

经济信息周报

2024 年 11 月第三周（总期第 131 期）

中国物流信息中心

2024 年 11 月 18 日-2024 年 11 月 22 日

目录

一、宏观动态.....	1
（一）政策动态.....	1
新版全国外资准入负面清单开始实施 制造业领域外资准入限制措施“清零”	1
（二）金融动态.....	4
一揽子政策效果进入观察期 11 月贷款市场报价利率“按兵不动”	4
（三）消费动态.....	7
推动服务业转型升级，持续扩大消费需求.....	7
（四）投资动态.....	9
国资央企四季度加力有效投资 战新产业投资仍是重要看点.....	9
（五）外贸动态.....	14
新动能加速释放，多地打响外贸“收官战”	14
二、行业动态.....	18
（一）装备制造业动态	18
当 10 万台成为新常态 工程机械代理商如何破浪前行？	18
（二）高技术制造业动态	24
商业航天，市场之路该怎么走？	24
（三）钢铁行业动态	32
钢结构建筑是钢铁产业、相关制造业、建筑业高质量发展的新赛道.....	32
（四）建材行业动态	37
激发绿色消费潜力 科技“碳”寻建筑建材发展路径.....	38
（五）房地产行业动态	40
10 月商品房销售同比“转正” 房地产市场初现止跌回稳迹象	40
（六）餐饮业动态	41
中医药“牵手”餐饮，跨界“圈粉”年轻人.....	41
（七）旅游业动态	46
旅游成为大众消费新刚需.....	46
三、海外动态.....	49
（一）美联储高官发声：谨慎推进降息 关注通胀与劳动力市场动态.....	49
（二）欧盟报告：欧盟经济下行风险增加.....	52

一、宏观动态

（一）政策动态

新版全国外资准入负面清单开始实施 制造业领域外资准入限制措施“清零”

信息导读：习近平主席在亚太经合组织会议上强调中国将继续推动多个领域的有序开放。同时，2024 年版《外商投资准入特别管理措施（负面清单）》正式实施，全国外资准入负面清单限制措施由 31 条减少至 29 条，其中制造业领域外资准入限制措施已全面取消。此举旨在扩大高水平对外开放，增加高质量产品和服务供给，促进国际合作。近年来，中国持续放宽外资准入，已在多个领域推出重大开放措施。未来，中国将创新方式放宽服务业外资准入，并持续优化外资促进政策，引导更多外资投向服务业。国家发展改革委将会同相关部门确保新开放措施及时落地，并在确保安全的前提下扩大开放，实现高质量发展和高水平安全的良性互动。

信息正文：11 月 16 日，习近平主席出席亚太经合组织第三十一次领导人非正式会议并发表重要讲话指出：“中国坚持以开放促改革，主动对接国际高标准经贸规则，积极扩大自主开放，将推动电信、互联网、教育、文化、医疗等领域有序扩大开放。”

11 月 1 日，《外商投资准入特别管理措施（负面清单）（2024 年版）》正式施行，全国外资准入负面清单限制措施由 31 条压减至 29 条，其中制造业领域外资准入限制措施实现“清零”。

近日，国家发展改革委有关负责同志回答记者提问，解读新版全国

外资准入负面清单。

我国不断放宽外资准入

记者：请介绍一下 2024 年版全国外资准入负面清单出台的背景。

答：2023 年 10 月，习近平总书记在第三届“一带一路”国际合作高峰论坛开幕式上宣布，全面取消制造业领域外资准入限制措施。党的二十届三中全会要求，必须坚持对外开放基本国策，坚持以开放促改革，依托我国超大规模市场优势，在扩大国际合作中提升开放能力，建设更高水平开放型经济新体制。

新形势下，出台新版全国外资准入负面清单，是扩大高水平对外开放的重要举措，有利于增加高质量产品和服务供给，促进国内市场良性竞争；为跨国公司在中国发展提供更广阔空间，促进国际合作、互利共赢。

近年来，我国不断放宽外资准入，2017 年至 2021 年连续 5 年修订全国和自贸试验区外资准入负面清单，两个清单的限制措施分别由 93 条、122 条缩减至 31 条、27 条，在制造业、采矿业、农业、金融业等领域推出了一系列重大开放措施，其中自贸试验区外资准入负面清单制造业领域限制措施已于 2021 年率先实现“清零”。

国家发展改革委广泛听取地方、跨国公司、商协会意见建议，与相关行业主管部门深入研究论证开放措施，在此基础上修订形成了《外商投资准入特别管理措施（负面清单）（2024 年版）》，持续扩大对外开放。

将创新方式放宽服务业外资准入

记者：2024 年版全国外资准入负面清单有哪些开放措施？

答：与 2021 年版相比，2024 年版全国外资准入负面清单删除了制造业领域仅剩的 2 条限制措施，一是“出版物印刷须由中方控股”，二是“禁

止投资中药饮片的蒸、炒、炙、煅等炮制技术的应用及中成药保密处方产品的生产”，制造业领域外资准入限制措施全面取消。

制造业是我国开放最早的领域，也是市场竞争最充分、全球产业分工合作最紧密的领域。全面取消制造业领域外资准入限制措施，充分彰显了我们扩大国际合作的积极意愿和支持经济全球化的鲜明态度。我国将依托自身超大规模市场优势，支持中外企业交流合作，推动制造业高端化、智能化、绿色化发展。

记者：本次修订全面取消了制造业领域限制措施，未来在服务业领域扩大开放方面有什么工作考虑？

答：党的二十届三中全会《决定》提出，合理缩减外资准入负面清单，落实全面取消制造业领域外资准入限制措施，推动电信、互联网、教育、文化、医疗等领域有序扩大开放。

服务业高质量发展与民生福祉息息相关，扩大服务业对外开放有助于提升服务业多元化供给能力。国家发展改革委将会同有关部门持续推动服务业扩大开放，努力实现外资不仅可以“进得来”，而且能够“发展好”。

一方面，我们将创新方式放宽服务业外资准入。今年以来，相关行业主管部门在增值电信业务等领域启动了开放试点工作。后续，国家发展改革委将与相关行业主管部门结合自由贸易试验区、自由贸易港等平台建设，扎实开展相关领域开放试点工作。

另一方面，我们将持续优化外资促进政策。国家发展改革委正在研究修订鼓励外商投资产业目录，重点方向之一就是继续增加服务业条目，引导更多外资投向服务业领域。

确保新开放措施及时落地

记者：如何保障 2024 年版全国外资准入负面清单的落实？对于新开

放领域，如何在开放的同时做好风险防控工作？

答：2024 年版全国外资准入负面清单施行后，国家发展改革委将会同商务部等部门、各地区，严格按照外商投资法及其实施条例要求，切实做好负面清单落实工作，确保新开放措施及时落地。

近年来，我国法律法规逐步健全，市场监管机制不断完善，为高水平对外开放奠定了良好的制度基础。对于新开放领域，我国已建立较为规范成熟的行业监管制度，未来将按照内外资一致原则实施管理，而不是“一放了之、只放不管”。外商来华投资新开放领域项目，需与内资同样遵守相关法律法规、监管规定、行业准则等。我们将在确保安全的前提下扩大开放，实现高质量发展和高水平安全良性互动。

信息来源：人民日报

（二）金融动态

一揽子政策效果进入观察期 11 月贷款市场报价利率“按兵不动”

信息导读：11 月 20 日，中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率（LPR）显示，1 年期 LPR 为 3.1%，5 年期以上 LPR 为 3.6%，均与上次持平。这一结果符合市场预期，因为 10 月 LPR 报价已大幅下降 25 个基点，进一步下降空间较小。近期，随着各项政策特别是增量政策落地见效，经济运行总体保持回升向好态势。国家统计局数据显示，9 月以来，我国多项经济指标持续改善，反映了一揽子增量政策效果的逐步释放。因此，业内专家认为 11 月调整 LPR 并无迫切性。今年以来，面对外部环境不确定性上升和国内经济结构深度调整，中国人民银行推出了一系列改革举措，完善市场化的利率形成和调控机制，引导贷款利率下行，激发实体经济有效需求。7 月和 9 月分别下调公开市场 7 天期逆回购操作利率，带动 LPR 下降，促进降低实

际贷款利率水平。目前，一系列政策举措快速落地，进一步提振了市场信心。年内新发放贷款利率实现较大降幅，处于历史低位。随着企业融资成本下降，经营信心恢复，投资活动改善，制造业 PMI 回升至扩张区间，经济景气度有所回升。下一步，中国人民银行将坚持金融服务实体经济的根本宗旨，保持支持性的货币政策立场，深化金融改革开放，加快构建中国特色现代金融体系。

信息正文：中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布，2024 年 11 月 20 日贷款市场报价利率（LPR）为：1 年期 LPR 为 3.1%，5 年期以上 LPR 为 3.6%，均与上次持平。

业内专家普遍认为，在 10 月两个期限品种 LPR 报价分别大幅下降 25 个基点后，11 月 LPR 报价保持不变符合市场预期。

东方金诚首席宏观分析师王青表示，新一期 LPR 保持稳定主要是因为 7 天期逆回购操作利率“按兵不动”以及 10 月 LPR 报价下降幅度较大等，进一步下降空间较小。

近期，随着各项政策特别是一揽子增量政策落地见效，经济运行总体保持回升向好态势。国家统计局数据显示，9 月我国多项经济指标边际改善，10 月主要经济指标进一步好转，经济运行中的积极因素持续增多。业内专家认为，国内消费、投资、房地产等数据都呈现向好趋势，反映近期一揽子增量政策效果在逐步释放，因此 11 月调整 LPR 并无迫切性。

“11 月 LPR 报价保持不动，根本原因在于一揽子增量政策出台后，10 月宏观经济景气度上行，主要经济指标普遍改善。”光大银行金融市场部宏观研究员周茂华进一步分析表示，当前进入政策效果观察期，重点是将 10 月 LPR 报价大幅下降效应向实体经济传导，引导企业和居民融资成本下行，持续激发投资和消费动能。

《金融时报》记者注意到，今年以来，外部环境不确定性上升、国内经济结构深度调整、有效需求总体偏弱，货币政策接连出台应对挑战，支持经济回升向好。特别是三季度以来，中国人民银行积极贯彻落实党的二十届三中全会精神，推出了一系列改革举措，完善市场化的利率形成和调控机制，引导贷款利率下行，激发实体经济有效需求。7月、9月分别下调公开市场7天期逆回购操作利率0.1个和0.2个百分点，引导中期借贷便利（MLF）中标利率分别下降0.2个和0.3个百分点，带动7月和10月公布的1年期和5年期以上LPR均累计下降0.35个百分点，促进降低实际贷款利率水平。

目前，一系列政策举措快速落地，进一步提振了市场信心。在LPR调降的带动下，年内新发放贷款利率也实现较大降幅。中国人民银行数据显示，10月新发放贷款加权平均利率为3.5%左右；新发放个人住房贷款利率为3.15%左右，均处于历史低位。随着企业融资成本下降，经营信心出现恢复，投资活动也有改善。10月制造业PMI为50.1%，环比上升0.3个百分点，时隔5个月重回扩张区间，经济景气度有所回升。

今年以来，中国人民银行多次公开表示坚持支持性的货币政策。市场普遍认为，支持性的货币政策立场短期内不会改变，明年货币政策有望继续保持较强力度，为经济稳定增长和高质量发展创造良好的货币金融环境。

对于下一步政策走向，近期，中国人民银行行长潘功胜受国务院委托作关于金融工作情况的报告时表示，中国人民银行将坚持金融服务实体经济的根本宗旨，保持支持性的货币政策立场，加大货币政策调控的强度，持续提升金融服务质效，做好金融五篇大文章，大力支持经济高质量发展；同时，不断深化金融改革开放，加快构建中国特色现代金融体系，全力维护金融体系整体稳定。

信息来源：金融时报

（三）消费动态

推动服务业转型升级，持续扩大消费需求

信息导读：在全球需求萎缩、投资低迷和贸易保护主义抬头的背景下，扩大国内需求成为当前经济发展的重要目标。我国通过推进“两重”项目建设、设备更新和消费品以旧换新等措施扩大国内需求，政策积极效应正在显现。未来，应继续通过“两重”与“两新”项目稳定国内需求，并加力加量扩大内需，同时加速改革培育完整内需体系。增强消费对经济增长的基础性作用，需要完善“想消费”“敢消费”“能消费”的政策环境，关键点是把服务业做好。提高居民可支配收入、完善社会保障体系和优化供给质量等措施可促进消费。服务业是扩大消费的关键，应加快服务业升级，带动更广泛的就业和收入增长，实现国民经济的畅通循环。

信息正文：在全球需求萎缩和投资低迷，以及一些国家的贸易保护主义重新抬头的背景下，通过加快培育完整内需体系，进一步扩大国内需求释放巨大而持久的经济发展动能，从而维持经济稳定运行，正成为当前经济发展的重要目标之一。

今年以来，我国通过推进“两重”项目建设，推动大规模设备更新和消费品以旧换新等措施扩大国内需求。下半年以来，各地强化落实政策后，积极效应正在显现。10月我国社会消费品零售总额同比回升至4.8%，也是3月以来的最快增速。这既有财政补贴的刺激作用，同时也与一揽子针对地产、地方债务置换等增量政策提振市场信心有关。

对于明年的政策预期，市场依然关注财政支出的数量与投向。在传统上，提振经济往往采取逆周期政策，通过增加财政支出带动投资与生产，创造更多就业，最终促进消费。然而，若长期实施投资驱动，则可

能在一定程度上导致增长质量、社会分配、需求结构以及金融债务等方面的问题，不利于形成由内需驱动的可持续的高质量发展。

未来，应继续通过“两重”与“两新”项目稳定国内需求，同时为了应对外部需求可能进一步低迷以及一些潜在的贸易保护主义挑战，还要进一步加力加量扩大内需。此外，当前同样迫切的是通过加速改革来培育完整内需体系，形成由社会消费主导的强大的内在驱动力量。

增强消费对经济增长的基础性作用，需要完善“想消费”“敢消费”“能消费”的政策环境。这三者之间相互关联，做好了就会起到相互促进的作用；做不好，则可能成为相互掣肘的难题，因此，必须系统推进和解决，关键点是把服务业做好。

收入是决定消费的首要因素，居民可支配收入提升才能提高消费能力。“能消费”就是要稳定和扩大就业、促进居民增收致富，提高消费能力。要多渠道促进低收入群体的收入增长，根本是要搞活市场，增加就业。由于制造业对劳动力的增量需求在数量上越来越少，质量上越来越高，广大低收入群体将主要靠服务业渠道就业和增收。

让居民“敢消费”的关键是完善社会保障体系，让大家消费没有后顾之忧。事实上，世界范围内的经验表明，居民收入增长与社会消费增长之间并不必然存在正相关关系，社会保障制度是居民消费水平的关键影响因素，一般而言，消费力度与居民的养老、教育、医疗、住房等保障覆盖程度紧密相关，对一部分群体而言，如对未来有不确定性预期则会导致他们以预防性储蓄应对，从而影响他们的消费。因此，应该考虑多举措为相对低收入、低保障的人群提供一种可预期可持续的安全感。

根据国家统计调查，我国年收入在 10 万元到 50 万元之间的家庭有 1.4 亿左右，中等收入群体已超过 4 亿人。中等收入群体消费能力较强，对文化体育、休闲旅游、医疗康养、教育培训等服务消费有更多需求。

我们需要优化供给质量、减少限制性措施以及扶持服务业等提供创新产品，完善消费环境，提升这部分消费者的消费意愿，让中高收入群体“想消费”。

扩大消费的关键在于服务业。服务消费既是有消费能力群体的主要需求，又是创造就业的主要部门，能让更多人提高消费能力，是可循环的内生领域。但是，我国服务业消费领域准入还存在一些限制，一些基层政府对创造 GDP 和税收相对较少的服务业还不够重视，而服务业又是一个长链条监管的部门，这可能在一定程度上降低了服务业转型升级与发展的效率。在制造业部门通过科技创新、数字化、智能化大幅提升效率的同时，服务业也应加快升级，从而带动更广泛的就业和收入增长，进一步实现国民经济的畅通循环。

信息来源：21 世纪经济报道

（四）投资动态

国资央企四季度加力有效投资 战新兴产业投资仍是重要看点

信息导读：进入 2024 年最后一个季度，国资央企为实现全年投资目标而加大投资力度，特别是在重大项目建设和战略性新兴产业领域。中国华电在四川盐源县的三个光伏项目共 51 万千瓦投产，成为四川省最大的风光一体化基地。国家电投集团黄河羊曲水电站首台机组并网发电，该项目是国家电投“十四五”重大能源保供项目，总装机容量 120 万千瓦。国家能源集团哈密能源集成创新基地项目开工，总投资约 1700 亿元，旨在打造“煤油化新能源”一体化新质产业链。这些投资有助于稳定市场预期，增强信心，并推动经济稳定增长。国资央企的投资不仅助力实现 5% 的 GDP 增速目标，也满足自身发展需求，加快产业升级和转型。战略性新兴产业投资同比增长 17.6%，成为推动中央企业高质量发展的新引

擎。国资监管机构需做好投资引导和监管，国有企业应投资谋划与统筹，采取多方联合投资，打造完整产业链条。

信息正文：进入 2024 年的最后一个季度，国资央企开始奋力冲刺全年投资目标，一批重大项目建设、投资也在持续加大力度助力“冲刺跑”。

业内人士指出，在当前国内外经济形势复杂多变的背景下，国资央企加大投资力度有助于稳定市场预期，增强市场信心。同时，在各自领域聚焦主责主业投资也是为了自身的高质量发展，增强核心竞争力和核心功能。其中，战新产业投资仍是重要看点。

央企四季度纷纷发力扩大有效投资

11 月 18 日至 19 日，中国华电在四川省凉山州盐源县境内的三个光伏项目共 51 万千瓦投产，为华电在川新能源开发一次性投产最大容量。至此，华电盐源新能源基地运行装机达 159.9 万千瓦，成为四川省在运最大的风光一体化基地。

11 月 8 日，国家电投集团黄河羊曲水电站首台（2 号）机组正式并网发电。羊曲水电站位于青海省海南藏族自治州境内，是国家规划建设重点水电工程和国家电投“十四五”重大能源保供项目，总装机容量 120 万千瓦，年平均发电量 47.32 亿千瓦时。

据国家电投相关负责人介绍，羊曲水电站是青豫直流特高压外送基地的配套支撑电源，建设规模 120 万千瓦，总投资 170.6 亿元。羊曲水电站首台机组转子于 2024 年 3 月吊装成功，目标力争 2024 年“一年三投”。该项目可带动社会投资 336 亿元，上下游产业整体规模 450 亿元。

10 月 8 日，在新疆哈密市岔哈泉工业园区，总投资约 1700 亿元的国家能源集团哈密能源集成创新基地项目开工。该项目根据现代煤化工“高端化、多元化、低碳化”发展路径，打造“煤油化新能源”一体化新质产业链。项目建成后，可增加直接就业岗位约 5500 个，间接就业岗位近

3 万个，实现工业增加值 314 亿元。

数据显示，截至三季度，国家能源集团 2024 年度已经完成固定资产投资 1533 亿元，同比增长 23.5%，其中可再生能源投资 971 亿元，设备更新改造等技改投资 175 亿元。四季度集团将进一步加大投资力度，其中固定资产投资将近千亿元，全年完成固定资产投资 2500 亿元以上，同比增长将超 10%。

据了解，四季度以来，不少央企发力扩大有效投资，一批在建重大项目“进度条”不断刷新，一批战新产业项目也在加快推进。

“在当前国内外经济形势复杂多变的背景下，国资央企加大投资力度有助于稳定市场预期，增强市场信心。通过发挥央企的引领和带动作用，可以引导更多社会资本参与经济建设，共同推动经济稳定增长。”清华大学中国现代国有企业研究院研究主任周丽莎如是说。

冲刺达成全年目标

事实上，近期一些国资央企的相关会议中，纷纷总结三季度运行情况，部署下阶段工作，纷纷透露出四季度要冲刺全年目标的信号。

国务院国资委召开的国有企业经济运行座谈会提出，要紧盯全年目标不放松，进一步加强宏观经济形势和行业趋势研判，及时优化经营策略，拓增量、挖潜力，抢抓经营效益，提升持续创新能力和价值创造能力。

国家能源集团表示，将积极服务国家战略，坚持能源保供与低碳转型并重产业发展导向，持续完善重大项目管理体制机制。同时，在四季度提速建设重大项目，积极助力国家经济增长。中国石油集团与中国石化集团分别强调要全力以赴达成全年目标，并探索创新举措以提升产业链效能与市场拓展能力。

山东省国资委提出，省属企业要锚定目标、加力提效，利润增长较

快的企业，要继续扛牢稳定经济运行重任，争取多做贡献。任务完成较差的企业，要拿出超常规断然举措，细化措施，压实责任，补齐前三季度欠账，确保完成全年任务。

在保持前三季度大量投资的前提下，国资央企在四季度持续发力有效投资有着什么样的深意？

公开数据显示，2024 年前三季度国内生产总值达 949746 亿元，按不变价格计算，同比增长 4.8%。而 2024 年 GDP 增长预期目标为 5%左右。

如何看待四季度我国经济走势？“我们认为，推动经济企稳回升的有利条件在增加，实现‘5%左右’预期目标的信心在增强。”国家统计局副局长盛来运说。

业内人士指出，专项债券和超长期特别国债在支持各地重大项目建设、投资方面，具有不同的特点和方式。从四季度全国重大项目开工情况看，以制造业为主的产业项目仍然是多地撬动投资的“重头戏”，多地新开工产业项目数量或投资额占比超过总量的 50%。

中国企业联合会特约高级研究员刘兴国认为，国资央企加大投资力度，既是为了助力 5%的 GDP 增速目标的实现，也是为了满足自身持续发展的需求。从短期看，是要尽快形成更多实物工作量，拉动有效需求增长；而且国资央企的投资会产生带动效应，带动更多社会资本的投资增长。从长期看，则是为了形成更大生产能力，为持续发展打好坚实基础。

“国资央企作为国家战略科技力量的重要组成部分，承担着推动高质量发展的重任。通过加大投资力度，可以加快产业升级和转型，培育新质生产力，增强核心竞争力和核心功能。”周丽莎说。

战新产业投资仍是看点

值得注意的是，今年前三季度，中央企业在战略性新兴产业领域持续加大资源投入力度，累计完成投资 1.4 万亿元，同比增长 17.6%，占总投资规模的近 40%，战略性新兴产业已成为推动中央企业高质量发展的新引擎。

国务院国资委数据显示，2023 年，中央企业完成战略性新兴产业投资 2.18 万亿元，全年央企战略性新兴产业营业收入首次突破 10 万亿元。中央企业在新一代移动通信、人工智能、新能源汽车等重点领域取得了一批重要成果，产业向“新”提质升级，为新质生产力加速发展形成新支撑。

按照此前公布的消息，2023 年，中央企业在战略性新兴产业领域的投资同比增加 32.1%。国务院国资委提出的目标是，到 2025 年中央企业战略性新兴产业收入的占比要达到 35%。

业内人士指出，相比 2023 年央企战略性新兴产业投资总额，今年四季度还有很大的空间。如何弥补这一空间，以及将这些投资集中在哪些方向将会在业内产生很大的影响。

周丽莎认为，战略性新兴产业是国资央企布局新质生产力的重要领域。通过加大在战略性新兴产业领域的投资，可以培育新的经济增长点，推动产业转型升级和高质量发展。例如，新一代信息技术、人工智能、生物技术、新能源、新材料等领域都是国资央企重点投资的方向。

“从产业角度看，未来一段时间，国资央企的投资，主要将集中在战略性新兴产业和未来产业，譬如工业母机、数字技术、人工智能、量子技术、工业机器人、大健康等产业。”刘兴国说。

业内人士提示，在发力有效投资的基础上，国资监管机构要做好投资引导和监管，国有企业自身也要投资谋划与统筹。在投资方式上，应尽量采取多方联合投资，尽量避免各自为政、重复分散投资；在产业链

条上，要分工合作、各有侧重，尽量打造完整产业链条。

信息来源：新华财经

（五）外贸动态

新动能加速释放，多地打响外贸“收官战”

信息导读：近日，随着年终冲刺阶段的到来，各地纷纷抓住最后一个多月的“窗口期”，加大力度拼经济、稳增长。海关总署发布的最新数据显示，1-10月，广东、新疆等省份外贸进出口表现强劲，其中广东以7.52万亿元的进出口总额稳居全国第一，同比增长10.6%。外贸新动能，特别是跨境电商的快速发展，成为多地外贸稳增长的重要支撑。广东、深圳等地通过完善政策体系、加快海外仓布局等措施，推动跨境电商实现跨越式发展。同时，安徽超越河南成为“中部外贸第一省”，河南则通过引进重大项目、布局新能源汽车等产业，实现外贸新突破。面对复杂多变的国际环境，国务院常务会议审议通过多项政策措施，强调壮大外贸新动能，促进跨境电商发展，推进海外智慧物流平台建设，为外贸稳定增长注入新动力。

信息正文：进入年终冲刺阶段，各地都在抓住最后一个多月的“窗口期”拼经济、稳增长。

近日，海关总署发布31省份1-10月进出口数据。其中，“外贸第一省”广东，实现进出口总额7.52万亿元，同比增长10.6%，占全国进出口总值20.9%。增速最快的新疆，外贸进出口3627.90亿元，同比增长28.0%。

外贸进出口是拉动经济最关键的动力之一，当下，壮大外贸新业态、新动能是关键。过去10个月，一些省份的外贸位次发生变化，比如安徽代替河南成为“中部外贸第一省”，还有在现阶段经济增长的压力下，凭借外贸展现出强大韧性的广东，分析这些省份的外贸数据，其稳定增长

无不与外贸领域新产业、新业态的发展有关。

总量规模稳居全国第一

跨境电商有力支撑广东外贸增长

今年广东经济增长承压，但外贸进出口依旧是广东稳经济的一大支撑。前 10 个月，广东实现进出口总额 7.52 万亿元，同比增长 10.6%，占全国进出口总值的 20.9%，增速大幅超过年初设定的 1% 的外贸增长目标。

广东对外贸易占全国总额的五分之一以上，拥有我国最大的外贸体量，在此基础上还实现了较快的增速，广东做对了什么？答案是外贸新动能。

经过多年发展，跨境电商成为我国除一般贸易、加工贸易之外的三大贸易方式之一，今年上半年，广东跨境电商进出口达 4273.4 亿元，占全省外贸总量约 10%，有力支撑着广东外贸增长。广东省商务厅副厅长双德会表示，广东找准“有效市场+有为政府”结合点，顺势而为，打通跨境电商发展痛点堵点，完善跨境电商政策支撑体系，推动跨境电商实现跨越式发展，为稳定和扩大外贸规模提供了有力支撑。

在不久前的广交会上，还专门设置了跨境电商展示区，汇集了阿里巴巴国际站等 7 家头部跨境电商平台和 34 家配套服务商，助力企业“破浪出海”。跨境物流配送需要物流网络的保障，据了解，目前广东已建设各类海外仓近 600 万平方米，还将继续加快海外仓等全球布局，构建通达全球的跨境电商基础设施。

而深圳，又是广东外贸发展的“题眼”，进出口规模超过全省过半。前 10 个月，深圳累计进出口 3.76 万亿元，同比增长 19.2%，创历史同期新高，其中，出口 2.37 万亿元，增长 17.5%。背靠珠三角，毗邻港澳，民营企业众多，让深圳的出口优势充分彰显。

一方面，今年前 10 个月，深圳“老三样”与“新三样”并驾齐驱，手机、

电脑、家用电器等“老三样”产品分别出口 1475 亿元、836.8 亿元、806 亿元，分别增长 2.9%、9.9%、23.1%，“新三样”产品出口 808.7 亿元，增长 8.1%，其中电动汽车增长 52%。

另一方面，作为深圳外贸的“点睛之笔”，跨境电商为深圳外贸增长注入了强劲动能。广东省商务厅公布的数据显示，2024 年上半年，深圳跨境电商进出口同比暴涨了 130%。今年上半年，深圳企业经海关跨境电商管理平台申报出口值达到 2573.6 亿元，深圳跨境电商出口企业数量超 15 万家，连续多年稳居全国跨境电商首位。

发力四季度

“河南造”电动汽车出口增超七成

今年上半年，安徽以 3967.8 亿元的外贸总值，打破了河南维持 12 年的“中部外贸第一省”的位置，凭借的就是新能源汽车以及“新三样”的带动，外贸实现较高增速的增长。

再来看河南，经历了上半年的外贸低迷，进入第三季度后，河南月度进出口值连续 3 个月正增长，这也使得河南前三季度整体降幅收窄，实现外贸进出口 5415.8 亿元。

进入四季度的首月，河南外贸数据反弹信号明显，10 月份进出口值 1057.5 亿元，同比增长 23.4%，增速高于同期全国增速 18.8 个百分点，规模创 2020 年 12 月以来单月新高。这不禁让人思考，河南的变化来自于哪？

从一系列大动作看，今年河南省政府为应对外贸困境，于 7 月份印发《河南省促进内外贸一体化发展若干措施的通知》，特别是河南在新能源汽车和高新技术产业上的布局，郑州的比亚迪工厂的投产，带动河南的电动汽车出口大幅增长。

数据显示，前 10 个月，河南出口汽车 258.8 亿元，同比增长 22.7%；

出口铝材 206.2 亿元，同比增长 39.2%；出口白银 91.1 亿元，同比增长 23.7%；出口家具 84 亿元，同比增长 15.3%。

在外贸新动能方面，前 10 个月，河南出口“新三样”产品 88.7 亿元，同比增长 9.9%，其中，出口电动汽车 60.3 亿元，同比增长 72.7%。

北京师范大学政府管理研究院副院长、产业经济研究中心主任宋向清表示，“河南成功引进了超聚变、比亚迪、宁德时代等一大批关键技术和重大项目，实现了产业链的延伸和产业层次的提升，为外贸增长提供了新的动能，吸引更多资本进入进出口行业。”

外贸新动能

如何助力各省实现增长目标？

今年年初，不少省份都定下了全年外贸增长目标，比如广东为 1%，湖南为 6%，广西是 7%，福建是 5.5%，江苏的全年目标是正增长。临近年末，这些省份能否实现各自的目标？

从 1-10 月的数据看，有的省份现有增速已超过了既定目标，还有部分省份的现有增速与设定目标存在不小的偏差。

前 10 个月，湖南外贸增速为-8.4%，湖南出口产品以机电为主，从去年的数据看，湖南的轨道机车、工程机械设备等机电产品占比超过四成，但受周期性因素、国际市场变化及贸易保护主义影响，湖南核心机电产品出口量下滑已经延续多季。

商务部研究院学位委员会委员白明此前指出，包括湖南在内的部分省份“新三样”占比不多，而且受贸易保护主义以及俄乌冲突的影响较大，对欧洲、美国市场的出口下滑都比较厉害。

当下，加快培育外贸新动能，越来越成为促进外贸发展的重要举措。11 月 8 日召开的国务院常务会议，审议通过《关于促进外贸稳定增长的若干政策措施》，提出要壮大外贸新动能，促进跨境电商发展，推进海

外智慧物流平台建设。

11月14日商务部举行的例行新闻发布会上，商务部新闻发言人何咏前表示，下一阶段，将重点围绕加大金融支持力度、壮大外贸新动能、强化外贸企业服务保障开展工作，在壮大外贸新动能方面，提出促进跨境电商发展，推进海外智慧物流平台建设，支持有条件的地方探索建设跨境电商服务平台，为企业提供海外法务、税务资源等对接服务。

白明在接受风口财经采访时指出，“当前国际环境错综复杂，国内改革发展稳定任务艰巨繁重，在这样的背景下，促进外贸稳定增长要根据新情况新问题，不断加大力度，与时俱进。从国务院常务会议的一系列部署来看，强调壮大外贸新动能，具体包括促进跨境电商发展，推进海外智慧物流平台建设等，这是进一步求新的重要体现。”

信息来源：大众新闻

二、行业动态

（一）装备制造业动态

当 10 万台成为新常态 工程机械代理商如何破浪前行？

信息导读：近年来伴随房地产和大规模基建热退去，国内工程机械行业也迎来深层次的结构性调整，产能大于需求，挖掘机国内年销量或降至 10 万台新常态。在市场由增量走向存量的新常态下，电动化、国际化发展方兴未艾，但租赁和后市场业务发展不尽如人意。工程机械代理商面临行业变化和挑战，需要适应国家政策和行业环境，探索未来发展新航道。同时，中国工程机械行业集中度不断提升，代理商整合趋势明显，76.79%的代理商面临亏损。制造商和代理商需进行战略和业务布局

调整，构建良性、协同共生关系。行业专家指出，工程机械行业将进入长期稳定的发展期，但结构性会有变化。代理商需选择代理的产品品牌，培养可持续发展的队伍和经营模式。客户需求向电动化、多元化等新场景发展，代理商需发挥优势和特长，贴近客户。同时，市场已从简单的“有设备”向“好设备”转变，进入高质量发展阶段。新能源、新技术及经营性租赁成为竞争新赛道。此外，工程机械行业也面临“去杠杆”的趋势。行业专家呼吁建立健全的信用管控体系、理性竞争和渠道本身的客户识别能力和抗风险能力。代理商需不断提升自身能力，剖析生存发展空间，提升经营质量和风险意识。未来，行业应聚焦核心场景、核心产品、核心解决方案，对人才结构、固定设备、自身能力进行升级，并瞄准海外市场加快“走出去”的步伐。

信息正文:作为工程机械行业的“晴雨表”，挖掘机国内销量实现连续8个月同比正增长，其中10月内销同比增逾两成。

据中国工程机械工业协会数据，2024年1-10月，挖掘机主要制造企业累计销售挖掘机164172台，同比增长0.47%；其中国内销量8.22万台，同比增长9.8%。

2024年年初，工程机械企业信心满满，期待行业完成筑底、浴火重生，但时间早已过半，似乎黎明还未到来。从2021年挖机内销27.44万台，到2022年的15.19万台，再到2023年的9.0万台，伴随房地产和大规模基建热退去，国内工程机械行业也迎来深层次的结构性调整，产能大于需求。相关业内人士预测，挖掘机国内年销量10万台或将成为新常态。

“中国工程机械行业通过几十年的发展，经过了几轮周期，现在存量市场越来越大。但主要的盈利模式仍是新机销售，新机销售和后市场发展是一种不均衡的状态。”中国工程机械工业协会名誉会长、特别顾问祁

俊指出，行业整体市场发展对质的要求会越来越高，新能源、智能化的趋势已经证明了这一点。

在市场由增量走向存量的新常态下，电动化、国际化发展方兴未艾，而被大家寄予厚望的租赁和后市场业务发展却不尽如人意。面对行业变化和挑战，工程机械代理商企业应该如何适应当下国家政策和行业环境？怎样探索未来发展的新航道？是选择抽身逃离，抑或是凤凰涅槃，还是平稳落地？每个人心中尚没有标准答案。

下行期是不是整合的好时机？

当前，中国工程机械行业集中度的不断提升，是产业链各方无法回避的趋势，很多代理商正遭受重创甚至退出。相关统计数据显示，2024年上半年，76.79%的工程机械代理商企业面临亏损，23.21%的代理商企业处于微盈利或盈利状态。

这是否意味着代理商通过合并整合，进行规模化发展的时机已经到来？制造商是否有意向去主导这种行为？双方在战略和业务布局将进行哪些调整，以构建面向未来的良性、协同共生关系？

在三一集团有限公司高级副总裁、三一重机有限公司总经理王政看来，中国挖掘机的市场规模，可以支撑现有的代理体系继续往前走。“公司从2006年进入挖掘机行业起，便推行代理制，并且一直坚持到现在。目前三一挖掘机一共有16家代理商。做到现在，我们与代理商两者之间是相互成就的。”

“当市场格局变了，市场环境也变了，打法也得变，但更多的是自己要蜕变。”王政表示，“往前走”不代表一成不变，需要代理商考虑转型变革，激发二次创业激情和企业家精神。

广西柳工机械股份有限公司高级副总裁文武则表示，目前柳工正在进行渠道的优化整合。具体包括：一是从单产品线向多产品线运营，因

为现在客户要的不是单一的产品，而是要解决场景的痛点，要的是一个组合产品，甚至一整套解决方案。二是从单区域到多区域拓展。三是把后市场做大，也是一种规模化发展的有效方式。

“之前代理商基本上以整体销售为主体，对后市场、再制造、经营性租赁的关注度、重视程度，包括能力是不足的。现在这个市场是低增量、高库存，实际上给后市场提供了很多的机会，后市场是可以做大规模的。”文武进一步解释道。

这些年来，躬身入局海外代理模式的利星行机械集团董事长傅耀生，有着自己的体会和心得。“海外有很多成熟的代理商，更注重专业化的服务，这种专业化能力主要体现在技术以及专业队伍的提升上。规模化不仅能够让代理商提升自身专业化的能力，还能够多元发展，降低企业自身盈利的风险，扩大商业方面的营运空间。”傅耀生坦言，整合并非是适合每一家公司，代理商需要很好地思考，如何通过这种方式，更有效地盘活固定资产、客户资源，提升可持续发展的能力。

工程机械“去杠杆”时代来了吗？

中国工程机械行业经历了快速发展的 30 年，取得了翻天覆地的变化，成就有目共睹。尤其是近 20 年，在“高杠杆”的加持下，行业有着爆发式的增长。然而“高杠杆”在促进市场繁荣的同时，也随之带来一些负面效应。

一方面，一些尚不具备一定资金实力和管理能力的代理商，以低成本甚至是零成本的方式进入行业。但由于其缺乏管理与服务能力，难以给客户提供高质量的后续服务，并且风险抵御能力低，在市场下行时，往往最先爆雷；另一方面，在信用销售“高杠杆”的推动下，大批不具备购买和运营能力的用户进入市场，造成后续大量的债权纠纷，严重干扰了市场的有序发展，为行业发展带来隐患。

“对于中国工程机械行业来讲，主要存在两个不足：一是整体信用体系的建设尚待完善，违约成本太低。二是主机厂和代理商向银行担保，弱化了用户的法律责任。”祁俊表示，杠杆是否存在，还要看风险最终由谁来承担，当国家的信用体制成熟，法律愈加严格，违约成本提高的时候，杠杆或许能够解决。比如，柳工现在正在尝试剔除主机厂和代理商的反担保责任，让金融机构回归本职和尽责。

智邦工程机械集团总裁廖静波认为，杠杆的背后是资本，资本是一把双刃剑，它可以推动行业的快速发展，但是资本同时也会给行业不同的环节带来风险。“资本也好，杠杆也好，它不仅仅是出现在工程机械这个行业，在各行各业都会有。”

“基于这几年工程机械行业下行、成本增加、风险增加的情况，我个人赞同的是要逐渐地‘去杠杆’。”廖静波说道，首先这取决于行业一段时间健康地发展，要让整个产业链的各个环节，从工厂、配套、代理商到客户，都有一定正常经营的积累。其次，从经营的角度来说，要达到一个合理的杠杆。一方面是基于行业内的一个约束，另外是自身经营的需要，要提升自身经营的风险意识，要给自身经营画红线。

在文武看来，社会健全完善的信用管控体系、行业的理性竞争、渠道本身的客户识别能力和抗风险能力，是其中的必要条件。“房地产市场的光环退去之后，资本对工程机械的青睐度也越来越高。‘去杠杆’，是大势所趋，但确实也需要有一个过渡的过程。”

新常态下代理商发展机遇何在？

“工程机械是一个朝阳产业，只要有建筑施工和各种施工活动的产生，就有工程机械的生存空间。代理制是不可或缺的，代理制可以为企业发展提供无限大的帮助。”祁俊指出，尽管如此，代理商也要选择代理的产品品牌，要学会把控、分析所服务的品牌是不是有长期的生命周期，

要培养一支可持续发展的队伍，打造一个可盈利可持续发展的经营模式。“代理商对用户价值越大，对主机厂的价值就越大。”

王政表示，工程机械行业将会进入一个长期稳定的发展期，但结构性会有变化。伴随对人工的替代加速，小挖市场还会有增长。“未来，客户的需求会向电动化、多元化等一些新场景发展，这需要代理商进一步发挥他们的优势和特长，发挥主动性，贴近客户。三一作为制造商，要给代理商提供充足的子弹，把产品质量做得更好，让代理商在前线为客户创造更多价值。”

文武同样认为，工程机械从高增量、低库存走向高库存、低增量的时代，是大概率事件。客户的需求从单一的产品向场景化拓展，也是一个大趋势。市场已从简单的“有设备”向“好设备”转变，进入了一个相对稳定的、高质量发展阶段。新能源、新技术，包括经营性租赁，实际上是竞争的新赛道。

“原来的粗放式管理，已不再适应现在的渠道模式。要精益化地管理，专业、精准地营销，包括在后市场布局中，培育租赁方面的能力。虽然经营性租赁目前遇到一些困难，但它是一个趋势，是不确定中的确定性，不做也得做，不做就没有未来。”文武说道。

对于经营性租赁，廖静波表示，这一轮行业周期有它的特殊性，不仅仅是数量的下滑，也是倒逼代理商把经营质量做高，这是一个长远的发展方向。作为代理商，需要不断提升自身能力，去剖析我们在哪些地方能够生存发展，怎样去提升经营质量，进一步强化自身的风险意识。

“技术升级、产业升级，工程机械行业的一些热点场景也在不断变化。我们应该思考的是创新什么样的模式，需要考虑如何适应市场的竞争，最适应市场的才能生存。”千里马机械供应链股份有限公司董事长杨义华总结道，具体来看，就是要聚焦核心场景、核心产品、核心解决方案；

对人才结构、固定设备、自身能力进行升级；瞄准海外市场，及早布局，加快“走出去”的步伐。

信息来源：中国工业报

（二）高技术制造业动态

商业航天，市场之路该怎么走？

信息导读：中国商业航天产业近年来发展迅速，产值从 2015 年的 3764.2 亿元增长至 2020 年的超万亿元，预计 2024 年市场规模将超过 2.3 万亿元。然而，产业仍面临市场挑战，包括高技术、高附加值产业普遍遇到的问题，如市场回报尚未充分显现、企业短期内无法盈利、高度依赖融资等。此外，商业航天企业“一命系于发射”的现实导致试错成本高昂，出现了高创业率与高淘汰率并存的现象。技术创新被视为解决这些问题的关键。一些领先企业正在通过研发可重复利用技术等手段降低成本、提高效率。同时，行业内不同类型企业的差异化技术创新也被认为是打破同质化、解决资金挑战的可能途径。为了推动商业航天产业的发展，各方正在积极寻求合作与突破。中关村园区联合多家单位设立了商业航天创新中心，推动产业集聚与发展。北京市海淀区等地也发布了多项政策文件，支持商业航天产业发展。此外，企业之间也在加强合作，共同突破关键技术瓶颈。尽管面临诸多挑战，但中国商业航天已经进入应用牵引、市场主导的时代。市场将继续起到大浪淘沙的效果，筛选出一批技术和产品质量过硬的企业，同时催生出更成熟的市场机制。未来，商业航天将需要更多创新举措来消除投入与成果之间的“错配”，包括为商业航天人才打造更好的舆论环境和成长环境、开辟更多创新方向和盈利模式等。

信息正文：11 月 11 日，力箭一号遥五运载火箭在东风商业航天创

新试验区发射升空，将 15 颗卫星顺利送入预定轨道。“‘一箭 15 星’，虽然这次卫星搭载数量并非最多，但此次发射最大的意义在于，标志着我国商业航天在商业模式上又取得了突破。”中国科学院力学研究所空天飞行科技中心主任、北京中科宇航技术有限公司（以下简称“中科宇航”）董事长兼总裁杨毅强如是评价。

2023 年 6 月，力箭一号遥二运载火箭曾创下“一箭 26 星”的壮举，当时搭载的 26 颗卫星来自两家单位，一家是中国科学院。与之相比，此次“一箭 15 星”的发射，涉及的卫星来自 6 家单位，其中一颗卫星来自阿曼苏丹。

商业航天作为产业，追求盈利是其核心目标，也必须经受市场的严峻考验。“‘一箭 15 星’的成功发射，也反映了供应商与客户之间合作的日益成熟，更意味着我们有了更大的盈利空间。”杨毅强说。

产业面临市场挑战

中国航天工业质量协会统计数据显示，从 2015 年至 2020 年，我国商业航天产值由 3764.2 亿元增长至超过万亿元，年均增长率达 22%，2024 年我国商业航天市场规模预计将超 2.3 万亿元。

作为第一批从“体制内”转向商业航天领域的专家之一，杨毅强已在运载火箭领域深耕数十年，对创业时的不易记忆犹新。

从 2014 年国务院首次出台鼓励民间资本参与商业航天的指导意见，到高质量发展和新质生产力概念的相继提出，再到 2024 年商业航天作为“新增长引擎”首次被写入政府工作报告，杨毅强深刻感受到，商业航天面对的制度束缚和观念阻力已经逐渐消除，取而代之的是日益增长的关注与支持。过去十年，尤其是近三年间，我国商业航天产业实现了飞速发展，取得了一系列令人瞩目的成就。

“然而，要推动我国商业航天达到更高水平，还需要在两个领域取得

更多突破，一是商业模式，另一是科技创新。”杨毅强说。

今年 11 月的一天，厚纪资本副总裁邓焰调研了上海的一家商业航天卫星企业。他对这家企业的评价是“技术扎实、敢于创新”。

“我长期从事商业航天领域的投资，考察过近百家企业。说实话，大部分都面临资金紧张等重重挑战，这与我国商业航天目前所处的发展阶段有关。”邓焰说。

邓焰分析，我国商业航天正面临高技术、高附加值产业普遍会遇到的问题：市场回报尚未充分显现，许多企业短期内无法盈利，高度依赖融资。

商业航天最为人熟知的应用之一是通过部署成千上万颗通信卫星构建“星链”，来实现更高效、更可靠的通信，进而创造市场价值。然而，这些市场价值的兑现，要以大量卫星部署为前提。在基础设施条件完善之前，产品无法实现规模化、常态化应用，相关企业盈利之路尤为艰难。

此外，商业航天企业“一命系于发射”的残酷现实，也使试错成本高昂，因此出现了商业航天企业高创业率与高淘汰率并存的现状。

“这导致了一种现象，那就是部分企业为了生存和融资，采取了短视的运营策略。如夸大市场前景与技术实力，或发射一些技术陈旧、缺乏实际市场价值的火箭来吸引投资。我们的工作内容之一，就是要通过筛选排除这种企业。”邓焰说。

这一现象同样引起了杨毅强的关注。“个别企业为了吸引投资，研制出一些缺乏市场前景的火箭。发射成功吸引到投资之后，就忙着投入到下一款火箭的研发中，却始终未能制造出真正具备技术创新性和市场竞争力的火箭，为企业和产业创造利润空间。”他说。

“创业不能是过把瘾的行为。商业航天更像是马拉松长跑，而非百米冲刺。”杨毅强强调，我国商业航天正处于兴起阶段，难免出现一些金融

泡沫，但产业要实现高质量发展，还得依靠真正的技术创新，以及脚踏实地的企业。

技术创新仍是重中之重

总部位于北京经济技术开发区（以下简称“经开区”）的北京星河动力航天科技股份有限公司（以下简称“星河动力”）是国内首家实现连续发射成功、首家将商业组网卫星送入 500 千米太阳同步轨道、首家具备一箭多星发射能力的企业。星河动力首席执行官刘百奇告诉记者，部分企业生存压力大，直接原因是资金短缺，但从深层次来看，还是技术创新能力不足。

“一般认为，成本低就意味着可靠性差，这似乎是一个难以调和的矛盾。”刘百奇进一步阐释道，“但我们的实践表明，关键技术取得突破之后，在降低成本的同时，提升可靠性是完全可能的。目前，行业内领先公司的优势之一便是可重复利用技术，这种技术可以最大限度降低成本提高效率，这也是个典型的例子。”

“商业航天企业要实现降本增效，必须靠技术。”刘百奇说。

北京钧天航宇技术有限公司董事长常正勇告诉记者，这次“一箭 15 星”发射的“天雁 24 星”是该公司的首颗新技术验证星，卫星在轨验证取得的相关成果将进一步研制高性价比商业卫星提供核心技术。

“未来，我们将不断拓宽市场，让我国的卫星在全球更具竞争力。”常正勇说。

“美国商业航天的成功为我们提供了不少有价值的经验。但效仿过程中也出现了一些问题，其中之一就是同质化现象比较突出。”北京星辰未来空间技术研究院（以下简称“星辰未来研究院”）一位不愿透露姓名的专家告诉记者，他观察到，我国商业航天产业规模不大，在局部范围内竞争非常残酷。

“很多人都模仿马斯克，渴望成为下一个马斯克。一些企业在某些特定应用领域或产业链的某些环节上‘扎堆’，导致出现低水平的重复。”该专家说。

中国航天既有的一些成功模式，也对我国商业航天企业的决策产生了影响，但该专家提醒，若要在商业航天道路上走得更远，就必须超越简单的复制与模仿，积极探索新的创新路径。

蓝箭航天空间科技股份有限公司（以下简称“蓝箭航天”）创始人兼首席执行官张昌武对此深表赞同。他告诉记者，蓝箭航天正专注于卫星互联网所需的关键技术，尤其是低成本、高频率、大推力发射技术的研发和突破。

“我们致力于开发新一代液氧甲烷火箭动力技术，大胆采用低成本舰体材料，持续提高发展频次，提升测试发射能力。”张昌武介绍，“只有迈开步子创新，我们才可能兼顾效率和进度，实现成本可控。与此同时，我们坚决、规范地执行运载火箭研制和发射流程的相关要求，牢牢守住质量和安全的底线。”

星辰未来研究院的上述专家提及，除了领军企业的核心技术创新，行业内不同类型企业的差异化技术创新同样重要。这不仅是打破同质化的关键，也是解决资金挑战的可能途径。

通信卫星是商业航天最为人熟知的应用方向，但其对卫星数量、基础设施和前期投入的高要求也给许多企业带来了盈利难题。然而，商业航天的应用远不止通信，遥感、气象探测等领域都是潜在的突破口，许多优秀企业已经在这些领域建立了有效的盈利模式。

“我建议初创企业应该关注小而精的细分领域，在这些领域探索创新，实现盈利。”该专家认为，从宏观角度来看，这种模式也适合我国国情。我国制造业强大，擅长开发细分市场，企业在许多细分市场都可以

做到规模和技术领先，这一点在商业航天领域同样适用。

杨毅强提及，商业航天的逻辑并不复杂——火箭的盈利能力取决于卫星的盈利能力，而卫星的盈利能力取决于相关应用的盈利能力。通过技术创新，一旦整个产业链找到盈利模式，链条上的各个环节都能从市场中获益。

长沙天仪研究院副总裁杜志贵举例说，目前商业航天卫星的三个主流应用方向是通信、导航和遥感。其中，通信方向市场潜力很大但门槛很高，而遥感方向已经形成了相对成熟的市场模式。

天仪研究院目前瞄准了全天时、全天候微波遥感这一应用领域。他们可对地表实现毫米级形变监测，能够为用户提供常态化、高品质且自主可控的商业合成孔径雷达数据服务。

“企业不必追求大而全。随着市场的演进，未来可能会出现一些头部企业，但同时在供应链和细分应用上也会有许多具有竞争力的企业。这些企业在各自的领域寻求创新突破，把各自的产品做好，就能创造出整个产业的良好生态。”杨毅强说。

“抱团取暖”寻求突破

商业航天企业正面临商业模式和技术创新的双重挑战，如何破局？杨毅强用了四个字回答：“抱团取暖”。

今年9月，商业航天创新中心在北京海淀区中关村壹号揭牌。该创新中心由中关村园区联合中科星图、中国科学院空天院等单位设立，旨在推动商业航天相关产业的集聚与发展。

与此同时，星辰未来研究院也在中关村壹号园区内安家落户，主要定位于组织实施开展太空算力、即时遥感等前沿技术研究，同时培育商业航天领域的创新创业企业。

星辰未来研究院的专家介绍，中关村壹号毗邻航天城，拥有得天独

厚的空天产业基础优势。随着北京市、区两级政府连续发布《北京市加快商业航天创新发展行动方案（2024—2028年）》《海淀区建设商业航天创新高地行动计划（2024-2028年）》等多份商业航天专项政策文件，园区为商业航天产业发展提供更有力的支持。

根据上述行动方案，北京市海淀区将积极推动央企与民企的协同联动，构建商业航天大中小企业融通发展的新格局。此外，海淀区还将打造“星谷”产业空间品牌，依托航天城地理区位优势，新建集研发制造一体的“卫星小镇”，发展多个特色产业园区，形成“一城一镇多园”空间布局。

北京地区航天事业素有“南箭北星”的提法，近十年来，北京经开区商业航天快速成长。

“从年初启动‘参天计划’、首发的‘商业航天十八条政策’，到建设全国首个商业航天共性科研生产基地、成立中关村亦创商业航天联盟，再到完成北京市可重复使用火箭技术创新中心实体化注册……在北京经开区这片土地上，商业航天产业发展的土壤越来越肥沃，滋养着企业不断成功‘问天’。”北京经开区有关负责人表示。

为了突破可重复使用火箭技术瓶颈，北京经开区设立了“北京市可重复使用火箭技术创新中心”，由行业头部企业引领，规划技术路线图，推动关键技术取得突破性进展。

“商业航天有激烈的市场竞争，但合作与竞争同样重要。只有凭借全产业链多家企业的协作，商业航天才能解决资源不足的问题，同时发挥出市场优势。”杨毅强举例说，他所在的中科宇航已联合蓝箭航天、星河动力、亦庄星箭公司成立了北京亦庄可重复使用火箭技术创新中心有限公司，准备集聚力量共同突破，协作攻关共性关键技术。

多管齐下促产业发展

被问及企业对发展环境的进一步期待，杜志贵表示，一是希望国家出台更多与技术和应用相关的支持政策，二是期望地方政府资本和社会资本能有更多耐心，充分理解并接纳商业航天投资回报周期较长的特点。

邓焰表示，经历了商业航天市场的几年打磨，投资者的耐心和判断力已经有了显著提升。刘百奇也提及，产业的发展正在促使包括投资者在内的市场参与者变得更加成熟。

杨毅强认为，中国商业航天已经进入应用牵引、市场主导的时代。从中长期来看，市场将继续起大浪淘沙的效果，筛选出一批技术和产品质量过硬的企业，同时催生出更成熟的市场机制。

“商业航天的目标，应该是满足国家需要、市场需要，成为‘国家队’之外的另一支生力军。”杨毅强说。

星辰未来研究院的专家认为，随着商业航天的发展，当前市场上存在的一些问题有可能改进，但要追求机制体制、科学技术、商业模式等方面的颠覆性创新。

“我们现有的投入还支撑不起商业航天的突破性创新，与此同时，商业航天取得的成果又暂时匹配不上我国社会经济发展的水平，要消除这种‘错配’，就需要更多创新举措。”该专家说。以人才工作为例，目前我国航天领域人才力量非常雄厚，但其中具备经营才能的复合型人才又相对稀缺，这一点制约了我国商业航天事业的发展。

该专家建议，应当为商业航天人才打造更好的舆论环境和成长环境，激励复合型人才的发展，这些人才将在商业航天产业中发挥巨大能量。

“此外，商业航天并非仅限于‘星链’等通信应用。它还有很多其他多姿多彩的应用。通过开辟这些‘赛道’，我们的企业将找到更多创新方向和盈利模式，发挥出我国商业航天的比较优势，为实现‘超车’创造机会。”该专家说。

信息来源：科技日报

（三）钢铁行业动态

钢结构建筑是钢铁产业、相关制造业、建筑业高质量发展的新赛道

信息导读：中国钢铁工业协会副会长夏农在“发展型材绿色化生产促进建筑钢结构标准化建造”现场会上强调，钢结构建筑是中国钢铁产业、相关制造业、建筑业高质量发展的新赛道，也是地方经济发展的新增长点。会议聚焦钢结构建筑的标准化建造，提出设计时就要考虑建造，以产品化思维进行设计，并利用数字化、智能化技术赋能全产业链。晋南钢铁集团表示，将扩展生产型钢的品种、类型、规格，为钢结构标准化建造做出贡献。中国钢结构协会数据显示，2023 年全行业钢结构加工量约为 1.12 亿吨，同比增长 10.89%，钢结构发展面临诸多挑战，如竞争同质化、产业链协同作业程度低等问题。国家政策鼓励发展钢结构建筑，并提出加大热轧 H 型钢应用、提高构件标准化水平、推进标准化设计等方向。标准化建造需要全产业链协调发展，钢协已组织完成相关课题研究，报有关部委决策参考。山西钢协提出了一个协同发展模型，强调全产业链标准化设计的重要性。标准化建造也将推动绿色钢铁发展，晋南钢铁通过建设型钢绿色新产线，逐步调整产品结构，打造绿色型材示范标杆企业。

信息正文：“由于钢结构自身特点和优势，以及我国钢铁行业、制造业良好的产业基础，钢结构建筑具有广阔的发展前景，一定会是我国钢铁产业、相关制造业、建筑业高质量发展的新赛道，地方经济发展的新增长点。”11 月 15 日，中国钢铁工业协会副会长夏农在“发展型材绿色化生产 促进建筑钢结构标准化建造”现场会上如是指出。

在钢结构建筑发展已成为拓展钢铁材料应用空间必选项的背景下，

山西省钢铁行业协会（下称山西钢协）、山西省钢结构协会、山西省环境保护产业协会在山西临汾曲沃主办了这次会议。会议由山西晋南钢铁集团有限公司承办。工信部原材料工业司一级巡视员张海登，夏农，中国钢结构协会常务副会长刘毅，山西省工信厅副厅长李鑫，临汾市副市长乔飞鸿，山西钢协常务副会长谢力，山西省钢结构协会会长李海旺，县委书记吴滨，晋南钢铁党委副书记、总裁张天福及有关部门领导、行业专家、金融机构、合作企业代表及新闻媒体代表参加会议。

标准化建造怎么建？与会专家提出：“设计即建造，设计的时候就要考虑建造。要坚持以产品化的思维进行钢结构建筑的设计，再基于标准化的产品，采用数字化、智能化的技术赋能钢结构全产业链。”

“晋南钢铁型材规格品类齐全且库存充足，型材及镀锌型材已达到600多个规格，实现常用规格从3号角钢-600H型钢规格齐全，能满足不同客户的需求和随时提货。未来还将逐步扩展生产型钢的品种、类型、规格等，为钢结构标准化建造做出贡献。”张天福表示。

钢结构发展不足，须规模化应用轧制型材

“推广钢结构是拓展钢材消费新需求的重要领域，同时，钢结构将架起绿色钢铁与绿色建筑协同发展的桥梁。”张海登在会上表示。

据中国钢结构协会调研及推算数据，2023年，全行业钢结构加工量约为1.12亿吨，同比增长10.89%，比大多数国家的粗钢产量还要高；占比首次突破10%，较10年前占比翻一番；全国钢结构产值超百亿元的省市共11个，11省市的钢结构总产值占全国钢结构总产值的84.42%，同比有所增加；净利润排名前5的省份分别为浙江、山东、安徽、江苏和湖北，全年净利润为92.85亿元，占全国各省净利总数的一半以上。

“值得指出的是，我国是钢结构大国，但不是钢结构强国。”全国工程勘察设计大师、中国建筑标准设计研究院总工程师郁银泉直言。当前，

我国钢结构发展面临竞争同质化、价格战愈演愈烈、产业链协同作业程度低、通用钢结构部品部件规模难以扩大、钢材产品标准与钢结构建筑设计规范衔接不畅、钢结构设计建造一体化的人才力量薄弱等问题，在很多方面与发达国家存在较大差距。

以钢结构所用的型材产品为例。轧制型材截面性能优、成本低、排放低、制造效率高，但在我国却没有得到很好的应用。“我国钢结构用钢60%以上由钢板焊接而成，热轧型钢仅占钢结构用钢的15%~20%，而发达国家热轧钢材占比40%~50%，热轧型钢的应用潜力巨大。”刘毅对比道。

近年来，国家相关政策均提到大力发展钢结构建筑，并提出要“加大热轧H型钢的应用、提高构件的标准化水平、推进标准化设计、推动智能建造和建筑工业化的协同发展”，这些都是钢结构产业变革的方向，也是促进钢结构标准化建造的题中之义。

“我国亟须研发成套的技术，推动轧制型材规模化应用。”郁银泉认为，“应该从型材供给（主要解决型材供给和建筑使用的协同问题）、设计技术（主要解决构件标准化、节点标准化、体系标准化和高效设计的问题）、施工应用（主要解决钢结构制造和现场施工数字化、智能化的问题）、实施评价（主要建立合理的质量保证体系和评价机制）4个方面，全面提升钢结构产业的效能。”

中南建筑设计研究院数字技术总监、工程数字技术中心主任张慎认为，“钢结构是制造业在建筑业的直接体现，应当学习制造业，通过标准化、产品化、规模化，降低边际成本，成为数字化、标准化设计的先锋。”

没有标准化设计，就没有标准化建造

那么如何标准化建造？“没有标准化设计，就没有标准化建造。”张慎认为，建筑工业化必须从设计端做起，实现面向供应链的设计、面向

制造与安装的设计（DFMA）。

据介绍，传统的设计模式特点为“抛墙式设计”，即我们设计，你们制造，设计不考虑制造的要求，反反复复修改直到把事情做对。而所谓DFMA，意味着深刻认识设计对质量的重要性，将制造、装配融入前期设计，第一次就把事情做对。凡不适合工业化生产的，都不作为设计选项（不适合工业化的项目除外）。“还要破除设计与施工分离的障碍，推动设计加工生产施工一体化，完成集成项目交付。”张慎强调。

建造以设计为基础，但标准化建造是一项系统工程，需要全产业链的协调发展。据了解，钢协已组织完成《关于大力推动钢结构建筑全产业链协同发展的指导意见》的课题研究，报有关部委决策参考。

“应当积极营造有利于钢结构建筑发展的政策环境。”张海登强调，突出标准引领，健全钢结构建筑产业链标准体系。如加强钢铁标准与钢结构建筑规范衔接，完善跨产业钢结构标准体系，推动高效能钢材和钢结构部品部件标准化和模块化，促进钢铁及下游产业链标准规范相统一。夏农透露，钢协推动建筑设计规范与钢铁标准融合，正在与有关方面开展《钢结构设计标准》国标、《装配式钢结构住宅建筑技术标准》行标、《装配式钢结构住宅主要构件尺寸指南》团标等标准的修订完善工作。

李海旺介绍，山西钢协提出了一个初始的、不成熟的协同发展模型。即钢铁生产厂生产满足钢结构个性化设计（轻量化）的型钢品种、规格，逐步达 80%以上，可以通过既有钢构件的品种、规格统计分析建立合理的型钢库（远大于现时的型钢库）；钢结构加工厂主要负责构件的切割、弯曲、打孔、涂装等工序，并能实现按产品出厂结算；现场安装单位实现 80%以上装配化安装，并能实现竣工结算。

“这个模型最根本的基础是全产业链标准化设计。”李海旺表示，通过标准化设计，设计院直接选用钢厂的标准型钢，钢结构制造厂基本

不需要再生产焊接型钢。这将大幅提高生产效率、节约成本，达到节能减碳、绿色建造的目的。

标准化建造离不开规模化应用轧制型材，离不开数字化、智能化赋能。郁银泉团队研究出的轧制型材规模化应用的路径，与山西钢协的模型有诸多相似之处，但同时提出了一条补充性的措施：“要在施工现场研究基于智能建造的高效施工安装技术，还要研究检测认证技术为钢结构的质量提供支撑，研究评价技术为轧制型材的应用形成推动机制。”

刘毅认为，要加强标准化设计，实现“少规格，多组合”，增加型材与管材品种规格，同时加快钢结构加工制造全流程数字化进程。

标准化建造，也将倒逼绿色钢铁发展

本次现场会期间，与会领导嘉宾还参观了晋南型材 4 车间、太子湖重钢别墅项目，这两处为晋南钢铁绿色型钢的典型应用成果。

“太子湖重钢别墅样板房项目用了几十吨型钢，并且从破土动工到拎包入住，仅仅用了两个月时间。与传统砖混结构建筑相比，太子湖重钢别墅具有建造速度快、安全系数高、保温效果好、绿色又环保、智能程度高等优点。”张天福介绍，晋南钢铁的 4 号、5 号型材车间也全部用型钢搭建，集团还利用绿色型钢建设光伏支架智能制造项目

事实上，钢结构标准化建造也对绿色钢铁提出了要求。面向国家行业政策需求，亟需全面提升钢结构制造和安装过程的效率、降低建造全过程的能耗和碳排放。

近年来，晋南钢铁先后投巨资建设型钢绿色新产线，着力建设国内具有影响力型材及镀锌生产基地，将主要产品由盘螺、线材等普通建筑钢材，逐步调整为工字钢、角钢、槽钢、H 型钢、镀锌角钢、镀锌槽钢等绿色型钢产品，全力把集团打造成为全球中小型材品类规格齐全、配送效率高、交易服务优的绿色型材示范标杆企业。

为什么晋南钢铁的型钢堪称绿色钢铁？一是，其将焦炉煤气、转炉煤气进行回收，制成乙二醇和 LNG，符合 CCUS(碳捕获、利用与封存)技术路径要求，实现零碳排放；二是全面启用氢能新能源，减少燃油、LNG 等化石能源用量，打造绿色低碳物流；三是践行绿色钢铁理念，逐步以光伏、风力发电替代传统火力发电，减少二氧化碳排放量。“晋南钢铁采用钢焦联合、钢焦化联产工艺后，吨钢碳排放可降至 1.4 吨左右，优于同行业降碳的先进水平。”张天福表示。

郁银泉以北京大学附属小学肖家河分校改扩建工程为例。该项目全部构件采用轧制型材及衍生产品，根据该项目钢结构制造全过程碳排放与碳减排研究测算，构件组立焊接碳排放量约占整个构件制作过程的 79.77%；总焊缝长度为 6089.5 米，传统工程总焊缝长度为 9595.1 米，总焊缝长度减少了 36.5%，减小碳排放量比例为 $0.365 \times 0.7977 = 0.291$ ，即综合碳排放降低 29.1%。案例为证，轧制型材在钢结构建筑中应用可大幅降低碳排放。

根据中国钢结构协会 2021 年 10 月发布的《钢结构行业“十四五”规划及 2035 年远景目标》，到 2035 年，我国钢结构建筑应用达到中等发达国家水平钢结构用量达到每年 2 亿吨以上，占粗钢产量 25%以上，钢结构建筑占新建建筑面积比例逐步达到 40%左右，基本实现钢结构建造智能化。与会嘉宾认为，实现这一目标，尤其需要加强钢结构行业科技创新能力，推动钢结构产业协调发展。同时，加强标准化设计、推动绿色产品研发，积极采用数字化、智能化技术赋能钢结构全产业链。

信息来源：中钢协

(四) 建材行业动态

激发绿色消费潜力 科技“碳”寻建筑建材发展路径

信息导读：在“双碳”目标的推动下，绿色建材产品正成为助力节能降碳和提升生活品质的重要力量。中国建筑材料联合会数据显示，我国装饰装修领域消费同比增长 6.8%，72 种建材产品已纳入绿色建材产品认证体系，绿色建材收入增长超过 10%。工信部等 10 部门联合印发的方案中明确提出推广绿色建材，深化绿色建材下乡活动，扩大城市绿色建材应用，并完善产品认证制度。近期，中国建筑材料联合会等单位联合开展“2024 建材行业以旧换新行动”，推动建材行业绿色转型。《绿色建材产业高质量发展实施方案》强调发展不同应用场景的绿色建材产品，支持打造绿色建材区域品牌，并鼓励企业加大品牌建设投入。中国建筑材料联合会党委书记、会长阎晓峰强调，建材行业需将全面绿色转型作为高质量发展的工作主线，解决产能过剩问题，推动资源综合利用能力，能源结构转型，并发展新兴产业。建材企业正加快推进科技创新，以创新为引领，加快新旧动能转换，推动绿色化发展。

信息正文：建筑墙体不是钢筋水泥，而是可以发电的光伏板；北方地区清洁取暖手段多元，建筑用能结构变得更“绿”……当前，越来越多的绿色建材产品涌现，在助力节能降碳的同时，也提升了人们的生活品质。

近年来，在“双碳”背景下，绿色消费理念和低碳生活方式不断深入，建材行业如何推动自身绿色转型发展成为业内关注的热点。

工信部等 10 部门此前联合印发的《建材行业稳增长工作方案》明确，推广绿色建材，厚植绿色消费理念。包括深化开展绿色建材下乡活动、扩大城市绿色建材推广应用、完善绿色建材产品认证制度。

中国建筑材料联合会数据显示，今年 1 至 9 月，我国装饰装修领域消费同比增长 6.8%。目前，我国已有 72 种建材产品纳入绿色建材产品

认证体系，绿色建材收入增长超过 10%。

为引导更多企业为消费者提供绿色优质的建材产品和丰富的惠民举措，近期中国建筑材料联合会等多家单位联合开展“2024 建材行业以旧换新行动”，8 大类 43 家各领域重点企业共同推出了多品类建材产品，涵盖轻质建材、涂料、陶瓷卫浴、顶墙、门窗、晾衣机、家具地板等，让消费者“去旧更容易、换新更愿意”，助力建材行业绿色转型。

根据工信部等 10 部门此前印发的《绿色建材产业高质量发展实施方案》，相关部门将开展品种培优，围绕低碳零碳负碳工程、城市更新改造、农房绿色低碳建设等需求，发展不同应用场景的绿色建材产品；支持有条件地区打造一流的绿色建材区域品牌，鼓励企业加大品牌建设投入，培育特色鲜明、竞争力强、市场信誉好的商标品牌。

“全面绿色转型，是建材行业高质量发展必然要求，是建材行业高质量发展的强劲动力，是建材行业高质量发展的评判依据。”中国建筑材料联合会党委书记、会长阎晓峰日前在 2024 年建筑材料行业大会上表示，建材行业要将全面绿色转型作为高质量发展水平的工作主线，全力解决水泥产能过剩矛盾，着力推动建材行业资源综合利用能力，着手推动建材行业能源结构转型，大力发展绿色低碳为代表的新兴产业，营造有利于建材行业全面绿色转型的发展环境。

在政策引导下，越来越多的建材企业加快推进科技创新，推动建材行业绿色化发展。“近年来，建材行业在供需关系、需求结构、驱动要素等方面面临着新变化，走到了结构调整的关键时期。在转型的十字路口，要以创新为引领，加快新旧动能的转换已成为迫切需求。”中国建材集团董事长周育先表示，集团从“把科技创新作为头号工程，坚持两端发力，加快快速转型”着手，将加快培育新质生产力作为应变求变的关键举措，推动自身高质量发展。

业内人士表示，建材行业要发挥企业创新主体地位，集中力量做好关键绿色低碳共性技术攻关，加大对绿色低碳新技术、新工艺的推广应用，积极探索“极致能效”，推动行业绿色低碳转型发展。

信息来源：人民网

(五) 房地产行业动态

10 月商品房销售同比“转正”房地产市场初现止跌回稳迹象

信息导读：近期，住房和城乡建设部“全国房地产市场监测系统”网签数据显示，10 月份全国新建商品房和二手房成交量均实现环比增长，市场初现止跌回稳迹象。自 2021 年下半年以来的房地产市场下行调整已持续 3 年多，但经过一系列政策落实，市场已具备企稳基础。其中，房贷利率降至历史最低水平，显著提升居民购房支付能力。同时，市场销售情况明显改善，10 月份新建商品房和二手房成交量均实现同比增长，为市场回暖注入信心。随着市场预期的改善，房地产市场有望进一步趋稳。

信息正文：住房和城乡建设部“全国房地产市场监测系统”网签数据显示，10 月份全国新建商品房网签成交量环比增长 6.7%；二手房网签成交量环比增长 4.5%；新建商品房和二手房成交总量环比增长 5.8%。

9 月 26 日中央政治局会议提出，要促进房地产市场止跌回稳。随着市场 3 年多的调整 and 一系列政策的落实，市场已初现止跌回稳迹象。

从市场调整幅度来看，房地产市场已具备企稳的基础条件。本轮始于 2021 年下半年的房地产市场下行，是我国房地产市场历史上持续时间最长、房价调整幅度最大的一次。但房地产市场经历持续 3 年多的大幅调整后，市场触底的信号也愈发明显。从房价收入比看，今年上半年全国的房价收入比处于 1998 年以来历年同期的最低值。从国际比较和我国 2008 年、2014 及 2015 年间两次房地产市场调整情况看，在房地产市场

调整到房价收入比处于历史低位时，市场都会出现触底企稳。

从房贷利率水平来看，降至历史最低提升居民购房支付能力。居民购房大都需要借助银行信贷的支持，首付和利率等条件的变化会显著影响居民购房支付能力。2021 年四季度，个人住房贷款加权平均利率为 5.63%，处于阶段性高点。10 月 31 日，中国人民银行发布 2024 年第三季度全国新发放商业性个人住房贷款加权平均利率为 3.33%，创有统计以来最低。今年 5 月份以来，许多城市贷款利率已下调到 3.5% 以下，部分城市甚至“破 3”。同 2021 年四季度贷款利率处于高位时相比，目前购房人在首付金额和月供金额不变的情况下，支付能力会提升 20% 左右。

从市场销售情况来看，市场预期已开始改善。销量变化反映了市场的活跃度与消费者的购买意愿。当销量上升时，通常意味着市场需求旺盛，投资者和购房者对未来充满信心。随着一系列政策的落实，居民购房预期开始改善，市场销售情况有较明显好转。根据住房和城乡建设部“全国房地产市场监测系统”网签数据显示，10 月份全国新建商品房网签成交量同比增长 0.9%，比 9 月份同比扩大 12.5 个百分点，自 2023 年 6 月份连续 15 个月下降后首次实现增长；全国二手房网签成交量同比增长 8.9%，连续 7 个月同比增长。新建商品房和二手房成交总量同比增长 3.9%，自今年 2 月份连续 8 个月下降后首次实现增长。

信息来源：中国建设报

（六）餐饮业动态

中医药“牵手”餐饮，跨界“圈粉”年轻人

信息导读：中医药养生产品正逐渐走出药房，进入市场，与餐饮业的融合越来越深入。许多老字号中药店和中医院推出了中药茶饮和食品，如北京白塔寺药店的枇梨杷啦拿铁、天津中医药大学第一附属医院的黄

芪养生包等。这种“中医药+餐饮”的创新融合吸引了大量消费者，特别是年轻人群体的关注。为推动中医药餐饮的创新发展，各地政府和机构在加强专业人才培养、完善市场规范监管、加强中医药文化推广等方面做出了努力。尽管中医药餐饮创新产品具有一定养生功效，但不能过分夸大，其功效与药材质量、药物配比、炮制手法等因素密切相关。因此，需要站在市场和消费两个角度做好研发和推广，让消费者了解食物寒热温凉的性质以及自身体质，有针对性地选择适合自身的产品。

信息正文：火养生茶饮、药膳糕点、中药面包……如今，越来越多的中医药养生产品走出药房，走向市场。

餐饮和传统中医药的融合越来越深入，许多老字号中药店、中医院推出了中药茶饮和食品。北京白塔寺药店顺应节气将枇杷和梨汁融入咖啡之中，推出枇梨杷啦拿铁；天津中医药大学第一附属医院推出黄芪养生包等中药面包；一些餐厅根据顾客不同体质和需求，制作当归羊肉汤、枸杞炖鸡等药膳……

“‘中医药+餐饮’的创新融合掀起了新潮流，中药面包、中药冰淇淋、中药咖啡等产品吸引了很多消费者，体现了当前人们的健康意识不断增强。这股潮流也带动了更多人了解中医药知识和养生理念。”中国中医科学院西苑医院治未病中心主任张晋说。

“过去我们认为药膳的消费群体以中老年为主，但通过调研发现，目前消费者群体具有年轻化特征，95后到00后的年轻人消费增速明显。”国家中式烹调高级技师、药膳师胡贺峰说。

中医药茶饮吸引年轻人关注

秋燥润肺饮、平肝清轻饮、补养参麦饮……拿出手机，进入浙江省中医院的互联网医院小程序，众多中医药饮品便映入眼帘。选择相应商品，再填写一份问卷，待系统确认购买者体质适配后点击下单，相关饮

品便会配送到家。

倒杯开水，冲泡一会儿，泛起阵阵清香。“刚开始觉得新鲜，网络下单也很方便。”在浙江杭州一家互联网企业工作的丁婷，今年 26 岁，她最近下单了 10 帖补养参麦饮，算下来一帖只需要 4 元。“喝起来口感还不错，相比商场里的网红中药饮品，来自专业医院的产品感觉更可靠。”丁婷说。

今年 5 月，浙江省中医院推出仅售 1.91 元的乌梅汤，其在互联网医院上线后，24 小时下单超 115 万帖，最高一天突破 1000 万帖。“下单者中 20 岁—35 岁的年轻人超过了 80%。”浙江省中医院互联网医院办公室主任叶文怡说。

不同于酸梅汤饮料，乌梅汤是中药代茶饮，由乌梅、山楂、陈皮、甘草等药材组成，具有生津止渴、行气开胃的功效。“我们在传统乌梅汤配方的基础上，结合现代人需求、时令节气以及饮食特点，进行传承创新和优化升级。”浙江省中医院中医内科主任夏永良说。

“现代社会，工作节奏越来越快，年轻人关注自身健康，对中医养生也热情高涨。我们研发中药代茶饮时，充分考虑到了这一点。”浙江省中医院院长高祥福说，推动中医药产业的持续高质量发展，需要中医药养生产品更加符合年轻人的需求，让中医药变得好用、好喝、方便。

药食同源文化源远流长，相关管理规范逐步完善

我国药食同源文化源远流长。《黄帝内经》中提到：“毒药攻邪，五谷为养，五果为助，五畜为益，五菜为充。气味合而服之，以补精益气。”东汉著名医学家张仲景所著《金匱要略》中“当归生姜羊肉汤”，既是中药方剂，也是流传至今的药膳。

“食物本身带有‘疗’和‘养’两种功能，‘中医药+餐饮’的创新是对传统药食同源文化的传承和发展。”张晋说，在日常生活中，中药与食材的结

合很常见，比如家庭炖鸡、炖肉时常会加入肉桂、豆蔻等。

目前，我国对可以添加到食品中的中药材有明确规定。根据《中华人民共和国食品安全法》，生产经营的食品中不得添加药品，但是可以添加按照传统既是食品又是中药材的物质。

2021 年，国家卫生健康委印发了《按照传统既是食品又是中药材的物质目录管理规定》，明确了药食同源物质的动态调整和管理规范，要以保障食品安全和维护公众健康为宗旨，遵循依法、科学、公开的原则制定食药物质目录并适时更新。

截至 2023 年 11 月，食药物质目录中的中药材已达 102 种，如丁香、山药、山楂、枸杞、决明子等。“中药本身有药性，讲究对症下药，在饮品和食物里加中药材能起到养生滋补的作用吗？”在采访中，不少消费者对此表示疑虑。在胡贺峰看来，食物的寒热温凉属性不同，从这个角度来说，普通的饮食都具有一定的功效。比如常见的绿豆汤或绿豆粥，实际上就是一个典型的药膳方，可以起到清热解暑的作用。还有一些生津润喉的茶饮，能在一定程度上缓解嗓子不适的症状。

“从中医的角度来看，中医药餐饮创新产品在一定程度上具有养生功效，但不能过分夸大。”北京中医药大学人文学院法律系教授邓勇认为，中药的功效与药材本身的质量、药物配比、炮制手法等因素密切相关，而中医药餐饮创新产品中的中药材含量相对较少，且制作工艺与传统中药有所不同，其功效相对较弱。不仅如此，每个人的体质不同，对中药的反应也会有差异，不能期望通过食用这些产品达到治疗疾病的效果。

开展药膳服务，进一步传播中医药文化

“特色药膳石斛面一碗，来咯……”傍晚，市民李锋来到山东省潍坊市奎文区鸢都杏林食养厨房，落座下单。特色药膳石斛面口感清淡，养胃健脾；青汁刮油水以荷叶、苦荞等作为原料，控油减脂。一顿中医药

膳简餐，花费 22 元，作为店里的常客，李锋吃得很满足。

近年来，“中医药+餐饮”日渐成为热潮。截至目前，山东省共有 13 万余家中医养生相关企业，约 200 家中医药膳餐厅。为指导药膳产业科学发展，山东省出台《山东省中医药产业发展规划（2022—2025 年）》，提出深入挖掘齐鲁药膳传统文化，结合山东道地药材优势和地方特色饮食习惯，推动药膳养生进家庭、进社区、进医疗康养机构。山东省内 100 多家县级以上中医医疗机构营养餐厅开展药膳服务，占比近八成。

推动“中医药+餐饮”更好地融合创新发展是一个系统工程，促进专业人才队伍建设、完善市场规范监管、加强中医药文化推广等方面缺一不可。为增强药膳产业人才储备，自 2020 年始，山东省卫生健康委连续 4 年举办山东省药膳大赛。赛事组委会还邀请 200 余名市民参与赛事评比，品尝现场新鲜出炉的药膳美食，向他们科普中医药膳的功效，吸引更多市民在生活中尝试中医药膳饮食。

“我们将持续推进‘百味千膳进万家’工程，通过选择易于掌握、药食同源的中药材，结合地方菜系、特色小吃和居民体质特点，推出食材易得、简便易学的养生药膳。”山东省卫生健康委中医药产业发展处处长王萱说。

“无论是药膳还是中药饮品，需要站在市场和消费两个角度做好研发和推广。”胡贺峰说，“‘中医药+餐饮’并不是简单地将中医药加入饮品或食品，中药材量的控制、口味的把控，包括色香味形等，都需要专业人才进行把关。”

“做好中医药文化的宣传阐释也很重要，要让消费者了解食物寒热温凉的性质以及自身体质，有针对性地选择适合自身的产品。”张晋说，这样才能让中医养生的文化和理念真正融入日常生活，让“中医药+餐饮”更加可持续地发展。

信息来源：人民日报

(七) 旅游业动态

旅游成为大众消费新刚需

信息导读：2024 年前三季度，国内出游人次同比增长 15.3%，旅游成为消费者追求美好生活的新刚需。同程旅行年累计服务人次达到 18.8 亿，同比增长 19.9%，用户平均消费频次提升至 8.1 次。人们的消费观念发生了深刻改变，更加理性且注重体验，“新中式旅游”“特种兵旅行”等成为新的风向标。同程旅行已与国内近 20 家机场或机场集团签署战略合作，为用户提供更具性价比的出行方案。非一线城市居民逐渐成为出境游消费主力军，同程旅行国际业务高速增长，国际机票和国际酒店业务量同比分别增长超 110%和超 130%。为更好地服务国际旅行者，同程旅行旗下预订平台已覆盖六大领域，并支持全球 16 种货币支付和多种操作语言。

信息正文：11 月 19 日，同程旅行（0780.HK）发布 2024 年第三季度业绩报告。得益于大众旅游市场的蓬勃发展，2024 年第三季度，同程旅行实现收入 49.9 亿元，同比增长 51.3%；经调整净利润为 9.1 亿元。

大众旅游引领中国旅游经济 同程旅行年服务人次 18.8 亿

2024 年以来，以非一线城市居民为主体的大众旅游市场展现出强劲发展势头，并逐步引领中国旅游市场的增长。文化和旅游部的数据显示，2024 年前三季度，国内出游人次 42.37 亿，同比增长 15.3%。旅游已成为消费者追求美好生活的新刚需。

同程旅行数据显示，2024 年“十一”假期，全国近百个县城的酒店预订热度同比上涨超过 50%。基于大众旅游人群日益高频的旅行需求，同程旅行打造了权益丰富的旅行盲盒产品体系、单单返营销产品和黑鲸会

员体系。在提升用户互动体验的同时，也提高了用户的消费频次。截至2024年三季度，同程旅行年累计服务人次达到18.8亿，同比增长19.9%。用户平均消费频次提升至8.1次，同比增长15.9%。

三季度，同程旅行不断强化业务布局和产品创新，将服务能力全面渗透至旅游出行的主动脉及毛细血管，以满足更广泛人群的多样化旅行需求。为满足用户更高品质的远途出行需求，同程旅行在长沙、海口、兰州等城市的机场和火车站设立了会员服务中心，为旅客提供航班信息查询、旅游线路咨询及机票退改等服务。目前，会员服务中心已累计服务人次近20万。与此同时，为满足用户公交、地铁等日常出行需求，同程旅行持续拓展城市通业务，目前该业务已覆盖长沙、洛阳、常州等超过100个城市。

同程旅行还推出电竞房、考试房、宠物友好酒店等高性价比的细分住宿产品，并上线了预订机票前10公里免费接送机和预订火车票前5公里免费接送站等服务，从而有效促进了用户在机票、火车票、用车、酒店等更多品类的交叉选择。2024年三季度，同程旅行的交叉销售率提升至12%。

用户更高频次的旅行消费需求，推动了同程旅行业绩的快速增长。财报显示，2024年第三季度，同程旅行实现收入49.9亿元。其中，交通和住宿业务收入分别达到20.3亿元和13.8亿元，同比增长20.6%和22.2%。

“理性”兼“悦己”渐成风潮 同程旅行 ARPU 增长 53.2%

大众旅游市场持续推动中国旅游发展的同时，人们的消费观念也发生了深刻改变。一方面，国民的消费行为日趋成熟和理性，对产品的性价比与品质体验提出了更高要求；另一方面，旅游行业逐步进入体验为王的时代，以兴趣消费为代表的“多巴胺经济”正引领旅游消费新趋势。

在这一新的消费趋势下，“新中式旅游”“特种兵旅行”等更具潮流个性、性价比更高的旅游方式，正成为新的风向标。在旅行目的地选择上，越来越多的年轻人不再盲目追逐热门旅游目的地，而是选择性价比更高的小众旅行地，如“汉服小姐姐聚集地”的洛阳和被称为“平替东南亚”的芒市。

立足国内大众旅游市场的同程旅行，致力于让兼具价格与品质优势的旅行产品惠及更广泛的用户群体。截至 2024 年三季度，同程旅行已与国内近 20 家机场或机场集团签署战略合作，通过空空中转、空铁联运等多种交通组合为用户带来更具性价比的出行方案。

2024 年前三季度，同程旅行与北京大兴国际机场、重庆江北国际机场、郑州新郑国际机场等在空空中转营销合作方面的累计服务人次已突破 461 万；与哈尔滨太平国际机场、成都天府国际机场、长沙黄花国际机场等在空铁联运合作方面的累计服务人次已突破 218 万。

同程旅行从用户需求为导向，提供更加丰富的出行解决方案，为用户带来更具质价比的出行方案同时，也推动了服务人次和用户平均收入（ARPU）的提升。财报数据显示，第三季度，同程旅行的平均月付费用户（MPU）达 4640 万人，同比增长 5%；年付费用户（APU）达 2.3 亿人，同比增长 3.4%；每位用户平均收入（ARPU）同比增长 53.2%。

非一线居民渐成出境游主力 驱动同程旅行国际业务高增长

随着旅游成为普通人的生活刚需，以往被视为奢侈消费的出境游市场正发生结构性变化。多家在线旅行平台数据显示，2024 年国庆假期，非一线城市居民出境游的订单量快速增长，部分线路订单占比甚至已反超一线城市。随着非一线城市居民逐渐成为出境游消费的主力军，新消费习惯和产品偏好的出现，对企业供应链提出了更高要求。这也为深耕非一线市场的同程旅行带来了一个更具想象力的未来远景。

2024 年第三季度，同程旅行持续加大资源拓展力度，与更多拥有优质资源的供应商合作，提高国际酒店的资源库规模和覆盖面，为用户提供更加丰富多样的境外住宿选择。同程旅行旗下的艺龙酒店科技平台部分入驻品牌已覆盖日本、马来西亚、印度尼西亚等国家。这些品牌将为全球消费者提供多元化、高品质的住宿体验。

此外，同程旅行还推出了“BookCare 同程无忧”，从境外房源、入住、客服响应三方面提供全面保障。同时，还上线了国际机票一站式包车服务，提供中文司机、包车免费退、1 对 1 专属客服等权益，全方位保障用户出境旅行体验。

财报数据显示，第三季度，同程旅行的国际业务继续保持高速增长。其中，国际机票业务量同比增长超 110%，国际酒店业务量同比增长超 130%。

为更好地服务国际旅行者，同程旅行旗下预订平台 HopeGoo 已覆盖机票、酒店、火车票、门票、船票、当地玩乐等六大领域，并支持全球 16 种货币支付和多种操作语言。同程旅行还成立了双语客服团队，并在海外设立了独立的服务中心团队，为用户提供 24 小时的服务支持。

信息来源：中国消费者报

三、海外动态

（一）美联储高官发声：谨慎推进降息 关注通胀与劳动力市场动态

信息导读：近日，两位具有投票权的美联储高级官员就当前货币政策和经济前景发表讲话，均表现出谨慎态度。在通胀数据依旧坚挺的背景下，美联储理事米歇尔·鲍曼和丽莎·库克强调，未来政策调整需依据最新经济数据和展望灵活决策。鲍曼认为，尽管在降低通胀方面取得了

一定进展，但近几个月进展停滞，她倾向于谨慎降息。库克则表示，如果通胀放缓进程停止或劳动力市场出现更大疲软，美联储可能调整政策路径。12月美联储FOMC会议即将召开，市场降息预期存在不确定性，利率期货显示降息0.25个百分点的概率约为55%，不降息的概率为45%。

信息正文：隔夜，两位具有投票权的美联储高级官员就当前的货币政策和经济前景发表了讲话。在美国通胀数据依旧坚挺的情况下，官员们普遍表现出谨慎态度，并强调未来政策调整需依据最新经济数据和展望灵活决策。

美联储鹰派理事米歇尔·鲍曼（Michelle Bowman）指出，尽管自2023年初以来在降低通胀方面取得了一定进展，但近几个月的进展似乎陷入停滞。她提到，美联储首选的通胀指标——12个月核心个人消费支出价格指数（PCE）自5月以来一直徘徊在2.7%左右，而初步数据显示10月份的相关进展也将有限。

鲍曼表示，她更倾向于谨慎地降低政策利率，以便更好地评估距离实现通胀目标还有多远。她认为，存在一种风险，即在达到物价稳定目标之前，政策利率可能已经低于中性水平。在今年9月的联邦公开市场委员会（FOMC）会议上，鲍曼投票反对降息50个基点，而是支持较小幅度的降息。她表示，如果美国劳动力市场保持强劲而通胀进展缓慢，她可能不会同意在12月继续降息。

另一位美联储理事丽莎·库克（Lisa Cook）在讲话中表示，随着时间的推移，将利率降至更中性的立场可能是合适的。尽管通胀降温取得了一定进展，但核心通胀率仍在高位，表明仍有很长的路要走才能实现2%的通胀目标。

库克预计，2024年整体通胀率和核心通胀率将分别降至2.2%。她指

出，劳动力市场目前稳固，但失业率和裁员率总体上仍处于较低水平。库克表示，如果通胀放缓的进程停止，美联储可能暂停降息；如果劳动力市场出现更大疲软，则可能需要更快地放宽政策。她强调，未来的政策路径将取决于最新数据和经济前景的变化。

美联储联邦公开市场委员会（FOMC）将于 12 月 17 日至 18 日召开下一次会议，届时将发布对经济和利率路径的最新预测。根据 CME FedWatch 数据，利率期货显示美联储再次降息 0.25 个百分点的概率约为 55%，不降息的概率为 45%。

库克在讲话中表示，总体而言，经济状况良好。通胀率已从 2022 年年中的峰值大幅回落，尽管核心通胀仍略高。失业率保持在历史低位，但劳动力市场已不再过热。她预计这种经济扩张将持续下去，尽管劳动力市场的进一步疲软风险仍然存在。

美国的失业率从 2023 年 4 月的 3.4% 上升至 10 月的 4.1%。尽管就业增长放缓，但今年每月仍保持正增长。库克估算，每月需新增约 20 万个就业岗位才能跟上劳动力增长的步伐并维持失业率不变。然而过去六个月的月均新增就业仅为 13.2 万个。她指出随着劳动力市场的降温工资增长放缓不再成为通胀压力的来源。

库克预计通胀率将在通往 2% 目标的过程中继续呈现“波动”。美联储首选的通胀指标——个人消费支出（PCE）价格指数在 2022 年年中达到 7.2% 的年增幅峰值后 10 月的年增长率预计将降至 2.3%。核心 PCE 价格指数（剔除食品和能源成分）虽然顽固地高于总体指数但其年增幅预计在 10 月降至 2.8% 较 2022 年峰值下降一半。

库克指出住房服务占核心通胀超过目标的主要部分现有租金向市场租金水平靠拢使得住房服务通胀暂时居高不下。她认为随着新租户租金增长放缓的影响逐步显现，住房服务通胀将在未来两年内逐步下降。

信息来源：新华财经

（二）欧盟报告：欧盟经济下行风险增加

信息导读：欧盟委员会发布的 2024 年秋季经济展望报告显示，欧盟经济在经历长时间停滞后又恢复温和增长，通胀率持续放缓。然而，地缘政治因素和结构性挑战导致经济前景的不确定性和下行风险增加。报告预测，2024 年欧盟 GDP 将增长 0.9%，欧元区增长 0.8%，但整体增长预期较今年 5 月有所下调。同时，警告称俄乌冲突、中东局势、贸易保护主义、自然灾害等因素可能对经济造成严重影响。欧盟委员会负责经济事务的委员真蒂洛尼表示，尽管经济正在缓慢复苏，但成员国需在降低债务水平和支持增长的道路上艰难前行，通过投资和结构性改革增强竞争力至关重要。

信息正文：欧盟委员会 15 日发布 2024 年秋季经济展望报告说，在经历长时间停滞之后，欧盟经济正恢复温和增长，同时通胀持续放缓。然而，地缘政治因素和结构性挑战令经济前景不确定性和下行风险有所增加。

报告预测，2024 年欧盟国内生产总值(GDP)将增长 0.9%，欧元区增长 0.8%。2025 年欧盟经济将增长 1.5%，欧元区增长 1.3%，整体而言较今年 5 月份报告有所下调。同时，报告预测 2024 年欧元区通胀率将从 2023 年的 5.4%降至 2.4%，2025 年降至 2.1%；2024 年欧盟通胀率将从 2023 年的 6.4%降至 2.6%，2025 年降至 2.4%。

报告指出，欧盟经济面临的困境在于生活成本居高不下，频繁遭受极端冲击后不确定性增加，同时在高利率背景下家庭储蓄占收入的比例越来越大。另外，2024 年上半年投资表现令人失望。

报告同时警告，欧盟经济前景的不确定性和下行风险有所增加：俄

乌冲突和中东局势加剧地缘政治和能源安全风险；部分贸易伙伴采取更多保护主义措施，可能扰乱全球贸易；欧洲内部政策不确定性和结构性挑战可能导致竞争力进一步丧失；自然灾害的频率和范围不断增加，也对经济造成严重影响。

欧盟委员会负责经济事务的委员真蒂洛尼当天表示，欧洲经济正在缓慢复苏。随着通胀持续缓解，私人消费和投资增长回升，未来两年经济增长将逐步加快。然而，结构性挑战和地缘政治不确定性给增长前景带来压力。成员国将在降低债务水平和支持增长的道路上艰难前行。通过投资和结构改革增强竞争力，对于提升潜在增长和应对不断上升的地缘政治风险至关重要。

信息来源：新华社