



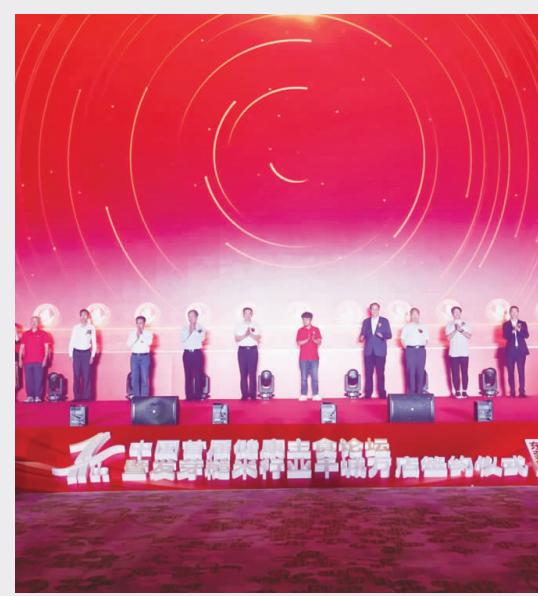
到2035年全面建成高水平社会主义市场经济体制

NA2

从CV“四小龙”到大模型“四龙五虎” AI混战进行时 ▶C1



创新科技赋能·扬帆健康主食蓝海 快消 ▶D3~D4



自古以来，我国就有“民以食为天”的说法，食物不仅是人体获取能量的重要来源，更是关乎国人身体健康的重要因素。为实现《“健康中国2030”规划纲要》中提出的建设健康中国的目标和任务，我国曾先后多次发布《中国居民膳食指南》，不断调整健康膳食的结构，以促进全民健康水平的提升。

随着社会的持续发

展和消费的不断升级，人们对饮食的关注度越来越高。比如，消费者在食材选择上开始关注源头的品质，选择更加绿色天然、有机健康的产品；产品的的新鲜程度也日益成为决定购买行为的核心消费要素。而不同消费人群对主食也有着多元化的消费需求：健身塑形者对于碳水含量的苛求，食养人士出于对自身健康的高度关注，妈妈们对

于营养强化的偏爱，糖尿病人对于升糖指数的关注，环保人士对于天然有机、可持续的挚爱，白领上班族们对于方便快捷的诉求……这也意味着，多元化的消费诉求将为主食产业激发新的增长点与创新点，也将进一步驱动主食产业链的迭代升级，开拓出一个拥有持续购买力和需求旺盛的新消费市场。

社评 ▶

科幻与现实之间需要安全做桥梁

“车上没有驾驶位，车间距不足两米，款式相似的车飞驰于城市各条大道……”刘慈欣在《地球大炮》中描述了未来交通的场景，然而这一场景正从科幻走入现实。

最近在武汉，市民可以通过萝卜快跑乘坐没有司机的出租车。实际上，萝卜快跑已经在北上广深等11个城市开放了载人测试运营服务。不仅是萝卜快跑，国内新能源汽车的普及为自动驾驶提供了得天独厚的优势，未来这条赛道将会涌现出无数Robotaxi(无人驾驶出租车)。

当然，政府也正大力推广，7月初，工业和信息化部、公安部、自然资源部、住房和城乡建设部、交通运输部联合公布智能网联汽车“车路云一体化”应用试点城市名单，包括北上广深等18个城市。此外，各个地方积极响应，这意味着政策法规正在为自动驾驶铺平道路。

尽管在全球，Robotaxi的诞生伴随着各种质疑声，但这依然无法阻止各国政府发展自动驾驶的决心。多个国家和地区逐渐加快自动驾驶技术的开发和应用，包括中国在内，美国、韩国、日本、德国等都在暗自较量，各大科技公司和汽车制造商纷纷加大投入，特斯拉FSD也计划进入中国。

我国作为全球最大的汽车消费国，新能源汽车是重要的发展战略，自动驾驶也因此驶入政策的“高速路”。国务院办公厅印发的《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》中明确提出，到2025年，高度自

动驾驶汽车实现限定区域和特定场景商业化应用，力争经过15年的持续努力，高度自动驾驶汽车实现规模化应用，有效促进节能减排水平和社会运行效率的提升。

汽车产业规模大、关联度强、先进技术集成度高，是各制造大国的重要支柱产业。自动驾驶作为一项颠覆性技术，其发展水平直接关系到各国汽车产业的国际竞争力和全球产业分工格局，因此世界主要国家都高度重视自动驾驶的发展，推出一系列支持自动驾驶的产业政策，以重塑汽车产业竞争优势，保持和强化全球竞争地位，中国也极有可能在这场较量中脱颖而出。

回溯历史，第一次工业革命英国人发明了蒸汽机，取代了人力和畜力；第二次工业革命以内燃机和电动机代替了蒸汽机；第三次工业革命则以计算机的发明为标志进入了信息时代。历史的车轮滚滚向前，科技发展和技术创新有着注定的前进方向。随着新能源、人工智能和自动驾驶的迅速发展，新一轮工业革命的序幕正在拉开。

电动化、智能化已然成为技术进步的关键一环，自动驾驶对汽车制造业的颠覆性变革作用和对现代工业升级的助推作用日渐显现。同时，自动驾驶将拉动5G、云计算、物联网、人工智能、数据中心和智能交通基础设施的运用，而新基建也将为我国自动驾驶技术的发展创造前所未有的战略窗口期，进一步加速自动驾驶的商业化落地。

当前，自动驾驶作为汽车行业的颠覆式革新，其研发竞争激烈。媒体认为，中国有望依靠政策适配速度和实际应用普及率，实现弯道超车。

然而，发展自动驾驶这条路并不是一马平川，在自动驾驶技术走向成熟之前，仍要面临科技难关、商业不确定性以及多种社会因素，这些都可能会对自动驾驶的全面商业化应用造成阻碍。

在毕马威一项调查中，消费者更多将自动驾驶当成一种特色功能而非成熟的出行方式，技术稳定性仍是用户考虑最多的因素。在多个社交平台，已有视频拍摄到萝卜快跑在道路上运营时，出现车辆在绿灯状态下停滞不前、红灯时冲入路口中央、停在车流中间等乘客上车、转弯时卡顿不动等现象。

事实上，多地早已开启自动驾驶车辆商业化运营试点，但目前还处在“小马过河”的阶段，只因安全是道绕不过的难题，在自动驾驶技术走向成熟前，需伴随着数以万计的测试里程，而这一里程远未实现。据麦肯锡调查，可靠性和安全性是推广自动驾驶技术的另一项重大瓶颈。长城汽车董事长魏建军就曾表示：“汽车安全无小事，不能把用户当小白鼠。”

要使自动驾驶跨越特定区域或场景，成为一种能大规模应用的产品，企业还需要无数努力，反复经受考验和修改，最重要的是，社会大众对出行方式、汽车所有权和日常生活人工智能角色的认知需要作出

根本转变。而法律法规的完善，权利和责任的认定更充当了基石的作用。

现实中，大多数道路交通法律法规仍停留在对人的责任认定，而“驾驶座无人”的事故责任认定没有统一标准，迫切需要为自动驾驶行业“量身定制”政策法规。目前适用法律为《中华人民共和国道路交通安全法》，用以规范汽车及其驾驶员。自动驾驶汽车仅可以在合法的固定测试道路上进行测试，这限制了开发者对实际驾驶环境的充分了解。更重要的是，当在自动驾驶场景下发生交通事故时，各主体相关责任划分的比重尚未明确。此外，公路法和保险法目前尚未出台有关自动驾驶的条款。

在自动驾驶法规和法律框架发布方面有待进一步完善。现阶段应鼓励地方政府制定自动驾驶地方法规，对自动驾驶的安全设计、开发、测试和应用等方面作出规定，包括具有高等级自动驾驶功能的车辆上路行驶条件，发生事故时的事故原因鉴定流程、事故责任划分依据和赔偿责任，车辆保险政策和赔付规则，对自动驾驶车辆、制造商、供应商、Robotaxi的监管等。

今年全国两会期间，就有委员提出“加快推动自动驾驶技术应用落地必须立法先行”的建议，期待有更多的相关法规标准落地落实。相信在科学技术、运营法规、商业闭环逐步完善下，Robotaxi作为人工智能的杰出代表，能够成为科幻与现实之间的一道安全桥梁。

本期热词 ▶

招聘“毒瘤”

近年来，各地聚焦就业重点领域，通过政策落实、招聘对接、困难帮扶打出了稳就业政策的“组合拳”。但是，在高薪招聘诱惑之下，让应聘者接受付费的岗前培训或购买相关产品已成为当前招聘的“毒瘤”。该骗局具有一定的隐蔽性，且较难定性。往往套路一环扣一环，令求职者工作落空的同时背上了沉重的债务。

“招转培”陷阱 ▶B1

“特朗普交易”

当前市场围绕美国大选投资主线，“特朗普交易”卷土重来，叠加今年下半年美联储降息预期升温，大类资产价格出现波动。同时，因为这两种交易逻辑的力量交织博弈，全球金融市场将进入更加复杂的局面。不过，受美国大选不确定因素增加的影响，避险资产仍受到相对更高的关注。

全球再现“特朗普交易” 避险资产关注度攀升 ▶B3

“复活”京喜

“托管模式是我们推进业务的一种制胜路径，是确保成本及效率最优的解决方案。包邮是京喜自营为提升用户体验，必须长期坚持的一项服务。这两者都不需要从是否有盈利空间的角度去考量。目前，京喜自营与50个产业带建立深度合作，已有多个品类出现月销售超百万吨的单品。计划在今年年底，将稳定合作的厂家数量扩充到1万家以上。”

“复活”京喜改自营 京东再打“低价”大战 ▶C3

霸王茶姬

种种传闻背后，是霸王茶姬的加速扩张。公开数据显示，截至目前，霸王茶姬共有门店4714家，其中超七成门店为近两年新开。从创立品牌到跻身行业头部阵营，霸王茶姬只用了不到七年的时间，成为业界“黑马”。今年5月，霸王茶姬创始人、CEO张俊杰高调喊话：霸王茶姬2024年的小目标是销售额超越星巴克中国。

霸王茶姬致歉 新茶饮业“黑马”狂奔 ▶D1

经济大势 ▶A1~A4

“十五五”将加快农业大数据建设 A3
突破国际粮商数据垄断

上半年经济运行前快后慢 A4
扩大总需求变量至关重要

营商环境 ▶B1~B16

利率持续下行 银行涉房贷款企稳 B5

信用评级遭下调 B8

幸福人寿化解违约资产临考

多地展开竞逐 B9
谁将问鼎长三角“空中第一城”？

国外游客带火“City不city” B13
暑期档文旅市场“热辣滚烫”

步长制药63亿元销售费用“富”了谁？... B14

智在公司 ▶C1~C8

AI搜索争夺“超级入口” C2
距先进“生产工具”尚远

专利纠纷+股东套现10亿元 C4
传音控股管理层拟增持“挽”信心

资本加速入局 C5
Robotaxi驶向“ChatGPT时刻”

千亿营收巨头“保壳失败” C6
汽车经销商步入成长“阵痛期”

消费连锁 ▶D1~D4

农夫山泉、百岁山回应争议 D2

包装水价格战进入高潮

季为民：主食行业 D3
正在掀起一场舌尖上的革命



中经传媒智库



本报官方微信微店



6 942626 144086 1

广告许可证:京海工商广字第0224号
本报常年法律顾问:北京德和衡律师事务所
总机电话:(010)88890000 发行征订电话:(010)88890120 广告热线:(010)88890020 监督电话:(010)88890050

三中全会聚焦

7月15日至18日 党的二十届三中全会在京召开

到2035年全面建成高水平社会主义市场经济体制

《决定》共提出300多项重要改革举措

本报记者 索寒雪 北京报道

7月15日至18日，中国共产党第二十届中央委员会第三次全体会议在北京召开。

这次全会是紧紧围绕推进中国式现代化进一步全面深化改革而召开的一次十分重要的会议。全会圆满完成了各项议程，审议通过了《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》（以下简称《决定》）。

7月19日，中共中央举行新闻

发布会，介绍和解读党的二十届三中全会精神，并解答了在场记者的提问。新闻发布会现场座无虚席，此次会议受到了海内外媒体的高度关注。

《决定》强调要更好发挥市场机制作用，创造更加公平、更有活力的市场环境，激发全社会内生动力和创新活力。《决定》特别提出，防止和纠正利用行政、刑事手段干预经济纠纷，对侵犯各种所有制经济产权和合法利益的行为实行同责同罪同罚。

将全面建成高水平社会主义市场经济体制

《决定》共15个部分、60条，分三大板块。第一板块是总论，主要阐述进一步全面深化改革、推进中国式现代化的重大意义和总体要求。第二板块是分论，以经济体制改革为牵引，全面部署各领域各方面的改革。第三板块主要讲加强党对改革的领导、深化党的建设制度改革。

《决定》共提出300多项重要改革举措，都是涉及体制、机制、制度层面的内容，其中有的是对过去改革举措的完善和提升，有的是根据实践需要和试点探索新提出的改革举措。

全国政协党组成员、副主席，中央改革办分管日常工作的副主任穆虹总结了党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央团结带领全党全军全国各族人民所取得的成就。

穆虹表示：“巩固和发展了中国特色社会主义制度优势，根本制度日益巩固，基本制度不断完善，重要制度创新取得丰硕成果。通过发展全过程人民民主制度，全面、广泛、有机衔接的人民当家作主制度体系更加健全。建设中国特色社会主义法治体系，科学立法、严格执法、公正司法、全民守法体制机制更加完善。坚持马克思主义在意识形态领域指导地位，不断完善和发展社会主义先进文化制度。”

穆虹还表示：“为经济发展注

入了强大动力，推动我国经济迈上高质量发展之路。坚持社会主义市场经济改革方向，完善现代市场体系、推进要素市场化改革，深化国资国企改革、鼓励发展壮大民营经济，构建支持全面创新体制机制，深化财税金融体制改革，健全城乡发展一体化体制机制，加快构建新发展格局，建设更高水平开放型经济新体制，不断完善市场机制有效、微观主体有活力、宏观调控有度的制度环境。”

此外，许多领域实现历史性变革、系统性重塑、整体性重构，国家治理体系和治理能力现代化水平进一步提升。人民群众获得感、幸福感、安全感持续增强。推动党在革命性锻造中更加坚强有力。

穆虹认为，《决定》站在新的历史起点上，明确了进一步全面深化改革的总目标：继续完善和发展中国特色社会主义制度，推进国家治理体系和治理能力现代化。到二〇三五年，全面建成高水平社会主义市场经济体制，中国特色社会主义制度更加完善，基本实现国家治理体系和治理能力现代化，基本实现社会主义现代化，为到本世纪中叶全面建成社会主义现代化强国奠定坚实基础。这一总目标既同党的十八届三中全会提出的全面深化改革总目标一脉相承，又同党的二十大做出的战略部署相衔接，为进一步全面深化改革明确了目标导向。

穆虹还表示：“为经济发展注

房地产市场正在出现积极变化

中国房地产市场规模大、牵涉面广，对宏观经济运行具有系统性影响。当前房地产市场供求关系发生重大变化，市场处于调整过程。

房地产业的发展受到经济界的关注。

中央财办分管日常工作的副主任、中央农办主任韩文秀透露：

“近期，房地产市场正在出现积极变化。我们要坚持消化存量和优化增量相结合，进一步落实和完善房地产新政策，切实做好保交房工作，盘活存量商品房和土地资源。”

韩文秀表示，在促进房地产市场平稳健康发展方面，下一步，就是要贯彻落实好党的二十届三中全会精神，加快构建房地产发展新模式，要消除过去“高负债、高周转、高杠杆”的模式弊端，建设适应人民群众新期待的“好房子”，更好满足刚性和改善性住房需求，并建立与之相适应的融资、财税、土地、销售等基础性制度。

“需要指出，我国新型城镇化化仍在持续推进，房地产高质量发展还有相当大的空间。”韩文秀说。

在稳定房地产市场之后，中国将加快发展新兴产业和未来产业，培育壮大新的经济增长引擎。

近年来我国形成了高端装备、新能源汽车、光伏等一批优势产业，新一代信息技术、新材料、低空经济、新型储能等新兴产业向好，累计培育“专精特新”中小企业超过14万家。

韩文秀指出：“我们要按照三中全会《决定》做出的部署，因地制宜发展新质生产力，大力培育壮大新兴产业，布局建设未来产业，改造提升传统产业，推动制造业高端化、智能化、绿色化发展，形成一批新兴支柱产业，不断增强新动能新优势。”



7月19日，中共中央举行新闻发布会，介绍和解读党的二十届三中全会精神。索寒雪/摄影

积极的财政政策要更好发力见效

当前，中国经济保持回升向好态势，高质量发展扎实推进，主要宏观指标符合预期，同时也面临一些困难挑战，主要是有效需求不足，一些企业经营困难，一些地方财政困难，表明我国经济恢复还不够强劲，不同地区、行业、企业之间存在分化现象。

《决定》明确了三方面关键改革举措：一是构建全国统一大市场，包括构建城乡统一的建设用地市场，全国一体化技术和数据市场，统一规范、信息共享的招标投标和公共资源交易平台体系，一体衔接的流通规则和标准，全国统一电力市场等。二是推进要素市场化改革，健全劳动、资本、土地、知识、技术、管

理、数据等要素市场制度和规则。三是完善市场经济基础制度，包括完善产权保护、信息披露、市场准入、破产退出、信用监管等制度。

《决定》特别提出，防止和纠正利用行政、刑事手段干预经济纠纷，对侵犯各种所有制经济产权和合法利益的行为实行同责同罪同罚。

韩文秀说：“下一步就是要推动经济持续回升向好，实现更为均衡、普惠、包容的发展，一靠政策给力，二靠改革发力。中国政府将更加有力有效实施宏观调控政策。”

韩文秀表示，积极的财政政策要更好发力见效，加快专项债

发行使用进度，确保基层“三保”按时足额支出，发挥好财政资金对经济增长和结构调整的杠杠撬动作用。

韩文秀指出：“稳健的货币政策要灵活适度、精准有效，保持流动性合理充裕，积极发展科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融，为实体经济提供源头活水。”

此外，未来政策还要“把长远增后劲与短期稳增长结合起来，用好超长期特别国债资金，加强国家重大战略和重点领域安全能力项目建设。要把经济政策和非经济性政策都纳入宏观政策取向一致性评估，形成推动高质量发展的强大合力”。

重点改革方向披露：涉及14个领域

构建全国统一大市场

本报记者 杜丽娟
北京报道

7月15日至18日，中国共产党第二十届中央委员会第三次全体会议在北京召开。

全会审议通过了《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》（以下简称《决定》），并对进一步全面深化改革做出系统部署。

已发布的党的二十届三中全会公报全文5000多字，涉及14个领域的重点改革，其中构建高水平社会主义市场经济体制被放在了首位。和党的十八届三中全会相比，此次全会对当前经济形势的研判更加细致。市场预测，7月底中央政治局会议即将召开，此次三中全会释放的改革基调有望成为中央政治局会议的关注热点。

回顾近年来历届三中全会，建立和完善社会主义市场经济体制一直贯穿其中。

在党的十八届三中全会中，会议强调“使市场在资源配置中起决定性作用”，本次全会则强调既“放得活”又“管得住”，既要发挥市场机制来实现资源配置效率最大化和效益最大化，又要宏观调控维护市场秩序、弥补市场失灵。

在市场看来，当前政府和市场的关系尚没有完全理顺，市场体系还存在激励不足、要素流动不畅、资源配置效率不高等问题，要实现

资源配置效率最优化和效益最大化，就要激发全社会内生动力和创新活力。

光大证券宏观研究组研究员刘星辰表示，全会明确要保证各种所有制经济依法平等使用生产要素、公平参与市场竞争、同等受到法律保护，这将激发各类市场主体活力，促进各种所有制经济共进共赢共同发展。

7月19日，中央财办分管日常工作的副主任、中央农办主任韩文秀在中共中央举行的“介绍和解读党的二十届三中全会精神”新闻发

布会上介绍，要更好发挥市场机制作用，创造更加公平、更有活力的市场环境，就要不断激发全社会内生动力和创新活力。

在具体实施上，一方面，要深化国资国企改革，推动国有资本和国有企业做强做优做大，增强核心功能，提升核心竞争力，要开展国有经济增加值核算。同时要推进能源、铁路等行业自然垄断环节独立运营和竞争性环节市场化改革。

另一方面，要为非公有制经济发展营造良好环境、提供更多机

会，完善民营企业参与国家重大项目建设长效机制，支持有能力建设的企业牵头承担国家重大技术攻关任务，规范涉民营企业行政检查，要制定出台民营经济促进法。

在资源配置方式方面，《决定》强调，要充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，构建全国统一大市场。

刘星辰认为，构建全国统一大市场，意味着要破除妨碍企业参与市场竞争的制度壁垒，让各类先进优质生产要素向发展新质生产力顺畅流动，健全劳动、资本、

土地、知识、技术、管理、数据等生产要素由市场评价贡献、按贡献决定报酬的机制。“我们分析，后续在数据、劳动力、土地等要素市场改革方面，相关政策的出台会进一步加快。”

粤开证券的分析建议，当前要加快要素市场化改革，促进人口、资本、土地、科技等要素自由流动并按贡献参与分配，形成市场基础制度规则统一、市场设施高标准联通、市场监管公平统一的高标准市场体系，使商品、要素、资源在全国范围内畅通流动。

究同新业态相适应的税收制度。

对于未来的改革方向，学界普遍共识是深化财税体制改革，不仅要解决短期内有效需求不足、地方财政收支矛盾加大、债务风险上升等问题，也要关注实现共同富裕、中国式现代化等长期目标。

“未来改革的着力点和重心，我们认为应该放在稳定市场主体预期，调动中央和地方、企业和居民等多方面积极性方面，从而实现效率和公平的均衡。”刘星辰说。

健全宏观经济治理

自2023年12月中央经济工作会议提出“谋划新一轮财税体制改革”以来，财税体制改革备受社会各界关注。

此次三中全会提出，必须完善宏观调控制度体系，统筹推进财税、金融等重点领域改革，增强宏观政策取向一致性。要完善国家战略规划体系和政策统筹协调机制，深化财税体制改革，深化金融体制改革，完善实施区域协调发展战略机制。

与党的十八届三中全会相比，

本次全会将财税体制改革放在宏观经济治理框架中。光大证券认为，此种表述或意味着未来财政和货币政策的协调配合将成为一种常态化政策。

结合现实情况来看，市场认为，本轮财税体制改革将重点聚焦地方财政收入下滑与支出刚性之间的矛盾，进而推动央地关系再平衡。

近年来，中央与地方在事权和支出责任方面存在划分不清，地方政府支出责任庞大等问题。数

据显示，2023年，地方一般公共预算支出达到23.6万亿元，高于全国一般公共预算收入的21.7万亿元，同时一般公共预算支出地方占比为86.1%，亦高于国际平均水平。

在此背景下，如何优化中央与地方收入划分，成为解决央地关系的重要内容。

粤开证券分析师马家进建议，从具体改革方向看，首先，要健全地方税体系，补充地方财政收入，其中消费税等税制改革有望优先试点推行。其次，要加强中央财

党的二十届三中全会公报要点摘编

进一步全面深化改革的总目标

继续完善和发展中国特色社会主义制度
推进国家治理体系和治理能力现代化

二〇三五年目标

全面建成高水平社会主义市场经济体制
中国特色社会主义制度更加完善
基本实现国家治理体系和治理能力现代化
基本实现社会主义现代化
为到本世纪中叶全面建成社会主义现代化强国奠定坚实基础

七个“聚焦”

聚焦构建高水平社会主义市场经济体制
聚焦发展全过程人民民主
聚焦建设社会主义文化强国
聚焦提高人民生活品质
聚焦建设美丽中国
聚焦建设更高水平平安中国
聚焦提高党的领导水平和长期执政能力
到二〇二九年中华人民共和国成立八十周年时
完成《决定》提出的改革任务

贯彻的原则

坚持党的全面领导
坚持以人民为中心
坚持守正创新
坚持以制度建设为主线
坚持全面依法治国
坚持系统观念等原则

全会对进一步全面深化改革做出系统部署

构建高水平社会主义市场经济体制
健全推动经济高质量发展体制机制
构建支持全面创新体制机制
健全宏观经济治理体系
完善城乡融合发展体制机制
完善高水平对外开放体制机制
健全全过程人民民主制度体系
完善中国特色社会主义法治体系
深化文化体制机制改革
健全保障和改善民生制度体系
深化生态文明体制改革
推进国家安全体系和能力现代化
持续深化国防和军队改革
式现代化的领导水平

“十五五”将加快农业大数据建设 突破国际粮商数据垄断

本报记者 索寒雪 北京报道

“我们选择种子的方式还是很闭塞的，就是看这一片去年谁家大豆长得好，就通过中介留种子。”东北农民徐建国向《中国经

争夺商业大数据话语权

近年来，农业农村部会同有关部门，推动农业生产数字化、智慧化转型。

农业大数据对中国农业竞争力具有非常重要的意义。过去，来自美国农业部的信息常常左右国际大豆市场价格，而这一信息并不都准确，造成了中国企业的损失。

曾在粮食央企高层就职的行业专家徐建飞向记者表示：“今天的信息就是战争年代的情报，非常重要。当年的情报有真有假，美国农业部也是在用真真假假的信息进行市场博弈。”

在国际粮食会议上，徐建飞作为嘉宾，了解到“世界四大粮商中的三家，从欧洲买了三套全球粮食产量监测系统”。

徐建飞向记者表示：“粮食从信息领域就开始竞争，已经不是什么新鲜事了，大家都非常注重信息的采集。只是，中国在这方面获得的信息非常少。”

2020年9月16日，中国科学院公布了“率先行动”计划第一阶段重大科技成果及标志性进展报告，中国实现对全球大豆主产区面积产量进行监测。

记者获得的资料显示，中国科学院团队“突破大范围高动态遥感信息提取相关理论和关键技术，实现了全球范围的土地覆盖精细分类制图、大豆主产区面积产量监测、重大病虫害监测预警、陆表水体环境状况评估、植被荧光与海洋波浪成像遥感监测、遗产地和重大灾害监测等，创建了适应空间大数据展示分析应用的

营报》记者表示，“中介也会推荐一些。”

未来，这些农业种植的基础问题，将会通过农业大数据获得解决方案。

近日，农业农村部对十四届

全国人大二次会议第0667号建议进行答复，即对全国人大代表有关加快拓展农业大数据应用场景精准保障国家粮食安全的建议作了回应。

农业农村部表示，将会有

相关部门，持续完善农业农村大数据发展政策体系，在加快建设农业强国规划和“十五五”农业农村发展规划中，明确加快农业农村大数据建设的具体任务安排。



我国农业数字化建设正在蓬勃发展。图为福州市长乐区的一处大棚，全程采用自动化数字化温湿度调控、水肥一体化智能调控、深液流无土栽培、浮板水培技术等技术，助力水培蔬菜生产。

视觉中国/图

新一代数字地球科学平台，集成了遥感信息模型150种，汇集了21大类310多个源异构数据库，为国家提供了迫切需要的准确、及时和持续性的全球环境资源空间信息和科学数据，有力支撑了国家多领域的宏观决策”。

记者从农业农村部大数据发展中心获悉，遥感监测已经应用在农作物生长形势判断中，每年完成对全国水稻、小麦、玉米、大豆、棉花、油菜、甘蔗等主要粮油糖作物的常态化监测，监测内容涵盖作物种植面积、长势、墒

情、灾害、产量等。自2021年以来，大数据发展中心还拓展了“两区”目标作物种植情况、撂荒地、玉米种子、冬小麦弱苗分布等遥感监测监管试点工作。相关监测报告成为农业农村部研判主要作物生产形势、科学指导防灾减灾的重要参考。

国际上较为领先的系统来自以色列。“准确度可能高于美国农业部。”徐建飞表示。

农业大数据非常重要，在美国从事大豆相关工作期间，徐建飞也时常前往美国的大豆种植田，查看

大豆长势，也曾有国外大豆协会的人员在中国查看大豆的长势。

来自农业农村部数据显示，近年来，农业农村部会同有关部门，推动农业生产数字化、智慧化转型，其中“持续推进数字农业建设项目，累计支持建设国家智慧农业创新中心和分中心31个、创新应用项目97个。推动信息技术与农业生产经营深度融合，推广应用各类农机北斗终端超过220万台，精准播种、变量施肥、植保无人机等加快推广应用，全国农业生产信息化率达到27.6%”。

提供信息服务超过10.8亿次

在强化灾害监测预警方面，农业农村部完善了跨部门信息共享机制，建立常规灾害月会商、重大灾害实时会商机制。

近年来，农业农村部、工业和信息化部、财政部会同有关部门，不断完善顶层设计，加大投入力度，推动农业农村大数据发展。

在《“十四五”推进农业农村现代化规划》《“十四五”国家信息化规划》中对推动农业农村大数据应用进行了部署安排，重点推进物联网、大数据、人工智能、区块链等新一代信息技术与农业生产经营深度融合。农业农村部印发《“十四五”全国农业农村信息化发展规划》《“十四五”数字农业建设规划》，明确了农业农村大数据应用的重点任务和建设内容。

记者在《“十四五”农业农村发展规划前期研究课题征集承担单位公告》中查询到，“加快大数据和人工智能等现代信息技术在农业农村领域深度应用研究”是其内容之一。其中包括“梳理大数据、人工智能等现代信息技术在农业农村领域应用现状，借鉴国内外和各行业的典型做法，分析现代信息技术在农业生产、产业发展、乡村治理、乡村建设和决策落实等方面应用前景，提出推进现代信息技术深度应用、发展智慧农业的政策建议”。

此外，农业农村部正在指导各地在耕地保护和农田建设中探索应用数字技术，提升数字化水平。开展高标准农田建设，对农田利用状况进行持续监测。推动加快土壤普查数字化成果应用。加快推进第三次全国土壤普查外业调查采样和内业测试化验，结合土壤普查数据成果，加快数字化成果应用，推动实现土壤要素智能化分析、数字化应用等功能。

农业农村部对前述十四届全国人大二次会议第0667号建议进行答复中表示：“下一步，农业农村部将支持有条件的地方结合实际、科学谋划，积极探索在耕地保护和农田建设中应用数字化、信息化技术，推动土壤普查数字化成果应用，加快建设现代化良田。”

旺季下跌 航运价格上涨三个月后首次回落

本报记者 孙丽朝 北京报道

今年“淡季不淡，旺季下跌”的航运市场备受各界关注。

“6月下旬开始，集装箱运价就有下行压力，到7月价格更是跌，美线全面下降，欧线

家国际货运公司人士对《中国经营报》记者表示。

集装箱航运价格从4月份传统淡季开始逆势上行，

在经历了3个月的上涨之后，到7月份进入旺季又掉头下跌。

业内人士分析，红海危机

加剧、躲避关税上涨带来的出货潮等因素导致今年旺季提前到来，当前运价处于高位，预计未来短期内运价或

将震荡下行，到9月之后，随着传统发货旺季的结束，航运市场价格或将出现更大幅度下降。

连涨13周后首次回调

上海航运交易所7月12日发布的上海出口集装箱综合运价指数为3674.86点，较上期下跌1.6%，这是该指数自4月起连涨13周后首次下跌。

其中，欧洲航线本周市场运价小幅上涨，但涨幅低于前期部分班轮公司的宣涨幅度。7月12日，上海港出口至欧洲基本港市场运价(海运及海运附加费)为5051美元/TEU(长度为20英尺的集装箱，也称标准箱)，较上期上涨4.0%。上海港出口至地中海基本港市场运价(海运及海运附加费)为5424美元/TEU，较上期微跌0.1%。

北美航线运输需求支撑力度不足，市场运价出现调整走势。7月12日，上海港出口至美西和美东基本港市场运价(海运及海运附加费)分别为7654美元/FEU和9881美元/FEU，分别较上期下跌5.5%、0.6%。

市场层面，多家船公司7月初开始降价。全球第一大集装箱班轮公司地中海航运于7月4日向客

户发出通知：当前的运价将延长执行到本周末。也就是原计划中7月15日对美西和美东航线实施的每40英尺集装箱运价上调1000美元计划撤销。

同时，韩国森罗商船也将美西航线的每FEU运价下调600美元，从原先8100美元降至7500美元。紧接着中远海运、东方海外和日本海洋网联也将运费相继下调200至300美元。

壹航运创始人兼CEO钟哲超对《中国经营报》记者表示，从4月中旬开始的这波运价上涨行情有多方面推动因素。首先，4月13日，伊朗扣押了一艘具有以色列背景的超大型集装箱船舶，并于次日对以色列发动空袭，使原本就紧张的红海局势进一步加剧。此外，彼时新能源汽车、光伏储能等行业对欧盟和美国对中国商品加征关税的预期愈加强烈，导致一些企业急于在关税上涨之前发货，出现了抢货、出货潮。与此同时，航运公司

按照往年出货规律，在5月上旬也就是旺季来临之前安排部分船舶停航。另外在经过持续低迷的二三月份之后，欧美零售补库存开始启动，以上多个因素叠加共振，供需平衡被快速打破，供不应求导致市场运费出现连续大幅上涨。

“近期运价拐点的出现，也与上述因素的缓解有关。一方面，随着欧盟对中国新能源汽车关税政策的落地，冲货潮结束。另一方面，在过去三个月中，运价持续大

幅上涨，中国到美东的运价突破1万美元，到美西超过8000美元，吸引大量新运力、新航线和新玩家入场，运力供给得到持续改善。

其中也包含部分低利润低附加值商品无力承担过高的运价进而暂停及延迟出货。随着供求关系的理顺，加之此前长达两个半月的大幅上涨所出现的市场承接乏力，以南美及北美西岸为代表的运费市场随即出现了滞涨和下跌。”钟哲超表示。

7月10日发布的信息显示，今年第1万列中欧班列7月10日从武汉吴家山站开出，较去年提前19天达到1万列；今年中欧班列累计发送货物108.3万标准箱，同比增长11%，呈现量质齐升的良好态势。上半年，西(经阿拉山口、霍尔果斯口岸)、中(经二连浩特口岸)、东(经满洲里、绥芬河、同江北口岸)

3条运输主通道中欧班列开行量同比分别增长13%、20%、5%；累计开行南通道中欧班列111列，同比增长15倍。

“在7月海运价格下跌后，中欧班列运价目前仍基本稳定，如果未来海运价格持续下跌，预计中欧班列运价也会随之下降。”上述负责

未来运价或将震荡下行

尽管航运价格出现下降态势，但目前仍处于相对高位，7月12日发布的德鲁里世界集装箱指数(WCI)显示，截至7月11日WCI上涨1%至5901美元/FEU(长度为40英尺的集装箱)，比去年同期上涨297%，比2021年9月疫情高峰时的10377美元/FEU下降了43%，比2019年疫情前1420美元/FEU的平均水平高出315%。

对于未来运价走势，钟哲超表示，今年相当于旺季提前到来，4月份航运淡季出现逆势上涨，现在进入7—8月传统旺季，预计受此前涨幅透支及需求乏力的影响，市场在传统旺季出现逆势震荡下行。震荡期会持续多久，仍要看未来供求关系。“美西航线目前已较大幅度下降，美东也有下浮，现在运力供应不断增加，预计未来仍将保持下行态势。欧洲航线因仍需要绕行好望角，消耗了20%运力供给，叠加好望角时有恶劣天气，所以欧线运价目前仍不明朗。”

运去哪物流科技集团航线专家分析称，7月上旬，欧线运价处于高位，舱位供给以现舱为主。随着欧洲运价不断上涨，除高货值或者有严格交付要求的货品，市场整体放慢了出货的节奏，不会像之前那么强势地推高运价。但需要警惕的是，红海绕行导致的运力周期性短缺，或在8月显现，欧线可能要再次面临停航困境，加上圣诞节备货提前，欧线运

价短期内很难下滑，舱位供给紧张会有所缓解。

“从7月上旬开始，美西航线不断有新运力加入，加班船、新船公司的加入让美线运价的快速上涨逐步降温。受供需影响，美线继续大幅上涨的可能性不大。”上述运去哪航线专家表示。

上述上海一家国际货运公司人士则表示，预计在8月之前，市场需求仍较好，运价不会出现大幅下降，到9月之后，随着传统发货旺季的结束，航运市场价格或将出现更大幅度下降。

2023年11月以来，也门胡塞武装多次袭击红海及附近水域船舶，全球多家航运巨头无奈暂停了集装箱船在红海及其毗连海域航行，改道绕行非洲好望角。

钟哲超认为，自疫情以来，全球航运物流业黑天鹅事件此起彼伏，除了影响最大的红海危机导致的绕行外，港口拥堵、欧美码头工人罢工等因素将是影响下半年市场最大的变量。

他提醒，当前航运市场的赚钱效应，加速了市场大量新船订单的涌现，长期来看这是一个危险的信号，因为剔除红海危机影响，目前全球集装箱船队运力整体增速过大，超过全球贸易增长需求，静态运力过剩。虽然红海危机短期内很难解除，但未来在危机解除之后，船舶不需要再绕行好望角，运力供应恢复正常，过剩问题就会显现出来。



集装箱航运价格在经历了3个月的上涨之后，到7月份进入旺季又掉头下跌。图为江苏连云港集装箱码头，远洋货轮停在泊位上有序装卸集装箱。

视觉中国/图

中欧班列运价涨幅低于海运

在过去三个月，经过班轮公司多次推涨运价后，当前欧洲航线的运价比4月初上涨152.92%，地中海航线运价涨幅也达到79.96%。

海运市场变化也影响了中欧班列的需求和价格。一位负责中欧班列的货代对《中国经营报》记者透露，这波海运价格涨幅较高，带动了中欧班列价格的

上涨。以武汉出发的中欧班列为例，4月初一个集装箱的运价为7000美元，7月初上涨到了9000美元，涨幅为28.57%，由于中欧班列价格涨幅远低于海运价格，导致许多海运的货转到中欧班列，中欧班列近3个月市场需求大增。

中国国家铁路集团有限公司

上半年经济运行前快后慢

扩大总需求变量至关重要

本报记者 杜丽娟 北京报道

伴随各项经济数据的出炉,上半年经济运行呈现前快后慢的趋势。

预期整体走弱

预计政策对货币信贷增长的扰动可能集中体现在二季度。

国家统计局数据显示,二季度GDP同比增速为4.7%,低于此前市场预期的5.1%,同时也低于一季度的5.3%。环比看,二季度增速也从一季度的1.5%下滑至0.7%,成为2022年三季度以来的最低值。

光大证券首席宏观经济学家高瑞东认为,从数据看,今年以来经济增速在一季度加速恢复后,二季度出现环比放缓的迹象。“我们分析其中的原因有两个:一方面是二季度极端天气、雨涝灾害多发,这对居民出行和企业生产造成了扰动;另一方面受房地产和耐用品消费等内需市场不足影响,消费对经济支撑力不够。”

事实上,在官方发布二季度经济数据后,市场也从不同维度进行了剖析,普遍共识是二季度经济增速呈现了整体不及预期的趋势。

国泰君安的报告指出,2024年二季度同比增长4.7%,主因或

势,从数据看,二季度GDP同比增长4.7%,低于市场预期。

在市场人士看来,二季度经济呈现出显著的边际走弱特征,其中

一个原因在于消费增速走低对生产和投资的掣肘,未来宏观经济政策如何在稳投资、扩消费上发力显

得至关重要。而要实现全年5%的增速目标,三季度政策的发力方向也需要特别关注。



本报资料室/图

对于金融数据的“挤水分”,粤开证券研究院院长罗志恒也注意到了这一情况。罗志恒常年关注财政、货币政策的运行逻辑,对于二季度经济增速的回落,罗志恒介绍,此前一些地方有存贷款规模冲量、虚增金融业增加值的现象,这使得金融业增加值“去虚胖”非常有必要。

早前,《金融时报》曾发文表示,金融业增加值的核算方法优化在今年4月被各方所了解和熟悉后,预计政策对货币信贷增长的扰动可能集中体现在二季度,且在下半年会持续产生影响。

从金融数据来看,今年上半年新增居民短期贷款2764亿元,同比

大幅少增10536亿元,这侧面印证了终端消费的低迷。

罗志恒认为,整体看二季度各项数据出现放缓的节奏,很大程度在于当前总需求仍然不足,在预期不振的情况下,经济回升的基础并不牢固,未来如何提高终端需求能力是政策需要重点关注的内容。

罗志恒表示,今年4月以来,金融监管部门禁止银行“手工补息”,随着统计部门优化调整金融业增加值核算方式后,资金空转套利的行为和冲高存贷款的压力明显减少,伴随贷款增速持续下滑,金融业增加值增速也有所压降。

从金融数据来看,今年上半年新增居民短期贷款2764亿元,同比

大幅少增10536亿元,这侧面印证了终端消费的低迷。

罗志恒认为,整体看二季度各项数据出现放缓的节奏,很大程度在于当前总需求仍然不足,在预期不振的情况下,经济回升的基础并不牢固,未来如何提高终端需求能力是政策需要重点关注的内容。

国泰君安宏观研究院研究员黄汝南认为,当前经济面临的核心问题是国内有效需求不足,因此三季度政策需要转向居民需求端。“在产需错配、以工代赈项目不足的背景下,我们认为,财政政策需要更多从关注企业端转向关注居民端,预计三季度会是新的稳增长政策加码的窗口期。”

对于地方财政和基建投资,罗志恒建议,要加快地方专项债和超长期特别国债的发行进度,推动形成更多实物工作量,带动基建投资。

在此背景下,要推动经济回升向好,一个重要的选择是刺激并扩大投资需求。张林建议,未来中央需要进一步加大对耐用消费品以旧换新的政策支持力度,从而提振消费者信心,加快居民消

费的修复。

对于如何实现全年经济5%的增速目标,市场人士也给出了不同的路径。

罗志恒认为,下半年经济形势两个关键变量是房地产和地方财政。“房地产方面,需要继续优化房地产政策并尽快扭转房地产价格下行预期,放松限购、增加一线城市购房指标,从优化存量到释放增量”。

对于地方财政和基建投资,罗志恒建议,要加快地方专项债和超长期特别国债的发行进度,推动形成更多实物工作量,带动基建投资。

“招转培”陷阱

本报记者 杨井鑫 北京报道

又到了一年求职季，有人在寻觅中找到了满意的工作，而有的人则不慎掉入了高薪求职的陷阱。

据《中国经营报》记者了解，近年来，各地聚焦就业重点领域，通过政策落实、招聘对接、困难帮扶打出稳就业政策的“组合拳”。

但是，在高薪招聘诱惑之下，让应聘者接受付费的岗前培训或购买相关产品已成为当前招聘的“毒瘤”。

他认为，一个月8000元收入对于他来说已经很不错了，正规公司应聘前的岗前培训也是必要的。想到培训费还能贷款，也就没有过多考虑。

“在贷款支付了培训费后，公司的对接人给了应聘者很多网上的学习资料，让大家回去先自行学习，当时的消息是两个月后组织大家考试。”王鹏表示。

让他没有想到的是，两个月后已经无法与该公司取得联系。“后来去了应聘时的办公地，公司已经人去楼空了。”王鹏表示，后来知道自己陷入了培训的骗局，至今都很沮丧。本身经济压力就挺大，还背上了3万元的消费贷。

王鹏并非求职中被骗的个例，还有的求职者陷入的是连环套路陷阱。上海的李菲（化名）说起今年的求职经历时，总会因为没有上当“逃过一劫”而庆幸。

“年初，有朋友介绍了一家模特经纪公司，主要是做一些车展业务和时装秀业务。当时去面试时，公司那边给出的是月薪3万元，但是需要做系统培训，培训费用自己出，可以贷款，大概要10万元。”李菲表示，由于培训费确实贵了一些，一直比较犹豫。当时的想法是再看看，也不急在一时。

李菲告诉记者，后来了解到，这家公司就是一个所谓的“杀猪盘”，专门针对的是有着明星模特梦的年轻人。“当时去应聘中的一个女孩被骗得很惨。先是被拉去

“为了减轻求职者的经济负担，该公司还声称能够为求职者提供贷款服务，也就是从一家银行旗下的消费金融公司申请消费贷。”王鹏表示。

培训了一阵子，培训费都是贷款来的。后来，这个女孩还被要求做形体和医美，更是花了不少的钱。”

“模特和明星这个行当确实涉及很多的培训，甚至一些培训的花销也不小。但是，有些招聘和培训就是个骗局，而被骗的人也不愿意到处声张，只当花钱买教训了。”李菲表示。

她认为，以培训为幌子的骗局很难去定性。一方面，公司确实组织了培训，提前声明了是付费的，也不强制。另一方面，有的公司确实会从中挑选一些资质比较好的应聘者安排工作，或者介绍到别的公司。

“即使公司是玩套路，事后去追责也很难。”李菲表示，对于应聘时的大额开销还是要谨慎，至少需要多留一个心眼。

据了解，通过高薪求职诱惑上当的套路还有很多。5月29日，国家金融监督管理总局（以下简称“金融监管总局”）发布了《关于防范“套路运”“套路贷”等各类形式诱骗贷款的风险提示》，提醒包括

该骗局具有一定的隐蔽性，且较难定性。往往套路一环扣一环，令求职者工作落空的同时背上了沉重的债务。



高薪招聘诱惑之下，让应聘者接受付费的岗前培训的陷阱已成为招聘的“毒瘤”。 视觉中国/图

求职者在内的广大消费者注意防范有关风险。

根据监管的披露，近期，有诈骗团伙虚假宣传贷款购买货车“零首付”，借助求职者“急于找到工作”的心理，在网上发布“高薪招聘”“实习”等虚假信息，如成立空壳货运公司，用精编的话术诱导应聘司机申请贷款购车“入职”或缴纳加盟费，应聘司机提车后却遭遇接活难、退车难、退款难，最终未获得预期收入却背负大额债务。类似骗局还有假借招聘之名诱骗求职者以职位需要、培训费、材料费、保证金等名义收取各类费用，甚至诱导求职者通过贷款平台贷款支付相关费用。

4月29日，金融监管总局重庆

监管部门也曾经发布过汽车“零首付”陷阱的提示称，近期有消费者反映，通过网络平台求职应聘时，被物流公司“高薪”招聘货车司机的信息吸引，被陷入后遭遇贷款高价购车、缴纳会费等连环套路。应聘者因此不仅遭受财产损失，还背上巨额债务。

“瞄准”消费贷

“招转培”骗局的目标指向是求职者名下的消费贷款，个人应该谨慎对待入职前的高额费用支出，尤其是通过贷款支付的该类费用支出。

最后征信直接沦为黑户。

对于“招转培”一类的骗局，目前一些地方监管部门已经加大了打击力度，以净化招聘市场环境。近日，上海市普陀区警方公布一起“招转培”诈骗案件，犯罪团伙谎称与各大知名美甲店有合作关系，可以就近分配高薪美甲学徒岗位，通过网络招聘软件发布虚假招聘信息引流，招收大量来上海务工的年轻女性。多名求职者上门后，却发现“包分配、高薪资”都无法兑现，还背上了万余元的助学“培训贷”。6月13日，该诈骗团伙10人落网，团伙成员都是“00后”，团伙内部分工明确，且具备一套完整的话术体系。

7月3日，深圳市深汕特别合作区统战和社会建设局关于公示人力资源服务机构“招转培”投诉举报途径的公告称，为进一步加强我区人力资源服务机构监管工作，严禁人力资源服务机构以虚假招聘信息诱使求职者参加培训，根据市人力资源保障局《关于开展治理人力资源服务机构“招转培”问题的通知》要求，现公布人力资源服务机构“招转培”违法行为的投诉举报途径。

李某表示，面对高薪诱惑，求职者往往在应聘时对一些不合理的要求选择妥协。但是，求职者更需要在此过程中保持理性和冷静，避免上当受骗。一旦受骗之后，也要及时向有关部门反映举报，让政府监管部门介入跟进处理。实际上，求职者还是能够根据一些细节来分辨真招聘和假招聘。假招聘的企业擅长“画饼”，会给予一些不切实际的承诺。真招聘的企业多数提供的培训还是免费或者象征性的，至少不会为了高额的培训费推荐求职者去尽可能地贷款。

入境游剧增背后的支付革新

本报记者 王柯瑾 北京报道

“City 不 city 啊”“好 city 啊”——近期，在华外国博主发明的网络热词走红。对此，外交部发言人也在例行记者会上应询表示，很高兴看到外国朋友们在中国享受美景美食，亲身感受生动

真实的中国。“中国就在这里，欢迎大家来。”

为进一步提升外籍人士及老年群体消费体验的便利性，今年，在《国务院办公厅关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》的指引下，我国优化支付服务工作开展不断取得新成效。今年5月，

中国人民银行方面曾表示，要把优化支付服务作为重点工作常抓不懈，力争在6月底前实现更大突破。

实际上，支付连接千家万户，是国民经济运行的毛细血管，是外籍人士直接感受中国的重要环节，也是我国建设老年友好型社会的重要方面。

据《中国经营报》记者观察，近两个月来，为进一步做好外籍来华人员、老年人等客户群体的支付服务优化工作，推动支付受理环境不断改善提升，作为传统支付领域的主导者，商业银行在之前夯实的基础上不断寻求突破，实现了优化支付便利性的创新式发展。

畅游西安。”巴基斯坦籍游客吉米在西安咸阳国际机场说道。

靠前发力可以更好地打破支付屏障。其实，早在外宾入境之前，商业银行就利用网点优势提前布局。以中国银行为例，其在新加坡、澳大利亚、日本、纽约等29个境外国家和地区开展线上推文、主题宣讲会、使领馆联合推广、网点宣传、机载杂志和视频投放等形式、多渠道、多主题的宣传推广活动，覆盖超230万人次，全方位展现来华支付便利化举措。

“在出发前了解怎么在中国支付，很大程度上帮助我消除了顾虑，能更安心前往中国旅游消费。”在中国银行巴黎分行营业部，一位法籍游客听银行员工讲解多种来华支付方式时说道。抵达中国后，这名游客按照中国银行支付指南在中国银行上海市分行成功办理现金兑换及外卡取现业务，开启一场“说走就走”的中国旅行。

工商银行（601398.SH）相关负责人表示，遵循“账户应开尽开、功能分类分级、强化服务引导”的原则，该行全部营业网点可为持有短期签证以及免签的外籍来华客户提供简易开户服务。

随着来华外籍人士的增加，外

折取现功能的ATM，所有自助设备提供大字版功能，更好地满足老年人支付服务需求。

对于许多外籍来华人士和老年人而言，现金支付仍是他们最习惯的支付方式。为助力做好“现金兜底”工作，工商银行建立常态化零钱包服务机制，全面推广200元、300元、500元标准化及定制化额度的零钱包，为客户提供“即来即兑”服务。

支付便利性不断优化，与外籍来华人士旅游消费紧密相关的行业也深有体会。出租车驾驶员宋师傅在大连市甘井子区公路运输管理所办理出租车年审，巧遇工商银行正在此开展一站式零钱包兑换活动，以解决出租车驾驶员的零钞备付问题。“工商银行准备的零钱包真的是太实用了，解决了我们平时找零钱的困难，让我们的工作更方便了！”

总体来看，提高支付便利性和包容性是一项系统工程。招联金融首席研究员董希淼表示：“除了便利关口前移，还要加强各类支付场景拓展，拓宽银行卡和现金在各种场景的使用。如旅游景点、演出展览、体育赛事、交通出行、医疗美容等日常消费领域，需要全链条、全场景的协同和打通。金融、商务、文旅、交通、外事、公安等部门和各类市场主体要密切配合，共同推进，不断提高支付便利性和包容性水平。”

移动支付“破圈”

近年来，我国移动支付发展迅速，处于国际领先水平，在提高交易效率、降低交易成本和促进金融普惠等方面发挥了重要作用。但与此同时，银行卡、现金等传统支付方式占比下降，在一些消费场景和消费群体产生了新的问题和堵点。

按照中国人民银行副行长张青松在国务院政策例行吹风会上的总结，支付服务的问题和堵点主要体现在两大方面：一是造成“数字鸿沟”，老年群体依然偏好现金支付，感到不便；二是外籍来华人员对国内支付环境不习惯、不适应。

针对老年群体线上服务痛点，工商银行打造手机银行“幸福生活版”（老年版），采取“大字体、大行距、高对比度”设计，提升页面辨识度；优化转账汇款功能，增加向陌生人大额转账安全提示，防范电信诈骗；创新推出家庭托管账户服务，支持子女代老年人查余额、明细；提供交易受阻一键求助、同屏辅导等专属服务，帮助老年客户跨越“数字鸿沟”。

针对外籍人士群体，建设银行移动支付进行了多项创新。一是打造跨境条码支付产品，联动该行马来西亚、建行（亚洲）等重点境外分支机构，与银联国际、网联深化合作，推进跨境条码支付互联互通。二是提升数字人民币服务，支持境外人士使用210多个国家及地区的境外手机号码注册数字人民币App，并开立数字钱包，支持外币现钞和人民币现钞兑换数字人民币。三是推出外籍来华人员专属支付产品“旅行通卡”，支持中国境内任意支持银行卡刷卡的商户消费支付，并可绑定银联

云闪付App实现在线支付和扫码支付。

此外，为进一步弥合支付鸿沟，商业银行也在跨境合作方面积极探索。例如，建设银行苏黎世分行与瑞士本地支付机构瑞士蓝宝石支付公司（SR Saphirstein AG）签订了人民币跨境支付合作备忘录，建设银行苏黎世分行作为瑞士人民币清算行，是SR Saphirstein AG在瑞士的唯一人民币跨境支付服务提供商，为其提供包括人民币账户、人民币跨境清结算、外汇交易和人民币存款等服务。

据了解，在建设银行苏黎世分行的服务支持下，SR Saphirstein AG将于7月中下旬在欧洲市场上完成首张离岸人民币借记卡（VISA）发行。这将是目前欧洲市场上唯一使用人民币标识和中国元素进行卡面设计的支付类借记卡。6月底，SR Saphirstein AG已面向瑞士用户进行了该卡发行的路演宣传。在此基础上，SR Saphirstein AG还将与建设银行苏黎世分行合作开发人民币跨境支付二期项目。二期项目上线后，瑞士及欧洲其他地区个人客户可通过扫描中国境内的支付二维码实现便利支付。这将进一步提升外国客户跨境人民币消费体验，对促进中瑞跨境支付便利具有重要意义。

浙商银行相关负责人表示，“City 不 city 啊”不仅是一个梗，更是中外文化交流的桥梁。该行将持续以创新的金融服务和支付便利化措施，持续构建支付便利长效机制，聚焦外籍来华人员多样性的支付需求以及老年人群实际需求提升金融服务质效。

市场波动加剧 “固收+”理财成破局利器

本报记者 秦玉芳 广州报道

随着银行理财产品收益持续下调,如何进行“固收+”产品创新满足投资者风险分散兼具收益的多元化配置需求,越来越受理财机构关注。

近来,“固收+黄金”“固收+可转债”等理财产品密集上线,正在成为理财机构圈粉、留客的新尝试。

银行理财业务人士认为,年初

以来,资本市场波动加剧,利率持续下行,投资者陷入安全和收益两难;“固收+”策略以债券打底,通过各种权益的灵活配置增强收益,分散风险,比纯债基金更具弹性和敏锐度,也能够增厚收益,是当前环境下投资者资产配置的较好选择。理财机构纷纷加大“固收+”的创新尝试,产品发行、存续规模和业绩表现方面呈现出稳健增长的态势。

“固收+”策略产品受宠

兼具“债性”和“股性”的“固收+转债”策略,是近来理财机构和投资者关注的重点方向之一。

近来,“固收+”理财产品业绩表现亮眼,备受投资者关注。

普益标准数据显示,截至7月15日,“固收+”产品近1月年化收益率为2.5248%,近6月年化收益率为3.4724%。

海通证券最新研报指出,截至7月12日,全市场共有1239只“固收+”基金,规模合计16313.55亿元,共有182只“固收+”产品的净值创历史新高。

与此同时,理财公司对“固收+”各种策略的产品布局愈加积极。其中,底层资产搭配如投资黄金ETF、挂钩黄金价格期权等权益资产的“固收+黄金”产品较为突出。

Wind数据显示,2024年以来成立了19只挂钩黄金的“固收+”理财产品,其中4月至今成立的就有18只。

南财理财通数据也显示,在2024年二季度理财公司“固收+期权”公募产品业绩前十榜单中,6家理财公司产品上榜,榜单前十中有4只产品挂钩黄金资产。

此外,兼具“债性”和“股性”的“固收+转债”策略,也是近来理财机构和投资者关注的重点方向之一,不少理财公司纷纷上线双低转债策略产品。

招银理财方面表示,在可转债资产选择上,该机构选择的是信用风险可控、波动相对较低的双低策略,投资的是低绝对价格、低溢价率的可转债。

平安理财固收投资部相关负责人透露,其多款固收增强产品均有配置可转债资产,配置方式上,直接投资转债个券和通过转债基金、二级债基间接配置转债均有采用,可转债占比大多时候主要在0~5%仓位比例之间调整,年化收益率约在2%~4%之间。

“当前我们主要采取正股策略、双低增强策略、条款博弈策略结合的方式选券,主要关注高等级国央企发债主体。”上述平安理财固收投资部相关负责人指出。

传播星球APP联合创始人付学军指出,可转债作为一种兼具债性和股权属性的投资品种,具有较高的投资价值和潜在收益,且“固收+”策略的推广,使得理财机构开始将可转债等衍生品作为辅助配置资产,以提高产品的收益潜力。

上述平安理财固收投资部相关负责人也表示,近期长期限债券静态收益率下行到2.5%以内,对转债债底形成较强支撑,资产比价下,转债的性价比逐步凸显。

不过,普益标准研究员杨国忠也指出,理财产品投资可转债并非新鲜事,早在2021年就已存在这类产品。根据持仓数据统计,约30家机构的近百款产品曾经投资或目前仍持有可转债,但这类产品在市场总量中的占比很低。鉴于可转债在债券市场上只是一个品种,在银行理财中也很可能只会作为“固收+”产品的部分资产,不会成为主流。

中国银行(601988.SH)研究院银行业与综合经营团队主管邵科表示,固收产品风险相对较低,在目前低利率环境之中给客户带来



当前,理财机构广泛布局“+可转债”理财产品,主要集中在可转债投资、风险管理、资产配置等方面。

视觉中国/图

的回报空间有限,投资者亟须提升收益水平。可转债市场与股票市场息息相关,目前A股市场的积极因素逐步累积,可转债价格有望随股票市场同步上行。

在邵科看来,“固收+可转债”产品以固定收益产品的稳定收益为基础,以可转债的股权转让机会为突破,能够形成收益和风险的某种组合,满足部分投资者的需求。同时,这也是银行理财公司业务转型的探索方向,有助于提升理财公司权益投资等综合投资能力,加快差异化竞争力的构建。

盈米基金研究员李兆霆强调,“固收+可转债”这类产品,底层资产主要配置债券与可转债,在权益市场波动较为剧烈的情况下,可转债作为辅助配置更适合风险偏好更低的投资者。

不过,普益标准研究员杨国忠也指出,理财产品投资可转债并非新鲜事,早在2021年就已存在这类产品。根据持仓数据统计,约30家机构的近百款产品曾经投资或目前仍持有可转债,但这类产品在市场总量中的占比很低。鉴于可转债在债券市场上只是一个品种,在银行理财中也很可能只会作为“固收+”产品的部分资产,不会成为主流。

增厚收益平衡风险

现金流稳定、长期收益可观的高股息策略,以及熊市可防御、牛市可进攻的可转债策略受到市场的广泛关注。

总体来看,今年“固收+”理财从产品数量到存续规模均呈快速增长趋势。

李兆霆透露,理财产品“固收+”策略理财产品发行数量占比有所提升,从1月的49%提升至5月的57%。

普益标准研究员陈雪花表示,根据普益标准数据统计,今年以来“固收+”产品发行数量较为稳定,每月发行量在1400款左右;截至7月15日,“固收+”产品存续规模为16.0387万亿元,存续规模呈现逐渐上涨的趋势。

李兆霆表示,目前“固收+”理财产品需求比较火热,特别在市场波动和理财产品净值化转型的背景下,市场空间巨大。

在融360数字科技研究院分析师艾亚文看来,在当前利率下行、股市波动的复杂环境中,“固收+可转债”产品通过结合固定收益的稳健性和可转债的弹性,提供平衡风险与收益的策略选择,受到机构和投资者的广泛欢迎,多家理财公司开始加大布局配置

权益类、混合类产品。

对于“固收+”理财快速发展的原因,开源证券在研报中分析指出,在传统固收类资产收益率接连下行的背景下,简单的存款、国债等品种已难以满足大部分人的资产配置需求,市场急需更具备收益弹性的“固收+”类资产。

普益标准研究员王杰指出,今年以来,市场环境复杂多变:一方面,权益市场几度震荡回调,投资者风险偏好整体较低,资金偏向确定性更强的资产;另一方面,债市“资产荒”“收益荒”行情持续演绎,优质长期资产难寻,纯固收类产品已难以满足部分投资者的收益需求。

“在此背景下,现金流稳定、长期收益可观的高股息策略,以及熊市可防御、牛市可进攻的可转债策略受到市场的广泛关注。理财产品顺势加强了相关‘固收+’产品的发售,以期优化投资者持有体验,在控制波动与回撤的前提下增厚产品收益。”王杰表示。

从资产配置上看,陈雪花指出,目前“固收+”产品主要配置的

辅助资产为权益类、资管产品、金融衍生品等。今年上半年,黄金价格持续走高,不少机构相继推出挂钩黄金或者配置黄金资产的理财产品。另外,少部分产品也会配置优先股和可转债等资产。

李兆霆进一步强调,目前辅助配置资产还包括可转债、打新策略、对冲策略、量化选股、海外资产等,进一步丰富了风险资产的投资范围。“比如发行参与新股打新的混合理财产品,显示了理财公司在权益投资方面的尝试和创新。”

在李兆霆看来,近两年权益市场动荡的表现,导致“固收+”产品进攻端持续受挫,从“固收+”变成了“固收-”。而在市场利率中枢下行的趋势下,“固收+”产品的业绩基准依然对投资者有一定的吸引。这也使得热门的产品策略可能会在“+”的部分更有特色,比如股票增强策略中采用量化投资方法,精选高股息、稳定分红、盈利能力强的股票,也有可能通过股票、转债、打新等多元策略均衡配置,降低组合风险。

而从投资者角度来看,“固收+”策略的多元化配置,也成为其分散风险、平衡收益的趋势选择。

付学军认为,近来投资者对“固收+”产品配置需求的变化主要体现在对稳健收益和资产配置平衡性的追求上。投资者希望通过“固收+”策略实现资产的多元化配置,降低单一资产的风险,并获取稳定的收益。在产品设计和配置策略上,投资者更倾向于选择具有多元化投资组合、灵活的资产配置策略以及严格的风险管理能力的产品。

“相较于以往,现在的‘固收+’产品更加注重资产配置的平衡性和策略的灵活性,以适应市场变化和投资者需求的变化。”付学军表示。

艾亚文也认为,投资者对“固收+”产品的认知在不断演变,对市场的了解程度和风险的容忍度大幅提升,对产品策略和市场表现有更高要求。因此,“固收+”产品在配置上需要满足多元化投资需求,展现更大的吸引力。

国际金价再创新高 投资决策临考

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

7月17日,纽约商品交易所

(COMEX)黄金期货报收于2473.6美元/盎司,创下历史新高。今年以来,COMEX黄金累计上涨19.39%。

分析指出,美国总统候选人

特朗普遇刺案会刺激黄金上涨。此外,美联储降息预期走强、避险情绪持续升温、全球央行持续购金行为是此轮黄金价格上涨的重

要原因。

《中国经营报》记者注意到,伴随着金价再刷新高,社交平台上关于是否入手黄金的讨论再次

激烈。对此,华安基金总经理助理许之彦表示,黄金在大类资产配置中起到重要的降低波动、优化组合表现的作用。并且,黄金

的定价逻辑与全球宏观经济和地缘风险相关,专业性较高,建议投资者通过黄金ETF进行中长期配置,淡化择时。

抗通胀+避险属性支撑金价上涨

谈到金价上涨的原因,北京黄

金经济研究中心研究员赵相宾向

记者分析称,主要有四方面原

第一,美国6月CPI数据超

过预期呈现小幅下降,符合美联

储的减弱将对美联储降息的预

期有所加强。市场预期9月份

降息是近期支持金价的关键且长

期的利多因素。

第二,地缘政局的紧张尚未结

束,尤其是乌克兰局势呈现俄罗

斯越来越强的局面,北约峰会决

定援助乌克兰的武器系统升级,

引发市场对于战争未来走向的担

忧。

第三,特朗普遭遇枪击,使得特

朗普竞选连任民调和当选概率大幅

增加,多个机构未雨绸缪采取避险

操作,间接推动了黄金价格的上涨。

第四,美元指数和黄金价格呈

现最强的负相关关系,由于美指7

月17日跌破104点的关键支持位,

指数的下行空间被打开,美元下跌

对于黄金价格的反弹起到较强的

支持。

“近期美国衰退信号加强,PMI

(采购经理指数)景气度和非农就

业数据均不及预期,通胀明显下

行,强化了市场对于下半年降息的

信心。从长期看,全球央行去美

元化进程加速,央行购金需求超预

期,支撑了黄金的表现。此外,地

缘冲突仍有不确定性,黄金配置价

值凸显。”华安基金方面指出。

世界黄金协会发布的2024年

度全球央行黄金储备(CBGR)

调查报告显示,超八成的受访央行预计

全球的官方黄金储备总量将在未

来12个月内继续增加。央行的储

备经理们希望利用黄金来降低风

险,并为应对全球政治和经济形势

的持续不确定性做好准备。

华泰证券方面指出,2022年以来

全球央行加速增持黄金储备,但

新兴市场储备资产中黄金的占比

仍偏低,未来仍有较大增持空间。

从我国的情况来看,7月7日,

国家外汇管理局更新后的官方储

备资产显示,2024年6月,中国官

方黄金储备为7280万盎司,已连续

两个暂停增持黄金储备。

“在当前的全球地缘政治环境

下,黄金的配置价值将进一步凸

显。”华泰证券相关研报指出,随着

全球地缘政治以及相关的金融风

险结构性上升,外汇储备“多元化”需

求将继续对黄金价格形成支撑。同

时,黄金的避险属性也意味着,在现

今的全球宏观环境下,黄金在资产

配置中始终占有“一席之地”。黄金

需求的结构性上升,很大程度上解

释了在真实利率上升的背景下,金

价的韧性。而在可预见的未来,这

些结构性因素可能不会消失。

兴业研究公司商品高级研究员

付晓芸也认为,黄金大周期上涨逻

辑依然完备。特朗普当选概率提

高,未来或进一步扩大美国财政赤

字,加剧市场对于美国财政可持续

性的担忧,黄金作为对冲主权货币

信用风险的工具,将继续受到追捧。

回顾历史,自20世纪70年代以

来金价经历了三轮暴涨。中国人

民大学重阳金融研究院研究员、合

<p

全球再现“特朗普交易”避险资产关注度攀升

本报记者 罗辑 北京报道

全球范围内大类资产价格日前突发异动。其中，国际油价上行，黄金价格再创新高。美股三大重要指数涨跌互现，其中道琼

斯工业指数创下历史新高，纳斯达克指数和标普500指数冲高后出现跳空下跌。此外，被称为“全球资产定价之锚”的10年期美债收益率触及近4个月来的低位，同时美元走势也出现疲软。

“特朗普交易”提前升温

本轮“特朗普交易”与美联储降息预期、地缘风险事件变化、全球衰退等交易主线并行，大类资产行情演绎相较上一轮“特朗普交易”更为复杂。

所谓“特朗普交易”，最早出现在2016年到2017年间，从特朗普在美国大选中胜出到就职的数月内，市场根据“特朗普新政预期”中的减税、扩大基建、支持传统能源行业、减少监管等方向，进行极致演绎。彼时大类资产价格异动明显，该交易策略因此得名。目前，特朗普竞选集会现场发生枪击事件，推动预期变化，市场再次出现并提前“上演”了“特朗普交易”。中航证券首席经济学家董忠云提到，“特朗普交易”的核心主要基于特朗普与拜登政策主张的不同点，即特朗普主张更大范围、更大程度地提高关税；更倾向于干预美联储货币政策的独立性；更注重传统制造业。同时，特朗普执政的不可预测性较拜登更强。基于此逻辑，整体来看，近期黄金和美股上行，美元汇率和美债利率有所承压。不过进一步观察，此轮“特朗普交易”与美联储降息预期、地缘风险事件变化、全球衰退等交易主线并行，大类资产行情演绎相较上一轮“特朗普交易”更为复杂。

数据显示，近期金价表现吸睛。国际金价从5月下旬冲高回调以来，经历两个月的震荡期，重回上行轨道。7月17日伦敦黄金现货再创出历史新高，达2483.76美元/盎司。

美股方面同样出现明显波动。其中，道琼斯工业指数快速冲高，7月16日道琼斯工业指数在已经处于历史高位的情况下，单日上涨742.76点，涨幅1.85%，强势站稳新高。次日（7月17日）道琼斯工业指数再度上涨243.6点，报收于41198.08点，再创历史新高。同一时间，纳斯达克指数和标普500指数在高位徘徊后，于7月17日跳空下跌。其中，纳斯达克指数出现了罕见的单日2.77%的巨大跌幅，共下跌512.42点，最终报收17996.92点。标普500指数走势相似，同样在7月17日出现了跳空下行，单日跌幅1.39%，报收5588.27点。板块方面，能源股普遍上涨，科技股普遍下行，尤其是光刻机巨头阿斯麦（ASML）暴跌12.74%。这一暴跌同样被市场解读为“特朗普交易”极致演绎的一个方面。

此外，美元指数近期走弱，目前已触及近4个月来的低点。10年期美债收益率7月以来也出现了持续下行，并在目前创下近4个月来的新低。但值得注意的是，相较于上一轮“特朗普交易”行情，此轮债市演绎表现更为复杂。其中，10年期美债收益率在下行通道中，7月15日出现了突然上行，当日报收4.2274%。同日，相较于之前的上行，短端走势分化，2年期

美债收益率仍在下跌通道，收盘跌至4.45%。2年期与10年期美债利差收窄，同时2年期与30年期美债利差自1月31日以来首次转为正值、解除倒挂。不过此后几日走势再度变化，截至7月18日盘中记者发稿，10年期美债收益率在7月16日、17日下落并创近4个月新低后，有所上行，达到4.17%。30年期美债收益率走势相仿，报4.39%。同时2年期美债收益率平稳走高，报4.46%。

“特朗普交易”的演绎中，债市变化更为明显和激烈，不少机构集中押注美债曲线陡峭化。华泰证

券研究所副所长、固收首席分析师张继强及其团队认为，特朗普政策主张或导致美国通胀预期抬升，叠加宽松货币政策倾向，可能导致美债曲线陡峭化。具体而言，“考虑到特朗普加征关税、限制移民以及偏好财政货币双宽松的执政思路，这些政策易导致通胀反弹，传统能源、大宗商品等实物资产受益，美债利率面临上行压力。如果共和党在选举中获胜并控制参众两院，预计会出现通胀上行的局面，美联储如果被迫大幅度降息，从而导致长端美债收益率居高不下且曲线陡峭化。”

为这两种交易逻辑的力量交织博弈，全球金融市场将进入更加复杂的局面。不过，受美国大选不确定因素增加的影响，避险资产仍受到相对更高的关注。



随着“特朗普交易”卷土重来，美国主要股指走高。对股市来说，这可能意味着其上涨的势头在科技股之外进一步扩大范围。

夏欣/摄影

永赢基金许拓：左侧布局 聚焦高股息、红利资产

本报记者 顾梦轩 夏欣
广州 北京报道

在2024年上半年主动权益基金激烈的角逐中，有一位基金经理的投资风格不是激进前冲，也没有单押赛道，而是以稳健，其管理的基金净值表现平稳，他就是许拓。

Wind数据显示，2024年上半年，许拓管理的永赢股息优选基金A份额和C份额，上半年收益分别为29.97%和29.85%，获得主

动权益基金第三名和第五名（剔除成立时间4个月的建信灵活配置基金C份额）。他管理的另一只基金永赢长远价值A份额和C份额业绩也同样优秀，上半年收益分别为25.71%和25.60%，位列主动权益基金排名的第18和19名。

值得一提的是，在上半年市场波动极为剧烈的情况下，永赢股息优选基金和永赢长远价值基金的最大回撤均控制在5%左右，同期沪深300的最大回撤超过20%。

偏好景气低位

《中国经营报》记者了解到，之所以可以保持业绩稳定，是因为永赢股息优选的投资目标是向确定性要收益，希望在波动率相对可控的基础上获得稳健回报，并不追求短期的快速增长，投资风格稳健偏保守。

在具体方向上，许拓表示，永赢股息优选基金重点关注商业模式简单、清晰，公司质地较好、壁垒较高，财务稳健、分红可期，估值偏低波动偏小的相关标的。但永赢股息优选不是赛道产品，也不是按照股息率高低做排序的红利指数基金，更多是基于股息的出发点，希望投向盈利改善或者分红政策改善后股息率能明显提升的低估值个股。

不同于热度高涨的人工智能板块，永赢股息优选前十大重仓股中多是电力公司的身影。天天基金网显示，永赢股息优选基金二季度末的前十大重仓股为华电国际、中国核电、华能国际、青岛港、中国广核、中国移动、浙能电力和中国石化等。

许拓选择电力公司其实

行业比较的结果。他告诉记者，第一，电力行业增速跟GDP增速差不多，在电气化带动下用电量一直增长，这个行业有持续增长，且行业格局相对稳定，相关公司基本都有5个点以上的增长；第二，过去电力资产的盈利稳定性不强，电价固定但是煤价波动，而现在电力市场改革，基本上按照供需关系来定价，盈利稳定性明显提升；第三，电力行业中新能源占比提升，国家也出台了相关政策，业绩对比相对较好。如果估值性价比低，许拓也会适时调整为一些别的行业标的。

许拓筛选公司的核心标准有三个，即ROE的稳定性、确定性、持续性要高，第二，要有适当的增长，任何一个资产都应该跟GDP有一定的相关性。第三，所投公司最起码要有高分红的想法和能力。

在控制回撤方面，许拓表示，产品的回撤控制核心在于投资方法，许拓偏好左侧布局，比较重视估值性价比，规避在景气高位或估值高位去接盘的风险，偏好景气低位和估值低位。

许拓选择电力公司其实是

行业比较的结果。他告诉记者，第一，电力行业增速跟GDP增速差不多，在电气化带动下用电量一直增长，这个行业有持续增长，且行业格局相对稳定，相关公司基本都有5个点以上的增长；第二，过去电力资产的盈利稳定性不强，电价固定但是煤价波动，而现在电力市场改革，基本上按照供需关系来定价，盈利稳定性明显提升；第三，电力行业中新能源占比提升，国家也出台了相关政策，业绩对比相对较好。如果估值性价比低，许拓也会适时调整为一些别的行业标的。

许拓筛选公司的核心标准有三个，即ROE的稳定性、确定性、持续性要高，第二，要有适当的增长，任何一个资产都应该跟GDP有一定的相关性。第三，所投公司最起码要有高分红的想法和能力。

在控制回撤方面，许拓表示，产品的回撤控制核心在于投资方法，许拓偏好左侧布局，比较重视估值性价比，规避在景

借力产业基金 城投蝶变转型

本报记者 石健 北京报道

近日,浙江一家城投公司旗下全资基金管理公司与某产投公司签约合作,双方拟组建总规

聚焦科创领域

在多位城投公司负责人看来,以往“重融资、轻投资”的发展模式正随着产业基金投资模式的出现开始转变,这也将成为城投公司化解沉重债务包袱的方式之一。

上述浙江城投公司负责人告诉记者,新组建的新质生产力产业投资基金由新成立的资管公司作为管理人,城投产业母基金和某产投公司共同出资,首期到位2亿元,面向全国高新技术制造企业,发挥市区两级国有资本联动集聚作用,共同招引及拓展产业链布局。目前,双方已储备汽车电子、芯片制造、航空制造、新材料、新能源等10余个拟投资项目。

值得注意的是,今年已经有多地城投公司围绕科创领域布局产业基金。苏州一家城投公司于今年4月成立了首只科创产业基金。该公司表示,基金组建后,将聚焦低空经济、高端装备等主要方向,投资苏州范围内发展潜力强、具备核心技术的早期成长性科创企业,强化科创投资产业孵化功能。

2024年初,成都市出台了《关于前瞻培育未来产业构筑高质量发展新动能的实施意见》,配套形成《关于前瞻培育未来产业的政策措施》,布局前沿生物、先进能源、未来交通、数字智能、泛在网络、新型材料六大产业演进大方向,以及基因及细胞治疗、数字诊疗、飞行汽车、量子科技等24个细分领域,加快打造支撑城市高质量发展的新动能新引擎。成都一家城投公司负责人告诉记者:“正是基于以上政

模10亿元的新质生产力产业投资基金。

《中国经营报》记者注意到,眼下,越来越多的城投公司开始布局产业投资基金,以期实现对

融资模式的拓展和业务模式的转型。在多位行业人士看来,城投公司布局产业投资基金将有利于实现融资转型、业务转型、经营转型,最终实现行业的转型发展。

营所带来的经营风险,也有利于促进城投转型。

对于城投产业投资基金的业务模式有哪些?地方政府投融资研究中心相关研究人员表示,根据盈利模式,城投产业基金业务开展主要有基金管理人业务模式、出资人业务模式以及这两种业务的混合模式。基金管理人业务模式是由城投或其下属公司负责基金管理业务,担任基金管理人,承担基金管理人职责,盈利模式主要是收取管理费和获得超额收益分配。出资人业务模式是指城投以出资人身份参与基金出资,并获取投资收益。混合业务模式是基金管理人业务和出资人业务两种模式的结合。

在资金来源方面,记者注意到,有的城投公司通过自有资金或者财政出资进行产业基金投资。不过,亦有不少城投公司以城投信用开展外部融资,比如通过发行债券募集资金。以债券融资为例,根据2018年4月发布的资管新规,虽然规定“投资者不得使用贷款、发行债券等筹集的非自有资金投资资产管理产品”,表明一般资管产品无法通过债券筹集资金,但资管新规中“创业投资基金、政府出资产业投资基金的相关规定另行制定”,使得城投平台通过发行债券投向该两类基金获得了政策上的许可。

发力绿色金融打造可持续发展引擎 服务实体经济续写金租领军者篇章



交银金融租赁有限公司



引擎平台转型

记者在采访浙江、安徽等地的城投公司发现,业内普遍比较认可的业务转型则为产业投资基金转型。

在多位城投行业人士看来,城投公司成立产业基金,不仅是融资模式的拓展以及一项业务的转型,其背后是融资模式、公司业务、经营模式的全面转型。

一位业内人士告诉记者,以往城投公司基本依打“土地财政+城投融资”的模式进行运转。但是随着传统业务不断缩减,加之地方政府的债务不断增加,致使原有的土地业务已经不能够满足城投的发展需求,甚至不能满足债务偿还的需求。尤其是近年来,监管部门围绕城投的风险与转型出台了多项政策之后,也收紧了城投的融资,这也迫使城投公司需要转变投融资的理念以及拓宽融资渠道,正是基于融资模式的转变,股权投资成为很多城投转型的方式之一。

记者梳理发现,近年来很多城投公司都在提出身份的定位及转型,即由以往的城市建设投融资平台向城市公共服务供应商的转变。不过,在多位城投行业人士看来,城市公共服务供应商因为存在一定的公益属性,所以对于亟须获取盈利的城投公司来说,不能算最为理想的选择。此外,亦有一些城投公司选择完全进军陌生行业,如增设贸易业务,不过,贸易业务市场竞争激烈,整个行业毛利率低,盈利能力差,处于微利水平,城投自身又缺乏相关专业能力,无法准确研判商品价格走势,议价能力较低,更难获得盈利,一着不慎或将

引发经营风险。

记者在采访浙江、安徽等地的城投公司发现,业内普遍比较认可的业务转型则为产业投资基金转型。其主要有利因素在于通过产业投资基金撬动市场各方资本,可以大幅降低城投的资金投入规模,分散投资风险。

东部某省城投公司负责投融资业务的人员告诉记者,对于城投公司业务人员来说,更擅长的是投融资的能力,而非具体产业操盘的能力,而对产业投资基金来说,正好符合城投业务人员的实际能力。“比如城投公司可以选择不进行具体产业转型,充分发挥城投的传统建设能力,与政府的特殊关系和资金实力,建设运营产业园区的产业孵化平台,通过设立产业投资基金,或者参与政府出资的产业投资基金,整合当地政策、金融、市场等资源,转变为区域性平台,开展更高层次上的资本运作,推动城投产业资源和金融资本的融合发展。”

近年来,随着城投公司的不断转型,城投的公司治理也被行业广泛关注。在一位从事产业基金投资的人士看来,城投运作产业投资基金从一定程度上可以倒推城投加快经营模式市场化转型。既然按照市场化模式运作,城投运营或是参与产业投资基金就需要遵守市场化规则。城投通过产业投资基金或作为政府出资产业投资基金的代表介入到被投资企业的经

营管理工作中,也有利于快速培养出具备专业化、市场化能力的高质量企业管理人才。对此,吴志武认为,城投应该不断提高城投产业投资基金业务的管理能力和风险控制水平。首先,明确基金设立的定位,建立完善的“募投管退”业务管理制度和流程;其次,优选基金管理人和合作单位,对基金管理人的选择,应当倾向于行业内管理规范、经营业绩优良、管理团队稳定、具有丰富募资经验和项目投资风险管理经验的基金管理人;最后,建立科学的问责机制和加强专业化的投资人才建设等。

不过,作为朝着市场化不断转型的城投平台来说,进行产业投资基金依然是一项创新工作,对此,吴志武建议。面对产业投资基金业务中出现的共性问题,首先,要坚持秉承市场化原则,发挥市场主体主导性。市场化原则是产业投资基金长期可持续发展的基础,要通过基金管理人实现专业化运作,承担市场化的风险分摊责任。其次,不能将产业投资基金作为产业发展的核心融资渠道。产业投资基金的融资功能是有限的,不能将其作为地方政府或平台公司的主要融资渠道。最后强化风险管控,防止出现各种形式的伪基金,重点防范产业投资基金的资产负债表风险、地方政府隐性债务风险及金融体系内在关联性风险,确保产业投资基金稳健运行。

收益稳健 产品扩容 个人养老金理财配置需求升温

本报记者 秦玉芳 广州报道

近日,第五批个人养老金理财产品新增3只。截至目前个人养老金理财产品总数增至26只,且年初以来投资者对产品配置热度也在大幅提升。

个人养老金理财增至26只

相比此前发行的个人养老金理财产品,此次新增产品业绩比较基准率持续下调,资产配置策略也更加多样化,除货币市场工具、债券等保证基础收益的资产外,对权益类资产、金融衍生品交易资产等配置策略趋势也愈加明显。

从业绩表现来看,相比普遍理财产品,个人养老金理财整体业绩表现更为突出。根据Wind数据统计,截至7月18日25只个人养老金理财产品(1只产品未披露数据)累计单位净值均超过1元,其中2023年12月前发行的23只理财产品中逾半数近半年回报率超过2%。

中国银行研究院银行业与综合经营团队主管邵科透露,目前市场上存续的20多只个人养老金理财产品整体表现相对较好,尽管存续期间净值出现了不同程度的波动,但净值均在1以上,投资者的养老本金并未受到损失;多数产品

的年化收益率超过了3%,部分甚至达到4%以上。

股市、债市波动加剧的背景下,稳健灵活的配置策略,是个人养老金理财业绩突出的关键。邵科表示,个人养老金理财产品主要投资于固定收益资产以获取基础收益,同时持续根据情况调整组合久期;适度配置可转债以及股票、基金等权益类资产提升收益水平,并围绕收益目标和波动控制动态管理配置比例,增强净值稳定性。

惠誉评级亚太区金融机构评级董事徐雯超也指出,个人投资者更加追求养老理财的业绩稳健性,所以一般养老理财以封闭式的固收类理财为主,且在期限上要满足养老需求一般都较长。“除了配置期限较长的标债类资产外,养老理财还可以配置非标,净值也相对更加稳定。”

业绩稳健的同时,投资者对个人养老金理财产品认购热情也在

相对可观产品可选择性更小,个人投资者的配置热情仍待进一步激发;理财机构需要进一步丰富产品种类和投资策略,完善养老金理财的投研体系,并持续提升自身的投研能力,扎实做好固定收益投资,稳妥提高权益类资产配置比重,增厚收益。

提升。中国银行理财官网公布的数据显示,截至2023年末,共有6家理财公司发行23只个人养老金理财产品,累计销售金额超过19亿元。而银行理财登记中心7月披露最新数据则显示,目前市场上共有19家商业银行代销23只个人养老金理财产品,投资者累计购买金额超47亿元。

不过,徐雯超进一步指出,目前,不管从总体规模还是收益率来看,我国个人养老金理财相较于其他养老产品的比较优势还并不突出,有的养老理财收益率可能还不如其他产品。在徐雯超看来,我国养老市场具有广阔的发展前景,而作为第三支柱组成部分之一的养老理财规模与发达国家相比还有很大的差距,同时也意味着巨大的规模增长空间;后续管理人的产品管理以及价值创造能力还有待进一步提升。

产品种类、投资策略有待丰富

除理财产品外,上半年基金、保险等个人养老金产品也均在快速增长。

根据国家社会保险公共服务平台数据,截至7月18日,存续个人养老金基金193只,个人养老金储蓄存款465只,个人养老金保险82只,个人养老金理财26只。

相比年初,个人养老金理财、个人养老金基金、个人养老金保险产品均明显增加。从产品数量来看,储蓄存款产品占比仍居首位。

从规模占比来看,储蓄存款依然是个人养老金投资配置的主流。招商证券在此前一份研报中明确,从规模来看,活期及储蓄存款、基金、理财和保险产品规模分别占个人养老金总额的70.9%、20.8%、6.1%和2.2%。

对此,易观千帆高级咨询顾问王紫玉分析指出,现阶段市场供给仍以储蓄类产品为主,较少涉及收

益弹性高类产品,与目前投资者需求仍存有差距。

王紫玉进一步指出,追求高收益的投资者,可选择基金和理财产品,但基金类产品在去年股票整体市场表现欠佳的情况下收益相对较低,而收益相对可观的理财产品,目前可选的产品数较少。“因此,虽然市场上可选择的个人养老金理财产品数量多,但针对不同需求的投资者具有吸引力的产品种类却相对较少。”

从投资者配置情况来看,上半年除储蓄存款外其他三类个人养老金产品体系进一步扩容,但投资者对产品的配置热度分化明显,相比储蓄产品,理财、基金等规模差距仍较大,部分基金产品甚至出现因规模不达预期而陆续清盘的情况。

徐雯超认为,我国个人投资者有着很强的储蓄习惯,目前对养老理财的配置需求还不是特别强,需要有一定的投资者教育以及接受

过程;且目前养老理财的总体收益率并没有和普通储蓄以及其他养老产品拉开明显距离,专业机构的管理优势还没有体现出来,目前市场供给与需求总体仍然处于比较弱的前期发展阶段。

在王紫玉看来,金融机构可以适当提升理财类产品的风险等级、增加混合类产品,从而满足不同投资者的需求。

邵科也认为,理财机构一方面需要进一步丰富个人养老金理财的产品种类和投资策略,完善养老金理财的投研体系,基于投资者的个人特征,如年龄、文化程度、收入及财富情况等,推荐费用合理的养老金理财产品,满足不同投资者的多元化需求;另一方面,也要持续提升自身的投研能力,扎实做好固定收益投资,巩固投资稳健的定位,稳妥提高权益类资产配置比重,在回撤可控的前提下增厚收益。

利率持续下行 银行涉房贷款企稳

本报记者 杨井鑫 北京报道

随着一系列房地产政策出台，当下银行涉房贷款投放逐渐企稳，贷款利率持续下行，房地产复苏的信号初显。

7月12日，央行公布的2024年上半年金融统计报告显示，上半年

市场回暖

北京6月底落地的信贷政策在很大程度起到了提振市场信心的作用。

家住北京市朝阳区常营的冯冰最近在频繁看房。在她看来，当前正是一个换房的好时机。

“4年前买的房子不到70平方米，有了孩子之后，父母搬到了身边帮着照顾孩子，房子已经住不下了。”冯冰表示。

她告诉记者，这一两年房价一直在跌，也不敢出手。按道理，换房子要赶在价格低的时候置换比较划算，这就要看准时机。目前常营区域的房价已经回到了2016年的价格，政策出台后再跌的空间已经比较小。

冯冰更在意的是，当前政策对首套房的最低首付比例调整到了20%，利率也有了明显下降。在卖掉原有住房之后，换房的压力并不大。

“目前68平方米的房产卖价大概是360万元左右，而100平方米好一点的房产卖价不到510万元。买房的首付按照首套来计算仅需要支付100万元多一点。即使卖房款全部用来买房，补差价150万元，贷款20年每月还款约8000多元。”冯冰表示，一年10万元的房贷压力对两个人来说也能接受。

“刚需换房和投资买房不一样。投资房产的可能还需要关注未来房地产的走势。但是，刚需换房该买还是要买，毕竟有需求。”冯冰表示。

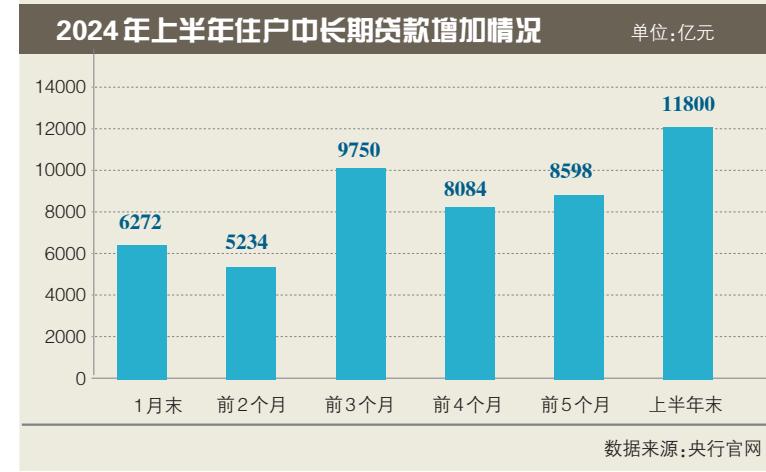
与冯冰一样在近期换房的人不在少数，房价上也有小幅反弹趋势。

7月15日，国家统计局发布

人民币贷款增加13.27万亿元。在住户贷款增加1.46万亿元中，中长期贷款增加1.18万亿元。

据《中国经营报》记者了解，由于房地产行业持续调整，市场需求明显减少，2023年商业银行住房按揭贷款的规模历经了一次罕见的下滑，也让银行零售贷款规模

的增长步伐有所放缓。然而，监管部门和各地政府在5月底陆续出台取消房贷利率政策下限、下调房贷首付比例和公积金贷款利率等稳楼市政策之后，房地产市场活跃度有所提升，房产销售和交易的回暖也带动了银行涉房贷款的投放。



2024年6月70个大中城市商品住宅销售价格变动情况。数据显示，今年6月商品住宅销售价格边际改善，新房、二手房价格上涨城市个数增多，且总体跌幅略微收窄。其中，受市场端率先恢复影响，北京、上海二手房价今年以来首次转涨，分别上涨0.2%和0.5%。随着后续新政效果进一步释放以及购房者预期的调整，市场回稳趋势明显。

据了解，北京6月底落地的信贷政策在很大程度起到了提振市场信心的作用。6月26日，北京发布了调整优化楼市政策的“组合拳”，包括下调首付比例最低至20%、下调贷款利率最低至3.5%、“二孩”及以上的多子女家庭购二套将认定为首套房贷、组织开展住房“以旧换新”活动等。

在政策刺激下，二手房市场表

现活跃，签约量和带看量都得到了进一步提升。相关统计数据显示，截至7月14日，北京二手房7月网签量已达6395套，与6月同期的5763套相比增幅达11%。

“目前房地产市场很难说已经到了底部，但是积极的信号很明显，部分一线城市的房产交易量创新高。”市场人士判断，下半年的政策效应将继续显现，房地产市场从融资端到销售端都情况将有所改善。

国家统计局数据显示，从1月至6月份的数据来看，全国新房销售面积和销售额、房企到位资金、房屋新开工面积等多指标同比降幅均有所收窄。其中，全国新房销售面积、销售额降幅分别收窄1.3个百分点、2.9个百分点；房企到位资金降幅已经连续3个月收窄，房屋新开工面积连续4个月降幅收窄。

房贷“恢复向上”

上半年住户贷款增加1.46万亿元，其中中长期贷款增加1.18万亿元。

在6月各地楼市小高潮带动下，银行涉房贷款投放也有了“暖意”。

“北京地区个人住房按揭贷款的业务申请明显增加了。”一家国有大行人士告诉记者，银行住房按揭贷款申请量与房地产交易量是挂钩的。交易量比较少的时候，住房按揭贷款新增业务量的压力就比较大。

“过去一段比较长的时间，可能网点一个月都不会有人问房贷的事情。最近咨询住房按揭贷款政策的多了，也有一些提申请了。”上述国有大行人士认为，银行房贷对房产销售和交易是最敏感的。

7月12日，央行公布了2024年上半年金融统计报告。报告显示，上半年人民币贷款增加13.27万亿元。分部门看，住户贷款增加1.46万亿元，其中，短期贷款增加2764亿元，中长期贷款增加1.18万亿元。

Wind统计数据则显示，6月住户贷款增加5709亿元，其中，短期贷款增加2471亿元，中长期贷款增加3202亿元。值得一提的是，6月住户贷款增长规模较5月份数据翻了数倍。

一家券商分析师表示，居民中长期贷款主要以住房按揭贷款为主。“6月住户贷款增长规模较大，这也意味着房地产按揭贷款的信贷投放正在恢复向上。”

此前受到房地产市场调整的影响，银行住房按揭贷款近年来增长放缓。

央行统计数据显示，2023年末，人民币房地产贷款余额52.63万亿元，同比下降1%。人民币房地产开发贷款余额12.88万亿元，同比增长1.5%。个人住房贷款余额38.17万亿元，同比下降1.6%。

对比央行2022年数据，2022年末人民币房地产贷款余额53.16万亿元，其中房地产开发贷款余额12.69万亿元，个人住房贷款余额38.8万亿元。也就是说，2023年人民币房地产贷款余额减少了5300亿元，而个人住房贷款余额减少了6300亿元。

根据上市银行披露的2023年年报数据，六家国有银行按揭贷款余额合计在26万亿元左右，较2022年减少了5000亿元。六家国有银行仅邮储银行(601658.SH)一家住房按揭贷款规模正增长，而其余五家银行的贷款余额均同比减少。

“在头部商业银行的贷款结构中，住房按揭贷款在零售贷款中的占比比较大。这类贷款被视为低风险贷款业务，且比较容易冲贷款规模。但是，去年房地产市场不景气，市场需求不足，银行该领域的信贷投放就成为了一个难题。”上述券商分析师称，为了填补住房按揭贷款的缺口，银行才加大了个人经营类贷款和消费类贷款的信贷投放。

该券商分析师认为，房地产市场的回暖对于银行来说也是一大利好。随着住房按揭贷款需求增长，银行信贷规模增长也更有可持续性。

记者了解到，为了加大住房按揭贷款的信贷投放，银行贷款利率持续下降，并有部分银行推出了更多的创新产品。

据了解，2023年以来约有60个城市宣布阶段性取消首套住房商业性个人住房贷款利率下限。7月18日，记者调查发现，目前北京、上海、深圳等一线城市的首套房房贷利率已经降至3.5%左右；杭州、苏州等城市首套房房贷利率3.25%左右；广州地区多家银行首

套房贷利率已由政策执行最初的3.4%降至3.2%。

“市场需求还有待进一步恢复，房贷利率下降是大趋势。”上述券商分析师称。

除了在房贷利率上“下功夫”之外，银行在金融产品上也在不断创新。7月17日，国家金融监督管理总局深圳监管局发布消费提示称，近期，部分银行机构推出“气球贷”“轻松供”等新型房贷产品，加上“等额本息”“等额本金”等常见的房贷组合，为消费者提供更多灵活的住房按揭还款方式。对此，提醒广大消费者根据产品特点、结合自身需求理性作出选择。

国家金融监督管理总局深圳监管局对两款贷款产品展开了详细说明。所谓的“气球贷”是先归还贷款利息，最后一期一次性偿还本金。顾名思义，这种贷款前期每期还款金额较小，但在贷款到期日还款金额较大，前小后大，像一个气球，被命名为“气球贷”。这类新型房贷产品前期还款金额较低，在一定程度上降低了购房的初期门槛，但中后期还款金额将大幅增加，有的甚至需要一次性偿还全部本金，对消费者风险管理能力与未来资金支配预期等方面有较高的要求。

记者注意到，先息后本的偿债方式能解决短时间内遭遇资金压力的情况，减少偿债的压力。除了房贷之外，先息后本的偿债方式目前已经多数银行用于了消费贷、经营贷等产品中，并得到了消费者的青睐。

针对该类产品的情况，一家股份制银行人士认为，这类产品还是有市场需求的，产品设计也不复杂。“从风控的角度考虑，合规性还是需要监管的认可。”

深化改革绘新篇

破解“老问题”与“新梗阻” 金融助力高水平对外开放

本报记者 王柯瑾

北京报道

跨境贸易和投资是推进高水平对外开放的重要内容，一直以来金融企业在支持跨境贸易和投资方面发挥了重要作用。

近日，商务部、中国人民银行、金融监管总局、国家外汇局四部门联合印发《关于加强商务和金融协同更大力度支持跨境贸易和投资高质量发展的意见》(以下简称《意见》)，《意见》强调要完善对接合作，加强商务与金融系统常态化沟通交流，做深做实“总对总”“分对分”合作；要做好落地实施，鼓励各地方、金融机构结合实际细化支持举措，强化政策协同，放大组合效应；要加强跟踪监测，及时共享进展情况，总结推广典型经验做法。

商务部财务司负责人解读《意见》时表示，结合调研情况，着力解决经营主体反映的融资难、融资贵“老问题”和融资堵点、结算卡点、风控痛点“新梗阻”。

形成支持跨境贸易和投资高质量发展的更大合力

2023年中央经济工作会议、中央金融工作会议分别就“巩固外贸外资基本盘”“抓好支持高质量共建‘一带一路’八项行动的落实落地”及“加强对重大战略、重点领域和薄弱环节的优质金融服务”等作出重要部署，要求金融“促进稳外贸稳外资”“服务好‘走出去’和‘一带一路’建设”等。今年《政府工作报告》提出“加强进出口信贷和出口信保支持”。

在此背景下，上述四部门在总结前期金融支持商务工作经验的基础上，进一步细化完善政策措

施，研究制定了《意见》，加强商务和金融协同，形成支持跨境贸易和投资高质量发展的更大合力。

《意见》围绕稳外贸、稳外资、深化“一带一路”经贸合作和对外投资合作等重点领域和促融资、防风险、优服务等关键环节，提出五方面11条政策措施。一是推动外贸升量稳，优化外贸综合金融服务。推动货物贸易优化升级，丰富完善信贷、信保、保单融资、财险等服务；加快培育外贸新动能，为外贸供应链国际合作、跨境电商出口、绿色贸易等提供优质

服务；大力发展服务贸易和数字贸易，加大服贸基金、无形资产质押融资、数据要素承保等支持。二是促进外资稳量提质，加强外债金融服务保障。优化外商投资环境，积极对接外资企业，提供多样化专业性金融服务；提升开放平台效能，深化创新协作，协同推进贸易、投资、金融等领域制度型开放。三是深化“一带一路”经贸合作和对外投资合作，完善多元化投融资服务。充分发挥政策性、开发性和商业性金融作用，拓宽“一带一路”融资渠道；优化境外

金融网络，完善对外投资合作信贷、信保、再保险等服务。四是便利跨境贸易和投资发展，优化支付结算环境。完善跨境人民币服务，更好满足企业需求；深入开展培训宣介，优化汇率避险产品，降低中小微企业外汇套保成本。五是做好跨境贸易、投资与金融风险防控，守牢安全底线。积极防范和应对外部环境风险，引导银行保险机构加强跨境贸易、技术进出口、对外投资合作等领域风险管控。

商务部财务司负责人表示，下一步，商务部将会同相关部门，

指导各地有关部门和金融机构深化协作，推动政策措施落实落地，更好支持跨境贸易和投资高质量发展。

招联金融首席研究员董希淼向记者分析，此次《意见》围绕稳外贸、稳外资、深化“一带一路”经贸合作和对外投资合作等重点领域和关键环节提出的政策措施，将指导和推动商务主管部门和金融管理部门、金融机构加强协作联动，形成更强的合力，更好地支持跨境贸易和投资高质量发展。

优化汇率避险服务，研究丰富小币种套期保值工具。

“一是加大宣传力度，协助企业接受汇率风险中性理念，推出企业汇率避险专项产品，引导企业特别是小微企业学会用好汇率风险管理工具。二是践行金融服务实体经济的理念，持续推动汇率避险服务降低成本，设置差异化机制应对客户让利。三是满足外贸客户的差异化需求，构建客户分类机制，基于现金流、利润率等指标，在事前对客户在汇率敞口规模、汇率风险承受能力、产品合适度等维度进行精确分类，差异化施策引导不同类型客户主动管理汇率风险。”叶怀斌建议。

对于金融业支持跨境贸易和投资，董希淼亦提醒：“特别是商业银行，要理性发展贸易金融业务，基于全面风险管理体系，加强对重点领域和业务环节的风险监测和控制，确保风险管理水平与业务发展相匹配。”

金融助力企业“引进来”和“走出去”迎更大空间

今年以来，在投资方面，我国“引进来”和“走出去”都取得了一定成绩。商务部披露的数据显示，今年上半年，全国新设立外商投资企业26870家，同比增长14.2%。今年1—5月，我国对外非金融类直接投资602亿美元，同比增长16.3%。其中，我国企业在共建“一带一路”国家非金融类直接投资128.1亿美元，同比增长12.7%。

跨境贸易方面，国家统计局发布的数据显示，今年上半年，我国货物贸易进出口总值21.17万亿元人民币，贸易规模再创新高，同比增长6.1%。其中，跨境电商已经成为我国外贸发展的有生力量、国际贸易发展的重要趋势。

在商务与金融协同的政策框架下，银行业金融机构将如何更好地发挥金融服务的优势，支持跨境贸易和投资的高质量发展？

在邮储银行(601658.SH)研究员娄飞鹏看来，银行业在加强商务和金融协同更大力度支持跨境贸

易和投资高质量发展中发挥着至关重要的作用，从推动外贸升量稳，促进外资稳量提质，深化“一带一路”经贸合作，完善多元化投融资服务，都需要银行业发挥自身优势积极做好相关工作。

中国银行(601988.SH)研究院研究员叶怀斌在接受记者采访时表示，银行是我国金融企业的主体，在服务跨境贸易和投融资方面也应该扮演主力军角色。“具体来看，一是发展交易银行产品，支持跨境贸易。银行业金融机构可依托订单融资、票据贴现、国际结算、全球现金管理等国际结算及贸易融资产品，加大对外资、外贸企业的金融支持力度。二是创新融资产品，支持跨境投融资。银行业金融机构应积极创新信贷模式，便利外资企业引进来和中资企业走出去，可推广跨境银团、知识产权质押融资、数据资产融资、投贷联动等信贷模式，加大力度支持海外仓、跨

境电商等新业态、新模式，便利企业跨境投融资活动。三是加强跨境风险管理。银行业金融机构应根据企业跨境经济活动的需要，支持企业开展风险管理，针对性地推出套期保值工具，对冲汇率、利率等波动的风险。”

董希淼分析认为，“一带一路”倡议的深入实施、人民币国际化进程的积极进展，为金融机构服务跨境贸易和投资创造新的广阔空间。金融机构应以《意见》为指引，优化跨境人民币融资和结算产品。一是积极发展真实贸易和投资需求背景下的跨境人民币融资产品，加大人民币融资在跨境银团中的份额，以专业化的金融服务为企业跨境投融资提供科学合理的财务顾问服务和融资方案。二是优化服务贸易和数字贸易的结算流程，加强交易银行产品对服务贸易和数字贸易的适配性。

此外，《意见》还指出，帮助企业应对汇率风险。支持银行机构运用大数据、云计算、区块链等先进技术手段，逐步将线下业务转移至线上，提升服务效率。商务部应加强与金融系统沟通交流，建立常态化机制，提供更好的支持和服务。同时，无论是商务部还是金融管理等部门、金融机构，都要加强对相关业务的风险防范。

12亿元诉讼背后：贷款缘何“提前到期”

本报记者 慈玉鹏 北京报道

近日，《中国经营报》记者采访了解到，广发银行重庆分行近期与民生国际(00938.HK)全资附属公司重庆皇石置地有限公司(以下简称“重庆皇石”)陷入一场超12亿元的信贷纠纷。

此前有媒体报道，重庆皇石指

出广发银行重庆分行存在提前抽贷

12亿元纠纷

自2023年下半年起，重庆皇石一直积极与贷款人持续磋商，以期解决争议及修订贷款协议。

民生国际近期发布公告表示，其间接全资附属公司重庆皇石、重庆皇石之若干全资附属公司，及民生国际控股股东兼执行董事胡某荣接获重庆市渝中区金融法院的正式聆讯通知，内容有关收回应收重庆皇石贷款的未偿还本金额约人民币12.12亿元、相关利息及其他相关开支的法律程序的聆讯于2024年6月6日在法院举行。

国家企业信用信息公示系统显示，重庆皇石成立于1997年，经营范围是对渝中区青年路77号(YZ4—3—514地块)进行开发、建设、出售、出租、物业管理；从事酒店管理服务；经营客房、住宿、游泳池、酒廊等。重庆皇石股东为新辉投资(集团)有限公司。

据了解，重庆皇石作为借款人与一家金融机构订立日期为2020年3月31日的贷款协议，内容有关本金额为人民币12.50亿元贷款，期限为2020年3月31日至2035年3月30日。贷款以抵押民生国际所持位于中国重庆市渝中区青年路77号的物业及胡某荣提供的个人担保作抵押。

公告显示，自2023年初以来，重庆皇石一直与贷款人磋商，以更有利于本集团的条款修订贷款协议，并于关键时间收到贷款人的正

行为。广发银行重庆分行方面告诉记者，重庆皇石自2023年6月以来一直欠息，抵押物价值大幅贬值且未补充抵押物，考虑到重庆皇石贷款已发生实质性违约且未达成重组条件，根据双方合同约定，该行于2023年8月31日宣布贷款提前到期，要求其2023年9月3日前归还

提前到期的债务，因借款人未按时归还，已向法院提起诉讼。

另外，广发银行重庆分行告诉记者，对重庆皇石贷款风险分类调整，“是基于债务人信用风险、金融资产质量等情况，符合风险分类的真实性、及时性、审慎性、独立性等原则，也符合监管规定”。



在12亿元的贷款纠纷中，广发银行重庆分行被指提前抽贷，但银行方认为企业贷款已发生实质性违约且未达成重组条件，双方对簿公堂。

视觉中国/图

面反馈。考虑到目前正在就根据贷款协议之现有条款下调固定利率的建议积极进行磋商，并且作为加快磋商进程之策略，重庆皇石自2023年第二季度起并无根据贷款协议之条款偿还利息。尽管如此，自2023年下半年起，重庆皇石一直积极与贷款人持续磋商，以期解决争议及修订贷款协议，且鉴于贷款人于磋商过程中不断作出反馈，重庆皇石对磋商结果持乐观态度。

记者调查了解到，上述金融机构具体指广发银行重庆分行。

民生国际表示，由于本集团于贷款协议违约后在所有重大方面照常开展其业务营运(包括管理及经营该物业)，故董事认为有关违约并未对本集团业务营运造成任何迫切的重大不利影响。倘法院裁决贷款人胜诉，则重庆皇石将须于判决所载特定期限内向贷款人偿还法院厘

定的金额。倘重庆皇石未能如期偿还判决债务，则贷款人可向法院申请强制执行该物业权利。

从抵押情况看，公告显示，经考虑民生国际的财务表现及财务状况后，尤其是独立专业估值师采用可资比较方法于2024年3月31日对该物业进行的草拟初步估值约人民币22.1亿元以及于胡先生提供的未动用贷款融资约6亿港元，董事认为民生国际将有充足财务资源解决争议。

记者就贷款具体情况与民生国际确认，向该公司官网及年报邮箱发送邮件，但多次致电对方并未接听，截至发稿前未收到回复。

此前有媒体报道，重庆皇石指出广发银行重庆分行存在提前抽贷行为。记者就借款情况与重庆皇石方面确认，截至发稿未收到对方回复。

广发银行表示操作合规

“考虑到重庆皇石贷款已发生实质性违约且未达成重组条件，为维护金融资产安全，我行依法依规采取必要法律措施。”

央行、金融监管总局等八部门2023年11月联合印发的《关于强化金融支持举措 助力民营经济发展壮大的通知》强调，要从民营企业融资需求特点出发，着力畅通信贷、债券、股权等多元化融资渠道。银行业金融机构要加大首贷、信用贷支持力度，积极开展产业链供应链金融服务，主动做好民营企业资金续服务，不盲目停贷、压贷、抽贷、断贷，同时抓好发展和防风险。

针对重庆皇石的借款，广发银行是否如重庆皇石所指存在抽贷行为？

就该笔贷款具体情况，广发银行重庆分行方面告诉记者，重庆皇石于2020年3月31日在该行申请贷款，曾在2022年9月和12月分别出现临时性欠息情况。为支持其摆脱困境，该行主动对重庆皇石实施连续两次降息措施，并由固定利率变更为浮动利率，于2022年9月28日、12月19日分两次将企业贷款利率由7%下调至5.3%，预估为企业累计节省1.63亿元的利息支出。

此后，广发银行重庆分行方面表示，2023年4月，企业经营不达预期、第一还款来源存在不确定性、抵押物及账户因与施工单位经济纠纷被查封冻结，为准确评估债务人信用风险，真实反映金融资产质量，该行依据规章制度要求，对重庆皇石贷款风险分类调整为“关注”。

记者注意到，重庆市第五中级人民法院2023年1月发布限制消费令，表示2023年1月18日

立案执行申请人中铁建工集团有限公司申请，执行重庆皇石建设工程合同纠纷一案，因重庆皇石未按执行通知书指定的期间履行生效法律文书确定的给付义务，依照《中华人民共和国民事诉讼法》第二百六十二条和《最高人民法院关于限制被执行人高消费及有关消费的若干规定》第一条、第三条的规定，对重庆皇石采取限制消费措施，限制重庆皇石及重庆皇石法定代表人李某不得实施部分高消费及非生活和工作必需的消费行为。

“2023年6月，重庆皇石再次(基于2022年9月、12月欠息情况)发生欠息，我行与企业多次协商解决方案未达成一致。”广发银行重庆分行方面表示，“2023年8月，借款人持续欠息，且自2022年以来多个季度未按时还款，考虑到其第一还款来源严重不足、抵押物价值大幅贬值、预期信用损失超过50%(该因素作为调整可疑的条件)，以及危险级预警信号未解除等因素，根据我行规章制度和监管有关规定，我行将重庆皇石风险分类调整为‘可疑’。”

从依据上看，广发银行表示，《商业银行金融资产风险分类办法》(中国银行保险监督管理委员会中国人民银行令2023年第1号)明确规定应加强对债务人第一还款来源的分析，以评估债务人履约能力为中心，重点考察债务人的财务状况、偿付意愿、偿付记录；同时，根据《商业银行金融资产风险分类办法》第二十四条“本办法是金融资产风险分类的最低要求，商业银行应

根据实际情况完善分类制度，细化分类方法，但不得低于本办法提出的标准和要求”的规定，“我行上述金融资产风险分类评估，完全是基于债务人信用风险、金融资产质量等情况，符合风险分类的真实性、及时性、审慎性、独立性等原则，也符合监管规定”。

针对采取法律措施方面，广发银行重庆分行方面告诉记者，截至2023年8月31日，重庆皇石自2022年以来已发生多个季度未按合同约定时间还款、自2023年6月以来一直欠息、抵押物价值大幅贬值且未向该行补充抵押物等违约行为。“考虑到重庆皇石贷款已发生实质性违约且未达成重组条件，为维护金融资产安全，我行依法依规采取必要法律措施，根据双方合同约定，我行于2023年8月31日宣布贷款提前到期，要求其2023年9月3日前归还提前到期的债务，因借款人未按时归还，于是2023年9月我行向成渝金融法院提起诉讼。”

天眼查显示，广发银行重庆分行与重庆皇石、重庆万弗商业管理有限公司、重庆皇石置业有限公司、万豪行政公寓式酒店分公司等方的金融借款合同纠纷于今年6月开庭。

国家企业信用信息公示系统显示，重庆皇石是重庆万弗商业管理有限公司、重庆万福酒店管理有限公司公司的股东。

记者致电重庆皇石，并就银行所述相关内容发送该公司相关人员邮箱确认，截至发稿未收到回复。

贸易金融进阶：国内信用证结算总量同比提升25%

本报记者 慈玉鹏 北京报道

近日，中国银行业协会发布《中国贸易金融行业发展报告(2023—2024)》(以下简称“《报告》”)。《报告》显示，据该协会贸易金融专业委员会(以下简称“资金委”)不完全统计，2023年我国主要商业银行国际结算规模再创历史新高，达到11.57万亿美元。其中，国内信用证结算总量较上一年有明显提升，规模超3万亿元人民币，增幅达24.9%；同时，国内保理业务增长也较快。

《中国经营报》记者采访了解到，目前经济环境下，企业对稳健结算工具和流动性管理工具的需求日益强烈，商业银行应充分发挥国内信用证可转让的优势以及保理业务盘活应收账款的优势，将贸易融资作为提升服务实体经济质效的重要抓手。目前，货物贸易的国内信用

证信用转换系数是20%，服务贸易是50%，显著低于银行承兑汇票的风险权重，对于银行来说开具国内信用证更具吸引力。

针对贸易金融未来发展趋势，记者采访了解到，贸易金融应进一步完善数字化平台和数字化生态，普及金融科技的应用，降低风险、提高效率。同时，应着手在跨境贸易金融服务中，稳妥推广人民币的跨境使用。

国内信用证结算与国内保理快速增长

《报告》显示，根据国家统计局初步核算，2023年我国国内生产总值126.06万亿元，按不变价格计算，比上年增长5.2%；货物进出口总值41.76万亿元，同比增长0.2%，连续七年保持世界第一货物贸易国地位。在此背景下，我国银行业贸易金融业务也保持了稳健发展的良好态势。据资金委不完全统计，2023年我国主要商业银行国际结算规模再创历史新高，达到11.57万亿美元。其中，国内信用证结算总量较上一年有明显提升，规模超3万亿元人民币，增幅达24.9%；国内贸易

所研究员杨海平告诉记者：“2023年国内信用证结算总量、国内保理增幅较高背后的原因主要包括：一是2023年是三年新冠疫情转段经济恢复发展的第一年，这一年构建双循环发展格局稳步推进，内外贸一体化、全国统一大市场发展取得一定的成绩。国际贸易的发展是国内信用证、国内保理增幅较高的基础。二是从增加供应链韧性的角度出发，政策层面鼓励、支持贸易融资发展力度较大。三是商业银行充分发挥国内信用证可转让的优势以及保理业务盘活应收账款的优势，将贸易融资作为提升服务实体经济质效的重要抓手。”

上海大学上海科技金融研究所高级研究员陆岷峰表示：“国内信用证结算总量和国内保理业务的快速增长反映了当前经济环境下企业对稳健结算工具和流动性管理工具的强烈需求。自2023年

以来，全球经济增速放缓，经济衰退风险增加，导致企业在国际贸易中对信用保障的需求显著提升。而国内信用证作为一种稳定可靠的结算与支付工具，在经济不确定的形势下提供了稳固的信用支持，因而被更多企业选择，推动了信用证结算总量的上升。同时，国内保理业务的增长则说明企业在经济不确定性加剧的情况下面临较大的资本周转压力，保理业务能有效加快资金回笼，优化现金流管理，减少应收账款风险，提供短期融资，提升企业的资金回笼速度和效率，成为企业重要的融资工具。”

苏商银行研究院高级研究员杜娟告诉记者：“国内信用证业务规模的增长，一方面是国际贸易持续发展，银行不断加强实体经济支持力度，加大对国内商贸的金融服务，另一方面是2023年资本新规发布后，货物贸易的国内信用证信用

转换系数是20%，服务贸易是50%，显著低于银行承兑汇票的风险权重，对于银行来说开具国内信用证更具吸引力。”

针对国内保理业务增长，杜娟认为：“国内保理主要支持供应链融资。一是随着产业数字化转型，越来越多的供应链数据能够提取出来，为机构提供更多保理服务奠定基础；二是政策推动产业链供应链的‘补链固链强链’，包括保理业务在内的供应链金融服务是政策鼓励的重要一项；三是保理基于应收账款融资，在赊销比例提高、回款周期拉长时，能够畅通企业资金流通。”

下一步，信用证业务将如何发展？陆岷峰表示，信用证业务的突破点主要集中在技术驱动创新、法律法规完善和国际合作与标准化几方面。第一，技术驱动是信用证业务转型的关键。传统信用证业务依赖纸质文件，处理

过程繁琐。随着金融科技的发展，区块链和电子签名等技术的应用显著提高信用证业务的效率和安全性，推动数字化转型，这不仅能降低操作成本，还能提升业务处理速度。第二，完善法律法规是信用证业务顺利发展的保障。信用证业务涉及多个环节和交易方，健全的法律保障体系可以有效减少交易过程中的法律风险，确保信用证的使用和承兑受到全面的法律保护。政府和相关部门应积极出台相应法律法规，优化信用证的使用环境。第三，国际合作与标准化是提升信用证业务全球竞争力的重要手段。在全球贸易环境下，各金融机

构需要加强合作，通过制定统一标准和规范，确保信用证的顺利跨境流通。国际金融机构间的合作和标准统一，可以减少跨境交易中的摩擦，提升信用证业务的效率和可靠性。

贸易金融业务应进一步提升智能化、数字化

针对贸易金融业务的风险与挑战，《报告》指出四点：一是国别风险和主权信用风险与挑战，二是贸易背景真实性风险与挑战，三是外汇合规风险与挑战，四是国际制裁合规风险与挑战。

其中，《报告》就贸易背景真实性方面指出，贸易融资的风险大小主要取决于贸易背景的真实性、融资产品的自偿性和期限结构的合理性，商业银行面对越发庞大的贸易规模和日渐凸显的贸易背景真实性问题所带来的诸多挑战，应围绕贸易融资“自偿性”的特点，强化贸易融资的尽责审查要点，提升贸易背景真实性的审核技巧和贸易

融资的信贷风险管理水平。

银行贸易金融业务如何进阶？杨海平表示，贸易金融可改进或者提升的方面主要有：一是持续完善贸易金融数字化平台和数字化生态，稳步推进贸易金融服务的智能化和数字化；二是在贸易金融发展进程中，推动数字金融和绿色金融的融合创新；三是在跨境贸易金融服务中，稳妥推广人民币的跨境使用。

陆岷峰表示，我国贸易金融领域目前仍存在诸多可以进一步改进的方面。第一，风险管理问题亟须提升。由于贸易金融涉及的风险种类多样，包括信用风险、市

场风险和操作风险等，需要建立更加完善的风险管理体系，强化对交易对手的信用评估和风险预警机制。第二，金融科技的应用仍需扩大。尽管部分企业已经开始采用金融科技手段，但整体普及率仍不足。鼓励更多企业和金融机构通过金融科技提升业务处理效率，能够降低操作成本，提高贸易金融的整体水平。“第三，政策支持是推动贸易金融发展的重要力量。”陆岷峰指出，“政府可以出台更多优惠政策，特别是支持中小企业参与贸易金融活动，缓解其资金压力，促进外贸的健康发展。优惠政策的出台，能为企业提供更好的融资环境，推动贸易金融业务的整体提升。第四，人才培养是提高贸易金融水平的关键。贸易金融领域需要大量专业人才，提升从业人员的专业素质和业务能力，可以通过建立专业培训体系和资质认证机制，确保从业人员具备必要的技能和知识，推动整个行业的可持续发展。总之，通过完善的风险管理体系、广泛运用的金融科技、强有力的政治支持和高素质的人才培养对于我国贸易金融的改进和发展至关重要。这些改进措施为推动中国贸易金融的高质量发展提供了坚实的基础和有力的保障。”

针对贸易金融业务的机遇与展望，《报告》提出：一是落实中央金融工作会议精神，服务高质量发展；二是构建内外贸一体化金融服务格局；三是打造生态级贸易金融服务。就上述第三点，《报告》具体提出，未来的贸易金融致力于推动产业链与供应链深度融合。商业银行应聚焦客户旅程，打造“流程银行”；融入企业全链条，打造“场景银行”；秉承价值共赢，打造“生态银行”，为客户提供涵盖存货、应收、预付等全生命周期、全生态、一体化、一站式的优质综合金融服务解决方案，赋能全产业链各环节全场景发展。

破局“母子差异化” 金租专业子公司纷纷成立

本报记者 石健 北京报道

眼下,设立金租专业子公司已经成了多家金租公司的“头等大事”。东部省份一家金租公司相关负责

人对《中国经营报》记者说:“虽然专业子公司已经批复了,但是工作并没结束,我们还在谋划具体的业务,以期专业子公司能够开好局。”记者注意到,近两年尤其是今

年以来,多家金租公司在为设立专业子公司跑注册、跑批复、跑业务。如工银金融租赁有限公司(以下简称“工银金租”)在中国香港设立专业子公司,民生金融租赁股份

有限公司(以下简称“民生金租”)设立民生航空航天金融租赁有限公司(以下简称“民生航空航天金融租”)等。据不完全统计,目前金租行业已经设立了9家专业子公司,

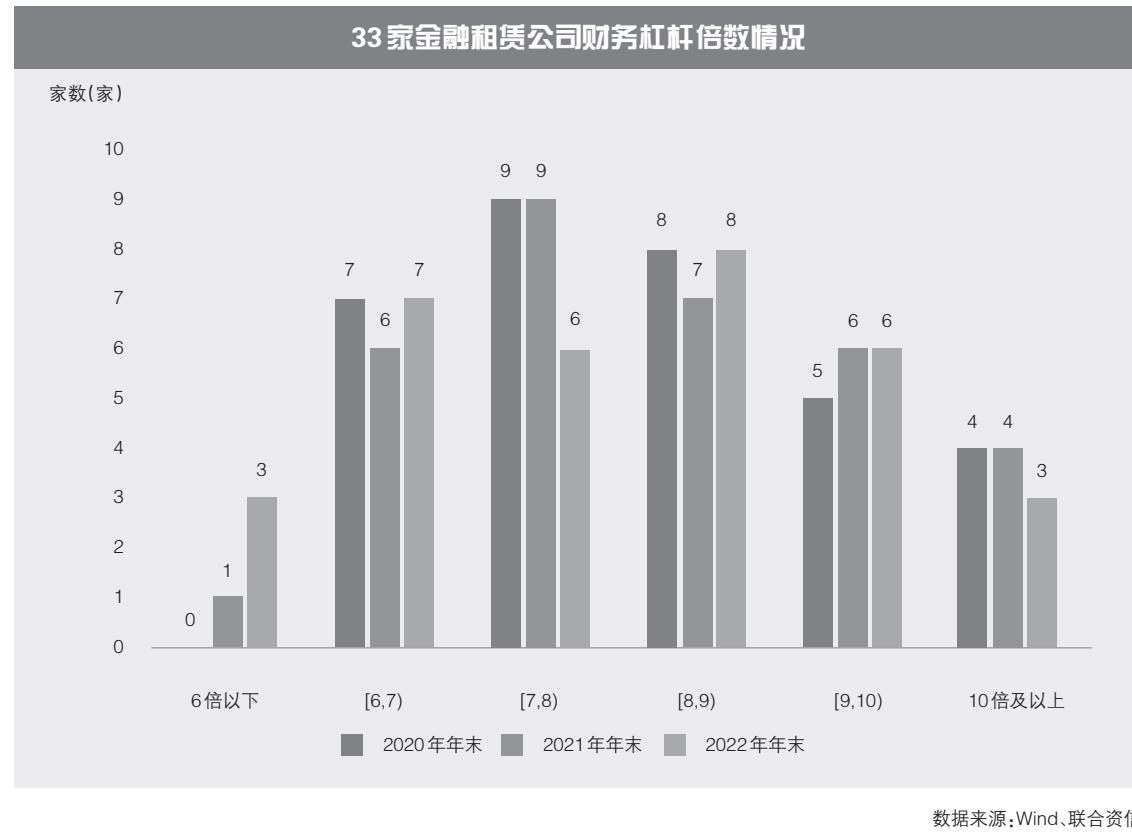
而2023年以来成立的就有5家。

对于金租公司纷纷布局专业子公司,多位行业人士在接受记者采访时表示,专业子公司的落地,一方面是基于监管政策的不断转向,

更加要求金租公司要实现专业化发展。另一方面,随着金租公司面临转型,也需要母子公司实现差异化发展,继而能够更好服务实体经济,实现金租公司的“金融属性”。

聚焦差异化

随着专业子公司业务不断拓展,盈利能力不断提升,将有助于提高母公司的整体盈利能力。



全球租赁业竞争力论坛秘书长聂伟柱在接受记者采访时表示,金融租赁公司专业子公司,是指金融租赁公司依照相关法律法规在中国境内自由贸易区、保税地区及境外,为从事特定领域融资租赁业务而设立的专业化租赁子公司。这里的特定领域,是指金融租赁公司已开展且运营相对成熟的融资租赁业务领域,包括飞机、船舶以及经监管部门认可的其他租赁业务领域。

前不久,国家金融监督管理总局金融机构准入司公布相关批复信息显示,同意工银金租在香港设立工银航运金融租赁有限公司(以下简称“工银航运金租”),以自有资金出资9亿美元,并持有工银航运金租100%的股权。值得注意的是,这已经不是工银金租第一次设立专业子公司。同时,工银金租也成为行业首家拥有两家专业子公司的金租公司。工银金租第一家专业子公司为工银航空金融租赁有限公司,于2018年3月15日在香港注册成立,并于3月28日在香港开业。

2024年3月,国家金融监督管理总局发布批复公告,表示《民生金融租赁股份有限公司关于申请设立航空航天专业子公司的请示》及相关说明解释材料收悉。国家金融监督管理总局同意民生金租以自有资金出资4亿美元(或等值港币),在香港设立民生航空航天金融租赁有限公司,并持有民生航空航天金融租100%的股权。彼时,民生航空航天金融租为行业中第7家金融租赁专业子公司。

不过,记者在采访中了解到,眼下已经成立、批复或正在筹划成立专业子公司的金租公司,并非全都聚焦飞机、船舶等业务。

东部沿海省份某家金租公司

就将聚焦农机设备设立专业子公司,公司表示,将专注于服务农业和科技行业,与国内外一流农业机械、科技设备厂商合作,为各类农户、小微企业采购设备提供金融支持。在完成筹建后,该公司也将成为全国第一家专业服务农业和科技行业的金租专业子公司。

民生金租总裁孔祥歌对记者表示:“民生金租是国内最早开展航空、航运业务的金租公司之一,此次获批在香港设立专业子公司,将有助于公司探索低成本的直接外汇融资,提升全球化金融服务能力,推动航空、航运项目业务的进一步发展,积极服务中国制造‘走出去’,支持构建双循环发展新格局。”

在多位业内人士看来,专业子公司作为独立法人,可以独立

开展业务并承担盈亏责任。随着专业子公司业务不断拓展,盈利能力不断提升,将有助于提高母公司的整体盈利能力。专业子公司可以利用其在特定行业或领域的专业优势,进一步拓展市场份额,提升市场竞争力。专业子公司的成功运营将有助于提升金租公司的品牌效应和知名度,增强客户对公司的信任和认可。与此同时,设立专业子公司对金租公司的益处在于能有效隔离风险,优化资源配置,提升专业化和市场竞争力,通过独立融资与资本运作增强财务灵活性,并享受可能的政策与税务优惠,从而促进公司整体稳健发展与盈利能力提升。

在一家筹划专业子公司的金租公司负责人看来,筹划并设立专业子公司,其目的还是在于提

升金租母子公司的差异化。“所以才会鼓励金租公司在境外开设专业子公司,同时鼓励金租公司在某个领域能够做大做强。对于金租公司来说,监管定义其是信贷业务的有益补充。专业子公司可以为企业带来设备,同时解决资金的难题。一方面,专业子公司能够更加聚焦解决企业的产能、资金等问题。另一方面,专业子公司也可以不断发挥自身的金融优势,更好地成为金融体系的一员。对于金租公司来说,尤其是专业子公司,未来的发展目标就是进一步壮大实体经济,这涵盖很多领域,不仅包含飞机、船舶等运输领域,还包括加工、制造等设备领域,可以预见的是,未来的专业子公司一定会颇具规模,同时能够涵盖多个领域,发挥更大的作用。”

有效隔离风险

设立专业子公司将成为金租公司一道有力的屏障,隔离一定的风险。

采访中,记者了解到,事实上,2014年时监管层面便提出鼓励金租公司开设专业子公司。但是2014年至2023年期间,仅有4家专业子公司成立。而2023年以来则有5家专业子公司成立。对于为什么在眼下专业子公司风生水起,有业内人士表示,此前金租公司对于设立专业子公司一直态度审慎,因为彼时金租公司都在比拼资产规模,希望做大做强母公司,继而一度形成了“千亿”资产规模的比拼时代。但是,随着监管政策的不断强化,金租公司对业务的不断调整,金租行业对于转型需求的迫切等因素,专业化的发展已经成为必然的方向,由此带来的必然趋势是,金租专业子公司的设立将得到监管的支持。

对于金租公司设立专业子公司,在业内看来,还基于监管因素的考量。其背后是监管出台的规定要求金租公司实现业务上的转型。2023年7月25日,国家金融监督管理总局出台《关于进一步做好金融租赁公司监管工作的通知》(银保监〔2023〕149号)(以下简称“149号文”)。“149号文”提出,监管重点是“严禁开展非设备类售后回租”,核心监管目标是防控将售后回租业务异化为抵押贷款业务。事实上,近年来,随着金租行业的出现,一些灰色地带也开始出现,不过随着监管政策的完善和处罚力度的加大,这些灰色地带也在逐步退出历史舞台。

对此,一家金租公司从事平台类业务的工作人员告诉记者:“金租业务具有‘融资’和‘融物’两方面的性质,有些平台公司因为急于融资,便在租赁物上做文章,将一些不动产作为租赁物进行融资。一方面,如果平台公司出现还款压力,租赁物的价值是很难界定的,

这就会造成不必要的法律纠纷。另一方面,也会造成‘高估值’之类的情况,造成金融资本无序扩张,从而造成一定的金融风险,随着监管文件出台的落细落实,未来金租公司将不能与城投平台开展业务,尤其是像道路、地下管网等,将不能用来作为租赁物开展金融租赁业务。存量业务到期之后也不能续做。所以对于一些平台业务量较大的金租公司来说,这部分业务的资产规模将有所缩减,金租公司需要开拓其他业务或者新业务来实现资产规模不‘缩表’。”

多位金租行业人士在采访中直言,金租行业的专业化口号已经喊了多年,眼下,正随着金租公司设立专业子公司而迈出专业化的坚实一步。设立专业子公司将成为金租公司一道有力的屏障,隔离一定的风险。但是,设立专业子公司的过程中,金租公司还需要不断梳理转型发展的难题,比如专业化中应该设立哪些业务,如何应对风控的挑战,如何解决资金的难题。

记者注意到,对于已经设立的专业子公司,大部分设立在香港、新西兰等地。对此,广东一家金租公司负责人告诉记者,依托地域优势,将有助于更好地发展专业子公司。如2023年9月,广东省人民政府办公厅印发了《广东省大力发展融资租赁支持制造业高质量发展的指导意见》,明确以横琴、前海、南沙为集聚地,打造立足湾区、联动港澳、服务全国、辐射全球的融资租赁业发展高地。支持前海完善深港跨境融资租赁产业生态,与香港联动开展飞机、船舶等融资租赁。“对此,在香港设立专业子公司,一方面有着地域的便利性,另一方面将有助于推进融资租赁生态和跨境租赁生态的形成。”

金融壹账通业务变革:终止云服务 大力拓展境外市场

预计影响全年业绩

本报记者 蒋牧云 何莎莎
上海 北京报道

近日,金融壹账通(6638.HK)发布公告称,由于更多关联客户[指中国平安保险(集团)股份有限公司的附属公司和联营公司,以下简称“平安集团”]自2024年7月起逐步使用公司的云服务,公司将于2024年7月起逐步终止经营云服务。

此外,金融壹账通终止云服务后,欲推动第三方收入的增长并深耕境外市场。对此,有业内人士向《中国经营报》记者表示,由于金融云服务是典型的技术密集型的行业,其规模效应非常明显,金融科技公司在境内想与互联网大厂竞争很难取得优势。不过随着数字化转型的加速,境外新兴市场对金融科技的需求是日益增长的,发展空间较大。

对于为何考虑在这一时间终止云服务,金融壹账通在公告中表示,主要由于云服务的业务模式属用量密集,关联客户终止采购导致云服务的规模经济下跌与不可持续的营运成本水平,阻碍了公司持续降本增效的力度。因此,董事会于2024年7月11日决定,为符合该公司及其股东整体利益,将于2024年7月起逐步终止经营云服务并将与客户商讨过渡安排(如有)。关于平安集团终止采购金融壹账通云服务的具体原因,记者分别询问

记者了解到,金融壹账通自2020年起,通过“加马平台”向金融机构提供云服务,官网信息显示,“加马平台”整合了各类可应用于广泛金融服务业的解决方案。包括核心银行业务、智能语音服务、监管科技、数字化管理以及技术基础设施(包括开放平台、区块链和金融云)。

业绩方面,云服务亦是金融壹

账通近年来主要的收入来源之一。数据显示,2022年、2023年金融壹账通云服务收入分别为人民币13.16亿元、12.46亿元,占公司当年总收入约29.5%及34.0%。其中,13.1亿元、12.4亿元,即99.6%、99.5%的收入来自平安集团。截至2024年3月31日止的三个月,云服务收入为0.32亿元,占公司同期持续性业务总收入约44%,其中约99.4%来自平安集团。

关于终止云服务业务后,可能对业绩带来的影响,金融壹账通对

公告表示,董事会预期因终止经营,今年下半年及全年来自云服务业务的收入将大幅下降,但公司一直在开发及提供全面及定制的技术解决方案,以满足平安集团的需求并提高其营运效率,与平安集团的战略业务关系维持不变。

在公告中,金融壹账通也提到,将与客户商讨过渡安排(如有)。那么,平安集团对云服务的需求接下来将由谁来承接?

记者注意到,平安集团的全资子

(以下简称“平安科技”)运营“平安云”业务。根据官网介绍,平安云依托平安集团在金融领域积累的综合优势,赋能金融壹账通搭建全球金融科技SaaS云平台,已建成银行云、投资云、保险云等。也有业内人士告诉记者,金融壹账通的云服务底层架构、运维、流程管理等均使用过平安科技的产品或服务。未来,平安集团是否会直接通过平安科技上云?对此,记者分别采访了平安集团、金融壹账通,截至发稿前尚未收到正面回复。

致力拓展第三方客户

回到金融壹账通自身,在终止云服务后,金融壹账通的业务重心何去何从?公告中,金融壹账通强调,公司对打造高价值、高门槛产品并深耕境外市场方面持续进行的战略资源分配,预期能推动来自优质+客户收入增长,尤其是第三方收入的增长。

对此,金融壹账通相关负责人也告诉记者,公司目前将持续践行“客户深耕”的发展战略,并注重产品的整合及升级。通过深挖客户需求、持续打磨产品、交叉销售与客户建立深度合作,同时持续拓展客户规模,尤其是三方客户和优质+客户。“只要我们踏实做好战略执行,一定能带来巨大的回报,实现公司的中期目标(包括第三方占主要收

入,并实现盈利。”该负责人表示。

事实上,金融壹账通虽然依托于平安集团,但将集团的科技力量向外输出亦是其主要目标,但多年来,从前述业绩表现来看,其始终对集团有所依赖。从企业经营来看,除了此次的业务调整外,其对自身构成也在不断调整,2022年、2023年分别向兄弟公司出售了持有的不良资产公司40%股权、虚拟银行100%股份。

对此,有金融科技人士告诉记者,包括金融云在内的金融科技服务,在拓展TO B业务时,确实有不小的难度。比如,金融机构天然对数据安全性有极高的要求,因此,建立信任是漫长而复杂的过程,监管的合规要求更高也对云服务商提出

更高要求。与此同时,不同金融机构的需求差异较大,需要高度定制化的解决方案。除了安全性与合规性之外,该人士表示,金融机构在选择云服务时还有其他多重考虑,比如成本效益,服务的灵活性能否适应快速变化的业务需求等。

该人士进一步表示,云服务是典型的技术密集型的行业,其规模效应非常明显,这也导致国内市场的大部分份额被大型互联网公司占据,在国内和互联网大厂比拼云实力,金融科技公司几乎很难有优势。

数据也显示,云服务的市场份额已被头部几大厂商牢牢占据。根据2024年6月国际数据分析机构IDC发布的《中国金融云市场(2023年下半年)跟踪》,中国金融云(平台)解决方

案市场份额中,前五大厂商占据了74%的市场份额,市场其他厂商则瓜分剩下的26%市场份额。金融云(应用)解决方案市场前五市场份额总和则为28.4%,同比上升1.4个百分点,市场集中度提升。报告中提到,在经济整体上行压力较大的情况下,头部应用解决方案服务商依托多年积累的客户信任度和对行业动态的把控能力,对应用市场需求的捕获能力增强,提升了市场份额。

关于金融壹账通如何看待自身的竞争优势,以及接下来的战略考量,公司相关负责人告诉记者,公司以“技术+业务”为独特竞争力,帮助客户提升效率、降低成本等,这也是公司持续赢得新业务并与客户深化合作的驱动力。在发

展战略方面,公司将继续加速产品、客户、市场战略的落实,同时继续降本增效、优化投产效率。围绕重点目标客户,持续挖掘需求,赋能客户价值不断提升,实现业务规模可持续增长。同时大力拓展东南亚、南非等境外市场,推进以智能语音为代表的标准化科技产品的行业解决方案出海,实现业务突破。

对于金融科技在海外的发展空间,前述业金融科技人士表示,在海外,特别是在新兴市场中,随着数字化转型加速,对于金融科技服务的需求正在快速增长。金融壹账通如果能够成功地将其在国内积累的经验和技术输出到海外,利用其在金融领域的专长,有可能找到新的增长点。

信用评级遭下调 幸福人寿化解违约资产临考

本报记者 陈晶晶 北京报道

近日,幸福人寿保险股份有限公司(以下简称“幸福人寿”)相继经历了两件大事,引发行业热议。

中债资信评估有限责任公司(以下简称“中债资信”)、联合资信评估股份有限公司(以下简称“联合资信”)两家评级公司相继发布了关于幸福人寿资本补充债券跟踪评级报告,报告中均下调了幸福人寿的主体信用等级。

而在评级机构下调幸福人寿主体信用评级背后,幸福人寿正在经历人事、股权等重大调整。

7月15日,幸福人寿有4名

54.3亿存量违约投资资产

截至2024年一季度末,幸福人寿违约资产合计账面余额为54.30亿元。

中债资信出具的幸福人寿2018年资本补充债券跟踪评级报告,将幸福人寿主体长期信用等级从原来的A下调至A-,将债券信用等级从A-下调至BBB+。

联合资信通过对幸福人寿主体及其相关债券的信用状况进行跟踪分析和评估,确定下调幸福人寿主体长期信用等级为AA-,维持“15幸福人寿”信用等级为AAA,下调“18幸福人寿”信用等级为A+。

记者注意到,两家评级机构都重点指出了幸福人寿的非标投资违约规模较大的现实情况。

中债资信在评级报告中指明,幸福人寿历史投资中违约资产化解压力仍很大。截至2024年一季度末,幸福人寿违约资产合计账面余额为54.30亿元,其中,债券、信托计划、私募股权基金违约账面余额分别为0.41亿元、35.84亿元和18.05亿元,减值计提比例分别为78.57%、43.28%和54.58%,仍有28.62亿元减值缺口,未来仍面临进一步存量风险资产处置及减值压力,将对幸福人寿盈利能力及偿付能力持续造成拖累。

联合资信亦指出:“2023年以来,幸福人寿无新增违约投资资产,违约投资资产均为存量投资。截至2024年3月末,幸福人寿投资的非标资产涉及违约的账面余额为53.89亿元,大部分为投资的信托计划,融资主体涉及医药行业、房地产行业和基础设施建筑业等。”

记者从业内人士处获悉,上述出现违约的资产大部分

董事同时辞去相关职务,另有一名新任董事到位。

根据偿付能力报告中披露的高管信息,此次董事会成员变更后,幸福人寿董事会已无成员来自第一大股东诚泰财产保险股份有限公司(以下简称“诚泰财险”)。

对于主体信用评级被下调、投资资产违约超过50亿元、经营业绩等相关情况,幸福人寿相关负责人接受《中国经营报》记者采访时表示,公司暂时不予回应。

中债资信、联合资信相关负责人对本报记者表示,关于下调幸福人寿信用评级,一切以评级报告内容为准。

逐渐推动业务转型

2024年以来,幸福人寿仍以传统寿险为主要产品销售类型,银保渠道仍为保险业务主要营销渠道。

要逐步消化历史问题,还需发展保险主业,不断提升业务价值,增加现金流流入。

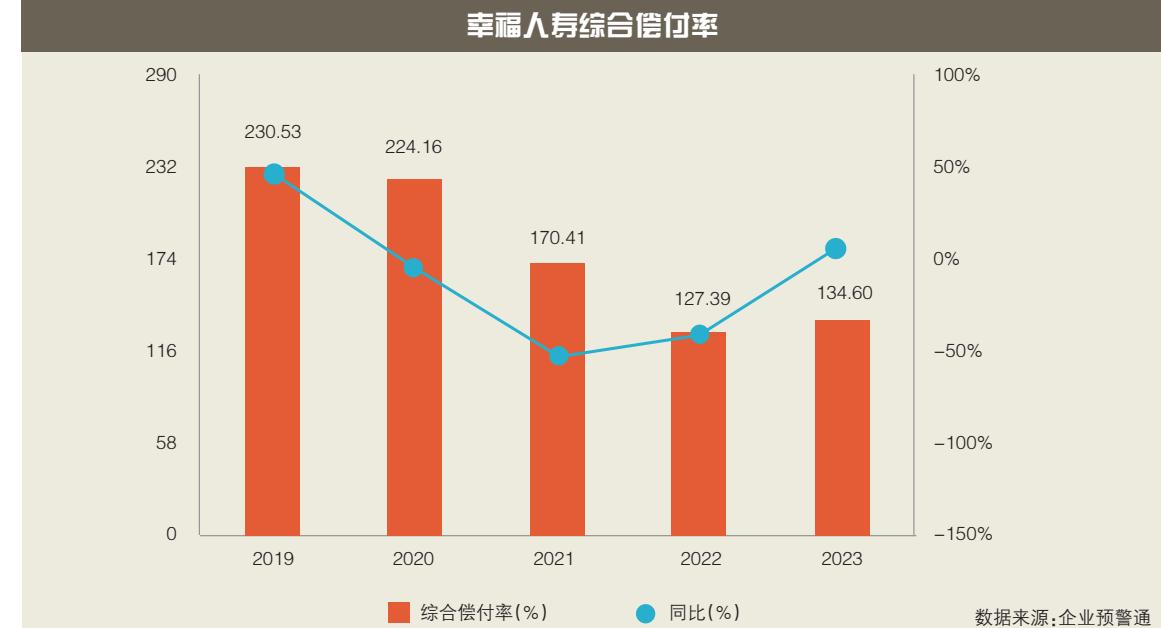
据了解,幸福人寿通过完善现有业务渠道建设、调整产品布局等措施,以价值型业务为负债端主要发展目标,拉动续期保费收入规模持续增长。

幸福人寿年报数据显示,2021年—2023年实现保险业务收入分别为131.27亿元、198.30亿元、224.87亿元。同期,净利润分别为5.16亿元、1.71亿元、-1.40亿元。

营销渠道方面,幸福人寿主要通过银行、个人代理及保险经纪等渠道开拓保险业务,其中银保渠道为最主要的业务销售渠道。

偿付能力报告显示,2023年,幸福人寿以分红险为主的趸交业务有所下降,使得当年趸交保费收入有所下降,即传统寿险现金流持续增加,万能险和分红险现金流账户处于净流出状态。

联合资信评级报告数据显示,截至2023年末,幸福人寿传统寿险占比同比提高7.69个百分点至82.81%,主要系增额终身寿险保费收入增长所致,万能险占比下降5.35个百分点至1.20%,同期分红寿险占比同比下降2.16个百分点至10.58%。2023年,幸福人寿不断加强期缴保障型产品的销售,保单期限结构持续调整,13个月保单继续率有所提升;25个月继续率保持



数据来源:企业预警通

较高水平。

随着幸福人寿保单期限结构的持续调整,幸福人寿新单业务主要为五年交、六年交的中长期产品,负债端久期较长,同时2023年中长期产品新增较多,负债久期较2022年也有所拉长。

幸福人寿也在2023年年报中表示,根据保险风险监测指标情况,2023年结合自身实际采取措施,防范和化解保险风险,包括继续深入贯彻“回归本源、价值转型”的产品理念,加大疾病、医疗、养老、寿险等保障型产品开发,通过产品结构持续优化,提高持续健康

发展能力。

2024年以来,幸福人寿仍以传统寿险为主要产品销售类型,银保渠道仍为保险业务主要营销渠道。2024年前三月,幸福人寿实现保险业务收入89.39亿元,净利润3.42亿元。2024年一季度,累计净现金流35.23亿元,累计净现金流为正。

幸福人寿在偿付能力报告中称,从2024年一季度流动性压力测试结果看,公司整体流动性状况良好,流动性风险可控。

“公司将进一步完善偿付能力动态监测和协同机制,及时研判存

在的问题和薄弱环节,统筹资产负债管理等各个领域的工作,动态调整业务、财务和投资政策。合理控制业务规模,优化负债结构,在保证公司现金流不发生风险的前提下,对业务规模进行有效控制;继续控制市场风险最低资本较高的权益类资产占比,控制权益价格风险最低资本占用;优化资产配置,缩小资产负债久期缺口;继续压降公司销售成本及负债端资金成本,提高公司盈利水平;研究制定符合监管规定的、切实可行的再保险方案,构建起有效的资本补充机制。”幸福人寿进一步称。

股权和人事存变

幸福人寿董事会成员方面,近期亦存在较大变动。

幸福人寿偿付能力报告披露,其股东股权未来或存在一定变数。

截至2024年一季度末,幸福人寿共有18家股东,其中诚泰财险和东莞市交通投资集团有限公司(以下简称“东莞交投”)为第一、二大股东,分别持有幸福人寿30%和20.995%的股权。

根据偿付能力报告数据,2024年一季度末,幸福人寿全部股东中共有3家股东将其股份对外质押,被质押股份数为24.95亿股,占全部股本的比例约为24.64%。全部股东中共有5家股东所持股份被冻结,被冻结股份数约26.93亿股,占全部股本的比例约为26.59%。

其中,幸福人寿第三大股东三胞集团有限公司所持幸福人寿16.58亿股股份,约占幸福人寿总股本16.375%。不过,从最新偿付

能力报告来看,相关股权并没有成功转手。

需要注意的是,中债资信在幸福人寿2018年资本补充债2024年一季度定期跟踪评级信息公告中透露,2023年9月,深圳亿辉特拟将其持有幸福人寿的4.66亿股股份(占比4.60%)以抵债方式转让给存款保险基金管理有限责任公司,目前仍在办理转股备案,股权转让进展及对公司股权稳定性的影响值得关注。

幸福人寿董事会成员方面,近期亦存在较大变动。

7月15日,幸福人寿的重大事项信息披露公告[2024]3号显示,幸福人寿第五届董事会由13名董事组成,2024年1月1日至

2024年7月12日,共有4名董事王慧轩、柏凌、陈沁、马骉辞去幸福人寿董事及相关职务,1名董事高雪君新任公司董事职务。2024年内,董事会累计变更人数超过董事会成员人数的三分之一。其中在3月20日,王慧轩辞任幸福人寿董事、董事长、董事会战略与投资决策委员会主任委员等相关部门职务。

截至发稿,幸福人寿并未公开宣布董事长一职候选人。据幸福人寿披露,现任公司党委副书记、总裁、首席投资官廖定进,主持公司经营管理全面工作,分管人力资源部、总裁办公室、董监事会办公室、战略规划部、投资管理中心工作。

年内五家收罚单 消金公司合规问题受关注

本报记者 郑瑜 北京报道

7月,两家持牌消费金融公司同日收到罚单。

国家金融监督管理总局网站显示,一家消费金融公司因个人消费贷款贷前调查不尽职、个人消费贷款违规流入股市、消费者投诉渠道管理不尽职,被处以罚款145万元。而两名负责人对相关业务负有直接责任,二人同时被处以警告,且二人分别被处以罚款5万元。

同日,国家金融监督管理总局上海监管局还对个人开出罚单,因对中银消费金融有限公司(以下简称“中银消费金融”)员工行为管理严重违反审慎经营规则负有直接责任,时任中银消费金融有限公重庆区域中心职员万意被处罚,禁止从事银行业工作五年。

根据《中国经营报》记者不完全统计,年内已经有5家持牌消费金融公司收到罚单,处罚金额合计605万元。虽然处罚数量较少,但是当前消费金融总数量为31家,并且2023年内7家消费金融公司罚单合计金额不过369万元。年内消费金融公司合规问题受关注程度可见一斑。

贷前与贷后问题频发

中银消费金融方面回应记者表示,公司在罚单所提及事件发生以后,坚持“当下改”与“长久立”紧密结合,不断完善内控案防机制,加强员工行为管理,深化以案促改,深入反思警醒,开展警示教育活动,通过从严执纪问责、加强合规培训等方式不断提升员工合规意识。

记者发现,同样在7月受到处罚的还有兴业消费金融公司,其因未按规定及时终止与存在严重违法违约行为的第三方机构合作;合作机构管理不审慎;

监管趋严

北京市社会科学院研究员王鹏表示,罚单数量和罚金的增加是监管机构对消费金融公司加强监督和管理力度的直接体现,这表明监管机构对消费金融市场的规范发展更加重视,对违规行为采取更加严格的处罚措施,以维护市场秩序和消费者权益。

“消费金融公司应建立健全内部控制机制,确保各项业务操作符合监管要求。这包括完善业务流程、加强风险管理、提高信息透明度等。通过加强内部控制,消费金融公司可以降低违规风险,提高业务运营的稳健性。并且加强员工

将贷前调查关键环节外包;违规改变信用保证保险赔付条款;贷款“三查”不到位,贷款资金由他人归集使用并偿还,被处以罚款170万元。时任兴业消费金融股份公司昆企业务部总监被处以警告。

兴业消费金融相关负责人表示,公司高度重视监管意见,认真反思,在现场检查过程中即立查立改,并成立专项整改工作小组,制定整改计划和具体措施,当前已按监管要求完成全部整改工作。公司目前经营状况良好,将

监管趋严

培训,提高全体员工的合规意识和风险意识。员工是公司业务运营的直接参与者,他们的合规意识和风险意识对公司合规工作的成效具有重要影响。通过加强员工培训,消费金融公司可以确保员工在日常工作中能够自觉遵守合规要求,降低违规风险。”王鹏强调。

在王鹏看来,关注重点风险领域与及时跟进监管动态也是必不可少的。“消费金融公司应针对监管机构在常见的问题和重点领域进行专项合规检查和整改。例如,信贷管理、消费者权益保护等领域是监管机构关注的重点,也是消费

金融公司容易出现违规问题的领域。因此,消费金融公司应加强对这些领域的合规管理,确保业务操作符合监管要求。”

“此外还需要关注监管机构的最新政策和指导要求,及时调整和优化合规管理策略。监管机构会根据市场发展和消费者权益保护的需要不断更新和完善监管政策。因此,消费金融公司需要保持与监管机构的沟通联系,及时了解最新的监管动态和政策要求,以便及时调整和优化自身的合规管理策略。”王鹏补充道。

王鹏表示,从近期多件罚单

可以看出监管从严的态势。“即使是行业头部明星企业,也会一视同仁的信号。这也说明监管在落实和贯彻中央金融工作会议‘长牙带刺’的精神。”

王蓬博建议,消费金融公司应加强与合作机构的管理,强化合规意识,对一些此前已经披露出的共性问题予以重视,将具体责任落实到相关负责人并加强内控管理,对内部出现的问题早发现、早处置。

此外,消费金融机构要重视贷款全周期检查,贷前调查要重点保证贷款信息资料的真实性,贷中检查则要注意风控管理,准确评估放贷风险,也要注意制度上的审核和放款分离,贷后则要注意跟踪检查,同时要加强行业信息共享,避免过度授信、多头授信。

可以看到的是,在近年合规工作稳步推进过程中,行业也取得了长足的发展。近日中国银行业协会发布的《中国消费金融公司发展报告(2024)》(以下简称《报告》)显示,2023年消费金融公司加大消费信贷供给力度,资产规模和贷款余额双双突破万亿元,分别达到12087亿元和11534亿元,同比增长36.7%和38.2%,高于经济恢复速度,为恢复和扩大消费需求作出了积极贡献。

王蓬博进一步解释道:“根据相关政策,银行业金融机构应当严格遵守审慎经营规则。但是,审慎经营规则包涵的内容比较多,包括风险管理、内部控制、资本充足率、资产质量、损失准备金、风险集中、关联交易、资产流动性等内容,建议各大消金公司针对该办法进行内部专项培训,以便降低从业风险。”

王蓬博建议,消费金融公司应加强与合作机构的管理,强化合规意识,对一些此前已经披露出的共性问题予以重视,将具体责任落实到相关负责人并加强内控管理,对内部出现的问题早发现、早处置。

此外,消费金融机构要重视贷款全周期检查,贷前调查要重点保证贷款信息资料的真实性,贷中检查则要注意风控管理,准确评估放

多地展开竞逐 谁将问鼎长三角“空中第一城”?

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

“公司已与日韩、中东、东南亚等国家和地区以及国内的客户签订了超过1000架的eVTOL(Electric Vertical Takeoff and Landing,电动垂直起降飞行器)订单。”日前,峰飞航空相关负责人告诉《中国经营报》记者,货运版机型凯瑞鸥已与顺丰、中通快递等公司开展合作,预计将在今年年底开始进行批量商业交付。

竞逐“天空之城”

作为长三角地区的重要城市,杭州市也希望在低空经济“争夺战”中分一杯羹。

在全新的“风口”面前,长三角地区多座城市均已发布低空经济相关利好政策和产业发展规划,争当“天空之城”。

上海市发改委日前印发的《深化推动新城高质量发展的若干政策举措》提出,在青浦、南汇等有条件的新城试点推动低空经济基础设施建设,支持在物流配送、特色文旅、应急救援、智慧城市、低空通勤等场景开展商业应用。

除上海市外,无锡市、苏州市、杭州市等地也在谋篇布局发展低空经济。“无锡航空航天产业园希望打造一个专业的产业园区,围绕国家在‘两机’(航空发动机与燃气轮机)方面提出的重要使命,全面布局商业航天、大飞机和低空经济产业链关键环节。”江苏省无锡市惠山高新区管委会副主任肖志成日前表示,当地希望通过5到10年时间的不懈努力,把无锡航空航天产业园打造成为特色鲜明的精密智造谷和研发试验场,打造成为长三角航空航天产业协同的承载地和创新活力区。

作为长三角地区的重要城市,杭州市也希望在低空经济“争夺战”中分一杯羹。《杭州市支持低空经济高质量发展的若干措施(征求意见稿)》提出,未来,杭州市将从强化企业主体培育、鼓励企业技术创新、夯实应用场景基础、加强综合要素保障四大方面入手,推动低

据不完全统计,目前,长三角地区包括上海市、杭州市、无锡市和苏州市等在内的多座城市正加入到“空中第一城”的争夺战中,通过加快推进低空经济相关政策出台落地,吸引eVTOL相关企业落户发展。7月15日,常州市发布的《常州低空经济高质量发展三年行动方案(2024—2026)》明确提出,到2026年,常州市力争集聚产业链相关企业150家,其中高新技术企业超50家,产业规模超过

300亿元。对于长三角地区多地竞逐“空中第一城”的原因,戴德梁行董事、华东区策略发展顾问部主管符锦滔在接受记者采访时表示,低空经济作为新兴产业,其落户有助于推动地方产业结构优化和升级,提高地方经济的竞争力和可持续发展能力。同时,低空经济企业的落户有助于引进先进的技术和管理经验,促进地方企业在技术研发、产品创新等方面的进步。



在世界人工智能大会暨人工智能全球治理高级会议(WAIC 2024)上,峰飞航空eVTOL展示公司产品。

本报资料室/图

空经济高质量发展。

根据杭州市的政策,对于在杭州市新落户(在本市经营不满1年)的低空经济企业,符合相关条件即可获得最高不超过1000万元的奖励。

多座城市为何不约而同地向“天空”要生产力?仲量联行华南区研究部总监曾丽告诉记者,低空经济产业链条很长且附加值高,产业辐射面极大,涉及飞行器研发制造、空域监管、应用场景拓展等领域,能够带动相关产业链上下游企业协同发展,形成产业集聚效应。

“低空经济在推动城市空间利用方式变革方面具有重要作用,是构建智慧城市、提升公共服务效能的关键组成部分。”曾丽进一步表

示,地方政府希望通过发展低空经济,提升公共交通运行效率和城市管理效率,优化城市空间布局、增强城市竞争力;通过吸引低空经济企业落户,推动本地产业结构升级和实现经济转型。

“此外,低空经济还能促进税收增长和创造大量就业机会,吸引高科技人才和资本,推动本地区科技创新,提升地区在产业链和经济循环中的地位。”曾丽告诉记者。

符锦滔在接受记者采访时也表示,吸引低空经济企业落户,会带动相关产业链发展,从而创造更多的就业机会,提高当地居民的收入水平。同时,企业落地运营和发展,也会为地方政府带来可观的税收收入。

发展潜力巨大

在出行成本方面,eVTOL航空器预计在实现规模化运营后,可以媲美专车的费用。

多地出手争抢低空经济企业的背后,折射出低空经济自身及其产业链对促进区域经济发展方面的巨大潜力。

据了解,以eVTOL为主要载体的低空经济能够提升出行效率,缓解地面交通压力。“对于类似上海市这种国际超大城市,从机场到市中心的交通接驳是非常典型的应用场景。未来,采用eVTOL航空器,从浦东国际机场直接快速抵达市中心核心区域,可将60—90分钟的地面车程缩短至10分钟,有助于极大地缓解交通拥堵,提升出行效率。”峰飞航空相关负责人告诉记者,在出行成本方面,eVTOL航空器预计在实现规模化运营后,可以媲美专车的费用。

和传统的直升机相比,eVTOL在价格、安全性等方面也具

有优势。据上述峰飞航空相关负责人介绍,eVTOL售价相对便宜,在运行时的噪音也较小。“当eVTOL升空后,上方的螺旋桨就会停止运行,进入固定翼巡航模式,靠尾部的螺旋桨推进,可以极大地减少噪音污染。”

与此同时,eVTOL具有很高的安全可靠性能。“以‘盛世龙’为例,总共拥有13个独立的动力单元,安全性和容错率都得以提升,加之‘盛世龙’有升力和尾推两套动力系统,在巡航状态遇到空速异常时,升力动力系统可以立即启动介入,帮助航空器稳定姿态,而后再实现缓降。这就相当于是一个大号的电子降落伞,可以使飞行器的安全系数更高。”峰飞航空负责人表示。

在曾丽看来,低空经济作为一种组合型的经济形态,其核心

需多方携手并进

低空经济的各种基础设施、监管政策等也需要航空器在实际场景中“飞起来、用起来”。

值得注意的是,低空经济发展还面临包括技术、应用场景、基础设施、监管政策等在内的多重阻碍,需要企业、政府等多方携手并进。

“目前,eVTOL还缺少常态化的真实应用场景,进行常态化飞行,以突显社会效益和经济效益。”峰飞航空相关负责人对记者表示,公司的2吨级eVTOL有能力在真实的应用场景中飞行,低空经济的各种基础设施、监管政策等也需要航空器在实际场景中“飞起来、用起来”,低空经济产业才能得到更好地完善和发展。

符锦滔分析认为,低空经济在商业化运营过程中还存在法律法规不完善、空域资源稀缺、资金投入不足等方面的阻碍。

“当前,相关法规的制定进度

相对滞后,无法满足低空经济快速发展的需求。法律法规不完善,也导致一些低空经济活动缺乏明确的法律依据,存在一定的法律风险。”符锦滔进一步表示,

空域资源不足也可能限制低空经济活动的规模和范围,影响其发展速度和市场前景。同时,低空经济领域的资金投入相对不足,难以满足快速发展的需求。

在曾丽看来,各级地方政府可以主动开展低空经济试点示范,在具备条件的城市和地区开展城市空中交通、低空物流等各类低空经济应用场景试点。“这些试点不仅可以作为展示低空经济发展潜力的窗口,也将成为吸引相关企业投资的‘磁石’,加速多元应用场景从概念到实践的转化。”

“希望地方政府牵头打造常

态化的应用场景,并给予运营方相应的支持。公司相信,典型的、有代表性的场景,一定会促进低空经济和相关产业的发展。”上述峰飞航空负责人向记者表示。

对于企业而言,随着越来越多的竞争者进入赛道,同质化竞争或将不可避免。“企业研发需深入调研不同领域、不同场景下的市场需求,明确目标客户群体和市场需求特点,形成差异化的竞争优势,提高产品和服务的市场竞争力。”曾丽告诉记者,企业应保持对市场趋势的高度敏感性,不断探索和拓展低空经济的应用边界,更好地匹配市场需求。

“企业可以通过技术创新加大研发投入,加快市场拓展,挖掘应用场景,创新服务模式等方式,进一步在低空经济领域发力。”符锦滔建议。

顶尖人才最高补助1亿元 “最强地级市”苏州全方位出手抢人

本报记者 方超 张家振 上海报道

打造引才引智“金字招牌”

“7月2日提交申请,4日就审核通过了,入住苏青驿站的过程很便捷,住宿不仅免费,环境也挺好的。”日前,赴江苏省苏州市求职的2024届大学毕业生韩浩(化名)这样向《中国经营报》记者介绍自己入住吴中区青年人才驿站的体验。

免费向前来求职的应届毕业生和青年人才提供住宿,正是有“最强地级市”之称的苏州市全方位抢人的一个缩影。公开资料显示,自2022年5月起,苏州市全面启动“苏青驿(站)”青年人才驿站项目,为赴当地求职的大学生提供免费住宿,最长入住时间可达14天。

在此基础上,苏州市进一步打出了“一套招才引智‘组合拳’,集成推出了“1+8”最新人才政策。在第十六届苏州国际精英创业周上,苏州市发布了《关于苏州市人才友好型城市建设的若干意见》(以下简称《意见》),提出5个方面共18条举措,全力招揽人才。针对顶尖人才,苏州市《苏州市顶尖人才计划实施办法》(以下简称《实施办法》)提出,将给予3000万元—1亿元的项目资助。

在打造人才高地的同时,苏州市亦在加速汇聚创新资源,推动经济高质量发展。记者在采访中获悉,在7月12日举行的第十六届苏州国际精英创业周签约仪式上,苏州市已完成签约项目2277个,同比增长8.53%,签约数量再创新高。

“苏州市将搭建人才创新创业的精彩舞台,构筑人才成长成材的一流生态,打造人才安居乐居的舒心环境,全力建设‘创新之城、创业之都、创富之地’,努力实现城市与人才的双向奔赴、共同成就。”江苏省委常委、苏州市委书记刘小涛在讲话中强调。

顶尖人才可享亿元项目资助

在全国大力发展新质生产力的大背景下,苏州市多地正结合自身特色产业,按下招揽人才、引进项目的“加速键”。

以吴中区为例,当地正围绕打造“全国机器人产业集群第一区”目标,大力招才引智。在今年举办的苏州国际精英创业周吴中分会场活动现场,当地发布了“机器人+人工智能”领域创新产品应用需求63项、企业高端人才岗位

分会场共有来自40多个国家和地区的3125名人才嘉宾携带3082个项目参加。

以苏州市下辖的县级市常熟为例,7月11日,2024年第十六届苏州国际精英创业周(常熟分会场)活动暨2024常熟昆承湖·胡润U30中国创业先锋活动(以下简称“常熟创业周活动”)在当地举办,主要聚焦低空飞行器、人形机器人等前沿赛道。

“当前,常熟市因地制宜大力

127个,最高年薪达150万元。

无独有偶,在苏州国际精英创业周相城分会场,当地聚焦先进新材料产业,推动产业链协同合作。“功能聚合物新材料产业链协同创新中心”项目和“高强韧铝合金新材料产业链协同创新合作”项目已正式启动。

7月13日,“苏州发布”官方微信公众号信息显示,在苏州国际精英创业周期间,当地已完成签约项目2277个,其中,新

业化工作会议”。会议提出了总体发展目标:用3年左右时间,力争形

成电子信息、高端装备、先进材料、新能源4个万亿级主导产业,规上工业总产值达5万亿元,实现质的有效提升和量的合理增长,推动GDP迈上3万亿元台阶。

为实现这一目标,苏州市仍需进一步发力。相关统计数据显

发展新质生产力,重点布局“南园、中城、北谷”三大“创新核”,涵养一流创新生态、打造一流营商环境,地处南园核心的常熟UWC+创新岛布局雅致、功能齐全、品质极享,将为人才创新创业提供广阔舞台和强大引擎。”常熟市委常委、高新区党委书记王建国介绍称。

据了解,通过举办常熟创业周活动,当地已吸引超过20个国家和地区的3500多名高层次人才携带创新创业项目前来对接,

一代信息技术占比13.9%、生物医药及大健康占比11.3%、新能源占比13%、高端装备占比11.9%、新材料占比11.8%、新兴数字产业占比15.6%。

值得注意的是,在苏州国际精英创业周期间,苏州市还针对各类人才出台了一系列支持政策。

例如,在提升人才当地就业体

验方面,《意见》提出:“用好市级高层次人才事业编制‘周转池’,完善

1124个优质项目在当地生根发芽。其中,英华特已在创业板上市,并涌现出了11家苏州市“独角兽”培育企业,9家国家级专精特新“小巨人”企业,聚复科技、英模、京创先进等已成长为行业细分领域龙头企业。

除常熟市,苏州国际精英创业周在苏州市下辖的昆山市、张家港市等地举办的分会场也看点十足。例如,张家港市举办人才基金“以投带引”合作大会,推出

校企双聘制度。给予来苏州求职面试的青年人才一次性交通补贴和最长14天青年人才驿站免费住宿。”

在给予顶尖人才项目资助方面,《实施办法》则明确:“按照A档5000万元—1亿元、B档3000万元—5000万元给予项目资助。特别优秀的,可给予上不封顶的特殊支持。”

对于苏州市对科技人才“情有独钟”的原因,东吴智库副院长屠立峰分析称:“科技人才是人才资源中最富创造力、最为稀缺的部分,是推动苏州市实现建设

总规模4.5亿元的人才一号母基金二期,并升级推出助力人才企业上市的“攀峰计划2.0”政策。

“张家港市已签约了一批优质投资项目,开展了众多高层次人才合作项目,举办了一系列对接洽谈活动。”张家港市主要负责人表示,这些举措落地见效,将为张家港市未来高质量发展注入澎湃动能,也将为苏州市成为“发展新质生产力的强劲增长极”提供有力支撑。

峰向记者分析称:“科技人才是人才资源中最富创造力、最为稀缺的部分,是推动苏州市实现建设

‘具有全球影响力的产业科技创新中心承载区’目标的重要动力源泉。”

公开资料显示,截至目前,苏州全市人才总量达390万人,高层次人才总量达42万人,留学回国人员超过6.3万人。苏州全市已立项顶尖人才和重大创新团队56个,支持姑苏创新创业领军人才3458人。

助力经济加速转型升级

持续加码人才支持政策,也进一步助力苏州经济迈上新台阶。

在工业发展方面,苏州统计局公布的数据显示,今年1—5月,苏州全市规模以上工业增加值同比增长10.0%;全市规模以上工业总产值18116.5亿元,同比增长6.3%。

作为“最强地级市”,苏州市无疑对工业经济发展有着更高的追求。记者注意到,苏州2024年“新年第一会”即为“全市推进新型工

业化工作会议”。会议提出了总体发展目标:用3年左右时间,力争形

成电子信息、高端装备、先进材料、新能源4个万亿级主导产业,规上工业总产值达5万亿元,实现质的有效提升和量的合理增长,推动GDP迈上3万亿元台阶。

而在经济增长从资源驱动向创新驱动转变的当下,科技人才与创新人才无疑是推动经济发展的核心因素。屠立峰告诉记者:“人口负增长的确定性趋势,人口老龄化和人口稀缺问题、传统经济转型升级和新经济增长动力转换对科技创新人才需求增加等,

都决定了城市出手‘抢人’必然是长期持续的城市发展‘刚需’。”

在诸多一、二线城市纷纷出手“抢人”的情况下,苏州市对人才有哪些吸引力?

在屠立峰看来,当前,年轻人求职不仅仅是“求生存”,更在意所在城市的生活品质和未来发展前途,苏州市就业空间较大、综合生活成本较低,相对而言具有显著优势。屠立峰同时指出,城市招才

上半年利润预亏超10亿元

建发股份入主难改红星美凯龙业绩颓势

本报记者 杨让晨 张振 上海报道

尽管建发股份(600153.SH)在入主一年后开出了一系列转型药方,但昔日家居卖场龙头红星美凯龙(601828.SH)今年上半年的业绩仍未见起色。

日前,红星美凯龙发布2024年上半年《盈利警告公告》,预计2024年上半年实现利润总额-16.4亿元至-12.1亿元,比2023年同期减少约14.67亿元至18.97亿元,由盈利转为亏损。

事实上,自2023年被建发股份收购后,红星美凯龙便开启了转型

由盈利转为亏损

“店里的业务不太好,生意有些淡,比去年差了一点,商场就没有再提高租金。”

根据公告,今年上半年,红星美凯龙净利润和归母净利润同比均由盈利转为亏损。其中,集团预期2024年上半年的净亏损约11.5亿元至15.6亿元,与2023年同期的1.13亿元相比由盈利转为亏损;预计2024年上半年实现归属于母公司所有者的净亏损为10.9亿元至14.7亿元,与2023年上半年度实现归母净利润1.28亿元相比,同样由盈利转为亏损。

对于亏损原因,红星美凯龙方面解释称,主要是受国内经济环境波动影响,家居建材行业面对需求收缩、供给冲击双重压力,房地产行业的萎缩也进一步导致家居零售市场需求低迷。

目前,记者在位于上海市普陀区的红星美凯龙全球家居1号店走访发现,目前该门店的开业商户较多,但每层楼分区的商户情况不尽相同,负一楼退租空出的门店相对其他楼层多,同时也有正在装修即将入驻的新门店。

在商场负一楼门窗区,一个与退租空置门店邻近的商户对记者表示,该商户并没有退租,而是搬到北馆去了。据该商户介绍,自己的门店租金每个月约为3万元,今年红星美凯龙方面没有提高租

之路,与包括建发汽车、联发集团等在内的“建发系”企业合作,开拓汽车、家电卖场业务。但从半年度报告披露的数据来看,公司转型效果仍有待观察。

对于红星美凯龙战略转型计划和建发股份如何支持赋能等问题,《中国经营报》记者分别致函红星美凯龙和建发股份,截至发稿时尚未收到进一步回复。“已经把采访问题转给公司相关负责人,如果领导不愿意回复就不会回复了。”7月17日,建发股份董秘办工作人员回复称。

金。“店里的业务不太好,生意有些淡,比去年差了一点,商场就没有再提高租金。”

另一家商户也给出了类似说法。不过,该商户同时表示,有几家门店在今年4月份退租了,并且在今年之前,商场方每年都会提高租金水平,但提高的幅度不是很大,大概为每平方米每月几块钱。

该商场一位工作人员向记者确认,今年商场没有涨租金。“140平方米的场地每年的租金大约为60万元,后续是否涨租金需要看具体情况,根据集团预算以及市场状况来综合决定。”

7月6日,红星美凯龙方面在《关于自有商场合同约定租赁租金及管理费较上月下滑的提示性公告》中表示,今年5月和6月,公司自有商场的合计合同约定租赁租金及管理费分别为5.32亿元和5.29亿元,其中,6月较上月下滑金额为296.3万元,下滑比例为0.56%。

“本次租金下滑不会影响公司的持续经营能力及长期发展。”红星美凯龙方面同时表示,“管理层认为,公司所处行业目前景气度仍需逐步恢复,出租率阶段性的短期下滑以及租金优惠可能会在一定程度上影响公司的投资性物业估值。”

频频跨界合作“建发系”

尽管跨界合作与转型动作频频,红星美凯龙业务和业绩表现也面临着短期压力。

自2023年控股权被建发股份收入囊中后,红星美凯龙就一直在谋求转型,并借助建发股份的优势,和“建发系”企业频频展开跨界合作。

7月12日,红星美凯龙发布公告称,董事会已批准公司与厦门建发订立采购商品协议、提供服务总协议及租赁总协议,以及与建发洁能订立购买电力框架协议。集团同意向厦门建发及其合营企业及联系人采购或通过其采购办公用品、酒水、家具、家电、家居饰品、行政福利产品等。

事实上,早在2023年7月,红星美凯龙便开启了与“建发系”企业建发汽车的合作。根据建发汽车彼时公告,红星美凯龙、建发汽车以及卡乃驰三方将充分发挥各自资源优势和专业优势,就二手车汽车连锁卖场、二手车供应链服务、二手车交易平台、车辆检测评估体系和金融保险等方面展开

合作,实现资源共享、共同发展。

今年1月,在红星美凯龙和建发汽车共同打造的π空间项目发布会上,红星美凯龙执行总裁兼大营运中心总经理朱桂华表示,π空间是真正的强强联合,优势互补。“一方面将激活红星美凯龙的商业空间存量;另一方面,建发汽车的专业运营,也将给汽车智能生态综合体带来成熟的运营和无限想象。”

除了和建发汽车合作外,红星美凯龙还和其他“建发系”企业联发集团、建发轻工展开合作,涉足定制家装及高端家电卖场业务。

今年以来,联发集团在多个城市的分公司与红星美凯龙达成合作,合作的内容主要涉及从房产到装修的全链条服务。

不过,尽管跨界合作与转型动作频频,红星美凯龙业务和业绩表现也面临着短期压力。红星美凯龙方面表示,公司主动拥抱



位于上海市普陀区的红星美凯龙全球家居1号店。

本报资料室/图

当今新消费行为模式下的变化,调整战略方向及商场的品类布局,以有利的商业条款吸引设计师、家装公司、新能源汽车等优质品类入驻商场,在招商引资、吸引品牌入驻的初期,暂时性给予了租金及管理费的优惠的商务条款,从而使公司租金收入及管理费收入出现阶段性下滑。

受此影响,今年上半年,红星美凯龙投资性物业估值相应下调逾8亿元。因战略性布局调整形成的本期损失逾1亿元,主要包括经管理层决策对个别回报率低于预期的门店进行战略性调整收缩,从而计提了相关一次性损失;基于高端家具自营零售业务战略调整,补提了存货减值准备。

如何打好业绩“翻身仗”?

大股东的资金缺口会影响公司的资金流动性和投资能力。

值得注意的是,红星美凯龙还陷入了公司二股东红星控股的重整风波之中。7月4日,红星美凯龙方面发布澄清公告称,公司与公司第二大股股东红星控股在业务、人员、资产、机构、财务等方面均保持独立,公司拥有经验丰富且稳定的专业管理团队。

“红星控股本次重整申请被受理不会导致公司控股股东与实际控制人的变更,不会对公司日常经营及财务状况产生重大影响。”

作为红星美凯龙新晋大股东,建发股份借助旗下两大地产平台建发房产和联发集团今年上半年拿地总金额达到345.4亿元,成为全国土地市场上最大的“黑

马”。在诸多房企土储投资有所收缩的情况下,建发房产在投资土地金额方面成功登顶,位居房地产行业第一。

不过,大举扩张也为公司资金储备带来了风险隐患。建发股份相关公告显示,截至2023年末,公司货币资金余额为1011.75亿元,可自由支配资金为955.48亿元,未来三年总体资金缺口为296.34亿元,“公司不足以通过自有资金满足未来三年业务发展所需的资金需求”。

大股东建发股份“钱紧”,二股东红星控股陷入重整泥淖,也使得外界对红星美凯龙的转型前景感到担忧。红星美凯龙方面在回复上交所监管函时表示,在建

发股份入主后,新管理团队基于经营管理效率提升的考虑,对个别商场进行了诸如闭店之类的优化调整,年度品牌咨询委托管理服务业务收入因此受到一定程度的影响。

对此,IPG中国区首席经济学家柏文喜告诉记者,大股东的资金缺口会影响公司的资金流动性和投资能力。如果大股东需要动用公司资金来弥补自身的资金缺口,则可能会对公司的财务状况和业务发展产生负面影响。“如果大股东的资金缺口与公司业务无关,且公司能够通过其他渠道获得所需资金,那么这种影响可能被限制。”

在大股东支持下,红星美凯

龙该如何打好业绩“翻身仗”?在柏文喜看来,红星美凯龙还可以进一步探索与现有业务相辅相成的新领域,以分散风险。“比如数字化转型、服务升级、资本运作等,利用数字技术优化供应链管理、提高运营效率,同时开发线上平台,拓展电子商务业务;提升服务质量,增加个性化和差异化服务,以提高客户满意度和忠诚度;通过资本市场融资,或者寻求战略合作伙伴,以解决资金缺口问题。”

柏文喜进一步表示,总体来看,红星美凯龙需要综合考虑市场环境、自身优势和潜在风险,制定灵活多变的发展战略,以适应不断变化的市场条件。

京沪二手房价格上涨

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

国家统计局最新数据显示,6月份各线城市商品住宅销售价格环比降幅总体收窄,新房和二手房销售价格环比下降城市分别有64个和66个,均比上月减少4个。

其中,北京、上海二手房在6月

各线城市新房降幅收窄

新房方面,根据国家统计局数据,1—6月,新建商品房销售面积为47916万平方米,同比下降19.0%,其中住宅销售面积下降21.9%;新建商品房销售额为47133亿元,下降25.0%,其中住宅销售额下降26.9%。

价格上,6月份70城新房价格指数环比下跌0.7%,连续12个月下跌,跌幅与5月持平。新房价格环比上涨的城市增至4个,较上月多2个。

其中,一线城市新房销售价格环比下降0.5%,降幅比上月收窄0.2

京沪政策效果显现

二手房方面,6月份70城二手房价格指数环比下跌0.9%,连续13个月下跌,跌幅比上月收窄0.1个百分点。二手房价格环比上涨的城市达到4个,相比上月零增长有显著改善。

其中,一线城市环比下降0.4%,降幅比上月收窄0.8个百分点,北京、上海今年以来首次转涨,分别上涨0.2%和0.5%,广州、深圳分别下降1.5%和1.0%。二线城市二手住宅销售价格环比下降0.9%,降幅比上月收窄0.1个百分点;三线城市二手住宅销售价格环比下降0.9%,降幅与上月相同。

据了解,今年5月17日,央行联合金融监管总局推出楼市重磅政策,包括取消全国层面房贷利率政策下限、下调房贷首付比例和公

份迎来今年首次上涨,环比分别上涨0.2%和0.5%。

中指研究院市场研究总监陈文静指出,当前在“以价换量”以及政策显效下,重点城市二手房市场活跃度保持在较高水平,新房市场活跃度亦出现一定边际改善,但市场调整压力仍在。步入7月,新房、

二手房市场活跃度有所下滑,部分城市政策效果持续性减弱。

短期来看,下半年“稳市场”“去库存”政策有望继续落地落实,随着各项举措积极显效以及高基数效应的明显减弱,新房销售规模下行态势有望进一步放缓,核心城市市场活跃度或将有所修复。

州前期政策优化后,6月市场情绪明显提升,新房成交规模环比均增长。

其中,杭州市早在5月9日就已出台“杭七条”,全面取消限购;5月31日浙江省响应中央“5·17”新政出台最新细则,首套首付调整为15%,取消商贷利率下限。

整个6月份,杭州新建商品房成交9460套,环比增加41.9%,同比去年也有6.4%的涨幅,新房市场成交量达到今年以来最大值,时隔数月再度超过二手房。

保持一致,商贷利率调整后首套为3.5%,二套为3.7%和3.9%,仍有下调空间。

随后,上海、广州、深圳纷纷跟进相关细则,上海市于5月27日出台“沪九条”优化调整房地产市场政策,包括降首付、优化限购、降利率等措施。因放开单身对外环内二手房的限购,且外环内“老破小”今年以来跌幅较高,市场价格继续下跌空间预期较小,部分客户在政策出台后选择尽快出手。整个6月份,上海二手房成交2.63万套,创下近3年新高。

北京则于6月26日跟进“5·17”新政细则,也是从2023年9月以来9个月时间里的第9次楼市政策优化。“6·26”政策调整后,首套和二套房最低首付比例分别降至20%和30%,与上海市、深圳市调整后的水准

海南多地鼓励高校学生扎根:凭学生证可购买1套房

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

“在海南省专科及以上高校就读的学生凭所在学校的集体户口或学生证,可在我市购买1套商品住房。”近日,海南省五指山住房和城乡建设局进一步优化调整房地产调控政策,出台包括上述“凭学生证购房”在内的多条措施。

7月17日,《中国经营报》记者通过海南12345热线与五指山市

住房和城乡建设局相关工作人员取得联系,对方表示,“凭学生证购房”新政已经落地,目的是为吸引人才,符合条件者可购买本市新房或二手房,涉及贷款操作事宜需购房者与银行再进行确认。

无独有偶,海南省儋州市、保亭县分别于6月24日、7月2日发布楼市新政,同步提及“鼓励高校学生扎根海南”,在海南省专科及以上高校就读的学生凭所在学校的集体户口或学生证,可在儋州、保亭县购买1套商品住房。

支持人才购房

7月12日,五指山住房和城乡建设局发布关于进一步优化调整房地产调控政策的通知,其中提及支持常住人口购房、支持人才购房、支持企业投资兴业购房等措施。新政还优化调整住房套数认定范围,即在当地购买商品住房,其他市县购买的住房不计入购房套数。

涉及支持人才购房方面,上述通知着墨较多。新政提出,支持各类人才购房。这些人才包括在五指山市党政机关、事业单位、国有企业领域服务的,通过顾问指导、短期兼职、候鸟服务、退休返聘、对口支援、项目合作或其他方式,为五指山市经济社会发展提供智力支持,与用人单位开展

服务的柔性人才;凡在五指山市服务的各类非本省户籍人才,取得全日制大专及以上学历证书(含国外、境外高校毕业生),或具有中级及以上专业职称、技师及以上职业资格、执业医师资格,或具有国家和本省已明确规定可聘任中级专业技术职务执业资格的,与工商登记注册在五指山市的企事业单位,签订劳动合同(或劳务合同)并服务满3个月及以上的,可享受本地居民同等购房待遇。

新政还支持重点企业职工购房,包括落地五指山市的发展热带高效农林产业、全域旅游产业、高新技术产业、医养康养产业、培训教育产业、生态化新兴产业等

房价涨跌分化

记者注意到,“支持人才购房”今年多次出现在海南多地房地产调控措施中,其中提及,人才落户海南的,本人及家庭成员在陵水县无自有住房

的,可在陵水县购买1套商品住房,落户满1年的可购买2套商品住房。

七大产业项目且已完成工商注册登记的企业职工。符合条件者,可享受本地居民同等购房待遇。

此次新政关注度较高的当属“鼓励高校学生扎根海南”。新政提出,在海南省专科及以上高校就读的学生凭所在学校的集体户口或学生证,可在五指山市购买1套商品住房。允许因到省外高校读书学习、工作落户在外省的原海南户籍人员在五指山市购买1套商品住房。这一提法此前也出现在儋州、保亭县发布的楼市新政中。

海南省统计局发布的数据显示,1—5月,五指山市房屋销售额约为1.79亿元,同比增长4.7%,销售面积为1.47万平方米,同比下降21%。

下转 B13

重庆“摩帮”迎变局 隆鑫通用将“易主”

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

重庆摩托行业大手笔收购事项仍在发酵。

日前，隆鑫通用动力股份有限公司(603766.SH，以下简称“隆鑫通用”)发布公告称，公司控股股东隆鑫控股有限公司(以下简称“隆鑫控股”)等十三家公司管理人已先后与重庆宗申新智造科技有限公司(以下简称“宗申新智造”)及重庆渝富资本运营集团有限公司(以下简称“渝富

资本”)签署了《重整投资协议》。

《中国经营报》记者注意到，若上述两份协议如约履行，宗申新智造将成为隆鑫通用第一大股东、控股股东，宗申新智造实际控制人左宗申将成为隆鑫通用实际控制人，渝富资本将成为隆鑫通用第二大股东。但宗申新智造的股东及其关联方存在经营摩托车及通用机械等业务，与隆鑫通用主要业务存在同业竞争的情况，隆鑫通用也因此情况收到监管工作函。

重整两度延期

隆鑫通用发布公告称，重整主体应在自法院裁定批准重整计划之日起9个月内，对债权人完成现金部分的清偿。

这一同业“A吃A”收购事项起于数年前隆鑫通用控股股东的破产重整。

披露信息显示，2022年11月，重庆市第五中级人民法院(以下简称“重庆五中院”)裁定批准了《隆鑫集团有限公司等十三家公司实质合并重整计划》(以下简称“《重整计划》”)。根据《重整计划》，隆鑫集团有限公司等十三家上市公司(以下简称“重整主体”)自法院裁定批准后12个月内完成《重整计划》。

此后，就控股股东重整事项，隆鑫通用陆续发布了十余份进展公告。但除前期对债权人进行部分现金清偿外，该事项整体推进较为缓慢。

2023年6月底，隆鑫通用发布公告称，重整主体应在自法院裁定批准重整计划之日起9个月内，对债权人完成现金部分的清偿。

根据彼时披露的债权清偿进展，相应重整事项中，职工债权约25.82万元已清偿完毕，并对债权金额在50万元(含本数)以内的普通债权人进行了部分现金清偿，总计金额约279.41万元。另外，重整主体收到联合投资人重庆发展投资有限公司(以下简称“重庆发展”)投资款16.28亿元，

全部用于偿还相应的有财产担保债权人。同时，隆鑫控股持有的渝农商行(601077.SH)约4.33亿股限售流通A股股票于2022年12月22日通过司法扣划至重庆发展。

此后，该重整事项几乎停滞。2023年11月，经重整主体申请，重庆五中院批准延长重整计划执行期限6个月至2024年5月。彼时相应重整主体认为，未能如期执行完毕《重整计划》，系由于重整投资资金未能如期筹措完毕。

至2024年5月，相应重整进展仍不预期。隆鑫通用当时发布公告称，由于重整主体资产体量大，产业板块多元，各产业板块分别匹配投资人组建投资团虽然耗时较长，但已基本完成，重整主体以此向法院申请再次延长执行期限，经重庆五中院裁定，批准延长重整计划执行期限3个月至2024年8月。

但据最新披露信息，截至今年7月，该重整事项中现金债权已清偿金额约为16.33亿元，与2023年6月底披露的清偿金额相比并无明显增长。并且，即便重新签署了上述两份投资协议，隆鑫通用及相关方也提示称，相应重整事项仍存不确定性。

宗申拟入主

根据7月12日最新披露信息，协议签署后，隆鑫系十三家公司重整管理人账户已于近日收到重整投资人宗申新智造支付的首笔重整投

资本6.73亿元。

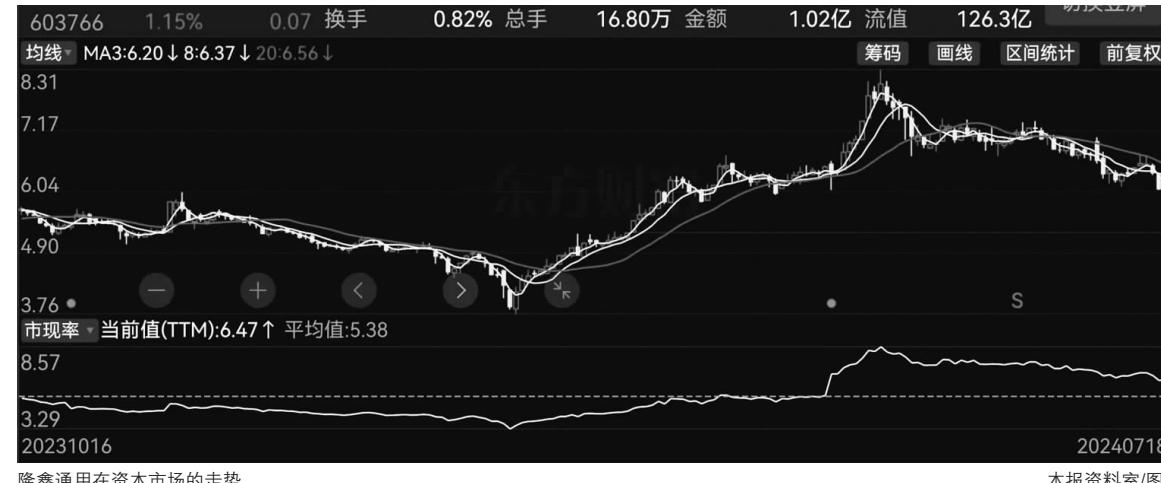
由于宗申新智造为重庆宗申动力机械股份有限公司(001696.SZ，以下简称“宗申动力”)参股公司，今年7月以来，随着相应《重整投资协议》签署，宗申动力也开始同步披露该重整事项进展。

根据双方披露信息，宗申新智造拟出资33.46亿元收购隆鑫控股所持隆鑫通用约5.04亿股股票，占隆鑫通用总股本的24.5513%。若相应交易完成，宗申新智造将成为隆鑫通用第一大股东、控股股东，宗申新智造实际控制人左宗申将成为隆鑫通用实际控制人。

按照宗申新智造将取得的隆鑫通用股票数量计算，对应每股6.6366元，较协议签署前隆鑫通用的收盘价略有折价。不过，连日来隆鑫通用股价出现波动，7月17日收于每股6.08元，已低于相应交易折价。

根据7月12日最新披露信息，协议签署后，隆鑫系十三家公司重整管理人账户已于近日收到重整投资人宗申新智造支付的首笔重整投资款6.73亿元。

值得注意的是，宗申新智造注册资本成立于今年3月底，距此次协议



本报资料室/图

签署约3个月。宗申动力此前发布公告称，设立宗申新智造是为进一步把握汽摩行业相关的项目投资机会，深化与相关方在汽摩领域的资源和业务合作。

同时今年5月份，在宗申动力2024年一季度业绩会上，就有投资者提问称，近期重庆本地企业隆鑫通用破产重组延期计划即将结束，贵司现金流充裕，且此前提及会积极寻找优质资产，那么隆鑫相关资产进入拍卖程序后，贵司是否会积极参与其中？对此，宗申动力仅回复称公司目前没有应披露而未披露的情况。

除宗申新智造外，隆鑫系相关方近日还与渝富资本签署了《重整投资协议》。按协议约定，渝富资本拟出资21.15亿元，收购

隆鑫控股所持隆鑫通用约3.19亿股股票，占隆鑫通用总股本的15.52%。按照渝富资本将取得的隆鑫通用股票数量计算，对应每股价为6.6361元。交易完成后，渝富资本将成为隆鑫通用第二大股东。

隆鑫控股共持有隆鑫通用约10.28亿股股票，占隆鑫通用总股本的50.07%。除宗申新智造和渝富资本拟受让的合计40.07%股份

外，根据《重整计划》，隆鑫控股所持隆鑫通用剩余10%的股份将按照普通债权相应比例抵偿给相应债权人。

不过，根据最新披露，截至7月12日，上述两份协议对应的目標股份尚未完成交割，交易完成尚具有一定的不确定性。同时，隆鑫通用控股股东的破产重整是否成功存在较大不确定性，《重整计划》亦存在延长执行期后仍不能实施完成的风险。若《重整计划》未能在延长执行期后完成，则隆鑫通用控股股东存在被宣告破产的风险。

同业竞争引关注

根据披露信息，宗申新智造的股东及其关联方存在经营摩托车及通用机械等业务，与隆鑫通用主要业务存在同业竞争的情况。

资料显示，隆鑫通用是研发、生产及销售摩托车及发动机、通用动力机械的企业，主要产品包括两轮摩托车、三轮摩托车、摩托车发动机、全地形车、通用机械和充电桩等。

宗申动力此前公告信息显示，宗申新智造是由宗申动力与关联方重庆宗申投资有限公司(以下简称“宗申投资”)共同出资设立。宗申投资是宗申动力实际控制人左宗申实际控制的企业。

目前工商信息尚无法查询上述两家公司对宗申新智造的具体

出资比例，当时暂定为宗申投资持股52.10%，宗申动力持股47.90%。彼时公告还显示，宗申动力投资金额不超过6.5亿元，持股比例低于50%；宗申投资股东宗申产业集团有限公司将会按照出资金额对宗申投资进行增资，以满足宗申投资的出资需求。

资料显示，宗申动力主要从事中小型动力机械产品及部分终端产品的研发、制造、销售等业务，主要产品包括发动机及配件、通用汽油机、耕作机、割草机、水泵机组、汽油发电机组等整机及零部件；摩

托车零部件、汽车零部件等。

根据披露信息，宗申新智造的股东及其关联方存在经营摩托车及通用机械等业务，与隆鑫通用主要业务存在同业竞争的情况。宗申新智造与隆鑫控股方面的相应交易还需履行反垄断主管部门的经营者集中审查。

宗申动力则在公告中表示，相关交易完成后，隆鑫通用部分业务将会与公司形成同业竞争，公司将敦促控股股东解决同业竞争问题，但具体实施方案尚存在不确定性。

因此在相应协议签署时，隆

鑫通用还收到上交所下发的监管工作函，就公司控股股东重整进展情况涉及同业竞争，明确监管要求。

就相关问题，记者致电致函隆鑫通用证券部采访，对方表示已收到相关采访函，但近期暂无时间接受采访。同时，记者致电致函宗申动力证券部采访，对方表示相应事项主要是控股股东方面在推进，上市公司参与并不多；对于能够回复的部分，对方表示将会汇报领导，后续可以将会回复。截至发稿，未获对方回复。

前任大股东资金占用罚单落地 ST凯撒“摘帽”有望？

罚单落地

本报记者 庄灵辉 卢志坤
北京报道

时隔两年多，凯撒同盛发展股份有限公司(000796.SZ，以下简称“ST凯撒”)终迎“摘帽”曙光。

日前，ST凯撒发布公告称，收到中国证监会监督管理委员会海南监管局(以下简称“海南证监局”)下发的《行政处罚事先告知书》，因前任控股股东资金占用信息披露违法违规及其他事项，海南证监局拟对公司给予警告，并处以550万元罚款。

不久前，ST凯撒刚刚“摘星”。彼时ST凯撒还曾披露，公司“戴帽”所涉仅余上述资金占用相关事项，相关非经营性占用资金已全部归还。随着此次罚单落地，“戴帽”两年多的ST凯撒也可能启动“摘帽”进程。

截至目前，公司仅因前期资金占用事项仍触及其他风险警示情形，因此公司正在积极跟进该事项的处罚结论，以加快公司“摘帽”进程。”ST凯撒方面回复《中国经营报》记者采访时表示，目前该事项仍处于上述《行政处罚事先告知书》程序中，尚待海南证监局出具正式的行政处罚决定。公司将持续关注上述事项的进展情况，严格按照规定及时履行信息披露义务，并在情形消除时及时向深交所申请撤销其他风险警示。

何时“摘帽”？

因披露上述资金占用事项，ST凯撒2022年度财务会计报告被审计机构出具非标审计意见，且当年触及财务类退市风险警示指标，ST凯撒股票于2023年5月“披星戴帽”。而早在2022年5月，ST凯撒股票就已因2021年度内控报告被“非标”而“戴帽”。

直到今年6月，ST凯撒成功“摘星”，并撤销部分其他风险警示情形。根据当时的公告披露信息，

代关联方支付费用、委托贷款、没有真实商业背景的股权投资及预付款项、保理放款等形式，与凯撒世嘉旅游管理顾问有限公司(以下简称“凯撒世嘉”)及其关联方发生非经营性资金占用。

ST凯撒2023年度内部控制审计报告为标准无保留意见，主要银行账户解除冻结，公司2020年度至2022年度扣除非经常性损益前后净利润孰低者均为负值，且2022年度财务报表被出具了带持续经营重大不确定性的无法表示意见审计报告情形已消除，故相应“戴帽”指标已申请撤销。彼时，ST凯撒还表示，公司“戴帽”指标仅余上述资金占用事项。

实际上，上述资金占用事项被立案调查前，ST凯撒已于2023年4月底发布自查公告。公告信息显示，经初步自查，截至2022年12月31日，凯撒世嘉及其关联单位与上市公司存在7.81亿元非经营性资金往来构成非经营性资金占用。在更新前后的2022年报中，ST凯撒披露的其与凯撒世嘉及其关联方的非经营性资金占用金额也为7.81亿元，截止日期同为2022年年底。

对此，海南证监局拟对ST凯撒给予警告，并处以550万元罚款，并拟对相关责任人处以罚款等处罚。其中，拟对ST凯撒原实控人陈小兵给予警告，并处以750万元罚款，且拟对其采取5年证券市场禁入措施。

对此，海南证监局拟对ST凯

撒给予警告，并处以550万元罚款，并拟对相关责任人处以罚款等处罚。其中，拟对ST凯撒原实控人陈小兵给予警告，并处以750万元罚款，且拟对其采取5年证券市场禁入措施。

此外，因上述资金占用事项被立案调查前后，ST凯撒正经历整改。2023年年底完成整改后，ST凯撒控股股东变更为青岛环海湾文化旅游发展有限公司，实控人则变更为青岛市北区国有资产运营发展中心。

业绩修复

伴随“摘帽”的进程，ST凯撒的经营业绩从去年开始已逐步恢复。

资料显示，ST凯撒于1997年上市。2015年，该公司因重组借壳上市更名为“凯撒旅游”，成为国内第二家上市的民营旅行社。后于2019年更至现名，目前该公司旗下拥有旅游、食品及目的地三大核心业务板块。

披露信息显示，2023年，ST凯撒实现营收5.82亿元，同比增长89.90%；归母净利润6.07亿元，同比增长158.68%；扣非归母净利润-3.5亿元，减亏66.26%。2024年一季度，ST凯撒营收为1.61亿元，同比增长109.51%；归母净利润-0.14亿元，同比减亏66.39%。

面对影响。

业绩修复的同时，ST凯撒扣非归母净利润仍未扭亏。对此，ST凯撒方面回复称，对比同行业企业，公司尚未扭亏为盈主要是公司有以前年度累计负面影响，供应商、客户信任度和满意度的回升需要一定的周期。另外公司作为出境游零售服务商，长期以来凭借自身的产品研发能力采用零售销售模式，因此恢复稍微缓慢，这也是保障公司毛利率较高水平的原因。

“公司已发布2024年半年度业绩预告，公司净利润已在逐步减亏，下半年也会在业务促进提升的基础上，持续通过内部优化节约管

理成本、降低采购成本、提高产品附加价值等多形式提高毛利水平。”ST凯撒方面表示，目前公司负面清单已逐渐解决，在流动资金得到补充后，公司也在逐步优化产业链，精进产品研发，加大获客渠道，加速业务的扩张，推进新业务的快速落地，以进一步提升公司盈利能力及稳健发展。

值得注意的是，今年6月底，ST凯撒还公告称，因经营发展需要，公司近日新增北京办公地址。对此，ST凯撒方面回复称，公司新增北京办公地址，主要系配合出境游业务在华北地区的全面恢复。目前，公司及旗下三大板块分别在海口、北京、青岛三地办公，充分利

用三大地区优势同聚合力，联动推进产业发展。

根据回复信息，目前ST凯撒三大板块中，旅游板块公司合伙人大连门店已在北京、天津、西安等地区开业，渠道陆续在加大力度拓展；食品板块在稳健发展的同时，将深化与国内机场的合作，寻求新的业务开拓；新成立的目的地板块于2024年设立了青岛目的地子公司，已依托青岛优质旅游资源，逐步开始启动“海上旅游”“特色历史文化街区”“创新型度假村”等精品文旅项目的规划。

细化业务规划的同时，ST凯撒后续能否顺利“摘帽”，记者将持续关注。

广州沙溪村百亿旧改一波三折 星河湾入局“救场”？

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

广州沙溪村更新改造实施方案批后表决即到期之际，这一百亿旧改项目传出变更实施主体的消息。

近日，广州市番禺区洛浦街沙溪村股份合作经济社称，收到上海升龙投资集团有限公司（以下简称“升龙集团”）、广州市方圆房地产发展有限公司（以下简称“方圆地产”）、广州升龙方圆置业有限公司

（以下简称“广州升龙方圆”）发来的《关于引进星河湾集团参与沙溪村更新改造的函》。该函件指出，决定引入广东星河湾房地产（集团）有限公司（以下简称“星河湾”）参与沙溪村更新改造工作，相关合作协议已达成。

2019年7月，升龙集团和方圆地产组成联合体，竞得沙溪村旧改项目合作企业资格，随后成立项目公司——广州升龙方圆。2020年

升龙、方圆寻求外援

沙溪村旧改的推进被资金周转的“乌云”所笼罩。

时隔一年，记者走访沙溪村注意到，去年为宣传旧改美好愿景所挂的横幅已经破烂不堪，取而代之的是印着“保方案、保利益，确保未来利益不打折”的崭新动员条幅。据悉，沙溪村旧改实施方案批后表决将于今年7月底到期。现如今，村内部分已清租建筑人去楼空，墙面斑驳陆离，但记者也看到，一些门头色彩鲜艳的商铺在去年店铺关停的位置又重新开了起来。

公开资料显示，沙溪村旧改项目被列入《广州市2018年城市更新年度计划》及《广州市城市更新三年行动计划（2019—2021年）》，2020年7月31日，沙溪村旧改项目实施方案取得批复。根据批复文件，沙溪村改造范围内现状总建筑面积约为213万平方米，改造成本约为247.78亿元（如实际改造成本超过该数额，实施主体需自主筹资解决超出部分的资金，政府不再安排融资面积）；前期费用为1879.42万元，应由实施主体归垫；复建安置资金约为198.04亿元，依照相关规定纳入监管。项目改造按“整体实施改造，一次性搬迁”的原则实施建设。

上述批复文件显示，项目实施方案自批复之日起三年内需经村民和世居祖屋属人总人数的80%以上表决通过，方可生效实施。去年7月，沙溪村旧改冲刺“八成表决通过率”进入倒计时之际，项目实施方案批后表决时间获批延长一年，签约时间相应延期。也就是说，截至2024年7月底，若签约率不能达到80%，项目实施方案或面临重新报批。

此前，沙溪村所在的广州市番禺区人民政府洛浦街道办事处（以下简称“洛浦街道办”）方面对记者表示，推进沙溪村旧改批后表决期间遭遇了一些难题，主要包括部分霸地建房、违规租赁等非法既得利益者坚决反对旧改；部分村民信心不足，担心烂尾；部分村民因家庭利益分割纠纷问题，迟迟不能表决。7月17日，记者就沙溪村旧改实施方案目前表决通过率情况采访洛浦街道办方面，相关负责人仅表示：“后续公示为准。”

事实上，沙溪村旧改的推进被资金周转的“乌云”所笼罩。据洛浦街道办披露，今年年初，沙溪村旧改履约保证金存在动用情况，用

于沙溪村更新改造实施方案取得批复，但因签约率未达标一拖再拖。去年7月，该项目实施方案批后表决时间延长一年至2024年7月31日，眼下即将到期。

上述函件显示，在正式成为沙溪村旧改项目的改造实施主体后，星河湾将提供巨额资金保障改造工作顺利开展，同时将统筹项目的各项推进工作。部分村民表示，对比升龙集团和方圆地产，星河湾在

旧改经验和资金实力方面更具优势，由其负责沙溪村旧改或许更有保障。也有细心的村民发现，上述函件唯独少了星河湾的落款盖章，其是否“入场”未定。

对于上述相关问题，星河湾方面对《中国经营报》记者表示：“暂时无可奉告，以官方消息为准。”就沙溪村旧改进展一事，方圆地产相关工作人员称：“不方便透露。”截至目前，升龙集团方面未有回应。



时隔一年，记者近日走访沙溪村注意到，去年为宣传旧改美好愿景所挂的横幅已经破烂不堪。

本报资料室/图

于补缴旧改合作企业及其关联企业拖欠的村集体物业租金和滞纳金等，后经协调，旧改合作企业将动用的3918万元资金补齐。

7月1日，方圆地产公告广州升龙方圆贷款逾期情况，即广州升龙方圆一笔用于沙溪村旧改项目的10亿元借款部分未能如期偿还，方圆地产为这笔借款提供4亿元担保，目前该笔贷款已获展期一年。工商信息显示，升龙集团、方圆地产目前均被列为被执行人，被执行金额分别为10.46亿元、1925万元。

升龙集团、方圆地产在《关于引进星河湾集团参与沙溪村更新改造的函》中表示，近年来，因政策

调整等非企业因素，尤其是2021年下半年房地产市场下行以来，沙溪村旧改工作受到重大影响，村民对沙溪村更新改造产生焦虑，“我们积极寻求对外合作，力求引入资金雄厚、品牌优质的企业参与沙溪村更新改造事业。”

从资金实力（银行存款）、企业品牌、产品质量、广州城中村改造和房地产开发经验等全方面多维度考量，升龙集团、方圆地产决定引入星河湾共同推进沙溪村全面改造项目。今年7月，上述主体达成合作协议，星河湾将绝对控股广州升龙方圆。根据政策法规，引入新的合作企业需经沙溪村表决同意后，报区政府部门审批。

“豪宅光环”背后

星河湾近两年的房地产销售收入已不足百亿规模。

如何？

“星河湾正处于新长征中最艰难的阶段。”黄文仔在2024新年讲话中如此表示。他进一步补充称，在这个房地产行业的寒冬，星河湾要点燃“三把大火”。在新阶段，“星河湾过去的成绩必须全部清零。”

星河湾官网显示，广州黄埔区萝峰旧村改造项目（以下简称“萝峰项目”）是公司参与的首个城市更新项目，改造总用地面积约79.44公顷，建筑面积约236万平方米。今年6月，萝峰项目完成第一批次共3541套回迁房的摇珠分房工作。根据公开资料，萝峰项目是黄埔区获批广东省“三旧”改造改革创新试点后批复的第一个旧村改造项目，项目实施方案于2019年3月获批，并引入星河湾参与合作改造。黄文仔曾表示：“我相信，新萝峰必将成为广州乃至全国城市更新的标杆。”

萝峰项目之后，星河湾在广州先后拿下番禺区塘步东村、西一村等四个旧村改造项目，以及黄埔区的贤江村项目。不过，除了萝峰项目，星河湾其他广州旧改项目在近年鲜少传出动静。

记者注意到，有网友于今年5月在地方政府领导留言板提问关于贤江村旧改进展情况，以及临迁费欠发问题。7月11日，广州市黄埔区人民政府作出答复称，贤江村旧改实施方案已于2024年1月13日获得区政府批复，目前正积极完成容缺资料的补充工作，旧改项目持续推进中。“今年以来，街道四次组织各方召开协调会议，督促星河湾解决临迁费问题。关于开发商是否退出的问题，目前贤江社区并未与星河湾解除合作关系。下一步，街道将持续跟进贤江社区旧改项目进程及临迁费发放情况。”

部分旧改项目进展迟滞之际，升龙集团、方圆地产所言那个将“提供巨额资金”参与沙溪村更新改造的星河湾，其真实境况究竟

截至2023年末，星河湾持有货币资金约58.06亿元，合并报表范围内有息债务余额为154.46亿元（非合并口径的有息负债为45.04亿元），其中，在6个月内到期的债务为4.24亿元，超过一年的债务金额为144.7亿元；短期借款为500万元，一年内到期的非流动负债为10.11亿元，应付债券为2.34亿元。

华发股份助力资本市场高质量发展

7月5日，珠海华发实业股份有限公司（以下简称“华发股份”）实施了2023年度权益分派，向全体股东每股派发现金红利0.37元（含税），共计派发现金红利约10.18亿元。自2004年上市以来公司已实施分红20次，累计派发现金红利约78亿元。

今年4月，《关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》的发布，引发资本市场热议。新“国九条”特别强调了对于实施稳健分红策略的优质企业的正面激励措施，提倡并鼓励企业采取更为灵活的分红策略，以进一步激发市场活力与投资者信心。

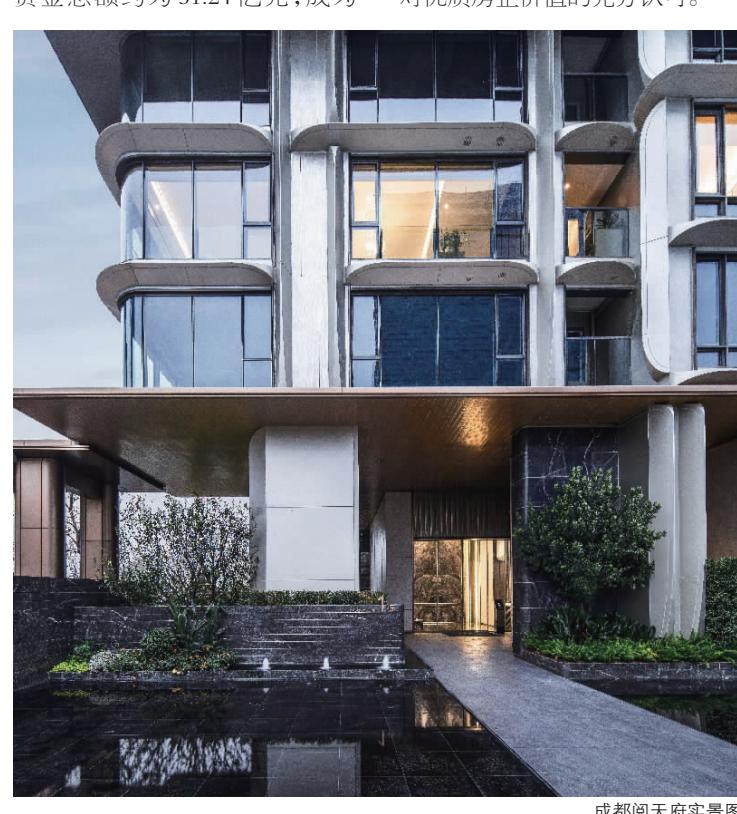
来自珠海的优质国资房企——华发股份，凭借多年的稳健经营和持续探索创新升级的产品体系，走在行业变革的前列，销售跃居行业第一梯队，表现出其强大的市场竞争力和发展韧性。

机制稳定 定增股权融资圆满完成

“第三支箭”政策发布后行业定增股权融资成功的案例。

华发股份此次发行不仅受到控股股东华发集团的鼎力支持，也受到市场专业机构投资者的高度认可，体现了市场专业机构投资者看好华发股份中长期投资价值。定增完成后，华发股份资产规模进一步增加，资本结构更加优化，有助于提升公司持续经营能力和市场竞争力。

华发股份此次定增圆满完成，体现了监管部门对优质房企开展融资的大力支持和资本市场对优质房企价值的充分认可。



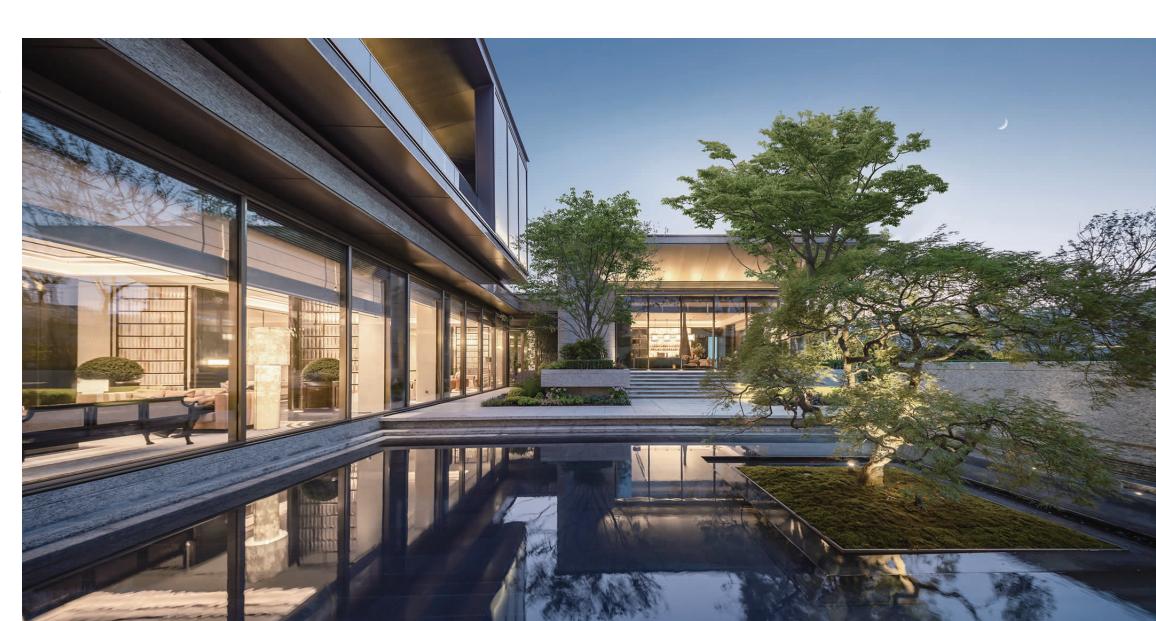
成都阅天府实景图

稳健经营 交出亮眼成绩单

华发股份能够持续受到资本市场的青睐，离不开公司稳健经营的支撑。2023年，华发股份销售再创新高，其中，合同销售额1259.9亿元，增长4.8%，连续四年稳居千亿阵营，位列克而瑞销售榜单第14位。进入2024年，华发股份依然交出了一份亮眼的成绩单。克而瑞2024年上半年中国房地产企业销售TOP200排行榜数据显示，华发股份以443.5亿元的操盘金额跻身榜单TOP10，同比去年上涨3名，稳健运营的企业形象深入人心。

华发股份多个项目获得佳绩，为上半年的业绩奠定了坚实基础。在大本营珠海、横琴、珠海琴澳新城等项目销量可观。

华发华南大区、广州长隆万博悦府、成都锦宸府、成都阅天府等



项目捷报频传。

华东大区，上海华发海上都荟、上海华发时代之城、南京金陵

月华等项目同样表现亮眼。

除此之外，华发积极响应“以旧换新”政策，将其在珠海大本营

的“直收+帮卖”双模式逐步推广至全国，在上海与南京更是直接下场回购二手房，引起市场热烈反响。

以科技助力行业发展 铸就“科技+好房子”产品体系

房地产领域正在经历一场深刻的转型，从单一的规模扩张转向注重产品质量、配套服务和科技创新等多元化竞争，提升产品力才是赢得市场的“制胜法宝”。秉承“品质中国、匠心筑家”的设计理念，华发股份迭代升级产品体系，为公司的长远发展及业绩的持续稳健增长奠定了坚实基础。

华发股份联合华为、亿航智能、海康威视等合作伙伴，于4月13日共同发布华发“科技+好房子”产品体系技术标准。这一标准集成了众多技术亮点和超过100项技术细节，包括智慧无人机

服务、数字智能社区、智能家居以及绿色低碳技术等创新元素。作为其中的代表作，华发旗下珠海·云玺项目将成功打造成为国内率先实现无人机配送功能的智能住宅区，标志着华发在好房子建设中率先实现智能化和科技化的标准。

7月4日，珠海国际会展中心迎来了一场盛会——“2024中国智能家居产业发展论坛”。此次论坛由中国房地产业协会主办，华发股份和中国房地产业协会内装家居专业委员会承办。华发股份总裁陈茵在致辞中表示：“当前，打造‘好房

子’以实现人民对美好生活的向往，是推动房地产业高质量发展、构建发展新模式的必然要求。”在论坛上，中国房地产业协会、中国建筑标准研究院等相关领导以及华润置地、招商蛇口、华发股份、华为、格力电器、亿航智能、摩根（中国）、海尔等行业代表，共同开启了《科技+好房子产品体系白皮书》的发布仪式。

论坛主办方中国房地产业协会组织开展《智能家居技术应用标准》编制工作，由中房协内装家居专业委员会与珠海华发人居生活研究院共同主编，将吸纳本次论坛

的新思路、新技术和新设计。业内人士普遍认为，此次论坛为房地产业提供了一套切实可行的标准和规范，将激发更多高质量住宅项目的涌现，为行业的持续进步与升级注入强劲动力。

华发股份在资本市场的出色表现，充分展现了其不断增强的企业实力，彰显了公司在行业中的地位和强劲的发展势头。展望未来，华发股份将秉承长期稳健经营的理念，不断优化和提升产品品质，为房地产业发展新模式的构建和房地产业新质生产力的发展贡献力量。

广告

国外游客带火“City不city” 暑期档文旅市场“热辣滚烫”

本报记者 郭阳琛 张振 上海报道

“City不city啊？好city啊。”外国博主“保保熊”在中国旅游时创造的网络热梗，正成为这个暑期文旅市场火热的一个缩影。

据了解，趁着暑期文旅旺季，祥源文旅、复星旅文、中青旅、中旅国际等文旅企业或开放新项目，或有针对性推出暑期相关的产品和活动。例如，7月11日，Club Med Joyview地中海邻境·黑龙滩度假村正式启幕，开业前的预售总交易额突破了7300万元。

与此同时，在72/144小时过境免签政策的推动下，不少国外游客尤其是旅游博主纷纷来到中国，在视频中展现中国人民的友

善、生活的便利、美食的丰富，催生出“China Travel”热潮。

“144小时过境免签政策的实施，有利于跨国人员在本地旅游消费，也直接对国内旅游景点客流提升起到促进作用。”祥源文旅相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示，文旅行行业还受益于民航航班量复苏，特别是张家界飞往韩国的航班达到每周52架次，明显感受到前来祥源百龙天梯和黄龙洞景区旅游观光的国外游客数量特别是韩国游客显著增加。

航旅纵横行业发展总监赵楠也表示，暑假期间，家庭游、亲子游、学生游等需求集中释放，推动了出入境航线客运航班量和旅客运输量双增长。

文旅产品密集上新

“暑假期间，祥源文旅旗下各景点推出了丰富多彩的旅游产品。”

作为全年文旅业的旺季，文旅企业正借暑期热度频频推出新产品、新服务。日前，祥源文旅发布全新品牌“祥源旅行”，致力于为消费者打造一站式休闲度假服务。

上述祥源文旅负责人告诉记者，“祥源旅行”瞄准旅游目的地“最后一公里”这块广阔市场，针对亲子家庭、“银发族”和“Z世代”等休闲度假人群，在“吃、住、行、游、购、娱”全链条与游客互动。

“暑假期间，祥源文旅旗下各景点推出了丰富多彩的旅游产品。”祥源文旅负责人举例称，安徽齐云山旅游度假区为全国18周岁以下游客提供免票服务；张家界武陵源区祥源百龙天梯推出免费送水、开展“国潮一夏”主题活动；湖南凤凰古城推出“疯狂夏日避暑狂欢”活动，包括水上飞人、泼水狂欢和“湘见沱江沉浸式艺术游船之旅”等。

无独有偶，7月11日，复星旅

文旗下Club Med地中海俱乐部旗下全新Club Med Joyview地中海邻境·黑龙滩度假村正式启幕。这是地中海·邻境产品线首次进驻西南地区。

“截至7月10日，黑龙滩度假村的预售总交易额已突破7300万元。”Club Med相关负责人表示，针对暑期游客，黑龙滩度假村开启了一系列夏日特别活动，宾客可在户外无边泳池参与充满动感的水上篮球，在草坪举办的亲水嘉年华来一场“水枪大作战”。此外，中铁黑龙滩国际旅游度假区内还设有水上桨板和皮划艇等运动项目。

据了解，中旅国际旗下景区举办了音乐节、啤酒节、灯光艺术嘉年华、沙漠集市以及水公园等一系列暑期活动。中青旅方面也表示，古北水镇暑期重点围绕“长城星空小镇”“消夏避暑小镇”拓展业务，利用景区内的河流、干渠、无边泳池、室内戏水设施等开展丰富的消夏娱乐活动。

入境游订单量翻倍

入境游复苏有赖于各环节产品和服务的持续优化。

“前几天，云南省扩大了过境免签政策范围。我从丽江入境，一路游玩了丽江、大理和西双版纳。今天，我刚到达上海就逛了外滩和城隍庙，生煎包非常好吃。”7月18日，在外滩黄浦江畔，来自加拿大的里查德向记者说道。

据悉，7月15日，中国144小时过境免签政策再度扩容。新增郑州新郑国际机场、丽江三义国际机场和磨憨铁路口岸等3个适用口岸，并在河南郑州航空口岸实施144小时过境免签政策，停留范围为河南省行政区域。同时，云南省144小时过境免签政策停留范围由昆明市扩大至昆明、丽江、玉溪、普洱、楚雄、大理、西双版纳、红河、文山等9个市(州)行政区域。

在免签政策利好助推下，一股“China Travel”热潮火速来袭。

国家移民管理局统计数据显示，今年上半年，全国各口岸入境外国人1463.5万人次，同比增长152.7%。携程统计数据也显示，今年暑期入境旅游订单同比增长1倍，上海、北京、广州、成都、西安、深圳、青岛、杭州、重庆、昆明是十大入境游热门城市。

“奥运热”带火出境游

法国、德国等欧洲地区在暑假迎来中国旅客出游高峰期。

德国欧洲杯刚刚战罢，巴黎奥运会即将盛大开幕。全球接二连三的重大赛事，让本就火爆的暑期出境游市场更为繁荣。

航旅纵横大数据显示，“暑运”前半个月，出入境航线实际执行客运航班量超过3.1万班次，同比增长约58%；出入境旅客运输量同比增长约70%。由于暑假与德国欧洲杯赛期重合，中国内地前往德国的机票预订量超过5.2万张，同比增长约1.1倍。

赵楠告诉记者，从出境游目的地来看，曼谷、首尔、香港、东京、新



今年暑期，凤凰古城景区推出“疯狂夏日避暑狂欢”系列活动。图为游客在凤凰古城沱江边体验“泼水大作战”。
本报资料室图

显著增加。

“民航复苏也至关重要。张家界已开通直飞韩国釜山、大邱、首尔、清州、务安五个城市的航线。每周航班52架次，韩国游客只需3个多小时就可抵达张家界，并实现30分钟便捷通关。”祥源文旅负责人感慨道。

入境游复苏也有赖于各环节

产品和服务的持续优化。自2023年以来，为提升入境游支付便利化水平，人民银行明确了“大额刷卡、小额扫码、现金兜底”支付原则；多地景区取消门票预约，也有效改善和提升了境外游客旅游体验。

据携程研究院高级研究员沈佳旎介绍，携程推出了“零钱包”产品，内含20元、10元和5元等小面额纸币若干，用于游客解决支付行李超重费用这类突发情况；同时，在上海外汇局指导下，开展在酒店办理外币兑换业务试点，当境外游客在携程已授权酒店办理入住时，能在酒店前台办理小额兑换业务。

“针对境外游客购买门票的需求，携程旗下Trip.com联合国内2000多家景区开通在线购票服务后，还在八达岭长城、秦始皇陵兵马俑等近30家景区落地国际版售票机。”沈佳旎进一步表示，Trip.com已上线超过8000条日游产品，故宫博物院半日游、慕田峪长城一日游、上海影视乐园+朱家角古镇一日游、丽江玉龙雪山一日游、峨眉山+乐山大佛一日游等产品销量较高。

“从目前数据看，国内游客赴瑞士、法国、德国的定制游线路订单量较高。在跟团游线路中，奥地利+瑞士+德国13日跟团游、法国+瑞士+意大利12日跟团游、瑞士+德国13日跟团游等线路订单量较高。”沈佳旎总结道。

另据飞猪统计数据，过去一个月，该平台上赴巴黎的机票预订量同比增长近100%；马赛、波尔多同样受到游客青睐，飞猪平台赴马赛的机票预订量增长超5成。“法意瑞”“荷比卢德法”等为热门跟团游、包车游线路。

“目前，北京—伦敦、上海—伦

敦等前往欧洲地区的热门航线，含税机票价格保持相对稳定趋势。”

赵楠分析认为，民航暑运火热，首要原因在于暑期旅游市场需求旺盛。家庭游、亲子游、学生游等需求集中释放，推动了出入境航线的客运航班量和旅客运输量双增长。

赵楠进一步分析称，多国签证政策不断优化与国际航班加速恢复，为旅客出境游创造了便捷条件，极大地激发了旅客的出游热情。在此背景下，预计出入境航线尤其是中欧长途航线将加速恢复，进一步推动民航暑运繁荣发展。

皇家加勒比邮轮航线生变 取消2025年天津母港运营计划

本报记者 杨让晨 张振 上海报道

正处复苏通道的邮轮旅游市场再生变数。国际邮轮公司皇家加勒比(RCL.US)日前宣布取消了旗下“海洋赞礼号”邮轮2025年天津母港运营计划。

7月16日，一则皇家加勒比关于“海洋赞礼号”2025年航线部署调整通知的公告出现在社交媒体上。皇家加勒比在公告中表示，根据公司最新在各区域市场部署计划的慎重考量，原定2025年5月6日至10月8日期间于天津母港出发的“海洋赞礼号”邮轮航线将取消。“此

次调整是公司经过多方考量、慎之又慎的艰难决定，给您带来的失望与不便，公司深表歉意。”

皇家加勒比相关负责人在回应《中国经营报》记者采访时称，上述公告情况属实。对于公告中“多方考量”的具体因素，该负责人表示，公司对“海洋光谱号”在国内市场的表现感到满意，整体情况符合预期，这一调整对“海洋光谱号”的航线计划没有影响，公司坚定不移地致力于中国市场。“‘海洋赞礼号’2025年天津航次取消，是基于国际区域市场之间部署计划作出的调整。”

取消回归天津母港计划

目前，在皇家加勒比的官方预订渠道，原定于2025年5月6日之后从天津母港出发的“海洋赞礼号”邮轮航线船票已经无法查询，购买渠道已关闭。

记者通过皇家加勒比官方预订渠道查询发现，截至7月17日，自天津母港出发的“海洋赞礼号”船票仅有2025年5月1日天津—长崎—济州—天津6天5晚的航线，自2025年5月6日起至10月8日期间从天津母港出发的航线已经不再

显示。

对于已经购买“海洋赞礼号”船票的消费者，公司将如何退票和补偿？皇家加勒比上述负责人告诉记者，对于已经预订有关航次的消费者，公司会提供不同方案的改期和退订方案，通过消费者原预订渠道做好沟通。

记者获得的一份“海洋赞礼号”退票补偿方案显示，皇家加勒比对已经购买“海洋赞礼号”船票的消费者提供四种不同的补偿方



图为皇家加勒比旗下的“海洋赞礼号”邮轮。

本报资料室图

案，其中包括改期至“海洋赞礼号”5月1日航次，根据原“海洋赞礼号”航次继续选择2025年对应“海洋光谱号”航次以及退款等。

不过，皇家加勒比方面也在公告中表示，2025年经天津母港出发的“海洋赞礼号”航线取消，对“海洋光谱号”在上海宝山和中国香港的航线部署没有影响。“公司对中国邮轮市场的未来发展仍然充满信心。”

相关资料显示，在今年3月，皇

家加勒比方面官宣2025—2026年中国部署计划，包括“海洋光谱号”和“海洋赞礼号”在内的两艘17万总吨级国际巨轮将在中国上海、天津和香港三大母港进行“双船三母港”运营。

据了解，原定于2025年回归天津母港的“海洋赞礼号”早在2016年就已落户天津，是首艘于天津母港下水首航的国际邮轮。“海洋赞礼号”也是天津母港重启后首艘宣布回归的国际超大豪华

邮轮。

彼时，皇家加勒比方面表示，2025年，“海洋赞礼号”回归天津母港，将提升邮轮行业供给，进一步激发华北地区的旅游消费活力，推动区域旅游产业链的整体升级和发展。“同时，公司也希望可以吸引更多国际游客通过天津这一窗口深入了解中国的历史文化魅力与现代都市风采，促进国际间的文化交流与旅游合作，助力中国邮轮迈向新的高度。”

邮轮票价都出现了一定的价格波动，其中有不少邮轮航次的代理商价格最低降至3200元/人。在6月份，部分航次的代理商最低价格更是降至3000元/人以下。

有业内人士在接受记者采访时表示，中国邮轮市场需要深耕，品牌、产品、运营、营销、销售各个环节都需要坚持长期主义。“今年作为中国邮轮市场停摆四年后真

正意义上的重启之年，仍需一段时间才能复苏至之前的市场情况。同时，对于新进入市场的企业也需要尽快摸索、建立起成功的市场模式，推动市场进入良性循环。”

对于未来在中国市场的运营计划，皇家加勒比方面在公告中表示，公司将进一步致力于产品优化，全面提升品牌营销和渠道建设，力争将公司产品在中国市场的

影响力和宾客在公司产品上的客户体验带上一个新台阶。

“和各位旅业(指代理商)的携手共建、互助共赢是实现这一战略的关键。公司感谢各位旅业一直以来对皇家加勒比产品和业务的支持和帮助，期待在跟各职能部门和同业的共同努力下构建起一个具有可持续性、健康发展的中国邮轮市场。”皇家加勒比方面表示。

上接 B10

此外，引进并在海南实际工作尚未落户的各类人才，本人及家庭成员在陵水县无自有住房的，提供本人或家庭成员在海南省累计3个月及以上社保或个税缴纳证明，可在陵水县购买1套商品住房。值得注意的是，上述措施设置了有效期，有效期至2025年12月31日。

海南省统计局发布的数据显示，1—5月，陵水县房屋销售额约39.32亿元，同比下降42.8%，销售面积为13.23万平方米，同比下降47.8%，房屋销售均价约29718元/平方米，同比增长约9.7%，房价领跑全省。

在同样“支持人才购房”的儋州市和保亭县，根据海南省统计局发布的数据，1—5月，儋州市房屋销售额约15.83亿元，同比下降24.5%，销售面积18.17万平方米，同比下降19.4%，房屋销售均价同比下降约6.25%；保亭县房屋销售额约4.76亿元，同比增长84.7%，销售面积3.66万平方米，同比增长11.4%，房屋销售均价同比下降约13.68%。

1—5月，海南有9个市县房价出现同比下跌，9个市县房价同比上涨。其中，五指山房屋销售均价约12172元/平方米，同比上涨约32.5%，涨幅最高；东方市房屋销售均价同比下跌约33.3%，跌幅最大。

步长制药63亿元销售费用“富”了谁？

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

刚走出亏损泥潭的步长制药(603858.SH)，其在近日预告今年上半年净利润同比下降50%以上。

年报显示，步长制药主要从事中成药的研发、生产和销售，其心脑血管领域三个独家品种撑起公司大部分营收，但近三年，公司心脑血管产品毛利率持续下降。业绩增长乏力，再次显露了步长制药销售费用

常年居高不下的现象。

2021年—2023年，步长制药销售费用占营收比重均在50%左右。公司2023年度销售费用63.69亿元，其中市场、学术推广费及咨询费60.31亿元，占比94.7%。工商信息显示，步长制药披露的2023年度前十大销售费用支付对象中，有四家成立仅一年、注册地址相同的服务商在今年先后注销。往前追溯，步长制药2022年度及2021年度合作

的多个推广服务商也在近两年陆续注销，这些公司均没有参保人员记录，但与步长制药发生的交易金额动辄百万元以上，部分高达千万元。

财报显示，2023年，步长制药销售费用第一大支付对象为海南椰云众包科技有限公司(以下简称“海南椰云”)，交易金额约4.5亿元。5月22日，国家税务总局海南省税务局稽查局公告显示，因海南椰云税务登记地址没有该公司的工作人员

且无法联系该公司相关人员，相关涉税文书无法直接送达、留置送达、委托送达和邮寄送达。

公司合作的各个推广服务商之间是否存在关联关系？与这些服务商的业务往来是否涉嫌利益输送？针对上述相关问题，《中国经营报》记者致电致函步长制药方面，公司证券部相关工作人员称采访函收悉。但截至发稿，对方未进一步答复。

推广服务商接连注销

步长制药近三年销售费用前十大支付对象中已有十家公司在2022年—2024年期间注销。

营销优势一向为步长制药所津津乐道。据其披露，公司营销模式的核心竞争优势在于“脑心同治论”指导下的专业化学术推广，而其每年为此投入数十亿元的费用。

2021年—2023年，步长制药市场、学术推广费及咨询费分别约为79.56亿元、71.23亿元、60.31亿元，占销售费用总额比例均在95%左右。据步长制药披露，公司的市场、学术推广费及咨询费主要包括市场活动费、市场调研费、学术活动费、学术交流费，这也是公司近三年对前十大销售费用支付对象所支付费用的性质。

值得注意的是，步长制药近三年前十大销售费用的支付对象并不固定，但彼此之间存在千丝万缕的联系。

2023年，步长制药销售费用第一大支付对象为海南椰云，其同时是公司2022年度第三大销售费用支付对象(金额约5152.8万元)，与当年第二大支付对象湖南攸云网络科技有限公司(金额约6577.5万元，以下简称“湖南攸云”)受同一股东控制。值得一提的是，属地在海南的海南椰云为步长制药提供东北地区(辽宁、吉林、黑龙江)以及山东、河南、甘肃、青海的市场调研服务。

而在海南椰云晋升为步长制



业绩增长乏力，再次显露了步长制药销售费用常年居高不下的现象。

视觉中国/图

药销售费用第一大支付对象之前，海南海云椰信息咨询服务有限公司(以下简称“海南海云椰”)是步长制药2021年及2022年销售费用的第一大支付对象，交易金额分别约为2.34亿元、1.3亿元。工商信息显示，海南海云椰注册资本为100万元，参保人数为2人。值得注意的是，海南海云椰的注册地址与海南椰云、湖南攸云股东的注册地址相同，都在海南省澄迈县老城镇沃克公园8851栋。目前，海南海云椰已被列入经营异常名录。

2023年，海南海云椰、湖南攸云已经退出步长制药销售费用前十大支付对象之列，公司在这一年新进四家来自杭州的合作推广商，分别为杭州嘉辰凯越健康发展有限公司、杭州通汇融健康管理咨询有限公司、杭州凌凡昆达健康管理咨询有限公司、杭州研臻商策市场

营销策划有限公司，交易金额分别约1280万元、1132万元、915万元、914万元。工商信息显示，这四家公司均在2023年3月成立，注册资本为1000万元，无实缴资本记录、无人员参保、无联系电话，但拥有同一个注册地址，且在今年五六月份先后注销。

据记者统计，步长制药近三年销售费用前十大支付对象中已有十家公司在2022年—2024年期间注销，其均无参保人员，同一年度的多个支付对象为同一注册地址或拥有同一邮箱。销售费用支付对象为何出现变动？步长制药在公告中解释称，一方面，公司在保有稳定推广商的同时，为增加推广渠道的多样性及广泛性，以应对市场环境发展变化，对行业内推广商进行挑选，优胜劣汰；另一方面，国家为支持小

微企业发展推出各项优惠红利政策，公司选择这部分推广服务商相应可以享受价格优惠。

值得一提的是，贵州名帅酒业销售有限公司(以下简称“名帅酒业”)近三年稳居步长制药销售费用前十大的支付对象之列，涉及的费用性质为“购买商品”，三年交易金额合计约5733万元。工商信息显示，名帅酒业的实控人王秀珍为步长制药实控人赵涛的母亲。步长制药在公告中表示，与名帅酒业的业务往来是基于公司销售业务中的正常接待活动需求。除了名帅酒业，步长制药在2023年还向赵涛控制的宁波国帅酒业销售有限公司购买商品，金额约1081.2万元。

据步长制药披露，2024年，公司还将继续与上述两家酒业关联方发生交易。

双胰岛素项目研发终止 通化东宝上市后中报首亏

本报记者 苏浩 曹学平 北京报道

老牌胰岛素龙头企业通化东宝(600867.SH)出现上市30年来的首次中报亏损。

近期，通化东宝发布2024年上半年业绩预告，公司预计上半年实现归属净利润为-2.24亿元，与上年同期相比，将减少7.09亿元。这也是通化东宝自1994年8月上市以来，首度出现半年度业

绩亏损的情况。

《中国经营报》记者了解到，此次通化东宝业绩出现亏损，或与今年的胰岛素接续集采降价有较大关系。并且，通化东宝还决定终止一款胰岛素注射液研发项目临床研究开发工作，这也将直接影响通化东宝2024年上半年净利润减少2.7亿元。

针对因产品价格下调导致的营收减少及后续发展问题，记者

日前向通化东宝方面致函采访。通化东宝方面表示，作为国产胰岛素龙头企业，本轮胰岛素集采续标，公司积极响应国家医保局关于药品集中采购的政策号召，为减轻广大糖尿病患者的经济负担，助力医保降费，公司决定在国家胰岛素集采中主动进行降价，积极履行企业社会责任，通过降低产品价格，提升药品可及性和可负担性。

整体胰岛素产品价格降幅在15%左右。由于甘精与门冬系列胰岛素在公司收入结构中占比较小，因此降价对收入影响较小。与首轮胰岛素集采中选价格相比，通化东宝在接续采购中的中选产品价格均有一定幅度下降，这也直接导致通化东宝上半年业绩受到影响。业绩预告显示，上述降价影响叠加商业客户对库存进行控制与调整，影响公司发货因素，将减少通化东宝营业收入约5.38亿元。

与此同时，通化东宝还对集采实施前存在于流通环节的全部库存产品，原供货价与集采实施价格之间的差额进行一次性冲销或返还。经公司初步测算，上述业务将减少通化东宝营业收入约7200万元，扣除所得税影响后，将减少公司净利润约6120万元。通化东宝方面说。

为何通化东宝在新一轮胰岛

项目终止拖累业绩

导致通化东宝2024年上半年度业绩亏损的另一个重要原因，即公司终止了可溶性甘精胰岛素注射液(以下简称“THDB0207注射液”)研发项目临床研究开发工作。

据了解，THDB0207注射液属于目前唯一能将长效甘精胰岛素和速效赖脯胰岛素成功组合的复方制剂。6年前，通化东宝从法国SA ADOCIA公司处引进。

2018年4月26日，通化东宝与法国SA ADOCIA公司签订了《胰岛素基础餐时组合合作和许可协议》，根据协议内容，通化东宝将支付一定费用，以获得THDB0207注射液在大中华地区以及马来西亚、新加坡等国家地区的独家开发权、生产权和商业化权。

2020年三季度，通化东宝完成技术转移、制剂开发、注册批次生产工作，随后开展了临床前药学和质量研究、药理毒理研究，并制定了临床开发计划。

2023年10月，通化东宝收到上述该产品I期临床试验的总结报告，研究结果显示达到主要终点目标。此后，通化东宝启动了对该项目后续临床开发计划的修订和试验方案的起草工作。

2024年二季度，综合多位中国权威临床专家的意见，通化东宝得出需要补充开展II期临床试验的结论。若继续推进该项目，通化东宝将需要付出将近一年的额外开发时间来完成II期临床试验，同时，还将额外增加5000万元—7000万元开发支出预算，以及若继续推进需支付后续的里程碑付款。

“由于产品上市时间将比原计划延后一年，将进一步拉开与目前

国内已上市或年内即将上市的同类双胰岛素产品的上市时间，届时将面临多款同类双胰岛素产品的激烈竞争。”通化东宝方面表示，除了面临激烈市场竞争风险外，THDB0207注射液若后续研发和上市报批进展顺利，上市后还将面临产品获批上市即纳入国家药品集采、从而对产品定价产生巨大压力的风险，项目总体的预期收益降低。

因此，为合理配置研发资源，聚焦研发管线中的优势项目，经审慎考量，通化东宝最终决定终止THDB0207注射液临床研究开发工作。

通化东宝方面认为，基于THDB0207注射液项目已终止，出于谨慎性考虑，公司对该项目研发资本化金额6455.82万元全额计提资产减值准备，同时，对2018年已经支付给SA ADOCIA公司与该项目相关的预付商业化权利款金额2.54亿元确认为损失。

在扣除所得税影响后，上述两项会计处理将减少通化东宝2024年上半年度净利润2.7亿元，同时导致公司2024年上半年度非经常性损益减少2.15亿元。

对于上述接续集采及项目终

始贡献增量销售收入，为业绩增长提供新的驱动力。此外，公司也将在产品研发、对外合作、产品出海等方面继续发力，为长期高质量发展奠定坚实基础。

“下半年，公司发货与销售工作将恢复正常，除了集采续约供货，将继续深耕内分泌领域，加码布局创新药研发管线。同时，着重发力海外市场、海外市场，全力提升公司业绩，回报股东。”通化东宝方面如是说。

而就在通化东宝发布2024年中业绩预亏公告前后，公司还抛出回购、增持计划。

7月10日晚间，通化东宝药业发布了其2024年第二期股份回购计划，该计划将通过集中竞价交易方式进行。根据公布的回购方案，公司计划回购的股份总金额将不少于1.8亿元，不超过2亿元。回购的股份价格将不超过每股12元，且这一价格不会超过董事会审议回购方案前30个交易日公司股票交易平均价格的150%。

除了使用公司自有资金进行股份回购外，通化东宝还公布了其控股股东、董事长以及监事会主席的股份增持计划。

根据公告，通化东宝的控股股东通化东宝实业集团股份有限公司及其控制的企业通化盛睿企业管理中心(有限合伙)，以及董事长李佳鸿，计划分别增持公司股份。各方的增持金额将不少于4000万元，不超过6000万元，总计增持的股份数将不超过公司总股本的2%。

而监事会主席王君业也拟自公告披露之日起通过集中竞价交易方式增持公司股份，增持金额300万元—500万元。

光伏企业大面积亏损 “卖铲人”能否独善其身

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

光伏产业链各环节大面积亏损，而作为“卖铲人”的部分设备企业的业绩却逆势增长，这一鲜明的对比引发市场关注。

7月15日，奥特维(688516.SH)发布业绩预告，预计公司在2024年上半年盈利7.26亿元至7.72亿元，同比增长38.92%至47.7%。而此前，捷佳

业绩独美？

光伏产业链企业对于设备的付款周期一般要2~3年，存在去年的订单今年付款情形，设备企业的业绩变化需要关注下半年和明年。

光伏产业链制造端主要包括多晶硅、硅片、电池和组件四个环节。近年来，在技术迭代和市场需求持续增长的双重驱动下，以光伏硅片设备、电池设备以及组件设备为代表的核心环节，对高性能设备的需求不断增大。

奥特维是光伏设备行业中的细分龙头，主要产品是低氧单晶炉、大尺寸超高速硅片分选机、丝网印刷线、激光辅助烧结设备、光注入退火炉、大尺寸超高速多主栅串焊机等光伏设备。其中，该公司的串焊机作为光伏组件环节的核心设备，市占率超过60%。

而捷佳伟创是全球光伏电池设备龙头，主要产品包括湿法设备系列、真空设备系列、智能制造设备系列、光伏电池设备及工艺解决方案等。

过去两年，光伏硅片、电池和组件环节均有大量新产能释放。其中，在电池端，N型电池技术路线TOPCon和BC大量应用投产，特别是光伏电池、组件由P型PERC转向N型TOPCon，并且适用于N型电池的0BB技术的应用，都为光伏设备企业订单和业绩增长奠定了基础。

从业绩表现上看，奥特维预计2024年上半年实现营业收入41.97

亿元至44.62亿元，同比增长66.71%至77.24%；归属于母公司的净利润为7.26亿元至7.72亿元，同比增长38.92%至47.7%。捷佳伟创预计2024年上半年盈利11.65亿元至13.53亿元，同比增长55%至80%。

两家企业均表示，业绩增长的主要驱动力在于订单持续验收。近年来，特别是随着碳中和浪潮涌来，光伏行业新老玩家扩产加剧，叠加新技术迭代交织，这也让光伏设备企业赚得盆满钵满。

如今，光伏行业深陷供需错配

危机，设备企业是否真的能独善其身？在业内人士看来，光伏设备企业的表现相对市场反应有所滞后，今年上半年的业绩反映去年光景好的时间段。实际上，在目前形势下，订单执行是否会打折扣、回款是否发生逾期、新订单是否下降均存在风险。

上述两家企业人士未否定光伏大环境对设备企业可能造成的

影响，并向《中国经营报》记者肯定了当前业绩主要体现了去年的订单情况。而且，从拿到订单发货到验收之间存在一定时间周期，有的需要平均6~9个月，有的需要1年。

其中，奥特维人士表示，目前还存在基于新技术的设备需求，客户的需求还在，但可能会有一点延后。关于回款问题，其表示比较敏感，不方便回答。



图为2024年SNEC上海光伏展奥特维展台。

视觉中国/图

2024年一季度以来便出现大面积亏损。从2024年上半年业绩预告来看，光伏产业链各环节企业仅隆基绿能(601012.SH)、晶澳科技(002459.SZ)、通威股份(600438.SH)、TCL中环(002129.SZ)、爱旭股份(600732.SH)5家上市公司就预计亏损超百亿元。

除了奥特维和捷佳伟创之外，在2024年第一季度，连城数控(835368.BJ)、晶盛机电(300316.SZ)、迈为股份(300751.SZ)、帝尔激光(300776.SZ)、先导智能(300450.SZ)、金辰股份(603396.SH)、京山轻机(000821.SZ)等光伏设备公司同样出现业绩增长。

对比之下，由于光伏产业出现供需错配，企业竞争加剧，导致产品价格暴跌，光伏产业链企业自

2024年一季度以来便出现大面积亏损。从2024年上半年业绩预告来看，光伏产业链各环节企业仅隆基绿能(601012.SH)、晶澳科技(002459.SZ)、通威股份(600438.SH)、TCL中环(002129.SZ)、爱旭股份(600732.SH)5家上市公司就预计亏损超百亿元。

为何光伏产业链亏损，而设备企业却呈现不同走势？一位资深业内人士向记者表示，光伏产业链企业对于设备的付款周期一般要2~3年，存在去年的订单今年付款情形，设备企业的业绩变化需要关注下半年和明年。

一位光伏专家向记者表示：“光伏设备对市场反应相对滞后，因为去年光景好的时候的订单体现在今年上半年设备厂的业绩上。”

据了解，目前光伏设备行业主要采取预收款、发货款、验收款、质保金分期收款模式，并根据合同约定在不同阶段内收取。而且，光伏设备企业以验收确定收入，验收周期较长。

在业绩预告中，奥特维和捷佳伟创解释业绩预增原因时均指出，订单持续验收。但与此同时，奥特维和捷佳伟创人士也向记者表示，当前业绩主要体现了去年的订单情况。

捷佳伟创人士还向记者表示，设备厂商的业绩反映有些滞后，最后才反映到设备厂商。公司发货到客户验收有一个周期，通常为1年。

奥特维人士也称，公司拿了订单以后，会有一个平均6~9个月的验收周期。

回款风险

在目前形势下，设备企业的订单执行是否会打折扣、回款是否发生逾期、新订单是否下降都存在风险。

光伏设备企业的业绩变化与光伏行业产能投资周期、技术发展变化、消费者偏好等因素都存在关系。

随着2023年四季度以来光伏供需错配危机显现，叠加IPO和再融资收紧，光伏产业链各环节的投资潮开始逐渐降温，有的企业选择项目延期，有的企业选择终止项目。

不仅如此，伴随着光伏产业链各环节竞争加剧，部分企业失血严重，通过降低开工率、裁员、停产等措施缓解经营压力。在业内看来，整个光伏行业已经进入深度调整期，2024年下半年将是市场淘汰赛的关键期。

正所谓“辅车相依，唇亡齿寒”。业内人士对于光伏设备商的处境也有一些担忧。

上述光伏专家告诉记者：“在目前形势下，设备企业的订单执行是否会打折扣、回款是否发生逾期、新订单是否下降都存在风险。”

某光伏一体化企业人士则向记者表示，光伏设备企业的盈利能力将遭遇挑战，而且可能出现坏账风险。

奥特维方面曾在招股说明书中提及，若光伏行业发生不利波动，将产生较大影响，主要体现在：放慢或减少产能投资，可能对公司新签订单规模、销售价格等产生不利影响；对已签订单进行变更或推迟对公司产品的验收，影响公司正常经营业绩；收紧新签订单的付款条件、延长应收账款的支付周期等，从而对公司经营性现金流量产生不利影响。

那么，如今光伏设备企业的订单和回款情况表现如何？在2024年一季度业绩说明

会上，捷佳伟创高管表示，目前公司的订单都在正常执行当中，一季度订单主要是P型向N型的改造，二季度主要为新建TOPCon的订单，订单比预期好。

关于回款问题，捷佳伟创高管表示，收款一直是公司业务开展的重点。现在公司绝大部分订单是TOPCon相关设备，在客户结构中，头部企业占大头，回款风险较小，目前公司订单都在正常验收。同时，公司对订单的回款施加了措施，在订单签订时对客户进行分级，针对不同分级的客户有不同的付款条件；在订单执行期，公司会时刻关注客户经营情况进行相应调整。公司设备在出货前可以收到60%左右的设备款，以降低回款风险。

捷佳伟创人士告诉记者，订单情况还要看客户的情况，后续订单应该以海外为主。目前来看回款正常，并且在签单时也会对客户进行一些约束。

奥特维人士向记者表示，目前还存在基于新技术的设备需求，客户的需求还在，但可能会有一点延后。关于回款问题，其表示比较敏感，不方便回答。

记者注意到，以奥特维和捷佳伟创为代表的光伏设备企业在2023年业绩报告中便提示了有关存货发出至客户验收周期较长的风险、应收账款回收风险等。

财报数据显示，2024年一季度，捷佳伟创存货和应收账款分别为221.44亿元和30.13亿元，奥特维存货和应收账款分别为79.35亿元和19亿元，两家公司的对应数据环比2023年底均有所增加。订单能否顺利验收、回款，有待时间的检验。

鲁北化工定增3亿元扩张 加码氯化法钛白粉产能

本报记者 陈家运 北京报道

7月10日，鲁北化工(600727.SH)披露，其拟定增募资不超3亿元，用于年产6万吨氯化法钛白粉扩建项目。

鲁北化工证券部人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，

加码氯化法产能

钛白粉是世界上性能最优良的白色颜料之一，广泛应用于涂料、塑料、造纸、化纤等行业。

7月11日，鲁北化工发布公告称，拟通过简易程序定增募资不超过3亿元，扣除相关发行费用后拟全部用于年产6万吨氯化法钛白粉扩建项目。

鲁北化工方面表示，氯化法钛白粉生产工艺符合国家产业政策和行业发展方向。通过实施本次募集资金投资项目，公司氯化法钛白粉产能将进一步提升，产品结构更加优化，钛白粉清洁生产产业链优势逐步凸显，推动公司加快建设成为环保、高端、具有广泛影响力的大型钛产业链示范基地。

近年来，钛白粉企业一直致力于改进生产工艺，尤其是发展氯化法，以提升产品质量及性能、扩展应用范围及符合环保要求。相较于传统硫酸法钛白粉生产技术，氯化法具有工艺流程短、连续性强，装置体积小、生产能力大，自动化程度高、产品质量好以及“三废”排放少等优势。

此次产能扩张主要是基于国内外钛白粉市场需求相对稳定。据鲁北化工公告，此次项目将有利于公司把握行业发展趋势和市场机遇，实现生产规模化和精益化，进一步提高市场占有率，增强核心竞争力和持续盈利能力。

中研普华研究员洪前进向记

者分析称，鲁北化工是国内少数同时具备硫酸法和氯化法钛白粉生产工艺的企业之一，其氯化法钛白粉生产工艺在产品质量、综合能耗、环保压力等方面具有优势。通过加码钛白粉业务，鲁北化工有望进一步提升业绩和盈利能力。

2018年以前，我国氯化法钛白粉的产量占比为2%~5%。但是近30年以来，国际上钛白粉工业呈现出向氯化法生产工艺转移的发展趋势。

2019年，龙佰集团(002601.SZ)、中信钛业、鲁北化工等企业纷纷新建或扩建了氯化法项目。

鲁北化工当时披露，其拟作价14亿元收购山东金海钛业资源科技有限公司(以下简称“金海钛业”)

100%股权及山东祥海钛资源科技有限公司(以下简称“祥海钛业”)100%股权。其中，祥海钛业正在筹建年产6万吨氯化法钛白粉项目。

彼时，鲁北化工董秘在接受记者采访时表示，上述收购既符合有优质资产整体上市保值，又为今后钛白粉产业做大做强奠定了基础。据悉，鲁北化工新建项目总投资7.19亿元，建设期为19个月，由全资子公司祥海钛业实施。在项目全部建成后，鲁北化工将拥有年产超20万吨硫酸法和年产12万吨氯化法钛白粉产能。

对此，洪前进表示，鲁北化工

是国内少数同时具备硫酸法和氯化法钛白粉生产工艺的企业之一，其氯化法钛白粉生产工艺在产品质量、综合能耗、环保压力等方面具有优势。公司近年来不断推进产品升级和技术创新，如完成了金红石型钛白粉R6658产品升级转型，并推出了氯化法钛白粉新产品CR758塑料专用产品等。

根据钛白粉产业技术创新战略联盟秘书处统计，2023年全国钛白粉行业具备正常生产条件的全流程型生产商共42家，其中纯氯化法工艺2家，同时具有硫酸法和氯化法工艺的共3家，其余37家均采用纯硫酸法工艺。

鲁北化工方面表示，我国钛白粉行业正面临产能结构性失衡的问题，具体表现为低端硫酸法钛白粉供过于求，同质化竞争严重，而高端氯化法钛白粉仍需依赖进口。此次定增募投项目实施后，将扩大国内高端氯化法钛白粉的先进产能，进一步提升产能集中度，增强钛白粉产品的国际竞争力。

市场竞争加剧

近年来，钛白粉新增产能不断释放，其价格竞争尤其激烈。根据生意社披露的钛白粉价格情况，2020—2024年，中国钛白粉行业价格呈现先增长后下降趋势，2020年年中，钛白粉价格约为1.4万元/吨，随后逐渐增长至超过2.1万元/吨。从2022年6月开始，其价格有所回落，截至2024年5月，钛白粉价格为17133.33元/吨。

在此期间，多家钛白粉上市公司业绩出现下滑。

财报数据显示，鲁北化工在2021年至2023年的营业收入分别为45.31亿元、48.98亿元和49.94亿元；净利润分别为4.93亿元、亏损8830万元及1.01亿元。其中，该公司2022年净利润由盈转亏。

洪前进表示，钛白粉行业利润下滑的主要原因在于市场供大于求，产品同质化现象严重，进口增

幅较大，环保成本增加。事实上，国内氯化法钛白粉的市场份额逐年提升，但仍有新建或在建的硫酸法钛白粉项目将在未来投产，行业低端产能供过于求的矛盾仍很突出，市场竞争激烈。

根据钛白粉产业技术创新战略秘书处和化工行业生产力促进中心钛白粉中心统计，2023年中国钛白粉企业综合产量为416万吨，比上年增加25万吨，增幅为6.30%。不过，根据中国钛白粉综合产能及产量测算，2017—2023年，中国钛白粉产能利用率呈现波动下降趋势。其中，2023年产能利用率为80.00%，比上年下降3.2个百分点。

鲁北化工方面表示，我国钛白粉生产企业总体规模偏小，市场集中度较低，产品同质化，市场竞争日益激烈。如果公司产品性

能或质量在行业内的先进程度下降，未能及时根据下游市场的需求情况推出品质更高的钛白粉，可能会对销售规模和盈利能力带来负面影响。

不过，在价格优势及氯化法产能扩大的推动下，中国钛白粉企业在全球市场的竞争力逐步提升。数据显示，2019年国内钛白粉出口量突破100万吨，2023年出口量达到164万吨。近5年，钛白粉出口增速CAGR(年复合增长率)为13.10%。2021—2023年，国内钛白粉出口量占产量的比重分别为34.61%、35.82%、38.88%，出口占比逐年提升，钛白粉出口增速超过产量增速。

鲁北化工方面表示，未来随着国内钛白粉企业竞争力不断提升，预计钛白粉出口高增长的趋势将进一步维持。

2024年2月起施行的《产业结构调整指导目录(2024年本)》将硫酸法钛白粉项目(联产法工艺除外)列入限制类管理。

鲁北化工方面表示，拥有氯化法核心技术的钛白粉生产商市场份额将进一步扩大。因此，创新发展氯化法钛白粉技术，既是企业转型升级的需要，也是我国钛白粉行业走向世界的必要举措。

对于未来，洪前进表示，技术创新成为竞争关键，产品质量和品牌成为竞争重点，价格竞争依然激烈的竞争格局。企业应加强自主研发和合作研发，不断推出新产品、新技术，以满足市场的需要；同时注重产品质量控制和品牌建设以提升企业的竞争力；并通过降低成本、提高生产效率等方式来吸引更多消费者。

从国际来看，全球钛白粉产能排名前5的企业(科慕、特诺、泛能拓、康诺斯、石原)中，综合产能为360万吨/年，占比90%。相比之下，在国内，2019年前5名生产商产能占比为50%；前10名占比为67.6%。与国外这些行业巨头相比，国内企业的产能差距明显。

为迎合行业发展趋势，国内钛白粉企业近年来不断通过并购重组提升市场集中度。

以龙佰集团为例，2019年5

渠道分成之争再起 华为“清榜”腾讯游戏

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

腾讯旗下游戏《地下城与勇士：起源》(以下简称《DNF手游》)从各大安卓手机应用商店

下架后，其与渠道方的博弈仍在继续。

近日，有玩家发现，华为的应用平台大幅降低了腾讯游戏的曝光度。在华为应用市场和

华为游戏中心，无论是排行榜还是首页，腾讯游戏的推荐位都被大幅减少。

《中国经营报》记者从知情人处了解到，目前腾讯游戏向华

为渠道提供30%分成，低于华为应用市场游戏业务在中国内地通行的“五五分成”。但是腾讯方面在新一轮的分成模式商讨中希望进一步降低这一比例。对此，记

者向华为和腾讯方面求证，截至发稿双方均未置评。

其实，游戏厂商与安卓渠道的暗战早已爆发，而近年来，双方的纷争越来越明显。目前，腾讯、

网易旗下均有产品与安卓渠道切割。随着流量平台兴起，安卓应用商店的获客能力大打折扣，游戏厂商开始倾向于通过买量触及用户。



第30届北京国际图书博览会腾讯游戏展台。

视觉中国/图

分成博弈

“腾讯和华为这次计划续约，但是腾讯方面想改变合约的内容，希望自己更有利。”

7月17日，记者查询华为应用市场网页版游戏页面，发现热门推荐位的前十名中仅有《火影忍者》手游来自腾讯；华为应用市场的游戏畅销榜、人气榜、热门榜、飙升榜、热卖榜前十名中，均未出现腾讯游戏的身影。

而据游戏产业研究机构Sensor Tower数据，今年6月中国App Store手游收入榜上，前四名为腾讯旗下的《DNF手游》《王者荣耀》《和平精英》《金铲铲之战》，腾讯的《英雄联盟手游》位列第九名，《火影忍者》和《穿越火线》也位列TOP20。

6月20日起，《DNF手游》不再上架部分安卓平台的应用商店。但是，腾讯旗下其他游戏与各大应用商店的合作并未中止。

记者从知情人士处了解到，腾讯和华为每年8月商讨新一年的分成模式，目前腾讯游戏向华为渠道

提供30%分成，“腾讯和华为这次计划续约，但是腾讯方面想改变合约的内容，希望自己更有利”。

华为官网的《华为应用市场联运服务协议》显示，其应用市场游戏业务在中国内地的标准分成比例为50%:50%。

据该人士表示，即便30%的分成比例也低于“硬核联盟”(即安卓智能手机生态系统联盟，由华为、OPPO、vivo等一线安卓手机厂商组成)通行的“五五分成”，但腾讯认为在当前的市场环境下，这个比例仍然不划算，“腾讯不认为华为渠道能带来多少玩家。”

另据该人士透露，目前用户在华为应用市场和华为游戏中心仍然能通过搜索栏正常搜索到腾讯游戏，也可以正常下载。

关于上述事宜，记者向腾讯和华为方面求证，双方均未予回应。

下架反击

尽管这次的缺席只是短暂的，却将内容商和渠道的暗战撕开了一个口子。

华为应用市场降低腾讯游戏曝光度的前奏，是腾讯爆款新游刚“满月”就与“华米ov”为代表的安卓手机应用商店切割。

6月19日，《DNF手游》运营团队发布公告，宣布6月20日起，《DNF手游》将不再上架部分安卓平台的应用商店，推荐安卓端的新玩家前往官网下载游戏。据记者了解，这是腾讯旗下第一款选择下架安卓渠道的手游。《DNF手游》作出这一举动，实际情况为合约到期，产品调整

了发行策略。

《DNF手游》于5月21日正式上线。在上线之前，这款产品就有超过5000万人预约；开启预下载后，其登顶iOS免费榜；上线首日，这款游戏快速跃升iOS畅销榜第一。

Sensor Tower报告称，《DNF手游》公测后连续38天位居国内iPhone总榜和手游畅销榜的双榜首，其于6月28日将榜首短暂让给《王者荣耀》之后，在7月2日又重新回到冠军宝座。截至7月10日，该

游戏在中国iOS市场的收入已突破4亿美元，同时登顶6月全球手游畅销榜，终结了过去7个月《MONOPOLY GO!》对该榜单的垄断。

6月20日，《DNF手游》已经从多个安卓手机应用商店下架。

心动公司CEO黄一孟对此表示：“我司的《出发吧麦芬》不上渠道也能跑到畅销第四，稳居畅销第一的《DNF》更不会有压力。”腾讯与华为的恩怨在更早之前就已埋下。2021年元旦，因“未能如期续约”，腾讯游戏从华为平

台下架。尽管这次的缺席只是短暂的，却将内容商和渠道的暗战撕开了一个口子。

同样在2021年，网易CEO丁磊在电话会议上公开呛声安卓渠道的高分成：“海外只有30%，安卓厂商没理由分50%，这对产业生态非常不利。”

时至2023年和2024年，网易旗下的《全明星街球派对》和腾讯《DNF手游》先后不上架安卓渠道。游戏厂商开始以实际行动对抗渠道分成。

发行之变

2019年—2020年左右，新的内容平台兴起，聚集了大量用户，让游戏产品获客的方式有所转变，游戏厂商开始倾向于通过买量获客。

流量的转移、游戏研发的精品化，使渠道和游戏开发商的话语权此消彼长。

手机平台崛起之初，渠道提供了集中的下载通道。内容商被动以价换量，以高额分成作为代价，通过手机应用商店触及用户。App Store 30%的抽成比例被戏称为“苹果税”。2014年，OPPO、vivo、华为等手机厂商成立“硬核联盟”。以此为代表的渠道长久以来对游戏收入的分成比例高达50%。

即便对“五五分账”有所不满，由于用户获取方式的单一，游戏厂商也不得不咬牙交出这笔“过路费”。

“2015年到2018年、2019年期间，国内的渠道还是比较有话

语权的。”供职于国内一家腰部游戏厂商的资深运营人士showlo回忆道，“2019年之后，渠道在游戏发行中的比重开始逐年下降，2022年或2023年开始已经降到比较低的位置。”

2019年—2020年左右，新的内容平台兴起，聚集了大量用户，让游戏产品获客的方式有所转变，游戏厂商开始倾向于通过买量获客。

中金公司报告指出，游戏买量在本质上是效果广告，通过投放广告触达到潜在玩家获得用户。一方面，流量规模上，以快手、抖音为代表的短视频平台用户规模快速扩大，形成了新的流量聚集地；另一方面，商业模式上，程序化广告技术对广告投放

进行了递进式的优化，游戏买量的分发效率得到了提升。

上述形势的变化让渠道和游戏厂商面临两种不同的境遇：传统安卓渠道按照一贯思路从游戏厂商处分一杯羹，最大的筹码仅剩分成比例的降低空间，如何转变思路，重新赢得流量青睐成为难题；而对于游戏厂商而言，形势的变化则鼓励其将资源、财力用于打磨产品品质，提升自身品牌影响力。

直至今日，国内安卓渠道分成比例普遍仍以50%为主，仅有部分头部产品能获得单独议价的待遇。“我之前收到信息说渠道也对部分游戏实施阶梯分成。但这个调整带来的影响并不大，因为在渠道的流量真的很少。”showlo

对记者表示。

中金公司报告指出，精品内容可以在回避应用商店渠道的情况下通过较低的CAC(Customer acquisition cost，获客成本)获得用户，产生更大的LTV(Life time value，生命周期价值)。一方面，买量竞争激烈的客观趋势下，产品的品质成为了决定买量效果的终极因素；另一方面，买量的核心是更大流量的场景下更优的投放匹配CAC和LTV，买量效率的不同体现了投放能力的差异。此外，买量模式出现了新的增长引擎，即品效协同的营销思路带来品牌价值的积淀。“当前游戏买量的目的已经不止于单一的某款产品的推广，而是更看重厂商品牌的长期塑造。”

小游戏：买出来的繁荣？

本报记者 李哲 北京报道

经过短短几年的发展，小游

戏的用户规模便达到10亿大关。

近日，在微信小游戏开发者大会上，微信小游戏团队方面表示，

经过6年时间发展，小游戏拥有了一个高效、稳定、长线的经营环境。小游戏用户达到10亿，月活用

户5亿，用户使用时长持续增长。

《中国经营报》记者注意到，2024年上半年小游戏的在投游戏

数量正在逐渐逼近手游App。不过，游戏产业时评人张书乐表示：“缺少自己创新性体验的小游戏，

不买量就会死，这让其只能‘买量不能停’，而这几乎是大多数小游戏的通病。”

投放量直逼手游

根据数据研究机构DataEye发布的《2024上半年大陆市场手游效果广告白皮书》(以下简称《白皮书》)，2024年上半年内地市场手游App在投游戏数约1.46万款，同比2023年上半年的1.62万款下降9.9%，为近3年最低。

与之相对应的是，2024年上半年参投微信小游戏数超过1.39万款，同比增长42%。2022年和2023年同期，分别同比增长95%、73%。虽然小游戏投放数仍然呈增长趋势，但增速相较2022年和2023年有所放缓。而从投放量数据来看，在此消彼长之间，小游戏的投放量已经接近手游App。

《白皮书》中提到，手游App参投下滑，而小游戏参投增长背后，是不少App端中小厂商转战小游戏(特别是IAA小游戏)。

记者了解到，IAA(In-App Advertising)模式主要依赖于广告实现变现，而IAP(In-App Purchase)模式则主要通过销售虚拟商品或服务来实现收入。《白皮书》中提到，IAA小游戏门槛低，适合中小微团队快速入局验证，因此在数量上仍是大盘的中坚力量。不过，就收入、消耗、素材投放规模而言，则仍是头部厂商的IAP模式产品主导。

DataEye研究院数据显示，2024年上半年约有5200款微信小游戏买量投流，月均新游超过880款。其中，IAA小游戏在上半年有3400余款，占比约为65%。

对此，张书乐表示，小游戏是个降维领域，此前在手游赛道上，一些热门但过时的游戏，可以在技术迭代后逐步进入到小游戏

中，形成二次增长，这也是中小游戏厂商涌人的根本原因。而由于技术上的代差，其更多的只是手游市场的补充。对于一些休闲益智、塔防、卡牌等手游兴起之初的前主流游戏品类，小游戏会对其有所冲击。

在海外市场，小游戏的增长势头同样不可小觑。汇量科技联合创始人兼CEO曹晓欢提到，在2024年上半年，小游戏和混合休闲游戏的出海模式都显示出强劲的增长势头，还出现与短剧的创新性结合；整个游戏行业都在展现出蓬勃的活力和无限的可能性。

独立出海联合体创始人、总编于翔则表示，从历史经验来看，增长主要取决于三点：第一是否有新的区域性市场取得爆发。第二，市场上是否堆积出了新的爆款产品。第三，是否有新的风口助推用户涌入？而纵观这三个条件，在2024年唯有小游戏带来的风口勉强可以满足第三点，但问题在于这是一个典型的高流水低利润的赛道。因此最终结局如何不言而喻。

《白皮书》显示，在投放素材榜中，对于投放量较大的游戏公司，三七互娱有四款游戏上榜。其中，《寻道大千》位居榜首，《灵

魂序章》《无名英雄》以及《灵剑仙师》等今年上线的产品排名分别排在第3、第5以及第6名。

据悉，《寻道大千》在2024年上半年延续了去年强势的素材投放力度。上半年投放素材超过150万余条，大幅度超过排名第二的《向僵尸开炮》，毫无悬念的登顶投放素材榜。

对于小游戏市场的发展，三七互娱方面表示，这两年小游戏的数量显著增加，众多杰出作品崭露头角，它们成功触及了之前未被探索的新用户群体。这些游戏通过便捷的接入点，能够更精确地吸引目标玩家群体。它们提供的碎片化玩法和轻松的体验，为用户带来了一种更轻松的游戏形式，满足了用户对于轻松、短暂娱乐的需求，从而为游戏市场开辟了新的增长潜力。

三七互娱方面指出，其基于小游戏赛道积累的丰富经验，能够通过发行能力反哺研发，从立项环节便深度参与产品开发，挖掘到更适配小游戏赛道的产品，具备出色的产品迭代能力，并基于多年所积累的流量运营能力将优质产品触达更多泛用户。

“公司目前深度布局小游戏业务，一方面将持续通过长线运营能力拉长在运营产品生命周期，另外还通过自研与代理的方式储备了丰富的产品，将综合研发进度、市场环境等因素变化积极推进新产品上线。”

“买量不能停”？

在小游戏市场欣欣向荣地发展背后，同样存在一些隐忧。

记者注意到，上半年微信小游戏新增素材增长率仅7%。新增素材增速乏力，主要因为投放的主力军：头部厂商的混变(IAP)小游戏，生命周期往往较短，短短数月就会出现减少投放的态势。这背后反映出，小游戏无须下载、即点即玩，且高度依赖投流的特点。新品快速换血，一旦投起来后，同赛道老产品、次新产品就会受影响。一增一减中，总量增长乏力。

快速迭代的特性让小游戏犹如一些快消品牌的“快闪店”一样，在商场移动展厅上线，通过社交媒体传播制造热度，然后在特定时间周期内销售。

《白皮书》显示，小游戏市场变化节奏快，2023年上半年投放素材量第一的《咸鱼之王》在今年素材投放量下滑，仅排在投放素材榜第12名。对比去年同期，仅剩下《我是大东家》仍位居投放素材榜TOP10。

对此，张书乐表示：“缺少自己创新性体验的小游戏，不买量就会死，这让其只能‘买量不能停’，而这几乎是大多数小游戏的通病。”

此外，同质化严重的特性也在加剧小游戏的迭代速度。事实上，由于小游戏的门槛较低，一些创意性游戏迅速引爆网络之后，会被快速模仿。《白皮书》

中提到，《羊了个羊》带火的堆叠式三消类游戏火爆，引发大量“换皮”产品入市。而在《抓大鹅》《来消除吧》等刺激下，消除类游戏走向多样化、3D化。

“小游戏疯狂买量，则恰恰是跟着买量手游的足迹行进，此类买量游戏有一个共同特征，即换皮、山寨，不过是过去经典游戏玩法的复制粘贴，没有自己的体验护城河，只能靠买量来保持活跃度。”张书乐说道。

记者注意到，当前多家游戏公司的策略是手游App和小游戏双端并行，而当前的小游戏市场正成长为一个区别于传统手游的另一个增长空间。

微信小游戏团队方面表示，微信小游戏目前有超过5亿的月活用户，已呈现和传统游戏有较大不同的特点。第一是女性用户占比高；第二是三线城市用户占比一半；第三是用户年龄以24—40岁为主，分布多元。微信小游戏的用户呈现出更加多元、成熟，地域分布广的特点。

“此前，网页游戏如同PC上的小游戏一样，也是走过繁荣，然后平稳，其市场份额同样稳定，只是天花板并不高，做不大。”张书乐说道，“小游戏不能如过去网页游戏的打法，只是移植上代客户端游戏(网游、手游)，而应该是利用自己碎片化的游戏体验，去创新一些属于小游戏的品类，此前多个小游戏现象级爆款产品(如《旅行青蛙》《羊了个羊》)，都给出了一些思路，尽管没逃过‘月抛’，但也证明‘有创新可不依赖买量’的逻辑可行。”



Chinajoy中国国际数码互动娱乐展三七互娱展台。

视觉中国/图

从CV“四小龙”到大模型“四龙五虎” AI混战进行时

本报记者 曲忠芳 北京报道

时代的洪流滚滚向前，牵引前进的车轮也在不断更替交迭。在科技行业，业界时常会将

一些新兴的、有潜力的、四家典型的独角兽公司称为“四小龙”，体现了对这些“明星”公司的重点关注和期待。在人工智能(AI)领域，以计算机视觉识别

(CV)起家的“四小龙”还未远去，大模型“四小龙”“五虎”已然闪亮登场。

《中国经营报》记者注意到，CV“四小龙”指代的是商汤、旷

视、云从、依图四家计算机视觉识别技术公司；当下关于大模型的“四小龙”“五虎”的指代对象，业界尚未达成完全的一致，但大多指向智谱AI、月之暗面、百川智

能、MiniMax四家。除此之外，面壁智能、零一万物等明星公司也有望争取“五虎”席位。我们总结前后两代“小龙”的特点，不外乎出身或履历光鲜的创始团队、受

到资本机构的青睐与追捧、在市场上已获得大型客户的关注等。而不论是CV“四小龙”，还是大模型“四小龙”，AI技术的商业化价值仍在自证的过程中。

亮丽的创始团队 对风险投资的依赖

CV“四小龙”均有着光鲜亮丽的创始团队，并受到资本界的热捧。

从2006年到2009年，人工智能领域实现多项技术突破，包括ImageNet数据库建立、深度学习模型发展、自然语言处理(NLP)、机器学习算法优化等，推动了图像识别、语音识别等领域快速发展。在此背景下，CV“四小龙”在2010年前后纷纷成立，获得资本的热捧，迅速完成多轮融资，成长为耀眼的AI明星企业。

CV“四小龙”均有着光鲜亮丽的创始团队，商汤的创始人汤晓鸥是顶尖的人工智能科学家、香港中文大学信息工程学教授；旷视科技的实控人印奇出身于清华大学“姚期智实验室”；创立云从科技的周明出身于中国科学院重庆研究院，云从科技正是由中国科学院的人脸识别团队孵化而成；依图的创始人朱珑和林晨曦同样是杰出的人工智能科学家，拥有出色的学术及工作履历背景。

大模型明星公司被冠以“四小龙”名称时，“大力出奇迹”的大模型及生成式AI技术已于2022年年底被OpenAI所验证，近两年来迅速在全球科技界走红，引领了新一轮的技术变革。大模型明星公司同样普遍拥有出色的创始人或创始团队背景。创立于2019年的智谱AI初始团队来源于清华大学计算机系知识工程(KEG)实验室，首席科学家唐杰是清华大学计算机系教授，CEO张鹏是清华计算机系博士；百川智能由互联网行业“老兵”王小川于2023年4月创立，王小川入局大模型一度带动了国内的AI创业热潮；月之暗面创立于2023年3月，创始人杨植麟毕业于清华大学和卡耐基梅隆大学，其大模型产品Kimi率先因“长文本”出圈，成为新颖大模型的



在2024世界人工智能大会上，多种搭载了AI大模型的智能终端纷纷亮相。 视觉中国/图

典型代表；MiniMax创立于2021年12月，创始人侯俊杰毕业于中国科学院自动化研究所，曾在商汤担任副总裁；面壁智能的核心团队来自清华大学的自然语言处理实验室成员。

AI明星公司的另外一个显著特征便是受到资本界的热捧。经记者统计，CV“四小龙”在IPO或冲击IPO之前几乎都完成了10轮融资，投资方涵盖海外资本、互联网巨头、国资基金等。截至目前，大模型“四小龙”同样也完成了数轮融资，智谱AI继在2023年累计获得超25亿元人民币融资后，又在今年6月完成了新一轮约4亿美元的融资，最新估值约30亿美元；月之暗面在今年2月完成新一轮10亿美元融资后，投后估值达到25亿美元；百川智能继去年10月完成3亿美元的A1轮融资后，据媒体今年4月报道，该公司正在寻求新一轮融资。零一万物作为创新工场“塔尖孵化”

项目，仅一轮融资过后估值便超过了10亿美元，由创新工场董事长兼CEO李开复亲自带队。MiniMax自成立以来至今年6月也完成了多轮融资，估值超过了12亿美元。

CV“四小龙”凭借人脸识别、图像识别在政企市场迅速攻城拔寨，软硬件产品及解决方案在政务、智慧城市、商业、零售、制造、文旅、交通等多个行业领域得到广泛应用。在推进商业化的同时，CV“四小龙”纷纷发起IPO，试图在二级市场募资“输血”。旷视最早于2019年8月就向港交所递交上市申请，然而适值国际环境突变，港股闯关未果后转向A股科创板，目前仍在注册环节中。商汤于2021年12月30日在港交所上市，云从则于2022年5月27日登陆科创板。早于旷视、云从科创板提出IPO申请的依图，则最早“离场”，2021年7月主动撤回了IPO申请。

AI商业化的的故事由大模型接棒

当前大模型、生成式AI的技术演进仍在加速向前，而关于国产大模型“四小龙”的故事才刚刚开始。

To B市场的合作、大模型赋能行业的落地，这一商业化逻辑也被大模型明星公司所沿用，大多数通用大模型公司选择了向B端市场拓展业务的路线。

智谱AI方面向记者介绍，该公司提供MaaS(模型即服务)的商业化服务模式，包括轻量级API接入、云端私有化部署、本地私有化、软硬结合等方式，通过“AI+”来推动各行各业生产范式革新。月之暗面的商业模式则更倾向于To C端，其负责人介绍，Kimi采取向开发者、企业开放API接口的标准模式，另据记者观察，Kimi平台近来也在试水用户打赏、搜索等新模式。

而据云从科技财报，该公司去年总营收实现6.28亿元，同比增长19.33%，归母净亏损6.43亿元，同比收窄约26.0%。

值得注意的是，商汤、云从在过去几年的销售毛利率保持在50%以上的水平，但销售净利率却一直在-100%以上，这表明企业在销售产品或服务时能够覆盖直接成本并获得毛利，但包括诸如管理费用、销售费用、研发费用等在内的运营成本保持着过高的水平。

需要指出的是，在大模型时代，尽管属于CV“四小龙”的星光已“黯淡”不少，但这些AI企业尚未远去，目前都在向大模型领域转型发力，尤其是商汤旗下“日日新”大模型在前不久闭幕的世界人工智能大会(WAIC)期间已升级至5.5版本，在智慧城市、智慧医疗等多个行业领域中实现落地。无论是商汤，还是云从，目前营收来源均以To B业务为主。

不同于国产大模型，ChatGPT这些海外AI企业的落地路径是先在C端取得了成功，再去和B端企业谈应用的融合。如果大模型公司只要用一些简单的AI产品或模型先在B端落地变现，可能较难取得成功，正因此才会有“你方唱罢我登场”、明星AI企业轮换的现象。要想持续地占据市场主导地位，需要企业更多的耐心与持续的投入。

谦询智库创始合伙人龚斌指出，当通用泛化能力不足的时候，往往只能做To B的生意。如果按照OpenAI提出的通用人工智能五级能力评估体系来看，当AGI(通用人工智能)达到第二阶段(Level 2)时，或许就具备了在消

费级(To C)市场大规模流行的所谓“爆款”AI原生应用的条件。相比于前一波的计算机视觉明星公司，这一波大模型公司已推出了面向C端的应用，接近PMF(产品市场契合点)，年收入有希望做到几亿美元，而且团队规模都不算大，跟以往的纯烧钱模式有了很大区别。龚斌指出：“AI作为一种新的通用目的技术，其发展会遵循基本的创新扩散S曲线规律，必须等到突破临界阈值，包括技术成熟度即AI模型本身的能力阈值、市场接受度即AI应用跨越鸿沟，尤其是2C应用达到引爆点或者说大众市场流行的拐点，才能解决商业化的窘境。”

需要说明的是，就在前不久，根据彭博社报道，OpenAI为跟踪旗下AI系统在超越人类方面的进展，将AI发展进程划分成了五个层级：第一级是聊天机器人，能使用对话语言的AI；第二级是推理者，能解决人类级别问题的AI；第三级是智能体，能采取行动的AI系统；第四级是创新者，能辅助发明的AI；第五级是组织者，能够完成组织工作的AI。在OpenAI看来，该公司的AI目前正处于第一级，即将达到第二级“推理者”的水平。

毫无疑问，当前大模型、生成式AI的技术演进仍在加速向前，CV“四小龙”的镜鉴不远，而关于国产大模型“四小龙”的故事才刚刚开始，旧人、新人以及综合性科技大厂的AI混战也刚刚开始，谁能最终找到商业化的金钥匙，显然还有待时间的检验。

简单算术题难倒主流大模型 大模型偏科严重

本报记者 李玉洋 上海报道

近日，音乐综艺《2024歌手》两名选手“13.8%和13.11%的得票率谁高”的话题吸引关注。该话题不仅暴露了一些网友堪忧的数学水平，也让大模型集体“扑街”。因为有媒体测试了12个国内外主流大模型，包括ChatGPT-4o、月之暗面kimi、智谱清言、阶跃星辰跃问、百川智能百小应等模型均答错了。

为什么这些大模型会在小学数学水平都能应付的比较数字大小问题上出错了？对此，月之暗面回应称：“其实我们人类对大模型的能力探索，无论是大模型能做到

什么，还是大模型做不到什么，都还处于非常早期的阶段。我们非常期待用户在使用中能够发现和报告更多的边界案例(Corner Case)，不管是最近的‘9.9和9.11哪个大’，还是之前的‘strawberry有几个r’，这些边界案例的发现，有助于我们增加对大模型能力边界的了解。”

一些行业人士将大模型们数学不好的原因归结于LLM的架构问题，大语言模型往往是通过预测下一个词的监督学习方式进行训练。对此，做智能客服这类大模型垂类应用的容联云大模型产品负责人唐兴才表示：“现在生成逻辑确实是这样的，大模型目前最擅长

此表示。

结合今年高考期间，有不少人用大模型去做高考题，包括GPT-4在内7个大模型在高考测试中语文学和英语考试水平普遍不错，但数学全不及格，最高分也只有75分。为什么数学对于大语言模型(LLM)而言这么难？

一些行业人士将大模型们数学不好的原因归结于LLM的架构问题，大语言模型往往是通过预测下一个词的监督学习方式进行训练。对此，做智能客服这类大模型垂类应用的容联云大模型产品负责人唐兴才表示：“现在生成逻辑确实是这样的，大模型目前最擅长

的还是语义理解。”

2024年被称为大模型应用落地元年，大模型如果连“9.9和9.11哪个大”这些简单的数学问题都出错，那么怎么去应用落地？“还是看应用场景，得在模型上去做迭代，引入新算法；或者之前有通过Zero-shot-CoT增强推理能力。”唐兴才表示。

AI算法专家、资深人工智能从业者黄颂则表示，LLM虽然数学不太好，但应用落地“不影响，用它所长”，数学一定是和计算相关的，这不是LLM使用的Transformer架构所擅长解决的问题，“现在比较好解法是调用外部工具”。

于Tokenization的方法，错误地认为小数点后的数字具有不同的权重，导致它们认为11大于9。”

而通义实验室产品经理王晓明也表示，大模型基于Transformer架构实现，本质是做next token prediction，而非直接进行算术计算，因此在处理比大小等简单数学题目时，依赖于预测模型的成

功率。此外，在处理类似“9.11比9.9大”的场景时，大模型通常会通过分词器(tokenizer)进行处理。分词器在解析这类表达时，可能会把数字辨认为日期或版本号进行比较，最终导致回答错误，这种处理方式是由分词器的特定算法和机制决定的。

如何让大模型数学变好

“问大模型关于简单的数字、字符串等问题，都是比较容易出错的。整个行业都在探索解决办法。”MiniMax方面表示。

根据第一财经的报道，新浪微博新技术研发负责人张俊林指出，早期LLM的Tokenizer一般不会对数字进行特殊处理，经常把连续的若干数字切在一起形成一个Token，比如“13579”，可能被切成3个Token，“13”是一个，“57”是一个，“9”是一个，哪些数字被切在一起组成Token，这取决于数据集合里的统计情况，在这种不确定哪些数字片段组成一个Token的情况下，LLM要想做多位数字数值计算，是非常困难的。

那么，大模型如何撕掉算术差等生的标签？在思维能力上，更核心的可能还是训练语料的问题。大语言模型主要通过互联网上的文本数据进行训练，而这些数据中数学问题和解决方案相对较少，导致模型在数学推理论问题解决技能上的训练机会有限。

王晓明表示，提高大模型数学能力的核心在于提供高质量的数据支持，特别是在数学计算和逻辑推理方面。例如，通义千问针对这类场景，有针对性地加入高质量数据进行训练，使得面对此类问题时保持较高准确率。

此外，黄颂也表示，调用外部工具也是现在克服大模型数学差的比较好的解法。他曾以“从出生到现在一共活了多少天？”这个算术问题询问ChatGPT、Gemini、Claude 3 Sonnet、llama 3、文心一言、智谱GLM等10

个大模型，答对的4个模型几乎无一例外使用了外部工具帮助(python脚本)。

唐兴才还特别提到，有的论文在尝试引入新的算法解决大模型数据计算差的问题。例如来自复旦大学、上海人工智能实验室的5名研究者在今年6月发表了一篇技术报告，展示了将大模型与蒙特卡洛树搜索(MCTS)算法相结合，从而使LLaMa-3 8B奥数水平拉到比肩GPT-4的高度。

该技术报告指出，为了解决LLMs在准确性和可靠性方面的挑战，特别是在策略和数学推理中，MCTS利用系统性探索和启发式自我精炼机制来改善LLMs中的决策框架。该算法通过迭代过程的选择、自我精炼、自我评估和反向传播构建蒙特卡洛搜索树，并使用改进的上置信界(UCB)公式来优化探索一利用平衡。

在被业界称作大模型应用落地元年的2024年，复杂推理能力关乎可靠性和准确性，是大模型在金融、工业等场景落地需要的关键能力。“这可能得在模型上做迭代，引入新算法。”唐兴才表示。

同时，月之暗面也表示：“要彻底解决问题，又不能仅仅依赖于逐一修复每个案例，原因在于这些情况就像自动驾驶会遇到的场景一样是很难穷尽的，我们更加要做的是不断提升底层基础模型的智能水平，让大模型变得更加强大和全面，能够在各种复杂和极端情况下依然表现出色。”

Transformer架构的数学差综合征

AI大模型聪明得令人难以置信，但同时也会蠢得令人震惊。这种矛盾充分体现在“9.11和9.9哪个大”的回答上。

在回答该问题时，比如大模型全球第一梯队的ChatGPT-4o认为小数点后面的数字“11大于9”，因此9.11大。而智谱清言的回答虽然提到9.11的十分位是1，而9.9的十分位是9，但仍得出结论“9.11整体大于9.9”。

诸如此类“一本正经地胡说八道”的回答，还出现在月之暗面kimi、字节豆包、商汤商量等大模型产品上。

“理解和推理没问题，展开和演算可能不太行。”黄颂表示，生成式的大语言模型自诞生以来做算

术就非常不靠谱，经常把一些简单的计算弄错。

大模型之所以在算术题上犯错，有人指出是因为上下文语境不清楚，提示词(prompt)也不够明晰。“提问的方法也很重要，你可以试试：‘9.11和9.9这两个日期哪个大’？”蜜度首席技术官刘益东表示，在这个提问下，大模型明确指出“在数学语境下，9.9是更大的数值”，所以“问题本身就可能会有歧义，语义缺失也可能带来误导”。

“不是所有的大模型都能做好数学理解题。”市场研究机构Omdia AI首席分析师苏廉节表示，大模型是按照被输入的问题做推测，这些被输入的问题就是大家熟悉的提示词，好的提示工

程师能调度大模型提供对的答案，像“9.11和9.9哪个大”这种问题的局限就是在问题本身不是一个好的提示词，没办法让大模型完全掌握问题的语境。

事实上，如何让LLM给出“9.11和9.9哪个大”的正确答案，提示词很重要。比如把ChatGPT-4o的人设确定为数学家，或者先提问“哪个更大”再给出具体数字，LLM就会给出对的答案。

然而，大模型为什么会把“9.11和9.9哪个大”算错，这却是一个值得思考的问题。对于包括GPT-4o和Claude 3.5 Sonnet等大模型在该问题上出错，腾讯元宝给出的一个解释是：“Tokenization误解：一些AI模型在处理小数时，由

AI搜索争夺“超级入口” 距先进“生产工具”尚远

本报记者 李立 上海报道

被认为是最有希望诞生超级入口的场景之一，AI搜索眼下是大模型落地的宠儿。

过去一个月，AI搜索成为新产品上市最密集的赛道。日前阿里巴巴智能信息事业群旗下夸克升级“超级搜索框”，推出以AI搜

从玩具到“生产工具”

傅盛认为，对于AI搜索，用户日常将其从好玩变成作为生产力工具使用，这点非常重要。

究竟什么是AI搜索？按照猎豹移动董事长兼CEO傅盛的理解，“AI搜索，是让用户省去了去点网页、选网页以及看网页的过程，让大模型、AI去替你做这件事。”

在周源看来，“‘知乎直答’是一个全新的生产力工具，也应该成为发现世界的连接器。不过，在成为全新生产力工具这件事上，记者调查体验发现，不同的AI搜索给出的答案离“先进生产工具”仍有距离。

以最近推出的“知乎直答”、夸克“超级搜索框”为例，记者邀请美食达人普利以“上海有什么好吃的”为题，在知乎和夸克上寻找答案。

知乎罗列了上海知名的小吃，并且给出相应的店铺推荐，答案来源于22条知乎上的相关提问，同时知乎也会给出一些相关追问，比如“上海最好吃的生煎包是哪家”等；夸克给出了种类更多的小吃推荐，通过本地媒体链接，小红书、B站甚至包括知乎、高德等第三方给出了更多的图文、视频指引，但仍然缺乏准确清晰的推荐。

在美食达人普利看来，夸克做到了比知乎更多维度，但在帮助用

索为中心的一站式AI服务；此前，知乎上线“知乎直答”，知乎创始人、董事长兼CEO周源称此举是AI搜索功能的正式产品化。钉钉升级7.6版本之际，亦开启邀请测试AI搜索产品，将AI搜索探向B端。

据《中国经营报》记者不完全统计，仅在国内，继去年8月昆仑万

维推出国内第一款融入大语言模型的搜索引擎工天AI搜索，百度、腾讯、三六零公司等已经相继推出AI搜索相关产品；值得关注的是，英伟达CEO黄仁勋称“每天都在用”的美国AI搜索引擎Perplexity，最新估值已飙升至30亿美元。

“你会感觉到AI给你带来实

实在的帮助，我们看到机会。”钉钉CTO巴布此前在接受记者采访时认为，“一旦大家形成AI使用习惯，很快会延伸到方方面面。”用户习惯是否真的发生迁徙？谁会在这一轮风口大战中捷足先登？记者调查发现，虽然AI搜索赛道滚烫，但现实仍然很骨感。



AI搜索何以成为业内热门赛道？

视觉中国/图

户做选择上两者都不够有效率。用户可能仍然更习惯在小红书上被“种草”，在更垂直更细分的大众点评上寻找店铺信息和食用体验，最终作出决定。

据知乎介绍，“知乎直答”立足于知乎创作者的真实问答数据，能按照用户需求提供“简略”和“深入”两种答案生成结果；夸克方面则回应记者称，夸克AI搜索能更好理解和识别用户的真实搜索意图，聚合全网优质内容，让用户能更精准、直接、高效地得到由“AI回答”的图文、视频等内容。

“能回答、能创作、能总结的超级搜索框，是夸克对AI搜索的新定义。”阿里巴巴智能信息事业群总裁吴嘉认为。

在傅盛看来，AI搜索目前主要涉及两个技术问题：一是把网页收集回来，二是把网页内容传递给大模型让大模型进行总结。未来AI搜索产品，拼的就不是谁的技术特别牛，而是如何让搜索结果更忠于网页内容、更体系化整理的工程能力和产品设计能力。

不过，傅盛认为，对于AI搜索，用户日常将其从好玩变成作为生产力工具使用，这点非常重

要。现实难点在于，尽管赛道很热，AI搜索变身先进生产工具仍有不短距离。记者调查发现，用户目前使用AI搜索的心态更多还在于尝试，将AI搜索当作辅助工具。“抱着好奇心看看AI的答案，在准确率和全面性上仍然抱有怀疑。”

“现在使用AI搜索的主要用户还是白领用户以及技术极客居多。相信随着时间的推移，AI搜索也一定会逐渐被更多样的人群使用。”昆仑万维董事长兼CEO方汉在此前一场关于AI搜索的谈话中指出。

中国智算市场同比大增逾八成 AI预训练红利初显

本报记者 谭伦 北京报道

</

“复活”京喜改自营 京东再打“低价”大战

本报记者 李静 北京报道

京东京喜是京东在2019年为对标拼多多，推出的主打下沉市场的一款明星产品，曾一度占据京东在微信的一级入口，为京东带来大量的用户增长。但进入2022年，京喜业务被拆散重组。

直到近期，京东京喜重新调整面世，改名为“京喜自营”，主打全

京喜的前世

京喜曾经尝试产业带模式，与源头厂家合作，通过京喜平台销往全国，高峰时京喜在全国布局了一两百个产业带。

京喜的前身是京东拼购，最初作为京东集团旗下的一个低价购物平台存在，在2019年6月上线，并在同年9月正式更名为“京喜”。

京喜是在京东集团前CEO徐雷任上诞生的，徐雷曾在2019年年底在接受记者采访时透露：“准备做京喜的时候，京东内部是有一些争议的。”

“我们曾经力图把所有的高中低档商品都呈现在京东主站，但事实证明很难，因为京东的品牌定位以及服务太有特色和魅力，要想全部实现，一定会影响现在主流消费者的消费体验。在看数据、看用户体验后，我们决定把京喜放在独立的场景去做，从数据的角度看，我觉得现在做刚刚好。”徐雷曾这样解释将京喜单独成一个App的原因。

当时的京喜可谓是含着金汤匙成长的，2019年第三季度，京东将其在微信的唯一一个一级入口给了京喜。

徐雷在2019年京东年报电话会议上说道：“通过几个月的发展，京喜在春节前的日均单量已经突破100万单。并且京喜业务带来的客户中，更多的是来自低线城市。”

2020年京喜获得了更多的资源，在2020年各季度的财报电话会议中，京喜都是分析师关注的一大焦点。2020年社区团购大火，京东整合了旗下社区团购业务，成立了京喜拼拼。当年年末，京东新成立了京喜事业群，整合了包括京喜通、京喜事业部、京喜拼拼、京喜快递、京喜便利店等多业务部门，拥有完整的运营、技术和物流框架，集中服务下沉市场，并且京喜事业群负责人直接向京东集团创始人、董事局主席刘强东汇报。

但进入2021年，京东财报电话会议上提到京喜的部分明显减少。2022年年初，京喜事业群开始出现裁员的情况。同年6月，京喜事业群拆散，社交电商京喜App、

托管模式，再次杀入下沉市场。《中国经营报》记者登录京喜自营页面发现，目前所销售的商品价格大部分在10元以下，且号称“采销严选、工厂直供、1件包邮、官方服务”。记者浏览发现，京喜自营的产品全场一件包邮，不论商品的单价是多少。

京东方面对记者回应道：“托管模式是我们推进业务的一种制

胜路径，是确保成本及效率最优的解决方案。包邮是京喜自营为提升用户体验，必须长期坚持的一项服务。这两者都不需要从是否有盈利空间的角度去考量。目前，京喜自营与50个产业带建立深度合作，已有多个品类出现月销售超百万单的单品。计划在今年年底，将稳定合作的厂家数量扩充到1万家以上。”



京东京喜近日重新调整面世，改名为“京喜自营”，主打全托管模式，再次杀入下沉市场。
视觉中国/图

社区电商京喜拼拼、2B业务京喜通被并入京东零售体系。

中信证券曾经作出预估，2021年第三季度和第四季度，京喜拼拼以及京喜业务的单季亏损可能分别超过15亿元和20亿元。京东2021年第四季度财报及2021年年报显示，京东新业务（主要包括京东地产、京喜、海外业务等）在2021年第四季度亏损超32亿元，在2021年累计亏损近106亿元。

京喜曾经尝试产业带模式，与源头厂家合作，通过京喜平台销往全国，高峰时京喜在全国布局了一两百个产业带，但最终京喜低价电商平台的模式在亏损中逐渐暗淡。

对于当时京喜为什么要做平台而没办法做自营，2019年徐雷曾对记者表示：“因为京东主站的供应链是销地供应链，比如针对北京大市场，在北京放若干个食品仓、生鲜仓、家电仓等。而京喜的供应链是产地供应链，从田间地头或者生产工厂直接发往全国。”

当时，无论是京东京喜的诞生，还是淘宝特价版的面世，都有迫于拼多多快速发展带来的压力的原因，探索产业带模式、做低价白牌商品也是在模仿拼多多的路径。

电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营对记者表示：“从

时间节点来说，拼多多抓住了下沉市场的空白，并借助微信社交平台迅速裂变传播，形成用户规模。京喜虽然也试图通过产业带模式与源头厂家合作，但进入市场的时间较晚，且面临拼多多已经形成的强大竞争压力。而且在品牌影响力上，京喜没有取得显著成果，导致品牌认知度和影响力有限。”

“京喜、淘特外表是类似拼多多的拼团模式，但背后的组织架构、经营、系统、流量分配机制其实差别很大。”零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅对记者指出，产业带商家大部分没有很好的团队做线上运营、营销工作，拼多多是成立合资团队，长期驻扎到产业带指导商家经营，京喜和淘特则在后续商家的指导经营上并没有那么紧密，白牌商家很难提高运营能力。另外，从流量分配机制来看，京东和阿里更多地将流量分配给愿意支付广告费、佣金的品牌商家，拼多多本身走的就是少部分品牌商家加大量产业带商家的路径，并且使用低价筛选的机制，在白牌商家群体可以形成良性竞争，只要价格低平台就给流量，这样可以筛掉价格虚高的商家。

“对于京东来说，重新做一套低价筛选系统不划算。”庄帅说。

京喜自营的今生

京喜自营和此前最大的不同，就是从之前的平台模式变成了现在的全托管自营模式。

徐雷曾对记者表示，之所以做京喜业务，其实还希望能够帮助京东主站拓展长尾、更高性价比的全新的产地供应链。

如果从这个角度来看，京喜其实不算失败。庄帅对记者指出：“京东现在能在主站做京喜自营、9.9元包邮、百亿补贴等主打低价的业务，得益于之前京喜在产业带商家供应链上积累的丰富优势。”

记者发现，目前的京喜自营在商品类目上覆盖了日用百货、箱包饰品、家装家具、家电数码、食品生鲜等17个大类目，每个类目又可以细分为几个或者几十个小类目，覆盖的类目虽然丰富，但在一些小类目中仅有二十个商品，商品品种相对较少。从价格上看，目前京喜自营大部分的商品在10元以下，但也有少量商品单价在几十元、几百元。目前，京喜自营一些畅销商品的评价量已经达到几十万个甚至几百万个，并且好评率超过90%。

京东方面对记者表示：“京喜自营由京东采销精选最优性价比商品，严格把控产品质量，京东客服提供售后，把价格定在了全网最低价。京喜自营各品类的商品，目前在各个低价段位上都有分布，已经越来越均衡。我们今年下半年的开品计划，也包括10元以上的商品。”

其实，京喜自营从去年11月就开始运营，前身叫“京喜直营”。“今年在不断优化模式的过程中，我们认为使用‘京喜自

营’这个名称，更能体现出这个模式的特点与优势。因为跟其他平台的全托管模式不同，京喜自营的全托管模式，有比较鲜明的京东特色，比如京东物流配送、京东客服售后包括京东采销选品，都是按京东自营模式的标准来操作的。”京东方面表示。

记者在7月初体验购买了一单单价不足4元的京喜自营商品，但该笔订单并没有使用京东物流配送，而是由第三方快递物流公司配送，从下单到送达中间耗时4天时间。

庄帅认为：“因为京东自营物流的优势还是一至四线城市，在下沉市场，加盟模式的‘四通一达’几大快递公司的成本更低，走低价的京喜自营需要降低末端的物流成本，和第三方快递物流公司合作可以理解。”

从模式上来看，京喜自营与此前最大的不同，就是从之前的平台模式变成了现在的全托管自营模式。

据了解，目前京喜自营主要通过京东首页入口进入，搜索“京喜”或者“京喜自营”，都可以找到京喜自营官方店的店铺入口。同时，在京东App、京东特价App（原京喜App）、京喜小程序内，凡是在商品图、商品详情页带有明显“京喜自营”标签的商品，均为京喜自营商品。

记者从京东方面获悉，京喜自营业务直接隶属于京东零售集团，由祁婷负责，直接向京东集团CEO许冉汇报，可见京东目前对京喜自营业务是比较重视的。

庄帅对记者表示，从主打低价的京东采销直播间，到做产业带白牌的京喜自营，再到线下的华冠折扣超市，是一脉相承地以自营为核心模式，打造不同的低价折扣业态来发展用户。“我认为低客单价和低价，在目前的经济形势和消费环境下，消费者的接受度比较高。同时，这也是一个增长空间很大的市场。”

“京东这些举措将有助于它在激烈的电商竞争中保持领先地位，并实现可持续发展。但理想丰满的，现实究竟如何还有待观察。”赵振营说道。

IPO收紧并购升温 半导体行业加速整合

本报记者 秦枭 北京报道

对于企业而言，IPO是企业发展的重要里程碑，为企业提供融资平台的同时，也为股东带来更大的财富增长。而自2024年年初开始，A股市场

今年已有42家半导体企业终止IPO

近几年，在政策支持以及国产化浪潮驱动下，A股迎来了半导体公司的上市热潮。据记者不完全统计，2022年曾有76家半导体企业IPO获受理，总募资高达1200多亿元。不过从2023年开始，这股热潮已开始降温，全年有约56家半导体企业的IPO获得受理。

到了今年上半年，降温趋势更加明显，受理、审核、发行节奏均同比大幅放缓。据记者不完全统计，截止到7月15日，今年已有42家半导体产业链企业的IPO按下了终止键，拟募资金额近500亿元。而2023年全年仅有28家终止IPO。

其中，7月份至今，便有5家半导体相关企业选择终止IPO，分别是浙江碳化硅材料商伏尔肯、北京半导体装备制造晶亦精微、上海半导体过滤产品供应商飞潮新材料、广东功率器件芯片设计企业尚阳通、浙江半导体大硅片企

IPO节奏阶段性收紧，部分企业的IPO甚至以“终止”告终。半导体企业亦是如此，据《中国经营报》记者统计，截止到7月15日，今年已有42家半导体产业链企业终止IPO进程。

IPO审核趋严，赛道越发拥挤

行业中欣晶圆。

各企业终止IPO的原因“五花八门”，伏尔肯、晶亦精微、飞潮新材料是因为公司及其保荐人撤回发行上市申请，尚阳通是因为保荐人撤销保荐，中欣晶圆则少见地是因为财务资料已过有效期且逾期达三个月未更新。

从过程来看，半导体企业普遍被“卡”在问询环节，但也有过会后选择终止的。今年2月，从事半导体设备的研发、生产、销售及技术服务晶亦精微计划在科创板的IPO已经过会，但在7月2日，在上交所的公告里，晶亦精微的IPO状态变更为“终止”。

对此，中国民协新质生产力工委常务副会长及秘书长吴高斌对记者表示，自2024年年初以来，监管部门对IPO审核标准进行了调整，提高了企业上市的门槛。这使得部分半导体企业因无法满足监管要求而终止IPO进程。

中国矿业大学（北京）管理学

院支培元表示，随着监管机构对IPO审核标准的提升和对企业质量的要求增加，许多半导体企业在审核过程中暴露出合规性、盈利能力、技术创新等方面的问题，无法满足新的监管要求。

今年以来，证监会持续加强对IPO的审查力度，对IPO申报企业的股东核查全覆盖，严厉打击违规增持、异常价格突击入股、利益输送等行为。3月6日，证监会主席吴清在记者会上回答媒体关于如何提高上市公司质量、让投资者获得更好回报的问题时表示，证监会的主要职责是做好全链条各环节的监管，与各方面共同营造良好的市场生态和一流的营商环境。所以要严把入口，企业的IPO上市绝不能以圈钱为目的，更不允许造假欺诈上市。同时，注册审核的各个环节都要依法依规、严之又严，来督促发行人真实、准确、完整地披露信息，全力把造假者挡

之一是监管机构对IPO的审核标准提高了，对企业质量的要求也更严格了。在审核过程中，许多半导体企业暴露出合规性、盈利能力、技术创新等方面的问题，无法满足新的监管要求。

在资本市场门外。

3月15日，证监会发布多项规定，对上市辅导规定进行修订，包括明确辅导监管要关注首发企业及其“关键少数”的口碑声誉，拓展发行监管信息源。口碑声誉涉及违法违规情形、背信失信情况、潜在风险、履行社会责任情况等。

5月8日，大连科利德半导体材料股份有限公司就因研发人员数量、研发投入金额披露不准确，被上交所接连开出四张罚单。

除监管收严外，企业自身也面临着严峻的挑战。支培元表示，半导体产业作为高技术、高投入、高风险的行业，对企业的研发能力、市场竞争力和资本运营能力有着极高的要求。一些企业在IPO过程中未能通过上市标准的考验，可能是因为其业务模式不够成熟、盈利模式不够稳定，或者在技术创新和市场拓展方面存在不足。

“科创板八条”之后刮起“并购风”

除加强对企业IPO的审查外，6月19日，中国证监会发布《关于深化科创板改革服务科技创新和新质生产力发展的八条措施》（以下简称“科创板八条”），提出更大力度支持并购重组。就在“科创板八条”发布之后的短短数日内，半导体行业就刮起了“并购风”。

Wind资讯数据显示，2024年6月17日至7月17日期间，半导体与半导体生产设备板块上市公司并购事件数量环比增长133%。

其中，7月17日，电子测量仪器生产商普源精电（688337.SH）发布公告称，公司拟以发行股份的方式购买耐数电子67.74%的股权并募集配套资金事项，获证监会批复同意注册。这次交易后普源精电将实现100%控股耐数电子。此次交易不仅能加强普源精电对耐数电子的控制力，还将进一步增强公司产品在细分应用领域的品牌效应。

希荻微（688173.SH）则作为计划收购韩国的半导体上市企业Zinitix Co., Ltd合计30.91%的股权。本次交易完成后，希荻微将成为Zinitix的第一大股东，Zinitix将纳入希荻微合并报表范围。

6月22日，芯联集成（688469.SH）发布公告称，拟通过发行股份

及支付现金的方式收购控股子公司芯联越州集成电路制造（绍兴）有限公司（以下简称“芯联越州”）剩余72.33%股权。

民生证券研报指出，“科创板八条”，提出更大力度支持并购重组。从全球科技企业发展历史来看，并购是全球科技企业做大做强的重要制胜之道。

支培元认为，半导体并购事件增多一方面反映了产业整合的加速，企业通过并购来获取技术、市场和资源优势，提升整体竞争力；另一方面也可能预示着产业已经进入整合期，未来的市场竞争将更加激烈。

“我国政府对并购重组政策进行了优化，为企业提供了更好的并购环境。”吴高斌表示，“一方面，行业竞争加剧，半导体行业竞争激烈，企业通过并购重组可以快速扩大市场份额，提高竞争力。另一方面，产业整合期来临，半导体行业已经进入整合期，企业通过并购重组可以实现资源优化配置，提高行业集中度。总之，半导体企业IPO之路坎坷，行业整合潮涌，在当前市场环境下，企业应抓住机遇，提高自身核心竞争力，积极应对市场变化，为未来的发展奠定坚实基础。”

专利纠纷+股东套现10亿元 传音控股管理层拟增持“挽”信心

本报记者 陈佳岗 广州报道

7月15日晚，传音控股(688036.SH)发布公告称，公司近日收到董事及副总经理张祺先生、董事及副总经理杨宏女士、财

务负责人肖永辉先生、董事会秘书曾春先生拟以自有资金或自筹资金增持公司股份的告知函，拟自2024年7月16日起6个月内，通过上海证券交易所系统允许的方式(包括但不限于集中竞价交

易、大宗交易等)增持公司股份，合计增持金额不低于1080万元(含)且不超过1400万元(含)。

对于这一动作，传音控股高管明确表示，是基于对公司未来持续稳定发展的信心以及对公司

股票长期投资价值的认可。

受到此消息影响，传音控股7月16日股价上涨4.67%，收报78.92元/股，最新市值891.2亿元。

而《中国经营报》记者注意到，在管理层出手增持股票之前，

传音因陷入在印度市场与高通的专利侵权纠纷股价盘中大跌，而从二级市场表现来看，传音控股自今年4月底之后，股价就呈现震荡下降态势，过去2个多月时间里，公司市值相较4月份最高点跌

掉700多亿元。

管理层自掏腰包增持股票的举动，可以理解为市场传递了强烈的对公司未来发展有信心的信号，但这能挽回传音控股下滑的股价吗？或许仍要时间来检验。

遭遇专利诉讼麻烦

就双方回应来看，矛盾焦点在于部分专利在不同区域的市场是否应该采用全球统一的费率，以及传音所在的新兴国家市场的专利费用应该如何定价等。

传音控股是总部位于深圳的手机制造商，旗下拥有TECNO、iTel和Infinix三大品牌。因成立之初瞄准手机普及率很低的非洲市场而大获成功，也被外界称为“非洲手机之王”。

近日，有消息称，高通在印度德里高等法院起诉传音控股，控告后者侵犯其四项非标准必要专利。

对此，传音回应称：“公司尊重第三方的知识产权，愿意遵循公平、合理和非歧视原则，通过友好协商与专利权人达成知识产权许可协议，已与高通签署了5G标准专利许可协议并正在履行该协议。”传音还表示，公司的销售网络覆盖非洲、南亚等超过70个新兴市场国家。在这些国家，部分专利权人并未拥有或只拥有少量的专利，但要求按照全球统一的费率，诉求过高的许可费，并未考虑不同区域的经济发展水平差异、其在特定区域或市场无专利或只有少量专利，以及既有判例存在不同区域提供不同费率等因素。

而高通则在声明中表示：“传音公司一直拒绝全面获取高通公司的许可，传音公司近期就其一部分产品与高通公司签署了许可协议，但其绝大部分产品至今未获高通公司的许可，仍然在侵犯高通的专利组合。”

就双方回应来看，矛盾焦点在于部分专利在不同区域的市场是否应该采用全球统一的费率，

以及传音所在的新兴国家市场的专利费用应该如何定价等。

“在手机行业，知识产权诉讼频发。国内外手机各品牌厂商在经营过程中，都已经或正在面临知识产权诉讼。”关于后续如何应对，传音也表示，将继续与第三方展开专利谈判，在尊重他人知识产权的同时，推动在公平、合理和非歧视原则框架下确定合理的许可费，以实现包括专利权人和被许可人在内的产业链共赢，更好地满足广大新兴市场消费者的需求。

如今，在非洲市场占据领先地位的同时，传音也在积极拓展包括东南亚、拉美、中东和印度等新兴市场。随着传音在全球业务的扩展，其正面临来自全球科技巨头更多的法律和商业挑战。而除了高通向传音发起专利诉讼，今年1月，飞利浦也在印度对传音提起了知识产权诉讼。

IDC数据显示，2023年传音在全球手机市场份额为14.0%，在全球手机品牌厂商中排名第三，其中智能机在全球智能机市场份额为8.1%，排名第五。

此次高通起诉传音的地点印度，是当前全球智能手机销量增长最快的区域之一，同样也是传音的重要市场。据IDC统计数据，2020年—2023年，传音控股手机在印度智能机市场的占有率分别为：5.1%、7.1%、6.4%、8.2%，排名均为第六。

关于高通控告传音侵犯的四项非标准必要专利具体为哪些专利？面对记者提出的相关问题，传音控股方面并未作出正面回应，仅给出了官方回复内容。

据《每日经济新闻》报道，传音控股证券部相关工作人员表示，两家公司在3G、4G等专利并未达成一致，且诉讼影响主要在印度(市场)。

而记者留意到，作为新兴市场，4G产品占传音在印度市场的出货比例并不低。Canalys高级分析师Sanyam Chaurasia向记者介绍，传音在印度市场的出货量主要集中在低于200美元(折合人民币约1453元)的产品系列中，该价位段产品占传音在印度市场出货量的88%，其中76%的设备支持4G，其余设备配备则为5G。

传音也早就意识到，在产品从功能机转向智能机、出货以及市场区域不断扩张后，其需面临更多的专利风险了。

自2019年上市以来，传音控股财报中每年都列出一项专利使用费计提预计负债项目中。数据显示，2019年末至2023年年末，传音控股公司财务报表所示预计负债项目余额分别录得：9.96亿元、14.30亿元、22.10亿元、25.48亿元、31.58亿元。而截至2024年一季度末，预计负债的余额已经提升至33.23亿元。

股价震荡下跌、控股股东套现

在传音控股股价下跌过程中，控股股东却选择在此时减持，大举套现，令公司股价表现雪上加霜。

如果说近日与高通的专利诉讼只是传音市场成长中遇到的一个“麻烦”，那么近期二级市场上的股价震荡下探，或反映出市场对其后续增长的一些担忧。

可以看到，自2022年10月以来，受销量和业绩好转的推动，传音控股在资本市场上迎来了强劲的反弹，股价从大约50元一路攀升至179元/股左右。同时传音控股发布的2023年年报及2024年第一季度财报也都十分亮眼。不过从今年4月中下旬以来，传音控股股价出现了震荡下跌。

在传音控股股价下跌过程中，控股股东却选择在此时减持，大举套现，令公司股价表现雪上加霜。5月17日，传音控股公告称，公司控股股东传音投资因为自身资金需求，计划通过询价转让减持公司总股本1%的股份，数量为806.56万股。5月23日，上述减持完成，本次询价转让的价格为125.55元/股，转让的股票数量为806.57万股，据此计算总套现金额约10.13亿元。

由于减持发生在公司股价下跌期间，还有投资者怀疑公司业绩是否出现了问题。对此，5月28日传音控股在投资者互动易平台回复称，股东是结合自身资金需求进行的安排，与公司经营情况及业绩无关。后续公司会继续督促股东严格遵守减持承诺，公司也将严格按照相关法律、法规的要求，依法履行相关信息披露义务。而传音

股价的这一回撤也并未止住持续下探的股价。

受传音在印度市场被高通起诉消息影响，7月15日，传音控股股价一度跌至71元/股，创年内新低。记者注意到，外界将传音股价近期不受投资者买账的因素归于公司2024年第一季度营收环比下滑、在非洲市场业务增长遇到天花板等，不过对此，传音并未给出回应。

从市场来看，传音在全球智能手机市场的强劲表现似乎也出现了一些乏力迹象。根据Canalys的数据，2023年第二季度前，传音智能手机全球市占率约为6%，2023年第二季度，传音全球智能手机市占率开始逆袭，第二、第三、第四季



视觉中国/图

中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

引领创新 保护知识产权



扫码了解更多

资本加速入局 Robotaxi驶向“ChatGPT时刻”

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

小程序上输入出发地和目的地，等候了3分钟时间，一辆赛可智能科技(上海)有限公司(以下简称“赛可智能”)旗下Robotaxi(自动驾驶出租车)测试车便开了过来，上车输入手机号后四位后车辆平稳起步，这正是7月15日《中国经营报》记者在上海自由贸易试验区临港新片区看到的一幕。

上海 Robotaxi 即将开启公测

经过半个多月的测试，上海 Robotaxi 即将启动公测，首批出租车已在临港新片区就位。

7月4日，在2024世界人工智能大会(WAIC)举办期间，包括赛可智能、小马智行、百度智行在内的多家企业获得上海市无驾驶人智能网联汽车示范应用许可，也是首批获此资格的企业。

据赛可智能CTO于乾坤介绍，赛可智能Robotaxi已在临港新片区测试运行一年，测试区域约为68平方公里，小程序上每一个“R”字标记位置都是上车点，至今总行驶里程超30万公里，目前车辆副驾驶还会配备一名安全员。

“我们首批拿到了5辆车的额

度，现在我们的第三代产品正在研发中，估计年底会投放40辆以上，到年底我们可能还会考虑正式取消副驾驶安全员，做到真正的Robotaxi。”于乾坤进一步表示。

据上海本地媒体7月16日消息，经过半个多月的测试，上海Robotaxi即将启动公测，首批出租车已在临港新片区就位。届时，拿到测试资格的用户可以手机下单，随叫随到。

这正是上海市加快布局Robotaxi的缩影。2024年年初，《上海市促进在线新经济健康发展的若干政策措施》明确，在自动驾驶方面，

记者注意到，在ChatGPT之后，Robotaxi成为人工智能领域的新焦点。无论是整车企业、网约车平台还是自动驾驶服务商，都在加快布局Robotaxi。相关部门也在积极推进完善智能网联汽车和自动驾驶相关法律法规制度建设，让Robotaxi商业化应用再提速。

与中国企业的如火如荼不同，目前的自动驾驶全球龙头特斯拉却将本来于8月举办的Robotaxi发

布会推迟到10月。7月15日，特斯拉CEO马斯克终于对特斯拉Robotaxi“跳票”事件作出回应：“我要求对Robotaxi前部进行重要设计更改，因推迟发布日期而得来的额外时间将让公司有机会展示一些其他的内容。”

尽管如此，Robotaxi的商业前景仍得到大多数国内外业内人士的认可。有着“女版巴菲特”之称的美国方舟投资管理公司主管凯西·伍德(Cathie Wood)认为，Robotaxi平台是当今最大的人工智能项目，该行业全球收入有望达到8万亿美元—10万亿美元。

而在T3出行CEO崔大勇看来，2027年有望成为自动驾驶进入商业化运营的拐点。一方面，随着人工智能大模型时代到来，自动驾驶技术日益成熟；另一方面，自动驾驶车辆的应用成本正不断降低。



近年来，自动驾驶与普通市民越来越近。图为布局在上海海昌海洋公园的享道Robotaxi，游客可呼叫体验L4级别自动驾驶。

本报资料室/图

技术创新还有很长的路要走

Robotaxi平台是当今最大的人工智能项目，全行业的全球收入有望达到8万亿美元—10万亿美元。

7月11日，据彭博社报道，特斯拉将计划8月举办的Robotaxi发布会推迟到10月，以便项目团队有更多时间来制造更多的原型车并进行测试。对此，马斯克表示，这是因为要求团队对Robotaxi前部进行重要设计更改。

Robotaxi被视为特斯拉下一个利润增长点，而马斯克对此也已布局了至少8年。2024年4月6日，马斯克宣布在今年年底前投入超100亿美元，用以训练计算、庞大数据管道和海量视频存储，而Robotaxi或将成为应用的主要方向之一。

“就全国而言，上海市是最早布局智能网联汽车产业的城市之一。”一名入围上述名单的车企人士告诉记者，目前，上海市已形成临港、浦东(金桥)、嘉定、奉贤(新城)四个自动驾驶区域布局，共开放测试道路1002条，长度2000公里，覆盖区域面积912平方公里。

获得30%—50%的分成以及超过50%的利润率。

享道出行CEO兼享道租车董事长、总经理倪立诚认为，Robotaxi全面商业化落地一定会比行业和消费者预期得更早。Robotaxi商业化落地会对汽车及网约车行业技术创新、法规修订、产业生态等多方面产生深远影响。无论Robotaxi业态如何发展，未来消费者都将成为技术革新和产业应用的“最大赢家”。

于乾坤则分析认为，目前，自动驾驶技术与司机驾驶仍有2—3年的差距，赛可智能正在将人类驾驶习惯的数据导入智驾系统，让自动驾驶“更像人”。

深度科技研究院院长张孝荣认为，想要完全替代出租车司机，Robotaxi还需要更长的时间和更多的技术进步，包括对交通规则的理解和遵守、道路状况的处理、复杂天气条件下的驾驶等。

倪立诚建议，Robotaxi产业发展仍需要政府监管部门、整车厂、智能驾驶技术公司、出行服务运营商协同发力，只有攀越技术、成本、生态和政策“4座高峰”，才能更好地加速Robotaxi进入全面商业化时代。

巨头加快争抢“蛋糕”

整车企业、网约车平台和技术服务商纷纷大力布局自动驾驶，争相分食Robotaxi市场“蛋糕”。

随着萝卜快跑在湖北省武汉市“跑出圈”，正式吹响了中国企业分食Robotaxi的号角。

记者了解到，赛可智能为上汽集团旗下企业，具体的Robotaxi运营方则是上海锦江出租和“兄弟企业”享道出行。其中，享道Robotaxi成为国内首个车企背景L4自动驾驶运营平台。

享道出行相关负责人表示，2023年4月，享道Robotaxi获首批上海市智能网联出租示范运营通知书和示范运营证；同年7月，享道Robotaxi携手赛可智能和安途Autotaxi在嘉定区全面开启示范运营。截至2024年5月底，享道Robotaxi服务订单量已超过30万单，开放点位数300余个。

同为网约车平台的T3出行，其

终极目标也是成为自动驾驶时代的“核心运营商”。早在2021年9月，T3出行便启动Robotaxi的公开运营。在南京，我们作为运营调度平台，将与自动驾驶企业开展深度合作，在江宁开发区的合规区域投放首批无人驾驶网约车。截至目前，T3自动驾驶车辆已累计运行里程超过60万公里，吸引了超过8万人体验。”T3出行相关负责人告诉记者。

T3出行相关负责人表示，T3出行还构建了自动驾驶云控平台，解决了车辆运营效率最优化的问题。同时，形成一套供给和需求预测大模型算法，实现了全流程调度，能够通过历史订单情况和车辆轨迹情况，预测下一个15分钟里一个网格内的用户需求变化，实现车辆的智慧调度。

整车企业和技术服务商也是大力布局自动驾驶的主力军。作为首批获得上海市无驾驶人智能网联汽车示范应用许可的企业，小马智行为市民提供了无人化自动驾驶接驳服务体验，从上海世博展览馆无人驾驶分会场往返上海世博洲际酒店，路线全长近4公里，这意味着小马智行自动驾驶无人化出行载客服务正式覆盖北上广深4座一线城市。

“我们在6月入选国家首批智能网联汽车准入和上路通行试点企业名单，蔚来首期示范运营区域将在上海市嘉定区开展。”蔚来相关负责人表示，此次获得试点资格，是蔚来智能驾驶研发基础建设、软硬件冗余设计、安全综合保障等体系能

力的集中体现。

事实上，蔚来开展自动驾驶测试由来已久。2018年3月，蔚来获得全国首批智能网联汽车开放道路测试号牌，开展第一阶段智能网联汽车开放道路测试和示范应用。2023年12月，蔚来获得上海市有条件自动驾驶(L3级)高快速路测试牌照。

“在指定道路开展有条件的自动驾驶系统实际道路测试，验证产品在实际道路交通环境下的安全性。分批分阶段的示范测试工作，为后续高阶自动驾驶产品的量产应用打下了重要基础。蔚来智能驾驶旨在解放精力、减少事故，为用户提供不断进化、更轻松、更安全的智驾体验。”蔚来相关负责人阐释道。

自动驾驶加速快跑 地方立法先行先试

本报记者 赵毅 广州报道

自动驾驶探路商业化

“能够感知的地图往往是有界的，而创新者们正突破确定性静态正确的天幕，去探寻那本就没有疆域的地图，未来已来。”格林德在《语言程式学概论》中写到，这用来描述当下自动驾驶的发展再贴切不过。

近日，百度集团旗下的自动驾驶品牌萝卜快跑火出圈了。据官方APP显示，萝卜快跑已经在北上广深等11个城市开放了载人测试运营服务。

在交流过程中，多位受访者对自动驾驶能够如此快参与到日常生活中表示惊讶。这比国外机构所预测的到2030年将看到完全自动驾驶汽车在中国公路上行驶，足足提前了6年。这也恰恰说明政府发展自动驾驶技术的态度和决心。

和新能源汽车一样，自动驾驶从诞生起就得到了很多政策呵护，“萝卜”之所以能快跑，政策起到了助推作用。当然，除了“萝卜”之外，未来这条赛道将会涌现出无数Robotaxi(自动驾驶出租车)，马斯克也将带着他的特斯拉FSD参与中国市场。对于企业来说，多年的研究投入正迫切地渴望商业回报。

科技进步让我们在科幻片中看到的场景走入现实生活，近日，在武汉和广州等城市和地区，市民已经可以使用无人驾驶的出租车作为出行工具。

“因为行驶路段的路况并不复杂，总体感受比较平稳，但在遇到红绿灯和斑马线上即将有行人通过时，会紧急刹车。价格是很便宜，6.9公里大概支付了3.8元。”一位市民在广州黄埔区乘坐了萝卜快跑后与《中国经营报》记者分享了自己的感受。

实际上，从诞生概念到跑上高速，自动驾驶已经耕耘了数十年，

保障行业有法可依

除了技术进步，自动驾驶安全性的底层逻辑在于完善的行业标准及法律法规。在这一点上，各个国家存在差异化，中国侧重于实施先行区策略，探索自动驾驶的商用政策、法规与标准体系建设，大力推动自动驾驶商业落地。

2023年11月工业和信息化部正式发布了《关于开展智能网联汽车准入和上路通行试点工作的通知》，首次在国家法规层面对搭载L3和L4等较高级别的自动驾驶功能的智能网联汽车准入和上路通行打开了政策通道。此外，各部委陆续发布了《智能汽车基础地图标准体系建设指南(2023版)》《国家车联网产业标准体系建设指南(智能网联汽车)(2023版)》等文件，确立了相关国家标

准体系的建设方向。

自2003年《道路交通安全法》及2004年《道路交通安全法实施条例》颁布以来，其作为道路交通管理的上位法规，对维护道路交通秩序、保障驾驶安全起到了重要的规范作用。随着近年来自动驾驶的技术积累和迭代，以有人类驾驶为前提的现行法律法规已不能适应自动驾驶发展与应用的需要。但从配套政策及法律法规层面而言，国内的发展方式主要还是采用由地方政府自行摸索并出台区域性规定进行试点的方式。

全球首例自动驾驶致驾驶人死亡案件的代理律师、北京市安理律师事务所合伙人郭庆律师对记者表示：“在现行版《道路交通安全法》没有对自动驾驶领域的相关问

题作出明确规定的情况下，地方政府自行摸索出一些规定进行试点的做法是可取的，此举是鼓励自动驾驶在当地发展的有效手段，对营商环境起到促进和保障作用。这当中有两个深层逻辑，一方面，在上位法修订之前，地方性法规先行，可以保障行业有法可依；另一方面，智能驾驶的发展日新月异，很多问题无法预见，大法出台还需要时间验证。”

竞天公诚律师事务所刘旭龙律师在接受记者采访时指出：“地方性法规效力限于其颁布的行政区域内，优先于地方规章、地方政府规范性文件适用。当地方性法规与上级法规、规章、规范性文件发生冲突时，适用规则通常需通过法定程序审查，以确保法律体系的统一性和协调性。”

“在现阶段技术路线尚未明晰的情况下，暂不宜仓促颁布上位法律，采取灵活性、敏捷性的监管手段更为适宜现阶段产业发展，建议结合沙盒监管的先进治理手段。”刘旭龙律师表示。

目前，全国已有超过40个省市出台了自动驾驶汽车道路测试管理细则。此外，试点省市已在高速公路/城市道路测试、无安全员驾驶、远程控制测试、载客示范应用、商业化试运营等前沿领域展开立法工作。

刘旭龙律师谈到，在责任原因认定上，现阶段存在较大的技术难度，涉及算法可解释性问题，且现有算法无法穷尽汽车行驶过程中的所有极端场景。其建议，可

技术创新、基础设施建设和消费者接受度。

小马智行副总裁、Robotaxi自动驾驶出行业务负责人张宁在接受记者采访时表示：“企业需要无人化技术能力、政策支持、量产能力、规模化运营和产业链合作这五大要素共同推动，才能实现自动驾驶大规模商业化。”

在毕马威一项调查中，消费者更多将自动驾驶当成一种特色功能而非成熟的出行方式，技术稳定性仍是用户考虑最多的因素。由此可见，可靠性和安全性是推广自动驾驶技术的另一项重大瓶颈。

在郭庆律师看来，我们国家还没有赋予人工智能法律人格，在车内无驾驶员的情况下，承担责任的主体仍停留在所有者和管理者上，实际追责过程中，应当还会涉及研发者和制造者。当前的法律框架下，可以从设计缺陷、制造缺陷、警示缺陷、算法缺陷几个维度来判定责任。

“法律最终还是要思考如何在鼓励产业发展与维护消费者权益之间找到一个平衡点。”郭庆律师说道。

卷价值替代卷价格 汽车业进入智能网联重塑期

本报记者 陈燕南 上海报道

“传统企业既要进行油车的节能改造,又要发展新能源汽车,企业双线作战,当前经营压力持续加大,行业上下倍感焦虑;新一轮贸易保护主义抬头,一些国家和地区将贸易问题政治化、工具化,试图割裂全球汽车市场,这些都成为行业所面临的新问题,需要共同解决。”近日,2024中国汽车论坛召开,中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋在致辞中表示。

据了解,当前,车企高管关于“内卷”的话题一直争论不休,引发了一系列的唇枪舌战。有人对内卷提出担忧,称不利于行业和企业的长期发展;有人认为内卷是自然规律,是市场竞争的本质;也有人对内卷提出方法论,称要因地制宜的“卷”。各家车企的观点都不尽相同。

在争论的背后是汽车行业普遍陷入了焦虑情绪之中。工业和信息化部副部长辛国斌表示:“汽车芯片、基础软件等存在短板,新一代动力电池、自动驾驶等新技术竞争加剧;国内消费需求不够旺盛,市场竞争异常激烈,出现了一些无序竞争,不少企业利润下降甚至亏损,企业间拖欠账款情况增多。这些现象影响和冲击了产业链供应链的稳定。”

今年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年,也是中国汽车工业转型升级、竞争加剧的激荡之年。当前,中国汽车产业经过多年积累与努力,已经在“电动化”的上半场取得了举世瞩目的成就。当进入“智能化”下半场竞争的关键时期,全产业链都将面临前所未有的颠覆与变革,中国汽车如何实现引领,携手共赢,这成为了汽车管理部门、行业、企业等共同面对的核心课题。

“坚决抵制不当竞争行为”

行业要公平竞争,为用户创造价值。

“中国汽车是越卷越强,越卷越好。”比亚迪集团品牌及公关处总经理李云飞在演讲时表示,过去4年中国主流汽车品牌研发投入是4年前的2.5倍,最近的中国汽车不仅是产品,连服务和品质也是越卷越好、越卷越硬。

然而吉利控股集团高级副总裁杨学良有着不同观点,他表示:“所谓内卷就是在相对稳定的市场需求下,不讲规矩、不讲武德,不顾质量和安全,不顾行业法规要求,只为一己市场份额,扰乱竞争秩序。”

“到今天为止,我们还有幸在牌桌上打牌,我们希望牌友们严守规矩,如果某些牌友偷牌、换牌、打假牌被发现了,就应当自觉主动地接受处罚,而不能恼羞成怒地要求守规矩的牌友们出局。”杨学良说。

技术、质量战、服务战、品牌战,还有企业的道德战。

值得一提的是,杨学良还将有所沉寂的“常压油箱”事件旧事重提。随后,长城汽车官方微博转发杨学良讲话并评论称:“中国品牌一起为汽车产业健康发展和全球化进程作出应有贡献,为用户坚守品质底线。关于‘常压油箱’事件,我们也相信一定会有一个公平、公正、公开的法律结论。”

据了解,目前整个汽车产业进入深度调整期,行业内卷激烈,格局分化。深蓝汽车战略市场部副总经理吕婷认为,过度内卷是一种伤害,不应该只“卷”价格,而是要“卷技术、卷产品、卷价值”,通过技术创新、产品升级、价值提升,推动汽车行业高质量发展。

安徽江淮汽车集团控股有限公司党委书记、董事长、总经理项兴初表示:“当前,行业竞争日趋激烈,产

品的同质化严重,价格战在所难免,由此带来的优胜劣汰、兼并重组也是必然。我们认为,市场化的竞争确实能够促进产业的不断进步,但不当的恶性竞争并不利于整个产业的可持续与健康发展。”



当前我国汽车行业已进入深度调整阶段。

奇瑞汽车股份有限公司副总经理王琅则表示:“奇瑞希望远离内卷,远离价格战,走品牌向上之路,向下的空间是有限的,向上的空间是无限的。”

在业内人士看来,各个观点的核心都是行业要公平竞争,为用户创造价值。

对于目前白热化的竞争,辛国斌表示,跨国车企能够历经风雨、历久弥新的关键在于始终坚持质量第一、服务至上。(车企)要立志做百年老店,坚决抵制不当竞争行为,维护风清气正的市场环境。

携手共创数智化未来

当前,全球汽车竞争主要是围绕新能源、智能座舱、自动驾驶等展开的。

那么行业该如何应对“内卷”?对此,不少行业人士对新赛道提供了新思路,同时,也对协作创新达成了共识。

“破除内卷难题的关键,是要坚持以用户为中心,通过持续的科技与产品创新来满足用户的差异化需求,并真正为消费者创造附加价值等。”项兴初表示,市场竞争不仅仅是产品和服务的竞争,它更深层次地体现在企业的理念和认知上。面对新技术加速演进、多产业融合发展,以及存量竞争、结构优化的新阶段,企业应更加重视理念、认知的创新突破,更加需要回到挖掘用户本质需求,聚焦用户使用场景,通过产品技术、制造技术、服务技术等系统创新,特别是新理念、新体系的改革创新,来满足用户需求,甚至超越用户期待。

针对挖掘用户需求方面,汽车

之家党委书记、首席执行官吴涛也给出了答案,他表示,用户需要对产品有认知,同时,品牌要重视“场景”,聚焦置换以及下沉市场。另外,要将“最后一公里”的体验提升。

重庆长安汽车股份有限公司副总裁王辉表示,在一系列科技进步推动下,汽车产业正在从提供交通工具向提供“出行产品+出行服务+生态服务”转变,汽车正在演变为具有“移动多功能空间、智能计算终端、数据采集载体以及移动储能单元”的可进化智能汽车机器人,“新汽车+新生态”时代正在到来。随着5G通讯、人工智能、万物互联、空天地网络、大数据等一系列新技术群突破,汽车产业正向数智化加速转型。我认为,新能源只是序章,数智化才是真正的未来。

王琅则认为,当前,全球汽车

竞争主要是围绕新能源、智能座舱、自动驾驶等展开的。更进一步讲,应该是平台与生态商业模式、思维方式的竞争创新,汽车正在从一个移动交通工具变成一个移动的物理空间和数字虚拟空间,以及链接两者的自由切换的元宇宙空间。

“要拓展汽车的经营边界,就要通过数字化转型、平台的建设,带动整个产业上下游供应商、后市场的中小企业,共同打造生态,把过去提供客户的一次性交易变成持续的交易。提供高质量的解决方案,以创客的思维打造新的商业模式。”王琅表示。

现代汽车集团常务/现代汽车中国前瞻数字研发中心总经理杨峰则认为,变革并非孤立存在,它需要各方携手合作实现共赢,汽车产业链长且复杂,覆盖了从研发、生产到销售和售后各个环节,在这

个过程中主机厂、零部件供应商、科技公司、经销商等各方面只有紧密合作才能面对变革带来的挑战和激烈的竞争。“比如在技术研发方面,主机厂和科技公司的合作能够整合双方的优势资源,加速新技术的突破和应用,从而在竞争中脱颖而出。零部件供应商和主机厂的协同创新,则可以确保零部件的质量和供应的稳定性,提高整个生产体系的效率,增强产品的竞争力。”杨峰表示。

杨峰进一步表示:“同时,变革和共赢也体现在国际合作中,全球汽车市场日益紧密相连,不同的国家和地区的企之间相互交流、学习和合作,能够促进技术的跨境传播和资源优化配置。同时,应对国际市场的竞争推动全球汽车行业的发展。”

在付炳锋看来,汽车是高度全球化发展的行业,智能网联新能源

汽车更是全球产业合作的产物,更需要加强全球合作,共同实现跨越式发展。付炳锋表示:“智能网联新能源汽车推动全球化融合发展。纵观汽车行业百年历史,从福特流水线到丰田精益生产,再到大众产品平台化,每一次变革和创新,虽然源自发达国家,但最终都惠及全球,实现共同的跨越式发展。汽车产业百年变局源于电动化,并与新一轮信息技术深度融合,智能网联新能源汽车已成为全球汽车产业发展方向。”

“协同创新推动全球汽车技术发展。当前,固态电池、燃料电池及高压系统等关键核心技术正在加快突破,自动驾驶、智能座舱及中央集成式电子电气架构等技术不断迭代。随着这些技术深度发展,协同研发和全球产业链合作更加重要,协同创新成为全球发展的主流模式。”付炳锋表示。

纯电车型销量增长45% 大众电动化未来:要市场,也要利润

本报记者 陈茂利 北京报道

4年时间,在中国市场累计投资近840亿元推进电动化战略的大众汽车集团(以下简称“大众集团”)在华棋局掀开新篇章。7月16日,大众集团在华独资公司大众安徽首款新车ID.与大众上市。

ID.与众只是开始,大众汽车计划至2026年,再推出4款包括SUV和轿车在内的新品类车型。所有车型都将在大众汽车位于安徽的智能网联电动出行中心研发和制造。

ID.与众上市同期,大众集团公布了全球销量成绩单。今年上半年,大众集团在新能源市场取

得积极成果。上半年,该集团在华纯电动汽车销量增长45%,超过市场增速。

不过,大众集团在其他区域市场遇到了电动汽车需求减弱的情况。需求放缓,外界传出,大众集团“将对其电气化战略做出调整”。虽然大众集团以“未来是电动化”回应否认了这一传言,但有

来自集团内部的消息指出,大众集团倾向增加插电式混合动力汽车(PHEV)的生产比重。

“这一动向暗示,即便是在积极转型的大型车企之间,面对市场和技术的不确定性,采取更为灵活多样的电动车型组合策略成为一种应对之道。”经济学家余丰慧在接受《中国经营报》记者采访时指出。

销量占比最高的市场。而在中国市场,比亚迪、特斯拉、理想等车企形成先发优势,两相对比,我们就不难理解,为什么跨国车企在放缓转型步伐,或用提高插电混动车型占比的方式,来修正电动化战略。”“汽车新四化”产业研究者、知行韬略合伙人杨继刚告诉记者。

在中国市场转型见成效

平衡销量、成本和利润,大众汽车集团(以下简称“大众集团”)非常关键。近日,大众集团发布全球销量数据,2024年上半年,大众集团全球总交付量为435万辆,略低于2023年上半年的437万辆。

“现阶段,集团聚焦长期的战略目标,更加重视可持续的价值创造,而非一味牺牲利润、追求市场份额。只有这样,我们才能保证有足够的资金投入新技术研发,实现持续的技术创新,不断强化自身竞争力。”对于上半年取得的成绩,大众集团方面表示。

发起A级车市场“护卫战”

A级车市场向来是车企的兵家必争之地。在燃油车的A级市场,大众集团一直是领头羊,但在目前的新能源A级车市场却不是。

当前的A级车市场正上演着“新能源进,燃油车退”的戏码。比亚迪、吉利、长安等自主品牌依托其在新能源领域的先发优势,正重塑A级车市场格局,比亚迪更是凭

在欧洲地区,大众集团的总销量同比增长了1.9%,达到193万辆,其中在西欧同比增长了2.3%,在德国本土市场,销量增幅达到了3.6%,而中欧和东欧销量则同比微降0.7%。

在北美和南美地区,大众集团销量增长显著,市场份额也得以扩大。其中在北美市场,大众集团交付了49.52万辆汽车,实现了7.9%的显著增长。在主要市场美国,销量增幅为3.0%。在南美地区,大众集团销量同比增长了15.4%,达25.53万辆,增长最快,尤其是核心市场巴西推动了销量的增长,增幅高达24.0%。

借成本优势牢牢掌握新车定价权。“中国汽车市场竞争越来越激烈,尤其是大众具备传统优势的A级车市场,大众看好这个细分赛道的发展前景,希望推出紧凑型电动车型。”大众集团(中国)首席执行官贝瑞德表示。

“我们希望将这种势能和终端的成绩继续保持到新能源汽车领

域。”贝瑞德直言。大众集团的目标是,在A级车市场,实现与中国本土对手同等的成本水平。

为了尽快达成这一目标,大众集团作出决定,在中国推出一个针对紧凑型入门级市场的A级车的CMP平台。贝瑞德介绍:“这个平台是针对中国市场的消费者度身定制开发的。”

同时,大众联合小鹏在电子电器架构领域展开合作,双方共同打造CEA架构,通过简化电气架构,大幅减少控制器数量,从而降低40%的成本。

据了解,CEA将首先应用于专为本土市场开发的平台,覆盖基于CMP平台、面向紧凑级入门市场开发的四款大众汽车品牌纯电动汽车型。

一些新闻报道所说的我们

将改变电动战略或者调整投资的说法均不正确,未来是电动化。”大众集团某发言人在采访时明确表示。

尽管大众方面否认了“大众对其电气化战略做出调整”的说法,但大众加码插电混动车型却是不争的事实。大众旗下核心电动汽车品牌ID近期宣布,随着电动汽车销售减速,它(市场)将需要更多的插电式混合动力汽车。

“插电混动是个非常好的选择。这样让客户更加贴近纯电车型。”大众集团CEO奥博穆直言,大众将提高插电混动车型比例,“我们会根据市场的要求来不断地调整和优化我们三种不同车型的比例。”

“当前插混技术重归流行,插混技术因电池续航里程超过100公里而吸引了众多消费者。所以,对高尔夫或途观的插混车型寄予厚望。”大众欧洲一高管表示。

大众对这一改变的描述是通过“战术调整,实现战略目标”。

记者了解到,大众进行战略调整背后是,大众的电动汽车在中国

以外的区域市场需求下滑。

据外媒报道,大众电动汽车只在中国实现增长,在欧洲和北美市场出现下滑。同时,埃姆登工厂和茨维考工厂的产能利用率过低,临时工面临失业风险。

而在中国,大众瞄准的是一个增速接近70%的市场。中国插电式混动正在高速增长,超过纯电动增速。乘联会数据显示,今年1—6月纯电动汽车累计242.5万辆,插电式混动汽车168.7万辆,分别同比增长15.8%、69.5%。

除了市场需求,生产成本或许也是大众集团“战术调整”的原因。杨继刚告诉记者:“相比产业链更加成熟的中国、欧洲和美国的新能源汽车产业链并不完善。以某畅销品牌新能源乘用车为例,中国市场的生产成本为1.6万欧元,而同期欧洲市场的生产成本高达2.4万—2.8万欧元。但如果选择从中国进口,则又要遭遇欧洲刚刚宣布的高额进口关税。而产业链成熟,并非一日之功,在产业链并不成熟、生产成本居高不下的情况下,选择插电混动的方式来进行战略过渡,也容易理解。”

价格战频发、业绩承压 动力电池企业打响淘汰赛

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

随着国内产能的进一步扩张，动力电池企业正加速向海外市场破局。

日前，中国汽车动力电池产业创新联盟发布了今年上半年我国动力电池相关数据。今年上半年，我国动力电池和其他电池累计产量为430GWh，累计同比增长36.9%。同时，今年上半年我国动力电池和其他电池累计销量为

402.6GWh，累计同比增长40.3%。其中，动力电池累计销量为318.1GWh，累计同比增长26.6%。

在行业仍然存在供大于求和价格战的情况下，动力电池相关企业的业绩受到一定影响。《中国经营报》记者注意到，包括蜂巢能源、孚能科技(688567.SH)等在内的多个动力电池企业的业绩表现有所承压。

面对上述情况，相关企业已开始降本增效，研发新技术、新产品

以及开拓海外市场。蜂巢能源相关负责人告诉记者，2024年公司的总基调是稳固基盘、聚焦经营，同时坚持创新。“公司已经制定了全年14亿元制造成本改善的目标，并且发力海外市场业务。”

孚能科技相关负责人也对记者表示，孚能科技与土耳其TOGG集团合资成立的SIRO公司，也将为孚能科技形成海外本地化的制造和服务能力，拓展海外客户形成竞争优势，带来新的增长机会。

业绩承压

由于市场供大于求、行业持续发生价格战等多方面因素影响，动力电池企业在降库存的同时，营收、利润也承压。

降库存是今年以来动力电池企业的关键词之一。据孚能科技2024年一季度财报，孚能科技的存货由2023年同期的35.99亿元下降至32.82亿元。国轩高科(002074.SZ)2024年一季度的存货也由去年同期的56.79亿元降至54.38亿元。

孚能科技方面对记者表示，公司已在2023年度提升库存管理水平。“高价库存产品和原材料基本消化完毕，存货金额已下降到2024年一季度约33亿元的水平，高成本库存对往后业绩的压力已经逐渐释放。”

不过，相关企业在今年一季度的业绩出现下滑。其中，孚能科技

营业收入较上年同期下降21.7%，降到29.24亿元；国轩高科归母净利润出现同比下降，较上年同期下降8.56%，降到0.69亿元；亿纬锂能(300014.SZ)归母净利润也出现同比下降，较上年同期下降6.49%，降到10.66亿元。

多位业内人士在接受记者采访时表示，在动力电池的价格和下游车企需求的双重影响下，过去一年动力电池价格出现下行。

惠誉评级亚太区企业评级联席董事王锐告诉记者，尽管以碳酸锂为代表的上游原材料价格大幅下滑，但动力电池的制造成本降低也部分缓解了电池制造商盈利方面的

压力。“不过，下游新能源车企的价格战持续也会给上游电池厂商带来压力，目前动力电池价格相比去年逐渐稳定下来。部分企业采取价格战的主要目的是为了在短期内获得更多的订单。”

王锐进一步对记者表示，盲目持续的价格战会损害企业的可持续发展，长期来看车企在追求电池性价比的同时也会更注重电池在续航、高温低温下的表现，以及安全性等方面的产品。“拥有稳定高品质的电池生产技术和成本管控能力，是立足于该行业的核心竞争力。”

在盘古智库高级研究员江瀚看来，市场需求增长放缓是当前行业

压力。“不过，下游新能源车企的价格战持续也会给上游电池厂商带来压力，目前动力电池价格相比去年逐渐稳定下来。部分企业采取价格战的主要目的是为了在短期内获得更多的订单。”

王锐进一步对记者表示，盲目持续的价格战会损害企业的可持续发展，长期来看车企在追求电池性价比的同时也会更注重电池在续航、高温低温下的表现，以及安全性等方面的产品。“拥有稳定高品质的电池生产技术和成本管控能力，是立足于该行业的核心竞争力。”

在盘古智库高级研究员江瀚看来，市场需求增长放缓是当前行业

压力。“不过，下游新能源车企的价格战持续也会给上游电池厂商带来压力，目前动力电池价格相比去年逐渐稳定下来。部分企业采取价格战的主要目的是为了在短期内获得更多的订单。”

王锐进一步对记者表示，盲目持续的价格战会损害企业的可持续发展，长期来看车企在追求电池性价比的同时也会更注重电池在续航、高温低温下的表现，以及安全性等方面的产品。“拥有稳定高品质的电池生产技术和成本管控能力，是立足于该行业的核心竞争力。”

在盘古智库高级研究员江瀚看来，市场需求增长放缓是当前行业

逆势扩产

实际上，尽管目前动力电池行业内出现供大于求的情况，引发价格战，但部分企业仍在扩张产能。

记者注意到，自2023年开始，多个动力电池企业加快了扩张产能的步伐。以蜂巢能源为例，2023年，蜂巢能源在全国的多个工厂项目密集投产，包括位于江苏省盐城市基地的二期项目、江西省上饶工厂的二期项目等，为蜂巢能源带来至少75GWh的电池产能。

和蜂巢能源类似的还有孚能科技。相关资料显示，今年孚能科技也在大力扩建产能。不过，孚能科技相关负责人对记者表示，除在建的赣州30GWh新基地一期和广州30GWh基地一期，今年暂时不会有新一轮动力电池产能落地。

动力电池企业扩产的同时，却

是目前动力电池行业内现有产能利用率的不足，这使得国内动力电池企业开始降本增效和布局高端产能。

据伏特加新能源相关研究报告，2023年，依据我国锂电企业动力及储能电池出货量计算，行业平均产能利用率仅达到57%，闲置产能达到650GWh。

“到2025年，中国锂电企业动力储能出货量将为1.4TWh，但产能将突破3TWh，产能利用率仅为47%，闲置的产能将超过整个市场需求至1.6TWh。”伏特加新能源方面分析认为。

面对目前闲置产能增长的情

况，企业端也在降本增效、布局高端产能，提升经营质量。蜂巢能源相关负责人告诉记者，2024年上半年，公司对原有的矿业、正极材料、能源管理等业务进行瘦身，砍掉了竞争力不足、增长率低以及亏损的业务，并且对一些资产、股权进行了处置，适时退出。

蜂巢能源董事长杨红新此前也表示，蜂巢能源必须将大量的时间投入到人工成本、报废率、库存等指标上，做日管理、周管理，进行生产的全方位优化。“目前蜂巢能源的制造成本已经下降40%，人工成本下降15%左右。”

以电芯为例，蜂巢能源在电



日前，蜂巢能源在全球合作伙伴峰会上发布了多款竞争力十足的短刀新品。

本报资料室/图

海外破局

除了降本增效外，国内动力电池企业开始另辟蹊径，开拓海外市场业务。

日前，杨红新在社交媒体平台表示，今年上半年，蜂巢能源向海外客户共出货2.61GWh，同时上半年蜂巢能源的海外出货占比达到28.7%，并且这一比例还在持续提升中。

蜂巢能源相关负责人告诉记者，蜂巢能源2024年的海外订单超过3.25GWh，印度尼西亚市场还有0.8GWh的增量需求，预计到2026年海外业务还会明显增长。“在海外市场的助力下，蜂巢能源对于2024年和接下来几年的销量都比较乐观。”

孚能科技也在加速向海外扩张。“公司注重拓展海外和新兴业务市场，计划加强境外业务的发展。”孚能科技相关负责人告诉记者，2023年公司海外营收过半，出口产品毛利率优于国内市场。

孚能科技继续保持与奔驰的战略合作，新增海外重点客户Siro，并获得印度第二大汽车工业集团Mahindra Group(马恒达)的项目定点，与国际头部eVTOL制造商合作并已交付产品。”孚能科技方面表示。

在业内人士看来，发展境外业务是国内动力电池企业扩大业务版图的正确选择。

王锐告诉记者，长期来看，开拓海外业务有利于国内电池企业发展更多优质客户，增加业务稳定性和发展空间。

不过，王锐也表示，国内动力电池企业出海可能面临海外车企严格的电池质量检测，当地政府对碳足迹和电池性能或原材料产地也有要求，以及部分地区还有高额进口关税。“此外，海外产能建设周期较长，人力和建设成本更高，项目投入回报时间相比国内较长。”

江瀚也对记者表示，国际市场环境复杂多变，不同国家和地区的市场准入标准、法律法规、文化背景等存在差异，企业需要充分了解并适应这些差异，才能成功进入并立足市场。

“国际竞争异常激烈，全球范围内动力电池企业众多，且不乏实力强大的竞争对手，企业需要在技术、质量、服务等方面持续提升自身竞争力。此外，供应链管理和物流运输也是一大挑战。动力电池的原材料和零部件可能来自全球各地，企业需要建立稳定可靠的供应链体系，并确保产品能够高效、安全地运输到目的地。”江瀚表示。

应对欧盟关税冲击波 动力电池企业加码海外

本报记者 陈婧斌 广州报道

宁德时代(300750.SZ)计划筹集15亿美元(约合105亿元人民币)的基金，以帮助构建其海外供应链。

此计划正值欧盟考虑对中国进口的电动汽车征收关税之际。分析人士认为，这将促使更多中国车企在欧洲设厂生产，从而减轻关税带来的负面影响。

《中国经营报》记者了解到，

在欧盟关税政策的压力下，全球动力电池市场占有率领先的企业，比如比亚迪旗下的弗迪电池和长城汽车的主要电池供应商蜂巢能源，也在加快出海布局，提前推进中国车企的本地化生产计

划。然而，出海布局并非总是一帆风顺，例如蜂巢能源在6月传

出其欧洲项目搁置的消息。

国际智能运载科技协会秘书

长张翔在接受《中国经营报》记者采访时指出，动力电池企业在欧

洲加强供应链建设是顺应车企发展的需求。他表示：“动力电池企业在当地建厂后，车企会认为其供应链更加安全。如果从中国进口电池，中间环节较多，风险也较大，一旦零部件供应不上，将影响车企的生产，导致新车无法按时交付。因此，在欧盟对中国车企加征关税的背景下，动力电池企业在欧洲建厂，不仅能规避关税问题，还能促进中国车企在欧洲的本地化生产。”

动力电池企业补强海外供应链

近日，有消息称宁德时代计划筹集一只离岸基金，为其在欧洲和其他海外市场的供应链体系提供融资。这只基金由总部位于中国香港的Lochpine Capital管理，注册于2023年8月。

宁德时代在一份声明中表示，该基金旨在通过全球志同道合的伙伴支持，促进全球能源转型。该公司补充道，基金将主要从海外投资者处筹集资金。

宁德时代计划为该基金出资约15%，并与海外主权财富基金、超级富豪的家族理财办公室和油气公司等潜在投资者进行洽谈。

记者就此事联系宁德时代，截至发稿尚未收到回复。

据了解，该基金的主要投资目标是能在欧洲为宁德时代供货的企业，投资标的可能包括采矿业。欧洲目前没有足够的电池上游材料供应商，且难以直接为新的供应商提供资金，设立上述基金被认为是解决这些问题的市场化方案。

目前，宁德时代在欧洲已建有德国图林根电池工厂，年产能为14GWh。同时，该公司在匈牙利建设了一座耗资73亿欧元(约合576亿元人民币)的新电池生产基地。

此外，宁德时代还计划与全球第四大汽车生产商斯特兰蒂斯共同在欧洲建设电池工厂，基地或选址西班牙。

实际上，记者了解到，在海外尤其是欧洲补强供应链的布局中，国内的动力电池企业并非仅有宁德时代一家。

博格华纳官网2月18日发布消息称，公司与比亚迪旗下的弗迪电池签署了战略合作协议。根据该协议，博格华纳在欧洲、美洲及亚太大部分地区拥有使用弗迪刀片电芯为商用车本地化生产LFP电池包的权利，协议有效期为8年。

除了在涵盖的地理区域获得用于生产磷酸铁锂(LFP)电池包的尖端刀片电芯外，博格华纳还将获得弗迪电池授权使用其

电池包设计和制造过程相关的知识产权。

然而，国内动力电池企业的欧洲布局并非一帆风顺。今年6月，蜂巢能源在德国东部勃兰登堡州劳赫哈默的布局被传出暂停。

多家外媒报道称，蜂巢能源已暂停在劳赫哈默建设一座电池工厂的计划。Electrive援引蜂巢能源的信息称，工厂建设暂停是由于面临国际惩罚性关税的威胁，以及长期且不均的补贴分配造成的市场扭曲。此外，欧盟关于撤销内燃机禁令的讨论也是重要影响因素。

另一个重要原因是蜂巢能源的一个客户项目被取消。日经新闻引述德国媒体的消息称，该客户为宝马集团，蜂巢能源在去年10月成为宝马集团的动力电池供应商。

就弗迪电池与蜂巢能源在欧洲对中国车企加征关税的背景下，记者联系了比亚迪及蜂巢能源方面，但截至发稿，未收到进一步回应。

宁德时代和弗迪电池的欧洲扩展之所以能赢得海外资本的欢迎，与其在全球市场的庞大份额密切相关。

根据韩国研究机构SNE Research 7月3日发布的全球动力电池统计数据，宁德时代在2024年1—5月继续位居全球动力电池装车量榜首，装车量达107GWh，市场份额为37.5%，成为全球唯一一家装车量突破100GWh的企业。以每辆新能源车搭载50KWh电量(50度电)计算，宁德时代前5个月的动力电池装车量可支持约214万辆新能源汽车。

事实上，宁德时代已连续7年蝉联全球动力电池装车量榜首。去年，该公司是全球唯一一家装车量超过200GWh的企业，全球市场份额为36.8%。同时，宁德时代的动力电池装车量增速保持良好，同比增长31.1%，在榜单前五家企业中增速最快。

SNE Research指出，宁德时代通过向中国国内市场的ZEEKR、AITO和理想汽车等主要品牌，以

及特斯拉Model 3/Y、宝马iX、梅赛德斯EQ系列和大众ID.系列等全球主要整车制造商供应电池，使其成为全球唯一市占率超过30%的电池制造商。

今年1—5月，比亚迪的全球动力电池装车量达44.9GWh，排名第二，市场份额为15.7%，较前两个月提升2个百分点。在全球汽车制造商日益激烈的混合动力技术竞争中，比亚迪发布了新款混合动力车型，有效满足了纯电动车(BEV)和插电式混合动力车(PHEV)市场的需要。

两家国内动力电池巨头的全球市场份额已达53.2%。在中国车企面临欧洲加征关税的背景下，专家认为，动力电池企业出海补强供应链有利于增强其市场竞争力。

传播星球App联合创始人付海军表示，在欧洲对中国进口电动汽车征收关税的背景下，以宁德时代为代表的动力电池企业出海补强供应链，是为了满足海外市场的需求，提升自身竞争力。由于关税增加了中国车企在欧洲的成本压力，需要

更多的动力电池支持车辆生产。宁德时代、比亚迪等动力电池企业通过出海补强供应链，可以更好地满足海外市场的需求，提高自身竞争力。

张翔也指出，以宁德时代为代表的动力电池企业在欧洲布局有诸多优势，例如蔚来和小鹏在欧洲建厂造车，直接从宁德时代的欧洲工厂采购电池更加便捷，为中国车企在欧洲建厂提供了便利的条件和基础。

尽管如此，动力电池企业在欧洲的布局仍面临许多挑战。张翔提到，动力电池企业在欧洲建厂会面临投资风险。例如，特斯拉的德国工厂就经历了多次波折，没有按计划顺利开工。欧洲建厂的速度远慢于中国，工会组织和高昂的员工成本也是不利因素。此外，在欧洲建厂还需进行知识产权布局，保护核心技术，并满足当地的环保和碳排放要求，这些领域对宁德时代、比亚迪等企业来说都是陌生的。

对此，张翔建议，在欧洲建厂应尽可能多招收本地员工，实现真正的本地化，以避免更多风险。

霸王茶姬致歉 新茶饮业“黑马”狂奔

本报记者 许礼清 北京报道

近日,新茶饮品牌霸王茶姬成为舆论的焦点。

7月15日,霸王茶姬就“伙伴离职后被贴公示”事件发布致歉声明。起因是,一女子在社交平

台发文称,自己从霸王茶姬离职后,被店方张贴身份证号公示。与此同时,有传闻称,霸王茶姬正在行业内大量招人,人员来源除了星巴克、Tims,还有小红书、华为。并有消息称,星巴克前副总裁李涛已离任,并在今年上半年

加入霸王茶姬。

不过,霸王茶姬相关负责人对《中国经营报》记者否认了上述消息,并表示:“随着公司业务快速发展,公司需要各领域的优秀人才,因此我们也一直在做相应的招聘工作,但不会局限于具体

某些公司,而是会根据岗位职能和需求整体来看。”

种种传闻背后,是霸王茶姬的加速扩张。公开数据显示,截至目前,霸王茶姬共有门店4714家,其中超七成门店为近两年新开。从创立品牌到跻身行业头部

阵营,霸王茶姬只用了不到七年的时间,成为业界“黑马”。今年5月,霸王茶姬创始人、CEO张俊杰高调喊话:霸王茶姬2024年的小目标是销售额超越星巴克中国。

实际上,上述类似的事件也是围绕在整个新茶饮行业的阴霾。

近年来,新茶饮行业频出企业与员工爆发矛盾的事件;另外,行业的竞争愈发激烈,企业竞争不仅体现在规模扩张、价格战上,还有产品创新、品牌营销等方面,对人才的需要也更加多元和迫切。整个茶饮行业已经卷入了“新纪元”。



目前霸王茶姬全球门店超过4700家。

企业员工矛盾频发

近年来,企业与员工出现矛盾的情况频频在新茶饮行业发生。

霸王茶姬发布的致歉声明称,公司已要求门店立即“撤销公示”,并与公司一起联系该伙伴,进行道歉和慰问。此外,公司对涉事门店负责人与区域管理负责人进行停职调查。

回顾过往可以发现,这并不是个例,近年来,企业与员工出现矛盾的情况频频在新茶饮行业发生。就在近日,蜜雪冰城“1元冰杯惹怒两拨打工仔”登上热搜,其中一拨打工仔,就是蜜雪冰城门店中的员工。

根据公开报道,茶颜悦色在2022年多次集中临时闭店,引发了员工的不满。员工认为公司的管理混乱和对流量获取的焦虑导致了频繁的闭店和裁员。今年4月,还传出了乐乐茶的某店店长对员工动手的消息,引发了广泛争议。

实际上,站在行业角度来看,新茶饮行业的快速发展带来了巨大的市场机遇,也带来了更多的就业岗位,但也暴露出企业管理员工关系方面的问题。

而通过数据也可以窥探到新茶饮门店员工的工作压力。根据

灼识咨询统计,2023年Q1—Q3国内现制茶饮店共售出105亿杯饮品。粗略换算下,这相当于每秒就有4.5杯饮品售出。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪接受记者采访时表示,新茶饮之所以屡屡爆出公司和员工的矛盾,其根源在于行业的快速发展与企业管理体系的不完善之间的矛盾。随着市场规模的迅速扩大,企业对于人才的需求急剧增加,但相应的培训、激励机制以及企业文化建设却未能及时跟上。

“这导致员工在高压工作环境下,难以获得应有的成长与回报,进而产生不满与矛盾。这种矛盾不仅影响了员工的工作积极性和创造力,也对企业的品牌形象和市场口碑造成了损害。”詹军豪认为。

此外,盘古智库高级研究员江瀚对记者表示,新茶饮行业屡屡爆出公司与员工矛盾,也会导致员工流失率上升,增加企业的人力成本和管理难度,进而影响整体运营效率和竞争力。

行业开启抢人大战

江翰认为,新茶饮行业的竞争日益激烈,企业之间的人才争夺战也愈发激烈。

尽管整个行业在员工管理体

追赶星巴克中国

和其他对标星巴克的品牌一样,霸王茶姬选择在门店数量上狂奔。

新茶饮行业的很多热点事件,都似曾相识。除了员工的相关话题,还有对标星巴克这件事。

根据公开报道,张俊杰曾在公开场合表示,霸王茶姬要做“东方星巴克”,要全球化,一切以商业化、标准化、规模化为主。

根据张俊杰分享的业务数据,2023年,霸王茶姬GMV(商品交易总额)达到108亿元。2024年第一季度,霸王茶姬单季度GMV超58亿元,预计2024年GMV将超200亿元。“我们先定一个小目标,2024年霸王茶姬要全面超越星巴克中国区。”张俊杰说。

可以看到的是,不少品牌都

系方面仍需要完善,但可以看到的是,伴随着各种“万店计划”“下沉计划”,新茶饮行业对一线员工的需求量越来越大。

贝恩公司全球高级顾问潘俊也认为,新茶饮行业的快速扩张和竞争加剧,导致企业需要不断补充人才。

记者注意到,近日来,霸王茶姬便被曝出正在行业内大量招人,甚至传出了该公司“挖来”了星巴克前副总裁,但霸王茶姬相关负责人对记者否认了该消息。

为何霸王茶姬招人会被放大?

江翰认为,新茶饮行业的竞争日益激烈,企业之间的人才争夺战也愈发激烈。霸王茶姬的大量招人行为被解读为企业在积极备战、扩大规模,这自然会

引起业界的广泛关注和讨论。或许该事件在传播过程中被部分媒体或公众过度解读或放大了,但无论如何,这一事件都反映了新茶饮行业当前的人才竞争态势。

但与之相对应的,则是新茶饮行业的“用工荒”问题,这也不止一次被外界广泛讨论。有人力资源行业资深人士就曾在互联网平台上发文认为,一是服务业这类劳动力密集型行业和岗位的供求短缺,茶饮行业发展迅速,岗位需求量大。二是茶饮员工薪酬待遇低,受年龄限制,岗位技术含量低,缺少职业晋升通道,发展空间有限等。

“奶茶店员的工作技术性单一、可替代性强,很多员工在工作中获得的成就感并不多,包括企业的晋升渠道不够明朗,或者对

于员工的重视程度不够等,都会导致这个行业的人员流失严重。”资深人力资源从业者何女士告诉记者。

可以看到,新茶饮品牌仍在大量招人。

记者在某招聘软件上看到,霸王茶姬正在招聘的岗位为400余个,茶颜悦色有163个、茶百道有151个。不过,霸王茶姬在该软件上的招聘岗位并不是最多的,记者注意到,喜茶设置的招聘岗位多达600个。

另外,可以看到的是,新茶饮品牌招人与扩张计划是相辅相成的。

近期就有媒体报道称,霸王茶姬宣布即将登陆相关市场,并以破格的薪酬标准招聘管理层人员,月薪高达7万~9万港元。

记者,霸王茶姬将推动东方茶的全球化发展,打造世界级茶品牌。未来,霸王茶姬计划服务全球100个国家的消费者,每年奉上150亿杯现代东方茶。当一杯现代东方茶出现在世界各个角落,它将唤醒全球对茶的心智最大公约数。

这些具体动作勾画出霸王茶姬的发展规划,即打造差异化产品,增强供应链实力,在大规模扩张中实现业绩的增厚。

不过,公开资料显示,从业绩上来看,星巴克中国去年的营业收入为31.61亿美元,约合227.52亿元,霸王茶姬若想赶超星巴克中国,或许还需要付出更多的努力。

黄酒产业探索年轻化 亟待走出“包邮区”

本报记者 刘明 北京报道

开酒馆、跨界推新品、搞落地活动,这些以往离黄酒很远的营销活动正在频繁上演,助推整个黄酒行业掀起年轻化浪潮。

《中国经营报》记者注意到,不管是在战略布局,还是营销落地上,

加快年轻化转型

记者注意到,黄酒年轻化并不是一个新命题。早在2020年,在绍兴召开的“2020中国黄酒T7峰会”上,多家黄酒重点企业共同发布了“振兴黄酒五年行动宣言(2021—2025年)”,其中就提出了“高端化、年轻化、时尚化”的产业发展方向。

综合黄酒头部企业的动作来看,各家年轻化路线均涉及多个方面。

首先体现在产品创新上,如会稽山,推出了气泡黄酒“一日一熏”。该产品自2023年8月上市,在今年“6·18”期间,“一日一熏”在会稽山抖音官方直播间72小时卖出超过1000万单,且成交80%以上都是年轻人。

古越龙山也开发了适合现代消费者需求的新产品,相继发布了迎合微醺经济和低度酒趋势的低聚糖黄酒、新派米酒、果露酒、全球首款糯米威士忌等。

在2024年经营计划中,金枫酒

黄酒巨头们都不约而同地开始了年轻化布局,拓宽消费群体。古越龙山总经理徐东良直言:“黄酒要振兴,就得和年轻人交朋友。”

在这背后,是黄酒一直以来的“破圈”困境。根据中国酒业协会发布的数据,近几年,黄酒行业整体营收规模正在逐年下降,2019年时,

企业在年报中披露,针对年轻消费者,继续开展泛米酒系列产品的研发储备,如米酒、露酒、黄酒衍生产品。

酒类分析师蔡学飞认为,各类产品的推出是黄酒的品类年轻化创新,试图通过更加低度、利口以及潮流化的产品来提高品牌话题度、曝光度,从而加快企业年轻化转型。

其次则是营销方面的支撑,各个黄酒品牌也在场景上与年轻人在各个渠道进行触达,而小酒馆是黄酒企业的共同选择。如古越龙山推出了“慢酒馆”“九加酒馆”,在杭州及其他地区开业;女儿红开设了“温渡酒馆”、状元红打造了“小酒馆”、黄酒小镇打造了“微醺舍”等。

有旅行达人告诉记者,这些小酒馆通常具有以下特点:装修风格现代或融合传统元素,营造轻松愉悦的氛围;提供以黄酒为基底的特色饮品,如黄酒咖啡、黄酒奶茶等创新产品;强调社交和体验,为年轻消

费者提供一个了解和体验黄酒文化的新场所。

蔡学飞认为,黄酒企业确实比较适合品鉴馆、慢酒馆、小酒馆这种场景化营销载体,但考虑到黄酒的品类特点以及国内酒类的发展情况,黄酒整体市场还需要大家共同努力,任重而道远。

实际上,黄酒产业的年轻化不仅是企业在发力,还得到了地方政府的政策支持。

此前,绍兴市人民政府办公室关于促进黄酒产业发展振兴的实施意见中就提到,鼓励和支持黄酒企业持续推进细分市场消费偏好研究,加强产品创新、拓展品类,特别是开展适合年轻人的酒体设计研究,延长黄酒产业链,引领“新酒饮”风尚,不断提升适应市场、引领市场的能力,扩大黄酒消费区域、消费群体;鼓励和支持各类企业持续推进渠道创新、营销创新,增强市场主导力。

泛全国化布局

实际上,从黄酒行业2022年CR3统计数据来看,目前,黄酒行业产销区域已然集中在江浙沪地区。

中国酒业协会数据显示,江浙沪总体市场规模占全国的79%(江浙沪产能约占85%);从产品主销价位来看,经初步测算,全国市场销售额60%由40元以下产品贡献,而上海市场超过60%的销售额由20元以下产品贡献。

同时,今年以来黄酒产区效应愈发明显。绍兴黄酒规上11家企业,2023年实现销售36.13亿元,占全国黄酒总销售的42.27%,比2022年增长了10个百分点;实现利润总额7.17亿元,占全国黄酒利润总额的46.02%,比2022年增长了7个百分点。

绍兴黄酒从占全国黄酒比重不到三分之一到目前已近一半,份额正向优势产区绍兴集中,正在以优势产区带动整个行业的市场增长。

走不出江浙沪“包邮区”,也导致整个行业的销售规模下降。中国酒业协会统计数据显示,2023年1—12月,81家纳入国家统计局范畴的规模以上黄酒生产企业,累计完成销售收入85.47亿元。行业整体营收规模从2017

年的195.85亿元,逐渐下降至2023年的85.47亿元,六年复合增长率下滑12.91%。

同时,行业规模企业数量从2017年的121家下降至2023年的81家,六年总计减少33家。从数据来看,黄酒行业企业主体不断减少,整体营业收入持续萎缩。

蔡学飞认为,黄酒虽然是中国古老的酒种,但是近代以来已经萎缩成“江浙沪包邮区专卖”了,同时由于缺乏社交属性,市场比较封闭,最近几年中国酒类消费结构升级明显,黄酒缺乏品类溢价与社交价值,盈利能力较弱。

这在行业3家上市公司的业绩中也可以窥探一二。2023年,古越龙山净利润3.97亿元,同比增长96.47%。不过,其中分别获得沈永和酒厂房屋拆迁补偿款以及龙山电子49%股权转让款,合计达2.05亿元。

会稽山净利润1.68亿元,同比增长18.96%。

金枫酒业净利润1.05亿元,同比增长1927.5%。其中,净利润大涨,主要是因为收到四川中路房屋征收补偿款约2亿元。

不过,也要看到的是,黄酒企业也在不断努力。如会稽山宣布继续深耕江浙沪核心市场,并致力

于泛全国化布局;再如古越龙山,其制定实施“一地一策”招商计划,全面“补空白、扫盲点、拓网点”,北拓西进,2023年全年新增经销商263家,填补北方24个地级市空白市场,最北经销点拓展到漠河。

记者注意到,中国酒业协会理事长宋书玉曾提到,黄酒的发展首先要放大声量,让消费者知道黄酒是什么;其次要直击痛点,说明为什么要喝黄酒,黄酒该怎么做;再次要挖掘黄酒文化;同时要拓宽市场宽度,走出舒适圈,拓展黄酒的全国化市场;最后要引领消费,提倡理性健康饮酒理念,让慢生活、微醺成为黄酒生活的一部分。

酒水行业分析师欧阳千里认为,自黄酒兴起至民国,绍兴黄酒始终是高品质黄酒的代称,沿着运粮、运盐的道路,风靡于全国,被誉为“越酒行天下”。如今,传统文化急速回归,慢节奏被市场追捧,黄酒再次迎来新的发展机遇。古越龙山力推“国酿”、会稽山主推“兰亭”,希望改观市场对黄酒低价低质的印象,也给渠道商留足利润“厚利多销”,同时增大对广告、品鉴的投入力度,助推黄酒的高端化,进而实现黄酒的全国化。

农夫山泉、百岁山回应争议 包装水价格战进入高潮

本报记者 孙吉正 北京报道

7月16日，农夫山泉和百岁山两大品牌针对“溴酸盐风波”公开回应。

《中国经营报》记者注意到，“溴酸盐风波”起因为7月15日中

国香港消费者委员会(以下简称“香港消委会”)发布对30款瓶装水的测评文章，其中“点名”农夫山泉和百岁山的瓶装水样本检出每升3微克的溴酸盐，称检出量达到欧盟上限。

对此，两大品牌发出强烈抗

议。农夫山泉发布了致香港消费者的律师函，提到该测评对农夫山泉产品溴酸盐含量情况作出了不客观的评价，给其声誉造成巨大伤害，要求香港消委会向农夫山泉及消费者道歉；百岁山称，测评发布后，互联网平台上部分媒

体报道称“来自内地的农夫山泉、百岁山瓶装水溴酸盐达欧盟上限，或有机会引起恶心腹痛”。部分报道曲解检测结果，与事实不符，误导消费者，严重损害公司的合法权益。

随后，7月16日傍晚，香港消

委会作出回应，表示“全部30款测试样本没发现有害物质超出世卫组织的相关准则值，所有样本可安心饮用。文章的重点为各样本的性价比和瓶装水的胶樽对环境所构成的影响，并非产品有安全问题”。根据香港消委会的测评结果，上述

瓶装水的溴酸盐检出量符合相关规定，正常饮用不会产生问题。

对此，记者致电了香港消委会。香港消委会方面工作人员回应称，香港消委会暂时没有针对该事件的回应，但官网已经发布一些内容可以查询。



国内包装水市场风起云涌。

视觉中国/图

相关规定不尽一致

值得注意的是，被检测的农夫山泉产品是饮用天然水产品，但在评价时，却将其放在“天然矿泉水”序列。

据了解，我国现行的《生活饮用水卫生标准》规定溴酸盐限值为0.01毫克/升，与世界卫生组织的标准一致。对于矿泉水中溴酸盐限值，国际食品法典委员会(CAC)未作规定，其他国家有的有规定，有的没有规定，有规定的也不尽一致，如欧盟规定为0.003毫克/升，美国规定为0.01毫克/升。

根据《饮用天然矿泉水》(GB8537—2008)规定，天然矿泉水中溴酸盐含量≤10微克/升。正常情况下，水中不含溴酸盐，当水源中含有溴化物，并经臭氧消毒时，可产生无机消毒副产物溴酸盐，它是矿泉水及山泉水等多种天然水源在经

过臭氧消毒后所产生的副产物。溴酸盐经动物实验证实有致癌性，国际癌症研究机构将溴酸盐列为对人类可能致癌物质(2B类)。

科信食品与健康信息交流中心主任阮光锋表示，瓶装水一般用臭氧杀菌，臭氧杀菌的杀菌效果很出色，但会把水中的溴元素氧化成溴酸盐，这就是饮用水中溴酸盐的来源。从目前的科学情况来看，饮用水中的溴酸盐危害并不大。也正因如此，世界卫生组织只是将溴酸盐定为2B级潜在致癌物，并没有把它确认为致癌物，也就是说并没有足够证据显示溴酸盐对人体致癌。

值得注意的是，被检测的农夫

山泉产品是饮用天然水产品，但在评价时，却将其放在“天然矿泉水”序列。农夫山泉认为，其饮用天然水产品即使采用欧盟地区标准，也应适用欧盟“饮用水”安全标准而非“天然矿泉水”标准评价。而根据欧盟饮用水安全标准，溴酸盐安全含量为不超过10微克/升。中国内地、中国香港、美国、日本、世界卫生组织等各类饮用水安全标准中，溴酸盐安全规定也均为不超过10微克/升。

“对国产产品用于较为严苛的欧盟标准标注，对外资品牌用于较为宽松的世界卫生组织标准标注，这不免让人产生双标之嫌。”中国食品产业分析师朱丹蓬说。

杀回一元价格

在很长一段时间内，瓶装纯净水的价格维持在1.5元至2元区间。

“溴酸盐风波”掀起的同时，国内包装水市场也在风起云涌。

2018年，伴随着康师傅、可口可乐等品牌宣布旗下瓶装水从1元提价至2元，中国瓶装水市场基本告别1元水时代。但今年，随着农夫山泉杀进纯净水市场，中国包装水市场再次回归1元时代。

4月23日，农夫山泉宣布推出了新款绿色包装的纯净水，仅用10天左右时间就将绿瓶铺到了全国各地的线下终端，且价格低于市场认知价格，而这一反农夫山泉此前不生产纯净水的立场，这是其近20年来首次推出纯净水产品。

对于农夫山泉进军纯净水市场，业内有着非常多的解读和分析。

农夫山泉纯净水上市以后，立刻以纯净水为中心，开启了包装水市场的价格战。“现在来看，农夫山泉是想以包装纯净水为主，搅动包装水市场的新一轮洗牌。”朱丹蓬说。

在很长一段时间内，瓶装纯净水的价格维持在1.5元至2元区间。以冰露、娃哈哈、康师傅纯净水为代表的的品牌产品为这一区间的代表，2元以下的矿泉水产品则较少。

2023年，主打纯净水的怡宝开始在矿泉水领域作出新动作。2023年9月，怡宝官方微博显示，怡宝推出了全新矿泉水品牌“本优”，产品包括350毫升和555毫升两款规格，定价在瓶装水最主

流的2元区间。

今年7月初，农夫山泉市场零售价猛烈拉低，尤其是在线上的零售价格，天然水和纯净水的产品价格直接拉进1元区间。“娃哈哈从今年开始在线下开启新一轮的渠道布局，怡宝在今年也势必完成上市计划，因此对于农夫山泉而言，需要在今年销售旺季予以新的动作，以确保自身的行业地位不会被动摇。”清华大学战略营销顾问孙巍巍说，因此，价格战以及纯净水的布局就显得顺理成章，农夫山泉更高的市场份额决定了它的动作将迫使其他品牌被动应对。就如同比亚迪开启了降价潮，其他品牌也只能顺势降低应对。

农夫山泉的纯净水上市后，其在线上、线下渠道同步力推新品。在农夫山泉送水到府官方抖音直播间，12瓶550毫升的纯净水促销价格只需9.9元，折合约0.83元/瓶，且包邮包配送。而在线下部分渠道，农夫山泉纯净水甚至打出8.9元/包的价格，折合约0.74元/瓶。在农夫山泉之外，娃哈哈、怡宝等多个品牌的瓶装水也开启了优惠促销。在部分线下超市，怡宝纯净水555毫升规格12瓶装，售价11.9元。

海通国际研报显示，2023年，包装水和即饮茶在软饮总市场占比分别为35.6%和18.7%。包装水中，农夫山泉、怡宝和景田位列前三，娃哈哈位列第四。“农夫山泉在完成上市之后，怡宝必然有足够的资金和力量继续和农夫山泉、娃哈哈在包装水、纯净水市场竞争，怡宝在包装水、纯净水市场缠斗，价格战必定是其中一环。”朱丹蓬说。

葡萄酒市场加速分化 企业加码高端创新突围

本报记者 党鹏 成都报道

对于红酒经销商陈勋来说，8月份已经排得很满，他组织的酒庄游将在烟台及其他地区开展，此外还有法国、意大利的酒庄游也将成行。

面对白酒和啤酒夹缝中的红酒市场，陈勋已然是想尽招数。根据公开财报，2023年，5家上市、挂牌葡萄酒企业的净利润下降，6家出现亏损。截至《中国经营报》记者发稿，A股4家葡萄酒上市公司发布的半年度业绩预告中，只有一家扭亏，其他不同程度亏损。即使是国产红酒龙头企业张裕(张裕A, 000869.SZ)，在今年一季度也出现营收和净利润的双位数下跌。

为此，红酒企业纷纷图谋新路，或是进入威士忌、白兰地等细分赛道，或是开酒馆搭建新消费场景，抑或是组织沉浸式感受的酒庄游。

“由于市场竞争的不断激烈，单纯依靠价格战已经无法满足红酒企业的发展。”酒业行业专家蔡学飞表示，消费者对红酒认知和需求的不断变化，要求红酒企业加强品牌建设，提高产品质量和服务水平，并且积极引进培养人才，加强从业人员素质与营销水平，积极拥抱酒庄等体验式营销，开拓直播及其他线上新销售渠道，并且加强年轻消费群体的品质教育与互动，从而巩固葡萄酒的消费基础，加强行业自律，严格相关法律法规，打击违法违规行为，真正保障红酒市场的健康可持续发展。

红酒市场萎缩加剧

截至发稿，在A股4家葡萄酒上市公司发布的半年度业绩预告中，只有威龙股份(603779.SH)一家扭亏，预计报告期内实现归母净利润为678万元至1065万元。扭亏原因在于通过降低成本、减少费用等一系列降本增效措施，有效降低了营业成本和费用。

此外，ST通葡(600365.SH)、莫高股份(600543.SH)、中信尼雅(600084.SH)均出现不同程度亏损。

对于亏损的原因，中信尼雅解释说，2024年上半年，国内葡萄酒市场仍处于调整期，公司受国内市场消费品类结构变化、政策因素等影响，市场竞争形势更加严峻，公司葡萄酒产品动销减缓，整体收入下滑，公司销售收入较上年同期出现下降，报告期经营业绩出现亏损。

此外，张裕A在2023年公司营收增长11.89%至43.85亿元，业绩规模超其余10家企业之和，行业集中趋势愈加明显。但是在今年一季度，净利润同比下降28.3%和42.6%。招商证券认为，主要是受

到2023年第四季度集中备货但库存消化较慢影响。

“2018年至2023年，尤其是过去两年间，葡萄酒在1919零售渠道销售占比显著下降，比高峰期下降近三分之二。与此同时，啤酒销售占比增加1%，白酒销售增长最为显著。从品类选择的角度来看，葡萄酒的市场份额被白酒取代。”1919供应链平台公司董事长兼总经理蒋常宇介绍。

根据1919的统计，今年上半年，公司在葡萄酒品类销售量同比下降14%，销售额同比增长2%，销量TOP5品牌为奥兰小红帽、奔富、赛鹰、索尔斯堡、伊歌(排名不分先后)；销量TOP3价格带为100元以下、100—200元、300—500元。

“2023年葡萄酒市场销售出现急剧下降，一年大概下降了百分之四五十。今年在去年的基础上，上半年又下降了百分之四五十。”主要做进口红酒的陈勋表示，下滑的原因主要在于市场不景气，很多合作伙伴比如说开酒行的、开烟酒店



国内红酒市场正朝品牌化、品质化、个性化等方向发展。

的、开餐馆的，还有一些专门为企事业单位团购服务的，突然之间都不拿货了，有些都已经转行了。”这说明终端这一块没有消费力，这是最核心的原因。”

就此，蔡学飞认为，目前，国产红酒在市场面陆续出现了产能过剩、销售萎缩、生产成本高企等恶化趋势，加上外部消费环境不佳，以及

国外进口红酒的直接竞争，国产葡萄酒原先依赖大分销体系进行低价倾销，而目前是消费升级的品质时代，国产葡萄酒存在着品牌溢价不足、消费者教育滞后、品质创新乏力等问题，可以说，内外部共同原因造成了目前红酒行业的境况。

据中国酒业协会的数据，去年全国规模以上葡萄酒企业总销售

收入只有90.9亿元，相比2016年464.54亿元的高点下降了80%。利润方面，去年规模以上企业的利润总额为2.2亿元，创下历史最低，相较2015年52亿元的高点已经跌没了95%。此外，2023年国内葡萄酒规模以上企业的数量减少15家至104家，相比于2017年高峰时的244家减少了57%。

寻求破局

威龙股份认为，随着中国经济稳步增长与消费升级，消费者对葡萄酒的需求从数量转向品质、文化内涵及健康生活体验，因此，高端与精品葡萄酒市场具有巨大发展潜力。

此外，怡园酒业(08146.HK)在2019年完成收购万浩亚洲有限公司100%股权，进军烈酒行业。怡园酒业介绍，“怡园酒业强化高端葡萄酒战略并加强成本控制，加之餐饮市场复苏带动葡萄酒销量增长，公司业绩在2023年实现扭亏为盈。”

蔡学飞认为，威士忌、白兰地

与葡萄酒存在着消费人群的重叠，在渠道上也有一定的互补性，因此，多元化确实能够给一些身处困境的红酒企业提供新的增长机会。但是要理性地看到，威士忌、白兰地与葡萄酒分属不同的品类，运营模式差异很大，这对于酒企的生产运营提出了很高的要求，还容易分散企业有限的资源，有一定的经营风险。

此外，记者注意到，6月初，位于王朝酒业(00828.HK)天津大本营梅江的王朝星空酒吧正式开

业。至于其未来是否会发展加盟连锁，经营业态等，公司未给予回复采访函。

“小酒馆及其他模式也属于创新赛道，目前更多的还是属于品牌传播范畴，并且已经属于连锁店面经营范围，主业有专攻，对于企业的发展贡献度有限，这些都是普通酒企需要重视的。”蔡学飞提示。

陈勋希望将年轻人带到酒庄进行更深度的体验。

在他看来，红酒消费的趋势虽然很难判断，但是年轻人还是会是主

力。“因为我们在做很多品酒活动时，基本上都是年轻的消费者居多，比如说像我们暑假做一些活动，很多留学生在暑假回国看父母之余，会积极参加品鉴活动。还有一些刚进入社会的年轻人，也比较喜欢红酒，他们是红酒市场未来增长最大的消费群体。”

此外，记者注意到，在暑假期间，包括新疆、烟台、银川等地葡萄酒庄，都纷纷推出酒庄深度游活动，吸引了很多年轻消费者在旅游的同时深度体验葡萄酒庄。陈勋提到，他也在深度介入酒庄游这样的主题品酒活动，并因此获得一批年轻的消费者。

蔡学飞表示，国内红酒市场正在朝着品牌化、品质化、个性化与专业化等多个方向发展，应该说作为特色酒品，在健康化与多元化消费趋势下，葡萄酒文化还在不断传播渗透。长远地看，随着国内葡萄酒产区的不断成熟，以及消费人群的不断壮大，葡萄酒市场依然有着不错的增长空间，短期的困难没有阻碍葡萄酒品种的可持续发展。

创新科技赋能 扬帆健康主食蓝海

编者按

自古以来,我国就有“民以食为天”的说法,食物不仅仅是人体获取能量的重要来源,更是关乎国人身体健康的重要因素。为实现《“健康中国2030”规划纲要》中提出的建设健康中国的目标和任务,我国曾先后多次发布《中国居民膳食指南》,不断调整健康膳食的结构,以促进全民健康水平的提升。随着社会的持续发展和消费的不断升级,人们对饮食的关注度越来越高。比如,消费者在食材选择上开始关注源头的品质,选择更加绿色天然、有机健康的产品;产品的新鲜程度也日益成为决定购买行为的核心消费要素。而不同消费人群对主食也有着多元化的消费需求:健身塑形者对于碳水含量的苛求,食养人士出于对自身健康的高度关注,妈妈们对于营养强化的偏爱,糖尿病人对于升糖指数的关注,环保人士对于天然有机、可持续的挚爱,白领上班族们对于方便快捷的诉求……这也意味着,多元化的消费需求将为主食产业激发出新的增长点与创新点,也将进一步驱动主食产业链的迭代升级,开拓出一个拥有持续购买力和需求旺盛的新消费市场。

季为民:主食行业正在掀起一场舌尖上的革命

本报记者 于海霞 孙吉正 北京报道

“人们对主食的诉求,从过去的追求吃饱,到现在既要吃好,还要有营养、无负担、绿色健康,以及如何合理摄入主食,实现营养均衡。”中国社会科学院工业经济研究所副所长,中国经营报社社长、总编辑季为民如此表示。

2024年7月13日,“创新科技赋能 扬帆健康主食蓝海”中国首届健康主食论坛在广东东莞召开。活动现场,多位健康领域的领导、专家、企业界代表等出席,围绕主食行业如何健康发展,如何在创新科技的赋能下升级等问题深入交流,并提出针对性解决方案。

2024年中央一号文件提出,“树立大农业观、大食物观,多渠道拓展食物来源”。践行大农业观、大食物观,首先要夯实粮食安全这一基础,坚持藏粮于地、藏粮于技,充分利用市场和资源,走绿色可持续发展之路,不断满足人民群众对美好生活的需求。

而主食作为一个刚需、高频复购的消费品类之一,直接关系到国人的身体健康和生活质量。《黄帝内经》里也提到:“五谷为养,五果为助,五畜为益,五菜为充。”古人在长期的生活实践中,逐渐认识到五谷,也就是我们常说的主食,是生养人体的基础。

具体来看,健康的主食不仅能够为人体提供全面的营养支持,满足身体各项生理功能的需要,还能够调节身体代谢平衡,降低血糖、血脂等生化指标的水平,保护心脑血管系统和其他重要器官的健康。因此,如何选择和食用健康主食,成为如今社会广泛



季为民

中国社会科学院工业经济研究所副所长,中国经营报社社长、总编辑

关注的热点话题。

逐年上升的粮食产量也为 主食行业的发展奠定了基石,根据国家统计局发布的数据,2023年全国粮食总产量约1.39万亿斤,比上年增加177.6亿斤,实现粮食生产“二十连丰”,且连续九年超过1.33万亿斤。

季为民表示:“目前,健康主食市场呈现出蓬勃发展的态势。一方面,随着人们对健康主食认识的不断加深和需求的不断增加,健康主食市场将不断扩大;另一方面,随着创新科技力量的加持和产业链的迭代升级,健康主食的生产工艺和技术水平也将不断提高,产品质量和安全性将得到更好的保障。”

值得一提的是,健康主食的发展并不是一蹴而就的。对此,季为民指出,应该清醒地认识到,未来健康主食的发展仍面临诸多挑战,比

如市场竞争日益激烈、产品同质化、消费者对细分产品认知不足等问题,都需要去应对和解决。

在消费升级的大势之下,主食产品也在往高端化、专业化、品牌化方向转型,因此,有着产业链优势和技术优势的企业也将迎来快速发展的契机。

季为民认为,在创新科技的加持下,主食这一古老的行业也正在掀起一场舌尖上的革命,健康主食赛道也将迎来更加广阔的发展前景。

“相信在创新科技的驱动下,经过行业的不断努力,健康主食行业将为农业产业化、品质化提供源源不断的市场动力,实现国内主食全产业链的升级,提供破局业内卷化的解题路径,为实现习近平总书记提出的,中国人要把饭碗端在自己手里的伟大目标,做出重要贡献。”季为民如是说。

丁钢强:合理科学的膳食对国民健康有重要意义

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

“从健康的角度出发,从生产的角度出发,从地球的可持续发展方面出发,我们都需要进行包括主食在内的变革,让消费者吃得更健康、吃得更营养。”

在“主食信仰”圆桌会议中,中国疾病预防控制中心营养与健康所所长、中国营养学会党委书记、中国食品科技学会副理事长丁钢强以中国居民主要膳食的变迁为主题,指出由于膳食结构变化导致的超重肥胖、慢性病患病率攀升等问题,强调了合理科学的膳食对于国民健康的重要意义。

丁钢强指出:“近年来,随着经济的发展和人民生活水平的进一步提升,我们的膳食结构已经发生了从原来吃不饱、吃得不好向吃得太多、吃得过于丰富的一个转变。”

基于对全国31个省、直辖市、自治区定期开展膳食营养的监测情况,丁钢强列出了具体变化:一是食物种类越来越多,但是主食当中的精白米面比例越来越高,粗杂粮、全谷物、玉米、高粱、小米、薯类吃得越来越少;二是蔬菜、水果的摄入量一直处于较低水平,尤其是城乡居民蔬菜的摄入量都在减少;三是动物性食物尤其是红肉类的摄入量较多;四是水产品摄入不够。

丁钢强进一步指出,由于动物性食物摄入多、植物性食物摄入少、膳食纤维少,再对比体力活动所消耗的能量,能量摄入相对较高,全国50%以上的成人有超重和肥胖的情况,目前这一数字

还在上升,甚至青少年儿童的营养在改善的同时超重肥胖的问题也越来越突出。

2022年4月26日,中国营养学会发布的《中国居民膳食指南(2022)》指出,我国成年居民超重和肥胖已超过50%。中国的男性肥胖人数4320万人,女性肥胖人数4640万人,高居全球第一。

除了肥胖,当下一个比较突出的健康问题就是慢病增多,包括糖尿病、高血压、高血脂、高尿酸等。对此,丁钢强从食物的角度分析了原因:“以前我们吃的食 物都是植物性食物为主,粗杂粮和全谷物比较多,膳食结构的不平衡导致膳食纤维摄入少,微量维 生素缺乏,导致很多营养相关慢性病的高发。”

在“大食物观”视域下,粮食概念从狭义的谷物扩展至一切可食用的食物范畴;粮食安全目标从更好满足人民美好生活需要出发。在丁钢强看来,现下还有很多地区需要增加粮食供给。因此,从生产的角度出发,应该提高粮食和食物的利用率、增加粮食产量和食物的来源、扩大食物的可食部分。

2023年6月22日,《柳叶刀》在线发表了全球疾病负担研究(GBD Study 2021)的一项成果,并对2050年全球糖尿病负担做出了预测。分析显示,2021年,全球有5.29亿名糖尿病患者,年龄标准化患病率为6.1%。预计到2050年,全球将有13.1亿名糖尿病患者。

同样,我国也面临着糖尿病患病率上升的困扰,2020年时18岁以上的成人患病率为11.9%。丁钢强透露,最近不同的调查和文献报道显示,这一数字可能要突破14%;而且儿童和青少年的糖尿病患病率也在上升。



丁钢强

中国疾病预防控制中心营养与健康所所长、中国营养学会党委书记、中国食品科技学会副理事长

丁钢强透露,最近不同的调查和文献报道显示,这一数字可能要突破14%;而且儿童和青少年的糖尿病患病率也在上升。

他进一步解释:“有相应的研究证据表明,全谷物和粗杂粮摄入量的减少是一个最重要的原因,当然还有加工肉类的过多摄入、水果和蔬菜的过少摄入,共同导致全球糖尿病患病率的快速上升。”

最后,丁钢强表示,如果有机会的话,企业应该做相应的资助,持续研究不同主食对血糖控制的影响,进一步提高公众对于包括发芽糙米在内的全谷物的消费和使用,让国人更健康。

首届健康主食论坛召开 发芽糙米团体标准呼之欲出

本报记者 许礼清 北京报道

2024年7月13日,由中国经营报社主办,中国中医药信息学会(食疗分会)联合主办,广东发芽红生物科技有限公司承办的“创新科技赋能 扬帆健康主食蓝海”中国(东莞)首届健康主食论坛暨发芽糙米行业千城万店签约仪式在广东东莞召开。

发展糙米领域取得重要进展

据介绍,发芽糙米以糙米为原料,通过科学的深加工,让它在萌芽过程中保留了糙米含有的营养成分,像丰富的维生素、矿物质、膳食纤维,同时通过生物转化产生一些对人体健康、生理有益的活性成分。

南京医科大学教授、江苏省营养学会名誉理事长蔡云清表示,首先,发芽糙米的营养价值大大高于精白米和糙米、杂粮;

其次,发芽糙米血糖生成指数比较低;

再次,发芽糙米符合中国居民膳食指南要求;

最后,由于发芽糙米的高品质和营养价值,体现的经济价值可能会更高。

中国社会科学院工业经济研究所副所长,中国经营报社社长、总编辑季为民在论坛上表示,

逐年上升的粮食产量为主食行业的发展奠定了基础,在消费升级的大趋势下,主食产品也将往高端化、专业化、品牌化的方向转型,行业也将经历洗牌、整合,有着产业链优势和技术优势的企业,也将迎来快速发展

的契机。

《中国经营报》记者注意到,发芽糙米作为一种新型的全五谷食品,因其独特的营养价值,在市场上广受欢迎和认可,其市场规模也越来越大。

在此次论坛上,行业团体

标准正式立项,这意味着发芽糙米行业的未来发展将更加规范。

不过,原卫生部副部长、原中国保健协会理事长、中国卫生监督协会会长、中国质量协会副会长张凤楼提到,目前不同企业对发芽糙米的生产过程、采用的工艺和技术存在差异,导致市场上发芽糙米的产品质量参差不齐,为了规范生产行为、提高产品质量,制定一定的生产和质量管理规范尤为重要。

在业内人士看来,《发芽糙米生产与质量管理规范》团体标准的立项,不仅标志着行业在发芽糙米领域取得了重要的进展,更意味着消费者能更精准识别安全、健康、美味的发芽糙米产品。相信未来,随着标准的推广和实施,发芽糙米的市场前景将更加广阔。

《发芽糙米生产与质量管理规范》和团体标准的制定规定相应的有关要求,中国商业经济学会批准由广东发芽红生物科技有限公司牵头制定的《发芽糙米生产与质量管理规范》团体标准正式立项。

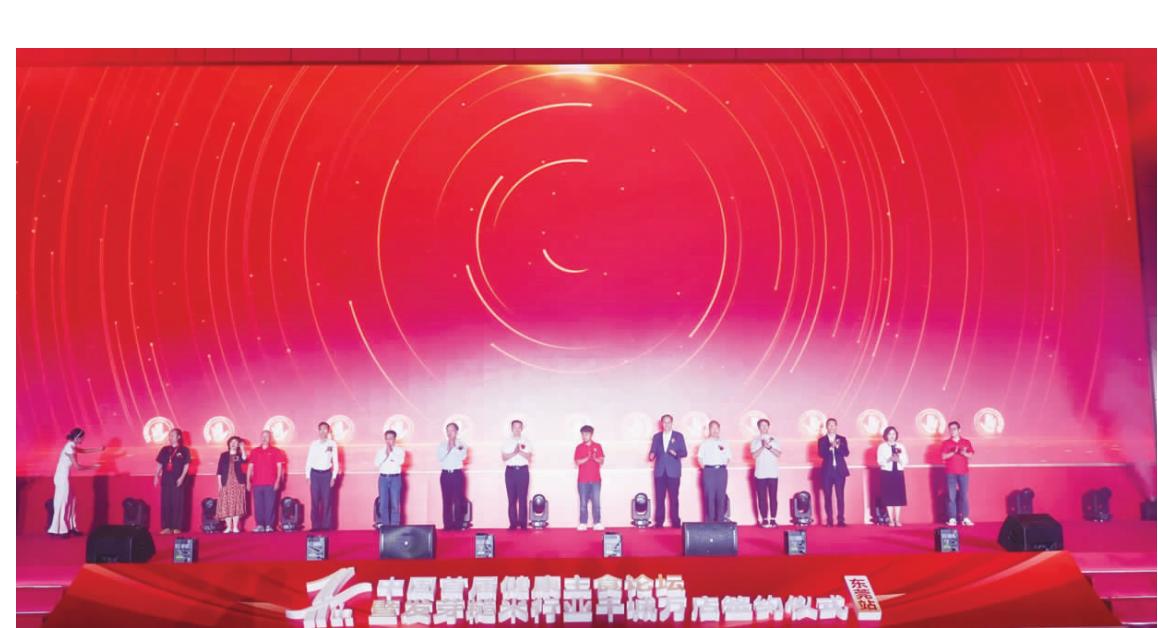
在论坛上,广东发芽红生物科技有限公司被授予“团体标准立项组长单位”。

在业内人士看来,《发芽糙米生产与质量管理规范》团体标准的立项,不仅标志着行业在发芽糙米领域取得了重要的进展,更意味着消费者能更精准识别安全、健康、美味的发芽糙米产品。相信未来,随着标准的推广和实施,发芽糙米的市场前景将更加广阔。

《发芽糙米生产与质量管理规范》和团体标准的制定规定相应的有关要求,中国商业经济学会批准由广东发芽红生物科技有限公司牵头制定的《发芽糙米生产与质量管理规范》团体标准正式立项。

在论坛上,广东发芽红生物科技有限公司被授予“团体标准立项组长单位”。

在业内人士看来,《发芽糙米生产与质量管理规范》团体标准的立项,不仅标志着行业在发芽糙米领域取得了重要的进展,更意味着消费者能更精准识别安全、健康、美味的发芽糙米产品。相信未来,随着标准的推广和实施,发芽糙米的市场前景将更加广阔。



中国(东莞)首届健康主食论坛暨发芽糙米行业千城万店签约仪式现场。

本报资料室/图

发芽糙米千城万店计划

在现场,广东发芽红生物科技有限公司创始人、董事长彭毅萍从国家战略、中小微经济发展和农业科技等角度,阐述了发芽糙米的重要性和发展前景。

彭毅萍认为,发芽糙米项目顺应了国家健康战略以及政策的指引。他指出,“十三五”期间,把保障人民健康放在了优先发展的战略位置,但当前,慢性病发病率上升,人民群众的需求已经从吃得饱转为吃得健康。而发芽糙米可以在预防和控制慢性病方面发挥重要作用。

彭毅萍介绍了发芽糙米的千城万店计划,他认为,2022年,我国小麦和大米的总产量为6.9亿斤,这说明发芽糙米有着广阔的发展空间。而通过千城万店计划,让更多消费者接触到它,哪怕有十分之一的人通过实体店接受发芽糙米,那这个体量也足以刺激更多中小微经济的发展。

“此外,发芽糙米项目对促进农民增产增收、提高耕地的利用效率、保障国家粮食安全也有着重要意义。100斤的稻谷,本来可以打成50斤的精米,而做出糙米,可以打成70斤。”彭毅萍表示。

在彭毅萍看来,让发芽糙米成为人民饭桌上的健康主食,关乎国民健康也关乎中小微经济发展。

而上述计划已经开始行动,记者注意到,在现场,“发芽糙米千城万店计划”的首批200家店进行了授牌仪式。

创新科技赋能 扬帆健康主食蓝海

何以为食:大健康需求下的新机遇

本报记者 黎竹 刘旺 东莞报道

2024年7月13日,在中国经营报社主办,中国中医药信息学会(食疗分会)联合主办,广东发芽红生物科技有限公司承办的中国首届健康主食论坛的“主食信仰”圆桌对话中,学界和业界专家、行业代表,围绕着主要膳食的变迁以及其在健康需求下的新技术、新机遇等相关话题展开讨论。

《“健康中国2030”规划纲要》中提及,要深入开展食物(农产品、食品)营养功能评价研究,全面普及膳食营养知识,发布适合不同人群特点的膳食指南,引导居民形成科学的膳食习惯,推进健康饮食文化建设。在“大食物观”视域下,粮食概

膳食变迁带来的问题

在圆桌论坛上,与会专家指出:“近年来,随着经济的发展和人民生活水平的进一步提升,我国居民的膳食已经发生了从原来吃不饱、吃得不好,向吃得营养、吃得过于营养的一个转变。”

根据我国居民营养调查数据显示,专家们总结了我国居民膳食结构中的四大变化特点:一是谷类吃得越来越少,精制谷物摄入过多,全谷物吃得很少;二是蔬菜、水果的摄入量长期处于较低水平,尤其蔬菜的摄入量在减少;三是动物性食物尤其是肉类的摄入量较多;四是水产品摄入不够。与会专家、中国疾病预防控制中心营养与健康所所长丁钢强指出,由于饮

食念从狭义的谷物扩展至一切可食用的食物范畴;粮食安全目标从更好满足人民美好生活需要出发,由吃得饱转变为吃得好、吃得营养、吃得健康。相关报告显示,糙米和藜麦因其低糖和高饱腹感的特点颇受健身党青睐,成为主食搭配的热门选手,线上藜麦和糙米消费近两年以超50%的增速迅速扩张,五谷搭配是大多数消费者的首选。

与会专家们一致认为,从健康的角度出发,由于居民膳食结构改变造成营养不合理,导致慢性病发病率增高;从生产的角度出发,“大食物观”提倡提高粮食和食物的利用率、增加粮食产量和食物的来源。因此,当下我国居民的主要膳食亟须进行调整和变革,使消费者吃得更健康。

性食物和脂肪摄入过多,造成能量过剩,加上缺乏运动,增加肥胖发病风险。全国50%以上的成人有超重和肥胖的情况,其中男性肥胖人数4320万人,女性肥胖人数4640万人,高居全球第一;目前这一数字还在上升。

针对我国糖尿病、高血压、高血脂等慢性病逐年升高问题,南京医科大学教授、江苏省营养学会名誉理事长蔡云清指出,我国居民慢性病的高发,已成为国民健康的杀手,这不仅给病人带来痛苦和烦恼,同时也给家庭和国家带来沉重的医疗负担。慢性病的高发虽存在多种原因,但与饮食不合理是密切相关的。

如何科学饮食?

在圆桌论坛上,对于上述问题,专家也从科学角度提出了自己的建议。

环球中医药杂志社社长、中国中医药信息学会食疗分会副会长兼秘书长李宏亮提到了食物疗法,即在传统中医和现代营养学理论的指导下调整饮食,注意食物的宜、忌和营养,从而达到科学膳食。

李宏亮表示:“食疗在古代中医典籍里面有记录。食疗中的食物既不同于药品,也不同于食物,它取药品之性,采食物之味,公

健康主食破局

多位专家一致认为,追求膳食平衡,首先应该从主食做起,让消费者了解全谷物的好处,让包括发芽糙米在内的全谷物走进百姓的餐食,促进“健康中国2030”目标的实现。

丁钢强指出,近几年,我国也面临着糖尿病患病率上升的困扰。2020年,18岁以上的成人患病率为11.9%。最新的文献报道和研究显示,糖尿病患病率将会进一步攀升;而且儿童和青少年的糖尿病患病率也在上升。

对于糖尿病人群或者高血糖人群来说,血糖生成指数(GI)和血糖负荷(GL)这两项指标是选择食物尤其主食的衡量指标。单毓娟在此前的营养干预研究中曾对发芽糙米的GI和GL值进行了测

定。结果显示,发芽糙米的GI值为54,属于低GI值食物,发芽糙米的GL值为7.78,属于低GL值食物。因此,发芽糙米比较适合血糖高的人群。她还提到:“从学术研究角度来看,发芽糙米通过改善肠道菌群、肠道屏障功能、机体脂肪酸谱构成、支链氨基酸代谢等多种机制,发挥对血糖的改善作用。”

在现场,广东发芽红生物科技有限公司联合创始人、首席农业专家梁海泉分享了自己种植水稻米的故事。他提到:“为了从源头解决‘贵族米’的问题,我选择从水稻品种选育方面发力,历经多年培植了产量更高、饱含花青素的发芽糙米。”

保持着对袁隆平院士培育杂交水稻的敬畏之心,梁海泉认为:

左右,江苏平均全谷物的摄入量仅9.3g,这与《中国居民膳食指南》要求的下限50g还相差较远,应该进一步大力宣传和推广全谷物。

蔡云清介绍,发芽糙米是以糙米为原料,通过科学深加工,在保留糙米富含维生素、矿物质、膳食纤维等多种营养成分的基础上,通过生物转化,又产生较多对人体健康有益的活性成分,如γ-氨基丁酸(GABA),该物质能够促进脑血流,增强脑功能。

在温州医科大学公共卫生学

院营养与食品卫生学教研室主任、教授、博士生导师单毓娟看来,如果把主食从精白米换成全谷物、杂豆类和薯类,在一定程度上对健康更有益。根据《中国居民膳食指南(2022)》的建议,谷类200—300g/d,其中全谷物和杂豆50—150g/d;薯类50—100g/d。

目前,全世界范围内有大量的科学研究表明,全谷物的摄入能够预防慢性病。在《中国居民膳食指南(2022)》的8条膳食准则中,第三条“多吃蔬菜、奶类、大豆”的基础上,增加了“全谷”。

十上百元的发芽糙米价格,目前发芽红的双色发芽糙米价格相对平价。“其实对于普通老百姓来讲,如果发芽糙米成为替代白米的主食的话,一日三餐就意味着这是刚需高频的食品,也会是很大一笔开支。”

目前来看,发芽糙米虽然能够满足健康主食的需求,但未来还需要进一步扩大市场认知。对此,李宏亮提出两点建议:一是加大对发芽糙米的宣传,让老百姓了解发芽糙米的优势,让发芽糙米进入百姓的日常餐桌;二是建议发芽糙米继续坚持科技赋能,主动和专业院校、科研机构进行合作,获得更多关于发芽糙米的人群摄食研究资料,以提供更多可靠、客观、有支撑的数据来说明、阐述发芽糙米的优势和功能性。

单毓娟:主食对我们的健康非常关键

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

温州医科大学公共卫生学院营养与食品卫生学教研室主任、教授、博士生导师单毓娟围绕近些年相关研究,分享了自己对健康主食的看法。她认为,如果把主食从精白米换成全谷物、杂豆类和薯类,在一定程度上对健康更有益。

单毓娟指出,我国居民的传统膳食模式是以植物性膳食为主,但近些年我国人群的膳食结构发生了巨大改变。2022年发布的《中国居民膳食指南》里面,建议我国居民谷类食物总量大概在200—300g/d,其中全谷物和杂豆类50—150g/d,薯类50—100g/d。

“如果我们把主食从精白米换成了全谷物、杂豆类和薯类,在一定程度上对健康更有益。”单毓娟说,“主食对我们的健康非常关键。大型流行病学研究,也就是我们经常说的‘循证医学’的数据显示,碳水化合物提供能量占总能量的百分比和死亡风险之间是呈不对称的U形曲线关系,当碳水化合物提供的能量低于总能量的50%,比如仅占40%或30%时,死亡风险是急剧升高的;但如果碳水化合物提供能量占总能量的比例在65%以上,比如超过70%



单毓娟

温州医科大学公共卫生学院营养与食品卫生学教研室主任、教授、博士生导师

行了较为系统的研究。他们将发芽糙米和精白米的成分做了比较并发现,发芽糙米中维生素B1的含量是精白米的3倍,维生素B6的含量则是精白米的20倍,烟酸的含量约为精白米的5倍。

单毓娟指出,发芽糙米里面富含膳食纤维,当时的研究结果是100g发芽糙米含有5g左右的膳食纤维。“如果我们想获得10g的膳食纤维,大概需要吃多少蔬菜?含膳食纤维比较多的青菜如蒜苗,还有柑橘类蔬果,需要吃掉大概1斤多,但换算成发芽糙米,吃200g就已经足够了,所以从主食的角度出发,发芽糙米其实是非常好的膳食纤维来源。”

2022年—2023年,单毓娟团队陆续在本领域权威杂志(Clinical Nutrition, Food & Function, Molecular Nutrition & Food Research)上发表了他们在发芽糙米对2型糖尿病人群的营养干预研究成果。在控制总能量的前提下,对于糖尿病人群坚持每天用100g发芽糙米替代等量精白米,连续3个月,将会对血糖水平的改善有益。当然,单毓娟也指出,本项研究结果仍需大样本量的、多中心的干预研究来进一步证实。

2014年,单毓娟课题组在中国营养学会达能营养研究基金的帮助下,对发芽糙米的成分、血糖生成指数(GI)及其对血糖的影响进

蔡云清:追求膳食平衡从主食做起

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近年来,我国居民的健康意识不断加强,膳食营养健康行为在不断形成,但与营养相关的慢性病仍在不断增加。南京医科大学教授、江苏省营养学会名誉理事长蔡云清从预防慢性病的角度出发,分享了自己对健康主食的看法。

蔡云清表示:“我们追求膳食平衡,首先应该从主食做起,让消费者了解全谷物的好处,让包括发芽糙米在内的全谷物走进百姓餐桌,促进‘健康中国2030’目标的实现。”在她看来,改革开放40多年来,经济快速发展之下,居民生活水平大幅提高、营养状况也有所改善,然而,国民的慢性病发病率却在逐年升高,成为威胁国民健康的杀手。

蔡云清认为,主食与慢性病的关系密切。“这些年来,我们的主食吃得越来越少,而且主要以精白米为主,稻谷经过反复碾磨的精白米,60%—80%的营养成分被丢失,留下的主要为淀粉,虽可提供人体能量,但缺乏维生素、矿物质和膳食纤维等营养素,人们长期食用精白米对健康不利,并可增加慢性病的发病风险。”

国内外大量研究表明,全谷物



蔡云清

南京医科大学教授、江苏省营养学会名誉理事长

的摄入具有预防慢性病的作用。纵观全球,美国、加拿大、新加坡、日本等国家的《膳食指南》里,都要求在主食里有一半的比例是全谷物,《中国居民膳食指南(2022)》亦要求,每天吃50—150g的全谷物。

为什么需要吃全谷物?蔡云清引用了科学研究的数字进行说明:“经研究,每天吃50—100g全谷物的情况下,糖尿病发病率可以下降26%,心血管病发病率的风险可以下降21%,冠心病的发病率可以下降28%,肠道肿瘤发病率可以下降17%。”

全国调查数据显示,我国居民平均的全谷物摄入量仅12g左右,江苏省平均全谷物摄入量为9.3g。对此,蔡云清认为,我国居

民全谷物摄入与《中国居民膳食指南》要求的下限50g相差较远,应该进一步推广全谷物。

蔡云清指出,全谷物包括燕麦、荞麦、高粱、小米等,这些属于杂粮系列,而糙米属于稻米系列,但由于糙米的口感和消化吸收差,没有被广泛接受。公开资料显示,发芽糙米以糙米为原料,通过科学深加工,在保留糙米富含维生素、矿物质、膳食纤维等多种营养成分的基础上,通过生物转化,又产生较多对人体健康有益的活性成分,包括γ-氨基丁酸(GABA)、阿魏酸、六磷酸肌醇等。许多研究认为,发芽糙米具有预防糖尿病、心血管病等慢病的作用。

蔡云清早年留学时就接触到发芽糙米,20多年来一直致力于发芽糙米的研究,曾获得国内首个发芽糙米的国家发明专利。她透露:“我们团队现已拥有6个发芽糙米相关的国家发明专利,争取尽快专利成果转化产业化。”

蔡云清认为,在大力推广食用全谷物的同时,发芽糙米作为一种高品质的稻米全谷物,希望也成为居民餐桌上的健康主食,让居民膳食更平衡、更营养、更健康,应该大力宣传与推广。

发芽红创始人彭毅萍:发芽糙米项目利民、利国、利农



本报记者 许礼清 北京报道

“让发芽糙米成为人民饭桌上的健康主食,关乎国民健康,关乎中小微经济发展,也是我们追求的方向和使命。”广东发芽红生物科技有限公司创始人、董事长彭毅萍如此表示。

7月13日,由《中国经营报》社主办,中国中医药信息学会(食疗分会)联合主办,广东发芽红生物科技有限公司承办的以“创新科技赋能,扬帆健康主食蓝海”为主题的中国(东莞)首届健康主食论坛暨发芽糙米行业千城万店签约仪式在广东东莞召开。论坛上,彭毅萍表示,发芽糙米项目不仅符合国家的健康战略和政策,也能促进增

产增收,推动科技兴农,刺激中小微经济。用彭毅萍的话来形容就是“利民、利国、利农”。

公开资料显示,发芽糙米系指糙米经过发芽至适当芽长的胚芽,主要由幼芽和带皮层的胚乳两部分构成。萌发的方法是,将糙米置于足够的水分、适宜的温度、充足的氧气的条件下,吸水膨胀,胚芽萌发,突破种皮,长成新的个体。

在谈到慢性病防治时,彭毅萍认为,健康主食在预防和控制慢性病方面具有重要作用。发芽糙米作为一种低血糖生成指数的食品,有助于降低糖尿病等慢性病的发病率。正如彭毅萍所说,资料显示,

发芽糙米的实质是在一定的生理活性化工艺条件下,其所含有的大量酶如淀粉酶、蛋白酶、植酸酶等被激活和释放,并从结合态转化为游离态的酶解过程。发芽糙米富含营养物质,有着各种功效,是糖尿病人的首选食品。

此外,彭毅萍还提到了发芽糙米千城万店计划,该计划旨在全国范围内开设发芽糙米专卖店、店中店等,在彭毅萍看来,这是激活中小微经济的好方式。

“大部分中小微经济都需要转型升级,需要一个平台,而大健康产业则是它们的首选之一。可以看到,2022年小麦和大米的总产量是6.9万亿斤,如果通过千城万店计划,有十分之一的消费者从消费

小麦和大米转向发芽糙米,那也是很大的体量,足以让更多的中小微经济踏上转型升级之路。”彭毅萍表示。

彭毅萍同时指出,广东发芽红生物科技有限公司作为中游,负责加工、生产、包装、销售,同时带动上游种植与下游门店终端的发展,实现一、二、三产业融合的发展格局,进而带动超过百万人就业。

此外,发芽糙米项目对农业发展也有积极促进意义,能够促进农民增产增收,提升耕地的利用效率,保障国家的粮食安全。

“比如说100斤稻谷,过去可以打成50斤精米,而做成糙米的话,可以打成70斤,以点带面,在更大

层面就可以带动增产增收。”彭毅萍表示。

此外,据了解,随着行业的发展,发芽糙米的团体标准正呼之欲出,对标同领域行业数据,广东发芽红生物科技有限公司的发芽糙米通过反复试验和论证,各项数值指标都能达到立项标准,在众多同行业品牌中脱颖而出,被授予“团体标准立项组长单位”。

在业内人士看来,发芽糙米生产与质量管理规范团体标准的立项,不仅标志着在发芽糙米领域取得了重要的进展,更意味着消费者能更精准识别安全、健康、美味的发芽糙米产品。相信未来,随着标准的推广和实施,发芽糙米的市场前景将更加广阔。