



中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

3453只基金跑输薪酬“考核线” 多家头部基金公司成“重灾区” B3

山东外贸企业的韧性密码 B9



社评

高质量发展离不开理性消费

从政策驱动的“尝鲜”逐渐转向需求驱动的“刚需”，中国新能源汽车产业这场意义深远的变革，让大众对理性消费产生更多思考。

《中国经营报》联合新浪热点、新浪新能源发布的《2025新能源汽车消费趋势洞察》显示，超七成消费者将新能源汽车视为“刚需”，较五年前不足30%的比例实现跨越式提升，预计2025年市场渗透率将突破50%。这一数据不仅标志着产业发展的规模跃升，更折射出消费逻辑的根本性转变——新能源汽车消费正从“价格敏感”转向“价值敏感”，从“政策红利依赖”转向“市场规律主导”，这开启了理性消费引领产业升级的新篇章。

当“性价比”不再是唯一标尺，车企能否跳出价格战“泥潭”，在技术、服务、体验等维度重构竞争逻辑，将决定其在这场理性消费浪潮中的生死存亡。

理性消费的核心，是消费者对产品本质价值的回归。调查显示，安

全性(85.67%)、价格(71.59%)与使用成本(68.85%)成为购车决策的前三要素，而智能化配置(48.6%)与外观设计(48.15%)的关注度显著下降。这一排序颠覆了“新能源汽车靠炫技取胜”的旧叙事，折射出消费者已从“感性尝鲜”转向“理性选择”，更加注重产品的实用性、可靠性和经济性。工信部近期针对隐藏式门把手安全风险公开征求意见，也是对这一消费需求积极回应，警示行业必须坚守安全底线，在追求“科技美学”的同时，将消费者生命安全置于首位。

理性消费的深化，推动市场格局从一线城市“单极驱动”转向多元市场“多点爆发”。三线及以下城市销量增速达61%，25—35岁群体占比超50%，表明新能源汽车正从一线城市向下沉市场渗透，从特定群体向更广泛人群普及。这种需求结构的剧变，既为产业发展拓展了新空间，也对车企的市场洞察力、产品适配性和服务覆盖能力提出了更高要求。

理性消费的演进，倒逼产业发展从“政策依赖”转向“创新驱动”。在这样的背景下，车企必须摆脱对政策的过度依赖，将发展动能转向技术创新、质量提升、品牌建设和服务优化。打造韧性供应链体系，构建健康整零关系，培育优秀供应商，秉持共赢理念，是提升产业竞争力的关键所在。同时，要充分发挥我国智能网联汽车产业的先行优势，将创新作为引领发展的第一动力，在核心技术、智能化应用等领域持续突破，推动中国从汽车大国向汽车强国迈进。

理性消费时代的到来，本质上是“用户主权”的觉醒，是产业发展回归“以人民为中心”的必然要求。正如管理学大师德鲁克所言：“企业的唯一目的就是创造顾客。”在新能源汽车领域，这一理念应具体化为“创造真实价值”——从研发设计到生产销售、从产品质量到售后服务，都要围绕用户全生命周期价值展开。车企

需摒弃短视的价格战，转向以技术、服务、体验为核心的价值竞争，建立“成本、质量和效率”优势铁三角，以体系化能力穿越市场周期。同时，主管部门和企业要共同重塑认知体系和领导力体系，从极端思维转向理性思维，从流量营销转向创新营销，从价格竞争转变为价值竞赛，以长期主义铸就基业长青。

从“尝鲜”到“刚需”，新能源汽车理性消费时代的开启，是中国式现代化在产业领域的生动实践，体现了发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享的核心价值目标。这一时代的到来，既是产业发展的阶段性成果，更是高质量发展的新起点。不仅是新能源汽车产业，商业社会均应以理性消费为导向，稳脚步、夯根基、强创新、优服务，推动新兴产业从“风口时代”迈向“扎根时代”，为经济社会发展注入绿色动能，为人民美好生活增添更多色彩。

本期热词

中美经贸磋商

在全球化深度交融的背景下，中美作为全球经济的关键力量，其经贸关系备受关注。从北京时间5月14日12时01分起，中美同时调整对方商品加征关税措施，提出在90天内暂停实施24%的关税税率，双方各自保留10%的关税。此次会谈标志着中美经贸关系进入新磋商阶段，这是缓解贸易摩擦的关键一步。

杨宜勇：中美经贸磋商机制成为长期稳定的沟通桥梁 A2

网贷大洗牌

按照国家金融监督管理总局发布的《关于加强商业银行互联网助贷业务管理提升金融服务质量的通知》相关规定，商业银行在今年10月1日之前要对互联网助贷业务中的平台运营机构和增信机构实行名单制管理，明确强调“商业银行不得与名单外的机构开展互联网助贷业务合作”。

互联网贷款市场洗牌：平台或“提价”挤压银行利润 B1

抢跑“6·18”

5月13日晚8点，天猫“6·18”大促拉开帷幕。相比2024年“史上最长‘6·18’”，今年的“6·18”继续抢跑：去年“6·18”从5月20日开卖，今年“6·18”提前近一周，前后跨度超过一个月。业内人士认为：“从外卖大战升级到即时零售大战，平台之间的战局正在以多线展开。”

“6·18”平台抢跑 多线“战事”已打响 C1

营销“身高焦虑”

在家长们焦虑情绪的蔓延下，儿童身高管理赛道快速崛起，不少品牌厂商推出益生菌、儿童奶粉、身高管理服务等多类型产品。《中国经营报》记者注意到，2024年，一款养能健“γ-氨基丁酸多维营养咀嚼片”的产品在抖音平台异军突起，用半年时间便创下10亿元销售额，月均复合增长率高达77%。

抖音“黑马”半年卖10亿：拆解养能健的“身高焦虑”生意经 D1

经济大势 A1~A4

- 释放5000亿元金融活水…………… A3
- 央行力挺服务消费与养老产业…………… A3
- 新能源汽车过度内卷样本：…………… A4
- 南京9年5次“造车梦碎”…………… A4

营商环境 B1~B16

- 近3个月调研超400家…………… B1
- 理财资金加仓科创上市公司…………… B1
- 利息优惠低至2折…………… B2
- 信用卡现金分期“抢客”正酣…………… B2
- 严监管审计格局生变…………… B4
- “非标意见”成退市风向标…………… B4
- 涉嫌非法吸收公众存款罪遭立案侦查…………… B10
- 山屿海集团跨界扩张“踩雷”…………… B10
- 北京新房市场分化加剧…………… B12
- 李嘉诚旗下豪宅项目降价百万引关注…………… B12
- 头顶千亿负债…………… B15
- 东方盛虹2024年净利润骤降420.33%…………… B15

智在公司 C1~C8

- 全球1.8纳米先进制程大战加剧…………… C2
- 中国半导体稳健突破…………… C2
- 晶圆代工双雄AB面：…………… C3
- 当季业绩和后市预期有喜有忧…………… C3
- 去年退网量破4000家…………… C6
- 汽车经销商加速洗牌…………… C6
- 穿越智能化新周期…………… C7
- 车企业绩分化背后的转型博弈…………… C7

慧及民生 D1~D4

- 高端酒店“俯身出摊”背后…………… D3
- 餐饮板块经营承压…………… D3

百年松下方法论



在日本，松下的创始人松下幸之助被称为“经营之神”。在其60余年漫长的经营生涯中，松下创造了巨大奇

迹：创业时3个人的小作坊，穿越百年，发展成为一家全球著名的电子巨头，在全世界设有200多家公司，员工总数超

过20万。全球各国成功的企业家层出不穷，但能总结出经营之道的为数不多。松下幸之助不仅创立了一家享誉全球的百年企业，而且提出了一套具有普遍意义的经营哲学，在其逝去30多年后，依然熠熠生辉。

稻盛和夫在松下经营哲学的启发下，开创了著名的京瓷哲学，并在经营上取得了巨大成功；海尔一直以松下为学习榜样，张瑞敏建立了以人为本的海尔管理哲学；任正非在2001年考察松下后，写下了《北国之春》一文，将松下的经营思想写进《华为基本法》。

可以说，松下幸之助是几代企业家的启蒙者，在其经营

生涯中，虽也曾遭遇各种困境和危机，但松下一次次摆脱了危机。松下的兴衰历程为全球企业提供了宝贵的经验，尤其是在产品理念、技术创新和全球化战略等方面。

在全球经济下行和国际贸易形势日趋复杂的当下，很多企业都面临各种困境乃至裁员、关停。根据《财富》杂志的统计，中国民营企业平均寿命为3.7年，而中小企业的平均寿命只有2.5年。松下何以从小作坊到跨国巨头？何以穿越各种周期？又何以成就百年企业？本期商业案例，重读松下的经营之道，依然能给处于转型发展困境中的企业带来诸多的启发。

商业案例 D4



中经传媒智库



本报官方订阅微信



6 942626 144086 >

广告许可证：京海工商广字第0224号
本报常年法律顾问所：北京德和衡律师事务所
总机电话：01088890000 发行征订电话：01088890120 广告热线：01088890020 监督电话：01088890050