

中国经济下半年发力点何在?

据新华社报道,7月15日,国务院新闻办公室举行新闻发布会,介绍2025年上半年国民经济运行情况,并答记者问。国家统计局副局长盛来运表示,中国经济下半年会继续保持稳中有进、稳中向好的发展态势。

盛来运表示,上半年经济稳中有进的发展态势和成效,为完成全年目标打下了较好基础。第二点就是,多年来高质量发展的大势和实践,凝聚了共识,积累了新动能,推动经济再均衡,提高了经济可持续发展的能力。第三点就是宏观政策协同发力,将为经济稳定运行保驾护航。

中国社科院世经所全球宏观室主任肖立晟认为,今年以来国内政策支持加码,从政府债发行来看财政政策前置的特征明显,5月降准、降息相继落地,这些举措均为国内经济企稳回升奠定了坚实基础。他建议,进入下半年,前期针对部分耐用消费品的补贴政策已经取得了明显的效果,可以考虑将这一政策扩大至文旅、餐饮等服务消费领域。

下半年,“以旧换新”政策有望向服务消费领域“围”。6月24日,中国人民银行等六部门联合印发《关于金融支持提振和扩大消费的指导意见》,旨在扩大消费领域金融供给。国务院发展研究中心市场经济研究所研究室副主任、研究员漆云兰认为,提高养老金、加大对低收入群体补贴支持力度等增收惠民举措正在稳步推进,为增强居民的消费能力、改善预期、提升消费信心提供坚实的后盾。此外,今年,单方面免签政策来华国家已扩展至47个,为吸引更多外国游客选择来华旅游、购物,拓宽入境消费市场空间注入活力。

清华大学国家金融研究院院长田轩说,下半年应加快地方政府专项债,特别是国债的发债力度,从支出结构上更加专注于投资于人,比如说像养老、教育、医疗等民生保障的行业;同时可以多举措降低企业的融资成本,从而促进企业的投资动力。

盛来运表示,按照中央要求,近期有关部门加快推出下半年政策,会继续为经济稳定运行发挥关键支撑作用。中国经济下半年会继续保持稳中有进、稳中向好的发展态势。(陈露霖 赵欢 陈芳 白丽斐)

河南华英樱桃谷食品公司赴河南科技大学交流

本报讯 (记者 李代广) 7月15日,河南华英樱桃谷食品公司副总经理吕恩国带队到河南科技大学食品与生物工程学院拜访交流,为学院徐宝成教授送上“科技副总”的聘书,并与食品与生物工程学院院长等教授团队进行了深入的座谈交流。

会上,收到聘书的徐宝成教授表达了对企业认可的感谢,并表示今后将定期带团队到企业,积极发挥自身优势,传技术、解难题、搭平台,推动产学研深度融合,加快成果转化,为企业攻克技术难题提供帮助。

刘丽莉教授、刘文超教授、徐宝成教授对校企合作项目第一阶段研发实验情况进行了阶段性成果展示。吕恩国代表华樱食品公司向教授团队的辛勤付出表示感谢,并表示接下来将组织研发人员对各位教授的报告进行认真学习,尽快将科研成果转化到生产中。

河南科技大学食品与生物工程学院院长古绍彬表示,要强化落实企业与高校间建立“一厂一所一校”创新合作模式,积极发挥校企联合研发中心平台的作用,进行项目深度合作,加强学院与华英的深度合作,为华英创新和可持续发展提供有力技术支持。



连云港：高温淬炼“火焰蓝”应急救援砺精兵

7月18日,江苏连云港市消防救援支队联合连云港港口控股集团,在港口新东方集装箱码头开展危化品堆场灭火救援演练。通过演练淬炼消防精兵,提升危险化学品泄漏事故应急处置和多方协同救援能力。

朱华南 王羿 摄影报道

五城落子 酒鬼酒·妙品全国化布局加速推进

■ 本报记者 彭慧

今年5月至7月,酒鬼酒战略新品“酒鬼酒·妙品”以河北邢台为起点,接连在石家庄、重庆、唐山、天津五座城市举行上市发布会,标志着其“全国布局30城”战略进入加速期。在行业深度调整期,酒鬼酒通过严选30城、优选30商的高利润BC联动模式,携手唐山同伟商贸、重庆哈鑫康业等区域优质合作伙伴,构建起“品质确定性+文化确定性+渠道确定性”的破局新引擎。随着华北邢台、石家庄、唐山、天津连片布局与西南重庆支点成型,这场由核心市场梯次突破驱动的白酒革新运动,正在重塑中高端市场格局。

五城梯次突破 全国化布局初具雏形

邢台首发,华北市场桥头堡的使命担当。2025年5月24日,“寻香馥郁,妙品河北”发布会在河北邢台举行,标志着酒鬼酒·妙品全国化布局正式启航。邢台作为酒鬼酒突破省外市场的首发地,依托20亿级市场规模与成熟的渠道基础,被赋予“深耕华北桥头堡”的战略定位。邢台运营商冀强商贸总经理张庆华表示,妙品将通过“面子与里子兼具”的高性价比优势,激活宴席、商务宴请等场景需求。并表达了要深耕邢台,把酒鬼酒做大做强的决心。

石家庄接棒,验证战略可复制性。紧随邢台首站告捷,石家庄迅速举办第二场发布会,其成功复制验证了酒鬼酒“重点市场做密度”战略的有效性。酒鬼酒公司党委书记程军指出,石家庄市场的快速落地彰显了妙品“稳价格、拓渠道、促动销”核心策略的实操价值,为后续城市布局提供了标准化模板。



重庆破局,西南战略支点落子成势。7月8日,“巴渝迎妙韵”发布会在重庆举行,标志着妙品正式登陆200亿级西南白酒市场。酒鬼酒西部北部大区副总监刘广强调,重庆凭借独特的区位辐射力与消费容量,将成为妙品打造区域样板的战略支点。

双城联动,唐山天津深化华北战略纵深。7月11日—12日,妙品以双城联动之势登陆河北唐山与天津,完成华北市场“邢台-石家庄-唐山-天津”连片布局。唐山同伟商贸副总经理刘如贵表示,依托中粮集团央企品质背书,双方将聚焦350元价格带实施“极致性价比+文化赋能”组合拳。天津恒泰众合酒业董事长顾宝存则强调,“做名酒、卖好酒,服务好客户”是理念。

产品革新 文化基因与品质革命双轮驱动

设计语言,传统与现代的美学共融。妙品以复刻经典麻袋瓶造型为基底,巧妙融入黄永玉“无上妙品”题字与数字“99”设计,盒身背面采用可种植种子纸,将“生态传承”理念具象化。产品管理部经理郭和准解读称,初生肌肤色系外盒与“鸿运当头”文化元素的融合,实现了“非遗工艺的当代表达”。

品类价值,一口三香建立差异化壁垒。凭借酒鬼酒独创的“浓青酱一口三香”馥郁香型,妙品在300-400元价格带形成鲜明品类区隔。郭和准在重庆发布会上指出,其层次丰富、柔雅顺滑的口感特性,既能满足消费升级需求,又适配自饮、礼赠等多维场景,成功打破同质化竞争困局。

文化赋能,妙文化体系构建消费认同。从产品命名到营销传播,妙品深度绑定“无上妙品”核心资产。唐山发布会披露,通过“馥郁香体验季”“妙品鉴酒师计划”等消费者培育动作,已在唐山建立有一定规模数量的品鉴顾问团队,推动“品质认知—文化认同—价格认定”价值链条贯通。

渠道变革 BC 联动重塑行业生态

优商战略,30城30商精准匹配。酒鬼酒严格执行“严控渠道、优中选优”策略,每个目标城市仅选择1家区域龙头经销商。天津恒泰众合、重庆哈鑫康业等合作伙伴均具备20年以上渠道运营经验,通过“核心烟酒店+连锁商超+电商平台”三线并进策略,力争终端覆盖率达60%以上。

利润重构,高毛利模式激活渠道动能。唐山发布会数据显示,妙品通过“终端建设—消费培育—动销返利”闭环机制,统一的价格体系,统

一的市场政策力度,严控客户数量,稳步拓展市场。酒鬼酒公司销售管理中心总经理助理夏柯强调,“快进快出”的敏捷供应链与数字化价盘管控系统,保障了渠道生态良性运转。

厂商共生,从交易型向价值型转型。重庆哈鑫康业总经理陈志军表示,酒鬼酒提供的市场督导体系与品牌赋能资源,正推动经销商向“场景解决方案服务商”转型。天津市场的“开瓶扫码奖”“宴席专属基金”等创新动销工具,则凸显厂商协同服务消费者的深度绑定。

行业破局 确定性战略穿越调整周期

在白酒行业深度调整背景下,酒鬼酒通过三大确定性破局。

品质确定性,依托湘西“中国酒谷”生态酿艺与万吨老酒储备,筑牢品质根基;文化确定性,以“妙”文化体系触达年轻消费群体,实现情感共鸣;渠道确定性,通过BC联动模式构建厂商利益共同体,唐山、天津市场的“三不原则”(不盲目扩商、不低价倾销、不过度促销)成为行业范本。

从区域深耕到全国跃迁的妙品加速度。从邢台首发的破冰之旅,到五城联动的战略纵深成型,酒鬼酒·妙品正以每月1-2城的节奏推进全国布局。其“核心价位段穿透+核心客户群绑定+核心消费场景占领”的三维战略,不仅为行业提供了调整期的转型样本,更预示着中国白酒市场从“渠道驱动”向“文化+品质双驱动”的范式转变。随着30城战略的持续推进,这场始于湘西山水间的“妙品风暴”,或将重构次高端白酒市场价值坐标。

“我们的餐厅总会让海外同行惊讶”——麦当劳中国 CEO 张家茵谈本土焕新之路

■ 邹多为 袁睿 黄安琪

“做中国市场,让我有一种很大的荣誉感,因为每次对外交流,我们的餐厅总会让海外同行惊讶。”第三届中国国际供应链促进博览会期间,麦当劳中国首席执行官张家茵在接受新华社记者专访时,谈起这一洋快餐加速中国本土化发展的历程,眼中闪烁着自豪。

走进第三届链博会绿色农业链展区,摆满汉堡、薯条的麦当劳展位人气爆棚,很多观众感叹“好欢乐”“小时候记忆被唤醒”的同时,更直呼“意想不到”“原来它们的食材很多都来自中国农场”。

作为“链主”企业,张家茵此行携手肉类、乳品、酱料、土豆、物流等11家“麦链”上下游的供应商伙伴,联合搭建展台、首次“同框”互动,并做出“深化协作共赢”“建设数智链条”等承诺。

1990年,麦当劳进入中国内地,在深圳开设第一家门店。如今,中国内地麦当劳餐厅数量已超7000家,员工人数逾20万,2024年服务顾客超过13亿人次。

在“扎根中国 麦链全球”理念指引下,麦当劳中国加速供应链本土化发展,大力支持土豆、鸡肉、蔬菜等产业链成长。2024年供应链采购量近80万吨,涵盖400多种食材和原材料。今年5月,麦当劳中国还宣布启动建设

供应链浙江智慧产业园。

……

这些成绩的取得,源于9年前的一个决定。“2016年,时任麦当劳全球CEO飞到上海,告诉我麦当劳希望在中国找到一个核心战略伙伴作为主要股东。”张家茵回忆说,当时中国内地有麦当劳餐厅2000多家,员工数量约12万人,“说实话,心里多少有些没底”。

2017年,麦当劳中国完成股权变更,开启了本土化经营的“金拱门”时代,中信成为控股股东。

一个知名国际品牌进入中国内地市场27年后“转身”变为本土企业,原因是什么?

亲历转型全过程的张家茵感触良多。“中国市场庞大而特别。”她引用当年麦当劳全球CEO的话解释转型初衷,“我们希望在的发展可以越来越好,所以决定做出改变。”

与中国“绑定”,意味着什么?在她看来,可以归纳成三大关键词——“中国团队”“中国速度”“中国温度”。

“麦当劳中国的管理层、团队、供应商服务甚至董事会都已高度本土化。”张家茵介绍,因为了解中国市场,从决策规划到执行落地,有速度见效果。她以开店举例,“2017年,

我们才2000多家店,现在已经达到7000多家,8年翻三倍,预计今年新开1000家餐厅。”

张家茵说:“转型六个月内,麦当劳中国就从‘零’起步,开发出面向消费者的APP和小程序,如今已构建起拥有3亿注册会员的庞大数字生态。自主研发的智能取餐柜、手机点完餐不用停车就能取餐的得来速餐厅,不仅给国内消费者带来很大便利,甚至引发国外同行前来学习‘取经’。”

从麦辣鸡翅、板烧鸡腿堡等本土研发产品,到与米哈游开展跨界联动,再到春节期间皮影戏传统非遗合作,富有“中国温度”的麦当劳中国正在不断焕发新意。

本土化实现跨越式发展的背后,动力又是什么?

“对中国经济强大潜力和活力的信心。”张家茵坚定地说,“数字化基础设施完善、供应链体系成熟、消费市场广阔、人才储备丰厚等等,这些构成了麦当劳中国本地化升级的底气。”

链博会期间,展台工作人员告诉记者,每一家麦当劳餐厅的餐饮,包含了来自100多个供应商的产品和服务,以汉堡为例,它的面包、生菜来自北京,酱料来自河北,而安格斯

牛肉则来自澳大利亚或者新西兰。

张家茵说,一直以来,由全球系统供应商和本土行业领军企业组成的多元化供应商生态为麦当劳提供关键食材、包装材料和物流服务。如今,中国强大供应链体系也为麦当劳的本土化以及溢出海外市场提供了坚实支撑,麦当劳中国90%的食材和原材料已实现本土供应。

“麦当劳的全球管理经验及标准,还能帮助供应商伙伴提升能力建设,为他们创造‘走出去’的发展可能和机遇。”张家茵说,例如,中国供应商生产的派和麦满分英式松饼,已出口至日本、新加坡等亚洲市场的麦当劳餐厅。近两年,麦当劳中国供应网络每年向海外市场出口约8000吨薯条。

亲历深度融入中国市场的变化,对于其他考虑扎根中国的跨国企业,张家茵直言:“我会大力说服他们尽快尝试更加本土化的经营方式,想赢得中国市场,就要让中国市场主导决策。”

与中国市场共同成长,麦当劳中国正计划将中国内地餐厅数扩张到1万家,“我们很有信心!”她说。

(转自新华网)

民营企业加快向“新”前进向“高”攀登——中国经济年中观察

一系列数据印证着民营经济的发展活力:上半年,我国基础设施民间投资同比增长9.5%,制造业民间投资同比增长6.7%;今年前5个月,规模以上工业中小企业增加值同比增长8.0%;今年前两个季度的中国中小企业发展指数(SMED I)均高于2023年和2024年同期水平……

谋在当下,把短板练成强项;立足长远,竞逐产业制高点、拓展市场新空间。

“今年上半年,即便国际贸易环境变幻无常,我们的产品仍然有很强竞争力。”青岛崂兴新材料有限公司董事长高裕昆说,公司凭借自主创新破解技术难关,成功打入全球氮化硅材料高端产业链。

如今,企业的氮化硅材料出口占比达到70%,都是高附加值类型出口。“企业将研发新一代的技术产品,继续扩大产能,争取在降成本的同时,把我们陶瓷技术提升到国际一流水平。”高裕昆说。

今年上半年的民营企业出口成绩单可圈可点,有力助推中国经济稳中向好。

2025年上半年,民营企业进出口12.48万亿元,同比增长7.3%,占我国外贸比重达57.3%,较去年同期提升2.3个百分点。其中,出口同比增长6.6%,占我国外贸出口总量的50%,连续21个季度保持同比增长,增速领先整体外贸4.4个百分点。

政策发力 多措并举促发展

今年年初,聚灿光电科技股份有限公司在江苏宿迁生产基地的砷化镓红黄光芯片项目正式投产。该项目总投资超10亿元,企业也凭此完成了对LED芯片的全色系布局,进一步提升了企业的技术优势与市场地位。

“项目建设过程中,宿迁经济技术开发区给了我们很多政策支持,包括减税降费、政策咨询、金融对接等方面,帮助很大。”聚灿光电董事、副总经理曹玉飞说。

聚焦破难点、通堵点、治痛点。今年以来,各级政府部门围绕优化环境、市场拓展、融资促进等方面持续加强政策供给。

在多个重点领域,国家推出总投资规模约3万亿元的优质项目;7部门联合推出15项科技金融政策举措,为科技创新提供全生命周期、全链条的金融服务;新版市场准入负面清单亮相,进一步放宽市场准入限制;多地发布促进民营经济高质量发展的实施方案、行动计划……一系列政策精准发力,为民营企业发展铺路架桥。

政策入户、服务上门。德蓝水技术股份有限公司是国家级重点专精特新“小巨人”企业。不久前,国家税务总局乌鲁木齐高新区(新市区)税务局的税收服务团队走访该公

司,并带去“税收健康体检报告”。

“这份报告是我们公司‘量身’打造,有企业适用的税收优惠政策及享受方法,对梳理我们的财务账目有很大帮助。”该公司财务负责人李某坤说。

国家税务总局最新数据显示,今年前5个月,现行支持科技创新和制造业发展的主要政策减税降费及退税达6361亿元。在结构性减税降费政策有力推动下,我国科技创新与制造业高质量发展加快推进。

5月20日,我国第一部专门关于民营经济发展的基础性法律——民营经济促进法施行,围绕公平竞争、投融资促进、科技创新、规范经营、服务保障、权益保护等方面建立完善相关制度机制,持续优化稳定、公平、透明、可预期的民营经济发展环境。

法治筑基、政策支持、活水浇灌。投资机构淡马锡中国区主席吴亦兵说,当前中国的一系列政策举措是系统性的改革举措。这些政策彼此呼应、相得益彰,已落地见效,更多效果还将持续释放。

拥抱未来 抢抓机遇勇向前

敢于主动作为,才能迎来更广阔发展空间。在安徽合肥的长阳科技固态电池用功能膜

基膜及深加工一体化项目基地内,繁忙的车间里,多条自动化生产线正在高速运行,隔膜原料经过一系列加工工序后,最终成为一卷卷薄膜——这是生产动力电池的关键核心材料。

“公司用了3年多时间独家开发的新型湿法隔膜,在改善固态和半固态电池的循环寿命、电池容量、使用温度等方面有突破性提升,市场空间非常大。”长阳科技董事长金亚东说。

落子关键处、争做“弄潮儿”,更多民营企业捕捉产业发展新趋势,抢抓市场竞争主动权。

“今年上半年取得了不错的销售业绩,出口额达到1500万美元,现在还在加班加点交付海外订单。”童车生产企业山东祺月集团有限公司副总经理孙朝霞说,今年以来,企业加大力度拓展海外市场。目前,公司在中国南美洲的客户数量由去年的3个增加到10多个。

孙朝霞说,国内大市场的需求也为企业提供更多机遇,企业目标是在未来5年内,将国内市场销售占比提高到20%。

新机遇、新挑战、新空间。“拼”字当头、“干”字铺路,一大批中国民营企业坚持创新发展,不断做优产品和服务,持续增强竞争力、开拓更大市场,在努力实现更好成长中,为中国经济发展增添更多新活力。(转自新华网)