

服务业扩能提质

编者按/推动服务业高质量发展,是新时代经济转型升级的重要任务,更是满足人民美好生活需要的必然要求。习近平总书记就服务业发展作出重要指示指出,“突出需求牵引、改革攻坚、科技赋能、开放合作,深入实施服务业扩能提质行动”。本期我们以“服务业扩能提质”为主题,从生产性服务升级、生活性服务提质切入,生动展现服务业高质量发展的鲜活实践,为开创服务业发展新局面提供有益启示。

两业融合突围 汽车产业加速迈向价值链升级

中经记者 陈靖斌 广州报道

“卖车只是服务的开始。”这句话正在汽车产业中成为现实。

当一辆问界M9的车主在手机上收到OTA升级推送,一键确认后,车辆自动完成了智驾系统的迭代;当一次远程诊断在车主察觉之前就预判了电池健康风险,并主动推送了维保建议——这些场景背后,汽车行业的竞争规则正在被重新书写。

赛力斯问界样本:科技服务嵌入全产业链

科技服务不再是“后期加装”,而是从源头参与价值创造。

华为对赛力斯的赋能,是观察这一变化的一个切口。

从2018年智能电动领域合作,到2021年赛力斯华为智选SF5开进华为旗舰店销售,再到搭载HUAWEI DriveONE纯电驱增程平台和HarmonyOS智能座舱的问界M5发布,华为与赛力斯的联手步步为营,双方合作不再只是“卖车”,而是逐步转向“共同打造品牌”和“共同定义一种新型出行体验”。2022年,双方分工落地——赛力斯主攻研发、制造、交付、服务以及全生命周期用户体验,华为则深耕产品定义、品控和渠道销售。2023年,这一链条继续向前延伸,“AITO问界销服联合工作组”成立,营销、销售、交付、服务、渠道等业务被纳入端到端闭环管理。2024年,双方合作进一步延伸到品牌、组织和资本层面。

一系列合作背后,问界的经营数据持续攀升。赛力斯2025年业绩报告显示,全年营业收入达到1650.54亿元,同比增长13.69%;新能源汽车销量47.23万辆,同比增长10.63%;问界系列累计交付42.6万辆,同比增长10.1%,对整体销量贡献度超过82%;问界成交均价为39.1万元,同比增长3.7%。

但业界关注的焦点,早已不再是两家企业合作到哪一步,而是鸿

蒙智行如何将智能座舱、智驾、OTA、AI大数据等科技服务能力,一点点嵌入汽车从定义到制造、从销售到交付、从用车到养车售后的每一个环节。

这种嵌入,如今在产品定义阶段就开始了。车辆不是在整车完成后再接入华为技术,而是在产品定义之初就把鸿蒙智能座舱、智能驾驶、交互体验和生态能力纳入整车方案。科技服务不再是“后期加装”,而是从源头参与价值创造。

在赛力斯两江智慧工厂工业4.0标准打造的生产线上,人工智能、数字孪生和大模型等严把质量关——零件和整车制造过程在线100%检测、完成车100%自动化检测。鸿蒙智行的赋能并不只是软件上车,而是从产品定义开始,一直延续到制造、品控和最终交付。软件能力和制造能力的结合,为后续持续服务筑牢硬件根基。

车辆交付之后,数字化能力持续作用于用车过程。问界M5搭载的HarmonyOS智能座舱已实现车与手机、智能家居、手表等设备的连接,语音交互、Petal Maps、数字车钥匙、车载应用市场等功能被纳入日常使用场景。问界M5智驾版、新M7和M9进一步把HUAWEI ADS高阶智能驾驶和鸿蒙座舱作为产品

核心能力。截至2024年11月,鸿蒙智行智能驾驶总里程突破10亿公里,智能泊车辅助累计使用7003万次,平均每天解决19万个泊车问题。用户提车后,车辆仍在持续进化——软件升级、智驾优化、座舱体验更新,都成为服务的一部分。养车和售后环节同样在变。谈及从“制造主导”向“服务主导”的转向,鸿蒙智行相关负责人接受《中国经营报》记者采访时表示,鸿蒙智行以智享服务为核心战略,基于自研平台提供全链路、全生命周期的主动智慧服务能力——风险提前预测、远程诊断、事故和故障实时告警等主动服务,让用户获得更全面、精准、高效的服务体验。

问界并非孤例。鸿蒙智行作为华为智选车业务升级后的智能汽车技术生态联盟,合作版图已从赛力斯扩展到奇瑞、北汽、江淮、上汽等车企,并逐步形成问界、智界、享界、尊界、尚界等品牌矩阵。不同合作方定位不同、车型各异,但共同逻辑是,华为将科技服务能力复制并延伸到不同车企合作项目中,推动整个汽车制造业向价值链高端攀升。

上述鸿蒙智行相关负责人对记者表示,2025年鸿蒙智行实现“五界十车”百万交付,月交付峰值突破81864辆。

总书记近日就服务业发展作出重要指示,强调“推进生产性服务业向专业化和价值链高端延伸”,近日召开的全国服务业大会明确提出要“注重创新驱动,大力发展科技服务,加强数智服务,推动制造业和服务业融合发展”。鸿蒙智行与赛力斯、奇瑞、北汽、江淮等车企的合作,成为科技服务赋能汽车制造、推动制造业与服务业融合的典型样本。

在全国服务业大会强调“科技赋能”的背景下,在华为技术加持下,赛力斯与鸿蒙智行的合作,正在打破汽车产业内部制造与服务传统边界。

过去,一辆车完成下线、交付到用户手中,交易逻辑基本告一段落。如今,在问界的服务体系中,交易被不断拉长。产品定义、销售触达、软件升级、用车服务、养车服务、售后体系和数据回流等开始成为一个持续循环的过程。制造环节依旧关键,但已经不再是产业唯一中心。赛力斯继续承担整车研发、制造、交付和服务的主体职责,华为则在产品定义、智能化、渠道、品控和用户连接上持续深入。问界商标收购、销售公司更名,统一门店体系、销服联合工作组和多人服务平台的形成,都在把服务和制造更紧密地连接在一起。

中指研究院物业事业部研究副总监彭雨指出,物业行业发展逻辑发生了重要变化,增长驱动力从外部规模扩张转向内部运营提效。

彭雨认为,完成从“管理者”向“服务者”的系统性转型需聚焦多个维度:首先,要转变服务理念,从业主的需求出发构建服务体系,提供“质价相符”的服务内容;其次,在实践层面,重点提升物业服务品质,实现服务的标

准化、透明化与可量化,提升物业服务满意度,积极探索社区养老、托育等增值服务的多元化供给;最后,应重视收费机制与评价机制的革新,一方面推广“酬金制”等让收益与服务深度绑定的市场化收费模式,另一方面构建以业主为主导的多元评价体系,侧重响应速度、沟通态度与问题解决率,实行评价结果与员工绩效、服务整改闭环联动,驱动服务品质持续改进。

“我们正在逐步推进AI、机器人等技术应用,比如在部分小区试点使用扫地机器人、配送机器人等设备。”一位物业公司人士向记者表示,但目前仍处于试点和推广阶段,暂时无法提供其所带来的费用节省等具体数据。

“今年两会期间,有人大代表提议将《物业管理条例》更名为《物业服务条例》,这种立法导向本身是积极的,进一步强调了物业的本质在于服务,推动物业服务企业更加聚焦于服务主业与服务品质。”彭雨向记者介绍,物业行业已进入以集约化、专业化、精细化运营为特征的新周期。

作为传统劳动密集型行业,物企如何在兼顾成本之时,快速响应业主需求,一直是一个巨大挑战,在多重因素影响下,机器人当下正成为不少物企的“必选项”之一。

“单台机器人的作业效率可覆盖传统模式下2—3名保洁人员的工作区域,同时能够清洁办公桌下等人工难以触及的角落,并可自主联动电梯完成跨楼层作业。”永升服务相关负责人以青岛国际商务港举例称,传统模式需要9名保洁人员,年人力成



2025年7月1日,安徽合肥,通过智能化系统,蔚来新桥厂区实现了整体98%自动化生产。

视觉中国/图

科技服务赋能制造:从产品竞争转向服务竞争

汽车产业的这一轮变化,实质上是科技服务对传统制造业的一次系统性重构。

在全国服务业大会强调“科技赋能”的背景下,在华为技术加持下,赛力斯与鸿蒙智行的合作,正在打破汽车产业内部制造与服务传统边界。

过去,一辆车完成下线、交付到用户手中,交易逻辑基本告一段落。如今,在问界的服务体系中,交易被不断拉长。产品定义、销售触达、软件升级、用车服务、养车服务、售后体系和数据回流等开始成为一个持续循环的过程。制造环节依旧关键,但已经不再是产业唯一中心。赛力斯继续承担整车研发、制造、交付和服务的主体职责,华为则在产品定义、智能化、渠道、品控和用户连接上持续深入。问界商标收购、销售公司更名,统一门店体系、销服联合工作组和多人服务平台的形成,都在把服务和制造更紧密地连接在一起。

国研新经济研究院创始院长朱克力指出,智能座舱、智能驾驶、OTA、数据运营和售后服务被打通之后,传统车企“重制造、轻服务、重销售、轻运营”的逻辑会被重新组织,价值重心开始从前端制造和单次销售,逐步延展到研发定义、技术驱动、服务运营和数据转化。

这正是“生产性服务业向专业化和价值链高端延伸”的生动实践。朱克力认为,鸿蒙智行这类模式的核心经济逻辑,在于通过智能座舱、乾崮智驾、OTA、AI大数据等底层能力,把产品定义、智能制造、营销生态、用户用车、养车及售后服务打通,让汽车从一次性销售的耐用消费品,逐步转向持续运营的智能移动服务终端。

随着智界、享界、尊界、尚界等合作项目陆续展开,鸿蒙智行的合作逻辑正在从单点样本逐步

走向多品牌协同。对于车企而言,这种变化不只发生在工厂和产品端,也渗透到门店、交付中心、用户中心、软件系统和持续运营的每一个触点之中。

汽车产业的这一轮变化,实质上是科技服务对传统制造业的一次系统性重构。当科技服务成为制造企业的核心能力,当持续运营取代单次交易成为价值创造的主线,生产性服务业才真正实现了向专业化和价值链高端的延伸。

沿着习近平总书记关于服务业发展作出的“突出需求牵引、改革攻坚、科技赋能、开放合作”的重要指示方向,科技服务赋能制造业的路径正在加速铺展。鸿蒙智行的实践表明,推动先进制造业与现代服务业深度融合,不仅能够提升产业附加值、培育新质生产力,也为其他制造业领域提供了可复制的转型样本。

科技赋能做“加法” 物业行业聚焦“服务于人”

中经记者 方超 张家振
上海报道

清晨时分,青岛各大商业办公园区里,保洁员的日常工作迎来全新变化——“保洁员+机器人”协同作业,已成为园区物业服务的日常。这样的场景,正在全国越来越多的小区 and 园区里上演。

引入智能设备,只是物业公司顺应行业变革、对接市场需求的一个缩影。《中国经营报》记者调研发现,在物业行业从“规模扩张”迈入“精耕细作”阶段的大背景下,一场围绕“加减法”的自我革命早已展开:以优化存量做“减法”、科技赋能做“加法”,加快从规模扩张转向精耕细作,从“管理小区”迈向“服务于人”,在服务民生、提升城市品质、推动服务业高质量发展中展现新担当,实现新作为。

从依附地产的配套业态,走向独立发展的现代服务产业;从侧重小区管理,转向聚焦服务于人,在服务业高质量发展的大背景下,我国物业行业正在经历一场深刻的全方位蝶变。

优化存量 聚焦高质量布局

上市物业公司永升服务此前宣布,以精准布局实现更高效率、更优产出,这一“做减法”的举措引发行业广泛关注。永升服务对记者表示,2025年公司外拓项目的来源更加聚焦,未来外拓城市追求更高效的产出。

“物业行业当前正处于从‘高速增长’迈向‘高质量发展’的关键转型期。过去依赖增量开发的模式正在逐步转向以存量运营、精细服务和专业制胜为

加速人机协同 以科技赋能降本增效

在布局与规模上“做减法”的同时,物业公司在科技投入、服务升级上全力“做加法”,加速AI、机器人、智慧平台等新技术落地应用,以科技创新推动服务提质、效率提升。

全国服务业大会明确释放服务业扩能提质信号,“十五五”规划明确强调“实施房屋品质提升工程和物业服务品质提升行动”,为物业行业发展指明方向。

“今年两会期间,有人大代表提议将《物业管理条例》更名为《物业服务条例》,这种立法导向本身是积极的,进一步强调了物业的本质在于服务,推动物业服务企业更加聚焦于服务主业与服务品质。”彭雨向记者介绍,物业行业已进入以集约化、专业化、精细化运营为特征的新周期。

作为传统劳动密集型行业,物企如何在兼顾成本之时,快速响应业主需求,一直是一个巨大挑战,在多重因素影响下,机器人当下正成为不少物企的“必选项”之一。

核心的新阶段。”永升服务总裁林祝波近期在2025年度业绩发布会上表示。

林祝波分析,在过去快速规模扩张背景下,行业采取广撒网的方式,过程中普遍存在基础服务品质下降的问题,加剧了业主与物业之间的摩擦。“叠加经济下行,业主缴费意愿有所减弱。同时,政策端对合规审计、服务透明、质价相符的要求不断提升,刚性成本持续上涨,行业面

临多重压力。”

以深耕杭州的滨江服务为例,在管项目面积占比上,其位于浙江省、杭州市的在管项目面积占比分别超过96%、63%,凭借区域深耕形成强劲品牌效应。

“依托长期发展积淀,我们始终坚守浙江区域深耕。”滨江服务相关负责人向记者介绍,“在杭州及浙江区域,滨江服务的品牌效应更强,所以我们在该区域发展也会更好。”

本近40万元。“引入机器人后,项目调整为‘4名保洁员+1台机器人’的配置,年总成本下降近一半,清洁质量同步提升。”

万物云、滨江服务、碧桂园服务、招商积余等头部物业公司纷纷加快智能设备应用,物业服务领域掀起智能化转型热潮。

万物云董事长朱保全介绍,万物云借助自身的“灵石”边缘服务器,与多个厂家搭建机器人生态。“公司内部对智能体的研发更是如火如荼,全年消耗To-ken数725亿,对应管理费绝对额下降近2亿元。”

除了引入机器人外,AI员工也在不少物业公司正式上岗。朱保全表示:“我们内部最喜欢的AI员工是物业数字经理、报销助手等等。过往我们的审批流程经常会达到15个以上,有了AI之后,中后台对前端的监管可以大幅缩短。”

如今,AI、机器人等科技词汇,在物业公司业绩发布会、年报中出现频次显著提升,科技投入正逐步转化为可量化的盈利改善与效率提升。

彭雨分析,一方面,人力成本的攀升会导致企业利润空间被压缩,过度依赖人力的传统模式难以维系,科技应用有助于改善企业对人力成本的依赖程度,提升运营效率;另一方面,业主

对于服务品质与服务效率的诉求也在不断升级,机器人、智慧化平台等科技建设成果能够满足业主对于更加舒适、便利的服务内容的期待。

值得注意的是,受资金投入、应用范围限制等因素制约,不少物业公司仍处于智能化试点探索阶段,技术投入所带来的产出效果尚待全面验证。