

实体经济与数字经济深度融合

东风汽车京东集团全面战略合作

长江日报讯(记者汪越 通讯员程伟)8月14日,东风汽车集团有限公司(以下简称东风汽车)与京东集团正式签署战略合作协议,宣布建立全面战略合作关系。

近年来,东风汽车与京东集团在物流商用车、用户营销与售后服务生态等领域积累了坚实基础——联合研发定制化车型,率先在新能源和智能化应用方面落地;东风商用车为京东物流全国技能大赛保驾护航;东风猛士、岚图等品牌借助京东平台加速市场渗透;供应链上,双方通过定制化服务优化采购体系,响应全场景需求。

此次合作,双方将进一步发挥各自优势,在整车营销与售后服务上,依托品牌力互补,创新全渠道营销模

式,强化优质客户引流与品牌传播,推动商用车营销、售后及汽车生态合作;在采购及供应链层面,扩大合作范围,提升采购效率与成本管控能力;智慧物流方面,将在物流服务、技术与园区租赁等方面深度协作,东风物流体系与京东仓配网络协同,优化汽车零部件的全链路仓运配,提升运营效率。

未来,双方还将探索数字化技术、品牌传播、海外市场等新领域,构建优势互补、互利共赢的产业生态。

在汽车产业加速迈向数字化、智能化、网联化的背景下,此次战略合作不仅是响应国家“促进实体经济与数字经济深度融合”的举措,更是顺应产业升级趋势的

主动选择。

东风汽车作为中央直管特大型企业,历经56年发展,业务涵盖全系列商用车、乘用车、新能源车及关键零部件,并加速推出猛士、岚图、风神、奕派等自主品牌,积极拓展海外市场。京东集团则以供应链为基础,覆盖零售、科技、物流、健康、产业发展、工业和海外业务,致力于推动上下游伙伴数智化转型,服务实体经济高质量发展。

业内认为,双方的“强强联合”,将为汽车产业数字化转型、供应链优化和智慧物流升级提供可复制的范本,也为中国汽车产业高质量发展注入新的动力。



■证券时报记者刘茜

随着各市上半年经济数据陆续揭晓,2025年我国社会消费品零售总额十强城市排名随之更新,依次为重庆、上海、北京、成都、广州、深圳、苏州、杭州、南京、武汉。

以全国社零平均增速5%为基准线,广州、成都、南京、杭州、武汉五城共同组成增速领跑阵营。其中,武汉表现尤为亮眼——以7.3%的同比增速位居十强榜首,成为榜单中唯一增速突破7%的城市,展现出强劲的消费增长动能。

近年来,武汉全方位激活消费市场,将其作为推动地方经济发展的重要驱动力。多位接受证券时报记者采访的专家表示,在7.3%的增速背后,武汉走出“传统消费升级+场景消费创新”的升级路径,锚定中部消费活力“第一城”,通过供给端创新,持续激活消费新动能。

城市向“消费拉动”转型

2025年上半年经济数据显示,武汉实现地区生产总值(GDP)10592.8亿元,同比增长5.5%,首次在上半年突破万亿元大关。在经济底盘持续壮大的同时,消费引擎迸发动能:上半年社会消费品零售总额达4279.97亿元,同比增速达7.3%。

对此,中南财经政法大学教授黄漫宇向记者指出,参照一线城市发展轨迹,城市经济往往经历从“投资拉动”向“消费拉动”的转型。2023年武汉GDP迈入“两万亿元俱乐部”,城市能级的跃升,正加速推动这一动能转换进程。

记者注意到,武汉市政府在今年初的《政府工作报告》中,直接将“做强消费引擎”置于拉动经济增长“三驾马车”的首位,同时也被列为今年武汉市“重点做好十一个方面工作”的首位。黄漫宇认为,这一明确的政策导向,为武汉市促消费、活市场提供了指引和动力。

从政策引导来看,武汉在促进消费方面,一直展现出前瞻性和执行力。早在2024年,武汉就率先在全国推出消费品以旧换新的配套支持措施。进入2025年,该政策持续加力扩围,与促消费政策紧密相关的商品类别销售呈现爆发式增长。今年上半年,武汉与促消费政策密切相关的家具类、家用电器类、建筑及装潢材料类商品零售额同比分别增长219.8%、40.5%、27.4%。

在精准施策激发市场活力的同时,黄漫宇指出,武汉消费市场供给结构不断优化创新,文旅商体深度融合,政策与场景共振,形成裂变效应。武汉在《政府工作报告》中也明确提出,今年举办展会节事活动1100场以上,开展“乐购武汉”促消费活动2000场以上。

记者梳理发现,开年以来,跟着春晚游武汉、相约春天赏樱花、武汉马拉松、热辣滚烫小龙虾等活动接续推出,赏花经济、赛事经济、会展经济、演艺经济成为武汉的“流量密码”,也让武汉“春赏樱、夏嗦虾、秋欢购、冬潮玩”的全季消费模式不断升级。

以今年3月升级为世界田联金标赛事后首次开赛的武汉马拉松为例,该赛事与武汉体育消费周深度融合,紧扣“跑马赏樱”打造“汉马旅游季”,创新“体育+文旅+商业”模式,推出赏樱之旅、美食之旅、文化之旅、交流之旅等活动。根据汉马组委会数据,共吸引了7.1万人次游客因“汉马”来到武汉,促进赛事流量向消费增量转化,直接消费突破1.17亿元,总拉动效应达2.98亿元。

黄漫宇认为,武汉利用其深厚文化底蕴和旅游资源,在上半年通过密集的活动激活市场热度,形成了强大的消费磁场。根据统计数据,今年上半年,武汉商品零售额增长7.6%,餐饮收入增长2.7%。文旅市场活力持续释放,旅行社及相关服务业营业收入增长36.1%,休闲观光活动增长16.7%。

商业载体扩容

在政策与消费场景相互赋能、共同发力的过程中,武汉消费市场的供给结构也在加快改善。6月底,武汉捧回“美好消费典范城市”奖杯。武汉市商务局相关负责人介绍,近年来,武汉打造了1500万平方米商业空间和一批消费新场景,引进首店超千家。

8月12日,证券时报记者来到武商集团旗下首家WS江豚会员店,大批市民涌入店内开启“买买买”模式。该店以“付费会员制+精选商品”模式运营,面向付费会员开放。武商超市相关负责人表示,年内将开出第二家WS江豚会员店。

此前,山姆会员商店已在武汉开出4家门店,与北京、深圳并列,仅次于上海。若武商集团第二家WS江豚会员店开业,武汉的付费制会员商店数量将达到6家,这一数量将超过北京、深圳。

与此同时,武汉的国际化气息不断增强。近两年,武汉新增了SKP等近10个大型购物中心。2024年SKP在武汉开出全国第四家门店,吸引千余国际品牌入驻,其中武汉首店近400家。今年上半年,武汉SKP客流量接近1000万人次,4月10日实现单日销售额1.65亿元,刷新其开业以来销售额纪录。

一般而言,中高端商业载体的数量与当地消费水平紧密相关。武汉清远咨询公司研究员张国兴接受记者采访时表示,这种集聚现象,既体现了武汉在供应链优化升级与消费体验创新上的持续推进,也印证了居民消费信心的不断增强。作为重要的制造业重镇,武汉上半年经济基本面的不断夯实,强化了居民的消费信心,这正是消费意愿持续活跃的根本保障。

数据显示,今年上半年,武汉居民人均可支配收入32566元,同比增长4.8%。其中,城镇居民人均可支配收入34947元,增长4.6%。

“通过对集团570万名会员进行抽样调查,半数以上受访者表示对集团开设会员制超市表示期待和支持。”武商超市相关负责人回应称,武汉消费者对个性化优质产品和高端品质生活的追求从未改变。

戴德梁行的武汉公司研究部相关负责人也表示,从武汉核心商圈新店开业情况来看,零售业态持续回暖,占到今年上半年新开业店铺数量接近40%。武汉上半年商品零售额同比增长7.6%,餐饮收入同比增长2.7%,这一趋势与全国表现一致。

持续释放消费动能

2024年,我国消费十强城市中,除去7个社会消费品零售总额已经突破万亿元的城市(上海、重庆、北京、广州、深圳、成都和苏州),还剩下南京、武汉、杭州三座城市“冲刺”万亿元大关。

“相较东西部地区,中部地区仍缺乏社会消费品零售总额破万亿元的消费强市。”中国商业经济学会副会长秦尊文向记者表示,过去几年,消费是经济增长的最大引擎,消费驱动也成为区域竞争最大的变量之一。从增长动力看,季节性消费动能将持续释放,武汉的暑期旅游旺季将为下半年经济增长提供有力支撑。

不过,张国兴认为,除抢抓以旧换新等国家政策机遇,以及从商品提质、服务升级、场景拓展、业态创新等方面提升消费供给品质外,武汉仍需从根本上提高居民收入支撑,完善就业、医疗等体系,进一步释放居民消费潜力。在消费结构升级的关键时期,文化旅游、医疗健康、养老消费空间广阔。

此外,武汉目前仍存存新型消费缺乏本土特色、国际化程度不足等问题。黄漫宇建议,武汉需要提升城市消费辐射力,扩大影响力半径,通过跨境电商、免税店等载体连接全球市场。

近年来,武汉在培育国际消费中心城市的道路上持续加速。随着《湖北省提振消费专项行动实施方案》的近期出台,武汉进一步加大了首发经济的发展力度和入境消费的拓展范围。

6月,武汉首家市内免税店正式开门纳客。7月1日起,湖北依据相关规定实施境外旅客购物离境退税政策,武汉SKP、武汉恒隆广场、武汉国际广场等33家商场被纳入其中,彰显出武汉主动拥抱世界的积极姿态。

(刊载于8月14日《证券时报》A5版)

新业态与商业载体不断扩容

武汉锚定中部消费活力『第一城』

“沉”到车辆上 行在枢纽中

专班攻坚交通强国建设试点取得新突破

干部素质提升年

■长江日报记者宋磊

夏日炎炎,黎云、梅赞超来到一处公交站点,仰头望向站台提示屏上滚动显示的文字,又转向站牌轻声商量,还不时在笔记本上提笔记录。“只有沉到一线,融入交通,我们才能发现问题,提升城市交通便利度。”黎云说。

他们是武汉市交通运输局交通强国建设试点工作专班成员。这个团队推进交通强国建设试点攻坚,加速推动交通区位优势转化为发展胜势,累计推动20余个交通项目落地,促进11项关键指标位居中部地区第一。

30多个部门和单位“粘”在一起 海外运输大通道越来越畅

为加快构建安全、便捷、高效、绿色、经济、包容、韧性的现代化综合交通运输体系,2021年8月,武汉成为全国唯一获批交通强国建设试点的省会城市。今年以来,武汉市交通运输局深化推进这项试点工作,以“干部素质提升年”为抓手,局机关13名干部组成工作专班,推动一系列创新性工作在武汉先行先试,为建设交通强国不断输出“金点子”。

这项任务的分量沉甸甸,4个子项目瞄准武汉实际:建设内陆开放型综合运输大通道,推动全域公交一体化和公交优先发展、构建多方协同应急物流分级体系、推动车路协同创新应用。

8月12日中午,市交通运输局一间办公室内,该局规划处一级主任科员杨鹏的工位上摆放着各类资料、文件,他滚动鼠标在海量文字资料和数据中查找信息并编制方案。感觉有点饿时,他才顺手拿起桌上一块面包,撕开袋子啃了一口。

“这项任务很宏大,又很紧迫。”作为“建设内陆开放型综合运输大通道”项目组成员,杨鹏刚接到任务时坦言“难度不小”。

“武汉是九州衢,通达江海,但与国际接轨的‘出口’还不够,突破‘内陆’限制是当务之急。”去港口、机场、公路、铁路……经过一系列调研后,杨鹏谋划清晰:就是要打破单一的交通模式,加快“铁水公空”多式联运体系建设,促进多种运输方式互联互通、快联快通。

多式联运、立体交通涉及武汉30多个部门和单位。3年多来,工作专班奔走其间,如同黏合剂,在不断沟通中消除障碍、理顺流程。统筹调度、沟通协调,他们建立了一套工作机制,将30多个部门和单位凝聚在一起,让运输大通道“联”得通、“跑”得畅。

如今,“大通道”最新数据亮眼:天河机场、花湖机场开通国际航线65条;武汉港开通集装箱直航航线33条、多式联运线路70条;中欧班列(武汉)国际线路增至58条,内陆开放型综合运输大通道基本形成。

真乘坐发现真问题 开通赏樱专线等定制公交

2023年初,梅赞超加入“推动全域公交一体化和公交优先发展”项目组时,干劲十足。他说:“这个项目



在公交站台,交通强国建设试点工作专班成员研究站点设置。

关系到市民高效、便捷出行,也与公交企业健康可持续发展息息相关,是一个很接地气的民生项目。”

近年来,随着私家车普及和出行方式多样化,常规公交面临客流下降等难题,急需优化线网布局,提高运行效率。项目组通过深入调研、实地踏勘、反复沟通协商推动出台了公交线网优化方案,围绕市民出行需求组织公交企业持续优化线网和运营组织。

“强接驳、降重复、填空白……”长江日报记者在梅赞超的工作笔记中看到,他早已圈出重点。

“强接驳”就是要让公交站点尽可能靠近地铁站口,方便乘客换乘;“降重复”就是要优化运营线路、合理配置运力资源;“填空白”就是要将公交末端延伸到新建小区、园区、学校等区域,保障市民出行。

“师傅,这趟跑得怎么样?乘客多不多?”清晨,梅赞超坐上公交车上班,一上车就向司机了解情况。这些年来,项目组成员经常选择公交、地铁出行,通过乘坐从乘客视角发现问题、解决问题。

今年2月底,黎云和同事前往东湖樱花园、武汉大学,边试乘边与公交车司机、现场管理人员交流。有司机说,很多赏樱的乘客反映,到终点下车后还需要走一段路才能进入樱花园大门,希望公交车能直达景区门口。带着这个问题,项目组成员们多次到现场踏勘,与景区、公安交管部门和公交企业等共同协商,推出10条定制公交赏樱专线。游客可以乘坐定制公交直达东湖樱花园门口,下车即可入园。

通过不断试乘,项目组推动公交企业提供一系列特色服务:开设58条“大站快车”,通过优化运行路线、减少站点数量、提高行驶速度,运营效率大大提升;开通578条定制公交方便市民通勤、通学、旅游、就医;推出“挂表”公交线路,乘客按站牌上的时间表按时乘车,不必久等;在新城区开设“客货邮”融合公交,一辆公交车既可载客,也能运货、送邮件,集约高效。

用好场景就是“胜负手” 探索车路协同发展新模式

“交通强国建设,重在‘先试’。用好场景就是我们的‘胜负手’,多样的场景供给就是武汉的最大优势。在不断‘试’的过程中形成可复制的好经验。”作为“推动车路协同创新应用”项目组领办人,朱宏伟解释,这个项目就是要让车辆更聪明、道路更智慧、城市更智能。“武汉已构建起‘开放+封闭+仿真’三位一体的测试体系,为车路协同等自动驾驶技术提供了最全面的测试场景体系。”

目前,武汉市已建成逾300公里长的智能化道路,建成了目前世界上唯一F2级赛道和T5级测试场结合、占地1312亩的封闭测试场,累计开放测试道路里程3829公里(单向);建立了覆盖车路协同道路的5G独立网络;制定了《智能网联汽车道路测试和示范应用管理实施细则》《智能网联道路建设规范(总则)》等。

为有效应对和及时处置各类突发事件、维护经济社会平稳运行,3年多来,“构建多方协同应急物流分级体系”项目组成员王勋的足迹遍布武汉港口码头、铁路货场。观察物流过程、查找环节“瓶颈”,她用心在“快”与“稳”上下功夫。在项目组推动下,武汉在保障运力、建设应急骨干物流通道、储备重要物资等方面成效显著。目前,武汉建立了三级应急物资中转设施清单,依托海外仓建立拥有47个节点的国际中转设施清单;依托道路货运力量建立多元化应急物流运力清单。

“交通强国建设是一个宏大系统的工程,唯有坚持不懈、久久为功,蹲在现场,干在实处,才能不断将武汉的好经验推向全国。”再次奔向调研现场,王勋言语坚定。

从颜值到价值,设计提升品质

只,成为现象级爆款。

“现在的黄鹤楼既是历史见证,又是活的文化载体。”一名四川游客的观察正是武汉文化“活化”浪潮的缩影。在这里,文化不再是静态的陈列,而是强劲的消费引力。“知音号”通过沉浸式演出吸引万千游客,武汉长江大桥文创产品也让“万里长江第一桥”走进寻常百姓家。

展会即平台 双年展拉动商圈客流增四成

8月10日,汉口青岛路的鹅社书店艺术馆内,一场黑塞文学主题展吸引了不少文艺爱好者。来自上海的游客森森除了拍照打卡外,还购买了书店推出的黑塞限定套餐。套餐定价42元,有一份饮品、一块蛋糕,还附赠一张透卡书签。

“对于每一个展览,我们都会准备相关周边,如帆布包、食品套餐等供消费者选购。”鹅社书店店员介绍,近几个月来,书店举办了一系列文学主题展,深

受市民和游客喜爱。

在武汉,展会已超越单纯的展示功能,正成为连接设计与消费的重要平台。2025年上半年,武汉共举办展会活动近500场,平均每天约3场。密集展会活动如同一台台强劲的引擎,持续为城市注入活力。

武汉的展会热潮源于其“设计之都”的深厚底蕴。自2017年获此称号以来,设计便融入了武汉的城市血脉。如今,各类展会已成为创意的“放大器”,打通了从“创意展示”到“市场消费”的转化通道。

武汉的双年展不仅是艺术盛宴,更是产业融合的试验场。去年,该展通过“艺术+商业”模式,联动餐饮、文创、酒店等业态,带动周边商圈客流增长约四成。

今年3月,中国食材电商节在武汉举办,5500家参展商和40万名专业观众涌入武汉,汉阳及周边区域的大小酒店一房难求。一位参展商说:“在这里不仅能展示产品,更能直接触达消费者,了解市场需求。”

无论是双年展还是食材电商节,这一个平台正将文化魅力、产业动能与城市消费紧密地串联在一起。

市民踊跃建言武汉“十五五”规划

创业工位,服务青年群体。

一市民写下1600余字建言 希望武汉“十五五”更宜居宜业

“希望武汉未来更加宜居宜业。”“我为武汉‘十五五’规划建言”征集活动启动后,市民周女士为武汉“十

(上接第一版)

品牌即引力 黄鹤楼冰箱贴销售额超千万元

“前方就是黄鹤楼的文创商店,大家可以移步过去看看。”8月10日上午,“05后”导游虞晓娜带团游览黄鹤楼结束后,照例给足了时间让游客自行挑选伴手礼。今年暑期以来,她接待了近千名游客,几乎人人都会选购伴手礼。

走进店内,琳琅满目的文创产品令人目不暇接。货架上整齐陈列着“鹤舞流光”冰箱贴、诗词书签、丝巾、盲盒等十余个品类。来自东北的游客李先生正在挑选纪念品:“这种融合了文化元素的文创产品才有意义,带回家还能继续感受黄鹤楼的魅力。”

如今,黄鹤楼正以一种超乎想象的方式打破传统。创意设计让它“活”了起来:游客只需扫码就能与“AR李白”对话互动,夜幕下的光影秀则用现代科技演绎“黄鹤一去不复返”的千古意境。

这种改变也带来了实实在在的效益。“夜上黄鹤楼”门票预订量同比翻番;会发光的“鹤舞流光”冰箱贴半年销售额超千万元;呆萌可爱的“蒜鸟”发声玩偶售出15万

(上接第一版)

胡先生说,“十五五”期间,可扩大范围,鼓励写字楼、工业园区、政务服务中心等停车场开放夜间“错峰停车”;企业职工、办事人员白天停车,周边老旧小区居民夜间停车。

市民范女士十分关注城市文化建设,建议多建“城市书房”。

“就建在居民小区周边,小巧、方便,就近看书。”范女士说,部分社区开办了社区图书馆,但关门较早,图书不多。她听闻光谷开办了许多“城市书房”,营业时间长,书目多,可在全市推广。她还建议,在“城市书房”开设青年