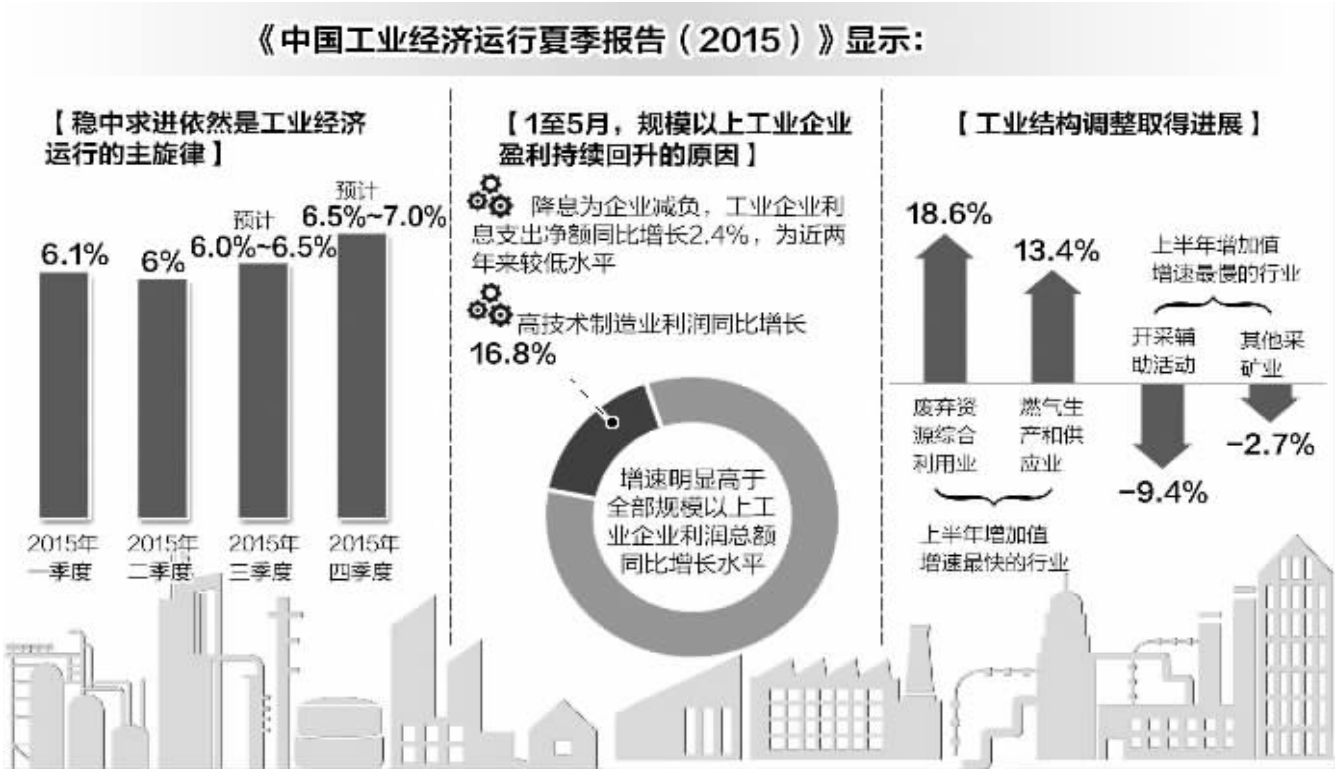
中国社科院发布《中国工业经济运行夏季报告(2015)》解析——

# 工业经济为何“稳” 如何“进”

本报记者 熊 丽

透视

《中国工业经济运行夏季报告(2015)》认为，2015年上半年，中国工业经济运行呈现“中高速、优结构、新动力、多挑战”的特征，调整取得明显进展，体现了向“新常态”的逐步过渡。下半年，工业经济形势将继续好转，稳中求进依然是工业经济运行的主旋律




8月27日，由中国社科院工业经济研究所工业经济形势分析课题组撰写的《中国工业经济运行夏季报告(2015)》在北京发布。《报告》认为，上半年工业经济增速缓中趋稳，规模以上企业增加值增速下滑到1998年以来的最低点，但产业结构调整取得了积极进展，高技术产业增速明显快于传统产业，呈现出不少亮点。

## 工业企稳 回升有方

投资、消费和净出口的下行导致工业增速下行，但消费需求的总体稳定成为工业经济增长的重要力量

从月度来看，工业经济已从快速下滑的趋势中逐步企稳，进入回升通道。

从三大需求看，上半年工业增速的下行是投资、消费和净出口共同下行的结果。比较来看，投资下滑幅度最大，其次是出口。消费需求虽然也出现了一定幅度下滑，但总体保持稳定，成为稳定工业经济增长的重要力量。这在一定程度上得益于互联网平台与物流行业的发展，商品得以在全国范围有效配置，使得产业链终端、接近消费者的商品产能得以有效利用。另外，股票交易的繁荣，带动了全国闲散资金的流动，使得消费的财富效应显现，各地区消费品零售总额上升。

“工业结构调整取得积极进展，是上半年的亮点之一。”中国社科院工业运行研究室主任原磊表示，制造业增速明显快于采矿业，高技术、高加工度产业保持了较快增长，采矿业、产能过剩行业则增速较慢。

一个可喜的变化是，虽然企业盈利能力依然较差，但与年初相比已出现明显好转。中国社科院工业经济研究所所长黄群慧认为，这表明企业在挖潜方面做了很多工作，随着清费、减税等政策进一步落实，企业支出有望进一步降低。

## 增长求变 转型提速

下半年，我国工业经济增长将继续面临传统增长动力减弱的压力，从而倒逼工业经济加速换挡

《报告》认为，我国工业经济的增长动力机制正在发生积极变化。从需求层面看，主要体现为由过去的投资驱动转向三大需求协同拉动；从供给层面看，主要体现为要素扩张驱动转向全要素生产率驱动；从产业来看，主要体现为由传统产业驱动转向高技术产业驱动。

展望下半年工业经济运行，原磊表示，下半年工业经济的转型发展面临4个重大机遇：“一带一路”建设为工业发展创造了良好环境；“大众创业、万众创新”释放工业经济增长新活力；《中国制造2025》勾画工业发展的新蓝图；京津冀一体化等新型城镇化战略将为工业发展提供巨大的需求空间。

然而，能否克服挑战，将直接决定下半年工业的增长速度和发展质量。表现在于，我国工业经济增长将面临传统动力减弱的压力，从而倒逼工业经济加速换挡。一方面，投资驱动的增长模式已难以持续。另一方面，如果在无法实现“市场出清”的情况下，继续扩大资本积累，那将是一种浪费，也无法带来经济增长。

同时，人口结构的变化和农村劳动力的日益减少也决定了无法通过增加劳动力数量来实现经济增长。在这种情况下，通过制度创新、技术进步实现经济的内涵式增长已经成为工业经济的必然选择。

从产业来看，虽然战略性新兴产业等高技术产业实现了较快增长，但还难以对整个工业经济增长形成有效支撑。房地产不景气和固定资产投资增速放缓导致原材料等传统产业增长放缓，但新的增长点尚不明朗，以至于对工业经济增长造成较大压力。

## “稳”在底线 “进”在改革

“稳”体现在“底线思维”，保障经济在合理增速区间运行；“进”是“改革求进”，加快提升增长质量

黄群慧表示，单纯从速度来看，工业经济增速放缓是比较明显的，但这也符合经济本身潜在增长率的下降趋势，“我们认为，2013年后，中国工业化已进入后期阶段。一般来说，经济在工业化后期呈现缓慢的下降状态”。

《报告》认为，稳中求进将是下半年工业经济运行的主旋律。工业经济增速将维持中高速增长，工业结构调整加快推进，工业企业转型升级取得积极进展，工业经济增长动力机制更加多元化。

黄群慧认为，稳中求进的“稳”体现为坚持“底线思维”，保障工业经济在合理增速区间运行。国家可适当调低工业经济增速目标，从而为转方式、调结构预留出足够的政策空间。从实际工业经济增速预测来看，由于2015年是“三期叠加”影响的集中体现期，因此实际工业经济增速也可能会在低于潜在产出增长率的水平下运行，全年实际增长大概为6.5%。

“进”就是“改革求进”，加快提升工业经济的增长质量。通过改革，优化工业经济结构、促进工业经济转型升级、创新工业经济增长动力。2015年将是这一转变的关键时期，消费需求对工业经济增长的拉动作用更为突出，全面深化改革的推进为工业发展释放改革红利，战略性新兴产业对工业经济增长的支撑作用越来越强。

《报告》对于未来工业经济发展提出了几点建议：拓宽投资领域，释放需求动力；出台援助政策，缓解企业困难；深化体制改革，引导转型升级；优化产业发展。

延伸

中国社科院工业经济研究所所长黄群慧认为：

## 工业化和城镇化是长远动力

未来经济增长的动力在哪里？中国社会科学院工业经济研究所所长黄群慧认为，长远看有两大动力，一是工业化的推动力，二是城镇化的拉动力。

黄群慧表示，我国工业化进一步的推动力，已经不是规模问题，而是需要从工业大国向工业强国转变。我国庞大的制造业基础为先进制造技术和相关产业的发展提供了巨大的潜在市场和应用场所。移动互联、云技术等技术正在不断创新服务业业态和商业模式，颠覆传统商业规制、改变原有的竞争格局，这有利于促进服务业效率的改善，进而也改善了实体经济的产业环境。

我国服务业发展缓慢和服务业效率较低的一个重要原因，是城镇化水平不高。在投资需求方面，据预测，未来18年我国运输、水、电和通讯所需的基础设施投资将会达到16万亿美元。

新闻日报

## 5类产品抽查合格率为86.9%

路由器、机顶盒等质量堪忧

**本报北京8月27日讯** 记者韩霁报道：近期，质检总局组织开展了对移动电话等30种产品质量的国家监督抽查，涉及电子电器、轻工产品、建筑和装饰装修材料、机械及安防产品、电工及材料等5类产品。

本次共抽查2058家企业生产的2115批次产品(不涉及出口产品)。经检验，1784家企业生产的1838批次产品合格，监督抽查合格率为86.9%；检出277批次不合格，不合格产品检出率为13.1%。其中，数据缆、铝合金建筑型材、电池、家用和类似用途插头插座、信息技术设备用不间断电源等18种产品的不合格产品检出率介于10%至20%之间；无线路由器、新型墙体材料、网络机顶盒等3种产品的不合格产品检出率高于20%。

针对本次抽查中发现的问题，质检总局已责成各省(区、市)质量技术监督部门按照规定，认真做好拒检企业和不合格产品生产企业的后续处理工作，依法责令企业停止生产销售不合格产品，按照有关规定监督销毁或者作必要的技术处理，将本次抽查不合格产品情况通报地方政府及相关部门，并加大对生产企业的后续跟踪监督检查力度。

## 地理标志产业正迎发展良机

本报记者 常 理 实习生 王 乐

江苏阳澄湖大闸蟹、新疆库尔勒香梨……这些耳熟能详的土特产都是地理标志产品。近年来，我国地理标志产品品类增长迅速，产业规模持续扩大。截至2014年底，已有超过6000件地理标志得到登记和保护，地理标志产业规模超过两万亿元，成为推动特色农业发展的持续动力。

近日，中国中小商业企业协会在北京成立了第一个全国性地理标志社团组织——地理标志产品专业委员会，表明我国地理标志产业作出了新的探索。调查显示，拥有地理标志的产品，其知名度、美誉度和消费者忠诚度都很高，更容易赢得市场消费者的认可。

“我国地理标志产业产品丰富，随着农业现代化进程的逐步推进，安全可靠、品质优良的地理标志农产品越来越受到市场的青睐，产业迎来了难得的发展机遇。”中国政法大学地理标志研究中心主任李祖明告诉《经济日报》记者。以宁夏中宁枸杞为例，产品不仅销路好，市场价格也逐步走高。目前，中宁县共培育出枸杞深加工企业13家，年生产深加工产品2万余吨，年实现销售收入6.5亿元。

相关专家认为，实现地理标志特色农业股份制经营是重要发展方向。应该以地理标志产业股份有限公司为依托，聚集资源、资本、科技、人才、商标文化、包装、物流、加工、市场等各种要素，实现地理标志产业标准化、规模化、集约化、市场化和现代化，通过兼并、重组、收购、控股等方式，组建大型股份制企业。同时要大力发展农产品现代化加工业，促进产业优化升级，改善加工设施装备条件；发展农产品精深加工，延长产业链条，提高产品附加值。还应建立健全农产品营销网络，大力发展农超对接，并发展连锁店、直营店、配送中心和电子商务，建设一大批地理标志专业市场。

汽车售后服务调查显示：

## 快修连锁体系受欢迎

**本报讯** 记者李瞳报道：8月26日，2015年度中国汽车售后服务客户满意度调查(简称“卡思调查”)结果发布。该调查首次将快修连锁体系纳入调查，结果显示4S店体系总体得分86.52分，快修连锁体系总体得分85.19分，差距源于4S店在人性化和公开性方面的显著优势。4S店体系调查中，各品牌间差距与上一年度持平。一汽奔腾、广汽丰田、凯迪拉克分列自主、合资、进口品牌第一名。

数据显示，2015年快修连锁体系客户忠诚度远高于4S店体系，其保持率和推荐率分别高出8个和10个百分点。研究发现，4S店客户忠诚有一定被动属性，如受质保期内、周围可选择维修机构少等原因而选择4S店。而快修连锁店客户忠诚则显示出主动属性，客户的肯定意愿较强。

## 龙里县快递物流日吞吐量将达200万件

8月25日，在贵州省龙里县快递物流园内，申通快递员工正在分拣包裹。据了解，该园已有10家国内知名快递企业签约入驻，工程全部完工后，园区快件日吞吐量将达200万件，占贵州全省快递业快件吞吐量的90%。

本报记者 吴秉泽 通讯员 王立信摄影报道

走市

价格战受挫暴露粗放扩张模式之弊——

# 负增长倒逼空调业转型升级

本报记者 周 雷

◎ 空调企业普遍存在库存压力，且创新驱动乏力

◎ 市场规模增长受限，但空调业结构调整态势明显，家用市场对变频空调的需求日益增长，智能化推动空调产品升级

8月27日，由中国家电网主办的2015空调行业高峰论坛传来消息，2015冷年(空调业惯用的统计时段，一般从上年的9月至当年的8月)，之前燃起的空调价格战并未扭转市场下滑局面，需求不足、库存高企影响着行业发展。在新的市场形势下，企业分化加剧，增长动力转换。业界更加深刻地认识到转型升级、创新发展的重要性，这也为未来几年的发展提供了指引。

## 价格战无济于事

2015冷年伊始，巨量库存就给空调市场蒙上阴影，全行业迫于去库存的压力都参与到价格战中，但“以价换量”并未刺激整个市场需求增长。国家信息中心发布的数据显示，2015冷年空调市场销售量同比下滑5.4%，销售额同比下滑10.50%。

据分析，行业出现下滑，除了受入夏以来大部分地区降雨偏多等天气因素影响之外，主要是市场需求不旺、库存包袱过重导致的。受价格战影响，空调市场平均价格水平由2014冷年的3759元下降至2015冷年的3472元。

“价格战并没有改变有效需求不足的局面。”国家信息中心信息资源开发部副主任蔡莹分析说，一场价格战打下来，行业所关心的3个要素基本没有发生改变。首先，品牌前几位的排名并没有因为价格战发生变化。其次，每个品牌的消费群体基本没有变化。第三，品牌的忠诚度基本没有变。

中国家用电器协会副理事长王雷直言，空调行业正面临着转型升级关键时期，这种价格战既不理性，也不合时宜，效果当然也就达不到预期。

## 粗放模式待革新

据了解，做库存是很多空调企业一贯的经营方式，以备旺季大量出货所需。这种方式在以前淡旺季明显、市场需求充足的背景下是可行的。但随着市场增幅明显放缓、淡旺季差缩小，企业继续向渠道大量压库、导致渠道库存高居不下的做法，对行业健康发展不利，也给自身经营带来风险。

中国家电网总编吕盛华认为，在市场需求趋缓的情况下，空调企业应该反思传统的做库存、渠道压货的经营思路。在互联网时代，企业可以较低的成本了解用户需求，以实际需求为导向，自下而上优化供应链管理和制造资源配置，减少渠道“冗余”环节，真正立足于“经营用户”，实现企业的健康发展。

做库存受挫背后，暴露出空调业擅长的粗放扩张模式之弊。如今，家电消费已从普及走向升级，消费需求更趋个性化、多样化，家电厂家一厢情愿的大规模制造已无法跟上市场需求新变化。数据显示，2015冷年，引入期新品的销售量占比从上年的25.41%降至15.64%，而成熟期(上市一至两年)产品销售量占比由2014冷年的16.21%提升到2015冷年的31.97%。一降一升，表明企业普遍存在清库存问题，推新不足，创新驱动乏力。

在创新供给方面，海尔紧跟市场节奏加速转型升级，走在空调业前沿。国家信息中心发布的数据表明，海尔空调的新品贡献率高于行业平均32%；2015年内上市产品销售贡献能力高出行业平均水平10.27%；在上市两年以上产品对比中，海尔几近清零，为行业仅见。蔡莹说，海尔的技术创新能力、新技术应用转化能力、产品市场化能力居空调业最高水平。而创新速度的领先带来的直接回报就是高端市场份额增长。

## 努力把握新商机

论坛与会者普遍认为，尽管当前市场规模增长受限，但是空调业结构调整态势明显，新的增长点持续涌现，行业发展前景仍值得期待。

变频空调以节能、舒适见长，家用市场对变频空调的需求日益增长。数据显示，我国变频空调的销量占比由2014冷年的55.60%提高到2015冷年的59.89%，销售额占比由2014冷年的64.17%提高到2015冷年的69.96%。这已成为空调市场产品结构变化突出的亮点。

此外，智能化推动空调产品升级。空调企业在智能化产品上不断推陈出新，美的与小米跨界合作之作“i青春”智能空调、格兰仕推出的“普罗旺斯”智能全直流变频空调、奥克斯推出的儿童空调等，都从用户角度出发，兼顾性价比和实际的应用场景，给消费者带来了更好的产品体验。数据显示，智能空调的销量占比已达到5.47%，同比大增173.50%。

“从变频空调和智能空调的双增长来看，用户对产品的需求依然是价值驱动的。”王雷认为，无论变频还是智能，均符合当下消费市场最核心的价值诉求，体现了对“节能、舒适性、智能化”的需求趋势。

本版编辑 杨开新 李 景