

热点解析

11月份核心CPI上涨0.3%，PPI降幅收窄——

一揽子增量政策推动供需改善

国家统计局数据显示，11月份，居民消费价格指数(CPI)环比有所下降，同比小幅上涨；工业生产者出厂价格指数(PPI)环比由降转涨，同比降幅收窄。

专家认为，物价水平低位运行更为积极有为的宏观政策提供了空间，随着经济持续回升向好，物价有望保持温和回升势头。

核心CPI同比涨幅扩大

11月份，受气温偏高及出行需求回落等因素影响，全国CPI环比有所下降，同比小幅上涨。扣除食品和能源价格的核心CPI继续回升，同比上涨0.3%，涨幅比上月扩大0.1个百分点。

从环比看，CPI下降0.6%，降幅比上月扩大0.3个百分点。国家统计局城市司首席统计师董莉娟表示，这主要是受食品价格超季节性下降影响。其中，食品价格下降2.7%，降幅超近10年同期平均水平2.5个百分点。11月份，全国平均气温为1961年以来历史同期最高，冷空气过程偏少，利于农产品生产储运，食品中鲜活食品价格大多超季节性下降。非食品价格由上月持平转为下降0.1%。旅游出行进入消费淡季，飞机票、宾馆住宿和旅游价格分别季节性下降8.6%、7.3%和5.6%；冬装换季上新，服装价格上涨0.6%；部分

车型新款上市，燃油小汽车价格上涨0.2%，为近9个月以来首次转涨。

从同比看，CPI上涨0.2%，涨幅比上月回落0.1个百分点，主要受食品价格涨幅回落带动。11月份，食品价格上涨1%，涨幅比上月回落1.9个百分点。非食品价格由上月下降0.3%转为持平。构成CPI八大类商品和服务价格中，交通通信、生活用品及服务、居住等三类同比略降，其他五大类价格同比均上涨。

PPI同比降幅收窄

11月份，一系列存量政策和增量政策协同发力，国内工业品需求有所恢复，PPI环比由上月下降0.1%转为上涨0.1%；同比下降2.5%，降幅比上月收窄0.4个百分点。

国家发展改革委价格监测中心分析预测处处长张学武分析，有色金属冶炼、水泥等上游部分重点行业出厂价格环比有所上涨。其中，国内外铝土矿供应有所收紧，支撑铝价上涨，有色金属冶炼和压延加工工业价格环比上升1.2%；水泥企业执行错峰生产、供应减少，非金属矿物制品业出厂价格环比上涨1.2%。金属制品、计算机、通信和其他电子设备、橡胶和塑料制品等下游部分制造业出厂价格也扭转了下跌态势，11月份出现了小幅

上涨。

东方金诚首席宏观分析师王青认为，11月份PPI环比实现回正，分大类看，耐用消费品价格上涨带动生活资料PPI环比改善，生产资料PPI环比涨幅则与上月持平，背后是原油、煤炭价格下跌，而一揽子增量政策持续推进对国内工业品价格产生支撑，大宗商品和工业品价格涨跌互现。11月份PPI环比上涨，加之去年同期基数走低，当月PPI同比跌幅较上月明显收敛。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华认为，11月份工业品价格同比边际改善超预期，主要贡献来自上游采掘业和原材料工业品价格、终端耐用消费品价格改善，以及低基数效应，反映出大规模设备更新和消费品以旧换新等一揽子宏观政策效果逐步显现，工业市场供需关系逐步改善。但整体看，工业品继续面临需求偏弱、价格偏低、生产成本压力等问题。

低物价为政策加码提供空间

中国民生银行首席经济学家温彬认为，11月份PPI同比环比均有改善，体现了一揽子增量政策对生产端的带动作用。不过，从CPI同比环比数据看，国内总需求仍然偏弱，居民消费信心较低，经

济中存在负产出缺口，工业生产回暖基础仍不牢固，政策仍需继续加大逆周期调节力度。目前，促进物价合理回升成为央行货币政策的重要考量，预计货币政策将继续保持宽松，并配合财政政策与其他政策，以提振居民消费，扩大内需，扭转经营主体预期，增强经济内生动力。

12月9日召开的中央政治局会议在部署明年经济工作时提出，“实施更加积极的财政政策和适度宽松的货币政策，充实完善政策工具箱，加强超常规逆周期调节”“要大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”，释放出推动经济持续回升向好的坚定信心与决心。

“当前物价水平偏低，为宏观政策加码实施逆周期调节提供了空间。”王青认为。

仲量联行大中华区首席经济学家庞溟认为，2025年更加积极有为的宏观政策将意味着更大力度、更好配合、更高质量、更强效果，预计增量政策工具的量、质、效都会有明显提升，特别是全方位扩大国内需求的政策将持续加码，且一揽子政策将继续协调配合、同向发力，从而提振社会有效需求、应对外部环境的不确定性。在政策加码、需求回暖、信心稳固、预期修复的大背景下，预计物价涨幅持续低位运行的态势将得以扭转，价格总水平有望保持温和回升势头。

中共中央办公厅、国务院办公厅近日印发《粮食节约和反食品浪费行动方案》，针对餐饮行业反浪费行动，提出了促进行业自律的具体要求。

餐饮行业自律发展，既有助于引导消费者减少浪费，也有利于企业降本增效。据调查，制止餐饮浪费相关举措实施后，参与调研的企业餐厨垃圾量减少14%，垃圾处理费用减少9.8%。自律是行动之基，规范是发展之根。餐饮业应继续以自律意识赢得口碑，将制止餐饮浪费行为作为餐饮业常态化工作。行业协会要及时发布反餐饮浪费倡议，依法制定、实施反食品浪费等相关团体标准和行业自律规范，确保标准和规范制定严谨、实施有效，同时也要面向数量巨大的个体经营者以及食品运输、加工等全产业链从业者加强宣传，普及防止食品浪费知识。

浪费可能出现在餐饮行业全流程。一些外卖商家为增加销量，以过度营销、低价竞争等方式，在点餐前给消费者植入“多点则多省”的观念。对此，相关部门应强化对外卖餐饮行业的自律监管，规范其营销行为，鼓励商家主动提供“小份菜”“小份饭”等服务，推广“精细化菜单”帮助消费者按需点餐，将反食品浪费举措落实到位。全社会都加入到监督自律落实情况的队伍中来，将让自律成为常态。

在反食品浪费方面严于律己，既是企业社会责任感的体现，也能赢得消费者的口碑。制止餐饮浪费是一项长期任务，餐饮行业自律需各方长期发力，为杜绝“舌尖上的浪费”贡献更多力量。

覃皓珺

(上接第一版)

上市公司投资价值提升

10月18日，中国人民银行联合国家金融监管总局、中国证监会正式设立股票回购增持再贷款；同日，中国人民银行与中国证监会联合启动互换便利操作。

落地近两个月以来，两项创新工具在支持资本市场、提升上市公司投资价值方面发挥积极作用，金融机构和上市公司参与踊跃。目前，互换便利首批500亿元操作已经落地，超过120家上市公司披露了回购增持再贷款。

中信建投非银金融首席分析师赵然认为，互换便利提升了金融机构股票增持能力，为A股市场注入流动性，回购增持再贷款为金融机构提供了低成本的资金来源。长期看，两项工具有助于优质公司增强市值管理能力，推动上市公司提高经营质量和投资价值。

上市公司为投资者创造价值，回报投资者，资本市场才能兴旺发达。今年以来，监管部门通过出台上市公司市值管理指引，支持通过分红、回购等方式，持续回报投资者。

截至10月末，A股上市公司已公告中期现金分红6441亿元，新增披露回购方案1360单，数量和金额均创历史新高。上市公司分红持续性、可预期性不断提高。为进一步推动上市公司高质量发展，自年初开始，沪深证券交易所启动“提质增效重回报”专项行动和“质量回报双提升”专项行动，A股上市公司密集发布行动方案。截至目前，仅沪市已有近一半主板公司和约八成科创板公司参与其中。

“推动上市公司提升投资价值，根本在于提升上市公司经营质量。”田利辉认为，上市公司既要重视内部治理，保持主营业务稳定，提升信息透明度和治理规范性。还要牢牢树立回报中小投资者意识，加强与投资者沟通，积极运用现金分红、

注购式回购、股东增持等方式，将高质量发展成果更好地分享给投资者。

中长期资金积极入市

12月4日，首批14家试点“跨境理财通”业务的券商宣布正式展业。

“此前‘跨境理财通’业务试点金融机构仅为银行，此次增加证券公司渠道，便利了投资，有利于提升相关业务吸引力，为市场引入增量资金。”方正证券金融分析师许旖璐说。

今年以来，监管部门推进投资端改革，积极推动中长期资金入市，着力打通社保、保险、理财等资金入市的堵点，培育长期投资市场生态。

数据显示，截至9月末，保险业资金运用余额32.15万亿元，其中人身险公司和财险公司合计股票、证券投资基金余额达4.1万亿元。

“保险等长期投资资金积极入市，有

助于加大对战略性新兴产业投资力度，支持国家重大战略，助力‘科技—产业—金融’良性循环。”董登新说。

公募基金行业费率等改革稳步推进，权益类基金特别是指数化投资快速发展。专家表示，随着资本市场改革向纵深推进，境内ETF市场建设不断完善，未来将更好满足多元化投资需求，吸引中长期资金入市，更好促进市场投融资功能相协调。

《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出，建立增强资本市场内在稳定性长效机制。中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力认为，要以促进投融资动态平衡为抓手，引导长期资金入市，优化投资者结构。继续提高上市公司质量，健全退市制度，实现市场优胜劣汰。构建统一、全面、高效的监管体系，加强与国际资本市场交流合作，在扩大高水平制度型开放中持续增强资本市场内在稳定性。



12月10日，位于江西省安远县产城新区的金鑫丰农业发展有限公司，员工正在分选、转运赣南脐橙。近年来，当地积极运用“5G+工业互联网”新技术，推动脐橙产业数字化、智能化、精细化发展，提高脐橙产业竞争力。 欧阳玉娟摄(中经视觉)

中国企业“走出去”怎么看

——当前中国经济问答之七

新华社记者 谢希瑶 邹多为 潘洁

中国制造走进世界各地百姓生活，中华美食飘香海外餐桌，中国设计持续全球“圈粉”，中国工程共筑美好世界……

时至今日，越来越多中国企业勇敢“走出去”，在全球市场的广阔大海中奋斗、成长，成为中国经济与世界经济交融交汇的生动写照。

面对不确定性增多的外部环境和需求差异大的国际市场，中国企业如何出海远航、行稳致远？怎样在合作共赢中共创发展新机遇？

(一)

中国企业“走出去”，今时如何不同往日？

彭博新闻社网站近期刊登题为《随着新一代品牌为应对经济放缓发力，中国制造走向高端》的报道称：过去几十年，只有很少一些中国消费品公司以自己的品牌吸引欧美消费者。但新一代年轻的中国品牌，如云鲸(扫地机器人)、文石Boox(阅读器)和徕芬(电动牙刷和吹风机)，正在开辟一条不同路径，它们的销售基于产品的性能。

当前，全球经济复苏乏力，跨境贸易投资遇冷，各国消费者更趋理性。“走出去”的中国企业，以含金量更高的商品、服务与技术，持续为全球市场“上新”。

这些数据是注脚：

前10个月，中国货物贸易进出口同比增长5.2%，其中，自动数据处理设备及其零部件、集成电路和汽车出口实现两位数增长。

同期，中国服务进出口同比增长14.6%，其中，服务出口同比增长16.6%；对外非金融类直接投资同比增长10.6%，在共建“一带一路”国家承包工程新签合同额同比增长15.7%。

增长曲线背后，是互利共赢的务实合作。

“低价、绿色的电力，对哈萨克斯坦本国产品出口到欧盟等地有很大帮助。”赛泰能源董事长南逸说，赛泰能源在哈萨克斯坦投资建设的8个新能源电站，不仅降低了当地电价，满足了当地约100万户居民的用电需求，每年还可减少二氧化碳排放160万吨。

越来越多中国企业主动和东道国企业携手，加强互利合作、优势互补，同时积极履行企业社会责任，创造就业机会、提供职业培训、改善基础设施、融入当地社区，为当地经济社会发展、增进百姓福祉作出积极贡献。

2023年，中国境外企业向投资所在国家(地区)缴纳各种税金总额753亿美元，比上年增长0.3%。年末境外企业从业员工总数428.9万人，其中雇用外方员工257万人，增加7.7万人，占比近六成。

今年以来，比亚迪泰国工厂正式投产，《黑神话：悟空》上线全球游戏平台Steam(蒸汽平台)、海信·蚂蚁集团、vivo、速卖通等中国品牌深度参与国际体育赛事……

加快“走出去”的中国企业，正以高质量发展加速融入全球价值链，为世界提供更多选择和增长动力。

从贸易往来到投资建设，创新动力更为强劲。贸易结构以机电产品和高新技术为主导，投资既有标志性工程也有“小而美”项目。2023年以来，中国与有关国家签署了42个绿色、数字、蓝色经济投资合作备忘录，深化与各国可持续发展合作。

从中国制造到中国服务，合作领域更为广泛。过去“走出去”以外贸企业为主，如今有更多企业活跃在以智能硬件、新能源汽车为代表的制造业，以移动互联网、跨境电商等为代表的数字经济领域，以及游戏、影视等产业，中国对外直接投资涵盖了国民经济的18个行业门类。

从发达国家到不发达国家，出海地更为多元。中国企业“走出去”从过去瞄准欧美等发达国家，到如今更多走向亚洲、非洲、拉美等地区市场；从“撒网”到因地制宜深耕；从卖产品到贡献经验技术，共同探索最优发展路径。

中国企业“走出去”，造福了世界，

也壮大了自己。

宁波东方电缆股份有限公司，凭借“十年磨一绳”的毅力，一步步打入被国外巨头厂商垄断的海缆国际市场。如今，其国际业务不断扩大。到2025年国际业务占到公司营收10%这一目标，正在加快实现。

中国企业扬帆出海，不断在学习中成长，在融入中发展，在发展中共赢。

“正是通过中国电商平台，我才能把产品卖向全世界。”七年来，来自墨西哥的贝拉多通过中国电商平台阿里巴巴，便捷地了解各国进出口政策与情况，将木酒桶从墨西哥山中远销欧美和亚洲各国。中国电商平台为他带来了80%的客户。

百川向海，潮头观澜。

无数中国企业如一朵朵浪花，迸发着勇气与智慧，坚定融入全球化浪潮，为中国经济高质量发展和世界经济复苏注入暖流。

(二)

疾风知劲草。

2023年，在全球外国直接投资(FDI)下降2%、跨境并购规模为过去十年最低的情况下，中国对外直接投资增长8.7%。同期，中国对外直接投资流量占全球份额的11.4%，出口国际市场份额稳定在14%左右，殊为不易。

中国企业“走出去”，从来都是挑战与机遇并存，而今不确定、难预料因素更甚。世界进入新的动荡变革期，单边主义、保护主义明显上升，局部冲突和动荡频发。

面对风高浪急的国际市场，中国企业出海步履不停，信心和动力何来？

今年4月，深耕工业X射线领域的无锡日联科技股份有限公司首个海外工

厂在马来西亚落成投产。“不少东南亚企业青睐中国的新技术、新装备。”刚在越南进行产品推广的日联科技副总裁李育林看到了东南亚市场蕴含的机遇。

中国人世谈判首席代表龙永图认为：“当一个国家经济发展到一定程度，企业出海是历史必然。”

各国经济“你中有我，我中有你”。企业全球化布局的本质是实现全球资源的最佳配置。出海参与全球竞争，是不少中国企业发展壮大的必然选择。

“不闯怎么把握未来市场？”动力电池系统制造商高新能源今年赴西欧、非洲等地设立分公司，创始人王翰超坚信，海外是下个快速增长点。

以变应变，化危为机。河北某羊绒制品企业到海外建立生产线、设立研发中心，通过加大全球化布局、不断创新产品来应对风险挑战。今年预计销售额同比提升15%，创企业成立近20年来新高。

当前，中国企业加快布局海外市场，有的是顺应经济发展阶段和产业转型升级需要的主动作为，有的则是受国际复杂多变形势影响的应变之举。

无论顺势而为，抑或迎难而上，中国企业“走出去”意义重大。

对企业自身而言，通过拓展更大市场，参与国际竞争合作，利用全球资源，能够创造更多利润，同时降低在单一市场经营发展的风险，促进自身做大做强。

对中国经济而言，中国企业走全球化发展道路，发挥好两个市场、两种资源的协同效应，有利于为中国经济转型升级和高质量发展提供助力，更好服务新发展格局。

对世界经济而言，伴随中国企业“走出去”的脚步，中国的产品、技术、商业模式和管理经验，推动经贸等各领域互联互通，有助于稳定全球供应链，给

世界经济增添新活力。

中国企业“走出去”，让中国经济与世界更加紧密相连。

(三)

“走出去”，是大势所趋，也道阻且长。

国际市场复杂多变，如何克服文化和法律法规的差异？如何在激烈的市场竞争中做大合作“蛋糕”？如何应对国际政治经济环境的更多不确定性？

跌倒、起身、改进、前行，始终印刻在中国企业“走出去”的足迹中。

回想起五年前被一家海外客户给出“124条整改条目”的“下马威”，兴发集团旗下兴福电子材料有限公司董事长李少平记忆犹新。

“虽然一些条目显得有些苛刻，但国际竞争就得抓细节、补‘短板’，一定要拿下！”在随后5个月时间里，项目团队铆着一股劲，与时间赛跑，对照事项一一整改。

揣着这样的拼劲与闯劲，与国际要求不断“接轨”。如今，兴发集团的产品远销116个国家和地区，已拥有各类专利1292件，主导和参与制定国际、国家、行业标准等170余项。

一路走来，中国企业历经磨难、大浪淘沙，从初级产品出海到技术出海，从代工出口到品牌出海，从承揽项目到产业链出海、标准出海，“走出去”的边界正在不断拓宽。

“走出去”之路并非坦途，需要主动作为。

当前，中国正在更加主动对接高标准国际经贸规则，稳步扩大规则、规制、管理、标准等制度型开放。这就要求中国企业不仅需要注重打造优质产品和项目等硬实力，还需更熟悉和掌握国际通行规则、尊重所在国法律法规，强化

合规意识、品牌意识、企业管理等，夯实可持续发展根基。

“入国而问俗，入门而问讳”，广州明珞装备股份有限公司董事长兼首席执行官官姚维兵引述这句出自《礼记》的古语说：“我们出海的目的是为了和当地自然、资源、环境、人文、产业共生。只有这样，我们才能真正在海外市场站稳脚跟。”

让“走出去”之路更加宽广，更要持久发力。

坚持开门发展，坚定开放合作，共创发展机遇，中国的开放步伐始终坚定；坚持“引进来”与“走出去”相结合，推动贸易与投资相互促进，推动国内大循环与国际大循环良性互动，以高水平开放促进高质量发展。

从持续举办进博会、服贸会、广交会，到积极参与联合国、世界贸易组织、二十国集团、亚太经合组织、上海合作组织等多边机制合作，再到推动高质量共建“一带一路”、积极参与应对气候变化全球治理……一系列举措为中国企业“走出去”开辟新空间，也为世界经济注入新动能。

更多制度政策为中国企业“走出去”保驾护航。

党的二十届三中全会提出，完善促进和保障对外投资体制机制，健全对外投资管理服务体系，推动产业链供应链国际合作。

我国定期发布《对外投资合作国别(地区)指南》，最新印发《关于加强商务和金融协同 更大力度支持跨境贸易和投资高质量发展的意见》《关于促进外贸稳定增长的若干政策措施》，帮助企业了解东道国营商环境，更好把握贸易投资机遇、防范投资风险。

第四次“一带一路”建设工作座谈会相关部署正在落地，“硬联通”“软联通”“心联通”协调推进机制、产业链供应链务实合作机制、风险防控和海外利益保障机制等将加快完善，助力企业“走出去”的路越走越顺畅。

弄潮搏浪，一往无前。

中国企业将以更开放的心态、更稳健的步伐融入世界经济、迈向广阔天地，书写更多创新发展、互利共赢的新故事。(新华社电)