“十四五”期间民航业高质量发展成绩亮眼:

旅客运输量稳步提升 智慧化建设加速推进

本报记者 梁傲男

7月21日,国务院新闻办举行“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会,中国民航局局长宋志勇在会上系统介绍了“十四五”期间我国民航发展成就及未来规划。

宋志勇在会上提及,“十四五”期间,我国约有3.5亿人乘坐飞机出行,目前航空人口的数量已达到4.7亿,成为全球航空人口最多的国家。去年民航旅客运输量超过了7亿人次,预计今年有望超过7.7亿人次。

民航运输市场持续升温

在基础设施领域,“十四五”期间,民航每年投入到基础设施建设的资金都超过1000亿元,推动成都天府、青岛胶东等现代化机场建成投运,京津冀、长三角、粤港澳、成渝四大世界级机场群初具规模,预计年底民用运输机场总数将达270个。除了地面设施外,京昆、广兰等空中大通道的建成有效缓解空域紧张问题。

航线网络方面,“十四五”以来,中国民航局不断完善国际航空枢纽功能体系,优化完善航线网络布局。2024年,国内航线达4513条,通航264个城市,航空服务覆盖92.6%地级行政单元和91.2%人口。国际航线通航83个国家的213个城市,为出境游提供更多选择。

服务品质提升尤为显著,“十四五”期间,民航局大力提升运行效率,航班正常率保持在较好水平;千万级机场近机位靠桥率提升至83.8%,上下飞机更加便捷。

“我们会同铁路企业不断完善全流程空铁联运产品,目前已有22个运输机场和火车站实现基础设施‘硬联通’,6家航空公司与铁路12306平台实现系统双向‘软联通’。”宋志勇介绍,“我们还大力推进智慧化服务,国内旅客自助值机占比超过七成,具备无纸化便捷出行能力的运输机场超过260家,机上WIFI使用越来越广泛,旅客云上生活越来越丰富。”

当前正值暑运旺季,民航市场持续升温,航班管家数据显示,2025年暑运期间,民航整体旅客运输量预计同比增长5.4%;预计执飞客运航班同比增长3.9%。国际航线网络不断织密,为暑期入境消费再添活力。

民航专家、广东外语外贸大学南国商学院教授郭佳对记者表示,国际航线客运量同比增幅尤为显著,民航业正通过重点布局日韩等区域性新兴航线实现突破,这一差异化复苏路径更显价值。

招商证券研报显示,当前,出行消费需求有一定韧性,经济和消费刺激政策利好国内出行需求增长。展望未来,行业供需再平衡、盈利回升的趋势明确。

航空物流产业发展提速

航空物流业是现代产业体系的重要支撑,发展航空物流产业,对于做强国内大循环,保障国际供应链稳定具有重大意义。在“十四五”期间,我国航空物流呈现强劲发展态势。

数据显示,2024年,航空货邮运输量达898.2万吨,较2020年增长32.8%,其中跨境电商驱动的国际市场表现亮眼,今年上半年国际货邮运输量达203.7万吨,同比增长23.4%。截至2024年底,全国货运航空公司增至13家、货机规模达268架,东方航空物流股份有限公司等企业完成混改后服务链条不断延伸、综合服务能力提升,我国航企在国际货运市场的份额达44%。

同时,我国航线网络不断优化。国内形成以主要城市群、都市圈为核心的航空货运通道,目前已经通航50个国家的106个城市,畅达全球核心市场。航线网络覆盖50个国家的106个城市,鄂州等专业货运机场投用,智慧设施推广使货运单证电子化率提高,中转效率大幅提升。

在智慧化转型方面,中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对记者表示,航空物流行业已经初步解决了“信息孤岛”和“标准不一”两大痛点:通过电子运单、统一条码和射频识别技术,多个枢纽机场实现货物状态可视、可测、可追溯,并打通航空公司、机场、货站、海关之间的数据链。下一步最需突破的是“跨主体、跨运输方式的一体化数字运营平台”,在数据安全可控的前提下,把航空干线、卡车航班、高铁、中欧班列乃至末端无人机、无人车整合到同一张“物流数字孪生图”上,形成高效的多式联运网络。

“为推进航空物流发展,‘十四五’期间,民航局制定了‘十四五’航空物流发展专项规划,围绕规模领先、安全可靠、智慧先进、优质高效4个方面设置了14个发展指标,整体来看,各项指标基本达到目标。”宋志勇表示。

据悉,下阶段,民航局将继续贯彻落实党中央、国务院相关决策部署,加快国际航空货运枢纽建设,优化关键资源配置,拓展国际航线网络,尤其是加快新兴市场布局,提升航空货运通道保障韧性;持续深化改革创新,引导行业加强与制造业、跨境电商等产业的协同,按需设置前置货站,强化航空货运中转能力,提高通关服务便利化水平;加强航空物流信息化智慧化建设,引导行业以创新技术赋能解决业务开展中的堵点、难点,不断推动航空物流高质量发展,为做强国内大循环、畅通跨境贸易通道、维护产供链稳定提供有力保障。

上半年55家房企累计交付规模超50万套

“保交付”进入新阶段

本报记者 陈 潇

今年上半年,房地产行业“保交付”任务继续推进。7月21日,中指研究院发布《2025上半年中国房地产企业交付规模排行榜》数据显示,2025年上半年,55家房地产企业累计交付规模超50万套,交付规模较去年同期明显下降,交付高峰已过,“保交付”压力持续减轻。

“随着前期销售高峰期的项目陆续交付,当前‘保交付’进入新的阶段。一方面,交付工作仍是房企履行主体责任的核心内容;另一方面,行业交付高峰已过,压力持续减轻,下一步谋求发展是企业经营新重心。”上海易居房地产研究院副院长严跃进对《证券日报》记者表示。

从企业端看,交付量仍集中在头部房企。中指研究院数据显示,交付量排名前五的房企合计交付约23万套,占比较大。其中,保利发展控股集团股份有限公司位列交付榜首,交付6.5万套;万科企业股份有限公司紧随其后,交付4.5万套;中海企业发展集团有限公司交付4.21万套,位列第三。

同时,不少企业还实现了提前交付以及“交付即办证”模式。例如,6月26日至28日,武汉城建·江山云晓项目提前3个月交付,项目同步创新推行“交付即办证”模式,业主在现场即可办理不动产证,实现收房与产权办理的无缝衔接。

整体来看,上半年,有1家企业的交付套数超五万套,15家企业的交付套数超万套。与上年同期相比,企业交付套数普遍下降。中指研究院相关负责人向《证券日报》记者表示,伴随着交付压力减轻,企业或将重启经营活动。

事实上,近年来,不少房企将“保交付”作为经营首要任务,持续完成交付工作,进入2025年,不少房企“保交付”已进入收尾阶段。例如,融创中国控股有限公司(以下简称“融创中国”)2022年至2024年累计交付超过66.8万套。记者了解到,2025年融创中国将全力以赴冲刺全年超5万套的交付,预计在年底基本完成全部“保交付”工作。

碧桂园控股有限公司亦于今年年初表示,将按“一楼一策”持续推进剩余的房屋建设,努力做好保交房任务收官工作,同时,积极主动与各利益相关方沟通制定新的展期计划,更好地匹配当前的市场周期以及公司资金情况,以及尽快恢复项目正常经营。

“率先冲刺‘保交付’收官的企业,有望加速回归可持续经营发展轨道。这也是房企重塑信用、恢复融资能力、提升市场份额的必经路径。”严跃进表示,在行业深度调整的背景下,房企需持续依靠自身产品力和运营赢回信心。

超豪华小汽车消费税政策调整 部分车企推“兜底”方案设置缓冲期

本报记者 刘 钊

7月17日,财政部、税务总局联合发布《关于调整超豪华小汽车消费税政策的公告》,将超豪华小汽车消费税起征点从130万元(不含增值税)降至90万元(不含增值税),该政策于7月20日正式执行。这一调整使得更多超豪华车型被纳入征税范围。

记者日前多方走访了解到,在上述政策落地前,超豪华车市场出现短暂购买热潮。上海某超豪华汽车经销门店销售人员透露:“平时19点下班,那两天加班到20点以后,客户都想赶在7月20日前开票,我一天就卖了4台车。”其提到,7月18日单店订车量达日常的3倍,部分门店甚至连展车也售罄。而7月20日新规执行后,门店客流量迅速恢复常态。

面对这一政策变化,部分车企也宣布推出“兜底”方案,构筑缓冲期。“随着政策落地,超豪华小汽车市场正进入新的平衡期。车企的‘兜底’政策不会持久,之后终端价格将逐步反映消费税成本。对于超豪华小汽车消费者而言,短期内赶搭‘缓冲期’末班车仍是优选;而对于行业而言,此次政策调整或将成为加速超豪华小汽车市场结构升级的‘催化剂’。”中国欧洲经济技术合作协会智能网联汽车分会秘书长林示表示。

计税规则更趋严谨

根据现行政策,汽车增值税属于流转税,在销售环节由经销商缴纳。而车辆购置税属于财产税,在办理车辆登记时由车主缴纳。由于国内车辆指导价普遍包含增值税(税率13%),而90万元的消费税起征点不含增值税,这意味着真正需要缴纳消费税的,是售价(开票价)达到101.7万元以上的车型。

数据显示,2025年上半年,零售价格在101.7万元以上的超豪华车累计销售3.7万辆,同比下滑49%。其中传统燃油车是绝对主力,销售3.3万辆,占比近90%。市场份额方面,奔驰以48%的占比居首,上半年销售1.6万辆;路虎紧随其后,占23%份额,销量达8500辆;保时捷、雷克萨斯、宾利分别占18%、8%和3%,销量为6800辆、3000辆和1100辆。由此可见,超豪华小汽车市场仍高度依赖传统燃油车型,头部品牌将直接承受政策调整带来的压力。

此次超豪华小汽车消费税调整,意味着多款热门豪车的购车成本或显著增加。以上海地区路虎经销商提供的数据为例,揽胜盛世标准轴距版含税价上涨13万元,长轴距版上涨15万元。保时捷卡宴高配车型、迈巴赫S480等车型,新增消费税均在10万元至15万元区间。即便是丰田埃尔法这样的高端MPV,其2025款尊贵黄金版因含税价超过101.7万元,较2024款同款车型(未达起征点)的总购车成本(含加价)差距扩大至10万元以上。

同时,计税规则的细化也进一步强化了政策效力。新规明确,零售环节销售额包括“精品、配饰、服务费等所有与购车相关的价款”。这堵住了此前部分车企通过拆分发票、低开发票避税的漏洞。

市场洗牌或加速

政策的调整反映出车市格局的深刻变化。往前追溯,2016年设定130万元计税门槛,彼时的超豪华小汽车实际成交价普遍较高,目前超豪华车型成交价有所下降,原计税门槛已难以覆盖。同时,新能源超豪华小汽车此前因政策因素长期免税,与同价位燃油车的双重税负形成不公平竞争。新规通过“单环节征税”与“双环节征税”的差异化设计,既保留新能源车的环保优势,又平衡了税赋差距。

值得注意的是,新规对二手车市场释放利好。政策明确二手超豪华车交易免征消费税,此前部分地区对高价二手车重复征税的问题得以解决。中国汽车流通协会相关负责人表示,这将激活二手超豪华车流通性,预计下半年该区间二手车交易量将大幅增长。

对于政策的长期影响,中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树对《证券日报》记者表示,超豪华小汽车占整体车市的比例很小,政策对普通消费者无影响,更多是为适应市场价格变化、维护税基稳定。

事实上,面对这一政策变化,部分车企也宣布推出“兜底”方案,构筑缓冲期。捷豹路虎发布的公告显示,7月20日至7月31日期间,消费者购买指定车型并开具发票,新增的裸车相关消费税由车企全额承担。以路虎揽胜盛世版为例,消费者在此期间购车可节省13万元—15万元。此外,梅赛德斯-奔驰经销商发布的公告称,8月31日前购买梅赛德斯-迈巴赫S级轿车、GLS SUV指定车型,可享限时尊享价、税改价不改,经销商全额承担超豪华小汽车消费税。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示,车企的应对策略折射出超豪华小汽车市场的竞争压力,政策调整可能加速市场洗牌。捷豹路虎等车企的“兜底”政策,既是为稳住市场份额,也是应对自主品牌冲击的防御性举措。

清凉经济乘“热”而上 家电上市公司“火力全开”抢市场

本报记者 贾 丽

近期,全国多地持续高温,制冷家电需求激增,清凉经济持续升温。《证券日报》记者近日走访发现,空调、风扇等家电产品销售火热,商家借“国补”东风,抢抓市场机遇,推动家电消费升级。

“智能化清凉家电不仅为消费者带来更舒适的夏日体验,也为家电企业开辟了新的增长曲线。”中国数实融合50人论坛副秘书长胡麒牧对《证券日报》记者表示。

记者在北京立水桥的苏宁易购门店看到,空调、冰箱等制冷家电展区人头攒动。消费者张先生表示:“家里用了十多年的老空调制冷效果差,现在趁着有补贴政策,赶紧来换新。”

“伴随全国多地持续高温,空调、风扇等清凉家电的需求逐步攀升。今年6月下旬以来,苏宁易购全国新一级能效空调销售同比增长82%,空调清洗整体订单量同比增长188%。”苏宁易购集团股份有限公司(以下简称“苏宁易购”)环境商品事业部门店渠道总经理吴长富说。

小熊电器股份有限公司相关负责人也表示,今年4月份至6月份,公司制冰机销量同比增长20%,电风扇、炒冰机等品类的销量同样表现亮眼。京东数据显示,2025年“618”期间,制冰净饮水机成交额同比增长260%。

在国家补贴政策的加持下,清凉家电的消费正从“刚需型”向“改善型”转变,节能、健康、智能的产品更受消费者欢迎。“带有换气、增氧功能的新风空调销售同比增长116%。带有加湿/凉风功能的冷风扇、带有净化/循环室内空气功能的空气循环扇成为清凉好伴侣,销售分别同比增长超过62%、89%。”吴长富告诉记者。

此外,随着AI大模型技术在家电领域的应用,智能交互、节能优化成为新卖点。有消费者向记者表示,自己更青睐具备360度送风、智能温控、语音对话等功能的智能家电。

在产业升级和市场需求的共同作用下,家电龙头企业正加速布局节能科技与AI应用,以抢占市场。例如,美的、小米等品牌推出搭载AI语音助手的智能风扇以及空调;珠海格力电器股份有限公司以AI动态节能技术稳固空调市场头部位置;海尔品牌今年在制冰冰箱、家用制冰机等方面也推出多款创新产品。

中信建投证券分析师马王杰表示:“高温天气下,叠加政策支持,空调行业企业第三季度业绩有望超预期,龙头企业凭借技术优势和供应链能力,将持续受益。”

“从市场表现来看,今年清凉经济相关商品、服务、场景均有创新亮点,契合当前提振消费的政策导向。下一步,政策端还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,为市场增添新活力。AI节能、健康管理、场景互联将成为家电行业核心增长点。”广州粤成投资控股有限公司创始人洪仕斌分析称。

供需两端支撑 铂金价格年内涨超五成

本报记者 丁 蓉

今年以来,被称为“黄金平替”的铂金,价格涨幅显著。7月21日,上海黄金交易所铂金现货(Pt9995)最新报价为342.02元/克,较2024年末的223.77元/克上涨52.84%。

数字经济学者、广州壹通数字技术公司首席公关官罗富国在接受《证券日报》记者采访时表示:“铂金价格在历经多年低迷后今年大幅上涨,主因是供应收缩。过去几年上游矿山整体资本开支减少,今年全球矿产铂金预计同比减产。长远来看,需求端,铂金作为氢燃料电池的催化剂材料之一,氢能产业发展有望拉动铂金需求,具体需观察产业落地进程。”

国泰君安期货有限公司研报显示,供给端,南非是铂钯矿的重要生产地,当地遭遇极端天气,将影响全球铂钯供应。需求端,从汽车领域来看,2025年下半年全球汽车领域铂族金属需求预计将实现同比2%至4%的小幅增长。从首饰领域来看,2025年全球铂金首饰需求预计将增长15%左右,年内关注黄金价格上涨带来的替代性需求。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅表示:“工业领域,氢能产业作为未来能源发展的重要方向,各国都在加大政策支持与投入。铂在氢燃料电池催化剂成本中占比约一半,随着国内氢能产业发展,长远来看,对铂金的需求也会大幅增加。在首饰消费领域,黄金价格高企背景下,铂金的替代效应增强。年轻一代消费者更加注重首饰的个性化和性价比,铂金的色泽和相对较低的价格可能会吸引更多人选择铂金首饰。”

深圳水贝珠宝批发市场批发商李先生向记者表示:“近期,不少金店老板和个人消费者来市场购买铂金,铂金饰品关注度出现一定程度升温。”

多家A股上市公司深入布局铂金产业链,紧抓铂金价格上行机遇。例如,中信金属股份有限公司(以下简称“中信金属”)参股的艾芬豪矿业旗下核心资产包括Platreef铂族多金属矿。目前Platreef铂族多金属矿建设平稳,一期选厂如期竣工,预计2025年第四季度投产,二期建设也在加紧推进中。此外,中信金属参股公司中博世金是中国最大的铂金进口业务贸易商。

明牌珠宝相关负责人表示:“借助公司在铂金产品细分市场的先发优势和市场回暖态势,深耕厚植,创新开拓新增长点。”

对于铂金未来价格走势,袁帅表示:“供需格局在未来一段时间内可能继续支撑价格上涨。矿山重新开启或者扩大产能需要一定的时间。整体而言,铂金价格上涨有一定持续的基础,但也面临着诸多挑战和不确定性。”