

CPI环比由降转涨

7月物价数据透出哪些积极信号

国家统计局最新发布的数据显示,7月份,全国居民消费价格指数(CPI)环比由降转涨,上涨0.4%,同比持平;扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨0.8%,涨幅连续3个月扩大……从7月物价数据中,能够读出哪些积极信号? □新华

信号一:

扩内需政策效应持续显现

7月份,服务价格环比上涨0.6%,影响CPI环比上涨约0.26个百分点,成为带动CPI环比增速“转正”的重要因素。

“受暑期出游旺季影响,飞机票、旅游、宾馆住宿和交通工具租赁费价格环比涨幅均高于季节性水平,合计影响CPI环比上涨约0.21个百分点。”国家统计局城市司首席统计师董莉娟说。

“上海之夏”国际消费季组织300余场“好来、好玩、好购”活动;广西围绕“潮玩暑期 惠燃广西”主题,推出2000余项促消费活动;福建“全闽乐购”缤纷夏日消费季吸引全球旅客……近期各地大力推出促消费举措,助推暑期消费活力释放。

信号二:

“反内卷”带动相关行业价格降幅收窄

具有先行指标意义的工业生产者出厂价格指数(PPI),也呈现一些积极变化。尽管受季节性因素叠加国际贸易环境不确定性影响,7月份PPI环比下降0.2%,但随着国内市场竞争秩序持续优化,降幅比上月收窄0.2个百分点,为3月份以来环比降幅首次收窄。

7月1日召开的中央财经委员会第六次会议,强调“依法依规治理企业低价无序竞争,引导企业提升产品品质,推动落后产能有序退出”。

“随着全国统一大市场建设纵深推进、传统产业改造升级和重点产业产能治理不断深入,煤炭、钢材、光伏、水泥和锂电等行业市场竞争秩序持续优化,带

动需求端持续回暖,叠加“618”促销活动结束,扣除能源的工业消费品价格上涨0.2%。其中,燃油小汽车、新能源小汽车价格均由连续5个月以上的下降转为持平,家用器具、文娱耐用消费品等价格环比涨幅在0.5%至2.2%之间。

值得关注的是,7月份,扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨0.8%,涨幅为2024年3月以来最高。

“今年以来,核心CPI持续回升,反映随着扩内需、促消费政策持续显效,市场供求关系逐步改善,国内经济循环进一步畅通。”中国民生银行首席经济学家温彬说。

动相关行业价格降幅收窄。”国家发展改革委市场与价格研究所研究员刘方说。

记者注意到,7月份,煤炭开采和洗选业、黑色金属冶炼和压延加工业、光伏设备及元器件制造、水泥制造、锂离子电池制造价格环比降幅比上月均有收窄,合计对PPI环比的下拉影响比上月减少0.14个百分点。

温彬认为,从短期看,“反内卷”从供给端发力,通过优化资源配置,提升产业链整体效率,缓解供需矛盾;从中长期看,推动物价合理回升,关键在于各项政策协同发力,促进实现“需求扩大—企业盈利改善—经济内生动力增强”的良性循环。



(新华)

信号三:

供需两端“新”动能壮大

宏观政策持续发力、适时加力,一些行业“新”动能持续壮大,带动供需关系有所改善,价格呈现积极变化。

从供给端看,产业转型向“新”——仿生蜜蜂、喜鹊在特殊环境下灵活航行,人形机器人娴熟叠衣、分拣、搬运……正在北京举行的2025世界机器人大会上,“智”造新动能刷新人们对未来生活的想象。

传统产业持续升级、新兴产业成长壮大,推动多个相关行业价格回升。7月份,飞机制造价格同比上涨3.0%,可穿戴智能设备制造价格同比上涨1.6%。

从需求端看,消费市场求“质”——“趁着以旧换新,给家里换了一台无风感空调,用起来更舒服。”南京消费者

吴女士说。

苏宁易购购数据显示,居民家电消费正从“刚需型”向“改善型”升级,6月下旬以来,带有换气、增氧功能的新风空调销售同比增长116%,带有净化功能的空气循环扇销售同比增长超89%。

统计数据显示,在升级类消费需求增加等带动下,7月份,工艺美术及礼仪用品制造、营养食品制造等多个领域价格同比上涨。

“提振消费专项行动深入实施,消费市场持续健康发展,内需潜力释放改善了相关行业供需结构,叠加升级类消费需求增加,进一步支撑了相关行业物价走势。”刘方说。

金融促消费 点亮夜经济

近日,泉州台商投资区欧乐堡海洋王国乐园开启了一年一度的夏日狂欢——烟花啤酒节。璀璨的烟花在夜空中绽放,冰爽的啤酒与精彩的表演交织,吸引了如织的游人,点燃了泉州的夏夜经济。这片热闹景象的背后,是金融力量对文旅消费的精准支持和持续推动。

作为国家优选旅游项目名录、福建省重点项目及海洋强省在建重大项目,泉州欧乐堡海洋王国乐园不仅是亲子游乐的胜地,更是海洋文化的展示窗口。乐园汇聚了千余种、上万只来自全球各地的珍稀海洋生物,其中不少物种更是首次大规模

引进福建。它的落成不仅丰富了泉州作为“海丝起点”的海洋文化内涵,也为泉州打造高品质滨海旅游城市、发展海洋旅游产业注入了强劲动力,成为福建海洋经济与旅游经济融合发展的标杆。

据悉,为了让更多市民和游客能轻松体验这场海洋盛宴,兴业银行泉州分行在烟花啤酒节期间,特别推出了“盛夏大狂欢 畅游享优惠”主题活动。游客使用兴业银行信用卡,即可享受欧乐堡海洋王国门票、停车费以及园区内指定摊位消费的多重满减优惠。这一系列“真金白银”的补贴,有效降低了游客的消费门槛,将金融

优惠实实在在地转化为了文旅市场的消费力。

事实上,兴业银行泉州分行与欧乐堡海洋王国的合作远不止于此。这种深度的金融支持,从项目孕育之初便已开始。早在项目建设初期,该分行便成立了专属服务团队,进行全程跟踪服务。在开园前的关键节点,及时批复并提供流动资金贷款额度,有力保障了乐园的顺利开业和初期日常运营,为这座海洋王国的诞生奠定了坚实基础。

随着乐园的稳步发展和品牌升级,新的资金需求也随之而来。2025年3月,兴业

银行泉州分行再次精准发力,成功为欧乐堡项目落地绿色贷款。这笔资金专项用于支持景区海洋科普馆的建设以及新一批海洋生物的引进,不仅将提升乐园的科普教育功能,也将进一步增强其核心吸引力。

从开业运营的资金保障,到助力升级发展的绿色贷款,再到如今惠及万千游客的消费满减活动,兴业银行泉州分行展现了金融服务的全周期性和精准性。这套“组合拳”扶持了一个重点文旅项目的成长壮大,更通过激发消费潜力、促进供需两旺,为“金融促消费”写下了生动的注脚。

(王宇)

“苏超”引爆夏日经济

玩转“票根经济”

玩转“票根经济”,已经成为江苏13个设区市的共识。早在端午节前,常州市就抓住“苏超”第三轮恰逢端午假期的契机,宣布全市A级景区对持扬州(第三轮客队城市)身份证游客免门票。短短三天时间,常州共接待扬州游客15万人次,中华恐龙园、淹城春秋乐园、淹城野生动物园等景区单日扬州游客占比超过一半。

如今,手持一张“苏超”球票,不仅可以在主队城市享受“吃喝玩乐”一条龙优惠,甚至能在若干天内去一些周边城市“逛吃”。徐州市民孙先生就在6月计划了一场“苏超”旅行:连云港在第四轮前宣布,6月13至15日对持“苏超”门票观众免国有A级旅游景区首道门票。他带着孩子去连云港好好玩了两天,“15号回徐州为球队加油,很完美。”

门票有限,文旅优惠政策创意无限。到徐州过“伏羊节”,去扬州感受“皮包水”和“水包皮”,在淮安西游乐园玩个痛快,到南通吃小海鲜……随着“苏超”热度提升,各地纷纷结合自身特色开启“抢客”大战。一些客队城市向主队城市市民提供文旅优惠,“反向操作”吸引客流。扬州市甚至宣布,所有主场比赛日的周末,国有收费景区对省内其他12市市民实行日间免费入园。

“抢到票了吗?”“我又没抢到……”10日,江苏省城市足球联赛(“苏超”)第九轮多场比赛开始售票,一票难求再次成为热门话题。

自5月开赛以来,“苏超”迅速成为全国关注的现象级体育赛事,场场爆满,抢票难度堪称“地狱级”。截至第八轮,这项省级业余足球赛事已有100多万人次现场观赛。从第五轮起,每轮场均观众都超过3万人,最多一场有60396名观众。

破天流量,通过一张门票,转化为更可观的消费。江苏省2025年上半年国民经济和社会发展计划执行情况报告显示,“苏超”前六轮比赛监测的旅游、出行、餐饮、住宿、体育五个场景合计实现服务营收379.6亿元、同比增长42.7%。 □新华

影响力上升,“苏超”品牌价值也节节攀高,前来谈赞助的企业络绎不绝。联赛官方合作商、江苏共创人造草坪股份有限公司负责人透露,目前咨询量、来访量和市场机会较往年都有一定幅度的增长。初步统计,7月份国内运动草坪订单及出货较往年同比增长20%左右,从长远来看,“苏超”对公司的区域市场渗透和品牌价值提升都有不小的助力。

作为业余联赛,“苏超”主打“谁行谁上”。球队以城为名,让市民油然而生强烈的城市荣誉感,人人聊“苏超”,人人想看“苏超”,也人人参与“苏超”。



品牌价值提升

这个夏天,江苏各个城市都在上演“我为球狂”。记者近期采访“苏超”时发现,商场、市民广场、景区、街区……很多“第二现场”观者如堵。第七轮比赛,南通主场涌进26383名观众,而在场外188个“第二现场”观赛的市民有近30万。

利用“苏超”引流成为大小商家的主动行为。烧烤店竖起大屏、小酒吧打开直播、外贸企业推出周边T恤、非遗技艺结合上足球元素……仅赛场外的“苏超”市

集,就有摊位越来越多、品类越来越丰富的趋势。

在南通主场、有“长寿之乡”美誉的如皋,几家中医院将养生茶饮带到集市上,引来市民追捧。“这次摆摊都是免费赠送,一方面是宣传中医养生文化,另一方面也是扩大知名度。”相关负责人说。

下个周末,“苏超”又将燃起战火。体育搭建的这座舞台,成为夏日经济的一方热土。

传闻致金价上涨 上金所发布风险提示

本报讯 8月7日,有外媒报道称金条将面临美国政府39%的高关税,纽交所12月黄金期货盘中一度突破每盎司3534美元的历史高位,但随后美国政府对这一消息进行澄清,并称将发布一项新政策,明确进口金条将不被征收关税,国际金价涨幅随后有所收窄。上周,受关税政策影响,已有两家瑞士黄金精炼厂减少或暂停对美国的黄金出口,市场预期,供应减少将在短期推高纽约黄金期货价格。国际金价上周累计上涨约2.69%。

8月8日,上海黄金交易所发布《关于继续做好近期市场风险控制工作的通知》。

《通知》指出,近期影响市场稳定的因素较多,为防范市场波动可能带来的风险,请各会员提高风险防范意识,继续做好风险应急预案,维护市场平稳运行。同时,提示投资者做好风险防范工作,合理控制仓位,理性投资。 (央视)

□□

新国标施行在即 灭菌乳中 禁止使用复原乳

本报讯 灭菌乳最新修订的国家标准,即GB 25190—2010《食品安全国家标准 灭菌乳》第1号修改单(以下简称:灭菌乳新国标)将于9月16日起正式实施,它明确禁止在灭菌乳中使用复原乳,要求灭菌乳只能以生乳为原料,并对相关定义、原料要求和标识规定进行了修订。

据了解,灭菌乳新国标在农业农村部和中国农科院的领导和支持下,由牧医所奶业创新团队与农业农村部奶及奶制品质检中心开展协同科技攻关,如期完成灭菌乳国家标准修订任务,并于2025年3月16日由国家卫生健康委员会与国家市场监督管理总局颁布。

复原乳,又称“还原乳”或“还原奶”,是指将干燥的或者浓缩的乳制品与水按比例混合后获得的产品。通俗讲,主要是用奶粉兑还原而成的牛奶。

农业农村部奶及奶制品质检中心主任王加启表示,明确禁止在灭菌乳中使用复原乳,一方面,是由于我国生鲜乳产量已经完全能够满足液态奶加工生产的原料需求,这将进一步增强奶牛养殖业与乳制品加工业之间的协调健康发展;另一方面,表明我国奶业明确了高质量发展的方向,充分挖掘利用本土奶源鲜活优势,实现做强做优,提升市场核心竞争力,助力实现奶业振兴和健康中国战略。

王加启说,灭菌乳中取消复原乳将对奶业生产发挥积极影响,有利于推动奶业高质量发展。从养殖端来看,此举将增加乳制品企业对生鲜乳的需求,促使乳制品加工企业更加关注奶牛健康养殖和生鲜乳的数量与质量,有利于促进奶牛养殖业发展。从加工端来看,灭菌乳产品只能使用生鲜乳生产加工,提升了灭菌乳产品质量,有助于提振消费信心。以生鲜乳为原料,产品中保留了更多的天然活性营养成分,确保了产品的天然性和新鲜度,保障产品质量,从而提升市场竞争力,增强消费者的健康体验和消费信心。

此外,本次新修订的灭菌乳国家标准仅针对灭菌乳,不涉及酸奶、调乳剂或其他乳制品。酸奶等产品目前仍可选用复原乳作为原料,短期内不会直接受到影响。 (新华)

□□

联合国粮农组织食品 价格指数7月上行

肉类价格指数 创下历史新高

本报讯 联合国粮农组织日前披露,粮农组织食品价格指数7月平均为130.1点,较6月上涨1.6%。此番上涨主要由肉类和植物油国际价格上涨驱动。

肉类价格指数7月平均为127.3点,较6月上涨1.2%,创下历史新高。7月涨幅主要受牛肉和羊肉价格上涨推动,其背后是强劲的进口需求,尤其是来自中国和美国的进口需求。禽肉价格小幅走高,部分源于巴西在重获高致病性禽流感无疫区状态后,多个主要贸易伙伴逐步恢复自巴西的禽肉进口。相比之下,猪肉价格下跌,原因是全球需求低迷而供应保持充足,尤其是在欧盟。

植物油价格指数7月平均为166.8点,环比上涨7.1%,达到三年高位。7月涨幅主要反映出棕榈油、大豆油和葵花籽油报价上涨。

乳制品价格指数7月平均为155.3点,较6月微降0.1%,自2024年4月以来首次出现环比跌幅。国际奶酪价格继续上涨,原因是来自亚洲和近东市场的需求强劲,同时欧盟出口供应收紧。

食糖价格指数7月平均为103.3点,环比微降0.2%,连续第五个月下跌。2025/2026年度全球食糖产量有望复苏的预测(主要是巴西、印度和泰国)对全球糖价形成下行压力,但全球食糖进口需求反弹迹象则限制了糖价的总体跌幅。

谷物价格指数7月平均为106.5点,较6月下降0.8%。小麦和高粱价格跌幅超过玉米和大麦价格涨幅。 (中新)