

# 消费市场复苏按下“快进键” 专家建议还可从三方面挖掘消费潜能

■本报记者 刘萌

进一步促进消费是更好满足人民对美好生活向往的内涵要求,扩大内需战略的重要组成部分,也是2023年经济工作的重点之一。

最近一段时间,2023年的促消费工作迎来多重部署。党的二十大报告指出,“增强消费对经济发展的基础性作用”;中央经济工作会议提出,要把恢复和扩大消费摆在优先位置;1月19日,商务部副部长盛秋平在国新办发布会上表示,把2023年定位为“消费提振年”;1月28日召开的国务院常务会议要求推动消费加快恢复,并对消费工作提出了明确要求;1月30日召开的全国商务工作会议把恢复和扩大消费摆在优先位置,列为2023年的重点工作之一。

“得益于促消费政策拉动,以及元旦、春节等节日消费影响,当前餐饮、旅游、娱乐等市场活跃度明显提高,消费回暖迹象明显,经济景气度逐步上升,市场前景更趋乐观。”中国财政学会绩效管理专委会副主任委员张依群对《证券日报》记者表示,接下来,以餐饮、住宿、交通、娱乐等为代表的旅游业,以刚需和改善性需求为代表的房地产业,以人流、物流、资金流为代表的商务活动等需求都将不断增加,消费市场热度还会持续升温,为经济增长进一步注入活力和动能。

商务部新闻发言人束珏婷2月23日表示,从1月份的消费情况来看,全国消费市场的复苏势头是比较强劲的,各方对于今年消费市场恢复有信心。



## 专家建议

- 应进一步创新线上线下消费场景,激发消费者的消费意愿
- 短期内可以继续实行现金补贴与消费券发放相结合的多元化补贴方式,改善居民整体福利
- 落实落细稳就业各项举措,让居民敢于消费

不过,消费复苏的不确定性仍然存在。2月24日,中国人民银行发布《2022年第四季度中国货币政策执行报告》(下称《报告》)提出,“当前,有必要进一步挖掘消费潜能。”

《报告》指出,近三年来受疫情影响,我国消费动能进一步放缓。主要是由于疫情持续扰动下,供需两端循环不畅,居民消费意愿不足。

谈及下一步还可以从哪些方面增强消费能力、挖掘消费潜能,星图

金融研究院高级研究员付一夫对《证券日报》记者表示,首先,应进一步创新线上线下消费场景,如打造主题购物节、支持夜经济发展,融入传统文化因素、营造耳目一新感官体验等,激发消费者的消费意愿;其次,短期内可以继续实行现金补贴与消费券发放相结合的多元化补贴方式,改善居民整体福利;最后,应进一步加大就业优先政策实施力度,落实落细稳就业各项举措,稳住就业大盘,继而

让居民敢于消费。

张依群建议,一是进一步挖掘住房改善、新能源汽车、智能家电家居等消费潜力;二是推进仓储保鲜冷链物流设施建设,加快补齐产地冷链物流短板,进一步完善物流运输体系,为网络消费、果蔬生鲜消费等消费流动效率提升提供保障;三是加强对租赁住房信贷、中高端制造业研发生产集聚、中小微企业技术创新等金融支持,努力开拓消费新领域。

# “首店经济”正红火： 创新业态激发商圈活力 解锁聚客“流量密码”

■本报记者 张军兵  
见习记者 丁蓉

多地实体商业持续复苏,商圈客流激增,“首店经济”充分发挥引流聚客作用。

近日,多地公布“首店经济”成绩单:2022年北京新增品牌首店812家;上海新增首店1073家;深圳新增321家。“首店经济”呈现出欣欣向荣的发展态势。

《证券日报》记者实地探访深圳海岸城购物中心,解锁首店聚客的“流量密码”。业内人士表示,“首店经济”的蓬勃发展,不仅折射出我国消费市场蕴含的巨大潜力,而且极大地促使大批新品涌现,是激发商圈活力、赋能商业发展的重要动力。实体商业需要深度分析消费者需求,探索更多创新改变。

## 创新业态人气旺

2月26日,《证券日报》记者来到深圳华侨城,奈雪的茶旗下品牌“奈雪茶院”首店低调试营业。记者在现场看到,不同于奈雪的茶常规门店风格,这家门店以原木色为主,散发东方韵味,涵盖茗茶、阅读等多种业态。不少前

来“打卡”的顾客表示惊喜。

“这家门店是今年春节后才开始的新尝试,打造全时段、多元化的艺术生活体验空间,许多消费者原本是奈雪品牌的粉丝。”该门店工作人员对记者说。

位于深圳南山区的海岸城购物中心,被称为“首店收割机”,深受年轻消费者青睐的“不可思议运动街区”深圳首店就位于其中。据介绍,运动街区中设有保龄球、霓虹轮滑、赛博蹦床、模拟赛车、VR、桌游等娱乐设施,是该购物中心继“不可思议减压馆”之后,引入的又一个创新业态。

万象天地的茅台冰淇淋店是该品牌深圳首店,2月26日中午,不少年轻消费者正在排队购买冰淇淋。

在位于深圳卓越中心的巴奴毛肚华南首店,门口坐满了取号等候的消费者。巴奴集团品牌战略媒体公关马彦彦告诉《证券日报》记者,“自元旦以来,客流不断攀升。2月25日晚上8时,该门店排队374桌。作为巴奴在华南的首次试水,该门店客流、营业额成绩相当优秀。”

深圳首店建设跑出加速度。近日发布的赢商大数据显示,2022年深圳共开出首店品牌321家,同比增长18.8%。其中,全国首店93家、华南首

店88家、深圳首店140家。深圳首店规模增速居全国前列。

北京、上海、南京、沈阳、长沙、杭州、苏州等多个城市均在积极发展“首店经济”。《2022年中国首店经济高质量发展报告》显示,上海是国际品牌首入内地、国内孵化新品牌的首选地;北京商业市场稳健发展,首店吸引力稳居第一梯队,吸纳了一批网红餐饮及国际美妆香氛品牌。

## 多地出台政策支持

“首店经济”是指一个区域利用特有的资源优势,吸引国内外品牌在区域首次开设门店。自2015年提出后,“首店经济”已成为各地提升城市商业魅力的重要举措。“首店经济”的蓬勃发展,离不开政策引导与支持。

2022年2月份,深圳市商务局官网发布的《深圳市关于加快建设国际消费中心城市的若干措施》提出,做强“首店+首发”经济。当年7月6日,深圳市人民政府印发《关于扎实推进经济稳增长若干措施》提到,支持首店首发经济。对符合条件的企业在深新开设国内外知名品牌亚洲首店、中国首店、深圳首店、旗舰店、新业态店给予最高100万元补助。

在今年2月份召开的2023北京商业品牌大会上,北京市商务局党组书记、局长丁勇表示,2023年北京市争取新引进国内外品牌首店800家左右,将加快构建“国际消费体验区、城市消费中心、地区活力消费圈和社区便民生活圈”四级商业消费空间结构。

在一系列政策真金白银的支持下,国内外优质消费品牌在各地落地生根。国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬表示,“首店经济”外溢效应明显,对消费发展有积极带动作用,有利于促进城市消费升级、促进城市消费经济发展、塑造城市消费文化、推动城市商业转型升级和创新发展的。

据赢商大数据统计,2020年至2022年期间新增首店中,餐饮、生活服务、文体娱乐类门店占比上扬,其中休闲餐饮、沉浸式体验异国风情餐饮的占比增幅最大。

值得关注的是,在首批首店火起来的同时,也有一些首店悄然退场,少数新店因盈利能力不足仅仅“昙花一现”。

陈丽芬表示,“首店在满足消费者需求的同时,要注重创造新的消费需求,把短期流量做成长期的复购增量,需要在产品品质、品牌、商业和服务模式等方面对消费者具备长期吸引力。”

# 比亚迪启动年内首次降价 由“保利润”向“稳份额”转变

■本报记者 龚梦泽

2023年的新能源车市波澜起伏。此前选择逆势涨价的比亚迪如今启动了年内首次降价,以期稳住现有市场份额并冲击更高的销量目标。“保利润”还是“稳份额”,比亚迪用行动给出了答案。

2月25日,《证券日报》记者从北京、上海和杭州等地的比亚迪经销商处获悉,比亚迪王朝系列产品已经降价,交车周期较去年出现不同程度的缩短。截至2月26日,比亚迪暂未通过官方渠道公布降价讯息。

## 多地经销商接到降价通知

有北京比亚迪经销商在接受《证券日报》记者采访时表示,刚收到官方内部发布的调价通知。此次降价涉及多个车系,主要为王朝系列。

另据上海比亚迪销售人员透露,因为失去了绿牌政策的扶持,上海地区唐和汉DM-i和DM-p车型的优惠力度很大,混动系列车型降价幅度在1.2万元-1.6万元,但EV车型没有任何优惠。

记者还从杭州比亚迪经销商处了解到,该区域的EV车型加入了降价行列,降幅为1万元,而DM-i和DM-p车型降价力度稍逊,仅为6000元。

数据显示,2022年比亚迪新能源汽车销量增速迅猛,多款明星车型出现“一车难求”的现象。数据显示,2022年全年,比亚迪累计销售186.85万辆汽车,同比增长152.46%,其中新能源汽车销量185.74万辆,同比增长212.82%。

今年1月份,在多数新能源车企业销量同比下滑的背景下,比亚迪销量依然保持强劲增长。当月销售新能源汽车15.13万辆,同比增长62.4%,市占率接近四成。德基先进制造与出行产业合伙人张帆认为,比亚迪销量爆发,与其强大的垂直整合能力有密切关系,特别是在动力电池、半导体方面的布局,为其带来了巨大优势。

数据显示,比亚迪今年前7周上险量为20.33万辆,仅次于大众21.7万辆的成绩,排名第二。然而,按照周平

均上险量计算,预计全年52周的总销量约为151万辆。“这与比亚迪全年400万辆的年度销量目标差距巨大。”在张帆看来,今年首次降价意味着,比亚迪或许预判接下来的国内新能源汽车市场竞争强度或持续加大,所以发展策略由“保利润”向“稳份额”转变。

中国乘用车产业联盟秘书长张秀阳认为,随着新款汉EV和唐DM-i等车型增配降价的消息流出,老款车型降价促销一方面是为了尽快清库存,另一方面是为新车型让出原有价格区间。中短期来看,比亚迪将持续贯彻“增配+降价”的打法。

## 新能源车市观望情绪浓厚

除了自身产品线升级改款之外,外部竞争与成本因素也成为比亚迪启动年内首降的重要因素。

几乎与比亚迪开启降价同时,长城哈弗H6插电混动也推出了限时优惠政策,降价幅度为1.5万元;此外,极氪001也被曝出变相降价。《证券日报》记者从极氪销售人员处了解到,2022年现车车型将享受现金补贴和金融政策多重优惠,包括但不限于30万元以内地方补贴1万元、首付30%三年免息(价值2万元)、全款或贷款购车赠送15万积分、赠送充电桩等。

据记者不完全统计,截至目前,已有比亚迪、长城、极氪、问界、小鹏、蔚来、蔚来等超过20个汽车品牌选择跟进特斯拉降价,国内车市降价潮已然拉开帷幕。

此外,成本方面,作为动力电池所需的原材料,工业级碳酸锂价格已经从去年11月份近60万元/吨的历史高点,下跌至今年2月24日的39.4万元/吨,跌幅高达34.33%。需要指出的是,动力电池占据电动车总成本的40%至70%。

“新能源汽车生产的规模效益和生产成本正在经历‘一升一降’,我国新能源汽车市场正加速成长和蝶变。”张秀阳告诉记者,随着电池厂商降价减产,新能源车企轮番降价,整个新能源汽车市场观望情绪浓厚,降价或将成为今年新能源汽车乃至整个国内车市的主旋律。

# 华为、赛力斯深度捆绑“智选模式” 携手冲刺2026年产销百万辆目标

■本报记者 冯雨瑶 李雯珊

2月25日,赛力斯与华为签署联合业务深化合作协议,公布双方联合业务目标为2026年实现新能源汽车产销100万辆。

“目前赛力斯的年销量不到10万辆,要完成2026年产销100万辆的目标,对于华为与赛力斯而言都是一个较大的挑战。”江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔对《证券日报》记者表示,当下新能源汽车销量增长呈疲乏态势,华为如何利用自身知名度与销售网络做好引流协同发展,显得尤为重要。

根据协议,为实现2026年新能源汽车产销达100万辆的目标,赛力斯将协同产业资源,推动新技术、材料、工艺等应用于合作车型。另外,华为终端将充分发挥包括高阶智能驾驶与鸿蒙座舱在内的智能化、数字化、用户体验设计等优势,为赛力斯提供支持。同时,双方还将进一步推进联合创新中心的成立。

赛力斯集团董事长(创始人)张兴海表示,“赛力斯和华为的合作,是当下整车企业和ICT(信息与通信)企业跨界融合的全新典范,为实体经济与数字经济深度融合提供了实践样本。未来双方将继续携手,共同推进联合创新中心建设与共建100万辆产销规模的目标,推动中国新能源汽车产业高质量发展。”

华为常务董事、消费者BG CEO、智能汽车解决方案BU CEO余承东称,此次深化合作协议的签署,意味着双方将打造更多精品,构筑领先品牌,给用户提供更加高效便捷的智慧出行体验,引领汽车产业智能化新时代。

数据显示,2022年赛力斯实现总销量约26.72万辆,同比增长0.24%。其中,新能源汽车销量达到约13.51万辆,同比增长225.9%,AITO问界系列产品2022年累计销量超7.5万辆。

在此次签约会上,赛力斯透露,还将面向未来推出全新平台。新平台下

# 特高压直流输电工程密集开工 产业发展步入快车道

■本报记者 张敏  
见习记者 彭衍松

近日,国家电网网上-湖北±800千伏特高压直流输电工程日前正式开工建设。据悉,这是目前世界海拔最高的特高压直流输电工程,计划2025年建成投运。

今年以来,多地密集开工特高压项目,行业发展步入快车道。中信证券预计,电网板块2023年一季度将受益政策频发与高弹性释放。利好信号释放下,特高压板块上周表现活跃,三变科技大涨近50%,金冠电气等涨幅超20%。

“新能源+”模式下,特高压迎投资建设高峰。

北京特亿阳光新能源总裁祁海坤向《证券日报》记者表示,特高压项目有利于新型电力系统的构建,有利于减少电力资源在本地浪费的情况,在清洁能源消纳、强化网架结构等方面具有重要作用。

在新型电力系统发展建设的大背景下,多地加快开工建设特高压项目。

2月16日,我国首个进入川藏高原腹地特高压工程开工,建成后,每年可向华中地区输送来自川藏高原的清洁能源近400亿千瓦时。日前举行的2023年能源工作会议和国家电网2023年工作会议中已提及将驻马店-武汉、武汉-南昌、张北-胜利、川渝特高压工程以及陇东-山东、宁夏-湖南等项目纳入重点推进名单,2023年-2024年本轮特高压建设有望迎来第一阶段的密集核准、招标期。

根据国网规划,2023年预计核准“5直2交”,开工“6直2交”,特高压直流开工规模创历史新高。一系列工程紧锣密鼓开工,将带动特高压线路投资额超1000亿元。

中信证券研报表示,结合本轮直流工程为主的特点,2023年-2024年有望释放特高压投资约1500亿元至1600亿元。特高压建设经历了2022年的放

缓后,有望在2023年迎来提速。

千亿元投资规模的释放,也为上市公司更好参与特高压项目建设提供了契机。特变电工官网显示,公司产品应用于向家坝-上海、云南-广东、晋东南-南阳-荆门、淮南-浙北-上海等多个国家重点工程,在我国特高压交流工程领域承担了30%的主设备供货任务。

作为特高压输电设备的主流供应商之一,中天科技近三年共计有10余条新技术、新产品通过评估跻身国网新技术推广目录,在我国1000kV特高压交流输电工程——皖电东送淮南-南京-上海项目,采用铝合金芯铝绞线节能导线,带来传输损耗更低的解决方案。

思源电气曾表示,下属多家子公司参与了“白鹤滩-江苏±800千伏特高压直流输电工程”,产品均已先后交付并投入使用。

同时,在今年特高压投资加速的

背景下,一些高壁垒细分市场有望实现快速增长。以特高压项目中的避雷器为例,有研报称,避雷器行业中,原材料配方Know-How显著,尤其是特高压市场目前只有4家厂商具备供应资质,避雷器平均毛利率超40%,其中特高压相关的毛利率可超60%。

在一些地区,特高压工程有望为当地扩大有效需求带来增量。

业内人士表示,当前,在国家级特高压项目建设带动下,我国特高压产业链蓬勃发展。国内企业已能自主提供三大特高压实验工程所需几乎全部设备,设备国产化率达到91%,而工程国产化率则高达95%。近年来特高压产业链技术进步迅猛,科研实力飙升,包括特高压绝缘子等诸多世界技术难题已被攻破。

祁海坤表示,目前来说,特高压线路建设与改造正加快智能化、数字化等技术应用,对于一些大数据、物联网等方面的新技术的应用比较迫切。