

经济信息周报

2024年7月第一周（总期第113期）

中国物流信息中心

2024年7月1日-2024年7月5日

目录

一、宏观动态	1
(一) 政策动态	1
政府采购领域“整顿市场秩序、建设法规体系、促进产业发展”三年行动方案(2024—2026年)	1
(二) 金融动态	6
央行将大规模借入国债	6
(三) 消费动态	10
“夜经济”升温激发消费新活力	10
(四) 投资动态	12
多路资金加快下达 三季度基建投资有支撑	13
(五) 外贸动态	15
上半年外贸表现超预期，预计全年进出口额增长3%左右	15
二、行业动态	18
(一) 装备制造业动态	18
受油气价差等因素驱动 天然气重卡销售有望持续火热	18
(二) 高技术制造业动态	22
生物医药企业“出海”提速 重点布局欧美及东南亚市场	22
(三) 钢铁行业动态	25
北京铁矿石交易中心成立十周年：以完善平台建设助力钢铁产业畅通“毛细血管”	25
(四) 建材行业动态	27
为什么说现在的困局很大程度上是水泥行业自己造成的？	28
(五) 房地产行业动态	30
新房和二手房网签量大涨 市场活跃度大升	30
(六) 餐饮业动态	33
倒反天罡，大型商场开始靠餐饮续命？	34
(七) 旅游业动态	38
暑期将迎旅游高峰	38
三、海外动态	43
(一) 美联储年内或难有激进降息	43
(二) 担忧通胀降温停滞 欧洲央行官员对降息必要性持异议	45

一、宏观动态

(一) 政策动态

政府采购领域“整顿市场秩序、建设法规体系、促进产业发展”三年行动方案（2024—2026年）

信息导读：日前，国务院办公厅印发《政府采购领域“整顿市场秩序、建设法规体系、促进产业发展”三年行动方案(2024—2026年)》。该方案结合我国国情实际，对接政府采购国际规则，以“整、建、促”为工作主线，聚焦重点、多措并举，规划用三年左右的时间，着力解决当前政府采购领域存在的突出问题，使政府采购市场秩序更加规范。方案从“整顿市场秩序，优化营商环境”，“建设法规体系，服务统一市场”以及“促进产业发展，落实国家战略”三方面明确了九项重点任务，从而建立健全促进现代产业发展的政府采购政策功能体系，同时也有助于优化我国营商环境，支持创新研发和中小企业发展，推动政府治理现代化，深化对外开放合作，为社会发展提供有力支撑。

信息摘要：为打造市场化法治化国际化营商环境，加快现代化产业体系建设，推动经济社会高质量发展，针对当前政府采购领域存在的突出问题，深入开展“整顿市场秩序、建设法规体系、促进产业发展”（以下简称“整、建、促”）三年行动，制定本方案。

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，认真落实党中央、国务院关于加快构建新发展格局和推进高水平对外开放的决策部署，完整、准确、全面贯彻新发展理念，坚持高质

量发展，按照《深化政府采购制度改革方案》有关要求，坚持问题导向，强化顶层设计，结合我国国情实际，对接政府采购国际规则，深入推进政府采购制度改革，以“整、建、促”为工作主线，聚焦重点、多措并举，力争用三年左右的时间，着力解决当前政府采购领域存在的突出问题，使政府采购市场秩序更加规范，政府采购制度建设迈出实质性步伐，建立健全促进现代产业发展的政府采购政策功能体系。

二、整顿市场秩序，优化营商环境

（一）持续开展四类违法违规行为专项整治

财政部牵头组织，探索建立部门协同、央地联动、社会参与的工作机制，针对当前政府采购领域反映突出的采购人设置差别歧视条款、采购代理机构乱收费、供应商提供虚假材料、供应商围标串标等四类违法违规行为持续开展专项整治，曝光典型案例，形成有效震慑。

（二）加强常态化行政执法检查

进一步畅通权利救济渠道，各级财政部门要主动公开受理投诉的电话、地址及投诉书范本，做到“有诉必应”。对投诉中涉及采购人与采购代理机构共同违法的问题，实行“一案双查”。开展第二批政府采购行政裁决示范点建设，在业务规范、风险防控、处理口径、队伍建设等方面提供范例，推进省级以下争议处理向省级集中。

（三）创新监管手段，提升工作效能

1.升级改造中央政府采购电子平台。完善信息发布和查询功能，提高政府采购信息发布的完整性、准确性，提升政府采购透明度。逐步实现全国供应商、采购代理机构“一地注册、全国通用”，破除地方保护和隐性壁垒。运用大数据分析、行为预警等手段，动态监控供应商投标、项目评审等政府采购关键环节，推进智慧监管，提升监管实效。

2.建立健全信用管理机制。健全供应商、采购代理机构、评审专家

严重违法失信行为信用记录归集和发布机制，省级以上财政部门要及时向中国政府采购网完整准确上传失信信息，中国政府采购网与国家企业信用信息公示系统、“信用中国”网站等实时共享，为采购人开展相关资格审查提供便利。研究建立相关失信行为纠正后信用修复机制的可行性。完善采购代理机构评价指标体系，引导采购人择优选择采购代理机构。研究完善针对供应商履行合同时重大违约的限制性措施，督促其诚信履约。

3.加强政府采购协同监管。财政部门要会同市场监管部门对供应商提供虚假认证证书、检测报告开展核查，会同公安部门严查政府采购招标中发现的串通投标行为，会同纪检监察等部门就问题线索移送、案件查处等进行协作配合，严肃查处政府采购领域的腐败问题和不正之风。

三、建设法规体系，服务统一市场

（一）法规建设

认真贯彻落实《深化政府采购制度改革方案》，按照建立现代政府采购制度的要求，对标世界贸易组织《政府采购协定》（GPA）、《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》（CPTPP）等国际规则，进一步完善政府采购法律法规。积极推动政府采购法修改，并结合修改进程适时修改实施条例。推动政府采购法、招标投标法协调统一，提高政府采购法律法规体系的系统性、整体性、协同性，助力全国统一大市场建设。

（二）制度建设

研究完善货物服务招投标、非招标采购、信息发布和质疑投诉等部门规章，研究将需求管理以及合作创新采购等制度上升为部门规章，逐步构建覆盖需求管理、信息公开、采购方式、合同履约、救济机制等系统完备、操作规范、运行高效的政府采购制度体系。强化采购人主体责任，以项目绩效为目标、以采购全链条管理为抓手，推动采购人加强内

控管理，落实权责对等要求，实现“谁采购、谁负责”。完善采购交易机制，根据采购需求合理选择采购方式和评审方法，全面落实公平竞争原则，建立适应采购人多元化需求且鼓励创新的交易制度。强化政府采购政策功能，加大对科技创新、绿色发展、中小企业发展等支持力度。完善预留份额、评审优惠、需求标准发布等支持措施。

（三）标准建设

1.建立政府采购本国产品标准体系。制定政府采购本国产品标准，逐步形成本国产品标准体系，确保不同所有制企业在中国境内生产的产品平等参与政府采购活动。

2.分类制定政府采购需求标准。制定政府集中采购目录通用货物、服务需求标准，逐步扩大需求标准覆盖面，为采购人全面、完整、准确描述采购需求提供指引。修订商品包装采购需求标准，引导全社会使用绿色包装。研究制定市政基础设施和电子电器、新能源汽车等产品绿色采购需求标准，开展政府采购支持公路绿色发展试点，适时将碳足迹管理有关要求纳入政府采购需求标准，扩大政府绿色采购范围。研究制定创新产品商业化推广后的政府采购需求标准，引领相关产业创新发展。

3.分类制定政府采购标准文本。制定政府采购货物、工程、服务招标文件标准文本和政府采购合同标准文本，提高经营主体参与政府采购活动的规范性、便利性。

四、促进产业发展，落实国家战略

（一）支持科技创新

1.构建符合国际规则的政府采购支持创新政策体系。充分发挥市场机制作用，综合运用强制采购、优先采购、订购首购、发布需求标准等措施，推进创新产品应用和迭代升级，营造促进产业创新的良好生态。

2.建立健全政府采购合作创新采购制度。以采购人应用需求为导向，

以公平竞争以及采购人与供应商风险共担为基础，实施订购首购，建立创新产品研发与应用推广一体化的管理机制，发挥政府采购对创新的带动作用，助力高质量发展。

（二）扶持中小企业发展

1.在政府采购工程项目中落实扶持政策。适用招标投标法的政府采购工程项目要全面落实政府采购支持中小企业政策，对超过 400 万元的工程采购项目中适宜由中小企业提供的，预留份额由 30%以上阶段性提高至 40%以上的政策延续至 2026 年底。

2.助力中小企业“政采贷”。建立与金融机构共享中央本级政府采购信息的渠道，向商业银行及时提供中央部门政府采购合同等相关信息。各地区要建立健全中小企业“政采贷”工作机制，推动实现与金融机构相关系统对接，为金融机构、中小企业开展政府采购融资提供便利。

3.支持乡村产业振兴。巩固拓展脱贫攻坚成果，确保对相关地区农副产品提高政府采购预留比例政策取得实效。推动脱贫地区农副产品网络销售平台（“832 平台”）逐步实现业务范围双向拓展，吸纳除现有地区外的更多符合资质标准的中小企业成为供给方，面向除采购人外的单位工会、社会公众等更广大需求方，推进服务提质升级，助力打造农业特色品牌，推动乡村产业振兴。

（三）完善政府绿色采购政策

1.制定出台面向绿色产品的政府采购支持政策。对获得绿色产品认证或符合政府绿色采购需求标准的产品实施优先采购或者强制采购，促进绿色低碳发展。

2.扩大政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升政策实施范围。由 48 个城市（市辖区）扩大到 100 个城市（市辖区），要求医院、学校、办公楼、综合体、展览馆、保障性住房以及旧城改造项目等政府采购工

工程项目强制采购符合标准的绿色建材，并适时研究进一步扩大政策实施范围。加强对政策实施城市的考核督导，确保政策要求落到实处。

五、保障措施

（一）加强统筹协调。财政部要会同国家发展改革委、科技部、工业和信息化部、生态环境部、住房城乡建设部、农业农村部、商务部、市场监管总局、供销合作总社等部门和单位，建立协调机制，统筹推进政府采购相关工作。

（二）抓好工作落实。各地区、各部门要按照职责分工，不折不扣落实本方案要求。财政部要制定“整、建、促”三年行动工作台账，明确各地区和有关部门的任务分工、完成时限。建立工作督导机制，及时跟踪工作任务进展，定期评估本方案实施情况，确保各项工作落地见效。

（三）加强宣传培训。各地区、各部门要及时宣传解读政府采购相关举措，针对各项举措中的重点、难点问题，加强业务培训，保障各项工作顺利推进。

信息来源：中国政府网

（二）金融动态

央行将大规模借入国债

信息导读：中国人民银行宣布近期将面向部分公开市场业务一级交易商开展国债借入操作，该举动意在引导国债收益率上行，以维护债券市场稳健运行。公告发布后，国债活跃券收益率立即上行，10年期和30年期国债收益率分别升至2.25%和2.48%。专家认为，央行此举可能是为了稳定长债利率，防止过低的收益率带来的利率风险。今年以来，中国中长期债券收益率显著下行，央行多次发声意图引导国债收益率回归合理区间。央行行长潘功胜在陆家嘴论坛上强调了收益率曲线的重要性，

以保持对投资的正向激励作用。市场专家预测，央行借入国债后可能在二级市场出售，以影响供需关系，进而推升国债收益率。这将有助于避免中长期国债收益率偏离政策利率中枢。同时专家提醒投资者注意长债利率风险，避免期限错配和利率风险，基于经济基本面进行投资决策。

信息摘要：7月1日，人民银行发布公告表示，为维护债券市场稳健运行，在对当前市场形势审慎观察、评估基础上，人民银行决定于近期面向部分公开市场业务一级交易商开展国债借入操作。

该消息发布后，1日下午国债活跃券收益率直线上行。当日10年期国债收益率和30年期国债收益率分别升至2.25%和2.48%，分别上行4.28和5.00个BP。2日，10年期国债收益率和30年期国债收益率保持稳定。

不少业内人士认为，此举意味着央行可能会在公开市场开展国债卖出操作。光大证券固收首席分析师张旭告诉《金融时报》记者，本次央行宣布即将开展国债借入操作，是为了今后择机将其卖出，并以此引导国债收益率上行。“在10年期国债收益率降至历史低点之际，卖出国债有利于稳定长债利率，防范利率风险。”中信证券首席经济学家明明表示。

招联首席研究员董希淼提示，央行此次公告旨在提醒金融机构和个人投资者注意防范投资中长期债券可能产生的期限错配和利率风险。投资者应基于对经济基本面的合理预期，结合自身资产负债等情况进行投资决策，高度重视利率风险。

央行频繁发声 引导国债收益率上行

央行宣布即将开展国债借入操作的一大背景是，今年以来我国中长期债券收益率下行较为明显，30年期国债收益率运行至2.5%下方，10年期国债收益率一度创20年来最低。对于长期债券收益率偏低的问题，央行频繁发声，意在引导国债收益率上行。

因此，对于人民银行本次公告的决定，业内专家并不感到意外。东

方金诚首席宏观分析师王青表示，人民银行向部分公开市场业务一级交易商开展国债借入后，可以将这些国债在二级市场上出售，进而压低国债价格，推升相关国债收益率。这也是本次公告发布后，债券收益率大幅度上升的原因。

事实上，今年4月以来央行已多次提示市场关注长债收益率问题。例如，央行货币政策委员会2024年第一季度、第二季度例会中均明确提及“在经济回升过程中，也要关注长期收益率的变化”。

今年4月中国人民银行有关部门负责人接受《金融时报》记者采访时就提示，“长期国债收益率总体运行在与长期经济增长预期相匹配的合理区间内。”对于当前长期国债收益率持续下滑，该负责人认为其底层逻辑是市场上“安全资产”的缺失。

5月上旬，央行在《2024年第一季度中国货币政策执行报告》（以下简称《报告》）中通过专栏予以回应，从宏观和微观等角度分析了长期国债收益率问题，意在引导长期国债收益率回归合理区间。

6月19日，人民银行行长潘功胜在2024陆家嘴论坛上再度回应了该问题。他以硅谷银行风险事件为例强调，中央银行需要从宏观审慎角度观察、评估金融市场的状况，及时校正和阻断金融市场风险的累积，当前特别是要关注一些非银主体大量持有中长期债券的期限错配和利率风险，保持正常向上倾斜的收益率曲线，保持市场对投资的正向激励作用。

择机出手 国债卖出操作渐行渐近

央行即将开展国债借入操作的公告发布后，市场专家多认为，这意味着央行买卖国债将进入操作阶段。至于借入规模、是否或何时出售，将由央行根据债券市场形势而定。

这也与前述央行公开的“预期引导”方向保持一致。“近期央行多次提

醒，其在公开市场开展国债交易操作是双向的，并不是一味买入，也可以择机卖出。”董希淼表示。

此前，市场一度更多着眼于“央行买国债”这一操作，但实际上央行对国债的操作既有买也有卖，灵活性较大，并非单向操作。在 2024 陆家嘴论坛上，潘功胜指出，“把国债买卖纳入货币政策工具箱不代表要搞量化宽松，而是将其定位于基础货币投放渠道和流动性管理工具，既有买也有卖，与其他工具综合搭配，共同营造适宜的流动性环境”。

在王青看来，本次公告意味着央行接下来将通过实际操作，影响二级市场债券供需。就引导市场预期、避免中长期国债收益率较大幅度偏离相应政策利率中枢而言，会比之前的风险提示效果更强。

“部分投资者曾认为央行并未持有太多长期、超长期债券，大抵处于‘无债可卖’的境地。此次央行公告将开展国债借入操作，这就化解了上述所谓的障碍。”张旭告诉《金融时报》记者，本次央行借入国债便是对前期预期引导的维护，做到“言行一致”。

此外，张旭补充，也有部分投资者认为，单次借入国债的规模可能有限，对市场的影响亦可能有限。而与具体工具的使用相比，调控者的态度更为关键。“实际上，需要提示的是，央行并未明确仅开展一次国债借入操作，也从未明确不会使用其余工具引导长期国债收益率上行。如果今后一段时间债券收益率的走势并不能让货币当局满意，那么再次借入并卖出国债、采取其余政策工具亦是在情理之中。”张旭分析。

专家提示长债利率风险不容忽视

由于近年来长债收益率下行幅度较大，一些机构还预期央行可能会通过购债行为向市场注入资金流动性以刺激经济增长与通胀回升，计划大手笔买入长期国债待涨。但董希淼提醒，随着央行预告即将开展国债借入操作，这表明央行在公开市场开展国债卖出操作也将进入操作阶段，

将影响债券二级市场供求关系，从而可能影响利率走势，进而避免中长期国债利率过度偏离合理水平。

对于当前长债利率水平和风险，也有专家从基本面、估值面、供需面、情绪面等多重因素分析，提醒投资者当前国债市场的利空因素有不少，只不过被投资者有意无意地忽视了。

张旭对《金融时报》记者分析，任何资产的价格都是有涨有跌的，不可能一直上涨。2018年初至今我国债券市场已大大小小地经历过多轮涨跌。上一轮较为明显的下跌出现在2022年第四季度。而当前的债券市场和2022年第四季度调整之前有着不少相似之处。

例如，从供需面上看，当前债券投资者再度感到“资产荒”，特别是普遍认为长债和超长期债券品种的供给速度低于预期。但值得注意的是，今年政府债券融资的总量是较大的，前期少发行一些意味着后期就会相应地多发行一些，5月下旬以来政府债券发行的提速将推动债券市场供需格局的转变；从情绪面上看，当前市场中普遍较少关注利空因素。这样的看法在2022年第三季度以及以往每轮牛市的末端皆会出现，而在调整开始后投资者往往又会过度强化利空因素。

“这意味着一旦后期经济和物价水平明显回升，中长期债券收益率将大幅上行，届时持有这些债券的主体可能遭受较大幅亏损。”王青如是表示。

信息来源：金融时报

(三) 消费动态

“夜经济”升温激发消费新活力

信息导读：我国夜间经济市场规模已超50万亿元，成为消费的重要增长点。夏季是夜经济的旺季，各地通过丰富夜间消费场景和活动推动

消费释放。北京、上海、广州等城市纷纷推出夜间特色活动，如美食节、夜市等。部委层面也出台措施引导夜间文化和旅游消费集聚区创新发展。夜间经济不仅丰富了城市内涵，还吸引了外地游客，提升了城市综合竞争力。随着城市生活节奏的加快和城市功能的转变，夜间消费需求加速释放，夜经济有望继续推动消费持续恢复和扩大。

信息摘要：有数据显示，我国 60% 以上的消费发生在夜间，夜间经济市场规模已超过 50 万亿元。夏季是“夜经济”的旺季，记者获悉，各地正在大力发展夜间消费，推动消费需求更好释放。

夏夜的北京格外热闹，前门大街上，不少门店都挤满了游客。一家茶庄前，顾客排起了长队购买茶味冰激凌。“抹茶味是必打卡的，卖得最好。花茶等其他口味，也很受欢迎。”售货员一边忙碌一边介绍。

北京朝阳合生汇·21 街区同样人流如潮。“这里网红小吃特别多，价格也很实惠，晚上下班和朋友来逛逛。”正在一家网红炸鸡店前排队的女士告诉记者。旁边几家奶茶店推出的热门 IP 联名款，也引来许多年轻消费者排队选购。

这些都是“夜经济”活跃的缩影。美团数据显示，今年 6 月以来，夜间休闲玩乐消费明显增长，其中，Live House 和清吧的订单量同比去年均增长三成。从年龄看，30 岁以下的消费者夜间订单量占比近半数。从地域看，广东、北京、上海、四川、重庆的夜间消费订单量位居全国前五。

从长期趋势来看，近年来夜间消费不断壮大。商务部城市居民消费习惯调查报告显示，60% 以上的消费发生在夜间，大型商场每天 18 时至 22 时的销售额占比超过全天销售额的 50%。智研瞻产业研究院报告显示，我国夜间经济市场规模已从 2018 年的 22.54 万亿元增长到 2023 年的 50.25 万亿元。

瞄准“夜经济”大市场，地方上纷纷推出活动，丰富夜间消费场景。例如，北京于6月21日晚启动国际美食荟活动，一直持续到8月底，期间将集中开展近80场餐饮活动，覆盖全市深夜食堂餐饮街区、商圈、餐饮企业；2024上海夜生活节也已经开启，从6月延续至9月，围绕夜购、夜食、夜秀、夜娱、夜游、夜动、夜读7个维度，推出一批夏夜特色活动；广州打造“Young城Yeah市”（“羊城夜市”），推出“美食+”“旅游+”“艺术+”“文化+”花样玩法，持续打造夜间消费品牌。

部委层面也在出台举措。国家发展改革委等部门日前印发的《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》提出，引导夜间文化和旅游消费集聚区创新发展，并将其作为创新消费场景的举措之一。

文旅部表示，将指导有关机构发布夜间文化和旅游消费指南，推介国家级夜间文化和旅游消费集聚区。同时，引导集聚区丰富文旅产品供给，组织各地丰富夜间文旅产品、开展消费惠民活动，支持集聚区根据自身类型特点举办国风国潮、艺术时尚、演出展览、美食消夏等主题特色消费促进活动。

各方推动下，“夜经济”有望不断成长，推动消费持续恢复和扩大。商务部研究院流通与消费研究所研究员关利欣此前表示，夜间经济已经成为丰富城市内涵、吸引外地游客、提升综合竞争力的重要方式。城市生活节奏加快，工作时间之外的夜晚成为人们放松和社交的重要时段。同时，城市功能逐步从生产转向消费，旅游观光、购物、娱乐等服务消费需求加速释放。

信息来源：经济参考报

（四）投资动态

多路资金加快下达 三季度基建投资有支撑

信息导读：今年三季度，地方政府专项债发行预计将达到高峰，为基础设施建设投资提供强劲支撑。据民生银行研究院统计，上半年新增地方债发行进度较慢，仅完成新增额度的 39.5%，导致三季度发行将明显提速。目前，31 个省份和计划单列市已公布三季度地方债发行计划，预计发行规模约 3 万亿元，同比增加约 3000 亿元。基建领域是新增专项债的主要投资方向，占比 68.4%，重点投向市政和园区建设、社会事业、铁路和轨道交通等项目。除了专项债，财政部已发行超长期特别国债 1600 亿元，并计划根据国家重大战略实施和重点领域安全能力建设需求，合理控制发行节奏。同时，去年增发的 1 万亿元国债项目开工率已超过 80%。国家统计局数据显示，基础设施投资同比增长 5.7%，对整体投资增长贡献显著。专家预测，随着三季度地方债发行加速，基建投资将实现快速增长，重大项目将加快形成实物工作量。

信息摘要：多地近日公布三季度地方政府专项债发行计划。专家表示，三季度专项债发行有望迎来高峰，随着专项债、超长期国债等资金投入使用，预计项目将在三四季度陆续开工，为三季度以及下半年基建投资提供支撑。

今年以来，地方债发行特别是新增专项债完成限额进度明显延后。据民生银行研究院统计，1-6 月累计新增地方债发行 18259 亿元，仅完成新增额度的 39.5%。其中，新增专项债发行 14935 亿元，发行进度为 38.3%，明显低于过去五年同期均值 59.0%。

专家表示，鉴于上半年地方债发行进度偏慢，且地方债在四季度发行可能会影响资金在年内的使用进度，三季度地方债发行将明显提速。

近期，多地已在加快部署地方债发行工作。记者根据中国债券信息网梳理发现，截至 7 月 3 日，共计有 31 个省份、计划单列市披露了今年

三季度地方债发行计划。其中，黑龙江省三季度将发行新增债券 483.3151 亿元，包含新增专项债券 302.2054 亿元。大连市三季度将发行新增债券 97 亿元，包含新增专项债券 91 亿元。

“从各地公布的发行计划来看，三季度新增地方债发行规模高达 19669 亿元，较去年同期增加 6053 亿元；加上 10676 亿元地方债到期规模，预计三季度地方债发行规模在 3 万亿元左右，较去年同期增加约 3000 亿元。”民生银行首席经济学家温彬说。

从新增专项债募集资金用途来看，基建领域仍是主要发力点。数据显示，1-6 月发行的用于项目建设的新增专项债中，投向基建领域的占比 68.4%，虽然比 1-5 月回落 2.4 个百分点，但比去年全年高 5.3 个百分点，继续保持较高水平。细分投向中，排名前三位的依然是市政和园区、社会事业、铁路轨交，占比分别为 35.5%、15.3%、11.9%。

除了政府专项债，超长期国债、增发国债等资金也在加快落地使用，为基建投资提供支撑。

财政部日前介绍，截至 6 月 14 日，已发行 4 期次超长期特别国债共 1600 亿元。下一步，将结合“两重”（国家重大战略实施和重点领域安全能力建设）项目建设需要和债券市场情况，合理把握超长期特别国债发行节奏。国家发展改革委此前表示，在前期开展工作基础上，梳理出一批符合“两重”建设要求、可立即下达投资的重大项目，待超长期特别国债资金到位后即可加快建设。

去年增发 1 万亿元国债项目也在加快建设。国家发展改革委在 6 月例行新闻发布会上透露，截至 5 月末项目开工率已超过 80%。

数据显示，今年以来，基础设施投资平稳增长。国家统计局数据显示，1-5 月，基础设施投资同比增长 5.7%，增速比全部投资高出 1.7 个百分点，拉动全部投资增长 1.3 个百分点。

温彬表示，随着三季度地方债发行明显提速，将支撑基建投资较快增长。广开首席产业研究院宏观高级研究员罗奂劼也表示，从当前专项债发行来看，财政已有发力之势，加之超长期特别国债等资金支持，以及项目储备充足，将有力支撑基建投资项目加快形成实物工作量。随着基础设施建设投资力度持续加大和新基建政策的不断推进以及季节性因素，各地重大项目将继续呈现签约、开工、投产持续发力推进的局面。

信息来源：经济参考报

（五）外贸动态

上半年外贸表现超预期，预计全年进出口额增长 3%左右

信息导读：今年前五个月，我国外贸表现超出预期，实现稳步增长。海关数据显示，1至5月进出口总值同比增长 2.8%，出口和进口分别增长 2.7%和 2.9%，贸易顺差达到 3372 亿美元。业内专家表示，当前中国在严峻的国际形势下保持良好外贸势头，体现了中国经济的供应链和创新优势。同时，保税物流等贸易方式的增长，以及集成电路等消费电子的复苏，为中国进出口贸易稳定增长提供了动力。文章还提到，美国对华加征关税等措施对中国外贸有一定影响，但通过积极的贸易政策可以抵消部分影响。同时，引进外资和企业出海应紧密结合，作为对外经贸政策的重要内容。

信息摘要：今年前五个月，外贸表现超出预期。

海关数据显示，1—5月，以美元计价汇报，进出口总值为 2.46 万亿美元，同比上涨 2.8%，出口 1.4 万亿美元，同比增长 2.7%，进口 1.06 万亿美元，同比增长 2.9%，贸易顺差 3372 亿美元。

“从数据来看，月度贸易规模高位运行，出口规模创下历史同期新高，出口增速持续回升向好，进出口贸易量稳步复苏，今年以来中国出口及

进口市场份额持续在扩大。从走势来看，近期贸易复苏的势头比较明显。下半年的贸易环境依然复杂的，但是中国的外贸还是会延续回升向好势头，初步匡算，全年外贸进出口总额按美元计价，会实现 3% 左右的增长。”商务部对外贸易研究所所长梁明在 CMF 宏观经济论坛热点问题研讨会上表示。

中国人民大学经济研究所联席所长毛振华也表示，中国在对外贸易严峻的国际形势下，依然保持了较好的势头，充分反映了中国经济的优势，特别是出口背后的中国供应链优势、创新优势。

中国人民大学经济学院教授王孝松注意到，一个新形势是，保税物流这种贸易方式增长 16.5%，各种贸易类型、贸易业态都有了一个明显的增长。

增长趋势明显

梁明表示，2024 年以来，整体的贸易月度规模始终在高位运行。根据统计，2021 年、2022 年和 2023 年月度进出口均值约是 2844 亿元。但今年 5 月份进出口规模包括出口规模都远高于之前三年的月度均值。同时，不管是美元值还是人民币值，中国出口规模都创下历史同期新高。

从进口看，前四个月中国和美国均拉动全球总进口额上升 0.4 个百分点，但欧盟 27 国，以及日本、韩国等国家的进口同比都是负增长。

一个亮点是，今年以来，以集成电路为代表的消费电子在进一步复苏，拉动中国进出口贸易稳定增长。

从产品结构来看，出口额排前三位的大类产品分别是电子设备、纺织品服装和金属石料制品，这三大类出口额占比加在一起超过了 60%；进口额排前三位的大类产品分别是电子设备、矿产品和金属石料制品。

其中，集成电路贡献率排在第一位，出口额已经接近了 2022 年新高，比 2023 年同比增幅更快；值得注意的是，集成电路贸易也是上下游消费

电子的重要一环，是中国比较优势所在。

从细分产品看，出口增速最快的是混合动力客车，出口额增长率达到 75375.5%，比去年增长 700 多倍，呈现井喷式增长；非插电式混合动力乘用车的增长率也达到了 480.5%，是去年的 4 倍多；集装箱船增长率达到了 212%。

此外，机电、船舶、高新技术产品、手机也均保持正增长，拉动力还是非常足的，也为下一步包括全年增长奠定了基础。

南开大学副校长盛斌表示，出口形势的转好反映了我国强大的生产制造能力，同时从品类看，出口的质量得到了明显的提升，以质取胜替代了过去的以量取胜。这也反映了中国的产业链、供应链、价值链完备齐全，为生产制造创造了一个非常强大的外部规模经济，形成产业间的相互依存、相互支撑。

“总体看，前五个月增速非常喜人。但是当前整体世界经济复苏依然乏力，根据国际货币基金组织 4 月份发布的最新预测，今年 GDP 增长率全球还是 3.2%，和去年持平，发达经济体比去年略高一点为 1.7%，但发展中国家低于去年，按照 IMF 预测为 4.2%，下降 0.1%，亚洲新兴市场也比去年有所下降，整体形势不是特别乐观，未来我们还需要开发一些新动能。”王孝松表示。

多举措应对外部不利因素

值得注意的是，当前，美国将起源自欧洲的“去风险”装上了绝大部分的脱钩内容，在毛振华看来，这实际已经形成新冷战格局。这不仅是中国关系很重要的变化，也是全球地缘政治和中国之间的重要变化。

“美国加征关税，从总体上来讲对我国影响还是有的，导致中美贸易额的占比在持续下降。但是就目前调高的关税，缩减的部分豁免导致额外的效应，没有我们普遍想象得那么大，总体可控。通过采取积极的贸

易政策，在未来一段时间里可以抵消一部分美国加征关税的影响。”梁明表示。

此外，在毛振华看来，要把引进外资和企业出海能够紧密结合起来，作为对外经贸政策的重要的政策内容和重要的政策目标。

“外资企业对中国的改革开放、对中国全员劳动生产率的提高，对中国竞争能力，在历史上起到了不可或缺的作用，在未来，依然起到很重要的作用，不仅仅在某些新技术方面，同时这也是对世界贸易基本原理的捍卫。”毛振华表示。

盛斌也表示，谈外贸问题、开放问题，都要有另外一只眼睛关注国内市场，双循环新发展格局，这是增强贸易韧性和经济韧性的重要组成部分。从经济学贸易原理来讲，有一个强大的、统一的国内市场会形成母国市场效应，会造就出口的竞争优势；另一方面，由于现在国际环境的恶化和不利，国内市场对外贸形成替代效应，包括进口替代和出口替代。现在也要统筹贸易发展和安全问题，所以要把国内市场和国际市场、国内贸易跟国际贸易、国内产业链和全球价值链在对外贸易发展当中更好地、有机地统筹起来。

信息来源：华夏时报

二、行业动态

（一）装备制造业动态

受油气价差等因素驱动 天然气重卡销售有望持续火热

信息导读：2024年6月，我国重卡市场销量约7.4万辆，上半年累计销量达50.7万辆，同比增长4%。天然气重卡成为市场亮点，上半年

销量占比预计高达 36%至 38%，受油气价差影响，销售持续火爆。天然气重卡的热销得益于稳定的供需关系、完善的基础设施和显著的运营成本优势。中小物流企业倾向于购买天然气重卡，主要因为与柴油车差价缩小且运营成本更低，能在半年内回本。新能源重卡销量同样显著增长，上半年月销量连续超出预期，6 月终端销量预估超过 5500 辆，同比增长约 100%，全年销量有望突破 5 万辆。行业专家预测，随着环保和节能要求提升，以及国家政策支持，新能源重卡市场将持续增长。重卡电动化被视为行业必然趋势，特别是在排放目标和长期成本优势的推动下。出口方面，我国重卡在海外市场需求旺盛，尤其是在东南亚地区，预计 2024 年全年重卡行业出口将持续保持高位，行业整体有望实现同比增长。国内市场需求预计也将因老旧车辆淘汰和经济发展而得到提振。

信息摘要:刚刚过去的 6 月份，我国重卡市场交出了销售约 7.4 万辆的答卷。第一商用车网初步统计数据显示，2024 年上半年，我国重卡市场销售各类车型约 50.7 万辆，同比上涨 4%。

整体来看，由于油气价差明显，天然气重卡的热度依旧火爆，上半年销量在国内重卡市场的比重预计将达到 36%至 38%的高位。

多家头部企业相关人士向《证券日报》记者表示：“预计天然气重卡的占比不会在短时间内下降。”

天然气重卡销售火爆

近日，《证券日报》记者实地走访了山东济南多个重卡经销商，他们均表示近期重卡销量较前几个月出现一定下滑，行业淡季状态已现。

“但由于今年以来油气价差依旧明显，天然气重卡的销售相对较好。”山东匡山卡车城一位经销商对《证券日报》记者表示，今年 3 月份到 5 月份，卡车城内经销代理的中国重汽、一汽解放等品牌的天然气重卡销售火爆，几乎每天都有销售订单，6 月份以来的表现可以说是“淡

季不淡”。

根据第一商用车网掌握的终端销量数据(交强险口径), 2024 年以来, 天然气重卡市场表现抢眼。其中, 1 月份销量同比增长 96%, 2 月份同比增长 49%, 3 月份销量达到上半年的高点, 同比增长 208%, 4 月份销量同比增长 160%, 5 月份销量同比增长 86%。尽管 6 月份确切的官方统计数据还未公布, 但据第一商用车网预计, 6 月份天然气重卡终端销售同比增速大概在 25%至 30%, 环比 5 月份下降超过 20%。

同时, 截至今年 6 月份, 近 10 个月以来, 天然气重卡销量有 5 个月超过了 2 万辆。当下天然气重卡市场的红火可见一斑。

潍柴动力证券部工作人员向《证券日报》记者表示:“天然气供给充足、供需关系预期稳定、基础设施建设相对完善以及油气价差明显, 是推动天然气重卡渗透率逐步提升的主要原因。”

在济南泉胜物流中心, 记者采访多家中小物流企业时了解到, 2023 年以来, 他们新购置或更换的几乎都是天然气重卡。

永昌物流的负责人王先生表示, 目前天然气重卡与柴油重卡的差价正在逐渐缩小, 许多品牌的差价已经不到 10 万元, 而由于天然气重卡具备油气价差带来的低运营成本优势, 让他们半年内就能将购车时高于柴油车的成本(大概 7 万元至 10 万元)赚回来。

与此同时, 行业头部企业也在通过提高产品性能来提升市场竞争力。如潍柴动力今年 5 月份发布了全新一代的燃气动力产品, 推动公司业务转型升级。

新能源重卡销量增长显著

尽管目前重卡行业已经进入传统淡季, 但综合上半年整体表现及下半年预期, 业内普遍对重卡行业的全年表现持乐观态度。

中国重汽方面近期接受机构调研时表示, 今年以来, 公司天然气重

卡在牵引车的销量占比稳步提升，燃气车结构性增量机遇仍将继续。一汽解放日前也表示，从盈利能力上看，总体上天然气重卡的盈利情况比柴油重卡会好一些。而随着天然气加气站的不断增多和布局的完善，天然气重卡的使用将更加便捷，从而进一步推动其市场占比的提升。

科方得智库研究负责人张新原在接受《证券日报》记者采访时表示，今年6月份国家发改委印发了《天然气利用管理办法》，将以液化天然气为燃料的载货卡车、城际载客汽车、公交车等运输车辆纳入优先类发展，将进一步推动相关产业链的发展，预计未来天然气商用车市场将保持强劲的增长势头。

值得注意的是，今年上半年，新能源重卡销量亦增长显著。第一商用车网数据显示，2024年上半年，新能源重卡月销量连续超预期，预计今年6月份新能源重卡终端销量将超过5500辆，同比增幅约为100%，全年来看，有望突破5万辆。其中，头部企业表现尤为抢眼，中国重汽6月份曾公开表示，公司新能源重卡今年以来截至6月中旬的销量已超过去年新能源重卡的销售总量。

张新原表示，随着环保和节能要求的提高，以及国家对新能源汽车的支持，新能源重卡市场需求将会持续增长。

浙商证券认为，在排放目标和长期成本优势之下，重卡电动化将是行业必然趋势。

此外，今年以来，重卡行业的出口表现依旧强劲。包括中国重汽、一汽解放等多家头部企业均表示，2024年以来，公司重卡产品出口保持了不错的成绩。

潍柴动力证券部人士向记者表示，在老旧车辆加速淘汰、国内经济发展等积极因素影响下，国内市场需求有望提振；受益于东南亚等地区重卡需求旺盛等因素，行业出口有望维持高位水平，预计2024年全年重

卡行业将实现同比增长。

信息来源：证券日报

(二) 高技术制造业动态

生物医药企业“出海”提速 重点布局欧美及东南亚市场

信息导读：今年上半年，我国生物医药企业展现出了强劲的海外拓展势头，不仅创新药、生物类似药、疫苗和医疗器械等产品在海外市场获批上市，还签署了多项产品订单和海外授权协议，显示出“出海”方式的多元化。目的地选择上，欧美仍为主要市场，但东南亚、中东等新兴市场正逐渐成为重要补充。生物医药企业“出海”的成功关键在于拥有一支国际化的团队，企业也必须具备全供应链服务能力，能提供降本增效的解决方案，同时数字化管理和创新研究开发亦不可或缺。此外面对复杂的国际市场环境和监管要求，企业还必须能提交有说服力的全球临床研究数据，并通过各国法规审查。

信息摘要：今年上半年，中国生物医药企业业务“出海”实现多点开花。据记者统计，创新药、生物类似药、疫苗、医疗器械等细分赛道均有企业或产品在海外实现获批上市，或签订了产品订单，或实现了 license out（海外授权）。

随着生物医药企业“出海”步伐的加快，“出海”方式也更加多元。未来，生物医药企业“出海”的机遇和方向在哪里？当前面临哪些挑战？如何更好地实现“出海”效果？这些话题成为了市场关注的焦点。

目的地日益多元

今年以来，多家生物医药企业公布了“出海”进展。

7月3日，恒瑞医药宣布，公司向美国FDA申报的布比卡因脂质体注射液ANDA（简略新药申请，即美国仿制药申请）已获得批准，是首

家在美国获得该品种仿制药批准的厂家；6月26日，百奥泰宣布，公司开发的生物类似药 TOFIDENCE(托珠单抗注射液)获欧盟委员会上市批准；6月22日，和黄医药宣布，公司自主研发的抗肿瘤新药呋喹替尼取得欧盟委员会上市批准，该款药物已于2023年11月份在美国上市销售。此外，华海药业、复宏汉霖等多家药企也公布了旗下产品的“出海”进展。

“出海”目的地的选择关乎医药企业的商业回报规模以及周期。据记者梳理，近年来，中国生物医药企业“出海”目的地，已从最初的欧美地区为主，逐步扩展至东南亚、中东地区等地。

“从全球医药市场来看，美国医药市场规模以及占GDP比重都高于全球其他国家。此外，欧洲的医药市场规模同样不容小觑。因此，中国生物医药企业‘出海’的目的地还是以欧美为主，这也是当前的主要趋势。”鼎珮集团合伙人兼医疗投资主管伍兆威向《证券日报》记者表示。

伍兆威表示，美国拥有较为昂贵的医保支付体系，然而，面对人口老龄化，该体系难以实现可持续发展，因此，美国需要引入更具成本效益的药品。在这一趋势下，中国的创新药及生物类似药会有较大的市场机会。

除欧美市场外，东南亚等新兴市场也正在成为中国生物医药企业“出海”的重要目的地。

“东南亚国家由于人种差异较小，对中国新药的临床数据认可度较高，这为中国药企在该地区的‘出海’提供了便利。同时，东南亚医药市场规模大，未来几年成长速度可观，为中国药企提供了巨大的市场潜力。”融智投资高级研究员包金刚介绍。

如何有效“出海”

随着美国《生物安全法案》加入 NDAA（《2025 国防授权法案》）的

修正案未能获得美国众议院规则委员会批准，国内以药明生物等为代表的医药外包服务企业“松了一口气”。该事件的发生，也让中国生物医药企业及投资机构开始重新审视“出海”这一话题。

当前，中国生物医药企业“出海”要具备哪些条件？企业如何更有效地实现“出海”？投资机构在挑选投资标的时又在考虑哪些因素？

鼎康生物总裁魏建中向《证券日报》记者表示，当前生物技术公司“出海”，首先要拥有国际化的团队。其次是符合欧美的监管标准。此外，企业过去是否在相关领域做出了成绩，这一点也很重要，“价格只是单一的要素，国外客户比较看重企业经营的稳定性和持续性，技术和质量体系是否符合国际标准。”

多宁生物总裁、首席运营官孙庆向《证券日报》记者表示，医药服务企业“出海”，首先要考验的是企业能否提供全供应链服务，其次是客户渠道。此外，在同样条件下，企业要有能力做到降本、增效。

当下，无论是创新药、生物类似药、医疗器械还是医药服务产业，“出海”都需要面对复杂的国际市场环境和监管要求。

孙庆表示，上述情况也要求国内企业在进行布局时应着眼长远。对于生物药供应链企业而言，就是要布局新技术、新产品、新工艺研究开发。

和黄医药临床运营负责人杨彬向《证券日报》记者表示，药物“出海”的前提是可以拿出具有说服力的全球临床研究数据，同时，还要通过不同地区的法规审查。而面对海量的数据和审查文件，就需要数字化管理方式赋能。因此，有“出海”诉求的企业也要布局数字化管理。

此外，有“出海”能力和潜力的企业也被投资机构所关注。伍兆威表示，就创新药而言，我们主要考虑两个关键因素。一方面，评估该药物是不是同梯队最优。另一方面，从市场角度出发，分析该产品在欧美

市场的销售潜力。这两点对于判断一个创新药项目的投资价值至关重要。

信息来源：证券日报

（三）钢铁行业动态

北京铁矿石交易中心成立十周年：以完善平台建设助力钢铁产业畅通“毛细血管”

信息导读：在“北京铁矿石交易中心成立 10 周年大会暨中国铁矿石现货交易平台第十届会员大会”上，与会专家强调了钢铁行业在中国经济中的支柱作用，并讨论了当前面临的挑战和未来发展。中国钢铁工业协会副会长骆铁军提到，尽管钢铁行业在经济发展中发挥了关键作用，但也面临需求不足和价格波动等问题，行业正通过降本增效、节能减排和技术创新等措施应对。同时，他呼吁改进现有的铁矿石定价机制。大连商品交易所副总经理王玉飞指出，自铁矿石期货上市以来，大商所已成为重要的国际铁矿石衍生品市场，未来将继续提升期货运行质量，推动产品创新和市场联动。中国五矿化工进出口商会副会长钱景汾表示，中国外贸保持增长势头，对矿产品需求依然旺盛，中国铁矿石现货交易平台成交量不断攀升，成为市场价格发现的有效补充。北京铁矿石交易中心执行董事、总裁游松强调了中心在打造独立、开放、透明的现货交易平台方面的努力，并表示将继续推动建立合理的大宗商品定价机制，扩充交易品种，优化服务，促进资源高效流通。

信息摘要：钢铁行业是国民经济的支柱行业，随着行业推动平台结算、物流、信息等服务向前延伸，行业发展愈加成熟。28 日，“北京铁矿石交易中心成立 10 周年大会暨中国铁矿石现货交易平台第十届会员大会”在陕西省西安市召开，与会专家表示，铁矿石产业链上下游的参

与者需要进一步围绕定价机制，加强沟通交流，完善平台建设，以进一步触达行业“神经末梢”、畅通“毛细血管”。

中国钢铁工业协会副会长骆铁军表示，在近几年经济发展进程中，钢铁行业展现了强劲的发展韧性，对于中国经济的稳定增长发挥了“压舱石”的关键作用，与此同时，在深入推进高端化、智能化、绿色化转型方面也取得显著成效。

“但我们也要看到钢铁行业正经历着深度调整期中的诸多考验。”骆铁军指出，今年以来，行业受下游有效需求不足影响，钢材价格波动下行。对此，钢铁企业采取了一系列降本增效，节能减排，技术创新等措施。钢铁协会从推动“铁资源开发”和“扩大钢材应用”上下游两方面着力推动行业补短板。针对当前铁矿石定价机制严重背离供需的现象，希望上下游参与者探索真正的市场定价机制，争取尽早在改变现有不合理的铁矿石定价机制上寻求突破。钢铁协会也将在后续工作中加大力度，加深与各方的协商推动。

大连商品交易所副总经理王玉飞表示，自2013年铁矿石期货上市以来，经市场多方共同努力，大商所已成为国际上重要的铁矿石衍生品市场。品种运行日趋成熟，产业服务能力不断提升。期货价格代表性及影响力持续增强，已成为国内外广泛关注的重要价格信号。产业客户参与度不断提升，期货已成为产业企业管理风险和稳定经营的重要手段。未来，大商所将持续提升铁矿石期货运行质量，加快创新完善产品生态链，稳步推动再生钢铁原料期货上市，深化期现货市场联动发展。

“近年来，大商所与北铁中心不断促进期现货交易对标对表、深化市场培育服务、优化定价机制。未来，大商所将在部委协会的指导下，继续深化与北铁中心的合作，在推广基差贸易、加强期现联动监管等方面相向而行，持续推动期现货市场融合发展。”王玉飞说。

中国五矿化工进出口商会副会长钱景汾表示，我国外贸向好势头不断巩固，前5个月，我国货物贸易进出口总值17.5万亿元，同比增长6.3%，其中，机电产品占出口比重近6成，自动数据处理设备及其零部件、集成电路和汽车出口增长。在进口方面，铁矿砂、煤、天然气、成品油等主要大宗商品进口量增加，我国进口铁矿砂5.14亿吨，同比增长7%。我国对于满足国内生产需要的矿产品需求仍旧旺盛。

“由北铁中心运营的中国铁矿石现货交易平台成交量持续攀升，海运和港口现货市场均衡发展，业务模式不断创新，满足了市场参与者多样化的交易需求，凭借丰富、真实的公开交易，逐步发展成为市场价格发现机制的有效补充。”钱景汾说。

北京铁矿石交易中心执行董事、总裁游松指出，北京铁矿石交易中心成立以来，致力于与产业链上下游企业共同打造独立、开放、透明的铁矿石现货交易平台。近年来，随着产业合作深化，北铁中心年交易量超过6000万吨，在途和港口现货交易正均衡发展。“近年来平台矿山直销年交易量稳定在2500万吨左右。2018年下半年开始，矿山国内港口现货公司开始通过平台进行销售。当前平台人民币港口现货交易涉及品种90余个，覆盖交易港口26个。”游松说。

游松表示，未来北铁中心将继续推动建立科学合理的大宗商品定价机制，助力黑色产业链健康发展。此外，北铁中心还需不断扩充交易品种，发挥产业链各环节的带动效应，并促进资源高效流通。在服务方面，还要不断联通其他市场设施，并以交易服务为核心优化生态体系。

信息来源：新华财经

(四) 建材行业动态

为什么说现在的困局很大程度上是水泥行业自己造成的？

信息导读：中国水泥协会会长高登榜近期指出，水泥行业当前面临的困局在很大程度上是行业自身造成的，这一观点在业界引发了广泛讨论。从供需关系的角度来看，需求下滑是经济发展的必然趋势，但中国的水泥需求总量依然庞大。尽管如此，国内水泥价格持续下跌，今年一季度全行业甚至出现亏损，这在很大程度上是由于供给端产能的盲目增加。过去几年，国内水泥行业通过产能置换投产了大量新生产线，同时，未参与置换的生产线也通过提产改造增加了产能，导致产能过剩问题加剧。错峰生产作为稳定市场的一种手段，在市场不佳时执行难度加大，且由于区域差异和企业间的心态问题，错峰生产的实际效果可能并不理想。总体来看，水泥行业需要正视自身问题，合理控制产能，以应对供需矛盾和市场挑战。

信息摘要：近日，中国水泥协会会长高登榜表示，行业当前的困局，很大程度上是行业自己造成的，此言一出在业内引发广泛讨论。

为什么说现在的困局很大程度是行业自己造成的呢？这个问题太复杂，笔者仅从商品价格变动的根源在于供需关系这一点谈谈浅见。

需求走势无法改变 但总量依旧巨大

从需求端来看，水泥需求下滑是经济发展的客观规律，这一结论从日本及欧美发达经济体的发展轨迹可以很容易得出，几乎所有成熟经济体，在经济发展到一定规模之后，都会出现需求下滑。

简单来说，水泥需求下滑是经济发展的必然结果，不以人的意志为转移，不过鉴于我国庞大的经济体量、国土面积以及经济发展梯度化差异，水泥需求下滑速度相对较慢。

从需求量来看，水泥行业在经历 2015 年的低谷之后，国内水泥需求正式进入高位平台期，到 2022 年左右水泥需求逐步下滑，当年产量 21.3

亿吨，同比下滑 10.5%。到 2023 年国内水泥依旧有 20.23 亿吨产量，总量依旧很大。

简单总结一下，需求端水泥需求下滑趋势不可逆转，但不会出现塌方式下滑，目前水泥需求总量仍然在 20 亿吨左右，这一需求量依旧“碾压”世界其他国家。

在需求仍然处于高位的情况下，国内水泥价格持续下行，甚至在今年一季度出现全行业亏损，作为供给端，行业自己确实要负很大的责任。

供给端产能盲目增加是“万恶之源”

过去几年，国内掀起了一波产能置换风潮，大量的落后产能、僵尸产能通过“产能置换”摇身一变，成为先进产能，对市场造成严重冲击。

中国水泥网统计数据显示，从 2018-2023 年，全国水泥行业产能置换投产生产线共 57 条，合计产能达到约 9100 万吨。合计有 4136.21 万吨僵尸产能参与产能置换，“复活”产能 3000 多万吨。

不仅如此，新建生产线多为大线，超产能力极强，变相加剧了产能过剩问题。业内传言，某企业新建的 6200t/d 熟料生产线，实际产能接近万吨。如此置换，产能过剩能不加剧乎？

除此以外，没有参与置换的生产线也没有“闲着”，而是开始了大刀阔斧的提产改造。3200t/d 生产线，实际产能 4000t/d；5000t/d 生产线，实际产能近 7000t/d，类似的情况过去几年在业内大量存在。

从 2015 年到 2022 年，整整 7 年的窗口期，业内不想着如何将去产能落到实处，反而不断通过各种手段，变相增加实际产能。

如此这般，水泥行业来到现在的田地，又能怪谁？

错峰生产执行难度越来越大，且区域差异较大

这个时候很多行业人士要说了，既然供需矛盾已经这么严重了，那么就加大错峰力度，通过控制产量来稳定市场吧。

确实，从改善供需关系，稳定市场态势的角度来讲，这确实是一个办法。不过，在市场相对较好的时候，错峰生产执行难度要低很多，毕竟大企业可以“大方一点”，但是在市场差的时候，执行难度也会大幅提升。

以河南为例，前两强中联同力和天瑞水泥即便不生产，其余厂家也能满足当前市场需求，这个时候大企业还能如何让步呢？这一情况放到国内很多省份都基本类似。

更严重的问题是，一些企业前些年拼命建线，拼命扩产，现在生产线建好了，眼见市场不好，又想拉拢其他企业加强错峰生产。换位思考一下，那些没有大规模建线的企业心里能乐意吗？

所以，我们看到行业里不少企业呼吁按照设计产能生产，或者即便明面上支持加大错峰，但是或多或少也会表现出对过往新建线问题的不满。在这样的心态下，错峰生产效果恐怕还要打折扣。

信息来源：中国水泥网

（五）房地产行业动态

新房和二手房网签量大涨 市场活跃度大升

信息导读：自北京市住房和城乡建设委员会联合多部门发布《关于优化本市房地产市场平稳健康发展政策措施的通知》以来，北京房地产市场呈现积极变化。新政策包括降低首付比例和房贷利率下限，有效激发了市场活力和购房者的积极性。6月27日至7月2日，北京新房住宅和存量房（二手房）网签量分别较政策出台前增长52.6%和34.7%。北京“626”楼市新政通过提高购房者的积极性，促进了购房需求集中释放，特别是对于改善性住房需求和多子女家庭的住房改善。同时，政策落地也带动了线上看房、选房行为的增加，加快了购房客户的决策周期。有

行业人士认为，未来通过调整限购门槛或增加“以旧换新”的实质性利好，将有助于进一步释放市场需求，保持北京楼市的市场活跃度。预计后续系列新政将继续对市场产生积极影响，促进房地产市场平稳健康发展。

信息摘要：自6月26日北京市住房和城乡建设委员会（以下简称“北京住建委”）等多部门联合发布《关于优化本市房地产市场平稳健康发展政策措施的通知》（以下简称《通知》），出台下调最低首付比例、降低房贷利率下限等系列房地产优化政策（以下简称“北京‘626’楼市新政”）以来，政策效果已有所显现。

“新政出来后一直在带客户看房。”一位主攻新房销售的中介机构经纪人告诉记者，周末实在跑不过来，有几个客户只好委托给团队中的其他同事协助带看。

根据北京住建委公布的数据统计，6月27日至7月2日，北京新房住宅网签量为1450套，存量房（二手房）网签量为4068套，较新政出台前（6月20日至6月25日）950套和3020套有较大程度提升，分别增长52.6%和34.7%。

受访专家普遍认为，北京“626”楼市新政通过提振购房者的积极性，有效激发了市场活力。

购房积极性得以提升

6月29日、30日是北京“626”楼市新政落地后首个周末，记者走访北京多个在售新盘及多处二手房源，实探楼市情况。

在北京回龙观某在售新盘售楼中心，记者注意到，其入口处就张贴着介绍北京“626”楼市新政内容的海报。

“我们对初访客户都会在看盘前先介绍新政内容。”该售楼中心销售人员告诉记者，不过，这几天复访客户较多，很多都是看到新政后再次过来看盘的。

上述中介机构经纪人对记者表示：“很多客户从5月份政策（中国人民银行于5月17日发布的个人住房贷款相关政策）出来后就在观望，这两天北京一出政策马上就出手（购房）了。北京‘626’楼市新政出台后，此前受观望情绪影响积累的购房需求得到集中释放。”

对此，易居研究院研究总监严跃进表示，前期观望者在新政出台后开始入市，体现出政策对购房信心的增强作用。

“北京‘626’楼市新政提高了既有购房者的积极性，以安居客找房热度指数和线上流量表现来看，政策的落地也激发了更多看房、选房的线上行为，一定程度上加快了这些购房客户的决策周期。”⁵⁸安居客研究院副院长李震对《证券日报》记者表示。

随后，记者在走访了昌平、海淀几处位于五环外新盘的售楼中心后发现，在场的购房者多以家庭为单位出现，带着家中老人、孩子看房的购房者不在少数。

“本来我们这个盘的客户以改善性住房需求为主，新政降低首套房、二套房首付比例之后，对想置换和入手第二套房产的客户来说都轻松了不少。”其中一处楼盘的销售人员对记者表示。

在昌平东关板块某新盘售楼中心，带着家人看房的李先生对记者表示：“我们家两个小孩，不出售五环内的现有房产，也就不用考虑小儿子上学的学区问题，现在首付比例和首套房一样，目前手头的资金能够覆盖首付。可供选择的房源就多了不少。”

《通知》提出，支持多子女家庭改善性住房需求，对本市户籍二孩及以上的多子女家庭，购买第二套住房的，在个人住房贷款中认定为首套住房。

广东省城乡规划局住房政策研究中心研究员李宇嘉表示，多子女家庭往往有改善住房的意愿。购买第二套住房执行首套资格，既能降低首

付比例，也能降低利率。

市场需求待进一步释放

除了趁北京“626”楼市新政出台购入房产的购房者，记者注意到，还有一部分购房者正在谨慎挑选心仪房产。

正在跟随中介机构经纪人看二手房的吴女士告诉记者，自己是第一次买房，还是希望能在预算允许范围内找到面积、地段、条件都合适的二手房。现在新政降低了首付门槛，可选范围变大了，需要精挑细选。

严跃进认为，政策客观上增加了购房者的买房能力，对于北京等一线城市来说，市场需求相对二线、三线、四线城市更旺盛，需求释放后，后续市场复苏态势也较其他城市更强。

李震表示，北京“626”楼市新政没有通过调整限购门槛实质性增加购房客户，所以对购房者的增量刺激相对较小。未来调整限购门槛或增加“以旧换新”的实质性利好，或将有益于在中长期保持北京楼市的市场活跃度。

《通知》提出，组织开展住房“以旧换新”活动，指导行业协会搭建开发企业、经纪机构、购房家庭三方对接平台，鼓励开发企业、经纪机构提供优质服务，实施优惠措施，支持购房家庭“以旧换新”。

一位供职于链家的经纪人告诉记者，目前，他们已经在筹备住房“以旧换新”，帮助购买新房的客户优先出售旧房。

谈及北京“626”楼市新政对北京房地产市场的中长期影响，严跃进表示，后续系列新政还将对市场产生积极作用。建议未来可以通过放松社保缴纳年限等对购房资格的限制进一步释放市场需求。

信息来源：证券日报

(六) 餐饮业动态

倒反天罡，大型商场开始靠餐饮续命？

信息导读：近年来大型商场正通过增设餐饮楼层、改造超市外围为美食街、增加休闲餐饮等方式来维持运营。餐饮业态在商场中的占比显著增加，成为商场吸引人流和提升存活率的重要手段。传统大型商场面临数字化转型和消费习惯变迁，逐渐依赖餐饮业务维持运营。大型商场的餐饮化趋势是市场经济与消费者需求变化的双赢结果，餐饮的线下即时消费属性使其成为商场吸引人流、提升销售额的重要手段。网红餐饮店铺通过社交媒体吸引顾客，为商场带来流量和曝光度，商场则通过引入网红品牌提升自身竞争力。商场与餐饮品牌间形成互利共赢关系，商场品牌势能助力餐饮品牌发展，同时商场需优化业态组合，提升顾客体验，实现从“流量”到“留量”的转变。大型商场的餐饮化是零售业适应性调整，未来商场将向综合性生活空间转型，需不断创新以满足消费者需求，构建可持续生态系统。

信息摘要：曾几何时，大商场是各地消费者最欢迎的存在，下班或节假日去逛商场成为了不少都市白领的首选，然而就在最近各大商场靠餐饮续命的消息传来，商场餐饮化的逻辑到底该怎么看？传统大商场到底怎么了？我们又该如何分析？

一、大型商场开始靠餐饮续命？

据餐企老板内参的报道，近日，北京顺义华联商场地下一层，重新开业的超市区域人头攒动。这里，由半年前的大面积超市区域，改成了如今的“超市+网红美食街”的模式。简单来说，就是压缩了超市面积，让出来给餐饮。

内参君逛了一圈，这个名为“未来美食空间站”的宝食港，聚集了至少40家小餐厅，品类包含地摊串串、炸鸡、茶饮咖啡、粉面、烘焙、烤鱼等。既有正新鸡排、蜜雪冰城这样的“街霸”，也有脆皮五花肉之类

的老网红，当然还有不少新晋的网红品牌，比如满巍明生炸鸡架……各家争相亮相，揽客声此起彼伏，人气也还算旺。

对比零售比重下降，购物中心“餐饮化”变得越来越明显了，主要体现在几个方面：一是设立专门的餐饮楼层；二是越来越多的“超市外围区域”改造成了网红美食街；三是首层出入口设置洋快餐；四是非餐饮楼层的休闲餐饮也变多了。此前，根据虎嗅的报道，2024年商场中餐餐饮业态的占比已经从10%-20%左右同比提高至30%以上。

《2024中国购物中心年度发展报告》显示，过去一年，全国重点24城购物中心平均空置率9.06%，同比降了近2个百分点，为近四年来“最好成绩”；开关店比1.11，呈现回暖态势。数据背后，意味着商场的铺面变成“香饽饽”了，而在这些入局者当中，很大一部分是餐饮从业者——全年来看，80座城有5165家“首店”登场，在这其中，餐饮上新数量及占比首次超过零售，首店占比43.27%。《2023北京商业发展蓝皮书》显示，在2023年前三季度市场新租需求中，餐饮占36.7%。作为商场中最活跃的业态之一，B1、B2的小吃快餐受宠，在餐饮各品类中占比达到39.27%。

前段时间，#你有多长时间没有逛过商场了#的微博词条，引发了许多网友讨论，紧接着，似乎被又一个#月薪两万不敢在商场买衣服#的微博词条，解释了一切。购物中心逐渐变成大型美食城，已经是一个显著的市场趋势。与其说它越来越“食堂化”，不如说只有变成“食堂”，才能提高存活的可能。

二、传统大型商场到底该向何处去？

大型商场开始依赖餐饮业务维持运营的现象，实际上是零售业在面对数字化转型和消费习惯变迁时的一种适应性调整。这种现象并非一蹴而就，而是经历了一个逐步演变的过程，我们该如何看待这件事呢？

首先，大型商场转战餐饮其实不是现在的情况了。大型商场作为城市商业的重要组成部分，其经营策略和发展趋势往往能够反映出消费市场的变迁。近年来，一个显著的现象是大型商场越来越多地依赖于餐饮业务来维持其运营活力，这并非一个突如其来的现象，实际上，早在 2019 年，这一趋势就已经开始显现并逐渐加强。

其次，大型商场的转变则需要一步步开始说。在早期的商业发展进程中，商场无疑是购物消费的核心中心。那时候，商场内琳琅满目的商品陈列，吸引着消费者们驻足挑选，各家商铺都以商品销售为主，占据了商场的绝大部分空间。为了满足消费者在购物过程中的基本需求，如解渴、充饥等，商场通常会在最底层或最顶层设置一部分餐饮区域，这样的布局既节省了宝贵的销售空间，又能够巧妙地满足消费者的基本需求。

然而，随着时代的进步和科技的发展，特别是电子商务的兴起和物流配送的普及，传统商场的业态结构开始面临巨大的挑战。电子商务平台的出现，打破了传统商场在时间和空间上的限制，消费者可以随时随地通过手机或电脑进行商品浏览和购买，不再受限于实体店铺的营业时间和地理位置。同时，物流配送的快速发展，使得商品能够迅速、准确地送达消费者手中，进一步提升了电子商务的便捷性和吸引力。

在这样的背景下，传统商场的商品销售业务逐渐失去了优势。一方面，消费者可以通过电子商务平台购买到更多样化、更个性化的商品，而且价格往往更加透明和具有竞争力；另一方面，电子商务平台的购物体验也更加便捷和高效，消费者无需走出家门，就能享受到购物的乐趣。因此，越来越多的消费者开始选择通过电子商务平台进行购物，导致传统商场的客流量和销售额逐渐下滑。

我们之前专门讨论过的大型商场的线下消费越来越贵，一件衣服动

辄几百上千就是这样的一种体现，展现出了大型商场的市场变化与难点。

第三，大型商场的餐饮化改变无疑是双赢的局面。当前商场的餐饮化变化，无疑是市场经济发展与消费者需求变迁相互作用的直观体现，这种变化既是产业内部竞争与优化的结果，也是市场适应消费者需求变化的必然选择。

餐饮行业具有显著的线下即时消费属性。与线上购物不同，餐饮消费往往要求消费者亲自到店，享受现场的服务和美食。这种线下即时消费的特性使得餐饮成为商场吸引人流、增加顾客停留时间的重要手段。消费者在商场内用餐，不仅满足了基本的饮食需求，还能在用餐期间浏览其他店铺，增加购买的可能性，从而提高了商场的整体销售额。

近年来，随着社交媒体的普及，不少餐饮店铺通过打造独特的装修风格、提供创新的美食或优质的服务，成为了网红店铺。这些店铺在社交媒体上拥有大量的粉丝和关注度，能够吸引大量消费者前来打卡、拍照、分享。这种网红效应不仅为店铺本身带来了可观的客流量，也为所在的商场带来了更多的流量和曝光度。因此，商场更愿意引入具有网红属性的餐饮品牌，以提升自身的竞争力和吸引力。

与此同时，商场作为一个综合性的购物场所，通常拥有较高的知名度和品牌势能。知名商场往往能够吸引更多的消费者前来购物和休闲，因此也成为众多餐饮品牌争相入驻的热门地点。加盟商通过入驻知名商场，可以充分利用商场的品牌势能，提升自身的知名度和竞争力。

同时，商场也会通过宣传和推广等方式，进一步提升入驻品牌的知名度和影响力，实现互利共赢的局面。此外，对于加盟商而言，入驻知名商场不仅能够借力其品牌影响力，还能享受到稳定的客流，因此，双方形成了互利共赢的局面。

第四，商场的改变其实只是一个表象如何生存才是关键。面对市场

环境的剧变，商场的转型已成必然。如何优化业态组合，提高顾客的到访频次和停留时间，从而实现从“流量”到“留量”的转变，成为商场运营的关键。这要求商场管理者不仅要关注餐饮业态的引入，更要注重整体体验的营造。例如，通过举办主题活动、艺术展览、亲子娱乐等，增加顾客的参与感和归属感，形成差异化竞争优势。

大型商场依靠餐饮业续命的现象，是传统零售业在新时代背景下的适应性调整。这不仅仅是业态上的简单转换，更是商业模式和经营理念的全面革新。未来，成功的商场将不再是单一的商品销售场所，而是集购物、餐饮、娱乐、文化体验于一体的综合性生活空间。在这个过程中，商场需要不断创新，深度挖掘消费者需求，构建可持续的生态系统，才能在激烈的市场竞争中保持活力，实现长远发展。

信息来源：蓝鲸财经

（七）旅游业动态

暑期将迎旅游高峰

信息导读：暑期旅游高峰将至，国内长线游、出境游预订激增，避暑游、亲子游、研学游等需求显著增长。文化和旅游部将联合多地推出多样旅游产品和线路。避暑游热门地区包括新疆伊犁、云南大理等，草原、湖泊、漂流等避暑活动受欢迎。亲子游需求旺盛，热门目的地如北京、三亚等地，研学游结合教育娱乐，受家长孩子青睐。毕业旅行也成热点，高校集中城市及国潮体验游受热捧。出境游方面，国际机票出票量大增，部分免签国家及热门目的地如日本、韩国、东南亚等旅游热度高涨，同时欧美长线游也受热捧，受体育赛事推动，欧洲游订单激增。入境游方面，受免签政策和支付便利等因素影响，外国游客入境游订单显著增长，特别是上海、北京等城市受青睐。为满足暑期旅游需求，文

化和旅游部将推出一系列旅游产品和惠民措施，包括消费券、票价优惠等，并引导景区丰富产品、提升品质，推动户外文旅消费场景创新发展，促进文旅与多领域深度融合，满足游客多样化需求。

信息摘要：进入暑期，大中小学生陆续放假，职工年休假较为集中。记者从文化和旅游部以及多家旅行社了解到，今年暑期将迎来旅游高峰。

国内长线游、出境游预订火热，避暑游、亲子游、研学游、文化游等需求增长明显。游客更倾向于选择深度体验、有特色的高品质旅游产品。为满足大众需求，文化和旅游部将联合多地推出一系列旅游产品和主题线路，丰富暑期供给。

避暑休闲丰富

炎炎夏日，避暑是很多人出游的首选。森林漫步、草原驰骋、亲水纳凉、竹筏漂流、湖泊观景等丰富多样的避暑休闲活动受到游客欢迎。

携程统计显示，与避暑相关的跟团游、自由行、景区门票等旅游产品订单量同比增长超1倍。其中，草原类、湖泊类、漂流类、水上乐园类旅游产品订单量同比增长超二成，瀑布类旅游产品订单量同比增长超四成。

新疆伊犁、云南大理、内蒙古呼伦贝尔、四川阿坝、云南西双版纳、新疆喀什、新疆阿勒泰和吉林延边等兼具良好生态、气候和少数民族风情的地区，是今年避暑旅游的热门。游客可在优美自然中消暑纳凉，同时还可体验少数民族的特色服装、美食，获得多种休闲体验。电视剧《我的阿勒泰》让阿勒泰地区的旅游热度延续到暑期。小猪民宿平台数据显示，阿勒泰地区暑期民宿预订量同比增长61%。

途牛旅游网相关负责人介绍，在旅游产品的选择上，三亚、桂林、丽江、张家界等地的休闲避暑游备受青睐。徒步成为一些游客舒缓身心的旅行方式，西双版纳热带雨林徒步、哈巴雪山徒步露营、中虎跳峡露

营徒步等小众的徒步产品在暑期迎来预订高峰。

亲子研学多彩

暑期，亲子游需求尤为旺盛。途牛旅游网数据显示，暑期出游用户中，亲子游出游人次占比近40%。北京、三亚、桂林、上海、呼伦贝尔、南京、张家界、广州、珠海、青岛是亲子游热门目的地，当地的主题乐园、亲水娱乐、研学旅游产品预订量增长显著。寓教于乐的研学游一直深受欢迎，小猪民宿平台数据显示，截至6月底，研学、博物馆、海洋馆、游乐园等关键词搜索量环比上月同期增长281%。上海博物馆因古埃及文明大展，成为近期博物馆研学游中的“顶流”，吸引了众多游客。张掖丹霞+敦煌莫高窟的丝路研学、九寨沟+大熊猫基地+三星堆博物馆的探索之旅等体验丰富的研学游产品受欢迎，让学生在旅程中收获知识和乐趣。

携程数据显示，暑期亲子研学游产品订单量同比增长七成。北京、上海、青海、甘肃、四川、内蒙古、宁夏、贵州、云南、新疆等为热门亲子研学游目的地，目前部分热门线路的产品已售罄。

随着各大高校毕业季的到来以及各地中高考成绩陆续公布，“毕业旅行”也拉开序幕。一些准大学生将到北京、上海、广州、武汉、西安、南京、天津等高校集中城市“踩点游”。不少高校毕业学子喜欢来一场国潮之旅，泉州簪花、洛阳汉服等国潮体验游热度高，泉州民宿的暑期预订量比去年增长95%。

出入境游火热

从非洲大草原到南美热带雨林，从奥运会、欧洲杯举办地到东南亚海岛，都是受中国游客青睐的目的地。出境游在暑期也将迎来旺季。

据去哪儿大数据研究院分析，今年暑期出境游呈现量“涨”价“跌”的趋势。截至目前，该平台暑期国际机票出票量同比增长1.5倍，出境

游需求十分旺盛，有望基本恢复至 2019 年水平。部分免签国家旅游热度高，马来西亚、新加坡、阿联酋、卡塔尔的出境游有望超过 2019 年暑期水平。

中国香港、中国澳门的预订热度持续攀升。途牛旅游网相关负责人介绍，在原有精致小团基础上，新推出了游学产品，涵盖香港科技大学、澳门大学等高等学府参观以及香港故宫文化博物馆、香港非遗中心等文化景点的深度体验。

日本、韩国和东南亚仍是出境游热门目的地，同时，美国、英国、澳大利亚、法国、意大利等长线目的地热度也较高。携程数据显示，巴黎奥运会、欧洲杯等体育赛事带动赴欧旅游订单量增长显著。法国暑期旅游订单量同比增长八成，包车游订单量同比增长超五成。德国旅游订单量同比增长 1.5 倍以上。相比去年，今年暑期出境游订单量增长较高的国家还有沙特阿拉伯、奥地利、土耳其、克罗地亚、摩洛哥、德国、匈牙利、坦桑尼亚、哈萨克斯坦等。此外，随着直飞航线的开通，巴西、墨西哥、秘鲁、阿根廷、哥伦比亚、古巴等长线目的地也进入中国游客视野，暑期订单量同比增长均超过 80%。

此外，暑期的入境游将持续增长。在免签政策、支付便利化等利好因素影响下，海外社交平台逐渐形成了“China Travel”热潮，吸引了不少外国游客来中国。携程统计显示，暑期入境旅游订单同比增长 1 倍，可免签入境中国的法国、意大利、德国、马来西亚、泰国等 14 国的游客入境游订单整体同比增长 1.5 倍。上海、北京、广州、成都、西安、深圳、青岛、杭州、重庆、昆明是外国游客喜爱的城市。

产品供给充足

近日，记者从文化和旅游部第二季度例行新闻发布会上获悉，为满足大众需求，丰富暑期供给，文化和旅游部将推出一系列旅游产品和主

题线路，并在全国部署开展暑期文化和旅游消费季，加大消费惠民力度。

7月，文化和旅游部将在内蒙古自治区鄂尔多斯市举办2024年全国暑期文化和旅游消费季主场活动，发布面向全国范围的惠民活动和优质产品。国家体育总局将发布“跟着赛事去旅行”暑期赛事目录，有关支持单位将发布“避暑消夏好去处”“跟着演出去旅行”“寻味美食去旅行”暑期旅游线上专区及惠民措施。

据初步统计，各地将在暑期举办超4000项约3.7万场次文旅消费活动，推出发放消费券、票价优惠、消费满减、折扣套餐等惠民措施，还针对中高考毕业生和大学生推出景区免票和优惠政策，针对夜游、避暑游、研学游、亲子游等，推出文旅礼包。

针对暑期旅游市场比较受欢迎的研学旅游、避暑旅游、度假旅游、乡村旅游等，文化和旅游部将引导各类景区进一步丰富产品、提升品质，为广大游客出游提供更多选择；引导各地围绕避暑、亲子、研学、夜间等消费热点，丰富滨海、水上运动、演出、戏剧节、音乐节、演唱会、展会、美食消夏、主题市集等产品供给，满足居民和游客的暑期文旅消费需求。同时，聚焦户外运动、汽车越野、探险、房车、露营、星空、演艺等户外新型业态，推动户外文旅消费场景创新发展。培育文化和旅游新业态，创新消费场景，促进文化、旅游与体育、商业、影视、康养等相关领域深度融合，推出沉浸式、互动式、数字化消费产品，更好满足人民群众品质化、多样化、个性化消费需求。

信息来源：人民日报海外版

三、海外动态

(一) 美联储年内或难有激进降息

信息导读：近期欧洲央行论坛透露出对欧元区经济和货币政策的考量，同时市场也从美联储主席鲍威尔的讲话中捕捉到对美国政策环境的最新判断。尽管鲍威尔确认了美国通胀正朝政策目标回落，巩固了市场对美联储9月降息的预期，但结合美联储会议纪要和美国经济表现，年内大幅降息概率较小。美国5月核心PCE同比涨幅回落给了市场对通胀下降的希望，美国经济放缓的迹象，如GDP增长放缓、家庭债务创新高、抵押贷款利率上升、企业订单下降和贸易逆差扩大等，也为美联储提供了降息的理由。此外，美国大选年可能增加美联储降息的可能性。尽管市场对美联储今年降息的预期较为乐观，但考虑到GDP增长数据和通胀回落的不确定性，美联储对降息持谨慎态度。IMF对2024年美国经济增长预测的下调，以及美国国内经济前景的不确定性，让美联储难以明确降息时点。因此，市场不应期待美元汇率在短期内大幅走软。

信息摘要：2024年欧洲央行中央银行论坛不仅透露出欧洲央行在货币政策轨迹和欧元区经济演变前景方面的一些考量，也让市场捕捉到美联储官员对政策环境的最新判断。

美联储主席鲍威尔在论坛上的讲话中表示，美联储在使通胀回调至政策目标方面已经取得了相当大的进展，这巩固了市场人士关于美联储将在9月降息的预期，使得美联储开启降息更可期待。不过，结合鲍威尔其他表态，4日发布的美联储会议纪要，以及美国经济近来的表现，目前来看年内美联储大幅降息的概率很小。

最新的通胀表现显然给了市场憧憬，鲍威尔则明确了这一点。根据6月30日出炉的数据，美国5月核心PCE同比涨幅回落至2.6%，结束

了此前连续三个月迟滞的状态。鲍威尔表示，最近一次的（通胀）数据，以及前一次的数据（程度稍微小一些），都表明美国正重新回到通胀下降的路径上。这种被市场认为是谨慎乐观的情绪，在今年4月份令人失望的通胀数据出炉后曾一度消退。

美联储其他官员也发表了与鲍威尔类似的论述。芝加哥联储主席古尔斯比就再度表示，未来几个月内应考虑降息，因为随着通胀持续下降，维持当前政策利率水平将对需求施加更大的下行压力。

美国经济放缓的迹象也为美联储下半年降息提供了理由。如：今年一季度美国GDP年化季率仅1.4%；第一季度美国家庭债务总额刷新纪录高点，上升至17.7万亿美元；7%左右的抵押贷款利率使二手房签约指数跌至2001年有记录以来的最低水平；核心资本品订单金额下降显示高借贷成本对企业的压力；5月份美国商品贸易逆差扩大至两年来最大；申请失业救济人数连续九周上升，是自2018年以来持续时间最长的一次。有分析认为，预计2024年下半年美国消费者和商业活动都将放缓。

此外，今年还是美国的大选年，尽管美联储从来都会撇清其政策和政府选举的关系，但贝莱德中国海外财富业务一位副总裁对《经济参考报》记者表示，越接近大选，美联储降息的概率就越大。

市场对美联储今年降息预期较美联储更为乐观。不过，值得注意的是，尽管今年美联储降息的概率已经明显高于前几个月，降息时点日趋接近，但年内很难期待有大幅降息的概率。

单就GDP增长数据来看，美联储暂时没有以降息刺激经济的必要性和迫切性。IMF最近刚把2024年美国经济增长预测从4月份的2.7%下调至2.6%，这意味着对后三个季度美国经济表现的预期并不差。

从通胀表现来看，数据虽然又恢复了令人期待的回落，但年内降至2%的政策目标水平有不确定性。美联储很可能在通胀并未降至2%就开

始行动，但除非经济表现生变，否则为保住遏制高通胀的成果，降息必然谨慎。

对于美国经济前景而言，存在不少不确定性，尤其是美国国内的因素。这让美联储暂难明确今年降息时点。从这点来看，难以期待美元汇率在短期内大幅走软。

信息来源：新华财经

(二) 担忧通胀降温停滞 欧洲央行官员对降息必要性持异议

信息导读：欧洲央行6月货币政策会议纪要显示，决策者对于通胀降温的缓慢速度表示担忧，但同时对于通胀率最终回归2%的目标持有信心。尽管大部分委员对2025年底实现通胀目标持乐观态度，但部分委员对6月的降息决定持有异议，认为近期数据并未充分支持降息的必要性。市场预期欧洲央行在2024年剩余时间内将再降息两次，但这一预期与决策者对通胀率是否能如期降至目标水平的分歧相呼应。6月会议上，欧洲央行上调了2024年和2025年的通胀预期，反映了大宗商品价格上涨和服务业通胀意外走高的影响。此外，决策者还讨论了地缘政治风险对通胀的潜在推动作用，以及工资或利润超预期增长可能导致的通胀上行风险。尽管通胀目标实现的路径存在不确定性，但欧洲央行成员强调基于现有信息做出适时决策的重要性。

信息摘要：欧洲央行（ECB）周四发布的6月货币政策会议纪要揭示了决策者对于通胀降温缓慢的担忧，同时也展现出对通胀率终将回归目标的信心。

会议记录显示，虽然大部分委员对通胀率将于2025年底回落至2%的目标抱有乐观态度，但部分委员对上月降息的必要性持有异议，担忧数据并未充分支持这一举措。

在 6 月 6 日的降息决定中，尽管几乎所有参会者最终同意降息，但奥地利央行行长罗伯特·霍尔茨曼（Robert Holzmann）等委员指出，近期数据并未增强他们对 2025 年通胀目标实现的信心，暗示降息可能与数据驱动的政策原则不符。

委员们注意到，工资增长的意外上升以及通胀的持久性构成了额外的风险，可能导致价格压力延长，即便工资本身是滞后指标。这增加了将通胀预期重新锚定至目标水平的难度，特别是在通胀降温的最后阶段。

市场预期欧洲央行在 2024 年剩余时间内将再降息两次，共计约 43 个基点，到 2025 年底累计降息约 110 个基点。然而，这一预期与决策者内部的分歧相呼应，即通胀率是否能如预测般在 2025 年底降至目标水平。

在 6 月的会议上，欧洲央行上调了 2024 年和 2025 年的通胀预期，预计通胀率将从 2023 年的 5.4% 降至 2024 年的 2.5%，并在 2025 年进一步接近目标。这一上调反映了大宗商品价格的上涨和服务行业通胀的意外走高，使得通胀下行的速度慢于预期。

决策者还讨论了地缘政治风险对通胀的潜在推动作用，以及工资或利润超预期增长可能导致的通胀上行风险。欧洲央行成员强调，尽管通胀目标实现的路径不确定，但在某一时刻，基于现有信息做出决策是必要的。

信息来源：中国经济网