

# 经济信息周报

2024年3月第二周（总期第99期）

中国物流信息中心

2024年3月11日-2024年3月15日

## 目录

一、宏观动态	1
（一）政策动态	1
国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》	1
（二）金融动态	8
3周多涨幅超200美元 国际金价再创历史新高	8
（三）消费动态	12
消协：当前消费市场活力充沛，家庭收入预期保持乐观	12
（四）投资动态	15
中国仍是全球“最佳投资沃土”	16
（五）外贸动态	20
数读外贸“开门红” 新型数字化助力中国产品扬帆“出海”	21
二、行业动态	23
（一）装备制造业动态	23
“降价潮”来势汹汹 新能源汽车业何去何从	23
（二）高技术制造业动态	28
构建集成电路高质量人才培养体系 助力新质生产力发展	28
（三）钢铁行业动态	32
钢厂减产消息频传 市场反应如何？	32
（四）建材行业动态	34
供需关系如何变化？2024年水泥行业是否“寒意”依旧？	35
（五）房地产行业动态	36
如何构建房地产发展新模式？	36
（六）餐饮业动态	38
中国预制菜，烹煮30年   争议预制菜	38
（七）旅游业动态	43
订单量增长近4倍，清明假期踏春热	43
三、海外动态	46
（一）美2月CPI再超预期 货币政策近期难放松	46
（二）韩国计划实施扩大出口战略	49

## 一、宏观动态

### (一) 政策动态

#### 国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》

信息导读：近日，国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》。在认真摸底、深入测算的基础上，提出了到2027年我国重点领域设备投资、更新改造、先进设备推广、回收循环利用等方面的具体目标。本方案的落地实施，将给我国经济带来重大优化，一是将有力扩大内需，通过设备更新和消费品以旧换新，可以有效刺激市场需求，促进消费，加快国民经济循环；二是推进高质量发展，方案顺应制造业向高端化、智能化、绿色化和数字化发展的趋势，有助于提升产业发展水平和产品质量；三是培育新质生产力，设备更新和以旧换新能够扩大市场容量，为新技术提供竞争和成长的空间，使国内市场成为新生产力的孵化器；四是节约资源和环保，建立健全回收利用体系，促进废旧装备再制造，提升资源循环利用水平，有助于实现全面节约战略。综合来看，推动大规模设备更新和消费品以旧换新的行动方案不仅能够促进经济增长，还能够推动产业升级，保护环境，提升居民生活质量，是实现可持续发展的重要举措。

信息摘要：推动大规模设备更新和消费品以旧换新是加快构建新发展格局、推动高质量发展的重要举措，将有力促进投资和消费，既利当前、更利长远。为贯彻落实党中央决策部署，现就推动新一轮大规模设备更新和消费品以旧换新，制定如下行动方案。

#### 一、总体要求

推动大规模设备更新和消费品以旧换新，要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，贯彻落实中央经济工作会议和中央财经委员会第四次会议部署，统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，实施设备更新、消费品以旧换新、回收循环利用、标准提升四大行动，大力促进先进设备生产应用，推动先进产能比重持续提升，推动高质量耐用消费品更多进入居民生活，畅通资源循环利用链条，大幅提高国民经济循环质量和水平。

——坚持市场为主、政府引导。充分发挥市场配置资源的决定性作用，结合各类设备和消费品更新换代差异化需求，依靠市场提供多样化供给和服务。更好发挥政府作用，加大财税、金融、投资等政策支持力度，打好政策组合拳，引导商家适度让利，形成更新换代规模效应。

——坚持鼓励先进、淘汰落后。建立激励和约束相结合的长效机制，加快淘汰落后产品设备，提升安全可靠水平，促进产业高端化、智能化、绿色化发展。加快建设全国统一大市场，破除地方保护。

——坚持标准引领、有序提升。对标国际先进水平，结合产业发展实际，加快制定修订节能降碳、环保、安全、循环利用等领域标准。统筹考虑企业承受能力和消费者接受程度，有序推动标准落地实施。

到2027年，工业、农业、建筑、交通、教育、文旅、医疗等领域设备投资规模较2023年增长25%以上；重点行业主要用能设备能效基本达到节能水平，环保绩效达到A级水平的产能比例大幅提升，规模以上工业企业数字化研发设计工具普及率、关键工序数控化率分别超过90%、75%；报废汽车回收量较2023年增加约一倍，二手车交易量较2023年增长45%，废旧家电回收量较2023年增长30%，再生材料在资源供给中的占比进一步提升。

## 二、实施设备更新行动

（一）推进重点行业设备更新改造。围绕推进新型工业化，以节能降碳、超低排放、安全生产、数字化转型、智能化升级为重要方向，聚焦钢铁、有色、石化、化工、建材、电力、机械、航空、船舶、轻纺、电子等重点行业，大力推动生产设备、用能设备、发输配电设备等更新和技术改造。加快推广能效达到先进水平和节能水平的用能设备，分行业分领域实施节能降碳改造。推广应用智能制造设备和软件，加快工业互联网建设和普及应用，培育数字经济赋智赋能新模式。严格落实能耗、排放、安全等强制性标准和设备淘汰目录要求，依法依规淘汰不达标设备。

（二）加快建筑和市政基础设施领域设备更新。围绕建设新型城镇化，结合推进城市更新、老旧小区改造，以住宅电梯、供水、供热、供气、污水处理、环卫、城市生命线工程、安防等为重点，分类推进更新改造。加快更新不符合现行产品标准、安全风险高的老旧住宅电梯。推进各地自来水厂及加压调蓄供水设施设备升级改造。有序推进供热计量改造，持续推进供热设施设备更新改造。以外墙保温、门窗、供热装置等为重点，推进存量建筑节能改造。持续实施燃气等老化管道更新改造。加快推进城镇生活污水垃圾处理设施设备补短板、强弱项。推动地下管网、桥梁隧道、窨井盖等城市生命线工程配套物联智能感知设备建设。加快重点公共区域和道路视频监控等安防设备改造。

（三）支持交通运输设备和老旧农业机械更新。持续推进城市公交车电动化替代，支持老旧新能源公交车和动力电池更新换代。加快淘汰国三及以下排放标准营运类柴油货车。加强电动、氢能等绿色航空装备产业化能力建设。加快高耗能高排放老旧船舶报废更新，大力支持新能源动力船舶发展，完善新能源动力船舶配套基础设施和标准规范，逐步扩大电动、液化天然气动力、生物柴油动力、绿色甲醇动力等新能源船

舶应用范围。持续实施好农业机械报废更新补贴政策，结合农业生产需要和农业机械化发展水平阶段，扎实推进老旧农业机械报废更新，加快农业机械结构调整。

（四）提升教育文旅医疗设备水平。推动符合条件的高校、职业院校（含技工院校）更新置换先进教学及科研技术设备，提升教学科研水平。严格落实学科教学装备配置标准，保质保量配置并及时更新教学仪器设备。推进索道缆车、游乐设备、演艺设备等文旅设备更新提升。加强优质高效医疗卫生服务体系建设，推进医疗卫生机构装备和信息化设施迭代升级，鼓励具备条件的医疗机构加快医学影像、放射治疗、远程诊疗、手术机器人等医疗装备更新改造。推动医疗机构病房改造提升，补齐病房环境与设施短板。

### 三、实施消费品以旧换新行动

（五）开展汽车以旧换新。加大政策支持力度，畅通流通堵点，促进汽车梯次消费、更新消费。组织开展全国汽车以旧换新促销活动，鼓励汽车生产企业、销售企业开展促销活动，并引导行业有序竞争。严格执行机动车强制报废标准规定和车辆安全环保检验标准，依法依规淘汰符合强制报废标准的老旧汽车。因地制宜优化汽车限购措施，推进汽车使用全生命周期管理信息交互系统建设。

（六）开展家电产品以旧换新。以提升便利性为核心，畅通家电更新消费链条。支持家电销售企业联合生产企业、回收企业开展以旧换新促销活动，开设线上线下家电以旧换新专区，对以旧家电换购节能家电的消费者给予优惠。鼓励有条件的地方对消费者购买绿色智能家电给予补贴。加快实施家电售后服务提升行动。

（七）推动家装消费品换新。通过政府支持、企业让利等多种方式，支持居民开展旧房装修、厨卫等局部改造，持续推进居家适老化改造，

积极培育智能家居等新型消费。推动家装样板间进商场、进社区、进平台，鼓励企业打造线上样板间，提供价格实惠的产品和服务，满足多样化消费需求。

#### 四、实施回收循环利用行动

（八）完善废旧产品设备回收网络。加快“换新+回收”物流体系和新模式发展，支持耐用消费品生产、销售企业建设逆向物流体系或与专业回收企业合作，上门回收废旧消费品。进一步完善再生资源回收网络，支持建设一批集中分拣处理中心。优化报废汽车回收拆解企业布局，推广上门取车服务模式。完善公共机构办公设备回收渠道。支持废旧产品设备线上交易平台发展。

（九）支持二手商品流通交易。持续优化二手车交易登记管理，促进便利交易。大力发展二手车出口业务。推动二手电子产品交易规范化，防范泄露及恶意恢复用户信息。推动二手商品交易平台企业建立健全平台内经销企业、用户的评价机制，加强信用记录、违法失信行为等信息共享。支持电子产品生产企业发展二手交易、翻新维修等业务。

（十）有序推进再制造和梯次利用。鼓励对具备条件的废旧生产设备实施再制造，再制造产品设备质量特性和安全环保性能应不低于原型新品。推广应用无损检测、增材制造、柔性加工等技术工艺，提升再制造加工水平。深入推进汽车零部件、工程机械、机床等传统设备再制造，探索在风电光伏、航空等新兴领域开展高端装备再制造业务。加快风电光伏、动力电池等产品设备残余寿命评估技术研发，有序推进产品及关键部件梯次利用。

（十一）推动资源高水平再生利用。推动再生资源加工利用企业集聚化、规模化发展，引导低效产能逐步退出。完善废弃电器电子产品处理支持政策，研究扩大废弃电器电子产品处理制度覆盖范围。支持建设

一批废钢铁、废有色金属、废塑料等再生资源精深加工产业集群。积极有序发展以废弃油脂、非粮生物质为主要原料的生物质液体燃料。探索建设符合国际标准的再生塑料、再生金属等再生材料使用情况信息化追溯系统。持续提升废有色金属利用技术水平，加强稀贵金属提取技术研发应用。及时完善退役动力电池、再生材料等进口标准和政策。

## 五、实施标准提升行动

（十二）加快完善能耗、排放、技术标准。对标国际先进水平，加快制修订一批能耗限额、产品设备能效强制性国家标准，动态更新重点用能产品设备能效先进水平、节能水平和准入水平，加快提升节能指标和市场准入门槛。加快乘用车、重型商用车能量消耗量值相关限制标准升级。加快完善重点行业排放标准，优化提升大气、水污染物等排放控制水平。修订完善清洁生产评价指标体系，制修订重点行业企业碳排放核算标准。完善风力发电机、光伏设备及产品升级与退役等标准。

（十三）强化产品技术标准提升。聚焦汽车、家电、家居产品、消费电子、民用无人机等大宗消费品，加快安全、健康、性能、环保、检测等标准升级。加快完善家电产品质量安全标准体系，大力普及家电安全使用年限和节能知识。加快升级消费品质量标准，制定消费品质量安全监管目录，严格质量安全监管。完善碳标签等标准体系，充分发挥标准引领、绿色认证、高端认证等作用。

（十四）加强资源循环利用标准供给。完善材料和零部件易回收、易拆解、易再生、再制造等绿色设计标准。制修订废弃电器电子产品回收规范等再生资源回收标准。出台手机、平板电脑等电子产品二手交易中信息清除方法国家标准，引导二手电子产品经销企业建立信息安全管理体系统和信息技术服务管理体系，研究制定二手电子产品可用程度分级标准。

（十五）强化重点领域国内国际标准衔接。建立完善国际标准一致性跟踪转化机制，开展我国标准与相关国际标准比对分析，转化一批先进适用国际标准，不断提高国际标准转化率。支持国内机构积极参与国际标准制修订，支持新能源汽车等重点行业标准走出去。加强质量标准、检验检疫、认证认可等国内国际衔接。

## 六、强化政策保障

（十六）加大财政政策支持力度。把符合条件的设备更新、循环利用项目纳入中央预算内投资等资金支持范围。坚持中央财政和地方政府联动支持消费品以旧换新，通过中央财政安排的节能减排补助资金支持符合条件的汽车以旧换新；鼓励有条件的地方统筹使用中央财政安排的现代商贸流通体系相关资金等，支持家电等领域耐用消费品以旧换新。持续实施好老旧营运车船更新补贴，支持老旧船舶、柴油货车等更新。鼓励有条件的地方统筹利用中央财政安排的城市交通发展奖励资金，支持新能源公交车及电池更新。用好用足农业机械报废更新补贴政策。中央财政设立专项资金，支持废弃电器电子产品回收处理工作。进一步完善政府绿色采购政策，加大绿色产品采购力度。严肃财经纪律，强化财政资金全过程、全链条、全方位监管，提高财政资金使用的有效性和精准性。

（十七）完善税收支持政策。加大对节能节水、环境保护、安全生产专用设备税收优惠支持力度，把数字化智能化改造纳入优惠范围。推广资源回收企业向自然人报废产品出售者“反向开票”做法。配合再生资源回收企业增值税简易征收政策，研究完善所得税征管配套措施，优化税收征管标准和方式。

（十八）优化金融支持。运用再贷款政策工具，引导金融机构加强对设备更新和技术改造的支持；中央财政对符合再贷款报销条件的银行



贷款给予一定贴息支持。发挥扩大制造业中长期贷款投放工作机制作用。引导银行机构合理增加绿色信贷，加强对绿色智能家电生产、服务和消费的金融支持。鼓励银行机构在依法合规、风险可控前提下，适当降低乘用车贷款首付比例，合理确定汽车贷款期限、信贷额度。

（十九）加强要素保障。加强企业技术改造项目用地、用能等要素保障。对不新增用地、以设备更新为主的技术改造项目，简化前期审批手续。统筹区域内生活垃圾分类收集、中转贮存及再生资源回收设施建设，将其纳入公共基础设施用地范围，保障合理用地需求。

（二十）强化创新支撑。聚焦长期困扰传统产业转型升级的产业基础、重大技术装备“卡脖子”难题，积极开展重大技术装备科技攻关。完善“揭榜挂帅”、“赛马”和创新产品迭代等机制，强化制造业中试能力支撑，加快创新成果产业化应用。

各地区、各部门要在党中央集中统一领导下，完善工作机制，加强统筹协调，做好政策解读，营造推动大规模设备更新和消费品以旧换新的良好社会氛围。国家发展改革委要会同有关部门建立工作专班，加强协同配合，强化央地联动。各有关部门要按照职责分工制定具体方案和配套政策，落实部门责任，加强跟踪分析，推动各项任务落实落细。重大事项及时按程序请示报告。

**信息来源：中国政府网**

## **（二）金融动态**

### **3 周多涨幅超 200 美元 国际金价再创历史新高**

**信息导读：**近期，国际金价经历了显著上涨。自 2 月中旬以来，现货黄金价格连续走高，于 3 月 8 日达到历史最高纪录，意味着在短短三周多的时间里，金价每盎司涨幅超过 200 美元。影响本轮金价上升的因

素较多，一是美联储的降息预期，虽然美联储表示不急于降息，但相关数据显示降息压力在不断增加，推升了市场对6月降息的预期；二是美国就业数据与债务问题，美国2月非农就业人口增加超出预期，但失业率意外上升，导致市场预计美联储可能很快开始降息，同时美国债务规模的快速膨胀增加了财政压力，促使投资者将黄金作为保值工具；三是全球央行购金和地缘政治风险，世界黄金协会指出，地缘政治风险和领导人选举可能促使投资者转向黄金，央行购买黄金的行为也可能抵消消费者需求的疲软。对于2024年金价走势的展望，多数市场分析认为仍有上涨空间。荷兰国际集团和印度凯迪商品咨询公司均预计未来几个月内金价将继续波动。而瑞银贵金属策略师和道明证券高级商品策略师更看好黄金的未来前景，认为随着美联储货币政策的转变和美元走弱，黄金价格有望在2024年底进一步上涨。整体来看，虽然短期内黄金价格可能面临调整，但在众多推动因素的支持下，中长期前景仍然乐观。

**信息摘要：**自2月中旬以来，国际金价出现大幅飙升。上周五（3月8日），现货黄金价格连续8个交易日走高，最高升至每盎司2195.07美元，创下历史最高纪录；与之对比的是，2月14日，现货黄金价格曾连续6个交易日走软，跌破2000关口至每盎司1992.29美元。这意味着，在3周多的时间内，现货黄金每盎司的涨幅超过200美元。除此之外，上周五，纽约商品交易所(CMX)黄金期货主力合约一度突破每盎司2200美元，再创历史新高，实现7连涨。

上周，现货黄金周涨幅达4.57%左右，创下去年10月中旬以来的最大周涨幅，也是连续第3周上涨。3月12日，受美国通胀存在反弹风险影响，美联储可能推迟降息时间因素的打压，现货黄金短线下跌超过10美元，失守每盎司2160美元。在本轮国际金价波动的背后，存在哪些推动因素？该如何看待2024年金价走势？

## 国际金价大涨原因几何

综合来看，美联储的降息预期仍是助推金价走高的主要“功臣”之一。通常来说，美联储降息有利于金价走高：当利率下降时，贵金属被视为避风港，持有有收入的资产（如债券）就不如持有贵金属那么有吸引力。相对于去年底，市场对美联储的降息预期不断后延，降息幅度也在下滑。这其实并不利于金价走高。但细究之下，虽然美联储不断表示不急于降息，但相关的数据显示美联储降息压力在不断加大，推升市场对美联储6月降息预期。

3月6日，美联储主席鲍威尔在出席美国国会众议院金融服务委员会会议并发表证词时重申美联储不急于降息的立场。美国劳工统计局上周五公布的数据显示，美国2月非农就业人口增加27.5万人，高于预期的20万人，但1月的就业人数从此前的35.3万人大幅下修至22.9万人。此外，美国2月非农失业率意外上升至3.9%，创2022年1月以来新高，高于市场预期的3.7%。美国失业率上升，提升了美联储可能很快开始降息的预期，金价随即飙升至历史新高。

同时，美国债务持续狂飙，也使得美联储降息压力加大。美国财政部数据显示，美国负债规模从31万亿美元升至32万亿美元大约耗时8个月，随后速度进一步加快。2023年6月15日，美国债务规模达到32万亿美元，2023年9月15日达到33万亿美元，2023年12月29日突破34万亿美元。经济学家表示，如果美联储高利率持续时间过长，美国债务利息负担将会给美国财政带来巨大压力。此外，美国债务的快速膨胀，使得投资者更青睐于将黄金作为保值工具，这同样推动了金价走高。

除此之外，全球央行的购金狂潮和地缘政治风险持续，都对本轮金价大幅走高起到了推动作用。世界黄金协会资深市场分析师路易斯认为，持续不断的地缘政治风险以及世界各地即将展开的众多领导人选举，都

可能促使投资者转向黄金，黄金作为避险资产在不确定时期历来表现良好。黄金在危机时期的良好表现往往是全球央行购金的主要原因，这也预示着今年各国央行的购金需求很可能将保持旺盛态势，并可能助力抵消因金价上涨和经济增长放缓而导致的消费者需求疲软。

## 2024 国际金价走向何方

2023 年黄金表现不俗，国际现货黄金价格上涨超 13%，创下 2020 年以来最大年度涨幅。而在 2001 年至 2011 年的 10 年间，国际金价更是经历了史无前例的暴涨：从每盎司 260 美元劲升至 1900 美元，涨幅超过 600%。但 2012 年至 2022 年的十多年来，国际金价走势相对温和。今年年初，国际金价大多数时候在每盎司 2000 美元到 2080 美元之间窄幅波动。但 3 周多以来，国际金价出现凌厉涨势。这波金价飙升究竟会是昙花一现，还是新一轮大涨的开端？

荷兰国际集团研报认为，美联储的政策仍将是未来几个月金价的关键因素，预计未来几个月金价将继续波动，因为市场也会对宏观驱动因素和地缘政治事件作出反应。印度凯迪商品咨询公司总监凯迪亚表示，本轮金价的上涨是由情绪所驱动，主要来源于上周糟糕的美国经济数据，但该数据几乎没有为美联储 6 月的降息提供更多的明确信息。因此，如果没有美元走势或地缘政治紧张局势加剧等其他因素的影响，黄金市场可能会出现获利了结。

过去几年，各国央行积极增加黄金储备，买入黄金达到了历史最高水平，这有助于提高黄金需求。国际货币基金组织（IMF）数据显示，印度 2024 年 1 月将黄金持有量增加了 7.812 吨，达到 811.417 吨。路易斯表示，在地缘政治紧张局势和宏观经济不确定的背景下，央行买入黄金的趋势在今年可能会持续下去，并对金价构成软支撑。未来几个月黄金价格可能会继续波动。考虑到美联储即将开始降息，黄金的中期前景

看起来很有希望。

目前，市场普遍认为 2024 年国际金价仍有上涨空间，有望再度刷新纪录。瑞银贵金属策略师邵文思表示，黄金价格有望在 2024 年底上涨，美联储货币政策转向和美元走弱是黄金价格上涨的主要推动力。道明证券高级商品策略师麦凯也认为，金价还可能走高。一旦美联储开始降息，黄金将升至更高。

**信息来源：金融时报**

### **(三) 消费动态**

**消协：当前消费市场活力充沛，家庭收入预期保持乐观**

**信息导读：**中国消费者协会发布 2024 年“激发消费活力”消费维权年主题调查报告，显示多数消费者认为消费环境越来越好，预计 2024 年消费活力将更加充沛。调查发现，线上线下消费市场发展各有特色，但新消费渠道规范性有待加强。超七成消费者能做到理性决策，而“售后保障”连续三年最受关注。政府发放的消费券得到消费者认可，但仍有个人信息泄露、网络谣言等问题亟待治理。消费者对未来一年收入预期保持乐观，计划增加开支的领域包括食品、儿童用品、日用百货等，服务类消费中文化娱乐、医疗服务等受关注度高。中消协提出构建消费领域全链条良性循环促进机制、强化消费者权益保护合力等建议，并将开展系列活动促进消费环境建设和提振消费信心。

**信息摘要：**3 月 14 日，中国消费者协会对外发布 2024 年“激发消费活力”消费维权年主题调查报告，这也是中消协自 2016 年起连续第 9 年围绕消费维权年主题策划实施专题调查并开展宣贯解读工作。调查结果显示，多数受访者认为消费环境越来越好，超六成消费者认为本地区 2023 年的消费市场充满活力，预计 2024 年消费活力将更加充沛。

今年1月，中消协公布2024年消费维权年主题为“激发消费活力”。围绕年主题内涵及公众消费体验经历，中消协于2024年“3·15”国际消费者权益日来临之际组织开展本次消费环境与消费信心网络问卷调查活动，最终回收38,297个有效样本，具有较强的广泛性和代表性。

调查发现，近八成受访者对线上线下消费环境表示放心，多数受访者对消费环境监管力度与成效表示认可，认为消费环境越来越好；线上线下消费市场发展各有特色，不同消费模式规范性受到消费者认可，线下市场规范度评价高于线上，新消费渠道规范性有待加强。

调查显示，超七成消费者自认能做到理性决策，理性消费趋势显著。企业经营表现中，“售后保障”连续三年最受关注，“多平台价格差异大”成为影响消费意愿的关键因素。多数消费者领取过形式不一的政府惠民消费券或平台、经营者发放的打折券、满减券，超七成消费者对各类消费券体验表示满意，建议未来可增加消费券发放种类及覆盖领域。

调查结果显示，龙年春节期间，在消费者个人和家庭主要开支方面，排在前三的依次是“过年/拜年红包”（36.7%）、“选购礼品特产等”（28.6%）、“购买酒水饮料”（25.8%）。20.6%的受访者表示，自己或孩子的教育培训服务支出也占有较大比重，成为服务消费类别中最重要的支出。除了购买礼品特产和酒水饮料等，购置衣物、家电、家具等也成为扮靓家庭、改善生活的重要事项。

调查数据表明，当前我国消费环境建设取得积极成效。超七成消费者认为消费环境越来越好，对政府有关部门改善消费环境的工作力度表示认可。与此同时，一些薄弱短板和新老问题仍然困扰消费者，个人信息泄露、浪费现象、网络谣言和预付卡经营者跑路等问题亟待治理，价格虚高、虚假宣传、货不对板、售后服务没保障、损害健康和假冒伪劣现象不容忽视，应当加强治理。

近年来，民生消费类相关舆情持续引发公众热议。本次调查结果显示，低价旅游团暗存强制购物、视频平台会员服务“打了折扣”、共享充电宝“好借难还”引共鸣。

调查数据同时表明，超九成消费者能够识别消费问题，消费维权维权意愿和主动性持续增强，绝大多数消费者不再“默默忍受”。从有过维权经历的受访者反馈来看，47.4%的受访者认为“商家愿意退换即可”；45.5%的受访者认为经营者应当“赔偿损失（含额外赔偿）”。总体而言，对维权便利性与综合服务表示满意的受访者占比超过六成。

据中消协有关负责同志介绍，消费者积极点赞过去一年来的消费维权亮点变化。38.3%的受访者认为“消费者更加敢于维权”值得点赞，36.4%的受访者对“企业经营者服务态度有所改进”表示点赞，约三分之一的受访者还点赞了消协组织维权效能提升、媒体舆论监督更加见效。结合日常生活消费经历和体验，消费者还从加强消费环境法治建设和社会诚信体系建设、提高居民收入和消费能力等方面进一步提出了建议和期待。

中消协有关负责同志指出，消费活力反映的是一个城市或地区的消费活跃程度，也是体现消费者参与市场交易、改善生活的能力和信心的重要参照。本次年主题调查表明，超六成消费者认为本地区2023年的消费市场充满活力，预计2024年消费活力将更加充沛，83.5%的消费者认为未来一年的家庭收入将稳中有升，预期保持乐观。

从消费者未来一年预计增加开支的情况看，食品、儿童用品、日用百货、汽车及零部件类占据较高比重和优先顺序；服务类消费中，将文化娱乐、医疗服务、体育健身、装修服务、旅游等纳入计划的受访者占比均超过20%。相关数据表明，消费者对于服务消费的关注度要高于商品消费，悦己型消费、体验式消费、大健康消费、陪伴型消费等均为近年来的新热点；在满足基础性消费之外，优化消费体验、促进品质升级、

体现个性价值的消费意愿更加强烈，追捧“时尚”“潮流”的趋势更加明显。从消费体验相关的议题来看，“售后服务”“性价比”“好评率”三项更受消费者关注。

结合本次年主题调查结果，中国消费者协会提出四点具体建议和倡议：一是构建消费领域全链条良性循环促进机制，多渠道增加城乡居民收入，切实保障劳动者合法权益，在发展中稳步提升民生保障水平，扎实推进共同富裕，增强可持续消费能力。二是不断强化消费者权益保护合力，增强消费维权工作敏感性、针对性和及时性，关注消费者情绪价值和参与社会治理的意愿，优化消费维权公共服务供给，推动消费维权社会共治。三是积极培育新动能和新的消费增长点，激活促进消费的基因和动能，因地制宜发展新质生产力，以消费转型升级引领产业升级，挖掘时间经济、空间经济、品牌经济、“网红”经济效益；倡导简约适度、绿色低碳的生活方式和消费理念，减少资源浪费、过度包装和环境污染。四是注重“促消费”“补短板”两翼联动、循环促进，充分发挥各类政策性工具的指导和牵引作用，不断完善消费规则，强化消费“潜规则”和重点难点问题治理，完善消费投诉信息公示和预警机制，发挥好“放心消费行动”示范引领作用，让全体消费者共享全面深化改革、高质量发展的成果。

下一步，中消协还将结合2024年消费维权年主题调查有关结果，动员全国消协组织开展系列消费教育、消费体验、专项监督调查活动，向政府有关部门传递消费者心声，为促进消费环境建设、提振消费信心、激发消费活力发挥积极作用，助力广大消费者敢消费、愿消费、乐享高品质消费。

**信息来源：中国消费者协会**

#### **（四）投资动态**



## 中国仍是全球“最佳投资沃土”

**信息导读：**商务部数据显示，2024年1月外国投资者在华新设外资企业数量大幅增长，显示出外资对中国市场的积极态度。多家跨国公司在华业务取得亮眼成绩，得益于中国庞大的市场规模、持续开放的政策、完善的产业链供应链体系以及创新环境。外企不仅满足中国市场需求，还将产品出口至全球，充分发挥全球价值。同时，外企在华加速完善服务体系，开发前沿新品，深度扎根中国，共享发展机遇。中国市场的韧性和长期增长机遇被外企普遍看好，外资对中国经济的贡献和影响力不断增强。

**信息摘要：**商务部数据显示，2024年1月，外国投资者在华投资新设外资企业4588家，同比增幅高达74.4%。商务部外资司负责人说，这显示出外资来华热情高涨，跨国公司依然看好中国市场发展机遇，持续加码“投资中国”。近期，诸多外商投资企业2023年度在华经营业绩公布以及一系列增资扩产举措，印证了这种态势。

业绩向好，中国市场贡献颇多

欧莱雅、博世集团在华销售额增长均超5%；苹果公司大中华区营收约占公司总营收1/5；默沙东在华销售额达67.1亿美元，同比增长32%……一份份在华业务成绩单格外亮眼。“我们对中国经济的韧性及其长期的增长机遇抱有信心。”面对中国市场的贡献，汇丰集团行政总裁祈耀年的话说出了不少外企的感受。

外企在中国为何取得了较好业绩？

一方面，中国庞大的市场功不可没。芬兰通力电梯公司（KONE）大中华区总裁包嘉峰告诉本报记者，2023财年，中国市场对公司的全球业绩作出了显著贡献，是通力全球最大的单一市场，在全球销售额中占比约为26%。这一年，通力在华累计发运电梯台量突破150万台，维保

台量突破 60 万台，更新改造业绩也创下了历史新高。

“中国不仅是世界上最大的新梯市场，同时也是在用电梯数量最多的国家。特别是在中国的在用电梯中，95%的设备使用年限未超过 20 年。这意味着，今后中国电梯维保和更新改造市场有着巨大成长空间。”包嘉峰说，没有中国的发展，就没有通力的成功。今年，通力正进一步优化产品与服务，积极参与中国各类城市的更新与发展。

另一方面，中国持续扩大开放的政策展现了吸引力。“2023 年，尽管我们遇到各种挑战，但卡赫在华的整体业绩还是很不错，中国市场销售持续保持增长并在卡赫集团的全球市场中位列前十。其中，卡赫的蒸汽清洁机和擦窗机销量更是持续走高。”卡赫中国副总经理、首席财务官柯睿霖说。

在柯睿霖看来，良好的投资环境、强大的供应链基础、丰富的人才资源、稳定的社会环境、不断推出的各类优惠政策，为企业在华发展提供了有力支撑。“‘外资 24 条’发布以来，许多举措已经直达企业并落地见效。其中税收优惠政策和欧洲多国来华人员免签等，直接帮助企业降低了运营成本、增强了国际技术合作。”柯睿霖告诉本报记者，去年 12 月以来，他每个月都要迎接一批从欧洲来中国访问的同事，感觉既忙碌又充实。

商务部研究院外国投资研究所副研究员李洪涛说，除了庞大的市场之外，中国完善的产业链供应链体系、优质的人才资源等供给侧优势，让外企得以高效整合各类生产要素。特别是近年来，中国经济在创新驱动下加速升级，丰富的创新场景、创新平台、创新要素为跨国公司的新品研发及销售提供了全新机遇，有利于更好地赢得全球市场先机。

来华设厂，充分发挥全球价值

“我们的昆山工业园，是通力在全球规模最大的生产基地，拥有通

力在全球最高的电梯地上测试塔以及超过 200 项有效专利，不仅满足中国国内市场需求，还将产品出口到全球 100 多个国家和地区。”谈及在华投资的分量，包嘉峰这样说。

从德国大众最大的海外研发中心在华投入运营，到埃克森美孚在大亚湾石化区建设再增资 100 亿元，越来越多的外企正在用实际行动深度扎根中国。

有的持续扩大在华产能。3 月 1 日，跨国生物制药巨头阿斯利康与无锡国家高新技术产业开发区管理委员会正式签署投资合作协议。根据协议，阿斯利康将在无锡投资 4.75 亿美元新建小分子创新药物工厂，预计未来在国内上市的阿斯利康特定小分子药物将在无锡新工厂实现从制剂到包装的生产，并供应国内外市场。新工厂将加入阿斯利康全球生产供应基地，向国内外市场提供“中国造”的优质创新药品。

“中国生物医药行业规模逐渐扩大、创新市场迅速扩张，特别是良好的创新环境吸引了大量海内外科技人才创业。阿斯利康将坚定拥抱中国新机遇，让‘中国制造’充分发挥全球价值。”阿斯利康全球执行副总裁王磊说，目前，阿斯利康在中国研发管线内有超过 200 个项目，预计 5 年内获批的新药或新适应症可达 100 个左右。

有的加速完善服务体系。今年 1 月，空中客车、TARMAC Aerosave 公司与成都市政府合作成立的中国首家飞机全生命周期服务中心正式投入运营。据了解，该中心将面向各种机型提供飞机从停放、存储到维修、升级、改装、拆解和回收的一站式服务。至此，空中客车在中国的产业布局覆盖了从研发、零部件生产、飞机总装、技术支持和服务到循环利用的全产业链。

空客中国相关负责人说，在全球供应链紧张的大背景下，中国合作伙伴凭借独特的产业优势，在稳定供应链方面发挥了关键作用，展现了

极强的韧性和竞争力。“2023年，我们向中国内地航空公司交付97架飞机，其中有近59%来自天津。可以说，中国先进制造业的高质量发展，为空客带来许多全新的发展机遇。”该负责人说。

有的大力开发前沿新品。丰田汽车（中国）投资有限公司品牌沟通部部长徐一鸣对本报记者说，2023年，丰田在中国市场销量为190.76万辆，占全球总销量的17%，在华2家合资公司也都交出了令人满意的成绩单。2024年，丰田将继续扩充纯电动车型产品阵容，年内会有2款全新的纯电动车型正式上市。

“今年上半年，首家在日本以外建造的氢燃料电池系统专用工厂将在华竣工投产，加快氢燃料电池技术在中国的商业化普及。同时，在智能化方面，我们还将和合作伙伴Pony.ai、广汽丰田正式成立新的合资公司，进一步探索高级别自动驾驶技术的规模化、商业化。”徐一鸣说，丰田将丰富TOYOTA bZ纯电动专属系列产品阵容，推出更多各类动力模式的新产品。

### 拥抱未来，携手开拓更多机遇

中国日本商会调查显示，多数在华日企对中国营商环境表示满意；中国美国商会调查显示，50%的受访企业将中国列为全球首选或前三位投资目的地；汇丰银行《海外企业看中国2023》调查报告显示，87%受访海外企业表示将拓展中国业务布局……外企来华热情高，关键在于看好这里的未来。

韩国希杰（CJ）集团中国区总裁尹道瑄说，希杰已经在中国深耕近30年。中韩经贸合作给希杰提供了重要发展机遇，希杰十分珍惜并感谢中国市场为在华外企提供的发展机遇与便利条件。2023年，希杰在华经营结构性向好，营收稳定利润增长，集团对中国市场预期保持乐观并对在华经营充满信心。

“我们通过持续提高研发能力，开发冷冻面点小吃、意大利面、冷冻水饺等新品，兼顾了创新研发、产品种类、食品安全，广受中国年轻一代消费者的喜爱。”尹道瑄说，目前，希杰在华投资的食物工厂分布于北京、青岛、聊城、江门等城市，按照常温、冷冻两大系列产品进行生产线布局，各食物工厂运转可谓“势头好、劲头足”。未来，希杰将不断拓展在华投资的广度与深度。

据美国泰森食物中国及韩国区副总裁郑琼介绍，泰森在牛肉、鸡肉、猪肉等肉类蛋白质领域建立了强大的全球供应链体系。近年来，泰森在营业收入方面表现良好，泰森中国业务的销售额和进口量均实现每年双位数增长。

“中国不仅持续推动产业升级，而且一直在努力为外国投资者打造更好的营商环境。这有助于我们在争取消费者和提升附加值时获得更多竞争优势。从年初至今，泰森在华营业收入大幅超出总部设定的目标。”郑琼对本报记者说，中国市场一直是泰森食物最为关注并持续增长的海外市场之一，泰森将持续扩大在华投资。

李洪涛说，2023年最终消费支出对中国经济增长贡献率高达82.5%。超14亿人口的消费需求不断扩大和升级，为跨国公司提供了广阔的市场空间。与此同时，凭借着现代化的基础设施、完备的工业体系、强大的产业配套能力以及优质的人才储备等，中国能够为外资企业提供高效的生产和物流解决方案并降低运营成本。“可以说，中国经济高质量发展带来的消费升级和产业升级，正在为广大外企带来源源不断的新机遇。外企应进一步提供更高品质的本地化产品和服务，争取实现更大的发展。”李洪涛说。

**信息来源：人民网**

## **(五) 外贸动态**

## 数读外贸“开门红” 新型数字化助力中国产品扬帆“出海”

**信息导读:**2024年前两个月,我国货物进出口规模创历史同期新高,出口达到3.75万亿元,同比增长10.3%。其中新能源汽车的出口提供了重要支撑作用。近日我国新能源汽车出口势头继续保持强劲,为外贸增长开拓了新的空间。主要是新兴市场的扩大和我国外贸韧性强、潜力大、活力足的积极态势,推动了我国新能源汽车出口的快速增长。此外,新型数字化物流的创新也为我国新能源汽车的出口提供了强有力的支持。中国一拖集团2024年前两个月国际业务实际销售同比增长41%,远销10多个国家。借助技术创新和数字建模,一拖物流成功解决了超长超限的拖拉机运输问题,为我国新能源汽车的出口提供了更多可能性。

**信息摘要:**央视网消息:3月13日,近4000辆汽车从福州港江阴港区搭乘远洋滚装轮,发往荷兰、埃及、英国等国,这是福建单航次装载量最大的一批出口汽车,其中,新能源汽车占比70%。

在福州港江阴港区滚装码头,由福建宁德基地生产的3998辆汽车依次驶入船舱,完成一系列发船前的检查后,早上8点多,滚装轮从江阴港区起航,出发前往欧洲。

据了解,这是福州港江阴港区自2023年首次开展外贸滚装汽车出口业务以来,单航次最大批量汽车出口,同时,也是福建单航次最大批量汽车“出海”。截至目前,江阴港区已累计滚装出口汽车31735辆。

### 新兴市场扩大中国外贸增长新空间

2024年前两个月,中国货物进出口规模创历史同期新高,展现了中国外贸韧性强、潜力大、活力足的积极态势。

前两个月,我国出口达到3.75万亿元,同比增长10.3%。作为观察外贸的“晴雨表”,国内多个重点港口活跃度显著提升。宁波舟山港集装箱吞吐量同比增长高于15%,深圳港集装箱吞吐量同比增长高达23.5%。

作为外贸出口重镇，福建泉州 2024 年前两个月外贸强劲增长。

新兴市场进一步扩大了外贸增长的新空间。2024 年前两个月，东盟是我国第一大贸易伙伴，我国对东盟进出口增长 8.1%，占外贸总值的 15%。我国对共建“一带一路”国家进出口同比增长 9%；对中亚五国进出口同比增长 26%。

在陕西西安灞桥国际港，一大早，满载着中国产品的中欧班列从这里出发，9 天后将运抵乌兹别克斯坦。

从出口产品结构看，机电产品、劳动密集型产品对我国出口的带动均有所提升。2024 年 1—2 月，汽车、家电、船舶等机电产品出口增长 11.8%，占出口总值的近六成，劳动密集型产品出口同比增长 22.2%，占 17.8%。与此同时，我国外贸新业态、新模式动力强劲，2024 年前两个月，跨境电商、市场采购出口均实现两位数增长。

#### 新型数字化物流助力国产拖拉机“出海”

中国一拖集团 2024 年前两个月国际业务实际销售同比增长 41%，远销 10 多个国家。伴随着中国拖拉机的扬帆“出海”，新型数字物流创新也成了企业发力解决的问题。

出口量不断加大，催生了新型数字物流，随时能查到车在哪儿、货在哪儿，智能化、数字化解决了发运难题。创新还体现在细节上，这个“大个头”拖拉机是 2024 年春耕季发往海外的主力产品，通过铁路运输进入标准集装箱难度不小。车体 12 米超长超限，轮胎又大又重，重量有三四百斤。借助技术创新和数字建模，一拖物流先进行分步拆解，承运达标后再进行二次包装，整个拆和装的全过程都有大数据精准支撑。

**信息来源：央视网**

## 二、行业动态

### (一) 装备制造业动态

“降价潮”来势汹汹 新能源汽车业何去何从

信息导读：2023 年我国汽车产业产销量双双刷新纪录，为 2024 年提供了更高的起点。然而，开年以来车市竞争激烈，与比亚迪引发的新一轮降价潮以及高合的停产相对照的是多家传统跨国车企创下新高的年度财报，新能源汽车产业发展仍面临复杂的市场形势。尽管传统跨国车企业绩亮眼，但我国新能源汽车自主品牌也展现了强大的产品竞争力。权威技术专家预测，新能源汽车的市场占有率将持续增加，预计到 2030 年，全球新能源汽车渗透率将达到 50% 左右，我国消费者对全球新能源汽车消费的影响力将增强。需要清晰认识的是，目前我国仅有个别新能源汽车企业实现盈利，许多新能源车企在高度竞争的价格中挣扎。新技术革命有三个阶段：技术构建平台、场景定义产品和模式创造价值。当前我国新能源汽车企业正处于投入期，而跨国汽车集团则处于集中变现阶段，因此出现业绩反差。有专家建议，我国新能源车企应通过电动化-智能化-低碳化“三化一体”改变现有商业模式，加大产业合作并鼓励新企业轻资产运作。同时，继续鼓励车企“走出去”，实现全面、深度的国际化发展。我国乃至全球的新能源汽车产业正处在十字路口，面临诸多不确定性和潜在风险。在此情况下，车企需要围绕五大能力建立“护城河”，包括核心软硬件技术创新能力、成本的极致把控能力等。前沿技术创新者、成本极致把控者等四类领军车企将在市场“大浪淘沙”中脱颖而出。

信息摘要：2023 年产销双双刷新纪录，让中国汽车产业在 2024 年站上更高起点。然而，开年以来车市“火药味”十足：比亚迪掀起、多家车



企跟进的新一轮“降价潮”来势汹汹，造车新势力高合“掉队”停产，与之相对的则是多家传统跨国车企发布业绩创新高的 2023 年财报、梅赛德斯-奔驰推迟电动化进程……一边是国内市场白热化拼杀，另一边是赚足真金白银的跨国车企暂缓“加电”。面对复杂的市场形势，迈入新发展阶段的新能源汽车产业何去何从？

### **稳与进：新能源汽车渗透率将持续提升**

在近日举行的中国电动汽车百人会成果发布会上，权威技术专家、市场专家对新能源汽车发展形势把脉，一个基本判断是，汽车产业电动化的步伐不会停滞，在连续多年高基数背景下，新能源汽车增长速度将下降，但渗透率仍将不断提升。

“伴随城市导航辅助驾驶落地、快充等技术优化扩展使用场景，2026 年之前，新能源汽车市场占有率将持续快速突破。”中国科学院院士、中国电动汽车百人会副理事长欧阳明高预测，2024 年新能源汽车市场占有率有望增加 5 至 10 个百分点，达到 36%至 41%，乐观情况下有望突破 40%，2025 年将接近 50%，2026 年将超过 50%，占据汽车市场主导地位。

增长的底层逻辑是，中国经济将进入新一轮的扩张周期，从发力新质生产力、以旧换新到财政扩张，外部环境将使新能源汽车迎来新的上升周期。从行业结构性变化看，新能源汽车正从技术突破迈向性能优化。

展望 2030 年，中国电动汽车百人会与麦肯锡联合发布的研究报告《驶向 2030：全球新能源汽车产业发展格局与展望》预计，到 2030 年，全球乘用车市场规模预计将超过 8000 万辆，其中新能源汽车渗透率将达 50%左右，全球销量前十大车企中，中国车企有望占据多个席位。中国车市有望像成熟汽车工业市场的发展轨迹一样，前十车企市场份额突破 90%。与此同时，未来 3 至 5 年，中国车市将出现更多兼并收购和深度合作，以通过规模效益的提升带动车企盈利性的改善。

报告指出，中国消费者对全球新能源汽车消费的影响力与日俱增，在技术驱动和引领下，2030年的中国消费者在把智能化功能视为寻常配置的同时，将更重视基于智能化能力的个性化场景。同时，随着智能化功能在海外市场逐渐普及，欧美消费者有望像中国消费者一样，大幅提升对智能化功能的需求。

锂电池成本下降和下一代电池技术创新将推动油电同价和新能源汽车的普及；到2030年，各类高阶智能化功能有望从25万元左右价格段下探到15万元左右的车型。

从供应链角度看，2030年全球汽车供应链会出现“两个变化”和“一个不变”。汽车供应链将从“全球标准化”转向“区域差异化”，以满足本土消费者需求，并从欧美推动创新发展为中国和欧美创新并驾齐驱。但不变的是，仍然没有国家能够在整车相关供应链上实现完全的自给自足，全球汽车供应链的跨国合作将维持不变。

从更广视角来看，欧阳明高认为，2030年将是新能源革命的爆发期，新能源汽车带动新能源的发展，新能源反过来助力电动汽车成为真正的绿色能源汽车。新能源汽车将与新能源电力系统形成互动，实现车-能-路-云生态系统。

### 冰与火：车企盈利缘何“天上地下”

近期，传统跨国车企陆续发布2023年业绩，丰田汽车、现代汽车、雷诺集团、斯特兰蒂斯集团、法拉利等多家车企业绩均创出历史最好业绩。丰田汽车在2023年4月至12月期间净利润为约265亿美元，同比大增107.9%；斯特兰蒂斯集团净利润同比增长11%，至186亿欧元；通用汽车2023年净利润101亿美元，同比上涨1.9%。各家车企财报中“强劲”“新高”等字眼频现。

中国新能源汽车自主品牌产品竞争力十足，赶超欧美老牌传统车企，

销量也很“给力”，但仅有个别企业实现盈利，多数新能源车企赚了吆喝亏了钱，在高度白热化的价格竞争中“挣扎”，缘何会出现这样的尴尬？

“相比燃油汽车，尤其是国际汽车跨国集团的燃油车盈利情况，中国新能源汽车整体盈利情况的确需要改善。”欧阳明高说，但要看到，跨国汽车集团在燃油车领域有数十年的经验，目前依然处于集中变现阶段，投入小、盈利好，而我国新能源汽车企业则处于投入期，阶段不同，自然出现业绩反差。

新技术革命一般有三个阶段，第一个阶段——技术构建平台，这是花钱的事，车企一年投入百亿做研发；第二个阶段——场景定义产品，根据需求开发了产品，会出现一个怪圈，卖得贵就没有市场，卖得便宜就不挣钱，这是新生事物的必经阶段；第三阶段——模式创造价值，品牌创造溢价，而品牌需要销量积累、技术积淀、服务信誉，厚积才能薄发。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟说：“跨国领先企业去年在全球取得非常好的业绩，但在中国之外市场能否保持高盈利态势，尤其是在全球汽车产业电动化发展提速的当下，存在很大的不确定性。”

中国新能源车企的盈利机会何在？

“汽车产业是规模制胜的产业。”麦肯锡全球董事合伙人管鸣宇认为，中长期看，由技术投入期到形成规模期的转变过程中，越来越多的头部车企会逐步走向盈利。

欧阳明高认为，乘用车可以通过电动化-智能化-低碳化“三化一体”改变现有商业模式。比如通过“碳积分”交易获益，此外，从新能源汽车到新能源电力，车-网互动将新能源汽车动力电池储能、车联网、新能源电力形成一个商业闭环。

张永伟建议加大产业合作，鼓励新企业轻资产运作，把重资产交给

产能集中的企业，通过代工模式盘活产能资源、实现良性循环。“市场化并购可以解决行业竞争压力问题，不一定每个企业都要做行业前三，适当条件下，变成行业前三的并购对象，也不失为好选择。”同时，建议继续鼓励车企“走出去”，实现全面、深度的国际化发展。张永伟说，过去是产品贸易出海，下一步是技术+产能出海，加大在海外投资和生产布局既符合目的地所在国要求，又通过全球化有效利用好我国车企超强的制造能力。

“产业合作与出海两者相结合，中国汽车产业有望解决当前的产能、盈利等问题，并形成产业新优势。”张永伟说。

### 构筑护城河：在“大浪淘沙”中脱颖而出

专家认为，中国乃至全球新能源汽车产业发展正处于十字路口，面临诸多不确定性和潜在风险。比如，燃油车资产的加速转移和贬值、燃油车及后市场劳动力的再就业、颠覆性创新技术路线、地缘政治和贸易壁垒、新能源补贴政策退坡、更严格的数据安全法规、中长期盈利性挑战等。

欧阳明高认为，需要关注新能源汽车技术颠覆的风险。比如，全固态电池具有对现有液态锂电池技术颠覆的性能潜力。日本、美国、韩国等均在大力发展固态电池，日本企业专利布局领先，全球固态电池专利申请前5名企业有4家日本企业和1家韩国企业，丰田排名第一，申请专利1000项以上。我国近五年专利布局加速，但与领先企业相比仍有较大差距。

此外还需关注技术路线风险，智能化革命风起云涌，人工智能在智能驾驶领域的应用，可能会带来自动驾驶技术路线的风险。

在技术、法规、市场消费、竞争业态的一系列不确定性中，车企如何找到确定性，成为留在市场“牌桌”上的一员？

管鸣宇认为，车企应居安思危，围绕五大能力建立“护城河”，包括核心软硬件技术创新能力、成本的极致把控能力、跨生态平台运营能力、精准把握消费者需求的能力、高效的体系化组织能力。前沿技术创新者、成本极致把控者、生态平台运营者、细分赛道引领者等四类领军车企将在市场“大浪淘沙”中脱颖而出。

信息来源：经济参考报

## （二）高技术制造业动态

### 构建集成电路高质量人才培养体系 助力新质生产力发展

信息导读：2024年政府工作报告强调了创新驱动和产业创新的重要性，并提出了加快建设新型工业化的目标。集成电路产业作为国家发展的关键产业，近年来不断取得技术突破，产业进入高速增长期。但我国集成电路产业仍面临人才短缺等挑战，尤其是高级技术人员缺乏。2023年我国集成电路进口数量和金额都有所减少，显示国内产量在提升。但是也要认识到，国内芯片行业与国际领先水平相比还有差距，特别是在人才培养和技术研发方面。今年两会期间，多位全国人大代表和政协委员就如何培养和吸引高端芯片人才提出了建议，包括加强政策引导、学科建设、人才引进，以及促进产学研用的紧密合作。同时建议制定专门的芯片专业人才签证政策，引入海外高端人才，以及鼓励多领域协同合作，加速科研成果向生产的转化。

信息摘要：3月5日，第十四届全国人民代表大会第二次会议在北京举行。2024年政府工作报告提出，充分发挥创新主导作用，以科技创新推动产业创新，加快推进新型工业化，提高全要素生产率，不断塑造新动能新优势，促进社会生产力实现新的跃升要大力推进现代产业体系建设，加快发展新质生产力。充分发挥创新主导作用，以科技创新推动

产业创新，加快推进新型工业化，提高全要素生产率，不断塑造发展新动能新优势，促进社会生产力实现新的跃升。

集成电路作为支撑国家经济社会发展的战略性、基础性、先导性产业近年来也备受关注。记者注意到，在今年全国两会期间，多位全国人大代表和政协委员围绕 CPU、汽车芯片、人工智能芯片、集成电路封测、集成电路人才培养等方面建言献策。

### 集成电路人才短缺依然严峻

近年来，我国集成电路产业在技术创新上不断取得突破。目前，制造工艺、封装技术、关键设备材料等领域发展趋势向好，企业实力稳定提高。随着一系列政策的出台，产业步入高速增长、经营改善、产品突破、环境优化的黄金时期，在设计、制造、封测等产业环节均涌现出一批新的龙头企业。

国家统计局数据显示，2023 年，国内集成电路进口数量和进口金额都在减少。国家统计局于 2024 年 1 月 17 日公布的数据显示，2023 年中国的集成电路产量为 3514 亿块。据海关总署公布的数据，2023 年全年中国集成电路（芯片）进口数量为 4795.6 亿颗，同比减少 10.8%；进口金额为 24590.7 亿元人民币，同比减少 10.6%。而如果将进口金额以美元计算（3490 亿美元），与 2022 年相比更是下降了 15.4%。

然而，尽管取得了显著的成就，但中国的芯片产业仍然处于成长阶段，与国外同类产品相比还存在一定的差距。这主要体现在产业链韧性不足、人才短缺等方面。核心芯片产业是一个技术密集型的行业，对人才的需求极其迫切。然而，目前我国芯片行业的人才缺口依然巨大，高级技术人员尤其缺乏。这种人才短缺的问题，既是因为行业对人才的吸引力不足，也是因为我国在芯片设计、制造工艺等方面与国际领先水平还存在较大差距，使得国内人才培养和技术研发面临较大的困难。

雨前顾问与安谋科技（中国）有限公司联合发布的《2023 年中国大陆集成电路产业人才供需报告》显示，2022 年，国内集成电路从业人员约 69.2 万人，其中广东、江苏、上海位居前三，合计占比超 50%；新增需求约 6.92 万人，结合离职率因素，2022 年现存集成电路企业实际人才需求数约 19.93 万人，人才供给 16.43 万人，存在约 3.5 万人的需求缺口。

全国政协委员、飞腾信息技术有限公司副总经理郭御风指出，尽管强化校企合作缓解了芯片人才荒，但中国集成电路产业的人才发展仍面临着严峻挑战。他指出，一是供需矛盾突出。当前高校毕业生“就业难”与企业“招人难”现象同时存在。二是知识体系重应用轻基础。高校相关专业，在知识体系建设方面，偏重互联网、人工智能等应用体系，缺乏对于体系结构、算法等基础体系的扎实培养。三是学用不一致。高校的课程体系、教学用机、电子教室等基础设施，仍主要是基于国外的软硬件环境，例如 intel 处理器、windows 操作系统、Oracle 数据库等，而众多关键行业已普遍开始使用自主研发的国产软硬件产品，导致企业仍需花费高昂的人力和时间成本对校招员工进行系统培养。

全国政协委员、中国工程院院士、“星光中国芯工程”总指挥邓中翰也表示，目前，中国芯片行业不仅缺乏通用的工程技术人才，更缺少领军和骨干人才。尽管政府已经意识到人才问题的严重性，不断出台人才培养的计划，但人才培养需要时间，更需要全社会的通力合作。

### **多举措培养高端人才**

围绕人才建设，全国人大代表和政协委员从加强政策引导、学科建设、人才引进等方面带来自己的建议。

“核心技术、关键技术必须依靠自力更生。”全国人大代表、中芯国际集成电路制造（深圳）有限公司制造部助理工程师郭会琴表示，集成电路制造是典型的技术密集型产业，要突破“卡脖子”难题，须坚定不移

走自力更生之路，踏踏实实地把每项技术攻破。在这个过程中，要坚持自主育才。她建议，建立健全统一规范、竞争有序的人力资源市场体系，助推芯片行业人才培养良性循环。

郭御风建议，针对集成电路产业人才发展面临的严峻挑战，需尽快构建匹配新质生产力发展要求的高质量人才培养体系。一是加强高质量人才体系化培养的政策制定，吸引人才流向战略性、先导性产业，提升高校、毕业生等各方投身国产芯片事业的积极性；二是在培养方向上坚持深度和宽度“两手抓”，培育新质劳动力；三是加速教育基础设施国产化进程，厚植新质生产力的创新土壤。

“除了高校加大力度培养人才，科技企业等也需要有针对性地培养行业需要的人才。”邓中翰表示，“因此，需要政府给到企业和人才更多的吸引政策、保障力度等，保证有源源不断的全方位高水平人才。”

全国政协常委、香港恒基兆业集团主席、香港中华煤气有限公司主席李家杰则建议，制定完善芯片相关人才引进政策，特别针对行业欠缺的高端芯片人才，在部分地区试点实施专门的芯片专业人才签证，方便企业引入优秀的海外人才；同时，鼓励多领域多主体的协同合作，通过国家引导，鼓励产学研用紧密合作，完善芯片产业的专业服务生态，加快建成跨区域化运营的产业型孵化载体。

全国政协委员、江丰电子董事长兼首席技术官姚力军呼吁从全球招募顶级科学家，建立企业平台研究院，攻坚芯片领域相关难题，把更多科研成果从实验室转化到生产车间。他认为：“芯片是一个多学科交叉融合的产业，创新需要数学、化学、物理等各领域的拔尖人才的共同参与。当前国内的科研人才和资源主要集中在高校和科研院所，一些科研项目与市场需求存在脱节。”

**信息来源：中国经营报**



### （三）钢铁行业动态

#### 钢厂减产消息频传 市场反应如何？

**信息导读：**春节过后，钢价持续下跌，螺纹钢现货和期货价格均创下年内新低。主要钢厂为应对市场需求恢复不及预期、亏损加剧等问题，纷纷发布减产和挺价通知，但市场反应平淡。贸易商面临弱需求和高库存的双重压力，出货情况远低于去年同期水平。钢厂库存也呈现上升态势，同时原料价格的下跌进一步削弱了成本对钢价的支撑。综合来看，市场供需矛盾依然突出，钢市压力较大，短期内钢价预计仍将维持弱势运行态势。

**信息摘要：**春节过后，钢价持续走跌，今日螺纹钢现货和期货价格再创年内新低，其中期螺已经跌破 3600 点关口。3 月 13 日，螺纹钢主力合约收报 3583 点，较上一个交易日下跌 37 点，跌幅为 1.02%；节后累计下跌 257 点，跌幅为 6.69%。据兰格钢铁云商平台监测数据显示，3 月 13 日，国内十大重点城市三级螺纹钢（Φ25mm）平均价格为 3725 元/吨，节后累计下跌 262 元/吨，跌幅为 6.57%。

近期，云南、广东等地主要钢厂纷纷发布减产、“挺价”通知，对此市场反应如何？能否带动钢市企稳？

钢厂减产、挺价目的在于稳定市场

3 月 11 日，广东中南钢铁股份有限公司、珠海裕丰钢铁有限公司等钢企，接连发函称，元宵节后，广州建材市场出现长周期非理性的恐慌性下跌，致使钢厂出现大面积亏损，钢企业经营举步维艰，广东主要钢厂被迫进入检修减产状态。同日，马钢股份营销中心线棒部发布告知函称，即日起，三条线棒产线集中停产。

3 月 7 日，云南省钢铁工业协会发布一则信息提示，云南钢厂为应

对市场需求恢复不及预期、钢价下跌、亏损加剧等问题，3月份昆钢、呈钢等7家主要钢厂，3月份将在1-2月份控产的基础上，进一步实施减产措施；其它钢企也将进行一定幅度减产，预计3月份云南建筑钢材产量将减产约50万吨。

近期，江西、山西、福建、四川、成都等地多家钢厂接连发布告知函称，建材市场价格下跌过快，存在较严重恶意砸价情况，为维护市场健康运行，决定按基准价执行，“遇涨则涨，遇跌不跌”。

兰格钢铁研究中心主任王国清表示，在当前市场价格持续走跌下，部分区域钢厂做出停产及限产决定，将有助于减轻供给压力，缓解当前市场供需矛盾；部分钢厂在市场销售决策中提出“遇涨则涨，遇跌不跌”目的也是为了稳住市场。

#### 需求弱、库存高 贸易商“压力山大”

然而钢厂的一系列的的操作，市场似乎没有太大的反应。弱需求、高库存已经压得贸易商喘不过气来，尤其是大库存的协议户更加苦不堪言。

兰格钢铁网北京地区负责人甄洪清表示，节后，北京钢价累计下跌约300元/吨，库存达到了近90万吨，整体市场压力较大。尤其是大协议户和进行“冬储”的贸易商，现在已经赔了很多钱；而且现在的市场无论是涨价还是跌价，都出不动货，协议户都已经没了信心。

兰格钢铁网信息炼轧华南服务部雷梦瑶也表示，广西年后钢价最高跌幅达到了380元/吨左右，库存压力也很大。尤其是部分协议户在前期库存尚未出清的情况下，钢厂每天还在按照协议量分货，而出货情况又很差，导致库存处于不断累积的状态。因此，部分协议户已经不管协议量，选择躺平不提货。

从近期库存数据来看，目前库存压力确实较大。其中社库目前已经超过去年和前年峰值水平，且降库时间节点明显延后。据兰格钢铁网监

测数据显示，3月8日，全国29个重点城市钢材社会库存量为1710.2万吨，比上周增加40.4万吨，上升2.41%；较去年峰值增加85.2万吨，增幅达到了5.24%；较2022年增加50.4万吨，增幅达到3.04%。

钢厂库存情况也同样不太乐观。据中钢协最新数据显示，3月上旬，重点统计钢铁企业钢材库存量约1952.39万吨，比上一旬增加150.4万吨，上升8.35%；比去年同旬增加约182万吨，上升10.28%；比前年同旬增加284.2万吨，上升17.04%。

3月份市场出货情况也远低于去年同期水平。据兰格钢铁网调研，截止目前，3月份全国20个重点城市224家建材贸易企业日均成交量为13.35万吨，较去年3月份日均成交量的19.45万吨，减少了6.1万吨，降幅达到了31.36%。

从高企的库存和偏弱的市场成交量可以间接反应出，节后需求启动缓慢，市场供需矛盾累积较快。

此外，随着钢厂减产的增多，对于原料需求的减弱，铁矿石、焦炭、废钢价格持续走跌。据兰格钢铁云商平台监测数据显示，3月13日，日照港铁矿石价格为830元/吨，节后累计下跌185元/吨，跌幅达到了18.23%；唐山焦炭价格为1900元/吨，节后不足一个月时间三轮提降全面落地，累计下跌300元/吨，跌幅达到了13.64%；唐山废钢价格为2590元/吨，节后累计下跌170元/吨，跌幅达到了6.16%。成本的持续走跌，导致成本对于钢价的支撑也进一步减弱。

综上所述，目前市场供需矛盾依然较大，叠加成本下行影响，钢市压力依然较大。据兰格钢铁研究中心预测，短期内，钢价仍维持弱势运行态势。

**信息来源：兰格钢铁网**

#### **(四) 建材行业动态**

## 供需关系如何变化？2024 年水泥行业是否“寒意”依旧？

**信息导读：**水泥行业近年来受产能过剩、需求低迷等因素影响，利润大幅收缩，企业面临挑战。展望 2024 年，市场压力仍大，供需矛盾更趋尖锐，预计水泥产量将下降，价格均价较 2023 年仍将下移，行业利润将进一步下滑。错峰生产效用减弱，难以有效调节供需关系。虽然基建发力，但难以对冲地产疲弱带来的需求下降。整体而言，水泥行业面临严峻形势，需寻求破局之道。

**信息摘要：**经历多年高位平台期后，受困于产能过剩、需求低迷、成本压力、竞争加剧等因素，水泥行业在过去两年透露出明显“寒意”。2023 年，水泥行业延续 2022 年颓势，行业利润大幅收缩，利润总额同比降幅 54.8%，只有 300 亿，企业亏损面扩大，中小企业生存和发展受到重大挑战。

2024 年，水泥行业供需能否改善？价格能否有所提振？企业又将如何破局？“对于 2024 年，我们认为市场压力整体依然较大，但下行程度会减弱。”展望 2024 年水泥行业，中国水泥网大数据研究院水泥分析师李坤明直言。

供给方面，李坤明表示，2024 年超 28 条（产能 4200 万吨）新线计划投产，尽管实际进度可能仍不及预期，但需求下行背景下行业过剩矛盾将更趋尖锐。

需求方面，土地成交和新开工面积降幅较大掣肘下，地产投资延续弱势，地产端水泥需求仍将下降，“稳增长”政策要求下基建持续发力，但对水泥需求拉动边际走弱，难以对冲地产疲弱带来的需求下降，李坤明预计，2024 年水泥产量下降至 20 亿吨内，打破平台期。

在供需矛盾之外，错峰生产效用日益减弱问题也一直被业内所探讨。李坤明指出，错峰生产作为供给侧改革的核心举措，曾在调节行业供需

关系、维持价格稳定等方面发挥重要作用。2022年以来，面临行业需求下滑和激烈的市场竞争，错峰力度加大但收效甚微，预计2024年这种效应仍将持续。

总体来看，李坤明认为，在需求偏弱、过剩严重制约下，2024年全年水泥价格均价较2023年仍将下移，行业水泥业务利润将进一步下滑。

信息来源：中国水泥网

## （五）房地产行业动态

### 如何构建房地产发展新模式？

**信息导读：**随着新型城镇化发展趋势和房地产市场供求关系的变化，我国政府正在加快构建房地产发展新模式。这一转变基于两个基本点：一是老百姓住房“有没有”问题得到基本解决，人们对住房品质提出了更高要求；二是随着新型城镇化发展，住房需求在量上仍有较大发展空间，青年人、新市民的住房问题还需努力解决。为了满足人民群众对美好居住生活的需要，我国政府提出要加大保障性住房建设和供给，完善商品房相关基础性制度，满足居民刚性住房需求和多样化改善性住房需求。同时，房地产行业和企业也需要转变经营发展模式，比拼品质力、服务力，以实现可持续发展。

**信息摘要：**今年的政府工作报告提出，适应新型城镇化发展趋势和房地产市场供求关系变化，加快构建房地产发展新模式。

为何要构建“房地产发展新模式”？

这是基于房地产市场供求关系发生重大变化所作出的战略性转变。

中国宏观经济研究院研究员刘琳说，理解房地产发展新模式的提出，要抓住两个“基本点”：一是老百姓住房“有没有”问题得到基本解决，人们对住房品质提出了更高要求；二是随着新型城镇化发展，住房需求

在量上仍有较大发展空间，青年人、新市民的住房问题还需努力解决。

全国人大代表、58同城董事长兼CEO姚劲波说，实现住宅品质的提质升级，满足人民群众对美好居住生活的需要，显然不能依托过去住房短缺时期追求速度和数量的“高周转、高负债、高杠杆”粗放型房地产发展模式。

从2022年政府工作报告的“探索”，到今年政府工作报告的“加快构建”，构建房地产发展新模式的工作正在加速布局，相关基础性制度步入建立完善的阶段。

如何构建房地产发展新模式？

今年的政府工作报告要求，加大保障性住房建设和供给，完善商品房相关基础性制度，满足居民刚性住房需求和多样化改善性住房需求。

住房和城乡建设部部长倪虹此前表示，在体制机制上，要建立“人、房、地、钱”要素联动的新机制，从要素资源科学配置入手，以人定房，以房定地、以房定钱，防止市场大起大落。要建立房屋从开发建设到维护使用的全生命周期管理机制，包括改革开发方式、融资方式、销售方式，建立房屋体检、房屋养老金、房屋保险等制度。

同时，为一视同仁满足不同所有制房地产企业合理融资需求、促进金融与房地产良性循环，住房和城乡建设部、金融监管总局要求，按照城市房地产融资协调机制“应建尽建”原则，3月15日前，地级及以上城市要建立融资协调机制。

如何抓落实？

不久前，住房和城乡建设部在陕西省西安市召开全国保障性住房建设工作现场会，要求各地要加快建立轮候机制，摸清工薪收入群体需求，以需定建，有力有效有序推进保障性住房建设。

全国人大代表、中建三局党委书记、董事长陈卫国表示，规划建设

保障性住房、城中村改造和“平急两用”公共基础设施建设“三大工程”是构建房地产发展新模式的重要抓手，是拉动投资和内需的重要动力，是保障和改善民生的重要工程。

他表示，从直接效应来看，保障性住房建设、城中村改造，将帮助住房困难群体实现“安居梦”，解决居住环境、安全、卫生等方面存在的问题；“平急两用”公共基础设施建设，将补齐超大、特大城市应急能力建设短板，提升城市韧性。

构建房地产发展新模式，还要求房地产行业和企业应时而动，转变经营发展模式。

“构建房地产发展新模式的过程，也是房地产行业重新洗牌的过程。”全国政协委员、北京国家会计学院原院长秦荣生说，房地产企业要实现可持续发展，就要比拼品质力、服务力，那些既能提供好房子、又能提供好服务的企业才能在长期的竞争中胜出。

信息来源：新华社

## （六）餐饮业动态

### 中国预制菜，烹煮 30 年 | 争议预制菜

信息导读：预制菜在中国经历了萌发、成长、崛起和退烧等阶段。萌发阶段始于洋快餐品牌入华，带动了本土配套业务的发展，通过产品标准化约束国内供应商，促进了本土供应商的成长。成长阶段中，中餐的多样性和烹饪难度导致标准化难度大。中国预制菜市场发展面临多重挑战，包括城镇化率、消费习惯和购买力等因素，但也逐步发展，主要集中在经济繁荣的华东和华南地区。崛起阶段，受益于外卖平台的兴起和餐饮连锁企业的自我预制化，预制菜在 B 端和 C 端市场均得到快速发展。预制菜企业味知香上市推动了预制菜概念的兴起，吸引了大量资本

关注。然而，随着行业内卷加深，大路货的预制菜越来越难获取用户，资本正在逐步退烧。预制菜行业虽然看似热闹，但存在国家标准、食品安全和信息透明等问题，行业标准化、规范化和现代化还有很长的路要走。

**信息摘要：**在中国庞大的舌尖生意里，预制菜虽充满争议，却不影响它以迅雷不及掩耳之势攻城拔寨。外卖、街头巷尾的快餐厅，乃至星级酒店，都有预制菜的身影。在八大菜系之外，它已自成一系。如今，预制菜无孔不入，这在30多年前是无法想象的。上世纪80年代末，肯德基率先登陆中国大陆，麦当劳和必胜客紧随其后，它们在拓展中国大陆市场的过程中，间接推动了本土预制菜企业的诞生。与这些洋快餐一同成长起来的，有给肯德基、麦当劳供应牛肉饼的宾西食品、供应鸡肉制品的圣农发展和凤祥股份，以及生菜大王浩丰食品等等。这些隐藏级选手，后来不再满足于单纯的供应商角色，纷纷撸起袖子开拓C端业务。但这种半成品食品的生意，辗转多年才形成巨大市场，更多的人正挤进这一片蔚蓝。你可以看到，新希望不务正业地卖起小酥肉；西贝餐厅的菜单里蹲守着蒙古牛大骨；安井食品端上速冻鱼糜；还有国联水产的生产线上，一批批罗非烤鱼新鲜出炉。众多企业沉迷于预制菜里，无感的消费者们，只能跑到“义乌特产”江西小炒里寻找镬气。过去的龙年春节，预制菜攻陷年夜饭餐桌，人们惊诧之余，亦感受到了时代变迁。要知道，30多年前那桌年夜饭，是家庭成员齐心协力的结果，现在动动手指就能下单一桌菜，真是恍若隔世。

## 萌发

1987年深秋，北京前门，美国百胜集团在这里，开出中国大陆第一家肯德基餐厅。在好奇心驱使下，少部分中国人，率先品尝了炸鸡块的外酥里嫩，体验到西式汉堡与中国馒头的不同。可因相对高昂的价格，



在相当长一段时间里，肯德基等国外快餐，在国人心中高不可攀。洋快餐品牌入华，确实给消费者们带来不一样的体验。它们也用产品标准化，带动了本土配套业务的发展。汉堡胚、牛肉饼、鸡肉以及蔬菜等半成品生产，串起了本土化的原辅料供应链。在进入中国市场之前，肯德基们就已形成一套产品标准，并用这套标准充分约束国内供应商。以肯德基为例，除所有食材必须符合相关法律之外，在食品加工、装配乃至包装等各个重要环节，均有各种严苛标准，还有评估、监督和抽查等程序。浩丰食品专门给肯德基等供应结球生菜。创始人马铁民对生菜的形状、重量乃至成熟度，制定了严苛的控制标准，被外界称作中国首个给蔬菜加上标尺的人。

在内外驱动的共同作用下，洋快餐的本土供应商们逐渐长大。常年为肯德基、麦当劳等供应生菜的浩丰食品、供应牛肉饼的宾西食品、供应面包胚的古船面包、供应鸡肉制品的圣农发展、凤祥股份以及正大集团，还有供应炸鸡粉的宝立食品等等。与生俱来的产业基础，以及国际巨头严苛标准的打磨，它们投预制食品市场顺理成章。凤祥股份和圣农发展是肯德基在中国北方和南方核心供应商，近年均已独立推出鸡肉预制菜产品，兼顾B端和C端两大市场。

## 成长

洋快餐快速拓展市场，标准化的半成品功不可没。但是，中餐食材和口味多样，烹饪手法繁复，标准化的难度巨大。中国的预制菜市场，与美国、日本等国明显不同。美国预制菜的发展，有赖于城市化和州际公路的完善，运输效率的提高；而日本预制菜市场发展，得益于冰箱等电器普及率的提升。中国预制菜市场发展，除了“天生不足”，更有城镇化率、消费习惯以及购买力等阻碍。中国本土预制菜企业，在上世纪90年代中期零星出现，2000年前后才相继成立，主要集中于经济相对繁荣

的华东及华南地区。1995年，湖南第一家预制菜企业彭记坊成立，创始人彭强原本从事蔬菜贩卖业务。经营过程中，发现很多蔬菜卖不出去，扔掉了太可惜。于是，他将卖不掉的蔬菜做成坛子菜，供应给当地的酒店，产品以佐味小菜为主。5年后，供应半成品菜的预制菜企业先后创立，蒸烩煮、好得睐、新雅食品、绿进食品以及味知香。它们供应的产品进一步升级，比如，新雅食品推出的椒盐排条、蚝油牛肉等半成品菜产品，简单加热上桌就成为大菜。广义上的预制菜，主要以八宝粥、梅林午餐肉等为代表，是上世纪八九十年代绿皮火车上的热销产品。

狭义的预制菜，主要以畜禽、水产等为主要原料，事先经配制加工处理，只需要简单加热或少许时间烹饪。其主要特征是口味稳定、统一，且产品种类丰富，能满足各大消费群体。这些看似复杂的“硬菜”，大多供给B端餐饮渠道。十年前的宴席上，能在极短时间内“制作”完成，且端上桌的梅菜扣肉、扒肘子和八宝饭等硬菜，其实就是预制菜。

## 崛起

中国餐饮市场，多年以来充分享受着人口和经济发展的红利，本土预制菜企业一直在B端市场小心试探，效果并不明显。约在2010年前后，一些中餐连锁企业开始自我预制化。它们通常在中央厨房预制半成品，再运至门店根据客人订单加热、装盘后上桌。这时，预制菜企业找到了新大陆，在这个新的战场大展身手。真正让预制菜四面开花的，是2011年后兴起的外卖平台。随着用户剧增，外卖平台对出餐时间等严格要求，半成品菜、料理包等大量出现。不论是知名餐厅，还是餐饮小店、大排档，几分钟就能出品；猪脚饭、黄焖鸡、烧排骨等，都能刹那间送达。这确实提升了餐饮企业的经营效率，外卖平台也得以做大，但有关外卖食品安全的争议随之而来。据公开数据，目前国内有7成外卖商家使用外卖速食包。耗时费力的烧炖菜预制化还可以理解，连蛋炒饭、炒青菜

等，都用上了料理包，的确让人匪夷所思。

除了 B 端市场，预制菜对 C 端市场的渗透也正在加强。2020 年后的特殊时期，以及家庭小型化趋势，推动了这一市场的快速扩容。此外，预制菜大多需要速冻、冷冻，冷库规模扩容、冷链物流的便捷为其提供的基础性条件。据中冷联盟数据，2022 年，国内冷库容量规模 5686 万吨，冷链运输车保有量 38 万辆。据中国连锁餐饮报告，2023 年，中国预制菜市场规模达 5434 亿元，预计 3 年后触达万亿规模。

## 退烧

2021 年 4 月，味知香登陆资本市场，成为 A 股唯一专业预制菜上市企业。它的上市，也将预制菜概念推向高潮，这一细分领域愈发吸引资本的关注。据初步统计，2021 年至 2023 年 3 月，国内预制菜市场，累计发生 27 次投融资事件。其中，15 次融资规模，均在千万元以上。众多企业纷纷将手伸向预制菜市场，陆续推出了眼花缭乱的预制菜产品。这些参与者，有些具备上游产业优势，如龙大美食、新希望和圣农发展；有些本就是速冻食品企业，如三全食品和安井食品；老字号知味观、广州酒家以及眉州东坡等，也争相尝鲜；零售渠道盒马、叮咚以及永辉等，都已入局。

就连校园贷“鼻祖”趣店、瑞幸创始人陆正耀也曾在这一领域摩拳擦掌。舌尖英雄 2021 年创立后不久即陷入关停潮，陆正耀只得回到咖啡老本行；趣店靠 1 分钱的酸菜鱼火了几几天，很快就在一片争议声中烟熄火息。这，没能挡住后来者的脚步。据企查查，截至 3 月 6 日，国内现存预制菜相关企业 6.35 万家，是 10 年前的 16 倍。仅 2023 年，就新增预制菜相关企业 0.51 万家，同比增长 156.99%。

随着行业内卷加深，大路货的预制菜，越来越难获取用户。安井食品速冻预制菜肴+速冻火锅料+速冻面米制品三大板块齐齐并进；新希望在小

酥肉和肥肠细分产品上发力；国联水产旗下预制菜收入已超两成，2025年剑指25亿元营收。行业看似热闹纷呈，资本却正在逐步退烧。单从融资规模来看，2021年，预制菜市场投融资规模为39亿元，2022年下滑至30亿元。预制菜行业也像一座围城，外面的人想进去，里面的人“冷暖自知”。作为预制菜第一股的味知香，近3年每年闭店均在百家以上，且单店年收入逐年减少。公司在二级市场的表现亦难言乐观。除此之外，行业国家标准、食品安全以及信息透明等亟待完善。整个行业走上标准化、规范化和现代化，还有很长一段路要走。

信息来源：斑马消费 陈晓京

## **(七) 旅游业动态**

### **订单量增长近4倍，清明假期踏春热**

信息导读：清明节假期即将来临，根据“北京发布”公众号消息，今年清明节将放假3天，时间为4月4日至6日。多家在线旅游平台发布的清明节出游趋势显示，短途游和周边游仍为主流，部分平台清明节度假产品订单量较去年同期增长近4倍，赏花游搜索热度环比上涨330%。此外，拥有“小机场”的三线以下城市有望成为市场爆发性增长的目的地。不少网友还分享了“拼假”攻略，国内长线游、出境游相关预订量也大幅提升。总体来看，今年清明假期有望迎来一波“踏春”热潮，人们春游需求旺盛，出游选择更灵活，商家也将迎来更多经营旺季。赏花、踏青游等传统项目依旧是假期看点之一。

信息摘要：春节后的第一个法定假期倒计时，清明节出游也被提上日程。3月12日，据“北京发布”公众号消息，清明节4月4日—6日放假调休，共3天。在放假安排敲定后，多家在线旅游平台发布清明节出游趋势。截至目前，短途游和周边游依旧占据主流，部分平台预订清

明节度假产品订单量较去年同期增长近4倍；近一周，部分平台“赏花”搜索热度环比上涨330%。值得关注的是，在一些社交媒体平台上，还有网友给出了“拼假”攻略，国内长线游、出境游相关预订量也大幅提升。总体来看，今年清明假期比去年时间相对较长，有望迎来一波“踏春”热潮。

### “小机场”城市有望爆火

3月12日，根据“北京发布”公众号消息，清明节4月4日—6日放假调休，共3天，4月7日（星期日）上班。与去年1天的假期相比，今年清明假期放假时间相对较长，游客出游需求在不断释放。

来自携程的数据显示，截至目前，预订清明节度假产品的订单量较去年同期增长近4倍，其中景区门票较去年同比增长达5倍。另据去哪儿数据，3月中旬至清明期间，探亲、旅游旅客占比增长明显。从年龄结构来看，27—40岁是出游主力军，占比超过50%，18岁以下的学生、儿童旅客占比略有回升（相较3月上旬），以亲子家庭出游为主。

从出游目的地维度来看，拥有“小机场”的三线以下城市，在清明假期有望迎来市场的爆发性增长。在去哪儿平台上，清明假期，以广东湛江、云南芒市、浙江舟山、吉林延吉、西藏林芝、浙江义乌、江西上饶等“小机场”城市为目的地的机票提前预订量同比增长2倍以上。

从出游距离维度来看，由于清明假期为3天，从目前预订情况看，短途游和周边游依旧占大多数。在南开大学旅游与服务学院副教授于海波看来，清明假期出游的主要驱动力是祭祖文化、踏青以及赏花，由于清明假期时间相对有限，短途游、周边游以及本地游成为消费者的出行主流。

### “拼假”推热出行

北京商报记者注意到，还有不少网友分享了清明节“拼假”攻略：

可以选择“请三休八”，从3月30日一直休到4月6日。据北京商报记者了解，有部分游客早早安排上了多天行程。

美团、大众点评的数据显示，截至3月11日，清明假期期间（3月30日—4月6日），国内长线游、出境游相关预订量大幅提升，境外酒店的提前预订量同比增长3倍。

在于海波看来，随着假期临近，人们的春游需求旺盛，会有不少消费者选择利用年假灵活调节、拼凑假期，出现消费者自组织的闲暇时间趋长的特点，这会为市场增加一定的中远途出游，同时也能够带来更多的赏花游、踏青游、乡村游、营地游、美食游和各类主题游需求。

美团研究院副院长厉基巍则表示，相较往年，今年假期安排更为充足、丰富，对消费者而言，意味着更高频、灵活的出游选择，更长的出游半径，更深度的出游体验；对商家则意味着经营旺季变多，服务窗口拉长。

### “赏花”搜索热度飙升

“梨花风起正清明，游子寻春半出城。”作为清明时节的传统项目，赏花、踏青游依旧是今年假期的看点之一。

携程数据显示，近一周，平台上“赏花”搜索热度环比上涨330%，同比增长超2倍。3月以来，赏花景区的门票日均预订量同比增长近50%；近期预订赏花一日游的订单环比增长翻倍。同时，赏花也带火了旅拍，3月以来平台上旅拍订单量环比增长超三成。

长线赏花游的热度也随着气温的升高而上涨。携程平台上，3月赏花跟团游的预订量同比上涨50%。从长线赏花目的地来看，贵州安顺近期旅游订单同比增长40%；云南罗平订单增长156%；陕西汉中订单增长90%；新疆喀什订单增长241%。另外，出境赏花游的需求也格外高涨，3月以来，3、4月日本的旅游订单量环比2月同期大涨360%。

“鉴于近年来旅游者出游体验偏好在不断变化，建议各地市场主体在稳定价格和精益服务的基础上，挖掘基于本地的独特春游元素，为游客打造趣味性、文化性和互动性强的差异产品体验。”于海波建议。

信息来源：北京商报

### 三、海外动态

#### （一）美 2 月 CPI 再超预期 货币政策近期难放松

信息导读：根据美国劳工部最新公布的消费者价格指数（CPI）数据，2 月美国 CPI 同比上涨 3.2%，远高于 2% 的长期通货膨胀目标。此外，2 月美国核心 CPI 环比上涨 0.4%，高于预期的 0.3%，表明通胀出现小幅反弹并非暂时现象。美国汽油期货价格近几周大幅上涨，可能重燃通胀。分析人士指出，虽然美联储在抗通胀方面取得了一些进展，但回归 2% 的“最后一英里”将异常困难。近期有专家警告，要慎重降息。美国财政部前部长劳伦斯·萨默斯也公开表示，美联储对中性利率的预期有很大偏差，今年不降息的可能性加大。与此同时，包括白宫、华尔街机构在内的多方对美国前景预期出现消极迹象，甚至警告“硬着陆”风险提高。白宫预计，2024 年美国经济增长 1.7%，远低于经济学家预测中值的 2.1%。业内大多数人预计，今年美国经济增速将会放慢。在此背景下，美国全国独立企业联合会发布的报告显示，由于对通胀的持续担忧，2 月份美国小企业信心跌至 9 个月以来的最低水平。美联储最新一期的全国经济形势调查报告（褐皮书）也显示，自 1 月初以来，美国经济略有增长，通货膨胀压力仍普遍存在。

信息摘要：美国最新官方数据显示出通胀具有较大粘性。综合多项数据，业界专家近期纷纷表示，美国经济前景面临更多不确定性，甚至

“硬着陆”风险增加，降息应慎重。

### 通胀粘性持续显现

美国劳工部 12 日公布的数据显示，今年 2 月美国消费者价格指数（CPI）环比上涨 0.4%，涨幅较 1 月扩大 0.1 个百分点，是去年 9 月以来最大涨幅。

数据显示，今年 2 月美国 CPI 同比上涨 3.2%，涨幅远高于美国联邦储备委员会设定的 2% 长期通货膨胀目标，也高于 1 月的 3.1%。剔除波动较大的食品和能源价格后，核心 CPI 环比上涨 0.4%，涨幅与前一个月持平；同比增长 3.8%。

具体来看，能源价格环比增长 2.3%，终止了此前连续四个月的下降趋势。其中，汽油价格上涨 3.8%，燃料油价格也增长 1.1%。占 CPI 比重约三分之一的居住成本环比上涨 0.4%，涨幅较前一个月收窄 0.2 个百分点。食品价格则环比持平。

分析人士认为，2 月美国 CPI 同比涨幅略高于市场普遍预计的 3.1%，核心 CPI 环比涨幅也高于预期的 0.3%，意味着今年初以来通胀出现小幅反弹并非暂时现象。

值得注意的是，美国通胀降温再添不确定性。美国汽油期货的价格近几周大幅上涨，今年年内已累计上涨超 20%。目前，美国的平均汽油价格比 2020 年 11 月初高出 60%。作为美国民众判断通胀形势的关键一环，汽油价格可能重燃通胀。

美国政府对通胀前景判断方面表现出较为悲观态度，白宫 11 日预计，2024 年消费者价格指数平均为 2.9%，而经济学家们预测中值为 2.7%，二者均未达到美联储设定的 2% 长期通货膨胀目标。

### 货币政策近期难放松

目前市场聚焦美联储货币政策转向的时点和力度。不过近期有专家



警告，要慎重降息。

芝加哥商品交易所的一项跟踪数据显示，当天数据发布后，市场对美联储在3月货币政策会议上维持联邦基金利率区间在5.25%至5.5%的预期升温。

分析人士指出，虽然以美联储青睐的个人消费支出价格指数衡量的整体通胀率自去年以来有所改善，表明美联储对抗通胀之战取得了一些进展，但不少经济学家警告，回归2%的“最后一英里”将异常困难。芝加哥商品交易所一项对美联储的跟踪数据显示，市场仍普遍认为美联储将在6月首次降息，并在今年余下时间里再降息三次。

12日，摩根大通CEO戴蒙在参加澳大利亚金融评论商业峰会时表示，美国经济不能完全排除衰退的可能性，因为美联储需要增强其抗通胀的信誉，应该等到今年6月以后再降息。“美联储总是可以快速且大幅降息。但现在，其信誉岌岌可危。”戴蒙说，“当前美国失业率极低，同时工资水平持续上升。”

美国财政部前部长劳伦斯·萨默斯最新发出的警告也引发各界关注。萨默斯公开表示，美联储对中性利率的预期有很大偏差，今年不降息的可能性加大。并警告称，当前金融市场可能对2024年的降息定价过高，金融市场距离出现泡沫迹象已经不远了。

#### 多方调降经济前景预期

本周，包括白宫、华尔街机构均发出对美国经济前景最新预测，较之前出现消极迹象，甚至警告“硬着陆”风险提高。

美国总统拜登本周在公布新财年预算提案之际，对美国GDP、通胀、失业等多个方面进行了预测，认为2024年美国将显著降温，这一预测比许多经济学家都要悲观。

白宫预计，2024年美国经济增长1.7%，远低于媒体调查的经济学家

们预测中值的 2.1%，尽管对放缓趋势的预计是一致的。业内大多数人预计，由于高利率持续对美国经济构成压力，今年该国的经济增速将会放慢。此前 2023 年美国 GDP 增长速度为 2.5%，2022 年为 2.1%。

借贷成本方面，与白宫早些时候对 2024 年的预测相比，最新的预测数要高得多。一年前，白宫预计 2024 年的三个月期美债平均利率为 3.8%，10 年期美债平均利率为 3.6%，均低于此次预测的 5.1% 和 4.4%。

作为华尔街大型金融机构人士，戴蒙表示，市场预期美国经济实现“软着陆”的概率可能为 70% 至 80%，但他认为，未来一两年，美国经济“软着陆”的概率只有 50%，最坏的情况是陷入滞胀。

据路透社 12 日报道，美国全国独立企业联合会（NFIB）当天发布的一份报告显示，由于对通胀的持续担忧，2 月份美国小企业信心跌至 9 个月以来的最低水平。

NFIB 首席经济学家登克尔伯格表示，虽然通胀压力自 2021 年见顶以来有所缓解，但小企业主应对价格和利率上涨带来的成本仍在飙升。

美联储最新一期的全国经济形势调查报告（褐皮书）显示，自 1 月初以来，美国经济略有增长，通货膨胀压力仍普遍存在。报告显示，自今年 1 月上次褐皮书发布以来，美联储下属辖区中有 8 个辖区经济缓慢增长，但费城辖区经济活动有所放缓。同时，消费者支出小幅下降，家庭消费继续降低。不过，由于抵押贷款利率上涨放缓，住宅地产需求有所上升。

**信息来源：新华社**

## **（二）韩国计划实施扩大出口战略**

**信息导读：**韩国出口在今年前两个月取得了超出预期的成绩，同比增长 11.2%，为历年 1 月至 2 月出口淡季中的最佳表现。特别是半导体、

汽车、石油产品等三大出口产品以及中国、美国和东盟等三大出口地区的出口额均出现增长，极大地鼓舞了韩国政府和企业。为此，韩国政府制定了今年全年出口额 7000 亿美元、吸引外商投资 350 亿美元、对本土尖端产业投资 110 万亿韩元的目标。为实现这一目标，韩国政府选定了 20 种主力产品，并依据全球供应链重组、碳中和、数字转型和人口结构变化四大趋势制定了相应的出口战略。此外，韩国政府还确定了美国、东盟、中国等主力市场，欧盟、中东、日本等战略市场，以及印度、中南美等新兴市场，并制定了有针对性的出口增长战略。为支援企业拓展出口市场，韩国政府计划扩大贸易金融支援规模至 360 万亿韩元，并为中小型出口企业提供多元化支援。

**信息摘要：**数据显示，截至今年 2 月，韩国出口已连续 5 个月保持增长势头，贸易收支连续 9 个月实现顺差。有评价称，今年韩国出口将彻底摆脱低迷，呈现明显复苏趋势。韩国政府也趁势提出了今年的出口扩大战略，力争全年出口额刷新历史极值。

据韩国产业通商资源部 3 月初发布的数据，2 月韩国出口额达 524 亿美元，同比增长 4.8%。这是历年 2 月出口额的第二高数值。其中，半导体成为拉动出口增长的最大“功臣”，出口额达到 99 亿美元，同比增长 66.7%。另外，2 月的进口额达 481 亿美元，同比减少 13.1%。贸易收支实现 43 亿美元顺差。

历年来，1 月至 2 月都是韩国出口淡季。其中 2015 年、2016 年和 2019 年均出现了出口负增长，2022 年 1 月的贸易逆差曾高达 51 亿美元。但今年 1 月至 2 月，韩国的出口额同比增长 11.2%，取得了超出预期的成绩。特别是韩国三大出口地区中国、美国、东盟和韩国三大出口产品半导体、汽车、石油产品的出口额均同时出现增长，极大地鼓舞了韩国政府和企业。

近期，韩国产业通商资源部牵头召开了民官联合扩大出口对策会议，提出今年三大出口目标：实现全年出口额 7000 亿美元、吸引外商投资 350 亿美元、对本土尖端产业投资 110 万亿韩元(约合人民币 5946 亿元)。

首先，韩国政府根据供应链重组、碳中和、数字转型、人口结构变化四大全球趋势，选定了 20 种主力产品作为实现最大出口成果的突破口。其中，半导体作为供应链重组的重中之重，政府计划以高性能存储器 and 系统半导体为中心，致力于实现高附加值，努力将其出口额提升至 1200 亿美元以上。

尽管今年前两个月韩国半导体出口呈现激增态势，1 月和 2 月同比增幅分别达到 56.2%和 66.7%，但在非存储器等高附加值产品中，韩国依然是追赶者。韩国政府计划在今年上半年制定加强半导体设计领域企业竞争力的方案，并对大规模研发提供资金支持。

同时，韩国政府将汽车产品的出口目标设定为 750 亿美元。对此，韩国政府计划以新能源汽车为中心扩大生产力，加快产业生态系统的转换速度，计划截至 2030 年，将新能源汽车生产能力扩充到目前的 5 倍，达到 150 万辆。

在数字转型领域，韩国计划将显示器、家电、信息通信技术服务、文化产品、机械、机器人培养成主力产品。而在文化产品领域的战略是建立 1500 亿韩元规模的出口专项基金，并通过与韩流相关的市场营销，力争在今年取得 160 亿美元的出口业绩。

此外，韩国政府计划将美国、东盟、中国确定为出口主力市场，将欧盟、中东、日本确定为出口战略市场，将印度、中南美等确定为新兴市场，并制定有针对性的出口增长战略。韩国产业通商资源部相关官员表示，在全球贸易环境受到贸易保护主义和地缘政治困扰的情况下，韩国政府将积极支援企业对外开拓出口市场，并努力将出口覆盖面扩展到

占全球生产总值 90%以上的区域。

韩国政府还将努力追求出口支援项目的多元化，使中小型出口企业也能得到实惠。今年，韩国贸易金融支援规模将达到 360 万亿韩元，比去年增加 15 万亿韩元，达到了历史新高。其中，将重点支援位于中东、非洲地区有发展潜力的军工产业、核电站、成套设备项目等。

在尖端产业和供应链领域，韩国为了促进出口贡献型企业的回流，将把回流投资补贴从去年的 570 亿韩元扩大到今年的 1000 亿韩元。

有专家指出，为实现 7000 亿美元的出口目标，韩国应该进一步巩固对华出口的恢复趋势，同时发掘新的出口市场和品种。对华出口的“V”字反弹绝非易事，因此更需要政府的积极支援和企业的果敢战略。

**信息来源：经济日报**