

国务院印发“十五五”碳达峰行动方案

设立国家低碳转型基金;完善绿色金融标准和信息披露要求

证券时报记者 贺觉渊

日前,国务院印发《“十五五”碳达峰行动方案》(以下简称《行动方案》),对“十五五”时期碳达峰工作作出部署。《行动方案》明确要求,到2030年,我国单位国内生产总值二氧化碳排放比2025年降低17%,非化石能源消费占比达到25%,确保如期实现碳达峰目标,为实现2035年国家自主贡献目标、推进碳中和奠定坚实基础。

《行动方案》部署了五方面重点任务。在加快能源结构调整优化方面,《行动方案》要求大力推进非化石能源开发,加快提升电力系统新能源消纳能力,深入推进煤炭消费清洁替代,持续优化油气消费结构。

《行动方案》明确,到2030年,风电和太阳能发电总装机容量达到28亿千瓦以上,常规水电装机容量达到4.1亿千瓦左右,核电运行装机容量达到1.1亿千瓦左右;抽水蓄能装机容量达到1.6亿千瓦左右,新型储能装机容量力争达到3

亿千瓦,全国虚拟电厂最大调节能力达到5000万千瓦以上,电力需求响应能力达到最大用电负荷的5%以上。

在推进产业绿色化低碳化方面,《行动方案》一方面明确将开展传统产业节能降碳改造,并提出“十五五”时期规模以上工业单位增加值二氧化碳排放降低17%以上,规模以上工业单位增加值能耗降低10%以上,单位国内生产总值能耗降低10%左右,通过重点行业节能降碳改造实现节能量1.5亿吨标准煤以上等要求。

另一方面,《行动方案》强调加快发展绿色能源、绿色制造、绿色服务等绿色低碳产业,持续增强新能源、新能源汽车、动力电池等产业竞争优势,培育氢能、绿色燃料等产业。

在深化重点领域绿色低碳转型方面,《行动方案》要求加快交通运输领域低碳转型,包括持续增加新能源汽车保有量,加快公共领域车辆电动化;支持新能源重卡规模化应用,加快提升

清洁运输水平;发展电动、液化天然气、生物柴油、绿色甲醇等动力船舶等。《行动方案》还提出到2030年,新能源汽车保有量占比力争达到30%,新能源营运交通工具保有量占比达到25%的要求。

为加强资金支持,《行动方案》提出要积极促进碳达峰碳中和领域投资,设立国家低碳转型基金,落实节能降碳领域税收优惠政策,优化政府绿色采购政策。同时,加强高质量绿色金融和转型金融产品服务供给,完善绿色金融标准和信息披露要求,有序推动金融机构运营和资产组合绿色低碳转型。

此外,《行动方案》还部署了省间电力互济、煤炭消费清洁替代、重点行业节能降碳、低碳零碳供热制冷和绿色照明、零碳运输走廊建设、碳达峰碳中和和基础能力提升等重点工程。相关工程进一步要求,在“十五五”时期,新增省间电力互济规模4000万千瓦左右;到2030年,煤电机组低碳化改造规模达到3000万千瓦左右。

物价中枢稳步抬升 经济循环现结构性改善

证券时报记者 江卿

2026年上半年,国内物价扭转2025年全年低位运行格局,呈现居民消费价格指数(CPI)温和回升、工业生产者出厂价格指数(PPI)同比转正的结构性价修复态势,经济循环结构性改善信号清晰。专家认为,宏观政策有望进一步发力,着力提振内需、畅通产业链价格传导,下半年物价整体将保持温和上涨态势。

上半年物价温和上涨

7月9日,国家统计局公布数据显示,上半年,CPI比上年同期上涨1.0%,PPI比上年同期上涨1.5%。中国首席经济学家论坛成员庞溟对证券时报记者表示,这一平稳势头充分体现了经济在“十五五”时期开局阶段所具备的强大韧性与潜力。

庞溟进一步指出,上半年物价形势的核心在于供给引领与结构性重构。CPI涨幅位于1.0%,既体现了民生消费品供给体系的充足与稳定,也反映出居民消费需求在结构转型期的平稳与审慎。与此同时,PPI表现出更强的上行弹性和产业驱动力。

近期,A股上市公司相继发布上半年业绩预告。公开信息显示,锂盐、能源类等上市公司率先交出高增答卷。雅化集团上半年预计归属于上市公司股东的净利润11亿元至13亿元,同比增长710.17%—857.48%;盐湖股份依托钾锂业务量价齐升,盈利实现翻倍增长。有色金属矿采选业上半年PPI大涨31.7%,盛达资源技改后产能释放,上半年净利同比增长399%—471%;天山铝业预计上半年净利同比翻倍。广汇能源下游需求在二季度集中释放,公司旗下煤炭、天然气、煤化工三大板块产品价格均较一季度实现了显著回升,量价共振带动公司盈利大幅改善。

价格企稳有助于修复市场预期。2026年一季度长江商学院中国产业经济景气指数(BSI)数据显示,有固定资产投资的企业比例从2025年四季度的11%升至19%,扩张型投资比例从9%升至17%,达到近年较高水平。长江商学院的报告指出,“它未必意味着全面资本开支周期已经启动,但至少说明企业对未来的判断,不再停留在观望层面”。

价格传导效应有所显现

今年4月份以来,多家A股锂电上市公司密集披露扩产公告,涵盖上游锂盐、中游材料及下游电池制造等多个环节,引发市场广泛关注。此外,截至6月30日,2026年我国快递业务量已突破1000亿件,较2025年突破千亿量级的时间提前9天,体现出商品流通周转提速,产销衔接更加顺畅。

数据显示,PPI在今年3月结束长达41个月的下行下降实现转正后,6月同比涨幅升至4.1%,创下近47个月以来新高。

从行业结构看,煤炭、电气机械、电子设备、黑色金属冶炼等四个行业涨幅同步扩大,合计拉动PPI上涨1.39个百分点;有色采选、油气开采等五个上游原材料行业涨幅虽然有所回落,但合计对PPI的拉动效应仍达3.25个百分点。

价格下降行业中,非金属矿物制品业降幅



图片来源:AI生成

比上月收窄,电力热力生产和供应业降幅与上月相同,酒饮料和精制茶制造业、汽车制造业降幅比上月分别扩大3.4个和0.1个百分点。

环比看,6月份,产业升级加快带动部分行业需求增加,价格也出现上行。如人工智能覆盖场景不断拓展,新原料新材料广泛应用,绿色化转型持续推进,带动虚拟现实设备制造价格环比上涨8.4%,可穿戴智能设备制造价格上涨3.4%,工业控制计算机及系统制造价格上涨3.3%。

兴业证券研究报告指出,6月份中下游行业价格涨跌不一。中游设备制造业以及食品、烟草、纺织服装、家具、造纸、医药等下游消费行业价格修复或企稳,部分体现出上游涨价对下游的传导,但价格改善程度相对有限,内需偏弱压制中下游行业顺价能力。

宏观政策有望加力

专家强调,经济循环改善是结构性,政策驱动型的,PPI到CPI的顺畅传导仍需政策持续加力。6月,国内PPI与CPI同比剪刀差扩大至3.1个百分点,这一指标已连续5个月呈走阔态势。

多数受访人士认为,内需修复将成为下阶段政策关注的重点。从全年8000亿元“两重”超长期特别国债资金全部下达完毕,到近4000亿元“两新”资金已从规划图纸落到实体项目,近期资金下达跑出“加速度”,传递出以扩大内需推动经济持续回升向好的坚定决心。

中国人民银行货币政策委员会2026年第二季度例会同样释放了政策加力的积极信号。会议提出,要继续实施适度宽松的货币政策,加大逆周期和跨周期调节力度,更好发挥货币政策工具的总量和结构双重功能,加强货币财政政策协同配合,促进经济稳定增长和物价合理回升。

庞溟认为,下半年,随着扩内需政策的持续加码与创新驱动发展战略的深化,物价中枢有望继续保持在合理区间运行,持续为高质量发展营造优良的宏观环境。

光大证券首席宏观分析师赵格格对证券时报记者表示,后续PPI的主要关注点在于,一是本轮AI产业链扩张带来的通胀持续性;二是若下半年国内投资端发力叠加“反内卷”背景下,内需定价的工业品价格是否迎来修复。CPI方面,未来走势更多受内需驱动,下半年猪周期反弹高度是主要关注点。

我国汽车单月出口首超100万辆

证券时报记者 韩忠楠

7月9日,上半年汽车产销数据出炉。1—6月,汽车产销分别完成1499.3万辆和1501.7万辆,同比分别下降4%和4.1%。虽然行业继续承压,但降幅比前5个月进一步收窄。其中,6月份,汽车产销分别完成276万辆和281万辆,环比分别增长5.5%和6.9%,同比分别下降1.2%和3.2%。

中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示,上半年,我国汽车行业运行总体平稳,产销累计降幅逐月收窄,预计下半年将持续向好。

陈士华进一步分析,上半年汽车市场呈现几个特点:一是内需承压明显,销量两位数下降;出口超预期增长,形成稳定支撑。二是乘用车市场表现欠佳,出现小幅下滑;商用车市场延续向好态势,销量保持增长。三是产业新旧动能持续转换,传统燃油车市场进一步萎缩,新能源汽车稳定增长。

从产品结构上来看,新旧动能转换在进一

步加速,6月,新能源汽车产销分别完成159.8万辆和164.3万辆,同比分别增长26%和23.6%。1—6月,新能源汽车产销分别完成743.8万辆和744.6万辆,同比分别增长6.7%和7.3%,新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的49.6%。相比之下,传统燃油车市场份额进一步萎缩,1—6月,传统燃油乘用车中,A级—C级车销量均有不同程度的下降,其中销量主力A级乘用车的下降幅度明显,上半年累计销量316.3万辆,同比下降15.6%。

上半年汽车市场最大的亮点在出口方面。数据显示,6月,汽车出口103.7万辆,环比增长11.6%,同比增长75.1%,单月出口量首次突破100万辆。1—6月,汽车出口509.6万辆,同比增长65.3%。

陈士华表示,6月当月,中国汽车出口历史上第一次月度出口量突破100万辆,上半年出口也是首次突破500万辆,目前行业内对全年出口总体表现呈谨慎乐观态度,预计全年汽车出口有望突破1000万辆。

9部门发文 支持新型优质零售企业上市

证券时报记者 秦燕玲

7月9日,商务部等9部门联合发布《关于加快零售业创新发展的意见》,从统筹规划合理布局、商品服务质量提升、存量增量协同优化、线上线下公平竞争等方面提出了20条政策措施,促进零售业加速转型提升。

在具体融资政策上,支持符合条件的新型优质零售企业上市,支持符合条件的零售经营主体发行资产支持型证券和商业不动产投资信托基金,支持符合条件的百货商场、购物中心、社区商业、农贸市场等消费基础设施项目发行基础设施领域不动产投资信托基金。

“我国零售业取得了长足发展,但总体来看,正处于转型升级的关键时期,面临布局不合理、供需不匹配、成本负担重、线上线下失衡等困难问题,导致零售行业总体盈利能力下降、消费者体验不佳。”商务部流通发展司司长李佳路指出,对于这些行业痛点问题,《意见》针对性地提出了对策。

例如,对于零售商业设施局部失衡、业

态扎堆或短缺等问题,《意见》首次提出探索建立商业设施饱和度评估机制,作为市场晴雨表,供项目立项和社会投资参考。

对于消费者关心的商品质量问题,《意见》提出,推动零售经营主体加强采购质量管控和溯源,严选供应商,鼓励发展自有品牌,推广质量自我承诺制;同时,打击线上线下制假售假行为,推动平台经营者、柜台出租者将入驻经营者抽检合格率、退货率纳入考核,促进放心消费。

李佳路透露,本次政策文件中吸纳借鉴了胖东来等企业和各地的好经验好做法。如加强质量管控,发展自有品牌,推广去“皮”称重,提倡母婴室等关怀服务,鼓励实体零售经营主体承诺无理由退货,整治售后安装、维修服务乱收费等。

针对近年来备受关注的线上线下不公平竞争等市场失灵、无法有效配置资源的问题,《意见》则提出落实反不正当法、反垄断法等法规,促进算法推荐、流量分配公平透明,加强价格治理,健全一体化监管机制,统一线上线下促销等行政检查和处罚标准。

用户越多亏得越多 AI行业求解“规模不经济”难题

<<上接A1版

然而,这款售价大约500元的产品却没有实现盈利,不仅因为硬件受存储芯片、印刷电路板等涨价影响而成本增加,而且用户每一次拍照识别都需要调用大模型,都要消耗Token——这意味着,用户越多、使用时间越长,成本就越高,越不可控。

产品越成功,亏损越严重——在AI产业链的下游应用端,这是一个普遍存在的“规模不经济”悖论。记者采访了解到,上游算力端几乎吃掉了模型厂商及应用端的所有利润,整个链条中,谁离用户越近,谁越难赚钱。因为模型厂商及应用端需要面对的,是拥有绝对议价权的上游算力供应商,以及对价格敏感、低忠诚度的用户,要在夹缝中实现盈利,并不容易。

最近的一则数据,让AI高昂成本带来的压力初现端倪。独立指数提供商Silicon Data编制的大模型Token支出指数在今年5月触顶后,如今已回落约20%。这一指数被视为反映AI服务付费意愿及边际需求变化的指标,有市场分析人士认为,其走弱表明用户的AI支付意愿已接近阶段性上限。

Token支出指数下滑,最直观的一个体现是,科技公司最近开始对员工Token使用量进行限制。例如,微软、Meta等公司均采取措施限制员工使用AI,以控制快速膨胀的AI成本。一名国内头部互联网大厂程序员也告诉证券时报记者,现在公司内的前沿模型接口经常要排队,“本质上就是在限制使用,感觉限制用量迟早会来。”该程序员表示。

赚钱为什么这么难

传统互联网模式下,开发一款APP的成本是固定的,新增一个用户的边际成本趋近于零,其增长逻辑是“烧钱换规模、规模换利润”。但这套打法在AI时代已经失效,因为推理成本会随着用户规模和日活一起“膨胀”,规模越大,账单越贵。

面对高昂的成本,AI应用端正在经历一场从免费圈地到付费探索的转向。6月24日,豆包专业版正式上线,采用包月订阅模式,有68元、200元、500元三档付费方案,使用额度随金额依次增长。但在专业版之外,豆包也对用户保留免费的基础版本,并强调免费版的功能与额度可以满足大部分用户的日常生活场景。

除了豆包以外,记者梳理发现,国内主流大模型中,智谱AI(智谱清言)和月之暗面(Kimi)也已上线付费会员体系,均采用包月订阅模式。智谱清言分为VIP会员和SVIP会员两种,连续包月价格分别为49元和149元;Kimi包月费用分为49元、99元、199元、699元四档。二者均和豆包一样保留免费的基础版本。DeepSeek、阿里千问、腾讯元宝则对普通用户维持免费,未设置付费版本。

然而,能收费却并不代表能盈利,二者之间隔着一道难以跨越的鸿沟。

从To C端(面向消费者)来看,付费模式的推行阻力重重。和君咨询合伙人沈佳庆接受证券时报记者采访时表示,在作为生产工具以外的其他场景,AI的收入乏善可陈,这源于国内个人用户的付费意愿普遍不高。前述AI教育硬件公司负责人告诉记者,由于国内用户还没有形成AI付费

习惯,公司的拍学机在国内和国外采用“双轨制”,即对国内用户免费,对海外用户收取每月9.9美元至15美元的订阅费,以此覆盖部分的模型调用推理成本。

从To B端(面向企业)来看,盈利则面临企业预算约束和落地效果鸿沟。“赚钱的难度并不低,因为客户是极为理性的。对多数企业而言,AI应用预算并非新增的资本开支,而是从本就已经在缩减的数字化转型预算中分离出来的,因此,总市场没有变大。”沈佳庆说,随着企业部署和应用AI进入深水区,在取得一部分效果后,往往就会发现AI对核心商业模式、市场竞争力等的改进作用暂时还比较有限,一些无法产生明确效益的应用场景将被砍掉。

虽然现阶段,B端的盈利比C端更具确定性,但B端的投入也更“重”,高度定制化,需长期维护和运营。更重要的是,在沈佳庆看来,AI的真正价值不在于降本,而在于创造原本不存在的商业模式,而AI应用目前还未能真正创造价值。“会议纪要自动生成、周报一键扩写、营销文案批量改写、PPT排版美化、简单代码补全,这些功能有更好,没有也没关系,它们不是企业愿意为之支付高额订阅费或项目款的痛点。”沈佳庆说。

AI资本开支的再审视

近年来,资本市场热烈追捧AI算力基建板块,其核心逻辑是AI能力将随着AI资本开支的扩大而提升,进而产生更大的回报。但是,在算力账单持续攀升而实际业务回报有限的情况下,AI行业正面临着一场深刻的商业模式重构。

要走出“规模不经济”的陷阱,核心在于两方面——降本和提质。

降本,是要在模型架构和推理效率上做文章,通过引入端云协同、大小模型动态路由、推理缓存与预计算等技术,降低推理成本。前述AI教育硬件公司负责人表示,公司的AI拍学机将高频、简单的识别任务(如识别常见动植物)交由低成本、本地化部署的端侧小模型处理,仅在遇到复杂逻辑或长尾知识时才调用云端大模型,此外还利用推理缓存技术,对重复出现的用户提问直接返回历史结果,避免重复计算,降低Token消耗。

提质,是要摒弃“为了AI而AI”的功能堆砌,从“卖Token”真正转向“卖结果”,前者关心的是“用了多少”,后者关心的是“产出了什么”。一名业内人士告诉记者,在传统的IT服务中,甲骨文、赛富时等软件公司并不是按照“数据库查询次数”来收费,而是采取项目制定价、按服务周期付费,约定服务范围和效果指标,基于实际产生的产业价值来定价。“AI花了几年时间绕路,最后可能还是要回到这条路上来。”该业内人士说。

回到最初的问题,在“规模不经济”的视角下,AI资本开支的可持续性,不取决于算力本身有多强大,而取决于下游应用能否构建出健康的商业增长和财务盈利模型。“就好比西部淘金热,卖铲子的人比淘金客更兴奋,淘金客在河边筛了几年,却没见过金沙。”沈佳庆说,如果未来应用层仍无法创造真正的价值——比如能直接创造新收入、自主完成核心业务闭环、具备不可替代性的产品,那么底层基建的繁荣或也将不可持续。