易，向品牌价值链高端延伸。

为打开国际市场，福建安溪制定严格的茶园生产标准，助力茶企拿到了欧盟有机、美国NOP、日本JAS等多项国际认证，出口单价高出普通茶30%—50%，安溪茶叶的品牌影响力持续攀升。安溪铁观音先后被联合国粮农组织与教科文组织认定为“全球重要农业文化遗产”和“人类非物质文化遗产”，还被纳入中欧地理标志协定首批保护名录。

当前，中国正以全方位、多维度的渠道布局，为农产品出海保驾护航。多地海关开通鲜活农食产品出口“绿色通道”，实行“7×24”小时预约通关服务，大幅缩短通关时间，保障农产品新鲜直达。同时，积极组织企业参与国际展会，搭建海外合作桥梁，让更多中国“土特产”走出国门、走向世界。

（据新华社记者/孙晓辉、高天、张昕怡）