



超预期反转 8月这一数据释放哪些信号



中青报·中青网见习记者 赵丽梅
记者 张均斌

一份亮眼的工业“成绩单”为国庆假期预热。9月27日，国家统计局发布的最新数据显示，8月规模以上工业企业利润实现超预期“反转”——8月同比增长20.4%，较7月的下降1.5%大幅改善，不仅创下2023年12月以来的最高增速，更在国庆前夕为市场注入一针“强心剂”。

“工业企业利润明显改善。”国家统计局工业司首席统计师于卫宁表示，1-8月份，规模以上工业企业利润由1-7月份同比下降1.7%转为增长0.9%，扭转了自今年5月份以来企业累计利润持续下降态势。

这一变化释放出明显的积极信号。从微观层面来看，企业盈利能力增强直接提振发展信心、为扩大生产提供支撑，8月份，企业生产经营活动预期指数为53.7%，上升1.1个百分点；从宏观层面，更有望推动“企业盈利-扩大生产-稳定就业-居民增收-消费扩容-经济复苏”的良性闭环形成，成为经济持续回暖的重要动力源。

同期数据亦印证经济景气水平的回升：8月份，制造业采购经理指数（PMI）、非制造业商务活动指数和综合PMI产出指数分别为49.4%、50.3%和50.5%，三大指数均有所回升，中国经济景气水平总体继续保持扩张节奏。

这是宏观政策发力显效、全国统一大市场纵深推进的结果，各类市场主体盈利的“普惠性”显著增强。

超预期“反转”缘何而来

8月规模以上工业企业利润出现超预期“反转”并非单一因素作用，而是基数、营收、行业结构、企业主体多维度力量协同联动的结果，共同构筑起盈利改善的坚实基础。

一个不可忽视的重要因素是低基数效应，去年8月，规模以上工业企业利润同比下降17.8%，为当年最低，也为今年的利润高增奠定重要基础。

国务院发展研究中心宏观经济研究部研究员张立群在接受媒体采访时谈到，从基数因素的影响来看，去年8月份，高温、暴雨、洪涝等自然灾害对部分地区冲击较大，叠加有效需求不足，工业企业利润数据走弱，单月利润同比甚至出现负增长。这在一定程度上抬高了今年同期规上工业企业利润同比增速。

中泰证券研究所政策组首席分析师、上海财经大学公共政策与治理研究院首席专家杨畅向中青报·中青网记者表示，8月工业企业利润约6726.2亿元，是二季度以来的次高点，相较7月环比增加；8月环比改善叠加上年较低基数，直接推升了同比增速的亮眼表现。

工业企业营收保持稳定增长与价格压力缓解，为盈利恢复提供双重保障。

今年1-8月份，工业企业营收保持稳定增长，规模以上工业企业营业收入同比

增长2.3%。其中，8月份工业企业营业收入增长1.9%，较7月份加快1.0个百分点，营业收入增长加快，为企业盈利继续恢复创造有利条件。

8月份企业单位成本下降，规模以上工业企业成本状况有所改善，每百元营业收入中的成本同比减少0.20元，为2024年7月份以来首次当月同比减少。

广发证券资深宏观分析师王丹从“量价”逻辑进一步拆解，8月份，全国规模以上工业增加值同比虽从上月的5.7%小幅放缓至5.2%，但工业生产者出厂价格指数（PPI）降幅却比上月收窄0.7个百分点，价格端的积极变化不仅直接支撑企业营收，更对利润率形成正向拉动，成为利润增长的关键助推器之一。

从行业结构来看，装备制造业、原材料制造业、消费品制造业的差异化增长，共同推动工业企业利润改善。

“装备制造业‘压舱石’作用明显。”于卫宁分析，1-8月份，规模以上装备制造业利润增长7.2%，拉动全部规模以上工业企业利润增长2.5个百分点，是拉动作用最强的板块之一。装备制造业的8个行业中有7个行业利润实现增长，其中，铁路船舶航空航天、电气机械行业利润增长较快，增速分别达37.3%、11.5%。

随着原材料制造业回暖，相关企业的利润增速大幅加快。国家统计局工业司首席统计师孙晓介绍，8月份，规模以上原材料制造业增加值同比增长6.8%，增速

较上月加快0.2个百分点，为近18个月以来最高点。

受市场需求增加、价格回升、成本有所下降等因素带动，1-8月份，原材料制造业利润同比增长22.1%，较1-7月份加快10个百分点，拉动全部规模以上工业企业利润增长2.5个百分点。

另外，消费品制造业利润也实现了由降转增。1-8月份，消费品制造业利润由1-7月份下降2.2%转为增长1.4%，其中，酒饮料茶、农副食品等行业利润增速较快，分别为19.9%、11.8%，合计拉动全部规模以上工业利润增长1个百分点。

8月规模以上工业企业利润实现大幅回升，与其他损益增长也存在一定关联。中金宏观团队指出，其中一个可能的原因是，近期A股市场表现向好，带动企业投资收益有所增加。

不同规模、类型企业的普遍改善，进一步巩固了利润“反转”态势。1-8月份，规模以上工业中型、小型企业利润同比分别增长2.7%、1.5%，较1-7月份加快1.1个、0.4个百分点，大型企业降幅较1-7月份收窄4.6个百分点。分企业类型看，国有控股企业利润降幅较1-7月份收窄5.8个百分点；私营企业利润增长3.3%，高于全部规模以上工业企业平均水平2.4个百分点，较1-7月份加快1.5个百分点。

于卫宁表示，这是宏观政策发力显效、全国统一大市场纵深推进的结果，各类市场主体盈利的“普惠性”显著增强。

图片新闻



9月24日，上海，第二十五届中国国际工业博览会举行。左图为载人轮椅人形机器人，右图为脑机接口相关展品。



中青报·中青网见习记者 刘佳佳
记者 魏婉

硬折扣超市正悄然崛起，日渐成为零售赛道上的新风口。

9月25日，京东折扣超市全国第六家门店在河北固安尚品爱购城市广场开业，此前8月，京东折扣超市首店落于河北涿州，而后宿迁4店同开，首日就涌入了30万人。7月以来，美团旗下的折扣超市快乐猴在杭州连开两店；超盒算NB在江浙沪10城17家同开，目前已有近300家门店……

“有潜力的硬折扣市场、消费者追求高性价比比的理性消费态度，以及电商平台对于差异化发展和线上线下协同发展的追求，是众多电商开始布局的主要原因。”百联咨询创始人庄帅向中青报·中青网记者表示。

尽管互联网平台纷纷布局硬折扣领域，但庄帅指出，即便算上奥乐齐已开的77家门店，国内硬折扣市场的门店总数依旧有限，且区域分布高度集中在江浙沪地区，“当前中国的硬折扣业态还处于萌芽状态，只能作为传统超市业态的一种补充，而非替代。”

什么是硬折扣超市

近期备受关注的折扣超市，大多属于硬折扣超市，核心特点是绝对低价，而绝对低价源于极致效率。

“硬折扣是相对于软折扣而言的。两者都主打低价，软折扣超市主要通过采购外部品牌商品进行打折促销，自有品牌占比极低，例如商场内常见的嗨特购和嗨特卖。硬折扣超市则拥有高比例的自有品牌，通过自有品牌建设削减中间环节溢价，从而实现低价，比如奥乐齐。”庄帅说。

据了解，硬折扣巨头奥乐齐的自有品牌销售额占比高达90%。近期入局的京东折扣超市，自有品牌体系也较为成熟，大众熟知的有“京东京造”“京东七鲜”等品牌。

除了发展自有品牌，庄帅表示，硬折扣模式还通过整合优化供应链、精简

线下零售新风口——

电商布局硬折扣超市，面临哪些挑战

硬折扣模式的核心吸引力在于，它精准契合了当前消费者对“极致性价比”的普遍追求，从而成为线下流量和新消费习惯的重要入口。

到超市直接可上架的包装”，省去二次分装，也方便拆箱补货。

门店负责人表示，他们正在从采购、人效、营销等方面压缩成本，塑造绝对低价的核心竞争力。

电商为何纷纷布局硬折扣超市

电商纷纷入局硬折扣市场，并非偶然。《2025中国零售行业展望》数据显示，2024年中国硬折扣市场已突破2000亿元，渗透率仅为8%，远低于德国的42%与日本的31%，潜力巨大。2024年，奥乐齐中国仅凭上海的55家门店，创下20亿元的销售额，相比2023年直接翻倍。奥乐齐优异的市场表现，也一定程度上折射了中国硬折扣市场的潜力。

从消费者的角度，网经社电子商务研究中心特约研究员高攀分析，硬折扣模式的核心吸引力在于，它精准契合了当前消费者对“极致性价比”的普遍追求。“在后疫情时代，消费理念更趋理性，而硬折扣通过精简SKU、聚焦自有品牌、重构供应链，实现了‘低价不低质’，从而成为线下流量和新消费习惯的重要入口。”

“电商纷纷下场，也是基于自身发展的战略选择。硬折扣模式的核心在于自有品牌的研发与生产，这有助于互联网大厂在存量市场中构筑差异化优势，在如今外卖

大战火热的情况下，是一个增长方向。”而且，庄帅分析，硬折扣门店面积小、复制开店速度快，也便于电商平台快速渗透线下，与线上业务形成协同，拓展电商巨头们的即时零售市场。

互联网公司涉足硬折扣领域，也确实具备一定的优势。

高攀表示：“互联网平台的优势在于‘去中间化’和‘数据驱动’。去中间化体现在它们利用庞大的采购量和品牌影响力，能直接对接上游工厂甚至产地，砍掉代理环节的加价和营销费用，将利润让渡给消费者。”

而数据驱动是其与传统零售的本质区别。高攀进一步解释：“平台通过线上消费数据，精准预测区域消费趋势，指导线下选品、定价和库存管理，实现‘千店千面’，极大降低了试错成本和滞销风险，提升了供应链的响应速度和精准度。”

据不完全统计，截至目前，超盒算NB聚焦华东地区，截至8月底门店已近300家；京东主推“小店”模式，面积在5000平方米级别，SKU在5000左右，依托京东物流与线上分析能力，借产地直采、品牌开发压缩成本，目前已开6家；美团在杭州的两家快乐猴体量相对较小，依托本地生态与即时配送优势稳步推进。各大互联网企业正以不同模式加速切入硬折扣赛道。

企业盈利预计将继续回升

尽管8月工业企业利润实现超预期“反转”，但行业分化、成本压力等问题仍然存在，下一阶段企业盈利回升仍面临不少挑战。不过，多位专家指出，下一阶段，预计企业盈利回升的趋势不变。

从短期变量看，基数抬升可能对后续增速产生一定影响。谈及下一阶段工业企业利润走势，杨畅表示，去年9月工业企业利润基数逐步回升，可能会对今年后续月份的同比增速形成压制。

当前，行业盈利分化仍然较为明显，恢复节奏存在差异。国家统计局发布的数据显示，石油煤炭及其他燃料加工业同比减亏，黑色金属冶炼和压延加工业同比由亏转盈，汽车制造业下降0.3%，非金属矿物制品业下降2.2%，化学原料和化学制品制造业下降5.5%，纺织业下降7.0%，石油和天然气开采业下降12.4%，煤炭开采和洗选业下降53.6%。

企业利润的改善是企业资金流“活水”的重要源头，关注企业利润问题的同时，企业应收账款也是避不开的话题。

“应收账款绝对金额继续走高，但同比增速连续6个月下降。”杨畅还关注到，8月末，规模以上工业企业应收账款27.24万亿元，同比增长6.6%，回落0.2个百分点，自3月以来连续6个月出现降速，或表明前期保障中小企业款项支付工作取得阶段成效。然而，仍需注意的是，应收账款绝对值继续走高，且平均回收期为70.1天，同比增加3.7天。

于卫宁谈到，现阶段，在外部环境严峻复杂、国内市场需求仍显不足的背景下，要进一步扩大国内需求，纵深推进全国统一大市场建设，规范企业竞争秩序，为工业企业利润持续恢复创造更多有利条件。

中青报·中青网记者
魏婉

水利部部长李国英在国新办9月29日召开的新闻发布会上指出，“十四五”以来，我国水利发展取得新成效，为保障防洪安全、供水安全、粮食安全、生态安全作出了新贡献。

作为世界上水情最复杂、江河治理难度最大、治水任务最繁重的国家之一，“十四五”以来，全国有3981条河流发生超警以上洪水，其中223条河流发生了有实测记录以来最大洪水。

据统计，“十四五”以来，我国调度运用大中型水库25311座次，拦蓄洪水5264亿立方米，减淹城镇7661座次，避免转移人员4278万人次。“实现了大江大河重要堤防无一决口、2022年一起各类水库无一垮坝，洪涝灾害损失占国内生产总值的比例由‘十三五’的0.28%下降至0.18%。”李国英说。

面对复杂严峻的洪涝灾害形势，水利部门锚定“人员不伤亡、水库不垮坝、重要堤防不决口、重要基础设施不受冲击”目标，不断完善洪涝灾害防御体系。比如，我国着力完善流域防洪工程体系，开工建设一批洪水调控工程，增加防洪库容35亿立方米，实施七大江河干流重要堤防达标建设三年行动，实施3500余条中小河流系统治理，实施17994座病险水库除险加固，实施56处国家蓄滞洪区建设，七大江河洪水调蓄能力达2104亿立方米，均具备防御新中国成立以来最大洪水能力。

“目前，全国大江大河洪水预见期从3天延长到10天，为成功抵御珠江流域北江1915年以来最大洪水，海河‘23·7’流域性特大洪水等提供了有力支撑。实现对全国重点河湖268个生态流量控制断面监测预警。”水利部规划计划司司长张祥伟强调。

张祥伟介绍，“十四五”以来，水利部门系统谋划推进数字孪生水利体系建设，即数字孪生流域、数字孪生水网、数字孪生水利工程，有效赋能流域防洪、水资源管理与调配等业务应用，强化了预报预警预演预案“四预”功能，成为推动水利行业新质生产力发展的显著标志。

“在推进数字孪生水利体系建设中，我们重点抓监测感知、数学模型建设和业务应用。”张祥伟提到，在监测感知方面，“十四五”以来，我国加快构建“天空地水工”一体化监测感知系统，大力提升对水利物理对象的透视感知能力，为水利工程安全风险监测防控和数字孪生水利体系构建和运行提供动态实时信息支持，而在数学模型方面，立足数字孪生水利体系精准映射、虚实交互、实现“四预”功能。在业务应用方面，我国则坚持从实际需求出发，以效用为导向，推进覆盖各项业务应用的各层级数字孪生平台建设。

精打细算用好水资源，我国从观念、意识、措施等各方面都把节水摆在优先位置。水利部副部长陈敏给出了一组数据：2024年，全国万元国内生产总值用水量、万元工业增加值用水量较2020年分别下降了17.7%和23.6%，全国节水灌溉面积达到6.38亿亩，农田灌溉水有效利用系数提升到0.58，非常规水利用量达到了251亿立方米。

在从严从细管好水资源方面，我国实施最严格水资源管理制度，加快建立水资源刚性约束机制，建立健全农业、工业、城镇三大领域节水制度政策体系，推进用水方式由粗放向节约集约利用转变，基本完成了全国重要跨省江河流域水量分配，确定了31个省份地下水管控指标，基本建立国家用水定额体系，严格水资源论证和取水许可管理，全面推进取水许可电子证照管理。同时，我国大力推进节水型社会建设，实施合同节水管理项目1900余项，发布194项先进成熟适用节水技术。

陈敏指出，“十四五”期间，水利部门坚持节水优先方针，精打细算用好水资源，从从严从细管好水资源，在我国经济增速年均5.5%的情况下，全国用水总量实现零增长。

「十四五」水利发展取得新成效 用水总量零增长 重要堤防无一决口