

宏观数据解读

7月份CPI同比上涨0.5% 消费需求持续恢复

■本报记者 孟珂

8月9日，国家统计局发布数据显示，7月份，全国CPI(居民消费价格指数)环比上涨0.5%，同比上涨0.5%；全国PPI(工业生产者出厂价格指数)环比下降0.2%，同比下降0.8%。

国家统计局城市司首席统计师董莉娟解读时表示，7月份，消费需求持续恢复，加之部分地区高温降雨天气影响，全国CPI环比由降转涨，同比涨幅有所扩大。受市场

需求不足及部分国际大宗商品价格下行等因素影响，全国PPI环比、同比降幅均与上月相同。

CPI方面，从环比看，CPI由6月份下降0.2%转为上涨0.5%，涨幅处于近年同期较高水平。其中，食品价格由6月份下降0.6%转为上涨1.2%，影响CPI环比上涨约0.21个百分点。非食品价格由6月份下降0.2%转为上涨0.4%，影响CPI环比上涨约0.30个百分点。

从同比看，CPI上涨0.5%，涨幅比6月份扩大0.3个百分点。其中，食品价格由6月份下降2.1%转为持平。非食品价格上涨0.7%，涨幅比6月份回落0.1个百分点，影响CPI同比上涨约0.54个百分点。

值得关注的是，食品价格涨幅略超预期。具体来看，7月份猪肉价格延续5月中旬以来的上涨趋势，7月份环比上涨2.0%，同比则由6月份的18.1%升高至20.4%。鲜菜价格环比上涨9.3%，同比则由6月份的下降7.3%转为上涨3.3%。

值得关注的还有，食品价格涨幅略超预期。具体来看，7月份猪肉价格延续5月中旬以来的上涨趋势，7月份环比上涨2.0%，同比则由6月份的18.1%升高至20.4%。鲜菜价格环比上涨9.3%，同比则由6月份的下降7.3%转为上涨3.3%。

民生银行首席经济学家温彬对《证券日报》记者表示，猪肉价格周期性回升，基本符合前期产能推算的预期，涨幅温和可控。同时，受短期高温多雨天气影响供给的食品，包括鲜菜、鲜果和鸡蛋涨幅强于季节性。

据国家统计局测算，在7月份0.5%的CPI同比变动中，翘尾影响约为0.6个百分点，6月份为-0.1个百分点；今年价格变动的新影响约为0.5个百分点，6月份为0。扣除食品和能源价格的核心CPI环比由6月份下降

0.1%转为上涨0.3%，高于近十年同期平均水平；受上年同期对比基数走高影响，同比上涨0.4%，保持温和和上涨。

PPI方面，数据显示，7月份，PPI环比下降0.2%，同比下降0.8%，降幅均与6月份持平。

据国家统计局测算，在7月份-0.8%的PPI同比变动中，翘尾影响约为0.1个百分点，6月份为-0.1个百分点；今年价格变动的新影响约为-0.9个百分点，6月份为-0.7个百分点。

7月份中小企业发展指数为88.9 景气状况有所好转

■本报记者 孟珂

8月9日，中国中小企业协会发布数据，7月份中小企业发展指数为88.9，与6月份持平，扭转下降态势，景气状况有所好转。

中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东对《证券日报》记者表示，随着各项宏观政策加快落地见效，经济活动景气度回升，市场预期改善，提振中小企业信心，带动中小企业景气状况有所好转，主要经营日趋活跃，效益下降趋稳。中小企业发展向好的积极因素增多，下半年有望巩固并继续回升向好态势。

具体来看，7月份，反映企业信心的宏观经济感受指数为98.5，较6月份上升0.1点。

7月份，市场指数为80.7，较6月份上升0.1点。所调查的8个行业中，6个行业国内订单指数上升，5个行业销售量指数上升，4个行业销售价格指数下降。

企业投资意愿保持平稳。7月份，投入指数为82.8，与6月份持平。所调查的8个行业中，4个行业固定资产投资指数上升，1个行业固定资产投资指数持平。

企业成本有所下降，效益下降趋稳。7月份，成本指数为112.1，较6月份下降0.2点，企业成本压力有所缓解。7月份，效益指数为73.8，较6月份上升0.1点，企业经营效益下降趋稳。

中国中小企业协会常务副会长马彬表示，随着一系列政策措施集中发力，积极因素持续累积，中小企业对市场预期有所好转，经济活动景气度整体有所回升。

值得关注的是，企业资金状况有所趋紧。7月份，资金指数为100.4，环比下降0.3点，仍处于景气临界值100以上。其中，流动资金指数为84.6，环比下降0.4点，融资指数为89.7，环比下降0.7点，应收账款指数为121.5，环比持平。所调查的8个行业中，7个行业融资指数和6个

行业流动资金指数有所下降。

劳动力市场出现较大变化，劳动力供给有所回落，需求小幅下降。7月份，劳动力指数为105.5，比6月份下降0.3点。其中，供应指数为113.5，较6月份下降0.5点；需求指数为97.5，较6月份下降0.1点。

中小企业开工率有所回升。中小企业企业开工率调查显示，7月份，完全开工的企业33.4%，比6月份下降3.7个百分点；开工率在75%至100%之间的占13.3%，比6月份上升2.1个百分点；开工率在50%至75%之间的占20.3%，比6月份下降0.1个百分点；小于50%的占22.1%，比6月份上升0.9个百分点；

未开工的占11.0%，比6月份上升0.9个百分点。

马彬表示，今年以来，经济运行总体平稳、稳中有进，延续回升向好态势，同时经济运行也面临一些困难挑战。外部环境变化带来的不利影响增多，国内有效需求不足，新旧动能转换存在阵痛，中小微企业面临的生产经营压力较大。需要深入贯彻落实党的二十届三中全会精神，进一步全面深化改革，紧紧抓住新一轮科技革命和产业变革带来的生产力的跃升机遇，不断完善市场化、法治化、国际化的一流营商环境，充分激发中小企业的内生动力，释放更大活力。

上半年我国国际收支保持基本平衡 双向跨境资本流动平稳有序

本报讯(记者刘琪)8月9日，国家外汇管理局公布2024年二季度及上半年我国国际收支平衡表初步数据。按美元计值，2024年二季度，我国经常账户顺差549亿美元，其中，货物贸易顺差1671亿美元，服务贸易逆差617亿美元，初次收入顺差532亿美元，二次收入顺差27亿美元。资本和金融账户(含当季净误差与遗漏)逆差549亿美元。

2024年上半年，我国经常账户顺差941亿美元，其中，货物贸易顺

差2884亿美元，服务贸易逆差1229亿美元，初次收入逆差775亿美元，二次收入顺差61亿美元。资本和金融账户(含当季净误差与遗漏)逆差1293亿美元。

国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春英表示，国际收支平衡表初步数据显示，2024年上半年，我国国际收支保持基本平衡。其中，经常账户顺差941亿美元，与同期国内生产总值(GDP)之比为1.1%，继续处于合理均衡区间；双

向跨境资本流动平稳有序。

一是货物贸易顺差保持较高水平。上半年，我国国际收支口径的货物贸易顺差2884亿美元，为历年同期次高值，同比增长1%。其中，货物贸易出口15796亿美元，同比增长3%；进口12912亿美元，同比增长4%。上半年，我国国民经济运行总体平稳、稳中有进，新质生产力激发外贸新动能，叠加外部需求改善，推动我国货物贸易进出口稳定增长。

二是服务贸易收支平稳增长。上半年，服务贸易逆差1229亿美元。一方面，旅行顺差1032亿美元，同比增长37%，境外人员来华、居民跨境旅行均有所增加，带动旅行收入和支出分别增长43%和37%。另一方面，服务贸易顺差项目持续增长。其中，咨询、广告等其他商业服务顺差192亿美元，处于历史高位；电信、计算机和信息等服务顺差100亿美元，同比增长26%。

三是双向直接投资平稳有序。上半年，我国对外股权性质直接投资净流出653亿美元，各类企业股权投资有序开展全球化布局；来华股权投资有序直接投资中，新增资本金流入408亿美元。

“总体看，面对复杂多变的外部环境，我国着力推动高质量发展，围绕推进中国式现代化进一步全面深化改革，增强经济持续回升向好态势，将有利于我国国际收支继续保持基本平衡。”王春英说。

商务部：不断优化和扩大服务供给 提升市场主体活力

■本报记者 杜雨萌

8月9日，国新办举行新闻发布会，介绍《关于促进服务消费高质量发展的意见》(以下简称《意见》)有关情况，并答记者问。

作为今后一个时期我国服务消费高质量发展的重要指导性、纲领性文件，《意见》围绕挖掘基础性消费潜力、激发改善型消费活力、培育壮大新型消费、增强服务消费动能、优化服务消费环境、强化政策保障等六个方面，提出了20项重点任务。

商务部部长助理唐文弘在发布会上表示，下一步，商务部将会同有关部门，认真抓好《意见》的贯彻落实，发挥促进服务消费发展工作协调机制作用，加强统筹协调，制定细化具体落实举措，不断优化和扩大服务供给，提升市场主体活力，激发

服务消费潜力，更好满足人民日益增长的美好生活需要。

从此次《意见》提出的六大类20项重点任务来看，其中有多项涉及文化和旅游消费。

文化和旅游部产业发展司负责人马力表示，当前，正值暑期，文旅精彩纷呈，消费热度持续攀升，夏日经济新活力不断释放。围绕这次《意见》提出的涉及文化和旅游的重点任务，文化和旅游部将从三个方面重点发力，发挥好文旅消费促增长、惠民生的作用。

具体来看，在丰富消费惠民活动举措方面，将持续开展全国文化和旅游消费促进活动，鼓励各地制定实施景区门票优惠、文旅消费券、满减优惠等多样化惠民举措，让百姓真受益，让企业得实惠。在提升文旅产品供给质量方面，丰富数字文化产品供给，加快发展沉浸式体验、

剧本娱乐、数字艺术、线上直播、邮轮游艇、房车露营、低空飞行等新业态。在优化文化和旅游消费环境方面，开展文化和旅游领域大规模设备更新工作，提升文化和旅游项目建设运营水平和消费体验等。

对于《意见》提出的“扩大服务业对外开放”，尤其是“持续深化电信、教育、养老、医疗、健康等领域开放”，在唐文弘看来，这实际上也是基于问题导向，针对高品质服务供给不足，还有群众关心的服务质量问题，希望能够通过扩大服务业开放，提升服务供给能力和服务水平，扩大服务消费规模。

唐文弘称，商务部将会同相关部门，主动对接国际高标准经贸规则，选择市场需求大、有效供给不足的领域，分步、分类、分区域扩大开放，以开放优化供给，以供给创造需求，推动服务消费高质量发展。

当前，我国正处在服务消费较快增长阶段，服务消费成为居民消费的重要增量来源。数据显示，今年上半年，我国服务性消费支出占人均消费支出的比重达到45.6%，同比提高了1.1个百分点。

国家发展改革委就业收入分配和消费司负责人常铁威表示，下一步，国家发展改革委将把服务消费作为消费扩容提质的重要抓手，充分发挥中央预算内投资等中央资金的引导和带动作用，积极支持服务消费重点领域发展；推进实施城市社区嵌入式服务设施建设工程，将生活服务嵌入到社区，更好满足群众“家门口”“楼底下”的优质普惠服务需求；打造龙头企业和品牌，以优质供给引领消费需求提质升级。

谈及如何增强服务消费新动能，常铁威给出了三个主题词：第一

个主题词是“培育”。国家发展改革委今年6月份牵头制定出台了《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》，把消费场景的数字化、智能化作为重点引导和鼓励方向，在推动这些政策落地见效的同时，还将把服务消费场景创新升级纳入到下一步会同有关部门开展的“百佳消费新场景”活动之中。第二个主题词是“融合”。

要推动商业、交通、文化、旅游、体育等多种服务业态创新融合，推进先进制造业和现代服务业深度融合，推进农村一二三产业融合发展，增强服务消费发展动能。第三个主题词是“激活”。持续建设市场化、法治化、国际化一流营商环境，完善促进民营企业高质量发展体制机制，支持服务类企业轻装上阵搞创新、精益求精创品牌，在创新发展中更好满足消费需求。

(上接A1版)

甬矽电子布局先进封装相关领域，公司相关负责人对记者表示：“小芯片(或小芯粒)组合封装技术Chiplet成为集成电路行业突破晶圆制程瓶颈的重要技术方案。公司将通过投资等方式提升先进晶圆级封装领域的研发能力、加快技术储备产业化进度。”

通用计算处理器GPU芯片是先进的计算引擎。这一领域的AI芯片初创企业摩尔线程高层人士在与记者交流时透露：“AI带来智

能算力需求暴增，当前万卡智算集群已经是AI训练主战场上的入场券。集成电路产业特别是GPU芯片领域，正迎来前所未有的发展机遇。摩尔线程正与多个合作方共建智算中心，持续推进国产化智算体系的建设。”

巨大产业空间待激活

企业在高性能集成电路领域的持续探索，也正为我国未来的科技之争构筑底气，并展现出巨大产业

空间。

随着人工智能技术渗透、云计算加速向泛在计算发展，国内企业与科研院所也在加速推进芯、光、智、算的融合应用。其中，高性能集成电路以其强大的数据处理能力和高效能低功耗特性，在智能制造、智慧城市、远程医疗等新兴领域广泛应用，市场需求不断提升。

例如，在新能源汽车智能化发展的过程中，功率半导体等需求量大幅增加。据业内人士透露，目前，平均每辆新能源汽车所用芯片就

能消耗掉1片8英寸晶圆产能。

同时，中国芯片制造供给能力和需求有较大距离。目前国产芯片自给率仍有大幅提升空间，中国在半导体产业链的自主可控进程仍待提速。

“我国各方应重视并瞄准人工智能带来的先进计算、存储和存算融合、高速互联等领域的产业机遇，特别是在新一代CoWoS(2.5D/3D)封装技术、玻璃基板、AI专用芯片等领域的创新热点。另外，目前行业内存在大量的整合和并购的机

会，例如EDA、光刻胶、芯片设计等领域。”李科奕说。

迈睿资产管理有限公司首席执行官王浩宇认为，中国集成电路产业需要利用中国市场崛起的优势，开辟新赛道，推动产业的再全球化。

小器件，大未来。随着5G、大数据、人工智能等技术的深度融合，高性能集成电路将迎来更加广阔的发展空间，也将成为新质生产力的“芯”动力，推动我国科技产业向高质量发展加速迈进。

记者观察

提亮我国外贸出口的“韧”底色与“新”成色

■贾丽

我国外贸出口交出了一份量质齐升的“成绩单”。

海关总署发布的最新数据显示，今年前7个月，我国货物贸易进出口总值24.83万亿元，同比增长6.2%。其中，出口14.26万亿元，增长6.7%；进口10.57万亿元，增长5.4%；贸易顺差3.69万亿元，扩大10.6%。我国进出口规模创历史新高，自动数据处理设备及其零部件、集成电路和汽车出口表现“亮眼”。另外，我国家电出口已连续17个月实现同比正增长。

中国外贸以“韧”与“新”，在复杂多变的国际局势中稳住脚，彰显我国外贸发展的韧性与活力。在“新三样”加速“走出去”、新质生产力蓬勃发展的背景下，各方宜着力推进外贸结构及供应链优化升级，加大新质生产力的动能转化，激发外贸出口的更大潜力。

第一，提亮我国外贸出口的“韧”底色。尽管国际经贸形势多变，但我国外贸产业积极转型升级，展现出强大的韧性。根据海关总署数据，前7个月，民营企业出口总额为9.22万亿元，同比增长10%，占我国出口总值的64.7%。民营企业成为外贸出口增长的重要支撑力量。

持续提亮“韧”底色，企业需加强供应链的安全性与灵活性，一方面，通过多元化采购策略减少对单一市场的依赖，避免“鸡蛋放在一个篮子里”的风险，另一方面，不断筑高技术壁垒，在国际竞争中占据有利地位。此外，企业还需要具备快速响应市场变化的能力，建立灵活高效的生产和物流系统，保证订单的按时交付。

第二，增厚外贸出口“新”成色。集成电路等产品成为出口主力军，显现出我国出口结构正朝着更高技术含量的方向转变。

增厚外贸出口的“新”成色，宜加快新质生产力在“走出去”中的输出。企业可以加大新兴技术和产品在海外市场的推广应用，助力高技术、高附加值产品在海外市场走俏。各方可以联合探索跨境电商等贸易新模式，推进外贸高质量发展聚力赋能，向“新”而行，以“质”致远。

第三，“造船出海”向价值链高端跃迁。走过“借船出海”阶段，企业应加速自主品牌“造船出海”，通过海外并购等方式获取关键技术和品牌资源，不仅要“走出去”，还要“走上去”“融进去”，增强自主品牌的“含金量”与“辐射力”，实现品牌向全球价值链顶端跃迁。

我国外贸韧性足、活力强，充分发挥新质生产力在我国出口动能转换中的作用，加快中国与世界的“双向奔赴”，将推动我国外贸产业迈向更高层次的发展。

从“秋天的第一杯奶茶”看消费潜力释放

■刘琪

云天收夏色，木叶动秋声。在刚刚过去的立秋节气时点，“秋天的第一杯奶茶”再一次按时刷屏朋友圈，奶茶店线上线下都迎来大“爆单”。

就以茶饮品牌喜茶来说，和前一日的相比，今年立秋当天喜茶众多门店销量增幅超600%。来自顺丰同城数据显示，当日饮品配送单量同比去年立秋增长121%。“秋天的第一杯奶茶”不仅仅是一个热搜，也实实在在地带动了奶茶市场的消费热潮，更是居民消费潜力释放的一个生动缩影。

据餐饮大数据研究与认证机构NCBD(餐宝典)发布的《2023—2024中国茶饮行业年度发展报告》数据显示，2023年新中式茶饮市场规模达1933亿元、同比增加15.7%，预计到2025年市场规模将逼近2500亿元。这预示奶茶等饮品的消费需求将不断增加。

与此同时，奶茶消费者的口味也在悄然发生变化——低糖、无糖、配料干净、健康越来越成为消费者的首要选项；反网红奶茶店，也不断根据流行趋势、时令变化，定期推出新口味、新配料饮品，并且还打造出联名跨界等新花样，引发消费者的共鸣和互动，进一步激发消费者的需求。

不过，奶茶作为非必需品，“秋天的第一杯奶茶”的流行在极大程度上取决于消费者的购买力和消费意愿。那么，如何让奶茶销量不仅仅在立秋时点暴增，如何让扩大消费不仅仅是时点性爆发，如何让居民的消费潜力进一步释放，笔者认为需要从多个方面入手。

一方面，继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策，推动经济平稳健康发展，为消费市场的繁荣提供坚实基础。另一方面，应多渠道增加居民财产性收入，以便进一步打开消费增量空间。此外，还应加强消费基础设施建设，优化供给，提升消费环境和服务水平，满足消费者多样化的需求。

值得一提的是，日前国务院发布《关于促进服务消费高质量发展的意见》围绕挖掘基础性消费潜力、激发改善型消费活力等六个方面，提出了20项重点任务，支持餐饮住宿等服务消费重点领域高质量发展。《意见》的出台旨在通过优化和扩大服务供给，释放服务消费潜力，更好满足人民群众个性化、多样化、品质化服务消费需求。

从“秋天的第一杯奶茶”中可以窥见，未来随着我国经济的向好发展、消费观念和结构的不断升级，以及相关政策效应的持续显现，我国消费市场的潜力将进一步释放，为经济增长注入更强劲的动力。