

一季度规上电子信息制造业增加值同比增长11.5%

工业和信息化部运行监测协调局

一季度,我国电子信息制造业生产增长较快,出口保持增长,效益稳步改善,投资持续快速,行业整体发展态势良好。

生产增长较快

一季度,规模以上电子信息制造业增加值同比增长11.5%,增速分别比同期工业、高技术制造业高5个和1.8个百分点。3月份,规模以上电子信息制造业增加值同比增长13.1%。在主要产品中,微型计算机设备产量7956万台,同比增长7.5%;集成电路产量1095亿块,同比增长6.0%;智能手机产量2.74亿部,同比下降1.1%。

出口保持增长

一季度,规模以上电子信息制造业累计实现出口交货值同比增长7.1%,较1—2月提高1.2个百分点。3月份,规模以上电子信息制造业实现出口交货值同比增长8.6%。据海关统计,一季度,我国出口笔记本电脑3335万台,同比增长3.2%;出口电视机2356万台,同比增长4.1%;出口集成电路761亿个,同比增长22%。

效益稳步改善

一季度,规模以上电子信息制造业实现营业收入3.79万亿元,同比增长10.6%;营业成本3.34万亿元,同比增长11.2%;实现利润总额1027亿元,同比增长3.2%;营业收入利润率为2.7%,较1—2月提高1个百分点。3月份,规模以上电子信息制造业营业收入1.46万亿元,同比增长13%。

投资保持快速

一季度,电子信息制造业固定资产投资同比增长10.5%,较1—2月提高0.9个百分点,比同期工业投资增速低1.5个百分点,比同期高技术产业投资增速高4个百分点。

区域营收略有分化

一季度,规模以上电子信息制



我国制造业企业积极应对出口“变局”

(上接第1版)

“不过,只要找对客户、转变意识,国内14亿人的生意有得做!”蔡巍认为,“在如今的贸易环境下,计划不如变化快。我们需要思考如何拥抱这些变化,如何更好地为国内客户服务。”

中国是制造大国,也是消费大国。2024年我国社会消费品零售总额达48.8万亿元,同比增长3.5%;随着国家扩内需各项政策不断加力扩围,今年一季度,全国社会消费品零售总额12.47万亿元,同比增长4.6%……这些既是亮给外贸企业的“明牌”,也是出口转内销最大的“确定性”。

不少外贸企业是国内市场上的“新兵”,拓展销售渠道难、生产线转向难、品牌建设难等,都是摆在眼前的现实。最近,京东、阿里巴巴、抖音电商、快手等十余家电商平台以及盒马、永辉等“集体行动”,着眼于这些企业转型的困难,发挥各自优势,帮助他们快速开拓国内市场。

得知珠海金稻电器有限公司因美国关税影响出现产品积压后,京东美容电器业务负责人带队紧急赶赴珠海,与金稻团队深入沟通转型策略,不仅提供了包销支持政策,还整合站内流量、营销资源及渠道优势,助力金稻快速打通内销通路,实现品牌焕新。

行业协会也积极搭建对接桥梁。近日,中国商业联合会、中国连锁经营协会等多家行业协会表示,将组织产销对接会、培训会等活动,帮助有需要的企业了解国内市场需求和标准,推动产品适销对路。

“出口转内销,能否转成转好,关键还要企业在加大转型升级、挖掘消费新潜力等方面下更多功夫。”中国宏观经济研究院产业经济与技术经济研究所高技术室主任张于喆对记者表示,要认识到,“出口转内销”并不是简单地清理库存,而要针对国内市场因地制宜调整策略,精准品牌定位,持续发挥质量、研发等优势,推出更多好产品,培育和发展新的消费热点。

用创新好产品

闯出海外“新天地”

我国是全球最大汽车出口国,数据显示,2024年我国汽车出口量实现了23%的同比增长。记者近

日在第二十一届上海国际汽车工业展览会上注意到,在美国近期对贸易伙伴挥舞“关税大棒”的背景下,中国车企正用创新引领产业发展,走向国际的步伐丝毫没有停歇。

以东南亚地区为主阵地,上汽通用五菱汽车股份有限公司正在构建起更完善的出海生态。“除了对我们的产品进行本地化制造和本地化生态改造以外,我们的核心供应链也实现了本地化。”该公司副总经理韩德鸿说道。

还有的车企凭借在新能源、智能化等领域积累的技术优势成为技术输出方,国外车企则在合作中扮演技术引入与市场渠道提供的角色——这种“反向合资”的角色逆转,成为中国车企“出海”新路径。

“用我们的技术和产品来复活西班牙‘埃布罗’这个汽车老品牌,让他们的工厂再一次运转起来,这种模式受到当地政府和社会的欢迎。”奇瑞汽车股份有限公司董事长尹同跃告诉记者。

中国产业海外发展协会常务副秘书长蒋贇认为,当前中国企业出海拓展新市场要分情况探讨。墨西哥离美国较近,该国产业在美国压力下进行政策调整的可能性较大。对于此类情况比较特殊的市场,中国企业要做好“两手准备”。

“一边关注关税政策的进展,一边做好建厂的长期准备。中国企业要坚持长期主义,进入到任何的国别以及区域市场,都不是只进去待一两年,而是一定将整套体系扎根当地市场。”蒋贇说,中企出海要学习和吸收当地比较成功的欧美日韩车企的做法,发挥中国车企技术强项,如人工智能、自动驾驶等,做好产品。

同样作为支撑出口增长的行业之一,近年来我国的家电行业出口积极调整市场结构。中国机电产品进出口商会家电分会秘书长周南向记者表示,我国家电行业对美国出口的市场占比已经不到18%,对“一带一路”沿线出口的市场占比已上升至近40%。

虽然业务在美国市场出口收入占总营业收入比例不足3%,但海信家电未雨绸缪,采取多区域产能协同的方式来应对风险,依托中国、墨西哥、泰国三大生产基地对出口美国的产品进行协同供应。通过灵活调配多区域产能,海信家电构建起

对单一市场政策波动的有效缓冲机制,降低了因美国关税政策变动对企业经营造成的冲击。

放眼全球新兴市场,如东南亚、拉美、非洲等地有着较大的拓展空间。以空调为例,这些地区以及欧洲的一些发达国家的空调普及率也不是很高,都还有发展潜力。业内专家认为,中国出口的空调产品将会向着更清洁环保、更智能化、更舒适的方向发展,未来在新兴市场上的发展将更有优势。

“出口变局是挑战更是机遇。”张于喆告诉记者,企业开拓“一带一路”国家和地区等全球新兴市场,其意义不仅限于应对当前的关税战和贸易摩擦,而是回应全球市场格局变化所作出的战略性调整。这些市场往往可以更大释放中国制造企业的成本领先优势,中国制造凭借成熟的供应链体系、高效的生产能力和成本优势,迎来新的发展窗口期。

有效市场和有为政府

“双向奔赴”

前不久,由33家企业组成的“2025年成都工业领域政企代表团”前往沙特“淘金”。一路上,“关税战”是热议的话题,但比起紧张和焦虑,大家讨论更多的是应对策略,代表团上下有种“拧成一股绳”的氛围。

政商洽谈、对接会议、园区考察……翻开代表团沙特5天日程的安排表,10余项行程满满当当。“为了这次出行,我们做了充分的对接和调研,每个点位都有很强的针对性。”成都市经济和信息化局成都市新经济发展委员会相关负责人表示,以第一站沙特投资部为例,这是沙特政府的核心机构,手握万亿美元级投资计划,正积极推动能源转型,成都相关能源企业可凭借技术优势参与其中。

此次对接活动收获显著成效——希迪智驾(成都)科技有限公司和沙特格拉达卡车与重型设备有限公司达成“成都造”高端定制重卡采购协议,成都硅宝科技股份有限公司与阿卜杜拉·巴赫特·阿·马赫里汽车配件有限公司就采购有机硅密封胶产品进行签约……

近段时间以来,多地领导干部密集走访企业,召开一场场政企恳谈会,听取外贸外资企业经营情况、

应对美国加征关税的举措建议,从顶层设计层面持续打好“稳拓调优”组合拳,帮助外贸企业搭建“双循环”桥梁。

为助力更多企业加速全球市场多元化布局,外贸大省江苏加强政策信息服务供给,开展东盟、中东、非洲等新兴市场分析研判,10多场“贸促服务助企行”品牌宣讲活动走进企业,将最新的市场动态和政策解读送到企业家手中。据了解,后续,马来西亚、泰国等多国经贸代表团将受邀来访,江苏将组织外贸企业就新能源、智能制造等行业开展对口洽谈。

一部分出口商品转向国内市场后,如何找到合适的产业生态位,也考验着区域的产业承载能力和规划能力。

深圳大力支持企业打造国货潮品新品牌,计划在消费电子等细分领域引进和培育一批“瞪羚品牌”,积极推动首发经济,并推出2025年服务企业拓展国内市场系列支持政策,包括支持企业参加消费品以旧换新补贴活动,支持网络零售扩容等10条具体措施,单项最高奖励达2500万元。上海推动内外贸产品“同线同标同质”,为企业拓展国内市场提供政策咨询、产品检验检测、认证综合服务;同时加强金融对外贸企业拓内销的支持力度,鼓励银行创新金融支持内外贸一体化方式,支持已投保出口信用保险的外贸企业投保国内贸易信用保险等。

不少企业担心,大量出口商品集中涌入国内市场,可能激化同质化竞争,尤其在一些趋近饱和的行业,会带来产能踩踏和市场积压。

对此,赛迪研究院工业经济研究所所长关兵表示,行业主管部门要“疏引结合”,在帮助企业疏通国内渠道的同时,加强创新发展,引导企业在产品品质、商业模式等方面差异化发展;要规范市场秩序,引导企业有序良性竞争,坚决整治企业恶性竞争;要加强知识产权保护,引导营造创新氛围;要健全信用体系建设,引导企业诚信经营,让出口企业成为国内企业的“互补”角色,而不是“竞争”角色。

政策越细致越灵活,才越有可能让企业在风浪中“软着陆”,实现有效市场和有为政府的“双向奔赴”。我国的制度优势、市场优势完全可以托举起企业家的大胆探索,也足以应对变局。尽管正在经历风浪,不少企业也充满信心。

工业和信息化部运行监测协调局

分地区运行情况

2025年一季度,我国软件和信息技术服务业(以下简称“软件业”)运行态势良好,软件业务收入稳健增长,利润总额保持两位数增长,软件业务出口增速由负转正。

总体运行情况

软件业务收入稳健增长。一季度,我国软件业务收入31479亿元,同比增长10.6%。

利润总额增速保持两位数增长。一季度,软件业利润总额3726亿元,同比增长11.6%。

软件业务出口增速由负转正。一季度,软件业务出口131亿美元,同比增长2.4%。

分领域运行情况

软件产品收入稳定增长。一季度,软件产品收入7536亿元,同比增长9.4%,占全行业收入比重为23.9%。其中工业软件产品收入671亿元,同比增长7.1%;基础软件产品收入419亿元,同比增长7.9%。

信息技术服务收入保持两位数增长。一季度,信息技术服务收入20820亿元,同比增长11.0%,占全行业收入的66.1%。其中,云计算、大数据服务共实现收入3540亿元,同比增长11.1%,占信息技术服务收入的17.0%;集成电路设计收入906亿元,同比增长19.7%;电子商务平台技术服务收入2482亿元,同比增长8.4%。

信息安全收入增速加快。一季度,信息安全产品和服务收入481亿元,同比增长8.6%。

嵌入式系统软件收入小幅回落。一季度,嵌入式系统软件收入2642亿元,同比增长10.5%。

一季度规模以上互联网企业完成业务收入4118亿元

工业和信息化部运行监测协调局

总体运行情况

互联网业务收入实现增长。一季度,我国规模以上互联网和相关服务企业(以下简称“互联网企业”)完成互联网业务收入4118亿元,同比增长1.4%。

研发经费增速加快。一季度,我国规模以上互联网企业共投入研发经费204.5亿元,同比增长4.6%,增速较1—2月份提高1.8个百分点。

分地区运行情况

东部地区互联网业务收入稳步增长。一季度,东部地区完成互联网业务收入3676亿元,同比增长2.9%,高于全国增速1.5个百分点,占全国互联网业务收入的89.3%。

京津冀地区互联网业务收入较快增长。一季度,京津冀地区完成互联网业务收入1251亿元,同比增长7.1%,占全国互联网业务收入的30.4%。

近半数地区互联网业务增速实现正增长。一季度,互联网业务累计收入居前5名的北京(增长8.1%)、广东(增长10.1%)、上海(下降8.8%)、浙江(增长6.1%)和贵州(增长7.4%)共完成业务收入3439亿元,同比增长4.5%,占全国(扣除跨地区企业)互联网业务收入收入的83.5%。全国互联网业务收入实现正增长的省(区、市)有12个,其中四川、陕西增速超20%。

附注:规模以上互联网和相关服务企业口径为上年互联网和相关服务收入2000万元及以上,文中所有同比增速均按可比口径计算。

4月份高技术制造业PMI为51.5% 延续较好发展态势

本报讯 近日,国家统计局服务业调查中心和中国物流与采购联合会发布了4月中国采购经理指数(PMI)。数据显示,4月份,我国制造业采购经理指数为49.0%,比上月下降1.5个百分点,制造业景气水平有所回落。

国家统计局服务业调查中心高级统计师赵庆河表示,4月份,受前期制造业较快增长形成较高基数叠加外部环境急剧变化等因素影响,制造业PMI为49.0%,回落至临界点以下。

值得一提的是,高技术制造业持续向好。从重点行业看,高技术制造业PMI为51.5%,明显高于制造业总体水平,其生产指数和新订单指数均位于52.0%及以上,高技术制造业延续较好发展态势。装备

制造业、消费品行业和高耗能行业PMI分别为49.6%、49.4%和47.7%,比上月下降2.4个、0.6个和1.6个百分点,景气水平不同程度回落。

此外,预期指数保持扩张。生产经营活动预期指数为52.1%,继续位于扩张区间。部分行业企业对近期发展信心较强,其中食品及饮料精制茶、汽车、铁路船舶航空航天设备等行业生产经营活动预期指数均位于58.0%及以上较高景气区间。

4月份,综合PMI产出指数为50.2%,比上月下降1.2个百分点,仍高于临界点,表明我国企业生产经营活动总体保持扩张。构成综合PMI产出指数的制造业生产指数和非制造业商务活动指数分别为49.8%和50.4%。(吴丽琳)