

经济信息周报

2024 年 1 月第三周（总期第 93 期）

中国物流信息中心

2023 年 1 月 15 日-2023 年 1 月 19 日

目录

一、宏观动态.....	1
（一）政策动态.....	1
国务院办公厅关于发展银发经济 增进老年人福祉的意见.....	1
（二）金融动态.....	8
积极推动供应链金融自律管理体系建设.....	8
（三）消费动态.....	10
提升消费情感附加值.....	10
（四）投资动态.....	14
固定资产投资平稳增长 投资结构不断优化.....	14
（五）外贸动态.....	17
“新三样”出口首次突破万亿元大关.....	17
二、行业动态.....	20
（一）装备制造业动态.....	20
中国造船业连续 14 年领跑全球 多元化发展彰显供应链产业链韧性、灵活性.....	20
（二）高技术制造业动态.....	22
国产高端医疗器械，对标世界一流.....	22
（三）钢铁行业动态.....	27
2023 年我国钢材消费“减”中有“增”.....	27
（四）建材行业动态.....	29
2023 年水泥运行报告及 2024 年走势预测.....	29
（五）房地产行业动态.....	31
国家统计局：房地产市场出现积极变化.....	31
（六）餐饮业动态.....	34
首次破 5 万亿元！2023 年全国餐饮收入增势喜人.....	34
（七）旅游业动态.....	37
旅游经济热度持续 各地文旅发力宣传.....	37
三、海外动态.....	41
（一）美联储褐皮书：经济活动“几乎没有变化”，但乐观情绪上升.....	41
（二）欧洲经济：红海很近，复苏很远.....	43

一、宏观动态

（一）政策动态

国务院办公厅关于发展银发经济 增进老年人福祉的意见

信息导读：近年来我国老龄化不断加剧，已经逐步成为社会焦点，获得越来越多的重视。因地制宜发展银发经济，不仅是经济问题，更是民生问题。在这一情况下，国务院适时推出了发展银发经济，增进老年人福祉的意见，这也是我国首个以“银发经济”命名的政策文件。意见提出了4个方面26项举措，包括发展民生事业，解决急难愁盼；扩大产品供给，提升质量水平；聚焦多样化需求，培育潜力产业；强化要素保障，优化发展环境。这些举措涵盖了银发经济发展的各个方面，为应对人口老龄化，促进事业产业协同，加快银发经济规模化、标准化、集群化、品牌化发展，培育高精尖产品和高品质服务模式提供了全面的指引。

信息摘要：银发经济是向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和，涉及面广、产业链长、业态多元、潜力巨大。为积极应对人口老龄化，培育经济发展新动能，提高人民生活品质，经国务院同意，现就发展银发经济、增进老年人福祉提出如下意见。

一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，立足新发展阶段，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，坚持以人民为中心的发展思想，实施积极应对人口老龄化国家战略，坚持尽力而为、量力而行，推动有

效市场和有为政府更好结合，促进事业产业协同，加快银发经济规模化、标准化、集群化、品牌化发展，培育高精尖产品和高品质服务模式，让老年人共享发展成果、安享幸福晚年，不断实现人民对美好生活的向往。

二、发展民生事业，解决急难愁盼

（一）扩大老年助餐服务。引导餐饮企业、物业服务企业、公益慈善组织发展老年助餐，推动养老机构面向社会开展老年助餐服务。引导外卖平台、物流企业等经营主体参与老年助餐配送。完善多元筹资机制，允许有条件的地方给予老年助餐服务机构一定的运营补助或综合性奖励补助。支持各地结合经济发展水平和财力状况，按规定对享受助餐服务的老年人给予补贴或发放老年助餐消费券。

（二）拓展居家助老服务。鼓励养老机构、家政企业、物业服务企业开展居家养老上门服务。支持社区助浴点、流动助浴车、入户助浴等多种业态发展。培育发展专业助老陪护机构，支持与养老机构共享资源，拓展陪护场景。鼓励零售服务商、社会工作服务机构等拓展助老服务功能，提供生活用品代购、家政预约、代收代缴、挂号取药等服务。

（三）发展社区便民服务。聚焦一刻钟社区生活圈，建设改造一批社区便民消费服务中心等设施，引导老年日用产品实体店合理布局，鼓励商场、超市等开设老年专区或便捷窗口。推进完整社区建设，发展社区嵌入式服务设施，推动物流配送、智能快递柜、蔬菜直通车等进社区。

（四）优化老年健康服务。加强综合医院、中医医院老年医学科建设，提高老年病防治水平，推动老年健康领域科研成果转化。加快建设康复医院、护理院（中心、站）、安宁疗护机构，加强基层医疗卫生机构康复护理、健康管理等能力建设，鼓励拓展医养结合服务，推动建设老年友善医疗机构。鼓励医疗机构通过日间康复、家庭病床、上门巡诊等方式将康复服务延伸至社区和家庭，支持开展老年康复评定、康复指导、

康复随访等服务，扩大家庭医生签约服务覆盖面。扩大中医药在养生保健领域的应用，发展老年病、慢性病防治等中医药服务，推动研发中医康复器具。

（五）完善养老照护服务。引导地方对养老机构普通型床位和护理型床位实行差异化补助。加大养老机构建设和改造力度，提升失能老年人照护服务能力，适当增设认知障碍老年人照护专区。推动医疗卫生机构与养老机构毗邻建设、资源共享。建立居家、社区、机构养老之间的服务转介衔接机制。

（六）丰富老年文体服务。建设国家老年大学，推动面向社会开放办学。依托国家老年大学搭建全国老年教育公共服务平台，建立老年教育资源库和师资库。治理电视操作复杂问题，方便老年人看电视。鼓励编辑出版适合老年人的大字本图书。发展面向老年人的文学、广播、影视、音乐、短视频等内容行业，支持老年文化团体和演出队伍交流展示。组织开展各类适合老年人的体育赛事活动。加强球类、棋牌等活动场地建设，支持体育场所错峰使用。

（七）提升农村养老服务。充分利用农村特困人员供养服务设施（敬老院）等，采用委托经营等方式开展养老服务。支持当地养老机构、餐饮场所等增加助餐功能。探索建立养老志愿服务激励与评价机制，开展农村互助式养老。探索采取“公司（社会组织）+农户+合作社”经营模式积极发展乡村旅居式养老服务等农村特色养老产业。

三、扩大产品供给，提升质量水平

（八）培育银发经济经营主体。发挥国有企业引领示范作用，鼓励和引导国有企业结合主责主业积极拓展银发经济相关业务。国有企业发展布局银发经济相关产业，或提供场地设施用于养老服务，相关投入在经营业绩考核中予以统筹考虑。发挥民营经济作用，完善政企沟通联系

机制，打破不合理的市场准入壁垒，推动银发经济政策、资金、信息等直达快享。

（九）推进产业集群发展。在京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝等区域，规划布局 10 个左右高水平银发经济产业园区。依托自由贸易试验区、各类开发区、国家服务业扩大开放综合示范区、国家服务贸易创新发展示范区等平台，推进银发经济领域跨区域、国际性合作。

（十）提升行业组织效能。鼓励依法成立银发经济领域社会组织，支持企业、科研院所、行业协会等组建产业合作平台或联合体，深化产业研究、资源整合、行业自律。加强公共数据共享，支持行业组织开展产业运行监测分析和信息发布。

（十一）推动品牌化发展。培育银发经济领域龙头企业，支持连锁化、集团化发展。鼓励行业协会分品类举办优质渠道对接会。依托中国品牌日、全国“质量月”、全国知识产权宣传周等活动，积极开展银发经济自主品牌公益宣传。利用中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会、中国国际服务贸易交易会、中国国际消费品博览会等平台展示推介银发经济前沿技术和产品服务，举办产业对接等活动。

（十二）开展高标准领航行动。在养老服务、文化和旅游、老年用品、适老化改造、智能技术应用等领域开展标准化试点。对自主研发、技术领先、市场认可的产品，优先纳入升级和创新消费品指南。用好各领域质量控制和技术评价实验室，建设高水平、专业化第三方质量测试平台，开展质量测评、验证、认证工作。

（十三）拓宽消费供给渠道。结合春节、重阳节等传统节日以及“敬老月”等活动，引导电商平台、大型商超举办主题购物节，设计老年版专用界面，支持设立银发消费专区，鼓励子女线上下单、老人线下体验服务，培育一批特色活动品牌。打造一批让老年人放心消费、便利购物

的线上平台和线下商超。

四、聚焦多样化需求，培育潜力产业

（十四）强化老年用品创新。加强服装面料、款式结构、辅助装置等适老化研发设计，开发功能性老年服饰、鞋帽产品。鼓励研发适合老年人咀嚼吞咽和营养要求的保健食品、特殊医学用配方食品。实施推进家居产业高质量发展行动，重点开发应用适老化日用产品和老年休闲陪护产品。完善老年用品产品推广目录，适时进行评估并动态调整。引导车辆生产企业研发符合国家技术标准、适应老年人无障碍出行需求的车型。

（十五）打造智慧健康养老新业态。完善智慧健康养老产品及服务推广目录，推进新一代信息技术以及移动终端、可穿戴设备、服务机器人等智能设备在居家、社区、机构等养老场景集成应用，发展健康管理类、养老监护类、心理慰藉类智能产品，推广应用智能护理机器人、家庭服务机器人、智能防走失终端等智能设备。鼓励利用虚拟现实等技术，开展老年用品和服务展示体验。

（十六）大力发展康复辅助器具产业。推动助听器、矫形器、拐杖、假肢等传统功能代偿类康复辅助器具升级，发展智能轮椅、移位机、康复护理床等生活照护产品。扩大认知障碍评估训练、失禁康复训练、用药和护理提醒、睡眠障碍干预等设备产品供给。

（十七）发展抗衰老产业。深化皮肤衰老机理、人体老化模型、人体毛发健康等研究，加强基因技术、再生医学、激光射频等在抗衰老领域的研发应用。推动基因检测、分子诊断等生物技术与延缓老年病深度融合，开发老年病早期筛查产品和服务。推进化妆品原料研发、配方和生产工艺设计开发。

（十八）丰富发展养老金融产品。支持金融机构依法合规发展养老

金融业务，提供养老财务规划、资金管理等服务。丰富个人养老金产品，推进专属商业养老保险发展。积极发展商业医疗保险和商业长期护理保险，开展人寿保险与长期护理保险责任转换业务试点工作，加强养老金融产品研发与健康、养老照护等服务衔接。

（十九）拓展旅游服务业态。完善老少同乐、家庭友好的酒店、民宿等服务设施，鼓励开发家庭同游旅游产品。推出一批老年旅游发展典型案例，拓展推广怀旧游、青春游等主题产品。以健康状况取代年龄约束，完善相关规定便利老年人出游，健全投诉举报机制并加强监管。发展老年旅游保险业务，鼓励扩大旅游保险覆盖面。组建覆盖全国的旅居养老产业合作平台，培育旅居养老目的地，开展旅居养老推介活动。

（二十）推进适老化改造。推进公共空间、消费场所等无障碍建设，纳入城市体检指标体系，定期开展国土空间规划实施评估。开展居家适老化改造，鼓励老旧小区加装电梯、家庭配备智能安全监护设备。开展数字适老化能力提升工程，推进互联网应用改造，保留涉及老年人的高频事项线下服务。推动老年食品、药品、用品等的说明书和宣传材料适老化。

五、强化要素保障，优化发展环境

（二十一）加强科技创新应用。围绕康复辅助器具、智慧健康养老等重点领域，谋划一批前瞻性、战略性科技攻关项目。通过中央财政科技计划（专项、基金等）支持银发经济领域科研活动，提高自主研发水平。加大产业高质量发展、战略性新兴产业发展等专项对银发经济的支持力度。

（二十二）完善用地用房保障。科学编制供地计划，保障养老服务设施和银发经济产业用地需求。新建居住区按照人均用地不少于 0.1 平方米的标准分区分级规划设置社区养老服务设施，老旧小区要因地制宜

补足配齐，常住人口达到中度以上老龄化的县（市、区）应上调新建居住区配建标准。支持培训疗养机构转型发展养老服务。在确保安全的前提下，支持利用闲置商业、办公、工业、仓储等存量场所改建养老服务设施。经规划实施评估论证的存量空间，可依法适当增加容积率，完善城市服务功能。

（二十三）强化财政金融支持。优化中央预算内投资相关专项使用范围，支持符合条件的新建养老服务设施搭载信息化管理系统和推广使用智能化人工替代设备。通过地方政府专项债券支持符合条件的银发经济产业项目。用好普惠养老专项再贷款，对符合条件的公益型普惠型养老机构运营、居家社区养老体系建设、纳入相关目录的老年产品制造企业等，按照市场化原则提供信贷支持。鼓励各类金融机构在坚守职能定位、依法依规的前提下，加大对养老服务设施、银发经济产业项目建设的支持力度。

（二十四）推进人才队伍建设。支持和引导普通高校、职业院校结合自身优势和社会需求增设银发经济相关专业，合理确定老年学、药学、养老服务、健康服务、护理等专业招生规模。鼓励开展养老护理等职业技能等级培训及评价，支持校企合作共建产教融合实训基地。涵养老年人力资源，支持老年人参与文明实践、公益慈善、志愿服务、科教文卫等事业。

（二十五）健全数据要素支撑。建立银发经济领域数据有序开放和合理开发利用机制，统筹政务和社会数据资源，加强国家层面养老相关数据共享，推动数据要素赋能产业发展。依法规范智能化产品和服务中的个人信息收集、使用等活动，加强技术监测和监督检查，做好安全防护和风险控制。

（二十六）打击涉老诈骗行为。广泛开展老年人识骗防骗宣传教育

活动，依法严厉打击以投资“养老项目”、销售“养老产品”、宣称“以房养老”、代办“养老保险”、开展“养老帮扶”等名目侵害老年人合法权益的各类诈骗犯罪。

发展银发经济，满足老年群众多方面需求，妥善解决人口老龄化带来的社会问题，事关国家发展全局，事关人民福祉。各地区、各部门要在党中央集中统一领导下，完善工作机制，加强统筹协调，推动各项任务落实落细。重大事项及时按程序请示报告。

信息来源：中国政府网

（二）金融动态

积极推动供应链金融自律管理体系建设

信息导读：供应链金融是一种金融服务模式，主要围绕核心企业进行，通过对整条供应链的信用评估及商业交易监管，为供应链核心企业和节点企业之间的资金管理提供一套财务融资解决方案，旨在解决他们的融资困境并巩固银企合作关系。从供应链金融发展现状来看，供应链金融在支持产业链供应链稳定循环和优化升级方面发挥了积极作用，是金融服务实体经济的重要手段。然而随着供应链金融业务模式的多样化和差异化趋势，部分创新型业务发展迅速，但也带来了一些风险问题，如业务规范不明确、信息服务平台管理要求缺失、行业基础设施有待完善等。因此需要加强规范管理。中国互联网金融协会于1月17日在北京召开了数字金融重点领域自律管理工作座谈会，听取了协会关于自律管理工作的思路。认为应积极响应监管部门号召，研究探索供应链金融“脱核”模式，并建议各方形成合力，推动供应链企业信用数据整合，加强金融领域物流、存货的规范管理，逐步建立健全订单、仓单融资等供应链金融模式的自律管理规则。

信息摘要：1月17日，中国互联网金融协会（以下简称“协会”）在京召开数字金融重点领域自律管理工作座谈会，会议就当前供应链金融市场发展情况进行了研讨，并听取了协会有关自律管理工作思路。

参会人员认为，供应链金融在支持产业链供应链稳定循环和优化升级等方面发挥了积极作用，是金融服务实体经济的重要抓手。当前，供应链金融业务模式呈现出多样化、差异化趋势，部分创新型业务发展较为迅速，促进了产业链供应链顺畅有效运转。以应收账款电子凭证为例，随着近年来金融科技的广泛应用，应收账款电子凭证业务规模快速增长，客观反映出市场旺盛的需求。与此同时，这类创新型业务潜藏的风险也引起各方担忧，包括业务规范不明确、供应链金融信息服务平台管理要求缺失、行业基础设施有待完善等问题，亟需加强规范管理。

参会人员表示，当前供应链金融主流业务模式过度依赖核心企业主体信用，但由于供应链潜藏的风险传导性，一旦核心企业出现道德风险或经营不善等“爆雷”事件，则容易将风险扩散传染至整个供应链。对此，应积极响应监管部门号召，研究探索供应链金融“脱核”模式，建议后续各方形成合力，推动供应链企业信用数据整合，加强金融领域物流、存货的规范管理，逐步建立健全订单、仓单融资等供应链金融模式的自律管理规则。

下一步，协会将在金融管理部门指导下，积极发挥行业自律机制作用，针对应收账款电子凭证等创新型业务加强自律规范，与各方推动风险稳妥化解，同时逐步在供应链金融其它业务领域开展自律管理。及时响应广大从业机构诉求，就供应链票据、国内信用证等业务与有关职能部门加强沟通，充分发挥相关行业基础设施作用，为各市场主体提供优质服务。积极探索供应链金融“脱核”模式，在订单贷款、仓单质押贷款等领域继续开展相关工作，研究推动完善企业征信体系建设，促进各

类企业行为数据、交易数据整合并在供应链金融领域融合运用。引导供应链金融从业机构合规展业、促进提升金融服务实体经济质效，逐步建立健全供应链金融自律管理体系，迭代完善有关自律管理规则，推动供应链金融规范健康发展。

信息来源：中国金融新闻网

（三）消费动态

提升消费情感附加值

信息导读：在新消费时代，消费者与生产者的深度互动和共同创造是一种重要的消费现象。消费者更加注重满足精神层面的需求，关注商品的个性化特征和情感价值，品质和品牌也成为关注的重点。“悦己消费”已成为年轻一代的生活态度，消费者购买商品不再仅仅为满足使用需求，而是更多地关注自身的感受和体验。在互联网时代，商家与消费者的互动越来越深度，消费者可以自由地对品牌发表看法，甚至参与到品牌的创制过程中，推动品牌更好地影响消费。未来，这种共创方式将更加普及。疫情三年导致人们普遍宅在家中，网络学习和工作的方式迅速普及，推动了知识付费行业的爆发式增长。2022 年我国知识付费市场规模达到 1126.5 亿元，预计 2025 年市场规模将达到 2808.8 亿元。短视频和直播的流行使得视频和图文类知识内容异军突起，成为消费主流。专家表示，发展型消费可以增强消费者的体力和智力，促进劳动者的流动性和机会均等，是一种比物质资本更有价值的投资。人工智能技术未来有望成为辅助知识付费创作的新工具。

信息摘要：消费者与生产者之间的深度互动、共同创造，是新消费时代重要的消费现象。年轻一代消费者希望借助互联网平台与生产者或品牌方互动，参与产品的创意、设计与营销过程。随着近年来我国城乡

居民消费水平持续提高，消费结构优化升级，居民的消费观念和行为也发生了显著变化，由此产生了一系列新的消费场景和消费模式。悦己消费、乐活消费、国潮消费、人设消费等一系列新名词的出现，彰显出消费越来越向满足人们精神层面需求迈进，消费者更多地关注商品个性化特征和商品附加的情感价值，品质和品牌也成为消费者关注的重点。

“悦己消费”成为潮流

新消费时代，以让自己开心、获得更好的生活体验为目的的“悦己消费”已成为年轻一代的生活态度。艾媒咨询发布的《2022 年中国兴趣消费趋势洞察白皮书》显示，截至 2021 年，我国“90 后”“00 后”人口接近 3.2 亿，已成为国内消费生力军。其中 64.9% 的新青年消费者出于“取悦自己”的原因购买兴趣消费产品，43.8% 的新青年则是用消费“自我治愈”。他们购买商品不再仅仅为满足使用需求，而是更多地关注自身的感受和体验。

下班后到星巴克喝一杯咖啡，生日或节日给自己买一份礼物，定期在网上订购一束美丽的鲜花……这是深圳“90 后”白领耿丹丹“取悦”自己的方式，“以前自己的很多消费都是购买家人的生活必需品，现在觉得给自己消费也是一件非常必要的事。先取悦了自己，才能取悦别人嘛”。

“悦己消费”成为潮流，是我国社会个性化的体现。改革开放后，大众消费的兴起与个体意识逐渐凸显是相伴随的，个体意识的崛起促进了消费升级，消费升级也强化了个体意识。不过个体意识的崛起和“悦己消费”的盛行并不意味着消费者要背离社会，事实上在很多消费者心目中，自身的幸福感与家庭、社会是紧密相连的。“悦己消费”背后是个体对幸福感、获得感、安全感的追求，是个体的美好生活需要。

消费者渴望情绪价值被满足，更加偏好能够带来“幸福感”的产品。围炉煮茶等“慢社交”活动逐渐受到青睐，更多人愿意将自己的消费体

验放到互联网上与别人分享，这也带来了一种新的购物方式——买手的出现。买手并不是单一营销卖货，而是通过他们自身的经验、心得、影响力，在卖货的同时，为消费者赋予更美好的消费体验。“小红书买手、主理人等个体已经成为小红书电商的关键角色。他们具备专业知识和深刻理解用户需求的能力，能够更好地传递商品价值，与用户建立信任关系，并持续为用户提供服务。很多用户在小红书购买的第一单都是通过这些买手。”小红书 COO 柯南表示。

据统计，截至 2022 年底，作为年轻人交流生活方式和消费体验平台的小红书月活跃用户超过 2.6 亿，其中“90 后”用户占比超过 70%。2023 年 8 月小红书发布的数据显示，过去一年半时间，小红书电商取得快速发展，小红书电商买手和主理人规模增长 27 倍，动销商家数增长 10 倍，购买用户数增长 12 倍。

商家与消费者深度互动

互联网时代，消费者可以自由地对所选择和消费的品牌发表自己的看法，这些看法在社交媒体上传播，“种草”给其他消费者。消费者不仅可以消费或购买物品，也可以参与到品牌的创制过程，推动品牌更好地影响消费。这可以说是商家与消费者的一种双向奔赴。

“通过内容社区与潜在用户形成连接，能更清楚消费者的生活方式，将产品更好地呈现给用户，让我们实现快速成长。”原创设计家具品牌格度创始人柴晓东说。2014 年成立的格度一直为法拉利、宝马等国外知名企业的商用空间提供富有设计感的家具。2020 年，正是看准了产业升级给国内市场中具备设计感、品质感品牌带来的可能性，以及中国消费者日益增长的个性化、品牌化消费需求，格度开始对品牌分系列运作，一方面继续为多家知名企业的商用空间提供产品，另一方面则为中国消费者提供独具设计感的家具产品。

“为了让用户更好地认知产品，格度把网络平台作为重要阵地。”在柴晓东看来，这样一方面通过内容社区与潜在用户形成连接；另一方面借助平台上聚集的优质买手，为设计师家具品牌的成长提供助力。“买手们非常有自己的观点、想法、理念，为我们反馈用户需求，推动品牌做更优质的产品和服务。”柴晓东说。格度经常从内容社区等渠道进行调研，了解中国消费者的生活方式。在一次调研中，有养猫用户反馈自己的宠物经常会抓沙发。为此，格度一方面研发了防猫抓面料，另一方面将可拆洗纳入重点考虑范畴。在新产品正式发布之前，格度也会请买手们在他们的粉丝群聊中晒图，将收集到的用户需求反馈回来，以优化自己的设计与制造能力，生产出更符合消费者需求的产品。

这种消费者与生产者之间的深度互动、共同创造，是新消费时代重要的消费现象。年轻一代消费者更注重自我表达，参与意识与创新动力较强，不只是满足于做被动的消费者，而是希望借助互联网平台与生产者或品牌方互动，参与产品的创意、设计与营销过程。生产者或品牌方也日益注重与消费者的关系，主动提供各种便利，让消费者参与产品从创意、研发到推广的全过程。未来这种共创方式将更加普及。

发展型消费商机无限

疫情三年人们普遍宅在家中，借助网络进行学习和工作的方式被迅速普及，带来知识付费行业的出现并实现爆发式增长。艾媒咨询数据显示，2022 年我国知识付费市场规模达 1126.5 亿元，较 2015 年增长约 70 倍，预计 2025 年市场规模将达 2808.8 亿元。用户付费求知和在线学习的习惯将逐步养成，知识付费行业有望进入稳定的持续发展阶段。

相较于传统音频类知识付费内容的用户和流量已经式微并普遍遭遇瓶颈，得益于短视频和直播的流行，信息流推荐和直播间带货等场景下的视频与图文类知识内容异军突起，迅速成为消费主流。

看准这一商机，不少怀有一技之长的“达人”纷纷在短视频平台开设培训课程。毕业于东北大学钢琴表演专业的王鹏就在快手开播了成人钢琴教学短视频。凭借多年教学经验和风趣幽默的教学风格，入驻以来他已上传并售出 45 门钢琴教学课，累计订单量超过 3000 单。

钢琴、拉丁舞、英语、手绘、办公软件、家庭教育、心理咨询，乃至指导年轻人创业的“小本致富”副业指南，越来越多题材成为知识付费进入市场的合适切入点。快手达人大雷坚持探访各行各业的小成本创业者，为想要创业的年轻人拍出一部小本致富指南。“带你们了解一下，开台球厅挣不挣钱”“地摊卖尾货去哪里进货”，这些接地气的生意经很受粉丝欢迎，入驻 2 年多来快手粉丝超过 370 万。

相关专家表示，相较于以衣食住行为主的生存型消费，发展型消费的主要特点是促进人力资本的提升，可以增强消费者的体力和智力，促进劳动者的流动性和机会均等。从这个意义上讲，发展型消费也是一种投资，而且是比物质资本更有价值的投资。随着科技发展，未来人工智能技术可以更加高效便捷地帮助人们获取信息、知识和灵感，有望成为辅助知识付费创作的新工具。（经济日报记者 李 丹）

信息来源：经济日报

（四）投资动态

固定资产投资平稳增长 投资结构不断优化

信息导读：2023 年，我国全面贯彻落实党中央、国务院的决策部署，以高质量发展为目标，积极扩大有效投资，全年固定资产投资（不含农户）达到 503036 亿元，增长 3.0%。这些成果反映了我国投资结构的不断优化。同时，高技术产业投资占比稳步提高，这显示出我国现代化产业体系建设取得了重要成果，以科技创新推动产业创新，以产业升级构

筑新竞争优势。此外，民间投资意愿和能力逐渐恢复，降幅持续收窄，大项目投资发挥主引擎作用。总的来说，我国投资形势整体稳健，结构不断优化，为经济增长提供了有力支撑。未来，我国将继续加大重点领域补短板投资，促进投资合理增长，推动形成消费与投资相互促进的良性循环。

信息摘要：2023 年，各地区各部门全面贯彻落实党中央、国务院决策部署，锚定高质量发展目标，完整、准确、全面贯彻新发展理念，积极扩大有效投资，持续调动民间投资积极性，促进投资结构不断优化。全年完成固定资产投资（不含农户）503036 亿元，比上年增长 3.0%，增速比 1—11 月份加快 0.1 个百分点；扣除价格因素影响，比上年实际增长 6.4%，增速比上年加快 1.5 个百分点。

一、制造业投资持续向好

在制造业企业盈利持续改善及转型升级加快等因素的带动下，制造业投资持续企稳向好。2023 年，制造业投资比上年增长 6.5%，增速比 1—11 月份加快 0.2 个百分点，比全部固定资产投资高 3.5 个百分点。其中，电气机械和器材制造业投资增长 32.2%，汽车制造业投资增长 19.4%，仪器仪表制造业投资增长 14.4%。

二、高技术产业投资占比稳步提高

以科技创新推动产业创新、以产业升级构筑新竞争优势的现代化产业体系建设取得重要成果，高技术产业投资保持较快增长，占全部投资的比重稳步提高。2023 年，高技术产业投资比上年增长 10.3%，增速比全部固定资产投资高 7.3 个百分点；占全部投资的比重比上年提高 0.7 个百分点。

2023 年，高技术制造业投资比上年增长 9.9%，增速比制造业投资高 3.4 个百分点；占制造业投资的比重比上年提高 0.8 个百分点。其中，航

空、航天器及设备制造业投资增长 18.4%，计算机及办公设备制造业投资增长 14.5%，电子及通信设备制造业投资增长 11.1%。

2023 年，高技术服务业投资比上年增长 11.4%，增速比服务业投资高 11.0 个百分点；占服务业投资的比重比上年提高 0.4 个百分点。其中，科技成果转化服务业投资增长 31.8%，电子商务服务业投资增长 29.2%。

三、民间项目投资保持较快增长

随着一系列政策措施的深化、实化、细化，民间投资的意愿和能力逐渐恢复。2023 年，民间投资比上年下降 0.4%，降幅比前三季度和 1—11 月份分别收窄 0.2 和 0.1 个百分点。其中，民间项目投资（扣除房地产开发投资）增长 9.2%，增速比 1—11 月份加快 0.1 个百分点。分行业看，电力、热力、燃气及水生产和供应业，科学研究和技术服务业，住宿和餐饮业民间投资增长较快，分别增长 19.6%、18.1%和 11.8%；基础设施民间投资增长 14.2%，增速高于全部基础设施投资 8.3 个百分点；制造业民间投资增长 9.4%，增速连续 6 个月回升。

四、民生补短板投资增势良好

随着增发国债等政策持续落地显效，基础设施投资增速小幅回升。2023 年，基础设施投资比上年增长 5.9%，增速比 1—11 月份加快 0.1 个百分点。其中，水上运输业投资增长 22.0%，水利管理业投资增长 5.2%。

2023 年，电力、热力的生产和供应业投资比上年增长 27.3%，燃气生产和供应业投资增长 16.7%。

五、大项目投资发挥主引擎作用

2023 年，计划总投资亿元及以上项目投资比上年增长 9.3%，增速比全部固定资产投资高 6.3 个百分点；拉动全部投资增长 4.8 个百分点。其中，计划总投资 10 亿元及以上项目投资比上年增长 13.3%，增速比亿元及以上项目高 4.0 个百分点。

2024 年，要全面贯彻落实中央经济工作会议精神，继续安排适当规模的地方政府专项债券，强化专项债券资金管理使用，支持地方加大重点领域补短板投资，促进投资合理增长。要适应产业结构的演变和消费升级的变化，积极扩大有效益的投资，形成消费与投资相互促进的良性循环，着力增强投资对优化供给结构的关键作用。要不断完善“两个毫不动摇”的体制机制，充分激发民间投资内生动力和创新活力。

信息来源：中国经济网

（五）外贸动态

“新三样”出口首次突破万亿元大关

信息导读：2023 年我国进出口总值同比增长 0.2%。其中，出口增长 0.6%，进口下降 0.3%。尽管去年我国外贸面临了诸多挑战，但仍取得了稳中有增、质量优中有升的成绩。其中民营企业在我国外贸中发挥了重要作用，有进出口记录的外贸经营主体首次突破 60 万家，民营企业占比达到 86.2%。民营企业进出口总值增长 6.3%，占进出口总值的 53.5%。此外，我国电动载人汽车、锂离子蓄电池和太阳能电池等“新三样”产品合计出口首次突破万亿元大关。展望 2024 年，我国外贸将在克服外部环境复杂性和不确定性上升的基础上，继续稳增长、提质量、增效益。

信息摘要：1 月 12 日，海关总署副署长王令浚在国新办举行的新闻发布会上介绍，据海关统计，2023 年我国进出口总值 41.76 万亿元人民币，同比增长 0.2%。其中，出口 23.77 万亿元，增长 0.6%；进口 17.99 万亿元，下降 0.3%。

“总的看来，去年中国外贸经历了风雨洗礼，取得了进出口规模稳中有增、发展质量优中有升这样来之不易的成绩。”王令浚这样说道。

外贸运行总体平稳

具体看，去年我国外贸主要呈现出 6 个方面的特点，包括外贸运行总体平稳，四季度向好态势明显；经营主体活力充足，民营企业主力作用增强；产品竞争优势稳固，出口动能丰富活跃等。

其中，王令浚介绍，2023 年我国进出口规模逐季抬升，一个季度比一个季度强。一季度为 9.69 万亿元，到二、三、四季度都在 10 万亿元以上。到第四季度又是一个月比一个月强，同比分别增长了 0.8%、1.3%、2.8%，12 月份达到了 3.81 万亿元，这是一个月度规模的历史新高。

从经营主体看，2023 年，我国有进出口记录的外贸经营主体首次突破 60 万家。其中，民营企业 55.6 万家，合计进出口 22.36 万亿元，增长 6.3%，占进出口总值的 53.5%，提升 3.1 个百分点。

值得一提的是，民营企业连续 5 年稳居我国第一大外贸经营主体。企业数量占比达到 86.2%，再创新高，稳外贸主体地位更加巩固。此外，王令浚提到，我国出口的自主品牌产品中，66.4%是由民营企业完成的。民营企业持续推进品牌建设，在品牌创造、品牌管理、品牌效益上不断取得实效，提升了“中国制造”品牌的知名度、美誉度。

王令浚表示，外贸稳定增长的支撑因素主要有以下几方面，一是稳外贸政策红利持续释放，二是我国超大规模市场和强大生产能力优势，三是每一个外贸经营主体的辛勤努力。

其中，从稳外贸政策角度看，2023 年，各地方各部门坚决贯彻党中央、国务院关于外贸促稳提质的相关工作部署，在推动外贸稳规模优结构、促进民营经济发展壮大、加快内外贸一体化发展等方面，拿出了一些硬招实招。海关也就优化营商环境、推进京津冀协同发展、推动加工贸易持续高质量发展等，采取了不少有针对性的具体支持措施。各种政策落地见效，红利持续释放，有力稳住了外贸基本盘，激发了新动能。

“新三样”出口首破万亿元

2023 年，世界经济复苏乏力，全球贸易整体表现比较低迷，外需的疲弱对我国出口也形成了直接冲击。对于去年的出口情况，海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良介绍，从数字上看起来，出口增速相比前几年确实有所放缓。但更要看到我国的出口是在高基数上再创新高，不仅实现了量的合理增长，也保持了份额的整体稳定，更在增长动能、区域格局等方面实现了质的有效提升，彰显了强劲韧性和综合竞争力。

值得一提的是，2023 年，我国电动载人汽车、锂离子蓄电池和太阳能电池，“新三样”产品合计出口 1.06 万亿元，首次突破万亿元大关，增长了 29.9%。船舶、家用电器的出口分别增长 35.4%和 9.9%。出口动能体现了从中国制造向中国创造的迈进。

从汽车角度看，去年我国汽车出口大幅增加，对此，吕大良表示，近年来，随着我国现代化产业体系建设不断推进。我国汽车产业坚持不懈开展科技创新，构建完整产业链供应链，汽车产销量屡创新高，相应出口规模也在逐步扩大。2021 年、2022 年，我国汽车出口量连续迈上了 200 万辆、300 万辆台阶。2023 年更是跨越了两个百万级台阶，出口 522.1 万辆，同比增加 57.4%。

“这里特别要说的是，我国大力推动汽车产业绿色低碳转型升级，新能源汽车出口为产业增添鲜明亮色。当前，我国每出口 3 辆汽车就有 1 辆是电动载人汽车，全年出口 177.3 万辆，增加 67.1%，这为全球绿色低碳转型作出贡献。”吕大良说。

展望 2024 年，王令浚认为，外部环境的复杂性、严峻性、不确定性上升，进一步推动外贸稳增长需要克服一些困难、付出更多努力。但同时更要看到的是，我国经济回升向好、长期向好的趋势不仅没有改变，而且支撑高质量发展的要素条件还在源源不断集聚增多。相信随着政策效应逐步显现和高水平开放稳步推进，我国贸易发展新动能将加快培育，

外贸外资基本盘将持续巩固，进出口稳增长、提质量、增效益的基础将进一步夯实。

信息来源：证券日报

二、行业动态

（一）装备制造业动态

中国造船业连续 14 年领跑全球 多元化发展彰显供应链产业链韧性、灵活性

信息导读：2023 年，我国船舶工业国际市场份额继续保持领先，企业竞争力不断增强。与此同时，船舶工业绿色转型全面提速，为行业高质量发展提供了有力支撑。从规模来看，2023 年我国造船完工量、新接订单量和手持订单量以载重吨计分别占全球总量的 50.2%、66.6% 和 55.0%，三大造船指标的国际市场份额首次全部超过 50%。从结构来看，18 种主要船型中，我国共有 14 种船型新接订单量位居全球第一；我国分别有 5、7、6 家造船企业进入全球造船完工量、新接订单量和手持订单量前十，船企国际竞争力不断增强。从质量来看，2023 年，我国一批高端船舶和海洋装备完成建造，已形成船海产品全谱系总装建造能力，船舶工业绿色转型全面提速。这一成果的取得，离不开我国完整、强势、灵活的产业链供应链。在我国现代化产业体系建设不断推进和产业链供应链稳定顺畅运行的支持下，我国造船业将进一步高质量向好发展。

信息摘要：1 月 15 日，工业和信息化部发布的最新数据显示，我国造船业三大指标连续 14 年位居世界第一，成为全球唯一一个三大指标实现全面增长的国家。

最新数据显示，2023 年我国造船完工量 4232 万载重吨，同比增长 11.8%；新承接订单量 7120 万载重吨，同比增长 56.4%；截至 2023 年底，手持订单量 13939 万载重吨，同比增长 32.0%，所有指标第一次实现 2 位数增长。

2023 年的中国造船业，不仅三大指标继续全球领跑，而且新亮点不断。

总台央视记者吴天白：在 2023 年中国造船业统计数据中，我们还可以看到三大指标占国际市场份额分别是 50.2%、66.6%和 55.0%，首次全部超过 50%。从这几张数据图中，我们可以看出，我国高技术、高价值船型的新接订单量创 2008 年以来新高，在这里我们可以看到中国新接绿色动力船舶订单占国际市场的份额也是连年增长，2023 年全年已经达到了 57%。这也表明了未来全球一半以上的新能源船都将产自中国。

中国船舶工业行业协会秘书长李彦庆：我们用一个大的、完整的、强势的产业链在吸引全球相关者来关注中国造船，这个在全球其他国家都找不到，这是我们非常独特的一个优势，不仅仅是造船本身，是整个产业链的进步。

我国已形成船海产品全谱系总装建造能力

不仅造船业数据指标一路领先，随着首艘国产大型邮轮的交付运营，我国在 2023 年实现了船海产品全谱系总装建造能力的新成就。中国造船业正加快多元化发展，向着更多船舶细分市场进军。

2023 年，被称为“海上石油加工厂”的高端大型海工装备——浮式生产储卸油船实现批量交付，国产首艘大型邮轮“爱达·魔都号”正式交付运营。一艘艘“大国重器”接连突破，标志着我国已形成船海产品全谱系总装建造能力。

不仅什么船都能造，2023 年全年数据显示，全球 18 种主要船型中，

我国有 14 种船型新接订单位列全球第一，其中，散货船、油船、集装箱船和汽车运输船新接订单量分别占全球总量的 79.6%、72.1%、47.8%和 82.7%，大量高附加值订单的涌入不仅带来了真金白银，更重要的是给了中国船企发展的信心。

中国船舶工业行业协会秘书长 李彦庆：中国船厂多元化经营的能力很强，供应链、产业链的韧性、灵活性都彰显出来了。

信息来源：央视网

（二）高技术制造业动态

国产高端医疗器械，对标世界一流

信息导读：近年来，我国医疗器械高质量发展进程不断加快，多个省份都在积极推进本地医疗器械产业高端化，取得了较好成果，其中广州深圳两地在这一领域的成果具有代表性。广深两地充分利用丰富的高校科研与临床医疗资源，聚集关键零部件供应企业，畅通第三方供应链企业物流，培养出具有完全自主知识产权的先进制造基础和技术创新实力。截止到目前，广州深圳两地的高端医疗器械产业规模和总产值居全国前列，形成了快速响应的“一小时供应圈”，并成功入选国家先进制造业集群名单。为了进一步推动医疗器械产业高质量发展，广东省出台了一系列措施，力争到 2025 年形成对标世界一流水平的高端医疗器械产业集群。广州和深圳也推出了一系列务实举措，以多维度、全链条的政策体系助推产业突破发展。目前，一批专精特新“小巨人”企业正在崛起，龙头骨干企业引领带动作用加强，多梯次产业集群加速形成，广深两地高端医疗器械产业前景可期。

信息摘要：全球最小最轻的全磁悬浮“人工心脏”、世界首款 5.0T 人体全身医学磁共振系统……近年来，依靠先进制造基础和技术创新实

力，具有完全自主知识产权的高端医疗器械成果，在广东广州、深圳不断涌现。

高校科研与临床医疗资源丰富，关键零部件供应企业高度聚集，第三方供应链企业物流畅通……广深两地高端医疗器械产业规模和总产值居全国前列，集群覆盖上千家医疗器械生产类企业，形成了快速响应的“一小时供应圈”，并成功入选国家先进制造业集群名单。

联合攻坚，掌握关键技术

中国科学院深圳先进技术研究院，几名研究员正在操作间进行磁共振扫描。透过观察窗，可以看到正在运行的国产 3.0T 磁共振设备。

超高场人体全身医学磁共振系统核心研发人员杨兴介绍，长期以来，磁共振设备的不少配件和耗材高度依赖进口，采购、维护困难，拉高患者就医成本，国产化替代与创新研发势在必行。

然而，医疗器械属于医学、工程、电子、材料等多学科交叉的精密仪器，研发投入高、难度大、周期长，单个企业往往力有不逮。

2010 年以来，深圳先进院与联影医疗公司联合启动 3.0T 磁共振系统研发项目，开启了科研“国家队”与行业龙头 10 余年的并肩奋战。

“做实验经常到凌晨。”

“和工程师、供应链、临床专家等各方对接开会，反复测试调整。”

.....

数年攻关，首台 3.0T 高场磁共振设备完成研制并成功实现产业化，我国成为全球第三个掌握高场磁共振部件和整机制造的国家。

如今，世界首款 5.0T 人体全身医学磁共振系统，又进一步实现跨代引领、国际领先。高分辨率成像将帮助医生更准确、更早期地诊断病情，快速成像技术则能有效缓解影像诊断“排长队”的就医痛点。

2020 年 4 月，中国科学院、迈瑞医疗、联影医疗等组建的国家高性

能医疗器械创新中心（以下简称“国创中心”）落地深圳，成为我国医疗器械领域唯一的国家制造业创新中心。

致力于攻克“卡脖子”难题，国创中心与几十家企业组建联合实验室，开展协同攻关。

血管介入器械关键原材料镍钛超弹合金毛细管实现量产；高端医用分离膜材料及组件的实验室研发已经完成；人工关节用高性能陶瓷材料及产品正在研制……如今，一批关键共性技术已经取得显著进展。

链条完善，保障产品供应

器官获取前，将连接肝脏的血管接入“无缺血肝脏灌注系统”，替人体为器官供血，实现平稳过渡；肝脏植入时，人体血液循环系统“接管”肝脏的同时，机器撤离……依靠该系统，“血流不中断”的人体肝移植得以实现和普及。

中山大学附属第一医院器官移植团队耗时 10 年研发“无缺血肝脏灌注系统”，实现原理与技术创新突破；奇点医疗科技（广州）有限公司推进医院科研成果转化，进行设备研制生产；供应链厂商根据企业要求与临床反馈，不断改进完善模具和零部件，帮助产品迭代……医疗器械零部件繁多，对精密度和可靠性要求较高。一款医疗器械的诞生，既需要研发领域多学科、跨领域、跨地区的协同创新，也离不开生产环节上下游企业的通力配合。

“一台移植机有几百个零部件，目前所有核心部件都实现了自研自产。”中山大学附属第一医院器官移植中心主任医师赵强介绍，模拟生理环境的器官舱、各种管路、耗材以及外壳等配件，大多都来自深圳及周边地区厂商。

“珠三角一带发达的电子制造产业和机电一体化基础，为高端医疗器械产业发展提供了强有力的支撑。”深圳市医疗器械行业协会执行副会

长兼秘书长蔡翹梧表示。

2023 年 1 月，深圳汉诺医疗科技有限公司研制的国产体外膜肺氧合（ECMO）治疗产品获批上市，同年 2 月 3 日，第 300 台设备成功下线，陆续发往各地医院。

短短三周，从 1 到 300——这次应急扩产任务的实现，正是依靠当地强大的精密制造能力和供应链调配能力。

机械、材料、电子等上游产业与相关基础学科、技术研发加大投入，会促进医疗器械产业的发展；科研院所、医院、检验机构等应用端，则起到了需求牵引、应用驱动的作用。

“广州医疗水平发达，深圳工业实力强劲，相互支撑、相辅相成。”赵强表示，“我们正呼吁成立大湾区高端医疗器械产业联盟，强化医疗机构、科研院所和企业等上下游的联动合作，推进创新链和产业链深度融合。”

集群壮大，共育创新生态

作为先进制造能力与尖端科技水平的重要标志之一，高端医疗器械已成为全球各地竞相发力的重点领域。

2022 年，广东省出台措施推动医疗器械产业高质量发展，并提出力争到 2025 年，形成对标世界一流水平的高端医疗器械产业集群。

在国创中心创新研究院副院长赫家焯看来，以广深两地为代表的中国高端医疗器械产业发展，还存在不少短板。“医疗器械领域科技成果的产业转化率仍然较低，许多技术研究与市场需求不匹配。”

为增强原始创新能力，加快科研成果产业化，近年来，广州、深圳推出一系列务实举措，以多维度、全链条的政策体系，全力助推产业突破发展。

加大创新产品应用示范推广力度，鼓励采购经认定的创新医疗器械

产品；打造医疗器械产业特色园区，打破物理空间和人员流动壁垒……2022 年，深圳出台培育发展高端医疗器械产业集群行动计划和一系列配套措施，推动产学研医联动。

2023 年，广州再次提出扶持生物医药产业加快发展，对取得第二类、第三类医疗器械产品首次注册证书的企业进行最高 500 万元补助。

光学显微仪器领域，由国创中心孵化的深圳明准医疗科技有限公司完成天使轮融资；持续葡萄糖监测的细分赛道，深圳硅基仿生科技股份有限公司打破国外技术垄断，产品市场占有率提升迅速；植入医疗器械市场，广州迈普再生医学科技股份有限公司的产品已走进 80 多个国家和地区……

如今，一批专精特新“小巨人”企业拔节生长，龙头骨干企业引领带动作用加强，多梯次产业集群加速形成，以广深两地为核心、对标世界一流水平的高端医疗器械产业高地正在崛起。

记者手记

不断提升中国制造竞争力

采购进口器械常受制于人、国产设备甩掉“廉价劣质”标签的历程艰辛……谈及过往，接受记者采访的业内人士感慨良多，大家更对自主研发的必要性认识深刻。

高端医疗器械产业体现着一个国家的科技创新能力与制造业水平：一款产品的诞生，是企业、科研院所和医疗机构等多方携手攻坚的成果，也与配套支撑体系的全力支持密切相关。

充分挖掘自身优势，生产的部分产品从跟跑、并跑，到实现领跑——广深两地在高端医疗器械领域的创新实践，是我国在先进制造业不断取得技术突破的一个缩影。当前，我国在这一领域步入发展快车道，政策利好不断，营造了良好的创新生态，期待越来越多的企业在各自高精

尖赛道上奋勇争先，不断提升中国制造的国际竞争力。

信息来源：人民日报

（三）钢铁行业动态

2023 年我国钢材消费“减”中有“增”

信息导读：中国钢铁工业协会会长谭成旭在第六届会员大会上表示，我国钢材消费结构发生变化，房地产行业对钢铁需求的拉动作用减弱，而绿色低碳驱动的新能源用钢等新需求增长，汽车、造船、家电等传统用钢需求提质。2023 年，我国钢铁行业积极调整品种结构，满足下游需求，高端化、智能化、绿色化转型取得新成效。在高端化转型方面，新产品新材料研发加速；在智能化转型方面，钢铁行业机器人应用密度达到 54 台（套）/万人，90%的钢铁企业建立生产制造执行及能源管控系统；在绿色化转型方面，低碳冶金技术路径探索取得新突破。中央经济工作会议部署 2024 年经济工作时，提出广泛应用数智技术和绿色技术，加快传统产业转型升级。钢铁行业要以科技创新为动力，不断在品种开发、原创技术、颠覆性技术等方面加大研发投入，推动数字化、智能化等新技术与产业深度融合，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，开发高端需求，拓展钢铁材料应用空间。

信息摘要：中国钢铁工业协会会长谭成旭说，2023 年，我国钢材消费“减量”中有“增量”，结构发生变化，房地产行业对钢铁需求的拉动作用持续减弱，绿色低碳驱动的新能源用钢等钢铁新需求增长，汽车、造船、家电等传统用钢需求提质。

中国钢铁工业协会第六届会员大会第六次会议 12 日在京举行。谭成旭在会上说，钢铁行业积极调整品种结构，满足下游需求，2023 年前 11 个月，我国钢筋、线材（盘条）产量分别同比下降 2.2%、0.4%，电工钢、

不锈钢产量同比增长 14.6%、13.3%。

记者在会上了解到，新需求增长、传统需求提质，“钢需”拓新在一定程度上带动供给的提质增效，2023 年我国钢铁行业高端化、智能化、绿色化转型取得新成效。

在高端化转型方面，新产品新材料研发加速，鞍钢先进高强汽车用钢低密度钢系列产品、宝武无取向硅钢产品、首钢取向电工钢产品等全球首发，新兴铸管自主研发的铸管生产装备打破国际垄断；在智能化转型方面，钢铁行业机器人应用密度达到 54 台（套）/万人，90%的钢铁企业建立生产制造执行及能源管控系统；在绿色化转型方面，低碳冶金技术路径探索取得新突破，全球首个工业级别 2500 立方米富氢碳循环氧气高炉在八钢投运，河钢全球首例 120 万吨氢冶金示范工程一期取得成功，国内首套百万吨级氢基竖炉在湛江钢铁点火投产。

中央经济工作会议部署 2024 年经济工作时提出广泛应用数智技术、绿色技术，加快传统产业转型升级。

“我国钢材消费总量已达峰，推动材料替代与升级、扩大钢铁应用十分必要。”谭成旭说，2024 年将大力推广实用新型钢铁材料应用，围绕关键战略性钢铁新材料攻关和高性能钢材推广应用，加快研发推广新材料、新品种，推动产业链升级迭代、共建低碳生态。

当日当选为中国钢铁工业协会新一任会长的姚林表示，钢铁行业要以科技创新为动力，不断在品种开发、原创技术、颠覆性技术等方面加大研发投入；运用工业物联网、大数据等智能制造技术优化产业流程，推动数字化、智能化等新技术与产业深度融合；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，聚焦创新成果高质量转化，开发高端需求，拓展钢铁材料应用空间。

信息来源：新华社

(四) 建材行业动态

2023 年水泥运行报告及 2024 年走势预测

信息导读：2023 年水泥市场总体呈现“需求不足、价格新低、量价齐跌”的运行特征，水泥价格下行时间较去年长，总体低于去年同期水平。一季度需求弱势回升，二、三季度需求低迷旺季不旺，水泥市场价格屡创新低，甚至跌至成本线以下，四季度企稳回升。2023 年水泥市场走势可分三个阶段：1-4 月，水泥价格震荡上涨；5-9 月，水泥价格下跌；“弱需求、高库存、资金紧张”是水泥行业存在的普遍问题；10-12 月，水泥价格止跌回暖，总体呈现“成本上升、供需矛盾略有缓解”的特征。

2024 年水泥行业继续执行错峰生产和推动行业自律，严控水泥产能，将在一定程度上稳定水泥价格。践行节能降耗、低碳发展理念，2024 年水泥产量增长空间将不大。在稳增长背景下，基础设施投资和重大项目建设将继续发力，房地产市场在利好政策加持下仍有恢复预期，支撑后续水泥市场需求，加快形成实物工作量，为水泥需求提供增量，水泥需求有望修复，2024 年水泥需求将好于 2023 年。预计 2024 年水泥市场价格将出现一定幅度反弹，但反弹空间有限。

信息摘要：（一）2023 年全省水泥市场运行情况

2023 年全省水泥销售均价冲高回落后企稳小幅震荡反弹。年初水泥销售均价为 397.4 元/吨，年末为 343.94 元/吨，下跌 13.45%。全年最高点为 4 月 9 日 419.4 元/吨，最低点为 9 月 3 日 295.93 元/吨，最高点与最低点之间价差 123.47 元/吨，跌幅 29.44%。2023 年全省水泥市场总体呈现“需求不足、价格新低、量价齐跌”的运行特征，水泥价格下行时间较去年长，总体低于去年同期水平。一季度需求弱势回升，二、三季度需求低迷旺季不旺，水泥市场价格屡创新低，甚至跌至成本线以下，四季

度企稳回升。受供应增加、需求恢复较差、资金压力、成本下降、竞争加剧等因素影响，2023 年水泥市场价格总体下跌。全年水泥市场走势可分三个阶段：

1、第一阶段。1 月-4 月，水泥价格震荡上涨，位于全年价格高位区域。

（1）错峰生产力度加大，水泥产量降至 2012 年以来最低水平。切实做好湖南省建材行业碳达峰工作，推行水泥错峰生产，全省 59 家水泥生产企业一季度错峰生产停窑应停天数最长的为 51 天，累计应停 1443 天，全省水泥供应可控；

（2）工程项目开工率上升，为水泥需求提供支撑。在宏观经济回暖预期较强的利好背景下，重大项目靠前发力，同时从各方面部署多重举措，包括支持刚性和改善性住房需求、做好保交楼工作等房地产方面的措施，为水泥行业注入新动力；

（3）水泥市场思涨意愿较浓。2023 年，随着经济生活恢复正常，国家进一步扩大内需，持续加大基础设施建设、市政建设，水泥行业景气度提升，市场信心增强。

2、第二阶段。5 月-9 月，水泥价格下跌，“弱需求、高库存、资金紧张”是水泥行业存在的普遍问题。受房地产市场投资低迷、建筑业景气度下滑、市场资金短缺、原燃料成本下降、传统销售淡季等诸多因素影响，全省水泥市场需求进一步萎缩，市场销售压力较大，降库缓慢，市场竞争压力有增无减，水泥价格持续低位徘徊，跌至近五年最低位。除重大项目外，其它项目对水泥的需求量很小，需求疲弱依然是水泥价格持续下跌的主要因素。

3、第三阶段。10 月-12 月，水泥价格止跌回暖，总体呈现“成本上升、供需矛盾略有缓解”的特征，

(1) 多措并举实施供给侧结构性改革。全省通过错峰生产、节能减碳等方式压减产能，严控供应端。湖南地区 2023 年 9 月 1 日-12 月 31 日均执行错峰生产计划，部分生产线基本处于停产状态，近两年退出长停的低效能生产线 11 条，行业自律性导致市场库存有所回落；

(2) 市场需求有所改善。四季度是水泥需求旺季，特别是国家一万亿国债的发行，其中湖南省发行国债 643 亿，市场对基础设施建设拉动水泥消费存在预期。另外，在金融支持房地产行业政策频出的大背景下，多家银行表态将加快改善房企融资环境，积极支撑房企融资需求。年前工地为完成全年施工任务赶工期，需求集中释放。

(二) 对 2024 年全省水泥市场价格走势的研判

2024 年水泥行业继续执行错峰生产和推动行业自律，严控水泥产能，将在一定程度上稳定水泥价格。水泥行业节能减排和发展新能源是实现绿色转型、落实“双碳”的重要举措。全省践行节能降耗、低碳发展理念，2024 年水泥产量增长空间将不大。在稳增长背景下，基础设施投资和重大项目建设将继续发力，仍将为稳增长发挥重要作用，房地产市场在利好政策加持下仍有恢复预期，支撑后续水泥市场需求，加快形成实物工作量，为水泥需求提供增量，水泥需求有望修复，2024 年水泥需求将好于 2023 年。预计 2024 年全省水泥市场价格将出现一定幅度反弹，但反弹空间有限。

信息来源：湖南省商务厅

(五) 房地产行业动态

国家统计局：房地产市场出现积极变化

信息导读：国家统计局数据显示，近期各线城市新房价格环比下降，

房地产竣工面积增加较快。2023 年 12 月份，70 个大中城市中，各线城市商品住宅销售价格环比下降、同比有涨有降。新房方面，一线城市新建商品住宅销售价格环比下降 0.4%，二三线城市新建商品住宅销售价格环比分别下降 0.4%和 0.5%。与此同时，房地产竣工面积增加较快，2023 年房地产开发企业竣工房屋面积比上年增长 17%。各地区各部门都在适应房地产市场供求关系发生重大变化的新形势，适时调整优化房地产政策。从目前情况看，房地产市场出现了一些积极变化，包括房地产投资、销售等指标降幅收窄，房地产竣工面积增加较快，后续房地产市场长期健康发展有较好基础。

信息摘要：国家统计局 1 月 17 日发布数据显示，2023 年 12 月份，70 个大中城市中，各线城市商品住宅销售价格环比下降、同比有涨有降。

同日，国家统计局还发布了房地产开发投资、商品房销售等数据。数据显示，2023 年，全国房地产开发投资 110913 亿元，比上年下降 9.6%，商品房销售面积 111735 万平方米，比上年下降 8.5%。商品房销售额 116622 亿元，比上年下降 6.5%。

国家统计局局长康义在国新办举行的新闻发布会上表示，各地区各部门都在适应房地产市场供求关系发生重大变化的新形势，适时调整优化房地产政策。从目前情况看，房地产市场出现了一些积极变化，包括房地产投资、销售等指标降幅收窄，房地产竣工面积增加较快。

各线城市新房价格环比下降

统计显示，2023 年 12 月，各线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格环比均下降。

新房方面，12 月份，一线城市新建商品住宅销售价格环比下降 0.4%，降幅比上月扩大 0.1 个百分点。其中，北京持平，上海上涨 0.2%，广州和深圳分别下降 1.0%和 0.9%。二三线城市新建商品住宅销售价格环比分

别下降 0.4%和 0.5%，降幅比上月均扩大 0.1 个百分点。

二手房方面，12 月份，一线城市二手住宅销售价格环比下降 1.1%，降幅比上月收窄 0.3 个百分点。其中，北京、上海、广州和深圳分别下降 1.2%、0.6%、1.5%和 1.1%。二线城市二手住宅销售价格环比下降 0.8%，降幅比上月扩大 0.1 个百分点。三线城市二手住宅销售价格环比下降 0.8%，降幅与上月相同。

广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉认为，2024 年稳经济、稳预期的相关政策措施会加码，对房价产生的积极效果将在二季度体现。

房地产发展新模式积极构建

“从目前情况来看，房地产市场出现了一些积极变化。”康义说。

具体来看，康义表示，一是房地产投资、销售等指标降幅收窄。2023 年，房地产开发投资比上年下降 9.6%，降幅比上年收窄 0.4 个百分点。房地产开发企业到位资金比上年下降 13.6%，降幅比上年收窄 12.3 个百分点。商品房销售降幅明显收窄，2023 年全国商品房销售面积和销售额降幅分别比上年大幅收窄 15.8 个和 20.2 个百分点。

“2023 年 8 月份以来，新建商品住宅网签备案量整体回升，12 月份比 8 月份回升了 20.2 个百分点。从 70 个大中城市监测情况看，新房和二手房的成交量都在温和上升。”康义说。

二是房地产竣工面积增加较快。“保交楼”工作稳步推进，效果持续显现。2023 年，房地产开发企业竣工房屋面积比上年增长 17%。

“总体看，房地产市场长期健康发展有比较好的基础。”康义说，一方面，城镇化数量和质量提升还会有很大空间，近五年城镇化率年均提高 0.93 个百分点，每年都会有超过一千万农村居民进入城镇，新市民规模较大，带来大量新增住房需求；另一方面，构建房地产发展新模式潜

力巨大。房地产发展新模式正在积极构建，这是破解房地产发展难题、促进房地产健康发展的治本之策。

信息来源：证券日报

（六）餐饮业动态

首次破5万亿元！2023年全国餐饮收入增势喜人

信息导读：2023年我国餐饮收入同比增长20.4%，达到52890亿元，限额以上单位餐饮收入同比增长20.9%，突破5.2万亿元大关，创造新的历史。这一成绩的取得与国家宏观政策的支持、行业标准的提升以及餐饮企业自身的创新和转型密不可分。据中国饭店协会分析，2023年餐饮业带动了农副食材、食品加工业等相关下游产业约2万亿元的营收；2024年，企业将聚焦于提高产品品质，满足消费者需求，优化管理效率，中国餐饮业将继续推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。

信息摘要：1月17日，国家统计局公布的数据显示，2023年社会消费品零售总额471495亿元，比上年增长7.2%。其中，餐饮收入达52890亿元，同比增长20.4%。多家受访餐饮企业及行业协会负责人表示，餐饮作为消费的重要组成部分，2023年全年增速领跑其他行业，标志着我国餐饮业复苏明显，发展信心稳固增强。

突破5.2万亿元大关

国家统计局1月17日发布的最新数据显示，2023年全年，全国餐饮收入52890亿元，同比增长20.4%；限额以上单位餐饮收入13356亿元，同比上升20.9%。“这一成绩的取得，与国家宏观政策的支持、行业标准的不断提升，以及餐饮企业自身的创新和转型密不可分。尤其是餐饮企业在食品安全、服务质量、品牌建设等方面的投入和改进，为消费者提供了更加安全、健康、便捷的餐饮服务，增强了消费者的信心和消

费意愿。”中国烹饪协会会长杨柳表示。

中国烹饪协会认为，全年餐饮收入突破 5.2 万亿元，创造了新的历史。2023 年，随着生产生活的有序恢复，促消费政策持续发力，各地积极开展文旅+美食、夜经济、展演+美食等促消费活动，推动餐饮行业快速复苏，发展信心进一步恢复，充分体现了餐饮经济韧性强、潜力大、活力足等特点。纵观全年，1—2 月餐饮市场复苏回暖，3 月以后餐饮收入增幅始终保持两位数增长，其中第二、第四季度表现尤为亮眼，餐饮收入增幅分别达 31.7%、24.3%。

中国饭店协会也表示，2023 年餐饮总收入首次突破 5 万亿元，符合协会预期，即便是对比 2019 年全年的餐饮收入 46721 亿元，2023 年餐饮收入增长仍超过 13%，表现亮眼。2018 年全国餐饮收入实现 42716 亿元，从 2018 年中国餐饮收入首次突破 4 万亿元，到 2023 年突破 5 万亿元，仅用了 5 年时间，中国餐饮不断刷新产业规模与增速。

企业回暖“体感”明显

在行业大盘增势喜人的同时，一些头部餐饮企业也表示回暖的“体感”十分明显。“2023 年，消费持续恢复稳中向好，餐饮消费需求愈加多元化。大家对于美好生活的追求，给我们的业务带来了新的发展机遇和空间。”海底捞董事会副主席兼执行董事周兆呈告诉中国商报记者。

作为行业头部企业，海底捞在 2023 年上半年取得了 188.9 亿元营收，同比增长 24.6%，净利润达 22.6 亿元，已接近 2019 年全年净利润。

海底捞最新数据显示，在刚刚过去的元旦假期，全国海底捞跨年日共计接待顾客超过 240 万人次，创下了 2019 年至今单日客流新高。北京、上海、西安三地海底捞 2023 年 12 月 31 日当天客流均突破 10 万人次。同时，大量“网红城市”的海底捞门店也迎来了空前的客流高峰，长沙、无锡、兰州、岳阳等多地海底捞翻台率突破 10 次/桌。受“冰雪经济”

带动，哈尔滨成为消费出游的“黑马”，据统计，哈尔滨海底捞跨年日的客流较上一年同期大涨约 85%。

记者了解到，海底捞在 2023 年围绕“破局”“创新”两大关键词进行了各种尝试，为餐饮消费市场回暖不断注入“加速剂”。并对过去一年的新兴消费现象、消费特点作了总结。海底捞鼓励各地门店根据市场需要开展个性化创新服务，店长和大区可以根据本地化需求调整产品和服务，把很多创新的决策权都给到基层员工，因为在一线才能更了解市场与顾客的需求。据透露，在海底捞，每家门店每个月都会预留一笔经费，用于鼓励门店员工提出能够改善客户体验的创意，一旦这些提议被总部审核通过并且推广，员工就能得到对应的奖励。通过鼓励创新，不断拉动消费，与消费者互动互联。

巴奴毛肚火锅相关负责人也告诉记者，2023 年，巴奴销售规模增长超 50%，新开 24 家门店。目前总店数达 111 家，遍布全国 11 个省份、34 座城市。2023 年巴奴单店单日最高翻台超 10 翻，除此之外，2023 年 12 月 31 日跨年当天，更是创造了 2023 年度最高日翻台次数、最高日上桌数、最高日营业额。店长们纷纷表示，他们感受到了年末顾客的喜悦与庆祝氛围，对 2024 年充满期待，希望成绩能再创新高。

另一家中餐企业西贝餐饮集团也表示，2023 年，西贝莜面村全年共服务超过 6000 万人次顾客就餐，其中儿童进店客流超 640 万人次。值得一提的是，继 2022 年西贝专业儿童餐获得市场认可后，2023 年西贝莜面村继续发力“西贝品质外卖”，实现年销售净额 20 亿元。2023 年西贝功夫菜业务整体零售端收入超 3.4 亿元。

展望 2024 年

对于 2024 年的走势，企业与行业协会也表明了乐观态度。西贝表示，餐饮业是一个受上游原料质量、供应影响较大的行业，对于顾客而言，

餐饮企业的产品“稳定性”比“美味性”更重要。只有稳定的产品才能满足消费者的期待，促成稳定的顾客人群。当消费环境转向理性务实时，从业者认真做餐饮，一切回归本质，始终保持对餐饮高品质的追求、对产品非常好吃的执着，才能找到穿越周期的钥匙。“放眼 2024 年，西贝将稳定基本面，苦练基本功，继续开疆拓土。其中，2024 年西贝功夫菜将聚焦杂粮主食赛道，创造新的突破。”西贝餐饮集团相关负责人告诉记者。

周兆呈表示，“在接下来的 2024 年，海底捞将继续坚持‘一手抓员工，一手抓顾客’的发展理念，加强区域化布局，用更敏锐的触角去洞察和满足消费者的多元化需求；同时，持续提升企业的精益管理水平，不断优化组织效率和创新的敏捷度。通过丰富的产品和服务，强化与顾客的情感连接，给顾客带来更为立体和细腻的用餐体验。”

据中国饭店协会分析，2023 年我国餐饮业复苏态势明显，发展信心逐步恢复。根据调研，我国餐饮业原料进货成本在营业额占比平均水平为 40%，意味着 2023 年餐饮业带动了农副食材、食品加工业等相关下游产业约 2 万亿元的营收。上承乡村振兴、农业发展，下接社会就业、内需消费，中国餐饮业在我国经济发展中一直起着举足轻重的作用。中国饭店协会认为，2024 年，中国餐饮业将继续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。

信息来源：中国商报

（七）旅游业动态

旅游经济热度持续 各地文旅发力宣传

信息导读：2023 年旅游业复苏态势良好，2024 年旅游市场开局火热，春节旅游季成为热议话题。预计 2024 年国内旅游人次和收入将创新高，

冰雪游和温泉游成为热门。各地文旅部门为吸引游客，采取各种措施促进旅游业的发展。一方面，网络营销、短视频传播成为重要的宣传手段。另一方面，一些地方召开文旅工作会议，推进边境旅游和工业旅游的发展。各地景区也纷纷推出免票、折扣等优惠政策，以吸引游客。对于即将到来的春节，多地景点也提前释放了春节优惠信息。针对旅游板块的持续火热，上市公司也针对冰雪消费相关问题进行了回应，提醒投资者理性看待市场波动。

信息摘要：1月15日，旅游板块再掀涨停潮，截至收盘，长白山、大连圣亚、九华旅游等多股涨停。2023年旅游业复苏态势喜人，2024年开年旅游经济更是一派火热，多地旅游纷纷“出圈”成为网络热议话题。各地文旅部门、景点更是相继开展营销宣传、推出优惠活动备战春节旅游季。在此背景下，多家上市公司回应市场关切，引导投资者理性投资。

旅游板块表现强势

1月15日，景点旅游板块持续表现强势。主打东北旅游的长白山连续13个交易日上涨。截至收盘，景点旅游板块涨4.38%，长白山、大连圣亚、九华旅游等涨停。2024年以来的10个交易日，长白山涨停8次，涨超130%；大连圣亚涨超50%。

2023年旅游市场火热复苏，拉动市场预期。据中国旅游研究院预计，2023年，全国国内旅游人次和旅游收入将达到54.07亿次和5.2万亿元，分别恢复至2019年的90%和91%。受此影响，复星旅游文化、黄山旅游、三特索道、宋城演艺等多家文旅上市公司业绩创出新高，2023年前三季度的营业收入和归母净利润均实现大幅增长。

与此同时，2024年开年旅游市场一片火热，进一步带动市场预期提高。1月15日，携程发布的报告显示，即将到来的春节8天假期，将是2024甲辰龙年首个出游高峰。截至1月13日，春节假期（2月10日至

17日)国内游、出境游、入境游订单均大幅增长。其中,北方冰雪游、南方温泉避寒游“南北互换”是国内游热门,春节期间旅游订单同比增长超7倍。中国旅游研究院表示,预计2024年国内旅游出游人数、国内旅游收入将分别超过60亿人次和6万亿元,出入境旅游将超过2.64亿人次,国际旅游收入将超过1070亿美元。

申万宏源分析认为,春节前旅游消费热度持续,建议重点关注偏刚需消费的旅游餐饮及宴会餐饮订单增长。冰雪旅游背后反映了旅游需求更加追求新体验和务实消费,建议关注名山大川类旅游景区。

各地文旅“花式”宣传

继元旦哈尔滨旅游爆火、“尔滨”等一度成为网络热词之后,各地文旅部门开启“花式”宣传,并相继推出景区免门票、优惠大礼包等措施吸引旅游客源,助力各地旅游业快速“出圈”。

一方面,网络营销、短视频传播成为不少地区宣传推介文旅资源的重要手段。“小砂糖橘”“小烤鸭”等带有地域特色的昵称火爆网络,成为各地宣传本地文旅项目的流量密码。同时,河南省文旅厅、山西省文旅厅官方视频账号一度单日发布超30条短视频,内容涵盖景点介绍、美食推荐、地域文化等。

另一方面,多地召开文旅工作会议,布局旅游业发展。近日,黑龙江省召开加快推进全省边境旅游高质量发展会议,提出通过开发边境文旅资源、深化边境文旅交流合作、发展边境文旅产业等方面措施,助力黑龙江省兴边富民、稳边固边和构筑向北开放新高地,更好服务国家战略。

浙江省文旅厅、经济和信息化厅日前联合发文公布“2023年浙江省工业旅游示范基地名单”,探索工业旅游发展道路,采取了一系列盘活工业资源、创新发展旅游的措施,以浙江省工业旅游示范基地为抓手,重

点培育丰富多元的工业旅游业态，提升工业旅游服务设施与服务品质，打造主客共享的工业旅游基地。

除此之外，各地景区也纷纷推出免票、折扣等优惠政策，“真金白银”吸引客源。中国证券报记者梳理发现，西藏布达拉宫景区、安徽黄山风景区、陕西华山景区、福建武夷山主景区等十余个国有4A级（含）以上售票旅游景区都宣布推出免票或半价政策。

对于行业普遍预测的将延续至春节的旅游热，多地景点也提前释放春节优惠信息。春节假期期间，江西赣州瑞金市共和国摇篮旅游区、安远三百山景区等4A级及以上景区将免大门票；甘肃敦煌发布冬春旅游优惠政策，春节、元宵节假期，鸣沙山月牙泉、玉门关遗址、敦煌雅丹世界地质公园对所有游客免费开放。

上市公司回应

旅游板块持续火热，投资者互动平台上相关话题热度也随之上升。不少上市公司就投资者关切问题展开回应。在热度较高的冰雪旅游方面，西藏旅游1月15日在互动平台表示，公司景区暂未开展冰雪运动相关旅游项目。但在公司雅鲁藏布大峡谷景区、巴松措景区、冈仁波齐景区，分布有南迦巴瓦、冈仁波齐等极具代表性的雪山旅游资源，公司开设有观山营地、轻奢徒步、转山等旅游项目。

王府井表示，近期哈尔滨地区旅游火爆，对哈尔滨王府井店内餐饮、夜经济酒吧、夜店等业态有所拉动，规模销售较同期有较好提升。目前，门店正在筹划打造群力商圈冰雪冰灯景观，同时争取亚冬会周边纪念品的销售渠道及展览，创新经营方式，力求借助此次哈尔滨冬季旅游热度，进一步提升门店旅游客流和销售额。

中青旅也表示，公司旅行社板块精心设计雪国星球、冰雪荣耀、走进长白、玩转东北等多个哈尔滨旅游产品，满足消费者不同旅游需求同

时，也应看到旅游板块可能存在的市场过热风险。此前，长白山、大连圣亚相继发布股票交易严重异常波动公告。长白山公告称，自2024年1月2日至2024年1月10日，公司股票已连续7个交易日涨停，累计涨幅达94.79%，短期涨幅较大。公司静态市盈率和市净率指标显著高于同行业平均水平，存在市场情绪过热、非理性炒作风险。目前公司的冰雪项目收入在公司整体收入中占比较小，公司主营业务仍是旅游客运业务和酒店业务。大连圣亚公告称，公司股票交易自2024年1月3日至2024年1月9日已连续5个交易日涨停，短期涨幅过大，滚动市盈率和市净率指标均显著高于同行业平均水平。公司主营业务主要为极地海洋馆景区经营、景区场馆内商业运营及动物经营，公司目前生产经营活动未发生重大变化。

祥源文旅在投资者互动平台表示，公司在全国多地布局优质旅游资产，目前旅游资产已覆盖“大湘西”区域（张家界、凤凰古城、黄龙洞）、“大黄山”区域（齐云山、黄山）、“成渝”片区（四川雅安碧峰峡）。公司股价受到经济形势、行业趋势、股指波动以及投资者心理预期等诸多因素影响，请理性看待市场波动并注意投资风险。（记者 段芳媛 见习记者 杨梓岩）

信息来源：中国证券报

三、海外动态

（一）美联储褐皮书：经济活动“几乎没有变化”，但乐观情绪上升

信息导读：美联储最新经济褐皮书显示，尽管经济活动“几乎没有变化”，但企业对未来变得越来越乐观。近几周消费者支出的弹性推动了美国经济，抵消了制造业等其他行业的疲软。报告称，节日期间大多数

地区的消费支出都达到了预期。但制造业方面，几乎所有地区的联系人都报告制造业活动的下降，各地区继续指出“高利率限制了汽车销售和房地产交易”。综合来看，美国经济坚韧的消费者仍在推动经济向前发展。此外，最近几周通胀压力也有所缓解，同时劳动力市场有冷却迹象，超过一半的地区整体就业水平几乎没有或没有明显变化。因此市场预计美联储 1 月底会议将连续第四次保持基准利率不变，鉴于通胀下降速度超出预期叠加劳动力市场的降温，他们也可能讨论降息相关事宜。

信息摘要：美联储在其最新的经济褐皮书中表示，消费者支出的弹性在最近几周推动了美国经济，抵消了制造业等其他行业的疲软。

周三发布的经济褐皮书中称：“节日期间大多数地区的消费支出都达到了预期，有三个地区的消费力度甚至超出了预期，其中包括纽约，这减少了一些季节性的经济压力。”

大多数联储报告称，在这一时期经济活动“几乎没有变化”，但企业对未来变得越来越乐观。

“总体而言，大多数地区表示其企业对未来增长的期望是积极的、有所改善，或者两者兼具。”报告称，许多联系人指出降息的前景是一种乐观的来源。相比之下，对办公市场、整体需求的疲软以及 2024 年政治周期的担忧经常被提及为经济不确定性的来源。

另一方面，几乎所有地区的联系人都报告制造业活动的下降，各地区继续指出“高利率限制了汽车销售和房地产交易”。

经济褐皮书由费城联储编制，一般在 FOMC 会议前两周发布，此次收集了截至 1 月 8 日之前的信息，其中包括对美联储 12 个地区的商业状况的叙述和评论。美联储官员越来越依赖这些信息来评估经济和通胀的走势。虽然政府统计数据是经济数据的黄金标准，但这些数字通常是对过去的观察，并且可能会进行修订。

总体而言，企业指出最近几周通胀压力有所缓解，包括“消费者对价格敏感的感性提高了，这迫使零售商缩小利润空间，并反过来遏制供应商提高价格”。大多数地区的企业都举例说明了进货价格趋于稳定或下降。

几乎所有地区都提到了劳动力市场的冷却迹象，其中超过一半的地区整体就业水平几乎没有或没有明显变化。许多地区的企业预计在未来一年内工资增长将进一步下降。

根据亚特兰大联储的最新估计，美国经济正以稳健的年化增长率 2.4% 的速度增长。尽管这较去年第三季度惊人的 4.9% 增速有所放缓，但坚韧的消费者仍在推动经济向前发展。美国商务部周三公布的数据显示，12 月份美国零售销售额增长速度为三个月来最强劲，超过了经济学家的预期。

与此同时，美联储对通胀的首选指标 PCE 在过去一年里大幅下降。在剔除食品和能源这两个波动较大的类别后，核心测量指标在六个月年化基础上上涨了 1.9%，略低于美联储 2% 的目标。

目前市场预计当美联储决策者于 1 月 30 日至 31 日聚集开会时，FOMC 将连续第四次保持其基准利率不变。鉴于通胀下降速度超出预期，他们也可能讨论何时开始降息。

信息来源：金融界

（二）欧洲经济：红海很近，复苏很远……

信息导读：近期德国火车司机工会和西班牙伊比利亚航空公司工作人员纷纷举行罢工，抗议薪资纠纷和不满政府政策。这一系列罢工和抗议活动实际上是欧洲经济发展停滞造成利益失衡的外在表象。德国 2023 年 GDP 较 2022 年下降了 0.3%，通胀率上涨 5.9%，政府正在大幅收紧财

政政策。与此同时，欧洲多国政府削减了对天然气、电力和食品的补贴，引发欧洲通胀再次加速。此外，近期的一系列数据都显示出欧洲经济的艰难和缺乏增长动力。在这种情况下，德国和欧洲的罢工潮和抗议活动不断升级，经济困境进一步加剧。为遏制制造业外流的趋势，欧洲方面出台多项具体政策扶持新兴产业发展，但仍面临与美国在吸引新兴产业方面的竞争。预计后续欧洲投资和制造业仍将持续疲软，欧洲经济前景短期仍难以走出低迷态势。

信息摘要：德国火车司机工会从1月10日2时到12日18时在德国全境召集举行大规模罢工。此前，2023年11月，由于与德国铁路的集体薪资谈判失败，德国火车司机工会亦曾于2023年11月和12月召集了两次长达20多个小时的罢工。此番大动作是本轮薪资纠纷引发的第三次，同时也是截至目前持续时间最长的一次。此外，德国农民协会的抗议活动也在如火如荼地进行中。为了表达对政府取消农业柴油补贴和车辆免税政策的不满，农民们纷纷驾驶拖拉机涌上街头，封锁道路。2024年开年未久，由于劳资双方谈判破裂，西班牙伊比利亚航空公司工作人员于1月5日起举行了持续4天的罢工。

德国、西班牙近期爆发的罢工和抗议浪潮，实质是欧洲经济发展停滞造成利益失衡的外在表象。

德国联邦统计局1月15日公布的最新初步报告显示，该国2023年国内生产总值（GDP）较2022年下降了0.3%；经日历调整后，萎缩幅度为0.1%。0.3%的GDP降幅是自2021年以来德国经济的最差表现，也是14年来第二次出现萎缩的年份。经济停滞的同时，通胀水平依然徘徊在高位。联邦统计局1月5日公布的另一份报告称，初步统计结果显示，德国2023年消费者价格指数上涨5.9%，这是德国统一以来的第二高值。2023年12月，德国通胀率在连续5个月下降后反弹至3.7%。而且，德

国政府正在大幅收紧财政政策。今年 1 月 1 日起，德国食品增值税重新从 7% 涨回到了 19%。这对本就因通胀持续高企而不堪重负的德国相关从业者而言，无疑是雪上加霜。

近期频繁的地缘政治冲突也给包括德国在内的欧洲经济带来诸多不利影响。巴以冲突、红海危机以及持续近两年的乌克兰危机，都给欧洲经济尤其是德国经济造成外部环境的动荡和内部物价上涨、供应链紧张的困境。

欧洲央行管委罗伯特·霍尔兹曼日前表示，地缘政治威胁有所上升，到目前为止红海局势的升级远没有结束，“它可能只是序曲，未来将冲击苏伊士运河并提高那里的价格。”有数据显示，由于全球需求低迷、利率高企和能源昂贵，德国工厂陷入困境，资本品和中间品产量放缓。德国 2023 年 12 月制造业 PMI 终值为 43.3，预期 43.1，前值 43.1。

欧洲火车头——德国经济发展的停滞，使得欧洲经济处于收缩边缘。据欧盟统计局的数据，欧洲多国政府此前削减了对天然气、电力和食品的补贴，引致欧洲通胀再次加速。不仅如此，近期的一系列数据都显示出欧洲经济的艰难和缺乏增长动力，此前公布的欧元区综合采购经理人指数已连续数月收缩；2022 年第四季度至今，欧元区经济增长始终停滞；欧盟委员会发布的最新报告将新一年欧盟和欧元区的经济增长预期分别从 1.4% 和 1.3% 下调至 1.3% 和 1.2%。2023 年 12 月份，欧洲制造业 PMI 为 45.8%，与前月持平，但指数水平仍连续 17 个月在 50% 以下，显示欧洲制造业与前月相比波动不大，仍未改弱势运行趋势。从主要国家来看，德国、英国、法国和西班牙制造业 PMI 较此前波动不大，均维持在低位运行。

2023 年，欧洲制造业持续弱势，需求疲弱和持续的货币紧缩政策导致欧洲投资、消费和出口动力均有不足。展望 2024 年上半年，在内生增

长乏力的持续影响下，欧洲经济仍将延续弱势。

更为关键的是，由于欧洲周边和外围地缘政治冲突频发给其制造业造成不稳定的外部环境，以及由此引发的欧洲能源价格波动巨大，给制造业投资及预期带来非常不利的因素。而且，欧洲在与美国吸引新兴产业的竞争明显处于弱势。

为了遏制制造业外流的趋势，欧洲方面出台多项具体政策扶持新兴产业发展。例如，欧盟委员会在 2023 年先后发布了《净零工业法案》和《关键原材料法案》，拟在欧盟建立具有竞争力的零碳产业关键原材料及产品供应链，加强绿色投资、加快本土清洁能源制造业发展；2023 年 12 月份，欧盟委员会提出向电池制造商提供 30 亿欧元补贴，该补贴机制将持续到 2026 年年底，旨在为欧洲电池生产商提供财政支持，增强自身竞争优势；同样是在 2023 年 12 月，欧盟和英国宣布将相互进口电动汽车的免税政策延后 3 年，为本土电池行业留出更多成长时间。

但欧洲的扶持措施力度远不如美国，美国的《通胀削减法案》以税收优惠、政府补助、贷款等形式向气候和新能源领域项目提供约 3690 亿美元资金，覆盖范围包括清洁能源普惠、可再生能源供应链本土化、鼓励购买新能源汽车等。而 2023 年 12 月欧盟委员会提出向电池制造商提供的补贴只有 30 亿欧元，为此，包括 Novonix 公司在内的大部分企业不得不将产能从欧洲转向美国。Novonix 公司首席执行官克里斯·伯恩斯直言，“我们一直在考虑在欧洲扩张，但融资成为最大挑战，欧盟和英国显然无法与美国相比。”

潘森宏观高级欧洲经济学家梅勒妮·德波诺表示，由于投资和工业疲软，欧元区经济可能在去年第四季度出现收缩，正如德国经济的收缩。亦有专家认为，欧洲投资和制造业疲软，是资金不看好包括德国在内的欧洲经济前景，这才是其经济难以走出低迷的原因所在。

信息来源：国际商报