



本报官方微博



本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

总2666期/每周一出版/本期28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

告别简单炫技 人形机器人开始真上岗

▶B10



社评▶

以消费之进固发展之基

一顿饭、一场演出、一趟县域旅行、一次家电换新……这些寻常不过的生活片段,背后都是消费这枚齿轮带动经济链条的咬合与传动。消费从来不是经济链条末端被动等待的“最后一步”,而是牵引市场信心、产业升级与民生改善的关键枢纽。看清这一点,才能真正读懂消费市场之于整个经济的分量。

从总量上看,1—7月,社会消费品零售总额同比增长2.6%;从结构上看,服务零售额增长5.0%,持续高于商品零售额增速,旅游咨询租赁服务、文体休闲服务零售额持续保持两位数增长。服务消费频次高、带动强,是扩大消费的重要引擎。平稳之中有变化,变化之中见方向。消费之“进”,不是数字的简单爬升,而是结构向善、场景向新、城乡向融。

结构向善,优在需求之变。居民需求正从“有没有”转向“好不好”,从“买商品”转向“享服务”“重体验”。上半年,居民人均服务性消费支出占全部消费支出的比重同比提高0.2个百分点。1—7月份,规模以上可穿戴智能设备零售额增长超过一倍,限额以上单位高效等级家电零售额增速超过30%,新能源汽车、节能家电、智能家居越来越受到消费者的青睐。人们愿意为一块智能手表买单,愿意为一级能效产品付费,

说明消费升级不是纸面概念,而是亿万家庭用真金白银作出的选择。

场景向善,新在业态之变。夜间集市、亲子研学、避暑旅居、“奔县游”等新场景不断涌现,1—7月份,旅游咨询租赁服务、文体休闲服务零售额同比分别增长11%和10.1%。数字化消费场景不断拓展,电子阅读、网络视听等数字内容供给日益丰富,带动通讯信息服务类零售额增长11.9%。消费新业态持续释放活力,网上商品零售额占商品零售额的比重接近30%,限额以上仓储会员店、无人值守商店零售额增长均在25%以上,购物中心零售额也实现了两位数增长。场景在变,消费的边界也在拓展。

城乡向融,融在流通之变。很多人习惯把目光锁定在大城市、大商圈,真正的增长潜力却在更远处铺开。1—7月份,乡村消费品零售额累计同比增长2.4%,高于城镇1.3个百分点,已连续55个月高于城镇或基本持平,县乡消费品零售额已占社零总额的39.1%。县域消费跑出“加速度”并非偶然。县域地区约占九成国土面积、五成常住人口、四成经济总量。全国已建设改造县城综合商贸服务中心3159个,乡镇商贸中心1.5万个,村级便民商店16.8万个,基本实现县乡村三级商业网点全覆盖。连锁品牌加速下沉,特色农产品加速

上行,城乡流通壁垒正在消解。

提振消费,供需适配是破题的关键所在。“创新引领、供需适配”是《扩大消费“十五五”规划》总体要求中的重要表述之一。7月30日召开的中共中央政治局会议强调,要有效扩大国内需求,适应不同群体消费需求扩大优质供给,挖掘服务消费潜力。方向已明,关键在落实。让消费者“愿意买”还得“买得称心”,让企业“愿意供”还得“供得对”,说到底就是让供需两端咬合得更紧、传动得更顺。

政策要更实,让供需衔接更精准。今年,促消费政策力度持续加码。中央继续安排超长期特别国债资金支持消费品以旧换新,优化实施服务业经营主体贷款贴息政策和个人消费贷款财政贴息政策,广泛覆盖汽车、家电、智能数码、生活服务等各类消费场景;超长期特别国债资金支持冷链物流设施设备更新改造,中央定额补助现代商贸流通体系试点城市建设……政策从供给侧到消费端双向赋能发力,让“愿意换”变成“换得起”,让“想消费”变成“能消费”。

供给要更优,让品质匹配需求。需求在分层,供给不能千人一面。品质化、个性化、体验化,是摆在整个供给体系面前的新考题。扩大优质供给,意味着既要有国际水

准的品牌,也要有质优价平的日常好物;既要有数字内容、智能终端等新潮消费,也要有“一老一小”服务等民生刚需。新业态不断涌现,新供给正在对接新需求。同时,整治“内卷式”竞争,培育优质优价的消费文化,让企业愿意做好产品,让消费者愿意为好品质买单。

预期要更足,让消费后顾之忧。敢不敢花钱,说到底是对未来的信心问题。政策持续加码,物价保持温和回升态势,都在向市场释放稳定信号。信心还“长”在制度上——稳步推进基本公共服务均等化,健全基本养老、基本医疗保险筹资和待遇调整机制等民生保障举措,正是消除消费后顾之忧的长远之计;开展市场准入壁垒清理整治行动,坚决破除地方保护和市场分割等全国统一大市场措施,让经营主体敢投资、愿创新,让消费者有更多优质选择。权益保护到位,预期稳定下来,人们才敢于把储蓄变成消费,把心动变成行动。

消费旺,市场才活;市场活,发展才稳。14亿人的超大规模市场,是应对风雨的压舱石,也是奔向未来的动力源。让百姓愿消费、敢消费、乐消费,把消费的每一步走稳走实,14亿人汇聚的消费洪流,必将奔腾出中国经济最强劲、最持久的前行力量。

对话企业家▶C8

蓝霄航空王刚：低空经济亟待破解长周期考验



第一次见到蓝霄航空创始人,CEO王刚是在第二届上海国际低空经济博览会现场,当时他正在货运eVTOL(电动垂直起降飞行器)产品LX-1旁为客户们做介绍,身后的大屏幕正在播放着LX-1的试飞视频。这也是全国第一家混合动力eVTOL全倾转过渡试飞。

很难想象,这个重达3吨、有效载重700公斤、飞行速度在200~250公里/小时、最大航程1000公里的eVTOL,产品研发仅用了不到两年时间。

值得注意的是,近年来以eVTOL为代表的低空经济已

上升为国家战略。2021年“低空经济”首次写入《国家综合立体交通网规划纲要》;2023年中央经济工作会议将其定位为战略性新兴产业,并在2024年首次被写入《政府工作报告》。这正是王刚研制LX-1的重要背景。

不过,目前诸多企业主打纯电技术,高调发布“PPT参数”,其背后却面临着商业化落地的真实瓶颈,续航焦虑与载重极限成为悬在行业头顶的达摩克利斯之剑。

带着相关疑问,《中国经营报》记者专访了王刚。在王

刚看来,在当前的低空经济蓝天下,自己和蓝霄航空有能力飞出一片“天空”。

他创立的蓝霄航空避开了拥挤的纯电都市客运赛道,将目光精准锁定在吨级以上的大型货运空白市场,并坚持采用“增程式动力+倾转翼”的技术路线与全链路深度自研。

在王刚看来,低空经济的商业闭环绝非空中楼阁,唯有剥离虚浮的参数,依靠硬核的产品力、极致的成本控制与踏实的适航审定,才能在长周期的“淘汰赛”中成功翱翔。

本期热词▶

消费向好

1—7月份,服务零售额增长5.0%,增速高于商品零售额3.9个百分点;乡村消费品零售额38459亿元,同比增长2.4%,增速高于城镇1.3个百分点——8月17日国家统计局发布的这两组数据,折射出当前消费市场服务消费持续升温、下沉市场活力迸发的积极变化。在总量稳步扩大的同时,结构性亮点正“多点开花”,回升向好的基础持续夯实。

结构性亮点“多点开花” 消费市场向好态势持续巩固▶A2

消费贷破内卷

暑期消费旺季,银行消费贷市场的竞争也进入白热化阶段。从国有大行到中小银行,一场围绕利率、额度、礼品的全方位营销攻势全面铺开。但中国人民银行的宏观数据却呈现相反的图景。央行日前发布的2026年7月金融统计数据报告显示,前7个月住户贷款减少8271亿元。其中,短期贷款减少9281亿元,中长期贷款增加1010亿元。

消费贷变招:从“卷利率”转向“拼服务”▶B1

朱雀“归巢”

中国可回收火箭再度迎来突破。8月19日7时35分许,蓝箭航天朱雀三号遥二重复使用运载火箭在东风商业航天创新试验区发射升空。火箭全程飞行正常,一子级按预定程序成功返回,并精准着陆于甘肃民勤回收场预定位置;二子级则将鸿鹊03星顺利送入预定轨道,飞行试验任务取得圆满成功。

朱雀着陆“归巢” 我国火箭回收实现多点突破▶C1

饮料半年考

2026年夏天已经过去,饮料行业交出了上半年的成绩单。国家统计局数据显示,上半年全国限额以上企业饮料类零售额同比增长6%。2026年6月全国规模以上饮料产量1745万吨,同比下降3.2%;1月至6月累计产量9027.3万吨,同比下降0.5%,为近五年来国内饮料行业首次出现半年度产量量同比下滑。

饮料行业半年考:头部品牌“会战”无糖茶赛道▶D1

经济大势

A1~A4

千亿银保业务背后的“小账”顽疾:…… A4
监管严打账外返佣

营商环境

B1~B12

多品类项目密集落地…………… B2
自贸离岸债创新进行时

从拼价格到拼生态…………… B3
健康险“闯关”产品转型

从司法重整到6倍股…………… B4
行云科技“算力生意”考验交付

再走长征路 见证新时代

B5~B9

智在公司

C1~C8

手机和充电器分离销售?…………… C2
行业倡议背后的千亿利益博弈

受让中石化科技10.47%股权…………… C3
中际旭创锁定上游供给?

成都车展折射汽车产业转折:…………… C5
行业竞争进入价值深耕期

从敲锣打鼓到静默上架…………… C6
车企发布会从简背后的“经济账”

慧及民生

D1~D4

隆力奇大考…………… D2

拟斥资41亿元入局…………… D3
宁德时代缘何青睐中恒电气?



中经传媒智库



本报官方订阅微店



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