

韧性犹存 8月国民经济过关

受到国际环境复杂严峻、国内疫情汛情冲击的影响,8月我国经济运行情况表现如何备受关注。9月15日,国家统计局新闻发言人付凌晖表示,从累计来看,主要指标保持了较快增长,经济运行延续了恢复态势;“经济发展的韧性还是持续显现”。

业内专家认为,8月经济下行压力继续加大,消费投资等指标未来仍将受到一定影响,但数字经济体现出强大的发展韧性,预计政府将继续加快财政支出和国债、地方债的发行,支持实体经济和中小企业发展。

线上消费持续活跃

8月受到疫情汛情的冲击,社会消费品零售总额增速回落幅度较大。国家统计局数据显示,8月社会消费品零售总额34395亿元,同比增长2.5%,比上月回落6个百分点。付凌晖分析称,这主要是由于疫情汛情多点发生,居民出行减少,暑期消费受到一定影响。

从结构上来看,8月社零额中与居民日常生活相关的商品零售增势保持了总体稳定。限额以上单位商品零售额中,粮油食品类和饮料类商品零售同比分别增长9.5%和11.8%。同时,升级类商品消费保持了较快增长,体育娱乐用品类、文化办公用品类零售额同比增长22.7%和20.4%,均比上月有所加快。

值得注意的是,网购成为越来越多人的消费选择。1-8月全国网上零售额81227亿元,同比增长19.7%。其中,实物商品网上零售额66340亿元,同比增长15.9%;占社会消费品零售总额的比重为23.6%。

“线上消费持续活跃,这些情况表明,消费规模扩大、结构升级、新动能成长的趋势没有发生改变。”付凌晖表示,尽管近期消费增长势头有所放缓,但主要是短期疫情汛情冲击的影响,总的来看,消费规模扩大、消费结构升级的态势没有改变。

“目前一些绿色智能相关产品的消费还有很大潜力,同时与人口老龄化相关的消费品的供给潜力还是比较大。下一阶段,要把这些消费潜力释放出来,还是要增加有效供给。”付凌晖说。

中钢经济研究院首席研究员胡麒牧在接

夏粮、早稻产量	原煤、原油产量	集成电路、金属集装箱产量
分别增产2.1%和2.7%	同比分别增长4.4%和2.4%	分别增长48.2%和1.7倍
今年以来	发电量增长11.3%	

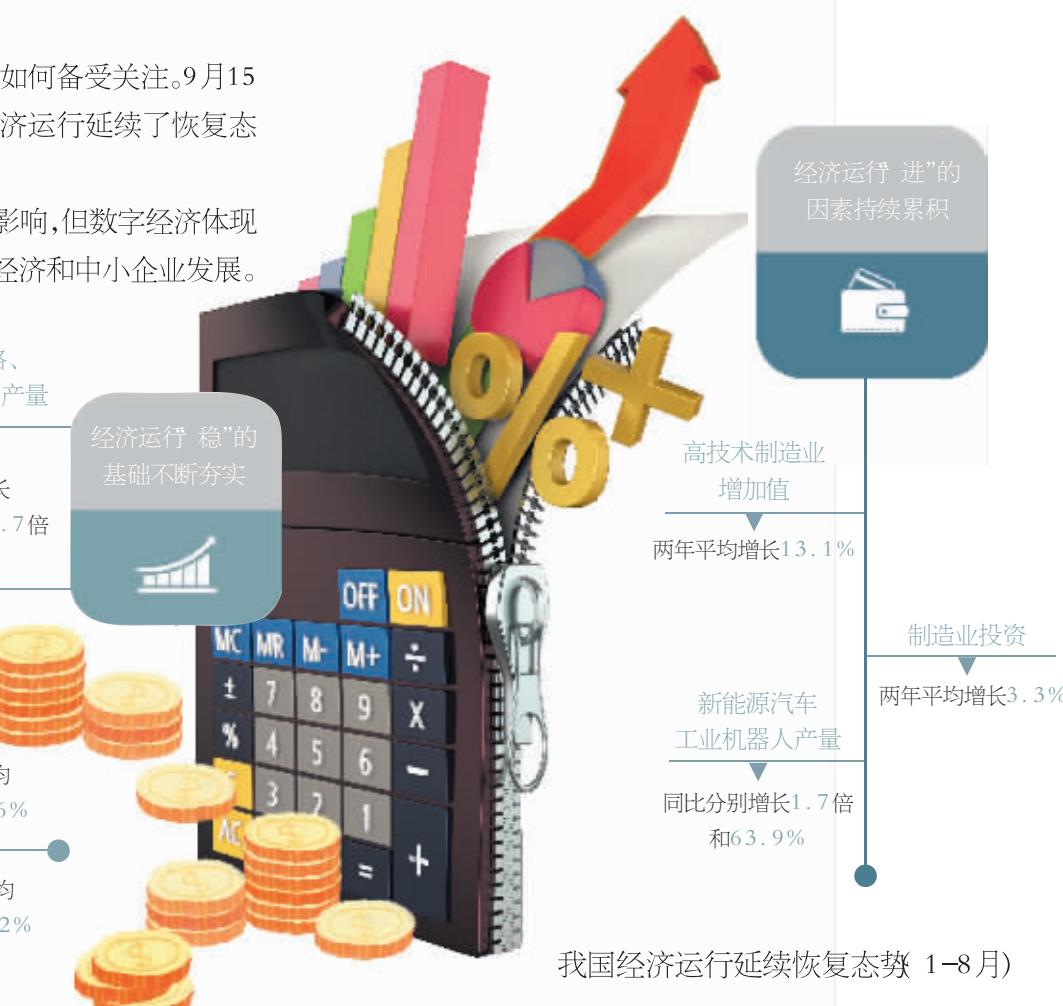
主要宏观指标处于合理区间	规模以上工业增加值	服务业生产指数
	两年平均增长6.6%	
	两年平均增长6.2%	

受北京商报记者采访时表示,数字经济相关产业无论是增加值、投资额还是消费状况都明显好于其他产业,这体现出了数字经济的强大发展韧性,在疫情背景下体现出了运行模式的优势。

高技术制造业投资加速

从投资来看,国家统计局数据显示,1-8月全国固定资产投资(不含农户)346913亿元,同比增长8.9%,两年平均增长4%,比1-7月回落0.3个百分点;8月环比增长0.16%。

其中高技术制造业增加值两年平均增长13.1%,高技术制造业投资两年平均增长



我国经济运行延续恢复态势(1-8月)

17%,均保持较快增长。信息传输、软件和信息技术服务业生产指数两年平均增长14.9%,明显快于规模以上服务业生产指数增长。

中原银行首席经济学家王军在接受北京商报记者采访时说,受制于经济复苏放缓、环保政策、双碳战略压制、上游价格暴涨对下游行业利润侵蚀以及房地产调控等因素,投资增速仍将小幅放缓。

不过,在付凌晖看来,随着企业效益的改善,支持实体经济发展的政策显效,我国投资活力在持续增强。

付凌晖指出,1-8月制造业投资两年平均增长3.3%,比上个月加快0.2个百分点,保持了持续回升的态势。从民间投资来看,1-8月

民间投资两年平均增长了3.9%,比1-7月加快0.5个百分点,说明投资活力在增强。随着“十四五”规划重大项目陆续开工建设,相关基建方面的投资也会逐步改善。

“今年以来,制造业投资总体上两年平均增长速度保持回升的态势,这与总体经济的恢复有紧密关系。”付凌晖说,从制造业生产状况来看,无论是一季度、二季度,制造业产能利用率都达到近年来比较高的水平,说明市场需求在逐步扩大。

内需扩大带动进口增加

“8月以来,由于国际疫情蔓延,全球供需

失衡状况进一步加剧,订单转移效应推动我国出口超预期好转,但国内由于疫情防控措施加码,服务业和消费受到较大冲击,内需明显回落。整体来看,8月经济下行压力继续加大,除出口外的多数指标弱于市场预期且较上月继续回落。”盘古智库高级研究员王静文指出。

进出口方面,从国家统计局数据看,8月货物进出口总额34293亿元,同比增长18.9%,比7月加快7.4个百分点。其中,出口19028亿元,同比增长15.7%;进口15265亿元,同比增长23.1%。进出口相抵,贸易顺差3763亿元。

付凌晖表示,国内循环对经济发展的带动作用明显,上半年,国内需求对经济增长的贡献率超过了80%。内需扩大带动了进口的增加,贸易强国稳步推进,外需的拓展也促进了出口的增长。前8个月,货物进出口总额同比增长23.7%,总量创历史新高。

“总的来看,世界经济总体上是在复苏,外需扩大对国内出口的拉动还会持续显现。我国产业体系比较完整,配套能力比较强,生产整体状况比较好,有利于企业出口。同时,稳外贸政策效应还会持续显效。此外,随着国内经济的恢复,进口也在扩大,有利于进出口保持较快的增长。”付凌晖表示。

胡麒牧指出,从外贸来看,我国进口额增速明显高于出口额,这跟全球大宗商品价格上涨有很大关系,这将是下半年制约下游企业盈利和终端需求的一个因素,需要引起注意,大宗商品保供稳价工作还要持续发力。

“随着发达经济体疫情防控措施的逐步放松,对于中国出口商品的需求将会出现逐季下降,8月份的反弹可能仅是昙花一现、很难持续,预计整体出口增长仍将出现下降。”王军表示。他还认为,就政策面而言,预计政府将继续加快财政支出和国债、地方债的发行,货币政策仍将以结构性工具为主,以支持实体经济和中小企业发展,三季度降准的可能性在缩小,预计最快到四季度才会看到降准的时间窗口。”北京商报记者陶凤玲

X 西街观察

苹果困在原地

汤艺甜

9月15日凌晨,加州按时来电,iPhone 13如约面世。一个半小时的发布会后,苹果股价下跌了1%。

是意料之中的失望,也是情理之中的平淡。重头戏iPhone 13,剪了刘海,调了颜色,扩了容量,换了芯片,升了摄像头;相较之下,iPad mini 6更有看点,从外观到内在,都比上一代有了实质的飞跃。

在过去的很多年,购买苹果的那一瞬间,能给人带来极大的快感。它不是艺术品,更不是奢侈品,但它激起了相当一部分人的科技信仰。

在最近的很多年,购买苹果依然是世界上果粉的习惯,只是没了当初的快感。当内容创新不再动人,性价比也贴在了苹果身上。iPhone 13系列产品全线降价,分析师鼓掌看好“平平无奇13香”的销量。

好像什么都变了,又好像什么也没变。曾经那个熬夜也要追的发布会,在接连的刷剧、无数的吐槽中,开始找不到“科技春晚”的光环了。而盘旋在苹果头顶的陈年质疑又涌了出来:苹果真的黔驴技穷了吗?

11年前,当乔布斯面带微笑介绍iPhone 4时,发布会现场的掌声长达1分钟。一年后,库克接棒,带着没有太多新意的iPhone 4S亮相发布会。第二天,乔布斯逝世。属于创业者的时代落幕,苹果的分水岭自此开启。

如果说从0到1,是惊艳了时光;那么从1到N,则只能温柔岁月。之于苹果创造的智能手机时代如此,之于智

能手机时代的苹果更是如此。

今年是库克执掌苹果的第十年。苹果变得稳定强大,产品线逐渐丰富,供应链日臻完善,财报上的数字和股价市值一起跳动上涨,帝国发展得井井有条,也中规中矩。

当那个标榜创新、拒绝平庸、固执叛逆的苹果,没了桀骜不驯、没了那股任性的酷劲,也就没有了那些唤起人们内心情感与欲望的力量。

库克冒过险。他对系统模式的颠覆性创新之后,智能手机迈入了修修补的完善期,也越来越逼近天花板。

屏幕大小、摄像头性能、芯片配置,几乎所有企业都在这几点上使劲,润物细无声的更新,注定无法复制曾经的冲击力。

于苹果而言,封闭的生态、流畅的系统、高端的价格,让苹果在一众智能手机厂商中脱颖而出。如今,拉开差距的点被一一追上。强大对手们挖掘了中低端市场,一步步逼到苹果脚下。

从自建系统到自研芯片,从尝鲜5G到试图造车,苹果一边求变,一边又困在原地。

最近,库克在接受采访时透露,暂不考虑退休问题,但可能不会有下一个十年了。在他稳健的风格下,苹果的数据不会难看。

还能创造出石破天惊的创新吗?还会有下一代开创性的智能设备吗?科技的下一个入口在哪?所有人都在等苹果的答案。又或者,在等下一个苹果和下一场革命。

CBD领跑北京商圈首店经济

作为城市活力的重要载体,商圈堪称消费“金名片”。随着消费模式不断升级,首店经济也成为当下炙手可热的商圈能级提升新手段。在北京商圈的首店争夺赛中,CBD领跑,北京商报记者9月15日从朝阳区新闻发布会上了解到,今年上半年,北京全市新引入434家首店。其中CBD有175家,占全市40%,在各大商圈中领先。

国贸商城一年14迎新

“首店经济”中的首店指的是在行业里有代表性的品牌或新的潮牌在某个地区首次开设门店,包括全球首店、中国首店等。

亚洲首家史瓦兹玩具旗舰店、法国高端香氛品牌凯立安、Pierre Marcolini、蒂芙尼咖啡等,众多“首店”集体亮相北京CBD。仅去年一年,位于北京CBD的国贸商城就迎来了14家首店。今年上半年,更多首店来到CBD,涵盖服装服饰、电子科技、家居、餐饮等众多领域的国际国内品牌。

今年6月,升级改造后的德国贝希斯坦钢琴北京中心在北京嘉里中心亮相。贝希斯坦钢琴北京中心总经理蔡纳对媒体表示:“我们在世界各地的中心都选在所在城市商业最发达、消费能力最高的地段,我们认为这里很多其他品牌也都属于各行业精英店铺,我们在一起能够更好地相互协作和交流。”

CBD受众多首店的青睐,与其商圈活力息息相关。2020年北京市商务局发布的《北京市商圈活力研究报告》中,北京CBD在市场表现、运营商吸引力、消费活力活跃度、创新活跃度和夜间活跃度等所有五个维度中均排名第一。

“在今天这样一个消费者追求新体验、商业创新节奏越来越快的背景下,首店经济对于新消费非常重要。尤其是一些品牌化的首

店集中在部分商圈,是与商圈人流和消费特点有关的。比如CBD人流有基本的保证,也集中了一些新消费人群倾向的品牌。首店经济对于城市商业创新、商业繁荣以及后续城市商业IP的打造都是有好处的。”浙江工商大学教授赵浩兴告诉北京商报记者。

18条措施促进高质量发展

“消费量大、目标消费者聚集、广告效应,为首店提供了市场机会。”武汉大学客座研究员唐大杰告诉北京商报记者。他认为,政府应持续优化营商环境,为商家创造良好的经营环境,维持市场秩序,这样才有利于更好地吸引优质商家的进驻。

在引进首店方面,相关部门也不遗余力。北京CBD于日前发布《促进中国(北京)自由贸易试验区国际商务服务片区北京CBD高质量发展引导资金管理办法(试行)》,内容涉及国际招商、总部企业能级提升、国际现代商业、文化艺术发展等8个领域共18条政策,最高可奖励1000万元。

“比如在商业方面,我们希望区域里能够多引进米其林、黑珍珠以及国内外顶尖的这种商业新店、商业品牌。如果落地的话,我们也会给品牌一定的资金补助,主要体现在房租方面。”北京CBD管委会产业促进处副处长方敏告诉北京商报记者。

在CBD首店经济成绩单背后,是朝阳区

大力推进国际消费中心城市。北京商报记者从朝阳区获悉,朝阳区以品质化、特色化、国际化为导向,下一步将重点提升三里屯、CBD、蓝色港湾等核心商圈品质,建设10条以上展现时尚消费魅力和新消费特色的示范性商街。如三里屯太古里于日前落定北扩方案,给更多的首店、旗舰店提供承载空间。

首店经济全市爆发

放眼全北京,上半年全市共引入434家首店,相比去年全年的近250家有了爆发式增长。首店经济某种意义上是借助于第一,这样的标志性事件,引发高度关注,从而促使品牌快速建立起在本区域及其辐射的周边区域的影响力。例如北京的首店会影响和带动津冀的消费,因此外国品牌主要选择在这些一线城市建立首店。但是,对于外国品牌而言,这种操作方式也存在一定的风险,比如成本高昂、竞争激烈,因此首店的成功也就充满不确定性。”深圳市思其晟公司CEO伍岱麒告诉北京商报记者。

在此背景下,为促进首店“引得来、落得下、长得大”,北京市商务局在8月发布《关于2021年度鼓励发展商业品牌首店项目申报指南的补充通知》。其中明确,国际品牌企业在京开设首店,最高可获得500万元资金支持;本土品牌企业在京开设首店,最高可获得200万元资金支持。

“北京将持续推出支持首店发展的审批便利化措施,通过设立品牌首店服务‘绿色通道’等方式,引进国内外知名品牌首店、旗舰店、体验店等;另一方面,也将加大首发首秀活动的支持力度。”市发改委副主任戴颖在9月8日举行的北京市优化营商环境“十四五”规划新闻发布会上介绍。

北京商报记者陶凤玲