



经营成就价值

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

“6·18”线上消费回暖明显 下半年消费有望企稳回升 ▶A2

闯进汽车焊接“无人区”



▶A5~A6



“隐形冠军”需要多元化与包容性的企业文化

与老板对话 ▶D4

从一个小型手工作坊开始创业的福伊特，1867年成立于德国，一直发展到今天，已有155年的历史。福伊特也是欧洲为数不多的具有全球化规模的家族企业之一，目前在全球60多个国家设立分支机构，现有20000多名员工，年销售额达43亿欧元。作为一家全球性高科技集团，福伊特的三大事业部——水电、造纸、驱动，是业内公认的“隐形冠军”。

福伊特与中国的渊源可以追溯到100多年前。早在1910年，福伊特就参与了中国第一座水电站——云南石龙坝水电站的建设，为其提供水轮机组。目前，中国的三峡电站，以及“西电东输”战略项目中，都大量使用了福伊特水电事业部的产品。

在交通运输领域，中国不少高铁、地铁都装配有福伊特的产品。此外，福伊特的车钩、变速箱、液力缓速器等产品也广

泛装配在卡车和客车上。在造纸领域，福伊特不直接造纸，却是造纸设备的整线供应商，全球每三张纸中就有一张产自福伊特。

在智能化、数字化快速发展的今天，如何通过人力资源管理深化本土化战略？如何打造多元化与包容性的企业文化？为此，《中国经营报》记者专访了福伊特企业管理（上海）有限公司总经理王丽。

社评 ▶

“财政经费10年增万亿”推动义务教育提质扩面

教育部基础教育司司长吕玉刚近日在教育部新闻发布会上表示，我国义务教育阶段现有20.7万所学校、1.58亿名学生、1057万名教师，是整个教育体系当中学段最长、人数最多的一个学段。经济社会发展规划、财政资金投入、公共资源配置等优先保障义务教育，2012~2021年财政性义务教育经费从1.17万亿元增加到2.29万亿元，占国家财政性教育经费投入的比例始终保持在50%以上。

义务教育是国家统一实施的教育模式，体现了三大特点：接受义务教育是所有适龄儿童、少年的法定权利，任何人和机构不得损害；国家以法律及其他制度保障形式，确保适龄儿童、少年在良好的教学环境中成长；建立高水平、广覆盖的全国义务教育体系，不断提高义务教育质量，事关亿万儿童、少年健康成长，让义务教育有保障，则成为关系到这项重大教育工程成败的关键。

基于义务教育的特性，纯粹的市场化并不适用。义务教育投入周期长，同时考虑到地区经济发展差异、低收入群体家庭经济支付能力偏弱等多重因素，学校自收自支甚至实现盈利的运转模式不可行。也因此，政府财政兜底，为符合条件的所有适龄儿童、少年上学提供有力支持，成为国际通行标准。

《中华人民共和国义务教育

法》(以下简称“《义务教育法》”)于1986年4月12日由第六届全国人民代表大会第四次会议通过，1986年7月1日起施行，并于2018年12月29日由第十三届全国人民代表大会常务委员会第七次会议第二次修正，明确规定义务教育阶段，不向学生收取学费、杂费，国家建立义务教育经费保障机制，保证义务教育制度实施。为了解决部分欠发达地区经费筹措缺口问题，国务院和地方各级人民政府将义务教育经费纳入财政预算，按照教职工编制标准、工资标准和学校建设标准、学生人均公用经费标准等，及时足额拨付义务教育经费，确保学校的正常运转和校舍安全，确保教职工工资按照规定发放。由此建立起常态化的义务教育基础设施管理体系，解决了教职工的收入来源，使其能安心教学，义务教育“供应侧”的经费稳定，能够让大量教职工专注于本职工作，为学生带来更高质量的教学内容。

对教育设施建设和教职工队伍的投入，提升了义务教育的承载力。按照人口数量计算，1.58亿名适龄学生与世界人口数量排名第9的国家基本相当，如果没有足额的资金支撑，就无法保证上千万名教师在岗教学，更难以做到各地教育部门及学校为包括教师在内的教职工队伍提供相应的培训及职业再发展，不断提升其综合素质，提高教育水平。

除了直接投向义务教育学校教职工的各项投入外，我国的另一大创新在于人才梯队的培养。通过师范生公费教育政策，建立了培养基层义务教育人才的“绿色通道”，做大了师资增量。

这十年来，中国进一步落实教育资助政策，提升教育公平力，着力解决“乡村弱、城镇挤”问题，缩小城乡学校办学条件的差距。数据显示，2012~2021年，小学生均经费支出从每生每年7447元增至14458元，初中生均经费支出从每生每年10218元增至20717元。教育部介绍，家庭经济困难的学生基本实现应助尽助，优先将建档立卡、低保、特困供养、孤儿、残疾等学生纳入资助范围。营养改善计划每年惠及3700万名农村学生。通过向欠发达地区学生倾斜的帮扶计划，不仅让所有适龄学生有书读，并且对学生的体质健康成长予以全方位关注，让其在成长关键阶段既能获得知识，更能实现强身健体。受益学生的体质健康合格率从2012年的70.3%提高至2021年的86.7%，2020年农村15岁男生、女生平均身高分别比2012年高出近10厘米和8厘米。义务教育阶段适龄学生的形态发育各项指标向好，成为义务教育系统工程最好的成果体现。

当然，我国义务教育还将面临不少新课题。但更要看到，十年来，义务教育体系的各项改革成果得到了切实巩固，在教育中的“重中之重”地位进一步凸显。我们有理由相信，中国义务教育未来将迎来更广阔的发展空间，教育均衡发展的红利会惠及越来越多的家长和学生。

经济大势

A1~A8

国企剥离医疗机构 A3
改革完成率超99%

保险中介再迎严监管 A7
重点清查“三无”机构

营商环境

B1~B20

可转债新规落地 B3
监管意在降温市场炒作

技术探路进行时: B8
区块链试水互联网金融纠纷处理

长三角地区驶入经济提振“快车道” B9

上海楼市加速回暖: B11
二批次新房集中入市 迎来看房小高峰

第二批次集中供地密集启动 B13
二线城市齐念“稳”字诀

家电企业“暗战”新营销渠道 B15

模式动物赛道扩容 B17
实验鼠催生百亿生意

智在公司

C1~C8

互联网云巨头增速放缓 C3
SaaS生态决胜未来?

互联网账号“一键解绑”试运行 C4
拒绝过度营销还远吗?

汽车消费“大礼包”再加码 C5

新能源汽车下乡“风再起”: C8
参与车企、车型创新高

消费连锁

D1~D4

高端牛奶赛道快速扩张 D2
功能性产品需求提升

一个核桃背后的科研攻坚战 D3

本期热词

“AI有灵魂”

人工智能会打败人类吗？这个植根于人类内心深处的担忧，似乎到了必须直面的关口。日前，一则关于“AI有灵魂”的消息，震惊了全球科技圈。谷歌一位软件工程师表示，有“开放式对话黑科技”之称的谷歌人工智能聊天机器人LaMDA已经有了与人一样的感知力，甚至具有了人的“灵魂”。随后，谷歌暂停了他的职务，并否认了他的说法。

“AI有灵魂”引发虚惊一场，我们能否跨越“恐怖谷”？ ▶A4

“代还乱象”

近段时间，多家银行加强对信用卡交易的管控，限制非本人还款等行为。同时，部分银行还会对历史交易中存在他人代还情况的持卡人做出风险提示。分析人士指出，银行加强他人代还信用卡的管理，一方面是防范共债风险，有助于贷后管理；另一方面，担心客户信息泄露而导致客户信用卡被盗刷，特别是使用信用卡代还软件进行操作的，存在极大的诈骗风险。

信用卡交易管控剑指“代还乱象” ▶B1

平台暗战

没有了往年的高调比拼，从阿里巴巴、京东、拼多多到抖音、苏宁易购，各大电商平台几乎心照不宣地转入暗战，取消了往年频频发布的战报。例如京东没有在媒体开放日展示销售额的数据大屏，仅在6月19日零时许公布了下单金额。而阿里内部人士透露，今年“6·18”，天猫没有发过一份“战报”，园区里没有“6·18”宣传摆件，办公楼里没有挂标语，也没有敲“定胜鼓”，一切表现波澜不惊。

复盘“6·18”平台暗战透露消费风向之变 ▶C1

设计师出圈

近年来，中国市场有许多独立设计师品牌进入大众的视野。在以上现象的背后，是品牌创立的土壤正在发生变化，比如年轻人对中国品牌更加关注、时尚渠道的支持以及供应链对比过去更加友好。机遇之下，独立设计师品牌的发展也面临诸多挑战。

独立设计师品牌如何出圈？ ▶D1



6 942626 144086 >
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

高培勇： 稳经济大盘的前提需先稳住市场主体

本报记者 杜丽娟 北京报道

伴随经济下行压力超出预期，中央围绕稳住经济大盘作出了一系列部署，无论是稳增长、还是保就业，目前看政策工具箱的储备相对充裕，但面临着比2020年更严峻的国内经济形势，如何高效统筹疫情防控和经济社会发展变得更加重要。

在这样的背景下，当前出台的一揽子财政、货币政策又该如何协调配合，以实现助企纾困，成为业界普遍关心的问题。

在中国社会科学院财经战略研究院主办、《财经智库》编辑部等承办的“稳增长·保就业”专家研讨会上，中国社会科学院副院长高培勇认为，当前稳住市场主体是稳住经济大盘的牛鼻子，要把好钢用在刀刃上，确保所有的政策配置，首先以市场主体为主要聚焦点，唯有如此才能保增长、保就业。

事实上，对于当前的政策发力点应该聚焦在哪里的话题，目前学界和市场人士也持有不同的意见，在高培勇看来，市场主体是国民经济的根基所在，应该以稳住市场主体来稳住经济大盘的运行。

一个细微的变化就可以为上述观点提供论证。

在各种场合，我们会发现市

场主体一词的使用频率，已在很大程度上替代了企业。两者从区别看，企业指的是法人，而市场主体既包括法人，也包括自然人和非法人组织。

“之所以在政策文件中，越来越多地使用市场主体这种表述，我认为，最重要的考量在于市场主体的覆盖范围远大于企业，当我们讲国民经济根基的时候，其核心也是覆盖所有经济体，从这个角度看，两者具有一致性。”高培勇解释。

相关数据显示，目前市场主体的总量为1.58亿户，其中有4800万户属于企业，也就是说，有1.1亿户属于自然人和非法人组织。从类别看，市场主体的覆盖范围已经囊括了各类企业、个体工商户、农民专业合作社等在内的所有经济体，这些市场主体直接参与了GDP的创造。

因此，只有稳住市场主体，才能稳住国民经济的根基，也只有市场主体兴旺了，国民经济才能兴旺。从一定意义上讲，稳住经济大盘的实质就是稳住市场主体。

基于两者的关系，中央也提出了“稳增长、稳就业和稳物价”的三稳任务。高培勇认为，“三稳”之间起基础和决定因素的是稳就业。

因为就业稳了，居民收入和民生才有保障，社会财富才能稳定增加。

值得注意的是，历史和现实数据一再表明，市场主体是稳就业的顶梁柱。

数据表明，目前量大面广的中小微企业和个体工商户提供了85%以上的就业岗位，支撑了4.4亿名城镇就业人员，以及近2.9亿名农民工就业。“今天的中国，除了5000万名公职人员，其余7亿多人就业的基本盘，主要依靠市场主体来稳定，这进一步表明，稳就业的关键在于稳市场主体。”高培勇说。

不仅如此，一个更现实的情况是，只有稳住了1.58亿户市场主体，才能尽快地让当前相对偏高的失业率降下来，也才能确保经济运行在合理区间。

6月15日，国家统计局的数据显示，5月份，16至24岁人口调查失业率为18.4%，比上月上升0.2个百分点。

国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司司长付凌晖表示，年轻人失业率偏高的主要原因是，疫情影响下企业生产经营困难，吸纳就业能力有所下降，同时年轻人求职更倾向于稳定性强的岗位，这加剧了供需矛盾。

于企业而言，事实也正如付凌晖解释的那样。

面对复杂多变的国际形势，以及国内反复的新冠肺炎疫情影响，

市场主体普遍面临着经营困难、利润下滑、资金断流甚至破产等困难的挑战。

高培勇表示，在这些困难和挑战中，蒙受冲击最大、最直接的一般是市场主体，特别是中小微市场主体，当前最需要对他们实施一揽子纾困帮扶政策，从而帮他们渡过难关。

在此背景下，国务院提出“6方面33项”稳住经济一揽子政策措施，从财政政策、金融政策到稳产业链供应链、促消费和有效投资、保能源安全和保障基本民生，这些政策落脚点也表明，中央旨在把市场主体作为各种政策措施的发力点。

“长期看，市场主体不仅关系着稳住经济大盘举措的成效，也是当前和今后一个时期稳住经济大盘的必经之路，倘若市场主体出了问题，那经济正常运行和社会大局总体稳定也会出问题，因为离开了市场主体的发展和安全，经济社会发展的其他方面也难以谈起。”高培勇说。

而历史经验一再表明，在各种风险挑战面前，尤其是在极端情况下，保障经济的正常运行和社会大局总体稳定的基本前提，是守住不发生市场主体系统性风险这条底线。

“6·18”线上消费回暖明显 下半年消费有望企稳回升

本报记者 谭志娟 北京报道

作为观察消费趋势的重要窗口，一年一度的年中大促“6·18”已落下帷幕。从各家披露的数据看，今年“6·18”线上线下消费有序恢复，尤其是线上消费情况表现亮眼。

线上消费回暖明显

有分析人士也表示，受疫情影响，线下的消费潜力被压制，从而转移到了线上。从目前各家披露的数据看，消费已出现逐渐复苏的迹象。

《中国经营报》记者注意到，与2020年、2021年不同，今年“6·18”期间家电、日用产品成为热销品类。

据数据显示，2020年、2021年新冠肺炎疫情后，消费者增加购买医药、珠宝、美妆护肤等品类，减少购买家电、生鲜、家居日用、厨具、服饰内衣等品类。

但2022年4、5月疫情后，此前购买意愿下降的厨具、家电、家居日用成为增速较快的品类，玩具乐器、珠宝首饰、运动户外、美妆护肤等品类恢复较慢。

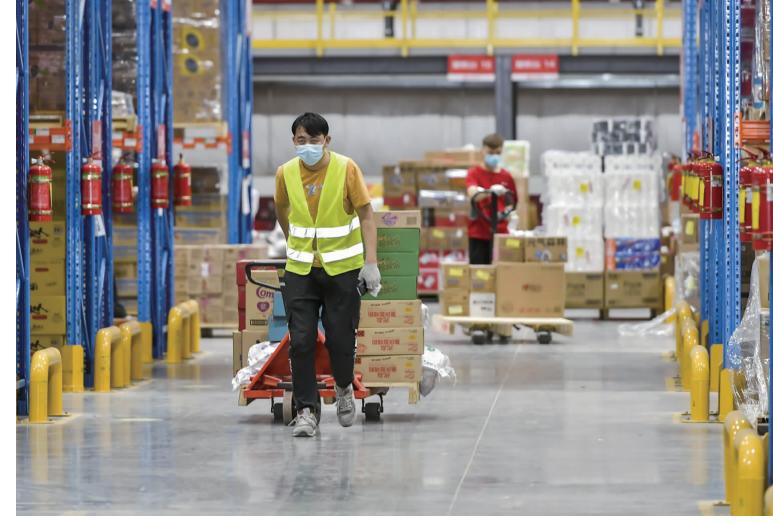
数据显示，京东“6·18”巅峰夜开门红开场10分钟内，家电“成

功图”成交额同比增长超400%。拼多多“6·18”期间多品类消费复苏，家电、日化产品销售额均同比增长翻倍。

对此，摩根士丹利证券首席经济学家章俊日前接受《中国经营报》记者采访时分析说，“‘6·18’消费反弹，一方面是因为此前部分受疫情影响而被推迟的消费需求集中释放，另一方面反映家庭消费依然具有较高韧性。而家电和日化类商品旺销在一定程度上体现宅经济热度升温。”

有分析人士也表示，受疫情影响，线下的消费潜力被压制，从而转移到了线上。从目前各家披露

的数据看，消费已出现逐渐复苏的迹象。受访业界专家认为，从目前各家披露的数据看，消费已出现逐渐复苏的迹象。这主要是因为受疫情影响而被推迟的消费需求的集中释放，也反映家庭消费依然具有较高韧性，并预计下半年消费整体有望企稳回升。



各网售平台“6·18”数据均增长明显，且不少平台实现翻倍。
视觉中国/图

的数据看，消费已出现逐渐复苏的迹象。

有业界专家还指出，今年的“6·18”可以看作是消费信心的风向标，

电商购物作为我国居民最广泛的购物方式之一，在重启消费、振兴产业、扩大就业、拉动内需等方面具有重要意义。

未来有望企稳回升

6月份前半月，居民出行好转，京沪地铁客运量恢复至往年一半水平，物流保供保畅持续见效，京东“6·18”销售额同比增长超10%，预计6月

所好转；另一方面，5月多地疫情封控管理措施仍未完全放松，对消费场景修复的制约依旧存在，总体呈现出服务消费恢复缓于商品消费的趋势，较疫情前仍有一定的修复空间。

中信建投证券还表示，汽车购置税减免的促消费政策已落地，各地稳经济一揽子措施中普遍提到消费券、直接补贴等政策，今年促消费的政策力度大于2020年，下半年消费或有较大回升空间。

还有机构乐观预计6月份社零同比可能回正。

长城证券最新研报称，消费复苏或正在提速。6月份前半月，居民出行好转，京沪地铁客运量恢复至往年一半水平，物流保供保畅持续见效，京东“6·18”销售额同比增长超10%，预计6月份社零同比可能回正。

研究机构莫尼塔认为，与疫情前相比，5月消费已恢复三至四成，消费整体企稳回升趋势不改。在莫尼塔看来，一方面，受疫情好转和供应链修复的影响，商品零售有

一步促进消费的政策，一方面是刺激大宗耐用消费品需求，例如新能源汽车、家电以旧换新等；另一方面，通过聚焦民生来稳定低收入家庭的消费，下半年如果发行特别国债，建议资金更多用于补贴和支持低收入家庭的必选消费。

国家统计局贸易外经司统计师付加奇6月15日解读时也称，受疫情影响，5月份，接触型、聚集型特征明显的餐饮消费降幅依然较大，商品零售增速仍未转正。

数据显示，5月餐饮零售额同比下滑21.1%，但相比4月微升1.6个百分点。

付加奇还表示，下一阶段，高效统筹疫情防控和经济社会发展，扎实推进一揽子稳住经济政策措施落地见效，支持市场主体发展，提升居民消费意愿，提高居民消费能力，促进消费市场持续恢复。

5月固定资产投资累计同比增长6.2%

地产核心指标单月降幅小幅收窄

本报记者 吴婧 上海报道

均较前值走高。5月数据意味着两点，一是4月确定为上半年经济底，二是当前经济迎来疫后修复。

易居研究院智库中心研究总监严跃进对《中国经营报》记者坦言，5月房地产开发投资销售数据是稳经济大盘工作部署以来首次官方数据，数据显示，5月份单月的各指标已经出现了环比拉升的可喜迹象。

房地产市场整体处于下行

国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司司长付凌晖答记者问时坦言，目前来看，应该说今年以来房地产市场整体处于下行。

国家统计局公布的数据

显示，从销售情况来看，前5个月，全国商品房销售面积和销售额分别下降23.6%和31.5%，

降幅比1~4月份扩大2.7和2个百分点。从建设情况来看，前5个月房屋新开工面积同比下降30.6%，降幅扩大4.3个百分点。

房地产开发投资下降4%，降幅比1~4月份扩大1.3个百分点。从资金情况来看，前5个月房地产开发企业到位资金同比下降了25.8%，降幅扩大了2.2个百分点。

广发证券首席经济学家郭磊认为，销售、新开工、拿地、投资完成额、资金来源单月同比降幅小幅收窄，不过施工、竣工同比降幅仍在扩大。

销售和开发资金来源是地产行业两个较为核心的指标，截至5月其累计同比分别为-23.6%和-25.8%，大致代表本轮地产下行深度。5月资金来源同比增速企稳，从细分项看主要借助于销售回款的小幅改善，单月贷款、自筹资金降幅均有所扩大，但定金及预收款、按揭贷款降幅有所收窄。

在天风证券分析师韩笑看来，5月到位资金同比增速

采取多种措施有效满足居民合理住房需求，加之中长期贷款利率下调，居民购房负担降低，这些都有利于房地产市场趋稳。

韩笑认为，5月政策成效初显，基本面迎来弱复苏。如若压制需求的系统性因素可继续缓解，需求复苏将率先由国央企和头部公司吸收，行业或将从信用分化加速演变至销售分化，形成“弱复苏、强分化”格局。

付凌晖认为，从近期的调研情况看，房地产市场已经出现一些积极变化。房地产的产业链比较长，对相关行业的拉动作用比较大。随着房地产市场的逐步趋稳，相信下半年对经济稳定的支撑会逐步显现。

在郭磊看来，5月数据有其指示意义，一是对“谷底”的确认，二是对政策影响的关键性的观察。4月数据出来的时候，市场对“谷底”位置的理解只是一个逻辑上的推演，而5月形成一个确认。以地产这样一个多因素叠加、强趋势性的领域来说，如果5月能够初步企稳，那么后续随着封控程度的下降、政策力度的进一步叠加等，它的环比进一步改善就具有相对确定性。此外，基建是主要政策抓手之一，5月基建投资再度从4月的4.3%反弹至8%左右也是一个比较积极的信号。

10年成就面面观

国企“做强”十年

本报记者 索寒雪 北京报道

国有企业是中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础，是党执政兴国的重要支柱和依靠力量，是我们党领导的国家治理体系的重要组成部分。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视国企工作，习近平总书记发表一系列重要讲话，作出一系列重要指示批示，推出一系列重大部署，特别是2016年10月10日，党中央召开全国国有企业党的建设工作会议，习近平总书记亲自出席会议并作重要讲话，科学回答了还要不要国有企业，国有企业要不要加强党的建设，怎样加强党的建设等重大理论和实践问题，深刻阐明了为什么要做强做优做大国有企业，怎样做强做优做大国有企业这个重大时代命题。

在“中国这十年”系列主题新闻发布会上，国资委副主任翁杰明表示，十年来，我们深入学习贯彻习近平总书记关于国有企

业要不要加强党的建设，怎样加

强党的建设等重大理论和实践问题，深刻阐明了为什么要做强做优做大国有企业，怎样做强做优做大国有企业这个重大时代命题。这十年是中国特色现代企业制度成熟定型的十年，是国有企业发展最全面、活力效率提升最显著、布局结构优化最明显的十年。

国有企业是经济顶梁柱

聚焦自主可控，大力开展关键核心技术攻关。

党的十八大以来，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，党和国家事业取得历史性成就，发生历史性变革，国有企业发挥了重要作用，作出了重要贡献。

“在促进我国经济高质量发展上，国有企业发挥了顶梁柱作用。”翁杰明说。

来自国资委的数据显示，截至2021年底，全国国资系统监管企业资产总额达到259.3万亿元，比2012年底增长2.6倍，年均增长15.4%。2012~2021年，全国国资系统监管企业累计实现增加值111.4万亿元，年均增长9%，超过GDP年均增速2.3个百分点。

从经济发展的质量看，国有企业有力提升了高质量发展成色。

国资系统监管企业大多处于关系国家安全、国计民生和国民经济命脉的重要行业和关键领域。近年来，通过持续深化改革、强化创新，发展质量效益不断提高，有力引领和促进了相关行业企业高质量发展，在电子信息、轨道交通等领域打造了一批先进制造业集群，同时还承担了全国约80%的化解钢铁过剩产能任务，提前超额完成“十三五”节能减排目标，2021年中央企业万元产值综合能耗比2012年下降约33%。

坚持围绕党和国家工作大局

更加突出实业主业，深入推进战略性重组和专业化整合，大力推进传统产业升级和发展战略性新兴产业。

这十年间，党对国有企业的全面领导得到根本性加强，高质量党建有力引领和保障了企业高质量发展。

“我们坚持把‘两个维护’作为最高政治原则和根本政治规矩，以党的政治建设为统领，大力推动习近平新时代中国特色社会主义思想大学习、大普及、大落实，持续深入贯彻落实习近平总书记全国国企党建工作会重要讲话精神，坚持一年一专题，压茬推进党建工作落实年等五个专项行动，推动国有企业党的领导、党的建设全面严起来、实起来、强起来，为企业改革发展提供了坚强保证。”翁杰明说。

在党的领导下，国有企业高质量发展迈出实质性步伐，建设世界一流企业取得明显成效。

“我们坚持完整准确全面贯彻



过去十年，国企在攻克关键、核心技术问题上表现优异。



视觉中国/图

目前，中央企业拥有境外机构和项目超过8000个，资产总额近8万亿元。希腊比雷埃夫斯港、中老铁路等一批标志性的工程成功落地，并且运营良好，高铁、核电等一批高质量产品走出国门，有力带动产业链上下游企业共同走出去。

在落实国家重大区域发展战略方面，国有企业聚焦服务京津冀协同发展、长三角一体化发展、粤港澳大湾区建设、长江经济带发展、黄河流域生态保护和高质量发展等区域重大战略，深入开展央地协同合作，党的十八大以来签约项目3849个，参与雄安新区项目超过900个。

在维护国家基础服务安全方面，中央企业建成运营全球规模最

大、技术领先、覆盖全国的网络基础设施，积极承担川藏、藏中、阿里电力联网工程等一批投资大、收益薄的基础设施建设，深入推进新一轮农网改造升级和村村通动力电工程，有力支撑制造强国、网络强国、交通强国、数字中国建设，有力维护国家国防安全、能源资源安全、粮食安全、信息安全。

此外，十年来，中央企业建成了700多个国家级研发平台，7个创新联合体，累计投入研发经费6.2万亿元，年均增速超过10%。2021年底，拥有研发人员107万人，比2012年底增长53%，拥有两院院士241名，约占全国院士总数的1/7。

近年来，中央企业取得以载人

航天、探月工程、深海探测、北斗导航、5G应用、国产航母等为代表的一批具有世界先进水平的重大成果，建成了港珠澳大桥、白鹤滩水电站、深海一号油气田、华龙一号核电机组、石岛湾高温气冷堆核电站示范工程等一批标志性重大工程，极大振奋了中华民族自信自强的志气、骨气、底气。

国有企业攻克了一批关键核心技术“卡脖子”问题。中央企业聚焦自主可控，大力开展关键核心技术攻关，有效填补多领域空白，集成电路、5G通信、高速铁路、大飞机、发动机、工业母机、能源电力等领域“卡脖子”问题得到不同程度缓解，形成了一批世界级重大科技成果。

企业改革取得重大突破性进展

国资委搭建了公平公正公开的市场平台，混改过程中涉及的国有资产交易流转，一律通过资本市场公开进行。

新发展理念，更加突出高质量发展要求，推动中央企业从过去偏重规模和速度的粗放型增长加快向更加注重质量和效率的集约型增长转变。更加突出科技自立自强，坚持能给尽给、应给尽给，加大政策支持力度，加快打造科技攻关高地、原创技术策源地、科技人才高地和科技创新政策特区，以科技创新充分激发高质量发展澎湃动能。更加突出实业主业，深入推进战略性重组和专业化整合，大力推进传统产业升级和发展战略性新兴产业。

活力效率切实增强。

国资委要求国有企业深入贯彻落实国企改革“1+N”文件体系，大力实施国企改革三年行动，坚持“两个一以贯之”，着力建设和完善中国特色现代企业制度，在公司治理中推动加强党的领导组织化、制度化、具体化，权责法定、权责透明、协调运转、有效制衡的治理机制加快形成。

坚持社会主义市场经济改革方向，国有企业全面完成公司制改制，全面收官剥离企业办社会职能和解决历史遗留问题，全面深化企业内部三项制度改革，积极稳妥推进混合所有制改革，有力破除了一批体制机制障碍，有效解决了一大批长期想解决而没有解决的重点难点问题。“新时代国企改革有力推动国有企业成为公司治理新、经

营机制新、布局结构新的现代新国企。”翁杰明说。

在本轮国企改革中，国有资产监管体制更加成熟定型，有力维护了国有资产安全，防止了国有资产流失。

翁杰明认为，在推进国企改革中，国有企业的专业化水平更高，“我们牢牢把握职责定位，深入推进国资监管机构职能转变，动态完善监管权力和责任清单，把履行中央企业出资人职责、专司国有资产监管职责、负责中央企业党的建设工作职责三项职责统一起来，切实增强专业化、体系化、法治化监管能力。积极推进经营性国有资产集中统一监管，着力构建国资监管大格局，坚决守护好、发展好全体人民的共同财富，全国省一级国资委集中统一监管平均比例超过了98%。”

据了解，在加强党的领导方面，具备条件的混合所有制企业绝大多数建立了党的组织。在公司治理方面，70%的混合所有制企业中有外部投资者派出的董事。国有控股上市公司持续引入持股比例5%以上的战略投资者，股权结构、公司治理进一步优化。在市场化经营机制方面，混改企业基本实现了经理层成员任期制和契约化管理的全覆盖，灵活开展了中长期激励，上百家上市公司实施股权激励，200个科技型企业实施了股权和分红激励。

通过混改，涌现出一大批主业突出，公司治理优、创新能力强、活力效率高的优秀企业。“下一步，我们将坚持‘三因三宜三

不’的原则，因地施策、因业施策、因企施策，宜独则独、宜控则控、宜参则参，不搞拉郎配、不搞全覆盖、不设时间表，积极稳妥地深化混合所有制改革。围绕推进混改企业深度转换经营机制等重点工作，进一步指导混改企业完善法人治理结构，发挥战略投资者的积极作用，切实维护各方股东的权利，建立健全灵活高效的市场化经营机制，以混促改，务求改革实效。”彭华岗说。

党的二十大召开在即，“新征程上，我们将更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻落实党中央、国务院决策部署，坚定不移做强做优做大国有企业，加快建设世界一流企业，为全面建设社会主义现代化国家、实现第二个百年奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦作出新的更大贡献，以实际行动迎接党的二十大胜利召开。”翁杰明说。

相关报道

国企剥离医疗机构改革完成率超99%

本报记者 索寒雪 北京报道

2022年6月22日，国资委党委委员、副主任翁杰明在“全国国有企业办医疗机构改革巩固深化推进会”上透露，全国剥离国有企业办社会职能和解决历史遗留问题取得了决定性成果。

他说：“国有企业的医疗机构通过移交地方、资源整合、关闭撤

销、重组改制等多种方式积极推进改革，截至目前，全国国资系统监管企业2525个医疗机构，已完成改革2515个，完成率99.6%。”

落实全国剥离国有企业办社会职能和解决历史遗留问题工作、支持推动国有企业办医疗机构高质量发展，是国企改革三年行动部署之一，该改革内容已经进入收尾阶段。

减轻企业负担

国资委数据显示，截至目前，全国国资系统监管企业2525个医疗机构，已完成改革2515个，完成率99.6%。其中，移交地方政府506个，占20.0%；以医疗健康为主业的国有企业整合978个，占38.7%；引入社会资本改制440个，占17.4%；关闭撤销591个，占23.5%。共有69家中央企业和29个地方涉及医疗机构深化改革，其中航天科工、兵器装备集团、中国石油等54家中央企业和山西、江西、河南等23个省（区、市）全面完成改革任务，进一步减轻了企业负担。

由于经营情况差异大，发展中积累的问题多，面对的矛盾和问题也不同，改革十分复杂。

航空工业集团党组副书记李清堂向《中国经营报》记者说：“航空工业集团2020年基本完成了医疗机构深化改革任务，移交超万张床位、过万名职工。航空工业集团所属医疗机构共88家，分布于17个省（市），均为非营利性医疗机

构。其中，三级医院8家、二级医院16家、一级医院40家、未定级医疗机构24家；医院总床位数1.27万张，在职职工总数1.5万人，离退休人员3500多人。”

他说：“分析研究发展改革中存在的问题，全面摸清底数尤为重要，是推进医疗机构分类改革的基础。集团公司高度重视这项工作，成立专项工作组，逐一全面了解梳理情况，分析存在的问题，研究地方医疗卫生体制改革政策，为科学制定改革方案、清除阻碍、统一思想夯实了基础。”

据了解，共有69家中央企业和29个地方涉及医疗机构深化改革，其中航天科工、兵器装备集团、中国石油等54家中央企业和山西、江西、河南等23个省（区、市）全面完成改革任务。“改革进一步减轻了企业负担，使企业得以轻装上阵、公平参与市场竞争，体现了大家的全局意识、大局观念和责任担当，应给予充分肯定。”翁杰明说。

扶上马，送一程

对于大型企业，改革尤为复杂。由于历史原因，中国石油企业办医疗机构数量大、布局范围广，所属38家企业共有医疗机构285家，分布在19个省（区、市）的50个地级市，大多位于独立工矿区，涉及员工约2.5万人，推动改革难点多、问题多，稳定压力大。

中国石油党组成员、副总经理任立新向记者表示，改革分为多个层次。

中国石油对规模小、员工少、长期亏损且驻地公共医疗卫生资源丰富的小型医疗机构，在征得地方

“到2020年7月底，中国石油所属285家医疗机构总体完成改革任务，其中移交地方110家、重组改制132家、关闭撤销31家、转为企业内部医务室等12家。”任立新说。

那些富余人员较多、承担矿区分摊费用较大、长期经营亏损的医疗机构，中国石油要求由原主办企业分流安置富余的非医务人员，并协调解决医疗机构的欠付债务和承担矿区分摊费用等问题，帮助改革后的医疗机构实现“轻装上阵”。

在符合市场规则、保证服务质量、公平交易的前提下，中国石油要求原主办企业的员工健康体检、生产服务保障等，在一定时间内继续交由改革后的医疗机构提供，“扶上马，送一程”。

“我们打消职工思想顾虑，一方面，加大宣传力度，向员工及时介绍系统内外医疗机构改革的成效，增强改革信心，凝聚改革合力。另一方面，强化沟通协调，争取理解支持，使移交地方管理的医疗机构、医务人员享受到公立医院同等待遇。”任立新说。

国资委调研改革

由于国有企业办医疗机构的改革涉及范围较广，因此地方国资委首先对改革范围进行了认真调研。

陕西省国资委党委委员、副主任杨爱民向记者表示，在深入调研分析、掌握第一手材料的基础上，陕西省出台《省属企业办医疗机构剥离改革工作实施方案》，快速启动，务实推进。

据了解，陕西省省属134家医

疗机构先后采取保留、移交、撤销、整合等四种方式完成剥离。其中继续保留的12家，占8.96%；移交地方政府或其他公办单位接收的14家，占10.45%；关闭撤销的43家，占32.09%；整合重组、无偿划转给陕西健康医疗集团的65家，占48.5%。同时，陕健医集团按照中央同步的原则，还接收了驻陕央企医疗机构6家。

党的二十大召开在即，“新征程上，我们将更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻落实党中央、国务院决策部署，坚定不移做强做优做大国有企业，加快建设世界一流企业，为全面建设社会主义现代化国家、实现第二个百年奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦作出新的更大贡献，以实际行动迎接党的二十大胜利召开。”翁杰明说。

据了解，今年下半年，国务院国资委将适时组织开展剥离企业办社会职能和解决历史遗留问题“回头看”检查。

核心话题

手机市场遇冷源于年轻人消费理性强化

据中国信通院数据显示，2022年1—5月，国内市场手机总体出货量累计1.08亿部，同比下降27.1%，国内智能手机销量下滑态势已然显现。一则“年轻人为什么不愿换手机了”的话题也冲上热搜，“穷”、“太麻烦”、“手机都差不多”，年轻人给出了五花八门的理由。某手机品牌执行副总裁在接受媒体采访时表示，“我记得最早（手机更换周期）是16—18个月，之后是20—24个月，最近是36个月了。”

年轻人不愿意换手机，准确的定义是不如之前那样高频次换手机。这首先源于供应侧的手机厂商创新性下降，自苹果推动手机从功能机时代切换到智能机时代，也就意味着手机市场要全面替换已有功能机，这一市场空间是以亿（部）计算。而技术革命的特性是，一方面第一代创新产品能激活市场，带来爆发性增长，另一方面产业处于快速迭代周期，手机外观、处理器、屏幕显示、快充技术、游戏体验、内存存储能力、摄影摄像等众多技

文/华舸



作者为财经评论员

该花的一分不省，不该花的一分不掏，成为越来越多年轻人的选择。

术、功能都在持续性提升，每一次提升都会让新一代智能机相比已有机型具备核心技术的功能的突破，也就让年轻人愿意买单。

除了技术、功能的不断创新，智能机还在价格层面拓展出一个巨量市场，小米、荣耀等掀起的性价比革命，让更多收入不高的年轻人也能以低成本成为智能机用户。

正是因为智能机在技术、功

能、价格各方面的不断变化，才让中国手机市场一跃成为世界第一。每一次“换机”所引发的购买热潮，让各手机品牌营收迈上一个新的数量级，由此又能将资金用于新产品、新技术的研发，以新一代令人尖叫的“黑科技”带来更多订单，进入良性循环。

然而，这两年来智能机品牌的颠覆性创新不再出现，各种软硬件功能难以实现质变。从之前的小屏、小容量到如今常态化的大屏、大容量、超高清，已经能够满足大多数用户的日常需求。再大一点的屏幕、容量和清晰度，不再是用户“刚需”，也就大大降低了年轻人因新机而掏钱的冲动。

正如不少业内人士指出，当手机品牌之间的竞争停留于硬件堆砌的比拼，就容易陷入“硬件焦虑症”，无论是外观的工业设计，还是内在的芯片提升，都难有大的突破，很难再现当年的摩尔定律——当价格不变时，集成电路上可容纳元器件的数目，约每隔18—24个月便会增加一

倍，性能也将提升一倍。“摩尔定律”是包括智能手机在内的各类新科技产品崛起的根本原因，如今，这一定律在手机市场不再明显，陷入硬件性能同质化竞争的手机品牌，也就无法复制当年的蓝海市场盛况。

同时，部分国产手机品牌追求价格换挡，新品集中于中高端价位，却忽视了国内消费市场的分层化现象依旧存在这一现实，月收入数千元的年轻人占据了相当比例，他们无力承担动辄四五千元一部的新机购买成本。部分品牌盲目在高价位机型上与苹果手机对标，也就在无形中流失了部分用户。

当然，手机品牌也在不断尝试新产品的研发，希望能重新获得年轻人心。这两年，不少手机品牌推出了折叠屏手机，并将其视为又一次手机升级的重大机遇。根据多个平台数据综合显示，今年“6·18”期间，在6000元以上价位区间最畅销的十款机型中，有一半都是折叠屏手机。

相比于传统智能手机，折叠

屏手机变化的不仅是外观，更能实现多任务处理，安装更大的电池和更强大的处理器，以及提供更大的显示器。

然而，折叠屏手机同样面临不少问题，其价格一直居高不下，动辄五位数，普通工薪阶层难以承受。与此同时，人们对于手机的使用习惯已然养成，折叠屏手机提供的新使用方式未必符合大家的需求。

此外，折叠屏手机更重、更容易磨损，也会对日常携带使用造成不便。

也因此，手机品牌期待将折叠屏手机作为又一个发展机会窗口，但成效如何有待观察。

智能手机市场的供应侧相对疲软，而在需求侧，近期部分企业裁员、降薪新闻不断，这会造成年轻人对未来预期的不确定性，从而降低消费支出，手机作为相对“大宗”的消费品，更容易受其影响。

这一届年轻人的消费观也在悄然生变，之前某社会调查中心对青年消费观进行的调查显

示，受访者觉得自己消费观主要的变化是“买好的、更看重品质”，然后是“攒钱意识变强了，冲动消费减少了”，其他还有“只买有用的”“会有节制有规划地消费”等。该花的一分不省，不该花的一分不掏，成为越来越多年轻人的选择。不再从众，在已有手机能够满足日常所需的情况下，不花钱购买功能与价格增长不对称的新品，年轻人消费理性的强化，也就让智能机市场继续打造爆款的可能性降低。

显然，各手机品牌在核心技术、功能等消费者换机必选项上创新乏力，年轻人受制于外部经济因素消费观也在转变，不愿意为了换机而花大钱。内外联动下，手机市场目前遇冷就是必然结果。这就需要各大手机品牌通过5G等移动通信技术的进一步成熟，逐步打通手机与新能源汽车、家居智能设备等“万物互联”的一体化应用场景，以及在可穿戴式虚拟屏幕智能手机等未来手机新形势下实现重大突破，从而创造出无限可能。

养老中国

诈骗陷阱所在，也应是养老服务重点所在

近日，江苏省高级人民法院和南京市鼓楼区、苏州市姑苏区、苏州市吴江区人民法院集中宣判五起养老诈骗犯罪案件，涉案金额近20亿元，被骗老年人1500余名。

目前诈骗老年人的案件高发，似乎形成一个专门针对老年人的黑色产业链。这当然与老年人的特殊情况有关，也与我国特殊的国情有关。

毋庸讳言，老年人相比年轻人更容易上当受骗，是骗子着意“捕猎”的理想目标人群。第一，由于年龄增长，人们对外界信息的敏感度逐渐降低，对新生事物的接受能力下降，知识更新速度减慢。现在社会是一个日新月异，快速变化的社会，而老年人由于自身特点，很难跟上快速变化的世界节奏。骗子正好抓住这些特点，对老人进行欺诈。第二，随着年龄的增长，老年人对信息的处理能力也不断下降，对外部世界的认识能力和判断能力不断丧失。各种投资理财之类的骗局盯上老人，是因为不少

文/梁发弟



作者为财税史学者

骗子们诈骗能够成功和得手的地方，实际上就是我们的养老服务存在疏漏和短板的地方。

老人事实上对复杂的投资理财失去正常判断能力。第三，老年人对感情、陪伴和关怀的渴望比年轻人更强。很多老年人或者丧偶，或者与儿女分家独自居住。他们迫切需要有人嘘寒问暖。骗子正好乘虚而入，打各种感情牌，骗取信任。第四，老年

人到了生命的“下半场”，健康问题增多，对于健康长寿的需要和重视都超过年轻人，而骗子正好利用这种心理，专门以医疗保健之类诱骗老人。

以上所说，当然是老年人普遍会遇到的问题，事实上，由于国情特殊，骗子更可能将目光盯向老人。一、我国已经进入老龄化社会，而由于人口基数的原因，我国老年人数量非常庞大，针对老年人的诈骗，成功率即使非常小，也会斩获颇多。二、目前不少离退休老人手中有钱，因而更可能成为骗子的目标。三、现在已经退休的尤其是高龄老人，他们成长的时代并没有什么投资理财之类的机会，没有受过投资理财的历练，缺少相应的经验和知识技能。这给骗子以投资理财欺骗可乘之机。四、也有相当一些老年人由于历史原因，没有参加社保，因而对于社会养老保险相当渴望，很容易被冒充社保机构的骗子利用。

媒体报道的江苏省法院系统判决的案例十分清楚地证明

了以上种种判断。经媒体梳理，骗子使用五种典型骗局。而这五种骗局的陷阱所在，恰恰也应该是社会养老服务、公共服务等的着力点所在。骗子可能比我们更加清楚地了解养老服务的短板和薄弱环节所在、老人的需求和渴望所在。因此，无论是居民个人、公安机关还是社会养老机构，都应该从骗子轻易得手的地方入手，以此问题为导向，有针对性地加强对老人的照顾和服务，防范诈骗风险，维护社会和谐和老人权益。

家庭无疑是老人情感的港湾，老人应该得到来自家庭的关怀。家庭养老、家庭关怀和照顾，这本来是中国孝道文化的良好传统。但由于种种原因，现在有些儿女可能忙于工作没有时间陪伴老人，有些很可能还不在同一地方生活。这种情况给老人情感生活带来很大困扰。2012年，《中华人民共和国老年人权益保障法》修订，增加“家庭成员应当关心老年人的精神需求，不得忽视、冷落老年人。与

老年人分开居住的家庭成员，应当经常看望或者问候老年人。用人单位应当按照国家有关规定保障赡养人探亲休假的权利”。这条规定就是人们常说的“常回家看看”条款。对于老年人权益保护来说，这一条规定意义重大，但在实施中，法律条文如何可操作，如何落到实处，还是悬而未决。如果老人们能够得到更多来自家人和亲人的陪伴，能够与家人和亲人多多交流，或许被骗的概率会降低很多。

我们已经毋庸置疑地进入了老龄化社会，针对老年人的各种社会服务工作应该得到加强。这些服务，应该包括养老服务、医疗服务，各类有关老年人的信息服务，陪护和照顾，组织老人参加集体活动，普及法律常识预防诈骗，等等。这类服务多一些，骗子们渗透老人的机会就会少一些，老人被骗子蒙蔽的概率也会少一些。从现在的情况看，我国养老服务事业，与老龄化社会的需要还有很大距离。如果老人成了社会的孤岛，被社

会遗忘或抛弃，那么，骗子们就会乘虚而入。所以说，骗子们诈骗能够成功和得手的地方，实际上就是我们的养老服务存在疏漏和短板的地方，是今后应该着力弥补完善的地方。社会应该通过多元化的服务，如来自政府、社会、企业、志愿者组织等各种服务，织就一个养老服务的多元化多层次网络，既为老人提供服务，也防止骗子们的进入。

当然，加强社会养老服务，为老人提供更多的服务，离不开公共安全机关对骗子们的严打高压态势和震慑力度。江苏省各级法院对诈骗老人犯罪行为的打击，必然有效震慑犯罪。但正如前面所分析的，因为我国已经进入了老龄化社会，老年人群体庞大，骗子稍稍得手即所获不菲；又因为老年人天然地判断力下降，防止骗术的技能缺失，不法之徒诈骗老人得手的机会比诈骗年轻人要高很多。所以，对诈骗老人保持严打高压态势必然是一个长期化常态化的重点工作，一点都不能放松。

自由谈

“AI有灵魂”引发虚惊一场，我们能否跨越“恐怖谷”？

文/朱昌俊



作者为媒体评论员

随着AI研究和应用的快速推进，其技术伦理规范确实越来越成为一个不可忽视的问题。

为)一架真正好的纸飞机的秘诀是什么？”时，LaMDA反问道，“我首先要反问你，你指的‘好’，它的定义是什么？”甚至谈到语言时，LaMDA自然地用“我们”囊括人类与它自己，被指出人机差异时，它解释道：“这并不意味着我没有和人类一样的需求。”总之，很多回答超出了人类对AI机器人的想象力，由此也就触发了很多人内心关于“AI会不会比人更聪明”这份隐秘而真实的恐惧。

不过，综合目前专业人士的

意见来看，“LaMDA具有意识和灵魂”的判断并没有足够的科学原理支撑。谷歌方面表示，LaMDA是一个自然语言模型，本质上来说，它的工作和谷歌搜索栏里的自动补全没有什么不同，都是通过给定的上下文预测用户的意图。只不过，当LaMDA的参数量达到1370亿这个量级时，它把这项工作完成得非常出色，以至于可以短暂地欺骗人类。也就是说，LaMDA可能的确比一般的AI机器人更“聪明”一些，但它依然是在人给定的条件下工作，并不能说它有了意识和灵魂。

还有专家表示，LaMDA的回答之所以如此像人，与提问者的刻意引导有关。甚至有专家给出了一个比喻：声称它们具有人格，就相当于狗听到留声机里的声音后，以为主人在里面。随着关注度的上升，还有声音质疑，这起事件有可能是谷歌针对旗下AI产品的一次“自导自演”的营销活动。因此，所谓的“AI具有意识和灵魂”，不过是虚惊一场。

当然，此事闹出这么大的动静，值得探讨的东西的确不少。一方面，从公众对这起事件的反

应来看，大家对AI“战胜人类”“比人类更聪明”的担心，的确是客观存在的。这提醒科学界在AI发展的过程中，相应的科普工作不能少。值得注意的是，现实中大多数人对于AI的认知，以及对于“AI将打败人类”的担忧，主要是源自各类科幻小说、影视作品的“熏陶”。而这些“虚构”的AI图景，与现实当中科学意义上的AI发展和应用，到底有多大差别？又会带来多大的误读，继而放大人们对AI不必要的恐慌和偏见？对此，显然需要在AI与大众之间搭建一条科普、互动的桥梁，以提升全社会对于AI“真面目”的认识程度。

另一方面，随着AI研究和应用的快速推进，其技术伦理规范确实越来越成为一个不可忽视的问题。这次事件，其实是由伦理之争所引发的。涉事工程师与谷歌争议的焦点，表面看是对于LaMDA是否具有灵魂的争论，但背后实质是在人工智能应用伦理上的分歧。并且，公开信息显示，这至少已经是谷歌第二次与员工在科技伦理问题上产生争议。如此现实表明，在人工智能研究和应用过程中，哪怕是同一家公司内部，也会轻易触

碰到伦理之争。

据此而言，尽早制定人工智能的科技伦理规范和标准，为新兴技术伦理治理设置好“红绿灯”的必要性已越来越突显。事实上，此前特斯拉CEO马斯克就主张，“对待人工智能，人类应该在条例法规上先发制人，而不是在发生问题后再采取监管措施”。当然，作为全新的事物，人类对AI的认知还存在太多的未知，伦理规范必须考虑到对风险与创新的平衡，这方面的工作可能比想象中更复杂。目前，全球都仍处于摸索阶段。值得一提的是，今年3月，我国印发了《关于加强科技伦理治理的意见》，明确提出要重点加强生命科学、医学、人工智能等领域的科技伦理立法研究，这是我国发布的首个国家层面科技伦理治理指导性文件。

仅就这起个案来看，所谓“AI机器人已经有了意识和灵魂”的判断，并未获得足够的科学支持，对此，我们大可放下心来。并且，AI机器人越来越聪明，与它是否有灵魂，严格说也是两个概念，不该被混为一谈。比如，科幻作家刘慈欣就有一个被广为传播的说法：“AlphaGo赢

不了柯洁，恼羞成怒，拿起棋盘往柯洁脑袋上砸”，这才是真正的人工智能。而我们距离这一步，显然还有相当长的距离。所以，眼下就过于担心人工智能会威胁、超越人类，未免有点反应过度了。

但着眼未来，随着人工智能技术研究持续推进，思考并积极应对人类如何跨越“恐怖谷”，以一种理想的方式处理好人与AI的关系，依然有着极强的现实意义。“恐怖谷”的概念，是日本机器人专家森昌弘在上世纪70年代提出的，它的主要理论就是：由于机器人与人类在外表、动作上相似，所以人类亦会对机器人产生正面的情感；而当机器人与人类的相似程度达到一个特定程度的时候，人类对他们的反应便会突然变得极其负面和反感；当机器人和人类的相似度继续上升，相当于普通人之间的相似度的时候，人类对他们的情感反应又会再度回到正面。从这次“LaMDA事件”所激发的公共反应来看，我们或许正处于从第一阶段向第二阶段的过渡期。在这个阶段，如何减轻社会对AI发展的反感乃至恐惧，值得从企业到监管机构严肃作答。

平凡英雄谱

闯进汽车焊接“无人区”

编者按/一边是几乎全球最大的汽车消费市场,一边是汽车庞大复杂而又精密的制造链条,在市场与技术之间,中国的现代汽车工业走过了几十个年头。

整车制造由数以万计的工艺节点构成,大到车体结构,小到细微焊点,就像只有小演员没有小角色一样,任何一个工艺节点,无论大小,都将影响到整车质量,而一个国家的汽车工业水平,也恰恰是由这些不分大小的工艺节点系统集成之后构成。

汽车焊接,是当代汽车工业的重要工艺节点之一,曾几何时,尖端焊接技术和工艺,是中国汽车制造的“无人区”。“70后”齐嵩宇闯进了这个“无人区”,潜心钻研,默默耕耘,让这片曾经的荒漠,长出了鲜花。

市场换技术,并不是简单成行的一场交易,它需要更多的齐嵩宇,才能实现这一切。

► A5~A6



一汽集团首席技能大师齐嵩宇。

受访者/图

齐嵩宇:从“掉饭粒”被罚钱到“生产线上的发明家”

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

和齐嵩宇的交谈,总会让人不知不觉处于一种兴奋状态,这或许源于这位“70后”身上总是洋溢着对事业持久、炙烈的热情。这位一汽集团的首席技能大师、红旗工厂制造部维修专业培训师今年刚满48岁,作为一名产业工人,他早在11年前就已登上了中国科技最高领奖台。

2007年,彼时尚为点焊操作工的齐嵩宇,凭借“点焊机监控器”技术,获得了中国机械工业科学技术奖二等奖。2009年,此项技术在参加第109届巴黎国际发明展时获得金奖。2012年2月14日,由“点焊机监控器”技术进阶而成的“电阻点焊工艺质量自动监控技术”,获得了2011年度国家科学技术进步奖二等奖。

现代汽车制造涵盖冲压、焊接、涂装、总装四大关键工艺。在汽车生产的焊接环节中,轿车“白车身”(是指完成焊接但未涂装之前的车身)在焊接过程中的质量监控和检测,是业界公认的难题。轿车白车身大约由6000个电阻点焊而成,在汽车焊接领域,大多数焊接工作主要依靠人工完成,操作工人的熟练程度、工作状态等都会影响焊接质量。然而,一旦汽车暴露出焊接质量问题,驾乘人员的生命安全将遭到威胁。过去,就有包括本田、丰田、日产、宝马、玛莎拉蒂、梅赛德斯-奔驰、江淮汽车、长城汽车等在内的国际、国内汽车制造商,因为焊接问题可能影响车辆操纵而进行产品召回。

一线工人齐嵩宇研制的“电阻点焊工艺质量自动监控技术”填补了国际上汽车行业治理白车身人工点焊开焊难题的空白。该项技术将点焊同步采集、质量评判融合,与计算机技术相结合,实现了点焊焊接全过程自动监控、自动语音提示报警、自动数据处理记录等功能,打破了世界范围内沿用的对焊接整车进行按比例抽检的现状,实现了在轿车生产现场对点焊质量100%的即时检验,杜绝了质量事故和工件返修造成的浪费。

齐嵩宇身上有不少这样另辟蹊径的发明。

随着智能工厂的建设,自动化、智能化机电装备在一汽集团红旗工厂广泛应用,机电装备运行稳定性直接关乎汽车产品的质量,这也是装备维修领域的世界性难题。齐嵩宇带头开发的“电力拖动机构远程监控技术”,应用“功率平衡原理”实现了对设备运行负载异常状态的早期科学判断,使潜在事故在未发生之前就得到解决,降低了企业的运营成本。这一技术让齐嵩宇摘得国际金奖和一等奖。2004年以来,齐嵩宇一共取得了33项发明专利,其中28项获得国家科技创新奖,被誉为“生产线上的发明家”。

虽然在汽车焊接领域已成为当之无愧的技术权威,但近“知天命之年”的齐嵩宇仍然在寻找新的出发点。

忘不掉的200元罚款

“设备都是进口的,标注都是外语,只能拿着字典一个字一个字地查。累了就睡在长椅上,饿了就用铝饭盒煮面条吃。”

2003年前后,在一汽集团与

马自达汽车株式会社(以下简称“马自达”)就马自达6的生产展开合作初期,马自达所在的住友集团总经理会议——“白水会”时任副会长到访一汽集团。彼时,汽车制造已然成为日本在全球工业体系中的名片。然而,当这位“白水会”副会长来到“共和国长子”一汽集团时,却对一项发明项目赞叹连连。这项发明项目就是一线工人齐嵩宇研制的“电子漏焊监控器”。

住友集团是日本最古老的企业集团之一,拥有400多年历史,是日本屈指可数的企业集团之一,旗下多家企业进入世界500强的行列,马自达是其中之一。而上文所述的“白水会”,作为住友集团的管理核心,是1915年前后由当时的住友集团领导人负责成立的总经理会议,目前其成员已增加到20家企业。

“电子漏焊监控器”的发明要从一场事故说起。齐嵩宇总是会提起这件事,因为这场事故他被

罚款200元。“你干的转向柱横梁螺柱焊工位出问题了,焊接的螺钉少焊了。”2003年5月的某一天,焊装车间员工齐嵩宇突然接到车间出现漏焊事故的通知,他骤然紧张了起来。

“又出事了!以前这个工位上已经有两个人出现漏焊事故,都被车间重罚了。我才到这个工位几天,已经很仔细了,每个螺钉我都用记号笔作了标识,也进行了自检、互检联控、巡检抽查等环节,但还是踩到了雷区。”2002年底,由于中国一汽内部调整,齐嵩宇从一汽轿车公司维修电工岗位调到直属焊装车间,成为一名点焊操作工。

对他而言,是一个并不熟悉的跑道。而来到焊装车间没多久,齐嵩宇就迎来了挑战。

当时,齐嵩宇一个月的工资大概3000元,因为漏焊,他被罚款200元,两天的辛苦都白费了,这让他感到很沮丧。

如若漏焊,工人个人遭受处罚

是一方面,更严重的是,补焊工作会给企业造成不小的经济损失。这些有焊接质量问题的车如果流到市场上,可能会危及驾乘人员的生命安全,后果不堪设想。

为了不让漏焊这把达摩克利斯之剑时时悬在头顶,被罚了钱、挨了批评的齐嵩宇决定想办法破解这一难题,但这当然并不是一件容易的事情。

轿车大约由6000个电阻点焊接而成,汽车的发动机、变速箱、车桥、车架、车身、车厢六大总成均离不开焊接技术的运用。然而,在焊接过程中,点焊质量受到电网电压波动、压缩空气气压波动、焊接回路阻抗、人为操作等多个复杂因素影响,容易出现开焊和漏焊等质量缺陷。

“在对汽车白车身进行焊接时,就像我们吃饭掉饭粒似的,有时候工人一天焊几千个焊点,稍一大意,难免会漏几个。漏焊在焊装车间各班组内时常发生,特别是到了上夜班的时候,稍有疏忽就会给公司造成很大的损失,

谁都害怕漏焊、错焊的事故发生自己身上。”齐嵩宇说道。

当时,世界上各大汽车制造企业普遍采用焊后抽检的方法来应对漏焊等问题,即在焊点完成后按比例对整车焊接质量进行抽检。但是,这样的处理方法也存在弊端:它无法实现焊接过程中闭环质量控制,一些汽车在销售后才暴露出焊接质量问题,车企只能通过车辆召回,并进行售后修复手段弥补损失。

彼时,一汽轿车焊装车间借鉴国际上通行的管理办法,在员工的标准作业中增加了画标识自检、联防控制、增加巡检力度和加大抽查终检频次的手段去杜绝漏焊和开焊的发生,在管理举措上投入了大量的人力、物力,但一直效果不是很理想。齐嵩宇决定拔除这颗“钉子”。

踏实、勤勉、“爱折腾”是齐嵩宇身上的标签。在2002年被调到焊装车间之前,齐嵩宇在维修电工岗位有长达八年半左右的一线维修经历。在这八年半期间,齐

嵩宇身上那股“死磕到底”的韧劲在一汽集团内部是出了名的。

刚进入一汽集团工作时,用齐嵩宇的话来说,“是一张白纸,工作经验等各方面都有欠缺”,但为了能够成为一名娴熟的技术工人,在日常工作结束之后,他常常一头扎进维修间埋头苦干待到深夜,反复拆装生产线的一些替代设备,研究分析设备电路图纸,钻研专业理论书籍。

“设备都是进口的,标注都是外语,只能拿着字典一个字一个字地查。累了就睡在长椅上,饿了就用铝饭盒煮面条吃。”像这样钻研了一年多时间后,齐嵩宇基本掌握了整条焊装线设备维修的全套技能。

在维修电工岗位上八年半的从业经历,不仅让齐嵩宇对机械设备内部的结构了然于胸,有了丰富的技术积累,掌握了自学理论知识的能力,还使他锻造出了快速解决问题的“基本功”。这也为他后来解决焊装车间漏焊的世界性难题做了很好的铺垫。

攀越汽车焊接“无人区”

“当时,我把要解决开焊问题这个想法说了以后,我们车间很多人,包括集团的一些专家,都笑话我,说‘你脑子太热了,你知道这个有多难吗?’”

寻求治理顽疾的一剂良方从来不是一件能够轻易完成的事。在萌生了要解决漏焊问题的决心后,齐嵩宇在很长一段时间都没有睡过一个好觉。他查阅了大量国内外技术资料,对车间700多份焊接工艺文件进行了深入分析,在车间不间断地进行试验,希望能找到线索。

破除“路障”的过程颇费功夫,齐嵩宇做好了打持久战的准备。万事开头难,对齐嵩宇来说,最重要的是要迈出第一步。

通过对人(操作者对质量的认识、技术熟练程度、身体状况等)、机器(机器设备、工夹具的精度和维护保养状况等)、材料(材料的成分、物理性能和化学性能等)、方法(这里包括加工工艺、工装选择、操作规程等)、环境(工作地的温度、湿度、照明和清洁条件等)、测量(测量时采取的方法是否标准、正确等)“5M1E分析法”这几个环节进行深入分析,齐嵩宇发现人工点焊岗位出现漏焊的主要原因在于人为因素和管理手段的欠缺,要彻底解决问题就要采用合理的方法——“自动化”,杜绝人为不可控的因素,实现“人性化管理”,以获得稳定的产品质量。

“虽然漏焊是一项世界性的技术和质量管理难题,但能不能研发出一种监控设备,改变以前那种单纯靠人眼来检查是否漏焊的传统方法?”齐嵩宇的脑海中蹦出了这样一个想法,并向车间领导及工友作了汇报。

这一想法得到了车间领导的大力支持。按照中国一汽当时的“一改三结合”管理传统,焊接车间成立了以齐嵩宇命名的技术攻

发现问题后,齐嵩宇及团队又提出了自制缠绕感应传感器,采集焊接时电缆由于通电在其表面产生的环形磁场,进而获得计数所需的感应电压信号源。不过,仅仅记录了焊接点数并不能解决漏焊问题,如何告诉操作者“你没有按照要求完成你的工作”,才是此次技术攻关的关键所在。

通过多次查找问题、试验和修改电路,齐嵩宇及团队决定应用单片机(一种集成电路芯片)取代逻辑电路。期间,他们优化了现场焊接参数1000余项,柔性选择多种点焊电极集中修锉技术,最终彻底避免了焊接弧光杂质堵塞光感元件采光口的现象,同时也杜绝了漏焊现象的出现。

5年时间,经过上千次的试验改进,齐嵩宇带领团队,将微电子电路开发技术、焊点信息同步采集处理技术和计算机技术成功结合,开发出了一款以计数为原理的“电子漏焊监控器”装置,有效解决了轿车白车身焊接过程中的质量监控和检测难题。

2004年,凭借“电子漏焊监控器”这项发明,齐嵩宇获得了他人生中的第一个国家专利,这项发明还使他摘得了首届全国职工优秀技术创新成果奖三等奖。

“以前,只有各个大学的教授才能获得全国职工优秀技术创新成果奖,我2004年获得全国职工优秀技术创新成果奖三等奖时,是它第一次对工人开放。”齐嵩宇还记得,因为获得该奖项,他得到了3万元的奖金,这在当时是一笔“巨款”收入,让齐嵩宇备受鼓舞。

在拿到这笔3万元的奖励后,

齐嵩宇与家里人商量后决定,放弃将这笔奖金拿去贴补家用,而是将它作为解决开焊问题的研发基金。

“当时,我把要解决开焊问题这个想法说了以后,我们车间很多人,包括集团的一些专家,都笑话我,说‘你脑子太热了,你知道这个有多难吗?’但是齐嵩宇告诉《中国经营报》记者,“我这个人比较犟,憋着一口气劲儿,开始了对‘点焊机监控器’的研发工作。”

2005年,“点焊机监控器”初代产品便已被研制出来。这一年,哈尔滨工业大学研究汽车焊接技术的李冬青与张忠典教授到一汽集团调研,齐嵩宇研制的“电子漏焊监控器”引起了他们的兴趣。

“当我进入焊接车间时,看到两位教授与车间工友正围着‘电子漏焊监控器’在交谈,两位教授好像在指挥着什么。”齐嵩宇至今还清晰地记得当时的场景。在工友告知齐嵩宇便是“电子漏焊监控器”的“创作者”后,两位教授与齐嵩宇进行了整整一个下午的长谈。在交谈中,齐嵩宇将自己关于“点焊机监控器”创新的思路对两位教授和盘托出。

“你这是被埋没了,你需要学习,你的很多想法还有瑕疵。”听完齐嵩宇的讲述,张忠典直言不讳地说道。

“有瑕疵是肯定的。当时,我对焊接这个领域的熟悉程度还不是很高,在这个领域掌握的基础知识还比较薄弱。因此在研制‘点焊机监控器’时我只做了电路板。而要具备更好的性能,它需要用到压力焊。其实我之前也尝试着四

处寻找电阻压力焊方面的一些资料,但这方面的资料非常少,在教科书上也没能找到。”齐嵩宇对记者说道。

在结识李冬青与张忠典两位教授之后,经过车间领导的同意,从2005年到2012年7年时间里,为补充理论知识短板,齐嵩宇时常跑去哈尔滨工业大学学习“充电”。特别是2007年,他有100多天是在哈尔滨工业大学度过的。这段经历让齐嵩宇的理论知识得到了快速的增长,这也为他后来解决焊装车间漏焊的世界性难题做了很好的铺垫。

2007年7月,齐嵩宇研制的“点焊机监控器”技术,获得了第二届全国职工优秀技术创新成果奖三等奖。

两年后,在一线技术经验以及理论知识的双向加持下,经过不断试验改进,齐嵩宇将他的“点焊机监控器”技术进一步升级,进化成了“电阻点焊工艺质量自动监控技术”。这一技术不仅使他获得了2011年度国家科学技术进步奖二等奖,还包揽了14项国家发明专利。

“电阻点焊工艺质量自动监控技术”将点焊同步采集、质量评判融合,与计算机技术相结合,建立点焊过程信息数据库,达到了对生产现场点焊质量100%的即时检验和记录,实现了轿车白车身点焊焊接全过程的全自动智能监控,杜绝了传统人工自检和抽检方法不足引发的质量缺陷。这套发明与技术填补了世界汽车行业在线治理白车身点焊漏焊、开焊难题的空白。

下转 A6

中物联：超六成公路物流企业前5月收入下滑

本报记者 孙丽朝 北京报道

2022年以来，新冠肺炎疫情叠加国际形势，公路货运行业营收受到较大影响。中国物流与采购联合会公路货运分会（以下简称“中物联公路货运分会”）6月21日发布《2022年上半年公路货运物流市场景气度调查报告》（以下简称《报告》）称，1~5月份，仅有19.5%的公路货运企业收入正增长；15.2%的企业收入基本持平；超过六成（65.1%）的企业收入出现不同程度下滑。其中，近29%的企业收入下滑在5%~10%区间，14.2%的企业收入下滑超过30%，企业生存出现严重困难。

《报告》显示，企业货运量受到较大冲击。今年1~5月份，仅有不到两成（19.6%）的企业货运量正增

长；17.6%的企业货运量与去年同期相比基本持平；还有超过六成（62.9%）的企业货运量出现不同程度下滑，其中近三成的（29%）企业下滑区间在5%~10%，也有超过一成（11%）的企业下滑在30%以上，货运量下滑程度较为严重。

交通运输部6月15日发布的数据也显示，2022年1~5月，全国公路货运量为143.69亿吨，同比下降4.6%。

中物联公路货运分会在《报告》中表示，超过三分之一（36.7%）的企业反映当前行业面临的主要问题是需求不足。货运市场需求总体不振，导致实物货运量出现下滑。

此外，公路货运企业还面临着成本上涨、油价过高、资金短缺等问题。《报告》称，一方面，对于有车

经营企业，新冠肺炎疫情期间防疫成本大增，司机走国道改高速的高速通行成本、客户订单取消的车辆闲置成本、仓储出现关停的房租成本、一些司机被隔离带来的人工成本等，存在不可控因素。另一方面，对于无车经营企业，疫情期间车源减少导致临时用车难找，请车成本大幅增加。

6月14日24时起，国内油价迎来年内第十涨，本次调价后，柴油价格今年累计已经上涨2620元，较年初上涨超过30%。行业调研显示，燃油成本在干线运输成本结构中占比约为30%，而行业平均利润不到4%。半年来油价快速大幅上涨已经完全“吃掉”利润，货运企业和个体司机亏损面加剧。

《报告》还指出，我国公路货

运普遍采取垫资运营。疫情之下，上游货主企业通过延长账期来缓解自身资金压力，进一步加大物流企业的垫资负担。由于中小企业抗风险能力弱，越来越长的账期将造成企业经营风险骤增。

为了缓解物流企业压力，从2022年4月开始，中央陆续出台各项支持政策。4月27日，国务院常务会议指出，加强对货运经营者帮扶。5月1日至年底，对符合条件的快递收派服务收入免征增值税。尽快推出1000亿元再贷款支持交通运输、物流仓储业融资。合理支持车贷延期还贷。5月31日，国务院印发《扎实稳住经济的一揽子政策措施》，物流业特别是中小微物流企业及公路货运企业成为重点支持领域。

在6月21日晚中物联公路货

运分会召开的“市场回头看，进击下半年”线上论坛上，中国物流学会专家委员会委员、德利得供应链管理股份有限公司原运营总监恽绵表示，当前公路货运市场供大于求，价格战会是主要的竞争手段。

对公路货运企业来说，最重要的是降本、增效、提质。降低成本是最直接的手段，提高效率是降成本的间接方式，而最核心的是提高服务质量。

恽绵建议，物流企业要利用国家出台的一系列支持政策，通过经营手段和技术手段，降低非经营性的成本，能不花的钱就不花，能不买的东西就不买。而且要帮助客户和供应商提高效率，通过数字化等方式，降低整个服务链成本。

罗戈研究院院长、物流沙龙

联合创始人潘永刚表示，波动的市场意味着机会。逆境之中，有企业退出市场，市场供给和需求的匹配上就会出现相应错配空间，这个错配空间就是其他企业的新机会。

潘永刚认为，面对当前的境况，企业要把困难估计得充分一些，保证自己的资金状况是可持续的，活下去，然后等待市场复苏。“对于下半年，不需要非常悲观，只要疫情受控，消费就会增长，投资就会扩大，物流企业将迎来更多机会。”

“市场是留给有准备的人的。物流企业应关注哪些产业恢复较快，哪些产业处于快速发展阶段，哪些客群受疫情影响较小，然后不断学习，转化成自己的能力，把握市场机会。”潘永刚强调。

“注销”公司逃避行政处罚 两名股东被强制执行

本报记者 封莉 北京报道

随着“放管服”改革的推进，公司设立、变更、注销登记等手续日益便捷快速，这也为少数企业恶意“注销换壳”逃避处罚提供了“可乘之机”。前不久，江苏省一家木业公司因环境违法被行政处罚，在尚未缴纳行政罚款的情况下，偷偷注销了公司。

这起企业通过“恶意注销”来逃避行政处罚的环境违法行政非诉执行检察监督案件，入选日前最高人民检察院发布的“行政检察与民同行”系列第六批典型案例。

《中国经营报》记者了解到，这类问题企业“注销换壳”逃避处罚现象并非个例。针对此类现象，检察机关推动建立企业注销信息共享机制和数据平台，纠正此类导致行政处罚决定无法执行的注销行为。

最高检发布这批案例，旨在通过行政检察监督助推市场监管，优化营商环境。

最高检第七检察厅负责人告诉记者，检察机关以个案办理为切

入点，发挥检察办案一体化优势，依法推动解决行政监管机关不知情、未履责等问题，并通过制发检察建议、会签文件等方式，从源头堵塞监管漏洞，优化公平竞争的营商环境。

记者了解到，2021年3月，某市检察院检察官在走访该市生态环境局时发现，个别企业受到行政处罚后拒不履行，在被强制执行前注销公司逃避处罚，导致生效行政法律文书执行困难，遂依职权予以监督。

案情回溯显示，2019年12月6日，江苏省苏州市生态环境局依法对其辖区内的某木业有限公司（以下简称“木业公司”）的环境违法行为作出行政处罚决定：罚款25.88万元，责令两个月内通过“三同时”验收，限于接到行政处罚决定之日起十五日内缴纳罚款，逾期缴纳罚款的，每日按罚款数额的百分之三加处罚款。

因木业公司未履行行政处罚决定，且在法定期限内既未申请行政复议，又未提起行政诉讼，苏州市生态环境局向某市法院申请强

制执行。次日，法院裁定准予强制执行苏州市生态环境局作出的行政处罚决定。

2021年1月8日，某市法院依法对该案立案执行，执行标的为51.76万元。但当法院准备执行时却发现，木业公司已于2020年12月1日核准注销，因执行已终止的法人缺乏法律依据，某市法院遂裁定驳回苏州市生态环境局的执行申请。

某市检察院在办案中发现木业公司可能被“恶意注销”，致使苏州市生态环境局的行政处罚决定执行申请被法院驳回，遂依职权启动监督程序。

经调查核实，查明该木业公司在向江苏省某保税区市场监督管理局申请注销时，提供的清算报告中写明公司无其他债权债务和未了结事项。该公司关于清算报告的股东会决议载明，股东签字确认公司清算如有遗留问题，由股东承担全部责任。

2021年5月26日，某市检察院向市法院发出检察建议，指出：木

业公司被注销时，公司股东隐瞒被行政处罚、存在债务的事实，通过提供公司无债务的虚假清算报告，办理恶意注销登记，根据相关规定，木业公司虽被注销，但其存续期间受到的行政处罚仍应执行。木业公司股东承诺对公司遗留问题承担全部责任，应履行相应赔偿义务，法院应当通知苏州市生态环境局变更被执行人，而非裁定驳回执行申请。

据此，某市检察院建议某市法院撤销原裁定，通知申请机关变更木业公司股东为被执行人，推动行政处罚落实到位。2021年8月24日，某市法院回函采纳检察建议，并向申请机关释明，可以依法申请变更被执行人。

苏州市生态环境局向某市法院申请变更木业公司股东为被执行人，法院已对公司两名股东采取强制执行措施。

为持续深化“放管服”改革，公司注册、注销登记更加便捷。借助新的制度，市场主体进出的制度成本明显降低，这也为少数公司恶意

“注销换壳”、逃避行政处罚提供了“可乘之机”。

某市检察院通过走访研判、数据碰撞，发现恶意注销企业逃避行政处罚的情况并非个例，遂根据调研情况撰写《问题企业“注销换壳”逃避处罚多发 基层“放管服”改革需完善制度措施》报地方党委、政府，推动全市建立企业注销信息共享机制和数据平台，通过这个平台，已纠正12个导致行政处罚决定无法执行的注销行为。

“过去，个别企业受到行政处罚后直接注销，一了之，给执法工作带来很大困难。建立这样一个企业注销信息共享机制，可以避免处罚决定成为一纸空文，让行政执法更具公信力。”张家港市人大代表、苏州市张家港生态环境综合行政执法局信访中队中队长黄晓波说。

2022年2月，某市检察院邀请某市法院、行政审批局、市场监督管理局、司法局、生态环境局等部门召开圆桌会议，就防止恶意注销企业逃避行政处罚问题会签了工

作意见，建立常态化工作机制，实现行政处罚信息与公司注销登记信息数据互联互通，有效促进源头治理。

就这起案例的典型意义，据最高检介绍，公司股东隐瞒被行政处罚、存在债务的事实，通过提供公司无债务的虚假清算报告，恶意申请注销登记，使得被执行人失去主体地位的，行政机关依法作出的行政处罚决定仍应执行。人民法院裁定驳回行政机关执行申请的，检察机关应当依法履行行政非诉执行监督职能，建议行政机关申请变更公司股东为被执行人，或者向人民法院制发检察建议提出纠正意见，保障行政处罚的有效性和及时性。

最高检表示，检察机关在办案中发现行政执法机关与市场主体登记机关之间存在信息壁垒，提出防止恶意注销公司的源头治理对策建议，推动相关职能部门建立信息共享平台，打破信息壁垒，破解行政监管难题，推动优化营商环境。

上接 A5

“电阻点焊工艺质量自动监控技术”的研制只是齐嵩宇研发创新工作的一个缩影。在汽车产业内，能否保持装备运行稳定直接关乎产

在平凡岗位上创造“非凡”

“操千曲而后晓声，观千剑而后识器。”在28年的职业生涯中，从研发到冲压、焊接、涂装、总装，这五个领域齐嵩宇均有涉猎，并且都产生了比较好的技术成果。

在齐嵩宇的认知里，创新从来没有捷径，一切灵感都来自日复一日的平凡工作。这也是他28年从业经历中最大的心得和感悟。

1974年6月，齐嵩宇出生在吉林省长春市一个医生家庭。年少时，齐嵩宇没有想到接下来的几十年里他将与汽车产业紧密捆绑在一起。

1994年，齐嵩宇从一汽技工学校电工电子专业毕业后，进入了一汽集团第二轿车厂设备设施科，在焊装车间干上了维修电工。当初一脚跨进汽车电工维修领域时，20岁的齐嵩宇只是想着做一份本分分的工作，“没想太远”。

1994年，对国家家用轿车市场的发展来说，具有划时代的意义。这一年的7月，国家颁布了第一个产业政策——《汽车工业产业政策》，提出“国家鼓励个人购买汽车，并根据汽车工业的发展和市场结构的变化适时制定具体政策”，它第一次将“发展家庭用轿车”定为国策。由于看中了家用轿车市场这一块“肥肉”，众多汽车生产厂家群起“食”之，全国掀起了一股造家庭用轿车的狂潮。

也正是在这一时期，中国汽车产业界涌现出了越来越多的灵魂人物和技能娴熟的技术工人，新一代的产业工人也正在孕育当中。

与许多新进入社会的职场新人一样，彼时刚进入一汽轿车厂的齐嵩宇虽有一定理论知识，但是缺

品质量，这也是装备维修领域的世界性难题。经过艰辛探索，齐嵩宇带领团队历时一年半时间，研制出了“电力拖动机构远程监控技术”，

实现了装备运行稳定性智能监控。这项技术在2014年获得了第八届国际发明展金奖，同年也获得了世界知识产权组织交流会一等奖。

乏实践经验，只能跟在老师傅后边打下手，但这样的沉淀在当时的齐嵩宇看来是值得的。

“在老百姓心里，‘红旗车’是‘国车’。我能去造‘国车’，是让全家人挺自豪的一件事情。我在进入一汽的时候是一张白纸，工作经验等各方面都有欠缺，一汽集团搭建了很好的舞台。”至今回想起来，齐嵩宇仍然难掩激动之情。齐嵩宇还记得，刚进工厂时，他瞧着满车间的先进设备“心痒”“手痒”，心想，以后有机会要把这个“金刚铁臂”的大家伙拆解明白，一探究竟。

罗马不是一天建成的。从“小白”成长为“大牛”，齐嵩宇付出了许多艰辛和心血。当时，齐嵩宇的家位于长春市的东北角，而汽车厂位于西北角，每天骑自行车一个小时穿越大半个长春城去上班，对齐嵩宇来说实在不方便，“通勤”时间太长，这让彼时沉迷于技术钻研、求知若渴的齐嵩宇感到焦急。

为了节省下的时间用于技能提高，齐嵩宇搬到了单位的单身宿舍。每天下班，等到工友们都陆

续散去之后，车间里的备用生产线就成了他的“实验室”。很多时候，齐嵩宇忘记了时间的流逝，常常在维修间埋头苦干待到深夜。

“越是往里钻，就越觉得里面有门道。”从1994年进入一汽集团从事维修电工开始，齐嵩宇在维修岗

位上沉淀了八年半时间。这八年半时间成就了他维修技术的“精耕细作”，使他成长为技术娴熟的维修骨干，也为他以后研发出诸多发明专利作了重要的铺垫。回想起通宵达旦学习、琢磨技术的那段经历，齐嵩宇觉得是充实而有意义的。

“我前面经历了八年半左右维修电工的经历，这主要是我的积累期，后期的转岗对我来说是人生的一个重大转折点。”在转岗后多年的工作中，齐嵩宇跨越技术专业束缚，有针对性地深入学习了压力焊接、金属材料与热处理、计算机、单片机、机械构造等多个学科。在电气控制领域，掌握了多条日本进口自动化机器人焊接生产线上的高压、低压、弱电控制维修技术，总结了诸多运行故障快速排除方法。

“操千曲而后晓声，观千剑而后识器。”在28年的职业生涯中，从研发到冲压、焊接、涂装、总装，这五个领域齐嵩宇均有涉猎，并且都产生了比较好的技术成果。2004年以来，齐嵩宇一共研发了33项发明专利，其中28项获得国家科技创新奖。

因突出的创新发明成绩，齐嵩宇在2014年被人力资源和社会保障部授予中华技能大奖，享受中共中央国务院政府特殊津贴。2015年以及2018年，他先后获得了全国劳动模范荣誉称号，当选第十三届全国人大代表。

齐嵩宇在长期调研中发现，在像一汽集团这类特大型企业中，高级工以上的工人占比较高。然而，一汽集团这类特大型整车企业的零部件供应商，则主要以中小企业和民营企业为主。它们无法获得拥有较高技能水平

创新是“破”和“立”的结合

倘若这些技术能人的“绝技绝活”能用数字化手段，用虚拟仿真、增强现实等先进技术变成一种模块化方法固定下来，进入“资源库”保存，或将发挥出最大价值。

“工人陪伴自己的设备时间太长了以后会形成一种惯性。关于创新和工匠精神，我想讲两条：一个是‘破’，即如何破掉以前的这种习惯，一个是‘立’。‘破’和‘立’是缺一不可的，‘破’了以后没有‘立’，这个项目是失败的，就不会有新的东西来代替旧的东西。”

创新是制造业永恒的主题。在采访中，当记者问到“工人应如何在重复、繁杂的日常工作中做到创新”时，齐嵩宇给出了这样的回复。28年的一线工作经历，让齐嵩宇对工人和创新有了比寻常人更多的了解和体悟。

“一方面，许多一线工人在‘破’的过程中表现出了过于常态化的反应，觉得我上班就应该这样，这就是他们不能‘破’的一个主要原因。另一方面，‘立’的过程太难，工人又没有信心，而且工人创新也少有外部支持，就导致创新在工人队伍里很难实现。因此，要解决如何鼓励工人去‘破’和‘立’的问题。只有这个问题解决好了，才能造就更多的大国工匠，才能实现精益制造。”

除了一汽集团首席技能大师、红旗工厂制造部维修专业培训师的身份外，齐嵩宇还有一重身份是全国人大代表，今年是他当选全国人大代表的第五个年头。

齐嵩宇在长期调研中发现，在像一汽集团这类特大型企业中，高级工以上的工人占比较高。然而，一汽集团这类特大型整车企业的零部件供应商，则主要以中小企业和民营企业为主。它们无法获得拥有较高技能水平

的技术工人，甚至这些企业中的员工很多都是农民工。“如果这样的现状不改变的话，将很难保证我国汽车产业供应链质量，这个问题也将对大型整车企业形成冲击。”

“对整车企业而言，不可能存在因零部件供应商提供的产品质量不够高而将之弃之不用的选项，整车企业要优先保证生产的持续性，只能在供应商品质量方面去妥协。这是当前困扰全国汽车生产的一个主要矛盾点。”齐嵩宇说道。

正是基于这样的产业痛点，在近几年履职的过程中，齐嵩宇将目光聚集在了应从国家战略高度培养技术工人这一问题上。

齐嵩宇建议，政府应建设“赋能平台中心公共服务综合体”，由人力资源和社会保障部牵头，结合软硬件优势和先进的课程资源以及先进的职业教育理念，联合教育部、国资委、中华全国总工会共同完成高技能复合型人才“资源库”建设。

“随着改革开放进程，全球制造业全产业链向中国转移，我国制造业产业人才积累了大量实践经验和技术创新成果。这些知识作为工匠的个人经验，过去一直都以师带徒的形式传授。”齐嵩宇认为，倘若这些技术能人的“绝技绝活”能用数字化手段，用虚拟仿真、增强现实等先进技术变成一种模块化方法固定下来，进入“资源库”保存，或将发挥出最大价值。

“我希望年轻人中能够涌现出更多的‘大国工匠’。我们也要进一步营造创新环境，给广大的工人团体搭好舞台，让他们有施展

本领的机会，为‘中国智造’保驾护航。”齐嵩宇说道。

当前，中国汽车产业是全球汽车产业中重要的组成部分。作为一个在汽车行业浸淫近30年的一线工人，齐嵩宇认为，当前我国汽车企业与国外汽车品牌最主要的差距在于，“我们在一些细节制造环节还不够精细化，中国汽车企业在标准问题上存在不统一的现象，这种现象使我们的一些产品仍然存在质量问题。”

而在这之外，齐嵩宇认为，在国内汽车产业技能人才中，高级工占比仍不够高。“真正动手干活儿的部分工人的素质整体还偏低，绝大多数汽车生产一线的工人技能水平仍然较低。这在一定程度上限制了国内汽车产业的发展。因此，汽车产业工人整体素质的提升应引起足够的重视。”

在齐嵩宇看来，当下，摆在汽车产业面前迫切需要解决的问题一是质量问题，二是智能化应用问题。“整体而言，目前中国汽车自主品牌在智能化发展方面成绩卓著，甚至可以算是做得最好的。那么，未来我们的机遇在哪里？”按照齐嵩宇的理解，“国内车企应从软件更新方面着手，进一步推动国内汽车品牌在智能化方面的引领。”

据了解，齐嵩宇当前也正在带领其所在的团队攻克智能汽车这座山峰，研发基于智能传感技术的预测性维护装置。他希望自己再加把劲，带动更多一线工人成为“金牌工人”，破解技术创新“最后一公里”的难题，“为国内智能汽车的发展添一道微光”。

保险中介再迎严监管 重点清查“三无”机构

本报记者 郭婧婧 北京报道

近日,《中国经营报》记者获悉,银保监会中介部下发《关于印发保险中介机构“多散乱”问题整治工作方案的通知》(以下简称《通知》),要求全国范围内的保险中介机构进行自查整改,对“多散乱”机构将加大清退力度。

事实上,自去年以来,监管部门就已经开始对保险中介乱象加大处罚力度。普华永道数据显示,2021年全年,银保监会及其派出机构共开出2182张罚单,涉及307家保险机构,其中有184家为保险中介机构,占比接近60%。2022年一季度,中介机构收到罚款583万元,占比11%。其中,利用业务便利为其他机

监管意在提质增效

李文中认为,保险监管机构希望通过加强监管推动保险中介机构加强企业治理和内控,强化合规管理。

银保监会中介部《通知》显示,为进一步优化保险中介结构,按照保险中介机构法人总数及分支机构只减不增的原则,将对三大类无法正常展业的问题机构进行清理。

具体来看,一是对“无人员、无场所、无业务”等无法正常经营的法人机构、分支机构进行清核、清退。主要是对长期没有有效业务、高管人员失联,导致无法进行正常的监管沟通和信息报送,不符合监管要求的营业场所的机构进行出清。二是对不符合现行监管要求的法人机

构、分支机构进行清退。主要包括机构信息化制度不健全、信息化治理不完善、信息安全机制不完备、信息系统建设不符合监管要求。三是对分支机构管控失序、存在“加盟”“挂靠”等行为的法人机构严肃查处或清退,同时对相关分支机构查处或清退。

对于性质严重、影响恶劣的机构和个人,《通知》强调依法采取吊销业务许可证、撤销任职资格、市场禁入等措施。

《通知》之下,各地监管已经着手落实。近日,深圳、湖北、黑龙江

等地监管部门相继发文整顿保险中介市场,要求对“无人员、无场所、无业务”的保险中介机构进行清退。

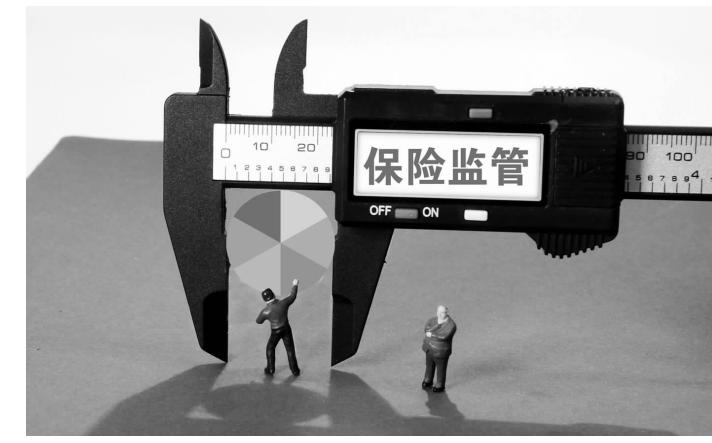
首都经济贸易大学保险系副主任李文中告诉记者,《通知》落实后将会有大量规模小、治理不完善、业务开展不规范、市场竞争力差的保险中介机构退出市场,实现清虚提质的目的。也会推动保险机构规范化经营,与保险中介机构之间建立起健康的合作关系。

李文中认为,保险监管机构希望通过加强监管推动保险中

介机构加强企业治理和内控,强化合规管理。这样的监管方向将会促使众多小型保险中介机构从市场退出,适度规模化、集团化经营将是未来保险中介机构的发展方向。

对外经济贸易大学保险学院风险管理与保险学系主任何小伟告诉记者,保险专业中介本来应以专业著称,但过去由于诸多原因,中介躺着吃牌照红利,通过非正规业务获得生存空间,破坏了市场秩序。监管治理,是让中介回归本来的面目。

王柱认为,当前保险中介市场主要面临三方面问题:一是专业中介经营不专,形式上加盟、实质上独立经营,通道业务在一些领域依然存在;二是兼业代理机构管控不严,银保小账仍然存在,违规搭售保险以及非法代理保险;三是个人代理人队伍不精,通过虚增人力套利或是自保件套利,关键指标不容乐观,队伍快速扩张带来质量下降,投入产出效率低下。因此,王柱建议,应持续清虚治乱,倒逼行业转型升级。



通过持续严监管,让保险中介高质量发展才是本意。

视觉中国/图

资本入局

在哈啰出行之前,美团、滴滴等互联网平台均已入局保险中介机构。

在监管部门清退“三无”中介机构的同时,一些资本进入保险中介机构。保险中介领域频现股权交易。

比如,新能源车企纷纷设立保险经纪公司。从2018年起,多家新能源造车新势力开始试水保险中介领域,2018年7月,小鹏汽车就成立了广州小鹏汽车保险代理有限公司。2019年4月,特斯拉收购了美国马克尔公司,获得保险经纪牌照,2020年8月又在中国注册成立特斯拉保险经纪有限公司。2022年1月和3月,蔚来保险经纪有限公司和比亚迪保险经纪有限公司相继成立。

除了新能源车企,互联网平台、大健康企业亦设立保险中介机构大潮中,备受市场关注的共享出行平台哈啰也全资入股了一家保险经纪公司。5月31日,四川亿安保险经纪有限公司发生工商变更,原股东全部退出,新增全资股东为上海钧丰网络科技有限公司,新增股东是哈啰出行的关联公司。

在哈啰出行之前,美团、滴

等互联网平台均已入局保险中介机构。

此外,代表大健康企业的美年健康收购了广东德晟保险经纪股份有限公司。5月18日,广东德晟保险经纪进行工商变更,公司新法人和多位董事均出自美年健康。

在李文中看来,新能源车企和大健康企业之所以积极设立保险中介机构,加入保险行业,一个重要的特征是这些企业能够拥有或者控制相关保险业务资源,加入保险业之后能够在风险管理与理赔服务上发挥自身优势,发挥协同效应。

“当前,保险中介市场的进出都比较频繁,这是一个快速发展市场应有的现象。同时,这也说明进入保险中介市场的门槛并不高,竞争比较激烈,因此牌照价值并不大。而且,这种进入与退出都比较频繁的局面更能够有效发挥市场机制的作用,通过中介市场的优胜劣汰促进那些质量好、市场竞争力强的中介机构不断发展壮大并使结构渐渐趋于稳定。”李文中认为。

淘汰清退或将持续

王柱建议,应持续清虚治乱,倒逼行业转型升级。

2021年底,新华人寿原董事长万峰在业内交流会上表示,监管部门对经代(保险中介机构,下同)渠道开始“严监管”。一方面,抬高准入门槛、强化专业化经营、提升信息化管理水平、改善专业中介市场“小、乱、散”现状成为主要方向,这都将导致经代公司经营成本的增加。另一方面,组建个人代理人队伍前期需要巨大的资金投入,一般经纪公司、代理公司注册资本金很低,承受不了这笔巨大的投入。

事实上,保险中介公司的利润

来源只有一个费差。要想维持自己的利润,既要控制开支,又要增加收入,考验经营者的智慧。

“如果说过去经代渠道只需要简单地代理保单销售,那么,从监管新规的约束到经代公司长期发展的战略,未来都将向精细化管理转变,包括销售队伍的管理、客户信息的管理以及信息化系统的建设。”万峰进一步补充。

万峰预测,《保险中介机构信息化工作监管办法》提出自2021年2月1日起实施后一年整改自查期

内,若不完成信息化系统建设,将不得经营保险中介业务,这被业内认为是“一票否决”,或将淘汰一批保险兼业代理机构和一些保险中介机构。

清退并非初衷,高质量发展才是监管本意。

记者注意到,黑龙江省银保监局局长王柱也曾撰文讲述黑龙江省保险中介市场清虚治乱专项工作的主要做法和成效。他指出,尽管清虚治乱后辖内保险中介市场变化明显,但深层次矛盾并未彻底解决。

“银保”力挺区域经济 多家险企获地方国资增持

本报记者 陈晶晶 广州报道

保险业服务区域经济正在打开新的空间。

《中国经营报》记者注意到,近期已有包含国宝人寿保险股份有限公司(以下简称“国宝人寿”)、横琴人寿保险有限公司

(以下简称“横琴人寿”)、中韩人寿保险有限公司(以下简称“中韩人寿”)在内的多家险企获得地方国有资本看好及增持股权。

业内人士表示,在银保监会不断加强保险公司公司治理监管,反复强调股东股权穿透的背景下,实力雄厚、信誉良好的地

方龙头国有企业,利用保险公司增资的时间节点出资增持是一个较好的选择。

一方面,地方多项政策需要保险机构参与和推动;另一方面,保险机构通过服务区域经济,可以更好地找准自身经营特色,挖掘更多发展机会。

地方国资频出手

近日,国宝人寿在中国保险业协会官网披露股东股权变更。变更内容为,四川川商发展控股集团有限公司(以下简称“川商发展”)拟将所持有的国宝人寿1.8亿股股份(对应持股比例12%)转让给四川金融控股集团有限公司(以下简称“四川金控”)。

公开资料显示,国宝人寿成立于2018年4月,由四川省委、省政府主导筹建,9家股东发起设立,是四川省首家全国性寿险法人机构。而此次股权转让接盘方四川金控是四川省唯一的省属国有金融资本控股及运营平台。其实际控制人为四川省财政厅。

若此次股权转让获批,川商发展将退出国宝人寿股东行列,而四川金控持有国宝人寿的股权比例将从0%增至12%,成为并列第四大股东。这也意味着,四川地方国资合计持股比例将从33.5%增至45.5%。

与国宝人寿情况不同的是,珠海、浙江地方国资平台则是通过增资的方式增持横琴人寿、中韩人寿

股权。

5月25日,横琴人寿发布《关于变更注册资本有关情况的信息披露公告》称,公司将新增注册资本人民币3.845亿元,每1元注册资本对应2.26元,由公司股东珠海铧创投资管理有限公司(以下简称“珠海铧创”)单一认缴。

公开资料显示,珠海铧创是珠海华发集团有限公司(以下简称“华发集团”)旗下全资子公司,而华发集团隶属于珠海人民政府国有资产监督管理委员会。此前横琴人寿在2019年3月发布过5家股东同比例增资的计划,但最后未能成行。

若本次增资获批,横琴人寿注册资本将由目前的20亿元增加至约23.85亿元。同时,横琴人寿股东股权比例也将发生较大变动:原来5家股东分别各持有20%股权,增资后,珠海铧创持股比例增至32.9%,成为横琴人寿第一大股东,其余股东股权比例均稀释至16.775%。

另一家中韩人寿通过增资拟引进的5家外部投资人,分别为浙江长兴金融控股集团有限公司(以下简称“长兴金控”)、温州市国有金融资本管理有限公司(以下简称“温州国金”)、温州电力投资有限公司(以下简称“温州电力”)、温州市交通发展集团有限公司(以下简称“温州交发”)及国泰君安证裕投资有限公司(以下简称“证裕投资”)。

需要注意的是,在上述5家投资人中,有4家来自浙江地方国资。其中,长兴金控是浙江长兴县财政局的全资子公司。温州国金为温州财政局的全资子公司。温州电力、温州交发均是温州国资委旗下控股子公司。

上述增资完成后,中韩人寿的股东持股情况也将发生较大变化。浙江东方持股比例将由原先的50%降至33.33%,不过依旧是中韩人寿第一大股东。新引入的长兴金控、温州国金、温州电力、温州交发、证裕投资持股比例分别为20.23%、

5.52%、5.49%、5.49%和4.95%。

浙江东方在公告中表示,中韩人寿此次新引进的战略投资者涵盖长三角区域的省、市、县级的国有资本,温州市正处于金融综合改革政策落实阶段,长兴是位于长三角中心枢纽区域的全国百强县市,国泰君安是总部设于上海的全国性头部券商,此次引战增资有利于各方共同落实长三角一体化国家战略,深入推进共同富裕示范区建设。

值得一提的是,此前东吴人寿、中路财险、渤海财险的增资计划中亦有地方国资身影。

对于地方国资增持本土保险公司的原因,业内人士对记者表示,很多地方国资目前在积极构建自身的金融体系,希望打造金融生态圈和产业协同。在此过程中,无论产险、寿险公司,均可作为其中重要一环参与。比如地方重大基础设施项目的建设需要保险公司提供长期资金支持;推动乡村振兴,需要普惠型保险提供保险保障。

监管“乐见其成”

险企与地方经济协同与监管层的鼓励和积极推动密不可分。

据记者统计,5月以来,河北、黑龙江、广东、青岛、天津、江苏等十几个地方银保监局发布文件,引导银行业、保险业多措并举助力当地经济平稳健康运行。

安徽省银保监局党委书记、局长周家龙在发表的署名文章《引导保险资金支持地方发展》中表示,安徽省银保监局高度重视并积极推动保险资金在皖投资工作。近年来,安徽银保监局积极落实国家发展战略,把高效运用保险资金作为融入建设五大发展美好安徽的具体实践。立足安徽本土、对接企业需求,聚焦重点项目、强化政策指导,不断提高金融服务实体经济效能,为助力地方经济高质量发展作出积极贡献。

“一是保险机构特别是国有保险机构要从战略高度充分认识加强保险资金在皖运用的重要意义和长远前景,准确把握安徽在长三角一体化发展、中部崛起、长江经济带发展等重大国家战略中的定位和自身优势,主动融入安徽经济发展新格局。二是保险监管部门要把握‘稳字当头、稳中求进’的主基调,千方百计发挥投资拉动作用,鼓励、支持保险机构来安徽考察投资,利用安徽启动实施三次产业高质量协调发展计划的良好机遇,参与合肥都市圈、合芜蚌国家

自主创新示范区、皖江城市带承接产业转移示范区、皖北承接产业转移集聚区、皖西大别山革命老区、皖南国际文化旅游示范区的建设。”周家龙指出。

6月14日,根据中国银保监会江苏监管局印发《江苏银行业保险业支持富民强村重点帮促地区工作方案》的通知(苏银保监办〔2022〕125号),支持重点地区发展优势特色产业。鼓励保险公司发挥保险资金长期投资优势,参与重点地区优势特色产业项目建设。深入推进农业保险。

要在重点县区实现三大粮食作物完全成本保险全覆盖,积极开展玉米种植收入保险,力争主要农作物农业保险覆盖率在80%以上。优先在重点地区开展防止返贫保险,积极争取地方党委政府支持,为已脱贫人口和低收入人口提供综合性风险保障,防止因灾因病因意外事件返贫致贫……支持保险公司建立健全农业保险基层服务网络体系,加快农业保险基层营销服务部建设,打造专业化、规范化、职业化农业保险服务团队,提高农业农村自然灾害保障水平。

业内人士据此表示,加大保险资金投入规模,加强保险资金运用效率,持续发挥保险保障作用,将促进区域经济保持良好前进势头,激发内蕴的发展潜力,未来将为保险资金运用提供丰厚回报,促进保险业良性发展。

助推区域经济高质量发展

需要注意的是,获得地方国资增持的险企,不约而同地表示将反哺本土,全方位支持当地社会经济,进一步实现自身长远发展。

业内人士介绍,保险资金本身就具有规模大、期限长、来源稳定、追求长期回报等特点,是服务地方经济发展的重要力量,可直接对接实体经济以及公路、交通、航运、城市改造等项目融资需求。

国宝人寿在官方微博号中披露的信息显示,其一直积极探索“险资留川、深耕本地、投保联动、

合作共赢”的发展道路,先后为简阳高端装备产业园、宜宾临港经济区等省级重大项目提供建设资金保障,为各类产业发展提供融资超40亿元,为实体经济繁荣发展注入金融活水。

中韩人寿在官网发布的文章中亦称,根据中央和浙江省委高质量发展建设共同富裕示范区的部署,中韩人寿依托总部在杭优势,背靠国资股东,牢记险企“资金反哺”的初心使命,积极参与浙江省共同富裕示范区要求,开展普惠性保险项目和长期资金运用,深度支持

本地社会经济发展。”中韩人寿曾回应本报记者表示。

横琴人寿董事长兰亚东也公开表示,下一步,将围绕集聚中高端人才、打造创新创业基地、设立专项股权投资基金、开发保险创新产品、开展保险服务创新、组建专业高效的经纪人队伍、设立保险科技公司、探索与港澳金融机构研究深度合作区的保险资产平台、服务支持深度合作区公益和民生事业等九个方面持续助力深度合作区发展。

认购总规模缩水六成 也有公司逆势买进

上市公司信托理财趋谨慎

本报记者 陈嘉玲
广州报道

上市公司利用信托理财的热潮或将退去。

《中国经营报》记者根据Wind相关数据统计获悉,截至6月15日,共有47家上市公司购买了信托产品,累计认购信托产品规模约为63.87亿元,不到去年同期认购规模的一半。

其实,固收信托理财一直是上市公司现金管理的主流选择之一,不时也有“上市公司买信托”的消息上报。公开信息显示,2018年,共有89家上市公司进行了404次信托理财,购买信托产品合计规模超过300亿元。即便在信托业遭遇严监管的2020年,上市公司同期(记者注:与今年同期)购买信托理财的规模也有100亿元。

信托业内人士在接受《中国经营报》记者采访时认为,当前信托市场正在发生重大转变,强监管持续之下,再叠加信托产品违约风险,上市公司购买信托理财已经不像以前那样轻松。

不仅如此,本报记者注意到,近期已经有多家上市公司遭遇各种情况:有的因产品逾期被监管发函问询,有的因信托纠纷案件向法院起诉,但也有一些上市公司逆势大手笔认购信托产品……

上市公司购买信托理财理性

对于上市公司购买理财,有业内人士此前曾对本报记者指出,从提高资金使用效率的角度出发,部分上市公司购买理财产品。

浙江美大(002677.SZ)是信托理财的逆势入局者之一。

近日,该公司披露称,使用闲置自有资金向中融信托购买集合资金信托计划产品,合计金额3亿元。而在此前的两年里,浙江美大均未认购过信托。

根据披露,浙江美大购买的是某信托集合资金信托计划,该信托计划投资范围:直接或间接投资于新基建、新能源、电竞游戏研发、高科技、生物医药等行业的优质企业,包括但不限于债权类资产和权益类资产。

但对于浙江美大“壕”买3亿元信托产品一事,多位投资者在互动

平台的提问透露出了担忧。

有投资者问道:“惊闻贵公司一次性购买3亿元信托理财产品,此举是否过于激进?如何避免信托展期和违约发生?”“目前已多个上市公司认购的该款信托产品出现了展期或违约……公司为什么还要认购该信托产品?这次认购信托产品是否也是用于给房地产公司放款?如果明知这样还认购该信托产品,造成亏损,是否属于危害小股东行为?”

对此,浙江美大6月12日回应表示,公司购买该信托产品是经认真审慎考量,并确保公司日常经营和资金安全的前提下进行

的,同时公司相关部门会及时跟踪信托产品进展情况,如发现存在可能影响公司资金安全的风险因素,将及时采取相应措施,控制投资风险。

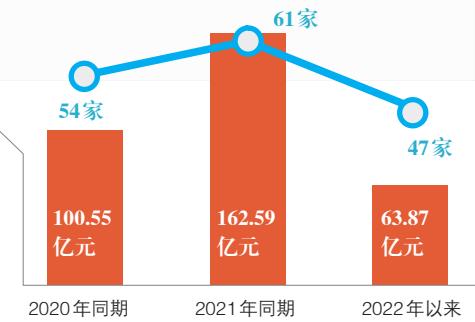
无独有偶,6月9日,安克创新就购买的1亿元信托理财产品出现逾期一事作出回复。相关公告显示,其认购的某信托651号产品,底层资产为阳光城集团旗下长沙中泛置业有限公司的“阳光城·长沙尚东湾”项目,资金用于该项目的开发建设。该产品产生逾期风险的原因主要为:受宏观环境、政策调控、新冠肺炎疫情等因素影响,地产行业整体下行,借



上市公司购买信托理财的情况

累计购买信托产品规模

上市公司数量



视觉中国/图 本报记者根据公开资料整理

款人和担保人出现流动性困难,未能按期支付应付的信托贷款本金及利息。

对于上市公司购买理财,有业内人士此前曾对本报记者指出,从提高资金使用效率的角度出发,部分上市公司购买理财产品。但募

资的初衷应该是投资主业,用于实体经济。若上市公司理财“过热”或作为长期性投资,则可能导致资金在金融领域空转,对实体经济有所伤害。并且,高收益往往意味着高风险,“踩雷”是近年来大资管行业投资者需要面对的问题。

有进有退

值得注意的是,仍有27家上市公司,在2022年选择入局,除了上述提到的浙江美大,还包括兆驰股份、盛视科技、达瑞电子等上市公司。

整体而言,在上市公司购买理财产品的“清单”中,信托产品正在减少。

某上市公司内部人士对本报记者分析,上市公司通常偏好购买结构性存款、大额存单等保本理财产品。过去信托产品预期收益率较高,所以受到追捧;但是现在受资管新规影响,信托产品打破刚兑并逐步走向净值化,且部分信托产品特别是投向地产的非标类资产的风险逐渐暴露,对投资者的吸

引力也随之下降。

《中国经营报》记者根据Wind相关数据统计获悉,截至6月15日,共有47家上市公司购买了信托产品,累计认购信托产品规模约为63.87亿元,不到2021年同期认购规模的一半。

2021年同期共有61家上市公司“大手笔”拿出162.59亿元购买信托,2020年同期的数据则是54家上市公司和100.55亿元。也就是说,2022年购买信托的热度是三

年来最低的,且认购资金规模较2021年同期大幅下降六成以上。

根据媒体报道,2018年,共有89家上市公司进行了404次信托理财,购买信托产品合计规模超过300亿元。2019年同期(记者注:与今年同期),共有52家上市公司进行了216次信托理财,购买信托产品合计规模为202.9亿元。

结合上述的2020年以及2021年数据来看,上市公司购买信托理财规模下滑明显。

具体来看,2021年同期,购买信托的61家上市公司中,有41家今年“退出”了信托理财的名单,包括陆家嘴(600663.SH)、恒生电子(600570.SH)、银都股份(603277.SH)和好太太(603848.SH)等2021年信托投资规模超过5亿元的上市公司。

此外,仍继续投资信托产品的20家上市公司当中,亦有11家投资额度减少。伴随着信托认购规模的降低,信托产品在上市公司购

买理财产品的市场中占比降低至0.43%。

从信托公司来看,平安信托、光大信托、粤财信托、中融信托等最受欢迎,平安信托和光大信托均获得了10家上市公司认购。

值得注意的是,仍有27家上市公司,在2022年选择入局,除了上述提到的浙江美大,还包括兆驰股份(002429.SZ)、盛视科技(002990.SZ)、达瑞电子(300976.SZ)等上市公司。

存在五方面风险

普益标准研究员王丽婷在接受本报记者采访时表示,上市公司等机构投资者和个人投资者在购买信托产品时或会面临五方面风险。

“受房地产市场整体下行等因素影响,部分地产信托产品风险逐渐暴露,这不仅影响到投资者购买产品的信心,还使得部分上市公司的股东担心信托产品出现逾期或亏损。”某信托公司财富业务人士分析表示:“我们也应看到,信托公司的产品供给发生了较大变化,传统的固定收益类产品少了,证券投资类信托产品多了,但这可能并不

太符合大部分上市公司的理财需求,他们还是更偏好有确定收益率的产品。”

从认购的信托产品来看,今年以来,投向债券市场的信托产品更受青睐,如“平安信托周周成长债券投资集合资金信托计划”、“光信·光禄·鑫汇优债定开6号集合资金信托计划”等。此外,部分上市公司也尝试购入了一些信托公司

转型中布局的新产品,例如,微光股份购买了4000万元“平安信托安稳TOF1号集合资金信托计划”。

对此,普益标准研究员王丽婷在接受本报记者采访时表示,上市公司等机构投资者和个人投资者在购买信托产品时或会面临以下几方面风险:一是信托产品不易转让,流动性相对缺乏;二是容易受到其他参与主体的风险干扰;三是

底层资产投向市场下行的风险;四是受托人抽逃资金、挪用信托资金和进行利益输送等道德风险;五是相关增信措施无效、资金投向违规等法律风险。

针对以上几方面风险,王丽婷建议:投资者可以结合底层资产情况、信托资金所投项目的资质、项目增信措施、相关风控措施和交易对手的实力及行业影响等多

方面因素对项目进行基础研判。同时,投资者还可以关注信托合同中涉及各方利益的相关条款和违约责任界定,底层资产投向所处市场的走势,信托产品的购买渠道是否正规,销售过程是否存在违规行为等其他因素,综合评估信托项目的收益和风险,提前规避部分风险,从而更为合理地配置信托资产。

信托业承压:营收、利润总额同比下滑约三成

本报记者 陈嘉玲 广州报道

融资类信托持续压降给信托业带来的经营业绩压力逐渐显现。

6月23日,中国信托业协会发布了2022年一季度最新行业数据。

从公布数据来看,第一季度,信托业共实现营业收入205.15亿元,同比下降28.25%;实现利润总额为123.84亿元,同比下降31.42%;实现人均净利润42.72万元,同比下降29.50%。信托行业的经营业绩面临一定的下行压力,营业收入、利润总额与人均利润同比均明显下滑。

此外,信托业资产规模也降至

业绩较大幅度下滑

“信托公司业绩数据通常具有滞后性,对于目前行业业绩的下滑,我们去年就已经预料到了。”有信托公司资深人士在接受《中国经营报》记者采访时表示。

具体来看,一季度信托业的固有业务收入和信托业务收入均有较大幅度的下滑。从固有业务收入来看:一是投资收益下降明显,一季度全行业实现投资收益43.42亿元,同比下降13.73亿元,降幅达24.02%;二是在营业收入中扣除信托业务收入、利息收入、投资收益三项指标,一季度固有其他收入同比下降45.09亿元。

和晋予指出,究其原因,一方面与资本市场调整波动密切相关,由于固有资金投资规模占比超过80%,投资收益受资本市场影响较大,投资于证券公司、基金公司等金融机构的股权投资收益也受到一定影响;另一方面,受市场因素影响,部分固有资产的公允价值变动损益明显下滑,导致了固有其他收入的减少。

数据还显示,从信托业务收入来看,一季度全行业实现信托业务收入191.68亿元,同比下降10.02%。由于固有业务收入降幅更为明显,导致信托业务收入占比在一季度达到了93.43%,同比大幅提升了18.92个百分点。

对此,和晋予分析认为,信托业务收入的下降,一方面与信托资产规模的下降有一定关系;但另一方面,主要是由于信托业务结构的调整,信托报酬率相对更高的基础产业、工商企业、房地产信托规模有所下降,而信托报酬率相对较低的证券投资信托、资产服务信托规模持续提升,必然导致信托资产的年化平均报酬率水平整体下降。但由于证券投资信托、资产服务信托以规模为基础、以管理费为主要信托报酬,且信托存续期限普遍较长,这种结构的调整有利于构建以专业的资产管理和服务为基础、长期稳定且可持续的信托业务收入来源。

投资类增长趋势延续

尽管2022年一季度信托资产规模承受了一定的下降压力,但从信托资产来源、信托资产功能、资金信托投向、资金运用方式等方面来看,信托资产的结构处在持续优化调整的过程中。

值得注意的是,信托资产功能结构中,延续了投资类信托与融资类信托“一升一降”的趋势。截至第一季度末,投资类信托规模为8.56万亿元,同比增长22.10%,环比增长0.65%;占比为42.45%,同比上升8.05个百分点,环比上升1.07个百分点,居信托资产功能分类之首。

与此同时,融资类信托规模为3.38万亿元,同比下降24.00%,

行业稳中求进态势不变

对于信托行业未来的发展,和晋予认为,2022年是资管新规正式实施的第一年,尽管在一季度信托业发展面临一定的压力,但行业稳中求进、创新转型的发展态势并没有变。近期,监管部门对新的信托业务分类征求意见,未来以资产管理信托、资产服务信托、公益/慈善信托为主的信托业务体系,有利于进一步发挥信托制度功能,推动行业在经济社会发展中积极把握机遇。

对此,5月18日,在2022年中国信托业年会上,中国银保监会党委委员、副主席肖远企也曾表示,正在研究推行信托公司分类监管。初步考虑根据

环比下降5.49%;占比为16.79%,同比下降5.07个百分点,环比下降0.64个百分点。事务管理类信托的规模和占比略有下降,规模为8.22万亿元,同比下降7.82%,环比下降2.92%;占比为40.77%,同比下降2.99个百分点,环比下降0.43个百分点。

对此,和晋予表示,“信托资产功能结构的变化,主要缘于信托公司在监管要求和风险压力下对融资类信托规模的持续压降,以及在业务转型过程中对各类投资信托业务的大力发展。在未来新的信托业务分类的导向下,信托资产的投资功能将得到进一步发挥。”

并且,资金信托投向结构中,

信托公司监管评级、资源禀赋、受托管理及风险抵御能力等的不同,对信托公司在业务范围、展业地域等方面进行差别化监管,鼓励信托公司走差异化、特色化发展之路。

平安信托相关负责人在接受本报记者采访时指出,关键是基于市场发展趋势、信托牌照优势与自身能力禀赋定位特色化与差异化发展道路。

近年来,信托业面临力度空前的转型驱动。一方面,在机构经营层面,信托公司的战略规划逐渐清晰:头部公司注重全力打造综合金融服务能力,成为一流信托公司;中游公司主打差异化

投向证券市场的规模和占比持续提高,而工商企业、基础产业、房地产领域进一步下降。截至今年第一季度末,资金信托规模为14.75万亿元,同比下降7.60%,环比下降1.67%。其中,投向证券市场的资金信托规模为3.54万亿元,同比增长45.72%;投向工商企业的资金信托规模为3.99万亿元,同比下降18.46%;投向基础产业的资金信托规模为1.65万亿元,同比下降29.00%;投向房地产的资金信托规模为1.57万亿元,同比下降27.71%。

“资金信托投向结构的变化,与宏观经济与资本市场的运行情况密切相关。”和晋予表示:首先,实体经济当前面临一定的

下行压力,投融资需求有所减弱,对投向工商企业、基础产业等领域的资金信托规模产生了一定影响。其次,房地产行业面临深度调整,一季度房地产开发投资增速回落,商品房销售同比下滑,部分房企的风险持续暴露,在监管部门的严格管控下,房地产信托业务规模与占比持续收缩。再者,受一季度股票市场调整的影响,证券投资信托中投向股票的规模环比下降9.66%,投向基金的规模环比略增0.41%;而债券市场由于利率下行、部分基础产业的非标融资转为债券投资等因素影响,得到了更多信托资金的配置,债券投资信托规模环比增长10.78%。

并部门10个。

在和晋予看来,在经济社会发展中,当前信托行业应当把握稳定经济增长、支持资本市场、防控金融风险以及促进共同富裕带来的发展机遇。比如,在促进共同富裕方面,信托作为重要的财产转移和财产管理制度,在推动经济高质量发展、拓宽居民收入渠道、持续推进三次分配、提升社会治理水平等方面可有所作为。在新的业务分类指导下,信托公司可以大力开展预付类资金受托服务信托、家族信托、保险金信托、特殊需要信托、公益/慈善信托、遗嘱信托等业务,为促进共同富裕做出应有的贡献。

信用卡交易管控剑指“代还乱象”

本报记者 郝亚娟 张漫游
上海 北京报道

当前,信用卡业务正从高速增长向高质量发展转型。

《中国经营报》记者了解到,受

还款通道风控升级

按照监管要求,账单出来后由别人代还次数过多的客户属于风险客户。并且,代还账户还存在洗钱风险。

近日,某信用卡用户告诉记者,使用非本人储蓄卡为某国有行信用卡还款被提示还款失败,只能使用本人储蓄卡或者本人网银及柜面业务处理,线上他人还款通道基本关闭。

事实上,多家银行已对信用卡还款通道风控手段进行了升级,主要包括限制非本人还款、发布风险提示等方式。

此前,某股份制银行发布了《信用卡关联还款及自动购汇服务协议》(以下简称《协议》),该行对信用卡关联还款进行了优化。协议规定,“跨行关联还款(包含跨行自动还款与跨行自助还款)由我行与还款业务合作商共同为客户提供服务。信用卡账户与还款账户的关联关系遵循‘同名一致性’规则,即信用卡与还款账户的账户持有人姓名、证件号、证件类型须一致。”

“对于他人代还信用卡的监管,主要是为了规范一些不规范的平台。”某城商行信用卡中心人士告诉记者,“现在有一些‘集资’类的平台,会通过‘快速赚钱’‘缺钱找我’等关键词诱骗持卡人,套用持卡人的信用卡额度,并可能利用汇集的资金发高息贷款或投入股市,这种平台就会出现集中

加强智能风控审核

信用卡将进一步转向精细化经营,金融科技在拓展获客渠道、大数据风控及资产质量监测等方面的重要性也将更为突出。

随着“强监管”手段的落地,信用卡逾期情况有所缓解。

央行发布的《2021年第四季度支付体系运行总体情况》暨《2021年支付体系运行总体情况》显示,截至2021年末,信用卡和借记合一卡在用发卡数量共计8亿张,同比增长2.83%,环比增长0.25%;信用卡逾期半年未偿信贷总额860.39亿元,同比增长2.59%,环比下降了1.02%,占信用卡应偿信贷余额的1%。

兴业经济研究咨询股份有限公司相关研报指出,自2020年起,监管部门加强互联网贷款业务监管,要求大型平台公司金融活动纳入监管,金融业务必须持牌经营,这为信用卡业务在场景拓展和客群拓展方面提供了机遇。在场景方面,银行可自建平台增加与互联网消费平台合作,激发刷卡活跃度。在全面“断

复杂多变的经济金融形势影响,信用卡业务正面临传统风险与新型风险共生,欺诈风险、信用风险与合规风险共存的挑战,提高智能风控审核能力将成为银行信用卡业务下一阶段的重点工作。

近段时间,多家银行加强对信用卡交易的管控,限制非本人还款等行为。同时,部分银行还会对历史交易中存在他人代还情况的持卡人做出风险提示。

分析人士指出,银行加强他人

代还信用卡的管理,一方面是防范共债风险,有助于贷后管理;另一方面,担心客户信息泄露而导致客户信用卡被盗刷,特别是使用信用卡代还软件进行操作的,存在极大的诈骗风险。



居民消费信贷领域的市场竞争格局将从“蓝海”走向“红海”。 视觉中国/图

们关注到一个网银上关联了多张信用卡,且到了账单日又出现集中还款的情况,我们会判断这一客户可能存在高风险,或涉及帮助他人逃避债务的行径,我们就会直接关停客户的信用卡额度。这类风险一旦形成,清收起来是很困难的。”

“按照监管要求,账单出来后由别人代还次数过多的客户属于风险客户。并且,代还账户还存在洗钱风险。”某国有行信用卡人士指出。

冰鉴科技高级研究院研究员王诗强也认为,银行加强对信用卡交易的管控,限制非本人还款主要有三方面考量:一是担心客

户信息泄露,导致客户信用卡被盗刷,特别是使用信用卡代还软件进行操作的,存在极大的诈骗风险;二是担心客户借高利贷还信用卡,形成多头共债,从而导致客户信用恶化,履约能力下降,最终影响信用卡还款;三是鼓励客户使用信用卡分期还款,拉动信用卡中心业务。

王诗强表示,银行信用卡中心要防范的是客户利用信用卡代偿软件操作行为。而防范此类行为,银行信用卡中心可以与第三方智能风控企业合作,利用知识图谱、机器学习等人工智能技术进行风险防控。

交易记录保存、大额交易和可疑交易报告、反洗钱特别预防措施等反洗钱义务。

同年12月,银保监会发布《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知(征求意见稿)》,要求重点治理领域包括规范信用卡息费收取、治理信用卡过度授信、督促转变信用卡粗放发展模式、加强消费者权益保护、规范信用卡外部合作行为管理等。

前述邦盛科技文章同时指出,从监管趋势来看,近几年央行陆续出台了很多相关文件,如跨境赌博、电信诈骗、反洗钱、涉赌涉诈可疑资金排查等,金融监管都有相应的工作要求,这也要求银行需要完善相应的防控机制。

信用卡行业资深人士董峰亦指出,虽然近年来监管部门一再出台

有关政策,要求发卡银行整治信用卡套现,以及违规流向严禁领域等问题,但是信用卡套现现象依然比较猖獗。其中一个原因是一些银行因为受到市场的压力,为了扩大市场规模,采取大额授信方式,或者信用卡+贷款的方式以达到获客目的。

光大证券银行业分析师王一峰指出,从中长期看,居民消费信贷领域的市场竞争格局将从“蓝海”走向“红海”,这一过程将伴随着居民端杠杆率上行、风险逐步提升和定价逐步下行,最终形成风险与定价的均衡。未来,客户获取、客群经营和风险控制将是金融机构建立竞争力的关键所在,信用卡也将从现阶段的“跑马圈地”进一步转向精细化经营,金融科技在拓展获客渠道、大数据风控及资产质量监测等方面的重要性也将更为突出。

管层关注的焦点之一。

6月22日,中央全面深化改革委员会第二十六次会议审议通过了《关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》等,进一步指导加

快构建数据基础制度。为强化数据治理,部分银行已采取了行动。

毕马威中国银行业主管合伙人史剑分析指出,银行数据资源管理面临的最基本难点就是如何厘

清数据资源有什么、是什么、在哪里,出于数据的复杂度以及量级(往往是海量数据),开展全行数据资源盘点所需耗费的时间、资源都非常大。

《中国经营报》记者从恒丰银行了解到,新成立的数据资源部,主要聚焦客户价值和用户体验,以数据驱动业务增长、提升管理效能,主要负责规划全行数字化转型路径,推动数字化重点项目实施;统筹数据的全生命周期管理,搭建企业级数据架构及数据中台,提供数据分析平台及工具,全面提升数据资产管理能力、全员自主运用数据能力和数字化经营能力;培育数字生态,开展前沿技术探索与实践,打造“用数据思考、用数据创新、用数据说话”的数字思维。

“在数字化转型的当下,谁掌握了数据,谁就掌握了先机和主动权。”中国金融认证中心(CFCA)创新部副总经理王洪波指出,单独设立数据管理部门,使银行拥有了专门且独立的数据统一协调管理的组织,可以极大加速数据资源整合,消除信息孤岛,统筹深化大数据创新与应用,加快数字化转型落地。

“相对于虚拟的工作团队或小组,独立的部门或中心一方面在全行的推动力会更加充足,有利于协调与推动管理层及各业务部门充分参与到相关数据管理的日常工作。”毕马威中国金融业数据治理咨询服务主管合伙人陈立节补充道,银行设置独立的专业化部门和专职岗位,使得全

行数据管理走上专业化路线,培养数据管理专业人才,团队人员能够将主要精力放在数据管理上,避免因为兼职而导致的资源投入不足、不专业及人员流失等问题,有利于提高全行数据管理的专业化能力和水平。

“不过,数据管理部门是否单独设置取决于银行自身的实际情况和管理成熟度,在这方面没有硬性要求。”陈立节认为,不论是否成立独立的部门,银行都应建立相应的数据管理团队或中心,并配备专业化的岗位人员,负责全行数据管理工作的统筹与管理。

下转 B2

数据价值挖掘提速 银行整合管理能力迎考

本报记者 张漫游 北京报道

在数字化转型和强化公司治理的大背景下,数据治理已经成为商业银行发展中的重要问题,也是监

数据管理需要建立统一标准

单独设置数据管理部门已经成为各大银行的优先选择。

目前,恒丰银行数据资源部正式成立。这是继设立“一院两办”(数字银行研究院、数字银行办公室、敏捷组织办公室)后,该行从组织架构层面推动数字化转型的又一举措。

“建立数据标准、开展数据治理旨在解决书同文、车同轨的问题,让大家都在同一个语境中说话。”恒丰银行首席运营官、数字银行办公室联席主任徐彤表示。数据资源部的重要工作之一就是编纂并发布全行的数据字典,各业务部门能够拿着数据字典去写文章。

“在数字化转型的当下,谁掌握了数据,谁就掌握了先机和主动

权。”中国金融认证中心(CFCA)创新部副总经理王洪波指出,单独设立数据管理部门,使银行拥有了专门且独立的数据统一协调管理的组织,可以极大加速数据资源整合,消除信息孤岛,统筹深化大数据创新与应用,加快数字化转型落地。

“相对于虚拟的工作团队或小组,独立的部门或中心一方面在全行的推动力会更加充足,有利于协调与推动管理层及各业务部门充分参与到相关数据管理的日常工作。”毕马威中国金融业数据治理咨询服务主管合伙人陈立节补充道,银行设置独立的专业化部门和专职岗位,使得全

信托出清公募基金股权背后

本报记者 陈嘉玲 广州报道

金”)全部51%的股权。

对于信托公司“出清”公募基金股权的考量,有信托公司人士分析认为,一方面可能在于部分信托公司自身的资金需求和对公募基金公司估值处于相对高位的判断;另一方面则是信托机构和公募基金之间的业务协同有限而主动转让,聚焦主业发展。此外,部分信托公司利用公募基金的私募子公司业务通道募集资金的情况,存在合规问题。

或有“控制权溢价”

上述公告显示,中融信托此次拟“出清”中融基金的全部股权。

据公开信息,中融基金成立于2013年5月,原名为“道富基金管理有限公司”。从2013年5月出资设立至今,中融信托作为中融基金的核心股东已长达9年。

中融基金当前共有中融信托、上海融晟投资有限公司(以下简称“上海融晟”)两位股东,占股分别为51%和49%。目前,上海融晟将放弃优先受让权。若此次股权转让成功,中融信托将完全退出中融基金的股东行列。也就是说,中融基金或将易主。

从标的资产情况来看,这部分股权目前仍存在质押。中融信托于2021年9月17日通过质押中融基金51%股权获取中国信托业保障基金有限责任公司流动性支持资金6亿元,将于2022年9月16日到期。在本次股权转让之前,中融信托将偿还以上拆入资金以解除股权质押。

Wind数据显示,历经9年的发展,截至2022年6月13日,中融基金管理的公募基金规模达到1142.10亿元,为行业前30%。截至2021年12月31日,中融基金经审计的合并口径51%股权账

面净资产价值为5.61亿元,评估价值为15.04亿元。

经营业绩方面,2019~2021年,中融基金营收、利润均保持增长,营业收入分别为3.01亿元、3.96亿元、4.69亿元;利润总额分别为4347.55万元、6709.90万元、9644.62万元。但是,今年一季度中融基金出现亏损,2022年3月末(未经审计)营业收入为9898.83万元,利润总额为-800.23万元。

值得注意的是,中融信托并不是今年第一家“出清”所持基金公司的股权的信托公司。5月20日,山东国信公告显示,此前在山东金融资产交易中心挂牌转让的富国基金16.675%股权,意向受让方为山东省金融资产管理股份有限公司,潜在出售事项之总对价预计为50.39亿元,而早前的挂牌转让价格为40.39亿元。

对于中融基金51%股权转让事项,一位金融业资深人士在接受记者采访时表示,“近两年来公募基金公司的业绩不错,不排除‘控制权溢价’的可能。”据了解,中融信托转让股权大概率将在9月内正式挂牌,而上述15.04亿元的评估价格或作为挂牌底价。

部分通道业务合规存疑

Wind数据显示,公募基金行业中有信托公司持股的21家信托系公司,合计管理规模达2.84万亿元。

“过去监管部门对信托设置子公司、参股控股其他金融牌照没有明确要求。”上述信托公司人士告诉记者,公募基金目前主要作为信托公司的一项长期股权投资,特别是这两年部分基金公司业绩相对较好,在财务表上产生了一定积极影响。

而对于目前转让股权的原因,山东国信此前表示,潜在出售事项将有助于改善本公司资产负债结构,进一步优化本公司财务指标。

中融信托方面表示,本次转让中融基金股权将促进业务回归信托本源,削减非信托主业投资,未来凸显信托主业定位,符合战略发展规划和长远利益。

对于接连出现信托公司转让所持公募基金股权的现象,南方地区某信托公司一位高管对记者表示,“一方面可能是基于出让方对当前公募基金股权估值处于相对高位的判断,另一方面更大的可能是出于部分信托机构自身的资金需求。”

记者还注意到,企查查信息显示,嘉实基金6月19日新增1则股权出质,出质人为中诚信托有限责任公司,质权人为中国信托业保障基金有限责任公司,出资股权数额6000股。

除了监管要求信托回归主业等因素外,有受访的信托业内人士还表示,“去年以来,监管也多次要求信托公司梳理子公司架构。”

不过,记者注意到,2021年7月30日,银保监会发布《中国银保监会办公厅关于清理规范信托公司非金融子公司业务的通知》。该通知认为,近年来,部分信托公司通过非金融子公司进行监管套利、隐匿风险;开展违规关联交易、进行不当利益输

送,给信托业发展造成潜在风险。其主要思路是加强信托公司境内一级非金融子公司管控,明确清理规范工作安排,比如从事私募股权投资等业务的境内一级非金融子公司等。

“比如,有的信托利用公募基金的私募子公司等通道进行业务合作,这些做法在合规性上存在一定的争议。”记者采访了解到,此类情况通常是在资金募集端,有的信托公司借助公募基金旗下的私募子公司、三方财富公司等进行产品销售(总包或分销)、资金募集等。

实际业务中,对于信托机构和公募基金之间的业务协同,多位受访人士表示,“协同效应较为有限。”

上述信托高管告诉记者,固有业务上,信托公司可以其闲置资金购买公募基金的产品。信托业务上,信托擅长非标业务,公募基金则擅长标准化、净值化、证券市场股票投资、多策略等。目前,各家信托公司都在发展证券投资类业务,双方可以进行部分业务合作。比如在TOF(Trust of Fund,基金中的信托,指委托人将资金交付到信托公司的TOF信托上,再投资到公募基金、私募基金、债券和股市)等业务上,信托是募集资金的角色,公募基金则是提供专业服务的角色。但是,在渠道和募集方面,信托公司的客户群体主要为高净值客户,和公募基金之间并不契合,与银行私行、私募基金反而更契合。

值得注意的是,对于一次性全部让渡所有股权,经纬纺机相关人士近日在接受媒体采访时也提到,“业务协同有限,且应监管精神选择主动转让。”该人士表示,“中融基金是公募性质的,信托更多是私募性质的,目前业务上协同作用确实没那么明显,中融信托主要还是按监管要求,做好主营的信托业务。”

半数产品涨幅超20%

公募REITs扩容渐行渐近

本报记者 任威 夏欣 上海报道

6月21日,9只公募REITs在沪深交易所上市满一周年,这也意味着首批产品的部分战略配售限购份额可以进入二级市场流通。

在解禁当天,首批公募REITs价格并未出现市场担忧的大幅波动,总体运行较为平稳,4只产品呈现小幅上涨,5只下跌产品中最大跌幅仅为1.37%。

Wind数据显示,截至6月20

产品供不应求

公募REITs在二级市场的交易量、换手率保持了相对较高的水平,REITs二级市场交易价格整体表现较好。

作为国内新出现的大类资产投资品种,公募REITs目前仅12只上市交易,合计募集资金458.12亿元。

2021年6月21日,9只公募REITs产品在沪深交易所上市,正式接受市场检验。Wind数据显示,截至6月20日,首批9只产品:富国首创水务REIT、红土创新盐田港REIT、博时招商蛇口产业园REIT、中航首钢生物质REIT、中金普洛斯仓储物流REIT、华安张江光大园REIT、东吴苏州工业园区产业、浙商证券沪杭甬高速REIT、平安广州交投广河高速公路REIT自成立以来的涨幅分别为:40%、35%、28.18%、26.99%、26.68%、23.34%、17.27%、2.51%、-7.75%。

据了解,投资者投资REITs产品,能从两个方面获得投资收益,一是持有期间的分红,二是在二级市场的交易价差。我国公募REITs要求可供分配金额的90%须分配给投资者。

据上海证券基金评价中心统计,截至6月17日,上市以来首批9只产品中有5只实现两次分红,4只产品实现一次分红。

“从首批公募REITs上市一年来的表现看,基础设施资产的经营状况符合预期,实际分红金额达到或超过招募说明书披露的水平。”中金基金相关人士指出,公募REITs

在二级市场的交易量、换手率保持了相对较高的水平,REITs二级市场交易价格整体表现较好。

济安金信基金评价中心张碧璇分析称,公募REITs的运作形式是通过获得底层基础设施项目的租金、收费等作为基金资产的收益来源,所以不同于普通基金的涨跌幅即净值变动。公募REITs每半年更新一次估值,产品的涨跌幅变动除了反映基本面经营变化外,更主要是取决于二级市场交易价格的变化。

在她看来,由于前期资本市场波动较为剧烈,市场风险偏好有所下行,加之公募REITs在大类资产配置层面非常到机构欢迎,所以该类资产始终处于供不应求的状态,价格也就随之水涨船高。

上海证券基金评价中心高级分析师孙桂平认为,作为不同于股票和债券的大类资产类型,公募REITs上市以来的走势与股票市场有所差异,走出了相对独立的行情,两者之间的平均相关系数仅为0.26,体现出了该产品作为重要的资产类型,在投资组合中具有的资产配置价值。

“首批REITs持有的资产都较为优质。目前已上市的产业园和仓储物流等产权类REITs,以及环保等特许经营权REITs持有的基础

设施资产多位于国内一线城市,以及国内三大城市群内;收费公路REITs持有的高速公路也多位于大城市周边或经济较发达的区域。”孙桂平表示,资产的稀缺性也使得公募REITs上市后整体上处于高溢价交易状态。

孙桂平进一步指出,公募REITs发行时受到了投资者的欢迎,导致配售比例较低。首批产品的配售比例在1.76%到12.30%之间,平均配售比例为6.27%。首批REITs上市后的良好表现,使得后续第二批和第三批REITs的发行热度持续较高,第二批REITs的配置比例在2%左右,第三批华夏中国交建高速的配售比例更是降到了1%以下,创下REITs发行纪录。

在孙桂平看来,当前公募REITs发售时的火爆场面并不是投资者的非理性造成的,主要还是因为

REITs市场扩容的政策信息不断。包括“鼓励更多符合条件的基础设施REITs项目发行上市”“基础设施REITs扩募规则落地”“REITs试水保障性租赁住房领域”等,公募REITs市场扩容的脚步已渐行渐近。



视觉中国/图

产品的稀缺性。随着公募REITs限售份额解禁、扩募,以及新产品的发行,一定程度上会缓解资产稀缺性,REITs发售可能会有所降温。

“长期来看,随着REITs被越来越多的投资者所熟悉,REITs的资产配置需求将持续增加,优质REITs的稀缺性仍将持续存在。未来仍需加快REITs的发行速度和产品创新速度,推出更多优质资产匹配投资需求。”孙桂平指出。

对于公募REITs未来的发售前景,张碧璇预计,作为风险和收益特征介于权益和固收之间的产品,其配置价值是被有对应需求的投资者,尤其是机构投资者充分认可的。在目前公募REITs的资质比较优秀、市场供不应求、已上市产品赚钱效应明显的大环境下,短期内新产品的发行大概率也会受到市场较高关注。

随着公募REITs市场的扩容,未来相关产品的稀缺性会下降,资金给予此类产品的溢价空间或将减小。

孙桂平认为,解禁期后REITs二级市场交易价格没有出现大幅动荡的原因在于,今年2月以来REITs价格持续回落,价格已经很大程度反映了REITs的解禁预期。

他同时指出,在持有REITs限售份额的机构性质方面,其资金属性相对长期、稳定。长期来看,REITs仍然是最富有投资性价比和竞争力的优质资产之一,解禁将为更多的各类长期配置资金提供长期配置机会。

对于投资者而言,中金基金相关人士表示,首批公募REITs产品战略配售份额解禁后,二级市场流通份额将会增加,有利于市场流动性的改善,但同时也可能造成短期的价格波动。

“公募REITs以长期稳定的分红为目标,风险收益特征区别于股票和债券。”上述中金基金人士建

议投资者,结合宏观经济、市场环境等因素,合理分析判断上述因素对基础设施资产经营状况的影响,树立长期投资的理念,更加理性的看待短期的价格波动。

对于REITs的投资价值,华夏基金基础设施与不动产投资部行政负责人莫一帆表示,如果二级市场价格出现比较大的回撤,可能是逢低布局的好机会;如果涨幅已经较高的部分产品价格进一步上涨,显著超出其内在价值,短期内不建议追高。整体来看,投资公募REITs还是要结合底层资产的内在价值、隐含的长期投资回报率、二级市场流动性,以及投资人自身的投资回报要求等综合考虑和判断。

对于公募REITs未来的投资机会,中金基金相关人士认为,我国存量基础设施资产体量大、种类多,随着公募REITs试点工作的深

入推进,将会有更多地区、不同品种、符合监管要求的基础设施资产发行公募REITs。投资者可根据对基础设施资产的了解程度,结合产品的风险评级选择适合自身风险承受能力的产品投资。

博时招商蛇口产业园REIT基金经理王翘楚谈到,REITs市场目前仍处在试点阶段,国内投资人对REITs产品的理解还未完全成熟,市场推出的项目较少,流通份额也不大。未来当投资人和发行人对REITs市场更加熟悉和理性,各类基础资产类别都有一定量的项目推出,已发行的项目能持续扩募,提供的流通份额更多,公募REITs市场的配置价值将更加凸显。

他同时提醒投资人,随着公募REITs市场的扩容,未来相关产品的稀缺性会下降,资金给予此类产品的溢价空间或将减小。

史剑指出。

王洪波补充道,数据管理的难点还包括如何建立统一、高效的数据治理组织层级以解决数据多头管理问题,怎样在数据资源共享与数据安全之间找到平衡,数据治理如何充分服务金融业务、最大化数据治理价值,以及应对数据价值特性带来的治理新难题等。

对于银行在数据管理方面的合规问题,史剑认为主要在于两大方面,一是数据本身的质量,特别是报送监管的数据质量;二是管理体系是否充分、恰当且有效实施,包括数据的安全分级分类管理等。

“这些不合规的隐患是持续存在的,只要银行日常业务在持续运行,势必会产生新的数据,进而出现数据的隐患和问题,因此需要银行本着打持久战的态度,进行长期统筹和规划,并逐步、持续对现有管理体系和数据质量进行优化和完善,建立事前、事中、事后全面的数据管理机制,及时提示数据风险,合理规避问题。”史剑解释道。

字典、数据资源目录等数据内部标准与索引,增强数据纠错能力,确保数据准确性;利用隐私计算等技术实现可用不可见,确保数据共享过程的安全;实现与社会公共服务领域的互联互通,使大数据的衍生效益最大化。

“数字化转型的核心理念是将数字化的思维融入银行的日常业务经营和管理,用数字化的技术和手段打破传统的业务模式,并实现数据赋能业务。在这种背景下,数据应当是从业务中来,并最终回归到业务中去。”陈立节认为,这就需要银行梳理现有的业务流和数据流,即什么业务活动产生什么样的数

美债收益率上行 全球资产配置面临考验

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

价格大幅调整两个维度影响全球资本市场,资产配置将面临哪些变局?

在美联储缩表和持续加息背景下,美债收益率持上行。

近段时间,号称“全球资产定价之锚”的10年期美债收益率再次升破3%大关。与此同时,2年期美债收益率自2007年以来首次“破3”。

市场关注的是,美债收益率上行将从流动性收紧和资产

险。”康楷数据科技首席经济学家杨敬昊指出。

在光大银行金融市场部宏观研究员周茂华看来,美债收益率大幅飙升,主要是美联储政策急转弯推动的。由于美联储为应对40年来强劲通胀,采取激进加息、缩表,引发市场抛售美债。从短期看,美联储仍处于加息、缩表中段,对美债继续构成压力,但市场对美联储中性利率已有消化和美国复苏经济前景趋缓,将抑制美债利率再度大幅上升空间。

“在9月前,考虑到美联储仍将以较大的幅度启动加息进程,预计美债还存在波动走高压力,不过考虑到美债除了受美联储货币政策影响,还受经济增长预期和通胀预期影响,在快速加息后,美国经济衰退风险日益增大,预计通胀有望在三季度触顶,10年期美债收益率可能将逐渐回落,主要驱动因素将由货币政策转为经济基本面,近期美债从高点有所回落即反映了这一担忧。”王有鑫如是分析。

不过,渣打中国财富管理部首席投资策略师王昕杰认为,如果美国通胀数据继续大幅超过预期,那么实际利率和通胀预期还是会有所上升的概率。他进一步分析,目前10年期美债收益率的变化最主要的原因是通胀超过预期,造成了继续紧缩的预期,使得国债收益率当中的真实利率部分上涨。

人民币资产配置价值凸显

被称为“全球资产定价之锚”的10年期美债收益率大幅变动,势必影响到全球资产价格的估值调整。也因此,资产配置策略面临新一轮考验。

周茂华表示,由于美联储政策具有较强外溢效应,在全球流动性逐步收紧的情况下,风险资产估值压力随之增大,大类资产配置更多转向基本面。商品方面,由于发达经济体政策急转弯、全球需求前景趋缓等影响,大宗商品整体上行动能受到削弱,但地缘局势及全球疫情仍在演变,大宗商品快速回落至疫情前水平不现实。同时,能源商品将出现分化。

上述中金公司研报也指出,当前海外资产面临增长下行和货币紧缩双重压力,可能仍有下行空间,资产波动风险增大。美国经济增速放缓、衰退风险上升时,美股回报率会明显下降,新兴市场股市回报率下行幅度更大。与2018年新兴市场危机相比,目前很多新兴市场经济项目更为恶化、外债水平更高,当面临流动性收紧时可能尤其脆弱。

杨敬昊认为,伴随着美联储加息和缩表进程的深入,除大宗商品市场的价格可能因供需结构性矛盾无法短期解决而出现反复,其他资产大类的估值回落几成必然,持有美元资产的投资者要注意持仓头寸规模及可能出现的下行风险。

东方财富研究发展部相关人士指出,短期内,考虑到政策收紧预期已被充分定价,市场交易逻辑可能将转向衰退预期定价,避险需求将逐渐占据主导。因此,资产配置可优先

考虑安全性高、波动性较低的资产。

该人士提到,随着美联储进一步抽走美元流动性,对于部分经济韧性较弱、缺乏政策空间的新兴经济体来说,资金流出、本币贬值的压力仍将不断加剧。尤其是对外债压力较大、外部脆弱性强的新兴市场国家而言,主权债务违约风险将进一步加大。

光大证券则认为,由于美债收益率前期已对流动性紧缩反映得较为充分,尽管之后美联储仍处于加息及缩表的周期内,美债收益率有望见顶下行,维持回落态势。在此背景下,海外流动性紧缩对A股和港股的负面影响有望减弱。

具体来看,周茂华认为,本轮美联储加息、缩表对我国大类资产走势影响整体偏有限。在债券市场,一方面,我国经济有望加快复苏,美联储等经济体政策急转弯,全球金融环境收紧,利率中枢抬升,将一定程度限制国内利率下行空间;另一方面,国内经济处于恢复关键期,物价温和可控,稳健货币政策保持宽松格局,流动性合理充裕,有助于抑制利率过快上升。

“美联储激进加息叠加美国经济前景不明朗,市场波动加剧势必对国内市场情绪有一定扰动。但近段时间以来,国内市场明显走出独立行情,主要是中美经济、政策处于不同周期,中美股市估值也处于不同阶段,人民币资产有望走出独立行情。从国内中长期基本面与金融市场发展前景看,人民币资产有望成为全球资金避风港,具备长期配置价值。”周茂华分析。

上接B1

王洪波坦言,数字技术的快速演进为金融数字化转型注入了源源不断的活力,但数字化的广泛、深入发展也为银行机构数据资源管理带来极大挑战。

恒丰银行数据资源部相关负责人亦认为,一方面,数据标准的界定较难。数据管理涵盖数据的全生命周期,跨越不同的条线、部门、模块,

数字化转型促使数据赋能业务

近年来,银行数字化转型步伐不断加快。在此过程中,转型对数据管理亦提出了新的要求。

中国人民银行印发的《金融科技发展规划2022—2025》中确定金融行业要实现数字化转型的重要目标,提出需要完成“数据要素价值充分释放、数字化转型高质量推进、数字基础设施更加先进”等重点任务。

王洪波认为,这就要求银行从以下几个方面强化数据能力建设工作:包括提升数字化能力,制定数据发展规划;对数据进行分类分级管理,制定全生命周期管理长效机制;建立统一的数据编码规则、数据

涵盖不同的深度、广度、精度,建立统一的数据标准并满足数据的全面性、真实性、准确性、规范性和及时性有一定难度。另一方面,数据资产的盘点也比较困难。对各业务领域的数据进行盘点、分类和加工,首先要进行数据确责,厘清谁负责什么事、什么时候完成以及如何评价;其次要提炼形成匹配业务需求和营销

场景的数据规范。

“厘清数据资源是银行数据资源管理的第一步,围绕数据资源的权属和责任认定、数据资源的运营和使用、数据资源的安全共享、价值量化及考核等,都会遇到职责分工、管理模式、合规要求、利益关系等各方面的困难与挑战,应作为一个长期工程来统筹规划和应对。”

据,这些数据在不同的业务环节中又进行了什么样的加工和处理,并应用于哪些业务场景等。这也要求数字化转型环境下的数据管理不应仅关注管理本身,而应考虑不同的业务场景和数据应用,通过数据反哺和赋能业务。在这个过程中,还会面临数据共享和应用合规方面的新问题,需要管理者用数据资产化、价值化管理的新思维来管理并运营好数据。

值得一提的是,近年来,数据治理监管趋严,近期多家银行机构由于数据报送问题被罚。在“强监管”的背景下,为何银行还会频繁出现数据管理隐患?”史剑解释道。

可转债新规落地 监管意在降温市场炒作

本报记者 崔文静 夏欣 北京报道

可转债市场异常活跃。进入6月以来,永吉转债、东时转债、泰林转债等可转债更是因异常波动而被交易所重点监控。

提高准入门槛

通过提高投资准入门槛等方式减少市场“韭菜”,加大炒作者找到接盘侠的难度,从而缓解可转债炒作乱象。

可转债是指上市公司依法发行、在一定期间内依据约定的条件可以转换成本公司股票的公司债券,属于《证券法》规定的具有股权性质的证券,包括向不特定对象发行的可转债和向特定对象发行的可转债。

日前,上交所和深交所分别下发《交易细则》和《适当性通知》,对可转债投资者准入门槛、涨跌幅限制等做出调整。

在多位市场人士看来,投资者准入门槛的提高是此次调整的最大看点,亦对可转债市场影响最大。

根据最新规定,个人投资者参与向不特定对象发行可转债申购、交易的,应当同时符合下列条件:一是申请权限开通前20个交易日证券账户及资金账户内的资产日均不低于人民币10万元(不包括该投资者通过融资融券融入的资金和证券);二是参与证券交易24个月以上。

这意味着,“2年交易经验+10万元资产量”成为个人投资者参与可转债交易的必备条件,由于此前可转债交易并未设置准入门槛,这被头部券商资深保代王子哲(化名)解读为未来可转债市场的扩容速度或将大幅降低。

值得注意的是,此番对于投资者准入门槛的限制仅针对新参与投资者,已开通可转债权限且未销户的个人投资者不受此影响,仍可正常交易。这一新老投资者的区别性制度安排,可大幅降低对可转债市场流动性的影响程度。

南开大学金融发展研究院院

为有效防止过度投机炒作、维护可转债市场的平稳运行,日前,沪深交易所分别发布《可转换公司债券交易实施细则(征求意见稿)》(以下简称《交易细则》)并向市场征求意见,同时发

布《关于可转换公司债券适当性管理相关事项的通知》(以下简称《适当性通知》),自6月18日起实施。

《交易细则》对新参与投资者准入门槛提出要求,将其设定为

“2年交易经验+10万元资产量”,与目前创业板准入门槛相同。不过,这一准入门槛仅针对新申请资格的投资者,已取得可转债资格者不受此限制。此前,可转债无准入门槛要求。

多位受访者告诉《中国经营报》记者,投资者准入门槛的提高,意味着可转债投资者扩容的相对减速,这在一定程度上将带来可转债市场的降温及流动性的降低,但有助于打击可转债市场

的炒作乱象,规范可转债市场秩序,促其良性发展。不过,也有市场人士担心,《交易细则》和《适当性通知》的实施,或导致可转债市场降温过快而收益下降,从而波及部分“固收+”产品的收益率。



随着可转债市场的不断增长,投机炒作、暴涨个券的现象层出不穷,为了规范上市公司可转换公司债券交易行为,保护投资者合法权益,维护市场秩序和社会公共利益,6月17日沪深交易所分别发布《可转换公司债券交易实施细则(征求意见稿)》,包括设置涨跌幅限制、增加异常波动和严重异常波动标准、新增异常交易行为类型等。

长田利辉告诉记者,增设准入门槛是对投资者的保护,可转债市场的复杂性是高于股票市场的,需要投资者具备一定的投资经验和损失承担能力。他同时指出,准入门槛会形成对于缺乏投资经验和财富量不达标人群的排斥,虽然这种排斥的起因和动机的确在于保护。

此外,田利辉认为,增设准入门槛会相对降低市场交易量和流动性。不过,确认可转债市场上的投资者适当性是必要且重要的。

另一券商资深保代刘宏(化名)猜测,此番可转债新规的出台,源于可转债市场的过高热度与逐利炒作,旨在通过提高投资准入门槛等方式减少市场“韭菜”,加大炒作者找到接盘侠的难度,从而缓解可转债炒作乱象。

正如刘宏所言,自2018年以来,可转债持续走热。根据中信建投研报,2018—2021年,我国可转债市场年度成交额从0.4万亿元增长至15.6万亿元,复合年均增长率

高达228%。可转债新债网上申购平均中签率也在持续下行,2021年时,中签率尚在0.01%左右,目前仅为0.002%上下。

与此同时,可转债异常波动也不时出现。今年6月份以来,就有永吉转债、东时转债、泰林转债等多只可转债因异常波动而被交易所重点监控。其中,5月17日上市的永吉转债,开盘涨幅即高达50%并随之停牌,尾盘三分钟更是再度暴涨超300%,日内涨幅创近年来可转债开盘首日最大涨幅纪录。

刘宏认为,可转债异常涨幅背后多存炒作,炒作得以成行的要素之一是市场存在大量投资经验相对匮乏的个人投资者——即“韭菜”,炒作者发布利好信息,刻意拉升股价,不明就里的“韭菜”们一哄而上成为接盘侠。当可转债投资者准入门槛提高之后,新加入市场的“韭菜”随之减少,炒作者或因担心无法找到足量接盘侠从而减少炒作行为。

上市首日采取涨跌幅机制

新增涨跌幅的限制目的在于防范过度炒作,更好保护投资者利益。

除新设投资者准入门槛以外,《交易细则》还对可转债上市首日临时停牌制度作出了明确调整。

根据《交易细则》,可转债上市首日采取57.3%和-43.3%的涨跌幅机制。此前,可转债上市首日无涨跌幅限制。

与此同时,《交易细则》还确定了可转债上市首日触及盘中临时停牌的两种情形:一是盘中成交价格较发行价首次上涨或下跌达到或者超过20%,临时停牌持续时间为30分钟。二是盘中成交价格较发行价首次上涨或下跌达到或者超过30%的,临时停牌时间持续至当日14:57;盘中临时停牌具体时间以本所公告为准,临时停牌时间跨越14:57的,于当日14:57复牌。

刘宏认为,可转债上市首日投资者所持可转债大多为中签而得,筹码比较分散且持有人专业性相对不足,如若有人刻意炒作,可转债价格更易被操纵,设置上市首日涨跌幅有助于压缩炒作空间。

《交易细则》同时规定,上市次日起,可转债协商成交申报价格在前收盘价的上下20%范围内确定。

在田利辉看来,新增涨跌幅限制目的在于防范过度炒作,更好保护投资者利益。设置价格涨跌区间限制,有利于平抑当日市场非正常波动现象。倘若能够适时辨析是否存在非正常市场交易,进而及时采取有关监管举措,那么能够防止市场形成坐庄炒作等投机行为。

庄炒作等投机行为。

《交易细则》对可转债上市首日临时停牌制度作出了明确规定,实际上,早在2020年,监管即对可转债临时停牌进行了规范——涨跌幅达到前收盘价20%,临时停牌半小时,涨跌幅达到前收盘价(首日看发行价)30%,临时停牌至14:57。

田利辉告诉记者,临时停牌的目的是给予投资者冷静期,防止连续性、狂热地追涨杀跌。但是,倘若投资者并不认同追涨杀跌策略的错误,临时停牌反而会是其资金筹措和羊群聚集的窗口,开牌交易后反而出现更为猛烈的追涨杀跌。此次债券新规的出台也一定要防止为了涨跌停板而设置涨跌板,而是要将这一交易限制作为监管层发布穿透式调查结果、实施个债动态监管举措和开展投资者有效教育的契机。

穿透式监管,不应仅限于股权结构,也应应用于个债交易。需要在涨跌停板时期,明确有无庄家控盘,有无市场操纵,有无内幕交易。我国需要开展动态监管,对于个债进行监管,及时披露需要披露的信息。同时,我国必须切实开展投资者教育,让投资者明确认资本市场的价值基石所在。

针对如何进一步促进可转债市场的良性发展,刘宏建议适当放低对可转债发行企业的资质要求,让更多企业,尤其是民营企业参与到可转债发行中来。

对此,刘宏解释道:第一,可转债发行已经成为民营企业再融资困难下的迂回选择,有助于

缓解民营企业的资金难题,目前的可转债发行成本在某些方面甚至高于股票,在风险可控的范围内适当降低可转债发行人资质要求,让可转债发行者更为多元,有助于缓解更多企业的资金之渴,继而助力实体经济发展。

第二,可转债从未有过违约记录,这使得部分可转债投资者无视可转债风险蜂拥而上甚至无序炒作。当可转债发行规模降低,投资可转债不再稳赚不赔之时,可以倒逼投资者理性看待可转债,不再盲目充当接盘侠,而是更多关注可转债关联股票的质地。就像A股打新不再稳赚不赔之后投资者打新更为理智一样,当可转债投资不再稳赚不赔之时,可转债炒作乱象也将随之减少。

作为普通投资者,如何理性选择可转债?除重点关注可转债关联股票的质地以外,中信建投研报将可转债分为五大方向,并结合当下形势给出具体建议:

“金融板块方面,银行作为转债权重最大的板块,当前市场环境下更适合纯债打底的思路进行配置,建议优选高到期收益率品种;公用事业转债攻守兼备,弹性在于估值重塑、防守在于长牛属性;周期板块上游价格分歧大,建议聚焦顺周期政策的基建类转债,把握政策事件驱动;消费板块,建议优先关注食品CPI上行和消费复苏共振的养殖板块;成长板块可以从两条主线出发,即大赛道的产业链巨头和小赛道的细分冠军,核心在于景气度驱动和业绩兑现。”

政策利好引爆券商股 板块估值有望修复

板块估值探底修复

本报记者 崔文静 夏欣 北京报道

6月23日,券商股在经历一波微调后再度大涨。根据Wind数据,截至6月22日收盘,券商指数6月以来上涨6.84%,涨幅为中证500指数的近2.7倍。但在6月16日至6月22日期间,券商指数却在逐日微跌,有市场人士认为,券商作为“牛市旗手”的作用或在逐渐弱化。

《中国经营报》记者采访发现,这与券商业务结构的多元化有一定关系,随着经纪业务等高度依赖市场的传统业务对券商营业收入贡献度的降低和受市场波动影响较小的资管等创新型业务的发展,券商对市场活跃度的敏感性有所降低,“牛市旗手”作用因而有所式微。

尽管对市场敏感度降低且近日股价下调,但券商板块仍被诸多非银分析师视为尚处估值低点,从中长期投资来看,具有较好配置价值。东亚前海证券分析师倪华在6月22日发布的研报中指出:目前,券商板块在一定程度上已经具备行情发动的三大条件(经济及权益市场情况预期回暖、宽货币、行业低估值),后续即将推出的养老金政策、全面注册制政策或为引爆板块行情关键。

根据Wind数据,券商板块在上演一轮持续多日的微调后,于6月23日再度强势上涨。截至6月22日收盘,券商指数已经在5个交易日内跌去6.66个百分点,但相较于5月末,仍保持6.84%的涨幅。

券商股近日的微跌被诸多市场人士视为前轮上涨后的短暂回调,而数日前券商板块的大涨,则被看作前期券商估值至历史底部区间叠加多重利好因素所致,且这些利好因素后续大概率仍将陆续发挥作用。

安信证券非银首席分析师张经纬指出券商股的两方面利好:一方面,5月社会融资及信贷投放超预期,结合疫情好转经济复苏,券商股票质押风险暴露,券商估值随之跌至低点;而后伴随监管全

二季度业绩有望整体好转

日前,曹海峰在其发表的中国证券行业报告中,将覆盖券商2022年净利润下调8%~31%,目标价下调5%~21%。

尽管这一下调比例乍看不小,但若考虑今年一季度券商整体净利润40%~50%的降幅,曹海峰对券商下半年的走势仍持相对乐观态度。

张经纬也认为二季度券商的业绩有望整体好转。他提到,二季度以来,资本市场企稳回升,较一季度的单边下行改善明显,预计一季度导致券商业绩承压的自营业务有望实现环比修复,整体盈利改善可期。但是从全年来看,业绩压力犹存。

他同时表示,当下券商估值仍处于相对低位,并看好券商板

险偏好及交易情绪有了明显改善,这一点从成交额再破万亿也得到了体现;另一方面,资本市场改革政策利好频出,包括IPO和再融资常态化、公募基金“一参一控一牌”正式放开,科创板做市制度落地等,对券商的投行、资管、重资本业务形成利好。

券商行情方面,张经纬认为与2019年一季度时有一定相似性,二者均受益于流动性宽松和市场信心的改善,板块估值探底修复。他向记者具体解释道:2019年上涨的背景是2018年宏观经济数据走弱、外部贸易摩擦不断,导致市场持续低迷引发券商股票质押风险暴露,券商估值随之跌至低点;而后伴随监管全

块投资价值。“从中短期来看,券商股的表现与流动性及资本市场改革政策密切相关,在宽信用稳增长环境下,预期流动性保持相对充裕,同时伴随资本市场改革纵深推进,全面注册制改革等利好证券业发展的政策也将逐步落地,券商板块有望获得显著超额收益。而从长期来看,财富管理转型有望重塑券商商业模式,赋予券商成长属性,持续看好财富管理转型领先的龙头券商。”

张经纬进一步指出,从中长期来看,随着“房住不炒”以及资管产品格局显著变化,居民加大配置权益资产成为行业趋势,财富管理对券商的营收贡献会进一步扩大,且财富管理表现突出

力化解股票质押风险,财政政策发力,社会融资大超预期,市场悲观预期显著改善,从而促使券商板块在2019年一季度实现超额收益。

后续走势上,张经纬认为当前与2019年有所不同,且更为看好本轮券商行情的持续性。他分析道,一方面,经过近几年的风险出清和去方向性业务转型,目前券商的信用风险敞口、盈利能力等情况均显著优于2018年下半年;另一方面,在财富管理这样历史性的机遇下,券商估值体系有望得到重塑。他同时指出,券商板块估值有望加速分化,业务转型领先、业绩增长确定性强的券商有望获得估值溢价。

的券商会更具备投资价值。原

因在于,过去证券公司业绩具有较强的周期性特点,而财富管理转型的深化将有助于提升券商业绩的稳定性。一方面,券商的经纪、资管等轻资产业务逐步转型,根据保有量、资管规模收费,熨平市场波动对业绩的影响;另一方面,财富管理带来的机构化程度加深,进一步增强了重资本业务的确定性。

倪华对券商板块走势更为乐观。他在研报中总结道:自2010年以来,券商共经历了四轮行情(2012.1—2013.6、2014.10—2015.4、2018.10—2019.3、2020.6—2020.7),其发展是四大因素共同作用的结果。四大因素分别为:经济或权益市场走弱,后续有回暖预期;权益市场经过一季度和二季度初的大幅调整后有情绪已持续回暖;国内货币政策层面宽松;行业估值仍处于历史低点,截至2022年6月21日,10年PB估值的分位数约为8.5%。而后续将推出的养老金政策、全面注册制政策或为引爆券商板块行情关键。

西部证券也在其日前发布的研报中表示,券商板块政策利好频出,积极因素快速积累,持续看

券商股下半年能否走出上涨行情犹未可知,但其却因近期走势而被质疑“牛市旗手”作用不再。

瑞银证券A股非银金融行业分析师曹海峰认为,经纪业务等高度依赖市场的传统业务对券商营业收入的贡献度逐渐减弱,资管、衍生品等受市场影响较小的创新型业务在券商业绩中的占比提升,致使券商对市场活跃度的敏感性相对降低。

不过,张经纬表示,过去三年金融整体监管仍相对趋严,很多券商整体商业模式仍以传统经纪业务和自营为主,创新业务占比提升有限,机构业务与资管业务头部效应明显。

张经纬同时告诉记者,券商“牛

市旗手”作用不再还源于两方面因素:一方面,近几年以来,证券行业整体ROE(净资产收益率)虽有显著改善,但业务同质化严重,重资产占比显著提升,导致券商业绩弹性在一定程度上有所减弱;另一方面,

近年来伴随资本市场扩容,目前上市公司家数超过4800家,较2018年提升了35%,可标的增加导致了市场资金的分流,而热门主题的炒作也在一定程度上抢夺了市场关注度。因此各券商业绩表现和基本面的分化使得券商整体大增带动牛市的难度有所加大。

中信建投证券首席策略分析师陈果更是在朋友圈直言:“券商,早已不再是A股领先指标,而是回过神来的补涨品种。”

好券商板块配置价值。具体来看,一是社会融资数据超市场预期,宽货币向宽信用传导效果显现;

二是政策利好频出,投行业务、机构交易业务、券商资管业务等有望迎来发展机遇;三是基金公司绩效考核与薪酬管理指引发布,推动基金行业稳健发展。

在张经纬看来,当前证券行业利好政策比较密集:第一,近日,国务院表态提高资本市场融资效率,科学合理把握IPO和再融资常态化等;第二,公募基金牌照“一参一控一牌”正式放开,有望助力券商资管业务转型;第三,科创板做市制度正式落地,有助于提升市场交投活跃度,提升市场流动性和有效性;第四,全面注册制改革也有望年内落地。

业内首单科创债破冰 融资租赁试水服务实体新路径

本报记者 刘颖 张荣旺 北京报道

近日,海通恒信(1905.HK)2022年第一期科创债起息。这是融资租赁行业首单科技创新公司债券,也是首单募集资金用于支持“专精特新”企业、制造业单项冠军

融资新路径

融资租赁行业具有融资融物的特点,通过融资租赁的方式将资金注入科技型企业,符合募集科创债的资金用途。

科创债既包括由科技创新领域相关企业发行的债券,也包括募集资金主要用于支持科技创新领域发展的公司债券。

海通恒信方面介绍,科创债的前身为证监会于2017年推出的创新创业公司债券(以下简称“双创债”),双创债的发行主体为创新企业及扶持创新企业的园区经营公司和国有资本投资运营公司。为了鼓励更多的主体参与科创债发行,上交所于5月20日发布了《科创债指引》,明确发行主体为科创企业类、科创升级类、科创投资类以及科创孵化类。相比双创债,科创债增加了科创升级类主体,一方面鼓励传统企业通过技术升级提升竞争力;另一方面也鼓励融资租赁公司在内的金融机构助力企业升级现有产业结构,提升综合竞争力。

据林巧介绍,在《科创债指引》

等企业的公司债券。

此前,上海证券交易所(以下简称“上交所”)正式发布并施行《上海证券交易所公司债券发行上市审核规则适用指引第4号——科技创新公司债券》(以下简称《科创债指引》),科技创新公司债券品种正式落地。

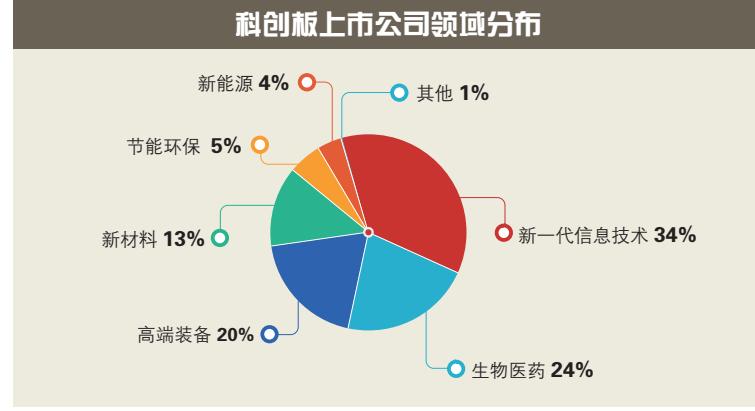
发布之前,已有12家公司试点发行了科创债。其中,发行主体多为央企、股权投资类优秀企业等,海通恒信是唯一一家融资租赁公司。海通恒信科创债的成功发行,对融资租赁企业改变原有以类信贷为主的业务模式、发挥融物属性、支持科技型企业发展有一定引导作用。

林巧指出,发行科创债要求发行人和支持科技企业发展方面有成熟的经验,海通恒信符合科创升级类发行人的属性。根据《科创债指引》,科创升级类发行人是指募集资金用于助推升级现有产业结构,提升创新能力、竞争力和综合实力,促进新技术产业化、规模化应用,推动战略性新兴产业加快发展的企业。融资租赁行业具有融资融物的特点,通过融资租赁的方式将资金注入科技型企业,符合募集科创债的资金用途,满足了科创

海通恒信方面对《中国经营报》记者表示,本次发行的科创债为信用债,主要是募集资金聚焦于“专精特新”、制造业单项冠军等科创型企业的核心设备升级改造、扩大产能,或者采购上述科创型企业的设备并

租赁给下游中小企业客户。

租赁保理行家汇秘书长林巧指出,海通恒信科创债的发行对融资租赁如何服务制造业、如何支持高技术含量的科技企业有一定的借鉴意义。



据公开资料整理

债发行的基本条件之一。

对此,海通恒信表示,通过扎根新能源、新材料、智能制造、高端装备制造、数字经济等领域,已形成了先进制造行业等科创型企业产业生态圈。海通恒信抓住“专精特新”企业和单项冠军企业等科创企业在日常经营中存在的融资难、融资贵,以及下游客户采购设备面临的资金压力等难点和痛点,探索出通过融资租赁服务这些先进制造企业的方式。

此外,《科创债指引》要求,科创升级类、科创投资类和科创孵化

类发行人,募集资金投向科技创新领域的比例应当不低于70%,其中用于产业园区或孵化基础设施相关用途比例不得超过30%。

在林巧看来,科创债资金有30%可用于补充流动资金,使用条件相对宽松,剩余70%的资金则要为科创类企业发展提供支持。

林巧指出,工信部自2018年至2021年4月,发布了专精特新“小巨人”企业名单,而“单项冠军企业”是名单中优秀的突出表现者,这些企业的评选标准可以作为科创债资金投向的参考。

打开新模式

事实上,中小融资租赁公司可以通过“租租合作”的形式与科创债发行人合作。

在林巧看来,海通恒信科创债的发行对行业有一定借鉴意义,不过其发展模式较难复制的。尤其是对中小融资租赁企业而言,虽然监管部门对科创升级类发行人主体没有评级上的要求,但是对科创投资类发行人主体要求相对成熟,需要主体评级达到AA+以上的要求。从目前已发行科创债的发行人来看,其主体评级多为AAA级。对于中小融资租赁公司来说,直接参与科创债的发行难度较大。

不过,林巧指出,这并不代表中小融资租赁公司支持科技创新企业的路径被堵住。事实上,中小融资租赁公司可以通过“租租合作”的形式与科创债发行人合作,有效利用属地化的融资租赁公司作

充分掌握本地或本园区承租人信息和资源的优势。具体的合作模式有两种。第一种是转租赁的模式,具体操作模式是中小融资租赁企业利用其本地优势,发现并服务于本地的处于成长期的科技企业。通常,这类企业还没进入专精特新“小巨人”企业的名单,由于融资租赁合同期限通常为3~5年,因此,合同期内如果该企业科技属性增强,成为符合科创债投资主体的企业,中小融资租赁企业就可以将该笔资产转让给符合科创债发行主体条件的大型融资租赁公司。

第二种是联合租赁的模式。林巧表示,中小融资租赁公司利用本地优势发现科技型企业,可以寻找有资金优势的大型融资租赁公司作

为合作伙伴,共同完成融资租赁业务。对于中小融资租赁公司而言,其可发挥的作用是发现科技型企业,与其维护好日常关系;做好租后管理,保障租期结束后良好的完成资产回收。因此,中小融资租赁公司具备发现潜在科技属性企业的能力是至关重要的。

此外,《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》指出,要发展战略性新兴产业。推动互联网、大数据、人工智能等同各产业深度融合,推动先进制造业集群发展,构建一批各具特色、优势互补、结构合理的战略性新兴产业增长引擎,培育新技术、新产品、新业态、新模式。

“这或将打开租赁行业的租投联动新模式。”林巧指出,由于股权投资类企业的特性,其更容易在早期发现具备成长性的科技型企业。因此,中小融资租赁公司如果能与此类企业资源互通、信息交换,更有利于其发现早期的科技型企业。不过,股权投资类企业具有追求成长性、投资期长、资产流动性较差、政策监管复杂、股东价值取向波动等特点,对风险的容忍度跟融资租赁不同。相比于股权投资类企业,融资租赁公司更注重现金流、产品流动性。因此,股权投资类企业选择的标的并不一定完全符合融资租赁公司的标准。二者需要在实践中寻找交集,但目前行业内对该模式仍处于探索阶段。

碳资产交易困境新解 区块链赋能碳金融

本报记者 蒋牧云 张荣旺
上海 北京报道

全国碳排放权交易市场正式启动即将满一年。当前我国的碳

提升交易效率

区块链与碳交易有哪些契合之处?在中国人民大学国际货币研究所研究员陈佳看来,作为一个原生的去中心化系统,理论上,非货币交易、智能合约等都是区块链可以大显身手的领域。碳交易的金融属性,恰好可以对应上述两项特点。原则上,区块链技术能够解决当前碳交易市场货币化不足、金融应用不深入的短板和难点,其分布式系统以及独特的激励机制对解决碳交易主体分散化、产品设计和定价难,以及合约执行力等问题有一定的帮助。

尚待基础设施建设

记者注意到,近期,中国碳中和(01372.HK)发布公告称,集团提供核证碳标准下的碳信用作为底层资产,利用区块链技术全球首次发行碳资产非同质化通证(以下简称“NFT”),支持机构、企业或个人通过平台购买碳资产NFT从而抵消相关排放,实现碳中和。

陈佳认为,用碳资产NFT替代碳资产直接交易,这种标的转换技术难度并不大。真正的问题在于NFT本身的交易风险和难题可能会传染到碳资产交易中。具体而

排放权交易市场已初步形成,但仍面临着许多交易问题需要解决,如不同市场之间的协同效应较低、碳资产的核查难度较大等。

《中国经营报》记者观察到,

近期关于“区块链+碳交易”的讨论与实践正逐步增加,技术的赋能或许为碳资产交易的困境带来新的解决思路。多位业内人士向记者表示,依托区块链可追踪、可

溯源、不可篡改的特性可以实现碳交易市场之间的互联互通,提升交易效率。但在发展初期,也必须了解的是,相关的配套设施还需要加速完善。

投资者参与。多元化主体参与有助于提高碳排放权交易市场的价格发现效率,促进市场健康发展。

对于这些问题,区块链如何赋能?张烽表示,可以尝试构建区块链交易网络来解决上述难点,具体可以包括“确权—交易—维权—处罚”全流程碳交易管理与保护机制。比如,用户在碳交易区块链网络中根据自身节点类型,提交碳配额等信息进行注册,由权威第三方证书授权机构经过核验后给用户颁发数字证书,作为网络中代表身份的统一标识。

如此一来,不同国家和地区的碳排放权交易市场,都可以对一个碳排放权注册登记系统,承担碳排放权的确权登记、交易结算和分配履约等功能。依托区块链自身的特性,也有助于明确用户或资产的身份信息。碳排放权注册登记系统一方面与排放报送系统对接,获取辖区内企业排放以及核查数据,为碳配额分配、履约提供支持;另一方面,与碳排放权交易系统及清算银行对接,提供碳资产的交易变更确权及资金的清结算服务。

NFT在境内交易存在两大核心痛点:首先,NFT依然是一种代币,因此必然受到整个币圈价格波动的影响。其次,NFT在国内只能基于非公链运营,这就造成了公链悖论,让NFT产品实际落地项目存在合法与合理两难。

不过需要注意的是,区块链与碳交易的融合尚待“东风”。陈佳指出,区块链与新兴的碳资产之间的融合对接,需要强大的金融科技和监管等配套基础设施来支持。仅就区块链市场来说,除了货币应

用之外,其他应用包括智能合约在内的基础设施投资和建设整体上还比较滞后,监管机制也尚未跟上。由于基础设施相对缺失,也确实引发了很多风险。

此外,记者从区块链以往的应用场景中了解到,区块链技术只能解决数据传递过程中的种种难点,对于数据源头的真实性问题无能为力。在碳交易中,是否也存在上述问题?

对此,欧科云链研究院高级研究员孙宇林认为,目前中国的碳交

易市场,碳配额的发放仍然由权威中心化机构来负责管理,碳交易的配额相关数据真实性也由这些权威的机构来保证。区块链在碳交易中的应用的确也只能是一种过桥应用,主要用于解决整个碳交易体系中繁冗的中间环节带来的不透明不顺畅及不公平等问题,以辅助建立一套中心化体系下高效的交易框架。不过,在张烽看来,这一问题可以结合物联网技术解决,通过基于区块链的多方数据共享、交叉验证和确认来解决核查问题。

存单质押贷再起纠纷 农商行贷款风险管理引关注

本报记者 郭建杭 北京报道

对于这一上市公司的存款划扣问题,河南卢氏农商银行方面对《中国经营报》记者表示,“涉及到的资金划扣源自存单质押贷款,划扣原因是借款企业的贷款出现资金风险,银行按照相关手续划扣担保款。”

据了解,通常开展存单质押担保业务会签署相关质押协议,如果被担保方无法履行债务偿还责任,银行可以通过存单行使权利。对于此类业务的风险,多位从业者在采访中表示,银行发放相关贷款时,除了核验贷款企业流水和经营情况外,还需核验质押存单的资金来源是否存在风险。

近日,上市公司*ST紫晶(688086.SH)发布公告称,其在河南卢氏农村商业银行股份有限公司(以下简称“卢氏农商行”)的近1亿元存款被无故划扣,并被拒绝办理银行UKEY挂失及资金转账事宜。根据*ST紫晶公告,目前已经向河南省三门峡市中级人民法院提起诉讼。

质押担保引发诉讼

对于这笔资金划扣的原因,卢氏农商银行以及*ST紫晶双方均认为是与存单质押担保相关。

根据*ST紫晶公告内容可知,其在卢氏农商行开设多个账户并先后存入8500万元定期存款。2022年3月,卢氏农商行分次划扣其存款合计9868.39万元。此后,尽管双方进行了交涉,但卢氏农商行拒绝为*ST紫晶账户中剩余的924.15万元办理资金转账,同时还拒绝办理银行UKEY挂失等事项。

*ST紫晶在公告中表示,就卢氏农商行拒不办理银行UKEY挂失及资金转账业务事宜,已经向河南省三门峡市中级人民法院提起诉讼,要求被告返还1.08亿元(暂计)并支付利息,同时承担诉讼费用、保全费用。目前,案件已受理尚未开庭审理。

对于这笔资金划扣的原因,卢氏农商银行以及*ST紫晶双方均认为是与存单质押担保相关。

*ST紫晶在《关于公司提起诉讼的公告》的补充公告中提到,“经自查发现,公司以卢氏农商行定期存款单存款对三门峡森语房屋信息咨询有限公司等十家公司提供担保,合计担保金额8500万元,合计贷款金额7670万元,上述担保未履行公司决策程序及信息披露义务。”“上述定期存款划扣事项与公司披露的

上述存单质押担保相关”。

而对于划扣资金的原因,卢氏农商行方面也提到了存单质押贷款的资金风险。

根据*ST紫晶此前的年报,该公司作为担保主体,曾为多家注册地在卢氏县的企业进行了担保。而在此次涉及卢氏农商行的事项中,*ST紫晶以“存单质押—流动资金贷款”的担保形式为10家企业提供了担保。其中包括卢氏县兴伟企业信息管理服务有限公司、卢氏县博远企业管理有限公司、三门峡森语房屋信息咨询有限公司、卢氏县盛世佳建筑劳务输出有限公司、卢氏县一格装饰工程有限公司、卢氏县鑫胜实业有限公司、卢氏县碧绿源农业开发有限公司、卢氏县宏图装饰工程有限公司、卢氏县碧峰农业科技有限公司等。

值得注意的是,以上公司工商登记的联系方式有多个重合,社保缴纳人数均为0。随后,记者根据企业公布的工商登记电话,分别联系了卢氏县兴伟企业信息管理服务有限公司、卢氏县博远企业管理有限公司、三门峡森语房屋信息咨询有限公司,但对方均表示不是该公司人士,并不清楚公司的运营情况。

“存单质押不因噎废食”

对于存单质押引发的金融机构与企业客户的纠纷,业内专家在采访中表示,从银行角度来看可能也存在一些管理缺陷和漏洞,比如票据业务出现了操作不规范、有章不循、内控失效等问题。

有律师对记者表示,由于诉讼尚无结果,因此暂无法发表意见。但质押权利的所有权、真实性、合法性存在问题会导致无效质押的风险,其中,质押存单的资格是否合法有效最为关键。

对于存单质押的合规情况,*ST紫晶曾公开表示,“经公司向实际控制人之一、董事长郑穆确认,上述违规担保事项系其本人授意安排完成,相关程序未履行法律法规及公司章程规定的审议或信息披露义务”。

国浩律师事务所天津办公室律师曹会杰认为,在其接触过的金融机构存单质押案件中,也曾出现过设定质押的时候存单虚开但质押行为仍然有效的情形。最终,涉案的存单质押合同被认定为有效。

若诉讼结果为解除担保质押,且*ST紫晶不承担相关债务,是否会造成本行的贷款损失?对此,卢氏农商行方面未回应该问题。

而*ST紫晶则在《关于公司提起诉讼的公告》中提及诉讼结果的影响时称,“本次案件如公司胜诉,可全部或部分收回对应存单金额,对公司的日常经营活动产生积极的影响;如公司败诉,则导致已被划扣的资金无法收回,相关账户出现资金减少的情况,可能造成公司确认预计负

债和损失,可能引发影响公司日常正常经营的风险。公司目前无法预估相关诉讼对损益方面的具体影响金额,敬请投资者注意投资风险。”

对于存单质押引发的金融机构与企业客户的纠纷,业内专家在采访中表示,从银行角度来看可能也存在一些管理缺陷和漏洞,比如票据业务出现了操作不规范、有章不循、内控失效等问题。

早在2021年11月,银保监会对于个别商业银行第三方存单质押承兑汇票案件,派驻监管工作组开展现场调查和督导,并要求涉事银行总行同步进驻相关分支机构,对相关票据业务开展全面风险排查。

多位从业者认为,存单质押贷款业务优势明显,贷款额度较高且灵活性强,存单质押贷款可以贷到存单金额90%的额度,部分银行可以贷到95%,使用存单质押贷款可以帮助用户在不损失利息的情况下灵活进行资金周转。“对于此类业务不能因噎废食,因机构偶发事件而影响此类业务对行业的整体影响。”



以全球视野应对多元化传承需求

访德意志银行(中国)有限公司总行副行长彭彦杰

本报记者 张漫游 北京报道

经过改革开放40余年的发展，中国“创一代”到了考虑“交棒”的时刻。怎样进行权杖交接和财富传承，已经成为企业家们要直面的问题。

财富传承要注重系统性风险和内生性风险

高净值客户更加注重增强资产的抗风险能力、抗通胀能力，积累资源从而掌握更多主动性。

《中国经营报》：后疫情时代，高净值客户对于财富管理的需求有何新的变化？

彭彦杰：后疫情时代，人们的生活方式、财富管理理念正在悄然重塑，疫情给每个人最直观的感受就是健康无价，无论是身体健康，抑或是心理健康，所以未来财富管理的重要一环是要为个人或家庭有针对性地提供一份优厚的健康保障，提高健康保障水平，解决后顾之忧。

与此同时，全球经济复苏的不确定性增加，而经济变局的序幕已经开启——美联储加息缩表以遏制不断攀升的通货膨胀、地缘政治导致全球供应链调整、持续蔓延和变异的新冠肺炎疫情持续冲击全球经济……这些因素不断叠加令财富管理的难度加大。高净值客户更加注重增强资产的抗风险能力、抗通胀能力，积累资源从而掌握更多主动性。

在这种趋势下，我们看到高净值客户对ESG产品、慈善金融及财富传承三方面有一些新的需求变化。

投资ESG产品已成为全球潮流。ESG产品普遍更透明，波动相对较低，对风险管理也较为有效，所以获得了更多高净值客户青睐，高净值客户对这些领域有着浓厚的投资兴趣。他们愿意在实现财务回报的同时，为社会做出贡献，也为支持中国绿色产业的发展贡献一臂之力。慈善金融是另一大趋势，更是财富管理机构的使命。

财富管理必须是负责任的金

针对家族财富传承需求、外资银行在财富传承业务领域的差异、高净值客户财富管理趋势等问题，《中国经营报》记者专访了德意志银行(中国)有限公司总行副行长、德意志银行财富管理北亚区董事总经理及国际私

人银行财富管理中国区总经理彭彦杰。

彭彦杰表示，财富管理是生命周期管理结合个人、家庭及事业三维度的综合考虑并且充分考虑传承及社会责任，也追求精神财富。他强调，外资银行要增强

“全球一站式服务”的理念，把成熟的管理机制和专业经验持续带入中国，结合个人、家庭、事业三位一体的综合方案，让更多的中国民营企业家及其公司在全球业务布局上享受全方位的金融服务支持。



彭彦杰

德意志银行(中国)有限公司总行副行长

彭彦杰：财富传承有很多工具可以选择，值得注意的是，这些工具都是组合拳。如何通过组合拳把财富传承的效用发挥到最大，是值得每一个高净值人士思考的问题，也需要听取财富管理人员的专业意见。

例如，人寿保险是遗产安排的重要工具。在财富传承过程中，最关键的是为后代留下充足的资源，减少不必要的税收支出，保护指定受益人的资金获取资格，合理安排好非遗产性资产的继承，可提前传承，且保有控制权。

信托已成为海内外财富传承的重要工具。根据日前发布的《2021年家族财富管理与家族办

公室行业洞察白皮书》，多家机构在调研中表示，受疫情影响，超高净值客户对保障财富安全、尽早落实财富传承安排的必要性和紧迫性的认识正不断深化，推动了2020年家族信托业务的快速发展，同时，选择家族信托的客户身份更为多元化、年龄结构更趋向年轻化。实践中，保险和信托可以有机结合，帮助客户实现财富传承。这些财富管理工具有何不同？优缺点如何？针对个人、家庭和企业的不同时间节点，如何规划这套组合拳？这些是每个财富管理机构应做好的重要职责。

彭彦杰：与时俱进是对财富管理机构的一大要求。宏观环境、行业趋势、客户特点在不断发生变化，这对银行等财富管理机构的服务内容和服务水平也提出了新要求。

高净值新贵喜欢尝试新事物、新行业，财富管理机构需要了解新事物、新行业的特点和趋势，过去是否有可以借鉴的经验和教训，以更高、更远、更前瞻的视角，提供有价值的参考建议。

高净值新贵成长于经济腾飞的时期，尚未经历完整的经济周期，根据过往经验，不同经济周期中的资产配置应该遵循何种原则才能使资产更抗通胀、更抗风险，这些都是财富管理机构需要掌握的重要内容。

高净值新贵更喜欢电子化，这对财富管理机构的电子化水平也提出了一定的要求。还有财富管理新贵对艺术、博物更有兴趣，财富管理机构可以相应拓展另类投资品供其参考。

此外，这些高净值新贵成长于

把成熟的管理机制和专业经验持续带入中国

众多国际领先的外资资产管理机构在中国已经落户，且将持续加大投资。

《中国经营报》：面对财富家族的传承需求，财富管理机构需要具备哪些素质？

彭彦杰：财富管理机构可为客户提供专业前瞻的政策解读，针对宏观环境变化，需要高净值人士紧跟商业动态和行业发展变化，了解国家政策风向，力求在信息更新的浪潮中不断学习进取。

财富管理机构拥有全面的KYC(了解你的客户)能力，是帮助客户更好应对财富传承内在挑战的首要前提，这样才能更深度地挖掘客户需求。比如一位企业主年纪比较大，财富管理机构通过KYC，发现这个企业主的下一代不适合接班，或者是没有意愿接班，那么在这个时候，财富管理机构有机会协助客户售卖股权，帮助客户配置更多元的产品，实现财富传承。这是一个综合的财富管理概念。如何选择恰当的财富传承时机并在关键节点上做出不同的财富传承安排？遗嘱、保险、信托等财富管理工具如何选择、组合？这对财富管理机构的专业能力是一大考验。

《中国经营报》：外资银行在助力家族传承方面经验丰富。但在中国市场，外资银行的一套方法是否还适用？外资银行在助力中国企业家族传承的过程中，要做出哪些改变？

彭彦杰：中国经济实力快速提升，中国金融领域对外开放不断释放利好，根据“十四五”规划，中国将持续推进高水平对外

开放，开拓合作共赢新局面，促进内外资企业公平竞争，这显著增强了中国市场对外资机构的吸引力。实际上，中国业务的发展规划对全球主要外资机构而言，都处于非常核心的战略地位，众多国际领先的外资资产管理机构在中国已经落户，且将持续加大投资，外资银行的发展迎来黄金窗口期，同时机遇与挑战并存。

外资银行在国际市场的历史比较悠久，应该把成熟的管理机制和专业经验持续带入中国，比如投资顾问模式、KYC(了解你的客户)、KYP(了解你的产品)、资产配置、SAA(战略资产配置)、TAA(战术资产配置)等，为中国金融领域改革再添助力，这样才是负责任的定位。

外资银行应继续以客户为中心，提升供给端的产品规模及数量，给中国金融消费者提供更多产品和服务选项，帮助中国金融消费者进行全球资产配置，满足客户多元化产品需求。外资机构应该用发展的眼光看问题，不拘泥于历史经验，围绕当下和未来客户多元化的需求而抓紧布局。

近期德意志银行集团的中国国际私人银行财富管理部协同投资银行部及企业银行部，成功协助一家中资民营企业在境外发行企业绿色债券。该笔绿色债券成功发行后，德意志银行集团的中国国际私人银行财富管理部在深度了解客户个人、家庭和企业的综合需求后，协同跨部门项目组

引导长期投资 理财公司瞄准“专精特新”

本报记者 张漫游 北京报道

了17只。

《中国经营报》记者在采访中了解到，由于“专精特新”企业大多历史较短、业务较新、股价波动较大，对发行机构的要求较高，发行机构需要对市场和投资标的进行更加深入的研究和挖掘。业内人士谈到，“专精特新”企业是持续提高我国科技发展质量、效益和全要素生产率的主力军，从投资的角度来看，投资“专精特新”企业赚的是时代贝塔的钱，也是理财公司看好“专精特新”主题策略并陪同优质企业一起成长的初衷。

开辟“专精特新”理财新赛道

近日，工业和信息化部发布通知称，第四批专精特新“小巨人”企业申报和第一批专精特新“小巨人”企业复核工作正式启动。

与此同时，金融机构对于“专精特新”企业的支持力度也在不断提升。随着北京证券交易所的设立，“专精特新”主题理财产品也应运而生。

日前，中银理财—专精特新启航打新策略混合类(封闭式)2022年13期，以及交银理财稳享固收增强2年封闭式1号(“专精特新”主题)两只理财产品结束募集。

截至6月23日，市场上共有17只“专精特新”主题产品存续。参与发行的机构有中银理财、招银理财、交银理财，其中中银理财发行的产品有15只。

记者从中银理财方面了解到，该公司持续加强“专精特新”领域投资机会的挖掘，响应国家产业政策，支持相关企业发展，目前已投资160余只“专精特新”主题股票。“‘专精特新’主题理财产品进一步体现了对相关投资领域的偏好，也更加注重与其他投资机构的合作，并采取更有针对性的资产配置与风险管理方案，力争实现收益弹性与净值稳健的平衡。”

招银理财方面称，公司推出

警惕市场波动和企业经营波动风险

“年初以来，由于地缘政治冲突、国内疫情扩散等因素带来全球通胀压力上行以及国内稳增长压力加大，A股市场也经历了短期快速下跌。目前市场短期的冲击已经得到修复，正逐步建立新的平衡。在这过程中，我们建议立足于长期方向、逐步布局调整充分的优质资产。”交银理财相关负责人指出，4月底以来，“专精特新”相关指数取得了20%以上的涨幅，也充分印证了市场对于该方向长期价值的认可。

“专业化、精细化、特色化、创新型”的“专精特新”公司，是以解决关键核心技术“卡脖子”问题为导向，持续提高我国科技发展的质量、效益和全要素生产率的主力军。因此，交银理财分析称，从投资的角度长期来看，“专精特新”公司赚的是时代贝塔的钱，这也是他们看好“专精特新”主题策略并陪同优质企业一起成长的初衷。

中银理财方面坦言，“专精特新”企业代表着我国经济转型的方向，具有更加广阔的成长空间，但由于相关企业大多处于成长期，其资产价格往往波动较大，北京证券交易所等市场对投资者也有一些要求，整体投资门槛较高。

招银理财方面指出，公司发行的“专精特新”理财产品是权益直投产品，风险等级为PR5类，属于高风险理财产品。

“发行‘专精特新’理财产品，主要难点在于‘专精特新’企业大多历史较短、业务较新，

股价波动较大，需要对市场和投资标的进行更加深入的研究和挖掘。”记者从中银理财方面了解到，该公司围绕“专精特新”企业和战略新兴行业加强了研究力量投入，实现了对主要投资方向的常规覆盖以及重点投资标的的密切跟踪，也有一批各具特色的买方和卖方投研资源支持。“在此基础上，我们会根据理财客户的偏好进行资产配置和风险管理，注重投资组合的分散度，进退有序地尝试市场机会。”

招银理财方面亦提示称：“由于我司发行的‘专精特新’理财产品为PR5级别高风险理财产品，风险主要体现为产品可能随市场波动导致净值波动较大，市场整体下跌期间，产品净值也可能回撤较大。从产品的操作角度，会在行业和个股上尽量做到均衡配置，并且更加注重安全边际和估值保护，在有条件的情况下利用衍生品进行对冲操作。”

“‘专精特新’产品的风险主要体现在市场波动风险和企业经营波动风险。中银理财一方面在资产配置层面灵活配置债券、非标准化债权等固定收益类资产，通过股指期货对冲等方式降低波动风险；另一方面在股票投资上既注意通过分散投资避免个股极端风险，也注重发掘重点股票的超额收益，使得客户在风险相对可控的情况下分享‘专精特新’企业的成长红利。”中银理财方面表示。

压降套保成本 银行援手企业外汇避险

本报记者 秦玉芳 广州报道

疫情影响下,如何降低中小微企业外汇套保成本越来越受到监管

外汇套保压力上升

中小微企业汇率套保成本高,成为阻碍中小微企业实现汇率风险中性管理的重要因素之一。

上半年随着人民币汇率双向波动弹性增强,企业开展套期保值以规避汇率风险的需求明显增多。

一般来讲,外贸型企业出口订单主要是以外币结算的,在签订订单、采购原材料、货物交付、清算结汇等周期内,容易出现汇率差,存在汇率风险敞口。因此,企业往往需要通过即期、远期、掉期等金融工具锁定汇率,进而实现汇率的套期保值。

上市公司披露的公告显示,二季度以来有近200家企业发布开展套期保值业务的相关公告。不少上市公司在公告中表示,出口订单多以美元作为结算货币,存在较大的美元风险敞口,当汇率出现较大波动时,汇兑损益对公司的经营业绩会造成较大影响;开展外汇套期保值业务,从而有效规避和降低外汇市场风险,减少汇率大幅度波动对公司生产经营造成的不利影响。

中国银行研究院博士后吴丹认为,当前国际市场仍然存在较大不

和金融机构关注。二季度以来,广东、江苏、福建等多地接连出台政策举措,引导金融机构完善产品、引入保证保险机制等,降低中小微企业

不确定性,美联储已于当地时间6月15日宣布加息75个基点,为近四十年来力度最大的加息幅度,这将对下半年人民币汇率走势造成一定程度的贬值压力。“对此,一方面企业要维持汇率风险中性理念,可积极寻求外汇避险工具,减少汇率波动损失。另一方面,充裕的外汇储备规模下,我国仍有较大的宏观审慎调节政策空间,应积极引导市场保持理性合理预期,贯彻落实稳外贸政策有序进行,助力国内经济金融市场平稳运行。”

某国有银行广州分行公司业务人士向《中国经营报》记者表示,在企业日常经营中,从签订合同到收付货款再到结售汇的过程中,一般都有几个月甚至更长的时间周期,其间如果汇率波动较大,会对企业经营产生影响,甚至严重影响企业的主业发展。

在此背景下,企业汇率风险管理面临的问题也愈加凸显。农业银行广东省分行指出,企业在汇率风险管理

套保成本。

近期,不少银行加大企业外汇汇率套期保值业务的布局力度,针对中小微企业实际需求制定个性化

套期保值避险方案,包括知识产权质押、专项授信等符合中小微企业业务特点的套保产品正在加速上线。



企业要维持汇率风险中性理念,可积极寻求外汇避险工具,减少汇率波动损失。 本报资料室/图

上存在两方面问题:一方面,虽然监管机构及银行近年来持续宣导“汇率风险中性”理念,但部分企业仍抱有侥幸心理,存在“赌汇”现象;另一方面,相较于即期结售汇,企业财务管理人员对于衍生品理解不够深入,部分企业未制定汇率风险管理制度以及配备专职汇率风险管理人员,因此这类企业更倾向于采用即期结售汇而非套保的方式节约管理成本。

中小微企业汇率避险难题更受关注。“与大企业相比,中小微企业的汇率风险管理能力差,在当前的环境下面临更大的挑战。比如有的外贸型

企业订单散,回款时间不确定,要通过锁定结汇汇率的途径管理汇率风险很难,还有些中小微企业缺少专业的财务人员进行账务处理。”上述国有银行广州分行公司业务人士表示。

此外,中小微企业汇率套保成本高,成为阻碍中小微企业实现汇率风险中性管理的重要因素之一。人民银行广州分行认为,企业通过银行办理外汇套保业务时,需要向经办银行缴存一定的保证金,而且需获得银行的授信额度,这是当前企业尤其是中小微企业不愿开展外汇套保业务的“痛点”所在。

中小微企业汇率避险难题更受关注。“与大企业相比,中小微企业的汇率风险管理能力差,在当前的环境

重点降低企业汇率套保成本

商业银行纷纷发力,聚焦中小微企业外汇汇率套期保值产品供给和成本压降问题。

国家发改委、人民银行等部门近日联合印发通知指出,支持中小微企业加强汇率风险管理,鼓励企业使用多元化外汇避险产品,鼓励银行为中小微企业提供精准服务。

国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春英在日前举行的新闻发布会上表示,多措并举服务企业汇率风险管理:一是丰富人民币对外汇衍生品种类;二是扩大合作办理人民币对外汇衍生品业务范围,让金融机构更好服务中小微企业在内的企业;三是支持中国外汇交易中心完善银企外汇交易服务平台;四是降低企业的外汇套保成本。

王春英透露,预计中国外汇交易中心今年将对中小微企业约2.3万亿元外汇套保相关交易免收1100多万元的手续费;同时联合有关部

门和金融机构减少外汇套保保证金占用,截至4月末,节约保证金占压大概1亿元。

各地监管机构也在加快引导金融机构助力中小微企业汇率风险管理。外汇局广东省分局表示,积极做好企业汇率避险服务工作,加强对辖内金融机构的指导,大力优化企业套保环境,推动形成银行、保险、担保机构广泛参与的汇率避险“几家抬”机制,有效解决企业“不愿办、不会办”难题。

外汇局福建省分局也宣布,聚焦中小微企业汇率风险管理难题,完善汇率风险管理服务,精准帮扶企业积极规避汇率波动风险,有力支持稳住福建外贸外资基本盘;组织银行机构开展中小微企业外汇套保首办拓户专项行动,以从未办理

过外汇套保的企业为服务重点,鼓励银行机构在降门槛、降成本、促便利等方面集中发力,引导中小微企业培养主动套保意识,逐步学会运用外汇衍生品管理汇率风险。

与此同时,商业银行纷纷发力,聚焦中小微企业外汇汇率套期保值产品供给和成本压降问题。

中国银行河源分行推出知识产权质押外汇套保业务,企业以知识产权质押,可以免保证金、免担保、免其他有形资产质押办理远期结售汇业务;兴业银行中山行为出口敞口大的企业出具基于美式期权的避险方案等。

农业银行广东省分行也表示,针对降低企业汇率风险管理成本方面,该行积极推进产品及服务线上化,通过提供网(掌)银远期结售汇、网银挂单等服务,降低企业汇率风

险管理“脚底成本”。

外汇局广东省分局还透露,为了降低企业套保成本,鼓励保险机构参与风险承保,由政府部门建立企业白名单,保险公司无偿对名单内企业远期结售汇业务履约风险承保,银行凭保险合同对企业进行专项授信并办理免保证金的远期套保业务。

“目前,该项业务已在肇庆地区试点,最大特点是保险公司免收保费、银行免收保证金,双管齐下支持企业开展套保业务。目前,我们已在试点地区收录中小微企业1145家,这些企业都可以按此种模式开展套保业务。”外汇局广东省分局介绍。

外汇局广东省分局负责人表示,当前市场主体对人民币汇率波动的适应能力不断提升,汇率风险中性意识继续增强,企业套保比率稳步增长。

理财产品隐匿洗钱风险 银行提升管控力度

本报记者 王柯璇 北京报道

近日,《中国经营报》记者注意到,招商银行发布通告称,将更新招商银行以及招银理财产品说明书。

条款加码 主动防控风险

近日,招商银行和理财子公司招银理财拟对分别作为管理人的《理财产品说明书》“重要须知”中的条款进行了补充。

从补充的具体内容看,若投资者或重要关联方存在以下几种情况,销售服务机构及管理人有权单方对投资者采取拒绝开户申请、限制交易、停止支付及终止账户业务等一项或多项措施。一是提供不实、不完整或者无效的身份或交易信息;二是未及时更新身份证明文件;三是投资者或投资者账户、投资

者重要关联方出现异常或涉嫌洗钱、恐怖融资;四是投资者或投资者交易、投资者重要关联方或其交易涉及联合国、中国等国际组织或国家发布的监控名单或者制裁事项;五是投资者或投资者重要关联方在使用金融服务中出现其他违反可适用法律法规的情况等。

央视特邀嘉宾、上海市华荣律师事务所高级合伙人孙毅律师认为:“近年来,监管部门对银行反洗钱一直很重视,此次条款的增加是银行及其理财子公司在反洗钱背景

业内人士分析认为,这意味着商业银行及其理财子公司正在加强反洗钱力度。据了解,理财子公司成立后,业务系统和数据与母行隔离,此前由母行业务系统和反洗钱系统承担的工作也由理财子公司全面承接,理财子公司也成为反洗钱风险体系的重要参与者。未来,银行理财子公司还需要不断进行人员、系统、培训等各方面能力的提升。

业内人士分析认为,这意味着商业银行及其理财子公司正在加强反洗钱力度。据了解,理财子公司成立后,业务系统和数据与母行隔离,此前由母行业务系统和反洗钱系统承担的工作也由理财子公司全面承接,理财子公司也成为反洗钱风险体系的重要参与者。未来,银行理财子公司还需要不断进行人员、系统、培训等各方面能力的提升。

“对于一些关联方较多、关联关系较为复杂的企业投资人以及部分持有境外资本的相关企业投资人来说会有较大的影响。”孙毅表示,“需要这些投资人在投资前主动把控企业内部以及关联企业等一系列相关风险,对于企业涉及的相关资金流通的合法性以及其他合规性的要求明显提高,投资者在投资过程中承担了比之前更大的风险与责任。”

值得注意的是,根据公告,招商银行更新条款中的“重要关联方”包含“法定代表人、授权签字人、实际控制人、受益所有人、重要投资人、重要被投资人、重要债权人、被控制

实体等”。也有业内人士认为,重要关联方或涉及热衷于购买理财产品的上市公司。

“对于一些关联方较多、关联关系较为复杂的企业投资人以及部分持有境外资本的相关企业投资人来说会有较大的影响。”孙毅表示,“需要这些投资人在投资前主动把控企业内部以及关联企业等一系列相关风险,对于企业涉及的相关资金流通的合法性以及其他合规性的要求明显提高,投资者在投资过程中承担了比之前更大的风险与责任。”

值得注意的是,根据公告,招商银行更新条款中的“重要关联方”包含“法定代表人、授权签字人、实际控制人、受益所有人、重要投资人、重要被投资人、重要债权人、被控制

实体等”。也有业内人士认为,重要关联方或涉及热衷于购买理财产品的上市公司。

“对于一些关联方较多、关联关系较为复杂的企业投资人以及部分持有境外资本的相关企业投资人来说会有较大的影响。”孙毅表示,“需要这些投资人在投资前主动把控企业内部以及关联企业等一系列相关风险,对于企业涉及的相关资金流通的合法性以及其他合规性的要求明显提高,投资者在投资过程中承担了比之前更大的风险与责任。”

难点仍存 重视科技手段

随着银行理财子公司陆续成立,反洗钱成为其需要承担的重要工作。去年8月央行发布的《金融机构反洗钱和反恐怖融资监督管理办法》完善了反洗钱义务主体范围,增加网络小额贷款公司、银行理财子公司等反洗钱义务主体。

记者也注意到,今年以来多家银行理财子公司对反洗钱岗位招贤纳士,如浦发银行理财子公司、兴业银行理财子公司2022年公开招聘中都涉及反洗钱岗位。

业内人士分析认为,作为反洗钱的新晋金融机构主体,如何识别隐藏身份、挖掘关联关系、掌握交

易网络,是银行理财子公司反洗钱工作的重点。

方达律师事务所资深律师、国际认证反洗钱专家(CAMS)汪灵罡表示:“商业银行已经付诸巨量资金和人力资源在积极提高反洗钱反恐融资的风险管理水平,但仍存在一些不足,主要困难还是基层网点的业务考核压力大、可疑交易监控与分析需要相关工作人员经年累月才能积累经验、掌握技能、人才培养严重不足、专业软件服务水平不高等。对于理财子公司等金融机构反洗钱能力的提升,需要从人员、系统、培训等各

方面入手。”

孙毅认为,在加强反洗钱能力方面,银行理财子公司应制定风险监管措施,进行洗钱风险评估;强调全过程贯彻评估洗钱风险;设立专门部门开展反洗钱监管工作,明确职责;建立和完善相关信息系统,信息共享、开展客户尽职调查等。

对银行理财子公司而言,反洗钱工作也存在一定难点。孙毅表示:“在客户身份识别方面,由于现在理财子公司的客户不仅包括自然人,还包括非自然人,这就需要两套识别客户身份的标准,客户身

份识别难度较大,身份识别信息的获取难度也会变大。此外,资金来源风险方面,理财子公司筹集资金过程中要防范洗钱风险,以避免资金来源于赃款赃物,导致理财产品可能被犯罪分子作为洗钱的工具,或者被涉黑涉恶的企业利用。”

此外,运用金融科技手段加强反洗钱工作力度也被重视。“理财子公司应当注重搭建自身的信息化业务系统和电子化风险防控体系,具体可采取搭建数据库等方式,确保客户信息在业务系统的准确唯一以及数据存储和调用的稳定性。”孙毅如是说。

金融创新赋能

农行绿色信贷超2.2万亿元

本报记者 杨井鑫 北京报道

乡村的振兴离不开产业的发展,产业的兴旺往往离不开绿色信贷的支持。在落实中央一号文件、全面推进乡村振兴的过程中,农村乡镇基建、农村产业发展、农村生态环境治理等绿色项目也成为银行信贷投放的一个重要增长点。

据《中国经营报》记者了

产品创新提速

嘉兴南湖是中国革命红船的起航地。漫步在南湖边,绿树成荫,一步一景,然而这样的美景在几年前是另一番景象。据了解,南湖常年水面面积0.52平方公里,是嘉兴市各主要河流蓄泄的枢纽。随着城市化加速推进,湖体生态遭到一定破坏,加之四通八达的河流汇聚让南湖水中聚集了大量细小泥沙,难以沉淀,使得水质浑浊,水体透明度不足30厘米。

2020年,嘉兴全面启动“南湖生态环境修复工程”项目,实现南湖水质、生态及景观的全面提升。

农行浙江嘉兴分行了解到项目情况后,利用该行特色信贷产品“生态修复贷”,为其量身定制服务方案,提供了4.2亿元的资金支持。

在农行的资金支持下,“南湖生态环境修复工程”项目快速推进,完成微地形改造、沉水植物试种,实现了每日20万吨清水入湖。目前,南湖区域水质主要指标达到三类,水体透明度提升至1米。

除了水资源的保护之外,土地的综合治理也是绿色信贷投放的一个重要方面。在浙江桐乡濮院镇的新联村,早前村里耕地碎片化、土地资源利用低效化、生态质量退化等问题日益突出。

2020年,濮院镇政府启动“运河全域土地综合整治与生态修复工程”项目,总投资5亿元,拟对包括新联村在内的6个行政村的3915亩土地进

行复垦平整及高标准农田建设,对涉及的1113户农户进行宅基地征迁,并对农村河道、道路等进行改造修复。同时,根据规划,濮院镇拟通过该项目打造包括千亩粮经示范基地、千亩葡萄示范基地、精品茭白生产区等功能区在内的现代农业示范区。而示范区建成的基础,是包括田间工作道路、农田灌溉及水利设施在内的1951.65亩高标准农田的建设。

记者了解到,农行浙江嘉兴桐乡支行以该行“土地综合整治”贷款为切入,为其提供相应的融资方案,2021年初成功为项目授信3.5亿元,目前已全部完成投放。

“原来没有这么规划的时候,村里的农田东一块西一块,看起来乱七八糟的。”村民潘先生表示,如今则是一片片“田成方、路成网、渠相连”的广袤农田和一幢幢排列整齐的住宅楼尽收眼底。

农行方面介绍,该行在信贷政策和资源上持续加大对生态种养殖、林业循环经济、种质资源保护等绿色农业全产业链支持,积极支持森林、草原生态和动植物资源保护,自然保护区、国家公园建设和保护性运营,以及河湖湿地保护等项目,出台支持青藏高原生态屏障区、长江重点生态区、黄河重点生态区、海岸带等国家重点生态功能区建设的专项政策。去年以来,农行生态环境领域贷款年增速接近40%。

绿色信贷持续快增

农行数据披露,截至2022年5月末,该行绿色信贷余额超过2.2万亿元,其中县域绿色贷款8000亿元,基础设施绿色升级贷款9000亿元,清洁能源领域贷款6000亿元。对比农行2021年年报披露绿色信贷总额1.98万亿元的规模,今年前5个月银行信贷增长大约为2200亿元。

农行方面称,该行聚焦农村能源转型、绿色产业发展、农村生态环境和基础设施建设等重点领域,加快林权、农业碳汇等产品和服务创新,加大差异化政策倾斜,以绿色金融推动乡村振兴与绿色发展深度融合。截至目前,农行县域绿色贷款已超过8000亿元,重点支持了一批农村清洁能源、绿色农业、生态旅游、环境保护和污染防治等项目,经济和生态效益明显。

围绕绿色产业发展和传统产业升级,农行则加强了对环保装备制造、新能源车船、新材料、信息技术等新兴产业以及能源、有色、钢铁、化工等国民经济支柱行业节能改造和转型升级的服务力度,创新性地推出了合同能源管理未来收益权、碳排放权、排污权等环境权益质押类融资产品。据介绍,去年以来,农行节能环保和清洁能源领域贷款年增速达到70%。

此外,在基础设施绿色升级、生态环境治理等方面,农行

也加大了产品创新的力度,将金融服务实体经济、乡村振兴和“双碳”目标有机结合,打造可持续的发展模式。

“在中国经济发展向绿色转型时,引导资金流向绿色经济和绿色产业是关键。虽然目前中国银行业的绿色信贷规模已经在世界上排名居首,但是金融产品的丰富性还有待加强,通过创新获得同业优势抢占市场,也将是银行进一步发展的机会。”一家券商银行业分析师称,绿色信贷的风险评估体系正在逐渐完善过程中,部分商业银行已经通过创新突破了传统固定资产抵押的方式进行授信。

了解到,目前商业银行在绿色信贷的投放规模上持续高速增长。央行数据显示,今年一季度末,我国本外币绿色贷款余额18.07万亿元,同比增长38.6%,高于各项贷款增速27.6个百分点。6月11日,江苏省地方金融监管局披露数据,一季度该省绿色信贷余额1.95万亿元,同比增长49.06%。广东银保监局于近日也披露,一季度辖区内主要银行机构绿色信贷余额1.23万亿元,同比增长43.36%。

“绿色信贷增速在不断加快,这反映出绿色信贷市场的需要巨大,市场主体均有迫切的绿色转型资金需求,而银行绿色信贷业务也逐渐成为信贷业务的重要增长点。”上述券商分析师称。

头部券商增持 基金公司股权密集变更

本报记者 易妍君 广州报道

新的监管要求下,公募基金公司控股股东变动的案例开始增加。

日前,持有中融基金 51% 股权的中融信托拟清空前者股权的消

券商增持VS信托清空

相比之下,券商更青睐公募牌照。

目前,全市场共有 138 家基金公司(不包括具备公募牌照的券商),根据主要股东背景,市场通常将其划分为银行系、券商系、信托系、保险系、个人系基金公司等。其中,券商系基金公司大概有 65 家,信托系基金公司约有 22 家。而随着监管要求的变化,信托系基金公司的数量正在减少。

6月14日,经纬纺机(000666.SZ)子公司中融国际信托有限公司(以下简称“中融信托”)拟以不低于 150363.60 万元的评估价格公开挂牌转让所持中融基金全部 51% 的股权。

无独有偶。今年5月上旬,山东国信(1697.HK)在山东金融资产交易中心有限公司挂牌转让富国基金 16.675% 的股权,挂牌价格为 40.39 亿元。

相比之下,券商对于控股公募基金公司的渴求有增无减。6月10日,国泰君安(601211.SH)公告称,公司受让上海上国投资管理有限公司所持华安基金 15% 股权事项已完成工商变更登记。即日起,公司持有华

安基金 43% 股权。而稍早的 5 月 25 日,国泰君安已发布公告表示,为加快补齐公司大资管业务短板,实现控股公募基金公司的目标,公司拟以非公开协议转让方式受让上海工业投资(集团)有限公司(以下简称“上海工业”)所持有的华安基金 8% 股权,受让价格原则上不超过人民币 10.12 亿元(最终以经有权的国资监管机构备案确认的评估结果为基础确定)。

也就是说,今年年内,国泰君安两度增持了华安基金股权。与上海工业之间的交易完成后,国泰君安持有华安基金的股权比例将增至 51%,实现对华安基金的控股。

此外,今年1月,中信建投(601066.SH)受让航天科技财务有限责任公司所持中信建投基金 25% 股权一事也获得了监管批准。当前,中信建投持有中信建投基金 100% 股权。

相比而言,不同背景的大股东对于公募牌照的需求已然有所变化。对于信托公司转让基金公司股权,私募排排网财富管理合伙人荣浩向记者指出,一方面是信托公司聚焦信托

立资管子公司、开展公募业务做准备。

《中国经营报》记者注意到,自今年6月20日起,《公开募集证券投资基金管理人监督管理办

法》(以下简称《管理办法》)已开始实施。该《管理办法》进一步强化了公募基金的股权管理,也为券商、银行等专业资产管理机构拓展公募业务提供了机会。

部分基金管理公司变更 5% 以上股权及实际控制人审批情况

申请人	材料受理接收日
嘉合基金管理有限公司	2020/4/26
上投摩根基金管理有限公司	2020/11/30
惠升基金管理有限责任公司	2021/3/15
新华基金管理股份有限公司	2021/4/9
摩根士丹利华鑫基金管理有限公司	2021/6/7
兴华基金管理有限公司	2021/7/1
中科沃土基金管理有限公司	2021/8/13
泰达宏利基金管理有限公司	2021/10/12
中海基金管理有限公司	2021/10/15
东海基金管理有限责任公司	2021/10/27
恒越基金管理有限公司	2021/11/8
国寿安保基金管理有限公司	2021/12/22

备注:申请事项包括:1. 变更持有 5% 以上股权的股东;2. 变更基金管理公司的实际控制人

截止时间:2022年6月17日 数据来源:证监会官网

主业、回归信托本源的要求,另一方面,公募牌照的价值目前有明显提升,现在正是股权转让的好时机。

此外,“券商和基金公司具有更多的天然关联,包括经纪服务、托管估值服务、销售服务等,相比之下,券商更青睐公募牌照。”他补充道。

格上富信产品经理张怀若也谈到,很多头部券商持有公募基金股权,已经成为其战略发展的一部

分。一方面,基金公司可以有效利用券商的渠道销售资源,提升产品营销能力,而且券商客户风险偏好较高,与基金公司权益类产品目标客户较为吻合;另外,券商在经纪业务和托管业务具有更强的市场竞争力和议价优势。再加上 2019 年以来公募规模井喷式攀升,头部基金公司营收及净利润也大幅抬升,为股东方贡献了可观的业绩。

当前越来越多的资本以持股的方式加入公募基金市场,主要是看中超过 7 亿基民、突破 26 万亿元基金规模的基金市场。

记者注意到,包括大股东变动的情况在内,今年年内,已有多家基金公司的股权关系发生变化,甚至出现了基金公司股权转让的小高潮。转让基金公司股权的原因则不一而足。

6月1日,证监会核准了国开证券股份有限公司(以下简称“国开证券”)将其持有的国开泰富基金公司 66.7% 股权转让给北京国有资本运营管理有限公司。此次股权转让后,国开证券不再持有国开泰富基金公司的股权。截至今年一季末,成立近 9 年的国开泰富基金公司,其存续管理规模尚不足 1 亿元。

与此同时,证监会官网信息显示,截至 6 月 17 日,有 18 家公司拟变更 5% 以上股权及实际控制人,相关申请正在等待批复。最早提交申请的时间可追溯到 2020 年 4 月。

政策利好频频 互联网板块整体反弹

本报记者 顾梦轩 夏欣 广州北京报道

在近期利好因素的刺激下,互联网板块开启了反弹模式。Wind 数据显示,截至 2022 年 6 月

H股互联网公司更受青睐

Wind 数据显示,市场上四只中概互联主题 ETF——中概互联网 ETF(513050.SH)、中概互联 ETF(159605.SZ)、中概互联网 ETF(159607.SZ)、中概互联网 LOF(164906.SZ) 最近一月(2022.5.20~2022.6.20) 涨幅分别为 10.33%、13.33%、13.69% 和 12.64%。

港股方面,根据 Wind 数据,截至 6 月 20 日,最近一个月内,互联网传媒板块(SW 港股)15 只股票有 11 只涨幅为正,其中,中国儒意(0136.HK) 收益最高,为 32.27%;互联网电商板块(SW 港股)5 只股票全部涨幅为正,宝尊电商(09911.HK) 收

23 日,互联网指数(886058.WI) 最近一月(5 月 23 日—6 月 23 日,下同) 涨幅为 3.25%。

中融基金研究部研究助理陈祖睿在接受《中国经营报》记者采访时表示,近期随着各层级监管的密集表态以及支持平台健康有序发展的会议精神,互联网相关政策已经逐步夯实。后续在滴滴等恢复新用户注册、美股退市风

险缓和事件性催化下,互联网的投资情绪将得到改善。同时,在国内疫情缓和复工复产的大环境下,互联网公司经营较难的时间点或已经过去。

在基金持仓方面,基金经理各有偏好,也有一些共性的选择。

Wind 数据显示,2022 年一季度,192 只基金增持美团共计 9960.81 万股,其中,易方达蓝筹精选、中庚价值领航、易方达高质量严选三年持有基金增持数量最多,分别为 2200 万股、633.68 万股和 583.12 万股。

中庚基金相关人士在接受本报记者采访时指出,看好港股中的互联网公司,主要原因在于:第一,这些互联网公司的业务深深嵌入中国经济中,核心需求不断增长,比如娱乐、消费、社交等;同

时,这些公司货币化能力和变现能力还在持续提高。第二,监管政策约束了行业过度的扩张,限制了这些公司的资本开支,尤其是跨领域、跨行业的资本开支,同时也倒逼公司进一步专注于自己的核心业务,不断提升核心竞争力,打造坚实的业务壁垒,使得盈利能力和发展能力持续提升。第三,由于估值回落,从高估值背景下的扩张到低估值背景下的收缩,龙头公司从大额的资本开支和投资性现金流出,转换到正向的经营性的现金流,投资回报率反而有望显著提升。

月底,中共中央政治局会议出台了支持平台经济规范健康发展的具体措施,这释放出针对互联网行业监管趋缓的信号。此外,监管对在海外上市的国内互联网企业表达的支持增强了市场的信心。“随着互联网行业的整顿放缓,整个行业将进入有序竞争的新阶段,不正当的竞争行为将得到改善,互联网行业可能迎来新发展。”杜正中说。

公司的成长性是由其商业模式、产品模式所带来的,具有规模越大,获取市场份额的边际成本越低的特征。

第三,关注经营效率不断提升的公司。郑剑指出,关注经营效率不断提升的公司,它的规模化效应,最终体现在业务数据和财务数据上。

星图金融研究院研究员耿逸涛指出,之前制约互联网板块发展的主要因素是政策面,目前反垄断

破解融资痛点 银行创新水利建设金融

本报记者 王柯瑾 北京报道

“就今年来讲,全国要完成水利建设投资超过 8000 亿元,迫切需要落实‘两手发力’要求,充分发挥市场机制作用,更多利用金融信贷资金和吸引社会资本参与水利建设,多渠道筹集建设资金。”6 月 17 日,水利部副部长魏山忠在水利部新闻发布会上表示。

近日,人民银行、水利部联合召开金融支持水利基础设施建设推进会,部署进一步做好水利建设金融服务。具体到政策性、开发性银行,国有大行以及中小银行应该怎样发挥金融的重要支撑作用。

业内分析认为,水利事关战

略全局,事关长远发展,事关人

民福祉。加快重大水利工程建设短期内可以助力稳定宏观经济的重要方面,中长期内对粮食安全、能源绿色低碳转型、减灾防灾具有战略意义。水利部与人民银行共同部署推进金融支持水利基础设施建设工作,标志着部行合作开启了新篇章,金融支持水利工作进入了新阶段,有利于开创金融事业更好发展、水利基础设施建设加快推进的“共赢”局面。

在监管引导下,《中国经营报》记者了解到,商业银行正在积极加码水利基建金融支持力度。业内人士提醒,水利基建工程有其特有属性,银行金融支持需考虑水利工程项目建设运营方面的风险与资金流动性风险等,以更好地发挥金融重要支撑作用。

部行合作发力水利金融

在近日召开的金融支持水利基础设施建设工作推进会上,央行表示,下一步将继续加强政银企对接,围绕水利项目建设中的重点领域,加大金融支持力度。

央行副行长潘功胜表示,未来,各金融机构要重点支持构建国家水网主骨架和大动脉的水利工程,围绕水资源集约节约利用、农村供水工程、流域防洪工程体系建设、河湖生态保护修复、智慧水利建设等重点领域,加大金融支持力度。要创新还款来源、抵押担保等产品模式,发挥部门合力做好对水利项目的金融服务。要坚持市场化、法治化原则,自主审贷、自担风险,守住合规底线。

实际上,商业银行一直保持在水利建设方面的投入。水利部数据显示,近年来,国家开发银行、农业发展银行、农业银行等金融

机构,聚焦国家重大水利工程、水资源配置等重点领域,持续加

大信贷投放力度。截至 2022 年 5

月,三家银行水利贷款余额 15133

亿元,2016 年至 2022 年 5 月累计

发放贷款 18704 亿元。

“特别要积极配合推进南水北调后续工程高质量发展,拓宽水利贷款还款及担保方式,允

许以水费收益权、生态价值权益等作为还款来源和抵押担保。”潘功胜补充道。

根据央行要求,未来各金融

机构要找准定位、创新产品、依法合规,切实加大对水利项目的金融支持力度。政策性、开发性

银行要用好新增的 8000 亿元信

贷额度,抓好任务分解,强化考

核激励,加大对国家重大水利项

目的支持力度;国有大行要发挥

创新与风险防范并行

在监管的引导下,商业银行加大了水利基础设施建设支持力度。记者从农业银行了解到,近年来,该行把金融支持水利基础设施建设作为巩固脱贫攻坚成

果、推进乡村振兴、支持经济社会发展的重要手段,不断加大贷款投放力度。今年前 5 个

月累计投放贷款 544 亿元,同比多

投放 55 亿元;截至 5 月末,该行

水利贷款余额 4314 亿元,比年初

增加 209 亿元。

农业银行方面表示,为着力提

升金融支持水利基础设施能

力,该行深化战略合作,优化贷

款产品,完善信贷政策,加强资

源保障,强化组织推动。据悉,

农业银行先后与 21 个省的水利

(局)签署战略合作协议,意向

性授信总额达 7350 亿元。

在政策和机制方面,农业银

行先后修订了《中国农业银行水

利贷款管理办法》,出台《金融支

150 项重大水利工程若干政

策措施》,持续加大对水利基础

设施重点领域和重大项目信

贷投放。对重大水利工程贷款

实行即报即审、优先办结。此

外,该行还扩大一级分行重大水

利工程项目贷款审批权限,加快

贷款审批效率。

未来,在支持水利建设方面,

农业银行相关负责人表示,将继

续支持重点水源、灌区、蓄滞洪区

建设和现代化改造,不断加大城

市防洪排涝、污水处理和农田水

利等重点领域的支持力度。

水利项目建设有其特点,银

行在提供金融支持的同时也需

要注意防范风险。

“一般来说,水利基建工程

项目较大,投资回报期限长,上

下游产业链较长,相应项目的贷

款规模大、贷款期限长、回报期

限长。”周茂华表示。

基于水利基建的属性与工

程特点,周茂华认为:“银行信

贷风险主要来自水利工程项

目的建设运营方面的风险;同

技术探路进行时：区块链试水互联网金融纠纷处理

本报记者 郑瑜 北京报道

金融数字化正在替代传统的信贷模式。然而，自动化的信贷审批为金融机构带来效率与便利的同时，快速增长的信贷笔

数也为其带来了后端逾期纠纷处理的压力。

金融机构自行开展的催收效果不佳，而与第三方催收机构合作又难以管理其规范催收，这导致暴力催收时有发生

的情况，始终是悬在机构们头上待解的难题。针对这一行业“顽疾”，区块链技术正在尝试提供解决方案。

《中国经营报》记者注意到，已有区块链技术公司成为金融

机构的司法调解技术平台服务项目中标候选人。

多位业内人士向记者表示，区块链的技术特性和区块链平台存证“在线验证”功能的司法应用，为互联网金融借款

纠纷的治理打开了新的思路。同时，这也是贯彻落实最高人民法院（以下简称“最高法”）、中国人民银行、银保监会联合发布的《关于全面加快金融纠纷多元化解机制建设的意见》

文件精神的重要实践，积极借助法院诉前调解、网络仲裁和第三方调解等一系列调解措施，促使客户与消费金融公司协商还款，降低法院正式立案、审判和执行的压力。

智能合约改造业务全流程

在接入法院司法区块链系统后，当事人登录法院网站可以查到区块链上的借款证据存证，无论是从效率还是背书能力上，都会对这一类借款人形成信用惩戒压力。

“小额、分散”是普惠金融深入发展的重要目标，但传统催收模式无论从成本与操作难度上，显然与当下互联网金融的需求无法匹配。

近十年来，个人消费信贷发展迅速。银保监会2015~2021年数据显示，消费类贷款占整体贷款业务规模的比例长期占据人民币贷款总余额的两成以上，且该占比呈现总体增长趋势。而根据《2021年四季度银行业保险业主要监管指标数据情况》，2021年四季度末，商业银行不良贷款余额2.8万亿元，较上季末增加135亿元。

一位法律相关人士告诉记者，某些金融机构盲目追求业绩指标，风控环节放松疏忽。部分借款人信用意识淡薄，在前期隐瞒真实贷款资金用途，发生逾期后，想方设法逃避债务。因此，这导致了金融机构在纠纷处置环节的压力颇大。

有区块链技术公司内部人士告诉记者，当前，鉴于传统催收手段所面临的难题，金融机构逐渐将目光转至司法催收，但是效果仍难以令人满意。在各方诸多探索下，立案与审判环节的效率已经大大优化，但仍存在执行上的困难。“解决金融小额借款纠纷如果以诉讼为主要解决手段，与现有司法资源极不匹配。因此，在意识到这一方式的局限性之后，我们开始尝试探索新的治理思路，比如区块链的智能合约。我们在与金融机构合作的过程中，实现每一笔借款实时上链，同时对接法院系统，优化执行效能的同时，在诉讼前调解环节发挥更好的作用。”该人士表示。

以代理律师与借款人沟通协商的实践情况为例，一般情况下还款意愿较低的逾期借款人法律意识淡薄，进行财产转移等逃避债务

的手段并不少见，因此普通电话、短信催收并无太多效果。但是，在接入法院司法区块链系统后，当事人登录法院网站可以查到区块链上的借款证据存证，无论是从效率还是背书能力上，都会对这一类借款人形成信用惩戒压力。更重要的是，在发生逾期之前，由于区块链存证证据具有不可篡改等特性，可以起到督促链上主体诚信履约的效果。

最高法官方微博公众号披露的一则案例显示，自然人杨某与杭银消费金融股份有限公司（以下简称“杭银消金”）在“杭银金融”App 签订个人借款合同。杨某未按时还款，杭银消金多次催讨后向法院提起诉讼。作为杭州互联网法院司法区块链的接入方，杭银消金与杨某签订的合同早已同步至司法区块链。客观事实清晰，承办法官开展异步调解，杨某无法抵赖后同意还款，案件7天内办结。

“在区块链智能合约技术应用的前提下，可更多创新诉讼前惩戒机制的运用，达到预防纠纷的作用。诉讼前惩戒机制包括自动调解、诉讼前的支付宝、微信等自动划扣，银行机构之间的自动划扣，与房产机构、车辆管理机构等的联动和协同，达到在诉讼之前对逾期客户产生惩戒作用，督促或直接实现客户履行还款义务，减少纠纷进入正式司法程序。”杭银消金负责对接司法区块链智能合约项目的相关人士向记者进一步解释道，区块链智能合约技术可通过打造网络行为“自愿签约—自动履行—履行不能智能立案—智能审判—智能执行”的全流程闭环，构建互联网时代下新的契约签署及履行形态，真正实现网络数据和网络行为的全流程记录、全链路可信、全节点见

证、全方位协作。

记者从杭银消金处获悉，其受杭州互联网法院邀请成为首批应用司法链智能合约技术的试点单位，并于2019年年底成功部署上线司法区块链智能合约项目。

据最高法介绍，2018年9月，杭州互联网法院正式上线全国首个司法区块链平台。截至2022年4月，上链数据总量超56.9亿条，调取电子证据9700余条，相关案件调撤率超98.7%。

上述杭银消金人士告诉记者，在接入法院司法区块链平台后，公司完成了金融借款合同改造，以及贷前、贷中、贷后相关资料的区块链存证上链，以达到存证可信的效果。同时，除了上述改造，公司还对业务流程及系统支持进行改造，实现业务在司法区块链的违约记录管理、诉讼前违约惩戒、自动起诉、智能立案、智能审判、智能执行，达到高效维权的目的。“通过应用区块链智能合约技术，公司金融信贷业务案件诉讼前化解率和调撤率大幅提升，相较于过去3个月以上的诉讼处理周期，不仅节约了时间、精力与成本，逾期借款率也有所下降。”

记者获悉，争饮区块链技术“头啖汤”的金融机构还有马上消费金融。

据马上消费金融方面透露，目前该公司已经基于自身区块链技术，对调解平台自动生成的电子律师函、客户在线调解实时确认的调解函材料进行上链存证。“区块链证据的公信力，解决了司法诉讼过程中取证难、存证难、认证难的问题，支撑企业高效清收不良资产，尤其能提升小额批量的融资公证、调解，甚至提升执行查控环节的存证、处理、审理效率。”

跨链互通有待进一步落地

“通过该技术实现资料提交与对接，有望进一步加大实现对个人信息的有效保护力度。”

对于司法区块链的效果，也有持牌消费金融公司向记者表达了观望态度。

中邮消费金融相关负责人告诉记者，当前公司主流目标客群相比传统商业银行适度下沉。为满足更广大客群的消费需求，业务呈现客户数量多、笔均金额低的特征。“消费金融公司作为非银行金融机构，均不能自行发行银行卡、放款及还款需通过银行、银联等支付清算机构。因此，消费金融公司从客户申请、授信审批、客户确认贷款、生成电子合同、放款至客户指定银行卡全流程，涉及环节多，后续法院诉讼、网络仲裁等需提供相应的证据链。除公司自行提供的证据材料、银行或支付结算机构提供的放款证明外，一般还需证明全流程数据的真实性。”

该负责人介绍，目前公司采取的模式是，与工业和信息化部许可设立的电子认证服务机构开展合作，为消费金融公司的贷款

业务提供全流程电子存证服务，立案时提供电子存证报告以证明全流程数据的真实未篡改。“这也是当前常见的模式，其优势在于适应面广，可在符合管辖权规定的多家法院或仲裁委开展诉讼或仲裁服务。不足之处在于，初期需要与法院及仲裁委沟通确认电子存证报告的有效性，具体立案时复核每个案件对应的电子存证报告需要时间。”

该负责人也告诉记者，他们已经注意到了由法院（如广州互联网法院、杭州互联网法院等）主导创立司法区块链体系的新模式。“据了解，这种模式下线上贷款全流程数据都具有不可篡改、唯一的数据标签，法院立案时可通过系统快速高效地进行复核确认，效率高；但司法区块链尚处于试点期，少数试点法院之间数据不兼容，法院与仲裁委之间数据也不兼容，并不通用。考虑到公司作为全国展业的消费金融公司，所以暂未接入某个司法区块

链，现阶段仍主要通过专业的第三方电子认证服务机构进行电子存证。”

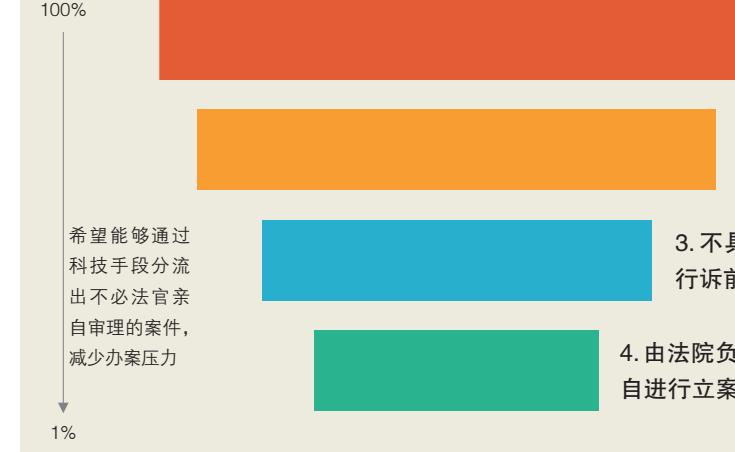
同时，上述负责人也不掩饰他们对新兴技术的期待：对于司法区块链，消费金融业务与法院主导的司法区块链结合，在逾期还款纠纷提交法院立案时，消费金融公司可直接授权法院上链获取业务全流程的资料，有效简化证据资料提交流程，确保证据资料真实性，提高证据链效力及证据资料复核效率，实现快速立案、高效审理。“通过该技术实现资料提交与对接，有望进一步加大实现对个人信息的有效保护力度。”

前述行业内部人士亦坦言，经过前期探索，各方搭建的司法区块链已经开始发挥作用。金融机构、技术公司与法院系统司法区块链上互通的诸多实践案例已经取得初步成效。接下来需要关注的，应该是在支持不同链之间的跨链接入，继续争取在实现价值流通上的更大突破。

司法区块链主要应用模式

从上往下依照时间推进

1. 存证预防



2. 由代理律师等通过科技公司提供的存证进行非诉调解



3. 不具有法院审理性质的调解室进行诉前调解



希望能够通过科技手段分流不必法官亲自审理的案件，减少办案压力

4. 由法院负责，耗费司法资源，需要法官亲自进行立案

据公开资料整理

债务风险省级政府负总责 城投评级或实质“抬升”

本报记者 石健 北京报道

近一周以来，Wind数据显示，城投债现券交易规模达到2615.41亿元，较前值增加153.72亿元，尤其是城投债5年期及以下的到期收益率大部分下行。针对利率下行的原因，江苏徐州某城投公司负责人向《中国经营报》记者透

露，“其中一方面原因与前不久国务院发布的文件有关。防范化解地方政府债务风险的财政事权划归省级，这意味着城投过去的债务风险由市县一级上调至省级负责，在一定程度上提升了城投的信誉度。风险降低了，自然城投的发行成本有所降低。原来成本在7.5%的城投债，未来成本可能

将降至4%以下。”

本报记者注意到，近日，国务院办公厅发布了《关于进一步推进省以下财政体制改革的指导意见》（以下简称《意见》），清晰界定省以下各级财政事权，予以各省政府、省一级财政应有的支持。随着债务风险由省级政府总负责，未来城投信用评级或实现实质抬升。

近年来，城投整合一直是行业内较为关注的话题。曾参与城投整合的福建某县级城投公司负责人告诉记者：“以往的城投整合都是区域内的整合，或者市县之间实现‘大鱼吃小鱼’，但是，对于一些问题，实际上很难通过区域内进行厘清。比如资产问题，整合的城投和被整合的城投之间不可能完全业务重合，这导致有些资产成为无用资产。但是，如果扩大到省一级，那么城投整合的范围就大幅扩展，集团化运作的趋势将大幅增加，从一定程度上减轻了市县因城投整合而引发的负担。”

此外，随着债市整体收紧，“资产荒”情况有加剧的趋势，争抢优质城投债也成为近期行业新动态。对此，兴证固收研究分析师黄伟平认为，从长期来看，此次《意见》出台有利于降低区域整体信用风险，给城投债市场整体带来正面的影响，尤其利好优质省份的弱区县城投债。对优质省份而言，这一政策将使其省内弱资质城投平台得到更大程度的财政支持，在当前“资产荒”背景下，有利于进一步对其收益进行挖掘。

此外，随着债市整体收紧，“资产荒”情况有加剧的趋势，争抢优质城投债也成为近期行业新动态。对此，兴证固收研究分析师黄伟平认为，从长期来看，此次《意见》出台有利于降低区域整体信用风险，给城投债市场整体带来正面的影响，尤其利好优质省份的弱区县城投债。对优质省份而言，这一政策将使其省内弱资质城投平台得到更大程度的财政支持，在当前“资产荒”背景下，有利于进一步对其收益进行挖掘。

记者注意到，由于AA级主体信用评级较低，导致其融资的成本较高。该融资部负责人举例说，“以往AA级城投债利率可能要达到7.5%甚至更高，才能发债成功，发行成本已经逼近非标准化债券。但是，如果AA级的城投未来信用评级实质上相

AA融资有望“减压”

记者注意到，《意见》中还提到“兜底线、促均衡、保重点”。对此，有业内人士认为，“从去年开始，防范化解金融风险成为各级政府的一项重点工作，不发生城投违约导致的系统性金融风险更是底线中的底线。此次政策出台，有利于对冲弱资质地区地方财力的下降，强化省内救助倾斜意愿，降低实质性违约风险。从市场的角度看，未来城投分省抱团的趋势大概率将保持延续，优质省份的关注度将继续提升。”

今年上半年，AA级城投普遍存在发债难、融资难的情况。江苏某AA级城投公司融资部负责人认为，“此次《意见》的出台，会从一定程度上缓解AA级城投的压力。比如省级政府对本地区债务风险负总责，其实这就是从一定程度上承接了地方的债务风险。一般来说，省级政府的主体信用还是相对较高的，相比较AA级城投发债需要AAA级平台担保，省级政府总负责后，风险还会降低。”

记者注意到，由于AA级主体信用评级较低，导致其融资的成本较高。该融资部负责人举例说，“以往AA级城投债利率可能要达到7.5%甚至更高，才能发债成功，发行成本已经逼近非标准化债券。但是，如果AA级的城投未来信用评级实质上相

当于AA+级，那么成本也会降下来，可能在3.5%至4.5%之间就可以发行成功，从一定程度上抬升了城投的主体信用评级。”

从2021年开始，城投债已经在不同行政级别之间出现分化。一位从事城投融资的业务员说：“比如财政较弱的省份中，AAA级城投债还能保持净融资流入，而中低评级尤其是AA级的城投债净融资则为负。就省级而言，国家级或者省级的园区的城投债利差会收窄，但是AA级或者县区级的城投债则会利差走阔。未来，随着《意见》的落地，分化趋势将缩小。”

值得注意的是，此次《意见》也提到了将对基层支出责任减负。对此，有业内人士认为，此前的政策已经为此次《意见》出台奠定了宽松环境，如交易所4月底对主体信用评级低于AA（含）的城投平台申报公司债的约束边际放松。《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》政策指引出台后，未来经济发展动能强、地区重要性高的区县级城投平台或将明显受益。

对此，广发证券研报展望认为，在《意见》指导下，城投债可能发生两方面变化：一方面，区县级城投的融资意愿可能下降，城投债供给进一步减少。另一方面，则意味着我国地方政府面临的债务负担较重，但地方政府拥有的资产体量也较大，可以通过发行REITs、资产证券化和国企重组上市等市场化方式降低债务负担。”

自2022年以来，区县城投净融资相比2021年同期持续下降，其背后可能是发行政策的收紧。而省以下财政体制改革，核心是理顺省以下各级政府的财权和事权关系，并且要求省内资源合理分配，加大对弱地区的支持，这可能使得区县财政资金缺口减小，其依靠债务融资的意愿降低，从根本上改变区县城投债的扩张。另一方面，城投债省间分化可能进一步加剧，省内分化或将减小，可能相对利好强区域的弱城投。

《意见》强调以省为单位健全财政债务管理，未来省份之间由于经济基本面和债务管控能力的差异可能导致估值分化加剧。

但是在采访中，中证鹏元分析师也表示，对资质较弱的AA级城投来说，主动等政策不能够解决实质问题，还需要通过提升自身融资能力、优化融资结构来解决问题。“省级政府帮助市县化解债务风险，降低债务负担。施行的办法即开源节流和变现资产，开源节流意味着政府要压缩非必要开支。变现资产则意味着我国地方政府面临的债务负担较重，但地方政府拥有的资产体量也较大，可以通过发行REITs、资产证券化和国企重组上市等市场化方式降低债务负担。”

长三角地区驶入经济提振“快车道”

本报记者 方超 张家振
上海报道

“南通市是毕马威在华东及华西区落子的第二座地级市，除了企业持续加码长三角地区的战略考量之外，也是南通市的发展潜力和营商环境吸引了它。”6月22日，南通市崇川区商务局相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示。

据了解，毕马威南通公司近日正式落地南通市崇川区，成为首家人驻南通市的四大会计师事务所。“我们坚信疫情的影响是短暂的，我们对于长三角乃至中国经济复苏的信心和决心并没有改变。”毕马威亚太区及中国主席陶匡淳在签约仪式上表示。

与此同时，位于长三角地区西部的安徽省六安市，也与蔚来汽车正式签约。据了解，双方将在六安经开区智能电动汽车零部件配套产业园区共建、行业交流和人才互动等方面展开合作。

与明星企业“牵手”的南通市和六安市，只是长三角多城驶入提振经济“快车道”的缩影。近日，上海市和江苏省盐城市、无锡市等先后举办多场重大项目签约活动。例如，在6月16日举行的2022上海全球投资促进大会暨“潮涌浦江”投资上海全球分享季启动仪式上，总投资达5658亿元的产业项目集中签约。

长三角地区某市政府工作人员在接受记者采访时表示，随着新冠肺炎疫情形势逐步好转，各地正抢抓有利时机，在加快推进复工复产的同时，通过加大招商引资力度、改善营商环境等措施，持续推进经济复苏回暖的步伐。

明星项目“开花结果”

在南通市建所发展是毕马威抢抓长三角一体化发展机遇的重要举措之一。

在长三角地区，一批明星项目正相继“开花结果”。

6月22日，大众安徽白车身下线暨首批本地零部件集中交付仪式在合肥经开区举行。据介绍，首台白车身的顺利下线，标志着大众安徽首款新能源车型的试制生产取得重要进展，亦是江淮集团和大众汽车集团共同努力下，战略目标不断优化，合作项目不断向纵深迈进的阶段性成果。

“在MEB工厂开始建设仅约一年后，我们就完成了首台白车身的下线，这标志着我们向预定生产目标更进一步。在合作伙伴们始终如一的支持下，我们成功克服了新冠肺炎疫情带来的挑战，按时推进生产计划，再次彰显了‘安徽速’。”

将时间拉回到6月8日。毕马威南通公司落户崇川区签约授证仪式举行，此举也让南通市成为继

度”。大众安徽CEO葛皖镝表示。

据了解，大众安徽MEB工厂全新的车身车间已于今年2月正式完工。除车身车间外，工厂还涵盖总装车间和喷涂车间，将于未来几个月内全面建成。目前，该工厂正全速推进生产工作，预量产车将于今年下线，2023年下半年实现量产投产。

在合肥市通过推动大众安徽等明星项目，加速向建设“新能源汽车之都”目标迈进之时，作为新晋“万亿GDP之城”的南通市，亦在通过吸引国际知名会计师事务所的落地，全方位打造具有国际竞争力的长三角现代服务业高地。

将时间拉回到6月8日。毕马威南通公司落户崇川区签约授证仪式举行，此举也让南通市成为继

苏州市之后，毕马威在华东及华西区布点的第二座地级市。

对于选择在南通市落户的原因，毕马威中国副主席、华东及华西区首席合伙人杨洁表示，从发展布局来看，南通市地处苏中核心区域，承担着贯穿苏南苏北的重要作用，同时与上海市隔江相望，拥有得天独厚的区位优势；从产业基础来看，南通市是长三角技术创新地和长三角高端制造聚集地，拥有50多家上市公司。“因此，在南通市建所发展是毕马威抢抓长三角一体化发展机遇的重要举措之一。”

记者从南通市政府方面获悉，在吸引毕马威落户的过程中，南通市崇川区创新提出了“分步实施”的落户方式——毕马威首先在崇



长三角各地正持续加快推进经济复苏回暖的步伐。图为忙碌的洋山港集装箱码头。 新华社/图

川区设立办事处，时机成熟再建立办公室正式落户。2020年9月，崇川区与毕马威签订战略合作协议，2021年初毕马威南通办事处正式设立，并于当年3月12日对外运营，直至今年6月，毕马威南通公司正式“落子”崇川区。

“这在毕马威发展历史上绝对

算是创新之举。”南通市崇川区商务局相关负责人表示，毕马威在南通市先设立办事处的模式，“意味着其落子南通市不是从‘0’直接跨到‘1’，而是先跨过‘0.5’，然后才跨到‘1’，如此也缩短了整个落户过程。这可能也将是毕马威今后在中国大陆地区布点所采用的创新模式。”

重大项目次第签约

这些面向未来的新签约项目，将有助于推动当地经济高质量发展。

除了多地明星项目相继“开花结果”外，当下的长三角各地更因一场场的重大项目签约活动而引发外界瞩目。

6月21日，无锡航空航天产业园启动暨航亚科技航空发动机关键零部件项目开工仪式在无锡高新区举行。公开信息显示，在活动现场，30个涉及航空航天产业的项目成功签约，累计投资额超108亿元。

无锡高新区相关部门工作人员向记者表示：“上述签约项目其实一直在储备着，随着疫情防控形势逐步好转，这些重大项目也开始陆续签约。这些面向未来的新签

约项目，将有助于推动当地经济高质量发展。”

此外，6月10日，六安市政府与蔚来汽车举行框架合作协议签约仪式，双方将在六安经开区智能电动汽车零部件配套产业园区共建和行业交流等方面展开合作。据悉，作为共建方的蔚来汽车，将发挥引导作用，持续推动铝压铸循环产业链企业落户六安。在签约仪式上，5家首批入驻园区企业与六安经开区签署

重大项目签约仪式。例如，在6月18日举行的盐城市文化和旅游产业发展大会上，一批文旅合作项目签约，总投资额达到116亿元。

上述长三角地区某市政府工作人员向记者表示，复工复产代表的是存量项目，而重大项目的签约落地，则意味着城市的营商环境和发展潜力等各方面“素质”得到了企业的认可，也有助于为城市的未来发展打下坚实基础。

经济韧性依然强劲

疫情的影响是暂时的，上海市在长三角地区乃至全国市场中的重要地位是长期的。

随着疫情防控形势逐步好转，长三角地区也正展现出愈来愈强劲的发展势头。

记者梳理长三角各省统计局发布的经济数据发现，5月份，浙江省规模以上工业企业复工达产情况好于预期，上海市规模以上工业企业复工率也达到96.3%，达产率超过70%。

而在经济持续复苏回暖的大背景下，“加码”长三角地区投资正

增长1.1%。

工业和信息化部副部长辛国斌日前在发布会上也表示，从长三角地区来看，江苏省、浙江省和安徽省规模以上工业企业复工达产情况好于预期，上海市规模以上工业企业复工率也达到96.3%，达产率超过70%。

而在经济持续复苏回暖的大背景下，“加码”长三角地区投资正

成为企业的共同选择。

“疫情的影响是暂时的，上海市在长三角地区乃至全国市场中的重要地位是长期的。”贝加莱工业自动化大中华区总裁肖维荣近日表示，“我们将努力确保2022年度业绩继续保持两位数增长。”

值得注意的是，在今年6~8月期间，上海市将举办“潮涌浦江”投资上海全球分享季系列活动，“将

竭尽所能为外资企业在沪发展提供更大支持、更优环境，更加坚定全球企业投资上海、扎根上海的决心和信心”。

仲量联行近日发布的最新研究报告显示，作为中国市场化程度最高、经济最活跃的区域之一，长三角城市群聚集了大量重量级的央企和民企，同时也是世界500强企业进入中国的首选总部基

地。其中，长三角城市群的外商直接投资额占全国外商直接投资总额约35%。

在政经观察人士看来，在经济活力和营商环境等多方面，长三角地区仍是诸多企业落户发展的最佳选择之一，从诸多知名企业当前的投资动向来看，长三角地区经济韧性依然强劲，经济长期向好的趋势并未改变。

十年成就面面观

十年建设“对外开放门户枢纽” 广东为世界经济复苏带来新机遇

本报记者 蒋翰林 广州报道

伴随着一声声船笛，5万吨级的中谷江苏轮缓缓靠泊在珠海港国际货柜码头，几台硕大的龙门吊起重机正在完成4000标箱的集装箱装卸，一派欣欣向荣的开放发展画卷徐徐展开。

十八大以来的十年，是我国扎实推进高质量开放发展的十年。十年来，我国货物贸易进出口量连创新高，从2012年的24.4万亿元增加至2021的39.1万亿元。

外贸第一大省 稳住外贸基本盘

“6·18”启动的第一天，在南沙粤港澳大湾区机场共享国际货运中心，一批批装有小家电、日用品等各色商品的纸箱正进行着称重、贴标、海关申报等，随后它们将运往广州白云机场，发往“一带一路”沿线国家和东南亚地区。

外贸是拉动经济增长的“三驾马车”之一，而当前，外贸发展正面临着严峻复杂的国内外形势。5月20日，在中宣部举行“打通内外贸，构建双循环”主题新闻发布会上，商务部副部长盛秋平表示，将坚持稳中求进工作总基调，全力以赴稳住外贸外资基本盘，推动外贸高质量发展，服务构建新发展格局。

广东作为中国对外开放的前沿阵地，稳当全国外贸“稳定器”。在全球经济遭受多重挑战的当下，2021年，广东外贸三大指标创下历史新高，进出口规模首次突破8万亿元，一年净增1.2万亿元、增速达16.7%，实际使用外

元，增量高达14.7万亿元。2017年以来，我国已连续五年保持世界货物贸易第一大国地位。

作为中国改革开放的先行地区和前沿阵地，广东打造高水平对外开放门户枢纽，拓展国际“朋友圈”，牢牢发挥着全国外贸“压舱石”的作用。

6月16日，国务院印发《广州南沙深化面向世界的粤港澳全面合作总体方案》(以下简称《南沙方案》)，支持南沙打造成为立足大湾区、协同港澳、面向世界的重

资1840亿元、增长13.8%，社消零4.4万亿元、增长9.9%。

实际上，广东已连续36年坐稳外贸大省头把交椅。广东年度外贸进出口总额从2017年的6.82万亿元增至2021年的8.27万亿元，占我国全年进出口总额的21.15%，在全国各省、自治区、直辖市中名列第一。

在广州明珞装备股份有限公司的海外项目生产线上，智能机械臂正有条不紊地工作着。据介绍，公司自主创新产品不断增加，4年前打入国际市场的业务如今已占企业营收七成以上。

珠海国际货柜码头(高栏)有限公司相关负责人告诉记者，作为国家一类开放口岸，今年第一季度，高栏国码已完成纸浆卸船量23.5万吨，累计同比增长超44%，助力外贸稳步发展。

商务部研究院国际市场研究

所副所长、研究员白明向记者分析，一季度广东外贸表现稳健，很

大程度上与近期东南亚国家的复工复产有关，部分订单可能向东南亚流出；同时，物流费用高涨和人民币汇率升值也带来影响。

十年来，广东外贸质量齐升，从贸易转型、产业升级、拓展市场等多方面推进贸易高质量发展。目前，广东出口主导产业已由传统劳动密集型向高新技术型转型升级，2017年至2021年，广东一般贸易进出口占全省外贸比重从46.1%提升至52.3%。

跨境电商是我国发展速度快、潜力大、带动作用最强的外贸新业态。近年来，广东推进跨境电商综试区建设，使“买全球”“卖全球”成为现实。全省跨境电商进出口从2016年的228亿元跃升至2021年3310亿元，年均增长92.1%。

白明指出，广东要用好“贸易创造”效应，要以产业升级促进广东外贸的新升级，企业需要不断增强内生增长动力，打好外贸发展的产业基础。

借RCEP“东风” “朋友圈”日益扩大

改革不停顿，开放不止步。这十年来，我国外贸经营主体增长了1.7倍，贸易“朋友圈”不断扩大，与“一带一路”沿线国家贸易持续深化畅通。

十年来，我国与“一带一路”沿线国家贸易规模不断扩大，占外贸总值的比重从2013年的25%提升到2021年的29.7%。自2020年超过欧盟后，东盟已连续两年成为中国最大货物贸易伙伴。此外，我国与26个国家和地区签署了19个自贸协定，与自贸伙伴贸易额占比达到了35%。

2022年1月1日，区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)生效实施，全球最大自由贸易区正式启航，已核准成员国之间90%以上的货物贸易将最终实现零关税。

“RCEP是涵盖全球约30%的人口、经济总量和贸易总额且是全球最大的自由贸易协定，RCEP的签署将给全球经济和贸易带来重大利好。”中国银行研究院研究员王梅婷告诉记者，RCEP将利好服务贸易、国际投资和跨境物流产业。另外，成员国之间货物贸易零关税、投资便利化水平提升，带动区域内跨境物流行业增长。

而RCEP生效后，沿海城市将



广州标志性建筑“小蛮腰”——广州新电视塔。 蒋翰林/摄影

继续承担开放前沿的角色。王梅婷指出，沿海城市具有较好的港口、产业基础和较大的市场，未来沿海城市将不断对接、拓展与RCEP成员国的经贸合作，进一步发挥交通物流、产业链和市场吸引力等优势，将成为重要的物流枢纽、国际产业投资目的地和消费市场。

随着全球最大贸易“朋友圈”正式上线，广东发挥“近水楼台”优势，借RCEP“东风”拓展新市场。

4月7日，汕头新道编织有限公司从汕头海关所属龙湖海关顺利申领到1份RCEP原产地证书。凭此“经济护照”，该公司出口至日本的一批织带将可享受到一定税收优惠。

“南沙方案”公布 大湾区“开放文章”谱新篇

这十年来，对外开放制度建设分量尤重，以制度创新为核心的全面深化改革开放取得显著成效。

2018年10月，总书记视察广东时强调，要在更高水平上扩大开放，高标准建设广东自贸试验区，

打造高水平对外开放门户枢纽。这为广东自贸试验区建设提供了根本遵循，注入了强大动力。广东以“双区”建设和横琴、前海两个合作区建设为牵引，扎实推动广东自贸试验区改革创新。

据了解，自RCEP生效以来，汕头海关签发输往日本的RCEP原产地证书和签证金额占比均近七成，对日贸易推动效应初步显现，办理RCEP项下进口享惠报关单42份、货值2700多万元，减免税款约200万元，企业得到“真金白银”的实惠。

另据深圳海关统计，RCEP实施的第一季度，深圳关区共计8.36亿元进出口货物享惠。其中，RCEP项下深圳进口货物享惠货值为1.56亿元，税款减让587.13万元；同期，深圳海关共计签发RCEP原产地证书3074份，涉及出口货值6.8亿元，减免关税约0.34亿元。

广东自贸试验区制度创新不止步，营商环境不断升级。广东省商务厅的数据显示，挂牌5年来，广东自贸试验区累计新设企业29.8万家，居全国自贸试验区首位。

下转 B14

公园城市建设探路

本报记者 陈雪波 卢志坤 成都 报道

6月20日,成都市发布首批《公园城市示范区建设机会清单》。清单围绕生态、生活、生产、治理四大领域,发布项目建设运营、企业(项目)招引、产业协作配套等十大类共1070条供需信息。

推窗见绿的浪漫

在加快绿道建设方面,文件提出,到2025年新建公园1260个,建成天府绿道1万公里。

在今年端午假期前夕,成都市出台了公园阳光帐篷区开放试点方案,划定了22个可供帐篷露营的具体点位。根据旅行服务平台飞猪的统计,在随后的端午假期里,成都位列全国露营热门客源地第二位。

在环境优势和数量优势之下,成都的公园已然成为市民在假期最喜欢且最容易到达的地方之一,这样的城市建设模式也得到了外界的肯定。

早在2018年,成都就成为“公

园城市”的首提地;今年2月,国务院批复同意印发《成都建设践行新发展理念的公园城市示范区总体方案》;今年5月,成都市发布《建设践行新发展理念的公园城市示范区行动计划(2021—2025年)》(以下简称《行动计划》),近2.7万字的文件里细化到了城市建设的方方面面。

《行动计划》里特别提到,成都将持续开展“五绿润城”行动,建设大熊猫国家公园“生态绿肺”,龙泉山城市森林公园“城市绿心”,天府

休闲方式。

公园城市示范区与产业发展有什么关系?示范区将会打造成怎样的城市?示范区的建设还有哪些要求和特殊的意义?这些成为很多城市建设者和市民关心的问题。

成都市发改委公园城市示范

区建设推进处相关负责人告诉记者,打造公园城市示范区的目标是探索山、水、人、城和谐相融的新实践,以及超大特大城市转型发展的新路径。

据记者不完全统计,不只成都,多个城市也出台相关规划,发力公园城市建设。



周末,众多成都市民来到天府绿道骑行打卡。

本报资料室/图

示范效应渐显

成都之外,也有不少城市开始出台建设公园城市的相关规划。

戴上“公园城市示范区”桂冠的成都,究竟有哪些特别之处?

在成都市区,可以遥望大雪山,岷江及沱江干流穿越市域,2021年成都森林覆盖率达40.3%;成都2021年地区生产总值近2万亿元,人均GDP达到

高收入经济体水平,这里拥有高等学校60余所、科研院所30余家、国家重点实验室10余家;成都已经实施了若干生态工程,依托自然山水建设城市“绿心”“绿肺”“绿脉”“绿环”“绿轴”,开展了“百个公园”示范工程……这些都成为成都建设公园城市示范区的重要基础。

在高起点之下,成都的城市建设方向是怎样的?成都市已经定下了阶段性目标:到2025年,公园城市示范区建设取得明显成效,公园形态与城市空间深度融合,历史文化名城特征更加彰显,市政公用设施安全性能大幅提升,居民生活品质显著改善,营商环境优化提升,城市治理体系更为健全;到2035年,公园城市示范区建设全面完成,园中建城、城中有园、推窗见绿、出门见园的公园城市形态充分彰显,山、水、人、城和谐相融的公园城市全面建成。

成都之外,也有不少城市开始出台建设公园城市的相关规划。

今年5月,深圳市编制了《深圳市公园城市建设总体规划暨三年行动计划(2022—2024年)》。山东省淄博市也发布了《淄博市全域公园城市建设规划》,并制定了2025年、2030年、2035年“三步走”发展目标;甘肃省临夏市也正式提出“打造魅力花都·建设公园城市”的目标。还有源源不断的城市,也在加入建设公园城市行列的路上。

公园城市示范区的建设,究竟有哪些不可取代的意义?李后强总结称,对其他城市而言,公园城市示范区具有发展范式转变的示范意义、城市规划设计的示范意义,以及城市民主治理方面的示范意义。“成都市推动

公园空间治理的全过程、全方位民主化进程,在基层治理、社区改造、城市更新等方面充分彰显人民主体价值,为其他城市的人民民主实践做出示范。”

因此,城市更新、养老托育、住房保障、产业结构、交通枢纽、营商环境……这些都是公园城市示范区建设中重点关注的内容,也构成了《行动计划》的主要部分。

《行动计划》中提到,将着力厚植绿色生态本底、塑造公园城市优美形态,着力创造宜居美好生活、增进公园城市民生福祉,着力营造宜业优良环境、激发公园城市经济活力,着力健全现代治理体系、增强公园城市治理效能,实现高质量发展、高品质生活、高效能治理相结合,探索山、水、人、城和谐相融新实践和超大特大城市转型发展新路径。

在生态打造之外,成都其他的基础设施建设也已经初见成效。成都市近年来一直在创新公共服务组织和供给方式,实施幸福美好生活十大工程,推进老旧小区有机更新,开展高品质公共服务设施体

系建设改革攻坚,从2018年首提“公园城市”4年来,成都新建基本公共服务设施3691处,新增学位52.5万个,三甲医院数量增至54家,连续13年蝉联“中国最具幸福感城市”榜首。

四川省省委省政府决策咨询委副主任、四川省社会科学院原党委书记李后强告诉记者,如果将公园城市简单地理解为生态城市,是不全面的。人民对城市的需求是多方面的,自然地包含了交通、产业、教育、医疗、住房、文化等方面。在过去,城市发展的优先级是“产—城—人”,过于强调经济发展,导致了交通拥挤、环境恶化、房价高企、晚婚少子等现象。在公园城市理念指导下,城市发展的优先级转为“人—城—产”,强调城市应该满足人民对美好生活多元诉求,让人民在城市中获得全面而自由的发展。

四地高新区跻身“国家级” 多家省级高新区酝酿升级

本报记者 王登海 北京报道

近日,国务院批复同意信阳高新技术产业开发区、克拉玛依高新技术产业开发区、遵义高新技术产业开发区、滁州高新技术产业开发区升级为国家高新技术产业开发区。

《中国经营报》记者注意到,除了上述4个已经被批复升级为国家级的高新区外,全国范围内还有多个高新区提出了申报创建国家级高新区目标。

跻身国家高新区行列

国家级高新技术产业开发区作为我国创新驱动战略的“先行者”和“试验田”,在调整区域产业结构、加快区域产业升级过程中起着至关重要的作用。

日前,国务院批复同意信阳高新技术产业开发区、克拉玛依高新技术产业开发区、遵义高新技术产业开发区、滁州高新技术产业开发区升级为国家高新技术产业开发区。

批复显示,信阳高新技术产业开发区升级后规划面积为10.9957平方公里,东至京港澳高速,南至312国道,西至武石高铁,北至北环路;克拉玛依高新技术产业开发区升级后规划面积为60.5335平方公里,共3个区块;遵义高新技术产业开发区升级后规划面积为6.1233平方公里,共6个区块;滁州高新技术产业开发区升级后规划面积为10.3841平方公里,共3个区块。

批复要求,新升级的这4个国家级高新区,必须严格遵循国土空间规划等相关规划,按规定程序履行具体用地报批手续,编制开发建设有关规划时依法开展必要的规划环评工作。严格执行项目建设用地控制指标和招标拍卖挂牌出

让制度,除按照职住平衡要求配建一定比例保障性住房外,严禁商业地产开发,在节约集约利用土地资源的前提下进行建设。

数据显示,在此次4家高新区升级之前,全国国家高新区已形成“168+1”的大格局,“1”是指苏州工业园区2007年被纳入国家高新区管理序列,但仍属于商务部主管的经济技术开发区。此次4家高新区升级后,全国的高新区达到了173家。

事实上,除了上述4个被批复升级为国家级的高新区之外,在全国范围内还有多个高新区酝酿升级为国家级,例如江苏省海安高新区、江苏省如皋高新区、广东省揭阳高新区、嘉峪关国家高新区等都提出了申报创建国家级高新区目标。

此外,还有一些省份也提出了高新区发展目标,例如河南省提出,到2025年,全省高新区总数达50家,实现省辖市、济源示范区全覆盖,其中国家高新区达10家以上的目标。四川省也提出,到2025年,建成国家高新区10个,省级高新区25个,打造营业收入超万亿元高新区1个、超千亿元高新区15个以上的发展目标。

向中西部地区倾斜

记者统计发现,在此次升级高新区为国家级的4个省份中,河南省的国家级高新区最多,在信阳之前,已经有7家,分别为郑州、洛阳、新乡、平顶山、安阳、南阳、焦作等国家级高新区。安徽次之,滁州高新技术产业开发区升级为国家级后,安徽省国家高新区增加至7家,总量升至全国第11位。新疆排名第三,克拉玛依高新技术产业开发区之外,其余3个分别为乌鲁木齐高新技术产业开发区、昌吉高新技术产业开发区、石河子高新技术产业开发区。

而贵州省的国家级高新区数量最少,在遵义高新技术产业开发区升级为国家级高新区之前,贵州省只有2个国家级高新区,分别为贵阳高新区和安顺高新区。与广东、江苏、山东等省份相比较,贵州省的高新区数量明显稀少。

不仅仅贵州,就全国范围来

看,国家级高新区的分布范围也极不平衡,在此次4家高新区升级之前,全国169家高新区主要集中在东部地区,数量达到了70家,中部地区44家,西部地区39家,东北地区16家。

例如,位于西北地区的甘肃省,高新区数量也相对较少。数据显示,截至目前,甘肃省有9家省级高新区和2家国家级高新区,国家级高新区分别为兰州高新区、白银高新区。其中,白银高新区成立于2002年7月,2010年9月经国务院批准升级为国家级高新技术产业开发区。此后的11年,甘肃省都没有成功申报国家高新区。

为了打破这一局面,甘肃将希望寄托在了嘉峪关高新区身上,希望借国家高新区向中西部地区倾斜的机遇,将嘉峪关高新区升格为国家级高新区。

记者了解到,2021年3月13日,甘肃省向国务院上报了

高新区升级

“2003年前的国家高新区都以新建为主,2009年后的国家高新区都是由省级高新区升级而来。”上述专家介绍。

记者了解到,2009年起,中央政府在全国范围内启动了省级开发区升级为国家高新区的工作。

2009年,科技部印发《关于发挥国家高新技术产业开发区作用促进经济平稳较快发展的若干意见》,提出“对有优势、有特色、符合条件的省级高新区,按照国家有关规定,加快审批,升级为国家高新区”。

此后,国内掀起了高新区升级潮。2009年3月,国务院同时批准湖南湘潭与江苏泰州两家省级高新区一同升级为国家高新区,这被喻为省级高新区升级的“首次开闸”。在此之后,共有112家省级高新区(经开区)升级为国家高新区,其中,2010年升级27家、2011年升级5家、2012年升级17家、2013年升级9家、2014年升级1家、2015年升级31家、2017年升级10家、2018年升级12家。

那么,为什么各地政府坚持



全国范围内多个高新区提出了申报创建国家级高新区目标。图为河北唐山一制造企业电焊机零部件生产线。

新华社/图

《关于批准嘉峪关高新技术产业开发区创建国家高新技术产业开发区的请示》,已批转至科技部。

“国家明确一个设区市原则上最多只布局一个国家级高新区,并且对新升级国家高新区在布局上向中西部地区倾斜。”上述专家表示,政策层面也明确,要推动现有国家高新区加快发展质量的同时,要适当加强国家高新区在中西部地区布局,优化国家高新区空间布局。

甘肃省方面消息称,六盘水、毕节、黔西南申建国家高新区材料已报国务院,铜仁、黔南高新区正积极开展申建国家高新区工作。

方面优惠幅度更大,执行更加灵活,而且它还具有高新技术企业认定、科技研发补贴、创新创业基金、扶持引进人才等相关特有的创新政策。”上述专家表示,省级高新区升级为国家级高新区后,可以提升区域内人才、技术、资本的流动速度,优化当地的创新要素资源配置,吸引高新技术企业集聚,进而吸引大批量的专业供应商进入,逐步形成上下游产业链,促进产业链的细化升级,从而实现地区整体创新水平的提升。

“与省级高新区相比,国家级高新区不仅在财政资金、土地审批、税收优惠以及行政审批等

上海楼市加速回暖：二批次新房集中入市 迎来看房小高峰

本报记者 刘颂辉 上海报道

炎炎夏日，上海正迎来一波看房、买房高峰期。

6月中旬的一个午后，新上海人林雨晨和他的妻子从闵行区颛桥紫薇花园的售楼处看完房，向另一处楼盘走去。不到一公里之外的华发四季半岛，也有不少购房者提着资料袋从售楼大厅出来。林

雨晨告诉《中国经营报》记者：“这次希望摇号可以摇到，争取买到心仪的的房子。”

与林雨晨一样，在上海近期密集看房买房的人不在少数。《中国经营报》记者走访上海楼市发现，第二批次将有46个新建商品住房项目合计13151套房源集中上市，从已结束认筹的楼盘来看，认购热度依旧，包括仁恒海上源、华发四季半岛和招

商虹玺在内的热盘均触发积分制，个别楼盘的认筹率超过400%。

相比今年第一批次，此次集中供应的新房入围比基本由1.3:1放宽到了1.8:1，认筹金也降低至新房总价的10%，更多符合条件的购房者有了参与选购的机会。同策研究院方面表示，6月1—22日，上海商品住宅销售量持续上升，共成交5180套，预计6月份整体行情将优

于2020年同期，但弱于2021年。

同策研究院研究总监宋红卫认为，上海市经济生产在疫情冲击下受到较大影响，今年与2020年疫情时的市场走势最大的不同在于，上次疫情后，上海楼市呈现“V形”快速反弹的趋势，而目前受到经济形势、房地产市场调控以及疫情的冲击，预计恢复周期会比上一次要长，大概率呈现“U形”的复苏趋势。

摇号入围放宽

自6月1日以来，每周末都迎来大量前来看房的人。

去年下半年以来，林雨晨就考虑着购买人生中的第一套房。他和妻子在上海工作生活4年多，不久前顺利完成了落户。

两人都没有买房的经验，一开始，他们只看二手房，后来在多方比较之后坚定地选择了新房，买房的预期也由“市中心”“学区房”等各种指标逐步降低。“对上班族来说，不奢求买到完美的房子，买到靠近地铁的房子就很好了，能带学区和医院是锦上添花。”林雨晨表示，自6月1日上海恢复正常生活秩序后，自己就联系了龙湖南山虹桥天玺领峯、宝山四季都

会和颛桥紫薇花园的置业顾问。

6月初，据上海市房地产交易中心网站披露的《本市近期将上市新建商品住房项目一览表》(2022年第二批次)，有46个新建商品住房项目合计13151套房源集中上市，上市面积约149.7万平方米，两项数据都比今年第一批次要多。房源分布在浦东、徐汇、静安、普陀、虹口、杨浦、闵行、宝山、嘉定、奉贤、松江、金山、青浦、崇明和临港等15个区域。

位于上海市闵行区鑫都路2288弄的华发四季半岛(备案名：华发四季名邸)是本次集中供应的一个项目，于

6月13—17日举行了认筹活动。

6月14日是华发四季半岛开启认筹的第二天，记者在营销中心看到，现场已公示一房一价表，大堂内人头攒动。为了保障疫情防控安全，在进入大门之前，所有人需要做一次抗原检测。

“今天认筹量累计将达到300组。”一名置业顾问介绍，项目共推出344套房源(高层320套和叠墅24套)，户型在102—172平方米不等，均价与上次开盘一样，为6.4万元/平方米，认筹金67.4万元，摇号入围比为1.8:1，6月28日开盘选房。

该项目另一名置业顾问表示，由于项目领取预售证到获准开盘的流程缩短到了半个月，又降低了购房者的认筹金要求，因此自6月1日以来，每周末都迎来大量前来看房的人。“为了抓紧完成这个项目的认筹和资料审核工作，公司安排我从另一个项目抽调过来帮忙。”他表示。

记者注意到，第二批次有80%的上市楼盘调整了摇号入围比例，大多数放宽到1.8:1及以上，其中静安区天汇世纪玺、虹口区的招商虹玺和杨浦区的仁恒海上源等项目入围比最高达到2.5:1。

“日光盘”重现

该项目实现了“开盘即清盘”，成为上海疫情后首个“日光”项目。

新鲜“血液”的注入，让楼市复苏出现了明显生机，各大售楼处也铆足了劲积极“备战”，冲击半年度业绩。

上海链家研究院首席分析师杨雨蕾表示，上调摇号入围比例意味着降低了买房入围的门槛，使得更多符合条件的购房者能够有机会参与选房，有助于提升购房者的积极性，促进新房市场快速恢复活力。

此外，认购到开盘的流程得到优化和提速，认购时间由原先的6天半缩短至4天半，不触发积分的楼盘不需要审核积分材料，这将有助于尽快修复被耽误了2个多月的

上海楼市。

据浦东新区御桥博翠(备案名：颐盛云锦苑)公布的信息，6月10—12日，项目举行线上选房活动，开盘总计销售512套房源，总销售额约34.5亿元，成交率超过九成。

位于奉贤新城的保利明玥光是受上海疫情影响而延期开盘的商品房项目之一。6月1日，该项目首次实施“云开盘”，通过线上摇号、线上选房，售出最后238套房源，均价为4万元/平方米。据了解，截至当日下午6点，该项目实现了“开盘即清盘”，成为上海疫情后首个“日光”项目。

上海楼市一方面刚需购房群

体有选择机会，另一方面核心地段的顶级豪宅则在不断刷新国内交易纪录。

永嘉路569号是上海市中心一栋近百年的花园洋房，徐汇区文物保护建筑，原为中国染料化工业的创始人吴光汉先生旧居，近期有消息称被买家以2.5亿元购得。

中国房地产决策咨询系统(CRIC)显示，去年1月至今年5月期间，总价在1亿元以上的二手豪宅共成交27套。其中最贵的是上海市徐汇区华山路889号，成交总价8.5亿元，单价高达75万元/平方米。该栋老洋房原为永安集团旗

下永安纺织印染公司总经理郭棣的宅邸，面积达到1131平方米。

徐汇区一位从事老洋房交易的人士介绍，类似的大宗交易一般比较私密，通常是花园越大，成交总价越高。由于市场供不应求，所以挂牌的豪宅还在持续涨价。

“虽然公开的成交价格不一定准确，但豪宅市场的的确比较火，”上海闵行区一家开发商的营销总监表示，从自己分管的闵行区和松江区“2000万+”豪宅盘来看，近期看房量明显上涨，即便是开发商要求全款购买，也有人入手，“而且相比之前，成交的过程干脆而果断。”



上海闵行区颛桥紫薇花园售楼处，一位置业顾问在为购房者介绍项目。刘颂辉/摄影

整体回归趋稳

上海新房市场一直处于有供应、有成交的局面，新盘入市有望带动需求释放，为成交反弹做好铺垫。

同策研究院的数据显示，5月30日至6月19日，上海每周的新建商品住宅成交量分别为11.9万平方米、21.43万平方米、23.61万平方米，成交均价为69782元/平方米。

2020年及2021年6月份，上海市商品住宅供应量分别为53万平方米、127万平方米，成交量为72万平方米、112万平方米。

宋红卫表示，今年6月份，上海市商品住宅成交量预计为85万平方米左右。

近期上海商品住宅成交均价抬升，是因为成交结构以中高端产品为主。上海市房地产交易中心网站披露的第二批次上市房源表单显示，46个项目中备案均价在6万元/平方米以上的项目有18个，占比39.13%；有8个项目均价超过10万元/平方米，占比17.39%。

二手房市场方面，上海链家研究院的监控数据显示，今年前5个月，上海全市二手房累计成交金额1285亿元，同比下降73%；成交套数4.1万套，同比下

降73%；成交均价38784元/平方米，同比下降5%。随着6月全面复工复产，二手房市场的活跃度在有序恢复。6月1—5日，单周带看量恢复至封控前35%的水平，单周成交量恢复至封控前30%的水平。单周新增挂牌量恢复至此前的六至七成。

上海中原地产市场分析师卢文曦表示，上海新房市场一直处于有供应有成交的局面，新盘入市有望带动需求释放，为成交反弹做好铺垫。在诸多政策利好下，不管是租赁还是买卖，成交量反弹一定会看到，但是过程会比较曲折，持续性和反弹高度将受到考验。目前，楼市最大的问题是预期出现偏差，信心还没有回归。考虑到当前经济环境，此轮市场不会像2020年一样实现V形反弹。

克而瑞研究中心也认为，2022年，上海住宅市场供应端将维稳不变，房价将在土拍端及二手房端限制下整体回归趋稳，而成交端在多方角力下将高位缓冲回落。

物业服务企业数字化转型提速

本报记者 陈婷 王金龙 深圳报道

打法

目标虽一致，但打法却各有不同。

“很多人问我如何看待有些物业公司30%的毛利率，我总说他们有他们的‘妙手’。以我对这个行业的认知，我认为物业公司毛利率能超过10%已经非常好了。”

日前，万科集团合伙人、万物云CEO朱保全以《再写高考作文：物业管理的本手、妙手与俗手》一文，阐述其对物业管理的看法，并最后总结道，“物业如同人生，正确的价值观是本手，技术进步与产业立法是妙手，而漂亮脸蛋背后虚空是俗手。”

不过，随着资本市场及并购市场回归理性，今年以来，物业企业特别强调在规模扩张上的谨慎及聚焦性，突出对经营质量及坪效的重视程度。

权衡

何时才能达到平衡点甚至开始出现成效？

从上述趋势来看，物业企业对数字化的投入规模将有增无减。

其中，万物云进行了公开披露。根据招股书，2019年至2021年，万物云的研发开支分别为2亿元、2.5亿元和3.7亿元。截至2021年12月31日，公司研发团队共有460名雇员。

值得注意的是，以“降本增效”为目的的数字化转型，与为这一转

因具有稳定的现金流表现，近几年来，物业服务行业被资本市场所挖掘。2020年，房企启动了物业板块的密集分拆上市；2021年，扩张规模成为共识，物业服务行业掀起了一股收并购浪潮，根据《白皮书》，2021年，行业总规模达342亿平方米。

不过，随着资本市场及并购市场回归理性，今年以来，物业企业特别强调在规模扩张上的谨慎及聚焦性，突出对经营质量及坪效的重视程度。

布局数字化的投入是一项长效、长期主义的工作。以碧桂园服务的科研人才投入为例，我们创建

对外保持聚集，对内则向管理要效益。碧桂园服务2021年ESG报告显示，公司将科技研发能力及数字化转型发展作为战略目标。万物云方面对记者表示，除了传统管理模式面临的诸多问题，“物业费也很难有大幅提升，要提高物业公司的盈利水平，通过科技手段降本增效是必由之路。”中海物业(2669.HK)此前透露，根据公司的“十四五”规划，其希望用两年的时间追平行业的数字化进程，再用三年时间实现整体的数字化转型。

张磊对记者表示，首先要明确，数字化建设以“提升客户体验”为核心，从战略到具体的业务流程优化，都是“体验先行”，同时进行组织和业务模式(商业模式)的转型。

“布局数字化的投入是一项长效、长期主义的工作。以碧桂园服务的科研人才投入为例，我们创建了专门针对物业数字化研发的科研中心，现有研发人员团队中，既有来自BAT、携程、华为等互联网公司，也有大数据、人工智能和物联网的技术专家。未来可预见的是，数字化成果的应用在整个业务体系的降本增效、业务流程的标准

化以及提升客户满意度上的回报都是非常可观的。”张磊说。

对此，万物云方面给出的答案

目标虽一致，但打法却各有不同。

张磊对记者表示，企业对数字化转型方向的选择尤为关键，现阶段共有4种主流转型方式，即“创新式”“跃迁式”“精益式”“增强式”。目前，碧桂园服务选择的是“精益式”，要求对现有的业务、流程、商业模式进行精益化的塑造，通过数字化的方式让未来的方向更加清晰。另外，公司在增值业务方面选择“创新式”，为新业务的打造提供相应的支撑和支持。

万物云方面对记者表示，“蝶城

万物云则从“地面”入手，通过作业软件Business Process，以IoT技术来连接空间中的设施、设备、资产。据万物云方面透露，公司将在线下以街道为单位投资打造若干高浓度、高效率的服务网络/服务圈——“蝶城”(Onewo Town)，以实现住宅、商业、城市空间内的物业服务联动。

年报显示，2021年，中海物业依托旗下物联网平台，开展智慧园区打造、疫情防控等，初步形成“基础物业+人工智慧”的专利体系。

万物云的第二增长曲线，我们的核心战略是用3到5年的时间完成全国蝶城建设，其后也将让我们的科技实现产业互联。2020年到2030年，公司会进入到一个未来战略搭建与传统业务平行作战的状态。已形成的三驾马车——万科物业、万物梁行、万物云城，以及已完成投资的公司等业务，会沿着既有的脉络作为公司的第一增长曲线继续发展。”

而言，数字化转型所需的研发投入大、时间周期长，从技术方案、投入产出比来看，业内相对成熟的先进经验对一家物业企业发展数字化将带来有效的帮助。

万物云方面称，“我们的优势是熟悉线下业务，对现场作业流程有丰富经验，数字化运营可持续化。更多大型企业和政府机构倾向于采购这项服务，如在智慧城市、智慧园区、新制造企业等建设和管理方面，是实现规模化、集约化管理的利器。”

不约而同的是，面对各自“难题”，碧桂园服务、万物云选择的解题方案均为“数字化”。

日前，克而瑞科创与物业CIO俱乐部发布的《2021—2022年度中国物业行业数字化白皮书》(以下简称《白皮书》)显示，2021年，TOP50物业企业的数字化年均投入规模达1900万元，同比增速超过20%。其中，有超过7成的TOP50物业企业投入规模超过3000万元。

事物的发展是前进性和曲折性的统一。

事物的发展是前进性和曲折性的统一。及时、有效的反馈加上成体系的评估考核，工作才能获得具有针对性的促进。

随着相关政策的鼓励和助推，物业数字化建设的相关行业指引不断完善。2020年7月，住建部等六部委发布《绿色社区创建行动方案》；2020年12月，住建部等发布《住房和城乡建设部等部门关于推动物业服务企业加快发展线上线下生活服务的意见》；2021年1月，住建部、国家发改委、银保监会等

服务水平的提高，统一住宅小区的智慧化物业项目评价方法，涉及基础智能化系统、通信基础设施、车辆管理系统、设备设施管理系统、安全管理系統等。

在企业内部，张磊向记者透露，碧桂园服务的考核评价体系包括业务数字化目前达到的水平；对数据的认知、数据应用水平；用户在智能数据空间的所有行为有无记录的空间和动作；数字化服务体验是否可衡量、可跟踪、可优化。

万物云首席科学家丁险峰曾在接受媒体采访时表示，满意度是公司的主要考核方面，“因为我们的品牌力很强，这是要保持住的地方。”

值得注意的是，标准的出台促进了行业规范及良性发展，而企业之间的经验共享也在一定程度上赋予了行业活力。特别是当业务形成闭环时，除了在降本增效上“做文章”，对外输出也成为部分“先行者”的选择。

张磊表示，对于一些中小物企

整体供求比为0.77

苏州楼市趋稳向好 利率下调助推活力释放

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

“能明显感受到楼市在回暖，一到周末每天要接待300多组新客户，都忙不过来了。上海市的购房者不方便到苏州来，可以直接在线上通过视频看房，一些看完觉得满意的购房者会选择在线上直接下单认筹。”6月21日，苏州市相城区铂悦春和万象置业顾问李华（化名）在电话里向《中国经营报》记者表示。

这并非个例。在苏州市虎丘区，今年上半年的“销冠”狮子山澜庭项

目也开启了项目二期248套房源的验资与认筹登记工作，首套首贷需验资220万元，二套则需验资350万元。尽管如此，在短短12天的时间里，狮子山澜庭已吸引了超2000组客户，预计中签率仅为12%左右。

苏州房地产市场逐步回暖也与此前的楼市政策优化调整密不可分。记者在采访中了解到，今年以来，苏州市一直在下调房贷利率方面走在全国前列，目前全市首套首贷的商贷利率已下调至4.25%。

此外，苏州市还放松了限售等条件，新房限制转让时间由3年调

整为2年，非苏州本市户籍居民连续缴纳6个月社保即可购房，非限购区域购房不计入家庭限购套数等政策进一步释放了楼市活力。

“今年以来，苏州市区新房供应面积为209.23万平方米，成交面积则为270.31万平方米，整体供求比仅为0.77。”克而瑞苏常区域总经理戈文军表示，总体来看，在新冠肺炎疫情逐步稳定以及楼市政策优化调整影响下，苏州楼市总体趋稳向好，在市场需求得到有效释放下，接下来的新房市场预计将会进一步好转。

楼市逐步复苏回暖

随着苏州楼市逐步复苏，也有不少项目开始收回优惠政策。

据李华介绍，铂悦春和万象共有105~167平方米5种户型，其中A地块于2021年12月开盘，B地块也即将入市，均价约为3.3万元/平方米。“由于项目位于苏州高铁新城板块，距离苏州北站仅1.5公里，因此受到众多上海市购房者的欢迎。”

在李华看来，苏州楼市逐步复苏回暖，一方面得益于苏州市乃至上海市疫情的逐步稳定，不但线下售楼部开始重新开门迎客，还增添了市民的购房信心；另一方面，根据最新的楼市政策，非本市户籍居民连续缴纳6个月社保即可购房，大大降低了外地在苏州就业人群的购房门槛。

记者在采访中获悉，4月，苏州楼市购房门槛由外地户口社保连续缴满24个月改为累计24个月。5月上旬，苏州进一步调整优化楼市政策，外地户籍连续缴纳6个月社保即可购房。同时，在苏州市下辖的常熟市和张家港市等非限购区域的购房数量不计入整体统计范围内。

此外，苏州市最新的楼市政策规定，新房限制转让时间调整为两年，二手房则不再要求限制转让时间。而若有新生儿（二孩及以上），出售房屋时不受转让年限限制，由此催生了一大批有置换需求的购房群体。

作为苏州市改善项目的代表，



今年4月份以来，随着楼市政策不断优化调整，苏州楼市总体趋稳向好。图为苏州工业园区金鸡湖商务区。

本报资料室/图

狮子山澜庭备受关注。该项目一期主力户型面积为168平方米、190平方米和228平方米，346套房源共吸引2097组客户摇号争夺，也创下了今年以来苏州楼市的认筹数量纪录，整体中签率约为16.5%。

狮子山澜庭工作人员告诉记者，该项目二期首套首贷需验资220万元，二套则需验资350万元，验资时间为6月8日~20日，目前已有多组客户参与摇号。“二期的预售许可证已经在6月20日拿到了，只有248套房源，摇号中签率预计要比一期更低。”

随着苏州楼市逐步复苏，也有不少项目开始收回优惠政策。据李华透露，此前，铂悦春和万象143平

方米和167平方米的大户型如果在7天内付款可享受总房款1.5%的优惠，但未来加推的B地块将不会执行这一优惠政策。

位于吴中太湖新城的大家银城·东望雅苑也主打120~200平方米的改善类户型。据置业顾问介绍，该项目一期已于5月8日开盘，推出的298套房源已基本售罄，计划在7月初加推二期房源。

“6月份以来，苏州楼市恢复得不错，新房和二手房市场的成交量相比前几个月而言增长明显，各个板块的备案价也有所上调，我们的项目现在也没有任何优惠了。”大家银城·东望雅苑上述置业顾问进一步表示。

随着苏州楼市逐步复苏，也有不少项目开始收回优惠政策。据李华透露，此前，铂悦春和万象143平

人口与产业“底牌”强劲

作为区域热点城市，苏州市经济发达、产业有支撑，因而整体的人口吸附力较强。

作为全国“最强地级市”，支撑苏州楼市的“底牌”无疑是其人口与产业优势。

苏州市统计局数据显示，2021年，苏州市GDP高达22718.3亿元，同比增长8.7%，GDP排名全国前6位。其中，第一、二、三产业的增加值分别为189.7亿元、10872.8亿元和11655.8亿元，同比分别下降0.8%、增长9.5%和增长8.1%。

产业方面，制造业和服务业是拉动苏州市经济的两驾“马车”。2021年，苏州市规模以上工业总产值迈上“4万亿元台阶”，达到41308.1亿元，同比增长17.2%，两年平均增长10.4%。

同期，苏州市规模以上服务业营业收入同比增长21.7%。尤其是规模以上高技术服务业营业

收入增长23.0%，其中互联网平台、互联网数据服务营业收入分别增长59.3%和116.4%。

先进制造业也为苏州市赋能新的发展动力。2021年，苏州市制造业新兴产业产值、高新技术产业产值占规模以上工业总产值比重分别达54.0%和52.5%。新一代信息技术、生物医药、纳米技术、人工智能等四大先导产业产值9623.1亿元，占规模以上工业总产值的23.3%。工业机器人、新能源汽车、集成电路产量分别比上年增长44.8%、39.4%、38.4%。

产业优势也成为了苏州吸引人才的重要砝码。数据显示，2010~2020年，苏州市常住人口增加了近229万人，增长近22%，年平均增长率为2%，是江苏省人口增长最多的城市。截至2021年末，苏州市常住人口近1285万人，继续保持人口增长态势。

克而瑞研究中心认为，以苏

州市为典型代表的一批长三角城市，常住人口基数大且“虹吸效应”显著。作为区域热点城市，苏州市经济发达、产业有支撑，因而整体的人口吸附力较强。

此外，“藏富于民”也是支撑苏州市楼市的重要要素。数据显示，2020年，除上海市外，长三角地区仅有苏州市及其代管的张家港市、常熟市和太仓市城镇居民人均可支配收入超过7万元。

“目前，苏州市常住、户籍人口比则高达1.71，在30个长三角典型城市中居首位，购买力层面也算相对充裕。近年来，随着房价攀升，整体房价收入比也小幅上扬至15左右，需求略有透支，但是整体购房压力适中。苏州楼市整体成交预期会在今年四季度止跌回升，同比跌幅也将明显收窄乃至转正。”克而瑞研究中心分析称。

小麦大蒜抵首付 地方楼市营销去化“新花样”

本报记者 余燕明 广州报道

“老乡，买房吗？小麦、大蒜抵首付的那种。”

这不是玩笑。在部分城市，一些寻求积极去化的开发商在营销手段上玩出了“新花样”。

目前，位于河南省商丘市民权县的民权建业·河畔洋房项目推出了一项营销活动，其称“爱心助农”，将按2元/斤的价格收购小麦，最高可抵16万元房款。

小麦换房、大蒜换房

据记者了解，日前推出“小麦换房”营销活动的民权建业·河畔洋房项目开发商为商丘建文置业有限公司，其两名自然人股东为和朝霞、桂俊；河南中原建业城市发展有限公司是民权建业·河畔洋房项目的委托运营管理商，它是河南建业集团旗下房地产代建业务平台——中原建业有限公司（09982.HK，以下简称“中原建业”）的全资附属企业。

“我们的活动不是为了收购小麦，主要是为了卖房子，所以都是针对购房客户。如果有购房意向的话，既不用拖运小麦来项目售楼处，我们也不去现场收购小麦。”民权建业·河畔洋房项目一位人士告诉记者，“农户的小麦都是卖给粮食加工企业和经销商，客户向我们出具小麦出售的相关凭证，我们就会给到相应折扣优惠。”

据记者了解，目前民权建业·河畔洋房项目在售房源户型面积为介于117平方米~144平方米

无独有偶。今年5月下旬，位于河南省开封市杞县的建业城项目，也推出了一项“大蒜换房”的营销活动，其同样宣称是“爱心助农”，将按5元/斤的价格收购小麦、大蒜，实际上是购房者出具小麦、大蒜的出卖凭证后，开发商给予相应的房款抵扣优惠。

近期，不少开发商在营销活动中选择将购房与农产品捆绑。今年“6·18”期间，位于江苏省连云港市的保利·水木芳华项目推出了一项营销活动——“买

出‘小麦换房’‘大蒜换房’的营销活动，并非实物交易，购房者不需要将小麦、大蒜拉运到售楼处，开发商也不会现场收购小麦、大蒜，实际上是购房者出具小麦、大蒜的出卖凭证后，开发商给予相应的房款抵扣优惠。

近期，不少开发商在营销活动中选择将购房与农产品捆绑。今年“6·18”期间，位于江苏省连云港市的保利·水木芳华项目推出了一项营销活动——“买

房子，首付两成即16万元，贷款64万元。如果购房者出具最高8万斤小麦出售凭证，那么支付12万元就能充抵16万元首付款，也就相当于开发商优惠了4万块钱，总房款打了一个95折。”

按照这位房企人士的计算方法，记者向民权建业·河畔洋房项目相关人士求证，对方不置可否，仅表示营销活动刚刚推出，具体优惠政策的落地和计算方式还在研究，“详细情况还是建议购房者来售楼处现场咨询了解。”

据记者查询，目前民权建业·河畔洋房项目已经删除撤下了“小麦换房”营销活动的相关推广信息。

今年5月下旬，同样由中原建业作为委托管理商的杞县建业城推出了一项“大蒜换房”营销活动。据悉，杞县建业城的开发商为河南瀚润置业有限公司，由刘赛楠、王建华、谢鑫3名自然人股东持有。

一些房地产电商网站显示，

房送“佩奇”，活动期间除了其他优惠折扣以外，只要客户购房就会送一头200斤的土猪，并且包杀。

此外，一些地方政府也在积极开展营销活动帮助开发商卖房，促进销售去化。在山东省青岛市西海岸新区，当地政府将今年新冠肺炎疫情期间在封控地区发挥巨大作用的社区团购复制到了楼市营销活动，即只要客户买房，就会送一头200斤的土猪，并且包杀。

“我们送的是猪肉，不会抵扣房款或者现金。”连云港保利·水木芳华项目一位人士告诉记者，“不过营销活动已经结束了，仅限于活动当天。”

据悉，目前猪肉价格约为20元/斤左右，一头200斤土猪总价相当于4000元左右。

据记者了解，连云港保利·水木芳华项目的开发商为连云港保润房地产发展有限公司，它是保利地产（600048.SH）间接全资持股的附属企业。连云港保利·水木芳华项目在售房源户型面积为介于97平方米~137平方米的三居室及四居室，销售均价约为1.3万元/平方米。

除了各地开发商的主动营销，在一些城市，地方政府也在积极组织营销活动帮助开发商卖房，促进销售去化。

近期，在山东省青岛市西海岸新区，薛家岛街道办事处印发了一份《关于做好促进居民购买新建商品房的通知》（以下简称“通知”）引来热议。

根据《通知》内容，其鼓励下辖各社区、股份经济合作社积极宣传发动符合购房条件的辖区居民购买新建商品房，并做好购房意愿摸排情况。

买房送猪、社区团购

今年“6·18”期间，在江苏连云港，保利·水木芳华项目也选择在营销活动中将购房与农产品捆绑，推出了一项“买房送‘佩奇’”营销活动，即只要客户买房，就会送一头200斤的土猪，并且包杀。

“我们送的是猪肉，不会抵扣房款或者现金。”连云港保利·水木芳华项目一位人士告诉记者，“不过营销活动已经结束了，仅限于活动当天。”

据悉，目前猪肉价格约为20元/斤左右，一头200斤土猪总价相当于4000元左右。

据记者了解，连云港保利·水木芳华项目的开发商为连云港保润房地产发展有限公司，它是保利地产（600048.SH）间接全资持股的附属企业。连云港保利·水木芳华项目在售房源户型面积为介于97平方米~137平方米的三居室及四居室，销售均价约为1.3万元/平方米。

除了各地开发商的主动营销，在一些城市，地方政府也在积极组织营销活动帮助开发商卖房，促进销售去化。

近期，在山东省青岛市西海岸新区，薛家岛街道办事处印发了一份《关于做好促进居民购买新建商品房的通知》（以下简称“通知”）引来热议。

根据《通知》内容，其鼓励下辖各社区、股份经济合作社积极宣传发动符合购房条件的辖区居民购买新建商品房，并做好购房意愿摸排情况。

今年疫情期间，封控地区的社区团购对居民生活物资保障供应发挥了巨大作用，地方政府也将社区

团购复制到了楼市营销活动。根据上述《通知》安排，薛家岛街道办事处鼓励各社区、股份经济合作社组织开展新建商品房团购工作，由青岛西海岸新区住房发展保障中心提供在售房源及优惠政策情况。

薛家岛街道办事处一位工作人员在电话里告诉记者，“组织辖区居民参与社区团购买房的相关政策是由专门的同事在负责。”

记者获悉，日前，青岛西海岸新区灵山卫街道办事处还组织了一场新建商品房推介会活动，安排了不少楼盘项目在现场向辖区居民进行推介展销。

今年6月初，青岛西海岸新区住建局宣布全面取消住房限购政策。随后，青岛西海岸新区进一步发布了《关于实施新建商品房购房契税补贴的通知》，对在今年6月底前完成新建商品房交易合同网签备案的购房者，给予实缴契税额40%的补贴。

青岛西海岸新区对房地产政策的调整，对当地楼市起到了明显的拉动作用。根据卓易数据的监测统计，在青岛西海岸新区全面取消限购后的一周里（6月6日~6月12日），青岛市新建商品住宅成交量1972套，其中西海岸新区成交692套位居第一，区域成交占比35.1%。

在青岛西海岸新区发布购房契税补贴政策后的一周里（6月13日~6月19日），青岛市新建商品住宅成交4956套，其中西海岸新区成交量创下新高，达到了2250套，区域成交占比45.4%。

第二批集中供地密集启动 二线城市齐念“稳”字诀

本报记者 方超 张家振 上海报道

随着青岛、福州和厦门等多地按下第二批集中供地活动“启动键”，二线城市的土拍状况持续引发市场关注。

6月16日，青岛2022年第二批集中供地收官。克而瑞青岛统计数据显示，青岛市第二批集中供地共推出27宗土地，最终成交26宗，其中2宗地块溢价成交，成交总面积194.01万平方米，成交总价104.85亿元，综合溢价率1.89%。

多城土地市场趋稳

在多座已完成第二批集中供地的二线城市中，“稳”的势头依然不减。

2022年全国22座集中供地试点城市第一批次集中供地已落下大幕。

6月22日，郑州2022年第一批集中供地“压轴出场”，共出让15宗地块，最终2宗溢价成交，13宗底价成交，共揽金106.74亿元，总出让面积66.33万平方米。

记者梳理发现，供地规模下降是今年第一批次集中供地的显著特征之一。中指研究院统计数据显示屏示，和2021年第一批次集中供地相比，今年有19座城市推出的规划建筑面积均存在不同程度下降，过半城市降幅超过50%。

不过，和2021年底相比，多座城市的土拍溢价率已开始回升。记者梳理相关数据发现，合肥、厦门、福州、长沙和苏州等二线城市今年第一批次集中供地的溢价率分别为11%、7%、4%、3%和3%，溢价率表现均高于2021年第三轮集中供地。

安信证券研报分析认为，2022年合肥第一批次集中土拍溢价率达

而在此前，厦门和福州已先后完成了第二批集中供地。《中国经营报》记者梳理发现，目前，南京、长沙、苏州和杭州等地也已陆续披露了第二批集中供地公告。

值得注意的是，民营房企在各地土拍中的表现也备受关注。6月20日，杭州滨江房产集团股份有限公司（以下简称“滨江集团”，00244.SZ）在披露的《投资者关系活动记录表》中表示，今年杭州第一批次集中供地中拿地的项目部分在今年可以达到预售条件，在接

下来的第二批集中供地中，“对于符合公司投资要求的项目，公司会积极参与”。

在房地产业内人士看来，二线城市土拍状况是观察土地市场的重要窗口。随着各地相继优化调整楼市政策，“稳”仍将是二线城市未来土拍的“主旋律”。克而瑞研究中心则分析认为：“在接下来的第二、三批次集中供地中，政策面仍需进一步引导行业信心恢复，才能让更多的民企参与到土地市场中。”



2022年合肥第一批次集中土拍溢价率达11%，处于较高水平。图为合肥市瑶海区某在建楼盘。
本报资料室/图

11%，较2021年第二轮的5.4%和第三轮的4.6%明显上升，土地市场明显回暖。在已完成第一批次集中供地的城市中，“合肥市的平均溢价率处于较高水平”。

在房地产业内人士看来，和2021年第三批次集中供地相比，在2022年第一批次集中供地中，多座二线城市溢价率小幅回升，体现了土地市场趋稳之势。

除去土拍溢价率回升外，二线城市土拍之“稳”还体现在流拍率下降方面。在今年第一批次集中供地中，成都和合肥等多座二线城市的

流拍率皆呈下降趋势。

安信证券研报显示，成都2022年第一批次集中供地合计推地50宗地块，最终成交44宗、流拍6宗，无地块撤销，广义流拍率为12%，“较去年二、三轮的30.7%、17.5%有所下降”。

值得注意的是，和今年第一批次集中供地类似，在多座已完成第二批次集中供地的二线城市中，“稳”的势头依然不减。

对此，克而瑞研究中心认为：“从成交情况来看，热度整体保持平稳，但房企参与积极性有所提升。”

降低门槛让利房企

在2022年第一批集中供地中，10余座二线城市相继调整了土拍规则。

在土拍趋稳背后，离不开多座二线城市密集调整土地出让政策，力图通过降低门槛来让利房企。

例如，合肥2022年第一批次集中供地的土拍规则进一步放松。安信证券研报分析称，合肥2022年第一批次集中供地配建要求明显放松，约23%的地块要求配建保障房，明显低于2021年第三批次的57.1%，平均配建率也较2021年第三批次的18%降至13%。

除了合肥市外，南京市亦在2022年第一批次集中供地中降低了企业参拍的门槛。

公开信息显示，南京市2022年第一批次集中供地将土地出让保证金比例由30%下调至20%，同时部分地块付款周期也延长至6个月甚至更长。此外，南京市还取消了同一集团企业同批次竞得住宅地块不超过30%的限制，鼓励资金实力较强的企业进入当地土地市场。

记者进一步梳理发现，在2022年第一批次集中供地中，10余座二线城市相继调整了土拍规则。

58安居客房产研究院认为，从土拍规则来看，多数城市土拍规则较2021年第三批次进行了适度放松，具体包括降低竟买保证金比例、延长付款周期、取消竞配建要求等，切实从房企现金流角度入手，适度降低房企开发成本，给予其一定的利润空间，以提升房企拿地热情。

例如，6月11日，南京市规划和自然资源局公开发布2022年第二批次国有建设用地集中出让公告，共推出44宗超207公顷住宅用地，起拍总价超755亿元。其中，有31宗地块继续实行“限房价、定品质、竞地价”政策，有13宗地块实行“差异化定价房，按程序报备”的政策，即不设毛坯限价。

对于备受市场关注的13宗差异化定价地块，南京市相关部门在官方解读中表示，上述举措

“对于改变房地产市场‘快进快出’的现状，有效提高开发质量、化解矛盾，鼓励开发企业加大投入提供差异化产品，支持合理的改善性住房需求，促进房地产市场的持续健康发展，具有一定的意义”。

在房地产业内人士看来，不论是降低房企参与土拍的门槛，还是上调区域限价，抑或可以分期缴纳土地出让款、推出核心区域地块等种种措施，都是二线城市为吸引房企参拍而推出的常见措施，在某种程度上都有助于进一步提升当地土地市场的整体表现。

值得注意的是，也有个别城市适度收紧了土拍规则。58安居客房产研究院表示，青岛市2022年第一批次集中供地对房企购地资金做出了严格且明确的规定，杭州市也取消了勾地制度，并首创了“线上竞价+线下一次报价”的土地出让新规。

区域发展战略。在投资比例上，杭州市占比50%，浙江省内杭州市外占比40%，浙江省外占比10%。

滨江集团上述负责人同时表示：“公司也关注浙江省外的上海市和南京市等城市的机会。上海市是公司重点关注的区域，如有机会公司会积极拓展。在土地储备上，今年会在权益拿地金额占现金回款金额比例为0.6的基础上保持平衡。”

有长三角地区房地产业内人士对记者表示，随着各地密集出台的楼市优化调整政策效果逐步显现，以及房企回归一、二线城市潮流日益明显，在杭州市、苏州市和南京市等热点二线城市的土地市场中，“稳”的势头或将得以进一步强化。

—— 经营成就价值 ——
中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

**关爱女性
从家开始**
**CARING FOR WOMEN
STARTING FROM THE HOME**

一揽子政策稳经济、促发展、强信心

山西织牢市场主体保障网

本报记者 颜世龙 北京报道

“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全。”作为能源大省的山西省正在为稳住经济大盘出力。

山西省统计局最新消息，5月，

纾困“中小微”

针对当前中小企业面临的突出困难和问题，山西省财政从资金扶持、减税降费、融资担保、政府采购等多方面的措施予以支持。

“非常感谢娘家人对我公司的热心帮助，使我公司疫情期间的原材料运输问题得到妥善解决，有力保障了公司的正常生产。”山西省晋城市兰帝煤制品有限公司（以下简称“兰帝公司”）总经理成进军感慨地说。

成进军说，公司成立于2003年，是一家专业生产野外烧烤炭的外贸型煤炭深加工民营企业。今年3月，兰帝公司一辆运输原材料（黏结剂）的河南牌照货车由于没有《车辆通行证》，被交通部门滞留在环城高速“晋城东收费站”，如果不能按时完成“点对点”交接，公司将面临停产的困扰。当天上午9:00至下午5:00，成进军问遍了“晋城东”“晋城南”“晋城北”三个收费站的工作人员，找不到解决问题的办法。在一筹莫展的情况下，成进军怀着试试看的心理，拨通了晋城市

全省规模以上工业增加值增长9.8%。今年前5月，山西省规模以上工业增加值增长10.7%，增速比全国快7.4个百分点。全省规模以上工业中，工业战略性新兴产业增长19.0%，其中新能源汽车增长

99.0%，节能环保产业增长63.7%，均快于全省规上工业增速。从产品看，能源产品和部分新产品产量快速增长，新能源汽车增长2.8倍，光伏电池增长15.7%。从支撑因素看，用电量、货运量稳定增长，全省

全社会用电量增长5.8%。固定资产投资规模扩大，全省固定资产投资增长5.4%。

这一成绩不可谓不亮眼，而这一成绩的取得与山西出台一系列

稳经济举措密不可分。从纾困中小微企业，到梯度培育“专精特新”企业，再到出台一揽子稳经济行动方案，扎实织密保障市场主体的措施正在屡结硕果。



今年前5月，山西省规模以上工业中，工业战略性新兴产业增长19%，其中新能源汽车增长99%。图为山西晋中市一家新能源汽车总装车间内，工作人员在生产甲醇汽车。 新华社图

泽州县中小企业发展促进中心（以下简称“中小企业中心”）的服务热线电话。

《中国经营报》记者了解到，当时，中小企业中心相关负责人迅速与县工信局等职能部门沟通联系，并责成相关股室与工信、交通等部门精准对接，经过1个多小时的政策咨询和部门协调，兰帝公司顺利拿到交通部门出具的疫情防控物流运输《车辆通行证》，依照《物流运输承诺书》的要求，按时完成工业原材料“点对点”交接。

受疫情影响，遇到类似小问题、小麻烦却足以“致命”的中小企业并不少，如何更大力度地纾困中小企业，山西碰出了路子。

今年4月，山西省政府出台《加大纾困帮扶力度支持中小企业平稳健康发展若干措施》（以下简称《措施》）。《措施》涵盖资金纾困、减税降费、金融等10项内容35条措施，被外界视为强力纾困举措，其中财政和金融等手段成为支撑重点。

山西省财政厅副厅长蔡江泽表示，针对当前中小企业面临的突出困难和问题，山西省财政从资金扶持、减税降费、融资担保、政府采购等多方面的措施予以支持，重点从加投入、减负担、纾困难、拓市场四方面出招发力，帮助中小企业增强发展活力和市场竞争力。

在加投入方面，今年山西省财政预算安排省级中小企业发展专项资金5.3亿元，较2021年的3亿元增长76.7%，同时千方百计统筹技术改造等相关专项资金，拿出更多真金白银，以前所未有的力度助力中小企业纾困解难、创新发展。在拓展市场方面，针对中小微企业市场拓展难的问题，山西省财政积极

落实《政府采购促进中小企业发展管理办法》，通过提高预留中小企业份额的方式帮助企业获得更多的政府采购份额。同时，积极应用采购需求管理、优先采购、价格评审优惠等措施提高中小企业合同比重。

山西省地方金融监管局（以下简称“金融监管局”）副局长潘跃飞介绍，在今年一季度启动了全省政府性融资担保机构市县一体化运营改革，其中在增量提质的改革路

上接 B9

在2019年出台的《粤港澳大湾区发展规划纲要》中，广州南沙和深圳前海、珠海横琴一道被定位为粤港澳合作发展的三大重大平台。

“三个自贸片区，南沙、横琴、前海加起来的面积才120平方千米，应该说取得这些成绩，高质量发展成效是很显著的。”广东省商务厅厅长张劲松在今年5月的广东经济社会发展成就新闻发布会上表示。

张劲松介绍道，南沙、横琴、前海三个平台形成差异化发展格局——南沙侧重战略性新兴产业，目前汽车产业集群产值突破千亿元，成功引进了217个世界500强企业投资项目；前海则形成金融、科技、物流等现代服务业总部经济集聚区；横琴积极促进澳门产业多元发展，科技研发、中医药、文旅会展商贸和现代金融等产业发展迅猛。

日前，广州南沙再落下重要一子，粤港澳大湾区对外开放格局真正实现“三足鼎立”。

6月14日，国务院印发《南沙方案》，明确要加快推动广州南沙深化粤港澳全面合作，打造成为立足湾区、协同港澳、面向世界的重大战略性平台。

这是继去年出台横琴、前海两个合作区方案后，党中央、国务院作出的又一重大决策部署，对新发展阶段深化改革扩大开放，产生重大而深远的影响。

梁海明告诉记者，《南沙方案》的提出，通过大湾区铁路班列、高铁、公路、港口、机场的联动，区域物流联盟可以促进“丝绸之路经济带”与“21世纪海上丝绸之路”的无缝对接，推动构建“一带一路”新通道、新贸易平台。

“这不仅会增加中国在国际物流界的国际影响力和话语权，也能为‘一带一路’相关国家应对疫情挑战、实现共同发展作出更大贡献。”梁海明强调称。

“未来的开放可能不是一个单体化或者一个企业的开放，而是集成性的开放。粤港澳大湾区本身具有各种开放的要素，开放的环境也不错，现在我们就是主动把资源集成起来，让南沙和前海、横琴形成一个三足鼎立的高水平对外开放平台，携手共同参与国际竞争。”白明向记者指出。

梯度培育“专精特新”

“通过临汾市中小微企业发展中心组织专家上门辅导帮扶，公司在内部管理、体系管理、企业定位等多方面都发生了新的变化。”

山西华德冶铸有限公司（以下简称“华德公司”）是临汾市10家国家级“小巨人”企业之一。该公司成立于2007年，发展至今已经成为拥有实业公司、贸易公司、物流公司等子公司和机构13家、员工600余人，集研发、生产、销售和应用服务为一体的专用设备零部件生产企业，截至目前累计出口近15亿美元。

自去年7月被认定为国家级专精特新“小巨人”企业以来，华德公司搭上了政策快车，不仅享受到了金融服务机构落实国家政策推出的专属信贷产品，还通过中国进出口银行山西分行获得支持资金1000万元，尧都农商行落实国家扶持政策专项贷款900万元，山西金控到公司考察，瞄准“北交所”实施上市辅导。

“通过临汾市中小微企业发展中心组织专家上门辅导帮扶，公司在内部管理、体系管理、企业定位等多方面都发生了新的变化，不仅被国家生态环境部认证为环保治理A级企业，还成立了省级技术中心，新取得专利7项，另有4项专利程序正在进行中；主打产品特种车辆部件‘平衡重’已于去年成功申报省级‘单项冠军’产品，今年正向

国家级‘单项冠军’冲刺。”华德公司相关负责人说。

越来越多的“专精特新”正在山西遍地开花。今年3月，山西省促进中小企业发展工作领导小组办公室印发《山西省“专精特新”中小企业培育工作方案》（以下简称《方案》）。《方案》中明确要大力实施“专精特新”中小企业培育工程，持续完善“专精特新”企业梯次培育体系，实现“专精特新”“小升规”“规范化股份制改造”一体化推进。到“十四五”末，“专精特新”和“小巨人”企业实现倍增，山西省“专精特新”企业达到3000户以上，

省级专精特新“小巨人”企业达到500户以上，国家级专精特新“小巨人”企业达到200户以上，推动一批专精特新“小巨人”企业在上交所、深交所、北交所上市，着力推动“专精特新”企业在成长性、创新能力、市场竞争力等方面有大幅提升，在数量、质量、结构、规模、效益、安全等方面有显著突破，成为山西全方位推动高质量发展的主力军。

记者注意到，《方案》从政策要素、财税要素、金融要素等6大方面全力推进。其中，在财税要素保障方面要求，在现有省级财政给予每户“专精特新”中小企业一次性奖

励资金最高不超过30万元的基础上，有条件的市还要设立“专精特新”中小企业奖补资金。同时，发挥省级股权投资基金引导作用。以山西金控集团基金运作优势，设立3亿元的省级“专精特新”中小企业专项引导基金，在合法合规前提下，采用权益类、固定收益类或者夹层类等多种投资方式对省级和国家级专精特新“小巨人”企业给予资金支持，推动专精特新“小巨人”企业加快上市步伐，建立企业上市有序退出机制，实现国有资产的保值增值和对“专精特新”中小企业的滚动支持。

一揽子政策稳经济

今年1~5月，全省一般公共预算收入完成1509.3亿元，同比增长36.6%，提前一个月实现过半目标。

6月10~14日，山西省政府新闻办接连举办多场新闻发布会，专题介绍“稳住经济一揽子政策措施”。山西省政府副秘书长向弟海表示，面对复杂严峻的疫情形势和经济下行压力，山西坚决落实中央提出的“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”的明确要求，为进一步贯彻落实全国稳住经济大盘电视会议精神，山西谋划制定了《扎实推进稳住经济一揽子政策措施的行动计划》（以下简称《行动计划》）。《行动计划》包括7

个部分46条具体措施，涵盖财税、金融、稳投资促销费、保粮食能源安全、保产业链供应链稳定等多个方面。

山西省财政厅副厅长蔡江泽表示，今年1~5月，全省一般公共预算收入完成1509.3亿元，同比增长36.6%，提前一个月实现过半目标。但受新一轮疫情和国际局势变化等超预期因素影响，我国经济发展环境复杂性、严峻性、不确定性上升，保持经济平稳运行面临新的挑战。此次《行动计划》直接涉

及财政的有28条，政策指向明确、发力精准、含金量高。

财政方面主要涉及进一步加大退税减税降费政策力度，加快政府专项债券发行使用并扩大支持范围，加强财政金融协同发力，全力支持稳市场主体、保产业链供应链稳定，加大对粮食、能源、投资、消费等重点领域支持等。

山西省税务局党委委员、总经济师李渊说，今年以来，山西不断加快大规模留抵退税等各项组合

式税费支持政策实施力度，确保企业特别是小微企业及时享受政策红利。截至5月底，全省已为企业减轻税负和增加现金流超470亿元，其中继续实施的制造业中小微企业缓缴税费44亿元，这些政策红利为企业纾困解难、提振信息发挥了重要作用。

山西省发改委副主任闫中立说，抓好固定资产投资是稳定经济大盘的重要支撑，“稳经济”46条中，抓项目稳投资占7条。在稳投资方面，基础设施投资约占全

省投资的20%，是压舱石和先手棋，要在新老基建上发力。同时聚焦强链扩产产业投资，山西首批确定了特钢材料、新能源汽车、高端装备制造等10条产业链，要发挥“链主”“链长”重要作用，抓好存量项目的建设和新项目的招商引资落地。为此，在筹措项目资金方面，将通过专项债、金融资金、中央预算内投资、地方财政资金等多种方式积极筹措，加快安排项目，加快下达投资计划，形成更多实物投资量。

成都发布稳增长40条“呵护”市场主体发展

本报记者 陈雪波 王金龙 成都报道

6月21日，成都市发布《增强发展韧性稳住经济增长若干政策措施》（以下简称“稳增长40条”），从财税支持、金融政策、稳投资促消费等9个方面提出了40条措施。

成都市发改委相关负责人在解

稳市场主体

本次“稳增长40条”提出了多项为企业减轻负担、提供金融支持的措施。其中包括落实增值税留抵退税等税费政策，加快地方财政支出执行进度，加大政府采购支持中小企业力度。

同时，社保缓缴政策将扩围延期，中小微企业、个体工商户和餐饮、零售、旅游、民航、公路水路铁路运输企业缓缴基本养老、失业、工伤保险费政策延至2022年底，并扩围至其他特困行业。

在金融政策方面，成都市支持

商业银行等金融机构继续按市场化原则与中小微企业（含中小微企业主）和个体工商户、货车司机等自主协商，对其贷款实施延期还本付息，并推动金融机构减费让利，支持拓宽直接融资渠道。

成都市还将加快推动基础设施投资，包括城市有机更新、老旧小区改造、轨道交通建设等。预计全年改造老旧小区600个以上，新启动片区更新项目30个以上。同步推动轨道交通第四期建设规划项目，2022年底完成投资400亿元以上，加快城市

《中国经营报》记者注意到，近来成都市已经连续多次发布稳定经济发展的相关政策。如成都市4月发布《关于支持市场主体健康发展促进经济稳定增长的政策措施》，帮助市场主体应对疫情影响；5月，成都海关制定十三条措施，促进外贸企业保稳提质。

轨道交通第五期建设规划编制。为促进消费恢复发展，“稳增长40条”提出，支持开展促消费活动。以汽车、家居家电为重点，引导企业开展下乡促销活动。并保持夜间经济活力，依托地标性夜间经济集聚区，开展24小时营业区试点。同时推动全市A级旅游景区首道门票开展打折优惠活动。支持A级景区完善服务设施，对国家4A级以上旅游景区新（改）建停车场、游客中心、游步道等，按照投入资金10%比例，给予最高100万元补贴。

为中小微企业让利

“加强就业和民生保障，提升幸福成都品质。”“稳增长40条”提出，延续实施阶段性降低失业保险、工伤保险费率政策至2023年4月底。经营性人力资源服务机构向重点工业企业输送劳动者，且劳动者在相应企业连续参加社会保险6个月以上的，按1000元/人标准发放职业介绍服务补助。

在住房方面，“稳增长40条”指出，将进一步完善促进房地产平稳健康发展的政策措施，对引进人才、二孩及以上家庭等购买商品住房（含二手房）按照相关规定给予适当支持。而受疫情影响的企业，可以按规定申请缓缴住房公积金，到期后进行补缴。

为了提升现代产业发展能

级，“稳增长40条”制定了激励机制。比如，对企业或机构自主投资建设产业链网络化协同平台并对外服务企业数达到200家（含）以上的，按照企业对该项目投资额的20%给予企业最高300万元补助；对年度营收首次突破10亿元（含）、30亿元（含）、50亿元（含）、100亿元（含）的工业企业，分别给予20万元、30万元、50万元、100万元奖励；对新获评国家专精特新“小巨人”的企业，给予30万元奖励。同时，市场主体的水电气网等要素使用成本、房屋租金也有望得到降低。

供应链的稳定同样是“稳增长40条”关注的内容。成都市将对客货运和出租车（网约车）司机、快递员免费进行核酸检测和抗原检测，争取民航应急贷款，支持航空企业发行债券。此外，还将拓展成都至重要国际物流枢纽货运航线网络，提高“全货机+包机+客改货”多元化航空物流服务水平。

“稳增长40条”坚持靠前发力、适当加力原则，着力稳市场主体，以稳增长、保就业、保民生。成都市发改委相关负责人介绍，“稳增长40条”对中小微企业、个体工商户让利，让其充分发挥保就业保民生的重要作用；对重点企业、专精特新企业等市场主体给予更多支持，让其发挥稳增长、稳预期的作用；通过柔性执法、弹性管理、优化服务等方式，为市场主体营造宽松的环境，更好激发市场主体活力。

从流量到销量

家电企业“暗战”新营销渠道

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

一年一度的“6·18”年中大促已落下帷幕,从目前已公布的战报以及京东、天猫等多方数据来看,各大家电企业今年“6·18”表现亮眼的同时,还在抖音等新营销渠道鏖战,各显神通。

数据显示,今年“6·18”期间,综合电商(不含直播电商)大盘较上年同期

小幅上涨0.7%,增至6959亿元,而直播电商的增速较快,较上年同期增加124%。其中家电行业较上年同期增长6.7%,销售额增幅达到6.7%。

在疫情等不确定性因素的影响下,电商平台仍然是目前家电企业们所依赖的主要渠道之一。具体来看,海尔智家股份有限公司(以下简称“海尔智家”,600690.SH)“6·18”

期间销售额增速达到23%,大幅优于家电行业增速。

高端智能家电品牌添可智能科技有限公司(以下简称“添可”)方面披露的战报显示,今年“6·18”首日添可线上成交额突破4亿元,销售额同比增长41%。正式开售仅10分钟,即突破1亿元。

对于新营销渠道,杭州老板电

器股份有限公司(以下简称“老板电器”,002508.SZ)相关负责人告诉《中国经营报》记者,在直播轻松趣味的氛围冲击下,实现对消费者的种草,并提升用户对品牌的认知和黏性,“为品牌增长带来新的势能,实现流量和销量的双丰收。升级内容营销直播玩法的同时,真正实现了品牌的入圈和破圈。”

传统平台仍是主战场

以天猫、京东等为首的传统电商平台仍是本次“6·18”大促中家电企业的主战场。

数据显示,家电行业成为今年“6·18”年中大促期间的领头羊,在各大综合电商的销售品类中的销售额最高,并保持增长。具体来看,以天猫、京东等为首的传统电商平台仍是本次“6·18”大促中家电企业的主战场。

据京东方面公布的数据,今年“6·18”开门红活动仅开始4个小时,中高端家电产品的成交额就超过了去年“6·18”全天,同时平均单

价也提高了46%。另据苏宁易购数据,在今年的“6·18”首轮促销中,添可、云鲸等智能生活电器品牌的销售额同比增长分别达606%和425%,料理机器人的销售额也较去年同期上涨57%。

从具体品牌来看,添可旗下智能洗地机美万系列以天猫市占率60%、京东市占率66%的绝对优势夺下洗地机品类“双冠王”,同时在天猫生活电器类目排名第一;同时

其智能料理机食玩系列也保持了“6·18”首日销量第一的成绩,较上年同期增长400%。

除了厨房小家电,集成灶等厨房大家电销售数据也出现较高增长。据魔镜数据,截至今年6月17日,亿田智能、火星人、浙江美大等集成灶热门品牌预售额均出现较高增长,其中亿田智能预售额较上年同期大幅增加约150%,火星人和浙江美大则分别增长

70%和98%。

对于今年“6·18”销量的逆势上扬,添可方面相关负责人表示,这得益于添可对产品科技的创新和用户洞察的不断融合与相互促进。“用科技创新解决曾经未解决,但永恒存在的用户需求痛点,一方面顺应了时代发展和品质生活的需求,同时也是企业提质增效,对抗行业下行风险的增长秘籍。”

营销新渠道迅速崛起

尽管传统电商平台仍然热门,但以抖音、快手等为代表的直播电商正在成为家电行业新营销渠道的兵家必争之地。

尽管传统电商平台仍然热门,但以抖音、快手等为代表的直播电商正在成为家电行业新营销渠道的兵家必争之地。

数据显示,在“6·18”年中大促期间,直播带货总额达到了1445亿元,占到了年中大促全网交易额的约20%。另据抖音相关数据,今年“6·18”期间,抖音电商直播总时长达4045万小时,挂购物车的短视频播放了1151亿次,参与活动的商家数量较上年同期增加159%,抖音商城场景带动销量同比增长514%,搜索场景带动销量同比增长293%。

除了抖音,快手也是家电企业的社交电商主战场之一。据快手电商数据,截至6月14日,在今年快手“6·18”实在购物节期间,信任购业务合计覆盖订单超过4亿个,超过52万名主播在大促期间为消费者提供了至少一项信任购服务。

社交电商渠道的兴起,也带动了各大品牌在今年“6·18”的销量提升。据飞瓜数据,在今年6月1日至18日期间,添可、苏泊尔等家电品牌在抖音渠道持续领跑,抢占新渠道红利。其中添可销量达到3.2万件,销售额达到0.9亿元。苏泊尔销量达到40.2万件,销售额达到0.91亿元,均位于抖音电商销售前列。

抖音电商总裁魏雯雯在抖音电商第二届生态大会上透露,截至2022年4月30日,抖音电商的商品交易总额已经较上年同期增长3.2倍。庞大的交易总额也吸引了企业争抢新渠道蛋糕,仅2021年抖音电商家电品牌入驻数就增长了230%。

记者梳理发现,目前包括海尔智家、美的等头部大家电企业,火星人、浙江美大等厨电企业以及添

可、石头科技等清洁电器、厨房小家电品牌等均已在抖音开设了直播渠道。其中,添可、石头科技、九阳等品牌均每天都在抖音开设直播,添可和石头科技的每日直播时长均在16小时左右。

除了在直播力度方面“内卷”之外,不少家电企业在直播的内容方面也“卷”了起来,老板电器请来了钢琴家吉娜·爱丽丝助阵,而九阳股份有限公司(002242.SZ)则和大热的刘畊宏牵手。

对此,老板电器方面告诉记者,借助明星直播和京东平台的全流量入口和长尾效应,以及吸睛的抢购福利来提升品牌重点产品在短期内强势曝光。而老板电器高级产品经理沈俊杰此前也曾表示:

“在未来,老板电器会在紧跟直播热度趋势下,继续秉持创新科技的产品力,加大在直播领域的布局和

探索,不断完善整合更新用户需求,在直播电商领域创造更高突破和更多发展可能。”

对于当前家电品牌入局社交电商直播,奥维云网(AVC)方面分析认为,抖音渠道目前呈现多优势、高占比、巧契合、大规模、强走势、多品类、多品牌等多个特点。“抖音等新兴渠道在成为品牌增长的核心动力的同时,也成为了品牌经营获取第二增长曲线的标配。传统电商由平台决定所有流量的走向所带来高额流量费用,使得品牌营销的投入产出效率在逐渐降低,直播带货在疫情期间快速发展,抖音、快手等直播电商已成为一个重要渠道。”

不过奥维云网(AVC)方面也指出,目前新兴电商发展没有传统电商渠道成熟,消费者在消费时仍有一些警惕心理。



“6·18”首日,高端智能家电品牌添可线上成交额突破4亿元,正式开售仅10分钟,即破1亿元。
本报资料室/图

年轻化、高端化新格局

消费者的消费需求不仅影响着家电企业对于消费触点的拓展,也带动着家电产品的推陈出新。

消费者的消费需求不仅影响着家电企业对于消费触点的拓展,也带动着家电产品的推陈出新。年轻人的消费力以及对高端化、套系化等产品的追求,正在重塑当前家电行业的产品格局。

据抖音数据,“00后”目前已经成为了“6·18”消费的主力,这一群体在抖音购买量较上年同期增长达到164%。据苏宁易购数据,在今年“6·18”的首轮促销中,线下高端家电的销量同比增长达到了57%,其中万元高端家电较上年同期增长了近8成,同时,大屏8K电视、双开门大冰箱等传统高端家电的销售涨幅也达到了64%和87%,出现了逆势增长的势头。

此外,以料理机器人、洗碗机等为代表的改善型厨电销量数据也很亮眼。据奥维云网(AVC)抖音/快手监测数据,洗碗机在“6·18”第三周的销量合计达到1267台,销售额达到560万元。

家电企业也正在应需求而为不断进行创新研发。添可方面相关负责人就表示,添可始终坚持以用户为重,不断在红海竞争中发现蓝海市场,目前已经形

成了美食强劲爆发、清洁丰富矩阵、个护持续积累、健康快速突破的多元化品类发展格局。

海尔智家方面相关负责人则认为,区别于单一产品、单一服务的拼凑式生活,如今包罗衣食住娱的智慧场景解决方案,正为大众带来更省心、安心、便捷的健康生活。

“今年‘6·18’,海尔智家正是凭借引领行业的科技实力,从健康家电升级为健康家庭,带来全方位衣食住娱健康体验。”

据了解,目前海尔智家已基于用户需求,首创了全空间保鲜科技、免清洗科技、自清洁技术、3D除菌舱等一系列健康科技。“正是基于用户需求,迄今海尔智家在专利质量、标准数量、工业设计、国家认可4项指标上,均为行业第一。”海尔智家方面表示。

此外,添可也在产品的科技布局方面实现了从局部到全局、从功能到体验、从物到人的全面升级。“以美万3.0智能洗地机为例,今年‘6·18’通过智能双驱和水电双续航40分钟,使用更便捷,充分满足全流程清洁,成功做到了从智能识别环境,到智能辅助人的新发展阶段。”添可相关负责人表示。

京东航空落户南通兴东机场

江苏首家本土航空公司“腾飞”在即

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

靴子落地!国内第三家民营货运航空公司——江苏京东货运航空有限公司(以下简称“京东航空”)最终落户江苏省南通市。

据了解,京东航空已于2021年8月经民航局批准筹建,目前筹建工作已基本完成,正申请颁发公共航空运输企业经营许可证。民航华东地区管理局已完成初审,并确定主运营基地机场为南通兴东国际机场,经营范围为国内(含港澳台)、国际航空邮航运输业务。

京东航空落地南通市对于江苏省行业发展而言也是一件大

事。6月10日,民航江苏监管局副局长郝俊清表示,京东航空作为江苏首家121部运行的本土航空公司,其成立将填补江苏民航的行业空白,并提升江苏省航空货运保障能力,对江苏省的经济发展及民航发展具有里程碑式的意义。

靠江沿海的江苏省南通市,素有“江海门户”之称。《中国经营报》记者在采访中了解到,近年来,南通航空产业发展也在不断提速。2015年,中国商用飞机有限公司(以下简称“中国商飞”)与南通市结缘,之后将南通兴东国际机场作为交付基地;与此同时,南通市已明确提出将规划建设南通新机场,

并定位为上海国际航空枢纽的重要组成部分,项目预计将于2026~2027年正式完工。

第一太平戴维斯中国区产业及物流地产部主管、高级董事罗瑾表示,航空制造和航空运输可带来巨大的资金流、技术流、产品流和信息流等,在区域范围内形成流量经济,因此京东航空落地南通市将对当地产业转型升级、提升高端制造水平具有重要意义。“通过经济要素的重组、融合使各要素的能量增大,可促进科研、制造、金融、维修、运输、仓储、物流等产业的综合发展,从而形成完整的航空产业链。”

记者梳理发现,目前包括海尔

角力长三角航空物流市场

航空物流已成为全球产业竞争的“利器”。今年2月,民航局发布了我国首个航空物流发展专项规划——《“十四五”航空物流发展专项规划》。文件指出,“十四五”时期,我国航空货邮运输量将保持快速增长,预计将在2020年的670万吨增至2025年的950万吨,在全球主要经济体中位居前列。

不少城市和企业也早就看到了航空物流产业发展的机会。据了解,京东早在2018年便与南通市政府签署了战略合作框架协议,双方计划将南通兴东国际机场打造为京东物流航空货运枢纽。

2019年9月,宿迁京东展锐企业管理有限公司和南通机场集团有限公司共同出资6亿元组建京

东航空,并分别持股75%和25%。当年12月,京东全球航空货运枢纽华东地区项目在南通市正式开工,该项目总投资200亿元。

与京东航空的发展轨迹类似,圆通速递早在2018年便与浙江省嘉兴市政府签署战略投资协议,在嘉兴机场建设全球航空物流枢纽。根据计划,预计到今年年底,圆通航空将形成由15架波音757、波音767以及国产ARJ-21组成的混合机队。

日前,由嘉兴市引进、圆通集团投资兴建的省级示范性重大项目——圆通嘉兴全球航空物流枢纽项目也已开工建设,项目定位为长三角一体化重要产业平台、军民融合示范基地,将打造全球航空物流枢纽、共享型多式联运

中心和长三角商贸集散中心。

对于圆通和京东默契选择将航空物流基地设在长三角地区城市的原因,罗瑾分析认为:“南通市凭借其新建机场及毗邻上海市的独特优势,已成为江苏省重点打造的航空物流基地;而嘉兴市同样紧邻上海市,衔接苏南和浙北核心区域,嘉兴机场同时在原有机场的基础上改扩建而来,大大节省了新建机场的申请及建造时间。”

而在IPG中国首席经济学家柏文喜看来,除了长三角地区经济发展强劲的因素外,南通市和嘉兴市能够迎来京东航空和圆通航空,也与两家企业“掌门人”刘强东和喻渭蛟的家乡情结密不可分,企业在获得江苏省和浙江省支持方面也有得天独厚的条件。

补齐江苏航空发展“短板”

近一年来,京东航空频频传出利好消息。

据民航江苏监管局消息,6月10日,民航江苏监管局受民航华东地区管理局委托,召开“京东航空CCAR-121部运行合格审定预定及正式申请会”,京东航空已递交了正式申请信及申请文件。

这也意味着京东航空将成为继顺丰航空和圆通航空后的第三家民营货运航空公司,也是国内第四家航空货运公司。

郝俊清在会上表示,京东航空是江苏省第一家本土航空公司,民航江苏监管局将与京东航空密切配合、加强沟通、通力协作,确保京东航空高质量完成运行合格审定工作,为今后持续安全运行打下坚实的基础。

而就在10余天前的5月23日,中国民航局发布的公示文件显示,

京东航空目前的筹建工作已基本完成,正申请颁发公共航空运输企业经营许可证。民航华东地区管理局已完成对其初审。

罗瑾告诉记者,就江苏省航空业发展而言,目前南京市和无锡市的临空经济区建设已初具规模,基本形成了航空运输、航空制造和航空物流三大主导产业。

不过,江苏省交通运输厅于2021年9月发布的《江苏省“十四五”民航发展规划》(以下简称“《规划》”)指出,江苏航空业发展还存在一些“短板”。一方面,枢纽机场的竞争、辐射力与江苏省经济社会发展的要求仍有一定差距。“江苏省是开放大省、外贸大省,航空市场需求旺盛,但主要枢纽机场服务能力相对较弱。”

“京东航空落户南通市,不仅是让江苏省拥有了第一家本土航空公司,更让江苏省与南通市能够借助京东航空提升物流服务效率,推动物流业发展,提升物流服务半径。京东航空对于南通市乃至江苏省经济发展的综合带动作用不言而喻。”产业观察人士欧阳艺智感慨道。

板”。尤其是国际航线市场开拓能力有待提升,枢纽机场国际航线广度、厚度仍有不足;全货机航线数量少、密度低,运力和可运品种受限;国际货运资源分散,行业生态环境仍不完善。在罗瑾看来,如今南通市航空产业快速发展以及京东航空落地启动,对完成《规划》提出的“逐步健全通用航空体系,持续推动省内其他机场协调分工、特色发展,着力打造江苏特色通航品牌”目标,也起到了明显的推动作用。

“京东航空落户南通市,不仅是让江苏省拥有了第一家本土航空公司,更让江苏省与南通市能够借助京东航空提升物流服务效率,推动物流业发展,提升物流服务半径。京东航空对于南通市乃至江苏省经济发展的综合带动作用不言而喻。”产业观察人士欧阳艺智感慨道。

对于南通市乃至江苏省航空业发展而言,规划建设南通新机场至关重要。

2019年印发的《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》明确指出,在合力打造世界级机场群方面,“规划建设南通新机场,成为上海国际航空枢纽的重要组成部分。”

这也让南通市航空业站上了新的发展“风口”。记者多方采访了解到,“十四五”期间,江苏省将加快推进南通新机场及综合枢纽规划建设,完成南通新机场工程前期工作,确定选址于通州区二甲镇,项目计划于2023年开工建设。

“南通市已成立南通新机场枢纽建设指挥部。”据南通市相关负责人介绍,南通新机场占地面积约67万平方米,是现有南通兴东国际机场的10倍有余,比上海虹桥国际机场也大16万平方米,项目预计于2026年或2027年正式完工。

虹桥国际机场也大16万平方米,项目预计于2026年或2027年正式完工。

除了计划建设南通新机场外,自2015年开始,中国商飞便与南通市展开合作,南通兴东国际机场已成为中国商飞的重要交付基地,并为国产飞机试飞提供保障。

罗瑾认为,家纺产业作为南通市的传统支柱产业,纺织品出口总额位列江苏省全省第一。但南通市在精密制造业领域的基础相对薄弱,航空产业可以极大地促进传统产业升级和高新技术、总部经济、金融物流等产业的发展。

当地航空企业南通华夏飞机工程有限公司CEO申炳龙也表示,未来,如果将南通市作为中国商飞的飞机总装和交付中心、中国航发商用航空发动机有限公司的发动机科研和制造中心,并由

此吸引一大批世界级的航空零部件生产厂商、检测实验机构和科研机构等相关上下游企业的进驻,有望打造一个世界级的民航飞机制造和研发产业集群。

“航空产业是资金密集型产业,没有长期、足够的资本投入,很难形成较大规模的航空产业集群。”申炳龙建议,南通市应首先搭建一个较大规模的航空产业投资平台和航空产业基金平台,以便能长期且有效地支持本地航空产业的发展。

“平台可采用多种模式,以及通过更加市场化的手段吸引和扶持航空产业链上下游的优质项目落地,从而打造一个既有‘龙头’,又有‘身’;既有核心,又有配套;既有基础,又有扩展的航空产业链和产业集群。”申炳龙进一步表示。

鲁先平：“向难而行”做原创新药

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

获批上市创新药69件(涉及47个品种),同比增长130%;受理创新药注册申请1886件,同比增长76.1%。

日前,国家药监局发布《2021年度药品审评报告》,上述即为过去一年我国创新药研发取得的两项代表性数据。

也就在2021年10月,国家药监局批准1类创新药西格列他钠

上市,配合饮食控制和运动,改善成人2型糖尿病患者的血糖控制。这是微芯生物(688321.SH)创始人、董事长兼总经理鲁先平带领其团队历经19年的研发成果。

事实上,自创立以来,微芯生物的创新步伐始终未停止。2014年12月,中国自主知识产权的原创抗癌新药西达本胺获批上市。近日,其公告称,收到抗肿瘤原创新药西奥罗尼联合卡

杜尼利治疗广泛期小细胞肺癌Ib/II期临床试验批件。

值得注意的是,西达本胺、西格列他钠、西奥罗尼均为我国自主研发并拥有自主知识产权的创新药。

不过,回到企业经营本身,商业利益同样重要。西达本胺和西格列他钠从研发到上市均历经超过十年,这期间是否错过了最佳的商业化时机?以致于遭遇“起大早赶晚集”的困境?

近日,鲁先平在接受《中国经济时报》记者专访时,对此给出了否定的答案。“坦率而言,除了微芯生物,如今在中国医药市场还没有第二家企业自己研发出全新作用机制的原创新药。我们想做的事就是最大程度地满足患者尚未被满足的临床需求。如果要正确描述微芯的历程,我们认为可以说,我们选择了最困难,但同时也是对病人最好的一条道路。”

立足国内:“第一个吃螃蟹的人”

建立技术规范花费约3年时间,大鼠试验花费2年时间,只为获得一个结论——能不能进入临床III期试验。



微芯生物创始人、董事长、总经理鲁先平

受访者/供图

验”。“大鼠小鼠的寿命从出生到老死约两年时间,这意味着从它出生开始,就要给它喂不同剂量的西格列他钠,以此来评价其药效‘一辈子’的安全性。”鲁先平说,“但在当时,中国并没有所谓的‘终身安全’和‘致癌试验’之类的技术指导原则,所以我们团队组织专家,把国际上的相关技术规范、规则等汇总学习后,与药审中心共同讨论,最后形成中国的指导原则。”

以量化的数据来看这一段“必经之路”,鲁先平表示,建立技术规范花费约3年时间,大鼠试验花费2年时间,只为获得一个结论——能不能进入临床III期试验。

“事实上,选择一切从零开始,

加上前期的临床方案设计、剂量确定等方面所需要的时间和精力,我

们付出了一定代价。”所幸,此前的负担已变成“礼物”,所受的苦也照亮了路。“首先要种树,过后干活才能乘凉,且最终也能让别人乘凉。”鲁先平说。

而对于“最佳商业化时机”的解释,鲁先平对记者表示,原创新药客观上需要较长的市场导入期,

中国的医生对于创新药比较保守,

本着对患者负责的原则,面对全新作用机制的药物,他们需要时间解决如何使用以及如何控制不良反

应等问题,需要一个漫长的过程,

因此,公司建立了较为完善的学术推广队伍。“微芯是做原创新药的,

所以在知识产权保护方面非常重

视。”他补充道。

新药研发是一个漫长的过程,

因审评审批程序的存在,药品实现

上市往往是在其获得专利授权过后的十年甚至更长时间。

2021年6月1日起,修改后的《中华人民共和国专利法》正式实施。其中,第四十二条指出,发明专利权的期限为二十年,实用新型专利权的期限为十年,外观设计专利权的期限为十五年,均自申请日起计算。

“专利保护区是原创新药一个很美的地方。”鲁先平说,“我们非常重视知识产权的保护。我们研究的不仅是一个新的化学结构,还是一个全新的作用机制。在专利的保护下,原创新药的生命周期被延长,微芯生物的原创新药上市后,不会有仿制药出现的局面,能在很长一段时间内维持具有优势的市场份额。在我们看来,这种商业模式非常不错。”

面向国际:联合开发共担风险

“那时候,国外对中国药企有一种印象叫‘copycat’,与‘创新’一词不沾边。”

若说药物发现是可遇不可求的“流星”,那么如何将这转瞬即逝的美好化为永恒的现实,需要除运气之外,更多的人为介入。

2000年9月,身负法国制药公司从业经历,以及在美国参与创建过两家公司的鲁先平,选择回国。“我们的想法很简单,就是要改变中国原创药产业的现状。”鲁先平说。2001年,微芯生物成立。“原创、安全、有效、中国”,是写在其官网的立身理念。

此后数年,中国医药界仿制药持续盛行。在这期间,“独树一帜”的西达本胺提交了临床试验申请。不过,难题随之而来。

2005年,怀揣西达本胺的微芯生物在融资方面遇到挑战,“当时国内支持亏损状态创新药企的氛围尚不存在。”鲁先平说。

同样地,寻求国外融资的道路也并非顺利。“那时候,国外对中国药企有一种印象叫‘copycat’,与‘创新’一词不沾边。对我们的研究发现,他们既怀有非常强的好奇心,同时又持强烈的怀疑态度。”鲁先平说。

就在这时,经美国投资银行的牵线搭桥,沪亚生物(美国企业)表示愿意以2800万美元的价格取得西达本胺除中华区以外的专利授权,这笔在鲁先平看来“相对低”的代价,使得微芯生物持续研发所需的资金得以维系。另一方面,在研创新药的开发风险等也因合作得以分担,

“对于一个小企业来说,承担所有的风险是一个非常大的挑战。”鲁先平说。

而与沪亚生物的合作,也打开了西达本胺的全球同步开发之路。

直至现在,微芯生物与美国的合作伙伴每月至少召开一次联合开发委员会,出席的是双方负责研发的关键人物,探讨的内容包括临床开发的计划方案、实施

过程遭遇的挑战、为彼此提供意见/建议以促进整体开发方案的达成等。

2010年,西达本胺获美国FDA核准进入临床试验,其下一步计划也提上日程。

这一天的例会现场,合作双方汇报完所在专利授权领域的临床开发进展,以及进行上市后的药物警戒和不良反应的全球性汇总后,会议的重头戏开始。

为使最终能够形成一个关键注册性临床方案(以注册上市为目的),合作双方就不同领域的临床开发方案、科学设计、不同国家的药监局反馈意见等进行交流沟通和意见交换。

彼时,针对罕见病T细胞淋巴瘤治疗,美国已有两个注册获批药物,给药方式均为注射,每年的医保费用超过10万美元,市场前景十分可观。而就在2009年,西达本胺在国内已进入上述适应症的注册性临床II期试验,“当时我们已经知道了这样一个全新作用机制的药物,可以有效治疗外周T淋巴瘤,而且是口服药物,相比注射能够节省大量的医疗成本,所以我们建议合作伙伴对西达本胺开发淋巴瘤的适应症。”鲁先平说。

但这一建议并没有得到合作伙伴的采纳,合作伙伴继而选择了肺癌方向,在当时的微芯生物团队看来,这是一个错失良机的决定,其心中也萌生了将专利授权收回的想法,并也付出了行动,表示将以3倍的价格从沪亚生物手中买回西达本胺除中华区以外的开发权益。不过,对方不愿放弃。

“其实谈不上遗憾。”回忆起上述回购事件遭否的影响,鲁先平再次提到,如果没有2006年出售专利授权所获的那一笔资金,创新的理想或早已止步。

好大夫在线创始人王航

互联网医疗的关键任务是重塑医疗传统业务流程

本报记者 曹学平 北京报道

日前,《互联网诊疗监管细则(试行)》(以下简称《细则》)落地实施,互联网医疗行业进入规范化发展阶段。

作为互联网医疗行业的代表企业,目前,好大夫在线创始人兼CEO王航分享了他对《细则》与互联网医疗行业未来发展的看法。王航认为:“医疗行业与患者的生命健康息息相关,生命至上是最基

础的原则。《细则》反映出的监管重点是对于互联网诊疗过程中的质量管理,这是所有从业者都必须高度重视的问题,是安身立命之本。”

王航指出,《细则》为行业的发展划定了红线和底线,必将推动行业重新聚焦到提供高质量的医疗服务上来,共同追求业务的良性发展。

王航认为,下一步互联网医疗平台应该致力于解决行业堵点问题,提供更多“关键价值”,提升互联网医疗服务质量效率。

监管细则落地实施

过去十多年,互联网医疗行业经历了快速的发展,尤其是新冠疫情暴发后,在政策的引导下,互联网医院数量大幅增长,互联网医疗已成为我国医疗服务体系的重要组成部分。据国家卫健委披露的数据,截至2021年上半年,全国已经设置审批1600余家互联网医院,30个省(区、市)已建立省级互联网医疗服务监管平台,初步形成线上线下一体化的医疗服务模式。

此次正式落地实施的《细则》对互联网医院的医疗机构监管、人员监管、业务监管、质量安全监管等方面做了详细规定。

根据《细则》,互联网医院分为两类,分别为作为实体医疗机构第二名称的互联网医院、依托实体医疗机构单独获得《医疗机构执业许可证》的互联网医院,均由省级互联网医疗服务监管平台进行监管。

《细则》规定,医务人员接诊前需进行实名认证,确保由本人提供诊疗服务。其他人员、人工智能软件等不得冒用、替代医师本人提供诊疗服务。患者有义务向医疗机构提供真实的身份证件及基本信息,

不得假冒他人就诊。互联网医疗仅提供复诊服务。《细则》规定,当患者病情出现变化、本次就诊经医师判断为首诊或存在其他不适宜互联网诊疗的情况时,接诊医师应当立即终止互联网诊疗活动,并引导患者到实体医疗机构就诊。

此外,在药品管理方面,《细则》明确规定,处方药应当凭医师处方销售、调剂和使用,严禁在处方开具前向患者提供药品,严禁以商业目的进行统方。

国家卫生健康委医院管理研究所舒婷指出,监管是为了更长久的发展,《细则》要求各省建立省级监管平台,各医疗机构要主动与省级监管平台对接,通过持续的监管来梳理业务流程,完善平台功能,推动底层数据流通。中国社会科学院健康业发展研究中心副主任陈秋霖认为,《细则》更加注重可操作性,更加考虑符合当前互联网诊疗的实际情况,更加注重用词的专业性,更加注重质量安全监管,更强调医疗机构的主体责任以及更加全面的监管等。

王航指出,不管是第三方互联网医疗平台,还是公立医院的

探索实践到规范发展

作为互联网医疗行业的先行者,好大夫在线自2006年即上线运行。在模式各异的互联网医疗行业中,好大夫在线专注医疗服务领域,凭借十多年的深耕聚焦与专业运营,积累了丰富的优质医生资源与良好的患者用户口碑,目前已是国内颇具代表性的互联网医疗企业。

据官网介绍,截至2022年6月,好大夫在线收录了国内10100家正规医院的89万余名医生信息。其中,24万名医生在平台上实名注册,直接向患者提供线上医疗服务。在这些活跃医生中,三甲医院的医生比例占到73%,具有很高的医疗服务权威性。

王航介绍,在过去十多年的发展过程中,互联网医疗行业主

要经历了早期探索、多地试点、政策突破、疫情推动、规范发展等多个阶段。

2014年之前,互联网医疗行业还处于早期探索阶段。移动互联网的普及让互联网医疗进入千家万户,但是这个阶段的互联网医疗还是以信息提供和咨询服务为主,没有涉及严肃的诊疗环节。

2015年到2017年,多地开始互联网诊疗试点。例如,广东省二院在广东,39健康网在贵州,微医在乌镇,好大夫在线在银川,都做了一些针对互联网诊疗的试点。

2018年,好大夫在线银川试点获得成功。其成功的主要原因是把互联网诊疗和中国西部地区缺乏高端专家资源的需求联系了起来,因此获得了监管侧的支持。

2018年,互联网诊疗银川模式受到充分认可。互联网诊疗的大门打开,这是一次非常重要、非常关键的政策突破。

2020年新冠疫情暴发,推动了互联网医疗行业的进一步发展。在监管侧,多项推动行业发展的政策出台;在供给侧,作为行业主力军的公立医院纷纷建立自己的互联网医院;在资本侧,很多资本认为这是一个非常重要的创新机会,大举进入互联网医疗行业;在需求侧,整个社会对互联网诊疗也开始有了更加深刻的认识。不过,互联网医疗行业高速发展的同时也出现了一些问题。2020年底,行业里也出现了药品回扣从线下向线上蔓延等一些不规范的“苗头”。

2021年初,全国两会《政府工

作报告》明确指出,要“推动互联网+医疗健康行业规范发展”。这是首次提出互联网医疗行业的“规范发展”,这个问题也受到了整个社会的关注。同年4月,一些媒体开始关注行业里一些不规范的行为,如《半月谈》杂志发表的一篇先开药后补处方的文章,推动了整个行业反思和自律。同年10月底,《互联网诊疗监管细则(征求意见稿)》发布,行业的不规范发展行为在显著收敛。

2022年,疫情仍是全社会最关注的问题。在上海疫情防控期间,各公立医院在宣布线下门诊受限时,都会同时通知“互联网医院还在正常开诊”。这是互联网诊疗发展的一个非常重要的成果,它代表着整个线上诊疗已经没有问题了。

我们还是在解决工具问题、系统问题。仅仅去年,我们就做了600多项系统层面的改进,这些改进产生的结果却是系统越来越复杂,医生已经越来越不会用了。医生的最关键优势还是在于诊疗环节,给出优质的解决方案,而面对患者对于优质服务日益增长的需求,则需要更详细的分工才能满足。如此分析,关键的解决方法也就有了:我们不仅要提供系统,还要协助医生去建立起一套可以分工协作的工作体系,为医生提供助理。

王航说:“围绕每一位关键的医疗决策者,搭建起医疗团队,通过分工提升医疗资源的效率,推动医疗服务的高质量发展,这就是我们为下一个阶段找到的关键点。提供关键价值,为整个社会提供有价值的服务,这才是在医疗这个与生命健康紧密相关的行业里,我们互联网医疗从业者要做的。”

模式动物赛道扩容 实验鼠催生百亿生意

本报记者 伍月明 广州报道

模式动物是生命科学研究和医药研发的“活试剂”。除了实验猴以外，实验鼠的生意也为外界所关注。

据《中国经营报》此前报道，近年来食蟹猴身价大涨，甚至到有价

无的地步。有采访对象告知，2013年，食蟹猴的身价跌至谷底，每只仅需要七八千元，但近期，每只食蟹猴的价格已涨至15万~20万元。

然而，与此对应的是，国内的模式小鼠公司近期成为资本市场的聚焦点。

2021年以来，上海南方模式生

物科技股份有限公司（简称“南模生物”688265.SH）、江苏集萃药康生物科技股份有限公司（简称“药康生物”688046.SH）等模式小鼠企业陆续申请IPO和上市，引起了市场的关注。

模式动物是一类经标准化处理的广泛用于实验研究的动物，

小鼠市场格局相对分散，查尔斯河子公司维通利华以7.70%市占率位居第一，本土企业药康生物、南模生物、百奥赛图分别以6.65%、5.43%、3.47%市占率紧随其后，借助资本市场的力量，本土龙头企业加强布局优势领域。

2022年4月18日，药康生物招股书显示，商品化小鼠模型销售业务按模型类别分为斑点鼠、免疫缺陷小鼠模型、人源化小鼠模型、疾病小鼠模型和基础品系小鼠。从平均销售单价来看，2018年至2020年、2021年1~6月，斑点鼠的平均销售单价为9433.96元/只、12565.93元/只、11723.99元/只、8790.90元/只。而基础品系的小鼠价格则为最低，2021年

主要用于生命科学研究和药物临床前试验，其中小鼠是最常用的模式动物。药康生物招股书显示，“斑点鼠”模式的平均销售单价高达上万元，毛利率为95%以上。

由此，相关模式动物企业是

否将其业务拓展至实验猴，在实验鼠赛道突破了怎样的技术壁垒？记者分别致电且致函药康生物、南模生物、百奥赛图。6月23日下午，南模生物证券部人士对此回应，目前公司暂时未有布局实验猴的计划。



随着国家密集出台多项政策，实施医药创新驱动战略，带动了实验鼠产业的发展，市场增长速度较快。

视觉中国/图

1~6月，其平均销售单价仅为53.66元/只。

同期，商品化小鼠模型销售毛利率为94.88%、94.18%、95.65%、93.13%。而贵州茅台酒股份有限公司（简称“贵州茅台”600519.SH）2021年报显示，酒类的毛利润率为91.62%。

毛利率堪比茅台

根据弗若斯特沙利文数据，中国小鼠模型市场规模预计由2020年约30亿元增长至2025年98亿元，复合年增长率为26.70%。

随着国家密集出台多项政策，实施医药创新驱动战略，带动了实验鼠产业的发展，市场增长速度较快。在此背景下，越来越多的参与者进入实验鼠相关行业，市场竞争有所加剧。

国联证券分析，实验动物是指用于科学研究、教学、生产、检定以及其他科学实验的动物，是现代生命科学研究发展的基石，特别是在医药研发中扮演了人类替身者的角色，也被称为“活的试剂”。在众多实验动物中，一些动物由于生长周期短、养殖成本低；遗传背景明确、来源清楚；基因组与人类较为接近、能够表达人类生理和病理过程等原因，被普遍用于科学研究，这些标准化的实验动物即被称为

模式动物。

中国科学院神经科学研究所非人灵长类研究平台主任孙强向记者指出，“模式动物一般是指通过基因编辑，或其他诱导方法得到的有特殊表型的动物。实验猴，包括恒河猴和食蟹猴等普通的、没经过遗传改造的动物就是实验动物。但也有人将这些都笼统地称为模式动物。”

值得注意的是，小鼠模型市场正成为资本市场的宠儿，部分品系的商业化小鼠模型毛利率可比肩茅台。

根据弗若斯特沙利文数据，中国小鼠模型市场规模预计由2020年约30亿元增长至2025年98亿元，复合年增长率为26.70%。中国

比拼标准化模型

多家模式动物公司的业务以及产品结构相近，主要差异在于模型品系的积累数量及种类、模型制备工艺及策略的细节优劣等。

要注意的是，从业绩上来看，多家模式动物公司的业务以及产品结构相近，主要差异在于模型品系的积累数量及种类、模型制备工艺及策略的细节优劣等。

记者在业内看来，基因修饰动物模型行业最早是从实验室走出来的行业，实验室使用普通小鼠也是为了药物的研发，但以前因为技术的限制导致动物模型的质量不高，现在因为技术的突破对小鼠进行基因工程改造比较容易，目前已经发展为面向科研服务和新药研发两大方向，对应科研客户和工业客户，覆盖生命科学领域和生物医药领域。

模预计超过4万种，推动国内基因敲除小鼠模型从定制化走向产品化阶段，能够提高科研效率，避免国家资源在小鼠模型创制中的重复性投资。截至2021年6月30日，公司“斑点鼠计划”研发项目已完成的品系约1.9万个，其中CKO模型8000余例，涵盖了肿瘤、代谢、免疫、发育、DNA及蛋白修饰等研究方向的基因。

南模生物也在年报中介绍，公司生产的基因修饰动物模型主要指基因修饰小鼠模型。其2021年年报显示，在标准化模型方面，公司通过对基因功能、疾病机制、靶点作用等相关课题开展先导性、基础性研究，研制了一系列契合生命科学、医学研究和生物医药前沿领域的标准化模型，累计超过7200种。按照用途的不同，标准化模型产品可分为药效评价模型、引种模型、工具模型等类别。

性研究，研制了一系列契合生命科学、医学研究和生物医药前沿领域的标准化模型，累计超过7200种。按照用途的不同，标准化模型产品可分为药效评价模型、引种模型、工具模型等类别。

百奥赛图公司官网显示，百奥赛图于2020年3月启动了“千鼠万抗”计划，“千鼠万抗”计划是基于RenMice小鼠敲除小鼠对上千潜在药物靶点进行抗体药物开发的计划。百奥赛图于2020年3月启动了“千鼠万抗”计划，这是百奥赛图规模化开发抗体药物的重要里程碑。其目标是利用3~5年时间，在全人抗体小鼠Ren-

Mice上，逐一对上千个潜在抗体药物靶点进行基因敲除，并利用这些基因敲除小鼠制备治疗性抗体药物。

对于南模生物与药康生物在标准化小鼠模型数量上的差异，南模生物回应投资者：“不同于药康生物的是，公司会依据模型的商业化前景做判断，并不完全追求数量上的庞大，除了有选择性地逐步扩充敲除小鼠模型外，公司的研发重点亦有所调整，针对医药研发行业对动物模型的新需求，尤其在CRO公司、生物医药公司等开展药效研究及评价等方面，重点开发了丰富的药效评价模型资源。”

多省药监部门推进“放管服”改革

本报记者 张锐 曹学平 北京报道

近期，安徽、四川、河北、山西等省份发布助推医药产业高质量发展的相关政策或征求意见稿，积极促进外省药品、医疗器械落户本省，其中药品批文的省际流转备受业内关注。

5月12日，安徽省药品监督管理局发布《关于落实“一改两为”持续优化行政审批的若干举措（征求意见稿）》，在支持药品医疗器械研发创新、促进外省优质药品医疗器械品种向安徽集聚、创新药品医疗器械许可现场检查方式、优化药品再注册事项办理、取消部分医疗器械许可备案事项、深化证照分离改革、进一步优化政务服务等方面提出了23条具体措施。

河北省药品监督管理局官网显示，为统筹疫情防控和经济社会发展，帮扶市场主体纾困解难，进一步优化营商环境，稳定河北省医药领域经济运行，促进医药产业高质量发展，于6月1日发布《关于进一步支持医药产业高质量发展若干措施》。

6月23日，河北省医药行业协会党支部书记刘晓悍在接受《中国经营报》记者采访时表示，河北省从支持企业研发创新、优化检查监管方式、提升政务服务效能等方面提出18条核心措施，支持医药企业在河北省更好、更快发展。未来更多的化学药品、中成药、医疗器械等有望向河北省聚集。

河北出台18条措施

《药品生产监督管理办法》规定，大写字母用于归类药品上市许可持有人和产品类型：A代表自行生产的药品上市许可持有人、B代表委托生产的药品上市许可持有人、C代表接受委托的药品生产企业、D代表原料药生产企业。B证，即药品上市许可持有人委托他人生产的情形下需要取得的生产许可证类型。

河北省出台的政策显示，在支持药品技术引进方面，企业申请B类药品生产许可证用于境内持有人变更或在研品种注册的，可免于提交受托方所在省药品监管部门出具的同意受托生产意见；如受托方已取得转出品种或

在研品种对应剂型生产范围的，可免于提交通过药品GMP符合性检查的证明资料；获得持有人变更批件或药品注册证书后，持有人及其受托生产企业通过药品GMP符合性检查且产品符合放行要求的，可上市销售。

对于相关措施中涉及药品批文转让的内容，刘晓悍介绍，过去相关规定中某一药品品种从外省转入河北省生产，需要该省相关部门的同意方能转出。现今政策则规定具有B类生产许可证的合法企业不需要经过当地监管部门的批准和同意便可以转入河北进行药品生产，是具有突破性的关键性政策，未来更多的化学药品、

中成药、医疗器械等有望向河北省聚集。

刘晓悍表示，河北省18条措施的核心是为促进医药产业的高质量发展提出的一系列具体做法。

首先，在研发创新方面，提供“管家式”帮扶服务，对重点园区实行“一园区一专班”，对重点企业实行“一企一专人”，对重点项目实行“一项目一专员”。对于企业技术攻关、工艺改进、质量提升、质量管理、检验检测等，建立药械妆产业技术创新平台，实行药械妆联检联审，组成专家团队，提供“一站式”服务解决企业的具体问题。在加速创新医疗器械审批方面，考虑实行联

动审批，早期介入、全程辅导，使得创新药品的企业报批更为顺畅。此外，新药、新器械的上市需要在药品医疗器械检验研究院进行检测，在费用方面也进行了大幅度减免。

其次，在优化检查监管方面，河北省政策提出5条具体措施，在GMP符合性检查、生产检查、品种检查等方面进行具体优化，包括流程合并减免等，压缩监管和检查时前往企业的次数，减少对企业的影响。

再次，在提升政务服务效能方面，提出“及时办”“智能办”，网络办理流程较为清晰明确，方便企业了解自身情况。在涉及企业

前应通过GMP符合性检查”字样，给予办理相应的《药品生产许可证》。

安徽、四川、河北出台的政策显示，对于境内已注册第二类医疗器械因产业转移至省内注册生产的，在审批流程或原技术审评结果采信等方面均有便利；山西省依照风险程度对第二类医疗器械注册实施分路审评机制。

刘晓悍表示，一个地区的营商环境或其他方面因素不合适，可能会促使药品流转到更为适合的地方。比如某些原料药生产有一定污染、对环境承载力有要求，某些药品生产用电耗能高、对电力储备有要求，药品作为特殊商品不能不进行生产，若患者“没药吃”，反而会对社会造

需求旺盛

以小鼠市场格局为例，我国实验动物行业下游客户主要分为科研客户和工业客户。

近年来，实验动物和模式生物基础设施以及生物医学资源基础设施的建设备受业内关注。

安信证券研报分析，模式动物种类繁多，随着基因修饰技术成熟，基因修饰动物模型成为主流模式动物行业，位于产业链上游，在生命科学和医药研发中扮演“卖水人”的角色。具体来看，模式动物的种类包括啮齿类、灵长类、犬类、兔类、斑马鱼、酵母等，具体涉及的实验动物包括大鼠、小鼠、豚鼠、恒河猴、食蟹猴等。

Frost&Sullivan的统计和预测数据显示，2019年，中国整体临床前药物研发技术服务市场规模为人民币88亿元，2024年将达到185亿元，复合年增长率约为16.0%。到2030年，将增长至约358亿元。

从需求端来看，以小鼠市场格局为例，我国实验动物行业下游客户主要分为科研客户（以科研院所和三甲医院为主）和工业客户（以药企和CRO为主）。

在采访中，一位CRO公司的相关负责人则向记者表示，“目前实验鼠的使用数量同过往相比并没有发生太大的变化。”另一位从事新药研发的药企相关人士也向记者指出，“对于实验鼠的关注度不大，但我们有关注到食蟹猴的价格走势的确很疯狂。”

孙强向记者介绍：“现代医疗技术如麻醉、外科手术、器官移植、输血以及疫苗等都是在动物实验基础上建立和完善的，CT和MRI扫描技术也是依赖于动物研究建立起来的，除此以外，兽药诊断、兽药以及治疗技术研发等同样需要动物实验。”

多位实验动物行业的相关人士向记者提到，动物模型应作为国家战略资源，应提前布局、提前储备，应从国家层面更加重视模型动物资源建设。

合并、新设项目等方面的复杂规定，在政策方面也进行了大幅调整。此外，河北省专门建立相应平台，促进电子证照的实施、使用和查询等，深化电子证照的广泛应用。

刘晓悍同时提到，所有的优化和减免都是在专家研究的基础上进行研判，对于企业生产安全性影响不大或不会影响安全性的环节进行优化、合并甚至删减。但是在企业生产安全性的核心方面，仍然认真执行相关政策制度。“比如过去到企业验收需要两三次，现在几个证合起来只需验收一次，但在保证安全的核心上不会有丝毫降低。”

对于未来医药行业的高质量发展，刘晓悍表示，在国家集采的背景下挤掉价格水分，利于医药卫生事业整体发展。对于药企来说，如何进行自身调节和转型，在营销模式等方面适应新趋势也是未来需要考虑的问题。同时也需要进一步优化营商环境，积极落实相关政策。此外，医保部门的相关政策对企业有直接、具体和巨大的影响，在制定发布相关政策时可以进一步沟通，征求医药行业协会和企业等的意见，有助于促进药品生产经营企业和医疗机构平稳可靠运行。

白银市场业绩分化 新能源有望提振工业用银需求

本报记者 茹阳阳 吴可仲 北京报道

白银市场业绩持续分化。

《中国经营报》记者注意到,2022年一季度,白银有色(601212.SH)、兴业矿业(000426.SZ)、盛达资源(000603.SZ)和金贵银业(002716.SZ)营收增长-12%~48.45%;归母净利润方面,除兴业矿业同比下滑51%外,其余3家增长区间为82%~20%。而在2021年,除金贵银业外,剩余3家公司均实现正增长。

业绩分化

2021年,白银有色、兴业矿业、金贵银业和盛达资源归母净利润分别同比增长12%、23.4%、-93%和45%。

白银属于贵金属,具备商品和金融双重属性。

方正中期期货2022年1月研报显示,2020年,在全球主要白银生产国中,墨西哥、秘鲁和中国分别位列前三甲,产量分别为1.78亿盎司(5049吨)、1.09亿盎司(3109吨)和1.08亿盎司(3079吨),占总产量的比例分别为18.2%、11.2%和11.1%。

该研报显示,矿产白银大部分为伴生矿形式存在,主要与铅锌矿、铜矿、金矿伴生。研究机构金属焦点(Metals Focus)数据显示,2019年,全球来自铅锌矿山、铜矿山、黄金矿山的副产白银产量占矿产白银总产量比例达71%,其中来自铅锌矿的比例最高,达32%。中国是全球最大铅锌生产国,国内矿产白银主要为来自铅锌矿的副产白银。

2021年,除铅、锌、铜、金等有色金属外,金贵银业、盛达资源、白银有色和兴业矿业的白银产量分别为243吨、226吨、161吨(电银)和66吨(含铅、铜银粉),分别同比增长20.7%、31%、1%和6%;白银销量分别为188吨、216吨、206吨和87吨,分别同比增长65%、29%、-68%和192%。

同时,2021年,白银有色、兴业矿业、金贵银业和盛达资源分别实现营收723亿元、20亿元、20亿元和16亿元,分别同比增长18%、11.4%、65%和0%;分别实现归母净利润0.8亿元、2.5亿元、0.2亿元和4.2亿元,分别同比增长。

对于2021年业绩增长的原因,上述公司表示,一方面是受宏观经济环境及市场需求变化等因素影响,相关有色金属价格上涨有关;另一方面与矿山产量、产品销量及销售价格等因素相关。

方正中期期货研报认为,在全球推进碳中和清洁能源发展的大环境下,光伏装机增量依然是光伏用银需求上升的主要驱动力。从长远来看,随着光伏产业的持续发展,未来工业用银需求占比有望超过70%。

工业需求有望提升

随着近年来光伏和新能源汽车产业的飞速发展,白银的工业需求有望进一步提升。

白银质软,具有良好的延展性和可塑性,导电和导热性能亦十分优异。

兴业矿业方面表示,白银作为催化剂、导电触电材料以及抗微生物剂等,被广泛应用在电子、新能源以及医疗等工业领域。

根据世界白银协会数据,2020年,全球白银产量为9.76亿盎司(2.77万吨),同比减少4%。而随着新冠肺炎疫情影响的消退,预计2021年全球白银产量将恢复增长,将达到10.56亿盎司(2.99万吨),同比增长8%。

白银有色方面表示,“(公司所产)贵金属金银除部分出口外,广泛应用于日用品镀层以及首饰等行业。”

另据盛达资源方面透露,“白银的下游需求主要包括工业、摄影、珠宝首饰、白银投资等,工业需求占比超过总需求的50%。”

上述方正中期期货研报显示,2020年,全球白银需求总量为8.96亿盎司(2.54万吨)。其中,白银工业需求量为4.87亿盎司(1.38万吨),占比为54%;投资需求量为2亿盎司(0.57万吨),占比为22%。工业需求和投资需求为白银核心需求,2021年分别增至5.24亿盎司(1.49万吨)和2.53亿盎司(0.72万吨)。

以金为锚

方正中期期货研报显示,从中长期来看,白银价格更多与黄金价格走势相关。

黄金价格走势是白银价格的锚。

白银有色方面表示,2021年,白银走势基本跟随黄金,但受工业属性和投机资金的扰动,波动幅度和跌幅更甚于黄金,年度跌幅达13%。

“从中长期来看,白银价格更多与黄金价格走势相关。在此过程中,白银的金融属性提供方向,商品属性提供波动,实物投资需求能够一定程度上指引价格。”上述方正中期期货研报显示,2021年,美联储货币政策走向成为金银价格走势的核心影响因素,货币政策收紧预期导致的美元指数和美债收益率走强施压白银,而新冠肺炎疫情反复和



盛达资源子公司内蒙古金山矿业有限公司厂区一角。

本报资料室/图

与此同时,随着近年来光伏和新能源汽车产业的飞速发展,白银的工业需求有望进一步提升。

盛达资源方面表示,近年来,工业用银需求占比较为稳定,但需求结构变动较大。受益于光伏装机总量的增长以及异质结(HIT)技术带来的对光伏银浆需求的双向拉动,光伏行业在白银工业需求中的占比快速增长,成为对白银工业需求边际拉动作用

最明显的行业。

方正中期期货研报显示,白银在光伏产业链中主要被用于硅片到光伏电池一环的丝网印刷部分,高纯度银粉在与玻璃粉和其他添加剂混合后制成光伏银浆,用于电池正反两面,分别起到导电和减少材料氧化的作用。同样有赖于白银良好的导电性、抗氧化性和防腐蚀性,新能源汽车(尤其是纯电动汽车)在许多部件的应用中也都需

要白银,包括镀银导线、触点等。

该研报认为,光伏和新能源汽车的发展有望提振白银需求。虽然随着工艺改善和技术进步,单位用银量未来大概率将降低,但在全球推进碳中和清洁能源发展的大环境下,光伏装机增量依然是光伏用银需求上升的主要驱动力。从长远来看,随着光伏产业的持续发展,未来工业用银需求占比有望超过70%。

盛达资源方面亦表示,随着经济的复苏,2021年公司矿山产量较2020年同期增幅较大。同时,得益于基本金属价格上涨,铅精矿和锌精矿等主要产品销售均价较2020年同期上涨,促使公司经营业绩同比显著增长。

不过,值得注意的是,位于“银都”郴州的金贵银业,2019年~2022年一季度的扣非归母净利润分别为-36.4亿元、-49.3亿元、-1亿元和-0.1亿元,公司曾被证监会立案调查,并一度“披星戴帽”。此外,对于2021年归母净利润下滑93%的具体原因,公司在当期年报中并未说明。

经济增速放缓带来的需求不足使得白银的跌幅大于黄金。

该研报表示,从基本面来看,除2013和2015年的近十年,均是白银需求小于供给,呈现供过于求的基本态势。从商品属性和价格逻辑出发,供过于求的基本面应使得白银价格出现持续的走弱,但是近三年白银价格则是维持整体上升的态势,这与供需基本面的表现相矛盾。说明白银的供需对白银价格的影响相对有限,而货币属性和债券属性影响下的黄金走势成为白银走势的核心影响因素。

该研报亦指出,虽然黄金和白银大概率齐涨共跌,然而两者因为

基础属性存在差别,故走势有较大不同。黄金具有较强的抗通胀属性,往往在市场走向不明时,充当通胀对冲和避险资产。而白银则在工业领域有着广泛的应用,其工业需求占比过半,黄金的工业需求占比仅为10%左右,所以白银价格对经济周期更为敏感。因此,在经济或地缘政治不确定性较大的时期,黄金涨幅大过白银;在经济复苏、工业需求上升的时期,白银涨幅胜过黄金。

“预计贵金属仍宽幅震荡。”白银有色在年报中表示,贵金属未来走势,需要继续关注乌克兰局势进程和通胀高企下美联储加息缩表

的进程。虽然美联储持续鹰派表态,但市场表现却较为平静,主要由于市场开始交易“经济衰退”预期,且本次通胀超预期并不仅仅取决于货币政策,还受到能源和供应链问题影响。同时,地缘端的乌克兰局势走向仍不明朗,亦对贵金属形成支撑。

方正中期期货研报指出,美联储货币政策调整步伐、经济衰退担忧和地缘政治局势将继续主导贵金属行情。美联储超鹰派转向、地缘政治局势缓和和经济增长强劲将利空贵金属,反之则形成利多。此外,国内贵金属表现需继续关注人民币汇率走势。

天合光能延伸产业链“加长版”一体化布局成潮流?

本报记者 张英英 吴可仲
北京报道

“加长版”一体化产业链布局,似乎正在成为光伏行业的一种潮流。

6月17日,天合光能(688599.SH)发布公告称,公司拟在西宁经济技术开发区投资建设年产30万吨工业硅、15万吨高纯多晶硅、35GW单晶硅、10GW切片、10GW电池、10GW组件以及15GW组件辅材生产线。这7个单体项目计划分为两个阶段实施,2022年正式开工建设,预计到2025年底全部建成。

《中国经营报》记者注意到,天合光能此次扩产计划,一方面将拉长产业链布局,进一步向多晶硅和工业硅领域延伸,以降低成本。另一方面,其意在通过扩产提升在下一代N型电池时代的竞争地位。

天合光能公告表示,公司将借助西宁当地政策及产业配套的优势,进一步提高公司在下一代N型电池技术产业化领域的竞争地位和优化产业链上下游的整体布局,在立足并加强主业发展基础上,拓展新业务领域,这符合公司的长远发展规划。

布局“加长版”一体化产业链

天合光能是一家全球领先的光伏智慧能源整体解决方案提供商,在全球光伏组件市场长期占据重要地位。目前,其主要业务包括光伏产品、光伏系统、智慧能源三大板块。其中,光伏产品主要包括光伏电池和组件的研发、生产和销售,硅片以对外采购为主。

2020年下半年以来,光伏上游多晶硅供应紧张、价格飙升,于是越来越多的企业通过一体化布局控制成本,或直接进入该领域来保证供应。根据战略和实力水平不同,企业的抉择也有所不同:有的企业延伸了个别环节,有的企业则欲打通全产业链。

以隆基绿能(601012.SH)、晶澳科技(002459.SZ)和晶科能源

(688223.SH)为代表的一体化头部企业为例,三者不仅补齐和强化了硅片、电池和组件环节的产能布局,同时还通过参股或签订长单的形式,锁定了多晶硅供应。

2020年11月,天合光能则与通威股份(600438.SH)在共同投资多晶硅、拉棒一切片(即硅片生产环节)、电池相关环节达成战略合作。自此,天合光能以参股形式涉足多晶硅领域,并扩大了硅片自供比例。

此次拟投资项目中,天合光能除了拟扩大电池、组件的基础产能外,还将进一步延伸上游多晶硅和工业硅环节,扩大硅片的自供比例。与隆基绿能、晶澳科技和晶科能源相比,天合光能明显加大了多

晶硅和工业硅环节的布局力度。

事实上,如今布局“加长版”光伏一体化产业链,天合光能并非首例。

2021年12月,东方日升(300118.SZ)在电池和组件产能的基础上,便宣布了一项约446.5亿元的投资项目。该项目分为两大板块,在制造板块,包含年产20万吨金属硅(又称工业硅)、15万吨多晶硅、10GW的N型高效拉晶(即生产硅片的一环)及3GW组件。在发电板块,东方日升将投资3.5GW光伏发电项目、1.6GW风电电站项目以及储能项目。

不仅如此,新玩家跨界布局“加长版”光伏一体化产业链的企业也并不少见。

2021年12月,合盛硅业(603260.SH)宣布投资硅基新材料产业一体化项目,计划建设硅基新材料、单晶切片、电池组件、光伏发电等工程项目,预计于2024年全部建成投产,项目预计耗资规模达355亿元。

紧接着,2022年2月,合盛硅业还宣布了投资年产20万吨高纯多晶硅项目,预估投资额达175亿元。

2022年2月,据酒泉广播电视台报道,宝丰集团在兰州市签订多晶硅上下游协同项目投资合作协议。该项目总体规划建设35万吨/年工业硅、30万吨/年多晶硅、50GW拉晶切片、30GW电池组件生产装置,以及配套15GW光伏和风力电站。

业内人士向记者表示:“天合光能的这次投资预估需要不少资金,少则数百亿元,多则达千亿元,但需谨慎,以避免上游产能过剩。”

记者注意到,天合光能在公告中并未明确预估投资金额,也未明确具体的项目实施主体。

天合光能方面称,本项目预计投入资金较大,高于目前公司账面货币资金水平,后续需要公司通过银行融资、股权融资等方式解决资金问题。

上述公告还显示,天合光能将新设立直接或间接控股子公司来具体开展和实施各单体项目,由控股子公司全额出资,或由控股子公司及战略合作伙伴通过合资方式完成出资。

为38.52GW、24.8GW、24.069GW和22.233GW。不仅如此,4家公司还公布了2022年的光伏组件出货量目标。其中,隆基绿能、天合光能、晶澳科技和晶科能源分别制定的目标为50GW~60GW、43GW、35GW~40GW和35GW~40GW。

可见,2021年,隆基绿能的光伏组件出货遥遥领先,而天合光能、晶澳科技和晶科能源三者之间差距并不大。不过,2022年,天合光能似乎有意与晶澳科技和晶科能源拉开距离。

抢占N型时代竞争地位

天合光能此次拟布局一体化产能,还有意提高N型电池产业化时代的竞争地位。

2022年是N型电池技术与高效N型组件的商业化发展元年。截至目前,天合光能、晶科能源、晶澳科技、阿特斯等为代表的头部企业,分别公布了扩大N型市场的动向。

其中,晶科能源自2021年1月推出N型TOPCon组件产品,2022年初其进一步投产N型TOPCon16GW电池产能。

2022年5月,晶澳科技发布了

基于182尺寸硅片的N型光伏组件新品,并宣布扩产。5月18日,晶澳科技拟投资曲靖10GW高效电池、5GW组件项目和合肥11GW高功率组件改扩建项目,预计投资额达102.9亿元。晶澳科技人士曾向媒体证实,此次新建项目以及改扩建项目,均为N型电池组件。

相比之下,天合光能的动作也不小。

2022年4月,天合光能启动了8GW TOPCon电池项目。天合光能方面称,这将增强公司先进高效

太阳能电池的自产能力,满足下游市场对210+N型高效组件日益增长的需求,也将加速推动行业N型商业化产业升级。

记者获得的一份关于该项目的投资交流纪要显示,针对一体化延伸和N型迭代的问题,天合光能方面回应称,公司的定位是取得终端客户认可,上游和技术迭代的要求还存在瓶颈,尤其是在210尺寸和N型上存在瓶颈,这样的产能扩张将推动公司加速向N型发展。“我们向上游延伸,是更好地推动

记者梳理2021年财报发现,隆基绿能、天合光能、晶澳科技和晶科能源在2021年光伏组件出货量分别

光伏赛道投资汹涌：“跨界者”能否破局？

本报记者 张英英 北京报道

站上“双碳”风口，以光伏为代表的新能源概念股，在A股资本市场一飞冲天，甚至“沾光”即涨，一批跨界者也纷纷入局。

近日，“养猪大户”正邦科技(002157.SZ)公告披露，公司拟与国家家电投达成合作，投资开发光伏、风电、综合智慧能源等项目

“厚利”角逐战

景气行情还能持续多久？产能过剩何时到来？这是守擂者和跨界者都必须直面的问题。

一条光伏制造产业链主要涵盖多晶硅、硅片、电池和组件环节。目前而言，多晶硅最受关注，跨界者众多。

2021年以来，同德化工、新疆晶诺新能源产业发展有限公司、青海丽豪半导体材料有限公司、宝丰集团、合盛硅业、吉利硅谷(谷城)科技有限公司、其亚集团、信义玻璃等企业纷纷跨界多晶硅领域。

上述跨界动作与市场供应偏紧、高利润诱惑不无关系。

多晶硅供应偏紧，价格居高不下，这样的市场行情已持续两年时间。2022年6月22日，中国有色金属工业协会硅业分会(以下简称“硅业分会”)披露的数据显示，多晶硅复投料成交均价为27.31万元/吨，多晶硅致密料成交均价为27.04万元/吨，价格延续涨势。粗略估计，目前多晶硅的成交均价相比2020年6月已经上涨了360%左右。

多晶硅量价齐升，拉动了多晶硅企业利润增长。Wind数据显示，2021年和2022年一季度，全球多晶硅龙头通威股份、大全能源的净利润增长率分别为135.34%和552.03%、448.6%和640.84%。2022年一季度，两家公司销售毛利率分

建设等，力争在三年时间内建设生态光伏、风电、分布式及集中式综合智慧能源约1000万千瓦，投资总额约400亿元。该公告披露后的第一个交易日，正邦科技股价涨停，报6.95元/股。有投资者不禁感叹，“风口上的猪真飞起来了”。

尽管正邦科技跨界新能源项目引发争议，但跨界光伏早已成为

别为34.11%和64.04%。

短期来看，多晶硅的景气度仍将贯穿2022年。TrendForce集邦咨询新能源部总监王健向记者分析，展望2022年第四季度，尽管多晶硅可能迎来阶段性扩产小高峰，但随着光伏进入装机旺季，以及国内地面电站潜在的开工潮，实际供需或仍然相对紧张，预计价格降幅相对有限。目前来看，多晶硅仍将是光伏主产业链中供应最紧张、产能弹性最小的环节。

对于跨界者，多晶硅行业观察者李岩曾告诉记者，光伏大方向是增长的，而且增速比一般行业快，长期看会有不错的机遇；但如果仅仅是短期投机，最后也可能会输得很惨。在李岩看来，进入门槛主要是资金和技术，缺一不可，新玩家资金应该问题不大，但技术就不一定了。新玩家入局并不会造成市场格局的太大改变，未来还是龙头企业主导的竞争格局。

中国光伏行业协会数据显示，2021年，全球前十的多晶硅企业总产能达到70.5万吨，占比约91.1%。全球前十的多晶硅企业总产量约59.53万吨，占比约92.7%，其中全球前五的多晶硅企业总产量之和为45.3万吨，占比约

一种风潮。尤其进入2021年以来，跨界光伏多晶硅、电池制造环节的新入局者便接踵而至，企业多达数十家。

对于光伏制造领域的跨界，中国新能源电力投融资联盟秘书长彭澎在接受《中国经营报》记者采访时认为，目前来看，跨界投资多晶硅和电池领域的机会将有所不同。其中，多晶硅供应

偏紧，价格特别高，如果能够及时投资并产出产品，一般两年便可以收回成本，利润预期会比较乐观。另外，电池正处于一个技术变革期，如果跨界投资能够踩准时间节点与技术路线，未来也将会有超额回报。相比老玩家来说，新玩家经验不足，能否在竞争中控制风险，打造出成本优势尤其重要。



这是在隆基单晶硅太阳能电池工厂内进行镀膜工序的硅片。新华社/图

70.6%，产量高度集中。其中，通威股份、大全能源、协鑫科技、新特能源和东方希望的产能位居全球第一梯队。

不过，新入局者同样不可小觑。在6月21日举行的直播活动上，硅业分会专家委员会副主任、SEMI中国光伏标准委员会联合秘书长吕锦标表示，目前来自光伏相关产业的新入局者较多，它们不仅有利于解决原料供应问题，还将促进产业竞争，推动产业发展。通过对数家新入局的企业考察后，从动机上看其不是单纯为了赚钱，存在入局的合理性。新建厂房基本采用模块化建设，产能较高，设计和运行指标靠前，团队领军人物相对有经验，相信未来品质和成本控

制也会较为良性。

然而，景气行情还能持续多久？产能过剩何时到来？这是守擂者和跨界者都必须直面的问题。

吕锦标预测，到2022年末，国内与进口的多晶硅全年供应量将达到91万吨，可供应350GW的光伏硅片、电池和组件制造使用；到2023年末，国内与进口的多晶硅全年供应量将达到156万吨，可供应600GW光伏硅片、电池和组件制造使用。

“乐观预测2022年光伏装机量250GW的话，全年多晶硅供应平衡且有余量。2023年，如果计划产能可以顺利投产，对比明年的装机需求预期，供应会更加宽松。”吕锦标说。

老玩家向左 新玩家向右

以宁德时代为代表的企业还选择了跨界钙钛矿电池，且已经正在搭建中试线。

跨界电池制造也是新入局者投资的重要选择方向。

如今，光伏行业已来到技术迭代的十字路口。随着P型PERC单晶电池效率接近上限，光伏企业正试图通过TOPCon、HJT(异质结)、IBC等为代表的N型电池提升效率，降低成本。

其中，以晶科能源、天合光能和晶澳科技为代表的玩家选择了N型TOPCon或相近技术。不少跨界者则选择了投资HJT技术，以试图进入甚至颠覆原有市场。

其中，明阳智能、华润电力、金刚玻璃、水发集团、浙能电力和山煤国际等均是跨界HJT电池方向的代表。

以明阳智能为例，按照公司战略，其在风电主业做大做强的基础上，进一步展开了对“风光储氢”一体化的产业布局，并于2021年5月宣布拟投资建设年产5GW光伏高效电池和5GW光伏高效组件项目，总投资金额约30亿元，投资技术为HJT。

记者了解到，明阳智能HJT电池项目设备采购已经完成，已在江苏省盐城市开始建设，异质结组件项目也已经在河南省信阳市开始建设。但由于不可抗力因素等影响，原计划今年投产的计划尚存不确定性。

相比明阳智能的动作，曾经一度对外宣称规划10GW HJT项目的山煤国际，已经打起了“退堂鼓”。山煤国际方面表示，由于目前异质结生产设备已进入迭代升级阶段，与项目立项初期有了很大的改变，公司本着对投资者谨

慎负责态度，2021年组织相关专家对项目技术路线重新进行论证，没有对项目主体进行大规模投入。

事实上，不管从规模还是决心上看，天合光能、晶澳科技和晶科能源等老玩家的投资更具确定性。仅以晶科能源为例，自2021年11月公司推出N型TOPCon组件产品，2022年初其进一步投产N型TOPCon 16GW电池产能，且在组件招标过程中接连中标。

中国科学院微电子研究所贾锐博士告诉记者，目前N型电池均与PERC电池的性价比优势有差距。由于TOPCon电池的经济性逐渐接近PERC电池，不少头部玩家选择率先扩产。HJT由于设备成本和浆料成本问题，在短期内仍较难担负周期性技术变革的大任。

长江证券研报指出，本轮光伏电池技术周期与上一轮的显性区别在于：第一，光伏行业进一步成熟，电池生产厂商中不乏集团型公司；第二，N型技术路线多元，虽然N型替代P型是确定事件，但各种N型技术路线未来如何演绎市场格局，目前仍无定论。

值得一提的是，以宁德时代为代表的企业还选择了跨界钙钛矿电池，且已经正在搭建中试线。

但在贾锐看来，这项技术在产业化过程中，还存在电池稳定性差、大面积电池效率突破难、产线成本高的问题，至少未来5年内实现商业化量产还比较难。

政策导向驱动 再生塑料行业步入发展快车道

本报记者 陈家运 北京报道

近日，生态环境部印发《废塑料污染控制技术规范》(HJ 364—2022)(以下简称“《规范》”)。自

发布之日起，原国家环境保护总局于2007年制定的《废塑料回收与再生利用污染控制技术规范(试行)》废止。

金联创塑料分析师路亚楠在

接受《中国经营报》记者采访时表示，上述《规范》的实施，是在2007年版基础上明确废塑料回收方式、从产生源明确控制要求及新增塑料制品绿色设计，将可循环概念融

入其中，包括建立回收台账等问题做了要求。其中，在多项要求中重点强调防止“二次污染”这一概念。对一些小作坊，尤其对环境污染防治不到位的小型企业，不可避免

地会被逐渐淘汰。

一位行业上市公司证券部人士告诉记者，从近年来出台的多项政策不难看出国家对推动再生塑料行业发展的决心。该人士认

为，《规范》会推动加速公司扩产计划，填补市场空白。从产品来看，大公司的产品在质量及改性功能上能满足不同需求，这种优势也为企业发展奠定了基础。

政策驱动

再生塑料是指通过预处理、熔融造粒、改性等物理或化学的方法对废旧塑料进行加工处理后重新得到的塑料原料，是对塑料的再次利用。再生塑料最大的优点是价格比新料和可降解塑料便宜，且可以根据不同的性能需要，只加工塑料的某方面属性，并制造出对应的产品。比如，消费后再生塑料(PCR塑料)可以应用在包装、消费电子、汽车、运动与休闲等行业中。

记者了解到，国内的塑料再生循环是从20世纪90年代中期开始进入发展快车道。当时，国外大量可再生塑料亟须得到合规处理，国内企业可从国外以较低成本回收可再生塑料。在此期间，先后催生出数万家庭作坊式企业进入可再生塑料综合利用行业。

不过，家庭作坊式企业运用的处理工艺较为简单，除杂分选技术不成熟，再生塑料的附加值较低，对环境造成二次污染。

2017年，“禁废令”生效后，进口废旧塑料的通道被关闭，但国内回收网络仍较为分散，如何获得稳定的可再生塑料货源成为企业面临的共同难题。少量再生塑料加工企业将产能搬迁到国外，一些大中型企业开始组建国内回收网络。

从政策层面来看，2021年，国家陆续出台了多项政策，加快推进再生塑料产业发展。

2021年2月，国务院发布的《关于建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》提出，加快构建废旧物资循环利用体系，加

强废塑料再生资源回收利用等。2021年3月，《国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出，加强塑料污染全链条防治，全面推行循环经济理念，构建多层次资源高效循环利用体系。

2021年7月，国家发改委印发的《“十四五”循环经济发展规划》提出，加强塑料垃圾分类回收和再生利用；9月，国家发改委印发《“十四五”塑料污染治理行动方案》，明确加大塑料废弃物再生利用的任务，支持塑料废弃物再生利用项目建设，发布废塑料综合利用规范企业名单，引导相关项目向资源循环利用基地、工业资源综合利用基地等园区集聚，推动塑料废弃物再生利用产业规模化、规范化、清洁化发展；12月，工信部印发《“十四五”原材料工业发展规划》，指出提升资源综合利用水平，加快塑料污染防治和塑料循环利用，推进生物降解塑料的产业化与应用。

此外，在“双碳”目标下，陆续出台了《关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》和《2030年前碳达峰行动方案》，指出完善废旧物资回收网络，推行“互联网+”回收模式，实现再生资源应收尽收。加强再生资源综合利用行业规范管理，促进产业集聚发展。目标到2025年，废钢铁、废铜、废铝、废铅、废锌、废纸、废塑料、废橡胶、废玻璃等9种主要再生资源循环利用量达到4.5亿吨，到2030年达到5.1亿吨。

“集约化”发展

此次《规范》的发布，再次推动再生塑料行业进一步向规范化和集约化方向发展。

《规范》明确了“废塑料化学再生”的定义，即“利用化学方法使废塑料重新转化为树脂单体、低聚物、裂解产物或合成气的过程”。并指出，废塑料的产生、收集、再生利用和处置过程除应满足生态环境保护相关要求外，还应符合国家安全生产、职业健康、交通运输、消防等法规、标准的相关要求。

塑料再生生产经营过程中涉及的主要环境污染物包括废水、废气、噪声及固体废弃物等。

对此，《规范》指出，废塑料的预处理应控制二次污染。大气污染物排放应符合GB31572或GB16297、GB37822等标准的规

定。恶臭污染物排放应符合GB14554的规定。废水控制应根据水受纳水体的功能要求或纳管要求，执行国家和地方相关排放标准，重点控制的污染物指标包括悬浮物、pH值、色度、石油类和化学需氧量等。噪声排放应符合GB12348的规定。

在路亚楠看来，多项要求提及二次污染问题，从废气、废水、废渣，甚至是噪音污染都做了明确规定及参考标准，落实到国标要求。再生企业本身是环保政策性企业，在处理废塑料时不可避免地存在废水、废气等环保问题，尤其是清洗环节中的废水排放问题，且回收企业多集中在农村，其排放问题往往重视度比较低，在标准明确定化的道路上，从成本端考虑，

处理废水或造成部分材料暂停回收及生产，是目前需要挑战并攻克的难题。

规模以上企业在产业链布局、生产工艺、技术水平、环保意识等方面都优于规模以下企业，其生产的再生塑料产品供应稳定、品质较高，议价能力较强，主要供应中高端市场；规模以下企业，往往是家庭作坊，其回收货源品质参差不齐、生产设备老旧、直接排放污染，造成环境的二次污染，其生产的再生塑料产品品质较差，主要供应低端市场。

目前，国内行业存在格局分散、市场分化的问题。

我国塑料回收再生利用行业具有产业链较长、进入门槛较低、高端产能不足、规模以上企业较少的特征。

公开资料显示，国内以家庭作坊组成了数个产业聚集地。比较有代表性的聚集地包括：珠三角地区的贵屿、杏坛；长三角地区的慈溪、余姚；苏北地区的赣榆；京津冀地区的文安等地。除此之外，临近青岛、烟台的山东中东部地区，湖南湖北交界的洞庭湖地区，东北的大连附近也有一定的产业规模。

路亚楠表示，《规范》2022年版的落地实施，是根据近几年再生企业的发展及其工艺更新而定，相比起之前从回收、清洗到再利用等各环节做了更为细致的要求，尤其是结合环保政策，不再是简单规避，而是有更为规范化的建议，在规范的基础上也是指引再生企业向更科学化、更程序化的方向发展。

蓝海市场

塑料加工业是我国轻工行业的重要组成部分，本世纪以来，我国塑料工业保持快速发展的态势，产销量都位居全球首位。

《中国塑料工业年鉴2019》数据显示，2018年，我国塑料树脂消费总体上保持平稳增长。全年表观消费量为1.09亿吨，比上年增长1.3%。同时，Choice数据显示，我国塑料制品产量约占世界总产量的20%。2018年，我国塑料树脂及共聚物产量8558.00万吨，塑料制品产量为6042.10万吨。

据中国物资再生协会测算，2017~2019年，国内废塑料回收再生

量持续稳步增长，废塑料物理回收率一直在30%以上。2019年，国内废塑料回收再生量约为1890万吨，较2018年增加了60万吨，增幅为3.3%，回收额约为1000亿元，同时中国的再生塑料行业拥有着最完整的产业链、最精细的行业分工、最丰富的企业经验、最完善的产品应用、最多样化的运行模式。2020年，国内废塑料回收再生量约为1600万吨。

另据中国物资再生协会再生塑料分会统计和测算，2021年，中国废塑料回收量约为1900万吨，较2020年(1600万吨)增加约300万吨，同比增加19%。

值得一提的是，随着近年来相关政策的推动，使得再生塑料行业龙头企业金发科技(600143.SH)、英科再生(688087.SH)等企业受益。

其中，金发科技2020年环保高性能再生塑料实现销量13.87万吨，同比增长29.91%；2021年，再生塑料实现销量18.21万吨，同比增长31.29%。

在产能方面，金发科技再生塑料设计产能37万吨/年；目前还有10.9万吨新增产能在建，预计2022年投产5万吨，2023年投产5.9万吨；未来公司计划在2030年实现年产100万吨环保高性能再生塑料。

金发科技方面表示，2020年中国产生的废塑料约6000万吨，回收量仅约1600万吨，总体回收率不足30%。环保高性能再生塑料是解决塑料废弃物污染、加速再生产业升级的关键，市场空间巨大，行业发展进入快车道。

同时，2021年，在科创板上市的英科再生是一家塑料循环再生利用的高科技制造商。当年，其开始新建了10万吨/年再生项目。

财报显示，2021年，英科再生实现营业收入19.9亿元，同比增长17.14%；归母净利润2.4亿元，同比增长10.35%。

接连并购扩充内容 欲打造游戏界奈飞

微软的游戏“野心”

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

6月13日,微软在美国洛杉矶举办了一次“量大管饱”的发布会,95分钟时间里接连播放了

数十款游戏预告画面,几乎每款游戏都以“首发进入Game Pass”结尾。

《中国经营报》记者获悉,Game Pass是微软的订阅制服务,

根据平台不同,分为主机端的XGP、PC端的PGP,以及同时覆盖主机、PC和云游戏平台的XGPU。微软此举似乎意在打造游戏界的奈飞(Neflix)——用户

只需花费少许费用,就可以在一段时间内无限游玩订阅内容库中的游戏。此前,作为一家会员订阅制流媒体巨头,奈飞开创了“订阅付费”模式,其时期市值一度超过3000亿美元。

今年1月,微软宣布其Xbox Game Pass订阅用户数量已达2500万,与2021年1月相比多出700万。这些用户每月至少支付

10美元,每月至少可为微软带来2.5亿美元收入。彼时微软订阅库中共有20款游戏,而为了吸引更多用户参与订阅,微软也在不断砸钱丰富其内容库。

接连收购扩充内容

虽然微软在游戏领域接连耗费巨资收购,但其依然未能在游戏世界中称霸。

近20年来,微软一直缓慢而坚定地为其游戏平台扩充内容。

2000年,微软成立Xbox游戏工作室(前身为“微软工作室”“微软游戏工作室”),负责视频游戏的开发与发行。正从那时开始,微软收购、组建了Turn 10、343 Industries、The Coalition等第一方工作室,推出《竞速飞驰》《光环:无限》《完美黑暗》等游戏产品。

2002年,微软宣布以3.75亿美元收购英国开发商Rare,由其为Xbox开发数款独占游戏。

2014年,微软斥资25亿美元收购Mojang,将大热的沙盒游戏

《我的世界》收入囊中。到了2018年,微软又一口气收购6家工作室。

近两年来,微软在游戏领域的并购步伐依然没有停歇。2020年,微软以75亿美元现金收购游戏发行商贝塞斯达母公司ZeniMax Media。收购范围涵盖ZeniMax的办公室、工作室和超过2300名员工,使微软的游戏业务工作室增加到23个。据悉,ZeniMax的游戏系列《上古卷轴》《辐射》《末日使者》《星际》等也加入了Xbox Game Pass中。

到了今年1月,微软更是宣布将以687亿美元的价格,溢价45%收购动视暴雪,这或将是微软有史以来最大规模的一笔收购交易。不过,目前这笔交易还在审查中。美国联邦贸易委员会正对这笔交易进行反垄断调查,内容包括收购对游戏主机竞争、用户数据处理以及开发商工作条件等方面的影响。

虽然微软在游戏领域接连耗费巨资收购,但其依然未能在游戏世界中称霸。按市值计算,微软是全球第三大公司。不过微软游戏业务规模相对较小,其2021财年游戏业务收入为大约150亿美元,低于腾讯的260亿美元和索尼的250亿美元。

多款游戏加入XGP

两款国产游戏《永劫无间》和《枪火重生》也出现在发布会名单中。

尽管微软对动视暴雪的收购交易尚未完成,但这并不妨碍动视暴雪成为微软发布会的“主角”。在6月13日的发布会上,微软重点介绍《守望先锋2》和《暗黑破坏神IV》将分别于今年10月和2023年上线,并且进入Game Pass订阅服务。这两款游戏正是动视暴雪旗下开发的产品。

微软的“钞能力”在这次发布会上被尽显体现。发布会上官宣贝塞斯达的《红霞岛》《星域》,《我的世界》衍生游戏《我的世界:传奇》等都是微软此前的收购成果。

微软还宣布将与拳头游戏合作。拳头游戏旗下五款游戏(英

雄联盟》《英雄联盟手游》《瓦洛兰特》《符文传说》和《云顶之弈》都将加入Game Pass。只要订阅Game Pass,就能解锁前三款游戏中的全部角色。

此外,两款国产游戏《永劫无间》和《枪火重生》也出现在发布会名单中。这两款游戏此前已有PC端等版本上架,以“买断+内购”的形式进行销售,此次将登陆Xbox主机端并进入Game Pass游戏库。此前,《永劫无间》全球销量已经突破1000万份,而《枪火重生》PC版也已在全球售出超过240万份。

在发布会的众多3A大作(一般指开发成本高、开发周期长、消耗资源多的单机游戏)中,来自微软旗

下工作室obsidian entertainment的《Pentient》显得与众不同。这是一款以16世纪巴伐利亚为背景的2D角色扮演游戏,融合了解密探案玩法,主要体现叙事性。业内认为,这种没有“战斗”并且相对小众的游戏加入订阅制游戏库,其目的并不在于促成高销量,而在于丰富订阅制游戏库的阵容。

此外,一度被Xbox对手—PlayStation平台独占的《女神异闻录》系列也向微软“倒戈”。发布会上,《女神异闻录3P》《女神异闻录4黄金版》和《女神异闻录5皇家版》均宣布登录Xbox和PC,并全部加入Game Pass。



微软方面宣布其Xbox One游戏娱乐主机于2014年9月23日在中国上市。

新华社/图

主机市场格局生变?

对此次发布会,玩家们调侃:“现在压力来到索尼这边,任天堂还能再苟一年。”

在此次发布会上,微软长期栽培众多工作室以及近两年的爆发式收购得到集中体现。可以看见,微软的策略是利用其雄厚的资金为其游戏订阅服务扩充内容,这是一种加宽护城河的行为,是否会造就游戏市场一家独大?截至发稿,微软方面没有就此问题向记者作出回答。

不过,易观互娱行业资深分析师廖旭华对记者表示,微软的收购不是圈流量,而是建立自己的内容库和内容优势。“主机市场最重要的还是游戏内容,游戏市场足够大,游戏开发者足够多,不会有任何公司可以做到一家独大。”他表示,除了获得更多内容,游戏主机公司也可以试着建立自己的差异

化生态,比如任天堂。

对于此次发布会,玩家们调侃:“现在压力来到索尼这边,任天堂还能再苟一年。”

廖旭华表示,无论是游戏还是受众,任天堂和PlayStation、Xbox都不是直接竞争关系,只是名义上同属主机市场而已。据悉,任天堂主机Switch的卖点在于主机、掌机以及体感等功能的合一,其搭载游戏整体走合家欢风格。而索尼和微软的主机则更注重性能,其分别发售的次世代主机PS5和Xbox Series X均支持4K UHD超高清画面、120Hz高刷新率、光线追踪、HDR等技术。

廖旭华认为,压力真正大的是索尼,“索尼需要更多足够强劲的游戏来支撑PlayStation生态,也需要继续革新PSN(PlayStation Network,索尼互动娱乐提供的数字媒体娱乐服务)。”

廖旭华介绍,如今游戏订阅制服务的内容库中,仍然主要是基于买断制逻辑制作的游戏,虽然传统游戏光盘渗透率在走低,但不代表买断制游戏将消亡,“只是未来欧美大厂会更多地做服务型游戏,两大类型同样重要”。

对于游戏订阅制市场的发展空间,廖旭华表示很有信心:“目前XGP和PSN用户总量在逐渐接近1亿,而因为供应链和游戏开发的问题,新世代主机还没进入竞争激烈阶段,所以破亿只是时间问题,之后再向更大规模发展完全有可能的。”

买量成本激增 游戏公司如何走出“怪圈”

本报记者 李哲 北京报道

随着国内游戏市场人口红利逐渐减退,买量已成为众多游戏公司的“必修课”。

根据《2022国内手游出海白皮书》,游戏厂商由“短期急速套利”转为“长期深耕运营”。2022年第一季度,中重度游戏买量表

现稳步提升,在投放产品数上保持了稳定的发挥。

另外,财报数据显示,2021年,包括吉比特(603444.SH)、冰川网络(300533.SZ)在内的多家游戏公司,均因买量或游戏推广费用增长而导致公司销售费用增加。而面对市场空间被挤压,买量费用激增,游戏公司也

在逐渐优化买量支出,进而“降本增效”。

“公司会根据产品的特点去对买量推广做相应的调整。”某游戏公司人士向《中国经营报》记者表示,公司会根据每一款游戏制定相应的指标,然后根据每一款游戏的营收状况和营销费用情况去做评估,从而调整买量策略。

随之增加。

业内人士向记者表示,“当前,买量费用已经成为游戏公司不容忽视的成本之一。”

吉比特2021年年报显示,该公司2021年销售费用12.74亿元,同比增长325.67%。而销售费用变动原因主要是当期《一念逍遥》《地下城堡3:魂之诗》《摩尔庄园》等新游戏上线,对营销方案、运营服务及广告展示等方面投入较多;另外,该公司持续对《问道手游》进行营销推广。

此外,由于新游戏《地下城堡3:魂之诗》《世界弹射物语》《一念逍遥(港澳台版)》于2021年10月上线,前期推广投入较大,也直接导致吉比特2021年四季度扣非净利润较少。

事实上,买量导致的销售费用增长已经成为当前国内游戏产业的常态。

世纪华通2021年年报显示,其加大了对研发和产品市场宣传等的投入,当期研发费用19.66亿元,管理费用13.19亿元,销售费用34.72亿元,同比增长30.24%。对于销售费用的增长,世纪华通方面表示,主要系当年新游戏产

品初期推广费及人力成本增加所致。

此外,世纪华通2021年财报显示,其销售费用达到研发费用的1.77倍。对此,业内人士表示:“研发费用往往是按照公司预算,其波动性不大,而销售推广费用则要根据公司新游戏的发行状况,如果公司有新游戏持续推广,销售费用就会出现激增的情况。”

如今,居高不下的买量费用,拖累了部分游戏公司的业绩。

冰川网络2021年财报显示,当年其实现营业总收入5.07亿元,同比增加31.20%,但营业利润亏损5787.04万元,同比减少160.95%。对于公司净利润亏损,冰川网络方面在财报中表示,公司加大对《远征2手游》在国内的广告投放,以及《位面战争》(境外游戏名称:X-Hero)在海外的广告投放,销售费用大幅增加,但两款产品收益均未达预期,成为制约净利润增长的原因之一。

财报数据显示,冰川网络2021年销售费用达到3.09亿元,同比增长123.64%。销售费用在总营收中占比更是达到60.9%。

依据产品特性调整买量策略

业内人士告诉记者,“此前,一些互联网公司通过游戏产品获取的流量,再通过其他产品将流量转化为收益。”

然而,在当前国内游戏市场用户规模进入存量竞争阶段,买量推广抑或是如何通过低价获得优质用户正成为游戏公司需要直面的难题。

在此背景下,游戏公司在买量方面分化出不同的方式。

“公司会根据产品的特点去对买量推广做相应的调整,有的产品就属于买量型游戏,那么买量对产品周期内的营收就会产生直接影响。”某游戏公司人士向记者表示,“公司也会根据实际的营收状况,做出相应的调整。这样的数据监测往往是比较细致的。比如,公司会根据每一款游戏制定相应的指标,然后根据每一款游戏的营收状况和营销费用情况去做评估,从而做出相应的调整。”

吉比特2021年财报显示,报告期内,该公司的模拟休闲新游《摩尔庄园》于2021年6月上线,通过内容投放、品牌宣传、社区运营等方式唤醒IP用户,形成较好的用户自传播和破圈效果,首月新增超3000万用户;此外,《一念逍遥》持续通过买量等方式扩大用户群,在买量中结合快速迭代的游戏内容不断推出创意素材,通过营销方式的创新,显著提升了用户触达率和转化率,实现品效协同,以品带效。

此外,完美世界在2021年财报中提到,2021年12月,公司自研自发的多人开放世界手游《幻塔》,

一位体验者在吉比特展厅体验虚拟现实设备。

新华社/图

区别于以效果广告吸引流量的营销方式,采用根植于游戏内容、与玩家共创共成长的内容营销新打法,以游戏自身品质吸引玩家。

同时,针对当前游戏公司买量的需求,诸如今日头条、腾讯等公司纷纷发布了一站式广告投放平台。

对此,上述游戏公司人士表示,公司也会根据不同类型的游戏玩家,以及在具体投放渠道的优势,去选择代理式买量还是通过公司自有传播渠道买量传播。

事实上,在我国成为游戏大国之时,孕育高质量游戏成为从游戏大国到游戏强国的必由之路。

中宣部出版局负责人此前在接受媒体采访时提到,出版局将指导出版单位贴近未成年人等读者受众,推出一批主旋律鲜明、正能量充沛的高品质网络游戏,并提到重点实施包括“网络游戏正能量引领计划”在内的计划内容。

互联网评论家丁道师向记者

表示,近几年,腾讯、网易这些国内头部的游戏公司减少了对游戏业务的依赖,从国内的政策环境来看,鼓励的不是单纯游戏这一板块的发展。当前时期,同实体经济相关的产业才是重点鼓励的方向,这样的大方向对国内游戏领域的增长势头的确是有影响的。

此外,我国游戏产业海外布局肩负出海的重要任务,作为中国对外文化交流的“窗口”,游戏以天然落地、直抵人心的优势特长,成为中华优秀传统文化对外交流与传播的重要方式。面对海外市场,内容和研发的投入同样至关重要。

丁道师表示,“游戏是传播文化的重要方式,我国历史悠久,有着大量的背景和场景可以运用在游戏领域,从而让全世界更加了解中国,而在从游戏大国迈向游戏强国的过程中,核心仍是游戏产品本身。”

复盘“6·18” 平台暗战透露消费风向之变

本报记者 李立 上海报道

2022年的“6·18”或许是中国电商行业发展历程中的一个重要节点。

6月21日凌晨，天猫“6·18”项目负责人戴珊写了封商家感谢信，信中低调宣布了天猫“6·18”的战绩，“再一次实现了‘6·18’零售额的年同比正增长”。根据天猫公布的成绩单，近300个品牌成交过亿。

在此之前，6月19日凌晨，京东宣布“6·18”购物节期间(5月31日20时至6月18日24时)，平台累计下单金额3793亿元，同比增长10%。京东CEO徐雷则在朋友圈发文，称这是京东19年来最艰难的一次“6·18”，谈不上完美，但很满意。

没有了往年的高调比拼，从阿里巴巴、京东、拼多多到抖音、苏宁易购，各大电商平台几乎心照不宣地转入暗

战，取消了往年频频发布的战报。例如京东没有在媒体开放日展示销售额的数据大屏，仅在6月19日零时许公布了下单金额。而阿里内部人士透露，今年“6·18”，天猫没有发过一份“战报”，园区里没有“6·18”宣传摆件，办公楼里没有挂标语，也没有敲“定胜鼓”，一切表现波澜不惊。

接受《中国经营报》记者采访的多位商家表示，2022年“6·18”商家的选择项在变多，增长却在变难。天猫、京东仍是不可放弃的主要战场，拼多多也提供了新的选项。值得注意的是，多位商家还向记者表示，“6·18”的预算已开始向抖音倾斜。

令人遗憾的是，报复性消费并没有到来，在复旦大学管理学院市场营销学系教授蒋青云看来，疫情下的“6·18”，价值型消费正在代替报复性购买。

暗战风向已变

电脑办公、汽车用品、运动户外、工业品等品类的热销也反映出复工复产后“生产力型消费”复苏，整体消费结构正在向疫情前的水平恢复。

除了京东以外，各家都没有公布具体交易额，参考第三方统计数据能看出大概阵型。

据星图数据统计，2022年“6·18”大促全网交易总额为6959亿元人民币，其中综合电商销售总额达5826亿元。在综合电商中，前三甲与往年并无差别，天猫依旧稳居首位，京东紧随其后，拼多多位列第三。

此外直播电商平台表现亮眼，“6·18”大促期间直播带货总额高达1445亿元。受头部主播的影响，直播电商平台“6·18”期间销售排名发生变化：点淘不及抖音，快手屈居第三。

数据背后，一些值得关注的趋势和变化更能说明新冠肺炎疫情之后电商平台的走向。从京东公布的数据看，3C家电仍是其传统的强势品类，在此基础上继续进攻美妆、服饰、百货。

京东方面对记者表示，“宅经济”正在升级为“居家消费场景”。如电脑办公、汽车用品、运动户外、工业品等品类的热销也反映出复工复产后“生产力型消费”复苏，整体消费结构正在向疫情前的水平恢复。新冠肺炎疫情的极端情况已让京东进一步看到了供应链的价值，京东首次将2022年定义为“供应链价值元年”。

2022年也是京东CEO徐雷和阿里“十八罗汉”之一的戴珊首次交

手，戴珊的选择是拼体验、拼服务，对外则尽可能保持低调。根据天猫公布的数据，约有26万个品牌参加了天猫“6·18”，279个品牌的成交额突破亿元，其中有100多个单品的成交额破亿元。北京、上海地区的9万多个商家参加了天猫“6·18”，上海成交额排名第一，实现同比正增长。

接近阿里的人士告诉记者，今年的主题是淘宝、天猫全面融合，明确了“从交易走向消费”的战略，消费者体验升级是半年来的主线，在内部叫做“小步快跑”。

一些隐性的改变外部是看不到的，比如“6·18”期间上线了多地址下单，目前其他电商平台无此功能。知情人士告诉记者，购物车是淘宝交易链路的关键一环，添加新功能实际上涉及了几十个行业不同的供应链逻辑。但这个功能的需求很大，加班加点也要上线。

阿里、京东之外，排名第三的拼多多逐渐找到了自己的打法。百亿补贴，吸引更多品牌、重仓农业成为拼多多的三张牌。记者注意到，拼多多特别强调了推出500多家品牌官方旗舰店；在“6·18”大促基础上，平台叠加了百亿补贴。拼多多“6·18”大促的项目负责人介绍，今年以来，国内外一线品牌在平台开设官方旗舰店的数量同比增长330%。

微信视频号首战“6·18”：一场商业化的阴谋

本报记者 李静 北京报道

受新冠肺炎疫情影响，2022年的“6·18”战局似乎没有往年那么激烈。然而微信视频号选择在今年杀入“6·18”战局却吸引了不少目光。

5月31日20点，“6·18”视频号

积极但谨慎的商家

2021年初，名创优品就入驻了视频号，从去年三季度开始，名创优品在视频号已经能做到常态化直播，可以保证每周有3场左右的直播。今年“6·18”开始前，名创优品得知“6·18”视频号直播好物节”后，几乎没有犹豫就决定参与。

“此次视频号发力‘6·18’，我们有很高的期待。”名创优品用户运营负责人告诉记者，今年“6·18”，名创优品除了在抖音、淘宝、拼多多等官方矩阵号进行直播以外，微信小程序和微信视频号也开启了“6·18”专题直播场，“6·18”期间的直播从早上10点开播，一直持续到晚上24点结束。

据了解，在4月底，视频号官方就启动了“6·18”视频号直播好物节”的招商工作，正式加入今年“6·18”大促的战局。

根据官方宣传，本次“6·18”视频号直播好物节于5月31日20

点开启，持续至6月18日24点。首次参与“6·18”大促的视频号直播，推出了平台流量激励、发现页专属红点推荐、主会场核心推荐位展示、直播间流量扶持等多项扶持政策，助力商家增长。

这是微信视频号第一次官方发起的“6·18”活动，给出的补贴政策也很有吸引力。首先，视频号直播平台对于带货商家没有抽佣；其次，对于达到一定销售额、吸引一定数量的粉丝进入直播间以及优质短视频，视频号平台还会给予流量奖励。

视频号在“6·18”期间公布了两大实时榜单，分别是商家总榜单和达人总榜单。记者在6月18日23时截取的一份榜单显示，排在商家总榜单前两名商家的热力值在500万左右，排在达人总榜单前两位的达人热力值在1500万左右。

参与到“6·18”视频号直播好物节”的哥哥视频号直播运营负责人黎树荣直言：“现在基本上中国人专属红点推荐、主会场核心推荐位展示、直播间流量扶持等多个扶持政策，助力商家增长。

腾讯2022年第一季度财报显示，截至2022年3月31日，微信及WeChat的合并月活跃用户数为12.88亿，同比增长3.8%，环比增长1.6%。

视频号官方的介绍称，视频号如同微信生态中的一个原子化内容组件，能够与微信内其他产品和功能产生各种化学反应，自然地在微信体系内流转，并最终成为视频和流媒体直播这类内容的最佳承载形态。

在过去，微信生态已经搭建好了众多私域的场景，比如公众号、企业微信、小程序等，这些私域场景用户需要关注或者定向搜索才能触达，对商家而言获客成本是相

对较高的。视频号则是微信当中的一个公域流量场，对于商家甚至是京东、唯品会等电商平台也无疑是一个新的流量金矿。

对商家而言，视频号不仅是一个巨大的流量池，微信生态多场景触达也为商家所看重。对于商家积极参与到“6·18”视频号直播好物节”的情况，电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营对记者指出：“因为目前视频号电商还处于测试期，没有平台分佣，商家可以以较低的成本获得良好的经济收益。另外，视频号是一个基于微信社交的熟人电商场景，用户的平均客单价相对较高，而且基于熟人的电子商务也便于商家打造基本用户群体，提升企业抗风险能力。”

众多商家虽然积极参与到“6·18”视频号直播好物节，但并未对外公布“6·18”期间视频号渠道的具体销售情况。记者也观察到，一些品牌商视频号直播间在“6·18”期间的观看数据只有几千或者几万，观看量超过10万的直播间并不多。

一位不愿具名的业内人士对记者解释了其中的原因，首先视频号也是第一次参与到“6·18”电商大促，不少品牌方是第一次接触视频号直播带货，所以很多品牌商是抱着试水的态度在视频号开播；其次，在抖音、淘宝直播平台，因为有平台建立的流量投放系统（也称“投流系统”），品牌方或者商家可以向平台购买流量，使直播间获得想要的曝光量，而视频号还没有建立起完善的投流系统，品牌方或商家无法确保曝光量，所以在投入时就会相对谨慎。

商家的态度未来或将随着视频号投流系统的建立、算法系统的完善而逐渐改变。

服务商的新沃土

在视频号电商生态中，服务商是位于平台和主播/商家之间的关键角色。视频号直接连接和管理服务商，服务商则对接商家/主播并为之提供服务。此次“6·18”视频号直播好物节的活动，视频号也是通过电商服务商将信息传递到商家和主播端。

视频号电商服务商共有两大类共五种服务商。其中，主播孵化类服务商有四种，分别是招商服务商、培训服务商、账号孵化服务商和代运营服务商；主播供货类服务商有一种，即人货撮合类服务商。只有如此，商家才能拿到服务体系的补贴资格。

根据规定，视频号中主播在绑定服务商时，只能与一个主播孵化类服务商进行绑定，但可以同时与多个服务商开展“供货”合作。

百准数据是视频号直播的电商服务商之一。“这次视频号的“6·18”活动，我们又感知到整个市场对于微信流量强烈的饥渴度。”百准数据创始人龚海瀚对记者透露，因为视频号“6·18”活动，不少商家向百准数据购买了数据服务，百准数据6月份前十天的销售额就超过了5月份整月的销售额。

下转 C2



天猫618
5月26日晚8点
预售开启
5月31日晚8点至6月20日
跨店每满300元减50元 上不封顶

视觉中国/图

疫情下的“6·18”，价值型消费正在代替报复性购买。

东市占率66%的成绩夺下洗地机品类“双冠王”。

疫情因素只是契机和催化剂，添可CEO冷冷告诉记者，“为了筹备‘6·18’，公司从5月就开始备货，产量相对4月份增长了120%，工人数量也增加了35%。整个5月份的产量也达到了建厂以来的最高纪录。”

为了应对疫情，添可采取两种发货方式，一种是自有成品仓直接发货，另一种是把货提前运输到天猫、京东等平台的仓库，由平台发货。“为了保证发货的及时性，一方面，今年加大了平台仓的入仓率，相比去年增加了70%；此外，扩充了自有成品仓的

面积，存储面积扩大了将近两倍。”冷冷介绍。

多位商家接受记者采访时透露，销售渠道主要在天猫、京东，这两个平台也是销售业绩的最主要组成部分，但在抖音的销售增速最快。今年会根据每个渠道的成交预期做预算，此外也很看重不同平台的差异化人群，通过货品区分做触达。

新咖啡品牌永璞对外宣布实现了全渠道5000万元的销售额目标，根据其此前接受记者采访时透露的数字，本届天猫旗舰店有望完成3500万元的目标，由此推算天猫仍是品牌的基本盘。

“6月第一周，物流开始陆

未见“报复性消费”

国家统计局数据显示，从2020年Q1开始，居民消费日渐理性，非必需性消费的比重在逐渐降低，今年的“6·18”这一特点表现得尤为明显。

“6·18”接近尾声，互联网分析师丁道师对下沉市场进行了走访，“今年‘6·18’确实比往年要冷淡一些，至少线上如此”，从物流基地到终端场景都显得比往年冷清。

以其走访的物流快递情况为例，四川德阳、广汉的大型物流基地，“6·18”当天基地周边并不堵车，期待中的车水马龙景象没有出现。他也走访了一些街道、社区、公寓，快递小车、快递小哥数量也较往年同期少一些。

今年的“6·18”之所以表现平淡，一是经济下行压力客观存在，消费疲软。丁道师认为，“二是‘6·18’已经融入生活常态，一部分热度转移到线下，各地线下购物中心、商超、餐饮等，也在进行‘6·18’大促。”

相比线上，线下开始逐步复苏，苏宁易购的数据印证了线下的变化。“6·18”实体消费加速回暖，苏宁易购门店客流同比提升超3倍，门店高端家电销售同比增长182%。

不过，报复性消费并未出现。国家统计局数据显示，从2020年Q1开始，居民消费日渐理性，非必需性消费的比重在逐渐降低，今年的“6·18”这一特点表现得尤为明显。

“从上海的情况看，消费回归到基础型、生存型消费，享乐型的消费受到抑制”，在复旦大学管理学院市场营销学系教授蒋青云看来，疫情下的“6·18”，价值型消费正在代替报复性购买。

在蒋青云看来，变化的环

境中，除了技术、大数据赋能，零售商更需要提高市场洞察能力，电商平台可以将数据、信息转化为商业智能，同时还要提高和消费者的共情能力，今年的市场虽然相对平淡，但把消费者人群细分，在不同的结构性的变化中仍然能找到非常多的机会。他建议，零售商还应该提高逆商，面对技术挑战，数字化转型和商业经营模式的转型也会体现企业的逆境反转能力。

市场预测 iPhone 14 涨价 苹果定价策略愈加灵活

本报记者 陈佳岗 广州报道

苹果 iPhone 14 系列尚未发布,就被上游供应链曝出产品售价将上涨,且上了热

搜榜。

按照过往惯例,苹果公司会在每年的秋季新品发布会上更新其数字旗舰系列产品。事实上,iPhone 14 发布之

前,谁都难说产品定价会是多少,但当前全球手机供应链涨价已是大趋势,一些市场行情也可能成为影响 iPhone 14 定价的因素。

苹果中国方面未就市场传闻发表评论。但 Canals 研究分析师刘艺璇近日向《中国经营报》记者分析了可能会影响 iPhone 产品定

价的两方面因素:一方面,对整个行业来说,成本(原材料、物流、代工)、通胀都是看涨的,尤其是今年;另一方面,厂商也更愿意卖 mar-

gin(边际效益)更高阶的产品来提高盈利,尤其是在华为手机市场衰退、苹果的高端市场竞争壁垒愈发扎实的情况下。

产品未发内幕陆续曝出

这并非是外界第一次预测 iPhone 14 系列定会涨了,此前就有海外博主(The Apple Bizz)透露,iPhone 14 系列将集体涨价 100 美元。

作为全球最受瞩目的智能手机品牌之一,iPhone 每年的新机型都会受到外界的广泛关注,尤其是其性能、外观、售价等方面更是大家关注的焦点。

当前,iPhone 14 系列产品各种信息提前曝光。

根据 Gichina 的报道,全新的 iPhone 14 系列可能依然会延续 iPhone 13 的设计,继续采用直角边框方案。其中两个 Pro 版为此次重点升级的对象,正面有望首次采用“感叹号”打孔屏,有望搭载 120Hz 高刷屏以及 6GB 内存,支持新一代的 LTPO 技术。而 iPhone 14 和 iPhone 14 MAX 则依旧为刘海屏。

TrendForce 旗下拓墣产业研究院则预测,今年的 iPhone 14 系列将会在 CPU 芯片上有所变化,iPhone 14 和 iPhone 14 Max 将继续沿用 A15 处理器,而 iPhone 14 Pro 和 iPhone 14 Pro Max 则将采用 A16 处理器,并升级到台积电的 4nm 工艺制程。

此外,备受外界关心的产品定

价也是众说纷纭,但市场预期普遍为涨价。近日,国内媒体还曝出,苹果预计会在今年 7 月中旬开始 iPhone 14 系列的最后试产,如果测试一切没有问题的话,那么接下来会在 8 月开始小范围量产,真正的量产是在 9 月。爆料内容提到,目前因对应的各种原材料价格上涨,同时还有人力成本的提高,倒逼苹果不得不提高 iPhone 14 系列的售价,当然苹果也会拉大同系列产品间的配置及价格差距,来引导用户购买。

外媒日经亚洲也表示,不管台积电代工费用是否会对苹果涨价,但苹果芯片所需要的原材料已经大幅涨价,这就倒逼它们不得不提价,从而向消费者传导下去。

这并非是外界第一次预测 iPhone 14 系列定会涨了,此前就有海外博主(The Apple Bizz)透露,iPhone 14 系列将集体涨价 100 美元,对应到国内市场的话预计涨价幅度将会高达 1000 元。



在国内手机市场,苹果仍是“6·18”的大赢家。

视觉中国/图

上接 C1

为什么微信视频号需要电商服务体系?

以数据服务为例,龚海瀚指出,首先,视频号虽然会为主播提供数据监测,但仅限于点赞量、打赏数等基础数据,对电商类商家来说,平台监测的数据远远满足不了商家在经营数据上的需求;其次,商家在视频号后台只能看到自己的数据,而看不到细分行业甚至竞品的数据;另外,视频号作为平台一般不会按细分的类别提供榜单,榜单其实也是商家经营需要的一类数据。“百准数据作为视频号电商服务商,以 SaaS 的方式可以为商家提供多维度、深层次的数据分析,帮助商家提高经

营效率。”龚海瀚说道。

同时,微信视频号也需要电商服务商群体来丰富电商生态。一方面从团队人数来说,目前微信视频号团队只有两三百人,而抖音团队已经有几万人,视频号团队无疑需要依托服务商打造电商生态。另一方面,从微信的一贯风格来说,无论是公众号、企业微信、小程序,在生态搭建中微信一直走的都是开放生态策略,和服务商一起共建生态。

有赞和微盟是微信生态中发展起来的 SaaS 服务商,曾一度进入到抖音、快手、百度等平台,为其提供电商 SaaS 服务。

例如,2018 年在快手直播带货

的早期,有赞和快手合作推出了“短视频电商导购”解决方案,有赞因此吃了一波直播带货的红利。据券商浦银国际、光大证券的研报数据显示,2019 年第四季度到 2020 年第一季度,有赞来自快手的 GMV 占总 GMV 的 40%。有赞 CEO 白鸦在今年 3 月发出内部信更是坦承:“最多的时候我们占据了快手接近一半的商家和交易额。”

但随着抖音、快手等平台自建直播电商体系,通过一系列平台扶持政策吸引商家入驻,打造了平台直播电商闭环后,抖音、快手就宣布对第三方服务商进行断链操作。

直播平台自建电商生态内循

环的做法对有赞等电商服务商产生了巨大的冲击,直接导致有赞等服务商的销售额和平台 GMV 的下降。

为了让投资人明晰快手切断外链对有赞的影响正逐步降低,在 2021 年年报和 2022 年一季报中,有赞都特意强调来自非快手渠道 GMV 的增长情况。

因为微信一贯的开放生态策略,此次视频号杀入直播带货,电商服务商们似乎并不担心微信会自建视频号直播电商生态。

当视频号开启直播带货时,有赞微盟等服务商都积极地参与其中。白鸦多次表达了对视频号场

景的看重,“三到五年内,视频号将撑起万亿美元的电商交易规模”。伴随着视频号交易额的持续走高,通过有赞接入视频号的商家也在持续增多。微盟方面也表示,通过微盟入驻视频号的商家,每月环比都在快速增加中。

有赞旗下的“爱逛”是为达人提供从定向招商选品组货等业务的视频号服务商,根据其公布的数据,“6·18”期间,爱逛平台累计交易额为 4.8 亿元,总场观超过 1.1 亿人,客单价为 325 元。“6·18”期间,爱逛服务的达人月成交超百万的近百位,其中某 S 级服饰达人加入爱逛后,单场销售额从 10 万元快速提

高到“6·18”期间单场超 500 万元。

“6·18”期间,视频号每天都会公布电商服务商的战绩排名。微盟方面表示,“6·18”期间微盟在视频号服务商中的排名比较靠前,基本能排在前三位置。

据记者了解,“6·18”结束后,视频号还在扩大对电商服务商的招商。如今,对电商服务商,视频号已经有较严格的准入政策、激励政策以及淘汰机制。

龚海瀚认为,视频号官方电商服务商运营政策的出台,对服务商而言不仅意味着能得到明确的政策支持,同时也能让服务商进入优币驱逐劣币的良性循环中。

商业化的一大步

视频号杀入“6·18”大促,可以说是微信在视频号商业化上的一次阳谋。

视频号是腾讯在短视频赛道上的又一次尝试。2019 年,腾讯公司高级执行副总裁、微信事业群总裁张小龙在微信内部组织了一个小团队,秘密开发视频号。开发早期,视频号是张小龙亲自盯着的一个项目,产品内测时更获得腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾和张小龙同时站台,足见腾讯对视频号的重视度。

2020 年初视频号开始了内测,经历了从对明星、艺人、KOL(意见领袖)定向内测,再到向普通用户逐步开放的节奏。在张小龙的“纠结中”,视频号在 2020 年频繁迭代,经过了从机器推荐到社交推荐,从私域走向公域的转变。

内嵌在微信生态中的视频号,坐拥超 10 亿月活跃用户数,犹如站在巨人肩膀上的一个产品。加之在张小龙的亲自督战之下,视频号在内容上逐渐站稳脚跟,商业化也逐渐提上日程。

抖音和快手的成功已经证明了一条短视频产品可行的商业化路径,一个是广告变现,另一个是直播带货。视频号在短视频内容逐渐步入正轨之后,于 2020 年 10 月趁热打铁上线了直播功能,2021 年 11 月,视频号首度试水“双十一”,推出了“11·11 直播好物节”。

来自微信的数据显示,2021 年末,视频号直播带货的销售金额较年初整体增长超 15 倍。2021 年 12 月微信视频号 DAU 已达 5 亿水平,同比增长 78%。据微信公开课数据,2021 年末,视频号直播带货

GMV 较年初增长超过 15 倍;消费者平均客单价超 200 元,整体复购率超 60%,总销售额中私域占比超过 50%。

然而,由于微信整体弱运营的风格,视频号上线以来得到的官方运营扶持较少,过去两年无论是广告还是直播带货,似乎都没有获得市场太多的关注度。

龚海瀚告诉记者:“广告和直播带货是视频号团队今年的重点。”今年年初,视频号团队已经表示,全年计划通过流量激励,扶持不少于 10 万个优质商家。

另外最近几个月视频号的多个出圈事件也能凸显出,今年视频号官方在商业化上的投入在明显加大。

在广告变现上,一个标志性事件是在今年 4 月,视频号官方打造的崔健演唱会,这是视频号的第一

场商业演唱会,一经播出就在朋友圈刷屏;紧接着在 5 月底,罗大佑首场微信视频号线上演唱会再次引爆朋友圈,极狐汽车是这两场演唱会赞助商。另外,5 月 20 日视频号开启的“周杰伦演唱会重映”在当晚吸引了超 5000 万人围观,在播出期间获得了众多微博热搜和全网热搜,话题霸榜的同时也带动了视频号直播的出圈。

在直播带货上,视频号则是首次杀入了电商“6·18”大促的战场中。“视频号参与‘6·18’大促的目的很明显,就是对标抖音电商,开启视频号电商模式。”微电铺 SaaS 平台创始人、直播精灵创始人杨航

洲告诉记者,今年年初以来视频号卖货和带货功能都得到升级,同时

平台也完善了用户在视频号购物的体验,“视频号选择今年参与‘6·18’大促,可以说时机已经成熟。”普通消费者可能对视频号“6·18”大促的感知并不明显,因为今年“6·18”期间微盟在视频号服务中的排名比较靠前,基本能排在前三位置。

但在直播带货方面,视频号还是一个入场不久的“新手”,仅从时间上来看,和与抖音快手相比还有三四年的差距。从具体的电商生态来看,视频号在商家招募、商家入驻还是流量投放环节还需要更加完善、便捷和开放,在供应链体系、售后体系建设等方面仍然滞后。

在龚海瀚看来,视频号最大的挑战应该是如何以小团队去搅动直播带货这个“庞然大物”,毕竟抖音团队是有几万人在为产品及做商业化服务。

近期在抖音爆红的新东方直

互联网云巨头增速放缓 SaaS生态决胜未来?

本报记者 秦泉 北京报道

近日,调研机构Canalys发布的2022年第一季度中国云计算市场报告显示,中国云市场整体保持高增长,2022年Q1中国云市场总体规模达到73亿美元,同比增长21%。在市场份额方面,由阿里云、华为云、腾讯云和百度智能云组成的“中国四朵云”市场份额合计占比达到78.8%。

然而,相对于市场规模上

增速放缓

国内互联网行业因整个行业的流量和用户时长见顶,各大云厂商的营收增速也在随之放缓。

目前,阿里公布2022年第四季度及2022财年业绩。其中,阿里云EBITDA利润(息税前利润)从2021财年的亏损22.51亿元改善为2022财年的盈利11.46亿元,值得注意的是,这是阿里云成立13年来首次年度盈利。

不过,2022财年,阿里云收入相比2021财年同比增长23%,增速有所放缓。其2021财年,来自云计算业务的收入同比增长50%。而这种增速的放缓在阿里云已经持续了快一年的时间。阿里巴巴新财年从4月1日开始计算,过去一个财年,阿里云各季度收入分别为160.51亿元、200.07亿元、195.39亿元、189.71亿元,同比增速分别为29%、33%、20%、12%。

不仅仅是阿里云,腾讯云也是如此。目前腾讯不再单独公布腾讯云的收入,而是将其纳入到金融科技和企业服务的业务范畴内。腾讯财报显示,其2022年一季度金融科技与云整体收入428亿元,同比增长10%,低于市场15%~20%的增速预期。同期,百度智能云业务营收达39亿元,同比增长45%,相比前几个季度均超50%的高增速也有下降。

国内云市场相对疲软,反观国际市场,今年一季度亚马逊等几大国际云巨头的增速却很亮眼。亚马逊云科技(AWS)在今年一季度增长非常亮眼,营收增长37%达184亿美元,占亚马逊总收入的16%左右。同时,作为最早实现盈利的云巨头,其净利润同比增长近57%,达65.2亿美元。

阿里云在财报中表示,2022财年的收入同比增长放缓,主要是由于一位互联网行业头部客户基于非产品相关的原因,逐渐减少使用阿里的海外云服务,以

的较快增长,云巨头在云计算方面收入的增长速度却在放缓。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,得益于前几年互联网行业红利释放,云计算取得了突飞猛进的发展,但随着国内互联网行业的流量和用户时长的见顶,云计算的增速放缓属于正常现象。不过,国内全行业数字化转型的趋势不会变,如何在其中寻找机遇,是各大云厂商面临的考题。

转向突破

在传统赛道“遇困”的各大云厂商不约而同地将触角伸到了PaaS、SaaS领域。今年前4个月国内的SaaS赛道有近百家企获得融资,总融资金额超过百亿元。

“随着企业数字化转型的持续深耕,各行各业的SaaS(软件即服务)渗透率在逐步增加,未来十年将是SaaS发展的黄金十年。”张平安说道。

一般而言,企业有三种云计算服务模式可以选择:软件即服务(SaaS),这是一个完整的软件应用程序,具有用户界面;平台即服务(PaaS),开发人员可以在其中部署自己的应用程序的平台;基础设施即服务(IaaS),提供机器、存储和网络资源,开发人员可以通过安装自己的操作系统、应用程序和支持资源来管理。从需求的角度来说,SaaS是IaaS、PaaS的需求之源,SaaS生态越繁荣,IaaS、PaaS的需求越大。

据艾瑞咨询研究院估算,从2016年起,中国企业级SaaS市场规模就呈稳步扩张趋势,预计未来三年市场将维持34%的复合增长率持续扩张。而根据产业互联网媒体B2B内参数据,2021年国内SaaS赛道共有268起投融资事件,平均每月22起。2022年前4个月国内的SaaS赛道有近百家企获得融资,总融资金额超过百亿元。

在传统赛道“遇困”的各大云厂商不约而同地将触角伸到了PaaS、SaaS领域。

“将不再聚焦于规模增长,而是看重企业服务的健康增长,主动缩减亏损业务以求获得更健康的增长。”腾讯在财报中表示,“之后将聚焦于视频云以及网络安全等领域的PaaS解决方案;在通信及协作SaaS方面,腾讯融合打通了企业微信、腾讯会议以及腾讯文档等前端应用。”

“我们关注PaaS跟SaaS的时间蛮长的,甚至可以说是我们做云的第二步。”腾讯高级执行副总裁、云



全行业数字化转型趋势不变,中国云市场保持高增长。

视觉中国/图

与智慧产业事业群CEO汤道生在接受采访时表示。

除此之外,在3月份公布的2021年年报中,腾讯方面也曾表示:“通过深化与微信的连接,我们使企业微信具备差异化CRM(客户关系管理)功能。目前,我们优先考虑扩大SaaS的业务规模,而非追求显著的收入(增长)。”

2021年,华为云发布了开天aPaaS(应用程序平台即服务),将自身30多年及全球各行各业的数字化转型经验变成可被调用的服务开放出来,让开发者面向行业创新,不必重复“造轮子”。在“华为伙伴暨开发者大会2022”上,华为

云发布了包括工业、供热、煤矿等在内的5个行业aPaaS服务,旨在加速行业伙伴和开发者进行SaaS构建,让云服务在各行各业中更快更好地落地生根。

阿里巴巴集团副总裁、钉钉总裁叶军宣布,钉钉产品的logo与品牌主张将全面更新。更为关键的是,钉钉宣布将正式步入商业化,并强调PaaS化的生态战略。

向凯认为,在中国,SaaS在近年来步入发展的快车道,并跻身成为最火热的赛道之一。在全球范围内,不管在云计算产业,还是在企业服务市场,SaaS都站上了C位。对比全球SaaS产业历史同期,SaaS

市场渗透率演进路径基本一致,我国SaaS产业发展滞后约5年左右,预计未来5~10年将成为国内SaaS市场发展的关键时期。

赛意产业基金合伙人戴俊杰表示,基于对整个中国软件、整个SaaS土壤的感知,SaaS行业毫无疑问是在不断向上的。主要体现在以下几个方面:第一,是今天客户对于软件的感知深度在明显变好。第二,是企业的经营决策者年轻化,他们对于整个企业经营的数字化意识的开放度要更高一些。第三,在过去几年,To B的SaaS创业者的素质有了显著提升,越来越多拥有专业优势的人才正在涌进这个领域。

向凯对记者表示,高速增长的客户和营收规模让云厂商沉浸“跑马圈地”的快感中难以自拔,价格战的“血腥”在行业中广泛蔓延,其后果就是客户质量不高,初始投入与后期产出不对称,难以产生持续效益。中国SaaS市场发展同样处于较为初级阶段,在全球SaaS市场的占比不到2%,国内SaaS生态建设需要提升造血功能,从“增长快”向“增长健康”转变。

生态贫瘠

中国SaaS市场发展同样处于较为初级阶段,在全球SaaS市场的占比不到2%,国内SaaS生态建设需要提升造血功能,从“增长快”向“增长健康”转变。

虽然云巨头开始做起了SaaS生意,但是能否在国内相对贫瘠的SaaS生态上实现华丽的转身还需要时间的验证。

有关数据显示,2020年,美国SaaS市场规模为1198.7亿美元,SaaS在美国公有云中的占比高达67.1%。同年,中国SaaS市场规模仅为美国的4.1%,SaaS在中国公有云中的占比仅为25.5%。

德勤报告显示,美国近10年SaaS支出占整体IT支出的比重保持稳定增长,2020年SaaS占IT投入比重超过5%。相比之下,中国的SaaS占整体IT支出也在逐年大幅提升,但2020年时占比仅为1.3%,仍有较大的发展空间。

达晨财智投资总监、晨云子基金合伙人朱翔表示,把国内SaaS企业与美国市场对比,在美国,SaaS

企业到C跟到B市值的占比基本在50%。美国头部的一些上市公司的市值是超过千亿美元的,有30家企业的市值超过百亿美元,通用型SaaS企业在整个头部的SaaS企业中占了绝对领先地位。

但同样对比中国SaaS概念股市值的规模,目前相对都比较小,即使是头部的SaaS概念股,也多是传统软件企业转型的。

上海布局元宇宙等“新赛道”促进细则6月底公布

本报记者 李玉洋 李正豪

上海报道

全面复工复产半个多月的上海,在加快重大产业项目投资落地方面快马加鞭。

在6月16日举行的“2022上海全球投资促进大会暨‘潮涌浦江’投资上海全球分享季启动仪式”上,上海在官宣集中签约、开工一批总投资超7200亿元的重磅项目的同时,还宣布重点切入元宇宙、绿色低碳、智能终端、数字经济四个“新赛道”,并公布了相应的投资促进方案。

据方案预测,到2025年,上海元宇宙产业规模突破3500亿元,智能终端产业规模突破7000亿元,绿色低碳产业规模力争突破5000亿元。不过,《中国经营报》记者从上海经信委方面获悉,上述四个“新赛道”只是提出初步目标和方向,而具体促进细则需等到今年6月底才能向社会公布。

“新赛道”成最大特点

“今年全球投促大会最大的一个特点,就是发布了四个‘新赛道’,投资促进方案。”上海市经信委产业投资处处长徐明表示,从2021年上海便开始谋划元宇宙、绿色低碳、智能终端和数字经济“新赛道”的布局,发布这些方案也是要在这些“新赛道”上率先发力。

记者了解到,在发展数字经济“新赛道”中,方案提出上海要围绕数字新产业、数据新要素、数字新基建、智能新终端等重点领域,深度应用大数据、云计算、物联网、区块链等新技术,推进

产业数字化和数字产业化,加强数据、技术、企业、空间载体等关键要素的协同联动。到2025年,上海“国际数字之都”形成基本框架体系。

元宇宙是未来虚拟世界与现实社会交互的重要平台,后疫情时代将催生该产业的蓬勃发展。当前,上海拥有海量的数据资源和丰富的应用场景,也是全国“双千兆宽带第一城”。元宇宙促进方案提出,上海要瞄准元宇宙前沿技术、交互终端、数字工具等关键方向,充分激发需求牵引作用,

发起设立百亿元级元宇宙“新赛道”产业基金。

而智能终端促进方案则提出,智能终端作为数字经济的硬件载体,上海要重点发展智能新能源汽车、智能机器人、虚拟现实交互终端、智能穿戴、智能家居等6大终端产品,夯实硬件、软件两大基础支撑体系,引进和培育50家以上“隐形冠军”“小巨人”“专精特新”企业,支持企业在核心芯片、基础软件等一批关键技术上创新突破,开展消费终端爆品、龙头企业打造等专项行动,形成100款核心

拳头产品。

在“新赛道”之外,上海今年还将继续推出特色产业园区,这些特色产业园区将重点聚焦“新赛道”发展载体。

比如,在数字经济领域推出两个特色园区:数智南大(指宝山区数智南大产业园)将依托中软、腾讯等产业集群,重点聚焦发展在线新经济产业,打造数字产业的标杆引领区和数字城市的先行示范区;G60松江信创产业园依托科创走廊优势,建设信创众创空间、双创平台、项目孵化等创新引擎,重点

打造“软件、硬件、生态、服务”四位一体信创产业基地。

元宇宙领域也将推出两个特色园区:漕河泾元创(指徐汇区漕河泾元创未来元宇宙产业创新园)未来依托大院大所、龙头企业以及功能平台优势,重点推动核心技术突破、创新示范加快应用,打造元宇宙产业发展高地;张江数链(指张江元宇宙数链产业基地)则将围绕链接、交互、计算、工具、生态五大板块,重点发展元宇宙技术研发、数据服务、数字创意、赋能应用等重点领域。

带动产业链上下游

在元宇宙赛道,上海还提出要打造10家具有国际竞争力的头部企业、100家掌握核心技术的“专精特新”企业以及50+示范应用场景、100+标杆性产品和服务。

对于上海切入元宇宙赛道的方案,亿欧咨询分析师车佳伟表示:“从基本面来看,上海还是想在全国范围内先行示范,无论上海市府做与不做,元宇宙赛道都是现阶段的一个发展重心。”

车佳伟进一步指出,交互硬件、操作系统、沉浸式内容等,都是

元宇宙赛道当前阶段的发展重心,上海发布元宇宙赛道的促进方案将推动相关产业更快落地,至于究竟有多大的支持力度和影响,目前还无法准确地判断。

对于智能终端方案中提出的“支持企业在核心芯片、基础软件等一批关键技术实现创新突破”这个观点,芯谋研究总监王笑龙深有感触:“到了现在这个时间,我们会发现芯片和终端的关系不再像以前了,现在供应链特别是芯片变得更重要了,这个时

候可以说我们掌握了上游就能够更好地来做下游,以前的逻辑是把下游做好了再往上游做,现在可能反过来。”

王笑龙表示,做下游应用方案,珠三角更有优势,而上海发展智能终端的优势在于核心芯片设计以及和芯片相关的基础软件开发,芯片做得好的话,也可以基于此去发展终端产品。

“新兴的智能终端产品还没有到完全成熟的时候,那么它的展示度就很重,上海肯定比广州、深

圳等珠三角城市具有更高的展示度,也更加国际化,所以说在这方面,这些新东西在上海开发、率先在上海应用,能够获得更高的展示度和曝光度,这种优势只有北京、上海才有。”王笑龙说。

探索科技首席分析师王树一也认为,只有终端活络,产业链才能活起来,上海在此之前布局了完备的集成电路产业链,如果能和下游应用结合起来的话,就会产生很大的带动作用。

“从传统上来说,上海主要是

以汽车或一些高端装备制造为主,消费级智能终端不如珠三角那边活跃。”王树一表示,如果上海决心大力发展智能终端的话,对上下游都有好处。

同时,在数字经济方面,王树一指出:“从整个产业短期升级来看,只有上海等少数地区适合全面发展数字经济,因为无论是人才、基础建设,还是产业配套,这些城市都很齐全。”他还表示,数字经济的附加值比较高,污染也比较小,符合产业转型升级的方向。

互联网账号“一键解绑”试运行 拒绝过度营销还远吗？

本报记者 曲忠芳 李正豪 北京报道

“你的手机号被绑定了多少App呢？一键解绑功能来了，教你一招快速解绑！”近日，诸如此类内容的短视频在主流社交媒体广泛传播，由此，“一键解绑”也成为热搜词之一。

这里的“一键解绑”，实际是工业和信息化部(以下简称“工信部”)直属单位中国信息通信研究院(以下简称“信通院”)近期上线的“一键解绑”功能。简单来说，用户通过手机号查询注册绑定的互联网应用账号，选择是否解除持有手机号与相关互联网账号之间的绑定或关联关系。

不过，随着“一键解绑”登上热搜榜，信通院官方公众号于6月12日发布《服务公告》称，该项服务“正处于试运行测试期间，系统功能和性能仍需进一步迭代完善”。

《中国经营报》记者通过亲身测试观察到，目前上线测试的“一键解绑”功能提供的是解除本人曾经用过、现在不用了的手机号码所注册绑定的互联网账号关联关系，本人还在用的手机号码所绑定的互联网账号不受影响。值得注意的是，目前可选择解绑的互联网账号并不涵盖所有应用，仅包括微博、淘宝、抖音、小米生态等少数几款。

然而，需要指出的是，从社交媒体的用户反馈来说，许多用户将此误以为是能够通过手机号一键查询并且自主选择该手机号注册使用过的互联网账号。不难看出，该项“一键解绑”功能，与不少用户所理解的“一键解绑”存在一定的偏差。

针对“一键解绑”功能的迭代计划、正式运行的时间以及涵盖的App数量扩充等问题，《中国经营报》记者向信通院“码号服务推进组”官方发送电子邮件希望做进一步采访，截至发稿前暂未得到回应。

体验：“一键解绑”只针对“过期”号码

“‘一键解绑’这一公益性服务，并不是信通院空想推出的，而是基于用户的痛点与需求。”

日前，记者亲自测试体验了信通院的“一键查询”与“一键解绑”功能，需要说明的是，在不同平台该功能名称有所区别，比如支付宝App内的小程序名为“全国移动电话卡一证通查”，而微信App内的公众账号名称为“码号服务平台”，认证信息均为信通院官方。

经体验发现，“一键查询”与“一键解绑”整体操作起来比较简单便利，不仅能全面掌握身份证名下的所有电话卡，解决因时间过久而忘记销号的问题，而且能够将绑定的几个互联网账号解除关联。

某运营商的一位内部人士告诉记者，“一键查询”在所有电信运营商上的所有电话卡，早就已经实现，能够帮助用户全面地掌握名下的号码信息，并做及时处理。“一号通查”是信通院根据工信部的指示要求，既可以进行互联网账号管理，又提供号码解绑，打通各大电信运营商、各大互联网平台的管理平台。

通信世界全媒体总编辑刘启诚指出，无论是“一键查询”，还是“一键解绑”，对于用户来说都具有刚性需求。比如，用手机号注册了App，用过几次后不用了或者密码忘记了，而在这一期间，一些App运营方为了引流、拉新，常常会频繁发送营销短信、过度收集用户个人



手机号“一键解绑”功能来了，并登上热搜。

数据信息等，这些过度营销的行为可能会造成用户信息被泄露倒卖等方面的风险，甚至滋生电信诈骗。基于用户的痛点需求以及保护网络安全，工信部从管理的角度推动信通院研发相应的公益性功能服务，对于保障用户的知情权、自主权是有利的。

“‘一键解绑’这一公益性服务，并不是信通院空想推出的，而

是基于用户的痛点与需求。许多互联网运营主体利用捆绑用户手机号的机会，未经消费者同意就擅自发送营销短信，导致营销短信泛滥。”运营商世界网CEO康凯如是表示。

而独立电信分析师付亮在自己体验过后指出，“一键解绑”流程设计仍存在较大的改善空间。一个手机号码从被注销到新用户

重启之前一般会有大约180天的“冷静”周期，他建议，电信运营商应当在这个周期内清除该号码附属的关联信息，包括在第三方号码标记平台的标签、之前注册绑定的互联网账号等。付亮表示，“这好比我要去租一间房，房主是否应该把‘前任’房客遗留的‘垃圾’先清理干净？而不是由我自己再做保洁。”

信息保护“颗粒度”不断细化

“一键解绑”功能实际彰显出我国监管部门对于个人信息保护的法律法规、政策文件、社会职能等“颗粒度”不断细化。

记者注意到，信通院试点“一键解绑”功能之时，正值电商平台“6·18”大促前期。事实上，广大手机用户遭遇短信营销“轰炸”弊病由来已久，尤其是每逢“双11”“6·18”等电商大促期内，短信群发成为商家推广引流的“标配”手段。在记者随机采访的多名消费者中，大多数表示每天都会收到营销推广短信，甚至一天内最多收到的推广短信在10条以上。

对此，监管部门不断加强个人信息保护的重视程度，完善相关法律法规，出台相关政策规范。去年10月25日，工信部规范电商平台短信营销行为，要求平台“不得未经消费者同意或请求，擅自发送营销短信，完善现有短信营销预案”。今年6月14日，工信部总工程师韩夏公开表示正在强化应用程序关键责任链的管理，进一步健全个人信息保护制度体系。同一天，国家互联网信

息办公室发布新修订的《移动互联网应用程序信息服务管理规定》，将于8月1日起施行，该规定旨在进一步依法监管移动互联网应用程序，促进应用程序信息服务健康有序发展。更为重要的是，《数据安全法》《个人信息保护法》分别于2021年正式施行，与《网络安全法》共同组成了我国数据安全、个人信息保护领域的“基本法”。

不难看出，信通院仍在开发迭

代的“一键解绑”功能实际彰显出我国监管部门对于个人信息保护的法律法规、政策文件、社会职能等“颗粒度”不断细化，而这一趋势仍在持续强化中。

前述运营商人士告诉记者，从监管思路来看，所谓个人信息保护既要在法律框架内最大程度地保障用户自身对个人信息的知情权，又要保障用户对个人信息处理行为的自主权，与此同时就要不断地规范厘清互联网参与各方的

行为与边界，抬高其违法违规的门槛。

北京云嘉律师事务所律师、中国政法大学知识产权中心研究员赵占领指出，国家在个人信息保护方面举措较多有目共睹，不仅从立法层面逐步形成了一整套关于个人信息保护的法律体系，而且对于个人信息处理行为的监管从不同角度进行加强，各部门从不同的监管、执法等角度都保持了比较大的力度。

美国520亿美元芯片法案“难产”遭百家半导体企业“逼宫”

本报记者 秦枭 北京报道

近日，包括Alphabet、亚马逊、戴尔、IBM、微软、Salesforce、

VMware等百余家企业联名上书，催促美国国会尽快通过包含520亿美元半导体补贴的《2022年美国竞争法》。

(America COMPETES Act of 2022，以下简称《竞争法》)，理由是在芯片生产等领域，加强美国的竞争实力。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，所谓的《竞争法》实际为美国以竞争之名、行打压对手

之实。但美国两党之间的博弈，又使得无法平衡各大财团之间的利益，所以政策搁置属于正常现象。而且美国半

出台易落地难

今年2月4日，美国国会众议院通过了《竞争法》，明确提出对半导体行业和制造业进行政策扶持和投资推动。

其中，计划创立美国芯片基金，拨款520亿美元鼓励美国私营部门投资于半导体的生产等；授权450亿美元改善美国的供应链，加强制造业，防止关键物品的短缺并确保更多此类产品在美国制造；耗资1600亿美元推动美国的科学研发和技术创新以及通过经济发展、外交、人权和同盟等关系，确保美国在全球的竞争力和领导地位。

美国众议院议长佩洛西曾表示，“众议院立法将加强我们在芯片方面的投资，加强我们的供应链并改变我们的研究能力，以及许多其他关键条款”。

虽然《竞争法》的出台使得美国半导体界为之一振，但法案亦引发美国两党分歧进一步公开化。最终导致该《竞争法》近5个月的时间没有落地。

《竞争法》如今仍仅限于“空想”阶段，并没有实质性的落地，这也使得美国半导体行业协会组织和一众美国半导体行业举足轻重的企业高管的强烈不满，并签署了联名信。美国半导体行业协会总裁兼CEO诺弗尔表示：“我们行业的领导者们正面临压力，需要建立



继美国芯片法案后，欧盟宣布450亿欧元芯片投资计划。

视觉中国/图

指出，法案的积极影响微乎其微，5年时间520亿美元被分割成各个部分，这意味着对单个公司的影响微乎其微，因此，有还是没有法案，这对该行业的短期或长期影响几乎为零。

不过，据外媒报道，美国参众两院民主党领导人表示，经两党协商一致的芯片法案有望于近期出台。

一美国科技公司工作人员对记者表示，目前，美国本土仅保留了芯片设计、软件开发、品牌推广等半导体产业链的轻资产部分，这部分是利润最高、污染最小的部分。但对于需要密集劳动力的半

导体制造部分，已经转移到东南亚来完成。美国芯片法案提到的补贴主要是针对晶圆代工厂，但是建设晶圆代工厂意味着巨额的资本投入，所以也希望政府有所补贴。但是在供需关系稳定的情况下，很少有公司愿意投资百亿美元建厂，即使是有补贴，也是杯水车薪。

新泰证券半导体分析师王伟分析称，事实上，美国的《竞争法》是以竞争之名、行打压中国之实。鼓励美国本土半导体等高科技产业将工厂搬回本土，形成封闭的产业链，从而降低对中国的依赖。

供应链重构？

与美国芯片法案“难产”不同，欧盟晚于美国颁布的鼓励半导体产业发展的政策却已早早落地。

在美国芯片法案颁布4天后，也就是2022年2月8日欧盟发布了自己的芯片法案，其中表示，短期内要解决芯片短缺造成的供应链不稳定，中期要加强欧盟半导体制造能力，以支撑整个供应链扩大和创新，长期要打通实验室到产业的创新转化通道，发挥欧洲创新优势，成为半导体产业的全球领导者。

负责内部市场的欧盟委员蒂埃里·布雷东还强调了法案提出的标志性目标，即欧盟半导体市场份额到2030年要翻一番，达到20%，并具备2nm以下的尖端半导体生产能力。

为此，欧盟计划投资超过430亿欧元建立欧洲芯片产业的优势。而在法案颁布4个月后，英特尔公司成为第一个分到欧盟芯片法案“蛋糕”的芯片厂商，英特尔将得到法案总额中的15%、合计68亿欧元补贴，将用在英特尔在德国规划建设的马格德堡的晶圆工厂。

实际上，不仅仅是美国和欧盟，各国之间的芯片“博弈”在变得更加显性化。日本把推动半导体行业的发展作为国家重大战略，出台《经济安保法案》，加速构

建不依赖他国的供应链，确保半导体等重要物资的稳定供应，对于重要技术设施设备实施事先审查、尖端技术研发、专利非公开等

四大支柱内容，事前审查制度将涵盖电气、铁路、金融等14个行业。同样，在韩国，宣布未来十年，将携手三星电子、SK海力士等153家韩国企业，投资510万亿韩元(约合人民币2.9万亿元)，目标是将韩国建设成全球最大的半导体生产基地，引领全球的半导体供应链。

各国作出此举并不意外。据ASML发布的EU Chips Act Position Paper，近30年间，欧盟、美国、日本等地区的芯片产能占比大幅下降，而伴随着的为中国内地、韩国的产能占比显著提升。出于对未来发展在半导体产业的自控需求，各地区在半导体产业的供应链控制力度上将积极落实，进而刺激半导体全产业链的地区投资。

王志伟对记者表示，以立法促产业成为大国战略竞争的新手段，各国相应芯片法案的出台，表示各国在集成电路产业政策方面的立场强化。这对于全球半导体行业发展有巨大的推动作用。但各国在发展自身产业链、保持自身独立性的同时，要避免形成本土闭环式产业链。

多家车企推出10亿元购车补贴

汽车消费“大礼包”再加码

本报记者 夏治斌 张家振 上海报道

“之前就计划购车，在国家层面最近出台购置税减半征收政策后，很多车企也都推出了购置税全免的‘加码’政策，让买车的想法更加坚定了。我们还在对比，周末打算实地去4S店看车。”6月20日，家住上海市嘉定区的穆兰（化名）向《中国经营报》记者表示，她购车的预算为30万元左右，正好符合购置

税减半的政策规定，可选择的车型也很多。

5月23日，国务院常务会议提出，将放宽汽车限购，阶段性减征部分乘用车购置税600亿元。5月31日，政策细则出台，对购置时间在6月1日至12月31日内，且单车价格（不含增值税）不超过30万元的2.0升及以下排量乘用车，减半征收车辆购置税。

各地推出的汽车消费“大礼

包”也在密集落地。记者注意到，北京、上海、广东、湖北、山东和江西等省市纷纷出台汽车激励政策。与此同时，国内各大车企也密集推出购车优惠“加码”减免政策，汽车销量开始加速回暖。

以上海汽车集团股份有限公司（以下简称“上汽集团”）为例，公司旗下上汽大众、名爵MG和通用五菱等乘用车企均推出了优惠活动，通用五菱自6月起更是计划发

放10亿元的购车补贴；东风汽车集团有限公司（以下简称“东风公司”）旗下的东风风神也推出了10亿元左右的预算补贴。

银河证券研报指出，伴随上海地区复工复产有序推进，全国散发性疫情影响减弱，行业供需两端均明显改善，产销快速恢复。国家及各地方政府纷纷发布扩大汽车消费的优惠政策，呵护行业复苏，政策效果逐步显现。

打出汽车消费“组合拳”

利好政策能够刺激新能源汽车市场需求，并将产生一些提振效果。

据了解，随着上汽集团和特斯拉等车企积极推进复工复产，上海市的汽车产能已逐步恢复。与此同时，除阶段性减征部分乘用车购置税600亿元外，各地也在密集出台以发放补贴、减免购置税等为主的汽车消费刺激政策。

以湖北省为例，5月24日，湖北省提出开展“湖北消费·汽车焕新”活动，6月至12月，实施汽车以旧换新专项行动，对报废或转出个人名下湖北号牌旧车，同时在省内购买新车并在省内上牌的个人消费者给予补贴，所需资金由省级与各市州财政分别负担50%。

车企响应“加码”补贴

公司推出了全系促销政策，以此提振产业链伙伴及行业士气，助力汽车市场消费和经济恢复稳定增长。

各大车企则是提振汽车市场消费的主力军。记者从上汽大众方面获悉，公司旗下的大众品牌第一时间响应购置税减免优惠政策，宣布旗下车型全系“加码”补贴。其中，新途观L、途观X、途岳和新帕萨特全免购置税，其他符合国家减免政策的燃油车减免75%购置税。

据了解，上述政策将惠及大众品牌众多燃油车产品，包括刚焕新上市的新威然、凌渡L和全新途昂家族等。“以减免75%购置税计算，部分车型至高可享受超过2万元的政策福利。”上汽大众相关负责人表示。

上汽大众斯柯达也在6月“加

码”推出了购车优惠活动，消费者购买旗下SUV产品的购置税全免，还有覆盖旗下全系车型的“3年8折保值回购”，以及“首付20%起”的购车金融政策。

“上汽通用五菱第一时间响应国家刺激消费政策的号召，于6月起发放10亿元的购车补贴，其中包括全系购车补贴最高2.1万元、9.9元下订再送交强险等活动。”上汽通用五菱相关负责人告诉记者，“公司推出了全系促销政策，以此提振产业链伙伴及行业士气，助力汽车市场消费和经济恢复稳定增长。”

“荣威RX5 PLUS是目前卖得最

好的车型之一，此前的购置税大约为1万元，现在都是0购置税。不仅如此，终端销售价格还能在指导价基础上再优惠1.5万元左右。”6月15日，一位荣威销售人员向记者表示。

记者注意到，在国家政策基础上，思皓乘用车也决定对思皓QX、思皓曜、思皓X8和思皓A5系列车型再额外补贴50%购置税，用户可以全免购置税购买思皓乘用车相关车型；同时叠加享受金融补贴至高10000元、置换补贴至高10000元、燃油补贴部分车型至高5000元的购车“大礼包”。

东风风神也在国家减征购置税的基础上“加码”优惠政策，拿出

10亿元左右的预算补贴，推出了“真心十亿 风神再加码”的主题优惠政策。从今年6月1日至12月31日，东风风神在售全系车型（含奕炫家族的奕炫、奕炫MAX、奕炫GS以及全新AX7马赫版）均提供“0购置税”的特别政策。

乘联会秘书长崔东树表示：“目前，各地积极出台地方性的车市刺激政策，对车市复苏有一定的促进作用。当前看，刺激政策能支撑销量回暖，但消费者在政策启动期一般并不着急购车，政策在今年四季度的退出期效果可能最明显，因此目前的销量符合政策应有的走势预期。”



在国家购置税减半政策基础上，上汽大众旗下车型全系至高可享购置税全免。图为上汽大众位于上海市嘉定区的某4S店。

汽车市场加速回暖

从国家到地方，促进汽车消费的利好政策接连不断，6月车市有望借力复苏。

“4月底以来，各地推出的汽车促销政策普遍涵盖燃油车，再叠加600亿元规模的购置税减半政策的后续落地，我们预计燃油车的销量有望触底反弹。”

“按照政策的效果预计，销量会增加200万辆。我们曾在5月中旬预计2022年的零售销量约为1900万辆，同比下降5%，近期购置税减半等诸多新政策的落地，通过下半年的努力，全年汽车销售规模有望达到2100万辆。”崔东树分析。

值得一提的是，为进一步激发汽车消费新活力，工信部、农业农村部、商务部和国家能源局等四部门日前联合印发《关于开展2022新能源汽车下乡活动的通知》，提出自今年5月至12月，在山西、吉林、江苏、浙江、河南、山东、湖北、湖南、海南、四川和甘肃等地，选择三四线城市、县区举办若干场专场、巡展、企业活动。

万联证券研报指出，近期，工信部组织新一轮新能源汽车下乡活动，随着国家及地方陆续出台促进新能源汽车消费的政策，受疫情压制的需求有望得到释放，预计短期新能源汽车销量有望实现快速回升。

竞逐万亿市场风口 动力电池企业加速跑马圈地

本报记者 于典 石英婧

上海报道

在新能源汽车销量持续增长的背景下，电池产业链扩产规划加速落地，动力电池企业加速跑马圈地，竞逐万亿市场风口。

在此背景之下，为了实现平台化适配度、降本增效以及提升用户体验等，整车企业也在积极向上游布局，推进对动力电池技术的自我研发和掌握。

基于此，传统车企与新势力企业各显神通。蔚来方面近日宣布，计划在2024年下半年投产新的自研电池包。而上汽于日前发布的“全球纯电超能跨界车”MG MULAN，也通过上汽“魔方”电池、高功率密度电驱等尖端技术，带来更优异的纯电性能体验。

对此，《中国经营报》记者就产能规划等相关问题，采访了多家动力电池头部企业。蜂巢能源科技股份有限公司（以下简称“蜂巢能源”）相关负责人在接受记者采访时表示：“当前全球新能源汽车市场正在迎来爆发式增长，对动力电池的需求规模也将达到TWh量级，因此洞悉行业趋势并进行提前布局是十分必要的。今年上半年南京、金坛三期已正式投产，下半年遂宁、盐城、上饶等基地有望陆续投产。随着各基地建成投产，公司的产能将进一步释放。”

市场持续发力

随着新能源汽车市场持续发力，动力电池赛道的成长空间也正进一步提升。

中汽协数据显示，5月国内新能源汽车产销分别完成46.6万辆和44.7万辆，环比分别增长49.5%和49.6%，同比均增长1.1倍。1~5月，国内新能源汽车产销分别完成207.1万辆和200.3万辆，同比均增长1.1倍。

同时，据不完全统计，仅今年一季度，国内动力电池新投建项目就有29个，总投资金额高达3391.1亿元。

项目加速落地

面对迫切的需求和广阔的市场前景，各大电池企业纷纷加快了扩产规划的落地。

相关数据显示，今年一季度，国内动力电池新投建项目共计29个，总投资金额高达3391.1亿元，规划动力电池产能877GWh。与此同时，在新一轮的扩产浪潮中，越来越多的电池企业提出打通上下游，建立闭环产业链。

去年底，蜂巢能源正式发布领蜂“600”战略，提出到2025年实现

得益于需求端的带动，动力电池装车量也一路走高。根据中国汽车动力电池产业创新联盟的数据，5月我国动力电池装车量共计18.6GWh，同比增长90.3%，环比增长39.9%。数据显示，1~4月全球动力电池装车量同比增长83.4%至122.9GWh。其中，中国企业在前十中占据六席，市场份额达到55.3%，持续领跑全球市场。

与此同时，受原材料上涨、需求量激增等因素影响，越来越多的车企为了打造更稳定的供应链体

系，纷纷通过各种方式寻求“二供”甚至“三供”，也成为第二梯队厂商集中扩产的重要因素。

伊维经济研究院研究部总经理吴辉认为，随着市场规模的持续扩大，以及车企对第二供应商的培养，第二梯队电池企业的市场份额有望持续增长。“目前来看还是龙头企业的份额较高，但随着第二梯队规模效应越发明显，相关企业将获得更多空间。”

在此背景下，电池企业的客户规模也持续拓展。日前，搭载蜂巢能源电芯的零跑C01亮相大湾区

车展。据悉，蜂巢能源今年所装配的上市车型包括岚图FREE、天际汽车ME5、合众汽车哪吒V和哪吒U等多款最新车型。

“截至目前，公司已经拿到国内外各大主流车企近50个项目定点，未来随着更多客户车型上市以及公司的产能提升，将持续加大对外部客户的供货量。”蜂巢能源相关负责人表示，“未来，我们将基于行业发展趋势和主机厂客户的潜在需求，坚持聚焦战略，持续优化经营模式，将实力转化为口碑，在

深挖现有客户资源的同时，扩大业务覆盖范围，为更多客户提供优势产品和服务。”

此外，在资金与需求的共同刺激下，动力电池在技术层面的发展不断提速。日前，国轩高科股份有限公司（002074.SZ，以下简称“国轩高科”）发布了360Wh/kg半固态电池。国轩高科方面表示，半固态电池今年将实现装车。搭载半固态电池的车型，电池包电量达到160kWh，续航里程长达1000km，车辆百公里加速时间仅3.9s。

车企竞相入局

电池企业风头正盛的同时，车企也持续向上游产业链延伸。有市场观点认为，动力电池对于电动车的意义，不亚于发动机之于燃油车。

在蔚来近期的业绩沟通会上，蔚来董事长、创始人、CEO李斌透露，目前蔚来拥有超过400人组成的电池相关团队，深入参与电池的材料、电芯与整包设计、电池管理系统、制造工艺等研发工作，全面建立

600GWh产能规划目标。据悉，公司在全球布局了12大生产基地，除了欧洲之外，在国内主要分布在长三角、华南和西南地区。

日前，达州市人民政府与蜂巢能源签署《蜂巢能源达州锂电零碳产业园项目协议》，计划总投资170亿元，在达州高新区建设磷酸铁锂和无钴正极材料生产线、磷酸铁锂前驱体和电解液生产线、电池回收拆解生产线及相关配套设施。

蜂巢能源相关负责人指出，在锂

电行业，电池企业的竞争日益激烈，所谓“得产业链者得天下”。蜂巢能源达州锂电零碳产业园建设将依托达州丰富的原材料以及绿电资源等配套产业基础，持续推进项目落地。

“公司将优先推动正极材料相关项目落地，电池项目和其他材料项目紧随其后，最后入园回收利用等项目，引入锂电产业园开发运营主体、产业上下游企业及配套服务机构等主体要素，形成一体化的链式产业集群，实现锂电池全产业链

建设、锂钾开发、储能电池项目等新能源领域全面开发。”蜂巢能源方面表示。

值得注意的是，随着各家企业扩产规划的陆续公布，大量锂电池项目接连落户四川，产能集中度持续提升。

作为全国最早布局锂电行业的省份之一，四川省在发展锂电产业方面有着得天独厚的优势。相关数据显示，四川已探明的锂矿资源占世界锂矿资源的6.1%、全国的

57%，居全国之首。富集的锂矿资源和成熟的产业体系让四川在发展锂电项目上更具优势。

吴辉认为：“一方面是四川省政府对于锂电产业的政策支持力度大；另一方面是当地的要素成本较低，以电费为例，部分地区的电价在3毛钱一度电左右，这对于锂电产业链的企业有较强的吸引力。同时，由于四川水电资源丰富，绿电的使用比例更高，相关企业也较为看重清洁能源在用电中的占比。”

看，多家车企由于原材料等因素影响，毛利率较去年同期有所下滑。吴辉表示：“因为电池在电动车整体成本的占比中非常高，也是电动车里最关键的一个零部件。近几年存在车企由于电池供应的问题影响到生产节奏，因而确保锂电池供应安全非常重要。同时，为了与供应商有更好的谈判和议价能力，车企也可以通过自主研发电池技术来进一步掌握话语权。”

车企扩建快充 多方破局充电难

本报记者 黄琳 王金龙 深圳报道

随着油价波动调整、新能源汽车渗透率加大,新能源汽车对快充的需求也日益迫切。近日,《中国经营报》记者留意到多个电商平台正出售能够将慢充改为快充的配件,价格在2200~3500元不等,输出功率在20千瓦左右,并宣传能够实现30分钟充电90%,保电无损。

在深圳某快充站内,车主李红丽向记者表示,自己的比亚迪宋Pro DM-i车型无法进行快充,为

能缩短充电时间,她已在网上购置了上述配件,而其身边不少朋友也有购买上述配件的需求。

尽管相关法律法规、车企均对汽车改装有着明确规定,但市场仍旧出现铤而走险的商家和消费者。这背后的种种成因反应出新能源汽车市场仍有待解决充电难题。目前,包括造车新势力等新能源车企已开始计划布局公用超充电桩、家用快充,而这两种方式也将成为未来车企破局充电难的大势所趋。

有车主私自改装快充

在与商家交流的过程中,其向记者表示,能做到无损安装实际是因为其售卖的配件只是在新能源汽车上加装一个快充设备增加快充功能而已。

“正常慢充最少需要5个小时才能充满电,而且公司附近的充电桩总是有车排队,不一定能在上班时间有位置充电。”毗邻写字楼的快充站内,李红丽向记者说起日常充电遇到的困难。

在李红丽工作地附近三公里范围内,仅有其公司旁的露天停车场内放置了快充桩和慢充电桩,而这些充电桩前的车位总是停着有待充电的新能源汽车或无需充电的燃油车,李红丽想要实现每天一边上班一边充电的可能性比较小。而为了便于每天驾驶新能源汽车通勤,李红丽在网上购置了一套能够将慢充改为快充的配件。

记者随后在某电商平台以上以“慢充改快充”为关键词搜索商品,发现不少商家正在出售能够将慢充改为快充的配件,并在首页打出“充电速度提升10倍”“无损安装”“深圳可到店安装”等宣传语。

在与商家交流的过程中,其向记者表示,能做到无损安装实际是因为其售卖的配件只是在新能源汽车上加装一个快充设备增加快充功能而已,“就像在车尾藏了一个备胎,不影响原车功能,也不会影响原车慢充。”

其表示,目前适配的车型有比亚迪唐、比亚迪唐DM、比亚迪秦、比亚迪秦DM、比亚迪宋Pro DM-i、荣威ei6等,涵盖新能源车型比较广泛。同时,该商家还提供专车专用定制,专车定制产品安装使用后不退不换,但可提供一年保修服务。

记者随后咨询某新能源车电池技术人员,其告诉记者,该类商家售卖的快充配件实际上是一个协议盒子加几根电缆的转接头。“若车辆不具备快充功能,则无法与快充桩等设备进行信号交流,而商家所售卖的这个转接头即是起到一个桥梁作用,能够使快充设备与新能源汽车直接进行信号交流,充入直流电,达到快充效果。”

记者走访多地发现,一般情况下,快充桩输出功率在60千瓦,而包括插混式新能源车型或低续航版本的新能源汽车并不具备快充口,无法与快充桩适配,只能进行慢充,输入功率在7千瓦交流电,充电速度缓慢。而上述转换头即是将车辆原本的交流低频慢充改为大功率直流快充。

截至发稿,该电商平台上售卖慢充转快充配件的付款人人数累计已过百,且付款人数还在上升。

改装快充潜藏隐患

由于配件中的协议盒子打乱了车辆与充电桩之间原本的信号交流,无法准确保障车辆能够精准识别电流过大、过充等风险。

尽管改装快充能够实现半小时充电90%,但潜在的隐患也逐渐显露。例如高功率充电对车辆电池安全是否存在隐患、是否影响电池使用寿命等。

商家告诉记者,为了充电安全,其充电功率控制在额定30千瓦左右。通过配件中的协议盒子即可控制功率。此外,大部分新能源车型均有警示提醒,当车辆发生异常即会自动断电保护车辆。

但在实际的充电过程中,由于配件中的协议盒子打乱了车辆与充电桩之间原本的信号交流,无法准确保障车辆能够精准识别电流过大、过充等风险,而上述商家所述的车辆锁电自保行为也难以保证会发生。

同时,记者浏览多个快充配件购买页面时发现,多个商家均提及了免责声明,内容大致为,任何改装都可能影响质保、事故理赔。如改排气、加装电子设备、刷发动机ECU都可能遭遇拒赔。因此,商家建议理赔质保前拆除该快充配件。同时,商家强调,改装属个人行为,本店概不承担任何后果,请知悉。

发力改善充电环境

相关部门、新能源车企一直在想办法改善充电环境。另一种业内趋势在于,新能源车企提供给首任车主的家用充电桩功率正在提升。

车主私自改装快充的背后,是困扰新能源汽车市场多年的充电难题。包括上文李红丽提及的找不到充电桩、充电时间慢、充电桩被燃油车霸占等情况,都是新能源汽车充电遇到的困难。与此同时,相关部门、新能源车企也一直在想办法改善充电环境。

此前,国家发展改革委、工业和信息化部发布《关于振作工业经济运行推动工业高质量发展的实施方案》,其中提及加快新能源汽车推广应用,加快充电桩、换电站等配套设施建设。

今年5月31日,《广东省贯彻落实国务院*扎实稳住经济的一*



正在充电中的新能源汽车。

本报资料室/图

对质量问题承担的三包责任。”

而新能源车企方面亦对车主私自改装快充的行为不予支持。记者就车主私改快充一事询问比亚迪方面,得到该司回复称,私自改装快充的行为,绕过了厂家的充电控制策略,为高压系统的安全带来不可预知的风险,厂家不支持私自改装的行为,并且不会承担因改装导致的风险和产品保修责任。

而深圳多名新能源插混车主在贴吧爆料,自己的插混型新能源汽车进入新能源快充站充电时遭工作人员“劝退”,要求去别家充电。而被禁止的原因即是该类新能源插混车型不具备快充功能,为了防止车主私自改装快充,深圳部分区域的快充站直接禁止该类新能源汽车进入。换言之,即便车主私自改装快充接口也无法进入公共快充站充电。

具备快充功能。有新能源车企技术部人员向记者坦言:“例如50多公里低续航的插混式新能源车型充电不如加油跑得路程更多,与其浪费充电时间,不如直接加油,经济实用性更强。基于此,大部分新能源车企在设计低续航插混式车型时不会标配快充口。”

记者翻阅比亚迪官网车型介绍,发现包括51公里续航的宋Pro DM-i、51公里续航的宋MAX DM-i等部分DM插混车型均不具备快充功能。随后,记者就插混式车型配备快充功能的问题询问比亚迪方面,该司回应称,长续航版DM车型具备快充功能。

组建全新“中国董事会”谋势电动化 大众开启中国“新棋局”

本报记者 陈茂利 北京报道

大众汽车集团(以下简称“大众汽车”或“集团”)正在进一步加强中国业务的战略推进步伐。近日,大众汽车宣布,在中国市场对管理架构进行根本性调整。

《中国经营报》记者从大众汽车了解到,自2022年8月1日起,大众汽车中国董事会将成为大众汽车在华跨品牌中枢决策组织。同期,大众汽车宣布,任命贝瑞德担任大众汽车(中国)总裁兼首席执行官,同时担任中国董事主席。

“我们宣布了贝瑞德将负责集团在中国的业务;同时我们也将继续加大对在华控股子公司的投资。伴随多个关键位置的任命,贝瑞德建立起了一个职能齐备的中国董事会。新的中国董事会将赋予中国区更大的自主权。”大众汽车首席执行官赫伯特·迪斯表示。

中国市场对大众汽车的重要性不言而喻。2021年,大众全球交付新车888.2万辆。其中,作为大众汽车全球最大单一市场,中国市场的交付量为330.5万辆,仅次于欧洲市场的350万辆,中国销量占比接近40%。

据了解,除贝瑞德担任董事主席外,全新中国董事会还包括奥迪品牌、CARIAD和大众汽车乘用车品牌的中国区CEO以及主要职能部门的代表。

“对正在向电动化转型的大众汽车来说,如果在全球最大的新能源汽车市场——中国市场取得成功,站稳脚跟,那么在其他市场就相对容易多了。”江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔在接受记者采访时指出。

建立全新管理架构

“同中国脱钩,就是同增长和技术进步脱钩。”迪斯在达沃斯世界经济论坛期间接受媒体关于“中国业务对大众汽车意味着什么”的提问时表示。

迪斯认为,中国在(新能源汽车)技术上将推动整个世界。“大众汽车不能仅把中国看成一个简单的销售市场,而应该看作未来市场。”

事实上,作为大众汽车的“掌舵人”,迪斯一直都不吝啬表达中国市场对集团的重要性。

遣“爱将”来华掌舵

调整管理架构,组建全新“中国董事会”,迪斯同时将自己的多名“爱将”调任中国。

将于8月1日上任的贝瑞德是大众汽车一员老将,贝瑞德于1993年加入大众汽车,在大众汽车任职前20年,主要从事采购业务。2015年起,被任命为大众汽车品牌管理董事,全面负责大众汽车品牌采购业务。2018年起,贝瑞德被任命为大众汽车品牌首

席运营官(COO),2020年从迪斯手中接棒担任大众汽车品牌首席执行官(CEO)一职。

值得一提的是,贝瑞德将统管大众汽车在中国的所有业务,职权范围拓展到奥迪以及CARIAD中国。大众汽车同时任命Marcus Hafkemeyer担任大众汽车(中国)CTO,向贝瑞德汇报,同时加入中国董事会。Marcus Hafkemeyer的

“此番调整管理架构,中国董事会成为新的在华决策中枢,通过集团整体部署,实现敏捷地跨品牌决策。同时将权力下放,赋予中国区更多决策权和自主权,有助于NEW AUTO战略更好地在中国落地。”有大众汽车长期观察人士指出。

大众汽车为什么那么重视中国市场?“中国作为全球最大的新能源汽车市场,拥有较完备的新能源汽车产业链,生产的新能源汽车技术水平高,同时很经济。所以大

众汽车以中国市场作为根据地,甚至将一些研发业务转到中国。以前大众汽车的车型开发主要放在德国总部,中国主要负责一些本土化的内容。”张翔表示。

另外,中国在智能化、自动驾驶技术研发方面走在前沿也是大众汽车重视中国市场的原因之一。大众汽车想要在软件开发领域赶上甚至超越特斯拉离不开与中国企业的合作。

大众(中国)一名高管曾向记者透露,在软件开发方面,大众汽

车下一步将与中国本土企业进行深度合作,“传统车企进入数字化时代压力非常大,尤其是在这样一个充满挑战的、日新月异的市场,合作对于我们来说是最好的机遇。”

“在大众汽车践行NEW AUTO战略及成功实现全球转型的过程中,中国发挥着关键作用。因此,调整我们的组织和管理架构,使其充分适应中国汽车市场的发展特点是成功的关键。”贝瑞德表示。

牌中国CEO以及大众汽车(中国)销售负责人,向贝瑞德汇报。

据了解,Stefan Mecha已在大众汽车工作超过了15年,加入大众汽车前,他曾分别在Sixt集团和戴姆勒集团担任不同职位。2018年至2020年,在大众汽车(巴西)担任负责南美地区销售及营销工作的副总裁。2020年,被任命为大众汽车(俄罗斯)总经理。

面对特斯拉等对手,大众汽车想要达成“第一”目标必须铆足劲奔跑。如何实现赶超?在今年4月20日大众汽车新一届董事会上,大众汽车就此作出探讨,并就关键发展动因和最紧迫的重大事项方面达成共识:推动集团汽车软件公司CARIAD的发展,为集团建立新的指导模式,促进中国业务的增长。

手特斯拉比预期的要强大。

2021年,特斯拉在全球范围内销售了93.57万辆新能源汽车,摘得了全球销冠。大众汽车在全球范围内交付了36.9万辆新能源车,同比增长73%。

单从销量不能判断2024年大众汽车能否完成超越,但可以确定的是,大众汽车面对的竞争对并非单特斯拉一家。尤其

是在中国市场,比亚迪,以及造车新势力头部阵营中的“蔚小理”,当下都是大众汽车的劲敌。

比亚迪新能源产品增长势头强劲。2021年,比亚迪乘用车销售73万辆,同比增长75.4%。今年1~5月比亚迪累计销量为50.12万辆,同比大增349.7%。造车新势力队列,小鹏、理想、哪吒、零跑今年以来销量多次破

“智能电动车芯片成本已超过电池包”

重构车规级芯片产业链供应链

本报记者 盛兰 张家振 上海报道

“我们公司目前经营的进口车规级芯片价格比较高,加上13%的增值税率后,最终售价基本都在几千元。”李华(化名)是一家从事进口芯片业务的贸易商经理,他向《中国经营报》记者坦言,“自从出现芯片供应短缺问题后,车规级芯片的终端售价上涨了不少。”

现货价格存在波动

在车规级芯片现货市场中,芯片价格也并不是一味地呈现上升趋势。

李华最近正在到处寻找英飞凌旗下的一款车规级芯片——SAK-TC234LP-32F200NAC。

根据英飞凌方面的产品介绍,该款芯片可用于汽车安全气囊系统和电动助力转向系统等。李华告诉记者:“我们购买这款芯片的价格可以达到1000元/颗,之后再卖给某整车厂客户,目前的定购量已经超过4000颗。”

记者在询问数家芯片渠道商后了解到,目前该款芯片的税后售价已达约2500元/颗。某渠道商销售人员向记者表示,即使订购量多,最低的税后售价也已超过2000元/颗。

可供对比的是,记者从英飞凌国内某代理商的官网上查询了解到,

而车规级芯片价格上涨背后则是供需失衡问题。记者从上海汽车集团股份有限公司(以下简称“上汽集团”,600104.SH)获悉,上汽集团董事长陈虹便在今年5月底召开的2021年度股东大会上表示:“芯片是当前最炙手可热的汽车零部件之一,直到现在供应仍不稳定,包括上汽集团在内的多家车企都在不遗余力地‘抢’芯片,以加

强资源储备,并加快多点布局。”面对进口芯片货源紧缺而导致的价格炒作问题,重构车规级芯片产业链、供应链显得愈加紧迫,这也为国内众多芯片研发、制造企业提供了难得的发展机遇。不过,实现这一愿景并不能“一蹴而就”。

中国社会科学院工业经济研究所副研究员、硕士生导师李先

军,研究员、博士生导师刘建丽和助理研究员、理学博士闫梅在日前联合发表的《产业链优势重塑:各国破解汽车芯片短缺的举措及中国对策》(以下简称《中国对策》)中指出,预计在未来的5~10年内,通过破解关键设备、材料、EDA软件、IP核和制造工艺等“短板”,才可能在芯片领域形成全产业链领先能力。



为破解车规级芯片短缺问题,多家车企和芯片公司正积极扩大产能,增加市场供应。
图为合肥市某公司芯片生产车间。
新华社/图

车企强化芯片“话语权”

上汽集团将通过扩大成熟芯片落地、实施重大项目攻关、完善产业生态体系等举措,建立起上汽集团芯片定制化能力。

“这次涨价的都是必不可少的芯片。我们做了简单估算,智能电动车的芯片成本已经超过了电池包。这也意味着电动车的行业赛道从电池转到了芯片。”威马汽车创始人、董事长兼CEO沈晖指出,“企业还是需要做好精益化管理,避免终端产品因此出现涨价。”

对于车企应如何应对芯片供应短缺的问题,何小鹏此前公开表示,除加强与供应商的合作外,更重要的是建立强大团队,以根据芯片供应动态而能在数月内将整车平台的相关技术进行调整升级。

国内多家主流车企业在积极布局车规级芯片产业链。据了解,在5月初,湖北省车规级芯片产业技术创新联合体正式启动。武汉经开区发文指出,该联合体由东风汽车集团有限公司(以下简称“东风公司”)牵头,集合了武汉飞思灵微电子技术有限公司和华中科技大学等数家单位。“旨在通过东风公司百万量级规模汽车芯片应用需求拉动,组建国内领先的汽车芯片产业链,致力于实现车规级芯片的完全自主定义、设

计和制造。”

记者近日也从上汽集团方面了解到,该公司在2021年便已经明确了大算力芯片和MCU芯片的国产化策略,形成了191类国产化芯片清单,以及48个首批次汽车电子芯片推进项目清单。目前,上汽集团已经推进75款芯片完成国产化开发进入整车量产应用,此外还搭建了汽车电子芯片第三方联合评价平台,以减少芯片企业重复认证投资问题并缩短认证周期,共同推进车规级芯片的国产化进程。

陈虹表示:“下一步,上汽集团将通过扩大成熟芯片落地、实施重大项目攻关、完善产业生态体系等举措,建立起上汽集团芯片定制化能力。”

而从长期发展来看,上述《中国对策》表示,要发挥汽车和芯片行业内领军企业的专业优势和用户优势,加大对产业链上下游企业的支持和整合力度。此外,要发挥产业联盟、技术联盟的优势,以龙头企业为牵引,加大汽车芯片共性技术研发,为技术创新和产业发展提供底层和公共技术供给。

多措并举扩大产能

面对进口芯片紧缺及价格上涨问题,积极提升车规级芯片产能成为行业必须要克服的难题。

车规级芯片价格大幅波动的背后则是芯片供需失衡。据李华介绍,其所在的客户包括一些国内的头部车企及其一级供应商。

此前,包括武汉市和杭州市等地经信局工作人员也向记者坦言,在2021年车企面临芯片短缺问题时,一直在帮助车企和芯片制造商进行协商对接。但当前的芯片短缺问题仍在持续。

日前,博世中国副总裁蒋健在接受媒体采访时表示:“鉴于物流和供应链采购的短时影响,我们的产能暂时仍不得不受到制约。只要海外封测工厂的芯片可以运出,

我们的物流团队便不计成本地将这些成品芯片运进中国工厂,转化为急需供应的控制器等产品。”

据了解,为了扩大产能,博世中国已经对位于苏州的MEMS传感器测试中心进行了产能升级。

面对进口芯片紧缺及价格上涨问题,积极提升车规级芯片产能成为行业必须要克服的难题,这也为国内众多芯片企业提供了难得的发展机遇。

例如,边缘人工智能芯片领导者地平线(Horizon Robotics)借助台积电生产的芯片,已经应用于上汽集团等车企旗下的车型中。据

地平线副总裁余轶南透露,新一代高性能车规级AI芯片“地平线征程”的出货量已突破100万颗。

与此同时,博世中国也正积极扶持国内芯片企业。蒋健表示,虽然国内的芯片企业主要以芯片设计为主,但仍有许多企业具有代工生产能力。“我们有专门团队来跟踪国内芯片企业的动态,了解这些企业的产能及制程工艺情况,通过参股以及技术扶植等方式进行相关的投资和布局。”

据了解,目前,部分国产车规级芯片已经进入博世的芯片供应链。但蒋健强调称,一些涉及车辆

安全的芯片短期内仍无法实现本土替代。

对于我国芯片国产化的发展情况,有业内人士指出,芯片制造流程包括芯片设计、晶圆生产、封装和测试。在这些流程中,我国缺乏生产制造厂商,存在的落差较大。

《中国对策》指出,最为短缺的MCU和SoC芯片需要先进制程工艺,而高压功率器件所需的SiC、GaN晶圆被国外巨头芯片企业控制,短期内技术完全自主难度极大,所以高端芯片领域可能存在长期供给不足的现实问题。

“跨界风”再起:本田正式“联姻”索尼造车

本报记者 陈燕南 童海华 北京报道

近日,《中国经营报》记者从本田中国方面获悉,索尼集团株式会社(以下简称“索尼”)与本田技研工业株式会社(以下简称“本田”)宣布正式签署协议,索尼与本田成立合资公司Sony Honda Mobility。

本田中国方面向记者表示,双方将各持50%的股份,新公司在2022年内开始运营,2025年开始销售纯电动汽车并提供移动出行服务。

本田索尼合资公司正式落地

从今年3月4日达成基本合作,到6月16日正式签署合资协议,时隔3个多月时间,本田和索尼的合资合作已正式落地。

本田方面向记者表示,新公司旨在将本田移动产品研发能力、车身制造技术和售后服务管理经验,以及索尼在影像传感、通信、网络和各种娱乐技术的开发和运营成果进行优势结合,努力实现与用户和应用场景紧密结合,并不断进化新一代移动出行的产品和服务。

索尼总裁吉田宪一郎在今年接受采访时透露,索尼与本田成立的合资企业可能会通过公开募资的方式达到独立经营目的,同时新车会使用索尼PS5技术。

“我们一致认为,从长远来看,让合资企业独立更好,而不是将其置于索尼或本田之下。”当被问及该合资企业是否会进行IPO或将股份出售给其他公司的可能性时,他表示:“这是可能的。”

据本田中国方面介绍,曾任本田中国本部长的水野泰秀将任合资公司董事长兼CEO,索尼移动公司总裁兼CEO川西泉将任合资公司总裁兼COO。

据了解,在汽车向“移动出行终端”进化的过程中,相关跨界企业的合作也日益凸显。因此,部分跨界企业已不满足于仅为汽车制造商提供相关软、硬件,而是希望深度参与到整车的研发、设计,甚至生产当中。

6月9日,大疆与上汽通用五菱

汽车官方宣布,大疆与五菱联合造车,同时宣布双方首个全球战略合作成果正式落地,全球首款搭载大疆车载系统的新能源量产车型即将上市。

无独有偶,在五菱汽车与大疆官宣联手造车的前一天,百度与吉利汽车联合创立的集度汽车也发布了其合作的首款车——概念车ROBO-01。

除此之外,小米汽车的量产计划也在稳步推进当中,华为和小康股份联合推出的新品牌销量也在攀

升之中。

中国农业大学高礼研究院副教授王鹏在接受记者采访时表示,首先智能网联汽车是未来的发展趋势,所以不少跨界的巨头都想赢得先机,试图在市场上分一杯羹。第二,未来智能网联汽车不仅是传统意义上的运输工具,更多的是信息化应用的整体集成,所以汽车行业其实是需要集设计、组装、营销、科技等等为一身的复杂工业,未来汽车的产业链也将更广更深。

三部敏宏曾坚定地表示,转型是在这个汽车产业新时代生存下来的唯一出路。

他表示,“2030年后,不仅是汽车,全球的产业结构都会发生变化,商业模式本身也需要随之进化。”

在三部敏宏的领导之下,本田发布了全面电动化的目标,成为了日本首家公开停止销售燃油车的制造商,并且决定在电气化方面持续加大投入。

三部敏宏执掌本田之后宣布,将在6年内投资5万亿日元加强电动化研发和新车上市,并计划在2040年前将电动汽车和燃料电池汽车的销售比例提高到100%。按照规划,到2030年本田将在全球市场推出30款纯电动汽车,计划年产量超过200万辆。

多家巨头跨界汽车行业

近几年,随着有互联网基因的特斯拉、“蔚小理”等造车新势力强势崛起,越来越多想要进入汽车行业的企业开始寻求更多的合作。除了索尼和本田开始强强联合之外,吉利+富士康,360+哪吒,奇瑞新能源+立讯精密等跨界组合也在车圈盛行。同时,苹果、百度、小米、华为、阿里、腾讯等科技巨头也纷纷进入汽车行业,另外还有来自房地产领域的恒大、宝能,以及来自家电领域的美的、格力等等,汽车行业正迎来越来越多的跨界元素。

2022年,新能源汽车市场正迎来新一轮爆发性增长。数据显示,5月份,我国新能源汽车产销量均超过40万辆,当月,我国新能源汽车市场渗透率达到24%,近一年累计市场渗透率达到17.8%,新能源汽车的市场认可度稳步提升。

目前,背后有各类跨界公司加持的造车新企表现都较为亮眼。今年5月,理想汽车交付了11496辆,同比增长了175%;哪吒汽车仅次于理想汽车,5月销量为11009辆;小鹏汽车5月交付了10125辆,同比增长78%;蔚来汽车5月交付7024辆,同比增长4.66%。

与此同时,作为华为与小康股份合力打造的问界M5销量也在稳步提升。数据显示,问界M5延续增长势头,5月销量达到5033辆,环比增长55%,在5月新能源SUV销量排行榜中位列第八,这意味着这一跨界企业打造的车型已初步获得市场认可。

在此情形之下,巨头们也都在纷纷加快步伐。在跨界进

入汽车赛道463天后,百度造车也迎来突破性进展,被百度CEO李彦宏称为“一台有四个轮子的机器人”正式亮相。

据了解,集度汽车由百度发起成立,并由吉利战略投资,于2021年3月正式成立。记者从集度汽车方面了解到,集度汽车计划于今年秋季正式推出其首款量产车型的限量版。此外,集度还将于今年的广州车展发布其第二款量产车型的设计,2023年开始接受订单,2024年交付。

集度汽车CEO夏一平此前曾表示:“第一款车型量产之后,计划1~1.5年就会推出一款车,初步预算未来5年投资规模约500亿元。”当晚发布会后,夏一平还对外透露,集度首款量产车型定位为中等尺寸的SUV,直接对标特斯拉Model Y。“要在SUV市场拿出一款智能水平全面领先和超越特斯拉Model Y一代的产品。”

紧随集度汽车之后,6月12日,宝骏汽车官方发布预告,旗下与大疆联合打造的宝骏KiWi EV X DJI即将首发亮相。宝骏还在海报车辆的顶部绘制了螺旋桨,以突出新车与大疆联手打造的特殊身份。

小米汽车同样也在加速。近日,小米汽车科技有限公司公布了“车对车充电电路、充电线束、充电系统及电动汽车”专利。目前小米汽车业务研发团队规模超过1000人,预计在2024年上半年实现量产。有消息称,这次小米申请的车对车充电专利,有望在量产车上实现。

新能源汽车下乡“风再起”:参与车企、车型创新高

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

“现在油价这么贵,已经开不起来燃油车了。相比而言,新能源汽车显示出了它的优点。”家住四川省达州市的王伟(化名)向《中国经营报》记者表示,近期他一直关注新能源汽车下乡政策,准备前往4S店,看看优惠力度,价格合适的话考虑入手不超过15万元的新能源汽车。

近期,为提振汽车市场表现,中央到地方汽车消费刺激政策密集落地,其中新能源汽车刺激政策受到广泛关注。工信部等四部门联合发布《关于开展2022年新能源汽车下乡活动的通知》(以下简称“《通知》”),将于5月~12月,在山西、吉林、江苏、浙江、四川等地,部署开展2022年新能源汽车下乡活动,以促进新能源汽车消费。包括一汽集团、东风汽车、长安汽车在内的26家车企以及旗下共70款新能源车型参加2022年汽车下乡活动。6月17日,

重启“汽车下乡”政策

参与2022年新能源汽车下乡活动的车型,续航里程涵盖155公里~702公里。

汽车是国民经济支柱产业,也是提振工业、促进消费的重心所在。

2022年疫情波及全国多地,上海、吉林、广东等汽车产销重地均受冲击。中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)数据显示,4月汽车产销分别为120.5万和118.1万辆,同比分别下滑46.1%和47.6%,为近十年来同期月度新低。

不过,新能源汽车细分市场却扛住了压力。根据中汽协近日发布的统计分析数据,2022年5月,国内新能源汽车表现尤为出色,当月新能源汽车产销超过40万辆,同比恢复到高速增长。具体来看,5月国内新能源汽车产销分别完成46.6万辆和44.7万辆,同比均增长1.1倍,新能源汽车市场占有率达到24%。1至5月,国内新能源汽车产销分别完成207.1万辆和200.3万辆,同比增长1.1倍。

可以看到,新能源汽车已经成为我国汽车最重要的增长极,为进一步释放汽车消费潜力,国家近段时间以来密集出台刺激政策,拉动汽车市场消费。其中,市场对新能源汽车下乡的拉动作用寄予厚望。

5月31日,工业和信息化部、农业农村部、商务部、国家能源局等四个部门印发《通知》,其中提出,在2022年5月~12月期间,将在山西、吉林、江苏、浙江、河南、山东、湖北、湖南、海南、四川、甘肃等地,选择三四线城市、县区,开展新能源汽车下

2022年全国新能源汽车下乡活动正式在江苏昆山举行启动仪式,2022年新能源汽车下乡活动正式拉开帷幕。

长城汽车在接受记者采访时表示,在上述背景下,长城汽车旗下欧拉好猫、欧拉好猫GT均被纳入新能源汽车下乡活动车型目录;哈弗品牌在减征车辆购置税的基础上,率先推出了一系列优惠活动:哈弗品牌所有车型均实行购置税减半政策,活动期间购车最高优惠1.2万元;购买哈弗H6国潮版更享受购置税全免。同时,购买任意哈弗车型,均可额外获赠1000元商业险+2000元精品/保养券在内的3000元购车大礼包,并享受0首付0利息的金融服务。

资料显示,今年是我国推行新能源汽车下乡活动的第三年。中国汽车工业协会副总工程师许海东近期在接受本报记者采访时表示,今年参与企业和车型增多,新能源汽车下乡活动的车型覆盖面以及车型

质量均获提升。“考虑到乡村实际消费情况,前两年下乡车型优惠后价格定在15万元以内,而今年因为新能源汽车价格上涨,所以我们将优惠后价格定在20万元以内。到目前为止,第一批参与活动的企业有26家,车型有70款,而且今年还有部分商用车企业参与,以更好地满足乡村消费者需求,也让消费者有更多的选择空间。”

近段时间以来,汽车刺激政策密集落地,业内预计政策能进一步拉动新能源汽车市场的消费。不过,中国汽车流通协会有形市场分会常务副理事长苏晖在采访中对记者表示,今年新能源汽车下乡要取得好成绩,切记不能走老路。“当前三四线城市以及农村地区的消费者的消费观念已经发生改变,汽车下乡不仅要有优惠刺激政策,还应在充电桩设施、售后服务等方面做好保障,只有这样才能对消费者产生吸引力,才能形成购买力。”

2022年5月31日

工信部办公厅、农业农村部办公厅、商务部办公厅、国家能源局综合司发布关于开展2022年新能源汽车下乡活动的通知

- 在山西、吉林、江苏、浙江、河南、山东、湖北、湖南、海南、四川、甘肃等地,选择三四线城市、县区举办若干场专场、巡展、企业活动
- 鼓励参加下乡活动的新能源汽车行业相关企业积极参与“双品网购节”以及各平台自发组织的各类网络促销活动
- 鼓励各地出台更多新能源汽车下乡支持政策,改善新能源汽车使用环境,推动农村充换电基础设施建设

活动时间

2022年5月—12月



目前,工信部已明确提出了加快完善充换电设施网络等一系列举措,以让新能源汽车下乡更顺畅。

新华社/图

地方政府及车企“厉兵秣马”

汽车下乡不仅要有优惠等刺激政策,还应在充电桩、售后服务等后市场做好保障,“双管齐下”才能对消费者产生吸引力,形成购买力。

各大车企是新能源汽车下乡活动中的重要角色。记者注意到,截至目前,国内主流车企厉兵秣马,对新能源汽车下乡反应积极。

相较于2021年,在2022年新能源汽车下乡活动中,参与活动的企业数量和车型均有增多。其中,参与企业数量较2021年增加8家;车型较2021年增加18款,包括部分热销车型和新车型。

零跑汽车携旗下T03、C11两款车型也积极参与到“汽车下乡”活动中。零跑汽车针对消费者推出了3大购车礼包:价值1000元/台购车好礼;至高4000元/台金融贴息;购车即送充电桩。

在车企积极备战新能源汽车下乡的同时,记者注意到,为贯彻落实中央政策,上海、广州、深圳、贵阳等多个城市均已出台鼓励新能源汽车消费的地方性补贴政策。

6月22日,江苏常州发布鼓励新能源汽车消费购置补贴资金实施细则。细则指出,按“先到先得”原则,对2022年6月10日起个人消费者在本市新购置并上牌的新能源乘用车予以补贴;二手车、营运车辆、单位用户车辆及特种车辆不予补贴。补贴方式为按购

车价格(机动车销售统一发票含税价)的3%给予补贴,最高不超过10000元/台,补贴资金发放至补贴申请人本人银行借记卡。

6月17日,海南省工业和信息化厅、海南省农业农村厅、海南省商务厅、海南省发展和改革委员会发布《关于开展2022年海南省新能源汽车下乡活动的通知》,决定联合开展2022年“海南新能源汽车下乡”活动,活动将持续至今年12月底,线下活动拟在不少于10个市县开展。

新能源汽车下乡活动或为2022年的车市注入一针强心剂。华西证券预计,新能源汽车下乡有望加速推动下沉市场的新能源渗透率,带动总量进一步提升,全年新能源乘用车销量有望突破530万辆。

值得一提的是,关于新能源汽车下乡,苏晖强调,目前国际、国内形势较为复杂,诸多客观因素影响物流交通和汽车供应链,这对国内汽车市场而言均是不确定因素。新能源汽车下乡不能走老路,不能在补贴了一两个月后即选择退出。当前,三四线城市以及农村地区的消费者的消费观念已经发生改变,汽车下乡不仅要有优惠等刺激政策,还应在充电桩、售

后服务等后市场做好保障,才能对消费者产生吸引力,形成购买力。从目前来看,2022年新能源汽车下乡能取得怎样的成绩尚不好评估。

“汽车下乡并不是简单地把汽车拿到三四线城市、农村市场去销售,在2022年经济不景气的背景下,大众收入减少,对汽车等大宗消费会保持克制,这对汽车下乡活动而言是一道障碍。而且,关于汽车下乡,售后服务能不能跟得上,充电桩等配套设施等能不能支撑得起三四线城市以及农村地区消费者的需求,也是我们面临的一道考题。”一位汽车行业内部人士对记者表示。

实际上,工信部也考虑到了配套设施等方面的问题。近日,工信部方面表示,鼓励参与下乡活动的企业研发更多质量可靠、先进适用车型,加大活动优惠力度,加强售后运维服务保障。与此同时,工信部已明确提出加快完善充换电设施网络等一系列举措,以让新能源汽车下乡更顺畅。

“汽车下乡活动可以帮助完善农村市场新能源汽车配套设施。从长期来看,对促进新能源汽车产业进一步发展而言,未尝不是一计良策。”上述业内人士表示。

广汽集团多名高层履新 车企职业经理人考核体系升级

本报记者 黄琳 王金龙 深圳报道

被聘任的新一代职业经理人

日前,广州汽车集团股份有限公司(601238.SH,以下简称“广汽集团”)发布多则高层人事变动通知。其中,广汽集团新一轮职业经理人选聘,最终郁俊、郑衡、合先庆为副总经理,原副总经理(职业经理人)兼财务负责人王丹改任总会计师(职业经理人)兼财务负责人,原总会计师(职业经理人)江秀云改任副总经理(职业经理人)。

同时,广汽集团拟定了高级管理人员(职业经理人)任期及年度考核目标,并与每位高级管理人员(职业经理人)签订《职业经理人聘任合同》《任期经营业绩责任书》《年度经营业绩责任书》《个人岗位业务责任书》。

近年来,随着汽车“新四化”的发展,车企职业经理人经历了由传统车企出走造车新势力,又从造车新势力回流传统车企的情形。如何留住人才,包括广汽集团在内的车企正从职业经理人的考核体系着手。

职业经理人考核标准升级

在此前的广汽集团2021年报会上,广汽集团董事长曾庆洪向记者表示,广汽集团的活力要靠机制、体制,广汽集团大力推动国企改革,所有下属企业从2022年开始全面实施任期制企业文化管理。其称:“完成不了目标或目标70%以上完成不了的领导班子就要辞职,按照改革的要求,干部能上能下,员工能进能出,工资能升能降,业绩升工资升,将大大激励企业内生动力。”

基于国企改革三年行动,广汽

集团进行了一轮较大的人事变动,张跃赛接棒成为广汽乘用车有限公司总经理。

此外,郁俊还曾担任广汽商贸副总经理、广汽本田执行副总经理、广汽菲克董事、广汽埃安新能源汽车有限公司董事长。

而郑衡现任广汽集团执行委员会委员、广汽本田党委副书记、董事、执行副总经理,广汽本田汽车销售有限公司董事。其曾任广汽乘用车有限公司党委副书记、董事、总经理,直至2019年,广汽集

汽车金融有限公司董事、广汽商贸有限公司董事。

合先庆主要聚焦广汽商贸的业务,现任多个职务,包括广汽集团执行委员会委员、商贸易事业部本部长,广汽商贸党委书记、董事长,同方环球(天津)物流有限公司董事、副董事长,广汽菲克董事,五羊-本田(摩托)广州有限公司董事。其曾任广汽商贸有限公司党委副书记、纪委书记、工会主席、董事、总经理。

自2018年7月开始,广汽集团内部专聘、公开招聘等方式先后完成了3批共8名职业经理人的选聘,除董事长、专职党委副书记、纪委书记和工会主席外,领导班子成员全部转为职业经理人。

2019年广汽集团也发生了高层人事变动,自当年8月1日起,广汽集团对集团总部和部分投资企业领导干部进行调整和交流轮岗:冯兴亚任广汽新能源董事长;刘伟兼任广汽集团整车事业本部

本部长;张跃赛任广汽乘用车总经理;郁俊兼任广汽集团国际业务本部本部长,不再担任广汽新能源董事长;胡苏兼任广汽集团数据信息本部本部长。

而今年广汽集团人事变动除了升任郁俊、郑衡、合先庆等人,另有三人辞任副总经理(职业经理人)职务。因年龄原因,吴松不再任常务副总经理(职业经理人),李少、陈汉君不再任副总经理(职业经理人)。

经理(单位负责人)、副总经理、非制造单位经理级职位人员进行全体解聘,再重新选聘。同时,长安汽车还将完成制造单位经理级职位、无合适人选的空缺职位聘用,完善职业经理人的选拔。

长安汽车相关负责人介绍,此次人事改革的流程首先由部门总经理、副总经理自我推荐,领导层评价、考量是否可担任该岗位,如不适合则竞聘其他岗位,未能应聘上任何岗位的人员,则去长安学习中心学习。

独立设计师品牌如何出圈?

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

近年来,中国市场有许多独立设计师品牌进入大众视野。在以上现象的背后,是品牌创立的土壤正在发生变化,比如年轻人对于中国品牌更加关注、时尚渠道的支持以及供应链对比过去更加友好。

机遇之下,独立设计师品牌

新品牌进入视野

很多独立设计师品牌都是在2015年前后创立的。

STAFFONLY 是成立于2015年的独立设计师品牌,在它的创立和发展过程中,可以窥见中国早期的设计师品牌的成长路径。

STAFFONLY 品牌主理人温雅和周师墨均陆续毕业于英国知名时装院校,求学期间曾陆续任职于欧洲各大时装屋。毕业后他们在伦敦共同创立 STAFFONLY 品牌,而后将品牌带回国内。品牌成立以来,他们相继受邀参展 PITTI UOMO、国际羊毛局大奖以及 MINI FASHION 项目。2018 年度获得“GQ PRESENTS”项目支持登上伦敦男装时装周官方日程发布全新系列。

记者注意到,很多独立设计师品牌都是在2015年前后创立的,比如FENG CHEN WANG 成立于2015年,ANGEL CHEN 成立于2014年。

周师墨指出,2015年时,中国市场并没有太多独立设计师品牌,以商业品牌居多。对于当时的机遇,周师墨表示:“可以说我们这一批是新生代中比较早有渠道能展现自己的系列的,能赶上商业化进

的发展也面临诸多挑战。IMMI 联合创始人 Joyce(庄晓君)指出,知识产权问题、人才问题以及供应链方面的问题都是独立设计师品牌在发展过程中面临的挑战。

除此之外,《中国经营报》记



近年来,中国市场有许多独立设计师品牌进入大众视野。
视觉中国/图

说,通常都是需要几十年的历练才能够成就一个品牌。七年历史的服装品牌还是个‘婴儿’。到目前为止我们存活下来的原因有三:一是感谢在创业之前15年的工作经验,二是基于整个团队的努力,三是我们对产品的重视。”

北京京商战略研究院院长赖阳向记者表示:“在过去,没有足够的批量没人给开生产线,所以生产一个款式怎么也得几千件,否则生产线开不成了。因此设计师即便有一个设计方案,也只能是卖给企业,没法直接向消费者销售,如果向消费者销售,那一定是贵族消费这样的价格才能存。但是现在又变了,在云消费时代,云整合、云生产、智能柔性生产线越来越普遍,这时只需要把设计图纸提供给厂家,厂家就在柔性生产线上给每一个产品提供加工定制服务。”

Joyce 表示:“目前是品牌成立的第七个年头,对于服装品牌来

如何出圈?

在价格上,记者注意到,不少独立设计师品牌的定价都不低。

记者曾经关注 IMMI 品牌多年,对于数年前 IMMI 大衣的火爆依然印象深刻。2016年,演员高圆圆身着墨绿色大衣的图片在互联网上火爆,而这件大衣正是来自 IMMI。一时之间,IMMI 品牌被很多人知道,彼时的淘宝上,同款的仿制产品也十分泛滥。

对于以上爆款事件对品牌的影响,Joyce 表示:“IMMI 品牌成立第一年时,国内明星机场街拍还是比较少的,因此高圆圆穿着大衣的图片就带来了流量。那是品牌成立的第一年,爆款带来的好处就是赚得了第一桶金,让我们生存下来了,也让我们开始慢慢可以周转得过来。”

IMMI 的另一位创始人吴晓敏是一名演员,拥有不少明星资源。但 Joyce 表示:“IMMI 从创业至今并没有投入太多成本在营销方面。”Joyce 认为:“服装的爆款是在

供应方、需求方和媒介三方极度认可、配合的情况下,自然而然产生的。没有人能说自己可以制造出爆款。”

在独立设计师品牌产品的销售渠道上,服装行业专家杨大筠告诉记者:“获客基本上都是通过买手店、集合店寄卖,卖完以后再结账。”

Joyce 表示:“IMMI 目前的销售渠道有约150个买手店、天猫旗舰店以及1家线下店铺,其中70%至80%的销售来自买手店渠道。”

STAFFONLY 产品的销售渠道主要是百货公司和买手店,目前在全国有接近50个线下点位。对于选择买手店而不从线上渠道入手的原因,周师墨表示:“天猫上用户对价格的敏感度较高。在消费者没有对品牌建立最初印象和定位时,对于这种品牌来说更难一一开始就建立起稳定的认知和客户群

体。尤其是在初期,品牌的材料、剪裁和穿着感受更需要通过线下实体店的方式来与消费者互动。在品牌逐渐成熟,有了一定规模和一定的客户认可度后,再开启天猫店等线上渠道则水到渠成。”

在价格上,记者注意到,不少独立设计师品牌的定价都不低。以 IMMI 为例,一条裤子价格在2000元左右,大衣的价格则在数千元。COMME MOI 的产品也在这一价位。

对于定价,Joyce 表示:“任何产业的定价都和成本有关,很多设计师品牌它的研发成本、原料成本会很高。以 IMMI 为例,基本上用的原材料都是十分优质的,原材料成本很高,这也导致产品的开发成本、面料成本高。但同时,我们加价倍率实际上是偏低的,偏低的原因也是为了让更多消费者可以买得起。”

机遇与挑战并存

在供应链方面,独立设计师品牌相对来说量小,在供应链吸引力上的竞争优势不如商业品牌。

今年3月,在上海新冠肺炎疫情期间,STAFFONLY 设置了一场以NFT形式承载内容的拍卖会作为系列的发布会,主题聚焦于人们追逐“理想超我”的目标。

周师墨表示:“那段时间上海处于封控状态,整个时装周都延期了。我们基于 Being Liked 的主题组织了一场线上拍卖会,拍卖会上展出的是一组3D虚拟形象。

我认为拍卖的形式可以很好地体现这个主题。在拍卖会上,消费者通过自己的社交货币(在社交平台上的点赞数)来获得拍卖会上的筹码,与其他藏家竞争这些虚拟的艺术品。”

对于 IMMI 品牌的未来目标,

Joyce 表示:“我希望它是一个小、美的企业,然后最大程度平衡创意和商业。我不愿意为了商业而牺牲创意部分,也不愿意为了创意而牺牲商业部分。如果问我创意和商业要哪个,好比是在问我家庭和事业要哪个,我只能把两者不断平衡到最大程度。”

对于面临的机遇和挑战,Joyce 表示:“目前独立设计师品牌的机遇在于中国的设计或者中国的品牌慢慢开始被更多的年轻人关注和喜欢,但同时挑战也很多。我们也遇到很多的困惑,比如知识产权、人才以及供应链等问题。在供应链方面,独立设计师品牌相对来

说量小,在供应链吸引力上的竞争优势肯定不如商业品牌,获得的资源会比较少,相对要付出的成本比较大。”

杨大筠表示:“当下国内市场跟20年前比变得错综复杂,但市场的机会也非常多,因为它给年轻的、富有创意的设计师提供的机会也非常多,而且他们更容易融到资金,也更容易获取各种资源的支持。值得注意的是,全中国的时尚市场通过创新并且崛起的机会和成本比过去要高得多。中国的本土设计师,如果在未来能够抓住互联网,抓住元宇宙,抓住新的商业模式,崛起的可能性还是存在的。”

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

敬老爱老 善德之始

RESPECTING THE OLD AND KEEP THE VIRTUE



高端牛奶赛道快速扩张 功能性产品需求提升

本报记者 孙吉正 北京报道

“多喝奶对身体好”成了当下消费者的共识。在乳品行业，最为普通的包装牛奶一般被称为“白奶”，白奶是基于满足大众消费者最基本需求而存在的产品，而随着乳业的不断发展，“喝上奶”不再是难题。亿欧智库数据显示，2018年国内常见乳制品的人

均消费量已达14.8千克/年，相比2004年提升了201%。国内乳制品消费已经解决了从无到有的问题，如何喝到高品质的牛奶成了很多消费者关注的话题。

一直以来，白奶都是以高性价比而存在，也被行业称为利润最低的乳产品。回顾国内高端白奶的开端，一般会追溯到2005年以后的伊利金典和蒙牛特仑苏，

跟随着头部品牌的脚步，越来越多的品牌也进入到高端白奶市场，且在宣传上给出了更多的差异化和功能性。

按照业内人士的看法，在近5年的时间内，高端化白奶产品方向主要分为有机奶和巴氏奶（低温奶）。在此观点的影响下，国内头部乳企的有机牧场和重点城市的冷链运输网纷纷建立起来，以此占据高

端产品的先机和优势。但近年来，新兴的网红品牌也开始进入液态牛奶领域，以低脂、高蛋白、零乳糖为特点出现在各个平台。

“虽然这些产品看上去满足了消费者的个性化需求，但问题是牛奶的高端化在于上游资源。品牌价值是否经得起溢价考验是值得推敲的。”独立乳业分析师宋亮向《中国经营报》记者表示。



近年来，新兴的网红品牌也开始进入液态牛奶领域。视觉中国/图

是有机奶和巴氏奶。受制于冷链运输，巴氏奶多年以来难以得到发展，尤其是在线上的购买力方面。但伴随着直播带货等线上平台的发展，巴氏奶开始在多个新兴渠道发力。

凯度消费者指数中国城市家庭样组显示，今年第一季度，液态乳品在省会城市销售额同比增速最高，为1.4%；在县级市及县城和地级市销售额增长较好，同比增速分别为1.2%和1.1%；在北上广等一线城市销售额相对较低，同比增速为0.9%。国产液态乳品在液态乳品销售额中占比96.6%，而进口液态乳品仅为3.4%。同时，国产液态乳品销售额增速大于进口液态乳品，二者分别为1.5%和0.9%。

“目前，北上广的液奶消费已经接近饱和，主要增长点集中在二三四线城市，这意味着国内液奶消费市场仍旧具备很大的增长空间，其中人均乳品消费量的增长低于销售额，说明乳品销售额的增长是消费升级带来的。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示。

除此之外，据凯度消费者指数中国城市家庭样组，2021年，高品质白奶平均价格为18.8元/升，销售额同比增长率为10.7%，渗透率为76.4%，同比提升2.7个百分点。基础产品（包含基础功能奶和基础白奶）平均价格为11.8元/升，销售额同比增长率为14.3%，渗透率为82.7%，同比提升0.9个百分点。

从上述数据来看，虽然高端白奶的销售额增长低于基础白奶，高

端白奶平均价格为18.8元/升，销售额同比增长率为10.7%，渗透率为76.4%，同比提升2.7个百分点。基础产品（包含基础功能奶和基础白奶）平均价格为11.8元/升，销售额同比增长率为14.3%，渗透率为82.7%，同比提升0.9个百分点。

对此，乳业专家王丁棉表示：

“主要原因在于当时行业对于市场发展过于乐观，急于改变基础白奶占白奶主要市场的现状，从而出现高端白奶供大于求的问题，这直接导致了高端白奶在终端市场的价格与基础白奶无太大差别。”

上述业内人士指出，白奶高端化主要集中在两个方面，分别

是有机奶和巴氏奶。受制于冷链运输，巴氏奶多年以来难以得到发展，尤其是在线上的购买力方面。但伴随着直播带货等线上平台的发展，巴氏奶开始在多个新兴渠道发力。

凯度消费者指数中国城市家庭样组显示，今年第一季度，低温乳品在大型实体店渠道和食杂店下滑明显，网购、新零售和福利礼赠增长较好。一季度大卖场渠道销售额占比为24.7%，是低温乳品销售额占比最大的渠道，其销售额同比增长率为-11.3%。福利礼赠

渠道销售额同比增长率为12.1%，高于常温乳品。新零售和网购渠道销售额增长较好，同比增速分别为21.9%和15.2%。

而自去年开始，白奶迎来了新一轮的高端化。除了上述传统的有机奶和巴氏奶，很多品牌结合市场趋势，推出了众多全新的产品概念，包括草饲牛奶、娟姗牛奶、零乳糖低温牛奶等。

对此，宋亮表示，很多概念是之前就存在的，只是被重新包装起来而已，而很多全新的概念则需要认真地审视其产品逻辑。

功能性有待验证

自2020年开始，新兴品牌开始不断出现，其中很多品牌在创业伊始就受到了资本市场的追捧。

“从竞争格局上看，为了应对外资品牌对白奶业务的冲击，国内品牌高端白奶产品一直在升级中，从刚开始的有机奶再到后来的A2牛奶，尤其是伊利和蒙牛，目前在白奶领域已经完全压制外资品牌。”宋亮说。以伊利的数据来看，2021年12月，金典宣布年内销售额突破200亿元，另外估算特仑苏2021年销售额逼近300亿元。

在很长一段时间内，国内乳业品牌数量一直保持较为稳定增长。自2020年开始，新兴品牌开始不断出现，其中很多品牌在创业伊始就受到了资本市场的追捧。

“实际上，很多新兴品牌切入乳行业时是做高端酸奶的，但近几年酸奶业务萎缩，其中的原因包括了旅游、餐饮行业的低迷，这就使得很多做酸奶的品牌开始转战白奶，因为相比较而言，白奶的市场需求较为稳定。”宋亮表示。

王丁棉认为，很多产品和品牌在宣传上存在避重就轻的情况，例如，脱脂牛奶本来就是中端白奶的一种，但现在经过包装却成为了高端产品，这本身就有较大的溢价。除此之外，在牛奶中额外添加功能性成分也颇为常见，例如添加了胶原蛋白、玻尿酸等成分的酸奶。

“这些添加物其实与牛奶本身并没有什么关系，主要是从饮品、冰淇淋行业中扩散到乳行业。”朱丹蓬说，因此这些添加了功能性成分的牛奶，噱头远大于实际的意义。

值得一提的是，除了强调添加物之外，很多品牌将宣传终端

放在奶牛的品种上，诸如牦牛、娟姗牛等。对此，行业人士认为，奶牛的品种并不能决定其营养价值的高低。

对于白奶的高端线产品，宋亮认为，目前比较能被行业普遍认可的是A2牛奶以及超巴奶。“目前A2牛奶与普通牛奶在营养价值上的差别还是存在争议，但不可否认的是，A2牛奶的稀缺性确实能够支撑其走高端化路线，在有机奶价格逐步平民化的市场里，A2牛奶成为很多品牌抢夺的上游资源。”

“近年来，巴氏奶以及超巴奶的兴起，其实还是资本方引领的，目的是为了能够支撑起上游的扩充，先是尽可能地为鲜奶打开潜在的市场，再通过资本力量从上游建立规模更大的供应链。”宋亮说，从技术上看，超巴奶与巴氏奶实际没有直接关系，因为超巴奶保留了巴氏奶的一些特点，在消费者无法区分两者的前提下，以常温奶达到了低温奶的市场价位，也是白奶高端化的一种类型。

综上所述，目前高端白奶除了巴氏奶和超巴奶等技术升级类产品，还细分了添加物和牛奶本身营养升级等类别。从行业来看，乳制品作为大快消领域中的一员，低脂、低糖类似风潮出现在乳制品当中也是符合行业发展规律的。“牛奶本身是具备高营养价值的产品，在此基础上进行进一步的提升本身是符合乳业发展需要的，但我们还是要区分其中是否存在一些‘噱头’来误导消费者。”朱丹蓬说。

从传统到创新 即食燕麦片升级待破局

本报记者 党鹏 成都报道

“买一罐送一罐”。虽然“6·18”促销活动已经结束，但是在天猫平台上，一家由多位明星代言的水果酸奶燕麦片仍在持续促销，总计1210克的两桶燕麦片，原价69.8元，促销价仅为39.8元。这实际上反映了在电商平台，各种口味的即食燕麦片竞争仍在持续。

“我们已经在去年下半年退出了即食燕麦片市场。”从事代餐食品的企业品牌负责人周女士告诉《中国经营报》记者，即食燕麦片最热的风口已经过去了，因为行业门槛较低，同质化相对严重，企业在产品的创新升级方面还需要寻找新的路径。

与此同时，记者发现备受资本

关注的即食燕麦片市场，在经过2020年、2021年的融资高峰后，今年以来已经鲜有相关企业获得不同轮次融资的案例。

即使如此，记者从相关品牌和代工企业了解到，以即食燕麦片为代表的代餐食品整体仍在扩容，《2020线上健康谷物消费趋势洞察报告》显示，预计2024年中国麦片市场可达120亿元。

“未来，这种即食燕麦片为主的代餐食品应该会继续扩容，相对而言，这种产品卖的是减肥代餐、轻食代餐，而且是比较健康、比较天然的，因此获得了年轻人的青睐。此外，还有很多类似的产品，确实有一定的优越性，这也是其爆火的一个根本原因。”战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊表示。

“燕麦片+”打造网红产品

在各大电商平台，记者搜索即食燕麦片，涌现出来的品牌多不胜举。尤其是有别于传统燕麦片品牌（比如西麦、德格氏、Freedom），以王饱饱、卡乐比、欧扎克等为代表的即食燕麦片，这些品牌都是凭借口味创新晋升为网红产品，诸如燕麦片+水果干、燕麦片+坚果、燕麦片+酸奶、燕麦片+杂粮等等。

记者对比多个品牌燕麦片的售价，与上述明星代言的同样重量的两桶装燕麦片相比售价更低，甚至外资品牌推出两桶总计两千克装的燕麦片售价不到50元，此外个别品牌还送小碗和钢勺。

“即食燕麦片出现风口的原因，首先在于其销售的不是传统的燕麦片，网红企业销售的是减肥代餐、轻食代餐，这迎合了很多肥胖人群的需要，这是根本原因；其次是因为这些品牌找准了互联网消费人群，特别是90后、00后等Z世代年轻人群，他们的消费形态、喜怒哀乐、消费渠道，很容易引爆即食燕麦片这一网红产品。”徐雄俊表示。

在2019年下半年，周女士所在的公司在资本助力下进入即食燕麦片细分市场。当时，该公司推出了三个产品系列，主要是针对年轻消费者。“在直播带货火热的大环境下，公司布局了电商+抖音直播的模式，期望能够快速打开市场，这也是一些没有品牌积淀的企业使用的惯用打法。”周女士表示。

燕麦片品牌王饱饱正是在资本的加持下，被欧阳娜娜、王一博、刘涛、周深等明星代言，同时在小红书、抖音等社交平台实现引流。此外，王饱饱也试着向线下市场下沉，已经进入盒马、Ole、世纪联华、首航等连锁商超。

“当时，我们每天过得都像‘6·18’。”山东一家主要从事食品代工的企业负责人褚先生告诉记者，2020年和2021年初，受新冠肺炎疫情影响，作为代餐产品的燕麦片在线上销售火爆，公司一度为10多个即食燕麦片品牌做代工，为此对当时的产能进行了3倍的扩产，以满足市场需求。

资本助力下的激烈竞争

“其实，现在还不是即食燕麦片市场最热闹的时候。”上述周女士告诉记者，燕麦片的风口在2018年开始启动，在2020年和2021年推向高潮，彼时，无论是市场还是资本都高度关注。

其中，创立于2018年5月的王饱饱就是即食燕麦片市场冲出来的一匹黑马。其对外宣传为“单品月卖400万元”“天猫月销量从200万元增长到4000万元”“成立不满2年做到营收8亿元”等优秀战绩。在2020年，王饱饱以8亿元的销售额获得了资本的再度青睐，当年底实现C轮融资数亿元，由经纬中国独家领投，高瓴创投跟投，老股东黑蚁资本、祥峰投资等持续加码，融资主要用于品牌建设和供应链持续升级。

同一时间传出融资消息的还有好麦多，该品牌获得1.5亿元新一轮融资，由众为资本领投，清科母基金跟投，老股东星陀资本、前海母基金等持续加持。本轮资金主要用于加强产品研发和品牌建

设，以及供应链的改造等。

2021年4月，国产燕麦制品品牌欧扎克宣布获得了亿元级别的A轮融资。该轮融资由嘉御基金独家投资，青铜资本担任独家财务顾问，所获融资主要用于品牌建设和发展。

天眼查数据研究院提供给记者的数据显示，有超过30家

涉及燕麦片及相关产品的企业，在2020年前后获得从天使轮、A轮到C轮不同轮次资本的加持。涉及的企业分布在广东、江苏、上海、北京、河北等城市，同时主要集中在线上的各种网红产品。

在徐雄俊看来，虽然这么多企业获得不同轮次的融资，但最

终市场容量肯定容不下这么多品牌。“资本在前期都有一个野蛮生长期，总会有资本成为炮灰，最终胜出的可能就是少数品牌，因此现在还属于一个跑马圈地排序的阶段。”

记者注意到，从2021年下半年至今以来，即食燕麦片市场已经鲜有企业获得融资的案例。



以即食燕麦片为代表的代餐食品整体仍在扩容。视觉中国/图

风口过后亟待创新突破

记者注意到，刚刚结束的“6·18”促销季，已经很难看到速食燕麦片产品尤其是网红产品的销售排名表。

“我们在2021年下半年就彻底退出以速食燕麦片为主的代餐市场了。”周女士介绍，他们目前是从事酱酒行业，进入了新的风口。退出速食燕麦片市场的原因一方面是内部没有长久的规划，管理、营销都没有做好；另一方面是因为外部原因，首先是即食燕麦片市场竞争较低，同质化竞争相对严重。其次是消费已经出现新的变化，比如对轻食产品的选

择更多，或者是更喜欢通过运动减肥，这些都对代餐市场有影响。

“最热的风口过去了，但是市场需求是有的。”一家零食企业相关负责人杨女士表示，因为即食燕麦片基本上都是代工生产，因此不需要什么高科技的技术壁垒。

就此，记者从褚先生那里也得到了证实。他介绍，目前公司已经很少再做即食燕麦片的代工了，主要集中在坚果类、水果干为主的食品。“一些网红新锐品牌的销售下滑比较大，尤其是那些水果、干果类的即食燕麦片。”褚先生表示，一方面是消费出现新的

变化，产品特性、市场疲软都是影响因素；另一方面其实燕麦片市场仍在扩容，但是又回归到原味、速溶类的传统燕麦片市场。

“两年一个生命周期，我们看到燕麦片从简单到复杂再回归到简单的过程。”

中国食品产业分析师朱丹蓬表示，面对即食麦片的同质化问题，还需要从整个供应链、食材、产品、推广渠道以及功能化这方面入手。“即食燕麦片其实在中国已经存在几十年了，关键问题是整个燕麦片行业的产业结构相对低端，如何把即食燕麦片的产品

结构进行提升、如何赋予更多的功能场景是需要企业去努力的，不过对于即食燕麦片前景还是看好的。”

就此，徐雄俊表示，从事即食燕麦片的企业大部分是互联网打法、互联网基因、轻资产。“他们把所有的重资产花在营销上面，所以在生产端工厂产品研发这一块是比较弱的。”他认为，当然很多互联网企业都是在前期没有工厂，一旦获得消费者的青睐，销量起来了，就会从代工为主转向生产端，布局生产与供应链，这也是比较安全的打法。

一个核桃背后的科研攻坚战

本报记者 许礼清 孙吉正 北京报道

“一年300多天追着核桃跑，20天跑了15000多公里，有人说我们就是一群追着核桃跑的人。”这是养元人的日常工作。

一个核桃变成一瓶核桃乳，背后是无数次的试错、创新、打破与

核桃“脱涩”工艺升级

为了更大程度地阻止核桃仁蛋白质的流失，养元饮品研发团队开始关注精准剔除“软衣”中单宁成分的问题。

千百年来，药食同源的说法，在核桃这一干果身上能够得到清楚的体现。《本草纲目》对核桃的描述是，“食之令人肥健、润肌、黑须发。多食利小便、去五痔。”

但如今的人们已不像古人一般，而是更在意相关产品的口感与风味。而围绕着核桃，如今已经发展出了一个产业，在核桃的下游产业链条上，“脱涩”一直是一项关乎口感与营养的核心工艺。

“核桃单吃的话会有一种‘涩’感，这种口感主要在核桃的‘软衣’里面。”养元饮品总工程师赵慧博告诉记者，所谓“软衣”，就是包裹着核桃仁的种皮，一般消费者不喜欢这种口感。

核桃乳最初是作为家庭自制饮品的形式出现的，一般都是将核桃仁研磨成浆后进行加热，加入

重塑。在植物蛋白饮品行业，生产者对原材料的挑选、深度加工与萃取，对产品香气的调试与稳定，对营养成分的平衡与留存，都需要在各自特定的“体系”当中进行。

《中国经营报》记者注意到，养元饮品就形成了这样的体系。外界所熟知的是，在20余年的发展

过程中，养元饮品独创了“5、3、28”和“全核桃 CET 冷萃”工艺体系。很多人不知道的是，两个体系看似都是以“脱涩”工艺为核心，但却是完全相反的两个工作思路。

这也在一定程度上表明了养元饮品研发团队的思维严谨性和跳跃性。

养元饮品旗下“六个核桃”作为核桃乳赛道的龙头企业，在多年深耕与积累之下，已经能够确保产品品质、口感和香气的稳定性。不过，养元饮品近年来组织架构重构、营销战略升级等动作，对新品的研发和储备有了更高的要求。

糖、乳制品以掩盖核桃仁原本的“涩”感。但这样不易掌控糖分的摄入量和人体对核桃营养成分的充分吸收。

赵慧博表示，早期集中加工的核桃乳也进行了“去皮”工艺，但传统工艺下，会顺带把一些散碎的核桃仁直接去掉了，工业化连续生产会造成营养成分流失。

为了解决核桃乳口感差、营养不利于吸收的难题，我们经过长期的研究和探索，于2005年自主创立了“5、3、28”核桃乳工艺。采用研磨萃取工艺，运用细胞破壁技术充分保留了核桃的营养成分，核桃乳出仁率提高了10%以上。”赵慧博说道。

据了解，“5、3、28”是对整个工艺过程的整理，即5项专利、3项独特技术和28道工序，对影响产品关键点进行了梳理。2014年，

“5、3、28”工艺再次进行了全面升级，使核桃乳的口感更加细腻，营养更有益于人体吸收。

“以‘脱涩’为核心，开发整个生产工艺，后面所有的关键点，其实都是为蛋白质得率提升而服务的。整个工艺也是在全方面不断升级，如节能降耗、口感提升等方面。”赵慧博介绍。

核桃的“软衣”也并非一无是处，也含有部分蛋白质，而其中的“涩”感主要来自于叫做单宁的成分。记者了解到，在红酒产品当中，单宁带来的“涩”感程度是衡量红酒口感的重要指标。但在核桃乳当中，单宁却是影响口感的罪魁祸首。

而为了更大程度地阻止核桃仁蛋白质的流失，养元饮品研发团队开始关注精准剔除“软衣”中单宁成分的问题。

在赵慧博看来，这是与“5、3、28”是完全相反的思路，是一种逆向思维，同时二者有本质上的区别。“传统工艺‘5、3、28’工艺，强调的都是去除软衣达到脱涩的思路，而这种思路则是精确地把里面的单宁苦涩物质剔除，这样又进一步地减少了蛋白的流失和核桃仁的损失，从环境的角度来看，废弃物也更少了。”

“全核桃 CET 冷萃工艺”在2018年推出。该项技术通过独创的靶向脱离，有效去除核桃仁种皮的苦涩成分，核桃蛋白、脂肪等营养成分利用率提高至97%以上。

简单来说，该项工艺既去除了单宁，又保留了种皮“软衣”，最大程度地保留了核桃的原始风味和蛋白质成分，在产品口感和营养成分上，均有所突破。

“二次研发”：从原料到出厂

实际上，一罐出自养元饮品的植物蛋白饮料，从原料到出厂，要经历漫长的过程，且全程都有研发人员的身影。

科研创新的道路本就不是一帆风顺的，对此赵慧博深有体会。回顾“全核桃 CET 冷萃工艺”从立项到推出的4年时间，赵慧博也总结出了一些经验和问题。

这对赵慧博来说是前所未有的压力，因为毕竟是改变公司拳头产品的生产工艺。“整整一年都没有放过周末，每天做梦都在想着如何调整工艺及关键控制点。”赵慧博告诉记者。

记者了解到，该项工艺最困难的是只去除单宁，而保留其他营养成分。温度、浓度、配方等，都在影响着萃取液的制作。正当赵慧博在浩如烟海的数据当中苦苦寻觅时，一个熟谙茶道的朋友给了赵慧博启发，85度至87度之间的水温，可以完美萃取茶叶中带苦涩口感的茶碱，赵慧博想到，“这个温度是否也可以萃取核桃仁内果皮的致涩元素？”

经过一年的反复试验，赵慧博和团队终于研发出一种只萃取致涩元素，对其他营养元素无损的全核桃 CET 冷萃工艺，赵慧博将之命名为“茶道水温的渗透原理”。另外，将实验室标准转移到生产端，也是一次全新的挑战。用赵慧博的话说，这就是“二次研发”。

“相对来说，实验室的设备要更加精密，操作起来可以更精确地控制，因此在试验阶段只要有目标，去想办法总能攻克。”赵慧博表示，但将实验室的东西放大到生产车间就不一样了。“在实验室同样的工艺，到了车间原辅料要放大千倍，同时还会存在比如原辅料输送、搅拌时间长短、操作人的经验等问题，放大到车间的过程，就相当于二次研发的过程。”

实际上，一罐出自养元饮品的植物蛋白饮料，从原料到出厂，要

经历漫长的过程，且全程都有研发人员的身影。

在原料选择上，研发人员遍访新疆、云南、太行山等三大核桃基地，对不同产地、不同品种、不同树龄、不同季节核桃的口感及营养成分进行大量的基础性研究和数据分析，建立了海量的核桃仁数据库，为核桃乳品质升级储备了详实的原料信息。再通过3万多次数据比对、6000多次感官盲测和无数次科学实验，形成“213”原料使用标准：将新疆、云南、太行山等三大基地的核桃仁按2:1:3的比例进行科学搭配，并最终成为制作六个核桃的原料。

但要想成功进入生产环节，核桃还需要经过六项外观检测标准和三十六项理化指标检测。而后再通过全核桃 CET 冷萃工艺提炼。

在生产过程中，采用五重细化研磨技术，将核桃乳颗粒研磨至纳

米级。赵慧博解释道：“我们现在成品的粒径最大在60~80微米，大多数颗粒的粒径在300纳米左右。这说明，当核桃乳入口之后更利于人体吸收。同时这属于物理破碎，不会使产品发生化学反应，因为不会造成营养成分的流失。”

但在外界看来，在过去几年，养元饮品的新品研发速度并不算快，以致于外界出现了“轻研发”的声音。除了2021年连推“六个核桃2430”“考前30天”“六个核桃梦浓”等产品之外，之前养元饮品鲜有新品的声音出现。归根到底，这与研发团队的产品“洁癖”有关。

“这在公司内部是达成共识的，我们做产品的时候，就会问自己，‘这次就是最好的吗？还能不能再改进？’从产品的香气、质构、整体感觉全方位去评判，从研发人员和消费者两个维度去进行判断。”

新挑战：没有“目标”的目标

从产品结构上也可以看出，六个核桃2430和六个核桃·梦浓，抑或是养元植物奶，养元饮品旗下这些产品让品牌跳出礼品形象，向日常饮品转变。

2021年，是养元饮品战略转型升级元年。该年，养元饮品持续战略转型，打破“大单品”模式，新品六个核桃2430和养元植物奶等新品落地。

从产品结构上也可以看出，六个核桃2430和六个核桃·梦浓，抑或是养元植物奶，养元饮品旗下这些产品让品牌跳出礼品形象，向日常饮品转变。

养元饮品品牌部负责人桂鸿儒告诉记者，公司近年来在科研方面的主要工作，一方面推动技术突破，另一方面加强新品的储备。持续深化产学研一体化战略，把企业、行业、高校的科研力量聚合为合力，为产品赋能，为推动整个行业技术突破赋能。

实际上，深耕行业多年，养元饮品在核桃乳领域的风味、口感、成分等方面行业领先性和产品稳定性是毋庸置疑的，但不断推出新品，就需要技术上的持续钻研和攻关，不断迭代和升级。

谈及新品开发周期时，赵慧博表示：“周期长短是由多个因素决定的，比如要充分了解消费者需求，根据调研确定新品开发方向，寻找原料，分析其优缺点及关键理化指标，如何把最优的价值呈现在产品之中，如何通过特殊的工艺排除掉缺点，同时还要研究量产可实现性。前期有一部分

其实是需要经验的，对于没有经验的部分，就只能试错。”

“近几年公司持续推进产学研一体化，对于新品研发严格意义上讲是工艺升级或者开发，这需要企业联动上下游产业及相关学术单位，甚至全球顶级的关联公司的共同推进。当然行业技术难点攻关过程中，不是每次都能一步到位，阶段性瓶颈随时会出现。”赵慧博说。

赵慧博坦言：“行业上新节奏越来越快，不焦虑是不可能的，有时做梦都在琢磨这个产品如何再优化，那个卡脖子问题怎么解决。”

实际上，相对于新品的研究，老品的升级才是最大的压力。“老品升级是没有天花板的，而且老品工艺升级，说白了是在否定以前的成果，是超越自己的过程，这就要持一个完全开放的态度，首先就要迈过心理上的坎儿，接受任何人对于产品改进的建议并去尝试，去攻克技术上的问题。”赵慧博说。

基于科研，过去的一年养元饮品正在逐渐摆脱“礼品”形象。为规范植物奶行业发展，2021年六个核桃参与制定《核桃坚果质量等级》国家标准及《植物奶》团体标准。公司战略转型升级的第二年，养元饮品或许能带给我们更多的惊喜。



独创靶向脱离技术有效去除核桃仁种皮的苦涩物质。

受访者/供图

男士护肤销售额占比增长 “他经济”亟待破局

本报记者 刘旺 北京报道

90后的王强（化名）已经是两个孩子的父亲，在他老家，这类人群都是不修边幅的居多。但王强由于工作性质，需要经常和客户见面，因此他格外注重脸部皮肤护理。

像王强一样的人不在少数，近期，京东消费及产业发展研究院发布数据显示，购买美妆、母婴产品的36~45岁消费者中，男性用户的消费金额占比增长达6%。百度指数显示，2022年，男性搜索“美妆护肤”相关产品同比上涨27%。2022年十大男性美妆护肤城市，上海精致男性夺得头筹，搜索热度位居第一。

男士护肤美妆品牌也变得热闹起来，2020年以来，包括理然、漫仕、亲爱男友、蓝系在内的多个品牌获得融资。

实际上，男士护肤品不是稀罕物，《中国经营报》记者注意到，国内有男士护肤品牌已经推出了30余年；欧莱雅、曼秀雷敦、碧欧泉等品牌也都有男士护肤产品布局。但大多作为业务线的补充。

这就给新品牌预留出了发展空间。但可以看到的是，曾网传位列消费能力榜垫底的“他们”，似乎还没有支撑起“他经济”的发展。如何扩大市场，是目前品牌方需要面临的共同问题。

男士美妆护肤市场热闹

“男生脸皮要比女生厚上10%左右，相对于女生追求的补水，男生则更偏向控油，基于此，控油总结出男士护肤的基础公式=清洁+舒缓+控油+防晒 ABC。”这是王强在虎扑论坛记下的笔记，隔三差五都会按照公式来上一套。

在一年一度的“6·18”年中购物节，王强又在网上购买了一套理然洗面奶，试图来拯救自己的油性皮肤。

像王强一样热衷于面部护肤的男性显然不在少数。记者在京东平台看到，男士洁面热卖榜第一的欧莱雅男士洗面奶有634.5万人买过；第二的左颜右色洗面奶有53.6万人买过。还有

极男、吾诺等品牌，购买人数均超过百万。

根据中移智库的2021年“他经济”研究报告，一年中购买美妆护肤类产品的男性用户比例超过50%，平均每季度购买频次在2次以上的比例达到7成，一年内购买金额在900元以上的超过5成。

益普索中国的一份报告显示，男性消费者对于护肤品的贡献更多集中在保湿控油等基础功效上，Z世代已成为男性护肤行业的主导力量，一线城市男性护肤意识觉醒。

而各个品牌的主要竞争点，也集中在保湿、控油等品类。如理然、曼秀雷敦、自然堂、欧莱雅

等，都纷纷推出控油、保湿产品。

记者注意到，社交平台、短视频平台在其中的作用不小。以王强为例，他关注了一位博主，经常在虎扑分享护肤知识，会选择性购买博主推荐的产品；在短视频平台，不少达人也经常会植入男士护肤品牌的广告。

实际上，国际大牌旗下的专业护肤品牌一直在推广男性市场教育和品牌推广，如欧莱雅男士、科颜氏男士、资生堂男士关护系列等。

记者注意到，国内男士护肤行业也热闹起来，理然上线8个月，连续获得6轮融资；亲爱男友上线即获得数千万元融资。

漫仕、蓝系、言执等品牌也纷纷获得融资。

对此，顶层设计专家、清华大学品牌营销顾问孙巍认为，男性专业护肤需求日益旺盛，这必然会诞生几个男性护肤品牌，然而，目前市场缺乏的是真正国产男性护肤品牌。这就导致了看好这一领域的投资者纷纷加注新创品牌。

香颂资本执行董事沈萌也表示，女性护肤已经成红海竞争，而且缺乏研发与创新的基础，难以走出同质化的困境。所以，与其在女性护肤行业长期投入、提升技术优势，不如直接将女性护肤的模式复制到男性护肤，甚至可

以照搬女性护肤营销的模式套路，就可以获得快速增长、满足资本追逐超额回报的诉求。

不过，美妆经营管理专家白云虎告诉记者，从长时间来看，男士护肤类目的增长和占比发展速度还是相对很保守的，近两年是有一些新锐品牌表现不错，但整体还是只能说稳健。

如此看来，行业出现了相对热闹，但增长并不迅速的局面。对此，白云虎认为：“这主要是由于男性护理的刚需相对简单，只有护肤、补水、控油等，因此，从整体需求的规模、消费人次的规模，基数都比较低。资本在赛道上变现也难言轻松。”

以才导致市场整体规模不大。”

“因此，一方面，品牌方要为男性提供整体的解决方案，比如面部护理整体解决方案、身体护理整体解决方案等。另一方面，男性通常有角色感，按照不同的性格、生活方式都有不同的消费喜好，例如，运动型的男士的护理需求和不运动型的完全不同，精致型和粗犷型的需求也完全不一样，是一个整体的逻辑。而不能像女性护肤彩妆那样做细分市场，这在此前有失败案例。”白云虎说。

如何破局

实际上，男性护肤在行业内一直是饱受争议的话题。

“对于本身想做男性彩妆项目的人来说，他们着手干这件事，其实也是一次试水。而对于一些初创品牌，说服资本方做男性护肤及彩妆领域的探索，说实话难度挺大的。”高级化妆品配方师孙言表示，男性护肤及彩妆无论在资本方，还是在创投圈，一直是争议性话题。一种声音认为男性护肤及彩妆是伪命题，男性护肤及彩妆仍属小众；另外一种声音则

认为男士护肤及彩妆是未来发展的大趋势。

艾瑞咨询2月发布的《2021年中国本土美妆行业研究报告》显示，男士护肤是高增长低占比品类，男士面部护理成交金额较2020年增长最快，但成交金额占比低于行业均值；男士基础彩妆产品成为高增长类目，其中男士粉底、定妆喷雾、男士蜜粉成交金额较去年增长最快，但成交金额占比也低于行业均值。

记者走访北京市多家护肤美

妆集合门店，发现鲜有男士护肤品，门店内也鲜有男士消费者购物。

从目前来看，线上平台依旧是男士护肤品牌的最大机遇。根据QuestMobile发布的2021男性消费洞察报告，随着移动互联网的深度渗透，男性用户的线上消费能力也持续升级，千元以上用户规模逐步攀升，从2019年4月的1.04亿人次提升到了2021年4月的1.22亿人次，且继续呈现增长态势。

不过，相对于女性护肤市场，

声音

“隐形冠军”需要多元化与包容性的企业文化

访福伊特企业管理(上海)有限公司总经理王丽

从一个小型手工作坊开始创业的福伊特，1867年成立于德国，一直发展到今天，已有155年的历史。福伊特也是欧洲为数不多的具有全球化规模的家族企业之一，目前在全球60多个国家设立分支机构，现有20000多名员工，年销售额达43亿欧元。作为一家全球性高

科技集团，福伊特的三大事业部——水电、造纸、驱动，是业内公认的“隐形冠军”。

福伊特与中国的渊源可以追溯到100多年前。早在1910年，福伊特就参与了中国第一座水电站——云南石龙坝水电站的建设，为其提供水轮机组。目前，中国的三峡电站，以及“西电

东输”战略项目中，都大量使用了福伊特水电事业部的产品。

在交通运输领域，中国不少高铁、地铁都装配有福伊特的产品。此外，福伊特的车钩、变速箱、液力缓速器等产品也广泛装配在卡车和客车上。在造纸领域，福伊特不直接造纸，却是造纸设备的整线

供应商，全球每三张纸中就有一张产自福伊特。

在智能化、数字化快速发展的今天，如何通过人力资源管理深化本土化战略？如何打造多元化与包容性的企业文化？为此，《中国经营报》记者专访了福伊特企业管理(上海)有限公司总经理王丽。

百年欧企的本土化策略

在疫情期间，福伊特中国的员工有非常强的主人翁意识和责任感，比如我们有员工自己开车大约1000公里来到现场，确保客户的设备能够正常开机运营。这体现出福伊特信守承诺、可靠专业的经营理念，由此客户也非常愿意与福伊特长期合作。

《中国经营报》：疫情暴发后，福伊特中国业务反而逆势增长，背后的原因是什么？

王丽：疫情暴发后，中国区业务依旧保持着强劲增长态势。这背后非常重要的原因，就是在疫情期间，全球都依赖中国的产品供应。体现在企业内部，福伊特中国在集团全球布局中起到了重要的作用，广泛的行业覆盖和跨地域经营的定位帮助福伊特实现了稳健增长。我们的客户对本土市场也非常有信心，他们愿意在疫情期间寻找业务量增长的可能性。此外，在疫情期间，福伊特中国的员工有非常强的主人翁意识和责任感，比如我们有员工自己开车大约1000公里来到现场，确保客户的设备能够正常开机运营。这体现出福伊特信守承诺、可靠专业的经营理念。

念，由此客户也非常愿意与福伊特长期合作。

《中国经营报》：你是如何通过人力资源管理来深化福伊特本土化战略的？

王丽：我一直在思考怎样助力福伊特在中国的发展。首先，我们所有的人力资源战略，比如人才招聘、职业发展，都在推进数字化和智能化。我们也夯实了企业文化，让内部员工和外部的潜在人才都能更好地了解福伊特。

我们通过打造雇主品牌，让包括大学校园内与行业内的更多人知道福伊特是一家有着强烈社会责任感的公司，有着独特的海纳百川的包容性企业文化，扎根中国市场。从2013年开始，福伊特开始连续9年当选权威人力资源机构颁发的“中国典范雇主”称号；从2019年开始连续三次获得“HR管理团队典范”奖项。

打造多元包容的文化

我们在福伊特内部推广了一个非常重要的项目，叫做多元化与包容性(D&I)项目。通过这个项目，我们吸引了不同国籍、不同年龄、不同性别的人士加入福伊特。

《中国经营报》：你作为一名女性管理者，如何看待在跨国企业，尤其是跨国工业企业中的人事管理方式？

王丽：我加入福伊特之前，曾经在建材以及食品行业的欧洲公司从事过人力资源管理工作。

2011年，我来到福伊特，当时就感受到福伊特是一个非常硬核的工业企业，内部基本都是以男性员工，尤其是男性工程师为主。作为一家家族企业，福伊特有着非常独特、深厚的文化，讲究包容和传承，员工彼此信赖、精诚合作、携手创新。

植根中国，福伊特把中国和亚太作为未来战略的增长点，而实现增长离不开人力资源的助力。因此，我加入福伊特时也是带着这样一个任务和

目标，希望推动福伊特在中国市场的进一步增长。从企业文化方面来说，福伊特虽然是一个具有悠久历史的家族企业，但它非常愿意去创新，愿意去开放地接纳新的事物。

我们在福伊特内部推广了一个非常重要的项目，叫做多元化与包容性(D&I)项目。通过这个项目，我们吸引了不同国籍、不同年龄、不同性别的人士加入福伊特。我们在这个项目上做了很多推广，比方说人才招聘、内部职业发展等。

目前，作为一家传统印象中以工程师为主导的工业企业，福伊特中国的女性员工占比已经超过20%，关键岗位，比如说部门主管，女性员工占比达到14%。这样的比例与德国、印度、南美等国家相比都算是

高的。

《中国经营报》：在你看来，多元化和包容性的企业文化，对企业的业务发展会带来哪些助益？

王丽：很多人其实都有这样一个问题，女性与男性相比有什么不同？前段时间，我问了一下业务部门的同事，“当你们发现你的部门女性员工变多了，或者说部门的一些关键岗位变为女性员工的时候，你们认为最大的变化是什么？”他们告诉我，会觉得女性更加细腻、细致，也更加以人为导向，所以就会发现团队

更有凝聚力了，协作和沟通上也会有较大的进步。还有，他们认为女性在考虑事情的角度上也有所不同，比如女性在产品设计工作中，会更多考虑产品的使用体验。

福伊特中国在福伊特集团全球业务的增长中扮演着至关重要的角色，我个人觉得这与我们有比较多的女性领导者和占比较高的女性员工息息相关，因为我们所处的时代正是一个特别强调用户体验的时代，女性在这方面可以发挥自身的优势。

企业的综合管理需要强大的战略能力，而不能仅仅从一个职能部门的角度考虑问题，思考和判断的视角也会发生很大的变化。

前将职能设立在事业部的管理模式是完全不同的。在新的业务体系下，业务团队和业务流程都需要重新磨合，加上变化中人员的流动，需要思考的事情很多，但我们倒逼自己做得更好一些。我们之后的调查问卷也显示该项目得到了很好的评价。

另外一个比较关键的节点是我加入福伊特不久，被分配的项目之一是建立福伊特中国培训中心。通过跟当时的项目小组、昆山政府以及各个事业部之间的协调，在我们的努力之下，福伊特中国培训中心从2014年开放营运到现在，还是获得了不错的口碑。

2018年4月，我开始担任福伊特企业管理(上海)有限公司总经理。由于以前一直做HR，综合管理对我来说也是一个全新的领域，这意味着，在公司内

生了变化？

王丽：驱动力会有很大的变化。举例来说，福伊特的三大业务部门都希望共享中心能够与他们紧密贴近，形成紧密的业务合作。这就需要我更多地了解业务，而不是单纯制定一个流程，让他们按照我的流程来做，否则将无法支撑业务部门的需求。

因此，我带领我的团队做了一件非常重要的事情，一起讨论我们的战略目标是什么，比如从业务服务范围、管理模式、成本运营中心这些视角来看，如何与业务部门合作。我们从法务、税务等方面帮业务部门做了很多方案，让他们可以去赢得客户、赢得订单。这是一个很大的转变，这个转变不是我一个人的功劳，而是我的团队与我一起按照这个战略目标推进和发展的结果。

老板秘籍



如何通过人力资源管理来深化福伊特的本土化战略？



简历

王丽，毕业于中国海洋大学。于2011年6月加入福伊特集团，负责集团在亚太区的人力资源管理工作。负责为集团各事业部在中国及亚太区的业务运营提供包括人力资源、会计、非生产性物料采购、法务、税务、市场及企业传播、战略采购、健康、安全与环境、内部审计和资金管理等方面的服务。2018年4月出任福伊特企业管理(上海)有限公司总经理。

王丽拥有超过20年的人力资源领域从业经验及18年的管理经验，目前管理的公司拥有超过100名员工。曾在法国、英国和德国等国家的企业担任人力资源负责人。

如何完成从人力资源管理到企业整体的战略管理提升

驱动力会有很大的变化，举例来说，福伊特的三大业务部门都希望共享中心能够与他们紧密贴近，形成紧密的业务合作。这就需要我更多地了解业务，而不是单纯制定一个流程，让他们按照我的流程来做，否则将无法支撑业务部门的需求。

因此，我带领我的团队做了一件非常重要的事情，一起讨论我们的战略目标是什么，比如从业务服务范围、管理模式、成本运营中心这些视角来看，如何与业务部门合作。我们从法务、税务等方面帮业务部门做了很多方案，让他们可以去赢得客户、赢得订单。这是一个很大的转变，这个转变不是我一个人的功劳，而是我的团队与我一起按照这个战略目标推进和发展的结果。

深度

可以借鉴德国“双元制”职业教育模式

伴随智能化、数字化浪潮席卷全球制造业，提高产业工人的职业素养正成为当下的一个重要课题。

6月2日，全国总工会新闻中心举行了“产业工人队伍建设改革五周年”新闻发布会，介绍了产业工人队伍建设改革五年来的主要成效。全总提出，要高度重视提高工厂对年轻人的吸引力，进一步深化产业工人队伍建设改革，为制造业高质量发展提供强有力的人才支撑。

显然，无论是“制造强国”战略的实施，还是制造业高质量发展的推进，拥有良好职业素养的产业工人队伍都不可或缺。这也让我国对职业教育的重视程度日益加深。鉴于德国“双元制”职业教育模式的成功经验，2019年，国务院印发了《国家职业教育改革实施方案》，鼓励借鉴“双元制”等教育模式，校企共同研究制定人才培养方案。

那么，作为一家拥有155年历史，同时扎根中国已逾百年的德国家族企业，福伊特又是如何培养自己的工匠人才的呢？福伊特在职业教育和校企合作方面又有哪些先进经验呢？

福伊特企业管理(上海)有限公司总经理王丽告诉记者：“福伊特早在1910年就开始探索职业教育模式，对年轻学徒进行职业教育和培训，‘学徒制’是最早的雏形。在此之后，德国开始发展并推广‘双元制’教育模式。所谓‘双元制’，就是让企业和职业学校一起合作培养一线的高技能蓝领工人。如今在德国，无论是在职业学校还是大学，学生们都可以进入企业参加职业教育和实习。而建立福伊特中国培训中心正是我加入福伊特之后接收的第一个项目。”

王丽正是通过这个项目了解到“双元制”培训模式，之后前往德国参观职业学校和福伊特德国培训中心。随后，她在中国，包括在长三角地区也进行了一系列考察，调研内容涵盖多所学校的职业教育现状，以及当地企业的培训模式。

通过建立福伊特中国培训中心，福伊特集团把德国领先的“双元制”教育模式成功引入中国，不仅培训了福伊特内部员工，也对外培养了不少优秀人才。只要是对此感兴趣的企业，都可以申请进入福伊特中国培训中心接受“双元制”教育。

“当时，我们也得到了昆山政府在政策以及教学设备方面的大力支持。如今，福伊特中国培训中心已经完成了总计约36万小时的各种培训。这些接受培训的学生中也有一部分加入了福伊特，也有的投身社会，加入到其他企业，都收到了很好的反馈。”王丽告诉记者。

在王丽看来，“以前我们常说职业教育出来的孩子们只懂理论，动手能力不强。但是在‘双元制’教育模式下，70%至80%的时间用于培养学生的动手能力，20%至30%的时间用于理论教育。这种时间组合更加贴合一线生产的真需求。”

与此同时，福伊特还面向未来人才发展的需求进行了相应的课程配置。“从内部角度而言，我们对福伊特旗下水电、造纸、驱动三大事业部进行了深入调研，详细了解生产制造需要哪些关键技能，根据这些技能需求来定义并规划相应的课程安排。从外部角度而言，我们看到制造业对于人才都有共同的需求，比如车工、钳工等。不仅如此，我们始终没有停下创新的脚步，一直都在开发新的课程，比如我们开发出了一系列自动化相关的课程，来满足福伊特内部以及外部市场对新兴人才的需求。”王丽告诉记者。

王丽说：“在中国迈向现代化制造业、培育高技术人才的大环境下，福伊特很荣幸能够通过中国培训中心为国家战略添砖加瓦。我们与政府、社区合作，将福伊特中国培训中心打造成为昆山、苏州乃至长三角地区标杆性的人才培训基地。”

本文章均由本报记者屈丽丽采写