

5月经济数据出炉 稳增长政策需持续加码



视觉中国图片

当前经济形势如何？国家统计局6月17日公布的数据给出了答案：5月，在宏观政策效应持续释放、外需有所改善、“五一”假期等因素带动下，服务业、消费和进出口都有所回升，工业生产保持较快增长，就业、物价形势稳定，转型升级持续推进，国民经济延续回升向好态势，运行总体平稳。

需要看到的是，当前内外部环境复杂性严峻性有所提升，经济在回升向好过程中仍面临诸多困难挑战，后续稳增长政策需持续加码。

●本报记者 倪铭姬 连润

提振有效需求

“当前外部环境复杂严峻，国内有效需求依然不足，经济持续回升向好仍面临诸多困难挑战。”国家统计局新闻发言人刘爱华说。

从最新发布金融数据看，有效需求不足的问题依然存在。5月，人民币贷款新增9500亿元，尽管环比多增2200亿元，但同比少增了4100亿元。

“5月新增人民币贷款同比少增，主要原因是企业和居民有效贷款需求不足。”东方金诚首席宏观分析师王青表示，当前国内经济回升向好仍有波折，不利于企业贷款需求释放。

业内人士认为，有效需求不足是制约经济恢复的主要障碍，后续稳增长政策需持续加码。

广开首席产业研究院高级研究员罗免劼表示，为确保实现全年经济预期增长目标，巩固当前经济稳步复苏态势，政策需从保障就业、创造就业岗位、提高收入、加大各级民企纾困和继续改善房地产市场销售环境等方面落到实处，进一步提振内需。

中国民生银行宏观研究团队认为，政策应继续在扩大需求方面发挥效应，特别是财政政策发力空间充分，有望发挥托底作用。

促稳房地产市场

房地产是国民经济的支柱产业，对经济增长和运行具有重要影响。为稳定房地产市场，5月17日，人民银行密集出台多项个人住房贷款领域政策，包括降低首付比例、降低房贷利率等。

“5月中旬以来，有关部门和地区进一步调整优化房地产政策，房地产市场出现了一些积极变化。1至5月新建商品房销售额、房屋新开工面积同比降幅有所收窄。”刘爱华说，但也要看到，政策效应释放还需要一定时间，目前房地产市场仍在调整过程中。

销售端数据可以证明。据克而瑞研究统计，5月，百强房企实现销售操盘金额3224.1亿元，同比下降33.6%，单月业绩规模仍徘徊在历史低位。

房地产去化周期偏高，销售端仍在调整，去库存、稳楼市仍面临较大压力。日前召开的国务院常务会议释放了更为积极的政策信号，政策窗口将进一步打开。

广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示，针对收购库存商品房用作保障性住房的相关措施尚在研究储备过程中，落地仍需要一定时间。“短期内若核心城市政策继续优化，市场有望持续好转，从而逐渐以点带面带动全国市场筑底企稳。”曹晶晶说。

消除复苏“温差”

从内外部形势看，后期经济持续恢复面临一定挑战。

向内看，宏观数据和微观感受之间存在“温差”。以外贸为例，5月货物进出口总额同比增长8.6%，比上月提升0.6个百分点。前5个月，进出口累计规模创历史同期新高。

数据回暖的同时，受疫情“疤痕效应”、外部环境严峻复杂等因素影响，一些外贸企业出口放缓，微观感受“偏冷”，抑制了企业投资意愿。5月制造业PMI重回荣枯线下方，产需指数均有较大幅度回落，企业生产投资意愿有所降温。

向外看，全球价值链上的融资约束加剧，跨国资本配置失衡，劳动力市场流动性下降以及就业市场结构性失衡，这些因素都在不断扭曲资源配置，影响经济恢复的持续性。

工银国际首席经济学家、中国

文旅消费不断增长 多点开花助力繁荣

●本报记者 杨梓岩

国家统计局6月17日公布的数据显示，5月份，中国消费增长3.7%，创近期新高。1—5月份，在假期出行比较活跃的因素推动下，服务零售额同比增长7.9%，通讯信息、交通出行、旅游咨询租赁等服务零售保持了较快增长。今年以来，各个假期出游人次同比均出现显著增长，旅游大众化趋势愈加明显，下沉市场多点开花，以优质供给推动文旅消费持续繁荣。

旅游市场火热

回望今年前5个月，一組组出行数据传递出旅游市场加速复苏的信号。

文旅部数据显示，今年春节假期，全国国内旅游出游4.74亿人次，同比增长34.3%，按可比口径较2019年同期增长19.0%；国内游客出游总花费6326.87亿元，同比增长47.3%，按可比口径较2019年同期增长7.7%。今年清明假期，全国国内旅游出游1.19亿人次，按可比口径较2019年同期增长11.5%；国内游客出游花费539.5亿元，较2019年同期增长12.7%。今年“五一”假期，全国国内旅游出游合计2.95亿人次，同比增长7.6%，按可比口径较2019年同期增长28.2%；国内游客出游总花费1668.9亿元，同比增长12.7%，按可比口径较2019年同期增长13.5%。

国家统计局新闻发言人、总经济师、国民经济综合统计司司长刘爱华6月17日表示，1—5月份，在假期出行比较活跃的因素推动下，服务零售额同比增长7.9%，通讯信息、交通出行、旅游咨询租赁等服务零售保持了较快增长。“在天水为吃一碗麻辣烫排了两个多小时的队伍”“尽管下着小雨，但丝毫没影响游客体验簪花的热情”“正定夜市里仿佛来了一亿人”“全国各地游客赶往新疆阿勒泰”……继去年的淄博烧烤、哈尔滨冰雪游“出圈”之后，又一个又一个火遍全网文旅IP撑起旅游市场持续繁荣。

旅游市场的火热更折射出文旅消费向大众化转型的趋势。同程研究院首席研究员程超功对中国证券报记者表示，淄博、天水、开封等城市火爆，流量源头是分散于人们日常生活中的碎片化元素，包括一杯奶茶、一顿烧烤、一碗麻辣烫或是一场“网红”演出，而这一现象反映出旅游消费大众化的重要特征。

小城多点开花

伴随文旅市场走向大众化，越来越多的小城释放出文旅消费新动能，“县域游”“小城游”热度攀升，百花齐放。

不少游客和从业者向记者讲述了他们今年在几个新晋“网红”城市旅行和经营的体验。西安的张先生谈到：“天水麻辣烫实惠好吃，地方美食太吸引人了，今年‘五一’假期仿佛全国人民都来天水了。”张先生告诉记者，“五一”假期天水的麻辣烫门店几乎都在排队，他排了两个多小时才吃上这碗“网红”美食。

“阿勒泰一直都是热门目的地，但

是今年端午节的游客尤其多。”在阿勒泰经营一家民宿的徐女士告诉记者，今年的小长假甚至是周末，她的民宿都处于满房状态，“没想到一部剧让阿勒泰‘火上加热’”。

多家在线旅游平台数据显示，2024年以来，春节、清明、‘五一’、端午等假期，“小机场”城市机票、酒店预订量逐步提升。从去哪儿平台看，拥有“小机场”的三线及以下城市，机票、酒店预订量在清明假期迎来爆发性增长，以云南芒市、江西上饶、宁夏中卫、福建三明等“小机场”城市为目的地的机票预订量同比增长七成以上。

携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旻告诉记者，“爆款小城”的出现，契合了游客近年来寻求个性化、独特化体验的需求；同时，小城的旅游消费价格相对便宜，消费者更容易享受到轻松惬意的旅行环境，这也是大众化旅游消费的重要一环。

优质供给充沛

实际上，县域小城所代表的下沉市场，正日渐成为拉动全国消费的主战场。国家统计局数据显示，今年5月，城镇消费品零售额同比增长3.7%，乡村消费品零售额同比增长4.1%。今年一季度，包含镇区和乡村地区的县乡消费品零售额同比增长5.3%，社消消费品零售总额的比重升至40.1%。

小城游火热，网红县城增多靠的不仅是性价比和社交媒体营销，支撑文旅消费持续繁荣的是越来越多的县域小城瞄准消费者需求，从供给端释放潜能。

一方面，下沉目的地越来越懂游客的心。以“宠客游”模式为例，大学生是当前文旅消费的主力军，在旅游大众化时代，“得大学生者得天下”已成为业界共识。淄博、哈尔滨、洛阳、天水均主打一个“宠”字。去哪儿大数据研究院研究员肖鹏向记者表示，所谓“宠”，实际上是体现的是以游客为本、注重细节，同时融合特色文化，将游客的需求和体验放在首位。

另一方面，部分拥有丰富文旅资源的县级旅游城市原本就是热门旅游目的地，其在产品迭代方面发力，围绕周边中心城市的休闲度假市场需求进行针对性升级，是助推其实现“长红”的重要原因。

以正定夜市为例，程超功告诉记者，从资源禀赋来看，作为历史文化名城，正定的文旅资源基础在县级城市中优势明显，且与石家庄等周边核心城市的通达性较好，可以很好地承接夜市爆发之后的“泼天流量”，在接待空间上保证了古城、夜市流量的顺畅转化。

“一个市场下沉、需求升级的大众旅游新时代已经到来。政府与市场、自然与人相得益彰才是文旅融合高质量发展的底层架构。”中国旅游研究院院长戴斌告诉记者，近年来频频“出圈”的网红城市正在有序构建“长红”的制度基础、市场基础和产业基础。目的地县城和乡村要向市场释放更多的善意和温暖，以高品质的生活方式、完善的公共服务和现代商业环境留住游客，推动文旅消费持续繁荣。

小牙刷“刷”出大市场

（上接A01版）扬州民生刷牙日化有限公司创始人张德钢便是其中一例。“杭集世代沿袭的牙刷制作基因可能早就融入了我的血脉里。”回忆起当年从媒体辞职创立公司的情景，张德钢不禁有些感慨：“离开媒体行业，接手家里的小作坊，从只有两台旧机器、十来个人开始做牙刷产业，除了基因传承的因素外，还与小时候杭集全民经商的环境有很大关系。”

20世纪80年代，杭集提出“全民办工业”。一时间，牙刷厂在那里如雨后春笋般纷纷成立。高峰期，当地有近万家牙刷作坊。1989年，杭集人韩国平回乡创立“三笑牙刷”。此后，“三笑牙刷”通过引进国外技术和设备，助力当地牙刷规模化生产。到1995年，杭集成规模的牙刷企业达到200多家，牙刷产量占全国的80%左右。除此之外，“三笑牙刷”将产品直接卖到义乌小商品市场，在全国市场打开杭集牙刷销量。2000年，“三笑牙刷”遍布国内主要商超，占国内市场份额的一半以上。

2003年，杭集牙刷产业迎来高光时刻。杭集被中国轻工业联合会、中国日杂品工业协会授予“中国牙刷之都”称号。“目前，杭集有牙刷及配套生产企业2000余家，年产牙刷75亿支，出口世界80多个国家和地区，国内市场占有率达80%以上，国际市场占有率35%以上，占我国牙刷出口总量的90%。”杭集高新区（杭集镇）经济发展局局长刘锐告诉记者。

在刘锐看来，杭集牙刷产业高度集聚，具有鲜明的区域经济特色。一方面，牙刷产业链上下游配套日趋完善；另一方面，品牌优势明显，杭集洗漱用品产业的国内和国际知名度不断提升。

产业集聚的优势让总部位于广西柳州的两面针将牙刷生产线落户杭集。“公司看中的正是杭集不断壮大的牙刷产业和不断完善的上游产业链所形成的集聚效应。”说起当年落户杭集的原因，两面针（江苏）实业有限公司总经理兰进坦言。

如今，杭集高新区已入选第二批国家级消费品标准化试点项目名单。这意味着，产业链上下游、各环节的配套将更快向杭集集聚。

运用新技术 推动智能化数字化转型

“我们的牙刷和酒店日用品产业，市场占有率已接近行业‘天花板’，要捅破‘天花板’，必须加速园区‘二次创业’，开启转型升级新征程。”四年前，杭集高新区党工委副书记黄金勇一语道破杭集牙刷产业发展所面临的阵痛。

对此，杭集加快实施“技术、节能、绿色、智能”四大改造工程，鼓励牙刷企业通过技术创新，推动智能化和数字化转型。

作为杭集牙刷企业推动智能化改造的最新例证，三笑集团投产的绿色智能工厂，被视为杭集传统产业向医美日化创新集群转型升级的先行项目。“这个工厂总投资10亿元，去年4月拿地开工，12月底投产运行。”三笑集团执行董事长韩笑添告诉中国证券报记者，“现在我们投用新工厂，希望通过技术革新带动企业‘二次创业’可以走得更远。”

刘锐介绍，三笑集团绿色智能工厂项目实现了当年拿地、当年开工、当年投产，是“杭集速度”的典范，迈出了杭集传统产业转型升级的重要一步。

走进三笑集团绿色智能工厂，隔着超长落地玻璃，中国证券报记者看到，在宽敞明亮的大型车间里，150台机器人正同时挥舞“手臂”自动完成注塑注塑等工序。“这个工厂配备了智能机器人、自动化流水线，配合智能化管理系统，能维持产线24小时运转。”韩笑添说，“在投产前，这个工厂可日产牙刷200万支，生产效率提升了50%，库存周转率提升了100%，交货周期缩短了50%。”

在采访过程中，中国证券报记者了解到，“牙刷第一股”倍加洁已率先将智能车间升级为互联网工厂，实现“机器换人”和“智能制造”。“这几年，我们在智能化数字化方面的投入很大。”倍加洁副总经理姜强对中国证券报记者表示，“我们在企业应用软件方面的投入有1000多万元，此外，还做了一些新的体系认证。这些都是实现系统化和信息化的流程。”

倍加洁的智能化改造经验正在杭集地区推广。刘锐说：“推动杭集牙刷产业转型升级，标杆示范引领智能化改造是一项重要工作。我们大力推广高露洁、倍加洁等企业的智能化改造经验，加大相关软件的普及应用力度，推动中小企业研发设计、生产加工、经营管理等业务数字化转型，打造更多契合企业需求、符合产业特点的改造样板。”

在推动智能化改造的同时，杭集牙刷企业也在推进数字化转型。2023年，公司加大数字化转型力度，投入四成成年利润用于技术创新和质量提升，今年升级‘管理大脑’，打造数字工厂，冲刺2024年增长30%的目标。”张德钢说。

全国首个数字化牙刷团体标准4月26日在杭集发布，传递出当地加快产业转型升级的强烈信号。中国口腔清洁护理用品工业协会理事长相建强表示：“数字化牙刷给了传统牙刷行业和口腔护理行业一个革新的方向，希望通过标准的制定，助力更多企业转型升级。”

培育新增长点 加大产品研发创新

在“智改数转”推动杭集牙刷产业升级的同时，产品研发创新正助力杭集牙刷企业培育新增长点，拓宽新赛道。

以扬州曙光牙刷厂为例，这个拥有40余年历史的牙刷厂与纳米级技术及应用国家工程研究中心合作，研发了一款用天然甘蔗糖剩余的秸秆料制成的全新环保牙刷，可实现100%降解。这支环保牙刷的诞生，让曙光成功进入德国、瑞典等国家的牙科诊所市场，为自己开辟了一条高端化的新道路。

作为“厂三代”的曙光牙刷厂厂长屠新业，回想起自己接任后研发新产品的历程，至今印象深刻：“过去，我们的产品附加值低，每支牙刷的售价只有1毛钱，用庞大的产量去赢得低端消费市场，在激烈的同质化竞争中寻求一线生机。”兰进拿着一支印有“LMZ”字样的酒店用品牙刷说，“仅这支牙刷，2021年就出口了约400万支。”

为更好地做好产品创新，兰进表示，两面针（江苏）实业有限公司在安徽合肥专门设立创新基地，包括研发中心、产品设计中心以及营销中心等。为支持企业创新，杭集已成功引进包括国、省、市级领军型创新创业人才50余人，申报省级企业重点实验室、研究生工作站、工程技术中心、工程研究中心等研发机构23家。

刘锐表示，杭集加强与国内外大学、科研院所、专业服务机构等合作，自主开展技术创新，积极创建国家及省市工程中心、技术中心、成果转化平台、技术创新联盟，建设专业化众创空间、孵化基地，推动牙刷产业创新发展。