

# 油价波动 航空业以变应变

近期,国际原油价格大幅波动,航空业面临不小的成本压力。数据显示,2025年燃油成本约占航空公司总成本的三成。在油价进入高波动周期的背景下,如何平衡运营安全、成本控制与旅客负担,考验着航空公司的精细化管理与风险对冲能力。

## 燃油成本压力大

燃油成本是航空公司业绩的“命门”。上市航司近期披露的2025年年报揭示了这一现实。比如,中国国航航空油料成本为500.41亿元,占营业成本30.77%;中国东航飞机燃油成本为436.9亿元,占比32.94%;南方航空航空油料成本为525.26亿元,占比为32.07%;国泰航空的燃油成本同样占总成本约三成。

作为航空公司主要的运营成本之一,航油价格波动在很大程度上影响着航空公司业绩。以中国国航为例,2025年年报口径下,若平均航油价格上升或下降5%,其成本将上升或下降约25.02亿元;中国东航披露的公告显示,若平均航油价格上升或下降5%,对该公司当期利润总额的影响将上升或下降21.85亿元;南方航空公告显示,油价每变动10%,营运成本将变动52.53亿元。

这份压力正随着国际油价剧烈波动而急剧放大。国际航空运输协会数据显示,截至4月3日当周,全球航空燃油均价已升至每桶209美元,较2月27日当周的99.4美元翻了一番有余。

更深层的变化在于价格结构的扭曲。4月3日当周,原油价格均价升至每桶130.13美元,而炼油环节的裂解价差则从2月27日的27.83美元涨至4月3日的78.87美元。这意味着,长期来看,航空燃油价格飙升并非单纯源自原油涨价,炼油环节的成本激增正成为更加棘手的问题。

华泰证券交运行业首席分析师沈晓峰表示,2025年三大航(国航、东航、南航)全年燃油成本占营业成本31.9%,若不考虑燃油附加费等措施,此轮航油价格波动可能对航司业绩造成巨大压力。

在这种情况下,燃油附加费成为航空公司缓解成本压力最直接的手段。近期,多家航司宣布,自4月5日起,国内航线燃油附加费将上调,800公里以下航段收取60元,800公里以上航段收取120元,较此前分别上涨50元和100元。在此之前,多家国内航空公司相继上调国际航线燃油附加费,最高上调幅度达到翻倍。

然而,燃油附加费并不能充分覆盖燃油成本。根据相关规定,附加费的上调幅度在政策框架内浮动,原则上无法将航油上涨成本完全转嫁给消费者。当附加费上调幅度较大时,部分航空公司出于市场竞争考量,往往会适度下调机票价格,使旅客总出行成本涨幅控制在可承受范围内。最终,上涨的成本由消费者与航空公司共同承担。

资深民航专家、广东外语外贸大学南国商学院教授郭佳认为,国内与国际市场呈现出截然不同的成本转嫁逻辑。国际航线出行需求刚性,缺乏高铁等替代交通方式,通过上调燃油附加费,或许能够向旅客转嫁成本。国内航线则受高铁竞争显著影响,机票定价需参照高铁线路价格,国内航线恐难通过涨价消化燃油成本上升压力。

## 多措并举应对冲击

这并非民航业首次直面油价大幅波动引发的危机。2008年,国际油价冲上每桶147美元的历史高点,全球超过30家航空公司倒下。如今,航空公司应对油价波动的工具箱已大为丰富。

效率挖潜成为最直接的应对手段。南方航空将飞机日利用率提升至每日9.78小时,上海吉祥航空股份有限公司的B787宽体机日利用率更是推至14.0小时的历史高位。用同样的飞机飞更多的航班,摊薄单位成本。

部分航司选择借助金融工具对冲风险。中国东航年初发布公告称,审议通过2026年套期保值工作计划,航油套期保值总量不超1425万桶,单月交割不超119万桶。国泰航空相关负责人表示,国泰航空在2026年的燃油对冲覆盖大约三成原油部分。

运力调整是更激进的选项。美联航宣布将在今年第二季度和第三季度削减5%的定期航班,以应对油价高企带来的航空燃油成本上升;新西兰航空公司宣布将在5月初之前削减大约1100架次航班。若油价长期维持高位,单纯的金融对冲恐难以应对风险,运力收缩成为一个重要选项。

在装备升级层面,中国东航展现出前瞻布局。2025年进博会上,中国东航与CFM国际公司签署6.15亿美元LEAP-1A发动机采购协议。该发动机采用先进复合材料工艺,油耗和碳排放较上一代减少15%-20%,为机队升级和“双碳”目标提供支撑。

在郭佳看来,在高油价压力下,航空公司真正可行的应对举措主要集中在内部管理优化。一方面,通过优化人机比,提升地面及机组保障效率,压缩人力成本;另一方面,实施精准加油,科学规划航路,避免过量载油,以降低额外燃油消耗。“短期内航空公司想要更进一步降低成本,唯有依靠管理提质,短时间内尚无真正彻底帮助航空公司规避油价上涨风险的可行方案。”郭佳说。

## 消博会上国潮焕新姿



在第六届中国国际消费品博览会上,老字号新作、非遗技艺、原创IP与时尚美妆等国潮精品集中展示,以鲜明的文化底蕴与创新设计,展现国潮品牌向上突破的崭新姿态。张丽芸 摄

## 服务向小微主体覆盖、向乡村末梢和欠发达地区延伸——普惠金融精准灌溉县乡

甘肃省定西市岷县梅川村,凡飞北芪药业有限公司的院子里,当归等药材码放整齐,20多名村民忙着分拣加工。“备货时最怕缺资金,这下踏实了。”公司负责人谈小飞说。去年底,他在农行甘肃岷县支行的帮助下,申请了161万元小微贷款。谈小飞还筹划开设电商直播间,带动更多农户增收。

向小微主体覆盖、向乡村末梢和欠发达地区延伸,在助力乡村振兴中找到着力点,是中国农业银行普惠金融服务的日常缩影。截至今年3月末,农业银行普惠型小微企业贷款余额4.4万亿元,超五成普惠贷款直达县域,金融服务“三农”的精准性和覆盖率大幅提升。

服务模式的创新破解了“融资难、融资贵、融资慢”难题。在黑龙江西宁市北楼村,“赏极光”旅游热潮持续升温,村民王鹏一直有改造升级民宿的打算。农行黑龙江西宁支行为他推荐了“惠农e贷·乡旅贷”专属服务方案,调查、受理、授信和用信一站式审批,5天内资金快速到位。

从助农增收的“富民贷”,到服务科技种粮的“飞手贷”,再到提供一揽子数字化管理工具的“惠农云平台”……截至今年3月末,农业银行“惠农e贷”相关产品余额达2.08万亿元,近5年年均增速近40%。

农业投入大、周期长,如何将更多“小、散、弱”的主体纳入产业发展中?在陕西石羊农业集团股份有限公司,农行陕西渭南分行为企业量身打造了“石羊农科·

订单贷”专项产品,支持生猪、蛋鸡养殖户等上下游小微主体周转经营。截至2026年3月末,该行已为企业累计办理“石羊农科·订单贷”3769万元,支持年生猪养殖规模5.4万头,年蛋鸡养殖规模46万只,增强了供应链的稳定性。

“我们围绕省内8条重点农业产业链,积极推广‘一客户一方案’‘一产业一方案’模式。”农行陕西分行乡村振兴金融部副总经理牛光辉介绍,该行近年先后创新推出“金穗映果贷”“陕茶贷”“三秦美食贷”及“链长+行长”服务模式,有效满足产业链上种养、经销、加工各环节融资需求。

线上化并不是普惠金融的全部。在平均海拔超5000米的西藏自治区那曲市双湖县,农行西藏双湖支行是全县唯一的金融机构,17名员工常年为11.67万平方公里上的1.3万名牧民提供金融服务。2025年,他们行程超19万公里,开展流动服务130余次,将社保卡激活、现金存取、手机银行办理等基础金融服务带到群众身边。农行西藏分行农户贷款已覆盖西藏全区90%以上的农牧民。

农业银行新迁建网点持续向县域、城乡接合部和乡镇倾斜,县域网点占比提升至56.6%。农业银行相关负责人表示,将持续深耕县域农村市场,通过创新体验式消费场景,如开设茶艺课程,提供定制服务等;布局线上渠道,自建或入驻电商及社区团购平台,对接即时零售服务。

此外,我国观赏苗木市场需求正从绿化功能向生态、景观、文化等多元价值复合转型。“要加强全产业链协同发展,促进‘苗木+加工’‘苗木+旅游’‘苗木+教育’融合,形成‘生产—加工—销售—旅游’一体化产业体系。”浙江农林大学风景园林与建筑学院院长赵宏波建议。

2025年,我国花卉进出口总额9.18亿美元,同比增长17%。其中,出口额5.79亿美元,进口额3.39亿美元,同比分别增长12%、27%。中国花卉协会副秘书长董燕介绍,中国花卉出口市场结构日趋完善,在整体出口额提高的前提下,出口目标市场不仅在数量上持续增长

小溪说。

中国花卉协会零售分会秘书长林巧玲则建议,花卉零售要聚焦日常消费,优化产品结构,引进小规格、高性价比的鲜切花和绿植;聚焦年轻客群,打造体验式消费场景,如开设茶艺课程,提供定制服务等;布局线上渠道,自建或入驻电商及社区团购平台,对接即时零售服务。

此外,我国观赏苗木市场需求正从绿化功能向生态、景观、文化等多元价值复合转型。“要加强全产业链协同发展,促进‘苗木+加工’‘苗木+旅游’‘苗木+教育’融合,形成‘生产—加工—销售—旅游’一体化产业体系。”浙江农林大学风景园林与建筑学院院长赵宏波建议。

2025年,我国花卉进出口总额9.18亿美元,同比增长17%。其中,出口额5.79亿美元,进口额3.39亿美元,同比分别增长12%、27%。中国花卉协会副秘书长董燕介绍,中国花卉出口市场结构日趋完善,在整体出口额提高的前提下,出口目标市场不仅

## 两部门:加大进出口信贷支持力度

据商务部4月14日消息,为贯彻落实党中央、国务院决策部署,近日,商务部、中国进出口银行(以下简称“进出口银行”)联合印发《关于强化进出口信贷支持 服务“十五五”商务高质量发展良好开局的通知》(以下简称《通知》),指导各地商务主管部门和进出口银行各分行加强协作联动,加大进出口信贷支持力度,加快推动商务高质量发展,服务“十五五”良好开局。

《通知》紧扣2026年商务工作重点任务,进一步发挥政策性金融机构作用,提出三方面具体举措。一是推动贸易创新发展。围绕开拓多元化市场,培育外贸新动能,推动进出口平衡发展,用好用足进出口信贷工具,丰富完善适配新业态新模式的产品服务,做好全链条进口服务保障。二是拓展双向投资合作空间。从更大力度吸引和利用外资,推动产业链供应链国际合作,支持高水平开放平台建设三方面提出细化举措,支持进出口银行深度融入和服务扩大高水平对外开放,提供综合性金融服务。三是推动共建“一带一路”高质量发展。支持进出口银行聚焦共建“一带一路”多双边经贸合作重点领域,统筹做好重大标志性项目和“小而美”民生项目金融服务,推动人民币跨境使用,强化投融资服务保障。

《通知》强调,各地商务主管部门和进出口银行各分行要加强政策衔接,工作对接和信息共享,在符合世贸组织规则前提下,探索强化财政金融与商务协同效应,聚焦外贸主体、进出口环节、产供链国际合作等,提供更加精准、高效、有力的金融服务。

下一步,商务部将会同进出口银行加强督促指导,推动《通知》各项措施落地落细,切实转化为帮助企业纾困解难的实际行动,为“十五五”良好开局作出积极贡献。

刘萌

## 国开行一季度发放绿色贷款超1500亿元

记者4月14日从国家开发银行获悉:今年一季度,国开行发放绿色贷款超1500亿元,全行绿色贷款在全部信贷资产中的占比进一步提升。

今年以来,国开行加大对基础设施绿色升级、城乡建设绿色低碳发展等领域的支持力度,助力绿色交通、绿色建筑、城乡环境等基础设施绿色运营和升级改造,推动实现经济效益、社会效益、生态效益的有机统一。同时,用好专项贷款产品,支持清洁可再生资源发展、能源清洁高效利用和新型储能技术创新,助力优化能源结构,保障国家能源安全。

国开行还持续丰富绿色金融工具箱,持续提升金融服务质效。今年1月,国开行向中国光大环境(集团)有限公司发放了4.9亿元境外人民币可持续发展挂钩贷款。这笔贷款的利率与企业低碳转型目标挂钩,将“碳排放强度、污水处理量、员工人均培训时长”作为关键指标,如企业实现预定目标并通过第三方专业机构评估认证,国开行将在贷款利率上给予优惠。

国开行相关业务负责人表示,国开行将持续加大对基础设施绿色低碳发展、绿色低碳科技创新、重点产业绿色低碳转型、生态环境保护修复等领域中长期融资支持,以更加优质的金融服务,助力加快经济社会发展全面绿色转型和美丽中国建设。

赵展慧

今年以来,我国外贸起势有力、开局良好。据海关统计,一季度,我国货物贸易进出口11.84万亿元,同比增长15%。其中,出口6.85万亿元,增长11.9%,进口4.99万亿元,增长19.6%。一季度进出口超过11万亿元,为历史同期首次,季度增速也是近5年最高。

各类经营主体全面增长。一季度,我国民营企业进出口6.78万亿元,增长16.2%,占进出口总值的比重进一步提升至57.3%。同期,外商投资企业进出口3.47万亿元,国有企业进出口1.56万亿元,分别增长16.1%和8%。

市场多元化进一步巩固拓展。一季度,我国对共建“一带一路”国家进出口6.06万亿元,增长14.2%,占进出口总值的51.2%,对东盟、拉美进出口均增长15.4%,对非洲进出口增长23.7%,对欧盟、英国进出口分别增长14.6%和13.1%,对亚太经合组织其他经济体进出口增长13.4%。

出口新动能持续发力。一季度,我国出口机电产品4.34万亿元,增长18.3%,占出口总值的63.4%,比去年同期提升了3.5个百分点。其中,电动汽车、锂电池、风力发电机组及其零件等绿色产品出口分别增长77.5%、50.4%和45.2%。

内需扩大带动进口增长。一季度,我国能源产品、金属矿砂分别进口2.91亿吨、4.05亿吨,分别增加4.4%和13.2%。同期,进口机电产品1.97万亿元,增长21.7%,进口消费品4189.2亿元,增长5.4%。

欧阳洁

## 我国货物贸易进出口同比增长15%

## 2026年「健康消费月」活动启动

2026年“健康消费月”活动4月14日在海南省海口市启动,以激发健康消费活力,培育健康生活方式,更好满足人民美好生活需要。

在第六届中国国际消费品博览会期间,商务部会同国家卫生健康委、农业农村部、国家体育总局、国家医保局等部门共同开启此次活动。

记者了解到,“健康消费月”活动将围绕四大重点领域展开:

一是倡导健康饮食。大力推广绿色、有机、名特优新和地理标志农产品,加强产销衔接,增加优质农产品供给,聚焦水果等农产品组织消费促进活动。强化餐饮营养健康工程建设,支持餐饮企业全面推进厨房“减盐、减油、减糖”,发展养生餐、老年餐、轻食餐等餐饮细分市场。引导加大老人和学生乳品消费。指导基层医疗卫生机构为高血压、肥胖症等患者提供合理膳食指导。

二是加强健身运动。因地制宜打造带动效果好、群众参与性强的品牌赛事。持续开展“跟着赛事去旅行”等活动。加强全民健身场地设施建设,支持符合条件的公共体育场馆免费或低收费开放。积极培育冰雪、水上等休闲运动项目。

三是优化养老服务。实施向中度以上失能老年人发放养老服务消费补贴项目,持续做好遴选智能养老服务机器人试点项目。实施老年护理服务能力提升行动,发展医养结合服务,增加老年护理资源供给。

四是推广健康服务。组织健康咨询、体质监测等活动,推广健康管理服务。引导运动康复中心、康养基地、医疗机构等开发和推介体验性强、参与度广的康复疗养、休闲养生、中医理疗健康产品。指导零售药店推出健康促进、营养保健等便民服务,打造“健康驿站”。

健康消费已成为促消费与惠民生协同发展的重要抓手。本届消博会设置健康消费专区,展示保健食品、乳制品、消费类器械、健康护理等商品和服务;在博整分会场设置国际健康展区,创新互动展示健康文旅等新型消费场景和服务。

高敬 吴茂辉

## 浙江湖州:一件童装织就百亿产业



在浙江省湖州市吴兴区织里镇,主播在电商直播间忙碌着。

今天,在浙江省湖州市吴兴区织里镇,生产车间、物流区、电商直播间一派繁忙,工人们赶制订单、加紧发货。

当地集聚童装企业1.4万余家,现已形成全产业链生态圈,产业工人超30万,年产童装超20亿件(套)。2025年交易额达800亿元,校园服年销售额达120亿元。上万名设计师深耕0-6岁全年龄段产品,引领行业时尚潮流。

此外,依托国家级贸易试点政策,当地1200多家企业开拓海外市场,出口覆盖165个国家和地区;做强电商与直播基地,凭借百万现货SKU实现“日上新、万款可选”,成为全球重要童装采购基地。

章勇涛

## 小而美、个性化、疗愈型产品越来越受欢迎 花卉园艺产业价值链不断延伸

2025年,我国花卉园艺产业稳步发展,呈现结构优化、品质提升、稳中有进的良好态势。生产端,种质资源保护与创新持续加强,设施化、智能化水平稳步提高,花卉产品质量不断提升;消费端,花卉需求持续增加,直播电商、“花卉+文旅”等新业态新模式带来消费新场景;市场端,花卉市场体系不断完善,产地与销地衔接更加紧密,国际贸易合作不断拓展。

近日,2026年全国花卉产销形势分析会在北京召开。花卉领域多位专家为厘清行业发展思路、找准产业发展方向建言献策。

随着年轻消费群体成为家庭园艺主力,我国花卉消费需求正从单一产品向“生活场景解决方案”转变,阳台花园、生态办公、商业空间绿植等新场景不断涌现。“消费者追求情绪价值与生活美学,小而美、个性化、疗愈型产品越来越受欢迎。未来要创造花园电商、花卉疗愈等新场景,不断延伸花卉园艺产业价值链。”中国社会科学院经济研究所经济增长研究室副主任张

小溪说。

中国花卉协会零售分会秘书长林巧玲则建议,花卉零售要聚焦日常消费,优化产品结构,引进小规格、高性价比的鲜切花和绿植;聚焦年轻客群,打造体验式消费场景,如开设茶艺课程,提供定制服务等;布局线上渠道,自建或入驻电商及社区团购平台,对接即时零售服务。

此外,我国观赏苗木市场需求正从绿化功能向生态、景观、文化等多元价值复合转型。“要加强全产业链协同发展,促进‘苗木+加工’‘苗木+旅游’‘苗木+教育’融合,形成‘生产—加工—销售—旅游’一体化产业体系。”浙江农林大学风景园林与建筑学院院长赵宏波建议。

2025年,我国花卉进出口总额9.18亿美元,同比增长17%。其中,出口额5.79亿美元,进口额3.39亿美元,同比分别增长12%、27%。中国花卉协会副秘书长董燕介绍,中国花卉出口市场结构日趋完善,在整体出口额提高的前提下,出口目标市场不仅

加,还实现了从过去集中依赖少数市场向全球多元化布局的深刻改变。鲜切花出口增长强劲,规模化进入欧洲市场,月季、菊花、康乃馨等成为推动出口额增长的重要品类,具有较强的竞争力。

我国花卉产业正处于转型升级的关键时期,要以科技创新为核心驱动力,产业融合为重要路径,品牌培育为关键抓手,推动花卉产业不断发展。中国花卉协会相关负责人表示,要始终将种业创新摆在产业发展的核心位置,不断加强种质资源收集保护和推广应用;积极应用人工智能等新技术,大力发展“人工智能+花卉产业”,推动花卉生产向标准化、专业化、智能化转型;加快包装全国性区域性花卉市场建设,不断完善产地预冷、冷链配送体系,构建多层次、多元化流通网络;加强国际交流和贸易合作,进一步拓展海外发展空间,推动从“数量出口”向“质量出口”“品牌出口”转变。

董丝雨