

提前派发“定心丸” 半年末流动性整体无忧

●本报记者 彭扬

中国人民银行网站6月24日消息，为保持银行体系流动性充裕，2025年6月25日，央行将以固定数量、利率招标、多重价位中标方式开展3000亿元MLF（中期借贷便利）操作，期限为1年期。鉴于6月有1820亿元MLF到期，因此实现净投放1180亿元，这也是央行连续4个月超额续做到期MLF。

专家表示，下半年，央行或持续超额续做到期MLF，并结合买断式逆回购操作，合理补充中期流动性。同时，综合运用公开市场操作等多种货币政策工具，确保流动性持续处于充裕水平。

加大中期流动性投放

6月以来，央行加大了中期流动性投放力度。央行分别在6月6日和6月16日开展共计14000亿元买断式逆回购操作。6月24日，

央行提前预告将于6月25日超额续做3000亿元MLF，为市场派发“定心丸”。

从本月操作看，东方金诚首席宏观分析师王青表示，6月中期流动性净投放总额已超过3000亿元。在5月降准释放长期流动性的同时，近几个月，央行中期流动性操作持续处于净投放状态。

“在政府债券大规模发行、银行同业存单集中到期的现阶段，保持银行体系流动性持续处于充裕状态，有助于防范资金面异常波动，稳定市场预期。同时，也释放了数量型货币政策工具持续加力的政策信号，有助于更好满足企业和居民的融资需求，强化逆周期调节。”王青说。

天风证券固定收益首席分析师谭逸鸣介绍，往年6月末，资金利率中枢通常会出现抬升，但央行往往也会加大流动性投放予以应对。

专家表示，考虑到本月央行已开展两次不同期限的买断式逆回购操作，并超额续做

到期MLF，较为充分地满足了金融机构的资金需求。

从市场利率看，截至6月24日收盘，银行间市场1天期债券质押式回购利率（DR001）报1.37%，7天期债券质押式回购利率（DR007）报1.67%，总体保持平稳运行。

多举措保持流动性充裕

专家表示，下半年MLF有望持续超额续做，并结合买断式逆回购操作，维持对中期流动性的净投放。同时，预计央行将灵活运用多种货币政策工具，持续保持流动性处于充裕状态。

“央行操作也在择机，基于宏观形势和金融市场变化，调整自身工具运用情况。”华西证券首席经济学家刘郁认为，“央行对总量型工具的运用大概率偏积极，从近期流动性投放情况来看，秉持的仍是适度宽松的

理念。”

中信证券首席经济学家明明表示，考虑到三季度政府债发行可能进一步加快，金融机构尤其是银行，对流动性支持存在一定需求。在支持性的货币政策立场下，央行有可能采取降准等方式为市场提供流动性支持，当然，也不排除央行会选择公开市场操作或再贷款等工具手段。

此外，近期市场对央行何时重启国债买入操作讨论较多。对此，兴业证券固定收益首席分析师左大勇表示，国债买入操作是央行制度改革的重要一环，是流动性投放工具的重要组成部分，也是降低银行和金融体系负债成本的主要手段。三季度，央行加大中长期流动性投放的必要性将上升，重启国债买入操作是可能的政策选项。

刘郁认为，即使央行没有重启国债买入操作，在基本面仍存在不确定性的情况下，央行也会继续保持适度宽松的货币政策基调。

场景和产品创新不断 共同扮靓“清凉经济”

●本报记者 熊彦莎

即时零售让空调、风扇即买即用，木姜子柠檬水、酸奶等健康冰饮新品接续上新，夜间游乐园、夜爬看日出等成为消暑纳凉的新选择……近期，多地最高气温突破30摄氏度大关，清凉商品与避暑体验推陈出新。

专家认为，在避暑降温需求驱动下，“清凉经济”中的商品、服务、场景均有创新亮点，契合当前提振消费的政策导向。预计政策端将围绕消费创新持续加码，通过培育新场景、孵化新业态等方式，进一步强化消费创新对内需市场的撬动作用。

消暑产品焕新升级

“为了抓住今年年中大促的商机，我们早就准备好十几万件风扇服，今年的销售额有望突破800万元。”福建晋江的一家风扇服制造厂商称。

“清凉经济”成为今年“618”购物节的关键词之一。拼多多“618”购物节期间，美的、小米、海尔等品牌空调的销量环比实现2倍以上增长，沙滩鞋、速干衣等产品的销量环比增长显著。

随着即时零售业态增长，清凉商品“到家”速度提升，服务优化。美团闪购相关负责人表示，美团闪购为国补商品打造了专属即时配送服务，消费者可享受“30分钟国补商品到家”。同时，美团闪购联合格力、美的、奥克斯、TCL等家电品牌提供半日送装服务，空调等大家电可即买即用。

消费者不只追求体感清凉，对清凉饮食的需求也在增长。夏季是茶饮品牌开拓市场的好时机，北京西单大悦城相关负责人介绍，近期有多家饮品类首店将在商场落地，包括楼下酸奶北京首店、Bonjour本就茶饮区域首店等。作为饮品市场的创新主力，多家连锁茶饮品牌推出应季新品，比如喜茶推出“去火纤维瓶”，茶百道推出木姜子系列。

自制清凉饮品也成为热门选择。盒马采购相关负责人汉涛介绍，越来越多的顾客会专门选购适合制作榨汁或制作沙拉的蔬菜。为此，盒马推出了多款创新净菜组合，“羽衣甘蓝西芹榨榨杯”“奇亚籽苦瓜苹果羽衣甘蓝榨榨杯”等产品热销。

同时，多家上市公司依托IP联名、产品创新等战略抢抓“清凉经济”机遇。上海家化近期回应投资者称，六神品牌推出了清爽香氛沐浴露新品，携手宝可梦推出联名款花露水礼盒等。新农开发表示，推出了新品冰川甘草饮，保留了甘草的自然风味，非常适合夏季饮用。

场景创新提升消费体验

一些景区正着眼气候消费，探索场景创新。上海海昌海洋公园相关负责人6月24日向记者透露，公园近期正式开启“20度凉爽观鲸之旅”，游客将有机会与虎鲸、海豚、企鹅等极地海洋动物进行亲密互动。6月中旬以来，上海海昌海洋公园的客流量较平日增长4倍，为迎接暑期客流，公园将自7月12日起连续44天举办夜场烟花盛典，提供“白+黑”的全天候游玩体验。

避暑游热度增长，游客的避暑偏好体现出显著地域特征。马蜂窝大数据显示，近一周“夏日避暑好去处”搜索热度环比增长133%。内蒙古大草原是北方客群最爱，广东游客则对亲水玩法情有独钟，南澳岛、沙面岛等滨海目的地热度增长。江浙沪及川渝地区游客则偏好“进山纳凉”，莫干山、青城山、仙女山等山岳景区的度假酒店及民宿平均热度增长显著。

“这么近，那么‘凉’，周末去河北。北京的单日最高温已超过30度，最近我们把徒步线路设在河北张家口附近。虽然车程远一些，但避暑徒步游的订单量很高，特别是夜爬看日出、露营、骑马等项目。”一家北京户外组织的负责人告诉记者。

如何更好利用气候“凉”资源，让避暑游更有深度？中国旅游研究院副院长李仲广认为，避暑旅游需从“卖景观”转向“卖生活”。从外来游客的避暑游到主客共享的避暑休闲，将是文化和旅游融合发展时代的必然演化趋势。

因地制宜促进清凉消费

祛暑产品创新，避暑体验升级，得益于政策对于暑期消费的持续支持。

一方面，地方政府挖掘本地清凉资源，丰富文旅产品供给。如，6月19日，湖北省启动“知音湖北·缤纷夏日”文旅消费季，推出高山避暑徒步、室内滑雪场反季玩雪、文博消暑之旅等八项清凉体验。

另一方面，夜间经济成为各地在夏季扩大内需、提振消费的重要抓手。上海近日启幕2025夜生活节，自6月至9月推出潮流运动之夜、电竞生活月、中夜现场音乐季等130余个主题特色夏夜活动。6月发布的《深圳市提振消费专项行动实施方案》提出，培育打造一批全市夜间经济示范街区，鼓励符合条件的酒吧、餐厅、咖啡厅、文旅休闲等经营场所开展夜间延时服务。

如何更好发展夜间经济？中国旅游研究院院长戴斌认为，要创新夜间经济业态、服务与产品，用数字来赋能，以场景营造带动夜间经济的持续带动作用，印证了“体育+”跨界融合模式对暑期消费的积极作用。北京师范大学体育与运动学院副院长王兆红建议，各地可以结合当地自然景观和文化特色，设计多样化的体育旅游产品。例如，在气候凉爽的西南地区，可探索挖掘少数民族的马术文化，打造马术旅游项目。

“展望2025年下半年，以现制饮品、体育赛事及演出活动相关的服务新消费赛道仍将具备结构性景气支撑。”中国银河证券社会服务业首席分析师顾嘉闽认为，赛事、演出活动带来的客流聚集效应，对地方经济的直接拉动效果显著，充分契合提振消费的政策导向，预计政策端支持力度将持续提升。



夏季达沃斯论坛 | 嘉宾共话新时代企业家精神

图为6月24日在国家会展中心（天津），嘉宾参加“能源转型现状如何？”分论坛。

6月24日至26日，世界经济论坛第十六届新领军者年会在天津举行，主题为“新时代企业家精神”。记者了解到，本届夏季达沃斯论坛将举办近200场分论坛活动，中外嘉宾将广泛参与各个分论坛，发表真知灼见，提出解决方案，为全球经济发展建言献策。

新华社图文

新供给响应新需求 暑期“游经济”热度攀升

●本报记者 连润 熊彦莎

“这几天，到晚上十一二点都还在回复客户的咨询。”近日，携程旅游鸿坤广场店的负责人许凯告诉中国证券报记者，最近中小学陆续明确暑期放假安排，家长到店咨询暑期游、研学游产品的情况显著增多。

专家认为，在暑期旺季催化下，文旅市场整体有望保持增长，同时，更加多样化、个性化的文旅需求，正在推动文旅行业供给升级。对旅游目的地和旅游企业来说，要想赢得游客青睐，需要提供更多高品质、高性价比的文旅产品和服务。

热度升高 文旅旺季即将到来

多个在线旅游平台的订单增量，折射出暑期文旅热度升高、产品多元的态势。众信旅游数据显示，截至目前，暑期计划出游人数较去年同期增长70%，暑期商品交易总额较去年同期增长80%左右。春秋旅游数据显示，暑期出境游预订人次同比增长近五成。

“亲子主导、主题化突出、深度体验化趋势增加是2025年暑期旅游市场的三大特点。亲子客群占比预计将超六成，成为核心驱动力。”众信旅游集团媒介公关经理李梦然介绍，亲子人群对中长线旅游目的地需求旺盛，众信旅游平台上，赴欧旅游人数同比增长76%左右，前往非洲、南美等小众目的地的人数同比分别增长约103%、178%。

以主题乐园游、海滩度假游为代表的休闲体验游是今年暑期亲子游的亮点之一。许

凯说，目前部分带有大阪环球影城游览的日本游产品已售罄，7月前出发到马来西亚的海滩度假产品也基本订满，上述产品主打线路定制、小团纯玩特点。此外，无需办理签证的国际邮轮游也成为暑期家庭出行的热门之选。

国内的主题乐园产品也加快上新。6月20日，上海乐高乐园正式开启试运营。飞猪数据显示，上海乐高乐园“618”期间开票门票，半小时就售出超3000张，一天成交额突破500万元。

又是一个毕业季，毕业旅行“即刻出发”。携程数据显示，6月9日至6月11日出发的旅游产品预订量环比增长88%，不少毕业生选择“考后即刻出发”。去哪儿数据显示，新疆成为毕业旅行热门目的地，阿克苏、喀什和乌鲁木齐位列全国毕业旅行酒店预订增幅前三的城市。同时，不少毕业生选择出境游，境外热门目的地酒店预订量同比增长60%。

“准大学生”的暑期出游热，也给速干衣等户外用品消费添了“一把火”。拼多多“618”购物节数据报告显示，沙滩鞋、速干衣等产品的销量环比分别增长220%、119%。

多措并举 激活夏季文旅市场

面对即将到来的暑期文旅旺季，各地纷纷展开行动，推出一系列特色文旅活动、优惠举措及服务保障措施，全方位激活夏季文旅市场。

在丰富供给方面，多地推出焕新文旅产

品。6月19日，湖北召开新闻发布会表示，今年暑期将统筹推出八大夏季产品，涵盖避暑游、漂流游、亲子游、冰雪游、不夜游、研学游、文博游、演艺游。“今年，全省进一步提档升级神农架、恩施利川、十堰武当山、咸宁九宫山、宜昌百里荒、黄冈大别山等十大避暑目的地。焕新推出森林徒步、游船观景、消暑度假、农耕体验、疗愈养生等特色避暑产品。”湖北省文旅厅副厅长吴焯说。

云南日前宣布暑期将组织开展3100余场群众文化活动，其中“主客共享”的重点活动300多场，举办丰富多彩的文化艺术活动，涵盖惠民群众文化活动、公益舞台艺术展演、文物主题游径和非遗研学线路体验等。

在优惠举措方面，湖北安排专项资金，对“神武峡”“赤黄红”精品线路进行宣传推广，对“引客入鄂”接待量领先的旅游企业及大型营业性演出活动予以奖补；湖北140多家景区针对中高考毕业生推出免票或优惠政策。厦门日前发布《厦门市促进演艺经济高质量发展的若干措施》提出，对新投入的演艺新空间项目最高可予以100万元补助；符合条件的演艺新空间，可给予20万元一次性奖励。

当前，假日经济成为提振文旅消费的重要引擎。中国旅游研究院研究员韩元军接受记者采访时表示，要做好特色旅游产品的打造和创新，特别是独特IP的传播与创新。

“当前，旅游产品越来越多样化，类型也更加丰富，对旅游目的地和旅游企业来说，要想赢得游客青睐，就要提供高品质和高性价比的文旅产品。”韩元军表示，要打好特色

牌，才能够拥有独特的市场“定价权”，从而在暑期市场中脱颖而出。

提前谋划 上市公司抢抓机遇

上市公司也关注暑期旅游带来的增长机遇，从市场端、内容端发力，不断提升自身竞争力。

“暑期旅游热度持续攀升，为文旅项目带来显著增长机遇。”锋尚文化日前在深交所互动易平台上表示，在暑假旅游旺季，公司将通过“演出+文化+科技”模式深化区域联动，借助新媒体与数据技术优化运营，增强游客体验与满意度。注重技术创新与内容升级，不断提升文旅项目的科技含量与文化内涵，提升项目的吸引力与竞争力。

宋城演艺6月16日在深交所互动易平台回答投资者提问时表示，随着高考、中考陆续结束，暑期旅游旺季即将到来，为迎接这一客流高峰，公司会从市场端和活动内容端做好系列准备。

“市场端，公司7月和8月均有针对亲子、大学生、情侣、银发等全人群的细分策略。活动内容端，公司会根据季节、时令和细分人群举办丰富多彩的主题活动，如泼水、音乐、冰雪、电音、朋克、荧光等，为游客提供创新创意的活动体验。”宋城演艺介绍。

银河证券研究报告显示，6月下旬起，暑期热度开始上升，预计8月达到峰值。暑期假期周期较长，居民偏向于选择深度体验当地风光和文化，自然风光、主题乐园和文化古迹为出游首选。

商务部：

开展千县万镇新能源汽车消费季活动

●本报记者 熊彦莎

商务部官网6月24日消息，商务部办公厅近日发布《关于组织开展2025年千县万镇新能源汽车消费季活动的通知》。此次活动时间为2025年7月至12月，活动内容主要包含四个方面，坚持“政策+活动”双轮驱动，加强新能源汽车供需对接、新品发布，推动完善县乡地区新能源汽车购买使用环境，助力新能源汽车下乡。

首先，深入推进汽车换“能”。《通知》

提出，各地要认真落实汽车以旧换新政策，在新能源汽车消费季活动场地内普遍设置汽车以旧换新专区，组织推出更多适销对路的新能源车型，更好满足县乡地区群众多样化购车需求。

其次，创新打造多元消费场景。《通知》要求，各地要因地制宜推进汽车流通消费改革试点工作，推动新能源汽车消费季活动与试点创建工作有机结合。谋划开展智能网联新能源汽车专场推介、试驾体验等活动，在安全可控、依法合规的前提下，

稳妥推进高阶智能驾驶汽车商业化应用。创新打造汽车改装、传统经典车、房车露营、汽车赛事等多样化汽车后市场消费场景，推动商旅文体健融合发展，延伸汽车消费链条。

第三，举办消费季系列活动。《通知》要求，各地要结合本地优势资源和产业特点，依托汽车城、商圈、步行街、特色商品展销、农村市集庙会等，创新举办新能源汽车消费季系列活动。

第四，持续优化购买使用环境。《通

知》提出，各地要广泛动员社会力量参与新能源汽车消费季活动，支持独立第三方二手车信息查询平台提升运营质效，加强新能源汽车在用检测平台推广应用，扩大新能源汽车二手车交易。加快县乡地区新能源汽车停车场、充电桩、售后服务站、报废汽车回收服务网点等设施建设，便利群众交旧换新，解决日常用车后顾之忧；积极探索依托现有加油站，打造一批集车辆销售维保、停车补能、餐饮住宿等功能于一体的乡镇汽车驿站。