



本报官方微博



本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

新质生产力调研:无锡人均GDP凭什么力压一线城市 A2

房屋养老金引热议 个人和公共账户钱从哪来? B9



飞鹤乳业“异军突起”方法论 商业案例 D4

飞鹤乳业近年来迅速崛起,在中国婴幼儿配方奶粉市场成为第一,而且产品以高端为主,是国产品牌“绝地反击”的典型代表。

有人将其归功于品牌定位,有人将其归功于营销渠道上的别出心裁,但过程显然不会如此简单。从宏观趋势、行业历史,到企业发展战略、企业家精神,再到工厂运营管理、组织体系变革、引进“世界级

制造”(World Class Manufacturing,以下简称“WCM”)方法论……营销反而是所有内在成长后的一种“外化”表现。

本期案例回顾飞鹤乳业的发展历程,挖掘其业绩异军突起的关键原因。对于中国婴幼儿配方奶粉行业的涅槃重生,也许必须结合大势与历史,结合企业家精神及背后具体的运营管理技术,才能有更“长期主义”的认知。

社评

新发展模式助力房地产持续向好

房地产作为国民经济的支柱性产业,关系着人民群众的切身利益和经济社会的发展大局。因此,促进房地产市场平稳健康发展既是发展工程,也是民生工程。

党的二十届三中全会闭幕后,《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》(以下简称《决定》)正式发布,其在锚定2035年基本实现社会主义现代化目标的同时,也重点部署了未来五年的重大改革举措。

在健全保障和改善民生制度体系方面,《决定》提出,要加快建立租购并举的住房制度,加快构建房地产发展新模式。加大保障性住房建设和供给,满足工薪群体刚性住房需求。支持城乡居民多样改善性住房需求。充分赋予各城市政府房地产市场调控自主权,因城施策,允许有关城市取消或调减住房限购政策、取消普通住宅和非普通住宅标准。改革房地产开发融资方式和商品房预售制度。完善房地产税收制度。

近年来,经过市场深度调整,房地产领域改革也进入“深水区”。在新质生产力推动下,未来一个时期房地产发展也面临着新的发展格局的挑战。

关于房地产行业,《决定》兼顾当前和长远,内容涉及住房制度、市场供需、调控政策等各领域,将完善住房供给体系,优化调控政策,构建与新模式相适应的金融政策、土地政策、税收政策等政策体系作为重要着力点。

结合《决定》,我们认为,未来

中国房地产业的高质量发展有以下几个重要的发展趋势与方向:

第一,加快建立租购并举的住房制度,构建房地产发展新模式。

在住房制度和发展模式方面,《决定》提出要加快建立租购并举的住房制度,这使得加快构建房地产发展新模式的思路更加清晰,我们预计该项制度将贯穿新一轮房地产发展的整个周期。

之所以有这样的判断,一方面在于该制度将进一步消除过去“高负债、高周转、高杠杆”的模式弊端,同时坚持消化存量和优化增量相结合,也对盘活存量商品房和土地资源,建立与之相适应的融资、财税、土地、销售等基础性制度具有重要意义。

另一方面,《决定》强调“多样化”+“改善性”住房需求,要求住房供给体系从过去的单轨制向“市场+保障”加快转化。结合近期政府统筹研究消化存量房产和优化增量住房的政策措施,我们认为,收购库存商品房用作保障房的做法,或将增加未来保障房供给,并在一定程度上加快其筹建进程。

第二,建设质优价稳的好房子,满足人民对美好生活的向往。

从房地产政策制定的出发点看,未来发展模式将重点围绕满足广大居民的住房新诉求和新需要而展开。对于住房而言,除了保交付,政策还要考量保质量保安全。只有这样,才能让人们住得更有品质,也才能打造绿色、低碳、智能、安全、适应人民群众新期待的“好房子”,实现从“有房住”向“住得

好”转变。

第三,改革商品房预售制度,完善房地产开发融资方式。

对于房地产业融资和销售模式,加快预售制改革、拓展开发融资渠道已是大势所趋。随着市场供求形势的转变,期房的销售占比大幅下降,现房将逐步成为住房销售的主体。住房和城乡建设部也曾明确提出“有条件的可以进行现房销售”,目前全国范围内已有多地试点现房销售,在笔者看来,通过现房销售促进“保交房”,有利于推进化解房地产风险。

需要注意的是,预售制模式下,开盘后即可逐步偿还贷款,银行资金回流速度相对较快。而转向现房销售为主后,企业开发使用时间会延长,规模也会扩大,未来在土地出让、规划报建、金融支持等方面政策需要同步优化。例如,可以支持设立房地产投资基金、支持房地产企业通过市场化渠道融资和发债、支持设立房地产信托投资基金(REITs)、推进第四代住房设计、逐步取消公摊面积计量等。

第四,进一步优化房地产调控政策,促进房地产交易的活跃。对于房地产调控政策,目前各地也结合自身房地产市场情况继续优化调整楼市政策。总体来看,这些措施包括放宽购房资格、降低社保年限,进一步优化限制性政策、降低利率等。

当前二、三线城市相关地方限制性购房政策已经基本取消,未来一线及热门新一线城市限购、限贷政策也有望继续放宽直至全面取消。

这意味着改善性需求和首次购房刚需的税费差距未来会逐渐缩小,这有利于支持改善性住宅需求释放,提振购房者信心,助力维护市场中长期稳定。

更为重要的是,在人口老龄化、城镇人口增速减缓的大背景下,通过建立人、房、地、钱要素联动新机制,不仅可以保障中长期房地产市场的平稳,也能避免出现大规模过剩空置。

第五,房地产税费改革持续推进,改革内容将更为全面。

《决定》提出要完善房地产税收制度。从中长期来看,房地产税立法和改革将持续推进,其根本目的在于建立与房地产发展新模式相适应的税收制度。

众所周知,房地产税收制度不是特指房地产持有税制度,还涉及多个房地产相关税种,其中包括土地增值税、契税、房产税、城镇土地使用税、增值税、企业所得税、个人所得税、城市维护建设税、印花税等,未来房地产税收制度的改革内容将更全面。

我们认为,以不断提升居民家庭住房水平为目标,简化归并税种,减少重复征税,降低改善性需求相关交易税费,是未来的重要改革方向。

除以上方面外,进一步加快推进住房保障体系建设,扩大保障房覆盖面,特别是要改善半城市化人口的住房条件,也对改善民生、提升城镇化质量、扩大内需发挥了重要作用。

本期热词

以旧换新

作为调控宏观经济、拉动内需的重要手段,今年以来,消费品以旧换新政策相继出台,政策效果不断加码。市场认为,此次政策将刺激消费与消费升级相结合,不仅有助于促进经济稳定增长与拉动就业,同时也为家电制造业提供了转型升级的机会。

家电以旧换新政策再加码 补贴资金实行央地共担 A3

游戏金融

《黑神话:悟空》以惊人的速度登上最热游戏榜首,其不仅填补了国内3A游戏领域的空白,也象征着中国游戏产业发展开启了新纪元。然而,巨大的制作投入背后离不开金融的支持,银行、保险等金融机构纷纷解锁新机遇,推出多元化金融方案,为游戏产业的蓬勃发展注入强劲动力。

《黑神话:悟空》火爆出圈 金融解锁游戏产业新契机 B1

劣酒抵账

通拓科技2017年被华鼎股份(601113.SH)收购,2024年又被华鼎股份转售给华凯易佰(300592.SZ),目前是华凯易佰的全资子公司。2021年通拓科技前进口部业务负责人朱学军实名举报通拓科技,这起实名举报如果属实,未来将影响华鼎股份和华凯易佰两家上市公司。

劣酒抵账:一起实名举报惊动两家上市公司 C1

潮玩第一股

“潮玩第一股”泡泡玛特(09992.HK),今年上半年出海成果颇丰。然而,在海外拓店的同时,泡泡玛特上半年的门店数量并未大幅增加且机器人商店数量微降,与此同时,国内消费群体的热情也在出现变化,泡泡玛特会员复购率也持续下降。未来,如何讲好IP故事,不仅是一个符号或形象,更是拥有深厚内涵和广泛情感共鸣的存在。

泡泡玛特的“热”与“冷” D1

经济大势

A1~A4

税收看经济内循环: A3
全国统一大市场加快推进

引领创新趋势 A4
数博会助力贵州打造算力强省

营商环境

B1~B16

养老FOF何去何从 B2

美联储降息倒计时 B4
美元存款进入“降息通道”

西部大开发何以成“新”? B10

“医美茅”走下神坛: B14
爱美客业绩失速

完美世界中报首亏 B16
转型发展路漫漫

智在公司

C1~C8

卖断货和价格猛涨: C3
“黑悟空”引爆硬件市场

估值1150亿 已引入两大股东 C4
华为“新子”引望智能揭开神秘面纱

“冷”与“热” C5
2024成都车展的双重底色

无人车背后的“老司机”和“新职业” C7

消费连锁

D1~D4

北京鼎泰丰将落幕 D2
老牌餐饮企业如何突围

起底“鬼秤”交易的隐秘江湖 D3



中经传媒智库



本报官方微信



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

新质生产力调研:无锡人均GDP凭什么力压一线城市

编者按

2023年9月,习近平总书记在黑龙江考察调研时首次提到“新质生产力”,它是一种基于科技创新的理论突破。2023年中央经济工作会议强调,要以科技创新推动产业创新,特别是以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能,发展新质生产力。今年以来,新质生产力成为市场热度较高的名词之一。两会期间,新质生产力被首次写入《政府工作报告》。此后,因地制宜发展新质生产力成为全国共识。

在新质生产力提出一周年之际,我们走进了无锡,看看新质生产力如何赋能传统制造业,又是如何布局新兴产业和未来产业。通过走访,我们希望可以为读者呈现更多的观察视角,进而让大家对新质生产力的部署安排有更直观的感受。

本报记者 郭阳琛 张家振

上海 无锡报道

“轮胎制造曾经是劳动密集型产业,各个环节高度依赖人力,但是现在一眼望过去,车间里机器已经比人多了,这就是工业互联网与传统产业碰撞产生的火花。”在通用股份(601500.SH)无锡全钢胎工厂,公司董事会秘书卞亚波向《中国经营报》记者感慨。

作为中国民族工商业发源地,无锡借助新质生产力的东风,实现了传统产业的转型升级,同时对低空经济、未来产业的战略部署也成为无锡推动“新质生产力”落地开花的重要举措。

产业发展成果也反映在经济实

力方面。

数据显示,2023年,无锡市规上工业总产值突破2.5万亿元,战略性新兴产业产值首次超万亿元。其中,当年人均GDP达到了20.63万元,首次突破20万档位,连续4年稳坐大中城市头把交椅,力压北上广深等一线城市。

无锡市委书记杜小刚撰文指出,让传统产业“发新芽”,让新兴产业“长成林”,让未来产业“快生根”。无锡市要持续健全“共生共荣”的现代产业体系。

据悉,按照“改造提升传统产业、培育壮大新兴产业、布局建设未来产业”思路,无锡在“有链强链、缺链补链、上下延链”方面不断下功夫,为形成新质生产力提供了有力支撑。

赋能传统产业

锡山区电动车企业正在紧抓高端化转型的产业发展风口,企业也从渠道竞争转向科技与创新竞争。

从无锡东站出发,驱车行驶不到20分钟,便来到锡山区安镇街道的电动车产业园,这里聚集着雅迪控股(01585.HK)、新日股份(603787.SH)以及台铃电动车等知名企业。无锡市锡山区也被誉为“中国电动车之乡”。

相关数据显示,2023年,无锡锡山区电动车产业集群营业收入规模达到623.01亿元,产量1500万辆,产业规模占据全国的1/3。“锡山电动车产业是从摩托车产业基地上发展而来的。”无锡市锡山区工信局副局长程宇峰告诉记者。

20世纪90年代,摩托车出行成为潮流,一大批摩托车和配套厂家在锡山形成规模。随着“禁摩令”的推行,市场开始对电动车进行摸索和研发。经过20余年发展壮大,锡山区电动车产业成为国家级中小企业特色产业集群。

据无锡市锡山区工信局副局长程宇峰介绍,锡山区电动车产业集群现有规上企业155家,其中整车企业64家,以雅迪、爱玛、新日、台铃、小刀、金箭等年营收10亿元以上企业为第一梯队,新大洲、圣宝、欧唯等年营收3亿元以上企业为第二梯队的整车企业雁阵。

“2018年,工业互联网如何与传统轮胎产业结合还是一个新命题。我们经历了从依靠人工、机器操作、引入网络再到互联互通最后实现智能决策,我们完整经历了这个不断升级递进的过程。”卞亚波解释。

近年来,通用股份不断推进“智改数转网联”,其中半钢智能工厂率先打造“黑灯车间”,全钢工厂打造“5G碳云智能工厂”。

所谓“黑灯车间”,主要是在无照明、无人工干预的情况下整条生产线可24小时不间断生产,能够降低用工成本50%,提升生产效率40%,降低运营成本20%。“通过全自动化管控和智能化决策,可以降低人为干预,这能够进一步稳定轮胎品质。”卞亚波说。

据悉,近3年,无锡市智能制造标杆数量翻了2.5倍,目前已达到5948家。

习近平总书记指出:“传统产业

抢抓低空经济

布局低空经济也成为无锡践行新质生产力理念的一项重要举措。

加快培育和形成新质生产力,是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。在新一轮技术革命和产业演进中,新质生产力不仅要扶持传统产业,更要推进新兴产业前瞻布局。

7月26日,一架贝尔505直升机从苏州阳澄湖南畔的苏州若航直升机基地起飞,飞行10分钟到达无锡硕放机场直升机起降场。原本这一距离打车需要四五十分钟,坐公交则需耗时一个半小时。

记者了解到,上述“空中巴士”在试运营期间共有两种机型可选择。罗宾逊R44机型包机价格1450元/班次,可乘坐2—3名乘客;贝尔505机型包机价格2860元/班次,可乘坐3—4名乘客。如果采用“拼机”方式,每人仅需不到500元。

无锡机场集团相关负责人表示,“空中巴士”与机场VIP服务的深度融合,形成了“空空联程”一站式服务的创新模式。通过空中快速飞行及机场专属通道,通行效率相较于传统模式提高4—5倍。

布局低空经济也成为无锡践行新质生产力理念的一项重要举措。

2024年3月,低空经济首次被写入《政府工作报告》。一个月后,无锡市发布了首个明确的全域性低空经济发展蓝图——《无锡市低空经济高质量发展三年行动方案(2024—2026年)》(以下简称“《低空经济方案》”)。

事实上,早在2011年,世界第一款水上飞机制造商——德国道尼尔家族的海星水陆两栖飞机来中国进行路演时,无锡的低空经济发展已展露优势。2013年年底,无锡市交通产业集团、无锡产业发展集团共同与德国道尼尔家族控股公司ASL合资成立道尼尔海翼。

道尼尔海翼相关负责人表示,6月水上首飞成功的DS-2C飞机使用车用95号汽油,106升燃料可达到900公里航程,可适用陆基跑道、水面、草原、沙滩等环境起降,满足了空中游览、私人飞行、飞行培训、应急救援等低空经济多元化发展需求。

“而在德国,海星飞机第二架原型机SN1004架机在普法芬霍芬机场成功完成首飞,计划在夏季进行水上飞行测试。”道尼尔海翼相关负责人进一步表示,待到2025年取证,海星飞机年产能将快速达到48架,第一架量产的国产机型也将于同年在宜兴工厂下线,该机型已受到来自东南亚、希腊等地客商的青睐。

依托丁蜀机场的基础设施条件以及道尼尔海翼这样的整机制造企业,占地3000亩的宜兴

丁蜀低空经济产业园正在太湖之畔崛起。

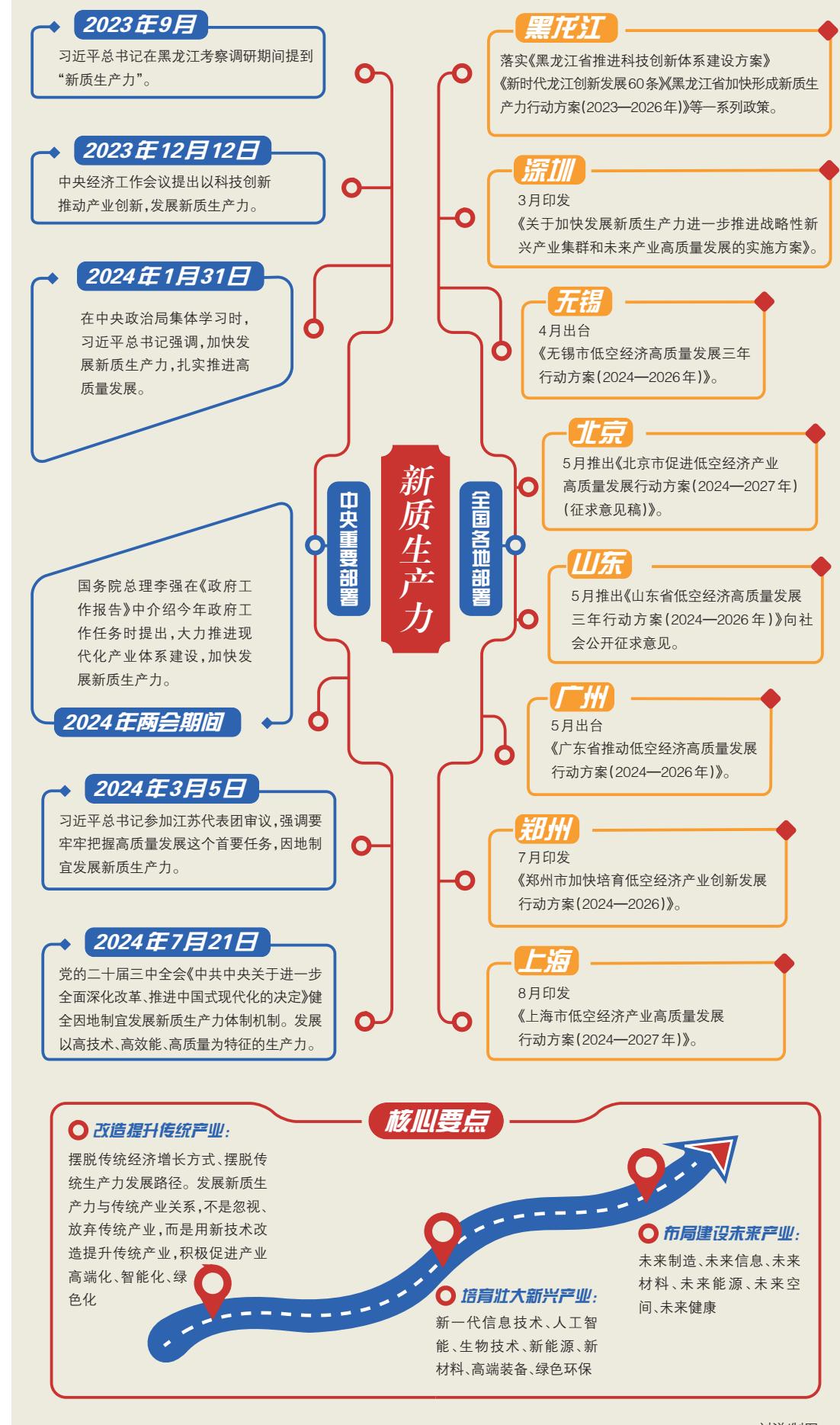
据介绍,该产业园还引入乐享通航、华彬东部等通用航空运营企业,计划开展飞行器研制、测试和

驾驶航空为重点的产业空间布局,构建集研发制造、商业应用、基础设施、服务配套“四位一体”的低空经济协同发展空间,低空经济产业产值规模突破300亿元。

物流”“低空+城市治理”和“低空+交通”四大场景。

下一步,无锡市将以技术创新为驱动、以空域优化为突破、以基础设施为保障、以应用场景为牵

新质生产力重要节点部署安排



刘洋/制图

通航飞行服务、空中文旅、资质培训等业务。

《低空经济方案》指出,到2026年,无锡市以传统通用航空、无人

无锡市交通运输局低空经济发展处副处长蔡羽表示,无锡市现

有七大类55项低空经济应用场景,主要分为“低空+文旅”“低空+

引,加速将无锡打造成长三角低空经济产业发展高地、全国低空经济创新示范区。

下转 A3

记者观察

让算力成为经济澎湃“新动能”

文/郭阳琛

每隔数十米便会有的一块电脑屏幕,不仅有订单号、订单量、日产量和合格率等常规数据,裁剪、缝纫和整烫等步骤只要出现异常,屏幕立刻会显示红色。这是发生在红豆男装工业互联网标杆工厂的日常一幕。

在提升数字化管理水平的同时,客户在手机App下单、输入各

产品私人化定制服务。“一套西服有300多道工序,过去在生产‘大货’时插入一件‘定制单’,可能需要一个月的时间。如今依靠工业互联网,从量体、设计、定制、排程、生产到出厂,能够实现‘7天快返’。”红豆男装工业互联网标杆工厂厂长潘家祥说。

这是无锡市传统产业转型升级的一个缩影,但这种转型并非一蹴而就。

记者在走访中了解到,在工

亿元的改造费用,对企业来说,这也是一笔“划得来的买卖”。

传统产业转型升级,未来产业新潮涌动。

在无锡市梁溪区顺丰无人机物流起降点,一架载着快递包裹的丰翼无人机腾空而起,快速升至150米高空,几分钟后精准降落在指定位置,实现了无人机低空物流配送。

无锡之行,也让公众对工业物联网有了更直观的感受。当前,制造业转型升级已不是口号,提升智能化、自动化水平不仅能够缓解用工荒、减少库存量,更能让生产力水平得到进一步释放。即使需要花费少则几千多则数

1200平方米,未来能够提供超1600P算力。由于采用浸没式相变液冷技术,可有效将PUE(数据中心总能耗)降低至1.05,噪音也会降低20—35分贝。

而在无锡经济开发区,文远知行打造的L4级无人驾驶小巴在道路上平稳行驶。根据预设站点自动停靠,10条线路联通地铁站点、高等院校、产业园区、居民小区、商业综合体等热点区域。

产业要发展,算力保障至关重要。3月20日,无锡市制定出台《关于加快推进算力发展和应用的实施意见》,旨在以优质普惠算力供给为基础,以应用场景建设为牵引,打造从供给到应用的

全链条算力创新生态,为无锡市构建以先进制造业为骨干的现代化产业体系提供有力支撑。

与此同时,无锡市还是江苏省率先发放“算力券”的城市,每年设立了5000万元的“算力券”补助资金。其中,对重点企业和单位通过无锡市算力公共服务平台,使用本市智能算力资源服务的,给予不超过实际支付智能算力费用30%的补助;使用外地智能算力资源服务的,给予不超过实际支付智能算力费用15%的补助。

作为长三角的几何中心,无锡在向“新”而行的道路上不断奋进,这将为推进中国式现代化江蘇实践贡献更多力量。

家电以旧换新政策再加码 补贴资金实行央地共担

本报记者 谭志娟 北京报道

作为调控宏观经济、拉动内需的重要手段,今年以来,消费品以旧换新政策相继出台,政策效果不断加码。

近日,商务部、国家发展改革委等4部门办公厅印发《关于进一步做好家电以旧换新工作的通知》(以下

简称《通知》),要求做好政策衔接,同时明确补贴品种和补贴标准。

商务部研究院学位委员会委员、研究员白明接受《中国经营报》记者采访时表示,此次政策将刺激消费与消费升级相结合,不仅有助于促进经济稳定增长与拉动就业,同时也为家电制造业提供了转型升级的机会。

11月或迎窗口期

针对经济下行压力,通过财政补贴,降低消费者更新家电的成本,进而带动家电销售,将对经济产生积极的推动作用。

推动大规模设备更新和消费品以旧换新,是党中央、国务院着眼于我国高质量发展作出的重要部署。“两新”(指大规模设备更新和消费品以旧换新)政策实施以来,逐渐成为扩大内需、提振消费的重要落点。

2024年7月,中共中央政治局会议在部署下半年经济工作时强调:“要以提振消费为重点扩大国内需求,经济政策的着力点要更多转向惠民生、促消费。”

8月,国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》,优化和扩大服务供给,释放服务消费潜力。

8月16日,商务部等7部门对外发布关于进一步做好汽车以旧换新有关工作的通知。报废二手车并购买新车的个人消费者,补贴标准由购买新能源乘用车补1万元、购买燃油乘用车补7000元,分别提高至2万元和1.5万元。

此次《通知》明确了参与以旧换新的产品有冰箱、洗衣机、电视等8类,每位消费者每类产品可补贴1件,每件补贴不超过2000元。

在耐用消费品中,汽车和家电是拉动消费的主要力量。中泰证券研究所政策团队首席分析师杨畅认为,现阶段针对家电以旧换新,充分表明了聚焦家电消费的政策意图。

中国银行研究院研究员叶银丹对记者表示,家电行业是技术密集型产业,以旧换新政策可以为家电制造业带来新的市场需求,激励企

业加大研发投入,推动产品创新和技术升级。

在她看来,家电以旧换新政策不仅有利于提升国内家电产业的竞争力,也有助于推动整个制造业的高质量发展。“政策将直接刺激消费。”

今年以来,消费需求不足成为制约国内经济增长的重要因素。从2024年二季度当季情况看,国内生产总值同比增长4.7%,增速比一季度有所回落。

国家统计局指出,从短期来看,反映出当前经济运行中的困难挑战有所增多,特别是国内有效需求不足的问题比较突出。

针对经济下行压力,叶银丹认为,通过财政补贴,降低消费者更新家电的成本,进而带动家电销售,将对经济产生积极的推动作用。

与此同时,政策还鼓励废旧家电的回收利用,这有助于减少废弃物对环境的影响,推动资源的循环再利用。

对于本轮家电以旧换新的空间,申万宏源证券首席经济学家赵伟对记者表示,据申银万国证券测算,参考全国首轮家电下乡、以旧换新政策效果,假设10%的以旧换新补贴用于支持家电且在2024年全部使用,或可带动9—12月家电消费增长3%—8%,全年家电消费增长1%—3%。

由于家电消费主要集中在6月和11月。赵伟预计,本轮政策效果或更多体现在11月。



《通知》明确了参与以旧换新的产品,以及每位消费者每类产品可补贴1件,每件补贴不超过2000元。

本报资料室/图

补贴实行央地共担

本轮中央财政资金支持比例高于2009年家电下乡和以旧换新80%的支持比例,这或将打通政策落地堵点,加快政策落地见效。

今年3月,国务院正式印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》。此后,支持“两新”的政策不断加力,补贴范围更广,金额也更高。

7月,国家发展改革委联合财政部印发《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》(以下简称《措施》),统筹安排3000亿元左右超长期特别国债资金。

《措施》要求,家电以旧换新补贴资金按照总体9:1的原则实行央地共担,东部、中部、西部地区中央承担比例分别为85%、90%、95%。各省级财政根据中央资金分配情况按比例安排配套资金。

关于补贴方式,《通知》提出“鼓励地方采用支付立减、发放个人实名代金券等不同方式”。

在业界看来,不同于3月27

日第一轮消费品以旧换新政策中“发挥财税政策引导作用”,本次《通知》提出的支付立减、代金券等可以直接让居民享受的政策优惠更直接。

叶银丹认为,此前,国家发展改革委直接向地方安排超长期特别国债资金,这种资金支持有助于确保政策的顺利实施,体现了国家对促进消费和产业升级的坚定决心。

鉴于本轮中央财政资金支持比例高于2009年家电下乡和以旧换新80%的支持比例,这或将打通政策落地堵点,加快政策落地见效。

叶银丹表示,补贴资金的央地共担原则,以及对不同地区中央承担比例的差异化安排,体现了政策对区域发展差异的考虑。

“这种差异化的资金支持一

方面充分考虑了各地方政府的财力差异,另一方面也考虑了各地产业结构不同、政府推动积极性不同的问题”。叶银丹说。

统计显示,目前家电产业生产制造以及税收主要产生于东部地区,而中西部地区地方政府本身对于推动该政策积极性或稍显不足。叶银丹认为,由于各地发展的差异化,中央和地方承担比例安排,有助于平衡区域发展,也能促进资源在不同地区的合理配置。

根据《通知》,各省级财政根据中央资金分配情况按比例安排配套资金。市场普遍认为,通过合理的资金分配和共担机制,有助于确保政策的长期有效性,同时也能避免因资金不足而导致政策中断。

叶银丹预计,该项政策实

施后将直接刺激家电消费,特别是财政补贴和以旧换新措施的落地还将降低消费者的购买成本,这会带动家电销量的增长,从而提升家电对整体社零的贡献度。

近年来,随着消费者对家电产品品质和功能的要求提高,政策的推动也进一步促进消费者倾向于购买高效能、智能化的新型家电产品。国家统计局的数据显示,2023年我国最终消费支出对经济增长的贡献率达82.5%。

叶银丹认为,政策的推动将增加市场的交易量,提升家电市场的活跃度,为家电制造业和零售业带来新的增长点。“在结构上,预计消费有望继续保持增长趋势,特别是在健康、教育、文化娱乐等服务消费领域,消费者可能会更加注重产品的品质和个性化”。

税收看经济内循环:全国统一大市场加快推进

省际间贸易加快畅通

本报记者 杜丽娟
北京报道

伴随各项宏观政策效应的逐步释放,大宗商品价格持续回升,这促进了原材料相关行业销售好转。根据国家税务总局公布的增值税发票数据,7月经济整体延续回升向好态势。

具体来看,1—7月,反映国内各省之间贸易联系紧密程度的省际间贸易额同比增长3.8%,占全部销售额比重为40.6%,并呈提升态势。

对于这种变化,国家税务总局税收科学研究所所长黄立新在接受《中国经营报》记者采访时表示,增值税发票数据是反映我国经济运行的重要税收数据。从7月数据看,我国经济稳中有进、持续向好的迹象比较明显,这成为中国经济发展的一个缩影。

增强省际间贸易流通性,是我国建设统一大市场的重要目标。

在我国东部沿海地区舟山群岛的海岸线上,集装箱轮进进出出,无人集卡穿梭作业。作为宁波舟山港一体化首个示范工程,宁波舟山港金塘港区大浦口集装箱码头正在加速释放海洋时代、轨交时代、双碳时代的“多重利好”。

今年1—6月,宁波舟山港金塘港区大浦口集装箱码头已累计完成集装箱吞吐量107.8万TEU,开辟35条国际航线,持续扩大港口腹地辐射。”舟山甬舟集装箱码头有限公司副总经理黄博文介绍。

不仅如此,今年公司还享受了2400余万元的增值税留抵退税。“政策利好的释放,让我们以更加智慧畅通的物流体系助推全国统一大市场建设。”黄博文说。

助力现代商贸物流

作为建设全国统一大市场的重要支撑,近年来,交通运输和物流支撑作用明显增强,现代化交通物流体系逐步健全。

在新疆喀什伽师县,每年8月15日前后都是新梅最佳的采收时间。今年,伽师全县种植新梅57万亩,挂果41万亩,预计年产量在35万吨左右,有望带动全县人均收入增加1.5万元以上。伽师新梅也成为当地支柱产业。

伽师县中荔农业发展有限责任公司是一家集新梅果品智能精



在川渝高竹新区税费征管服务中心,重庆市渝北区税务局工作人员辅导企业办税人员办理跨区域涉税业务。

和政策内容,不断深化拓展“政策找人”,触发政策前置提醒,确保税费支持政策“快准稳好”落地见效。

自今年4月首批“税收服务长

三角一体化体制机制破难合作项目”发布以来,浙江平湖、上海金山两地税务部门积极探索长三角区域税收数据共享共用。

“通过税务部门的牵线搭桥,我们发现了好几家公司都跟我们阀门产业链供应链业务有密切联系,我觉得未来强强联合的趋势会越来越明显。”上海弗雷西阀门有限公司的财务负责人陈丽红告诉记者。

据悉,目前平湖、金山两地税务部门以纳税人需求为导向,通过建立跨省诉求联动响应机制、设置“长三角一体化税务服务专员”提供个性化政策解读、举办跨区域经营企业家下午茶恳谈会进行现场对话交流等方式,直击企业涉税痛点堵点难点问题,为两地纳税人缴费人提供更便利、更统一、更规范的税费服务。

人海森说。

在落实税收助力现代商贸物流发展措施方面,新疆税务部门持续聚焦区位和产业优势,整合区域物流资源,进一步提高政策推送精准度,确保冷链物流经营主体更好享受政策红利。

据了解,为更好服务全国统一大市场建设,国家税务总局日前发布《关于进一步便利纳税人跨区迁移服务全国统一大市场建设的通知》,从“优化事前提醒”“提速事中办理”“完善事后

除此之外,推动国内商品服务高效自由流动也成为建设全国统一大市场的主要目标之一,通过发票购销关系可以反映国内各省之间贸易紧密程度。

增值税发票数据显示,1月—7月,全国省际销售总额同比增长3.8%;省际贸易销售额占全部销售额比重为40.6%,较上年同期占比提高0.6个百分点。全国31个省份中,有22个省份省际贸易销售额增速实现正增长,其中13个增速超过全国平均水平。

以川渝为例,今年上半年,川渝贸易金额实现4310亿元,同比增长7.8%。其中,川渝两地批发零售业、制造业往来销售收入同比分别增长9.8%和3.2%,采购金额同比分别增长11.6%和3.5%。市场普遍认为,全国统一大市场建设加快推进川渝产业链协同发展。

服务”全环节推出系列举措,进一步便利纳税人跨区迁移,持续优化税收营商环境,通知自9月1日起执行。

国家税务总局纳税服务司司长沈新国表示,按照党中央、国务院关于加快全国统一大市场建设决策部署要求,税务部门将推动生产要素畅通流动、各类资源高效配置,以税收职能作用的有效发挥,更好服务构建全国统一大市场,畅通国内大循环,推动高质量发展。

数字强国 破浪向前

2024中国国际大数据产业博览会(以下简称“数博会”)在贵州举行。今年是数博会举办的第十年,本届会议以“数智共生:开创数字经济高质量发展新未来”为主题,集中展示大数据领域最新技术和前沿成果,吸引众多海内外展商嘉宾参与。

引领创新趋势 数博会助力贵州打造算力强省

本报记者 索寒雪 贵阳报道

科技革新与产业升级的不断推进,使数据逐渐成为推动经济发展的重要资源。

8月27日,2024数博会在贵州省贵阳市开幕。历经10年发展,数博会推动贵州数字经济、数字产

业硕果累累,并成为我国数据领域引领创新趋势、展示行业成果、促进开放合作的重要盛会。目前,贵州省已是全国计算能力最强的省份之一。

贵州省委书记、省人大常委会主任徐麟在数博会开幕式上介绍,贵州目前在建、投运重点数据中心

抓住“东数西算”机遇

2014年,贵州以后发赶超之势抢占先机锚定了大数据产业。2015年,全球首个以大数据为主题的展会在贵阳举行,“中国数谷”由此崛起。

党的二十届三中全会强调“健全促进数字经济和实体经济深度融合制度”,这凸显了数实融合的重要性。

当前,“东数西算”是国家级的算力资源调配工程,通过构建数据中心、云计算、大数据一体化的新型算力网络体系,该工程将东部的算力需求有序引导到西部,优化数据中心的建设布局,并促进东西部的协同联动。

为了更好地支撑“东数西算”工程,贵州加强了网络基础设施的建设,通过提升网络带宽和传输速度,确保数据的快速传输和交换。与此同时,贵州还不断优化网络架构,以应对日益增长的数据传输需求。

国家数据局党组书记、局长刘烈宏在数博会开幕式谈及贵州发展机遇时指出,贵州敏锐意识到数据的价值,把发展大数据作为区域发展战略,持续发力数据与算力基础设施建设,积极培育

数据要素市场。

2014年,贵州以后发赶超之势抢占先机锚定了大数据产业。2015年,全球首个以大数据为主题的展会在贵阳举行,阿里巴巴、腾讯、富士康等全球500强参与其中,“中国数谷”由此崛起。

10年来,贵州发生了翻天覆地的变化。

中电太极集团党委书记、董事长吕翊向《中国经营报》记者回忆:“数博会举办了10年,我的感受非常深。第一年来参加数博会的时候,还是一头雾水,觉得贵州这个地方怎么能发展大数据?当时很多业界同仁都持怀疑态度。”

然而,10年的发展,让吕翊相信“事在人为”。“我们看到贵州打造了一个在全国范围内、乃至全球范围内大数据发展的样板。”

在人工智能高速发展的今天,大数据、数实融合以及数智化技术,都在贵州进行着深度的融

合发展。不仅如此,数博会作为桥梁,还连接了政府、企业、学术界和公众,促进了跨界合作与资源共享。

目前,贵阳大数据科创城集聚大数据及相关企业上千家,贵州大数据电子信息产业年产值5年实现翻番,软件和信息技术服务业年收入8年翻了三番,数字经济增速连续9年居全国前列。刘烈宏认为,这些实践经验既为贵州经济社会转型发展提供了新动能,也为国家推进数据要素市场化配置改革提供了有益探索。

据悉,经过10年发展,数博会参会国家和地区数量逐年增加,到2024年,已有超过50个国家和地区代表参与,其中包括众多“一带一路”合作伙伴。

与会人士表示,数博会不仅成为中国与世界分享数字经济发展经验的窗口,也成为全球合作伙伴寻求共赢机遇的重要窗口。



2024中国国际大数据产业博览会上发布了《2024数字政府创新成果与实践案例》。

本报资料室/图

带动算力集群发展

以目前的数据,贵州的算力智算密度是全国智算比例的3倍,这说明贵州已经是全国智算的高地。贵阳贵安目前集聚了大型及以上的数据中心22个,是全球超大型数据中心集聚度最高的地区之一。

在数字基础设施建设方面,贵州建设了全国一体化算力网络国家(贵州)枢纽节点。在牢牢抓住安全自主可控的算力基础设施的背景下,贵州积极部署智能计算服务器和AI芯片,支持各种复杂的数据处理和分析任务。

徐麟表示,这些数据中心不仅提供了大规模的存储和计算能力,还具备高可用性和灾备能力,这可以确保数据的安全性和可靠性。

不仅如此,数字应用场景也在贵州实现了新拓展。目前,贵州实施了万企融合,统计显示大数据带动了3万多家企业发展。

中国联通党组书记、董事长陈忠岳在数博会开幕式上对“贵州模式”给予了很高评价。他认为,以目前的数据,贵州的算力智算密度是全国智算比例的3倍,这说明贵州已经是全国智算的高地。

陈忠岳表示,要推动大数据和

人工智能发展需要构筑更先进的网络,深化大数据与人工智能的创新,则需要融合更广泛的技术,而释放大数据和人工智能价值需要打造更丰富的服务。

可喜的是,贵州抢得了这个新机,当前越来越多的市场主体慕名而来。

据悉,贵阳贵安目前集聚了大型及以上的数据中心22个,是全球超大型数据中心集聚度最高的地区之一。

此外,贵阳大数据交易所入住的交易市场主体也达上千家。

贵阳信息技术研究院副院长陈峰坦言:“借助贵州大数据的土壤,我们孵化了相关产业,目前已在交通大数据、司法大数据、数字乡村、生态物联网等领域产生了一系列研究成果。”

记者了解到,10年间,贵州发布了首个《大数据贵阳宣言》,全国首部大数据地方法规《贵州省大数据发展应用促进条例》正式颁布实施。

施。此外,全国首套数据交易规则体系也正式发布,这些理论创新成果促进了全球范围内产业标准的对接与共享,为全球数据治理贡献了中国智慧。

360数字安全集团总裁胡振泉表示,360已经开始在贵州利用数据和算力去训练越来越多的垂直大模型。“我认为贵州有很丰富的数据资源,数据是智能化时代的‘石油’,非常重要。贵州对于企业来说具有先发优势。”

根据大会组委会披露的消息,本届数博会以企业为主体,布设6万平米展区,分为数字产业化、产业数字化、数据价值化等6大主题展览板块。

参展企业包括华为、阿里、腾讯、百度、京东等行业知名企业,以及来自美国、德国、加拿大等30多个国家和地区的77家境外企业,将集中展示各领域前沿数字技术、解决方案及创新应用。

2024年9月新刊抢先读



广告

随着数字经济的迅速发展,作为新型生产要素的数据正成为重构产业格局的重要力量,尤其伴随2024年1月1日《企业数据资源相关会计处理暂行规定》正式实施,数据资产被纳入会计处理范畴,数据要素的乘数效应开始影响到各行各业,开始了数据从资源到资产,再到资本的价值实现过程。

因此,2024年被业界视为“数据资产入表元年”。伴随数据资产融资、质押、入股,保险、信托、证券化等一系列数据交易行为的增加,数据应用场景的不断拓展,以及数据与土地、劳动力、资本、技术等其他生产要素的协同,我们认为,一场新的技术革命正在到来,它将引发生产力的跃迁和经济全场域的颠覆性变革,拓宽经济增长的路径,同时也为企业和地方经济带来新的增长空间。

本期《商学院》杂志从数据新资产、数据新场景、数据新治理三个维度来发现数据价值实现过程中的创新探索与典型案例,发现数据应用创新背后的商业逻辑、难点痛点以及制度缺口,为商业实践者和政策制定者提供一个相对系统、集中的数据应用创新群像。

我们也期待越来越多的企业将从这里开始,打开“数据金矿”的新机会与新未来!

• 热点 HOT NEWS •

18 构筑数字世界的信任:
优化数据治理政策框架

35 中国人保破题“数据资产保险”

38 中移集成:“数据雄安”迭代智慧城市
58 金风科技:构建风电数据交易新场景

62 亚马逊“数据湖”让数据治理水到渠成

85 星竞威武赴美敲钟,
如何重估“电竞+”价值?

99 单霁翔:解读“北京中轴线”申遗

订阅

《商学院》杂志全年订价480元
本期零售价40元
邮发代号:2-520
订阅咨询电话:010-88890090
mall_id=543690507

在线零售

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

纸质刊订阅



商学院APP



上接 A2

锁定未来产业

经过多年的发展,无锡形成了产业链条完整、上下游企业互为支撑和龙头企业集聚的集成电路产业。

立足无锡“465”现代产业集群发展方向,未来产业成为无锡新质生产力高质量发展的重中之重。

4月2日,《无锡市加快培育发展未来产业的实施意见》(以下简称《未来产业意见》)正式发布,其中提出要聚焦人工智能、量子科技、生物医药等前沿领域,加强科技创新和人才培养,推动产业集群化和高端化发展。

在无锡蠡湖之畔,国家超级计算无锡中心的大楼里,“神威·太湖之光”超级计算机闪烁着莹莹绿光。

国家超级计算无锡中心主任杨广文表示,超算是科技与企业创新设计的必备基础,也是数字经济发展核心驱动。“随着大数据技术的推广,超算的‘玻璃房子’成为过去,算力需求正在持续攀升。”

2019年,杨广文创办了太初(无锡)电子科技有限公司(以下简称“太初元碁”),研发自主可控的适用于人工智能领域计算加速的高性能通用处理器,探索国产高性能通用处理器在人工智能领域的应用落地。

不仅如此,无锡还拥有总参第

家课题,但无法养活这台机器。因此杨广文提出利用“神威·太湖之光”做一些突破性的研发,这推动了研发成果在市场中落地。

“太初元碁也从超算中心孵化而来。”该负责人说,目前,公司已在无锡、北京、上海和南京设立了4大研发中心,并在盐城建立了1个系统集成中心。

而太初元碁这样的人工智能芯片设计企业能够在无锡市落地生根,也与无锡大力推动发展集成电路密切相关。经过多年的发展,无锡形成了产业链条完整、上下游企业互为支撑和龙头企业集聚的集成电路产业生态。

太初元碁相关负责人介绍,当初之所以选择在无锡落户,首要考量因素是无锡的区位优势,作为国内仅次于上海的集成电路最大生产基地,无锡是全国唯一集成电路全产业链发展的地级市。

根据行业协会统计,2023年,无锡集成电路规上产业产值达2400亿元。设计、制造、封测“核心三业”规模约占江苏省1/2,全国1/8,分居全国城市第5位、第3位、第1位。

不仅如此,无锡还拥有总参第

近年来,聚焦先进封装,无锡大力开展晶圆级封装、2.5D/3D封装,深入开展芯粒技术攻关,巩固我市在封测领域领先优势;聚焦国产装备,鼓励支持细分领域领先企业做大做强,推动更多成熟产品进入本地供应链;聚焦高端计算芯片,服务和融入自主可控的国产信创体系建设,引育壮大AI芯片生态企业,积极实现在新赛道布局。

按照《未来产业意见》要求,无锡提出的“465”现代产业集群将重点在人工智能、量子科技、第三代半导体、氢能和储能、深海装备等领域积极布局。同时还将选取低空经济、人形机器人、商业航天、元宇宙、合成生物、高端膜材料等6个新赛道,构建“5+X”的未来产业发展体系。

杜小刚表示,围绕未来制造、未来信息、未来材料、未来能源、未来空间、未来健康“六大方向”,无锡市陆续出台了未来产业发展计划,并以创新研发和场景应用为导向,加强对接头部企业、上市企业、新锐企业。

“这表明,未来除了人工智能,无锡还会加快抢占元宇宙、合成生物、人形机器人、商业航天、低空经济等产业新赛道。”杜小刚说。

《黑神话:悟空》火爆出圈 金融解锁游戏产业新契机

本报记者 王柯瑾 北京报道

近期,以中国神话为背景的动作角色扮演游戏《黑神话:悟空》上市,以惊人的速度登上最热游戏榜首。其不仅填补了国内3A游戏领域的空白,也象征着中国游戏产业发展开启了新纪元。

巨大的制作投入背后离不开金融的支持。随着《黑神话:悟空》的火爆出圈,银行、保险等金融机构纷纷解锁新机遇,推出多元化金融方案,为游戏产业的蓬勃发展注入强劲动力。

在业内人士看来,游戏产业在丰富居民业余生活、促进消费增长等方面将发挥越来越重要的作用,金融与游戏产业也将加快融合,相互借力,共同助力经济高质量发展。

“一方面,金融机构将增加对游戏产业的关注和投资,支持游戏产业挖掘、孵化更多如《黑神话:悟空》这样的优质项目。另一方面,游戏产业金融化的趋势也会越来越明显,金融机构将开发更多针对游戏产业的金融产品,如游戏产业基金、游戏产业债券等,为游戏企业提供更多融资渠道。此外,游戏技术与金融科技的结合将有新进展,在生成式AI、虚拟现实、增强现实、区块链等领域的应用为金融行业带来更多创新;游戏作为元宇宙概念的先驱,将开辟新的想象空间,为金融行业提供与客户新的交互方式和投资机会。”中国银行(601988.SH)大湾区金融研究院高级研究员曾圣钧在接受《中国经营报》记者采访时表示。

多元产业价值迸发

2023年,中国游戏市场实际销售收入达到3029.64亿元,同比增长13.95%,增速高于经济增长水平。

《黑神话:悟空》被誉为国产3A游戏的里程碑。在游戏领域,3A通常指“*A lot of time*”(大量的开发时间)、“*A lot of resources*”(大量的资源)、“*A lot of money*”(大量的金钱)。精良制作的背后少不了金融的身影。记者采访了解到,《黑神话:悟空》制作方深圳游科互动科技有限公司(以下简称“游科互动”)股东曾将部分游科互动的股权进行质押,获得了招商银行(600036.SH)的股权质押贷款。另据华尔街见闻报道,招商银行提供的授信贷款利率只有3.6%,是该行在现有机制下,面向新兴行业企业融资所做出的勇敢尝试与创新。

《黑神话:悟空》火爆之后,银行信用卡也推出相关活动。如使用农业银行(601288.SH)Visa信用卡Steam买游戏享10%返现,借力拓展游戏群体客群。

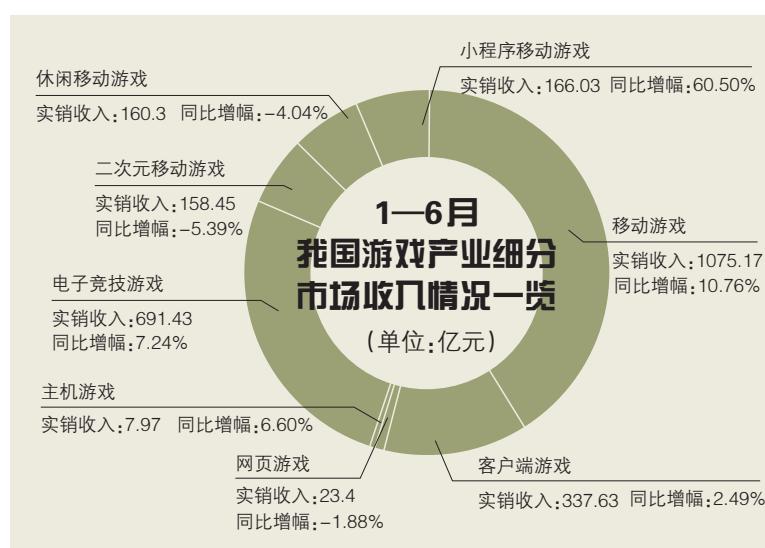
曾圣钧分析道,2023年中国游

戏市场实际销售收入达到3029.64亿元,同比增长13.95%,增速高于经济增长水平。我国游戏用户规模达到6.68亿人,创历史新高,游戏产业的迅速发展给银行及其他金融机构带来更多服务机会。“一是以《黑神话:悟空》为代表的大型3A国产游戏开发资金需求大,研发周期长,无论是日常维护还是开发新游戏或投资项目,都需要庞大的资金支持,金融机构融资需求将会持续增加,从而拉动科技金融的创新发展。二是游戏产业涉及庞大的产业链,从硬件供应商、开发分包商、云服务商到个人游戏玩家等,都需要银行提供便捷、安全的支付和结算环境,支持游戏企业正常运营并保障用户的体验,从而拉动银行供应链金融服务的创新需求。三是游戏行业的付费用户规模日益扩大,需要银行根据不同消费场景开发

更加丰富的分期付款、联名卡等消费金融产品,满足玩家的日常数字消费金融服务需求。”

此外,随着电竞游戏逐渐成为中国文体产业的重要组成部分,电竞经济也将成为拉动消费的重要力量和经济增长的新动能。近日,国务院印发的《关于促进服务消费高质量发展的意见》提出,通过“提升网络文学、网络表演、网络游戏、广播电视台和网络视听质量”激发消费活力,通过“支持电子竞技、社交电商、直播电商等发展”培育壮大新型消费。

实际上,银行机构与游戏产业融合一直都有探索。例如,西安曲江电竞产业园与浙商银行(601916.SH)西安分行达成战略合作,浙商银行西安分行利用自身优势向西安曲江电竞产业园提供广泛而有效的金融产品和服务,包括入驻企业对资金、结算、外汇、贷款、担保等方面



数据来源:《2024年1—6月中国游戏产业报告》

王柯瑾/制图

的需求;广东华兴银行广州分行作为2023年度中国游戏产业年会广州版权金融论坛提供金融支持等。

除银行外,今年2月,中国出口信用保险公司(以下简称“中国信保”)首次推出针对“游戏出海”的专项保险服务。7月,《厦门市商务

局中国信保厦门分公司关于充分发挥出口信用保险作用扎实推进贸易高质量发展助力打造新发展格局节点城市的通知》提出:“中国信保厦门分公司各业务单位要进一步推动‘游戏出海’新产品实现承保突破。”

“金融+游戏”的新空间

展望未来,“金融+游戏”可以结合新技术和数字化工具,为游戏产业提供更多元化的金融支持。

《黑神话:悟空》震撼全球,给金融服务游戏产业提供了新的机遇和广阔空间。中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平分析认为:“从供给端看,游戏产业属于文化创意产业的范畴,弘扬正确价值观的游戏产品受到热捧,甚至走出国门,符合文化强国建设的方向;从需求端看,通过网络游戏活动激发文化娱乐消费,符合当前培养新型消费热点的主题;从发展路径看,游戏产业与元宇宙、虚拟现实、AI等科技热点密切相关。因此,游戏产业火爆及政策利好将为金融机构寻找新的业务增长点提供一定的机遇。”

其实,从游戏产业本身来看,其风险特征给金融服务提出了很高的要求。“首先,游戏产业具有较高的市场风险和技术创新风险,金融机构风险评估的专业度还有待提升。其次,游戏属于轻资产行

业,主要资产为知识产权、虚拟资产以及团队声誉,难以进行有效的抵质押。最后,游戏产业的监管政策也具有较大的不确定性。游戏产业的周期波动比较明显,行业盈利能力和发展前景受到市场波动的影响较大,行业竞争也比较激烈。”曾圣钧表示。

素喜智研高级研究员苏筱芮亦表示,游戏产业不像传统企业那样具有大量有形抵质押物,而是更侧重诸如专利、版权等无形资产,因此如何对此类无形资产开展风险评估,确实面临一些挑战。“从过往成功案例看,金融机构需要深入研判游戏企业具备的研发能力及竞争优势,通过专利、版权等无形资产的价值把控以及对产品竞争力、营收模式及回款现金流的有效评估,在企业经营成长的对应阶段给予合理授信,支持游戏企业从研发沉淀真正走向市场化成功之路。”

对于游戏产业融资的难点,曾圣钧建议:“金融机构需要提供多元化、特色化的金融服务,满足游戏产业融资需求。一是加强对游戏产业的研究,了解各类游戏细分行业的发展趋势、市场规模、盈利模式等,从而更好地评估游戏企业的融资需求和潜在风险。二是提供定制化融资方案,根据游戏企业的特点和需求,提供个性化的融资方案,包括知识产权贷、数据贷、科创贷等产品,利用游戏数据进行更精准的风险评估和信用评级,设计更合理的融资方案,满足不同类型游戏企业的资金需求。三是创新联动金融服务,比如银行可以加强与VC/PE等股权投资基金的联动,撮合更多‘耐心资本’提供中长期的资金支持。”

展望未来,“金融+游戏”还有哪些玩法?曾圣钧以银行为例表示,可以结合新技术和数字化工具,为游戏产业提供更多元化的金融支持。

对于游戏产业融资的难点,曾圣钧建议:“一是推广数字货币支付工具,推出更加安全、高效的数字货币支付服务,为游戏产业链提供更便捷的支付和结算解决方案。二是利用区块链技术开发智能合约融资,为游戏企业提供更加适配、透明、高效的融资服务,降低融资成本和风险。三是针对游戏企业的虚拟资产,银行可以研究开发相应的融资产品,为游戏企业提供更灵活的融资支持。四是加强在绿色金融方面的服务支持,对于游戏产业中注重环保和可持续发展的企业,银行可以推出绿色金融产品,为这些企业提供更加优惠的融资支持。”

在曾圣钧看来,2023年,全球游戏市场规模同比增长6.00%,而我国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入却同比下降5.65%,显示“出海”赛道竞争非常激烈,金融机构亟须趁势加大游戏产业“走出去”的服

务力度。“一是提供更加便捷、安全的跨境支付和国际结算服务,帮助国产游戏企业处理海外业务中的资金流动问题,降低汇兑成本。二是为国产游戏企业的出口提供服务性贸易融资支持,帮助企业扩大海外市场,进行国际化运营和推广。三是为游戏企业提供汇率对冲、利率对冲、信用保险等风险管理工具,帮助游戏企业降低国际业务中的市场风险,为企业的海外平台应收账款保驾护航。四是通过股权投资、并购融资等方式,为国产游戏企业提供资金支持,帮助企业在海外市场进行业务拓展及收购海外知名品牌和技术团队。五是提供国际运营的咨询服务,帮助游戏企业了解海外市场的法律、税务、市场等情况,助其制定更好的国际化战略。六是利用海外网点机构渠道优势,提供增值服务,帮助国产游戏在海外市场进行精准营销。”

互联网保险强监管: 禁止机构和人员无资质“挂靠”

本报记者 陈晶晶 北京报道

互联网保险全面严监管来临。

《中国经营报》记者从业内人士处获悉,半个月之内,国家金融监督管理总局(以下简称“金融监管总局”)相继下发两份文件:一份是《关于加强和改进互联网财产保险业务监管有关事项的通知》(以下简称《通知》),明确了经

营门槛,不满足条件的财产保险公司需要立即停止开展互联网财产保险业务;另一份是《关于进一步规范互联网保险业务有关事项的提示函》(以下简称《提示函》),重点规范互联网保险的营销宣传,禁止无资质人员和机构“挂靠”行为,不得违规宣传、销售非保险金融产品。

多位受访人士对记者表示,金

融监管总局对互联网保险行业实施的最新监管措施,旨在通过规范市场秩序,提升服务质量与专业水平、加强风险防控,以及全面打击互联网保险乱象,有效净化市场环境,保护消费者权益,提升行业信誉,推动互联网保险行业向更加健康、透明、专业的方向发展,为构建安全、合规、高效、可持续的互联网保险生态体系提供坚实支撑。

近年来,互联网财产保险业务发展迅速,为人民群众消费、出行等提供了多样的保障服务,在服务实体经济、服务新市民等社会治理领域发挥了积极作用。公开数据显示,2013年到2022年,互联网保险的保费规模从290亿元增加到4782.5亿元,占全行业原保费收入的10%,年均复合增长率达32.3%。不过,互联网保险在快速发展过程中也暴露出风险管理不到位、线下服务能力不足、业务经营不合规、不审慎、产品销售误导、投诉举报集中等问题。

此次《通知》为进一步规范互联网财产保险业务,有效防范行业风险,提高了互联网财产保险业务的机构准入门槛,要求应符合最近连续四个季度综合偿付能力充足率不低于120%,核心偿付能力充足率不低于75%;最近连续四个季度风险综合评级为B类及以上;金融监管总局规定的其他条件。同

时,开展互联网财产保险业务相关中介业务的保险专业中介机构应为全国性机构;具有三年以上财产保险业务经营经验;销售管理、保单管理、客户服务等信息系统完备,业务流程管理满足业务需要,机构自身符合互联网财产保险业务可回溯管理的相关要求;金融监管总局规定的其他条件。

值得一提的是,对于财产保险公司不满足上述经营条件的,监管要求应立即停止开展互联网财产保险新业务。例如,渤海财险2024年一季度风险综合评级为C,2023年四季度风险综合评级为C。连续两个季度评级为C,未能达到连续四个季度风险综合评级为B类及以上的条件。

8月26日,渤海财险发布公告称,根据互联网保险业务经营相关监管规定,公司已暂停开展互联网保险业务。对于已生效的保险合同,该公司表示将正常履行合同约定的保险责任,并做好后续服务。

记者注意到,近日,已经有渤海财产保险股份有限公司(以下

打击保险营销乱象

中国社会科学院金融研究所、中国社会科学院保险与经济发展研究中心发布的《2023年互联网保险理赔创新服务研究报告》预测,2025年互联网保险保费收入规模将超过9000亿元;2030年互联网保险保费收入规模将超过2.85万亿元。

当前,互联网保险鱼龙混杂,“机构持牌、人员持证”的保险销售底线,也因部分自媒体的扰乱而变得越来越模糊。

记者调查了解到,部分自媒体及其账号存在打擦边球、涉嫌非法经营互联网保险业务的情况,最为典型的业务模式是以提供技术服务、咨询服务等服务的名义,实际上未提供任何真实的服务,却能收取相当于佣金/手续费的服务费(与保费销售收入或保单销售数量挂钩的服务费)。比如,一些自媒体大V利用流量和场景优势,发布病床上的贫困弱势群体、编造灾祸等悲惨故事文章,并在文章中嵌入保险产品诱导粉丝及网友购买。

对于上述情况,《提示函》明确规定,非保险机构提供保险产品引流、商业宣传推广等互联网保险营销宣传服务,应当严格遵守《互联网保险业务监管办法》第二十三条规定,不得从事互联网保险产品销售、咨询、保费试算、报价比价等商业行为。为保险消费者购买保险产品提供网络转接渠道的,跳转的投保页面应属于保险机构的自营网络平台。非保险机构不得以技术服务费、营销宣传费等名义,违规获取互联网保险产品销售手

费或佣金。

需要注意的是,当前市场也充斥着“短期投机者”,无保险销售资质的机构或个人“挂靠”,可能会误导消费者并损害其权益。

业内人士分析表示,保险作为一种长期持有的金融产品,一旦通过“挂靠”,就可能绕开监管要求,从而给保险消费者带来风险,影响市场秩序。

今年5月,东方大地(武汉)保险经纪有限公司与无保险代理销售资质的机构发生保险经纪业务往来、未按规定对保险经纪人进行执业登记等违法违规事实,监管对其进行了警告并处罚。

近日,有多家媒体报道,深圳市云实互联网信息科技有限公司的孟某,将资质挂靠在保通保险代理有限公司(以下简称“保通保险代理”)广州营业部销售保险产品。

记者以消费者身份向保通保险代理办公室相关负责人咨询“挂靠”事宜。该人士表示:“‘挂靠’是不允许的,但是我们平台的保险代理人在外面成立工作室、给团队重新起名字,我们是管不了的。”

九颐数码董事长兼CEO高凤安对记者表示,禁止无资质人员通过“挂靠”方式参与互联网保险业务,是保障消费者权益、维护市场秩序的重要举措。这一措施能有效遏制非法销售行为,提升互联网保险业务的透明度与专业性。

消费者将更有可能获得来自正规、专业渠道的保险咨询与服务,减少因误导销售而引发的纠纷。同时,对于合法经营的保险机构而言,公平竞争的环境将得到进一步巩固,有

助于行业健康、可持续发展。

高凤安进一步对记者表示,全面严打互联网保险乱象,对保险行业具有深远影响。“首先,它将显著提升行业的合规经营水平,净化市场环境,为消费者提供更加安全、可靠的保险服务。其次,这将促进保险机构之间的公平竞争,激励企业加大创新力度,提升服务质量与效率。此外,随着监管政策的不断完善与落实,保险行业将逐渐建立起更加健康、可持续的发展模式,为经济社会发展提供更加坚实的风险保障。”

值得一提的是,除了全面细化互联网保险规则、强化合规性,监管还指明了未来发展互联网保险业务的方向。《通知》显示,保险机构开展互联网财产保险业务,应坚持服务实体经济和人民群众的本质要求。支持财产保险公司依托互联网特定场景开发小额分散、便捷普惠的财产保险产品,提升保险服务的便利性和可得性。对于依托特定场景提供相关保障的互联网财产保险业务,财产保险公司应严格遵循保险产品监管相关规定,科学评估特定场景风险状况,公平、合理制订保险条款和费率,不得违反保险原理开发保险产品。

《2023年中国互联网保险消费者洞察报告》指出,对标保险成熟市场,我国保险业在产品体系、产品种类(如增加变额产品、长护险、失能险等)和产品形态(如增加健康险产品津贴类补偿、增加更多细分服务供客户自由选择等)上,还有很大的丰富空间。

养老FOF何去何从

本报记者 秦玉芳 广州报道

近来,若干养老FOF(专门投资于其他基金的基金)接连发布清盘提示备受市场关注。

2024年初至今,已有十

余只养老FOF因资产规模过低发布基金合同终止提示公告,部分养老FOF的资产净值甚至连续60个工作日低于5000万元。

市场人士分析认为,年初以

来,养老FOF业绩表现普遍不佳,投资者配置意愿低,加剧了产品“吸金”压力,逾六成养老FOF资产净值不及两亿元。

不过,尽管短期来看养老FOF调整趋势或将持续,但长期

来看随着投资者对个人养老投资需求的持续增加,金融机构对相关养老FOF的布局仍会持续发力,丰富产品布局。同时,随着市场的逐步出清,未来将会筛选出更具竞争力的产品。

逾六成资产净值不足两亿元

截至2024年8月29日,市场上存续的271只养老FOF(仅计算初始基金)中,178只规模低于两亿元,占比约65.68%。

今年以来,多只养老FOF发布因募集金额低而触发基金合同约定终止条款的公告。

8月17日至28日,博时基金接连发布4份公告,宣布旗下4只养老目标日期FOF可能触发基金合同终止情形。公告显示,若截至基金合同生效之日起三年后的对应日终,基金资产净值低于两亿元,基金将根据基金合同约定进行基金财产清算并终止,无须召开基金份额持有人大会进行表决。

Wind数据显示,截至8月19日,上述博时基金旗下4只养老目标日期FOF已有3只暂停申购。

无独有偶,银河基金也于8月19日发布旗下“银河悦宁稳健养老目标一年持有期混合型发起式基金中基金(FOF)”可能触发基金合同终止情形的二次提示性公告。根据公告,若截至2024年8月23日日终,该基金资产净值低于两亿元,基金合同自动终止并按约定程序进行清算。

中信保诚基金此前也公告表示,“中信保诚养老目标日期2040三年持有期混合型发起式基金中基金(FOF)”截至2024年7月2日终,其基金资产净值低于两亿元,已触发该基金合同约定的终止事由。

据基金公司发布的公告初步统计,2024年以来至8月29日,7家基金公司旗下十余只养老FOF因截至基金合同生效满三年后继续存续基金资产净值低于两亿元,发布触发合同约定的终止情形条款公告,或者宣布进行合同终止清算。其中,甚至有部分养老FOF的资产净值已连续60个工作日低于5000万元。

与此同时,存续的养老FOF基金中,逾六成的最新基金规模不足两亿元。Wind数据显示,截

至2024年8月29日,市场上存续的271只养老FOF(仅计算初始基金)中,178只规模低于两亿元,占比约65.68%,60余只资产规模不足0.5亿元。

此外,面向个人养老金账户投资者的Y份额养老FOF规模也增长乏力。Wind数据统计显示,截至8月29日,198只个人养老金产品中最新资产净值超过1亿元的仅有17只。

随着个人养老金账户试点的不断扩容,曾经被寄予厚望的养老FOF为何会因资产规模不达标而遭清盘?

天相投顾基金评价中心方面分析认为,多是由于市场情绪较为低落,投资者投资意愿不强导致的。

年初以来,股市、债市宽幅震荡加剧影响下,基金收益表现不及预期。在此背景下,以稳健配置为主的养老FOF业绩也不容乐观。

天相投顾基金评价中心方面指出,截至8月23日,目前市场养老目标FOF共计484只,今年以来平均涨幅为-3.39%,近三年平均涨幅为-16.34%,相较于权益类基金尽管表现更为稳健,但整体仍是负收益。

财信证券也在研报中透露,截至2024年8月18日,成立一年以上的目标日期策略养老型FOF今年来的业绩中值为-5.19%。

盈米基金研究院量化研究员张琦炜表示,当前养老FOF还没有得到广大投资者的认可,而造成这种情况也有多种因素。首先,近年权益市场整体低迷,养老FOF的收益不够亮眼,没有体现出其相对其他公募产品的优势;

其次,养老产品持有期太长,目前产品封闭期设置为一年、三年,也有部分五年的产品,对于投资者来说吸引力偏低。

张琦炜进一步强调,本质上投资者并没有将养老FOF当作养老金来配置,还是看作一类公募基金产品。由于下滑曲线的目标日期设置得越靠后,产品当前的风险资产比例越高,所以当近年权益市场低迷、产品业绩不佳且经历了较长的封闭期后,投资者选择了赎回。

上海首席经济学家金融发展中心杨晓东也表示,从养老FOF Y份额规模排名前十的产品可以看出,目前基金的管理规模几乎可以忽略不计,其不受投资者青睐的主要原因是业绩问题。

越来越多的养老FOF在市场的反复倾轧下业绩不佳,在封闭期保护结束后规模萎缩,甚至成为公募清盘

规则的牺牲品。

短期来看,随着投资者配置意愿的持续低迷,养老FOF清盘趋势或仍将持续。

不过,在易观千帆基金业咨询专家方瑞新看来,产品封闭期较长、投资业绩不佳、全民养老意识有待提高等都是当前养老FOF规模萎缩的影响因素。就本质而言,让渡当前收益给未来的养老生活需要投资者具备一定的经济实力、信心和专业知识,也需要全社会的养老机构、社会保障制度一齐发力。“在短期内,不排除养老FOF进一步调整的可能,但就大势而言,养老在政治、社会、民生、经济等领域都具有不可替代的价值,前景相当广阔。”

产品竞争力仍待加强

未来产品供给方面,需要关注丰富策略的多样性,寻找确定性更强的收益来源,且稳健型产品以绝对收益和客户持有体验为目标。

随着养老FOF遭清盘的情况不断增加,金融机构在相关业务的产品布局方面也面临挑战。

在方瑞新看来,个人养老基金产品的可选择范围或将进一步收缩,并对机构营销造成一定困难。但考虑到个人养老金账户目前的实缴比例还比较低,投资者偏向

品如理财。未来,随着个人养老金的累计,投资者对于公募基金、保险等配置需求也会增加。从产品供给的角度来看,投资者仍希望扩充投资范围,有更多的选择,从而也能够构建更丰富的投资组合以应对复杂的市场波动。

在张琦炜看来,当前投资者的风险偏好非常低、对持有体验要求较高,尤其是持有一段时间后的正收益概率是观察重点。然而,当前市场的产品供给多是以相对收益目标为主,即使是稳健型产品也受制于短周期排名考核压力。未来产品供给方面,需要关注丰富策略的多样性,寻找确定性更强的收益来源,且稳健型产品以绝对收益和客户持有体验为目标。同时,新品类的设置上需要考虑国内权益市场和投资者结构的特殊情况,做好“本地化”工作,不宜操之过急。

方瑞新认为,未来产品供给将更加聚焦个性化、智能化的投顾体验,机构专注于真正识别存在养老需求的投资者,以及依据其不同需求特征形成差异化的产品配置策略,为投资者带来更好更实际的体验。

此外,市场下行环境下,金融机构也需要更加重视投教业务的布局投入。天相投顾基金评价中心方面表示,当前投资者对养老FOF的认可度仍不高,很多投资者仍以传统的权益类基金和债券类基金的配置为主,增加投资者对养老FOF的认可度仍是基金公司投教工作的重点。

张琦炜强调,行业可以在投顾的“顾”上多做工作,明确养老产品定位、适当降低投资者对于收益预期、提高投资者对这类产品的认可度,重视投资者陪伴并从整体上提高投资者知识水平,与投资者一同进步成长。

方瑞新也指出,针对封闭期长导致产品吸引力下降、资本收益率不足、社会养老意识不足、个人养老资产配置偏差等困境,机构必须重视养老FOF及其他养老目标产品的营销、运营、投资等决策。“一方面要加强投教,促使投资者了解养老FOF,帮助投资者树立正确的养老理念和适当的养老金融风格;另一方面要优化营销、运营等机制,合理降低内外成本,提升产品收益的稳定性,提升投顾能力,满足投资者的养老需求。”

2024年部分养老FOF暂停申购或终止情况一览

基金代码	基金名称	公告类型	公告日
013135	银河悦宁稳健养老目标一年持有	合同终止	8月24日
013022	博时养老目标日期2040五年持有	暂停申购	8月17日
013043	博时养老目标日期2045五年持有	暂停申购	8月17日
013061	博时养老目标日期2050五年持有	暂停申购	8月17日
012996	博时养老目标日期2035三年持有	可能触发基金合同终止情形的提示性公告	8月10日
012721	中信保诚养老目标日期2040三年持有	合同终止	7月3日
012518	景顺长城颐心养老目标日期2040三年持有	合同终止	6月29日
012512	嘉实养老目标日期2045五年持有	合同终止	6月26日
007273	鹏华长乐稳健养老目标一年持有	合同终止	5月14日
011684	平安养老目标日期2045五年持有	合同终止	4月22日
010958	中信保诚养老目标日期2035三年持有	合同终止	3月19日

数据来源:Wind数据、基金公告

秦玉芳/制表

平滑收益波动 存单理财成吸金利器

本报记者 秦玉芳 广州报道

主要配置同业存单、存款、高评级债券等资产组合的低波策略,正在成为理财机构稳客吸金的首要抓手。

数据显示,2024年初以来,

存单理财发售升温

近来,重点投资于同业存单、存款等资产的理财产品,越来越受金融机构和投资者青睐。

从各家银行公布的主推理财产品信息看,受投资者偏好影响,以同业存单、存款等资产为主要投资标的的低波稳健理财产品,正在成为当前理财机构布局的重点。

Wind数据显示,2024年以来成立的含“存单”主题产品有207只,多为纯债固收或固收+型的R1、R2产品。其中,仅7月1日至8月29日新成立的就有66只。

同业存单主题理财产品热度快速上升。根据Wind数据统计,2024年以来至8月29日,含“存单”的银行理财中,“同业存单”主题产品就有122只,产品数量及规模均远超去年同期。其中,仅7月以来就有45只。

受访投资者认为,当前股市、债市震荡频频,存款利率又在持续下调,相比其他类型的资产,投资于同业存单、存款、信用债等资产的银行理财产品净值波动小,流动性也高,可作为短期防御型投资的优选。

普益标准研究员李霞表示,理

已有200余只存单主题理财产品成立发行,存续理财产品也纷纷增加同业存单、存款等低波资产的配置占比,以平滑收益波动。

业内人士分析认为,近期股市债市震荡加剧,理财产品净值波动大,在优质资产短缺的影响下,存

单、存款等资产的稳定收益特性对理财公司有极大的吸引力。当前,投资者对低波资产配置的需求不会明显改变,理财公司在稳健资产配置占比,以平滑收益波动。

从业绩表现来看,近来银行净值波动加剧,配置同业存单、存款等资产的“低波”理财产品,其收益率普遍高于现金管理类产品,且波动较小。Wind数据显示,上述200余只含“存单”主题产品最新单位净值和累计单位净值指标均超过1元。其中,近半数累计单位净值增长率超过0.5%。

低波动、低回撤的优势影响下,同业存单理财产品对投资者的吸引力也在持续升温。今年以来,理财公司正积极响应市场需求,密集布局低波理财产品。苏商银行研究院高级研究员杜娟指出,近期股市债市波动大,权益类理财产品收益表现不佳,同业存单的稳定收益特性也吸引理财公司加大此类资产配置力度,且银行在调整负债结构的驱动下,同业存单的发行规模快速增长,为理财公司加大配置提供了空间。

在杜娟看来,目前存款利率下行,大型银行的存款客户向收益相对更高的中小银行存款、理财产品等分流,大型银行理财子公司需要发行低风险理财产品承接、留存客户。“同业存单理财产品一般风险等级低、以中短期封闭式为主,与存款客户的低风险偏好相契合。”

低波产品布局积极

固收理财产品净值波动加剧,也是近来存单类低波理财产品备受青睐的重要原因。

从市场表现来看,8月以来银行理财收益率进一步下行。光大证券在研报中指出,近期债券市场波动加大,理财净值震荡下行,8月中下旬固定收益类理财产品一个月年化收益率跌破2%。

国信证券在最新研报中披露,截至8月25日,理财产品累计净值为1.038元,环比下降0.07%;固收类理财产品累计净值为1.041元,环比下降0.06%;理财产品累计破净率为2.66%,较8月18日上升0.01个百分点。

光大证券方面分析指出,综合来看,随着存款“手工补息”整改影响在二季度集中释放,对公“脱媒”力量减弱,但居民端存款“脱媒”在7月调降存款挂牌利率后,仍对理财规模增长形成一定支撑,并推动8月理财规模延续同比多增。

普益标准方面分析认为,新一轮存款降息,特别是国有大型银行再度集体下调人民币存款利率,预计将推动存款资金向理财市场转移。综合来看,银行理财产品凭借风险相对较低、收益相对稳健的特点,仍然是许多投资者的选择。

在此背景下,投资者对“低波”理财产品的需求愈加凸显。艾亚文强调,近期全球金融市场

波动加剧,股票、债券等传统投资渠道的不确定性上升,促使投资者转向风险较低、收益相对稳定的存单类低波产品。在配置策略上,投资者偏向组合投资,长期投资策略。

理财机构在“低波”产品的创设方面也更为积极。根据普益标准数据统计,以产品名称中关键词“低波”统计,2023年全年理财公司共计发售产品175只(按登记码统计,不含新增份额)。而截至2024年8月27日,2024年以来各理财公司已发售“低波”理财产品272只,发行数量大幅增长。

普益标准研究员董翠华透露,按月统计,今年以来含“低波”关键字样的理财产品每月发售数量在30款左右,在7月达到高峰47款,8月已发行30款。

资产配置方面,董翠华进一步指出,“低波”产品资产配置仍以存款、同业存单以及短久期、高评级的债券资产为主,通过合理的资产配置以及期限匹配策略,兼顾风险和收益。

在艾亚文看来,“低波”理财产品之所以受欢迎,主要是因为它提供了相对稳健的投资回报,尤其是在市场波动加剧的环境下,投资者倾向于选择风险较低、收益稳定的理财产品。

不过,普益标准方面也提醒,综合考虑长期利率下行态

势、市场低波需求黏性以及理财市场竞争加剧,预计下半年银行理财规模将保持稳定,但也需警惕下半年债市波动对理财市场的潜在影响。

此外,在配置存单、存款、高评级债券等资产降低理财净值波动的同时,理财机构也在针对投资者需求变化进行多元化稳健资产组合配置的策略调整。

普益标准研究员杨国忠指出,目前同业存单类策略产品仍比较受欢迎,产品发行数量稳步增加,但在投资策略上也出现了一些新的配置方式,例如补充投资ESG概念债券的产品。

艾亚文强调,当前环境下,投资者对理财产品的配置需求在追求收益的同时,对本金安全的重视程度提高,在关注存单类“低波”产品外,一些金融衍生品类理财产品、商品类资产、安全性高的理财产品等也会受到投资者关注。

艾亚文认为,理财机构需要进一步提升资产配置能力。包括海外市场拓展、低波稳健产品布局、权益市场修复、跨境理财深化应对市场波动等,都可以成为理财机构寻找新增点的重点布局领域。

李霞也指出,在股债市场波动环境下,理财机构或可从产品创新角度出发,通过一系列举措来吸引投资者。

央妈喊话“小作文”频飞 机构预警债市流动性

本报记者 顾梦轩 夏欣
广州 北京报道

在2024年权益市场持续震荡的情况下，债券市场的稳健表现吸引了大量投资者。然而近期债券市场频现传言：先是网传“监管不让发公募债基，并压缩

通道业务，在头部公司新批债基要出承诺函久期不超过2年”，接着又传出“监管准备下发文件取消利率债基、信用债基免税制度”以及“某行得到总局的窗口指导，行内SPV+公募投资规模不能超总资产规模的2.5%，股份制大行是5%”。

虽然上述消息已被证实属实传言，但监管对债券市场的态度以及债市未来的走势却时刻牵动着投资者的心。

从债券基金的表现来看，2024年以来，绝大多数债券基金业绩表现良好，但可转债市场的波动则导致可转债基金业

绩惨淡。

“8月19日—8月23日监管对长端利率态度有所缓和，但个券流动性萎缩，债市呈现较大分化。一方面资金价格持续偏高，存单利率攀升同时各期限票据利率不断创新低。另一方面利率债走强，但长端信用

下跌。”国泰基金有关人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，市场当前面临的扰动主要来自政策，叠加PMI（采购经理指数）季节性上行，利率暂时难以摆脱震荡区间，但预计未来逐渐走强。

回顾历史，国泰基金上述人

士表示，债券的流动性压力都需要较长时间缓解，并不是仅凭监管喊话就能回到此前水平。对于下半年央行的一系列组合政策，国泰基金强调，央行的核心目的是维持金融市场稳定，并无强行上行利率的诉求，故也不必过多恐慌。

央行多次风险提示

此前债市多头情绪依旧高涨，部分机构依旧持续炒作国债市场。

华夏鼎庆一年定开基金经理吴彬在基金二季报中表示，今年二季度，外围宏观面波动有限，美联储加息预期一再推后，美元保持强势，主要的非美货币均面临一定贬值压力。

国内方面，吴彬指出，一季度较高的宏观景气度在二季度似有边际走弱的迹象，投资链条在各地地产政策出炉后改善有限且持续性不佳，地方政府债务严控背景下，专项债发行进度偏慢，传统经济部门景气度仍待提升；金融市场层面，信贷需求偏弱带来的广谱利率下行趋势仍在延续，资产端的增

量和存量信贷利率持续下行，负债端在禁止手工补息等多举措影响下有所下行，同时带来了社融增速下行和金融脱媒的外溢影响。

宏观感知的边际走弱叠加广谱利率牵引及充裕流动性驱动下，债券市场二季度表现较好，收益率曲线全线下行，利差压缩。

“今年利率债和信用债市场整体表现较好”，宝盈基金方面指出，首先从利率债来看，以十年国债为代表，其从1月初的2.56%下行至目前的2.17%，收益率累计下行39BP（基点）。其次从信用债来看，以3年AA+中短票为代表，其

从1月初的2.85%下行至目前的2.28%，收益率累计下行57BP。

今年4月以来，央行多次提示长端利率过低可能蕴含风险，但此前债市多头情绪依旧高涨，部分机构依旧持续炒作国债市场。8月7日，中国银行间交易商协会查处部分中小金融机构出借账户和利益输送等国债交易违规行为，债券市场中的多头情绪被打压。8月8日，央行公布二季度货币政策执行报告，通过专栏提示需要关注资管产品羊群效应背后的风险因素——部分产品使用加杠杆加久期的方式博取过多超额收益，从而

误导投资者认为产品底层资产足以支持其展示的高收益形态。

基于上述情形，国泰基金表示，在基本面未有过多变化（未有明显利空）的情况下市场中的多头存在分裂，叠加大行卖债，使得做市商放弃做市计划，导致部分流动性好的债券无法卖出，从而加剧市场焦虑。而当市场发生调整出现债券基金大规模赎回时，由于债券基金的现金配置比例下限并无约束，使得产品赎回兑付压力大，需要通过卖券实现流动性变现，部分债券产品净值受到影响。

债基稳健，可转债基金拖后腿

今年以来转债的股性和债性都遭遇了挑战，后续需要等待股市企稳力量支撑。

从今年以来债券基金的表现来看，除被动指数债券基金外，截至8月28日，全市场5428只债券基金年内平均收益1.77%；其中仅成立半年的华夏鼎庆一年定开基金位列第一，年内收益10.31%，汇添富添添乐双盈基金A份额和新华丰利基金A份额位列第二三名，年内收益分别为9.23%和9.14%。

从不同类型债基业绩看，截至8月28日，2830只债券中长期债券基金平均收益2.74%；776只短期纯债基金年内平均收益1.97%；713只一级债基年内平均收益1.73%；1037只二级债基年内平均收益-0.18%；72只可转债基金年内平均收益仅为-9.57%。

分析转债市场今年以来表现不佳的原因，浙商证券研报表示，转债市场的超跌，一方面是由于权益市场受到流动性约束，风格极致偏离，小盘成长大幅超跌；另一方面，可转债市场定价

的违约率大幅攀升，反映了市场的极致恐慌情绪。后续风格纠偏、违约定价合理化，可转债市场或有修复。

自今年年初以来，可转债市场经历了几次短时间内的大幅调整，和历史上过去几轮可转债市场大幅下跌相比，今年以来的几轮可转债市场调整的差异体现为大面积的跌破债底，而历史上大面积跌破债底并不常见。浙商证券研报认为，主要原因在于权益市场的结构性分化与信用风险的过度定价。

首先，流动性约束下，权益市场结构性行情下，不同风格指数分化明显。年初以来红利指数、大盘类领涨全市场，而小盘类指数领跌，从基金指数来看，大盘、价值领涨，而小盘、成长领跌。“我们认为行情的极致分化一部分的原因在于流动性的约束。”浙商证券研报表示。

“其次，可转债市场对信用风险的定价极端化”，浙商证券研报指出，目前可转债市场对转债的信用风险定价较为极端，整体来看，市场当前对可转债的违约风险定价存有过度的可能。

晨星（中国）基金研究中心高级分析师吴粤宁分析，今年转债市场较大的调整主要出现在5月。此次调整是由多方面原因共同作用所导致：一是转债正股表现疲弱，受A股市场下跌行情影响，转债跟随正股一同下跌；二是市场对正股退市风险存有担忧，自4月中旬“国九条”及退市新规发布后，正股因跌破面值而被强制退市的风险加大；三是转债市场信用风险的发酵，5月份“搜特转债”的实质性违约打破了转债市场“零违约”的历史，6月以来信用评级集中下调，加剧了市场对信用风险的担忧。

不过倒也不必过度悲观，国

泰基金指出，当前转债位置呈现比较明显的底部特征，进一步杀跌空间有限。市场上转债的信用风险明显增加，不排除有不少数量的转债存在到期信用风险，需要予以规避。低价转债当前性价比高，转债市场情绪若有修复，平衡性转债弹性最大。

宝盈基金方面表示，今年以来转债的股性和债性都遭遇了挑战，后续需要等待股市企稳力量支撑。股市风格偏向大盘价值，转债正股不受益，评级下调、转债违约个例导致转债的纯债价值受到质疑。此外，存量转债平均剩余期限缩短，以及减资清偿导致部分转债加速进入回售阶段，导致转债的期权价值降低。但今年以来下修的转债数量增加，部分转债的性价比有所好转，“若配合股市企稳反弹，转债收益空间较为可观。”宝盈基金有关人士表示。

基本面长期逻辑未变

国泰基金认为，债市基本面长期逻辑未变，低利率时代债基仍是资产配置的重要组成部分。

对于债券市场的未来表现，博时基金固定收益研究部指出，从中长期来看，债市的走势取决于基本面的走势。从基本面来看，内需延续二季度以来的放缓态势，外需面临的不确定性有所加大，此外，实体融资需求仍低迷，信贷总量和结构较弱，基本面偏弱的格局仍未改变，债券市场大环境仍偏有利。

国泰基金认为，债市基本面长期逻辑未变，低利率时代债基仍是资产配置的重要组成部分。而且债基有稳定票息收益，长期向上，短期波动可能是比较好的入场时期。短债依然具备配置价值，不必恐慌择时，长期的产品可以谨慎一些。

格上基金研究员蒋睿认为，近期债券的走势基本呈现利率债上涨，信用债回调，可转债延续探底的状态。本次债市回调更多在于机构预防式赎回基金，导致基金率先出现赎回卖出债券，但当下的不存在发生赎回潮的风险。

蒋睿指出，经历近期信用利差快速回调后，信用债在短期内

性价比凸显，可能修复的行情会走得比较快；经过近2个月的下探后，市场逐渐分层，转债市场整体估值也有一定程度的调降，未来转债的下探空间相对有限，上涨空间需要观察正股走势，但确实是当下最具性价比的资产之一。

博时基金固定收益研究部提醒，近期债市的调整和政策多次干预引发了市场的广泛关注，后续债市需要关注以下不确定性因素和风险。

一是关注后续政策和基本面变化。二是流动性风险，利率波动之下若出现较大范围的负债端压力，可能会由于资管产品不得不抛售资产引发资金价格进一步下跌。三是信用风险，经济弱势运行的宏观背景下部分企业违约概率增加，债券一旦违约将影响市场对相关联债券和同类型债券的信心。此外，还有全球宏观风险，海外经济基本面和货币政策的变化会在一定程度上影响国内货币政策的空间。另一方面，外需后续面临的不确定性加大，也会影响国内基本面产生影响。

上市公司理财新风向： 券商收益凭证受追捧

本报记者 郭婧婷 北京报道

近期，银行的大额存单利率降至“2”字头，存款利率迈入了“1”时代。资管新规打破刚兑之后，上市公司正悄然加仓券商理财产品。

Wind数据显示，截至8月29日，年内上市公司认购理财整体规模5541亿元，较去年同期8691亿元下滑超36%。开年以来，上市公司共持有理财产品8753只，相较于去年认购的12648只，下滑30%。

《中国经营报》记者注意到，在上市公司理财热度下降之后，原本

配置占比超六成的结构性存款认购金额下滑38%，券商理财占整体理财的规模不降反升，购买收益凭证等券商理财产品成为新风向。

记者查询Wind数据了解到，开年以来，截至8月29日，上市公司认购券商理财规模354亿元，较去年同期的317亿元增长12%，同时上市公司认购中，券商理财占整体理财的规模比重较去年的3.6%提升至6.3%。截至目前，结构性存款认购金额3591亿元，相比去年下滑38.5%。

“很多机构客户和个人客户

今年从银行理财转过来，买这类产品比较多，这类产品品种也比较丰富。”某头部证券公司理财经理向记者描述今年的变化。

“上市公司购买券商收益凭证作为理财方式之一，例如，某些大型券商已经成为不少上市公司青睐的收益凭证产品发行方。此外，券商收益凭证由于其保本特性，在资管新规之后，成为低风险理财产品替代品，吸引了大量投资者的关注和购买，经常出现一发行就秒光的情况。”黑崎资本首席战略官陈兴文在接受记者采访时表示。

不过倒也不必过度悲观，国

泰基金有关人士表示。

配置占比超六成的结构性存款认购金额下滑38%，券商理财占整体理财的规模不降反升，购买收益凭证等券商理财产品成为新风向。

去年同期，A股认购理财产品之最来自亿纬锂能（300014.SZ），其认购139只理财产品，合计总额152亿元。资金来源有自筹资金，也有自有资金。

记者采访发现，近两年，在理财热“退烧”之后，上市公司购买结构性存款的比例出现下滑，以收益凭证为代表的证券公司理财产品认购金额在上升。

陈兴文向记者表示，近年来，券商收益凭证的市场表现良好，发行规模在2020年首次突破万亿，且在上市公司投资理财中受欢迎程度上升，截至2024年7月末，上市公司购买券商收益凭证产品的金额合计为162亿元，同比增长约134.78%。

204家上市公司加仓券商收益凭证

记者采访了解到，收益凭证是指证券公司发行，以私募方式向合格投资者发售的投资工具，约定本金和收益的偿付与特定标的的相关联的有价证券。

收益凭证通常与特定标的的相关联，包括指数、期货、利率、汇率、金融衍生品及基础商品等。实际上，除了上市公司热衷的保本型浮动收益凭证外，按照底层资产的投向不同，券商收益凭证还包括固定收益凭证以及非本金保障型浮动收益凭证两类。固定的收益凭证在产品发行时确定好收益，与市场波动无关。浮动的收益凭证一般会与特定标的挂钩。“过往挂钩黄金有拿到8%以上收益。”受访人士表示。

“固定收益型收益凭证提供固定的年化收益率，类似于银行理财产品，而浮动收益型收益凭证的收益则与挂钩的特定标的（如指数、汇率、期货等）的表现相关，具有不确定性。”受访人士告诉记者。

谈及券商收益凭证与其他理财产品（如银行理财、信托产品等）的区别，受访私募理财顾问告诉记者，产品风险从低到高排序为券商、银行理财、信托产品，对应到收益从低到高排序为：券商、银行理财、信托产品。

上述私募理财经理告诉记者，

央行提示资管产品利率风险

“市场表现受多种因素影响，包括存款利率的下降、金融资产价格波动的增大以及上市公司对资金安全性和流动性的重视等。近年来，由于资管新规的实施，传统的保本理财产品逐渐退出市场，而券商收益凭证凭借其保本的特性，成为投资者的新宠。”陈

兴文说。

陈兴文指出，与银行理财、信托产品等相比，券商收益凭证作为证券公司的表内负债，具有较高的安全性，且在资管新规实施后，银行理财不再承诺保本，而券商收益凭证依然可以提供保本的特性，这使得其在理财产品市场中具有竞争力。

270天。对于大家关注的收益率，记者查询获悉，产品预计最低收益率1.5%，预计最高可达12.6%。

迪阿股份（301177.SZ）和涪陵榨菜（002507.SZ）分别投入17.4亿元和16.8亿元位列上市公司认购证券公司理财产品资金二、三位。记者查询获悉，其购买的券商理财产品同样大多为券商收益凭证，以及一些国债逆回购。

“节节升利、安享信取系列都可以提前赎回，正常持有到期收益率3个月1.86%、6个月1.88%，比存款高得多。”前述券商理财经理向记者推荐多款产品，认购金额5万元起，“资金量大，超过1000万元可以定制产品”。

什么群体更偏好券商收益凭证？据陈兴文观察，在投资者类型方面，近年来，风险中性或风险规避型的投资者更倾向于购买券商收益凭证，特别是那些寻求稳健收益和本金保障的投资者。上市公司也在投资收益凭证方面表现出较高的活跃度，使用闲置资金购买以获取相对较高的收益。券商收益凭证具有多种优势，如安全性高、收益稳健、费用低、期限灵活、投资门槛相对较低等，这些特点使其在理财产品市场中具有竞争力。

一定优势。

受访理财经理也表示，收益凭证是证券公司的一种债务融资工具，其背后是以发行方，即整个证券公司信用作为支撑，计入证券公司资产负债表，以证券公司的资产履行偿还责任。

下转 B4

美联储降息倒计时 美元存款进入“降息通道”

本报记者 慈玉鹏 北京报道

多家银行近期相继下调美元存款利率。其中,大部分机构美元存款产品利率下调10个基点,而下

美元存款利率跌破3%

某城商行人士告诉记者,该行美元存款产品利率近期下滑,相对7月发布的产品,多款均下降10个基点。8月1万美元起存一个月期限的美元存款年利率从5.05%降至4.95%;1万美元起存三个月期限的美元存款年利率从4.95%降至4.85%;1万美元起存六个月期限的美元存款年利率从4.80%降至4.70%。如果美联储9月降息,美元存款利率或还会继续下调。

另一家北京地区城商行人士告诉记者,该行目前一年期美元存款利率为4.5%,过去达到5%,下降幅度达到50个基点。

记者查询产品信息获悉,某股份行1万美元起存一年期限的美元存款年利率从5.0%降至4.9%;1万美元起存六个月期限的美元存款年

调幅度最大的年化利率降低50个基点,主要涉及部分股份行、中小银行。

《中国经营报》记者采访了解到,美元存款利率此轮下调,

商业银行提前下调美元存款利率,在保持美元存款产品吸引力的同时,也不至于引起美元存款流失。

利率从4.9%降至4.8%,而且各个期限产品均有下调。

实际上,部分国有银行此前已经下调美元定期存款利率水平。例如,某国有银行北京人士告诉记者,目前该行5000美元以上一年期存款利率为2.8%,是利率最高的美元存款产品,额度相对较为紧缺。该行美元存款利率已下调较长时间,此前该行美元存款利率一度超过4%,经过几次下调已跌破3%。

记者采访了解到,美元存款利率下调与美联储9月大概率降息相关。国信期货首席分析师顾冯达告诉记者,美联储主席鲍威尔近日在全球央行年会发出迄今为止的“降息最强音”:政策调整的时机已经到来、对通胀回归2%的信心增强、不寻求或欢迎进一步的劳动力市场降温。鲍威

尔在重要敏感时点一系列关键表态让市场对即将到来的降息抱有强烈的预期。美联储观察工具显示,鲍威尔讲话后金融市场预计9月降息概率达100%,其中降息50个基点概率升至38.5%,2024年年底前降息近100个基点的预期保持相对稳定。

东方金诚首席宏观分析师王青告诉记者:“近期国内美元存款利率下调,主要原因是伴随美国通胀降温,就业市场压力加大,美联储9月降息态势趋于明朗。回顾历史可以看到,国内美元存款利率基本与美联储基准利率同步调整,而且近年来调整幅度差异也在缩小。”王青认为,综合考虑美国通胀和就业市场走势,未来一段时间美联储更有可能实施渐进降息,其中9月降息幅度将为25个基点,年内整体降息

幅度将在50至75个基点之间。这意味着近期国内银行美元存款利率下调幅度已基本体现美联储降息预期。

中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平告诉记者,美元存款利率此轮下调,主要源于美联储货币政策表态导致市场对美元进入降息通道的预期更强。在这种情况下,商业银行提前下调美元存款利率,在保持美元存款产品吸引力的同时,也不至于引起美元存款流失,还可以达到压降美元存款付息成本之目的。

稳定净息差亦是银行此番调整的原因之一。中国银行(601988.SH)研究院主管李佩珈告诉记者:“从银行视角来看,下调美元存款利率是稳定外币净息差、避免货币错配风险的内在要求。一方面,在9月美联储降息政策启动板上钉钉的

下调过程。但短期内,国内美元存款利率还会处于偏高水平,仍具有一定吸引力。但投资者需要关注汇率因素,不宜盲目押注美元存款。

大背景下,美元利率中枢的下行必然要求美元存款利率的同步下行。美元存款利率主要受美联储货币政策牵引。受美联储主席鲍威尔近期在全球央行年会上发出的强烈降息信号影响,市场普遍认为9月美国大概率降息25个基点,也不排除降息50个基点的可能。”

另一方面,李佩珈表示,及时下调美元存款利率有助于稳定银行净息差。截至2024年6月末,一年期以上大额美元存款平均利率为5.3%,同期境内一年期美元贷款利率为6.69%,二者名义净息差为1.39%,是银行难得的净息差较高的产品。值得注意的是,由于绝大部分中资行持有的美元资产占比小,较高的外币净息差对银行的总体净息差贡献并不显著。

未来或继续下调 考虑到当前美国通胀率仍高于目标水平,预计2025年美联储大概率还会延续渐进降息节奏。

下一步,美元存款利率趋势会怎么走?王青告诉记者:“展望未来,美联储有望持续实施降息政策。根据当前美国中性利率水平测算,本轮降息过程的终点有可能在2.5%左右。这意味着国内美元存款利率还将经历一个持续下调过程。不过,考虑到当前美国通胀率仍高于目标水平,预计2025年美联储大概率还会延续渐进降息节奏,将政策利率保持在限制性状态。这也意味着短期内国内美元存款利率还会处于偏高水平,仍具有一定吸引力。”

与此同时,王青建议国内投资者还需关注汇率因素。在人民币与美元指数大体保持幅度相近的反向

波动格局下,未来决定国内美元存款汇率风险的一个重要因素是,美联储与欧洲央行的降息节奏差异将对美元指数带来何种影响。总体而言,历史数据显示,在美联储降息期间,美元指数易下难上。

杨海平则预计下一阶段,美元存款利率会根据美联储货币政策表态及美联储降息节奏进行调整,总体呈现逐步下行的趋势,不过相较于人民币存款利率,仍将在较长时间内处于较高水平。

李佩珈告诉记者,从居民视角来看,美元存款利率下调降低了美元存款的相对吸引力,再加之汇率波动风险,美元存款并不一定十分合算。具体而言,受美联储降息预

期不断升温影响,近期美元指数已较6月28日高点下降4.88%,同步人民币兑美元汇率则升值约2.08%。这将使居民美元存款收益大打折扣。这也是2022年3月境内外币存款不升反降的背景。截至2024年7月末,境内外币存款余额为8347亿美元,相比2022年3月高点下降约2153亿美元。

李佩珈表示,从就业、通胀等数据看,未来一段时间美联储降息可能性较大,预计9月和12月将两次降息合计在50—100个基点,这也加大了未来美元存款利率进一步下调压力。

记者注意到,虽然美元定期存款利率有所下调,但整体仍相对较高。

例如,某城商行六个月美元定存年化利率最高可达5%,多家中小银行和外资银行美元定存年化利率处于4%至5%之间。

今年以来,外汇存款呈现一定升势。央行公示数据显示,7月末,本外币存款余额300.88万亿元,其中,外币存款余额8347亿美元,同比增长1.6%。前七个月外币存款增加369亿美元。

某证券公司相关研报显示,从中国人民银行公布的信贷收支表来看,2024年上半年外汇存款累计增加387亿美元,其中住户部门外汇存款累计增加22.19亿美元,非金融企业外汇存款累计增加20.45亿美元,而非银行金融机构则累计

增加444.48亿美元,外币资产有升温迹象。

某国有银行人士告诉记者,国内存款利率的持续下行,叠加房地产、股票等市场行情不景气,一定程度上增加了居民换汇存款的动力。美元存款本身较为安全,受存款保险制度保护,持有期间美元存款利率虽然不变,但是美元兑人民币汇率会发生一定变动,如果人民币相对美元升值,则美元存款到期兑换成人民币之后,投资者会有一定汇率损失,这就要求投资者注意换汇存款风险。美元兑人民币汇率主要受中美两国货币政策影响,上述人士建议居民增持美元存款也应谨慎,不宜盲目押注美元。

上接

B3

“券商收益凭证包括固定收益凭证以及非本金保障型浮动收益凭证两类。其中,前者类似银行存款,券商到期还本付息;而年初因大面积敲入刷屏市场的雪球产品则系非本金保障型浮动收益凭证的一种。”谈及理财风险,陈兴文如是提醒。

不过,记者注意到,不少大额存单的预期收益率都比较高。例如,安克创新(300866.SZ)在5月购买的兴业银行大额存单,收益率为2.9%,购买的广发银行大额存单,收益率达3.55%。

近期,央行发布的《2024年第二季度中国货币政策执行报告》(以下简称《报告》)中数据显示,7月末银行理财平均年化收益率超过3%,而当前银行3年定期存款挂牌利率不到2%。

《报告》也提示了风险。《报告》称,今年以来,部分资管产品尤其是债券型理财产品的年化收益率明显高于底层资产,主要是通过加杠杆实现的,实际上存在较大的利率风险。未来市场利率回升时,相关资管产品净值回撤也会很大。

陈兴文认为,虽然券商收益凭证通常被认为较为安全的投资产品,但也存在一定的风险。例如,监管部门此前曾发布通报,要求各证券公司加强对“雪球型自动敲入敲出式券商收益凭证”的风险管理,因为这类产品结构具有高票息但非保本的特点,风险较高,投资者需要具备相应的能力。

——经 营 成 价 值——
中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL



扫码了解更多

产业融合 赋能乡村振兴



银行围堵大额存单“黄牛代抢”

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

大额存单上线秒罄，就连转让区的大额存单也很难抢。面对火爆的市场需求，一些黄牛和“服务商”

打击黑灰产非法行为

“在代抢过程中，投资者需要提供个人银行账户信息，增加了个人信息泄露的风险。”

“手速拼不上，刷了一天也没抢到大额存单。”上海的吴女士在某银行交流群里说。

另一位群成员则表示：“以前手动能买到，现在黄牛用外挂软件时刻检测，根本抢不到。”

在此背景下，外挂软件成了“抢单神器”，不少黄牛做起了代抢生意。其中一位黄牛表示：“外挂软件抢到后，再发送账号密码。”

康德智库专家、北京市两高（上海）律师事务所律师郭凤丽指出，代抢大额存单现象的存在，一定程度上反映了市场信息不对称和投机行为的泛滥。“黄牛利用技术手段和快速反应能力，抢占市场先机，从中牟取利益。”

融360数字科技研究院分析师艾亚文指出，代抢大额存单可能违反银行的销售规定和金融监管政策，如果内部人员违规操作，可能会触犯法律法规，投资者和代抢者都将可能面临处罚。“此外，投资者将资金交给代抢者，存在资金被挪用

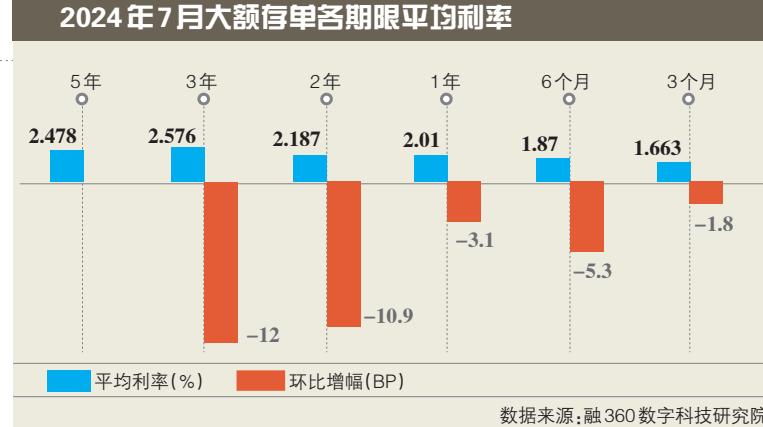
做起了代抢生意，利用技术手段或外挂工具，在大额存单上线的瞬间迅速抢购，再转卖给需要的储户。

这一现象也引起银行方面的注意。《中国经营报》记者采访了解到，多家银行已采取人机识别、限制

IP、请求有差别的受限访问等方式进行管控，打击外挂、恶意抢单等黑灰产行为。

星图金融研究院研究员黄大智指出，投资者购买大额存单，本身为

了资金保本，但通过黄牛去抢购大额存单面临风险，比如个人信息泄露风险和资金安全风险，“以承担风险的前提去谋求一个确定性的收益，这其实非常矛盾”。



发行的大额存单存在代抢情况的相关文章。个别客户和媒体向我行反馈，闲鱼App上存在黄牛代抢单现象。了解到这一情况后，我行上下高度重视，立即组织相关核查、应对工作。对于用户信息安全，我行对客户本人的验证方式，除交易密码外，还采用人脸核身、短信验证码、鉴权等多因素组合的方式，确保关键交易均为本人操作。在技术手段上，针对机器脚本、外挂、恶意抢单等黑灰产行为，通过采取人机识别、限制IP、请求有差别的受限访问等方式进行管控，打击黑灰产非法行为。”

面对大额存单代抢乱象，银行方面积极围堵。众邦银行相关负责人在接受记者采访时表示：“近期，我行关注到个别自媒体发布了我行

新华网相关负责人表示，该

行一直重视公平透明的交易环境，已建立大额存单防代抢校验机制，针对机器抢购行为进行拦截，切实保护消费者权益，助力打造公平的市场交易环境。

“对于银行来说，如果黄牛开发了外挂软件抢单，可能需要采取一些措施来应对。一种方法是加强系统的防范和监测，及时发现并阻止外挂软件的运行。另一种方法是推出一些新的措施来满足市场需求，如增加存单的数量、调整释放时间、优化购买流程等。此外，银行还可以考虑与监管机构合作，共同打击黄牛代抢的行为。”柏文喜表示。

银行如何“治标治本”？

投资者应选择正规渠道购买大额存单产品，避免使用不明来源的技术工具进行交易。

星图金融研究院研究员武泽伟提到，当前大额存单市场供需明显失衡。一方面，由于净息差收窄，银行被迫降低负债成本，利率相对较高的大额存单首当其冲，供给明显减少；另一方面，出于对安全资产的青睐，居民对于大额存单的需求反而持续增长。

“银行存款利率持续下行，非对称的下调模式导致利率曲线日趋平坦化，较高利率的中长期大额存单变得更加稀缺，购买难度有所增大，部分投资者试图通过其他渠道购买这些产品。”中国银行（601988.SH）研究院银行业与综合经营团队主管邵科也提到。

不过，投资者抢购大额存单，出发点是为了追求保本高收益，而如果通过黄牛代抢，很可能背道而驰。

在郭凤丽看来，代抢大额存单虽然在一定程度上满足了部分投资

者的需求，但其背后存在的风险不容忽视。投资者应保持理性投资态度，增强风险防范意识，选择正规渠道进行交易。同时，银行也应加强监管和打击力度，维护市场秩序和投资者权益。

黄大智指出，针对该现象，银行须“软硬兼施”，一方面开发更多风控手段，制止此类行为；另一方面，加强投资者教育，提示大额存单代抢存在个人信息泄露、资金安全的风险。

随着居民财富快速积累，投资者教育亟待加强。贝塔数据与中国社会科学院金融研究所联合发布的《中国财富管理行业投资者教育研究报告》指出，随着投资者及其财富结构日趋多元，专业投资者教育的需求也呈现多元和复杂化，过于标准化、模式化的投教内容和方式难以满足投资者的个性化投教需求。

其中，千禧一代与财富女掌柜这两类投资者群体高速增长，需求缺口巨大。

上海交通大学上海高级金融学院与嘉信理财联合发布《2023中国居民金融素养报告》指出，安全与保障是居民金融素养中最为薄弱的环节；货币与银行、储蓄与投资是得分较低的两个维度。

郭凤丽建议，投资者应选择正规渠道购买大额存单产品，避免使用不明来源的技术工具进行交易。同时，银行也应加强对代抢行为的监管和打击力度，维护市场秩序和投资者权益。

“针对代抢行为，后期我行将通过科技手段上线‘智能验证码’模块，将有效识别并拦截机器操作，并通过技术手段设置为必经流程；此外还会从系统安全层面做进一步优化，将拦截工作前置化，形成

防黑灰产的系统平台。”前述受访众邦银行相关负责人向记者透露。

柏文喜表示，黄牛代抢大额存单是一种不健康的市场现象，银行应该加强自身的防范措施，同时监管机构也应该加强监管，以维护市场的公平和秩序。

“下一步，还应促进投资者教育和投资者权益保护相结合。如果说投资者教育的重要内容之一是向投资者提示或警示潜在风险，那投资者权益保护则是财富管理机构从自身管理流程出发，通过制度化、流程化、规范化来降低金融产品销售和保有过程中可能出现的人为操作风险。财富管理机构要做到‘卖者尽责’，不仅要履行信息披露和普及的责任，也要履行规范管理、降低从业人员违规风险的责任。”广开首席产业研究院院长兼首席经济学家连平曾撰文指出。

一线调研

加大涉农信贷投放 光大银行创新破局融资难

本报记者 杨井鑫 青岛报道

作为金融“五篇大文章”之一，普惠金融不仅是新时代推动经济高质量发展的重要一环，也是金融润泽百业千家、肩负惠民担当的责

林权抵押解忧

“不少银行对于农业企业存在一些偏见，由于多数农业企业在融资过程中没有抵押物，而农业本身投资的风险也比较高，这就形成了农业企业的融资难。”青岛沃林蓝莓果业有限公司（以下简称“沃林蓝莓”）负责人何伟坦言。

沃林蓝莓是一家扎根于蓝莓产业，涉及种苗繁育、基地种植、果品加工、销售及进出口业务的大型综合性现代化农业企业，现已建成了包括苗木繁育基地在内的40余个规模化基地，蓝莓种植总面积逾15000亩，是目前国内最大的蓝莓育苗基地。

何伟介绍称，蓝莓的种植分为

任体现。国家金融监督管理总局日前发布《关于银行业保险业做好金融“五篇大文章”的指导意见》，其中针对普惠金融发展，鼓励银行根据涉农经营主体的融资需求特点，探索丰富增信方式，优化涉农

金融产品和服务模式。

普惠金融的核心是让经济社会发展的薄弱环节和弱势群体享受平等的金融服务。尤其针对涉农领域信用等级较低的经营主体，单笔金额小、整体风险偏高，

在银行给农业企业贷款时，有的银行偏向于企业有多元化产业经营，有的银行青睐于企业有国资股东背景，更直接的是银行要企业能够拿出足值的可抵押资产。”

光大银行（601818.SH）人士表示，近几年沃林蓝莓的业务和规模在持续扩大，企业产生了新的流动资金需求。了解到这一情况，光大银行青岛分行主动对接，根据企业自身实际，以林权抵押的方式为企业投放了一年期流动资金贷款1000万元。

“农业企业的林权抵押贷款是一个突破，拓宽了小微企业和农业企业的融资渠道。”何伟认为。

与传统银行信贷模式格格不入。如何破解涉农企业的融资难问题，《中国经营报》记者于近期走访了山东青岛、烟台两地，详细了解了银行在对涉农企业信贷投放上的金融创新。

“由于林权贷款涉及到评估、抵押等问题，青岛分行多次到企业走访，向当地相关部门了解情况，并与总行及时沟通，全力推进该笔业务落地。”光大银行青岛分行普惠金融部总经理赵峻告诉记者，近几年，青岛分行积极推进产品创新，多产品、多渠道支持小微企业、涉农企业发展，同时该行与保险公司联合推出了知识产权质押保险贷款，并实现落地。

据了解，光大银行青岛分行用3年的时间，普惠金融贷款规模实现了翻番。截至2024年6月末，青岛分行普惠金融贷款余额突破100亿元，且资产质量在较好水平。

烟台爱陶漳食品有限公司是一家以生产经营及代工为主导的企业，于2017年建设投产，主要从事莱阳梨膏、梨膏棒棒糖、梨膏爆浆软

糖等生产，产品畅销全国各地，与秋田满满、金豆芽、盼盼等品牌均有合作。同时，为了满足现代人对绿色健康食品的追求，为客户提供充足

地理标识换“真金”

在烟台莱阳市照旺庄镇大陶漳村的果园里，一颗颗莱阳梨挂满枝头。作为曾经历史上的皇家贡品，莱阳梨之名在国内已然有了很高的知名度。

紧追“商旅文体展”热潮 银行多措并举助推消费

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

型消费空间”。

《中国经营报》记者注意到，随着“商旅文体展”不断升温，银行推出相关举措。上海经信产业数智研究院副院长沈佳庆指出，银行促进服务消费可以从三方面发力：一是供给端场景，通过打造高品质消费平台，集聚一批优质商家提供服务产品；二是需求端场景，结合消费贷、信用卡等服务，营造促进消费、乐于消费环境；三是支付端场景，在支付平台打造、数字人民币应用等环节做到无缝对接。

解锁服务消费新模式

当前越来越多年轻人利用周末来一场说走就走的演唱会之旅，“年轻人热衷做演唱会特种兵”等话题不断冲上热搜。除了演唱会，音乐节、漫展以及网红景点都成为拉动文旅消费的“引擎”。

国家统计局数据显示，今年上半年，服务零售额同比增长7.5%，增速比同期商品零售额增速快4.3个百分点。

广开首席产业研究院院长兼首席经济学家、中国首席经济学家论坛理事长连平指出，从需求端来看，当前我国消费主力人群已呈现年轻化的特点，80后至00后正在成长为消费的主力军。这一消费人群在物质消费需求得到基本满足后，开始更加注重生活品质、个人兴趣和健康养生等精神消费需求。

他们乐于尝试新鲜事物，个性化服务消费加快兴起，在餐饮、文旅、体育、艺术、健康等方面愿意花费更多。据统计，在兴趣消费者中，蕴含着社交、悦己等情感属性的兴趣消费平均月支出占比为27.6%。此外，新中产阶层的崛起将催生出更多的服务需求。他们通常具备较高的收入水平，受过较好的教育，更追求精神层面的享受以及消费的便捷性。

信用卡行业专家葛亮分析，服务消费趋势呈现三大特点：一是围绕数字经济衍生出的新型消费场景，包括直播带货、线上教育、网约车等；二是聚焦特殊人群比如银发经济，产生出新的服务消费功能；三是全国各城挖掘城市观光旅游

中国银行（601988.SH）研究院银行业与综合经营团队主管邵科分析，服务消费呈现以下几个特点：规模快速增长，我国消费结构按照“耐用品—服务”的规律稳步升级，服务消费业态持续创新，“互联网+”服务、线上线下融合等模式不断涌现，数字赋能服务消费场景发展，不断提升服务消费的便利化、智能化、个性化水平；居民消费习惯、消费理念持续变化，年轻人追求个性化、高品质消费的动机日益增强，体验、社交、时尚等精神消费需求大幅上升，老年人的康养、文娱、旅游等服务消费方兴未艾；跨境服务消费稳步增长，跨境电商、教育、文娱、医疗等服务消费需求保持增长。

服务消费与金融跨界联动

面对服务消费模式和场景的变化，银行也在创新相关产品和服务。交通银行（601328.SH）零售信贷部相关人员在接受记者采访时表示：“消费者对提升服务品质、丰富消费场景、优化消费环境等方面也提出了更高要求。从早期的网络购物到如今的视频直播购物，从传统批发零售的改造升级到企业上云的数字商贸，从电商向数字政务、数字学习、数字出行、数字健康等各领域延伸。这对商业银行如何定位服务消费的客群、在合适的时间以合适的方式提供消费金融产品以及如何有机平衡风险与收益提出了新的命题。”

8月23日，建设银行（601939.SH）上海市分行与复旦大学消费大数据实验室联合发布“商旅文体展”联动指数。该指数是在市商委指导下，双方共建联动大模型机制，形成的首批大模型成果。通过评估商业、旅游、文化、体育与展览各项活动对城市促进消费的实际效果，展现“商旅文体展”联动带来的促进效应。

招商银行（600036.SH）信用卡相关负责人在接受记者采访时表示，该行聚焦节假日和旅行两大消费热点，开展多样精准营销活动。一方面围绕节

假日，推出营销活动，激发消费热情；另一方面，敏锐洞察到旅游已成为居民新周期下确定性消费的增长点，推出“非常旅游”系列主题营销，提供旅游场景的消费服务与优惠。

“除了服务到客户，我们还连接了商户，打通了供需两端，连接了10万家商户的庞大经营生态，能够深入场景，多元化满足用户‘假期出游’‘电商购物’等多样消费需求，持续提升消费动能。”前述受访招商银行信用卡相关负责人表示。

邵科建议，银行支持服务消费可以围绕餐饮家政、养老服务、交通信息、文化教育、旅游娱乐、康养医疗、运动健身等细分场景发力：第一，深入挖掘各服务消费场景的特点，打造更有针对性的系列消费贷款产品，加大对重点消费领域的支持力度，加快形成消费金融品牌；第二，优化移动支付服务，根据不同年龄段及区域消费者提供差异化的支付优惠措施，联合平台及商家推出消费满减、折扣以及信用卡积分奖励等活动，覆盖各类服务消费场景；第三，支持服务消费的供给侧发展，结合相关产业的发展趋势和经营特点，降低授信门槛，拓宽贷款抵押质押以及担保范围，提升支持力度。

下转 B6

做好金融“五篇大文章”

锚定银发经济 银行人局40万亿元蓝海产业

本报记者 杨井鑫 北京报道

养老金融作为中央金融工作会议提出的“五篇大文章”之一，其重要性在于应对我国人口老龄化趋势带来的挑战，保障广大人民群众的养老需求。同时，通过金融手段推动养老产业健康发展，助推社会经济的高质量发展。

据《中国经营报》记者了解，随着一系列政策措施的相继出台，养老金融正在逐渐成为金融行业发展的新蓝海。政策方面，监管不仅强调了银行金融服务供给的丰富性，也提出了加大养老产业融资的必要性，这为

养老产业信贷激增

“银行践行发展养老金融使命不仅仅是在养老金账户托管、研发理财产品方面，更重要的是支持养老产业的发展。”8月21日，国新办举办的“推动高质量发展”系列主题会上，国家金融监督管理总局副局长肖远企披露了金融机构服务实体经济的相关数据。其中，7月末养老产业贷款较年初增长了16.1%，而同期的制造业贷款和高技术产业贷款的增速分别为11.4%和13.9%。

近期不少银行披露的2024年上半年报显示，养老产业信贷成为业务的新增长点。交通银行(601328.SH)着力做好养老金融大文章，持续深化养老服务体系建设，养老金金融、银发金融服务、养老产业金融协同发展。其中，明确了优化健康产业、养老产业和银发经济

领域信贷政策，积极推进普惠养老专项再贷款业务；兴业银行(601166.SH)建立集团养老金融业务统筹协调机制，持续深耕养老金金融、养老服务金融、养老产业金融三大业务领域，积极构建零售客户养老金融综合服务体系，加大养老产业的金融支持力度；浦发银行(600000.SH)养老产业金融方面持续加大养老产业信贷投放力度，报告期内养老产业信贷规模平稳增长，为相关企业发展提供“一站式”综合金融支持。通过养老机构资金监管，探索与政府、养老机构等各方的合作模式，银行目前已成为多家养老机构资金监管合作银行；

中信银行(601998.SH)加强集团协同，依托中信集团养老金牌照资源和集团产业子公司养老服务资源，积极探索构建“金融+产业”养老服务生态圈。同时，加强养老产业研究，为养老资源的有效整合和供需两端的有效对接提供交流平台，推动养老事业高质量发展。

此外，不少中小银行也加快了对养老产业新赛道的布局。厦门国际银行相关负责人表示，该行2024年在“产业专业化1.0”的基础上开展了以五大金融为核心的“产业专业化2.0”工作，其中将加大对养老金融重点产业系统性支持作为主要工作之一，新增养老金融项下

银行提供了新的业务增长点。同时，在政策和市场需求的双重加持下，养老产业正迎来发展的黄金期，而银行也不断加大该领域的信贷投放力度，以实现产业发展与金融的融合。

会议提出，要大力推动银发经济扩容提质，加强老年用品研发和推广，不断丰富养老服务场景，强化质量监管，更好满足老年人需求。

中国潜在的银发经济市场规模巨大，这是银行重点布局的根本原因。2023年8月，中国老龄科学研究中心发布的《中国老龄产业发展报告(2021—2022)》指出，2050年中国老年人口消费潜力或将达到40多万亿元，占GDP的比重攀升至12%以上，有望形成经济发展新的增长点。届时，中国将成为世界规模最大的老龄产业国家，银发经济将吸引万亿社会资本进入新赛道。

2024年年初，《国务院办公厅关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》正式对外发布，这是我国首个以银发经济命名的政策文件。2024年5月，国家金融监督管理总局出台了《关于银行业保险业做好金融“五篇大文章”的指导意见》，明确要求要加强制度设

立时间来看，48.1%的相关企业成立1—5年，成立于1年以内的相关企业占19.7%。

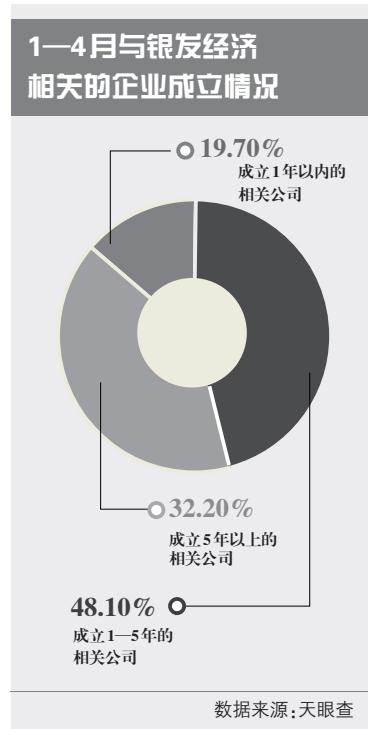
“对于养老产业的金融支持，部分领域模式是比较成熟的，但是也有部分领域还在探索中，暂时没有形成成熟的经营模式和盈利模式，具体的情况需要视情况而定。”一家城商行公司部负责人表示，中国现在养老仍是以居家养老为主，养老公寓、养老社区的占比仍不高。“一些康养项目的基础设施建设投入较大，周期很长，但是盈利能力制约了项目推进，银行信贷在风险把控上就会比较严苛。相比之下，目前养老相关产业信贷更集中在养老服务、康复辅助器具等方面，以智慧养老行业衍生的大量中高端智能养老企业融资渠道。

目前与银发经济相关的企业数

量也有了较大增长。天眼查数据显示，现存与银发经济相关的企业37.2万余家，其中，2024年1—4月，新增注册相关企业2.4万余家，与2023年同期相比上涨5.7%。从成

立时间来看，48.1%的相关企业成立1—5年，成立于1年以内的相关企业占19.7%。

“对于养老产业的金融支持，部分领域模式是比较成熟的，但是也有部分领域还在探索中，暂时没有形成成熟的经营模式和盈利模式，具体的情况需要视情况而定。”一家城商行公司部负责人表示，中国现在养老仍是以居家养老为主，养老公寓、养老社区的占比仍不高。“一些康养项目的基础设施建设投入较大，周期很长，但是盈利能力制约了项目推进，银行信贷在风险把控上就会比较严苛。相比之下，目前养老相关产业信贷更集中在养老服务、康复辅助器具等方面，以智慧养老行业衍生的大量中高端智能养老企业融资渠道。



年旅游产业、老年文化产业等。目前银发经济还从基础养老服务领域延伸至智慧养老新兴产业，例如陪护机器人、智能监测设备、多功能护理床等。”某国有大行人士认为，“银行践行发展养老金融使命不仅是在养老金账户托管、研发理财产品方面，更重要的是支持养老产业的发展，建立政府、养老机构、金融机构等多方在内的生态圈，推动产业发展以满足市场需求。”

设备制造商为例，这些企业不断创新新产品和持续增加的应用场景能在市场上获得一席之地，有利于银行信贷的风险评估。”

“目前银发经济产品和服务供给的质量不高。从长远产业发展来看，增加供给和提升产品服务的质量将是产业发展的着力点，也是银行金融机构支持的重点领域。”上述城商行公司部负责人表示，越来越多的大企业集团或上市公司都涉足了养老领域，这些头部企业拥有较好的资源禀赋，银行也更愿意为这些企业项目落地提供资金保障。“养老产业涉及的细分领域较多，银行应该加大行业研究，将更多金融资源投向市场需求大且具有前景的领域中。”

上接 B5

“公司拥有四个一流高质车间，刚刚通过了婴幼儿辅食标准验收。由于订单量的不断增加，公司正处于高速发展期。”爱陶漳食品公司总经理王晓光表示，公司现有车间8000多平方米，今年的产值能够过亿元。在明年三期项目扩建成功后，车间能够达到2.5万平方米到3万平方米，明年产值相应估计可以达到2.5亿元。

“企业每年用梨量在1000吨左右，包括自有果园提供的200多吨和收购的700多吨。”王晓光说，公司每年9月至10月通过上百户的农户收购莱阳梨，仅收购资金就超过2000万元，也就是说每年收购原材料期间，企业会有资金上的压力。

莱阳市市场监督管理局知识产权保护和运用科科长徐健表示：“由于缺乏厂房、设备等固定资产的抵押，之前当地很多莱阳梨相关企业普遍难以成规模。为了帮助企业融资，我们与银行一直在探讨新的融资模式，即通过莱阳梨地理标识质押贷款。”

据介绍，莱阳梨是全国知名的地理标识，目前在当地得到授权使用的企业仅有12家，其地理标识具有较高的品牌价值。“莱阳梨产业中小农企业因种植投入大、担保措施较少等因素存在融资难问题。光大银行烟台分行经过与莱阳市市场监督管理局知识产权保护和运用科沟通，突破性地以该地理标识商标使用权为企业办理质押融资400万元，缓解了企业对流动资金的需要，及时将资金用于支付梨农的货款。”光大银行烟台分行莱州支行负责人表示。

光大银行烟台分行公司金融部负责人认为：“目前涉农中小企业，由于经营规模整体较小，缺乏有效抵押物和担保措施，银行传统融资模式及信贷审批政策无法满足企业发展资金需求。结合此类企业生产经营特点，我行积极推进相关服务产品的研发和落地，推出了地理标识质押贷款、林权抵押贷款等一系列创新产品，在有效支持企业融资及发展需求的同时，也有助于加大对区域内特色农业的宣传推广，从而带动地方经济发展。”

截至2024年6月末，光大银行烟台分行普惠贷款余额为42.35亿元，较年初增加5.97亿元。其中，上半年涉农贷款投放规模新增21亿元，较年初拟定目标超额完成233.3%。

光大银行人士表示，今年以来，该行深入贯彻中央金融工作会议精神，按照《中国光大银行普惠金融工作方案》，不断提升金融供给、客户体验和服务质效，努力做好普惠金融大文章，推动普惠金融高质量发展取得扎实成效。“对公产品方面，光大银行制定发布了‘农村集体经营性建设用地使用权抵押贷’相关政策解读。零售产品方面，推动发展零售特色普惠项目，按照全行可复制推广和分行特色项目两个路径，促进分行充分发挥区域资源禀赋优势，重点推进省农担、农业龙头企业合作，助力分行探索新赛道。”

截至6月末，该行普惠贷款余额4293.34亿元，较年初增长13.24%。普惠型涉农贷款余额341.73亿元，较年初增长23.48%。

存量股权风险化解探路：城投子公司入股农商行

本报记者 郭建杭 北京报道

随着农商行股权频繁被拍卖，如何化解区域银行存量股权风险引起市场关注。

近期，江苏淮安农商行原民股股东——淮安市玉鹏教学用品有限公司

公司(以下简称“玉鹏教学公司”)因借款合同纠纷被司法冻结所持银行股权，并在8月12日被法院拍卖其所持的农商行股权，最终淮安开发金融控股集团有限公司的全资子公司——江苏南丰机械制造有限公司(以下简称“南丰机械公司”)竞得淮

安农商行股权。

关于此次股权转让对淮安农商行的影响，淮安农商行方面指出：“由于玉鹏教学公司所持我行股权质押后，因纠纷被多轮冻结，股权已出现风险且股东资质恶化，南丰机械公司为淮安开发金融控股集团有限公司全资子公司，淮安开发金融控股集团有限公司为淮安开发控股有限公司(淮安市城投平台)的全资子公司。

中泰证券研究所此前的报告中指出：“城投入股银行的目的不同，其受让银行的股权比例也有所不同。如果是用来纾解银行潜在风险，则以控股为主，如果是以财务投资获取收益，则以参股为主。”

2024年也有城投公司入股农商行金融的案例。如2024年7月，国家金融监督管理总局公示信

息显示，涪陵监管分局批准了重庆涪陵中银富登村镇银行有限公司的股权变更请求。其批复显示，重庆市涪陵区新城区开发(集团)有限公司将受让重庆市涪陵区洪丽食品有限公司持有的重庆涪陵中银富登村镇银行的630万股股份。变更完成后，重庆市涪陵区新城区开发(集团)有限公司将成为该银行的股东，持股比例为7%。监管批复中同时提到：“你行应加强股权管理，进一步优化股权结构，严格控制股东关联交易，完善公司治理与内部控制机制，防范和化解风险。”

对于陆续出现的城投公司受让中小银行股份的意义，有业内观点公开指出：一是城投获取分红和投资收益，优化资产结构，是实现市场化转型的重要一步；二是城投公司的参与还体现了地方政府在金融风险化解中的责任，有助于维护地方金融稳定，支持地方银行发展；三是有助于缓解这些区域性金融机构的潜在风险，同时也为本地银行补充资本，增强其抵御风险的能力。

某城投公司人士告诉记者：“入股银行通常是在上级单位的统筹下进行，对于是否会获取分红和投资收益短期内还无法预测。”

记者了解到，近年来，城投公司参股以区域性银行为主，城投行政级别和主体评级以地市区县级、AA级为主，业内普遍认为此举有助于提升金融机构资本实力，助力城投转型，防范金融风险。

国资增持

淮安农商行董事会信息显示，截至2024年8月21日，玉鹏教学公司持有淮安农商行股权6509871股，占比0.59%。2022年1月28日，其将所持该行股权中的5856400股进行质押，质权人为淮安开发融资担保有限公司。

2023年7月，玉鹏教学公司因债务纠纷被淮安经济技术开发区人民法院冻结6000000股。2024年7月，又因借款合同纠纷和未履行生效法律文书确定义务，先后被淮安市淮安区人民法院和淮安经济技术开发区人民法院冻结，冻结股数均为6509871股。

2024年8月12日，经淮安经济技术开发区人民法院执行，玉鹏教学公司6509871股股权在阿里资产

拍卖平台进行拍卖，并于8月13日上午10时结束，最终由南丰机械公司竞得，成交价16587151.3元。

而此次竞标成功的南丰机械公司为淮安市城投平台的二级子公司，具体来看南丰机械公司为淮安开发金融控股集团有限公司全资子公司，淮安开发金融控股集团有限公司为淮安开发控股有限公司(淮安市城投平台)的全资子公司。

中泰证券研究所此前的报告中指出：“城投入股银行的目的不同，其受让银行的股权比例也有所不同。如果是用来纾解银行潜在风险，则以控股为主，如果是以财务投资获取收益，则以参股为主。”

7月底东方金诚对淮安农商行的评级报告显示：“该行(注：淮安

农商行)股权结构分散，无实际控制人，跟踪期内该行前十大股东未发生变化，第一大股东为无锡农村商业银行股份有限公司。同期期末，该行被司法冻结股份数为0.12亿股，占全行总股份的1.07%；质押股份数为1.02亿股，占全行总股份的9.43%。”

城投公司及城投公司子公司入股中小银行的案例在近年增长较快。中泰证券研究所数据显示：“从入股银行类型来看多以区域性银行为主，尤其是城市商业银行和农村商业银行。其中2023年入股农商行的城投数量最多，达到472家。”

2024年也有城投公司入股农商行金融的案例。如2024年7月，国家金融监督管理总局公示信

息显示，涪陵监管分局批准了重庆涪陵中银富登村镇银行有限公司的股权变更请求。其批复显示，重庆市涪陵区新城区开发(集团)有限公司将受让重庆市涪陵区洪丽食品有限公司持有的重庆涪陵中银富登村镇银行的630万股股份。变更完成后，重庆市涪陵区新城区开发(集团)有限公司将成为该银行的股东，持股比例为7%。监管批复中同时提到：“你行应加强股权管理，进一步优化股权结构，严格控制股东关联交易，完善公司治理与内部控制机制，防范和化解风险。”

对于陆续出现的城投公司受让中小银行股份的意义，有业内观点公开指出：一是城投获取分红和投资收益，优化资产结构，是实现市场化转型的重要一步；二是城投公司的参与还体现了地方政府在金融风险化解中的责任，有助于维护地方金融稳定，支持地方银行发展；三是有助于缓解这些区域性金融机构的潜在风险，同时也为本地银行补充资本，增强其抵御风险的能力。

某城投公司人士告诉记者：“入股银行通常是在上级单位的统筹下进行，对于是否会获取分红和投资收益短期内还无法预测。”

记者了解到，近年来，城投公司参股以区域性银行为主，城投行政级别和主体评级以地市区县级、AA级为主，业内普遍认为此举有助于提升金融机构资本实力，助力城投转型，防范金融风险。

探索化解路径

众所周知，农商行股权较为分散，且由当地国资企业、民企以及人数众多的个人投资者持有。

对于银行类机构来说，股权过于分散会加大管理难度。而农商行小股东拍卖股权并不少见，在阿里资产拍卖平台中，有许多农商行的小额股权拍卖起拍价都在几万元至百万元之间，拍卖结果多以流拍告终。

但中小银行的股权质押在一定程度上降低了主要股东处置银行风险的意愿和能力。一些股东通过股权质押获取的贷款若出现违约，会对

银行造成影响；此外，如果因股东经营风险出现司法冻结情况，银行也将受到来自监管方面的压力。

杨长汉告诉记者，阻碍中小银行存量股权风险处置的原因主要在于：首先是经营原因，部分中小银行资产负债体量小、资产信用风险和市场风险较大、资本实力有限，面临利率走低和净息差走低的冲击，股东难以获得预期的银行经营业绩和必要的股权回报；其次是管理原因，部分中小银行管理粗放，银行股权结构不合理、公司治

理不健全、风险管理能力薄弱，操作风险较大、降本增效难以实现、发展前景堪忧，令潜在新股东望而却步；最后还有监管原因，银行业是受严格监管的行业，银行股东及银行本身必须严格遵守《商业银行股权管理暂行办法》，入股银行必须符合法定的资质要求。持有银行股权，股东和银行必须承担严格的法定的职责，否则银行及其股东将承担相应的法律责任。

对于中小银行的股权风险处置对银行本身的影响，杨长汉认

为：“对于已经出现风险暴露的部分中小银行是必要的‘精准拆弹’、排险排雷，有利于银行落实和加强全面风险管理，优化资本结构，提高资本质量，实现安全与可持续健康发展。”

对于中小银行存量股权风险化解的方式，杨长汉告诉记者：“中央金融工作会议明确要求坚持把防控风险作为金融工作的永恒主题，及时处置中小金融机构风险，严格中小金融机构准入标准和监管要求。中小银行存量股权风险

化解采取股权拍卖方式之外，还可以积极探索银行内部和外部股东股权转让、合规的金融产权交易所挂牌转让、股权债权资产置换、并购重组等市场化的处置方式。地方政府主导的风险化解方式，在采取地方国有金融控股公司入股中小银行之外，可以积极探索政府专项债补充中小银行资本、地方国有金融控股公司收购地方中小银行股权、省级或地市级农村信用联社整体转制农商银行或者农村联合银行等。”

“城投+产投”:地方融资平台“二次创业”

本报记者 石健 北京报道

2024年以来,城投平台转型需求不断加大,在此过程中,产

投平台成为一个重要的转型新方向。

企查查平台数据显示,2023年9月—2024年6月,更名为“产

业投资”的相关国有城投公司超过200家。

对于从事传统业务的平台公司来说,投什么产业?怎么投资?如

何做好“二次创业”成为行业关心的话题。

随州现代产投实业控股集团有限公司(以下简称“随州产投集

团”)负责人在接受《中国经营报》记者采访时说:“公司目前正在朝产投类平台深度转型,需要不断强化经营性业务,同时,聚焦新质

生产力,围绕数字经济、新能源新材料、供应链贸易等新产业进行转型,加快项目投资,实现‘二次创业’。”

转型不是百米冲刺

丁伯康认为,我国绝大部分地区的城投企业,正处于2.0版向3.0版的关键转型提升期,即由城市综合运营和服务商向城市产业培育和发展商转变,当前城投企业“城投+产投”的转型方向同样符合这一趋势。

党的二十届三中全会提出“加快地方融资平台改革转型的任务”后,地方融资平台“变身”产投平台的速度随之加快。

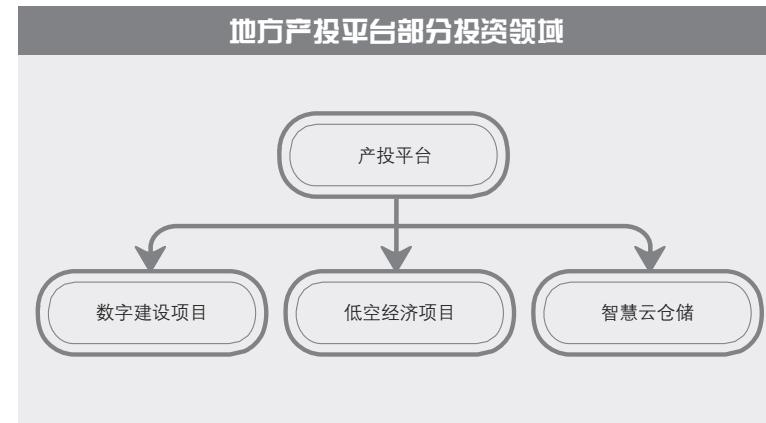
企查查平台数据显示,2023年9月—2024年6月,城投公司更名为“产业投资”的相关国有城投公司超过200家。2024年1月—5月,全国范围内新成立的国有企业中,名字或业务涉及产业投资、产业发展的企业数量有近2000家。

企业预警通显示,随州产投集团成立于2006年,注册资本6亿元,截至2023年末,公司总资产规模为404.14亿元。

“实际上,我们在今年4月进行了一次更名,原来叫随州高新技术产业投资有限公司,更名的目的希望更加聚焦业务属性,加强投资产业、服务产业、培育产业的能力。”随州产投集团负责人表示。

如何深入转型产投类平台,如何做好产业投资,一直是行业转型的难题。现代咨询研究院院长丁伯康认为,现阶段,多地城投企业正通过整合重组形式组建产投类企业,并更改了企业名称,这并非完成了转型,更不是城投转型为产投类企业。

“对此,我们认为,从‘背靠市长,面向市场’的发展理念出发,把城投转型为‘城投+产投’,才是城



投转型唯一正确的路径,也是企业可持续发展的必然选择。”他直言。

丁伯康认为,我国城投行业在经历了探索发现、野蛮生长、整顿规范三次浪潮后,目前正步入发展转型的新阶段。目前,我国绝大部分地区的城投企业,正处于2.0版向3.0版的关键转型提升期,即由城市综合运营和服务商向城市产业培育和发展商转变,当前城投企业“城投+产投”的转型方向同样符合这一趋势,不过这种转型提升的道路还很漫长,既不是百米冲刺,更不是短期行为。

值得注意的是,党的二十届三中全会提出的改革任务涉及国企改革、城投转型、数据要素、新质生产力、绿色低碳、地方债务管理等,可以说,在政策上已经明确了城投转型的方向。

在随州产投集团负责人看来,数字化是未来平台转型的方向之一。如数据资产入表、构建园区基础平台、打造医疗一体化平台、建设公共基础设施服务平台、构建农业数字一体化平台等。

随州盛源水务有限公司(以下简称“随州盛源水务”)是随州产投集团的经营性子公司,承担着区域

保水供水服务的重要职能,沉淀了相当丰富的供水数据。

随州盛源水务负责人告诉记者,经过多轮调研和筛查,公司以企业月抄表数据为基础,对其进行数据治理、隐私脱敏、字段提炼、整合设计形成“区域企业每月用水脱敏数据集”数据资产,完成数据资产登记、成本归集等相关工作。“‘数据集’不仅可为集团内部经营管理降本增效,同时有利于辅助用户投资决策、风险管理、优化运营以及指导劳动力市场分析等,具有广泛经济价值和社会价值。”

据记者了解,此次大约有100万条水务数据资产实现入表,估值500多万元,目前已经在北京交易所挂牌等待交易。在随州产投集团负责人看来,这只是数据资产入表的开始。“第一期我们主要围绕政务数据进行入表,第二期将围绕商业化数据进行入表,比如医疗、农业类的数据。”

为了更好推动数字经济,大数据产业园成为随州产投集团近年来的重点投资项目。据了解,随着招商引资工作的推进,大数据一期产业园已经实现“满员”,目前已经有30多家大数据企业入驻。

投资大于产业

在公司负责人看来,平台融资的健康与否与项目经营息息相关,如果持续进行经营性项目的经营和投资,自然会逐步剔除公益性项目带来的存量债务。

2024年两会《政府工作报告》提出,加快推进地方融资平台的分类改革转型。党的二十届三中全会提出,进一步明晰不同类型国有企业功能定位,完善主责主业管理,明确国有资产重点投资领域和方向。

业界共识在于,以分类改革为主要方式,强调国有企业功能定位为重点,聚焦主责主业,推进国资国企改革转型,对提升改革成效更具有针对性。

多位行业人士认为,城投平台转型产投平台,既要注重产业的布局,更要注重投资的布局,从平台转型的角度看,投资的属性要大于产业的属性。

随州产投集团负责人介绍说:“我们目前聚焦新质生产力,围绕产业园区运营服务、数字经济、新能源新材料、先进装备制造、供应链贸易、绿色低碳循环经济等领域,谋划了一批重点项目,总投资近200亿元,这些项目的建设投产,将为公司‘二次创业’转型发展带来重要动能。”

该负责人打了个比方:如果说过去二三十年中,城投平台依托的是土地资产实现了经营壮大,那么未来数据资产一定会成为相当于土地资源的资产。所以,抢先布局数据资产业务,是未来平台公司竞争的关键。

记者注意到,随州产投集团除了对传统存量业务投资之外,在数字化、供应链等产业也正在加大投资。

据了解,该集团目前已投资

全市数字农业一体化平台、随州市“云上智城”智算中心项目。

其中,随州市数字农业一体化平台总投资约1600万元,项目以特色产业为主导产业,依托数字基建中台即随农码,深度整合农业全产业链生产要素,促进

“地、人、物、财、事”五个维度的数字化管理,建成后,将实现“一地一码、一人一码、一机一码”等要素码管理,实现基于随农码的数据汇聚和数据关联打通,该项目正在建设推进中。

随州市“云上智城”智算中心项目总投资约1亿元,主要建设100P的智算中心,包含软硬件及大模型整体投入。项目基于

随州市算力紧缺需求,打造云上智城智算中心项目,并依托智算中心打造人工智能公共实训基地和人工智能及科技研学基地。

此外,随州产投集团负责人透露,还将投资约10亿元的数字

随州项目,该项目基于城市运行管理指挥中心、数据要素生态培育与应用中心2个硬件中心,围绕数字经济、数字社会、数字政

府三大应用场景,建设公共支撑平台、城市数字公共基础设施平台、数据资源运营平台等核心平台,实现多领域、多场景的智慧化应用和管理。

记者注意到,随着产投类平

台不断搭建,产业基金也逐步成

为平台公司拉动投资的关

键。

随州产投集团负责人表示,目前

也正在与有关机构联系,通过搭

建产业基金平台,扩大投资规

境外债迎来到期高峰 城投绸缪债务置换降成本

本报记者 石健 北京报道

2024年下半年以来,城投境外债面临陆续到期,债务置换正成为一种选项。

《中国经营报》记者了解到,近期已有省份城投公司酝酿通过发行境内债券置换境外债。

一个背景是,当前城投境内债

置换高息债

2023年末监管调控以及境内城投资产负债荒,致使城投境外债受到追捧。虽然境外债发行成本较高,但“重金”造就仍风靡一时。

近期,业内有消息称某些地方监管已允许发行境内债可以偿还境外存量债,但并没有明确用途是借新还旧还是偿还利息债。

同期,西南某省一家城投公司发布了“关于公开选取公司债券、美元债券服务券商的公告”。公告显示,公司拟新增7.2亿元人民币债券,定向置换1亿美元境外债务。公司累计发行2只境外债,其中1只已于2023年年底到期。所剩1只将于2024年10月8日到期,发行金额1亿美元,如境内发行成功,将会被定向置换。

业界认为,城投境内债置换境外债如果有成功案例出现,对于化债工作继续推进则具有重要的意义。不过,上述公告仅留存数日,该公司便将相关内容撤回,亦未公布撤回原因。

记者注意到,2024年以来,城投境内债发行票面利率持续走低,甚至已经降至2.5%以内,城投境外债的平均发行利率在5.5%以上,利差是境内置换境外的主要动力。

“我们今年的主要工作就是降

的发债利率持续走低,普遍发行利率在2.5%左右,而城投境外债的发行利率普遍在5.5%以上,叠加其他发行成本,甚至达到8%—10%。

“通过低息的境内债置换高息的境外债,将有助于降低城投的融资成本、优化债务结构,进一步推动地方债务的化解。”有业内人士向记者表示。

低融资的发行成本。”采访中,江苏一家县级城投公司融资部负责人也道出了今年的融资现状。除了压降融资成本之外,该融资部负责人认为,债务结构的差异也驱使平台公司希望将境内债置换境外债。“今年以来,城投境内债的发行期限明显拉长,尤其是3年—5年期的品种,但是境外债的发行期限普遍不超过3年。如果能够通过境内债置换境外债,将有利于优化城投平台的债务期限结构。”

根据Wind统计,截至2024年7月末,中资境外债存量为4742只,余额为12842.58亿美元。其中,中资城投债存量793只,余额1049.08亿美元,约合人民币7343.56亿元。

另据华西证券统计,截至2024年8月12日,存量城投境外债达1025只,合计金额约9307亿元人民币,其中美元债6112亿元,占比近七成,点心债2751亿元,占比约三成。

华西证券分析师姜丹表示,当前城投存量境外债中,美元债的占比和票面利率仍然较高。期限方面,存续的城投境外债基本是2027年6月前到期。从到期节奏看,城投境外债将迎来到期高峰,未来一年内的到期金额将超过3000亿元。

境外债发行尚未减速

对于当下是否应该用城投境内债置换境外债,姜丹认为,这主要取决于置换节省的付息成本和汇兑损失哪个更多,以及发行人想不想保留境外债的融资渠道。今年以来,城投境内债发行与境外发行票面利率差距超过300BP。这让城投平台有动力通过境内发债去节省利息支出,但也不排除有些发行人可能想保留境外债的融资渠道,担心日后审批严格难以再次新发。

目前,一些城投公司尚存在一些“实操”中的困惑,如是否能够在拟申报场所新增融资,是否涉及资金出入境等。对此,记者了解到,按照目前中资境外债的监管框架来看,中资企业去境外发行债券,受到境内和境外的双重监管,除了需在境内向国家发展改革委申请外债登记备案、向外管局申请资金出境或回流以外,还需要向债券上市交易所申请上市。

记者注意到,虽然城投境内债置换境外债需求已现,但是今年以来,城投境外债的发行也并未“减速”。中诚信数据显示:2024年1—7月城投境外债发行规模274.57亿美元,较上年同期增长70.92%。

国联固收团队研究数据显示,截至2024年8月15日,大部分地区的城投境外债发行规模同比都出现了显著增长,仅浙江和陕西的发行规模分别同比下滑25%和96%。聚焦于重点化债省市,重庆和广西分别发行了65.47亿元和28.23亿元,同比分别增长41%和257%;云南发行了21.33亿元,

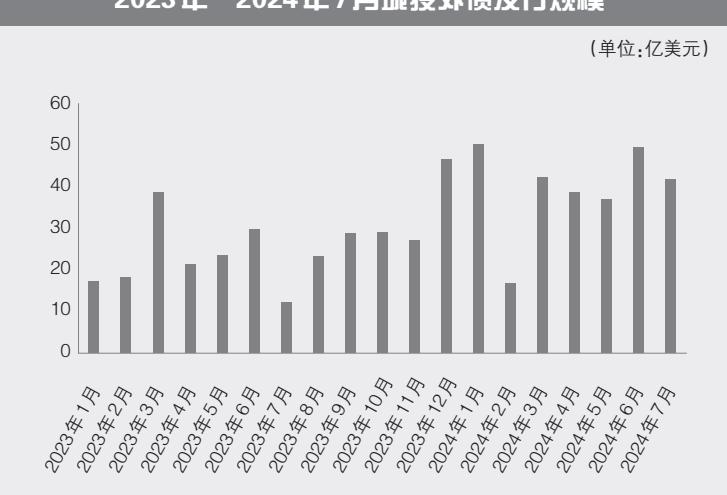
与去年同期变化不大;宁夏、辽宁、贵州和天津等地则较去年同期缩量明显,境外债融资收紧压力度较大。

中诚信国际研究院研究员王肖梦分析,这主要有三方面因素,一是城投境外债批文有效期一年,2023年拿到批文的城投企业需于今年内发行完毕,部分城投企业延期导致发行密集;二是城投到期压力较大,城投境外债新旧需求上涨,今年1月—7月募集资金用途仅为再融资的城投境外债发行规模占比较2023年增加5.63个百分点,部分城投企业选择承担高融资成本滚动境外债避免境外融资渠道收缩;三是境内融资受限下,部分城投企业转向境外市场融资,今年1月—7月境外债首发城投超七成为区县级平台,超半数境内主体评级在AA+和AA。

此外,王肖梦分析,随着境外债监管政策持续收紧,城投企业外债批文审核通过难度加大,尤其是区县级城投企业境外债或全面收紧甚至暂停。此前拿到批文的部分城投企业在批文有效期内加速发行,一定程度导致发行规模有所增加。

记者注意到,从发行架构来看,城投境外债直接发行占比明显提升,根据国联固收团队研究数据,2024年1—8月(截至8月15日),城投境外债(点心债+美元债)的直接发行规模为1079.5亿元,占比由38.57%上升至52.02%;城投境外债直接发行占比明显提升,或反映城投融资趋严环境下,境外发债对发行人的资质要求在不断变高,因为信用资质较好的

2023年—2024年7月城投外债发行规模



2024年1—7月城投境内外债发行区域与行政层级规模分布



城投平台在境外发债往往不需要借助备用信用证增信,而选择直接发行即可。

值得注意的是,由于364天及以下的境外债发行手续相对简单,2023年下半年,随着城投境内

争锋两万亿数据产业 多地公共数据运营“赛马”

本报记者 郑瑜 北京报道

数据要素市场化配置改革持续推进,如何激活市场潜能,释放数据价值,多地政府各显其能。

根据“2024中国国际大数据产业博览会”上披露的数据,2023年,全国数据产业规模超过2万亿元,我国现有数据领域相关企业超过19万家。

作为数据产业的重要源头,公共数据的开放与开发,关系着产业建设的进程。《中国经营报》记者通过公开信息统计,当前,国内发布

制度建设加速

浙江省数据知识产权登记中心负责人告诉记者,在地方立法不突破上位法的前提下,浙江省围绕试点情况做了一些探索性规定,将一些成果做了总结与固化。

8月中旬,上海市浦东新区数据局也发布了关于《浦东新区公共数据授权运营管理若干规定(草案)》征询社会公众意见的公告。记者注意到,此前,上海市已出台了多项政策与法规,如《上海市公共数据开放暂行办法》《上海市数据条例》《上海市公共数据开放实施细则》等,为数据资源的开放、获取、利用和安全管理提供了法律依据。

接近上述征询意见工作的人士告诉记者,因为这是一项创新性工作,目前征求意见稿在部分条款上还需要进一步听取方方面面的意见。

山东省济南市今年以来先后出台了《济南市公共数据管理办法》《济南市公共数据授权运营办法》等地方规章,明确公共数据管理应用和授权运营的规则和流程,为公共数据管理和授权运营提供了法律依据,并通过《济南市数据资产管理试点工作方案》一类政策文件,进行试点公共数据资产化管理,促进公共数据的价值释放。

济南市公布公共数据开发利用进展显示,市大数据局依托济南市公共数据开放网,已累计向社会开放15个区县(含功能区)、77个部门单位的3550个数据目录,包含公数据24.7亿条、累计服务用户4.3万余个。

一些地方则通过抓住公共数据授权问题上关键卡点进行特色

公共数据授权政策的省(直辖市)、地级市、区县已超过60个,其中绝大多数城市依托自身资源特点进行了公共数据授权运营实践,有效支撑了城市政务、民生、商业等多类型应用场景。

济南市大数据局相关负责人在接受本报记者采访时表示,公共数据授权运营不仅推动了城市数字化转型的步伐,也为产业升级提供了强有力的支持。“在提高公共服务的质量和效率的过程中,同时也促进了经济结构的优化升级。”

探索。

2021年9月,浙江启动数据知识产权改革,提出数据知识产权定义内涵,率先开展数据知识产权地方立法和登记实践,探索运用数据知识产权制度释放数据要素价值。

据记者了解,目前浙江省已经出台了两部涉及数据知识产权登记运用保护的地方性法规,分别是《浙江省知识产权保护和促进条例》与《浙江省优化营商环境条例》。

在上述地方性法规中,浙江省也明确了知识产权、市场监督管理、司法行政等部门和司法机关,应当建立健全登记信息共享、证据互认等协同机制,推进登记证书在行政执法、司法审判中的运用。

浙江省数据知识产权登记中心负责人告诉记者,上述包含数据知识产权地方性法规出台的背景是,当前上位法还未出台,在地方立法不突破上位法的前提下,浙江省围绕近几年的试点情况做了一些探索性规定,将一些成果做了总结与固化。

据该负责人介绍,只要是符合依法收集、经过一定算法加工、具有实用价值和智力成果属性的数据集合,就可以向浙江省数据知识产权登记平台申请权益登记。登记证书可以作为该数据集合持有、流通交易、收益分配和保护的初步凭证。

公共数据怎么用?

每日互动董事会秘书王冠鹏向记者表示,数据授权运营,始终应该是“数据非必要不流转,数据价值流转”。在实际落地中,要用机制来保障数据“分场景论证”。

随着数据基础制度逐步构建,公共数据用在哪里,怎么用,则是多方探索的重点。

济南市大数据局介绍,泉城公证处通过“人工智能+区块链+公证数据流转”模式,梳理对接“泉城链”社保缴费证明、结婚证、不动产权证书等20余个数据资产,通过9类公证事项再造,公证事项办理效率大幅提升。截至目前,基于“泉城链”已实现公安、民政、教育等30余项数据的可信共享,累计授权资产18447个,累计服务群众10073人。

而依托前述济南市公共数据开放网,相关数据有效支撑了商业选址、汽车充电站导航展示、急救设备AED查询导航等62个数据应用场景。

依照中国信息通信研究院今年年中编制的《公共数据授权运营成效评估要求》,当前全国有27个省和50多个城市进行了公共数据授权运营实践。

“我们的工作一方面是开展数据知识产权登记服务,另一方面就是促进数据高效流通运用。”上述浙江省数据知识产权登记中

心负责人表示。

授信额度测算一类评估场景需要大量数据,这些数据的处理考需大量时间。

温州市大数据运营有限公司申请登记的“信贷数据宝居民信用贷款能力分析数据”项目,是浙江省首批基于《浙江省公共数据授权运营管理办法》完成数据知识产权登记,并同步实现数据资产入表的数据知识产权案例之一。

根据前述登记中心负责人介绍,该数据集合通过对政府授权使用的公积金、社保、不动产等数据的分析挖掘,创新构建居民可支配收入评估模型,并被广泛应用于省内外多家金融机构的授信额度测算、还款风险评估等场景,惠及用户28.69万。

市场侧,上市公司也在加速布局公共数据授权运营。

公开信息显示,2022年,每日互动(300766.SZ)参股投资的浙江省大数据联合计算平台,多方在该平台中完成计算后,计算结果经审计后输出给使用方,实现原始数据删除、不流转,在保证数

国内主要类型公共数据授权运营模式		
集中1对1	分行业1对1	分散1对N
集中统一授权	根据行业属性	各类型主体各自开展
典型地区	北京	广东、上海、武汉
优势	权威性	专业性
劣势	市场效率或有不足	协调难度较大
		监督和规范性难度高

来源:中国信息通信研究院

据价值流转实现的同时,让各方更好地协同开展合作,提升数据运营的效率。

据了解,自2022年以来,每日互动围绕数据流通“不敢、不会、不用”等痛点,参与了交通、医疗健康等领域的公共数据授权运营,将被授权的公共数据与公司数据能力和人工智能等技术相结合形成低成本方案。其联合云通数达研发的“数智绿波”产品已先后在浙江、安徽、山西等省份落地推广,道路

平均通行效率提升20%以上。

每日互动董事会秘书王冠鹏向记者表示,数据授权运营,始终应该是“数据非必要不流转,数据价值流转”。对此,我们提出数据不仅要分级、分类,更要“分场景、封场景”。在实际落地中,要用机制来保障数据“分场景论证”,同时用装置保障数据“封场景使用”,确保数据只在事前评审过的封闭场景中的特定场景下使用。

诸多细节仍待厘清

宁波知识产权学院研究员孙梦龙认为,政府在公共数据的运营与维护中,应明晰数字权力的运行模式,筑牢合法行政的算法逻辑,建立权责明晰的公共数据治理体系,让数字平台回归私人属性。

虽然公共数据授权运营如火如荼,但是其在具体落实上仍有很多方面需要考虑。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉表示,在当下,对于数据资源的估值模式仍属于难点。比如当下对数据估值中采取的成本法。“但目前很多成本属于共有,如若需要分摊到某一类数据资源与数据产品上,要面临很多困难,比如数据产品的调用次数不一样,加之数据上的非消耗性,决定了数据资源和数据产品可以无限次流通,那如何分摊到单次服务之上就更加值得讨论。”

谈及数据运营如何探索稳定的商业模式时,北京市大成(上

海)律师事务所合伙人彭凯表示,目前我国的公共数据授权运营处于初级发展阶段,在商业模式上可能还缺乏成熟经验。

“在国外,典型的盈利模式还是通过基础数据(不仅是公共数据,还可以和企业数据融合)提供增值服务,输出形式可以是定制化的分析报告、预测模型等,企业用户付费购买这些增值服务。也有一些国家建立了数据开放平台,将非敏感的公共数据向社会公众和企业免费开放,然后通过在平台上嵌入广告或提供基于数据的附加服务实现盈利。”彭凯表示。

不过,浙江万里学院法学院副教授、宁波知识产权学院研究

员孙梦龙提示,在公共数据治理方面,明晰公共数据与私人数据之间的边界问题仍是痛点之一。

在数字时代,具有高度用户依赖性及锁定效应的超级平台依托算法行使着传统归属于行政机的“私权力”。在孙梦龙看来,政府在公共数据的运营与维护中,应明晰数字权力的运行模式,筑牢合法行政的算法逻辑,建立权责明晰的公共数据治理体系,让数字平台回归私人属性,让公共权力的范围不受数字空间算法的侵犯。

彭凯介绍,当前,数据运营的流程可以分为几个关键阶段,包括需求分析、数据收集和处理阶段,以及数据的应用,涉及运营主体、授权主体、律所、审计以及交

易流通场所等多方。

“参与方需要在授权运营协议或者其他合作协议中明确各自的角和责任,建立高效的沟通机制,同时明确冲突解决的途径。”彭凯表示。

上海市锦天城律师事务所刘广杰律师也建议,当前需要在运营上相互协作形成合力。比如为确保各方在数据运营中的协同合作,需采取综合措施:建立跨部门协同机制,明确各参与主体的职责与权益,制定统一的数据处理标准与流程;强化数据安全措施,确保数据传输与存储的安全;同时,通过合理的收益分配机制,激励各方积极参与,形成共赢局面。

金融科技二季度获客策略分化 出海增收凶猛

本报记者 蒋牧云 何莎莎
上海 北京报道

金融科技上市公司进入财报季。近期,包括奇富科技(NASDAQ:QFIN)、陆金所控股(NYSE:LU)、信也科技(NYSE:FINV)、小赢科技(NYSE:XYF)、宜人智科(NYSE:YRD)、嘉银科技(NAS-

DAQ:JFIN)、乐信(NASDAQ:LX)等公司相继披露2024年第二季度财务报告。

《中国经营报》记者注意到,面对较冷的经济大环境,资产质量承压仍是行业面临的主要问题。

对此,多家机构的风控和获客策略也均出现动态调整。虽然上述公司业绩表现有所分化,但大部

分企业对下一季度的业绩目标与表现较为乐观。

在行业整体审慎经营的背景下,对优质资产的争夺更为激烈。

多位业内人士在采访中告诉记者,目前各家机构都在降低对信息流获客的依赖,主动拓宽新的获客渠道,并覆盖更多场景。

分企业对下一季度的业绩目标与表现较为乐观。

在行业整体审慎经营的背景下,对优质资产的争夺十分激烈。

有金融科技行业人士向记者表示,如今企业的拓客难度逐渐加大,一方面能够拓展的增量客户越来越少,另一方面,企业对于获客渠道的依赖性越来越强,相应的成本也在不断增加。

此外,监管对于个人信息的保护不断加强,企业希望直接对接到目标客群的难度也在上升。

因此,各家机构如今都在降低对信息流获客的依赖,主动拓宽新的获客渠道,并覆盖更多场景。

住建部强调不增加个人负担

房屋养老金钱从何来、何处用

本报记者 陈雪波 卢志坤 北京报道

近日，业内对于国内正在试点的房屋养老金制度讨论颇多，对于资金来源问题，市场担心需要居民额外缴费。

对此，住房和城乡建设部相关司局负责人于8月26日进行了权威解读。其表示：房屋养老金由个人账户和公共账户两部分组成，其中个人账户即业主交存的住宅专项维修资金，交存按现行规定执行；公共账户由政府负责建立，不需要居民额外缴费。

《中国经营报》记者了解到，随着存量时代的到来，大量老旧小区需要维修改善，急需增量资金入场，建立房屋体检、房屋养老金、房屋保险等制度十分必要。

22城开展房屋养老金试点

我国目前有一大批存量住房处于“中年维修期”，老旧小区占比接近40%。

8月23日，国新办举行“推动高质量发展”系列主题新闻发布会，住房和城乡建设部副部长董建国在介绍关于“加快构建房地产发展新模式”时，提出了六项需要重点关注的工作，其中包括研究建立房屋体检、房屋养老金、房屋保险制度构建全生命周期房屋安全管理长效机制。据他介绍，目前，包括上海在内的22个城市正在开展房屋养老金试点。

所谓的房屋养老金，是指为了保障房屋安全与正常使用，旨在用于房屋及其附属设施设备的保养、维护、维修乃至更换、重建的费用。

中指研究院市场研究总监陈文静指出，当前我国针对房屋公共部位、公用设施设备的维护和改造主要使用的是住宅专项维修资金。这部分资金一般来源于业主自行缴纳，整体资金体量有限，急需增量资金入场。

目前，随着我国房地产市场逐渐进入存量时代，老旧小区占比越来越高。截至2022年年底，中国城镇既有房屋中建成年代超30年房屋占比接近20%。另据住房和城乡建设部最近披露的数据，我国目前有一大批存量住房处于“中年维修期”，老旧小区占比接近40%。

而当前针对房屋公共部位、公用设施设备例如电梯、外立面防水、消防、上下水系统的维护和改造主要依赖于住宅专项维修资金。浙商证券首席分析师杨凡告诉记者，住宅专项维修资金通常按照住宅建筑安装工程每平方米造价的5%至8%收取，2008年《住宅专项维修资金管理办法》才进入执行阶段，而2008年

以前住房则缺少维修资金。

此外，涉及归集住宅专项维修资金的房屋类型仅包括商品住宅及售后公有住房，维修资金的规模能否有效覆盖长周期维度各类住房维修保养以及当前的资金调取流程等有待进一步完善解决。

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉指出，与个人养老金需要“三个支柱”（包括个人账户、公共账户、商业保险等）类似，房屋养老金也需要对房屋养老做系统化、体系化的制度设计，即房屋体检、房屋养老金、房屋保险三项制度，其中房屋养老金制度最关键。

据了解，房屋三项制度的提法最早或可追溯至2022年。以2022年4月长沙自建房事故为起点，5月国务院办公厅印发《全国自建房安全专项整治工作方案》，首提研究建立房屋体检制度、房屋养老金制度、房屋质量保险制度。

2023年3月，包括住房和城乡建设部在内的15部门联合发布《关于加强经营性自建房安全管理的通知》，要求各地积极探索创新房屋安全管理方式方法，开展房屋定期体检、房屋养老金和房屋质量保险试点。

2023年11月，住房和城乡建设部指出要建立房屋从开发建设到维护使用的全生命周期管理机制，包括改革开发方式、融资方式、销售方式，建立房屋体检、房屋养老金、房屋保险等制度。

而住房和城乡建设部在8月23日涉及的三项制度提法，是过去几年一以贯之的内容。

试点重点是建立公共账户

公共账户资金主要用于房屋体检和保险等支出，意味着大部分房屋不需要个人支付房屋养老金。

在上述国新办会议之后，市场上出现“政府要收房屋养老金”“房屋养老金等同于房地产税”等误读声音。

据了解，现存的住宅专项维修资金是由住户缴纳，属于“个人账户”。据杨凡介绍，根据《物权法》和《民法典》，住宅小区专项维修资金属于业主，应由业主委员会进行管理，实操上基本由政府代为管理。

记者了解到，在上述国新办发布会上，董建国特别强调，对于房屋养老金，个人账户通过缴纳住宅专项维修资金已经有了，试点的重点是政府把公共账户建立起来。

上述住房和城乡建设部相关司局负责人在解读时再次明确，房屋养老金由个人账户和公共账户两部分组成。个人账户是业主交存的住宅专项维修资金。公共账户由政府负责建立，不需要居民额外缴费，不会增加个人负担。

其中，个人账户资金专项用于住宅共用部位、共用设施设备保修



截至2022年年底，中国城镇既有房屋中建成年代超30年房屋占比接近20%。图为北京一住宅区。

本报记者卢志坤/摄影

期满后的维修和更新、改造。公共账户资金主要用于房屋体检和保险等支出，意味着大部分房屋不需要个人支付房屋养老金。

对于公共账户的资金来源，上述住房和城乡建设部相关司局负责人表示，公共账户由政府负责建立，从试点城市看，地方政府可以通过财政补一点、土地出让金归集一些等方式筹集。

需要注意的是，部分年代较

为久远的住宅是否需要个人补缴相关资金，受到市场关注。据李

宇嘉介绍，根据2008年发布的《住宅专项维修资金管理办法》，首期资金的数额为当地住宅建筑安装工程每平方米造价的5%至8%，当前资金余额不足首期资金的30%时，就要及时续缴。“也就是说，首期之后可能会有第二期，不足30%时要续缴。不过，对于历史欠账的小区，可能由财政来兜，或者财政和业主共担，在财政补贴或奖励下，完成业主缴纳。”

比如，2023年宁波提出对于补缴物业专项维修资金的老旧小区给予财政补贴（按新建项目的60%缴，剩下的40%为政府补贴）。

此外，据李宇嘉介绍，此前有的物业维修基金，“提取一使用”不仅程序冗长，而且微观决策分散，很难提取。导致一边是维修基金“睡大觉”（结余一万亿元），一边是眼看着设施设备老化和得不到保养。

因此，对于后续房屋养老金的归集、使用、监督管理等全流程制度设计，仍有待进一步明确与完善。

房屋三项制度有待推进

房屋三项制度将为不同机构、企业和资金提供新市场和发展空间。

据杨凡介绍，对于房屋三项制度，目前全国试点尝试较多的是房屋质量商业险（IDI），即建筑工程质量潜在缺陷保险，主要针对房屋建筑工程中出现的设计、施工、材料等原因造成的工程质量潜在缺陷提供保障。比如，常见的主体结构问题、墙体开裂、渗漏水等都属于保障范围。

目前，上海市在2019年出台了《关于本市推进商品住宅和保障性住宅工程质量潜在缺陷保险的实施意见》即3号文中正式将IDI推广至全市所有住宅工程中。截至2023年6月底，上海市

IDI收入超过89亿元，覆盖1700余个小区，为50多万居民提供约7244亿元的风险保障。

据了解，除上海外，在2015年没有提及三项制度时，宁波镇海区就由财政出资为辖区内城镇住房购买保险和服务，利用现代保险参与危旧住宅房屋使用安全管理。

2016年泰州创设“房屋维修保险”，市物业管理中心设立统筹账户，资金由政府筹资、企业保费、业主保费等共同组成，统筹用于所有参保房屋的维修支出。

2022年，济宁邹城市与微山

县分别投入财政资金320万元、200万元为全县自建房购买房屋质量综合保险。

此外，株洲与沧州探索使用维修资金增值收益建立统筹账户，采取“公示无异议”的方式购买电梯保险。

广州亦鼓励业主委员会、物业管理委员会积极筹措资金为本小区房屋购买保险，并明确在2025年末总结经验，在全市范围稳步推广。

目前，以公共账户为代表的三项制度还有待推进。今年1月烟台发布《关于加强城市住宅全生命

周期管理工作的意见》，通过列入土地出让成本、财政预算拨款和建设单位缴纳、个人缴纳等方式筹集资金，用于房屋体检、购买房屋保险、公共部位维修补贴等。

8月，上海也提出将探索实施三项制度，其中房屋养老金制度主要服务于房屋体检、房屋保险以及房屋“小修小补”的支付，今年先行在浦东新区等地开展试点，在试点基础上明年全市推开。

易居研究院副院长严跃进表示，房屋三项制度将为不同机构、企业和资金提供新市场和发展空间。

房屋养老金制度试点提速 破题“老龄化”住宅安全隐患

本报记者 方超 张家振 上海报道

“上海市浦东新区试点房屋养老金的收费标准提前透露，主要依据房屋的面积和楼层而定。”对于“上海房屋养老金收费标准”传言，解放日报旗下“上海辟谣平台”近日报道称：“从上海市住建委、市房管局获悉，该传言不实。”

“房屋养老金”正成为市场关注的焦点所在。在8月23日举行的国新办“推动高质量发展”系列主题新闻发布会上，住房和城乡建设部副部长董建国表示：“研究建立房屋体检、房屋养老金、房屋保险制度，构建全生命周期房屋安全管理长效机制。目前，上海市、北京市等22个城市正在试点房屋养老金制度。”

公开信息显示，全国约有35%

的住宅房龄高于25年，逐渐“老龄化”的住宅安全隐患也愈发凸显。而房屋养老金正是为解决这一难题而来，并有望带动房地产下游市场进一步回暖。

“我们城市已经被确定为房屋养老金试点城市，但具体实施措施尚未确定。”日前，华东地区某省会城市房产局相关人士向《中国经营报》记者表示。

房屋数量将快速攀升。”上述论文表示。

外界关心的是，我国此前已有住宅专项维修资金，为什么还要试点房屋养老金制度呢？

“住宅专项维修资金制度从1998年开始建立，在一定程度上起到了维护房屋质量安全的作用，但1998年之前的房屋存量约180亿平方米，并未缴纳住宅专项维修资金。”同策研究院研究总监宋红卫向记者表示，“房屋养老金要兼顾所有房屋的‘老龄化’维修问题。”

“在已有住宅专项维修资金制度的情况下，官方提出要建立房屋养老金制度，背后可能有两个大的背景。”华创证券研报分析认为，一方面，部分地区的老旧房屋体量大，但住宅专项维修资金体量小，难以满足房屋维修需求；另一方面，受申请动用程序繁琐因素影响，当前住宅专项维修资金的提取率较低。

记者注意到，早在2022年5月，国务院办公厅印发的《全国自建房安全专项整治工作方案》提出：“完善房屋质量安全强制性标准，研究建立房屋定期体检、房屋养老金和房屋质量保险等制度。”

“房屋养老金相关表述在2022年5月住房和城乡建设部召开的全国自建房安全专项整治工作会议中首次提出，当时的主要侧重点为解决房屋建筑安全问题。此后，住房和城乡建设部在多个场合再提探索建立房屋养老金制

“具体实施措施尚未确定”

在业内人士看来，房地产市场仍处于深度调整周期。“试点房屋养老金制度，不仅能对房屋安全进行制度性兜底，也能进一步改善居民居住品质。”

公开信息显示，早在2023年5月11日—12日，住房和城乡建设部相关部门负责人就曾赴安徽省芜湖市、江苏省南京市等地调研房地产养老金工作。

在近期公布的22个房屋养老金试点城市中，南京市即是其中之一。在南京市老旧住宅分布方面，据统计，南京市建成投入使用15年以上的房屋约有223万套、总面

积约2.3亿平方米，分别占全市房屋总量的42.47%、38.97%。其中，住宅约有94万套、0.84亿平方米，占比分别为42.15%、36.52%。

“由于种种原因，有约30%的房屋未归集住宅专项维修资金，即使在已经归集且当前有结余的老旧小区中，有28%的小区余额低于10万

元，远远不能满足现阶段老旧小区设施设备老化维修的需求。”在2023年全国两会期间，全国人大代表，南京地铁集团有限公司党委书记、董事长余才高在《关于试点创新房屋养老金制度的建议》中表示。

“例如，在面对房屋基础及结构修缮、外墙渗水修补、外保温层更换、消防及电梯设施更新等较大规模的维修工程时，动辄需要数百万元甚至数千万元的高额维修费用，老旧小区现有的维修资金难以满足房屋‘应修尽修’的需求。”余才高彼时呼吁推动房屋养老金制度顶层设计。

另据报道，8月20日，上海市委副书记、市长龚正表示，截至2023年年底，上海全市城镇既有住房建筑面积超过7.6亿平方米，大量房屋开始步入“中老年”。为此，上海市将探索实施房屋定期体检制度、房屋安全保险制度、房屋养老金制度三项制度。

在围绕房屋养老金试点展开的诸多讨论中，个人是否需要负担资金是关注度最高的话题。

8月26日，住房和城乡建设部相关司局负责人表示，房屋养老金由个人账户和公共账户两部分组成。“个人账户就是业主缴存的住宅专项维修资金，缴存按现行规定执行。公共账户按照‘取之于房、用之于房’‘不增加个人负担、不减损个人权益’的原则，由政府负责建立。”

在关荣雪看来，要保证房屋养老金制度顺利推行，政府部门未来仍需进一步探索多元化的资金筹集渠道，以确保房屋养老金制度落地有充足的資金支持。

记者注意到，除资金来源外，推行房屋养老金制度对各地“老破小”住宅带来的影响，也颇受市场关注。“房屋养老金是从住房全生命周期管理的角度来进行的，是针对房屋安全隐患，并非针对‘老破小’住宅，新房出现质量问题一样需要维护，只是‘老破小’住宅对于房屋

养老金的需求紧迫程度更高。”宋红卫向记者分析称。

宋红卫表示：“从账户上来看，住房养老金未来会分为个人账户及公共账户，目前新房部分缺失的是公共账户，1998年之前修建的住房则是二者都缺失。对于上海市‘老破小’住宅而言会有一定的影响，比如有些‘老破小’住宅之前没有缴纳维修基金，一旦制度确立后可能就需要补缴，在过渡期内会对房价形成冲击。但从长期来看，这部分资金是未来保障住房安全的，对于小区住宅来讲是利好，有利于支撑房价。”

西部大开发何以成“新”？

本报记者 庄灵辉 王金龙 北京报道

西部大开发再迎重磅政策。

日前，中共中央政治局召开会议，审议《进一步推动西部大开发形成新格局的若干政策措施》（以下简称《若干措

施》）。会议指出，西部大开发是党中央作出的重大战略决策，要深刻领会党中央战略意图，准确把握西部大开发在推进中国式现代化中的定位和使命，保持战略定力，一以贯之抓贯彻落实，聚焦大保护、大开

放、高质量发展，加快构建新发展格局，提升区域整体实力和可持续发展能力。

西部大开发为何如此重要？此次政策与此前相比有哪些一以贯之的原则以及新的部署？怎样理解西部大开发要形成的新格

局？新时代西部地区要如何作为？如何深刻领会党中央战略意图？就相应问题，《中国经营报》记者近日采访了中国区域经济学会副理事长兼秘书长陈耀，中小城市研究院院长、中国社科院研究员牛凤瑞。

何为新格局？

西部大开发扎实推进，同时在不同时期也会面临新的使命与重点任务，因此需要对相应战略进行调整部署。

《中国经营报》：自1999年提出以来，中央已对西部大开发进行多次部署，请问历次部署有哪些一以贯之的原则？

陈耀：从1999年提出以来，西部大开发至今的重点工作主要可从两方面看。基本上前十年是在打基础，以生态环境以及交通基础设施建设等为重点；后十年主要是培育自我发展能力，在前期基础上培育各地的特色优势产业。

牛凤瑞：西部大开发推进了二十多年，党中央的基本指导思想没有太大变化。只是根据国际国内发展形势，会对具体措施与重点任务等进行调整。

陈耀：西部大开发扎实推进，

同时在不同时期也会面临新的使命与重点任务，因此需要对相应战略进行调整部署。但提出至今，西部大开发一直承担着区域协调发展的使命。作为国家经济相对欠发达地区，国家一定是要对西部地区给予重点支持的，如

此才能推进区域协调发展。《中国经营报》：党的十九大报告提出要强化举措推进西部大开发形成新格局，2019年，中央全面深化改革委员会审议通过了《关于新时代推进西部大开发形成新格局的指导意见》（以下简称《指导意见》）。应该怎样理解西部大开发要形成的新格局？此次《若干措施》有哪些新的部署？

陈耀：《指导意见》是与2019

年中央全面深化改革委员会第七次会议相对应的，此次《若干措施》则是对应今年4月份在重庆召开的西部大开发座谈会，相应政策均是对相关联的会议精神及近期重点任务进行总结编制的，更具纲领性。

牛凤瑞：从自然资源配置上来说，西部较多地区农业资源配置比较差，不太适合农业大规模发展，但矿产、能源等资源丰富，怎样发挥西部地区这些优势是新时代需要考虑的重点问题。

陈耀：相较此前，《指导意见》的新变化主要是提出“两大一高”要求，新格局也是围绕相应要求展开。所谓“两大一高”是指更加重视大保护、大开发以及高质量

发展。直至此次《若干措施》发布，这些方针也是一以贯之的。比较来看，《指导意见》更侧重重点工作任务，《若干措施》则强调要有哪些保障性政策，预计后续各部委还将形成各方面的政策细则，协同各地推动这一重大战略落到实处。

西部地区处于许多大江大河的上游，是我国重要的生态屏障。从中华民族长远利益考虑，把生态环境保护作为最重要的一个方向，由此前的大保护到如今的高水平保护，对生态保护更加强调。落实到具体措施上，意味着后续生态保护标准将持续提高，对林田湖草沙一体化保护以及污染系统治理等都将提出更高要求。

全国一盘棋

一个地区的产业布局与地区分工，要根据其资源禀赋的优劣进行布局。

《中国经营报》：近年来党中央对中部及西部地区发展进行多次部署，近年对东北全面振兴及东部地区发展也作出部署。请问从全国发展格局来看，西部地区主要承担哪些分工？具备哪些发展优势？西部地区如何做大做强特色优势产业？

陈耀：近年来党中央对东部地区京津冀、长三角、粤港澳三大动力源发展以及东北振兴等均提出重要部署，今年对中部地区和西部地区发展作出部署，体现出国家对区域发展的整体部署，对西部、东北、中部、东部等要通盘

考虑。其中此次西部的总体部署中，整体方针和重点都已明确。

此次强调要准确把握西部大开发在推进中国式现代化中的定位和使命，西部地区要走出一条符合地区实际的中国式现代化路子。这些都是新的提法，也是在新使命下西部地区要承担的重点任务。

牛凤瑞：一个地区的产业布局与地区分工，要根据其资源禀赋的优劣进行布局。西部地区的资源禀赋决定了当地产业发展以重工业为主，同时高耗能生态

破坏较低的产业，如果能靠近能源产地进行布局，也能更合理利用能源。

国内各地区根据相应的资源禀赋似乎要进行大致的产业等分工，但并非某一类的产业都要集中到某一地区。西部的农业资源供给比较稀缺，服务业需要一定人口规模，背后都人地关系问题，需要推进新型城镇化。

陈耀：此次还提出要提升开放型经济水平。提升开放水平，要依托当地自贸区及口岸等开放

平台，推进中欧班列基础设施及通道建设。围绕“一带一路”倡议，通过相应通道将西部地区及相应国家资源产品进行市场化配置，形成两个市场与两项资源，通过开放来促进开发。

牛凤瑞：通过相应通道建设，大批量的工业品出口问题得以解决，并且相对具有时间优势。但从运输成本来看，东部地区的海运成本还是优于西部的铁路运输，相应格局下，后续西部地区制造业比重可能有所提升，但东部沿海地区可能仍会发挥主体作用。

西部大开发大事记

1988年	党中央提出“两个大局”的战略构想。其中一个大局是当沿海地区发展到一定时期，要拿出更多的力量帮助中西部地区加快发展。
2000年	国务院西部地区开发领导小组召开西部地区开发会议，研究加快西部地区发展的基本思路和战略任务，对实施西部大开发战略的重点工作进行全面部署。
2001年	《关于西部大开发若干政策措施的实施意见》发布，从加大建设资金投入力度、优先安排建设项目等方面对实施西部大开发战略进行部署。
2004年	《国务院关于进一步推进西部大开发的若干意见》印发，提出进一步推进西部大开发的10条意见。
2007年	《西部大开发“十一五”规划》获批实施。
2010年	《中共中央国务院关于深入实施西部大开发战略的若干意见》，设定西部地区10年发展规划。
2012年	《西部大开发“十二五”规划》获批，强调“十二五”时期是深入实施西部大开发战略和全面建设小康社会的关键时期，必须紧紧抓住和用好重要战略机遇期，推动西部大开发再上一个新台阶。
2017年	《西部大开发“十三五”规划》发布。
2019至2020年	中央全面深化改革委员会第七次会议审议通过了《关于新时代推进西部大开发形成新格局的指导意见》。该项政策于2020年印发。
2024年4月	新时代推动西部大开发座谈会在重庆召开，会议强调，要一以贯之抓好党中央推动西部大开发政策举措的贯彻落实，进一步形成大保护、大开放、高质量发展新格局，提升区域整体实力和可持续发展能力，在中国式现代化建设中奋力谱写西部大开发新篇章。
8月	中共中央政治局召开会议，审议《进一步推动西部大开发形成新格局的若干政策措施》。

据公开资料整理

新型城镇化再提速

如何优化内部资源配置，处理人地关系应该是西部地区发展的重要课题。

《中国经营报》：西部地区如何因地制宜推进新型城镇化建设？相应措施能否吸引人口回流？

陈耀：西部地区城镇化率低于全国平均水平接近10个百分点，人口相对分散，需要适度集中，相当一部分的农业转移人口要市民化。

牛凤瑞：为提升承载人口与产业发展能力，中小城镇要加强基础设施建设，需要大量投入。但加强相应建设，能够推进西部农村转移人口就近城镇化，若有就业机会同时能照顾家人及田地等，会吸引很多外出人口返乡，对西部以外地区的人也有一定吸引力。

牛凤瑞：我认为乡村振兴的根本出路是加快城镇化，由城镇带动乡村，实现城乡融合发展。实际上，西部地区人口流出后，再回流也是优先回到当地城镇。只是如何推进这些流出人口融入城市，是东部及西部地区都需要考虑的问题。推进农业转移人口市民化确实需要增加财政支出，可以考虑将部分财政贡献直接转为相应投入。

公园城市建设迈上新台阶 成都交出高质量答卷

生态之城，成都奠定公园城市建设领先地位

本报记者 党鹏 陈雪波
成都报道

8月26日，以“公园城市——推动‘一带一路’城市现代化创新实践”为主题的第四届公园城市论坛在成都天府国际会议中心举行。作为公园城市的首提地，成都近年来在公园城市建设上不断迈上新的台阶，交出了一份高质量的时代答卷。

论坛上，来自全国各地的专家学者齐聚一堂，共同探讨公园城市建设的最新成果与未来方向。当天还发布了《中国公园城市指数2023》和《天府新区公园城市规划管理创新实践》，为下一步公园城市的建设指明了方向。

住房和城乡建设部总工程师江小群在大会上指出，近年来，随着共建“一带一路”倡议的深入实施，中国与沿线国家在经济、文化、科技等领域的合作不断深化。在全球化大背景下，公园城市建设不仅是城市内部环境的优化，更是对外展示中国绿色发展理念的重要窗口。

成都是一座历史文化名城，其独特的文化魅力吸引了来自世界各地的人才汇聚于此。在当代，成都不仅保留了深厚的历史文化底蕴，还积极融入现代元素，成为一座内外兼具的现代化公园城市。到今年，成都已经连续15年获评中国最具幸福感城市，推进高质量发展、高品质生活、高效能治理取得了务实成效。“雪山下的公园城市”“烟火里的幸福成都”成为成都的亮丽名片。

对每一座现代化城市来说，公园城市都是一个值得探究的好课题。中科院院士、天府新区公园城市规划建设总顾问段进指出，公园城市是生态文明建设背景下的充分体现时代性、前瞻性和中国特色，直面传统城市发展困境的城市规划建设新模式与新道路，是满足人民美好生活需要的重要途径，是加强新型城镇化的创新模式，是中国式现代化的生动实践。

《中国公园城市指数2023》从多个维度对337个地级以上行政区进行了评估，构建了“和谐共生、品质生活、绿色发展、文化传扬、现代治理”五个领域。成都的总体评分排名位列西南地区第一，超大城市第五。在文化传扬和绿色发展两

个细分领域，成都同样表现出色，分列全国第四和第五位，彰显了成都在公园城市建设中的领先地位。

具体来看，成都致力于提升城市自然环境，实施了“五绿润城、百花齐放、千园融城”行动，成效显著。成都持续厚植公园城市生态本底，把好山好水好风光融入城市，30多座雪山与城市频频同框，超7000公里的城市绿道串联成网，1500多座公园星罗棋布。

此外，成都还在持续推进山水林田湖草沙一体化保护和系统治理，在筑牢长江上游生态屏障上持续发力，开展都江堰灌区生态保护，实施龙泉山城市森林公园、大熊猫国家公园成都片区、锦江公园等重大生态保护和修复工程，建成

区绿化覆盖率增至44.7%。在多方努力下，今年上半年，成都市空气质量优良天数达到142天，同比增加6天，优良率为78.0%。

最近，为期186天的成都世界园艺博览会也在如火如荼地进行中，这场全球性的园艺盛会不仅展示了世界各地的花卉美景，更是成都作为公园城市多彩魅力的集中展现。

江小群表示，从全国范围来看，目前城市绿地率已经超过39%，累计建成口袋公园4万多个，城市绿道10万多公里。在这一背景下，成都以其独特的自然环境打造，为全国公园城市建设提供了宝贵的经验。

成都通过完善公园体系，营造公园场景，优化城市生态环境，使得城市的宜居性、承载力和可持续发展能力显著提升。”江小群指



成都市民在兴隆湖公园散步。

出，特别是在推动成渝地区双城经济圈建设的战略部署下，积极探索公园城市建设与区域协同发展的新路径，将公园城市建设与成渝地区双城经济圈的高质量发展有机结合起来，打造具有国际影响力的现代化城市群。

低碳转型，成都引领绿色产业新风尚

有数据显示，全世界80%的能源消耗集中在城市，打造低碳的产业和理念，同样是公园城市建设的关键一环。中国工程院院士、清华大学碳中和研究院院长、中国工程院环境与轻纺工程学部主任贺克斌指出，城市的发展，特别是公园城市的建设，生态环境质量是其绿色的基本底色。亚洲多数国家现阶段能

级产业集群。同时，成都还在大力推动优势产业智改数转，前瞻布局新兴产业、未来产业，不断优化营商环境和产业生态，构建现代化产业体系。

在大规模的新型产业布局之外，成都的“减碳”经验已经形成了成熟的运行模式。成都在国内首创提出构建以“碳惠天府”为品牌、

以“公众碳减排积分奖励、项目碳减排量开发运营”为双路径的碳普惠机制。经过4年多的探索与实践，该机制已开发106个项目，消纳超过47万吨碳减排量。

进一步，成都还通过建设近零碳社区、雨水收集系统、零碳有声图书馆等绿色生态项目，提高社区内的碳汇能力，实现近零碳排放。

例如，长寿苑社区的光伏项目一年能发电3万千瓦时，减少了20多吨的二氧化碳排放量。

成都的绿色低碳转型不仅提升了城市的生态环境质量，更为城市的可持续发展注入了强劲动力。贺克斌总结称：“成都以公园城市的理念推动城市建设，取得了经济和环境双赢的结果。”

人文成都，打造“人民城市”幸福新样本

成都是一座历史文化名城，其独特的文化魅力吸引了来自世界各地的人才汇聚于此。在当代，成都不仅保留了深厚的历史文化底蕴，还积极融入现代元素，成为一座内外兼具的现代化公园城市。到今年，成都已经连续15年获评中国最具幸福感城市，推进高质量发展、高品质生活、高效能治理取得了务实成效。“雪山下的公园城市”“烟火里的幸福成都”成为成都的亮丽名片。

成都值得被称赞之处还在于，这里营造的“成都式幸福”。单日800多万人次的地铁客运峰值见证了这里的快节奏，街头巷尾8000多家咖啡馆、10000多家茶馆、20000多家火锅店演绎着慢生活，快慢之间彰显出了一座具有蓬勃生命力的城市的风范。

不仅如此，作为公园城市示范区的先行者，成都还在努力创造宜居宜业美好生活、增进民生福祉。“一老一小”是千万家庭的牵挂，也

是幸福城市的底色。国家发展改革委中国宏观经济研究院经济研究所所长、研究员陈新年表示：“托稳‘一老一小’，成都一直走在全国前列，政府层面，不仅出台了相关规划，还深入实施和推进这项工作。”

就此，四川省委副书记、省长施小琳在论坛上指出：“我们将持续创造宜居宜业美好生活。坚持中国式现代化民生为大，我们将建设全龄友好社会，大力促进高

质量充分就业，科学把握人口变化趋势，推动教育、医疗、文化、‘一老一小’等公共服务优质均衡发展，建设更多家门口的好学校、好医院、好中心，不断满足人民对美好生活的向往。”此外，成都持续提升公园城市治理效能，下沉14余万名网格员直达基层末梢，打造“12345”市民热线和“亲清在线”，用心用情服务2140万市民群众和390万户市场主体。由此，在人文、美食、公共服务等“软件”的

加持下，在幸福美好生活十大工程的推动下，成都人文环境和谐包容，产业蓬勃发展，正在打造“人民城市”的幸福新样本，逐步成为一座宜居宜业宜游的现代化公园城市。

成都市相关负责人表示，未来，将坚持以全面建设践行新发展理念的公园城市示范区为统领，着力打造蓝绿交织的美丽成都、量质齐升的活力锦城、安全韧性的智慧蓉城、诗意栖居的天府家园。

正荣地产行政总裁李洋：答好“好房子”建设时代命题

本报记者 杨让晨 张家振
上海报道

在房地产行业深度调整期，市场需求也正从“住有所居”向“住有宜居”转变。

在落实保交房任务的同时，如何向市场提供满足更高品质生活需求的“好房子”，也成为房企谋求转型发展的要义所在。8月23日，在国新办举行的“推动高质量发展”系列主题新闻发布会，住房和城乡建设部部长倪虹表示，人民的幸福，最朴素的理解就是安居乐业，安居就是要住“好房子”。归纳起来，“好房子”有四个特征：绿色、低碳、智能、安全。

适配客户需求打造“好房子”

“目前，市场上不缺房子，缺的是有品质的‘好房子’。”

李洋在硕士研究生毕业后的第一份工作即投身房地产行业，并于2018年加入正荣地产，出任合肥区域常务副总经理、总经理及郑州区域总经理；此后历任正荣地产控股股份有限公司总裁助理、副总裁、执行董事兼常务总裁和总裁职务。

2021年，李洋还带领正荣地产成立营销公司，并出任董事长。彼时，李洋表示，当前，房地产业已进入“专业能力驱动”的管理红利时代，正荣地产营销公司化，既是应对房企营销“内卷”的一种“突围”，也是培育营销未来竞争力的顶层设计。“营销公司化变革所引发和倒逼的组织提效、业务优化、利润增长等，将成为营销下一步高质量发展的一大战略。”

在李洋看来，近年来，随着房地产市场深度调整，居民对住房品质的需求正日益提升，从“住有所居”到“住有宜居”转变，房地产市场需求也已随着时代的发展而发生深刻变化。

同样发生重大变化的还有市场供求关系。李洋表示，目前，国内房地产市场供求关系已经发生重大变化，从供方市场向需方市场转变。“改善型住房市场行情相对较好，体现出购房的核心需求已经从采光通风、生活配套、物业服务、容积率等传统关注点，更多地向小

据介绍，在房企融资方面，商业银行已按照审批程序通过了“白名单”项目5300多个，审批贷款金额近1.4万亿元，资金正在按照项目的工程进度陆续发放到位。

对于房地产政策调整新动向，《中国经营报》记者日前专访了正荣地产集团有限公司(以下简称“正荣地产”，06158.HK)执行董事、行政总裁李洋。在他看来，建设“好房子”中的绿色、低碳等要求与ESG发展理念不谋而合。“绿色转型是房地产业发展的必由之路，房企关注的重点主要集中在推广清洁能源、减少材料浪费、实施绿色工程、内部精细管控等几大方面，以此达到节能减排的目的。”

继续推进“幸福交付计划”

“对正荣地产来说，品质是支撑企业可持续发展的‘基本盘’与‘压舱石’。”

在市民从“住有所居”到“住有宜居”转变需求面前，如何建设“好房子”也成为房企需要解决的问题。



李洋
正荣地产执行董事、行政总裁

ESG理念推动企业治理能力提升

“提高ESG评级，能够为公司带来诸多好处，比如有利于公司获得融资成本更低的绿色债券。”

对于房企而言，建设绿色低碳的“好房子”，既是房地产业实现转型发展的要求，也与市场火热的“双碳”目标、ESG理念不谋而合。

截至目前，正荣地产累计有22个项目获得中国绿色建筑二星或三星设计标准认证，绿色建筑总建筑面积约240万平方米；56个项目采用装配式技术，采用装配式构件项目总建筑面积约350万平方米；实施海绵城市的项目也达到63个。

在李洋看来，践行“双碳”目标，是房企参与建设绿色低碳社会的责任担当所在。“对于房企而言，对内要加强绿色建筑的品质建设，完善从规划、设计、施工到

运营的全过程管理；对外要发挥自身对产业链条的带动效应，带动建筑全产业链低碳转型，从而推动行业绿色发展。”

据正荣地产发布的《2023年环境、社会及管治报告》，公司建立了由董事会、ESG工作小组、各职能部门及下属公司构成的可持续发展管治架构，确保ESG治理体系的科学化和规范化。

“作为港股上市企业，在ESG概念落地后，我们迅速把规划建设、治理以及每年的情况进行报告，每年评级提升后能够直观反映公司的综合发展效益。”李洋表示，公司特别成立了ESG小组，致力于提升ESG评级，在践行ESG理念方面走在行业前列。“提高

子”目标前进的方向没有发生变化。“对正荣地产来说，品质是支撑企业可持续发展的‘基本盘’与‘压舱石’，从‘基本居住’向‘宜居生活’升级，是必须抓住的产品导向趋势。”

李洋进一步表示，“好房子”包括两个层面，一是建造端，二是社区服务端，从这两个层面去提升居民的居住体验。“在建造端，需要洞察到‘好房子’背后的新质生产力本质，通过引入新技术、新材料和新工艺提升品质和效率，在产品设计、建造材料、工艺做法等方面精益求精，确保房屋质量可靠；社区服务端则要从客户的生活需求出发，提供能够解决痛点，让生活更美好、更有温度的服务。”

得益于此，正荣地产的客户满意度也位居行业前列。据中指研究院发布的《2024年中国城市居民居住满意度调查报告》，正荣地产的客户满意度得分为84分，显著高于71.6分的行业均值。

在落实保交房要求方面，正荣地产相关数据显示，今年上半年，正荣地产继续推进“幸福交付计划”，于全国累计品质交付约13500套新房。据亿翰智库日前发布的《2024年上半年房企交付研究报告》，正荣地产也获得了“保交付企业典范”称号。

对此，李洋告诉记者，在本轮房地产市场调整之初，就会同经营班子及时研判行业形势，重新梳理经营逻辑，果断决策，聚拢资源，聚焦“保交房”，“公司从一开始以保民生为核心工作，并利用政府提供的政策资金支持，以及包括国企收储保障房在内的方式回笼现金流，以推动项目交付。”

“对于项目交付品质，公司也始终坚持标准，并在内部成立了品质管理委员会，定下了相应的考核管理制度。为了避免仓促交付可能造成的质量瑕疵，公司总部还会对项目实施‘拉闸’机制。通过这些措施，来保证项目的交付品质。”李洋对记者表示。

评分，分别高于当年全球及亚太房地产行业的78分和75分。

李洋表示，这些都是对公司绿色建筑实践和绿色债券的认可，有助于成功发行债券，并降低融资成本。此外，2020年中诚信绿金(北京)有限公司给予正荣地产“BBB”的ESG评级，为参评的内地房企中获得的最高等级。2021年，正荣地产获MSCI上调ESG评级，由“BB”上调至“BBB”，在房地产开发和园区开发行业企业中居于前列。

李洋告诉记者：“ESG涵盖环境、社会及公司治理多重维度，以ESG评级提升为标尺，落地ESG管理各项标准和要求，也能够推动公司综合治理能力的全面提升。”

业绩放缓叠加“创始元老”离职代建龙头绿城管理征战下半场

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

“25岁，初见绿城：手中无剑、心中无剑；34岁，代建谋生：手中有剑、心中无剑；44岁，艰难上市：手中有剑、心中有剑；47岁，学会放手：手中无剑、心中有命；今始，退隐江湖：手中无剑、心中无剑。”在辞任绿城管理(09979.HK)执行董事及董事会副主席后，李军发出了这样的感慨。

“我与李军相识、共事多年，工作和私交都很好。大概两年

绿城“老人”回归家庭

李军无疑是一名绿城“老人”，自2002年加入绿城以来任职超过20年。

记者了解到，2010年，李军担任绿城瑞安玉园总经理，这是绿城首个商业代建项目；2014年，李军成为彼时绿城最大代建平台——绿城鼎益公司执行总经理。此后，李军主导组建绿城管理并出任集团董事、总经理，带领绿城管理于2020年7月成功登陆港交所，稳坐代建行业的“头把交椅”。

不过，李军与绿城以及代建的联系定格在了2024年。8月23日，绿城管理发布公告称，因个人原因，为投入更多时间在家庭及子女教育方面，李军已辞任执行董事及董事会副主席。同时，执行董事王俊峰被任命为新的授权代表，公司联席秘书谷冀湘则被委任为法律程序文件代理人。

“近期，李军正式提交了辞呈。我们尊重他的个人决定，而

前，他就与我交流了个人中长期的打算。虽然我与亚东主席（指绿城管理董事会联席主席张亚东）一再挽留，但李军依旧比较坚持他的决定。”在2024年中期业绩会上，绿城管理董事会联席主席、非执行董事郭佳峰回应道。

《中国经营报》记者注意到，在李军离任的同时，绿城管理2024年中期业绩多项指标增速放缓甚至首次出现负增长，也映射出房地产行业下行带来的阵阵寒意。

且内部也及时做了相应的工作安排。”谈及李军的离开，郭佳峰在业绩会上解释道。

值得一提的是，就在一年前，绿城管理曾发布一则人事调整公告：李军获委任为董事会副主席，继续担任绿城管理执行董事，同时将不再担任绿城管理行政总裁。

绿城管理方面在公告中表示，随着中国房地产代建行业进入新的发展阶段，对绿城管理内外部的工作都提出了更高的要求。为持续保持行业领先地位，李军在统筹公司全面管理工作的基础上，会将精力聚焦在绿城管理的战略发展和竞争策略方面，推动商业模式创新，并负责董事会日常工作。

与此同时，绿城管理非执行董事张亚东获委任为董事会联席主席，继续担任非执行董事；郭佳峰由董事会主席调任为董事会联席主席，继续担任非执行董事；执

财报数据显示，2024年上半年，绿城管理新拓代建项目代建费为41.9亿元，同比下降18.1%；收取代建费为14.14亿元，同比下降27.7%。

中指研究院研报分析称，随着代建企业入局增加，2023年房地产代建行业发展迅速，新签约规模增速高企。但随着竞争加剧和受服务型行业固有特征的影响，2024年上半年，代建规模化发展日益减弱，长尾分布特征加强，企业间分化显著。

行董事王俊峰获委任为行政总裁，负责公司经营管理工作。

对于一连串的人事变动，张亚东在2023年中期业绩会上特意回应称：“是为了给李军配人，并不是换了李军。”

尽管已经辞任，但李军与绿城管理的联系并未中断。记者梳理发现，2021—2023年，李军共计增持绿城管理股票十余次，斥资总额超过5000万港元。

在绿城管理上市后的首次业绩发布会上，李军曾直言：“我了解这家公司，而且长期看好这家公司，我会把在绿城赚到的每一分钱都买绿城管理的股票。”

郭佳峰也表示，李军虽然离开了公司，但其本人依然看好代建行业的未来，并会以股东身份一如既往地支持公司发展。

对于李军离职情况，绿城管理公共关系负责人在回应记者采访时表示：“相关情况以公司公告和业绩会披露的内容为准。”

代建费同比下降近三成

财报数据显示，2024年上半年，绿城管理实现收入16.7亿元，同比增长7.8%；毛利润8.6亿元，同比增长6.7%；净利润4.91亿元，同比增长6.3%；归属于公司股东的净利润为5.01亿元，同比增长5.8%。公司经营活动现金净流量为7750万元。

记者注意到，绿城管理的营收、利润等重要财务数据增长率已跌至个位数。而在2021—2023年同期，绿城管理营收同比分别增长32.6%、16.4%、23.1%；毛利润同比分别增长51.0%、23.7%、27.0%；净利润同比分别增长82.8%、33.4%、31.3%。

绿城管理新拓代建面积增速同样明显放缓。财报数据显示，报告期内新拓代建项目合约总建筑面积为1740万平方米，同比增长1.1%，而2023年同期增速高达30.6%。新拓代建项目代建费为

41.9亿元，同比下降18.1%，2023年同期增长约26.3%。

“代建行业已经从前几年高歌猛进，进入到增长放缓、阶段性减弱周期。”绿城管理副总裁程敏表示，今年代建行业出现了非常明显的变化：规模增速下降、费率下降。据统计，今年上半年，整个代建行业规模同比增长仅3%，而2023年全年增速是56%。“如果剔除掉一些低单价业务，预计传统全过程代建业务量相比去年大概有10个百分点以上的下降幅度。”

在程敏看来，这与整个房地产行业深度调整息息相关，这轮调整周期之长、量价跌幅之大超出预期。具体而言，一是委托方对市场不看好，观望情绪浓厚，纷纷暂缓拿地；二是拿地委托方鉴于市场情况、资金回笼等压力选择暂缓开

看好中长期行业发展空间

“从短期来看，代建行业规模增速放缓，蛋糕变小，一部分出险房企进入代建赛道加剧了行业竞争，部分企业对于代建费只求‘能发工资就行’，差不多呈现出‘0利润’的竞争趋势。”郭佳峰在业绩会上感慨道。

中指研究院统计数据显示，2023年，典型代建企业净利润率均值为23.9%，较2022年下降1.4个百分点，连续两年下降。房地产代建项目收入通常按节点收取，但人员成本并非按节点投入。部分刚入局代建的企业，由于项目尚未经历完整开发周期，净利润率前期为负。

作为行业龙头企业，绿城管理的利润率也受到波及。财报数据显示，2024年上半年，绿城管理的毛利率为51.5%，同比下降了0.5个百分点；净利率为29.4%，同比下降

了0.5个百分点。分业务来看，受影响较大的主要是政府代建板块，该业务毛利率为40.4%，同比下降了4个百分点。

对于代建行业的现状与未来，绿城管理执行董事、行政总裁王俊峰认为，短期内，行业规模增速放缓、竞争加剧，进入了深度调整期，必将面临优胜劣汰，且速度会越来越快。新人局时间不长的企业，没有时间建立完善的代建管理体系，遇到问题也缺乏经验。在市场比较困难的情况下，通过依靠低费率获得的项目会面临较大考验。

但绿城管理仍对代建行业中长期发展持乐观态度。郭佳峰在业绩会现场算了一笔账：过去两年，城投公司是代建行业的大客户，拿地非常多，但开工量只有

发，特别是托底拿地的城投公司；三是在收购商品房政策下，很多省市对保障房、安置房的开发计划做了调整。

值得一提的是，受房地产行业下行影响，绿城管理部分地区销售去化出现滞后，进而影响到代建费回款进度。据公司管理层透露，绿城管理周转天数已由2023年度的24天上升至今年上半年的28天；收取代建费14.14亿元，同比下降了27.7%。

对此，程敏解释称，很多项目由于销售、资金回笼不畅等问题，导致委托方面临的资金压力较大，代建费收取进度有一定的滞缓。“我们会跟委托方站在一起共渡难关，提升项目兑现度，促进销售，加强回款。同时，通过一线团队激励机制、尾盘项目金融工具等方式保障回款。”

20%左右。拿地未开工的面积约为3.3亿平方米，在短期内开工并有代建机会的占比约为15%，大概有5000万平方米的规模。

“随着房地产市场企稳，会有更多的存量资金进入市场，存量土地持有方也会有委托(代建)的需求。在房地产纾困和‘保交楼’方面，也存在大量的代建机会。”郭佳峰表示，就整个房地产行业而言，未来每年新房市场规模在8亿—10亿平方米。如果取中间值并按照发达国家30%的代建参与度计算，房地产市场每年有2亿—3亿平方米的代建空间。

“2023年，房地产行业代建规模约为1.8亿平方米。从中长期来看，代建行业的业务需求量很大，企业的生存空间和上升空间也很充裕。”郭佳峰进一步表示。

过会一年多仍未上市 鸿安机械撤回发行申请

本报记者 王登海 北京报道

在过会一年多后,苏州鸿安机械股份有限公司(以下简称“鸿安机械”)撤回了上市申请。

目前,深交所发布了《关于终止对苏州鸿安机械股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市审核的决定》称,因鸿安机械及其保荐机

构中信证券撤回了发行上市申请,深交所依照相关规定终止了对鸿安机械首次公开发行股票并在创业板上市的审核。

鸿安机械是一家从事智能物流技术装备研发、设计、制造和销售的公司,原计划在深交所创业板上市,在2023年3月过会,但在此后一年多未提交注册文件。

《中国经营报》记者观察到,在审核期间,深交所对鸿安机械的业务竞争力和成长性方面提出了诸多问询,要求鸿安机械说明在业务竞争力以及成长性方面较同行业可比公司是否存在明显不足等问题。

此外,鸿安机械的客户集中度较高,尤其是对大福集团的依赖较

大,这带来了一定的风险。

业内分析认为,创业板市场在评估企业上市资格时,特别关注企业的抗风险能力和成长潜力,鸿安机械的撤回申请可能与这些因素有关。而鸿安机械方面接受记者采访时表示,公司撤回上市是出于公司的战略规划和长远发展前景进行考量。

鸿安机械方面在接受记者采访时表示,公司撤回上市申请,主要是基于对公司的战略规划和长远发展前景进行考量。

资料显示,鸿安机械设立于2004年3月,设立之初为外商投资企业,2019年8月变更为内资企业,其控股股东为苏州鸿安企业管理有限公司,公司实际控制人为刘大庆。公司主要从事智能物流技术装备的研发、设计、制造和销售,并提供专业化的项目实施及运维服务,其主要产品和服务包括智能物流技术装备、项目实施和运维服务。

按照此前的计划,鸿安机械拟在深交所创业板公开发行不超过33617265股,占发行后总股本比例不低于25%;拟募集资金4.5亿元,用于“数字化智能物流技术装备产业基地项目”“信息化智能物流技术装备研发生产项目”“洁净工厂智能搬运设备研发生产项目”“补充流动资金”。

记者观察到,鸿安机械于2022年6月30日申请创业板IPO,其间

经历两轮问询,在2023年3月23日的深交所上市审核委员会第14次审议会议上,鸿安机械成功过会,成为当年第68家过会的企业。

但是在此后一年多的时间内,鸿安机械并没有提交注册文件。

8月23日,深交所官网显示,因鸿安机械以及保荐机构中信证券撤回发行上市申请,根据《深圳证券交易所股票发行上市审核规则(2024年

修订)》第六十二条的有关规定,深交所决定终止对鸿安机械首次公开发行股票并在创业板上市的审核。

鸿安机械方面在接受记者采访时表示,公司撤回上市申请,主要是基于公司的战略规划和长远发展前景进行考量,关于公司未来是否会有新的上市计划,对方表示目前尚无定论。建议持续关注公司的最新动态和发展情况。

鸿安机械的营业收入增长率低于同行业可比公司平均水平,但是公司的毛利率却高于可比公司的票据毛利率。

元、1.52亿元。

虽然鸿安机械的营业收入保持了稳步增长,但是与同行业可比公司相比,鸿安机械营业收入的规模及增速相对较低,且第四季度的收入占比分别为18.69%、39.31%、54.50%,波动较大且逐年上升。因此,在深交所上市委的会议中,也要求公司说明经营业绩变化的原因及合理性,保持市场份额的具体措施;结合行业特征、同行业可比公司情况,说明报告期内主营业务第四季度收入占比上升的原因及合理性。

数据显示,2020年度、2021年度、2022年度、2023年上半年,公司的营业收入增长率分别为1.73%、21.37%、20.41%、33.93%;可比公司平均值分别为15.39%、55.76%、25.85%、18.17%。由此可见,除了2023年上半年外,鸿安机械的营业收入增长率远低于可比公司。

鸿安机械认为,公司营业收入变动与同行业可比公司整体情况

基本一致,均呈现上升趋势,公司营收增长幅度小于可比公司平均水平,主要系新能源行业需求上升拉动了兰剑智能、今天国际收入增长,同时兰剑智能在IPO募投项目投产后大幅提升了产能,支撑了订单的履约以及收入的增长,因此公司与该等同行业可比公司的营业收入增速存在差异具备合理性。

此外,虽然鸿安机械的营业收入增长率低于同行业可比公司平均水平,但是公司的毛利率却高于可比公司的票据毛利率。

数据显示,从2019年至2021年以及2022年上半年,鸿安机械的毛利率分别为30.84%、33.35%、32.23%、24.27%。而可比公司的平均毛利率分别为32.45%、30.94%、25.17%、24.48%。

鸿安机械解释称,公司综合毛利率整体高于可比公司平均毛利率,主要系公司重视产品品质、项目实施及运维服务,强化自身竞争

优势,公司整体毛利率逐年增长。

鸿安机械能否保持收入持续稳定增长?在回复深交所的问询中,鸿安机械表示,截至2023年8月末,公司在手订单金额为58416.38万元,较2022年末在手订单金额上升13199.51万元,公司在手订单金额整体保持稳定,不存在在手订单金额大幅下降、营业收入大幅下降的风险。

“创业板市场在评估企业上市资格时,特别强调企业的抗风险能力和成长潜力,部分拟上市企业的利润规模较小且抗风险能力不足,上市后业绩容易出现较大波动。”有券商投行人士分析认为,交易所之所以频繁地对企业的增长性进行问询,是因为创业板更强调抗风险能力和成长性要求,这也关系到企业未来的发展潜力和市场表现,通过细致的问询,交易所能够更准确地评估企业的真实增长潜力,从而保护投资者的利益,并确保市场的健康发展。



鸿安机械厂区。

鸿安机械官网/图

客户集中度高

鸿安机械也指出,若公司第一大客户大福集团大幅减少或停止与公司的业务合作,将对公司的营业收入和营业利润造成较大影响,并对公司的经营业绩造成显著的不利影响。

除了成长性之外,鸿安机械的客户集中度较高的风险也是被关注的重点。

招股书显示,报告期各期,鸿安机械公司向同一控制下合并口径的前五名客户的销售收入分别为14567.47万元、11551.88万元、12678.84万元和10100.67万元,占营业收入的比重分别为95.72%、87.88%、72.26%和52.49%,客户集中度较高。

在报告期内,公司各期第一

大客户均为大福集团,数据显示,2019年度、2020年度、2021年度及2022年1—6月,鸿安机械通过大福集团获得的收入分别为21061.66万元、15468.19万元、18554.41万元以及4095.88万元,占鸿安机械各期营业收入的比例分别为50.7%、36.6%、36.17%、21.29%。上述同期,鸿安机械通过大福集团取得毛利分别为5646.59万元、5430.59万元、6372.27万元、1360.09万元,占各期营业毛利的比重为44.07%、38.53%、38.54%和29.13%。大福集团成立于1937年,总部位于日本大阪和东京,是一家物料搬运系统集成商及设备制造商,主要从事存储系统、输送系统、分拣和拣选系统、信息系统等多种物流设备以及信息系统的研发、生产和销售,产品及服务主要应用于电子商务、食品、药品、化学品、机械、半导体、液晶制造、汽车制造、机场等行业。

招股书还显示,鸿安机械项

目实施的主要客户为大福集团下属子公司大福自动搬运设备(苏州)有限公司,报告期各期公司对大福自动搬运设备(苏州)有限公司的项目实施业务收入分别为14567.47万元、11551.88万元、12678.84万元和10100.67万元,占当期项目实施业务收入比例分别为99.84%、98.98%、98.35%和87.07%,合作内容主要为液晶面板、半导体领域的自动化设备的安装调试服务。

对于客户集中度较高,鸿安机械解释称,公司与主要集成商客户和终端客户建立了稳定的合作关系,受采购需求、项目数量、项目规模等因素影响,公司对主要客户的业务规模始终保持较高水平,进而导致前五大客户收入占比高于同行业可比公司,具备合理性。随着公司不断拓展新客户,客户结构实现多元化,前五大客户收入占比相应下降。

不过,鸿安机械也指出,若公司第一大客户大福集团大幅减少或停止与公司的业务合作,将对公司的营业收入和营业利润造成较大影响,并对公司的经营业绩造成显著的不利影响。

大福集团不仅是公司的主要客户,更是公司的竞争对手,在招股书中,鸿安机械同行业的竞争对手有数十家,其中境外公司主要有日本的大福集团、美国的德马泰克,国内智能物流行业的上市公司主要包括音飞储存、今天国际、东杰智能、兰剑智能、德马科技。

收入增速不及行业平均水平

虽然鸿安机械的营业收入增长率低于同行业可比公司平均水平,但是公司的毛利率却高于可比公司的票据毛利率。

记者观察到,在深交所的问询中,对鸿安机械的成长性提出了多项问询,要求鸿安机械解释主营业务收入增长的合理性及可持续性,在业务竞争力以及成长性方面较同行业可比公司是否存在明显不足等问题。

鸿安机械披露的招股书显示,从2019年至2021年以及2022年上半年(以下简称“报告期内”),鸿安机械实现营收分别为4.15亿元、4.23亿元、5.13亿元和1.93亿元,实现归属于母公司股东的净利润分别为6529.68万元、7255.34万元、7926.37万元和908.85万元;扣除非经常性损益后的归母净利润分别为3931.9万元、6893.8万元、7229.97万元和702.76万元。

鸿安机械的主营业务主要为智能物流技术装备、项目实施和运维服务,其中智能物流技术装备收入占比较高,上述同期分别实现营业收入2.44亿元、2.76亿元、3.39亿

元、1.52亿元。

虽然鸿安机械的营业收入保持了稳步增长,但是与同行业可比公司相比,鸿安机械营业收入的规模及增速相对较低,且第四季度的收入占比分别为18.69%、39.31%、54.50%,波动较大且逐年上升。因此,在深交所上市委的会议中,也要求公司说明经营业绩变化的原因及合理性,保持市场份额的具体措施;结合行业特征、同行业可比公司情况,说明报告期内主营业务第四季度收入占比上升的原因及合理性。

数据显示,2020年度、2021年度、2022年度、2023年上半年,公司的营业收入增长率分别为1.73%、21.37%、20.41%、33.93%;可比公司平均值分别为15.39%、55.76%、25.85%、18.17%。由此可见,除了2023年上半年外,鸿安机械的营业收入增长率远低于可比公司。

鸿安机械认为,公司营业收入变动与同行业可比公司整体情况

基本一致,均呈现上升趋势,公司营收增长幅度小于可比公司平均水平,主要系新能源行业需求上升拉动了兰剑智能、今天国际收入增长,同时兰剑智能在IPO募投项目投产后大幅提升了产能,支撑了订单的履约以及收入的增长,因此公司与该等同行业可比公司的营业收入增速存在差异具备合理性。

此外,虽然鸿安机械的营业收入增长率低于同行业可比公司平均水平,但是公司的毛利率却高于可比公司的票据毛利率。

数据显示,从2019年至2021年以及2022年上半年,鸿安机械的毛利率分别为30.84%、33.35%、32.23%、24.27%。而可比公司的平均毛利率分别为32.45%、30.94%、25.17%、24.48%。

鸿安机械解释称,公司综合毛利率整体高于可比公司平均毛利率,主要系公司重视产品品质、项目实施及运维服务,强化自身竞争

上半年业绩创新高 华翔股份拟推股权激励

本报记者 黄永旭 北京报道

净利润涨三成

近期,上市公司密集披露上半年度业绩,成为近期市场关注的焦点之一。目前,山西华翔集团股份有限公司(以下简称“华翔股份”,603112.SH)披露,2024年上半年业绩再创新高,并宣称拟进行新一轮股权激励。

紧随上半年业绩报,华翔股份8月24日发布2024年限制性股票激励计划(草案),拟启动股票激励。其中,计划首次授予的激励对象共计277人,拟授予激励对象的限制性股票数量为882.9万股,授予价格为7.88元/股。

此外,《中国经营报》记者看到,在山西省2024年省级重点项目名单中,华翔(洪洞)智能科技产业园项目被列为全省22个高端装备制造产业链项目之一。目前,该项目一期二期建设项目建设相继竣工投产,三期建设正在持续推进。华翔股份也将通过该项目建设,拓展业务门类,加速数字化、智能化,进一步提高产能和效率。

华翔股份方面表示,对公司业绩、经营状况相关媒体采访问题,公司暂时不作回答。“公司暂时没有报道公司情况的想法,也没有太多精力去对接媒体采访。我们一般和投资者接触较多,媒体关注的一些问题是许多投资者关心的问题,请多关注公司发布的投资者关系活动记录表。”

根据当地媒体报道,洪洞白色

华翔股份主要从事各类定制化金属零部件的研发、生产和销售业务,目前已经形成包括铸造工艺、机加工工艺、涂装工艺、生铁冶炼等综合服务体系,具备跨行业多品种产品的批量化生产能力,产品主要应用于白色家电、工程机械、汽车零部件等领域。

记者了解到,作为山西省首家上市的民营装备制造类企业,其智能家居压缩机核心零部件占到全球市场份额的25%。

根据华翔股份半年报,从营收和利润方面看,2024年上半年,公司营业总收入为19.30亿元,较去年同期增加3.95亿元,同比上涨30.92%。研究机构认为,受益于行业高景气,华翔股份业绩表现创下历史新高。

资料显示,华翔股份位于山西省临汾市洪洞县甘亭镇,2020年9月在上交所成功上市,成为山西省首家上市的民营装备制造类企

业。华翔股份主要从事各类定制化金属零部件的研发、生产和销售业务,目前已经形成包括铸造工艺、机加工工艺、涂装工艺、生铁冶炼等综合服务体系,具备跨行业多品种产品的批量化生产能力,产品主要应用于白色家电、工程机械、汽车零部件等领域。

根据华翔股份半年报,从营收和利润方面看,2024年上半年,公司营业总收入为19.30亿元,较去年同期增加3.95亿元,同比上涨30.92%。研究机构认为,受益于行业高景气,华翔股份业绩表现创下历史新高。

从资产方面看,2024年上半年,华翔股份期末资产总计为54.10亿元,应收账款为10.00亿

元;现金流量方面,经营活动现金净流入为2.54亿元,较去年同期增加4130.73万元,同比上涨19.40%。从华翔股份营业收入构成看,金属制品业营业收入18.35亿元,占总营收的95.06%,生铁及可再生资源营业收入为7161.82万元,占总营收的3.71%,其他业务营业收入2381.87万元,占总营收的1.23%。其中,金属制品业毛利率为22.43%。

按主要产品来看,精密件营业

收入14.19亿元,占总营收的73.52%,毛利率为24.54%;工程机械营业收入3.68亿元,占总营收的19.07%,毛利率为14.83%。

综上可知,华翔股份此番取得佳绩,离不开主营业务的鼎力支撑。华翔股份在半年报中表示,得益于国家消费品以旧换新举措加快落地,以及高水平对外开放政策继续深化,国内消费市场规模持续扩大,对外贸易规模稳定增长。

条件。不仅要对激励对象进行业绩考核,而且要完成公司业绩考核目标。

激励计划显示,首次授予的限制性股票分三批解除限售,对应的业绩考核目标分别为:2024年净利润不低于4.8亿元;2025年净利润不低于6亿元,或2024年—2025年两年累计净利润不低于10.8亿元;2026年净利润不低于7亿元,或2024年—2026年三年累计净利润不低于17.8亿元。

各解除限售期内,公司当期业绩水平若未达到业绩考核目标条件,所有激励对象对应考核当年可

解除限售的限制性股票均不得解除限售或递延至下期归属,由公司以授予价格加上中国人民银行同期存款利息之和回购注销。

若按照激励计划2024年—2026年净利润目标值4.8亿元、6.0亿元、7.0亿元计算,接下来三年,华翔股份净利润同比增速将分别应该达到23.4%、25.0%、16.7%。

华翔股份方面介绍,经测算,数智化系统每年为华翔集团节约4000多万元,故障率下降50%,人均产量提升30%,企业收入和利润实现年均30%以上的稳定增长。

华翔股份方面告诉记者,华翔(洪洞)智能科技产业园项目一期、二期子项目基本完工,加工、生产线也相继投运。三期项目正在加紧建设,预计年底陆续投产运营。

峨眉山A上半年净利润下滑 投资超8亿元演出项目已连亏5年

本报记者 陈雪波 卢志坤 成都报道

“5折优惠”“最高优惠80!”……近日,峨眉山景区微信公众号上接连发布《只有峨眉山》公演5周年门票优惠信息,游客可以凭明星演唱会门票或者峨眉山景区门票购买演出的优惠门票。

《只有峨眉山》难止亏

云上旅投为建设《只有峨眉山》演艺剧场还向工商银行峨眉山支行贷款5.6亿元,实际提款5.36亿元,到今年上半年,云上旅投仍背负有贷款4.94亿元。据上游新闻的报道,在2019年该演出项目的投资额就已经达到8.19亿元。

对峨眉山A来说,《只有峨眉山》并不算一个新项目,早在2019年9月,这部大型实景演出就已经正式公演。在演出当年的4个月里,该项目就亏损1195.91万元。

根据该公司介绍,《只有峨眉山》是艺术家王潮歌策划、创作、执导的“只有”系列的开山之作,是中国南方首个行进体验式情景剧,以云海为创意元素,打造了“云之上”“云之中”“云之下”三个演出剧场,助力丰富峨眉旅游的文化内涵,是建设“世界重要旅游目的地”的文旅融合之作。记者了解到,观众需要在走路中欣赏《只有峨眉山》。剧场项目占地面积约7.8万平方米(117亩),总建面3.05万平方米。

在网络平台看到,有些网友对《只有峨眉山》给出了肯定的评价:“强烈安利,非常震撼!”但也有网友表达了看完演出后的失望:“看着索然无味,有点无聊。”

从开演到现在已经接近5年时间,《只有峨眉山》在2020年—2023年的净利润分别为-6057.84万元、-7461.77万元、-538.58万元。

很多游客不知道的是,《只有峨眉山》开演5年来,尚未实现盈利。峨眉山A(000888.SZ)发布的2024半年报显示,今年上半年公司实现营业收入5.08亿元,同比增长3.34%;实现净利润1.33亿元,同比下降8.93%。其中,《只有峨眉山》延续了多年的亏损,在总

共投入超过8亿元之后,今年上半年只实现营收588.97万元,净亏损2720.54万元。

峨眉山A在回复《中国经营报》记者采访时表示,《只有峨眉山》开始运营后不久遇到疫情,到目前还在恢复阶段,公司也在采取相应措施。

元、-2.28亿元,接连亏损。今年上半年,该项目依然亏损2720.54万元。值得注意的是,仅在今年上半年,这个演出的政府补贴就有796万元,补贴用途是演艺剧场的建设。

运营多年来,《只有峨眉山》的资金压力一直较大。峨眉山云上旅游投资有限公司(以下简称“云上旅投”)的主营业务为《只有峨眉山》演艺。2019年,“峨眉山旅游文化中心建设项目”变更为云上旅投《只有峨眉山》实景演艺建设项目,投入募集资金1.21亿元。此外,云上旅投为建设《只有峨眉山》演艺剧场还向工商银行峨眉山支行贷款5.6亿元,实际提款5.36亿元,到今年上半年,云上旅投仍背负有贷款4.94亿元。据上游新闻的报道,在2019年该演出项目的投资额已经达到8.19亿元。

不过,连续亏损之下,峨眉山A表示依然会保持对这个演出的投入。该公司称,将继续加强剧目宣传推广,深入全渠道营销拓展,在做好线下营销的同时,进一步加大线上营销推广,扩大品牌影响力。

中国社会科学院旅游研究中

心特约研究员、新时代文化旅游研究院院长吴若山分析指出,在当今的文旅市场中,大型景区演出层出不穷,观众有着丰富的选择,因此对剧目的评价肯定会表现出多样化的声音。其中主要涉及三方面:一是剧目的品质,包括剧本编写、导演指导、演员表演、舞美灯光等多个方面综合效果;二是观众对文化类演出的接受程度因人而异;三是同类演出项目的市场竞争。

吴若山表示,要打造品质与口碑绝佳的演艺作品,需要在项目定位、阐释当地文化及内涵、演出品质、营销手段、产品创新等关键方面下功夫。演出制作方要做好市场调研,了解目标观众的需求和喜好,为演艺项目定位、内容和风格等提供市场数据支持。也要通过深入挖掘和呈现当地文化、讲述文化故事、营造文化体验等,使剧目更加具有地域特色和文化内涵,从而吸引更多观众。此外,演出内容也应该保持更新,避免观众产生审美疲劳,还可以根据市场反馈不断调整和优化剧目,确保其始终与观众的需求和审美趋势保持同步。

同类型演出项目多盈利

今年上半年,三湘印象公司旗下运营《又见平遥》的平遥县印象文化旅游发展有限公司实现净利润3064.62万元;运营《印象大红袍》的印象大红袍股份有限公司实现净利润1260.19万元。

为何《只有峨眉山》在近5年的时间里始终处于亏损状态?峨眉山A在回复记者采访时表示,演出面世后不久就遇到了疫情,到目前还没有恢复过来,公司也在采取一些措施推动项目运营,希望能为这个演出造血、输血。

在2024半年报中,该公司将《只有峨眉山》项目亏损的原因归结于消费降级:受消费降级大环境影响,剧目转化率不高,上座率和票房不及预期,品牌影响力、剧目知名度美誉度有待进一步提升。

关于市场环境,该公司解释称:“从宏观环境看,受国内国际经济形势影响,在经历经济正常化运行后的‘报复性’消费后,游客消费观念更加理性,消费降级、消费分层、消费分流等现象为公司未来经营带来不确定因素,稳定增势压力大。”

记者注意到,今年上半年,并非所有景区演出都在亏损。与峨眉山同处西南地区的丽江有大型演出项目《印象丽江》。今年上半年,《印象丽江》共接待游客86.18万人次,同比增长7.85%;实现营收7492.10万元,净利润3381.71万元。

上市公司三湘印象(000863.SZ)旗下运营有《又见平遥》《印象大红袍》《最忆是杭州》等多地的多个系列演出。今年上半年,该公司旗下运营《又见平遥》的平遥县印象文化旅游发展有限公司实现净利润3064.62万元;运营《印象大红袍》的印象大红袍股份有限公司实现净利润1260.19万元。

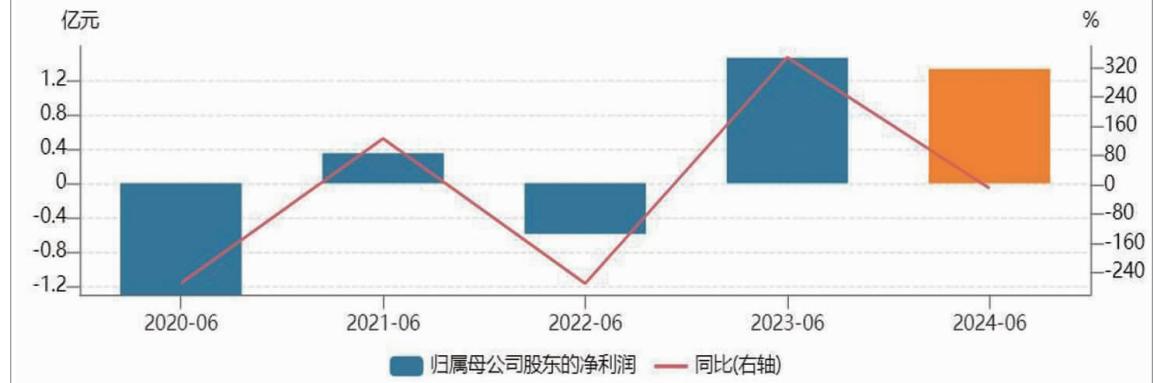
实际上,今年上半年旅游及演出市场均有亮眼之处。根据文化和旅游部数据,2024年上半年,国内旅游总人次27.25亿,同比增长14.3%;国内游客出游总花费2.73万亿元,同比增长19.0%。根据中

国演出行业协会票务信息采集平台数据监测和调研测算,2024年上半年,全国营业性演出(不含娱乐场所演出)场次25.17万场,同比增长30.19%;票房收入190.16亿元,同比增长13.24%;观众人数7910.13万人次,同比增长27.10%。

总体来看,在旅游演艺市场,国内众多景区的旅游演艺保持了较高的人气,甚至成为当地旅游吸引物之一。吴若山告诉记者,综合众多旅游演艺市场表现来看,演出呈现主题多元、内涵丰富、时代性强、科技赋能、体验互动强等发展趋势。

“对观众而言,他们更倾向于选择那些既能展现历史文化深度,又能呈现自然风光之美,同时融入创新科技元素的演出。这样的演出能够全方位满足他们的审美需求,提供难忘的观赏体验。”吴若山总结表示。

归属母公司股东的净利润及增长率



近两年,峨眉山A整体盈利,但公司推出的演艺项目《只有峨眉山》依旧处于亏损状态。

数据来源:Wind

“旺丁不旺财” 上半年旅企业绩分化加剧

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

在去年高基数影响下,今年上市旅企业绩表现有所回落。

出游人均消费小幅增长

今年上半年,国内旅游市场复苏态势持续,旅游人次与消费均有所增长。

文化和旅游部数据显示,根据国内旅游抽样调查统计结果,今年上半年,国内出游总人次27.25亿,同比增长14.3%;国内游客出游总花费2.73万亿元,同比增长19.0%。其中一季度国内出游人次14.19亿,同比增长16.7%;二季度为13.06亿,同比增长11.8%。

分城乡看,今年上半年,城镇居民国内出游人次20.87亿,同比增长12.3%;农村居民国内出游人次6.38亿,同比增长21.5%。城镇居民出游花费2.31万亿元,同比增长16.8%;农村居民出游花费0.42亿元。

仅两家企业净利润增长

除营收增长明显放缓外,今年上半年,上市旅企盈利表现也出现分化,目前已发布半年报的8家企业中,仅有2家归母净利润同比增长,并有3家出现亏损。

作为今年首家披露半年报的景区类旅企,九华旅游上半年营收、净利均实现同比增长,其中实现归母净利润1.14亿元,较上年同期增长2.65%。

在上年高基数情况下,今年上半年尤其是第二季度,九华旅游净利润实现较快增长,相应情况也引发广泛关注。

“今年4—6月份,公司实现营业收入2.15亿元,较上年同期增长

14.17%;实现归母净利润6221.80万元,较上年同期增长25.70%。”九华旅游董事长高政权近日在业绩会上表示,相应情况主要是受旅游市场快速发展、游客出游需求旺盛、九华山交通大环境改善等因素影响。

另一家归母净利润实现增长的是长白山,今年上半年该公司实现归母净利润0.21亿元,同比增长71.70%。“上半年长白山景区接待游客数量相较去年同期增长64.3%,公司营业收入和利润也随之增加。”在半年报中,长白山将营收及净利增长原因归结为游客人数较上年增加。

另外6家企业归母净利润则出现不同程度下滑,其中曲江文旅、西藏旅游及张家界下滑较为明显,同时这3家企业上半年均出现亏损。

相关数据显示,今年上半年,曲江文旅实现归母净利润-1.87亿元,同比下降1548.29%;西藏旅游实现归母净利润-0.03亿元,同比下降186.66%;张家界实现归母净利润-0.61亿元,同比下降49.13%。

“2024年上半年,国内旅游趋于常态化,同时出入境游复苏趋势明显,对国内长线游市场形成一定的互补和替代效应。”西藏旅游在半年报中表示,上半年是西藏地区旅游行业淡季,随着公司数字营

绩预告。从已发布情况来看,前述8家企业中有6家营收实现增长,但营收增速较上年同期均有明显下滑;同时仅有2家归母净利润同

比增长,并有3家企业出现亏损。

多位受访人士表示,经历去年积压需求快速释放后,国内旅游市场渐趋常态化。当前旅游人次虽

仍持续增长,但对单个景区或企业来讲,要提升业绩将更依赖其长期运营及营销等能力,因此预计后续各企业间盈利分化将进一步加剧。

挖掘新增长点

国内旅游市场趋于常态化,旅企营收及盈利也渐趋稳定。在此情况下,不少景区类企业纷纷将视线移向餐饮、酒店、农特产品销售等业态,尝试挖掘新的业绩增长点。

今年年初,九华旅游对外投资设立了安徽九愿餐饮管理有限公司。近日在接受机构调研时,九华旅游对该项目投资背景及进展进行了说明。

“为深度挖掘池州地域特色美食,探索新业态、新产品,创建九华健康素食主题餐饮品牌,公司已投资设立‘安徽九愿餐饮管理有限公司’。并在合肥中安创谷设立自营餐饮店,建设内容包括餐饮包厢、开放式包厢、餐饮大厅、综合接待区、农特产品展销区和厨房等。”九华旅游方面表示,相应项目总投资预算约1103万元,目前正在有序施工中,计划于2024年10月份完工运营。

此外,长白山近日也表示,公司拟与控股股东共同出资4000万元成立公司,主要业务为餐饮项目投资及运营管理等;新成立公司的主要任务是培育开拓区域餐饮市场,丰富健全公司旅游产业链条和产品服务体系。

“景区类旅企开辟新赛道可能与当前营收增长普遍较乏力有关。”周鸣岐认为,相应企业加码新业务更应关注业务利润及自身运营能力等,如在景区内新建或扩建酒店可能对企业业绩有正向影响,但若谋求对外甚至全国化布局,则未必有足够的管理及竞争经验。

“医美茅”走下神坛：爱美客业绩失速

本报记者 张悦 曹学平
北京报道

近期，医美上市公司陆续发布2024年上半年成绩单。“医美茅”爱美客(300896.SZ)财报显示，今年上半年，公司实现营业收入16.57亿元，同比增长13.53%；实现净利润11.21亿元，同比增长16.35%。

相较过去三年同期，爱美客的业绩增速明显放缓。2021年—2023年的半年报，爱美客的营收增速分别为161.87%、39.70%、64.93%；净利润增速分别为188.86%、37.52%、64.66%。

在二级市场，半年报发布次日爱美客股价跌幅超过12%，拉长时间来看，年初至今公司股价跌幅超过30%。

对于业绩增速的变化，爱美客方面近日在接受《中国经营报》记者采访时表示，据《中国医美行业2024年度深度洞察报告》预测，本年或将是未来几年中行业增速最平缓的一年，行业的净资产收益率仅为7.38%，宏观经济和服务型消费需求均处于稳健复苏期，给医美行业带来双重挑战。此外，公司在去年二季度创下历史最高单季度营业收入，虽然今年上半年的营收利润再创新高，但高基数下增速承压。

下游需求生变

根据《中国医美行业2024年度洞悉报告》，预计未来四年，医美市场将保持10%—15%的增速。

爱美客的产品分为以“嗨体”为代表的溶液类注射产品和“濡白天使”为代表的凝胶类注射产品两大类。上半年，两类产品的营收保持增长，其中溶液类注射产品实现营业收入9.76亿元，较上年同期增长11.65%；凝胶类注射产品实现营业收入6.49亿元，较上年同期增长14.57%。

爱美客方面介绍，上半年业绩的增长，主要是由于规模效应，转化率提升。非公立医院依然占据了主要的市场份额，更加注重市场营销和品牌建设，产品种类更多，能够提供更个性化的产品组合和服务选择。公立医院由于具有较强的公信力和专业背景，其医美产品的销售往往更加稳定可靠，消费者对其信任度较高，价格也相对透明。

在公司营收增速趋缓的背景下

市场竞争增加

透明质酸是应用时间最久、工艺最成熟的材料，围绕透明质酸填充剂的竞争一直很激烈，历史上也曾出现过价格战。

医美行业信息日趋透明，随着获批产品逐渐增多，在各社交平台上不乏有用户分享“医美攻略”，医美行业下游低价“引流”情况时有发生。多重因素正在搅动医美市场，上游各家企业的竞争更加激烈。

在玻尿酸领域，昊海生科(688366.SH)半年报显示，在玻尿酸品类，第四代有机交联玻尿酸产品“海魅月白”已于2024年7月获得国家药监局颁发的Ⅲ类医疗器械产品证书，将与前三代玻尿酸形成功能差异化、价格定位差异化的产品组合，能够满足日益多元化的医美市场需求。

2024年7月，华熙生物三类医疗器械“注射用透明质酸钠复合溶液”获批，该产品用于皮内真皮层注射填充，以纠正颈部中重度

皱纹。

此前，市场中获批的注射用透明质酸钠复合溶液仅有爱美客的嗨体，适用范围为皮内真皮层注射填充，以纠正颈部中重度皱纹。有市场声音认为该产品将成为爱美客嗨体的有力竞争者，未来爱美客在这一品类可能会陷入价格战。

爱美客方面则表示，透明质酸是应用时间最久、工艺最成熟的材料，围绕透明质酸填充剂的竞争一直很激烈，历史上也曾出现过价格战。公司始终认为医疗美容是产品与医生技术的结合，是医疗项目，未来消费者将更注重交付的安全与标准。价格不应该是简单根据材料和产品而设定的，而忽视了医生的重要性。爱美客会坚持做好产品，履行作为上游企业的社会责任，为消费者、为医生、为机构的运营者创造价值。

爱美客的产品分为以“嗨体”为代表的溶液类注射产品和“濡白天使”为代表的凝胶类注射产品两大类。上半年，两类产品的营收保持增长，其中溶液类注射产品实现营业收入9.76亿元，较上年同期增长11.65%；凝胶类注射产品实现营业收入6.49亿元，较上年同期增长14.57%。

爱美客方面表示，在行业规模、消费习惯、合规性、市场竞争等多个方面，市场环境确实发生了较大的变化。第一，随着消费水平的提高和对美好生活的向往，我国医疗美容市场在过去几年呈现出快速增长的趋势。根据《中国医美行业2024年度洞悉报告》，预计未来四年，医美市场将保持10%—15%的增速。第二，从消费习惯的变化来看，很多消费者已经把医美消费作为必选消费，即便在疫情期间，行业也保持了韧性增长。第三，行业透明度及监管力度也在不断加强，要求机构、医生不断提升其规范化和专业化水平。行业合规程度较早期有了较大的进步，但仍然存在非合规的产品与服务。第四，医美市场的市场竞争更加激烈。一方面，大量新进入者涌入

市场，带来了更多产品和服务选择；另一方面，价格战和同质化竞争问题也日益凸显，互联网平台的介入降低了医美的医疗属性、加强了消费属性，同时带来了更多安全上的隐忧。

2024年一季报发布后，爱美客在接受特定对象调研时表示：“从今年第一季度看，我们感受到下游机构客流增加，接受医美的人群增加，但客单体量有所下降，消费者在大单消费上可能会有些犹豫。”

濡白天使2021年获批上市后逐渐成为爱美客的另一业绩增量，2023年，“如生天使”也上市销售。爱美客前述调研中表示，公司在推出“濡白天使”后发现其特性无法满足一些问题，“如生天使”注射要求相较于“濡白天使”更高，因此公司在控制销售节奏，选择“濡白天使”使用不错的客户加入“如生天



2024年上半年，爱美客实现营业收入16.57亿元。

受访者/供图

使”项目。目前产品推广在节奏范围内，未来会不断加大推广力度，让产品以其独特价值来解决用户问题。

报告期内，爱美客销售费用为1.41亿元，较上年同期减少5.13%。对于市场是否还具有拓展空间的问题，爱美客方面表示，销售费用变化与公司市场推广策略有关，不代表

产品的发展阶段。从行业层面来看，中国医美的规模和空间广阔，但渗透率仅约4%，这样的渗透率与人均可支配收入的水平还尚未匹配，仍具有相当可观的提升空间，医美需求的黏性和刚性特征进一步凸显，带动医美的长期韧性增长。公司产品的市场客源还在持续扩容，且复购率较高。

金花股份信披“黑洞”：董事长曾被取保候审未披露

本报记者 岑国文 曹学平 北京报道

金花股份(600080.SH)董事长邢雅江于2024年4月23日至7月26日被公安机关采取了取保候审的刑事强制措施。但金花股份直到8月24日陕西证监局介入后才履行信息披露义务，对该事项进行信披。

因此，8月24日和26日，金花股份及其董事长邢雅江接连被陕西证监局出具《行政监管措施决定书》。

陕西证监局介入后才披露

8月24日，金花股份接连发布两份公告，分别为收到陕西证监局《行政监管措施决定书》和公司董事长被采取取保候审措施并收到解除取保候审决定书。

据陕西证监局《行政监管措施决定书》，经核查举报线索，发现金花股份董事长邢雅江因涉嫌犯罪，于2024年4月至7月被公安机关采取了取保候审的刑事强制措施。该事项属于应立即披露的重大事件，但金花股份一直未披露。

陕西证监局责令金花股份在收到该决定书后立即披露邢雅江被采取刑事强制措施的具体情况，说明事件起因、最新进展及对公司的影响等。

金花股份披露，于8月23日收到董事长邢雅江送达的《解除取保候审决定书》，知悉董事长邢雅江于4月23日至7月26日期间被公安机关采取取保候审的措施。

金花股份公告称，经公司向邢雅江核实，前期因其他人员涉嫌私自刻制与公司无关的其他公

司印章被公安机关立案调查，其向公安机关供述系邢雅江知悉并受其指使，致使邢雅江成为涉案人员，西安市公安局鄂邑分局于4月23日起决定对董事长邢雅江取保候审。

7月26日，西安市公安局鄂邑分局出具了《解除取保候审决定书》。因指证邢雅江的证据发生变化，现有证据不能证实邢雅江有涉案嫌疑，根据《中华人民共和国刑事诉讼法》第七十九条第二款之规定，决定予以解除取保候审。

金花股份在公告中表示，自4月23日至今，公司董事长邢雅江正常履职，公司日常经营运作正常、管理层稳定，各项工作有序开展，在此期间，该事项未对公司正常经营产生影响。鉴于上述取保候审及解除取保候审事项未及时通知公司，未能及时披露，公司董事长邢雅江对此诚恳致歉。

对于此事，金花股份方面表示，公司及相关责任人员收到《行政监管措施决定书》后高度重视，公司将深刻反省，积极整改，认真汲取教

训，严格落实有关要求。公司后续将严格按照相关监管要求和有关法律、法规的规定及时履行信息披露义务。敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。

对于邢雅江曾被采取取保候审措施但金花股份未能进行信披一事，陕西证监局与上海证券交易所均要求金花股份提交书面整改报告。

在信息披露方面，金花股份今年6月还曾因业绩预告与实际差距较大收到《行政监管措施决定书》。

根据金花股份2024年1月27日发布的《2023年度业绩预告》，报告期内，公司预计归属于母公司所有者的净利润为-2092.41万元至-1606.67万元；预计归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润为709.27万元至922.91万元。

3月28日，金花股份对业绩预告进行更正，预计公司2023年度实现归属于母公司所有者的净利润为-4900万元至-4200万元，意味着

药金天格胶囊为核心产品。不过，金花股份热衷于炒股及基金投资。2023年全年和2024年上半年，金花股份累计买入金额为15.06亿元和6.15亿元。

就信息披露与公司经营发展相关问题，《中国经营报》记者联系了金花股份方面。该公司证券部相关人士表示，近期公司事务较多，领导在忙于会议。该公司未对记者采访的问题进行回应。

净利润亏损幅度加大；预计公司2023年度实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润为200万元至300万元。

金花股份方面解释称，主要原因是金花国际大酒店的工商变更登记手续于2024年1月31日完成，因此在本报告期末将金花国际大酒店股权作为“持有待售”处理，该事项对公司本期业绩预告财务数据产生影响，将使公司2023年度业绩预告净利润减少2900万元，2024年第一季度股权转让收益相应增加2900万元，导致公司更正业绩预告。

而据4月27日披露的2023年度报告，金花股份2023年最终的归母净利润为-4289.06万元。金花股份在《2023年度业绩预告》披露的业绩预告与修正业绩及最终业绩相比，差异幅度超过50%。陕西证监局认为，金花股份业绩预告披露的归母净利润与年度报告数据存在较大差异，相关信息披露不准确，违反了《上市公司信息披露管理办法》相关规定。

热衷于炒股买基金

据2023年年报，金花股份当期营业收入为5.65亿元，同比减少2.41%；归属于上市公司股东的净利润为-4289万元，归属于上市公司股东的扣非净利润为300万元。可以看出，2023年金花股份净利润亏损的主要原因是非经常性损益金额较大。

而非经常性损益金额较大的根本原因是交易性金融资产公允价值变动，即买卖基金和股票导致的理财亏损。

2023年金花股份交易性金融资产的期初余额为1.45亿元，期末余额为0.57亿元，当期变动0.88亿元，对当期利润的影响金额为0.46亿元。

2023年，金花股份多次买卖股票和基金产品，期初账面价值6509万元，期间变动损益2000万元。累计买入15.06亿元，卖出14.67亿元。亏损0.27亿元。

在2023年年报问询函中，上海证券交易所要求金花股份核查募集资金的实际流向，是否直接或间接安排用于股票及其衍生品种等交易，是否存在流向控股股东、实际控制人及关联方或其控制的企业的情形。

金花股份方面表示，公司从事二级市场股票投资，目的为获取二级市场股票投资收益，提高公司的资金使用效率。2023年度内，公司证券投资金额最高为1.39亿元，期间滚动发生额为15.06亿元。募集资金的使用和存放符合相关规定，不存在直接或间接安排用于股票及其衍生品种等交易，不存在流向控股股东、实际控制人及关联方或其控制的企业的情形。

半年报显示，2024年上半年，金花股份继续多次交易股票

和基金产品，本期购买金额为6.15亿元，本期出售金额为5.55亿元。由于市场的不景气，金花股份本期以公允价值计量的金融资产变动损益为-2589万元，股票和基金的投资损益为-740万元。

今年上半年，金花股份营业收入为2.46亿元，同比减少3.68%；净利润为946.29万元，同比增长211%。扣非净利润为1003万元。

金花股份核心产品为骨科中药金天格胶囊，另外还有转移因子胶囊、转移因子口服溶液、开塞露等。2023年，金花股份骨科类产品的毛利率高达85.9%，免疫类和儿童类产品的毛利率分别为53%和52%。

据金花股份年报信息，其核心产品金天格胶囊于2003年研发上市，是国家1类新药，经过多年推广，目前已成为骨科临床一线用药。据米内网数据，在2023年上半年重点城市公立医院中成药骨质疏松类用药产品份额占比中，金天格胶囊以37.81%的市场份额保持市场领先。2023年，金天格胶囊中标价格区间为40.31元至43.38元，医疗机构合计实际采购量为846万盒。

作为一家以骨科中药为主营业务的企业，金花股份存在重营销轻研发的情况。2024年上半年，金花股份销售费用为1.41亿元，同比减少4.24%，占营业收入的比重约为57.32%。销售费用中占比较高的项目包括市场推广服务、市场咨询服务、渠道维护服务等。而同期，金花股份研发费用仅为842万元，同比增长60.93%，占营业收入的比重约为3.4%。

低价竞争蔓延 储能电池企业如何突围?

盈利能力承压

本报记者 张英英 吴可仲
北京报道

2024年上半年,储能电池企业业绩未见明显改观。

截至8月29日,多家储能电池上市企业发布了半年报,其中宁德时代(300750.SZ)的营收有所下滑,亿纬锂能(300014.SZ)、鹏辉能源(300438.SZ)的营收和净利润均呈现下降趋势,而瑞浦兰钧(0666.HK)则持续亏损。

上述企业的业务主要包括动力电池和储能电池产品,自2020年以来,储能电池已经发展成为其重要的增长极。但与动力电池类似,由于产能供需错配和内卷加剧,在上游原材料价格下滑的同时,储能电池价格在2023年便开始出现非理性下降,进而影响了企业盈利水平。

TrendForce集邦咨询分析师何文辉在接受《中国经营报》记者采访时表示,近期储能电池价格下降趋势虽有所收窄,但仍贴近不少企业的成本线。除头部企业开工率能够保持较高水平外,二、三线企业均不太乐观。等到第四季度出货旺季,情况才会有所好转。

产品价格下跌使得储能电池企业的盈利能力遭遇挑战。

2024年上半年,受多重因素影响,电池价格进一步降低。记者根据第三方数据统计,截至6月末,100Ah、280Ah和314Ah碳酸锂储能电芯的均价分别降至0.38元/Wh、0.35元/Wh、0.36元/Wh。对比过去一年,这一价格水平已远超业内的想象。

何文辉向记者表示,由于前期大量规划产能落地,导致市场的供需失衡情况仍较为严重,低价竞争已从电芯蔓延至系统集成端。尽管近期价格下降趋势有所收窄,但仍贴近不少企业的成本线。等到第四季度出货旺季,情况才会有所好转。

关于储能电池价格的演绎趋势,近日亿纬锂能高管在投资者活动上称:“从目前的销售价格来说,最近材料的价格有些许下调,整体销售价格略有波动,我们判断储能电池的价格基本上趋于见底。在公司后续出货结构中,储能系统出货占比预计会提升,单价相对而言会进一步提高,预计盈利能力可以提升。”

产品价格下跌使得储能电池

企业的盈利能力遭遇挑战。

比如,亿纬锂能2024年上半年实现营业收入216.59亿元,同比下降5.73%;归属于上市公司股东的净利润为21.37亿元,同比下降6.64%。报告期内,亿纬锂能的第一大主营业务动力电池的营业收入和毛利率均出现下滑。作为公司第二大主营业务,亿纬锂能的储能电池产品出货量在今年上半年已超过动力电池,营业收入为77.74亿元,同比增长9.93%;毛利率14.38%,同比下降1.25%。

瑞浦兰钧2024年上半年在营业收入增长的同时,股东应占亏损4.4亿元。作为其第一大主营业务,瑞浦兰钧的储能电池业务实现营收32.08亿元,同比下降25.8%;毛利率3.2%,同比下降3.3%。瑞浦兰钧方面称,储能电池产品毛利率下滑的主要原因是储能市场竞争加剧。

鹏辉能源坚持“聚焦储能、做强储能”战略,今年上半年实现营业收入37.73亿元,同比下降13.75%;归属于上市公司股东的净利润为0.42

亿元,同比下降83.41%。

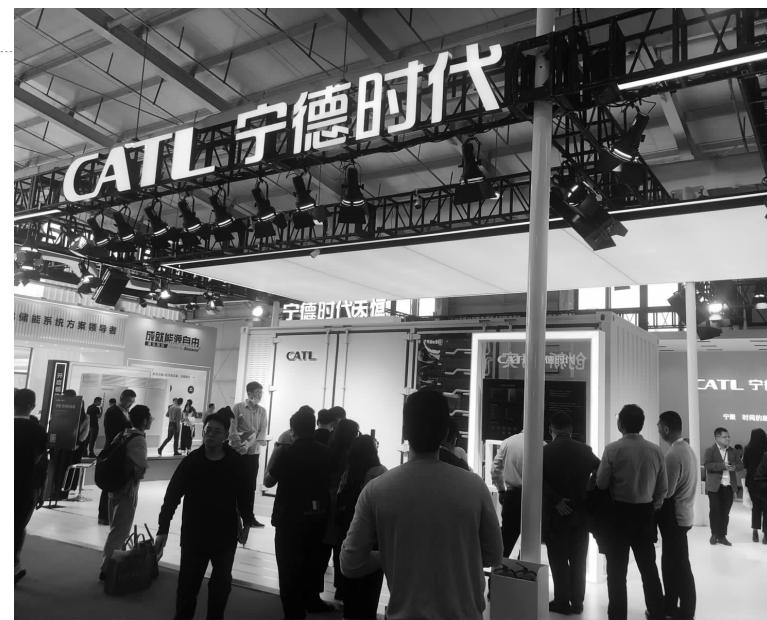
“报告期内,储能产品出货量同比有较大增长,但由于售价同比下降幅度较大,导致储能业务收入总额同比有一定幅度的下滑。其中,大型储能和通讯储能无论出货量还是销售收入均有较大幅增长,户用储能方面,出货量和收入同比有较大幅下跌。”鹏辉能源方面称。

由于竞争激烈,企业的产品出货排名也发生了变化。

第三方咨询机构InfoLink Consulting公布的数据显示,2024年上半年度,储能电芯总出货量Top 5企业为宁德时代、亿纬锂能、瑞浦兰钧、海辰储能与比亚迪(002594.SZ),随后为中创新航(03931.HK)、国轩高科(002074.SZ)、Samsung SDI、远景动力和鹏辉能源。

记者注意到,2024年上半年,十大储能电池企业的市场份额占比仍在90%以上,行业集中度维持高位。其中,亿纬锂能向前跻身第二位,比亚迪则退居第五位。

近一年来,储能电池市场的供



第十二届储能国际峰会暨展览会宁德时代展区。

本报资料室/图

需结构不断调整,投资趋向理性并有所降温,不少储能项目因此终止或延期。

黑芝麻(000716.SZ)曾在2023年上半年拟以35亿元投资8.9GWh锂电池产能(储能),但一年后却因项目相关的外部发展形势、市场环境发生了重大变化,采取审慎措施暂缓项目建设。

2024年6月,国际实业(000159.SZ)宣布其控股子公司终止此前规划的5.26亿元4GWh磷酸铁锂电池PACK集成生产线项目。“经调研,同期国内多家企业挤入锂电池赛道,预判未来市场将会出现供大于求,同时国际市场订单存在不确定性,因此拟终止该项目投资事宜。”该公司称。

多元化突围

在储能产业内卷和国际贸易壁垒下,全球化销售与生产成为储能电池企业的重要方向。

在激烈的市场竞争下,2024年上半年不少企业纷纷改变经营策略:一是延伸产业链,二是全球化布局。

其中,储能系统集成已是储能电池企业的必争之地。2024年4月,记者参观第十二届储能国际峰会暨展览会发现,储能电池企业正集体向储能系统环节延伸。从现场展示的系统产品来看,搭载300Ah+电芯的5MWh+储能系统逐渐成为主流发展方向,少数企业还展示了6MWh+级别的储能系统。

中关村储能产业技术联盟近日发文指出:“电池企业做系统集成已成为一种发展趋势。从成本角度看,电池在整个储能系统成本占比超过一半以上;从技术角度看,电池企业更懂得电池产品特性;从市场角度看,国内招标市场已开始要求系统集成企业具备核

心技术自研能力,包括电芯、PCS、BMS、EMS等核心设备。”

宁德时代被誉为搅动储能系统集成环节的一条“鲇鱼”。InfoLink Consulting数据显示,2024年上半年,宁德时代直流水系统出货量占电芯出货量的比重在逐步提升,其在系统集成端的能力逐步呈现,已拿下全球第一。

亿纬锂能董事长刘金成此前透露,在储能电池方面,公司努力在2024年和2025年把交付量排名进一步提升,且今年开始要逐步提高PACK(电池包)和系统的交付比例。亿纬锂能数据显示,2024年上半年,储能系统出货占据公司储能业务的15%左右,预计未来系统占比会进一步提升。

除此之外,在储能产业内卷和国际贸易壁垒下,全球化销售与生产成为储能电池企业的重要方向。

据统计,今年上半年,储能电

池企业已披露储能订单规模超67GWh,大单主要来自亿纬锂能、瑞浦兰钧、海辰储能、比亚迪、国轩高科、鹏辉能源、楚能新能源等,主要产品包括储能电芯和系统。从储能电池企业海外设厂选址来看,东南亚、美国等地成为产能出海的主要方向。

比如,2024年上半年,亿纬锂能在德国和海外客户签订了15GWh的框架协议,其马来西亚工厂储能项目也成功启动建设,以支持海外全球交付。

亿纬锂能高管介绍:“从出货角度看,上半年储能电池国内和海外占比大概是7:3,海外毛利率比国内高。公司持续推进全球化布局,在马来西亚建设了海外第一个储能工厂,伴随海外产能投产及海外市场占比预计会稳步提升。”

海辰储能自2024年以来深入

推进国际化战略,已在北美、欧洲、东南亚、澳洲等海外多个重点地区设立了子公司和办事处,并不断布局本地化服务网络。2024年上半年,海辰储能分别与全球储能系统集成商POWIN签订5GWh储能电池框架采购协议,与Jupiter Power达成3GWh储能系统供货协议。

2024年7月,有媒体报道称,海辰储能将在美国得克萨斯州梅斯基特市投资1亿美元,建设一座年产能达10GWh的储能电池模块及系统集成工厂。不过,海辰储能方面并未向记者进一步明确回应该消息。

瑞浦兰钧在2024年4月与POWIN于上海正式签署12GWh“问顶”320Ah储能电芯合作框架协议。此外,瑞浦兰钧计划在东南亚、欧洲及南美洲等地区建立生产工厂,以增强全球化业务,更接近当地客户资源及原材料,并且分散

地缘政治风险。

继2023年成立德国子公司后,瑞浦兰钧已于2024年上半年成立美国子公司,负责美洲市场的销售工作。同时,其还设立东南亚子公司,负责东南亚制造基地的前期调研和准备工作。

瑞浦兰钧董事长曹辉此前在接受媒体采访时表示,在国内拥有巨大的产能已成劣势,而出海做供应链本地化,供应海外公司已经是必备的一条路。

何文辉向记者表示:“国内市场竞争激烈,部分企业出海寻求盈利增长点。在出海步伐不断加快的同时,海外的经营环境相较于国内更加复杂多变,需考虑当地能源相关政策是否具备确定性和可持续性、进出口贸易壁垒变化、本土化供应链的完整性和稳定性等多方面因素,机遇与挑战并存。”

恒力石化半年营收逾千亿 分拆子公司上市计划搁浅

本报记者 陈家运 北京报道

在业绩增长的背景下,恒力石化(600346.SH)却宣布终止分拆子公司上市计划。

8月22日,恒力石化发布的2024年半年度报告显示,其在报告

业绩恢复增长

公开信息显示,恒力石化是国内四大民营炼化巨头之一,营收规模超千亿元。

目前,恒力石化已在全国七大石化产业基地之一的大连长兴岛石化产业园区建成了全球标杆级的2000万吨/年炼化一体化项目、500万吨/年现代煤化工装置、150万吨/年全球单体最大乙烯项目和5套行业单体最大合计1160万吨/年的PTA装置等产业集群。

从业绩表现来看,2016年至2021年,恒力石化营收从192亿元攀升至180亿元,净利润也从12亿元提升至155亿元。其中,2021年的营收和净利润均创历史新高,分别达到1797.97亿元和155.31亿元。

不过,2022年,由于原油价格波动,以及在终端市场消费疲软、需求不足,恒力石化利润出现下滑,当年的净利润降至23亿元,同比下滑85%,甚至在下半年出现亏损。

2023年,恒力石化的业绩开始回暖,实现营收2348亿元,同比

期内实现营收1125.39亿元,同比增长2.84%;归属于上市公司股东的净利润40.18亿元,同比增长31.77%。

在业绩发布的当天,恒力石化还公告披露,终止分拆子公司康辉新材料科技有限公司(以下简称“康辉新材”)的重组上市事项。

增长5.61%;实现净利润69亿元,同比增长197.83%。尽管与2021年高峰期相比仍有一定差距,但业绩的恢复态势已经显现。

进入2024年,恒力石化业绩继续呈现恢复态势。8月22日,恒力石化发布2024年半年度报告显示,公司报告期内实现营收1125.39亿元,同比增长2.84%;归属于上市公司股东的净利润40.18亿元,同比增长31.77%。

恒力石化方面告诉记者,从行业环境看,受地缘冲突延宕和宏观经济变局等多重因素叠加影响,国际原油价格在较高区间呈持续震荡趋势,这对化工品价格形成一定支撑。同时,国内煤炭市场供需矛盾继续缓解,供需延续宽松局面,对化工行业成本端产生积极影响;从需求端来看,呈现差异化复苏,汽车、电子电器消费量继续提升,化纤行业运行呈现恢复性增长态势。

在芳烃-PTA-聚酯化纤产业链方面,恒力石化方面表示,PX整体呈现供不应求的格局,利润维持较高水平;PTA加工费总体

对此,恒力石化方面在接受《中国经营报》记者采访时表示,终止分拆子公司上市不会对其产生实质性影响,也不会对现有生产经营活动和财务状况产生重大不利影响,亦不会影响未来战略规划的实施。

处于低位运行;受国内需求复苏叠加海外去库存,聚酯化纤需求持续复苏,涤纶长丝产销率保持坚挺,盈利能力逐步修复。

中研普华研究员袁静美向记者分析,恒力石化利润的恢复主要得益于生产成本的节约。公司建造了行业能效领先的合计520MW的高功率自备电厂,自营了2个30万吨级别的原油码头、600万吨自备原油罐区以及其他各类齐备的罐区储存等公用工程设施,显著降低了各类运行成本。此外,随着国际原油价格触底回落与波动企稳,国内煤炭价格下行,使得公司前端原材料成本趋于下降。

此外,袁静美还表示,恒力石化产品体系的丰富也是其业绩恢复的重要原因。公司不仅拥有芳烃链PX、纯苯等产品,还拥有醋酸、乙二酸及液氨等煤化工产品。在全球碳中和的大背景下,以及下游应用领域(聚酯化纤、功能性薄膜)需求回暖,为恒力石化产品的销量及价格提供了支撑。

新材料市场生变

在业绩复苏之际,恒力石化却宣布分拆子公司的重组上市计划终止。

8月22日,恒力石化发布公告称,鉴于目前市场环境较本次分拆上市事项筹划之初发生较大变化,终止分拆子公司康辉新材重组上市。

早在2021年,恒力石化已实质性启动锂电隔膜新产品产能建设的各项准备工作,其中包括隔膜设备采购谈判与核心人才市场招聘等。

依托全产业链优势和专业研发团队,康辉新材不仅打破了国外垄断,有效填补了国内MLCC离型基膜的市场空白,还成为国内最大的中高端MLCC离型基膜生产企业,国内市场占有率超过65%,并成功出口日本、韩国等海外市场。同时,康辉新材也是国内唯一、全球第二家能够在线生产12微米涂硅离型叠片式锂电池保护膜的企业。

为了进一步扩大产能和优势,恒力石化同步启动了江苏康辉新材料年产功能性聚酯薄膜、功能性塑料80万吨项目,总投资高达111.2亿元。该项目的建设内容包括高端功能性聚酯薄膜47万吨、特种功能性薄膜10万吨、改性PBT 15万吨、改性PBAT 8万吨。

其中,10万吨特种功能性薄膜采用离线涂布技术对基膜表面进行改

性,赋予薄膜特种功能,产品主要包括功能性聚酯薄膜、耐温锂电池隔膜、光伏背板膜。

恒力石化方面向记者表示,公司快速推进化工新材料、PBS/PBAT生物可降解新材料等新建产能依次建设与投产,不断升级优化产业模式,巩固扩大各环节产能优势,推动经营规模的量变与业务结构的质变,构筑领先优势。

然而,就在恒力石化积极推进新材料领域投资布局的同时,市场环境却发生了变化。

2023年6月19日,恒力石化曾发布公告,拟分拆子公司康辉新材通过与大连热电(600719.SH)重组的方式实现上市。

彼时,恒力石化在《关于分拆所属子公司康辉新材料科技有限公司重组上市的预案(修订稿)》中表示,大连热电拟以现金方式向大连洁净能源集团有限公司出售其全部资产及负债,拟交易价格为6.5亿元。完成交易后,大连热电再向恒力石化、江苏恒力化纤股份有限公司发行股份购买其合计持有康辉新材100%股权,定价为101.53亿元。

此外,大连热电还计划拟募集不超过30亿元配套资金,用于康辉新材子公司康辉江苏南通新材料科技有限公司“年产60万吨功能性聚酯薄膜、功能性薄膜项目”。若该交易完成,大连热电将

成为康辉新材的控股股东,而恒力石化成为大连热电的控股股东。

不过,8月22日,恒力石化公告称,根据公司2023年第二次临时股东大会授权,公司董事会同意终止分拆康辉新材重组上市事项。

对于终止分拆上市的原因,恒力石化方面告诉记者,主要是鉴于目前市场环境的变化,为了切实维护上市公司和广大投资者利益,经与相关各方充分考虑及审慎论证后,公司决定终止分拆康辉新材上市事项。

但恒力石化方面强调,终止本次分拆上市不会对恒力石化产生实质性影响,也不会对现有生产经营活动和财务状况产生重大不利影响,亦不会影响未来战略规划的实施。

袁静美指出,截至2024年上半年,恒力石化在建的160万吨/年高性能树脂、16亿平锂电隔膜、80万吨/年功能性薄膜等项目进展顺利并陆续投产,将进一步提升恒力石化在高端精细化工品、光学膜、电子膜、锂电隔膜、电池电解液、复合集流体基膜、光伏背板基膜等下游新材料产品方面的产能。同时,恒力石化在新材料领域的投资布局已接近尾声,因此此次终止康辉新材上市并不会对其新材料布局速度造成太大影响。

完美世界中报首亏 转型发展路漫漫

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

8月26日，完美世界(002624.SZ)披露上半年“成

绩单”。财报显示，其上半年净利润首次出现亏损。

自2021年起，完美世界业绩就因转型承压。不过，

在2022年期间，其因出售海外研发工作室和发行团队，业绩有所回升。今年以来，完美世界曝出裁员、裁撤项

目、高管变更等消息。财报披露，其采取了“办公场所集约化整合”“借助项目精细化管控”“AI技术赋能应用”等

降本增效措施。

于2021年年底上市的《幻塔》一度是二次元游戏爆款，但如今也未能支撑起完美世

界的业绩。7月，该公司旗下的都市开放世界游戏《异环》曝光，或成为完美世界转型的又一力作。

产品周期影响业绩

完美世界的转型尚未完成，在老产品逐渐进入成熟期的情况下，其尚未推出足够有影响力的新品支撑起收入。

根据完美世界发布的2024年上半年度报告，其在上半年实现营收27.60亿元，同比下跌38.12%；归母净利润亏损1.77亿元，同比下跌146.55%。

这是完美世界首次上半年业绩出现亏损，其净利润自去年同期下跌66.60%后再度大跌。

自2021年起，完美世界业绩就因转型承压，如今似乎仍未能扭转颓势。

2021年和2023年，完美世界收入分别下跌16.69%和略涨1.56%，为85.18亿元和77.91亿元；净利润分别下跌76.16%和64.31%，为3.69亿元和4.91亿元。

而在2016—2020年期间，完美世界每年的净利润达到了11.66亿元、15.05亿元、17.06亿元、15.03亿元和15.49亿元。

2022年，完美世界的业绩曾迎来短暂回升——在收入下跌9.951%的同时，净利润上涨273.07%，达到了13.77亿元。

完美世界业绩中回暖的主

要原因是，该公司出售了美国研发工作室及相关欧美本地发行团队。《中国经营报》记者从一名业内人士处了解到，完美世界2022年一季度出售海外团队确认非经常性收益约4亿元，是当年利润的近三分之一。

此外，部分新品也推动完美世界的业绩在2022年有所回升——该公司2022年财报显示，2021年底上线的《幻塔》在一年多时间内全球累计流水超过30亿元。

今年上半年，完美世界占比达96.01%的游戏业务营收下降27.28%，其中移动和PC端网络游戏分别下降38.30%和4.83%。

完美世界方面表示，业绩下滑的原因包括：受产品生命周期影响，流水相较于2023年上半年自然回落；公司进行人才梯队梳理及人员优化等，由此产生相关费用；报告期内推出的《一拳超人：世界》在海外多个国家及地区公测，总体表现不及预期。

完美世界的转型尚未完成，在

老产品逐渐进入成熟期的情况下，其尚未推出足够有影响力的新品支撑起收入。

完美世界方面介绍，该公司游戏业务逐渐形成“MMO+”与“卡牌+”的双线业务结构。未来，《神魔大陆》《诛仙世界》《诛仙2》《乖离性百万亚瑟王：环》《代号野蛮人》《异环》《代号Z》等储备产品将陆续上线，“继续夯实游戏业务‘多元化’发展格局”。

完美世界也采取了一系列保守措施来节流。财报披露，其上半年销售费用和研发费用分别同比下降了33.64%和10.38%；因公司调整产品布局、聚焦优势项目，并据此进行人员优化产生相关费用，其管理费用同比上升了27.15%。

完美世界方面表示，随着一系列调整措施逐步落地起效，公司业绩有所恢复。从上半年季度环比看，扣除非经常性损益后，第二季度亏损约7700万元，较第一季度收窄51.39%。

AI技术应用于研发管线的多个环节，并面向不同类型的游戏项目需要，开发了D+(Dialogue+工具)、剧情生成、大世界生成等新型游戏开发工具，协助研发团队构建依托于AI技术的新形态游戏开发管线。

今年2月，公司自研的完美世界智能角色对话算法完成备案，助力公司提升产出效率、优化用户体验。”完美世界方面介绍。

对于未来，该公司称一方面将提升经营效率及项目产出能力，另一方面将为公司可持续发展寻找新的突破点。



完美世界《女神异闻录: 夜幕魅影》游戏内画面。

本报资料室/图

转型求变

2023年至今，二次元游戏扎堆上线，分散了玩家的注意力，且部分头部二次元游戏也面临用户留存的困境。

作为一家老牌游戏厂商，完美世界从《完美世界》《诛仙》等仙侠、武侠题材的端游起家，近年来切入创新潮流赛道，通过二次元、开放世界等元素覆盖年轻玩家群体。2018年，完美世界提出“多元化、年轻化”战略。

完美世界于2021年年底推出的MMORPG游戏《幻塔》结合了开放世界玩法、二次元美术风格、废土科幻题材，是该公司向Z世代玩家群体破圈的一款产品，首月新增用户过千万、首月流水近5亿元。

2022年8月，《幻塔》手游在欧美、日韩、东南亚、中国香港、中国澳门及中国台湾等全球多地正式上线，上线当天即登顶36个国家和地区iOS下载榜，并在122个国家和地区iOS游戏下载榜进入TOP 10。

然而随着时间推移，《幻塔》的热度逐渐退去。App应用数据查询平台点点数据显示，截至8月29日，《幻塔》在动作游戏畅销榜排名第91名，在RPG游戏畅销榜排名第177名。

2023年至今，二次元游戏扎堆上线，分散了玩家的注意力，且部分头部二次元游戏也面临用户留存的困境。关于如何看待当下的二次元市场，完美世界方面未予回应。

今年，完美世界推出了《女神异闻录5》衍生手游《女神异闻录: 夜幕魅影》。记者了解到，这款产品由完美世界和世嘉旗下ATLUS工作室合作，ATLUS深入参与了监修和一部分创作，之后也将持续投入人力监修版本迭代内容。

点点数据显示，《女神异闻录: 夜幕魅影》目前在游戏畅销

总榜排名第136名。

随着经典产品逐渐走向生命末期，《完美世界》仍缺少一款能站稳脚跟的产品为公司输血。

今年7月，曾经开发过《幻塔》的Hotta Studio新作《异环》曝光。据介绍，《异环》是一款都市开放世界RPG游戏。实机演示视频显示，角色在游戏内可以行走和驾驶车辆，游戏内有着无缝地图。

记者观察到，实机视频中的大世界场景几乎不需要加载就能清晰地呈现，更具沉浸感。

财报披露，《异环》基于虚幻引擎5开发，“在全动态全局光照解决方案Lumen、虚拟化多边形几何体系系统Nanite等特性加持下，游戏品质将加速迭代升级。”

降本增效

今年上半年，完美世界频频曝出裁员、裁撤项目的消息。

除了人才梯队梳理及人员优化，完美世界还采取了“办公场所集约化整合”“借助项目精细化管控”“AI技术赋能应用”等降本增效措施。

今年上半年，完美世界频频曝出裁员、裁撤项目的消息。多方消息曝出，完美世界进行了“有史以来规模最大裁员”，涉及已经拿到版号的《完美新世界》《一拳超人：世界》项目，《灵笼》也将被出售。

除了裁员，完美世界的高管层面也发生了变动。今年7月，该公司发布《关于公司高级管理人

员变更的公告》显示：萧泓、鲁晓寅分别申请辞去公司首席执行官、联席首席执行官职务，辞任后仍在公司任职并担任公司董事，顾黎明将担任公司首席执行官。

公告显示，顾黎明曾在通用电气、微软等公司任职，2013年至2024年先后担任完美世界副总裁、高级副总裁、电竞业务总裁。

关于裁员、高管变更等消息，记者联系完美世界方面寻求进一步回应，对方未予回复。

完美世界还着眼于应用AI技术降低成本。该公司表示，已将

AI技术应用于研发管线的多个环节，并面向不同类型的游戏项目需要，开发了D+(Dialogue+工具)、剧情生成、大世界生成等新型游戏开发工具，协助研发团队构建依托于AI技术的新形态游戏开发管线。

今年2月，公司自研的完美世界智能角色对话算法完成备案，助力公司提升产出效率、优化用户体验。”完美世界方面介绍。

对于未来，该公司称一方面将提升经营效率及项目产出能力，另一方面将为公司可持续发展寻找新的突破点。

“掼蛋”难救“扑克第一股”：姚记科技营收净利润双降

本报记者 李哲 北京报道

“掼蛋”游戏热潮涌动下，头顶“扑克第一股”光环的姚记科技(002605.SZ)业绩不增反降。

近日，姚记科技发布2024年

三大主营业营收下滑

中国音数协游戏工委发布的《2024年1—6月中国游戏产业报告》显示，今年1—6月，国内游戏市场实际销售收入1472.67亿元，同比增长2.08%，增长趋势较为平稳。游戏用户规模6.74亿，同比增长0.88%，再创新高。在细分市场中，移动游戏占国内游戏市场实际销售收入的73.01%，略有下滑，但仍居主导地位。

在游戏市场持续保持增长之际，企业的业绩表现不一。其中，姚记科技在上半年的业绩不增反降。财报数据显示，上半年姚记科技实现营业收入19.08亿元，同比下滑18.65%，净利润2.84亿元，同比下滑30.29%。

对于营收下滑的原因，姚记科技方面表示，主要为上半年公司数字营销板块及游戏板块收入减少所致。

开源证券研报指出，上半年姚记科技业绩下滑主要系受游戏产品周期影响，游戏收入减少，以及受广告投放需求减弱，

半年度报告。财报显示：上半年姚记科技实现营业收入19.08亿元，同比下滑18.65%；实现净利润2.84亿元，同比下滑30.29%。

对于营收下滑，姚记科技方面在财报中提到，主要为上半年公司数字营销板块及游戏板块收入

减少所致。

姚记科技原本以扑克业务为主业，后在2018年通过多次并购不断扩充业务版图，先后进军游戏、数字营销领域。当时间来到2024年上半年，这几大业务板块的增长乏力却拖累

Era》《捕鱼派对》等。

记者了解到，除了数字营销及游戏板块之外，姚记科技的另一大主业——扑克牌业务在上半年的收入也出现下滑。财报显示，今年上半年姚记科技扑克牌业务实现营收4.91亿元，在总营收中占比25.73%，游戏业务实现营收5.13亿元，在总营收中占比26.90%，数字营销业务则实现营收8.79亿元，在总营收中占比46.03%。

上述三个业务板块均呈现出不同程度的下滑态势。其中，游戏业务下滑最为明显，下滑幅度达到27.28%，在总营收中占比最高的数字营销业务则同比下滑20.29%，而姚记科技的扑克牌业务则同比下滑4.72%。

对于姚记科技的业绩表现，信达证券研报中提到，上半年姚记科技游戏业务受到产品周期影响导致收入下滑，“我们看好公司在捕鱼类游戏项目上的稳定表现。扑克牌业务随着募投项目的推进有望打开产能瓶颈”。

记者注意到，近年来，“掼蛋”扑克游戏风靡一时。据不完全统计，当前我国“掼蛋”爱好者已超过1.4亿，占总人口的10%。巨大的用户基础为扑克牌生产企业提供了更大的市场空间。

为此，2024年1月，姚记科技通过向不特定对象发行可转换公司债券，募集资金5.83亿元，用于年产6亿副扑克牌生产基地建设项目。资料显示，2020年至2022年期间，姚记科技的扑克牌产量分别为8.36亿副、9.74亿副和10.43亿副，销量分别为8.06亿副、9.49亿副和10.37亿副，收入分别为7.58亿元、9.34亿元和11.07亿元。2023年，该业务收入为10.9亿元。

在“掼蛋”风潮之下，姚记科技的扑克牌业务营收却呈现出下滑态势，对于上述募投项目的发展前景，记者联系姚记科技方面采访，对方以没有接受新闻媒体的采访计划为由，未做进一步回应。

频繁并购扩张

2011年，姚记科技以“扑克第一股”的身份上市。上市之后，姚记科技频频扩充其业务条线，相继在互联网彩票、生物医药、球星卡等领域进行尝试。

2018年，姚记科技将目光投向手游领域。当年，姚记科技出资6.68亿元成功收购上海成蹊信息科技有限公司(以下简称“成蹊科技”)53.45%股权。

2019年，姚记科技再次出资6.68亿元收购了成蹊科技剩余46.55%股权。收购完成后，成蹊科技为姚记科技全资子公司。此外，姚记科技还出资1.59亿元成功收购了大鱼竞技(北京)网络科技有限公司(以下简称“大鱼竞技”)26%股权，收购完成后，大鱼竞技成为姚记科技控股子公司。

通过上述两笔并购，姚记科技开始在“捕鱼”类休闲游戏领域拓展业务，并成功进军游戏产业。并购带来的效果可谓立竿见影。2019年，姚记科技的游戏业务营收为10.18亿元，在总营收中占比达到58.64%，一举超过扑克牌，成为当时姚记科技营收占比最高的业务。2019年，在游戏业务的带动下，姚记科技的营收同比增长77.27%，扣非净利润同比增长224.80%。

同样是在2019年，姚记科技通过收购上海芦鸣网络科技有限公司(以下简称“芦鸣科技”)12%

股权，开始在数字营销领域试水。随后，2020年6月，姚记科技再次发起并购，以现金方式收购参股公司芦鸣科技88%股权，购买价格为2.63亿元，交易完成后，芦鸣科技成为姚记科技全资子公司。

姚记科技方面在投资者平台上表示，芦鸣科技以字节跳动(今日头条、抖音短视频等)效果广告营销为核心，为客户提供一体化营销服务。

得益于上述收购，2020年，姚记科技的业绩飞涨，营收同比增长47.52%，净利润同比增长217.06%。一年之后，以芦鸣科技为龙头的数字营销业务在姚记科技2021年的总营收中占比达到41.63%，一跃成为三大主业中占比最高的业务板块。

由于此前的大举并购，使得姚记科技积累了大量的商誉。2024年上半年财报显示，姚记科技现存商誉11.15亿元，占总资产的22.47%，占净资产的34.19%。其中，成蹊科技商誉6.21亿元，大鱼竞技商誉2.27亿元(商誉减值准备1.17亿元)，芦鸣科技商誉2.16亿元(商誉减值准备547.47万元)。

对于上述商誉减值的风险，姚记科技方面表示，“目前没有接受新闻媒体的采访计划”，未向记者作进一步回应。

劣酒抵账：一起实名举报惊动两家上市公司

本报记者 陈佳岚 广州报道

自称是通拓科技前进口部业务负责人的朱学军近日在个人社交媒体平台上实名举报通拓科技风控部高级经理余国翠，称其涉嫌串通舞弊，虚构货品价格和业务事实，将劣质酒水采购或抵充销账入库，造成公司呆滞库存及亏损累计高达1700多万元。朱学军还告诉《中国经营报》记者，自己已经分别向中国证监会和深圳证券交易所进行了举报。

通拓科技2017年被华鼎股份(601113.SH)收购，2024年又被华鼎股份转售给华凯易佰(300592.SZ)，

劣质酒水通过虚高价格冲抵销账疑云

“2021年6月，余国翠指示财务人员跳过正常采购，直接在ERP操作入库相关劣质酒水产品，同时指示进口部门同事将通拓科技应收四家马甲公司累计1400余万元逾期款，用劣质酒水抵债的方式开单抵消。”

朱学军称，其2017年至2024年在通拓科技进口部做业务负责人。朱学军发给记者的《实名举报》材料(以下简称“举报材料”)中提到：“余国翠2021年入职通拓科技，先后在进口部、稽查部、仓储部、风控部任职过，2021年6月，余国翠指示财务人员跳过正常采购，直接在ERP操作入库相关劣质酒水产品，同时指示进口部门同事将通拓科技应收四家马甲公司累计1400余万元逾期款，用劣质酒水抵债的方式开单抵消。”

举报材料提到，2021年7月，进口部销售人员按往常价格正常开单显示亏损，才发现6月进库的酒水成本高得离谱，其中编号“IF1816-2”

通拓科技与元通天下的关联关系迷局

天眼查信息显示，2022年6月14日，元通天下法定代表人、总经理由黄操变更为余国翠，2022年11月11日，元通天下法定代表人、总经理又由余国翠变更为黄操。

朱学军还表示，2023年3月，当时还是通拓科技母公司的华鼎股份派干部团队逐步接管通拓科技的时候就曾调查过该事件，其便先后将酒水相关证据材料提交给华鼎股份驻派通拓科技的审计组多位成员。同年5月，该华鼎股份驻派通拓科技的审计组人员也得出初步调查结论：“由于某些高管串通舞弊，以开展供应链金融项目为名义，用通拓科技的资金大量采购，无限授信四家其受控的公司作为经销商直接发货，共发货2909万元，回款1473万元，剩余应收1436万元用虚增价格的一批劣质酒进行抵账销账，收集整理汇总的材料包括但不限于举报人材料、相关账务记录、仓库盘点酒的记录、余国翠编制的应对2021年国资审查的虚假解释材料、经销合同、酒的调价记录等资料。”

朱学军向记者表示，华鼎股份驻派通拓科技的一审计组人员2023年5月24日曾给他微信发过一份名为“邹春元任职期间”的文件，文件中提到通拓科技高管用虚增价格的一批劣质酒进行抵账销账。

“多聚聚、元开百盛、雅睿尔、俊一商贸四家公司中，雅睿尔公司的法人、元开百盛公司的法人都是通拓科技的员工担任的，这些马甲公司把通

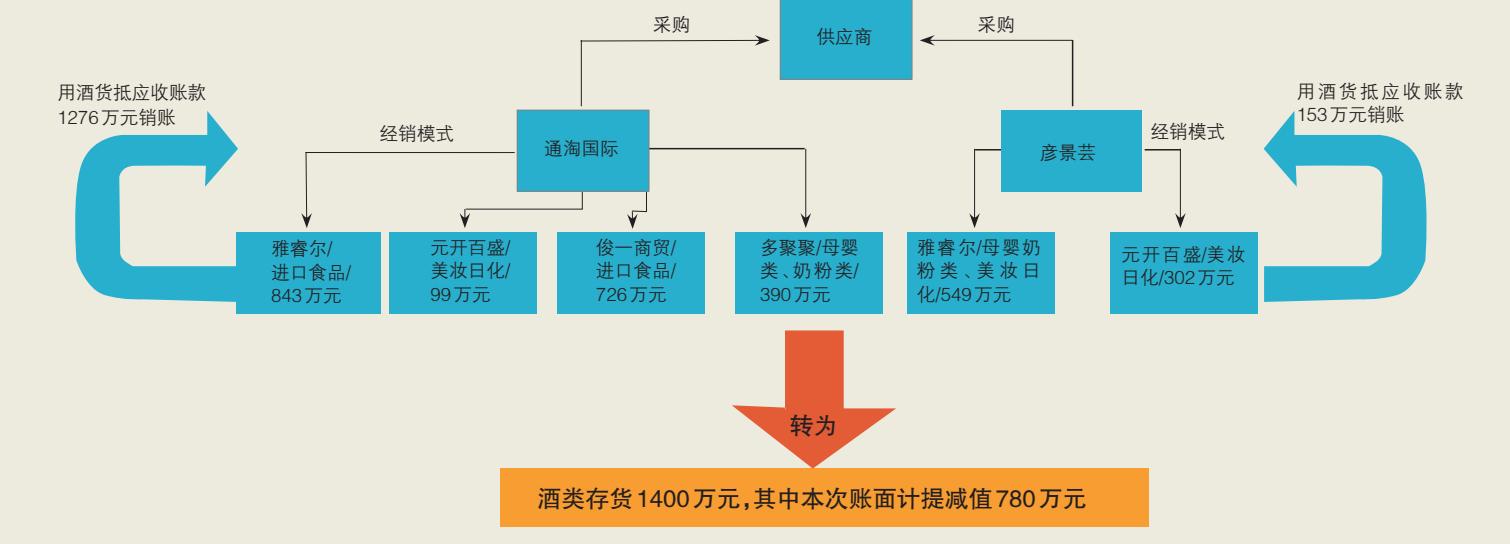
目前是华凯易佰的全资子公司。

由于朱学军举报的事件内容发生在2021年，这起实名举报如果属实，还将影响华鼎股份和华凯易佰两家上市公司。

华凯易佰证券部人士向记者回应：“朱某在线上平台举报的内容，在公司看来都是虚假、是无实质内容的举报，公司已经和当事人(余国翠)对该举报都做了报案处理。”

华鼎股份证券部人士则对记者表示：“该举报内容涉及个人事情，公司没有办法回复，如果涉及出售通拓科技的情况，相关文件我们已经对外披露过了，以公告为准。”

酒事项(抵账)1436万元 举报称，由元通天下的高管串通舞弊，以开展供应链金融项目为名义，用通拓科技的资金大量采购，无限授信如下四家其受控的公司作为经销商直接发货，共发货2909万元，回款1473万元，余应收1436万元用虚增酒价的一批劣质酒进行抵账销账。已获取举报人材料、相关账务记录、仓库盘点酒的记录、余国翠编制的应对2021年国资审查的虚假解释材料、经销合同、酒的调价记录等资料。进口事业部相关人员及仓库举报人员均愿意实名举报。



爆料人提供的名为“邹春元任职期间”的文件内容显示，通拓科技高管用虚增价格的一批劣质酒进行抵账销账过程及细节。

身不具具备完整手续，还是通拓科技不具备……但从这个有效期仅剩不足20%来说，就是临期劣质酒了。”

“通拓科技2017年至2018年在广东地区开了几家通淘小店(通拓科技旗下全资子公司通淘国际旗下实体门店)，那时候元通天下就把一些龙头马白酒的货物寄售在通淘小店，卖多少结算多少，在2021年5月之前，其实已经有一些酒水库存入了通拓科技的系统，但当时龙头马好运6的价格还是26元/瓶、龙头马至尊15的价格还是188元/瓶。”朱学军对记者称，2021年6月，余国翠先找到他想让他安排这批货做正常采购入库，然而当时销售同事没有权限，最后才通过财务直接做的人

库，但价格虚高了不少。

“2021年11月3日，因通拓科技母公司华鼎股份派遣内控小组审查酒水问题，余国翠会同通拓财务负责人进我办公室当面辅导，自称‘多聚聚、元开百盛、雅睿尔、俊一商贸说明’文档为她本人撰写，且文中涉及的各公司及其联系人都已经做好关照，嘱托我按该文档的说法配合审查。主旨内容是这四家企业欠通拓科技钱，都不约而同地用几乎相同的酒水库存抵扣欠款，金额从165万元到650万元不等。”朱学军称，这些酒水都被做成了多聚聚、元开百盛、雅睿尔、俊一商贸四家公司的货款抵给了通拓科技。

两家相关上市公司回应

“如果举报情形属实，则华鼎股份可能存在上述部分或全部年份的财务舞弊行为，进而有可能涉及信息披露违法违规行为，从而可能给华鼎股份的投资者造成损失。”

相关资料显示，通拓科技于2004年成立于深圳，是国内最早的跨境电商企业之一，与傲基科技、赛维时代、有棵树并称为“华南城四少”。

2017年，主营锦纶长丝的华鼎股份以29亿元的价格通过收购通拓科技100%的股权进入跨境电商领域，然而，通拓科技在华鼎股份旗下并未持续保持高光表现，业绩出现了下滑，甚至陷入亏损泥潭。

到了2023年12月，华鼎股份决定出售通拓科技，2024年7月，A股上市公司华凯易佰仅以7亿元的价格就完成了对通拓科技100%股权的收购，就此，通拓科技成为华凯易佰全资子公司。

业内人士认为，朱学军举报余国翠“涉嫌串通舞弊、虚构货品价格、将劣质酒水采购或抵充销账入库，造成公司呆滞库存及亏损累计高达1700多万元”相关内容如果属实，华鼎股份2021年披露的财务审计是否存在问题？华凯易佰收购通拓科技价格是否公允？或将打个问号。

毋虚证券诉讼团队负责人王涛律师对记者分析，鉴于华鼎股份在2021—2023年均取得审计单位标准无保留意见的审计报告和内控审计报告，如果举报情形属实，则华鼎股份可能存在上述部分或全部年份的财务舞弊行为，进而有可能涉及信息披露违法违规行为，从而可能给华鼎股份的投资者造成损失。

王涛还表示，如果举报情形属实，则华凯易佰可能涉及

以超出公允价格收购标的企业，给上市公司和股东造成直接经济损失，并且华凯易佰及相关证券服务机构在此过程中是否勤勉尽责也有可能成为影响投资者信心和股价的问题。

对于朱学军的实名举报，华凯易佰证券部人士向记者回应：“朱某(朱学军)在线上平台举报的内容，在公司看来都是虚假、是无实质内容的举报，公司已经和当事人针对该举报都做了报案处理。”华凯易佰证券部人士还表示，“因为举报内容的事情涉及时间在2021年，公司在收购通拓科技之前，涉及到的管辖权还在华鼎股份下面，举报内容具体情况还是要咨询华鼎股份方面。”

而华鼎股份证券部人士则对记者回应：“该举报内容是涉及个人事情，公司没有办法回复，如果是涉及出售通拓科技的情况，相关文件我们已经对外披露过了，以公告为准。”

这对收购通拓科技的价格公允是否会有影响？华凯易佰证券部人士对记者强调，该举报事件对公司收购通拓科技事宜以及公司收购通拓科技当时的定价评估都没有影响，公司当时聘请了专业中介机构出具了审计报告和评估报告，收购交易价格公允。此外，举报内容的事情涉及时间在2021年，并不在华凯易佰收购通拓科技的审计评估报告期内，评估期是在2022年和2023年。

目前，朱学军与华凯易佰、华鼎股份各执其词，事情真相如何？记者将继续跟进关注。

上海电信突发“断网” 官方回应部分宽带业务发生异常

本报记者 谭伦 北京报道

用户则表示，中间的确停了一段时间，随后恢复了。

18点45分左右，记者注意到，一张上海电信延长路营业厅工作人员朋友圈的回应截图在社交媒体上流传，截图信息显示，2024年8月26日17时30分左右，上海电信部分宽带业务发生异常。目前上海电信正在全力抢修排障。“给您带来的不便，深表歉意！”

随后，上海人民广播电台长三角之声援引上海电信某宽带受理人员的说法报道称，是电信数据有问题导致了断网情况。目前，部分用户断网情况已持续近1小时，中国电信方面表示正在全力抢修中。

不过，上海电信方面没有透露具体受到影响的用户属区和数量，记者尝试联系了中国电信以及上海电信方面官方相关人员，但截至

发稿并未获得回应。而在19时30分左右，上海电信官方客服发布微博称，17时30分左右，部分宽带业务发生异常，经紧急抢修，已于18时05分全面恢复正常，对此带来的不便深表歉意。

对于此次故障的原因分析，记者向江西电信一位市公司的技术员工进行了解。对方告诉记者，造成宽带网络服务中断的原因较为复杂，光缆物理损伤、核心服务器宕机或者软件故障，都有可能导致断网。而目前仅从相关官方通报透露的电信数据故障原因来看，应是非物理故障的可能性较大，而具体还需要更多信息释出才能推定。

据公开信息，最近一次国内较大面积的断网故障，发生于2023年6月8日。当日，广东电信全省众

多用户反映手机突然失去信号，无法正常收发短信、拨打电话的信息。随后，广东电信发布故障通报称，广东电信号码互打提示空号现象，故障等级已达到重要B级别，影响面初步判断为影响全省，相关原因为电信基站全省故障。

而除中国电信外，另外两大运营商也曾发生过相关网络通信故障事故。其中，2022年2月28日，江西移动因设备故障原因造成省内部分区域手机客户短时出现使用不畅，2011年12月16日，北京联通部分手机用户反映无法正常通话和上网，随后北京联通发布官方微博致歉。彼时，中国联通称由于3G网络局部拥塞，导致部分用户3G手机无法正常接通。

对于此次事件，上海电信官方回应18时05分恢复正常，但至19

时仍有用户反映宽带网络未恢复的问题。电信专家付亮向记者表示，电信固网构成包括主干“大网”及区域“小网”，有时主干网先行恢复，但局部网络可能仍会存在故障未恢复问题，具体情况也需要等待更多官方信息才可确认。

对于相关事故的后续处理，付亮表示，由于通信网络为国家关键基础设施，因此有些结果涉密不会对外公布，但依据流程和事故严重程度，相关责任人都会被问责，包括去年广东电信的省级故障处理也是如此。

而在国家法规层面，记者注意到，工信部曾发布过《电信网络运行监督管理办法》，其中对于电信网络运行事故划分为特别重大事故、重大事故、较大事故和一般事故。根据记者查阅界定细则，各类

事故的认定多明确与电话通信故障有关，如固定电话和移动电话通信中断影响超过50万户，且持续超过1小时，都属于特别重大事故，但对于仅是宽带网络故障而未影响通话的责任，则未有明确规定。

北京嘉维律师事务所律师赵占领告诉记者，用户在办理宽带业务时一般会与电信运营商签订服务合同，其中可能会约定某种情况下的运营商免责条款，因此，运营商是否在此类业务故障中需要承担相应法律责任，需要根据具体情况来分析。

官方数据显示，截至2023年年底，上海电信宽带用户规模为622万户。但由于此次上海电信方面表示只有“部分宽带业务”出现故障，因此，付亮认为，具体受到影响的人数，有待上海电信方面后续公布。

“寒冷”暑期档折射影业三重挑战

本报记者 张婧超 北京报道

8月30日,距离2024年暑期档结束还剩不到两天时间。如果不出奇迹,2024年暑期档最终票房将定格在110亿—120亿元的范围内,观影人次将回落到3亿以下,上座率则将定格在6%上下。

这三项数据对行业意味着什

么?《中国经营报》记者通过灯塔专业版了解到,除受疫情影响的2020—2022年外,上一次暑期档票房小于120亿元、观影人次小于3亿,均在2014年(累计票房90.91亿元、观影人次2.55亿);而上座率方面,在过去11年里,仅高于疫情期间的2021年。

2014年,在全国仅有2.36万块银幕的情况下,暑期档不含服务

费票房就达到了90.91亿元。2015年更是升至124.77亿元。而当前,全国银幕数则高达8.6万块。

一年之前,暑期档票房首次突破200亿元,同时以5亿的观影人次创下历史纪录,被业界誉为有史以来的最强暑期档。为何一年时间以后,电影市场就会出现如此极端的反差?

若按照经济学中的“波特五力模型”来看,此番暑期档是在多个环节出现了问题,其中既有自疫情以来累积的电影市场供需失衡问题,也有电影对年轻观众吸引力下降的端倪,同时,还有剧集、短剧、短视频等替代产品的竞争力上升的影响。而这些问题的产生并非一年来的新困,而是多年来的积弊。

供需失衡

灯塔专业版数据分析师陈晋表示,2024年暑期档上映或排期的影片数量约为140部,基本与去年同期持平,在数量上比较充足,所以问题不在于上映影片的数量,而在于它们的观众反响和票房表现。

“去年暑期档上映的很多影片实际上许多公司积压多年的好东西,项目周期少则两年。鉴于疫情可能会导致影院关闭、观众流失等原因,很多公司不敢贸然将这些影片拿出来,同时也给主创团队充足的时间去打磨、制作。”从事电影制片的金妍这样告诉记者,“但今年却不同,很多存货去年已经清得差不多了,再加上这两年项目开机拍摄

的数量恢复速度较慢,也就造成了市场供给失衡的问题。”

在今年的北京国际电影节上,博纳影业董事长于冬就直接点明了目前电影市场的困境:虽然整体来看2023年国内电影票仓已经回暖,但主要得益于疫情期间积压的电影集中上映,其实整个2023年乃至今年,电影投拍数量十分欠缺,大片数量持续减少。并且由于电影制作周期较长的问题,这种情况还会持续很长一段时间,这也会使得整个2024年乃至2025年春节档和暑期档的电影产出都会受到影响。

记者多方了解到,去年暑期档票房靠前的几部影片中,斩获38.51亿元票房的《孤注一掷》早在2021年7月就已杀青;35.24亿元票房的《消失的她》2022年4月杀青;26.36亿元票房的《封神第一部》在2018年就已开机;22.08亿元的《八角笼中》于2022年5月杀青;18.25亿元的《长安三万里》则是从2020年2—3月开始构思,历时三年制作完成。

相比之下,今年暑期档的多部影片就显得仓促了许多。其中,票房冠军、拿下32.31亿元票房的《抓娃娃》在6月方才杀青;票房亚军《默杀》于2月在马来西亚开机,4月杀青;《逆行人生》于2月开机,4月杀青;此外,《解密》于1月杀青;《从21世纪安全撤离》算是其中周期较长的,2020年11月开机,但最终票房仅1.11亿元。

供需失衡的另一个问题还反映在内容与观众的需求出现了不匹配的现象。当前的电影项目,大多沿用着过去十年间的方法论,比如内容的多次反转、以社会热点渲染情绪、注重特效,看似紧跟社会热点,但浮于表面的故事甚至引发了电影快餐文化的讨论。

国家一级电影文学编辑、珠江电影制片厂电影策划专家祁海对此向记者评论道:“一些影片只迷信明星效应,不重视主题、内容、艺术手法、宣发手段的创新,因而缺少引人注目的新亮点。”

而在流失的观众当中,年轻观众的流失无疑是最明显的。2019—2023年,24岁以下的年轻观众占比从38%减少到了24%,其中尤其以20—24岁观众的流失最为明显,从30%减少到了19%。与此同时,25岁以上的观众占比却在不断增加,不过从增加的速度来看,却不及20—24岁观众的流失速度。

这反映出,一方面曾经的观众在年龄更大后,依然扮演着市场主体的角色;另一方面则是新进场的年轻观众不足。

“电影制作周期长,在把握观众情绪上有滞后性,可能一年前

还是年轻观众最赞同的精神,一年后就成为老旧的代表。”金妍认为,“根据当前暑期档电影放出的剧情来看,大部分作品内容都不具备引发年轻观众乃至全部观众情感共鸣的实力。同时,当下观众在审美、情绪、认知上变化幅度较快,发行方难以进行准确把控。”

中国电影评论学会会长饶曙光认为,暑期档的问题也反映出中国电影面临的新挑战。比如观众构成发生变化,中小城市观众所占比例越来越高;电影能否提供情绪价值,越来越成为观众观影选择的重要原因。



除受疫情影响的2020—2022年外,上一次暑期档票房小于120亿元、观影人次小于3亿,均在2014年。

竞品威胁

从市场的角度来看,电影是一种文化消费产品,而作为剧集、短视频、短剧等其他产品则是电影的竞争替代品,并且在近几年呈现出高质量发展的态势。

2018年,国内电影市场的年度票房首次突破600亿元,观影人次首次突破17亿次。也是在这一年,短视频开始进入消费者的视野。中国网络视听协会今年4月发布的《中国网络视听发展研究报告(2024)》显示,到2023年,以短视频、直播等为代表的网络视听用户数10.74亿,使用率达98.3%,已超越即时通信,成为第一大互联网应用。此外,来自艾瑞咨询方面的数据也显示,2018年12月,短视频类的网络应用渗透率为78.2%,到2023年12月,已高达96.4%。

得益于短视频高速发展,短剧从2020年开始也呈现出爆发式增长。据猫眼方面此前向记者提供的数据,2022年上半年开始,短剧拍摄备案数大幅上涨,呈现出每月数百部、数千甚至上万集的状态。据艾瑞咨询方面统计,2021—2023年,微短剧规划创作备案数量从935部猛增至3574部。

除此之外,线下演出、文旅等行业近两年的持续火爆也显示出了强大的产品竞争力,再加上今年欧洲杯、奥运会等大型赛事的举办,进一步分散了观众的注意力和消费意愿,各大社交软件被比赛、体育明星等相关话题与人物占据,在一定程度上使得电影的宣传空间和曝光度减少。

“当前电影行业的整体营收天花板已经十分明显,且消费场景大多来自票房,缺少更多探索和衍生,爆款大片不出则收益萎靡。观众已经不再想受限于电影院里单向接收内容,而更希望与内容输出者产生更多的互动。”文娱产业时评人张书乐如是说。

下游观众流失

“其实我们也注意到了,导致今年暑期档失利的直接原因是观影人次的断崖式下滑。”北京的一家电影公司的宣发人士向记者说道。

灯塔专业版显示,截至8月27日,今年暑期档的观影人次为2.76亿,这一水平相当于疫情期间的2022年暑期档以及2014年的暑期档。

金妍认为,这一问题并非只是最近一年里出现的,线下观众的流失已持续多年,但因为疫情以及去年市场的强力反弹在一定程度上模糊了这一现象。若将时间维度放宽,以年为单

位来看,灯塔研究院发布的《2023中国电影市场年度盘点报告》显示,在2017年,国内人均观影频次为3.38次,到了2023年,已降低至2.58次;同时,一年仅看一次电影的低频观影人群占比从2019年时的44%增至2023年的51%,全年观影2—5次的中频观影人群占比从2019年的41%降至2023年的39%,6次以上的高频观影人群占比从2019年的15%降到了10%。

陈晋向记者透露,对于低频观影人群来说,全年唯一的一次观影行为大部分发生在春节档。这也意味着,暑期档还面临着其他热门档期对观众的抢夺与竞争。

而在流失的观众当中,年轻观众的流失无疑是最明显的。2019—2023年,24岁以下的年轻观众占比从38%减少到了24%,其中尤其以20—24岁观众的流失最为明显,从30%减少到了19%。与此同时,25岁以上的观众占比却在不断增加,不过从增加的速度来看,却不及20—24岁观众的流失速度。

这反映出,一方面曾经的观众在年龄更大后,依然扮演着市场主体的角色;另一方面则是新进场的年轻观众不足。

“电影制作周期长,在把握观众情绪上有滞后性,可能一年前

还是年轻观众最赞同的精神,一年后就成为老旧的代表。”金妍认为,“根据当前暑期档电影放出的剧情来看,大部分作品内容都不具备引发年轻观众乃至全部观众情感共鸣的实力。同时,当下观众在审美、情绪、认知上变化幅度较快,发行方难以进行准确把控。”

中国电影评论学会会长饶曙光认为,暑期档的问题也反映出中国电影面临的新挑战。比如观众构成发生变化,中小城市观众所占比例越来越高;电影能否提供情绪价值,越来越成为观众观影选择的重要原因。

拼多多发布Q2财报 陈磊:坚定走高质量发展道路,投入百亿扶持新质商家

深化发展高质量战略,持续普惠供给两侧

8月26日,拼多多发布截至6月30日的2024年第二季度财报,受益于宏观经济企稳回升,线上零售持续向好,拼多多业绩表现稳健,本季度营收达到971亿元。

二季度,拼多多继续深化落实高质量发展战略,坚定地投入平台生态建设,不断提升消费体验和服务体系,持续优化供应链上行的质量和效率,进一步满足了最广大用户的多样化消费需求。

“今年上半年,我们持续投入健康、可持续的平台生态,在供需两侧均收获了积极的反馈。”拼多多集团执行董事、联席CEO赵佳臻表示,平台新消费、新需求不断涌现,新商家、新商品数量也保持高位增长,并带动农产区和产业链丰产增收,提质增效,这也更加坚定了我们专注于高质量发展道路。

“为了平台长期健康的发展,我们将通过‘扶持与治理’并举的方式,继续完善生态建设,未来一年将投入百亿资源包扶持新质商家,并坚决地进行商家生态治理。”拼多多集团董事长、联席CEO陈磊表示,平台的整体规模已经具备了相当的体量,完善生态建设并非一夕之功,管理层已达成了共识,做好了牺牲短期利润,长期投入的准备。

今年上半年,拼多多的高质量发展战略进入深化发展阶段,平台继续以消费需求为导向,持续加大对优质商家、品牌的扶持力度,不断升级物流、售后等服务体系,为供需两侧都带来了普惠。

二季度,拼多多“农云行动”先后深入各大农产区的田间地头,推动仙居杨梅、广东荔枝、山东大樱桃、阳山水蜜桃、新疆哈密瓜等时令水果出村进城,并通过百亿补贴、秒杀、万人团持续打响产地品牌。

5月中旬,在荔枝上新季,因受天气影响,广东、海南等产区的荔枝大面积减产,多个品种同比减产近四成,市场价格翻了好几倍。

此外,拼多多仅在大促首周就投入10亿元补贴助力家电下乡、以旧换新,带动三、四线城市超千万

用户拼单,完成了数码、家电、厨电、家居的焕新升级,很多新品牌、老国货因此实现超额增长。以老国货厂牌创维为例,这个成立36年的老品牌依托拼多多的数字技术,精准洞悉了新的市场需求,仅通过爆款冰箱、彩电就实现了突破,店铺入驻平台两个月就卖出了1亿元。

二季度,拼多多的研发投入达到29亿元,同比增长6%,主要源于在运营和研发上进行新一轮的投入。赵佳臻介绍,为了进一步加强商家生态治理,平台优化商家入驻和商品上架的流程,并通过技术手段对已经上架的商品进行主动巡查,再结合团队进行精细化审查,打击不法作弊商家,给优质商家营



二季度,拼多多“农云行动”继续深入各大农产区,带动当地丰产增收。

造更好的经营环境。

“过去这个季度,让我们更加坚定了高质量发展道路,我们将继续加码生态建设,为消费者带来更

多的优质好物,并助力农产区、产业链带变成金产地,惠及更多优质的农货、国货以及产业带商家。”赵佳臻表示。

能力的新质商家、新质产业带,大幅度减免优质商家的交易手续费,未来一年预计减免100亿元,并持续加强高质量生态发展的正向激励,全方位提升供应链上行的质量和效率。

最近,拼多多已先后向商家推出资源位技术服务费、推广软件服务费可退权益。以技术服务费为例,用户在活动期间取消、退款的订单,以及确认收货后的退款订单,商家均可享受上述服务费退返权益,进一步促进商家提质增效。

另一方面,拼多多也将继续加大对运营、技术的投入,坚决地进行平台和商家的生态治理,打击不法作弊商家,推动产业带去芜存菁,持续优化升级供应链,为新质商家营造更有效、更健康的生态环境。

赵佳臻表示,在这个过程中,牺牲短期的利润是必须的,管理层

已经达成共识,愿意为长期的健康付出巨大的代价。未来几个季度的利润也许会有波动、反弹,但长期利润降低的趋势是不可避免的。

作为服务最广大消费者的平台企业,拼多多还将继续联合生态伙伴、科研院所和公益机构,肩负起更多的社会责任。二季度,拼多多先后投入了“第四届多多农研大赛”“科技小院”“第七届多多读书月”等多个项目,持续培养农业科技人才,推动知识和科技普惠。此外,拼多多与中国农业大学共同设立的农研基金,已有多个项目收获重要的阶段性成果。

“随着社会环境的变化以及公司规模越来越大,我们还将升级公司的治理结构或分配方式,来适应不断前进变化的时代,更多地反哺社会,反哺农业和产业,为需要帮助的最普通的老百姓多出一份力,承担更多的社会责任。”陈磊说。

广告

“扶持与治理”双项并举,坚定投入长期价值

今年以来,在拼多多深化高质量发展战略的同时,电商行业的竞争进一步加剧,全球化业务受国际环境变化的影响也逐渐增多,新的挑战接踵而至。

“从本季度的业绩来看,我们的营收增速环比有所下滑,这也给我们提出了更高的要求。”陈磊表示,拼多多的高质量发展道路将进入新阶段,接下来将通过“大

力的扶持”和“坚决的治理”双项并举,继续建设健康、可持续的平台生态。

一方面,拼多多将投入百亿资源包大力扶持具有产品、技术创新



在“科技小院”项目中,上百位农学学生深入田间地头,指导农户使用新型农具。

卖断货和价格猛涨：“黑悟空”引爆硬件市场

本报记者 李玉洋 上海报道

一只赛博“猴子”的横空出世，把游戏的外溢效应拉满了。

8月20日，国产3A游戏《黑神话：悟空》开售即破圈，上线三天全平台销量超1000万套。按照最低定价268元计算，总销售额至少超过26.8亿元。

更多玩家加入“天命人悟空”的行列，除直接拉动游戏销量和销售额外，也忙坏了相关取景地的文旅部门。当然，《黑神话：悟空》还带动CPU、显卡、内存等电脑装备以及索尼游戏主机PlayStation 5（简称PS 5）的销量。

《中国经营报》记者从苏宁易购方面获悉，截至《黑神话：悟空》发售的首个周末，其上海线下门店PS 5已断货，“跟游戏相关的电视销量翻了一倍以上”。相似的情况也出现在装机市场上。

“自从《黑神话：悟空》发售以来，平均每天能接到二三十单，天天加班。”江苏南京某电脑城一家电脑组装档口的黄姓老板对记者表示，平时下午6点就下班了，售后后的首个周末每天都忙到12点。多位电脑组装档口老板还向记者表示，畅玩《黑神话：悟空》的主机配置在五千元以上，其中显卡是花费大头，英伟达RTX 4060为最低配置。

同时，PS 5也随之涨价，由于缺货，电商平台上PS 5光驱版已上涨近千元，达到4300多元。8月27日，索尼宣布PS 5于2024年9月2日起在日本涨价13000至15000日元（约合人民币639至737元）。

在3A游戏重度玩家、资深计算机图形行业分析师黄烨锋看来，《黑神话：悟空》的成功，背后脱离不了游戏引擎进步、GPU算力提升、计算机图形学的算法不断完善以及AI的应用等。

有店家熬夜装机

截至目前，所有实体版本已售罄，在二手平台上，实体版的价格已经翻番。

需要说明的是，《黑神话：悟空》数字版分为268元的标准版和328元的豪华版，实体版则有820元和1998元两种，配有游戏相关周边商品。截至目前，所有实体版本已售罄，在二手平台上，实体版的价格已经翻番。

想要畅玩这款游戏需要怎样的电脑硬件配置？《黑神话：悟空》的开发商给出了答案：在高画质4K光线追踪超高前提下，处理器需要英特尔酷睿Core i7-9700或AMD Ryzen 5 5500，图形处理器则需要英伟达GeForce RTX 4080 SUPER，显存16GB，系统内存32GB，磁盘空间需要130GB SSD。

该电脑硬件配置不可谓不高，仅显卡而言玩家就得花费8000多元。与之前的爆款吃鸡游戏《绝地求生》一样，《黑神话：悟空》也开启了一波设备升级潮。

上述黄姓老板表示，为了享受最佳的游戏体验，有玩家甚至攒了一台3万多元的电脑主机。

由于在抖音上做了线上引流，黄姓老板的店铺销量比以往多出一倍多，以往晚上6点就能下

班，这几天忙到夜里12点，因为得立刻装好机发货给玩家。其他一些电脑组装档口尽管没有网店或线上引流，但这段时间关于什么样的配置可以玩《黑神话：悟空》的咨询也多了起来。

从这些电脑组装档口处，记者还了解到一个比较有趣的情况：由于英特尔酷睿13、14代某些型号的CPU出现爆雷，导致酷睿12一些型号的CPU价格上涨。

今年8月初，不少用户反馈英特尔13/14代酷睿i9系列CPU屡现崩溃问题，系统运行并不稳



玩家在索尼游戏主机店里体验《黑神话：悟空》。

本报记者 李玉洋/摄影

定。比如，采用虚幻5引擎的游戏

《第一后裔》，着色器编译阶段CPU负载较高，导致13代与14代酷睿在打开时会报错。在8月中旬，英特尔表示通过微代码补丁

来从根源上对其修复。

据悉，《黑神话：悟空》的开发人员也对13/14代酷睿CPU用户发出提醒，称有可能会遇到错误消息、不稳定和崩溃的情况。

带动游戏硬件销售潮

“已卖了十几台，前期也没囤太多货，现在已卖断货。”

《黑神话：悟空》的上线确实点燃了“装机热”。

京东数据显示，游戏上线当天，电脑组件品类销售同比增长120%，其中显卡品类成交金额同比增长200%，组装机品类成交金额同比增长超150%。

此外，除电脑硬件外，索尼PS游戏主机销量也同样火爆。据了解，索尼PlayStation天猫官方旗舰店的PS 5主机成交量近一周同比

增长超100%，连续4天成为电玩设备成交TOP 1爆款。

“由于缺货，官网标价3500多元的光驱版PS 5现在已经涨到4300元。”一家索尼游戏主机经销商表示。上海苏宁易购方面表示，往常PS 5的咨询量比较多，这期间比较多，“已卖了十几台，前期也没囤太多货，现在已卖断货”。

他还指出，PS+电视的组合在价格上优于组装电脑。“这个游戏

对电脑的配置要求很高，一些特价55英寸电视不到2000元的价格，加上PS 5，也就不到5000元。当然，也有部分高端消费者追求百英寸的大屏体验，光是电视就要一万元多了。”上海苏宁易购方面对记者表示，海信、索尼、创维等刷新率较高的中高端电视销量上涨，“就在这两天，我们店单价过万的电视，曾在一天内卖掉20台，而在以前单日销量不会超过10台”。

同时，二手游戏设备也被带动起来。根据二手电商平台转转数据，《黑神话：悟空》上线后，平台二手PS 5交易量日环比增长128%，周环比增长296%，而电脑成交量日环比增长96%，显卡成交量日环比增长104%。

中国台湾是全球电脑产业重镇。《黑神话：悟空》的爆火，也拯救了当地相关的计算机企业。

8月26日周一开盘，中国台湾

计算机显卡生产企业股价走强，微星股价一度飙至涨停价186.5元新台币（1元新台币约合0.22元人民币），华硕最高涨8.5%，技嘉最高涨7.67%。

散热模组厂股价同步走高，动力-KY亮灯涨停，双鸿、尼得科超众涨幅均逾4%。由于《黑神话：悟空》对计算机内存的要求高，中国台湾内存厂有望受惠，股价亦走强，其中十铨涨逾8%，威刚涨逾3%。

推动游戏画质提升

《黑神话：悟空》这样振奋人心的3A大作，就是来提升应用需求的。

值得一提的是，英伟达GeForce也蹭了一波《黑神话：悟空》的热度，在其官方社交账号上，《黑神话：悟空》有关的宣传物料浓度有点高。

此外，英伟达也没有放过周边，游戏一上线就同步发布了8款GeForce RTX 40系列限量版显卡，取名为“战力齐天”，主要型号是4070和4080，并且和组装厂商一同发售。

可是，乘着AI东风的英伟达为什么要这样？殊不知，游戏曾是英伟达最大的营收来源。英伟

达创始人黄仁勋也曾是“游戏男孩”。在AI需求崛起之前，游戏是GPU的主战场。

目前，英伟达仍占据90%以上的游戏GPU市场。在《黑神话：悟空》的配置推荐中，只有英伟达的GPU支持全景光线追踪。

“《黑神话：悟空》惊艳的地方主要是画面出色，这可能和使用虚幻5引擎有关；毕竟是国内真正意义上的3A大作，能做到这种画面还是相当牛的。”作为资深游戏玩家，黄烨锋不吝惜对于《黑神话：悟空》画面的赞美，而这么好的画面，

除了有赖于虚幻5游戏引擎外，还有“GPU算力这些年提升，计算机图形学的很多算法在不断走向完善，再加上AI帮助”。

具体来说，AI是如何在《黑神话：悟空》上应用的？黄烨锋表示，英伟达的DLSS（深度学习超采样）本身就是一种AI技术，“也是通过AI把低分辨率画面超分成高分辨率，以及进行帧生成，即通过AI来生成一些帧，提升流畅度”。

据了解，DLSS是英伟达推出的一项AI驱动的图像重建技术，

用于提升游戏性能和图像质量。比如可以利用深度学习神经网络，通过从低分辨率图像生成高分辨率图像，显著提升游戏的帧率和画面质量。《黑神话：悟空》所呈现出来的高质量画质，部分原因在于其对DLSS 3的支持。

在近期德国科隆举行的全球最大游戏展会Gamescom上，英伟达还特别提及了对于《黑神话：悟空》的技术支持，其中一个关键点就是光线追踪技术。

在对电脑趋势的预测上，群智咨询有报告指出，AI赋能游戏，

GPU持续优化游戏体验，向传统计算机架构发起挑战。在业内人士看来，《黑神话：悟空》这样振奋人心的3A大作，就是来提升应用需求的。

而云游戏或能带动产业需求。国泰君安证券认为，《黑神话：悟空》有望吸引更多不具备硬件条件的非传统主机游戏玩家从云游戏入口体验。《黑神话：悟空》除了会加入 GeForce NOW 云游戏外，腾讯START 云游戏、华为云游戏、中国电信云游戏服务等也支持玩家“云玩”该游戏。

人形机器人的热潮迭起：“iPhone时刻”还有多远？

本报记者 曲忠芳 北京报道

为期五天的“2024世界机器人大会”（WRC）刚刚落下帷幕。《中国经营报》记者从大会主办方获悉，近170家企业的

600多款产品在大会上展示，首发新品超过60款，其中有27款人形机器人集中亮相，成为风头最盛的“主角”。

选手参加了同期举办的“2024世界机器人大赛”。

与这些数据可以相互印证的是，记者连日在世界机器人大会现场采访了多位来自高校、科研机构、产业界的人士，

同时在博览会上随机采访了多名观众，大多数受访者被问及感受时使用了“热”一词：产业“火热”，参与企业的数量创历年纪录；产品“热闹”，不仅形态各式各样，而且技能从做

咖啡、冰淇淋、煎饼果子，到叠衣服和收纳物品，再到爬楼梯、做俯卧撑、打乒乓球等，以及参与汽车制造；观众“热情”，表明机器人“出圈”获得社会大众的高度关注。

热闹与喧嚣过后，摆在机器人尤其是人形机器人面前的依然是技术创新难题与商业化考验：人形机器人现在究竟发展到何种程度了？它距离真正的爆发还有多远？

现阶段只是“具身技能”

在世界机器人大会现场，记者观察了二十几款公开展示的人形机器人产品。根据它们的现场演示及介绍，其“技能”大致都可以划归为两类：一类是娱乐互动，比如EX机器人打造的“诺贝尔”“苏轼”、星尘智能展示书法、智元机器人打招呼、帕西尼感知科技“比心”等；另一类是运动控制，比如科大讯飞机器人拿起可乐、优必选Walker搬运物品箱、际乐动力爬坡行走、银河通用收纳物品等。

尽管具身智能已成为业内耳熟能详的热门词，中关村智友研究院院长、北京航空航天大学机器人研究所所长王田苗教授指出，此次大会上展示的大部分机器人是垂直领域的“具身技能”。现阶段，对于具身智能机器人或人形机器人，业界基本停留在通用领域的探索上。

在王田苗看来，人形机器人还处在攻关阶段，目前有两个问题值得特别关注：一是机器人的软件，新一代具身智能的浪潮是由AI大模型、生成式AI来驱动的，大模型如何赋能机器人，实现人机交互，将复杂任务拆解为子任务；二是各种子任务和现实中的物理空间的结合，需要视觉模型、触觉模型，没有视觉就没

有空间的认知与推理，没有触觉，则很难完成精细的操作。

以灵巧手为例，王田苗告诉记者，具身智能的下肢是轮式还是双足式，目前还有争论。但从上肢来看，无论是在家庭场景中叠衣服、装电池、陪护老人，还是在工业制造中搬运货物、组装汽车等，灵巧手都起着重要作用。灵巧手上有各种各样的传感器，由此生成各种各样的数据，这些数据又要与控制结合形成闭环，因此在结构、感知以及成本方面都有诸多有待解决的挑战。

蓝驰创投合伙人曹巍指出，现在的机器人本体，无论是外观形态、感知能力、运动能力等，都是五花八门，并没有一个行业性的指引规范或统一标准。“这可以类比移动互联网早期涌现的各种应用，其竞争点在于适配能力——适配上百款手机。当下机器人赛道类似，还没有一个真正的爆款产品去引领行业标准，未来三五年或将出现爆款产品，届时会引领或推动行业性的标准建立，将硬件的水平拉动起来，在硬件层面达成共识。”

全国政协常委、致公党中央副主席、全国妇联副主席、中国电子学会理事长徐晓兰表示，人形

机器人是AI+机器人的产物，是多学科交叉融合的集大成者。其“根技术”领域涵盖通用人形机器人、大模型、动力学模型以及控制、多模态感知与环境建模智能的人机交互、多智能体的合作等，同时还涉及类脑感知与认知的基础理论，以及新材料、新工艺、新结构、电子皮肤等领域。

北京具身智能机器人创新中心总经理熊军认为，具身智能其实刚刚开始，它面临四个方面的挑战：首先，缺少高性能的具身智能本体，无论是各种具身智能的传感器、执行器还是整个身体，都有很多需要完善的地方；其次，具身智能的运动能力是不足的，尤其体现在对环境的适应性、操作能力方面，还有很大的改进空间；再次，具身智能大模型和多模态大模型算法的能力是不足的；最后，缺乏具有智能领域统一的通用数据集。就像传统人工智能一样，现在传统人工智能大量的语音智能或者是视觉智能这方面，得益于互联网上大量语音的数据和文字的数据。同样在具身智能领域也需要大量的操作的数据，需要大量的行为的数据来丰富具身智能的算法，甚至是具身智能数据集的标准，实际上都是缺少的。

何时真正“爆发”

不难看出，作为多学科技术交叉与集成的人形机器人，从头到脚、由里到外，各项技术都还在迭代升级中，关键技术的突破并非一蹴而就。那么，人形机器人真正走出实验室，实现规模化应用，迎来产业大爆发，究竟还需要多久？

“今年大家都把机器人拿出来展示，在商业和技术上进行大面积的尝试，到明后年应该会出现很多尝试过的结果，有的东西会留下，有的东西会迭代发展，这样会产生很多新的应用。人形机器人作为创新产品，不仅仅是替代现有的人，而且能够在很多新的领域创造新的就业机会，产生新的应用。”清华大学自动化系研究员、机器人控制实验室主任赵明国在接受记者采访时如是指出。

从2023年初涉足人形机器人赛道的宇树科技创始人兼CEO王兴兴透露，该公司的第二款人形机器人G1近期已经快完成量产化的设计改造，到今年年底可以大规模量产。今年5月，宇树科技旗下G1在国内及海外的电商平台上线，凭借9.9万元的零售价格引发了国内外的高度关注。在王兴兴看来，距离业界讨论较多的人形机器人“iPhone时刻”，人形机器人还有一段时间，但不会超过五年。

由清华大学交叉信息研究院孵化

的通用人形机器人企业星动纪元创始人陈建宇则认为，在接下来的五年里，深度学习、大模型等人工智能技术会取得非常大的进展，同时会非常深入地与人形机器人、具身智能融合起来，“可能会在五年内迎来机器人的‘ChatGPT时刻’”。

不同于宇树科技、星动纪元等人形机器人赛道的“新秀”，较早布局人形机器人赛道的优必选被业内视为已经“熬”过了上一个周期。优必选在本次世界机器人大大会上展示了“人形机器人工业应用场景解决方案”，现场执行了质检、搬运、分拣等任务。优必选方面透露，该公司已经与汽车企业东风柳汽、吉利汽车等，3C企业富士康、物流企业顺丰达成合作，构建人形机器人应用生态。目前，其工业版人形机器人Walker S系列已经进入国内多家新能源汽车整车组装产线实训。需要指出的是，优必选人形机器人在工业场景的商业化成果

方面还有待时间的检验。备受关注的特斯拉旗下人形机器人Optimus虽然亮相了本届世界机器人大会，但现场并没有展示真实“技能”。按照特斯拉CEO埃隆·马斯克此前的说法，特斯拉计划从2025年开始小批量生产人形机器人，其长远目标是每年生产1亿台机器人，占据市场份额的10%以上，预计未来人形机器人与人类的比例可能是2:1。

在浙江人形机器人创新中心首席科学家熊蓉看来，未来十年甚至更长时间里，如果把机器人的总量看作100%，那么随着相关技术问题的解决，是能够使人形机器人的占比超过50%的。当人形机器人成为一个通用泛化的本体时，不同企业的差别可能表现在人形机器人的设计方面，会构建起繁荣的生态。这类似于现在智能手机会有不同的品牌厂商，但手机里还有更多的App应用。



“2024世界机器人大会”于8月21日—25日在北京举行。

本报记者 曲忠芳/摄影

估值1150亿 已引入两大股东

华为“新子”引望智能揭开神秘面纱

本报记者 秦鼎 北京报道

引望智能与众车企在做的事情，或许不只是单纯重构汽车的

架构，更试图以“资本联盟”的形式重构整个汽车业的生态。

伴随着阿维塔与赛力斯汽车的入股，深圳引望智能技术有限公

司(以下简称“引望智能”)的神秘面纱也逐渐被揭开。8月19日、23日，华为分别出售引望智能10%股权给阿维塔、赛力斯汽车。据此测算，引

望智能的估值已经高达1150亿元，是其国内竞争对手地平线最新估值(600亿元)的2倍、momenta(200亿元)的6倍。

华为方面对《中国经营报》记者表示，引望智能聚合了华为智能车业务的众多核心技术，华为将全方位支持引望持续领先，服

务汽车产业智能化转型。后续引望智能将继续对战略合作伙伴开放股权，携手共同推动汽车产业崛起和智能化全面发展。

资产增值率1916.16%

2023年11月，长安汽车与华为签署《投资合作备忘录》，华为拟设立一家从事汽车智能系统及部件解决方案研发、设计、生产、销售和服务的公司，目标是成为立足中国、面向全球、服务产业的汽车智能系统及部件解决方案产业领导者。

2024年1月，华为斥资10亿元注册成立引望智能，注册地址为华为总部办公楼。其工商信息的主营业务概括为从事汽车智能系统及部件解决方案研发、设计、生产、销售和服务，包含汽车智能驾驶解决方案、汽车智能座舱、智能车控、智能车云、车载光等业务板块。在其正式成立后，2024年3月，引望智能又密集在上海、东莞、苏州、杭州、南京成立了5家全资子公司。

公开信息显示，引望智能的法定代表人、执行董事、经理为郑丽英，监事为宋柳平，均为华为高管。

自成立以来，虽然在融资上动作频频，但对外界来说，引望智能一直停留在“纸面”上，华为车BU迟迟未能完全装到引望智能中，这也无法让人真正了解这个估值已经超千亿元的独角兽。

直至此次赛力斯(601127.SH)宣布以115亿元收购引望智能10%的股权，一口气用了30余份公告向外界揭开引望智能的神秘面纱，也向外界展示了近几年华为车BU的进展。

赛力斯此次发布的《重大资产购买报告书》(草案)中首度披露了引望智能的财务数据。

引望智能经审计的拟装载业务模拟报表显示，2022年一

2024年上半年，引望智能营业收入分别为20.98亿元、47亿元和104.35亿元，主营业务毛利率分别为17.73%、32.13%和55.36%。2022年—2024年上半年，引望智能归母净利润分别为-75.87亿元、-55.97亿元和22.31亿元，预计2024年全年归母净利润为33.51亿元。

此次披露的财务数据，也与此前华为常务董事、终端BG董事长、智能汽车解决方案BU董事长余承东透露的一致。此前余承东曾透露，今年一季度华为智选车已实现扭亏为盈。

上述报告显示，引望智能评估基准日净资产账面价值为57.17亿元，净资产评估价值为198.51亿元，评估增值率为247.25%。以市场法评估，评估基准日净资产评估价值为1152.56亿元，增值额为1095.4亿元，增值率为1916.16%。

其中，最具价值的当属专利技术及非专利技术、商标、技术许可和外购软件等无形资产。其中纳入本次评估范围的专利和商标包括6420项专利技术及非专利技术、74族注册商标、25项外购软件和1项技术许可等。经评估，上述无形资产评估值为138.27亿元，评估增值137.02亿元，增值率11471.97%。

值得注意的是，在给出高倍增值率的同时，该报告指出，在与中科创新达、德赛西威、澜起科技等6家同类A股公司对比中，平均市盈率为46.4，国外则为特斯拉和Mobileye，市盈率分别为78.91和112.64，而引望智能则为34.39。

火线入局

成立半年后，引望智能已开始“呼朋唤友”。

8月20日，长安汽车与华为全面战略合作暨阿维塔投资引望公司的签约仪式举行。根据本次交易，阿维塔科技拿出115亿元，持有引望智能10%股权；剩余的90%股权是华为持有。这笔115亿元的现金出资全部来自阿维塔的自有资金，将分3期支付，相应分别设置付款先决条件。

据悉，华为在收到第一笔转让价款之后，将启动本次装载的具体活动，把本次装载范围内的技术、资产、人员等以本次交易相关文件约定的适当方式转移至引望智能。上述范围包括华为及其关联方持有的专用于目标公司装载业务的技术和资产的所有权、人员，并且能够满足引望智能独立持续开展装载业务的需要。

下一个是谁？

资料显示，引望智能董事会由7名成员组成，根据股东持股比例确定董事会席位。目前阿维塔和赛力斯各占据1名董事席位，华为还保有5个席位。

按照参股比例来看，剩下的席位是否会是除跨界外华为另外“三界”背后的奇瑞、江淮、北汽？截至目前，使用华为智能解决方案的品牌包括长安阿维塔、北汽极狐，华为智选车旗下品牌已包括问界、智界、享界和尊界，分别与赛力斯、奇瑞、北汽和江淮合作打造。

此外，东风汽车、一汽集团也有可能参与到引望智能的入股东宜。今年3月，东风汽车集团有限公司副总经理尤峰曾经表示，正联合一汽集团积极推进参股华为车BU事宜。

华为轮值董事长徐直军不止

仅仅5天后，引望智能迎来了第二位“朋友”。8月25日，赛力斯对外披露，赛力斯汽车将以支付现金的方式购买华为持有的引望10%股权，交易金额为人民币115亿元。同日，赛力斯汽车与华为、引望签署了附条件生效的《股权转让协议》。

虽然双方出价都是相同的115亿元，但协议的内容却有所差别。其中值得注意的是，在董事会提名权中，赛力斯在交割后有权向引望智能董事会提名一位董事和一位审计委员会委员，而早前签订协议的阿维塔科技有权提名一位董事。

长安汽车和阿维塔科技董事长朱华荣表示：“阿维塔投资人股引望，充分体现了长安汽车的战略意图。作为长安向新向上最重要的品牌战略载体，阿维塔代表了公司高

一次强调：“引望智能将继续对战略合作伙伴开放股权”，未来仍将有新的股东进入。此前，华为曾向奇瑞、北汽、江淮等车企发出股权开放邀请，并希望中国更有实力的车企来共建。

奇瑞(智界)、北汽(享界)、江淮(尊界)乃至之前传出过风声的一汽、东风等，会不会入股？记者联系上述公司，但截至发稿并未收到答复。

在外界看来，华为的目标是成为中国智能电动车时代的“博世”。博世正全面布局加速电气化转型，在中国市场上，博世2023年保持增长，销售额达到1390亿元人民币(约182亿美元)，同比增长5.2%。其中，智能出行业务成为主要增长引擎，其在华销售额实现了8.2%的增长，达到1121亿元人民币(约146亿美元)。

平安证券此前发布的研报认为，华为车BU独立运营后有望成为智能车时代的“博世”，华为车BU业务达到成熟状态时的营收规模将在1275亿~1650亿元之间，假设净利率15%，则对应年净利润在191亿~248亿元。

不过，一位业内人士对记者表示：“跟博世不一样，以前大家买车的时候，没几个人关心车里用的是不是博世的零件。但现在是智能电动车的时代了，大家买车，有时候就是冲着华为这个牌子来的。华为的名气越大，它在市场上就越

有底气。”事实上，华为志在建立一个“汽车产业智能化开放平台”。与博世“零部件供应商”的定位不同，华为自入局汽车行业以来就一直明

确“华为不造车，而是帮助车企造好车”，目前华为以三种方式与车企合作。第一种是只提供零部件，如电机、芯片，比如理想MEGA就搭载了华为的电机，哪吒S部分配置车型上搭载了华为MDC 610芯片，飞凡R7搭载了华为的AR-HUD等。

第二种是阿维塔、极狐这样的HI模式，即只提供智能驾驶、智能座舱等解决方案。华为的角色是个软硬一体的供应商。还有一种就是问界、智界这样的从产品定义到生产流程乃至营销、定价、售后全程参与的智选车模式。

中国半导体持续复苏或面临挑战

本报记者 谭伦 北京报道

中国半导体产业整体呈现复苏态势，但随着产业环境变化，这一复苏也呈现出复杂性。

近日，CINNO Research发布的统计数据显示，2024年1—6月，中国半导体项目投资金额约为5173亿元人民币(含中国台湾地区，下同)，同比下降37.5%，产业投资规模出现下滑。

其中，资金主要细分流向中，半导体材料投资金额降幅最大，投

资金额为668.1亿元人民币，占比约为12.6%，同比下55.8%；其次是晶圆制造投资额，金额约为2468亿元人民币，占比约为47.7%，同比下降33.9%；另外，芯片设计、封装测试下降幅度依次为29.8%、28.2%。

但是，在各细分领域中，占比约4.8%、金额规模达246.6亿元人民币的半导体设备投资却同比增长了45.9%，成为此次统计中唯一增长的类别领域。而就在8月26日，中国海关总署发

布的最新统计数据也印证了这一增长。数据显示，2024年前7个月，我国进口半导体制造设备3.6万台，相比去年增加了17.1%，金额达1638.6亿元(230.5亿美元)，同比增长51.5%。

投资收窄伴以仍在上扬的产业设备投入，让中国半导体产业的此轮周期特征显出几分“矛盾”。资方收紧布局背后，产业到底是在回归良性发展，还是因为复苏不力拉低市场预期，成为新一轮各方关注的焦点。

整合，避免资源无效浪费。”何晖表示，这也是产业整体投资规模出现下滑的原因之一。

CHIP全球测试中心中国实验室主任罗国昭则告诉记者，在其看来，投资规模下降主要受到主动和被动两层原因影响。一方面，半导体产品和成熟市场层面，中国过去几年其实已经完成了基本布局，进入了稳定阶段，这使得早期那种大规模投资的作用已经结束了，因此，这一主动层面的投资量下降是符合预期的。

“另一方面，由于当前半导体主力的消费端产品需求都在下降，因此市场对全球晶圆量的需求也在急剧减少，除了少数AI龙头还在拉动外，全球半导体的消费能力都非常有限，这个时候对整个市场来说，资本市场投入需求就会下降。”罗国昭表示。

设备缘何“一枝独秀”

虽然多项细分领域下滑，但中国半导体设备从投资到采购额的“一枝独秀”，让中国半导体产业显示出积极的一面。

对此，TrendForce集邦咨询分析师钟映廷告诉记者，基于中国IC国产替代和本土化生产的趋势，过去两年中国晶圆代工厂的产能以两位数的年增长率持续扩张。

随着部分新厂陆续建成，预计2024年和2025年产能将继续以两位数的增幅增加，这也带动了这轮设备采购活动的活跃度。

而来自中国市场的需求拉动，也推动了目前增长疲软的海外半导体设备巨头的增长。根据最新公布的数据，全球光刻机供应巨头阿斯麦ASML第二季度在中国的销售额占其总销售额的比例从一

复苏面临多重考验

中国半导体的上轮低潮始自2021年12月全球市场的供需失衡，直至2023年末，复苏曙光才逐渐出现。因此，在产业投资大幅下降后，此轮复苏能否持续且不受影响，业内人士持不同看法。

CINNO Research方面认为，随着半导体产品库存逐步回归合理水平，终端市场需求逐步回暖，尤其是智能手机、服务器、汽车和PC等领域的半导体需求增加，以及AI、物联网等快速发展，全球半导体产业景气度将逐步复苏，重新进入稳步增长的发展通道。

“今年是复苏年，而明年的增长预计会比今年更好一些。”何晖表示，AI确实是下一个能够带动整个半导体产业进入下一代的驱动技术，但目前产业更多只是在讲

年前的24%增长至49%。而今年一季度，日本半导体制造设备、设备零部件、显示面板设备等对中国内地出口额也同比增长至82%，达5212亿元(约240亿元人民币)，为2007年以来最高水平。

对于国产化需求，分析人士也持肯定态度。何晖认为，半导体设备投入高，显示出我国仍要持续发展半导体产业的决心，“真正体现一个国家半导体实力的最重要能力还是制造能力。目前国内半导体投资也显示转向制造设备为主的趋势，而这一做法从宏观上看显然是必要的”。

但是，罗国昭提醒道，由于产业整体投资规模在减少，因此未来国内芯片产能扩充的速度，肯定要比过去几年有所下降，甚至会到达相对饱和的阶段，所以将来会出现下

滑也在预期之内，而且并非坏事，资本方和市场应该做好心理预期。

公开信息显示，未来大基金三期将重点投向先进制程相关领域，包括先进制程扩产所需的核心设备、EDA软件和材料等，而先进制程的扩产将带来国内设备及其他产业链公司整体市占率的提升。

在短期前景方面，TrendForce集邦咨询发布的最新研报显示，电商促销下半年智能手机新机发布及年底销售旺季预期，带动了供应链启动库存回补，也给中国内地的晶圆代工产能利用率带来正面影响。报告指出，受惠于IC国产替代，中国内地代工产能利用复苏进度相较其他同业更快，甚至部分制程产能无法满足客户需求，已呈满载情况。

率可能面临下调的风险，需继续密切观察。”他补充表示。

echSugar创始人王树一认为，目前虽然各项产业指标数据都显示较为平稳，但如果从全球范围来看，AI加存储这两大目前全球半导体的主要需求侧，国内的企业其实并没有明显受益。在宏观经济仍有一定波动可能性的背景下，半导体企业的可持续增长其实是存在一定风险的，市场不应该忽略这一点。

罗国昭则表示，目前来看，这一轮复苏整体低于市场预期，主要是国内在半导体消费侧的拉动需求比较低，而目前在创新领域，单独靠AI尖端制程所带动的市场红利还是被巨头拿走。在这种情况下，市场先放低预期看重生存也许是更合理的选项。

“冷”与“热”:2024成都车展的双重底色

本报记者 尹丽梅 张硕 成都报道

2024夏秋之交举办的第二十七届成都国际汽车展览会(以下简称“成都国际车展”)呈现出“冷”与“热”两种截然不同的底色。

所谓的“冷”,指的是不少参展的媒体记者感受到,为数不少的车企对于本届成都国际车展的投入明显缩减。

《中国经营报》记者获取到的资料显示,虽然本届成都国际车

展与今年4月底举行的第十八届北京国际汽车展览会(以下简称“北京国际车展”的展会总面积同为22万平方米,但前者仅举办58场新车发布会,而后者在持续两天的媒体日中共举办新闻发布会163场。

8月30日,距离本届成都国际车展开幕还有30分钟记者抵达现场,与北京国际车展人头攒动大排长龙入馆不同的是,在成都国际车展上,记者从出地铁站到刷身份证通过闸机、安检到入馆,整

个过程非常“丝滑”,无需排队等待。直到9时许,展馆内的人流也并不多,与北京国际车展媒体日馆内参展人群摩肩接踵的情形形成了较为明显的对比。

有业内人士对记者表示,本届成都国际车展的冷淡局面是市场内卷持续蔓延带来的结果。在价格混战之下,汽车行业的利润率持续偏低,主流车企盈利压力增加,从而选择“捂紧钱袋子”缩减传播与营销领域的成本预算。

在车展这个众多车企集结的

有业内人士对记者表示,抢在车展之前召开新闻发布会,可以让企业的新品拥有更高的关注度,因为车展期间各大车企集中发布新品,消费者的注意力会被分散,与其百家争鸣不如独占鳌头。

相比于今年4月底举办的北京国际车展,本届成都国际车展的声音量明显减弱了一些。

本届成都国际车展共有130家中外车企参展,展出车辆超1600台,共举办58场新车发布会,展会首日发布超72款新车。而北京国际车展则举办了163场新车发布会,全球首发车型达到了117台,吸引了国内外近500家知名零部件企业及科技公司参展。

与此同时,记者梳理发现,2022年与2023年,成都国际车展开幕首日分别举行了72场、66场新车发布会,分别比本届成都国际车展多出14场、8场。上市首发活动的减少透露出本届成都国际车展的活动规模不如往年的真实。

值得玩味的是,记者注意到,不少车企选择在本届成都国际车展开幕前夕召开新车发布会,推出旗下重磅车型。譬如,8月26日在华为举行的鸿蒙智行新品发布会上,问界M7 Pro正式上市。8月28日,搭载华为智驾的

全新岚图梦想家迎来上市,并正式开启预售。

小鹏汽车与MINI品牌旗下重磅产品不仅在车展前夕上市,而且在二者均参加本届成都国际车展的前提下,并未将旗下重磅新品上市发布会安排在成都。8月27日,小鹏汽车在北京召开新闻发布会,旗下瞄准中低端市场的全新紧凑型轿车——小鹏MONA M03正式上市。同日,MINI品牌在重庆召开新车发布会,旗下首款跨界车型——全新电动MINI Aceman上市。

上述现象显示出,在行业持续内卷的背景下,车展作为集中展示行业新技术和企业新产品的平台,对于车企的重要性已经减弱。

有业内人士对记者表示,抢在车展之前召开新闻发布会,可以让企业的新品拥有更高的关注度,因为车展期间各大车企集中发布新品,消费者的注意力会被分散,与其百家争鸣不如独占鳌头。而且,这样做还有一个好处,可以最大限度地利用好车展

舞台上,不同车企展现出不同的面貌。对于本届成都国际车展,一些车企在营销投入上有所保留,也有一部分车企选择继续大手笔参展,呈现冷热不均的景象。

譬如,比亚迪“包馆”携仰望、方程豹、腾势等全品牌集结亮相。长城汽车参展面积超3500平方米,突破国产品牌单展台面积历史纪录。宝马集团则携BMW与MINI两大品牌共13款新车登陆成都国际车展,刷新成都国际车展参展的宝马新车规模之最。

在车展这个众多车企集结的



本届成都国际车展现场呈现冰火两重天景象。 尹丽梅/摄影

期间的时间,聚焦新品销售和订单转化。

这一更加务实的做法,折射出车企在当下国内车市内卷环境下面临的经营压力。

8月27日,中国汽车流通协

会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树发文称,2024年1~7月,我国汽车行业的利润率为4.9%,低于下游工业企业6.3%的平均水平。车市价格战严峻,使得车企利润总体下降压力加大。

燃油车展开反击

本届成都国际车展油、电、混三大赛道各有看点,近几年逐渐沦为“配角”的燃油车存在感有所增强。

即便时下车企对于车展有着不同的定位和选择,但作为2024年下半年国内首场A级车展,本届成都国际车展对于当下车市而言依然具有风向标意义。

记者注意到,从动力类型来看,本届成都国际车展油、电、混三大赛道各有看点。

其中,近几年逐渐沦为“配角”的燃油车的存在感有所增强。全新BMW X3长轴距版、凯迪拉克XT5、第五代胜达、帕萨特Pro、途岳新锐等外资以及合资车企的燃油车型在本届成都国际车展上宣布上市,引发广泛关注。

传统车企在车展上重磅推出燃油车型折射出了它们对于当下燃油车业务的态度。

需要看到的是,尽管当前新能源汽车增长势头强劲,但国内汽车消费市场依然以燃油车为主。目前,仍然有大量的消费者因补能便利性、苛刻使用环境、使用习惯等多种原因而坚定选择燃油车。而且,对于传统车企而言,燃油车业务仍然是主要利润来源。

因此,保持燃油车业务与新能源汽车业务之间的战略平衡,是很多传统车企需要直面的问题。在这个过程中,车企既要解决长远发展的问题,又要兼顾当下的生存问题。

与新能源汽车相比,燃油车产品更新换代相对较慢,产品智能化程度不高,使得新能源汽车得以攻入燃油车市场腹地,燃油车市场持续萎缩。

然而,无论外界舆论环境如何,传统车企对燃油车智能化的探索从未止步。

记者关注到,在本届成都国际车展上,宝马集团最大的看点是带来了全新BMW X3长轴距版燃油车型。新车采用加长轴距的设计,比标准版车型的轴距增加了110毫米,达到2975毫米,与宝马X5标准轴距版保持一致。

在智能化方面,全新BMW X3长轴距版搭载12.3英寸数字仪表盘以及14.9英寸中控屏组成一体式悬浮曲面屏幕,内置宝马集团第9代iDrive操作系统,支持语音控制、苹果CarPlay/安卓Auto手机互联映射、在线导航等功能。

合资车企上汽大众在本届成都国际车展上的重头戏是两款燃油车型途岳新锐和全新帕萨特Pro的上市和首发亮相。

记者了解到,途岳新锐提供1.5T和1.5L两种动力版本,WLTC综合工况油耗低至5.7L/100km,燃油经济性高。全新帕萨特Pro则在车身尺寸、智驾、智舱和品质上全面升级。

在智能化方面,全新帕萨特Pro车机内部搭载了高通骁龙8155车载智能芯片,并配有科大讯飞的语音解决方案,使得语音识别更为精准,智能化程度显著提升。

北京现代第五代胜达8月30日也在本届成都国际车展上宣告上市。北京现代为第五代胜达的上市铺垫已久。第五代胜达搭载“2.0T+8AT”的动力组合,其中2.0T发动机的最大功率为182kW,后备厢容积最大可扩展至2046L。

在智能化上,第五代胜达打造了全新的智能座舱系统ccNC,搭配F-OTA无线升级,还拥有30项ADAS智能驾驶辅助功能,包括全景影像、车道保持辅助以及自适应巡航等,达到L2+级驾驶辅助。

“燃油车无论价格高低,几乎都未搭载高阶智驾功能,但其实燃油车也可以实现智能驾驶。”今年3月,大疆车载负责人沈劭勋在中国电动汽车百人会论坛(2024)上表示。

可以看到,在成都国际车展舞台上亮相的重磅燃油车型几乎都在智能化方面进行了升级,这折射出上述传统车企正在试图重新定义燃油车智能体验,以捍卫燃油车的江湖地位。

115亿首发入股,阿维塔与华为联手,长安汽车这一步棋有多妙?

8月19日晚,长安汽车发布公告,宣布其联营企业阿维塔科技(以下简称“阿维塔”)在重庆与华为签署了《股权转让协议》。根据协议,阿维塔将以115亿元入股华为持有的深圳引望智能技术有限公司(以下简称“引望”)。

长安汽车表示,支持阿维塔成为首家入股引望的企业,显示了其在高端化发展方向上的战略意图。作为长安汽车“向新向上”战略的重要载体,阿维塔承载了公司高端化发展的使命。

此次签约标志着长安汽车

为何选择阿维塔?

从中国市场的整体趋势来看,各大车企纷纷加大智能驾驶功能的研发力度,市场上具备智能驾驶能力的汽车数量迅速增长。高阶智能驾驶技术逐渐成为众多车企争夺市场的核心竞争力之一。

根据中商产业研究院的预测,2024年我国搭载辅助自动驾驶系统的智能网联乘用车的市场渗透率将提高至48.7%,而同期我国自动驾驶市场的规模预计将达到3832亿元。在此背景下,高级别自动驾驶技术的渗透率也在不断

提升。具体来看,2023年L2级别自动驾驶的渗透率达到51%,同比增长16个百分点;L3级别的渗透率为20%,同比增加11个百分点;L4级别的渗透率则为11%,同比增加9个百分点。这表明中国的乘用车自动驾驶技术正处于从L2级向L3+的关键过渡阶段。

在这一行业背景下,长安汽车与华为正式确立了全面战略合作关系,阿维塔作为双方合作的核心代表,扮演了至关重要的角色。那

么,为什么长安汽车选择深化与华为和阿维塔的战略合作?

在签约仪式上,长安汽车董事长朱华荣给出了明确的回答:“阿维塔投资入股引望,充分体现了长安汽车的战略意图。作为长安汽车向高端化发展的重要品牌战略载体,阿维塔代表了公司进军高端市场的方向。长安汽车支持阿维塔成为首家入股引望的企业,旨在将其打造成‘汽车产业共同参与的开放平台’的典范。”

根据双方签署的《全面升级战

略合作协议》,华为、长安汽车和阿维塔将在品牌与生态、云与AI技术、绿色能源、产业链合作等多个领域展开全面合作。这一合作不仅将推动双方优势的充分互补,也将为整个汽车产业的升级与发展注入新的动力。

随着阿维塔成为引望的首个签约合作伙伴,这标志着引望正式启动资产装入并进入商业化运营的新阶段,也预示着长安汽车与华为的合作将朝着更加市场化和高端化的方向发展。



“北斗天枢”计划成关键

长安汽车与华为的深入战略合作,是长安汽车加速转型、持续深化“三大计划”的成果,尤其是智能化“北斗天枢”计划在其中发挥了至关重要的作用。

智能化“北斗天枢”计划的核心,是推动长安汽车与华为合资设立新公司,打造汽车产业的智能科技公共平台。计划还包括自主开发全新的SDA平台架构,该架构采用全球领先的中央环网技术,并将在今年下半年首度搭载于长安启源E07车型上。

随着引望的成立,“北斗天枢”计划也取得了新的重要突破。

作为长安汽车的重大智能化战略,“北斗天枢”计划早在2018年8月24日便已启动。2023年9月,长安汽车成功召开了科技生态大会,正式宣布进入“数智新汽车”时代。以“新汽车·新生态”战略为引领,长安汽车计划到2030年累计投入2000亿元,并新增超过10万人的科技创新团队。依托SDA架构作为数智化支撑,长安汽车将以强大的科技和体系实力,全力打造新型智能汽车,加快向“智能低碳科技公司”转型。

在人工智能、大数据等一系列新技术的推动下,长安汽车认为,进入新汽车时代后,汽车将不再仅仅是交通工具,而是转型为产品+服务+生态的综合平台。车企也将从传统制造商转型为平台型企业,整个汽

业将成为一个开放的生态系统。

多年来,长安汽车与华为在各个领域积极推进深度合作,双方在价值观、目标方向上高度一致,实现了互利共赢和价值倍增。此次深化战略合作,将引望打造成汽车产业智能化的开放平台,标志着双方合作进入新的领域和阶段。

正如华为轮值董事长徐直军所言,阿维塔是华为助力车企“造好”车、“造好车”的开创性实践。阿维塔此次投资引望,成为其战略投资者,是华为将引望打造成汽车产业智能化开放平台的重要一步。未来,引望将继续对战略合作伙伴开放股权,与合作伙伴携手共同推动汽车产业的崛起和智能化的全面发展。引望的运营将遵循市场化原则,为所有客户提供公平、开放、共赢的产品和服务。

华为智能汽车解决方案BU董事长余承东也强调,华为将全方位支持引望打造领先的产品和技术,使其成为汽车智能化部件和解决方案的领导者。同时,华为也将支持阿维塔成为领先的高端智能电动汽车品牌。

随着长安汽车与华为战略合作的进一步深化,将为长安汽车各个产品矩阵的智能化升级提供强劲动力。未来将推出哪些令人期待的数智新汽车,值得我们拭目以待。

广告

与华为合作“多点开花”

长安汽车与华为深化战略合作的历程可以追溯到2023年8月。双方基于共同的价值观和相近的文化理念,围绕新公司成立的问题展开了多轮次的交流。在产业判断、发展理念、合作思路等方面,长安汽车与华为表现出高度的契合,双方都希望通过此次合作,共同助力中国汽车智能化产业的崛起。

2023年11月25日,长安汽车与华为正式签署了《投资合作备忘录》,为设立一家专注于汽车智能系统及部件解决方案的新公司奠定了基础。根据备忘录,华为将整合其智能汽车解决方案业务的核心技术和资源进入新公司,而长安汽车及其关联方也有意向投资,共同支持新公司的未来发展。

该公司旨在成为汽车智能驾驶系统及部件产业的领导者,并作为一个开放的平台,对现有战略合作伙伴和具有战略价值的车企投资者开放股权,实现股权多元化。新公司将致力于持续为客户提供高质量的服务,同时与合作伙伴共同推动智能汽车技术的创新,助力汽车产业的繁荣发展。

2024年1月16日,华为成功完成了目标公司的注册,命名为深圳引望智能技术有限公司。该公司的业务范围广泛,涵盖汽车智能驾驶解决方案、汽车智能座舱、智能汽车数字平台、智能车云、AR-HUD(增强现实平视显示器)和智能车灯等。

在此之前,长安汽车与华为已经在多个项目中展开了深入合

作。华为的智能驾驶技术已经成功应用于阿维塔和深蓝品牌的产品中,此外,双方还在长安的数智工厂项目中开展了深度合作。

与华为的紧密合作为阿维塔带来了显著的技术优势。华为的核心技术和产品,如HarmonyOS 4、不依赖高精地图的城市高阶智能驾驶系统,以及创新的智能电驱iTACK等,都第一时间应用于阿维塔的智能电动汽车。这种深度协作不仅加速了阿维塔在智能电动汽车领域的技术迭代和产品升级,也大幅提升了阿维塔品牌的知名度和市场影响力。

2024年7月25日,深蓝品牌推出了首款搭载华为乾景智驾系统的车型深蓝S07。该车型配备了华为的乾景ADS SE高阶智能驾驶系统,支持NCA智驾领航辅助

系统,并融合了华为自主研发的泊车规控算法,全方位提升了智能驾驶体验。

此外,长安汽车数智工厂与华为深化合作,共同打造了全球领先的智慧工厂“样板间”。这一工厂由长安汽车与华为联合定制,具备业内更广泛的无线连接范围(连接了超过12000台设备),更高的连接速率(5G+Wi-Fi6+IP+光纤,达到每秒100万个数据点位)。工厂每年产生超过20TB的制造数据,形成庞大的数据库,具备自我学习能力,可自主优化能耗并进行生产决策。

通过这些合作项目,长安汽车与华为不仅提升了自身的技术实力和市场竞争力,还为中国汽车智能化产业的发展提供了强大的推动力。

品牌车企成都车展“打擂” 端到端AI大模型竞速上车

本报记者 杨让晨 石英婧 成都报道

8月30日，第二十七届成都国际汽车展览会（以下简称“成都车展”）拉开帷幕，作为2024年下半年的首场A级国际车展，智能化、AI大模型仍然是众多车企在本届车展上的展出亮点。

《中国经营报》记者在成都车展

“押注”端到端AI大模型

在分段式端到端AI大模型上车后，智能驾驶的反应相较之前更加迅速、更加安全。

目前的智能驾驶汽车中，最火热的概念莫过于端到端AI（End to end）大模型。相关资料显示，端到端AI大模型指的是在自动驾驶领域的AI模型，能够直接处理原始输入数据，并输出最终结果，无须经过多个中间处理步骤。

端到端模型将感知、规划和控制三大模块整合在一起，消除了模块间的界限，使得系统更加简洁和高效，减少模块间的信息传递损耗，从而提高了系统的整体效率和响应速度。

在自动驾驶领域，端到端模型的应用使得系统能够更快地处理数据，提高了系统的响应速度，同时也减少了对高精度地图和激光雷达的依赖，降低了成本。

智驾成车企“必争之地”

百度在AI和自动驾驶领域上的研发已超过十年，投入超过1500亿元。

端到端大模型正成为车企们的“兵家必争之地”，因为这是实现高阶智能驾驶的主要路径。

国联证券相关研报分析认为，端到端神经网络可以充分简化运算步骤，减少人工特征工程的需要，并识别出数据中关联性，充分提升计算效率。“得益于有效行为轨迹数据规模提升，智能驾驶端到端大模型有望成为高阶智能驾驶解决方案。2023年开始，模块化的端到端规划模式加速，逐步成为代表智能驾驶实现高阶功能迭代的主要方向。”

五矿证券相关研报也分析认为，端到端模型将多个模块合并为一个模型，减少多任务训练的累计误差，“端到端方案中，预测、决策、规划和控制可以学习驾驶员的驾驶行为数据，直接给出规划或控制信号，用训练数据替代人工。”

“原本基于规则(rule-based)的算法需要付出大量的人力编写复杂的规则，列出所有车辆可能遇到的场景和应对方式。但实际环境总会出现训练数据中没有出现的障碍物

现场采访了解到，包括极越、极氪等品牌车企在今年密集布局AI大模型，并在端到端AI大模型方面开启“竞速”，在端到端AI大模型使用后，智能驾驶将更加智能，从此前的高速公路到现在覆盖到包括城区在内的区域。

事实上，早在成都车展开幕前，搭载端到端AI大模型的相关新车型

就已有发布。8月28日，极越在成都发布了极越07，据极越官方介绍，该款车型搭载了首款支持无人驾驶的自动驾驶大模型阿波罗高阶智能驾驶ASD(Apollo Self Driving)。同时，极越的原生AI大模型也进行了升级，从SIMO升级为SIMO2.0。

无独有偶，极氪在今年也宣布了浩瀚智驾2.0的更新。据极氪官

方资料，得益于英伟达7纳米工艺、总算力达到508TOPS的芯片以及浩瀚智驾2.0，2025款的极氪001正式迈入端到端新时代。

不过，多位业内人士在接受记者采访时表示，真正的智能汽车大规模入市还需要技术端、政策端以及消费者的认知等多方面的进步与发展。



8月30日，极氪全系车型亮相成都车展，宣布迈入端到端新时代。 本报资料室/图

大规模入市尚需时日

真正的智能汽车何时到来取决于技术、政策、认知三个方面。

事实上，在业内人士看来，目前离AI智能汽车面临着包括技术、政策等在内的一系列挑战，离大规模入市还有一段距离。

在中欧国际工商学院市场营销学副教授张玲玲看来，人车交互功能可能会成为智能汽车扩张的重点之一。“在众多消费场景下，消费者都希望自己的需求能够容易得到满足，如果汽车和人的互动越来越智能，了解消费者的场景诉求和决策，在此基础上形成了一定的交互频率，成为众多服务平台的入口，那么未来会有非常广阔的市场空间。”

张玲玲表示。

里斯品类创新战略咨询汽车行业负责人、高级顾问赵春璋告诉记者，AI大模型将会是未来汽车最重要的内核，以及体现各汽车品牌核心竞争力的要素，“从‘有人开’到‘无人开’，改变了人们传统出行方式，AI大模型给汽车品类带来真正的变革。”

但赵春璋也表示，真正的智能力汽车何时到来取决于技术、政策、认知三个方面。“在技术端，

随着AI大模型的上车，智驾实现的真正突破，体验上几乎替代人类司机，目前行业领先的企业，如特斯拉、小鹏和华为，已经达到或者接近这个能力，技术将不再是限制。”

“在政策端，全球各国政府何时开放无人驾驶，并且提供相应配套基建，将会影响智驾汽车普及速度。”赵春璋进一步表示。

记者注意到，日前全国标准信息公共服务平台显示，包括《汽车整车信息安全技术要求》《汽车软件升级通用技术要求》《智能网联汽车自动驾驶数据记录系统》等在内的三项与智能网联汽车相关的强制性标准已于2024年8月23日发布，将于2026年1月1日起强制实施，这意味着国内的智能网联汽车监管正在强化。

除此之外，AI智能汽车的普及还取决于消费者对新品类的接受度。“虽然技术上AI大模型已经能够替代人类司机，但大部分消费者仍存在一定顾虑，品类的推广和教育需要一定时间。”赵春璋表示。

拆解动力电池企业半年报 行业“马太效应”凸显

本报记者 夏治斌 石英婧
上海报道

近年来，国内新能源汽车产业始终保持高速增长态势，产销规模连续多年位居全球第一。在新能源汽车产业带动下，动力电池作为新能源汽车的“心脏”，也驶入了“快车道”。

中国汽车动力电池产业创新联盟数据显示，2024年上半年，我国动力电池累计装车量为203.3GWh。其中，三元电池累计装车量62.3GWh，占总装车量的30.6%，累计同比增长29.7%；磷酸铁锂电池累计装车量141.0GWh，占总装车量的69.3%，接近七成，累计同比增长35.7%。

截至8月29日，国轩高科股份有限公司(002074.SZ，以下简称“国轩高科”)、孚能科技(赣州)股份有限公司(688567.SH，以下简称“孚能科技”)已发布2024年半年度财报。

随着动力电池企业2024年上半年“成绩单”陆续出炉，各动力电池企业上半年表现也不尽相同，业绩加剧分化。除了国轩高科营收净利双增长外，多数动力电池企业的营收出现了不同程度的下滑。

中关村新型电池技术创新联盟秘书长于清教向《中国经营报》记者表示，从已公布半年报的动力电池上市公司业绩来看，多数公司增幅放缓，甚至出现了负增长，储能领域也是类似情况，小动力电池和消费类企业表现相对好一些。“动力电池市场需求增速大幅放缓，但仍保持正增长，业绩下滑主要与产能结构性过剩、降成本压力加剧、库存压力加大等相关。”

业绩分化明显

中汽协统计数据显示，2024年上半年，我国新能源汽车产销量分别为492.9万辆和494.4万辆，分别同比增长30.1%和32%，市场占有率为35.2%。

新能源汽车行业产销量增长，也带动了动力电池行业的发展。今年上半年，动力电池累计装车量203.3GWh，累计同比增长33.7%；在全球排名前十的企业中，我国动力电池企业占据6席，占比达

64.9%以上。记者梳理发现，动力电池企业今年上半年业绩表现可分为四类，一类营收、净利双增长，代表企业为国轩高科；一类营收、净利双下滑，代表企业为亿纬锂能；一类营收下滑，企业处于亏损，代表企业为孚能科技；还有一类是营收下滑，但企业净利却增长，代表企业是宁德时代。

具体来看，今年上半年，国轩

高科实现营收167.94亿元，同比增长10.2%；实现归母净利润2.71亿元，同比增长29.69%；实现扣非净利润0.49亿元，同比增长38.71%。

记者注意到，孚能科技发布的2024年半年报则显示，公司实现营收69.74亿元，同比下降0.15%；实现归属于上市公司股东的净利润为-1.90亿元，上年同期为-7.97亿元。

赣锋锂业半年报显示，2024年

上半年，赣锋锂业实现营收95.89亿元，同比下滑47.16%；归属于上市公司股东的净利润亏损7.60亿元，同比由盈转亏，净利润同比下滑113.00%。在此前半年报的业绩预告中，赣锋锂业方面曾表示：“本报告期内，受锂行业周期下行影响，锂盐及锂电池产品价格持续下跌，虽然产品出货量同比增加，但公司经营业绩同比大幅下降。”

中国企业资本联盟副理事长

柏文喜表示，动力电池企业发布的半年报数据显示，部分企业面临营收和净利双下滑局面。“企业亏损反映出行业面临诸多挑战，包括产能过剩和价格竞争。”

于清教称，与2023年上半年相比，今年的库存压力已有一定改善，只是去库存的战线比此前预计的要更长。同时，去库存也带来一系列的连锁反应，比如裁员潮、压开支、砍项目等。

行业挑战犹存

今年以来，新车市场“价格战”始终未得停歇，也给动力电池行业带来了影响。孚能科技在半年报中就提到：“当前行业产能过剩，价格竞争激烈，电池企业毛利润空间受到挤压。若车企价格战进一步加剧，公司成本压降不及预期，将带来公司营收和利润下降的风险。”

除此之外，中国汽车动力电池产业创新联盟也公开表示，近年来，动力电池产业链的产能不断扩张，但下游需求的增长却不及上游材料及电池的增长速度。由于受供需关系影响，2024年上半年，原

材料价格持续下滑，电池级碳酸锂价格从2023年年底的10.19万吨降至9.15万吨(6月底价格)，动力电池售价已接近成本。为保障市场份额，企业之间以压低价格竞争，导致电池产品的“价格战”，这也加速了行业“内卷”，从而不利于行业整体的稳定健康发展。

“价格战”竞争加剧之下，行业“马太效应”也开始凸显。对于动力电池行业的“价格战”，柏文喜称，“价格战”主要由供大于求的行业供求关系、关键材料价格下降以及新能源汽车厂商压低采购价等

因素驱动。“‘价格战’是否会成为行业常态尚不明确，但电池企业需要通过技术创新、提高产品竞争力和优化成本结构等方式应对。”

于清教亦告诉记者，动力电池行业出现“价格战”，主要原因是供大于求叠加部分车企调整产品策略、清库存，下游需求不振向上传导，价格战蔓延整个产业链。“‘价格战’不会是常态，业内企业已经意识到不能单纯‘卷’价格，而是要‘卷’价值、‘卷’技术、‘卷’产品，但‘价格战’降温还需要时间。”

动力电池原材料价格也在波

动。亿纬锂能在半年报中表示，受供需关系的周期性影响，锂电池上游原材料价格波动较大，产品成本受到一定影响。与此同时，赣锋锂业在半年报中称，2021年至今，锂产品价格已上涨至历史新高区间，并呈现回落趋势，未来锂产品的销量有望继续受益于新能源汽车、储能汽车、消费电子等行业市场需求的驱动增长。“如果未来锂产品价格持续下跌，可能对公司的业务、财务状况及经营业绩产生重大不利影响。”

面对原材料价格波动，动力电

池企业需要如何应对？柏文喜分析认为，面对原材料价格波动，企业应调整供应链策略，如加强原材料价格风险管理、探索多元化供应渠道等，以保持成本效益。技术创新是降低成本、提高产品竞争力的关键。动力电池企业应利用技术创新，如开发新材料、改进电池结构等，以降低成本并增强竞争力。

“当前，动力电池行业的供需状况存在结构性过剩，未来几年内，随着技术进步和市场需求的增长，预计供需关系将逐步趋于平衡。”柏文喜表示。

拓展新增长点

“挑战主要是海外动力电池增量市场的开拓。从目前全球竞争环境来看，虽然在海外市场，几家头部企业的装机量虽然保持增长，但从市场份额来看，上行的阻力较大，竞争环境对中企来说相对不友好。”对于国内动力电池企业在全球环境下面临的挑战，于清教告诉记者，“在这种环境下，除了加大创新投入、完善供应链体系、开拓乘用车市场之外，还可以关注其他增量市场，例如电动重卡、电动船舶、

电动飞机、细分储能市场等。”

以储能市场为例，今年上半年，全球储能高景气持续。根据再生成能源研究机构InfoLink Consulting发布的数据，上半年，全球储能电芯出货量达到114.5GWh，同比增长33.6%。

回归国内，纵观动力电池产业，储能也已成为新的亮点。今年上半年，国轩高科储能收入43.39亿元，占营收比重为25.84%。2022年同期，储能收入仅12.79亿元，连

续两年复合增速达到84.19%。此外，储能业务毛利率达到23.87%，较去年同期增长6.44个百分点。

从产品毛利构成来看，动力电池与储能分别占毛利比例为53.1%、34.63%，而去年年底这一数值为64.81%和23.71%，利润率更高的储能贡献进一步加大，优化了国轩高科的盈利结构。

在亿纬锂能8月22日举办的投资者关系活动中，“储能”也被多次提及。亿纬锂能相关负责人称，

从今年上半年储能电池出货角度看，国内和海外占比大概是7:3。从毛利率来看，海外毛利率比国内高。“公司持续推进全球化布局，在马来西亚建设了海外第一个储能工厂，伴随海外产能建成投产及海外相关业务的持续拓展，海外占比预计会稳步提升。”

对于储能电池行业今年下半年的竞争趋势，亿纬锂能方面在上述投资者关系活动中称，目前，公司储能产能已经是满产状态，

从下半年在手订单需求看，预计依然满产。“现阶段，公司在思考如何进一步提升效率、做好产品质量、保证生产稳定，以满足客户的交付需求。”

对于储能领域发展目标，国轩高科方面表示，将以项目为中心提升储能竞争力，重点布局发电侧、电网侧、电源侧和用户侧，并加快拓展工商业储能、用户储能、光储充、船舶、机器人、航空等新应用场景。

无人车背后的“老司机”和“新职业”

本报记者 陈燕南 北京报道

近日,某自动驾驶企业招聘安全员优先录用“老司机”冲上热搜。招聘信息显示,自动驾驶安全员不限男女,具备网约车、出租车、公交车等客运/货运经营经验的求职者享有优先录用的机会。有数据显示,这一岗位1天超600人应聘。“无人车”背后的新职业正在走进聚光灯下。

《中国经营报》记者在采访中,遇到了从公交车司机到安全测试员的“蜕变者”、从燃油车生产线管理员到智能网联汽车运维员的“跨越者”,也遇到了从专注技术研发的普通工程师到为车辆注入“情绪价值”的灵魂工程师,

从公交车司机到安全测试员

专家认为,具备丰富驾驶经验和良好驾驶习惯的人员,其驾驶技能和安全意识可以很好地嫁接到新岗位上。

安全测试员是距离用户最近的无人驾驶从业者,现在,当你在路上呼叫一辆Robotaxi,有时候驾驶位上就会坐着这样一位安全员来监管车辆的运行。肖武云之前是一名公交车司机,在朋友圈看到招聘信息以后成为了车路云一体化企业蘑菇车联的安全测试员。“做这一行需要有一颗‘大心脏’。”他告诉记者,虽然一个版本的测试是在重复路段上进行,但是一天不同时间段,同一道路的路况都是不一样的,早上走的路,下午可能就会发生新状况。

肖武云表示,安全测试员大部分时间不需要对自动驾驶进行干预,但需要时刻高度集中注意力,此外,安全测试员对于无人车的软件和硬件也要有一定的了解,有时候车辆在路上发生意外情况,也需要去解决一些小问题。

“我的英文不好,对于电脑和软件也并不擅长,很多东西刚开始都看不懂,用习惯之后才慢慢记

更有在这条新赛道中嗅到商机的创业者。他们不少人在传统行业浸润多年,但随着智能网联时代的到来,如今他们正在经历职业的裂变。

在交谈中,他们时常苦嘲自己也需要像个机器人一样不断“进化”,但是更加感恩的是,在这个新旧融合的时代中,新生产力的到来赋予了他们更大的工作机会和社会意义。“技术的进步,包括算力、软件的进步,是非常显著的。”地平线创始人、CEO余凯对记者表示:“我就是一个非常愿意去趴在地上打磨细节的人,包括地平线的同学都是眼中有光、心中有一团火的一群人,我们坚信科技可以服务人类,并且创造

出更大的价值。”

目前,在吸收采纳各方意见建议的基础上,人社部会同国家市场监督管理总局、国家统计局向社会正式发布了19个新职业和28个新工种信息。其中,“智能网联汽车测试员”“智能网联汽车装调运维员”“智能制造系统运维员”“云网智能运维员”赫然在列。

“智能网联汽车产业提供了许多新岗位,涵盖了智能网联汽车的研发、测试、生产、运维等多个环节,为从业者提供了广阔的职业发展空间。随着智能网联汽车技术的不断进步和市场的不断扩大,这些新岗位的需求也将持续增长。”天使投资人、资深人工智能专家郭涛对记者表示。



“老司机”进入智能网联汽车行业后也需要像个机器人一样不断“进化”。图为蘑菇车联自动驾驶巴士。
陈燕南/摄影

在的问题是,不少工程师虽然在技术方面很有优势,但是劣势在于驾龄不高,驾驶行为也不够丰富,所以没有足够的数据进行分析。”

郭涛在接受记者采访时表示,我认为传统行业中具备丰富驾驶经验和良好驾驶习惯的人员,其驾驶技能和安全意识可以很好地嫁接到这些新岗位上。此外,传统行业中从事数据分析、车辆维修等工作的人员,其数据处理和故障排查能力也具有一定的应用价值。

另外,郭涛对记者表示:“无人车上的安全员这一职业,我认为它既是一个过渡职业,也是一个长期发展的职业。在智能网联汽车技术尚未完全成熟的阶段,安全员的存在对于保障车辆和乘客的安全至关重要。而随着技术的不断进步和法规的完善,安全员的角色可能会逐渐转变,但其对于车辆运行状态的监控和应急处理能力仍然是不可或缺的。”

住。”肖武云表示,由于对驾龄有最低8年的要求,他身边的同事年龄基本都在30~40岁之间,虽然看起来这个职业的进入门槛不高,但是需要学习很多新知识,掌握许多规则,因此也有人无法适应。

针对无人车上的安全测试员是过渡职业还是一个长期发展的职业时,蘑菇车联相关负责人对记者表示,对于复杂的城市开放道路场景来说,从有人到全无人,还会经历一段时间,不会很快到来。“我们面临的更多问题是,自动驾驶汽车和传统汽车的混行,人的一些突发奇想行为,算法没法预判,所以在车路云还没有一体化以及智能网联汽车规模化之前,安全测试员还是很有必要的。”

据了解,今年以来,自动驾驶安全员成新一轮招聘热点,不过大多要求驾驶经验丰富的“老司机”。

为何这些企业都热衷于招聘“老司机”呢?一位智驾公司的人士告诉记者:“现在在研发方面存

在的问题是,不少工程师虽然在技术方面很有优势,但是劣势在于驾龄不高,驾驶行为也不够丰富,所以没有足够的数据进行分析。”

郭涛在接受记者采访时表示,我认为传统行业中具备丰富驾驶经验和良好驾驶习惯的人员,其驾驶技能和安全意识可以很好地嫁接到这些新岗位上。此外,传统行业中从事数据分析、车辆维修等工作的人员,其数据处理和故障排查能力也具有一定的应用价值。

另外,郭涛对记者表示:“无人车上的安全员这一职业,我认为它既是一个过渡职业,也是一个长期发展的职业。在智能网联汽车技术尚未完全成熟的阶段,安全员的存在对于保障车辆和乘客的安全至关重要。而随着技术的不断进步和法规的完善,安全员的角色可能会逐渐转变,但其对于车辆运行状态的监控和应急处理能力仍然是不可或缺的。”

据记者了解,今年来,自动驾驶安全员成新一轮招聘热点,不过大多要求驾驶经验丰富的“老司机”。

为何这些企业都热衷于招聘“老司机”呢?一位智驾公司的人士告诉记者:“现在在研发方面存

复合型”人才成刚需

智能网联汽车行业需要具备计算机、通信、汽车等相关知识的人才,同时还需要具备创新能力、团队协作能力、自主学习能力等综合素质。

值得注意的是,随着智能网联汽车产业的不断发展,需要更多的运维人员对无人车以及路侧设备进行巡检和维护。

然而,这样的“伙伴”并不好找。姚灵霄对记者表示:“由于智能网联汽车涉猎众多,涵盖面甚广,需要汽车、通信、交通方面都略懂一些的人来负责,在寻找的过程中,几乎没有完全对口的专业能够负责这些项目。”

另外,对于安全员和运维人员来说,跨部门沟通也是必不可少的工作内容。姚灵霄举例道:“之前我们遇到过无人车辆在行驶中遇到‘新长的树枝’以及‘双

排观光自行车’这样的‘障碍物’,我们需要和研发团队和物业管理人员及时沟通,将这样的‘障碍物’的大小、尺寸、速度等参数输入到系统之中,让无人车辆之后可以识别到这样的‘障碍物’,从而进行重新判断,继而进一步优化路线。”

“智能网联汽车行业需要具备计算机、通信、汽车等相关知识的人才,同时还需要具备创新能力、团队协作能力、自主学习能力等综合素质。”萨摩耶科技集团首席经济学家郑磊在接受记者采访时表示,同时他也指出:“智能网联汽车行业存在供需不平衡现象。”

“随着智能网联汽车产业的快速发展,对人才的需求量不断增加。”郭涛对记者表示,“由于该领域涉及多个学科和技术的交叉融合,培养符合要求的复合型人才需要较长时间和较高的成本。”

为解决这一问题,郭涛认为可以从以下几个方面入手:一是加强高校和企业的合作,共同培养符合行业需求的复合型人才。二是完善相关政策和法规体系,为智能网联汽车产业的发展提供有力保障和支持。同时,也需要加强行业内的交流和合作,共同推动智能网联汽车产业的健康发展。

长城汽车刘艳钊:不追逐热点,智驾技术成熟才推向市场

本报记者 陈茂利 北京报道

“魏牌不仅关注技术的落地,更重视用户的接受程度与实际反馈,以此确保每一步走得稳健扎实。”

当被问及长城汽车的城市NOA(Navigate On Autopilot,自动辅助领航驾驶)为何来得这么迟,首批为何只开通四个城市(保定、重庆、深圳和成都)时,长城汽车副总裁刘艳钊给出答案。

《中国经营报》记者注意到,自去年开始,多个自主品牌便开始向城市NOA发起冲锋,从车企“开城”(在城市内推送辅助驾驶功能)时间来看,目前,长城汽车副总裁刘艳钊王远力进行了采访。

在采访中,吴会肖特别提到,“长城汽车对外说得少,但投入多,一投就是整个产业链。蓝山智驾版本来计划今年上半年上市,但由于内部产能问题、芯片问题,上市时间推迟了。”

所谓的城市NOA,即面向城

市场景的智能辅助驾驶,车辆可以实现在城市道路自主行驶,完成跟车、变道、超车、转弯、过红绿灯等动作,最终到达目的地。城市NOA被视为L2级辅助驾驶的最后一役,是从L2跨越到L3至关重要的一步。

在新款魏牌蓝山上市之际,记者就全新魏牌蓝山是一款怎样的车、智驾水平如何、能否助力魏牌完成突围等问题对刘艳钊、长城汽车智能化副总裁吴会肖、长城汽车首席技术官(CTO)王远力进行了采访。

在采访中,吴会肖特别提到,“长城汽车对外说得少,但投入多,一投就是整个产业链。蓝山智驾版本来计划今年上半年上市,但由于内部产能问题、芯片问题,上市时间推迟了。”

不会放弃魏牌

“上市24小时大定8571辆。”8月21日,长城汽车首款NOA智能六座旗舰SUV——全新蓝山上市,新车分智驾Max版、智驾Ultra版两个版本,官方售价分别为29.98万元与32.68万元。

时隔6年,长城汽车董事长魏建军再次亮相自家新车发布会,为全新蓝山上市站台,可见其对魏牌的重视。

成立于2017年,以董事长姓氏命名,凭借着高颜值、高科技、安全配置,魏牌一诞生便收获了一大波流量和销量。数据显示,2017年,魏牌上市9个月销量超10万辆,2018年魏牌销量达14万辆。从销量来看,可谓是“上市即是巅峰”。

不过,2018年以后,魏牌销量开始下滑。2019年魏牌销量刚过

10万辆,2022年、2023年,魏牌销量均未能突破5万辆。目前,魏牌未能走出低谷。

陷入销量困境,长城汽车会不会放弃魏牌?蓝山智驾发布会上,魏建军没有回避,“9个月卖了10万辆,我们很高兴,以为会这样一直好下去,但市场远比想象的复杂。这几年,我们确实面临不少的困难,销量下滑,定位摇摆,赶上极其实内卷的(市场),又赶上‘缺芯少电’。在这种不稳定的状态下,我们确实走了一些弯路。”

“我在这里明确地告诉大家,长城是一家因为热爱而生的企业,我们对造车有着最纯粹的热爱,更不会忘记造车的初心。因为热爱,魏牌在不断地突破自我,挑战极限,魏牌一定会一直做下去,做到越来越好。”刘艳钊坦言,长城汽车

使出杀招——智能化

全新蓝山智驾版上市,是否能够助力魏牌突围,如何突围?长城汽车给出的答案是“智能化”。

为什么会是智能化?业内人士多认为,长城汽车是在补短板。2023年4月,长城魏牌重金打造的插混中大型SUV蓝山上市,即便其动力系统和整车性能在所属赛道中很强,但相对竞品问界M7、理想L8,魏牌蓝山智能座舱、智能驾驶水平却不出众,蓝山“智驾”的标签在消费者心中并不强。

当智能驾驶、智能座舱成为消费者选购车辆的核心要素,长城汽车必须补短板。艾媒咨询(iiMedia Research)调研数据显示,超六成消费者购买了智能网联汽车。

艾瑞咨询另一组数据显示,众多智能网联汽车品牌中,比亚迪(36.04%)、小鹏(31.75%)、特斯拉(31.75%)、蔚来(31.63%)以及理想(28.97%)是消费者认知度TOP5。

10年的准备

“长城的智能化投入已超10年,拥有10多个研发基地和近6000人的研发团队,拥有600多名技术专家”“全车自研”“全栈可控”“我们的智能驾驶水平在国内肯定是最好的”。这是本次蓝山智驾版上市重点对外传播的信息。

已有10年的准备,相比华为、“理小蔚”等造车新势力,长城汽车的智能化为何来得这么迟?

“长城想干这件事(智能驾驶),一定会把它研究透,找一个比较合适的(时机发布),为什么现在才出来?是因为我们觉得它的成熟度到了。”刘艳钊坦言,长城汽车

的,2021年初,魏牌搭载了当时最先进的座舱系统(主要是算力),我们找大的供应商,开发了整套系统,但是智能化的每一个阶段要是打通不了的话,就是一个灾难。”魏建军介绍,“(产品)

蓝山智驾版是长城“智能化”新作。据悉,该款搭载了长城汽车第三代高阶智能驾驶系统Coffee Pilot Ultra,基于Orin-X的高算力平台,全车搭载了“包括激光雷达”在内的27个智慧传感器。

据长城汽车方面介绍,改款车型基于端到端智驾大模型——SEE,实现了感知决策一体化的链路整合,经过深度学习技术,可应对的路况复杂度大幅提升。同时,长城汽车打造了超算中心——九州,总算力规模达1.64EFLOPS,为模型训练提供坚实的算力底座。在扎实的硬件配置与智驾技术支撑下,全新蓝山真正实现不依赖高精地图全场景NOA。

“这个过程并不是一帆风顺

的每一个技术产品都是经过充分研究,直到成熟后才推向市场的,绝盲目追逐热点。

值得一提的是,6月30日,魏建军亲自驾驶魏牌蓝山智驾版在“山城”重庆直播测试长城全场景NOA智能驾驶系统。测试行程全长约35公里,从商业区到复杂的立交桥,做到全程接管,智驾系统零失误。

“在重庆直播的时候,其实挺紧张的,刚开始没怎么说话,觉得‘比较危险’,甚至碰到有难点的地方背上出汗,但是后来车的表现很好。”魏建军分享。

“今天这个(智能化)成绩是厚积

薄发的结果),看到的只是冰山一角,其实下面还有99%的体量没有展示出来。一个车承载不了那么多东西。”刘艳钊表示。据了解,为了智能化战略专项落地,长城汽车仅2023年的投入就超过了110亿元。

“大家关注我们从4月15日到今天每一个城市(的NOA测试)表现,就会发现我们进步的速度超过所有车企。为什么能够取得这么好的效果?是因为我们有重大的突破。”吴会肖认为,数据、算力很重要,但好的算法模型也很重要,当算法发展到非常好的阶段,成长性是不可估量的。

王远力表示:“长城的成长性为什么好?应该归功于长城有一个非常开放的人才生态。智能化靠什么,基础是人才,这是成长性很重要的一个基础。”

目前,长城汽车研发队伍超过2.4万人,智能化领域公开专利达1131件。

“我手头有5000多人,这5000多人不是都做智驾,有做智驾的,有做智舱的,也有做算法架构的,还包括原来做传统线束的。”吴会肖称,“智驾的团队大概1200人,我们和外部的一些算法公司有合作,但整体上的算力架构是长城在主导。”



刘艳钊
长城汽车副总裁

撑不住。”吴会肖解释“为什么首批只开通四个城市”。她认为,智能驾驶要被广大用户接受,不仅主机厂要在产品上努力,营销、售后等环节也要努力,需要对用户开启城市NOA功能进行培训。

记者注意到,蓝山智驾版城市NOA设置了新手任务,首次使用时,需要先在APP上完成订阅,通过新手教程、新手任务及新手考试后,方可使用。

“345”卷员工、千亿拼研发 尹同跃距离“上市梦”还有多远？

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

“市场抱怨没有解决，你会安心下班吗？”这是张贴在我们办公室内的一张横幅标语。在这里，886（每天早上8时上班晚上8时下班，一周工作6天）是常规。”入职奇瑞国际公司不到一年的李欣（化名）向《中国经营报》记者如是表示。

就在两年前，奇瑞控股集团党委书记、董事长尹同跃立下目标：

“345”策略引争议

“345”策略的目的是在于提升工作效率和质量，但多名奇瑞员工声称“加班多”。

在奇瑞国际公司，李欣主要负责国际市场分析、质量问题收集、直播培训讲解等工作。加班多是他最大的感受：“‘886’是常规，会因部门和岗位不同有所变化，星期六一般是培训业务能力。同时，每加班满3小时，下个月会有10元餐补打进卡里。”

生产基地的加班情况则更为严重。张新（化名）是青岛奇瑞工厂的一名流水线工人。他告诉记者，由于现在工厂赶产能，要求每天早上8时到岗，12时开始吃饭半小时，“然后从12时30分连续工作到晚上8时下班，连吃晚饭时间都

为拓宽融资渠道，希望奇瑞汽车在2025年之前完成IPO计划，以此促成公司新一轮转型。随着目标日期逐渐逼近，奇瑞汽车的急切心理跃然纸上。

《中国经营报》记者注意到，对于奇瑞普通员工而言，加班似乎成为“家常便饭”。奇瑞控股集团也在内部刊物中提到，要研究人员效率、工作质量和工作能力提升，真正实现3个人干5个人活，拿4个人

的工资。

同时，针对此前的新能源短板，奇瑞也是既出钱又出力。据悉，奇瑞全面布局“瑶光2025”前瞻科技战略，5年内研发投入将达到超1000亿元、研发人员达到超25000人，规划2年内拓展至24款超能混动3.0和15款EOX高端电动新品。而在8月21日，高端新能源车型星纪元ES 2025款正式发布。

“目前来说，奇瑞IPO的难度

还是挺大的。”北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔认为，现在成功上市的车企有很多家，资本市场已经不缺汽车股了。所谓“赶早不赶晚”，奇瑞现在再去推动IPO可能达不到预期，但现在发力新能源的策略是正确的。

对于奇瑞汽车的IPO计划和进展，奇瑞控股集团相关人士回应称，暂时没有刻意披露的消息。



尹同跃表示，希望奇瑞汽车在2025年之前完成IPO计划，促成公司新一轮转型。

本报资料室/图

2025年前能否圆梦IPO？

奇瑞汽车计划在2025年之前完成IPO计划，以此促成公司新一轮转型。

的财务透明度和市场监管度。

“目前，资本市场收紧会对奇瑞IPO产生一定影响，包括可能导致奇瑞汽车的估值下降和融资难度增加。”朱克力表示，这也可能促使奇瑞汽车更关注自身盈利能力与运营效率。为应对资本市场收紧的挑战，奇瑞汽车可积极寻求多元化融资渠道，并不失时机地优化资本结构。

对于奇瑞汽车迟迟未能上市的原因，张翔认为，首先，过去几年奇瑞汽车的销量主要都是燃油车贡献的，而现在市场更愿意投资前景广阔的新能源汽车；其次，奇瑞汽车旗下还没有一个独立的、已经受市场考验的新能源品牌，这类品牌本身较容易独立上市；最后，奇瑞汽车股权结构较为复杂，这也是影响上市的重要因素。

张翔进一步表示，造车新势力中的大部分车企已成功IPO，因此作为传统车企，奇瑞汽车开始发力新能源是正确的，通过推出高端新能源品牌以及滚雪球般地推出新车，争取能够赶上车企IPO的“班车”。

发力新能源

2024年，奇瑞新能源业务基本收支平衡，甚至开始盈利。

在财富中文网发布的2024年《财富》世界500强排行榜中，奇瑞以390.917亿美元营业收入荣登榜单，位列排行榜第385名。“有人问我奇瑞进入世界500强后的下一个目标是什么？我的回答是，让星途星纪元成为全球品牌的500强。”尹同跃表示。

8月21日，奇瑞星途星纪元ES 2025款正式发布上市。尹同跃认为，在全球范围内打造一批具有辨识度的豪华品牌是迈向汽车强国的必经之路，也是奇瑞公司长期的战略目标。特别是星纪元一定要承担起这个使命，成为奇瑞的“奥迪”、奇瑞的“雷克萨斯”。

去年，尹同跃还公开称奇瑞在新能源车方面“起了个大早，赶了个晚集”；仅仅过了一年时间，奇瑞汽车在新能源领域“不再客气”。

对此，尹同跃在接受媒体采访时解释称，过去奇瑞做的事情太多，有燃油车，有电动车，在国际市场也有很多布局。“去年我们想把油车做扎实，因为这块的效益确实还不错，尤其是国际市场对油车的需求量比较大。至于电动车，我们之前是亏损在做。但今年基本可以实现收支平衡，甚至开始盈利，所以要重点发力。”

记者了解到，随着新能源和智能网联时代的到来，奇瑞全面布局

“瑶光2025”前瞻科技战略，5年内奇瑞计划投入超过1000亿元用于核心技术研发，实现平台架构、芯片、高效混动发动机、氢能、电驱、电池、智能交互、无人驾驶、智云平台等十九大核心技术升级。

这也让奇瑞汽车销量步入发展的快车道。最新数据显示，2024年1—7月，奇瑞汽车累计销售129.6万辆，同比增长45.4%，上半年就超过了过去10年累计才能达到的百万量级。

“新能源产品势头更猛。随着星纪元ET、风云T9、iCAR 03、捷途山海T2等一系列新能源产品的密集投放，7月新能源销量同比增长

254.5%，当然我们新能源2023年的基数比较小，希望今年能够进入头部。”尹同跃感慨道。

技术正是奇瑞汽车试图在新能源领域“弯道超车”的底层逻辑。尹同跃指出，技术的发展，除了本身自然成长的轨迹，时代带来的机会，还有对未来的想象力。所以奇瑞对技术进行层层分解，内部称为“根技术”，现在已经分解了2万多件。“我不指望能百分百成功，如果有1%的成功概率，那就能掌握200多项‘根技术’。再通过技术的组合创新，像生产线一样不断生产新的东西，就能创造出跟别人不一样的产品。”

博泰车联网闯关港股IPO 用户信息合规性遭问询

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

博泰车联网科技（上海）股份有限公司（以下简称“博泰车联网”）冲刺港交所IPO迎来了新的进展。近期，中国证监会国际司对博泰车联网出具补充材料要求，涉及四个方面。

其中，证监会要求博泰车联网说明业务经营是否涉及收集和使用个人信息的情形；业务经营是否符合《数据安全法》《个人信息保护法》《汽车雷达无线电管理暂行规定》等规定。

汽车行业已驶入智能化竞争下半场，智能座舱是行业智能化转

型的重要组成部分。招股书显示，博泰车联网是国内为数不多的同时提供智能座舱和智能网联解决方案的供应商之一。

智能座舱能为用户带去汽车智能化技术的直观体验，其更新迭代需要大量的数据作为基础。而这些数据通常会涉及用户的隐私，

因此智能网联的数据安全问题备受外界关注。

由于公司官网在维护升级，对于公司在确保用户数据安全和遵守相关法律法规方面采取的措施，以及公司IPO的其他问题，8月26日—29日，《中国经营报》记者多次致电博泰车联网在“国家企业信用

信息公示系统”2023年年报中的企业联系方式，以及天眼查上留有的企业联系方式，但均无法接通。记者还致函至博泰车联网企业邮箱，但截至发稿，也未有回复。

对于证监会国际司对博泰车联网出具补充材料要求，工信部信息通信经济专家委员会委员盘和

林告诉记者：“当前我国对互联网公司的数据信息安全非常重视，企业一般需要确保数据存放于境内，而境外上市，有时候需要公布一些关键的数据信息，这些数据信息的公开可能导致企业违规，所以，证监会要求补充材料是合理的，是事前规避风险的必要举措。”

数据安全问题引关注

博泰车联网的前身为上海博泰悦臻电子设备制造有限公司，成立于2009年。成立次年，博泰车联网便推出中国首个3G车联网系统，成为最早进入中国智能网联市场的企业之一。

招股书显示，博泰车联网是最早开发智能座舱解决方案的少数企业之一，与其他智能座舱解决方案供应商主要侧重于硬件相比，其通过提供软件、硬件及云端服务相结合的全栈智能座舱解决方案实现差异化，可以提供量身定制的整体解决方案以满足客户的多样化需求。

记者注意到，在当下的国内新能源汽车市场，智能座舱的价值已经随着汽车行业的智能化转型，得以快速提升。根据灼识咨询的资料，按收入计，中国乘用车智能座舱解决方案行业的规模预期将从2023年的1055亿元增至2028年的2593亿元，复合年增长率为19.7%。

不可否认，在智能汽车产品广泛应用的背后，数据的安全问题不容忽视。证监会国际司对博泰车联网出具补充材料要求

就涉及用户数据的合规性，其中包括公司的业务经营是否涉及收集和使用个人信息的情形，如果有，请公司说明收集及储存的用户信息规模、数据收集使用情况。此外，公司业务经营是否符合《数据安全法》《个人信息保护法》《汽车雷达无线电管理暂行规定》等规定，并说明上市前后履行数据安全保护责任和义务的安排或措施。

“智能座舱作为汽车行业智能化转型的关键领域，其发展前景无疑是广阔的。随着消费者对汽车智能化、网联化需求的日益增长，智能座舱作为提升驾驶体验、提高车辆智能化水平的重要载体，将持续受到市场的青睐。”

盘古智库高级研究员江瀚称，“智能汽车的数据安全问题至关重要。随着智能汽车的普及，车辆产生的数据量呈爆炸式增长，这些数据涉及用户的隐私和安全。因此，企业必须高度重视数据安全问题，建立健全数据安全保护机制。”

江瀚表示，在当前的监管环境下，与博泰车联网类似的企业

应积极加强个人信息收集的合规性。企业应明确告知用户个人信息的收集和使用目的、范围、方式等，确保用户知情同意。同时，企业应严格遵守相关法律法规要求，规范个人信息处理流程，防止个人信息泄露和滥用。

盘古智库称，数据安全需要数据安全体系来保障，原则上，只要企业保证数据不移出国境，并接受中国数据安全监管部门的监督，就能算合规。“合规不代表数据信息不被泄露，企业还要在内部建立数据内控机制来保障数据安全，比如数据查询权限、数据的可用不可见等。”

记者注意到，对于数据安全的重要性，博泰车联网也有着清晰的认识。在招股书中，博泰车联网方面就表示：“我们须遵守有关网络安全、隐私、数据保护及信息安全的法律及法规动态环境。未能或被认为未能遵守该等法律及法规，或有关我们处理数据的惯例或政策的其他问题，均可能会损害我们的声誉，并对我们的业务、经营业绩及财务状况造成重大不利影响。”

作为国内为数不多的同时提供智能座舱和智能网联解决方案的供应商之一，博泰车联网市场表现不俗。截至3月31日，该公司已累计为逾40个汽车品牌的200多款车型提供服务。

博泰车联网也频受资本的青睐，背后的投資团队也多元，包括苏宁、小米、东风集团等。最近一次融资在今年上半年，该公司完成约10.47亿元的D轮融资，投后估值约85.72亿元。

在招股书中，博泰车联网方面表示：“我们的股东包括东风集团、中国第一汽车集团有限公司等中国OEM以及上海国盛在内的地方国有资产投资企业。我们还吸引了小米、井冈山北源创投等声誉卓著的产业投资者。强大的股东基础为我们未来的业务增长提供了有力支持，能够帮助我们扩大市场份额，巩固市场领导地位。我们与若干股东建立了战略合作伙伴关系。”

为何博泰车联网能频受资本青睐？江瀚告诉记者：“首先，博泰车联网在智能座舱和智能网联领域拥有深厚的技术积累和丰富的产品经验，其技术实力和市场地位

为投资者提供了信心保障。其次，随着智能汽车市场的快速发展，智能座舱和智能网联技术的需求持续增长，为博泰车联网带来了广阔的市场空间和发展机遇。投资者看好这一领域的未来发展潜力。”

回归市场表现，根据灼识咨询的资料，按2023年软硬一体化智能座舱解决方案的收入计算，博泰车联网是中国OEM提供智能座舱解决方案的第二大独立本土供应商。2023年，其成为首批在中国提供采用高通公司第四代骁龙8295芯片的智能座舱解决方案的公司之一。

相关数据显示，截至今年3月31日，按搭载高通8295芯片的高端智能座舱解决方案的定点数量计算，博泰车联网在中国智能座舱解决方案供应商中排名第二。此外，博泰车联网也提供智能网联解决方案。据了解，该公司的智能座舱及智能网联解决方案已被中国前五大OEM中的三家和中国前五大高端新兴新能源汽车品牌（按2023年的销量计）中的四家所采用。

凭借良好的市场表现，博泰车联网营收逐年增长。2021年—2023年，分别实现营收8.64亿元、

12.18亿元、14.96亿元，智能座舱解决方案分别是7.4亿元、10.79亿元、13.52亿元。

值得注意的是，营收逐年增长的背后，博泰车联网难逃亏损的泥潭。2021年—2023年，博泰车联网分别净亏损3.72亿元、4.52亿元、2.84亿元，三年累计净亏损超11亿元。

江瀚告诉记者：“博泰车联网目前面临的亏损状态，可能源于多方面因素。一方面，智能座舱技术的研发与迭代需要大量资金投入，且短期内难以通过产品销售完全覆盖成本；另一方面，市场竞争激烈，价格战因素也可能对公司的盈利能力造成一定影响。此外，公司可能还在进行市场扩张、品牌建设等长期投入，这些都需要时间才能转化为显著的收益。”

对于公司的亏损，博泰车联网在招股书中称：“我们记录期间产生的亏损主要由于我们前期大量投资及扩大规模以实现规模经济。然而，我们相信，我们强大的客户群、稳健的技术和产品能力以及可靠的大规模生产能力为可持续的长期增长提供了坚实的基础。”

泡泡玛特的“冷”与“热”

本报记者 黎竹 北京报道

对“潮玩第一股”泡泡玛特(09992.HK)来说,今年上半年出海成果颇丰。8月20日,其发布的2024上半年财报显示,海外市场开拓及本地化运营推动其实现营收13.5亿元,其中东南亚市场实现营收5.6亿元,同比增长478.3%。

然而,在海外拓店的同时,泡泡玛特上半年的门店数量并未大幅增加且机器人商店(销售盲盒玩具的自动售货机)数量微降,国内消费群体的热情也在出现变化,泡

泡玛特会员复购率下降。

民进河南省委会文旅文创委员会常务副主任梁兴认为,泡泡玛特在IP运营上展现出了卓越的能力,其精心设计的IP形象如Molly、LABUBU等,不仅具有独特的艺术风格,更承载了特定的情感价值。但IP的世界观建设是其核心竞争力的关键组成部分,故事亦是构建这一世界观不可或缺的基石。需要注意的是,如何讲好IP的故事,使其不仅是一个符号或形象,而是拥有深厚内涵和广泛情感共鸣的存在,尤为重要。

海外掘金迎增长

值得注意的是,泡泡玛特首次披露了各大区域业绩及收入占比。

7月,“泰国部长亲自接机中国娃圈女明星”话题登上微博热搜,提到的女明星就是泡泡玛特的热门IP“LABUBU”。

据泡泡玛特方面介绍,当时LABUBU以“神奇泰国体验官”的身份在泰国重磅亮相,其也成为促进中泰潮流文化互动的重要纽带。在最新的财报会上,国际业务总裁文德一提到,在泰国曼谷,LABUBU的主题店开业首日突破了1000万元的营业额,有两家线下门店的单月销售额突破了2000万元。

泡泡玛特相关负责人告诉《中国经营报》记者:“东南亚今年增长很快,这是我们对东南亚市场深入研究的成果,以泰国为例,泰国市场对潮玩文化的热情反响,代表了东南亚地区对新潮文化和创新产品的广泛需求。泡泡玛特在进入新市场时,不仅重视产品质量和设计的创新,还特别注重本地市场的文化和消费习惯。在泰国,通过社交媒体和与本地有影响力的人士合作,提前布局市场。此外,考虑到当地的商业环境和消费者偏好,推出了与当地文化相契合的产品。”

这只是泡泡玛特在泰国验证其业务模式的冰山一角。从更全面的视角来看,自2018年布局海外并逐步推动全球化战略,泡泡玛特港澳台及海外业务业绩占比不断提升。最新财报显示,上半年泡泡玛特国际集团实现营收45.6亿元,报45.85港元/股。

值得注意的是,泡泡玛特首次披露了各大区域业绩及收入占比。其中,东南亚市场实现营收超5亿元,占比四成,同比增长迅猛达4倍多。对此,王宁直言:“东南亚做了一个很好的示范。”

对泡泡玛特来说,这也算一走出了“阴霾”。2022年中报显示,该公司首次出现了净利润下降,上半年的经营利润为4.46亿元,同比减少8.3%;上半年净利润为3.33亿元,同比减少7.2%。当时其股价也创出了历史新低的9.54港元。

在更早前,“泡泡玛特属于打中就赚的新股”,一名投资者向记者表示。资料显示,泡泡玛特最初定位为一家售卖潮流物品的杂货店。后来,意识到潮流玩具市场的潜力,决定转型专营潮流玩具。在香港交易所上市后,被誉为“潮玩界的茅台”的泡泡玛特股价一路飙升,市值最高点一度突破千亿港元,市盈率上涨200多倍。截至发稿,泡泡玛特的总市值为615.74港元,报45.85港元/股。

国内市场迎大考

根据渠道划分的收入来看,泡泡玛特的线下渠道迎来大考。

相比国际市场迎来突破性增长,其国内市场的增长则不那么突出。

最新财报显示,泡泡玛特的粉丝仍在增长,2023年上半年中国内地新增注册会员总数为438.4万人,这一数字在2024年上半年则为457.3万人。但会员复购率上,2023年上半年为44.5%,2024年上半年这一数据下降了0.6%。

据多位IP运营的从业人员透露,复购率是IP运营的重要衡量指标,维护用户的复购有利于维持企业的良性增长。

记者走访了北京环宇荟商城的泡泡玛特门店,发现晚间时段人流量更盛,从8月28日19点一直持续到21点,店内均有5~6户客人。导购店员对其IP和产品都较为熟悉,会主动引导消费者了解新款产品。

值得一提的是,在结账时其

打造潮玩宇宙?

对泡泡玛特这类想要成为潮流文化娱乐集团的企业来说,借风乘势不失为一种策略。

王宁在财报会上认为,目前可能正在步入大潮玩时代,提出“向上努力、向外看”。

据泡泡玛特方面透露,目前公司也在积极布局全球供应链,挑最合适的地方做合适的产品,希望在越南的合作工厂今年能达到接近10%左右的产品供应。

但上述相关负责人也坦言,海外业务绝不是简单地复制已有经验,需要深入地进行本地化探索,“我们未来的目标战略依旧是依托重点IP,挖掘全球高潜力艺术家,坚持‘开好店’‘办好展’‘产好品’,的国际核心策略。”面对出海的挑战,其回应道,“这是多样的,也是未知的,但有一件事是确定的——‘人’对于情感的需求是不变的。”

对泡泡玛特这类想要成为潮流文化娱乐集团的企业来说,借风乘势不失为一种策略。比如玩具反斗城从美泰和孩之宝低价限购芭比娃娃、毛绒玩具并

还提醒存在打折商品。据记者此前了解,这类产品的流通性较差,因此以直接打折形式销售。同时社交平台显示,有消费者分享获优惠券经历。

根据渠道划分的收入来看,泡泡玛特的线下渠道迎来大考。财报显示,该公司2024年上半年来自中国内地线下渠道的收入占比为39.2%,对比去年同期下降超一成。

在渠道方面,泡泡玛特的开店速度放缓。2024年上半年,泡泡玛特在内地新开20家线下门店,门店数量从去年年底的363家增至374家,机器人商店数量2189家,相比去年底减少1家。在近一年内,其仅在中国内地一线城市(即北上广深)增加1家门店,多数新设门店在二线及以下城市。

在财报会上,谈及国内和国外的环境变化,王宁提出了自己的观



泡泡玛特中国澳门威尼斯大酒店。

本报资料室/图

点:“我们的产品之前大家一直认为是非刚需类的,有经济压力的时候大家是不是会放弃这些非刚需类的产品,但我们的产品还是非常能慰人心的。”

泡泡玛特中国业务总裁褚音在财报会上表示:“从商品品类上,全国线上线下一盘货,它带来的优势是我们不再做静态化的配货制,而是动态化。内部我们一直强调‘静态减宽’,去掉无效的品类,提高客户的互动和效能;还有‘动态加深’,我们不做期货制的预期,而是根据大数据的分析、客户的互动,不断推高我们在满足客户需求上的节奏和步伐,

一方面增加运营效率,一方面在线上线下可以随时即时联动。目前我们的运营决策、货品流转是按天计算的,可以快速对消费者需求做最好的反应。”

上述相关负责人向记者表示,IP孵化及运营是推动业务发展的关键因素,上半年7个IP实现半年营收过亿。“一个IP能够持续有商业价值,核心是对IP的持续投入和运营,通过这么多年在市场、渠道、乐园以及游戏方面的投入,我们始终在搭建一个综合的商业框架,以及相应的运营方式方法,从而吸引更多IP加入进来,不断给老的IP注入新的活力。”

暑期酒店业的多重变奏

本报记者 李媛 北京报道

这个暑期,刚从三亚带儿子度假归来的谢女士明显感觉到,今年的酒店市场与往年大不相

同。“去年暑假,我们提前一个月预订的酒店,价格就已经接近翻倍,今年在出行前两周预订,价格不仅没有上涨,反而享受到了不少优惠。”谢女士惊讶地发现,曾

经一房难求的高端酒店,今年不再“天价”,甚至推出了各种促销活动,以吸引客源。

据《中国经营报》记者了解,这种现象并非个例。今年暑期,

随着市场供求关系的变化,三亚等热门旅游城市的酒店价格明显回落。

“这背后反映了供大于求的市场格局正在逐步形成。”旅游酒

店行业资深高级经济师赵焕焱指出:“酒店行业的供求关系是价格波动的关键因素。当前,酒店房间的供应量增长超过了需求的增长,导致市场进入了由消费者主

导的买方市场,价格自然也随之下调。”赵焕焱表示,这一趋势对整个行业提出了新的挑战,也意味着酒店企业必须调整经营策略,寻找新的发展路径。

热门城市供求关系发生变化

根据途家民宿的数据,截至8月12日,平台上热门城市的民宿预订量同比2023年增长了30%,最热的十大城市包括成都、青岛、威海、北京、重庆、大理、西安、上海、杭州和广州。具体来看,成都春熙路、威海成山头、延吉延边大学、长沙五一广场和大理古城等商圈成为最受欢迎的住宿区域。

然而,与民宿市场的火热相比,酒店市场却表现出了截然不同的情况。在热门旅游目的地三亚,根据携程平台的数据,2024年暑期高星酒店的单均消费金额较去年同期下降了24%左右。

携程集团大住宿事业群海南区

域总经理谭文斌告诉记者,今年三亚酒店价格的波动属于市场调整的正常范围,“2019年之前,暑期并非三亚的旅游旺季,而2023年由于出境游受限,国内旅游需求激增,才导致了三亚酒店价格飙升至历史新高点。2024年暑期,由于出境游的逐步恢复以及国内其他旅游目的地的竞争,三亚的旅游市场热度有所减退,酒店为吸引客源,主动调低价格以提升入住率。”

同时,华住集团的数据显示,从7月1日到7月14日期间,北京市的酒店入住率比6月份同期提高了13个百分点。然而,尽管入住率有所提升,价格却没有同步上涨。业内专家

分析,这一趋势表明,酒店市场的供应增长超过了需求的增长,导致价格不得不进行下调以平衡供需关系。

赵焕焱在接受采访时表示,2024年上半年,三亚亚特兰蒂斯酒店的平均房价同比下降了15.12%,每间可供房收入下降了11.77%。这种下滑并非个例。根据相关数据,2024年上半年,香格里拉酒店在中国内地三线及四线城市的平均房价同比下降6.82%,每间可供房收入减少了3美元,同比下降6.38%。赵焕焱总结认为,供大于求的现象已经成为影响整个酒店行业的重要因素,不仅国际品牌酒店受到影响,国内的酒店也面临同样的挑战。

数据显示,华住集团在2024年第二季度实现营收61亿元,同比增长11.2%;其中,华住中国的收入为90.73亿元,同比增长14.3%。这表明,在县域市场和二三线城市的扩展,成为华住集团增长的一个重要推动力。此外,一些大型酒店集团还通过

度的下滑。

郭德荣进一步指出,县域市场的度假酒店表现相对稳定,这主要得益于县域旅游市场的需求持续增长。例如,今年上半年,林芝市墨脱县成为华住集团的一个里程碑,华住在这里开设了集团的第一万家店。这不仅标志着华住在扩展县域市场上的成功,也表明了县域市场在整个酒店行业中逐渐占据重要位置。

此外,一些大型酒店集团还通过

多种方式积极拓展县域市场,例如华住旗下品牌推出了多项优惠措施,如“夏日特惠节”,不仅满足了暑期游客的需求,还通过预售房券、会员日活动等方式,进一步拉动了消费。

数据显示,华住集团在2024年第二季度实现营收61亿元,同比增长11.2%;其中,华住中国的收入为90.73亿元,同比增长14.3%。这表明,在县域市场和二三线城市的扩展,成为华住集团增长的一个重要推动力。

酒店业将进入竞争新阶段?

尽管酒店集团在县域市场上表现出色,但整体来看,中国酒店行业的供需失衡问题依然严峻。2024年上半年,全球酒店行业的表现参差不齐,而中国市场尤为明显。例如根据赵焕焱的数据分析,香格里拉酒店在全球范围内的平均入住率为61%,同比增长1个百分点;每间可供房收入为104美元,同比增长1美元。然而,中国内地的平均房价同比减少了2美元,尤其是在三线及四线城市,平均房价下降了10%,每间可供房收入减少了3%。

“不仅如此,多家国际酒店品牌在中国市场的表现也不尽如人意。2024年二季度,万豪集团在大中华区的每间可供房收入同比下降了4.2%;洲际酒店集团在大中华区的每间可供房收入同比下降了2.6%,其中二季度下降了7.0%;希尔顿酒店在中国区的每间可供房收入同比下降了5%。此外,雅高集团在亚太区的每间可供房收入同比下降了12%,温德姆集团在大中华区的每间可供房收入同比下降了17%。”赵焕焱表示。

他进一步指出,这些数据反

映了酒店行业正在经历的深刻变化。供大于求的现象不仅限于国内品牌,国际品牌同样面临压力。这种局面下,酒店行业的竞争将更加激烈,市场也将从卖方市场逐步转变为买方市场。

另外,随着市场供需关系的变化,2024年暑期酒店行业价格战打响。去年暑期,“月薪2万住不起如家汉庭”的话题曾经登上微博热搜榜,反映了当时市场供不应求、价格高企的现状。而今年,三亚的高端酒店纷纷打出了“暑期不加价”的口号,部分地区甚至出现了“价格战”的迹象。

携程研究院的数据显示,今年暑期(7月1日至8月31日),境内酒店的市场搜索热度相较2023年同期增长了约20%。尽管游客出游意愿强烈,但由于市场供给量的增加以及消费者对旅行性价比的需求提升,酒店市场整体呈现出“量增价跌”的趋势。

业内人士普遍认为,随着价格战的展开,酒店行业将进入一个新的竞争阶段。赵焕焱指出,“酒店业供大于求的现象,使得市场从卖方市场转变为买方市

场。在这种局面下,酒店必须采取更加灵活的价格策略和营销手段,以吸引和留住客源。”他进一步表示,国际酒店品牌在华业绩下滑的主要原因正是供给过剩,导致价格无法维持在理想水平。

此外,面对激烈的市场竞争和供需失衡的挑战,未来酒店行业的经营管理方向也需要做出深刻调整。

专家们普遍认为,差异化经营和创新将成为未来酒店业的关键。郭德荣建议,未来的酒店经营应更加注重差异化与主题化,通过打造特色服务和体验,吸引特定消费群体。在一、二线城市,酒店应控制供给量,避免盲目扩张。此外,酒店还应拉长经营周期,降低运营成本,以应对市场波动带来的不确定性。

赵焕焱则呼吁,中国酒店业亟须建立统一的行业管理机制,以规范市场行为,避免恶性竞争。他指出,美国的酒店业工会通过控制新房供应、提供职业培训等方式,维持了市场的健康发展。这一模式值得中国借鉴。

北京鼎泰丰将落幕 老牌餐饮企业如何突围

本报记者 许礼清 北京报道

“近期,由于各门店客流量大幅增加,外卖订单激增,我们不得不暂时关闭外卖平台。”8月29日,北京恒泰丰餐饮有限公司(以下简称“北京鼎泰丰”)在《致敬贵宾的一封信》中如此写道。这源于几天前的一则闭店公告,显示北京鼎泰丰决定陆续关闭14家门店。不少消费者感到惋惜而前去打卡。

据悉,鼎泰丰是中国台湾的餐饮品牌,以小笼包闻名。曾被美国《纽约时报》评选为世界十大餐厅,上榜米其林指南。在定位上偏向中高端,根据大众点评上的信息,北京地区,一笼10个的招牌蟹粉小

笼售价100元,北京门店的人均消费在150元左右。

对于此次闭店的原因,该品牌在华北地区的运营公司北京鼎泰丰方面给出的理由是,公司营业执照20年期限已满,且董事会未能就续展达成一致。

对此,多位餐饮行业专家向《中国经营报》记者表示,因为营业执照这么基础的问题而批量闭店显然不是深层次的原因。或许在经营上品牌方和被授权公司有一定分歧。作为餐饮品牌,在当下的消费环境,董事会也需要看到明确的计划和具体改善措施。不过批量关店也说明其面临的经营困境以及决策的效率和复杂程度。

华北市场落幕

记者在大众点评上看到,北京的多家鼎泰丰门店目前仍正常营业。

8月26日,北京鼎泰丰宣布,决定于2024年10月31日前陆续关闭14家门店,其中包括北京的8家门店以及天津、青岛、厦门、西安等城市分店。而这也意味着鼎泰丰在华北地区20年的经营迎来终结。

同日,鼎泰丰也在声明公告中表示,今因北京鼎泰丰营业执照期限届满不再展延,故鼎泰丰提前终止品牌授权。中国大陆其他城市分店经营不受影响,维持正常运营。

记者在大众点评上看到,北京的多家鼎泰丰门店目前仍正常营业。不过根据北京鼎泰丰的微信公众号信息,其相关门店陆续发布了具体闭店时间表以及会员卡退款流程。

据了解,鼎泰丰在中国大陆地区有超30家门店,此次关闭的14家由北京鼎泰丰运营,上海、苏州、南京等地的18家门店则是由上海广成餐饮管理有限公司负责经营管理。不过,记者根据天眼查信息发现,北京鼎泰丰法定代表人韩家亮在上海广成餐饮管理有限公司任高管。

凌雁管理咨询首席咨询师、餐饮行业分析师林岳告诉记者,鼎泰丰市场定位偏高,华北地区是比较讲究实在、实惠的市场,所以要继续发展需要与时俱进。董事会也需要看到明确的计划和具体改善措施。

另外,品牌授权的方式或许也

容易导致内部管理出现分歧。记者在大众点评上看到,北京鼎泰丰归类为准扬菜,而将地区切换至上海,其显示为“小笼”,在部分菜品和定价上也有些许不同。

连锁产业专家、和弘咨询总经理文志宏表示,若不同门店之间差异较大,可能会影响品牌的整体形象或者定位。不过品牌方在对门店的统一标准上,具备优先话语权。

“其实总公司和被授权的运营公司有分歧很正常,这就是看总公司对市场的态度了。鼎泰丰品牌所属公司是将品牌授权给北京鼎泰丰使用,这样的模式在行业内并不少见。不过各个品牌授权的范围以及管控的松紧度有所不同,一般来说,中国台湾的餐饮品牌在管控上相对严格,所以以前一直发展得比较稳健,但是对当下的市场环境而言,管理手段还是相对保守和陈旧。”林岳说。

对于董事会为何未能达成一致以及品牌的未来发展规划,记者致电北京鼎泰丰,对方记录了联系方式后挂掉电话,截至发稿未获回复。不过,北京鼎泰丰在声明中提到,公司持续看好大陆市场,将继续关注餐饮行业的动态和发展趋势,希望在不久的将来,能够再次携手合作。

文志宏也认为,鼎泰丰品牌认可度比较高,不排除未来品牌在华北地区开直营店或者再授权其他运营公司的可能。

对于鼎泰丰来说,不得不面临的现实是近几年消费大环境的变化,中式快餐、休闲餐饮和新茶饮等领域生长迅猛。例如可规模化、高标准化的中式快餐品牌陈香贵、张拉拉和马记永等兰州拉面品牌均获高额融资并快速拓店,同时一些中式地方特色美食盛行。尤其是在2020年前后餐饮界掀起上市潮,一些大餐饮品牌不断发展副线品牌,消费习惯线上化、理性消费向上,极致的性价比成了

小龙虾业务拉低增速 安井食品押宝预制菜

本报记者 蒋政 郑州报道

常年保持高速增长的安井食品,在今年上半年增速回落至个位数。三大主业之一的预制菜业务由去年同期58.19%的增速,跌落至0.4%,进而影响企业整体增长。

《中国经营报》记者注意到,安井食品在前两年收购的两家主做小龙虾的预制菜公司,在今年上半年业绩均出现下滑。其中一家刚过业绩对赌期,另外一家在去年未完成承诺业绩。业内普遍认为,这与上半年小龙虾价格下跌有很大的关系,也是其预制菜业务增长出现波动的主要原因之一。

此外,伴随预制菜规模扩大,安井食品的预制菜业务毛利却在降低,由2018年接近30%的毛利回落至10%左右。安井食品方面告诉记者,上半年餐饮消费趋势以及小龙虾行情影响了公司整体增长速度。而预制菜的产品结构在调整,部分细分业务采用OEM模式代工,还需让利上游伙伴,进而影响整体利润水准。

行业人士告诉记者,预制菜业务本身就是一个低毛利板块,随着入局者增多,未来竞争会更加激烈。而安井食品重仓的小龙虾类目,在这两年的养殖量和生产力都进入产能过剩阶段。未来,安井食品需要寻找更多的大单品,来支撑这一细分主业。

预制菜业务增幅放缓

连续3年营收保持至少三成增长的安井食品,在今年上半年增速回落至个位数。

财报显示,安井食品在今年上半年实现营收75.44亿元,同比增长9.42%;归母净利润8.03亿元,同比增长9.17%。

安井食品方面表示,外部餐饮消费环境疲软影响了公司业务发展。若拆分其业务构成可知,预制菜业务成为其增速放缓的重要原因。

2024年上半年,安井食品速冻菜肴制品收入为22.08亿元,增速由去年同期的58.19%回落至0.4%。若再做拆分,今年第二季度,该公司预制菜业务营收增速为-7.1%。

简单来看,安井食品的预制菜业务包括子公司新宏业食品和新

柳伍食品的小龙虾,全资子公司安井冻品先生的黑鱼片、藕盒、酸菜鱼,安井小厨事业部的小酥肉、荷香糯米鸡,以及原有安井品牌旗下的虾滑、蛋饺、“千夜”豆腐等。

西南证券研报提到,公司菜肴业务有所承压主要系受新宏业食品及新柳伍食品旗下小龙虾业务下滑拖累所致。

新宏业食品和新柳伍食品是安井食品经营小龙虾业务的主要子公司。今年上半年,新宏业食品营业收入为6.87亿元,净利润为1001.69万元;新柳伍食品为6.21亿元,净利润为2986万元。

而在上一年同期,新宏业食品营业收入为9.37亿元,净利润为4774.66万元;新柳伍食品营收为

6.87亿元,净利润为3781.02万元。

安井食品在财报中提到,随着近年来行业的成熟、资本的加速进入和供给端的快速扩容,虾尾及小龙虾价格持续下行,企业经营压力陡增。

两家企业由安井食品收购而来,并在彼时均做出业绩承诺。其中,新宏业食品在2023年年底刚刚完成业绩承诺,便在今年上半年出现业绩“变脸”。而新柳伍食品在2023年已因未完成承诺业绩,安井食品做出超3600万元的商誉减值。按照承诺,新柳伍食品今年要实现净利润9000万元。

安井食品方面告诉记者,新柳伍食品今年完成业绩承诺有一定压力,小龙虾价格暴跌是其业绩疲软的主要原因。

相关数据显示,今年上半年,

我国小龙虾价格出现暴跌,其背后源于小龙虾养殖面积持续增加。近年来发布的多份《中国小龙虾产业发展报告》显示,我国小龙虾养殖面积和产量,已经由2016年的900万亩、89.91万吨升至2023年的2900万亩和300万吨。产能过剩一直困扰着小龙虾产业。

另外,辰智大数据发布的《2024年中国预制菜产业发展报告》显示,在预制菜产品中,小龙虾的品种较为单一,产品同质化严重,爆款单品挖掘空间仍很大。“小龙虾产品在预制菜中竞争较为激烈,目前已有信良记、国联水产、速虾记等企业深入布局虾类预制菜业务。”辰智创始人葛建辉告诉记者。

或受此影响,安井食品此前定增募投项目中的“洪湖安井年产10万吨预制菜肴生产项目”已经对外披露延期,该项目即包括小龙虾产品。不过,公司对外公开原因系水生蔬菜预制菜、水产品加工季节性强,在新品类规划、生产线设计与生产设备定制上进度晚于预期。

“除此之外,过去几年特殊时期存在市场红利,预制菜C端需求增长较快。当市场恢复正常后,整个预制菜增长也恢复正常,增长速度会恢复理性。”安井食品方面表示。

盘古智库高级研究员江瀚也提到,与小龙虾相关的预制菜品牌之间难以形成差异化优势。除了价格竞争外,还需要在产品质量、口感、包装等方面下功夫,以吸引消费者。

或受此影响,安井食品此前定增募投项目中的“洪湖安井年产10万吨预制菜肴生产项目”已经对外披露延期,该项目即包括小龙虾产品。不过,公司对外公开原因系水生蔬菜预制菜、水产品加工季节性强,在新品类规划、生产线设计与生产设备定制上进度晚于预期。

“除此之外,过去几年特殊时期存在市场红利,预制菜C端需求增长较快。当市场恢复正常后,整个预制菜增长也恢复正常,增长速度会恢复理性。”安井食品方面表示。

占比,对是否符合预制菜食品安全监管进行明示。

葛建辉认为,预制菜应该摸清味道本质,解决风味失真问题,实现口味标准化。未来,整个产业仍然会保持高速增长,并向数字化生产、系统化标准及集中化监管加速推进;市场开发、渠道拓展以及产品研发将成为推动预制菜企业成长的核心领域。

“对于安井食品来说,要加强品牌建设,提高品牌知名度和美誉度,优化供应链管理,降低采购成本,提高生产效率。还需拓展销售渠道,特别是线上渠道的建设与运营。”江瀚说。

预制菜还有多大想象空间?

作为速冻食品龙头企业,安井食品早在2018年便介入预制菜业务。从营收规模来看,预制菜已经成为公司第二大业务,在2023年接近40亿元,占整体营收的三成左右。

不过,记者注意到,在其预制菜业务产品不断丰富和扩容下,该板块的毛利率却持续走低,已经由2018年的29.72%毛利跌至2023年的11.65%。

同期,主做预制凉菜品牌盖世食品营收为2.42亿元,毛利为17.81%;味知香营收为3.27亿元,销售毛利率为24.85%,但营收和净利润分别出现两成和四成的下滑。

品牌营销专家路胜贞表示,影

响预制菜毛利的因素包括上游原料供应价格与终端市场可接受价格的空间大小,市场和消费者对产品需求量的增速,以及产品自身的技术含量和品牌溢价能力。

安井食品方面告诉记者,公司预制菜业务板块较多。安井食品自有产能生产的产品单价和毛利一直较为稳定,小龙虾业务毛利相对较低,主要受原材料的成本影响较大。另外,旗下品牌“冻品先生”采用纯代工模式,公司需要将部分毛利留给上游合作伙伴。综合多种因素,使得预制菜毛利要低于传统主营业务。

行业人士告诉记者,整体来

看,预制菜业务毛利并不高。目前预制菜行业下游客户主要为B端客户,向C端拓展市场能够提高毛利润率,但也会带来销售费用的提高。

事实上,预制菜近些年一直在争议中发展的状态。艾媒咨询提供的数据显示,2023年中国预制菜市场规模为3616亿元,并以每年20%—35%的增速保持高速增长,预计2026年有望达到7490亿元。

辰智大数据显示,整个预制菜产业虽然品类丰富,但是行业集中度仍处于较低水平。规模超亿元的14家上市企业的营收占比为近3.5%,尚无太多大型龙头企业出现。

安井食品方面表示,公司预制



视觉中国/图

北京国贸商城鼎泰丰台湾小笼包连锁店。

人消费更加理性,一些老牌企业的服务方式对年轻人的吸引力在减弱,尤其是一些网红餐饮品牌利用社交平台迅速打开知名度,更是挤压了其发展空间。

“这些年本土餐饮品牌快速崛起,市场变革非常大,过去一些相对成熟、甚至固定不变或者相对保守的东西,来应对一个变化的市场很有风险。企业经营的策略、管理系统需要进行变化和调整,有时候过往的一些经验,在市场变化后甚至可能会成为一种束缚。”文志宏说。

鼎泰丰进军大陆市场一直是中高端定位,比如繁华商圈的选址、精致的门店装潢设计以及价格等。但在网上,除了对口味的褒贬不一,很多消费者尤其是对

性价比和服务方面的争议颇多。有网友表示,为了不给服务费所以每次都打包带走。

文志宏表示,鼎泰丰从产品到环境的体验感主打精致。它的受众主要是一些对面食讲究、追求精致轻奢的中高收入人群,以及一些旅游顾客。在如今竞争充分的餐饮市场环境中,高体验支撑的高客单价模式的餐饮企业更不好做。可能当下会有部分消费者认为小笼包价格偏贵,但作为商务宴请菜品上又不够丰富,加上行业极度内卷,收取服务费以及服务方式等不太符合很多年轻消费群体的消费习惯。

“特别是在价格敏感性和服务期望上,鼎泰丰的高价策略可能限制了其目标客户群体,同时

未能充分满足一些特定场景下的多样化需求。”福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示,台湾地区的餐饮品牌以其成熟的运营体系著称,但这在某些情况下也可能成为其灵活性和创新性的桎梏。因此,在保持运营标准的同时,提升决策效率和市场敏感度是关键。

实际上,北京鼎泰丰也和很多老牌餐饮企业一样在寻求改变,比如研究冷冻产品和预制菜。2019年,北京鼎泰丰的外带冷冻产品只有9款,而到了2023年,常规产品增加到21款。林岳认为,从鼎泰丰的定位来看,核心还是要让消费者感到钱花得值,用餐环境、配套都要跟上才行。

起底“鬼秤”交易的隐秘江湖

本报记者 孙吉正 北京报道

日前,连云港海州区某市场商户使用“鬼秤”的行为引发舆论热议。很多网友在网上陈述自己在购买农副产品的遭遇。“缺斤少两”的遭遇。舆论持续发酵后,国家市场监督管理总局对此次事件查处实行挂牌督办,并对此类“鬼秤”问题开展综合整治。随后,全国多地市场监管部门纷纷进行专项整治。截至发稿之时,不断有相关部门通报最新的“鬼秤”整治案例。

“鬼秤”又称“作弊秤”,即通过非法改装电子计价秤,使其能够根据操作者需要显示虚假重量。农贸市场上存在的“鬼秤”多是通过键入密码或遥控按键打开作弊功能,再选择相应档位使得物品显示成指定重量。这类现象严重侵害了消费者的权益,扰乱了正常的经商环境。

对于“鬼秤”在北京市场的情况,《中国经营报》记者走访了北京多个农贸市场,了解目前的市场情况以及监管部门对于“鬼秤”的监管情况。记者了解到,目前查处到的“鬼秤”,多是将出厂后的正规秤在经销、维修环节通过改装硬件芯片电路或嵌入作弊软件的方式,实现其可随意调节重量的目的。

在北京地区,虽然所有的电子秤都需要计量局的备案,市场监管部门的审查,但由于改装和购买“鬼秤”的成本较低,且作弊功能易于隐藏,使得“鬼秤”在市场上反复出现。海淀区四季青镇市场监督管理所执法人员王源告诉记者,杜绝“鬼秤”除了监管部门依靠现行制度进行查处外,商家、消费者、市场管理方等多方的监督也是重要的一环,这样才能进一步提高和维护市场的公平和稳定。

“鬼秤”由来已久

在新发地批发市场,记者注意到每个采购区都设有多个公平秤供消费者使用。

今年5月,有网民发布视频称,在连云港海州区某市场购物时发现一商户缺斤少两,由此引发了一系列的舆论关注和讨论。“鬼秤”为何难以彻底根除,也成为了消费者心中的疑惑。

记者在海淀区锦绣大地农贸市场走访看到,目前每家商贩都配有校准的砝码,以便消费者在购买时校准电子秤是否存在问題。此外,在该农贸市场的多处都设有公平秤以及相应的监管办公室。

从早期的在秤板背面加附吸铁石,到现在直接通过作弊密码更改显示重量,“鬼秤”防不胜防。有商户告诉记者:“作弊手段都很高明,按几个键又可以恢复正常。”

8月28日,淮安区市场监督管理部门通告了针对“鬼秤”的检查案例。执法人员现场随机抽取1件蔬菜放在上述电子计价秤上,按“单价1”按键后,显示重量为0.880kg,按“单价2”按键后,显示重量为0.920kg,按“单价3”按键后,显示重量为0.960kg,按“单价4”按键后,显示重量为1.010kg。

随后,通过平桥镇集贸市场的公平秤对上述1件蔬菜进行复秤,显示重量为0.850kg。王源告诉记者,“在查处电子

秤作弊的问题上,除了例行的抽查和突击检查以外,消费者的投诉和举报也是重要的渠道之一。”

记者从海淀区、顺义区等地监管部门执法人员处了解到,目前,北京所有地区商家的电子秤,都必须在计量局及其他相关部门处检验并贴合合格年检标签,在相关的平台进行报备注册方能使用。

在新发地批发市场,记者注意到每个采购区都设有多个公平秤供消费者使用。新发地市场工作人员表示,在批发层面,由于涉及大量的产品交易,因此产品交易都会在市场的监管和保护之下进行,且由于大部分商户都是较为稳定的上下游供货商,不会出现缺斤少两的问题。在零售层面,市场每个区都设有工作人员,只要消费者反映出现类似问题,会立刻解决。因此,目前新发地农贸市场“鬼秤”的现象和问题并不多见。

锦绣大地批发市场工作人员表示,市场每个商户的摊位都是固定的,一旦出现类似问题,市场管理方也会立刻处理和解决。记者了解到,目前“鬼秤”主要集中在商家使用的小型电子秤上。在锦绣大地批发市场管理人员处记者了解到,很多电子秤生产

厂家在生产和出售电子秤之时,就给电子秤“留了后门”,可以随时更改和校正,导致很多消费者很难及时发现猫腻。

在“鬼秤”引发舆论关注之后,很多媒体和消费者曝光了线下改装电子秤的途径,部分地方执法部门也查处了改装电子秤的产业链,但记者在线上平台依旧可搜索到改装和维修电子秤的商家。

王源告诉记者,由于电子秤并不是监管部门统一采购,因此,很多不良商家在通过计量局的检测之后,会再通过不法途径进行改装,从而绕开监管。

“以目前的查处情况来看,‘鬼秤’与正规秤价格差别不大,一台市场常用的最大秤量30kg的正规秤约200元,而同样型号的‘鬼秤’,仅加价几十元即可买到,这也降低了不良商家的‘作弊’投入成本。”王源说。

值得一提的是,在线上平台,记者甚至可以搜索到用遥控控制电子秤数字的“鬼秤”,对此,锦绣大地批发市场管理人员坦言,这类装置在农贸市场的电子秤上并不常见,主要是集中在大型货物的地秤上,有遥控装置控制显示器的数字,“小型电子秤主要是通过组合键输入密码,打开作弊功能。”



四季青镇市场监督管理所执法人员在市场进行抽查。

孙吉正/摄影

缺斤少两的商家也不在少数。

王源也指出,农贸市场的“鬼秤”多被发现于海鲜类等贵价品类交易场景,且由于海鲜类产品大多需要宰杀、去皮、吸水量大,往往给不良商家掩盖缺斤少两找到借口。

四季青镇市场监督管理所在接受采访时表示,作为监管部门,要多措并举压缩“鬼秤”的生存空间,提升监管服务效能,对于发现的“鬼秤”,进行追根溯源的打击。同时,消费者在“鬼秤”面前不妨“斤斤计较”,这样才能真正“秤心如意”。

多方协作方能消除“鬼秤”

在技术层面,记者了解到,查处“鬼秤”的技术也有一定突破。

今年6月,国家市场监督管理总局发布《关于严禁实施电子计价秤计量作弊的公告(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)。《征求意见稿》对电子秤生产、销售、维修、使用、管理等有关事项进行了规范,明确了各环节禁止事项,强化了各方责任和管理要求。

记者注意到,北京市于2024年4月1日正式实施《商品交易场所公平秤设置与管理规范》(DB11/

T 1094—2023),其中明确了公平秤设置的数量及找寻提示,以令消费者“易找、易用、易拆”。根据上述规定,在农贸市场每个区周围都必须设置公平秤,以方便消费者随时使用。

从记者走访的多个农贸市场来看,均已设置了公平秤。对于是否能从源头上解决“鬼秤”,由相关部门统一采购电子秤的问题。记者注意到,目前,全国绝大部分地

区没有相关的政策要求。

在技术层面,记者了解到,查处“鬼秤”的技术也有一定突破。浙江省计量院、无锡市计量测试院等单位设计了电子计价秤作弊码的破解装置,其原理是通过尝试不同按键组合的方式找到作弊密码,现已成功破译数百台“鬼秤”。

四季青镇市场监管所联合计量科针对此情况,今年以来对辖区农贸市场开展系列活动,如“移

动砝码”(又称“手机砝码”)宣传普

法工作,即对消费者个人所用手机进行称重并标识重量,使消费者在采购时能够用自己手机放在商家计价秤上以检验其是否读数准确。同时,倡导辖区农贸市场商家将计价秤摆放在消费者易接触的地方,并在计价秤旁配备一个500g的标准砝码,以供消费者验秤使用。辖区商家还签订了《诚信计量承诺书》、并悬挂诚信计量公示牌,

以鼓励来店人员进行监督。

王源告诉记者,“鬼秤”往往有“复原”功能,不良商家只需点击预设复原功能的按键,即可让“鬼秤”变成正常示数的电子秤。这使得消费者在第一时间难以察觉。

“‘鬼秤’问题需要监管、消费者、市场主办方等多方面共同努力,才能压缩不良商家的生存空间。”王源说。

零售企业业绩分化 如何打造核心竞争力

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

目前,零售行业的发展呈现出新、老企业分化的现象。比如,今年上半年,永辉超市及其他传统零

售企业业绩持续低迷。而同时,有的零售企业则在中国市场发展迅猛。其中,沃尔玛中国实现了销售的增长,外资零售企业奥乐齐(ALDI)自有品牌商品在今年数次引起

讨论热度。

零售行业专家胡春才向《中国经营报》记者指出:“目前行业面临很大的挑战。实体店面临着来自大环境以及电商发展带来的影响。我

认为对于零售企业来讲,重要的是要给用户一个到店的理由和好的到店体验。以山姆会员店为例,在电商快速发展的环境下,它就可以给到用户在线上买不到的产品。”

传统零售企业迎挑战

8月24日,永辉超市发布2024年上半年度报告,实现营收377.79亿元,同比减少10.11%,归属于上市公司股东的净利润为2.75亿元,同比减少26.34%。对于企业业绩相关问题,记者向永辉超市发送采访提纲,截至发稿未获回复。

“一方面零售竞争态势十分严峻,由于大环境的因素,部分消费者的消费习惯发生变化,同时,广大消费者对商品品质、服务和购物体验有更高的要求,公司客流、客单均出现了一定程度的下降;另一方面公司主动关闭尾部门店,因此

公司报告期整体收入较上年同期有所下降。”永辉超市在财报中如此表示。

8月27日晚间,步步高发布了2024半年报。报告期内,公司实现营业收入17.11亿元,同比下降4.29%;归属于母公司所有者的净利润为-0.78亿元,相较于上年同期实现了82.68%的减亏幅度。

“在云消费时代,消费打破时间、空间障碍,消费者可以在网上随时随地下单,过去消费者对于大卖场一站式购足的需求趋近于零。大卖场拥有齐全的两三万个

单品是其优势,而如今这变成了占用更多空间、更多消耗资源储备、更多员工成本等一系列劣势,因此大卖场业态是必然会被淘汰的一个业态。”中国商业联合会专家委员会委员、北京商业经济学会常务副会长赖阳指出。

百联咨询创始人庄帅认为,目前传统商超面临五大挑战。“首先是组织体制,原来他们的组织结构、管理模式匹配的是二十几年前的消费需求。传统商超的运营模式、盈利模式、组织、激励不适合新的消费需求。其次是新技术的应用,传统商

超属于线下运营体系比较重的企业,随着技术的快速进步,很多大型连锁企业在技术的应用上有很大的挑战。其次是供应链、商品结构,生鲜和快消品是超市的两大品类,目前面临例如会员店、折扣店、前置仓等新业态的竞争。在此背景下,传统商超整体商品结构如何跟线上结合做出调整是一个很大挑战。同时选址开店、运营体系、店内陈列方式、装修风格等运营体系方面也面临挑战。最后,要思考如何跟线上电商平台、外卖平台做到既有竞争又有合作。”

新业态不断发展

值得注意的是,并非所有零售企业都在中国市场上业绩不佳。8月,沃尔玛发布2025财年第二季度财报,净销售额为46亿美元,同比增长17.7%,可比销售额增长13.8%,电商业务净销售额增长23%。

沃尔玛中国指出,二季度山姆业态及电商业务表现持续强劲。同时,山姆和大卖场两大业态客流量均呈良好态势。在销售增长、持续打造商品差异化及高效的营运驱动下,第二季度整体毛利率增长,营运费率下降,营业收入增长。沃尔玛中国电商渗透率达49%,比去年同期增长超过200个基点。

赖阳认为:“沃尔玛中国的业绩

主要来自于山姆会员店。山姆的核心优势是冰鲜冷链和独特的烘焙产品,现在消费者越来越注重食品的安全、品质、口味、口感。由于山姆有着全球的供应链资源、调配资源的成本优势以及品牌口碑,其得到了很多追求品质生活的消费人群的认同。”

盒马则在不断调整和扩张。严俊磊担任盒马CEO之后,更加侧重“聚焦核心业态”作为发展策略。记者了解到,盒马生鲜和盒马NB是重点发展的主力业态。今年4月,盒马重启会员制度。根据微信公众号“盒马情报局”今年6月发布的内

容,2024年6月,盒马门店数突破400家,进驻30余个城市。

除此之外,山姆会员店、盒马都在不断进入更加下沉的市场。根据“佛山发布”公众号8月27日发布的内容,佛山第二家山姆会员店正式落户。在此之前,位于青岛的山东首家山姆会员店也正式开工建设。

盒马方面则向记者表示:“今年以来,盒马开店的脚步加快,且进入新城的数量是近几年最多的,新进入了一批长三角地区的新兴消费城市,比如常熟、常州、桐乡、义乌、芜湖等地,9月还将开出一批新城新店。这些新兴消费市场普遍具有很强的消费力,也有大批对品质生活有要求的新中产群体,盒马所到的新城,开业均非常火爆,门店成交额

竞争核心是什么

值得思考的是,都是基于中国市场的土壤,不同零售企业的发展却十分不同。这背后的原因究竟是什么?胡春才指出:

“对于零售企业来说,最重要的是在线下怎么给到顾客一个到店购物的理由。这方面其实可以借鉴山姆,山姆的核心在于有用户在线上买不到的产品。”

独特的产品则与企业打造商品的能力有关。目前,零售企业均在打造自有品牌商品上有所投入。可以注意到,山姆会员店、奥乐齐、盒马等企业都曾经数次由于独特的商品而在网络上产生过热度。

以山姆会员店来说,山姆的自有品牌则定位在为会员提供价值方面。山姆方面此前向记者表示:“山姆开发自有品牌秉承两大原则:一是针对还没有清晰行业标准的产品,由山姆去定义标准生产。二是当山姆发现外部供应链中某个环节利润太大时,为了给会员最佳性价比,山姆也会选择去开发自有品牌,这样能保证给会员最合适的性价比。”

另一零售企业奥乐齐则主打“好品质,够低价”。奥乐齐方面此前提供的资料显示,2023年12月,奥乐齐宣布全新上市“超值”系列,迭代数百款自有品牌产品。在今年,奥乐齐9.9元白酒一度成为热点,而奥乐齐超值系列的9.9元洗发水、沐浴露等产品也在社交媒体上产生热度。

但是赖阳指出,自有品牌

的作用实际上是有限的。“山姆的自有品牌占很高的销售比重,但这些产品的销售还是依赖于企业本身的核心竞争力,其他产品是依靠核心产品带来了人流后消费者顺带购买的。山姆主要以冰鲜产品为根基,如果没有了消费者一些核心产品的热爱,那么其自有品牌的空间也是有限的。另外,自有品牌的开发难度、要求很高,虽然表面利润率高,但如果产品不能有高速的周转率,那么这些产品就会变成库存,造成经营的压力。”

赖阳以山姆会员店为例分析:“实际上,相当多的消费者追求品质和安全的渠道,山姆在冰鲜冷链方面的品质把控、采购的卫生安全流程和审查的机制。同时,由于山姆是量贩式、仓储合一模式,其价格也可以做到相对较低的水平。所以,价格跟同品质的产品相比有一定竞争优势,同时又绿色安全,山姆在这方面有足够的优势。”

“在商超领域,将来线上销售会逐渐成为更加主力的方式,其中生鲜类的线上销售也会增加,线下更多的是与线上结合的销售。在业态上,更多的发展不是开太多大店,而是会发展出社区当中的更多小店,其中包括生鲜产品、冷链的冰鲜产品以及预制菜等。未来这类集中的、离社区消费者更近的中、小型门店会是商超类业态发展的主要方向。”赖阳表示。

1. 纵观

飞鹤异军突起之路

飞鹤的起源要寻根于建国后，在全国范围设立农垦总局，国家期望大力发展乳制品，降低新中国新生儿出生死亡率及强壮青少年体质。在黑龙江农垦总局旗下，1962年，成立了“赵光农场”，这是飞鹤的前身。

1984年，赵光乳品注册了飞鹤商标。1996年，首家有业务运作的“黑龙江飞鹤”公司正式成立。1998年，黑龙江飞鹤收购赵光乳品厂资产，“飞鹤”逐步崭露头角……24岁毕业后就在赵光乳品厂工作的冷友斌，此时从技术员做到了赵光乳品厂的厂长。

根据央视《企业家·奋进正当时》栏目报道：“2001年，时任厂长的冷友斌接下1000多万元的债务，带领100多名老工人，盘下一处旧厂房，在齐齐哈尔东县开始了创业。”

源于短缺经济的时代需求，奶粉是名副其实的紧俏商品，彼时国产奶粉占市场份额超过80%，也并无占据优势的国际巨头，“下海”后的飞鹤发展较为顺利。同时，冷友斌非常具有国际视野，2003—2009年先后数次在海外资本市场进行融资，获得了扩大生产所需的资金。数年的发展，令飞鹤摆脱了建厂初期的困境，整个企业的视线开始锚定更高的目标。

奶粉作为紧俏商品，此时国内的所有相关企业都倾向于“大干快上”，简言之就是“轻资产”运营。奶粉企业到处收购奶源，然后做成奶粉就可获利颇丰。这自然带来了“哄抢奶源”。而“哄抢”意味着对品质的要求不断下降……唯一支持企业大规模发展的路只有一条——企业自己建设奶牛场。

但此时全行业处在“跑马圈地”的疯狂之中，投入数亿元建设奶源是一件“不合时宜”的事情。同时养殖业投资回报周期长，存在较大生物资产减值风险，长期从事奶粉制造的飞鹤实际上是“门外汉”……在接受央视采访时，冷友斌表示：“很多人质疑我，养牛的事都是农民的事。自己拿钱去做市场

和销售，卖货赚钱，这才是你要做的事，但是我坚信要做源头，要做产业链。”

2008年，“轻资产运营”“跑马圈地”“大干快上”最终导致中国乳业遭遇挫折。

2008—2018年，十年间中国婴幼儿配方奶粉市场可谓风起云涌。旺盛的需求、紧缺的供应、大力的监管整治，作为未检出三聚氰胺，同时拥有自建牧场的飞鹤，获得了难得的发展机遇，随着上述供、需、管三力的共振交响，飞鹤营业收入不断增长，从2008年之前不到8亿元增至2018年的104亿元，将时代的

飞鹤乳业 “异军突起”方法论

编者按/飞鹤乳业近年来迅速崛起，在中国婴幼儿配方奶粉市场成为第一，而且产品以高端为主，是国产品牌“绝地反击”的典型代表。

有人将其归功于品牌定位，有人将其归功于营销渠道上的别出心裁，但过程显然不会如此简单。从宏观趋势、行业历史，到企业发展战略、企业家精神，再到工厂运营管理、组织体系变革、引进“世界级制造”(World Class Manufacturing，以下简称“WCM”)方法论……营销反而是所有内在成长后的一种“外化”表现。

本期案例回顾飞鹤乳业的发展历程，挖掘其业绩异军突起的关键原因。对于中国婴幼儿配方奶粉行业的涅槃重生，也许必须结合大势与历史，结合企业家精神及背后具体的运营管理技术，才能有更“长期主义”的认知。



飞鹤奶粉广告布局进入各大城市的购物中心。

机遇和自身的发展充分结合，成就国产品牌迅猛发展的缩影。

可以看出，被认为是成功标签的“更适合中国宝宝体质”，实际是飞鹤多年来“正道成功”“长期主义”“厚积薄发”理念的外化表现，是产品品质提升后在营销端的水到渠成。了解中国婴幼儿配方奶粉的发展历史，了解飞鹤的几次关键选择，将会更为清晰地把握企业的经营之匙。

实际上在2017年前后，面对

前文所述的“三力共振”，飞鹤在企业的经营管理层面，开始面临“最底层的挑战”，即“如何做好每年数百亿产值的奶粉生产？”这是企业发展的根基，同时这一领域存在大量优化的空间，比如通过精益生产这些理念，带来生产线产能的扩展。比如减少库存周转天数，提高整个经营效益……这些都将在市场竞争中构成企业的核心竞争力。

在2019年的招股说明书中，

飞鹤这样来讲述这段经历：“我们于2018年在甘南厂房推行WCM概念，通过整个生产过程中应用WCM概念，我们能够识别出可能会导致亏损的微细问题，降低我们每个生产步骤的成本，以提高生产效率，我们计划于日后在其他厂房推行有关概念。”

简而言之，飞鹤又选择了一条“长期主义”的道路，即聘请咨询公司，将WCM的方法论引入企业。

2. 模式

“世界级制造”的逻辑与体系

相较于近年来很多企业通过“数字化转型”，把所有先进的东西固化到一整套系统里，然后“不适当者淘汰”，来解决运营管理问题。飞鹤选择通过咨询公司的方法论指导，对全员进行破冰、培训，设立支柱小组，建立矩阵式管理，在方法论指导下，不断开会研讨，在工厂具体生产环节去识别、消除、预防各种“损失”，固化后再不断升级整个体系和思维，绝大部分的运营管理人通过WCM实现内部培养……就如同当年决定自建牧场，这样的选择并不是一件容易的事。

“如何把管理者的经验固化下来，不靠‘强人’而靠整个组织、流程、机制，这是飞鹤必须迈过的管理门槛。”但冷友斌同时认为，“固化”并不是一锤子买卖，软件系统不能解决所有问题，根本上是要打造一个能够自我生长的“集体”，营造了创新的氛围，带来了舒适、健康、安全的职场，实现良性循环后，打造一支倾向于学习的团队。至于消除质量缺陷、减少库存、改进工艺等等，都是这个组织的外化表现。

这样的指导思想，与飞鹤自建牧场而后有“更适合中国宝宝体质”的营销外化，可谓一脉相承，这也可以说理解为何飞鹤选择了相对艰难，但更贴合自身价值观的咨询—培训—固化—循环路径……2017年7月，通过充分的考察与调研，飞鹤WCM世界级制造项目在龙江工厂正式启动，10月份在甘南工厂启动，2018年

3月份在克东工厂启动，并在之后的时间里逐步扩展到全集团的各个工厂。

非常框架性地来解释WCM模式，可以基本理解为“在理论路径上，其将精益生产、全员生产维护、六西格玛、全面质量管理等各有侧重方法论集于一体且逻辑自治”。

WCM以“系统消除损失”为核心，包含损失识别、损失消除、损失预防三步曲。

所谓“损失”，WCM定义为“转化过程中使用的总资源与为客户创造价值所必需的资源之间的差异”。具体的“损失”可谓无处不在，材料的边角浪费、机器的切换空闲、资金的财务成本、人员在厂房中非最优路径行走而浪费的时间、工序的不合理导致的等待时间、没必要参与某个会议的人员所浪费的时间……而什么叫“非最优”“不合理”和“没必要”——关键在于管理者能否发现、消除、预防。

很多管理方法将“差距”作为目标。但WCM实操层面的哲学思想则是“0损失”，这意味着在制定目标时，不能仅用“参考值”“最佳值”或“标准值”，必须关注理论极限。识别损失即是识别改善机会，挖掘提高竞争力的潜能。

同时，WCM企业层面的哲学思想在于：“通过组织中所有员工的积极参与，来持之以恒地挑战和消除所有流程中的损失。”

基于此，在框架层面，WCM

需要建立矩阵式管理体系，其与原有组织架构并行，但打破原有的部门框架，包含原有组织中各个相关部门的相关人员，例如AM(生产)、PM(设备)、QM(质量)、EHS(环境健康安全)、ET(人事)、FI(焦点改善)等，这种组织被命名为“支柱”。“支柱”是跨职能的方法论专家团队，以支持组织实现“0损失”目标。同时“支柱”是持续改善的专业知识和方法论的中心。所以简而言之，各部门相关员工在新的目标下，聚集在各个“支柱”内，使用WCM提供的各种思维工具去“识别、消除、预防损失”。

以一位一线员工的成长为脉络，WCM“成体系”地为飞鹤培养了大量优秀的管理者。

2014年入职飞鹤的吕玉涛，最初是一名包装工，从未接触过所谓“系统”的运营管理理念。2017年接触WCM后，了解到“损失=机会”的视角，他加入多个改善小组尝试用方法论找到改善路径。

此后从AM支柱做起，吕玉涛跨支柱参加过FI、PM、ET、QM支柱，并担任WCM协调员，跨部门协调并学习所有部门的工作……他也从车间体系岗位提升到主管、部门负责人，直到当前担任横琴分公司代理经理。

回顾引入WCM后组织体系的建设成果，85%以上的员工在不同的改善团队或支柱中参与了WCM项目。

此外，由于“支柱”的矩阵式

管理特点，飞鹤有效破除了部门墙，建立了跨职能协作的组织能力。各个板块可以在理念和目标的牵引下，自主持续进行识别损失、消除损失、预防损失的循环。显而易见，这是一种体系化能力，更带来一种良性循环的价值——稳定的生产现场释放了技术工程人员的时间，他们有机会研究新的机会。

同时，飞鹤的教育培训支柱(Education & Training Pillar)牵头选拔，培养技术内训师，对操作人员进行技能管理后，部分岗位的工作内容发生了变化。例如操作工，从操作转向维修保养。维修工从维修转向设备升级改造。这实现了飞鹤引入WCM的最初设想——通过技能提升和作品内容演化，为公司提供了复合型人才，也为员工提供了更多的职业发展和深造的机会。

但不难看出，职能部门和支柱的人员是“复用的”，但有各自的目标。所以工作量会倍增。显而易见，这个“过渡期”无疑需要组织在价值观、企业文化、战略制定、任务分配、考核评价、薪酬绩效等方面予以配称……之所以说WCM逻辑自治，就是因为经过较多大型企业的最佳实践，各个模块有一套方法可以实现相互支撑……但同时也不能看出，WCM带有所谓“大公司打法”的味道，因为团队需要有一定的素养去理解方法论，并将方法论应用于具体改善之上。

3. 实践

践行“0损失”理念

大部分公司都有自己的会议体系，包括：每天、每周、每月、季度等不同频率的会议。这些会议的初衷是沟通解决问题，而往往由于会议效率低下，成为员工和管理人员的负担。

引入WCM下的PCS(行为控制系统)模块后，在咨询顾问的指导下，相关工作小组对工厂会议进行梳理，以车间会议为例，该会议之前由生产经理、主任和各区域主管三个层级的人员参与，各层级责任及讨论的主题都不清晰，谈论的话题基本没有明确的规则。

实施PCS后，经过KPI梳理，明确了会议讨论的指标和话题，而参会人员也以KPI强相关人员为主(改为生产经理和主任以及每次真正相关的职能人员)，加强了主任层级的责任要求，由其主动汇报，这释放了各区域主管的“陪会”时间。随后按照40%(会前准备)—20%(会中讨论)—40%(会后跟进)的时间分布原则，强调“会前数据和原因调查”“会后行动实施验证”，同时通过规则和统一认知，重塑了会议中的行为，例如：相互挑战、相互支持、给予引导、给予认可……

当飞鹤在工厂内全面施行WCM后，类似的“识别、消除、预防”损失的例子可谓无处不在。

例如，包装生产线的设备，此前没有系统的保养计划，故障频发，导致生产线计划生产时间延长。这些都被WCM识别为损失。随后，设备的计划维护与维修人员技能的提升，被列为攻关的对象。为此，改善小组通过方法论，完整识别了生产线上设备的原理与部件的立体装配图，对现场设备部件进行基本状态的恢复(从产生源头消除)，随后在“人机料法环”的各环节，根据技术手册与生产加工工况，建立部件的维护保养计划，并对人员技能培训验证，最终输出为标准，加入操作SOP中。

以包装材料“铁听”为例，在700克铁听和300克铁听的切换过程中，由于铁听的高度和直径都有很大变化，包装产线的设备需要进行“改头换面”的模具调整，部分设备相当于拆了重装。操作复杂且耗时。WCM改善小组在方法论的指引下，首先判断这种切换是一种“损失”。随后开展消除损失的计划，包括对每一个操作步骤进行录像分析，随后通过例如加装驱动、实现护栏宽度一键调节等办法，进行工艺流程的改进。消除损失后，再经过有效的培训，让操作员也能掌握复杂的拆装操作，以预防损失的发生……最终切换不同规格铁听的时间下降了50%—70%，这从一个环节推动实现食品企业的“柔性生产”。

围绕铁听，改善小组继续识别损失：铁听还有一类打码类的缺陷，可以细分为打码不清晰和打码偏移。飞鹤的改善小组完整识别了生产线上产生飞粉的点位，采用消除(从产生源头消除)—限制(当前没有技术能够消除源头，则限制飞粉范围)—保护(不能限制范围，则对关键部位进行除尘保护)的步骤对这些点位逐一研究。最终发现问题在于：未封口的奶粉罐，经过氮气保护隧道时，由于吹入的气流的影响会有细粉飞出。改善小组自行设计了新的氮气吹入口的结构，大大降低了气流对细粉的影响，消除了该点位飞粉问题。

观察

WCM能否助力飞鹤持续提升？

回顾过去的七年，飞鹤对WCM坚定的选择与开展，从试点工厂开始直至部署到集团各工厂，从生产运营到供应链，从传统制程改善到整体数字化提升，从方法论专家到数字化人才培养，直接体现了WCM的系统性和落地性。当前飞鹤每年单工厂就有近百个改善小组持续开展相关工作，飞鹤也在全员参与的状态下，成功培养了众多技术人才和管理人才，实现了工厂运营指标的提升和助力集团战略目标的达成。

如今的飞鹤，在全集团内部拥有了统一的管理语言，一个持续提升的管理系统，这就是飞鹤的WCM之旅。

可以看到，WCM首先追求理论上的“0损失”，随后围绕“损失”的识别、消除、预防，通过大量的方法论工具和思考框架，去组织企业人员解决企业实际问题。

等，WCM的指引在于“追求0损失、遵循同一框架、100%全员参与”，质量支柱于是设立了打码缺陷为“0”的目标，成立多个改善小组，“0损失”的追求让改善小组更细致地研究铁听在生产线上的运行状态，更积极地向外学习，与包材供应商、打码设备供应商和事业部工程师共同探讨解决方案，最终将产业链“握合在一起”，共同通过WCM的方法论指引，去实现“0损失”。

将浓缩后的牛奶通过高压喷入干燥塔制成奶粉，是飞鹤制粉工序中的最关键工艺。工厂采用具有世界先进水平的德国进口设备，一定生产周期后，需要对干燥塔进行清洗。干燥塔高近30米，虽然有自动清洗功能，但耗时近30小时，造成效率和产能的损失。

因此，在WCM的“0损失”理念下，飞鹤成立了“洗塔时间降低小组”，开始对供应商预定的清洗程序进行研究——每一个程序步骤的触发原则、时长参数等都逐一拆解。例如，干燥塔由很多设备组成，供应商清洗编程逻辑是依次清洗每个设备，并没有考虑并行清洗的统筹方法，而通过对清洗动力泵进行改造，即可实现多个设备同时清洗……通过类似的多项改善，洗塔时间最终降低超过30%。

此外，奶粉生产中水电气等能源的消耗，不仅是成本优化的研究对象，也是飞鹤EHS(环境、健康和安全)支柱0碳工作的关注课题，工厂绘制了水电气等所有类型能源的使用点地图，逐步对每个耗用点进行研究，分析和改善潜力评估。经多轮小组的改善，能耗降低的探索也进入了深水区，需要细致和专业的分析。例如，工厂有很多大型牛奶罐(百吨级或吨级)，其中有一步的清洗程序为边排出清洗液，边用水冲洗，小组实验了新的清洗方法，即先将清洗液排干净后，再用水冲，这种新的清洗方式可以降低一半的用水量。

“飞粉”问题也是重点攻关对象。奶粉颗粒细小，在奶粉灌装到铁罐，以及铁罐封口完成之前，会有小部分奶粉飞扬到设备上，称之为“飞粉”。这也是粉体加工行业的共同难题。这些飞粉不仅是物料损失，也会影响设备运行和现场环境等。

飞鹤的改善小组完整识别了生产线上产生飞粉的点位，采用消除(从产生源头消除)—限制(当前没有技术能够消除源头，则限制飞粉范围)—保护(不能限制范围，则对关键部位进行除尘保护)的步骤对这些点位逐一研究。最终发现问题在于：未封口的奶粉罐，经过氮气保护隧道时，由于吹入的气流的影响会有细粉飞出。改善小组自行设计了新的氮气吹入口的结构，大大降低了气流对细粉的影响，消除了该点位飞粉问题。

这一过程涉及了完全的组织变革、完全的管理变革和完全的技术创新，是一种从企业到个人的视角和思维方式的改变，同时也是企业整体“氛围”的改变……这种改变，在技术层面，可以通过引入WCM或通过其他方式落实，而在观念和视野层面，则需要通过了解企业的发展所呈现的价值观、企业面对的宏观和微观局面所形成的企业战略，以及企业组织的发展阶段去深刻体会。该文章由长江商学院案例研究员王小龙在长江商学院运营管理学教授朱阳指导下撰写。