

地方债发行尝试定价市场化

NA2

大国重器 保险护航

NB1



棉花背后的创新金融样本 商业案例 ND4

自2022年以来,受多重不利因素影响,棉价震荡剧烈,棉花价格大幅下跌,棉农普遍惜售,棉花收购及加工企业面临“收棉难”的问题。在此背景下,一种“保险+期货+银行+订单”创新金融模式出现。

相较近年关注度较高的苹果保险+期货模式,此次针对棉花产业“收购难”的金融助农创新很是不同。前者主要是围绕看跌期权,即果农在苹果收购价格下跌时获得相应赔付,平滑种植收益波动风险。后者则主要围绕看涨期权,随价格上涨触发赔付,即

低价惜售的棉农以一定价格卖出籽棉后,在保险期间随棉花期货价格上涨棉农将获得赔付。如此一来,棉农不用将收上来的籽棉、鸡蛋棉堆在地里“打望”价格,承担存储变质的风险,同时也能在卖出后同样获得价格上涨的收益。棉企及时收上棉花开机运转,打通了供应前端的堵点。同时,该模式进一步延伸至下游订单环节,形成从棉农到下游企业乃至交易所的产业链全覆盖,不仅解决棉源供给问题,还能提供封闭运行、以销定购的收购贷款,让棉花上下游及



时顺畅地运转起来。

目前,上述新模式的首期试点已进入赔付阶段。

这一金融助农模式具体如何运作?谁在主导这一模

式创新?该创新能否复制?金融创新究竟如何影响产业?本期“商业案例”,《中国经营报》记者将详解棉花背后的金融故事。

社评

中国高端制造业仍需双向“补强”

近日,由国产大飞机C919执飞的中国东方航空MU9191航班,从上海虹桥机场起飞,在北京首都机场平稳降落,顺利完成这一机型全球首次商业载客飞行。从5月29日开始,C919将在上海虹桥—成都天府航线上实行常态化商业运行。中国东方航空方面表示,后续随着该机型的陆续引进,将逐步扩展投放到更多的航线。

C919圆满完成商业载客“首飞”,毫无疑问,这是中国航空业及高端制造业的又一重大发展成果。

近年来,我国从新能源汽车到航空、造船等领域都有着不俗表现。今年一季度,中国汽车出口达到106.9万辆,而日本一季度汽车出口104.7万辆,中国超越日本成为世界汽车出口量最多的国家,新能源汽车出口更是起到了重要的拉动作用。相关数据显示,2022年中国新能源汽车产销量分别达到705.8万辆和688.7万辆,同比分别增长96.9%和93.4%,连续8年保持全球第一;全球新能源汽车销量排名前10的企业集团中我国占了3席,动力电池装机量前10的企业中我国占6席。新能源车企的快速发展,正是得益于产业政策的引领,众多国产品牌在产品质量、技术投入等方面实现了从量变到质

变的飞跃。

在造船业发展上,我国也不遑多让。我国首艘国产大型邮轮目前已全面进入综合调试和内装完工阶段,计划于6月出坞,年底交付。国产大型邮轮的突破性意义在于,这一复杂的海上综合体带动起材料、零部件、设备系统的研发与建造,吸纳了大量企业分工与合作,发挥好国产大型邮轮产业链“链长”作用,将有力带动相关产业的联动发展。

不仅是大型邮轮,我国船舶工业不断提升创新能力、加快转型升级,在超大型集装箱船、大型液化天然气运输船、高端海工装备、船舶核心配套装备等领域实现多点突破,已经形成了高效协同、开放包容的创新体系。数据是最有力的证明:2022年,中国造船完工量、新接订单量和手持订单量以载重吨计分别占全球总量的47.3%、55.2%和49.0%,以修正总吨计分别占43.5%、49.8%和42.8%,前述各项指标国际市场份额均保持世界第一。

当然,中国高端制造业的发展还需要更多的支撑要素。

首先,鼓励不同性质的经营主体尤其是民营企业加入到高端制造业领域,有助于发挥其创新性,

做大产业及市场蛋糕。民营企业在经济中占据着重要地位,经过市场经济40余年的磨炼,形成了较强的创新能力和市场响应速度。因此,鼓励民营企业加入高端制造业领域,让他们发挥自身优势,将带来更多资金、人才和创新发展模式,让相关企业在协同发展不断提升国际竞争力。

无论是国产大飞机产业,还是大型船舶产业,要朝着更高发展目标迈进,还须依托对外对内两大市场,强化市场“有形的手”加以引导。也因此,敞开行业发展之门,激励更多民营企业参与其中,为民营企业发展、建设相关产业上下游,提供良好的营商环境,将进一步加快相关产业布局,推动企业的协作配套。

其次,国产大飞机、大型船舶产业,都属于典型的高精尖产业,需要长期技术投入。政府可鼓励科研院所、研究机构与企业形成产学研一体化合作,加大对核心技术基础性研发投入的政策补贴,鼓励银行提供金融支持,引入风险投资机制,让符合条件的企业加快上市,形成多层次的配套支持体系,构建更加开放、多元的产业生态。

我们更要意识到,任何产业的

发展,都离不开人才基础供给。有关部门要在相关领域的人才培养上加大投入力度。比如,在新一轮职业教育变革过程中,根据产业发展形势,让职业技术学校发挥办学自主权,增设新兴产业发展所需学科专业;鼓励更多资深行业人才,以兼职或全职方式担任教职,为新兴行业发展培养更多人才。

此外,还可以借鉴基础教育发展模式,推动职业技术学校资源整合兼并,形成一批拥有优秀师资、先进教学设备和发展理念的大型职业技术学校,打造更多垂直细分领域的职业技术学校百强,实现办学规模和质量的提升。

高端制造业需要技术精湛、专业化程度高的人才支撑,加大基础和职业教育投入,通过与企业合作,推动专业教育与实际需求相结合,形成更多毕业后“即插即用”的技术蓝领,方能为中国高端制造业的长远发展提供充足的人才支持。

C919成功商业首飞是中国高端制造业取得的重大成果,但是我们仍然需要不断加强产业创新能力、优化产业结构、引入更多经营主体,加大人才培养投入,致力于发展环境与人才体系建设的双向补强,才能推动中国高端制造业更好更快地发展。

本期热词

豪宅“打新热”

云锦东方云筑之所以被紧急叫停摇号开盘,源于其一二手房价之前存在明显倒挂,“打新”成功意味着可获得动辄2000余万元的隐性收益,这也引发了“假结婚”、违规代持等一系列违规乱象。

云锦东方云筑摇号被叫停 沪上顶级豪宅“打新热”或退烧 NB14

“果链”新名单

与此前两年对外公布的名单相比,苹果中国内地及香港背景的供应商阵容在小幅下修。从2020年的“十一进六出”,到2021年的“七进八出”,苹果2022会计年度的中国内地及港澳供应商名单,已是“五进八出”。

拆解“果链”新名单 苹果调整背后有深意 NB1

集采DRG联动

带量采购与DRG付费政策联动,让医院和企业直接谈价,这种全新采购方式也系全国首次。此次DRG联动采购较现在的集采有哪些特别之处?对参与改革的医疗机构而言释放了怎样的信号?联动采购对今后各地开展相关采购是否有指导意义?

集采与病种付费联动:让救命钱发挥到最大效应 NB8

潮玩出海

近几年,许多中国企业和品牌都在布局全球市场,像泡泡玛特、52TOYS的潮玩零售店也在尝试以开设新门店的方式进入海外市场。除了选择在渠道上发力,企业更加注重品牌建设,以IP联名的方式贴近全球消费者。

潮玩零售航海“启示录” NB1

经济大势

A1~A4

发改委着力打造“世界光谷” A3
央企助力光谷建设

强化中央企业创新主体地位 A4
支撑高水平科技自立自强

营商环境

B1~B16

半导体投资热能持续多久 B2

拟盘活百万亿级存量资产 B4

AMC密集调研地方国资

“国际化”+“综合化” B5

交行十年共建“一带一路”朋友圈

差异化赋能中小银行 B8

金融科技构建科技生态

北京二手房市场降温众生相: B9

换房业主调低预期求成交 买方观望“再等等”

上海毕业季租房市场观察: B12

保租房托底“新上海人”安居梦

智在公司

C1~C8

增长放缓竞争加剧 C2

中国云巨头开打“价格战”

马斯克公司首启人体试验 C4

脑机接口步入深水区

新能源下乡“正当时” C5

5000亿元市场待挖掘

“国内汽车经销商第一股”光环褪去 C7

*ST庞大12年A股旅程行将“谢幕”

消费连锁

D1~D4

白酒营销升级 酒+音乐寻求情绪价值 D2

国际酒店加码中国市场 挖掘下沉生意 D3



中经传媒智库



本报官方微信



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

地方债发行尝试定价市场化

定价区间调整

今年以来,广东省拟将地方债发行利率区间下限统一调整为国债收益率+5bp。

一个月时间,深圳市两次探索以地方债收益率曲线设定债券投标区间,这为其他地区地方债市场化定价提供了更多可能性。

2023年深圳市政府专项债券(十七期至二十二期)招标通告中明确指出,2023年深圳市政府专项债券(二十期)是一期借鉴地方债收益率曲线的债券。该期债券实际发行规模18.7亿元,发行期限为7年期,票面利率为2.8%。

根据发行文件,在标位限定方面,2023年深圳市政府专项债券(二十期)投标标位区间下限为招标日前1至5个工作日财政部公布的财

政部—中国地方政府债券收益率曲线中,7年期地方政府债券收益率算术平均值下浮4%,且不低于招标日前1至5个工作日财政部公布的财政部—中国国债收益率曲线中,7年期国债收益率算术平均值;投标标位区间上限为上述7年期地方政府债券收益率算术平均值上浮10%。

“关于地方债的发行价格,具体实践中通常都是以国债收益率为参考,并辅助最小加点幅度,此次深圳标位限定则以地方债收益率为参考,在定价上地方债收益率会因为地区和项目差异而有不同的发行价格,这有可能会降低融资

成本。”一位财税人士解释。

事实上,去年11月,广东省发行的两期地方债发行利率就参考了“财政部—中国地方政府债券收益率曲线”,这是地方债发行定价市场化的重要突破,标志着地方债发行定价开始步入新的阶段。

中证鹏元评级研究发展部研究员吴志武表示,新基准实施后,由于地方债投标标位区间下限出现下降,使得定价空间进一步加大,发行利率也将更合理地反映地区信用差异。

今年以来,广东省拟将地方债发行利率区间下限统一调整为国



地方债发行定价换锚标,进一步完善了地方债发行机制,提升了地方政府债券发行市场化水平。
本报资料室/图

本报记者 杜丽娟
北京报道

在深圳尝试地方债发行定价换锚后,地方债发行定价机制的市场化水平再次得到提高。根据发行文件,深圳市政府专项债的标位将设定参考“财政部—中国地方政府债券收益率曲线”设置投标区间,此前其主要参考“财政部—中国国债收益率曲线”。

从市场角度看,地方债发行定价从以国债收益率曲线为参考,转向地方政府债券收益率曲线,背后是对债券发行市场化定价的一种积极探索。

深圳市财政局表示,地方债发行定价换锚标,进一步完善了地方债发行机制,提升了地方政府债券发行市场化水平。

近年来,地方债作为我国债券市场第一大债券品种,市场化定价水平在不断提升。为此,财政部曾发文鼓励具备条件的地区参考地方债收益率曲线合理设定投标区间,以不断提升地方债发行市场化水平。

作为推动地方债定价市场化的一种方式,将地方债发行利率锚定地方债收益率是完善地方债发行机制的重要途径。

早在2021年6月,财政部在回复相关建议时表示,将不断提升地方政府债券发行市场化水平,要求地方政府部门、承销团成员不得以非市场化方式干预债券发行,并积极研究编制地方政府债券收益率曲线,这反映出管理层已开始着手构建以地方债收益率曲线为核心的市场化定价机制。

2022年3月,财政部在官方网站发布“财政部—中国地方政府债券收益率曲线”,并将这一指标的数据追溯至2022年2月25日,期限包括1年、2年、3年、5年、7年、10年、15年、20年与30年。

截至目前,共有广东和深圳两个发行主体尝试参照“财政部—中

国地方政府债券收益率曲线”定价,其中涉及四只债券。

吴志武表示,由于广东和深圳财政实力较强,换锚可以降低政府的融资成本,但对于其他发行主体,特别是弱资质省份,如果参照“财政部—中国地方政府债券收益率曲线”定价,则可能面临因市场认可度不高而导致发行失败或者利率升高的局面,因此其他发行主体仍需采取谨慎态度。

据悉,地方政府债券发行定价一般采用“下限确定、公开招标”方式,招标利率下限也称指导利率,主要参考前5个工作日同期限国债收益率的均值,并上浮一定指导利率点差,在一级市场定价中发挥着重要的锚定作用。

其中以工商银行、农业银行、中国银行、建设银行为代表的商业银行是地方政府债券一级市场的

主要投资者。根据这四家银行的交换数据,2019年到2021年,四大行在一级市场的合计认购占比分别为53%、49%、45%。

鉴于指导利率对地方政府债券定价的重要锚定作用,作为地方政府来说,未来应充分评估自

身财力、收入水平、债务负担,并结合债券自身条款和市场成熟程度,合理确定招标利率下限并动态调整。

中证鹏元评级指出,随着地方债定价市场化的持续推进,地方债定价中政策指导下的隐性下限

可能会成为地方债市场化定价中不可缺少的部分。同时,在广东和深圳尝试地方债定价市场化后,未来不排除更多强资质省份,比如北京、上海等地,也会采用同样的方式来定价,从而降低政府融资成本。

地方仍需谨慎

目前为止,共有广东和深圳两个发行主体尝试参照“财政部—中国地方政府债券收益率曲线”定价,其中涉及四只债券。

吴志武表示,由于广东和深圳财政实力较强,换锚可以降低政府的融资成本,但对于其他发行主体,特别是弱资质省份,如果参照“财政部—中国地方政府债券收益率曲线”定价,则可能面临因市场认可度不高而导致发行失败或者利率升高的局面,因此其他发行主体仍需采取谨慎态度。

早在2021年6月,财政部在回复相关建议时表示,将不断提升地方政府债券发行市场化水平,要求地方政府部门、承销团成员不得以非市场化方式干预债券发行,并积极研究编制地方政府债券收益率曲线,这反映出管理层已开始着手构建以地方债收益率曲线为核心的市场化定价机制。

2022年3月,财政部在官方网站发布“财政部—中国地方政府债券收益率曲线”,并将这一指标的数据追溯至2022年2月25日,期限包括1年、2年、3年、5年、7年、10年、15年、20年与30年。

截至目前,共有广东和深圳两个发行主体尝试参照“财政部—中

国地方政府债券收益率曲线”定价,其中涉及四只债券。

吴志武表示,由于广东和深圳财政实力较强,换锚可以降低政府的融资成本,但对于其他发行主体,特别是弱资质省份,如果参照“财政部—中国地方政府债券收益率曲线”定价,则可能面临因市场认可度不高而导致发行失败或者利率升高的局面,因此其他发行主体仍需采取谨慎态度。

据悉,地方政府债券发行定价一般采用“下限确定、公开招标”方式,招标利率下限也称指导利率,主要参考前5个工作日同期限国债收益率的均值,并上浮一定指导利率点差,在一级市场定价中发挥着重要的锚定作用。

其中以工商银行、农业银行、中国银行、建设银行为代表的商业银行是地方政府债券一级市场的

5月份制造业PMI小幅回落 服务业企业对市场恢复发展持续看好

本报记者 谭志娟 北京报道

小幅回落。

PMI(采购经理指数)作为经济运行的先行指标,备受市场关注。5月31日,国家统计局服务业调查中心和中国物流与采购联合会发布的数据显示,5月份,制造业PMI为48.8%,比上月下降0.4个百分点,低于临界点,制造业景气水平

PMI中的生产经营活动预期指数为54.1%,继续处于较高水平,显示企业对未来发展总体保持乐观。”

国家统计局服务业调查中心高级统计师赵庆河解读时称:“5月份制造业PMI继续位于收缩区间,在调查的21个行业中,有11个行业PMI位于扩张区间,行业景气度呈现一定程度分化。”

大型企业PMI升至临界点

《中国经营报》记者注意到,本月产需两端有所放缓。官方数据显示,生产指数和新订单指数分别为49.6%和48.3%,分别比上月下降0.6个和0.5个百分点,均位于收缩区间。

王青认为,5月生产指数为49.6%,连续3个月运行在扩张区间后落至荣枯线以下,与当月钢铁、汽车、化工等行业开工率较4月降多升少,整体走弱相印证。另外,5月新订单指数依然明显低于生产指数,显示当前制造业“供强需弱”特征依然较为突出。

其次,价格指数持续回落。官方数据显示,受近期部分大宗商品价格持续下行、市场需求偏弱等因素影响,主要原材料购进价格指数和出厂价格指数分别为40.8%和41.6%,分别比上月下降5.6个和3.3个百分点,降至近期低点。其中,石油煤炭及其他燃料加工、化学原料及化学制品、黑色金属冶炼及压延

加工等行业两个价格指数均低于31%,行业上下游市场活跃度不高。

“这一方面源于全球经济下行压力加大背景下,国际原油价格波动走低,3月末OPEC+宣布减产难以从根本上扭转这一势头;另一方面,伴随国内钢铁、煤炭产能持续释放,以及煤炭进口量大幅增长,5月这些国内主导的大宗商品价格也在边际下行。”王青解释说。

值得注意的是,大型企业PMI升至临界点。大型企业PMI为50.0%,高于上月0.7个百分点,其中生产指数和新订单指数分别为51.5%和50.3%,分别比上月上升1.4个和1.3个百分点,产需同步扩张。中、小型企业PMI分别为47.6%和47.9%,分别比上月下降1.6个和1.1个百分点,中小企业景气度依然较弱。

经济学家、经观未来研究院院长张奥平对记者表示,中、小型企业多是民营企业。因此从企业层

面来看,中小民营企业复苏仍需政策发力。

王青也预计,后期政策面对小微企业的支持力度有望进一步加大。

值得注意的是,企业信心总体稳定。官方数据显示,生产经营活动预期指数为54.1%,高于上年同期0.2个百分点,运行基本平稳,企业对近期行业发展保持乐观。从行业看,调查的21个行业中,有16个行业生产经营活动预期指数位于扩张区间,其中铁路船舶航空航天设备、电气机械器材等行业连续5个月位于60%以上高位景气区间,行业市场预期持续向好。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华对记者表示:“制造业企业经营预期保持乐观。目前看,经济活动向常态回归,生产生活秩序在恢复正常;国内宏观政策支持,经济复苏前景确定,整体看,企业对未来市场需求和经营改善预期偏乐观。”

非制造业商务活动指数保持扩张

本月非制造业商务活动指数保持扩张:5月份,非制造业商务活动指数为54.5%,低于上月1.9个百分点,今年以来始终保持在54%以上景气区间,非制造业延续恢复性增长。

首先,服务业稳步恢复。受消费需求加快恢复等因素带动,今年2—4月份,服务业商务活动指数连续三个月位于较高景气区间,本月指数虽回调1.3个百分点至53.8%,仍高于上年同期6.7个百分点,服务业继续保持较快恢复态势。

从行业看,在“五一”节日效应带动下,旅游出行、线下消费等较为活跃,铁路运输、航空运输、住宿、餐饮等行业商务活动指数均位于55%以上较高景气区间;服务业新动能行业发展向好,电信广播电视及卫星传输服务、互联网软件及

信息技术服务等行业商务活动指数均位于60%以上高位景气区间,持续高于服务业总体水平。同时,资本市场服务、房地产等行业商务活动指数均位于收缩区间,行业景气水平下降。

从市场预期看,业务活动预期指数为60.1%,今年以来始终保持在高位景气区间,且调查的全部行业均位于扩张区间,服务业企业对市场恢复发展持续看好。

王青表示,当前服务业景气水平偏高,表明疫情冲击消退后,各类服务行业景气度低位反弹过程仍在延续。

其次,建筑业出现高位回调。建筑业商务活动指数为58.2%,低于上月5.7个百分点,仍位于较高景气区间,建筑业继续保持较快增长。

从市场预期看,业务活动预期

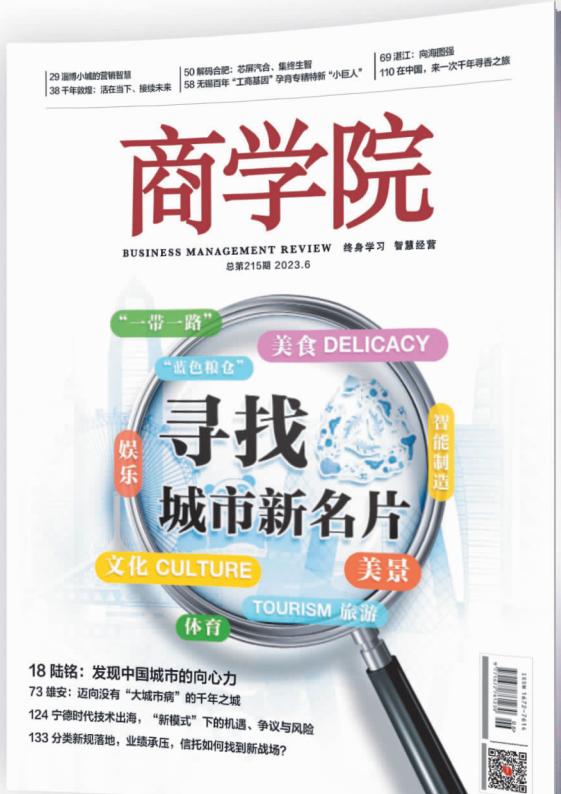
指数为62.1%,低于上月2.0个百分点,持续位于60%以上高位景气区间,建筑业企业对近期市场发展前景较为乐观。

王青分析说:“5月建筑业PMI为58.2%,尽管较上月大幅回落5.7个百分点,但仍位于高景气区间,预示短期内基建投资还将保持较快增长水平。这会在很大程度上抵消房地产投资下滑影响,稳定整体投资增速。”

在政策方面,王青认为,二季度宏观经济政策整体上将处于观察期。预计短期内宏观政策将保持定力,其中货币政策将更加倚重结构性政策工具发力,针对小微企业等国民经济薄弱环节,以及科技创新、绿色发展等重点领域提供定向支持,对房地产行业的支持力度也会增加,而短期内推出总量型的降准降息措施的可能性不大。

2023年06月新刊抢先读

广告



城市是文明的载体,一座座城市,是人们生活、工作、创造的地方。每一座城市,都有她独特的魅力。从北京故宫、上海外滩、广州“小蛮腰”到西安兵马俑、成都大熊猫、武汉樱花,再到张家口的滑雪场、安阳殷墟、林芝的桃花……每座城市的名片,不仅展示了城市的文化底蕴,也体现了中国城市的现代化水平。如今,中国很多城市的名片“升级了”,有些城市在原本的制造业基础上增加了科技力量,有些则增加了文化历史底蕴,也有的增加了“烟火气”,其实,城市的名片,本身就是多种多样的,无论哪一种,都代表着城市的发展与进步,向人们展示这座城的美丽与魅力。

2023年,你有没有想过坐上高铁到淄博“撸个串”?去长沙打卡一杯“茶颜悦色”?到沈阳铁西看看宝马车是如何生产出来的?到湛江看看“蓝色粮仓”“海洋牧场”?本期封面文章,《商学院》将带你一起发现并欣赏中国众多城市的“新名片”,探索它们背后的故事与价值。

• 热点 HOT NEWS •

18 陆铭:发现中国城市的向心力
29 淄博小城的营销智慧
38 千年敦煌:活在当下、接续未来

50 解码合肥:芯屏汽合、集终生智
69 湛江:向海图强,深耕现代化“海洋牧场”
73 雄安:迈向没有“大城市病”的千年之城

110 在中国,来一次千年寻香之旅
124 宁德时代技术出海,
“新模式”下的机遇、争议与风险

订阅

《商学院》杂志全年订价480元
本期零售价40元
邮发代号:2-520
订阅咨询电话:010-88890090

在线零售

淘宝: <https://zjyd.taobao.com/>
拼多多: https://mobile.yangkeduo.com/mall_page.html?mall_id=543690507



纸质刊订阅
商学院APP

发改委着力打造“世界光谷” 央企助力光谷建设

本报记者 索寒雪 武汉报道

为贯彻落实《中共中央国务院关于新时代推动中部地区高质量发

光谷建设规划

“我们聚焦服务企业本职工作,加快推进中心城的经济社会各项事业发展,逐渐探索形成了总部经济、楼宇经济、城市经济三大特色经济模式。”前述人士表示。

武汉光谷已经成为小米等一批知名企总部落户首选之地。“我们实现了招商引资项目将近100个,共引进会议VR、小米、腾讯等世界500强企业,软通动力、海康威视等总部项目一批,中粮大悦城、首创、奥特莱斯等商业综合项目也相继落户开始运营,长江文创产业园等文创产业项目也在顺利运营。”前述人士表示。

2013年2月,光谷中心城总体城市规划获批,“10年的时间,我们在努力探索产城融合高质量发展的光谷模式的过程当中,也确定了我们自己的三大功能目标,分别为集行政办

展的意见》,国家发展改革委地区经济司表示,将着力推进中国(武汉)光谷建设,推动打造“世界光谷”。

“中国光谷”位于九省通衢的武汉,是中国最大的光纤光缆和光电器件研发生产基地、国家自主创新示范区。

武汉光谷办公室相关负责

人向《中国经营报》记者表示,10年前为了实现从一束光到一座城的华丽蜕变,光谷中心城应运而生,踏上了产城融合的发

展之路,目前招商引资项目近100个。据悉,武汉光谷已经成为小米等一批知名企业总部落户首选之地。

建筑达到国际水准

光谷科技会展中心作为武汉市乃至湖北省功能最全、最现代化的综合性国际会议展览中心,不仅设计理念先进、科技含量高,而且工程难点多、施工难度大。

记者在光谷科技会展中心宽阔的会议展厅看到,展厅中间没有使用一根支撑柱,却完全满足抗震需求。外墙倾斜的玻璃外立面,同时满足了采光和节能的需求。

先进科技在光谷的建筑中得到完美体现。

中国二十冶工程总承包公司副总经理、武汉分公司总经理罗放向记者介绍,现在光谷科技会展中

心已经成为武汉光谷、世界光谷新的城市名片。

他表示,建设光谷科技会展中心难度突出表现为“三大一杂”,即基坑大——8米深大范围基坑,其中13米深柱下独立基础为坑中坑,防水、抗渗等级高;幕墙大——幕墙遮阳板单块较大,竖向45°、水平向34°倾斜,标高角度控制难;构件大——建筑平面尺寸200m×118m,中心区域重大构件单重大,吊装难度大;管线安装工程错综复杂,施工过程极其繁琐复杂。

由于其中心由钢结构、金属格栅和玻璃幕墙完美结合,在夜晚玲

珑剔透,又因主体形状为立方体,被称为“光立方”。

“光立方”项目建设过程中,贯彻“四节一环保”的绿色施工理念,“设计选用节能环保产品,采用双层中空low-e超白玻璃+遮阳构架、冰蓄冷空调峰谷调节平衡技术、照明白能控制等,有效节约能源,每年电费较同规模场馆节约60%以上。”罗放说。

罗放介绍,该项目采用BIM技术进行深化设计,并以BIM技术三维模型为基础,对设计、深化设计、制作与安装单位等实施协同管理,为每个构件编发“身份证”,实现无

缝对接,有效降低了材料损耗,保证了施工进度。对高峰期多达31支施工队伍、2000余名作业人员采取“标识上帽、挂牌上岗”等分类管

理措施,并安装摄像头,实施全方位监控;对最高峰12台大型起重机及施工机具配置现代化的安全防护装置,大大提高了管控能力。采取三维布场和BIM技术合理安排作业空间,并采取分段施工、错峰作业等措施,在“螺蛳壳”里做了“道场”。面对错综复杂的管线,通过运用BIM技术使管线布置一次成优。通过加固地下室顶板并使用履带吊在顶板上进行吊装,不

仅解决了超重构件在场馆中心位置难以吊装的难题,还提高了效率,缩短了工期,节约了费用,该技术获得省部级工法和4项国家专利。

新技术应用和科技创新在该建筑中得到完美体现。“建筑业10项新技术中的10大项、30个子项在建设中得到应用;形成4大创新点,包含9项关键技术,已申请专利33件,获得软件著作权1件,发表核心期刊论文7篇,获批省部级工法3部,经过省级科技成果鉴定达到‘国际先进’水平成果2项,获中冶集团科技进步二等奖1项。”罗放表示。

关联中部崛起

现在光谷科技会展中心发挥着重要的作用,国家发改委的消息显示,以“光联万物 智引未来”为主题的第十九届“中国光谷”国际光电子博览会在武汉光谷科技会展中心开幕,共邀请17位海内外院士、600多位国际顶尖学者和商界领袖、300余家国内外明星企业参展,展品中有50多项技术达到国际领先水平或步入国际先进行列。

2021年4月公布的《中共中央国务院关于新时代推动中部地区高质量发展的意见》指出,到2025年,中部地区质量变革、效率变革、动力变革取得突破性进展,投入产出效益大幅提高,综合实力、内生动力和竞争力进一步增强。创新能力建设取得明显成效,科创产业融合发展体系基本建立,全社会研发经费投入占地区生产总值比重达到全国平均水平。

该文件表示,中部地区做大做强先进制造业。统筹规划引导中部地区产业集群(基地)发展,在长江沿线建设中国(武汉)光谷、中国(合肥)声谷等研究开发、检验检测、成果转化等功能于一体的产业集群(基地)服务平台。

“下一步,国家发展改革委地区经济司将继续大力支持中国(武汉)光谷建设,推动中国(武汉)光谷在中部崛起战略实施中更好发挥引领带动作用。”国家发改委表示。

△ 学思想 强党性 重实践 建新功

“走深走心走实”——中国一汽落实主题教育进行时

本报记者 郭少丹 北京报道

何为“以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干”?

近日,中国第一汽车集团有限公司(以下简称“中国一汽”)党委围绕这四个方向,紧扣学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的主题主线,精心制定了学习贯彻计划,开展三期共七天的主题教育读书班,充分运用专家辅导、集

体学习、个人自学、交流研讨等多种学习形式,推动学深悟透,全面准确把握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求。

中国一汽把读书班作为主题教育的重要内容、理论学习的重要载体、锤炼党性的重要课堂,抓实抓牢,推动党员干部真信、真懂、真用,努力在“以学铸

魂、以学增智、以学正风、以学促干”方面取得实实在在的新成效。目前,中国一汽党委主题教育第一批40个参加单位均已开展主题教育读书班。

《中国经营报》记者从中国一汽方面了解到,中国一汽员工认为读书班是一次触及灵魂的思想淬炼、生动深刻的政治历练、凝心聚力的实践锻炼、深入系统的专业训练,将

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻落实习近平总书记视察中国一汽重要讲话精神,紧密结合中国汽车产业转型升级的发展大势和企业经营发展的重点难点,把学习党的创新理论成果转化到推动中国一汽高质量发展、解决转型升级的扎实成效;坚定信心、团结奋斗,坚决完成集团公司年度改革发展党建各项目标任务。



中国一汽将主题教育作为激发内生动力的重要“突破口”,加速推进海外市场突破攻坚战。图为中国一汽红旗繁荣工厂。 本报资料室/图

学深悟透 凝心聚力

中国一汽上下注重总结成效,强化机制保证,确保主题教育取得实实在在的成效。

新征程上,学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想是开创事业发展新局面的根本要求。

近日,中国一汽党委主题教育第一批40个参加单位纷纷举办主题教育读书班,坚持读原著、学原文、悟原理,认真学习研读党的二十大报告和党章等内容,全面学习领会习近平新时代中国特色社会主义思想的科学体系、精髓要义、实践要求,切实筑牢信仰之基、补足精神之钙、把稳思想之舵,努力在“以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干”上取得实实在在的成效。

解放公司党委、一汽-大众党委强化学习效果,创新实行分组管理,各位学员依次领读,带领大家逐字逐句学习党的二十大报告和党章、《习近平著作选读》、《习近平新时代中国特色社会主义思想专题摘编》等书目。

一汽物流公司党委、启明公司党委邀请吉林省委党校、长春市委党校老师作首场专题辅导报告,进一步加深对习近平新时代中国特色社会主义思想的理解和认识。

工程技术部党委、营销中心党委、进出口公司党委、新能源动力总成工厂党委、一汽丰田党委、铸造公司党委、一汽富华党委领导班子成员领学《习近平著作选读》《习近平新时代中国特色社会主义思想专题摘编》《习近平关于调查研究论述摘编》等内容,并结合实际进行研讨交流。

红旗制造中心党委、动力总成工厂党委、奔腾公司党委、资本控

股公司党委、资产经营公司党委、股权投资公司党委、一汽出行党委举办主题教育读书班开班式,对理论学习进行动员部署,不断增进对党的创新理论的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同。中国一汽党委副书记、总经理,中国一汽党委学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育领导小组组长邱现东指出,通过读书班的学习,党委领导班子从习近平新时代中国特色社会主义思想中汲取奋斗奋进的智慧和力量,用党的创新理论武装头脑、指导实践、推动工作,在深化理论武装中增强“识势”之智、提高“布局”之能、掌握“干事”之法,牢牢把握谋划推进工作的正确方向、正确目标、正确方法,不断提高信仰信念、理论水平、实践本领。读书班达到了预期目的,取得了很好的学习效果。

中国一汽上下结合集团实际,强化实践导向,立志推动中国一汽高质量发展取得新成效。中国一汽党委坚持把问题整改贯穿主题教育始终,奔着问题去、带着问题学、对着问题

量发展首要任务,以深化调查研究推动解决发展难题,制定《集团公司党委深入开展调查研究工作方案》,确立12个调研方向,组织全体党员高级经理立课题、走基层、明举措、解难题,找准切入点、发力点,汇聚共促高质量发展的强大合力。同时,把贯彻落实主题教育目标任务同贯彻落实习近平总书记视察中国一汽重要讲话精神、加速中国一汽“十四五”发展规划目标落地、实现集团公司“14410”年度目标任务、推动中国一汽党建工作提质量上台阶、构建企业和员工事业发展命运共同体、履行央企社会责任等企业中心工作有机融合、一体推进,把学习和调研转化到中国一汽改革发展、党建全过程的各方面,以中国一汽高质量发展的新成效检验主题教育成效。

中国一汽上下注重总结成效,强化机制保证,确保主题教育取得实实在在的成效。中国一汽党委坚持把问题整改贯穿主题教育始终,奔着问题去、带着问题学、对着问题

改,让员工群众切实感受到解决问题的实际成效。梳理巡视巡察、审计监督、考核检查发现问题,开展“忆入党宣誓、忆谈话承诺,查‘6645’工作法落地”“两忆一查”作风转改;党的基层组织建设突出问题专项整治;“压紧压实全面从严治党政治责任,重点开展工程领域问题整治、采购领域问题整治、营销领域问题整治、质量领域问题整治、研发领域问题整治、违规经商办企业问题整治、职工群众身边腐败和作风问题整治”的“一问责七整治”等专项整治行动,切实解决一大批痛点难点堵点问题。坚持“当下改”与“长久立”相结合,重点在固化完善学习贯彻党的创新理论、深入开展调查研究、推动高质量发展、为群众办实事解难题及推动党建能力中心建设等方面建立长效机制,确保主题教育扎实开展、取得实效。

下一步,中国一汽将持续深化理论学习,把理论学习、调查研究、推动发展、检视整改贯通起来,推动主题教育不断引向深入、引向实践。

学以致用 海外实战

截至4月底,中国一汽海外出口汽车21570辆,同比增长145%,跑赢行业整体增速。

中国一汽将主题教育作为激发内生动力的重要“突破口”,加速推进海外市场突破攻坚战。

中国一汽党委坚持把习近平新时代中国特色社会主义思想转化为坚定理想、锤炼党性和指导实践、推动工作的强大力量,扎实推进“一带一路”建设,全力打造“世界一流企业”,加快“民族汽车品牌”走出去步伐,着力推动央企国际形象提升,海外发展获得新动能、焕发新活力、跑出新速度。

中国一汽深入学习习近平总书记关于新时代人才工作的重要论述,充分结合中国一汽人力资源统筹和海外事业发展需要两个实际,以中国一汽海外战略目标及业务模式为牵引,实施中国一汽“星耀全球·Global Glory”人才先行计划,构建海外超“千人”和支撑业务人员近“千人”的队伍,开展星邀、星亮、星移、星锐四大行动,实施星出海、星安全、星关爱三大保障,持续优化完善“激励人人上前线18条”,建立“自助服务+三级支持”保障模式,丰富人才融合共享机制,促进人才作用发挥。

在人力资源组合政策共同作用下,截至4月底,海外常驻人员达到139人,同比增长27%,“人人都想去海外”“人人都想上前线”“人人都想做贡献”的信念和信心更加坚定。

落实主题教育以来,中国一汽深入开展为职工群众办实事,常态化征集解决职工群众“急难愁盼”问题,打造具有海外特色的“出国必欢送+回国必欢迎”机制,不断丰富“视频慰问+线上问诊+定期联系+紧急联络+EAP心理关爱+荣誉激励+家属关怀+特殊照护”的“10+”关心关怀体系,持续为驻外员工添温暖添动力,海外员工幸福感、获得感、安全感不断提升,拓展海外事业的奋斗奋进精神持续增强。

5月10日,中国一汽党委副书记王国强为即将出征海外的员工煮饺子送行,面对面、心贴心、实打实聊工作、嘱平安、话未来、谋发展,为海外员工呈现一场贴心暖心的精神盛宴,激发广大员工昂扬斗志,汇聚海外发展磅礴力量。

中国一汽大力推进海外发展加速突破攻坚战,立志把“红旗”打造成高端品牌出海创造者、把“解放”打造成率先突破先锋者、把“奔腾”打造成主流汽车市场开拓者。

4月19日,在上海举办以“Together We Win”为主题的红旗全球代理商沟通会,来自全球25个国家和地区的88位红旗全球合作伙伴齐聚黄浦江畔,共同展望红旗全球跃迁发展新蓝图。中国一汽党委副书记、总经理邱现东,党委常委、副总经理周治平与重要合作伙伴座谈交流,倾听海外一线声音、了解海外市场诉求,现场研究部署、推动红旗发展,红旗全新H5中东区域上市首月实现订单、交付“双破百”;解放品牌加快实现规模增长,创造单季出口历史新高,解放J7在海外一经推出即收获3000余辆海外用户预订单。近期,首批百辆解放J7牵引车成功发运,即将交付海外用户;奔腾品牌新能源汽车出口实现破局,首批117辆奔腾NAT电动车发往拉美市场,在当地成功组建纯电动网约车车队。

截至4月底,中国一汽海外出口汽车21570辆,同比增长145%,跑赢行业整体增速。其中,自主品牌出口18658辆,同比增长115%;红旗品牌出口3003辆,同比增长208%;解放品牌出口11183辆,同比增长96%;奔腾品牌出口4472辆,同比增长123%;合资品牌实现出口破局,达到2912辆,目标完成率102%。下一步,中国一汽将进一步深化拓展海外事业,以高质量发展成效检验主题教育成果。

强化中央企业创新主体地位

文/江鸿

党的二十大报告提出，“强化企业科技创新主体地位，发挥科技型骨干企业引领支撑作用”。

在全球多边规则加速调整、全球科技竞争烈度不断升级的大背景下，推动关键核心技术自主可控、实现科技自立自强是国家战略的必然要求。

中央企业作为我国国家创新体系中企业部门的主力军，在关系国计民生、国民经济命脉的重要行业和关键领域发挥着基础性作用。

进一步强化中央企业创新主体地位，将中央企业打造为国家战略科技力量，充分发挥中央企业自身创新实力和产业引领作用，对高水平科技自立自强具有不可替代的支撑意义。

中央企业作为创新主体具有独特的地位和使命

中央企业在我国国家创新体系中具有重要而特殊的地位。

一方面，作为自主经营、自负盈亏的市场主体，中央企业和其他企业一样，需要通过提升自身创新能力，强化创新驱动的内生成长模式，从而提高产品竞争力和市场竞争力。

另一方面，作为经营规模大、行业影响力高、所在行业战略性强的国有企业，中央企业肩负着促进产业整体创新能力提升、完善国家创新体系、牵引经济社会发展的重大责任和使命，是党中央、国务院实施产业政策和创新政策的重要抓手。中央企业的双重属性特征决定了，中

仅在2021年，44家中央企业就获得了106项国家技术发明奖和国家科技进步奖。随着自身创新资源不断丰富、创新能力不断增强，在关系国家安全和国民经济命脉的主要行业和关键领域内，中央企业带动完善产业协同创新体系的作用也进一步显现，牵引产业链创新能力实现整体跃升。

基于中央企业的独特地位和现有的创新基础，面向高水平科技自立自强目标，进一步强化中央企业创新主体地位应锚定两大战略使命：

一是强化关键核心技术供给主体的作用。在中美科技竞争中，我国处于被动局面的“卡脖子”技术领域，以及有希望构筑我国“非对称竞争优势”的技术领域，中央企业自身通过实现技术突破和产业领先，成为关键核心技术的重要供给者。

二是强化创新体系牵引主体的作用。充分发挥中央企业的政治担当和大规模应用优势，推动产业创新体系和国家创新体系完善，带动战略性产业链和创新链整体能力提升，成为强化国家战略科技力量的培育者和带动者、国家创新体系的完善者。

进一步强化中央企业创新主体地位的要点

要实现以上两大战略使命，中央企业应深入梳理自身资源和优势，精准把握履行使命的要点，为高水平科技自立自强贡献

中央企业承担了一批国家重大科技项目，产出了一批具有世界领先水平的重大创新成果。

仅在2021年，44家中央企业就获得了106项国家技术发明奖和国家科技进步奖。随着自身创新资源不断丰富、创新能力不断增强，在关系国家安全和国民经济命脉的主要行业和关键领域内，中央企业带动完善产业协同创新体系的作用也进一步显现，牵引产业链创新能力实现整体跃升。

基于中央企业的独特地位和现有的创新基础，面向高水平科技自立自强目标，进一步强化中央企业创新主体地位应锚定两大战略使命：

一是强化关键核心技术供给主体的作用。在中美科技竞争中，我国处于被动局面的“卡脖子”技术领域，以及有希望构筑我国“非对称竞争优势”的技术领域，中央企业自身通过实现技术突破和产业领先，成为关键核心技术的重要供给者。

二是强化创新体系牵引主体的作用。充分发挥中央企业的政治担当和大规模应用优势，推动产业创新体系和国家创新体系完善，带动战略性产业链和创新链整体能力提升，成为强化国家战略科技力量的培育者和带动者、国家创新体系的完善者。

进一步强化中央企业创新主体地位的要点

要实现以上两大战略使命，中央企业应深入梳理自身资源和优势，精准把握履行使命的要点，为高水平科技自立自强贡献

“国家队”力量。

第一，在需要大规模团队协作与集成创新的复杂产品系统领域，中央企业应发挥主导作用，牵头推动技术突破与赶超。

复杂产品系统以大飞机、大型船舶等为代表，是我国高水平科技自立自强的重要载体。这类产品涉及多层次、多领域的技术和软硬件集成，产业链极长，因此普遍采用成熟技术以确保系统可靠性和稳定性。尽管技术赶超难度极大，但这类产品的主导技术路线明确且成熟，赶超目标与路径清晰。

中央企业的产品和技术应用规模占优，有条件作为总成企业或用户为复杂产品系统及相关软硬件创造规模化市场；同时，面对重大创新使命，中央企业具有组织高集成度复杂产品攻关与工程化的跨组织协同创新的经验，能够通过市场机制协调产业链上下游的多层次、多类型创新主体，在牵引复杂产品系统全产业链合作研发、实现技术突破与赶超上优势明显。

第二，在需要关键核心技术突破解决“卡脖子”问题的重点领域，中央企业应发挥两方面的重要作用，既要成为关键核心技术创新的供给者，又要成为新时代关键核心技术系统攻关的组织者。

目前，中央企业在关键核心技术创新投入和攻关方面的作用发挥较好，但在组织关键核心技术攻关突破方面还有待强化，建议从以下几个方面进行提升：

一是以中央企业所处的行业为先行示范，组织行业内科技领军企业集体绘制产业链关键核心技术图谱、供应链图谱，摸清产业基本情况，制定关键核心技术攻关的优先级。

二是以揭榜挂帅、创新联合体等方式，鼓励行业龙头企业、科技领军企业联合体等合力实施关键核心技术攻关。

三是建议建立与本行业关键核心技术相配套的“人才库”，以人才库牵引关键核心技术人才体系和人才制度的完善，夯实技术突破的人才基础。

第三，在产业共性技术供给方面，中央企业既肩负着共性技术研发的公共使命，又掌握在竞争中实时形成的、有关前沿技术产业化方向的市场需求，应成为产业共性技术研发与扩散应用的重要支持者。

考虑到共性技术研发的高风险和高资源投入，中央企业应以“求精、求实”为原则，聚焦于自身技术或市场优势明显、能有效协调相关创新主体合作并落实成果应用的领域，结合行业需求，高水平牵头建设共性技术平台，定位于发挥四方面功能：

一是在中央企业具有优势、国家又确定为战略性产业的领域内，组织开展产业关键共性技术攻关。

二是通过技术预见部门的设立和发展、技术预见人才的引进和培养，大幅提升中央企业自身和我国战略性产业的技术预见能力。

三是建立起全社会广泛参与的关键共性技术研发合作机制，加快共性技术产学研合作和扩散应用。

四是联合多元主体，共建产业链知识库、模型库和标准零部件库。

第四，在企业基础研究方面，中央企业应在支持外部基础研究平台建设的同时，加强企业内部的目标导向基础研究和应用基础研究。

由于基础研究具有产出慢、直接转化率低的特征，企业基础研究应区别于高校开展的新奇驱动型基础研究，重在开展与企业业务相关的目标导向型基础研究和应用基础研究。

一方面，中央企业应加大对外部基础研究平台建设的参与深度和支持力度（如参与建设新型研究型大学）。

另一方面，中央企业应逐步建立聚焦基础科学研究、应用基础研究的部门，同时探索建立适合基础研究的内部激励机制。因此，中央企业内部的基础研究部门要建立长周期的考核体制，允许研究人员在企业技术需求和个人研究兴趣之间实现动态平衡，围绕重大问题明确合适的研究方向。

第五，在产业创新生态培育方面，中央企业应依托市场地位和规模优势，以规模化、前瞻性、创新导向的市场需求，牵引国内产业创新生态成熟壮大。

在自身作为终端用户的新兴产业领域，中央企业应发挥规模化需求优势，构建需求导向、创新导向的竞争选择机制，以市场前景激发各类主体填补产业链空白，形成国内自主产业生态。

同时，中央企业可对产业生态中的重要产业链进行持续的专用性投资，组织实施产业链重大项目，创造可置信的规模市场机会和瞄准国际技术前沿的创新要求，为新产品与新技术构建起明确的市场预期，以此引导产业链上游创新主体和市场主体面向全新需求进行持续的、大规模的研发投入，促进自主产业生态发展提速。

作者系中国社会科学院工业经济研究所跨国公司研究室副主任、副研究员

加快推进新型工业化

文/吴海军

党的二十大报告指出，从现在起，中国共产党的中心任务就是团结带领全国各族人民全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。

与此同时，我国到2035年的总体目标之一，就是要“建成现代化经济体系，形成新发展格局，基本实现新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化”。

新型工业化是信息化、城镇化、农业现代化的重要支撑，是推进中国式现代化的重要驱动力量。

一、新型工业化的特征

根据“十四五”及中长期国内外环境的变化以及我国经济发展阶段的新特征，立足于2035年基本实现社会主义现代化的需要，我国新型工业化发展需要适应新的要求，具备新的特征，主要在以下方面：

第一，新型工业化呈现出数字化、绿色化特征。

在数字化浪潮中，数字化转型逐渐成为技术创新和范式变迁的重要趋势之一。

当前，数字经济发展速度之快、辐射范围之广、影响程度之深前所未有，不仅赋予生产要素、生产力和生产关系新的内涵和活力，而且促进各类型产业主体优化生产布局、开展跨界合作、重构价值创造模式。

在此背景下，加快推动数字产业化、推进产业数字化转型成为工业发展的必然趋势。同时，碳中和重塑工业价值取向，开启全球绿色竞争新战场。以资源消耗和需求拉动为支撑的工业

完善财税金融支持政策，加大对竞争前技术创新、中小企业发展、绿色低碳发展等领域支持，深化产融对接合作，推动形成全周期、全类型、全覆盖的金融产品和服务网络，切实缓解制造业企业尤其是中小企业的融资压力。

增长模式受到了巨大冲击，应对全球气候变化的国际共识增强，主要工业国相继确立了碳中和目标，世界范围内绿色竞争不再局限于自然资源和能源矿产领域，而是在绿色产品、低碳技术、生态系统、排放标准、环境规制、企业管理、消费方式上全面铺开，改变了工业价值创造的内涵和外延，而碳交易机制则对工业企业利润来自领先技术、差别化营销策略和精益管理的竞争导向带来了新的挑战。

新型工业化的发展需要进一步与数字化和绿色化的生产技术相适应，从而更好地实现“人与自然和谐共生的现代化”。

第二，新型工业化具有产品质量高、生产效率高的特点。实现新型工业化，产品质量和生产效率水平需要达到新的高度。

中国式现代化是全体人民共同富裕的现代化，我国新型工业化发展需要服从和服务于人民群众消费需求的变化，根据需

求变化不断调整供给结构，提高供给质量，满足人民群众对个性化、多样化、绿色、健康、安全的高品质产品需要，为引领美好生活需要、实现共同富裕提供强大工业支撑。

此外，新型工业化还要求我国工业生产具有世界先进水平的生产效率，工业利润率居于世界领先地位。新型工业化通过技术创新重构价值链各增值环节，重组生产系统中的要素配置，实现产业链整体效率提升和竞争优势升级，从而更好更快地推动构建具有融合式集群化特征、更强创新力、更高附加值的现代化产业体系。

第三，新型工业化需要构建高水平自立自强的产业创新体系。

创新是工业发展的不竭动力，新型工业化最突出的特征就是将最先进的科学技术应用于工业生产，因此，构建高水平自立自强的产业创新体系是新时代推进新型工业化的基础和前提。经过七十多年尤其是近十年的发展，我国产业创新从单点突破向系统能力提升加速转变，我国创新体系不断完善，创新投入持续加大，形成了一批重大创新成果。

但我国制造业创新能力总体还不强，一大批关键核心技术产品仍受制于人，科技与产业“两张皮”问题尚未有效解决，创新资源配置重复、分散、封闭、低效等问题依然突出。中国式现代化是人口规模巨大的现代化。

要在人口规模巨大的背景下，实现人均GDP达到中等发达国家水平的重要目标，必须进一步推动我国产业转型升级，提升自身国际竞争力，以确保我国在2035年迈入中等发达国家行列。推进新型工业化，必须把创新体系建设摆在更加突出的位置，掌握发展主动权，走自立自强

的现代工业化道路。

二、推进新型工业化的政策建议

当前，推进新型工业化需要围绕我国社会主要矛盾的新变化，立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，从产业体系现代化、创新体系现代化、要素配置现代化、制造模式现代化、产业治理现代化五个方面，打造工业发展的新动力、新优势和新路径。

第一，建设多业态梯度共存的现代化产业体系。

以提高供给体系质量和效益为导向，推进产业体系更加安全可靠、附加值更高、产业门类更加丰富。党的二十大报告提出了建设现代化产业体系的要求，明确了产业发展的重点战略和基本方向，并强调指出，“坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，推进新型工业化，加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国”。

对此，我们需从以下三个方面发力。一是推进传统产业转型升级，加快应用新技术、新工艺、新材料、新装备，对生产线和业务流程进行改造升级，系统提升产品质量和生产效率。二是加快新兴产业培育壮大，探索建立新技术、新业态应用场景，加快新兴领域技术工程化、产业化，围绕类脑智能、量子信息、空天科技等领域，加快谋划布局一批未来产业。三是促进先进制造业和现代服务业深度融合，推动研发设计、第三方物流、金融服务、节能环保、服务外包等领域向专业化和价值链高端延伸，为制造业高质量发展赋能。

第二，构建高水平自立自强的产业创新体系。

把创新体系建设摆在更加突出的位置，掌握发展主动权，在科技自立自强中走好新型工业化道路。

一是全面提升企业技术创新能力，加大企业在创新资源配置、创新方向选择、创新成果应用等方面的主导权，健全以企业为主体、市场为导向、产学研用相结合的技术创新体系。

二是推动产业基础高级化，建立完善基础领域创新突破长效机制，深入实施产业基础再造工程，优化整机企业和配套企业的协作关系，推动上下游企业创新突破、成果转化和迭代升级。

三是完善创新政策环境，完善知识产权保护体系，健全创新容错机制，大力弘扬企业家精神，让企业在基础性、原创性、颠覆性技术突破方面发挥更大作用。

四是建设有利于工业发展的生产要素体系。以企业发展需求为导向，提升生产要素配置效率。

五是强化制造业人才供给，开展制造业从业人员技能提升行动，不断提升制造业从业人员整体素质。实施面向未来的复合型产业人才培养试点，为新工业革命积蓄人才力量。

六是强化资源要素支撑，优化工业用地制度，推动土地、人才、能源、数据等重点要素向工业流动。

七是完善财税金融支持政策，加大对竞争前技术创新、中小企业发展、绿色低碳发展等领域支持，深化产融对接合作，推动形成全周期、全类型、全覆盖的金融产品和服务网络，切实缓解制造业企业尤其是中小企业的融资压力。

八是建设高端智能绿色的先进制造体系。

产业变革趋势，加快数据等新型要素投入，推动建设高端智能绿色的先进制造体系。

一是提升制造业数字化水平，加快工业数据中心和计算中心等设施建设，推动5G及下一代移动通信等部署，打造一批国际领先的工业互联网；引导企业利用数字孪生、人工智能等新兴技术改造既有工艺和设备，提高产品质量和生产效率。

二是推动制造业绿色低碳转型，按照碳达峰、碳中和目标要求，加快低碳技术研发和推广，推动重点行业低碳转型，加快绿色制造体系建设，全面推进节能节水工作。

三是加强质量品牌建设，大力发展优质制造，推动质量管理技术与工具创新和应用，弘扬品牌文化，讲好“中国制造”品牌故事，提升中国制造的国际知名度和美誉度。

四是完善开放包容的工业治理体系。

正确处理好政府、市场、社会之间的关系，不断调整优化治理手段和治理模式，更好适应工业发展需要。

五是持续编制综合性、行业性、区域性的发展规划并进行滚动评估、更新，强化制造业发展顶层设计的一致性、连续性，促进各方凝聚共识、积聚力量。

六是加快产业政策转型，推动科技、产业、金融高水平协同，推动产业政策向普惠化、功能性转变。

七是推进数字治理等新型治理模式，利用大数据、人工智能等手段进行预警监测、科学决策和精准施策，为工业数据治理效率提升、业务和产业优化、组织架构升级、精益运营与科学决策赋能。

作者系中国社会科学院工业经济研究所助理研究员

大国重器 保险护航

本报记者 陈晶晶 北京报道

近年来,我国装备制造业取得了举世瞩目的成就,其中具有代表性的便是国产大型客机C919的诞生。

2023年5月28日上午10点32分,国产大飞机C919执飞的东航MU9191航班,从

超级工程的风险“管家”

“大国重器”具有技术含量高、风险集中的特点,一般会由多家险企共同承保,中标保险公司还会进行再保险安排。

公开资料显示,国产大飞机项目,从列入国家的重大科技专项开始,到大飞机研制成功,再到如今进行首次商业飞行,历经了15个年头。2017年5月5日,C919大型客机在上海圆满首飞,标志着项目研制取得重大里程碑进展。2022年12月9日,全球首架C919大型客机交付中国东方航空。

在此期间,保险业为C919大飞机试飞阶段提供了充足的保险保障。彼时,包括人保财险、平安产险、太平财险等在内的12家保险公司,创新保险条款和服务机制,共同为C919大型客机提供试飞保险,涉及险种包括机身险、零备件一切险、意外险、第三者责任险等。

“试飞保险主要覆盖飞机交付前风险,由制造商投保,为试飞期间可能产生的机身损失提供保障,会附带一定限额的三者责任。而交付航司后,航司投保的机队保险主要包括机身险、综合责任险、战争险和免赔额保险等,更贴近航司运营所面临的各类日常风险,包括飞机损失、旅客责任、地面三者责任等。”对于C919投入民航后的保险保障计划与试飞阶段的区别,平安产险相关负责人在接受记者采访时表示,所有的航空器均由民航机队大保单统保,国产大飞机C919投入民航使用后,也将通过航空公司投保的机队保险获得保险保障,平安产险作为共保人之一参与承保。

从C919、大型水陆两栖飞机AG600等国产大飞机试飞险的护航,到“深海勇士”“奋斗者”全海深载人潜水器财产保险及潜水人员意外伤害险的保障,再到白鹤滩水电站建筑工程保险的支撑,保险行业持续为航空、海洋、电力、石油等领域的大国重

上海虹桥机场飞抵北京首都机场。这标志着C919圆满完成首个商业航班飞行,正式进入民航市场,开启市场化运营、产业化发展新征程。

《中国经营报》记者采访获悉,保险行业为C919从研制、生产到交付的全过程提



在“大国重器”和超级工程的背后,均有保险高效护航的身影。

视觉中国/图

供了保障,并在C919投入民航使用后,继续为其提供保险保障。

实际上,长征五号火箭、中国空间站核心舱、祝融号火星车、“海斗一号”潜水器……这些“大国重器”和超级工程的背后,均有保险高效护航的身影。

近年来,保险业不断发挥自主创新方面的优势,为国产制造业和新材料行业技术创新升级提供保险保障。

专属保障助力“专精特新”

“专精特新”企业大多处于初创期和技术研发阶段,一旦遭受自然灾害或意外事故,技术研发和正常生产经营可能受到严重影响。

近年来,保险业不断发挥自主创新方面的优势,为国产制造业和新材料行业技术创新升级提供保险保障。

平安产险相关负责人对记者介绍称,在现实中,企业研制出首台(套)装备后,由于其技术新颖、价格高昂,潜在用户往往对业绩空白的装备性能、品质不了解,造成企业整套高价值技术装备遭遇市场推广难。而保险可以帮助企业锁定产品设计或制造缺陷导致的修复成本和产品责任,帮助企业化解与客户之间的质量纠纷,助力企业首台(套)产品打开市场。

为保障重大技术装备的顺利研发和投产,2021年12月,原银保监会印发《关于银行业保险业支持高水平科技自立自强的指导意见》,明确强化科技保险服务。

支持开展首台(套)重大技术装备保险(以下简称“首台(套)保险”)试点和新材料首批次应用保险试点,以及有条件的地区探索开办首版次软件保险。鼓励保险公司为科技企业提供综合性保险解决方案,通过承保大型商业保险和统括保单等方式,更好地服务大型科技企业保险需求。丰富知识产权保险业务品种,为科技企业提供知识产权执行保险、知识产权侵权责任保险、知识产权被侵权损失保险等服务。

据悉,首台(套)保险主要承保质量风险和责任风险。其中,质量风险主要保障因产品质量缺陷导致用户要求修理、更换或退货的风险;责任风险主要保障因产品质量缺陷造成用户财产损失或发生人身伤亡风险。利用市场化的运作机制,首台(套)保险既可以转移产品所带来的潜在质量风险和责任风险,也能打消用户的“后顾之忧”,从长远上促进国内技术装备的研发创新。

“在大型施工机械领域,平安产险承保的全断面硬岩掘进机(TBM)是国产大直径硬岩隧道掘进装备首次应用,标志着我国在大型掘进装备自主研发及工程应用方面取得重大突破。除此之外,平安产险还承保了亚洲首台千吨级起重机SAC12000等,促进了多项国产大型

高新装备的首次应用和全面推广。截至目前,平安产险首台(套)重大技术装备保险,已累计为超1800个国家和地方性项目提供超3000亿元保障,包括“蓝鲸一号”等众多“高、精、尖”技术创新项目,切实服务实体经济。”上述平安产险相关负责人进一步表示。

工业和信息化部等19部门联合印发的《“十四五”促进中小企业发展规划》提出,到2025年之前,培育100万家创新型中小企业、10万家“专精特新”企业、1万家专精特新“小巨人”企业和1000家制造业“单项冠军”。监管部门亦多次公开表示,银行保险机构要创新支持国家重大科技任务,更好地服务关键核心技术攻关企业和“专精特新”企业。

而与大中型、成熟企业相比,“专精特新”企业大多处于初创期和技术研发阶段,风险抵御能力较弱,一旦遭受自然灾害或意外事故,技术研发和正常生产经营可能受到严重影响。

2023年4月,原银保监会发布《关于2023年加力提升小微企业金融服务质量的通知》提出,鼓励保险公司按照商业可持续、保费合理的原则,针对不同行业、不同生产经营特点的小微企业、个体工商户需求,丰富产品种类,设计专属保险方案。

鼓励灵活缴费服务方式,探索简易化定损理赔模式。推广服务小微企业的工程建设、技术装备、物流运输、知识产权、灾害应对、营业中断、产品责任、雇主责任等财产保险产品。拓展面向小微企业的出口信用保险、国内贸易信用险、海外投资险等。

专家表示,对于核心基础零部件、先进基础工艺等装备制造、新基建、“5G+工业互联网”等国家重点关注领域,未来还需要保险业提供覆盖全产业链的保险服务,建立企业全生命周期的风险保障体系。例如,将产品设计缺陷、成果转化失败等新的风险责任纳入“专精特新”一揽子保障方案中,为“专精特新”企业提供“一站式、全周期”的保险产品供给服务,促进产业良性发展。

金融反诈攻防战

本报记者 郑瑜 北京报道

在金融业务越来越便捷的当下,金融诈骗的手段多种多样,令人防不胜防。对此,司法、金融监管等部门以及各金融机构亦在不断金融反诈能力,保护金融消费者合法权益。

中国司法大数据研究院报告显示,2019年~2020年,全国各级人民法院审理

互联网金融诈骗手段多样

“因为政策原因,为了您账户安全与个人征信需要注销网贷账户。在注销之前,账户里的额度需要全部提现并转账至指定银行卡号。”2023年3月,吴女士接到一通自称是某金融平台“客服人员”的电话。担心征信记录受影响的吴女士,随即按照对方的指示在360借条(奇富科技旗下信鸽科技服务品牌)等平台开始操作借款。

这一异常行为,触发了奇富科技(原360数科,Nasdaq:QFIN)的反诈风控预警。平台反诈劝阻员在询问相关问题后,确定吴女士遭遇了电信诈骗,对其反复进行劝说提醒,并终止了她的借款申请。此时,吴女士方如梦初醒,赶忙终止了在其他平台的贷款行为,避免了更大的财产损失。

奇富科技反诈团队人士向《中国经营报》记者总结道,当前,常见的电信诈骗大致分为两类,一是假冒金融App、平台客服或金融监管机构工作人员,以注销账户、降低利率、影响征信等各种理由,诱骗受害人转账;二是叠加刷单、网购退款、投资理财等电信网络诈骗手法,引诱受害人在金融机构或互联网金融平台贷款,然后转账给诈骗分子。

除了电信诈骗,反催收也是网贷诈骗的高发领域。

反催收,一般是指一些个人或组织以

的金融诈骗案件呈现逐年递减的特点,三年案件总数下降59.55%。在监管高压下,金融诈骗风险逐年缓解,预计相关案件的审结态势会进入持续回落走势。

但上述报告同时指出,金融诈骗“网络化”特点显著,作案手段多变,智能化、高科技化、隐匿性强。加上金融行业本身所具有的专业性、复杂性等特点,打击金融诈骗犯罪面临着新问题、新要求、新难度。

代理维权、征信修复等名义充当中间方,自称可以帮助欠款人或已经逾期的贷款人免除部分或全部债务,实则是采用一些恶意投诉、伪造虚假征信报告的方式,让金融消费者与社会诚信体系进行对抗。

相关案例显示,王某在2021年因买房需求主动查询打印征信报告,发现征信记录存在瑕疵,遂通过银行门口人员发放的“代理修改征信”宣传单找到赵某。赵某向王某展示了过往的“征信修复”案例,并表示可为王某修改银行及重庆度小满小额贷款有限公司(以下简称“度小满”)的逾期征信,收费88000元,还让其花费3000元试听征信代理维权课程。

因收费及法律风险问题与赵某停止合作后,王某又找到了孙某。孙某帮助王某向监管部门发起了投诉。度小满在接到监管部门转办的征信投诉案件后,在处理过程中发现可能存在代理维权情况,及时与王某取得沟通并对其进行说服教育。

“所谓代理维权等黑产是用户信息泄露的‘重灾区’,一旦将个人信息交由不法分子掌握,后果不堪设想。广大群众一定要警惕所谓‘征信修复骗局’,切勿轻信或参与其中,尤其要拒绝涉及编造理由、伪造证据、提供虚假信息等非法行为。”上述度小满相关负责人指出。

多位业内人士指出,非法组织或个人明面上打着为消费者维权的旗号,冒充律师、专业人士等身份,推出“代理投诉”“代理退保”“代理处置信用卡债务”等所谓代理维权服务对金融消费者进行

联手行动净化金融环境

中国人民银行(以下简称“央行”)对2022年工作的盘点显示,2022年,央行开展“征信修复”乱象专项治理“百日行动”,累计开展各类线上线下宣传活动1万余场次,触达受众超2亿人次,清理违法广告2.01万条,关停违规账号596个,纳入异常经营名录2287家,移交诈骗线索1563条。通过广宣传、强监测、抓源头、重处置,“征信修复”乱象得到有效治理,征信市场总体环境得到显著优化。

此外,针对互联网金融背后的金融诈骗黑色产业链,除了监管持续加码,新型金融机构与金融科技平台等也在积极贡献自己的力量。

平安消费金融有限公司(以下简称“平安消费金融”)相关负责人告诉记者,平安消费金融在通过科技识别黑产的同时,还进一步加强与监管机构、公安、司法等多个部门的沟通,以期形成合力打击黑产,共同净化金融环境。

重视数字化时代下的消费者保护

“当前新的诈骗和洗钱手法层出不穷,对各类互联网产品的利用无孔不入,隐蔽性越来越高,互金平台很容易成为电信链条的组成环节,受到来自被害人、社会舆论、司法机关等各方面的压力,品牌声誉连带受到伤害,对平台获客产生不良影响。”前述度小满相关负责人认为。

多位业内人士指出,非法组织或个人明面上打着为消费者维权的旗号,冒充律师、专业人士等身份,推出“代理投诉”“代理退保”“代理处置信用卡债务”等所谓代理维权服务对金融消费者进行

招联消费金融有限公司(以下简称“招联金融”)透露,如今,冒充金融机构名义实施诈骗已成为电信诈骗的常用手法之一。针对此类情况,招联金融建立了由电信诈骗模型和多维度实时风控策略组成的诈骗识别体系,识别率高达95%;还搭建了包括AI外呼、专家审核、弹窗提示、延迟放款等措施在内的提醒和拦截体系,诈骗拦截率达到90%。同时,招联金融积极借助外部力量,通过向公安机关报案、委托律师事务所向假冒短信的通道商发送律师函、向12321网络不良与垃圾信息举报受理中心举报等方式,协同打击电信诈骗,捍卫客户和自身合法权益。

数据显示,通过网络核查、大数据分析、电话核实、综合评估到最终审批放款环节的把关,截至2022年11月底,招联金融成功识别并拦截电信诈骗损失金额3亿元,电信诈骗模型覆盖率达97%,拦截率为91%。

诱骗,严重损害消费者合法权益,扰乱金融市场正常秩序。

上海银炫文化传媒有限公司(ShowFin)智库首席研究员寇向涛则对记者表示,在监管部门强调与政策引导的大背景下,金融消费者权益保护为消费金融公司带来的不仅仅是合规化,更是一种正面传播与业务模式的升级。“在过去野蛮生长的年代,消费金融公司与消费者的沟通机制并不完善,导致很多利率协商、停息免息的工作被黑产盯上。现在,消费金融公司对消费者权益保护工作加以重视,可以大

记者从奇富科技获悉,自2019年起,为应对频发的电信诈骗网络犯罪,奇富科技成立诈骗风险全域联防项目组,多业务线形成技术驱动、业务协同、全域场景的联防机制。在技术层面,基于信息安全与智能反欺诈技术,追踪电信诈骗全流程环节,风险筛查、预警、识别、分析、决策、处置。在事前,通过大数据分析感知风险态势,利用机器学习、AI智能分析做实时的风险智能决策,并及时进行劝阻。截至2023年3月末,奇富科技反诈系统已累计报送涉骗阻断预警31万次,拦截潜在被骗者2.8万人,帮助用户避免损失3.55亿元。

度小满则通过引入电诈CV模型、微表情模型及视频面签查核手段精准识别电信诈骗风险,将电信诈骗攻击人数量压降50%,保证信贷风险稳定性。自2023年以来,已累计提醒162699人,唤醒被诈骗人数8314人,拦截资金损失1.71亿元。

大减少这部分因为沟通不畅带来的损失,更好地维护贷款前后端与消费者的关系。”

北京市社会科学院研究员王鹏表示,消费者权益保护工作可以简单分为被动与主动两种模式,出现相关投诉之后再去解决时,无论是公司正常经营还是口碑形象都会受到不小影响。当前,更重要的应该是主动的消费者保护工作,比如不断优化业务流程,重视人员素养的提升。同时,教育宣传可以起到防患于未然的效果,也可以营造更好的市场氛围。

半导体投资热能持续多久

本报记者 顾梦轩 夏欣

广州 北京报道

人工智能(AI)正引领新一轮科技产业革命,或将推动信息技术时代向人工智能时代加速发展。在此过程中,作为AI算力的“基础设施”亦迎来投资者的关注。

2023年,在AI投资热情的引领下,半导体板块呈现向上趋势。在AI投资主线拉动下,2023年初至5月31日,半导体(中信)指数上涨14.31%、半导体精选指数上涨12.96%、半导体材料指

数上涨12.54%。

畅力资产董事长兼首席投资官宝晓辉在接受《中国经营报》记者采访时表示,半导体板块上涨有两方面原因,第一,2023年以来,围绕着ChatGPT概念, AI板块持续上涨,赚钱效应凸显,带动了上下游产业的繁荣,ChatGPT算法的基础最终还是要依靠大量的芯片半导体,因此半导体板块整体得到了关注。第二,经济的持续恢复使得个人电脑、智能手机和云端服务器等核心产品的市场需求上涨,也带动了存储芯片市场上涨。

周期拐点即将显现

当前时点,半导体行业去库存化显著,且从2023年第二季度开始,终端需求逐渐回暖,部分产品订单量回升。

2022年,全球科技产业又一次经历了低迷时光,半导体行业亦是如此。2022年下半年,半导体行业进入下行阶段。根据天相投顾基金评价中心的测算,选取2019年12月到2022年12月国证芯片指数、中华半导体芯片指数和中证全指半导体指数,来观测半导体指数的历史走势发现,截至2021年8月,半导体指数保持向上趋势,在2020年3月、2020年7月和2021年8月经历三个高点,此后半导体指数开始进入下跌阶段,并在2021年10月、2022年5月和2022年10月经历三个低点。

根据SIA(半导体行业协会)统计,2023年3月,全球半导体销售额为398.3亿美元,同比下降21.3%,下行幅度已跌破2019年以来的最低值;但环比来看,3月微增0.3%。

信达证券研报认为,当前时点,半导体行业去库存化显著,且从2023年第二季度开始,终端需求逐渐回暖,部分产品订单量回升。同时,AI为行业带来新的增长动能,相关产业链持续受益需求增长,行业整体下行阻力增大,此轮周期拐点或将提前显现。

前海开源基金研究员吴思源分析称,目前半导体行业去库存基本已经完成,下游需求虽有回暖但是复苏力度仍然不强,第三

季度是电子行业的传统旺季,可能会带动半导体行业的弱复苏。未来,随着大模型AI驱动新的科技周期,预计可能引发第四次产业革命,从而激发半导体新的需求周期。

无疑,AI行业的爆发对半导体板块的影响是巨大的。信达证券相关研报指出,在新一轮科技产业革命下,以算力和服务器为中心,受益方向持续向上游和下游传导。同时,高性能计算芯片国产化的趋势或将助推上游芯片制造、半导体设备和材料等环节的国产化进程,而终端应用创新及AI赋能或带来新的增长需求点,半导体全产业链有望持续受益于AI带来的产业革命。

诺安科技组基金经理刘慧影指出,AI行业爆发对于中国半导体产业有双重积极影响。

第一,从需求端来讲,半导体是AI应用的底座,AI应用的推广对整个芯片行业有极强的需求拉动作用。

随着AI应用的不断深入,全球半导体需求回暖的速度可能快于预期。

第二,从供给端来讲,AI芯片是美国对中国极限制裁的重要部分,全球AI行业的爆发有望加速中国芯片行业解决“卡脖子”问题的速度,早日实现全自主可控的AI芯片,助力中国AI生态健康发展。

公募基金提前布局

从2022年下半年开始,公募基金已经布局半导体行业,多家公募基金参与了半导体龙头企业定增。

记者注意到,虽然板块反弹,但2023年以来,半导体板块的资金却处于净流出状态。根据Wind数据,截至2023年5月31日,半导体(中信)指数上涨14.31%,然而,该板块资金已经净流出157.69亿元。

为何板块上涨,资金却流出?吴思源指出,半导体板块在4月中旬到5月中旬有大幅回调,有较多前期获利盘获利了结,放量下跌,净流出资金较多,因此在3月中旬到5月中旬半导体的“过山车”行情中,指数基本持平,但净流出超百亿元资金。而在2023年年初至2月初的上涨区间,TMT(数字新媒体产业)并非行业绝对主线,成交额并不高;在5月中旬至今的反弹中,市场成交额总体萎缩,这两段指数上升通道中,资金净流入并不高。

大成互联网思维基金经理王

深圳

发布《深圳市加快推动人工智能高质量发展高水平应用行动方案(2023—2024年)》

推进“千行百业+AI”,孵化高度智能化的生产机器人

北京

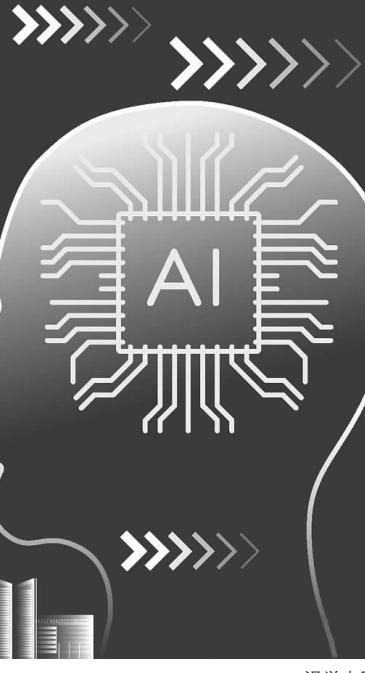
发布《北京市加快建设具有全球影响力的人工智能创新策源地实施方案(2023—2025年)》

推动国产人工智能芯片实现突破

上海

印发《上海市加大力度支持民间投资发展若干政策措施》

支持民营企业广泛参与数据、算力等人工智能基础设施建设



视觉中国/图

5月30日—31日,北上深三地接连发布支持人工智能发展文件。

帅分析称,硬科技以AI算力为代表,其正陷于旧周期尾声的影响,又在迎接AI新产品周期,因此持有不同观点的人都能够找到支撑自己观点的现实基本面基础。3月下旬到4月中旬,半导体板块行情位于局部的增量资金持续涌入的时空下,资金在尝试定价更远期的市值水平。而5月,资金又在寻求短期业绩能够支撑的市值水平,两种定价范式构成的巨大“剪刀差”造成了硬件板块的大幅度调整。

宝晓辉表示,不必过度在意资金流出。导致资金流出的原因有很多,其中一个可能是前期个人获利盘的流出,个人投资者由于买卖相对分散,不容易对板块造成影响。但相应地,机构投资者投入资金往往单笔较大,会带动板块上涨,资金流出一般被认为是股价上涨的核心要素。随着大型ChatGPT应用软件落地,相信半导体板块会有一个较长时期的机会。

事实上,从2022年下半年开

“卡脖子”问题将会解决

基于政策支持、下游意识转变、工程师红利、丰富产业链及庞大下游,未来十年是我国加速芯片国产化的阶段。

谈及我国半导体行业目前处境和板块的未来行情,刘慧影指出,我国芯片在重压下肯定能发展起来。首先,我国有丰富的产业链,全球工业中间品有几千种,我国能找到大部分产品,芯片复杂生产过程中的材料往往都有相应的原材料,只需要针对需求进行产业升级即可,卡脖子不会难倒我们。其次,我国有旺盛的芯片需求,我国每年进口全球芯片产值的三分之二,即全球芯片的三分之二都要在中国进行组装,这些芯片的进口额就是我国做芯片国产替代的旺盛底气。最后,我们国家有巨大的工程师红利。2019年科创板的推出,使得整个社会的价值观从商业模式创新转向了硬科技创新。从薪酬角度,中国芯片行业对于全球

人才的吸引力大大加强,相信假以时日,我们芯片行业的所有“卡脖子”问题都可以一一解决。

“半导体是一个复杂的工业中间品,其本质是一个工业品的国产替代。预计未来十年是我国加速芯片国产化的阶段,无论是政策的支持、下游意识的转变、工程师红利,还是丰富的产业链及庞大的下游等客观条件的支撑,我们的芯片国产化都能快速推进。”刘慧影补充道。

王帅分析称,从产业层面来看,预计今年下半年周期可能反转,优选制造和封测。产能层面,从全球硬件产业链各环节来说,先行好转的是面板和内存,这两个行业都有供给格局比较好的特征。库存周期方面,最坏的时候已经过去。库存是半导体周期的放大器,

也是感知周期位置的重要环节,这个变量已经在逐步变好,随着库存的不断去化,下半年半导体周期有望进入上行阶段。

相比于一般的周期反转,半导体板块同时具备国产化率提升的成长逻辑,但过去3年设计环节的供给端大幅扩充,制造和封测环节的供应格局相对优化很多。

格上财富金樟投资研究员毕梦娟指出,目前中国在半导体产业链的优势主要体现在设计、封装和测试环节。相较之下,中国在半导体制造和制程环节相对落后。尽管中国的芯片制造企业也在努力提升制程水平,但仍与国际先进水平存在一定差距。特别是在尖端工艺制程方面,中国在研发和产能规模上仍有较大的发展空间。比

较明显的就是在光刻机方向上落后较大,半导体设备方向上还有巨大的进步空间。

从投资角度,毕梦娟表示,目前申万半导体指数市盈率处于近4年的底部位置,板块估值水位具备较充足的安全边际。从供需两端来看,伴随持续去库存及技术升级,同时传统领域订单初显回暖迹象,投资者可以关注需求复苏+技术创新+国产替代下的机会。

吴思源指出,建议投资者可以重点关注以下细分领域:AI驱动的机会(算力芯片、服务器配套芯片、边缘端AI芯片等)、消费复苏带动半导体机会(手机芯片、AIOT芯片等)、半导体国产化趋势(半导体设备、信创相关芯片),以及新能源、MR驱动的机会等。

打破“旱涝保收” 银行理财首提破净免管理费

管理费与业绩挂钩

本报记者 慈玉鹏
北京报道

一直为投资者所诟病、被戏称为“基金亏钱、基金公司赚钱”的资管产品传统收费模式,正面临挑战。

《中国经营报》记者注意到,招银理财近日发售的一款权益类公募产品推出创新规定——“累计净值低于1元不收取管理费”,打破传统的公募基金行业收费模式。

业内人士表示,招银理财此次推出收费与盈亏直接挂钩的公募基金产品,有助于增强产品吸引力,亦是市场激烈竞争的反映。

记者同时了解到,自2022年9月国办提出“鼓励证券、基金、担保等机构进一步降低服务收费”后,2023年已有超过30只基金产品降低管理费率,以债基和货基为主。目前,公募基金降费让利是大势所趋。

前述招银理财所售产品,全名为“招卓价值精选权益类理财计划”。中国理财网资料显示,上述产品运作模式为开放式净值型,投资性质为权益类,风险评级为PR5(高风险),期限类型为T+0产品。

根据产品说明书,“招卓价值精选权益类理财计划”80%—95%的资金投资于权益资产,其余资金主要投资于固定收益资产。根据产品风险收益特征,选取:中证高股息(930838.CSI)×45%+港股通高股息(930914.CSI)×45%+上证

国债指数(000012.SH)×10%作为该产品的业绩比较基准。

值得注意的是,该产品说明书显示,“如本产品当日累计净值低于1.00元(不含)时,管理人将从下一自然日起暂停收取固定投资管理费。直至产品累计净值高于1.00元(含)后,管理人恢复收取理财计划固定投资管理费,固定投资管理费率1.5%/年。同时,托管人对本理财计划收取托管费,托管费率0.08%/年。”

记者采访了解到,一般而言,基金管理人收取的管理费与业绩表现直接挂钩,即基金管理人实际收取的报酬(管理费)与基金的业绩表现直接挂钩,当基金业绩表现高于业绩比较基准时,管理费向上浮动;当基金业绩表现低于业绩比较基准时,管理费率向下浮动。二是提取“业

股票型基金的管理费是每年1.5%,托管费是每年0.25%。可见,该产品上述两项费用均低于常见水平。

一位股份制银行人士告诉记者,“该资管收费模式与以往行业规定有所不同。该模式有助于增强资管产品的吸引力。同时,此举也是市场激烈竞争的反映。近年来,资本市场波动加剧,部分理财产品净值波动较大,在激烈的市场竞争环境下,后续或有产品跟进。”

冠营咨询创始人、金融理财专

家周毅钦告诉记者,破净免管理费的做法,一方面反映了招银理财对自己投资水平的自信,对投资经理的考核与市场表现直接挂钩;另一方面,也把管理人的收入跟投资者的利益做了深度捆绑。

周毅钦告诉记者,招银理财的做法和近年来公募基金被投资者反复诟病的“基金亏钱、基金公司赚钱”现象形成了鲜明的对比,此举不仅是理财公司的首创,同时也将给公募基金行业的传统收费模式带来一定影响。此

前,理财公司比较多的措施是阶段性降费。

但他同时表示,这样的创举或暂时不会成为主流,招银理财能在行业内打响第一枪,是基于其海量的资管规模。特别是有固收类产品“打底”,在机构管理费收入上已经有充分的“安全垫”,让其有底气在理财行业传统弱项的权益类产品上做一些突破性举措。目前,能够模仿、复制和推广的理财公司在行业内并不多,大规模推广更是困难重重。

降费趋势显现

记者采访了解到,基金产品在销售过程中主要有固定管理费、外托管费、销售服务费、交易费,即“四费”。

据天相投顾统计,截至2023年3月31日,共151家公募基金管理人披露了2022年年报,公募基金产品合计亏损14547.80亿元,为近3年同期数据中首次出现亏损。虽然2022年股票市场震荡下跌,但是上述“四费”仍维持历史高位,更较2021年这一历史高点出现小幅增长,创出历史新高。其中,2022年全年基金公司管理费收入总计达到1442.43亿元,比2021年的1418.19亿元增长1.71%。但与2021年、2020年50%以上的增速相比,2022年管理费的增速明显下降。

当然,基金公司不能得到账面上的全部管理费收入,银行、第三方基金销售公司等基金销售渠道亦要分一杯羹。根据天相投顾数据统计,2022年纳入统计的173家

基金公司旗下9136只基金,共向销售机构支付客户维护费(即“尾随佣金”)413.98亿元,比2021年全年407.95亿元有所上涨。

记者注意到,2017年,股债市场不佳,多家公募基金公司曾下调管理费率;2019年年底,6家基金公司获准发行首批浮动管理费基金。所谓浮动管理费基金,是指基金管理人收取的管理费与业绩表现直接挂钩的基金,可以打破固定管理费“旱涝保收”的模式,实现代理人和投资者利益捆绑。

据记者了解,从模式上看,彼时浮动管理费基金主要分为两类:一是“支点式”上下浮动管理费基金,即基金管理人实际收取的报酬(管理费)与基金的业绩表现直接挂钩,当基金业绩表现高于业绩比较基准时,管理费向上浮动;当基金业绩表现低于业绩比较基准时,管理费率向下浮动。二是提取“业

绩报酬”浮动管理费基金,即基金管理人收取固定管理费的基础上,当基金的业绩超越预先设定的基准时,按照超额收益的一定比例收取附加管理费。

2022年9月,国务院办公厅发布《关于进一步优化营商环境降低市场主体制度性交易成本的意见》(以下简称“《意见》”),提到,鼓励证券、基金、担保等机构进一步降低服务收费标准,推动金融基础设施合理降低交易、托管、登记、清算等费用。据记者不完全统计,2022年有近20只采取固定费率的公募基金产品降费。

中信证券研报显示,自“《意见》”出台以来,市场始终存在基金降费预期,但后续未有明文出台降费范围、模式以及降费幅度。从市场主体主动行为看,2023年以来已有超过30只基金产品降低管理费率,以债基和货基为主,例如工银瑞信添颐债券基金下调管理费率、托管费

率以及B类的销售服务费。此外,包括华安双债添利、汇添富富年利、中海纯债、国寿安保尊享以及安信保利等均降低了自身管理费。从长期发展趋势看,基金费率缓慢下降是必然趋势,反馈于基金净值有助于向投资者让利,但最终仍将取决于市场化竞争结果。

上述股份制银行人士告诉记者,此前在市场行情波动较大的情况下,容易出现基金不挣钱,但管理费照收的情况,一度引发热议,这也是目前管理费调整的原因之一。而管理费调降只是一方面,更为重要的是基金管理能力建设,为投资者提供有竞争力和相对稳定的收益。未来,基金资管类采取浮动费率,根据收益变化及不同风险产品类型,采取差异化费率可能较为普遍。

国联证券分析师朱人木表示,一直以来,多重因素使得国内公募基金费率整体高于美国,我国资管

行业降费让利是长期趋势,代销行业竞争加剧、被动指数量型和ETF基金规模扩张,以及头部机构市场占比上升等因素,均会使得公募基金费率逐渐下行。

华宝证券分析师张青认为,公募基金降费让利是大势所趋,以投资者为中心是行业长久策略。首先,在净值化转型的大趋势下,公募基金、银行理财和转型后的券商资管,在费率模式上可相互借鉴,最终让利于投资者;其次,降费的根本目的是通过降低基金运作成本,提高投资者收益,最终是为了优化投资者体验,同时倒逼管理人提升研究服务价值,以及倒逼销售机构完善以客户为中心的综合服务能力;最后,降费对于FOF(基金中基金)、公募投顾等组合配置模式的成本控制也大有助益,能够更好与个人养老金政策相对应,给公募基金创造提供养老服务的条件。

金融“组合拳”增强小微企业内生动力

小微企业生产经营有所恢复

本报记者 张漫游
北京报道

在今年4月监管部门发布《关于2023年加力提升小微企业金融服务质量的通知》(以下简称“《通知》”)的指引下,金融机构支持小微企业的力度加大。

值得注意的是,此前的延期还本付息优惠进入倒计时。根据中国人民银行2022年11月发布的《关于进一步加大对小微企业贷款延期还本付息支持力度的通知》,还本付息日期原则上最长可延至2023年6月30日。

优惠政策到期后,小微企业经营是否会影响、银行是否会面临新的资产质量压力、优惠政策如何平稳退出……这些都是市场关注的重点。

今年4月,监管部门发布《通知》,进一步明确提出要形成与实体经济发展相适应的小微企业金融服务体系;提升大中型银行服务小微企业内生动力,推动地方法人银行加大对小微企业信贷支持力度,积极发挥政策性资金服务小微企业优势。

为了促进小微企业恢复内生动力,近期金融机构动作频频。如工商银行多地分行提到的为小微企业提供“融资、融智、融商”综合服务,增强企业发展内生动力;邮储银行发挥中国邮政在商流、信息流、物流、资金流“四流合一”的优势,正在重点打造特色普惠金融生态圈。

不过,延期还本付息优惠政策即将到期,使得市场开始担忧是否

会影响小微企业的经营状况。

延期还本付息工具起源于2020年央行推出的两项直达货币政策工具:2020年6月,央行创设两个新的直达实体经济的货币政策工具,即普惠小微企业贷款延期还本付息支持工具和普惠小微企业信用贷款支持计划。

经多次延期后,2022年11月,央行等六部门再次对于2022年第四季度到期的因新冠肺炎疫情影响暂时遇困的小微企业贷款(含个体工商户和小微企业主经营性贷款)进行延期,还本付息日期原则上最长可延至2023年6月30日。

业内人士认为,要考虑延期还本付息政策到期是否会影响小微

企业的经营情况,要看目前小微企业的恢复情况。

国家统计局公布的数据,今年一季度规模以上小微企业增加值同比增长3.1%,快于规模以上工业企业增速。此外,一季度中小企业发展指数大幅回升。问卷调查显示,规模以下小微企业景气指数比上一季度提高1.7个百分点,生产经营状况良好的企业占比提高1.2个百分点。

国家金融监督管理总局近日发布的数据显示,截至2023年一季度末,银行业金融机构用于小微企业的贷款(包括小微企业贷款、个体工商户贷款和小微企业主贷款)余额64.5万亿元,其中单户授信总额1000万元及

以下的普惠型小微企业贷款余额25.9万亿元,同比增长25.8%。

“从一季度的国内经济数据来看,经济复苏势头强劲,小微企业经营明显恢复。一方面,最终消费对经济增长的贡献率达到66.6%,是拉动经济增长的主要因素,国内消费者消费开支的快速增长大幅推动了零售行业恢复;另一方面,第三产业增加值同比增长5.4%,结合国内旅游消费等已恢复至疫情前的九成水平,服务业信心重振。”中国银行研究院博士后李晔林认为,从信贷数据中也可以看出,小微企业的恢复要快于经济社会整体水平。一季度末本外币贷款和人民币贷款余额分别同比增

长11.1%和11.8%,低于普惠小微企业贷款同比25.8%的增速,融资需求旺盛一定程度上体现出小微企业经营活力恢复。

渣打银行最新出炉的调研报告显示,5月渣打中国中小企业信心指数(SMEI)由4月的53.3略降至52.7,月环比新订单持续上升,产品库存降低,中小企业整体增长动力保持稳固。从分项指数看,“中小企业经营现状”指数保持在52.9,显示出稳步扩张态势。同时,“未来三个月经营预期”和“信用环境”指数分别较4月回落0.6个和1.2个百分点,但均位于50以上,表明中小企业信心和信用环境相对平稳。

“应延尽延”到期后预计风险可控

此前,央行副行长刘国强表示,要持续加大对普惠小微、科技创新、绿色发展、基础设施等重点领域和薄弱环节的支持力度,要继续落实好一系列结构性货币政策,效果好的可以酌情加力;对一些具有明确阶段性要求的政策要及时评估,可以按时有序退出,也可以根据需要延长或者让其货币政策工具进行接续。

延期还本付息贷款的资产质量如何?

“在‘应延尽延’政策存续期间,监管部门鼓励银行机构将延期措施适度倾斜于重点领域和薄弱环节,有利于小微企业恢复经营,重新获

得正常还款能力,降低商业银行潜在的资产质量压力。当前我国银行业不良贷款余额增速和不良贷款率均恢复至低于疫情前水平,整体的不良压力可控。”李晔林表示。

“对银行而言,在整个贷款周期内,银行对于贷款的动态都是会进行跟踪检查的,即使延期还本付息政策出台后,银行对于贷款也不是完全放任自流。”惠誉评级金融机构评级分析师向记者透露,银行会根据借款人的还款能力进行动态跟踪,即使确定为不良,也会进行平滑处理。“从我们目前与银行的交流了解到,大部分银行都说延期还本付

息的贷款比例是非常低的。”

李晔林提示,“应延尽延”政策一定程度上延缓了相关信用风险的暴露,因此新规发布后银行不可避免地面临部分贷款集中到期的难题,如果出现借款人经营发生实质性变化、资金使用违规等情况,银行将面临一定资产质量管控压力。对此银行要做好前瞻性准备,借助当前本息“应延尽延”机制恢复至金融机构和企业协商模式的窗口期,建立临时性风险缓释机制,为相关的存量贷款做好分类分组,尽量避免同一类型、同一风险等级贷款大量集中到期,在合理区间内适度调整

拨备计提,保持整体风险水平稳定。

另外,延期还本付息政策如何平稳退出的确是当前相关部门需要考虑的问题。

对此,国家金融与发展实验室副主任、上海金融与发展实验室主任曾刚认为,视经济情况退出本身就是一个动态的概念,这意味着政策会选择在经济运行整体趋稳的情况下退出,对银行的资产质量影响较小时才会选择退出。政策退出后,对资产质量所能产生的负面影响应该是在一个可控范围内。

兴业银行研究报告建议,可以考虑从以下几个方面平滑延期还本付息政策的退出影响:一是可以将退出节奏与经济恢复情况挂钩,在疫情防控政策优化、经济有所好转的过程中,仍应适当接续延期还本付息政策;二是考虑在政策有效期内,允许有能力的企业在继续延期偿还本金的同时,逐步开始正常支付利息,以减轻未来政策集中退出时企业偿付压力的提升;三是对仍处于延期还本付息状态企业的经营情况开展排摸,对不同经营情况的企业由银行牵头实施不同的还款计划;四是考虑鼓励AMC等不良资产处置机构收购延期还本付息贷款,降低银行不良生成压力。

证券业有序开展主题教育 资本市场改革提质效

本报记者 罗辑 北京报道

当前,学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育深入推进,是贯彻党的

二十大精神的重大举措。牢牢把握“学思想、强党性、重实践、建新功”的总要求,深度服务经济发展的证券行业全面投身主题教育。

围绕资本市场改革发展实际,从监管到协会、交易所再到证券机构坚持“学思用贯通、知信行统一”,将“实”的要求贯穿到理论学习、调查研究、推动发

展、检视整改等各方面工作任务中,将成效体现到解决实际问题、推动实际工作、促进改革发展上,推动注册制改革走深走实,推动服务经济高质

量发展质效提升。近日,证监会党委在传达学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育工作会议精神时表示,要“以高度的政

推动主题教育走深走实

会议要求,锚定目标任务,努力在以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干方面取得实实在在的成效。

证券业作为我国金融体系的重要组成部分,学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育在证券业全面启动、有序开展。

作为统一监督管理全国证券期货市场、维护证券期货市场秩序、保障证券期货市场合法运行的国务院直属正部级事业单位,证监会发挥标杆和引领作用,4月11日,证监会党委召开学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育动员部署会。会议要求,锚定目标任务,紧密结合证监会系统和资本市场实际,高标准、高质量推进主题教育各项工作,努力在以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干方面取得实实在在的成效。

随后,中国期货业协会召开党委(扩大)会议。会议提出结合协会自律管理法定职责和期货行业实际,统筹推动理论学习、调查研究、检视整改、建章立制方面各项工作。

证券机构方面,为推动主题教育走深走实,各证券机构党委党组主要领导承担起主题教育第一责任人的职责,深入一线、靠前指挥,把住主题教育质量关。

华泰证券党委为确保主题教育工作高起点启动、高标准推进,由各级党组织书记履行第一责任人职责,对主题教育负总责,其他班子成员认真落实“一岗双责”。相关部门各尽其职、密切配合、一体推进。同时,华泰证券党委领导带队深入扬州、安徽等地一线开展调研督查,看现场、听汇报、深交流,摸清实际情况,掌握突出矛盾,制定有效举措,立查立改、即知即改。一时解决不了的,盯住不放,通过主题教育不断深化认识、增强能力,持续整改优化,切实做到边学习教育、边调查研究、边检视问题、边整改落实。

在主题教育过程中,证券机构党委从全局谋划制定理论学习安排,依



深交所联合四川省金融局、四川证监局推出的“深交所支持四川资本市场高质量发展·金熊猫培育”计划启动仪式。

托党委理论学习中心组学习、“三会一课”、读书班等形式,全面领会习近平新时代中国特色社会主义思想的科学体系、核心要义、实践要求。

5月以来,各证券公司党委学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育读书班相继开班。其中,海通证券党委书记、副书记带头领学,并从调查研究促管理、国企党建促发展的角度交流学习成果,提出改进工作的思路举措。

除了头部券商,其他中小证券公司也如火如荼层层递进、步步深入,推进党的创新理论学习走深走实、落地见效。5月初,国金证券党委便发文部署开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育系列活动,如读原著学原文悟原理;采购中央党校课程,开设国金公开课学习;各支部、各部门分专题交流研讨等。

西南证券党委聚焦“学什么”“谋什么”“会什么”“干什么”,制定主题教育读书班实施方案,精心组织、举办连续七天的主题教育读书班。上海证券党委根据主题教育的总体安排,分别制订了《理论中心组学习计划》、《主题教育读书班计划》和领导班子《个人学习计划》,将学习内容细

化到每周,明确任务清单和每周述学要求,按计划定期开展理论学习交流和调研情况汇报。华安证券不仅领导班子成员充分发挥领学促学“头雁”作用,106家基层支部亦步步紧随抓实学习。同时华安证券结合实际确定了推进全面从严治党不停步等8个专题组织学习研讨,并运用网络新媒体,开设“云端课堂”,利用公司官网、OA、官微、宣传栏、楼宇电视等,通过媒体矩阵,加强理论学习。

此外,为扎实开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育,营造青年理论学习浓厚氛围,今年4月至5月,证监会组织开展了青年干部“学用新思想 建功新时代”知识竞赛活动。以赛验学、以赛促学、以赛领学,5月24日,该活动进入决赛环节,赛前证监会党委书记、主席、主题教育领导小组组长易会满提到,要以本次知识竞赛为契机,进一步抓好创新理论学习的深化、内化、转化,自觉运用党的创新理论分析和解决新时代资本市场面临的重大问题,在理论学习和思想洗礼中进一步筑牢听党话、跟党走的理想信念,汇聚起干事创业的饱满热情。

深交所、四川证监局学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育并结合中心工作,着

理论学习指导发展实践

要深入调查研究,把情况摸清、把问题找准、把对策提实,扎实推动资本市场理论创新、实践创新、制度创新。

理论的价值在于实践。以强化理论学习指导发展实践,以深化调查研究推动解决发展难题,证监会主题教育动员部署会要求,把开展主题教育与解决实际问题紧密联系起来。

证监会提出,要深化理论学习,坚持原原本本学、联系实际学、创新形式学,全面掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的科学体系、核心要义、实践要求,自觉运用科学理论认识和解决新时代资本市场面临的重大理论和实践问题。要深入调查研究,紧紧围绕全面贯彻落实党的二十大精神、建设中国特色现代资本市场,把情况摸清、把问题找准、把对策提实,扎实推动资本市场理论创新、实践创新、制度创新。要推动资本市场高质量发展,坚持以党的创新理论为指导,突出服务实体经济、突出深化改革、突出强监管防风险、突出加强自身建设,科学谋划更多资本市场改革发展举措。要抓好检视整改,坚持边学习、边对照、边检视、边整改,聚焦突出问题,深入开展党性分析,严肃开展整顿整治,着力从思想根源和制度机制上解决问题。要注重建章立制,坚持“当下改”与“长久立”相结合,认真总结好的经验做法,及时以制度形式固化下来,确保常态长效。

紧盯具体目标推动落实,以具体目标为牵引,以解决问题为抓手,证券交易所、证监会派出机构亦精准发力,坚持问题意识以加强主题教育的针对性、指导性、实效性,推动各项任务落实落地。

深交所、四川证监局学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育并结合中心工作,着

力解决市场主体、投资者急愁盼问题,推动上市公司高质量发展、提升投资者服务效能。5月10日,深交所联合四川省金融局、四川证监局推出的“深交所支持四川资本市场高质量发展·金熊猫培育”计划启动。该计划面向四川省内上市公司、拟上市公司、政策重点支持产业相关企业、REITs项目及发债相关企业、投资者等主体,提供包括上市培育、全面注册制政策解读、IPO座谈、企业调研、产业链专题交流、上市公司集体业绩说明会、ETF大讲堂、走进上市公司、走进券商营业部、REITs调研、债券与ABS服务、投融资路演等在内的“上门服务”,旨在全面注册制下,支持四川省“创新、成长”型企业做优做强。

在服务投资者方面,深交所将投资者满意度作为反映主题教育成效的重要标准,牢牢把握“学思想、强党性、重实践、建新功”主题教育总要求,持续举办投资者座谈、调查活动,持续推动和完善上市公司投资者关系管理,持续深入边远地区提升投资者服务时效,切实把调研成果转化解决实际问题。要注重建章立制,坚持“当下改”与“长久立”相结合,认真总结好的经验做法,及时以制度形式固化下来,确保常态长效。

作为深度服务实体经济的资本市场中介,券商以高标准、高质量推进主题教育,旨在以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干方面取得实实在在的成效。国金证券相关负责人提到,“国金证券号召广大党员群众要发扬刀刃向内的自我革命精神,坚持边学习、边对照、边检视、边整改,坚持分类整改与集中整治相结合,深入查

摆不足,抓好突出问题的整改整治。具体包括建立问题清单逐项整改、开展党性分析、开展廉洁从业警示教育、召开专题民主生活会和组织生活会、开展党员示范岗活动等。作为资本市场的参与者,国金证券坚守证券金融机构服务实体经济高质量发展的初心使命,充分发挥好“守门人”作用,更高效地践行社会责任,把握改革机遇,助力企业腾飞,在关乎国民经济的重要领域架起“资本桥梁”、引入“金融活水”。

值得注意的是,部分券商因所在地为学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育活动第二批评对象,暂未正式开展主题教育,但其党委及各基层党支部已主动跟进,先学一步。其中地处无锡的国联证券以中心组学习、“三会一课”、主题党日活动等形式,深入学习贯彻习近平总书记在中央主题教育工作会议上的重要讲话精神。

接下来,国联证券将对照(无锡)市委《关于全面推动学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育先学先行开展“四学四做”(即以学铸魂、永葆忠诚担当,以学增智、践行宗旨勇担当,以学正风、廉洁奉公善担当,以学促干、推动发展敢担当)行动的实施意见》要求,结合自身实际,制定活动实施方案,坚持早谋划、早部署,学思用贯通、知行统一,并在后续正式开展主题教育中,牢牢把握“学思想、强党性、重实践、建新功”总体要求,充分发挥“四敢”精神,力求把主题教育激发出的干劲热情、汲取的智慧力量转化为推动高质量发展的实际成效。国联证券相关人士提到。

拟盘活百亿元级存量资产 AMC密集调研地方国资

本报记者 樊红敏
北京报道

AMC正在加速进入“存量资产盘活”这一新战场。

公开信息显示，近期中国信达（01359.HK）、中国长城资产管理股份有限公司（以下简称“中国长城”）等金融资产管理公司以及多家地方资产管理公司（以下简称“AMC”）密集与地方政府围绕服务实体经济、防范化解金融风险、国企改革等领域进行交流合作。

《中国经营报》记者注意到，“存量资产盘活”已经成为AMC在与地方政府交流合作过程中提及的一个关键词。

公开信息显示，2022年5月，国务院办公厅印发《关于进一步盘活存量资产扩大有效投资的意见》（国办发〔2022〕19号，以下简称“国办发〔2022〕19号文”），提出有效盘活存量资产，形成存量资产和新增投资的良性循环。承担金融风险化解任务的AMC也被允许参与其中。《国务院关于2021年度国有资产管理情况的综合报告》显示，2021年，全国国有企业资产（不含金融企业）总额308.3万亿元、负债总额197.9万亿元、国有资产权益86.9万亿元。其中，中央企业资产总额102.1万亿元、负债总额68.3万亿元、国有资产权益20.7万亿元，平均资产负债率67.0%。地方国有企业资产总额206.2万亿元、负债总额129.6万亿元、国有资产权益66.2万亿元，平均资产负债率62.8%。

调研交流，精准服务

AMC与地方政府之间，围绕“存量资产盘活”的交流合作在密切开展中。

根据中国信达官方发布的信息，近期，该公司围绕助力实体经济发展、防范化解金融风险、国企改革等领域，先后组织金融专家团精准服务山西、贵州、山东等三个省份。

记者注意到，在相关活动现场，中国信达均提到“央地（央企跟地方）国企存量资产盘活”问题。

中国信达发布的《中国信达组织金融专家精准服务山西经济发展》一文中提到，“活动现场，中国信达立足山西资源禀赋，针对传统能源与新能源发展、工业行业投资等领域情况进行重点解读，分享行业研究成果，并围绕央地国企存量资产盘活、中小金融机构改革化险、产业转型升级金融服务等重点业务板块进行推介。”

中国长城也有类似动作。中国长城官网5月23日发布的消息称，中国长城董事长李均锋带队赴山西调研，先后拜会了山西省委常

记者根据陕西金资官网梳理

化解地方债务风险

各省市均出台相关政策，支持金融资产管理公司通过不良资产收购处置、实质性重组、市场化债转股等方式盘活闲置低效资产。

实际上，早在2019年，监管部门已允许融资平台公司债权人将到期债务转让给AMC。

近几年，参与地方融资平台债务化解已成为AMC主要业务之一。比如，湖南省财信资产管理有限公司（以下简称“财信资产”）今年1月发文称，财信资产在控股股东湖南财信金融控股集团有限公司的整体部署下，针对平台公司偿债压力大、资金成本高企、流动性周转困难等问题，按照“不新增、合规矩、保平稳”的原则，制定并实施地方平台公司债

务平滑方案，有效缓解了融资平台债务违约风险。目前，财信资产已向省内地方平台公司提供短期流动性支持，投放规模累计逾130亿元。

在当前“盘活存量资产”成为化解地方债务风险的破题之道背景下，AMC再次被允许参与其中。

2022年5月发布的国办发〔2022〕19号文提出，“对地方政府债务率较高、财政收支平衡压力较大的地区，盘活存量公共资产回收的资金可适当用于‘三保’支出及债务还本付息。”国办



5月9日，中国信达与山东省地方金融监管局在山东省济南市联合举办金融专家服务团精准对接活动。

企业/图

发现，该公司今年以来在与延安市、汉中市、广元市、安康市等省内地市政府高层开展交流座谈过程中，均提及双方要在“存量资产盘活”或“盘活低效资产”方面进行合作。

地方政府对AMC参与存量资产盘活的诉求也比较强烈。如，云南省资产管理有限公司（以下简称“云投资管”）近期发布消息称，4月14日，怒江傈僳族自治州

泸水市财政局党组书记、局长熊晓峡一行到云投资管就存量资产盘活事宜进行交流座谈。泸水市财政局重点介绍了泸水市市属行政事业单位房屋及土地资产盘点及整合的情况，希望云投资管到泸州市现场调研。

“地方政府把存量资产盘活，从长期来看，是为提高国有资产项目的绩效，提高项目运营的效益，使过去政府投资建设的项目发挥更大的作用。存量资产盘活一方面解决了过去政府项目的资产沉淀、投资浪费和运营效率不高的问题，另一方面，也可以通过存量资产的变相出售、委托经营、资产证券化等，促进存量资产的流动性，缓解一部分政府到期资金的偿还压力。”中国城镇化促进会城市更新工作委员会副主任、现代咨询集团董事长丁伯康在接受记者采访时表示。

更大的作用。存量资产盘活一方面解决了过去政府项目的资产沉淀、投资浪费和运营效率不高的问题，另一方面，也可以通过存量资产的变相出售、委托经营、资产证券化等，促进存量资产的流动性，缓解一部分政府到期资金的偿还压力。”中国城镇化促进会城市更新工作委员会副主任、现代咨询集团董事长丁伯康在接受记者采访时表示。

些资产如何盘活，国有企业效率能否提高，对下一步经济增长将产生至关重要的影响。

“无论是从地方政府面临的债务形势来看，还是从房地产行业面临的发展形势来看，AMC作为化解金融风险的‘稳定器’，盘活存量资产已然成为其当前的主战场，AMC应积极响应政策号召、把握趋势，发挥其专业技术优势促进闲置低效资产的改造升级，盘活提升存量资产价值。”中国特殊资产综合服务平台资芽网创始人张洛夫向记者表示。

资源要素重新组合再配置

与传统的不良资产处置业务相比，存量资产盘活要求AMC机构要具备相应的高水平的盘活资产的能力。

除AMC之外，银行、信托、保险等金融机构也被允许参与存量资产盘活工作。国办发〔2022〕19号文明确，“支持银行、信托、保险、金融资产管理、股权投资基金等机构，充分发挥各自优势，按照市场化原则积极参与盘活存量资产。”

那么，与其他金融机构相比，AMC的优势表现在哪里？参与方式又有何不同？

重庆富城资产管理有限公司副总裁周俊在接受记者采访时表示，存量资产盘活业务是按照处置方式划分的一项业务类别，或者说，不良资产处置的各项办法、措施中就包括了存量盘活的方式和做法。与传统的不良资产处置业务相比，存量资产盘活是一种细分的处置方式，更具个性化，也要求AMC机构具备相应的高水平的盘活资产的能力，但其在追求更低

成本、更高效、更大收益方面，与传统业务是相通的。

“存量资产盘活业务和不良资产处置业务，相通之处在于都是为解决错配问题，通过资源和要素重新组合和再配置，修复和提升资产价值后退出变现。”某AMC业内人士向记者表示。

以国办发〔2022〕19号文鼓励支持的“市场化债转股”方式为例，据记者了解，该模式是AMC机构

传统的主要业务模式之一。

陕西金资2022年10月发表的宣传文章显示，陕西金资累计签约市场化债转股超700亿元，落地金额近500亿元，实施规模连续四年居全国非银行金融机构第一位。

中国信达首席不良资产研究员王洋则向记者表示，AMC盘活存量资产与其他机构的市场定位不同，主要是盘活闲置低效资产、不良资产等存量问题资产。存量

问题资产存在定价难、交易难题，往往不具备通过REITs等方式直接进入主流金融市场的条件，需要AMC这类特定风险偏好和功能定位的专业机构参与。AMC在问题资产盘活方面具有较丰富的经验和成熟多样的金融工具箱，可以从金融机构和实体部门两个层面同时出发，采取不良资产收购处置、实质性重组、市场化债转股等多种方式盘活存量资产。

一季度民企贷款新增3.7万亿元 科创金融渐成主力

本报记者 郝亚娟 张茱旺
上海 北京报道

加强对民营企业的金融服务是政策鼓励的方向，亦是银行发力的重点。

《中国经营报》记者注意到，多家银行推出相关金融产品，从畅通

多措并举支持民企融资

民营经济在稳定增长、促进创新、增加就业等方面发挥着不可替代的作用，是推动高质量发展、建设现代化经济体系的重要主体。

4月21日，二十届中央全面深化改革委员会第一次会议审议通过了《关于促进民营经济发展壮大意见》。会议指出，促进民营经济发展壮大，要着力优化民营经济发展环境，破除制约民营企业公平参与市场竞争的制度障碍；要充分考虑民营经济发展特点，完善政策执行方式，加强政策协调性，推动各项优惠政策精准直达，切实解决企业实际困难。

在此背景下，金融监管部门和金融机构亦积极行动。人民银行西安分行联合陕西银保监局、陕西证监局、国家外汇管理局陕西省分局、

融资渠道、降低贷款成本、开发科技型民企信贷产品等方面精准支持民营企业发展。其中，加码科创金融成为银行助力民企的“重头戏”。

中国社会科学院金融研究所所长、国家金融与发展实验室主任张晓晶在2023科创金融论坛上表示，进一步完善金融支持科技创新体

系，首先要避免脱实向虚，要降低金融相关成本；其次，要发挥民营企业在承担风险与科技创新方面的先天优势，重点理顺国有主导的金融体系如何服务好民营经济以及科技创新；再次，要继续推进金融领域的市场化改革，完善金融在风险定价和风险配置中的决定性作用。

陕西省地方金融监管局制定印发《关于金融支持民营经济高质量发展若干措施的通知》，要求金融系统坚持“两个毫不动摇”“三个没有变”，落实“对各类市场主体一视同仁”要求，深化金融供给侧结构性改革，增加民营企业信贷投放；进一步发挥货币政策传导作用，畅通货币政策传导，引导增加民营经济重点领域融资供给，支持科创型民营企业发展。

银行亦通过创新金融服务解决民营企业融资问题。记者从上海农商行了解到，该行设计顶层方案，深化银企对接，开展精准服务，用好政策工具，切实提高民营经济金融服务的广度和深度；针对上市、拟上市民企，上海农商行推出“专享产品服务”“专属审批机制”“专项推进计划”，以FPA全量化综合金融服务为

上海乃至长三角实体经济高质量发展助力。

广西农信社与自治区市场监管局签署战略合作协议，创新设立主题银行服务模式，升级打造首批“个体工商户、私营企业主题银行”，为“个私”主体在办理注册登记、年报、开立银行结算账户、融资、理财等方面提供“一站式”服务。

针对因信息不对称而导致的民企融资难、融资慢、融资贵等问题，兴业银行厦门分行充分发挥福建“金服云”平台功能，用好用足政府部门和公共事业单位涉企数据，打造“企业在线申请+名单审核公示+自动推送需求+银行对接审批+后台统计分析”线上全闭环模式，实现民营企业身份认证、精准画像、尽职调查、风控等场景智能应用，破解民营企业信息不对称问题。

创新科创金融授信模式

“今年以来，民营企业贷款快速增长，增速高于人民币贷款整体增速。民营企业融资获得感有所提升，信贷成本、放款效率、获取信贷产品的便利程度等均有明显改善。今年一季度，民营企业贷款新增3.7万亿元，同比多增1万亿元。从2022年开始，金融部门降低了企业融资成本，企业平均贷款利率持续刷新历史低值。2023年一季度，新发放贷款加权平均利率为4.34%，其中企业贷款加权平均利率为3.95%，均处于历史低位。”植信投资研究院高级研究员罗奂劼指出。

党的二十大报告提出加快建设科技强国的战略目标。多地推出建设科创金融改革试验区方案，不断完善科创金融服务模式。

5月30日，上海市发展改革委制定了《上海市加大力度支持民间投资发展若干政策措施》提出，充分发挥上海证券交易所等平台优势，积极开展政策解读和宣传引导，支持符合条件的民间投资项目在保障性租赁住房、产业园区、消费基础设施等领域加

快发行REITs产品，鼓励民间资本参与REITs产品战略配售；落实“应科尽科”，支持符合科创板定位、符合国家战略、拥有关键核心技术、科技创新能力突出等要求的未上市公司到科创板上市，已在境外上市的民营企业回归科创板上市。

为推进民营企业高质量发展，科创金融也成为银行助力民营企业的的重要方式。江苏苏宁银行董事长黄新接受媒体采访时指出，实现高水平科技自立自强，金融的作用举足轻重。资本市场不仅为科创企业提供了资金，更是形成了企业和企业家持续产生的机制。银行业在科创金融方面也是主体，科创企业的很多资金来自于银行体系。

罗奂劼向记者分析，近期多家商业银行推出民企科创类信贷产品，是银行为科创型企业注入“金融活水”，助力科创企业“知识”变“资产”，鼓励其他企业注重科技创新，探索科创金融服务的新模式。科创板立足于创新驱动发展战略，服务于战略新兴产业和高新技术产业，是中国

未来经济增长的核心动力和资源配置的平台，代表了科技创新生产力发展和企业转型发展的方向。科创板的服务职能是助力中小微成长型企业（民企为主），鼓励更多的民企在科创板上市，才能更大程度地助力我国经济结构转型升级。

谈到银行如何发力科创金融，罗奂劼建议，商业银行可从下列几个方面着手：一是财务报表不应成为唯一授信标准，而是应对授信企业进行全方位的考察，包括创始团队情况、技术壁垒、企业文化等。淡化传统授信审批所倚重的财务和抵押物指标，通过评估企业科研团队、技术先进性、成长阶段、现金流特征等多方因素进行综合授信，有的放矢地提升科技金融支持力度。二是以“科创贷”为抓手，根据企业实际情况和需求，推出“连续贷+灵活贷+无还本续贷+其他方案贷”等各种组合贷机制。三是对担保方式进行创新，如“专利权质押”等。四是可以通过还本付息的时间和利率进行优化，如先还息后还本等。

共建“一带一路”

“国际化”+“综合化” 交行十年共建“一带一路”朋友圈

访交通银行国际业务部总经理肖霆

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

2023年是共建“一带一路”倡议提出十周年，我国以共建“一带

满足综合金融需求 授信支持金额累计435亿美元

近年来，共建“一带一路”倡议为人民币国际化发展带来新的契机。

《中国经营报》：“一带一路”倡议提出以来，交行境外机构网络布局及服务方面做了哪些工作？

肖霆：交行紧密围绕共建“一带一路”要求，持续优化境外机构网络布局。截至2022年末，我行已在18个国家和地区设立23家境外一级分支机构。从2019年以来，新开业和筹建的境外行均为“一带一路”沿线机构。自倡议提出以来，交行在共建“一带一路”国家新增境外行5家。

交行境外机构主动对接“一带一路”的综合金融需求，提升海外金融服务能级。其中：首尔分行发挥人民币跨境清算枢纽作用，实现15家韩资间参行业务全覆盖，拓展中韩快速汇款等产品，在全部24家中资人民币清算行中排名前列；新加坡分行发挥新加坡“一带一路”纽带作用，巩固、深化与重点石油石化央企在新业务平台的合作关系，并拓展贸易融资特色客群；胡志明市分行创新推出产品，提升中资“走出去”企业资金集中管理效率，简化企业员工工资发放、汇回流程。

《中国经营报》：在服务“一带一路”倡议过程中，交通银行如何协同和联动集团资源？

肖霆：作为百年民族金融品牌的传承者和改革开放的先行者，交行一直致力于提升跨境金融服务

“一带一路”为依托，开拓新路径，提升中国对外开放的广度和深度，也为世界经济发展提供新机遇。

“一带一路”倡议提出以来，交行切实履行国有大行责任担

当，将服务共建“一带一路”作为集团上下推进高水平对外开放的一项长期战略性任务，发挥国际化、综合化经营优势，支持“一带一路”“五通”建设；在创新业务模式和服务模

式的同时不断提升跨境业务能力和风险管理能力，以适应“一带一路”建设的发展需求。”交通银行国际业务部总经理肖霆在接受《中国经营报》记者专访时指出。

水平。自“一带一路”倡议提出以来，交行切实履行国有大行责任担当，将服务共建“一带一路”作为集团上下推进高水平对外开放的一项长期战略性任务，发挥交行国际化、综合化经营优势，金融支持“一带一路”“五通”建设：

一是设施联通。交行支持沿线国家和地区的跨境投融资，推动资金流动便利化，持续加强与中外资金融机构合作，在离在岸人民币、新兴国家双边本币结算汇兑、跨境银团贷款、境外项目管理等领域，深化双边合作伙伴关系，通过多种方式满足中资企业在“走出去”过程中的各类本外币融资需求。截至2023年3月末，交行累计为近千家企业“一带一路”沿线高端设备出口、工程承包、投资并购等项目建设提供授信支持金额累计435亿美元。

二是贸易畅通。交行践行贸易强国、数字贸易战略，围绕“一带一路”沿线国家和地区客户外贸客户群跨境业务需求，打造“数字贸服”系列产品，提供高效便捷的“一带一路”贸易结算融资服务。2023年一季度，交行“一带一路”沿线国家跨境贸易融资同比增长43.74%。同时，交行推动沿线国家和地区的数字化金融服务发展，加强信息交流与合作，2022年交行成功完成多边央行数字货币桥试点，推进数字

货币在跨境支付中的应用。交行还聚焦外贸新业态发展，打造场景化金融服务，为电商客群提供支付结算、资金管理等综合金融服务，为外贸综合服务平台客户提供可视化、智能化供应链管理金融服务，支持平台备案商户一站式办理跨境结算、汇兑业务。

三是资金融通。近年来，共建“一带一路”倡议为人民币国际化发展带来新的契机。交行着力提升跨境人民币对“一带一路”国家服务触达能力。截至2023年3月末，交行已与“一带一路”沿线92个国家和地区的573家总部级银行建立了境外银行服务网络关系。交行以人民国际化为抓手，积极推动人民币在对外投融资、基础设施建设合作以及大宗商品等贸易结算中的运用，“一带一路”沿线国家跨境人民币结算量占比较上年末提升2.16个百分点。同时，交行持续丰富人民币与重点区域货币交易品种，开立了“一带一路”国家地区10个币种的本币结算账户，为16个国家和地区的31家银行开立了跨境人民币往来账户，开通了泰铢(THD)、阿联酋迪拉姆(AED)、沙特里亚尔(SAR)、南非兰特(ZAR)及墨西哥比索(MXN)等汇兑业务。

四是民心相通。交行时刻牢记国有大行职责使命，聚焦当地所

需、发挥交行所长，结合实际讲好“中国故事”。首尔分行作为在韩唯一中资金融机构代表，积极参与中国外文局下属《中国》杂志关于中韩建交30周年主题宣传活动。新加坡分行向当地慈善组织捐赠善款，资助其在社区、医院、学校和商业区举行公益活动。卢森堡全辖机构发挥卢森堡和意大利共建“一带一路”国家区位优势和自身欧盟牌照经营便利，择优支持意大利高速、意大利光纤入户、意大利龙头制药企业、西班牙马德里轻轨等惠及当地的民生项目，促进“一带一路”民心相通。

五是政策沟通。交行抓住我国巩固扩大共建“一带一路”朋友圈战略机遇期，积极参与中国国际进口博览会、中国国际消费品博览会等重大对外经贸交流活动，配合组织政策解读、对接签约、投资促进、研究发布等配套活动，为共建“一带一路”建言献策，助力国际交流开放合作。同时，交行自上而下推动绿色金融发展，印发《交通银行服务碳达峰碳中和目标行动方案》，明确交行服务碳达峰、碳中和的目标，并会同第三方绿色认定机构，研究“双碳”减排、清洁能源及ESG评价认定标准，并就中欧72项共同标准及CBI国际认定标准探索“一带一路”项目绿色金融认定的新路径。

加强内外合作 助力“一带一路”“五通”建设

金融机构需要全面提升自身的跨境业务能力和风险管理能力，适应“一带一路”建设的发展需求。

《中国经营报》：“一带一路”对金融机构“走出去”的能力提出较高要求。你认为，金融机构在助力“一带一路”过程中面临哪些挑战？

肖霆：“一带一路”倡议是一个长期的、系统的工程，中资银行在参与“一带一路”建设中面临挑战。首先，“一带一路”沿线涉及的国家和地区的众多，当地的法律法规、商业惯例、文化语言习惯对银行跨境综合金融服务能力提出较高要求；其次，项目涉及领域广泛，从基础设施建设到贸易与投资等，银行需要拥有全方位的跨境、跨行业、跨市场的服务能力，整合各级机构包括融资、贷款、保险、投资、支付结算等，满足客户的不同需求；最后，当前全球经济放缓、美联储等央行升息等因素影响，部分国家和地区的资本流动、汇率承压显著，地缘政治安全、环保社会责任压力对沿线项目运作也带来一定风险和压力。

面对上述挑战，金融机构需要全面提升自身的跨境业务能力和风险管理能力，加强内部合作和外部合作，不断创新业务模式和服务模式，以适应“一带一路”建设的发展需求。

《中国经营报》：随着“一带一路”的深入推进，贵行未来有哪些布局计划？

肖霆：未来，交行将深入贯彻党中央、国务院决策部署，推进高水平对外开放，发挥共建“一带一路”在构建“双循环”新发展格局中的重要作用，持续做好金融服务共建“一带一路”高质量发展。

一是对接沿线跨境金融需

求，优化境外网络布局。交行将持续完善“一带一路”沿线境外机构布局，合理有序推进阿联酋迪拜（国际金融中心）分行的筹建工作，拓展沿线国家境外代理网络，完善中欧班列、陆海新通道服务体系，扩大小币种汇兑产品服务的覆盖。

二是聚焦重点领域，推动重点项目落地。交行将坚持高标准、可持续、惠民生的项目遴选标准，积极支持“一带一路”清洁能源、绿色低碳、新型基础设施建设等领域建设。

三是深化金融机构合作，建立互通机制。交行将建立与相关部委、行业协会、地方政府的联系，深化与世界银行等金融机构间的境外项目合作，加强同丝路基金、中非发展基金等外向型专项产业投资基金在项目融资、绿色金融方面的合作交流。

四是推进团队建设，充分发挥经营优势。交行将积极发挥境内外、离在岸、本外币一体化经营优势，组建专业化非居民贷款业务推进团队，运用五位一体跨境金融账户体系，服务“一带一路”高质量发展。

五是提升风险防控能力，守牢风险安全底线。交行将强化国别风险管理限额管理，切实落实集团一体化信用风险管理机制，在美联储持续加息、境外债券市场大幅波动的情况下，密切关注境外市场动态，加强市场研判，做好风险监测、预警和应急管理。

以人才链打通资金链 人才金融助力科技创新

本报记者 王柯瑾 北京报道

党的二十大报告提出，必须坚持科技是第一生产

力，人才是第一资源，创新是第一动力。

《中国经营报》记者注意到，近期浙商银行、江西银行

等多家银行推行人才金融，为各类人才创新创业提供针对性金融服务，促进人才链和资金链良性互动。

浙商银行相关负责人认为，以人才为起点，以金融为纽带，银行通过全面深化人才金融，为企业提供全生命

周期的金融顾问综合服务，可以不断增强金融服务实体经济能力，助力科技创新加码实体经济发展，支持创新

链、产业链、资金链、人才链实现深度融合，为打造现代化创新体系、产业体系提供有效金融支撑。

破解轻资产融资难题 助力“四链融合”

党的二十大号召“推动创新链产业链资金链人才链深度融合”，需要金融机构不断以创新精神服务企业融资新需求、新赛道。

人才是创新发展的主要牵引和支持，是串联产业链、创新链的核心要素。然而，人才创业普遍会遇到研发资金短缺、轻资产融资难的问题。

近日，记者从浙商银行了解到，该行以高层次人才为对象，以全生命周期金融服务满足高层次人才在创新创业过程中的金融需求。目前，已为2200多名高层次人才提供近130亿元的融资，支持近百家人才企业实现上市。

人才金融是如何实现的？据浙商银行相关负责人介绍，该行以高层次人才创业创新为切入口，对接各地政府、园区以及担保、创投等机构，设立“人才之家”，打造服务人才的金融支持生态圈；通过建立人才评分卡模型、推出人才专属金融产品等形式，系统性构建以高层次人才个人价值为依据的高效率金融服务体系；深入开展人才金融顾问服务，持续加大对新一代信息技术、生物医药、高端装备、新能源等新兴产业领军人才创业创新的金融支持，积极帮助人才企业拓宽融资渠道、降低融资成本。

以汽车制造行业为例，李博士是国内知名的发动机控制器专家，曾获得国家科技进步一等奖，并在全国工业4.0创新创业大赛等多个比赛中获得大奖，属于业内知名的国家级高层次人才。“国产传感器存在陶瓷材料零件一致性差等问题，长期被德国垄断，我们一直想做自己的企业品牌。”李博士告诉记者。

2020年，李博士创办的浙江科瑞信电子科技有限公司刚刚在湖州落户。由于在湖州没有自有厂房，难以

通过常规的抵质押获得银行融资，而企业处于初创期，研发需要大量资金。浙商银行了解到该企业的经营难题后，组建了金融顾问团，经过多次走访调研，基于李博士的人才身份，以及企业创新创业属性，浙商银行为其设计了“人才银行”金融服务方案，运用“人才支持贷”产品，通过绿色通道，为该企业发放400万元信用贷款，大大降低了企业融资成本，解决企业在创业初期的融资难题。

有了资金，浙江科瑞信电子科技有限公司解决了研发难题，实现了汽车电子智能传感器领域的国产替代，大额订单接踵而来，年销售额由最初的3000万元扩大到8000多万元。

人才金融也需要银行机构善于运用政策工具。

曹先生是我国太阳能、风能发电行业知名专家，也是中国光伏行业协会理事长，他在可再生能源电源变换技术领域提出了多项创新方案并达到国际先进水平，先后主持了10多项国家“十五”“十一五”重大科研攻关项目，享受国务院特殊津贴。

在我国大力发展绿色低碳能源的背景下，曹先生积极投身事业，创办了阳光新能源有限公司。公司聚焦光伏、风电、风光储氢充能融合等领域，在全球光伏电站开发商中位居前列，是新能源全生命周期解决方案的创领者。

新能源发电行业是一个高投入、高研发的行业，阳光新能源有限公司建设及研发所需资金体量较大，浙商银行主动对接企业，运用各项创新金融服务助力企业降本增效。2021年11月，该公司接手某一电站项目，原来的融资方式成本较高，资金使用受限，审批效率较低。针对这一难题，浙商银

行灵活利用人民银行推出仅一个月的“碳减排支持工具”这一创新产品，为企业投放了首笔贷款，帮助企业降低了融资成本，也精准借助货币政策工具支持人才新能源企业发展。

通过扶持一个创新型人才企业，链接上下游企业，打造成“连点成线”“织线成网”的产业链金融服务，也是人才金融的内在逻辑。

浙商银行运用供应链金融服务，以阳光新能源有限公司作为核心企业，为下游经销商提供光伏贷，有效解决了企业产业链上下游的融资难、融资贵问题，实现了以人才链打通资金链。

除浙商银行外，江西银行也积极推动人才金融支持实体经济。该行组建总行及分行人才金融服务中心，实现江西省内11个地级市人才金融服务全覆盖，并建立人才金融服务联络人制度，对人才客户一对一营销，开展人才名单制服务定期回访、跟踪人才服务需求。

例如，C公司作为一家以研发和制造化工产品为主的国家级高新技术企业、国家专精特新“小巨人”企业，其公司董事长系教授级高级工程师，为国家级人才。2022年受新冠病毒感染疫情和国际形势影响，该公司应收账款大幅增加，有较大融资需求。江西银行第一时间收集整理资料，结合公司基本情况及资金需求，向该企业发放人才“映山红”贷款700万元，及时帮助企业缓解流动性资金短缺的压力。

在厚雪研究首席研究员于百程看来，金融机构将人才作为金融服务的抓手，推出人才金融，体现了金融对科技发展的支撑作用，也是银行发展的机会所在。

化解零担保难题 多方合力彰显人才价值

作为银行创新业务的一种，人才金融也存在一定的风险点，需要银行以及多方通力合作，降低业务风险，更好地支持相关企业融资及发展。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示：“人才金融业务，通过创新金融产品和服务，支持人才创新、创业，这对于培育金融人才、激发创新活力、推动产业转型升级有重要意义，但对银行来说，该业务与传统的金融产品服务业不同，对银行风控、业务管理方面提出高要求。”

中央财经大学证券期货研究所研究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平告诉记者：“人才金融服务属于科创金融服务范畴。其难点在于，对人才创新创业项目的风险较难判断，如果按照传统信贷业务的标准判断，针对人才的授信业务，还款来源不确定，且抵押物不足。按照领先实践，主要通过建立专业的人才金融服务体系来解决。”

其一，按照政府有关部门的标准，结合本行业务定位，对授信对象实行严格的名字制管理。其二，建立专营机构或团队，提升专业判断力。其三，推出专利权质押贷款、信用贷款等产品，以及投贷联动模式等。借助本行专业团队、核心第三方及专属评级模型等过滤风险。其四，建立单独的考核激励机制。

对于银行风控而言，周茂华认为，还需要对相关创新、创业项目进行较为深入分析研



浙商银行所支持的企业建设项目有序推进。图为该项目的光伏电板安装在水塘中，上可发电，下可养殖，一地多产。

究；同时，银行可以与创投机构等加强合作，共享收益、共担风险等。

杨海平表示，为了更好地发展人才金融，在现有良好实践基础上，银行可以沿着全方位优化人才创新创业服务生态的思路进行提升。重点是提升专营机构或团队的政策水平、业务水平，与担保基金、担保公司、股权投资基金、人才基金、政府风险补偿基金、各类中介机构、咨询机构建立合作关系，改进融资服务模式，帮助人才对接各类奖补、服务政策，中小企业梯次培育政策，帮助人才对接创投圈各类资源和多种发展机会，将非金融服务与金融服务结合起来。

此外，根据人才的生命周期，提供相应的组合性金融服务也是金融机构布局人才金融的重要机遇。

“银行需要积极与创投、地方政府等机构合作，建立与高层次人才发展相匹配的金融产品服务体系。同时，加强金融服务全流程管理等。”周茂华表示。

于百程认为：“人才金融，关键在金融陪伴人才的高速增长，未来的发展空间比较高，除了人才自身的需求，围绕人才的发展，未来的企业金融、家庭金融等均有较大的拓展空间。”

监管剑指溢缴款 信用卡反洗钱加码

本报记者 张漫游 北京报道

随着信用卡资金用途监管趋严，近期多家银行发布公告称，加强对溢缴款的额度监管。

围堵洗钱风险

利用溢缴款可以实现支付较低成本便能实现大额资金分散转移变现的目的，因此溢缴款成为不法分子洗钱的工具。

记者不完全统计，近一个月来共有约13家银行发布公告，对溢缴款额度进行监管。

如某城商行公告显示，该行将设置信用卡溢缴款消费限额，具体为：信用卡溢缴款消费（取现）不超过50万元（含）人民币（及等值外币）/自然年/账户。

也有城商行规定，持卡人应使用本人账户按账单金额或透支金额还款，不得将大额资金存入信用卡账户，并将对信用卡账户存入或领取溢缴款设定金额和次数的限制。此外，对于发生溢缴款相关异常交易和异常还款行为的信用卡将采取降额、限制交易、止付、提前终止分期等措施。

某城商行信用卡中心人士向记者介绍：“不同于在借记卡中的资金会获得活期利率，信用卡中的溢缴款是不会产生任何收益的。”那么，为什么持卡人还要向信用卡中存入过量溢缴款？

某股份制银行信用卡中心人士总结道，对于正常交易的客户而言，存入过量溢缴款可能是发

所谓溢缴款是指持卡人还款时多缴纳的金额，超出了信用额度的部分。《中国经营报》记者了解到，过去信用卡溢缴款可能出现百万甚至千万元级别，经过

信用卡部门后台监控，达到这种规模的溢缴款多是不法分子为了通过信用卡进行资金流转，实施洗钱行为。

今年是《打击治理洗钱违法犯

罪三年行动计划（2022—2024年）》的关键年，在新形势和新任务下，金融机构作为反洗钱的第一道防线，正在加大对反洗钱的投入。



本报资料室/图

生了三种情况。“一是由于转错账，本想转账到借记卡却误转给了信用卡，如错转金额较大，客户一般会联系信用卡客服帮忙处理或者将信用卡中溢缴款向借记卡转账；二是防止自己漏还信用卡，客户一般会在账单日或存入日前后存钱；三是为了便捷消费，比如持卡人要消费50万元，就可能将40万元转入10万元额度的信用卡中，一并刷卡更方便。溢缴款柜面取现和转账是无限额的，其他渠道一般有日限额，溢缴款可同步提升账户的消费额度。”

“由于银行减费让利，溢缴款的取现和转账多是免费的，也就是说，

利用溢缴款可以实现支付较低成本便能实现大额资金分散转移变现的目的。因此，溢缴款成为不法分子洗钱的工具。”上述城商行信用卡中心人士介绍。

关于不法分子通过溢缴款洗钱的过程，业内人士介绍，洗钱团伙通过租用或购买他人在用或闲置的信用卡，以信用卡还款或转账的方式使违法所得成为信用卡溢缴款，随后利用虚假商户POS消费交易将信用卡溢缴款转为商户结算款，并向下游账户分散转移，最终实现取现或变现。

某城商行信用卡中心负责风控

人士告诉记者，利用溢缴款洗钱的账户具有明显特征。“比如资金快进快出，资金分多笔转入后当天即通过转账或消费转出；存在高频大额异地或境外取现；交易时间异常，可能存在大量凌晨交易；存入对手众多，且涉及全国各地多家银行跨行转账；客户月度消费金额较高，通常在百万元以上，与其身份情况不符等。”

在近期银行发布的关于管理溢缴款的公告中，多家银行亦提示道，信用卡仅限本人日常消费使用，不得出租、出售、出售个人信用卡，或以其他方式交由他人使用；不得利用我行信用卡接受他人名下来源不明资金；不得用于电信网络诈骗、套现等非法交易。

提高反洗钱能力，银行业应提高站位，扎实开展内外部反洗钱宣传培训，提升银行从业人员对反洗钱工作的认识和执行能力。

记者注意到，近期加强溢缴款额度监管的多是城商行、农商行。某城商行信用卡中心负责风控的人士告诉记者，此举主要是银行针对反洗钱工作进行查缺补漏。

今年是《打击治理洗钱违法犯罪三年行动计划（2022—2024年）》的关键年，此前，中国人民银行指出，今年反洗钱工作有七方面重点：一是全面夯实工作基础，进一步完善反洗钱法律制度体系；二是不断深化反洗钱工作协调机制建设，提升各部门反洗钱工作合力；三是切实推动反洗钱监管向“风险为本”转型，进一步提升反洗钱监管成效；四是纵深推进打击治理洗钱违法犯罪三年行动，严厉打击洗钱犯罪活动；五是积极准备金融行动特别工作组（FATF）第五轮互评估，深度参与国际反洗钱治理；六是持续提升反洗钱监测分析能力，进一步完善反洗钱数据使用和管理；七是持续加强调查研究，提升基础工作实效。

中国银行研究院研究员叶怀斌认为，提高反洗钱能力，银行业应提高站位，将反洗钱融入企业文化，扎实开展内外部反洗钱宣传培训，提升银行从业人员对反洗钱工作的认识和执行能力；应严格执行人民银行、银保监会等监管要求，稳步推进内部制度建设，持续加大内部审查，提升反洗钱履职的有效性；要健全洗钱风险评估体系，完善反洗钱风险管理，充分利用内外部反洗钱监

测平台及技术，增强资金监测能力与分析能力，依法依规及时报告可疑交易。

易观分析金融行业高级咨询顾问苏筱芮表示，持续加强信用卡业务风险监测和防控，一方面是支付机构响应合规精神，对反洗钱等违法犯罪行为从资金链层面进行限制；另一方面可以维护健康的支付秩序，既能够减损支付机构可能因不法行为导致的经营损失，也能够为支付用户保障安全用卡的支付环境。

谈及下一步银行在反洗钱方面的发力方向，叶怀斌建议：一是充分利用反洗钱基础设施，依托反洗钱数据平台和技术平台，开展“穿透式”反洗钱工作，密切配合重大金融

从产品服务到平台竞争 银行代发业务谋突围

本报记者 秦玉芳 广州报道

今年以来银行在代发业务领域

代发业务密集发力

年初以来，银行代发业务布局持续发力。兴业银行宣布上线“兴业通代发”一体化代发平台，为企业提供全面的代发金融和非金融服务。招商银行推出了升级后的薪福通4.0版本，增加了协同办公等多元化功能。中国银行手机银行也强化代发工资客户一站式服务等。

综合化功能平台的构建是银行业务发展的关注重点。上市银行2022年年报显示，去年以来各家银行普遍加强了代发业务的发展布局。

中信银行在2022年年报中强调，该行以企业发薪场景为核心，连接“智能人事”“一键报税”等场景，持续建设“开薪易”开放代发平台，

构建数字化服务平台

强化代发业务综合化、场景化布局的同时，银行代发业务发展仍面临留存率低、客群经营粗放等多方面的难题。

上述股份银行零售业务人士透露，过去的代发业务产品比较单一，主要是为企业员工提供工资代发服务，各家银行的服务也都相差不大，随着环境的变化，这种同质化模式使得银行对代发客群的经营不足，进而导致资金留存率很低。

持续发力，十余家银行密集宣布上线或升级代发业务平台，部分银行还针对代发业务推出专属卡或专属优惠活动。

业内人士分析认为，代发业务作为对公与零售交叉领域，不仅是活期存款的重要抓手，更是“公私”

联动实现零售客户拓展的关键，深耕代发业务是下一步大零售业务转型的重要趋势。

打造企业人事与财务数字化转型的必备工具。光大银行在2022年年报中明确，加强公私联动代发业务协同发展，优化“薪悦管家”代发综合金融服务平台，上线“薪悦通”企业行政管理服务平台等。

综合化平台构建的同时，不少银行也在加强业务场景的下沉，向农民工、新市民等长尾客群深入。某股份银行广州分行零售业务人士向《中国经营报》记者透露，从去年下半年开始，该行通过总行推出的工资代发产品与广州、惠州、中山等地多个行业领域的建筑单位和工人管理系统对接，为农民工提供工资代发服务，并针对客群需求配置了相应的财富管理产品。

“代发业务是银行的一项传统业务，因其客户黏性强和沉淀大量低成本存款等特性一直很受银行重视，甚至有的银行将代发业务纳入‘一把手’工程重点关注。尤其这两年银行零售业务转型进入新的阶段，作为公私联动聚焦点，代发业务在零售获客和综合金融服务上有着非常重要的作用。我们银行这两年也做了较多的布局，今年也在重点聚焦大学毕业生、外来打工创业等‘新市民’客群进行长尾客群的场景拓展，长期来看，这一块将会为联动获客及综合金融业务带来很大的发展空间。”另一股份银行零售业务负责人表示。

从年报数据来看，部分上市银

行2022年代发业务增长带动的零售指标增幅也在扩大。平安银行年报显示，2022年该行代发及批量业务客户带来的AUM余额为6599.5亿元，较上年年末增长22.4%，代发及批量业务客户带来的存款余额为2248.9亿元，较上年末增长55.7%。

全球咨询公司毕马威在此前发布的《银行活存提升的成功法则》撰文中表示，随着近年银行业务的经营与转型压力不断加大，代发业务作为银行与企业客户的深度经营维护，能够产生优质和批量的资金流入与客户获取，是撬动银行对公、零售多项业务的重要支撑，已然成为银行业的兵家必争之地。

展以产品营销为目的的触达，客户易产生抵触情绪、体验较差。”

为打破代发客群经营的困境，银行亟须升级代发客群数字化经营模式。毕马威认为，开拓和留存代发企业的关键在于搭建综合的一站式企业数字服务解决方案，延展融合发薪之外的人事管理、考勤、算薪算税、员工福利采购、员工培训与差旅预定/报销等企业日常经营新生态。

上述股份银行零售业务人士也

表示，数字化转型环境下，一站式数字服务解决方案是银行业务发展的大势所趋，很多代发客户尤其其中小企业其自身的数字化程度低，薪酬管理、考勤核算、人事服务、采购管理等系统都需要借助第三方技术能力的支撑，银行以代发业务为入口将这些金融服务和非金融服务融合输出，不仅能增强客户黏性，还能深入参与企业生产运营过程中，大大提升银行服务中小微企业客户的范围和能力。

一线调研

创新风控模式

光大银行加大信贷投放 助力“专精特新”

本报记者 杨井鑫 北京报道

据《中国经营报》记者了解，针对“专精特新”企业融资需求多样化的特点，光大银行制定了《关于优化专精特新、科创企业全流程金融服务的方案》，结合企业所处的发展阶段、企业资质、经营特点、行业特点，创新服务机制，提供专业化、差异化、全周期的综合金融服务。在风控方面，光大银行不仅设立了“专精特新”专营支行，还推出打分卡制度对科创企业风险进行评判，以创新的服务模式更好地为“专精特新”企业服务。

金融支持科创

作为北京“专精特新”企业——北京鼎创环保集团的创始人，越艳在20年的创业历程中对融资“难”感触颇深。

“早在2008年以前，去银行贷款都是用个人房产做抵押。由于房产的评估价格只有市值的一半，拿着一叠房本抵押都不够。银行不仅要求增加担保公司做担保，还需要企业的实际控制人和配偶签订承担连带责任。”越艳表示。

凭借着对环保赛道的执着，越艳在企业研发上不断加大投入，技术逐渐成熟并落地到产业上。随着国家环保政策红利期的到来，企业发展也进入了“快车道”。

“在国内各城市加大建设的背景下，建筑垃圾的产生也越来越多，这让建筑垃圾再生利用的市场空间越来越大。”越艳表示。

越艳介绍，国内建筑垃圾的成分非常复杂，需要比较高的分类技术和处置技术，目前北京鼎创环保集团能将所有的建筑垃圾直接处置转换成产品，不仅成本低，也实现了废物的再利用。“建筑垃圾中的白色塑料和橡胶能做成环保油，替代柴油直接使用；建筑垃圾中的木材、棉絮等物质则能做成燃烧棒，可供电厂燃烧发电；建筑垃圾中的红砖水泥则直接还原成砂石原料，可用作路基材料等工程。”

“技术是企业的价值所在，也决定了企业的命运。”越艳称，建设一个传统产能200万吨的水泥厂，大概的资金投入需要12亿元，同等产能的一个建筑垃圾处置厂仅需要4亿元左右就足够了。

很难想象，依靠自动化设备的分类和处置，北京鼎创环保集团一家15人编制的企业，目前年处置的建筑垃圾已经能达到400多万吨，营业收入超过1.4亿元。

“2022年下半年，光大银行北京西客站支行在了解到企业的情况后，主动与我们开展了合作，批复了综合授信500万元，用于企业的日常经营和项目采购，缓解了企业的资金压力。”

多维度“把脉”风险

在国家推进金融支持实体经济政策落地的同时，“专精特新”企业成为银行信贷投放的一个重要领域。作为商业银行的“国家队”，光大银行更是在该领域积极布局。

据了解，光大银行持续加大对“专精特新”企业金融支持力度，在客群建设、优惠政策、全流程服务、产品创新、风险管理、集团协同等方面持续发力。

统计数据显示，截至2023年3月末，8997户国家级“专精特新”小巨人企业中，光大银行已为近2000户开立存款账户，为近1000户提供授信支持。

“自去年年初以来，光大银行为了加大对‘专精特新’企业的金融支持力度，深圳分行成立了‘专精特新’工作小组，全面系统地推进对‘专精特新’企业的服务工作。”光大银行深圳分行党委书记、副行长王磊表示。

他认为，银行加大对这类企业信贷投放的前提是做好风险管理，提升银行的风险识别能力。“‘专精特新’企业并不是所有企业都能成功，要考虑到企业的科技含量有多高、科技是否前沿可替代、科技应用领域有多少，甚至竞争对手情况等方面，因此银行在支持这类企业时要能够对风险精准把脉。”

王磊认为，根据传统信贷模式，“专精特新”企业投入大、盈利能力弱等特征很难达到授信条件，这需要银行多维度对企业风险进行判断。“光大银行深圳分行成功推出了打分卡试运行线上版本，在传统评价企业偿债能力和偿债意愿的风险评级体系基础上，优化财务指标的设计，由偏重风险性指标向偏重成长性指标调整，由偏向经营性指标向偏重技术性指标调整。”

下转 B7

城投新投向：收购上市公司谋“双赢”

本报记者 石健 北京报道

Wind 显示，2022 年国资买方协议收购上市公司控制权的有 21 家，这些上市公司标的

平均市值为 60.98 亿元，是自 2019 年以来的最高值。而从城投来看，2021 年城投公司收购数量就达 11 个。

《中国经营报》记者注意

到，自 2019 年开始，城投收购上市公司交易数量开始增多，但近年来略呈下降趋势。不少城投行业人士认为，“城投收购上市公司已经

成为做强营收的重要手段，而近年来数量趋向平稳也反映出城投在谋求业务转型时更趋理性。”

值得一提的是，城投在收购

模式上更趋通过基金进行运作。对此，有研报认为，国资可以降低收购中的交易风险，获得专业资本机构的全程指导。同时，国资旗下没有现成的适合证

券化的资产，通过与外部资本的合作，将可以在收购完成后为上市公司引入优质资产，提高收购后上市公司的产业整合及经营效率。

寻找优质标的

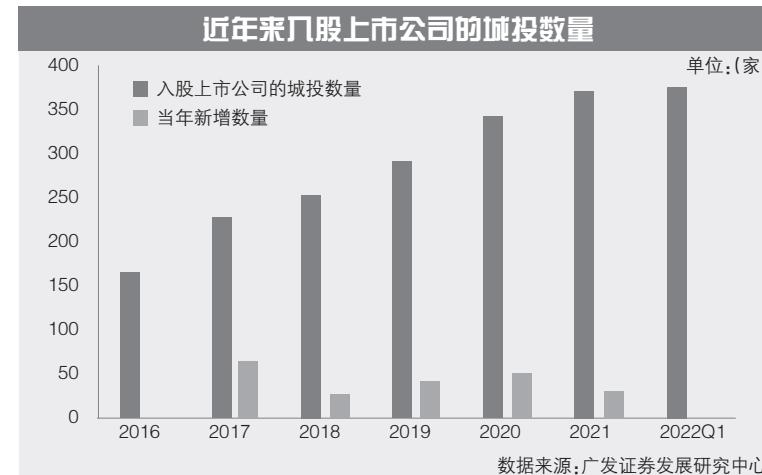
城投公司在并购上市公司方面，并非盲目跟风，而是根据自身定位和需求来完成并购工作。

从交易数量和金额来看，2019 年交易数量最多，随后便呈逐渐缩减态势，而交易金额在 2020 年达到最大值。具体来看，2019 年至 2022 年城投公司收购上市公司的并购交易数量分别为 22 个、18 个、18 个和 11 个。同期，交易金额分别为 181.9 亿元、190.96 亿元、158.45 亿元和 109.84 亿元。

对此，有业内人士认为，“虽然城投公司近年来收购上市公司呈现下降趋势，但是总体比较平稳，说明城投公司在并购上市公司方面，并非盲目跟风，而是根据自身定位和需求来完成并购工作。”

早在 2018 年，国务院就发布了《国务院关于推进国有资本投资、运营公司改革试点的实施意见》，要求产业集团以对核心业务控股为主，建立战略管控和运营管控相结合的模式，重点关注所承担国家战略使命和保障任务的落实状况；国有资本投资公司侧重于完善和优化产业链、推动产业整合、培育新业态、优化国有资本布局，通过投资融资、产业培育、资本整合，以市场化方式提升国家支柱性产业竞争力、培育布局新兴产业；国有资本运营公司以提升国有资本运营效率、提高国有资本回报为目标，以财务性持股为主，盘活国有资产存量，引导和带动社会资本共同发展，实现国有资本合理流动和保值增值。投资决策时，建议充分把握所投项目的性质、目的及影响，关注所投项目是否契合企业功能定位，防止出现投资分散、偏离功能定位的情况。

具体来看，2019 年至 2022 年期



间的并购交易，主要集中在经济发达的省份，如广东省、山东省和浙江省等，并购交易数量均在 10 个以上；四川省、河南省、江西省和江苏省也发起较多的并购事件，分别为 7 起、6 起、4 起和 4 起。其中，广东省、浙江省、江苏省发起并购事件多为省内并购，省内并购占总并购事件分别为 76.9%、80%、75%，而山东省、四川省、河南省、江西省并购事件多为跨省并购，跨省并购占总并购事件分别为 63.6%、85.7%、66.7%、100%，对跨省并购，江西一家城投公司负责人介绍说，“主要是因为这些省份区域内上市公司数量较少，以跨省并购寻找优质标的，增加本地上市公司数量。”

从交易标的所处行业看，交易标的主要集中于建筑、机械设备、信息技术和电气设备行业，所占比重分别为 14.5%、14.5%、10.1% 和 10.1%。一位从事上市公司并购的业内人士告诉记者，“虽然交易标的行业分布较为广泛，但城投公司在

并购时的行业选择上主要有两个倾向：一是依据城投公司自身优势业务进行延伸拓展并购，如建筑、建材、公用事业等；二是依照政策引导支持方向并购，如信息技术、医药生物、机械设备、交运设备等。”

从单笔交易金额看，5 亿元至 10 亿元的并购交易最多，占比为 37.7%，其次是 5 亿元以下和 10 亿元至 20 亿元的并购交易，占比分别为 29.0% 和 26.1%，而 20 亿元以上的并购交易最少，仅占 7.2%。整体看，城投公司出资 10 亿元以下并购上市公司的并购事件占比最大，呈现出交易金额较小的特征。

值得一提的是，城投公司通过旗下基金进行收购上市公司成为业内的主流，基金形式主要为股权投资合伙企业、产业投资基金、公司制基金等。一家城投公司从事基金业务的负责人告诉记者，“这种金融主体参与收购能够发挥投资机构的专业性，也是城投企业当初设立基金的目的之一。”

并购方式多元

在协议转让的基础上，附加表决权放弃的条件，主要是单纯协议转让的股份并不能实现控制权的转移，还需上市公司的股份转让人在一段较长时间内，放弃手中股份对应的表决权。

记者梳理发现，城投公司主要以协议转让、协议转让+表决权委托、协议转让+表决权放弃、协议转让+定增、间接股份转让等方式进行上市公司收购。对于 5 种方式的差别，有业内人士认为，“一方面与城投自身情况有关，比如现金流、营收，另一方面与上市公司有关，比如是否有大量的股权质押等。”

记者注意到，城投公司单独采用协议收购的样本占比最高，占比 37.68%、金额占比 44.29%，实现控制时的股权持股比例一般接近 30%，业内普遍认为，该方式虽能较为稳妥的获取控制权，但一般需付出较高代价。

协议转让是指上市公司收购人依据买卖各方事先达成的转让协议获取原控股股东持有的全部或部分股权，实现控股上市公司目的。福建泉州一家城投公司就曾采取这种方式收购上市公司。该公司负责人告诉记者，“收购上市公司，不仅要考虑自身业务板块和营收的问题，也要考虑到二级市场的反应，协议转让能够快速完成股权转让，至少单次转让上市公司总股本的 5%，交易方式和交易条件更加灵活，转让双方可以自行协商转让价格、支付方式以及支付时间，降低二级市场价格波动带来的不确定性影响。这种方式适用于原控股股东持有股份比例较高，或变现意愿强烈。”

记者了解到，泉州该城投公

司成立时间并不长，但已经形成一家具有综合能力的国有资本运营平台。该负责人直言，“这家上市公司曾一度出现经营亏损的情况，但是我们通过评估发现，双方意愿比较契合。我们收购的这家上市公司主要从事新能源汽车的配件技术，基于国资和上市公司双方诉求一致，并购可快速增加市场化经营比例和进程，并依托上市公司这一资本运作的重要平台，深耕产业链和资本运作，带动产业转型升级。”

值得注意的是，双方在前述协议时，泉州这家城投公司也采取通过旗下并购基金与上市公司签署转让协议的方式，最终，该城投公司成为上市公司的控股股东。记者查阅该上市公司年报发现，在签署协议的当年，该上市公司业绩实现了扭亏为盈，并购对公司业绩有一定的提振作用。前述负责人表示，若将上市公司并表可极大增加经营性收入，改善资产负债结构。“但这只是初具成效，后续还要加强资产注入、资本运作的能力。”上述负责人表示。

虽然协议转让作为一种常见的收购方式，但有些上市公司股东因为质押、在限售期等情况致使股权转让受限。记者在采访中了解到，城投公司可以作为潜在的买方，实现控制权事实上受让。

上饶一家城投公司便采取“协议转让+表决权放弃”的方式

成功实现上市公司收购。该城投公司从事上市公司并购的负责人告诉记者，“这种方式即在协议转让的基础上，附加表决权放弃的条件，主要是单纯协议转让的股份并不能实现控制权的转移，还需上市公司的股份转让人在一段较长时间内，放弃手中股份对应的表决权。”

公开资料显示，被收购的这家上市公司主要从事材料产品的生产，但是业绩一直不算理想，同时由于股价出现下滑态势，致使公司股东、实控人需筹集资金偿还即将到期的股权质押债务。

“双方经过沟通发现，我们对于上市公司的产品需求较大，而上市公司可以通过并购，借助城投公司的产业优势和资源整合能力，以上市公司为平台整合行业优质资源，进一步提升上市公司的盈利能力，实现国有资本的保值增值。而且上市公司与上饶市重点支柱产业之间具有较强的协同效应，将有利于协同上饶市有色金属产业发展以及光伏和汽车产业发展。”采访中，负责该业务的城投公司负责人向记者介绍，“经过两次协商谈判，双方同意分二期进行股权转让，并购之后，确实为上市公司带来经营效果，上市公司 2020 年至 2022 年营业收入同比增长分别为 8.88%、40.82%、24.41%。在 2020 年完成并购后，上市公司营收和利润双双快速增长，业绩表现良好。”

农商行数字化升级 缩减 App 整合线上资源

本报记者 郭建杭 北京报道

农村金融机构在数字化转型上逐渐迈出了更新的一步。近期，农村金融机构逐渐出现关停具有单一功能的金融 App，转向依托省

农信联社官方 App 或手机银行开展金融服务的趋势。而这正在逐步成为农村金融机构线上化运营的主要方式。

《中国经营报》记者了解到，自中国互联网金融协会（以下简称“中互

金协会”）开展金融 App 备案工作以来，已陆续公布 7 批注销备案的金融 App。在今年上半年，中互金协会公布的首批移动金融客户端应用软件注销备案公告中，广东顺德农商行的“顺农商 e 贷”及“e 行顺银”、广州

农商行的“赢家生意圈”及“珠江直销银行”、山西长治黎都农商行的“金动力 bank”、江苏宝应农商行的“阳光宝应”等 App 都进行了注销。

实际上，早在 2021 年起，商业银行就已经陆续整合旗下 App 产

品功能，通过缩减合并移动客户端业务进而提升运营效率。金融科技人士普遍认为，金融机构注销旗下多余的金融 App 有利于减少运营成本和维护成本，增强服务效率，减少资源浪费。

金融 App 数量减少

记者通过在苹果应用商店搜索发现，目前头部农商银行旗下官方 App 数量基本为 2~3 个，主要提供手机银行、企业版财务以及消费信贷等服务内容。

某金融科技从业人士告诉记者，2019 年前后，在银行数字化转型浪潮的带动下，一些农商银行开发了很多手机移动端 App、微信小程序以及直销银行 App，一些农商银行则开发了聚焦本地商户的生活服务类 App，打造金融服务平台。然而，在以上项目推向市场后，因为产品投入以及运营维护等方面的原因，使得用户体验感受一般，在手机客户端的细分领域内没有明显的优勢，后期陆续关停一部分 App。

公开信息显示，近期中互金协会公布注销的几款农商银行移动

App 中，业务涵盖了线上自助贷款、生活服务、供应链金融以及直销银行等。目前，相关业务多数已整合至银行整体的 IT 规划中。

以广州农商行的“珠江直销银行”为例，根据 2022 年 9 月银行官网公告显示，“珠江直销银行”App 的业务功能可通过广州农商银行 App 和“珠江缴费”微信小程序继续使用。其中，潮州农商银行、韶关农商银行以及珠江村镇银行客户，原直销银行理财、贷款业务通过珠江农商银行 App、珠江村镇银行 App 办理。

此外，山西长治黎都农商行的“金动力 bank”，聚焦直销银行业务，此前曾代售理财产品以及“备用金”系列信贷产品，目前相关业务也已作出调整。

顺德农商行注销的“e 行顺银”App，提供产品包括 e 存盈、e 定存、国开债、基金超市及退税等。关于顺德农商行该 App 目前业务迁移情况，顺德农商行方面对记者表示，“目前相关业务已合并到手机银行，可通过官网或微信公众号关注下载手机银行操作使用。”

同时，顺德农商行的“顺农商 e 贷”是围绕线上自助贷款业务的 App，相关业务在关停后将会整合至其他官方渠道。据了解，该 App 是顺德农商行在 2019 年年初推出的线上贷款专属平台，提供线上自助贷款产品，贷款金额最高达到 100 万元，贷款期限最长 36 个月，贷款用途包括购买大件消费品、装修、旅游、教育、结婚、购车等。目前“顺农商 e 贷”已合并到手机银行

App。顺德农商行方面此前向媒体表示，“顺农商 e 贷”App 已经合并到手机银行 App 了。如果客户需要申请相关线上贷款，可以通过手机银行、微信公众号或者微信小程序顺农商普惠 e 贷进行申请。”

江苏宝应农商行的“阳光宝应”，则是以提供宝应农商行阳光金融、普惠金融服务为主，集成宝应各类生活信息的城市级公众服务移动应用 App。宝应农商行营业部相关人士表示，“现在阳光宝应 App 暂时已无法下载，但相关的服务可以在手机银行当中获得。”

业内普遍认为，部分银行多个部门都推出了直销银行、生活类、支付类等零售类 App，探索多样化获客的渠道，虽然鼓励了内部竞争，但有些 App 做得并不好且功能

重复，体验感差。

记者注意到，自中互金协会开展移动金融客户端备案至今 3 年时间，陆续有近百款金融 App 注销。值得注意的是，农村金融机构注销金融 App 的数量在 2021 年最多。从具体的金融 App 注销数量来看，自 2021 年 10 月公布第一期注销备案公告起，2021 年有 8 家农村金融机构注销简版手机银行，信用卡等 App；2022 年仅有 1 家农商行注销直销银行 App。

记者从内部知情人士处了解到，注销金融 App 的原因与银行的自身特点相关，如多数农商银行关闭了本地生活服务类的金融 App，但有些全国性大型银行在整合生活服务的商户方面表现优秀，通常选择保留此类 App。

以信贷服务为例，目前农商银行的线上信用贷产品普遍选择接入省联社系统，或通过银行自己的手机银行 App 进入。本地用户持本人身份证件在银行网点开户后，就可以申请线上信用贷款。某农商行人士告诉记者，将线上信用贷产品植入手机银行或省联社系统，最大的优点是可以筛选用户。由于借款用户都是本地用户，因此在线下网点进行开户操作时就可以掌握用户的信用信息。

此外，部分农商银行曾尝试构建开放平台，激活沉淀的 B 端和 C 端资源，涉足本地生活服务领域。但是，由于银行机构的获客渠道、获客模式及金融服务的低频性，导致银行机构的流量变现仍有较大难度。

宇信科技早在 2021 年发布的《上市银行百花齐放，数字化转型任重道远》报告中就已提到，从当年各家上市银行公布数

据来看，银行 App 的用户规模和活跃度集中在行业头部几家国有行和股份行，相较而言，城商行、农商行的 App 能分到的市场规模占比很小。此外，在业务拓展、场景优化、用户体验等需求的驱动下，手机银行升级节奏显著加快，而一些金融机构受限于资源、成本等原因，难以齐头并进对旗下多个移动 App 都进行频繁升级优化。零壹智库的报告显示，2022 年 70 多家银行的手机银行 App 版本迭代次数合计达到 655 次，其中 36 家银行发布大版本更新。“银行整合旗下手机 App 也在同步进行，不少银行 App 连接被关停。”

零壹智库方面指出，远程化、纯线上的金融服务模式，已成为商

业银行的经营常态，因此 App 的每一次迭代、开发、关停等等，都会带来较大影响。近年来，不少银行进行渠道调整，比如有银行调整直销银行业务，关停相关网站，将用户导流到手机银行端。此外，还有一些银行先后宣布收缩 App 数量，将功能合并，做强手机银行一站式服务等。

实际上，2022 年以来农村金融机构都将手机银行 App 作为重要载体，并不断优化升级，围绕区域市场做深做强，提高用户黏性。

上接 B6

王磊介绍，银行打分卡是将对企业的研判从“定性”转化为“定量”，涉及到“专精特新”企业风险评判的 14 个维度，包括企业资质、成长性评价、科研实力和科研投入、企业团队情况、筹资能力、IPO 进度、刚性负债等方面。目前银行在推广打分卡过程中，对于“专精特新”企业累计打分 156 户，有效样本 132 户，样本有效率 84.62%。

数据显示，截至 4 月 30 日，目前与光大银行深圳分行已有授信合作的“专精特新”企业有 418 户，较年初新增 34 户，已开户“专精特新”企业 686 户，较年初新增 8 户，“专精特新”企业授信余额合计 68.78 亿元。

王磊表示，在支持“专精特新”企业过程中，银行需要加强对行业和客户的研究，尤其是对芯片、医疗等重点领域中一些比较前期的企业加大支持。“深圳有一家芯片企业曾经持续亏损十多年。该企业从事的研发领域是中国芯片一直以来最薄弱的环节，光大银行是商业银行中唯一一家坚持扶持该企业至今的银行，当时给予了近 1 亿元的授信，如今企业受到重视程度越来越高，商业银行也纷纷争抢与这家企业合作，这成为了光大银行深圳分行支持‘专精特新’企业中的一个经典案例。”

“银行给头部‘专精特新’企业给予支持是正常的，但更要对一些发展前景的客户进行扶持，在市场竞争中有比较优势，这需要银行拥有‘慧眼识珠’的能力。”王磊表示。

差异化赋能中小银行 金融科技构建科技生态

本报记者 蒋牧云 张荣旺
上海 北京报道

数字化浪潮下,金融科技能力已经成为机构不可或缺的一部分,但由于中小银行在技术、资金等方面比较优势不足,往往需要与金融科技企业合作推动数字化转型。

《中国经营报》记者了解到,目前,针对中小银行的差异化定位,金融科技企业正通过

人工智能、区块链等技术应用,为中小银行提供针对性的服务,同时也积极参与金融科技生态构建中。

需要注意的是,近日中国人民银行发布《中国金融稳定报告(2022)》(以下简称“《报告》”)提到,中小银行对金融科技平台

更为依赖,使得经营能力弱化,成为金融数字化进程对中小银行的挑战。为此,下一步将优化中小银行与科技公司的合作模式,对金融科技创新实施穿透式监管。

对此,有业内人士告诉记者,在合作开发产品或服务过程中,

金融科技企业与金融机构可能在数据隐私、信息安全等方面的问题出现责任分割不清晰的情况。也有金融科技人士告诉记者,企业在与金融机构合作中从科技产品、场景运营等多个层面保障机构的自主运营能力,未来也将持续优化合作模式。



中小银行对金融科技平台更为依赖,使得经营能力弱化,成为金融数字化进程对中小银行的挑战。 视觉中国/图

中小银行跑通速赢模式之后,在银行内部树立数字化转型标杆进行有效复制,推动中小银行金融科技个性化发展。与此同时,在提供规划及解决方案的基础上,还可为中小银行配置运营及数字化转型管理团队,通过长期陪伴进行潜移默化的知识转移、理念构建及氛围培育。

深圳农商银行相关负责人则向记者表示,一方面,该行正逐年增加科技投入,2022年科技总投入达6.57亿元,同比增长近40%,占全行全部营收的6%;另一方面,该行也与成熟的金融科技企业进行深度战略合作,在产品开发、技术应用、业务流程重塑等方面开展合作,打造联合的金融服务产品,发挥双方的优势,开发出更加创新的产品。

此外,在赋能中小银行的过程中,需要特别注意其差异化的定位。在上述负责人看来,鉴于中小银行规模现状,可将有限科技资源重点投放到提升业务效能、业务风险控制等方面。具体而言,可重点布局互联网贷款业务,依托金融科技实现线上展业,简化融资手续,提升融资效率,服务更多普惠客户。同时,运用成熟的大数据技术,构建数字化风控管理系统,提升业务风控能力,为业务稳健发展护航。

杨垚立也表示,中小银行一般带有强烈的个性化特征,一方面受到资源限制无法直接进行全体量科技投入;另一方面也无需进行变革式科技系统升级,应保持自身特色进行针对性发展。为此,需要设计轻咨询评估定位及

战略规划服务,协助中小银行找到业务数字化需求、明确科技发展痛点,确定后续发展路径,助力中小银行数字化转型目标明确、思路清晰。

杨垚立强调,金融科技企业与金融机构自身科技团队之间是相互辅助、合作共赢的关系。一方面,金融科技企业在与更大范围金融机构合作的过程中积累了更为丰富的关于产品、项目、业务、流程等方面的数据资产,可以针对性补足机构团队的缺项;另一方面,金融科技企业以更灵活多变的模式,按需进行解决方案配置可有机补充机构团队,降低综合成本、提升应答效率。当前,金融机构也积极参与金融科技生态构建中,并根据自身需求和特征选择合适的科技能力建设模式。

迎接穿透式监管

对金融科技创新实施穿透式监管,实现风险监测管理“看得懂、穿得透、控得住、管得好”。出台针对金融科技公司的监管政策,筑牢金融与科技的风险“防火墙”。

《报告》中提到,中小银行对金融科技平台更为依赖,使得经营能力弱化,成为金融数字化进程对中小银行的挑战。受限于技术薄弱和消费场景缺乏,中小银行线上自营获客能力不足,普遍通过与金融科技平台合作的方式开展线上业务。部分金融科技平台利用科技优势,控制营销通道和客户触达,借贷产品核心风控环节依赖平台完成,中小银行自主获客、风控能力弱化。

对此,由曦向记者表示,在与金融科技企业的合作中,金融机构需要保障自身的自主经营权益,通过协议、合同等方式明确责任和权益,如明确数据隐私、知识产权等方面的问题。特别是合作时,可能在合作开发产品或服务过程中出现责任分割不清晰的情况,如在数据隐私、信息安全等方面的问题上。因此,由曦认为,未来金融科技公司与机构之间的合作模式会进一步优化,如加强监管合规、提高信息共享、强化责任分工等方面的合作。

对于下一步的工作,央行在《报告》中表示,未来将优化中小银行与科技公司的合作模式,明确双方的权责边界,强化中小银行在合作中的自主经营能力,建立健全全面风险管理体系,坚持授信审查、风险控制等核心业务环节不外包。同时,加快监管科技的全方位应用,提升监管智能化、远程化、实时化水平,增强对中小银行的监测管理能力。对金融科技创新实施穿透式监管,实现风险监测管理“看得懂、穿得透、控得住、管得好”。出台针对金融科技公司的监管政策,筑牢金融与科技的风险“防火墙”。

关于金融科技公司目前在合作中如何保证金融机构自主经营,以及未来还会如何优化合作模式,上述深圳农商银行相关负责人告诉记者,该行在自主经营能力把控

上以“提升自身能力,掌握核心技能”为原则,安排行内技术人员参与开发,合作厂商在合作开发过程中向行内人员转移知识技能。如2022年10月,该行与阿里云联合宣布,位于深圳、武汉的“两地三中心”分布式云平台已全部建设完成并正式投产,标志着深圳农商银行同城双活、异地灾备“两地三中心”分布式云平台正式建成。该云平台是国内农商银行第一个实现异地多活的云平台。在云平台项目建设期间,该行克服数字化人员培养等难题,最终通过阿里云平台的专业认证,掌握了基础设施自主扩容、自主维护建设技术,形成了分布式云原生应用端到端的自主运维能力,成为阿里云国内首家进行专有云平台自主运维的挂牌机构,实现关键核心技术自主可控。

杨垚立则向记者表示,在与中小银行合作的过程中,神州信息始终保持合作互惠、授之以渔的模式,可以有效保障客户的自主经营。杨垚立举例道,“在科技产品层面,我们将具有成熟案例的产品在中小金融机构进行推广,同时充分复制相关知识理念和实践经验,保障中小银行在后续使用过程中自主进行业务拓展;在场景运营层面,也将成熟的场景经验通过咨询服务和团队合作转移给中小银行,通过合作金融机构方可完全理解并掌握从触客到风控的全业务体系,保障自主经营安全可靠。”

杨垚立进一步表示,神州信息还引入最前沿技术降低金融机构开发难度、提升开发效率,在合作过程中帮助金融机构锻炼队伍、培育金融科技人才,结合源码提供保障金融机构系统、人员以及核心业务的独立自主。未来,公司也会持续优化合作模式,寻找个性化、有针对性的合作方案,使得双方合作最为高效,满足客户需求,未来将继续探索多路线数字化转型方案,与中小银行共建金融科技生态体系。

保险科技“新基建”提速 险企经营全链条进阶

本报记者 陈晶晶 北京报道

过去10年来,保险科技实现了跨越式发展。

在监管积极引导和市场环境驱动下,多家险企将数字化转

“地基”稳健亮点频现

种种迹象显示,保险科技为保险公司的产品创新和交付提供了基础,而随着人工智能等技术在保险行业的重要性和采用程度日益提高,特别是对保险业务流程进行升级优化,保险销售、客服咨询和承保、理赔售后等在内的智能化水平也迈入了全新的阶段。

保险科技是数字经济在保险业的集中表现形式,是数字化重塑传统保险销售、风险评估、定价、理赔全流程价值链的关键力量,是保险业未来转型升级和高质量发展的重要引擎和动能。

近年来,保险机构投入了大量资金进行数字化基础设施建设,加速搭建数字化大中台,利用数字化技术敏捷应对业务变化,赋能业务创新和发展,从传统的以产品为中心向以客户为中心转型,以服务替代产品,将服务与场景进行融合,更好地提升客户体验。

根据公开数据,保险行业对技术的投资呈现出快速增长态势,保险行业的科技子公司运营和布局近两年增长尤为迅猛。特别是大型险企对IT架构建设、自有云平台建设等数字化基础设施建设方面均进行了大量投入。2018年到

型摆在公司发展战略的首要位置,不断强化科技创新发展的顶层设计,制定实施数字化驱动发展方案。

《中国经营报》记者注意到,信息化、数字化、智能化已经催

生了保险渠道变革、新业务场景、新的保险需求,重塑保险价值链。

当前,在多变的市场动态以及年轻的客户群体需求驱动下,数字经济的新模式、新业态

险公司产品负责人对记者表示。

据悉,在寿险方面,寿险公司借助保险科技,将传统营销思路从线下“人海战术”和高压管理,转变为线上专业营销、微信营销、私域流量获客,并借助互联网渠道来促进营销技术的提升。

需要注意的是,保险科技的应用还为消费者带来了更实用、更便利的保险体验。

理赔方面,在传统模式下,车险理赔的流程复杂,涉及多平台、多人作业,包括客服中心、现场查勘定损员、远程查勘定损员、维修厂、核赔人员等多个角色,往往因为各环节相对独立,需要车主不断与不同工作人员对接联系,流程冗长繁琐,车主体验感较差。

如今,在理赔端,保险公司引入AI来自动核查保单,搭建全新的智能理赔服务平台,利用生物识别、语音识别、图像智能定损技术,实现自助查勘,快速定损、秒赔秒付,提升了车险理赔效率。

同时,保险科技的普及,从渠道变革再到场景创造,不断催生出新的保险需求,特别是将以往“不可保人群”转化为“可保人群”,如保障“带病”群体的健康险

不断涌现,特别是AIGC(生成式人工智能技术)正在席卷各行各业。

作为连接着C端用户群体,拥有广泛的数据积累的保险业,将如何接招?

等;促进互联网保险产品多元化发展,如退货运费险、宠物险、保价险、账户安全险、网络安全险等,提高了公众日常生活的便捷性、高效性和安全性。

众安保险相关负责人接受本报记者采访时表示,保险科技为保险行业创造的价值主要包括推动产品创新,丰富保险业务模式;实现降本增效。“近年来大火的百万医疗险以及创新险种退货险都是基于科技发展而出现的产品。同时,科技在核保、理赔、风险预防等环节的应用,在一定程度上减少了对人力的需求,实现了保险环节的自动化,达到了降本增效的作用。”

此外,在推进数字化转型与发展过程中,一些保险机构提出了“科技+生态”的发展模式。在搭建数字生态上,围绕人的衣、食、住、行、生、老、病、故等场景发挥数据生产要素作用,提供精准的金融保险服务。如众安保险推出了“宠物医疗险”,创新行业“保险+医疗+服务”宠物健康模型,通过保险作为纽带,链接了医院、洗美、旅游、疫苗等上下游生态链,为宠物的健康打造一站式的服务闭环。

积极迎接新业态

2022年11月,ChatGPT正式上线,受到世界范围的广泛讨论和关注。彼时,多位专家、学者认为,作为大型自然语言处理模型,ChatGPT在语义识别性、可扩展性、自适应性、人机交互性等方面得到显著提升,也将对我国经济金融等相关领域产生影响。

AIGC是一种可以学习复杂数据结构和规律,并用这些规律来生成新内容、新数据或解决问题的算法。在AIGC的主要应用场景中,不仅有相对基础的文本生成、机器翻译等,也有相对高阶需求分析、风险评估等场景。显然,拥有广泛数据积累的保险业或将是新兴技术率先落地的重要场景之一。

业内人士表示,目前AIGC技术在保险业大规模商业应用仍面临诸多挑战,比如营销环节,可能会遇到设计产出物的版权问题、专业适配保险数据的模型训练问题、客户个人信息的安全问题等。

在运营环节,可能会产生保险核心数据的合规使用问题,输出结果准确性等问题,但是该技术仍有望成为保险机构决胜未来的重要战略性工具。

近日,众安保险与众安科技共同发布的国内保险业首份《AIGC/ChatGPT保险行业应用白皮书》分析显示,未来AIGC技术在保险业可在33个具体环节中落地。不仅可以在保险产品设计、精算、营销、运营和客服等全链路环节提供深度技术赋能,同时还可以应用于险企日常办公、研发提效等方面。可行性研究显示,在产品营销过程

中,AIGC技术可以快速生成制作文案内容、视觉设计等各类营销素材,从原本需要3天的制作周期缩短到仅需3小时。在客户服务环节,AIGC技术可以根据客户的问题或需求,智能地回答客户问题,或引导客户到相应的服务流程。

众安保险首席技术官蒋纪匀公开表示,金融的本质仍然是管理风险。基于保险业数据机密性强、监管严格等特点,保险业在应用相关技术时,需要注意数据质量、语义理解、安全风险、误解风险、用户需求等问题,确保模型的准确性和可用性。同时,开发者和使用者需掌握相应技巧和经验,结合人工智能和人类判断,实现最佳的协同效果。

对于科技实力相对较弱的一些中小保险机构,该如何迎接新业态带来的变革?

“AIGC技术实际上降低了企业使用AI的门槛和壁垒,中小保险机构可以带着具体问题,使用行业当中或者说市场当中已有的成熟方案去推进落地。首先,中小保险机构需要注意场景驱动,带着明确需要解决的问题去使用技术,而不是泛泛的去使用,否则会拉长技术开发和使用的战线,甚至无法利用大语言模型优势,也不一定能解决自身问题。其次,科技实力不够的中小保险机构最好不要从‘0到1’去搭建或者调整这些大语言模型,可以在应用当中,考虑使用市场上出现的工具和方案,这样可以避免投入过大,成本过高。”众安保险相关负责人表示。

北京二手房市场降温众生相： 换房业主调低预期求成交 买方观望“再等等”

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

家住北京望京的刘先生终于在5月下旬卖掉了自己在花家地的

市场急转直下

市场热度急转直下，令刘先生措手不及，他不得不在慌乱之中频繁调整挂牌价格，最终以490万元的价格“割肉”成交。

换房“链条”启动后，刘先生几乎没有选择余地。

为了解决孩子上学的学位问题，今年3月，他在西城区买了一套“老破小”，时至5月，他必须要在规定时间内付完款，否则就要面临违约风险。

刘先生没有想到自己的“卖一买一”之路会如此不顺，因为在去年年底挂牌望京的房子时，他的预期是能卖到570多万元，这个初始挂牌价是在咨询了链家经纪人之后得出的。

年后，疫情影响消散，北京二手房市场在今年春节后迅速火热，前期积压的需求集中释放，二手房成交量迅速攀升。中指研究院数据显示，今年1~2月，北京二手房网签套数较2022年同期增长超10%。其中，2月北京二手房网签套数环比

一套小两居，代价是比预期价格降了80万元。

而在年初挂牌时，他还信心满满，提前签约了一套西城区的学区

房。但市场行情在5月份急转直下，使得已启动换房“链条”的他措手不及，无奈之下只能“割肉”成交。

《中国经营报》记者了解到，今

年以来，北京二手房挂牌量不断攀升，刚需客群愈加减少，意向客户观望情绪渐浓，让不少像刘先生这样着急换房的业主预期一降再降。

增长超60%，受2022年2月春节假期低基数影响，同比增长超70%。

刘先生原本就计划今年在西城区买房，提前为孩子上学谋划，看到当时交易火热，为了抢占到合适的房源，即使当时自己手中的房子还没卖出去，但他仍然选择了尽快与卖家签约。彼时，他并不太担心手中房子的出手问题。

但等到4月份时，刘先生的经纪人张峰开始向他提出了担忧，原因是看房客户逐渐变少，且购买意愿不是很强，大都希望再等等看业主是否愿意降价。

据张峰介绍，市场从3月下旬开始，热度就逐渐下降了。4月份，部分热门区域成交量还能保持稳定，但多数区域的成交量就已经在下滑。

到了5月，市场仍未见起色，

反倒是购房客群的观望情绪在继续加重。在北京拥有十多年从业经验的张峰告诉记者，实际上今年2~3月时，市场火热的区域主要是学区配套条件良好的东城、西城以及海淀的部分板块，因为不少客户要赶在5月之前网签，解决孩子学位问题。而当时北京其他大部分区域的二手房，“因为年前积压了一部分需求，年后集中释放，成交量其实只能说是跟疫情前差不多，并没有多么火爆”。

因此，进入5月后，即便是前期成交火热的东城、西城及海淀区，市场热度也在逐渐下降。张峰以位于西城区广安门的“荣丰2008”为例，该小区被称为北京学区房的“占位神盘”，“400万即可上车”，4月该小区在链家内部的成交数据是14套，而5月份截至月底时

只成交了5套。

市场热度急转直下，令刘先生措手不及，他不得不在慌乱之中频繁调整挂牌价格，最终以490万元的价格“割肉”成交。

同片区的业主也在调整着自己的心理预期。与刘先生小区相邻的业主张先生近期将自家的小两居挂牌，他与爱人育有两子，大儿子明年就要上初一，夫妻俩决定今年9月前在天津买房，让孩子提前一年适应天津的学校，先卖掉北京的住处是他们当前唯一的筹钱渠道。

张先生此前从事经纪人行业已有十几年，在考虑挂牌价时，他最终将预期定在了460万~470万元。实际上，他也很清楚，自己小区同户型的房源在去年成交时能够达到480万~490万元，但眼下他已不敢过高定价。

“可以再等等看”

因为挂牌量的增多，使得不少意向客户有了充足的挑选空间，卖方不得不降低预期，尤其是在总价较低的刚需房源上。

多位在北京市场拥有多年从业经验的经纪人告诉记者，当前北京二手房市场的供应量处于历史新高。

张峰以其所任职的贝壳找房为例，截至5月底，记者看到贝壳官网上显示北京二手房挂牌量将近12万套，但据他介绍：“有些房源并没有在网上展示，实际上，从去年年底时，贝壳内部挂牌量就开始攀升，今年年初时内部挂牌量达到13万套，目前已经超过14万套，而正常年份的内部挂牌量则在11万~12万套。”

张峰认为，这可能与去年10月发布的《财政部 税务总局关于支持居民换购住房有关个人所得税

政策》有一定关系。据他解释，以往业主在卖房时需要交个税，北京的房产总价一般都较高，相应的个税额也高。而在该项政策执行后，业主在“卖一买一”时，如果新买的房子比原来的房子总价高，就可将前期卖房的个税退给业主，这就导致原本没有着急换房的业主也开始挂牌。

“我今年操作的一个客户，昌平回龙观的一套70多平方米小两居，卖一买一后，退税退了将近60万元。”

因为挂牌量的增多，使得不少意向客户有了充足的挑选空间，卖方不得不降低预期，尤其是在总价较低的刚需房源上。

“现在刚需客户数量其实是在减少的，此类房源业主后续只能降低预期。”张峰表示，“目前能够较快成交的房源，大多是因为业主方现金流告急，愿意在价格上做较大幅度的让步。”

多位经纪人向记者表示，就他们带看和成交情况来看，现在市场确实在走低。“如果不着急买房的话，可以再等等看，至少这半年内应该不会有太大变化。”

此外，5月初时，住建部和市场监管总局联合发布《关于规范房地产经纪服务的意见》，其中对于房产交易中的服务收费问题，明确提出要引导房地产经纪机构应当明

码标价，要合理降低住房买卖和租赁经纪服务费用，按照成交价格越高、服务费率越低的原则实行分档定价，引导由交易双方共同承担经纪服务费用。随后，有市场消息称，北京房地产中介行业协会曾于5月中旬邀请房产经纪公司召开座谈会，谈论了房产交易中介费率问题，但还未形成最终结论。

“因为不知道后续是否会有明确的政策出台，我所接触的不少业主现在都是持观望的态度。北京市场体量极大，任何政策一出台，在别的城市可能不会很快有变化，但在北京市场则会立马反映在成交上。”张峰表示。



今年以来，北京二手房挂牌量不断攀升，但购房者多持观望态度。图为：北京某地区二手房中介。
卢志坤/摄影

“老破小”越来越难卖

多位经纪人告诉记者，北京市场“卖一买一”的客户占比非常高，客户在置换时的需求基本上都是为了“改善”，二手房换房时间平均在4~7年。

“整个回龙观板块挑选二手房的思路其实非常清晰，这里的房源主要可分为不带电梯的经济房以及带电梯的商品房两类。”在整个北京市成交排名靠前的昌平回龙观板块，经纪人周磊用上述一句话向记者清晰地介绍了该板块的房源情况。

据他介绍，这两类房源的居住品质差别比较大，经济房大多是砖混或钢混结构，抗震性和隔音效果差，不带电梯，楼层较低，大部分是2.55米的层高，物业品质较差，物业费约为0.6元/平方米·月。而商品房抗震性和隔音效果较好，层高大多为2.6~2.7米，物业品质较高，板块内最便宜的也要1.8元/平方米·月。

居住品质的差异反映在价格上，则是两类房源每平方米近1万元的差价。此外，周磊告诉记者，4月以来，北京二手房市场热度逐渐下降。在回龙观板块，同样面积的两居室，经济房平均成交价格跌了将近50万元，而商品房则相对跌得少一些，为10万~20万元。

“现在我们在回龙观接触到的客户结构已经有明显变化，周边都是各类科技公司和大厂，客户以90后居多，他们对于买房的需求和想法跟70后、80后不一样，不再是‘有得住就行’。”周磊说道，“在前期看房时，我的很多年轻客户对于‘老破小’都是直接pass掉。”

多位经纪人告诉记者，北京市场“卖一买一”的客户占比非常

高，客户在置换时的需求基本上都是为了“改善”，二手房换房时间平均在4~7年。

记者在走访中了解到，换房客群的一些典型“画像”包括：年轻夫妻结婚时先买小户型二手房“上车”，等到生育或孩子要上学时置换成面积较大或学区配套较好的房子；老年人将此前自住的“老破小”卖掉，置换成居住品质较好的房源。

张峰表示，自己在日常交易中也观察到，除了有优质的教育配套外，那些所处板块产业密布、周边交通医疗配套齐全、小区物业品质高、楼龄新的房源在后期更易出手。

周磊认为，随着年轻购房客群占比的提升以及老龄化的加剧，“老破小”房源将越来越难卖。据他解释，这类房源因为房龄较大，房屋建筑品质一般，在贷款时可贷额度较少。“对于购房者来说，则意味着首付比例会比较高，至少这一点对于刚需群体就很不友好。”因此，他建议购房群体在买房时注意房龄大小，以及自己预计居住的年限，要考虑到后续自己换房时是否能够顺利置换。

也有业内人士指出，虽然目前市场存量在上升，没有配套加持的“老破小”会越来越难卖，但北京市场的特殊性在于保有量大、需求量大且多元，仍需以“平常心”看待。

“让企业拿明白地”郑州举办土地推介会 44宗地块齐亮相

本报记者 夏晨翔 北京报道

推介优质地块

在本次推介会上，郑州市相关部门负责人系统地介绍了拟出让地块的区域空间规划、产业发展、重点地块位置、周边配套等情况，全景呈现各出让地块的投资价值。

如金水区拟出让的一宗住宅用地，面积为49.87亩，容积率小于2.5，绿地率大于35%，起始价约为5亿元，评估楼面地价5797元/平方米，房管局毛坯销售备案均价为1.73万元/平方米。

记者了解到，该地块紧邻金水区金科智慧城核心板块，周边已建成河南省信息产业基地、河南外包产业园等15个战略新兴

产业园区，商业、教育、医疗、交通等配套资源也已逐步完善。

相关信息显示，该地块周边在售楼盘有万科·未来时光、奥园誉湖、水投常绿壹号院等，均价在1.6万~1.8万元/平方米。

二七区则推出了一宗位于三环内的商务用地兼容二类居住用地。该地块紧邻大学路、航海路等城市主干道，周边已拥有成熟的商业、教育、医疗等资源，且有地铁5号线、7号线交汇。

此外，管城区共推介8宗地块，分别位于郑州南站核心板块、金岱科创城核心板块和中储片区做地项目内。

记者注意到，中储片区做地项目系郑州市“一环十横十纵”道路综合改造工程带土地开发试点项目，由管城回族区政府作为做地主体，郑州建中建设开发(集团)有限责任公司作为项目实施主体，统一规划、统一开发。

此次推介的中储片区做地项目内的2宗地块，位于长江东路以北、城东路以东，均为住宅用地。

其中，西侧地块占地面积53.03亩，容积率小于3，不仅道路、水电气暖等配置到位，公园、绿地以及周边公交等配套也都实现了系统完善，企业可实现“拿地即开工”。

值得一提的是，郑州市推介的地块中，约有三分之一地块已被地方国资企业摘得，而本次推介旨在更好地寻找企业合作。

如惠济区本次推出的7宗住宅用地中，有5宗地块均已出让，权属公司则都是地方国资企业。

以A06-01地块为例，该地块占地面积约为65亩，容积率2.5，建筑密度小于25%。地块于2021年12月由河南众乐房地开发有限公司获得，成交金额约为5.34亿元。工商信息显示，该公司系惠济区国资委全资控股公司。

“此次推介会涉宅地块33宗，市内五区及开发区均有涉及，可

多元化满足市场需求，且含多宗优质地块，引起房企高度关注。推出多宗优质地块，有利于提升企业拿地积极性，土拍低温情绪或将有所缓解。”中指研究院分析师孟新增指出。

孟新增指出，通过举办土地推介会，将全市成熟土地信息、城市规划布局等情况进行分析介绍，可以使房企更加全面地了解郑州。此外，通过前期的土地推介，还可以给予企业更充分的时间对拟出让地块进行研判测算，有助于企业精准有效投资，对土拍市场的稳定以及未来房地产销售市场的稳定均将产生积极作用。

“本次土地推介，是政府全面优化土地市场营商环境的一次创新，有效地架起了政府和市场沟通的桥梁。”郑州市自然资源和规划局相关负责人表示。

该负责人介绍，通过政府部门对城市规划布局、产业和房地产政策讲解，使开发企业更加了解郑州，抓住投资机会。此外，通过土地的集中推介，可以让土地直面市场，实现“政府推优质地，企业拿明白地”，助力企业更加精准、高效地在郑投资。

同时，构建政府与企业的沟通平台，也可以进一步围绕土地市场需求合理调控土地市场，优化土地市场营商环境，促进房地产业健康有序发展。

优化土拍模式

事实上，近两年，郑州市土地市场并不太“平稳”。

相关数据显示，2021年，郑州

市共举行了3次集中供地，成交地

块74宗，总计面积4778.6亩，成

交金额573亿元。其中，仅第一次集中供地就揽金414亿元，无一宗地块流拍。而第二、三批次集中供地，成交金额分别为65亿元、94亿元，流拍率则分别达到了27%和44%。

时至2022年，22个“两集中供地”试点城市中，多数城市进行了多批次土拍，突破3次公告的限制。该年12月，自然资源部发文优化“集中土拍”规则，允许地块“在公开的拟出让时间段内可以一次或多次发布出让公告，有序

组织出让。”

郑州市亦在2022年将土地拍

卖调整为四批次集中供应。

其中，首轮土拍合计推出15宗地块，除管城区3号地块、郑东新区北龙湖3号地块分别以12.2%、8%的溢价成交外，其余地块多为城中村旧改或合村并城地块，均为底价成交。15宗地块，成交总价为108.7亿元。

二轮土拍合计推出17宗地块，虽无地块流拍，但是撤销3宗，成交总价为103.2亿元，全部为底价成交。三轮土拍合计推出23宗地块，3宗地块流拍，其余地块亦全部以底价成交。

值得一提的是，郑州市在2022年组织的这三次土拍中，城投公司

均为拿地主力，拿地金额占比分别

达到了66.5%、65.6%和61%。

今年2月，郑州市完成2022年

第四批次土拍，本次土拍共推出11

宗地块，1宗流拍，其余地块均以底

价成交，成交总价53.8亿元。而在本

次土拍中，当地国企成为了拿地

主力，全口径拿地金额为34.6亿

元，占比64.2%。

“当前郑州土拍市场情绪偏弱，郑州举办此次推介会，亦是对‘集中土拍’模式的一次优化，对于土地市场的平稳发展或有积极的作用。”孟新增分析指出。

聚焦到房地产市场。郑州360

房产网统计数据显示，2022年郑州

全市商品住宅累计批准预售面

积791.94万平方米，较去年同期下

降了63.86%；商品住宅累计批准预售面积679.69万平方米，较去年同期

下降了62.79%。

2022年，郑州市商品住宅累计销

售70887套(间)，较去年同期下

降了48.96%；商品住宅累计销售面

积850.87万平方米，较去年同期下

降了46.65%。

郑州市房管局最新发布的4月

份房地产市场销售情况显示，郑州

高质量发展谋新篇 ▶

创新发展黄河旅游 兰州打造“幸福河”

本报记者 黄永旭 西安报道

市民悠闲漫步，河岸两侧绿树成荫，桥梁、雕塑、延河湿地各种景观

相互映衬，天很蓝，水很清，树很绿，没想到黄河这么美。”来自四川的付先生对兰州游玩之旅印象深刻。

甘肃是黄河流域重要的水源

涵养区和补给区，要首先担负起黄河上游生态修复、水土保持和污染防治的重任，兰州要在保持黄河水体健康方面先发力、带好头。

《中国经营报》记者了解到，近年来，兰州市积极构建黄河之滨“河畅、岸绿、水清、景美”的景观体系，打造生态优先、绿色共享、长久

安澜的“黄河福道”，不断擦亮“黄河之滨也很美”的城市新名片。

兰州市委宣传部方面表示，兰州市将持续推进黄河生态修复和

污染防治，推进黄河之滨文旅融合，讲好“兰州故事”，从而推动黄河流域生态保护和高质量发展战略乘势而进。

保护黄河

今年4月1日，我国第二部流域法律《黄河保护法》正式落地施行。

黄河是中华民族的母亲河，孕育了古老而伟大的中华文明，保护黄河是事关中华民族伟大复兴的千秋大计。近年来，从中央到地方，保护黄河规范文件相继出台，各项措施也在持续开展。

2021年，国务院印发《黄河流域生态保护和高质量发展规划纲要》指出，坚持生态优先、绿色发展，坚持量水而行、节水优先，坚持因地制宜、分类施策，坚持统筹谋划、协同推进，将黄河流域打造成为大江大河治理的重要标杆，国家生态安全的重要屏障，高质量发展的重要实验区，中华文化保护传承弘扬的重要承载区。

事实上，黄河长期以来“体弱多病”，多年平均水资源总量不到长江的7%，且生态脆弱，上游的高原冰川、中游的黄土高原、下游的黄河三角洲等

极易发生退化，环境污染也较重，水质总体低于全国平均水平。

今年4月1日，我国第二部流域法律《黄河保护法》正式落地施行。其中明确，国家加强黄河流域生态保护与修复，坚持一体化保护与修复，实行自然恢复为主、自然恢复与人工修复相结合的系统治理；国家加强黄河流域环境污染防治与修复，坚持山水林田湖草沙系统治理、综合治理、源头治理，推进重点河湖环境综合整治。

业内专家认为，《黄河保护法》的施行，主要从加强生态保护与修复和加强污染防治两个方面作了规定，是强化黄河流域生态保护和高质量发展重大国家战略法治保障的迫切需要，对于保障黄河安澜，推进水资源节约集约利用，实现黄河流域高质量发展具有重大意义。

记者了解到，兰州市全面贯彻

《黄河流域生态保护和高质量发展规划纲要》，以“清单化、台账化”管理推动清廉兰州建设与黄河重大国家战略、兰州市2023年重点任务相结合，编制了《清廉兰州建设2023年推进黄河战略落地见效重点任务工作方案》。

同时，积极开展河道湿地修复、治理过度开发等行动，推进天然林保护、防护林体系建设，推进重点区域水源涵养功能不断增强，黄河干支流流域生态环境有效改善。

“如今，黄河兰州段干支流国省控考核断面水质优良率均达100%，出境断面水质稳定保持在Ⅱ类。”兰州市委宣传部方面表示，黄河首曲湿地保护修复、祁连山北麓水源涵养、秦岭西段生物多样性保护恢复、石羊河中下游防沙治沙综合治理、陇中地区水土流失综合治理等重大生态项目正在加快实施。

传承黄河文化

黄河母亲的哺育下，兰州也孕育出了黄河古镇、金城关黄河文化旅游示范区、黄河楼等一大批独具地方特色的黄河文化旅游资源。

黄河文化是中华文化重要组成部分。“黄河之水天上来，奔流到海不复回”，脍炙人口的千古名句，仍闪耀着黄河文化的璀璨光芒。兰州，作为唯一一座黄河穿城而过的省会城市，承载着形态多样、特色鲜明、丰富多彩的黄河文化底蕴。

位于兰州市榆中县北部崇兰山下的青城镇，濒临黄河，水陆交通发达。2006年，甘肃省建设厅、甘肃省文物局等部门联合公布青城镇等11个村镇为甘肃省省级历史文化名镇。2013年青城古民居被国务院公布为第七批全国重点文物保护单位。

记者了解到，青城镇保留了很多传统文化遗产，有形成于北宋时期的民间小曲《西厢调》，再于清光绪年间，地方艺人创编《西厢调》小曲，有24个曲调，27折剧本。清代

以来，青城烟商们走南闯北，将中原和京畿地区的宅第建筑风格带到青城，青城镇古民居建筑风格呈现多样化态势。

此外，黄河母亲的哺育下，兰州也孕育出了黄河古镇、金城关黄河文化旅游示范区、黄河楼等一大批独具地方特色的黄河文化旅游资源。

为了加强黄河文化保护，延续历史文脉，促进黄河流域生态保护和兰州经济社会高质量发展，兰州市制定并出台了《兰州市黄河文化保护办法》（以下简称《办法》），并已于2023年2月1日正式施行，这也开创了我国城市黄河文化保护立法先河。

《办法》包括总则、保护与管理、传承与弘扬、保障与监督、法律责任、附则共六章五十条，对兰州市黄河文化资源进行了界定和分类，明

确了部门职责，确立了基本保护制度，对黄河文化的保护传承弘扬制定了具体措施。

兰州市委宣传部方面表示，《办法》以保护黄河文化、赓续黄河文脉、讲好黄河故事为宗旨，充分发挥兰州作为黄河唯一穿城而过省会城市的独特优势，深入挖掘特色文化旅游资源，做好黄河文章，唱响“黄河之滨也很美”品牌，推进黄河文化遗产系统保护，构建黄河文化旅游新格局，奠定了坚实基础。

“《办法》的实施是一项持之以恒的大型文化工程。”兰州市文化和旅游局负责人表示，是满足人民群众日益增长的精神文化需求、提升城市公共文化服务水平、实现文化旅游可持续发展目标的需要，是繁荣振兴文化事业、大力提升文化产业质量效益的有力举措。



如今，横跨黄河两岸的中山桥成为黄河风景线景区重要景点。图为兰州地产中山桥。

黄永旭/摄影

提升文旅竞争力

2023年“五一”假期兰州市累计接待游客464.041万人次，实现旅游收入288176.795万元。

“十四五”以来，兰州文旅坚持以文塑旅，以旅促文，建点串线成面，立体推进文旅融合，积极讲好“兰州故事”，唱响“黄河之滨也很美”文旅品牌。

今年以来，兰州市践行立体“大融合”，全产业链促进文旅产品融合创新，以打造文化创意、文旅节会、文化演艺、夜游黄河、文旅康养、乡村旅游“六大主链”为重点，培育壮大文物非遗、休闲娱乐、红色旅游、研学旅游“四大辅链”，形成“主链”引领带动，“辅链”补充增色的全产业链发展格局。

公开数据显示，2023年“五一”假期兰州市累计接待游客464.041万人次，实现旅游收入288176.795万元，与2022年相比，接待游客和旅游收入分别上升246.72%和164.28%，全市文旅市场已全面恢

复至2019年水平并明显增长。

“兰州在黄河之滨上串联景点打造了黄河风情线大景区，打造了核心区20公里健身步道循环圈，打造集健身、游览、观光等功能为一体的慢生活休闲廊道，全面呈现黄河之滨一点一景观、一段一特色的独特风情。”兰州市委宣传部方面称。

兰州市民寇先生向记者表示，“到兰州旅游必须要去的就是黄河风情线，中山桥、黄河母亲雕塑、羊皮筏子、白塔山等许多景点都包含在内了，而且还有兰州黄河楼、河口古镇等许多新近的景点也不错。”

近年来，黄河驿站、休闲步道加速建设，不断补齐公共服务短板，新建的12公里5米宽幅河道健身步道以及配套建设的10处

景观小游园，打造的核心区20公里健身步道循环圈，沿黄河“一桥一景、一点一景”布局39个节点的亮化，使“夜游黄河”成为兰州旅游知名品牌。

兰州市文化和旅游局负责人介绍，兰州市按照“主题+时间+线路”的形式，整合现有经典市内旅游线路，全新发布推出历史古镇1日游、黄河风情2日游、生态休闲2日游等10条精品路线，同时，联合8区县制定了8+N(35条)全域旅游线路，为来兰游客提供了深度体验金城兰州四处宜游、万物皆可游的旅游产品。

未来，兰州市将持续推动黄河文化由“静态展示”向“活态传承”转化，推动文旅市场标准化、秩序化，不断提升文旅服务保障，让游客“来得高兴、回得满意”。

推进“百县千镇万村高质量发展工程” 广东“百千万工程”样板多点开花

全面推进乡村振兴

本报记者 陈靖斌 广州报道

5月29日上午，广东省“百县千镇万村高质量发展工程”指挥部办公室工作电视电话会议在广州召开。会议认真学习贯彻中央视察广东省重要讲话、重要指示精神，学习浙江“千村示范、万村整治”工程经验做法，落实广东省委部署要求，围绕深入实施“百县千镇万村高质量发展工程”，对做好省市县三级指挥部办公室各项工作进行统筹部署。

事实上，《中国经营报》记者了解到，广东省广州市、东莞市、茂名市等多地已在近日相继落实“百县千镇万村高质量发展工程”，奋力打造“百千万工程”样板。

IPG中国首席经济学家柏文喜告诉《中国经营报》记者，广东省推进“百县千镇万村高质量发展工程”，其背后意义重大。“重视打造‘百千万工程’样板既是推进‘百县千镇万村高质量发展工程’的重要内容与主要着力点之一，也是扩大有效投资和拉动增长的新领域，对于改进提升县域人居环境和拉动县域经济增长具有实际而直接的作用。”

着眼破解城乡二元结构问题，广东省“百千万工程”迎来多点开花。

在近日广东省“百县千镇万村高质量发展工程”指挥部办公室举行的工作电视电话会议上，会议指出，“百千万工程”是省委着眼破解城乡二元结构问题、服务全面推进乡村振兴、推动城乡区域协调发展、实现农业农村现代化的重大部署，对广东省在推进中国式现代化建设中走在前列具有重要意义。

该会议强调各级指挥部办公室要把准工作职责，以站位明定位，发挥好参谋辅政、统筹协调、督促指导、服务保障作用。要找准发力点，以有为谋有位，建立健全指

民企助力打造可持续样板

事实上，随着广东省委、省政府部署实施“百县千镇万村高质量发展工程”，推动城乡区域协调发展向更高水平和更高质量迈进。以“百县帮扶”为依托，广东省工商联引导广大民营企业投身县域经济和乡村振兴，深入推进“万企兴万村”行动和“百县千镇万村高质量发展工程”，助力实现共同富裕。

在广东省云浮市政府实施的“扶贫长效机制”战略和“赋能强镇兴村”战略的部署下，在广东省工商联大力引导推动下，温氏集团通过“公司+农户”模式，积极联动广大农户展开畜禽产品的生产。截至目前，温氏集团在全国拥有400

家控股公司，带动4万多户农户合作养殖，近十年，温氏集团合作农户养殖收益达700亿元。2022年，户均收入超20万元。

积极参与、探索政企合作新模式。除了“公司+农户（或家庭农场）”模式逐步迭代升级，温氏集团还合作发展了现代产业园区以及“政企村”共建养殖小区等模式，更好地推动农业产业现代化建设。其间，温氏集团充分发挥“链主企业”作用，带动产业链上中下游主形成“原料采购—畜禽养殖—屠宰加工—终端销售”贯通的全产业链条，以强镇兴村富民产业牵引县域、镇域经济发展。

工程”，以打造“百千万工程”样板。

东莞市要突出工作重点，着力抓好乡村振兴各项工作，加快推进东莞农业农村现代化。要着力建设现代乡村产业体系，强化科技兴农，壮大特色产业，积极打造都市农业，抢抓预制菜产业风口。要大力发展战略新型农村集体经济，从土地资源盘活上要空间，在确保资金安全的前提下，探索多类型投资方式。要大力推进宜居宜业和美乡村建设，持续抓好农村人居环境整治提升，突出抓好老旧小区改造提升。要加强和完善乡村治理，加强党建引领基层治理创新，加强农村精神文明建设，提升基本公共服务

质量和水平。

茂名市将以5个区（县级市）和2个经济功能区、112个镇（街道）、1906个行政村（社区）为主体，以高质量发展为主题，以构建城乡区域协调发展新格局为目标，以乡村振兴战略、区域协调发展战略、主体功能区战略、新型城镇化战略为牵引，以城乡融合发展为主要途径，按照分类施策、集约高效、协同联动、改革创新、群众路线、实事求是的原则，全面实施“百县千镇万村高质量发展工程”，推动县域振兴、城乡区域协调发展。

珠海市则将抓好粮食和重要农产品稳产保供，高质量打造现代

化海洋牧场示范区，持续推进现代农业产业园建设，重点发展预制菜产业，全面铺开“村村有物业”，鼓励村集体或“兴村公司”投资工业园区厂房、农产品交易市场，让更多农民群众参与产业发展、分享增值收益。

此外，珠海市还将实施城区补短板强弱项行动，引导镇村人口向城区或中心镇转移，推进城区高水平扩容提质，持续开展农村人居环境整治提升，推进基础设施通村入户便民利民。与此同时，珠海市还将在完善城乡就业支持体系、优化教育资源配置、实施健康珠海建设等方面发力，推进基本公共服务均等化。

业持续稳步发展。

同时，为推动山货下山，走进城镇的千家万户，合福稻大力推进标准化生产。除了要让农民有种植的积极性，还要让农民有质量种植，在合作社严格把关下，只有按标准要求种植的农产品，以及达标的农产品才能被收购。为了提高农作物的流转率，合福稻通过农副产品加工的方式提高产品的附加值，同时也为当地创造了就业机会。

此外，为了发挥公司的专业引领作用，合福稻特意在东莞设立消费扶贫展厅及专柜，展销帮扶地区农特产品。现阶段，该公司立足贵

州铜仁东西部地区开展人才培养及产业振兴工作，带动当地大学生参与创业，协助当地销售农产品，使之实现自我“造血”。

柏文喜指出，目前“百县千镇万村高质量发展工程”的建设还存在依靠完全市场化操作的商业化难度较大的问题。

对于相关瓶颈难点，柏文喜建议，可以发挥政策有效引导和进行积极作为，以产业政策支持、财税补贴、投资补助等形式来有效撬动市场化资源的投入，借助市场机制更快更好地实现县域“百千万工程”样板的商业化市场化推动以及相关工作的可持续发展。

河南助力青年发展 让城市和青年“同频共振”

本报记者 夏晨翔 北京报道

青年是经济社会发展的生力军和中坚力量。青年因城市而聚,城市因青年而兴。

日前,河南省印发《河南省青年发展型城市建设试点和青年发展型县域试点实施方案》,旨在从政策和项目层面入手,出真招、出实招,努力解决青年“急难愁盼”问题,实现城市与青年发展同频共振、双向奔赴。

《中国经营报》记者了解到,2022年6月,河南省郑州市以及洛

阳市洛龙区、鹤壁市淇滨区等六地入选全国青年发展型城市建设试点名单和全国青年发展型县域试点名单,近一年来,河南省在青年宜学、宜居、宜业等方面,探索出一批各具特色的实践经验,“城市对青年更友好,青年在城市更有为”的氛围日渐浓厚。

“河南省推进青年发展型城市和青年发展型县域试点工作,将为全社会提供一个加强青年工作、服务青年发展的平台,为更加深入地关注青年的成长、成才,提供有力的支持。”河南省相关工作负责人表示。

城市更青春

春夏之交,正是大学毕业生求职的高峰期。为了解决青年人才临时性、过渡性住宿困难,郑州市为他们来郑创业就业提供了免费落脚的“第一站”。

“郑青春、郑年轻、郑有为”“我们如此热爱郑州,年轻人愿你照耀郑州”……在郑州市地铁4号线会展中心站,一句句青春标语吸引了大批青年乘客驻足围观。

据了解,会展中心站是共青团郑州市委联合郑州地铁精心打造的青年主题车站,围绕服务联系青年,从力度、深度、温度、广度四个维度建设,创新打造郑州青年想得起、找得到、靠得住的青年“港湾”。

记者看到,站内设置了“青年思想汇”主题签名、“青春会客厅”时代告白、“青春传声筒”建言献策等板块,青年乘客可以在此“诉心声”“明壮志”。

此外,为了更好地服务青年,车站还提供了“暖心365”特色服务举措,包含爱心预约、爱心助考、爱心雨伞等10项标准有爱服务和共享充电宝、列车运行调整、行李寄存等10项暖心特色服务。

“窥一斑而知全豹,郑州地铁特意打造青年主题车站,可以感受出郑州这座城市对于我们青年人的友好,也让我们在这里实现安居乐业更有信心。”一位青年乘客告诉记者。

春夏之交,正是大学毕业生求

职的高峰期。为了解决青年人才临时性、过渡性住宿困难,郑州市为他们来郑创业就业提供了免费落脚的“第一站”。

3月31日,郑州青年人才驿站正式启动运营,郑州市以外高校且在郑州市主城区无固定住所的来郑本科(预备技师、技师)及以上学历人员(毕业前1年至毕业后2年期间),均可申请累计7天的免费住宿。

而此类人员只要确定来郑入住日期后,至少提前3个工作日登录“郑好办”APP,在“青年人才驿站申请一件事”专区进行线上快捷办理即可,驿站审核管理员将在1个工作日内完成审核并短信反馈申请结果。

据了解,郑州市计划在全市范围内新建投用45家青年人才驿站,总床位数可达5400余个。

“当前,郑州正处于国家中心城市现代化建设的关键期和重要战略机遇期,需要大量青年人才加入郑州、扎根郑州。”郑州市相关负责人表示,为来郑求职青年提供免费住宿只是第一步,在青年人才入住结束后,还将探索跟踪服务机制,帮助求职成功且符合条件的青年人才申请青年公寓等。

县域焕活力

为助力青年创业就业,洛龙区率先在全市打造集求职创业指导、优惠政策打包等为一体的青创示范服务平台。

在河南,青年的聚集让城市更显青春,也让各区县焕发出了新的活力。

鹤壁市淇滨区是河南省首批入选全国青年发展型县域试点的5个区县之一。位于淇滨区龙门大厦楼下的淇河书屋,是当地青年人“充电”的好去处。

下班之后,青年朋友们可以在这里喝喝茶、读读书。此外,配套的“书香淇滨”APP内也有5000多本图书,年轻人可以利用走路、跑步等碎片化时间听书。

针对青年人的特点,淇河书屋还设置了“互动”留言墙,让喜欢“互动”、倾诉的年轻人通过留言条的方式留下自己的感悟,彼此激励,增加交流。

在信阳市,利用“毛尖”这一名片,今年的信阳茶文化节以“美好生活·青春信阳”为主题,旨在吸引更多青年沉浸式体验“美好生活看信阳”的城市理念。

同样作为全国青年发展型县域试点之一的信阳市平桥区,在



郑州市地铁4号线会展中心站,为青年主题车站,一句句青春标语吸引了大批青年乘客驻足围观。

夏晨翔/摄影

本次活动中突出青春主题,联动当地特色产业、特色景点、特色美食,通过举办汉服文化节、“画里郝堂”艺术周、老家水乡、民俗文化艺术体验之旅等,并结合年轻人熟悉的VR、MR场景打造,张开怀抱欢迎更多青年走进平桥、了解平桥、爱上平桥。

而在洛阳市洛龙区,这里14岁至35岁户籍青年约16万人,大约每4人中就有一位青年。因此,洛龙区也被称为古都洛阳“最年轻”的区。

位于洛阳市洛龙区的长夏门体育公园,周边可辐射6个小区,以

及863创智广场、大数据产业园等多个办公场地,覆盖人口3万多人。

围绕青年特点,洛龙区在此设置了多种运动设施,构建“10分钟健身圈”。而体育公园内的长夏门驿站,则集“图书+咖啡+文创+购物”多功能于一体,以时尚大气的建筑风格、轻松愉快的艺术氛围,一经投用便成为周边年轻人的网红打卡地。

据了解,为打造青年发展型县域,让青年获得感更充实,近年来,洛龙区新建青年主题社区体育公园13个,社区健身中心6个,着力打造“15分钟青年健身圈”。

并推行体育场“共享+”模式,在双休日、国家法定假日、寒暑假等时间段开放学校体育场,让青年切实享受“家门口的运动场”。

此外,为助力青年创业就业,洛龙区还率先在全市打造集求职创业指导、优惠政策打包等为一体的青创示范服务平台。

梳理就业类、创业类、综合类、生活类共四大类25项服务清单,打造“吃、住、学、研、创、乐”六位一体的青创示范社区。建成22处青年之家服务阵地,在全市率先实现辖区各镇(街道)青年之家全覆盖。

实现“双向奔赴”

近年来,河南省始终聚焦青年人才工作,深入实施“中原英才计划”、青年人才倍增行动、顶尖人才突破行动等,强化人才引育力度。

2022年6月,全国青年发展型城市建设试点和青年发展型县域试点名单公布,其中,河南省郑州市以及洛阳市洛龙区、鹤壁市淇滨区、灵宝市、唐河县、信阳市平桥区六地入选。

而在此“1+5”全国试点的基础上,日前,河南省在全省范围内选定5个城市和15个县(市、区)作为试点,进一步推动青年发展与城市发展“同频共振”。

据了解,此次试点周期为2年。试点地区要聚焦青年“急难愁盼”问题,推出一批优化青年发展规划环境、教育环境、就

业环境、居住环境、生活环境、健康环境和安全环境的普惠政策、实事项目、活动载体、改革举措,在青年宜学、宜居、宜业等方面,形成一批可复制、可推广的实践经验。

事实上,近年来河南省始终聚焦青年人才工作,深入实施“中原英才计划”、青年人才倍增行动、顶尖人才突破行动等,强化人才引育力度。

以郑州为例,据了解,为建设青年“宜居”之城,除了青年人才驿站之外,郑州市还围绕不同类型青年特点制定针对性政策,形

成多主体供给、多渠道保障、租购并举的青年住房安居体系。2022年投用人才公寓15万套,扩大青年人才首次购房补贴范围,对4257位青年人才发放了首次购房补贴24246万元。

在支持青年创新创业方面,郑州市设立了100亿元的青年创新发展基金,发布10条青年人才新政,吸引青年人才21.4万人。强力推进“人人持证、技能河南”建设,新增技能人才57.68万人、高技能人才20.13万人。

如今,一大批青年人才已活跃在郑州市科技创新的主战场,

高层次人才占比接近30%,重点产业骨干人才占比超96%,担任领衔的创新创业团队项目450个,青年人才创新创造活力充分激发。

“河南省通过推动青年发展型城市和青年发展型县域试点工作,将更加重视青年人才的引进和支持青年人才的创新创业,进一步培育新兴产业和壮大城市经济。同时,还可以积极挖掘青年的创造力、创新力,加强创新引领,推动科技创新,提升城市和县域的核心竞争力。”上述河南省相关工作负责人介绍。

加强规范管理 国土空间规划体系建设渐入出效期

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

推进多年后,国土空间规划体系建设正步入出效期。

自然资源部日前印发《关于深化规划用地“多审合一、多证合一”改革的通知》(以下简称《通知》)

知”)),明确要以“多规合一”为基础,以精简审批环节、加强规范管理、提升服务水平为重点,推动“多审合一、多证合一”改革。

实际上,中央要求建立国土空间规划体系并监督实施以及上一轮党和国家机构改革背景下,

“多审合一、多证合一”改革早在2019年即被明确提出,旨在加强规划许可和用地审批融合管理,促进国土空间治理体系和治理能力现代化。

多年推进下,相关改革基础不断巩固,同时也仍存在重土地

地审批等用途管制事项进行改革。自然资源部此次提出要深化相关改革,主要是在前期改革基础上,破解当前仍存在的相关问题,进一步提高审批效能和监管服务水平。

在对《通知》的解读中,自然资源部明确指出,当前规划许可、用地审批还存在事项交叉重复、衔接不够、效率不高和重土地轻空间、重审批轻监管等问题,此次政策起草主要是出于夯实规划基础、精简审批环节、加强规范管理以及提升服务水平等多方面考量。

对于夯实国土空间规划基础,《通知》要求各地要加快推进地方各级国土空间总体规划编制审批;同时明确下级规划要服从上级规划,总体规划要统筹和综合平衡各相关专项规划的空间需求。

对于详细规划的法定作用,此次《通知》再次明确,各地自然资源主管部门应及时开展详细规划编制或修编,为开发建设、开展城市更新行动、乡村建设行动,以及实施建设用地规划许可、建设工程规划许可、乡村建设规划许可等提供法定依据,与自然资源部不久前发文明确的详细规划法定依据衔接一致。

“建立国土空间规划体系并监督实施已推进多年,现在已经到了体现相关体系业绩的时候了,因为原来国土空间规划涉及多部门的管理,现在都归口到统一的管理体系,且经过多年推进,相关工作的底盘建设已初见成效。”中国房

地产数据研究院院长陈景向《中国经营报》记者表示,随着城市底盘上建筑体系建档等工作顺利推进,国土空间规划体系建设已有初步成效,围绕“多审合一、多证合一”等方面的改革也可以进一步深化。

夯实规划基础

在推进国土空间规划体系建设之前,我国存在各类空间规划,包括主体功能区规划、土地利用规划、城乡规划等空间规划、城乡规划等空间规划。在支撑城镇化快速发展、促进国土空间合理利用和有效保护方面,各级各类空间规划发挥了积极作用,但也存在规划类型过多、内容重叠冲突,审批流程复杂、周期过长,地方规划朝令夕改等问题。

为此,早在2019年,《中共中央国务院关于建立国土空间规划体系并监督实施的若干意见》就明确提出,要建立国土空间规划体系并

监督实施,将主体功能区规划、土地利用规划、城乡规划等空间规划融合为统一的国土空间规划,实现“多规合一”,强化国土空间规划对各专项规划的指导约束作用。

同样,以“多规合一”为基础,统筹规划、建设、管理三大环节,推动“多审合一、多证合一”也在2019年即被提出。自然资源部也曾于2019年出台《关于以“多规合一”为基础推进规划用地“多审合一、多证合一”改革的通知》,提出要按照“一类事项一个部门统筹,一个阶段同类事项合并”的原则,对城乡规划许可、建设用

地审批等用途管制事项进行改革。

同步环节方面,《通知》则提出,对市政基础设施和标准厂房建设项目,在特定前提下可鼓励同步核发建设用地规划许可证、建设工程规划许可证以及国有建设用地划拨决定书等;同时鼓励地方探索同步发放不动产权证书,依法依规实行“交地即交证”。

值得注意的是,在总结地方实践

经验的基础上,《通知》还对特定城市微更新项目提出要探索建立建设工程规划许可豁免清单和告知承诺制。

此外,《通知》还提出,各地还可区分项目类型、风险程度,按照最大限度利企便民的原则探索建设工程规划许可告知承诺制,明确提交材料的要求、承诺的具体内容以及违反承诺应承担的法律责任;申请人以书面形式做出

“放”“管”并举

早在2019年初提时,“多审合一、多证合一”即作为推进“放管服”改革的一项重要任务被提出,多年推进中,相关工作都将提升服务水平、进一步将利企便民作为工作重点,同时注重“放”“管”并举,持续完善监管机制。

此次《通知》再次提出要加强规划用地规范管理,对依据规划审批城镇用地、分类规范建设工程设计方案审查以及优化乡村建设规划许可管理等多方面规范管理都提出具体要求,并提出要推动用途管制全周期数字化管理。

其中,针对乡村规划管理这一薄弱环节,《通知》从许可依据、审查内容等方面提出具体要求。

《通知》强调,村庄规划是核发乡村建设规划许可证的依据。其中,依据依法批准的村庄规划核发乡村建设规划许可证;未编制村庄规划的,可依据县或乡镇“通则式”的国土空间规划管理规定,核发乡村建设规划许可证。

值得注意的是,对于在城镇开发边界内使用集体土地进行建设的,《通知》明确可依据国土空间详细规划核发建设工程规划许可证,地方性法规另有规定的,从其规定。

对于村民住宅等乡村建设,《通知》也明确,核发农村村民住宅类乡村建设规划许可证可重点审查用地面积、四至范围、建设占用现状地类、建筑面积、建筑高度、建筑层数、相邻关系等事项;在尊重乡村地域风貌特色的前提下,鼓励各地提供农村村民住宅、污水处理设施、垃圾储运、公厕等简易项目的通用设计方案,并简化乡村建设规划许可证的审批流程。

“完成了相关底盘建设之后,在存量土地供应方面,农村集体建设用地也是一个重要的着力点。”陈景认为,当前乡村建设规划也已纳入整体的国土空间规划建设体系,在整体规划统筹下,围绕乡村促进、可建设的农村集体建设用地使用以及乡村建设等将出现更多机会。

价格总体保持稳定

上海毕业季租房市场观察：保租房托底“新上海人”安居梦

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

随着一年一度毕业季的临近，上海市租房市场也呈现出季节性微涨的行情。

据联城数库日前发布的相关报告，今年5月，上海市租赁住宅租金保持微涨态势，环比涨幅约为0.44%。在全市121个板块中，有101个板块租金环比上涨，有部分区域的价格涨幅超过0.8%。

不过，尽管数据显示上海市内租金价格普遍略微上涨，但有包括虹桥商务区等热门板块的房产中介告诉记者，《中国经营报》记者，今年上半年，上海市租赁市场的行情并没有想象中那么好。“大多时候处于‘房源多，客户少’的状态。”

上海中原地产分析师卢

租金上涨幅度较小

在房租收入比方面，上海市也排名第三，达到了51%。

“最近房源确实增多了。”在上海虹桥徐泾板块，在某大型连锁租赁中介机构工作的一位房产中介告诉记者，随着“春招”的到来，所在板块的房源挂牌量有所增加。

不过，该房产中介也表示，尽管房源挂牌量增加，但客户却并没有延续同步增加的态势。“看这个月的业绩会不会好一点儿。”该房产中介将希望寄托于6月到来的毕业季租房高峰期。

类似的情况也出现在上海市另一较为热门的租赁板块——闵行区古美板块。以古美板块内的平南一二村小区为例，今年2月，该板块的房客比一度接近1:18，4月份则降至约1:10。值得注意的是，该板块的带看量仍居高不下。据片区工作人员介绍，4月份的带看量接近140人次，而成交量仅有约10套，平均成交周期也达到了33天。

同时，位于上海虹桥商务区核心地带的爱博板块房客比也呈下降趋势。以爱博五村为例，该地的总体带看量虽较年初有一定增长，不过，近期的房客比年初有所下

文曦也表示，目前，上海市租赁市场还没到旺季。“一般来说，在6月份毕业季租房市场会热一点儿。但今年受外部环境等方面因素影响，租房需求相对来说并不是那么旺盛，所以租房市场能不能真正热起来，还有待观察。”

另一方面，今年以来，上海市正加大住房租赁市场中的保障性租赁住房(以下简称“保租房”)建设力度，面向“新上海人”提供更多租房房源。截至目前，上海市保租房项目数量已较年初增长超过1倍，达到17个。

对此，易居研究院研究总监严跃进告诉记者，随着各个城市保租房项目供应房源，后续会分流一部分租房需求。“当前，一些长租公寓平台的房源也相对较多，租客可选择的空间大，自然也会限制租金上涨。”

降，由约1:7降至1:5。

严跃进告诉记者，出现此类情况，和房地产市场的整体环境也有关系，包括二手房市场的压力等，都会使得租房市场有降温的可能。“当前，上海市二手房挂牌量明显增加，房东‘套现’的压力比较大。这也会在租金方面有所体现，即租金不可能非常强势。”

尽管上海市租房市场租金上涨幅度较小，但据易居研究院日前发布的《30个重点城市房租报告》，上海市仍和北京市、三亚市一起位列全国30个重点城市租房成本前三甲，达到了3603元/室·月。在房租收入比方面，上海市也排名第三，达到了51%。

易居研究院方面分析认为，考虑到高校毕业季正在到来，以及就业形势压力较大，所以此类重点城市需要关注求职者增加、租赁需求增加和房租上涨等问题。“此类城市恰是保租房建设力度大、可提取公积金用于租房的城市，更要把此类优势利用起来，不断降低租房成本和更好解决居住问题，最终促进住房租赁市场健康发展。”

加大保租房供应力度

上海市保租房项目大多面向“新上海人”，或者刚工作不久和收入不高的人群。

今年以来，为更好改善上海市租房市场格局，上海市相关部门已在多个方面不断发力。

记者梳理发现，截至5月底，上海市的入市保租房项目已达17个，较今年年初增长超过1倍，这些项目主要分布在杨浦区、闵行区、浦东新区、徐汇区和静安区等区域，提供一居室、两居室、三居室等不同户型。其中，一居室占比比较大。不过，在不少保租房项目中，二居室和三居室都出现了出租轮候情况，而一居室则尚有较为充足的房源。

日前，记者走访了位于静安区的市北高级人才公寓保租房项目。该项目工作人员告诉记者，二居室房源已经全部出租完毕，并且有不少人在排队轮候。“38.9平方米的一居室房源有两个户型，民水民电，不用交物业费，家具、电器都已经配备好，只需要付网络费和房租即可拎包入住。”

在卢文曦看来，上海市保租房项目大多面向“新上海人”，或

前，此类户型的一居室房源也已出租大半。”该工作人员进一步表示，就一居室房源而言，7楼房源价格最低，租金约4200元/月，高楼层租金会逐步增加。

据了解，该保租房项目的租金价格介于约4200元/月至6000元/月不等，其中一居室房源共有456套，二居室房源共有48套。“从今年3月中旬开业以来，二居室房源已经全部出租完了，健身房和练操场等公共活动区域正在完善中，预计很快就能配置到位。”该工作人员表示。

相关资料显示，自2021年起，上海市就开始计划加大涉租住房用地的供应力度。截至今年4月底，上海市涉租住房用地累计成交面积已超过350万平方米，共成交约200宗地块，数量位居全国第一。

在卢文曦看来，上海市保租房项目大多面向“新上海人”，或



随着毕业季临近，上海租房市场或迎阶段性微涨行情。图为位于上海市静安区的市北高级人才公寓保租房项目。

本报资料室/图

者刚工作不久和收入不高的人群。“目前来看，保租房刚刚开始投放，还没有成为租房市场的供

应主力，对市场形成的支撑作用尚不明显，只能说暂时填补了少量的租房市场空白。”

所提升。

对于今年上海市租房市场的趋势走向，中指研究院方面分析认为，包括上海市等在内的热点城市，人户分离的人口占比较高，流动人口比例较大，相应的租房家庭户占比也较高。经济发展势头好、流动人口规模大的城市，住房租赁需求也相对旺盛。

卢文曦也告诉记者，今年以来，上海市住房租赁市场除年初的热度稍微有所上升外，其他时间节点的增量并不是特别明显。“总体来看，今年上海租房市场的价格总体上应该还是比较稳定的。”

据徐汇区相关负责人介绍，截至今年4月，徐汇区已筹措25284套(间)保租房，其中人才公寓9090套(间)，到“十四五”期末，预计建设筹措保障性租赁住房3.2万余套(间)。

上述负责人表示，针对区内房屋租赁需求大、保障性租赁住房项目运营单位多、分布广等特点，徐汇区搭建了咨询服务平台，优化服务体验。未来，将通过强化“服务+监管”模式，努力缓解新市民、青年人的阶段性住房困难，提高安居品质。

近年来，随着保租房政策进一步优化完善，越来越多的优质社区正不断激活市场活力，扩大

住房保障体系的保障范围。上海市房屋管理局局长王桢日前表示，2023年，全市计划安排新增建设筹措保租房7.5万套(间)，并根据项目建设推进情况力争新增供应6万套(间)；“十四五”期间，上海市将新增建设筹措保租房47万套(间)以上，达到同期新增商品住房供应总量的40%以上，真正体现“租购并举”。

在土地供应方面，上海市在住宅用地供应结构方面也会向保障性住房用地倾斜。今年，上海市将供应包括新供应商品住房用地配建、产业项目配建等在内的保租房用地135~180公顷，占比15%左右，供应上限较2022年有

“首付分期”再现房地产江湖 房企花式促销力促项目去化

本报记者 杨让晨 张家振

上海报道

在楼市出现热度不均和明显分化情况下，“首付分期”等促销去化手段再度出现在多地房地产江湖中。

日前，上海市有楼盘开始推出“低首付”“首付分期”等促销活动。根据位于上海市青浦区的安联·虹悦项目公布的“1成首付”促销活动方案，6月30日前在该楼盘认购房源可先付1成首付，剩余首付金额则可以在12个月内付完。

事实上，上海楼市近期的成交量并未明显下滑，安联·虹悦在此情况下推出“1成首付”活动也折射出楼市分化明显、热度不均的现状。尽管上海楼市目前仍热度不减，但具体到各个区域和项目却呈现出较大的差距。以位于青浦区的安联·虹悦和上实云端为例，尽管地处大虹桥商务区临近板块，两个楼盘也同时给出了较为诱人的价格和活动，但去化率一直较为低迷。

据了解，安联·虹悦目前共推多地再现“1成首付”促销活动

“1成首付”，正成为安联·虹悦引发外界关注的关键词。

日前，记者在位于青浦区华新镇的安联·虹悦走访发现，该项目部分楼栋已接近封顶，即将进入装修阶段。据项目营销中心一位现场置业顾问介绍，项目推出的“1成首付”活动属实。“促销活动会持续到6月底，目前已吸引10余位业主参加活动，还有十几个名额。”

上述置业顾问同时告诉记者，意向购房者可自主选择是否参加

楼市分化明显、热度不均

“1成首付”活动，对于某些需要置换房源或压力较大的业主可以选

择通过该活动来减轻购房首付款压力。“意向购房者在认购时仅需缴纳1成首付即可，同时需在随后的10个月内补齐剩余首付款，在此期间既不需要还贷款，也没有利息。”

据该置业顾问计算，意向购房者在参加1成首付活动后仅需支付45万元左右的首付就能认购。“我们的楼盘不仅价格低、得房率高，

出约500套房源，其中有约300余套房源处于在售状态。

上实云端一位置业顾问也告诉记者，项目已有几栋楼售罄，但目前还有一些剩余房源。“我们项目就是缺一条地铁，去虹桥商务区打车或者是坐公交需要20分钟左右，交通是项目的劣势。目前，地铁规划已经出炉了，但还需要好几年的建设才能通车。”

安联·虹悦也面临着和上实云端类似的窘境。有业内人士向记

者表示，由于欠缺地铁等公共交通配套，导致去化率较低，是安联·虹悦此次推出“1成首付”促销方案的主要原因。

与之形成鲜明对比的是，诸如云锦东方、漫云上海等豪宅、热门楼盘则出现了排队抢购现象。

据相关媒体报道，日前，云锦东方三期开盘引来不少购房者在售楼中心排队，同时还出现不少“黄牛”“假结婚”以及提供代持买房和过桥资金服务等情况。据云

锦东方开发商东航置业日前发布的最新公告，云锦东方三期摇号及后续相关活动已暂停。

此外，位于杨浦区东外滩板块的漫云上海和闵行区江川紫竹板块的象屿招商公园1872等热门项目在认购阶段就出现了深夜排队情况，开盘去化率也较高，都达到了100%。

在严跃进看来，“1成首付”促销和房价倒挂较大的楼盘热销同时出现，说明上海楼市目前存在

商量约定的。”

不过，易居研究院研究总监严跃进则表示，类似“1成首付”活动本身属于违法操作。在当前购房政策逐步走向宽松的过程中，容易产生一种误区，即各地可以制定购房和信贷规则。实际上，有些宽松政策可以积极利用，但一些违背风控原则的信贷产品或服务，容易带来违约风险，进而导致很多新情况和新问题，如夸大购房者的还款能力、造成后续购房合同出现纠纷等。

卢文曦告诉记者，房企推出的“1成首付”促销活动是否违规，要具体看是何种情况。“如果有1成首付就可办理贷款，这是不合规的。但如果是补齐首付后再做贷款，这是合规的，因为缴纳首付的时间期限是双方自行

房源供应结构问题，区域分化比较严重。

卢文曦也告诉记者，在房地产市场环境好的情况下，类似有去化压力的楼盘也可以走量，但市场环境一旦遇冷，城市外围区域就会率先感受到去化压力。“一般而言，有去化压力的楼盘大多缺少一定的竞争力。在房地产市场趋于理性的过程中，出现分化是很正常的。但是大部分盘问题不大，可能少数楼盘会遇到去化压力。”

房企或加大推盘促销力度

据诸葛找房数据研究中心统计数据，今年以来，上海楼市在经历5月初的成交量高峰后，在5月底出现了下跌趋势。第22周的成交量为1874套，环比下降38.25%。另据相关资料，今年5月，上海楼市成交面积达到100.01万平方米，位列四大一线城市之首，但成交面积较4月份环比下降约10.5%。

对此，诸葛找房数据研究中心方面分析认为，5月首周适逢“五一”小长假，居民以旅游出行需求

为主，房地产市场相对冷淡，周度成交量跌至历史低位。“随着假期过去，市场回归常态化运行，新房市场重新恢复活力，成交量两周回升，逐步恢复至‘五一’假期前水平。进入第22周，重点城市成交上升转降，预计5月整体成交规模将较4月持平或者小幅回落。”

克而瑞上海方面也表示，今年以来，上海楼市第四批次供应余量不足，仅剩5个楼盘还未取证。同时，受云锦东方等事件影响，第五

批次新房也暂缓了“一月一供”的脚步，预计会在6月上旬亮相。“可以预见，直至五批次新房入市，为市场补充新鲜血液之后，上海楼市热度才将有所恢复。”

卢文曦告诉记者，具体来看，市场供应下降，成交量也会相应下降，6月应该还是延续“震荡”行情。市场的热情不是很高，而且今年的供应量也偏少，2022年每一批集中供应量都达1万多套，但今年4批平均仅有8600多套。供

应量不是特别多，也牵制了成交量，所以市场的情绪也会受到影响。

中指研究院方面分析认为，当前，房地产市场的稳定至关重要，而近期部分开发企业面临资金压力，进一步影响着楼市预期。“6月，将迎来今年上半年收官节点，预计房企推盘力度和促销力度都将加大。在此背景下，房地产销售是否恢复也决定着后续市场信心和市场预期走向。”

“截至5月24日，各地出台的政策仅29条，不足4月份的一半，热点城市优化的政策力度也较小。”中指研究院方面进一步表示，“受此影响，短期市场的走势仍存在较大不确定性。在当前市场调整压力加大的背景下，亟须监管部门和地方政府给予楼市更大力度政策支持，稳定购房者置业信心和预期，核心城市政策存在优化空间，市场也需要更实质性的政策落地。”

南海大沥千亩连片改造 佛山城市发展提速

本报记者 陈婷 赵毅 佛山报道

“大沥村改第一宗，政府招商必成功。”

6月1日，《中国经营报》记者实地走访佛山南海区大沥镇洛溪旧村改造项目（以下简称“洛溪旧改项目”）现场看到，部分土地已整备完毕，旧村居周围悬挂数张

房企积极抢滩布局

除了时代中国，其他房企近日在南海大沥亦有相关动作。

从广州番禺区驱车约23公里，即可到达洛溪旧改项目现场，首先映入眼帘的便是一张带有时代中国logo的巨幅海报，写着“新时代、新起点、新洛溪、新跨越”。再往前步行约500米，即到达洛溪旧村入口，已开挖的土地平整，现有村居鳞次栉比。

洛溪旧改项目之重要，不仅从现场悬挂的横幅标语中体现，也从其对合作开发企业的慎重选择中凸显。

公告显示，洛溪旧改项目合作开发企业的竞选条件包括必须是大沥镇内的独立企业法人机构；实缴注册资本1亿元以上；应出具不少于5亿元的净资产证明；具有旧村居改造项目市场改造主体的经验，且不接受联合体竞选。

最终，南海大沥洛溪村选定时代中国为合作开发意向企业。值得注意的是，在业内看来，这是预期之中的结果。

早在2020年11月，时代中国当选洛溪旧改项目的前期服务机构，并设有办公点，负责该项目的前期工作。记者走访当天，在洛溪旧改项目所在的马路对面，也见到一栋门头为“时代中国佛山城市更新大沥公司”的两层建筑。

2022年3月，洛溪旧改项目纳入第一批南海区旧村改造三年计划；2022年12月，佛山市自然资源局南海分局发布《关于批准大沥镇奇槎社区洛溪旧村居改造项目单元计划的公告》，单元计划经南海区政府批准，更新用地面积约4.8万平方米，实施旧村居改造后将采用协议

红色横幅，语句气势澎湃，改造氛围浓烈。

日前，时代中国（1233.HK）中选洛溪旧改项目合作开发意向企业。公告显示，该项目改造范围内现状总建筑面积约为1.45万平方米，控制性详细规划为居住用地、商服用地及教育用地等。合作开发意向企业选定后，下一步将开启

项目改造方案的编制工作。

洛溪旧改项目为南海大沥首个旧村改造项目，紧邻“南海之眼”（即南海艺术中心片区，位于千灯湖中轴线核心地段），也被视为南海“超级中轴”的第一站。1月4日，南海区“三旧”改造项目拆旧建新现场涉及7个镇街的8个旧改（超5000亩）项目集中签约。



南海大沥洛溪村旧改项目现场

本报资料室/图

事实上，时代中国在南海大沥布局已久，其开发的商住项目包括时代水岸、时代糖果、时代中国奇槎项目、时代中国太平项目等。2018年12月，时代中国以9.88亿元的价格收获南海大沥一宗城镇住宅用地，面积为4.35万平方米；2020年1月，时代中国以11.01亿元竞得南海大沥黄岐一宗商住用地，成交楼面价约为17735元/平方米；2020年8月，时代中国佛山大沥全球创客小镇一期启动建设，项目改造范围约900亩，总建筑面积约150万平方米，拟总投资300亿元。

近期，就在成为洛溪旧改项目

合作开发意向企业的数日前，时代中国中选大沥镇敦豪物流中心更新改造项目土地前期整理的合作方，该项目整体面积约195.13亩，整理期限为自签订协议之日起两年内。

值得注意的是，除了时代中国，其他房企近日在南海大沥亦有相关动作。

5月29日，保利发展（600048.SH）以10.37亿元摘得佛山南海区大沥镇黄岐广佛路大转湾238号地块（原茶博城专业市场），溢价率为15%，折合楼面价为13618.86元/平

方米。同在南海大沥，5月25日，碧桂园（2007.HK）以总价约27.4亿元竞得河东中心路与盐秀路交会处地段一宗土地（原大三丫旧改地块），楼面价为10907元/平方米，溢价率为9%。

公告显示，保利发展所摘得的茶博城地块占地面积为30610.4平方米，规划分为A、B区。其中，A区用途为城镇住宅用地兼容零售商业用地，规划用地面积为27194.16平

方米；B区为公园与绿地，规划用地面积为3416.24平方米。按照规划，上述地块须配建社区用房、一所9班幼儿园（占地面积不少于3780平方米）。

碧桂园所竞得的地块则是南海大沥今年首宗挂牌住宅用地，也是近年来盐步片区少有的巨无霸旧改地释放。该宗地块面积约为10.88万平方米，分为A区住宅用地（占地约7.6万平方米）、B区教育用地。

“特大城市”的新局

在高度工业化后，佛山进入城市化的新阶段，其中中心城区在扩容，广佛极点加快融合。

时代中国、保利发展、碧桂园等房企抢滩布局的南海大沥，其旧改近年来跑出“加速度”。据记者不完全统计，截至目前，南海大沥正在建设的旧改重点项目共17个，拟投资额超过1400亿元。

加快推进城市更新的南海大沥，其城市发展方式也在逐步转变。

作为佛山产业重镇之一，南海大沥有着“中国铝材第一镇”“中国有色金属名镇”“中国内衣名镇”“中国商贸名镇”等头衔。从地理位置上看，其东接广州荔湾区、白云区，南邻佛山禅城区、南海区桂城，是佛山规划的中心城区，也是连接广佛两市的重要纽带。

2021年3月，广州荔湾区和佛山南海区决定先行启动共建广佛新城核心区23平方公里土地，并将核心区定名为“广佛湾”，在此区域进行广佛新城先导区标杆建设。

按照“七湖三湾一站一园”重点区域建设工作要求，目前南海大沥以“过河进湾、产业第一、项目为王、工商并举、品质领航”为工作主线，计划未来5年内启动及推进产业提升、专业市场、混合改造、美学空间等14个类型、156个重点项目，计划投资总额超2500亿元。

其中，聚焦广佛新城、广佛湾建设，大沥率先启动广佛湾的76个重点项目建设，包括产业提升项目22个、专业市场项目8个、城市更新项目9个、美学空间项目10个、美学空间项目1个、教育医疗项目13个、基础设施项目13个，预期总投资额超过1000亿元。

值得注意的是，上述洛溪旧改项目以及保利发展、碧桂园所拿地块均位于广佛湾片

区。后两幅未开发地块在此前南海大沥发布的“未来三年城市品质提升行动计划”中亦被重点提及。

5月22日，南海大沥发布城市品质提升三年行动计划，涉及116个项目，总投资达198亿元，涵盖道路、生态、康体、人文、医疗、教育等方面。三年行动计划发布当天，南海大沥推出5宗优质地块，分别为河东“大三丫”地块（碧桂园竞得）、茶博城地块（保利发展竞得）、太平工业地块、河西沿江片区改造项目01-07地块、河西沿江片区改造项目3D地块。

南海大沥正在“蝶变”背后，佛山自“十三五”期间GDP首次突破万亿元大关以来，其常住人口规模也达到“特大城市”级别（指人口500万以上、1000万以下的城市）。在高度工业化后，佛山进入城市化的新阶段，其中中心城区在扩容，广佛极点加快融合。

2022年8月，《广佛全域同城化“十四五”发展规划》出台，其提出，到2025年，广佛地区生产总值将达到5万亿元左右，实现广佛中心城区半小时通达、全域1小时通达；广佛地区经济和人口承载能力明显提升，全域同城化实现新跨越，继续在全国同城化实践中走在最前列。

因势而动，顺势而为。国家“十四五”规划纲要指出，以中心城市和城市群等经济发展优势区域为重点，增强经济和人口承载能力，带动全国经济效率整体提升。

以京津冀、长三角、粤港澳大湾区为重点，提升创新策源能力和全球资源配置能力，加快打造引领高质量发展的第一梯队。

“过江龙”抢滩粤港澳大湾区 土拍市场风起云涌

本报记者 陈婧斌 广州报道

随着粤港澳大湾区的经济迎来复苏，土拍市场也开始风起云涌。

中指研究院指出，自2023年以来，随着经济预期边际好转、房

地产政策进一步显效，多地楼市活跃度有所提升，核心城市土拍市场升温。

事实上也确实如此，《中国经营报》记者了解到，今年首轮土拍以来，位于粤港澳大湾区核心城市的多块地备受关注，也迎来众

多“过江龙”的竞逐。

中指研究院监测数据显示，2023年1~4月，粤港澳大湾区TOP10企业拿地金额406亿元，位列各城市群拿地金额的第二位，其中亚伦房地产、武汉城建集团分别以23亿元以及19亿元

的拿地金额，位列粤港澳大湾区房企拿地金额的第7位与第10位。

与此同时，中国铁建去年10月在广州海珠拍下的地块，也在今年4月首发。而厦门国贸也于5月底在广州的嘉禾望岗摇号竞

得地块。

IPG中国首席经济学家柏文喜向《中国经营报》记者指出，多家外地房企现身大湾区土拍市场，对于广东的房地产市场而言，将迎来新的投资与创新力量，对于推动市场回暖和提升行

业活跃度、促进行业竞争与进步意义重大。“粤港澳大湾区是中国经济最活跃、最有潜力与前景的区域，市场与产业、资源基础发展较好，为房地产业的可持续发展提供了产业与人口支撑。”

“过江龙”掘金大湾区赛道

今年以来，粤港澳大湾区的多个城市，土拍市场迎来众多“过江龙”抢滩。

4月4日，广州荔湾区羊城食品厂地块最终归属于武汉城建，成交总价约19.3亿元，成交楼面价32199元/平方米，溢价率15%。据了解，4月3日，该地块开拍正式开拍，并达到封顶价格进入摇号环节，经过一轮摇号，该地块最终被武汉城建成功拿下。

该地块作为广州首批供地中的地块，迎来众多房企的争夺。截至目前，该地块共有13家房企报价，保利、华润置地、越秀、中海、招商、华发、中铁建、建发、五矿、厦门国贸、武汉城建、中建五局、华侨城等央企、国企以及龙湖、厦门弘盛等民企，均有意向。

继羊城食品厂地块被武汉城建拿下十天左右，4月13日，广州番禺区迎宾路BA0603009地块摇号结果揭晓，南通亚伦幸运中标。这是今年继4月4日荔湾区花地街羊城食品厂之后的，广州第二宗摇号地，同时也是外地房企在今年布局粤港澳大湾区的第二块地。

据了解，此次摇号共有16组竞买人到场，除参与出价的中铁置业、

武汉城建、中建五局、中铁建、山西星河、美的、龙湖等外，还有保利发展、华发、建发等。

5月29日，嘉禾望岗东北侧摇号地也相继尘埃落定。保利、建发、厦门国贸3家企业参与摇号，最终厦门国贸以31号球成功摇中，以约2.46万元/平方米封顶价竞得。

据了解，厦门国贸始创于1987年，致力于房地产开发、城市更新与代建、物业服务、资产运营等业务，目前是国内地产百强房企。截至目前，该房企在厦门、福州、北京、上海、广州、成都、杭州、南京等全国19个城市都有所布局。

近一两年来，厦门国贸频频现身广州的土拍市场，比如洛溪桥地块、荔湾羊城食品厂地块等。接下来，厦门国贸还将深耕大湾区，预计还会陆续在广州、深圳、东莞等城市出手。现如今，国贸在增城就有在售新盘，项目案名为“国贸学原”。

而在今年4月中旬，中国铁建地产华南公司（以下简称“中铁建华南”）以“国匠经纬质敬美好”为主题，举办2023年媒体私享会暨海珠项目案名发布会。2022年10月，海珠区洛溪桥西侧AH101728地块，由中铁建以16.417亿元拍下后，在

今年4月正式将该地块项目命名为“中国铁建·西派粤府”。

事实上，作为全球最具实力、最具规模的特大型综合建设集团之一，中国铁建早在1984年便开始在华南地区建设了一大批影响城市发展的标志性工程，如广州地铁1号线、港珠澳大桥、广州南站、广州大学城等。

中铁建华南，作为集团地产业务重点发展城市，已布局广州、佛山、江门、珠海、三亚、南宁、福州7大城市。汇聚全球大师思潮，打造“西派系”“语系”“国际系”三大产品系，从“划时代的豪宅封面”“东方语境下的诗意图”到“匠筑一座城的生活坐标”，三大产品系皆为不同城市客群量身打造，迄今为止，已累计筑造了31个项目。其中，“西派系”是中国铁建目前最高端的产品系。

中铁建华南相关负责人表示，在粤港澳大湾区的城市布局上，则以广佛为原点，重点发力城市高价值区域地块，扩大品牌城市影响力。“未来，中铁建华南将施展精品战略，聚焦深耕，发力广佛高价值区域，精耕细作。读懂广佛，拿好地，读懂客户，做好产品，将更好的产品呈现给城市居民。”

大湾区房地产发展“起步成势”

事实上，在中国铁建看来，粤港澳大湾区房地产的发展趋势，也愈发集聚。

“粤港澳大湾区的发展趋势预测将越来越收敛聚焦，尤其是核心城市的核心地段，竞争将更加‘内卷’，从户型产品、园林到社群服务、圈层理念，每一个环节都会铆足了劲儿；开发商也将更聚焦改善型产品，追求‘好房子’‘美好生活’的兑现。”中铁建华南相关负责人表示。

为了更好地发挥企业深耕华南的价值，该负责人告诉记者，中铁建华南也将从五“观”来持续“精耕细作”。“第一是择址观，非价值高地不选，即非中心城市的市中心不进；第二是规划观，非引领行业不定；第三是园林观，非城市共生不造；第四是精装观，精雕细琢，见微知著；第五是服务观，推进全生命周期服务。”

粤港澳大湾区之所以成为众多外地房企抢滩角逐的地区，柏文喜分析指出，大湾区是国内市场基础最好、产业发展活跃度最高、人口聚集度最强、对外开放程度最高、基础设施最为完善、跨

城市的同城化生活方式发育最好，且房地产市场最健康、最有潜力与前景的都市圈，是有望从此轮行业周期中首先全面回暖的区域。“这也是今年以来外地房企抢滩竞逐粤港澳大湾区的土拍市场的直接原因。”

而另一位不愿具名的专家亦向记者分析指出，一方面是因为大湾区的发展前景广阔，另一方面是因为外地房企需要寻找新的增长点和市场机会。此外，大湾区的政策支持和优惠措施也吸引了外地房企的关注，最终使得外地房企抢滩竞逐粤港澳大湾区的土拍市场。

该专家认为，外来房企布局粤港澳大湾区背后的意义重大。“多家外地房企现身大湾区土拍市场，将为广东的房地产市场带来更多发展机遇。外地房企的进入，将带来更多的资金和技术，促进房地产市场的竞争和创新。

同时，外地房企的进入也会对广东本地房地产企业产生一定的影响，促使其提高自身的竞争力和创新能力。”

尽管如此，粤港澳大湾区的房地产发展市场仍任重道远。

柏文喜表示，目前外地房企在大湾区的房地产市场拿地仍有市场环境、产业状态与消费偏好不太熟悉，缺乏当地政商合作资源等瓶颈与难点。

对于相关瓶颈、难点，柏文喜建议，外地房企应采取与当地企业合作发展、联合投资、技术合作等方式来实现取长补短和优势互补、强强联合来加以解决。而对于未来粤港澳大湾区房地产市场发展，还是要结合国内行业实际和区域发展规划的需要，摒除过度管制的弊端，走市场化之道才能实现可持续发展。

而上述不愿具名的专家则认为，粤港澳大湾区未来的发展趋势将是高质量发展和创新发展。目前，外地房企在大湾区的房地产市场拿地仍面临着一些瓶颈和难点，如土地资源有限、政策限制等。

对此，该专家建议，可以采取多种措施，如优化土地供应、加强政策支持等。对于未来粤港澳大湾区房地产市场发展，建议加强政策协调，促进跨区域合作和资源整合，推动房地产市场的协同发展。

认购率高达667% 房价倒挂千万元

云锦东方云筑摇号被叫停 沪上顶级豪宅“打新热”或退烧

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

5月30日傍晚时分,位于上海市徐汇区龙启路377弄的云锦东方云筑显得格外静谧。该项目已基本完工,现场只有少量工人在做最后修缮。

就在当天下午,云锦东方云筑开发商上海东航置业有限公司(以

下简称“东航置业”)发布摇号暂停公告称,为维护房地产市场秩序,保障购房人合法权益,将暂停原定于2023年6月1日10时在上海市东方公证处举行的开盘销售摇号排序活动及后续相关活动。

《中国经营报》记者注意到,云锦东方云筑之所以被紧急叫停摇号、开盘,源于其一二手房价之前存

在明显倒挂,“打新”成功意味着可获得动辄2000余万元的隐性收益,这也引发了“假结婚”、违规代持等一系列乱象。

此前的5月25日,上海市徐汇区房管局一名工作人员向记者表示,已关注到云锦东方云筑项目的相关情况,具体处理措施还在研究中。

多位房地产业内专家分析认

为,云锦东方云筑销售工作遭叫停,充分说明上海市各主管部门对于该问题的关注力度,即将整顿购房秩序,对于一些有炒房风险的高倒挂项目或将进行严管。“相关部门应进一步完善这类项目的认购标准或手续,加强监管审核力度,打击投机空间,坚守‘房住不炒’的底线,避免投机行为扰乱正常的房地产市场秩序。”

千万级豪宅引发“打新热”

如果能顺利买到大户型,就相当于能赚2000多万元。

时间拨转至4月。上海市公布第四批次新房集中入市名单,位于徐汇区滨江板块的云锦东方云筑名列其中,并以16.49万元/平方米的备案均价位列榜首,也打破了上海市新房备案均价的天花板。

据了解,云锦东方云筑此次共推出105套房源。其中洋房42套,均价约13.2万元/平方米;别墅63套,均价17.82万元/平方米,都是176~408平方米的大户型,房源总价约2457.7万元~9618万元。

购房者王力(化名)告诉记者,该项目认购时间为5月12日~16日,原计划6月1日摇号、6月3日开盘。购房需支付500万元认筹金,同时购买首套房需要冻资900万元,二套房更是需要冻资2900万

元,冻结时间长达20多天。

王力是土生土长的上海人,为了筹措购房资金甚至卖掉了位于中环附近的两套拆迁房。“虽然新房价创新高,但二手房均价已超过20万元/平方米,部分别墅近两个月的成交价已经逼近30万元/平方米。因此,如果能顺利买到大户型,就相当于能赚2000多万元。”

正因如此,本次认购需要购房者提供过去12个月的银行流水并加盖徐汇区银行业务章。这也是上海自实行积分制以来首个要求提供银行流水的新房项目。

5月13日一早,王力便专门请假到位于芒果广场二层的临时售楼处排队登记。“那天非常热,非常

晒,早上9点就已有不少购房者排队。一开始都是人工报名登记、核验材料,后面购房者实在太多就采用线上报名方式,但很多人一提交就出现卡顿,只能一直刷新,甚至有购房者直到5月16日最后一天都没完成认购。”王力回忆道。

从认购情况来看,截至5月14日,云锦东方云筑就有超过470组认购,认购率达448%,并触发积分。而在控制认购人数的情况下,到6月16日认购结束仍有超700组购房者参与认购,认购率达667%。该项目也成为上海市今年以来认购率最高的楼盘。

一名当地中介人士表示,由于竞争激烈,入围的购房者都是“社保巨子”乃至社保“满分”购房

者。在开启认购的第三天,现场直接分出了满分和未满分两条排队通道。“在5月16日认购截止前,我帮一名客户顺利提交了材料。最终通过审核的购房者肯定不止700组,最终入围摇号的至少有800多组。”

“云锦东方云筑之所以如此火爆,最直接的因素就在于房价倒挂,购房者‘买到就是赚到’的心理表现非常明显。”易居研究院研究总监严跃进分析认为,目前“打新”情绪依然比较重,这也是大城市购房市场的重要特点。同时,虽然房地产市场近期有所降温,但部分大城市中心城区的高端项目依然供不应求,房地产市场的结构差异和不均衡问题也需要引起关注。



日前,云锦东方云筑因一二手房价倒挂而被紧急叫停摇号、开盘引发外界关注。图为云锦东方云筑项目施工现场。
本报资料室/图

落实房价倒挂治理长效机制

上海豪宅“打新热”不断涌现,反映出高端住宅市场存在供需关系不平衡的问题。

事实上,在云锦东方云筑准备入市之前,上海市高端住宅市场都保持着稳中有升的态势。

第一太平戴维斯统计数据显示,5月8日~21日,上海市单价8万元~12万元的公寓市场共成交256套,环比下降80%;成交均价10.78万元/平方米,环比上升12%。单价12万元以上的公寓市场则成交68套,环比增长89%,成交主力为百汇园项目。

在业内人士看来,云锦东方云筑如果得以在6月3日正式开盘,无疑将为上海市高端住宅市场添上浓墨重彩的一笔。如今,不仅云锦东方云筑项目按下“暂停键”,类似存在一二手房倒挂的豪宅项目也受到了影响。

比如,位于上海市黄浦区董家渡板块的绿城外滩兰庭二期项目,原计划在6月初入市。绿城中国相关负责人表示,目前,绿城外滩兰庭的工程进度还没达到取证条件,开盘时间待定。另有消息称,上海市高倒挂楼盘和热门“红盘”的取证、开盘时间

或将暂停1~2个月。

一名跨国房地产机构高端住宅部门主管告诉记者,上海豪宅“打新热”不断涌现,反映出高端住宅市场存在供需关系不平衡的问题。根本原因在于,第一,部分购房者出于财富保值目的而购入豪宅资产;第二,上海市人才落户政策放宽,而增加了居住需求。

“随着上海市切实贯彻新开项目按批次集中供应,政府严控入市节奏等措施不断发挥作用,上海市豪宅市场‘打新热’在一定程度上已经有所降温。”该人士认为,上海市还应该通过各类调控措施,逐步降低房价倒挂和“打新”带来的热度,同时需严格执行楼市调控政策,使得市场没有漏洞可钻。

严跃进也建议,上海市相关部门应当加强高倒挂盘和热门“红盘”的资格审核力度,同时严守“房住不炒”的原则,在治理房价倒挂等问题方面出台并落实长效机制,真正让住房回归居住属性。

“假结婚”、代持暗藏风险

无论是“假结婚”还是代持,这些行为本身都严重扰乱了房地产市场的正常交易秩序。

潜在的巨大经济利益,也让各类“黄牛”蠢蠢欲动,“假结婚”、代持等乱象不断涌现。

“在排队认购时眼神必须坚定,否则就会有‘黄牛’凑过来介绍业务。”王力告诉记者,第一种就是“假结婚”,如果意向购房者单身或离婚,“黄牛”就会负责介绍高分乃至满分的异性;第二种则是代持,“黄牛”从上海市郊区找来社保“顶格”的老夫妻,然后购房者出资让他们出面认购摇号,再通过婚姻变更等方式避开限售。

北京市金诉律师事务所主任

王玉臣看来,无论是“假结婚”还是代持,这些行为本身都严重扰乱了房地产市场的正常交易秩序,其背后存在的产业链更涉嫌违法,根据行为严重程度,甚至可能构成非法经营罪等刑事犯罪。

王玉臣直言,在我国并不存在“假结婚”的法律概念。如果双方没有签订相关的财产分割协议,在之后离婚财产分割过程中,另一方不同意将房产归还就很可能引发财产分割争议。

相比“假结婚”,购房代持的法律风险则更大。王玉臣告诉记者,

在司法实践中,经常会遇到一些借名买房或代持买房纠纷,比如一些人自己本身不具备购买经济适用房的资格,就借别人的名字和资格认购,但被借名的人看到房价的大幅上涨就心动了,到法院提起诉讼,以确认协议无效,要求返还房屋。

“即便是购买普通商品房,借名发生纠纷的概率也很高,甚至很多都发生在亲戚朋友之间。另外,如果被借名人出现债务纠纷,其名下的房产也可能被法院等强制执行。”王玉臣表示。

乱象频出也让云锦东方云筑

最终未能如期摇号、选房,最终于5月30日下午对外发布了摇号暂停公告。

东航置业方面表示,因摇号选房时间暂不确定,如需退出本次认购活动的认购人有权要求退还认购金,退款办理时间为5月30日至6月7日。认购人一经发起线上退款申请则代表放弃云锦东方云筑的认购资格,认购金退款将在东航置业自接到认购人的退款申请后10个工作日内退至原支付认购金卡内,未收到认购金退款不作为仍有认购资格的依据。

趁行业洗牌谋求转型 “地产新势力”逆势入场抢地

本报记者 方超 张家振 上海报道

在地产行业加速洗牌之际,一批地产“新面孔”正在各地土拍市场上“大显身手”。

近日,在西安、广州等地频繁抢地的南通亚伦房地产开发有限公司(以下简称“亚伦地产”)引发外界广泛关注。中指研究院统计数据显示,今年1~4月,亚伦地产权益拿地金额达到40亿元,位列

全国第21位,甚至超过保利置业、碧桂园等多家全国知名房企。

亚伦地产逆势入场抢地并非个例。《中国经营报》记者注意到,近年来,伟星房产、杰立建设等企业先后现身南京、杭州等热点城市土拍市场。据中指研究院统计数据,2022年,伟星房产权益拿地金额达152亿元,闯入全国排行榜20强,将中国金茂、深圳地铁集团、南京颐居建设等央国企甩在

身后。

多位行业人士在接受记者采访时表示,在房地产行业的“黄金时代”,不少民营房企巨头依靠“三高”经营模式,快速跑马圈地实现销售规模攀升,但在地产行业洗牌之际,此前“叱咤风云”的房企巨头开始在土地市场隐身。而一些此前在土拍市场无力与其竞争的中小规模房企开始逆势入场拿地,成为土地市场中的“地产新势力”。

土地市场涌现“新面孔”

今年以来,区域民营房企亚伦地产的拿地足迹已遍布合肥、西安、广州等一、二线城市,成为房地产行业关注的焦点。

将时间拉回到今年4月6日。彼时,位于西安市高新区丝路科学城的1宗62.29亩的住宅用地吸引了碧桂园、华润和龙湖等7家房企参与角逐。在经过多轮竞价及摇号后,该地块最终被亚伦地产以16.5亿元的代价“斩获”。据悉,该地块是西安市土拍史上的第三宗摇号地块。

在夺得西安高新区地块仅一周后,亚伦地产又现身广州市土拍市场。公开资料显示,在2023年广州第一轮集中供地中,广州市番禺区迎宾路BA0603009地块在经过17轮报价后提前封顶进入摇号环节,最后被亚伦地产以23.23亿元拿下。

在连续拿下西安、广州热门地块后,亚伦地产迅速成为地产行业关注的焦点。中指研究院发布的《2023年1~4月全国房地产企业拿地TOP100排行榜》显示,亚伦地产以40亿元权益拿地金额

位列全国第21位。

记者注意到,在进入西安和广州之前,亚伦地产早已布局合肥等城市。2022年9月27日,合肥市第三轮集中供地竞品质环节结束,亚伦地产以6.86亿元竞得瑶海YH202210号地块。

在一、二线城市凶猛“抢地”的亚伦地产,到底是“何方神圣”呢?记者梳理发现,亚伦地产为江苏亚伦集团股份有限公司(以下简称“江苏亚伦”)100%控股企业,后者在1994年6月首次进军房地产业,开篇之作是25万平方米的江苏纺织面料专业市场。此后,江苏亚伦相继成立了10家房地产子公司,全力投入商业地产开发、城市综合体改造和商品房住宅建设。

对于在一、二线城市密集拿地之举,记者近日致电亚伦地产,该公司办公室工作人员回应称:“公司只是拿了一点地而已,其他情况不方便接受采访。”

无独有偶,除亚伦地产外,近年来在合肥、南京、杭州等地持续拿地的伟星房产也颇受外界关注。

在3月份举行的南京市2023年首轮土拍中,多家开发商参与竞拍河西滨江核心G03地块,该地块仅1分钟就触顶摇号,最终被伟星房产以楼面价43173元/平方米、总价31亿元的代价拿下。该地块也成为南京历史上的第二高地价。

夺下南京河西高价地项目,仅是伟星房产持续拓储的一个缩影。中指研究院发布的《2022年全国房地产企业拿地TOP100排行榜》显示,2022年,伟星房产权益拿地金额达152亿元,名列全国第18位。而在今年1~4月,伟星房产更是以78亿元权益拿地金额,闯入全国前十强,排名高于龙湖集团、滨江集团和金地集团等知名房企。

记者注意到,伟星房产起家于浙江省台州市临海市,目前划分为东部区域和浙江区域。其中,东部区域公司为位于安徽省芜湖市的伟星置业。对于在南京市等地的拿地举动,记者致电伟星置业并发送了采访提纲,但截至发稿未获回复。

实力母公司提供资金助力

在一、二线城市密集拿地的亚伦地产等地产“新面孔”,其背后的投资版图也受到外界关注。

“亚伦地产在南通市本地的声量不大,之前开发过几个项目,目前也有正在开发的项目。”一位要求匿名的江苏省地产行业人士向记者分析,这家公司“原来一直做财务投资,跟融创、龙湖集团等都有过合作,现在拿地或是觉得一、二线城市土地仍存增值机会,加之目前一些大开发商拿地节奏放缓,可能想‘抄底’拿地”。

记者梳理亚伦地产投资版图也发现,亚伦地产目前与龙湖集团在合肥、广州等地皆有合作。亚伦地产今年在广州市番禺区拿下的迎宾路BA0603009地块,或将由龙湖集团操盘。记者此前曾致电亚伦地产,办公室相关工作人员也表

考验品牌力、产品力

值得注意的是,除亚伦地产、伟星房产等积极拓储的“地产新势力”外,地方国企近年来亦在一、二线城市持续拿地。

“地方国企业绩贡献约有一半来自重点一、二线城市。大部分企业近两年的年均拿地金额超过150亿元,拿地较为积极,主要集中在总部及周边区域的高能级城市,以及长三角城市群。”克而瑞研究中心分析认为。

克而瑞研究中心统计数据显示,杭州大家房产近三年年均拿地金额超200亿元,年均拿地销售比达到0.61,拿地较为积极。南京颐居建设2022年以260.05亿元的拿地金额位居南京土储权益货值榜榜首,也是南京市唯一一家货值破200亿元的房企。

值得注意的是,在此轮地产周期中,除亚伦地产等区域性民营房

企和大家房产等地方国企外,选择出手拿地的企业还分布在快递和家纺等行业。

5月25日,上海水星家用纺织品股份有限公司(以下简称“水星家纺”),603365.SH)发布的关于拟购买土地使用权公告,拟使用不超过1亿元的自有或自筹资金购买位于南通通州川姜镇的土地使用权,并且将成立全资子公司作为项目的实施主体。

“公司本次购买土地使用权主要原因是打造集研发、设计、生产、仓储、直播等为一体的区域总部,旨在为公司生产经营提供必要的保障,有利于公司进一步扩大生产经营、提升收入水平和企业规模,满足公司未来战略发展需要。”水星家纺董秘办相关负责人告诉记者,“本次购买土地使用权以自有或自筹资金方式投入。”

“未来两年,预计大量‘地产新势力’会崛起。很多新的民营企业发展,金融机构在合理杠杆下会与这批企业合作,进入良性循环。”亿翰股份董事长陈啸天表示。高院生则告诉记者,“地产新势力”密集拿地的现象不会越来越多。“因为房地产行业进入下半场,对房企品牌、品质会有一定要求,并非任何企业都能做房地产。目前涌现出的一些所谓‘地产新势力’,只是在前些年不怎么拿地,并不代表它们没有做过房地产,所以我觉得未来并不会出现太多新面孔。”

“未来,房地产市场还会以品牌房企为主导,品牌影响力、产品能力、成本管控能力等将愈来愈重要。”高院生表示,不排除一部分资金比较雄厚的企业,以投资而不操盘的形式去拿地。“总体而言,未来房地产市场对于开发企业的能力要求将越来越高。”

赣锋锂业向上游进击 一体化下百亿存货高悬

持续布局锂资源

本报记者 茹阳阳 吴可仲
北京报道

锂业巨头江西赣锋锂业集团股份有限公司(以下简称“赣锋锂业”,002460.SZ)再次出手布局上游资源。

近日,赣锋锂业公告称,公司拟以1.06亿澳元认购澳大利亚Leo Lithium Limited公司(以下简称“Leo Lithium”)所增发不超过总股本9.9%股权。Leo Lithium旗下的主要资产为位于非洲马里的Goulamina锂矿项目,其总矿石量为1.42亿吨,平均品位1.38%,折合氧化锂197万吨。

赣锋锂业2022年年报显示,截至当期期末,公司在全球直接或间接拥有权益的锂资源项目高达15个,权益资源量逾4000万吨碳酸锂当量。

《中国经营报》记者以投资者身份致电赣锋锂业,该公司人士表示,拿到一个锂矿项目到能产出锂资源会有较长的周期,因此目前公司的锂资源自给率尚在30%左右。“Goulamina锂矿地处马里南部,其资源量如公告所示,至于其周边的基础设施情况,暂时没有更多相关信息。”

随着国内企业加大对非洲锂资源的投入力度,预计非洲将成为中国锂盐企业下一轮产能扩张的主赛道。

随着近年下游需求爆发和锂价的暴涨,产业链企业纷纷出海布局上游资源。

在天齐锂业(002466.SZ)购买澳大利亚Essential Metals Limited(ASX:ESS)公司股权交易终止不足40天后,国内另一锂业巨头赣锋锂业便也抛出了相关股权认购计划。

5月29日,赣锋锂业公告称,公司已召开董事会并通过相关议案,同意公司或子公司以每股0.81澳元价格认购澳大利亚Leo Lithium所增发不超过总股本9.9%股权,合计交易金额1.06亿澳元,即约4.89亿元人民币。

据悉,Leo Lithium是一家成立于2022年,在澳大利亚证券交易所及法兰克福证券交易所上市的公司,主营业务为马里锂矿资源勘探及开发,其旗下的主要资产为位于马里的锂辉石Goulamina项目。

上述公告显示,Goulamina拥有位于非洲马里南部地区的锂辉石矿项目,矿区面积100平方公里,该项目目前持有于2019年取得的有效期为30年的1个采矿许可证。Leo Lithium公布的数据显示,根据澳大利亚矿产储量联合委员会标准(JORC)估算,Goulamina项目总矿石量为1.42亿吨,平均品位为1.38%,折合氧化锂197万吨。

推行一体化战略

在赣锋锂业推进一体化战略进程中,近期其存货余额却居高不下。

从锂盐起步的赣锋锂业,一直在积极进行产业链延伸。

目前,赣锋锂业已经形成垂直整合的业务模式,业务贯穿上游锂资源开发、中游锂盐深加工及金属锂冶炼、下游锂电池制造及退役锂电池综合回收利用等。

2022年全年,赣锋锂业共销售9.74万吨碳酸锂当量锂产品,实现营收346亿元;锂电池业务实现6GWh出货量,贡献营收65亿元,同比增长22%;同时已形成7万吨退役锂电池及金属废料综合回收处理能力,成为该领域头部企

赣锋锂业年报信息显示,截至2022年,其已在澳大利亚、阿根廷、马里、墨西哥、爱尔兰及国内的青海、内蒙古、湖南、江西等地布局15处锂资源,涉及锂辉石、锂盐湖、锂黏土和锂云母等多种锂资源类型。其中,除4处正在勘探中外,剩余11处资源量合计逾7000万吨碳酸锂当量,权益资源量达4500万吨碳酸锂当量。

“拿到一个锂矿项目到能产出锂资源会有较长的周期,因此目前公司的锂资源自给率在30%左右,现用锂资源主要来自澳大利亚的Mount Marion项目。”赣锋锂业人士表示。

同时,根据赣锋锂业方面与Leo Lithium共同签署的《认购要约》规定,本次战略配售所得资金用于Goulamina项目第一阶段的开发和运营;双方规划将Goulamina二期产能提高至每年约50万吨锂辉石精矿,赣锋锂业将拥有每年35万吨锂辉石精矿的包销权,Leo Lithium将拥有每年15万吨锂辉石精矿的包销权;此外,双方将探讨在欧洲或其他地方合资建设锂盐生产基地的可行性。

其实,近年除赣锋锂业外,包括中矿资源(002738.SZ)、华友钴业(603799.SH)、天华新能(300390.SZ)、雅化集团(002497.SZ)、盛新



5月29日,赣锋锂业公告,拟以1.06亿澳元认购澳大利亚Leo Lithium Limited公司所增发不超过总股本9.9%股权。图为赣锋锂业的车间内,智能机器人执行备货工序。

视觉中国/图

锂能(002240.SZ)等在内的多家上市公司,均在非洲有锂资源相关布局。

信达证券研报显示,据美国地质调查局(USGS)数据,非洲拥有丰富的锂资源,主要分布在刚果金、津巴布韦、马里、加纳和纳米比亚等国。此外,非洲存在大量未勘探地区,未来增储空间很

大。“非洲锂资源丰富、开发潜力大,但是由于前期勘探不足以及缺乏资金支持,项目整体进展比较缓慢,目前仅有津巴布韦的Bikita一座规模化的在产锂矿山,其余项目多处于代建或者前期可研阶段。

随着国内企业加大对非洲锂资源的投入力度,预计非洲将成为中国锂盐企业下一轮产能扩张的主

赛道。”

不过,多份券商研报及行业人士亦表示,与拥有成熟基础设施的澳洲锂矿山不同,非洲国家基础设施普遍较为薄弱,相关锂资源项目多面临电力短缺、运输困难等问题。关于Goulamina项目周边的基础设施情况,赣锋锂业人士表示,其暂时没有更多信息。

风电市场需求释放 今年或迎来装机大年

本报记者 陈家运 北京报道

随着海外市场持续释放,国内风电企业频繁斩获大单。

5月以来,大金重工(002487.SZ)、中天科技(600522.SH)、明阳智能(601615.SH)等多家风电企

海外需求旺盛

5月8日,大金重工公告披露,其全资子公司签订海外大单,合同总金额约5.47亿欧元,约占大金重工2022年度营收的80%。5月10日,大金重工再次发布公告,公司全资子公司蓬莱大金海洋重工有限公司与某欧洲能源开发企业签署了某海风项目的供货合同,合同总金额约1.96亿欧元。

除了大金重工之外,风电行业其他企业在今年也陆续拿下海外订单。

5月14日,中天科技宣布,其和上海源威建设工程有限公司的联合体中标惠州港口二PA海上风电项目海底电缆及敷设项目,中标价格9.675亿元。同时,中天科技预中标丹麦Baltica 2海上风电项目(B包)275kV高压交流海底光电复合缆及其配套附件,预中标金额约12.09亿元。

对此,高梦涵向记者表示,今年以来,国内风电企业不断获得海外订单,主要是因欧洲遭遇能源危机,风电成为其重要能源转型方向,欧洲也成为我国风电企业海外

业陆续宣布拿下多个海外订单。

为何中国风电企业频受海外市场青睐?中研普华研究员高梦涵在接受《中国经营报》记者采访时表示,首先,我国在风电技术研发和生产方面不断增加投入、提升技术水平和产能,已成为全球

领先的风电制造国家。其次,因欧洲遭遇能源危机,风电成为其重要能源转型方向,欧洲也成为我国风电企业海外的最大市场。最后,随着“一带一路”倡议的深化,使得国内风电企业与境外客户建立了长期稳定的合作关系。

最大的市场。同时,“一带一路”倡议也让国内风电企业与境外客户建立了长期稳定的合作关系。

一位风电企业人士告诉记者,在碳中和以及能源安全的大背景下,欧美各国将维持风电的发展节奏,亚非等新兴市场则将更为积极地推动市场扩容。根据全球风能理事会(GWEC)预测,从2022~2026年陆风新增装机口径看,除中国外,海外市场的装机体量排名分别是欧洲、北美、亚洲(不含中国)、拉美和非洲中东。

欧美市场体量大但相对稳定,亚洲、非洲等新兴市场呈现出低基数下的高增速趋势,其中印度、越南等市场风电发展尤为迅速。从海风新增装机看,亚洲是最大的新增装机市场,欧美则预计在2025年打开增长局面。

事实上,全球海上风电已进入发展快车道。据国际能源署(IEA)预测,到2040年海上风电装机容量将达到130~180GW。

数据显示,英国、德国、丹麦等8个国家计划2030年前实现海上风电

装机133.4GW。截至2022年年底,欧洲海风累计装机30GW,2023~2030年平均新增海风装机量达12.9GW,远超2013~2020年平均新增海风装机量2.5GW的水平。

中天科技董事会秘书杨栋云近期表示,中天科技新增中标海外订单额达到历史最高水平。

据杨栋云介绍,中天海缆完成了菲律宾高压海缆总包项目现场工作的竣工验收,德国高压海缆总包项目的调试验收以及越南等大长度中压海缆项目的顺利交付。在海上油气领域,公司新增中标220kV海缆项目,并继续扩大该领域新市场新客户,相继在南美、中东获得多项重大项目,巩固了公司国际主流油气行业海缆供应商地位。

高梦涵表示,风电产业早已被列为战略性新兴产业之一,经过快速发展,我国风电企业具备丰富的经验和成熟的技术,能够提供高质量、低成本、竞争力强的风电设备,具备技术、产能及价格方面优势。

市场增量空间巨大

在“碳达峰、碳中和”的背景下,不仅海外风电市场极具潜力,国内市场也存在巨大的增量空间。

今年一季度,风电行业就呈现出良好开端。国家能源局数据显示,2023年1~3月我国风电累计新增装机达10.40GW,同比增长31.6%。

多家机构预测,今年我国风电行业将迎来装机大年。

东方电气风电股份有限公司董事长尹守军表示,2023年是风电装机大年,风电建设和装机节奏加速,行业将维持持续景气。按照2023年全国能源工作会议部署,2023年风电装机规模达到430GW,根据目标推算,新增装机预计在

70GW高位。从2023年招标量公开数据看,一季度项目招标量接近20GW,同比增长约30%,市场需求旺盛,将驱动行业持续景气。

从2023年新增装机量看,一季度风电新增装机10.40GW,同比增加32%,创下了近6年第一季度的装机新高。

国家发改委、国家能源局于1月30日印发的《以沙漠、戈壁、荒漠地区为重点的大型风电光伏基地规划布局方案》,提出到2030年规划建设风光基地总装机约455GW,其中库布齐、乌兰布和、腾格里、巴丹吉林沙漠基地规划装机284GW,采煤沉陷区规划装机37GW,其他沙漠和戈壁地区规划

装机134GW。

3月27日,GWEC在巴西圣保罗发布《2023全球风能报告》。报告预计,到2024年,全球陆上风力新增装机将首次突破100GW;到2025年全球海上风力新增装机也将再创新高,达到25GW。未来5年,全球风力新增并网容量将达到680GW,平均每年风力新增装机将达到136GW,实现15%的复合增长率。2023年后,全球风力装机将进入稳定增长阶段,其中海风装机增速更高,海上新兴市场发展将成为未来5~10年风力装机提升的主要驱动力。

另据GWEC预计,2026年全球风力新增装机有望达到31.4GW。

技术迭代下的新挑战

目前,我国风电机组产量已占据全球三分之二以上市场份额,并具备大兆瓦级风电整机、关键核心大部件自主研发制造能力,建立形成了具有国际竞争力的风电产业体系。

不过,当下全球风电市场竞争激烈。高梦涵认为,中国企业未来仍需加强技术创新、市场多元化、国际化竞争等方面探索和挑战,进一步提高品牌知名度和国际市场地位。

高梦涵表示,就发展趋势来

看,风电行业进入到技术更新和创新的新阶段,研发具有自主知识产权的高效低耗风电技术将成为企业的竞争优势,这就需要国内企业提高技术创新能力和产学研协作能力,向领域覆盖广泛的智能化、大型化趋势发展。

另外,上述风电企业人士告诉记者,“十四五”期间将是全球能源结构调整的关键期,以风电和光伏为代表的清洁能源行业将迎来历史发展机遇。

该人士表示,短期内行业需要

面对补贴取消后平价上网的挑战,风电主要成本为固定资产投资折旧和投资资金成本,风机招标价格逐步回落,一方面整个行业面临成本倒逼产业链进行技术创新和管理提升,实现技术迭代以降低成本,行业将出现向技术先进、管理规范、成本具有竞争力的龙头企业聚拢的趋势。另一方面,随着风机主机等投资成本的下降,在实现平价上网后,风电良好的投资回报优势逐渐显现,这会进一步刺激装机规模,扩大市场容量。

腾讯游戏重回增长轨道 新游蓄势待发

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

时隔一年，腾讯游戏重回增长轨道。

2023年一季度财报显示，腾讯本土游戏市场收入同比增长6%，国际市场收入同比增长25%。国际市场为腾讯贡献的收入已经超过本土的三分之一，成为其第二增长曲线。

腾讯游戏业务的复苏得益于国内春节假期红利，以及全球游戏行

业回暖。在电话会议上，腾讯高管表示，《王者荣耀》《和平精英》等“常青树游戏”为公司业绩作出很大贡献，未来运用资金时，会向固有的高利润业务倾斜。

随着版号的持续发放，腾讯储备丰厚的游戏产品有待发行。在SPARK 2023腾讯游戏发布会上，腾讯一口气公布了35款产品的最新动态，其中包括18款游戏新品。业内分析认为，二次元游戏或将再次成为腾讯游戏的重要着力点。

重回增长轨道

腾讯的降本提质效果开始显现，各业务毛利率均实现同比增长。

5月17日，腾讯公司发布2023年一季度财报。报告显示，公司营业收入时隔一年半重回两位数增长，达到1499.86亿元；其净利润同比增长10%，达到258.38亿元。三大业务中，增值服务（包括游戏业务）、网络广告、金融科技及企业服务分别实现收入增长9%、17%、14%。

其中，腾讯游戏业务在今年一季度实现较大改善，收入同比上升10.8%达到483亿元，占总收入比重为32.2%，在本土、国际市场双双实现增长。

在本土游戏市场，腾讯实现收入351亿元，同比增长6%。这是自2022年一季度以来，腾讯本土游戏市场收入首次实现同比正增长。多款中长期游戏的强劲表现拉动游戏业务恢复增长：《王者荣耀》《穿越火线》PC版和手游版分别上线新的“皮肤”、推广活动以及主题内容，其流水在2023年第一季度均创下历史新高；自走棋游戏《金铲铲之战》于第一季度流水同比增长超过30%，其日均活跃账户数于4月超过1000万个，创下历史新高；《暗区突围》日活跃账户数和流水于第一季度均创下历史新高。

腾讯财报显示，其本土游戏市场收入环比增长幅度达到26%，乃受春节旺季影响推动，《王者荣耀》《穿越火线手游》《地下城与勇士：创新世纪》《和平精英》等游戏收入环比反弹强劲，叠加游戏内虚拟道具销售增加。

第三方研究机构伽马数据发布的《2023年1—3月游戏产业报告》显示，第一季度中国游戏市场规模为675.09亿元，环比上升15.61%，同比下降15.06%。环比上

升受两方面带动作用：一是春节期间位于一季度，假期促进了用户活跃度及付费意愿，多数头部产品在该期间实现流水增长；二是一季度有新品表现较优，贡献部分流水增量。

受《胜利女神：妮姬》《Triple Match 3D》《VALORANT》等游戏的驱动，腾讯国际游戏市场收入在今年一季度同比增长25%达到132亿元，排除汇率波动的影响后增幅为18%，同比增幅与2022年一至四季度相比有较大飞跃。

与2022年四季度相比，腾讯今年一季度国际游戏市场收入环比下降5%，系受到去年12月假期后的淡季影响。腾讯方面介绍，《VALORANT》推出新地图和新英雄，日系风格及外星人主题武器道具大受欢迎，推动游戏流水于2023年第一季度同比增长超过30%，月活跃账户数取得同比增长；《PUBG Mobile》得益于新战斗功能和玩家对战玩法的升级，月活跃账户数恢复环比增长，腾讯推出游戏地图编辑器帮助玩家开发游戏内容，以提升玩家黏性以及延长游戏的生命周期；其附属公司Miniclip于2022年4月发布了《Triple Match 3D》，这款游戏成为市场上唯一一款于过去两年内发布并在同类游戏中排名前十的游戏。

与此同时，腾讯的降本提质效果开始显现，各业务毛利率均实现同比增长。其中，增值服务毛利率为53.9%，同比增长3.4个百分点，环比增长4.1个百分点。其增值服务业务收入成本同比增长2%至366亿元，反映游戏相关的渠道及分销成本以及内容成本增加。

“常青树游戏”表现亮眼

腾讯方面表示，并不会在每一个赛道都投入大量金钱试错，而是专注于能提供差异性体验的服务。

在电话会议上，腾讯高管表示，其游戏业务的复苏表现得相当广泛，并不仅有一两款游戏反弹，其排名前15名的游戏中，12款游戏的收入实现同比增长。

谈及游戏业务复苏的原因，腾讯方面没有给出明确看法。该公司高管表示，全球游戏行业已经克服了一些过渡时期的挑战。“我们是跑赢还是跑输整个行业，很大程度上取决于我们所能提供的内容的质量。”

腾讯方面强调，一些“常青树游戏”帮助公司在今年一季度实

现了出色的业绩。“常青树游戏”指《王者荣耀》《英雄联盟》《穿越火线》《和平精英》等运营多年的竞技游戏。“这些游戏通常是以团队为基础的竞技游戏，旨在保持平衡、公平，并且玩家可以玩几年或几十年……而玩家的投入最终将转变为公司的收入。”

不过，今年一季度腾讯表现亮眼的游戏产品中，有多款是新近发布的或小众品类的游戏，如2021年发布的自走棋游戏《金铲铲之战》；2022年11月发布并在海外大火的二次元射击养成游戏《胜利女神：妮姬》；2022年4月发布的消除游戏《Triple Match 3D》等。另外，《暗区突围》和《VALORANT》为第一人称射击游戏，分别发布于2022年4月和2020年6月。

腾讯高管在电话会议上表示，腾讯虽然寻求加强在其他品类游戏中的地位，但在运用资金时，会向固有的高利润业务倾斜，同时退出一些低利润业务。腾讯的这一思路不仅体现在游戏方面。“如果你深入研究我们的业务范围，就会发现有许多新兴的增长动力……每一个都是

非常有意义的机会，随着时间的推移，有很长的跑道可以扩展。”但腾讯方面表示，并不会在每一个赛道都投入大量金钱试错，而是专注于能提供差异性体验的服务。

此外，腾讯游戏的未成年人保护取得一定成绩。财报显示，其2023年第一季度未成年人游戏时长和流水仅占本土市场游戏总时长的0.4%和总流水的0.7%，较三年前同期分别下降96%和90%，这反映公司已基本消化未成年人保护措施带来的影响。

18款新游蓄势待发

游戏将有望突破既有产业范畴，迎来“第三次扩容”。

从2022年4月版号恢复发放起，几乎每个月都有新一批的国产游戏获得发行资格。腾讯从2022年11月起连续5个月获得版号。今年5月，腾讯旗下又一款产品《王牌战士2》通过审批。至此，腾讯储备游戏紧张的局面已经得到缓解。《中国经营报》记者就新品发行节奏等问题联系腾讯方面采访，对方表示一切以财报公布内容为准。

其中，《无畏契约（VALORANT）》将于6月8日开启内测。这是一款由拳头游戏研发、中国大陆地区由腾讯游戏代理发行的第一人称5V5英雄战术射击网游。在游戏中，玩家将化身为能力各异的英雄，使用不同类型的枪械与对手展开战斗。游戏注重射击技巧与创造性的玩法，拥有极强的竞技性与战术策略性。根据信达证券研报，这款游戏已经在海外运营一周年，MAU突破1400万人大关。

MMORPG游戏《命运方舟》国服将于今年夏天全面开放，现已开启不限号预约。这款游戏曾以最高同时在线人数132万人位列Steam历史第二。

二次元RPG手游《白夜极光》此前已于2021年6月在海外上线，获得2021Google Play“最佳游戏”和“最具创新力游戏”两项大奖。Sensor Tower数据显示，该游戏上线首月在海外市场的收入超过1700万美元。根据腾讯发布会披露的信息，《白夜极光》国服正式定档6月13日。



5月17日，腾讯公司发布2023年一季度财报显示，公司营业收入时隔一年半重回两位数增长，达到1499.86亿元，净利润同比增长10%，达到258.38亿元。图为在上海Chinajoy娱乐展上，腾讯游戏展位的《王者荣耀》及《和平精英》等国产手游人气火爆。

视觉中国/图

光》此前已于2021年6月在海外上线，获得2021Google Play“最佳游戏”和“最具创新力游戏”两项大奖。Sensor Tower数据显示，该游戏上线首月在海外市场的收入超过1700万美元。根据腾讯发布会披露的信息，《白夜极光》国服正式定档6月13日。

此外，腾讯即将代理发行的游戏还包括即时多维战斗RPG游戏《白荆回廊》、MMORPG游戏《二之国：交错世界》、卡牌策略RPG游戏《七人传奇：光与暗之交战》等。这些游戏在手游社区平台TapTap上的评分在8分以上。信达证券研报指出，从发布会内容来看，二次元游戏或将再次成

为腾讯游戏的重要着力点。

腾讯方面还曝光了《王者荣耀》IP新游《代号：破晓》。其表示，这将是一款由天美工作室群动作团队制作、《王者荣耀》团队监修的英雄剧情格斗手游。

在发布会上，腾讯还公布了多个基于游戏技术项目的最新进展。去年6月推出的“云游长城”综合运用了照片扫描建模、PCG内容生成、游戏引擎、云游戏等技术，实现最大规模文化遗产毫米级高精度、沉浸交互式数字还原，小程序浏览量已突破4000万人次；今年4月上线的“数字藏经洞”在游戏引擎、云游戏等技术之上进一步加入游戏叙事互动，上线

首周已有超过1400万人次进入小程序，单用户最长体验时长达2.68小时。

腾讯公司高级副总裁马晓铁表示，游戏将有望突破既有产业范畴，迎来“第三次扩容”：“发生于游戏产业的游戏科技，不仅在不断革新游戏产品形态与研发方式，而且也有望为更多生产、生活领域带来新可能。”他介绍，腾讯将多智能体AI引入游戏场景，使AI在复杂环境中学会像人一样感知、分析、推理和行动，具备复杂的决策能力。“经过5年的发展，游戏大场景的构建速度已提升了100倍，这也为大规模的数字孪生提供了关键技术支撑。”

游戏硬件市场多元化 VR前景几何？

本报记者 李哲 北京报道

随着游戏产业的回暖，部分硬件厂商纷纷推出新品抢占

市场。

5月25日，索尼发布PS5便携式游戏机“Project Q”。据悉，该产品可通过连接Wi-Fi，远程玩

PS5主机上的游戏，将于2023年内上市。此外，华硕也于近日披露了ROG Ally游戏掌机拆解图，该产品支持以1080P分辨率流畅

游玩3A大作和独立游戏，预计于今年6月13日在全球同步发售。

一直以来，游戏行业的发展离不开硬件设备的支持。当前，

元宇宙、AIGC等概念又为VR/AR市场注入了新活力。歌尔股份(002241.SZ)面向《中国经营报》记者表示，VR设备对游戏体

验最大的变化是沉浸感的升级，整个游戏体验从2D向3D发展，带来更丰富的交互方式和玩法体验。

游戏倒逼硬件技术迭代

游戏对硬件提升的需求是无止境的。

在手机游戏时代早期，触摸屏手机完成对按键手机的革命，进而推动了《愤怒的小鸟》《水果忍者》等游戏的风靡。

此后，随着手机性能的提升，将桌面游戏装入移动端设备的设计得以实现。《王者荣耀》《原神》现象级产品应运而生。

一些大型网游是比较吃硬件的。以《原神》为例，在游戏手机散热、功耗控制、快速充电的一系列组合拳之下，可以保证《原神》在相对高画质条件下的稳定运行。”一位游戏玩家说道。

如今，随着移动端游戏市场逐渐触及增长天花板，市场上对未来产品形态的讨论声音逐渐增加。

中研普华产业研究院发布的《2023—2028年中国电子游戏机行业发展前景及投资风险预测分析报告》显示，中国电子游戏竞技市

场规模已经超过了200亿元，其中核心的领域已经占比达到了60%以上，电子游戏竞技运动发展至今虽然仍受到一部分问题的限制和阻碍，但发展迅速、潜力巨大，众多资本的投资也为其实现注入了更强的动力。

《2022年中国电竞报告》显示，2022年，在中国电子竞技产品中，50.7%的游戏产品为移动游戏。

在移动游戏带动下，掌机市场风生水起。任天堂财报显示，截至到今年3月31日，该公司旗下的Switch全球销量已达1.16亿台。

如今，更多的公司将目光投向游戏掌机市场。

2022年2月，Steam公司公布首款游戏掌机Steam deck发售。今年5月25日，索尼在其发布会上正式公布旗下新一代游戏掌机“Project Q”，并发布多款首发游戏。此外，华硕ROG Ally游戏掌机预计于今年6月13日在全球同步发售。

事实上，除了掌机产品外，在元宇宙、AIGC等概念加持下，VR设备也是市场关注的焦点。

歌尔股份方面向记者表示，VR设备给游戏体验带来的变化是沉浸感的升级，整个游戏体验从2D向3D发展，包括视觉、听觉、触觉等实现全面沉浸体验；其次的变化是交互体验的升级，VR将实现头部、手部、腿部、眼动、表情等全身动作的追踪，实现人与环境的实时交互，VR游戏能带来更丰富的交互方式和玩法体验。

电魂网络(603258.SH)在2022年财报中提到，虽然元宇宙仍处于概念到实质的初期，伴随着技术与产品螺旋式迭代，各环节发展将扩大市场规模，未来增长潜力值得期待。而我国AR/VR头显市场的硬件产品升级趋势仍在延续，游戏成为VR内容落地的主要应用之一。VR/AR、元宇宙相关产业迅速发展，与电竞适配度高，可为电竞行业注入新

活力，突破传统模式，实现虚拟现实交融的场景，增加比赛趣味。

某游戏公司人士向记者表示，其所在公司围绕元宇宙、VR领域已经有了部分技术积累，最终的发展状态需要软件和硬件的紧密配合。

记者注意到，在元宇宙的推动下，一些线下VR体验店曾如雨后春笋般涌现。然而，这样的VR体验店却在快速涌现后迅速销声匿迹。

对此，游戏产业时评人张书乐表示，当前时期VR对于用户并非刚需，只能算垂直小众需求。一直以来，在国内家用游戏主机市场，就存在线下体验馆这个长尾聚合器，VR体验馆可以看作是这种门店的迭代和升级。

张书乐进一步说道，面向消费市场的VR眼镜，无论是便携式还是仓式大型设备，都缺少真正引爆消费欲望的内容。这和十余年来电影领域中3D电影的体验感并没

有太多增强、难以真正刺激消费欲望相似。能否提供颠覆2D格局的体验，其实这就是问题的关键所在，而是否能用更加新奇的方式达成沉浸感，则是破局的关键。

歌尔股份方面表示，当前阶段VR的硬件和内容之间确实存在发展速度不匹配的问题，行业普遍的看法是，VR硬件近几年取得了很大的进步，虽然仍有提升空间，但在基本的使用体验上已经达到较好的水平，反而是VR游戏内容丰富度不够，缺乏“杀手级”的大作，消费者购买VR头显之后使用黏性不够，是当前急需解决的问题。VR头显的保有量目前已经达到几千万台，为软件内容的开发提供了一定的基础。

只有更多软件游戏企业和开发者参与进来，才能实现软硬件协同发展良性循环。

另外，随着游戏硬件的发展，在元宇宙概念下，减少对终端硬件支撑需求的云游戏形态也走入

玩家视野。

云游戏将游戏在云端运行、渲染之后，再经过网络传到用户终端。减少了游戏加载、下载更新包等环节，用户甚至只需一个带有屏幕的终端就可以进行游戏，极大地降低了游戏门槛。

多家游戏公司人士向记者表示，目前，云游戏平台建设项目正处于研发阶段。然而，虽然当前时期，移动端游戏仍是主流，但已经有游戏公司推出了云游戏版本进行试水。此前，包括米哈游旗下《云·原神》，腾讯旗下《云·天涯明月刀手游》，网易旗下《云·大唐无双》均已上线。

游戏业内人士坦言，现阶段，云游戏同手游、端游产品从玩法来说几乎是相同的，现在的云游戏基本上是以现有游戏进行云化之后的产物。不过，云游戏对传统游戏硬件市场的颠覆，以及云游戏同VR、AR、5G等技术的依存关系，使其发展前景仍充满期待。

更多游戏形态破土而出

事实上，除了掌机产品外，在元宇宙、AIGC等概念加持下，VR设备也是市场关注的焦点。

歌尔股份方面向记者表示，其所在公司围绕元宇宙、VR领域已经有了部分技术积累，最终的发展状态需要软件和硬件的紧密配合。

记者注意到，在元宇宙的推动下，一些线下VR体验店曾如雨后春笋般涌现。然而，这样的VR体验店却在快速涌现后迅速销声匿迹。

对此，游戏产业时评人张书乐表示，当前时期VR对于用户并非刚需，只能算垂直小众需求。一直以来，在国内家用游戏主机市场，就存在线下体验馆这个长尾聚合器，VR体验馆可以看作是这种门店的迭代和升级。

张书乐进一步说道，面向消费市场的VR眼镜，无论是便携式还是仓式大型设备，都缺少真正引爆消费欲望的内容。这和十余年来电影领域中3D电影的体验感并没

拆解“果链”新名单 苹果调整背后有深意

本报记者 陈佳岚 广州报道

近日，苹果公司在官网公布了其2022会计年度供应商名单，以地区划分来看，新纳入苹果主要供应链（“果链”的中国厂商有10家，同时，也剔除了13家中国厂商。

“五进”

分得苹果订单凸显中国供应链实力的提升，苹果也有意扶持新供应商，增强自己的议价能力。

与苹果公布的2021会计年度供应商名单相比，2022中国内地及港资企业有5家新进入，8家厂商被移除，减少3家；中国台湾厂商则是新增5家厂商，另有5家厂商被移除，与上年总数持平。

具体来说，这次新纳入苹果供应链的中国内地及港资企业包括湖南泰嘉新材料（泰嘉股份002843.SZ）、Cathay Tat Ming（HK）Company Limited（国泰达鸣（香港）有限公司）、舜宇光学（300691.SZ）、珠海冠宇（688772.SH）及深圳墨力科技，被移出名单中国内地及港资企业包括CTM Holdings Limited（国泰达鸣控股有限公司）、Consumer HK Holdco II Limited等8家。

中国台湾厂商方面，新加入的名单有联咏、华邦电子、瑞仪、致伸及白金科技。而遭剔除出名单的中国台湾企业则是奇美、英业达、景硕、科嘉及台耀科技，供应商的数量基本保持动态平衡。

在新增的中国内地厂商中，其中，舜宇光学名气较大。此前，iPhone手机的绝大部分镜头由中国台湾企业大立光和玉晶光提供，舜宇光学作为全球第二大的智能手机相机镜头制造商进入苹果供应链，不仅代表了中国内地厂商在光学镜头方面的突破，也反映了中国科技企业竞争实力的提升。

《中国经营报》记者注意到，与此前两年对外公布的名单相比，苹果中国内地及香港背景的供应商阵容在小幅下修。从2020年的“十一进六出”，到2021年的“七进八出”，

不过，受并购、爆雷、更名等影响，果链中供应商更替的原因不尽相同。



郑州富士康工人下班时的密集人流，这里生产着全球一半的苹果手机。 视觉中国/图

果的要求。

实际上，部分新出现的供应商与苹果公司早就是合作关系，是以更名或被并购的方式重新列入果链名单。

生产高精密机械金属加工，也为苹果代工充电器的CTM Holdings Limited换成了Cathay Tat Ming（HK）Company Limited。天眼查、企查查均显示，CTM Holdings Limited已告解散。

泰嘉股份能进入苹果供应商主要是2022年成功并入了铂泰电子。铂泰电子旗下雅达电子（罗定）此前为苹果生产手机充电器。

不过，因为深度绑定苹果，铂泰电子也曾因苹果产品策略变化，业绩受到影响。泰嘉股份在一份对深交所的问询回复中提到了“铂泰电子手机充电器主要境外客户为客户提供A（即苹果公司），2020年苹果宣布其低功率充电器停产及部分型号产品不再配送充电器，导致罗定雅达2021年订单量减少”。不过，泰嘉股份也提到，铂泰电子在2022年营收比2021年已经大幅回升，同时实现净利润2293.26万元。

而此前，中国内地厂商京东方的OLED面板、立讯精密（002475.SZ）的组装代工分得苹果订单都凸显了中国供应链实力的提升，但同时也看到苹果有意通过扶持新供应商，增强自己的议价能力。天风国际证券分析师郭明錤曾指出，大立光广角7P镜头的平均售价比舜宇光学要高15%~25%，舜宇光学将持续以价格优势取得更多苹果订单，且提升产能利用率。

“厂商能进入果链体现了其技术实力，另外，苹果一直在推行供应商多元化的策略也是新引入舜宇光学的原因。”产经观察家、钉科技创始人丁少将对记者分析。

珠海冠宇及深圳墨力科技也是首次入围果链名单的企业。前者为苹果供应电池，后者主要产品为高精密金属材料研发与生产解决方案。

记者注意到，新增的苹果中国内地及港资供应商大多集中在摄像头、电池、高精密金属材料等领域。Counterpoint高级分析师林科宇对记者表示，这部分厂商在专属领域已然有一定的行业优势，产品、质控、产能甚至ESG理念都达到了苹

“八出”

富诚达科技遭移除除自身原因外，也有其产品没能再次搭上苹果风口的因素。

而新纳入的泰嘉股份与被剔除的Consumer HK Holdco II Limited关系匪浅。

Consumer HK Holdco II Limited曾100%控股雅达电子（罗定）有限公司与雅达消费电子（深圳）有限公司。2021年7月，铂泰电子代替Consumer HK Holdco II Limited成为后者两家公司的控股股东。

与上年相比，有8家中国内地及港资厂商被移出名单，包括Consumer HK Holdco II Limited、Cathay Tat Ming（HK）Company Limited、富驰高科技、凯成科技、富诚达科技、深蓝材料、正和集团、天马微电子。

其中，国内头部面板供应商天马微电子被剔除，中国台湾的驱动芯片厂商联咏则首次进入。

麦吉洛咨询（Magiror Research）发布的报告显示，深天马原本向苹果 MacBook Pro 的 Touch

Bar 独供 AMOLED，但是 Touch Bar 被用户认为是鸡肋的功能，用户使用频率低，自2022年7月31日起，首批配备 Touch Bar 的13英寸和15英寸 MacBook Pro 机型将被苹果列为“过时”产品。

不过，麦吉洛咨询还指出，苹果计划明年推出一款配备约7英寸面板的全新 HomePod，该面板将由天马微电子供应。这意味着天马微电子将重新进入苹果供应链。

此外，联咏进入苹果供应链之后，将向苹果 iPhone 供应 OLED 驱动芯片，但是苹果对新供应商趋于保守，联咏明年供应苹果 iPhone 驱动芯片的数量可能有限。

除了天马微电子之外，富诚达科技遭移除除自身原因外，也有其产品没能再次搭上苹果风口的因素。

富诚达科技作为苹果公司智能手机及笔记本电脑等终端产品的精密金属结构件供应商之一，

2017年被上市公司奋达科技（002681.SZ）并购，但随着金属结构件行业竞争加剧，iPhone 后盖采用玻璃机壳代替金属机壳，消费电子行业景气度下降，对苹果的订单量逐年下滑，亦使富诚达科技收入、毛利率持续下降，最终因未完成业绩对赌，亏损被奋达科技于2021年年底剥离。

此外，被排除名单之外的还有凯成科技主要供应印刷包装，广东深蓝材料主要生产高精度金属异型线材、棒材，正和集团主要提供金属精密加工。

在包材供应链方面，2021年度就有台资金箭印刷和日本帝国油墨被剔除出苹果主要供应商名单，2022年又有凯成科技出局。

丁少将指出，“像包材产业的可替代性较强，市场竞争较为激烈，也容易受到影响而被踢出果链主要名单。”

供应商工厂愈加分散

苹果在加速推进全球供应链多元化的策略，分散供应商工厂的集中度。

其实，在苹果披露的主要供应商名单中，也并不意味着不是苹果的供应商，可能是供应比重较低，也有可能是间接供货。

原本苹果每年会公布其前200大供应商，但从2020会计年度开始，改为只披露前98%在材料、制造与组装的直接支出相关供应商。

对于提供金属粉末注射成型MIM技术的富驰高科技被苹果移除主要供应商名单，记者也就此致电控股富驰高科技的东睦股份（600114.SH），该证券部门人士仅表示，“不方便透露，具体信息需向下游厂商确认。”不过，记者以投资者身份从东睦股份人士处了解到的情况是：“公司目前仍与苹果进行合作，但合作占比在减少。”

而苹果披露主要供应商名单的总数已从2020年的200家减至2021年的191家，此次又进一步减至2022年的188家，凸显苹果的

主要供应商更加集中了。

林科宇分析，苹果采取多头供应策略，几乎大部分模块都有多个供应商，同时部分供应商在成长过程中已多枝开花，不再做单一产品供应，比如立讯精密、瑞声科技等供应商与苹果合作的业务越来越多元化。

尽管主要供应商变得更加集中，但一个无法回避的情况是，苹果在加速推进全球供应链多元化的策略，分散供应商工厂的集中度。

根据苹果2020年的前200大供应商名单，在印度设厂的公司有9家，越南设厂的公司有21家。记者梳理注意到，从2022会计年度供应商名单来看，2022年，在印度设厂的公司已经增加到了14家，在越南设厂的公司已经增加到了25家。

记者梳理，目前中国内地苹果供应链公司在越南投资设厂的就有立讯精密、歌尔股份（002241.

SZ）、裕同科技（002831.SZ）、蓝思科技（300433.SZ）、领益智造（002600.SZ）、美盈森（002303.SZ）、伯恩光学、比亚迪（002594.SZ）、上海工业控股等。

摩根大通预估，到2025年，包含iPhone、iPad、Apple Watch、AirPods在内的各种苹果硬件产品，将有25%会在中国以外的地区生产。

林科宇指出，苹果制造产业外移正在进行，但我们看到很多厂商也是基于自身业务发展角度，在积极全球重点区域产能布局。

尽管供应商每年都有所进退，但苹果主要供应商中来自中国内地和香港的企业占比仍高。同时，在前188家供应商中，有151家在中国设有工厂，这个数量规模仍很庞大，意味着苹果公司仍依赖于中国制造。

GPU成算力时代硬通货 英伟达站上芯片之巅

本报记者 李玉洋 上海报道

近一周时间来，英伟达（NVIDIA）妥妥的是科技圈的焦点。

在今年的台北电脑展（COMPUTEX 2023）大会上，英伟达CEO 黄仁勋向全世界宣布：“我们已到达生成式AI引爆点。从此，全世界的每个角落，都会有计算需求。”在他看来，CPU 已经

是过去式，而GPU才是未来，让后者取代前者的引爆点则是AIGC——生成式人工智能。

从卖游戏显卡到AI芯片供应商，牢牢掌握“计算”底牌的英伟达在 COMPUTEX 2023 又亮出新的算力“杀器”——生成式 AI 引擎“NVIDIA DGX GH200”超级芯片（被正式宣布已经全面投产），它在系统内可提供高达

900GB/s 的总数据吞吐速度（带宽），是当前行业标准 PCIe Gen5 接口速度的7倍。

继 COMPUTEX 2023 上一系列重磅发布后，英伟达的股价再创新高：北京时间5月30日21点30分（美国东部时间9点30分），英伟达股价开盘涨逾4%，总市值突破万亿美元大关，由此，英伟达成为全球第1家市值突破

万亿美元的芯片公司、第7家市值超过1万亿美元的美国公司，并成为当前市值仅次于苹果、微软、Alphabet、亚马逊的美股第5大科技股。

来自彭博社的消息显示，黄仁勋将计划前往中国，会见腾讯、字节跳动等企业高管。此前，黄仁勋接受英国《金融时报》采访时表示，华盛顿和北京之间

不断升级的芯片斗争可能会对美国的科技行业造成“巨大损失”，中国是科技行业一个非常重要的市场。

AI 大模型的热潮，引发英伟达高端 GPU 供不应求。与此同时，微软、亚马逊、Meta 等公司也在自研 AI 芯片，这能否撼动英伟达在 AI 芯片上的霸主地位？

对此，国企芯片系统行业

GPU：“算力革命”的硬通货

目前，主流AI厂商都进入了“千亿参数时代”，多采用了英伟达的GPU。据统计，英伟达当前在售的用于大模型训练的GPU至少有9款车型，其中V100、A800、A100及H100为高性能GPU。

昆仑万维集团CEO方汉此前表示：“超过千亿级别的大模型，它的训练大概需要1000~2000张A100的卡，没有2000张A100的卡，实验都做不了。”而此轮AI“军备竞赛”也让上述显卡的价格一路高涨。其中，A100此前售价在1.5万美元（约合人民币10.35万元），但目前在一些平台上，此款显卡价格已上涨到15万元左右。

不过，即使价格上涨，目前市面上几乎“一卡难求”。一位半导体业内人士曾对本报记者表示，客户对英伟达A100/H100芯片需求强劲，后者订单能见度已至2024年，更紧急向代工厂台积电

追单。

特斯拉CEO 埃隆·马斯克在日前的《华尔街日报》活动中称，目前GPU“比药物更难获得”，“计算成本已经成为天文数字，最低赌注必须是要拿着2.5亿美元的服务器硬件以构建生成式AI系统”。

特别需要指出的是，英伟达2022年发布的高端GPU H100，已成为全球领先的科技公司和初创企业之间的AI军备竞赛所争夺的对象，单块价格在eBay上已超4万美元。面对微软、亚马逊、谷歌、Meta等客户对自家产品的强劲需求，英伟达预测截至7月底的第二财季的销售额将达到110亿美元，比华尔街此前的估计高出50%以上。

可以说，英伟达的GPU几乎成为当下算力需求激增时期唯一的硬通货。而据台媒日前报道，英伟达 A100/A800/H100 的系统代工为纬创及鸿海，目前订单各半，不过下半年代工比重

将有所调整，H100目前鸿海约占六成，下半年将拉升至九成，而A100则是纬创为主。

众所周知，英伟达常年和台积电合作，后者为其代工GPU。什么叫系统代工？对此，国内一家GPU创业公司人士对记者表示：“英伟达是设计公司，他们设计出芯片之后，需要找台积电做芯片，芯片做好后，则需要做外面的板卡、散热器等外观件，这些就是系统代工。简单来说，系统代工就是做芯片之外的外观件代工。”

“目前，国内AI芯片企业在芯片流片和封装领域主要依靠台积电和三星代工。”前述国内GPU创业公司人士表示，在AIGC大模型的热潮下，国产AI芯片会有新一轮发展的热潮，这对下游代工来说会有额外的潜在市场发展机会。吴迪也认为，AI芯片市场的变化，也会影响到下游代工产业的市场需求和产业链格局。

数据中心：GPU取代CPU

近日黄仁勋在接受采访时表示，数据中心将不再需要数百万个CPU，反而会需要数百万个GPU，数据中心GPU芯片需求可能会变成一个万亿美元的巨型市场。

招商证券一份研报也指出，从通用服务器到AI服务器，一个最显著的变化就是GPU取代CPU成为整机最核心的运算单元以及价值量占比最大的部分，传统服务器通常至多配备4个CPU+相应内存和硬盘，而在AI服务器中，通常是2颗CPU+8颗GPU。

研究机构TrendForce集邦咨询预计2023年AI服务器出货量近120万台，年增38.4%，占整体服务器出货量近9%，至2026年将占15%，而AI芯片2023年出货量将增长46%。

TrendForce集邦咨询认为，英伟达GPU为AI服务器市场搭载主流，市占率为60%~70%，其次为云计算厂商自主研发的ASIC芯片，市占率逾20%。TrendForce集邦咨询分析师刘家豪表示，英伟达市占率高的主要有以下原因，首先，目前不论美

GH200预计将于今年年底问世，英伟达暂未公布价格，而谷歌云、Meta与微软将是首批用户。

记者注意到，微软、Meta、谷歌这些科技巨头尽管在采购英伟达的GPU，但也在研发自己的AI芯片。比如，近期Meta官宣了第一代AI推理定制芯片 MTIA v1，这是一款ASIC芯片，通过编程，该芯片能同时执行一项或多项任务。

巨头纷纷自研AI芯片，会否撼动英伟达在该领域的霸主地位？对此，前述国内GPU创业公司人士指出：“AI芯片的发展除了硬件之外，软件也很重要的决定要素，英伟达拥有CUDA生态系统，在软件上拥有很强的技术壁垒，是其重大优势，也是其他厂商短时间内很难突破的地方。”

不过，他也指出，尽管目前看来英伟达优势很大，但也存在很大不确定性。随着科技的进步，谁都难以预料是否有新秀干翻老师傅，就比如智能手机时代，苹果完全颠覆了由诺基亚统治的市场格局。

增长放缓竞争加剧 中国云巨头开打“价格战”

本报记者 谭伦 北京报道

竞争态势愈加激烈之下，国内云计算市场的降价潮到来了。

5月23日，正在全力筹备“6·18”的京东宣布，旗下包含计算、存储、网络、数据库、中间件、安全、视频服务、云电脑在内的云全系核心产品参与比价。京东云官网承诺称，全系核心产品的官网列表价将均低于特定云厂商官网对标的产品列表价格，同时，实际成交单价将在特定云厂商实际成交最低单价的基础上再打九折。

这一电商色彩浓厚的举措，也让云计算市场闻到了一丝价格战的硝烟气息。就在“5·17国际电信日”期间，移动云方面宣布，旗下多款云产品降价，其中最高降幅达60%，这也令其成为国内首个宣布云产品降价的运营商。

份额博弈战

站在阿里云和腾讯云对面夺食的，则是近两年来增长率年年破百的三大运营商。

虽然中国云计算市场的竞争在过去几年一直为业内熟知，但企业上云整体带来的市场高增长，让各云厂都聚焦于扩展规模。但随着2022年增量市场的色彩逐渐褪去，云市场的竞争基调也在悄然更改。

IDC日前发布的《中国公有云服务市场(2022年下半年)跟踪》报告显示，2022年下半年，中国公有云服务整体市场规模增长24.5%，低于此前预期的30%。同时，厂商份额也发生较大变化，在IaaS+PaaS领域，腾讯云的排名从第二降至第四，天翼云则从第四升至第三，阿里云虽依然保持第一，但其份额从36.7%减到31.9%。

“这使得阿里云和腾讯云的危机感很强。”Omdia电信战略高级首席分析师杨光向记者表示，近年来，阿里云的年增速逐年放缓，市场占有份额也逐年下降，这应该也是阿里云此次选择降价抢市场的主要原因。

财报显示，从2019年到2022年四年间，阿里云的营收增速分别是84%、62%、50%、29%，一路下降，尤其是在2022年，其前三季度的增速分别为12%、10%、4%。公有云市场占有份额方面，IDC跟踪的

《中国经营报》记者从中国移动方面获悉，此次降价属于限时营销优惠活动，生效时间为5月17日至5月31日。

而在此前，阿里云、腾讯云也官宣了多款核心云产品降价，其中腾讯云最高降幅达40%。而阿里云作为目前国内公有云市场的份额霸主，在4月26日宣布启动“史上最大规模降价”，其中核心产品价格全线下调15%~50%，存储产品最高降价50%。

对此，IDC中国研究经理崔婷婷向记者表示，此轮降价潮发生的背景，是云市场近年来快速发展，头部公有云服务商之间竞争日趋激烈。“各厂商在市场份额、发展增速、行业拓展和场景创新等领域持续找寻各自差异优势，并紧跟国家政策和社会热点对业务模式进行快速调整。”崔婷婷解读指出。

基础产品让利

IaaS为云服务中发展最早的部署模式，也是目前国内主流云厂商营收架构中的核心部分。



移动云步阿里云、腾讯云后尘大幅降价，也被业内视为意料之中的应对之举。

视觉中国/图

“移动云的降价回应，实际上也应该在阿里云的预期之内。”杨光表示，阿里云主动降价，除了有吸引更多用户采买自身的云服务外，还是意在与运营商比拼时，具备更强的竞争力。而基础云服务作为运营商的核心产品，逼迫其大幅降价，也能在一定程度上削弱运营商的利润率。

记者从云厂商人士处了解到，由于中国云服务行业整体起步较晚，IaaS为云服务中发展最早的部署模式，也是目前国内主流云厂商营收架构中的核心部分。“由于IaaS

市场成熟度较高，而且能提供操作系统、服务器、IT组件等基础设施，企业无需准备软硬件设备，因此是市场中覆盖最广需求最多的产品。”该人士表示。

据业内预估，2021年中国公有云细分市场中IaaS占比接近73%。崔婷婷认为，随着公有云IaaS资源池的不断扩大、PaaS和

SaaS产品的研发不断投入以及客户群体云消费能力的不断加强，头部云厂商在价格上也有了更多腾挪的空间。AI能力的提升和底层资源调度能力相结合，这也有力支撑了云服务商的成本持续优化。

“从目前阿里云、腾讯云和移动云的降价信息来看，降价是多维

度的，不同产品线和不同时间段具体情况有较大区别。另外，对于公有云大客户来说，本身有一定议价权，并且除了产品价格外，咨询、建设和服务同样是重要的成本支出。所以降价行为折射到具体市场落地情况上，可能要具体情况具体分析。”在解读降价策略时，崔婷婷分析称。

硬币的两面

降价是否会对未来云市场格局造成明显冲击还需要对市场持续观察。

在任何产业的发展阶段中，“价格战”的出现，往往意味着行业的饱和度出现“拐点”——由增量市场变为存量市场。因此，不受控制的价格竞争，会在削薄产业链整体利润空间的同时，加剧行业内耗，最终伤害产业自身。

但在杨光看来，目前国内云计算市场还远远谈不上饱和。“企业上云与市场需求还是非常足的，这一点从移动云‘目标’的三年内营收规模超过1500亿元就能看出。”杨光表示，在此语境下，本轮价格战的良性竞争色彩更为浓厚，而其导向将是现有云市场进行一轮筛选，从而提高行业巨头的集中度。

“坦率来说，跟国际市场只有几大玩家的市场格局对比，中国云市场的整体集中度还是非常低的，包括‘BAT’、三大运营商在内的前十位云厂商差距并不算大。”杨光补充道，这个时刻出现降价潮，也许会让真正的头部企业能掌握更多份额，从而拥有更多资源去投入技术研发，最终推动产业整体向前。“这也是产业发展的必经阶段。”他表示。

姚学超则认为，随着云计算基础设施规模化部署、技术愈发成熟、自研产品加大投入等，云产品成本持续下降打破了原有定价模型和价格均衡点。因此，“降价

让利”符合市场发展规律和预期。

“降价的对象主要包括计算、存储、网络等相对标准化、成熟度比较高的公有云产品和服务，头部云厂商具有较强的规模效应和竞争优势，降价有利于其巩固和提升市场的渗透率，同时也会造成国内云服务市场‘内卷’加剧，容易出现恶意和无序竞争。”姚学超强调了“价格竞争”这一硬币的两面。

在其看来，降价主要会直接影响中小企业、开发者等新用户的用云选择，对于存量用户特别是通常有折扣和优惠价的大客户，短期内不会由于价格的下降进行跨云迁移。

崔婷婷则更为乐观。她表示，短期内，降价必然会对公有云服务商盈利造成一定影响，但从目前降价产品范围来看，影响应在可承受范围内。“总体来说，降价对于公有云用户来讲是普惠于民的行为，尤其对于‘专精特新’企业来说可能更加利好。”她指出。

但从长远来看，崔婷婷认为，降价是否会对未来云市场格局造成明显冲击还需要对市场持续观察，在同质化较严重的领域，可能会出现更多跟进的行为。这给企业上云降低成本的同时，也会促进云计算更快的升级，促进云计算市场整体规模的快速增长。

百度欲用AI改造电商推出“百度优选”

本报记者 李静 北京报道

5月25日，百度正式发布电商品牌“百度优选”。百度集团资深副总裁、百度移动生态事

业群总经理何俊杰表示，在刚刚发布的百度第一季度财报中，电商收入成为移动生态的新亮点，第一季度百度搜索促成的季度GMV同比增长55%。

百度APP月活用户6.57亿，每天约有1亿人在百度APP进行购物交易。

百度认为，电商领域新一代技术浪潮已经来临，百度将进一

步利用AI技术，基于大模型赋能产品和服务，以百度优选为切入口，用AI原生思维重构百度移动生态。

百度副总裁、百度电商总经

理平晓黎在接受《中国经营报》记者采访时表示：“百度并不是要再做一个京东或者淘宝。百度做电商是满足百度APP用户的需求，即从用户搜索的起点开始，在商

品推荐场域下，进一步承接用户的交易诉求，同时激发出用户更多的需求做满足，最终逐步养成用户在百度优选的交易习惯，沉淀到商城做长效留存。”

百度开启智能电商时代

据介绍，百度优选的定位是“搜逛推”一体的智能电商平台，在电商大脑的依托下，百度优选可以在搜索、直播、视频、商城四个场域，将用户与场景进行链接和交互，深度融合人找货、货找人，促成交易。通过有效结合信息流投放与用户搜索行为，百度优选用AI智能驱动电商生产力，打造“搜推逛”一站式购物决策平台，以用户搜索触发行为做基础，多元信息流推送为手段，借助AI技术的东风，为广大用户搭建“超会选”的线上购物商场。

人工智能正在逐渐改变互联网产业。围绕电商业务，百度认为AI正在带给电商新的机会。依托生成式AI技术，百度可以更好地理解用户、匹配需求，从而提升决策效率，最终辅助成交。

“在电商场景下，我们希望AI

可以颠覆购物的新场景，把当前电商中的人找货或货找人中‘找’的环节整体提效革新，用户与商家再不用费力的寻找，而是通过AI的赋能直接促成最高效的人货匹配。”平晓黎说道，百度电商是以智能电商的方向切入，来满足现代市场上没有被满足得很好的用户需求和商家需求。

例如用户在百度搜索“洗衣机”“空调怎么选”“冰箱怎么选”等关键词，就能看到百度优选的页面，百度优选提供品牌榜单，包括入手榜、热度榜、销量榜、好评榜等不同维度。在全网热门商品中，百度优选采取聚合模式，显示来自京东、苏宁易购、拼多多等第三方平台的商品。据悉，消费者还可通过百度优选的AI导购助手快速选品、比价等。

据介绍，现在百度电商有两大类商品供应端，一块是跟大

型电商平台合作，另一块是入驻的闭环商家，这两块会长期共存。平晓黎对记者表示：“百度搜索中用户需求极为分散，有长尾化特征的内容和用户生态，它的需求可能细化到很小，如果想满足百度上用户的购物需求体验，就需要极大的商品供给量，这就需要与其他电商平台的合作来实现。”

据透露，百度也在吸引有自营供应链的商家入驻。“过去一段时间，尤其是做服装服饰销售的品牌商家发现，在几个大平台都有经营开店，虽然百度平台的量没有其他平台那么高，但百度平台的客单价是最高的。”平晓黎对记者说道，“百度后续会摸索自身平台的更多特点，在更多品类上进行深入发掘，并帮助和百度平台属性相匹配且供应能力比较优质的商家。”

从内容电商到智能电商

对于此次新推出的百度优选，互联网产业时评人张书乐认为，其思路是从以前的内容分发走向了AI智能的方向。“百度的内容体系有百家号、百度百科、百度知道等，其拥有的内容量并不弱于字节系，只是一直以来百度想要构建内部闭环，这使得其流量的转化率偏低。但即使是在移动互联网时代，搜索依然是很多用户的刚性需求。从目前的产品形态来看，在AI赋能之下百度优选某种意义上是一个更精良的导购平台。”

百度的搜索场景，是天然的购物决策起点。百度电商可以从起点出发覆盖用户购物决策的全链路，从购物的初选阶段到精选比价阶段，再到最后的交易成交。“百度平台在用户购物前的了解环节和评估决策环节具有差异化的优势。在搜索场域下，百度提供了更多帮助用户消费选择的内容、知识、商品评测

和比价内容。”平晓黎透露：“百度的用户人群规模大，经调研与当前其他电商平台的交集用户群较小，仍有很大的转化红利空间。”

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对记者表示，百度优选的战略和打法是以自身作为流量入口，聚合各大电商平台的商品信息，并通过推荐算法、个性化推荐等方式实现智能化购物体验。目前，百度优选主要是通过跳转到京东、苏宁等第三方电商APP的路径实现商品的购买，这种模式与一些电商导购平台相似。同时，百度还有小程序落地页等方式，可以将商品直接展示在百度内，实现更加流畅的购买体验。

以通过建立和电商平台的合作关系，实现产品和服务的优化，进一步提高其竞争力。

平晓黎进一步解释了AI带给电商的新机会，大语言模型和电商结合之后，会加速内容电商发展、推动电商的自动化运营。比如助力电商种草、进行智能化营销，更好地理解用户进行数据挖掘和个性化推介来加速内容电商发展。还能通过智能导购、数字人直播、7×24虚拟客服、提升自动个性化推荐精准度、实现库存管理与预测等方式来推动电商的自动化运营，提升商家运营效率和销售数据。

对于百度优选未来的发展情况，平晓黎表示：“目前整个百度电商的交易规模在整个市场上还在起步阶段，但这个价值被验证之后，相信未来的三到五年应该能呈现一个比较大的爆发，加上AI的加持，对未来的乐观一点。”

具身智能引猜想 AI迎最终形态?

本报记者 秦枭 北京报道

人工智能浪潮下,英伟达无疑成为最引人注目的“弄潮儿”。日前,英伟达创始人黄仁勋在2023年ITF世界大会上发表演讲并提出:

具身智能从何谈起?

具身智能在某些领域中可能会带来更高的性能表现和更好的用户体验,但对于其他领域可能并不适用。

实际上,黄仁勋并不是第一个提出“具身智能”概念的人。早在20世纪中叶便有相关学者提出类似的概念,但众说纷纭且没有足够的技术支撑,例如计算机视觉、自然语言处理、机器人学等,在此后几十年里并没有取得有成效的进展。

如今,具身智能被定义为,在机器智能领域中,通过将智能算法与物理实体的感知、行动和环境交互相结合,使机器能够以更自然、更智能的方式与环境进行交互和解决问题的能力。

“有些人认为,具身智能是实现真正智能的关键,因为它能够通过感知和行动来更好地理解和适应现实世界。但是,这并不是普遍

“人工智能和加速计算正在共同改变技术行业。下一波人工智能浪潮将是一种被称为具身AI的新型人工智能,即能够理解、推理并与物理世界互动的智能系统,也就是具身智能(Embodied Intelligence)。”

认可的观点,因为人工智能的发展涵盖了很多不同的方向和应用领域,而且还存在其他形式的智能表现。”全联并购公会信用管理委员会专家安光勇向记者表示。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛认为,具身智能拥有良好的环境交互感知能力、推理和判断能力,并可以模拟人类做出决策和行动,将会成为人工智能技术重要的发展方向之一。

具身智能更是被英伟达创始人CEO黄仁勋视为“能够推动下一波人工智能浪潮”的新型人工智能。国金证券研报也认为,具身智能机器人有望成为AI的最终载体。

而值得注意的是,此说法也引起了部分业内人士的猜想,认为具身智能是AI的终极形态。

其中,有业内人士向《中国经营报》记者表示,具身智能是人工智能的终极形态的说法存在一定

的合理性,具身智能将人工智能引向了与物理世界更紧密的互动和应用。但也有业内人士认为,从科幻角度来看,具身智能是AI的终极形态之一,但当下需要更多的探讨和实践。

和更好的用户体验,但对于其他领域可能并不适用。因此,仍需根据特定的应用场景和需求来选择适合的AI技术。

中国移动通信联合会元宇宙产业委执行主任于佳宁说道:“是否可以将具身智能看作是人工智能的终极形态还存在一些讨论。人工智能领域仍然在不断发展和进化,未来可能还会出现更多的技术和应用形式。具身智能在某种程度上强调了智能系统与物理世界的互动,但仍然有其他方面可以继续改进和拓展,如更高级的认知能力、更强大的自主学习能力等。因此我更倾向于将具身智能视为人工智能发展的一个重要方向和阶段。”



有业内人士认为,具身智能将会成为人工智能技术重要的发展方向之一。视觉中国/图

落地仍是“空中楼阁”

除了技术上的困难,具身智能还会涉及法律合规问题。

虽然谷歌、微软、特斯拉等科技公司相继公布了自家的具身智能产品,但具身智能要实现真正的商业化落地还需要直面众多的困难。

“具身智能技术还处于早期的孵化阶段,存在关键核心技术不成熟、产业链生态尚未形成、安全与伦理挑战突出、相关法律法规和标准体系不健全等问题,距离大规模商业化落地还有很长一段距离。”郭涛对记者表示。

于佳宁指出,最先需要解决复杂的感知与认知问题,包括计算机视觉、语音识别和自然语言处理等挑战。其次,真实世界的不确定性和复杂性也增加了落地的难度,具身智能系统需要具备鲁棒性和适应性,能够在不确定的环境中进行感知、决策和行动,以应对各种情况和变化。这需要研究和开发稳健的算法和方法,使智能系统能够适应和应对各种复杂的现实场景。此外,为了实现与物理世界的实时交互,机器还需要具备精确、稳定和高效的动作控制能力,以及有效的运动规划能力。这涉及机器人学、运动控制、路径规划等领域的研究和技术,需要解决复杂的运动控制问题和实时决策

另外,具身智能的落地还需要解决数据和资源的挑战。于佳宁认为,为了让具身智能系统能够理解和互动于物理世界,需要大量的训练数据和资源支持。获取和标注这些数据是一项艰巨的任务,尤其是在复杂的现实场景下。同时,构建具身智能系统所需的硬件设备和基础设施也需要投入大量的资源和技术支持。

除了技术上的困难,具身智能还会涉及法律合规问题。海华永泰律师事务所高级合伙人孙宇昊律师对记者表示,具身智能设备可能具有收集、储存和处理个人信息(如面部识别、语音识别等)的能力,这可能导致个人隐私数据等泄露,给用户带来法律风险。此外,具身智能设备在操作过程中可能发生意外事故,例如对人造成伤害和对财物造成损失等。应当明确具身智能的责任归属,可能涉及制造商、开发者、用户等多方的法律责任。同时,具身智能设备可能会自动创作作品,则涉及著作权归属的问题。当然,设备在执行任务时可能会侵犯他人的专利、商标、版权等知识产权。

具身智能不是智能机器人

MarketsandMarkets预测,全球人形机器人市场规模将从2022年的15亿美元提升至2027年的173亿美元。

黄仁勋称:“目前,具身智能已在机器人技术、自动驾驶汽车和智能制造领域开辟了数万亿美元的市场机遇。”这话也让人形机器人等技术重新走进大众视野,但也让部分人将具身智能与人形机器人画上了等号。

张孝荣表示,具身智能相当于把GPT等NLP大模型技术引入人形机器人,使机器人具备更强的感知和交互能力。

郭涛认为,人形机器人是具身智能的物理形态之一,具身智能会根据使用用途和场景的不同,呈现不同的物理形态,例如动物形、汽车

形、飞行器形等。

根据市场研究机构Market-and-Market预测,全球人形机器人市场规模将从2022年的15亿美元提升至2027年的173亿美元,复合增长率达63.5%。另外,Stratisitics Market Research Consulting发布的数据显示,全球人形机器人市场在2021年已达15.1亿美元,预计到2028年市场规模将达264.3亿美元,复合增长率为50.5%。

人形机器人也成为科技企业们瞄准的新方向。海外特斯拉、戴森、三星、亚马逊等科技巨头正以各种形式切入人形机器人赛道。2022年,特

斯拉推出人形机器人“擎天柱”,亚马逊注资机器人“Digit”,目前三星也投资了两足步行机器人“HUBO”。国内来看,优必选、小米、达闼等厂商均有人形机器人产出。

不过,洪勇解释道,具身智能与人形机器人是两个不同的概念。人形机器人通常是指外形和动作与人类相似的机器人,而具身智能则强调的是AI系统具备感知、思考、学习、决策等能力,并且能够与环境进行交互。因此,具身智能可以应用于多种形态的硬件设备,包括人形机器人、智能家居、智能穿戴等。

中国民协元宇宙工委副会长兼

创会会长吴高斌认为,我们需要明确具身智能与人形机器人的区别。人形机器人只是一种机器人形态,而具身智能则是指在机器人中加入人类的生理特征和行为方式,使其更加逼真和自然。因此,具身智能是人形机器人的更高级形态。

在于佳宁看来,具身智能和人形机器人与生成式人工智能技术之间没有明确的高低级别关系,而是涉及不同方面的人工智能发展和应用。前者可以利用AIGC等技术来增强其智能和交互能力,但它们之间的关系更像是相互支持和补充。

供给易有“速度”,市场难保“激情”

系列电影的生意经怎么念?

本报记者 张婧超 北京报道

上映近两周时间,《速度与激情10》(以下简称《速激10》)在全球累计斩获票房约5.26亿美元。其中,《速激10》在中国内地上映首日就将1亿元票房收入囊中,成为今年春节档之后首部上映首日票房破亿元的院线电影,截至6月1日,中国内地票房为8.17亿元。

不过值得注意的是,《速激10》的成本达到了约3.4亿美元,按照业内“票房达到3倍成本才能回本”的普遍规律,该片的全球票房需要达到10.2亿美元才能到达

盈亏线,而目前该片上映已近半个月,票房增长势能已大幅衰减,且后有《蜘蛛侠:纵横宇宙》《变形金刚:超能勇士崛起》等影片在未来一周内接连上映,《速激10》想要实现票房破10亿美元,难度较大。该系列电影在6年内上映了4部,供给提速的同时,口碑与票房却每况愈下,且无法收回成本,从商业的角度看,则必然会影响此前规划的《速度与激情》系列终局三部曲的拍摄与制作。

而成本收益比往往也是影响一部电影能否形成并延续系列电影的重要决定因素之一。纵观过

去百余年的电影产业发展史,最终能拍摄制作成系列并公开发行的电影IP,在数量比例上仅占少数,且许多系列电影往往仅有2~3部便终结。

但打造成功的系列电影仍然是许多国家以及影视公司的目标。《“十四五”中国电影发展规划》提出,鼓励原创性作品,鼓励开发品牌化、系列化电影。《中国经营报》记者注意到,在过去几十年里,除中国香港曾打造出如“黄飞鸿”“无间道”等系列电影外,内地及台湾地区尚无较多成功经验,而他山之石无疑会是中国电影的重要参考。

电影行业对于系列电影的追求,从商业化角度来看,便是系列电影所能带来的较高的长期回报。

在近期的北京国际电影节上,参与《唐人街探案》系列出品的壹同影视的总制片人钱重远就表示,系列电影能够持续吸引观众关注力。“以《唐人街探案》系列为例,第一部到第三部的票房分别是8.23亿元、33.97亿元、45.23亿元,这是由于观众持续关注这个题材、类型和故事,会让他们能够更持续地走到影院,无论是合作伙伴还是投资方,都能够获得更多的投资回报。”

记者梳理了包括《007》《速度与激情》《碟中谍》《星球大战》《终结者》等多个著名的系列电影发现,除其中个别几部电影外,其他电影的票房成本比都在3以上。这也意味着,大多数系列电影仅靠院线票房就能完成盈利。而票房收入仅仅是这些系列电影的收入来源之一。多位业内人士告诉记者,系列电影还可以通过商品销售、衍生品和其他媒

体的改编等方式创造更多的收入,进一步提升总票房表现和长期盈利能力。美国《星球大战》和“漫威宇宙”等系列电影的成功已充分展示这些优势。

“一般情况下,电影上映后的2~3个月就会从院线下映,然后进入网络,放完也就意味着商业变现基本结束。一般传统电影衍生开发是比较难的,系列电影就非常容易做系列化开发,比如食品、3C、小家电等各个部门衍生开发和衍生合作。此外,还有游戏、线下实景乐园、实景体验,这些都是系列电影开发的优势。”钱重远说。

博纳影业集团股份有限公司行政总裁蒋德富从投资的角度表示:“投资一部影视作品不光要看它的市场票房,更多要关注它的衍生产品和衍生产业开发,因为那是一个收益的长线,它是票房收完之后长期可回收的一片蓝海。”

而对于发展、追赶过程中的中国电影行业,除商业收入之外,系列电影还能够为相关电影公

司、电影项目的融资提供帮助。“像《速度与激情》这样的系列电影,经过多部影片的铺垫与开发,这类产品的版权价值就具备了评估的可能性,因为它既有历史参数,又能够引发投资者对于IP未来盈利能力的想象空间。”周泰律师事务所权益合伙人邱琳说,“2017年3月1日的《电影促进法》正式实施之后,其中第40条第一次提到了版权质押融资的可能性,但它的相关实施条例并没有配套出台,之所以这样,是因为法律是最高层面的、宏观的、规范性、指引性的,它的落地都需要我们的实施条例、指导意见、地方性规范文件、司法解释等配套性规定。如果说电影行业自身能够为版权质押、未来评估机构的评估标准提供参考,那么版权交易市场的形成可能就会像现在的碳排放权交易市场一样,变成一个活跃的、具有高融通性的市场体系。一旦具有这样的金融属性,那么对于很多电影行业融资渠道无疑打开了更广阔的路径。”

高风险

在不确定性更强的电影行业,系列电影的打造过程较一般电影也往往更加坎坷。

一位不愿具名的大地影院的人士告诉记者,目前市场上知名的系列电影中,除了根据现有小说、连载动漫等改编的电影外,大部分系列电影在拍摄第一部时往往没有续集计划,而这类电影如果第一部影片在票房和口碑上获得成功,出品公司才会考虑第二部和第三部。

“这类电影因为大多是原创内容,所以在背景设定、内容延展上都有创作空间,这也是续集内容主要来源。”上述人士同时指出,“但很多这样的电影,由于没有续集计划,导演、编剧、主演等重要原创团队的合约都仅限第一部电影,而且有的影片在第一部中,重要角色的戏份完全杀青,或者再没有改编空间,以及导演和编剧等重要成员与出品方存在重大分歧等可能的不利情况,都会使主创团队的稳定性受到冲击,进而可能会导致续集难产或者难以获得市场认可,这都是打造系列电影面临的风险。”

中国内地市场的探索

电影作为一种文化产品,具有除商业之外的价值,而系列电影的兴起,是中国电影产业化发展、工业化水平提升的必然产物,对于起步较晚的中国电影市场,系列电影的打造尚处于摸索阶段。

2021年11月,国家电影局发布的《“十四五”中国电影发展规划》也明确了对系列电影的政策支持。近年来,在《流浪地球》《唐人街探案》等系列电影在票房方面获得成功后,国内多家影视公司也跃跃欲试。

在今年第一季度,在国家电影局备案立项的影片就包括《飞驰人生2》《无名之辈2》《非诚勿扰3》《爱情神话2》等续集影片。

钱重远在北京国际电影节上透露:“我们专注于系列电影创作,《唐人街探案》拍了3部,同系列网剧拍

作为成功的代表,《速度与激情》系列的打造也充满了曲折。

公开资料显示,《速度与激情》系列的前三部,每部影片的导演、编剧、主要演员等主创团队都相差很大。这也将在一定程度上导致前三部影片的票房成本比从5.47一路下滑至1.87。

“一部电影的票房收入不是都能进入电影公司的账户,除了要缴税之外,还要和院线分账,这个分账比例通常在50%左右,剩下的部分还要扣除宣传、发行、拍摄、制作等方面的成本,剩余部分才是出品方赚到手的。根据行业规律,票房成本比至少要到2.5,大多数情况下得到3才能回本。”上述人士说。

而从第四部开始,《速度与激情》系列的导演固定为林诣彬,以范·迪塞尔、保罗·沃克为核心的主演团队也稳定下来,成本票房比也开始一路走高。据记者统计,该系列第四部到第七部的票房成本比分别为4.24、5.01、4.93、7.97。但是在第七部拍摄时,保罗·沃克突发车祸去世,主创团队的稳定架构遇到严重打击,从第八

部开始,不仅每部影片的票房走弱,票房成本比也开始一路下滑。到最近上映的《速激10》,拍摄过程中导演林诣彬临时又退出,主演阵容不断壮大,导致该片成本膨胀。外媒报道的制作成本是3.4亿美元,在影史上仅次于《复仇者联盟4》和《阿凡达:水之道》。

除此以外,首部电影的成功,还会引来竞争对手的跟进。上世纪90年代,中国香港的电影行业也围绕故事背景打造出“赌神”“黄飞鸿”等经典IP,而在经历过行业巅峰时期的激烈竞争后,这些IP并没有得到延续。

上述人士认为,除了“黄飞鸿”一角从李连杰更换为赵文卓等主创团队变更等因素外,市场上出现跟风现象引发观众审美疲劳也是导致该系列走向衰落的原因之一。公开资料显示,袁和平、王晶、张鑫炎等众多导演纷纷拍摄“黄飞鸿”主题电影,从1991年到1996年,共有20多部“黄飞鸿”系列电影密集上映,最终出现了有供给“速度”但需求没“激情”的尴尬结果。

地区占据了三分之二以上;在2000年后上映的系列电影约占四分之一,而且这些系列电影的发行上映地区也仅仅在华语圈以及韩国、东南亚等少数国家和地区,距离《速度与激情》《碟中谍》《007》等系列电影的影响范围有较大差距。这也意味着,中国电影行业在品牌建设和可持续发展方面仍有很长的路要走。

“每一个电影人都应该保持清醒的头脑,并不是所有类型的电影都适合开发系列电影,一定要从实际出发,万万不可盲目乐观。”中国电影评论学会会长饶曙光在接受媒体采访时表示,“只有质量才能产生口碑,这才是系列电影可持续发展的王道,一旦系列电影质量不高,口碑坍塌,过去积累的所有效益就会在一夜间烟消云散。”

马斯克公司首启人体试验 脑机接口步入深水区

本报记者 曲忠芳 李正豪 北京报道

最近一段时间以来，脑机接口(BCI)领域频现利好消息。继5月初我国南开大学在北京成功完成全球首例非人灵长类动物介入式脑机接口试验之后，埃隆·马斯克的脑机接口公司Neuralink于5月26日通过社交媒体宣布，“已获得美国食品药品监督管理局(FDA)的批准，可以启动首次人体临床研究”。Neuralink方面表示，“这代表了重要的第一步，有一天我们的技术将帮助许多人”。不过，对于

FDA批准的试验范围，Neuralink并未透露，临床试验的人员招募也还没有启动，该公司表示“将很快公布更多相关信息”。《中国经营报》记者注意到，成立于2016年的Neuralink是目前脑机接口领域最为活跃的明星公司。事实上，脑机接口技术作为当下最前沿的科学领域之一，已吸引了全世界多个国家政府以及来自产学研的多方力量参与布局。

据脑机接口产业联盟5月29日发布的《脑机接口创新与知识产权研究报告》，近些年，资本市场非

常看好脑机接口为代表的神经技术的发展前景，相关投资金额和投资笔数不断增长。截至今年4月，全球脑机接口相关融资大多数为种子轮、A轮，其中医疗健康领域是目前最直接和最主要的应用领域，也是商业化程度最高的落地场景之一。脑机接口在癫痫、帕金森、抑郁症等疾病治疗方面有明显优势，成为国内外资本重点关注的市场，神经疾病的检测、康复、治疗和数字疗法相关领域的多家外国公司在融资进度上已经进入C轮以上。

获准首次人体临床研究意味着什么？

之所以引发关注与热议，主要是因为Neuralink采用的是侵入式——完全可植入的脑机接口方式。

据记者了解，近年来已有多款脑机接口相关设备获得了FDA的相关批准，比如由NeuroLutions公司开发的、帮助中风患者康复的IpsiHand上肢康复系统设备于2021年获得授权销售许可；成立于2012年、由亚马逊创始人杰夫·贝索斯和微软创始人比尔·盖茨等投资的Synchro公司，在2021年成为第一家获得FDA批准的“研究设备豁免(IDE)”公司，所谓IDE是指允许使用其研究设备来收集支持“上市前批准”(PMA，是FDA监管流程中要求最严格的设备销售申请类型)申请或批准所需的安全性和有效性数据。

需要指出的是，Neuralink此番获得FDA批准在人体开展临床研究之所以引发关注与热议，主要是因为Neuralink采用的是侵入式——完全可植入的脑机接口方式，在外观上不可见，往往需要进行开颅手术。Neuralink在官网展示了手术机器人，称植入物的螺纹非常精细，无法用手插入，手术

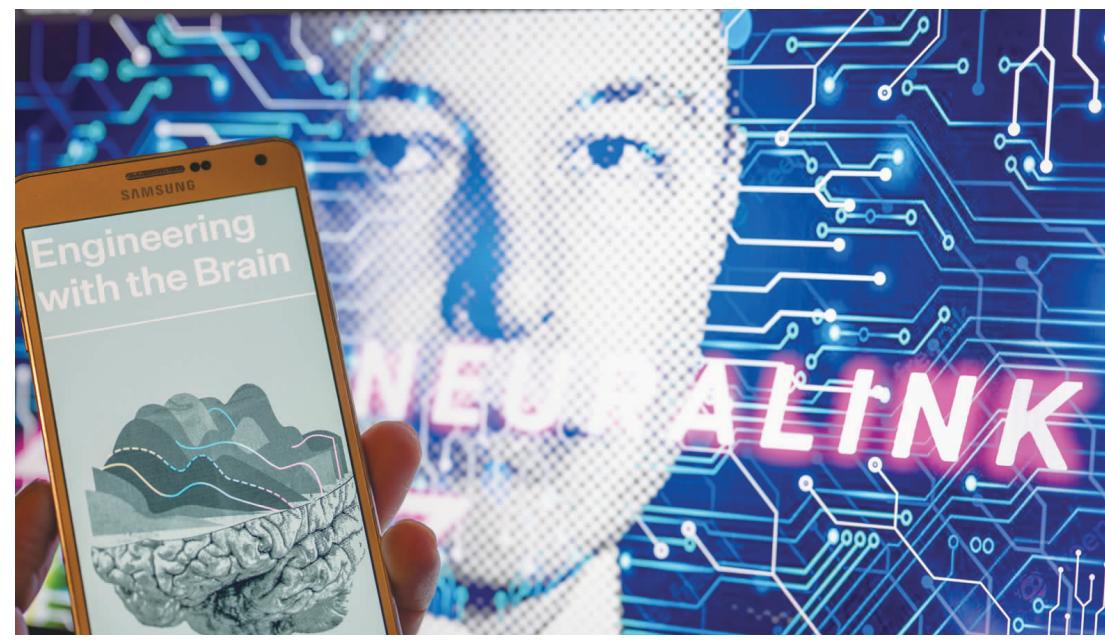
机器人可以将植入物准确地插到需要的位置。此前，Neuralink在包括猪、猴子等动物身上进行了手术试验，并不定期地展示了这些植入了脑机接口的动物在意念控制方面的突破进展，其中最为“聪明”的要属一只名叫“佩格”的猴子，它在5月9日度过了12岁生日。

因颇显“激进”的接口方式，Neuralink一直备受争议，屡次受到动物保护协会等组织机构的指责。与此同时，Neuralink向FDA申请在人类身体上开展临床研究的过程也并非一帆风顺。据路透社报道，FDA曾在去年拒绝相关申请，直到去年11月，马斯克才透露预计6个月之内开始人体试验。

不同于Neuralink的侵入式，NeuroLutions公司的IpsiHand系统则采用的是非侵入式的，这套系统有两个主要部件，分别佩戴在头上和手臂上，通过机器人技术与脑机接口结合，帮助中风患者改善上肢功能。而Synchro公司是一家血管内脑机接口公司，通过微创手

术将植入物置于血管中进行信息传输。Synchron公司认为，微创手术避免了开颅或钻孔手术，因为后者只有神经外科医生才能操作，因此侵入式更具有可扩展性。值得注意的是，目前脑机接口技术的重点面向群体是残障人群，帮助其解决因身体受损而无法独立自主的需求。

Neuralink为自身规划的战略目标是创建一个通用的大脑接口，以帮助那些当下医疗需求无法满足的人的自主权。尽管Neuralink还并未开展人体试验招募，但在官网已配置了“病患者登记”功能，允许有兴趣参加未来Neuralink临床试验的病患者在线登记申请。对于Neuralink来说，获得FDA批准显然迈出了重要一步，但从临床研究到临床应用显然还有很多挑战与考验。目前来看，脑机接口技术的研究整体仍处于研究室阶段，围绕其安全性、隐私保护、社会伦理等方面争议仍在持续，到真正步入临床应用甚至走进大众生活仍有较长一段距离。



马斯克旗下公司开启脑机接口人体试验。

视觉中国/图

我国非侵入式采集传感技术专利全球占比达35%

相比植入式采集传感技术，我国在非植入式采集传感技术领域有领先优势，专利申请近年激增。

脑机接口是一门综合学科，涉及计算机科学、工程学、医学、物理学、生物学、材料科技、化学等多个学科。脑机接口产业联盟副秘书长张倩在解读《脑机接口创新与知识产权研究报告》时表示，脑机接口领域的理论、技术和工程化实践均突破性发展，产业化落地步伐加快，尤其是各学科融合创新为脑机接口的产业落地奠定基础。在脑机接口的采集传感技术方面，相比植入式采集传感技术，我国在非植入式采集传感技术领域有领先优势。

《中国经营报》记者注意到，国内已有多家围绕脑机接口创业

的团队或公司，其中，港股上市公司博维智慧旗下的小舟科技相关负责人告诉记者，公司的主要研发方向是非侵入式脑机交互设备，短期内不会去触碰侵入式脑机接口领域。在前不久举行的2023世界智能大会(WIC)上，小舟科技现场向记者演示了一款脑机接口设备，坐轮椅的残障人士可以通过一个头戴设备再加眼前一块屏幕即可自主控制轮椅的方向。类似非侵入式的脑机接口成为国内许多初创企业的主流选择。

在南开大学段峰教授团队牵头的全球首例非人灵长类动物介入式脑机接口试验中，研究团队让介入式脑电传感器通过猴子的颈静脉，进入矢状窦，到达运动皮层脑区，手术后研究团队成功采集并识别到非人灵长类动物介入式脑电信号，实现了动物对机械臂的主动控制。这标志着我国脑机接口技术跻身国际领先行列。南开大学方面介绍，脑机接口技术可以将脑电信号转换为控制指令，从而帮助运动功能障碍患者，如脑卒中、渐冻症等患者，与外部

设备交互，提升生活质量。在5月29日举行的脑机接口创新发展论坛上，工业和信息化部总工程师赵志国表示，脑机接口作为生命科学和信息技术深度融合交叉融合的前沿新兴技术，是面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求、面向人民生命健康的重要领域，也是培育经济发展新动能、打造竞争新优势的未来产业领域。

针对我国脑机接口产业化发展，《脑机接口创新与知识产权研究报告》建议，相关企业和科研单位在技术研发创新的同时，也要重视知识产权保护。一是需要提升专利撰写质量，提高专利布局质量和授权概率；二是在重点技术分支方面持续跟进和创新，为适合自身发展的创新方向进行全面专利布局，借鉴领先企业的专利保护策略，让知识产权赋能企业价值最大化。张倩强调，充分的专利储备不仅能保护创新，还可为创新主体带来更多优势，比如许可、质押等专利运营活动，能提升无形资产价值，带来经济效益。

— 经营成就价值 —
中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

**低碳出行
绿色生态**
**LOW-CARBON TRAVEL
AND KEEP GREEN ECOLOGY**

新能源下乡“正当时” 5000亿元市场待挖掘

本报记者 陈燕南 北京报道

当前,随着政策的持续推进,广阔的下沉市场正在成为推动新能源汽车的主要着力点。

“平时的活动半径就在城区里,偶尔会回回县城老家,最远来回大约60公里,新能源汽车的续航完全够用。”《中国经营报》记者在采访中了解到,家在河南驻马店的范先生继购买了一辆燃油车之后又购买了一辆大约10万元的新能源汽车,在平时的出行中,范先生也坦言,驾驶电动车的频率比燃油车更高。“感觉新能源汽车开起来更加方便一些,也更加省钱,而且有时候开到热闹的商圈附近,这样的小车,停车位也更好找。”

像范先生这样的消费者不在少数,记者在多个社交平台上

发现,越来越多的三、四线以及农村地区的消费者更加青睐小巧灵动时尚的电动车。几何E、比亚迪海鸥、零跑T03、奇瑞小蚂蚁、QQ冰淇淋、欧拉黑猫、五菱缤果、长安糯玉米、哪吒V等10万元左右的车型都成为常见的推荐车型。

今年以来,政策对新能源汽车下乡的支持力度也在进一步加大,日前,国家发展改革委、国家能源局印发《关于加快推进充电基础设施建设更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴的实施意见》(以下简称《实施意见》),提出创新农村地区充电基础设施建设运营维护模式,支持农村地区购买使用新能源汽车,破除堵点痛点。

今年以来,多地也陆续启动2023年新能源汽车下乡活动。

比如云南,放宽了补贴车辆类型;除了线下展销,陕西还组织新能源汽车企业进行线上推广,鼓励车企举办直播或网络购车活动;无锡近日印发《2023年度促进新能源汽车推广消费的若干政策措施》,鼓励该市新能源汽车生产及销售企业在乡镇(街道)及工业园区举办新能源汽车下乡系列活动。

“新能源汽车在县乡比大城市更具普及潜力。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,此次两部门提出鼓励新能源汽车企业针对农村地区消费者特点,通过差异化策略优化配置,开发更多经济实用的车型,特别是新能源载货微面、微卡、轻卡等产品,就是希望企业从供给端发力,满足和创造市场需求。

长势头。

与此同时,虽然国内新能源汽车产业突飞猛进,不过,不同地区的新能源车普及率存在较大差异,我国农村地区新能源汽车市场仍处于起步阶段,总保有量相对较低,具有较大潜力。

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树曾统计过,2023年限购城市纯电动车占有率为30%。县乡市场渗透率为17%。“目前新能源汽车在大城市的普及率越来越高,或将进入增长相对放缓阶段,而在中小城市和县乡市场增量空间较大,应成为挖掘内需潜力的重要方向。”他表示。

南京大学长江产业经济研究院研究员张月友表示,近3年来,我国广大小城镇地区市场的新能源

汽车虽然有所增长,但农村新能源汽车市场仍然是一片尚待开发的蓝海。“2009年第一批汽车下乡的车辆距今已经10余年,正陆续迎来换代升级窗口期。据公安部统计,2022年,我国农村地区汽车保有量达1.4亿辆,占全国总量的44.1%。按照10%的年更换率,农村地区每年有上千万辆机动车需要更换。我国农村人口近5亿,是挖掘内需潜力的重要领域。”张月友说。

中国电动汽车百人会发布的《中国农村地区电动汽车出行研究》预计,到2030年,中国农村地区汽车千人保有量将近160辆,总保有量超7000万辆。未来如果能满足农村居民的机动车化出行需求,将会撬动一个5000亿元规模的汽车市场。

下沉市场有强大潜力 有望撬动5000亿元市场

农村新能源汽车市场仍然是一片尚待开发的蓝海。

有业内人士认为,考虑到国内新能源产能充足,激发农村地区的新能源车市场有利于发挥国内制造成本优势,又能强化新能源产业链。作为消费的主力,汽车充当着畅通农村经济循环的关键环节和重要引擎。根据中汽政研研究,每推广一辆新能源汽车,可带动2.6倍左右的上下游产业链增值。

而在过去,新能源汽车下乡确实起到了助力汽车市场的重要作用。中国汽车工业协会数据显示,自2020年新能源汽车下乡活动启动以来,在三年内带动新能源下乡车型销量达到410多万辆。从2020年下半年、2021年、2022年新能源汽车下乡车型的消费情况来看,销量同比分别增长80%、169%、87%,保持了较快的增

下乡品牌车型增多 A00级车和A级车或将成消费主力

2023年,新能源汽车下乡有39个品牌的52款车型进行参与。

那么什么样的汽车将会更有机会撬动这个大市场呢?

“上下班出行代步、接送孩子上学等应用场景,对价格便宜、动力性能和续航里程较低的纯电微型车需求量比较大。尤其是居住在农村的群众,不少人家里有宽敞的停车空间,充电也方便。”有消费者表示。

在过去,A00级别的电动车满足了这一要求,“五菱宏光MINIEV”也正是在那时走向了销量的高峰,并被称之为“神车”。不过今年以来,汽车市场掀起的价格战也对A00级别的电动车产生了巨大的影响,很多A级车价格都下探到了10万元以下,车内空间更大、续航里程更高、配置也更加全面,对消费者的吸引力也更强。

惠誉评级亚太地区企业部董事杨菁向记者表示:“A00级别纯电动汽车的市场出现了萎缩状态。其一是电池成本的上涨,其二是双积分的价格也在不断下



广阔的下沉市场正在成为推动新能源汽车发展的主要着力点。 张硕/摄影

跌。所以对于车企来说,生产A00级别的车型已是处于无利可图的状态。另外,市场也正朝着消费升级的趋势发展,在新能源汽车下乡的背景下,我认为A0级车和A级车可能会迎来更大的利好。”

乘联会最新数据显示,2023年一季度A0级轿车市场销量增速38.8%,份额占整体市场的3.1%,较2022年分别提升32.1个百分点和0.9个百分点。

低价抢夺下沉市场 电动小车降至不到3万元

专家建议,政府、企业、金融机构都要拿出一些真金白银,助力农村新能源车消费。

在采访过程中,记者了解到,虽

然目前市面上的汽车品牌逐渐增

多,但是三、四线城市或乡村地区依

然对价格更为敏感。“由于每天通勤

的距离较远,每个月驾驶燃油车所

需要的油费大致需要1000元。所

以目前正在寻找一辆电动代步车,

最看中的还是价格因素,最好能在

10万元以内。”徐开(化名)表示。

根据中国电动汽车百人会发

布的《中国农村地区电动汽车出行

研究》,定价在15万元以下的汽车

是三、四线城市汽车消费的主要消

费市场,占比达58%。而三、四线

城市在5万元以下汽车市场新能

源渗透率领先全国水平。

面对众多竞争者,五菱汽车、奇

瑞率先响应政策号召,企图重新用

低价重返乡镇这一重要市场。5月22

日,五菱宏光MINIEV家族多款车型

启动降价,至高直降1.3万元,全系起

售价低至2.98万元。而就在此前数

天,奇瑞QQ冰淇淋推出1000元/台

补贴优惠,推出了3999元可享QQ冰

淇淋原厂快充套装等优惠活动。

汽车分析师林示则对记者表

示,在乡镇等下沉市场,“老头乐”

之所以能占据出行工具的一席之地,主要原因在于便宜。考虑到低

线城市的消费力有限,新能源品牌

另有专家建议,政府、企业、金融

机构都要助力农村新能源车消费。

地方政府可针对特殊车型进行现

金补贴;企业可优化产品配置,推出经

济实用的电动车型,以紧凑型轿车为

主。金融机构可以通过提供低息贷

款等,为农村地区购车提供资金支持。

华晨宝马20周年:中国汽车产业链优秀样本



近日,华晨宝马在沈阳铁西工厂里达厂区迎来了成立20周年庆典。从20年前只有一条装配线,发展成为宝马集团全球最大生产基地,如今全球每三辆宝马车就有一辆产自沈阳,可以说,华晨宝马演绎了中德商贸合作的成功故事,成为中国汽车产业链发展优良样本之一。

万涓成水,汇流成河。宝马沈阳生产基地自2010年起累计获得投资近1000亿元人民币,年产能达到83万辆,不仅是宝马集团全球规模最大的生产基地,也是最重要的新能源汽车生产中心之一。

宝马集团负责企业财务的董事默尔特表示:“20年来,华晨宝马一直是宝马集团在中国发展的主要推动力,从服务客户、创造价值、造福社会和助力经济等多方面为中国汽车工业的发展做出了重要贡献。我们与辽宁省以及众多中国企业的成功伙伴关系,展示了中德贸易可以创造共同繁荣。在迈向电动化、数字化和循环永续的道路,我们将继续扩大在华布局、加强合作,积极为中国的现代化贡献力量。”

华晨宝马在沈阳的20年,是

“宝马品质”与“沈阳制造”深度融合的20年,也是中德经贸合作共创共赢的范例之一。宝马与沈阳演绎了一段相互成就、合力共筑中国汽车产业高质量发展的故事,为中国汽车产业链的繁荣提供了重要的发展动能。

20周年是“答卷”也是崭新的“起点”。在庆典活动上,宝马集团

宣布将于2026年起在沈阳投产BMW新时代车型;同时,与之配套的宝马第六代动力电池项目全面动工,总投资100亿元人民币,规划面积24万平方米,是现有动力电池生产面积的5倍,并将创造2000个新的工作岗位。

“知行合一,行胜于言。”华晨宝马在20年间的快速发展是宝马

集团深耕中国市场、与本土伙伴精诚合作的“累累硕果”,是助推产业链升级的“合资样本”,更是加强国际间经贸合作的一个典型例证。站在当前产业发展行稳致远的宏观格局下,尤其需要像华晨宝马这样能带动产业集群发展、助力高端智能制造的企业,共同为电动时代的绿色出行努力。

随着中国市场的蓬勃发展,以及中国在创新、电动化、可持续等方面方面的领先地位,宝马集团也在不断升级其中国战略,从“在中国,为中国”到“在中国,为世界”,再到“家在中国”,从始至终,中国市场始终被放在重要的战略位置。宝马集团将继续携手中国伙伴,共创未来,全面融入中国新能源产业的发展宏图。

继成功推出BMW iX3和全新BMW i3之后,宝马沈阳生产基地将在今年年内投产创新纯电动BMW iX1,明年投产创新纯电动BMW i5,2026年将迎来BMW新时代车型。BMW新时代车型具备

携手本地合作伙伴,带动当地产业集群发展

“一个人可以走得很快,一群人才能走得更远。”20载春秋,华晨宝马在实现自我成长的同时,也扮演着产业链“链主”角色,携手中国伙伴共同推动沈阳新能源产业集群发展。

华晨宝马是中德(沈阳)装备制造产业园和大东汽车城两大产业集群平台的重要成员,也是中德(沈阳)高端装备制造创新委员会的发起者之一。在华晨宝马全国430多家零部件供应商中,超过120家位于辽宁,近100家扎根在沈阳。

随着宝马和沈阳新能源产业的提速,采埃孚、亿纬锂能等知名

助力新能源产业发展,为迎接“新时代”做好准备

随着中国市场的蓬勃发展,以及中国在创新、电动化、可持续等方面方面的领先地位,宝马集团也在不断升级其中国战略,从“在中国,为中国”到“在中国,为世界”,再到“家在中国”,从始至终,中国市场始终被放在重要的战略位置。宝马集团将继续携手中国伙伴,共创未来,全面融入中国新能源产业的发展宏图。

随着中国市场的蓬勃发展,以及中国在创新、电动化、可持续等方面方面的领先地位,宝马集团也在不断升级其中国战略,从“在中国,为中国”到“在中国,为世界”,再到“家在中国”,从始至终,中国市场始终被放在重要的战略位置。宝马集团将继续携手中国伙伴,共创未来,全面融入中国新能源产业的发展宏图。

随着中国市场的蓬勃发展,以及中国在创新、电动化、可持续等方面方面的领先地位,宝马集团也在不断升级其中国战略,从“在中国,为中国”到“在中国,为世界”,再到“家在中国”,从始至终,中国市场始终被放在重要的战略位置。宝马集团将继续携手中国伙伴,共创未来,全面融入中国新能源产业的发展宏图。

企业是抓手,生态是终局,合作是基因,成就是未来。宝马正携手中

国合作伙伴共建下一个20年,全力支持东北全面振兴和中国高质量发展,让我们拭目以待。 广告



宝马第六代动力电池项目在沈阳动工

从“1”到“N”:华晨宝马扎根沈阳,向新生长

在庆典活动上有一个环节非常有意义。宝马集团负责企业财务的董事默尔特和负责生产的董事诺德科沃奇博士专程从慕尼黑来到沈阳,在现场将来自辽河口的“一瓶水和第六代动力电池项目奠基的土放入‘时间胶囊’,表达了对华晨宝马未来的美好祝愿。

2003年5月,华晨宝马汽车有限公司在沈阳市大东区注册成立,为辽宁这片工业热土带来了宝马集团最先进的汽车制造理念和技术。20年来,华晨宝马深深

扎根在沈阳这片沃土,息息与共,向新生长。得益于当地良好的营商环境、各级政府部门和合作伙伴的支持以及中国客户的厚爱,华晨宝马的业务快速发展,与沈阳这座工业之城不断创造着“沈阳速度”。

今天,沈阳制造的BMW产品代表了豪华品质和创新,是现代化工业制造的结晶——精益、绿色、数字化。在这一激动人心的时刻,我要特别感谢当地政府部门长期以来的大力支持,以及合作伙伴

的“核心要素”,华晨宝马实现了从“1”到“N”的跨越式发展。

2022年,华晨宝马在全国的零配件采购额超730亿元,其中60%来自辽宁。华晨宝马连续17年保持沈阳市最大纳税企业,2022年纳税贡献达485亿元。同年,大东工厂产品升级项目和铁西工厂里达厂区先后开业。其中,里达厂区项目总投资达150亿元人民币,是宝马在中国市场迄今最大的单笔投资,再次彰显宝马对中国市场的坚定信心和长期承诺。

共建“一带一路”

中国新能源汽车加速“驶向”东南亚市场

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

日前，3000辆国产新能源汽车在广州南沙汽车码头被装载上“卡里领袖”轮滚装船，启航前往东南亚地区。这是今年以来华南地区单品牌国产新能源汽车单次出口量最多的批次。

随着全球自主新能源汽车

不断发展，国内自主品牌沿着“一带一路”铿锵奋进，提品质、拓市场。在汽车新四化浪潮以及国际化趋势的大背景下，包括上汽名爵、长城汽车、比亚迪、哪吒汽车等国内车企瞄准东南亚市场“开疆拓土”。2022年，东南亚六大经济体的新能源乘用车年销量逾5万辆，而2021年销量仅约1.6万辆。

2023年，越来越多车企透露在东南亚建厂的计划，包括长安汽车将在泰国投资98亿泰铢（约合20亿元人民币）建设新能源汽车工厂；比亚迪旗下子公司比亚迪电子已在越南建有电子工厂；上汽集团宣布在泰国建设新能源汽车产业园区等。新一轮的造车“风暴”正在东南亚市场蓄势待发。

自主品牌向外走

随着汽车新四化趋势加速发展，“国际化”成为众多车企着眼的新趋势，尤其是自主品牌新能源汽车的快速发展，已成为国内汽车出口的新增长极。

据中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）整理的海关总署数据，今年一季度，国内汽车出口量为107万辆，同比增长58.1%。海关总署数据显示，今年一季度，国内新能源汽车出口24.8万辆，同比增长1.1倍，占汽车出口总量的比重为23.2%。而2022年一季度，上述比重为21.9%。

随着汽车新四化趋势加速发展，“国际化”成为众多车企着眼的新趋势，尤其是自主品牌新能源汽车的快速发展，已成为国内汽车出口的新增长极。

当前，自主品牌新能源汽车

主要通过整车出口、在海外直接设厂两大方式向外走，而对“出海”地域的选择，大多数车企的规划中均出现毗邻国内市场的东南亚市场。相对于欧洲的高消费水平市场，东南亚新能源汽车需求旺盛，现有存量仍有极大增长空间。

根据国际咨询公司KPMG发布的报告，东南亚新能源汽车市场规模将从2020年的3.8万辆增长到2030年的100万辆，而截至2022年东南亚六大经济体新能源乘用车年销量约为5.1万辆，同比激增超200%。

基于此，国内诸多车企今年以来已有计划地加速进军东南亚市场。5月下旬，长安汽车在接受投资者调研时表示，在国际化运营方面，长安汽车将成立东南亚事业部、欧洲区域总部，还将适时在美洲、非洲等地建立区域总部。

此前4月，泰国投资促进委员会证实，长安汽车将在泰国投资98亿泰铢（约合20亿元人民币）建设新能源汽车工厂。根据规划，长安汽车将在泰国布局全球“右舵生产基地”，计划于2024年实现投产，首期产能10万辆，二期将增加至20万辆。



东南亚新能源汽车市场规模将从2020年的3.8万辆增长到2030年的100万辆。图为某港口停着成排的新车，等待出口到其他国家。

本报资料室图

待发掘的新市场

作为东南亚地区第二大经济体，泰国以其优越的地理位置吸引着众多国内车企入驻。据泰国汽车协会的数据，中国品牌占泰国新能源汽车总销量比例超过90%。

在东南亚市场的开拓中，车企逐步倾向在当地建设工厂的“出海”模式。基于东南亚市场劳动力、厂房等成本综合优势，包括比亚迪、长安汽车、上汽集团、长城汽车、哪吒汽车等车企均计划在东南亚地区建设工厂或与当地企业合作进行代工生产。

除上述提及的车企，上汽集团于4月底宣布在泰国建设上汽正大的新能源汽车产业园区。记者了解到，该园区占地面积12万平方米，将实现电动车核心部件的本地化生产。其中，园区第一阶段将于今年10月竣工并投入使用。5月，泰国政府发言人在一份声明中表示，合众汽车已与一家泰国汽车装配公司签署协议，将从明年开始在当地生产哪吒V车型。

值得一提的是，从地域选择而言，车企更集中于泰国、马来西亚、越南三国进行出口或投资建厂。作为东南亚地区第二大经济体，泰国

以其优越的地理位置吸引着众多国内车企入驻。据泰国汽车协会的数据，中国品牌占泰国新能源汽车总销量比例超过90%。根据规划，到2030年，泰国电动汽车产量预计将会占到汽车总产量的30%以上。

对于国内新能源汽车出口东南亚市场，乘联会秘书长崔东树表示，相较其他区域市场，中国与东盟主要国家的贸易保持着良好的增长态势。同时，东南亚市场对新能源汽车的需求增长也为国内车企拓展该地区市场提供了良好的发展机遇。

其认为，当前，国内车企出口运营能力有很大提升。同时，随着东南亚市场消费水平的提升和电动化的渗透，东南亚市场的新能源销售潜力巨大，国内汽车出口要抓住这一市场，大力推进。

与此同时，东南亚地区多国对新能源汽车发展给予了充足的政策支持。印尼方面，计划2023年

为每辆在印尼国内生产的电动汽车提供最高8000万印尼卢比（约合5130美元）的补贴，为每辆混合动力汽车提供约4000万印尼卢比（约合2565美元）的补贴，旨在到2030年将当地电动汽车的销量提高三倍，同时引入电动汽车制造商在当地投资，以实现建立本土供应链的愿景。

除了当地生产的新能源汽车，东南亚地区多国对进口新能源汽车同样发布多重利好政策。马来西亚方面计划在2023年12月31日前，免除100%电动汽车进口税和消费税，电动汽车整车进口(CBU)免道路税；对于组装进口电动汽车(CKD)，也在2025年12月31日前免征100%的销售税。泰国政府则针对电动汽车免除进口税，2022年至2023年进口的新能源汽车最高可享受进口税六折，同时，电池等新能源汽车关键部件进口可享受免收进口税的优惠政策。

新能源产业链配套“出海”

车企对海外产地产业链配套把控更为重视，在投资建厂的同时已将动力电池、电芯等关键零部件布局纳入建设体系中。

在新能源自主品牌“出海”的带动下，新能源产业链企业也走上了国内国外双循环发展的路线。根据美国地质调查局公布的数据，2021年，全球镍矿总产量为270万吨，其中印尼和菲律宾产量分别占全球镍矿产量37%和14%，合计占比超50%。因此，富有镍资源的东南亚地区吸引着众多动力电池企业前往开拓。

近期，据外媒报道称，泰国政府正与宁德时代等动力电池制造商就在泰国建设生产设施进行谈判，并以此期望更多动力电池制造厂在泰国投资建厂。对此，宁德时代暂未有回应。此前，宁德时代曾宣布与泰国国家石油股份有限公司的全资子公司签署战略合作备忘录，计划在

东盟地区就电池相关业务开展合作。

除了宁德时代，动力电池企业格林美子公司格林美（无锡）能源材料有限公司与CAHAYA JAYA INVESTMENT PTE. LTD.等公司共同签署了《关于建设印尼红土镍矿冶炼生产新能源用镍原料（镍中间品）（2.0万吨镍/年）项目的合资框架协议》。

该项目投资总额暂定5亿美元，由上述各方（或各方关联公司）在印尼组建的合资公司实施本项目，打造新能源用镍原料制造体系，匹配全球新能源产业对镍资源的战略需要。

与此同时，车企对海外产地产业链配套把控更为重视，在投资建厂的同时已将动力电池、电

芯等关键零部件布局纳入建设体系中。4月，上汽正大新能源产业园在泰国正式动工，该产业园占地12万平方米，将聚焦锂离子电池等新能源汽车关键零部件的本地化生产。其中，一期建设电池模组及PACK生产线预计年内竣工，整体项目将于2025年建成。

值得一提的是，2013年，上汽集团联合泰国正大集团成立上汽正大汽车有限公司，以加快MG（名爵）品牌国际化进程为契机，启动基于泰国、面向东盟的汽车发展战略。据悉，昂华（上海）自动化工程股份有限公司已选择泰国东部经济走廊作为其首个海外生产基地，为MG（名爵）品牌的电动汽车生产基地。

起亚“谋变”：深耕中国市场重塑业务体系 按下电动化转型“快进键”

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在合资车企纷纷加速电动化转型的当下，此前发布中国新能源战略的起亚亦在加速变革步伐。

《中国经营报》记者获悉，针对“管理岗员工轮休”一事，起亚

中国方面回应称，“为顺应全新的电动化时代，起亚主动变革，重塑业务体系，扩大聘用专业的本土精英人才，激发组织活力，实现公司良性发展”。

与此同时，起亚中国方面还对外表示，其通过“发布中国新能源战略，加快布局纯电

动车产品，并在渠道、服务、营销等方面积极发力，加速向电动化品牌转型”。

在此前的第二十届上海国际车展上，除了全新紧凑级SUV赛图斯正式上市外，起亚也携旗下EV6 GT、EV5概念车、EV9概念车以及电动汽车专用

平台E-GMP亮相上海车展。

“今年是起亚中国品牌转型的进阶之年，起亚将加速推进中国新能源战略全面落地，通过引进更多全球领先的电动化技术和产品，为中国消费者提供更高品质的移动出行服务体验，力争在中

国市场实现再次腾飞。”起亚方面如此表示。

目前，起亚中国总经理金京铉也对记者表示：“起亚中国正在努力打造‘技术起亚’的品牌标签。中国是起亚的桥头堡，中国市场的成功是起亚全球战略的核心。同时，今年

起亚将铆足劲在中国开拓EV市场。”

“为顺应全新的电动化时代，起亚将主动变革，重塑业务体系，扩大聘用专业的本土精英人才，激发组织活力，实现公司良性发展。”金京铉表示。

加快电动车型上市步伐

梳理可发现，今年3月20日，起亚中国新能源战略发布会于上海举行，彼时，起亚全球CEO宋虎声再次来到中国，重申起亚扎根中国市场并重塑全新格局的决心。

宋虎声表示，“我们制定了‘可持续发展的移动出行解决方案供应商’企业愿景，并以面向未来的‘Plan S’战略为基础，确立了‘向电动化全面转型’的核心。起亚计划到2030年实现EV销量160万辆，巩固全球电动汽车市场领导品牌地位。”

而中国作为全球最大新能源汽车市场，在起亚中国新能源战略发布会现场，宋虎声也对此强调，“中国汽车市场不断创新发展，可谓日新月异，千变万化。确保中国市场的成功是起亚全球战略的核心要素。”

起亚针对中国市场发布的EV中长期战略蓝图显示，从2023年开始，起亚每年将推出至少一款基于E-GMP平台开发的纯电动汽车

车；到2027年，共计推出6款EV车型，为中国消费者带来更加多元的纯电出行体验；到2030年，实现EV车型年销量18万辆的目标，销量占比达到40%。

“今年，起亚将铆足劲在中国开拓EV市场”，来自起亚中国方面的信息显示，起亚明星纯电动EV6、起亚首款在中国首发上市的全球车型EV5分别将于今年8月和11月上市；起亚旗舰电动SUV EV9则将于2024年在中国上市。

以起亚明星纯电动车EV6为例，起亚方面介绍称，与市场同级车型相比，EV6 GT配备800V超高速充电功能，百公里加速仅需3.5秒，最高车速可达260公里/小时，拥有比肩超跑的加速性能。在全球范围内，EV6陆续获得了“2022欧洲年度汽车”“2023北美年度汽车”等全球知名大奖。

对此，起亚中国首席运营官杨洪海形象地表示：“EV6主打的是

动力性能，拥有3.5秒破百，扎实的底盘技术等，是像西装暴徒一样的炸街神器。而EV5则更偏向于家庭用车，会打造成集合各种AI功能的智能电动汽车，是起亚的跑车、英雄车型。”

“从海外市场来看，EV6在北美和欧洲的直接竞争对手是特斯拉。那么来到国内市场的话，EV6 GT是我们进军高端、性能细分市场的旗舰性能电动汽车，担当着引起消费者关注，树立起亚电动化品牌形象的作用。”起亚中国相关负责人曾如此介绍。

“起亚中国的新能源战略将按照‘高中低’三条路来走”，起亚中国相关负责人曾表示，EV5是承担销量的战略车型，主要用来满足中高端消费群体。EV5也是起亚第一款在中国生产且首发上市的全球车型，意义非凡。“针对下沉市场就是另一种产品和思路。后续，我们将推出应对车型，实现产品线全覆盖。”

打造“技术起亚”品牌标签

除了加速明星车型上市步伐外，起亚中国当下正在努力打造“技术起亚”的品牌标签。

“起亚在混合动力、插电式混动、纯电动、氢燃料四大技术领域有深厚积累”，起亚中国方面介绍，在电动化方面，起亚拥有电动汽车全球模块化平台E-GMP、800V超快充等核心技术，并且起亚有近80年的造车历史经验，拥有成熟先进的设计、研发、生产等体系化优势。

而在中国市场方面，起亚将加大电动化技术研发投入。结合中国市场特点和中国用户需求，通过中国前瞻数字研发中心等研发团队，研发更符合中国用户需求的产品和技术。

此外，渠道布局方面，起亚中国亦在加速推进，一方面，将加快对全国经销商门店进行全球统一的SI 2.0升级，为用户带来更专业的终端购车及服务体验；另一方面，将与国内大型经销商集团合作，加速在一二线大城市的核心商圈建

立和运营起亚City Store，进一步扩大品牌及电动汽车的渠道网络。

记者注意到，在今年3月的起亚中国新能源战略发布会上，森那美、锦龙、鑫汉马、通立、百得利5家知名大经销商集团与起亚签署了战略合作协议。

起亚中国相关负责人曾对此解释称，上述这些大型经销商集团在全球市场都是起亚的战略合作伙伴，他们相信起亚在中国的电动化发展，坚定看好起亚中国的发展前景，相信起亚的产品和整个体系运作能力。

“通过大型经销商集团，主要补充起亚在一二级城市的销售网点，与现有的网络渠道形成互补，充分融合，构建更为完善的渠道体系。”起亚中国相关负责人如此介绍。

值得注意的是，对于目前市场关注度颇高的造车新势力，在起亚中国相关负责人看来，“造车新势力的做法，不一定适用于起

亚，因为起亚是合资品牌和国际品牌，很多都不一样”，其同时表示，“起亚现在培养小众的、真实的消费群体可能更为重要。聚焦用户运营，把老客户运营好，把品牌运营好。”

在行业看来，多措并举推进中国市场份额转型的背后，是起亚“纠偏”“谋变”的真实反映。

“在燃油车时代，起亚在中国以行业领先的技术和品质过硬的产品，赢得了超过600万用户的喜爱，也打造出了拥有百万级用户的神车K3。”起亚中国方面表示，电动化时代，起亚将转变过往的主机厂思维，坚持用户思维。

“起亚需要在本土化方面持续强化，纠正过去的一些战略误判，以新的战术，坚决地去落地新战略。”起亚中国相关负责人也曾表示，当下最重要的是全面推进起亚中国的电动化转型，在其看来，“中国市场非常大，只要用心经营，找准定位，总能有机会。”

“国内汽车经销商第一股”光环褪去 *ST庞大12年A股旅程行将“谢幕”

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

庞大汽贸集团股份有限公司(以下简称“*ST庞大”,601258.SH)长达12年的A股旅程即将走至终点。

5月25日,*ST庞大发布公告称,公司已收到上海证券交易所(以下简称“上交所”)上市公司管理二部下发的《关于拟终止庞大汽贸集团股份有限公司股票上市的事先告知书》。上述公告显示,截至2023年5月24日,*ST庞大股票收盘价已连续20个交易日低于人民币1元,根据《上海证券交易所股票上市规则(2023年2月修订)}(以下简称《股票上市规定))规定,*ST庞大股票已经触及终止上市条件,上交所依据《股票上市规则》相关规定对*ST庞大股票作出终止上市的决定。

*ST庞大旗下4S店一度超过

至此,在完成破产重整3年多时间后,昔日“4S店之王”“国内汽车经销商第一股”——*ST庞大退市已经是“板上钉钉”。5月25日开市起,*ST庞大股票停牌。

5月27日,*ST庞大再次发布公告称,公司于2023年5月26日收到中国证券监督管理委员会下发的《中国证券监督管理委员会立案告知书》(编 号 : 证 监 立 案 字 0162023008 号)。因涉嫌信息披露违法违规,根据《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国行政处罚法》等法律法规,证监会决定对公司立案。立案调查期间,公司将积极配合证监会的相关调查工作,并严格按照监管要求及时履行信息披露义务。

*ST庞大旗下4S店一度超过

1400家,市值超过500亿元,其走向退市的结局令人唏嘘。一位资深豪华品牌销售总监对记者表示:“国内大的汽车经销商集团大多采用重资产模式,庞大集团就是个中典型案例。买地建店再加上向厂家采购汽车支付购车款,4S店资金周转庞大,一旦遇到市场环境恶劣,资金链就容易出现问题。基于此,很多经销商集团会采用上市的方式进行融资和资金周转,但上市之后,扩张的脚步不能停,时刻都得想着财务报表数据。在高压之下,激进扩张所带来的风险也会越来越大。”

据悉,在购地建店的模式下,*ST庞大的土地拥有量曾高达1.25万亩,这使得其资金大量被占用,这一重资产模式叠加其面临的发展运营环境不利,使得*ST庞大陷入困局。

从“4S店之王”到濒临退市

从2017年到2023年,*ST庞大前进之路颇为曲折。

*ST庞大曾有“4S店之王”的美誉。*ST庞大成立于2003年,2011年4月28日,其在上交所正式挂牌上市,成为国内第一家通过IPO实现登陆A股的汽贸集团。

官网信息显示,2014年,*ST庞大首次荣登世界汽车品牌百强榜,作为唯一入选的汽车经销商集团,排名第50位,品牌价值达17亿美元;在2018年中国新零售百强排行榜TOP100中,排名第21位。在2020年之前,其一直位列中国汽车经销商集团百强排行榜前十。

*ST庞大曾经是国内规模最大的汽车经销商,其多年的发展一直受到业内关注。

记者注意到,2022年,*ST庞大位列“2022中国汽车经销商集团百强排行榜”第17名,排名相较此前有所下滑。

与此同时,根据*ST庞大今年4月19日发布的2022年度报告,截至2022年12月31日,公司拥有267家经销门店,可以看到,*ST庞大经营网点数量在持续缩减。数据显示,2019年~2021年,其经营网点数量分别为402家、329家和283家。值得注意的是,2020年~2022年,*ST庞大整车销量分别为14.1万辆、14.14万辆和12.98万辆。

时间的指针走向2023年,*ST庞大“4S店之王”等光环褪去,根据上交所以及中国证券监督管理委员会下发的相关文件,*ST庞大退市已无悬念。

根据*ST庞大5月25日发布的《关于收到股票终止上市相关事项监管工作函的公告》,截至2023年5月24日,*ST庞大股票收盘价为

0.40元/股,已连续20个交易日低于面值(1元/股),已触及《上海证券交易所股票上市规则》的交易类退市指标。上交所自公司触及交易类退市情形之日起15个交易日内,根据上市委员会的审核意见,作出是否终止公司股票上市的决定。

*ST庞大由盛转衰是在2017年,当时其因涉嫌违反证券法律法规被证监会立案调查。从2017年到2023年,*ST庞大前进之路颇为曲折。

2019年,因资金紧张无法清偿到期债务,*ST庞大被债权人申请重整,并导致控制权易主,三大重整方之一的深圳市深商控股集团股份有限公司总裁黄继宏成为实际控制人。

2018年,受市场环境波动较大及公司立案调查事件持续发酵等因素影响,公司经营面临前所未有的压力与挑战,部分金融机构对公采取了一系列紧缩信贷措施,公司资金紧张的情况进一步加剧,严重影响公司的正常经营。”*ST庞大方面此前曾表示。

根据2019年经法院裁定批准的《重整计划》,*ST庞大重整投资人及其关联方受让人曾承诺:*ST庞大2020年、2021年、2022年净利润分别不低于7亿元、11亿元、17亿元,或三年净利润合计达到35亿元。

而根据今年4月*ST庞大披露的2022年度报告,庞大集团2020年、2021年和2022年,实现归属于上市公司股东的净利润分别为5.80亿元、9.02亿元和-14.41亿元,三年累计实现归属于上市公司股东净利

润为0.41亿元。根据《重整计划》的规定,重整投资人需补足的业绩承诺补偿款为34.59亿元。

从“4S店之王”到走向退市,

*ST庞大何以迎来今天的结局?多位业内受访人士认为,*ST在上市之后,通过自购土地建店的方式快速扩张,其重资产运营模式使其面临较大的运营压力和现金流负担。据悉,*ST庞大将大部分在销售端获取的利润投入到了重资产购地建店上面,这使其经营风险加剧。

在2016年度财务报告公告中,

*ST庞大曾有这样的表述:“公司的营业网点主要在自有土地上建设,虽然短期内造成资金沉淀、费用增加的负担,从财务报表上对公司业绩造成一定的影响,但随着土地升值,公司的实际资产价值快速增加,使公司经营的安全性得到很大提升,长期来看公司的土地资源有利于降低企业经营成本,充分发挥资产效益,有利于公司的长期发展。”

显然,彼时*ST庞大没有料到其接下来会陷入困局。在陷入困局之后,*ST庞大曾经的“掌舵手”

庞庆华曾表示:“2017年被中国证监会调查的事件给公司的经营带来了前所未有的负面影响,特别是融资困难、资金紧张制约了公司的正常经营,这给我们带来了很大的伤害。”

一位经销商集团负责人对记者说道:“除了自购土地建店导致资金压力加大外,国内汽车市场增速放缓,汽车销售利润变薄也加大了庞大的经营压力。而面临市场环境的变换,庞大也未能及时、有效地调整和转型。”

对于推动充电桩下乡,丁锐

直言,对于充电桩行业是产业机

遇。“离我们的最终目标更近了一步,我们从2015年创办至今一直

以来的愿景就是‘让充电服务无

处不在’。”

而对于充电桩盈利难的普遍

现状,丁锐告诉记者,智充科技已

经迈进了盈利门槛,“我们已经连

续三年盈利了,充电桩是一门赚钱

的生意”。

丁锐告诉记者,这种服务中

小型充电站运营商的模式可以

很好地被复制到县城、乡镇。

我们认为,任何有停车场、停车位的地方都需要充电设备,而我们的

一整套软硬件设备就是服务这种

完全分布化的生态,无论是大城

市,还是小城镇,有资源的人都

可以去自由地经营他们的充电

服务。”

采访中,记者了解到,对于充

电基础设施”,“加快实现适宜使

用新能源汽车的地区充电站‘县县全

覆盖’、充电桩‘乡乡全覆盖’”。

近期,国家发展改革委与国家能源局公布《关于加快推进充电基础设施

建设更好支持新能源汽车下乡

和乡村振兴的实施意见》(以下简

称《实施意见》),《实施意见》中提

出上述目标。

对于推动充电桩下乡,丁锐

直言,对于充电桩行业是产业机

遇。“离我们的最终目标更近了一步,我们从2015年创办至今一直

以来的愿景就是‘让充电服务无

处不在’。”

而对于充电桩盈利难的普遍

现状,丁锐告诉记者,智充科技已

经迈进了盈利门槛,“我们已经连

续三年盈利了,充电桩是一门赚钱

的生意”。

丁锐告诉记者,这种服务中

小型充电站运营商的模式可以

很好地被复制到县城、乡镇。

我们认为,任何有停车场、停车位的地方都需要充电设备,而我们的

一整套软硬件设备就是服务这种

完全分布化的生态,无论是大城

市,还是小城镇,有资源的人都

可以去自由地经营他们的充电

服务。”

采访中,记者了解到,对于充

电基础设施”,“加快实现适宜使

用新能源汽车的地区充电站‘县县全

覆盖’、充电桩‘乡乡全覆盖’”。

近期,国家发展改革委与国家能源局公布《关于加快推进充电基础设施

建设更好支持新能源汽车下乡

和乡村振兴的实施意见》(以下简

称《实施意见》),《实施意见》中提

出上述目标。

对于推动充电桩下乡,丁锐

直言,对于充电桩行业是产业机

遇。“离我们的最终目标更近了一步,我们从2015年创办至今一直

以来的愿景就是‘让充电服务无

处不在’。”

而对于充电桩盈利难的普遍

现状,丁锐告诉记者,智充科技已

经迈进了盈利门槛,“我们已经连

续三年盈利了,充电桩是一门赚钱

的生意”。

采访中,记者了解到,对于充

电基础设施”,“加快实现适宜使

用新能源汽车的地区充电站‘县县全

覆盖’、充电桩‘乡乡全覆盖’”。

近期,国家发展改革委与国家能源局公布《关于加快推进充电基础设施

建设更好支持新能源汽车下乡

和乡村振兴的实施意见》(以下简

称《实施意见》),《实施意见》中提

出上述目标。

对于推动充电桩下乡,丁锐

直言,对于充电桩行业是产业机

遇。“离我们的最终目标更近了一步,我们从2015年创办至今一直

以来的愿景就是‘让充电服务无

处不在’。”

而对于充电桩盈利难的普遍

现状,丁锐告诉记者,智充科技已

经迈进了盈利门槛,“我们已经连

续三年盈利了,充电桩是一门赚钱

的生意”。

采访中,记者了解到,对于充

电基础设施”,“加快实现适宜使

用新能源汽车的地区充电站‘县县全

覆盖’、充电桩‘乡乡全覆盖’”。

近期,国家发展改革委与国家能源局公布《关于加快推进充电基础设施

建设更好支持新能源汽车下乡

和乡村振兴的实施意见》(以下简

称《实施意见》),《实施意见》中提

出上述目标。

对于推动充电桩下乡,丁锐

直言,对于充电桩行业是产业机

遇。“离我们的最终目标更近了一步,我们从2015年创办至今一直

以来的愿景就是‘让充电服务无

处不在’。”

而对于充电桩盈利难的普遍

现状,丁锐告诉记者,智充科技已

经迈进了盈利门槛,“我们已经连

续三年盈利了,充电桩是一门赚钱

的生意”。

采访中,记者了解到,对于充

电基础设施”,“加快实现适宜使

用新能源汽车的地区充电站‘县县全

覆盖’、充电桩‘乡乡全覆盖’”。

近期,国家发展改革委与国家能源局公布《关于加快推进充电基础设施

集采与病种付费联动:让救命钱发挥到最大效应

本报记者 苏浩 曹学平
北京报道

近日,北京市医保局发布《关于我市第一批DRG付费和带量采购政策联动采购方案征求意见的通知》(以下简称《通知》),北京市医疗机构将组成DRG(按病种付费)联动采购集团,由北京市六家三甲医院牵头成立采购组,针对运动医学、神经介入、电生理三大类耗材进行带量采购,并联动DRG付费。

所谓DRG付费,即按照疾病诊断、病情严重程度、治疗方法等因素,把患者分入临床病症与资源消耗相似的诊断相关组。在此基础上,医保按照相应的付费标准定额进行支付。

而带量采购与DRG付费政策联动,让医院和企业直接谈价,这种全新采购方式也系全国首次。

此次DRG联动采购较现在的集采有哪些特别之处,对参与改革的医疗机构而言释放了怎样的信号,联动采购对今后各地开展相关采购是否有指导意义?

日前,国家医保DRG技术指导组组长、北京市医疗保险事务管理中心主任郑杰在接受《中国经营报》记者采访时表示,“DRG联动采购是医改深入推进的必然结果。北京此次DRG联动采购也是在践行三医联动,将医保、医疗和医药连接在一起后,改革的格局得以打开。因此,我们认为这是未来的趋势,会对全国有一定的示范作用。”

医院直接跟企业议价

郑杰指出:“如果医疗机构主动接受改革,其对于市场空间、降价力度等拿捏得最为准确。”

如今国内医疗市场正面临着一场转型,即从无序扩张式发展,走向高效内涵式发展。围绕转型,近年来医保出台了诸多的改革举措。

例如DRG付费改革,通过鼓励医疗机构规范医疗行为,去除虚高价格水分,提高效率从而产生相应的效益,和原来多开药、开贵药是完全不同的方向。另外,集中带量采购,也是为了去除医疗产品价格虚高的水分,让利于百姓。

“虽然改革举措的出发点是好的,但在实施过程中确实给市场带来了比较大的震动。”郑杰表示,DRG付费改革、集中带量采购等措施单独实施后,打破了医疗市场几十年的利益格局,引发了市场的不稳定,在政策执行过程中形成了一定的阻力。

在此过程当中,一些使用贵重耗材较多的头部医院的特色科室,就率先提出能否把上述两种改革结合起来,联动执行。

《通知》显示,此次参与DRG联动采购集团的六家医院包括:首都医科大学附属北京安贞医院、北

京积水潭医院、首都医科大学附属北京天坛医院、中国医学科学院阜外医院、北京大学第三医院、首都医科大学宣武医院。

由政府组织医疗机构去进行谈判将价格压低,压下来的价格再通过DRG返还给医院,从而做到结构调整。“这也是医院在改革当中找到了新的兑现价值的方向,这才有了现在所看到的DRG联动采购。”郑杰如是说。

在郑杰看来,一方面,联动采购能帮助医院有效控制成本,再利用DRG返还到医院,让其实现效益最大化;另一方面,联动采购让医院在面对改革时,从此前的“被动接受”变为“主动参与”,既提高了医院参与积极性,也提升了改革效率。

截至目前,国家已开展三轮高值耗材集采,分别针对冠脉支架、人工关节、脊柱类耗材,平均降幅超过80%。以冠脉支架集采为例,临床治疗上却出现“按下葫芦浮起瓢”的现象。虽然均价上万元一个的支架降至700元,但此后一年间,市场上替代支架



北京市医疗机构将组成DRG(按病种付费)联动采购集团。

视觉中国/图

的药物球囊快速兴起,用量直线上升,且增速远超此前。支架只要700元,药物球囊却要两万元,使得患者治疗负担依然没有实质性减轻。

“作为行业主管部门,受限于专业知识相对欠缺,往往很难准确地把控市场空间及降价力度,有可能会出现价格过低或过高的问题,从而产生次生灾害。”郑杰表示,例如冠脉支架集采后,出现“按下葫芦浮起瓢”的问题。支架的价格控制下来,但球囊的价格又升了起来。

与此同时,价格过低,还可能会出现降低产品质量、恶意的市场竞争等情况。而价格过高则意味着改革没达到效果,老百姓的救命钱没有发挥到最大效应,没有真正实现让利于民。

郑杰指出:“如果医疗机构主动接受改革,其对于市场空间、降价力度等拿捏得最为准确。因此,把政策的制定权、决策权还给医院,让医院来自己制定出更科学的方案,对于医疗机构主动进行自我规范的行为,也是我们所乐意见到

的。这样一来,行业主管部门也从改革主导者退位成为一个组织者。”

值得一提的是,此次DRG联动带量采购是以DRG病组为单位进行的统筹,即病组中所用到的所有耗材的采购都要统筹考量,改变了以往以单个产品为单位进行的带量采购。“统筹格局的提高,也就不会出现类似支架降价、球囊放量的情况,也能有效避免市场出现新的利益诱导,真正地让老百姓受益。”郑杰说。

平衡多方利益

郑杰解释称,采用历史采购价的中位数作为最高有效报价,这一做法实际上就是承认市场的一个现状。

从文件对报价所作出的要求能够看出,此次集采政策力求多方利益的平衡。

《通知》显示,对于神经介入类弹簧圈产品,外省市带量采购非中选产品以其他省份集采中选价或中位数为报价上限;而对于运动医学类、电生理类及其他神经介入类耗材,则参考同一谈判分组中所有产品的历史采购价中位数,制定该谈判分组中所有产品的最高有效报价。

为什么要选取历史采购价中位数?郑杰解释称,采用历史采购价的中位数作为最高有效报价,这一做法实际上就是承认市场的一个现状。“耗材价格有高有低,而取高取低都不合适,因此,中位数就是此类耗材的平均水平,是市场给出的答案,这也是引导同类产品趋于标准化的一个过程。”

对于降价幅度的预期,郑杰表示,联动采购并不是以追求最低价为目标,因为本身追求低价的导向就会引发次生灾害,最后影响最大的还是老百姓。

而以往政府部门来制定采购方案,可能会更倾向于如何把价格

压低。但如果价格过低,创新企业失去了生产的积极性,不愿意投入创新,其实对整个产业链的发展是有影响的。

“本次联动采购方案力求科学性,由临床专家发挥自己的专业性,来准确的评估出降价空间,拿捏好分寸并制定一个合理价格,这就是我们的目标。因此,DRG联动采购相比于以往的集中带量采购在降价幅度方面会更加温和,这样会更平稳地让市场接受。我个人的观点认为,只要降了,其实我们就是胜利了。”郑杰说。

此外,《通知》中还提到,对于DRG联动采购涉及的主要DRG病组,在全市范围内推行实际付费,首年不因产品降价而降低病组支付标准。这对于参与采购的医疗机构而言释放了怎样的信号?

对此,郑杰表示,这实际上是对于医院主动接受改革、参与改革的一种激励。部分医院在改革当中寻求一些新的发展的方向、新的定位,那这些积极求变,适应改革的医院,政策中也出台了相应的激励措施。这其实也是一个向正的鼓励和引导,让其他的医院都能看到改革带来的红利并乐于参与到改革当中来。

“但这种政策红利不可能长期的维持下去。”郑杰指出,医保基金是老百姓的看病钱、救命钱,医保局有责任让基金发挥最大的效率。因此,设置首年不降低支付标准是兑现医院积极参与改革的一项激励措施。但随着医改的逐步深入开展,医院的费用也在逐渐压缩,医保局会对支付标准进行动态调整,让医疗机构拥有一个合理的盈余,同时让医保基金也能够有更多的空间去发挥更大的作用。

迈瑞医疗“押宝”体外诊断

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

“IVD(体外诊断)业务一定是迈瑞发展的强劲动力。”日前,迈瑞医疗(300760.SZ)董事长李西廷在2022年度股东大会上如是说。

5月28日,迈瑞医疗宣布与诺唯赞(688105.SH)在体外诊断领域开展战略合作,涉及打造感染筛查及呼吸道病原体检测的整体自动化解决方案等方面。作为一家医疗器械供应商,迈瑞医疗近年来对体外诊断的布局步伐愈加迅速,业务版图随之扩大。

2022年,体外诊断在迈瑞医疗三大业务板块中收入增速最快,达21.39%,公司在该领域共突破近300家全新高端客户。2021年,迈瑞医疗收购IVD原材料领域公司——海肽生物(HyTest),实现在IVD原材料领域核心技术的自主可控。

迈瑞医疗相关负责人对《中国经营报》记者表示,公司自成立最初的10年已确定生命信息与支持、体外诊断、医学影像三大主营业务。对于业务的研发和并购,公司均是采用打破原材料限制的布局方式。“虽然去年IVD产线在巨大的压力下仍实现了不错的成绩,但公司必须清醒意识到,该产线中以化学发光为代表的产品竞争力相比国际巨头仍存在差距。此外,虽然公司过去几年在海外IVD平台化建设上取得进展,但考虑到当前的供应时效性和临床服务能力,目前仍有不少海外高端医院和第三方连锁实验室难以进入。”

三大业务中收入增速最快

在近期宣布与诺唯赞进行战略合作的签约仪式上,迈瑞医疗管理层表示,“中国IVD市场正处在高速发展的黄金时期。”

就公司自身而言,体外诊断业务也在2022年引领了迈瑞医疗业绩增长。

年报显示,2022年,迈瑞医疗收入约303.66亿元,同比增长20.17%,净利润约96.07亿元,同比增长20.07%。其中,体外诊断类产品收入约102.56亿元,同比增长21.39%;生命信息与支持类产品、医学影像类产品的收入增速分别为20.15%、19.14%。

Wind数据显示,近8年来(指2015年~2022年,2015年以前公司未披露具体数据),迈瑞医疗体外诊断业务的收入增速最高水平为2017年的29.26%,最低水平为

2015年的6.58%。

在体外诊断领域,迈瑞医疗的产品包括化学发光免疫分析仪、血液细胞分析仪、生化分析仪、凝血分析仪、尿液分析仪、微生物诊断系统及相关试剂等。

迈瑞医疗表示,过去一年,公司在国内的体外诊断试剂消耗受到常规门诊量、体检量、手术量下降带来的负面影响,虽然国内体外诊断试剂消耗受到整体市场检测量下降的影响,但血球、化学发光、生化等仪器取得亮眼的装机表现。2019年~2022年,三级医院占公司国内IVD收入的比重从15%提升至30%。

海外市场方面,迈瑞医疗加速渗透海外中大样本量客户。海外常规诊疗量、体检量、手术量的显著恢复使得公司海外常规试剂消

耗量实现了完全复苏。

“得益于过去几年公司对海外市场的营销、物流供应、生产制造、临床支持、IT服务等本地平台化能力的建设,海外中大样本量实验室的渗透显著加速,2022年也成为体外诊断业务海外第三方连锁实验室成批量突破的元年,成功突破近70家,使得国际体外诊断业务全年增长超过35%。”迈瑞医疗称。

据迈瑞医疗统计,截至2022年年末,公司体外诊断领域的血球业务的市场占有率为国内第一、全球前三。

迈瑞医疗表示,在公司创立的第一个十年中,分别推出监护仪、血球、超声三款产品,基本确立以生命信息与支持、体外诊断、医学影像为核心的三大业务领域。公司主要通过自主研发并辅以并购

整合,不断丰富三大业务领域的產品组合,持续拓展能力边界,可及市场空间不断扩容。公司也逐渐从单一医疗器械产品的供应商,蜕变成为提升医疗机构整体诊疗能力的服务商。

在体外诊断领域,迈瑞医疗相关负责人表示,公司看到,中国、印度、巴西等新兴市场由于人口基数大、经济增速快以及老龄化程度不断提高,体外诊断正处于高速增长期。从竞争格局上看,罗氏、雅培、丹纳赫等跨国医疗集团在全球高端体外诊断市场中占据主导地位。而随着体外诊断产品线持续的技术积累和产品创新,公司在该领域与进口品牌的差距将进一步缩小甚至追平,未来也将进一步扩大在国内市场的竞争优势,加速国产化率的提升、加强国际市场的开拓力度。

2022年,迈瑞医疗体外诊断领域的化学发光业务收入增长接近30%。迈瑞医疗相关负责人表示,“公司预计今年二季度开始,IVD产线的国内表现将有所反弹,其中化学发光业务仍将实现高速增长。”

为了支撑体外诊断业务未来可持续的高速增长,除了加大研发投入,持续迭代产品,迈瑞医疗在2021年收购海肽生物。这在李西廷看来,“对迈瑞医疗掌握核心技术、市场竞争有很大的帮助。”

年报显示,2022年,迈瑞医疗与海肽生物研发团队的整合进展顺利,双方正在积极布局新项目的研发和成果转化。公司未来将加大海肽生物的研发和运营投入力度,确保未来5年开发的新产品能够满足公司化学发光业务对原材料的需求。

2022年,迈瑞医疗体外诊断领域的化学发光业务收入增长接近30%。迈瑞医疗相关负责人表示,“公司预计今年二季度开始,IVD产线的国内表现将有所反弹,其中化学发光业务仍将实现高速增长。”

监护仪等业务仍是基本盘

虽然体外诊断业务在去年引领了公司业绩的增长,但其国内市场表现在今年一季度仍一定程度上掣肘该业务收入增速。

迈瑞医疗相关负责人对记者表示,“国内1月试剂消耗量仅略好于去年12月,但相比去年三季度常规情况下的试剂消耗量仍有较大差距。随着2月常规诊疗活动的逐步复苏,国内试剂消耗量开始呈现逐月环比改善的趋势。从结构上来看,试剂消耗量在三级医院的改善情况显著好于二级及以下医院。3月国内试剂消耗量已超过去年消耗量最大的8月,预计接下来每个月的试剂消耗量仍将呈现环比逐步增长。”

此外,记者注意到,去年迈瑞医疗体外诊断的收入增速虽然在三大业务中最快,但其毛利率水平最低,降幅也最大。

年报显示,2022年,公司体外诊断类产品的毛利率为60.35%,同比减少2.16%;生命信息与支持类产品、医学影像类产品的毛利率分别为66.33%、66.4%,分别同比减少0.06%、同比增长0.06%。

营业成本方面,公司体外诊断类产品同比增长28.37%至40.66亿元,增幅同样在三大主营业务中最大。对于体外诊断业务毛利率下滑的原因,迈瑞医疗并没有作具体披露。

记者从迈瑞医疗发布的2023

年5月6日投资者关系活动记录表中获悉,公司在生命信息与支持领域的大部分产品(如监护仪、呼吸机、除颤器、麻醉机、输注泵、灯床塔等)和体外诊断领域的血球业务等市场份额均为国内第一。但目前,公司在市场空间数十倍于前述产品的高潜力、高增长业务的国产化率很低,如化学发光、微创外科等。

迈瑞医疗相关负责人表示,“欣喜的是,通过结合海肽生物在核心原料上的创新开发能力,公司化学发光业务的产品竞争力预计将在2年~3年时间实现对国际巨头的追赶。”

从收入结构上看,截至目前,

生命信息与支持业务仍是迈瑞医疗的基本盘,其收入占比常年超过40%(2020年达到47%)。2022年,公司生命信息与支持类产品收入约134.01亿元,同比增长20.15%,占公司总收入的44.22%。其中,被公司视为“种子业务”的微创外科收入增长超过60%(当中的硬镜系统收入增长超过90%)。

在生命信息与支持领域,迈瑞医疗在2022年突破超过300家全新高端客户,并有超过450家已有高端客户实现了更多产品的横向突破。

迈瑞医疗表示,得益于国内医疗新基建的开展和海外高端客户群的突破,生命信息与支持业务收入在报告期内实现快速增长,增速相比2021年(11.47%)显著提升。“据公司统计,从可及市场角度来看,截至2022年末,国内医疗新基建待释放的市场空间超过245亿元,预计未来两年对该业务线的增长将会带来显著贡献。”

海外方面,迈瑞医疗称,公司产品竞争力已全面达到世界一流水平,生命信息与支持业务加速渗透高端客户群,报告期内公司在美国市场实现了重大高端客户群突破,拉动美国业务全年实现高速增长。据公司统计,监护仪、麻醉机、呼吸机等产品去年在全球的市场占有率已实现市场前三的地位。

潮玩零售航海“启示录”

本报记者 黎竹 刘洋 北京报道

5月19日，名创优品在纽约时代广场正式开业。据悉，目前其已进入全球107个市场，门店数超5514家。不止名创优品，《中国经营报》记者注意到，近几年，许多中国企业和品牌都在布局全球市场，像泡泡玛特、52TOYS的潮玩零售店也在尝试以开设新门店的方式进入海外市场。除了选择在渠道上发力，企业更加注重品牌建设，以IP联

寻求差异化路线

各个品牌由于出海早晚的不同，布局也呈现差异化。

超级品牌的梦想引得众多企业在海外设店铺链，也拉开了品牌扬帆的“大航海”时代。

据悉，名创优品纽约全球旗舰店开业当天，门店销售额近8万美元，刷新了全球所有门店的单日销售额纪录。截至2023年3月31日，名创优品已进入全球五大洲107个国家和地区，全球门店数超5514家。同比增加401家，其中国内新增186家，海外新增215家。

与此同时，其他品牌在出海时选择了自身适合的航线。比如，泡

报玛特选择利用机器人商店打开市场。据记者了解，截至去年年底其海外门店数量达43家，预计到今年年底海外门店的数量会翻一番，但机器人商店已接近200家。

2022年上半年，52TOYS在海外开设了首家快闪店。作为收藏玩具品牌，其积极参加美国Designer Con、SGCC新加坡漫展以及东京玩具展等展会，更好地传递和推广“中国创造”，搭建新的商业化路径。

各个品牌由于出海早晚的不

同，布局也呈现差异化。据了解，泡泡玛特2018年开始布局海外市场，其七成的机器人商店位于东亚和东南亚，其余位于欧美澳地区，2022年将战略重心转至DTC（直接面向消费者的营销模式）。泡泡玛特方面表示，线下业务依然是其发展的重点。从销售数据表现看，韩国的旗舰店、美国西部的首店等门店的月均销售额达到200万~300万元的水平。

此外，财报显示，2023年一季度泡泡玛特港澳台及海外收

益同比增长160%~165%。国盛证券认为其一季度海外业务营收规模高增主要得益于海外门店加速铺设。

52TOYS与海外代理商的关系较为密切，创始人对“收藏玩具”亦有自己的理解，希望深耕产品，精准切入到国内外消费者的心智与生活中。据悉，52TOYS原创的变形机甲产品“BEASTBOX系列”已成为日本与欧美市场的销售主力，并已经与日本知名出版社——小学馆合作推进漫画创作。

赖阳认为，名创优品的设计在国际市场上很符合全球的时尚潮流；另外，亲民的价格、强大的供应链体系，使得其在走出去的过程中能够凭借产品本身的成本优势迅速打开市场，再借助不同地区的代理商增大体量，比如与南美地区的大型零售集团合作。

业内人士认为，合伙人模

式是名创优品在海内外得以快速扩张的重要原因。据了解，名创优品法国代理由多个在当地具有影响力的投资人组成。

然而，海外零售的经营除了需要对信息、供应、价格等因素进行管控，还需要聚焦门店形象和商品团队建设等方面。

在英国生活的可依认为，名创优品突破了她在国内时“物美价廉”的品牌认知，其在英国当地的价格与一磅店、Primark这类扎根本地的低价产品零售店并不一样，门店风格也有偏中端。

赖阳指出，购物环境的打造、门店的设计甚至其品牌符号的改

变，都能够提高品牌的价格竞争力。门店的设计实际上是重要符号的载体，所以其海外门店的设计能够吸引消费者感受到品质，对于品牌的建设有长期价值。

据公开报道，叶国富在今年2月曾指出，名创优品要依照城市旗舰店、国家旗舰店、全球旗舰店三个层次来打造超级品牌的店型感知。

渠道深耕亦是释放品牌价值的重要途径。赖阳认为，名创优品在从店面的装修设计到商品的结构再到商品的设计，形成了自己的独特风格。这值得具有时尚气息的商品零售企业学习，品牌就是依

赖阳认为，名创优品“以IP设计为特色的的生活好物集合店”的品牌定位面向全球消费者，截至2022年年底，名创优品已与超过80家IP合作方签约，其中包括中国航天·太空创想、故宫宫廷文化、迪士尼、皮克斯、漫威、NBA等。

目前，名创优品全球业务版图也还在持续拓展中。最新财报显示，名创优品海外营收达8.0亿元，同比增长55%，其中海外直营市场营收占海外市场贡献超过46%。近来阿联酋、沙特等市场取得了快速增长的销售增长。

据了解，其在纽约全球旗舰店产品覆盖盲盒、玩具、香水、配饰、化妆工具、零食、电子产品、礼盒和文具等多品类的2500种产品，其中包括来自三丽鸥、迪士尼等IP角色授权系列。

争，由于消费者不满足于商品的实用功能，更追求商品的独特体验，因此有独特设计的品牌更受消费者欢迎。但出海品牌不能只追求时尚，产品力也尤为重要，需要注意科技含量、研发品控等对口碑的影响。”

如何借IP风全球化

近日，国内最热的IP之一就是肯德基与三丽鸥的合作，在六一儿童节前夕屡上微博热搜。

IP消费是消费升级的重要形式之一，反映了消费需求更加多样化、个性化的发展趋势。国际授权业协会发布的《2020全球授权市场报告》显示，2019年全球授权商品和服务的销售收入达2928亿美元。其中，中国市场的收入为104亿美元，同比增长9.7%，是全球增速最快的市场之一。

粉丝的圈层属性使得IP能够培养消费者忠诚度，为商家提供工具来构建自己的产品、服务、市场和意义。在出海过程中，IP则成为打破文化障碍的斧头。

“未来，泡泡玛特会抓住海南自贸港和中国新一轮开放的机遇，把中国的IP和文化更多地输出到海外，为全球消费者带来不一样的潮流体验。”在第三届中国国际消费品博览会上，泡泡玛特公共事务总经理王涛接受本报记者采访时表示。

名创优品则“以IP设计为特色的的生活好物集合店”的品牌定位面向全球消费者，截至2022年年底，名创优品已与超过80家IP合作方签约，其中包括中国航天·太空创想、故宫宫廷文化、迪士尼、皮克斯、漫威、NBA等。

近日，国内最热的IP之一就是肯德基与三丽鸥的合作，在六一儿童节前夕屡上微博热搜。而三丽鸥这一IP体系，也与国内多数热门消费品牌合作过。据三丽鸥披露的2023财年Q3财报，前三季度累计销售额516亿日元，净利润为67亿日元（约合人民币3.48亿元），同比增长114.0%。其中，亚洲

市场增速达到71%，中国地区的利润占比超过六成。

对此，著名顶层设计专家、清华大学品牌营销顾问孙巍表示，IP联名虽然有利于品牌破圈粉，但仅是企业主流品牌营销的补充，打造自己品牌特色、构建企业核心主流营销，才是拉动业绩增长的重点。而借力中国文化要素和超级IP，则是潮玩品牌打造超级符号的有效手段。

孙巍提到，“譬如西游记、故宫等IP对潮玩品牌具有文化加持作用，这种‘借圈破圈、借力打力’，是打造超级品牌符号的有效手段。”

如何进一步刷新全球消费者对“中国创造”的认知，在本土化的同时递交自己中国品牌的名片，是值得出海企业耐心解答的一道难题。

业内人士高源告诉记者，IP的打造和运营成本较高，且一个大IP也得看机遇，因此消费品牌大多选择联名，但这对产品更迭有较高要求，否则“消费者的爱消失得很快”。虽然IP孵化从0到1的过程很艰难，但随着中国的文化自信逐渐增强，在传统美学引领下兴起的国潮风，会是一个机会。潮玩品牌应该考虑延长IP生命力。

赖阳建议，“IP产品的消费者复购率非常低，因为消费者第一次觉得很好玩、很可爱、设计很酷，但使用如果发现品质很差，消费者就不会再重复购买。因此这类产品需要在设计研发上投入更多，不仅仅是外形外观IP的设计，科技含量、产品品控的投入也同样不可或缺。”

五粮液连续7年保持双位数增长 为投资者创造良好回报

5月26日，五粮液(000858.SZ)举行了2022年度股东大会。根据五粮液2022年财报显示，报告期内公司实现营收739.69亿元，同比增长11.72%；实现净利润266.91亿元，同比增长14.17%，业绩连续7年实现两位数增长。对于利润的增长，五粮液方面表示，主要是

公司深化营销系统改革、加强品牌建设等，持续推进公司经营业绩再提升所致。

会上，五粮液集团(股份)公司党委书记、董事长曾从钦表示，2022年，五粮液保持蹄疾步稳的战略定力，坚持品质为基、文化铸魂、守正创新，全力以赴拼经济、搞

建设，整体呈现出稳中有进、进中向好的发展态势，企业不断迈上新台阶。

2023年，五粮液继续坚持“稳字当头、稳中求进、提质增效、多作贡献”，计划今年营业总收入继续保持两位数稳健增长。

“五粮液多年来的连续增长，

得益于五粮液在高端白酒市场占有领先优势，作为白酒行业标杆企业之一，五粮液凸显了白酒行业的发展动态和方向。”相关专业人士说，伴随着五粮液不断地深化改革，其品牌号召力与竞争力不断上升，为投资者创造价值。

以高质量发展回报投资者

五粮液去年实现超过700亿元的营收，在股东回报方面，五粮液将分红比例从过去的50%上升至55%，拟分红现金总额146.8亿元，创其上市以来新高，且连续3年现金分红超过100亿元。公司累计分红21次760亿元，是上市以来募集资金总额的19倍。

五粮液股份公司党委副书记、

副董事长、总经理蒋文格表示，2022年度的分红金额，创出五粮液历史新高。五粮液一直以来都注重为投资者创造回报，近8年的分红比例都在50%左右。

作为一家负责任的上市公司，五粮液多年来保持高比例分红，不仅是践行上市企业的职责义务，更是企业稳定性与雄厚实

力的体现。

在分红比例、规模持续增长的背后，五粮液的高质量稳健发展提供了强有力的支撑。

在勾勒2023年全新增长路径的同时，围绕企业发展和资本市场关心的问题，五粮液在与投资者的沟通交流中正面回应，这份坦诚打动了很多在场的投资者。有投资

者认为五粮液连续多年的高比例分红，充分说明了五粮液对于公司未来的发展方向以及路线有着非常明晰的规划。

会上，五粮液管理层对2023年重点工作进行了部署，将持续补短强弱固优，主动作为、拔节起势，持续保持两位数的稳健增长，以更好的业绩回报股东和投资者。

保持两位数的增长

过去的一年，白酒行业整体面临较大的库存，这从上市公司的年报中清晰可见。如今，伴随着消费行业的复苏，品牌白酒的动销也变得迅速起来。

对于投资者关切的第八代五粮液量价策略和目前市场动销情况，五粮液股份公司副总经理刘洋表示，今年五粮液的动销从年初开始持续爆发式增长，全国26个营销大区第八代五粮液的销售都实现了两位数的增长，很多大区甚至实现了20%以上的增长。“五一”期间，公司线下销售基本是去年同期的1倍，线上销售基本是去年同期的1.5倍，均超出预期。公司动销旺盛，产品开瓶率也很高，所以库存消化很快。

2023年，随着经济回暖、消费复苏，公司将充分把握市场机遇，制定综合措施，全力推动第八代五粮液价值合理回归，进一步巩固第八代五粮液在千元价位带的核心单品地位，不断提高市场占有率。

从行业经销商处了解到，即使是在去年一整年消费受限的背景下，第八代五粮液的动销依然没有出现积压的问题，且厂家根据规划，保证了市场的供应和价格问题，可以看出五粮液经销商队伍经受住了考验，逆势而上。

五粮液去年实现超过700亿元的营收，在股东回报方面，五粮液将分红比例从过去的50%上升至55%，拟分红现金总额146.8亿元，创其上市以来新高，且连续3年现金分红超过100亿元。公司累计分红21次760亿元，是上市以来募集资金总额的19倍。

对此，在会上有投资者也询问了五粮液对于未来市场的判断和增长空间。刘洋表示，“有价才有市，有市才有量”，是五粮液量价关系的基本逻辑，公司将坚持巩固第八代五粮液的核心单品地位，加快推动第八代五粮液的价值回归。公司坚持第八代传统渠道只

减量、不增量的总体原则，更好地实现“两个匹配”，区域市场计划量要与本市场需求相匹配，经销商计划量要与其真实动销能力相匹配，确保市场良性发展。

广发证券认为，高端白酒行业价格稳定增长，知名品牌价位带护城河较深，五粮液千元价格带品牌力大，全年目标达成确定性高。前期市场预期对于经济偏谨慎，但五粮液仍是目前回款与动销最好的品牌之一，预计随着经销商库存逐步去化，公司批价有望环比回升。

“年内看，得益于开门红奠基、后续经济复苏、直销占比提升等，五粮液动销有望逐季加速，2023年实现双位数增长目标达成度高。中长期看，千元价位扩容是长期趋势，未来有望持续充分受益。”西南证券相关分析师表示，五粮液改革红利将逐步释放，今年有望加速成长，当前估值具有性价比，维持“买入”评级。



持续保持战略定力 加快建设世界一流酒企

在曾从钦看来，当前五粮液正处于多重利好的“三期叠加期”，未来发展值得期待。“当前白酒行业仍然处于以结构性繁荣为特征的新一轮长周期，结构性增长是主旋律、主基调。从自身发展基础看，五粮液实现持续稳健的高质量发展有基础、有支撑、有底气。”

五粮液将牢牢把握高质量发展这个首要任务，完整、准确、全面贯彻新发展理念，统筹当前和长远，统筹发展与安全，深入实施“135”发展战略，即锚定“2118”发展目标，实现原酒产能20万吨、基酒存储100万吨、销售收入1000亿元、利税总额800亿元，大力推进品质品牌、营销创新、高质量倍增三大工程，全力打造“生态、品质、文化、数字、阳光”五位一体现代化企业，加快建设产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流酒企。

对于2023年的规划，五粮液方面表述，在产品策略上，在巩固第八代五粮液千元价位带核心单品的基础上，坚持经典五粮液的核心战略产品地位，推出限量定制版经典系列产品，满足特定高端消费需求。同时，五粮液将牢固树立“王冠上的明珠”501五粮液价值标杆，并坚持品质导向、风味导向、健康导向，加大高端个性化文化酒产品开发力度，推出乘龙宝船、万寿坛等文化酒产品，提升五粮液·紫气东来、生肖系列酒、陈年五粮液的影响力。

在营销渠道方面，曾从钦提出了构建“消费圈层+消费场景”的市场拓展培育新模式。他介绍说，消费圈层包括聚焦商业圈、金融圈、文化圈、艺术圈和高品质、高净值、高能级人群，精准开发高端产品品鉴和消费者培育。而消费场景则包括宴席场景、礼赠场景、收藏场景。

在产品品质方面，五粮液将着力推进酿酒提质增效，着力提升名酒产量和品质，着力推进粮曲检验中心、窖泥制作中心高效运转。在产品结构体系方面，五粮液会持续推进完善主品牌“1+3”产品体系，统筹推进文化酒、封藏酒、老酒项目，持续丰富高价值产品资源；五粮液旗下浓香酒公司持续加强打造五粮春、五粮醇、五粮特头曲、尖庄大单品，进一步提升品牌形象、品牌价值和市场份额，推动五粮液浓香酒公司市场规模和发展效益双提升。

相关人士认为，五粮液能够在高净值人群中获得品牌认可和产品认同，主要源自于五粮液在品牌价值和文化上的宣传让消费者与品牌产生共鸣，强调深入研究不同场景、不同节日、不同人群的礼赠用酒需求，加快开发附加值更高的不同价位段品牌的特殊规格、节庆定制版产品，优化双瓶礼盒装、步步高升套装等特殊规格第八代五粮液的投放结构，满足上述消费者特定的礼赠用酒需求。

广告

白酒营销升级 酒+音乐寻求情绪价值

本报记者 刘旺 北京报道

情绪,一直以来在营销当中起着非常重要的作用,而白酒与音乐则是引领情绪的两种关键因素。

自古以来,就有“对酒当歌,人生几何”“一曲新词酒一杯”等诗词,在描述着二者不可分割的关系。

白酒与演唱会的火热跨界

一个很明显的趋势就是演唱会等演出市场正在升温,越来越多的消费者选择走出家门,去现场体验音乐带来的震撼。

“经过3年的停滞,现在白酒企业做演唱会的情况,总结起来就是两个字:密集。”有业内人士告诉记者。实际上,2023年3月以来,白酒与演唱会再度融合,并且愈发紧密。

先是3月24日,泸州老窖·国窖1573“荣耀盛典”巨星演唱会在泸州举行;随后第二天,首场“五粮特曲焕新传承”水木年华万人演唱会在宜宾开唱;4月13日,赊店老酒开启元青花·洞藏年份金曲演唱会;5月21日,从台群星演唱会在石家庄、邯郸两地同时开场;还有一直持续进行的梦之蓝群星演唱会。

正在冲击百亿目标的今世缘在这方面更是下足了功夫,记者注意到,从5月20日至9月23日,今世缘共赞助了8场演唱会,赞助的歌手分别为张信哲、张韶涵、汪峰、林志炫等。

一个很明显的趋势就是演唱会等演出市场正在升温,越来越多的消费者选择走出家门,去现场体验音乐带来的震撼。

众所周知,演唱会是一种大规模的娱乐活动,可以吸引大量观众和媒体关注,通过与音乐巨星或知名音乐节合作,白酒企业能够借助演唱会的平台来提升品牌的曝光度和知名度。同时,白酒企业通过与音乐的结合,能够触动消费者的情绪,营造积极的品牌联想,进而提高品牌的认可度和好感度。

有白酒终端商告诉记者,白酒企业做这类赞助的最主要一点就是“人群”,例如一些拼盘演唱会会选择一些老牌艺人,他们的受众往往是中年群体,这部分人是白酒消费的主力人群。而愿意去现场听演唱会的人,在购买力上往往也不会差。

不过,记者梳理发现,上述企业的演唱会或音乐节有一个共性

系。而在现代营销中,白酒企业赞助或主办演唱会,也成为扩大知名度、打造品牌形象的主要方式之一。2023年以来,随着线下演出的恢复,白酒+演唱会,又开始重新走到了人们的面前。

《中国经营报》记者注意到,从今年年初到目前,泸州老窖、五粮特曲、赊店老酒、沱牌、丛台、洋河

等多个白酒品牌,都已通过演唱会或音乐会的形式实现品牌露出,增加了曝光度,一方面在重点市场宣传了自身品牌,另一方面也加强了渠道动销。

白酒营销专家蔡学飞告诉记者,演唱会本就有一定的话题度和曝光度,企业参与之后,能够在一定时间内实现借助热点事件达

到品牌传播;演唱会具有粉丝效应,这与酒企的受众重叠度是非常高的;为消费者提供演唱会渠道,也能在一定程度上提高企业的美誉度。

如何通过演唱会、音乐会的形式,使得酒企在消费者心中进一步夯实品牌形象,触动年轻消费者情绪,显得至关重要。



从5月20日至9月23日,今世缘共赞助了8场演唱会。

视觉中国/图

特点,就是通过与热门音乐人或音乐节合作,白酒企业能够吸引年轻消费者的关注和参与,扩大品牌的受众群体。

例如,在泸州老窖·国窖1573“荣耀盛典”巨星演唱会当中,泸州老窖邀请了邓紫棋、谭维维、王以太、马赛克乐队等年轻歌手或乐队;从台群星演唱会当中,也有房东的猫、空灵乐队等受年轻人喜爱的明星出现。

泸州老窖相关负责人告诉记者,泸州老窖希望通过举办群星演唱会,构建更广阔的消费群体,促进品牌知名度、美誉度和市场影响力提升,实现品牌的圈层传播和精准触达,也希望借助这一创新形式让品牌与消费者形成良好的沟通互动、情感共鸣,更好地与消费者交朋友。

而对于企业来说,最为直接的益处可能就是促进市场动销。有

白酒从业人士告诉记者,白酒行业面临着销售渠道和终端利润率下降的挑战。举办演唱会可以吸引消费者前往酒类销售终端,提升终端的流量和销售额,从而增加终端利益,解决白酒行业的动销困难。

记者注意到,有许多酒企都会推出买酒赠票活动。赊店老酒的相关工作人员告诉记者,作为主办方,其主要的营销方式就是“买酒送门票”,购买一箱赊店名庄,赠内场VIP票两张,购买两箱二月河·康熙大帝,送内场VIP票一张。此外,购买一定数量其他产品,也有不同位置的赠票。

此外还有泸州老窖,在活动期间,消费者购买46度国窖1573经典装20件,送价值1080元门票3张;购买46度国窖1573经典装15件,就会送价值1080元的门票两张。此外,购买一定数量的52度国窖1573·鸿运568、泸州老窖1952、百

年泸州老窖窖龄酒、泸州老窖特曲、泸州老窖特曲60版,也会有赠品。而五粮特曲演唱会,按照规则,消费者购酒或开展宴席,也可获得奖品和演唱会门票。

而许多经销商也将演唱会赠品作为噱头,在其日常经营中使用。记者注意到,有不少经销商在宣传过程中,都会将演唱会海报同时发布。

蔡学飞认为:“现在很多演唱会也不只是单纯的节目演出,实际上与企业销售活动、经销商福利、消费者福利紧密相连,为企业带来更多的价值。”

另外,通过举办演唱会和音乐节,白酒企业能够将品牌与音乐、时尚文化等元素进行结合,提升品牌的渗透力和形象。“与音乐相关的活动能够为品牌赋予更多的情感和文化内涵,让消费者更容易建立情感连接,增加品牌的认同感。”蔡学飞认为。

传统白酒如何融入现代音乐?

而如何在演唱会当中充分行使自身权益,使投入产出得到最大化,成为酒企考虑的问题。

实际上,举办或赞助一场演唱会的成本并不低。赊店老酒的相关工作人员告诉记者,赊店老酒的演唱会为自身主办,成本主要包括执行相关:艺人方面的出场费、现场授权等;现场执行方面包括场地、舞台、声光电等;传播成本,包括线上线下媒体资源成本。

记者从演出相关方获悉,首先,与知名艺人或乐团的合作通常需要支付相应的演出费用。费用取决于艺人的知名度、声誉、演出要求以及演唱会的规模。其次,演唱会需要一个适当的场地来进行,租赁场地的费用可能会占据相当大的一部分预算。再次,将品牌宣传融入演唱会需要进行广告和宣传活动。广告牌、横幅、节目单等的设计和制作费用以及媒体购买和推广费用都会增加成本。

“实际上酒企与演出方是一个双向奔赴的情况,酒企需要演唱会来拉动市场热度,增加品牌曝光度、话题度,顺便解决招商、动销的问题,而赞助费则是演出方很大的收入来源之一,这本就是共赢的事情。而对于消费者来说,享受到了福利,活跃了大众文化,也给当地人民群众精神文化建设带来了利好。”蔡学飞认为。

而如何在演唱会当中充分行使自身权益,使投入产出得到最大化,成为酒企考虑的问题。

以赊店老酒为例,上述相关负责人告诉记者,赊店老酒通过现场铺设自有产品的装饰,以及线上承担主要宣传物料产出,以最大的曝光量占有整个演唱会的线上线下植入场景,为品牌带来了一定的潜在受众。同时,赊店老酒还借助下沉市场、音乐人、歌迷等进行社交媒体拓宽宣传范围,将目标人群完全覆盖。

而围绕品牌衍生打造的一类新消费场景为动销增加了更多可能性。因为音乐演出通常伴随着多元化社群文化的进发,兼具音乐、艺术、吃喝玩乐等功能,进而才能打造出以现场感、体验感为主的限定消费场景。

不仅仅局限在音乐上,记者在舍得酒业获悉,其旗下品牌“沱牌”在“五一”期间携手简单假日生活在丽江开启了一场音乐节,其在现场设置了“沱牌BAR”,让人们现场品尝。最为独特的是,沱牌和50对新人来到丽江,牵手鹿先森乐队,为现场沱牌新人送上祝福。让消费者回忆此刻时自然而然地想到沱牌。

实际上,作为演唱会赞助方,选择与企业品牌形象和价值观相契合的演唱会至关重要。确保演唱会的内容、风格和受众与企业的目标市场和品牌定位相符,这有助于增强品牌的认可度和连贯性。

而赊店老酒演唱会上,选择的是出道十余年甚至几十年的歌手,汪峰、陈小春、张韶涵、杨钰莹、温岚、石头等,他们的歌曲都极为经典且具有感染力,在赊店老酒看来,这与自身品牌价值相得益彰。

另外,演唱会所在地,则是酒企下一步布局的重点方向。例如正在冲击“河北王”的丛台酒业,正在将省会高地变成丛台基地,今年正在冲击“四亿销售”,其在石家庄举行演唱会无疑是提升影响力的有效手段;而赊店老酒也正在坚持以南阳市场为核心,抢占郑州制高点市场,因此连续在南阳、郑州举办演唱会也不难理解。

“酒企赞助或主办演唱会,会附加很多内容,包括招商促销、社区活动等一体式的内容,不管是根据地市场还是新市场,都有很强的维护渠道、增加曝光度的效果。”蔡学飞认为。

“6·18”购物节启幕 品质成消费产品关键词

食品饮料新趋势

本报记者 刘旺 北京报道

时间进入6月,一年一度的“6·18”年中购物节也正式启幕,有不少平台和品牌已经发布了第一波战报,包括家电、3C等产品。但《中国经营报》记者注意到,今年“6·18”期间,食品饮料等快消产品,也展现出了新的消费趋势。

以京东为例,该平台于近日发布了首份“‘6·18’最值得吃”榜单,这份榜单根据电商销售及用户好评数据,以及买手推荐,涵盖了27款商品。

记者注意到,上述产品将品质放在优先展示位置,这与当下人们越来越健康的生活方式相符,也在一定程度上说明了“6·18”期间食品饮品消费的新趋势。

另外,与以往不同的是,今年“6·18”期间,不少平台均喊出了线上线下同步的口号,这背后实则是希望用更多的形式触达消费者,而在此情况下,实体店或许也将迎来销售高峰。

记者查询发现,上述产品的价格并不低,以塞上一头牛冰萃厚牛乳为例,即使在“6·18”期间,一瓶778ml规格的该产品,价格也在34元。而妙可蓝多莫斯奶酪的价格则是35元/3杯。

但上述产品主打的则是健康。仍然以塞上一头牛冰萃厚牛乳为例,记者观察发现,该产品的配料只有生牛乳,而且每百毫升蛋白质含量高达6.2克,几乎达到国内乳品蛋白质含量天花板。据介绍,该产品在京东超市连续三年平均增长超过200%。

而据a2相关负责人介绍,a2

儿童牛奶则是特别针对乳糖不耐受人群,由极其珍稀的含有A2基因的奶牛生产,含有天然A2-β酪蛋白。

实际上,优质奶产品已经成为越来越多消费者的选择。据京东相关负责人介绍,在牛奶领域,京东建立了高于行业标准的标准,如今高标准牛奶的数量占到了牛奶SKU总数的40%。同时,去年增长率达到了135%,而a2牛奶已经达到了75%,是普通牛奶乳品增速的7倍。

而记者注意到,奶制品也是主打健康,OATLY旗下的上述雪糕,

不含反式脂肪酸、零胆固醇、零乳糖,还添加膳食纤维;妙可蓝多莫斯奶酪的干酪含量超过70%。

其余产品也是主打健康,例如上榜的预制菜就包括主打纯净无添加的京加坊金汤酸菜鱼;不含反式脂肪酸,纯正动物奶油的芝洛洛代糖冰山熔岩巧克力盒子蛋糕;零食中,还包括孕妇禁忌成分的孕味足孕妇辣条香辣小豆筋解馋网红小零食儿时豆干。还有部分生鲜产品,主食调味品和饮品。

实际上,当前的消费者更愿意为健康的食品饮料产品买单。商务部此前发布的《2022年中国消

费市场发展报告》显示,中国已成为全球第二大消费市场,居民消费需求呈现出品质消费需求旺盛、绿色消费蓬勃发展、健康消费显著升温等新特点。

而前不久国际知名调查公司英敏特发布了2022年全球食品饮料趋势,指出消费者越发追求健康、个性的食品饮料,尤其重视饮料的健康功能。“未来十年,健康的、多元的产品,多场景、多渠道、多消费人群的布局,是撬动增量市场的,赢得未来食品饮料市场先机的必然选择。”中国食品产业分析师朱丹蓬认为。

店、苏宁易购城市旗舰店、购物中心店、社区店,以及县镇零售云店等多种业态。

对此,香颂资本执行董事沈萌认为,之所以各个平台都尽可能发力,原因在于当前消费需求规模可能有所调整,因此各家都不得不使出全力、以各种方式争抢份额,如果自己抢不到相当于拱手为竞争对手送上两倍的差距。

“除了低价和增加触达消费者的渠道,营销也是平台要侧重的方向,消费者目前的决定会更加保守,对不同商品之间的对比会更加审慎,因此营销对消费者的影响会加重。”沈萌认为。

线上线下齐发力

从目前来看,线上平台的“6·18”活动正进行得如火如荼。天猫方面表示,大促预售从5月26日20点开始,到5月31日20点结束,整体活动时间节点与2022年“6·18”基本保持一致。同时本次满300减50的满减活动,也与去年保持一致。今年预计会有145万个品牌,超6000万个商品参与,规模创新高。

而京东方面今年时间安排基本与去年“6·18”保持一致,预售从5月23日20点开始,到5月31日20点结束,但多增加12天用于开展专场活动。活动规则方面,满减力度与去年基本持平,为满300减50,但为用户额外提供每天三张

多的选择。依托于自身的供应链、物流、技术等基础设施建设,京东线下门店在全国地区动作频频,全渠道版图加速发展,旗下包含京东MALL、超级体验店、城市旗舰店等线下自营门店,以及遍布全国的京东家电专卖店、居家线下店等,实现了从一线省会城市到二至四线城市,再到县乡镇村的线下门店全覆盖,为全国的消费者提供与线上京东同质、同价、同服务的商品。

具体来看,去年开业的沈阳京东MALL已于5月20日打响“‘6·18’潮低价 沈城第一战”,为当地消费者送出“百亿补贴”“千元券包1元购”等福利,激发消费者的购买欲望。

此外,0息0手续费的分期立减等多项优惠活动也将同步进行。已经在5月20日开启试营业的东莞京东MALL也为消费者带来全天轮番好礼免费抽、到店即得正版京东伴手礼、套购满万返千等活动,预存用户购物满额还将加赠京东E卡。而在同步开启试营业的昆明京东MALL,购物满额即可参与抽奖,有机会赢得千元E卡,以旧换新至高补贴400元等。

此外,记者了解到,为了打好线上线下年中大促,苏宁重启了开店计划。“6·18”期间,苏宁将在全国多城重装新开550家门店,种类上涵盖苏宁易购广场店及旗舰

国际酒店加码中国市场 挖掘下沉生意

本报记者 蒋政 郑州报道

深度掘金中国市场，几乎成为国际酒店集团的统一动作。

“2023年，集团预计在中国近30个目的地开设近47家酒店，并将迎来中国市场第500家酒店开业里程碑。”6月1日，万豪国际集团大中华区总裁毛怡冰在接受《中国经营报》记者采访时表示。

记者注意到，包括万豪、洲际、希尔顿等多个国际酒店集团正在不断将新品牌引入中国市场，并通过品牌升级等形式，持续

加码中国市场。

多位行业人士提到，中国酒店市场的韧性以及所蕴含的潜力，是国际酒店集团持续深耕的主要原因。它们通过多种模式引入多个品牌，形成了从经济、中端到高端、奢华的多元产品矩阵。在此过程中，本土酒店集团也不断成长，从学习到合作再到参与竞争，我国酒店市场呈现快速发展。“未来，我国酒店会在确保软硬件水平的基础上实现个性化、特色化发展。”华美顾问集团首席知识官赵焕焱说。

加码中国市场

多位行业人士告诉记者，希尔顿集团在中国的扩张速度正在提速。

多个国际酒店集团正在通过引入新品牌、进行品牌升级等方式持续加码中国市场。

5月24日，希尔顿集团宣布在大中华区引入两大细分领域的独特品牌，即生活方式品牌Motto by Hilton与高端全服务酒店品牌Signia by Hilton。

根据希尔顿方面提供给记者的信息，希尔顿集团大中华区及蒙古总裁钱进表示，此次新引入的两个品牌亦是考虑到中国市场的巨大机遇和潜力，希望能将特色品牌带到更多像香港、成都这样充满活力的目的地。

多位行业人士告诉记者，希尔顿集团在中国的扩张速度正在提速。记者梳理了解到，该集团从进入中国市场到开业100家酒店，共花费29年，而从100家到500家酒店，只花费5年时间。

万豪集团今年在华开业酒店也有望突破500家。毛怡冰告诉记者，万豪目前在中国130余个城市的运营490多家酒店，涵盖奢华、高端和精选服务在内24个酒店品牌。

“2023年，集团预计在中国近30个目的地开设近47家酒店，并将迎来中国市场第500家酒店

开业里程碑。”毛怡冰提到，公司旗下酒店还根据市场需求，在中国实现品牌焕新、品牌项目更新等。

据记者不完全统计，中国市场已经成为希尔顿、洲际、Club Med、卢浮等多家集团的第二大市场。

“入华48年，洲际酒店集团高度重视中国市场发展。”洲际酒店集团大中华区董事总经理爱默尔告诉记者，截至2023年3月31日，共有641家开业酒店和493家筹建酒店，系统规模超过16万间客房。

此外，美诺酒店日前宣布成都非遗博览园及盛橡服务公寓正式开幕，这是亚太地区首个缇沃丽与盛橡双品牌酒店项目；凯悦酒店也首次在亚太地区引入凯悦嘉荟(Caption by Hyatt)、凯悦悠选(Destination by Hyatt)和Thompson Hotels三个酒店品牌。

在赵焕焱看来，中国经济和酒旅市场的潜力是国际酒店集团持续加码的重要原因。

国际酒店集团进入内地市场，除了香格里拉酒店和半岛酒店是投资不动产之外，其余均为轻资产的品牌输出，通过增加酒店数量和品牌覆盖面，可让其影响力增加，并获得更多收益。

国际酒店在华成长史

多位行业人士提到，目前国际酒店集团在华布局都已形成了产品矩阵。

从1984年第一家假日酒店在北京开业，国际酒店集团便开启了在华布局征程。目前，希尔顿、洲际在华开业门店均已超过500家，另有万豪、雅高、温德姆、雅高等国际酒店集团全力在中国市场布局。

上海星硕酒店管理咨询有限公司首席咨询官袁学娅梳理到，国际酒店品牌在华发展大致分为三个阶段。

第一阶段是从上世纪80年代中期到90年代末，很多国际酒店以单品牌的形式进入中国，对于当时刚刚放开的中国酒店业而言，其具有引领作用，培育了很多管理人才；第二阶段是2000年到2015年，伴随着房地产行业的快速发展，高星酒店成为很多地产项目的必有配套，国际高端酒店品牌获得快速发展；第三阶段是2015年至今，国内大众消费快速增长，中端酒店需求增加。国内酒店在此方面快速发展，也使得国际酒店开始发力中端品牌，从雅高与华住合作到后来的希尔顿与碧桂园合作

中国市场的魅力

在张旭云看来，中国酒旅市场的基本盘拥有很大的挖潜空间，蛋糕够大且能做得更大。

根据多家酒店上市公司披露的数据，中国市场正在经历强劲复苏。

华住酒店在今年一季度的平均房价达到277元，同比增长23.9%，入住率达75.6%，同比增长16.4个百分点。同时，华住中国RevPAR(平均可出租客房收入)达到210元，达到2019年一季度的118%。

万豪集团方面提供给记者的信息显示，中国市场的酒店在2023年第一季度每间可售房收入已恢复至2019年水平的95%，其中中国大陆市场的每间可售房收入则已完全恢复至2019年水平。

在张旭云看来，中国酒旅市场



万豪集团今年在华开业酒店有望突破500家。

视觉中国/图

主打生活方式、独立酒店、度假村和度假公寓，强调多元文化等。

爱默尔告诉记者，洲际在华的12个品牌中，涵盖奢华精品、高端及品质酒店品牌，遍布不同层级的旅游市场，通过各具特色的品牌矩阵满足本土客群的差异化需求。

同时，在开发方式上，国际酒店集团也由最初的委托管理扩展至特许经营等多种方式。部分国际品牌还同本土酒店集团合作开发，以此加速掘金中国市场。

雅高集团主席兼首席执行官塞巴斯蒂安·巴赞日前在接受媒体

采访时表示，目前在中国我们有三位战略合作伙伴，分别是华住集团、凤悦酒店及度假村、尚美数智。公司可能会找到第四家合作伙伴。

酒旅行业观察人士张旭云表示，几乎国际酒店集团都采用这种模式开拓中国市场，比如万豪与东呈酒店曾合作开发万枫品牌，希尔顿与锦江合作开发希尔顿欢朋，碧桂园与希尔顿开发希尔顿惠庭等。在合作过程中，国际酒店集团迅速占领市场，而本土酒店集团也获得扩张，并从中汲取经验。

牌，上海也成为集团亚太区首个运营超50家的酒店城市。”毛怡冰说。

洲际酒店爱默尔阐述了更为具体的在华发展思路。他告诉记者，公司将加码奢华精品品类酒店的拓展，踏实高端品类酒店的脚步，加码中高端酒店在下沉市场的影响力。其中，智选假日酒店将向更加下沉的酒店市场发起探索，今年的开业酒店将涵盖15个省份与直辖市。

“中国市场仍有很大的投资机会，增量还很大。很多国际品牌在国内市场上正在下沉，去三四线城市。仍有很多投资人愿意接近国际酒店品牌。”袁学娅说。

便利店行业连锁化升级 商品服务呈多元化发展

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

我国便利店的销售额和规模正在不断增长。中国连锁经营协会和毕马威共同发布的《2023年中国便利店发展报告》显示，2022年，全国便利店销售额从2019年的2556亿元增长至3834

规模、销售实现增长

《2023年中国便利店发展报告》显示，2022年全国便利店销售额3834亿元，其中品牌连锁便利店为3264亿元，增速达到9.8%，便利店行业整体发展向好。

从门店规模看，2022年全国便利店门店规模达到30万家，按年增速约19%。其中，品牌连锁便利店18.7万家，便利店数量持续快速增长。从2022年企业门店数量来说，美宜佳、易捷、昆仑好客排名前三，分别拥有门店30008家、28006家、20600家；日系便利店品牌罗森、7-ELEVEN分别拥有门店5641家、3319家。

在行业的连锁化程度上，张毅表示：“总体来说，在大、中城市便利店的品牌连锁化程度还是比较高，从数量上看，连锁化门店在大、中城市里面大概会占70%。而在县城以及县城以下的区域连锁化较低。连锁化在不同的区域里面，发展轨迹、发展需求以及对于当地居民所提供的就业机会都不太一样。连锁化增强了便利店品牌的知名度和信誉度，同时也对商品的品质管理有比较好的统一部署。某种

意义上讲，是会提升消费者的购物体验。”

报告指出，2022年样本便利店企业平均坪效为67元/平方米/天，与2021年相比坪效持平。头部企业与其他企业的坪效仍存在较大差距。2022年营收排名前20%企业坪效为87元/平方米/天，2022年营收排名后20%企业坪效为50元/平方米/天。

对此，张毅表示：“总体来说，目前便利店的头部品牌和非头部品牌在绩效、相关经营能力以及相关服务水平等差距还是比较大的。就整个市场情况来看，头部企业的优势在于品牌知名度，其供应链管理、服务规范性等会比较成熟。另外，在营销手段以及消费者的购物体验(比如空调、冷藏等)都有一个比较好的品质保证。对于非头部、腰部甚至是以下的企业，同样也是有机会的。从市场格局来看，中小城市尤其是县城以下城市连锁化还相对比较弱。此外，随着即时零售越来越成为主流方向，非头部的企业可以通过多元化的经营策略、营销策略以及细分

的加强以及商品和服务的多元化都呈现出非常明显的趋势。”

对于业态的价值，连锁经营专家李维华向记者指出，便利店业态的核心价值有两个，一是便利，社区、商业区的周边向相关消费者提供生活的便利。二是便利店不只是零售，还提供服务。

市场上获得竞争力来提高整体水平。”

在扩张区域以及开店位置上，2022年便利店企业开店及地理扩张趋势有所减缓，净新开门店与覆盖省市数量均有超过20%的跌幅；从门店类型占比来看，与上一年相比，商务办公区型门店与社区型门店呈现一增一减的态势。2022年，商务办公区型便利店占比提升至36.1%，对比2019年时的18.1%有明显提升。

对此，百联咨询创始人庄向记者表示：“这一现象表明居民消费更倾向于网络购物和大型商超，价格敏感度较大，而商务区消费对便利性需求更大，从目前的经济形势和消费习惯、业态特征来看，这个消费特征在中国属于长期趋势，短期不会改变。”

李维华表示：“商务办公区便利店火爆的原因在于便利店的特点，便利店强调‘一日五餐’，是解决早餐、午餐、下午茶、晚餐和夜宵的地方，这对于在外办公的人员还是非常便利的。”

重要的鲜食品类

《2023年中国便利店发展报告》指出，便利店围绕消费者日常消费场景，拓展更多元、更精选、广度更宽的品类，培养全客群的黏性和忠诚度，增强单店盈利能力。鲜食品类、自有品牌商品、引流品类、定制品类、生鲜品类、商品组合成为强化单店盈利的核心动力。

记者注意到，在此前中国连锁经营协会举办的2023中国便利店大会上，多位企业负责人都提到了鲜食品类对于便利店的重要性，同时分享了对于自身企业经营鲜食品类之道。

7-ELEVEN中国董事长总经理严茜指出，在全球发展的目标中，战略核心还是以食为先，将充分发

挥集团在供应链、商品研发上的差

异化优势，一方面不断强化供应链，

另一方面不断提升FF日配为核心的商品品质，同时继续扩大各种品类。

根据严茜介绍，7-ELEVEN一直以来坚持的商业模式是：首先，以食为核心，这是7-ELEVEN的一个基本战略。以高品质的FF日配商品作为吸引顾客高频次到店的手段，提升单店销售额，帮助门店获得盈利。其次，在保证门店盈利和品质的前提下，扩大店铺的数量。再次，店铺数量实现一定规模之后，帮助供应链整体实现盈利。最后，通过进一步投资，包括设备投资、技术革新，从而进一步提升FF日配商品的品质。

在具体的品类操作上，Today创始人、CEO宋迎春将关东煮品类和烧烤品类做了一个对比。根据宋迎春展示的数据，烧烤的报废率远

低于关东煮，同时净毛利率高于关东煮。“关东煮品类考验一个便利店企业营运能力，比如产品的陈列、过程当中更新等，是不是能够在4个小时以内卖完并且去做报废等。而烧烤报废相对低，对于人工的要求、对于团队的能力和意愿的要求会相对不一样。”宋迎春表示。

有家总经理张磊则指出，产品好吃很重要。目前有家定位为“精品鲜食便利店”。“我们会对标山姆，对标盒马，随着目前消费者生活品质提升，对于产品的要求越来越高，不光要吃饱还要好吃。其实以前做便利店，‘好吃’的概念不是那么强烈，基本能吃就可以了。那么接下去我们要做的必须是最好吃的。”张磊表示。

未来发展趋势

除了品类之外，根据《2023年中国便利店发展报告》，时间、服务等方面也是便利店提供价值的领域所在。

在时间上，报告指出，便利店行业即时零售业态的竞争维度由“时效”走向“时长”，营业时间的延伸有效补偿购物需求时长。借助即时零售优势，便利店早间与晚间订单量提升，销售占比亦相对提高。

在服务上，便利店企业提供贴心便民、暖心惠民、走心利民的服务，能够满足消费者多样化、个性化的需求，彰显竞争优势。比如，

便利店为满足顾客约会、会友、游

戏等不同需求，提供了免费上网、手机充电、物品存放、快递邮寄等多种便民服务；为老年客户提供绿色服务通道，完善爱心座椅、纸杯、老人镜等服务；积极拓展汽服、广告、餐饮、咖啡、保险、中国体育彩票等新业务。

对于便利店行业的未来发展，李维华认为：“便利店行业的发展机遇很大。随着便利店自身业态的延展，原来的纯零售叠加各种各样的服务，比如发快递、充电宝等。随着对于餐饮的引入，满足了一日三餐的需求，目前便利店生存

力非常强大。”

对于不同类型便利店的发展建议，张毅表示：“对于头部的知名品牌或者连锁化企业来说，还是要增加自身的服务形象以及数据分析能力来提高商品流通以及商品满足的效率。对于个体便利店来说，建议可以主动去触网，因为很多门店的位置不一定会特别好，但是可以通过一些新型的社交电商、即时零售来提升单店的盈利能力。就便利店行业来说，随着年轻就业大军的到来，行业信息化水平、数据化水平方面会发生比较大的变化，会有一个很长的成长期。”

1. 创新

创新金融模式解决买卖两难

招商期货决定筹措保费，在有着“中国长绒棉之乡”美誉的新疆阿克苏阿瓦提县，首次创新试点“保险+期货+银行+订单”项目，缓解棉企与农户之忧，为援疆建设贡献力量。

2022年11月上旬，新疆图木舒克市机采棉采收工作已接近尾声。但此时，棉花收购工作却进展缓慢。有的当地棉企籽棉收购量较上年同期减少了近三成，还有的加工企业因收购量过少甚至未能开机。数据显示，受多重不利因素影响，棉价震荡剧烈，棉花价格从2022年2月的22210元每吨，下跌至2022年11月的12215元每吨。除属地补贴等影响外，价格因素成导致棉花“收购难”的重要原因。

这种情况并非个例，地处南疆阿克苏地区的阿瓦提县也是新疆的产棉大县，这里每年种植棉花约140万亩，是我国的优质棉生产基地之一，目前已实现机采棉全覆盖。因棉价大幅下跌，当地棉农惜售心理较强。未及时出售的散花、蛋壳棉（两种机采棉采售方式，存在籽棉含杂质率的一定差别，后者成卷）被棉农放在地里或家院中。若天气晴好，相比散花，蛋壳棉可多储存一段时间，但仍无法做到长期存放。并且随着冬季来临，存储

棉花背后的创新金融样本

编者按/ 2022年以来，受多重不利因素影响，棉价震荡剧烈，棉花价格大幅下跌，棉农普遍惜售，棉花收购及加工企业面临“收棉难”的问题。在此背景下，一种“保险+期货+银行+订单”创新金融模式出现。

相较于近年关注度较高的苹果“保险+期货”模式，此次针对棉花产业“收购难”的金融助农创新很是不同。前者主要是围绕看跌期权，即果农在苹果收购价格下跌时获得相应赔付，平滑种植收益波动风险。后者则主要围绕看涨期权，随价格上涨触发赔付，即低价惜售的棉农以一定价格卖出籽棉后，在保险期间随棉花期货价格上涨棉农将获得赔付。如此一来，棉农不用将收上来的籽棉、鸡蛋棉堆在地里“打望”价格，承担存储变质的风险，同时也能在卖出后同样获得价格上涨的收益。棉企及时收上棉花开机运转，打通了供应前端的堵点。同时，该模式进一步延伸至下游订单环节，形成从棉农到下游企业乃至交易所的产业链全覆盖，不仅解决棉源供给问题，还能提供封闭运行、以销定购的收购贷款，让棉花上下游及时顺畅地运转起来。

目前，上述新模式的首期试点已进入赔付阶段。

这一金融助农模式具体如何运作？谁在主导这一模式创新？该创新能否复制？金融创新究竟如何影响产业？本期“商业案例”，《中国经营报》记者将详解棉花背后的金融故事。

会越发困难。

“棉花堆在地里心里老是惦记着，一天要往地里跑好几趟，还要经常翻晒，生怕捂了、发霉了，有些湿一些的棉花更要操心翻晒，阴雨天还要把篷布盖上。”一篇“三农”领域的网络热帖详细记录了去年10月底新疆棉农“惜售”的难熬。

棉价的大幅波动，对于以棉花产业为主的地区而言，不仅是经济问题更是民生问题。

新疆作为我国最大、亦是世界重要的棉花产区，新疆棉花的产业链支撑着新疆千万人生计。2022年，新疆棉花产量539.1万吨，较上年增加26.2万吨，新疆棉花总产、单产、种植面积已连续28年位居全

国第一。全疆近一半农民从事棉花生产，新疆棉花产量约占世界棉花产量的20%。在去年棉价的巨大冲击下，棉农、棉企、乃至地方都面临着前所未有的挑战。

在此背景下，为响应国家全面推进乡村振兴建设、积极履行企业社会责任的号召，招商期货决定筹措保费，在有着“中国长绒棉之乡”美誉的新疆阿克苏阿瓦提县，首次创新试点“保险+期货+银行+订单”项目，缓解棉企与农户之忧，为援疆建设贡献力量。

具体来看，该创新模式主要运用“亚式价差看涨期权”这一金融工具，赔付方式主要为由棉价“区间浮动”触发。同时，引入“订

单”模式，与中国农业发展银行、中棉集团、上海国际棉花交易中心合作，打通产业链端和金融端的交易流程。

“亚式价差看涨期权”是以期权合同期内，某段时间标的资产价格平均值之间的收益差为主的看涨期权，即按合约日期收益差达到预期可拥有按实值收益卖出期权或买入标的行权的权利。

在方案执行层面，可以理解为，阿瓦提县新型农业经营主体与棉农作为投保主体进行投保，保险保障额度对应相应吨量的籽棉。保险公司大地财险基于棉花期货目标价格进行保险，同时购买招商期货的场外期权对承保的



新疆喀什，莎车棉花田。

视觉中国/图

赔偿。

如此一来，通过期货交易模型与产业链闭环结合的方式，一方面提高棉花种植农户的销售积极性，保障棉农的收益；另一方面解决棉花收购企业稳定生产问题，并通过农发行对产业链上下游的信贷支持及资源整合优势，健全棉农收益保障机制和农村金融服务体系。

上述创新试点项目于2022年12月13日启动，于2023年3月9日截止。保险端保障保额约2070万元，保障籽棉约4000吨，折皮棉规模约1500吨，对应棉田面积约10000亩。目前，该试点项目已顺利结束，共计赔付约39.75万元，赔付率超90%。

2. 复制

从试点到普及再扩散

经过这几次试点，“保险+期货+银行+订单”模式也开始考虑在其他领域进行复制。不过，这种复制有前置条件，即项目开展地需要有稳定的现货产量，以及业务配合度较高的订单企业。

“价贱伤农”是农业经济发展过程中难以回避的问题，这背后有着供需关系的矛盾博弈。以棉花产业为例，其产业链条覆盖全球，受气候、运输、汇率等多方面因素影响，供需关系的调节在微观上难以把握。并且价格的变化进一步导致植棉收益年度间差异较大，这让在供应链最前端、“靠地种植，靠天吃饭”的棉农不得不直面波动的风险，而棉农的“惜售”影响又将传导到初加工、深加工乃至成品制造等领域，引起后续产业链条的波动。

上述创新模式以棉农为投保主体，试图以金融工具从最前端平滑风险。虽然上述试点顺利结束，但该模式是否能顺利从试点走向普及？又能否从棉花走到其他领域？

从需求上看，棉农诚然需要一种抵御市场风险、稳定种植棉花收入的“工具”，但从未采用上看，“保险+期货+银行+订单”模式需要一定的

金融知识门槛和承担保费的支付。

招商期货相关负责人提到，该模式的推进确有一个过程，但其主要跟随项目从普到运，再到最后实现赔付的节奏，整个过程中的反复沟通和最后的赔付加强了棉农对该产品的认知和信任，为未来扩大试点、展开价格风险管理相关业务提供助力。

“项目赔付后，农户反馈较好，并主动帮助项目组宣传项目模式、项目效果，部分大户对主动投保此类项目产生浓厚的兴趣。”该负责人提到。

事实上，在阿瓦提项目实施后，招商期货紧接着在新疆昌吉回族自治州玛纳斯县开展了两期“保险+期货+银行+订单”项目。其中，在玛纳斯县开展的与中棉集团玛纳斯棉业有限公司合作的项目覆盖了3个农村合作社和10位农户，项目承保1500吨皮棉，于2023

年3底顺利结束；与玛纳斯银天棉业有限公司合作的“保险+期货+银行+订单”项目，通过“二次赔付”的模式，为84位农户、1个农村合作社提供价格风险管理方案，项目于4月底顺利结束。

经过这几次试点，上述模式也开始考虑在其他领域进行复制。不过，这种复制有前置条件，即项目开展地需要有稳定的标的现货产量，以及业务配合度较高的订单企业。

该条件看似复杂，但在我国农业现代化、规模化的发展下，在不少领域都可覆盖。据上述招商期货相关负责人介绍，目前，招商期货已计划在东北地区再开展一次关于玉米或者大豆的“保险+期货+银行+订单”项目。

“我们注意到，今年的大连商品

交易所也有与我们阿瓦提项目相似的农民收入保障计划‘银期保’业务支持方案。同时，招商期货本就已在黑龙江省参与大连商品交易所大豆项目‘银期保’专项业务。我们希望通过边参与边学习的方式，力求‘保险+期货+银行+订单’业务模式革新改进，使其更加适应当地属性。”该负责人提到。

目前，围绕“新疆棉”的上述金融助农试点，各参与主体主要以保本微利为原则，助力稳产保供。同时，在阿瓦提项目中，作为中央直接管理的国有重要骨干企业招商局集团旗下的核心期货专业平台，招商期货承担了筹措保费、资助棉农购买保险的责任。上述负责人提到，未来，随着试点的铺开、实践成果的推行，棉农或将提高主动参与这类金融助农项目的积极性，最终形成自发自缴保费为种植购买保障的风险应对策略。

3. 影响

平滑风险助推产业发展

中国农业发展银行粮棉油部总经理李楠提到，“作为农业政策性金融立足创新、深化支农成效的一次探索，棉花‘保险+期货+银行+订单’模式试点项目为政策性银行利用期货等现代金融工具深化支农成效打开了新的空间。”

近年来，保险、期货、贷款或担保等金融工具在农业端的灵活运用在不断加码。以“保险+期货”为核心的金融帮扶模式在多领域成功复制，围绕这一核心不断延展的创新也更加多元。通过一个个创新金融产品，一方面金融机构更进一步发挥出对于产业发展的推动力，另一方面种植户的金融知识、可运用的风险平滑工具也在不断丰富。而这是农业现代化过程中，不可或缺的一环。

以“保险+期货+银行+订单”模式为例，其整合了棉花全产业链并开展供需衔接及金融服务支持，对当期价格波动导致的供应链“堵点”进行了疏通，保障了生产稳定有序、产业的稳健发展。

具体来看，在供需衔接上，中棉集团阿瓦提棉花产业化有限公司与棉农签订现货订单，作为投保人的棉农通过绿色通道将籽棉定向交售给中棉集团轧花厂，一方面帮助企业锁定了优质籽棉资源，保障稳定生产；另一方面中棉集团轧花厂通过优质优价市场化收购原则对籽棉进行定价，保障棉农收益。该模式下，棉花产业龙头企业与棉农间的利益联结机制进一步深化。

在金融支持上，通过保险分散

农户风险，再通过期货工具发挥价格“稳定器”功能，缓解价格波动压力、对冲现货市场价格风险。农民收益与市场价格波动挂钩机制，在棉花销售后，随着市场价格上涨也能实现增收。同时，引入政策性银行和订单企业，相关收购贷款可实现以销定购、封闭运行，政策性金融通过该模式能有效服务产业链各个环节及主体，对金融服务稳产保供、服务实体经济、保障农民收入、提高企业风控能力等都起到积极作用。

上述阿瓦提项目的参与方之一，中国农业发展银行粮棉油部总经理李楠提到，“作为农业政策性金融立足创新、深化支农成效的一次探索，棉花‘保险+期货+银行+订单’模式试点项目为政策性银行利用期货等现代金融工具深化支农成效打开了新的空间。”

当前，这类围绕“三农”的金融创新并不罕见。虽然具体运用到的金融工具有一定程度的不同，但整体而言，在风险因素较多、产业链条较长、价格波动影响较大的农业领域，这类金融创新越来越多地发挥着“调节器”“稳定器”作用，为相关

小微扶贫信用贷款助力生产。该模式目前已推广至鸡蛋、生猪等领域。

“整体而言，以供应链金融为指导、信息技术为依托而践行和落实的‘保险+期货’模式创新，联合了种植户（或养殖户）、保险公司、期货交易所、证券期货公司等多方力量，以期货市场价格作为保险产品中的价格指数确定目标价格和赔付标准，更加精准地反映了未来市场预期，不仅提高了保险设计的精准度，还有效地保障了种植户（或养殖户）收入稳定。”农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅提到，更进一步来看，“这一模式创新还引入了同在期货市场有相应产品的养殖饲料等物料价格，可以帮助种植户（或养殖户）及时了解未来市场价格走势，合理调整种植（或养殖）规模和周期，减少因市场价格波动造成的损失，降低了养殖风险。该模式填补了合理分散价格风险的空白，是对我国传统农（牧）业保险的必要补充和有益探索。从落实的情况来看，‘保险+期货’模式已包括生猪、蔗糖、花生、橡胶等重要的经济作物和油料作物提供重要支撑，目前正处于高速发展阶段。”

观察

支农金融产品创新机构任重道远

现代农业资金需求大、投资周期长，收益的不确定性及风险较高。在如今我国“三农”工作的重心发生历史性转移，全面推进乡村振兴新征程的背景下，“作为分散农业风险、保障农业生产、稳定农民收入的重要工具，‘保险+期货’被赋予了更重要使命。”长期关注农村金融发展的农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅提到。

2016年，《关于落实发展新理念加快农业现代化实现全面小康目标的若干意见》的“一号文件”发布，在“完善农业保险制度”部分首次提出要“稳步扩大‘保险+期货’试点”，并提出要“探索建立农业补贴、涉农信贷、农产品期货和农业保险联动机制”。此后连续八年，“保险+期货”模式的推广创新、优化完善被“一号文件”不断提及。

在政策的助推和金融机构的主导落地，“保险+期货”模式在具体农牧产业上的实践应用愈发广泛，覆盖的区域、农户规模也在逐年上升。据袁帅观察，随着“保险+期货”模式持续创新，该模式与农村信贷互补协同的深度在进一步提高。该模式除了以较为完善的结构合理分散农业风险，也针对性地解决相关农产品种植链条上的融资难、融资贵问题，其中尤以贷款的闭环运作见长。

但值得注意的是，“保险+期货”模式虽然优势在于期货工具对于风险的转移，但保险仍是该模式最核心的端口。而目前，农业保险存在供需失衡的客观问题。

“目前我国农业保险的服务机构少，风险保障水平偏低，与农业市场对农业保险的需求不符。同时，财政补贴是我国农业保险区别于其他商业保险的显著特征，由于长期对财政补贴的依赖，导致我国农业保险面临较大的财政支付压力。而不同地域的经济水平发展不同，近年来因多重不利因素受到的冲击也不同，部分地区农业保险补贴存在难以及时到位的情形，这在很

大程度上限制了上述模式进一步发挥助力乡村振兴的作用。”袁帅提到，“与此同时，从该模式本身而言，分阶段赔付的方法也影响了保障水平提升，大灾风险分散制度还有待进一步健全。”

作为社会经济流动的“血液”，金融机构在优化农业生产要素配置、支持农业经济稳健发展上的作用，还有待进一步发挥。袁帅建议，除了进一步完善财政补贴政策，切实发挥财政政策的引领保障作用，强化监督管理力度保障财政落实外，“还应进一步发展创新农业保险产品；加大‘保险+期货’的全国‘三农’产业领域的示范范围；加大金融科技技术的运用；强化宣传普及意识，发挥‘政府+企业+合作社+农户’联动机制。”

中国期货业协会数据显示，2022年，我国期货经营机构通过“保险+期货”模式为玉米、大豆、鸡蛋、苹果、花生、棉花等15个品种提供了价格保障，承保货值达1078.18亿元。同时，近年来农产品期货、期权不断增多，围绕衍生品价格调节功能的金融支农产品也能进一步打开覆盖面和覆盖力。

在此情况下，未来如何进一步优化、创新该模式服务“三农”的层次和水平，金融机构不仅在模式的设计创新上需要花功夫，在传播扩散上也需要进一步承担责任、积极探索。

从支农金融在农业生产中的推进来看，“保险+期货+银行+订单”模式或是“静宁四单模式”均经历了新事物的认知、采纳、应用、普及和扩散过程。

未来，招商期货、招证资本计划在项目赔付整体结束后，将在当地组织棉农、新型农业经营主体开展一系列期货、期权、“保险+期货”业务培训工作，以通俗易懂的讲解方式，让投保主体明白金融衍生工具的操作原理和运作模式。为在当地开展金融业务类保障工作，多层次提升乡村振兴服务质量铺平道路。

（本文章均由本报记者罗辑采写）