



本报官方微博

本报官方微信

# 中国经营报

## CHINA BUSINESS JOURNAL

# 七十五载沧桑巨变 雪域高原产业跃迁向新途

## A2



### 本期热词

#### “冰火两重天”

近期,保险资管机构陆续完成年报披露。2025年,35家保险资管公司合计实现营业收入484.32亿元,同比增长16.4%;净利润合计218.44亿元,同比增长18.03%。整体来看,2025年多家保险资管机构的营收、净利润创新高,不过,头部保险资管与中小资管机构经营走势呈现出“冰火两重天”。

低利率背景下营收利润普涨 拆解35家保险资管成绩单 A4

#### 万亿再贷款

自2026年年初中国人民银行宣布推出1万亿元民营企业再贷款货币政策工具后,各地积极落地推进。中国人民银行多地分行指导地方金融监管机构定向开辟绿色通道,简化审批流程、创新融资模式,保障民营企业再贷款高效平稳落地。专家指出,政策的一大亮点在于首次将民营企业明确纳入支持范围。

万亿再贷款精准发力 惠及民企“融资冰火两重天” B1

#### “百亿俱乐部”

大手笔、全阵容的投融资事件持续在具身智能领域上演。互联网创投平台IT桔子的收录数据显示,截至5月6日,今年在国内一级市场中,具身智能赛道的融资事件已发生210起,而2025年全年的这一数字为357起。仅最近一个月里,单笔10亿元以上融资案例就出现多起。

具身智能“百亿俱乐部”背后:产业资本既是股东又是客户 C1

#### 自我革新

近日,20家A+H股白酒上市企业发布2025年年报,除了山西汾酒实现略微增长之外,其他酒企业绩全线下滑,且有3家酒企出现亏损。专家分析,白酒行业正经历“渠道驱动”向“消费者驱动”的范式转换,2026年二季度或迎来价格企稳拐点。未来核心竞争力不在于渠道压货能力,而在于真实动销效率、C端用户运营深度、低度化产品创新三大维度。

20家白酒上市企业财报收官:行业开启自我革新 D1

### 社评

## 协同推进促消费惠民生 点燃内需增长主引擎

人潮涌动,江山如画。

今年“五一”假期,中国消费市场热力全开、暖意融融,以一派活力奔涌的景象惊艳世界:全社会跨区域人员流动量超15.25亿人次,日均3.05亿人次,比2025年同期日均增长4%;消费相关行业销售收入同比增长14.3%,旅游游览和娱乐服务销售收入同比增长21.2%;全国电影票房突破7.5亿元,观影人次超2060万,均超去年同期;各地发放超2.84亿元消费券,举办约1.37万场次文旅消费活动……一组组跃动的数据,既是消费信心稳步回归的有力印证,更是中国超大规模市场潜力持续释放的生动写照。

穿透数据表象,今年“五一”假期的消费图景,四大结构性变化清晰浮现,精准折射出中国消费升级新趋势:一是从“看风景”到“品生活”,体验型消费强势领跑,假日经济正加速从“观光打卡”转向“沉浸体验”;二是从“大都市”到“小县城”,下沉市场成为新增长极,县域消费异军突起,义乌、温州、曲阜、正定等“宝藏小城”跻身年轻人热门目的地;三是从“一张门票”到“一条产业链”,“票根经济”强势发力,以赛事、演出、展览为核心“锚

点”,带动交通、住宿、餐饮、购物、娱乐全链条消费;四是“性价比”到“重价值”,品质消费与情绪消费双轮驱动,消费者愿意为设计感、文化内涵、情绪价值支付溢价。

察势者明,趋势者智。中国消费从“满足基本需求”迈向“追求美好生活”的深刻变化,正是党中央实施提振消费这一重大战略所取得的重要成果。消费一头连着宏观经济,一头连着千家万户的幸福生活。提振消费本质上就是提升民生福祉,让发展的成果通过每一次愉悦的体验、每一次品质的升级,惠及每一个普通人。

“五一”假期的消费账单令人振奋,但也须清醒地看到,当前我国消费增长的基础尚不牢固,仍面临结构性挑战:居民预防性储蓄高企,大宗商品消费增长相对平缓;优质服务供给不足,消费环境有待优化;居民收入占比偏低,消费能力根基不牢。

种种挑战警示我们,促消费绝不能停留于“发券、办节、造热点”等短期刺激,必须“投资于民”,在惠民生、增收入、强保障上下功夫、打长拳。而让“五一”消费市场的火热态势从“假期特写”延展为“日常图景”,应着力将短期的市场暖意转化为长远的制度安排,具体在以下四

个方面久久为功。

要筑牢根本,让消费者“能消费”,其关键在增加收入。要深入实施就业优先战略,以高质量就业支撑收入增长。要完善工资决定、合理增长和支付保障机制,提高劳动报酬在初次分配中的比重,健全最低工资标准调整机制。同时,多渠道增加居民财产性收入,稳步扩大中等收入群体规模。形成“就业稳—收入增—消费旺”的良性循环,内需增长便有了更深厚的源泉。

要解除枷锁,让消费者“敢消费”,其根本在民生兜底。要下大力气解决人民群众的“急难愁盼”问题。要加快发展多层次、多支柱养老保险体系,健全医疗保障体系,扩大失业、工伤等社会保险覆盖面。合理提高公共服务支出占财政支出比重,加大对教育、医疗、养老、托育等领域的投入。当社会保障成为人民生活的“安全网”,预防性储蓄才会心甘情愿地转化为当下的消费活力。

要创新供给,让消费者“愿消费”,其重点在提质扩容。要顺应消费升级趋势,以新需求引领新供给,以新供给创造新需求。要大力发展服务消费,特别是文旅、康养、

家政、体育等当前颇具潜力的增长极。要推动商旅文体融合发展,打造沉浸式、体验式、互动式消费新场景。供给与需求同频共振,消费者才更愿为美好生活欣然买单。

要优化环境,让消费者“乐消费”,其关键在保障权益。一个公平、透明、便利的消费环境,本身就是最有效的“消费券”。要持续优化消费环境,让消费者放心、安心、舒心。尤其要抓住入境消费回暖机遇,加快完善外卡支付、多语种服务、离境退税等国际化消费环境,让“中国游”“中国购”成为全球消费者的心仪之选。

大力提振消费这篇大文章,需科学谋划、精准施策,因为最持久的消费动力,藏在每一个劳动者勤劳致富的希望里,藏在每一个家庭对教育、医疗、养老的安心期待里,藏在14亿人对更美好生活的无限向往里。我们必须协同推进促消费与惠民生,以扩大内需战略为根本遵循,通过改革收入分配制度、完善社会保障体系、创新消费产品供给、优化消费市场环境,让内需这一“主引擎”在高质量发展的征途上,释放出更加澎湃、更可持续的强劲动力,为推进中国式现代化筑牢坚实的市场根基。

## 经济大势

A1~A4

西藏产业发展的底层逻辑之变 ..... A3

## 营商环境

B1~B6

科技改贷款政策加码 ..... B2

促进“人工智能+产业”发展

场景牵引价值释放 ..... B3

数据要素市场加快“找应用”

再等等还是赶紧买? ..... B6

家电行业涨价潮“满月”追踪

个人养老金 + 买方投顾 T1~T6

## 智在公司

C1~C8

光纤量价齐升 涨价潮中谁获利? ..... C2

“五一”出行洞察: ..... C3

体验经济崛起 年轻人兴趣出发

新能源车维修调查: ..... C5

小剧赠为何修出万元账单?

“吉利系”低空棋局加速落子 ..... C6

沃飞长空冲刺A股eVTOL第一股

## 慧及民生

D1~D4

阿麦斯冲刺“糖果第一股” ..... D2

高增长背后多重挑战待解

剑指光储融合 ..... D3

光伏巨头欲打造新增长引擎

## 企业“反内卷”实战指引

在2026年全国两会上,“深入整治‘内卷式’竞争,营造良好市场生态”被写入《政府工作报告》,成为引发全社会热议的焦点议题。“内卷式”竞争作为一种低效且具有破坏性的零和博弈,其对企业创新能力的吞噬、对产业链健康度的透支,已成为制约中国经济高质量发展中的一个瓶颈。

与此同时,国家统计局在2026年年初完成的五年一度的CPI(居民消费价格指数)基期轮换,为企业的战略抉择提供了真实的“市场刻度”指引。在这个衡量中国消费基础温度的“新篮子”里,部分传统实物消费品类被降权,而智能设备、车用电力、互联网医疗等代表产业升级的指标被纳入。结合2026年

第一季度的物价运行数据,传统工业消费品价格表现平稳,而服务与体验类价格展现出强劲的向上拉动力。

由此,政策红线的确立与CPI底层数据的演变,共同指向了一个明确的商业现实:中国消费结构的底层逻辑已经发生迁移,依赖压榨供应链来进行低质低价倾销的模式,正在失去其生存的土壤与战略意义。

从宏观治理与经济学的视角来看,政府的反内卷着眼于规范市场竞争秩序、阻断过剩产能源头,引导落后产能的平稳出清。而对身处红海厮杀中的微观企业而言,被动等待宏观层面的行业出清无异于坐以待毙。从企业战略的维度出发,反内

### 商业案例 C8



卷不仅仅是一个合规命题,更是一个关乎生死的自我进化命题——企业究竟该如何向内生长,重塑自身的竞争壁垒?

结合我们长期跟踪、深度调研并撰写过系统案例的商业样本(涵盖高梵、自如、妙可蓝多、OATLY、玲珑轮胎、

宿迁联盛等企业),我们尝试提出一幅中国企业跨越内卷、实现价值跃迁的递进式战略路线图。本期商业案例将通过系统性拆解,回答以下三个核心的商业战略命题,分别是破局点:价值的重新定义;支撑点:价值的共创与交付;护城河:价值的纵深与防御。



中经传媒智库



本报官方微博



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