



本报官方微博



本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

总2615期/每周一出版/本期32版

新闻热线:(010)88890030
中国社会科学院主管
中国社会科学院工业经济研究所主办

零售价/RMB5.00

成都世运会点燃经济“新引擎”

B9



社评

勇立潮头：新时代企业家的使命与担当

时代洪流奔涌不息，变革浪潮呼啸而来。新一轮科技革命和产业变革，正以令人目眩的速度重塑全球经济版图与竞争格局。历史的大潮奔腾，从不等待犹豫者、懈怠者，只青睐那些敢于驾驭风浪的弄潮儿。企业家作为市场经济的核心要素，肩负着前所未有的历史使命。中共中央政治局会议首次提出“企业家要勇立潮头”，这不仅是对企业家群体的殷切期望，更是对新时代企业家精神的高度凝练和深刻诠释。

勇立潮头，意味着企业家要在激烈的市场竞争中高度关注前沿科技的创新与突破，只有摒弃急功近利的浮躁，才能在基础研究、底层技术、核心工艺上沉心深耕、久久为功，从而实现真正的创新突破。

事实上，创新早已从锦上添花的“选修课”变成了企业生死攸关

的“必修课”。当今世界外部环境风高浪急，技术迭代风驰电掣，消费需求日新月异。不创新必然落后，创新慢了也可能落后。唯有主动拥抱变革，以创新为舟，以勇气为桨，才能穿越惊涛骇浪，抵达发展新蓝海。

需要注意的是，创新意味着踏入无人区，必然伴随风险与不确定性。企业家当有“亦余心之所善兮，虽九死其犹未悔”的执着，敢于向未知领域发起挑战，在关键核心技术上奋力攻坚。这份锐气，是打破路径依赖、突破思维桎梏的关键引擎。

勇立潮头，也需要企业家在推动经济高质量发展中发挥关键作用。创新是高质量发展的第一动力，企业家要勇立潮头，就必须在创新上加大投入，推动企业从传统发展模式向创新驱动模式转变。通过加强技术研发、管理创

新和商业模式创新，提升企业的核心竞争力。同时，企业家还要密切关注市场变化和政策导向，及时调整产业布局，推动企业向高端化、智能化、绿色化方向发展。在勇立潮头的过程中，企业家还要将企业发展与社会进步相结合，推动可持续发展。通过加强环境保护、支持公益事业、促进就业等方式，提升企业的社会形象和品牌价值。

当然，企业家要勇立潮头，离不开良好的政策环境和市场环境。政府应当通过政策支持和环境营造，进一步激发企业家的创新活力和创业热情。制定和完善税收优惠、财政补贴、金融支持等政策措施，确保政策落地生根，让企业家真正受益。同时，政府还要优化市场监管，加大对假冒伪劣产品的打击力度，规范市场秩序，确保市场交易的诚信与规范。加强知

识产权保护，完善相关法律法规，提高侵权成本，切实保障企业的创新成果。

市场活力来自企业，来自企业家，也体现着企业家精神。如果成千上万的企业家能以开放胸怀协同创新，共同积极融入产学研深度融合体系，主动拥抱国家重大战略需求，一起运用“新型举国体制”优势，在“大中小”企业融通、产业链上下游协同中形成澎湃合力，我国的创新效能必将迎来几何级数的增长。

在新时代的征程上，我们期待广大企业家能够勇立潮头，以创新精神和责任担当推动产业转型升级，为中国经济的高质量发展注入新的动力。同时，我们也呼吁社会各界共同努力，营造尊重和激励企业家干事创业的社会氛围，让企业家精神在新时代的浪潮中绽放出更加耀眼的光芒。

本期热词

消费主引擎

当前，促消费成为拉动经济增长的重要引擎。中共中央政治局会议在部署下半年经济工作时强调，深入实施提振消费专项行动。随着我国房地产市场进入深度调整期，政府投资基础设施建设的边际收益递减，在出口受阻、投资效益偏低的约束下，消费在“三驾马车”中的重要性逐渐凸显。

消费成经济增长主引擎 A3

债券增值税

日前，财政部、税务总局发布《关于国债等债券利息收入增值税政策的公告》，明确自8月8日起，对新发行的国债、地方政府债券和金融债券利息收入恢复征收增值税。目前由于银行理财、债券基金等产品大量配置国债、地方债和金融债，恢复征税可能拖累理财产品净值，并冲击整体收益。

恢复征收债券利息增值税 32万亿理财资金如何调仓？ B2

外卖“爆单”

被监管部门约谈之后，美团外卖、淘宝闪购（饿了么）、京东外卖三大外卖平台陆续发表声明，承诺将“规范促销”。当前，外卖补贴大战的核心目标已从“抢用户”转向“提频次、挖价值”，且兼具存量与增量属性。未来，各大外卖平台还需通过服务稳定性和生态建设构建差异化优势。

外卖平台规范促销 商家缘何仍“爆单”？ C1

永辉募资“胖改”

近日，永辉超市（601933.SH）抛出上市以来最大规模的定增预案，拟募资39.92亿元，其中超32亿元将投入全国298家门店的“胖东来模式”调改升级。“胖改”成本合理性、资金缺口的填补路径，成为市场关注的焦点。在关闭227家长期亏损门店的同时，永辉超市正在将未来发展寄托在“胖改”转型上。

预亏2.4亿定增39亿 永辉豪赌“胖改” D1

经济大势

A1~A4

今秋1200万幼儿园大班儿童免收保教费 A4

营商环境

B1~B16

股权登记再添“杭州样本”慈善信托亟须多重突破 B4

建信投资加速布局科技金融 银行系AIC赋能科创成效显现 B6

金租多模式加码科技金融 B8

超240亿元拿下全国总价地王 华润置地曲线加仓上海“豪宅资产包” B10

中海凶猛：兄弟公司北京暗战 中海新城上位 B12

智在公司

C1~C8

英伟达否认H20存在“后门”但仅靠发文难以撇清 C3

二次元游戏收入再降：囿于同质化 情于创新 C4

从割裂到共生 房车企业抱团造“移动的家” C7

“内卷”退热 中国汽车产销增速超10% C8

慧及民生

D1~D4

烘焙行业加速洗牌 平价品牌扎堆进场 D2



中经传媒智库



本报官方订阅微店



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

“老字号”的焕新之路：片仔癀跨界美妆的底层逻辑

商业案例 D4



事实上，这不是作为老字号的片仔癀一家企业面临的问题。“老字号”焕新，是品牌挑战，更是时代命题。在消费结构快速更迭、年轻化趋势主导审美的今天，很多老字号品牌都需要重新叩问：“如何让历史继续发光？如何让传统变得时尚？”

以片仔癀化妆品为例，2024年，片仔癀化妆品营业收入7.5亿元，考虑其经销商模式，渠道销售额估算已达到25亿元规模。但在这一规模的成握其所在领域产品的定价权，鲜有直接竞争对手，品牌最大的挑战则来自如何拓展自身的成长边界。

在中国，什么样的品牌可以既拥有历史文化底蕴又能在当下消费市场都具备较强的号召力？作为“国宝名药”，来自福建漳州的片仔癀或许是一个

答案。片仔癀在很大程度上掌握其所在领域产品的定价权，鲜有直接竞争对手，品牌最大的挑战则来自如何拓展自身的成长边界。