

经济信息周报

2023 年 12 月第二周（总期第 88 期）

中国物流信息中心

2023 年 12 月 11 日-2023 年 12 月 15 日

目录

一、宏观动态.....	1
（一）政策动态.....	1
中央经济工作会议在北京举行 习近平发表重要讲话.....	1
（二）金融动态.....	8
2023 年 11 月金融统计数据报告.....	8
（三）消费动态.....	10
电商节降温后的消费：追求性价比与情绪体验并存.....	10
（四）投资动态.....	15
外资机构积极布局中国市场 在华展业、投资步履不停.....	15
（五）外贸动态.....	18
当前外贸外资形势怎么看？商务部回应近期经贸热点.....	18
二、行业动态.....	21
（一）装备制造业动态.....	21
11 月挖掘机销量 14924 台，环比连续 4 个月增长.....	21
（二）高技术制造业动态.....	21
国产大飞机 C919 首访香港.....	22
（三）钢铁行业动态.....	24
宝钢股份拟斥资 107 亿元收购山钢日照 48.6%股权 实现优质钢铁基地强强联合.....	24
（四）建材行业动态.....	26
竞争激烈，需求下滑 新疆多地水泥价格下跌.....	26
（五）房地产行业动态.....	28
政策持续优化调整 促进楼市企稳回暖.....	28
（六）餐饮业动态.....	31
餐饮消费尽显活力 需求多元化倒逼行业创新.....	31
（七）旅游业动态.....	36
1. 今年前三季度国内旅游达到 36.7 亿人次.....	36
2. 改善旅游消费环境 促进消费潜力释放.....	38
三、海外动态.....	42
（一）加息至尾声 美联储暗示明年或降息三次.....	42
（二）欧洲央行如预期按兵不动 拉加德称没讨论过降息.....	45

一、宏观动态

（一）政策动态

中央经济工作会议在北京举行 习近平发表重要讲话

信息导读：中央经济工作会议于 12 月 11 日至 12 日在北京举行。会议对 2023 年经济工作做了全面总结，对 2024 年经济工作的总体要求和政策取向进行了展望，为制定和执行相关政策、推进经济高质量发展做了部署。会议要求明年要坚持稳中求进、以进促稳、先立后破，强化宏观政策逆周期和跨周期调节，加强政策工具创新和协调配合。明确提出，积极的财政政策要适度加力、提质增效，稳健的货币政策要灵活适度、精准有效，要增强宏观政策取向一致性。会议还重点强调要扎实做好 9 个方面的工作，包括以科技创新引领现代化产业体系建设，着力扩大国内需求，深化重点领域改革，扩大高水平对外开放，持续有效防范化解重点领域风险，坚持不懈抓好“三农”工作，推动城乡融合、区域协调发展，深入推进生态文明建设和绿色低碳发展，切实保障和改善民生。

信息摘要：中央经济工作会议 12 月 11 日至 12 日在北京举行。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平出席会议并发表重要讲话。中共中央政治局常委李强、赵乐际、王沪宁、蔡奇、丁薛祥、李希出席会议。

习近平在重要讲话中全面总结 2023 年经济工作，深刻分析当前经济形势，系统部署 2024 年经济工作。李强作总结讲话，对贯彻落实习近平总书记重要讲话精神、做好明年经济工作提出要求。

会议认为，今年是全面贯彻党的二十大精神开局之年，是三年新

冠疫情防控转段后经济恢复发展的一年。以习近平同志为核心的党中央团结带领全党全国各族人民，顶住外部压力、克服内部困难，全面深化改革开放，加大宏观调控力度，着力扩大内需、优化结构、提振信心、防范化解风险，我国经济回升向好，高质量发展扎实推进。现代化产业体系建设取得重要进展，科技创新实现新的突破，改革开放向纵深推进，安全发展基础巩固夯实，民生保障有力有效，全面建设社会主义现代化国家迈出坚实步伐。

会议指出，进一步推动经济回升向好需要克服一些困难和挑战，主要是有效需求不足、部分行业产能过剩、社会预期偏弱、风险隐患仍然较多，国内大循环存在堵点，外部环境的复杂性、严峻性、不确定性上升。要增强忧患意识，有效应对和解决这些问题。综合起来看，我国发展面临的有利条件强于不利因素，经济回升向好、长期向好的基本趋势没有改变，要增强信心和底气。

会议认为，近年来，在党中央坚强领导下，我们有效统筹国内国际两个大局、统筹疫情防控和经济社会发展、统筹发展和安全，深化了新时代做好经济工作的规律性认识。必须把坚持高质量发展作为新时代的硬道理，完整、准确、全面贯彻新发展理念，推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。必须坚持深化供给侧结构性改革和着力扩大有效需求协同发力，发挥超大规模市场和强大生产能力的优势，使国内大循环建立在内需主动力的基础上，提升国际循环质量和水平。必须坚持依靠改革开放增强发展内生动力，统筹推进深层次改革和高水平开放，不断解放和发展社会生产力、激发和增强社会活力。必须坚持高质量发展和高水平安全良性互动，以高质量发展促进高水平安全，以高水平安全保障高质量发展，发展和安全要动态平衡、相得益彰。必须把推进中国式现代化作为最大的政治，在党的统一领导下，团结最广大人民，聚焦经

济建设这一中心工作和高质量发展这一首要任务，把中国式现代化宏伟蓝图一步步变成美好现实。

会议强调，做好明年经济工作，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大和二十届二中全会精神，坚持稳中求进工作总基调，完整、准确、全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，着力推动高质量发展，全面深化改革开放，推动高水平科技自立自强，加大宏观调控力度，统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，统筹新型城镇化和乡村全面振兴，统筹高质量发展和高水平安全，切实增强经济活力、防范化解风险、改善社会预期，巩固和增强经济回升向好态势，持续推动经济实现质的有效提升和量的合理增长，增进民生福祉，保持社会稳定，以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业。

会议要求，明年要坚持稳中求进、以进促稳、先立后破，多出有利于稳预期、稳增长、稳就业的政策，在转方式、调结构、提质量、增效益上积极进取，不断巩固稳中向好的基础。要强化宏观政策逆周期和跨周期调节，继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策，加强政策工具创新和协调配合。

积极的财政政策要适度加力、提质增效。要用好财政政策空间，提高资金效益和政策效果。优化财政支出结构，强化国家重大战略任务财力保障。合理扩大地方政府专项债券用作资本金范围。落实好结构性减税降费政策，重点支持科技创新和制造业发展。严格转移支付资金监管，严肃财经纪律。增强财政可持续性，兜牢基层“三保”底线。严控一般性支出。党政机关要习惯过紧日子。

稳健的货币政策要灵活适度、精准有效。保持流动性合理充裕，社会融资规模、货币供应量同经济增长和价格水平预期目标相匹配。发挥好货币政策工具总量和结构双重功能，盘活存量、提升效能，引导金融

机构加大对科技创新、绿色转型、普惠小微、数字经济等方面的支持力度。促进社会综合融资成本稳中有降。保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定。

要增强宏观政策取向一致性。加强财政、货币、就业、产业、区域、科技、环保等政策协调配合，把非经济性政策纳入宏观政策取向一致性评估，强化政策统筹，确保同向发力、形成合力。加强经济宣传和舆论引导，唱响中国经济光明论。

会议强调，明年要围绕推动高质量发展，突出重点，把握关键，扎实做好经济工作。

一是以科技创新引领现代化产业体系建设。要以科技创新推动产业创新，特别是以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能，发展新质生产力。完善新型举国体制，实施制造业重点产业链高质量发展行动，加强质量支撑和标准引领，提升产业链供应链韧性和安全水平。要大力推进新型工业化，发展数字经济，加快推动人工智能发展。打造生物制造、商业航天、低空经济等若干战略性新兴产业，开辟量子、生命科学等未来产业新赛道，广泛应用数智技术、绿色技术，加快传统产业转型升级。加强应用基础研究和前沿研究，强化企业科技创新主体地位。鼓励发展创业投资、股权投资。

二是着力扩大国内需求。要激发有潜能的消费，扩大有效益的投资，形成消费和投资相互促进的良性循环。推动消费从疫后恢复转向持续扩大，培育壮大新型消费，大力发展数字消费、绿色消费、健康消费，积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。稳定和扩大传统消费，提振新能源汽车、电子产品等大宗消费。增加城乡居民收入，扩大中等收入群体规模，优化消费环境。要以提高技术、能耗、排放等标准为牵引，推动大规模设备更新和消费品以旧换新。

发挥好政府投资的带动放大效应，重点支持关键核心技术攻关、新型基础设施、节能减排降碳，培育发展新动能。完善投融资机制，实施政府和社会资本合作新机制，支持社会资本参与新型基础设施等领域建设。

三是深化重点领域改革。要谋划进一步全面深化改革重大举措，为推动高质量发展、加快中国式现代化建设持续注入强大动力。不断完善落实“两个毫不动摇”的体制机制，充分激发各类经营主体的内生动力和创新活力。深入实施国有企业改革深化提升行动，增强核心功能、提高核心竞争力。促进民营企业发展壮大，在市场准入、要素获取、公平执法、权益保护等方面落实一批举措。促进中小企业专精特新发展。加快全国统一大市场建设，着力破除各种形式的地方保护和市场分割。有效降低全社会物流成本。要谋划新一轮财税体制改革，落实金融体制改革。

四是扩大高水平对外开放。要加快培育外贸新动能，巩固外贸外资基本盘，拓展中间品贸易、服务贸易、数字贸易、跨境电商出口。放宽电信、医疗等服务业市场准入，对标国际高标准经贸规则，认真解决数据跨境流动、平等参与政府采购等问题，持续建设市场化、法治化、国际化一流营商环境，打造“投资中国”品牌。切实打通外籍人员来华经商、学习、旅游的堵点。抓好支持高质量共建“一带一路”八项行动的落实落地，统筹推进重大标志性工程和“小而美”民生项目。

五是持续有效防范化解重点领域风险。要统筹化解房地产、地方债务、中小金融机构等风险，严厉打击非法金融活动，坚决守住不发生系统性风险的底线。积极稳妥化解房地产风险，一视同仁满足不同所有制房地产企业的合理融资需求，促进房地产市场平稳健康发展。加快推进保障性住房建设、“平急两用”公共基础设施建设、城中村改造等“三大工程”。完善相关基础性制度，加快构建房地产发展新模式。统筹好地方

债务风险化解和稳定发展，经济大省要真正挑起大梁，为稳定全国经济作出更大贡献。

六是坚持不懈抓好“三农”工作。要锚定建设农业强国目标，学习运用“千万工程”经验，有力有效推进乡村全面振兴，以确保国家粮食安全、确保不发生规模性返贫为底线，以提升乡村产业发展水平、提升乡村建设水平、提升乡村治理水平为重点，强化科技和改革双轮驱动，强化农民增收举措，集中力量抓好办成一批群众可感可及的实事，建设宜居宜业和美乡村。毫不放松抓好粮食等重要农产品稳定安全供给，探索建立粮食产销区省际横向利益补偿机制，改革完善耕地占补平衡制度，提高高标准农田建设投入标准。树立大农业观、大食物观，把农业建成现代化大产业。

七是推动城乡融合、区域协调发展。要把推进新型城镇化和乡村全面振兴有机结合起来，促进各类要素双向流动，推动以县城为重要载体的新型城镇化建设，形成城乡融合发展新格局。实施城市更新行动，打造宜居、韧性、智慧城市。充分发挥各地区比较优势，按照主体功能定位，积极融入和服务构建新发展格局。优化重大生产力布局，加强国家战略腹地建设。大力发展海洋经济，建设海洋强国。

八是深入推进生态文明建设和绿色低碳发展。建设美丽中国先行区，打造绿色低碳发展高地。积极稳妥推进碳达峰碳中和，加快打造绿色低碳供应链。持续深入打好蓝天、碧水、净土保卫战。完善生态产品价值实现机制。落实集体林权制度改革。加快建设新型能源体系，加强资源节约集约循环高效利用，提高能源资源安全保障能力。

九是切实保障和改善民生。要坚持尽力而为、量力而行，兜住、兜准、兜牢民生底线。更加突出就业优先导向，确保重点群体就业稳定。织密扎牢社会保障网，健全分层分类的社会救助体系。加快完善生育支

持政策体系，发展银发经济，推动人口高质量发展。

会议指出，要深刻领会党中央对经济形势的科学判断，切实增强做好经济工作的责任感使命感，抓住一切有利时机，利用一切有利条件，看准了就抓紧干，能多干就多干一些，努力以自身工作的确定性应对形势变化的不确定性。要全面贯彻明年经济工作的总体要求，注意把握和处理好速度与质量、宏观数据与微观感受、发展经济与改善民生、发展与安全的关系，不断巩固和增强经济回升向好态势。要准确把握明年经济工作的政策取向，在政策实施上强化协同联动、放大组合效应，在政策储备上打好提前量、留出冗余度，在政策效果评价上注重有效性、增强获得感，着力提升宏观政策支持高质量发展的效果。要讲求工作推进的方式方法，抓住主要矛盾，突破瓶颈制约，注重前瞻布局，确保明年经济工作重点任务落地落实。要始终保持奋发有为的精神状态，胸怀“国之大者”，主动担当作为，加强协同配合，积极谋划用好牵引性、撬动性强的工作抓手，扎实推动高质量发展。

会议强调，要坚持和加强党的全面领导，深入贯彻落实党中央关于经济工作的决策部署。要不折不扣抓落实，确保最终效果符合党中央决策意图。要雷厉风行抓落实，统筹把握时度效。要求真务实抓落实，坚决纠治形式主义、官僚主义。要敢作善为抓落实，坚持正确用人导向，充分发挥各级领导干部的积极性主动性创造性。要巩固拓展主题教育成果，并转化为推动高质量发展的成效。

会议要求，要做好岁末年初重要民生商品保供稳价，保障农民工工资按时足额发放，关心困难群众生产生活，深入落实安全生产责任制，守护好人民群众生命财产安全和身体健康。

会议号召，全党要紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围，坚定信心、开拓奋进，努力实现经济社会发展各项目标任务，以高质量

发展的实际行动和成效，为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业作出新的更大贡献。

信息来源：中国政府网

（二）金融动态

2023 年 11 月金融统计数据报告

信息导读：12 月 13 日，中国人民银行发布 11 月金融统计数据。从数据变化来看，11 月金融数据保持相对稳定，基本符合社会预期。有专家表示，从信贷结构来看，对公贷款整体平稳，零售贷款明显改善，社融和信贷增长速度、节奏都较为正常，金融对实体经济支持服务力度不减。针对 11 月 M2-M1 保持较宽“剪刀差”的情况，有专家指出，主要是国内定期存款量占比仍维持高位，居民消费和企业投资决策方面整体仍偏谨慎。下一步，我国应加快落实中央经济工作会议精神，加大宏观政策调整优化，积极发挥货币政策工具作用，强化货币政策和财政、产业、区域、科技政策等之间的协调配合，盘活存量资金，提高资金使用效率，增强市场信心和预期，着力为经济高质量发展注入新动力。

信息摘要：12 月 13 日，中国人民银行发布了 2023 年 11 月金融统计数据报告。

一、广义货币增长 10%

11 月末，广义货币（M2）余额 291.2 万亿元，同比增长 10%，增速分别比上月末和上年同期低 0.3 个和 2.4 个百分点。狭义货币（M1）余额 67.59 万亿元，同比增长 1.3%，增速分别比上月末和上年同期低 0.6 个和 3.3 个百分点。流通中货币（M0）余额 11.02 万亿元，同比增长 10.4%。当月净投放现金 1660 亿元。

二、前十一个月人民币贷款增加 21.58 万亿元

11月末，本外币贷款余额241.17万亿元，同比增长10.2%。人民币贷款余额236.42万亿元，同比增长10.8%，增速分别比上月末和上年同期低0.1个和0.2个百分点。

前十一个月人民币贷款增加21.58万亿元，同比多增1.55万亿元。11月份人民币贷款增加1.09万亿元，同比少增1368亿元。分部门看，住户贷款增加2925亿元，其中，短期贷款增加594亿元，中长期贷款增加2331亿元；企（事）业单位贷款增加8221亿元，其中，短期贷款增加1705亿元，中长期贷款增加4460亿元，票据融资增加2092亿元；非银行业金融机构贷款减少207亿元。

11月末，外币贷款余额6691亿美元，同比下降13%。前十一个月外币贷款减少724亿美元，同比少减713亿美元。11月份外币贷款减少90亿美元，同比少减115亿美元。

三、前十一个月人民币存款增加25.65万亿元

11月末，本外币存款余额289.81万亿元，同比增长9.8%。人民币存款余额284.18万亿元，同比增长10.2%，增速分别比上月末和上年同期低0.3个和1.3个百分点。

前十一个月人民币存款增加25.65万亿元，同比多增1301亿元。11月份人民币存款增加2.53万亿元，同比少增4273亿元。其中，住户存款增加9089亿元，非金融企业存款增加2487亿元，财政性存款减少3293亿元，非银行业金融机构存款增加1.57万亿元。

11月末，外币存款余额7931亿美元，同比下降8%。前十一个月外币存款减少608亿美元，同比少减740亿美元。11月份外币存款增加88亿美元，同比多增108亿美元。

四、11月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为1.89%，质押式债券回购月加权平均利率为1.98%

11 月份银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 181.27 万亿元，日均成交 8.24 万亿元，日均成交同比增长 15.2%。其中，同业拆借日均成交同比增长 4.5%，现券日均成交同比下降 0.9%，质押式回购日均成交同比增长 20.2%。

11 月份同业拆借加权平均利率为 1.89%，比上月低 0.03 个百分点，比上年同期高 0.34 个百分点。质押式回购加权平均利率为 1.98%，比上月低 0.08 个百分点，比上年同期高 0.37 个百分点。

五、11 月份经常项下跨境人民币结算金额为 12869 亿元，直接投资跨境人民币结算金额为 6668 亿元

11 月份，经常项下跨境人民币结算金额为 12869 亿元，其中货物贸易、服务贸易及其他经常项目分别为 10056 亿元、2813 亿元；直接投资跨境人民币结算金额为 6668 亿元，其中对外直接投资、外商直接投资分别为 2332 亿元、4336 亿元。

信息来源：中国人民银行官网

（三）消费动态

电商节降温后的消费：追求性价比与情绪体验并存

信息导读：电商消费的造节活动对消费者的吸引力已经有所降低。消费者不再盲目消费，形成了追求极致的性价比与悦己消费体验的消费观念。随着直播的兴起，电商业态环境在改变，消费市场也更加多元和分化。专家认为，电商与直播带货只是不同的零售方式，没有哪一种一定会代表未来的趋势；深度折扣、优质体验与服务才是消费市场最重要的潮流。不只是线上消费，今年线下消费场景也在迅速恢复。从去年到今年是线上线下消费的转型期，加上今年注重整体的消费提振，实体店也找准机会、结合城市特色发掘自己特定的消费群体。消费者对线下消

费的兴趣并未因线上消费而减退。京东研究院报告显示，九成消费者期待销售极致性价比的产品，尤其体现在必需品和消耗品上。消费者以更少的成本买到更高品质的商品已经成为趋势，是进阶版的消费升级。同时，另一个趋势是消费者也注重消费体验，愿意为情绪溢价买单。

信息摘要：这个双十二，“00 后”小糖在电商平台货比三家之后，买了一件 50 块钱的打底衫，同时她也毫不犹豫“斥千元巨资”抢到了自己喜爱歌手的演唱会内场票。今年，这种看似矛盾的消费表现尤为明显：消费者一方面购买极致性价比产品，期待“靠谱的低价”，另一方面愿意为“悦己”消费付出高价，注重情绪体验消费。

从电商平台看，淘宝今年取消双十二，更改为 12 月 9 日的平台大型活动“淘宝年终好价节”，不少消费者对此反应平平，随着电商购物节同质化竞争严重，消费者对某个电商节的取消没有明显感受。

戴德梁行研究院副院长、华南及华中区研究部董事张晓端在接受 21 世纪经济报道记者采访时表示，同样是“造节”，随着消费者对线上“造节”采用的低价策略感到倦怠和免疫，如果线下的“造节”活动能从不同角度增加消费场景的丰富性、互动感、体验感，消费者也会选择线下参加消费节。

线上线下消费融合明显

当前，线上消费往何处去？中国商业经济学会副会长王先庆在接受 21 世纪经济报道记者采访时表示，电商的分流趋势从 3-5 年前就已经开始，当时双十一给国内大规模生产的很多产品提供了一个很好的销售渠道，大量供需都挤在狭小的电商渠道，形成每年购物节的热潮。

“现在随着多年电商数字平台的发展，电商的业态环境在改变，很多厂家直接参与电商直播，加上快递服务日渐发达，生产者和消费者能更多进行直接对接，消费者更加注重性价比和理性消费，货架电商和直

播带货明显分化，尤其在直播业态下，未来也可能形成一批特色行业类带货主播。”王先庆说。张晓端也观察到，现在消费市场更加多元和分化，除了京东、淘宝，小红书、东方甄选等平台也在崛起，推出不同的电商风格和调性，与生活方式相结合，主播反而是买手或主理人，电商风格更多元化。

唯品会品牌部相关负责人告诉 21 世纪经济报道记者，电商货架与直播带货都只是零售的“方式”，很难说哪一种方式代表着未来的趋势，但从现在的消费趋势来看，深度折扣、优质体验与服务这些零售核心的要素，才是消费市场最重要的潮流。唯品会很早即摒弃满减，推行一件立减，消费者无需凑单，即可享受超值优惠。今年，支付宝开启了双 12 生活节，在零售超市、集贸市场带来了一波关注。12 月起，不少商家主动贴出支付宝活动二维码鼓励消费者领红包，虽然淘宝双 12 取消，但通过打通线上线下的支付渠道，消费者的购物体验 and 便利度得到了提升。

不只零售超市，今年以来，线下消费场景迅速复苏，餐饮等体验式消费迎来了快速增长。今年前 10 个月，按消费类型看，我国餐饮收入 41905 亿元，增长 18.5%。“过去 10 年，线上线下消费分离比较严重，各自在不同的路径和逻辑上发展，实体店也陷入发展迷茫期。从去年到今年是线上线下消费的转型期，加上今年注重整体的消费提振，实体店也找准机会、结合城市特色发掘自己特定的消费群体。”王先庆说。

王先庆认为，以传统的购物中心为例，由百货商场转为企业运营，从商贸拓展文旅，结合新消费趋势和数字经济时代的消费变化，引入直播业态，带动娱乐体验、健康美容、运动健身等业态进驻，“例如攀岩、滑冰只能在线下进行，咖啡馆、餐厅等适合面对面交往的消费场景只能依托于实体店铺。”需要注意的是，不少消费者在对“线上消费”倦怠后，开始重新回到“附近”，在线下建立真实的链接。

谷谷作为一个曾经的线上“剁手党”，现在对线上消费表现出了无奈和倦怠，她告诉 21 世纪经济报道记者，“网上各种花式促销和开屏跳转，已经把我弄得心累，以前拆快递无比兴奋，现在面对一堆包裹，只有沉重的负担。”这段时间，谷谷重返线下店铺购买化妆品。“线下购买的好处是，买了马上能带走，第二天就能用，更重要的是，柜员会根据我的肤色推荐合适的颜色，能享受到比线上购物更多的体验服务。”

张晓端也认为，线下实体商场还会提供一些线上没有的附加优惠和场景体验，例如，实体商场推出会员卡，同样可以实现满减折扣，可以提供免费停车服务，也会举办针对会员的线下活动，而餐饮、美容等体验消费更是线下的优势领域。

省钱但不省“情绪溢价”

根据京东消费及产业发展研究院发布的《“9.9 经济”消费观察》，在对销售极致性价比产品的必要性上，九成消费者持期待态度。从产品结构上来看，用户期待更多种类的产品，必需品、消耗品的选择上更期待极致性价比产品。注重性价比在美妆方面表现得尤为明显。小糖在双十二活动期间给自己囤了国产品牌的眉笔和护肤精华，为自己又省了一笔钱而感到满足，“相比国际大牌，这些国产化妆品同样好用，少花一半钱能带来一样的效果，不香吗？”

当前一个重要的消费趋势是，消费者以更少的成本买到更高品质的商品，这是进阶版的消费升级。注重功能性和多样场景性的小众品牌运动鞋“出圈”也是消费者追求产品“质价比”的典型案列。一年多来，杭州的线下综合体新开出了很多小众运动户外品牌店。一位店员告诉 21 世纪经济报道记者，不少户外运动爱好者前来光顾，这些消费者十分专业，更注重功能性和实用性，买专业户外鞋能实现户外徒步和平时穿搭场景的“一鞋多穿”。同时，更多的消费者愿意为满足自己个性需求的品

质产品买单，也包括增加文旅体验消费、“情绪溢价”消费等。

据统计，今年天猫双十一开售 1 小时，电竞键盘轴成交同比大涨 600%；在骑行火爆“出圈”背景下，摩托车成交同比增长 101%，公路自行车成交暴涨 300%，骑行、滑雪、户外鞋服同比增长 300%。杭州的社区工作者小鸣是旅游体验消费券的“囤货爱好者”，今年以来，她几乎每个周末都会带着一家人出游，已经去了福州、安吉、香港、绍兴等多个地方。今年双十一，她用花呗囤了上万元的机票、酒店和深度游玩券。

张晓端认为，这恰恰是消费者更懂得自己的内在需求，在消费观上更理性成熟的表现，“早些年消费者会以品牌的附加值去判断产品的好坏和价值，现在他们会从自己的需求出发，注重个性化的消费，在日常生活用品方面注重实用价值和性价比，也会为一些满足情绪价值和情感联结的产品和服务买单，这种分化表现体现一种趋向理性、更加成熟的消费观。”今年以来，情绪价值成为人们时常提到的关键词，消费者也愿意为“情绪溢价”买单。

21 世纪经济报道记者在采访中了解到，近期，去年刚毕业的银行职员晓晓和朋友在一家 jellycat 毛绒玩具店铺一次性购买了近七百元的商品。晓晓表示这次购买十分值得，“这个玩具的质感非常好，还有很多小表情，能给忙碌工作的自己带来情绪抚慰。”这家毛绒玩具集合店的店员告诉 21 世纪经济报道记者，店铺周末会排起长队，有时还需限流，20 岁左右的年轻人是主要购买人群，平均客单价在 1000 元左右，也有少数消费者一次性购买 2-3 万元的玩具。

今年以来，这股为“情绪溢价”买单的风潮在“Z 世代”年轻人中兴起。记者注意到，有些拳头大小的毛绒玩具单价都接近 200 元，但这并不妨碍年轻人抢购，一只名为“西高地”的小狗毛绒产品一直处于售罄断货状态。此前，在天猫双 11 品牌及中小商家增长沟通会上，淘天集

团品牌业务发展中心总裁奥文提到当前消费的两大趋势：第一，当商品间功能趋于一致，消费者的比价和理性消费的行为在上升；第二，当消费者更注重商品带来的新生活方式和情绪价值时，价格不再是消费者考量的首位。

“当前一个明显特征是消费体系重构，让消费回归本质，消费者更注重使用价值、功能价值，不是简单地追求性价比或消费降级，从大的消费环境看，与前些年相比，更多人注重品质消费、‘悦己’消费，这体现出消费升级趋势，但在表达方式上改变了。”王先庆说。

信息来源：21 世纪经济报道

（四）投资动态

外资机构积极布局中国市场 在华展业、投资步履不停

信息导读：今年以来，外资机构在中国设立公司、增加业务种类和投资动作频繁，取得了新的进展。渣打证券（中国）有限公司获得了证监会颁发的《经营证券期货业务许可证》，复兴证券有限公司申请的合格境外投资者资格也得到了快速审批。这些进展表明中国资本市场的对外开放程度和对外资的吸引力都在不断提高。外资金融机构进入中国，不仅能提供更多选择，也能为中国的券商行业注入新的活力。渣打证券表示，它将利用集团的专业能力和全球网络优势，为中国的客户提供差异化和特色化的中国岸上资本市场产品和服务。

信息摘要：今年以来，外资机构在华展业、投资动作频频，新进展不断。

12 月 11 日，渣打证券（中国）有限公司（以下简称“渣打证券”）宣布获得证监会颁发的《经营证券期货业务许可证》。另外，复兴证券有

限公司（以下简称“复兴证券”）申请的合格境外投资者资格近日火速获批。

中国人民大学中国资本市场研究院联席院长赵锡军对记者表示：“近年来，外资金融机构在华设立公司、增加业务种类的申请不断获批，反映出中国资本市场对外开放程度以及对外资的吸引力均不断提高。外资金融机构的进入，既能够凭借丰富的从业经验和高水平的服务质量为境内投资者提供更多选择，也能够为境内券商行业带来新的活力。”

渣打证券计划明年上半年正式展业

自 2020 年证监会宣布取消证券公司外资股比限制后，渣打证券作为首家获准新设的外资全资控股券商，于今年 1 月 19 日获批筹建，5 月 5 日完成登记注册，总部设在北京，注册资本 10.5 亿元。此次渣打证券获准开展四类证券业务，包括证券经纪、证券自营、证券承销、证券资产管理（限于从事资产证券化业务）。渣打证券表示，计划于 2024 年上半年正式展业。

“渣打证券作为渣打集团在华战略的重要组成部分，将进一步丰富和提升集团在华服务客户资本市场需求的能力。”渣打集团亚洲金融市场部主管、渣打证券董事长陈铭侨表示，坚信中国金融领域的开放会不断推进，资本市场的枢纽功能也会不断增强，对全球投资者和金融机构的吸引力将不断提升。

目前，全行业共有 18 家外资参控股券商。其中，渣打证券、高盛中国、摩根大通证券（中国）为外资全资控股公司。从经营业绩表现来看，中国证券业协会数据显示，2023 年上半年，外资参控股券商的总资产、净资产、营业收入、净利润合计分别占行业整体的 5.6%、6.56%、7.15%、5.5%。

外资金融机构正加快在华拓展业务的脚步，已成为境内金融市场中

的一股重要力量。今年以来，星展证券（中国）通过子公司从事另类投资业务的申请被证监会核准；汇丰前海证券向证监会提交的《证券公司申请增加业务种类核准》相关材料已被接收；野村东方国际证券计划向全牌照方向发展。

“外资机构频频对境内金融市场进行布局，一方面是因为国内资本市场不断繁荣发展，居民财富水平不断增长，巨大的市场潜力被外资机构看到；另一方面也得益于政策方面的利好，金融领域制度型开放不断深化，外资机构来华投资、展业的门槛有所降低。”赵锡军表示，随着境内金融市场的不断发展完善，各项法规及制度进一步与国际接轨，营商环境不断优化，因而对外资机构的吸引力有所加强。

陈铭侨表示：“渣打证券将依托集团的专业能力和全球网络优势，开拓新市场，发现新机遇，致力于为境内外客户提供差异化、特色化的中国在岸资本市场产品和服务，成为联通境内外优质资产和投资者的桥梁，为服务中国资本市场高水平制度型开放、提升跨境投融资便利化贡献一份力量。”

外资机构加速投资中国市场

除了积极在华展业外，外资机构投资中国市场步履不停。11月22日，证监会接收了复兴证券的《合格境外投资者资格许可》申请材料。12月4日，复兴证券的合格境外投资者资格得到证监会核准。

据了解，合格境外投资者（包括合格境外机构投资者 QFII 和人民币合格境外投资者 RQFII）是经证监会批准，使用来自境外的资金进行境内证券期货投资的境外机构投资者。合格境外投资者仅以自身名义在境内开展证券期货投资，不在境内开展经营性活动。

“外资金融机构在华投资、展业的脚步加快，意味着金融市场的开放程度进一步提高。”中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东对

记者表示，这有助于丰富金融供给，增加增量资金，提振市场活力，改善券商行业发展环境，促使国内证券企业练好内功、提升竞争力和服务投资者的能力。

信息来源：证券日报

（五）外贸动态

当前外贸外资形势怎么看？商务部回应近期经贸热点

信息导读：商务部回应近期经贸热点表示，一是在推动中越经贸关系发展上，将与越南相关部门一道，推动双方务实合作提质升级，保障双边贸易稳定畅通，加强新兴领域合作，拓展农业经贸合作空间，深化多边合作。二是近期外贸发展的积极因素不断累积，近几个月中国货物贸易呈现回稳向上的势头，以人民币计进出口增速连续4个月回升，10月、11月均实现正增长。三是引资规模仍处于历史高位，中国始终致力于建设市场化、法治化、国际化一流营商环境，更好服务外商投资企业。综合来看，外贸发展的积极因素不断累积，回稳态势持续巩固。

信息摘要：如何推动中越经贸关系发展？当前外贸外资形势怎么看？商务部14日举行例行新闻发布会回应近期经贸热点。

推动中越双方务实合作提质升级

中越双方日前宣布中越两党两国关系新定位，在深化中越全面战略合作伙伴关系基础上，携手构建具有战略意义的中越命运共同体。商务部新闻发言人束珏婷说，商务部将与越南相关部门一道，认真落实两党两国最高领导人达成的重要共识，推动双方务实合作提质升级。

一是保障双边贸易稳定畅通。发挥贸易畅通工作组等机制作用，共同推进中越边境口岸升格开放、边境智慧口岸建设、“单一窗口”等合作。

支持边境小额贸易、边民互市贸易和跨境电商发展，提升双边贸易往来效率和便利化水平。

二是加强新兴领域合作。落实商务部与越方签署的加强数字经济领域投资合作和推动绿色发展领域投资合作的谅解备忘录，加强双方在数字经济、绿色经济、清洁能源领域交流合作。

三是拓展农业经贸合作空间。用好进博会、广交会、中国东盟博览会等展会和跨境电商平台，支持扩大自越进口优质农产品。支持企业加强大米、木薯等贸易合作，加强农产品供应链合作。

四是深化多边合作。中越双方将加强在《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）、亚太经合组织（APEC）和世界贸易组织（WTO）等机制下的合作，维护全球自由贸易体系，构筑安全稳定、畅通高效、开放包容、互利共赢的全球产业链供应链体系。

外贸发展的积极因素不断累积

束珏婷说，近几个月，中国货物贸易呈现回稳向上的势头，以人民币计进出口增速连续4个月回升，10月、11月均实现正增长。综合来看，外贸发展的积极因素不断累积，回稳态势持续巩固。

一是贸易活跃度继续上升。中国出口贸易量自8月起同比由降转增，且增幅持续扩大，11月当月出口量增长12%，达到二季度以来峰值。与此同时，进口贸易量连续10个月保持正增长。量的稳步增长是外贸稳规模优结构的重要支撑。

二是外部需求呈现回暖迹象。11月当月，中国对美出口结束14个月的下降，转为增长9.6%，对日、韩等进出口降幅收窄。手机、家电等消费电子产品回升势头明显，11月集成电路进口金额增速年内首次转正，进口量连续3个月增长，显示出终端电子产品的出口需求有所改观。

三是企业预期持续改善。商务部跟踪调查显示，外贸企业出口订单

情况连续 6 个月好转。

谈及跨境电商等新业态发展，束珏婷介绍，四季度以来，不少跨境电商平台在假日购物季中表现良好。行业数据显示，部分平台 11 月在欧美市场的成交金额增长超过两倍。今年以来，中国跨境电商继续保持快速增长。前三季度跨境电商进出口 1.7 万亿元人民币，同比增长 14.4%，拉动同期货物贸易进出口增速超 1 个百分点。

当前引资规模仍处于历史高位

在回应关于如何看待当前外商投资与利用外资形势的记者提问时，束珏婷说，受经济和非经济等多重因素影响，今年以来全国实际使用外资金额出现一定波动。需要指出的是，当前引资规模仍处于历史高位，引资结构不断优化，高技术产业占比提升，外商来华投资热度不减，前 10 个月，加拿大、英国、法国、瑞士、荷兰等实际对华投资分别增长 110.3%、94.6%、90.0%、66.1%和 33.0%（含通过自由港投资数据）。

“中国始终致力于建设市场化、法治化、国际化一流营商环境，更好服务外商投资企业。”束珏婷表示，目前相关部门和地方正在全力抓好落实“稳外资 24 条”，近期已经出台不少具体举措。还有一些政策正在制定过程中，比如优化境外已上市药品境内生产申报程序、规范和促进数据跨境流动等。相信随着这些实实在在的举措落地实施，外国投资者在华经营的环境也会越来越好。

她说，下一步，商务部将深入贯彻中央经济工作会议精神，扩大高水平对外开放，对标国际高标准经贸规则，稳步推进制度型开放，积极回应外资企业诉求，进一步推动便利中外人员往来，不断优化外资促进和服务。

信息来源：新华社

二、行业动态

（一）装备制造业动态

11 月挖掘机销量 14924 台，环比连续 4 个月增长

信息导读：挖掘机主要应用于房地产和基建投资前端的土木工程，如土方开挖、装载作业和土地平整等。因此挖掘机销量的变化与房地产和基建投资活动紧密相关，从而其销量也被视为经济“晴雨表”，当挖掘机销量增长时，这通常意味着基建活跃和投资强劲，反之则可能反映经济放缓或市场不景气。截止到 11 月，我国挖掘机销量连续 4 个月环比增长，意味着这几个月以来，我国基建工程、交通建设等项目开工持续增加，保交楼活动也在稳步推进，拉动了挖掘机需求回升，经济活跃度也有所提升。从数据结构来看，有两点需要注意，一是挖掘机销量同比仍大幅下降，二是国内销量同比降幅明显大于出口降幅，显示当前国内经济回升的力度仍有待巩固。

信息摘要：中国工程机械工业协会对挖掘机主要制造企业统计，11 月各类挖掘机销量 14924 台，同比下降 37.0%，环比增长 2.33%，连续 4 个月增长。其中国内销量 7484 台，同比下降 48.0%，环比增长 10.12%；出口 7440 台，同比下降 19.8%，环比下降 4.47%。

今年以来各类挖掘机累计销量同比下降 27.1%至 178320 台；其中国内销量同比下降 43.5%至 82355 台；出口同比下降 2.81%至 95965 台。

信息来源：澎湃新闻

（二）高技术制造业动态

国产大飞机 C919 首访香港

信息导读：C919 大型客机和 ARJ21 支线客机是中国商用飞机有限公司研发的两款喷气式飞机，其中 C919 的成功研发是我国近年来航空领域发展的重要里程碑，为我国航空工业走向国际市场，建成航空大国夯实了基础。目前 C919 在国内市场已经取得大量订单，拓展国际市场方面也有一定进展。香港是连接我国内地和世界其他地区的重要门户，C919 访问香港，既可以获得内地以外的飞行经验，更是向世界进行展示和推广，从而吸引更多的关注，争取潜在的市场订单。虽然目前我国商业大飞机与国际先进水平相比仍有一定的差距，但是随着我国在这一领域的持续发力，未来我国航空工业将逐步拉平差距，获得国际市场更多份额。

信息摘要：13 日上午，香港特区政府于香港国际机场停机坪为国家自主研制的 C919 及 ARJ21 飞机举行欢迎仪式。香港特区行政长官李家超表示，这是 C919 飞机首次出访内地以外的城市，充分体现出内地对于香港航空业以及香港运输业的高度重视。本月 16 日，C919 飞机也将在维多利亚港上空进行飞行演示，让香港市民共同见证其首次翱翔香港上空的一刻。

李家超说，两架国产客机从研制、投产、交付到最终商用，展示国家在工业制造领域上实现新突破，象征国家在海陆空运输制造业领域的领先地位。他特别提及，香港也有份参与两架飞机的审定工作，包括飞机认证、飞行人员培训等，贡献国家航空事业，“昨天由上海飞来香港的 C919 航班，其中一位飞行员就是从香港民航处派往参加 C919 评审工作的飞行专家，也是首批 C919 飞行员之一，令我们都深感自豪。”

根据活动安排，C919 及 ARJ21 飞机于 13 日至 15 日停泊在机场固定区域范围作静态展示，供行政会议、立法会，以及已获邀请的业界人士

和青年团体等参观。若天气情况许可，C919 飞机将于周六上午飞越维港上空进行飞行演示，并预计于当日上午 10 时 30 分由机场起飞，自西至东进入并飞越维多利亚港上空两次。市民及游客可在维港两旁，例如尖东海旁、观塘海滨、鲗鱼涌海滨花园、西九龙海滨长廊、中西区海滨长廊和金紫荆广场等地，观赏 C919 飞机在维港上空翱翔的风采，共同见证国家在民用客机研制上的非凡成就。

C919 是中国首款按照国际通行适航标准自行研制、具有自主知识产权的大型客机。C919 的全称是“COMAC919”，COMAC 是 C919 的主制造商中国商飞公司的英文名称简写，“C”既是“COMAC”的第一个字母，也是中国的英文名称“CHINA”的第一个字母，体现了大型客机是国家的意志、人民的期望。第一个 9 寓意“天长地久”，19 寓意 C919 大型客机最大载客量 190 人。

据了解，C919 设计研制中有多项重大技术突破，比如超临界机翼的设计能够减小飞机阻力，提升飞机性能，帮助降低油耗。此外，C919 航电系统做了大量改进创新，通信、记录、导航、核心处理、客舱、机载维护、信息系统都更加先进。

记者在机舱内部发现，相比同类型飞机，C919 的乘坐舒适度有大幅提升。传统飞机三联座的中间座位，与两旁座位相比较为“逼仄”，在选座时往往会出现乘客不愿意选中间座的情况。但在 C919 客舱中，中间座位比两边座位宽 1.5cm，并且拥有 2.25 米的客舱高度，这一贴心的设计能为旅客提供更大的顶部空间和更舒适的乘坐体验。

此次访港的 C919 客机在内部装饰上也藏有不少“香港元素”。记者看到，在两侧的行李架上，贴有北京、上海、香港三地知名建筑物剪影和“凝聚科创力量，共建无缝天空”字样的海报，以及 C919 飞机建设不同阶段的介绍。

截至目前，C919 累计获得 30 余家客户 1061 架订单。由中国东方航空营运的 2 架 C919 大型客机执飞“上海虹桥-成都天府”空中快线，截至 2023 年 11 月底累计安全载客超 6 万人次，营运状况良好，批量生产工作正在稳步推进。

信息来源：今日广东国际传播中心

（三）钢铁行业动态

宝钢股份拟斥资 107 亿元收购山钢日照 48.6%股权 实现优质钢铁基地强强联合

信息导读：山东钢铁控股子公司山钢日照正在引进战略投资者。山钢集团拟将其持有的山钢日照股权转让给宝钢股份，以提升山钢日照的核心竞争力。此次交易将使宝钢股份成为山钢日照第二大股东。山钢日照资产质量优良，引入宝钢股份后将加快山钢日照建设发展。宝钢股份将现金收购山钢日照股权，以挖掘北方区域协同潜力，提升北方市场影响力。此次交易既是服务国家战略，践行央企基础功能保障作用，支持山东深化新旧动能转换的重要实践，更是做强做优钢铁主业，实现优质钢铁基地强强联合的具体体现。

信息摘要：山东钢铁控股子公司山东钢铁集团日照有限公司（以下简称“山钢日照”）正在引进战略投资者。12 月 9 日，山东钢铁发布公告称，为引入战略投资者，进一步提升山钢日照的核心竞争力，山东钢铁集团有限公司（山东钢铁控股股东，以下简称“山钢集团”）拟将其持有的山钢日照 48.6139%股权转让给宝钢股份。根据评估报告，山钢日照股东全部权益的预评估价值为 235.67 亿元，山钢日照 48.6139%股权转让价款预计为 107.03 亿元。山东钢铁拟同意本次股权转让并放弃优先购买

权。

目前，山钢日照的股东分别是山东钢铁、山钢集团、日照泽众冶金科技中心（有限合伙），持股比例分别为 50.5981%、48.6139%、0.7881%。本次交易完成后，宝钢股份将成为山钢日照第二大股东。

山钢日照成立于 2009 年，是山东钢铁日照生产基地的运营主体，具有钢材产能 790 万吨。山钢日照盈利能力良好。2022 年山钢日照累计实现营业收入 422.39 亿元，净利润 17.23 亿元。今年前三季度，山钢日照累计实现营业收入 263.46 亿元，净利润 5.28 亿元。

有熟悉山东钢铁的人士介绍：“山钢日照资产质量优良，不论是装备水平、生产效率还是盈利能力，在行业内都是比较靠前的。此次山东钢铁放弃优先购买权，应该是统筹考虑的结果。”

对此，山东钢铁表示，宝钢股份系全球领先的现代化钢铁企业，山钢日照引入宝钢股份后，将借助其管理理念和工艺技术，加快山钢日照建设发展，进一步提升山钢日照的核心竞争力，符合公司战略投资规划及长远利益。“本次公司放弃优先购买权系公司基于自身发展定位及战略经营规划的整体考虑做出的决定，不会对公司生产经营活动造成不利影响。本次放弃优先购买权后，公司享有山钢日照的权益不会发生变化，公司合并报表范围不会发生变更。”

同日，宝钢股份也公告称，为挖掘北方区域协同潜力，提升北方市场影响力，同时分享投资收益、获得稳定投资回报，公司拟以 107.03 亿元现金收购山钢日照 48.6139% 股权。

宝钢股份是国内钢铁行业龙头，目前拥有上海宝山、武汉青山、湛江东山、南京梅山等主要制造基地，均位于长江沿线及以南地区。宝钢股份表示，本次交易既是中国宝武服务国家战略，践行央企基础功能保障作用，支持山东深化新旧动能转换的重要实践，更是中国宝武、宝钢

股份做强做优钢铁主业，实现优质钢铁基地强强联合的具体体现。

今年 8 月份，工业和信息化部、国家发展改革委等七部门联合发布的《钢铁行业稳增长工作方案》明确提出，鼓励行业龙头企业实施兼并重组，建设世界一流超大型钢铁企业集团，推动全国钢铁产能优化布局。

兰格钢铁研究中心主任王国清对记者表示：“此次宝钢股份支付超百亿元获得山钢日照 48.6139%股份，将进一步提升宝钢股份的核心竞争力，同时也将提高中国钢铁行业集中度。

信息来源：证券日报

（四）建材行业动态

竞争激烈，需求下滑 新疆多地水泥价格下跌

信息导读：据市场消息，近期新疆克州、喀什、塔城地区水泥价格出现下滑。多家当地水泥企业表示，这是因为部分企业为了提升销量进行了降价促销，同时一些企业的错峰执行情况不佳，导致市场混乱，引发价格战。业内人士认为，需求减少是水泥价格下滑的主要原因。但是，他们同时也看好明年新疆地区的水泥市场行情，主要基于预计需求旺盛和当前库存处于低位。据预测，明年伊犁等重大项目会增加，周边厂会将向外输送，届时本地市场压力会大幅减轻，水泥价格也将陆续上调。

信息摘要：据市场消息，近期，新疆克州、喀什、塔城地区等地水泥价格松动下滑。2023，新疆水泥价格稳了大半年，为何进入最后两个月出现下滑呢？对此，中国水泥网联系了当地多家水泥企业相关负责人。

需求减少，降价促销以提升销量

根据当地业内人士反馈，进入四季度，部分企业由于没有完成前几个季度销售任务，为提升销量降价促销。与此同时，部分企业错峰执行

情况不好，扰乱了市场，导致企业之间大打价格战，更有甚者水泥价格降了 100 元左右。

“本来以为今年能圆满度过，没想到最后两三个月来了一波价格战。”克州一水泥企业表示，由于某企业错峰执行力度不佳，我们企业之间开始打价格战，打到吨水泥价格下滑了 100 元。不过近期开始慢慢回调，或上调至价格战之前。

喀什业内人士称，企业水泥价格下滑了主要是由于现在开始工程项目陆续已经停工，需求变少，为了提升销量下调了价格。

“塔城地区不少项目已停工，基本没需求了，价格下滑主要是由于周边大企业较多，冲击本地市场，企业降价以稳市场。”乌苏一水泥企业人士称，乌苏属于整个塔城地区的水泥价格洼地，周边熟料产能集中又分布不少大企业，竞争相对激烈，价格很难高企。

库存低位，明年行情或将迎小高潮

在交流中得知，上述行业人士看好明年新疆地区的水泥市场行情。主要缘于两个方面，一是预计需求不错，二是当前库存处于低位。

今年新疆部分地区天气一直相对暖和，很多重大工程项目停工较晚支撑着水泥需求。而与此同时，新疆部分地区从 10 月多、11 月份就已经开始陆续停窑，导致目前水泥熟料库存偏低。

“今年水泥需求比去年好一点，由于温度比较高目前这边还有水泥陆续发运，而去年这个时候已经没有了，截止当前企业今年水泥销量同比上涨了 18%左右。”克州一行业人士表示，民用市场，重大项目等都在持续，对明年的水泥市场比较乐观。

喀什一业内人士称，今年下半年开始新疆水泥需求明显增长，企业全年来看销量同比小幅上涨。企业 11 月 1 号已经开始停窑，但是没想到今年天气暖和，一些工程项目持续时间久，水泥库存量逐渐减少。我们

这边要求 3 月 15 才开始生产，所以如果需求不减的情况下 由于库存不足，水泥价格预计将迎来小高潮。

“明年伊犁等重大项目会增加，我们企业周边的厂会将向外输送，届时本地市场压力会大幅减轻，价格也会陆续上调。”乌苏一企业人士透露。

信息来源：中国水泥网

（五）房地产行业动态

政策持续优化调整 促进楼市企稳回暖

信息导读：随着 2024 年临近，各地新一轮楼市新政正在逐步推出。这些政策主要涉及住房公积金贷款以及支持房地产企业推出“换新购”等新模式。展望 2024 年，房地产市场相关政策将继续优化调整，供需两端政策均有发力空间，企业融资环境有望得到改善，同时，各地土拍规则预计将继续放宽，带动土地市场活跃度提升，促进楼市需求企稳回暖。而包含保障性住房、城中村改造、“平急两用”公共基础设施在内的三大重点工程建设，将成为构建房地产新发展模式的抓手，助力市场修复筑底。

信息摘要：临近年末，多地出台新一轮楼市新政，涉及住房公积金贷款以及支持房地产企业推出“换新购”等新模式。展望 2024 年，机构认为，房地产政策将继续优化调整，供需两端政策均有发力空间，同时企业融资环境有望得到改善；土拍规则预计将继续放宽，带动土地市场活跃度提升，促进楼市需求企稳回暖。保障性住房、城中村改造、“平急两用”公共基础设施三大重点工程建设，将成为构建房地产新发展模式的抓手。

更好发挥公积金作用

12月8日，郑州住房公积金管理中心发布《关于住房公积金支持多子女家庭租购住房有关事项的通知》，决定对租购住房的多子女家庭给予住房公积金政策支持。根据通知，多子女家庭在郑州市行政区域内无自有住房，因租赁住房提取住房公积金的，可按照家庭年缴存金额或租房提取最高限额提取。多子女家庭在郑州市行政区域内首次使用住房公积金贷款购买家庭首套住房的，贷款金额可执行贷款最高额度的1.2倍，目前可申请120万元；购买家庭第二套改善性住房的，按照贷款最高额度执行，目前可申请100万元。

同日，郑州住房公积金管理中心发布《关于住房公积金支持人才建设有关事项的通知》。支持的人才对象包括：高层次人才、重点产业急需紧缺人才、社会事业优秀人才、博士。支持对象累计缴存住房公积金6个月以上可申请住房公积金贷款，工作迁出地和迁入地的住房公积金缴存记录可合并计算。支持对象在郑州市行政区域内购买家庭首套住房时，可按照首次首套双缴存家庭的住房公积金贷款政策认定贷款金额。支持对象办理住房公积金贷款时，可按照工作迁出地或迁入地家庭住房公积金缴存基数认定还款能力。

南京住房公积金管理中心发布的《关于调整部分住房公积金政策的通知》明确，自12月1日起第二次使用住房公积金贷款购买第二套住房的最高可贷额度，由现行的30万元/人、60万元/户，提高至50万元/人、100万元/户。

11月30日，住房和城乡建设部在四川省成都市召开住房公积金重点工作推进会暨经验交流会。会议提出，住房公积金制度面临新的机遇和挑战，要努力做到准确识变、科学应变、主动求变，准确把握构建房地产发展新模式的主要任务，深入领会促进金融与房地产良性循环的工作部署，在推动构建房地产发展新模式中更好发挥住房公积金作用。

激发改善性住房需求

近期，多地出台一系列楼市新政，涉及内容较广。

湖北近日出台楼市新政，推动适当延长贷款年限。同时，支持房地产企业推出“换新购”等新模式，更好激发“以小换大”“卖旧换新”等改善性住房需求。

江西省抚州市东乡区发布《关于印发进一步促进东乡区房地产业良性循环和健康发展的补充措施的通知》。强化公积金政策支持。一是提高个人住房公积金贷款最高额度。住房公积金缴存人在本市范围内购买家庭首套自住住房申请使用个人住房公积金贷款，最高贷款额度由 60 万元/户提高至 70 万元/户。二是降低个人住房公积金贷款首付比例。缴存人在本市范围内购买首套自住住房的，公积金贷款首付比例统一调整为 20%；购买第二套自住住房的，公积金贷款首付比例统一调整为 30%。不再区分期房或再交易房。同时，鼓励依法自主协商延期还本交付。对网签购买住房因开发企业原因不能按期交房的业主，根据购房业主意愿，引导金融机构在政策允许范围内相应放宽购房贷款偿还期限；对因购房合同发生改变或解除的个人住房贷款，金融机构可按市场化、法治化原则与购房人自主开展协商。

展望 2024 年，机构认为，房地产政策有望持续宽松，促进楼市需求企稳回暖。中指研究院称，房地产市场相关政策将继续优化调整，供需两端政策均有发力空间；企业融资环境有望得到改善；“保交楼”资金和配套举措或进一步跟进，推动化解项目交付风险；同时，各地土拍规则预计将继续放宽，带动土地市场活跃度提升。中信建投证券认为，包含保障性住房、城中村改造、“平急两用”公共基础设施在内的三大重点工程建设，将成为构建房地产新发展模式的抓手，助力市场修复筑底。

信息来源：证券日报

（六）餐饮业动态

餐饮消费尽显活力 需求多元化倒逼行业创新

信息导读：2023 年，餐饮消费持续恢复为很多餐饮企业的营收和利润增长带来积极影响。多项促消费政策和餐饮消费优惠力度加大提升了消费者就餐意愿。餐饮企业通过外卖和限时优惠措施提升了消费者信心。国内旅游和节日消费的恢复也带动了餐饮增长。今年餐饮消费需求多元化特征愈加凸显，社交餐饮、健康餐饮、升级餐饮等正在逐渐成为关注焦点。社交餐饮通过创造不同场景与体验的模式为消费者提供多元化餐饮体验。一项市场调查显示，74%的消费者选择饮食时首要考虑健康、多样化和均衡，健康餐饮已经成为发展趋势之一。餐饮品牌升级和产品创新也是今年餐饮业的发展趋势之一，是餐饮企业实现可持续增长的关键。直播成为餐饮业的一股新潮流，消费者也养成了“线上买单+门店体验”的消费习惯。餐饮数字化进程不断加速，线上流量争夺战日趋激烈。同时，随着线上获客成本越来越高，餐饮企业纷纷打起了价格战，开始了新一轮的内卷。另一方面，餐饮企业均存在租金和原材料价格上涨压力，一些快餐连锁品牌却在悄然涨价。虽然 2023 年餐饮业在恢复，但也有一些品牌在行业洗牌过程中黯然退场。餐饮业正在经历深刻变革，消费者需求在发生巨大变化，餐饮业正在向更高品质、更多样化、更智能化的方向升级。

信息摘要：2023 年，在我国着力拉动内需政策的助力下，国内经济逐步复苏，餐饮消费尽显活力，实现了营收和利润双增加。数据显示，今年前 10 个月全国餐饮收入 41905 亿元，同比上涨 18.5%。

信心恢复消费强劲复苏

记者在走访北京三里屯、国贸、京西大悦城等多个商圈发现，拿号

排队吃饭已是常态。不少餐厅在工作日就座无虚席，周末和节假日前来就餐的人更多。绿茶餐厅工作人员介绍，今年绿茶餐厅全国各门店堂食客流增多，门店排队等位火爆。“为满足多样化消费需求，门店不仅适时更新菜单样式，还推出多种套餐组合，供消费者选择。”今年上半年，海底捞餐厅客流量恢复显著。2023 年中期业绩数据显示，上半年累计接待顾客超过 1.7 亿人次，客流与去年同期相比上升了约 18%；取得营业收入 188.9 亿元人民币，较去年同期持续经营业务收入增长 24.6%；净利润 22.6 亿元，创上半年业绩新高，已接近 2019 年全年净利润。2023 年上半年呷哺集团收入同比增长 32.0%至 28.46 亿元；呷哺呷哺销售额同比增长 29.5%至 13.77 亿元；集团期内利润 212 万元，同比扭亏为盈。九毛九集团发布的 2023 半年报显示，上半年，九毛九集团收入约 28.79 亿元，同比增长 51.63%；净利润 2.22 亿元，同比增长 285.12%。西贝集团表示，2023 年业绩实现爆发式增长，营收将超过 2019 年的 62 亿元，创历史新高。

据中国烹饪协会分析，10 月全国餐饮收入、限上餐饮收入增速分别比去年同期上升 25.2 个、25.7 个百分点。1~10 月全国餐饮收入、限上餐饮收入增速同比分别上升 23.5 个、23.1 个百分点；餐饮收入增幅领先社会消费品零售总额增幅 11.6 个百分点。

分析今年全国餐饮收入恢复势头强劲的原因，业内人士表示，首先，国家出台多项促消费政策，各地推出多批次优惠券，使得餐饮消费优惠力度进一步加大，提高了消费者的就餐意愿；其次，餐饮行业通过提供外卖和限时优惠等措施提升了消费者对餐饮的信心；此外，国内旅游市场和节日消费等因素也对餐饮收入恢复提供了支持。

消费者需求多元化凸显

今年以来，消费者用餐需求的多元化愈加凸显，社交餐饮、健康餐

饮、升级餐饮等正在逐渐成为关注焦点。在竞争激烈的餐饮红海中，餐饮行业的多元化发展掀起了一轮创新波澜。

2023 年，社交餐饮作为一种新兴业态，正逐渐成为市场的一大亮点。互动式社交餐厅如雨后春笋般涌现，不仅满足了消费者的饮食需求，还提供了文化交流、休闲娱乐的场所。例如，“很久以前只是家串店”以烤串为主打，同时注重文化传播，让陌生人通过共享美食拉近彼此的距离；“胡桃里”将音乐、美食、美酒、表演融于一体，成为艺术爱好者的交流平台；社交型轻餐饮品牌“gaga 鲜语”则主打茶饮社交空间轻食，注重打造人们愿意停留、体验空间、产品和人与人连接的社交场所。未来餐饮业将呈现出以社交为核心，创造不同场景与体验的餐厅模式，为消费者提供更多元化的餐饮体验。

随着人们生活水平的提高，健康饮食逐渐成为消费者关注的热点。据全球专项市场研究公司 Kantar TNS 调查显示，74%的中国消费者在选择饮食时，首要考虑的因素是健康、多样化和均衡。年轻一代对食材的营养成分和功效尤为关注，愿意为健康餐饮支付一定溢价。为此，今年众多餐饮企业纷纷加入健康餐饮的探索，如肯德基、吉野家等品牌推出轻食概念店；百胜中国旗下品牌推出“为膳食平衡加菜”的活动；奈雪把天然代糖“0 卡罗汉果糖”全面应用在门店现制茶饮；还有一些主打健康饮食的品类，如养生猪肚鸡火锅等，纷纷抢占健康餐饮风口红利。健康餐饮已成为行业的一大发展趋势，各大餐饮品牌正掀起健康餐饮的新浪潮。

品牌升级是餐饮企业实现持续增长的关键。随着市场竞争的加剧，餐饮企业纷纷寻求品牌形象的升级和产品创新。今年以来，海底捞、西贝等知名品牌通过提升服务质量、优化环境布局等方式，实现品牌形象的升级；老字号品牌则通过与现代元素的融合，创新推出独具特色的新

品，满足消费者的多样化需求。

今年，餐饮行业与其他产业的跨界融合也成为一种新兴趋势。如餐饮与旅游、文化、娱乐产业的融合，打造出特色餐饮小镇、餐饮主题公园等创新业态；餐饮与互联网的结合，则催生了外卖、线上预订等新兴业务。跨界融合为餐饮行业带来了更广阔的市场空间和更多元化的消费体验。

此外，今年随着出行便捷度提升，各地采取多种方式刺激消费，消费者用餐需求的多元化愈加凸显。11月18日，北京市延庆区发放2023年“约惠延庆·冰雪欢乐季”冰雪餐饮消费券；11月24日，吉林省长春市发放总额600万元的2023长春“冰雪美食节”餐饮消费券，吸引消费者尽情品尝长春特色美食佳肴……

各大品牌走上直播之路

今年，餐饮行业迎来了一股新潮流——直播。为了挽救疫情后餐饮行业的颓势，餐饮企业不断开始探索线上线下融合的经营模式，纷纷涌入直播间，让人们逐渐养成了“线上买单+门店体验”的消费习惯，餐饮生意与内容流量的结合，为无数商家找到了增长的突破口。随着线上流量这块大蛋糕的香气越飘越远，争先恐后入局的餐饮人比比皆是，餐饮各大品牌也都走上了直播带货的道路。

今年以来，餐饮数字化进程不断加速，线上流量争夺战日趋激烈。在历经迅猛发展之后，餐饮直播的逐渐兴起，也从起初的为了活下去，度过探索期，成为如今餐饮各大品牌们营销宣传、增收增利的手段。简而言之，如今的线上直播餐饮趋势，已经从特殊时期的自救手段，成为常态化主场。无数餐饮品牌通过直播方式来展示餐饮企业的菜品、环境和服务，乃至发放优惠券，以及通过外卖形式来吸引更多的潜在顾客，提高品牌知名度和曝光率。

在线上获客成本越来越高的背景下，为了能争取到更大的流量和销售业绩，诸多餐饮人把线下的促销手段搬移到了线上，纷纷打起了价格战，优惠力度可谓一浪高过一浪。今年的直播、短视频，让餐饮行业与“流量”挂钩，进入“线上流量生死予夺”的战场，开始了新一轮的内卷时代。

成本施压加剧行业洗牌

而今年，各餐饮企业都受到了租金和原材料价格上涨的压力。面对成本的上涨，一些企业在降本增效下足了功夫，一些企业则悄然涨价，让消费者承接了这部分压力。目前，中式连锁快餐品牌人均客单价在 25～50 元之间。一般情况下，一菜一汤 25 元，两菜 30 元，两菜一汤 40 元，想要吃得好一般都会超过 40 元。这背后，反映的是客单价较低的快餐品牌在悄然涨价。此外，深受喜爱的冒菜、麻辣烫等品类，也常被网友吐槽“没拿几个菜就是四十几元了。”

某中式连锁快餐品牌在其招股书中表示，近几年来商业地产价格涨幅较快，商铺的租金也水涨船高。门店租金的上涨势必会增加企业及加盟商的运营成本，对行业的发展产生负面影响。此外，由于米面、肉禽、食用油、蔬菜等农副产品易受自然条件、市场供求等因素的影响，其价格存在一定的波动性，这对中式快餐企业的成本控制和抗风险能力提出了挑战。该份招股书显示，2019～2021 年，公司的直接材料成本上升了 72%，人工成本上升了 54%。

2023 年，虽然消费者线下就餐的意愿明显增强，但还是有一些餐饮品牌在行业洗牌的过程中退场，其中既有昙花一现的网红品牌，也有令人扼腕叹息的老品牌。今年 4 月，红极一时的新中式烘焙品牌虎头局渣打饼行经营出现问题，多个城市的虎头局门店都存在部分门店显示暂停营业的情况，不仅如此，虎头局上海办公点总部已经人去楼空。此外，

作为上海本帮面馆的连锁代表品牌之一家有好面近日被曝多家门店已倒闭关门。明星餐饮品牌贤合庄此前广州门店被曝全部门店关闭，随后北京门店也被曝全部倒闭，就连“源头”福州、“总部”成都、“大本营”上海也一一关闭。

这背后的真相是，餐饮行业正在经历一场深刻的变革，消费者的需求和喜好正在发生巨大的变化，餐饮业越来越明显向着更高品质、更多样化、更智能化的方向升级。餐饮业的变革和升级，从行业的整体发展看是一个好事，是一个利好，是一个机遇，是一个挑战，也是一个希望。面向未来，随着支持政策持续深化，餐饮企业着力提升产品和服务品质，餐饮消费潜力将被进一步激发，为经济增长注入更多活力。

信息来源：中国质量万里行

（七）旅游行业动态

1. 今年前三季度国内旅游达到 36.7 亿人次

信息导读：文旅部公布数据显示，前三季度，国内旅游达到 36.7 亿人次，实现旅游收入 3.7 万亿元，同比分别增长 75%、114%。文旅部副部长杜江表示，文旅部以促进文化和旅游消费、提升人民群众生活品质、更好满足人民群众需求为切入点，着力做好三方面工作。一是优化政策环境，解决堵点难点。二是推动产业融合，创新产品供给。三是建好平台载体，加大惠民力度。

信息摘要：中新网 12 月 14 日电 国新办 14 日就加快建设文化强国、推动文化和旅游高质量发展举行新闻发布会，文化和旅游部副部长杜江在会上表示，今年的旅游市场的确可以用火爆来形容。今年前三季度，根据统计数据看，国内旅游达到 36.7 亿人次，实现旅游收入 3.7 万亿元，同比分别增长 75%、114%。

会上有记者提问：今年以来，旅游业加快复苏，人们感慨旅游的火爆场面又回来了。请问对于进一步释放旅游消费潜力，推动旅游业高质量发展还将采取哪些政策措施？

杜江表示，今年的旅游市场的确可以用火爆来形容。今年前三季度，根据统计数据看，国内旅游达到 36.7 亿人次，实现旅游收入 3.7 万亿元，同比分别增长 75%、114%。居民旅游需求得到集中释放，居民出行大幅度增加。在带动相关消费扩大的同时，也促进了经济复苏。

杜江还表示，下一步，文化和旅游部将深入学习贯彻党的二十大精神，以促进文化和旅游消费、提升人民群众生活品质、更好满足人民群众需求为切入点，着力做好三个方面的工作：

一是优化政策环境，解决堵点难点。文旅部将结合旅游业发展新形势，贯彻落实好国办印发的《关于释放旅游消费潜力、推动旅游业高质量发展的若干措施》，从供需两端发力，提振旅游投资信心和消费信心。推动实施“国内旅游提升计划”，这是三年的行动计划。丰富优质旅游产品供给，完善旅游服务，规范旅游市场秩序，强化旅游安全保障，打造有品质、有温度的旅游目的地。同时正在积极出台“入境旅游促进计划”，这也是一个三年计划，为入境游客提供更多高质量旅游产品和更多便利化服务。

二是推动产业融合，创新产品供给。文旅部将进一步推动文旅深度融合，提升文化品位、丰富精神内涵，培育消费新业态、新模式，推动建设“小而美”的演艺新空间，创新升级音乐节、音乐会等产品。促进剧本娱乐、旅游演艺等新业态健康发展，促进美食、演出、运动、康养、中医等更多领域与旅游业融合发展，让人们在旅行过程中感悟文化、陶冶情操、体验生活、享受健康。

三是建好平台载体，加大惠民力度。文旅部将推进新一批国家文化

和旅游消费示范城市，国家级旅游度假区、5A级景区、国家级夜间文化和旅游消费集聚区等一系列品牌建设。指导各地创新消费场景，培育新业态和消费模式，丰富消费惠民措施，实施“百城百区”金融支持文化和旅游消费行动计划。持续办好全国文化和旅游消费促进活动，加强宣传推广和市场营销，激发居民文化和旅游消费意愿，助力市场主体恢复发展。

信息来源：中国新闻网

2. 改善旅游消费环境 促进消费潜力释放

信息导读：国务院办公厅近期印发了《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》。在激发旅游消费需求方面，《措施》提出改善旅游消费环境。一是要通过改善旅游消费环境解决可知性问题，创新旅游宣传推广方式，真正实现旅游信息的可知性。二是要通过改善旅游消费环境解决可及性问题，通过改善交通服务和消费场景的产品和服务实现消费者旅游可及性。三是要通过改善旅游消费环境解决可看性问题，要通过产品创新、科技赋能、技术升级等手段提升旅游消费体验。文中提出对于旅游消费环境的改善可以重点关注以下几点。一是对于沉浸式体验空间的打造，不仅要关注沉浸形式的创新，更应该注重沉浸内容的挖掘。二是除了在地消费环境的优化之外，还要关注游前交易环境的优化。三是释放旅游消费潜力还应包含文化性、社会性发展目标。

信息摘要：国务院办公厅近期印发的《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》（以下简称《若干措施》）从5个方面提出了30条措施。在激发旅游消费需求方面，《若干措施》提出，改善旅游消费环境。

促进旅游消费工作要用“民之所盼，政之所向；民之所愿，政之所

行；民之所望，政之所为”的理念解决制约旅游消费问题，也要用场景化、融合化、空间性思维最大程度地引导供给侧结构性改革、丰富适销对路的产品供给，发挥旧资源的新能量、旧空间的新价值。

一是要通过改善旅游消费环境解决可知性问题。《若干措施》提出，创新开展“旅游中国·美好生活”国内旅游宣传推广。旅游日益成为人们美好生活的重要内容，然而并不是每个潜在旅游者都能够及时获得所需要的旅游信息。只有持续不断地创新旅游宣传推广方式，摆脱传统的旅游推介会、说明会等单一路径依赖，用人们“乐于接受的方式、易于理解的语言”，加强宣传推广的针对性、专业性、创意性，才能真正提升宣传推广的效能，在潜在旅游群体中起到“一石激起千层浪”的效果。

在这方面，文化和旅游部“国内旅游宣传推广优秀案例”评选活动中脱颖而出的“十佳案例”“优秀案例”在创新宣传方式、拓宽传播渠道、丰富推介内容等方面提供了很好的借鉴，值得大力推广。

二是要通过改善旅游消费环境解决可及性问题。一方面，要解决交通服务可及性问题，保证旅游者能够从客源地方便、高效地抵达目的地。另一方面，要解决旅游者在地消费过程中可及性问题，即用场景思维改善旅游消费空间的功能，以产业融合、空间融合、服务融合等思路，在游客需要的地方、需要的时间提供所需要的产品与服务。

《若干措施》提出，“支持文化体育场所增强旅游休闲功能，合理设置旅游咨询区、餐饮区、文创产品销售区等旅游接待设施”，“利用城市公园、草坪广场等开放空间打造创意市集、露营休闲区”。这些是呼应人们在特定旅游消费空间中的旅游休闲诉求的各项举措。前者是用融合思维来满足人们的消费选择，后者则是用空间思维来丰富人们的消费场景。后者不仅可以通过打造创意市集、露营休闲区满足人们时尚化的旅游休闲消费，丰富城市公园、工业园区、大型广场等空间的新玩法，带动空

间内容生产与迭代创新，增强空间对接时尚需求能力，更重要的是，可以有效提升传统休闲空间的自生能力，激活城市公园、草坪广场等的空间价值，降低对地方财政的依赖性。

三是要通过改善旅游消费环境解决可看性问题。任何产品和服务有效创新的前提就是能够激发人们的旅游消费兴趣。在竞争日益激烈的市场中，无趣的产品不可能有未来。而打造有趣的产品、有意思的体验离不开科技赋能。《若干措施》提出“推动利用数字技术改造提升传统旅游消费场所，打造智慧旅游、沉浸式体验新空间”，正是呼应时代发展和市场需求的重要指引。

一方面，越是古老的、传统的就越是有年代感，与当前的消费认知和偏好就越是有距离感。因此，如何让古老的文化转变为时尚的消费是一个无法回避的问题。对此，现代科技可以在呈现方式、氛围营造等方面形成有效赋能。无论是虚拟再现，还是声光电技术，“旅游让文化‘被看见’，文化让旅游‘被记住’”，都使得人们可以用今天熟悉的方式去触摸历史陌生的过去，建立传统与时尚的连接，推进文旅深度融合，完成从“有意思”到“有意义”的转化。

另一方面，数字技术对旅游消费环境的激活不仅仅局限于沉浸式体验空间的打造，更在于通过创造性转化、创新性发展推动文化发展。数字技术可以助力文化传承，为建设中华民族现代文明提供强大的创造力。这是我国旅游现代化发展进程中更为重要的文化和旅游消费的新环境。

在未来的实际工作中，对于旅游消费环境的改善可以重点关注以下几点：

一是对于沉浸式体验空间的打造，不仅要关注沉浸形式的创新，更应该注重沉浸内容的挖掘。如果在消费环境打造过程中，过于关注形式而忽略了内容，那么旅游消费环境的改善带给人们的将只是停留在肉体

和感官上，而没法转化为灵魂的触动。

“多巴胺消费”是当下的市场所需要的，但旅游消费的意义不应止于多巴胺带来的情绪之乐，更应该是消费后的“有所感、有所思、有所得”。同时，也要避免沉浸式体验空间打造过程中过于倚重观演关系变化的问题。观和演的边界融合有助于带动人们进入新的演艺空间，但客观上也容易造成观看视角的“窄化”“近视化”，从而无法完成对演艺内容的整体把握与认知，观众是否真正沉浸其中仍有待商榷。

除了科技沉浸、形式沉浸之外，故事沉浸、内容沉浸也是智慧旅游沉浸式体验空间未来探索的方向之一，是现在不少沉浸式项目可以深化发展的地方。

二是除了在地消费环境的优化之外，还要关注游前交易环境的优化。游前交易环境往往是被忽略的重要一环。交易（购买）环节中产品信息的模糊化呈现、产品价格的复杂化组合等容易增加消费者比较选择的难度，无形中增加消费者付出的交易成本。如果不能有效规范交易（购买）环境，消费者就需花费更多时间和精力思考供应商（平台）各种复杂组合背后可能存在的“坑”，这对进一步激活旅游消费显然是不利的。

三是释放旅游消费潜力还应包含文化性、社会性发展目标。在旅游日益成为人们重要而普遍的生活方式的背景下，通过旅游方式构建国家认同和文化自信成为重要的战略选择。而要真正实现“让旅游成为人们感悟中华文化、增强文化自信的过程”、让人们在“领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美”，就需要打造一个良好的解说环境。如何围绕解说手段多样化、解说内容趣味化、解说服务便利化、解说队伍多元化等环节进行旅游解说系统优化，也是优化旅游消费环境的重要课题之一。

（厉新建 霍蕙苓）

信息来源：中国旅游报

三、海外动态

（一）加息至尾声 美联储暗示明年或降息三次

信息导读：美联储在最新的货币政策会议上宣布将联邦基金利率目标区间维持在 5.25%至 5.5%之间不变。这是美联储今年 9 月以来连续第三次维持这一利率区间不变。美联储在当天发布的最新一期经济前景预期中，有 6 名成员预测明年联邦基金利率水平将降至 4.5%至 4.75%，这意味着美联储明年可能最多进行三次降息。美联储货币政策或已经发生转变，降息预期有所升温。美联储还上调了今年美国经济增速的预测至 2.6%，但同时下调了 2024 年的预测至 1.4%。虽然美联储主席鲍威尔表示现在几乎没有理由认为经济陷入衰退，但软着陆的结果不能保证。

信息摘要：美国联邦储备委员会（美联储）当地时间 12 月 13 日结束为期两天的货币政策会议，宣布将联邦基金利率目标区间维持在 5.25%至 5.5%之间不变。这是美联储今年 9 月以来连续第三次维持这一利率区间不变。从美联储当天发布的最新一期经济前景预期来看，美联储明年或有三次降息。

明年或降息三次

美联储自 2022 年 3 月启动本轮加息周期以来，累计加息幅度已达 525 个基点，刚刚结束的 12 月议息决议暗示，这一轮加息周期已经到达尾声。

美联储在当天发表的声明中说，近期指标显示，美国经济活动与第三季度的强劲增长相比有所减弱。自今年早些时候以来，就业增长放缓，但仍然强劲。通货膨胀水平在过去一年有所缓解，但通胀率仍处于高位。美国银行体系稳健且具有弹性。家庭和企业的金融环境和信贷条件收紧可能会影响经济活动、就业和通胀，但影响程度尚不确定。

美联储当天还发布最新一期经济前景预期，联邦公开市场委员会 19 名成员中有 6 人认为，明年联邦基金利率水平或降至 4.5%至 4.75%，有 5 人预计利率将降至 4.75%至 5%，仅 2 人认为明年利率将维持在目前水平。按照上述表示，以每次降息 25 个基点的速度计算，美联储明年或至多有三次降息。

美联储主席鲍威尔在会后举行的新闻发布会上说，目前联邦基金利率“或已接近本轮紧缩周期的峰值”，与会美联储官员普遍认为，“进一步加息不太可能是合适的”，但也不想排除这种可能性。如果经济如期发展，预计 2024 年底联邦基金利率的适当水平将在 4.6%。

芝加哥商品交易所美联储观察工具（FedWatch Tool）在 13 日晚些时候公布的数据显示，美联储在明年 3 月降息的概率为 80.8%，大幅高于前一日的 41.3%。到明年 12 月 18 日议息会议时，美国联邦基金利率预计会下降 125 个基点，比前一日预期多 50 个基点。

据《华尔街日报》报道，美联储连续第三次宣布维持联邦基金利率不变，并暗示通胀改善速度快于预期，为明年降息“打开了大门”。虽然大多数美联储官员不愿公开讨论降息时间节点，但利率期货市场数据显示，投资者预计降息最早将从明年春季开始。

美国消费者新闻与商业频道（CNBC）12 日公布的一项对 35 位经济学家、策略师和分析师的调查结果显示，自 6 月以来，受访者对美联储将于 2024 年降息的预期逐步升温，预计明年降息幅度约 85 个基点，降息速度大致为每季度 25 个基点，远低于期货市场预估的 120 个基点。截至 2024 年底，联邦基金平均利率或降至 4.53%。

Brean Capital 首席经济顾问约翰·赖丁认为，美联储需要开始制定降息路线图。他指出，由于降息将滞后于通胀的下降，实际利率或在降息开启后继续上升，货币政策实际上仍是收紧的。美国全国互助保险

公司首席经济学家凯西·博斯蒂扬奇指出，市场已经过早地消化了美联储明年第一季度开始降息的可能性。她预计，进一步稳定的通胀放缓将推动美联储在明年年中左右开始降息。

通胀有所回落

美联储主席鲍威尔 13 日在演讲中称，通胀已经从高位回落，却并没有导致失业率大幅上升，这是很好的消息。但通货膨胀仍然太高，通胀下降的持续进展并不确定，前进的道路也不确定。

根据消费者价格指数（CPI）和其他数据，美联储预计 11 月总体 PCE（个人消费支出价格）同比上涨 2.6%；剔除波动较大的食品和能源类别后，核心 PCE 价格预计上涨 3.1%。过去几个月较低的通胀数据是受欢迎的，但美联储需要看到进一步的证据来建立通胀正朝着目标持续下降的信心。

鲍威尔表示，美联储预计通胀率一路下降到 2% 的过程将需要一段时间。在最新一期经济前景预期中，美联储下调今年 PCE 通胀预期至 2.8%（9 月预测值 3.3%），同时下调 2024 年预测至 2.4%（9 月预测值 2.5%）。今年核心 PCE 通胀预期下调至 3.2%（9 月预测值 3.7%），同时下调 2024 年预测至 2.4%（9 月预测值 2.6%）。

美国劳工部 12 日发布的数据显示，美国 11 月消费者价格指数（CPI）同比上涨 3.1%，符合预期，较 10 月的 3.2% 略有放缓。最受关注的还是住房市场，约占 CPI 权重三分之一的住房成本，11 月环比上涨 0.4%，同比上涨 6.5%。自今年年初触及峰值以来，住房成本的年增速一直在稳步下降。

此外，上周公布的密歇根大学消费者信心指数报告显示，本月美国消费者的通胀预期大幅下降，这应该有助于控制价格上涨压力。同时，非农就业数据显示，尽管美国 11 月失业率有所下降，但就业市场在 11

月总体上继续降温。

上调今年经济增速

相较于9月，美联储上调了2023年美国经济增长的预测至2.6%，9月预测值为2.1%，同时下调了2024年预测至1.4%，9月预测值为1.5%，保持2025年预测1.8%与9月一致，并上调了2026年预测至1.9%，9月预测值为1.8%。

谈及经济时，鲍威尔称，预计美国经济将在今年最后几个月失去动力。“最近的指标表明，经济活动的增长速度已从第三季度的超高速大幅放缓。即便如此，今年GDP仍有望增长2.5%左右。”鲍威尔还表示，房地产行业的活动在夏季回升后已“趋于平稳”，更高的利率正在减缓商业投资。

鲍威尔同时谈及了衰退的可能性，“现在几乎没有理由认为经济陷入衰退。无论经济状况如何，这总是一种真实的可能性。软着陆的结果不能保证。现在宣布胜利还为时过早。”牛津经济研究院高级经济学家施瓦茨表示，他看好美国经济有望实现软着陆，但将迎来一段低于长期趋势的增长期。

信息来源：财联社

（二）欧洲央行如预期按兵不动 拉加德称没讨论过降息

信息导读：欧洲央行在周四的议息会议上如预期维持利率不变，并下调了通胀预期。这是欧洲央行连续第二次维持利率不变。虽然通胀在最近几个月进一步放缓，但短期内可能会回升。欧洲央行预计，消费者价格指数（CPI）将在两年内放缓至2%的目标水平。与此同时，欧洲央行将今年的经济增长预测从0.7%下调至0.6%，将明年的增长预测从1%下调至0.8%。行长拉加德在新闻发布会上警告称，政策制定者在抗击通

胀方面不应放松警惕，并强调并未讨论过降息问题。

信息摘要：当地时间周四（12月14日），欧洲央行如预期维持利率不变，并下调了通胀预期，重申将在必要时维持限制性利率。

这是欧洲央行连续第二次维持利率不变，三大关键利率主要再融资利率、边际借贷利率和存款机制利率分别为 4.50%、4.75%和 4.00%。自去年 7 月结束负利率政策以来，欧洲央行一度连续 10 次加息，累计加息 450 个基点。

欧洲央行在声明中重申，只要有必要，管理委员会将把利率设定在足够严格的水平上。

欧洲央行表示，通胀在最近几个月进一步放缓，但短期内可能会回升。他们预计，消费者价格指数（CPI）将在两年内放缓至 2%的目标水平。

根据欧洲央行的预测，整体通胀率在 2023 年平均为 5.4%，2024 年为 2.7%，2025 年为 2.1%，2026 年为 1.9%。报告称：“与 9 月份工作人员的预测相比，这相当于下调了 2023 年，尤其是 2024 年的预测。”

鉴于欧元区前景趋弱，欧洲央行将今年的经济增长预测从 0.7%下调至 0.6%，将明年的增长预测从 1%下调至 0.8%。

欧洲央行还宣布将提前结束紧急抗疫购债计划（PEPP）的再投资计划，从明年 7 月开始每月削减 75 亿欧元，直到明年年底完全退出。

在欧洲央行公布利率决议前，市场预计该央行最早可能在明年 3 月降息。最新数据显示，欧元区 11 月整体通胀率降至 2.4%，为两年多的最低水平。

然而，利率决定公布后，交易商削减了对欧洲央行降息的押注。

拉加德：没讨论过降息

在议息会议后的新闻发布会上，欧洲央行行长拉加德再次试图浇灭

市场对明年上半年降息的希望。

拉加德表示，决策者在货币政策会议上根本没有讨论降息问题，并警告称，政策制定者在抗击通胀方面不应放松警惕。

荷兰国际集团（ING）经济学家 Carsten Brzeski 评价称，欧洲央行只是向鸽派立场做出了非常微小的转变，放弃了此前的看法，即欧元区通胀预计将在很长时间内保持过高水平。

Pictet Wealth Management 宏观经济研究主管 Frederik Ducrozet 表示：“如果美联储更早、更快地降息，欧洲央行将很难坚持自己的立场。”

信息来源：财联社