

# 经济信息周报

2024年6月第二周（总期第110期）

中国物流信息中心

2024年6月10日-2024年6月14日

## 目录

一、宏观动态	1
（一）政策动态	1
交通运输领域七大行动促进大规模设备更新	1
（二）金融动态	3
债市创新发展精准支持科创公司	3
（三）消费动态	7
着力扩大国内需求 持续激发有潜能的消费	7
（四）投资动态	13
农村公路加快提挡升级 新一轮投资建设升温	13
（五）外贸动态	16
四川外贸稳规模优结构“18条”出炉	16
二、行业动态	18
（一）装备制造业动态	18
光伏行业或迎变局 企业向“新”而生	18
（二）高技术制造业动态	21
人形机器人打开“具身智能”蓝图	21
（三）钢铁行业动态	26
推动绿色低碳发展 钢铁行业推进节能降碳专项行动	26
（四）建材行业动态	29
建材行业是全国碳市场下一步要覆盖的重点行业	29
（五）房地产行业动态	32
“5·17”新政后首个端午小长假，各地楼市成交表现如何？	32
（六）餐饮业动态	35
一线卷不动后，餐饮品牌们盯上了县城	35
（七）旅游业动态	42
端午小长假收官 多地公布假期旅游“成绩单”	42
三、海外动态	45
（一）美联储6月维持利率不变 今年或仅降息1次	45
（二）内外需双挤压 日本经济再现负增长	48

# 一、宏观动态

## (一) 政策动态

### 交通运输领域七大行动促进大规模设备更新

信息导读：交通运输部等十三个部门联合印发了《交通运输大规模设备更新行动方案》，这一方案是对中央制定的大规模设备更新和消费品以旧换新政策的贯彻落实，旨在通过七项核心行动策略推动交通运输行业的现代化与绿色转型。方案具体规划包括：鼓励城市公交车电动化，推广新能源和小型化公交车辆更新；加速淘汰老旧柴油货车，推广新能源货车在多个物流场景的应用；推动老旧船舶更新为新能源或清洁能源动力船舶，并加强相关基础设施建设；促进铁路内燃机车更新换代，采用更环保的动力技术；支持邮政快递行业更新老旧安检设备，推广智能分拣系统和新能源配送车辆。为落实以上规划，方案还提出了一系列政策措施，包括制定老旧车船报废更新补贴细则，将设备更新项目纳入中央资金支持，鼓励地方利用财政资金支持新能源公交发展，以及增强金融对交通运输技术改造和设备更新的投资支持。这些措施共同构建了一个全方位的框架，随着方案逐步落实，不仅将推动交通运输领域向更加清洁、低碳、高效的方向迈进，也将为经济注入新动力。

信息摘要：日前，交通运输部等十三部门印发《交通运输大规模设备更新行动方案》（简称《行动方案》），提出实施城市公交车电动化替代、老旧营运柴油货车淘汰更新、老旧营运船舶报废更新、老旧机车淘汰更新、邮政快递老旧设备替代、物流设施设备更新改造、标准提升七大行动，大力促进先进设备和北斗终端应用，促进交通能源动力系统清洁化、

低碳化、高效化发展，有序推进行业绿色低碳转型。

根据《行动方案》，到 2028 年，我国船舶运力结构得到有效改善；新能源公交车辆推广应用持续推进；重点区域老旧机车基本淘汰，实现新能源机车规模化替代应用；邮件快件智能安检设备广泛推广使用，寄递领域安检能力大幅提升；北斗终端应用进一步提升；交通运输行业碳排放强度和污染物排放强度不断降低，污染物排放总量进一步下降。

《行动方案》鼓励老旧新能源公交车及动力电池更新，积极推广小型化公交车辆、低地板及低入口城市公交车辆，鼓励各地推动 10 年及以上老旧城市公交车辆更新；要求加快淘汰更新老旧营运柴油货车，有序推广新能源营运货车，鼓励各地结合道路货运行业发展特点、区域产业环境和新能源供应能力，推动新能源营运货车在城市物流配送、港口集疏运、干线物流等场景应用。

营运船舶方面，《行动方案》明确加快高能耗高排放老旧运输船舶报废更新，大力支持新能源清洁能源动力运输船舶发展，强化高性能 LNG、大功率醇燃料发动机、高能量密度高安全性能动力电池等关键共性、前沿引领核心技术攻关，提升新能源船舶装备供给能力；支持新建新能源、清洁能源动力船舶，支持绿醇、绿氨等燃料动力国际航行船舶发展，推动 LNG、生物柴油动力船舶在具备条件的沿海、内河航线应用，支持纯电池动力在中小型、短距离内河船舶试点应用；要求完善新能源清洁能源动力运输船舶配套基础设施，加快构建便捷完善的配套基础设施网络。

《行动方案》提出加快老旧机车淘汰，明确老旧铁路内燃机车报废运用年限为 30 年，建设机车排气污染物排放检验体系，加强机车运用状态、排气污染物的动态跟踪管理；依托复兴型等系列机车产品研发，采用大功率动力电池、新一代柴油机、内电双源、氢动力系统、低碳 / 零碳燃料发动机等技术，推动老旧内燃机车更新升级。

《行动方案》支持邮政快递老旧安检设备更新，强化现代信息技术在安检领域的应用，推动安检工作向信息化、智能化管理迈进；开展邮政快递末端配送车辆更新，支持邮政快递企业淘汰更新一批运输和末端配送车辆，鼓励企业在符合要求地区大规模使用新能源无人配送车，提升邮件快件中转效率；鼓励邮政快递企业在主要邮件快件处理场所，淘汰老旧分拣设备，配置使用全自动智能分拣成套设备。

《行动方案》鼓励国家物流枢纽、国家骨干冷链物流基地、国家级示范物流园区、城郊大仓基地范围内的多式联运场站和转运设施设备升级改造，加快推进智慧物流枢纽、物流园区智能化改造；要求强化营运车船能耗、排放、技术标准升级，建立新能源机车及配套工程的标准体系。

《行动方案》明确了相应的支持政策，提出研究制定老旧营运车船报废更新资金补贴实施细则，明确补贴范围、补贴标准、操作流程、监管要求和部门职责等；持续实施好老旧营运车船淘汰更新补贴，把符合条件的设备更新项目纳入中央资金等支持范围；鼓励有条件的地方统筹利用中央财政安排的城市交通发展奖励资金，支持新能源城市公交车及动力电池更新；加大金融支持力度，发挥科技创新和技术改造再贷款政策工具的激励作用，引导金融机构强化对交通运输技术改造和设备更新的支持。

**信息来源：交通运输部官网**

## **（二）金融动态**

### **债市创新发展精准支持科创公司**

**信息导读：**新质生产力的发展需要多方面力量的共同推动，其中金融支持是至关重要的一环。债券市场作为金融市场的核心组成部分，对

实体经济的稳健发展起到基础性作用，特别是在推动包含战略新兴产业和未来产业的新质生产力方面。当前我国债券市场正通过不断的创新与政策支持，积极促进新质生产力的发展，特别是为科技创新企业提供了重要的资金来源。2023年，科创债券发行规模超过7700亿元，净融资额超过5000亿元，绿色债券的净融资额也达到3700亿元以上，显示出债券市场对新质生产力企业的强力支持。债券市场与新质生产力之间也存在双向反馈作用，长远来看，新质生产力的快速发展不仅将带动科技创新和绿色金融的进步，也可为债券市场带来新的发展机遇。随着市场机制的不断成熟与完善，科创债市场预计将迎来更大的发展空间，为新质生产力企业提供更有力的融资支持，同时促进债券市场结构的持续优化，形成科技、产业与金融相互促进的良性循环。

**信息摘要：**新质生产力的核心是创新，而创新离不开资金支持，科技创新始于技术，成于资本。多年来，债券市场一直都在与科创企业“双向奔赴”：债券市场通过品种创新积极引导新质生产力企业进行债券融资，涵盖了科创债券、绿色债券等多种类别。

统计显示，2023年科创债券发行规模超过7700亿元，净融资额超过5000亿元；绿色债券净融资额也不断走高，2023年的净融资规模超过3700亿元。

中信证券首席经济学家明明认为，债券市场是金融市场不可或缺的核心环节，对于促进实体经济稳健发展发挥着至关重要的作用。从产业结构的顶层设计来看，新质生产力包含战略新兴产业与未来产业，其不仅是实现高质量经济发展的基本要素，也是推动经济持续增长的关键动力。因此，债券市场应当与新质生产力紧密结合，充分支持相应的融资需求，这不仅能够为债券市场注入新的活力，还能有效促进债券市场结构的优化升级。

## 科创债券市场迅速扩容

新质生产力的发展尤其需要耐心资本、长期资本的支持。中债资信技术标准部技术研究业务线负责人张帆表示，尽管初创期、成长期的科创企业更适合股权融资，但是由于近两年上市节奏调整，股权资本退出难度加大，这时候更需要发挥债券市场多元融资渠道的力量。我国债券市场规模体量大，在支持新质生产力融资方面大有作为。

近年来，债券市场不断完善支持服务机制、创新品种以助力科创企业融资。其中，科创债券为科技创新领域的相关企业或项目提供直接融资支持，推动资金精准高效地流入科技创新领域。2022年5月20日，沪深交易所发布科技创新公司债券业务指引，明确提出科技创新公司债券发行人包括科技创新、科创升级、科创投资和科创孵化四类企业。同日，中国银行间市场交易商协会发布《关于升级推出科创票据相关事宜的通知》，明确提出支持科技创新企业发行主体类科创票据、支持非科创企业发行用途类科创票据，并开辟对应的注册评议“绿色通道”。2023年7月，为解决科技型企业股性资金不足的问题，混合型科创票据在科创票据的基础上推出，通过浮动利率、收益权转让等结构设计，引导债券投资人参与科技型企业发展。

随着各类支持政策及文件陆续推出，科创债券市场迅速扩容。据中债资信统计，从发行额来看，2022年、2023年以及2024年1至4月，科创债券（含科创票据和科创公司债，下同）发行额分别为2605亿元、7700亿元和3689亿元，占同期信用债发行额比例分别为2.2%、6.1%和7.4%，发行规模在信用债市场中显著扩大。从净融资来看，2023年科创债券净融资额5482亿元，相较2022年的1916亿元，净融资规模亦实现了跨越式增长；2024年1月至4月，科创债净融资已超2023年全年的

据张帆介绍，科创债券有两个独特优势：一是期限长，二是政策力度大。首先从期限来看，目前科创类债券里面一半以上期限超过3年，由于科创企业投入及产出的周期长，所以较长的发行期限能够更好地匹配这种长周期资金需求。此外，政策支持力度较大，科创类债券在发行备案时效率较高，且发行成本有优势，融资成本相对较低。

### 多角度形成服务科创合力

为了更好服务科技创新，债券市场需要从多角度出发形成合力，提升服务科创融资质效。那么，债券市场要如何做？

《债券》杂志日前撰文称，探索提升制度包容性，完善科创债市场建设。简化完善科创债发行流程，合理设计交易机制，鼓励提供优质企业科创债的做市服务。探索优化完善风险分担、中介机构选择、第三方估值等配套机制，加大科创企业支持力度，有效促进科技、产业、金融良性循环。

张帆认为，推动债券市场更好服务科创行业，一方面，从供求需要匹配的角度来看，既要吸引更多优质的科创企业来债市发债，也要吸引更多类型、风险偏好更高投资机构来债市买债，这样各取所需，就能一起乘上债市发展“快车”。另一方面，完善的基础设施同样必不可少，从国外经验看，包括建立多层次交易体系、完善的法律制度、投资者保护机制、成熟的评级体系等，都是关键要素。

在支持科技型企业融资的时候，其信用风险是颇受关注的问题，信用评级机构需要探索特色化的信用风险评估体系，以更科学反映科技型企业信用风险。王云鹤认为，评级体系软实力建设非常重要，评级机构要充分发挥风险识别与价值发现的作用，在发行企业和投资人之间搭好桥梁，需要进一步构建符合我国科创企业风险特征的评级方法体系。科创企业与传统成熟产业的发展特征差异较大，在评级重点上也存在一定

差异：一是科创企业要往未来看，更加注重前瞻性；二是充分评估科技创新的价值。

### 产业升级推动债市结构优化

新质生产力的发展推动了债市结构的调整和优化，推动了市场资金的多元化和高效流动。新质生产力的发展带动了科技创新、绿色生产力的发展，相关的债券品种逐渐增多，如科创票据、绿色债券等，为债市注入新活力。同时，传统债券品种也在新质生产力的驱动下不断创新和升级，以适应市场环境的发展需求。

明明认为，我国债券市场规模持续扩大，但市场结构仍待优化。当前市场主要面临城投债占比过高、高收益债市场萎缩等问题。通过支持新质生产力的发展，债券市场不仅能够满足相关产业的融资需求，还能促进市场结构的优化，进而形成金融市场与实体经济之间的良性互动。

中债资信认为，未来，随着科创债市场支持服务机制不断优化、科创主体信用风险评价体系的持续完善以及投资人研究的深入和认可度的提升，科创债市场容量及市场影响力有望进一步提升，更优质高效助力科创企业融资。

信息来源：金融时报

## (三) 消费动态

### 着力扩大国内需求 持续激发有潜能的消费

信息导读：习近平总书记强调消费对我国经济增长的重要性，中央经济工作会议对推动高质量发展、扩大国内需求，特别是在消费方面从疫后恢复转向持续扩大作出部署。文章提出“双轮驱动”战略，即培育壮大新型消费和稳定扩大传统消费，以夯实经济回升向好的基础。文章建议，通过丰富消费新业态、拓展消费新领域、开发消费新产品来培育新

型消费，同时稳定扩大传统消费，提振大宗消费、延续文旅消费复苏、扩大生活性服务消费，以充分发挥新型消费和传统消费的“双轮驱动”效应，推动消费持续增长。在推动经济增长中，应同时注重提高居民消费能力意愿和优化消费环境。增加城乡居民收入和优化消费环境是提振消费信心的关键。提高消费能力意愿，包括促进就业增收、完善社会保障和公共服务以及深化户籍制度改革；优化消费环境，包括建设高质量的消费载体、打造高标准的消费市场和筑牢高水平的消费安全。消费作为生产的最终动力，其增长能为投资提供市场信号和合理回报，应通过直接扩大消费基础设施投资和顺应消费升级增加相关投资来推动。投资作为社会再生产的关键环节，通过提供消费对象和条件，以及提升供给体系适配性，促进消费增长，应通过政府投资的带动放大效应和激发民间资本投资活力来实现。

**信息摘要：**习近平总书记指出，消费是我国经济增长的重要引擎。中央经济工作会议围绕推动高质量发展，着力扩大国内需求，对推动消费从疫后恢复转向持续扩大作出部署安排。我们要深刻领会、深入贯彻，持续激发有潜能的消费，为经济回升向好、长期向好进一步夯实基础。

### **培育壮大新型消费和稳定扩大传统消费“双轮驱动”**

中央经济工作会议强调，培育壮大新型消费，稳定和扩大传统消费。新型消费是引领消费发展的“风向标”，传统消费是巩固消费发展的“基本盘”。2023年，我国消费市场持续恢复，全年社会消费品零售总额47.15万亿元、比2022年增长7.2%。最终消费支出拉动经济增长4.3个百分点、比2022年提高3.1个百分点，对经济增长的贡献率为82.5%、提高43.1个百分点。新型消费和传统消费均呈现出快速恢复态势，有力支撑了消费基础性作用的充分发挥。我们要因势利导，更加充分发挥新型消费和传统消费的“双轮驱动”效应，推动消费从疫后恢复转向持续扩大。

**培育壮大新型消费。**2023年，电商、互联网等新型消费快速增长，实物商品网上零售额超13万亿元，增长8.4%、比2022年加快2.2个百分点，占社会消费品零售总额的比重达到27.6%、提高0.4个百分点。新型消费是促进消费扩容和引领消费创新的重要支撑，要持续加力培育壮大新型消费。一要丰富消费新业态。大力发展数字消费，广泛推动数字赋能，利用虚拟现实等技术拓展智能化沉浸式服务体验，打造即时零售、智慧商店、线上演出等数字消费新模式新业态，释放数字对消费发展的放大、叠加、倍增作用。二要拓展消费新领域。加快发展绿色消费和健康消费，全面促进绿色食品、绿色衣着、绿色居住、绿色交通、绿色用品等消费，着力增加高质量的健康管理、养生保健、康复疗养、中医医疗、远程问诊体检等消费，挖掘潜在消费空间。三要开发消费新产品。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，充分顺应居民消费需求从“有没有”转向“好不好”的升级趋势，以人工智能、物联网等科技创新推动产品创新，以优秀传统文化和地域特色文化带动服务创新，更好满足发展型、品质型消费需求。

**稳定和扩大传统消费。**2023年，传统消费巩固提升、稳中向好，特别是以大众餐饮、文化娱乐、休闲旅游等为主的服务消费成为亮点，服务零售额同比增长20%、快于商品零售额14.2个百分点。传统消费是消费市场复苏的重要基础，要坚持稳定和扩大传统消费。一要提振新能源汽车、电子产品等大宗消费。加强充换电、新型储能、加氢及停车场等配套基础设施建设，释放新能源汽车消费潜力。支持可穿戴设备、智能产品消费，推进电子产品升级换代。促进新能源汽车和电子产品下乡，推动大宗消费品以旧换新。二要延续文旅消费复苏热度。加快落实带薪休假制度，鼓励错峰休假、弹性作息，引导博物馆、文化馆、游乐园、景区等延长开放时间，有力支撑假日经济、“夜经济”发展壮大。积极开

展文艺演出、精品赛事、节庆民俗、展会博览会等文化旅游特色活动，带动延长消费链条，提升消费品质和体验。因地制宜整合区域旅游品牌和服务资源，支持推行景区联票模式和一票多次多日使用制，更好满足游客个性化、多样化消费需求。三要扩大生活性服务消费。重视养老、育幼、家政、护理、社区便民服务等生活性服务业发展，优化布局、丰富功能，完善标准、提升品质，促进数字化运营和智能化管理，有效促进消费提质扩容。

### **提高消费能力意愿和优化消费环境“两手抓”**

中央经济工作会议强调，增加城乡居民收入，扩大中等收入群体规模，优化消费环境。消费是收入的函数，良好的消费环境是提振消费信心、促进社会消费的重要一环。2023年，全国居民人均可支配收入超过3.9万元，比2022年名义增长6.3%，扣除价格因素实际增长6.1%、比2022年提速3.2个百分点。与此同时，国际消费中心城市建设扎实推进，消费安全进一步巩固提升。居民收入的持续增加和消费环境的不断改善，为消费恢复发展奠定了坚实基础。我们要一手抓提高消费能力意愿，一手抓优化消费环境，使居民能消费、敢消费、愿消费。

**提高消费能力意愿。**居民收入是消费的前提和基础，社会保障和公共服务是影响消费的重要因素。受疫情冲击及其造成的“疤痕效应”影响，当前我国居民预防性储蓄偏高，仍需进一步稳就业促增收，在社会保障和公共服务上补短板，在新型城镇化和户籍制度改革上强弱项，以提振消费信心、增强消费能力。一要促进就业增收，让居民能消费。更加突出就业优先导向，确保重点群体就业稳定，加强职业教育和技能培训，鼓励发展新就业形态，为劳动者提供更可持续的就业机会、收入来源和消费基础。加大对个体工商户、小微民企等的支持力度，促进稳定

经营，改善收入预期，释放消费潜力。二要完善社会保障和公共服务，让居民敢消费。兜住、兜准、兜牢民生底线，织密扎牢社会保障网，推进基本公共服务均等化标准化，加快完善生育支持政策体系，切实为家庭减负，解决消费的后顾之忧。三要深化户籍制度改革，让转移人口愿消费。推动城镇基本公共服务常住人口全覆盖，提高农业转移人口劳动技能素质，促进转移人口深度融入城镇、持续稳定消费。

**优化消费环境。**良好的消费环境能够为居民消费提供适宜的场景，并确保消费安全，从而改善消费预期和信心，让潜在的消费能力转化为现实的消费行为。当前，部分消费中心等消费载体的辐射带动作用有限，一些地方消费循环受阻、消费安全风险积累等问题，对消费需求造成一定制约，迫切需要予以解决。一要建设高质量的消费载体。构建分层分类的城市消费载体，深入推进上海、北京、广州、天津、重庆国际消费中心城市建设，不断强化集聚辐射和引领带动作用。培育发展一批区域消费中心和地方特色消费中心，提升城市商业体系和特色街区建设水平，发展智慧商圈，打造一刻钟便民生活圈。二要打造高标准的市场。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，依托经济高效循环和商品要素资源畅通流动，营造有利于消费恢复和扩大的市场环境。加快建设海南国际旅游消费中心，放宽电信、医疗等服务业市场准入，切实打通外籍人员来华经商、学习、旅游的堵点，以开放促消费。三要筑牢高水平的消费安全。围绕预付式消费、个人信息保护等难点痛点，完善消费领域企业和个人信用体系，健全守信激励和失信惩戒机制。维护消费者权益，健全新领域新业态监管体制，持续推动开展家用电器、儿童用品、纺织服装以及新兴消费品等产品质量分级，不断改善消费规则、政策和软环境，让群众放心、安心、舒心消费。

## 激发消费和扩大投资相互促进

中央经济工作会议强调，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。消费和投资是国内需求的两个重要方面，也是社会再生产的两个重要环节。消费是慢变量，消费潜能的激发，牵引着投资的方向。投资是快变量，有效投资的扩大，为消费创造今天的需求、明天的供给。例如，近年来，线上消费持续较快增长，有力促进了电商、直播等领域投资和配套基础设施、仓储物流行业的大发展；这些领域和行业提供了大量就业岗位，为从业人员及其家庭的消费提供了重要基础。我们要深刻把握消费和投资的内在联系，发挥好二者的相互促进作用，形成扩大内需的强劲合力。

**激发消费潜能促投资。**消费是生产的最终目的和动力，为投资提供重要的市场信号，帮助投资实现合理的回报。发挥消费对投资的促进作用，应该从直接和间接两个层面来推动。一方面，要直接扩大消费基础设施投资。支持符合条件的消费基础设施项目纳入地方政府专项债券支持范围、发行不动产投资信托基金，结合推进城市更新、以县城为载体的新型城镇化和乡村振兴，推动重点商贸街巷改造升级，建设改造一批乡镇商贸中心、集贸市场、农村新型便民商店，探索以土地利用政策创新激发消费新场景投资建设。另一方面，要顺应消费升级增加相关投资。紧扣城乡居民对美好生活需要的新变化，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”，在银发经济、教育医疗、文化体育等领域扩大有效投资，在新能源汽车、家电、电子产品等领域推动以消费升级催生投资新动能。

**扩大有效投资促消费。**投资一头连着消费，一头连着供给，是社会再生产的关键环节，为消费提供必要的对象和条件，并通过提升供给体系对消费需求的适配性，形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平

动态平衡。发挥投资对消费的促进作用，应该从政府投资和民间投资两个方面来推动。一方面，要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，在培育发展新动能的同时，激发新技术应用产品消费、信息相关消费、绿色低碳消费的巨大潜能。另一方面，要激发民间资本投资活力。在市场准入、要素获取、公平执法、权益保护等方面，进一步打通制约民间投资的堵点，实施政府和社会资本合作新机制，支持民营企业发展劳动密集型制造业、投资产业数字化和数字产业化、参与推进碳达峰碳中和，通过助力居民就业增收、数字经济发展、绿色低碳转型来促进消费。

（作者：习近平经济思想研究中心。本文发表于《旗帜》2024年第6期）

信息来源：国家发改委网站

#### （四）投资动态

##### 农村公路加快提档升级 新一轮投资建设升温

信息导读：我国正在推进新一轮农村公路提升行动，旨在完善农村交通基础设施，提高安全和运输服务水平。今年1-4月，全国农村公路固定资产投资达1092.7亿元，新改建里程2万公里，农村公路总里程已达到460万公里，沥青、水泥路比例高达91.8%。交通运输部召开专题会议，提出持续推动“四好农村路”高质量发展，实施路网、运输、产业提升行动，促进交通与乡村产业融合。地方层面积极响应，如湖南计划投资100亿元建设农村公路，新疆计划投资80亿元新建和改建5500公里农村公路。这些投资建设有助于畅通城乡经济循环，完善县乡货运物流体系，带动乡村产业经济发展。农村公路的提升显著改善了农村交通条件，促进了人流、物流的城乡流动，推动了农村特产和旅游资源的开发利用，为农村地区带来了经济和社会发展优势。未来，农村公路建设

**将进一步提升服务品质和效率，构建城乡联通的交通网络，形成多元融合的发展格局，为乡村振兴和新型城镇化提供有力支撑。**

**信息摘要：**当前，我国正推进实施新一轮农村公路提升行动。近期，多地密集召开专题会议，提出具体的投资和建设目标。

记者了解到，今年1-4月份，全国农村公路完成固定资产投资1092.7亿元。下一步，相关部门还将采取多重举措推进新一轮农村公路建设和改造，不断完善农村公路网络和沿线服务设施，进一步提高农村公路安全防护水平和运输服务能力。

“这路修得太好了，极大方便了我们出行。”站在新修的村主干道上，黑龙江省大庆市大同区八井子乡长安村村民孙艳辉满脸笑容地告诉记者，这条新修的道路有1000多米长、4米多宽，路面笔直平坦，与往日坑洼的红砖路形成鲜明对比。“以前，这里一下雨就积水，泥泞不堪，现在下地干活、运粮食都方便多了。”

“这条主干道的修建，是我们2023年众多农村公路项目中的一个。”大同区交通运输局主任科员李文明说，大同区交通运输局2023年实施46项农村公路建设项目，总长达到126.46公里。

农村公路是农村地区覆盖范围最广、服务人口最多、公益性最强的交通基础设施。近年来，我国持续推进“四好农村路”建设，农村公路覆盖范围、通达深度显著提高。数据显示，截至2023年底，我国农村公路总里程达460万公里，较2014年底增长18.5%，其中沥青、水泥路比例达到91.8%，实现了具备条件的乡镇和建制村全部通硬化路。今年1-4月份，我国农村公路新改建里程2万公里。

推进农村公路建设，在补齐农村交通基础设施短板的同时，也对拉动农村投资发挥重要作用。2014年至2023年，我国农村公路累计投入车购税资金7461亿元，带动全社会投资4.3万亿元。今年1-4月份，全

国农村公路完成固定资产投资 1092.7 亿元。

政策推动下，农村公路将迎来新一轮投资建设。近日，交通运输部召开专题会议，提出要实施新一轮农村公路提升行动、持续推动“四好农村路”高质量发展。

记者了解到，下一步，我国将实施路网提升行动，大力实施老旧公路改造，推进更多农村公路建设项目进村入户；实施运输提升行动；实施助力产业提升行动，推进交通运输与乡村产业融合发展。

地方层面近期也密集部署，提出具体的投资和建设目标。其中，湖南 2024 年农村公路计划投资 100 亿元，建成乡镇通三级及以上公路 810 公里，旅游路资源路产业路 2620 公里；新疆今年计划完成农村公路建设投资 80 亿元，新建和改建农村公路里程 5500 公里。

业内人士指出，农村公路投资建设是畅通城乡经济循环的重要组成部分，随着投资建设水平进一步提升，有利于进一步完善县乡货运物流运输体系，带动乡村产业经济发展。

数据显示，近十年来，全国新增 1000 余个乡镇和 5 万余个建制村通客车，实现具备条件的乡镇和建制村全部通客车、通邮，一半以上的建制村通了公交。全国超 1100 个县级行政区开展了农村客货邮融合业务，开通客货邮融合线路 1.1 万余条，客车年代运邮件快件超 2 亿件。

数字货运平台运满满发布的《“四好农村路”全国示范县公路货运发展报告》也显示，197 个“四好农村路”全国示范县 5 年内运输线路平均增长 34 条，各地运输范围也在不断扩大。同时，各地运输量也实现增长，平均增长幅度达到 113%。

在重庆，目前已全面实现行政村 100% 通客车、通邮政、通快递，农村群众到达县城出行时间平均缩短至 2 小时以内、出行频率提高至 5 倍以上；3A 级旅游景区、市级重点工业园区均有三级及以上公路连接，带

动沿线农业特色产业产值突破 150 亿元。

农业农村部农村经济研究中心研究员姜楠表示，随着交通基本出行条件的改善，客运等基本公共服务逐步向农村纵深覆盖，加速了人流、物流在城乡间流动，“城货下乡、山货进城、电商进村、快递入户”，双向多向运输服务进一步打通，农村地区实现了进得来、出得去、行得通、走得畅。“农村特产、农村旅游资源得到开发利用，农家乐、采摘园、乡土民俗旅游等如雨后春笋般涌现，农村地区资源优势转化为经济优势、发展优势。”

同时，姜楠表示，在乡村振兴和新型城镇化双轮驱动下，未来农村公路要进一步提升服务品质、提高服务效率、拓展服务功能，构建城乡联通的交通网络，营造安全宜人的出行环境，形成多元融合的发展格局。

信息来源：经济参考报

## **(五) 外贸动态**

### **四川外贸稳规模优结构“18 条”出炉**

信息导读：近日四川省政府办公厅发布《关于推动外贸稳规模优结构高质量发展的实施意见》，旨在通过 18 条具体措施，从强化外贸支撑、优化外贸结构、培育外贸新动能、拓宽外贸发展空间、优化外贸发展环境等五个关键方面促进外贸行业的高质量发展。计划到 2027 年，四川省货物贸易进出口总值达到 1.2 万亿元，服务进出口总额超过 1700 亿元，保持中西部地区的领先地位。在培育外贸新动能方面，四川省将推动中间品贸易、发展跨境电商产业园、稳步发展绿色贸易，并加快推进内外贸一体化。此外，将打造“川行天下”国际市场拓展品牌，支持国际性展会和经贸促进活动，建设海外货站，并提升贸易便利化水平，完善外贸融资结算体系。预计随着这些措施的实施，将为四川省外贸行业注入新

**动力，推动其在中西部地区的外贸发展中保持领先地位，实现外贸稳规模、优结构、高质量发展的目标。**

**信息摘要：**6月13日，省政府办公厅印发《关于推动外贸稳规模优结构高质量发展的实施意见》，重点围绕强化外贸支撑、优化外贸结构、培育外贸新动能、拓宽外贸发展空间、优化外贸发展环境等五个方面，出台18条举措；提出到2027年，四川外贸规模迈上新台阶，货物贸易进出口总值达1.2万亿元，服务进出口总额超过1700亿元，保持中西部第一。

强化外贸支撑方面，为提升六大优势产业外向度，将促进电子信息产业稳产能增订单，推动装备制造成链出海，支持清洁能源装备、航空航天、轨道交通等行业重点企业，带动产品、售后等全产业链协同“出海”，同时打造国际化、高水平的农产品加工“天府工厂”等。为培育壮大外贸主体队伍，将支持符合条件的企业设立主基地型货运航空公司，培育一批垂直型、细分型外贸综合服务企业等。

优化外贸结构方面，为持续扩大进口规模，将支持企业开展消费品自营进口业务，支持批发市场建设水果、海鲜等特色单品进口基地。为优化区域布局，将推动成都平原经济区外贸协同发展，支持川南经济区打造粮食、能源等大宗商品集散中心，支持川东北经济区依托铝产品、纤维新材料等产业扩大进出口规模，支持攀西经济区发展优势农产品和矿产品贸易。为鼓励对外投资，将培育一批省级境外经贸合作区，实施高水平“走出去”促进双循环发展行动等。

培育外贸新动能方面，为积极拓展中间品贸易，将搭建全省中间品贸易数字化公共服务平台，引导企业将中间品贸易链条延伸到境外，有序布局下游产业，开展出境加工，带动拓展原材料、零部件等国际市场。为加快发展新业态新模式，将发展“跨境电商+产业带”模式，到2027年

打造 20 个省级跨境电商产业园。为稳步发展绿色贸易，将研究建立动力电池等重点产品碳足迹标准等。为加快推进内外贸一体化，将推动内贸企业按照同线同标同质要求改造生产链，开拓国际市场，同时支持外贸企业拓展国内市场，深入开展内外贸企业“品牌对接”“渠道对接”“产销对接”。

拓宽外贸发展空间方面，将持续打造“川行天下”国际市场拓展品牌，每年支持开展国际性展会和经贸促进活动 100 场以上，建设重点枢纽城市海外货站，高质量建设运营“一带一路”进出口商品集散中心(四川)等。

优化外贸发展环境方面，将提升贸易便利化水平，支持建设数字化综合服务平台、空铁公水信息共享网络平台，扩大“船(车)边直提”“抵港直装”等试点范围；将完善外贸融资结算体系，降低保单融资和出口订单融资门槛，开展产业链承保，探索易货贸易结算等。

信息来源：四川日报

## 二、行业动态

### (一) 装备制造业动态

光伏行业或迎变局 企业向“新”而生

信息导读：第十七届（2024）国际太阳能光伏与智慧能源（上海）展览会（SNEC 光伏展）于 6 月 13 日开幕，本届展会聚焦于光伏行业的变局、创新与突围。多位行业领军人物指出，我国光伏产业正处于一个重要的转型期，技术的革命性突破正推动生产要素的创新配置和产业深度转型升级。展会期间，多家企业展示了全球或全国首发的新产品与技术，彰显了行业在创新驱动下的快速发展。行业专家和企业家们普遍认

为，技术进步尤其是钙钛矿技术的商业化进程，将是推动光伏行业下一轮爆发的关键。预计到2024年下半年，钙钛矿技术将实现商业化生产，为光伏度电成本带来革命性降低。同时，解决光伏电力的上网消纳问题，实现光伏与新型电力系统的深度融合，是行业发展的另一大挑战与趋势。

**信息摘要:**6月13日，第十七届（2024）国际太阳能光伏与智慧能源（上海）展览会（下称“SNEC 光伏展”）正式开幕，规模再创新高。置身展馆，人潮涌动，外国面孔随处可见，企业竞相展示新技术、新产品。

在这场被誉为光伏行业“风向标”的盛会上，变局、创新、突围成为被热议的关键词。多位行业领军人物认为，我国光伏产业处在重要转换期，行业或迎来大变局，技术革命性突破带动生产要素创新性配置和产业深度转型升级同步发生。

“时隔一年再见面，光伏产业变化两重天。”在SNEC 光伏展前夕的全球光伏大会上，全球绿色能源理事会主席、2024 SNEC PV+国际光伏两会执行主席朱共山感慨道。

去年至今，光伏产业正在变化中持续重塑格局。例如，在材料与制造端，大基地替代小基地、低能耗替代高能耗、高端智慧制造替代常规制造，曾经百花齐放的技术路线转为N型技术“一统天下”。

“当前，中国光伏产业处在‘破茧成蝶’的重要转换期。行业正在经历的不是以往三五年一轮的周期性迭代，而是光伏业大变局时代来临之前的一场预演。”朱共山说：“现有市场错配反馈不影响产业高成长性趋势，光伏需求仍将维持高位增长，但增幅略有放缓，我们要坚定穿越周期的信心。”

信心背后，创新是永恒的动力。近年来，光伏产业迎来科技、管理和碳链等环节的新一轮助推力量，催生了更低成本、更高效率、更强发电可靠性以及更加绿色低碳的光伏产品。

朱共山表示，唯有核心技术突破，进一步创新，才能带来产业上限拓展和“内卷”生态改善。目前，光伏产业加速发展新质生产力，光伏技术革命性突破窗口期来临，带动生产要素创新性配置和产业深度转型升级同步发生。

展会上，多项全球或全国首发新产品与新技术亮相，企业“你追我赶”拼竞争力。例如，协鑫集团发布了基于区块链技术的“协鑫碳链”管理平台，这是全球首条光伏碳链，将实现颗粒硅组件产品低碳足迹的可视化、可量化及可信化，降低生产和运营成本。基于协鑫碳链的上链产品“SiRO”碳链数智化组件同步“官宣”，近期有望交付首笔订单。

爱旭股份此次全球首发的新品——“满屏”组件最高功率达 700W，转换效率突破 25%。隆基绿能则针对不同场景打造差异化优势，推出全球首款别墅专用光伏组件，采用 HPBC 至黑电池，组件发电功率最高可达 450W。

隆基绿能副总裁张海濛在接受《经济参考报》记者采访时表示，光伏电池转换效率逼近 29% 的极限值指日可待。下一代钙钛矿叠层技术转化效率提升还有较大空间，但要真正实现产业化还需要一段时间。

朱共山认为，在大力发展新质生产力的背景下，光伏产业迎来技术临界变革新范式，重要角色之一就是钙钛矿。2024 年下半年，随着相关吉瓦级项目投产倒计时，钙钛矿即将实现“从 0 到 1”的关键一跃。晶硅叠层组件是钙钛矿商用的第一步和突破口，未来效率有望提升到 35% 至 40% 以上，带动光伏度电成本从平价到低价再到超低价。

在众多业内人士看来，随着技术不断突破，光伏行业发展的最大难点已不是成本，而是上网消纳问题，光伏深度嵌入新型电力系统是未来产业变局的趋势之一。

近两年，新能源发展进一步提速，截至 2024 年 4 月底，全国风电、

光伏发电累计装机超过 11 亿千瓦，同比增长约 38%，消纳需求大幅增加。

中国光伏行业协会名誉理事长、天合光能董事长高纪凡表示，光伏产业走向高质量发展，光伏和电网的时间匹配性和空间匹配性问题需要解决，未来要站在电网系统的高度来做光储和整个系统的一体化解决方案。

“光伏将深度嵌入新型电力系统建设，形成电网互济、源网荷储平衡发展、光储氢氨醇、光储充换算检云一体化的耦合新路径。”朱共山减碳、增产、强网、稳电一体化。“沙戈荒风光储氢氨醇大基地+防沙治沙认为，“光伏发电+超超临界燃煤机组深度调峰+CCUS 碳捕集”可实现+特高压通道外送+零碳工业就近消纳”可为“四新一强”的新型能源体系探索路径。

信息来源：经济参考报

## **(二) 高技术制造业动态**

### **人形机器人打开“具身智能”蓝图**

信息导读：人形机器人因能有效应对老龄化、劳动力减少等问题，在高风险和重复性工作中替代人力，而被市场寄予厚望。当前人形机器人技术正经历快速进步，尤其是大模型的运用为人形机器人赋予了更强的感知、理解、推理和决策能力，使其行动更加智能、灵活。但人形机器人仍面临执行效率、数据稀缺和实时性等挑战，尤其是缺乏类似人类“小脑”的泛化执行能力，限制了其敏捷度。我国是人形机器人技术专利的主要申请国，近期在人形机器人领域取得多项突破，正为行业的健康发展奠定基础。尽管面临诸多挑战，业界普遍认为人形机器人将首先在工业场景实现应用，随后拓展至商业和服务领域，最终进入寻常百姓家。这一进程虽任重道远，但技术的持续迭代和市场的逐步接纳预示着人形

## 机器人时代的临近。

**信息摘要：**从搬运重物到端茶倒水，从进厂打工到做饭叠衣……当大模型为机器人注入“灵魂”，人形机器人“进化”加速。业内人士指出，人形机器人工业场景的落地最快今年或明年就能在部分试点实现，“入户”则将在 10 年左右。

### 变化——迈入“人形时代”

近期，国产人形机器人领域动作频频：全球首例纯电驱全尺寸人形机器人“天工”首次在北京人形机器人创新中心实现“拟人奔跑”、瞄准老年人陪护市场的人形机器人 Unitree G1 问世、工业版人形机器人 Walker S 进入蔚来总装车间“实训”当起“见习厂工”……

不止中国，站上风口的人形机器人，正在席卷全球一二级市场。从创业公司到科技巨头，从软件平台到硬件开发，都在竞相入场。当英伟达、特斯拉、微软纷纷以实际行动表示“看涨”后，高盛重新调整了对 2035 年人形机器人全球市场规模的预期：从 60 亿美元上调至 380 亿美元。

“一条千亿元规模的赛道，三个因素缺一不可：市场需求的驱动、产业链条的完备、核心技术的突破。”优必选副总裁、研究院执行院长焦继超说，“机器人+大模型”落地提速的今天，技术、资本、市场实现具身智能的热情，掀起广阔的想象空间。

老龄化社会、少子化社会的叠加，以及劳动力的相对短缺，激发了社会对人形机器人的切实需求。“制造业（如汽车组装、零部件排序）及特殊作业（如高空作业、危险任务）方面，人形机器人能完成高风险、重复性的脏活、苦活、累活，降低相关岗位的伤病率、死亡率，提升职业满意度，因此市场对人形机器人的到来充满期待。”北京大学计算机学院博士生导师、北大-银河通用具身智能联合实验室主任王鹤说。

记者来到北京人形机器人创新中心，迎面遇见一位身材颀长的机器

人正在爬楼梯。这个名为“天工”的人形机器人不仅拥有聪明的脑、灵巧的手，丝滑的动作间还透着些许“柔美”，就连外形都与人类贴近：身高 1.63 米、体重 43 公斤。当工程师向“她”发出指令，只见“天工”上半身略向前倾，手臂配合腿部移动加大摆动，竟迈开小步跑了起来。

深耕机器人 20 余年的北京人形机器人创新中心总经理熊友军相信，通用机器人的未来形态一定是“人形”。

过去传统的仅从事单一操作的专用机器人，如焊接机器人、打磨机器人，本质上是一个自动化设备，仅需执行人提前写好的固定程序，因此形态上只需要一条腿或一只臂。

“而大模型为机器人注入‘灵魂’后，机器人获得了前所未有的感知、理解、推理、决策能力，能完成复杂环境的多元任务。一方面，人类社会的基础设施、场景构建、工具设计，均是基于人类的物理特性进行开发，‘人形’可降低适配成本、快速适应环境；另一方面，未来通用机器人的终极目标是走入人类生活、服务人类，‘人形’是与人交互最自然、体验最优的形态。”熊友军说。

### 进化——实现“知行合一”

这届“人形机器人”妙在何处？

相较于过去一只机械臂，已“实训”下车间的国产人形机器人 Walker S 用丝滑行动给出答案：“她”的一双敏捷手对准车头精准贴上车标，一双灵巧脚带动躯干协调地自动走位到每个座椅进行安全带的拉伸检测，一双“慧眼”还能对准车门、车身表面进行缺陷检测。

“这届人形机器人的飞跃性突破是‘知行合一’。表现为‘聪明脑’指挥‘敏捷手’‘灵巧脚’，使机器人行动起来更加自主、灵活，且能在学习中不断进化。”科大讯飞机器人首席科学家季超说。

何来“聪明脑”“敏捷手”“灵巧脚”？

“一方面，大模型的迭代使‘大脑’更加聪明；另一方面，人形机器人软硬件能力的提升，使运动更加灵活。两股力量牵引人形机器人的进化。”季超说。

看上去，大模型有了“身体”，机器人也有了“大脑”。往里看，其实是大模型的感知推理能力，融入了机器人的具身能力。

这些类人的能力又是如何实现的？

“源自三个部分：感知、规划、执行。”王鹤说，从技术实现角度，如果拿人来类比，不仅需要人类智慧的核心大脑，也关系到负责运动控制的小脑。

人形机器人的“大脑”负责感知、理解、规划。“当我们对机器人说‘我渴了’，机器人首先会理解并拆解意图，然后分步骤进行规划设计：比如，第一步寻找水在哪里，第二步思考如何打开冰箱门、从冰箱中取出水、关上冰箱门，第三步递送到我们面前。这每一步，包括理解语义、任务规划，都在‘大脑’中进行。”王鹤举例说。

人形机器人“小脑”的使命则是运动控制、任务执行。王鹤进一步解释，“例如，如何找到冰箱位置、避开路障走过去，用多大的力去伸手拉门、冰箱门开到多大，以及行走的每一步如何调动四肢与躯干、实现手眼脚协调运动，‘小脑’实现的任务是当前研发的难点。”

“技术路线上，今天的人形机器人已经越来越接近人类思考、决策、执行的过程。”熊友军说，过去的认知是通过语音交互、视觉识别，以自然语言理解的方式或传统的人工智能方式实现，现在则使用 VLA（视觉语言动作）这样的多模态大模型来完成“大脑”功能。过去的运动控制是通过模型优化的方式，而现在人形机器人的跑、跳则更多是基于强化学习、模仿学习来实现“小脑”与“躯干”的功能。

大模型的迭代为机器人带来的革命性变化在于，它不仅应用于“大

脑”的理解、推理、规划之中，也将融入到“小脑”“躯干”参与的感知与执行过程。

人形机器人拥有更加强大的泛化能力后，将更好地与物理世界交互，进一步降低部署成本、应用门槛，这也是具身智能前进的方向。“具身智能强调智能体与物理世界的交互与反馈，服务于现实场景，解决人类的实际诉求。”焦继超说。

### 演化——“入户”十年可期

人形机器人以“洪荒之力”模仿并复刻人类智能，但它终究不是人类。

莫拉维克悖论指出，人类独有的高阶智慧对机器而言只需要极少的运算，如推理，而人类无意识的技能与直觉却需要机器耗费极大的运算能力，如接住抛物。

“眼下，人形机器人的能力瓶颈并非在于‘大脑’的感知、理解、判断，而恰恰是缺乏类似人类‘小脑’的泛化执行能力。”王鹤说，这一瓶颈导致的问题就是人形机器人“干活”不够快、不够敏捷。

这一瓶颈的根源是高质量数据的匮乏。“机器人‘大脑’所需数据可从互联网的文本、图像中获得，而‘小脑’所需的数据少之又少。有限的来源之一是国外部分企业采取的人工遥控机器训练的方式，采集到的数据既难、又贵、且慢。”王鹤说。

高精度模拟真实世界的物理场景、于仿真环境里合成的数据不失为一种有效的解决方案。比如，合成灵巧手模拟真实世界抓取物体进行训练采集到的数据，然后在真实环境里测试、泛化，能破解机器人“小脑”所需的数据“投喂”问题。

还有专家指出，实时性、推理速度也是当前具身智能面临的另一瓶颈。目前，基于大模型的机器人控制在线决策至少需 50 毫秒，一般延迟为 1 至 5 秒，无法满足工业场景 3 至 10 毫秒的需要。

“人形机器人是一块难啃的硬骨头，它的突破一定需要时间的积累和技术的沉淀。大规模量产、商业化也都是挑战。”多位受访者表示，尽管人形机器人的成长速度肉眼可见，但距离产业爆发的“iPhone 时刻”还有距离。

“可以确定的是，人形机器人率先在工业场景落地，接下来是应用于商业场景，最后是进入千家万户。其中，工业场景的落地最快今年或明年就能在部分试点实现，人形机器人‘入户’在 10 年左右实现。”熊友军说。

焦继超给出一组数据：目前，中国是全球申请人形机器人技术专利最多的国家，共计 6618 件。“这将为我国人形机器人产业稳步向好发展夯实基础。”

“什么时候我们能做到‘类脑模型’，把所有模态数据一股脑放入数据集中，还能响应足够敏捷，听得懂语义、解析得了意图，也就真正实现了具身智能，这也是我们将着力解决的问题。”王鹤说。

信息来源：经济参考报

### （三）钢铁行业动态

#### 推动绿色低碳发展 钢铁行业推进节能降碳专项行动

信息导读：近年来，钢铁行业能效工程稳步推进，能耗指标持续下降，能源利用水平提升。2024 年一季度，吨钢综合能耗同比下降 0.26%，136 家钢铁企业完成或部分完成超低排放改造。近日国家发改委联合多部门发布《钢铁行业节能降碳专项行动计划》，设定了到 2025 年底的能耗降低目标，包括高炉、转炉工序单位产品能耗降低 1% 以上，电弧炉冶炼能耗降低 2% 以上，吨钢综合能耗降低 2% 以上，余热余压余能自发电率提高 3 个百分点以上。《行动计划》强调，钢铁行业节能降碳是推进碳达峰、碳中和的重要途径，对全社会节能降碳具有重要意义。重点任

务包括完善产能调控、提升新建项目节能降碳水平、加快节能降碳改造、推动全流程余能利用、提升短流程电炉炼钢比重、发展低碳冶炼新模式、提升数字化管理水平。多地产钢大省已发布政策推动长流程炼钢向短流程炼钢转变，以适应全球绿色低碳转型趋势，提升我国钢铁行业的全球竞争力。

**信息摘要：**节能降碳是积极稳妥推进碳达峰碳中和、全面推进美丽中国建设、促进经济社会发展全面绿色转型的重要举措。

钢铁行业是国民经济的重要基础产业，也是能源消耗和二氧化碳排放的重点行业。近日，国家发改委联合有关部门印发的《钢铁行业节能降碳专项行动计划》（以下简称《行动计划》）明确，到2025年底，钢铁行业高炉、转炉工序单位产品能耗分别比2023年降低1%以上，电弧炉冶炼单位产品能耗比2023年降低2%以上，吨钢综合能耗比2023年降低2%以上，余热余压余能自发电率比2023年提高3个百分点以上。

当前，钢铁行业极致能效工程稳步推进，主要能耗指标持续下降，能源利用水平逐步提升。据中国钢铁工业协会统计，2024年一季度，吨钢综合能耗同比下降0.26%。截至2024年4月23日，共有136家钢铁企业完成或部分完成超低排放改造和评估监测。其中，95家企业完成了全工序超低排放改造，涉及粗钢产能约4.495亿吨。

在国家发改委相关负责人看来，目前，粗钢行业仍有约15%的产能能效达不到基准水平，节能降碳潜力巨大。推进钢铁行业节能降碳，把好新上项目准入关口，实施存量项目节能降碳改造，推动用能设备更新，优化能源消费结构，能够有效提升能源利用效率、降低二氧化碳排放水平，对支撑全社会节能降碳具有重要意义。

中国钢铁工业协会副秘书长冯超表示，推动钢铁行业节能降碳，是发展新质生产力的重要抓手，是稳妥推进碳达峰、碳中和的重要途径，

也是完成“十四五”节能降碳目标的重要支撑。

“我国钢铁行业发展已经进入由规模效益向质量效益转变加速演进期，处于实现由大到强转变关键阶段，在当前全球加速绿色低碳转型大背景下，节能提效是钢铁企业优化成本、提升质量效益、树立绿色低碳形象的重要途径。”冶金工业规划研究院党委副书记、副院长（主持工作）肖邦国说。

对于钢铁行业节能减排重点任务，《行动计划》明确，完善产能调控和产量管理，提升新建项目节能降碳水平，加快节能降碳改造和用能设备更新，推动全流程余能利用，提升短流程电炉炼钢比重，加快发展低碳冶炼新模式，提升数字化管理水平。

“推进钢铁行业节能降碳改造和用能设备更新升级，有利于加快钢铁行业产品结构、用能结构、原料结构优化调整和工艺流程再造，促进产业高端化、智能化、绿色化，提升我国钢铁行业全球竞争力。”冯超表示，钢铁工业低碳发展的主要路径包括系统能效提升、资源循环利用、流程优化创新等方面，而系统能效提升是当前有效降低二氧化碳排放最重要、最经济、最直接的手段。

对于《行动计划》提到的“加快发展低碳冶炼新模式”，肖邦国表示，鼓励有条件的钢铁企业利用现有高炉开展富氢碳循环氧气高炉低碳冶金工业化研究试验。充分发挥国内煤炭资源和焦炉煤气丰富的比较优势，在综合考虑资源条件、经济可行性、技术成熟度等条件的基础上，重点突破氢基直接还原、富氢熔融还原等非高炉炼铁技术，发挥非高炉炼铁与电炉短流程炼钢的协同减碳效应。培育建设若干家氢冶金引领示范企业，加快低碳冶金先进技术研发和推广应用。

记者梳理，目前，多地产钢大省发布了相应政策，推动长流程炼钢向短流程炼钢转变。例如，山西省在《山西省工业领域碳达峰实施方案》

中就提到，到 2025 年，短流程炼钢占比力争提升至 5% 以上；河北省在《河北省空气质量持续改善行动计划实施方案》中也提到，到 2025 年短流程炼钢产量占比达到 5% 以上。

“在产能不变的情况下，长流程炼钢向短流程炼钢逐步转变，是大势所趋。”卓创资讯分析师张超认为，未来，短流程炼钢的经济性将有望加强，推动钢铁行业生产结构转型。

信息来源：人民网

#### **(四) 建材行业动态**

**建材行业是全国碳市场下一步要覆盖的重点行业**

信息导读：生态环境部表示，建材行业作为我国碳排放量较大的行业之一，将成为全国碳排放权交易市场下一步覆盖的重点行业。目前，建材行业已积累丰富的碳排放数据基础，为参与碳市场做好了准备。全国碳市场自 2021 年 7 月启动以来，已纳入发电行业企业 2257 家，年度覆盖温室气体排放量超过 50 亿吨，成为全球最大的碳市场。建材行业中的水泥行业企业将于今年下半年开展碳排放数据的月度存证工作，为正式纳入碳市场做准备。为使建材行业更好地参与碳排放权交易，生态环境部提出了三点建议：一是加快推动绿色低碳转型，改进生产工艺，发展低碳技术；二是尽快熟悉市场规则，明确企业在碳排放核算、月度存证、清缴履约等方面的责任；三是加强企业能力建设，组建专门的人员和技术团队负责碳排放管理工作。同时强调，企业必须严格履行清缴履约义务和数据质量管理要求，确保数据真实性，避免因数据造假而面临高额罚款。

信息摘要：建材行业是全国碳市场下一步要覆盖的重点行业。在中国建筑材料联合会主办的 2024 年“六零绿色建材日”主题活动上，生态环

境部应对气候变化司副司长逯世泽表示：“建材行业作为我国碳排放量比较大的行业，有关企业按照生态环境部相关要求，已经连续多年开展了碳排放数据的核算报告核查工作，积累了比较丰富的数据基础，是全国碳排放权交易市场下一步要覆盖的重点行业。”

### 下半年，水泥行业企业将开展碳排放数据的月度存证工作

2021年7月，全国碳排放权交易市场启动交易，截至目前，已经完成了两个履约周期的建设任务，共纳入发电行业企业2257家，年度覆盖温室气体排放量已经达到50亿吨以上，是全球覆盖温室气体排放量最大的一个市场。截至目前，碳排放配额累计成交量达到了4.6亿吨，累计成交额265亿元。

逯世泽指出，全国碳排放权交易市场运行的近三年以来，总体健康有序，交易价格稳中有升，促进了企业减排控制和加快绿色低碳转型，以全国碳市场为主要形式的中国碳定价机制正在逐步形成。

“特别说明的是，我国碳排放权交易市场现在采用的是碳排放强度控制的方式，没有设绝对的排放总量，并不影响行业的总体发展，这和我我国碳达峰碳中和的路径、节奏是高度一致的。”逯世泽介绍，从碳价看，2021年启动时为48元，到今年四月，碳价已经突破了100元。目前在100元左右波动。

作为全国碳排放权交易市场下一步要覆盖的重点行业，建材行业已经积累了比较丰富的数据基础，但建材行业工序相对复杂，核算边界的划定比较复杂，对管理能力提出了更高要求。

2023年年初，生态环境部委托中国建材联合会牵头开展了水泥行业纳入全国碳排放权交易市场的专项研究工作，为扩大行业覆盖范围提供了强有力的技术支撑。

“今年4月，生态环境部就《企业温室气体排放核算与报告指南水泥

熟料生产》《企业温室气体排放核查技术指南水泥熟料生产》公开征求了意见，将尽快印发。”逯世泽介绍说，今年下半年，生态环境部将在条件成熟的时候，择机组织水泥行业企业开展碳排放数据的月度存证工作。

### 建材行业更好地参与碳排放权交易需注意三方面问题

为推进建材行业未来更好地参与碳排放交易，逯世泽提出了三点建议。

一是要加快推动绿色低碳转型。从全球的发展趋势来看，绿色是发展大势，降碳是世界潮流，为更好地发挥推动降碳的政策作用，全国碳排放权交易市场配额也将逐步收紧，根据国家“双碳”目标需要，全国碳排放权交易市场下一步也将实施总量控制，实施碳排放配额有偿分配，并且有偿分配的比例也会逐步扩大。

未来，每家企业的碳排放管理水平将对企业的发展发挥极其重要的作用。所以，建议建材行业早动手、早准备，积极推动行业企业绿色低碳发展，改进生产工艺，发展低碳技术，降低企业的排放水平。

二是尽快熟悉市场规则。今年1月，国务院审议通过了《碳排放权交易管理暂行条例》(以下简称条例)，这是我国应对气候变化领域的首部法规，对纳入市场的每家企业明确了相应的权利和义务。

特别需要强调的是，对于企业而言，有两大义务是必须严格履行的。一是清缴履约义务，按照条例规定，企业要按照其年度碳排放量履行相应的配额清缴义务；另一个义务，是数据质量管理的要求，企业要对填报的数据负责，确保数据的真实性，对未按时足额清缴配额的企业和对数据质量虚报瞒报、弄虚作假的企业，按照条例的规定将处配额相应数量的5倍—10倍罚款。按照目前碳价一吨100元算，企业数据造假的成本代价很大。

因此，希望建材行业企业，尽快熟悉全国碳排放权交易市场相关技

术要求和规则，明确企业在碳排放核算、月度存证、清缴履约等方面的责任和义务，着手制定企业的履约策略，积极参与市场交易，合理控制企业的履约成本。

三是加强企业能力建设。建议企业组建专门的人员和技术团队来负责碳排放管理相关工作，提升企业的基础能力。也建议中国建材联合会加强对建材行业相关企业的培训。碳排放数据质量管理工作是一项技术性、政策性都很强的工作，是碳市场建立的根基，需要企业和联合会高度重视。企业要强化自身主体责任意识，切实加强企业内部碳排放数据质量管理体系建设，确保各类碳排放数据质量控制措施在企业层面和重点设施层面落实、落细、落地，坚决杜绝数据的弄虚作假行为。

**信息来源：中国环境报**

## **(五) 房地产行业动态**

**“5·17”新政后首个端午小长假，各地楼市成交表现如何？**

信息导读：在“5·17”楼市新政后的首个端午小长假期间，虽然多数城市售楼处到访量较高，但新房成交普遍低于去年同期，而二手房市场反应迅速，成交量快速上涨，显示出市场的活跃度有所提升。具体来看，北京、上海、广州等 30 个代表城市新房日均销售面积同比下降约 16%，但较“五一”假期增长超六成。广州、深圳、武汉、福州等地端午假期日均成交面积出现增长。二手房市场方面，北京、深圳、杭州等五大城市端午假期二手住宅成交量较去年上涨 40.72%，日均成交量达到近五年高峰。当前新一轮房地产政策的发酵带动了楼市短期活跃度的上升，但新房成交仍有很大的上升空间，二手房市场表现出一定的韧性。随着国常会提出研究储备新的去库存、稳市场政策措施，预计房地产政策的宽松基调将继续维持，市场信心将逐步修复，6 月楼市成交可期，市场活跃

**度有望好转，但市场整体筑底节奏仍依赖于居民收入预期的转变。**

**信息摘要：**刚刚过去的端午小长假，是“5·17”新政后的首个小长假，各地楼市成交表现备受关注。综合中指研究院、诸葛研究院等机构统计来看，今年端午小长假期间，多数城市售楼处到访量较高，但成交仍低于去年假期。而新政后，多地二手房市场反应灵敏，成交量快速上涨。

中指研究院市场研究总监陈文静分析称：“从政策效果来看，自‘5·17’新政以来，多个核心城市市场活跃度有所提升，特别是二手房市场成交开始放量，如上海在5月底以来二手房多日成交超900套，深圳5月份二手房成交量同比增长超四成；但新房整体成交数据回暖尚不明显，政策效果仍需时间兑现。”

### **广州、武汉、成都等地新房成交增长**

从新房市场表现来看，今年端午假期期间，房企普遍加大力度去库存，叠加节前政策带动，多数城市售楼处到访量较高，但成交仍低于去年假期。

根据中指数据，今年端午假期期间（6月8日-6月10日），北京、上海、广州、武汉、福州等30个代表城市新房日均销售面积较2023年假期下降约16%，但较今年“五一”假期日均成交增长超六成。

从具体城市来看，据中指研究院数据统计，今年端午假期期间，上海、广州、深圳、杭州、武汉等地看房量增加明显，其中，广州、深圳、武汉、福州端午假期日均成交面积较去年假期均出现增长，分别上涨6%、1%、74%和72%，南京、郑州、天津市场区域分化现象持续，核心区项目表现尚可，郊区去库存短期仍承压。

从网签套数来看，据诸葛研究院数据统计，所监测的13城（北京、上海、广州、深圳、杭州、苏州、南京、青岛、济南、成都、武汉、佛山、温州）中，仅成都、武汉、广州3城成交表现好于去年，其余10城

成交呈现下滑态势。其中，成都涨幅遥遥领先，但从绝对值来看，受假期网签业务影响，成交规模并不突出，总成交量由去年端午三天假期总成交 9 套增加至 51 套；武汉较去年同期上涨 87.34% 至 429 套；广州先于北上深企稳，今年端午三天假期新房总成交 545 套，较去年同期小幅上涨 2.64%。同时，杭州、温州、苏州以及南京这 4 个长三角二线城市的新房成色明显不及去年，同比降幅均超 60%。

不过，从横向对比来看，和今年五一假期新房网签套数表现对比来看，仅南京略显失色，日均成交量（套）下滑 25.64%；其余 12 城端午假期新房网签套数均高于“五一”小长假，其中青岛、武汉、杭州等 6 城日均成交量（套）增长翻倍，北上广深热度全部出现上升迹象。

### **二手房整体成交量达近五年小高峰**

从二手房成交表现来看，韧性特征凸显，在今年端午假期期间整体成交趋势好于新房，总成交量达近五年高峰，且日均成交量亦赶超“五一”假期。

根据诸葛数据研究中心监测数据显示，今年端午假期，北京、深圳、杭州、青岛、佛山五大城市二手住宅成交 933 套，较 2023 年端午假期上涨 40.72%；日均成交 311 套，较今年“五一”假期日均成交 93 套上涨 232.98%。

从具体城市来看，仅北京今年端午假期二手住宅成交量较 2023 年有所减少，由去年三天总成交 216 套下降至 187 套，降幅为 13.43%；深圳、杭州、青岛、佛山 4 城二手房成交量均赶超去年，其中深圳、青岛涨势更为强劲，成交量涨幅翻倍。

同时，在中指研究院监测的重点 11 城中，多数城市二手房成交套数较去年端午假期出现增长。其中，上海、深圳在前期政策影响下，市场活跃度提升明显；无锡、南宁、温州、佛山、湖州较去年端午假期基本

持平。而北京目前尚未跟进“5·17”政策，部分购房者仍处政策观望期，二手房成交量较去年端午假期有所下降，降幅超 10%。

诸葛数据研究中心高级分析师关荣雪分析表示，整体来看，新一轮房地产“强刺激”政策发酵，带动楼市短期活跃度上升，新房、二手房端午假期成交表现明显好于“五一”小长假。但对比去年端午假期来看，新房成交仍有较大上升空间，二手房具备一定韧性。近日，国常会提出研究储备新的去库存、稳市场政策措施，房地产政策的宽松基调将继续维持下去，市场信心将逐步修复，6月楼市成交可期。

“展望未来，政策层面，‘5·17’房地产一揽子政策落地显示出中央‘稳地产’的决心，明显提振了市场信心。市场层面，随着核心一二线城市逐步落实各项政策措施，接下来市场或将逐渐进入政策效果兑现期，同时6月份房企也将进入上半年业绩冲刺阶段，短期来看，核心城市市场活跃度有望好转，叠加高基数效应减弱，年中全国新房销售面积同比降幅预计将逐步收窄，但市场整体筑底节奏仍依赖于居民收入预期的转变。”陈文静预计。

**信息来源：新京报**

## **(六) 餐饮业动态**

### **一线卷不动后，餐饮品牌们盯上了县城**

**信息导读：**随着一线城市餐饮收入增速罕见陷入“负增长”，市场开始关注下沉市场的潜力和机会。与一线城市餐饮的激烈竞争相比，下沉市场呈现出更广阔的增长空间。据统计，下沉市场用户持续增长，且已占据移动互联网用户总数的半壁江山，对各行各业流量贡献显著。餐饮人通过放弃一线城市，逐渐下沉到二三线甚至县城，或能找到新的出路，以填补下沉市场顾客需求的空白。下沉市场因其较低的成本结构、消费

升级趋势、庞大的潜在消费群体和不断缩小的城乡差距，成为餐饮品牌新的增长点。县城餐饮店老板普遍反映，相较于一线城市高昂的房租和激烈的竞争，下沉市场提供了更舒适的商业环境。尽管下沉市场已有一定程度的品牌渗透，但仍有大量空白市场可供切入。同时，商业地产在三四线城市成功布局，也进一步验证了下沉市场的商业潜力。下沉市场虽然成本较低且潜力广阔，但成功并非易事。下沉市场的消费者特点包括相对固定的客群、偏好知名品牌和家常炒菜，并且更重视复购和口碑。餐饮企业在进入下沉市场前需做好市场调查，明确市场容量、核心消费人群及需求，并注重选址和提供符合当地需求的品类。

**信息摘要：**如果说拼多多、蜜雪冰城强大的盈利能力，掀起了全民对下沉市场的热烈讨论。那最近由各省市统计局披露的，北京、上海、深圳 1-4 月餐饮收入增速罕见陷入“负增长”的消息，则把一线城市餐饮的“内卷”血淋淋地呈现了出来。2007 年，热播电视剧《奋斗》里，佟大为饰演的主角陆涛的亲爸爸是个从国外回来干房地产的富豪，那时编剧和导演就借陆涛爸爸之口说了一句台词：“一线没有希望了，去小城市！”17 年后的餐饮更是如此，沿着拼多多的路线，放弃一线城市，逐渐下沉到二三线甚至县城，这或许是餐饮人的一个出路。但市场也一直在变化，有人在下沉市场做餐饮活得美滋滋；也有人仍然摸不着头脑。连“下沉市场之王”蜜雪冰城，复刻自己路径做的幸运咖，也没有跑出来，无法干过星巴克、瑞幸、库迪。一线城市之外的餐饮到底该怎么做？和一线餐饮的餐饮相比，在下沉市场做餐饮，打法又有什么不同？下沉市场的增长空间在哪里？

## 01 放弃一线，去下沉市场

赵倩“北漂”五年了，她告诉餐观局：“以前世茂天街那些小店全空了。以前人声鼎沸的北京合生汇商圈、簋街，都冷清了很多。周六中午用餐

高峰期，北京商场的餐饮区还有大片座位。而北京在 21 点以后，甚至 20 点 30 分以后，很多餐饮店跟清场差不多。商圈空了，夜市没了。”“什么人定胜天，都说不通，我干了 20 年餐饮，品质也很好，隔壁是个小白新开的店，我一个月的营收也就比它高几百块，一整条街都冷冷清清的。”北京一餐饮老板说道。北京的餐饮老板和白领们共同感受着市场的冷意。世界是折叠的，一线城市餐饮越来越难干，而下沉市场的餐饮却呈现一片繁荣。各省市统计局披露的数据显示，北京 1 至 4 月餐饮收入同比下降 2.3%，4 月单月，北京餐饮收入同比降幅更是达到了 8.9%；上海 1 至 4 月，住宿和餐饮业零售额下降 2.5%；深圳 1—4 月，餐饮收入增长 0.7%；杭州 1-4 月餐饮收入同比增长 3.9%，4 月单月餐饮收入同比下降 2.6%；广州市 1-4 月餐饮收入同比增长 4.1%；1 到 4 月，一线城市的餐饮收入增速几乎全部“罕见”陷入负增长。而大部分的新一线城市餐饮收入增速也“差强人意”，除了重庆 1-4 月餐饮收入增速为 14.3%，武汉一季度餐饮收入增速 9.2%，跑赢了全国餐饮收入增速 9.3%外。苏州 1-4 月餐饮收入增速为 7.5%，成都 1-4 月餐饮收入增速分别为 6.4%。南京公布的是 1-4 月社会消费品零售总额增速，增速为 3.4%。也就是说，大部分 GDP 十强城市餐饮都没跑赢全国餐饮增速。那餐饮大盘的增长是谁贡献的？很有可能是这些 GDP 十强城市以外的下沉市场。

QuestMobile 数据显示，随着 5G、移动互联网应用持续爆发，包括三线及以下城市在内的下沉市场用户持续增长，截止 2024 年 3 月，这部分用户达到 6.47 亿，在整个移动互联网大盘中的占比达到 52.6%。而且，下沉市场正在支撑起全网各行业流量。例如，在支付结算、有声听书、终端天气、智能家居、手机银行等领域，下沉市场用户贡献率分别达到 62.4%、58.0%、56.8%、56.0%、55.9%；

当一线城市的餐饮陷入存量竞争、贴身肉搏之际，还未饱和的下沉

市场，可能还藏着红利。被一二线城市消费者认为“没落了”新茶饮品牌“喜茶”在下沉市场仍有一定声量；在一二线不够时髦的黄记煌，在山东临沂，开业前几个月天天爆满。那些承担拓店任务的招商加盟品牌显得更加敏锐：“我们不会轻易进入一线城市，下沉市场才是我们的核心，即便是进入北京市场，也要先在五环六环开店，遵循农村包围城市的道路。”如果在一线城市卷累了，“填补上”下沉市场顾客需求的空白，餐饮人或许能找到新的机会点。

## 02 下沉市场“有多舒服”？

如果一个记者问两个不同城市老板的一个月房租的情况，可能会发生以下对话。记者：“你一个月房租多少钱？”一线城市某餐饮小店老板：“一个月大几万。”某县城餐饮店老板：“一年几万块。”“多少！？”听到数字，两个城市的餐饮老板可能都会难以置信地反问。这就是现实，截然不同的城市级别，房租等成本结构也是天壤之别。而在这样的结构下，一线城市的消费者在精打细算，下沉市场的消费者在消费升级。在哪里做餐饮更容易些，是不是一目了然了？赵林是一个在小县城开了8家店，每家店一个月净利润3万以上的餐饮老板，他告诉餐观局：“在小县城真正懂营销，能做出一二线城市爆火产品的餐饮人少之又少，所以从一二线回到县城做餐饮，早做就能早赚。”2023年Q4，快手平均月活用户规模突破7亿；快手老铁每个月的人均消费超过1000元。下沉市场有钱有闲，还是增量，所以一众餐饮品牌把快手当做开拓下沉市场增量的工具，比如瑞幸、半天妖、蜜雪冰城、肯德基等。QuestMobile数据显示，三线及以下城市90后人群即小镇青年1.06亿，下沉有娃人群即拥有0-18岁小孩人群1.62亿，下沉银发人群即50岁以上人群2.13亿。

下沉市场的主力消费人群，房贷房租压力小，吃喝就是比较大的支出。而他们需要消费升级，需要更好的产品品质，更好的生活质量，

也需要享受一二线城市享受的服务和品牌。而且，随着高铁、物流、抖音等短视频平台极高的信息传播效率，中国的城乡差距在迅速缩小，很多以前一二线城市能享受到的产品，现在下沉市场同样能享受，比如，县城的山姆会员店代购生意火爆。也正因如此，下沉市场仍然有不少市场空白可以切入。比如，很多茶饮品牌、咖啡品牌都下沉到了江浙沪的乡镇，甚至是一些南方经济不发达地区的县城。但北方一些下沉市场，下沉力度还不够，市场还未饱和。很多有蜜雪冰城的县镇，但还没有麦当劳、肯德基、半天妖等连锁餐饮品牌。新茶饮行业已经相当卷了，头部万店品牌们门店越来越密，但即便如此，我们仍然能在各个地级市、县级市，看到一些全国毫不知名的茶饮品牌，但其在本地可能已经开了几十家、十几家连锁，县城没有点位，他们甚至会直接开到一些大的镇上，活得相当滋润。当一二线城市获客成本日益高涨、流量红利基本消失的时候，下沉市场因为一些品类和服务还是空白，餐饮店仍然可以遵循最朴素的开店逻辑，就是开业时做一些活动，营销上甚至都不用花多少钱，只要“服务好”第一批新客，做出口碑和复购，就能活下去。三线城市不像一二线城市生活压力那么大，可支配收入更多，有钱、有闲，人们对消费更加热情。在很多县城，都有了像样的超市、电影院、奶茶店、咖啡馆、火锅店。

一二线城市的消费者可能很少听到吾悦广场这个商业地产，但在三线以及很多下沉市场，吾悦广场作为高端商场“高频”出现，深受当地人喜欢。吾悦广场属于新城控股，其从2012年开设首个商场以来，已在全国布局了198座吾悦广场。财报显示，2023年，新城控股实现商业运营总收入113.24亿元，同比增长13.17%；物业出租及管理毛利率达69.90%。新城控股实现增长的一个重要原因就是新城在三四线布局的成功。在前几天的股东大会上，新城控股董事长王晓松表示：“现在三四线商业广场

整体是比较均衡状态，大概 10% 地区面临过度竞争，10% 地区没有竞争非常舒服，剩下大部分都是均衡状态。”没有一线城市那么卷，消费热情也有，在下沉市场做餐饮“相对舒服”。

### 03 下沉市场成本低，天花板也低

下沉市场未饱和，人们生活压力小，可支配收入不低，看起来前程朗朗。但也不要想当然认为下沉就能一定成功，下沉就一定能享受红利。连“餐饮老大哥”海底捞在下沉市场的开拓也没那么顺利。2020 年上半年，海底捞在三线及以下城市同店营收下滑最多，为 4.8%；后面，海底捞开始收缩在下沉市场的门店。根据 2023 年财报，海底捞在三线及以下城市门店数为 581 家；而这个数字在 2020 年上半年是 611 家。复刻了蜜雪冰城路径，同样花了重金找华与华策划的“幸运咖”，作为一个土生土长的下沉市场品牌，在 9.9 元的咖啡大战中，幸运咖的名字较少出现，而在不少各个县城，瑞幸、星巴克、库迪的密度也要比幸运咖多得多。

连靠三四线城市起家的新城控股（吾悦广场所属公司）反而准备回到一二线城市，其董事长王晓松也称：“三四线城市因为人口相对固化，新增客源有限，只能通过客单价来提升广场消费金额，所以天花板会比较低，大部分能达到 10 亿-15 亿销售额就已经不错了，未来不是我们拓展的方向。”在县城开了 8 家店的赵林也表达了类似的观点：“在大环境没恢复之前，下沉市场一定是比一二线好做的，成本更低更稳定。但这个也是相对的，因为下限低了，上限同样也低了。一个夫妻档，投资几万到十几万，在县城能开一个利润 3 万以内的小店，但上限也就如此了。而大城市的上限不是小县城能比的，这也是大城市创业的魅力所在。”

如果餐饮人卷不动了，要去下沉市场做餐饮，该如何做？又有哪些“坑”和技巧？首先，下沉市场的特点之一是，市场容量大但且“分散”，单个地方市场的“容量”可能并不大。赵林在县城开了 8 家店，5 个品牌，

品类大概有烤肉、咖啡、火锅等。为什么不是一个品牌开 8 家，赵林称：“县城就那么多人，吃烤肉的人就那么多，你开一家烤肉店能做到县城头部，基本上够这个人群吃了，开多家也是自己抢自己生意。”下沉市场容得下瑞幸、库迪、星巴克，但不一定“容得下”幸运咖。所以，前期一定要做好市场调查，这个市场的容量到底有多大，核心消费人群是谁，他们的核心需求是什么？比如，在一些县城，选址要偏向乡镇的中心街区，因为乡镇中心街区的流动人口较多，流量高。再比如重庆火锅很火，但不是所有人都能接受。在某下沉市场上大学的 00 后小雨告诉餐观局：“我们学校附近开了一个火锅店，根本没人吃，太贵了，之前天天看老板发朋友圈哭诉说没生意，现在已经降到 39 元随意吃了。我们还是觉得贵，我们吃小火锅多一些。”

其次，下沉市场什么样的品类和品牌更受欢迎？知名品牌，或当地的炒菜馆比较受欢迎。三四线城市以及下沉市场的消费者，会非常追捧知名品牌。对广大的小镇青年来说，你消费总要有个理由，而瑞幸等品牌剪度高、“花活”颇多，颇受小镇青年欢迎。另外，对下沉市场的有娃一族或下沉银发人群来说，他们最喜欢的是家常炒菜，因为优惠好吃，不管是家人聚餐还是谈生意，都非常方便。00 后张颖的妈妈，是某三线城市的大学老师，基本周末聚会，都是在朋友开的酒楼里，选一个包厢，点一些炒菜，大家一起吃吃喝喝，甚至酒足饭饱后，还会去 KTV 唱歌。而且，在女儿的影响下，张颖的妈妈平时自己也会点瑞幸、库迪等咖啡品牌，但平时喝茶叶，几乎不会主动点奶茶。下沉市场到底能做什么品类？赵林告诉餐观局：“一定要根据当地市场环境和需求来看做什么。这两年建议，下沉市场更适合做中高客单价的大品类赛道，而一二线城市慢慢要转变成大品类中的小众赛道去做，而且尽量做客单价低利润高的产品，比如粉面类。”下沉市场同样有一些中高端人群，县城贵妇，但她

们可能会面临周末无处可去的尴尬场景。“盯住”中高端人群，这也是下沉市场做餐饮的机会。

另外，下沉市场的消费者有什么特点呢？下沉市场的消费客群相对固定，这是一个存量市场，也是“人情市场”，所以复购和口碑非常重要。要满足好一类客群的需求，他们就会来消费复购，甚至还会转介绍。下沉市场的容量比较有限。00后小雨称，在一二线城市，我们可能逛累了，就近搜一家店去吃，但如果在县城，我们肯定是在整个县城范围内，在抖音上先提前搜好一家店，再去吃。一二线城市的餐饮盯着的是效率，三四线城市等下沉市场可能需要的是打发时间。数据显示，三四线城市每周工作时长达到40小时的居民只占35%，一二线城市中则高达50%以上。没有一劳永逸的路径，但如果在下沉市场找好切入点，可能会赢得“喘息之机”，发现“另一番天地”。

**信息来源：钛媒体**

## **(七) 旅游业动态**

### **端午小长假收官 多地公布假期旅游“成绩单”**

**信息导读：**端午节小长假期间，中国国内旅游市场表现强劲，共吸引1.1亿人次出游，同比增长6.3%，总花费达403.5亿元，同比增长8.1%。短途游和周边游成为主流，民俗活动和国风体验受到游客青睐。各地纷纷推出端午主题活动，如龙舟赛、民俗表演等，为节日增添了浓厚的文化氛围，并带动了旅游消费增长。随着暑期旅游高峰临近，国内外旅游市场预订量均呈现显著增长，研学游成为暑期热门选择。预计旅游市场的火爆态势将在暑期延续。

**信息摘要：**中国网财经6月12日讯 为期三天的端午小长假收官，文化和旅游部公布了端午旅游数据：全国国内旅游出游合计1.1亿人次，

同比增长 6.3%，国内游客出游总花费 403.5 亿元，同比增长 8.1%。

综合多家旅游平台数据来看，这个假期，短途游、周边游是主流，龙舟赛、民俗游等成为端午出游热门关键词。假期期间，多地推出丰富多样的民俗活动，营造出浓厚的节日氛围，助力旅游市场持续升温。

### **短途游、周边游成主流**

今年端午假期，居民出游热情高涨。据文化和旅游部数据中心测算，全国国内旅游出游合计 1.1 亿人次，同比增长 6.3%；国内游客出游总花费 403.5 亿元，同比增长 8.1%。多地也纷纷公布端午假期旅游市场“成绩单”。数据显示，端午期间北京市共接待游客 779.2 万人次，旅游消费 100.9 亿元；辽宁省共接待游客 1026.5 万人次，同比增长 40.4%，实现旅游综合收入 77.6 亿元，同比增长 51.7%；浙江省累计全域旅游人数 1440.9 万人次，旅游收入 123 亿元；安徽省接待游客 1937.6 万人次，实现旅游收入 101.9 亿元，同比分别增长 5.7%、13.9%…… 这个假期，受端午假期“前后不接”难拼假、以及居民常态化旅游等因素的影响，短途游、周边游成为主流。 携程端午报告显示，周边游及本地游订单占据假日近 7 成旅游订单；端午周边游预订量同比去年增长近两成。途牛报告显示，本地游和周边游出游人次占比达到 49%。尤其是端午假期前一周，本地游、周边游预订热度显著升温。从周边游出游天数来看，1 天或 2 天的短途行程受到青睐，出游人次占比分别为 34%和 30%。去哪儿报告提到，今年端午，大多数人选择在 2 小时高铁圈内“微”度假。与五一的长途特种兵打卡式出游不同，今年端午大家偏好区域内“慢”游。

### **民俗活动受青睐**

端午节是我国传统节日，也是民俗大节。假期期间，多地推出丰富多样的民俗活动，营造出浓厚的节日氛围。其中，浙江省围绕粽香怡情、龙舟竞渡、市集拾趣、香囊悦性、非遗赏艺、研学漫步等 6 大主题推出

重点活动 100 余场。全省推出以民俗文化为主题的各类活动 1000 多场。

北京市发布 6 条“漫步北京——长城古迹主题游线路”，联动各区举办“文化和自然遗产日”非遗宣传展示系列活动，以“看山、望水、享民俗”为主题推出 5 个特色京郊乡村。

四川省围绕“粽香巴蜀 百舟竞渡”主题，因地制宜开展 700 余场次群众文化活动，除了有常见的龙舟赛、挂艾草、佩香囊等习俗活动外，还包括秧歌、腰鼓、金钱棍、牛儿灯、舞龙舞狮等颇具当地色彩的特色民俗表演。

各类民俗体验活动受到游客喜爱的同时，也带动了一波消费热潮。携程报告指出，龙舟赛事带火了一众城市。比如，举办汨罗江国际龙舟节的湖南岳阳，端午旅游订单同比上涨 52%；中国·桃花潭第十一届龙舟赛带动安徽省宣城市假期旅游订单增长 32%。

端午假期，文化、国风、“新中式旅游”成为拉动旅游市场增长的新热点。其中，咸阳凭借“西安都市圈”的优越地理位置及悠久的历史古迹，在端午表现亮眼，旅游订单量同比增长 82%；坐拥三星堆古蜀文明遗址的四川德阳端午订单量增长 73%；以陶瓷文化出圈的“瓷都”景德镇端午同比增长 72%。

### **旅游市场火爆态势有望延续**

眼下，端午小长假虽然收官，但随着暑期来临，新一轮出游高峰也将到来，旅游市场火爆态势有望在暑期延续。

去哪儿大数据显示，随着高考结束，暑假出境游已出现第一波预订高峰。截至目前，暑期(7月1日-8月31日)出境游机票预订量同比增长 1.6 倍，机票价格较去年同期下降两成左右。暑期热门国际目的地有马来西亚、日本、泰国、美国、韩国、新加坡、英国等。

国内旅游方面，来自携程的数据显示，当前已进入暑期长途旅游的

预订高峰期，北京、上海、成都、乌鲁木齐、杭州、西安、重庆、广州、南京和贵阳位列暑期国内游前十目的地。截至6月6日，暑期国内旅游产品预订量较去年同期出现显著增长。

今年，暑期研学游预订依然火爆。综合多家旅游平台消息来看，今年的暑假研学产品预订启动较早，距离暑假提前一个月，研学产品的预订量已经与去年持平。其中，西安、云南、新疆、北京等是国内热门研学目的地。

信息来源：中国网财经

### 三、海外动态

#### （一）美联储6月维持利率不变 今年或仅降息1次

**信息导读：**近日美联储在6月的议息会议上宣布，将联邦基金利率目标区间维持在5.25%至5.5%不变，这是自2023年9月以来连续第七次会议保持利率不变，符合市场预期。同时点阵图显示年内降息预期从3次下调至1次，反映出美联储对货币政策的谨慎态度。市场分析人士指出，尽管5月CPI数据显示通胀有所回落，但美联储仍需更多证据确认通胀趋势下行，因此在短期内维持利率不变。同时，美联储主席鲍威尔强调，降息的时机将取决于经济数据，特别是通胀的持续改善。整体而言，美联储在本次会议上展现出对货币政策的审慎态度，同时市场对年内降息的预期有所上升，但具体降息时点和幅度仍需根据经济数据和通胀走势来确定。

**信息摘要：**北京时间6月13日凌晨，美联储发布6月议息决议，继续将联邦基金利率的目标区间维持在5.25%—5.5%不变，依然保持在22年来最高点，符合此前市场预期。这也是美联储自2023年9月起连续七

次会议维持利率不变。

《中国经营报》记者注意到，相比于 5 月会议声明，本次决议在通胀和缩表两处出现了变动：一是在通胀进展的措辞上，将“缺乏进一步进展”改为“取得了适度的进一步进展”；二是删除了上次有关缩减量化紧缩计划的具体行动表述。

对此，东方金诚研究发展部高级副总监白雪对记者表示：“5 月 CPI 通胀数据继续回落，在一定程度上缓解了美联储对于二次通胀的隐忧，但通胀绝对值仍在高位、劳动力市场依然偏强，使美联储对政策转向宽松仍保持谨慎基调，降息前的观察窗口期相应延长。”

相较于政策利率，市场更加关注此次“点阵图”的新变化：从 3 月预期的年内 3 次降息下调至 1 次。

点阵图显示，和 3 月相比，降息力度大幅下降。在 19 名官员中，上次有 15 人预计年终政策利率降至 5.0% 以下，而此次仅有 8 人预期政策利率在该水平。从预测中位值来看，美联储官员预计今年降息 25 个基点，即降息一次。同时也将明年的降息幅度下调，2025 年年底的联邦基金利率为 4.1%，较 3 月预期的 3.9% 上调 20 个基点。

中金公司发布研报认为，美联储这种“以时间换空间”、防止市场过早博弈降息的做法可能反而是最好的选择，可以为后续政策操作留下空间，也是吸取之前市场过早博弈的教训，即越不预期降息才越有可能降息。

在降息问题上，美联储主席鲍威尔表示，委员会中没有人对利率预测做出强烈承诺；政策制定者并没有试图通过预测发出强烈信号；我们需要进一步的信心、更多良好的通胀数据，但不会具体说明从什么时候开始降息；我们希望对利率有进一步的信心，不会说还需要多少个月的良好数据。

白雪还认为：“下半年美国经济下行风险加大，降息的必要性增加。”

据白雪分析，这主要是因为持续高利率压制下，美国“居民收入—消费”循环降温，美国经济动能将持续放缓。近期，美国零售销售同比增速、个人实际支出同比增速均有所走低，美联储褐皮书也显示今年以来部分地区消费者支出小幅下降。随着居民超额储蓄逐渐回落，工资增速逐渐放缓，未来居民消费支出活动继续减弱。此外，高利率和严格的信贷标准或继续制约信贷增长，或继续抑制地产销售和企业投资。

由此，白雪表示，若6—8月通胀、就业和经济增长数据处于稳定降温态势，美联储可能最早在9月就启动首次降息。

国投安信期货还认为，6月议息会议延续了5月偏“维稳”金融条件的基调，而近期地缘风险溢价的降温带来的通胀数据低于预期，使得鲍威尔在风险平衡方面较为从容，传递出年内仍然落地降息但又不急于大幅度降息的信号。

国投安信期货还表示，从市场表现来看，在通胀数据低于预期和美联储点阵图偏鹰的双重作用下，市场定价的9月降息概率增加，美债利率和美元指数整体回落，美股延续积极表现。

美国日前出炉的通胀数据出现回落：美国劳工统计局6月12日发布的数据显示，美国5月CPI同比上涨3.3%，低于3.4%的市场预期，前值为3.4%；核心CPI同比上涨3.4%，低于3.5%的市场预期，前值为3.6%。

值得注意的是，对于本次利率点阵图给出的年内降息仅一次的预期，白雪认为，这可能更偏向于传达降息延后的偏鹰信号，以避免市场进行过度宽松定价，并不具有绝对的前瞻性，更不代表着年内政策利率水平的实际走势。

在白雪看来，实际上，点阵图可能并没有充分反映通胀继续降温的可能性——鲍威尔在发言中将上修后的通胀预测称为“保守预测”，暗示

通胀有可能比预期回落更快。因此，如果 6—8 月通胀整体稳定降温，9—12 月降息两次的可能性依然较大。

华西证券分析师肖金川在研报中也称，美联储 9 月降息的大门或已开启，年内降息 50 个基点的概率上升。

CME FedWatch 也显示，5 月 CPI 数据公布后，9 月降息概率从 52.8% 升至 61.7%；12 月降息 2 次及以上的概率从 51.8% 升至 60.2%。

信息来源：中国经营报

## （二）内外需双挤压 日本经济再现负增长

**信息导读：**日本经济在今年一季度遭遇负增长，实际国内生产总值 (GDP) 环比下降 0.5%，年化环比下降 1.8%，个人消费连续四个季度负增长，创 2009 年以来最长纪录。日本内阁府数据显示，个人消费对经济增长的贡献度保持负值，企业设备投资也出现下降。尽管民间库存的贡献度提高，但外需对经济的拖累作用扩大。工资增长缓慢、通胀压力持续、少子老龄化等多重因素叠加，导致日本个人消费持续下降。同时日元贬值导致进口成本上升和物价上涨，也是消费疲软的一个重要原因。日元贬值对日本经济产生双重影响，虽然有利于扩大出口和增加企业利润，但同时导致进口成本上升，家庭和小型企业受到挤压。日本政策制定者指望通过大幅加薪和所得税削减来刺激消费，防止再陷入通缩。此外，近期日本车企的认证造假丑闻对经济的影响可能超出预期，进一步抑制消费和生产活动。

**信息摘要：**占据日本经济活动一半以上的个人消费下降，让去年四季度刚刚回正的日本 GDP 再次出现负增长。而消费疲软的一个重要原因是近期日元贬值抬升了该国进口成本，造成物价上涨。展望未来，日本经济可能也不乐观。此前日本多家车企造假风波已蔓延至经销商和供应

商，对日本经济的影响可能超出预期。

### 消费依旧疲软

日本内阁府最新公布的修订后数据显示，今年第一季度日本实际国内生产总值环比下降 0.5%，年化环比数据由下降 2% 调整至下降 1.8%，继去年第四季度转正后再次出现负增长。

虽然下降幅度有所收窄，但仍低于此前市场预期的下降 1.5%。《日本经济新闻》引述大和研究所经济学家岸川一马的话说，日本一季度 GDP 上修是因私营部门存货的变化，因此并不值得乐观。他说，这意味着产品仍在库存中，并没有真正售出被消费。

“日本经济萎靡不振，目前仍未显示出明显的复苏迹象。”彭博社如此评论。路透社则评论说，日本经济第一季度出现萎缩，是因为“受到消费和外部需求疲软的挤压”。今年第一季度内需、外需对日本经济增长的贡献率均为负值。

日本政府通常就季度经济数据发布两次报告。二次统计报告显示，占日本经济比重二分之一以上的个人消费维持环比下降 0.7% 不变，连续四个季度负增长，创 2009 年以来消费持续下降的最长纪录。企业设备投资环比降幅由此前的 0.8% 调整为 0.4%，二者对经济增速的贡献度保持不变。

报告还显示，由于民间库存的贡献度提高，一季度内需对经济增速的贡献度由负 0.2 个百分点调整为负 0.1 个百分点。外需对当季经济的拖累作用由 0.3 个百分点扩大至 0.4 个百分点。与去年同期相比，一季度日本经济下降 0.1%。

中国国际问题研究院亚太研究所特聘研究员项昊宇指出，工资增长缓慢、通胀压力持续、少子老龄化等多重因素，造成了日本个人消费持续下降。其中，一季度日元出现了 34 年来最严重贬值，加大了日本进口

商品和原材料的成本，持续的通胀使得居民的生活成本上升。此外，日本政府此前对于水电煤气的补贴将结束，会进一步减少家庭可支配收入。

### 日元贬值影响

消费疲软的一个重要原因是日元贬值抬升了该国进口成本，造成物价上涨。中国现代国际关系研究院东北亚研究所副研究员颜泽洋表示，日元贬值对日本国内经济利弊兼有。有利之处在于：一是能够扩大出口，增加企业利润；二是以外币计价的海外投资账目价值增加；三是为海外日企回归本地提供条件。但相比于日元贬值优势，长期看其弊端或许更为明显，一是进口额大增，持续贸易逆差拖累 GDP 增长；二是中小企业和居民生产生活成本上升；三是对海外人才和劳动力吸引力下降。

辽宁大学国际经济政治学院副教授李家成也谈道，日元疲软使日本旅游业蓬勃发展，却使进口成本更高。彭博社认为，日本一季度 GDP 数据显示，数十年来最强劲的通胀趋势继续抑制消费，个人消费者和企业都在削减开支，仓库存货加上未售出的商品在不断增加。

路透社分析认为，日元贬值导致日本经济陷入双速发展：出口和旅游业普遍受益于更具竞争力的汇率，但家庭和小型企业却因进口商品成本上涨而受到挤压。日本政策制定者正指望大幅加薪和计划中的所得税削减来刺激萎靡不振的消费，防止再陷入通缩。一季度经济萎缩给日本政策制定者带来了新挑战，日本央行正考虑将利率从接近零的水平上调。

市场普遍认为，在货币政策方向的选择上，日本央行正处于“两难境地”：一方面，日本央行需要加息来支撑日元；另一方面日本消费疲软，并不支持日本央行快速加息。日本政府近期两次出手提振日元，虽力度空前，但收效甚微，加息减少流动性也将抑制消费，“日本央行似乎已进退维谷”。

项昊宇认为，日本央行在维持宽松货币政策的同时进行外汇干预，

这本身就是一种政策上的矛盾，必然会制约干预措施的长期效果。在日元和美元巨大的利差背景下，日本官方的任何干预措施都是治标不治本。

### 造假风波拖累

“可以说日本经济完全处于滞胀状态。在这种情况下，如果宽松货币政策和财政政策仓促退出，目前良性循环的迹象有可能被破坏。”日本第一生命经济研究所首席经济学家永滨利广说道。

但在日本经济复苏的路上，6月初曝光的丰田等企业认证造假丑闻可能会造成新的不利影响。据日本媒体报道，丰田和马自达等汽车公司6日起开始暂停生产卷入认证欺诈的5种问题车型，其零部件供应商也开始减产。预计两家车企的3000多家供应商将受到波及，影响恐将长期化。

汽车行业涉及面广，终端的汽车产品产量下降将影响钢铁、电子元件等诸多关联产业。据悉，日本汽车制造业出货量约占制造业整体出货量的17%，相关从业人员超550万人。而据估算，若相关车型停止出货4个月，日本GDP或减少约984亿日元，约合人民币45.5亿元，加上关联产业损失，GDP预计减少约2441亿日元，约合人民币112.8亿元。

日本经济产业省此前估计，二季度工矿业生产指数将环比上升2.2%。据乐天证券最新估算，受日本车企暂停出货影响，该指数将仅增长1.2%，“如果停产时间延长，三季度工矿业生产指数很可能同比负增长”。

野村综合研究所经济学家木内登英认为，“复苏乏力的日本经济无疑又遭受一阵逆风”。日本正在经历史无前例的消费萎靡，一季度实际个人消费已连续四个季度环比下降，这是雷曼事件之后首次，也是1980年有统计以来的第二次。内阁府的消费者态度指数显示，受到日元贬值和物价高企影响，4月和5月消费者心理加速恶化。加上这次车企造假事件，

实际个人消费恐将继续下降，对经济的负面影响或超预期。

**信息来源：北京商报**