

[DOI] 10.19653/j.cnki.dbejdxsb.2026.02.005

[引用格式] 刘慧, 王磊, 王柯佳. 投资于驱动服务消费扩容提质: 机理、困境与进路[J]. 东北财经大学学报, 2026(2): 49-60.

投资于驱动服务消费扩容提质: 机理、困境与进路

刘慧¹, 王磊², 王柯佳¹

(1. 中国社会科学院大学 应用经济学院, 北京 102488; 2. 广州商学院 管理学院, 广东 广州 511363)

摘要: 随着中国经济发展阶段发生变化, 单纯依靠刺激商品消费已难以适应扩大内需的现实需要。服务消费扩大具有显著的长期性和结构性特征, 其扩容提质受居民收入结构、预期稳定性与公共服务供给水平的制约。教育、公共医疗、养老、托育、文化娱乐、体育等服务既是服务消费的重要组成部分, 也是投资于人的核心载体。对人的投资不仅直接改善民生, 更通过提升人力资本质量、提高健康水平和稳定收入与预期, 持续释放服务消费的新需求, 为消费升级提供内生动力。为此, 有必要从扩大内需的战略高度出发, 通过将投资于人纳入扩大服务消费的中长期战略, 优化公共服务供给结构、培育创意人才、高水平开放、提升服务消费空间品质, 系统性推动服务消费扩容提质。

关键词: 投资于人; 服务消费; 扩容提质

中图分类号: F719 **文献标志码:** A **文章编号:** 1008-4096(2026)02-0049-12

一、引言

2025年《政府工作报告》提出, 推动更多资金资源投资于人、服务于民生, 支持扩大就业、促进居民增收减负、加强消费激励, 形成经济发展和民生改善的良性循环^[1]。党的二十届四中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》提出, 坚持扩大内需这个战略基点, 坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合, 以新需求引领新供给, 以新供给创造新需求, 促进消费和投资、供给和需求良性互动, 增强国内大循环内生动力和可靠性^[2]。2025年12月召开的中央经济工作会议强调, 必须坚持投资于物和投资于人紧密结合。这些部署表明, 投资于人已成为统筹扩大内需、优化供给结构和增强经济内生动力的关键制度抓手。从终端需求结构看, 中国消费发展的主要差距集中在居民消费端, 政府消费支出占国内生产

收稿日期: 2026-02-05

基金项目: 中国社会科学院大学创新工程项目“低空消费的制约因素、培育机制与对策研究”(X20260213)

作者简介: 刘慧(1984-), 女, 陕西榆林人, 副教授, 博士, 主要从事消费经济研究。E-mail: 305145855@qq.com

王磊(通讯作者)(1981-), 男, 安徽宿州人, 副教授, 博士, 主要从事供应链和区域经济研究。E-mail: 13811220781@139.com

王柯佳(2002-), 女, 河南安阳人, 硕士研究生, 主要从事消费经济研究。E-mail: wkjhen@163.com

总值(GDP)的比重与主要发达经济体平均水平差距不大。由此可见,居民消费不振是困扰中国经济高质量发展的现实问题^[3]。从消费结构看,尽管中国服务消费支出占居民最终消费支出的比重已有明显提升,但与主要发达经济体相比仍存在显著差距,因而中国消费领域的主要缺口集中在服务消费^[4]。商品消费在耐用品普及和市场高度饱和后,对消费增长的边际贡献显著递减,而服务消费因其与人口结构、生活方式和人力资本高度相关,已成为推动消费持续扩张的关键领域。在迈向共同富裕和高质量发展的新阶段,居民消费需求正由以物质满足为主,转向更加注重健康、教育、文化娱乐和情感体验的综合性需求。随着收入水平提高、数字技术普及和生活节奏变化,消费形态呈现更加明显的便利化、智能化、社交化和体验化特征,居民对医疗健康、教育培训、文旅休闲、体育健身、养老托育、家庭服务和数字服务等领域的需求持续加速增长。这类以“美好生活”为导向的新型服务消费既是居民福祉的重要体现,又是投资于人政策能转化为扩大内需的关键载体。

中国消费品已经达到2.30亿种,形成了全球规模最大、品类最丰富的消费品市场,传统“以数量扩容”为主的商品消费发展模式难以持续^[5]。在超大规模市场条件下,消费者需求从“有没有”转向“好不好、优不优、体验强不强”。在这一背景下,破解服务消费不足的根源性约束,并有效对接居民对“美好生活”的消费需求,关键在于通过投资于人重塑服务消费的供给基础和制度环境。区别于商品消费,服务消费的无形性、异质性、不可分性和易逝性等特点决定了其增长取决于消费环境和消费体验^[6]。因此,单纯依靠商品供给扩张或价格刺激难以有效带动服务消费持续增长,必须通过提升人力资本质量、优化公共服务供给结构和改善消费场景,从供给与制度层面为高品质服务消费创造条件。鉴于此,有必要进一步对投资于人与扩大服务消费的关系进行系统性的研究:投资于人与扩大服务消费之间的内在机制是什么?当前,制约服务消费扩大的制度性约束与结构性瓶颈主要体现在哪些方面?投资于人应在哪些关键环节实现精准发力与协同推进?回答这些问题,有助于从供给与制度层面探索以“人”为中心的服务消费扩大路径,为实现服务消费扩容提质和内需结构优化提供理论依据和政策支撑。

二、理论分析框架与作用机制

(一) 基于飞轮效应的理论分析框架:投资于人如何持续扩大服务消费

“飞轮”是指系统在持续、小幅且方向一致的推动下,初期推进缓慢,但随着动能不断累积,后期将呈现加速增长态势,进而形成自我强化、自我放大、自我循环的正反馈运行机制。这一机制强调过程的长期性、运行的自主性和效能的持续提升^[7]。基于飞轮效应,投资于人通过人力资本投资与基于“人”的普惠性公共服务完善两大路径为服务消费注入初始动能,进而形成“消费能力提升—服务消费升级—服务结构优化—就业收入改善”的自我强化循环,实现服务消费扩容提质,最终有效扩大内需。投资于人既包括直接提升个体能力的人力资本投资,也包括围绕人的需求配置公共服务资源的制度性投入。人力资本主要对应教育、健康和职业技能培训等方面的投入,其作用重点在于提高个体的知识水平、改善身体状况和提升劳动技能,为个体参与更高质量的经济活动和服务消费提供能力保障。人力资本在作用机制中承担着“能力储备”的功能,是后续服务消费升级和就业收入改善的重要前提。基于“人”的普惠性公共服务投入主要包括公共医疗、养老、公共文化和社会保障等领域的投入,这类投入并不直接体现为生产能力的提升,而是通过改善生活条件和降低未来不确定性,稳定居民预期,为人力资本转化为消费行为创造制度环境^[8-9]。

投资于人并不直接转化为即时消费, 而是通过优化个体的知识结构、夯实身体素质和提升风险承受能力, 推动居民消费能力在更长时期内提升。这一提升不仅体现为收入水平的提高, 更体现为消费决策能力、服务理解能力的提升及对多样化消费形态的接受程度的增强。随着个体能力结构的优化, 居民对服务消费的参与程度和消费层次逐步提高, 服务消费结构由以基本型、补偿型需求为主向体验型、发展型需求拓展。服务消费升级反过来对供给侧形成持续压力与引导。一方面, 消费需求的拓展为服务业发展提供更为稳定的市场空间。另一方面, 消费结构的变化促使服务供给在质量、内容和组织方式上不断调整与优化。伴随服务业提质升级, 行业对专业技能、创意能力和复合型人才的需求逐步增强, 从而带动相关就业岗位的增加与劳动收入的改善, 并为进一步的能力投资奠定现实基础, 推动公共部门与家庭加大人力资本投入。

在上述理论分析框架下, 飞轮效应呈现“启动—转动—加速—惯性”的阶段性运行特征。在启动阶段, 由于人力资本投资和服务消费拓展均存在一定的前期成本和不确定性, 当市场机制单独发挥作用时, 往往难以有效突破初始约束。通过在教育、公共医疗、公共文化和社会保障等领域进行持续投入, 公共部门在一定程度上改善了能力积累和消费决策的制度条件, 为后续服务消费的释放创造基础环境。这一阶段的政策着力点主要在于筑牢能力根基和完善制度基础, 而非追求短期消费规模的快速扩张。在转动阶段, 服务消费需求在更广泛群体中逐渐得以释放, 推动服务供给体系围绕需求变化进行适应性调整。部分与教育培训、健康管理、文化娱乐和生活服务相关的细分领域, 在消费需求拓展的带动下实现稳步发展, 并逐步形成相对稳定的市场预期。供给侧升级进一步增强了居民对服务消费的信心, 使消费需求拓展呈现加快态势。在加速阶段, 高质量服务供给开始更显著地提升人力资本回报。在服务业扩展过程中, 市场对高技能和专业化劳动力的需求持续增加, 推动相关岗位的收入水平持续提高、职业发展空间不断拓展。这种变化不仅提高了劳动者的现实收入, 还稳定了其对未来职业路径的预期, 从而增强继续投资的意愿。随着人力资本回报逐步显现, 前期投入的累积效应得到释放, 飞轮运转动力进一步增强。在惯性阶段, 此时制度环境和市场机制已趋于稳定。公共服务供给和社会保障体系的持续完善有助于降低居民在服务消费和能力投资中的不确定性, 服务业的成熟发展和就业收入改善则为市场主体形成较为清晰的中长期预期提供支撑。在稳定预期的基础上, 投资于人与服务消费之间的互动关系逐步内生化, 飞轮效应得以在较少外部刺激的情况下持续发挥作用。

综上, 随着服务消费在居民消费中的比重稳步提高, 内需增长对服务消费的支撑作用逐渐增强, 消费结构由以商品消费为主, 逐步向商品消费与服务消费协同发展的方向演进。在这一过程中, 内需增长不再主要依赖外生刺激, 而是更多通过能力积累、供给调整和预期改善等内生机制实现可持续扩张, 从而提升内需增长的稳定性与韧性。上述理论分析框架从结构和机制层面对投资于人与服务消费之间的互动关系进行了系统刻画, 为理解扩大内需的中长期动力来源提供了有益视角, 也为统筹短期调节与长期布局的相关政策提供了更具持续性的理论依据。

(二) 投资于人影响服务消费的作用机制

财政支出结构的社会性偏向能促进居民服务消费^[10]。投资于人强调将公共资源更多投向提升个体的人力资本、就业能力、医疗保障水平、稳定收入等方面, 其本质并非短期刺激, 而是通过提高居民长期效用水平和发展能力, 重塑消费结构与消费动力。从机制上看, 投资于人影响服务消费的作用机制包括能力提升机制、风险缓释机制、供给质量机制和场景生成机制。

1. 能力提升机制: 人力资本投资夯实服务消费的需求基础

教育、职业培训和健康保障不是单纯的消费, 而是一种能带来未来收入和生产率回报的资本性投入^[11]。人力资本投资具有投资和消费的双重属性^[12]。教育、职业培训和健康保障等方面的持

续投入,不仅可以直接提高劳动者的技能水平和劳动生产率,还可以通过增强就业稳定性和收入可预期性,提升居民对未来发展的信心,从而为服务消费奠定更加稳固、可持续的需求基础。与以短期补贴、价格刺激为主的促消费政策不同,人力资本投资具有显著的长期性、累积性和内生增长特征,其对消费的作用并非一次性需求释放,而是通过持续优化居民收入结构,推动消费能力与消费偏好同步升级。

第一,人力资本水平的提高优化了居民的收入结构和风险结构,使其具备更加稳定的消费预期。教育程度提高、职业技能增强和就业能力提升使劳动者在劳动力市场中具有更强的议价能力和更高的岗位匹配度,从而降低失业风险和收入波动幅度。在此基础上,家庭在进行跨期消费决策时,对未来收入的不确定性预期明显下降,更愿意将资源用于需要连续性支出的服务消费,如子女教育、健康管理、文化娱乐和长期养老安排等。相应地,消费结构也从以满足基本生活需要为主的生存型消费,逐步转向以提升生活质量、实现自我发展和社会参与为导向的发展型、享受型消费,服务消费在居民总消费中的比重随之提高。第二,人力资本投资通过提升居民的认知能力和信息处理能力,提升其对服务价值的识别能力和支付意愿。与耐用消费品不同,服务消费高度依赖消费者对服务质量、消费风险和长期回报的判断,如教育培训、医疗健康、文旅休闲和文化娱乐消费均具有信息不对称程度高、体验与结果难以事前完全评估等特征。受教育程度和专业知识水平较高的群体能更准确地识别服务的质量差异、长期收益和潜在风险,因而更容易形成对高品质服务的稳定需求。这种“能力—偏好”联动机制使人力资本投资不仅扩大了服务消费的规模,也推动了服务消费向更高质量、更高附加值方向演进。第三,健康保障和公共卫生投入在能力提升机制中发挥关键作用。健康状况是人力资本的重要组成部分,医疗保障、疾病预防和长期照护体系的完善不仅直接提升了劳动供给能力,还可以通过降低家庭面临的重大医疗支出风险,弱化预防性储蓄动机。

2. 风险缓释机制:公共服务完善弱化预防性储蓄动机

在存在疾病、失业和老龄化等不确定性风险的现实环境下,家庭往往通过增加储蓄进行“自我保险”,以应对未来可能出现的高额支出或收入中断^[13]。当公共医疗、养老、失业保障和长期照护等基本公共服务供给不足或稳定性不高时,这种预防性储蓄动机将被显著放大,从而抑制当期消费,尤其对具有持续性和不可储存特征的服务消费形成更为明显的约束。与耐用消费品不同,教育、公共医疗、康养、文化娱乐和情绪型服务往往需要持续支出和长期承诺,其需求对风险预期和收入稳定性高度敏感,一旦未来不确定性上升,会使家庭更容易优先压缩此类消费^[14]。公共医疗、失业保险和养老保障通过将个体风险社会化,显著弱化了家庭的预防性储蓄动机,从而对消费产生风险缓释机制^[15]。风险缓释机制使居民能将更多可支配收入用于日常性、改善性和发展型服务消费,例如,康复护理、运动健身、心理咨询、文化娱乐等,从而进一步放大投资于人对服务消费结构升级的带动作用。

第一,社会保障和公共服务体系的完善能从制度层面系统性缓释居民面临的不确定性风险,弱化预防性储蓄动机,进而释放被压抑的服务消费潜力。医疗保障和公共卫生体系的完善能显著降低家庭对重大疾病和突发医疗支出的担忧,使其不再需要通过大量储蓄或购买高价商业保险来对冲健康风险。在这一基础上,居民更愿意将资源用于日常性和改善性的健康相关服务,如体检、康复、慢病管理、心理健康支持和老年照护,从而推动健康服务需求与养老服务需求的稳定增长。第二,长期照护与养老保障体系的完善具有重要的风险缓释效应。在人口老龄化背景下,如果缺乏可靠的养老与照护安排,家庭往往需要通过过度储蓄或提前压缩消费,以应对未来的不确定性。与之相对,当基本养老保险、社区照护网络和长期照护保障不断完善时,老年阶段的生活质量和

基本支出具有更高的可预期性, 中青年家庭也更有信心在当期增加教育、文旅、文化娱乐等服务消费, 而不必将大量资源锁定在为未来养老“兜底”的储蓄之中。第三, 失业保障和职业支持体系的完善通过稳定就业预期发挥关键支撑作用。失业保险、职业培训、再就业服务和劳动市场信息体系的完善有助于缩短失业持续时间、降低收入中断的概率, 使居民对未来收入流形成更加稳定的预期。在此条件下, 家庭更敢于承担长期性和体验型服务支出, 例如, 职业技能培训、文化消费、休闲旅游和情绪型服务, 从而推动服务消费由“谨慎型”向“信心型”转变。

3. 供给质量机制: 投资于人优化服务供给质量

在教育、公共医疗、文化娱乐与体验型服务等领域, 产出质量取决于从业人员的专业判断能力、服务交互能力与创新创造能力^[16]。在现代服务业和新型体验型服务中, 创意人才和专业人才不仅是服务供给的执行者, 更是服务内容、服务方式和服务价值的共同塑造者^[17]。投资于人通过提升人力资本质量与结构匹配程度, 直接作用于服务供给质量, 是推动服务消费扩容提质的重要供给侧机制。

第一, 创意人才和专业人才对高品质服务供给具有决定性作用。服务业中大量高附加值环节并不依赖标准化生产流程, 而是依赖从业者的专业判断、创意能力和情境应对能力, 例如, 在公共医疗、教育、文化创意、体育休闲、数字内容、养老照护等领域, 服务质量往往难以事前完全标准化界定, 而是通过从业人员与消费者的互动形成。创意人才通过内容设计、场景构建和体验创新, 决定了服务的差异化程度和情绪价值供给水平; 专业人才则通过技术能力、规范意识和风险控制, 保障服务的安全性及稳定性。二者共同构成高品质服务供给的核心要素, 其供给质量直接影响消费者的满意度、信任程度和持续消费意愿。第二, 服务业具有“人—服务—体验”高度耦合的结构特征, 使人力资本质量对供给质量的影响更加直接和显性。与商品消费中“产品—价格—渠道”相对清晰的关系不同, 服务消费往往表现为即时交付、不可储存、难以完全替代的特征, 服务体验高度依赖服务人员的行为方式、沟通能力和情绪投入。服务供给中的“人”既是生产要素, 也是服务内容的一部分, 其专业素养和职业态度本身就构成消费者体验的重要组成要素。在此条件下, 人力资本质量的提升不仅意味着技能水平的提高, 更意味着服务意识、审美能力、沟通能力和创新能力的系统提升, 从而显著提升服务供给的整体品质。第三, 投资于人通过优化人才供给结构, 推动服务供给从“数量扩张”向“质量提升”转型。当前中国服务消费需求升级速度快于服务供给质量提升速度, 部分领域仍存在低端供给过剩与高端供给不足并存的结构性矛盾。这一问题在很大程度上源于创意型、复合型和高技能服务人才供给不足。通过加大教育投入、加强职业培训和终身学习体系建设, 引导人才向现代服务业、体验型服务业和新型服务业集聚, 有助于优化服务供给结构, 降低高品质服务进入市场的门槛, 提升服务供给对多层次消费需求的响应能力。在此基础上, 服务供给质量的提升还具有显著的外部性和乘数效应。高质量服务供给不仅能直接扩大服务消费规模, 还能通过示范效应和口碑效应, 稳定服务市场的整体质量预期, 推动行业内部的良性竞争。在这一过程中, 投资于人所形成的人才集聚效应会进一步促进服务业内部的分工细化和协同创新, 推动服务内容不断丰富、服务形态持续演进, 形成服务供给质量与服务消费升级之间的正向循环。

4. 场景生成机制: 投资于人塑造高品质服务消费场景

投资于人不仅体现为对个体能力和收入潜力的直接投入, 更通过对公共空间、社区环境和服务供给能力的系统性建设, 深刻重塑服务消费发生的现实场景。教育、公共医疗、文化娱乐等公共基础设施通过集聚外部性放大服务业和消费活动密度。学校、社区中心、图书馆、诊所、公园等不是简单的配套设施, 而是决定社会互动能否持续、消费与福利能否实现的基础设施。这些基

基础设施塑造了高频、低门槛、可重复使用的日常生活场景，比商业综合体更具有粘性^[18]。服务与体验必须嵌入具体情境，城市密度使居民可以更便利地参与多样化的服务消费活动，例如，文化娱乐、餐饮、教育服务等，从而提升服务消费的频次与规模^[19]。城市中消费性便利设施（包括教育、公共医疗、休闲服务等）在空间上具有价值扩散效应^[20]。与单纯依赖市场资本打造的商业综合体不同，这类以公共服务为核心的场景更具有长期性、普惠性和外部性，是投资于人转化为服务消费扩大的重要载体。

第一，优质公共服务设施可降低服务获取成本，推动服务消费高频化、常态化。优质公共服务设施通过显著降低服务获取半径、时间成本与心理成本，使原本具有较高进入门槛和不确定性的服务消费逐步转化为高频化、常态化的日常行为。当优质学校、社区卫生服务中心、文体场馆和托育养老设施深度融入居民日常生活空间，居民不再需要为获取一次性服务而进行远距离出行或高强度信息搜寻，服务消费由“目的型、偶发型”转向“就近型、习惯型”，消费行为的稳定性和持续性显著提高。第二，重点公共服务领域的资源集聚能带动形成专业化服务消费生态圈。在教育领域，优质学校和培训资源的集聚能带动周边托育、课后服务、艺术培训、体育教育与家庭教育指导等一系列配套服务的需求持续增长，形成以教育为核心的服务消费生态圈。公共医疗与健康服务体系的完善则使健康管理、慢病随访、康复护理、心理咨询与居家养老服务逐步融入居民日常生活空间，推动健康相关服务从事后应急型向事前管理型和日常维护型转变。公共文化与体育设施的常态化供给能依托展览、演出、阅读、健身和社群活动等形式，提升文化娱乐和休闲消费的参与频率和粘性，使文化消费由节假日驱动向日常化、社区化转型。第三，投资于人通过改善社区环境与公共空间品质，提升服务消费的社会互动性和体验价值。高品质的街区空间、社区活动场所和公共服务节点为居民提供了低成本、高频次的线下互动平台，使文化娱乐、体育、陪伴、心理支持等服务更容易通过社群化方式实现供需对接。以社区为单元组织的文化活动、兴趣社团、老年照护与青少年成长服务不仅直接创造服务需求，还通过人群集聚和关系网络扩散，放大场景的吸引力与溢出效应，形成“人—空间—服务—消费”之间的正向循环。

三、服务消费扩容提质面临的结构性瓶颈

（一）人力资本投资与消费转化存在时滞，短期内难以显效

教育和职业技能培训投入需要经历学习积累、岗位匹配和职业晋升等阶段，才能逐步转化为收入增长和消费能力提升；健康与社会保障投入通过降低不确定性风险、稳定心理预期，影响居民的储蓄与消费决策。在投入初期，相关政策往往表现为财政支出增加，但服务消费需求的释放存在一定的时滞，容易在短期内形成“投入与产出不匹配”的表象。例如，儿童早期发展（0—5岁）的教育投资回报率更高，成本更低，是整个人力资本投资链条中收益最大的环节^[21]。受过早期教育的孩子在进入成年时期之后，会获得教育带来的益处，自身生活水平也随之改善^[22]。但这类早期教育投资对劳动收入、消费能力和服务需求的拉动往往要在十几年后才逐步显现。再如，根据麦肯锡全球研究院的《健康优先：繁荣之道》（*Prioritizing Health: A Prescription for Prosperity*）报告，每投入1美元用于改善健康能带来约2—4美元的经济回报，但这种回报并不会在短期内直接表现为消费扩张，而是经历“健康改善—能力提升—收入增长—消费释放”的转化过程，从而具有明显的滞后性。

在宏观经济下行压力和稳增长目标并存的背景下，这种政策效应滞后性加大了人力资本投资政策执行的现实约束。一方面，地方政府和市场主体更倾向于选择见效快、量化的促消费措施。

另一方面,若政策制定者和相关主体缺乏对人力资本投资长期效应的充分认识,容易因短期成效不明显而削弱投入持续性,进而影响服务消费扩张的中长期基础。

(二) 公共服务供给结构与消费需求错配, 制约中低收入群体服务消费

公共服务供给结构与中低收入群体的实际消费需求之间仍存在明显错配,这已成为制约服务消费扩张的重要现实约束。从供给侧看,教育、公共医疗、养老、托育和公共文化等公共服务在区域和层级之间分布不均,中小城市、县域和基层地区公共服务供给能力相对不足,导致部分中低收入群体在均衡性和可及性方面仍面临现实困难。公共服务在空间布局和资源分配上的不均衡直接抬高了中低收入群体获得高质量服务的时间成本和经济成本,削弱了服务消费的可及性与便利性,例如,根据国家卫生健康委员会发布的《2023年我国卫生健康事业发展统计公报》,截至2023年底,全国三甲医院共约1800家,但空间分布高度不均衡,70%以上集中在北京、上海、广东、江苏、浙江等省市;在人力资源配置方面,2023年,全国每千人口执业(助理)医师数平均约为3.2人,但北京、上海等省市均超过6人,而部分中西部省市和县域地区仍低于2.5人;在农村地区,每千农村人口乡镇卫生院人员数仅在1.2—1.5人之间,表明基层医疗服务能力明显偏弱。公共服务资源在空间和层级上的结构性不均衡,成为制约中低收入群体享受高质量服务、抑制其服务消费能力与预期的重要现实约束。中国基础教育在普及率和基础学业水平上已接近高收入国家平均水平,但在区域均衡、优质供给可及性和人才培养结构与新型服务业发展需求相适配等方面仍存在明显短板,例如,在数学、科学和阅读的平均成绩上,城市学生和农村学生相差28分;与城市地区相比,农村地区表现不佳的学生比例更高^[23]。这种结构性差距正在成为制约服务消费扩大的关键约束之一。从需求侧看,中低收入群体收入水平和收入稳定性相对有限,其服务消费对价格变化和未来预期高度敏感。在公共服务供给不足、市场化服务价格偏高的情况下,中低收入群体更容易强化预防性储蓄动机,将有限收入优先用于基本生活支出,进而压缩服务消费支出。供给不足与支付能力受限双重叠加,使潜在服务消费需求难以有效转化为现实消费。

(三) 创意人才供给相对不足, 阻碍服务消费创新发展

服务消费特别是新型、体验型服务的发展依赖创意人才的供给质量与结构匹配程度。当前,创意人才供给不足已成为制约中国服务消费创新和提质升级的重要结构性约束。一是劳动年龄人口规模持续收缩,导致创意人才供给基数下降。国家统计局数据显示,2024年,中国16—59岁的劳动年龄人口数量为8.58亿人,而2021—2023年,该年龄段人口分别为8.82亿人、8.76亿人和8.65亿人。在劳动年龄人口规模收缩的趋势之下,潜在创意人才基数下降,创意人才供给不足。二是创意人才区域分布失衡,制约中小城市和基层地区服务消费创新。创意人才主要集中在少数一线和新一线城市,在中小城市和基层地区分布不足,导致当地文化创意、数字内容、教育培训、文旅体验等服务供给形态单一,创新能力偏弱,难以形成多样化、差异化的服务消费场景。三是现有教育体系供给结构与服务消费创新需求之间仍存在结构性错位。现行教育和培训体系在专业设置、培养目标和评价机制上,仍以学科分割和技术导向为主,重专业技能和知识传授,轻跨界能力、创意表达与场景应用能力培养,难以有效回应新型服务消费对内容创新、体验设计和商业转化的复合型需求。这种教育供给结构偏向导致创意人才在实践转化和服务创新环节中能力不足,制约了新型服务供给质量提升。同时,创意人才发展所需的公共文化空间、创新平台和配套服务供给不足,也在一定程度上提高了创意服务进入市场的成本,削弱了服务消费创新的活跃度。

(四) 部分服务消费领域制度供给滞后, 影响新型服务消费的规范化发展

随着数字技术和新业态加快渗透,平台化、数字化、体验型服务不断涌现,新型服务消费已成为服务消费扩容提质的重要方向,但从制度环境看,部分服务消费领域的制度供给仍明显滞后,

制约了新型服务消费的规范化、可持续发展。一方面,现有监管框架和行业标准多以传统服务形态为基础,对平台服务、数字内容、在线教育、健康管理、文旅体验等新型服务的覆盖不足,相关准入规则、责任界定和质量标准尚不完善,增加了市场运行的不确定性,例如,虽然政府已开始有部分关键领域探索构建针对性监管框架,2023年出台的《生成式人工智能服务管理暂行办法》对生成式人工智能内容服务作出了专门规定,重点围绕内容安全、算法合规与数据治理等方面进行规范,标志着中国在新型数字服务领域开始从原则性监管转向专项化监管。然而,对于沉浸式文旅体验、在线健康咨询、虚拟内容创作与分发等新业态新模式,仍缺乏系统性的准入规则、责任界定和服务质量标准,相关监管在很大程度上仍依赖《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国电子商务法》等通用性法律,使新型服务业态在规范性、可预期性与高质量发展方面仍面临制度约束。另一方面,制度滞后在一定程度上放大了信息不对称和风险外溢问题。具体而言,中国消费者协会发布的《2024年全国消协组织受理投诉情况分析》数据显示,2024年,全国消协组织共受理消费者投诉1761886件,同比上升32.62%,解决1211284件,投诉解决率为68.75%。在服务类投诉中,生活及社会服务类、互联网服务类、教育培训服务类、电信服务类和销售服务类投诉数量仍居前列,这一现象反映出新型服务消费领域的风险与权益纠纷较为集中。究其原因,新型服务消费往往具有体验性强、事前难以评估质量的特征,在缺乏清晰规则和有效监管的情况下,容易出现服务质量参差不齐、价格不透明、消费者权益保护不足等问题,进而削弱居民对新型服务消费的信任基础。

四、以投资于人系统性推动服务消费扩容提质的策略

(一) 将投资于人纳入扩大服务消费的中长期战略

将投资于人置于扩大服务消费的战略核心,有助于把人民对美好生活的向往转化为稳定、可持续的内需动力,形成以服务消费为重要载体的内生增长机制,实现经济发展与民生改善的良性互动。在扩大服务消费的政策体系中,要注意政策重心的转移。一是推动政策重心由需求端的短期刺激转向供给端与需求端协同的人力资本投入。服务消费尤其是公共医疗、教育、文化娱乐、养老、数字内容和体验型服务,对居民支付能力、健康状况和技能结构要求较高。通过持续加大对基础教育、职业教育、终身学习体系和公共健康体系的投入,可以系统提升居民的就业能力、收入潜力和服务消费适应性,为服务消费扩容提质夯实能力基础。同时,完善托育、养老和社区公共服务供给,有助于释放家庭劳动力潜能,改善居民参与服务消费的现实条件。二是由侧重规模扩张转向更加注重服务消费的质量提升和结构优化。随着服务消费在居民消费支出的比重不断提高,其内部结构和供给质量对居民福利提高和经济可持续增长的影响日益显著。应通过提升公共服务供给质量、完善服务标准和加强市场监管,引导服务消费向高品质、多层次和可持续方向发展,防止低质量、过度商业化的服务挤占居民有限的消费空间,削弱服务消费的真实福利效应。特别是在教育、公共医疗、养老和文化娱乐等领域,应强化公益性与市场化的协同,避免因质量失序和价格失真而抑制中低收入群体的服务消费意愿。三是完善与服务消费发展相适应的制度供给,构建更加稳定、可预期的政策环境。推动就业政策、收入分配政策和社会保障政策协同发力,是投资于人释放服务消费能力的关键中介。通过改善就业质量、提高劳动报酬在初次分配中的比重,并健全公共医疗、养老和失业保障体系,可以有效降低居民对未来不确定性的担忧,弱化预防性储蓄动机,释放被抑制的服务消费潜力。针对数字服务、在线教育、健康管理、养老照护和文化创意等新型服务消费领域,还应加快完善准入规则、服务标准和责任界定,减少制度不确定

性对居民消费决策的抑制作用。

(二) 以公共服务供给结构优化激活中低收入群体的服务消费潜力

激活中低收入群体的服务消费潜力关键在于优化公共服务供给结构、补齐基层短板、稳定收入预期,从而降低消费成本、缓解消费顾虑。通过提高公共服务普惠性、降低基础性服务消费门槛,强化投资于人对中低收入群体的托底效应,推动服务消费由以中高收入群体为主的结构性集中,向更具包容性和可持续性的普遍性消费转变。一是优化公共服务的资源配置结构。针对中小城市、县域在优质教育资源、基层医疗服务、养老设施、儿童早期发展服务和公共文化供给方面的不足,通过推动优质公共资源下沉、加强区域协同供给和完善分级服务体系,缩小不同地区在服务可及性和服务质量上的差距,切实改善中低收入群体公共服务均衡性和可及性的基础条件,释放因供给不足和空间不均衡而被抑制的服务消费潜力。二是稳定收入预期,提升中低收入群体消费能力和消费意愿。在产业转型和岗位结构调整过程中,通过强化劳动权益保障、完善灵活就业规范和拓展多元就业渠道,提升中低收入群体的就业适应能力和收入稳定性,降低其收入不确定性。三是发挥好社区“最后一公里”的制度保障。大量基层实践表明,影响中低收入人群与独居人群使用公共服务的关键不在于制度覆盖率,而在于能否在关键环节保障服务的可及性与实用性,例如,部分社区独居老人虽已被纳入医保与基层医疗服务体系,但因家庭照护力量不足,就诊后常面临“能就医、难取药”的现实困境。社区工作人员通过提供代取药等便民服务,将传统家庭照护转化为社区公共服务,切实提升了基层医疗服务的可及性与实用性。这种兜底型社区公共服务在不显著增加财政支出的情况下,显著提升了公共服务的可及性,使公共医疗与健康服务从“名义可得”转变为“现实可用”,从而提升居民对基层医疗、康复和健康管理服务的实际需求与支付意愿。

(三) 以创意人才培育推动服务消费扩容提质

在服务经济和体验型消费快速发展的背景下,文化创意、数字内容、设计服务和文旅体验等领域的创意人才,是高技能人才在现代服务业中的典型代表,也是新型服务消费的重要供给主体。一是夯实创意人才培育基础,持续拓展服务消费的供给边界。创意人才高度集中于文化创意、数字内容、教育培训、设计服务和文旅体验等人力资本密集型领域,是推动新型服务消费持续创新的核心动力。应通过加大对高等教育、职业教育和终身学习体系的投入,完善艺术、设计、数字技术与商业能力相融合的人才培养体系,推动专业教育与产业需求、市场趋势、新技术应用紧密对接,提升创意人才的数量、质量与供需适配度。同时,高校和企业应积极开展校企协同育人、项目制教学和跨界复合型人才培养,使创意人才既具备内容创作功底和美学素养,又具备产品化、市场化和服务化的综合能力。通过持续扩大高水平创意人才供给,可以不断推动服务内容创新、模式创新和场景创新,丰富高品质、个性化和体验型服务供给,为服务消费扩容提质奠定稳定的供给基础。二是发挥创意人才的示范效应和外溢效应,促进服务消费结构升级。创意人才不仅是服务供给的重要生产者,更是新型服务消费模式的核心参与者和引领者,其生活方式和消费偏好更集中于文化娱乐、教育、艺术、体育、健康和沉浸式体验等高品质服务领域。随着创意人才在城市和区域中的集聚度提升,其审美标准、生活方式和消费理念将通过社交网络、工作圈层和公共空间不断向外扩散,带动更广泛人群提高对服务消费的认知水平并增强其支付意愿,从而推动服务消费由功能型、基础型向体验型、品质型和情绪价值导向型转变。三是通过制度与环境优化提升创意人才的服务转化能力,增强服务消费的可持续性。应在知识产权保护、内容合规、平台规则、税收与融资支持等方面为创意型服务主体营造更加友好和可预期的发展环境,降低创意人才将创意成果转化为市场化服务产品的制度成本和经营风险。同时,通过建设创意产业园区、文

创街区、数字内容平台和文旅融合示范区,为创意人才提供低成本试错和场景化应用空间,促进创意内容与服务场景、消费需求的高效对接,使创意人才能够持续稳定地参与服务供给与价值创造,从而在制度与空间层面夯实服务消费扩容提质的长期基础。

(四) 以高水平开放放大投资于人对服务消费的乘数效应

服务消费,特别是医疗健康、教育培训、文化创意、数字内容和专业服务等领域,本质上是以为人核心、以能力为供给、以体验品质和专业服务为内容的消费,其规模和质量高度依赖人力资本结构、服务供给体系及制度环境的协同演进^[24]。在这一过程中,高水平开放并非外在附加条件,而是将投资于人转化为现实消费能力与经济增长动力的重要放大器。一是推动服务供给从规模扩张转向质量跃升,满足消费者对高品质和多元化服务的需求。在健康领域,依托生物技术、独资医院等人力资本密集型服务业的开放试点,吸引国际高水平医疗机构、数字健康平台和生命科学企业落地,提高健康服务供给的技术含量与规范化水平。在文旅领域,通过举办涉外电影展映、国际艺术交流和文旅合作活动,引入多元文化内容和先进运营模式,丰富居民体验型服务的选择。在教育领域,扩大与全球知名高校合作,推进高水平合作办学和联合培养项目,提升人力资本积累的质量与国际化水平。二是发挥高水平开放对服务业从业人员与创意人才收入的提升作用。引入国际医疗机构、数字内容平台、跨国教育和专业服务机构,通过竞争与合作机制提高人才要素的市场化定价水平,让从业人员的专业能力、服务质量和创新价值更充分体现在其收入水平与职业回报中,从而增强居民对教育、技能和健康投入的积极性,形成能力提升与服务消费扩大的正向循环。三是推动服务业规则体系与高水平国际经贸规则对接^[25]。制度开放为服务消费和服务贸易提供稳定、可预期的制度环境,通过在数字贸易、跨境医疗、国际教育、文化服务等领域对标高水平国际经贸规则,有效降低制度摩擦成本,提高国际优质服务“引进来”和本土服务“走出去”的可行性与效率,为居民提供更加多样、安全和可信的服务选择。四是推动服务业“走出去”,拓展投资于人回报的全球实现空间。通过完善跨境支付、数据流动和知识产权保护等配套制度,支持本土服务企业和专业人才参与国际市场竞争,不仅有助于扩大服务贸易规模,也将显著提高高技能劳动者和创意人才的收入水平与职业稳定性,从而为国内服务消费提供更加坚实和可持续的收入保障。

(五) 以高品质空间和场景建设奠定服务消费基础

空间和场景不仅是服务消费发生的物理载体,更是连接公共服务、居民体验与市场化供给的重要中介,其品质直接影响服务消费特别是体验型服务消费的参与度、粘性和可持续性。一是扩大体验型服务消费,应优化公共服务投资结构,强化对文化娱乐、体育、教育、健康和公共休闲等领域的支持力度。这类公共服务既是居民基本生活的重要组成部分,更是体验型服务消费的关键载体。通过提升公共文化设施、全民健身空间、社区教育资源和公共健康服务的可及性与品质,不仅能直接改善居民的消费体验,还能降低体验型服务消费的进入门槛,扩大参与人群,为相关市场化服务的发展创造良好外部环境。二是激发公共服务供给方式的创新,增强公共服务与市场化体验型服务之间的协同效应。通过引入多元主体参与、推动公共服务与数字技术融合,支持公共空间向复合化、情境化方向发展,使公共空间兼具公共属性与体验功能。在此基础上,引导社会资本围绕公共服务场景开展内容创新和服务延伸,推动体验型服务消费从单一项目供给向多层次、可持续供给转变。三是依托高品质空间培育服务品牌,提升服务供给整体质量。服务供给质量是服务消费可持续发展的重要引擎,而高品质空间和场景为服务品牌培育提供了关键土壤。随着居民生活水平提高,消费者对服务品质、体验感和个性化的要求不断提高,优质服务供给只有嵌入具有吸引力和持续运营能力的空间场景,才能更有效匹配多元需求、激发潜在消费。应根据

服务消费的层次性特征, 实施分类推进策略: 对基础养老托育、社区便民服务 etc 生存型服务消费, 依托社区空间完善基础设施、规范服务标准, 推动其稳健发展; 对职业技能培训、健康管理等发展型服务消费, 通过政策引导和资源倾斜, 依托公共服务空间加强专业化、规模化供给; 对高端文旅体验、定制化生活服务 etc 享受型服务消费, 则应以高品质空间和场景建设为依托, 融合前沿技术与文化创意, 培育新业态、新模式, 引领服务消费升级方向。

参考文献:

- [1] 李强. 政府工作报告——2025年3月5日在第十四届全国人民代表大会第三次会议上[M]. 北京: 人民出版社, 2025: 16.
- [2] 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议[M]. 北京: 人民出版社, 2025: 14.
- [3] 欧阳晓, 傅元海, 王松. 居民消费的规模效应及其演变机制[J]. 经济研究, 2016, 51(2): 56-68.
- [4] 中共中央宣传部, 国家发展和改革委员会. 《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》辅导读本[M]. 北京: 人民出版社, 2025: 236-237, 240.
- [5] 刘温馨. 如何增强消费品供需适配性[N]. 人民日报, 2025-11-30(1).
- [6] 张颖熙, 徐紫嫣. 新经济下中国服务消费升级: 特征与机制研究[J]. 财经问题研究, 2021(6): 30-38.
- [7] 吉姆·柯林斯. 飞轮效应[M]. 李祖滨, 译. 北京: 中信出版社, 2020: 6.
- [8] 黄群慧. 以“投资于人”推动“十五五”经济新供需平衡[J]. 东南学术, 2025(12): 1-7.
- [9] 倪红福, 王晓星. 以“投资于人”推动高质量发展: 理论基础与实践路径[J]. 改革, 2025(6): 42-55.
- [10] 胡东兰, 蔡曦, 李勇坚. 财政支出结构是否促进了居民服务消费?[J]. 财经问题研究, 2025(3): 87-100.
- [11] SCHULTZ T W. Investment in human capital[J]. The American economic review, 1961, 51(1): 1-17.
- [12] 都阳, 崔慧敏. “投资于人”: 关键问题与实现路径[J]. 中共中央党校(国家行政学院)学报, 2025, 29(6): 31-43.
- [13] HUBBARD R G, SKINNER J, ZELDES S P. Precautionary saving and social insurance[J]. Journal of political economy, 1995, 103(2): 360-399.
- [14] DEATON A. Saving and liquidity constraints[J]. Econometrica, 1991, 59(5): 1221-1248.
- [15] GRUBER J, YELOWITZE A. Public health insurance and private savings[J]. Journal of political economy, 1999, 107(6): 1249-1274.
- [16] BAUMOL W J. Macroeconomics of unbalanced growth: the anatomy of urban crisis[J]. The American economic review, 1967, 57(3): 415-426.
- [17] PINE B J, GILMORE J H. The experience economy[J]. Harvard business review, 1998, 76(6): 18-23.
- [18] KLINENBERG E. Palaces for the people: how social infrastructure can help fight inequality, polarization, and the decline of civic life[M]. New York: Crown, 2018: 35-42.
- [19] GLAESER E L, GOTTLIEB J D. Urban resurgence and the consumer city[J]. Urban studies, 2006, 43(8): 1275-1299.
- [20] SU Y. Measuring the value of urban consumption amenities: a time-use approach[J]. Journal of urban economics, 2022, 132: 103495.
- [21] HECKMAN J J. Skill formation and the economics of investing in disadvantaged children[J]. Science, 2006, 5782(312): 1900-1902.
- [22] 西奥多·舒尔茨. 对人进行投资[M]. 吴珠华, 译. 北京: 商务印书馆, 2017: 14.
- [23] LEE H. What drives the performance of Chinese urban and rural secondary schools: a machine learning approach using PISA 2018[J]. Cities, 2022, 123: 103609.
- [24] 徐紫嫣, 夏杰长, 姚战琪. 人力资本对服务消费水平的提升效应——基于城乡居民服务消费差距视角[J]. 经济与管理研究, 2024, 45(6): 19-37.
- [25] 肖宇, 夏杰长. 稳步扩大制度型开放的重点领域与推进路径[J]. 新视野, 2025(1): 18-27.

Investing in People to Drive the Expansion and Upgrading of Service Consumption: Mechanisms, Dilemmas and Approaches

LIU Hui¹, WANG Lei², WANG Kejia¹

(1. Faculty of Applied Economics, University of Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 102488, China;

2. School of Management, Guangzhou College of Commerce, Guangzhou 511363, China)

Summary: As China's economic development enters a new stage characterized by structural transformation and shifting demand patterns, the marginal effect of stimulating goods consumption has gradually weakened. In contrast, service consumption, owing to its long-term, structural, and welfare-enhancing characteristics, has emerged as a crucial growth pole of domestic demand expansion and high-quality growth. Education, healthcare, eldercare, childcare, culture, and sports not only constitute major components of service consumption but also serve as core channels of investing in people. Against this backdrop, this paper examines how investing in people can be transformed into endogenous momentum for the expansion and upgrading of service consumption.

Drawing on the theoretical logic of the "flywheel effect", the study develops an analytical framework that conceptualizes investing in people as comprising two interrelated dimensions: human capital investment and people-centered public service investment. Within this framework, four transmission mechanisms are identified. Based on this framework, the paper further analyzes structural constraints that hinder the expansion and upgrading of service consumption. These include time lags in the conversion of human capital investment into observable consumption growth, mismatches between public service supply and the needs of low- and middle-income groups, shortages and uneven distribution of creative talent, and lagging institutional arrangements in emerging service sectors.

To address these challenges, the paper proposes a multi-level policy agenda. At the strategic level, investing in people should be incorporated into a medium- and long-term framework for expanding service consumption, promoting coordinated advancement between investment in physical assets and investing in people. At the supply level, the regional and hierarchical allocation of public service resources should be optimized to enhance accessibility and usability of services at the grassroots level and facilitate service consumption among low income and middle income groups. At the factor level, reforms should strengthen general-vocational integration, industry-education integration, and lifelong learning systems, thereby improving the supply of creative and high-skilled service talent. At the institutional level, it is crucial to accelerate the development of access regulations, service standards, and liability boundaries in emerging service consumption sectors and improve the credit evaluation and the protection systems of consumer rights and interests to stabilize expectations, enhance trust, and amplify the multiplier effect of policies.

The study's main contribution lies in integrating investing in people and the expansion and upgrading of service consumption within a unified endogenous cycle framework and clarifying the cumulative interaction among capabilities, expectations, supply quality, and consumption scenarios, thereby providing feasible institutional and supply-side pathways for a policy system aimed at expanding domestic demand through service consumption.

Key words: investing in people; service consumption; expansion and upgrading

(责任编辑: 刘欣琦)