

经济信息周报

2024年12月第三周（总期第135期）

中国物流信息中心

2024年12月16日-2024年12月20日

目录

一、宏观动态	1
（一）政策动态	1
商务部等7部门办公厅关于印发《零售业创新提升工程实施方案》	1
（二）金融动态	7
聚焦五篇大文章 信托业年会定调行业方向	7
（三）消费动态	10
壮大新型消费 推进首发经济政策将加快出台	10
（四）投资动态	13
全国水利建设投资：连续3年破万亿元！	13
（五）外贸动态	17
跨境电商迸发跨越发展新动能	17
二、行业动态	21
（一）装备制造业动态	21
冬季基建持续火热 11月全国工程机械开工率为51.72%	21
（二）高技术制造业动态	23
人形机器人迎量产潮，是顺势而为还是“揠苗助长”？	23
（三）钢铁行业动态	27
实施办法加快修订 钢铁产能置换政策将优化	27
（四）建材行业动态	30
步入碳市场在即，水泥行业减碳难题何解？	30
（五）房地产行业动态	33
各线城市房价同比降幅今年以来首次均收窄	34
（六）餐饮业动态	35
餐饮赛道比拼“质价比”，有人退场有人逆势扩张	36
（七）旅游业动态	40
蓄力旅游强国建设的“质”与“效”	40
三、海外动态	43
（一）美联储降息25个基点 未来货币政策调整或放缓	43
（二）法德“熄火”，欧洲如何应对“特朗普威胁”？	45

一、宏观动态

（一）政策动态

商务部等 7 部门办公厅关于印发《零售业创新提升工程实施方案》

信息导读：为深入贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会，以及中央财经委员会第四次会议精神，完善现代商贸流通体系，健全扩大消费长效机制，加快生活性服务业多样化发展，商务部等 7 部门研究制定了《零售业创新提升工程实施方案》。该方案对零售业创新提升工程作出系统部署，提出通过场景化改造、品质化供给、数字化赋能、多元化创新和供应链提升，实现零售业高质量发展。到 2029 年，初步形成现代零售体系。主要任务包括推动百货店和购物中心改造、打造融合型商业新地标、创新时尚型商业、倡导策展型商业、培育主题式商业和完善社区型商业；鼓励以旧换新、培育新消费增长点、推广国货、丰富老年服务和母婴用品等；推动实体零售与数字经济深度融合，形成新质生产力；创新多元零售业态，繁荣零售市场；加强供应链协同，优化流通渠道，高效衔接供销。保障措施包括加大金融支持、优化经营环境、搭建交流平台、夯实发展基础。商务部将牵头开展零售业创新提升试点，择优将城市纳入全国试点，每年确定一批试点城市，并适时推广案例和经验。

信息正文：零售业关系国计民生，是现代商贸流通体系的重要组成部分，也是引导生产、扩大消费、吸纳就业、保障民生的重要载体，在繁荣市场、畅通经济循环等方面发挥着重要作用。我国零售业市场规模大、经营主体多，存在发展不平衡、优质供给不足、“内卷式”竞争等问题，亟待优化调整。为贯彻落实党的二十大和二十届二中、三中全会

精神，以及中央财经委员会第四次会议精神，完善现代商贸流通体系和扩大消费长效机制，加快生活性服务业多样化发展，制定本方案。

一、总体要求

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，完整、准确、全面贯彻新发展理念，按照“全面部署、试点探索”思路，聚焦零售商业设施改造提升，健全工作机制，创新工作方式，强化支持政策，通过推动场景化改造、品质化供给、数字化赋能、多元化创新、供应链提升，实现零售业高质量发展。

通过每年确定一批零售业创新提升试点城市，完成一批存量零售商业设施改造，推广一批经验成熟的典型案例，到2029年，初步形成供给丰富、布局均衡、渠道多元、服务优质、智慧便捷、绿色低碳的现代零售体系。

二、主要任务

（一）推动场景化改造。发挥运营主体作用，围绕强化功能定位、优化内外环境、增设人性化服务设施、提升风貌特色，在确保房屋质量安全的前提下，推动百货店和购物中心开展“一店一策”改造，向运营要效能。鼓励融合型商业，打造购物、餐饮、社交、娱乐等“一站式”服务的新地标，满足全方位消费需求。创新时尚型商业，发展首发经济，引入全球知名品牌，支持首店、首展、首秀，培育“年轻力”“她经济”“文艺范”等。倡导策展型商业，创新演艺、展览、文化、动漫等多元体验场景，丰富消费内容。培育主题式商业，鼓励商业与科技、自然、艺术、体育、公园等联动，巧改造、微更新，形成特色空间，满足社交、亲子等消费需求。完善社区型商业，发展社区型购物中心、便民商业中心，丰富便利店、菜市场等基本保障类业态，以及娱乐、健身等品质提升类业态，推进完整社区建设，加强适老化、适幼化改造，打造一刻钟

便民生活圈，举办便民生活节。

（二）推动品质化供给。坚持以消费者为中心，诚信经营、品质当先、服务至上，优化商品和服务体验供给。鼓励汽车、家电、家装厨卫等传统消费品“以旧换新”，培育智能家居、数码产品、智能穿戴、大健康、美妆、宠物等新的消费增长点。推广国货“潮品”，发展主题文创、特色非遗、旅游纪念产品，推动老字号增品种、提品质、强品牌，进商圈、进步行街、进交通枢纽、进景区。支持设立老年服务和母婴用品专区专柜，丰富养老照护、日用辅助、健康促进、益智玩具等用品。鼓励提供去“皮”称重、送装一体等专业化、人性化的售前售后服务，以附加服务提升商品力和性价比。鼓励优质商品进口，利用国际展会、外商合作、跨境电商等渠道招引全球品牌，对接全球优质供应商实施跨境直采，引进“一带一路”共建国家优质商品。

（三）推动数字化赋能。推动实体零售与数字经济深度融合，形成新质生产力，提升零售效率。鼓励零售企业联合供应商推广基于全球统一编码标识（GS1）的商品条码体系，促进数据全链互通、采集交换顺畅。鼓励应用数字技术优化标准流程，赋能开店布局、进销存管理、物流配送、防伪溯源等环节，推动信息系统等智能化升级，提升送装拆收一体、退换货、评价反馈等售后服务体验。创新“以大带小”模式，推动技术赋能、平台赋能和生态赋能，为上下游提供数字系统、培训、营销、支付等关键环节的共性数字化解决方案，实现快速响应与高效运营。探索利用人工智能、虚拟现实、增强现实等技术，打造云逛街、云购物、云体验等数字消费新场景，提供智能停车、智能送货、智慧节能、智慧安防等服务，推广智慧商店、网订店送（取）、无接触交易、自助结算、自动售货等模式，让消费更便捷。

（四）推动多元化创新。顺应消费趋势变化，创新多元零售业态，

繁荣零售市场。鼓励百货店适当调增餐饮、娱乐、亲子等业态比例，探索深度联营、自采自营，从卖商品转向卖服务体验、解决方案、生活方式。鼓励利益共享、风险共担，让商户灵活选择固定租金、销售分成方式，提高店铺效能。鼓励大型超市、仓储会员店发挥优势，兼营批发业务，为周边小商户供货。鼓励超市、便利店推广“数字赋能+连锁经营”，发展“一店多能”，搭载便民服务项目，提升客流、平效和场地利用率。鼓励发展精品店、集合店、快闪店、品牌折扣店等新业态，培育“小而美”“专而精”特色店铺。鼓励国货“潮品”进市内免税店，传播中华优秀传统文化。支持到店与到家协同发展，推广线上线下融合的即时零售（平台下单+就近配送，门店下单+即时配送），探索“店仓一体”“预售+集采集配”等新模式。支持以标准化促进高质量发展，从绿色商场等重点标准切入，确定一批覆盖主要零售业态的优秀实践案例，促进绿色消费、健康消费。

（五）推动供应链提升。鼓励大型零售企业发挥优势作用，加强供应链协同，优化流通渠道，高效衔接供销，促进降本增效。支持全供应链共管共享库存，推广集采集配、统仓统配、供应商直配、自动补货等模式，减少多级库存、重复运输及不必要的逆向流通，让信息多跑路、商品少跑路。鼓励企业之间开展同业或异业联盟，发展自有品牌，通过联合研发热销产品、联合采购拓量、精选品类增加单品采购量等方式降本增效。支持将托盘（周转箱）作为供应链的物流单元、交接单元、数据单元，推广“全链不倒托（箱）”循环共用模式，促进效率提升。支持提升商品力，推广源头直采、订单生产、农超对接，发展“净菜”进城，利用冷链温控数据服务生鲜农产品销售，延长保鲜期，实现优质优价。鼓励家具、服装等领域打造“生产+平台+消费者”的平台型供应链，开展“个性定制+柔性生产+及时物流”，提供绿色家具全屋定制解决方

案。鼓励分销商（批发商）发挥渠道、专业等优势，为零售商提供供应链一体化解决方案。

三、保障措施

（一）加大金融支持。鼓励金融机构支持零售企业进行门店设备、物流设备、节能降碳设备更新和数字化转型。支持金融机构和社会资本通过实质性重组、优惠贷款等多种方式盘活商业设施。积极推荐符合条件的百货商场、购物中心、农贸市场等消费基础设施项目发行基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）。鼓励符合条件的零售企业参与现代商贸流通体系试点城市建设。

（二）优化经营环境。加强公平竞争审查刚性约束，强化反垄断和反不正当竞争，做好贸易政策合规评估，建立健全线上线下一体化监管机制，严厉打击侵犯知识产权、制售假冒伪劣商品，以及为排挤竞争对手低价倾销扰乱经营秩序的违法行为，营造线上线下公平竞争环境。鼓励地方将用于零售商业经营的国有产权设施的合作经营期限延长，稳定投资预期。允许零售药店依法开展非药商品销售及相关健康服务。鼓励在合法合规前提下支持商业促销、展览展示等活动，优化审批流程和时限，减轻企业负担。地方不得变相要求跨区域经营的零售企业开设法人分支机构，或为此设置门槛、障碍，增加企业经营成本。开展单用途商业预付卡业务的零售法人企业应按相关规定办理备案。

（三）搭建交流平台。各地要创造条件，搭建项目对接交流平台，招引运营商、社会资本、咨询机构和金融机构等参与。有关商协会要发挥专家力量和会员企业优势，联合地方举办盘活商业设施的招商对接会、研讨会，提供优质资源和专业指导。鼓励零售企业回归商业本质，创新提升商品力和服务体验，改善福利待遇，稳定员工队伍，促进全面发展和共同富裕，实现社会、企业、员工、供应商多方共赢。探索建立全国

或区域性的零售商业设施盘活项目信息对接平台。发挥重点零售企业联系制度作用，做好零售大数据预测预警，指导定期发布零售业景气指数，分析预判市场趋势。

（四）夯实发展基础。鼓励零售企业保留银行 POS 机等支付方式，不得拒绝人民币现金交易，便利老年人、外籍来华人员等群体消费。鼓励利用先进技术，完善超市等零售场所防损机制。督促指导商品零售场所开办单位、网络零售企业等按要求做好一次性塑料制品的源头采购、使用、报告工作，推动减量、替代、循环、回收。落实统计法规要求，防范零售数据造假。注重对老字号、历史建筑的保护，限额以上商业设施改建、扩建，要依法依规进行报建，不得擅自变动建筑主体和承重结构。加强商住混用建筑改建扩建全过程监管，为行业发展营造安全环境。

四、探索创新试点

商务部牵头开展零售业创新提升试点，经城市人民政府申报、省级商务主管部门推荐，择优将积极性高、基础好、政策实的城市纳入全国试点。

各地要在项目规划、改造审批、土地用途变更、投资融资等方面依法给予盘活便利。组织市场化、精准化招商，有条件的地方依法依规给予优惠政策。结合城镇老旧小区改造、城中村改造等城市更新行动，以及大规模设备更新等统筹实施商业设施改造，完善停车等配套设施，有条件的地方可依法依规给予改造补助。

试点建设周期为两年（从确定试点时间起算，推进路径附后），2025-2029 年每年确定一批试点城市，适时推广案例和经验，探索形成长效机制。鼓励同步开展省级试点。各省、自治区及新疆生产建设兵团推荐数量不限，直辖市、计划单列市可直接申报。

信息来源：商务部官网

（二）金融动态

聚焦五篇大文章 信托业年会定调行业方向

信息导读：2024 年中国信托业年会在天津召开，主题为“聚焦五篇大文章，推动信托业高质量发展”。会议指出，自 2023 年以来，信托业发展积极向好，资产服务信托规模接近 11 万亿元，占比达到 40%，回归本源之路越走越稳。同时，信托行业打破刚兑的预期基本形成，受托人文化建设逐步深入。截至 2024 年 2 季度末，信托资产规模余额为 27 万亿元，同比增速为 24.52%。会议强调，信托业要坚定信心，把握行业发展的五个本质属性，并围绕“五篇大文章”开展持续地开拓创新，做好三项根本任务：坚持信托业发展符合时代的要求，夯实信托业长效健康发展的基础，着力防范和化解行业风险。业内专家认为，信托业回归本源背景下，业务转型意味着业务逻辑和风控逻辑的变化，需要着眼长远，不急功近利，积极化解风险，谋求自身发展。

信息正文：2024 年中国信托业年会于近日在天津召开。记者获悉，此次年会以“聚焦五篇大文章，推动信托业高质量发展”为主题。参会各方一致认为，自去年以来，信托业发展积极向好，未来要主动融入党和国家发展的战略大局，做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融“五篇大文章”，实现行业高质量发展。

转型发展积极向好

会议指出，2023 年以来信托业发展积极向好。一是回归本源之路越走越稳。一年来，全行业资产服务信托规模接近 11 万亿元，占比达到 40%，无论是成立笔数还是新增规模均已超过资产管理信托。信托服务领域不断拓展，除传统的家族信托、资产证券化服务信托以外，家庭服务信托、风险处置服务信托、资管产品服务信托等也成为了信托公司发

力的重点。资产管理信托投向基建等传统领域规模持续压降，投向证券市场的资金规模持续提升。公益慈善信托也得到了长足发展。

二是信托行业打破刚兑的预期基本形成。投资者对信托产品有了更加理性的认识，开始逐步接受信托产品存在不能刚兑的可能性这一现实。

三是受托人文化建设逐步深入。在信托业务三分类新规的指引下，信托业不断突破创新、围绕服务实体经济的根本目标，运用灵活的机制和跨市场配置资产的优势，积极支持国家重大战略、重点领域和薄弱环节建设，支持资本市场健康发展，同时形成了具有自身特色的投资文化。

根据中国信托业协会日前发布的 2024 年度上半年中国信托业发展评析，截至 2024 年 2 季度末，信托资产规模余额为 27 万亿元，较 2023 年 4 季度末增加 3.08 万亿元，较上年同期增加 5.32 万亿元，同比增速为 24.52%。

在信托资产规模取得增长的同时，行业立足受托人定位，探索可持续商业模式显得更为重要。中国信托业协会特约研究员梁光勇表示，信托业转型发展，要回归本源，要站稳受托人地位不偏离，要在为受益人利益最大化的原则下转变业务驱动和发展模式，从服务对象、服务起点、服务职责、收入来源等方面厘清自身角色定位。在此基础上，结合自身优势和客户结构，努力探索具有可持续性的商业模式，尽力降低经济周期波动带来的不利影响。

发挥好行业制度优势

会议强调，信托业要坚定信心，把握行业发展的五个本质属性。一是发挥好财产独立的制度性优势，信托业若要实现高质量发展，就要围绕制度特点出新招、出实招，拓展多样性、专业性的金融服务；二是发挥好信托的功能性特点，信托作为一种独特的法律关系，在服务实体经济和助力社会治理能力提升方面，应当发挥出不同于其他金融服务的功

能性优势；三是认识并运用好信托的社会性特征，信托作为市场化制度的安排，应在调节各类民事、商事关系中发挥日益重要的作用；四是立足时代性，信托应紧扣时代的主旋律，主动对接和服务时代和市场的需要；五是始终坚持人民性，全心全意服务人民群众对美好生活的需要，不断开发符合人民群众意愿和实际需求的信托产品和服务。

事实上，信托可以为财产安全管理提供制度性保障，具有稳定的事务处理机制和灵活的受益权设计。无论是资产服务信托、资产管理信托还是公益慈善信托，都为信托公司在家族财富管理和社会治理等领域提供了广阔的舞台。

梁光勇认为，未来，随着相关配套制度的逐步完善，信托制度在服务社会方面的功能优势将愈加明显。信托公司要充分利用信托制度的优势，积极履行社会责任，深度融入社会发展大局，奋发有为，以新的业务模式和业务形象更好地满足社会各方的期待和信任。

围绕“五篇大文章”做好三项任务

会议要求，信托业要坚决贯彻中央金融工作会议提出的“八个坚持”要求，围绕“五篇大文章”开展持续地开拓创新，做好以下三项根本任务：一是坚持信托业发展符合时代的要求，找准信托在中国特色金融体系中的定位，有力有效支持新质生产力发展，积极开展养老金融服务，践行信托的普惠功能。二是夯实信托业长效健康发展的基础，不断完善法律法规，提升专业能力，培养专业人才，加强投资者适当性管理。三是着力防范和化解行业风险，加强合规建设，做到“两个严禁、一个防止”，切实加强自身治理。

在业内专家看来，金融五篇大文章为信托行业未来如何服务实体经济高质量发展指明了方向，进一步明确了未来信托业在助力经济结构优化过程中的发力点，对于切实加强对重大战略、重点领域和薄弱环节的

优质金融服务，着力为经济社会发展提供高质量金融服务具有重要意义。

需要指出的是，信托业回归本源背景下，业务转型意味着业务逻辑的变化，风控逻辑也将随之变化。信托公司要看到当下的机遇与挑战，着眼长远，不急功近利和贪图短期暴利。

对此上述业内专家认为，从整个行业层面来讲，一方面需要举股东、信托业保障基金及信托公司等各方之力，积极化解风险，有效保障委托人的利益；另一方面，信托公司需要逐步把重点转向谋求自身发展上来。发展是第一要务，唯有发展才能建立造血机制，才能在动态中逐步化解存量风险，实现行业的可持续发展。

信息来源：经济参考报

(三) 消费动态

壮大新型消费 推进首发经济政策将加快出台

信息导读：2024 年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年，经济运行总体平稳、稳中有进，新质生产力稳步发展，改革开放持续深化。中央经济工作会议提出积极发展首发经济，商务部将出台相关政策文件。首发经济在我国呈现积极发展态势，各种新产品、新技术等不断涌现，有效契合当前消费新趋势。首店是推动首发经济发展、增加优质供给的一大体现，首店发展迅速，不少地方陆续出台一系列举措鼓励其发展。首展首秀也不断涌现，成为政策支持的方向之一。商务部将加快出台推动首发经济的政策文件，指导各地因地制宜发展首发经济。发展首发经济既能满足消费者新需求，助力企业塑造品牌形象，也能带动产业协同发展，提振消费，促进经济稳定增长。

信息正文：2024 年，是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。这一年，成绩来之不易，经济运行总体平稳、稳中有进。这一年，

新质生产力稳步发展，改革开放持续深化，中国式现代化迈出新的坚实步伐。

这一年的发展历程很不平凡。各行各业锐意进取、奋发有为，呈现出改革发展的新气象。本报今起推出“年终报道”，回首总结 2024 年经济运行特点和亮点，前瞻 2025 年经济发展新趋势、政策新动向、资本市场新机遇。

中央经济工作会议提出，积极发展首发经济。商务部新闻发言人何咏前 12 月 19 日在商务部例行新闻发布会上表示，商务部将培育壮大新型消费，加快出台推进首发经济的政策文件。

专家表示，近年来，首发经济在我国呈现积极发展态势，各种新产品、新技术、新业态、新服务不断涌现，有效契合当前多元化、个性化、品质化的消费新趋势。发展首发经济，有望通过供给侧结构性改革，激发消费潜力，助推消费和产业升级。

首店发展迅速

首店是推动首发经济发展、增加优质供给的一大体现。

12 月 18 日，中国证券报记者在北京荟聚购物中心看到，上海 **HOT CRUSH**（趁热集合）面包店前排起了长队。这家面包店是 **HOT CRUSH** 在北京开设的首店，正处于试营业阶段。

“一直想尝下这家店的面包，听说在北京开店了，就赶了过来。”正在排队的李女士告诉中国证券报记者。

除了北京荟聚购物中心，过去一年，北京西单大悦城引入近 30 家高匹配度、高质量首店，**Ralph Lauren** 香氛华北首店、乐高品牌标杆店华北首店、**Mardi Mercredi** 区域首店等。西单大悦城被北京市商务局授予“2024 全球首发中心”称号。

北京市商务局数据显示，北京市今年前三季度新开设 717 家品牌首

店、旗舰店、创新概念店，其中 105 家为国际品牌，较去年同期增长 40%。

聚焦首店发展，不少地方陆续出台一系列举措。据中国商业联合会统计，截至去年底，各地已累计发布 40 多个关于鼓励发展商业品牌首店的政策和措施。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉表示，（下转 A02 版）

（上接 A01 版）首店可以促进消费复苏增长、拉动内需、满足消费者多样化需求。“在首店首发经济带动下，城市和区域营商环境、经济发展水平和商贸活力不断优化。具有创新性和引领性的店铺也会得到更多城市的青睐，形成良性的双向互动。”欧阳日辉说。

首展首秀不断涌现

在首店发展迅速的同时，首展、首秀也不断涌现。

海淀大悦城即将开业。在 12 月 21 日开业首日，“大英图书馆·世界像素”展览北京首展将亮相，为消费者带来创新互动体验。

这是首展的一个缩影。在日前举行的第七届进博会上，首展、首秀精彩纷呈。进博会“全勤生”银蕨农场首次展出“honest 诚实系列”牛肉汉堡饼，复星医视特带来中国首展的“磁波刀”全新 V2 机型，强生全视带来两款满足老年患者健康需求的中国首秀产品……

开源证券研究报告称，首发经济作为一种新兴业态，始于首店经济，由品牌门店拓展到首发、首秀、首展等多领域，其特征重在“新”，包括新产品、新内容、新场景等，能够迎合消费者不断升级的需求，呈现个性化、多样化、体验化的消费发展趋势。

首展、首秀已成为政策支持的方向之一。商务部等七部门日前印发的《零售业创新提升工程实施方案》明确，创新时尚型商业，发展首发经济，引入全球知名品牌，支持首店、首展、首秀。

中信建投研究报告认为，首发经济能够引领消费潮流，激发消费潜力，提升品牌形象，推动产业升级，具备重要价值。

因地制宜发展首发经济

发展首发经济，政策支持将加码。商务部副部长盛秋平日前透露，将加快出台推动首发经济的政策文件，指导各地找准定位、因地制宜发展首发经济。

不少地方高度重视首发经济发展，陆续推出针对性举措。此前发布的《关于进一步促进上海市首发经济高质量发展的若干措施》，推出了7条促进首发经济高质量发展政策举措。《成都市商务商贸园区“产业集群提能级攻坚”行动方案》提出，预计至2025年底、2027年底、2029年底，推动全市商务商贸园区分别新落户高能级首店130家、145家、160家以上，分别开展首秀、首发、首展活动30场、40场、50场以上。

中央财经大学副教授刘春生认为，发展首发经济既能广泛满足消费者的新需求，助力企业塑造品牌形象、抢占市场份额，也能在城市和地区经济层面带动产业协同发展，提振消费，促进经济稳定增长。

中信证券智能互联首席分析师王冠然认为，首发经济具备首次亮相、鼓励多形态创新，链式发展、覆盖多环节，引领性和潮流性、助推产业升级的特点。发展首发经济，有望促进游戏和影视、会展旅游、数字消费、广告营销等行业的发展。

信息来源：中国证券报

(四) 投资动态

全国水利建设投资：连续3年破万亿元！

信息导读：2024年1至10月，我国水利建设完成投资10888.5亿元，连续三年超过万亿元，预计全年投资将创新高。青海省水利投资增长

3.3%，全国水利建设投资增长显著，投资领域多样化，包括流域防洪、国家水网工程、水生态保护治理等。水利建设投资的增加带来了经济、社会、生态效益，如南水北调东中线一期工程保障了超过 1.85 亿人的饮水安全，珠江三角洲水资源配置工程支撑了约 1.7 万亿元 GDP 的用水需求。水利投融资改革持续推进，如银华绍兴原水水利 REIT 在深圳证券交易所上市，募集资金近 17 亿元。社会资本也参与水利投融资，如湖北省首单水土保持生态产品价值转化交易。水利部将继续贯彻治水思路，提高投资的精准性和有效性。水利建设投资的落实将进一步保障防洪、供水、粮食、生态安全，并促就业、稳增长。政府需确保资金专款专用、落实到位，并根据需求做好工程前期论证，避免资源浪费。同时，强化组织调和全过程质量管理，提升工程质量水平。

信息正文：水利部近日发布数据显示，2024 年 1 至 10 月全国水利建设完成投资 10888.5 亿元，已连续 3 年破万亿元，今年全国水利建设投资有望再创新高。

推动水利投资量质齐升

12 月初，青海省 2024 年第四季度水利工程集中开工。7 项水利工程将同步启动建设，涵盖重大引调水、小型水库、主要支流治理、新建灌区等多个领域。据统计，青海 2024 年以来已完成水利投资 49.4 亿元，较去年同期增长 3.3%。

青海的水利建设投资稳步增长，是我国水利建设投资持续加力的缩影——

水利部数据显示，我国 2022、2023 年水利建设完成投资分别为 10893 亿元、11996 亿元，同比分别增长 44%、10%，预计 2024 年全年水利建设完成投资将再创新高。

水利建设投资总量增长明显，其投资领域也呈现多样化分布。

具体而言，1至10月流域防洪工程体系建设完成投资4211亿元，国家水网工程完成投资4759亿元，水生态保护治理完成投资1138亿元，此外还包括水文基础设施建设、水利工程设施维修养护等方面投资。

中国宏观经济研究院投资研究所研究员吴有红分析，近年来，水利建设投资力度持续加大，通过推动投资量质齐升，可以进一步发挥经济、社会、生态等多重效益。

这些效益在多地正在显现：南水北调东中线一期工程累计调水超过767亿立方米，保障了超过1.85亿人的饮水安全；在粤港澳大湾区，珠江三角洲水资源配置工程支撑约1.7万亿元GDP用水需求，并为当地生态安全提供保障；在浙江，前11个月水利建设投资累计吸纳就业人口14.4万人，同比增长7.9%……

水利部规划计划司一级巡视员谢义彬表示，水利部将继续贯彻“节水优先、空间均衡、系统治理、两手发力”治水思路，管好用好中央预算内投资、国债、地方政府专项债券等各类资金，切实提高水利建设投资的精准性、有效性。

投融资改革持续推进

前不久，水利投融资领域迎来重大突破。银华绍兴原水水利REIT成功在深圳证券交易所上市交易，全国水利基础设施REITs第一单正式落地，募集资金近17亿元。

REITs，“不动产投资信托基金”的英文缩写。它以能产生稳定现金流的不动产为投资标的，通过经营管理不动产来获取收益，即将不动产证券化。

“水利领域优质基础设施存量资产丰富，但长期以来水利基建对财政投入依赖较高，优质资产难找‘用武之地’。”浙江省水利厅副厅长黄黎明介绍，以REITs为契机，水利行业优质资产将被进一步盘活，为水利投

资打开更大空间。

社会资本是水利投融资领域的重要力量。近日，湖北省首单水土保持生态产品价值转化交易在恩施州巴东县签约。交易标的为巴东县绿葱坡镇庙坪河生态清洁小流域三尖观林场林下 1000 亩地 20 年种植经营权，交易金额 184 万元。

随着水利投融资改革政策体系持续完善，投融资路径不断拓宽：印发金融支持水利建设的指导性文件、积极拓展“节水贷”等绿色金融模式、开展水土保持生态产品转化交易与水土保持碳汇交易……多元化、多层次、多渠道的水利投融资体系正逐步构建。

“经过持续探索，水利投融资领域正在形成财政资金、金融信贷、社会资本共同参与的格局，有利于推动水利建设投资量质齐升。”谢义彬说。

将投资进一步落到实处

冬日，黄河古贤水利枢纽工程建设正酣。该工程的建设不仅有利于完善黄河水沙调控机制，还将拉动周边村民就业，提高周边乡镇农业灌溉效率，推动特色产业发展。

全国多地冬修水利正按下“快进键”：新疆大石峡水利枢纽工程“刷新”进度条，大坝主体高度达到 233 米；湖南椒花水库将于明年下闸蓄水……记者从水利部了解到，在水利建设投资拉动下，今年以来我国已开工 40 项重大水利工程。

“在建工程将进一步保障防洪安全、供水安全、粮食安全、生态安全，并发挥促就业、稳增长的重要作用。”谢义彬说。

水利建设，须当久久为功。

华北水利水电大学水利学院工程管理系主任李慧敏表示，政府应切实发挥监管作用，确保资金在下达的过程中专款专用、落实到位；同时应根据水利投资项目所在地的经济、社会的发展需求，做好工程前期论

证，避免因需求错配而造成工程完工后的资源浪费。

“强化组织协调是确保资金落实的关键举措。”吴有红认为，要深化国家和地方工作机制上下联动，部门协同配合，统筹做好水利项目建设要素保障，协同推进项目实施要件办理，为后续项目快安排、工程快实施、资金快使用奠定坚实基础。

在水利建设资金落实到位的同时，也要保障水利工程建设稳健可靠。吴有红表示，要实施工程建设的全过程质量管理，采用先进的科学技术和方法，提升工程质量水平；水利工程各参建单位应对职工强化质量管理教育培训，为创建优质工程提供人力保障。

信息来源：新华财经

（五）外贸动态

跨境电商迸发跨越发展新动能

信息导读：2024年，我国跨境电商市场持续强劲增长，前三季度进出口额达1.88万亿元，同比增长11.5%。政策利好成为推动跨境电商发展的重要保障，海关总署及商务部等部门发布多项支持政策，简化出口单证申报手续、推广跨关区退货监管模式等，进一步优化出口监管措施，降低企业成本，提升竞争力。同时，跨关区退货新政为跨境电商企业打通退货服务“最后一公里”，补齐全产业链条。南通综保区创新举措实现“同包同车”集拼发货，为企业节省成本，提升消费者体验。一系列务实改革营造出良好的营商环境，助力我国跨境电商高质量发展。

信息正文：2024年，跨境电商市场依然呈现出强劲的增长态势，加快成为中国外贸的重要动能和高质量发展的新引擎。数据显示，2024年前三季度，中国跨境电商进出口达1.88万亿元，同比增长11.5%，均创历史新高。

除新兴市场崛起与技术赋能之外，政策利好无疑是推动跨境电商发展的有力保障。12月15日，海关总署发布的《关于进一步促进跨境电商出口发展的公告》（《公告》）施行，其面向跨境电商出口便利化需求提出的“简化出口单证申报手续”“推广跨境电商零售出口跨关区退货监管模式”等四项举措，进一步提高了通关效率，降低了企业成本，提升了跨境电商企业的竞争力。今年商务部等九部门联合发布的有关拓展跨境电商意见也从积极培育跨境电商经营主体、加大金融支持力度等方面部署了十五条得力措施。

一系列支持跨境电商发展政策的出台，从市场准入与税收等方面给予企业利好。具体落地的务实改革则进一步优化了出口监管措施，营造良好的营商环境，更加便利跨境电商企业开拓海外市场，汇聚成拉动中国跨境电商增长的合力。

简化申报：热销品高效出海

随着年末大促和圣诞节的临近，围绕节日主题生产的包裹出货量日益增多。在常州综保区内，上千个跨境电商包裹正在有序经过海关查验通道，随后运往世界各地。江苏海獭科技有限公司的海外订单进入了全年旺季，产品涵盖圣诞装饰品、玩具、厨房用具等各类家庭用品。

“今年团队持续深耕跨境电商出海渠道，产品在海外市场进一步打开了销路。为按时完成不断增长的订单，我们也扩大了产能。”海獭科技市场部经理李莉介绍说，为助力热销品高效出海，企业采用了常州海关推送的“9710”（B2B直接出口）跨境电商政策服务包，“享受到叠加运用全国海关通关一体化、简化出口单证申报手续等便利化改革措施提升通关效能。”今年1—11月，海獭科技的订单相比去年增长了70%以上。

“常州制造业基底厚、物流网络发达、外贸货源充足，我们鼓励企业在现有出口模式的基础上积极拓展B2B直接出口，有利于进一步提升跨

境电商贸易便利化水平，加强跨境电商企业主体培育，助推‘跨境电商+产业带’扩面增量，为常州跨境电商高质量发展塑造新优势。”常州海关相关负责人说。

同样忙碌的还有江苏昌新织造有限公司，该公司 11 个柜、价值约 110 万美元的圣诞袜和圣诞树群即将装箱发往欧美等国家。公司外贸部经理陈琳说：“今年市场的高峰期跟往年相比大大提前了，因此生产压力也更大了，工人们都在加班加点工作，随时装货、发货。高峰期，我们每天的出货量大概有 10 个柜，平时基本上也有 5 个柜。”陈琳说。面对圣诞商品应季需求，海关 24 小时预约通关等一系列举措助力圣诞用品在通关环节优先申报、及时审核，提高了通关效率。

畅通渠道：跨关区退货无忧

11 月 22 日，一架载有一批跨境电商零售出口跨关区退货商品的飞机在南通兴东机场缓缓降落。这批货物为此前从山东烟台口岸出口，后因海外客户退货而需退运进境的储物箱，经南京海关所属南通海关现场机检和人工查验无异常，确认属于“原状退运进境”后，退货商品准予进境。

此前，海关总署在北京、天津、南京等 20 个直属海关开展跨境电商零售出口跨关区退货监管模式试点。这批货也是新政试运行以来，南京海关首次开展空运渠道跨境电商零售出口商品跨关区退货业务。

据了解，传统跨境电商退货渠道是先以境外为集货地，再集中办理退运入境手续。高昂的物流运输和时间成本“劝退”了不少企业，部分企业选择仅将少量货值高的商品退回国内，造成了极大的资源浪费，也让电商行业背负了沉重的经济成本。而打通跨境电商出口商品退货环节，对促进贸易便利化、便利跨境电商商品“出得去、退得回”有着重要而积极的作用。

根据财政部、海关总署、税务总局发布的《关于跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》要求，海关验核未退税证明，可免征企业进口关税和进口环节增值税、消费税。惠企减免税政策落地落实，有助于企业开拓国际新市场。“跨关区退货极大减少了运输时间和物流成本，为我们后续推出零售出口商品的‘7天无理由退货’创造了条件。”江苏道会跨境电子商务发展有限公司经理赵志祥告诉记者，这项改革使企业建立了配套售后服务体系，进而形成完整产业链条，业务开展更顺心、也更省心了。

“跨关区退货为跨境电商出口企业打通了退货服务‘最后一公里’，补齐了跨境电商全产业链条。后续国内从全国各口岸出口的跨境电商商品，都可就近选择总署试点‘跨关区退货’的口岸退运进境，大幅缩短了物流运输时间。”南通海关跨境电商监管科科长丁明珠介绍说，南通海关对查验场地进行区域划分，设置退货商品存放专区，同时完成监管系统功能测试，确保跨关区数据申报、审单、查验及后续处置等环节顺利进行。

提升效率：“同包同车”集拼发货

在南通综保区的南通灿达供应链管理有限公司的仓库内，备货、出单、扫码、打包、分拣、装运……一派繁忙景象，该企业申报的一批跨境电商网购保税进口面膜搭配国内采购的赠品面膜刷，正被打包成一个个包裹，完成通关出区手续后将快递到全国消费者手中。

“之前，我们在国内采购的赠品必须从保税区外再发一个快递包裹给消费者，既浪费时间，又增加了物流成本。得益于海关推出的创新举措，我们能够一个包裹集拼发货，消费者一次收货。不仅公司节省了成本，消费者的体验也更好，真是双赢！”南通灿达供应链管理有限公司关务经理高丽洲说。

据介绍，为促进辖区跨境电商网购保税进口业务更好、更快发展，

南通海关复制推广“网购保税进口商品与非保税商品同包同车集拼发货”这一自贸试验区的创新举措，指导企业叠加应用海关特殊监管区域“仓储货物按状态分类监管”政策，将用作赠品的国内货物运进综保区与跨境电商网购保税进口商品打包后同一包裹、同一车辆发货出区。

据悉，自9月份南通综保区首次开展该业务起至11月底，已有超过1000票包裹实现了“同包同车”集拼发货出区，为企业节省了物流、人力成本近万元。

信息来源：国际商报

二、行业动态

（一）装备制造业动态

冬季基建持续火热 11月全国工程机械开工率为51.72%

信息导读：“央视财经挖掘机指数”最新数据显示，11月份，政策效果显现，带动市场供需两端向好，基础民生工程持续推进。全国工程机械开工率为51.72%，安徽、江西等12个省份综合开工率环比增长。西部陆海新通道建设成效显著，港口设备工作时长环比增长3.64%，7个西部省份在港口设备开工率前十名中。东北地区凭借冰雪资源，冰雪经济活力增强，综合开工率为60.75%。中部地区设备开工率最高，达60.89%，江西、安徽等设备开工率在全国领先。西部地区路面设备开工率最高，宁夏、西藏等设备工作量同比增幅全国领先。

信息正文：挖掘机是基础设施建设的“标配”，是反映基础设施建设、观察固定资产投资等经济变化的风向标。近日，“央视财经挖掘机指数”发布了最新相关数据。数据显示，今年11月份，存量政策与增量政策效

果持续显现，带动市场供需两端向好运行，基础民生工程入冬后仍火热推进。

具体来看，11月份，全国工程机械开工率为51.72%。综合开工率排名前十的省份分别是：安徽、江西、湖北、浙江、福建、河南、河北、海南、辽宁、北京，11月全国有12个省份的综合开工率当月实现环比增长。虽然受冷空气影响，但是部分省份依然表现强劲。安徽、湖北、山东等八个省份开工率连续4个月呈现上升趋势。

港口设备“火力全开”，西部陆海新通道建设成效显著。11月份，全国港口设备可统计样本总工作时长45.25万个小时，环比增长3.64%。其中正面吊总工作时长环比增长3.92%，堆高机总工作时长环比增长3.15%。在港口设备开工率前十名中，贵州、宁夏、陕西、广西、重庆、四川、新疆7省份均属于西部陆海新通道沿线省（区、市）。

冰雪经济活力澎湃，东北燃起冬季里的“一把火”。11月份，黑龙江省凭借冰雪资源，在冰雪旅游产业深度耕耘，大型冰雪主题度假区建设持续推进。吉林省立足长白山、松花湖等优质冰雪资源，带动冰雪产业发展。辽宁省发挥沿海经济带与工业基础优势，构建“冰雪+海洋”特色旅游模式。11月份，东北地区综合开工率60.75%，其中港口设备开工率为50.78%，领跑其他地区，位列第一；工程设备开工率61.62%，位居各区域第二；挖掘设备开工率69.53%，位居各区域第二。黑龙江正面吊开工率68.63%，位列全国第二。

中部地区设备开工率勇夺全国“C位”。11月份，中部地区综合开工率60.89%，位居各区域第一。其中工程设备开工率62.08%、吊装设备开工率80.47%、挖掘设备开工率73.89%，均位列各区域第一。11月份，江西汽车起重机开工率89.84%、挖掘机开工率84.14%，均位居全国同类设备第一；安徽压路机开工率65.57%、汽车起重机开工率88.82%，均位

居全国同类设备第二；江西拖泵工作量同比增幅 75.66%，位居全国第二。

“基建引擎”轰鸣，多个全国第一“花落”西部。西部地区综合开工率 57.11%，其中路面设备开工率 41.95%，位居首位。宁夏履带起重机工作量同比增幅 150.44%，位居全国同类设备第一；西藏摊铺机工作量同比增幅 55.85%，位居全国第一。四川堆高机开工率 71.43%，位居第一；贵州正面吊开工率 71.74%，位居第一。

信息来源：中国工业新闻网

（二）高技术制造业动态

人形机器人迎量产潮，是顺势而为还是“揠苗助长”？

信息导读：近日，两家国产人形机器人公司相继宣布进入量产阶段。此前国内已有若干机器人企业宣布过量产计划。目前人形机器人通用大模型尚未成熟，量产意味着企业需要承担更大的资金压力 and 市场需求不确定性的风险，因此小批量生产成为国内人形机器人企业的主流选择，单批生产规模通常在 100 台以内。为实现量产，企业需要强大的资本、研发、生产和供应链管理能力和能力。此外，尽管规模化生产有助于降低成本，但国内人形机器人厂商在成本控制方面仍有提升空间。目前人形机器人已在康复陪护等民生场景中落地应用，并有望在未来在工业和商业服务场景中实现小范围落地。然而人形机器人的大脑泛化性问题尚未解决，量产能够解决的实际问题仍有限。因此，国产人形机器人的大脑和本体厂商应尽快达成紧密合作，以实现人形机器人大脑层面的突破。

信息正文：三天之内，两家国产人形机器人公司接连宣布量产。近日，智元机器人表示“开启通用机器人商用量产”，并透露年底计划产量接近千台。四川天链机器人也宣布旗下人形机器人开始了第二批量产。

在此之前，国内的傅利叶、宇树科技等“老牌”机器人企业，以及北

京中科慧灵、魔法原子等初创人形机器人企业都宣布过有关机器人量产的消息。英伟达创始人黄仁勋在 11 月底也表示过，未来“只有汽车、无人机、人形机器人三种机器人能够实现大规模量产”。

量产看似是人形机器人厂商“秀肌肉”的好方式，但在人形机器人通用大模型尚未发展成熟的今天，量产对企业来说，意味着需要承担更大的资金压力和不稳定市场需求所带来的风险。企业如何平衡风险，不让量产成为“揠苗助长”式的发展指标，应当是这一波“量产潮”中，企业需要考虑的问题。

小批量生产成主流

“我们刚刚在上海交付了一台人形机器人，第二批的量产整机已经在生产当中了。”四川天链机器人股份有限公司董事长胡天链向第一财经记者透露，该公司第一批量产的人形机器人天链 T1Pro 已经基本交付完毕，第二批天链 T1Pro 的量产数量将在 15 台左右。

一位北京人形机器人公司的高管告诉第一财经记者，根据目前国内的机器人供应链情况，人形机器人厂商的单批生产规模通常在 100 台以内。记者注意到，尽管智元机器人官宣年底计划产量接近 1000 台，但根据智元机器人当前披露的数据，截至 12 月 15 日，智元机器人累计产量已有 962 台。也就是说，在 2024 年最后两周的时间中，智元机器人的实际产量不到 38 台。针对实际交付量以及后续的生产节奏规划，截至发稿，智元机器人相关负责人暂未回复记者。

已经宣布了未来量产计划的魔法原子和北京中科慧灵机器人的相关负责人也向记者确认，国内大部分人形机器人企业还处在小批量生产阶段。“从市场和供应链层面来看，‘小步快跑’比较符合当前国内人形机器人的生产节奏。”魔法原子相关负责人说。

“要实现量产，机器人企业需要具备强大的资本实力、研发能力、工

厂生产能力以及供应链管理能力。”掌如研究院院长何基永告诉第一财经记者，尽管离规模化的生产力还有一定距离，但批量生产对于一个人形机器人企业来说，是一个能够证明自身整机供应链调度能力的标志。

胡天链向记者表示，人形机器人整机生产需要企业有较强的研发团队。“在批量生产之前，厂商需要不断训练样机，确保算法和机器人本体的吻合。”胡天链表示，在今年8月天链 T1pro 投入批量生产前，团队也对样机进行了长达5个月的调整训练。

“3月份整机出来之后，我们就针对关节承重、稳定性等方向进行了调整，并从6月份开始训练机器人的走路能力。”胡天链说，在调机的过程中，需要不断收集数据反馈，对零部件进行微调，并且验证行走算法。“团队也需要在测试中不断确证人形机器人的性能参数，交付前我们拿到的数据是天链 T1pro 能够在保证全身自由度71个、重量43千克的同时，达到145千克的负重深蹲。”胡天链说。

单批次生产规模小，意味着单个人形机器人的生产成本有所上升。今年10月，马斯克在特斯拉的发布会中透露，规模化生产的 Optimus 人形机器人成本将在2万美元至3万美元之间。不过，根据马斯克11月底在社交平台 X 中发表的言论，他似乎想将 Optimus 的单个生产成本压缩在2万美元以内。

“要把它的成本降到2万美元将会极其困难，这一点绝非易事，但最终还是会实现的。”马斯克表示，要达到这个成本目标，Optimus 的年产量需要超过100万台。

“国内的人形机器人厂商在成本控制层面还是有机会做得更好的。”一位川渝机器人核心零部件企业的高层向第一财经记者证实，随着国产人形机器人整机生产的自研零部件占比逐步扩大，在小批量生产的前提下，依托国内的供应链优势，当前已经有企业能够做到人形机器人

的单个生产成本在 20 万元以内。

大脑仍是前提

比起规模化的商业应用，人形机器人的量产似乎有更加清晰的未来。实际上，早在 2023 年 11 月，上海傅利叶智能科技有限公司就已经透露旗下通用人形机器人 GR-1 已经实现量产，并会率先在康复陪护等民生场景中落地应用。傅利叶相关负责人告诉第一财经记者，截至今年 10 月，GR-1 已量产交付超过 100 台。

北京中科慧灵机器人在发布双足人形机器人灵宝 CASBOT01 后，也宣布将在明年迭代 1-2 轮之后进行小规模量产。12 月初才刚刚发布第一款人形机器人的国产厂商魔法原子也透露将在 2025 年一季度实现小规模量产，在工业和商业服务场景中进行小范围落地。

“人形机器人当前在落地层面还是需要市场验证，因此企业在批量生产前期也会更多地选择半结构化场景，比如汽车、3C 电子等行业。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅指出，这些行业的柔性化供应链能够给机器人训练提供丰富的数据反馈。

胡天链告诉记者，天链 T1Pro 第一批产品主要的市场购买方为高校、AI 智能方向的公司和 3C 企业。“我们也和其中的部分买家达成了一些协议。让机器人在一些场景进行走路、识别、搬运等任务时，后端也能不断采集新的真实数据来强化、调整算法。”胡天链透露，由于重量轻、体积小、负重大的特点，企业也瞄准了一些军工场景，“我们的市场需求比较明确，因此也会在后期的分批次推出不同产品线、不同价位的机器人向市场销售”。

批量生产之后，完全由机器人主导的工厂也不再仅存在于想象之中。据了解，当前，智元机器人已经在临港奉贤打造上海首座人形机器人量产工厂，并布局了具身数据采集工厂，用以提升机器人性能。在马斯克

的设想里，到 2025 年，特斯拉工厂内将有超过 1000 个 Optimus 人形机器人投入工作。他预计，未来人形机器人将成为工业主力，数量有望超越人类。

人形机器人量产看似是企业“秀肌肉”的好方法，但在人形机器人通用大模型发展还不成熟的当下，匆匆开启量产，是否是“揠苗助长”的行为？一位汽车产业端人士向记者表示，“四肢发达、头脑简单”的人形机器人，显然不是产业端想要看到的具身智能终局形态。

“在大脑的泛化性问题解决之前，人形机器人量产能够解决的实际问题，仍然是非常有限的。”袁帅指出，相对于已经大范围落地应用的工业机器人而言，人形机器人最大的优势应该是在各个场景之下的通用能力。“如果无法攻克这一问题，批量生产的人形机器人最终的归宿仍可能是‘自产自销’。”袁帅建议，国产人形机器人的大脑和本体厂商应该尽快达成紧密合作，利用本体的量产优势，来实现人形机器人大脑层面的突破。

信息来源：第一财经

（三）钢铁行业动态

实施办法加快修订 钢铁产能置换政策将优化

信息导读：随着国家增量政策效果的逐步显现，10 月份我国钢铁行业重点统计企业利润总额达到 71.6 亿元，结束了 8、9 月份的全行业亏损局面，行业运行呈现向好态势。工业和信息化部正在会同有关方面组织修订钢铁产能置换办法，计划加快出台新的实施办法，坚持“控总量、优存量、促升级”的政策导向，优化差别化产能置换政策，以促进行业结构和布局的优化，推动“减量提质”发展。多位专家认为，钢铁行业产能置换实施办法的修订将聚焦绿色低碳、结构调整和兼并重组等方面，有助于改善行业发展预期，引导企业合理调整投资方向，促进市场供需动

态平衡。自 2022 年下半年以来，受房地产等下游行业影响，钢铁行业供需关系出现较大变化，行业效益下滑。相关部门积极推动行业平稳运行和转型升级，围绕落实产能置换政策、实施粗钢产量宏观调控、强化行业规范管理、推进设备更新和改造升级等方面展开部署。工业和信息化部原材料工业司司长常国武表示，正在组织开展钢铁行业“十五五”发展规划研究，全面分析钢铁行业发展面临的新形势，系统谋划“十五五”时期钢铁行业发展的总体目标、重点任务和政策举措

信息正文：随着国家增量政策效果逐步显现，10 月份钢铁行业重点统计企业利润总额 71.6 亿元，扭转了 8、9 月份全行业亏损局面，行业运行呈现向好态势。工业和信息化部正在会同有关方面组织修订钢铁产能置换办法，下一步将加快修订出台钢铁行业产能置换实施办法，坚持“控总量、优存量、促升级”政策导向，进一步优化完善差别化产能置换政策，促进行业组织结构、布局结构优化和“减量提质”发展。

接受记者采访的多位专家表示，目前钢铁行业面临供需格局的变化，加快修订出台钢铁行业产能置换实施办法，绿色低碳、结构调整、兼并重组等方面有望成为重点，将有助于改善行业发展预期，引导企业合理调整投资方向，促进市场供需动态平衡。

2022 年下半年以来，受房地产等下游行业影响，钢铁行业供需关系出现了较大变化，行业效益出现下滑。对此，相关部门积极推动行业平稳运行和转型升级，围绕落实钢铁行业产能置换政策、实施粗钢产量宏观调控、强化行业规范管理、积极推进设备更新和改造升级等方面展开部署。

“在有效控制产能总量增长的同时，积极推进行业改造升级、布局优化和兼并重组。”工业和信息化部原材料工业司司长常国武表示，特别是今年以来组织开展了产能置换政策实施效果评估，结合行业“减量提质”

发展的新形势新要求，印发暂停钢铁产能置换工作的通知，暂停公示、公告新的钢铁产能置换方案。目前，正在会同有关方面组织修订钢铁产能置换办法。

在实施粗钢产量宏观调控方面，国家发展改革委、工业和信息化部、生态环境部、应急管理部、国家统计局等部门，坚持以节能降碳为重点，区分情况、有保有压、分类指导、扶优汰劣，组织开展2024年度全国粗钢产量调控工作。1至11月粗钢产量同比减少了近2300万吨，同比下降2.7%。

兰格钢铁研究中心主任王国清对记者表示，目前钢铁行业面临供需格局的变化。“一方面，供应端产能相对高位，当钢铁企业盈利有所恢复时，释放的产量压制行业市场运行，使得企业盈利再现回落。另一方面，受房地产等下游行业影响，需求有所收缩，因此从源头解决产能过剩问题是关键。”

“现阶段钢铁总需求下降的同时，需求结构也出现明显变化。”分析师认为，以房地产为代表的建筑业需求下降的同时，汽车、造船、高端装备制造业用钢以及钢结构建筑用钢需求在稳步增长，因此对产能置换政策进行修订和完善十分必要。

记者获悉，下一步工业和信息化部将会同有关部门立足新时期钢铁行业需求总量、需求结构变化特征，持续巩固去产能成果，促进供需动态平衡，引导行业转型升级。

常国武表示，将组织开展钢铁行业“十五五”发展规划研究，全面分析钢铁行业发展面临的新形势，聚焦高质量发展首要任务和新型工业化关键任务，系统谋划“十五五”时期钢铁行业发展的总体目标、重点任务和政策举措。加快修订出台钢铁行业产能置换实施办法，坚持“控总量、优存量、促升级”政策导向，进一步优化完善差别化产能置换政策。

中国钢铁工业协会副秘书长、冶金工业信息标准研究院院长张龙强认为，本次修订钢铁行业产能置换实施办法，是基于钢铁行业发展新形势与挑战而做出的决策，有望聚焦绿色低碳、结构调整、兼并重组等方面，将推动改善行业发展预期，引导企业合理调整投资方向，促进市场供需动态平衡。同时，有助于综合整治行业“内卷式”竞争，进一步规范地方政府和企业行为。

与此同时，钢铁行业规范管理也在持续强化。据悉，相关部门组织修订钢铁行业规范条件，研究建立分级分类管理体系，强化政策联动，引导要素资源进一步向优势企业集聚，加速淘汰市场竞争力弱的企业。

“下一步将抓紧开展钢铁行业规范管理工作，实施分级分类管理，遴选一批引领型规范企业，引导企业向高端化、智能化、绿色化、高效化、安全化转型升级。”常国武说。

信息来源：上证报

(四) 建材行业动态

步入碳市场在即，水泥行业减碳难题何解？

信息导读：我国水泥行业碳排放占全国总量的 13%，对实现“双碳”目标至关重要。面对产能过剩和能源成本上升，水泥行业即将被纳入全国碳排放权交易市场，减碳需求紧迫。生态环境部计划 2024 年将水泥行业纳入碳市场，要求 2025 年底前完成首次履约。中国水泥协会指出，到 2060 年，CCS 技术、替代燃料技术和低碳水泥技术将是减排的主要贡献因素，其中替代燃料技术近期最具潜力。目前，我国水泥行业的平均热值替代率不足 5%，产业化发展处于起步阶段。《水泥行业节能降碳专项行动计划》要求到 2025 年底，替代燃料消费比例达到 10%。政策体

系缺乏清晰的规划与规范，支持力度不足，跨省运输受限，是替代燃料产业化发展的主要难点。德国通过政策框架与技术创新，成功推动水泥行业碳减排，替代燃料使用比例从 25% 提升至 74%。

信息正文：“水泥行业碳排放约占全国总量的 13%，行业减排对实现国家‘双碳’目标至关重要。”

12 月 17 日，中国水泥协会副秘书长范永斌在中国水泥协会主办、德国国际合作机构(GIZ)和自然资源保护协会(NRDC)协办的“水泥行业低碳发展”研讨会作出上述表述。

水泥是应用范围广泛的大宗建材材料，行业碳排放量显著。在面临产能过剩、用能成本高企等挑战的同时，水泥行业纳入全国碳排放权交易市场(下称碳市场)也进入了倒计时，减碳需求紧迫。

今年 9 月，生态环境部发布《全国碳排放权交易市场覆盖水泥、钢铁、电解铝行业工作方案(征求意见稿)》提出，水泥、钢铁、电解铝行业将被纳入碳市场，2024 年作为首个管控年度，2025 年底前完成首次履约工作。

“根据我们之前做的碳中和路径研究，到 2060 年，CCS 技术、替代燃料技术、低碳水泥技术对水泥行业减排贡献排在前三。”研讨会上，中国水泥协会课题组高级工程师夏凌风指出，替代燃料则是近期最具潜力的减排手段。

燃料替代技术是指利用具有一定热值的废弃物或生物质为代表的可再生能源等替代传统化石燃料，以实现低碳环保的技术。其中，用作非常规性燃料的材料或物质被称为替代燃料，涉及垃圾衍生燃料、固体回收燃料和生物质燃料等种类。

范永斌认为，替代燃料是水泥行业一种成本效益较高的减排措施和手段，国家在多项政策中将替代燃料列为重点任务，积极推动相关技术

的开发和使用。

今年5月底，国家发展改革委联合四部委印发《水泥行业节能降碳专项行动计划》，要求到2025年底，水泥行业替代燃料消费比例力争达到10%。截至目前，中国水泥行业的平均热值替代率不足5%，产业化发展仍处于起步阶段。

“目前，部分水泥企业在替代燃料使用上已取得了较高的替代比例和减碳效果，但行业整体水平仍偏低。”范永斌表示，从现阶段的实践来看，为推动替代燃料的产业化发展，亟待完善标准体系，简化监管审批手续，打破跨地区流通壁垒，增加原料来源，并提高行业的盈利能力。

研讨会上，中国水泥协会发布的《水泥行业替代燃料产业化发展的机制研究》报告(下称《报告》)提到，技术问题已不再是水泥行业替代燃料产业化发展的主要瓶颈，资源和政策维度是影响替代燃料产业化发展面临的主要难点。

其中，政策体系缺乏清晰的规划与规范，导致企业发展方向不明确、产品质量参差不齐，增加了运营风险和成本。另外，支持力度也存在不足。

“当前影响替代燃料项目顺利实施的因素主要有三个，”浙江美欣达欣启源环保技术部经理徐耀指出，首先是地方主管部门在主观认知上将替代燃料视为垃圾，而不是可被利用的燃料；二是缺乏权威的替代燃料行业标准，即便生产的替代燃料提供了详细的检验报告，但由于标准缺失，仍被按照固体废弃物进行管控；三是跨省运输受限。

中国环境科学研究院研究员闫大海认为，满足相关要求的替代燃料应被视为一种产品，使其能够在市场上自由流通。只有将替代燃料作为产品对待，替代燃料收集和生产企业才能明确投资方向，降低因政策不确定性带来的风险，从而进一步激发企业生产替代燃料的积极性和动力。

今年1月，生态环境部对《固体废物鉴别标准通则》(GB 34330-2017)进行修订并发布征求意见稿。闫大海对界面新闻表示，修订稿针对替代燃料有新的认定规则，在证明其燃烧过程中产生的污染物满足相关排放标准(没有相关排放标准时，应比常规燃料(如煤)低或不造成生态环境和人体健康风险)，以及满足质量标准的前提下，可被认定为产品。

“新标准有望在明年正式发布，将显著促进替代燃料的利用，但鉴别机构资质认定审核程序和鉴别过程规范化管理的完善仍需要一个过程。”闫大海称。

唐山冀东水泥绿色低碳推进部部长姜雨生补充称，目前，水泥企业最为关注的是水泥行业纳入碳市场后，使用替代燃料是否能够享受到减碳红利。她建议在下一阶段的碳配额分配方案制定中，统筹考虑行业替代燃料的整体使用水平，将其纳入碳配额分配的考量范围，并制定逐步收紧的碳配额分配方案。

德国目前已通过有效的政策框架与技术创新，成功推动水泥行业碳减排，过去20年，德国替代燃料使用比例从25%提升至74%。

解决了替代燃料原料来源问题、政府提出行业减少燃煤使用的政策要求，以及推动替代燃料产业模式转变是德国替代燃料发展迅速的主要原因。

德国环保领域咨询公司BZL高级专家乌韦·拉尔(Uwe Lahl)博士介绍称，自2005年起，德国全面禁止未经处理的垃圾填埋，要求垃圾必须无害化处理后方可填埋。这一政策不仅减少了垃圾填埋对环境的二次污染，还推动了废弃物处理方式从填埋向焚烧转移，增加了替代燃料的原料来源。

信息来源：界面新闻

(五) 房地产行业动态

各线城市房价同比降幅今年以来首次均收窄

信息导读：12月16日，国家统计局发布数据显示，11月份70个大中城市商品住宅销售价格变动情况呈现积极态势。一线城市商品住宅销售价格环比总体上涨，结束了连续下跌趋势；二三线城市房价环比降幅均收窄，且各线城市同比降幅今年以来首次均收窄。随着存量纾困政策和增量政策的持续出台，楼市销售量回升，带动价格企稳。70个大中城市中，房价环比上涨的城市数量明显增多。同时，二手房市场也显现更多积极信号，成交量明显上涨，议价空间持续转小，卖方信心回升。总体来看，房地产市场正在逐步企稳回升，为未来发展带来了积极信号。

信息正文：12月16日，国家统计局发布11月份商品住宅销售价格变动情况显示，70个大中城市中，商品住宅销售价格环比上涨城市个数增加，一线城市商品住宅销售价格环比总体上涨，二三线城市环比降幅均收窄，这也是各线城市同比降幅今年以来首次均收窄。

具体来看，一线城市作为房地产市场的风向标，价格环比总体上涨。11月份，一线城市新建商品住宅销售价格环比由上月下降0.2%转为持平，结束了连续13个月的下跌趋势。其中，上海和深圳分别上涨0.6%和0.3%，北京和广州分别下降0.5%和0.3%。在二手住房方面，一线城市销售价格环比上涨0.4%，涨幅与上月相同。其中，北京、上海和深圳分别上涨0.9%、0.4%和0.5%，广州下降0.4%。

二三线城市的房价也呈现下降收窄之势。11月份，二线城市新建商品住宅销售价格环比下降0.1%，降幅比上月收窄了0.4%；二手住宅价格环比下降0.2%，降幅收窄了0.2%。三线城市新建商品住宅销售价格环比下降0.3%，降幅收窄了0.2%；二手住宅价格环比下降0.5%，降幅收窄了0.1%。

同比来看，二线城市新建商品住宅销售价格同比下降5.8%，降幅比

上月收窄 0.2%；三线城市新建商品住宅销售价格同比下降 6.5%，降幅收窄 0.1%；二手住宅价格同比下降 8.8%，降幅收窄 0.2%。

广东省城乡规划局住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示，近期，随着存量纾困政策的不断落地和增量政策的持续出台，政策的叠加效应促进了楼市销售量的回升。交易量的回升带动了价格的企稳，再加上高层对于房地产市场止跌回稳的部署，极大地激励了市场的信心，这是房价止跌或跌幅收窄的主要原因。

值得一提的是，11 月份，70 个大中城市中，房价环比上涨的城市数量较上月明显增多。其中，新房价格环比上涨城市有 17 个，比上月增加 10 个；二手住宅价格环比上涨城市有 10 个，比上月增加 2 个。

在一系列政策措施的作用下，房地产市场信心得到有效提升。克而瑞研究中心研究员马千里表示，经过对北京、上海等 12 个典型城市二手房小区调研显示，作为先行指标的二手房市场，也在 10 月基础之上显现更多信号。例如，二手房价已经出现较为明确的筑底信号，继成交价上涨小区变多之后更多小区挂牌价同步上涨；议价空间持续转小，刚需类小区卖方信心也开始回升。

成交量也明显上涨。住房城乡建设部房地产市场监测系统数据显示，10 月和 11 月全国新建商品房交易网签面积连续两个月同比、环比双增长，一线城市带动二线、三线城市商品房成交增长。

华泰证券分析指出，总体来看，随着政策效果逐步显现，房地产市场正在逐步企稳回升，为房地产市场的未来发展带来了积极信号。目前，施工与竣工短期仍处于探底阶段，随着销售指标企稳回升，将有利于房企流动性风险出清，提振拿地意愿，推动投资指标逐步改善。

信息来源：经济参考报

(六) 餐饮业动态

餐饮赛道比拼“质价比”，有人退场有人逆势扩张

信息导读：今年餐饮业面临严峻挑战，业绩下滑迫使众多品牌采取降价策略求生，同时保持利润增长并避免恶性竞争。一些企业选择关闭或搬迁门店以降低成本，而上市企业也出现营收利润双降或增收不增利的情况。在此背景下，包括众多餐饮品牌纷纷推出降价措施或优惠套餐来吸引消费者。然而，降价策略的效果不一，有些品牌业绩有所提升，有些则未能实现以价换量。业内人士认为，价格战并非长久之计，品牌应考虑高性价比战略和差异化竞争。此外，一些品牌还通过出海或在国内进行更轻量化的运营来寻求新的增长点。资本也更倾向于投资轻资产、小吃小喝等细分领域，反映了对低风险、快速回报项目的偏好。

信息正文：今年的餐饮业“寒风凛冽”，业绩下滑迫使品牌“降价求生”，这也使得众多餐饮品牌面临营收利润双重压缩的严峻挑战。降价策略背后隐藏着风险与机遇，品牌需要在降价的同时保持利润增长，避免陷入恶性竞争。当然，也有企业在疫情期间和后疫情时期都实现了业绩增长。他们或打出差异化策略，或转向海外市场谋生，或是将“质价比”做到了极限。

业绩承压下降价求生

“我们今年在商场物色商铺的时候发现，挺多原先是餐厅的空铺子正在等待招商。”某连锁餐饮品牌上海地区的相关负责人刘悦告诉第一财经记者。记者注意到，一些连锁品牌选择关闭门店，另一些品牌则将原本在商城4、5层的大面积门店搬至负1层的小面积档口。刘悦透露：“商场高楼层的租金可能是负1层的2倍。”

至于刘悦所在的公司，正在和物业方商讨一些支持和扶持，暂时没有考虑大举关店或者搬迁。“因为装修成本很高，一个店正常装修下来都要1000万左右。在这么高昂的装修成本下，不是随便就能搬的。”这

个信号很明显地反映了当下餐饮业的困境。不少上市企业也在今年出现了营收利润双降或者增收不增利的情况。呷哺呷哺集团 2024 年上半年业绩报告显示，上半年公司实现收入 23.95 亿元，同比下降 15.9%；归母净利润为亏损 2.73 亿元，同比下滑 11439%，去年同期盈利 241 万元。

今年上半年，九毛九实现营收 30.64 亿元，同比增长 6.42%。公司权益股东应占期间溢利 7229.1 万元，同比减少 67.47%。唐宫中国上半年营收人民币 5.27 亿元，同比减少 10.4%；股东应占溢利 337.9 万元，同比减少 91.87%。呷哺集团表示，整体市场大环境消费呈疲软态势，餐饮市场竞争激烈导致餐饮客流到店意愿低迷，导致集团营收同比下滑。至于行业，收入呈现稳步增长的态势下，仍存在“增收不增利”“经营压力过大”等问题。在此背景下，不少企业不约而同地降价求生。有的在活动期间直接对产品降价，有的则是推出一些优惠套餐。

今年 6 月，九毛九旗下品牌怂火锅进行了新一轮菜品和价格调整，门店外贴出“认怂公告”称：“锅底 8 元起、荤菜 9.9 元起、素菜 6.6 元起、焖饭 6 元任吃”。今年 6 月，和府捞面也宣布价格下调约 30%，主流产品价格带调整至 16 元~29 元。5 月中旬，呷哺呷哺对外上线新菜单，单人套餐及双人套餐的价格全面下调。巴奴火锅在今年上半年也通过会员权益回馈将高客单价进行了调整，逐渐撕掉“贵”的标签。海底捞旗下“小嗨火锅”则推出了 49 元单人套餐，锅底 9.9 元起。

在西式快餐行业，不少品牌都将汉堡的价格降到过 10 元之内。今年 2 月，肯德基在部分城市推出“指定汉堡券”，平均每个汉堡到手价格为 10 元。今年 7 月，麦当劳连续数周推出每日“十元吃堡”活动。必胜客在部分城市上新的 2025 年菜单也有 30 款产品降价，包括披萨、意面等产品。“必胜客希望以此行动作为表率，进一步促进行业健康发展，营造行业‘质价比’良性生态圈。”必胜客方面表示。今年 8 月，汉堡

王中国宣布推出“招牌汉堡，周周 9.9 元”活动。不仅是餐品，麦当劳和肯德基还下调了配送费，其实也是希望在各方面都变得实惠，不仅是餐品本身。甚至还有部分米其林餐厅都在本地生活平台投放优惠券或是推出平价套餐，推动餐饮行业高性价比竞争的进一步加剧。

怎么降价才有用

适当降价在一定程度上提振了一些品牌的业绩，但也有些品牌业绩仍不容乐观。今年，半天妖烤鱼的价格下调了 10%左右。公司发现，调价之后翻台率同比增长 15%-20%。半天妖相关负责人透露，今年的业绩同比去年有所增长。2019 年，半天妖只有 300 家左右的门店，而现在，全国门店数量已超过 1300 家。也就是说，半天妖在并不乐观的环境下也逆势扩张了。

半天妖相关负责人的心得是，最重要的是产品要有质价比。“公司在食材上是比较讲究的，以产品为核心，坚持长期的产品主义。而且各个业务板块是不能有短板的，才能把整个企业支撑起来。”另外，公司今年的营销投入也略微加大了。而在提高运营效率方面，公司今年也进行了组织变革。“我们会把更多的业绩增长动力给到店长端，给他们设置了细致化的 KPI。如果店长能够更好地与厨师长、前厅的经理打配合，这三个核心人员能带动整个门店的服务质量。”

某上市餐饮企业相关人士告诉第一财经记者：“今年上半年我们实施了打折促销活动。原本计划降低客单价，换取客流量，从而实现增长目标，但我们发现最终并没有实现以价换量。因此集团下半年进行了调整，我们将重心更多地聚焦在产品上。所以我们认为一味地打低价是不正确的，有时候是否会伤害整个竞争环境。如果整个市场都在竞争价格，最后可能是两败俱伤。”

行业里一大批品牌都在降价，让利消费者能否成为可持续的行为，

又是否会造成恶性竞争呢？萍姐火锅·公路夜市联合创始人毛尚壹告诉第一财经记者，她所理解的打价格战，是售价低于产品成本，做亏本买卖的恶性竞争行为，一定是不长久的。而良性的竞争是给到适当的优惠，让更多人能够来体验产品。

视觉锤咨询总经理寿雯认为，价格战和“高性价比”战略是两回事。价格战会把消费者教育成“不促销不打折的时候，我就不消费”。而“高性价比”战略是把成本、供应链、运营等一系列配称综合设计，打造长期的、持续的性价比品牌，是一个战略工程。即使消费降级的趋势之下，消费者仍然会选择一个品类中自己认为最好的产品、服务和品牌。大众餐饮也是如此。因此，品牌要考虑的并非加入价格战，而是思考“我跟别人有何不同”。譬如在大众餐饮领域，“一道菜”战略解决的是消费者为何选择你的问题，因为招牌菜是吸引顾客到店的首要且最尖锐的要素。

新增长点何解

中国餐饮市场太“卷”了，使得不少企业把目光投向海外。出海是半天妖今年比较大的战略方向，去年已经在韩国做了一些探索。相似的还有刘一手火锅。公司目前已在 20 多个国家和地区建有连锁火锅店 80 多家，今年公司在海外扩张了 18 家门店(火锅和小面门店)。刘一手 CEO 尹伊表示：“海外竞争压力目前没有国内大，但是后面可能也要开始卷了。如果按华人的数量来看，其实不少地区的火锅市场已经饱和了，所以我们要改变定位面向当地主流市场，做当地人的生意，才能在未来继续寻求增长空间。”

除了探索更广阔的市场之外，在国内进行更轻量化的运营也是在当下寻求新生的解法。包括塔斯汀、米村拌饭在内的在今年实现业务体量快速增长的品牌，无一不有着低客单价、门店面积适中的精细化运营模

式。《2024 中国餐饮加盟行业白皮书》数据显示，2023 年国内餐饮业投融资 143 次，较 2022 年减少 24 次，呈下滑趋势，但饮品、小吃、快餐等“小吃小喝”餐饮企业仍是市场投资重点，占比达到 72.2%，较 2022 年提升 8.9 个百分点。

战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪认为，“小吃小喝”项目成为资本和市场的新宠，这反映了在后疫情时代，资本对于轻资产项目的偏好。轻资产项目往往具有较小的经济负担，灵活多变的经营策略，以及更快速的市场响应速度。在疫情的影响下，资本更倾向于选择风险低、回报快的项目，小吃小喝等餐饮细分领域恰好符合这一需求。而重资产项目则可能因为需要较大的初始投入、长期的经营周期以及较高的运营风险，而在当前的市场环境下显得不那么吸引人。

信息来源：第一财经

(七) 旅游业动态

蓄力旅游强国建设的“质”与“效”

信息导读：旅游业已成为新兴的战略性支柱产业和民生产业、幸福产业，其发展格局和驱动力正在发生深刻变化，人民群众旅游消费需求向高品质和多样化转变。因此，旅游业者应坚持提质增效发展原则，驱动旅游产业提档升级，推进文化和旅游纵深融合。通过优化旅游要素配置效率、拥抱新技术、新模式、新业态，提升旅游相关领域生产要素供给水平和协同效率，释放关联产业潜能，推动旅游业供给实现从有向优、从大向强。同时，旅游业也是事关国计民生的重要“民生产业、民生工程”，应深入研判市场需求，精准对接优势资源，推出更多旅游精品，持续改善旅游消费的“软环境”与“硬支撑”，满足游客需求。此外，企业是旅游产业的根基，应持续优化旅游营商环境，支持旅游企业扩规

模、强实力、创品牌，培育壮大一批竞争力强的旅游龙头企业，加快构建旅游市场主体梯队结构。总之，我国旅游业须坚持提质增效原则，推动旅游业规模质量、效益相得益彰，以旅游高质量发展为引领，形成旅游强国建设的蓬勃动能。

信息正文：旅游业日益成为新兴的战略性支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业。当下，我国旅游业的发展格局和驱动力正在发生深刻变化，人民群众旅游消费需求向高品质和多样化转变。笔者认为，旅游业者应坚持提质增效发展原则，驱动旅游产业提档升级，推进文化和旅游纵深融合。

坚持提质增效，放大融合发展“乘数效应”。旅游业关联国民经济109个产业、行业和39个部门。据联合国世界旅游组织测算，旅游业每收入1元带动相关产业收入4.3元。40多年来，我国旅游业打破了过度依赖单一要素的发展模式，逐步开启以文旅融合、主客共享、全域旅游为特征的新理念新模式。面对新质生产力发展的新要求，旅游业发展应坚持提质增效，不断优化旅游要素的配置效率，积极拥抱新技术、新模式、新业态，提升旅游相关领域生产要素供给水平和协同效率，释放强大“乘数效应”，盘活闲置文旅项目存量资源，激活文旅新业态新模式增量空间。释放关联产业潜能，优化文化旅游、生态旅游、康养旅游、工业旅游、体育旅游、滑雪度假等多元供给，推动旅游业供给实现“从有向优、从大向强”，实现旅游业发展全面提质升级，真正发挥旅游“一业兴、百业旺”的综合带动作用，使其真正成为“具有显著时代特征的民生产业、幸福产业”。

坚持提质增效，做好旅游发展“民生工程”。旅游一头连着经济，一头连着民生，是事关国计民生的重要“民生产业、民生工程”。当前，大众旅游需求已转化为对美好旅游生活的需求，人民群众对旅游生活的

需求已由过去的“有没有”“够不够”转化为“好不好”“优不优”。改革开放40多年来，我国建立起以高等级旅游景区、旅游度假区、旅游休闲城市和街区、夜间文化和旅游消费集聚区等载体的旅游多元供给体系，旅游基础设施和公共服务水平实现从量到质的提升，人民群众旅游满意水平不断提升。未来应将“游客满意度高不高”作为新时代旅游业高质量发展的衡量指标，深入研判市场需求，精准对接优势资源，在提升服务品质上下功夫，推出更多旅游精品名品新品，持续改善旅游消费的“软环境”与“硬支撑”，最大限度地满足游客需要，不断提升旅游质量水平、服务水平和创新水平，充分发挥旅游业为民、富民、利民、乐民的积极作用，加快打造产城共建、主客共享、景城共生的“民心标杆”。

坚持提质增效，壮大旅游产业“中坚力量”。企业是经济运行的细胞，经营主体构成产业发展的中坚力量，旅游产业的根基在于市场主体。改革开放以来，我国构建起以旅行社和在线旅游平台为代表的旅行服务商、以星级饭店和品牌酒店为主体的旅游住宿商、以A级景区和旅游度假区等旅游核心吸引物为支撑的旅游接待商以及各类新业态新模式运营商为支撑的旅游产业多元生态体系。未来应将“市场主体竞争力强不强”作为新时代旅游业高质量发展的衡量指标，以旅游强国建设为目标，以培育世界一流旅游企业为支撑，持续优化旅游营商环境，支持旅游企业扩规模、强实力、创品牌，千方百计培育壮大一批竞争力强的旅游龙头企业，培育更多旅游“百年老店”“百年匠人”，积极培育和扶持中小微文旅企业发展，加快构建龙头企业领军、骨干企业支撑、小微企业专精的旅游市场主体梯队结构，真正让企业成为科技创新应用的生力军、培育发展旅游新质生产力的主力军、构建现代化旅游产业体系的先锋军。

笔者认为，当前及未来一段时期，我国旅游业须坚持提质增效原则，

既要关心旅游“发展了什么”，更要注重旅游发展“有什么效果”，找准方向和路径，注重质量和效益，推动旅游业规模质量、效益相得益彰，以旅游高质量发展为引领，形成旅游强国建设的蓬勃动能。

信息来源：经济参考报

三、海外动态

（一）美联储降息 25 个基点 未来货币政策调整或放缓

信息导读：在 2024 年最后一次 FOMC 会议上，美联储决定将联邦基金利率下调 25 个基点至 4.25% 至 4.50% 之间，这是今年连续第三次降息，累计降息 100 个基点。面对美国经济的双向风险，美联储政策路径保持谨慎。尽管降息，但未来步伐将放缓，预计 2025 年全年降息幅度在 50 至 75 个基点。美联储主席鲍威尔强调，将以长远视角平衡经济增长与通胀关系。降息进程可能分两阶段进行，对全球汇率走势产生影响，2025 年美元仍可能保持阶段性强势。

信息正文：北京时间 12 月 19 日凌晨，在 2024 年最后一次 FOMC（联邦公开市场委员会）会议上，美国联邦储备委员会决定将联邦基金利率目标区间下调 25 个基点到 4.25% 至 4.50% 之间，符合市场预期。这也是美联储今年连续第三次降息，累计降息幅度达到了 100 个基点。

“美联储在 12 月份降息 25 个基点，符合市场预期。”工银国际控股有限公司首席经济学家程实在接受《证券日报》记者采访时表示，这是美联储本轮宽松周期的第三次调整，此前美联储已分别于 9 月份和 11 月份降息 50 个基点和 25 个基点。面对当前美国经济的双向风险（通胀卷土重来与劳动力市场疲软），美联储的政策路径仍将保持谨慎，以应对未来潜在的经济不确定性。

“美联储本轮降息总体上仍是预防式降息。”广开首席产业研究院资深研究员刘涛表示，通常而言，预防式降息的次数和幅度相对有限。从以往经验看，累计降息 75 个基点的情况居多。但考虑到本轮美联储预防式降息的特殊背景，即 2022 年至 2023 年的加息幅度存在一定的超调，美国利率水平较长时间处于相对较高的状态等，美联储降息力度有可能大于以往。今年 9 月份以来，美联储已累计降息 3 次、累计降幅 100 个基点，联邦基金利率目标区间已从 5.25% 至 5.50% 降至 4.25% 至 4.50%。

美联储主席鲍威尔在新闻发布会上表示，尽管本次采取了降息措施，但未来的货币政策调整步伐将会放缓。他表示：“我们快速走到这里，未来我们会走得慢一些。”

本次 FOMC 会议发布的 SEP（经济前景预测）也显示，美联储官员们大幅上调了未来政策利率目标区间的中位数和通胀预期，预计 2025 年年底政策利率的中位数为 3.9%，9 月份为 3.4%。预计 2025 年 PCE 通胀（个人消费支出）将达到 2.5%，9 月份为 2.1%。

程实认为，虽然本次会议美联储保持降息节奏，但未来的降息步伐可能会有所放缓。近几个月来，鲍威尔多次强调美国经济韧性允许美联储在降息上更加谨慎，这也表明美联储不会急于调整政策目标，而是将以长远视角平衡经济增长与通胀之间的关系。美联储当前预计在 2025 年降息仅 50 个基点，而非此前预计的 100 个基点，显示在通胀有所停滞而劳动力市场并未明显下滑的背景下，美联储偏向采取更为谨慎的政策路径。

“当前及未来一段时间，美联储在降息问题上正面临两难情况，”刘涛分析，一方面，美国联邦基金利率需向中性利率水平靠拢。另一方面，美联储又不得不高度警惕通胀快速反弹的风险。

对于后续美联储降息路径，程实认为，2025 年美联储全年降息幅度

在 50 个基点至 75 个基点左右，即降息 2 次至 3 次，进一步降息的节奏将取决于经济数据的表现与美联储的政策评估结果。考虑到当前美国通胀水平有所停滞，美联储官员以及市场的担忧情绪逐步上升等因素，若经济数据没有显示美国劳动力市场的急剧恶化，2025 年 1 月份美联储暂停降息是有可能的。

刘涛认为，接下来美联储的降息进程有可能分两阶段进行。第一个阶段，在 2025 年上半年美联储降息次数约 2 次至 3 次，累计降幅在 50 个基点至 75 个基点，下半年货币政策将趋于中性，2025 年联邦基金利率目标区间或将保持在 3.5% 至 3.75%。第二个阶段，2026 年甚至到 2027 年，美联储有可能择机再降息 50 个基点至 75 个基点。

刘涛表示，由于美联储降息的间隔和尾部拉长，有可能对全球汇率走势产生较大影响，美元从“快速贬值”进一步向“缓慢贬值”演变，在欧洲经济复苏偏弱、国际地缘政治冲突加剧等多重因素的影响下，2025 年美元仍有较大概率保持阶段性强势。

信息来源：证券日报

（二）法德“熄火”，欧洲如何应对“特朗普威胁”？

信息导读：近日，被誉为欧洲经济“双引擎”的法国和德国相继陷入政治困境，导致欧洲经济增长预期受挫。德国总理朔尔茨未能获得议会信任，面临提前大选；法国政府也因不信任动议而更迭。两国均面临财政预算压力和经济逆风，德国经济形势尤为严峻。经合组织下调了对两国明年经济增长的预测。此外，美国当选总统特朗普的关税威胁给欧盟带来额外压力。在法德“双引擎”失速的背景下，欧洲需迅速确立统一的对美谈判立场，以避免贸易冲突。欧元也因欧洲政治经济局势而承压，可能进一步走弱。

信息正文：被誉为欧洲经济“双引擎”的法国和德国近日接连遭遇政治困境，令欧洲经济再度受挫。

经合组织（OECD）在 12 月发布的预测中表示，由于政治不确定性和紧缩性财政政策，下调对德国明年经济增长的预测到 0.7%，前值为 1.1%，同时仍预计今年德国经济将停滞不前，并将 2025 年法国经济增长预期下调至 0.9%。

当地时间 12 月 17 日，美国当选总统特朗普已在各州的选举人团会议中获得足够的选举人票，正式获得总统职位，将于 2025 年 1 月 20 日正式宣誓就职。他此前威胁将对欧盟加征关税。

如果到 2025 年，法德“双引擎”仍然无法实现政治稳定，那么欧盟在应对与美国的潜在贸易冲突方面将显得乏力。

法德“内乱”

2024 年的最后一个月也不太平，欧盟两大经济体接连陷入政治困境。

当地时间 12 月 16 日，德国国会召开特别会议，表决对总理朔尔茨的信任动议。如外界预测的那样，朔尔茨未能获得半数以上议员支持，明年 2 月 23 日提前选举已成定局。组建新政府的谈判可能会持续到明年 4 月。

据路透社报道，尽管朔尔茨希望通过提前大选重新赢得总理职位，但最新的民调显示，保守党在大多数民调中领先朔尔茨所在的社民党超过 10 个百分点，极右翼的德国另类选择党（AfD）也略微领先于社民党。

这场政治危机源于德国联合政府在当前经济下行压力加大的环境下遭遇巨大预算分歧。上个月，朔尔茨解除自民党主席林德纳的财政部长职务，自民党随即宣布退出和社民党、绿党共同组成的“红绿灯政府”，执政联盟一夜间“垮台”。

法国方面，12 月 4 日晚，法国国民议会通过一项对政府的不信任动

议。依照法国宪法，总理米歇尔·巴尼耶代表政府向总统递交辞呈。这是1962年以来法国政府首次被议会推翻。

这场不信任动议的导火索与德国类似。12月2日，巴尼耶绕过国民议会，强行通过一项社会保障法案，引发极右翼和左翼政党强烈不满。

在接受了巴尼耶的辞呈后，法国总统马克龙于当地时间13日上午任命其长期政治盟友、中间派政党民主运动党主席弗朗索瓦·贝鲁为新任法国总理。这已经是马克龙今年任命的第四位总理，也是7月之后任命的第二位总理。

在此前的“二次组阁”磋商中，马克龙在各政党代表面前强调，直到2027年，也就是其总统任期结束，他不希望再主动解散国民议会。

不过，分裂隐忧仍然存在。自今年7月法国提前举行国民议会选举以来，法国国民议会一直处于左中右“三分天下”的僵局之中。

在两国的政治困境中，“预算”一词被频繁提及，不过，两国的情况略有不同。

法国新任总理贝鲁接下来的任务是建立一个有足够跨党派支持的政府，以便在信任投票中幸存下来，并通过2025年预算。目前，法国面临着缩小财政赤字的压力，到今年年底，法国的财政赤字将达到国内生产总值（GDP）的6%，远远高于欧盟规定的3%。

德国则可能要在新政府成立后重新牵头起草2025年预算案，换届前只能通过临时预算管理德国财政。在这种情况下，德国财政部只能拨付已经获批项目的资金，而德国的“债务刹车”（每年赤字额不得高于GDP的0.35%），让政府在应对经济问题时频频被掣肘。德媒指出，政坛动荡意味着2025年财政预算案和其他经济政策更难通过，本就陷入困境的德国经济将再次受到打击。

“双引擎”失速

法国前总统希拉克曾表示，当法国和德国进步时，整个欧洲都在进步；如果两国没有进步，欧洲就会停滞不前。

在两国因“财政预算”深陷泥潭的背后，恰恰是其经济无法“进步”。

作为欧元区经济的“火车头”，德国经济形势尤为严峻。12月13日，德国央行大幅下调了对未来两年德国经济的预测：2024年德国国内生产总值（GDP）将下降0.2%，低于6月预测的增长0.3%；2025年德国GDP可能仅增长0.2%，较先前1.1%的预测下调了0.9个百分点。

德国央行行长约阿西姆·内格尔指出，德国经济不仅面临持续的经济逆风，而且还面临结构性问题，对工业、出口和投资造成影响。

“德国依靠廉价化石燃料供应和内燃机汽车生产的经济似乎已经过时了，但政治家们很少敢公开这样说。”美因茨大学政治学家凯·阿尔茨海默（Kai Arzheimer）指出。

法国方面，法国央行12月16日发布季度展望报告，下调了未来几年的经济增长预期。作为欧元区第二大经济体，法国央行现预计2024年经济增长1.1%；2025年增长0.9%，低于9月预测的1.2%。

法国央行强调，政府的财政整顿努力和当前的政治不确定性预计将抑制消费者支出和私营部门投资。今年一系列政治危机导致消费者和企业更加谨慎，他们对于经济前景持警惕态度，尤其是在美国可能增加关税的情况下。

此外，经合组织（OECD）在本月发布的预测中下调了对德国和法国的经济增长预测。预计明年德国经济将增长0.7%，低于此前预测的1.1%；法国的预期增长率下调了0.3个百分点，为0.9%。

作为欧盟经济增长的“双引擎”，法德同时面临的经济和财政困境，也将给欧盟带来沉重压力。

咨询公司欧亚集团（Eurasia Group）欧洲董事总经理穆吉塔巴·拉赫

曼 (Mujtaba Rahman) 认为,“这意味着欧洲经济的巨大潜力将难以释放,法国和德国无法‘全力以赴’。”

根据欧盟委员会近日发布的 2024 年秋季经济展望报告,今年欧盟和欧元区经济预计分别增长 0.9%、0.8%,较今年 5 月份的报告有所下调。此前,欧洲央行宣布将三大关键利率均下调 25 个基点,给出的理由也是欧元区经济前景暗淡,通胀持续放缓。

“欧洲整体的经济压力相对比较大。”联博集团固定收益资深投资策略师黄庆丰表示,明年一系列的降息以及宽松货币政策可能为欧洲经济带来部分的支撑。

黄庆丰说,预估欧洲央行最少会有 5—6 次降息的机会,直到明年夏天政策利率到达 2% 这一比较中性的水准,才能进一步观察下一步的方向。

“特朗普威胁”

更让人担心的是,这场欧盟国家的内部危机似乎来得格外不是时候。

美国广播公司 (ABC) 报道称,就欧盟而言,当前最紧迫的问题可能是如何应对美国当选总统特朗普。欧洲官员正在试图化解一场潜在的贸易冲突,即美国对欧洲商品加征关税,因为这可能会严重打击欧洲大陆以出口为导向的经济。

而在这样一个关键节点,新旧政府的交替将给两国政府,乃至欧盟的集体决策机制造成影响:在一切尘埃落定之前,政府可能会避免作出重大决策。

“政治僵局意味着欧洲错过了与特朗普接触的重要机会”,贝伦贝格银行首席经济学家霍尔格·施米丁 (Holger Schmieding) 认为,“风险在于,因为德国和法国没有采取行动,特朗普在贸易问题上可能对欧洲更严厉。”

“欧洲需迅速确立一个统一的对美谈判代表，比如欧盟委员会主席冯德莱恩或其他高级官员，以确保在应对特朗普政策时展现统一立场。”安联集团首席经济学家 Ludovic Subran 指出，保持欧盟 27 国的团结是应对特朗普可能发起攻击的关键。

那么具体应该如何回应？很多分析认为，应对美国进口欧洲的商品采取类似措施，以牙还牙。

但法国智库蒙田研究所研究员沙内（Eric Chaney）警告说，欧盟比美国更依赖出口，单纯的关税对抗将使欧洲经济受损更严重。欧盟应采取更精确的措施，例如对特定美国产品加征关税或使用现有的贸易保护工具。

美联社在谈及欧盟的应对策略时指出，欧洲可以决定不对美国的任何关税进行报复，从而避免一个互相破坏、针锋相对的循环；还可以承诺购买美国液化天然气以安抚特朗普；或为乌克兰增加数十亿美元的国防支出，以回应他对欧洲国家没有履行北约国防开支承诺的抱怨。

这些提议尽管也可以经由冯德莱恩提出，但美联社认为，“欧洲可以向特朗普提出的提议很小，不是一个有德国和法国资金支持的大提议。”

此外，当前欧洲的政治经济局势还让欧元严重承压。欧元正再度逼近与美元等价。美国政治新闻网（POLITICO）报道称，尽管特朗普当选美国总统以及人们对其政策的预期是欧元走弱的主要原因，但德国和法国接连传出的政治和经济坏消息也削弱了信心。

景顺首席全球市场策略师 Kristina Hooper 认为，欧元区将继续受到结构性挑战和人口问题的影响，其与美国之间的经济将继续分化。

“倘若欧元区明年的经济增长相对乏力，我们可能会看到欧洲央行大幅放宽货币政策，如此欧元兑美元将会走弱。”Kristina Hooper 说。

信息来源：国际金融报