

China Construction Bank

Fortune

建行

财富

09 2026
总 184 期

ISSN 1674-988X



9 771674 988260



扫描二维码加官方微信



白露

七月廿六



九月秋实，笃行致远

九月金秋，硕果盈枝。当上市公司半年报的披露圆满收官，A股市场5000余家企业的“期中答卷”徐徐展开，勾勒出中国经济在复杂变局中稳步前行的坚实轨迹。在这个承上启下的收获时节，我们看到产业升级的强劲脉动，更深切感受到每一份数据的背后，都承载着财富管理行业对初心的坚守与对信任的珍视。

翻开这份“半年报画卷”，亮点纷呈，韧性彰显。一批深耕高端制造与科技创新的龙头企业，凭借技术壁垒与持续研发投入，交出了超出市场预期的亮眼成绩单。从半导体到新能源，从生物医药到人工智能，新质生产力的蓬勃生长正为中国经济注入源源不断的新动能。这不仅是产业结构优化升级的生动注脚，更是长期资本与国家发展同频共振的有力印证。

与这份成绩单交相辉映的，是消费者权益保护的制度篱笆正在扎得更紧、筑得更牢。随着金融消费者权益保护制度持续完善，对消费者的守护正融入金融服务的每

一个细节之中。从产品适当性管理的精益求精，到信息透明度的大幅提升；从纠纷化解机制的多元畅通，到金融素养教育的广泛普及，每一项举措都在为“信任”二字添砖加瓦，让金融服务的温度真正触达每一位客户。

财富管理的本质，是信任的托付；而信任的根基，在于守护。半年报让我们看清资产的分量，消保工作则让我们守住合作的底线。真正的远见，不仅在于甄选出穿越周期的优质标的，更在于将“以客户为中心”的理念内化于心、外化于行，以专业与温度回应每一份沉甸甸的托付。

九月是丰收的季节，更是蓄力再出发的起点。让我们以笃定的守护回应信任，在时代的浪潮中携手前行，共赴一场与国家同成长、与时代共奋进的财富征程。步履坚实，方能行稳致远；初心如炬，终将不负所托。

《建行财富》编辑部

CONTENTS

目录

1 PROLOGUE 卷首语

九月秋实，笃行致远

5 VISION 宏观视野

- 6 财政政策下半年如何发力，三大重点明确
- 12 动能向新、结构向优，国民经济稳中提质
- 18 地方财政半年报：粤苏浙稳居前三，28省份收入正增长
- 24 18条举措激活县域消费：补供给短板，稳增收预期

30 从“买遍全球”到“卖向全球”：“中国机遇2.0”如何双向奔赴

35 DYNAMICS 财富动向

- 36 光伏装机首超煤电，中国引领能源绿色转型
- 42 自动驾驶立法落地在即，L3智驾拐点已至





- 48 保费规模5年扩容60倍
宠物险狂飙背后的盈利困局

55 FORUM 财智论道

- 56 养老活力社区的“商业化迷途”
养老范式迭代升级，
行业管理如何适配新模式，守住风险底线
- 62 国产大飞机撬动的产业链重构

67 PROSPECT 善建卓观

- 68 科学识别保险金信托投保架构
- 70 建行青岛市分行
“善建艺行-宋代非遗点茶”活动雅致呈现

71 LIFESTYLE 格物私享

- 72 节日的钟摆



- 78 读懂团圆佳节千年变迁

84 DIALOGUE 财富问答室

建行 财富

F O R T U N E
China Construction Bank

2026年第9期 总184期

刊名: 建行财富

国内统一连续出版物号: CN31-2052/F

国际标准刊号: ISSN1674-988X

主管单位: 中国建设银行股份有限公司

主办单位: 中国建设银行股份有限公司

出版单位: 《建行财富》编辑部

出版人: 陈昕

副出版人: 严俊

主编: 高婷婷

资深编辑: 常青 傅军 陈小玉 张文新

编辑: 何芳 李晓薇 孟玮 朱慧寅

美术编辑: 黄雨薇 曹琼

地址: 上海市九江路60号2楼《建行财富》编辑部

邮政编码: 200002

电话: 021-53531051

印刷单位: 北京华联印刷有限公司

发行单位: 《建行财富》编辑部

出版日期: 2026年9月

发行范围: 全国

全国定价: 0 (赠阅)



更多精彩内容请扫码
关注官方公众号



更多精彩内容请扫码
识别官方小程序

本刊保留一切版权, 所有本刊编辑、记者原创作品, 本刊享有该职务作品完整的著作权, 未经本刊许可不得转载或摘录。

图片合作: 视觉中国、东方 IC、站酷海洛 (除标注外) 风险提示: 本刊所涉及的观点仅供参考, 不代表任何投资建议和承诺。



宏观 视野

VISION

今年以来，财政部坚定实施更加积极的财政政策，国民经济运行总体平稳，延续动能向新、结构向优发展态势。

上半年28个省份财政收入同比增长，各地财政运行平稳有序。下半年财政政策将在加快资金使用、加力扩大内需、加强财政改革管理三方面继续发力。

九部门出台18条举措激发县域消费，跨境电商出口海外仓同比增长3.3倍，1.4亿人共享全球市场。

财政政策下半年如何发力，三大重点明确

文 | 付立木

2026年是“十五五”开局之年，也是中国经济在复杂内外环境中承前启后、迈向高质量发展的关键一年。日前，国新办举行“开局起步‘十五五’”系列主题新闻发布会，会议就今年积极财政政策的实施成效及下半年政策发力重点进行了详细介绍。

会议表示，“十五五”时期，我国将努力建设一个更为强大、稳固、平衡、可持续的财政，为基本实现社会主义现代化取得决定性进展提供坚实的财政保障。面对复杂多变的国内外经济环境，财政政策如何精准发力、持续加力，成为社

会各界关注的焦点。

积极财政成效显著

今年以来，更加积极的财政政策坚定实施，规模大、力度强，为稳增长、调结构、惠民生提供了坚实的资金保障。

财政支出规模迈上新台阶。今年财政支出预算安排首次超过30万亿元，这一里程碑式的突破，充分彰显了积极财政政策的力度和决心。在支出结构上，财政资源进一步向民生领域和重大战略任务倾斜，教育、社保、卫生、住房等

方面的资金安排达到了12.4万亿元,比上年增长5.4%,高于全国一般公共预算支出增幅1个百分点,体现了公共财政“取之于民、用之于民”的宗旨。

新增政府债券规模创历史之最。今年新增政府债券规模达到11.89万亿元,为历年来力度最大。其中,地方政府专项债券和超长期特别国债成为稳投资、扩内需的重要政策工具。这些资金重点投向交通基础设施、能源、农林水利、生态环保、社会事业、市政和产业园区建设等重大领域,为扩大有效投资提供了强有力的资金“活水”。

中央对地方转移支付持续保持高位。中央对地方转移支付连续第四年超过10万亿元,达到10.42万亿元。在当前地方财政收支面临一定压力的情况下,大规

模转移支付为缓解基层财政压力、保障“三保”(保基本民生、保工资、保运转)支出提供了有力支持,对促进基本公共服务均等化起到了积极作用。

在民生保障领域,财政投入的成效已经逐步显现。今年以来,超过2500万名婴幼儿及其家庭领到2026年度育儿补贴,约2400万人次在园儿童享受到学前一年免保育教育费政策。此外,中央财政推动加快建立长期护理保险制度,为应对人口老龄化提供了制度性资金保障。这些实实在在的民生红利,正是积极财政政策温度的直接体现。

聚焦资金使用提速

会议明确,下半年财政政策将重点



在三个方面继续发力显效，分别为加快资金使用、加力扩大内需、加强财政改革管理。

在加快资金使用方面，资金使用进度是决定财政政策效能的重要环节。下半年，有关机构表示，将合理加快财政支出进度，对支出进度持续偏慢的地区加强督导，切实提高资金使用效益。同时，及时分配下达相关补助资金，加速民生政策落地，确保各项惠民政策能够尽快转化为人民群众可感可及的实惠。

尤为值得关注的是，下半年还有2万多亿元地方政府专项债券和超长期

特别国债待发行使用，这一待发行规模就同期而言也是历年来较大的，能够继续保持政策强度。会议强调，将抓紧指导地方组织好债券发行，加强项目前期准备，推动项目尽快开工建设，形成更多实物量。

从地方层面的落实情况来看，近段时间多个省份已召开相关工作推进会，部署稳投资工作。安徽提出，拿出更多实招硬招，推动在建项目加快投资放量、新开工项目尽快开工建设、政策资金支持项目按计划推进。湖北提出，要做实项目管理，紧盯项目建设全生命周期，分类推进项目前期工作和建



设实施,强化资金、土地、能源等要素保障,形成实施一批、前期一批、储备一批、谋划一批的梯次接续格局。

粤开证券首席经济学家兼研究院院长罗志恒表示,今年基础设施建设相关财政资金全年额度较为充足,下半年支出和发行进度有望明显提速,从而对基建投资形成更有力的支撑。

东方金诚首席宏观分析师王青也认为,在今年推动投资止跌回稳的政策取向下,后期固定资产投资增速有望逐步回正,预计下半年基建投资有加速空间,全年增速会在4.0%-4.5%左

右,较去年加快5.5-6.0个百分点。

财政金融协同发力

在加力扩大内需方面,今年积极财政政策的重头戏之一,就是创新设立了财政金融协同促内需的6项政策工具,中央财政专门安排了1000亿元资金,通过财政引导、金融投放、市场运作的传导链条,实现了“1+1>2”的政策效果。

政策出台7个月以来,实施进展符合预期,政策效能逐步显现。据统计,有约1.13亿人次居民、622万家企业获



得了政策支持，其中绝大多数是中小微企业。这一数据充分说明，财政金融协同政策已经广泛覆盖了市场主体和消费群体，在稳定经营预期、提振消费信心方面发挥了积极作用。

会议透露，财政金融协同的新政策和举措正在继续研究制定，并将于今年下半年推出。同时，将强化统筹协调，推动财政金融联动常态化和长效化。

在加强财政改革管理方面，下半年将重点抓好以下工作：落实财税体制改革新举措，推动零基预算改革，强化预算绩效管理，提升财政科学管理水平；继续抓好地方政府债务风险防范化解，严防新增隐债、虚假化债。

关于市场普遍关心的增量政策问题，会议明确：下半年根据宏观经济运行情况，将及时谋划出台务实管用的增

量政策，为实现经济质的有效提升和量的合理增长提供有力支撑。

这一表态释放了明确的政策信号。7月底，中央政治局在部署下半年经济工作时已强调，要实施好更加积极的财政政策和适度宽松的货币政策，充分发挥各项存量政策效能，及时谋划出台务实管用的增量政策，加大逆周期调节力度。

8月以来，宏观政策发力提效已有所体现，重点体现在货币政策加强逆周期调节、财政支出和政府债券资金加快使用，以及央企扩大有效投资等方面。从政策工具储备来看，3000亿元特别国债支持有关中央金融企业补充资本的措施已经明确，将引导其提升服务实体经济能力。此外，配合相关部门继续发挥新型政策性金融工具作用，支持重大项目建设，也是下半年政策“组合拳”的重要组成部分。



夯实财政稳健运行根基

在部署近期工作的同时，会议还展望了“十五五”时期的财政改革发展目标。会议表示，将锚定全面建成社会主义现代化强国目标，高质量谋划实施财政政策，高效能加强财政宏观调控，高水平推进财政管理监督。

“十五五”时期，要努力实现六个“进一步”：财政实力进一步增强，财政支出结构进一步优化，财政宏观调控效能进一步提升，财税体制改革进一步深化，财政科学管理水平进一步提高，财政重点领域风险进一步化解。

在民生保障方面，“十五五”规划纲要已作出系统部署，要求推动灵活就业人员等群体参加相关职工保险，健全社会救助体系，优化基本养老服务供给等。会议表示，相关部门正在

逐项逐条对照，研究贯彻落实举措，努力让每一项政策都能落地见效，每一笔经费都能用到实处，推动任务清单转化为人民群众看得见、摸得着的幸福实景。

总的来看，2026年下半年财政政策发力方向清晰、工具储备充足、改革步伐稳健。一方面，通过加快资金使用进度、推动2万多亿元地方政府专项债券和超长期特别国债发行使用，持续保持投资拉动力度；另一方面，通过优化财政金融协同政策等方式，更加精准地激发民间投资和居民消费潜力。同时，强化财政科学管理，深化零基预算与绩效管理改革。

随着各项存量政策的效能充分释放和增量政策的及时跟进，积极财政政策有望在下半年持续发力显效，为实现全年经济社会发展目标和“十五五”良好开局提供更加坚实的支撑。■

金融五篇大文章

动能向新、结构向优， 国民经济稳中提质

今年以来，各地区各部门扎实推动高质量发展，国民经济运行总体平稳，延续动能向新、结构向优发展态势。生产供给平稳增长，就业物价总体稳定，外贸韧性持续彰显，新动能不断成长壮大。国家统计局最新数据显示，规模以上工业增加值同比增长5.3%，服务业生产指数同比增长4.7%，国民经济保持向新向优向好发展态势。

- 今年以来，全国规模以上工业增加值同比增长

5.3%

- 分三大门类看
采矿业增加值同比增长

2.5%

- 制造业增长

5.6%

- 电力、热力、燃气及水生产和供应业增长

5.4%



分析 根据国家统计局发布的数据，今年以来，全国规模以上工业增加值同比增长5.3%，工业经济运行呈现总体平稳、结构优化、动能向新的态势。

从三大门类看，产业结构分化明显。制造业增加值同比增长5.6%，高于整体工业增速，是拉动增长的重要引擎；电力、热力、燃气及水生产和供应业增长5.4%，反映出工业生产活跃度提升带来的能源需求支撑；而采矿业增速为2.5%，印证了我国经济增长正逐

步降低对资源型产业的依赖，向高附加值制造业转型。

更值得关注的是内部结构的优化。装备制造业和高技术制造业增加值增速分别高达9.7%和13.8%，显著快于规模以上工业平均水平。

总体来看，最新的工业数据释放了积极信号：工业大盘在5.3%的增速下保持了稳定，同时产业结构正在从传统制造向高技术制造加速跃迁，新旧动能转换的成效进一步显现。



分析 今年以来, 我国CPI同比上涨0.9%。其中, 食品烟酒及在外餐饮价格同比下降0.2%, 衣着价格上涨1.6%。从结构看, 食品端价格走弱主要受上年同期基数偏高及部分农产品供应充足影响, 而衣着等工业消费品价格稳中有升, 反映内需修复对核心CPI的支撑正在显现。综合来看, 尽管国际原油价格震荡等国际输入性因素对于国内部分领域价格造成了扰动, 但是消费价格温和上涨的态势没有改变。物价能

否合理回升, 主要看国内的需求状况和供求关系。

近期中央政治局会议强调, 优化实施财政金融协同促内需政策, 适应不同群体消费需求扩大优质供给, 挖掘服务消费潜力, 各地区各部门正在抓紧落实。下阶段, 各项扩内需、促消费的政策陆续落实落地, 服务消费潜力不断释放, 新产品快速迭代激发新型消费需求, 将继续对CPI合理回升形成支撑。

今年以来,全国服务业生产指数同比增长 **4.7%** 

分行业看

生产指数同比分别增长

信息传输、软件和信息技术服务业	10.6%↑
租赁和商务服务业	9.5%↑
金融业	6.3%↑
交通运输、仓储和邮政业	5.1%↑



分析 从服务业运行情况看,今年以来,全国服务业生产指数同比增长4.7%,内部结构呈现出鲜明的“知识密集型引领”特征。四大重点行业中,信息传输、软件和信息技术服务业以10.6%的增速领跑,租赁和商务服务业增长9.5%紧随其后,金融业增长6.3%,交通运输、仓储和邮政业增长5.1%,均高于服务业整体水平。

其中,信息技术服务业的高速增长,与工业领域的数字化转型同频共振,两者形成了“制造+服务”的良性互动闭环。租赁和商务服务业的活跃,则表明企业端的专业化分工需求在扩大,更多制造业和服务业企业选择将法律、咨询、人力资源等非核心业务外包,推

动生产性服务业向价值链高端延伸。

此外,金融业6.3%的增速高于服务业整体,表明资金流动性的进一步改善正在为工业投资和消费复苏提供更宽松的环境。而交通运输、仓储和邮政业5.1%的增速,既受益于电商物流的持续活跃,也与工业品产销衔接顺畅、进出口贸易回暖密切相关。

总体来看,服务业生产指数4.7%的增速延续了平稳恢复态势,其中高附加值的生产性服务业正成为拉动增长的主动力。在此带动下,现代服务业与先进制造业的深度融合正在重塑产业生态,为经济高质量发展提供了更具韧性的“双引擎”支撑。



分析 从消费来看, 随着居民消费需求从“有没有”向“好不好”转变, 服务消费和品质消费占比提升。今年以来, 服务零售额同比增长5%, 明显快于商品零售额增速, 意味着在整个市场销售当中, 服务零售的占比在提高。

这一差距的拉大, 反映出居民消费结构正在发生趋势性转变——越来越多家庭将预算从“买实物”转向“买体验”, 餐饮出游、文化娱乐、体育健身、家政护理等服务消费场景持续扩容。服务零售的较快增长, 不仅直接拉动消费总量, 还通过带动住宿、交通、文旅等上下游相关行业, 形成更广泛

的就业和收入效应, 为内需增长注入更多元的动力。

商品消费中, 升级类商品消费占比提高。今年以来, 通讯器材类、文化办公用品类和化妆品类等升级类商品零售额占限额以上单位商品零售额的比重同比提高2.6个百分点。在商品零售整体增长1.1%的背景下, 升级类商品占比逆势提升, 说明消费者减少对一般日用品的重复购买, 将更多支出集中到能提升生活品质、满足情绪价值或提高工作效率的品类上。升级类商品占比的持续提高, 既是消费信心逐步修复的信号, 也为相关制造企业指明了产品创新的方向。

● 今年以来，货物进出口总额 **301264** 亿元，同比增长 **17.3%** ↑

● 其中，出口 **174400** 亿元；进口 **126864** 亿元

分类别看	增长
出口	14.0% ↑
进口	22.0% ↑

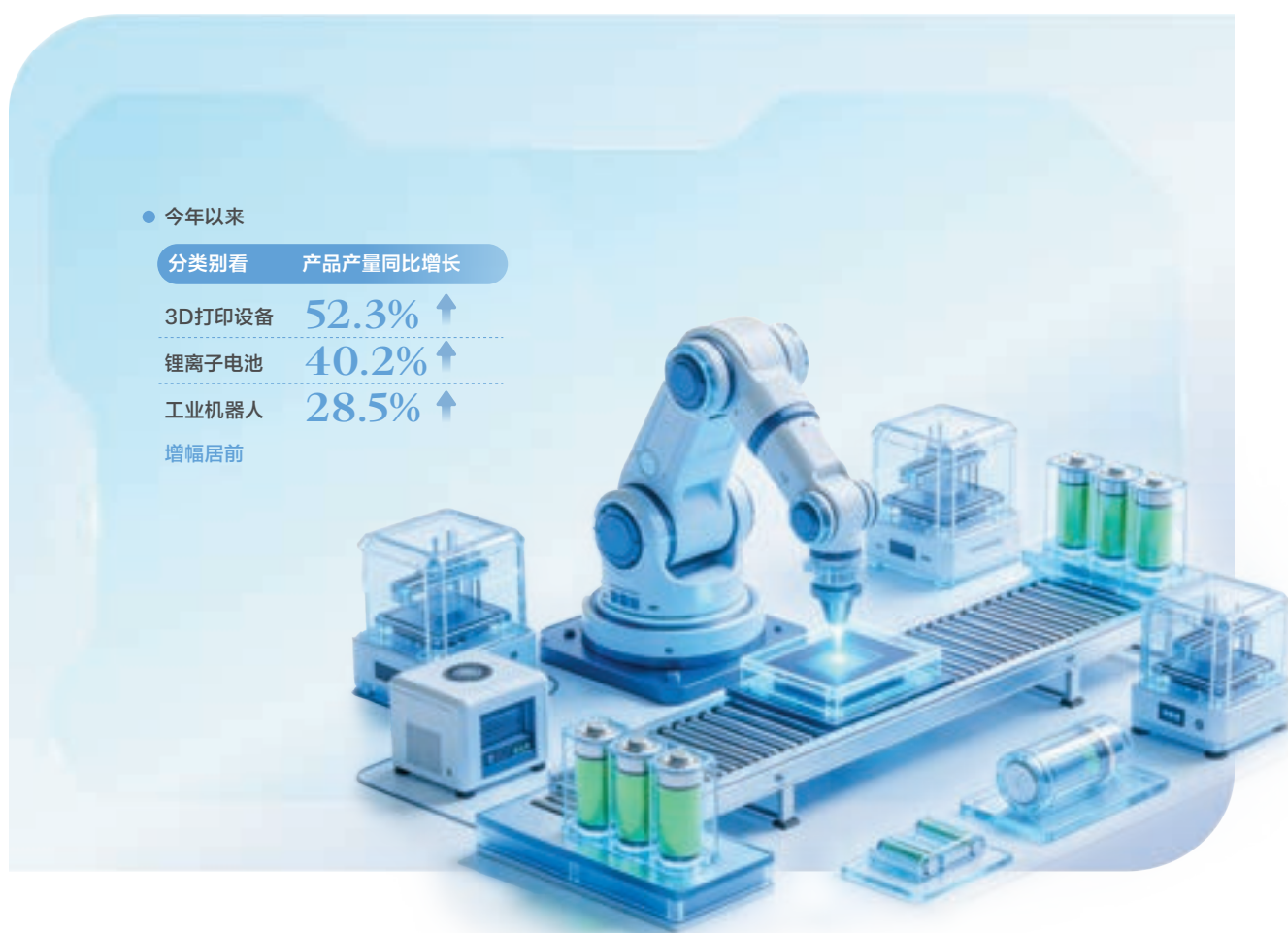


分析 从外贸运行态势看，今年以来，货物进出口总额同比增长17.3%，达到近30.13万亿元，增速保持在较高水平，充分展现了我国外贸的强劲韧性。出口方面，14.0%的增速延续了良好势头，反映出我国制造业完备的产业链供应链体系在国际市场上具有显著竞争优势，新能源汽车、锂电池、光伏产品等“新三样”产品持续拓宽出海空间，机电产品出口占比稳步提升，出口结构持续向高技术、高附加值方向优化。

进口方面，22.0%的增速明显快于出

口，一方面表明国内工业生产需求和消费升级需求较为旺盛，能源资源、先进技术等进口稳步扩大，为工业生产提供了有效保障；另一方面也反映出我国坚持扩大对外开放、主动扩大进口的政策效应持续显现。

值得注意的是，在全球贸易保护主义抬头、外部环境复杂多变的背景下，我国外贸仍能保持两位数增长，实属不易。随着稳外贸政策持续发力，全年外贸有望在较高基数上继续保持平稳运行，为畅通国内国际双循环提供有力支撑。



分析 从新兴产品产量数据看，新动能驱动的特征尤为突出。今年以来，3D打印设备、锂离子电池、工业机器人产品产量同比分别增长52.3%、40.2%、28.5%，增幅居前。

三者均保持两位数以上的高速增长，显著高于规模以上工业整体增速。这并非偶然现象，而是产业升级从“概念”走向“量产”的直观反映。

这些产品横跨增材制造、新能源储能和智能制造三大关键领域，恰好对应着高端化、绿色化、智能化的转型方向。3D打印设备的快速放量，意味着个性化定制和复杂构

件一体化成型技术在航空航天、医疗器械等高端领域的应用正在加速渗透；锂离子电池的持续高增长，既受益于新能源汽车的稳健产销，也反映了储能市场在“双碳”目标下迸发出的强劲需求；工业机器人的产量攀升，则指向制造业自动化改造和“机器换人”的刚性需求仍在扩大。

综合来看，这些“明星产品”的高速增长释放了明确信号：中国工业增长的动力结构正在发生实质性变化，新兴产品的规模化放量，为工业经济注入了更具可持续性的增长活力。■

地方财政半年报： 粤苏浙稳居前三，28省份收入正增长

文 | 陈希

近日，全国31个省（区、市）公布了上半年当地一般公共预算收支情况。总体来看，上半年，我国各地财政运行总体平稳，整体呈现出东部大省稳底盘、西部省份高增长、收支节奏平稳有序的鲜明特征。

财政部数据显示，上半年地方本级一般公共预算收入合计6.88万亿元，

同比增长2.7%，较一季度提升0.6个百分点。分地区看，东部、中部、西部、东北地区收入均保持增长；31个省份中，28个省份收入实现正增长，比一季度增加3个。与此同时，上半年全国地方公共财政支出超12.2万亿元，同比小幅增长，19个省份实现支出正增长，民生等重点领域支出保持韧性。

广东收入规模超 7400 亿元， 东部大省筑牢财力底盘

从收入规模来看，上半年，东部经济大省依旧筑牢全国财力基本盘，广东、江苏、浙江三省一般公共预算收入规模稳居全国前三。

据统计，今年上半年东部6省份（广东、江苏、浙江、上海、山东、北京）地方一般公共预算收入规模总计约3.2万亿元，占全国地方一般公共预算本级收入比重约47%，占据了全国地方财力的半壁江山。而且，东部6省份也是地方对中央财政净上缴大省，

对保障国家财力发挥着重要作用。相比之下，西部省份虽然收入规模基数较小，但增速表现亮眼，东稳西快的格局特征突出。

其中，作为经济大省，广东一般公共预算收入规模已连续35年稳居全国首位。2026年上半年，广东一般公共预算收入达7421.17亿元，规模继续位居全国第一，同比增长2.8%，略高于全国地方一般公共预算本级收入平均水平（2.7%）。值得一提的是，2025年广东贡献中央收入超万亿元，位居全国第一，不仅实现自身财政稳健增长，更为全国财政统筹调配提供了坚



实支撑，充分彰显了经济大省的责任与担当。

广东财政收入的稳健增长，离不开经济基本盘的坚实支撑。上半年GDP突破7.23万亿元，同比增长4.5%，创近三年同期新高。外贸动能强势释放，进出口总额首次突破5万亿元，同比增幅达20.8%，为财政增收提供了坚实支撑。

江浙收入稳居前列， 财政收入质量分化

江苏、浙江紧随其后，上半年一般公共预算收入均超5000亿元。其中，江苏一般公共预算收入为5941亿元，同比增长1.8%。具体收入类别来看，税收收入为4545亿元，增长3.4%，税收收入占一般公共预算收入的比例为76.5%。从主要税种看，增值税收入增长5.8%，企业所得税收入增长2.5%，反映经营主体活力持续增强；个人所得税收入增长17.4%，反映居民收入、劳动就业保持良好态势。江苏今年上半年财政收入实际增速与全年预期增速（2%）相近，半年收入规模逼近6000亿元关口。

浙江一般公共预算收入5551.24亿元，同比增长0.5%。其中，税收收入4452.33亿元，同比增长3.5%，非税收入1098.91亿元，下降9.9%，税收收入占一般公共预算收入的比重为80.2%。浙江上半年一般公共预算收入增速低于全年预期（2%），主要受



非税收入下滑拖累。不过，税收收入增速好于全年预期（2.1%），税收占比超八成，财政收入质量较高，在全国各省份中位居前列。

分析发现，全国多数省份财政收入入库节奏稳健，31个省（区、市）中，27个省（区、市）均已完成年度预算收入的一半以上。其中，浙江、福建及西藏已完成年度预算收入的六成以上。



西部省份增速领跑，多地稳步修复

增速方面，31个省（区、市）中，28个省（区、市）一般公共预算收入同比增长。其中，西藏以36.9%的增速领跑，新疆以10%的增速紧随其后，甘肃以8.2%的增速位居全国第三。此外，上海、北京、陕西、重庆及青海等地增速也超5%。

西部省份包揽增速前三，成为上

半年地方财政增长的一大亮点。业内分析认为，西藏近年财政收入增速稳居全国第一，今年上半年增速更是高达36.9%，这主要是中央政策的有力支持，包括雅下水电站的建设以及促进农牧业、医药、清洁能源等特色产业发展政策红利集中释放，以及西藏积极盘活各类资产资源，带动了收入增长。

新疆财政收入增长10%，主要源



于重点行业企业效益改善带动主体税收增长，同时积极盘活各类国有资产资源，非税收入增长也较快。甘肃以8.2%的增速位居全国第三，西部省份的增长动能正在加速释放。

从全国来看，今年上半年全国地方一般公共预算本级收入同比增长2.7%，略好于去年同期，也与今年全年预期增速（2.4%）相符。在全国31个省份中，除了江西、辽宁、广西上半年地方一般公共预算收入有所下滑外，其余地方一般公共预算收入均实现增长，地方财政整体呈稳步修复态势。

支出保持合理强度， 靠前发力保障重点

2026年上半年，各地坚持积极财政政策导向，财政支出精准发力、靠前发力，重点保障民生发展、产业升级、基层运转等核心领域。

从全国大盘来看，上半年地方一般公共预算支出12.21万亿元，同比小幅增长，各地财政支出保持合理强度，既体现了积极财政政策的加力要求，又兼顾了财政可持续性。从支出节奏看，各地普遍遵循“靠前发力”原则，14个省份已完成年度预算支出的一半或以上。

支出规模方面，广东、四川、江苏等地一般公共预算支出规模位居全国前列。上半年，广东一般公共预算支出为9170.76亿元，完成年度预算支出的50%，同比增长1%，增速与全年预期保持一致，支出节奏平稳可控、精准贴合年初规划，财政预算执行的科学性、稳定性凸显。广东民生支出占地方一般公共预算支出比重约四分之三，财政资源进一步向教育、社保、医疗卫生等民生领域集中，体现了公共财政“取之于民、用之于民”的宗旨。

四川、江苏上半年支出规模均突



破7000亿元。其中，四川一般公共预算支出为7432.5亿元，同比增长2.4%。江苏一般公共预算支出为7248亿元，同比增长0.1%。从增速方面来看，上半年，31个省（区、市）中，19个省（区、市）同比增长。其中，上海以10.7%的增速领跑。

支出结构持续优化， 民生支出保持韧性

从各省份披露的数据来看，各地整体支出结构持续优化。教育、社会保障和就业、卫生健康等民生领域支出整体呈增长态势，财政资金向重点领域倾斜的趋势明显。

以江苏、山东、浙江等地为例，上半年，江苏社会保障和就业支出增长7.6%、卫生健康支出增长5.1%；山东社会保障和就业支出增长3.8%、卫生健康支出增长14.6%；浙江社会保障和就业

支出增长7.0%、教育支出增长3.7%，增速均显著高于各自的整体支出增速。

此外，地方财力保障持续增强。今年，中央财政安排对地方转移支付10.42万亿元，资金规模连续四年保持在10万亿元以上；下达均衡性转移支付2.83万亿元，比上年增长3.7%。同时，财政部还压减部分专项转移支付用于增加财力性转移支付，选择部分省份探索开展整合统筹使用转移支付资金试点，增强地方自主财力和统筹能力；在育儿补贴、学前一年免保育教育费等方面，阶段性提高中央负担比例，缓解地方财政支出压力，支持地方财政平稳运行。

综合来看，上半年全国财政运行呈现“量稳、质优、效升”的良好发展态势。随着各项扩内需、促消费政策陆续落地见效，经济持续回升向好的基础将进一步巩固，为下半年财政收入的稳定增长和支出强度的合理保持筑牢财力根基。建

18条举措激活县域消费： 补供给短板，稳增收预期

文 | 王玉凤

8月18日，有关部门印发《关于进一步激发下沉市场活力 活跃县域消费的意见》（下称“《意见》”），以四个方面18条举措，用政策之力撬动县域

消费潜力。

此次《意见》聚焦丰富县域消费供给，提出要扩大优质优价商品供应，促进同品同款商品城乡“同

斯丽娟

博士生导师 兰州大学县域经济发展研究院院长。

质同享”。如何来切实有效实现？兰州大学县域经济发展研究院院长斯丽娟表示，此次政策从渠道升级、载体建设、品牌引进等多维度发力，补齐县域消费供给短板，推动县域商业从“有没有”向“好不好”转变；同时通过拓展经营性岗位、加大以工代赈实施力度等方式拓宽增收路径，增强县域居民的消费底

气与信心。

县域商业如何破题： 从集贸市场到区域首店

我国县域约占全国九成国土面积、五成常住人口、四成经济总量，这片广袤市场，消费潜力还有多少可挖？

《意见》中提出了四个方面18条



举措,包括支持县域消费渠道升级、推动县域商业业态创新和品牌打造、优化县域商品和服务供给、进一步提升县域流通现代化水平等,以政策之力撬动县域消费潜力。

《意见》提出,支持传统百货、老旧购物中心等升级改造,推动品牌连锁店、折扣零售店、生鲜电商门店等优化布局。深化“千集万店”改造提升,支持乡镇商贸中心、集(农)贸市场、乡镇特色大集等建设升级,标准化、规范化建设改造新型便利店、村级寄递物流综合服务站。同时,推动一批核心商圈、特色商业街区等高能级消费载体建设,合理布局一批大型商业综合体,引进国内外品牌开设区域首店。

过去县域商业多是老百货和集贸市场,此次《意见》将乡镇集贸和区域首店并列提出,背后有何深意?

斯丽娟分析,现在我国西部地区的县域,整体人均收入仍然偏低。从需求角度看,县域大量就业集中在农业、零工经济和一些低附加值的服务行业。县域居民的收入稳定性和城市居民相比相对较差,社会保障水平整体也有较大提升空间,居民的消费潜力和消费意愿有待进一步释放和提升。过去以集贸市场为代表的传统商业模式,已经难以充分匹配县域居民日益增长的消费需求。

从供给角度看,当前县域消费普遍存在品质低端化、同质化等突出问题,尤其西部县域,品质化、品牌化、



体验化的消费供给整体不足。东西部差异同样鲜明——东部县域经济发展程度普遍较高,部分已经达到甚至超过中小城市的规模体量;而西部很多县域还保留传统县城的特征,商业设施相对老化。

同时,伴随电商发展,乡村末端物流成本偏高,消费场景也过于单一,普遍出现“有需求没有供给”或“有供给却没有品质”的问题。在此背景下,此次《意见》从渠道升级、载体建设、品牌引进等多维度发力,正是要补齐县域消费供给的短板,推动县域商业从“有没有”向“好不好”转变。

品牌“落得下”之后, 怎样“留得住”

针对上述《意见》,商务部在国新



办发布会上强调,要让品牌在县城落得下、留得住。那么,如何确保品牌落地县域后真正实现可持续经营?

斯丽娟认为,可以借鉴城市品牌连锁店的运营方式,比如年轻人喜爱的各类IP、茶饮、咖啡这类规模化经营模式,发挥规模优势。在县域首店品牌前期运作上,相关部门可以提供一定的引导和前期支持。单个县域体量有限,品牌很难靠单店生存,需要联动式推广,才更容易被当地消费者认知、接受。

她进一步表示,还要关注年轻人的消费心态,互联网传播速度快、影响力大,消费体验的传播同样迅速。只做单店,很难生存,必须有规模化带来的品牌效应集中释放。

品牌能否留得住,除了自身经营策略,还与当地营商环境密切相关。上述

政策解读发布会也提到,要优化县域营商环境。那么,县域营商环境和城市营商环境有何区别,该如何优化?

“谈营商环境,核心要关注经济学里的交易成本。企业最看重交易成本,包括时间、精力投入,从投资筹备到落地运营全过程,既有看得见的物质成本,也有人力这类无形成本,这些都需要大幅缩减。城市整体制度相对健全,企业综合交易成本更低;而县域层面相关制度还需要进一步优化完善。”斯丽娟说。

除营商环境之外,品牌进入县域后还面临一个更具体的考题:如何真正打动当地消费者。现在国货潮牌受到各地年轻人的喜爱,品牌要怎么做定价、选品,适配当地市场,让商品在县城市场真正吃得开?

斯丽娟认为,看待国潮品牌在县



域发展，不能只盯着本地居民消费，要结合农商文旅融合发展。现在不少带有文化IP的商业产品销路很好。定价上要兼顾高中低不同层级，重点面向大众消费群体，让老百姓消费得起，同时要重视品质提升。国货潮牌能够兴起，关键不只是价格，更是质量。特别是将现代审美元素充分融合进去，才能让消费者愿意并持续接受。

品牌愿意下沉、能够留住的另一个前提，是县域市场本身要有规范有序的消费环境。长期以来，乡村地区出现的假冒伪劣商品屡禁不绝。上述《意见》提出，鼓励企业积极引入优质商品进入县域市场，在有条件的县域同步上市新品，促进同品同款商品城乡“同质同享”。

斯丽娟认为，推行“同质同享”不

仅十分必要，更是进一步释放消费愿望和消费潜力的重要抓手。“过去我们下乡调研能够发现，县城、乡村市场假冒伪劣商品防不胜防，长期形成固有印象：在县城、乡村很难买到和城市一样的正规优质商品。在市场监管等工作推进下，提出‘同质同享’：一方面有效保障本地居民消费权益；另一方面随着文旅发展，大量城市居民到县域旅游消费，客户群体不再只有本地农村居民，大家对县域市场商品品质的要求也随之提高。”

因地制宜激活县域消费， 线上线下融合释放内需潜力

活跃县域消费的同时，如何精准施策？商务部表示，坚决不搞脱离实

际的“一刀切”。

我国市辖区以外的县级行政区有1869个,不同县域地区发展水平、人口规模、资源禀赋差异很大。东部部分发达地区县域已达到甚至超过中小城市发展规模,而西部不少欠发达地区县域还在持续巩固拓展脱贫攻坚成果,目前正处在进一步提升人均收入、完善公共服务的发展阶段。

在斯丽娟看来,激活县域消费,要尊重客观发展规律。“一刀切”不仅难以奏效,更会损害市场活力;释放消费活力,必须因地制宜。就像现在提倡因地制宜发展新质生产力,县域商业消费发展同样要坚持因地制宜。

具体而言,不同区域应各有侧重。东部地区经济基础好、发展阶段靠前,可以依托技术进步,发展数字化,打造数字化消费体验场景,探索智慧县城、智慧文旅,形成多元化业态示范样本。中西部尤其是西部地区,要立足自身比较优势,依托历史文化、红色资源、自然景观,以及优质特色农产品,结合自身发展阶段找准路径。

除区域差异化施策之外,县域商业还面临一个共同的课题:线上线下如何共生发展。现在不少年轻人返乡务农,靠直播带货谋生,政策又鼓励发展首店实体经济。《意见》提出,引进国内外品牌开设区域首店。那么,二者在县域如何共生发展?

斯丽娟认为,二者并不矛盾,要分类施策、差异化发展。云南、甘肃部分山区交通条件有限,电商可以打破区

位壁垒,对接外部市场,这是电商最大优势。实体店也要结合当地实际情况发展。同一个经营主体,完全可以线上线下融合发展,消费者离不开线下实际体验。电商发展起来之后,可以配套线下门店,只是门店规模要适配当地情况。线下门店承担更多展示、体验功能,不一定以单纯卖货为唯一目的。此次政策引导平台企业对县域新入驻商户、小微商户合理降低佣金,也是支持数商兴农。西部山区很多特色农产品品质好、品类丰富,但难以形成大规模量产,电商刚好可以把这些“养在深山”的好物推广出去。

无论是区域差异化施策,还是线上线下融合发展,最终都要落到居民的消费能力上。县域消费激活离不开政策支持,上述《意见》在这方面有哪些举措值得关注?

斯丽娟分析,消费的基础是收入,如果居民收入稳定性差,就会直接抑制消费需求。上述《意见》从多方面拓宽增收路径:一方面拓展经营性岗位,扩大就业容量;另一方面加大以工代赈实施力度,直接增加群众现金收入。通过多元化方式提升居民收入水平,从根本上增强县域居民的消费底气与信心。

消费,一头连着民生冷暖,一头连着发展动能。激活县域消费,不仅是畅通国内经济大循环的关键落子,更是在共同富裕的进程中,让每一位县域居民都能共享现代化发展成果的应有之义。建

从“买遍全球”到“卖向全球”： “中国机遇2.0”如何双向奔赴

文 | 许冲



一单泰国榴莲，三日内从原产地直达消费者手中；一次海外“黑五”购物节，中国数据线卖出100万美元。这些早已不是新闻，是许多人正在经历的日常。海关总署近期公布的数据显示，今年上半年，跨境电商出口海外仓规模同

比增长3.3倍，全国有1.4亿人借助跨境电商选购全球商品；同期，我国进口总额达10.74万亿元，同比增长22.1%。地理距离被购物车无限拉近。全球商品加速进入中国市场，中国制造加速走向全球消费者——这场双向奔赴，正



构成“中国机遇2.0”的完整图景。

买遍全球： 超大规模市场释放“磁吸效应”

中国消费力量的全球化，首先体现在“买进来”这一端。据海关统计，今年上半年，我国进口额达10.74万亿元，同比增长22.1%，增速较出口高出8.7个百分点，对外贸增长的贡献也超过出口。

进口增速的加快，与全球贸易环境形成对照。联合国贸发会议发布的《2026年贸易与发展前瞻》预计，2026年全球经济增速将由2025年的2.9%放缓至2.6%，全球货物贸易实际增速也将从4.7%降至1.5%至2.5%。在全球经济与贸易增长承压的背景下，中国进口仍保持较快增长，显示出国内需求及外贸韧性的持续释放。

“今年以来，我国坚持稳中求进工作总基调，加快构建新发展格局，国民经济运行坚韧向前、蓬勃向好，外贸增势强劲、走势稳健。上半年，我国进口增速高于出口8.7个百分点，推动进出口平衡发展。其中，能源、金属矿砂等大宗商品进口14.29亿吨，增加3.4%；机电产品进口4.41万亿元，增长28%；农产品进口7684.8亿元，增长8.6%。”海关总署副署长王军介绍，上半年，我国自150余个国家和地区的进口实现增长。

进口的较快增长，折射出我国超大规模市场的消费潜力持续释放，也反映出国内市场开放程度不断提高。随着

中国市场的吸引力进一步增强，越来越多全球品牌正加快布局中国市场。以天猫国际为例，目前平台已引入来自全球110多个国家和地区的4万多个海外品牌。2025年全年，共有2415个海外新品牌在天猫国际开出首店；今年上半年，这一趋势延续，已有超过850个海外新品牌入驻开业。京东全球购同样保持着较强的海外品牌吸引力，平台已覆盖全球100多个国家和地区，吸引超过2万家海外品牌入驻，可售跨境商品SKU（库存量单位）已达千万级。

中国宏观经济研究院对外经济研究所副研究员张一婷认为，不少海外品牌以代理或海外直营模式进入中国市场，反映出其对中国市场长期价值的确认，愿意通过调整组织架构换取市场主导权和长期增长空间。

张一婷指出，“中国本土化运营”已经从海外品牌进入中国的“可选项”变为“必选项”。中国消费者需求迭代速度快、细分程度高，“全球模板”的标准化产品难以适应中国超大规模市场的需要。

卖向全球： 从“订单代工”到“直面全球消费者”

“中国机遇2.0”的另一半，是“卖出去”。天眼查数据显示，截至2026年7月，全国处于在业、存续状态的跨境电商相关企业已超过5.1万家。其中，2026年以来新增注册企业约1.6万家。从企业注册趋势来看，近五年来，跨境



2026年5月15日，江苏连云港新苏港码头，大型机械正在堆存刚从货轮卸下的进口铁矿砂。

电商相关企业数量整体呈上升态势，行业热度持续走高。尤其是2025年企业注册数量迎来阶段性高峰，市场主体加速涌入，行业扩张动能强劲。

过去，中国制造企业主要通过采购商、品牌商和经销商进入全球市场——企业负责生产，海外客户负责定价。这套分工帮助中国制造快速嵌入全球供应链，却也让企业与最终消费者始终隔着一层，既难以触达终端需求，也难以沉淀品牌价值。消费者为什么买单、产品该如何定价、品牌怎样与用户沟通，这些关键的市场信息，企业往往难以掌握。

跨境电商的崛起正在改变这一格局，以短视频和直播为代表的“兴趣电商”，则把产品直接带到消费者面前——从“满足需求”走向“激发需求”。对于AI眼镜、消费级3D打印机等新兴硬件来说，短视频和直播这种方式尤其重要。创想三维TikTok Shop业务负责人史可介绍，3D打印机涉及硬件、切片软件、耗材和操作方法，几张图片讲不清楚。他们更愿意通过短视频、直播，让创作者边展示边讲解。一位海外创作者的直播卖出超4万美元销售额，一条“扫描并打印自己”的视频获得1500万次播放。

这种模式对于相对陌生、需要通过体验建立认知的新产品同样适用。以倍魔科技的数据线为例，其产品售价16美元，在同类产品中并不算低，但360°旋转的金属支架以及“边充电边使用”的设计，让产品在短视频展示中具备了较强的视觉吸引力。围绕不同兴趣圈层，团队与多类型海外达人合作进行内容种草。在2025年“黑色星期五”期间，倍魔科技共有6万条数据线销往全球，成交总额超过100万美元。在此背景下，短视频和直播不再只是销售渠道，也成为中国品牌连接海外消费者、建立产品认知的重要入口。当中国制造从“订单代工”走向“直面消费者”，不仅让全球消费者以更优价格享受中国供应链的红利，也为中国品牌出海打开了新的增长空间。

华南理工大学数字商务与智能物流研究院院长、教授、博士生导师左文明认为，内容创作者既理解海外用户的需求，也懂产品的特点，能帮企业跨越产品和消费之间的障碍。消费者的评论也可能推动产品改进。

双向奔赴， 重构全球贸易新格局

当越来越多国货被海外消费者“看见”，真正的命题才浮出水面：如何从“被看见”走向“被记住”，真正以自主品牌走向全球市场。

品牌的另一面，是能否持续响应消费者的需求。AI眼镜品牌Lusby出海

后，因需要同时触摸两侧镜腿才能开关机，与海外消费者习惯的单手操作不符而遭遇退货，反馈传回国内后，团队把双侧触控改成单侧，又升级为戴上自动开机，最终解决这一痛点。

内容不仅帮助产品走向海外，也让海外消费者的反馈更快传回国内。过去，国内企业往往只能从销量变化判断市场冷暖，却难以进一步了解消费者为何购买、为何放弃。如今，短视频评论、直播问答、用户评价以及售后数据等多元反馈，为企业提供了观察海外市场的新窗口，也让企业能够更及时地捕捉消费者偏好，并据此调整产品和营销策略。

中山大学区域开放与合作研究院院长毛艳华认为，从评论区到生产线，企业与海外用户的距离正在缩短。消费者的意见通过平台传回企业，企业迅速作出响应；新产品进入市场，又带回新一轮反馈。过去用来承接订单的快速响应能力，如今也开始用于验证需求、改进产品。

从订单到品牌，是一场长期主义的长跑。从1.4亿人“买遍全球”，到万千企业“卖向全球”，再到越来越多中国品牌凭实力“站稳全球”，跨境电商把世界两端同时拉近。但渠道优势只是阶段性机遇，长远竞争落脚于品牌建设。当全球商品加速进入中国、中国制造加速走向世界，一个更开放、更均衡、更有韧性的双向市场正在成型——这或许正是“中国机遇2.0”的题中之义。

速



财富 动向

DYNAMICS

产业变革浪潮之下，多重规则博弈正在重塑财富版图。自动驾驶加速驶入立法落地周期，技术商业化的边界、安全责任划分、路权管理等议题从实验室走向法律文本；宠物保险迎来市场扩容热潮，需求爆发背后却暗藏理赔争议、风险定价难、保障范围模糊等现实困境；与此同时，光伏装机持续放量，持续助推能源绿色转型，新旧能源利益格局悄然调整。

技术、民生、能源三大领域同步站在规则完善的重要节点，机遇与风险交织。无论是科创企业、保险机构还是能源参与者，都需要在政策迭代中寻找确定性。当产业红利褪去粗放增长底色，读懂规则变迁，方能把握这一轮全新的财富动向。

光伏装机首超煤电， 中国引领能源绿色转型

文 | 陈希

中国能源格局正迎来历史性拐点。国家能源局最新数据显示，全国光伏发电装机已达到12.86亿千瓦，首次超越煤电（12.85亿千瓦），成为我国装机规模最大的电源品类。光伏装机规模超越煤电，标志着我国能源转型再迈关键一步，为建设以新能源为主体的新型电力系统筑牢坚实基础，也为世界各国能源转型提供可参照的中国样本。

从“跟跑”到“领跑”

12.86亿千瓦，相当于57座三峡水电站的装机规模。这一数字不仅远超美国、印度、德国等国家的光伏装机总量，甚至高于欧盟各国的光伏装机总和，使中国成为全球光伏应用规模最大的国家。

时针回拨，“十四五”期间是我国光伏作为电源的跨越式发展期——截

至2020年底,我国光伏装机仅约2.5亿千瓦;到2025年底,这一数字已超过12亿千瓦,实现翻倍式增长,成为拉动电源建设的主动动力。

这一历史性成就的背后,是我国光伏全产业链的竞争优势。目前,我国已形成全球最完整、竞争力最强的光伏产业链,全球每10块光伏组件中就有8块“中国制造”。国内大规模装机应用进一步释放规模效应,驱动光伏技术迭代升级,晶硅电池转换效率全球领先,钙钛矿电池等下一代技术研发加速推进。庞大的国内市场底座稳固了我国光伏产业链供应链的韧性,巩固了我国在全球光伏制造、技术标准、工程建设领域的领先地位。

从能源电力格局层面看,太阳能发电跃升为第一大电源,标志着我国电力供给格局实现历史性重塑。长期以来煤电作为第一大电源的格局被打破,新能源从补充能源加快向装机主力转变,以新能源为主体的新型电力系统加速构建。这一成就为“双碳”目标的实现筑牢了电力根基。随着光伏发电规模的持续壮大,电力行业碳排放强度不断下降,绿电供给能力稳步提升,为工业、交通等重点领域的电气化升级提供了更加清洁、可靠的电力支撑。

从“跟跑”到“并跑”再到“领跑”,中国光伏用短短十余年时间走完了发达国家数十年的发展历程。这一跨越式进步,既得益于国家战略的前





瞻性布局，也离不开全产业链的协同创新与规模效应的持续释放。

从“单主力”到“多协同”

光伏装机超过煤电的历史意义，不在于宣告煤电时代结束，而在于中国电力系统开始从单一主力电源，转向多元电源协同支撑。市场分析称，成熟的新型电力系统，并非不同电源间的简单替代，而是依据各自的技术禀赋进行

科学分工，实现优势互补与协同运行。

从数据上看，今年1-7月，光伏发电量在全社会用电量中的占比为13%——全国每用8度电就有超过1度来自光伏。而今年上半年全国煤电发电量为2.5万亿千瓦时，占总发电量的比重仍有49.7%。这组数据表明，我国电力体系正从“煤电包揽装机与电量”的传统格局，加速转向“新能源贡献容量增量、煤电兜底电量供应与系统调节”的分工协同新架构。



升级的生动写照。

从“看天吃饭”到“可调可控”

如何把巨大的光伏装机规模优势转化为稳定可靠的供电能力，是新型电力系统建设的重要课题。让海量光伏电源“发得出、送得稳、用得好”，有赖于改革的深化。

价格机制改革正在深刻重塑行业逻辑。2025年，新能源市场化改革136号文正式落地，配套的新能源可持续发展价格结算机制同步建立，新能源由此迈入市场驱动的新发展阶段。2026年1月，除京津冀外，各省份新能源全面参与电力现货市场，并同步启动机制量价结算工作。从今年上半年执行情况看，机制电费约占对应电量综合电价的四成，价格总体平稳，有效保障了新能源向市场化的平稳过渡。与此同时，容量电价改革协同推进。在这一改革“组合拳”之下，光伏行业正告别粗放拼装机的旧模式，加速转向深耕负荷匹配、储能配套与专业电力交易的精细化运营新阶段。

市场体系改革正打通资源配置的关键堵点。“十五五”时期，省内电力现货市场将全面转入正式运行阶段。在交易模式上，分类施策的思路愈发清晰：对“沙戈荒”风光大基地，实行基地一体化打包交易；对分布式光伏，则针对其单体规模小、入市成本高的现实约束，创新性支持以聚合方式整体参与。从“各自为政”到“合力出击”，

在此背景下，煤电正加速从基础性保障性电源向支撑调节性电源转变。午间光伏发电高峰时，煤电降低发电功率，夜间新能源归零时迅速补位；用电高峰、极端天气等情形下增加发电。煤电满负荷运行的时间减少，但它在系统安全中的作用反而更加突出，就像给电网装了一个“减震器”，在新能源波动时帮助维持频率稳定。这一“功能互补、优势叠加”的格局演变，正是电力体制改革推动能源结构优化



精细化设计的市场规则正将资源禀赋转化为真正的经济价值。

从安全角度看，近年来全球地缘政治格局持续演变、国际能源市场波动加剧。在外部供应不确定性上升的背景下，我国电力供应依然保持稳定有序，这背后既有国内煤炭作为兜底保障的“压舱石”作用，也有新能源高速发展对进口油气依赖的逐步替代效应。

改革与创新双轮驱动，方能行稳致远。在制度突破的同时，科技创新正为光伏高质量发展注入强劲动力。新型储能成本的持续下降、智能调度算法的不断迭代、数字化运维技术的广泛普及，正在从技术端破解光伏高比例并网带来的波动性难题。当制度设

计与技术突破同向发力，光伏从“接得进”到“用得稳”的跨越便有了更坚实的支撑。

从“里程碑”到“新起点”

光伏装机超越煤电，是里程碑，更是起跑线。日前印发的《可再生能源发展“十五五”规划》明确了新阶段的目标与路径：到2030年，我国可再生能源年发电量达6万亿千瓦时左右，其中风电、太阳能发电年发电量达4万亿千瓦时以上。届时，我国发电量结构将呈现“半数非化石、近半可再生、三成新能源”的格局。尤为值得关注的是，《规划》首次提出可再生能源电力可靠替代



能力提升目标——到2030年，全国风电光伏平均置信出力达8%，“十五五”期间新增可再生能源可靠顶峰发电能力3亿千瓦以上。

国家能源局表示，“十五五”期间，光伏发电将锚定高质量发展方向，着力提升系统友好性和可靠替代能力，推动光伏从“看天吃饭”向“可调度、可预测”转变。具体路径上，将多措并举扩容系统灵活调节资源：加快抽水蓄能和新型储能规模化建设，深入推进新一代煤电改造升级，全方位提升系统灵活调节能力；加强主配微网协同发展的新型电网平台建设，提升跨区域、跨季节电力互济能力，强化大电网对新能源的接纳、配置和

调控能力；同时，通过技术创新与系统优化，逐步提高光伏发电的置信出力和顶峰发电能力，积极探索光储一体化、光热互补、光伏制氢等多元发展模式。

作为全球最大的发展中国家，我国在工业化进程中同步推进能源绿色低碳转型，走出一条技术创新、产业协同、市场化改革多轮驱动的转型道路。面向未来，改革仍是持续破题开路的重要动力。规模优势要转化为稳定可靠的供电保障，进而筑牢绿色低碳、韧性安全的新型能源体系根基，离不开改革的持续推进。多元电源协同共进的新格局下，中国能源转型正稳步前行，为全球贡献可借鉴的中国样本。建

自动驾驶立法落地在即 L3智驾拐点已至

文 | 方逸磊

一部施行22年的道路交通安全领域基础性法律，正式启动首次大修。8月25日，《中华人民共和国道路交通安全法（修订草案）》提交十四届全国人大常委会第二十四次会议初次审议。8月28日，修订草案在中国人大网公开征求意见。修订草案共9章170条，其中新增的“自动驾驶汽车的特别规定”专章，被视为此次修法的最大亮点。

随着L2级辅助驾驶加速普及、L3级自动驾驶开始进入特定区域道路，自动驾驶正从技术测试和政策试点逐步走向规模化应用。此次修法意味着自动驾驶将从政策文件和部门规章的“试点探索”，进一步上升至国家法律层面的制度建设。对正在加速商业化的自动驾驶产业而言，法律边界正在进一步清晰。

自动驾驶立法提速

近年来,自动驾驶技术加速发展。工信部数据显示,我国L2级组合驾驶辅助功能乘用车渗透率已达到70.5%,首批L3级有条件自动驾驶车型也已在特定区域开展上路通行。不过,在国家法律层面,此前针对自动驾驶的制度建设仍处于探索阶段,相关规范主要见于政策文件、国家标准、部门规章以及地方立法。随着自动驾驶应用场景不断拓展,现有规则在全国统一的制度规范、事故责任认定等方面仍存在进一步明确的空间,法律制度建设与

产业发展之间的衔接问题也日益受到关注。

此次修订草案新设的自动驾驶专章,首次在法律层面明确了自动驾驶汽车的法律地位、上道路行驶条件及违法责任归属等问题。草案明确界定“自动驾驶汽车”与“辅助驾驶功能”的概念:自动驾驶汽车是指在设计运行条件下,代替驾驶人持续自动地执行全部动态驾驶任务的汽车;辅助驾驶功能则是在设计运行条件下,辅助驾驶人执行部分动态驾驶任务的功能。未激活自动驾驶功能的车辆和仅具备辅助驾驶功能的车辆,仍按非自动驾驶汽车的





规定管理。

国家高端智库可持续交通创新中心研究员、中国政法大学证据科学研究院教授郑飞长期研究自动驾驶领域立法，也是本轮道交法修法中“自动驾驶”专章的核心建言者之一。在他看来，上述定义性条款是整个专章的制度基石，从国家法律层面第一次清晰回答了“什么是自动驾驶、什么是辅助驾驶”这一根本问题。

“修订草案对自动驾驶和辅助驾驶两个概念的规定非常清晰，根据条文的定义，辅助驾驶系统仅仅是协助用户承担动态驾驶任务，开车的仍然是

用户；而自动驾驶是系统替代用户承担动态驾驶任务，开车的已经是系统。这一区分为后续的违法处理、保险、事故认定等制度提供了逻辑起点，为后续以是否激活自动驾驶为标准的责任承担模式奠定了基础。”郑飞说。

2021年道交法修订草案征求意见稿中，关于自动驾驶规定仅有一条，此次修订草案公开征求意见稿将其大幅扩展为专章，共9条。对此，郑飞表示，根本原因在于自动驾驶汽车产业实践发生了深刻变化。L2级辅助驾驶几乎成为新车标配，首批L3级车型已在特定区域上路通行。同时，通过广泛的地



方试点和地方立法,我国为自动驾驶治理的全链条配套立法也已经做好了准备,具备了建设专章的理论和实践基础。

高阶自动驾驶的拐点

修订草案明确了“自动驾驶汽车”与“辅助驾驶功能”的界定,这一界定实际上将此次自动驾驶专章的适用对象锁定为L3级及以上自动驾驶。在郑飞看来,这一界定精准呼应了国家标准中L3作为“分水岭”的技术实质。L3级是有条件自动驾驶,系统可在限定设

计运行域内自主完成感知、决策、控制等全部驾驶任务,驾驶员可以“脱手脱眼”;L2级仅能执行横向和纵向运动控制,驾驶员必须全程监控。

现行道交法基于“人是驾驶主体”的传统逻辑制定,无法直接适用于自动驾驶汽车,需要对“自动驾驶”状态下的交通违法归责标准进行专门规定。郑飞表示,由于L3级以上自动驾驶车辆的实际控制权已从驾驶员向系统转移,若继续由驾驶人担责既不公平也不合理,应当设置专门的责任承担方。因而,以侵权责任类型为标准,按照“谁控制谁负责”的逻辑,将汽车驾驶

自动化分级归类为“辅助驾驶”与“自动驾驶”两类是较为妥当的方式。

对于L3级及以上高阶自动驾驶商业化落地，郑飞认为，这一界定打通了L3级及以上高阶自动驾驶商业化应用的上位法障碍，车企有了明确的法律预期，消费者也有了清晰的权利边界，有助于推动产业从“敢上路”迈向“敢负责”的新阶段。

法律与政策的多重信号共振，让2026年被多家券商视为智能驾驶产业的关键拐点。华龙证券预计，全年L2.5级及以上乘用车销量可达800.2万辆、渗透率41.1%；大和证券预计2026年将会有更多L3级车型获许可，L3级功能渗透率约达1%、对应销量约为25.7万辆。

源达信息证券研究所研报也指出，2026年，中国智能驾驶产业迎来历史性转折。L3级有条件自动驾驶从法规试点走向规模化量产，城市NOA渗透率突破关键阈值，特斯拉FSD入华进入倒计时，政策体系加速闭环——四大信号共振，标志着我国智能驾驶产业迎来关键性发展拐点，行业正式告别L2级辅助驾驶普及的初级阶段，迈入高阶自动驾驶合规化、规模化、商业化落地的全新发展周期。

责任边界进一步厘清

修订草案规定，自动驾驶功能激活状态下发生违法行为，由生产企业、进口企业接受处理；企业若认为违法与自动驾驶功能无关，应当承担举证

责任。

此项规定相较于传统的交通法律法规来说，有何突破？郑飞表示，此项规定将责任主体从“自然人驾驶人”转向“生产企业、进口企业”，从“谁开车谁负责”变为“激活状态下车企担责”。此外，这项规定也明确在司法实践中要举证责任倒置，企业若主张违法与自动驾驶功能无关，须自行举证，而非要求消费者自证。

对于“车企担责”这一制度创新，郑飞表示，这搭建了从“人开车”到“系统开车”的治理框架。实践中，车企承担举证责任需依托车辆“黑匣子”数据。公安机关交通管理部门可根据事故调查需要调取自动驾驶汽车相关数据；企业须提供系统运行日志、感知决策记录、接管提示时间等数据，证明违法行为发生时系统处于正常状态且未超出设计运行条件。

值得注意的是，修订草案明确自动驾驶功能激活状态下由相关主体承担违法责任后，车主是否仍需承担相应义务，以及“接受处理”的责任边界也成为关注焦点。从修订草案现有表述来看，“接受处理”主要涉及超速、闯红灯等道路交通安全违法行为的行政责任，而非民事赔偿和刑事责任。

郑飞表示，按目前修订草案的定义，“自动驾驶汽车是指在设计运行条件下，代替驾驶人持续自动地执行全部动态驾驶任务的汽车”，“自动驾驶功能激活状态”意味着车辆控制权从驾驶人转移到了自动驾驶车辆。但车主是



否可以完全“放手不管”，还有待法律进一步确定，包括“接管”行为的法律性质及界定标准等方面。

近年来，部分车企将L2级辅助驾驶宣传为“高阶智驾”“准L3”等现象引发关注。针对自动驾驶功能宣传中的概念混淆和过度营销，修订草案明确要求车企“不得作出不符合设计运行条件的产品说明或商业宣传”，进一步划定了自动驾驶产品宣传的合规边界，也将对行业内不当营销行为形成一定约束。郑飞表示，修订草案将“如实告知设计运行条件”确立为法律义务，把安全承诺从商业宣传变成刚性法律约束。那些将L2级辅助驾驶包装成“自动

驾驶”的营销话术，将面临更明确的法律红线。

从“什么是自动驾驶”到“谁来承担责任”，再到“车企如何宣传”，此次修订草案试图为自动驾驶从技术走向规模化应用划定更清晰的法律边界。随着L3级及以上高阶自动驾驶逐步进入商业化阶段，产业发展的关注点也将从单纯的技术能力竞争，进一步延伸至产品安全、责任承担和合规运营等层面。此次修法迈出的是自动驾驶从“技术探索”走向“依法上路”的重要一步，后续配套法规和实施细则的完善，或将进一步决定这条产业化道路能走多快、走多远。建

保费规模 5 年扩容 60 倍 宠物险狂飙背后的盈利困局

文 | 方逸磊

国内宠物保险正驶入快车道。《2026年中国宠物行业白皮书》（以下简称“白皮书”）数据显示，2025年国内宠物保险保费规模约30亿至35亿元，较2020年的0.5亿元增长数十倍。众安保险近期发布数据显示，2026年上半年其宠物险保费同比增长22.7%至

6.91亿元，服务超过161万宠物主；平安产险同期宠物险保费2.47亿元，同比增长113.2%。

但高速增长之下，行业尚未跨过盈利门槛。有业内人士指出，医院诊疗不规范和保险欺诈导致的赔付支出占比超过20%，不少保险公司宠物险业务的

综合成本率破百，可持续性不足，部分老牌险企甚至因亏损退出，宠物保险正处于规模扩张与规范转型的节点。

赛道升温 宠物险驶入增长快车道

宠物保险的升温，体现在市场规模的快速扩容。白皮书显示，2025年我国城镇宠物（犬猫）数量达1.26亿只，城镇宠物消费市场规模为3126亿元，其中宠物医疗消费占比达27.6%、约863亿元。与之对应，宠物保险保费规模从

2020年的约5000万元增长至2025年的30亿至35亿元，五年间增长约60倍。

从竞争格局看，据不完全统计，全行业89家财产险公司中，已有近60家涉及约500款宠物保险产品，形成互联网险企领跑、传统险企加速追赶的格局。其中，众安保险2025年宠物险保费近13亿元，2026年上半年宠物险保费同比增长22.7%至6.91亿元，服务超过161万宠物主；平安产险2026年上半年宠物险保费2.47亿元，同比增长113.2%。此外，人保财险、国泰产险、京东安联等机构也在持续加码布局。



险企争相入局，看重的是养宠客群的高价值属性。白皮书显示，养宠人群中近七成为年轻人，他们不仅对宠物保障有较强支付意愿，也是保险公司的优质潜在客户，其背后的交叉销售价值构成了新的想象空间。

从渗透率看，宠物保险市场仍有较大增长空间。截至2025年末，我国宠物保险行业整体渗透率仅为1%至3%。若以1.26亿只城镇宠物为锚点，将渗透率推高至20%，有望催生出一个百亿元级的庞大市场。

从单一产品形态到覆盖多场景，宠物险的产品供给正在加速丰富。目前品类已涵盖医疗险、意外险、宠物伤人险、人宠共患病险、携宠出游险等。蚂蚁保的工作人员称，其中最受关注、销量最好的还是医疗险，主要用于宠物就医的保险理赔。

在产品创新层面，宠物保险市场正从满足基础保障需求，逐步向精细化、差异化方向发展。除传统的猫犬保险外，随着鹦鹉、乌龟等异宠走进更多家庭，保险公司也开始探索针对不同宠物种类的保障方案。例如，众安保险就推出了鹦鹉专项保险。此外，宠物癌症保障、针对带病宠物的专属慢性病保险等细分产品也陆续出现，宠物保险的保障范围进一步拓展。

盈利之困 宠物险生意缘何难跑通

热闹之下，宠物险的盈利模型尚

未跑通。多位业内人士表示，由医院诊疗不规范和欺诈带来的理赔金额挤占超20%的成本，许多保险公司宠物险业务的综合成本率破百，产品可持续性不足，保险公司往往会进行战略收缩。据了解，已有传统大牌保险公司在早期涉足宠物保险后，因亏本经营选择退出。

保险欺诈是绕不开的一环。近日，上海警方破获一起利用流浪猫狗实施保险诈骗的案件：上海宝山区一家宠物医院瞄准了时下流行的宠物险，为萌宠乐园的流浪猫狗找假主人、上保险，然后虚报、夸大病情骗取赔款，涉案额超百万元。

结构性问题的根源，在于宠物医疗行业缺乏统一标准。同一病症，不同机构的检查项目、诊疗方案、收费标准悬殊，“宠物看病如同开盲盒”。行业缺少统一的诊疗和收费判定标准，既扰乱市场秩序、消耗养宠人信任，而传导到保险端，就成了推高赔付率的重要原因。

宠物保险理赔纠纷频发，行业信任成本仍待降低。当前宠物身份识别和核验机制仍有完善空间，“甲宠物投保、乙宠物就医”的风险难完全规避。同时，部分宠物诊所存在过度诊疗、虚假诊疗等现象，甚至出现骗保行为，进一步推高保险公司的理赔成本，也增加了宠物险理赔审核难度。

蚂蚁保的工作人员介绍说，当前宠物医疗机构以私营为主，发展水平参差不齐。除了一些大型的连锁机构外，





多数为单体店或“夫妻店”，在诊疗和收费方面具有较大自主性，过度诊疗极易发生。部分机构甚至与客户签订“阴阳合同”，给保险产品设计与精算带来困难。

在宠物行业白皮书&派读宠物行业大数据平台创始人刘晓霞看来，这不全是一家医院“黑不黑”的问题，而是整个行业基础设施缺失的问题——宠物医疗是重资产行业，一台进口设备价格达几十万元，甚至上百万元，培养一名合格兽医需要多年，且宠物医院没有报销和集采，药品耗材采购成本本身就高。“没有统一的诊疗指南、没有收费标准、没有有效的监管机制。近年来农业农村部和中国兽医协会在推动动物诊疗机构管理办法等制度建设，已取得很大进步，但还需要更多时间打磨。”她说。

对于骗保现象，刘晓霞认为，更关键的是宠物身份识别这一难题。比如传统车险有车架号、人险有身份证，一车一码、一人一ID，但宠物的身份识别长期处于空白状态，同一只宠物用不同身份在不同保险公司重复理赔，技术上很难拦截。核查成本高、取证难，保险公司怀疑有问题但未必能查得出来。“这些风险最终都摊到了所有用户的保费上，产品越来越贵、体验越来越差，有真实需求的用户反而不买，这就形成了一种恶性循环。”

不过，目前已有保险公司对宠物的身份识别进行了探索，比如宠物鼻纹识别技术。另外，芯片植入、DNA、面部

识别也是值得探索的方向。

在竞争格局上，一边是部分传统保险公司亏本退场，一边是互联网保险公司加速入场。有业内人士分析，传统保险公司做不好宠物险，根源在于沿用“做人险、财产险”的思维——依赖数十年积累的风险定价模型，而宠物险起步仅数年、缺乏系统性赔付数据，精准定价困难。

同时，传统保险主要依赖代理人、银行、电销等渠道，对养宠人群的线上触达相对有限。此外，传统保险产品往往条款更复杂、免赔额较高，保障偏重大病，与宠物主人的日常保障需求存在一定错位，影响用户体验和续保意愿。相比之下，互联网保险更强调以用户需求为导向，依托数据能力和场景化产品降低投保决策门槛。当然，传统保险公司在线下服务网络等方面仍具自身优势。

破局之道

政策、产业、险企三维联动

宠物险要突破发展瓶颈，业内共识是政策、产业、险企三维联动，而各地的探索已先行一步。

政策层面，身份识别是破题关键，部分城市已率先出台相关规定。《深圳市养犬管理规定》自2020年11月起实施，明确深圳实行养犬登记制度，办理登记的犬只须在30日内植入电子芯片。电子芯片可实现犬只溯源管理——这一城市级的身份基础设施，解决的正



是宠物险最头疼的“一宠多投”难题。

产业层面，鼻纹识别等技术已从实验室走向投保界面。2019年，蚂蚁保联合大地保险、众安保险，首次将宠物鼻纹识别技术应用于宠物保险，识别成功率超99%，用户上传照片即可在线建档投保。众安保险依托鼻纹识别建立宠物数据库，累计服务超800万宠物主。平安产险则于2021年11月与新瑞鹏宠物医疗集团合作，在定点医院、线上预约、鼻纹技术、保险产品等方面构建“保险+医疗”的宠物生态。

险企层面，产品与服务创新也在提速。多家险企正从一次赔付转向宠物全生命周期健康管理，通过预防性保健、定期体检等综合服务，在控赔的同时提升用户黏性。

从落地情况来看，作为国内宠物

消费聚集区，北京、上海等重点城市正率先探路，“险企+定点合作医院”模式跑通后有望向更多城市推广。也有互联网平台基于超500万宗宠物险理赔案例，从诊疗经验、治疗能力、费用水平等28个维度帮助消费者严选宠物医院。

对于行业前景，刘晓霞认为，近年来宠物第三者责任险和宠物被盗保险的投保率也在上升，说明宠主的风险意识在增强。宠物险的未来不只是医疗险，而是一个可以延展到更多生活场景的综合保障服务。“国内宠物险仍处于早期阶段，遇到一些问题在所难免，这也是行业迈向规范化发展的必经阶段。真正想把这件事做好的公司，可能要牺牲一些短期利润去参与基础设施建设。”她表示。建



财智 论道

FORUM

银发经济浪潮奔涌，养老活力社区新业态快速崛起。在满足持续增长的享老需求之外，预付费、履约能力不足等风险相伴而生，行业亟须构建完善的风险防范体系。另一边，国产民机迎来跨越式发展，产业链配套持续完善，商业运营稳步推进，高端制造赛道打开全新价值空间。

面对民生新业态的风控考验和硬核制造业的突破共振，产业资本与机构投资者，需要读懂不同赛道的成长底色，平衡收益与安全，以财智权衡风险与长期价值。



养老活力社区的“商业化迷途”

养老范式迭代升级, 行业管理如何适配新模式, 守住风险底线

文 | 许冲



截至2025年底,我国60岁及以上人口已达3.23亿,银发经济规模突破9万亿元。在老龄化进程持续加速的背景下,养老服务形态不断迭代升级。近年来,一种名为“养老活力社区”的新业态正加速扩张:它不再以床位为单位,不再主打护理功能,而是强调生活品质与社群文化,区别于传统养老院,这些活力社区主要面向生活尚能自理的老年人。

据了解,这一业态已在北京、上海、广州、深圳、杭州、长沙等多个城市落地。不过,这也引出一个尚未定型的商业模式命题:当养老从“护理刚需”走向“生活品质”,这类项目是否能定性为养老机构?应如何管理,究竟能否跑通一条可持续的长线生意?

养老活力社区 是否属于养老机构?

以广州市的一家活力康养社区为例,该机构于2024年开业,总建筑面积6.8万平方米,涵盖中医院、护理区和活力区,分别对应看病、护理与能自理的不同需求长者。工作人员表示,该机构在民政部门实行的是分区备案的方式。社区内的护理区进行了“养老机构”民政备案,针对能自理的长者的活力区则没有备案,理由是活力区是康养社区,而非养老机构。

与传统养老院相比,活力社区的产品逻辑明显不同。活力区的房间更像一间自带适老设计的居家公寓:家具

边角做圆角处理,卫生间标配扶手和洗澡椅,允许使用电磁炉做饭,老人可自由出入、时间完全自主,仅在需要时获得医疗照护等服务。此外,住在活力区的老人还能参加社区组织的多样活动、使用公共区域的休闲娱乐室。

相比之下,其护理区仍接近传统养老机构——床位为带滚轮的护理床,老人们的一天围绕健康检测、协助洗浴、康复运动等照护流程展开,生活节奏由护理员主导。

这种分层背后,是养老服务从“失能照护”向“全生命周期”延伸的产业趋势。浙江大学公共政策研究院研究员夏学民认为,养老服务的内涵远不止失能照护,能自理的老人同样是养老服务的对象。机构只要开展养老相关服务,就应被纳入养老服务管理视野,不宜单纯以老年人自理能力作为划分标准。

养老活力社区究竟算不算养老机构?长期关注养老产业法律业务的广东环球经纬律师事务所副主任张文婕则认为,法律上的定性取决于服务实质而非名称。根据2020年11月1日起施行的《养老机构管理办法》(以下简称“办法”),养老机构是指依法办理登记,为老年人提供“全日集中住宿”和“照料护理服务”,床位数在10张以上的机构。当前市场上的活力社区、康养社区,若仅提供住宿、餐饮、文化和基础健康管理,未涉及法定的照料护理内容,则不构成法律意义上的养老机构,更接近于老年公寓或长者租赁式住宅。不过,她也提到,实践中许

多项目虽自称活力社区，但实际上已配备健康监测、慢病管理，甚至基础护理响应。

备案与不备案， 管理差异有多大？

根据办法，养老机构需在收住老年人后10个工作日内向民政部门备案，并且接受民政部门年度不少于一次的现场检查，其建筑设计须符合《老年人照料设施建筑设计标准》等强制性规范。

那么，备案与否意味着哪些差异？

“主要是管理差异较大。”张文婕从法律的角度解析，备案机构受民政部门直接管理，须满足养老领域专项标准，并接受定期检查与服务质量评估；未备案社区则归口于市场监管和住建部门，按普通商业租赁和物业服务标准进行管理，消防、卫生等要求低于养老机构。

张文婕提醒，老人应尽可能地选择入住备案机构。因为入住备案机构时万一发生人身伤害，适用过错推定原则，机构须自证已尽到合理护理义务；而入住未备案社区，权利人则须自行举证证明社区存在管理过失或服务瑕疵。此外，备案机构通常缴纳保证金或投保强制性责任保险，赔付能力有所保障；未备案社区则依赖企业自有资产，一旦发生纠纷或企业资金链断裂，长者的赔偿请求权面临较大风险。

活力公寓这一新业态，成为一种可



规避养老机构备案的新途径，也是一种可降低运营成本的新形式。有观点指出，传统养老机构在消防验收等方面存在较为严格的准入要求，意味着经营主体需要在项目建设和开业前投入较多资金；完成备案后，还需接受来自相关部门的日常管理和定期检查。

绕过备案不仅降低了前期的运营门槛，传统养老机构管理体系之外的资金管控也可能出现衔接不足，尤其是



在长周期预付费模式下，一旦经营主体出现资金链紧张、经营不善等情况，老年消费者面临的资金风险值得关注。

预付费动辄过百万， 风险谁买单？

以长租或买断为核心的收费方式，是活力社区普遍的现金流来源。位于浙江杭州的一家养老社区，共有261套

养老公寓，户型分为一房一厅与两房一厅，主力客群为60-85岁的活力自理型长者。其官网显示，该项目的收费模式分为1年租赁、5年租赁、15年租赁以及使用权买断，其中买断价格为188万起，并标注了一户一价。该机构工作人员介绍，费用最短收一年，付费模式为年租，也可以一次性缴纳五年房费，金额超过40万元。若是不住，剩余费用可退还。



上文提到的位于广州的康养社区，其活力区去年也有类似收费方式，要求一次性预付三年以上房费，最高可预付35年，金额达百万元。不过，现在该项目采取按月缴费的模式，本月底缴纳次月的费用，缴纳的费用最多为1年。

民政部、国家发改委等七部门曾联合发布《关于加强养老机构预收费监管的指导意见》(下称“指导意见”)，规定自2024年10月1日起，养老服务费预收的周期最长不得超过12个月，对单个老年人收取的押金最多不得超过该老年人月床位费的12倍。这意味着，已在民政部门备案的养老机构，其养老服务费预收周期原则上不得超过一年，押金金额也受到相应上限约束。

“若活力社区在法律上被定性为房屋租赁关系而非养老服务关系，则

不受指导意见限制。”张文婕提醒，老人应注意区分二者的区别。

张文婕分析称，租赁合同的最长期限可达20年，“这对老人而言构成了重大风险。”张文婕提到，因为这属于房屋租赁关系，运营方能以租赁关系为由，规避养老服务预收费不得超过12个月的上限。可是很多不清楚二者区别的长者及其家属，却在认知上往往将其视为养老服务的长期安置。

张文婕表示，风险点集中体现在两方面：一是运营方一旦倒闭或出现经营危机，长者一次性支付的长周期费用难以追回，后续安置亦无着落；二是在司法裁判中，若法院认定该合同实质为养老服务合同而非租赁合同，则超长预收条款可能因违反公序良俗或管理政策而被认定为无效，但即便合同无



效，企业资金已被占用或消耗，实际执行退赔仍面临极大困难。对长者而言，此类长周期付费模式的法律保障远低于其直观预期。

广东老龄产业研究院院长、广东中匠福健康产业股份有限公司总裁梁焯辉同样表示，活力公寓不算作养老机构，那么运营机构和入住老年人就不用签署由政府部门指定的养老合同，老年人所缴纳的押金便不会进入指定的银行账户。“这成为一个管理的盲区，出现问题难以退赔。”梁焯辉说道。

在专家们看来，养老活力社区作为适配新时代养老需求的创新业态，具备良好的市场发展前景和推广价值，行业治理需兼顾业态创新与风险防控。张文婕认为，国家层面可出台分类认定标准，明确区分养老机构与老年公寓

的边界；引入履约保证保险机制，要求该业态经营者投保。

“只要把边界划清楚，把资金安全守住，就能够实现管理有力度、行业有活力、老人有保障，最终达到市场有空间。”梁焯辉表示。

从养老院到活力社区，养老服务正在从满足失能照护需求，进一步延伸至居住、健康、社交和生活品质等多元需求。新业态为银发经济打开了新的市场空间，但当住宿与养老服务的边界变得模糊，传统管理体系也面临新的适配问题。在养老需求日益多元的背景下，行业治理或许也需要从机构身份进一步转向“服务实质”和“风险程度”，在给新业态留下发展空间的同时，为老年人的资金安全和消费权益划定更清晰的保护边界。建

国产大飞机撬动的产业链重构

文 | 杜鲲鹏

近年来，一条民航国产化替代的宏观主线，正在我国天空上悄然展开。支线客机C909（原ARJ21）的批量商业运营，标志着我国民航整机制造实现了从0到1的突破；国产大飞机C919的成功研制与商业交付，则使国产民机首次具备窄体干线客机的系统集成与适航能力。由此，中国民航整机制造完成了从支线走向干线的跨越，一条长期由海外巨头主导的产业链正在被撬动，中国民航业正系统性推进国产化替代。放在科技自立自强、产业链韧性、供应链安全的背景下看，这并非一时的产业热点，而是未来十年确定性较高的产业主线之一，对关注高端制造与产业链投资的投资者尤其值得着重关注。

三重力量加速民航国产化替代

第一重是外部环境压力。曾经，我国民航整机的发动机、关键机载设备、特种材料长期依赖少数海外供应商。而近年来，“断供”“卡脖子”从假设变为现实风险。在当今百年未有之大变局

背景下，民航供应链安全的权重正在被空前抬高。对投资者而言，非经济因素正在重新定义资产配置中的安全资产内涵，产业链自主可控已成为可定价的稀缺属性。全球航空产业长期奉行的即时交付、全球外包模式，在本轮地缘冲击中暴露出明显脆弱性，反而强化了主要经济体重建本土供应链的决心。



第二重是国内积累。我国始终重视航空工业的发展,按照“先修理、后制造”“先代工、后自主”的路径,先后自主设计、研制了歼教1、歼8、强5、歼10、歼15、歼20、歼35、运20等大国重器,以及C909(原ARJ21)、C919等国产民用客机。在此过程中,我国航空工业积累了丰富的系统集成、适航审定与全球供应链管理的实战经验。我国还拥有全球少有的完备工业体系,从铝锂合金、钛合金到碳纤维复合材料,从航机加工、锻造到精密铸造,关键工艺路线均已在国内跑通。近年来,国家持续加大对国产民机的研发投入与重大专项支持,在长三角、成渝、西安、沈阳等地带动形成国产民机的配套集群。能力与生态的叠加,使我国在材料、零部件、系统乃至整机层面,正从“能造”逐步走向“稳造、批量造”。与此同时,国产民机的成熟还伴随着出海逻辑:依托“一带一路”与新兴市场,国产飞机正在打开第二增长曲线,使得产业链

的需求基础更厚、更稳。

第三重是市场需求。对国产民机这一硬科技产业而言,需求是最稀缺的战略资源。据中国民航局发布的《2025年民航行业发展统计公报》数据显示,我国民航全年完成运输总周转量1640.8亿吨公里、旅客运输量7.7亿人次、货邮运输量1017.2万吨,同比分别增长10.5%、5.5%、13.3%;民航旅客周转量在综合交通体系中的占比为39%,航空总人口超过5亿。我国已成为全球航空人口大国,在役运输机队规模居全球前列,且仍处于持续扩张与老旧机队更新周期。海量的存量更新与新增需求,意味着国产民机拥有稳定、可预期的本土订单,可以依托国内大市场摊薄研发成本,以较低成本完成产能爬坡与产品迭代。对投资者而言,超大规模且持续扩张的本土市场,本身就是抵御外部波动的天然缓冲,使产业成长不完全受制于海外周期,为长期资本提供了较强的需求确定性。





压力、能力、需求三者叠加，让民航国产化替代正从愿景逐步走向现实。

民航国产化替代图谱

国产化替代的本质，是把供应链的主动权掌握在自己手中。过去民航产业链的附加值呈“微笑曲线”分布，曲线两端的核心技术、运营服务等高附加值产业，多掌握在国外厂商手中。国产化替代并非在每个环节另起炉灶，而是补齐关键短板、建立备份、降低单点依赖。这与企业财务中的安全边际逻辑相通：真正抗风险的，不是永远不波动，而是关键节点有替代、有备份、有缓冲。

理解这条主线，需要先有一张替代图谱。民航国产化并非“齐步走”，而是分层次推进，难度与壁垒逐层递增。

最外层是整机。C919与支线客机C909（原ARJ21）均已实现商业运营，验证了我国民航从支线到干线的系统集成与适航能力，订单可见性高、确定性强。其资本化路径更多通过产业链配套企业与采购方的业绩弹性来体现。

往内一层是系统级。航电、飞控、起落架、环控、液压等关键系统，正从引进集成走向联合研制与自主突破，弹性最大，也是国产化溢价最厚的环节。如航电、起落架的自主研制，正逐步改变长期由海外供应商主导的局面。



再往内一层是零部件与材料。复合材料、高温合金、钛合金、精密铸件等，是“卡脖子”最密集、壁垒最高的环节。但一旦进入主供应链，客户黏性极强、“长跑”属性突出，呈现典型的“长坡厚雪”特征。如碳纤维复合材料、高温合金的国产化突破，直接关乎整机成本与交付自主。

最内层是发动机。长江系列国产民用发动机的研制与取证，是难度最大、周期最长、资金投入最多的航空工业“皇冠上的明珠”，相关关注多通过央企集团层面间接体现，短期难见利润。

此外，还有运营保障层，即维修（MRO）、航材供应、人员培训、数字

孪生与预测性维护。这是随着国产民机机队共同成长的存量长尾市场，需求刚性、复购性强。国产替代使供应链多了备份、少了瓶颈，直接提升航材保障的自主性与单机可用率。

每一层都是机会，但每一层的壁垒与节奏不同。对关注高端制造的投资而言，这张图谱的价值，不在于押注哪一层，而在于从产业视角看清不同环节的业绩兑现节奏与风险属性差异。

需要正视的风险

对以专业视角审视这一领域的投资者而言，需关注以下风险：

(1) 适航与取证周期长。民航是强监管行业，CAAC、FAA、EASA等适航取证周期以年计。C909（原ARJ21）与C919已分别于2014年、2022年获得中国民航局（CAAC）颁发的型号合格证，但至今均尚未取得美国FAA和欧洲EASA的适航认证。

(2) 供应链协同难度高。大飞机是由百万级零部件构成的复杂集成系统，任何一环的良品率与交付波动都可能传导至整机；国产替代从稳造到批量造需要时间打磨，爬坡期的成本与质量压力客观存在。

(3) 商业成功不等于投资回报。即便民航国产化替代趋势确定，具体到企业层面仍需考虑竞争格局、客户绑定与盈利模式影响。同时，产业政策利好容易引发资金短期集中涌入，部分环节估值可能远超预期。但当情绪退潮、订单难以兑现时，相关资金回撤往往剧烈。

落到财富视角，民航国产化替代带来的，不是某只具体标的的短期机会，而是基于长期主义的配置启示：

(1) 应以产业周期对标资产久期。民航国产化替代的长产业周期性，天然契合国家倡导的耐心资本，只有能陪企业熬过投入期、扛住爬坡阵痛的资本，才可能在替代兑现时收获复利。

(2) 应以生态思维替代单点博弈。民航国产化替代是整机、系统、材料、保障多层联动的生态工程，单一环节的波动不影响整体趋势。与其追逐单点概念，不如以组合方式分散布局、平

滑波动，用跨周期、跨资产类别的思路加以应对。

(3) 应以硬资质识别真价值。民航是强适航行业，认证是硬门槛：有证才有订单，无证只是概念。判断一家企业，应优先看其是否取得CAAC、FAA、EASA适航认证，是否进入航司、整机制造商的合格供应商名录，最后再看其是否具备真实交付与批量订单。

(4) 应以全球坐标系理解中国资产叙事。全球主要经济体均在强化本土高端制造与供应链安全，民航产业链的国产化替代是全球再工业化与供应链重构的组成部分。理解这一点，有助于投资者不被短期主题情绪裹挟，理性看待中国高端制造资产的配置价值。

结语

国产大飞机的真正分量，不仅在于它突破了海外主导的产业链、让国产干线客机具备“中国造”的标签，更在于带动国内经济循环。民航国产化替代最终连接的，是普通人的出行与民生。国产装备的成熟，意味着更自主的保障、更可控的成本、更踏实可靠的服务；产业链强壮，意味着更多高质量就业与区域繁荣。

投资的意义，从来不只是账户数字，更是把资本配置到能够与国家富强、民族振兴、人民幸福同一方向的板块。民航国产化替代既是产业机遇，也是一条值得投资者以专业筛选、以耐心陪伴的投资主线。■



善建 卓观

PROSPECT

高净值人群的财富管理，既要守住资产、规避风险，更要实现平稳传承。保险金信托依托“保险+信托”双重优势，成为财富隔离与传承的重要工具。但投保架构的细节疏漏，极易引发债务风险与家庭纠纷，唯有科学规划架构，才能真正发挥其财富守护与传承价值。

科学识别保险金信托投保架构

守得住，攻得远，传得久。欢迎来到建行私人银行《财富守攻传》，本期嘉宾是建行山东省分行私人银行客户经理宋雨晴。今天我们将围绕科学识别保险金信托投保架构这一主题，帮助大家更好地把握保险金信托在财富传承与风险隔离中的关键要点。

在财富传承与风险隔离的需求推动下，保险金信托凭借“保险+信托”的双重优势，越来越受到高净值客户的关注。然而，在投保架构中，若存在细节疏漏，可能导致债务隔离失效、受益人争议等重大隐患，值得我们高度重视。

常见风险之一是投保人未及时变更，导致债务隔离功能失效。保险金信托的核心价值在于资产隔离，但在现行业务规则下，保险金信托通常不能作为保单投保人，而是通过“自然人投保+信托受托管理”的模式运作。这一特殊性，也让投保架构设计中藏着容易被忽视的风险。如果投保人未变更为不参与企业经营的家庭成员，保单仍属于原投保人的资产，在面对债务风险时可能被追偿。

另一个高频风险点在于受益人“静态指定”引发的继承纠纷。例如

有客户在保单中仅将受益人简单写为“儿子”，未明确发生婚变等情形时受益分配规则，后来儿子离婚，其配偶主张信托收益属于夫妻共同财产，要求分割，导致家庭矛盾升级。信托本可凭借其灵活性应对此类问题，但很多家庭未在合同设定“动态调整条款”，未就受益人婚姻变化、负债等情形作出约定，从而使得信托预防纠纷的功能大打折扣。

那么，如何有效规避上述陷阱？关键在于落实两大核心动作：第一，建立投保权“紧急转移机制”。在投保初期，就应在合同中明确“投保人变更的触发条件”，例如身故、涉诉等情形，将指定的家庭成员设定为第一顺位继受人。第二，设立受益人“动态调整条款”。在信托合同中，应针对受益人可能面临的婚变、子女出生、债务风险等情形，提前制定清晰的处理规则。

从更深层次看，保险金信托远非“购买保单+签署合同”这么简单，其背后考验的是法律、税务与家庭需求的综合规划能力，这正是银行服务的专业价值所在。今天的分享就到这里，我们下期再会。建



主讲
宋雨晴

科学识别 保险金信托 投保架构

以更开放的对话和更多维的视角
与您一起探寻财富的意义和管理之道

扫码
关注





建行青岛市分行 “善建艺行-宋代非遗点茶”活动雅致呈现

近日，建行青岛市分行成功举办“宋代非遗点茶”私行客户特色活动。本次活动以宋韵非遗为载体，致力于满足私行客户个性化需求，打造专属雅致体验，特邀18位私行客户到场参与。

本次活动紧扣私行客群定位，依托宋代点茶非遗文化特色，从场地布置、器具甄选、师资邀约到流程设计，都兼顾国风质感与尊享体验，致力于为客户打造沉浸式宋韵文化体验场景。

活动期间，私行全体工作人员全程陪同，以茶会为沟通载体，与客户深度互动，在轻松的氛围中倾听客户的

真实想法与需求，让彼此的理解更加充分，也让今后的服务方向更加清晰、更有温度。

活动特邀专业茶艺师现场授课，讲解炙茶、温盏、击拂、点茶等传统技艺。活动流程顺畅、服务细致，传统非遗文化的独特魅力尽在其中，建行私行尊享活动的品质充分彰显。

本次活动圆满收官，嘉宾在轻松愉悦的氛围中感受了非遗文化的独特韵味。下一步，建行青岛市分行将持续创新活动内容，让每位到场嘉宾都能感受到私行服务的诚意与温度。建



格物私享

LIFESTYLE

中秋赏月之举在魏晋已出现，唐代初年中秋成为约定俗成的重要节日，北宋正式将农历八月十五定为中秋节，并把中秋与新年、端午并列为三大节日。天文和历法是中秋的骨架，月亮情怀孕育了它的血肉，成了中国人的精神传统。

节日的钟摆

文 | 叶子

回过头看，这个秋天我们其实连着过了两个节：9月25日的中秋，10月1日的国庆，中间只卡着三个工作日。不少人是请了三天年假，把9月28日至30日填平，一路连休到10月7日的。于是，问题自然就来了：明年还能这么拼假吗？

答案是不能。2027年的中秋节落在9月15日，比今年又提前了10天，国庆远在半个月之外，两个假期各管各的。

其实，中秋与国庆究竟是在同一天“喜相逢”，还是像今年这样“前后脚”，背后都藏着一套精密的历法与天文密码。让我们借着节后复盘的契机，一起解开这套“组合密码”，看看

双节的缘分究竟是如何注定的。

中秋国庆总能凑到一起吗？

先说2026年的安排。根据《国务院办公厅关于2026年部分节假日安排的通知》（国办发明电〔2025〕7号），中秋节9月25日至27日放假3天，国庆节10月1日至7日放假调休7天，9月20日、10月10日上班。因为中秋正逢周五，三天假与周末自然重合，不调休。今年放假调休日期共33天，比2025年的28天多了5天——这也是

“今年所有法定假日全与周末重合”

冲上热搜的由来。

需要提醒的是，高速公路免费通行只覆盖春节、清明、劳动节、国庆四个假日，中秋假期高速不免费。

再说“双节同庆”。这里有两个层次不能混为一谈。最严格的一层是中秋与国庆同为10月1日，21世纪一共只有4次：2001年、2020年、2031年和2077年。宽松的一层是中秋落在国庆假期内或紧挨国庆，即所谓“喜相逢”“喜相连”，本世纪共发生21次。

至于“19年一轮”的说法，原理

不错，但要打折扣。19个农历年与19个回归年的长度几乎相等，所以农历日期与公历日期大约19年重合一次，个人生日的阴阳历对应也是这个道理。但这个周期并非严丝合缝，常常前后相差一天。实例很能说明问题：1974年、1993年中秋都在9月30日，相隔19年；可两个19年之后的2031年，中秋落在10月1日，再往后2050年又回到9月30日。

2026年两个节日错开，是再正常不过的历法现象。2025年中秋在10月6日，正落在国庆假期内，拼出8天长假；而2026年无闰月，中秋提前到9月25日，与国庆之间隔着三个工作日。下一次“喜相逢”要等到2028年，那年闰五月，中秋在10月3日。

月亮为什么会“迟到”至十七才圆？

2026年的中秋在9月25日，星期五，除了“不调休”，还有两个爆火的标签：十五的月亮十七圆、紧挨秋分。要弄懂为何“十七圆”，得先弄懂农历是怎么定初一的。

农历的月份完全由月相决定。月亮运行到太阳和地球之间、暗面朝向地球的那一瞬间叫“朔”，历法把包含“朔”时刻的那一天定为每月初一，这个原则叫“定朔法”。月亮被太阳照亮的半球完全朝向地球的瞬间叫“望”，也就是满月。从朔到望，平均需要14.77天。

如果朔恰好发生在初一的0时0分0秒，那么14.77天后的望就落在当月第十五天，也就是“十五圆”。但朔并不听话，它可能发生在初一的凌晨，也可能在中午，甚至在日末。更要命的是，月球绕地球的轨道是椭圆，靠近地球时跑得快，远离时跑得慢，所以从朔到望的间隔并不固定，最短约13.90天，最长约15.61天。

两个变量一叠加，满月就可能在农历十四、十五、十六、十七的任何一天出现。紫金山天文台历算团组的统计给出了21世纪全部1241次满月的分布：农历十六最多，579次；其次是十五，468次；十七再次，188次；十四最少，只有6次。

2026年这次“迟到”，两个因素凑到了一起。这一年农历八月初一的朔发生在9月11日11时27分，望发生在9月27日0时49分，两者相隔约15天13小时

22分，已经非常接近15.61天的上限。朔来得早，路又走得久，满月自然就被推到了十七的凌晨。

好在肉眼并不挑剔。天文专家反复提醒，9月25日、26日、27日连续三晚的月亮，看上去饱满程度差别极小，都适宜观赏，不必为等那一分钟熬到凌晨。月亮刚升起的一两个小时显得更大更温润，升到高空后月色更清亮通透，这两种都值得看。

何为“中秋”：比“中秋节”古老得多

“中秋”一词最早见于《周礼》。《周礼·夏官·大司马》有“中秋，教治兵”，《周礼·春官·籥章》有“中秋夜迎寒，亦如之”。另有“中秋，献良裘，王乃行羽物”的记载，说的是仲秋八月，司裘之臣献良裘给君王，君王以鸟羽赐群臣。

那时的“中秋”只是一个时间概念：农历的七、八、九三个月为秋，分别称孟秋、仲秋、季秋，合称“三秋”，八月十五正值三秋恰半，所以叫“中秋”。南宋吴自牧《梦粱录》里那句“八月十五日中秋节，此日三秋恰半，故谓之中秋”，说的正是这个意思。

中秋节能成为节日，源头在上古的祭月。《礼记》载“天子春朝日，秋夕月”，周代帝王有春分祭日、夏至祭地、秋分祭月、冬至祭天的礼制，北京月坛就是明清皇帝祭月的场所。不过，秋分是个太阳历的节气，每年在农历八月里的日子都不固定，未必赶得上圆月；祭



月没有圆月，终究遗憾。于是，人们慢慢把“祭月节”从秋分挪到了离秋分最近的那个满月日——中秋。

从这个角度看，2026年中秋紧挨秋分，恰恰是一次“回到本源”：它让我们看到，中秋本就是“离秋分最近的满月日”这一定义的直观体现。

朝代的刻度也很清楚：中秋赏月之举在魏晋已出现，唐代初年中秋成为约定俗成的重要节日，北宋正式将农历八月十五定为中秋节，并把中秋与新年、端午并列为三大节日。

为何节日总能与季节相逢？

为什么中秋节八月十五总能在秋天？大概是中秋最迷人的历法问题。

关键在于农历不是阴历，而是阴阳合历。它以朔望月定月份（平均

29.5306天，大月30天、小月29天），又以二十四节气校正太阳年。一个农历平年354天或355天，比公历年短约11天；如果放任不管，不用十几年，中秋就要挪到冬天去过了。

古人的解法是“十九年七闰”。19个农历年约6939.69天，19个回归年约6939.60天，两者只差0.09天，约合2小时8分钟。至于闰哪一个月，规则是“无中气置闰”：二十四节气中逢单为节气、逢双为中气，哪个农历月里不含中气，它就是上一个月的闰月。2025年的闰六月就是这么来的——大暑之后、处暑之前那一个月只有一个立秋，没有中气。

正是这套机制把农历月份牢牢锁在季节上。所以，八月十五再怎么游动，也只在白露（太阳视黄经 165° ）到寒露（ 195° ）之间打转。据天文学家统



计：21世纪这100年间，中秋对应的公历日期在9月7日至10月6日之间波动；最晚的中秋落在10月6日，共4次，分别是2006年、2025年、2063年和2082年；最早的中秋落在9月7日，仅1次，在2052年。把视野放宽到1901—2100年这200年，中秋最早仍是2052年的9月7日，最晚则推到1919年和1938年的10月8日，首尾相差31天。

对照着看，伊斯兰教的节日就完全是另一番景象。伊斯兰教历是纯阴历，以月亮盈亏为准，全年12个月，单月30天、双月29天，平年354天、闰年355天，30年中有11个闰年，但不置闰月，每年比公历少约11天，平均每32.6年比公历多出一天。它的月份与季节没有固定关系，所以斋月和开斋节会在春夏秋冬中轮流出现，大约32年循

环一周。

“天涯共此时”的现代中秋节

天文和历法是中秋的骨架，月亮情怀孕育了它的血肉。这情怀大致分三层。

第一层在文学里。中国诗里真正咏月之祖，要算《诗经·陈风·月出》那句“月出皎兮，佼人僚兮”——把月光和思念的人叠在一起，这个修辞传统一开就是三千年。到了唐代，赏月成风，诗人几乎人人有咏月之作，王建《十五夜望月寄杜郎中》“今夜月明人尽望，不知秋思落谁家”，把个人的思念推成了普世的共情。宋代苏轼那首《水调歌头》横空出世，“人有悲欢离合，月有阴晴圆缺，此事古难全。但愿

人长久，千里共婵娟”，几乎成了中秋的代名词。月亮在中国诗里从来不只是天体，它是可以对话的对象，是可以寄放牵挂的信箱，也是承认缺憾之后依然祝福的哲学。

第二层在风俗里。祭月本是皇家专利，后来流入民间，日子也从秋分挪到了中秋。老北京的讲究最有画面感：家家供“兔儿爷”，《燕京岁时记》说“每届中秋，市人之巧者，用黄土抟成蟾兔之像以出售，谓之兔儿爷”，清代它已经从祭月供品变成了儿童玩具；还要贴“月光马”，画上玉兔捣药，祈求无病无灾。

再往南走，风景又变了。江浙一带中秋观潮，汉代枚乘《七发》里就有描述，苏轼任杭州通判时还写过《八月十五日看潮五绝》；广东有“树中秋”，家家扎灯系在竹竿上，插在屋顶或树梢，入夜满城灯火与明月交相辉映……

第三层在当下。互联网把“天涯共此时”从心理上的亲近，变成了听觉视觉可感的瞬息可达。2016年就有媒体做过中秋直播，把“卢沟晓月”“海上生明月”搬上屏幕，让异乡人和海外游子在云端团圆。近两年又添了新样态——近郊露营地赏月、“云赏月”直播让异地亲友同框、社交平台上的中秋手账、汉服赏月与月下走秀、低糖月饼配智能按摩仪送给长辈。

老辈人爱说闰月年里过节要安安稳稳、别瞎折腾。这话在气象和民俗典籍里都找不到硬依据，更接近一种“年景不定，求个稳当”的生活哲学。

有意思的是，这句叮嘱落到今天反而格外贴切：不折腾长途、不在高速上耗一整天、把三天假过成陪家人吃顿饭看回月亮，恰恰是这个时代最稀缺的过法。

“月圆不必在十五”

中秋的日期是一场百年的钟摆游戏。本世纪最晚的10月6日出现了4次，散落在2006年、2025年、2063年和2082年；最早的9月7日只有1次，孤独地定在2052年。它们像时间隧道的两个端点，中间摆动着一整年的团圆。

满月的日期也自有章法。2001年至2100年，中秋“十六圆”48次、“十五圆”38次、“十七圆”14次，“十四圆”一次都没有；若按1951年至2050年统计，则是“十六圆”48次、“十五圆”39次、“十七圆”13次。

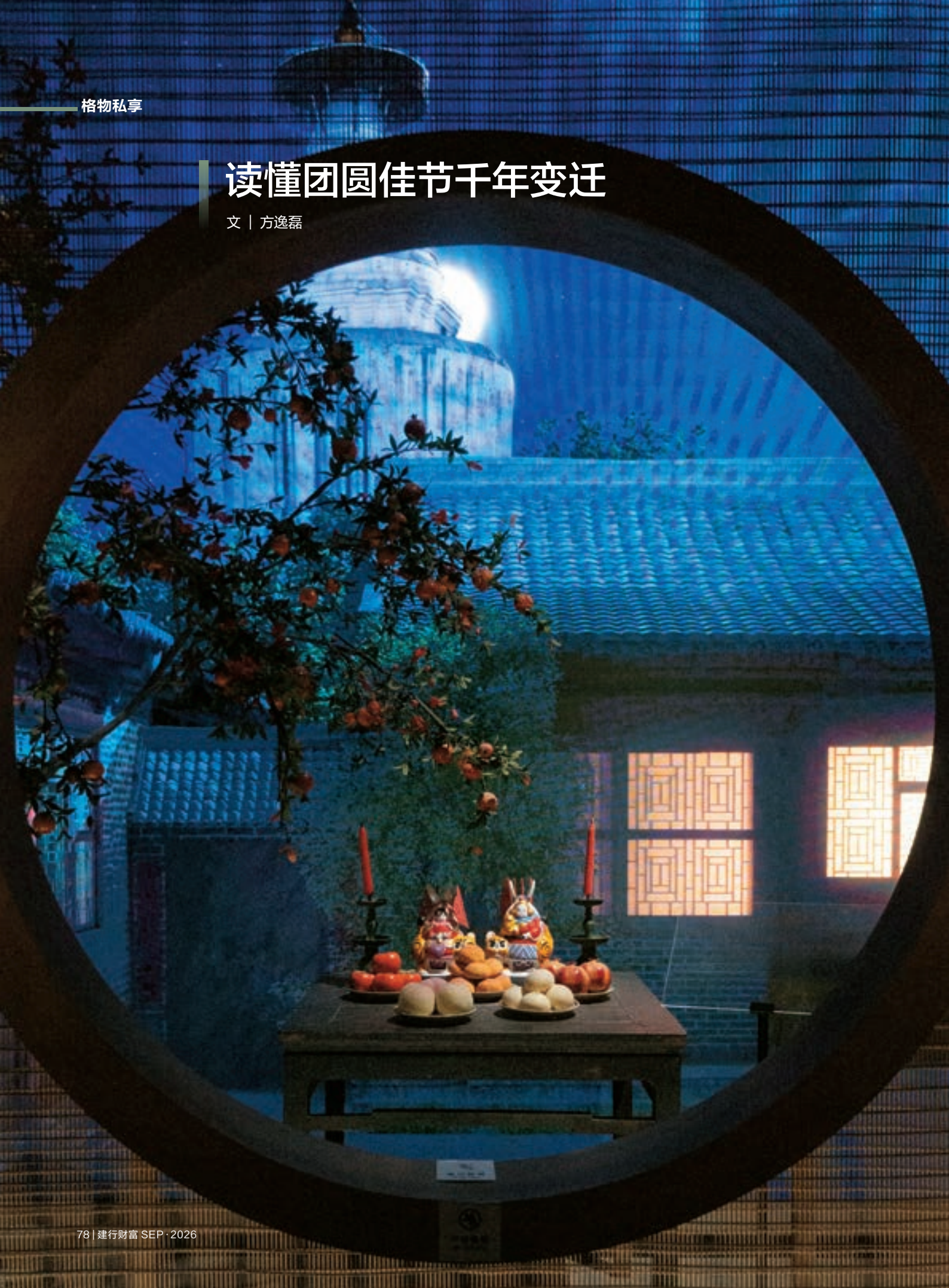
“十五的月亮十六圆”这句老话，背后是一串相当稳定的概率。

还有一个容易被忽略的知识：满月其实未必在十五，十四到十七都算正常；所谓“超级月亮”在天文学上并非正式概念，指的是近地点满月，比远地点满月的视面积大约30%；2026年除了中秋月，9月还有金星伴月、年度最小上弦月、海王星冲日等天象轮番登场。而9月27日0时49分这个望的时刻，也正是2026年9月的那一次满月。

月亮不会因为落在十七就不圆，团圆也不会因为假期只有三天就减色。月圆不必在十五，团圆天天共婵娟。建

读懂团圆佳节千年变迁

文 | 方逸磊



中秋是中国三大传统节日中形成最晚的一个，却后来居上。汉魏民俗节日体系成型时，中秋尚无踪迹；唐初才成为固定节日，宋代盛行，明清时已与元旦齐名。它之所以能后来居上，是因为把三样东西叠在了一起。

按学术界的解释：一是源于对月亮的崇拜，赏月、拜月、祭月，这是中秋最早的内涵，《礼记》中便有“秋暮夕月”的记载；二是“春祈秋报”，秋天是收获的季节，人们乐意分享秋收的成果，典型如吃月饼、饮桂花酒；三是望着月圆图景生出阖家团圆的情感需求，于是玩花灯、舞火龙、烧塔等民俗活动应运而生。

叫什么：一个名字是一种过法

中秋的别名多到可以编成一部小词典——月夕、秋节、八月节、八月半、仲秋节、团圆节、女儿节、端正月、追月节、玩月节、拜月节。每一个别名背后都藏着一种过法。2006年5月20日，中秋节被列入首批国家级非物质文化遗产名录（民俗类，编号X-5）。此后又有六个子项陆续入选：中秋博饼（福建厦门）、佛山秋色（广东佛山）、泽州中秋习俗（山西晋城）、秋夕（吉林延边）、大坑舞火龙（香港）、吉安中秋烧塔习俗（江西安福）。这六项散在东西南北中，过的是同一轮月亮，过法却完全不一样。

吃什么：一方水土一方特色

月饼虽是全国通行证，但它坐上

头把交椅的时间比多数人想象的晚。有说法“月饼”一词最早见于南宋末年的《梦粱录》，但那时的月饼是蒸着吃的，与包子、馒头归在同一类；真正今天意义上的月饼，要到明朝才形成并流行。明代《宛署杂记》记当时市面上讲究的月饼以果为馅，好的可卖到几百钱一个——月饼“走高端路线”并非今人首创，明代就开始了。

那么，唐至明之间那五六百年，古人中秋吃什么？宋代陶谷《清异录》记载，北宋汴梁的店铺中秋卖一种“玩月羹”，用藕粉、桂圆、莲子熬成，不甜不腻，一碗喝下去，月亮就在碗里。

往东看，江浙的中秋餐桌最是丰盛。南京人中秋尚八，家家户户要凑出八样家常菜，叫“八样头”，桂花鸭当仁不让是头一样。清末《白门食谱》写得很明白：“金陵八月时期，盐水鸭最著名，人人以为肉内有桂花香也。”袁枚《随园食单》还记了两种南京特色月饼：刘方伯月饼用山东飞面作酥皮，松仁、核桃仁、瓜子仁碾末加冰糖猪油为馅；花边月饼则是枣肉嵌入面团，捏出四边菱花，两个火盆上下炙烤。苏州人中秋必吃桂花糖芋艿，新芋上市配丹桂飘香，先焯水、放少许食用碱与红糖，熄火后拌入糖桂花。常州人早晨吃糖芋头、中午吃“咸腻头”（菱腻头）、晚上吃“亮月饼”，菱寓意小孩子聪明伶俐。无锡人则执着于麦饼，厚桥的推酥麦饼用土灶烤制，阳山大麦饼薄如纸、圆如满月，“下风三里，即闻其香”。此外，还有阳澄湖大闸蟹、

高邮麻鸭,以及南通、扬州一带“中秋必杀鸭子”的老例。

上海的中秋有两样不能少:芋艿和毛豆。《上海县志》载“农历八月十五,俗称‘八月半’,又为芋艿生日、毛豆生日”。毛豆荚谐音“佳”“吉”,芋艿是子芋围绕母芋,象征团圆;毛豆要吃豆大紫扁的“牛踏扁”,上海人常把毛豆与芋艿同锅共煮。芋头在江浙还有个更古老的称呼——剥芋皮叫

“剥鬼皮”,与元末明初的民间记忆有关;潮汕则直说吃芋头为“辟邪消灾”,当地俗谚“河溪对嘴,芋仔食到”。

往北,北京人讲究供月月饼“大者尺余,上绘月宫蟾兔之形。有祭毕而食者,有留至除夕而食者,谓之团圆饼”(《燕京岁时记》),日常则吃自来红、自来白;山西大同把月饼径称“团圆饼”,大者可达二三尺;山东即墨吃一种叫“麦箭”的应节食品。往南,广东一带时兴柚子、菱角、南瓜、藕与螃蟹;福建同安中秋互送月饼、番薯、芋魁;台湾嘉义送月饼、文旦、麻糍;四川江津则在中秋前一日互赠糍饼,取意其圆。

少数民族的中秋自成一格。朝鲜族秋夕的主食是用当年新稻做的米饭和松糕——松糕又称“月亮糕”,外形似饺子,外皮用新稻米面,馅用红小豆、黄豆、栗子、大红枣,上锅时蒸屉要铺一层当年的松叶,蒸出来有松叶

的芳香,故名“松糕”;民间还有从松糕形状看未来配偶长相的说法,所以青年男女包得格外用心。此外,还有打糕、蒸糕、新稻米酒、芋头汤与栗子。

怎么聚餐:团圆饭的规矩

中秋的聚餐,规矩比菜色更重要。据《正德江宁县志》,中秋之夜合家赏月称“庆团圆”,团坐聚饮叫“圆月”;老南京的规矩是全家聚饮同吃团圆饭,若有亲属未归,席上必为其置一



也是信仰。祭祖归来，女人们帮着打糕、包松糕、张罗饭菜，全家共进早餐。

聚餐的对象也各有讲究。山西潞安中秋要宴请女婿；山东冠县、莱阳、广饶等地的地主，中秋要宴请佃户。

一顿团圆饭里，几乎每道菜都被安上了说法：

鸭子是秋天的肥嫩，丸子南北都叫得响——北方叫丸子、南方称圆子，滚圆的模样就写着“团团圆圆”。毛豆荚谐音“佳”“吉”，豆腐的“腐”通“福”。广州的规矩是供月果品必圆，西瓜切半雕成莲花瓣形，取花好月圆之意；苹果、沙果、石榴、柚子摆在供案两旁表示圆满丰收，唯独梨不能上供桌，因为“梨”与“离”同音。

怎么走动：次于年节的馈赠大节

中秋是秋收之际加强亲族联系的好时机，是一年当中仅次于年节的馈赠大节。《中国民俗通志·节日志》载，中秋馈赠称为“贺节”“送节”“追节”，也称“送节礼”，陕西醴泉径称“送秋节”。往往节前数日甚至月初就开始赶办节礼，路上行人如梭。

送什么，各地有各地的清单：广东东安送糖饴；湖南蓝山亲友间多馈赠鸭；江苏六合家家以菱藕、蹲鸱、糖饼相赠；四川江津中秋前一日互赠糍饼；福建同安于节前一两日互送月饼、

副杯筷——人不在，位置得在。餐桌上除了桂花鸭，还有毛豆烧仔鸡、老菱烧肉，酒后须食浇了糖桂花的糖芋艿助兴，再陈菱、藕、芡、栗、柿供于中庭。讲究的人家还要摆“金陵套饼”，把大小不同的月饼分层堆叠，顶部缀一只寿桃，状如宝塔。

同样的“缺席者在场”逻辑，朝鲜族做得更彻底：秋夕节当天或前一天，一家人相约去祖坟祭祀，离家在外的亲人也要为“伐草”而返乡——这是规矩，

番薯、芋魁；台湾嘉义节前互送月饼、文旦、麻糍；甘肃洮州反其道而行，在中秋节后第二天才以饼果馈送亲戚。

送给谁，也有规矩。江苏地区必要送礼的有四种：学徒向师父送，分家的儿子给父母送，女婿给岳家送，书塾学生给教书先生送过节钱。其中最重要还是亲戚之间互赠。母家给女儿家送礼尤其普遍：河南新安的母家要携枣糕（面叠数层、下大上小、内夹枣）、月饼、梨、柿、石榴去看望女儿，称为“送糕”；山东泰安有八月十五看闺女的习俗，节前家家买上月饼、鲤鱼，挑担、骑驴、坐车去看望已出嫁的女儿。对新嫁女，母家送礼更为隆重。此外，萧放还提到，民间未来的女婿会趁中秋上门送礼提亲。

朝鲜族秋夕则是亲戚互相走动并举办家族聚会——秋夕不仅有祭祖，也有这一层横向的亲族联谊。

怎么玩：从走月亮到舞火龙

月圆之夜结伴游玩，是中秋的基本玩法之一。

走月亮是吴地最风雅的一项，妇女盛妆出游、结伴夜行，至少要走过三座桥且不走回头路。顾禄《清嘉录》记：

“妇女盛妆出游，互相往还，或随喜尼庵，鸡声喔喔，犹婆娑月下，谓之‘走月亮’。”沈复《浮生六记》也说“妇女是晚不拘大家小户，皆出，结队而游”。

北方的标志性玩法是兔儿爷——《燕京岁时记》写它“有衣冠而张盖

者，有甲冑而带纛旗者，有骑虎者，有默坐者。大者三尺，小者尺余”。南方的火则烧在塔里：吉安中秋烧塔习俗流行于闽粤赣，又称烧瓦子灯、烧宝塔、烧瓦塔，整套流程分垒塔、烧塔、封塔三项，火烧得越旺，象征今后的日子越红火；福建晋江安海叫“烧塔仔”，孩子们拾碎砖瓦片叠塔不用泥粘，烧到砖热瓦红时争着往塔上撒盐，爆出“哗哗叭叭”的响声震彻夜空。广东“树中秋”把灯笼高悬于竹竿或屋檐，满城灯火如琉璃世界；江南制灯船，湖广用瓦片叠塔燃灯。

最盛大的要数香港大坑舞火龙。火龙长70多米，用珍珠草扎成32节，插满长寿香。整套仪程有自己的顺序：农历八月十四晚在供奉观音的莲花宫为火龙开光，之后连续三晚顺时针巡游大坑所有街道，八月十六晚举行“游大运”，沿逆时针再巡一周，然后一路舞到海边投入海中，称“龙归天”。澳门与佛山的玩法又不同——佛山秋色在中秋前后的月明之夜以大巡游形式举行，又称“秋宵”“出秋色”“出秋景”，巡游队伍长达数里，参演群众数千人，形态分灯色、马色、车色、地色、水色、飘色、景色七色，肇端于儿童舞草龙庆丰收的“孩童耍乐”。

习俗的变与不变

随着时间推移，习俗会发生明显的变化。比如“走月亮”的退场。秦荣光《上海县竹枝词》自注讲得很具体：旧



时上海地区每逢中秋，各年龄层次的妇女会以“走月亮”的形式徒步夜游，“然夜间踪迹易淆，良莠不辨，苟有门户者，往往以此为妇女戒。道光十六年，黄邑侯冕禁止夜游，数年来，此风稍息矣”——道光十六年（1836）上海知县黄冕下令禁止夜游，这项风俗从此慢慢消失。

北京则是另一番景象：中秋祭拜兔儿爷的仪式渐渐消失，但兔儿爷本身没有消失，而是转型成了庙会和文创店里的伴手礼，寄托着健康平安的祈愿，也成了老北京的文化名片。月光马作为一种特定节令的木版年画，如今只在国家图书馆、首都博物馆的藏品和民间年画研究里还能见到。

近十年最显著的变化是中秋团圆的方向变了。“反向团圆”——父母

到子女所在的城市过节，正在成为新趋势。据同程旅行等机构数据，2025年全国铁路反向客流量同比增长约10%，2026年1月“反向春运”机票预订量同比增长约35%，60岁以上旅客机票预订量同比增长超35%，约22%的老年人完成了人生“首飞”。北京、上海、深圳等一线城市成为主要目的地。它的驱动力很实在：反向机票便宜，可避开抢票高峰，也省去老家的人情开销；更深层的原因则是家庭结构的变化——独生子女一代家庭核心化，“孩子在哪，情感重心就在哪”。年轻人也借此机会带父母体验所在城市的文旅资源，形成一种“家庭微度假”。团圆的形态从“回到故乡的老屋”变成了“家人在哪儿，哪儿就是家”。

DIALOGUE

财富问答室

您的财富智慧伙伴。我们致力于打造一个专业的财经知识交流平台，诚挚邀请您的加入。我们每期将精心挑选热点问题，为您提供深度解析的财经知识和宝贵的财富管理智慧。让我们携手共进，共同开启财富管理的新篇章。

1. 财政政策下半年如何发力？

《建行财富》编辑部：财政部明确，下半年财政政策将重点从三方面继续发力：一是加快财政资金使用，推动地方政府专项债券和超长期特别国债等资金尽快形成实物工作量；二是加力扩大内需，继续发挥财政金融协同政策作用，并研究推出新的政策举措；三是加强财政改革管理，落实财税体制改革、零基预算和预算绩效管理。此外，财政部将根据宏观经济运行情况，及时谋划出台增量政策。

2. 从最新数据看，当前国民经济运行呈现哪些特点？

《建行财富》编辑部：今年以来，国民经济总体平稳，动能和结构持续优化。工业、服务业保持增长，3D打印设备、锂电池、工业机器人等新兴产品快速增长；服务消费和升级类商品需求加快释放，外贸保持较快增长，CPI温和回升，经济发展质效进一步提升。

3. 跨境电商如何推动“中国机遇2.0”双向奔赴？

《建行财富》编辑部：一端是全球商品加速进入中国市场，超大规模市场持续释放吸引力；另一端是中国制造借助跨境电商、短视频和直播直达海外消费者。随着企业从“订单代工”向自主品牌转型，跨境电商正成为连接国内外市场、推动中国品牌全球化的重要纽带。

4. 自动驾驶首次写入法律，将如何影响L3级自动驾驶商业化？

《建行财富》编辑部：《道路交通安全法（修订草案）》首次以专章明确自动驾驶汽车的法律地位、上路条件及责任归属，并区分自动驾驶与辅助驾驶。对于L3级及以上高阶自动驾驶而言，法律边界进一步清晰，车企商业化预期更明确，同时也需承担更严格的安全与合规责任。



如果您有任何困惑或感兴趣的议题，欢迎扫码留言，我们将在下期“财富问答室”栏目详细回复。再次衷心感谢您的支持！

免责声明：本内容所涉及的信息与观点均来源于公开渠道或相关专家言论，但不构成任何投资建议、法律建议、财务建议或其他专业建议。在任何情况下，我们不对因使用本内容所产生的任何直接或间接损失承担责任。我们强烈建议您在进行任何投资、商业决策或采取其他重要行动前，咨询专业人士，并结合自身实际情况，谨慎评估和权衡各种因素。

秋分

八月十三





建行私人银行
CCB Private Bank

以心相交 成其久远