



中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

开启新征程 全面建成社会主义现代化强国

NA2

中国AI跨越式发展:从创业潮起到赋能千行百业



商业案例

D4

“利他文化”是企业经营的底层逻辑

2022年8月30日,稻盛和夫去世,终年90岁。左手哲学,右手实学,稻盛和夫在其有生之年亲手打造了三家世界500强公司——京瓷集团、第二电电(KDDI)和日本航空,其经营思想更是在全球企业家群体中产生了重大影响,本人也被称为“经营之圣”。

在辉煌的商业成就背后,是稻盛和夫经营哲学在企业界的巨大影响力。稻盛先生“敬

天爱人”、利他的经营哲学和阿米巴思想在中国深入人心。

《中国经营报》选择在这一时点做有关致敬稻盛和夫的系列案例,不仅仅为了纪念这样一位伟大的人物,更重要的是,我们认为中国企业到了一个关键时刻,就是如何选择中国商业文化背景下的企业经营哲学,如何选择企业经营的底层逻辑。

国内很多企业学习和使

用阿米巴模式,有些成功了,有些失败了,原因是什么?阿米巴模式的精髓到底是什么?稻盛经营哲学也好,阿米巴模式也好,如果要与中国本土商业文化相衔接,还需要补足哪一个环节,撬动这两个车轮的杠杆在哪里?

我们计划以三期商业案例的形式来探讨上述问题,也希望能够激发国内转型中的企业找到属于自己的答案。

社评

大力发展实体经济 推动经济高质量发展

党的二十大报告,站在百年未有之大变局和民族复兴的制高点上,科学谋划了未来5年乃至更长时期党和国家事业发展的目标任务和大政方针,提出一系列新思路、新战略、新举措,描绘出全面建成社会主义现代化强国的宏伟蓝图。报告提出,建设现代化产业体系,坚持把发展经济的着力点放在实体经济上,推进新型工业化,加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国。党的二十大报告对于实体经济的定位,意味着实体经济将成为未来中国经济发展的重头戏。

我国工业拥有41个大类、207个中类、666个小类,是世界上工业体系最为健全的国家。2010年我国制造业增加值首次超过美国,之后连续多年稳居世界第一。2021年,我国工业增加值比上年增长9.6%,拉动经济增长3.1个百分点,对国内生产总值(GDP)增长的贡献率达到38.1%,是国民经济平稳运行的重要支撑力量。

但是,尽管我国制造业增加值连续多年稳居世界第一,但与高质量发展要求相比仍有不小差距,不少领域大而不强、大而不优的现象

还比较普遍,关键核心技术受制于人的局面尚未根本改变,产业链、价值链整体仍处于全球中低端水平。传统产业转型升级面临较大成本压力和资金、人才、技术等瓶颈制约。高技术和战略性新兴产业规模偏小,牵引带动能力不够强。这些问题的存在,对我国经济发展安全带来较大的挑战。

因此,在党的二十大报告中,以习近平同志为核心的党中央着眼于中华民族伟大复兴的战略全局和世界百年未有之大变局,在深刻把握国内外形势变化和发展经验教训的基础上,提出了把发展经济的着力点放在实体经济上的重大论断。这个论断,体现了以习近平同志为核心的党中央对夯实高质量发展根基的战略谋划和工作安排,必将对中国经济发展产生重大而深远的影响。

大力发展实体经济,可以牢牢把握经济发展的主动权。习近平总书记指出,一个国家一定要有正确的战略选择,我国是个大国,必须发展实体经济,不断推进工业现代化,提高制造业水平,不能脱实向虚。作为供应链的中间环节,实体经济与其他行业的互动关联较

民族复兴具有重要的意义。

大力发展实体经济,可以帮助中国在国际竞争中赢得充分的主动权。作为大型开放经济体,我国当前对外贸易不确定性达到新的高度。一方面,发达国家针对中国制造业的各种声音此起彼伏,在新的力量平衡构建过程中,我国制造业高度承压;另一方面,越南等发展中国家体现成本优势,使得中国制造业面临向外转移和供应链重构的严峻挑战。在这种情况下提出大力发展实体经济,强调实体经济的核心地位就显得尤其重要。保持实体经济在国民经济中稳定的比重,一方面可提升产业链、供应链现代化水平,另一方面可以继续保持中国产品的竞争力。我们切不可放弃这种竞争力,这也是中国在世界舞台上发出中国声音、迈出中国步伐、走出中国道路的必然要求。

我国经济是靠实体经济起家的,也要靠实体经济走向未来。因此,我们必须深入系统学习党的二十大报告中有关发展实体经济的重要论述,不断做实做强做优实体经济,为推进中国式现代化建设、全面建成社会主义现代化强国奠定坚实的基础。

经济大势

A1~A8

- 交通强国铁路先行 A3
- 全面推动铁路高质量发展
- 教育如何让人民满意 A4
- 马骏谈“绿色金融这十年”: A7
- 政策体系初建成 转型将成为新亮点

营商环境

B1~B20

- 银行理财降费让利 B2
- 提振消费活力 银行抢滩“双11”场景金融 B5
- 城投转型:百万亿存量资产可供盘活 B7
- 备案数量突破“千单”大关 B8
- 慈善信托全方位扩张
- 制造强国 B9
- 产业园区迎来高质量发展新机遇
- 多地发力多式联运示范区 B10
- 助力统一大市场建设
- “取暖神器”热销欧洲背后: B14
- 义乌小商品何以闯出大市场
- 击退重大慢性病 B17

智在公司

C1~C8

- 鏖战第十四届“双11” C2
- 新老玩家各有所图
- 出口量居全球第二 C5
- 自主品牌车企加速征战“一带一路”市场
- 车市开启“收官之战”: C7
- 新车频亮相 有4S店每天试驾58组

消费连锁

D1~D4

- 多元推动 幼有所育 D2
- 老年教育升温 D3
- 产业迈向市场化还需精耕细作

本期热词

“反向旅游”

今年的“十一”黄金周,全国部分传统旅游景点依旧火爆。但也有不少年轻人在社交平台上晒出自已的“反向旅游”行程。与传统的旅游人群不同,他们中的不少人通过选择冷门目的地、打卡非旅游城市、“宅”式度假的方式,让自己的假期更加舒适。

“反向旅游”现象背后的伪与真

金融为粮

各家银行金融机构围绕粮食生产、流通、收储、加工等环节,依托农业产业园、产业集群、龙头企业,为各类涉农主体提供差异化信贷支持措施,让更充沛的金融活水涌向田野,为粮食稳产保供提供了重要支撑。

夯实粮食安全根基 金融全方位支撑

苏美牵手

“首批175城629家,计划在2023年入驻门店超1000家。”苏宁易购向《中国经营报》记者确认,此后还将持续与美团推进即时零售,空调、冰洗等大家电的即时配送将是下一步重点。

苏宁易购牵手美团“即时零售”上演新故事

智能农业

作为一位来自农村基层的党代表,李忠华告诉记者,自己将带领乡亲们继续从智能化、高效种植模式上下功夫,不断增加科技投入,把当地农村打造成人人向往的地方,让农民种地成为非常体面的工作。

李忠华:农业大有文章可做



6 942626 144086
广告许可证:京海工商广字第0224号
本报常年法律顾问:北京德和衡律师事务所

开启新征程 全面建成社会主义现代化强国

本报记者 屈丽丽 北京报道

在经历新时代十年的伟大变革之后，中国共产党正开启又一个新的征程。10月16日召开的党的二十次全国代表大会宣布：从现在起，中国共产党的中心任务就是团结带领全国各族人民全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。

党的十八大以来，以习近平同

志为代表的中国共产党人，坚持“两个结合”，在伟大实践中创立了习近平新时代中国特色社会主义思想，全面加强了党的领导，实现了小康这个中华民族的千年梦想，打赢了人类历史上规模最大的脱贫攻坚战。在新发展理念和高质量发展的引领下，我国经济实现了历史性跃迁，国内生产总值从54万亿元增长到114万亿元，我国经济总量占世界经济的比重达18.5%，提高7.2个百分点，稳居世界第二位。

现代化强国新内涵

从党的二十大报告的新战略、新思路、新方法中不难看出现代化强国的新内涵。

那么，到底该如何理解现代化强国的新内涵呢？它与我们过去十年的发展有着怎样的接续关系？如何借助十年伟大变革透视我们新征程上的新战略？

史丹告诉记者，“在党的二十大开幕式上，习近平总书记从十六个方面进一步对新时代十年伟大变革、伟大成就进行了更全面、更深刻的理念总结。在党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、中华民族发展史上具有里程碑意义。”

史丹认为，“面向未来，习近平总书记的讲话主题鲜明，明确了我党举什么旗帜、走什么样的道路、以什么样的精神面貌、面向什么样的目标，是指引我国开启新征程的纲领文件，党的二十大对党的十九大所确定的建设社会主义现代化强国目标道路选择的总体谋划，提出了新战略、新思路、新方法，令人振奋。”

从党的二十大报告的新战略、新思路、新方法中不难看出现代化强国的新内涵。正如报告中所指出的，“前进道路上，必须牢牢把握以下重大原则：坚持和加强党的全面领导，坚持中国特色社会主义道路，坚持以人民为中心的发展思想，坚持深化改革开放，坚持发扬斗争精神。”

具体来看，社会主义现代化强国包含了十二个方面的内容：

第一，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。要在新发展理念和新发展格

局的引领之下，加快建设现代化经济体系，着力提高全要素生产率，着力提升产业链供应链韧性和安全水平，着力推进城乡融合和区域协调发展，推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。

相应地，在坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，推进新型工业化，加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国，同时加快建设农业强国和贸易强国。

第二，教育、科技、人才是全面建设社会主义现代化国家的基础性、战略性支撑。因此，要深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略，开辟发展新领域新赛道，不断塑造发展新动能新优势。

其中，在人才战略方面，要加快建设世界重要人才中心和创新高地，着力形成人才国际竞争的比较优势，把各方面优秀人才集聚到党和人民事业中来。

第三，人民民主是社会主义的生命，是全面建设社会主义现代化国家的应有之义。因此，现代化强国的一个本质属性就是要发展全过程人民民主，保障人民当家作主。

第四，要坚持全面依法治国，推进法治中国建设。全面依法治国是国家治理的一场深刻革命，关系党执政兴国，关系人民幸福安康，关系党和国家长治久安，因此，必须在法治轨道上全面建设社会主义现代化国家。

第七，要推动绿色发展，促进人与自然和谐共生。大自然是人类赖以生存发展的基本条件。尊重自然、顺应自然、保护自然，是全面建设社会主义现代化国家的内在要求。

第八，国家安全是民族复兴的根基，社会稳定是国家强盛的前提。一个现代化的强国，必须要推进国家安全体系和能力现代化，坚定不移贯彻总体国家安全观，坚决维护国家安全和社会稳定。

第五，全面建设社会主义现代化国家，必须坚持中国特色社会主义文化发展道路，增强文化自信，增强实现中华民族伟大复兴的精神力量，不断提升国家文化软实力和中华文化影响力。

第六，现代化强国要增进民生福祉，提高人民生活品质，要在发展中保障和改善民生，扎实推进共同富裕。

第九，实现建军一百年奋斗目标，加快把人民军队建成世界一流军队，开创国防和军队现代化新局面。

第十，“一国两制”是中国特色社会主义的伟大创举，要坚持和完善“一国两制”，推进祖国统一。

第十一，一个现代化强国要能回答世界之变、时代之变、历史之变的重大问题，当前人类社会面临前所未有的挑战，我们要能站在全球的高度，促进世界和平与发展，推动构建人类命运共同体。

第十二，全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴，关键在党。因此要坚定不移全面从严治党，深入推进新时代党的建设新的伟大工程。

史丹告诉记者，“习近平总书记的讲话是前进的引领、奋斗的召唤，是中国共产党带领中国人民迈向社会主义现代化新征程、奔向第二个百年奋斗目标的政治宣言。”

同时，中国贸易结构持续优化，与“一带一路”沿线国家贸易规模占外贸总值比重持续增加，跨境电商迎来高速发展。

在这方面，国家发展改革委党组成员、副主任赵辰昕10月17日在党的二十大新闻中心举办的第一场记者招待会上表示，当前，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，吸引外资也面临新的形势。中国将进一步加大鼓励外商投资的力度，会发布实施2022年版《鼓励外商投资产业目录》，进一步扩大鼓励外商投资的范围，加大先进制造业、现代服务业、高新技术、节能环保等领域，以及中西部和东北地区对外商投资的支持力度，为外商投资提供更有吸引力的政策环境。

数据显示，2012年到2021年的十年间，中国外贸规模从24.4万亿元增加到39.1万亿元，国际市场份额从10.4%提高到13.5%，全球货物贸易第一大国地位更加巩固。与

新时代新征程，中国共产党的使命任务将聚焦全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标，总的战略安排是分两步走：从二〇二〇年到二〇三五年基本实现社会主义现代化；从二〇三五年到本世纪中叶把我国建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国。

对此，中国社会科学院工业经济研究所所长史丹告诉《中国经营报》记者，“党的二十大是我党又一次具有历史意义的重大会议。回顾历史，我国历次党的代表大会做出的重大决定，在重大历史关头对改变中国命运，对引导中国革命和建设走向胜利，发挥了决定性作用。当前，我国处于由全面建成小康社会迈向社会主义现代化强国新征程中，面对全球百年未有大变局所形成的新形势、新挑战，党的二十大的胜利召开必将引领全体中国人民力克时艰，实现新的奋斗目标。”

未来五年是开局起步关键期

“未来五年是实现第二个百年奋斗目标新征程上的关键时期，风险、困难、矛盾、问题会很多，要围绕解决我国社会主要矛盾问题的角度来看待重点问题和重点挑战。”

经济发展的大盘子，要拎出能够稳住经济发展大盘子的重大关系问题，逐一解决。“比如稳住大盘与稳实业的关系，稳实业与稳投资的关系，稳投资与促消费的关系，还有就业增长、外贸增长等等，很多方面的关系问题要把它拎出来，要把它搞清楚。这里面学问很多，而且都是很重要的问题。”

那么，我们应该如何理解未来五年关键时期要解决的重点问题和重点挑战？“关键”又体现在哪些方面？克服这些挑战，我们的战略底气和产业优势又源自哪些方面呢？

对此，中国社会科学院马克思主义研究院原副院长张祖英教授告诉《中国经营报》记者，“未来五年是实现第二个百年奋斗目标新征程上的关键时期，风险、困难、矛盾、问题会很多，要围绕解决我国社会主要矛盾问题的角度来看待重点问题和重点挑战，一方面，要把握好人民对美好生活的向往，另一方面要认真解决发展的不平衡、不充分的问题。”

张祖英认为，“要在新时期新征程上把握好人民对美好生活的向往，就要深入了解我们在实现全面小康，摆脱贫困，解决了温饱问题之后，在‘富起来’后向‘强起来’发展的过程中，人民对美好生活的向往到底有哪些新的变化，包括在物质方面、精神方面的新要求到底是什么，这些都需要细心地捋一捋，里面需要下很多的功夫，有很多的事情可做。”

对于发展的不平衡、不充分问题，张祖英表示，“过去十年，我们在不平衡、不充分上都是有发力的，特别是在不平衡问题方面，比如解决小康问题、贫困问题有显著的成效。但由于受疫情影响和国际环境影响，这几年我们发展的不充分问题就比较凸显了，主要表现在国民经济延续恢复的态势明显，也就是说经济恢复的基础不牢固。因此要坚持发展是第一要务，牢牢守住



未来五年是全面建设社会主义现代化国家开局起步的关键时期。视觉中国/图

第九，实现建军一百年奋斗目标，加快把人民军队建成世界一流军队，开创国防和军队现代化新局面。

第十，“一国两制”是中国特色社会主义的伟大创举，要坚持和完善“一国两制”，推进祖国统一。

第十一，一个现代化强国要能回答世界之变、时代之变、历史之变的重大问题，当前人类社会面临前所未有的挑战，我们要能站在全球的高度，促进世界和平与发展，推动构建人类命运共同体。

第十二，全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴，关键在党。因此要坚定不移全面从严治党，深入推进新时代党的建设新的伟大工程。

史丹告诉记者，“习近平总书记的讲话是前进的引领、奋斗的召唤，是中国共产党带领中国人民迈向社会主义现代化新征程、奔向第二个百年奋斗目标的政治宣言。”

推进高水平对外开放

本报记者 谭志娟 北京报道

党的二十大报告提出，推进高水平对外开放，稳步扩大规则、规制、管理、标准等制度型开放，加快建设贸易强国，推动共建“一带一路”高质量发展，维护多元稳定的国际经济格局和经贸关系。

机构统计显示，在此次党的二十大报告中，“开放”一词共出现14次，属于高频词汇。

对此，浙江大学国际联合商学

院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林日前在接受《中国经营报》记者采访时分析说，“从对外开放角度，党的二十大报告提出了规则、规制、管理、标准等制度型开放的思路，未来中国将继续和全球其他国家保持经济交流，中国将主动融入到全球贸易规则当中，一方面中国将着手引进来，通过优化中国国内的投资环境的方式，以法治化、优质化营商环境来吸引全球资本和经营者来华

投资经营；另一方面中国将走出去，推进人民币国际化，共建‘一带一路’，参与全球产业分工合作，维护多元国际经贸关系。”

中国国际经济交流中心首席研究员张燕生也表示，党的十八大以来，中国坚持对外开放的基本国策，坚定奉行互利共赢的开放战略，不断以中国新发展为世界提供新机遇，推动建设开放型世界经济，更好惠及各国人民。“蓉欧非”铁海线路的开通，就是最好的体现。

与此同时，中国贸易结构持续优化，与“一带一路”沿线国家贸易规模占外贸总值比重持续增加，跨境电商迎来高速发展。

在这方面，国家发展改革委党组成员、副主任赵辰昕10月17日在党的二十大新闻中心举办的第一场记者招待会上表示，当前，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，吸引外资也面临新的形势。中国将进一步加大鼓励外商投资的力度，会发布实施2022年版《鼓励外商投资产业目录》，进一步扩大鼓励外商投资的范围，加大先进制造业、现代服务业、高新技术、节能环保等领域，以及中西部和东北地区对外商投资的支持力度，为外商投资提供更有吸引力的政策环境。

数据显示，2012年到2021年的十年间，中国外贸规模从24.4万亿元增加到39.1万亿元，国际市场份额从10.4%提高到13.5%，全球货物贸易第一大国地位更加巩固。与

推动共建“一带一路”高质量发展

党的二十大报告提出，要推动共建“一带一路”高质量发展。

就此，对外经济贸易大学国家对外开放研究院研究员、全球化与中国现代化问题研究所所长王志民日前在接受《中国经营报》记者采访时表示，共建“一带一路”倡议是全球治理的中国方案，是中国为世界提供的国际公共产品，打造了一个崭新的国际经济合作新平台。

它突破了传统的“中心—外围”格局，促进沿线国家和地区间的产业融合和工业化进程，构建了互利共赢的产业链和价值链体系。“一带一路”沿线国家和地区处于不同经济发展阶段，资源禀赋、科技实力差距很大，但都有各自的比较优势，通过与其他国家的发展战略对接，推动了沿线各国的产业结构调整和工业化进程。

王志民还指出，总的来说，共建“一带一路”的成果可以用“三通”来概括：“硬联通”方面，“六廊六路多国多港”的互联互通架构基本形成，陆、海、天、网“四位一体”互联互通布局不断完善；“软联通”方面，中国标准在高铁、核电、通信、汽车等领域已经实现了从跟随到

引领的跨越，为高质量共建“一带一路”提供了技术支撑。最新统计显示，“一带一路”沿线国家和地区在建的重点基础设施项目有超过1/3采用中国标准；“心联通”方面，近年来，我国各类社会组织在沿线国家发起“光明行”“幸福泉”等一系列活动，提升了沿线国家民众的幸福感。

商务部研究院“一带一路”经贸合作研究所所长祁欣在接受媒体采访时也表示，“一带一路”沿线国家多为发展中国家或欠发达国家，整体营商环境与发达国家相比存在一定差距。共建“一带一路”以来，中国与“一带一路”沿线国家和衷共济，不断加强投资合作，对沿线国家非金融类直接投资占比从2013年的12.5%升至2021年的17.9%。新冠肺炎疫情发生后，投资虽然受到人流、物流限制等诸多因素影响，但中国对

沿线国家的投资规模和占同期总额的比重仍持续走高，投资活力和增长势头持续不减。

数据显示，2021年，中国与“一带一路”沿线国家贸易额达到1.8万亿美元，同比增长32.4%；对沿线国家直接投资214.6亿美元，增长15.3%。另外，从货物贸易

额来看，2013年～2021年，中国与“一带一路”沿线国家累计规模已近11万亿美元，并且每年贸易额持续创新高；同时，对沿线国家直接投资也逆势增长，累计总额已超1600亿美元。

对于党的二十大报告提出的“加快建设贸易强国”，王志民对记者说，“贸易强国是指我们的高端制造业在贸易额中占的比重比较高。我们的贸易过去主要集中在商品和货物贸易方面，我们在这方面需加紧努力，实现产业结构升级。”王志民还表示，“除了商品和货物贸易，还有服务贸易，这是建立贸易强国的重要内容。我国服务贸易多年呈现逆差，这是制约我国建设贸易强国的一个方面。不过，我国过去取得的成绩是可喜的，这从数据可见，在2019年～2021年，在全球服务贸易下降5.1%的情况下，我国服务贸易都是重大的战略机遇。”

数据显示，我国服务贸易在世界的排名已连续八年稳居世界第二位。目前，与我国有服务贸易往来的国家和地区增加到200多个。2021年，我国与“一带一路”沿线国家服务贸易额增长33%，与金砖国家增长52%，与东盟国家增长27%。

交通强国铁路先行 全面推动铁路高质量发展

本报记者 路炳阳 北京报道

党的二十大报告提出,建设现代化产业体系,坚持把发展经济的着力点放在实体经济上,推进新型工业化,加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、

铁路建设快速发展

2012年到2021年全国铁路营业里程从9.8万公里增长到15万公里。

无论从交通强国还是制造强国角度看,中国铁路这十年都是快速发展的十年。

十年来,铁路网规模快速增长。2012年到2021年全国铁路营业里程从9.8万公里增长到15万公里,其中高铁营业里程超过4万公里,高铁已覆盖全国94.9%的50万人口以上城市;全国铁路网密度从101.7公里/万平方公里增长到156.7公里/万平方公里;复线率和电气化率分别从44.8%和52.3%增长至59.3%和73.3%。

从客货运输量看,2012年到2021年国家铁路完成旅客发送量262亿人,较上一个十年增加132亿人,目前全国铁路日均开行旅客列车能力突破一万列,较2012年增加6000余列;十年来国家铁路完成货物发送量317.2亿吨,较上一个十年增加64.6亿吨。

在制造强国方面,铁路装备水平不断攀升。十年来全国铁路客车拥有量从5.77万辆达到了7.8万辆,其中动车组从825组增长至4153组,复兴号实现了对31个省区市全覆盖;全国铁路货车拥有量从70.2

数字中国。

实体经济是一国经济的立身之本,是财富创造的根本源泉,是国家强盛的重要支柱,经济发展任何时候都不能脱实向虚。建设制造强国与交通强国,在中国转向高质量发展阶段的大背景下,有着重大而深

远的意义。近年来,国家对交通强国战略的重视程度持续加深,创新发展的步伐不断加快。

交通强国,铁路先行。铁路作为国家重要基础设施,经济发展的先行官,建设交通强国就是其矢志不渝的

使命。自党的十八大以来,作为国民经济大动脉和国家重要基础设施,铁路在建设发展中,攻克难关,以改革创新的精神,推动铁路在实现高质量发展上不断取得新进展,在国民经济中扮演越来越重要的角色。



交通强国,铁路先行。

视觉中国/图

个时期铁路工作要坚持稳中求进,以推动高质量发展为主题,以深化供给侧结构性改革为主线,以改革创新为根本动力,聚焦主责主业,推进国铁企业治理体系和治理能力现代化,做强做优做大国铁企业和国铁资本。

国家铁路处于关系国家安全、国民经济命脉的重要行业和关键领域,承担重大专项任务的特大型国有企业,肩负国家铁路建设、运输经营管理、铁路安全生产和做强做优做大国铁资本等重要职责。

就下一个时期铁路发展的总体要求,李迎九称要坚持稳中求进,始终做到方向不偏、节奏不乱、目标不变、力度不减,以“稳”更好地求高质量的“进”,以高质量的“进”更好地促进“稳”,从而确保铁路安全稳定

和推动高质量发展不断向前。

同时坚持守正创新,强化有利于提高安全保障、有利于提高发展质量、有利于提高资源配置效率、有利于调动干部职工积极性等重大改革创新举措,强化有利于开拓融入市场、有利于与其他方式衔接融合、有利于提升竞合能力等开放融合举措,持续增强发展动力与活力。

就铁路发展与安全的关系,李迎久表示,始终把安全发展理念贯穿改革发展各领域和全过程,把确保铁路安全作为头等大事来抓,牢牢守住铁路安全底线,着力加强铁路安全体系和能力建设,着力防范化解铁路安全、债务、经营等重大风险,着力提升运营安全水平和对国家战略安全保障能力。

本贯通,货运能力持续增强,城际和市域铁路网络化水平明显提升,铁路领域新型基础设施建设取得重要进展,安全可靠、便捷顺畅、经济高效、智能绿色的现代基础设施体系基本建成。

“十四五”期间铁路建设保投资、稳增长任务较重,铁路债务风险防控还应采取有力措施积极拓宽筹资渠道。左大杰建议,通过明晰铁路建设中的央地事权关系明确铁路投资责任,可按照铁路建设项目的覆盖范围、功能、属性确定地方政府的铁路投资范围,建立政府间铁路投资合作制度,推进铁路投资与事权相适应。

“同时充分发挥资本市场作用,进一步扩大直接融资规模,贯彻落实中央加快推动国铁企业股份制改造精神,把推动铁路资产资本化、股权化、证券化作为下一步铁路筹资方式的改革方向。”左大杰说。

就中国铁路未来发展目标,李迎九称,到2025年,中国铁路营业里程16.5万公里,其中高铁5万公里左右。现代基础设施体系更加完善,战略骨干通道不断加强,高铁主通道基

集团科技创新主体和领军企业作用更加显著,川藏铁路技术攻关、CR450科技创新工程取得重大突破,智能铁路2.0实现升级发展。

李迎九强调,铁路部门要坚持全路一盘棋和全国一张网,坚持底线思维,坚持尽力而为和量力而行,坚持目标导向和问题导向,统筹发挥自身优势和争取中央、地方更大支持,实现发展安全、质量、结构、规模、速度和效益相互协调统一。

事实证明,铁路修到哪里,哪里的经济就会腾飞。一条条新线路的开通为铁路运力注入了新的生机与活力,缓解了运能紧张,同时对沿线经济快速发展、改善民生,起到积极而深远的作用。交通是兴国之器,更是强国之基。不断完善交通路网建设,不仅为人民群众出行生活带来了便利,同时也促进了经济社会的发展。未来路网密集、高铁疾驶,一个流动的中国正在向着“人悦其行、物优其流”的愿景行进,交通强国将为全面建设社会主义现代化国家当好先行。

装备制造方面,李迎久表示,到2025年,中国铁路科技自立自强能力更加突出,铁路科技实力、创新能力、产业链现代化水平全面提升,技术创新体系和体制机制更加完善,国铁

需要从人的角度重新认识共同富裕的本质,而要提升人的能力就要彰显人的主体性、创造性和文明性,只有不断彰显这“三性”,贫富差距才能最终缩小。

此外,在这个过程中,我们还要在发展机会上追求平等,让每一个人的努力与所得相匹配,实现起点公平、过程公平。“这实际上是一个分配预期的问题,如果老百姓把分配预期的重心放到政府身上,就意味着对政府的依赖性会大大增强,这就会弱化努力与所得之间的关系。如果两者的关系出现弱化,大家就不会去勤劳致富,也不会积极创新,一旦社会形成了这种预期,蛋糕就不可能做大,人的发展也会落空。”刘尚希解释。

值得注意的是,从现实来看,如何努力实现发展机会的平等,是当前的一个重大问题。这意味着,实践层面促进共同富裕仍面临着诸多挑战。

尤其是中国仍处于社会主义初级阶段,是世界上最大的发展中国家,改革发展任务繁重,在此背景下,如何在充满不确定性的环境中构建中国发展的确定性,是当前

需要研究的重大问题。

更为重要的是,从体制上看,我国仍是城乡二元体制,尽管这些年城乡差距在不断缩小,城乡一体化发展也得到快速推进,但城乡二元体制依然存在。

对此,刘尚希建议,只有破除“二元”体制、缩小城乡差距才有希望,只有让农民财产权更充分地流动起来,包括自由选择、交易等真正实现流动,才能真正解决农民问题。

研究表明,改革开放四十多年来,我国通过市场化改革,实现了快速的工业化,尤其是民营经济的发展,使得种地的农民大大减少,伴随农业生产率的大幅度提高,我国也实现了农业工业化。

在刘尚希看来,下一阶段,我们还需要进一步减少社会身份和集体身份的农民,只有这样,中等收入群体才能扩大,国民能力才能得到提升,国家才能真正走向以人为本的现代化。

因此,解决共同富裕问题不能只在分配上做文章,现阶段我们要推进以人为核心的新型城镇化战略,并带动城乡区域一体化发展,这是促进新发展格局形成的重要途径。

刘尚希:共同富裕是中国式现代化的重要特征

本报记者 杜丽娟 北京报道

随着党的二十大报告的发布,共同富裕作为党的二十大报告重要关注点之一,成为业界普遍关注的话题。

“实现共同富裕是世界的愿景,更是中国式现代化的重要特征,作为一项艰巨的长期任务,实现共同富裕不是马上可以做成的事,但却也等不得,当前我们应该着手促进共同富裕、缩小贫富差距。”对于共同富裕的内涵,中国财政科学研究院院长刘尚希如此总结。

在促进共同富裕成为当前一项重要任务的背景下,如何通过健全基本公共服务体系,提高公共服务水平,增强均衡性和可及性,扎实推进共同富裕,也备受关注。

在“促进共同富裕面临的理论与实践挑战”研讨会上,刘尚希表示,当前很多观点都从分配的视角来谈共同富裕,但这却存在很大的局限性,因为只有做大蛋糕,才能谈得上分好蛋糕。“如果只是孤立静态地去讨论如何分好蛋糕、缩小差距,显然这样的理论是没有前提条件和基础的,这无异于空中楼阁。”刘尚希说。

在他看来,要跳出物的层面,

全面推进乡村振兴

本报记者 索寒雪 北京报道

曾经连任三届(第十、第十一、第十二届)全国政协委员的农业专家、河北农科院原副院长王海波向记者表示:“党的二十大全面开启建设社会主义现代化国家新征程,探索中国式现代化新道路,对中国发展、世界进步具有重大意义。”

王海波认为,党的二十大报告,催人奋进、鼓舞人心,报告中关于“全面推进乡村振兴”“加快建设农业强国”“扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴”“全方位夯实粮食安全根基”的论述具有深刻的新意。

农民的获得感增强

党的二十大报告指出:“全面推进乡村振兴,坚持农业农村优先发展,巩固拓展脱贫攻坚成果,加快建设农业强国,扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴,全方位夯实粮食安全根基,牢牢守住十八亿亩耕地红线,确保中国人的饭碗牢牢端在自己手中。”

盖永峰负责的合作社在2022年托管耕地面积达到了3.5万亩,其中种植大豆2.5万亩,种植玉米1万亩。每年托管的土地都在增加,盖永峰正在考虑延长产业链。

经过12年的发展,盖永峰带领嘉兴现代农机专业合作社已经从一个小型传统种植合作社,发展成为规模经营面积3万多亩的国家级示范社。

现在正是农忙时节,盖永峰正在通过合作社利用多种模式帮助周边的农民把手中粮食卖上好价格。合作社的业务也扩展到代收、代储、代烘干、代清选罐装、代销售。盖永峰深知农民的担忧之处,打出了“随时可以进行现金结算”的口号。

保粮保地

在党的二十大新闻中心集体采访中,吉林省委副书记刘伟表示:“我们始终贯彻藏粮于地、藏粮于技战略,率先启动建设国家粮食安全产业带,与中科院联合开展‘黑土粮仓’科技会战,播种面积常年稳定在8500万亩以上,累计已经建成高标准良田4000多万亩。下一步,我们加快信息化、数字化、智能化建设,持续提高粮食综合生产能力,重要农产品供给能力,努力为保障国家粮食安全作出更大贡献。”

据了解,2021年,吉林省粮食产量跨上800亿斤台阶,达到807.84亿斤。刘伟说:“吉林去年粮食增产率在全国主要产粮省份位居第一位,净增粮食产量在全国居第二位,储备调出量在全国居第三位,单产居全国第四位。吉林是全国第五位的产粮大省,全省粮食商品率已经达到91.1%。据统计,全国近些年排名前10位的产粮大县中,吉林就有7个,其中榆树市始终排在全国第一位。根据有关部门预测,今年全省粮食再获丰收,所以粮食产量有望再创新高。”

党的二十大报告中,强调“牢牢守住十八亿亩耕地红线”。

第三次全国国土调查数据显示,耕地面积19.179亿亩。此外,

还有一些耕地未能记录在案。该记录数据较之十年前略低。根据《国家人口发展规划(2016—2030年)》,到2030年,全国总人口将达到14.5亿人左右,城镇化率将达到70%。这意味着,扩大的城镇在向农村抢夺土地,因而牢牢守住18亿亩红线更加重要。

党的十八大以来,自然资源部修订实施了《土地管理法》《土地管理法实施条例》,颁布实施《黑土地保护法》。党中央、国务院印发了《关于加强耕地保护和改进占补平衡的意见》,国务院印发文件,就坚决制止耕地“非农化”、防止耕地“非粮化”作出专门部署。为了落实耕地保护优先序,自然资源部在《全国国土空间规划纲要(2021—2035年)》编制和“三区三线”划定中,将耕地保有量和永久基本农田保护任务足额带位置分解下达,做到优先划定、应划尽划、应保尽保。

随后,“耕地进出平衡”制度实行。针对国土调查反映出的耕地转为其他农用地、造成大量耕地流失的问题,自然资源部明确提出对耕地转为林地、草地、园地等其他农用地的,必须在年度内补足数量相等、质量相当的可长期稳定利用耕地。

2021年全国耕地总量实现净增加。

“全面推进”上下功夫

作为农业生物技术学者,王海波曾在河北农村参与技术扶贫。

王海波参与扶贫的县是河北省阜平县,阜平县农民人均年纯收入3913元。2013年,阜平县全部财政收入只有2.38亿元,王海波和村干部们找到了投资人,投资数百万元,建立多个香菇种植大棚,当地家庭年收入超过全面小康的人均收入标准。

在学习党的二十大报告过程中,他向记者表示,农业上需要特别注意报告中要求的由大

国向强国转变,这需要我们在战略谋划、具体事项设计上与操作执行中时刻保持这种意识。

王海波指出,关于全方位夯实粮食安全根基,需要深刻认识这个根基都包含什么,这其中不光有物质上的加强,还应有政策、机制的创新。关于粮食安全保障机制,需从加强种粮的计划指导性和保障农民从事种粮与从事其他行业利益相平衡上去考虑保障。中国式现代化,需立足国情开拓创新,需立足成功解决遗留问题和发展中遇到的问题。

教育如何让人民满意

本报记者 孟庆伟 北京报道

党的二十大报告指出，“我们要办好人民满意的教育，全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人，加快建设高质量教育体系，发展素质教育，促进教育公平”。

《中国经营报》记者注意到，相比此前，党的二十大报告高度强调教育、科技、人才协同发展，提出“深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略”，创新性地将教育、科技、人才的内容独立成章。受访专家表示，这体现了党中央对新时代实施科教兴国战略的高度重视。

教育、科技、人才协同发展

党的二十大报告创新性地将教育、科技、人才的内容以“实施科教兴国战略，强化现代化建设人才支撑”为主题独立成章。

党的二十大报告对教育的很多新提法备受关注。

中国教育科学研究院研究员储朝晖向《中国经营报》记者表示，党的二十大报告强调了此前已经在全国教育大会和其他会议与文件中提出的“深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略”，把教育强国、科技强国、人才强国并提。

“这一提法体现了党中央对新时代实施科教兴国战略的高度重视。”储朝晖说。

记者注意到，此前党的十九大报告中，教育是作为“提高保障和改善民生水平，加强和创新社会治理”的一部分，而党的二十大报告则创新性地将教育、科技、人才的内容以“实施科教兴国战略，强化现代化建设人才支撑”为主题独立成章。

在中国教育学会副会长、华中师范大学国家教育治理研究院院长、教授周洪宇看来，“加快建设教育强国”“加快建设高质量教育体系”是党的二十大报告的新提法。在接受媒体采访时他表示，在全党全国各族人民迈上全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的关键时刻提出这一重要论断，体现出教育强国建设、高质量教育体系建设的重要性、紧迫性。

周洪宇认为，新时代教育事业取得巨大成就，已建成世界上规模最大的教育体系，加快建设教育强国和加快建设高质量教育体系的条件已经越来越成熟。教育强国、科



党的二十大报告指出，深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略。

视觉中国/图

技强国和人才强国建设，都需要坚持教育优先发展战略。

此外，储朝晖说，党的二十大报告首次提出“全面提高人才自主培养质量”，强调“自主”，这是过去没有的新表述。

记者注意到，党的十八大以来，党中央多次强调要重视人才自主培养。2021年5月28日，习近平总书记在中国科学院第二十次院士大会、中国工程院第十五次院士大会和中国科学技术协会第十次全国代表大会上发表重要讲话时指出：“要更加重视人才自主培养，更加重视科学精神、创新能力、批判性思维的培养培育。”

党的二十大报告还指出，深入实施人才强国战略，完善人才战略

布局，加快建设世界重要人才中心和创新高地。

党的十八大以来，我国自主人才培养已取得显著实效。教育部高等教育司司长吴岩日前表示，近年来，教育部持续加强基础学科和拔尖创新人才的培养，着力走好人才自主培养之路，为建设世界重要的人才中心和人才高地提供关键支撑，并在三个方面持续发力：着力强化基础学科人才培养，提高国家的“元实力”；着力强化卓越工程师培养，提升国家“硬实力”；着力强化技术创新人才培养，提升国家“锐实力”。

据了解，高校创新能力持续提升，十年来获得全部国家自然科学奖的67%、国家技术发明奖的72%，

在“十四五”规划和2035远景目标纲要提出“构建高质量的教育体系”后，“加快建设高质量教育体系”写进党的二十大报告。围绕此目标，接下来我国教育改革发展的路径和着力点也更加清晰。

教育改革多点发力

报告指出，加快建设高质量教育体系，发展素质教育，促进教育公平。这为未来进一步深化教育改革提供了方向。

教育是国之大计、党之大计。党的十八大以来，围绕培养什么人、怎样培养人、为谁培养人这一根本问题，习近平总书记提出一系列新理念新思想新战略，形成习近平总书记关于教育的重要论述，为新时代中国教育发展指明前进方向、提供根本遵循。

党的二十大报告指出，加快建设高质量教育体系，发展素质教育，促进教育公平。这为未来进一步深化教育改革提供了方向。

在义务教育领域，促进义务教育优质均衡发展是重点。教育部基础教育司司长吕玉刚表示，将持续巩固义务教育有保障和县域基本均衡成果，深入推进义务教育优质均衡发展，确保到2035年实现优质均衡的义务教育。其中，着力构建优质均衡的基本公共教育服务体系，重点通过“五化”来缩小区域、城乡、校际、群体教育差距。

在职业教育领域，服务人的全面发展和经济社会高质量发展将是着力点之一。教育部职业教育与成人教育司司长陈子季表示，接下来将深化现代职业教育体系建设改革，以提升职业院校的核心办学能力为基础，以深化产教融合为突破，以推动普职融通为关键，创新国际交流与合作机制，奋力把习近平总书记对职业教育“大有可为”的殷切期待转化为职业教育战线“大有作为”的生动实践。

考试招生制度是国家的基本教育制度，关系到国家发展大计。2014年我国启动新一轮考试招生制度改革以来，截至目前，全国已有29个省份启动了高考综合改革，新高考实行科目可选，打破了过去“文综”“理综”固定科目组合模式，普通高中不同程度实行“选课走班”，高校进

一步优化课程设置，更加注重厚基础、宽口径人才培养。

怀进鹏表示，教育部将持续根据国家经济社会发展、人才培养需求，不断深化改革，更好地服务国家战略。

为围绕“双减”，下一步教育部将聚焦减负、提质、增效，不断提高“双减”工作水平，推进基础教育高质量发展。据了解，深化“双减”以来，学科类校外培训机构数量大大压减，线下机构压减比例达到95.6%，线上机构压减比例达到87.1%；校外培训价格明显下降，平均下降4成以上；防止隐形变异和非学科类培训机构治理工作也在深入推进。

据记者了解，党的二十大后，各省份教育系统正对标党的二十大报告的各项要求，部署接下来的教育改革工作。

“党的二十大报告中关于实施科教兴国战略、坚持教育优先发展以及办好人民满意的教育等重要论述和部署，为新时代教育改革发展提供了根本遵循。”海南省教育厅党委书记、厅长曹献坤表示。

安徽省也将以党的二十大报告为遵循，持续深化教育领域综合改革。安徽省委教育工委副书记、安徽省教育厅厅长赵振华表示，该省将落实立德树人根本任务，坚持“五育”并举，发展素质教育，促进教育公平，持续推进教育领域综合改革，切实推进高质量教育体系建设，加快推进教育治理体系和治理能力现代化，着力培养担当民族复兴大任的时代新人，为全面建设社会主义现代化国家贡献教育力量。

河南省委教育工委专职副书记尹洪斌也表示，该省将发展更加优质、更加均衡的教育，加快推动教育现代化。

建立生育支持政策体系

本报记者 孟庆伟 北京报道

新形势、新提法

人口发展是“国之大者”。党的二十大报告指出，“建立生育支持政策体系，实施积极应对人口老龄化国家战略”。

中国人口学会副会长、北京大学社会学系教授、北京大学应对老龄化国家战略研究中心主任陆杰华在接受《中国经营报》记者采访时表示：“‘建立生育支持政策体系’虽然简单一句话，但却蕴含着非常丰富的内涵。下一步我们政策整体的着眼点将是构建一个生育友好的社会环境和政策体系，这是党的二十大报告体现出的一个很重要的亮点。”

多位受访专家认为，此次党的二十大报告关于人口战略的表述与十九大报告有明显区别，主要是基于我国人口发展中生育率、人口老龄化出现了一些新的变化。

中共国家卫生健康委党组日前在《求是》杂志撰文指出，新时代我国人口发展面临着深刻而复杂的形势变化，人口负增长下“少子老龄化”将成为常态。当前人口工作的着力点是完善积极生育支持政策。我国配套生育支持政策体系尚不完善，亟待加快建立健全。

记者注意到，三孩政策实施一年多来，配套生育支持政策迈出坚实步伐。专家建议，未来在生育支持政策体系健全的过程中，还应该注重政策合力，从顶层设计的层面上，在产假、经济支持、文化观念转变等方面，能够有大的一个突破，促进“人口长期均衡发展”目标的实现。

“建立生育支持政策体系”的提法与十九大报告是有明显区别的，该提法主要是基于我们当前生育率相对比较低，生育、养育、教育成本又相对比较高的现实。”陆杰华表示，三孩政策放开后，生育率的提升预计不如预期，也因此，党的二十大报告中人口政策的着眼点与此前是不同的。

“目前，人口政策的着眼点就是通过包括法律、经济、社会等层面构建生育支持政策体系，旨在促进我国生育水平有所回升，确保‘人口长期均衡发展’目标的实现。”陆杰华称。

复旦大学人口研究所所长张力也对记者表示，党的二十大报告中关于人口发展的提法鲜明地释放了我国大力鼓励生育的重要信号。

“目前，我国已经陆续实施全面两孩和三孩政策，但生育压力仍较大，需要在配套政策上给予更多支持。”张力表示。

记者注意到，党的十九大报

告在“实施健康中国战略”部分指出，“促进生育政策和相关经济社会政策配套衔接，加强人口发展战略研究”，“积极应对人口老龄化”。

中国经济体制改革研究会特约研究员、健康中国50人论坛执行主任、人口专家陈剑告诉记者，相比党的十九大召开之时，我国人口形势发生了显著变化。

数据显示，2016年，我国总和生育率为1.7，全国新出生婴儿数为1846万人。但到了2021年，全国新出生婴儿数仅为1062万人，较五年前少出生近800万人。2020年第七次全国人口普查表明，我国总和生育率仅为1.3。

目前，国家统计局还未公布我国2022年人口变动情况，但陈剑表示，预计2022年将是中国第一次迎来人口负增长。“如果负增长，这将是一个历史性的变化，此后我国或将进入漫长的人口负增长阶段。”王广州等人表示。

中国社科院人口与劳动经济

研究所研究员王广州等人的研究显示，比较“七人普”与“六人普”年龄结构发现，与“六人普”相比，2020年15~59岁人口占比下降6.79个百分点，15~64岁人口占比下降5.98个百分点，60岁及以上人口占比上升5.44个百分点。60岁及以上老年人口首次超过0~14岁人口，成为中国人口年龄结构重大转变的显著标志之一。

2021年人口变动抽样调查数据显示，全国人口净增48万，总人口自然增长率进一步下降到0.34‰。

“由此可以推断，目前中国面临着超低生育率导致的出生人口规模大幅下降与平均预期寿命增长放缓的双重境况，必然形成人口总量长期快速负增长和人口年龄结构快速变化的新局面。超低生育水平条件下的人口持续快速负增长是中国历史上从未经历过的另一个重大人口结构转变。”王广州等人表示。

未来，我国老年人口规模还将日益增大。国家卫健委老龄司司长王海东9月20日曾披露，“2035年左右，我国60岁及以上老年人口将突破4亿”。

“相比此前，当前我国人口形势具有更强烈的现实感和紧迫感。”陈剑告诉记者，其中老龄化是中国未来发展面临的长期挑战。

如何应对新的人口形势？陈剑称，生育率的下降和老龄人口持续增长都是人口变动中最重要的内容。从全球经验看，随着经济社会的发展，生育率下降难以避免，但“建立生育支持政策体系”有助于生育率的提升。

前述中共国家卫生健康委党组的文章称，新时代我国人口发展面临着深刻而复杂的形势变化，人口因素的能动作用；兼顾多重目标，努力实现人口规模适度、素质较高、结构优化、分布合理的均衡发展状态；重视区域协调，在一些人口与发展矛盾比较突出的地区，精准做好各项管理服务，引导人口有序流动、合理分布。

育率降到1.3以下，低生育率成为影响我国人口均衡发展的最主要风险。三是老龄化程度加深，预计2035年前后进入人口重度老龄化阶段（60岁以上人口占比超过30%）。四是家庭小型化，2020年平均家庭户规模降至2.62人，较2010年减少了0.48人，养老和抚养功能弱化。五是区域不平衡，一些生态脆弱、资源匮乏地区人口与发展矛盾仍然比较突出。

文章称，鉴于上述趋势，优化生育政策，促进人口长期均衡发展的任务更重、要求更高、难度更大，需要付出长期艰苦的努力。

文章指出，必须将人口发展纳入现代化建设两个阶段战略安排中统筹考虑，最大限度发挥人口因素的能动作用；兼顾多重目标，努力实现人口规模适度、素质较高、结构优化、分布合理的均衡发展状态；重视区域协调，在一些人口与发展矛盾比较突出的地区，精准做好各项管理服务，引导人口有序流动、合理分布。

不仅如此，配套支持政策还

把住房、教育、医疗等政策适当向生育子女的家庭倾斜。探索完善公租房等住房保障政策，向符合条件的多子女家庭倾斜。持续提升普惠性幼儿园覆盖率，开展教育“双减”，推进义务教育优质均衡发展和城乡一体化。计划生育特殊家庭扶助金标准实现城乡统一，建立动态调整机制，养老医疗保障水平稳步提高。

目前，我国已实施3岁以下婴幼儿照护服务费用纳入个人所得税专项附加扣除，一些地方还积极探索发放生育津贴、育儿补贴等。同时，各地普遍延长产假60天以上，设立15天左右的配偶陪产假、5~30天不等的父母育儿假。

下转 A5

生育支持政策体系正加快健全

人口工作的本质是促进人的全面发展、促进家庭和睦幸福。但随着经济社会的发展，我国生育观念总体转向少生优育。

国家卫健委2021年的一项调查结果显示，育龄妇女生育意愿持续走低，平均打算生育子女数为1.64个，低于2017年的1.76个和2019年1.73个，作为生育主体的“90后”、“00后”仅为1.54个和1.48个。

经济负担重、子女无人照料和女性对职业发展的担忧等因素

已经成为制约生育的主要障碍。

也正因此，2021年5月31日中央决定实施三孩政策后，完善积极生育支持政策成为促进人口长期均衡发展的着力点。前述文章称，当前，我国配套生育支持政策体系尚不完善，亟待加快建立健全。

2021年7月20日发布的《中共中央、国务院关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》（以下简称《决定》）指出，顺应人民

群众期盼，积极稳妥推进优化生育政策，促进生育政策协调公平，满足群众多元化的生育需求，将婚嫁、生育、养育、教育一体考虑，切实解决群众的后顾之忧，释放生育潜能，促进家庭和谐幸福。

2022年8月16日，国家卫健委等17部门发布指导意见，进一步完善和落实积极生育支持措施。

陆杰华告诉记者，生育支持政策体系的内容很丰富，应该包括产假、现金、托幼、文化等多个方面。

记者注意到，三孩政策实施一年多来，中央及地方配套生育支持政策的推出和落实已取得诸多成效。

目前，我国已实施3岁以下婴幼儿照护服务费用纳入个人所得税专项附加扣除，一些地方还积极探索发放生育津贴、育儿补贴等。同时，各地普遍延长产假60天以上，设立15天左右的配偶陪产假、5~30天不等的父母育儿假。

中国第29批援几内亚医疗队队长郭伟：

不负使命 发扬中国援外医疗精神

本报记者 孟庆伟 北京报道

10月21日清晨，在距离中国一万多公里的非洲国家几内亚，一名只有7个月大、在手术间等待手术的脑积水患儿，突然血氧饱和度迅速降低，随后心跳停止。

在抢救了30分钟依然没有恢复心跳、几内亚医护准备放弃的时候，来自中国的护士赵钰、神经外科医生张国滨、麻醉科医生李学斌等几位医生并没有放弃，最终，经过近一个小时的努力，该患儿从死神手中被夺了回来。

而创造这个生命奇迹的，正是中国第29批援几内亚医疗队。自2022年3月4日中国第29批援几内亚医疗队赴几内亚执行援非任务以来，这样惊心动魄的生命守护，在中国援建的中几友好医院里，几乎每天都在发生。

不仅如此，短短半年，医疗队各学科援助成果丰硕，喜讯频传，

推动神经学科、心内科、骨科、普外科等多学科建设

我们此次的任务，一方面是帮助医院建设导管室，开展心脏介入治疗，这是此次援非工作的重中之重。

《中国经营报》：中国第29批援几内亚医疗队包含哪些队员？医疗队整体有什么特点？

郭伟：中国第29批援几内亚医疗队共有22名队员，其中有2名队员分别来自北京市卫生健康委和北京市疾病控制中心，他们负责开展卫生政策和公共卫生等领域的工作。

其他20名队员均来自北京天坛医院，包括医生、护士、后勤、财务等人员，是一个强大的团队。

其中，医疗团队来自神经学科、急诊科、重症医学科、心内科、骨外科、血管外科、中医科、放射科等15个临床专业的医疗队成员，将在中几友好医院为当地群众提供医疗服务，帮助当地提高医疗卫生水平。

医疗队的人员组成，也突出了北京天坛医院的诊疗特色，比如神经内科、神经外科等学科都有特别强有力专家保障。

从年龄来看，第29批医疗队员整体还是比较年轻的，平均年龄在40岁左右。这些队员都是第一次执行援非任务，所以对大家来说，气候、人文环境、宗教习俗，包括工作的环境都非常具有挑战性。

开创多项几内亚第一

通过10年来中几双方共同建设，目前这家医院的医疗水平在几内亚来说处于塔尖。

《中国经营报》：中国医疗援助几内亚已有50多年时间，中几友好医院目前是一个什么样的规模？作为中国援建的医院，哪些学科凸显了中国作用？

郭伟：几内亚是中国第一个建交的非洲国家，从1959年建交至今已经有63年历史。

几十年来，从基建到医疗，中国对几内亚都给予了很多援助，所以几内亚人民对中国非常友好。中几友好医院也同样给予了中国专家充分的尊重，在遇到文化和观念差异时，当地医生都会对中国医生给予尊重和肯定。但我们也知道，工作模式、医疗行为是很难彻底改变的。

中几友好医院是几内亚首都三家大型国有医院之一，2012年医院一期工程交付使用，目前开放床位数约120张，是以神经外科、神经内科、心内科、普外科等为特色的一家综合性医院，学科特色比较鲜明，尤其是其神经外科的诊疗水平在整个

在神经外科、心内科、超声科、血管外科等领域开创了多项几内亚医学史上的第一。

“全体队员将不忘初心、牢记使命，用实际行动发扬‘不畏艰苦，甘于奉献，救死扶伤，大爱无疆’的援外医疗队精神和北京天坛医院的光荣传统，赓续前行、奋楫争先，坚决完成任务。”中国第29批援几内亚医疗队队长郭伟日前向《中国经营报》记者表示，目前，中几友好医院学科建设也颇有成效，其中导管室、神经医学中心、外科等学科的援建和急诊科的建章立制等工作正在逐步推进。

值得关注的是，此次援非任务的开启并不容易，医疗队离开祖国时，正值全球新冠肺炎疫情处于高位，新冠病毒在不断变异。虽然困难重重，但中国还是派出了一支由22名队员组成的大队，执行为期18个月的医疗援非任务。

这22名队员包括一名北京市



中国第29批援几内亚医疗队队长郭伟

卫生健康委、一名北京市疾病控制中心的卫生管理顾问，以及20名来自首都医科大学附属北京天坛医院（以下简称“北京天坛医院”）的医护人员等。

中国政府高度重视人民健康福祉，积极参与全球卫生治理。卫生健康状况较为薄弱的非洲，是我国医疗援外的“主战场”。自1963

年我国向阿尔及利亚派出第一支援外医疗队以来，中国援外医疗已走过59个春秋，为受援国家培养了一支支“带不走的医疗队”。其中，几内亚作为中国第一个建交的非洲国家，中国医疗援历程也有54年之久。

国虽有界，医者无疆。在一批批中国医疗队接力援助下，几内亚的医疗卫生服务和公共卫生水平得到全方位提升。中国援建的中几友好医院，在中几两国共同努力下，从10年前仅有建筑，到如今趋于发展成熟，已建设成为几内亚医疗水平最好的医院之一，中几两国的友谊、中几医疗合作通过中国医生不断续写出新篇章。

中国第29批援几内亚医疗队肩负了哪些重要使命？在几内亚遇到了什么样的压力和挑战？如何发挥北京天坛医院的学科优势？日前，郭伟接受了《中国经营报》记者的专访。

同时，我们还需要帮助急诊科建章立制，构建并强化床边检测（POCT）观念，包括提供床边检测设备，让他们知道急诊病人要争分夺秒，从迎诊病人、检测到治疗，尽量要以病人为中心，这是我们正在推动的。

急诊的作用非常重要，前面说的“心脑血管疾病诊疗中心”的建设中，急诊是基础、是平台，我们的任务就是帮助当地医生在心脑血管疾病的救治过程中贯彻“时间就是心肌、时间就是大脑、时间就是生命”这样一个紧迫的急救理念，让急诊真正急起来。

在几内亚，中几友好医院的急诊水平已经是最高水平。因此，提高中几友好医院的急诊科水平实际上也就是提高整个几内亚的急诊学科水平。

按照我的计划，医疗援助结束前，医院急诊科的建设要初见成效，也为后续医疗队的工作打好基础。但我们也知道，理念、文化是很难通过培训等方式短时间内改变的，确实需要我们一代接一代的中国援非工作者持续努力、推动。

微创神经外科手术、神经外科术中超声、CTA（CT下冠状动脉成像）检查、介入冠状动脉造影术和输尿管支架置入术等。

不仅如此，医疗队还开展了大量具有特色的临床诊疗，包括脑电图、腹腔镜阑尾切除、多学科配合神外术后需取腿部筋膜组织修补硬脑膜、腹腔巨大肿瘤泌尿外科放置输尿管支架等。

这些首创对几内亚相关学科的发展具有重要意义，对医生而言，也面临了很大挑战。

比如多学科协作成功完成巨大矢状窦旁脑膜瘤的这台手术，在国内，像这种大型手术会有多方面给予保障。但是在几内亚，主刀医生只有神经外科医生张国滨一个人，这不仅需要医生高超的手术技能，对意志力也是很大的考验。整个手术进行了6个小时，完整切除肿瘤，得到了多方高度评价，也开创了几内亚神经外科史上的多个第一。

攻坚克难

由于几内亚的文化与中国差异较大，根深蒂固的观念有时候让医疗队无处着力，比如急诊急救急不起来的状态。

《中国经营报》：赴几内亚以来，除常规诊疗工作外，医疗队还开展了哪些工作？

郭伟：援几千年来，医疗队在中几友好医院开展了大量医疗工作，还进行了药学、超声、气管镜、心肺复苏等培训。

此外，医疗队还在驻地门诊为几内亚华人的健康提供医疗保障。中国援几内亚医疗队新驻地门诊于2018年开工建设，今年4月正式启用，目前出诊专家由医疗队的医生组成。我们还为河南国际、中水对外等几家中资企业开展了义诊。

在学术方面，医疗队多位专家在《中华预防医学杂志》专栏发表了多篇学术文章，举办了中非急诊急救论坛、科普讲座，引荐几内亚医学专家加入了中国学术组织——中国老年医学学会急诊医学分会和中华医学学会国际医学发展合作组织。

同时，针对新冠、疟疾、伤寒等传染病防治工作，医疗队病媒防控小组在驻地内开展了监测工作，为在几华人开办讲座。

《中国经营报》：作为医疗队的队长，你的工作有哪些？

郭伟：除了中几友好医院的急诊科建设之外，每一个学科都需要大力推动和支持，所以队长就需要为大家做好信心的支撑，还要做好风险把控以及团队的协作，比如重大手术的风险评估。当耗材缺失的时候，我还要想办法找到耗材，甚至要找人捐赠，因为在几内亚，不是什么耗材都可以买得到。此外，队长还需要安排和组织好队员的生活、保障全队人员的健康和人身安全等等，所以工作量整体还是很大的，压力也很大。

《中国经营报》：几内亚整体的医疗环境和经济条件都和我国有较大差异，包括医疗资源也比较匮乏。这为医疗队开展工作带来了哪些挑战？

郭伟：医疗队的援建时间是一年半，如果从做一个项目的角度来讲，从早期熟悉工作到锁定目标，再实施，特别是还需要对当地医护的认知和理念进行改变和推动，一年半的时间并不长。

另外，由于几内亚的文化与中国差异较大，根深蒂固的观念有时候让医疗队无处着力，比如急诊急救急不起来的状态，这都需要医疗队的队员最大程度地发挥各自的潜能，一点一点地去努力。

我们还要适应这边的气候，做好严格的自我保护和防护，不能得病，不能受伤，这对我们的工作和生活都提出了很大挑战。

有些医疗设备设施不具备也是一个现实困难，这会增加

手术或诊疗的难度，这个时候我们会协调国内的专家共同讨论治疗方案，有时候也会用土方法、简单的方法来解决，当取得突破性成绩时我们都非常有成就感。

《中国经营报》：当地的住宿、饮食等条件如何？会有语言障碍吗？队员们目前的状态如何？

郭伟：早在中几友好医院一期建设之初，就同时建设了驻地，相对独立。厨师是本医院食堂的资深人士，所以相对来说自己做中国餐还是很方便的。

但是我们来的第一个月就进行了厨房改造，一方面医疗队越来越壮大，另一方面原有的厨房也用了10年，所以改造期间医疗队吃了一个月的盒饭。

几内亚的官方语言是法语，而且当地会说英语的人很少。来几内亚之前，医疗队员仅集中学习了5个月的法语，所以可以想见工作中的困难。

工作中，我们会借助翻译软件，但当遇到专业问题时，软件也会不灵，这时候我们就会靠蹦词、手势来表达。医疗队有一名专职的翻译，但他非常忙，不可能同时出现在不同科室，所以日常的工作其实还是有很大难度。

挑战虽然很多，但工作中也取得了一定成绩，所以大家也受到了很大鼓舞。

《中国经营报》：在飞往几内亚之前，医疗队针对几内亚当地人的疾病谱，撰写了多篇有针对性的治病防病的学术文章，并在《中华预防医学杂志》发表。这项工作是你主导的吗？其意义在哪儿？

郭伟：是的，我觉得这项工作很重要。这项工作是在我们出发前、在北京语言大学学习法语期间启动的，大家针对自己的学科特点梳理文献，写作的过程就是大家提高认识的过程，通过收集文献资料，能对几内亚的疾病，特别是自己学科的相关疾病有一个比较好的认识，也能够看到他们的诊疗现状，进而找到自己在几内亚工作的着力点。

《中国经营报》：目前中医药已传播至196个国家和地区。据你观察，几内亚对中医药持什么态度？在推动中医药“走出去”方面，你有何建议？

郭伟：中医药在几内亚很受欢迎，但是由于当地缺乏有深厚中医理论功底和实践经验的医生，且没有中草药、中成药，中医药的应用在当地还是受局限的，但是针灸在当地很火。

所以我认为，让中医药更好地“走出去”，可以动员几内亚医疗人员到中国深入、系统地学习中医。从针灸在当地受欢迎的程度可以看出，今后中医药在几内亚推广的大方向是好的。



中几友好医院热烈欢迎中国第29批援几内亚医疗队到几。

本报资料室/图

上接 A4

但陆杰华也坦言，文化因素对当下生育率的影响需要重视。

“实际上从二孩政策开始，我国在产假、托幼、降低生育养育成本等政策支持方面就做出了很大努力，比如将子女教育、3岁以下婴幼儿照护费用纳入专项附加扣除等。但从现在看，提升生育水平的效果并不是特别明显，因为除了经济、社

会等因素外，文化的原因也导致我国生育率下降得比较快，‘90后’‘00后’目前是生育主体，其是否生育不完全是给予生育补贴或增加产假就能影响的。”陆杰华说。

他认为，目前生育支持政策体系的完善应该解决碎片化的问题。“现在各地的政策都不同，五花八门，效果可能不会很明显。我认为应该从国家顶层

制度设计上，在产假、经济支持、文化观念转变等方面能够有大的突破，创造一个生育友好的社会环境和政策环境，这是最重要的。”

张力告诉记者，要提高生育率，就要解决想生不能生、想生不敢生的问题，其中想生不敢生主要是因为生育养育成本很高。此外，年轻一代生育观念的改变，也降低了生育水平。所以

他认为，生育行为是个人的选择，人们会衡量鼓励措施是否会解决成本问题。目前配套生育支持的政策很多，但支持力度可能还需要进一步加强。

“支持的总体水平如果不能够覆盖生育成本，那么人们可能就不会选择生育。”张力坦言，所以当前要研究清楚制约生育的因素到底是什么，有针对性地多措并举提高生育水平。

王广州等人也认为，尽管目前生育政策逐步放宽，从“二孩”政策过渡至“三孩”政策，但政策效果并未同步显现，生育刺激面临较大阻力，促进生育水平保持合理水平仍然是未来生育政策不可动摇的努力方

向，也是实现人口长期均衡发展唯一可行的途径。公共政策的制定应该从几个方面考虑：一是采取措施提高生育水平；

二是继续开发就业活跃年龄段群体的就业潜力；三是积极寻找新的经济增长动力。

陆杰华认为，在党中央的带领下，各项支持生育的配套政策还会不断完善。“党的二十大之后，我认为生育支持政策体系还会有一些新的做法，这样的话才能够贯彻党的二十大报告的精神，真正从根本上推动生育率有所回升。”

核心话题 ▶

让高技能人才“遍地开花”

文/赵志疆



作者为媒体评论员

前不久，人社部、财政部联合印发《国家级高技能人才培训基地和技能大师工作室建设项目建设方案》（以下简称《方案》）。《方案》提出，2022年至2025年，继续实施国家级高技能人才培训基地和技能大师工作室建设项目。

产业工人是工人阶级中发挥支撑作用的主体力量，是创造社会财富的中坚力量，是创新驱动发展的骨干力量，是实施制造强国战略的有生力量。2017年，中共中央、国务院印发《新时期产业工人队伍建设改革方案》，明确了新时期产业工人队伍建设改革的指导思想、基本原则、目标任务以及改革举措，厘清了为什么改、怎么改、通过什么途径、达到什么目标等一系列重大问题。以此为标志，一项与亿万产业工人息息相关的重大改革拉开大幕。

5年来，党中央、国务院及相关部门出台《关于提高技术工人待遇的意见》《关于推行终身职业技能培训制度的意见》《关于

综观《方案》优先支持建设的相关领域，先进制造业立足当下，战略性新兴产业放眼未来，托育、护理、康养、家政则涉及幼儿看护、医疗、养老等公共生活的方方面面。

推动现代职业教育高质量发展的意见》等相关文件近百个。从“试点探索”到“区域展开”，从职业发展通道设计到薪酬分配指

引，从加强思想政治建设到着力提升产业工人队伍素质，在“把产业工人队伍建设作为实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略的重要支撑和基础保障”的方向指引下，一项项改革措施不断提高着产业工人的获得感、幸福感、安全感。

此次《方案》明确的重点任务目标有两个：打造400个以上国家级高技能人才培训基地，建设500个以上国家级技能大师工作室。这也对应着培养技能人才的两个层面：通过各类实训基地培养应用型人才，通过各种技能评价和技能竞赛遴选工匠人才。

关于国家级技能大师工作室建设项目，《方案》不仅明确了基本要求和工作机制，而且强调要求：工作室带头人一般应具有高级技师职业技能水平，技能拔尖、技艺精湛并具有较强创新创造能力和社会影响力，或具有绝技绝活并在积极挖掘和传承传统工艺上做出较大贡献。生产一线是技术创新的源头活水，充

分发挥国家级技能大师的技术创新作用和示范引领作用，可以整合人才资源，形成团队合力，为企业和国家培养更多技术骨干和后备人才。因此，《方案》在强调个人业务能力的同时，也对国家级技能大师工作室建设项目提出了“定期开展培训、研修、攻关、交流等活动”的具体要求。

统计资料显示，“十三五”期间，有1.14亿人次职工参加各级工会开展的技能比赛活动，有405.6万人次职工通过技能比赛晋升技术等级。技能是产业工人的立业之本，推动产业工人队伍建设的过程中，不仅需要以比促学、以赛促练，而且需要打造常态化的人才培训基地，完善学习、成长、成才的人才梯队建设机制。以“高标准、严要求、强质量、抓产出”为原则，《方案》对国家级高技能人才培训基地建设项目，提出了包括软硬件在内的各项具体要求，其中，针对已建项目的要求明显更高。仅以培训规模为例，对新建项目的要求是“能满足年培训2000人次以上

的需要”，而对已建项目的要求是“年度开展培训规模3000人次以上，其中高技能人才不少于1000人次”。由此不难看出《方案》的价值取向：一方面积极鼓励“增量”，另一方面敦促盘活“存量”，持续扩大高技能人才的产出。

截至2021年年底，全国技能人才总量已超过2亿人，高技能人才超过6000万人，高技能人才占技能人才的比例近30%。但是，技能人才尤其是高技能人才在总量、结构、培养、使用等方面，与实际需要相比仍存在一定差距。基于这样的背景，《方案》提出：优先支持建设先进制造业、战略性新兴产业及托育、护理、康养、家政等民生重点领域国家级高技能人才培训基地，加强相关领域急需紧缺职业工种高技能人才培养力度。

综观《方案》优先支持建设的相关领域，先进制造业立足当下，战略性新兴产业放眼未来，托育、护理、康养、家政则涉及幼儿看护、医疗、养老等公共生活

的方方面面。工业是经济发展的“压舱石”，先进制造业与战略性新兴产业不仅关乎稳定市场主体、维护宏观经济大局，而且关乎能否突破关键核心技术“卡脖子”难题，掌握新一轮全球科技竞争的战略主动。完善全方位、多层次的技能培训机制，有助于调动产业工人自我提升的积极性和主动性，尽快完成从技能人才到高技能人才的跃升。

值得一提的是，托育、护理、康养、家政等民生领域，同样需要高技能人才的积极参与。毋庸讳言，这些行业的工作人员普遍仍存在较大的用人缺口，这一方面是因为他们的福利待遇还有待进一步提高，另一方面则是因为职业培训机构和服务仍然太少。将托育、护理、康养、家政纳入“优先支持”的范畴，意味着相关的技能培训机构将迎来行业大繁荣和发展。在此基础上，相关从业人员也将突破人才培养的“天花板”，以更加专业而优质的服务展现个人价值，创造社会财富。

囊中江湖 ▶

“跑腿经济”勃兴凸显市场机制的优点

文/梁发帝



作者为财税史学者

近日，艾媒咨询对外发布的《2022年中国跑腿经济市场洞察报告》显示，近年来，消费者对“万物到家”的需求蓬勃生长，同城取送、代买东西、帮办事等非标准化的新型服务形式正在异军突起，2021年中国跑腿经济市场规模达131亿元，预计2025年市场规模将达664亿元，跑腿经济市场潜力巨大。

说起“跑腿”来，人们或许觉得一点也不高大上，“跑腿”这个词往往还有一定的轻慢意思，如“跑腿打杂”。在一个单位，如果一个人被说成是跑腿打杂的，八成是指没有什么专业技能，被人指来指去，没有一点地位的勤杂工。其实跑腿是非常古老的服务项目。古代有地位的人家，往往拥有一批仆役，专门替主人跑腿。古代衙门也有大量跑腿的，那些在百姓面前威风八面的衙役胥吏，其工作就是跑腿当差。古代最为重要的传送公文和信息，顺便给杨贵妃之类显贵送些时鲜荔枝之类的驿递业务，本质上就是跑腿的活儿。随着科学技术的发展，像邮递这类远距离快速跑腿传送的业务，已经变成了规模庞大、分工精细、服务规

范的交通运输业、邮政业、物流业以及电信业等。这些产业现在都很高大上，但谁知道它们的出身，竟然是由那些被人们所轻看的跑腿业务蜕变来的呢。

虽然由跑腿嬗变形成的交

通运输、现代物流业、邮政业、电信业已经极大地方便了人们的生活，提高了人们的生活质量，实现了人流、物流和信息流快速传递这种古代无法想象的事情，但这些行业的繁荣仍然没有穷尽人们对跑腿服务的需求，因为这些高大上的业务，往往还无法解决服务的最后一公里甚至最后几十米的问题，今天仍然有大量琐屑的、零碎的事，需要人工去跑腿完成。现代人很少有人雇佣专门替自己跑腿的私仆，凡事都要亲历亲为，这种情况下，需要人们亲自跑腿的琐事越来越多。

跑腿经济就在这种情况下兴起了。当然，这种经济的兴起，有几个必不可少的条件。只有这些条件都具备了，跑腿经济才能繁兴。首先，社会要有大量的需求。即使现在各种服务都很完备的情况下，人们免不了还会遇到极其个人化的琐事，需要跑腿去完成。对于腿脚麻利、时间宽裕，又天生勤快的人来说，这当然也没有什么。但是，有些人时间宝贵，有些人腿脚不便，而有些人天性懒惰，这就激发了社会对跑腿

服务的需求。事实上这种需求一直是有的，但现在比以往来得更为强烈。主要原因是，这些年勃兴的外卖行业起到了示范和催生的作用，年轻消费者足不出户就能够饱食别人送上门的热气腾腾的餐饮，既然餐饮能够让人代为跑腿，其他的事情为什么不能？据说现代社会中除了结婚无法请人代劳代理外，其他几乎任何事情都可以委托人代劳，那么，一些需要跑腿的零碎琐事，难道不可以出钱请人完成吗？这样，人们的消费观念转变了。当然，享受跑腿服务的人大多是年轻人，比起他们节俭的父辈祖辈来，年轻人手中有钱，有购买跑腿服务的经济支付能力。当然，还有非常重要的一点是，年轻人在思想观念上没有什么包袱。他们的祖辈父辈接受的教育是凡事要亲历亲为，尤其反感四体不勤、五谷不分的“寄生虫”，他们认为自己有胳膊有腿却花钱让他人代劳，觉得道德有亏，而年轻人对于四体不勤没有什么恶感，只要能够愉快舒服，又何必整日劳神劳力，折磨自己的身体？

其次，科学技术的进步，为供给提供了可能性。现代数字技术、信息技术以及第三方支付平台的蓬勃发展，为跑腿服务提供了技术基础。一个人要找另一个人给他跑腿，可以方便使用现代通讯工具即时联系沟通；服务人员要把东西送到主顾手中，可以利用极其方便的定位技术；雇主在预订服务的同时先行预付费用，也得益于安全便捷的数字支付系统。即时通信、定位和网络支付技术，在以前是不可想象的，如果没有这样的技术，跑腿服务就无法深入到社会的神经末梢。有这样的技术，再加上这些年由于电商的迅猛发展带动快递业务勃兴，快递公司只要稍稍扩展自己的服务范围，就立即可以进入更细致的其他跑腿业务。当然，有需求、有供给，两者能够一拍即合还有一个重要的条件，即一些从事跑腿业务的企业，已经在其他业务中创造了品牌，取得人们的信任，雇主可以放心地让服务者给自己打杂跑腿，也可以放心地在下订单的时候就将费用预付过去。这是跑腿经济勃兴

的第三个条件。

不用说，跑腿经济极大方便了人们生活，尤其在新冠肺炎疫情这种特殊情况下更是如此。跑腿经济也为社会提供了大量就业岗位，解决了大量劳动力的就业问题。因此，跑腿经济实现了真正的双赢。那些花钱请人跑腿的人尽管“四体不勤”，但花钱买服务，没有什么道德上的瑕疵；而那些受托为他人跑腿服务的人，凭劳动吃饭，其付出值得尊重，跑腿并不丢人。

跑腿代劳经济的发展勃兴，是亿万个市场主体在需求和供给互动的不断调适中自发形成的一种业态。市场这只看不见的手，具有强大的互动和调适的功能。市场机制的逻辑是，所有市场主体，都根据市场供求信息，使用自己的大脑进行判断，作出有利于自己的决策。这就是市场智慧的基础和逻辑。在跑腿经济作为一种新的业态涌现，人们享受它带来的便利时，确实应该由衷地感恩科技创新，感恩市场机制，是科技创新和市场机制使得这一切成为可能。

自由谈 ▶

“反向旅游”现象背后的伪与真

文/朱昌俊



作者为媒体评论员

今年的“十一”黄金周，全国部分传统旅游景点依旧火爆。但也有不少年轻人在社交平台上晒出自己的“反向旅游”行程。与传统的旅游人群不同，他们中的不少人通过选择冷门目的地、打卡非旅游城市、“宅”式度假的方式，让自己的假期更加舒适。

需要注意的是，这里说的“反向旅游”是指年轻游客为了避开人潮，选择非著名旅游小城，以安静、清闲地度假。这与过去学界所研究的“反向旅游”概念并不完全一致。与其说它是“反向”，不如说是“反热门”。

对于这种现象，舆论给出了很多的解读。有论者认为，这反映的是年轻人的旅游“口味”变了，甚至还有解读说，这是旅游“赛道”变了，预示着旅游行业的大变革。这类解读，不能说完全没有道理，但多少有夸大的嫌疑，同时还忽略了新冠肺炎疫情防控这一外部因素的影响。

实际上，一些年轻人去往非常热门的旅游小城打卡，这样的现象早有存在。这背后，一方面

这种现象的出现，的确为全民旅游时代的旅游行业发展带来了一些新的启示。比如，社会对旅游产品的多元化、个性化要求会越来越强烈。

小城基础设施的不断完善有关，像现在很多小城都开通了高铁甚至机场，交通通达度比较高。另一方面，也和网络营销有关。从这次媒体梳理的比较有代表性的“反向旅游”目的地来看，它

们很多虽然算不上是典型的旅游城市，但大多数都可以说是名声在外。

比如，有业内人士就指出，鹤岗作为旅游目的地引起了关注，更像是社交平台博主带头营销的产物。再比如，一些年轻人为了一碗粉而去打卡柳州，背后也与螺蛳粉等地域化食品近年来在网络上的火爆有直接关系。不难看出，这些小城是因为之前在网上就获得了大量曝光，然后才有机会吸引一些游客去线下打卡。当然，非旅游城市，消费相对较低，又不会显得过于商业化，同时还能避开节假日拥挤的人群，这也是很多年轻人愿意尝试的最直接原因。

不过，这类颇显非主流选择的“反向旅游”是否会成为一种越来越流行的趋势，目前还有待观察。要知道，今年国庆假期期间，受疫情防控的影响，很多地方都提倡“就地过节”，全国总的出游人数有明显下降，并且不少热门景区还出现了“爆冷”。如关注度颇高的四川九寨沟，今年整个国庆期间，接待游客数量仅

211人，连往年的零头都不到。在这样的现实之下，一些以往被忽视的小城出现了酒店订单数量上涨的情况，就似乎显得格外打眼，从而引发了更多的关注和解读。并且，这些小城几乎无一例外都属于没有疫情的地方。因此，综合而言，今年“反向旅游”现象看起来突出，实际是有“偶然”因素在里面。

事实上，哪怕没有疫情因素的影响，以中国的幅员之大，出游人数之多，部分青年人选择避开“热闹”，去非典型的旅游城市休闲度假，这是再正常不过的现象。但要看到，这终究只能是少数人的选择。因为它的背后有一个无法被忽视的悖论，那就是“反向旅游”若真正热起来了，成为多数人的选择，它也就算不上是“反向”了。毕竟，一些小城本身的游客承载量是非常有限的。而一旦游客多起来，它原本在消费、环境等方面的优势可能就不存在了。因此一定程度上可以说，“反向旅游”是一个伪概念。在正常情况下，旅游市场完全恢复起来，最先火起来的也肯

定是传统的旅游城市，而不是非典型的旅游小城。

当然，这种现象的出现，的确为全民旅游时代的旅游行业发展带来了一些新的启示。比如，社会对旅游产品的多元化、个性化要求会越来越强烈。像一碗粉甚至一个菜市场，都可能成为游客前来打卡的原因。另外，旅游方式也在发生变化，如业内人士所指出的，“过去的旅游是看风景，今天的旅游是体验场景”，这意味着因地制宜地打造合适的旅游体验场景，一些原本并不具备传统旅游资源的地方，同样有可能在旅游经济上分一杯羹。过去几年，我们看到很多地方都出现了“网红景点”，它们中大多数实际就是刻意打造的旅游新场景。

还有一种趋势就是旅游将变得越来越休闲化，而不再止于仅仅是去某个景点赶趟打卡。当然，这不代表一定要去到小城市。在社交媒体上，有人精准总结了一部分年轻人新兴旅游方式的精髓：睡到大中午，白天不进门，房间点外卖，不去逛景点，

出门吃宵夜。有消费数据也可以佐证：上半年旅游城市酒店外卖订单量环比增长了三成。这实际意味着，人们出游越来越在乎个人的放松和自由，一个地方吸引游客的可能就不再是某个景点或者某个具体的事物，而更可能是诸如生活氛围、整体的人居环境等抽象的因素。这其实说明，城市发展旅游经济，不能再完全将它与本地人的生活体验割裂开来。像一些专为外地游客设计的过度商业化，也近乎千篇一律的美食街、商业街，可能越发失去吸引力。

说到旅游，近几年有一句认可度非常高的调侃——“旅游就是从自己呆腻的地方跑到别人呆腻的地方”。这种调侃实质上是在反面呈现出当今社会一种新的旅游观念，那就是越来越多的人都渴求一种异质化的，同时又是更放松的旅游体验，而不是重复的、程式化的景点打卡。一些年轻人选择“反向旅游”，也可以说是这一新的旅游主张的一种具体表现，但并非全部。

马骏谈“绿色金融这十年”： 政策体系初建成 转型金融将成为新亮点

本报记者 蒋牧云 何莎莎
上海 北京报道

推动经济社会发展绿色化、低碳化是实现高质量发展的关键环节。党的二十大报告提出，要完善支持绿色发展财税、金融、投资、价格政策和标准体系，发展绿色低碳产业，健全资源环境要素市场化配置体系，加快节能降碳先进技术研发和推广应用，倡导绿色消费，推动形成绿色低

碳的生产方式和生活方式。

回望过去十年，绿色转型、可持续发展的理念已深入人心，绿色金融也在快速发展。除了绿色信贷、绿色债券的规模不断扩大，我国的绿色金融政策体系也已初步形成，并在不断完善之中。作为我国绿色金融体系建设的参与者和见证人，北京绿色金融与可持续发展研究院院长马骏在接受《中国经营报》记者专访时表示，自上而下的政策推动，

使得我国的绿色金融较其他一些国家更快地建立了初具规模的体系。接下来，我国的绿色金融也将持续完善，预计不久的将来有关转型金融的政策也将陆续出台。据记者了解，目前转型金融还是一个新命题，聚焦于为支持适应重大环境改善和应对气候变化目标、推动高排放高污染领域绿色低碳转型的项目和活动提供的金融服务，是绿色金融的延伸及补充。

“From zero to hero”

在识别风险的基础上，金融机构应该采取措施来规避、管理这些风险，尤其是要通过转型金融的手段将目前的高碳资产逐步转变为低碳、零碳资产。

《中国经营报》：如何看待发展绿色金融的目的？

马骏：绿色金融体系建设服务于两个主要目的，一是为绿色产业筹集资金，二是防范由于环境气候因素导致的金融风险。

早先我们开始研究绿色金融体系的时候，考虑的主要的是为绿色产业筹集社会资金这个目的。2014年，人民银行成立绿色金融工作组，工作组当年年底提出了发展绿色金融14条建议。当时的一个主要观点就是每年我国需要4万亿元的绿色资金，用于治理雾霾、水污染、土壤污染等环境问题。而政府只能拿出其中10%~15%，85%以上的绿色投资必须由社会资本来提供，因此绿色金融就成为了绿色发展的重要要素。

经过多年的努力，我国大部分地区的PM2.5数值已经降至高峰期的40%左右，也就是说，通过8年的时间，我国实现了其他一些国家约20年才能达到的雾霾治理效果。绿色金融对治理污染来说功不可没。过去八年内，我国的绿色金融体系实现了从无到有的跨越，迅速成为全球最大的绿色金融市场之一。比如，我国的绿色债券市场规则于2015年底出台，而2016年我国的绿色债券发行量就一跃成为全球第一。记得在一次绿色金融国际研讨会上，有外国专家感慨地说，“China’s green bond market grew from zero to hero”（注：即中国的绿债市场从“零”变为“英雄”，意思是说中国在2015年境内绿债发行量还是零，第二年就成为全球第一，令人刮目相看）。2021年，我国主要银

行的绿色信贷项目所降低的能耗相当于4亿吨标准煤，减排二氧化碳当量超过7亿吨。

过去几年，尤其是碳中和目标提出之后，我们也更清晰地认识到，金融体系除了需要支持绿色经济的发展，也需要防范由于环境和气候因素带来的金融风险。

具体来说，防范气候相关风险已经成为绿色金融体系建设的一个重要方面。对金融机构来说，要认识和分析环境、气候变化会带来哪些风险。EIU曾经估算，气候变化在极端情况下可能会带来43万亿美元的金融损失，这大约是全球资产管理规模的三分之一。近期，人民银行已经要求主要商业银行开展气候风险压力测试。在识别风险的基础上，金融机构应该采取措施来规避、管理这些风险，尤其是要通过转型金融的手段将目前的高碳资产逐步转变为低碳、零碳资产。

《中国经营报》：我国的绿色金融能够较快地做大规模，收获环境效益，主要是由于什么？绿色金融体系的政策引导又分别从哪些方面推动了行业发展？

马骏：我国在绿色金融领域能够后来居上的最主要原因之一就是我们有自上而下的政策推动，而几年前许多发达国家的绿色金融大多是自发的，缺少政策框架和激励机制。2016年，我国出台的《关于构建绿色金融体系的指导意见》是当时全球第一份由中央政府主导的、较为全面的绿色金融体系政策框架。

将上述指导意见的35条措施进行总结，可以归纳为四大支柱，分别是界定标准、信息披露、激励机制、产品体系。界定标准的制定可以防止“洗绿”现象，并有效引导资金进入真正绿色的产业。目前，我们已经有了绿色信贷、绿色债券、绿色项目三套界定标准。

披露要求则解决信息不对称的问题。绿色项目的一个重要特点就是必须要有环境效益，或者能够减少空气污染、减少水污染，或者能够减碳、能够促进资源循环利用。是否达到环境效益必须通过计算并且加以披露，并逐步成为强制性披露的要求。比如我国对高污染的企业已经有强制性的披露要求。近期证监会也将ESG信息披露纳入《上市公司投资者关系管理指引》。

激励机制的重要性则在于，不少绿色项目在初期未必有足够的经济效益，不一定能达到投资方所期待的回报率。为动员更多的资金进入绿色产业，我国的一些地方政府通过贴息、担保等方式来提高项目的回报，人民银行也推出了碳减排支持工具。

关于产品体系，由于绿色经济对资金、金融服务的需求是多元化的，因此需要有多元化的金融工具来满足。在2016年之前，市场提供的主要绿色金融产品就是绿色信贷，难以提供足够的中长期绿色资金。但实际上不少绿色项目的还款周期长达5年、10年，甚至20年。为了服务长期资金需求，绿色债券市场也应运而生。同时，为满足风险管理的需要，市场出现了绿色保险等产品。

关注转型金融

目前关于绿色和可持续金融的界定标准、披露要求等要素尚无法明确识别哪些经济活动属于“转型”活动，哪些属于高碳或“棕色”的活动。

《中国经营报》：在绿色金融的发展过程中，还存在哪些需要完善的地方，接下来应该怎么做？

马骏：未来绿色金融需要完善的方面还很多，其中比较受到关注的是转型金融体系的完善。目前绿色金融的界定标准是各类绿色目录，而绿色目录中多数为“纯绿”或接近“纯绿”的项目。不少可以在一定程度上减污降碳但达不到纯绿要求的项目或其他经济活动尚未被纳入。另外，目前绿色金融的支持对象主要是项目，而非企业。对许多高碳企业来说，即使它们有可行的低碳转型方案，也很难获得绿色金融的支持。

在现有的绿色或可持续金融体系下，一些希望支持转型经济活动的金融机构“不敢”为转型活动提供金融服务。这是因为，目前关于绿色和可持续金融的界定标准、披露要求等要素尚无法明确识别哪些经济活动属于“转型”活动，哪些属于高碳或“棕色”的活动。

例如，某些银行和投资机构希望向煤电企业提供贷款或股权投资，以支持其转向低碳清洁能源业务，但在没有明确标准的情况下，由于担心被市场和第三方认证机构、非政府组织和媒体批评为“洗绿”，而放弃了这些贷款或投资计划。国际上不少银行或投资机构选择了简单地将所有与煤电企业相关活动均列为“禁止融资”类别的做法。

如果这种简化的金融“减碳”做法继续下去，对整个经济的平稳运行和低碳转型十分不利。该做法可能会使原本可以成功转型的许多高碳企业被迫倒闭和成为搁浅与不良资产，人为导致经济萎缩、失业和金融风险。同时，如果任由金融机构随意以转型金融的名义支持各类高碳企业自称“转型”的经济活动，也可能加大“洗绿”的风险。



北京绿色金融与可持续发展研究院院长马骏

本报资料室/图

因此，监管部门应该牵头制定转型金融框架，在转型标准、披露要求以及激励措施等方面，给出明确的要求和指引。

《中国经营报》：在转型金融框架的制定中应该注意哪些方面？你代表人民银行担任G20可持续金融工作组的共同主席，能否透露目前有哪些工作进展？

马骏：目前G20转型金融框架的起草已经在进行中，预计在11月中旬能够得到峰会领导人的正式认可，这一文件将指引各国家监管部门编制各自的转型金融政策和框架。在这一框架中，包含了五大要素，分别是转型活动的界定、转型活动的披露规则、明确以哪些金融工具支持转型活动、安排哪些激励机制支持转型、保证公正转型。

具体而言，首先必须对转型活动有明确的界定标准。对转型活动的界定可以在两个层面进行，一是在原则层面的界定，二是在给出一个具体的转型活动目录。

其次是要有一套比较严谨的披露要求。其主要目的是要反映转型金融所支持的主体和项目与碳中和目标是一致的，确保不出现“洗绿”或“假转型”的问题。转型活动必须披露其转型的计划、起点的碳排放量以及未来不同时点碳排放量下降的绩效。同时，还需要展示碳排放

到底是怎么计算的，包括公式、基准。此外，还要披露公司治理的方法，也就是到底怎么落实减排计划等。这些因素都需要有足够的透明度。

第三个要素是要有一个比较丰富的金融工具箱。其中，不仅包括现在已经看到的债券、贷款等债务性融资工具，还应该用更多的股权、保险、担保等工具。

第四个要素是政策激励。很多转型经济活动的盈利性可能较差。很多转型企业在财务上遇到困难，被迫去融非常高成本的资金。在这种情况下，就必须由政府给予更大力度的支持和帮助，让它们能够获得比较低成本的资金，能够获得更高的盈利性，来吸引社会资金。

最后，是五大要素当中一个比较新的概念，却也是很重要的要素——公正转型。所谓公正转型，就是要保证在转型过程当中，不产生太多负面的社会影响。比如，传统的转型活动往往伴随着失业，最后可能造成社会问题。再比如，转型过于激进的话，可能会造成一些产品的短缺和通货膨胀等问题。这些问题应该在转型活动中加以考量，并且采取措施去减少或者应对这些风险。其中也应该特别考虑，怎么把金融手段纳入进来，帮助实现更加公正的、减少负面影响的转型。

优化推进绿色金融 海洋碳汇核算标准落地

本报记者 蒋牧云 张荣旺 上海
北京报道

近日，自然资源部批准发布《海洋碳汇核算方法》行业标准（以下简称“《标准》”），将于2023年1月1日起正式实施，这标志着我国综合性海洋碳汇核算标准实现零的突破。

有助海洋碳汇产品落地

海洋碳汇也称蓝碳，是指利用海洋活动及海洋生物吸收大气中的二氧化碳，并将其固定、储存 在海洋中的过程、活动和机制。

据悉，此次《标准》由范围、规范性引用文件、术语和定义、海洋碳汇能力评估和附录5个部分组成，将海洋碳汇定义为红树林、盐沼、海草床、浮游植物、大型藻类、贝类等从空气或海水中吸收并储存大气中二氧化碳的过程、活动和机制，并针对红树林、盐沼等不同类型，进行了海洋碳汇能力评估。

同时，《标准》规定了海洋碳汇核算工作的流程、内容、方法及技术等要求，提供了一套完整用于核算我国海洋碳汇能力的实施方案，解决了海洋碳汇的量化问题，可用于海洋碳汇能力核算与区域比较。据介绍，下一步，自然资源部将持续推进海洋碳汇相关研究，为后续开展海洋碳汇交易、

在采访中，多位业内人士向《中国经营报》记者表示，《标准》的落地对正确合理反映碳汇项目的经济价值、提高项目标准认证有重要作用。同时，此前由于相关核算流程、标准等不完善，海洋碳汇较难成为金融产品的标的。随着《标准》落地，这一问题也将迎刃而解。

推动海洋碳汇价值实现提供方法遵循。

对于《标准》出台的意义，惠普常青ESG研究组联席董事贾菁薇则表示，《标准》的出台对正确合理反映碳汇项目的经济价值、提高项目标准认证有重要作用。短期来看，行业间提高对海洋碳汇项目的认识、核算方式、标准的制定和保证该类项目对碳减排的实际有效贡献会是目前值得关注的重点。

长期来看，寻找有碳抵消功能的、符合资格认证的碳汇项目，如海洋碳汇，对提高全国碳排放市场的市场属性，促进更多控排企业积极参与碳市场交易有推动作用，从而有力参与到减排活动中。

事实上，这一标准的推出也有助于碳汇金融产品的落地。根据记者观察，目前碳金融中，涉及碳汇的产品大部分以林业碳汇作为标的，以海洋碳汇作为标的只有少数。对此，萨摩耶云科技集团首席

与此同时，较早探索海洋碳汇交易与金融的机构也不断有创新产品落地。在厦门产权交易中心（厦门市碳和排污权交易中心）董事长连炜看来，随着海洋碳汇核算体系、交易机制等不断完善，海洋碳汇未来将大有可为，将成为我国助力双碳目标的重要抓手之一。

经济学家郑磊向记者表示，实际上，海洋碳汇的容量远比森林碳汇更大。此前未能形成成熟的碳汇产品，主要原因是缺乏核算海洋碳汇的流程、方法、技术和标准。因此，《标准》的出台，消除了这一主要障碍。后期，还需要打通海洋养殖企业、碳排放交易所和环境规划管理部门，协调将其纳入交易系统，并推出试点和创新海洋碳汇交易品类。

同时，记者也了解到，海洋碳汇目前的交易并不活跃。对此，贾菁薇也指出，与林业碳汇这样较为成熟的碳汇产品不同，海洋碳汇还处在早期的阶段，具体项目的核算、分类、鉴定经济价值的技术和手段尚在开发，并且需要相当长一段时间得到市场认可和使用。同时，开发符合资格的海洋碳汇项目对提高碳补偿项目容量有积极作用，这也对海洋碳汇项目的要求更严格。

“蓝碳基金”“绿色融资企业库”等探索先行

目前已经在探索的海洋碳汇交易、海洋碳汇产品有哪些？记者了解到，金圆集团旗下厦门产权交易中心是较早进行海洋碳汇交易的，其在2021年7月设立了全国首个海洋碳汇交易平台，与厦门大学的院士团队合作

开发了全国首个红树林海洋碳汇方法学，并在之后的2021年9月成交了福建首宗海洋碳汇交易——红树林生态修复项目2000吨海洋碳汇。在2022年1月，又完成了全国首宗海洋渔业碳汇交易15000吨。2022年9月中心成功完成国家级海洋牧场示范区蓝碳交易85829.4吨，并跨区域助力浙江省完成首宗蓝碳交易10000吨。

在连炜看来，积极推动海洋碳汇与绿色金融的融合发展也十分重要，需要引导金融活水更多向海洋碳汇的项目中去。

为此，在厦门市金融局、人行厦门中心支行等多部门的共同支持下，厦门产权交易中心承担起绿色融资企业（项目）的建库认证工作，在全国率先构建海洋产业入库直通车模式。根据厦门市《关于印发促进绿色金融发展若干措施》等文件精神，将对符合条件的入库绿色融资企业（项目）给予一定金

额的财政贴息；对已入库绿色融资企业进行投资的，投资机构在符合规定的条件时将获得一定金额的财政资金奖励；人民银行厦门中心支行“绿票通”等政策将优先支持进入绿色融资企业库的企业。

同时，厦门产权交易中心还与兴业银行合作设立全国首个“蓝碳基金”。据悉，该项资金专项用于委托厦门产权交易中心采购碳汇来抵消该行指定的碳排放，引导企业与个人客户践行碳减排。同时，蓝碳基金将持续关注蓝色生态领域，积极与海洋重点实验室等智库合作，旨在引导更多企业与客户共同践行碳减排，以资金、智库、行动等形式合力，将更多社会资源与资本投入到红树林、盐沼和海草床等海洋碳汇生态系统修复项目中。

未来，“蓝碳”金融的发展方向方面，在中国电动汽车百人会氢能中心研究员云祉婷、中央财经大学中国金融发展研究院李文博、张丞泰旨、苏锦煊撰写的《全球“蓝碳”金融的创新与实践初探》中提到，我国作为“蓝碳”资源大国，在海洋碳汇的政策支持、标准开发、区域实践方面已取得初步进展，但在金融支持方面起步较晚，融资模式主要集中于“蓝碳”的直接交易，对于融资模式的创新和开发略显不足。

结合国际经验与我国区域特点，文中建议，首先要将“蓝碳”纳入国家温室气体编制清单，将我国丰富的“蓝碳”储量体现为实际的温室气体减排效益，同时提升人们对“蓝碳”固碳能力的认识与重视。其次，是以海洋资源富集、“蓝碳”开发条件好的区域为为抓手，以地方先行先试的方式开展各类“蓝碳”生态系统储量测定与方法学开发。

此外，“蓝碳”项目本身受制于低回报、长周期、小规模的特点，不容易为资本市场青睐。除鼓励“蓝碳”交易外，创新融资模式也是我国亟待解决的问题之一。以海外经验为例，IUCN（世界自然保护联盟）在开发“蓝碳”促进基金的过程中，提出了“蓝碳+”融资框架，即将“蓝碳”与生态养殖、生态旅游、生态渔业、蓝色基础设施等结合，一方面以养殖、旅游等可持续海洋业态形成可预测的现金流回报，便利市场化融资；另一方面通过产生的“蓝碳”价值反哺项目收益，扩大“蓝碳”生态系统面积，形成可持续发展。最后，还需要完善海洋碳汇的交易流转机制、加强国际合作。

夯实粮食安全根基 金融全方位支撑

本报记者 杨井鑫 北京报道

民以食为天,粮食安全是“国之大者”。

习近平总书记在党的二十大报

政策保供

在金融加大支持实体经济力度过程中,对粮食稳产保供的支持是一个重要方面。

受严峻的国际形势影响,今年全球粮食价格持续上涨。我国属于粮食进口大国,国内粮食稳产保供的重要性此时更加凸显出来。

10月26日,世界银行最新一期《大宗商品市场展望》报告称,作为农业生产投入品的能源大宗商品价格上涨一直在推升粮食价格。2022年前三个季度,南亚地区的食品价格通胀平均超过20%。

面对国际粮油市场的价格波动,最有效的办法是国内粮食的稳产增产增加供给,金融则为其提供了强有力的支持。

在党的二十大新闻中心举办的第一场记者招待会上,国家发展和改革委员会党组成员、国家粮食和物资储备局局长丛亮表示,党的二十大报告作出了“全方位夯实粮食安全根基,牢牢守住十八亿亩耕地红线,确保中国人的饭碗牢牢端在自己手中”的重要部署。国家粮食和物资储备局将围绕这一重要部署,和各地区、各部门一道,不断增强忧患意识,加快构建更高层次、更高质量、更有效率、更可持续

告中强调,要全方位夯实粮食安全根基,牢牢守住十八亿亩耕地红线,确保中国人的饭碗牢牢端在自己手中。

据《中国经营报》记者了解,在深入推进农业供给侧结构性改革,

加快构建更高层次、更高质量、更有效率、更可持续的国家粮食安全保障体系过程中,金融支农扶农的力度不断加强,形式更加多样。各家银行金融机构围绕粮食生产、流通、

收储、加工等环节,依托农业产业园、产业集群、龙头企业,为各类涉农主体提供差异化信贷支持措施,让更充沛的金融活水涌向田野,为粮食稳产保供提供了重要支撑。



党的二十大报告强调,要全方位夯实粮食安全根基。

人民视觉/图

的国家粮食安全保障体系。

实际上,在金融加大支持实体经济力度过程中,对粮食稳产保供的支持是一个重要方面。2022年3月30日,央行发布《关于做好2022年金融支持全面推进乡村振兴重点工作意见》,其中明确了加大对粮食生产全产业链信贷支持和粮食市场化收购信贷支持。

同时,央行对重要农产品的供给提供了更多的金融保障措施,明确了发展供应链金融服务,在主产区和重要物流节点,加大对重要农产

食流通收储加工等粮食生产链上相关企业,制定差异化信贷支持措施,择优扶持一批风险可控、专注主业的粮食企业。加大对支持国家粮食安全产业带建设,稳定粮食生产能力,保证粮食产量。

同时,央行对重要农产品的供给提供了更多的金融保障措施,明确了发展供应链金融服务,在主产区和重要物流节点,加大对重要农产

品生产加工、仓储保鲜、冷链物流设施建设的金融支持。加大信贷投入,支持大豆和油料增产、“菜篮子”产品生产和运输的融资需求。

中国银保监会此前表示,2022年监管将引导金融资源优先保障粮食和重要农产品供给,包括有效保障粮食生产金融投入、加大对乡村产业和新型经营主体的金融支持等方面。

加大信贷投放

对于国有大行,粮食稳产保供属于涉农贷款,也是银行信贷投放的一个重要领域。

作为国内的“粮食银行”,中国农业发展银行在今年上半年明确了发挥政策性银行逆周期、跨周期调节作用,出台了30条措施,加大信贷支持力度,全力守住“三农”基本盘。此后,在2022年秋粮收购的信贷工作会议中,先期安排了近1700亿元信贷规模专项用于秋粮的收购,并表示后续的收购需要随时增加,不留缺口,确保农民“粮出手、钱到手”。

对于国有大行,粮食稳产保供属于涉农贷款,也是银行信贷投放的一个重要领域。在近期国有银行公布的前三季度信贷投放相关数据中,涉农贷款规模增长很快,保持了两位数的增幅。

公开数据显示,工商银行涉农贷款余额已突破了3.2万亿元,增加了近6000亿元,增幅为22.6%;农业银行上半年全力做好粮食安全、农产品稳产保供、乡村产业、乡

村建设等重点领域信贷投放,县域新增贷款超9000亿元;邮储银行涉农贷款余额1.77万亿元,较上年末增加1523.77亿元。

另外,股份制银行对粮食稳产保供的信贷投放力度也在加大。光大银行方面表示,该行持续把“服务粮食安全、助力种业振兴”作为乡村振兴工作重点,依托“阳光兴农”金融服务包,持续加大信贷投放,不断丰富“阳光金种贷”“阳光金仓贷”“阳光金粮贷”等涉农金融服务,推进农业现代化和高质量发展。截至9月末,光大银行发放粮食安全领域贷款余额85亿元,种业贷款余额20亿元。

兴业银行把支持农业和粮食生产作为核心业务之一,为相关企业量身打造农业生产全流程金融服务体系。数据显示,兴业银行哈尔滨分行为北大荒集团近40家成员单位提供授信150亿元,为倍丰

集团、象屿集团等一批农业龙头企业提供了专属化和全方位金融服务。今年以来,该分行累计发放的涉农贷款近55亿元,截至目前涉农贷款余额近70亿元。

中信银行昆明分行则通过供应链模式为小微企业提供融资,服务稳供应链大局。该行相关人士称,针对农资流转行业经营难题,分行率先推出供应链模式“银税e贷”产品。该产品具有无抵押、高额度、线上化操作等特点,通过引入核心企业购销场景交易数据,给予上下游小微企业较高额度的信用贷款。依托该供应链产品,该行已累计向北京、乌鲁木齐、西安、青岛、长春、南宁、哈尔滨等地的中信银行分支机构推介有融资需求的经销商25户。其中,云南及新疆的2户小微企业已通过供应链模式“银税e贷”成功办理共计1000万元信用贷款。

民生银行首席经济学家温彬表示,长期以来,国家高度重视“三农”工作,今年金融管理部门推出一系列政策支持和引导金融机构加大对农贷款投放,效果明显。同时,强化金融支持乡村振兴也是银行回归本源、服务实体经济的客观要求。

恒丰银行围绕粮食安全全产业链各类金融需求,深入秋粮秋种生产一线,组织开展重点客群融资需求对接和存量客户融资需求摸排,并协调行内审批授信资源,对于粮食秋收秋种客户授信申请,建立阶段性优先审批通道,为保障粮食安全提供有力支撑。今年9月以来,该行累计为“保秋收、促秋种”提供授信44.7亿元,其中已完成投放12.45亿元。截至9月末,该行涉农贷款余额突破1300亿元,其中普惠型涉农贷款增速超40%。

民生银行首席经济学家温彬表示,长期以来,国家高度重视“三农”工作,今年金融管理部门推出一系列政策支持和引导金融机构加大对农贷款投放,效果明显。同时,强化金融支持乡村振兴也是银行回归本源、服务实体经济的客观要求。

企业和金融机构跨境融资宏观审慎调节参数从1上调至1.25

监管上调宏观参数:便利企业跨境融资

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

近年来,监管部门积极推进全口径跨境融资宏观审慎管理改革,便利企业利用内外两个市场

降低融资成本,解决企业“融资难、融资贵”问题,不断深化资本项目改革,有效促进企业跨境投融资便利化,推动实体经济发展。

近日,中国人民银行、国家外汇管理局决定将企业和金融机构

的跨境融资宏观审慎调节参数从1上调至1.25。

民生银行首席经济学家温彬分析称,目前,我国外债规模和结构合理,外债风险总体可控,提高企业和金融机构的跨境融

资宏观审慎调节参数,在便利境内机构跨境融资的同时,也有助于境外资金流入,增加境内美元流动性,稳定市场预期,保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定。

意味着在“全口径外债”的融资模式下,境内企业和金融机构的外债额度提高了25%。

公开信息显示,2020年12月,中国人民银行和国家外汇管理局将金融机构跨境融资宏观审慎调节参数从1.25下调至1,2021年1月将企业跨境融资宏观审慎调节参数由1.25下调至1,降低企业跨境融资风险加权余额上限。

谈及此次上调跨境融资宏观审慎调节参数的原因,东方金诚首席宏观分析师王青指出,10月

下半月以来,受中美利差倒挂幅度扩大等因素影响,稳汇率需求增加。此举一方面有利于增加境内美元流动性,缓和外汇市场人民币贬值压力,另一方面是进一步释放了稳汇率信号,有助于稳定市场信心。

“针对人民币汇率波动加剧的情况,8月底至今,央行已经陆续通过在香港发行人民币央行票据,使用下调外汇存款准备金率与上调外汇存款准备金率两项宏观审慎工具,并辅以人民币汇率中间价,引导市场预

期,传递稳汇率信号。”天风证券固收团队首席分析师孙彬彬在研报中指出。

开源证券方面认为,近期的人民币汇率波动主要受国内基本面偏弱和出口走弱影响,虽然上调参数可以提高企业境外融资规模,但目前受欧美央行激进加息等因素影响,企业跨境融资成本高、意愿低,该参数对汇率的逆周期调节效果可能比较有限,稳增长依然是决定汇率企稳的关键。

下转 B2

个人信息“断直连”验收冲刺

本报记者 李晖 北京报道

12月3日前完成的试点验收节点。

市场共识在于,个人信息“断直连”有其实际困难。机构业务特点各不相同,技术水平参差不齐,接口模式也有差异,加之市场上仅有2家持牌机构,换签(注:指更换签约合同)和切换系统压力较大,效率提升难,也存在一定争议。有机构人士认为,尽快让头部机构跑通业务,也有利于对后续“断直连”工作推进的示范引领。

13家将率先验收

“这次试点验收主要是选择几家合作业务量大的重点金融机构,切换系统,把‘断直连’的模式跑通。”13家平台公司之一的某机构内部人士向记者透露。

“肯定不是全部业务,我们这里对接的有一大半银行没有换签,技术对接就更慢一些,这不是助贷机构方抓紧就可以,也要配合银行的技术排期。”某上海国资背景数据公司高管向记者直言。

这一定程度反映了当前“断直连”业务的实际情况,也解释了此次13家平台金融公司试点验收的背景。

事实上,13家平台公司的“断直连”整改节奏一直独立于整个征信市场“断直连”。2021年4月29日,人民银行、银保监会、证监会、外汇局等金融管理部门联合对部分从事金融业务的网络平台企业进行监管约谈。

彼时,监管确定的平台公司个人征信业务整改结束时间即是2022年年底。同时,根据《征信业务管理办法》,对市场机构给予了一定的业务整改过渡期,过渡期截至2023年6月底。整体看,13家头部平台的试点较为独立,其一定程度上也承担着给市场树立标杆的意义。

按照记者从三处独立信源了解到的信息,目前确实存在“断直连”进度缓慢、一些市场机构意愿不强的问题。“今年八九月份,监管‘窗口指导’13家平台金融公司和2家市场化个人征信持牌机构,确定验收时间点,也督促头部公司可以起到表率作用。”一位知情人士透露。

目前,13家平台公司中,京东数科、天星数科关联公司参股了朴道征信,腾讯参股了百行征信。

此外,13家平台之外的蚂蚁集团,由于其此前申请成立钱塘征信事宜尚未定盘,其个人征信业务的相关整改工作有其独立节奏。

“需求大供给少”问题待解

中金非银团队近期研报指出,尽管“断直连”的基本方向已确定,但受各参与方合作意愿、政策理解角度、科技和服务能力等多方面影响,实施过程可能面临一定挑战。

首先,对比市场上的互联网信贷业务量,市场化征信机构的供给明显不足。在今年8月新金融联盟NFA针对“互联网贷款整改衔接”的一场闭门会上,有银行人士直言,数据市场的交互需求那么大,但到了征信环节却只有两家。一个管道从大动脉到了某一个环节突然变成一个毛细血管,将非常脆弱,是否可以给征信市场更多包容空间。

一位北京征信和大数据领域资深从业者向记者透露,目前由于各家平台公司、银行机构业务特点不同,“断直连”的模式也不同,有的接口不一样,有的采取标准不一样,面对如此复杂的业务,如果不是做表面文章,那么没有多快好省的合规方案。

其次,一些细节问题还需要进一步明确。中金非银分析团队认为,“断直连”在现阶段主要解决的是数据传输机制,但一些问题仍有待清晰。比如,大数据分析服务商数据来源的合规性问题;助贷机构风控字段信息的归属权与专利问题;征信机构对于通过其传输至金融机构的数据储存问题;征信机构与助贷机构分析端的职责划分等。

以大数据服务商数据来源合规问题为例,据记者了解,2家传统数据服务公司百融和同盾,此前虽然公开宣布了与百行征信、朴道征信达成战略协议,但并未有进一步实质性数据层面的工作进展。“持牌机构非常谨慎,而且流程复杂。”一位知情人士透露。

记者注意到,近期中国人民银行官微对征信业务的一篇总结文章指出,人民银行坚持“政府+市场”双轮驱动发展模式,逐步构建金融信用信息基础数据库和市场化征信机构协同发展、互相补充的发展格局。

随着“断直连”试点验收落地在即,新模式下实现业务贯通后,未来市场各方如何找到自身的定位仍充满悬念。

“市场化征信机构如何提供高效、市场化的服务方式?助贷机构在数据成本提升背景下如何开源节流?传统数据服务商做彻底转型还是在牌照申请上继续分羹?总体来看,当前持牌机构应该进一步强化市场化成色,市场也应该进行更充分竞争。”前述北京大数据资深从业者直言。

银行理财降费让利

本报记者 王柯璇 北京报道

一直以来,理财产品收益一直是投资者关注的重点。而伴随着理财市场竞争的不断加剧,理财产品的相关费用亦成为机构比拼的手段之一。

理财产品费用一般包含销售服务费、固定管理费、托管费,以及超额业绩报酬等。对大部分银行理财产品而言,银行公布的产品收益率或净值系扣除相关手续费的数值。

《中国经营报》记者注意到,今

年以来,多家银行理财子公司调整了旗下多款理财产品费率,调整的费率多为固定管理费、销售服务费以及托管费,其中部分产品费率直接降为0。

记者在采访中了解到,银行理财子公司下调理财产品费率受多

重因素影响,总体而言,费率的下调可以让利投资者,相应提高产品的市场竞争力。

对投资者而言,费率的下降固然是利好因素,但“低费率”无法直接和“高收益”挂钩,投资还须综合判定产品情况。

减费让利吸引投资者

近期,多家银行理财子公司对旗下理财产品实施费率优惠,产品类型以固收类、现金管理类以及混合类为主。

近日,中银理财发布多条关于理财产品费率优惠的公告。例如,该公司10月26日公告表示,将于2022年11月8日至2023年1月9日对“中银理财-稳富(双月开)001”产品B份额费率进行优惠,即:销售服务费率由0.30%(年化)下调至0.10%(年化)。优惠期结束后,费率将恢复为产品说明书约定的费率。

除中银理财外,近期,招银理财、光大理财、交银理财、浦银理财

等多家银行理财子公司也对旗下理财产品进行了费率优惠。记者梳理发现,当前费率调整的产品类型以固收类、现金管理类以及混合类为主。

普益标准研究员霍怡静在接受记者采访时表示:“理财产品公司下调产品费率可能出于以下几方面考虑:首先,随着产品规模的持续上升和盈利能力的不断增强,规模效应为其下调费率留出了一定空间;其次,降低产品费率是为了更多让利

于投资者,体现普惠金融理念,更好地服务实体经济。最后,降费也是为了提高市场竞争力,增加对投资者的吸引力。”

“今年以来,宏观经济增长压力较大,金融市场环境持续呈现相对震荡态势。同时,市场利率呈下降趋势,银行理财产品的业绩比较基准出现明显下滑。此外,银行业理财市场规模的增长速度相比去年同期出现一定回落。因此,银行理财子公司调降产品费率是提升

自身竞争力、吸引投资者的重要方式。”中国银行研究院博士后李晔林表示。

霍怡静表示:“对投资者而言,‘低费率’是影响产品选择的因素之一,需要注意结合产品其他方面、自身风险偏好和投资需求做决策;对机构而言,费率下调是银行减费让利的一大体现,能够吸引更多投资者,扩大管理规模,进而进一步降低管理成本,形成良性循环。”

投资者须综合判定

投资者应关注宏观经济形势,树立正确的投资观念,理性调整自身的风险偏好和投资期限。

同一款理财产品,如果收费相应降低,是不是意味着投资者的成本减少,进而可以获得更高的收益?

李晔林表示:“总体来看,理财产品的费率降低能够节约投资者的投资成本,从而提高投资者的获得感。但管理费率并不与理财产品的业绩比较基准和实际投资收益直接挂钩,只有在其他产品条件相似的情况下费率才可能影响最后收益。”

普益标准研究员董丹浓表示:“理财产品费率降低或将在一定程度上有助于提升投资者的收益水平,但银行理财产品自身的收益表

现依然取决于机构自身的投资管理能力。同时需要注意的是,除固定管理费、销售服务费、托管费等费用外,超额业绩报酬也是净值型理财产品的主要费用项目之一,当理财产品实际兑付收益率超过业绩比较基准时,银行将对超过的部分按一定比例在投资者和自身之间进行分配。因此,‘低费率’无法直接和‘高收益’挂钩。”

融360数字科技研究院分析师刘银平表示:“在同一个时期,理财产品的费率越低意味着相同的资产可以取得更高的收益率。理财产品说

的费率越低对投资者而言越有利,但多数投资者对费率并不关注,只关注产品的实际投资收益率。此外,低费率产品也不一定比高费率产品的收益率更高,投资者还是要重点关注产品的投资方向、资产配置比例、历史净值波动及投资收益情况。”

“在购买理财产品时,产品费率只是挑选理财产品的考量要素之一,更重要的是产品风险收益的适配度,只有在同等类型的理财产品对比中,费率才会上升为决定性考量因素。投资者可关注理财产品说

明书的业绩报酬规定,选择整体费率较低的理财产品,以此变相提高产品收益。同时,投资者还应特别注意部分银行理财产品费率调整附带的限制条件,比如持有期限、优惠时间等,避免‘因小失大’。”董丹浓分析指出。

李晔林也提示投资者:“由于市场环境在不断变化,投资者应关注宏观经济形势,树立正确的投资观念,理性调整自身的风险偏好和投资期限,在了解产品投资标的范围的基础上选择与自身需求匹配的理财产品。”

黄大智:新能源赛道的变与不变

本报记者 曹驰 北京报道

近两年来,新能源成为A股市场上最热门的赛道之一。但最近一段时间以来,新能源赛道出现了一定程度的回调。

新能源板块回调的原因是什么?新能源板块是否值得长期持有?近日,星图金融研究院副院长黄大智做客《中国经营报》触角“财富公开课”栏目,针对上述投资者关心的话题以及新能源板块的投资前景深入解读。

《中国经营报》:今年以来,新能源板块的走势起起伏伏,如何看待这种走势背后的原因和逻辑?

黄大智:从2019年开始到现在,新能源指数涨了很多,但从去年10月开始,新能源板块出现回调。行情的变化大体可分为三个阶段:一是从去年10月到今年4月,二是从4月到7月,三是从7月到现在。

在第一个阶段,因为新能源前期涨幅非常高,所以调整也较大,可谓从新能源牛市启动以来最大的一次回调行情。

原因主要有两个层面:第一是估值变化。受到从去年10月开始的美联储加息预期的影响,所有成长股的估值都受到了非常明显的影响。在此影响下,高估值的新能



黄大智

星图金融研究院副院长

好,加上风电装机量等行业数据回升,促成了整个行业向上反弹,形成指数冲高的利好因素。第二个因素是政策影响。新能源目前还是一个受政策影响比较大的赛道,

包括新能源购置税减免、购车补贴等,这些政策对新能源产业及细分领域的业绩产生刺激作用。

第三个阶段,从7月初到现在,新能源指数在没有特别利空的情况下再次回调。相比去年10月开始的第一波回调,此次回调有一些相同点,也有一些不太一样的地方。

相同点在于都是估值受到一定的压制,原因还是在于外围市场加息的预期。此前,大家预期年初到今年年底美联储将加息到3.5%~3.75%,但美联储的十年期国债收益率现在已经达到非常高的水平,到年底可能加息水平将到达4.25%~4.5%,甚至到4.75%。所以,整个无

风险收益率的上涨进一步把估值打压下来,导致成长股的估值又一次受到非常明显的压力。

不同点则有两个:第一,七八月份新能源车的产销量,给市场和行业带来一定的影响。8月零售新能源车的渗透率已经达到27%以上,对照此前发布的到2035年新能源车发展规划,规划中的这一

目标已经提前三年实现。由此,市场可能会对未来成长空间产生疑虑,对行业未来的高增长有一些质疑,这是一个行业性的内生的担忧。

第二,主要是海外的因素。7月份左右,包括美国以及欧盟都出台了一些对于新能源产业方面的政策,这些海外政策的变动增加了国内企业在海外市场的不确定性,一定程度上也加深了市场对于高成长、高估值赛道的担忧。

《中国经营报》:新能源板块的空间很大,细分板块也很多且差异较大。从长期来看,新能源赛道中各细分领域会有哪些机会和风险?

黄大智:就投资而言,新能源是一个比较长期的赛道,它是一个十年、二十年,甚至三十年的赛道。相对我国提出的“3060”“双碳”目标而言,中间有将近40年左右的时间,其中所涉及的方面也非常广。

就细分领域而言,如果从能源的可再生角度或者电力的实现角度看,第一个是新能源车,也是近两年比较火的赛道之一;第二个是光伏,一般把光伏和风电放在一起,就是风光一体化;第三个是储能,这个赛道比较特殊,尚处于发展的初期。第四个是水电,水电不仅是一种可再生能源的方式,同时也是非常好的储能方式;第五个是氢能,这也是近两年炒得比较火的,但其目前还处在市场化初期阶段;最后是核能。

具体来看,新能源车、光伏、储能这三个领域目前既有足够的技术又有广泛需求,是三个主流细分赛道。

新能源车已经度过了所谓的政策驱动期,处在由政策驱动向市场驱动转化的过程。在很多核心产业链上,中国都有最核心技术的实力,比如动力电池。而在市场化驱动的因素影响下,我们需要重点考虑终端市场接受度、普及率等情况。

在光伏领域,由于过去的积累比较雄厚,其技术先进性比较强,国内也不存在卡脖子阶段。整体来看,未来的发展路径非常清晰,终端需求主要着眼于全球,海外的

装机量和国内的装机量共同影响着光伏行业的表现。目前来讲,光伏是一个投资成熟度最高的赛道。而风电还处在一个部分领域卡脖子的阶段。其投资逻辑与光伏一样,但风电的行业估值要显著低于光伏。

在三大赛道里,储能的技术成熟度相对最低但成长性最强。因为从理论上来讲,新能源车、光伏的发展离不开储能需求。在整个储能赛道里,目前装机量最大的是抽水蓄能,增速最快是化学储能,如锂电。锂电池是整个新能源车最核心的动力源,在整个产业链中价值占比最大。此外,还有处于市场化初期的钠离子电池、实验室阶段的全钒液流电池等,以及一些其他新型的物理储能方式,比如压缩空气储能、冯仑储能等。

核能是非常理想的绿色能源,但是其受到很多因素影响,其中最重要的是安全性。特别是在历史上几次大的核电站事故之后,欧美一些国家甚至推出了完全退出核电的规划。在国外来讲,核电是一个边际减少的情况。国内对于核电的态度也比较保守,近几年核电的装机量保持在3%~4%,装机量和发电量相对比较低。所以,这是一个空间比较有限的赛道。

最后是氢能,氢气燃烧之后变成水,理论上来讲是完全清洁的一种能源。在过去两年,各个地方都出台了很多生产氢能源车以及建设加氢站的发展规划。但是,无论是氢的储存还是电解,特别是电解要涉及到大量的稀有金属做催化剂,成本很高。所以,现在还没有办法达到市场化。此外,就氢能汽车而言,由于氢气不稳定性非常高,因此氢能如果作为一个动力源,一旦遇到比如挤压、高温、燃烧这些因素,其安全性会受到较大影响。

氢能行业目前还处在市场化的初期,无论是氢能源汽车,还是加氢站,甚至上游制氢的技术,都很难满足市场化的需要。

所以,对这个行业的投资相对而言要谨慎一些。

上接 B1

植信投资研究院高级研究员常冉也表示,上调跨境融资宏观审慎调节参数一般可以在1~2个季度后起到稳定外债资金流向的作用。预计本次上调参数,可能会在明年中美短期利差有所收窄之后逐步起到稳定外债头寸的作用。此次上调一方面有稳定当前汇率走势的信号作用,另一方面也可看作为明年中美利差收窄后人民币更快回升做的提前布局。”叶银丹补充道。

破解“融资难”

记者采访了解到,在跨境融资中,境内外利差、汇率变化将直接影响企业的利润。

王青指出,人民币汇率走势是企业进行跨境融资的重要考量因素。在汇市波动加剧的背景下,汇率“测不准”现象更为突出,这将增加企业在从事跨境融资等业务时,权衡汇差和境内外利差、锁汇成本和汇率风险之间的难度。考虑到当前美元兑其他主要非美货币汇率普遍高于趋势水平20%以上,加之明年美联储有可能放缓乃至暂停加息,美元指数有可能趋势性下行,企业应压缩汇率风险敞口,控制汇率波动风险。

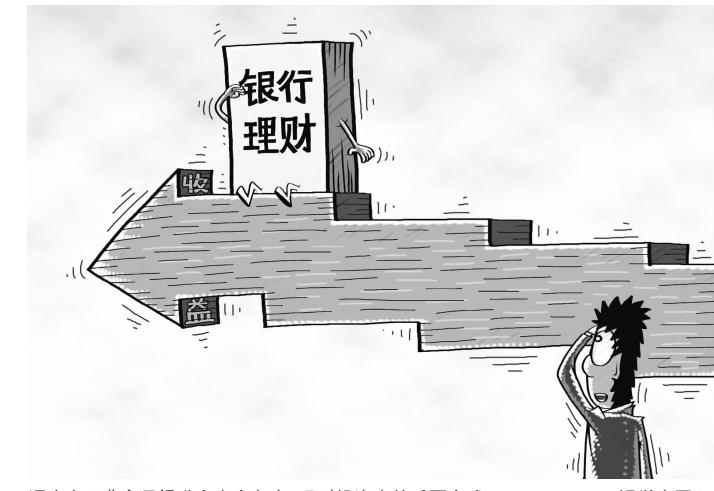
除了利差、汇率因素之外,境内外融资难易程度也是企业跨境融资中需考虑的因素。南洋商业银行相关人士撰文指出,当境内信贷规模或行业政策发生变化时,会对境内融资产生一定的正向或负向影响,如果企业境内融资受限,会有较强的境外融资意愿;而全球各地区的货币流动性差异,以及流动性背后各国央行的货币政策、金融监管政

策、行业政策、风险政策等方面的差异,则会影响境外融资的难易程度。

近年来,我国企业“走出去”的步伐不断加快,跨境融资已成为越来越多企业的主要融资途径。与此同时,便利企业跨境融资的配套政策也逐步推出。

例如,2021年3月,中国人民银行、国家外汇管理局决定在深圳、北京开展跨国公司本外币一体化资金池业务首批试点,以便利跨国企业集团跨境资金统筹使用。2022年5月底,国家外汇管理局发布《关于支持高新技术和“专精特新”企业开展跨境融资便利化试点的通知》,决定进一步扩大试点,便利更多高新技术和“专精特新”企业在一定额度内自主借用外债,助力企业加快创新发展。

此外,提供多元服务满足企业跨境融资需求亦成为商业银行的重要着力点,包括推出“境外机构账户管理一体化”项目等举措,优化业务流程和管理要求,降低企业的交易成本,便利其开展跨境投融资活动。



调降产品费率是提升自身竞争力、吸引投资者的重要方式。

视觉中国/图

公募FOF基金经理是怎么投资的？

本报记者 顾梦轩 夏欣
广州 北京报道

2022年正值首批公募FOF获批五周年。根据济安金信基金评价中心(以下简称“济安金信”)数据统计,截至10月24日,FOF规模合计约2337.42亿元。有77家公募管理人推出了FOF产品,其中管理FOF基金资产规模较大的有交银施罗德、兴证全球、汇添富、华夏、易方达、南方等基金公司。

华夏基金资产配置部总监许利明在接受《中国经营报》记者采访时表示,从产品特征和运

近五年规模增长17倍

公募FOF五年规模扩张迅速,顺应了居民财富管理大发展的内在需求。

2017年10月19日,我国第一只FOF基金——南方全天候策略诞生。作为国内首批发行的公募FOF之一,南方全天候策略以超33亿元的规模结束募集,这标志着我国第一只公募FOF的诞生,也意味着中国基金业正式步入资产配置新时代。

在经历了2018年的小幅滑落,我国公募FOF规模一路增长。尤其从2021年三季度开始,公募FOF发行逐渐进入快车道,单季度发行数量突破30只。五年来,公募FOF规模从2017年末的130.3亿元上升到2022年三季末的2332.58亿元,规模增长幅度高达1690.2%,其中,股票型FOF14.5亿元、混合型FOF2155.93亿元、债券型FOF58.63亿元。

济安金信基金评价中心主任王铁牛在接受记者采访时表示,五年来,通过基金管理人的持续推广和营销,越来越多的基金投资者了解了FOF这个新品类;同时,FOF是以资产配置为核心、多重风险分散为特点的产品,获得了投资者的认可。

格上富信产品经理张怀若在接受记者采访时表示,作为一

行实践看,FOF从机制上提高了投资者获得超额收益的确定性,通过在不同基金产品类型上的分散投资,显著降低整体产品的波动水平,提高风险收益比,让投资者能够更加放心地参与到投资中去。

在全部公募FOF基金中,养老目标基金成为主力军。虽然今年以来,受A股市场波动影响,公募养老FOF的业绩不尽如人意,但拉长时间来看,近三年,养老FOF给基民创造了丰厚的收益。Wind数据显示,最近三年,全市场87只养老FOF全部取得正收益,其中收益在30%以上的有21只。

FOF重仓债基、ETF

目前公募FOF是以股债组合为主,相对而言,长期纯债基金和一些宽基指数、行业指数基金是FOF基金的主要配置对象。

以资产配置和基金投资为“看家本领”的FOF基金经理的调仓动向也备受关注。Wind数据显示,2022年三季度,债券型基金、指数基金成为FOF基金经理的“心头好”。在其重仓基金中,债券型基金460只,被动指数基金以及指数增强基金合计371只。

王铁牛指出,FOF基金投资主要以投资组合策略、风险评价、美林时钟周期等作为主要的资产配置方法。目前公募FOF是以股债组合为主,相对而言,长期纯债基金和一些宽基指数、行业指数基金是FOF基金的主要配置对象。

已披露的权益类FOF基金三季报显示,在被重仓的指数基金中,FOF前十大重仓基金中超半数为ETF。“选择ETF的原因是其灵活度高,费率低,基金风格显著,适合长期配置。”杜正中说。

“在FOF配置过程中,ETF的

养老FOF占比近一半

目前,我国FOF资产规模相较于市场基金规模占比为3.11%,未来仍然具有较大的发展空间。

许利明介绍,在构建FOF投资组合的过程中,一般要经历四个步骤:战略资产配置、战术资产配置、目标基金的选择和风险管理。

“在非熊市周期里面,我们会对市场中的各类风格、行业、板块、赛道进行研究,选择那些有希望为持有人创造超额收益的风格进行重点配置。”许利明表示,研究发现,中国主动基金经理创造的超额收益中,超过80%的部分与市场风格的偏离有关,只有一小部分是纯粹的选股产生的阿尔法。因此,如果我们不对风格进行选择,则创造超额收益的能力就会大打折扣。

许利明表示,在选择好将要配置的风格之后,还运用量化与主观相结合的方法,对市场中的基金经理业绩进行精准的风格识别和准确的业绩归因,把符合风格要求的基金纳入到公司的投资组合当中,

养老保险FOF近三年业绩前十

基金简称	最近三年总回报(%)	同类排名	成立以来总回报(%)	规模(亿元)	基金经理
华夏养老2045三年A	50.26	1/90	56.54	10.41	许利明
华夏养老2045三年C	48.46	2/90	54.34	0.94	许利明
嘉实养老2050五年	40.77	3/90	51.14	2.71	张静、唐棠
嘉实养老2040五年	39.99	4/90	43.55	2.51	张静、唐棠
南方养老2035三年A	36.86	5/90	51.96	8.84	黄俊、鲁炳良
华夏养老2040三年	36.83	6/90	47.84	11.73	许利明
中欧预见养老2035三年A	36.66	7/90	55.19	11.77	桑磊
南方养老2035三年C	35.24	8/90	49.57	0.79	黄俊、鲁炳良
中欧预见养老2035三年C	35.04	9/90	52.72	1.51	桑磊
嘉实养老2030三年	34.76	10/90	37.56	4.06	张静、唐棠

截至日期:2022年10月23日

数据来源:Wind

好。“该基金不论是在资产配置、久期管理、风险控制都做得比较优秀,这也是其被多只FOF持有的原因。”王铁牛说。

从而构建一个高效的FOF组合。

嘉实养老2050基金经理张静介绍,做投资组合的过程是一个动态调整的过程,方法论包括两部分:大类资产配置和基金选择。在做基金选择的时候,张静同样注重基金的投资风格,比如,是偏板块还是偏制造业,是价值型还是成长型,对估值的容忍度如何等。多维度的贴上标签后与基准比较,考量基金是否具有持续创造阿尔法(个股的收益与大盘指数收益的差值)的能力。

在基金的类型选择上,张静介绍,现有公募养老FOF产品,权益中枢多是20%左右的水平,最低的权益下限也有10%,今年权益市场的调整分化也影响了基金的表现。“拉长时间维度看,权益资产的收益率仍然可观。”张静说,目标风险型养老FOF会设置不同的风险目标,

以方便满足投资者追求不同的收益;而目标日期基金权益资产比例恒定,随着产品“日期”的临近,权益资产投资比例会逐步下降。

谈及养老FOF的发展前景,杜正中指出,目前,我国FOF资产规模相较于市场基金规模占比为3.11%,未来仍然具有较大的发展空间。养老FOF未来同样大有可为,随着个人养老金政策的实施,未来这一类基金将得到个人养老金账户的支持,从而迎来从质到量的全面发展。

2022年4月,国务院办公厅发布《关于推动个人养老金发展的意见》,规定参与人每年缴纳个人养老金的上限为12000元。“这一制度的出台对我国建设多层次、多支柱养老保险体系具有标志性意义,养老目标FOF有望迎来历史性发展机遇。”王铁牛说。

投顾业务倒逼基金投研一体化改革

本报记者 任威 夏欣 上海报道

自2019年10月末基金投顾业务试点以来,基金投顾业务已三周年。随着获得基金投顾业务试点资格机构越来越多,在监管的指导下,专业的基金投顾机构逐步面向投资者开展合规、风险可控的基金投顾业务。

“从海外成熟市场的经验来看,‘买方代理’模式是符合投资者利益的制度安排。”首批投顾试点机构之一嘉实财富相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示,在“买方代理”模式下,投资顾问的收入不与基金的销售佣金和规模挂钩,而是与接受投顾服务的投资者的利益挂钩。这种制度安排摆脱了传统模式下的佣金激励,使投资顾问专心依据投资者的委托,在授权范围内管理账户资产、做出资产配置和投资决策,并直接服务于投资者的个性化需求。

关于投顾收费模式的优化,博时基金互联网金融部总经理吴伟杰认为,基金投顾业务相较于传统基金产品销售,最大的特点在于通过收费模式的设计实现了投资顾问和客户利益的捆绑。建议在总结试点经验基础上,研究放开投顾费用采用业绩报酬模式的可能性,更好激发投顾机构为客户“管好钱、赚到钱”的积极性。

投顾策略升级+系列服务

2019年10月24日,证监会下发了《关于做好公开募集证券投资基金管理人投资顾问业务试点工作的通知》。

2019年10月25日,首批5家基金投顾试点获批。首批获得试点资格的基金公司,多数在2019年底就上线了相关业务。

中欧基金相关人士告诉记者,中欧财富是2019年首批获得基金投顾试点的机构之一。截至今年8月底,中欧财富投顾用户留存率超65%,复购率近70%,投顾用户平均

改善投资体验 提升复投率

吴伟杰告诉记者,基金投顾通过为客户量身定制专属的资产配置方案,提供长期持续的陪伴与服务,有利于在制度设计上,引导行业更加注重客户利益、满足客户需求。基金管理公司的核心能力是投研,短板是客户流量,因此主要通过产品业绩和投资体验来构建核心竞争力,投顾业务发展初期主要通过外部销售机构合作获取保有规模。

基金投顾业务的发展是一个

持有时长超190天。

据了解,过去三年中,从投顾策略构建、投顾服务和外部合作,中欧财富做出了多项升级。

“首先是投顾策略构建升级。在投顾试点开始的1~2年中,中欧财富搭建了人生四笔钱的投顾账户体系,从中短期闲钱投资、中长期资金增值到子女教育、养老等人生规划,提供匹配的投资解决方案。”中欧财富相关人士表示。

今年以来,在标准化策略的基

系统的过程,投顾业务模式、系统建设投入、投资策略构建、客户画像完善等均需要时间,行业机构、监管框架与新的业务模式都有一个同生共长、磨合适应的过程。更关键的是,客户投资行为习惯的改变也是一个逐渐的过程。”吴伟杰表示。

基金投顾业务难以在短期内实现规模的快速上涨。但试点机构坚持投顾业务发展初心,不以追求短期规模和户数增长为单一目标,持续帮投资者提升投资体验,客户复

投率较高,为投顾业务持续发展获得了较好的社会认可度。

对此,嘉实财富相关人士表示,基金投顾作为金融服务的新业务,市场认知阶段还比较初级,金融消费者对金融产品和服务的区别认知还不够充分,在推广投顾服务的过程中,对金融消费者的教育、引导效率尚待提高,希望监管部门、行业协会和各个同业机构能够一起推进投资者教育,让投顾服务的理念能够深入人心,让投顾业务为实现

人民幸福做出贡献。

“建立信任是投顾机构需要共同攻克的难题。”中欧财富相关人士表示,“基金投顾另一个难点在于了解客户。除了单方面提供服务外,投顾机构还需加深用户洞察,并通过产品设计和技术支持提供对应的解决方案。”上述中欧财富人士强调。

“投顾是‘投’与‘股’,要服务好客户,如何做好‘股’是更重要的焦点。”嘉实财富相关人士指出。

在投顾服务的升级方面,2022年,中欧财富进一步探索投顾深度服务,将投研的投资决策和投资背后的逻辑、市场的点评和投资经验等内容,以每周发送的形式推送给投资者,提供更匹配当前市场的资金买入方案,在力争帮助投资者解决“买什么”的基础上,进一步解决“怎么买”的问题,培养投资者形成定投的投资习惯。

中欧财富数据显示,截至8月31日,公司已有超50%的投顾用户开启跟投/定投服务。

对于公司投顾业务的发展情

况,吴伟杰介绍,博时基金正积极推广基金投顾在销售机构的落地,目前积极沟通蚂蚁基金、天天基金、同花顺基金、盈米基金等代销机构,稳步推进上线工作。

“在投顾团队和基金管理能力方面,我们在业内率先进行了投研一体化改革,形成了研究驱动型、多元化的风格投资策略。投顾团队依靠博时投研大平台,跨团队深度合作,对市场变化的敏感度更高,判断力更准确。”吴伟杰表示。

嘉实财富正在持续加强基金投顾力度,比如,专门开通“嘉实财富投顾”微信公众号,推出基金投顾系列课程,包含基金投顾小课堂、定投课堂等等,并在公众号设立了CIO Letter专栏,为投资者提供市场分析点评及长期投资等行为引导。同时专门设立直播节目,为投资者普及金融投资知识,向投资者讲述如何识别投资陷阱和学习投资方法,帮助投资者提高自身金融知识水平,以及风险识别的能力。

服务体系。”嘉实财富相关人士告诉记者。

上述嘉实基金相关人士指出,未来,投顾服务是不可或缺的一个部分,面对当前复杂的市场环境,以及居民理财净值化的需求,投顾的专业服务可以帮助投资者建立更为健康的账户体系。同时,基于第三养老支柱的发展,投顾也会在养老账户中起到重要的作用。

洞察客户需求 客群差异化服务

对于未来的发展方向,中欧财富表示,将在“投”和“顾”两个层面继续发力,探索更适合每个客户的基金投顾服务。中欧财富具体有如下几个方面的规划:

其一,继续加深对客户需求的洞察分析。通过投资人的互动计划、利用科技互联网大数据的手段等等,加大对客户的画像和需求的研究投入,研发

与之匹配的投顾策略服务体系。对客户的需求洞察和理解是做好投顾的前提,对客户需求的理解有多深,决定了为他提供的投顾服务是否能够匹配,满足客户的需求。

其二,在投顾服务的内容方面。需要改善和研究的核心是,如何将投顾机构专业性的投研知识沉淀,工具化、产品化,并且更有温度地传递给客户,转化成贴近客户的语言体系,最终为用户所理解甚至吸收。

其三,在投顾服务的形式方面。针对差异化的客群,尝试更多的可能的服务形式。比如针对长尾客群,通过大数据和智能化的手段,在成本可控、服务质量保障的基础上,提供千人千面的适合每个人的投顾服务;针对高净值

客户,尝试更加定制化的服务方案,来提升服务感和定制感。比如引入人工,提供专属定制的账户管理方案。

“投顾试点三年,给予了各家机构充分发挥的空间,投顾服务业务也得到了快速发展,我们对于投顾服务的思考更加聚焦投资者个性化需求以及投教和行为引导,建立了更可以让客户接受的

中小银行增强精准投放 小微信贷增量占比提升

本报记者 杨井鑫 北京报道

继六家国有行公告披露前三个季度信贷结构，强调服务实体经济、提升经营质效之后，多家中小银行也陆续发声发布了关

加大实体支持力度

引导金融体系为实体经济提供更精准、更高效的金融服务也是经济高质量发展的关键一环。

党的二十大报告明确提出，坚持把发展经济的着力点放在实体经济上。实体经济是国民经济的关键组成部分，推动经济高质量发展取得新突破，离不开实体经济的有力支撑。同时，引导金融体系为实体经济提供更精准、更高效的金融服务也是经济高质量发展的关键一环。

10月24日，平安银行发布了2022年三季度报告。数据显示，截至9月末，该行表内外授信总额48743.07亿元，较上年末增长4.2%；单户授信1000万元及以下不含票据融资的小微企业贷款累计户数99.81万户，其中贷款金额在100万元以下的户数占比近90%；9月末，该行制造业中长期贷款余额较上年末增长23.0%，高于发放贷款和垫款本金总额增幅15.2个百分点。

平安银行称，2022年以来，该行着力服务实体经济、保障社会民生、促进高质量发展，加大信贷投放、优化信贷结构、降低融资成本、夯实资产质量。通过金融创新和科技赋能，积极支持民营企业、中小微企业高质量发展，持续加大对制造业支持力度，不断促进金融服务提质增效。

10月24日，宁波银行也发布了关于高质量服务实体经济的公告。该公告称，宁波银行今年前三季度新增贷款超过1600亿元，这部分增量贷款的主要投向是中小微企业，特别是制造业、进出口企业等实体经济客群。

于银行支持实体经济的情况。

据《中国经营报》记者了解，平安银行、中信银行、宁波银行、杭州银行、上海银行等银行均在今年前三季度加大了小微企业、制造业、战略新兴产业、高精特

新企业等实体经济重点领域的信贷投放，尤其是小微企业的信贷增量在信贷总投放增量中的占比提升较大。同时，多数银行的资产质量在前三季度也有所改善。

银行半年报数据显示，宁波银行上半年制造业贷款余额为1637.45亿元，较上年末增加263.94亿元，增幅接近20%，超过该行整体贷款余额增速。

宁波银行称，今年前三季度银行经营业绩稳健，营业收入、净利润等核心财务指标均保持良好增长势头，资产质量保持较优水平，持续为广大股东创造价值。下阶段，银行将全面落实新发展理念、服务新发展格局，用专业创造价值，推动银行稳健发展，为实体经济高质量发展贡献更多力量。

近日，中信银行也发布了该行服务实体经济的相关情况。截至2022年6月末，中信银行制造业贷款余额为3778.84亿元，占比15.34%，较上年末进一步提升。其中，制造业中长期贷款余额1542亿元，比上年末增长16%。普惠型小微企业贷款余额4142.60亿元，较上年末增加473.93亿元。

10月25日，厦门银行发布了三季报，报告称通过营收结构优化助力提升服务实体经济的质效。截至9月末，该行实现个人贷款及垫款734.70亿元，较上年末增长10.15%；个人存款470.21亿元，较上年末增长12.91%。在对公业务方面，银行坚守“聚焦中小”经营定位，持续发挥在服务中小微企业方面的经验优势，积极践行绿色低碳转型和服务实体经济。前三季度企业贷款及垫款规模1000.15亿

数据显示，上海银行1月至9月，普惠型贷款投放同比增长70.25%；2022年9月末绿色贷款余额较上年末增长100.15%；2022年9月末，科技型企业贷款余额较上年末增长19.88%；制造业贷款余额较上年末增长22.77%，增速超过银行贷款总体增速。

持续创新迭代融资产品及模式

要通过市场化政策和工具，引导银行业加大对科技创新、乡村振兴、小微企业、新市民群体的支持力度，发展绿色金融和普惠金融，使金融资源的配置方向与经济转型方向一致。

“近年来，我国金融与实体经济的良性循环逐渐形成，尤其是在支持小微企业和制造业融资方面取得了很大的成就。”一家国有大行信贷部人士称，实体经济与金融是鱼水关系，金融的脱实向虚得到了扭转，金融活水在流向实体经济中。

他认为，从支持实体经济的方式中，不少银行也有不断的探索。工商银行等银行加大了制造业的票据融资，中信银行等银行则以供应链为切入口提供信贷，还有银行依靠地方政府增信等等，模式越来越多，银行金融产品越来越丰富，覆盖的范围越来越广，投放也越来越精准。

宁波银行表示，在服务实体经济过程中，该行通过信贷额度单列、内部资金转移价格优惠等专项政策，切实提升普惠小微企业融资的可得性、便利性、有效性。

平安银行则表示，持续推进金融创新和科技赋能，实现制造业企业服务模式突破。对此，该行还总结了三个做法：一是深入制造业产业链全景，挖掘生态客群场景金融需求，通过持续创新迭代融



单位:万亿元

数据来源:Wind

新兴产业聚集地建设。截至9月末，该行战新产业贷款余额超880亿元，较年初增加近230亿元。

“要通过市场化政策和工具，引导银行业加大对科技创新、乡村振兴、小微企业、新市民群体的支持力度，发展绿色金融和普惠金融，使金融资源的配置方向与经济转型方向一致，由低效部门向高效部门流动，助力经济转型、优化资产结构。”复旦大学金融研究院研究员董希淼表示。

券商“输血供氧”实体经济

本报记者 崔文静 夏欣 北京报道

党的二十大报告指出，要建设现代化产业体系，坚持把发展经济的着力点放在实体经济上。

近日，包括中信证券、中金公司、中信建投证券、银河证券、华泰证券、海通证券、国泰君安在内的多家券商发布“服务实体经济、助力

高质量发展”相关公告；更多券商则通过董事长讲话等方式，学习党的二十大精神，总结服务实体经济成绩单。

“金融支持实体经济质效大幅提升，有力地支持了脱贫攻坚、小微企业、科技创新、绿色发展、乡村振兴、制造业强国等国家重大战略、经济社会发展的重点领域和薄弱环节。”证监会日前在官网文章中如是写道。

市场人士告诉《中国经营报》记者，作为资本市场最为重要的中介机构，证券公司是借力资本市场服务实体经济的主力军，尤其是随着全面注册制的落地和企业直接融资比重的扩大，证券公司在服务实体经济上的作用将日渐凸显。

立足资本市场多元服务实体经济

“资本市场要服从和服务于这个大局，坚持金融服务实体经济的宗旨，全面深化改革，完善多层次市场体系，健全资本市场功能，提高直接融资比重。”证监会官网《中国证监会党委传达学习贯彻党的二十大精神》一文中如是写道。

党的二十大报告强调“坚持把发展经济的着力点放在实体经济上”以来，截至10月27日，已有多家券商公告，发布服务实体经济成绩单；更有诸多券商学习党的二十大精神，致力于回归金融本源，更好服务实体经济转型升级。

作为资本市场主力中介机构的证券公司，在服务实体经济上途径多元。

一方面，券商可为实体经济提供直接融资服务。以中信建投为例，今年1~9月，其完成2306单股票及债券主承销项目，主承销金额10793亿元；服务31家企业实现IPO上市融资497亿元，帮助一批服务国家重大战略的硬科技企业登陆资本市场；帮助24家上市公司完成股票再融资422亿元，利用资本市场实现跨越式发展。

另一方面，券商通过直接股权

投资以及私募股权投资基金方式，将更多金融资源配置到经济社会发展的重点领域和薄弱环节，加大对实体经济特别是科技创新和新兴产业领域的支持，积极投资自主创新及前沿技术相关的优质实体企业，为社会经济高质量发展提供助力。

比如，今年1~9月，中信证券投资公司新增自有资金股权投资人民币47亿元，主要投向新能源、半导体、新材料、先进制造、新型医疗器械等领域，重点关注具有战略性、全局性、前瞻性的重大项目。

服务实体经济，除为企业带去实实在在的利好以外，也有助于区域协调发展。国泰君安在其近日发布的关于服务实体经济高质量发展的公告中提到，“深耕区域协调发展，精准服务当地实体经济。公司‘高站位、高起点、高标准’支持粤港澳大湾区发展，成立粤港澳大湾区协同发展委员会，新设创新型前海分公司；积极服务长三角一体化发展，设立首期规模80亿元的临港国泰君安科技前沿产业基金，加快推动设立青浦新城分公司及临港新片区分公司；积极服务京津冀协同发展，新设特色型雄安分公司。”

海通证券亦提到，其在粤港澳、京津冀、东北、中部、成渝等区域经济发展建设中，通过塑强金融资源与区域实体经济发展纽带功能，为区域发展新战略注入金融活力。

在下一步发展规划中，证券公司更是纷纷表示将坚持金融服务实体经济的宗旨，继续发挥连接实体经济与资本市场的桥梁作用，助力高质量发展。银河证券表示，将围绕发展经济的着力点放在实体经济上的重要部署，支持“专精特新”企业、战略新兴产业、前沿科技企业发展，深化金融科技创新，提供更多直达实体经济重点领域和薄弱环节的金融服务，为加快建设现代化产业体系、实现高质量发展作出积极贡献。

中金公司提到，一方面不断发挥金融机构为实体经济“输血供氧”功能，全力为企业拓宽融资渠道、优化融资结构，通过股权融资、债券发行、并购重组等方式全方位满足实体经济融资需求；另一方面，积极协助企业化解债务风险、解决融资难题，助力企业发挥稳增长、稳就业作用。

特色化乡村振兴服务

“全面推进乡村振兴，坚持农业农村优先发展，巩固拓展脱贫攻坚成果。”党的二十大报告如是写道。

乡村振兴是中国经济高质量发展的重要方面，金融机构深度服务实体经济，亦需在乡村振兴上添砖加瓦。在助力乡村振兴上，证券公司始终开足马力。

2018年，为充分发挥资本市场作用，创新金融帮扶的新模式，中国证券业协会（以下简称“中证协”）联合中国乡村发展基金会（原中国扶贫基金会）和山西省隰县政府成立特困帮扶基金。帮扶基金设立以来，已经累计产生收益315万元，帮助特困群众1153户、3173人次，不仅解决了部分特困群众的实际困难，还为兜底保障资金提供了补充，并为防止脱贫群众返贫作出贡献。

同时，中证协组织号召证券行业从业人员参加“善行者”公益活动，扩大特困帮扶基金的来源渠道，累计动员证券行业从业人员近1000人次参加，筹集善款400余万元。

2021年，中证协组织开展证券行业促进乡村振兴公益行动启动仪式，63家证券公司签署《证券行业促进乡村振兴公益行动发起人协议》，首期承诺公益投入3.5亿元，并持续推进公益行动志愿者服务、县域经济发展研究、乡村振兴人才培训、公益行动项目推介等四个平台建设取得积极成效。

2022年选拔30名证券行业志愿者在山西省隰县5座中学开展支教；针对隰县发生的严重洪涝灾害，在协会的倡议下，17家证券公司自愿捐赠1600多万元驰援灾区，帮助灾区群众抗洪救灾和防止因灾返贫。

券商不只积极参与中证协等监管机构组织的乡村振兴活动，亦结合公司特点推出特色化的乡村振兴服务。

中信证券推进乡村振兴债券等融资服务以助力乡村振兴。2022年1~9月承销乡村振兴债券18只，承销金额49亿元。中信建投旗下期货子公司通过“保险+期货”两种金融工具的融合，为农户提供操作性较强的避险工具；2022年1~9月，期货子公司开展“保险+期货”项目74个，为遍布6个省31个县的总计4397个农户、合作社和涉农企业提供保障，承保货值超过10亿元。中金财富十年如一日扎根甘肃会宁县开展结对帮扶，助力革命老区如期脱贫摘帽，并持续推进脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接。



A股股票代码: 601658
H股股票代码: 01658
客户服务热线: 4008895580
网址: www.psbc.com

提振消费活力 银行抢滩“双11”场景金融

本报记者 王柯瑾 北京报道

10月24日，“双11”购物节预售已经正式拉开帷幕。除各大电商平台外，商业银行也纷纷推出多项活动，加大力度布局相关场景金融，助力消费市场回暖。

线上购物场景渗透扩大

伴随着电商购物体验的不断提升以及直播带货等新型消费方式的涌现，银行对线上购物领域的场景渗透率持续扩大。

今年，越来越多的银行加入“双11”购物预热的大军。

以信用卡业务为例，建行龙卡信用卡10月20日开始了“支付宝11.11瓜分百亿积分活动”。农行信用卡于10月20日开启农行消费券（满200返20）的活动。

众所周知，电商平台和物流公司是网络购物节两大重量级参与者，二者加大了银行消费场景的拓展力度。

例如，光大银行信用卡和京东展开了“钜惠双十一囤货更省钱”活动，可以享受满3000元减300元支付券等多类型优惠。

购物节的到来也意味着电商物流快件即将迎来高峰，中信银行信用卡携手顺丰速运，全新推出中信银行顺丰运银联签名信用卡。记者从中信银行了解到，本次联名卡的推出，将消费信贷的金融服务可得性与现代新型消费的物流便利性进行创新整合，精准面向具有高频网购消费、寄收快递的用户发行，并通过消费返利、权益补贴的方式，积极推进提振消费、服务新市民的重要目标。

近年来，我国居民的网上消费零售额持续增长。国家统计局10月24日公布的数据显示，前三季度全国网上零售额95884亿元，

促进消费潜力释放

当下信用卡业务已经进入存量竞争阶段，“双11”是一次非常好的营销机会。

当前，我国消费需求总体延续恢复态势。

10月24日，国家统计局发布的数据显示，1月份至9月份，社会消费品零售总额为320305亿元，同比增长0.7%。其中，9月份社会消费品零售总额为37745亿元，同比增长2.5%。从消费增速来看，三季度社会消费品零售总额同比增长3.5%，二季度同比下降4.6%，三季度较二季度加快恢复。

国家统计局国民经济核算司司长赵同录分析称，在稳增长促消费政策支持下，消费需求总体延续恢复态势，对经济发展的基础性作用逐步巩固。前三季度，最终消费支出对经济增长贡献率为41.3%，拉动GDP增长1.2个百分点。其中，三季度最终消费支出对经济增长贡献率为52.4%，拉动GDP增长2.1个百分点。

即将到来的“双11”购物节也被业内认为是激发四季度消费活力的重要力量。

10月25日，阿里巴巴披露的

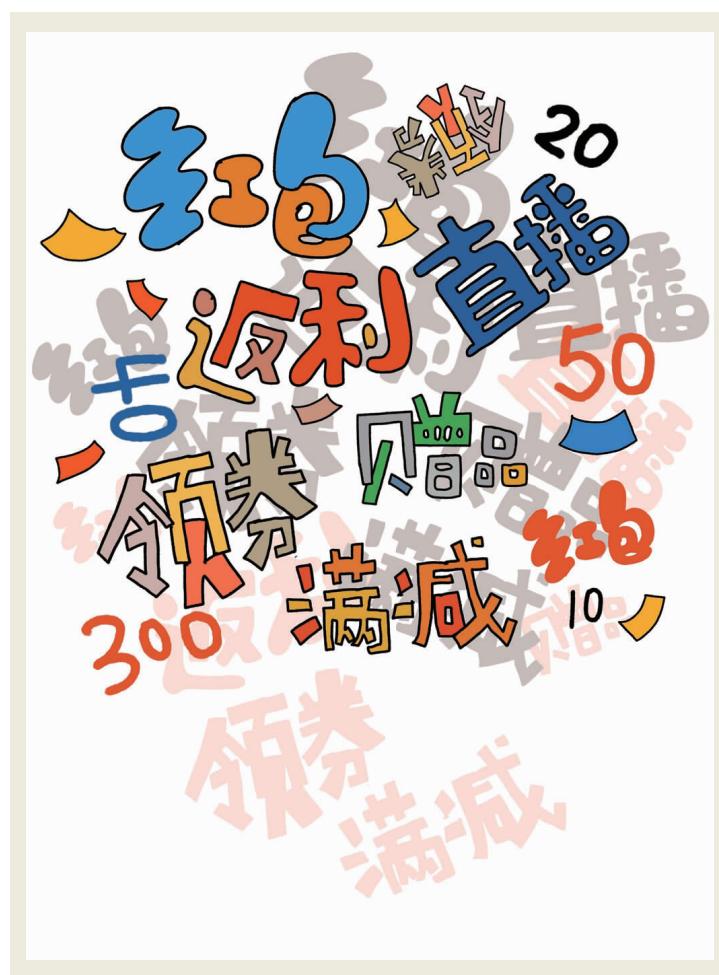
《中国经营报》记者梳理发现，信用卡优惠活动是银行备战购物节的杀手锏。此外还有多家银行力推消费贷、取现分期等产品，参与的银行类型几乎从国有大行到地方城商行全覆盖。

党的二十大报告指出，加快

构建新发展格局，着力推动高质量发展。要着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用和投资对优化供给结构的关键作用。

今年以来，围绕扩大内需，促进重点领域消费、新型消费以及

挖掘县乡消费潜力等方面助力政策不断出台。业内人士认为，未来银行将充分发挥金融服务与风险防控优势，线上和线下结合，满足市场多元化、个性化、体验式高质量的金融服务需求，促进国内消费潜力释放。



临近“双11”购物节，银行信用卡通过与电商平台合作推出消费绑卡支付送积分、返刷卡金、优惠券等活动，借以提升信用卡绑卡、消费分期、实现促销等目的，提振消费热情。
视觉中国/图

者提供便利、实惠、体验式的消费支付服务，结合以往银行的一些做法，银行将积极推出多项产

品和活动，阶段性降低消费信贷成本，产品尽可能与更多消费场景结合等。

与消费最相关的当属信用卡业

行合理消费。

“消费者层面，首先需要关注‘双11’相关的活动或优惠条款存在哪些前提条件，比如是否存在名额限制、需要手动领券（如免息、分期折扣）等；其次，如果涉及到信用支付、分期付款等需要记得还款日期；最后则是树立量人为出、理性消费的观念，对于超出自己消费能力的大额消费品保持谨慎评估的态度。”苏筱芮说道。

于百程认为：“对于消费者来说，一方面要养成健康的消费习惯，理性消费，另一方面要了解银行信用卡等产品，了解免息、分期等区别，特别是息费等情况，在自身实际需求的范畴内享受信用卡优惠活动，不要在不了解的情况下过度使用金融产品，以免给自己信用带来困扰。”

周茂华表示：“未来银行充分发挥金融服务与风险防控优势，线上和线下结合，提升产品创新能力，丰富消费场景，增加适销对路的金融服务产品，满足市场多元化、个性化、体验式高质量的金融服务需求，促进国内消费潜力释放。”

不过，业内分析人士也提示消费者应树立正确的消费观，进

行合理消费。

“消费者层面，首先需要关注‘双11’相关的活动或优惠条款存在哪些前提条件，比如是否存在名额限制、需要手动领券（如免息、分期折扣）等；其次，如果涉及到信用支付、分期付款等需要记得还款日期；最后则是树立量人为出、理性消费的观念，对于超出自己消费能力的大额消费品保持谨慎评估的态度。”苏筱芮说道。

于百程认为：“对于消费者来说，一方面要养成健康的消费习惯，理性消费，另一方面要了解银行信用卡等产品，了解免息、分期等区别，特别是息费等情况，在自身实际需求的范畴内享受信用卡优惠活动，不要在不了解的情况下过度使用金融产品，以免给自己信用带来困扰。”

周茂华也提示道：“消费者在享受消费信用贷带来便利的同时，需要积极倡导理性消费，充分考虑自身财务情况，避免非理性过度借贷超前消费。”

务流程及系统改造等工作，改造后新增业务应当符合信用卡新规规定”。

《中国经营报》记者在采访中了解到，信用卡新规对相关业务

提出了更高的要求，银行正紧锣密鼓地开展业务调整。在逾3个月时间里，诸多银行已经在信用卡业务管理、资金流向、分期业务等方面进行了调整和严控。

计算方式”“向客户展示分期业务收取的资金使用成本时，应当统一采用利息形式，并明确相应的计息规则，不得采用手续费等形式，法律法规另有规定的除外”。

同时，针对部分银行业金融机构息费水平披露不清晰，片面宣传低利率、低费率，以手续费名义变相收取利息等问题，信用

卡新规明确要求，银行业金融机构要切实提高信用卡息费管理的规范性和透明度，在合同中严格执行息费说明义务，以明显方式展示最高年化利率水平，并持续采取有效措施，降低客户息费负担，积极促进信用卡息费水平合理下行。

下转 B6

信用卡新规落地百日 业务整改在路上

本报记者 张漫游 北京报道

信用卡新规落地逾百日，信用卡业务整改已经在路上。

今年7月，中国银保监会、

严格规范分期业务

7月落地的信用卡新规，在信用卡业务管理、发卡营销、授信风控、资金流向、分期业务、合作机构以及对用户合法权益保护等几个方面提出了更高要求。

银行正以此为依据，紧锣密鼓地进行业务调整。其中，从持卡人角度看，调整较为明显的是信用卡分期业务。

多家银行已经发布了关于调整信用卡分期业务息费名称的公告或将信用卡“分期手续费”调整为“利息”的公告等。

信用卡新规规定，“银行业金融机构应当在分期业务合同（协议）首页和业务办理页面以明显方式展示分期业务可能产生的所有息费项目、年化利率水平和息费

卡新规明确要求，银行业金融机构要切实提高信用卡息费管理的规范性和透明度，在合同中严格执行息费说明义务，以明显方式展示最高年化利率水平，并持续采取有效措施，降低客户息费负担，积极促进信用卡息费水平合理下行。

保证金信用卡“重出江湖” 银行下探长尾市场

本报记者 秦玉芳 广州报道

日前有银行发布公告，拟推出冻结保证金办理个人信用卡的“E办卡”业务，即客户将个人保证金存入在该行开立的电子账户，银行基于保证金金额为客户授信办卡。

时隔多年保证金信用卡再度上架，背后是银行信用卡获客向长尾客群下沉的需求驱动。银行信用卡业务人士认为，今年以来，信用卡监管新规相继落地，叠加疫情影响下，

保证金信用卡重现

某银行日前发布一份《保证金冻结办理个人信用卡服务协议》（以下简称《服务协议》）公告，宣布推出保证金冻结办理个人信用卡业务“E办卡”，明确协议将于2022年11月24日起正式启用。

根据服务协议，客户将个人保证金存入其在该行开立的电子账户，授权并同意银行对约定金额的保证金进行止付（即“冻结”），并按照协议服务条款的约定条件，办理个人信用卡。保证金成功冻结后，银行为客户核批信用卡及卡片额度；信用卡批核后，经银行审批通过，客户可通过银行指定渠道申请解除冻结保证金。待批核的信用卡总额度不高于客户提交冻结的保证金金额。

某股份银行信用卡业务人士透露，这种保证金信用卡，实际上就是以客户个人资产作为担保的信用卡业务。“客户先向申请信用卡的银行账户存入一定金额的资金作为保证金被冻结，银行依据保证金金额授信额度，一旦客户发生违约，银行将划扣保证金以弥补损失、控制风险。”

服务协议也明确，完成冻结的保证金有效期从银行信用卡下卡后一直到客户销卡时终止。保证金期限内，保证金的履约范围为甲方在信用卡使用期间内发生的所有债务，包括不限于本金（如透支消费款、透支提现款等）、利息、罚息、复利、手续费、年费、违约金、损害赔偿金和实现债权的所有费用等。

资深信用卡研究专家董峥表

长尾客群下沉经营仍待破局

除保证金信用卡外，此前也有银行推出零额度信用卡，以拓展中高风险的长尾客群信用卡业务。

在存量市场精细化深耕的竞争趋势下，各家银行都在积极进行获客下沉，加快长尾客群市场的业务布局。

工商银行面向县域农户客群推出工银“兴农通”信用卡产品。邮储银行针对县域乡村居民消费升级需求推出“乡村振兴主题信用卡”，截至2022年6月末，该主题信用卡结存卡量已突破15万张。

邮政储蓄银行战略发展部孙爽刊文指出，银行业对高端客户的争夺已进入白热化阶段，存量博弈难度较大，下沉服务重心，挖掘长尾客群的金融服务需求，有望为商业银行带来新的利润增长点。

与大中型银行相比，城商银行、农商银行等地方商业银行近年来在信用卡长尾客群的拓展上持续深入。长沙银行信用卡部总经理罗颖在近日发文中也透露，该行信用卡业务的主阵地在湖南，面向全省的市，尤其是县域地区下沉市场；县域的卡量以及特惠商户占比均接近25%，县域客户和城区相比活跃率略高，县域信用卡均收入与城区接近，表现比较亮眼。

罗颖在文中指出，对于城商行信用卡业务而言，在较为下沉的地仍有一定的市场空间。上述股份银行信用卡业务人士认为，信用卡业务具有天然的支付和场景消费功能优势，以此为入口，可以实现个人客户金融服务的嵌入和打通，是商业银行发展消费金融业务的关键。“基于此，各家银行都在积极尝试扩大信用卡客群的覆盖范围，仅仅深耕存量客群是不够的。长远来看，银行需要向原来未纳入银行授信白名单的长尾客群下

银行信用卡业务出现明显调整；在强化存量客户深耕的同时，部分银行已经在积极行动，尝试向长尾客群下沉。

通过担保增信向中高风险客群获客的业务模式能否达到市场预期仍待进一步观察，不过银行信用卡向长尾客群布局的步伐正在明显加快。分析人士指出，风险利率的差异化定价是银行下沉长尾客户、深耕风险客群的关键，仍需要多方面的准备和突破。

示，早在我国信用卡业务发展初期，个人信用体系尚未健全，因此通过担保形式进行信用卡授信的模式较为普遍，“早期的担保信用卡业务常见的有三种模式：一是自然人担保，一旦持卡人违约，为其做担保的自然人需要偿付逾期债务；二是由企业为持卡人做信用担保；三是持卡人以其自有资金或有价证券等资产进行抵押担保。随着国家信用体系的逐步建立，这种担保形式的信用卡业务才陆续退出历史舞台。”

随着数字化转型深入，个人信用体系日臻完善的当下，担保形式的信用卡业务缘何再度重现？

上述股份银行信用卡业务人士认为，保证金信用卡的出现，一方面可以为信用评级弱的客户增信，通过开通信用卡业务，客户可以享受相关权益服务；另一方面银行也是为了更好地实现储蓄卡业务和信用卡业务的融合打通。

“疫情以来，信用卡业务受影响较为明显，不良率升高，银行在加大对低信用评级持卡账户清理力度的同时，新增业务也受到较大冲击。叠加监管刺激消费的各项支持政策影响，向中高风险客群下沉正在成为银行信用卡业务发展关注的新方向。”上述股份银行信用卡业务人士指出，这种保证金信用卡通过自有资金担保的形式，可以为中高风险客户增信，是银行探索长尾客群获客和业务开展的一种方式，不过这种模式是否适应市场需求，仍待进一步观察。

沉，比如大量的县域乡村征信空白客户。”

不过，在董峥看来，目前越来越多银行开始重视风险人群的业务布局，但在这类客群的获客方面还需要更大的努力和突破。

董峥认为，应该充分利用好政策红利，进行差异化风险利率产品的布局，以适应不同风险等级的客户客群需求。

2020年底，央行出台《关于推进信用卡透支利率市场化改革的通知》，宣布自2021年1月1日起，取消信用卡透支利率上限和下限管理（即上限为日利率万分之五，下限为日利率万分之五的0.7倍），信用卡透支利率由发卡行与持卡人自主协商确定。

“信用卡透支利率上限放开近两年，商业银行对该政策的反应冷淡，至今仍没有代表性的产品出来。实际上，透支利率上限放开、分期手续费改为利息等新政策的落地，是这两年监管对信用卡松绑的重要信号。银行可以利用差异化的透支利率定价产品，吸引部分中高风险客群。”董峥表示。

董峥强调，目前市场环境下，对于大型银行来说，信用卡客户基数大，现有产品仍有较大的收益空间，进行风险利率差异化定价的动力不足；而小银行受自身能力所限，在政策理解、客户画像、定价策略、产品设计等方面都存在不足，短期内难以实现。

“当前，银行对信用卡业务的经营仍然普遍较为粗放。不过，随着市场竞争的加剧和信用卡监管政策的相继落地，银行信用卡业务将加速向精细化经营转变，客群精准细分和风险利率的差异化定价，将是下一步银行信用卡业务破局的方向。”董峥指出。

克服净息差收窄压力 银行三季度盈利稳步提升

本报记者 张漫游 北京报道

金融是实体经济的血脉，是经济发展的“晴雨表”。实体经济的

稳步复苏在银行的经营数据表现上可见一斑。

近日，上市银行陆续发布了三季度业绩报。梳理部分上市银行三

季经营情况，《中国经营报》记者注意到，在息差持续收窄的背景下，降低负债成本已经成为银行的“必修课”。此外，包括投行、理财、托管

等诸多中间业务带来的非息收入，也成了银行业盈利的重要支撑。

另外，随着经济复苏，企业经营状况逐步改善，监管部门引导银

行业完善内部治理，加上银行拓宽不良处置渠道、持续加大不良资产处置力度，上市银行的资产质量得到了提升。

多家银行净利润增速超25%

银行优化资产负债结构、压降成本、持续提升中间收入占比是拉动净利润增速的重要原因。

截至10月27日，完整公布了今年三季度业绩报的上市银行普遍实现了净利润增速的同比增长。

其中，杭州银行净利润增速超过了30%。具体来看，前三季度，杭州银行实现归属于公司股东净利润92.75亿元，较2021年同期增长31.82%。

同时，部分银行净利润增速在25%以上。如1~9月平安银行实现归属于本行股东的净利润366.59亿元，同比增长25.8%；苏州银行1~9月实现归属于上市公司股东的净利润31.00亿元，同比增长6.38亿元，增幅25.92%。

在中国人民银行连续降息的背景下，对银行息差有一定的影响。中国民生银行首席经济学家温彬表示，随着一系列稳增长政策加快落地实施，9月金融数据明显改善，信贷有效需求回升，信贷结构优化；不过，二季度以来，贷款利率持续下行，银行净息差收窄压力进一步加大。

在此前提下，谈及银行净利润增速稳步提升的原因，业内人士认为，一方面与银行优化资产负债结构、压降成本相关。如邮储银行方面称，在负债管理上坚持“唯规模、唯质量”的发展方向，持续优化以价值存款为核心的负债发展机制，实现了“增长适度、结构优化、成本下行”，前三季度，新增存款中主要是一年期及以下期限的较低成本的价值存款，一年期及以下存款同比多增超3000亿元，高成本的长期限存款继续压降，存款付息率继续下降。

再如天风证券在对苏州银行三季度经营情况的分析报告中指出，从负债端来看，三季度末苏州银行存款总额同比增长14.89%，增速较今年一季度末下滑1.53个百分点，从苏州银行上半年存款增长结构分析，上半年高成本定期存款增速快于活期存款5.42个百分点，该行或有意放慢高成本存款增速以控制负债成本。

光大证券银行业首席分析师王一峰认为，在信贷供需矛盾加大、LPR报价连续下调、存款定期化的背景下，银行体系净息差面临较大收窄压力。不过，9月中旬以来银行存款挂牌利率调降，有助于有效管控银行负债成本，缓释银行净息差收窄压力；同时，推动存款利率水平与10年期国债收益率、1年期LPR走势关联。“由于活期存款即期实现重定价，且包括按揭在内的多数中长期贷款在明年初集中重定价，在资产负债重定价周期错配下，预计四季度银行净息差有望走平。”

另一方面，业内人士认为，银行持续提升中间收入占比，亦是拉动净利润增速的原因之一。例如，邮储银行称，截至三季度末，手续费及佣金净收入达236.39亿元，同比增长40.30%；手续费及佣金净收入占营业收入比率达9.20%，同比提高2.13个百分点。平安银行也在其三季报中披露称，2022年1~9

月，该集团实现非利息净收入409.16亿元，同比增加32.87亿元，增幅为8.7%，非利息净收入占比29.59%，同比上升0.01个百分点。其中，平安银行积极布局新业务赛道，带来代理保险等收入增加；其他非利息净收入同比增加63.30亿元，主要是由于债券及货币市场基金投资、票据贴现、外汇等业务带来的非利息净收入增加。

此外，王一峰表示，从已公布数据的银行来看，三季度延续了年初以来的优异表现，多数银行营收增速仅小幅下行，杭州银行和苏农银行不降反升；盈利增速整体维持高增，反映出深耕优质区域的中小银行，受益于区域经济活力较强，具有业绩释放诉求和能力。

资产质量总体平稳

三季报银行资产质量总体平稳，不良率较年初持平，拨备覆盖率较年初微升，风险预期最悲观的时点已过。

在净利润稳步增长的同时，上市银行资产质量也逐步提升。

如杭州银行披露称，2022年三季度末，该行不良贷款率为0.77%，较2021年末下降0.09个百分点；逾期贷款与不良贷款比例为84.08%，逾期90天以上贷款与不良贷款比例为74.11%；2022年三季度末，公司不良贷款拨备覆盖率583.67%，较2021年末提高15.96个百分点。

多家证券机构研究报告普遍认为，杭州银行的资产质量已经稳居上市银行第一梯队。从杭州银行的情况看，2022年前三季度，该行累计核销不良贷款4.74亿元，计提各类

信用减值损失89.40亿元。

9月底，中国银保监会相关部门负责人表示，重点领域风险已由快速发散转为明显收敛。其中，银行业不良资产认定和处置大步推进。2017年至2022年7月末累计处置不良资产13.5万亿元，超过之前12年处置额总和。为应对受疫情影响可能导致的不良反弹，赢得了先机主动和政策空间。

王一峰表示，疫后经济恢复情况是银行业资产质量未来变迁的核心变量，经济回暖有助于修复微观主体受损的资产负债表，从而帮助控制银行体系资产质量风险。

谈及未来银行业资产质量，中国银行研究院发布的研究报告认为，三季度，得益于疫情好转，经济大盘趋于稳定，商业银行资产质量将继续向好，维持“一升一降”的趋势：银行业整体不良贷款率继续保持下行，预计下降到1.68%左右；疫情局部暴发对部分行业和企业贷款产生强烈外生冲击，不良贷款余额可能出现小幅度上升，重点行业以及中小银行的风险需要持续关注。

中金公司银行业分析师严卉指出，因市场较为充裕的流动性环境，多数行业的多数企业融

资难度不大，违约概率较小，银行资产质量稳定，而在房地产相关行业，因三季度房地产销售数据仍然较弱，对公开发贷方面不良可能仍有生成，展望未来，因房地产调整已久，持续关注不良增长拐点的到来。

申万宏源证券也预计，三季报银行资产质量总体平稳，不良率较年初持平，拨备覆盖率较年初微升，风险预期最悲观的时点已过。

展望四季度，中行研究院的报告分析称，预计2022年末，由于疫情等因素影响，部分行业和企业贷款仍存在一定程度的信用风险，不

良贷款余额可能出现小幅度上升，但不良贷款率将保持稳定；预计2022年末，银行业拨备覆盖率将进一步提升至205%左右。

王一峰表示，四季度，银行经营基本面有望稳中向好。一方面，房地产供需两端支持政策进一步加码，叠加前期政策逐步落地显效，有望与基建共同推动“实质性”宽信用的形成，有助于缓解银行体系资产质量压力；另一方面，资产端收益率可能延续下行态势，但存款挂牌利率下调有助于缓解负债成本压力，资产负债重定价周期错配或驱动银行四季度净息差阶段性走平。

平安私行差异化突围：产品体系+投研能力

本报记者 秦玉芳 广州报道

今年以来，资本市场波动加剧，银行代销业务受到明显影响。在此背景下，部分银行在私

募代销产品上的战绩突出，其中平安私人银行三只“明星”私募产品的突出表现备受市场关注。

一直以来，代销业务是银行中间收入的主力板块之一。在投

资者风险偏好持续下行的趋势下，银行如何锻造差异化竞争优势，赢得投资者青睐？

平安私人银行总裁洪帅在接受《中国经营报》记者采访时表示

示，后疫情时代，私行财富客群在财富管理需求上差异化越来越明显，银行财富管理也正在加速向分层客群的精细化深耕转变；新阶段要满足高净值客户多元

化、个性化的财富管理需求，就需要更综合性、针对性的服务方案，尤其在产品体系建设和资产配置策略方面，打造差异化的核心竞争力。

多层次优选货架产品

在中期业绩发布会上，平安银行披露，在资管老将王国斌管理的泉果基金募集集中，平安银行销售20.4亿元，募集份额占比15%，位列市场第一梯队；同时在基金经理周应波管理的“运舟成长精选基金”中，该行募集份额达27%。

此外，在全球资管巨头路博迈最近结束募集的QDLP（合格境内有限合伙人）产品中，平安银行募集份额高达80%，位列国内市场第一，单日募集速度超越了海外私人巨头在全球的募集速度。

平安私人银行联席总裁蔡灿煌认为，上述几只私募产品之所以广受投资者认可，产品的引入是最

重要的。

洪帅表示，在私募方面，该行有一套完整、严谨的筛选和评审机制，通过定量、定性、同类对比等多维度考察合作的机构来精选产品和管理人，积极引入市场上最优质的机构和产品。

洪帅透露，该行在全市场2万多家私募中层层筛选，精选出了市场上大概1%左右的私募产品。“我们的私募货架产品覆盖了债券、股票多投、股票对冲、股债混合等全量策略，可以满足不同的风险偏好、资产层级，还有不同的收益预期。”

蔡灿煌指出，在优质私募产品

选择上，私募团队也会主动出击，寻找一些适合的、好的机构和产品。“比如泉果基金和运舟、路博迈等，这些机构开放渠道很少，我们会主动出击。同时银行比较关注公募基金投资的‘奔私’（即公募转成私募产品），发现这类好的产品后，我们都会主动拜访机构，进行私募产品的定制。”

同时，洪帅认为，多年来在海外资产配置方面的持续布局，是平安私人银行私募代销产品赢得投资者认可的重要因素。

蔡灿煌分析指出，随着高净值客群越来越年轻化、国际化，其财富管理的全球资产配置需求也在

明显增加。“从客户角度出发，资产配置不应该只局限于国内，应该是一个国际化的全球资产配置。多年来平安银行对海外产品的布局一直很重视。”

不仅私募产品建立了优选机制，平安私人银行还打造了一个多元化、多策略的产品货架，以支撑该行细分客群精细化深耕的分层服务策略。

据洪帅介绍，平安私人银行针对不同类型的财富客群，打造了个性化的优选产品货架。除私募的优选机制外，公募方面还依据独创的“Masters”选基方法，通过基金经理战略战术与市场风格匹配

统一性、资产配置统一性、定量定性分析的统一等构建产品优选组合；理财方面也建立了新的优选机制，通过大数据技术监控，滚动监测产品收益的表现，并多维度排序甄选业绩表现稳定的产品推送上货架。

“优选品牌覆盖了公募、私募和理财三大类，都有不同的优选机制。这就像不同类型的超市一样，有普通超市，也有高端货架超市。产品的差异化优选货架，能针对客户的具体风险和投资偏好为客户选择出最好的产品，能够满足不同客户的差异化需求。”洪帅如是表示。

着力提升资产配置能力

蔡灿煌认为，产品的审批机制很重要。据其介绍，平安私人银行产品中心建立了独立的审批单位，可以从不同思维角度分析机构、产品，使得优选产品保持严谨的同时兼顾多元化。

“还需要强大的风控把控。平安私人银行有一个非常强大的智能风控平台，风控模型覆盖了从机构准入到产品准入再到上架销售全流程，可以自动实现风险评级、项目测算、额度校验、黑名单校验、总部政策匹配、企业财务分析等。”蔡灿煌表示。

洪帅强调，该行还通过多维度预

警系统，强化产品的事前监测和各环节的管控及响应机制，全面提升产品的风控能力。“实现这一点的关键是产品中心与风控中心的协作。”

不过，蔡灿煌也指出，做好产品风险管理，准入是关键的第一关；第二步，在尽职调查上，银行会结合集团的证券、基金、信托等渠道进行联动，组成专业委员会对机构、产品进行投票决议，避免出现道德风险。

做好产品优选体系建设、把控产品准入风险的同时，银行也在强化资产配置能力的提升。

在蔡灿煌看来，近年来疫情影响

叠加“黑天鹅”事件频出，全球资本市场波动加剧，使得高净值客户在财富保值增值、风险隔离、家庭传承等方面的需求日益凸显。“今年资本市场波动大，我们整体AUM客户资产增长主要来自于存款、理财，还有部分保险产品，都是投资风险低的稳健类资产。整体来看，客户对降低风险的资产配置要求越来越高。”

除了打造差异化的、多层次、开放式的优选货架外，近年来平安私人银行在投研能力等资产配置能力建设方面也在持续投入。

蔡灿煌指出，平安私人银行会根据市场的变化进行配置策略的

调整，动态地根据客户的生命周期去做不同的资产配置，确保把合适的产品推荐给客户。

“这就需要专业的团队力量支撑。今年我们重点打造团队的专业化资产配置能力。一方面通过培训提升理财经理的顾问式营销、资产配置等技能和水平；另一方面，我们投资顾问队伍的建设包括日常资讯辅导、投教服务等，与销售团队、理财经理等协同起来，为一线销售队伍赋能，帮客户做好复杂产品推荐和个性化资产配置。”洪帅表示。

洪帅还指出，平安私人银行的投研结合了集团内的银行、证券、

理财子公司等投研力量，可以举行跨机构会议来回顾当月各类资产的情况和下个月各类资产市场的展望，形成专业的分析报告。

在洪帅看来，投研最重要的是落地。“为此，我们专门设置了‘产品策略配置委员会’，根据投研、投顾的观点，并结合自身情况和客户具体需求，由产品策略配置委员会每月确定下个月的重点产品，并确定当前市场情况下的具体配置策略，及时赋能到一线。通过挑选、培训、路演，再适度地引导考核系数，可以让总行的投研观点和产品落地到分行，实现投研能力的落地。”

上接B5

某城商行信用卡中心人士告诉记者：“关于信用卡分期业务的调整，更重要的在使用额度和期限方面。这项调整目前还在路上。”

信用卡新规规定，“银行业金融机构应当审慎设置信用卡分期透支金额和期限，明确分期业务最低起始金额和最高金额上限”“分期业务期限不得超过5年”“客户确需对预借现金业务申请分期还款的，额度不得超过人民币5万元或者等值可自由兑换货币，期限不得超过2年”。

上述城商行信用卡中心人士坦言，此前为了跑马圈地，银行分期业务的额度和期限普遍超出信用卡新规的规定，过度授信的分期业务出现风险，就成为了如今银行催收困难的原因之一。

信用卡新规中提到的过渡期为信用卡新规实施之日起2年，存量业务不符合规定的，应当在过渡期内完成整改，不过要在6个月内按照信用卡新规要求完成业务流程及系统改造等工作，改造后新增业务应当符合信用卡新规规定。

上述城商行信用卡中心人士表示，关于分期等方面业务的调整还涉及系统的改造，需要有一个过程。

剑指过度授信

另外，银行关于持有同一银行信用卡数量的调整也在进行中。

如宁波银行发布《关于宁波银行调整信用卡客户本行持卡数量最高上限的公告》，拟自2023年1月1日起对客户持有宁波银行信用卡的数量做如下调整：同一客户在宁波银行持有的信用卡数量上限为5张（含在用卡片及未激活卡片，但不包括附属卡、公务卡、VISA环球卡和万事达国际卡）。

再如上海银行信用卡中心发布《关于停用我行长期无交易信用卡的公告》，上海银行将陆续对客户名下长期无交易信用卡停止用卡服务。将于2022年11月15日起（含）陆续实施上述调整，如客户需保留用卡服务，应在2022年11月14日前（含）主动用卡，并在后续持卡期间正常使用卡。

信用卡新规规定，“银行业金融机构不得直接或者间接以发卡数量、客户数量、市场占有率或者市场排名等作为单一或者主要考核指标”“银行业金融机构应当持续采取有效措施防范假冒欺诈办卡、过度办卡等风险”“对单一客户设置本机构发卡数量上限”“强化睡眠信用卡动态监测管理，严格控制占比”。

中国银行研究院博士后李晔林指出，在信用卡业务缺乏长效监管机制的情况下，重复发卡、过度授信等行业乱象可能导致消费者权益受到侵害，甚至损害个人信用，急需监管纠偏。“从持卡人的角度看，持有同一银行的多张信用卡可能增加还款和息费负担，以部分信用卡套卡为例，即使客户在同一银行的多张信用卡额度共享，也可能为避免付出多笔年费而引发过度消费，进而引发信用风险；此外，随着卡片数量增加，由不法分子造成的潜在欺诈风险不仅对银行产生影响，也可能损害客户的信用，造成损失。”

李晔林认为，下一步，要扭转发卡过多、授信过度的发展模式，需从银行、客户、社会信用管理体系三者的角度出发，建立科学长效合规的发展战略和内部考核制度；提升信用卡息费透明度，在弥合信息不对称程度的基础上推动息费合理下降；与银行整体零售线条加强互动，提升消费场景丰富度和客户活跃度；适当设置业务冷静期，防止过度消费，提升交易健康度和消费者的满意度。



数据来源：上市银行业绩报

城投转型：百万亿存量资产可供盘活

本报记者 石健 北京报道

继今年5月国务院办公厅出台《关于进一步盘活存量资产扩大有效投资的意见》(以下简称“国办意见”)之后，进入下半年，河南、江

政府引导城投参与

今年下半年，已经有多个省份出台政策，支持盘活存量资产扩大有效投资。能够将盘活存量资产扩大有效投资形成体制机制，是城投平台业内的普遍期待。

记者梳理多份城投评级报告发现，在风险关注中，评级公司往往关注城投的资产质量情况，并建议城投能够有效盘活资产。但是，有不少城投业内人士认为，仅依靠城投自身盘活资产是不够的。“城投和政府密不可分，同时又从事大量公益性的基础设施建设以及投资。如果能够盘活资产，甚至扩大有效投资，则要在政府的引导下，联动区域内的有效资产和资源，进而实现盘活资产的目的。比如通过城投间的资产重组、重整，让闲置资产发挥效能。所以，由政府引导城投进行资产盘活，将极大地提升效率和效益。”

盘活存量资产与基础设施建设密不可分。北大光华管理学院发布《中国基础设施REITs创新发展研究》测算，中国基础设施存量规模超过100万亿元，若仅将1%进行证券化，即可撑起一个万亿元规模的基础设施REITs市场。

值得注意的是，今年下半年，已经有多个省份出台政策，支持盘活存量资产扩大有效投资。

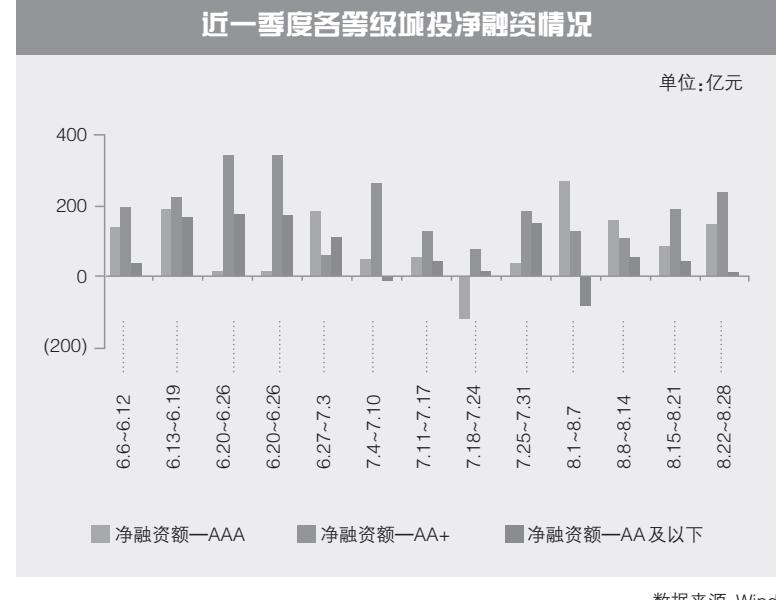
8月22日，辽宁省人民政府办公厅印发《辽宁省推进重点领域盘活存量资产扩大有效投资实施方案》(以下简称《实施方案》)(辽政办法[2022]37号)。鼓励国企依托国有资本投资、运营公司，按规定通过协议转让、无偿划转、资产置换、联合整合等方式，盘活长期闲

西、辽宁等多地发布盘活存量资产、扩大有效投资的通知。《中国经营报》记者注意到，多地城投平台正在通过发行ABS、平台整合等形式响应“盘活存量资产、扩大有效投资”的通知，稳步推进城投转型

高质量发展。

北大光华管理学院发布的《中国基础设施REITs创新发展研究》测算，中国基础设施存量规模超过100万亿元。对此，有不少城投业

内人士认为，有效盘活资产，不仅能够促进城投扩大有效投资，成为城投新的增长极，同时，也能够帮助地方降低债务风险以及化解隐性债务风险。



辽宁某省级产业园区工作人员告诉记者，“眼下，园区正在梳理重点领域的存量资产情况。此次辽宁省印发的《实施方案》明确了时间节点，对关键工作的推进具有一定的约束机制。比如，今年率先启动一批试点项目，初步建立标准体系。2023年至2024年则要实质化解一批存量债务、盘活存量资产，并且形成经验。到2025年，要形成有效稳定的运行机制，让盘活存量资产工作能够行之有效地推动下去。”

那么，哪些领域被称之为重点领域？记者结合采访以及梳理发现，重点领域可以分为三个部分。一是重点盘活存量规模较大、当前收益较好或增长潜力较大的基础设施项目资产、存量和改扩建有机结合的项目资产和长期闲置但具有较大开发利用价值的项目资产。同时，提出七种优化完善存量资产盘活的方式和举措，扩大有效投资。

事实上，在多地出台盘活资产、扩大有效投资的文件之前，今年5月，国办意见文件已经明确了盘活资产的方式，如推动基础设施领域不动产投资信托基金(REITs)健康发展、规范有序推进政府和社会资本合作(PPP)、积极推进产权规范交易、发挥国有资本投资、运营公司功能作用、探索促进盘活存量和改扩建有机结合、挖掘闲置低效资产价值、支持兼并重组等其他盘活方式。

记者注意到，能够将盘活存量资产扩大有效投资形成体制机制，是城投平台业内的普遍期待。江西某高速公路集团负责投融资的工作人员告诉记者，“比如以修建高速公路为例，这样的工程往往存在项目周期长、回报率低的情况，但是此次省里出台的《通知》已经明确，可以通过REITs、PPP等工具进行融资，打通资

金环节，将加速工程的建设，同时，可以将有效资金投入到高产出、回报率高的项目，最终实现城投市场化转型。”

记者注意到，西北某市城投公司通过文旅产业的整合实现了资产有效盘活。数据显示，2022年一季度，该市累计接待游客679.18万人次，实现旅游综合收入33.2亿元，分别比去年同期增长53.6%和55.1%。

ABS成有力抓手

从目前城投发行的ABS品种来看，主要以房地产、公共交通等基础设施建设为主，比较贴合城投传统业务的发展。

此次江西发布的《通知》中提到，“有序盘活整合，通过资产证券化等市场化方式盘活存量资产。”对此，有业内人士告诉记者，“虽然国办意见明确了盘活存量资产的若干种方式，但是受到区域经济、地区差异、自身水平等多重因素，城投并不能完全照搬其他地区的经验进行。不过，就资产证券化而言，是城投普遍可以运营的方式，也是支持实体经济的重要方式。”

统计显示，据统计，截至2022年6月末，全市场资产证券化产品存量规模合计4.7万亿元，其中交易所企业资产证券化产品存量规模超两万亿。2022年上半年，交易所企业资产证券化产品累计发行516单，累计发行规模近5000亿元。

信达固收数据显示，城投ABS发行以私募为主，保障房、收费收益权和CMBS/CMBN为主要的城投ABS品种，江苏、广东和浙江为城投ABS主要发行省份。存量方面，与发行情况略有不同的是，收费收益权为最主要的存量城投ABS品种，存量余额达317.96亿元，其次为保障房和CMBS/CMBN。其中，存量收益权类城投ABS中，公交地铁和供水收费收益权余额最高，分别为102.12亿元和87.96亿元；存量城投CMBS/CMBN以混合类物业(51.64亿元)和零售物业(48.85亿元)为主。

对此，有业内人士认为，“从目前城投发行的ABS品种来看，主要以房地产、公共交通等基础设施建设为主，比较贴合城投传统业务的发展，ABS可以有效改变融资结构、解决

基础设施建设，尤其是地方债务收紧的情况下，ABS可以成为民间资本介入地方项目融资的途径。ABS正从单纯的基础设施融资向‘去杠杆’的重要方式转变。从目前发行情况来看，虽然城投发行ABS不难，但从后续的运营来看，还是要求城投平台具备一定的运营能力。”

西南某从事文旅为主业的城投平台负责人告诉记者，此前公司已经成功发行了一单ABS，“通过充分利用资产证券化，可以将具有现金流的资产进行整合盘活，利用ABS募集的资金，补充现金流并且运用在新的项目上，这样不但能够增强公司经营的稳定性，还促进了当地经济的发展。”

在该平台负责人看来，景区投资具有周期长、回报慢、重资产等特点，这种投资既有金融属性，又有不动产属性。通过资产证券化的整合，可以广泛募集资金，盘活存量资产，提高资源配置效率，促进当地经济高质量发展。

西部证券研报预计，城投ABS发行规模呈增长趋势，但和城投普通债券万亿元规模的发行规模相比，仍然非常小。随着城投转型持续推进，能够创造市场化现金流的资产规模不断增加，未来ABS发行规模可能更快增长。2022年以来，信用债尤其是短久期收益率大幅下降，评级间利差大幅缩小，私募和永续品种利差压缩至低性价比区间，但企业ABS仍然有相对较高的利差，可以在不拉长周期、不过度信用下沉的前提下，通过流动性溢价增厚收益。

加码信用卡营销农商行“红海市场”谋突破

本报记者 郭建杭 北京报道

从“跑马圈地”到存量竞争时代，信用卡业务已向“精细化经营”不断转变。

《中国经营报》记者注意到，山西省多家农商行在近期开展信用卡专项营销活动。如10月15

日，山西壶关农商行在壶关县588超市开展营销活动；山西省长治黎都农商行则积极开展全员营销活动，并开展信用卡营销竞赛，通过竞赛考核，调动员工拓展业务的积极性，做到“人人身上有目标，个个肩上有任务”，促使了信用卡营销质与量的提高。

提升发卡量是首要任务

众所周知，农商行信用卡业务可增强用户黏性，起到带动拓展零售客户、对公客户的作用。湖南永顺农商行方面认为，充分整合资源，做细做精联动营销发展方式，将信用卡列入联动营销必推产品，重点抓好信贷客户、代发工资客户、商户等优质客户资源，能够提升客户持有产品的黏性。

值得注意的是，信用卡的覆盖度、发卡量，是信用卡起到其他业务带动作用的前提条件。

李伟斌告诉记者，信用卡发卡机构有着相同的发展路径，可归纳为“打基础、建机制、创营收”三个阶段。

打基础阶段的关键词是发卡，特别是追求高额度的发卡量；建机制阶段的关键词是经营，需要快速扩充交易池和补齐营销短板；创营收阶段的关键词是生息，建立完整的生息体系和团队编制。“因此，农商行发卡量的提升是目前阶段的首要任务。”李伟斌表示。

在他看来，大型商业银行在规模和渗透率达到一定程度后，势必会将资源和重心转至生息阶段。因此，大型商业银行应该将重点放在二三阶段之间，侧重于存量的转化。而对区域性中小银行来说，大多数仍然处于一二阶段之间，随着信用卡业务越发成熟，以及人才流动性加大和金融科技门槛

行来说，目前阶段是把信用卡营销作为拓展中间业务、抢抓客户市场的重要手段。”普华永道中国金融业合伙人李伟斌告诉记者，“目前大部分农商行正在制定或已经制定了‘十四五’发展规划，将信用卡业务作为零售银行业务发展和转型的重点之一。”

借力信用卡带动业务转型

农商行积极营销信用卡业务提升发卡量，这与其自身目前所面临的困境紧密相关。目前，农商行的发展面临着多重挑战，资产规模增速放缓、资产质量下滑、净息差收窄等问题突出。

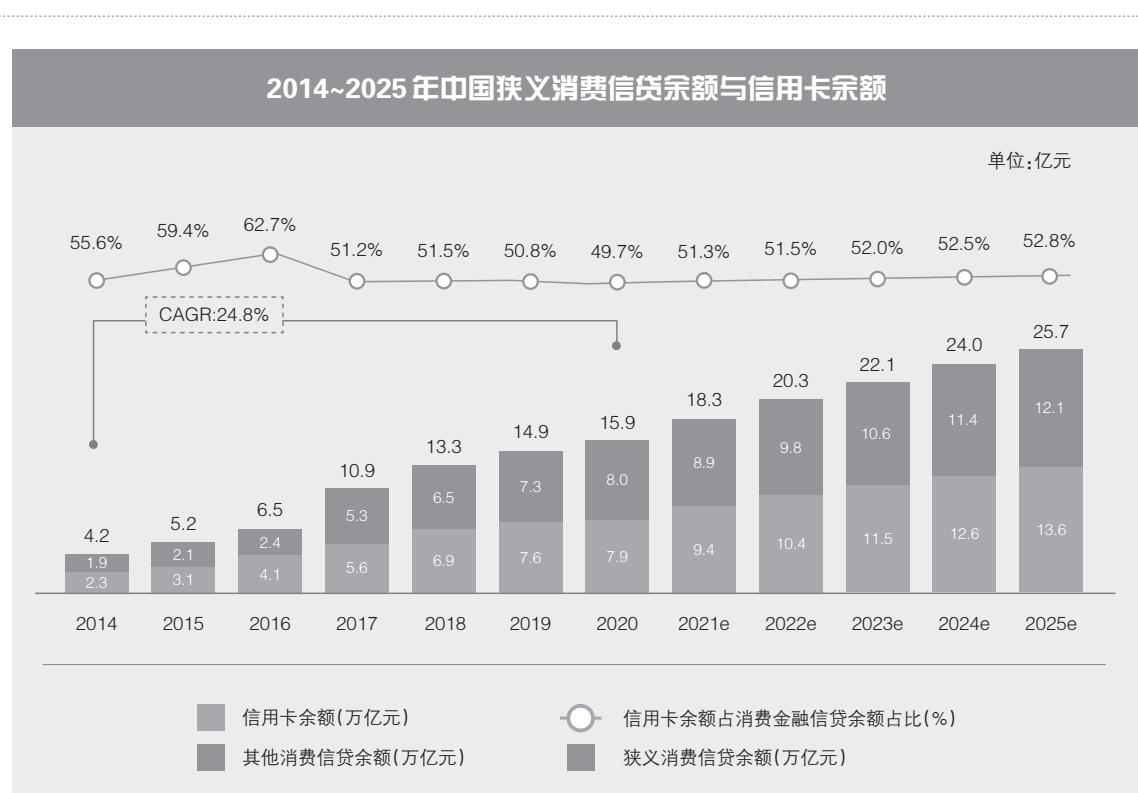
普华永道在10月25日发布的《2022中国区域性银行高质量发展指数》报告中提到，据统计，2021年仅60%的样本银行资产规模能够保持两位数以上的增长。国内经济发展进入新常态以后，新旧动能转换，经济增长由高速转向中高速，资金需求密集的基建、房地产行业整体融资需求减弱，区域性银行与地方经济保持同频共振，各梯队样本银行均呈现出增长乏力的状态。

在此背景下，农商行对于信用卡业务给予更高期许。对于信用卡业务对农商行其他业务的带动作用，李伟斌认为，可以总结为三个较为清晰的定位，一是信用卡是扩大基础客户规模的重要渠道，作为零售业务获取客户的有效途径；此外，信用卡是提升收益水平的抓手，成为可持续提升客户粘性的产品；以及信用卡是丰富全行品牌的有效载体，有助于树立立年轻、活跃的子品牌形象，与财富管理专业性、严谨性较强的品牌形象互为补充。

同时，在对公方面围绕着信用卡独特的应用生态，农商行可大力拓展惠商户、收单商户，建立异业合作联盟，从而弥补中小行在对公营销方面的部分劣势。

但值得注意的是，虽然农商行在信用卡业务上起步较晚，但信用卡赛道早已属于“红海市场”，商业银行信用卡业务已经进入存量时代，农商行在此时要如何在合规的前提下实现突围？

李伟斌对此指出，两方面的能力打造最为关键，一方面是特色化发展道路，形成特色品牌。作为区域性银行我们认为更应该关注个体工商户、新市民、进城务工人员，



降低，中小银行在投入一定资源的情况下可以跨越一二阶段，在二三阶段间取得一定成果。

事实上，农商行信用卡业务起步较晚，目前信用卡业务仍处于打基础阶段，在近两年增长势头明显。

从财报数据来看，2022年上半年，农商行信用卡发卡数量增长明显。

渝农商行上半年末信用卡总

量为181.75万张，较去年底增长9.42%；青农商行、瑞丰银行和张家港行的信用卡总量均较去年底增长超10%。

此外，农商行在提升信用卡发卡量方面面临部分挑战。

李伟斌表示，农商行信用卡发展面临的困难点有如下三点。其一是传统模式下，发卡初期需投入较大获客、运营及人力资源；其二是前期重点发展资产

业务导致信用卡产品与经营能力薄弱；其三是数字化基础能力不强，缺乏弯道超车的利器。

因此，农商行发展信用卡业务，首先要做好战略顶层设计，规划实施路径，并保持长期的战略定力；其次充分借鉴外脑和同业经验，快速补充经营短板，同时找准差异化特色道路和制定全行级资源联动模式，最终实现发展目标。

这类人群收入波动性较大，在收支方面存在时间错配，同时关系结构简单且相对稳定，易于团体营销，是大型银行尚未深入涉及的客群。另一方面是全行产品联动，可以形成合力效应。农商行体量小、资源少，加上经营体系不完善，应充分加强信用卡业务与行内消费贷款、财富管理等业务之间的协同发展，贯通底层数据，形成联动一体，统一规划风控和营销，最大化利用已有资源。

如果说，十年前商业银行可以通过各个渠道的用户触达实现发卡量的增长，但现在农商行则面临信用卡新规对于信用卡业务的规范治理。

2022年7月，银保监会、中国人民银行发布的《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知》(以下简称《通知》)指出，银行业金融机构不得直接或者间接以发卡数量、客户数量、市场占有率或者市场份额等作为单一或者主要考核指标。

根据《通知》，银行长期睡眠信用卡率不得超20%。所谓长期睡眠信用卡，即连续18个月以上无客户主动交易，且当前透支余额、溢缴款为零的信用卡。记者了解到，目前已有多家银行发布公告，将对长期不交易信用卡进行清理，建议客户如无使用需求应及时主动注销。

在此背景下，农商行面临更大的开卡、交易的挑战。记者了解到，部分农商行通过做优“售后”服务来规范信用卡使用。如让客户充分了解信用卡的账单日、还款日及计息规则等相关信息，并建立信用卡客户专属服务微信群，及时推送信用卡优惠活动，及时对客户提出的问题，由专属客户经理予以答疑解惑，提醒客户防范风险，确保规范安全用卡。

同时，安排专人通过电话、微信等方式指导客户激活、使用，适时营销手机银行、ETC等配套增值服务，实现联动营销，助推各项业务齐头并进。

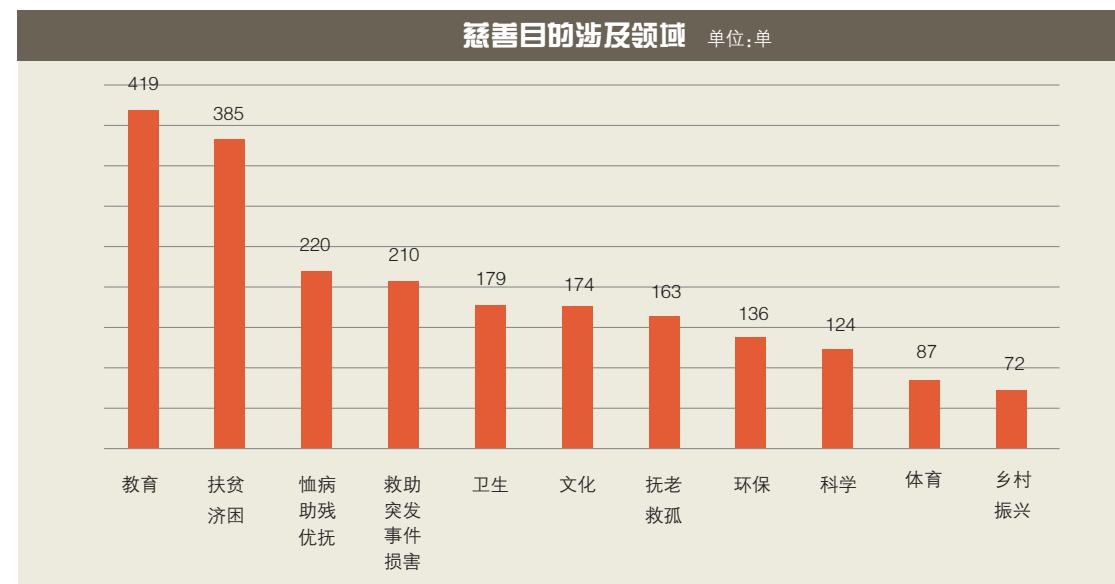
备案数量突破“千单”大关 慈善信托全方位扩张

本报记者 陈嘉玲 北京报道

近日,《中国经营报》记者从相关平台获悉,全国慈善信托累计备案数量已突破千单。

“乡村振兴”目的的慈善信托增长最快

2021—2022年度备案的慈善信托中,慈善信托目的涉及乡村振兴的共50单,是本年度数量增长最多且增速最快的慈善目的类型。



为我国公益慈善事业的重要组成部分。在慈善信托发展的第6个完整年度,慈善信托经过信托公司、慈善组织以及社会各界的积极宣传和实践,已经从最初的一个专业概念逐步走近越来越多人们的身边,备案地区覆盖了全国28个省级行政区,在脱贫攻坚、抗击疫情等国家重要决策部署中也贡献了积极力量,成

记者注意到,慈善信托的投向领域不断拓展,包括乡村振兴、环境保护、教育助学、科技发展、慈善文化建设等。其中教育和扶贫济困是涉及最多的慈善目的类型,6年来,信托目的涉及教育的慈善信托共有419单,涉及扶贫的慈善信托共有385单,数量占比均超过四成。

“以乡村振兴为慈善目的的慈善信托数量增长显著。”上述《报告》还指出,信托公司和慈善组织纷纷设立慈善信托助力乡村振兴。2021—2022年度备案的慈善信托中,慈善信托目的涉及乡村振兴的共50单,是本年度数量增长最多且增速最快的慈善目的类型。

涉及领域更加多元化

规模快速增长、涉及领域不断拓展,以及创新模式更趋多元化的背后,是不少信托公司对慈善信托业务的重视。

随着信托公司的探索,慈善信托创新案例持续落地。比如,今年3月份,全国首单以“家族慈善文化建设”为目的的慈善信托成立,由中华慈善总会作为委托人,中航信托作为受托人。又如,今年4月,中建投信托的“善泉”品牌慈善信托在杭州落地,其中杭州互联网公证处被指定为监察人,这是国内首单由公证机构担

任监察人的慈善信托。规模快速增长、涉及领域不断拓展以及创新模式更趋多元化的背后,是不少信托公司对慈善信托业务的重视。尤其是注重建立慈善信托业务的长效机制,比如中铁信托在公司研究创新部下设慈善信托分部,中诚信托、光大信托等设立了慈善信托办公室。

此外,部分信托公司也在年

报中展示出其对慈善信托的重视及发展规划,比如“进一步提升慈善信托的专业化、标准化、产品化,依托国家‘双碳’目标,引导社会资金向绿色领域流动,探索创新‘绿色+公益+慈善信托’的业务模式”“持续推进慈善信托与其他信托业务如家族信托、股权信托的协同融合发展”等。

“信托业务分类新规是监管部

门对行业未来发展的方向性指引,随着信托业务分类落地,公益/慈善信托将迎来更广阔的发展前景。”某信托公司慈善信托业务负责人表示。根据监管部门下发的《关于调整信托业务分类有关事项的通知》,公益/慈善信托业务作为信托公司三类重点业务中的一大类进行单独列示,将慈善信托业务提升到了信托行业非常重要的地位。

慈善潜能释放或是获客新契机

高净值个人投资者有回馈社会的诉求,企业机构有践行社会责任的诉求,接下来这些慈善潜能将进一步得到释放,这可能会成为资管机构新的获客契机。

随着慈善信托规模与影响力的提升,其灵活性、独立性、规范性及保值增值性逐步凸显,但也存在公众认知程度低、税收优惠制度等配套政策缺失、自身动力不足等一系列制约慈善信托发展的因素。

在谈论慈善信托时,不少信托业内人士也提到“慈善业务不赚钱”“前台部门展业积极性不高”等问题。

根据中国信托业协会的调研数据,55家调研机构中有33家机构表示慈善信托不收费,22家收费机构中有10家费率不高于0.5%,有3家费率位于0.5%至1%,有4家费率根据项目情况确定,其余为2000元/单等定额式收费模式。

对此,《中国信托业发展报告(2020—2021)》认为:一方面,目前慈善信托的主要推动力量是受托人(主要是信托公司),其出于监管要求、品牌塑造、社会责任等原因发起推进,而市场化的逻辑应是委托人出于对慈善信托机制本身的认可,为了满足自身对于慈善事业安全、透明、持续性等需要发起设立。另一方面,现阶段慈善信托收费情况及发展规模难以实现自负盈亏,且信托公司在慈善信托产品设计、资源整合等方面的专业能力有待提升,进而形成了低收费模式竞争的恶性循环。慈善信托整体盈利性低,进一步降低了信托公司的展业动力。因此,慈善信托自身的持续发展逻辑需要切换、动力需要增强。

目前慈善信托已经成为越来越多企业和个人参与慈善活动的重要选择。上述业务负责人还认为,“高净值个人投资者有回馈社会的诉求,企业机构有践行社会责任的诉求,接下来这些慈善潜能将进一步得到释放,这可能会成为资管机构新的获客契机。”

百瑞信托家族与慈善办公室

负责人张羽在接受记者采访时表示:“虽然慈善信托营收能力不强,不是盈利性业务,但慈善公益是家庭财富管理的重要板块,将慈善信托与家族信托两者结合,帮助高净值人群同时实现私益与公益的业务模式,将是信托公司开展家庭财富管理业务重要内容。”

张羽进一步指出,高净值人士家族的传承主要包括物质财富的传承和家族精神的传承,而慈善是最高境界的家族精神传承,慈善事业可以增进家族成员对家族的认同感和归属感,能够实现家族财富真正意义上的传承。随着信托文化的普及,信托这种工具拓宽了高净值人士从事慈善公益事业的渠道,相比传统以企业或个人为主体进行的直接公益捐赠,家族信托和慈善信托这两者结合,能将“私益”与“公益”紧密地绑定起来,能更好地向家族下一代成员传输家族正向的责任感和价值观。

中建投信托在《慈善信托破局与挑战——如何兼顾企业的营利性与慈善事业的非营利性?》一文中也提到,发展慈善信托乃至内涵更广阔的服务信托业务,远期目标在于实现标准化、规模化和长期化,通过做大规模获取基础管理费收入、通过做长期限获取超额收益分成,不断分担业务开展的固定成本。短期不妨将慈善信托业务部门视为信托公司内部的一个“非营利组织”,其存在的最大意义不是赚取利润,而是为企业发展赢得正外部性,这时就需要探索建立相应的收益互补机制,以平衡经济利润和社会效益。

与此同时,信托公司要增强保值增值的能力,赚取匹配能力的报酬;还要“跳出”慈善信托业务,将慈善信托打造成一个业务接口,带动后端资金信托、家族信托及其他服务信托的展业。

金融期货放量 企业套保意识增强

本报记者 陈嘉玲 北京报道

在国内经济复苏和新品种扩容预期下,金融期货市场率先

放量。

数据显示,2022年前三季度,金融期货成交量累计达1.07亿手、成交额累计达95.01万亿元,同比

分别增长13.9%和3.4%,分别占全国市场的2.2%和23.72%。比如,中证500期指成交量与成交额前三季度同比分别增长16%和8%。

业内人士提醒,随着国内经济的进一步复苏,金融期货市场将持续放量,未来在提升期货市场服务实体经济方面,不仅要进一步

完善产品体系,结合市场上不断涌现出的风险管理新需求,加强研究,适时推出相应的期货新品种;还应鼓励实体企业提高风险管理的意识,树立风险管理的科学理念,并提高运用期货品种和期货工具进行风险管理的技能和加强人才储备。

商品期货交易规模下滑有所收窄

今年前三季度,国内期货市场活跃度和交易量均有所下降。

对此,浙商期货研究员朱立航、周志超在接受《中国经营报》记者采访时表示:“今年以来,全球经济衰退的担忧增加、欧洲地缘冲突持续升级、欧美各大央行陆续加息以及美元指数屡创新高都给大宗商品带来了不同程度的冲击,而新冠肺炎疫情影响下居民收入下降又打压着投资者的风险偏好,经历前两年的商品牛市,现阶段趋势性走势不明显,资金交易行为更为谨慎,短频快交易占主导,而交易量则有所萎缩。”

申万期货研究所负责人汪洋也对记者分析指出,国内期货市场活跃度和交易量受宏观因素影响显著,今年前三季度,国内期货市场活跃度和交易量均有所下降。对比上半年数据,第三季度商品期货交易规模下滑有所收窄,主要由于商品期货市场价格逐步进入下降渠道,面对不确定的市场环境,实体企业和机构投资者避险需求增加,逐步参与期货市场交易,预计后期交易规模会有所改善。

从商品期货期权市场看,2022年前三季度的成交量累计达48.49亿手、成交额累计达305.72

风险控制重视度提升

面对不确定的市场环境,越来越多的实体企业和机构投资者加入期货“避险阵营”,逐步参与期货市场交易。

据统计,截至2022年第三季度末,806家上市公司发布了936条套期保值公告,其中336家发布了商品套期保值公告,553家发布了外汇套期保值公告,其中83家公司同时发布了商品与外汇的套期保值公告。

并且,从2020年初至今来看,约920家上市公司发布了约2087条风险管理的相关公告,除了套

股指、有色贵金属或迎反弹走势

尽管前三季度国内期货市场活跃度和交易量有所下降,但基于企业风险管理需求激增、国内经济复苏以及新品种扩容等多方面因素,期货业内普遍预测,四季度期货市场将会得到更多的关注和参与。

“我们较为赞同股指、有色和贵金属等品种反弹走势的看法,同时认为能化品种短期会延续弱势行情。”汪洋还对记者分析指出,“目前期货市场整体处于区间震荡的走势中,市场短期难以走出较强趋势,品种分化也较为突出,建议投资者尽量缩短单笔交易持仓周期。”

期货保值公告外,还包括衍生品业务可行性分析、衍生品交易或内控管理制度、2021年衍生品交易情况报告等。

某产业背景的期货公司相关业务人士此前在接受记者采访时表示,在为企业做培训过程中,明显感觉到企业对套期保值业务的兴趣增加,也更为重视风险管理。

事实上,新品种的不断推出,持续扩容期货行业服务实体经济的“工具箱”。当前,我国期货和期权品种数量已达104个,部分产业链期货品种体系日益完善,这也更

加便利企业进行套期保值操作。

更值得一提的是,今年8月1日正式施行的《期货和衍生品法》提出,“国家鼓励利用期货市场和衍生品市场从事套期保值等风险管理活动”,明确期货市场“发现价格、管理风险、配置资源”三大功能,为期货和衍生品市场服务实体经济高质量发展指明了方向。

“这是一个大势所趋,面对当前大宗商品价格波动加大的背景,越来越多的实体企业有套期保值需求。另一方面,我国大宗商品市

场也越来越成熟,从供给端来看,有很多不错的期货品种可以供企业进行风险管理。”厦门大学金融学教授韩乾表示,在提升期货市场服务实体经济方面,不仅要进一步完善产品体系,尤其是针对新能源等新兴产业和行业,结合市场上不断涌现出的风险管理新需求,加强研究,适时推出相应的期货新品种;还应鼓励实体企业提高风险管理的意识,树立风险管理的科学理念,并提高运用期货品种和期货工具进行风险管理的技能和加强人才储备。

对于有色金属板块,南华期货研报认为,整体是供需双缩的格局,虽然四季度仍然继续持悲观态度,但是似乎下方空间并不大。并且,格局放大看,在新能源形成足够的体量之前,整体能源端重拾升的态度不可避免,总体不应太过悲观。油品方面,燃油后市重点关注国外成品油结构性问题,若后市国外成品油市场趋向于平衡,可空配低硫,反之多配低硫,同时关注高硫裂解修复机会。沥青供应仍有继续超预期的风险,同时由于焦化方向的需求走弱,沥青有望在10月见到库存拐点,关注基差收敛后的做空机会。

“从有色金属行业来看,以铜为例,目前矿端的供应受疫情干扰在逐渐减弱,今年铜矿加工费仍处于上行态势,同时国内冶炼厂从检修中不断恢复,9月国内电解铜产量为90.90万吨,环比+6.12%,同比+13.21%,有色金属整体行业供应在改善。从金属的需求端来看,除了新能源等领域维持高增长外,在地产、家电和消费电子等其他传统行业的需求量依然有限,下游加工企业采购较为谨慎,普遍备货积极性不高。不过在低库存背景下,特别是临近交割前,近期期货合约价格较为抗跌,投资者可关注一些正向套利机会。”陈之奇表示。

制造强国 产业园区迎来高质量发展新机遇

本报记者 余燕明 北京报道

党的二十大报告提出,坚持把发展经济的着力点放在实体经济上,推进新型工业化,加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国。

实体经济是国家强盛的重要支柱。十年来,我国实体经济实现了量的稳步增长和质的显著提升,为全面建设社会主义现代化国家奠定了坚实基础。

制造业是实体经济的基础。十年来,我国持续保持世界第一制造大国地位,规模以上工业企业达到40万户,培育了4万多家“专精特新”中小企业、800多家制造业单项冠军企业。

因改革开放而兴的产业园区,已经成为我国实体经济的主要阵地,也是产业集群发展的重要载体,产业园区在支撑引领经济高质量发展方面发挥着巨大的推动作用。

过去十年间,遍地开花的国家高新区,占我国国内生产总值(GDP)的比重从10.1%增至13.4%;国家高新区内企业营业收入增长超过2.9倍;国家高新区的高新技术企业数量增长6.4倍,从2012年的不足2万家,增长至11.5万家。

在苏州,从一片农田中拔地而起的苏州工业园区,以苏州3%的面积,创造了全市约15%的GDP和规模以上工业总产值、16%的一半公共预算收入、30%的进出口总额,交出了一份高质量发展的成绩单。

坚持把发展经济的着力点放在实体经济上,加快建设制造强国,都需要物理空间载体来实现,很重要的形式就是产业园区。在加快构建新发展格局、着力推动高质量发展的宏观背景下,产业园区的发展建设,将更深层次地融入国家战略,迎来新的发展机遇。

产业集群的载体支撑

2021年,上海市产业园区规模以上工业总产值达到3.2万亿元,占全市比重超过80%。

产业发展离不开优质载体空间。全国各地建设的一批布局合理、产业集聚、创新引领、环境良好的高品质产业园区,为打响“中国制造”品牌、培育产业新动能提供了载体支撑。

作为十大新兴产业之一的虚拟现实产业,不论是科技创新能力还是产业规模,青岛在全国都处于领先水平,是振兴实体经济的一股关键力量。

今年5月,青岛虚拟现实产业发展行动计划出台,设置了到2024年产业总体规模突破200亿元、2030年产业规模突破1000亿元的目标。在具体行动上,明确了要加快建设青岛虚拟现实产业园。

风口之上,产业园区已然成为推动青岛虚拟现实产业高质量发展的关键所在。位于崂山区的青岛虚拟现实产业园,作为青岛极具代表性的一个新兴产业专业园区,

良性循环的高质量发展

产业园区不仅成为科技创新、知识创新和企业孵化的重要载体,它自身在发展过程中也形成了最优质、最有价值的基础设施资产。

国家级高新区、经济技术开发区等一大批产业园区,不仅成为我国经济技术发展的重要支撑,也是突破关键核心技术的重要力量、保障产业链供应链安全的重要载体,更是集聚创新创业资源的重要阵地,吸纳高水平创新人才的重要渠道,持续推动创新驱动高质量发展迈上新台阶。

在如春笋般崛起的产业园区里,诞生了第一枚人工智能芯片、第一颗量子通信卫星等,涌现出了华为、腾讯、宁德时代等世界一流企业。十年来,这些在产业园区里成长壮大起来的高新技术企业在量子信息、高速铁路、北斗导航、国产大飞机、5G通信等国家战略性领域取得了重大突破,参与了“蛟龙”号研制、神舟十四号发射、新冠疫苗研发等一系列国家重大科技任务。

在长三角地区,苏州工业园区

它从规划建设之初就有了高定位:建成后目标年产值1000亿元,将打造全球最大的虚拟现实研发制造基地。

目前,全国70%的虚拟现实科研力量落户崂山,引进培育出歌尔声学、pico等虚拟现实相关项目100余个,2021年产业规模达到90亿元。青岛虚拟现实产业园已经是国内唯一的国家级虚拟现实制造业创新中心,搭建起了国内顶级科技创新平台。

今年青岛市第十三次党代会报告指出,推动实体经济高质量发展,企业是主体、项目是关键、园区是载体、政策是保障。坚持园区牵动,实施园区整合提升,引导各功能区聚焦主导产业,做大规模、做出特色,打造专业化园区,建立以“亩产效益”为核心的综合评价体系,提高产业集聚度。

今年下半年,青岛已经先后召

开了两场由主要领导牵头的新兴产业专业园区建设工作专题会议。有关负责人表示,园区是产业发展的主要载体,要高水平布局建设专业园区,以园区为平台创新产业链发展模式、机制和打法,将专业园区打造成为产业优质资源集聚地、行业领域创新高地,营造良好产业发展生态,通过园区建设运营带动产业创新发展,加快推动新兴产业发展壮大,打造现代产业先行城市。

上海市经信委近期发布的《上海市特色产业园区公告目录(2022年版)》,明确了53个特色产业园区的产业类别、名称、面积、四至范围,聚焦特定产业方向、特强园区主体、特优产业生态,2020年起上海市发布了三批53个特色产业园区,空间规模210平方公里,有力支撑了“3+6”(新型)产业体系集群发展。

据悉,2021年,上海市产业园区规模以上工业总产值达到3.2万亿元,占全市比重超过80%,13个



2022年10月26日,厦门,航拍新经济产业园,银城智谷项目。

视觉中国/图

园区工业总产值规模超过千亿元;经济密度不断提升,产业园区单位土地工业总产值超过80亿元/平方公里。同时,聚焦特定产业方向、特优园区主体、特强产业生态,2020年起上海市发布了三批53个特色产业园区,空间规模210平方公里,有力支撑了“3+6”(新型)产业体系集群发展。

围绕企业全生命周期流程,上海市支持产业园区构建由龙头企业、科研院所、协会联盟、金融机构、中介组织等组成的集群服务体系,培育了19个园区集成服务商和

70个园区专业服务商,打造创新中心、检测机构等公共平台,进一步提升园区精准化、专业化服务水平,完善政策资源保障,引导设立园区发展基金等,为产业集群发展营造良好环境。

下一步,上海将围绕构建新型产业体系,持续建设一批高品质的产业空间载体,推动园区聚焦主导产业和产业链关键环节,提升集中度和显示度,做大做强、做强能级、做响品牌,形成布局合理、产业集聚、创新引领、环境良好的产业园区生态体系。

有引领和支撑作用。“发展实体经济,加快建设制造强国,都需要空间载体来实现,很重要的形式就是产业园区。因此,产业园区发展建设,将迎来新的发展机遇。”

“产业园区会更深层次地融入国家战略,加强布局高端制造业如物联网、大数据、新能源等新兴产业,发展特色产业园区。”上述中指研究院分析师进一步表示,“未来,我们认为产业园区市场存在较大发展空间。”

根据中指研究院提供的数据,今年前三季度,在土地市场整体降温的背景下,发展建设产业园区所需的工业用地市场供应、成交面积均实现稳定增长。中指研究院监测的全国300个城市共推出工业用地面积7.71亿平方米,同比增长13.77%;同期累计成交工业用地面积9.34亿平方米,同比增长12.98%。

陕西洛川:做强苹果产业 接力乡村振兴

本报记者 黄永旭 北京报道

10月,陕西省延安市洛川县的50余万亩苹果陆续成熟,沉甸甸的果子挂满枝头,果农们穿梭于果树之间忙碌采摘。看着一车车飘香

增收之路

洛川县位于陕西省中部,延安市南部,因洛河穿境而得名。全县辖8个镇和1个街道办,196个行政村,总人口20.16万人,其中农业人口11.15万人。

在种植苹果之前,农民们都是向地要收成,但辛苦一年的收入,长期无法和富裕沾上边,贫困成为困扰许多农户的问题。

“以前家里6口人,总共12亩地,春种秋收,都想方设法种好地,但总是富不起来,反而日子越

的苹果运出,果农们脸上洋溢着丰收的喜悦。

党的二十大报告提出,全面推进乡村振兴。加快建设农业强国,扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。发展乡

村特色产业,拓宽农民增收致富渠道。

近日,农业农村部发展规划司、国家乡村振兴局规划财务司发布《2022年国家乡村振兴示范县创建名单公示公告》,洛川县

入围2022年国家乡村振兴示范县创建名单,这是继入选陕西省乡村振兴案例之后洛川取得的又一佳绩。

《中国经营报》记者了解到,近年来,洛川县积极推进乡村振兴,依托苹果优势产业,大力实施果畜富民战略,使苹果园成为洛川大地上的“绿水青山”和群众脱贫致富的“金山银山”。洛川苹果已经成为群众脱贫致富和带动县域经济发展的支柱产业。

尝到了种植苹果的甜头,张兴东适时扩大种植规模,现如今已有65亩果园。随着这几年苹果价格不断走高,张兴东家每年收入稳中有升,“不仅盖了漂亮的新房子,去年还添置了两台车,日子也越来越有奔头了。”

记者了解到,在开展精准扶贫工作期间,洛川县充分发挥苹果产业优势,不断提升苹果产业发展质量,累计投入产业扶贫资金1.3亿元,帮助贫困户新建果园6801亩、

改造提升老果园11698亩、搭建防雹网6179.86亩,全具有劳动能力的脱贫户实现苹果产业全覆盖,苹果收入占到脱贫户总收入的90%以上,夯实了脱贫群众增收致富的基础。

同时,洛川县不断加大新型职业农民培育,通过开展“农民夜校”“乡村大课堂”“苹果技术大比武”等活动,培训脱贫劳动力3000余人次。启动乡土人才、技术带头人和致富带头人培养

计划,按照“缺什么补什么”的原则,不断加大脱贫劳动力产业发展技能培训。

洛川县乡村振兴局表示,如今,洛川县苹果种植面积逾50万亩,占总耕地面积的80%以上,全县95%以上的农民从事苹果种植,95%的收入也来自苹果产业。2021年底,洛川苹果总产量98.5万吨,鲜果总收入65亿元,苹果产业总产值达到110亿元,农村居民人均可支配收入1.59万元。

在果园改造方面,洛川县《重点任务》要求,按照“乔矮同步、宜乔则乔、宜矮则矮”的思路,大力推广黄土高原旱作节水矮化密植栽培技术,每年新建矮化密植园2万亩,5年内新建10万亩,累计达到20万亩,矮化、乔化果园比例调整为4:6。

另外,为推动苹果产业集群化发展,洛川县先后建成了国家级洛川苹果批发市场、国家洛川现代农业产业园和洛川苹果产业后整理示范园区,按照“1+3+X”总体规划布局,高标准建设苹果关联产业加

果专业村活动,调动全县力量,全力推动苹果生产、管理、经营方式转型升级。

《重点任务》提出,到2025年,洛川县苹果种植面积稳定在50万亩以上,苹果产业综合产值达到200亿元,农民人均苹果收入突破2万元的总目标。并确定了矮化密植、优化品种、改良土壤、科技赋能、园区带动、防震减灾、品牌保护、健全组织八项重点工作。

记者了解到,在新的发展形势下,为了解决苹果如何继续促进果农增收这一问题,洛川县围绕苹果产业,出台了《苹果产业高质量发展实施意见》《关于推进洛川苹果产业高质量发展的八项重点任务》(以下简称“《重点任务》”)等多个指导性文件,实行部门单位包建苹

果促进了果农增收。

在果园改造方面,洛川县《重点任务》要求,按照“乔矮同步、宜乔则乔、宜矮则矮”的思路,大力推广黄土高原旱作节水矮化密植栽培技术,每年新建矮化密植园2万亩,5年内新建10万亩,累计达到20万亩,矮化、乔化果园比例调整为4:6。

另外,为推动苹果产业集群化发展,洛川县先后建成了国家级洛川苹果批发市场、国家洛川现代农业产业园和洛川苹果产业后整理示范园区,按照“1+3+X”总体规划布局,高标准建设苹果关联产业加

品牌之路

由于洛川县境内气候较温和,太阳辐射能量丰富,日照充足,昼夜温差大等优势自然条件,使得洛川正处于世界最佳苹果优生区的核心地带。洛川生长的苹果具有肉质细嫩致密、汁多松脆、酸甜适口等特征,洛川也成为陕西苹果主产区之一,远近闻名。

洛川县乡村振兴局介绍,目前,洛川苹果已成功出口中东、西欧等30多个国家,高端市场占有率达90%以上。2019年,洛川苹果品牌价值达687.27亿元,高居全国水果类榜首。

而在《重点任务》中,洛川县对苹果产业品牌营销方面要求,2022年内完成“洛川苹果”汉字商标注册,积极申请“马德里国际商标”。到2023年,完成县内企业“区域公用品牌+企业品牌”授权使用,努力打造“洛川苹果”千亿级民族品牌。

洛川县乡村振兴局表示,依托洛川紧靠西安国家中心城市和延安革命圣地的区位优势,坚持“开门办节会”与“走出去推介”相结合,持续提升品牌知名度。洛川县已成功举办多届世界苹果大会和中国陕西(洛川)国际苹果博览会。

记者了解到,9月底闭幕的第十五届中国·陕西(洛川)国际苹果博览会(线上),通过多个平台进行直播,总计有50万余粉丝在线观看并参与互动;近300位专业采购商在线观看;累计达成苹果意向购销合同106份,共计55.3万吨;苹果产业招商引资签约项目26个,总投资超20亿元。

多地发力多式联运示范区 助力统一大市场建设

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

多式联运发展再迎提速期。

近年来我国对多式联运的发展愈发重视，相关部门曾多次针对多式联运发展进行专项部署，继2017年首次明确多式联运在国家层面的战略定位后，今年初国务院办公厅还印发了相关工作方案，对“十四五”时期推进多式联运发展提出了重点任务与工作目标等要求。

多地加强工作规划

近年来我国愈发重视多式联运高质量发展。

多式联运是依托公路、铁路、水运等其中两种及以上运输方式有效衔接，提供全程一体化组织的货物运输服务。

由于多式联运具有产业链条长、资源利用率高、综合效益好等特点，对推动物流业降本增效和交通运输绿色低碳发展，完善现代综合交通运输体系具有积极意义，因此近年来我国愈发重视多式联运高质量发展，相关政策频出，明确了其在国家层面的战略意义。

如2017年，交通运输部等18个部门共同研究制定了《关于进一步鼓励开展多式联运工作的通知》，相关政策是首次以国家层面、多部门联合推进，针对多式联运发展进行的专项部署。

此后多式联运高质量发展，在运输结构调整、碳达峰行动方案以及现代流通体系建设规划等多个重要政策中均有提及。

今年初，国务院办公厅还印发了《推进多式联运发展优化调整运输结构工作方案（2021—2025年）》，明确要以发展多式联运为抓手，加快构建安全、便捷、高效、绿色、经济的现代化综合交通体系。

相关工作方案还明确提出，

在此背景下，近来多地密集制定发布推进多式联运发展的工作方案，多式联运步入新发展周期。《中国经营报》记者不完全统计，近来已有天津、重庆、河北、云南、广西、河南、江苏、江西、广东、宁夏、上海等十余省市发布相关工作方案，确定了各自“十四五”时期多式联运发展目标，同时多地纷纷提出要争做“示范区”，并致力于营造统一开放的市场环境。



多地确定了各自“十四五”时期多式联运发展目标，致力于营造统一开放的市场环境。
视觉中国/图

到2025年，我国多式联运发展水平明显提升，基本形成大宗货物及集装箱中长距离运输以铁路和水路为主的发展格局，全国铁路和水路货运量比2020年分别增长10%和12%左右，集装箱铁水联运量年均增长15%以上。

在国家政策指导下，近来天津、上海、重庆等十余省市加强多式联运高质量发展工作规划，密集发布相关工作方案，确定了各自省市“十四五”时期多式联运发展目标与重点任务。

对比发现，上述十余省市在相关工作方案中多数以铁路和水路运输为发展重点，部分内陆省市则明确以铁路为主。如天津、重庆、广东、云南、辽宁、广西、江苏以及江西等多地均提出到2025年，要基本形成大宗货物及集装箱中长距离运输以铁路和水路为主的发展格局；宁夏则提出要基本形成相关运输

李然认为，在贯彻落实国家相关政策要求下，近期多地密集发布“十四五”时期多式联运发展方案，与多式联运的发展优势不无关系。在李然看来，多式联运至少有四方面优势，包括能够发挥各种运输方式比较优势和组合效率，促进各地物流业降本增效；能够推动运输服务上下游协同联动和跨界融合，加快产业要素资源整合；能够释放物流大通道服务潜能和辐射效应，加快推进国内产业转移与国际产能合作；能够优化交通运输结构和供给模式，促进资源集约利用与节能减排等。

“在争做‘示范区’的同时，各地对营造统一开放市场环境以及更好服务构建新发展格局等也颇为重视。”

争做“示范区”

在国家政策要求下，近期各地在工作方案中确定的重点任务也多是围绕这些方面。

除具体目标外，近期多地在相关工作方案中还明确了“十四五”时期多式联运发展的重点任务。

实际上，今年初国务院办公厅印发的相关工作方案中，即对长三角地区、粤港澳大湾区、京津冀及周边地区、晋陕蒙煤炭主产区等重点区域运输结构调整提出具体指导措施，主要涉及推动大宗物资“公转铁、公转水”，推进京津冀及周边地区、晋陕蒙煤炭主产区运输绿色低碳转型，加快长三角地区、粤港澳大湾区铁水联运、江海联运发展等。

相关工作方案还提出，要提升基础设施联通水平，促进运输组织模式创新，推动技术装备升级，营造统一开放市场环境等工作要求。

在国家政策要求下，近期各地在工作方案中确定的重点任务也

多是围绕这些方面。同时，各地根据当地面临的突出问题以及发展基础等不同情况，确立各自不同的主攻方向或重点举措。

对比发现，内陆地区发展重点在铁路，沿江、沿海地区则将铁水联运、海铁联运等作为重要发展方向。

如辽宁提出要统筹推进多式联运硬联通和软联通，完善联运设施体系，创新联运组织模式，深入实施优化运输结构、应用专业装备、营造发展环境三大举措；重庆则提出要以推进货物运输“公转铁、铁水联运”为主攻方向，提升基础设施联通水平，促进运输组织模式创新，减少运输中间环节，完善服务体系，推动技术装备升级，营造统一开放的市场环境；河南则提出要全面推动交通强国内陆型多式联运试点建设；宁夏

则提出要研究适应内陆集装箱发展的道路自卸卡车、岸桥等设施设备。

“在多式联运发展过程中，内陆地区应重点发展公铁联运，沿江、沿海地区则应把铁水联运、海铁联运作为重点工作和主要抓手。”李然指出，当前我国多式联运主要集中在集装箱多式联运和整车滚装运输方面，铁路商品车（主要是轻型车）运输、半挂车水路滚装运输仅在局部地区有所发展且范围较小。

此外，多地还提出要争做全国多式联运高质量发展“示范区”。如河南即提出要努力将当地打造成为全国多式联运高质量发展“示范区”；江苏则提出要坚决扛起“争当表率、争做示范、走在前列”的光荣使命。

促进国内统一大市场建设

不同省市在争做“示范区”的同时，应注重促进全国交通运输格局与统一市场发展。

在争做“示范区”的同时，各地对营造统一开放市场环境以及更好服务构建新发展格局等也颇为重视。

“交通运输部门数据显示，目前我国多式联运量规模仅占全社会货运量的7%左右，与欧美地区相比，我国多式联运行业潜力极大。”

李然指出，近年来我国多式联运发展进入提速发展期，具备了一定的政策与发展基础。但对比来看，现阶段我国多式联运发展还面临货运结构不合理、公路运输占比过大、多式联运占比偏低、整体运转效率不高、市场环境不完善、法规标准不适应、先进技术应用滞后等问题。

“由于过度依赖公路运输造成交通拥堵和安全风险，加大公路基

础设施投入和运维成本，增加对土地和能源等资源占用，排放的二氧化硫、氧化亚氮等废气造成碳排放超标和大气环境污染。”李然表示，推进多式联运发展，不仅能够提高资源配置效率，促进国内统一大市场建设，也为新发展格局的构建起到了强烈的推动作用。

而要助力全国新发展格局，李然认为，不同省市在争做“示范区”的同时，应注重促进全国交通运输格局与统一市场发展。

为此，李然认为各地应在通道联通以及信息资源共享等方面发力，强化规划统筹引领，提高交通基础设施一体化布局和建设水平，完善多式联运骨干通道；同时提升信息互联共享水平，加强各省市之

间信息对接和数据资源的开放共享，建立和完善多式联运互联互通接口标准。

此外，服务规则与技术装备的标准化、企业合作等也是重点发力方向。

“各地应加快推进各地区运输服务规则衔接，推动建立与多式联运相适应的规则协调和互认机制，深入推进多式联运‘一单制’。同时加快技术装备升级，大力推广标准化、专业化集装箱运输，加强各地区运载工具、集装箱、托盘、吊装机具、转运设施等之间的衔接配套。”李然认为，各省市应鼓励各自企业联盟成员在设施站场、货源组织、数据交换、运行规则、运力调配、对外谈判等方面开展务实合作。

单位GDP能耗十年下降两成 雪山下的公园城市“低碳”出圈

成都的生态大城打造之路

本报记者 陈雪波 卢志坤
成都 北京报道

“推动经济社会发展绿色化、低碳化是实现高质量发展的关键环节。”党的二十大报告提出，要加快推动产业结构、能源结构、交通运输结构等调整优化，并倡导绿色

消费，推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式。

如何逐步实现经济社会发展的绿色化、低碳化？在这方面，成都已经积累了丰富的经验。近10年来，成都的空气质量优良天数从132天增长至299天，PM2.5浓度累计下降58个百分点，森林覆盖率达

到40.33%；另一方面，成都的绿色产业蓬勃发展，光伏、氢能、动力电池等低碳产业快速崛起，全市单位GDP能耗累计下降20.8%，清洁能源消费占比提升至62.6%，可持续发展的产业经济成为发展主流。

第一太平戴维斯深度参与了成都部分公园的改造工作，该公司

华西区策略顾问部高级董事张晓远在接受《中国经营报》记者采访时表示，成都的目标是建设“人一城一境一业”高度统一的公园城市，这既要满足人的需求、城市的发展、环境的打造，也要聚集和发展产业，这四个方面对成都来说同等重要。

导致水生态被破坏。2010年，北湖生态公园闭园，开始了为期8年的水质沉淀。在水质达标后，2018年在原有基础上对公园进行升级改造，打造了“三区八景”，并配套建设健身设施、公厕、驿站、休闲广场、人行景观天桥、停车场等设施。

经过改造，核心区绿地及配套占地面积扩大到740亩，水体面积约458亩。公园里不仅可以休闲观光，还有露营地、儿童沙池、亲子餐厅等供市民使用。

成都兴华生态建设开发有限公司全程参与了北湖生态公园的改造，该公司策划部部长朱成功告诉记者，随着北湖生态公园进一步

改造提升，经营管理水平不断提升，北湖生态公园逐步成为成都市民周末游憩的首选地，各式房车、露营爱好者、鸟类摄影者络绎不绝，让北湖生态公园人气不断上涨，也成为各类大型活动的重要举办地，现在的节假日及周末公园人流量能达到2万~3万人次/天。

北湖生态公园的改造，只是成都近年来生态打造的一个缩影。成都通过环城绿道将生态公园、绿地串联了起来。过去5年，全市累计建成各级绿道近6000公里、新增公园面积达6.5万亩，环城生态公园、锦江公园全线贯通，龙泉山城市森林公园加快建设。在

顶分布式光伏开发试点进展顺利，全市清洁能源占比已经提升至62.6%。

通过技术研发的方式来减少碳排放，也逐渐成为成都的优势。目前，成都大力开展低碳零碳负碳关键技术创新，挂牌运行天府永兴实验室，实施科技治气领域研发项目“揭榜挂帅”，建设国家环境保护机动车污染控制与模拟重点实验室（成都基地）、氢能研发创新中心等重大创新平台。今年上半年，7项技术工艺成功进入国家科技成果转化综合服务平台。

成都还特别制定了《成都市大气污染防治条例》等12部地方性法规和规章，并健全了1197个大气和208个水质量自动监测站的天空

环城绿道上骑行，已经成为成都市民周末出游的“绿色”选项。

如今，成都已经拥有自然保护地2类（国家公园、自然公园）6处，总面积1503平方公里，占市域国土面积的10.5%。今年1月，国务院正式批复同意成都建设践行新发展理念的公园城市示范区。在随后发布的《成都建设践行新发展理念的公园城市示范区行动方案（2021—2025年）》中提到，将以建圈强链理念加快推动产业生态圈和重点产业链成势发展，深入实施“幸福美好生活十大工程”，打造天蓝、水清、土净、无废的美丽蓉城。

地一体环境监测体系，大力推广卫星遥感、走航观测、在线监测、电力监控等科技监测监控手段，7日空气质量预报准确率超92%。

此外，成都在制度管理方面也积累了新的经验，在国内首创提出“公众碳减排积分奖励、项目碳减排量开发运营”的双路径碳普惠机制，推出专属绿色公益平台，已上线15个公众碳积分场景和14个低碳消费场景，参与用户数达45万，通过自主认购实施碳中和，促进减排量实现价值转换。此外，成都还成功创建了51所“环境友好型学校”、61个“绿色社区”和16个生态环境教育基地，9个区（市）县获评国家生态文明建设示范区。



每逢假日，都有不少游客来到改造后的北湖生态公园休闲赏景。

本报资料室/图

从改善生态到绿色产业

两千多年前，李冰父子修筑了都江堰，从此以后成都平原“水旱从人，不知饥馑，时无荒年”。都江堰也成为了千百年来人与自然和谐共处的典范之作。

21世纪的成都，在现代化资源的支持下，这里有了更多环境友好型产业。事实也证明，这里在呵护生态的过程中，并没有影响成都的产业建设速度。相反，生态改善的同时，有一批依赖生态、助力生态的产业趁势崛起。

成都一方面推动传统产业提质发展，实施“三线一单”生态环境分区管控，遏制“两高”项目盲目发展，开展两轮“散乱污”经营主体专项整治，累计淘汰落后产能356户；另一方面推动绿色低碳产业高质量发展，依托淮州新城等6个主要承载地和龙泉汽车城等5个协同发展地，聚焦动力电池及储能、光伏、氢能、节能环保及资源循环利用、绿色建筑、绿色低碳服务六大领域，2021年全市绿色低碳企业实现主营收入约1900亿元，累计创建国家级绿色工厂34家。

“我们公司在成都布局了两个太阳能电池片基地，分别为双流基地、金堂基地，太阳能电池片产能为近35GW。”通威相关负责人告诉记者，该公司的总部位于成都，今年第二季度该公司的太阳能光伏电池全球累计出货量已经突破100GW。这样规模的光伏电池意味着，每年可生产清洁能源电力约1387亿度，可满足8215.1万户城乡家庭1年用电需求，能够减少二氧化

化碳排放量约1.38亿吨，节约标准煤约5548万吨。

与此同时，建设公园城市过程中打造的良好环境，也吸引了针对自然生态的研究产业。在北湖云栖自然教育中心，开发了引导孩子及家庭深入了解北湖生物多样性的研学产品，吸引了很多学生前来学习。随着河道治理的完善，成都又推动锦江沿线滨水景观建设，成功推出“锦江夜游”旅游消费场景，促进文旅产业繁荣的同时，也促进了生态价值转化。乘船穿过这座古老的城市，观赏沿途清亮河道与城市街景的辉映，也是成都由内而外生态建设成果的展现。

今年3月，多个绿色低碳产业链项目集中签约落户青白江，协议总投资174亿元；6月，金堂县集中签约落户16个绿色低碳产业链项目，总投资220.3亿元；7月，亿纬锂能成都动力电池一期项目启动，总投资200亿元……成都的绿色产业依然在加速扩张。到2025年，成都绿色低碳优势产业规模将达到3000亿元。

张晓远分析指出，在过去一些城市的产业发展过程中，是以破坏环境为代价的，成都现在打造公园城市，会努力做到“产城共生”。如今成都发展工业的时候，审批已经非常严格，严重污染环境的产业无法落地，成都需要通过这样一系列的举措，打造出具有全球竞争力的绿色循环经济模式。

全方位减碳之旅

每个月的5日，是成都的“绿色低碳出行日”，当日乘坐公共交通能够享受票价优惠，不少市民积极参与低碳出行。截至2022年上半年，全市的85.3万辆共享单车，日均骑行达到约220万人次，“蓉e行”平台累计引导超58.5万人次主动停驶私家车。

成都已经拥有较为完善的公共交通体系，城市轨道运营总里程达到558公里，轨道交通占公共交通分担率超过60%。今年上半年，又新开及优化地铁接驳公交线路11条，完成50个地铁站出入口周边50米范围内公交站优化配置，让公交和地铁的换乘更加无缝高效融合。

为了更有效地解决交通距离

长三角县城逆袭密码：找准发展坐标系 打开产业致富门

本报记者 方超 张家振 上海报道

“2019年，嘉善全城纳入长三角生态绿色一体化发展示范区后，持续推进长三角一体化发展在县域层面科学谋划、协调推进、系统深化，为国家战略下好‘先手棋’、打开‘突破口’。”

近日，党的二十大代表、浙江省嘉兴市委常委、嘉善县委书记江海洋表示，总投资132亿元

的浙大长三角智慧绿洲等一批高能级科创平台已在嘉善落地。十年来，嘉善地区生产总值和规上工业总产值年均分别增长8.6%和11%。

嘉善县在长三角一体化发展中取得的成绩，正是长三角县域城市“蝶变”的缩影。在多家机构发布的全国百强县榜单中，来自长三角地区苏浙皖的百强县（市）席位数占据半壁江山，昆山、江阴

等更成为全国县域城市发展的“领头羊”。

“郡县治则天下安，县域强则国家富。”县域发展的重要性正日益凸显。党的二十大报告提出，推进以人为核心的新型城镇化，加快农业转移人口市民化。以城市群、都市圈为依托构建大中小城市协调发展新格局，推进以县城为重要载体的城镇化建设。

“在‘加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局’框架下，加快新型城镇化建设、构建大中小城市协调发展新格局具有重要意义。”赛迪顾问县域经济研究中心主任马承恩在接受《中国经营报》记者采访时表示，找准自身定位，推进产业发展以及打造宜居宜业之地，对于县城等小城市未来的发展至关重要。



长三角县域城市正通过积极“进群入圈”等方式推动经济“腾飞”。图为县域经济“领头羊”昆山市城市风光。
视觉中国/图

进群入圈

依靠地理优势，全力围绕上海市“做文章”成为昆山市逆袭的密码之一。

赛迪顾问发布的《2022中国县域经济百强研究》显示，在县域经济百强中，江苏省、浙江省分别占25席、18席。其中，百强县前10名中江苏省独占6席，并包揽了前4名，分别是昆山市、江阴市、张家港市和常熟市，而慈溪市、太仓市和海宁市等长三角地区县级市也位居前20名。

记者梳理昆山市等长三角地区百强县发展历史发现，依托上海市和杭州市等大城市，找准发展“坐标系”，积极“进群入圈”，成为长三角县域城市经济“腾飞”的密码之一。

连续18年占据全国百强榜首位置的昆山市最为典型。自上世纪80年代起，昆山开启了独特的“昆山之路”模式。经过40年的发展后，2021年，昆山市实现地区生产总值4748.06亿元，在位居县域经济百强榜首的同时，更是一举超过诸多地级市甚至部分省会城市。

依靠地理优势，全力围绕上海市“做文章”成为昆山市逆袭的密码之一。

“昆山市是长三角一体化发展的坚定拥护者、积极参与者和切实受益者，从‘星期天工程师’、合办联营企业，到抢抓浦东新区开发开放机遇、发展外向型经济，昆山市的每一步发展、每一次跨越，都离

不开上海市的溢出、辐射和带动。”昆山市相关负责人如此表示。

除昆山市外，浙江省海宁市和江苏省句容市等长三角地区小城市亦积极进群入圈，谋求更大的发展空间。

公开信息显示，以皮革闻名天下的海宁市，早在2001年就开始启动实施“接沪融杭”战略，此后在2016年调整为“融杭接沪”。而随着杭海城际铁路的开通，海宁市出台了《杭海城际“科创走廊”规划》，加速开启融杭之旅。

无独有偶，依托跨城轨道交通谋求更进一步发展的还有句容市。相关信息显示，隶属于镇江市的句容市，正抢抓“加快推进宁句同城化”的重大机遇，全力“融入南京”。根据当地出台的《驻点南京招商工作方案》，“采取一个板块对接一个南京市辖区域的方式”，全方位分享南京市的发展机遇。

“从发展角度而言，围绕在大城市周边的中小城市，事实上有很大的发展空间和优势。”马承恩表示。赛迪顾问也分析认为，长三角地区县域城市应“积极‘进群入圈’，重点对接外部区域网络的物流链、资金链、人才链，重新评估自身资源价值，整合区域一体化资源和机遇，进一步强化集聚效应”。

产业兴城

素有“中国制造业第一县”之称的江阴市，亦在大力实施产业强市战略。

在进群入圈、找准发展坐标系的同时，大力发展特色产业亦让长三角地区的县域城市打开了“致富门”。

作为世界小商品之都，外贸无疑是义乌市最主要的优势产业。公开数据显示，2012~2021年，义乌市进出口总额从590.8亿元跃升至3903亿元，其中，出口额从569.1亿元跃升至3659.1亿元，增长了5.4倍，以全国万分之一的国土面积贡献了浙江全省八分之一、全国五十五分之一的出口额。

从最初的“鸡毛换糖”，到现在的“行销全球”，小商品外贸企业在助力经济腾飞的同时，义乌

市也在不断提升自身的制造业竞争力，打造出了信息光电、汽车制造两大现代制造业集群。

今年9月，总投资约213亿元的欣旺达电动汽车电池有限公司新能源动力电池生产基地落子金华市下辖的义乌市。浙江当地媒体报道称，该项目计划总产能约50GWh，是义乌市也是金华市“史上制造业投资规模最大项目”。

在江苏省，素有“中国制造业第一县”之称的江阴市，亦在大力实施产业强市战略。

“我们的秘诀是，‘坚持科技创新在现代化全局中的核心地位’，坚持产业强市和创新驱动

‘两大战略’，共抓现代产业和科技创新‘两个体系’共建。”党的二十大代表、江苏省无锡市委常委、江阴市委书记许峰表示。

据许峰介绍，在具体实践中，江阴市突出几个“聚力”，如聚力壮大企业“雁阵”，全力支持大企业大集团发展，促进中小微企业走“专精特新”之路，发挥“江阴板块”优势；聚力推进工业园区升级改造，盘活腾退土地3.2万亩，融资规模达276亿元等。

而党的二十大代表、江苏省盐城市建湖县委书记祁从峰也表示，近年来，建湖县大力实施产业高端化战略，聚焦高端装备、新能源、电

子信息三大主导产业。“我们坚持宜链则链、宜群则群、链群并举，持续突破一批链主型、群主型企业，全力打造具有核心竞争力和较强支撑作用的先进制造业集群。”

“产业高质量发展是县域经济跨越式发展的引擎。”赛迪顾问分析认为，长三角地区县域城市可围绕自身特点，明确优势产业定位，找准产业发展新趋势，跟踪洞察产业转移与本地资源禀赋的结合点，积极引入新生产要素，锻造长三角地区县域差异化的产业集群优势，利用“极点”思维提升县域产业竞争力，成为长三角地区县域经济发展的新标杆。

协调发展

“在‘推进以县城为重要载体的城镇化建设’过程中，还需要进一步缩小城乡差距，这方面仍有很大的空间。”

产业发展、城市兴旺，还需要不断提升城乡协调发展水平，实现全域高质量发展。

“奔向共同富裕，要实现城乡融合、协调发展，离不开新型城镇化建设这一关键抓手。”党的二十大代表、泗阳县委书记马伟表示，党的十八大以来，泗阳县以全局思维来审视和推进县域内共同富裕，既发力推进城镇的快速发展，也顾及城乡的均衡发展，全力推动巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔

接，加快推进城乡一体化发展。

据马伟介绍，共同富裕离不开高水平的公共服务和社会保障，泗阳县每年拿出七成以上的可用财力用于提升公共服务和社会保障水平，连年排定一批高质量“为民办实事”工程，不断增强老百姓的获得感、幸福感、安全感。

“下一步，我们将紧扣促进共同富裕主题，努力让人民群众的生活一年比一年好，加快推动百姓富裕富足、服务普及普惠、保

障更全更优，力争到2025年基本公共服务达到全省平均水平。”马伟如此表示道。

党的二十大代表、上海市松江区委书记程向民近日也表示：“近年来，我们坚持把最好的资源留给人民，把所有精力都用在‘让群众过好日子’上。”

据程向民介绍，松江区近年来在“构建优质、均衡、特色的教育格局”、“不断满足人民群众对优质教育资源的向往”和“完善分

诊医疗体系”等方面持续发力。例如，“十三五”时期，松江区构建优质、均衡、特色的教育格局，建设了67所学校。

“在‘推进以县城为重要载体的城镇化建设’过程中，还需要进一步缩小城乡差距，这方面仍有很大的空间。”在马承恩看来，实现公共服务与基础设施向下延伸、推进县域城镇化和城乡融合发展等，是吸引人才、推进新型城镇化建设的重要方向。

把“米袋子”“菜篮子”“果盘子”作为安民之基 广东谱写乡村振兴新篇章

本报记者 陈靖斌 广州报道

党的二十大报告指出，要全面推进乡村振兴，坚持农业农村优先发展，巩固拓展脱贫攻坚成果，加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴，全方位夯实粮食安全根基，牢牢守住十八亿亩耕地红线，确保中国人的饭碗牢牢端在自己手中。

事实上，党的十八大以来，广东省深入贯彻“三农”工作重要指示精神，坚决扛起经济大省的责任担当，砥砺奋进、开拓创新，推动农业农村取得历史性成就、发生历史性变革。

乡村振兴，产业先行。广东始终把“米袋子”“菜篮子”“果盘子”作为安民之基的重要任务来

自己手中。

事实上，党的十八大以来，广东省深入贯彻“三农”工作重要指示精神，坚决扛起经济大省的责任担当，砥砺奋进、开拓创新，推动农业农村取得历史性成就、发生历史性变革。

乡村振兴，产业先行。广东始终把“米袋子”“菜篮子”“果盘子”作为安民之基的重要任务来

自己手中。

十年来，广东粮食生产呈稳定发展态势，粮食播种面积、产量持续增加，农林牧渔业总产值突破8300亿元，“粤字号”农产品品牌影响力和市场竞争力不断提升，累计创建18个国家级、288个省级现代农业产业园……一连串耀眼的成果和数据，勾勒出十年来广东省乡村产业振兴迈出的坚

实步伐。

农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅表示，“产业兴旺”是乡村振兴总任务的第一项，是基础，是推进经济建设的首要任务。产业兴旺，要走乡村经济多元化道路，要大力发展特色产业、融合产业，以及组织起来的产业。要实施乡村建设，就要践行乡村振兴战略。

宿原先大部分是残破的民房，在注重保护乡村传统文化、尊重村民意愿的基础上，不搞大拆大建，局部进行改造提升，修旧如故，以存其真。

“比如，对老房子的改造策略是，保留石头房印记，对屋顶黑瓦进行整修，墙脚进行绿化改造，并辅以垂直绿墙。而现代民居的改造，则提取英德民俗文化符号，局部增设坡屋顶、小檐子及清灰瓦。”莫承宇表示。

得益于社会资本积极参与，2019年，鱼咀村获选广东十大美丽乡村。鱼咀村大力发展文旅产业，对宣传当地人文历史、乡村民俗起到很大推动作用，如蚕桑文化、码头文化、打铁文化、米芾文化、舞草龙文化等得到保护与传承。来往鱼咀村的游客越来越多，平均每天接待游客100人，旺季时，民宿客房“一床难求”。

此外，通过鱼咀村旅游业以及旅游业引导下的现代农业的发展，村民通过自营商业、出租土地物业、参加旅游服务、参与分红、

加入产业化农业组织等获得更多收益，走上致富之路。

村里凤鸣书吧有一位管理员，村民们亲切称呼他“光叔”。光叔小时候不幸得了小儿麻痹症，导致右脚残疾，行走十分不便。2018年，他在碧桂园的帮助下，接受图书馆管理培训，后来进凤鸣书吧工作，每月工资3000元，解决了生活开销，实现了家门口就业。

廖志其满怀喜悦地告诉记者，村里民宿带动村民就业23人，人均月收入从1000元左右提升到3000多元，且有“五险一金”保障。

同样作为较早帮扶清远市连南茶产业的企业，海伦堡深入调研市场，也形成科学高效、特色鲜明的茶产业帮扶模式，带领当地茶农探索出了一条产业专业化、规模化、效益化的乡村振兴路径。

“为了实现精准高效的帮扶效果，海伦堡深入了解连南茶产业发展现状，提前制定了因地制宜的有效帮扶策略。”海伦堡中国控股广东臻馨生态农业有限公司

总经理张建告诉记者，在帮扶过程中，海伦堡不断优化帮扶措施，已形成“公司+科研院校+合作社+农户”的产业帮扶模式，惠及更多民众。

数据显示，2021年，在连南瑶族自治县春茶头采节采茶活动中，海伦堡作为帮扶企业在采茶活动现场设摊采购茶青，收购1.5万斤茶青，帮助茶农创收约37.5万元，年度采购干茶约5000斤，实现联农带农50多人，农户年度增收在100万元以上。除此之外，公司直接采摘面积达200亩，野生自然生长面积1万亩，公司年度销售额达1000万元。

为进一步扩大连南茶产业规模，2021年10月，海伦堡与连南瑶族自治县八排瑶山生态农业发展有限公司合作，共同参与连南县茶药菌省级现代农业产业园建设。该茶园占地面积2000亩，建成后丰产期可产120万斤，年产值可达1200万元，促进当地经济发展，并增加当地百姓收入。

乡村振兴成效显著

事实上，得益于社会资本积极投入乡村建设，广东省全面推进乡村振兴实现良好开局。

广东省人民政府关于乡村振兴促进工作情况的报告（以下简称“报告”）显示，全省农林牧渔业总产值由2017年全国第6位提升至2021年的第4位，城乡居民人均收入比缩小至2.46:1。

此外，今年上半年，广东全省农林牧渔业总产值3654.18亿元，同比增长6.5%；农村居民人均可支配收入12158元，增长5.8%，农产品进出口总额1514.4亿元，增长24.1%。

报告显示，广东将粮食安全纳入乡村振兴考核硬指标，建立耕地和粮食播种面积调度监测体系，全省粮食播种面积保持基本稳定，产量稳中有增，总产量由2016年的1204.22万吨，上升到2021年的1279.9万吨，粮食产量和面积实现双增长。

在耕地保护方面，广东多措并举促进耕地保护，创新激励政策开展撂荒耕地整治，2021年新增复耕复种撂荒耕地85.89万亩。截至2021年底，该省累计建成2519万亩高标准农田，累计动工垦造水田规模约41.75万亩，拆除复垦累计完成验收备案13.4万亩。

此外，广东着力巩固拓展脱贫攻坚成果，扎实推进驻村帮扶工作队超过13000人次，推动镇村同建同治同美。广东省财政已下拨驻镇帮扶专项资金174亿元，2021年至2022年珠三角六市承担的配套资金108.12亿元已拨付被帮扶市，属地市帮扶资金应配套36.04亿元。

已到位30.13亿元，基本完成项目资金配备。

广东还全面建立防止返贫动态监测和常态化帮扶机制，将脱贫不稳定户、边缘易致贫户、突发严重困难户纳入监测帮扶范围，为“三类监测对象”全部购买防返贫保险。

尽管如此，但社会资本参与乡村振兴的建设之路，仍任重而道远。袁帅表示，实施乡村振兴战略需要资金，单纯靠财政投入无法解决这个问题，迫切需要多元化投资主体。毋庸置疑，资本进入乡村振兴是极具潜力和回报价值的，但是需要有耐心。

“促进乡村振兴，产业发展是关键。在构建现代农业产业体系、生产体系以及经营体系上，都离不开资本的投入，资本市场的支持尤为重要。资本下乡能够促进乡村产业发展、农民增收致富，因而对于释放乡村发展活力、激发乡村市场有着重大推动作用，能够促进农业供给侧结构性改革，从而引领创造新需求。鼓励和支持资本下乡，走城市支持农村，工业反哺农业的道路是我国解决‘三农’问题的重要突破路径方式之一，只有产业得以振兴，乡村才能实现自我‘造血’。”袁帅告诉记者。

对此袁帅建议，虽然乡村振兴需要各种资源的进入和支持，资本是极为重要的关键环节，但是资本是追逐利益回报的，在乡村振兴领域，资本不能追求短平快，特别是农业领域，农业投资具有周期长、见效慢的特点，资本要遵循客观经济发展规律，要具备中长线投资的视野和决心。

住房租赁市场迎变局时代 龙头企业竞逐长租公寓赛道

本报记者 方超 张家振 上海报道

“我们力争成为全市范围内存量物业转型升级并纳入保障性租赁住房范畴的代表，使这片热土成为闵行乃至上海人才人居乐业的生活家园。”微领地集团首席执行官周君强表示。

在周君强作出上述表述背后，上海市最大的社会化保障

租购并举制度指明发展方向

租购并举住房制度为房企指明了未来发展方向。

“从宏观层面来看，随着我国城镇化率越来越高，人口向一线城市、都市圈聚集，在居住成本保持在较高水平的前提下，人们的刚性居住需求不会减弱。”周君强分析认为，“同时，房地产行业在告别高速增长时代后进入存量时代。无论是从政策变迁、行业变革还是市场需求端的变化，都驱动着住房模式向‘租购并举’方向转型发展。”

易居研究院智库中心研究总监严跃进表示，在建立租购

性租赁住房社区——微领地浦江中心社区于10月26日正式开业，可提供3116间保障性租赁住房。

党的二十大报告指出：“坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度。”对此，滨江集团旗下自持商品房租赁社区品牌滨江暖屋总经理陈

驰在接受《中国经营报》记者采访时表示：“房屋租赁行业面临着巨大的政策机遇，还有很大的市场空间和成长性。”

中指研究院指数事业部市场研究总监陈文静也认为，党的二十大报告再次强调加快建立租购并举的住房制度，政策红利有望继续释放。“随着住房租赁需求的逐步扩大，住房租赁市场也将迎

来快速发展期，这也为开发企业、运营企业、装饰装修企业、金融机构等提供了新的发展机遇，相关企业需要抓住政策红利和市场发展期，拓展新的市场空间。”

中骏集团相关负责人也表示：“未来五年，租购并举的住房制度建设将全面提速，政府将大力推动住房租赁市场发展，进一步完善住房体系。”

瑞研究中心分析认为。

“从房企角度而言，我们认为租购并举制度的推出，为房企提供了全新业务的发展方向。”陈驰告诉记者，“以往我们可能更关注销售型房地产业，接下来可能会结合政策和自身实际情况作出更多的选择。”

“实际上，一些企业可能不适合发展销售型房产开发业务，而租购并举制度给它们提供了另一种更合适的路径，租赁住房板块也是很不错的业务。”陈驰

同时认为，在更多的房企进入租赁住房市场后，对于客户个人而言也会有更多选择，这也是惠及民生的表现。

据中骏集团相关负责人介绍，中骏集团在积极响应国家租购并举住房制度的情况下，依托多年以来的布局与积累，整合并协同长租公寓领域优势资源，形成长租公寓基金管理的资管商业模式，战略拓展长租公寓业务，并聚焦一线及准一线城市，推进长租公寓的投资及开发。

近两年来，公寓业务整体取得了一些进步，新模式、新发展的探索成绩也逐步呈现。

地保障新市民群体的租住需求。

据介绍，截至今年上半年，龙湖冠寓已在全国30余座城市提供超11万间公寓房源，累计服务租户约50万人，累计用户逾250万人，用户满意度达95%。克而瑞2022年1~6月TOP20租赁企业公寓开业规模榜显示，龙湖冠寓累计已开业房源规模稳居行业第二。

除龙湖集团外，万科也已经在长租公寓市场历经十余年的探索。

“在租购并举政策环境下逐步明朗的新时代，近两年来公寓业务整体取得了一些进步，新模式、新发展的探索成绩也逐步呈现。”万科泊寓方面表示，公司积极响应并践行国

家“房住不炒”政策，与深圳人才安居集团、上海市虹口公共租赁住房投资运营有限公司等重点国企签署了租赁住房战略合作协议，推动保障性租赁住房建设。

万科泊寓方面提供的数据显示，截至今年7月31日，万科泊寓已在北京市、深圳市、厦门市、天津市、佛山市、长沙市、武汉市和成都市等8座城市正式纳保50个项目、超4万间房源，另有5万余间房源正在申请纳保途中。

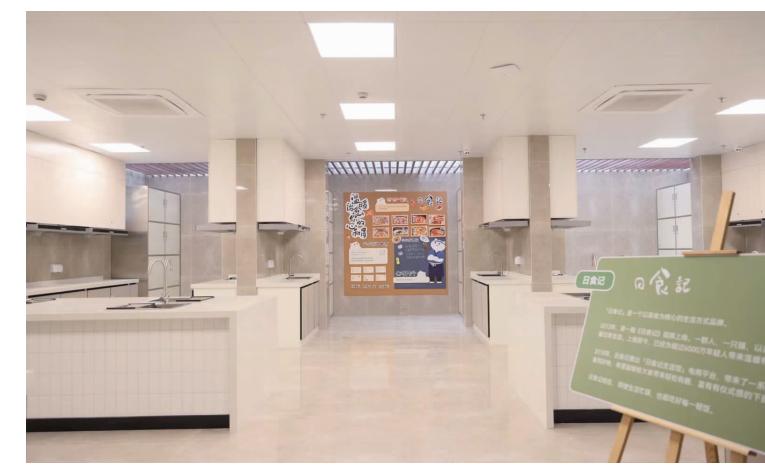
此外，作为长租公寓头部企业，万科泊寓截至目前已累计获取21万间房源，累计开业17万间，出租率95%、续租率56%、自有渠道

获客占比79%，业务稳步发展、稳健经营，保持集中式规模第一”。

而中骏集团旗下的方隅公寓、旭辉集团旗下的领寓国际等品牌也发展迅速。

公开信息显示，截至今年上半年，方隅公寓管理房源为31615间，其中85%分布在一、二线城市，稳定运营的一线重资产项目平均出租率超85%。

另据旭辉集团方面提供的数据，截至今年上半年，领寓国际聚焦上海市、北京市、南京市、杭州市、成都市、深圳市六大核心城市，已开拓房间数超8.2万间，运营超30个大型租赁社区。



在加快建立租购并举住房制度的政策红利下，龙头企业正积极布局长租公寓赛道。图为微领地浦江中心社区内景。 本报资料室/图

品质提升成“新角逐点”

房企在寻找租赁行业发展路径过程中，更重要的是提高服务水平。

在长租公寓等赛道吸引诸多房企入局角逐之时，品质提升亦成为房地产行业的“新角逐点”。

“在市场竞争阶段后，住房租赁行业形成了初步的竞争格局，具备品牌和规模优势的头部企业开始着力于优化产品和提升运营能力。经过2021年的市场历练，租赁行业将开启新一轮的发展周期，以‘质’取胜，‘剩’者为王。”克而瑞租售分析认为。

对此观点，陈驰也颇为认同。

“房企在寻找租赁行业发展路径过程中，更重要的是提高服务水平。超级社区的核心不仅是物理空间，更是连接势能。”在周君强看来，“时尚舒适、便捷交通、极低价格的产品三要素是微领地对租户的承诺。7天无休班车、24小时安保、完善的消防设施、人脸识别门禁、智能门锁等安防措施，让租户住得安心、放心。此外，我们认为社区不该仅仅只是居住的地方，还应该是一个充满活力、开放、多元、温暖的全新生活社区。”

戴德梁行北区研究部主管魏东表示：“党的二十大报告在住宅方面更侧重多主体供给和多渠道保障。这些政策导向将对保障性住房等领域在未来五年的发展产生利好。”

万科泊寓方面也表示，公司根据客户需求与痛点提供酒店式服务标准，通过长短租结合的方式满足商旅客户的多元化需求，并初步获得了市场验证及客户认可。

据介绍，在万科泊寓中高端产品线中，成都交子荟国际公寓主要服务天府金融科技企业等中高端人才，提供星级酒店式公寓服务标准，在开业3个月后出租率达到了90%以上。

“产品在追求品质化的同时，开始聚焦租客全生命周期的需求。超级社区的核心不仅是物理空间，更是连接势能。”在周君强看来，“时尚舒适、便捷交通、极低价格的产品三要素是微领地对租户的承诺。7天无休班车、24小时安保、完善的消防设施、人脸识别门禁、智能门锁等安防措施，让租户住得安心、放心。此外，我们认为社区不该仅仅只是居住的地方，还应该是一个充满活力、开放、多元、温暖的全新生活社区。”

戴德梁行北区研究部主管魏东表示：“党的二十大报告在住宅方面更侧重多主体供给和多渠道保障。这些政策导向将对保障性住房等领域在未来五年的发展产生利好。”

竞相拓展长租公寓赛道

近两年来，公寓业务整体取得了一些进步，新模式、新发展的探索成绩也逐步呈现。

据透露，截至今年上半年，龙湖冠寓已在全国30余座城市提供超11万间公寓房源，累计服务租户约50万人，累计用户逾250万人，用户满意度达95%。克而瑞2022年1~6月TOP20租赁企业公寓开业规模榜显示，龙湖冠寓累计已开业房源规模稳居行业第二。

除龙湖集团外，万科也已经在长租公寓市场历经十余年的探索。

“在租购并举政策环境下逐步明朗的新时代，近两年来公寓业务整体取得了一些进步，新模式、新发展的探索成绩也逐步呈现。”万科泊寓方面表示，公司积极响应并践行国

家“房住不炒”政策，与深圳人才安居集团、上海市虹口公共租赁住房投资运营有限公司等重点国企签署了租赁住房战略合作协议，推动保障性租赁住房建设。

万科泊寓方面提供的数据显示，截至今年7月31日，万科泊寓已在北京市、深圳市、厦门市、天津市、佛山市、长沙市、武汉市和成都市等8座城市正式纳保50个项目、超4万间房源，另有5万余间房源正在申请纳保途中。

公开信息显示，截至今年上半年，方隅公寓管理房源为31615间，其中85%分布在一、二线城市，稳定运营的一线重资产项目平均出租率超85%。

另据旭辉集团方面提供的数据，截至今年上半年，领寓国际聚焦上海市、北京市、南京市、杭州市、成都市、深圳市六大核心城市，已开拓房间数超8.2万间，运营超30个大型租赁社区。

近两年来，公寓业务整体取得了一些进步，新模式、新发展的探索成绩也逐步呈现。

抢抓四季度窗口期 房企开启“双11”营销攻势

营销前置锁客圈客

本报记者 方超 张家振 上海报道

“11元买11m²！买房送iPhone14/家电！不等‘双11’，买贵退差，好房提前选！”

近日，绿地控股安徽区域发布的“双11”促销信息引发购房者关注。据了解，在10月20日~11月11日期间，购买六安市绿地未来城项目除了上述“送家电”等优惠外，还可享受金安区置业补贴，最高享4万元补贴/套。

《中国经营报》记者在采访中了解到，在“双11”即将来临之际，旭辉集团和禹洲集团等多家房企也已提前开启营销“攻势”。

而在抢抓四季度营销窗口期过程中，多家房企也早已厉兵秣马备战营销。在某TOP10房企华东大区担任相关负责人的孙佳(化名)就对记者表示，其所在区域早在8月中下旬左右就开始了系列营销活动的准备动作。

“房地产市场利好政策还在进一步释放，很多地方在四季度可能还会有进一步的宽松政策推出。我觉得很多房企也会全力抓住四季度的营销窗口期。”中指研究院浙江分院常务副总经理高院生分析认为。

“佣金前置”提升渠道效率

相比购房送物业费和“家电大礼包”等常规营销动作，部分房企为了全力促进去化，在今年四季度起始阶段推出的“佣金前置”举措也引发市场关注。

房地产业内人士分析称，品牌房企的结佣流程、手续非常繁杂，结佣周期比较长，中介又急于拿到现钱，“哪家房企给我结钱快，就会更帮谁推荐项目”。而“佣金前置”模式是房企提前将一笔钱打进合作企业(分销方)账户，再卖一套结算一套的佣金。

“‘佣金前置’现象主要是在

团全国各活动楼盘营销中心可享受宠粉券‘膨胀’福利，以及兑换相应价值到访礼品和‘双11’专属购房优惠。

无独有偶，旭辉集团近日也推出了“双11”预售活动，具体包括南昌旭辉中心、重庆铂悦滨江、苏州铂悦春和万象等在售项目。“2022年累计交付超5.3万套新房，兑现客户承诺，向市场交出品质成绩单。”旭辉集团方面强调称。

今年出现的。”在苏州市下辖的某县级市担任项目销售负责人的刘珂(化名)向记者表示，房地产市场竞争激烈，苏州市也是在今年春节后出现的这种现象，每个地方不一样，“主要是看当地市场的竞争格局”。

深耕江苏省苏州市相城、姑苏片区十余年的资深房产经纪人胡亚(化名)向记者表示，其负责的区域也存在“佣金前置”现象。

“预付佣金对经纪人而言也更有保障，主要目的一是让经纪人放心，二是可以让经纪人安心地给

开发商推介项目，从而更有动力促成成交。”

“我们企业没有采取‘佣金前置’方式，但结佣周期比之前更短了。”孙佳表示，比如，以前通过分销渠道卖房的正常结算流程可能需要两三个月，中介人员的佣金才能到账。“但现在我们3天就能结算，主要是因为公司找了外部合作公司先帮我们垫付这笔钱。”

“这种‘佣金前置’的现象在业内尚不普遍，因为大型房企还是比较强势的。”在高院生看来，对于大

型民营房企而言，他们在和房产中介的谈判过程中有更多筹码。

“为了提升渠道效率和中介积极性，不少项目出现了‘佣金前置’现象，击中拖欠佣金痛点。”克而瑞研究中心表示，昆明市的书香云海项目从8月份开始便开启了卖一套结一套的“前佣模式”，后续有多个项目开始跟进，从效果上来看，渠道成交占比上升了5%。此外，苏州璀璨平江项目也在9月份执行“佣金前置”，先将300万元佣金提前转到中介渠道方的账户，再根据销售情况扣款、划款。

除部分房企推行“佣金前置”外，分销渠道佣金比例上浮现象也并不少见。

孙佳告诉记者，目前业内确实存在佣金比例上浮的现象，但各家大房企对来自中介的成交比例都会有所控制。

胡亚也表示，从八九月份开始，苏州市房企给经纪人的佣金比例都有所提高，“因为开发商要冲一波业绩，在中秋节、国庆节等假期到来之前就要提前蓄客，毕竟客户转化需要时间。”

惠，这才是最重要的。”

克而瑞研究中心分析认为，10月份房地产市场整体预期止跌企稳。“此外，受房企以价换量策略的惯性影响，成交还有一定的释放空间。”中指研究院也表示，短期来看，购房者的观望情绪仍在，前期政策显效仍需时间，若政策持续发力，各地配套政策持续推进和落实，购房者的置业情绪有望继续修复，四季度新房市场或逐渐企稳。

房企前三季度规模分化：千亿阵营合计15家

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

近日，国家统计局公布的2022年1月~9月房地产行业数据显示，今年前9个月，全国商品房销售面积约10.14亿平方米，合计销售额约99380亿元。9月，商品房销售面积环比上升39%至约

销售规模分化

近年来行业格局变动加剧，今年前三季度规模房企的表现分化明显。

已落下帷幕的三季度，以被寄予厚望的“金九”结束。根据国家统计局数据，9月，全国商品房销售面积、销售额的同比降幅分别较8月收窄6.5个百分点、5.7个百分点。

克而瑞统计数据显示，9月，百强房企单月销售操盘金额环比增长10%至5709.6亿元，其中超半数房企实现单月业绩环比增长，有30家企业环比增幅在0%~30%之间，25家企业环比增幅超过30%，但房企整体增幅仍不及去年同期，同比减少25.4%，其中仅3成房企实现单月业绩同比增长。

10月11日，保利发展公告称，9月，其实现签约面积227.01万平方米，同比减少8.3%，签约金额383.95亿元，同比增加6.6%。

同样在9月，招商蛇口(001979.SZ)签约销售面积95.21万平方米，同比减少3.6%，实现签约销售金额350.48亿元，同比增加50.23%；万科实现合同销售面积227.1万平方米，合同销售金额347.3亿元；碧桂园实现归属该公司的股东权益的合同销售金额约320.2亿元，环比增长10.91%，同比下降29.87%，归属该公司的股东权益的合同销售建筑面积约392万平方米，环比增长133.29%，同比下降31.94%；越秀地产(0123.HK)实现合同销售金额166.81亿元，同比增长178%，合同销售面积同比增长140%至50.03万平方米。

从今年前三季度的累计业绩来看，中指研究院统计数据显示，碧桂园、保利发展、万科包揽销售额、销售面积的前三名。TOP10房企的销售额门槛值为1432亿元，较去年同期下降37.7%；

1.35亿平方米，销售额环比上升34%至约13510亿元，整体市场缓慢复苏。

从开发商层面来看，中指研究院发布的今年前9个月房企销售业绩排行榜中，碧桂园(6098.HK)、保利发展(600048.SH)、万科(000002.SZ)分别以3542.9亿元、

3202.2亿元、3126.4亿元的销售额位列前三。另一方面，销售额超千亿元的房企共有15家，较去年同期减少12家，销售额均值为1841.3亿元。

值得注意的是，9月份，房企的融资规模出现增长。其中，信用债的发行规模为368.05亿元，

同比增长10.6%，信用债平均利率为3.21%，环比减少0.16个百分点。

克而瑞分析指出，今年前三季度，规模房企表现分化明显。部分房企通过稳健的财务运营，热点城市布局及积极推盘去化，表现出较强的抗周期韧性。



华南某房企的广州项目正在加紧施工。
本报资料室/图

格局转向“稳者更强”

楼市表现的分化，考验着房企的区域投资布局策略。

房企销售规模出现分化的同时，各区域及具体城市的楼市表现也不尽相同。

中国房地产品牌指数百城价格指数显示，2022年前三季度，百城新建住宅价格累计上涨0.12%，其中三季度价格累计下跌0.03%。

9月，百城新建住宅均价16200元/平方米，环比下跌0.02%，已连续3个月下跌。

根据中指研究院初步统计，2022年前三季度，重点100城新建商品住宅月均成交面积约3143万平方米，同比下降38.1%。其中，三季度市场成交活跃度未出现明显好转，重点城市商品住宅月均成交面积3277万平方米，同比下降27.9%，环比增长2.9%。其中，7月，受传统销售淡季、供应放缓等因素影响，市场活跃度下降，商品住宅成交面积同比下降超过30%，环比由增转降。8月，市场情绪延续低迷态势，重点城市商品住宅成交面积同环比均降，但低基数下降幅相较于7月均收窄。进入9月，据初步统计，重点100城成交面积环比略有增长，同比降幅超过两成，“金九”表现不及预期。

城市方面分能级来看，前三季度，一线城市商品住宅成交面积同比下降24.4%，二线城市商品住宅成交面积同比下降39%，三四线代表城市商品住宅成交面积同比下降39.2%。

从区域上看，三季度长三角、珠三角成交规模整体保持低位。其中，珠三角代表城市的商品住宅成交面积同比减少16.1%，珠海出现同比降幅超过50%，肇庆、深圳、惠州等的成交面积同比降幅均超过20%。不过，在政策带动下，东莞自7月以来的市场活跃度有所提升，三季度成交面积同比增长22.4%。

展望四季度，克而瑞分析认为，需求端政策力度有望加码，在轮番政策暖风的作用下，市场信心或将逐渐恢复，房地产市场也将逐步回稳。不过，城市分化或将加剧。具体而言，上海、杭州等市场热度有望惯性延续，成交或将高位

保持。广州、深圳、苏州等一线及强二线城市市场或将持续修复，南宁、沈阳、昆明等弱二线城市在四季度有望稳住市场，但多数三四线城市市场或将艰难探底。

楼市表现的分化，考验着房企的区域投资布局策略。

在公告9月销售业绩的同时，万科表示自8月销售简报披露以来，公司新增2个开发项目和1个物流地产项目。其中，新增浙江嘉兴“云之湾”项目，其权益占比40%，需支付权益地价4.12亿元；新增重庆“星光都会”项目，权益占比为59.7%，对应地价为1.57亿元。另外，其投入2.71亿元获得青岛港冷链项目65%的权益比例，对应权益建筑面积为5.8万平方米。

碧桂园总裁莫斌曾在今年中期业绩发布会上表示，未来公司将继续聚焦核心区域，布局供需关系良好的城市，获取优质的土地储备资源，更好应对市场的不确定性，支撑公司未来业绩的稳健发展。

中指研究院指出，今年前三季度，TOP100房企拿地总额10478亿元，拿地规模同比下降51.2%，降幅比上月收窄2.1个百分点，连续4个月维持收窄态势。TOP100门槛值为31亿元，较上年同期下降23亿元，TOP100房企招拍挂权益拿地总额占全国300城土地出让金的比例为43.5%。

与拿地等投资活动息息相关的融资方面，据中指研究院统计，今年9月，房企仅通过发行信用债进行融资，并无发行海外债。截至2022年9月30日，房企待偿债券余额共计约3.07万亿元；一年内到期的债券合计约1.02万亿元，其中信用债余额6491.4亿元，海外债券余额3766.7亿元。整体来看，四季度到期债务处于相对低位，房企资金压力或略有缓解。

克而瑞分析指出，“行业格局正从‘强者恒强’转向‘稳者更强’”。中长期来看，行业竞争将以稳健经营、具备发展韧性、产品力交付力强、市场认可度较高的企业为主导。”

城中村“蝶变”：广东发文推动租赁住房品质提升

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

近日，为多渠道筹集租赁住房房源，有效提升城中村租赁住房品质，广州市住房和城乡建设

局发布《广州市住房和城乡建设局关于支持专业化规模化住房租赁企业提升“城中村”租赁住房品质的指导意见》(以下简称《指导意见》)。其中指出，支持

专业化规模化住房租赁企业参与城中村房源整租运营，且明确了支持政策，包括给予财政金融支持、减轻企业运营负担等。

早在2017年，深圳开始提

出试点城中村规模化租赁。在外来人口众多的广州、深圳，城中村房源占据当地租赁市场的的重要位置，其租赁住房品质对提升群众幸福感、获得感至关

重要。

长租公寓品牌万科泊寓相关负责人目前在接受《中国经营报》记者采访时表示，城中村房源若想达到“专业化”“规模化”

发展，前者要求项目运营方具备产品定位、专业运营及获客能力，后者不仅要求其具备施工改造能力，还应具备一定的统租谈判能力。

支持住房租赁企业参与

根据广州市住房和城乡建设局对《指导意见》的解读，广州租赁住房的城中村房源占比大，城中村普遍存在业态低端，公建配套设施缺乏，消防设施和消防通道不足，社会管理难度大的问题。

因此，《指导意见》的制定目的在于通过引导村社集体物业适当改建，完善消防设施，补齐公建配套短板，并引入专业化住房租赁企业运营村社集体物业，推进城中村环境更新，人居环境改善。坚持政府引导、村民自愿、企业运营、社会资本参与。

《指导意见》显示，支持专业化规模化住房租赁企业参与城中村房源整租运营。广州市住房和城乡建设局表示，这是在村民自愿的基础上，具体方式包括村集体经济组织、村民自主成立专业化规模化住房租赁企业运营租赁房源；以入股的形式与专业化规模化住房租赁企业合作运营租赁房源；将租赁房源委托专业化规模化住房租赁企业运营。

与此同时，《指导意见》明确了品质化提升的房屋范围及流程。其中，具有不动产权证、房地权证等权属证明，宅基地证或

其他房屋合法来源资料；以及在保证合法性基础上，经区保障性租赁住房工作领导小组审议同意的租赁住房房源，纳入品质化提升范围。进行提升前，需制定品质化提升方案，由镇人民政府、街道办事处结合属地租赁住房情况对提升方案进行指导。另一方面，品质化提升项目需办理规定的相关手续，建设过程中也需符合相关规定。

一位不愿具名的住房租赁企业相关负责人对记者表示，目前，城中村房源向“专业化”“规模化”发展存在在改造成本高、缺少建设标准及流程指引等现实难题。

“城中村房源除房屋本身的改造外，还需要增加较高的额外投入，以提升基础设施条件。”上述相关负责人表示，“此外，行业内目前仍缺少适配城中村房源改造的建设标准、验收规范和办事流程指引，如企业无法申请加装电梯、办理电力增容，施工备案受理主体不明确等，导致项目的改造工期较长。”

上述相关负责人称，其所在的住房租赁企业也曾介入城中村房源相关改造发展。面对上述难

题，该企业的应对途径是尊重项目的原始结构，在符合标准的情况下以柔性改造为主，杜绝大拆大建的标准户型改造方式。

记者也注意到，此次发布的《指导意见》也提及支持政策。其中，对于认定为保障性租赁住房的项目，享受中央预算内投资、中央财政城镇保障性安居工程专项资金等中央、省资金支持，金融机构提供长期低息贷款。

减轻企业运营负担方面，取得非居住存量房屋改造租赁住房项目认定书或保障性租赁住房项目认定书的，用水、用电、用气价格按照居民标准执行。品质化提升项目依规享受住房租赁增值税、房产税等税收优惠政策，属保障性租赁住房的，依规免征城市基础设施配套费。

值得一提的是，品质化提升后已形成相对统一管理模式的城中村，可由交通主管部门根据人流规模按照规定优化设置公交站点；由城管部门协调提供垃圾转运站清运服务。住建、来穗、公安等部门可以优先与开展城中村租赁住房品质化提升项目的企业进行系统对接，优化房源发布等服务。

筹建120万套保障性住房

事实上，在广州之前，深圳已逐步尝试通过综合整治以提升城中村租赁住房的品质。

2017年，深圳发布的《关于加快培育和发展住房租赁市场的实施意见》提出，引导城中村通过综合整治开展规模化租赁，要求各区政府至少要组织开展一项城中村规模化租赁试点工作，引导各原农村集体经济组织及继受单位通过综合整治提升城中村的品质，将符合安全、质量、消防、卫生等条件和违法建筑查处相关规定的城市中村，改造成租赁住房并对外长期租赁经营。

2021年7月，《深圳市住房发展2021年度实施计划》再次提出，重点规范城中村住房规模化租赁改造，由深圳市住房建设局制定完善“指导意见+实施指引+技术标准+分区计划”的实施体系。各区要推动落实一批试点项目，发挥国有企业和村集体经济股份公司在城中村住房规模化租赁改造的积极作用。

值得注意的是，在“加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度”的部署和要求下，提升城中村租赁住房品质肩负了

时代赋予的使命和任务。

据广州市相关部门透露，截至2020年9月，广州全市共有城中村1104个，且未来3年，83个城中村将实施改造，285个旧街区也将迎来改造。

此次广州发布的《指导意见》提及，引导专业化规模化住房租赁企业整租运营城中村房源作为保障性租赁住房，探索形成城中村租赁房源品质提升特色机制。同时，多渠道筹集租赁住房房源也是此次工作的要点之一。

去年9月，《广州市人民政府办公厅关于进一步加强住房保障工作的意见》指出，到2025年，广州计划全面完成66万套保障性住房建设筹集任务(含公租房3万套、保障性租赁住房60万套、共有产权住房3万套)，逐步提高户籍中等偏下收入住房困难家庭的住房保障标准，缓解住房困难。

今年8月，广东省住房和城乡建设厅发布《关于公开2022年保障性租赁住房和公租房保障和城镇棚户区改造等计划的决定》，其中明确全省2022年计划新筹建保障性租赁住房约29.51万套，新筹建公租房约1.57万套，实施

发放租赁补贴近4.68万套。广东省住房和城乡建设厅表示，今年1月~5月，全省已发放保障性租赁住房项目认定书54份，新筹建11.5万套。

同样的，对城中村房源规模化租赁改造持续加以重视的深圳，其计划“十四五”期间建设筹集公共住房54万套(间)，包括公共租赁住房6万套(间)、保障性租赁住房40万套(间)、共有产权住房8万套。

万科泊寓相关负责人对记者表示，“目前，泊寓共有6.3万间房源为城中村改造房源。以深圳为例，全市目前约有1800余个城中村、约507万套民宅。这些房源为大量中低收入群体提供了低租金、交通便利的居住场所，为解决住房问题发挥了重大作用。直接通过旧改的方式简单地将这些区域进行拆除，或将进一步造成深圳租房供需紧张。利用城中村房源，以微改造的方式将其改建为集中式长租公寓，既能改善其安全、卫生环境和设施设备条件，又保留其租赁功能，继续发挥租赁住房‘蓄水池’的作用，造福民生。”

“取暖神器”热销欧洲背后：义乌小商品何以闯出大市场

本报记者 方超 石英婧
上海报道

“我们卖的是暖手宝、电热毯等各种取暖设备，其中电热毯卖得最好，总订单量相比往年大概提升了30%左右。”

在义乌国际商贸城二区经营专卖暖手宝、热水袋等取暖设备店铺的袁晓芳近日对《中国经营报》记者表示，来自欧洲国家的客户今年明显变多，“国外一些客商直接来我们店里采购。”

袁晓芳所述亦得到数据验证，在多种因素引发的欧洲能源危机之下，义乌“取暖神器”正在成为不少欧洲人的“香饽饽”。义乌海关数据显示，今年1~8月份，义乌市出口空调、电热毯、暖风机等保暖用品共计1.9亿元，同比增长41.6%。

“欧洲市场对产品质量要求较高，订单暴增一方面体现了这些年义乌抓市场转型和产业转型有了新的提升，得到国外消费者认可。与此同时也要保持清醒，防止盲目增产造成产能过剩。”党的二十大代表，浙江省金华市委常委、义乌市委书记王健如此表示。

不仅仅是当前火热的“取暖神器”，随着卡塔尔世界杯临近，来自义乌的足球、球衣、奖牌等周边商品亦在畅销全球。据义乌体育用品协会估算，在整个世界杯周边商品市场份额中，义乌制造几乎占到70%。

“义乌是一个全球小商品之都，在做跨境电商和外贸出口方面，也是对接全球的窗口。”义商智库执行院长周淮山同时对记者表示，“义乌未来不仅会在全球小商品产业链中占有席之地，更有望能够引领未来的全球小商品发展潮流。”

取暖设备订单量上升60%

据海关总署信息，2022年1~8月，中国家电行业取暖小家电品类总出口额143.7亿元，同比增长21.4%。



义乌国际商贸城内专卖电热毯、暖手宝等取暖设备的店铺商品琳琅满目，来自欧洲国家的订单今年明显变多。
本报记者/图

示，其店铺往年也销售相关取暖设备，但是今年来自欧洲国家的订单量明显上升。

不仅如此，公开报道也显示，

义乌不少商家各类取暖设备订单量皆实现大幅提升，如有义乌商户从今年4月开始，就陆续接到欧洲订单，“最大的一单订单装了十几

个集装箱，破了开店以来热水袋的单笔销售纪录。”

中金公司研报显示，据海关总署信息，2022年1~8月，中国家电行业出口额同比-8.6%，但取暖小家电品类总出口额143.7亿元，同比增长21.4%；其中，向欧洲（俄罗斯除外）出口额共51.3亿元，同比增长29.8%，欧洲出口同比增速高于大盘，主要由风扇式和其他对流式加热器，以及电暖毯高速增长驱动。

“今年对欧洲出口增长主要集中在能源危机影响比较大的德国、荷兰、意大利、西班牙和比利时等。”中国机电产品进出口商会家用电器分会秘书长周南此前在接受媒体采访时表示。

周南介绍，增长的主要产品是风扇式电气空间加热器（例如暖风

扇1~8月对欧洲出口同比增长49.5%）、充液式电气空间加热器（例如油汀1~8月对欧洲出口同比增长27.7%）、辐射式空间加热器（例如红外加热管1~8月对欧洲出口同比增长7.2%），这些取暖设备不用安装，便于移动，价格也实惠。

据英国《每日邮报》报道，有专家对此算了一笔账：一条额定功率100瓦的电热毯开一整晚（8小时）所需电费仅为0.42英镑，远低于开暖气的价格，而功率更低的取暖设备则会更省钱。

“义乌‘取暖神器’热销，应该是欧洲能源危机开始时候火起来的，我估计后面还会持续一段时间，毕竟冬天还没有到。”周淮山表示，“基本上义乌当地做欧洲贸易生意的商家都会参与，尤其做跨境电商方面的商家。”

多款商品畅销全球市场

除了电热毯、取暖器等各类“取暖神器”外，世界杯周边商品等义乌小商品也正在畅销全球市场，引发外界广泛关注。

据悉，2022年卡塔尔世界杯是第二十二届世界杯足球赛，将于11月20日至12月18日举办，是历史上首次在卡塔尔和中东国家境内举行、也是第二次在亚洲举行的世界杯足球赛。

尽管距离这场全球体育盛宴开幕还有数天时间，但来自义乌的各类世界杯周边小商品却早已畅销全球各地。

据《新京报》报道，义乌一家体育用品生产商的负责人吴君勇

介绍称，“2021年11月份起，我们开始筹备生产，截至今年9月份，前期订单合同已经完成，交付了约80万只球。但一些散客的订单还是源源不断地涌来，至今，我们都处在订单饱和状态。”

不仅如此，在世界杯周边商品畅销全球的情况下，甚至有相关平台为义乌商家开通“世界杯”海运专线。

据义乌当地媒体报道，为帮助义乌商家赶上发往中东的“末班

车”，“菜鸟”国际干线近日在义乌开通“世界杯”海运专线，让商家能够在开赛前把货运到卡塔尔乃至世界各地的球迷手中，“经由这条海运线路，‘义乌制造’从宁波和上海港出发，20到25天直达卡塔尔哈马德港。”

世界杯周边商品的热销，亦从出口数据中得到验证，据来自义乌海关统计的数据，今年前8个月，义乌出口体育用品38.2亿元，出口玩具96.6亿元。

记者梳理发现，在当前热销全球的“取暖神器”、世界杯、圣诞节周边商品之外，无论是英国王子婚礼，抑或是美国大选，不少全球热点事件背后，来自义乌的小商品也早已深度“参与其中”。

公开信息显示，早在十多年前的英国威廉王子与凯特·米德尔顿举办的婚礼过程中，就有媒体曾报道，“初步统计，整个义乌发出了500万个仿真‘威廉王子婚

从买卖全球到引领贸易风尚

引发外界关注的是，“取暖神器”、世界杯周边玩具等诸多小商品畅销全球，浙中小城义乌的小商品，何以闯出全球大市场呢？

“对于全球来说，义乌是小商品高度集中的地方，对国际信息非常敏感。”在周淮山看来，义乌不仅有很多专业从事采购的外商，也有早已遍布全球的新老客户，“所以义乌的市场灵敏度非常高，这座城市不需要任何渠道中转信息，就能够马上对接全球。”

在如今小商品“买卖全球”的背后，则是义乌在过去40多年时间

中，上演的“从鸡毛换糖走向世界小商品之都”的传奇故事。

相关信息显示，在上世纪80年代，许多义乌商人挑着各类小百货到外地进行“鸡毛换糖”，同时把从外地换回来的商品带回义乌本地销售。与此同时，义乌当地也敏锐地抓住市场机遇，经历一轮轮发展，逐渐成为世界小商品之都。

相关数据显示，2021年，义乌进

口总值达3903.1亿元，同比增长24.7%，超过浙江全省增速2.3%；其中出口3659.2亿元，同比增长21.7%，超过浙江全省增速2.0%；进口243.9亿元，同比增长95.3%。

值得注意的是，义乌如今更提出“不仅要‘买全球卖全球’，还要引领全球贸易风尚”的目标。

义乌市2022年政府工作报告提出，“要迭代放大市场‘五大优

势’，加快打造内陆开放高地、万亿小商品贸易枢纽、国内国际双循环战略节点，创造义乌市场新辉煌。蹄疾步稳推动数字化改革，加快形成更多具有义乌辨识度的标志性成果，构筑数字变革高地。”

据悉，义乌方面谋划，到2026年，其“内外贸总额突破1.1万亿元，跨境电商突破2000亿元，年货运量突破1.2亿吨，义新欧班列突

破3000列，国际贸易自由示范功能更加彰显，营商便利度稳居全国第一梯队”。

“义乌要成为全球小商品供应链、产业链最集聚的地方。”周淮山认为，义乌未来也要从商品端向价值链进发，“这也就是国家提出的高质量发展要求，我们的外贸也要高质量发展，要品牌化，这样义乌才有更好的未来。”

宠物智能电器：下一个家电新蓝海？

本报记者 蒋翰林 深圳报道

随着近年来宠物饲养逐渐火热，自动猫砂盆、自动喂食器、自动饮水机、智能摄像头等宠物电器层出不穷，涉及品牌也五花八门。数据显示，2022年1~5月，京东平台宠物智能饮水机购买量同比增长84%，智能喂食器购买量同

比增长115%，智能猫砂盆搜索量同比增长267%。

宠物智能家电的红火使其成为资本选择的新阵地，其中不乏美的、小熊电器、小米等传统家电企业和互联网大厂的入局，也捧红了小佩宠物、Unipal有陪宠物等一众垂直领域的初创品牌。

《中国经营报》记者留意到，

品牌纷纷将创新点聚焦到宠物清洁和喂食两个细分赛道上，产品也朝着智能化、数字化方向发展。不过，宠物电器行业仍然处于发展初期，所谓的智能电器有时也达不到真正的“智能”，高价收割、故障频发等成为行业常见现象，这也是宠物电器市场进一步发展壮大的阻碍。

资本宣布完成超亿元融资。新一轮投资方包括灿明创投、阿里巴巴资本等。据悉，Unipal有陪宠物的最新一轮融资将主要用于供应链升级、产品迭代、市场营销等方面，并进一步深化养猫场景AIoT智能数字化服务。

今年还有小佩宠物、鸟语花香、Home Run等多家专注于宠物智能的初创公司拿到了融资。记者在线上平台发现，在过去半年，小佩宠物和Unipal有陪宠物几乎都是按月上新智能养宠产品，单品售价主要为200~1500元，以智能猫砂盆的价格最高。

资深产业经济观察家梁振鹏表示，宠物电器的产品线是非常细分的，满足消费者个性化、细分化、年轻化、潮流化的需求。像小米、美的这样的大企业也是初入宠物电器这个领域，并没有形成绝对化的优势。他认为宠物电器市场在未来很多年之内，市场集中度会比较低，市场份额也比较分散。

今年8月，OPPO也涉足到了宠物电器领域，推出了生态产品智能猫砂盆。早在2019年，小米便投资宠物智能硬件品牌“猫猫狗狗”，涉及智能宠物饮水机和智能喂食器等产品已经陆续上市。

除了家电和科技巨头之外，也催生了不少新兴的垂直领域宠物电器品牌。10月13日，Unipal有陪宠物通过融资机构平台春润

宠物经济产业规模直逼5000亿

各大品牌涉足宠物智能电器领域的背后，是千亿级宠物蓝海市场。据艾媒咨询发布的研究报告，2017~2021年中国宠物经济产业规模增长近2倍，直逼4000亿元大关；预计2022年这一规模将达4936亿元，同比增长25.2%，未来3年始终保持2位数的同比增长。另据天猫发布的《宠物品牌人群策略白皮书》，2022年上半年，Z世代人均宠物消费同比上升近26%。

而在宠物经济中，宠物电器成为增长迅速的品类之一。2022京东宠物消费趋势报告显示，今年1~5月，智能宠物玩具购买量同比增长80%，智能饮水机购买量同比增长84%，智能喂食器购买量同比增长115%，智能猫砂盆搜索量同

比增长267%，宠物智能烘干箱搜索量同比增长140%。

公开数据显示，2020年在宠物智能用品领域，小佩宠物、猫猫狗狗科技等多家公司共获得投融资27100万元。这一投资趋势在2021年仍在持续，2021年内宠物行业共发生42起融资，披露的融资金额超过31亿元。其中，宠物食品领域占16起，其次是宠物用品（包括宠物智能）领域13起、宠物连锁6起、宠物医疗5起。

与此同时，国内智能宠物电器也在向海外市场扩张。据不完全统计，包括CATLINK、小佩、鸟语花香、小米、玲珑猫等中国品牌都已出海，并在海外宠物智能用品市场占据了一定份额。速卖通公布的2022年下半年“国货出海六

行业标准亟待出台

随着宠物电器阵营的不断扩大，正处于发展初期的行业也面临着诸多问题。由于市场尚不规范，行业缺乏对应的标准与监管，不少品牌存在着产品同质化严重、设计不合理、质量参差不齐、技术含量低等问题。

记者在多个宠物智能电器的线上销售平台看到，评论区不乏对产品质量差和安全性低的反馈。有反映智能喂食器被猫粮卡住的，有智能饮水机漏电的，还有

书》的调查数据显示，用户对宠物智能产品的消费决策中，安全性、产品的耐用性占比超过70%；有11%的用户认为宠物智能家电“产品设计不合理”和“产品故障率高”。

对此，梁振鹏提到，由于行业的技术门槛不高，市场鱼龙混杂，距离智能化还有一段距离。不乏一些企业抱着投机取巧的心理进入到宠物电器市场，生产出不合格的产品。

单票价格稳中有升

竞夺“后千亿件时代” 快递物流业“两进一出”保通保畅

本报记者 杨让晨 张振 上海报道

总建筑面积21.5万平方米，拥有近百个进出港卸货口，可以同时容纳超过300辆快递车进行操作，操作场地内配置了多套矩阵摆轮、交叉带等自动化设备。10月26日，申通快递股份有限公司(以下简称“申通快递”，002468.SZ)在河北省廊坊市固安县大清河园区设立的华北转运中心已正式启用。

作为申通快递2022年以及有

业务量规模居全球首位

快递服务支撑的网上商品零售额占社会消费品零售额的比重超过了四分之一。

十年来，我国快递物流业发生了翻天覆地的变化，实现了持续高速增长。

根据国家邮政局统计，2014年，我国快递业务量完成139.6亿件，最高日处理量超过1亿件，业务量首次超越美国，成为全球第一快递大国。

此外，我国邮政快递业的业务收入已从2012年的1980.9亿元增长至2021年的12642.3亿元，年均增幅达22.9%；快递业务量也从57亿件增长至1083亿件，正式进入“千亿件时代”，业务量规模自2014年至今已连续8年位居世界第一位。

另据最新统计数据，今年前9月，全国快递服务企业业务量累计

深入推进“两进一出”工程

国家层面深入推进乡村振兴战略、“两进一出”工程等，为快递物流企业未来的发展指明了方向。

2021年12月，国家邮政局发布的《“十四五”快递业发展规划》(以下简称“《规划》”)指出，要以深化供给侧结构性改革为主线，推进“两进一出”工程(快递进村、进厂和出海)，提升服务直销，推动服务和技术创新，带动行业转型升级。

《规划》还明确了“十四五”时期快递业发展的主要指标：到2025年，快递业务量将达到1500亿件，快递业务收入将达到1.5万亿元；在服务深度和绿色发展方面，建制村快递服务通达率和可循环快递包装保有量将分别达到90%以上和突破1000万个。

史以来最大的产能建设项目，将极大地提升申通快递在华北区域的运营产能。“华北转运中心场地投入使用后，申通快递在华北区域开设有近百条线路，可以直接连接全国大多数地区，能够推动产能迈向日均5000万单的大关。”申通快递方面表示。

这也是我国快递物流业加快数字化转型步伐，不断提升产能和服务能力的一个缩影。

党的二十大报告提出，在建

设交通强国的同时，还要加快发展物联网，建设高效顺畅的流通体系，降低物流成本。快递物流专家赵小敏在接受《中国经营报》记者采访时表示，“快递行业发展的最终目的是促进实体产业全方位融合。对于快递行业而言，更大的‘蛋糕’体现在制造业等实体经济方面，我国快递行业还需要进一步完善高效服务体系，通过高质量发展助力产业链供应链稳定。”

不过，我国快递物流的成本等方面还有很大优化空间。中国交通运输协会快运分会副会长徐勇在接受记者采访时表示，目前快递和物流间的界限已开始模糊，“快递化”是物流业发展的趋势。“未来，快递物流业需进一步优化中西部地区和南北地区的产业结构布局，提升产业集中度和资源共享的信息化水平，在降低物流成本等方面发挥更大作用。”



快递企业正加快推进快递“两进一出”(进村进厂出海)战略。图为中通快递综合物流团队开进米其林中心仓并提供定制化产品和解决方案。 本报资料室/图

构建行业新发展格局

未来5年，快递业要脚踏实地发展，积极参与构建全国统一大市场等战略。

我国的快递业未来还需要向品牌化、智能化、人性化、全球化等方向延伸。

“这也是快递业做大做强的标志。”徐勇告诉记者，快递

企业要以品牌化为导向，扭转现在国内快递市场以价格为导向的发展趋势，不断提升服务质量、降低劳动强度；人性化要注重提升消费者满意度，利用价格杠杆满足对多样化交付方式的需求，全球化则需要推动自主品牌快递加速出海，布局海外市场。

以品牌化为例，徐勇表示，我国快递品牌较多，产业集中度较低，在全球的影响力还需要进一步提升。“由于国内的快递品牌众多，产能提升迅速导致阶段性过剩等问题，在同质化竞争中易引发‘价格战’，失去对电商的议价权。这也影响了快递企业打造国际一流快递品牌的进程，同时在末端配送等环节的人性化不足。”

赵小敏则告诉记者，无人机、无人仓储、自动化、智能化等是快递物流行业未来投入的重点方向。“快递物流行

业除自身的投入外，还包括上下游的投入，例如冷链仓储等，也会带动快递行业上下游的高速发展，这是一体化的。”

赵小敏表示，未来5年，快递业要脚踏实地发展，积极参与构建全国统一大市场等战略。“随着快递行业并购融合提速，围绕高质量发展这一大主题，积极构建全方位、一体化、多链条的发展格局。”

中通快递董事长赖梅松也表示，中通快递将坚决贯彻落实党的二十大报告精神要求，深入推进“两进一出”工程，坚持绿色发展，提升基层权益保障，更好融入生产、分配、流通、消费各个环节，在畅通双循环、服务实体经济、降低物流成本方面发挥更大作用。

申通快递方面也表示，将聚焦快递主赛道，坚持“聚焦经营、服务赋能及打造有质量的单量”的经营策略，持续加码产能投入建设，全面推动数字化转型升级等将继续成为公司业绩增长的主要驱动力，不断推动公司业务量及市场份额的增长。

深入推进“两进一出”工程

国家层面深入推进乡村振兴战略、“两进一出”工程等，为快递物流企业未来的发展指明了方向。

目前，快递业在快递进村方面已取得了一些成就。记者从中通快递股份有限公司(以下简称“中通快递”)方面获悉，近年来，中通快递不断补齐、织密农村快递网络，服务乡村振兴。2021年，通过中通快递发往全国乡镇(含农村)地区的包裹超过80亿件。

在徐勇看来，总体而言，快递进村等同农业融合发展的效果较好，目前主要是借助直播带货的模式来推动快递和农业深度融合。“农村地区的快递量已经达到了总量的一半左右，融合的效果较好，

在全球快递市场也是起到了示范和引领作用。”

除快递进村外，快递企业也正积极推动快递进厂和快递出海。相关资料显示，截至目前，中通快递旗下的中通国际在东南亚五国的服务覆盖率已达85%以上。其中，在老挝，中通冷链线路2021年上半年已正式使用自营车队；在越南，已开通的一级网点超过120个，服务覆盖率达95%，河内分拨中心也已正式投入使用。

中通快递方面表示，经历多年深耕细作，中通国际已逐渐形成了

“扩大网点布局，提升干线运力、新增分拨中心、开辟国际专线、提高清关效率、拓展海外仓储、连接本土配送”等“点线面协同”的供应链一体化服务布局。

赵小敏告诉记者，国家层面深入推进乡村振兴战略、“两进一出”工程等，为快递物流企业未来的发展指明了方向。由于这类企业在发展过程中有一定的局限性，希望借助政策推动，能够帮助快递物流企业在未来五年取得更大的发展成绩，诞生更多千亿元以上市值的大型快递物流企业。

公路铁路民航水运齐头并进 交通强国战略铺就经济腾飞基石

本报记者 郭阳琛 张振 上海报道

交通是经济发展、人文交流的重要脉络和纽带。

《中国经营报》记者注意到，十年来，我国已成为世界上运输最繁忙的国家之一，正加快建设“八纵八横”高速铁路主通道、“71118”国家高速公路主线、世界级港口群、世界级机场群，综合交通网突破600万公里，呈现出公

路、铁路、民航、水运齐头并进的良好态势。

“交通强国”也被写进了党的二十大报告。报告提出，建设现代化产业体系，坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，推进新型工业化，加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国。

交通强国战略也铺就了经济腾飞的基石。“我国综合交通服务

能力大幅提高，人民群众获得感明显增强。”在“中国这十年”系列主题新闻发布会上，交通运输部副部长徐成光表示，回望这十年，我国交通运输事业取得了历史性成就，发生了历史性变革，办成了过去想办而没有办成的大事，建成了过去想建而没有建成的一大批重点工程，迎来了由交通大国向交通强国的历史性跨越，有力保障了第一个百年奋斗目标的实现。

党的二十大报告提出，全面推进乡村振兴。坚持农业农村优先发展，坚持城乡融合发展，畅通城乡要素流动。扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。

而在交通运输领域，我国农村公路网络基本形成，也成为推进乡村振兴的关键一环。徐成光表示，十年来，国家在农村公路领域累计投入车购税资金7433亿元，其中用于贫困地区的投资就达5068亿元，累计新建改建农村公路约253万公里，解决了1040个乡镇、10.5万个建制村通硬化路的难题，农村公路的总里程十年净增了90多万公里。

“农村公路的路况水平也在不断提高。”据徐成光介绍，我国建立了覆盖县乡村三级的“路长制”，到2021年底，我国农村公路路面的铺装率、列养率、优良中等路率分别增加到89.8%、99.5%和87.4%，和干线公路的服务能力水平基本相当。

铁路公路新增超百万公里

今年1月8日，随着两趟首发列车同时从浙江省台州站、嵊州新昌站开出，分别驶向杭州、温岭方向，我国首条民营控股高铁杭台高铁正式开通运营。该项目总投资约450亿元，由复星集团牵头的民营联合体与国铁集团、浙江省共同投资建设，实现了杭州市至台州市“一小时交通圈”。

呼啸往来的高铁列车，正成为长三角城市群之间最强的“黏合剂”，为区域各要素快速流动提供强大支撑。9月底，首批通过“高铁快运”的阳澄湖螃蟹登上G7159次列车，中午12:07从苏州站发出，38分钟后到达上海虹桥站。在“高铁快运”的加持下，阳澄湖螃蟹从原产地苏州市到达上海市的百姓厨房，全程最快只需4个小时。

“通过建设‘轨道上的长三角’，我们三省一市的重要城市之间形成了高铁‘1小时交通圈’。在我们‘包邮区’里，在一个城市

生活、在另一个城市工作，在这个省份上班、在另一个省份度周末，已经完全变成了现实。”10月18日，浙江省委常委、宣传部部长在党的二十大新闻中心第二场集体采访中表示。

“轨道上的长三角”也是我国大力建设铁路、公路的缩影。有关数据显示，2012年到2021年底，我国铁路、公路增加里程约110万公里，相当于绕行地球赤道27圈半，高速铁路、高速公路对20万以上人口城市的覆盖率均超过了95%。

国家铁路局副局长安路生表示，十年来，铁路固定资产投资累计超过了7万亿元，增产里程5.2万公里。到2021年底，全国铁路营业里程达到了15万公里，其中高铁4万公里。铁路已经覆盖了全国81%的县，高铁通达93%的50万人口以上城市，基本形成了布局合理、覆盖广泛、层次分明、安全高效的铁路网络。

打造世界级机场群、港口群

十年来，我国民航业也在加速腾飞。相关数据显示，早在2019年，民航运输的总周转量、旅客运输量都超过了2012年的2倍，货邮运输量为2012年的1.3倍，航空服务网络覆盖全国92%的地级行政单元、88%的人口、93%的经济总量。

这与航空枢纽、机场群的建设密不可分。2019年9月25日，北京大兴国际机场正式通航。同日，随着中国联合航空最后一架位于南苑机场的调机飞机起飞，南苑机场正式结束民航运营。

两年后的2021年，成都天府国际机场正式通航，让成都市一跃成为中国内地第三个拥有双国际机场的城市。在新机场的加持下，今年1~9月，成都航空枢纽完成国际(地区)货运航班6299架次、货邮吞吐量16.8万吨，同比分别增长57.2%、52.5%。

中国民用航空局副局长董志

智慧交通引领交通强国建设

在政策引领、技术推动的新时代背景下，智慧交通正成为我国迈向交通强国的必经之路和发力重点。

2021年10月14日，第二届联合国可持续交通大会在北京召开。国家主席习近平在发表主旨讲话时强调：“坚持创新驱动，增强发展动能。当今世界正在经历新一轮科技革命和产业变革，数字经济、人工智能等新技术、新业态已成为实现经济社会发展的强大技术支撑。

要大力发展智慧交通和智慧物流，推动大数据、互联网、人工智能、区块链等新技术与交通行业深度融合，使人享其行、物畅其流。”

《交通强国建设纲要》也指出，要大力发展智慧交通。推动大数据、互联网、人工智能、区块链、超级

毅表示，围绕服务国家区域发展战略，大力推动了京津冀、长三角、粤港澳大湾区和成渝世界级机场群的建设，四大机场群已初具雏形。全国已基本建成北京、上海、广州、成都、西安等10大国际航空枢纽，29个区域枢纽等组成的现代化机场体系。

这与航空枢纽、机场群的建设密不可分。2019年9月25日，北京大兴国际机场正式通航。同日，随着中国联合航空最后一架位于南苑机场的调机飞机起飞，南苑机场正式结束民航运营。

徐成光表示，到2021年底，我国内河航道的通航里程达12.8万公里，其中高等级航道超过1.6万公里，拥有生产用码头泊位20867个，万吨级及以上的泊位2659个。依托主要干线航道和港口群形成的经济带、城市群，都是我国经济最具活力的地区。

相关统计数据显示，2021年，在全球货物吞吐量前50大港口

中，中国占据了28席，长三角地区港口独揽10席。而作为长三角地区的龙头城市，上海市也一直在向世界一流的国际航运中心迈进。

10月13日发布的新一轮《上海市交通发展白皮书》(以下简称“《白皮书》”)提出，将进一步提升上海国际航运中心影响力，增强双循环链接能力。同时推进上海国际航运中心从“基本建成”向“全面建成”迈进，进一步增强全球资源配置能力。

按照《白皮书》提出的规划目标，上海市将巩固提升辐射全球的航运枢纽港地位，协同构建长三角世界级港口群一体化治理体系，提升集装箱枢纽港服务能力与效率；推动既有港区功能布局调整，加强优质岸线规划储备。未来，上海港设施能力满足年集装箱吞吐量5500万标准箱；上海港港口连接度保持全球领先，集装箱国际中转率13%。

问题。同时，部分数据要素的感知和采集能力不足，也成为了智慧化发展中的瓶颈。

普华永道分析认为，未来各行业将从标准和体系构建出发，建立全要素数据字典，明确全要素数据采集范围，规范各数据采集精度，确保数据的实时性，通过推动“标准+应用”的示范项目落地，系统性地开展交通基础设施数字化、智慧化提升。

“政府及企业各参与方需找准定位，各司其职。”普华永道进一步阐释道，政府负责政策牵引、标准制定、有效监管；企业通过新技术的研发，构建开放包容的技术平台，打造可持续的业务模式，寻求全新商业模式和新增长点，从而实现多方共赢，共同推进智慧交通基础设施未来发展。

医疗卫生“强基层”成效显著

本报记者 张悦 曹学平 北京报道

张家奇是内蒙古自治区巴彦淖尔市临河区解放街道办事处社区卫生服务中心(以下简称“解放社卫中心”)主任。从乡镇卫生院到社区卫生服务中心,张家奇从事基层医疗卫生工作已经有23年的时间了,也见证着当地基层医疗卫生工作的变化和发展。

基层能力长足提升

医疗服务质量、医疗服务水平、医疗服务效率有了长足的提升。

巴彦淖尔蒙古语意为“富饶的湖泊”,位于内蒙古自治区西部。解放社卫中心现有职工43人,包括副高级职称7人、中级职称9人,为辖区35000多位居民提供公共卫生服务。张家奇介绍,曾经,解放社卫中心的医疗设备都是上级医院淘汰下来的老旧设备,但随着近年来国家的大力支持以及对公共卫生事业的投入,新购置的DR机、彩超机、生化分析仪等均已到位,硬件系统与过去大相径庭,医疗服务量、医疗服务水平、医疗服务效率有了长足的提升。

“增强基层医疗力量,避免过多患者涌人大医院是我国医疗改革十几年如一日的大方向。”张家奇表示,当前居民对医疗服务的需求首先是高质量的诊疗水平。解放社卫中心加入医共体,与临河区人民医院开通远程会诊系统,大力开展医共体远程医疗,做到了一般常见病在基层解决,急危重症到市区解决,并进一步完善预约诊疗、在线支付等惠民举措;在创新型的医疗服务模式方面,解放社卫中心继续大力推行多学科诊疗、日间简单手术、责任制整体护理、延续护理等服务模式;此外,解放社卫中心坚持以病人为中心的服务理念,遵循临床技术诊疗规范,维护患者健康权益、保护患者的隐私。

“老百姓的认可是工作中最难忘的事。”在民风淳朴的内蒙古,居民对于医生的谢意可能是自己家摘的柿子,也可能是种的黄瓜。

张家奇向《中国经营报》记者表示,在为病人诊疗后,病人觉得治疗效果好、解决了问题也会用自己的方式表达对医生的信任和谢意,尽管不愿接受居民的东西,但有居民将蔬菜直接送过来,对医生

的工作也非常认可。而在与患者接触的过程中,张家奇也发现,随着年纪的增长,部分老年群体对身体非常重视,在日常接诊的过程中给予他们心理安慰,告诉他们如何保养身体、进行锻炼,也会对其产生非常大的鼓舞。

近年,基层医疗卫生服务工作成就有目共睹,截至2021年底,全国建有各类基层医疗卫生

机构近98万个,卫生人员超440万人,实现街道、社区、乡镇、村屯全覆盖。

不过,加强基层医疗卫生服务工作只有进行时,没有完成时。党的二十大报告提出:“促进优质医疗资源扩容和区域均衡布局,坚持预防为主,加强重大慢性病健康管理,提高基层防病治病和健康管理能力。”



北京市丰台区新村社区卫生服务中心家庭医生团队介绍。 本报资料室/图

事项,让患者在家门口就可以享受到便利的医疗卫生服务。

张家奇表示,随着经济发展和居民生活水平的提升,居民的消费理念已经从“温饱消费”逐步变为“健康消费”,能够明显感受到居民对个人健康的重视。关注自身健康已经成为当下的共识。

张家奇介绍,解放社卫中心每年会制定年度健康教育工作计划,积极利用慢病咨询门诊,提升服务水平,在诊疗疾病的同时开展针对疾病用药、饮食等个性化健康教育指导,强化防治指导。最后则是下沉社区开展宣传,每月开展糖尿病、高血压等慢病宣传讲座,在各个社区进行宣教、为现场居民答疑解惑,询问病史并叮嘱疾病预防注意

康教育宣传活动和公众健康咨询活动,现场解说并发放健康教育宣传资料;定期举办健康教育讲座,以普及居民健康素养基本知识技能和预防传染病、慢性病、多发病为重点,以高血压、结核病、糖尿病等慢性病、精神病患者及家属、孕产妇、0~36个月儿童家长为主要对象,引导居民学习和掌握健康知识和必要的健康技能。

患者对中医药需求的增加也是张家奇感受到的明显的变化之一。“近年国家提倡中医走入社区,我们也建立了自己的中医馆,曾经有的患者对社区医院可能会不太信任,但是近年患者对我们的信任度和认可度都大幅提升,也会有更多的需求。”

居民获得感增强

细致、周到,是多个在社区医院建档的“宝妈”们的共同印象。

根据国家卫生健康委新闻发布会,公共卫生服务进一步夯实。基层机构开展的项目从10类扩展至12类,每年为高血压、糖尿病、肺结核等重点疾病患者和0~6岁儿童、孕产妇、65岁及以上老年人等重点人群提供10多亿人次的健康管理服务。

细致、周到,是多个在社区医院建档的“宝妈”们的共同印象。

来自武汉江夏区的杨怡晨就感受到了在社区医院产检的便利。杨怡晨向记者介绍,在生产前,社区医院便对产妇进行信息建档,提醒自己按时产检。与大医院相比,社区医院的产检人数明显较少,可以省去排长队的时间,此外社区医院体检属于国家福利项目,大部分检查项目均是免费的。而在生产后,社区医院对杨怡晨的宝宝也进行了信息建档,在出生2周内有2位社区医生上门检查黄疸以及产妇恢复情况,同时宣传婴幼儿护理和产妇产后恢复的相关方法。

目前,杨怡晨的宝宝已经满一岁7个月了。据杨怡晨回忆,由于宝宝出生后需要接种各类疫苗,因此去社区医院比较频繁,尤其是一岁以前,差不多每半个月需要注射一次疫苗。而在此过程中,社区医院的医生和护士对孩子都很有耐心,打疫苗前向家属交代疫苗反应和注意事项,同时会提前告知下次需要注射的疫苗信息,提示家长在公众号中提前预约,以节约时间。而在打完疫苗后的留观期内,医生也会检查针口的相关情况,“特别细心”。

此外,杨怡晨告诉记者,目

前社区医院智能化应用普及程度很高,比如在打疫苗的时候,需要家长电子签名2次,指纹核验2次,非常严谨,对宝宝信息以及注射的疫苗生产厂家和批次进行核验。

山东临沂的吴文文将在明年迎来自己的“兔宝宝”,最近她前往社区卫生服务中心建档,吴文文表示,中心的工作人员态度都很好,不懂的地方都十分耐心地讲解。“建档后如果要去大医院产检,医院里都是承认的,直接用红色的本子产检就可以”。而社卫中心为孕妇免费提供五次包括大生化、血尿常规、胎心、彩超在内的产前检查服务,以及两次产后服务。

吴文文告诉记者,平时家里几乎没有看病就诊的需要,“我们小区算是一个比较大的社区,小病小灾就去小区门口的门诊卫生室了。”因为怀孕后需要建档,打了很多电话才知道社区医院就是每天出门路过的医院,还能够提供包括癌症筛查在内的诸多免费检查项目。

而在北京生产的李静表示,自己所前往的社区医院服务非常好。由于是高危孕妇,李静在海淀区的三甲医院进行了剖宫产,李静说,自己没有北京社保,孕期的检查在三甲医院,都是自费,但周围的朋友建档和部分产检都是免费的。出院后,社区医院还会上门检查刀口、子宫复位情况以及宝宝体重、睡眠、黄疸等情况,此外,每隔一段时间也会打电话了解产妇恢复情况,孩子的档案也在社区医院存放,社区会定期电话提醒打针、体检等,“啥服务都很好”。

除张家奇外,文中人物均为化名

— 经 营 成 就 价 值 —

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

广告



30年相伴同行

有您的地方,就有《中国经营报》

2022年相伴同行

创建于1985年的《中国经营报》，由中国社会科学院主管，中国社会科学院工业经济研究所主办，《中国经营报》社有限公司出版。本报是以经济活动的参与者为服务对象、以经济新闻为主要产品的综合信息服务平台，见证了中国社会生活与商业生活的变迁，也见证了企业家群体的兴起与发展。

报社订阅直通车：

中国经营报微店、中国经营报小程序、中国经营网、商学院微店、商学院小程序、商学院APP、贝果、拼多多店、淘宝店

彩色印刷 | 全国发行 | 每周一出版
订阅价格：240元/年 邮发代号：1-76
邮局订阅：全国各地邮局均可订阅
客服热线：010-88890120



击退重大慢性病

本报记者 苏浩 曹学平 北京报道

党的二十大报告指出：“促进优质医疗资源扩容和区域均衡布局，坚持预防为主，加强重

大慢性病健康管理，提高基层防病治病和健康管理能力。”

《中国居民营养与慢性病状况报告(2020年)》显示，全国20%的人口患有慢性病，国内慢

病约占疾病死亡率的86%，占疾病负担的76%。我国慢性非传染性疾病总体呈现出发病率、病死率、致残率高，而知晓率、治疗率、控制率低的“三高三

低”现象。

北京大学人民医院全科医学科主任、呼吸系统疾病专家曹照龙日前在接受《中国经营报》记者采访时表示，提到慢病一般指的

有以下几类，包括糖尿病、高血压、慢阻肺、心脑血管系统等疾病，这类病症一旦患病后，是不可被治愈的。

国家卫生健康委基层司负

责人高光明此前在国务院新闻办新闻发布会上表示，当前慢性病已经成为了危害我国人民群众身体健康的一个重大公共卫生问题。

预防为主

曹照龙介绍称，人为对慢性病进行干预管控，预后效果截然不同。

慢性非传染性疾病，简称慢病或慢性病，是一组起病时间长、缺乏明确的病因证据、一旦发病即病情迁延不愈(无法治愈、不可逆转)的非传染性疾病。

长期以来，我国医疗健康服务体系一直以“治疗为中心”，人们对于医疗健康的相关需求，主要局限于生病后去医院看病开药。

随着疾病的不断年轻化和人口老龄化带来的慢性病发病人数快速增长，我国医疗健康服务体系从以治为主逐渐向防、治、养一体化模式转变，形成以健康管理为中心，预防为主、防治结合的综合理念。

早在2012年，我国就首次将慢病管理防治列入政府工作规划。党的十八大以来，国家针对慢性病也出台了一系列防控政策。

2016年，中共中央、国务院印发《“健康中国2030”规划纲要》，提出到2030年，重大慢病过早死亡率比2015年降低30%。为此，实施慢性病综合防控战略，加强国家慢性病综合防控示范区建设。

2017年，国务院办公厅印发《中国防治慢性病中长期规划(2017~2025年)》，提出到2025年，力争30~70岁人群因心脑血管疾病、癌症、慢性呼吸系统疾病和糖尿病导致的过早死亡率较2015年降低20%。

2019年，国务院印发《健康中国行动(2019—2030年)》，针对重



江苏徐州，医生指导村民进行慢性病自我管理。

视觉中国/图

大健康影响因素、重点人群、重要疾病领域提出15项专项行动，心脑血管疾病、癌症、慢性呼吸性疾病、糖尿病等慢性病防控开始有了详细实施方案。我国针对慢性病的防控与治疗，开始形成政策体系。

在曹照龙看来，所有的病都需要以预防为主。“过去我们国家医疗政策是重治疗轻预防，走了很多弯路。此前大多数人不喜欢体检，只等到出现症状时再进行治疗。对于肺癌患者而言，等到出现症状其病情大多都已经恶化到3期或4期，介入治疗后最终也只能追求一年的生存率。但如果在早期体检就发现这类占位性病变，通过手术及时进行治疗，那么患者愈后是可以长期存活的。”

近年来，医疗、医药技术的进

步，一些原本属于急重症甚至“绝症”的疾病，如恶性肿瘤、罕见病等已经转为慢性病，随着患者从急性期转为慢性期，如果社区、乡村等基层医疗体系兜不住，康复、随访和向上转诊服务跟不上，慢性病仍有转化为急性病甚至“绝症”的风险。

曹照龙介绍称，人为对慢性病进行干预管控，预后效果截然不同。以哮喘为例，部分哮喘患者经过治疗缓解后就放任不管，等到再出现问题时挂急诊治疗，治疗完成后又撒手不管，长此以往不利于患者康复，也变相加大了医院对患者病情的有效管理。还有一些糖尿病患者在确诊之后，没有对饮食、运动以及降糖药的口服进行合理管控，导致自身出现视网膜出血、肾功能衰竭等，严重的甚至会危及生命。

科技赋能

大量慢病人群的出现使我国进入慢性病的高负担期，基层慢病管理对阻断因病致贫、因病返贫具有重要作用。

近年来，医防融合持续受到关注。国家卫生健康委员会、财政部、国家中医药管理局联合发布的《关于做好2018年国家基本公共卫生服务项目工作的通知》中提出，稳妥推进基层高血压医防融合试点、积极开展基层糖尿病医防融合管理工作。

党的二十大报告更是提出要“创新医防协同、医防融合机制”。

“慢病管理为什么现在一直进行得不太顺畅？其实是因为医生要花出大量时间下社区、下基层，对病人进行宣教。”曹照龙表示，现阶段没有一个很好的激励机制鼓励医生下到社区办讲座、办培训。因此，他也呼吁在患者随访、宣教方面能有相应的激励机制让医生有动力去推进。

国家要求三级医院加强对出院的慢性病患者随访和管理，但由于三级医院医生分身乏术，没有更多的精力去跟进慢病患者的随访工作，而二级医院以及社区卫生服务中心又没有能力承接。在此背景下，紧密医联体强化慢病管理的思路油然而生。一方面促进资源和服务下沉，另一方面让医院和基层获得激励，提升能力。

“北京大学人民医院成立了全科医学科，与辖区内的社区卫生服务中心形成紧密医联体，让拥有全科资质的医生直接参与到家庭医生签约中，在带动基层

医院服务能力发展的同时，更好对辖区内的慢病患者进行管理。”曹照龙如是说。

而谈及如何推动“治已病”向“治未病”转变，曹照龙表示，对于患者而言，要提升健康体检意识。要想更有利于患者的健康，就要发挥其主观能动性，使他们成为疾病管理的实施者和主要责任者；对于医院而言，以医联体为纽带，让辖区内的二、三级医院以及社区卫生服务中心对周边居民的健康状况进行建档监控，定期追踪了解患者病情进展，利用信息化手段，及时对患者就医、用药进行远程指导。

现如今，大量慢病人群的出现使我国进入慢性病的高负担期，基层慢病管理对阻断因病致贫、因病返贫具有重要作用。

然而传统的慢病管理模式，医院和社区的医务人员是慢病管理的主要执行者，面对不断增加的慢病患者，单纯靠“传统人工”无法满足巨大的管理需求，基层设备差、人手少、信息化水平低等问题日益突出，在很大程度上影响着慢病管理效率。

而移动互联网、大数据、云计算、5G等新兴技术及手段的出现，又为慢病管理提供了新的指导思路。

通过信息共建共享，完善居民健康信息，建立医患长期沟通的渠道，并进行动态监管和持续

健康干预，为医疗机构、健康服务机构慢病管理提供科学支撑。

相比传统的慢病管理方式，“互联网+慢病管理”优化了医疗服务流程，提高了诊疗效率。利用互联网技术进行慢病患者管理，配合家庭医生的签约服务、电子健康档案等，实现了数据共享、汇总和业务协同，可以实现分级诊疗、提高依从性、降低就诊门槛、优化医疗诊断，从而提升基层慢病防治与管理能力。

据了解，目前，北京大学人民医院慢病管理已经覆盖了包括慢阻肺、糖尿病、高血压、心脑血管等多个慢性病。通州院区更是借助5家社区卫生服务中心，将周边20余万人中的慢病患者系统性地进行管理。

曹照龙透露，由于新院区开诊不到一年，医院的信息系统也在优化升级当中，因此医院还未和社区卫生服务中心的基层慢病患者信息做到互联互通。

“只有弄清楚辖区内慢性病患者的整体现状，才能更好地对慢病患者实施管理和干预。”曹照龙表示，下一步，随着春节前后医院信息系统升级完成，将对通州院区辖区内所有的慢病患者进行健康管理，通过成立健康管理中心，将5家社区卫生服务中心联系起来，做到对周边慢病患者的全生命周期、全过程管理。

助力多层次医疗保障体系建设

医疗科技“新势力”崛起

本报记者 晏国文 曹学平 北京报道

2022年2月，浙江宁波75岁的徐奶奶在宁波大学附属人民医院确诊弥漫性大B细胞淋巴瘤。4月12日，医生为她开具CAR-T疗法外配处方，费用高达129万元。

确诊恶性血液肿瘤、高达百万元的天价药费，打击接踵而至，不过幸运的事情在于徐奶奶约80%的药费获得报销。4月中旬，宁波市普惠型商业补充医疗保险天一甬宁保对她完成单笔赔付100万元，创下了CAR-T单笔赔付金额的新高。

北京圆心科技股份有限公司(以下简称“圆心科技”)旗下的圆心惠保是天一甬宁保上述理赔案例中的特定药品服务企业。用保险与科技的力量，减轻患者经济负担，提升药物可及性，圆心惠保服务的类似案例已经越来越多。

根据弗若斯特沙利文的资料，2021年，圆心科技是中国第一大专注于处方药的综合医疗交付平台，是打通线上线下、院中和院外以及医药险一体，完成全病程患者服务网络建设的医疗健康公司。

《中国经营报》记者了解到，近年来，包括圆心科技在内的多家具有较强互联网和科技基因的医疗科技“新势力”企业纷纷布局院外市场，抢抓市场新机遇。目前，几家医疗科技代表性企业均在上市进程中。

10月21日，圆心科技在港交所更新招股书。截至今年8月底，圆心科技多个核心指标均有较大幅度的增长，药店数量由2021年底的264家增加至314家，签约医院数由361家增至421家，圆心惠保管理保单数由2577万单增至3290万单。

线上线下深度融合

数据显示，2021年中国处方药院外交付市场规模达到2340亿元，2025年有望达到5634亿元。2019年中国处方药院外交付市场占医药市场的23%，而同期美国的为70%。中国院外药物交付渗透率还有较大增长空间。

成立于2015年的圆心科技经过一系列探索，目前形成了院外综合患者服务、供给端赋能服务、医疗产业端赋能服务三大核心业务。

目前，院外综合患者服务为圆心科技贡献主要收入来源。据最新版招股书，圆心科技2019年、2020年、2021年院外综合患者服务收入分别为23.03亿元、35.37亿元、56.15亿元，另外2022年前8个月的收入为44.69亿元。2019年、

2020年及2021年，院外综合患者服务的收入分别占总收入的97.9%、97.5%及94.6%。2022年前8月，院外综合患者服务收入占总收入95.3%。

圆心科技院外综合患者服务通过在全国分布广泛的院边店药房、战略性部署的门诊和以妙手医生为载体的互联网医院共同提供。

与普通的社区药房有很多不同，院边店药房位于医院附近，主要销售处方药，并且更多是新特药，配备专业药师，能够提供审核药方、用药咨询及健康管理服务，主要面向的是患者。

截至8月31日，圆心科技拥有并经营314家专业药房。在这

314家药房中，267家位于医院1公里以内的位置，205家距离医院300米以内，219家药房为国家医保的指定药房，81家药房被指定为大病医保双通道药房。

圆心科技提供的药品以新特药为主，在线上及线下药房平台提供约54700个品种，且产品组合涵盖国家药监局自2015年起批准的97款创新性肿瘤治疗药物中的76款。药师数由448名增至611名，平均单个药房配备药师数接近2名。

妙手医生作为圆心科技的线上平台，是中国首批取得医疗执业牌照的互联网医院之一。2022年前8个月，妙手医生月平均用户访问量约为3490万次。妙手医生

与线下药房服务形成互补，共同为患者提供高便捷性和高质量的医疗和用药服务。

随着医院数字化进程加快以及互联网医疗的兴起，中国医院信息数字化市场规模由2017年的429亿元增至2021年的804亿元，并且有望于2025年达到2490亿元。除了传统的医疗信息化厂商以外，包括圆心科技在内的医疗科技企业正在该领域深耕。

供给端赋能服务是圆心科技第二大业务。截至今年8月31日，圆心科技已与包括160多家三甲医院在内的420多家医院合作开发以移动应用App、微信小程序或公众号形式运作的线上医疗服务平台，以提供线上问诊、智能

转诊、预约解决方案等线上医院功能。

此外，圆心科技协助医院管理、协调和追踪患者的整个治疗与康复流程，并以医互通品牌开发了一套移动端的基础设施和管理解决方案，以提升医院的运营效率并提高患者体验。南京鼓楼医院、天津市肿瘤医院、华西口腔医院、山东省立医院等知名三甲医院均为圆心科技供给端赋能服务的客户。

2019年、2020年和2021年，圆心科技供给端赋能服务收入分别为576万元、380万元和4718万元。另外，2021年和2022年前8个月收入分别为1035万元和3688万元，均有较大幅度的增长。

构建多层次保障体系

近几年，医疗“新势力”企业纷纷瞄准健康保险市场，通过多层次的健康保险服务患者，提升新特药可及性。数据显示，中国针对保险公司的技术赋能市场规模由2017年的98亿元增至2021年的253亿元，预计2025年将达1621亿元。

医疗产业端赋能服务是圆心科技第三大核心业务，主要包括向患者提供的病程管理及服务包、向医药公司提供的医药市场推广服

务以及向保险公司提供的保险服务，包括理赔处理、第三方管理、药品福利管理及市场推广服务。

作为圆心科技的保险科技服务品牌和平台，圆心惠保成立于2019年4月，圆心惠保以“保险+医疗+医药”的专业能力为服务基础，为重大疾病、慢性疾病等带病人群和健康人群提供可靠的医疗和医药保障。

圆心惠保是前述浙江宁波百万CAR-T药费报销案例背后的

特定药品服务企业。据了解，今年4月以来，圆心惠保助力CAR-T疗法惠及更多患者。

作为一家综合型商业险服务供应商，圆心惠保深耕惠民保险、药品保险、健康管理及理赔调查四大优势服务领域，全方面覆盖以“医-药-险”为链条的各个环节。圆心惠保的服务专注于四种保险产品，即为新特药设计的创新保险产品、普惠型商业医疗保

险、带病险等。

2019年、2020年及2021年，第三板块业务收入分别为4344万元、8847万元和2.76亿元，另外今年前8个月收入为1.83亿元。2019年、2020年及2021年，圆心科技这一板块服务的收入占总收入的比例分别为1.9%、2.4%和4.6%。

招股书披露，截至今年8月31日，圆心科技为约159家保险公司和8家再保险公司提供服务，与保

险公司合作推出40余款新特药物保险产品，在超过100个城市推出普惠型商业健康保险，并通过平台分销合计41项健康保险产品，保单数量超3200万份。

另外，圆心科技从2018年底开始为医药公司提供创新药营销服务。截至今年8月31日，累计服务217家医药公司，其中包括中国研发实力前10位中的9家以及包括按销量计全球大药企中的13家。

医、药、险形成联动

当前，院外市场迎来一系列利好政策。药品零加成、医药分开、限制药占比等政策加速了院外药物市场的增长。处方药网络销售政策促进了医药电商的规范和繁荣。双通道政策逐渐在全国各地落地，推动院外药店支付渠道畅通。另外，党的二十大报告指出，促进多层次医疗保

障有序衔接，完善大病保险和医疗救助制度，落实异地就医结算，建立长期护理保险制度，积极发展商业医疗保险。

在一系列利好政策下，以圆心科技等为代表的医疗科技“新势力”正在迅速崛起。

新冠肺炎疫情暴发后，圆心科技迅速调整经营思路，无论是

企业营收还是为行业赋能方面均展现了较强的企业发展韧劲。2019年、2020年和2021年，圆心科技收入分别为23.52亿元、36.29亿元和59.38亿元。另外，2022年前8个月收入为47亿元。

据了解，圆心科技三大业务板块分别对应药、医、险，三大业务相辅相成，互为促进，覆盖患者

整个医疗服务周期。圆心科技通过院外药房和互联网医院满足患者用药和在线医疗服务的需求，同时为医院开发简化院内运营工作流程的解决方案，协助医院为患者提供更佳的院外及院内医疗服务，为药企提供创新营销方案。另外通过提供各种保险及支付方案，减轻患者用药负担，为更多患者提供医疗和医药保障。

圆心科技高管团队在药品零售、医疗服务、医疗产品、新特药、医院运营、保险等方面拥有较深的背景和丰富的经验。成立以来，圆心科技获得累计数十亿元的融资，主要投资机构包括红杉、启明、星界、鲲鹏、奥博资本等。

中国光伏的崛起与蜕变

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

党的二十大报告指出，我国要积极稳妥推进碳达峰碳中和，深入推进能源革命，加快规划建设新型能源体系。

未来较长一段时间内，大力发展战略性新兴产业，将是推动能源革命的重要举措，也是落实碳达峰碳中和目标，践行应对气候变化自主贡献。

建立国内、国外双循环市场格局

中国光伏产业新发展格局已成为我国绿色高质量发展的重要样板。

本世纪初，我国的民用光伏发电开始起步发展，但远落后于美国、日本、欧洲、澳大利亚等发达国家。彼时，河北英利、无锡尚德等一批早期光伏企业依靠着“光明工程”和海外订单摸索成长。

2004年，以德国为首的欧洲国家出台补贴政策，刺激了全球光伏市场爆发。当年，无锡尚德便实现业绩大增，并于2005年登陆纳斯达克上市。此后两年里，光伏企业如雨后春笋般拔地而起，河北英利、天合光能和江西赛维等企业也纷纷赴美上市，不断创造着财富神话。2007年，我国光伏电池组件产量达到GW(吉瓦)水平，跃居全球首位。

2008年，金融危机席卷而来，全球经济陷入停滞，依赖海外市场是中国光伏行业一夜入冬。在此背景下，许多国家对光伏的支持力度减弱，相反我国却在积极救市，培育这一战略性新兴产业。

次年，我国推行特许权招标、光伏建筑示范项目“金太阳示范工程”，通过财政补助、技术支持和市场竞争机制，促进光伏产业技术进步和规模化发展。2011年，中国光伏新增装机规模仅次于意大利和德国，位居全球第三位。

但好景不长。2011~2012年，随着欧债危机深化、欧美“双反”调查，叠加国内光伏产业出现产能过剩，我国光伏市场再次遭遇严重冲击。期间，大量光伏企业面临倒闭破产，光伏产品出口额断崖式下跌，从2011年近358亿美元，下滑至2013年123亿美元。

献承诺的主导力量。

《中国经营报》记者注意到，当前，以光伏、风能为代表的可再生能源已经具备了逐步替代化石能源的基础条件。尤其是光伏产业，经过十余年的发展，已经实现从“0”到“1”的跨越。从原料、设备和市场“三头在外”到产量与装机规模争霸全球，整个光伏产业链基本实现国产化，国际竞争优势凸显。

产业链基本实现国产化

如今放眼全球，世界光伏产业已经形成了以中国制造为主导的竞争格局。

2000年，当施正荣带着十余项太阳能技术发明专利从澳大利亚回国创办无锡尚德时，我国光伏产业从硅料多晶硅到硅片、电池和组件，设备、辅材等各个环节仍是“一穷二白”，产业链根本无法谈起。

2001年无锡尚德成立后，施正荣投资建设了一条10MW的太阳能电池生产线，并于2002年9月投产。尽管设备和原料来自海外进口，但是它成为了启动我国光伏产业发展的一个重要里程碑。

随后，全球光伏市场升温，除无锡尚德之外，河北英利、天合光能、河北晶澳、阿特斯、江西赛维、浙江昱辉等企业也大刀阔斧地迈进光伏领域。短短五年时间，我国便搭建起了“硅片-电池-组件”光伏产业链，甚至包括相关辅材光伏胶膜、玻璃和浆料等。

相比之下，光伏原料多晶硅的国产化进程较为缓慢。由于核心技术缺失，我国光伏原料长期依赖进口，没有话语权。据介绍，为获取原料，国内企业必须签订



十年沉浮，破茧成蝶。世界光伏产业已经形成了以中国制造为主导的竞争格局。图为浙江金华东区工业园区一家自动化生产光伏太阳能组件车间。
视觉中国/图

长期采购合同，提前支付预付款，还要承担巨额违约金风险。

直至2006年，以协鑫科技为代表的中国企业进入技术门槛更高的多晶硅领域，投入首条产能为1500吨产线，并一鼓作气将规模扩大到万吨规划，中国光伏“原料在外”的局面才开始逐渐扭转。协鑫科技人士向记者表示，“万吨多晶硅产能规划重要的现实意义在于中国公司打破了外资巨头在该领域的长期垄断。”

十年沉浮，破茧成蝶。如今

放眼全球，世界光伏产业已经形成了以中国制造为主导的竞争格局，从多晶硅、硅片，到电池、组件，各制造环节全面领先。中国光伏行业协会数据显示，截至2021年，我国光伏多晶硅、硅片、电池、组件的产量分别为50.6万吨、226.6GW、197.9GW、181.8GW，占全球总产量比例均在80%以上，个别环节甚至达到95%以上，四个环节产值突破7500亿元。

不仅如此，我国光伏设备企业自主研发能力也进一步提升，

过去几年里，多晶硅、硅片、电池和组件的生产设备逐渐实现国产化，到2021年产业规模超过400亿元。

中国科学院微电子所研究员贾锐向记者表示：“2015年以来，我国国产化光伏设备的多项指标大幅提升，目前整个光伏产业链各环节设备基本实现国产化，像电池生产设备的国产化程度已接近100%，对促进我国光伏产业降本增效进而实现平价上网起到了重要作用。”

技术驱动光伏走向平价、市场化

随着技术不断迭代，光伏发电的成本优势越发凸显。

没市场、没原料、没设备，曾一度让我国光伏制造企业尝尽了艰辛，实际上这背后最核心的问题仍是技术在外。经过多年努力，如今我国光伏产业已经走上了自主创新的道路，并驱动光伏走向平价、市场化。

特别是2015年以来，国家能源局联合有关部门提出实施光伏发电“领跑者”计划和建设领跑基地，通过市场支持和试验示范，加快促进光伏产业技术升级，使得光伏发电成本迅速下降。

在此背景下，我国光伏产业的创新活力不断被激发。以隆基绿能为例，公司积极参与并推动

行业技术创新与降本增效，推广单晶技术，推广金刚线切割，每年为行业节省超过300亿元；开拓并推广RZC技术（多次装料拉晶技术），使行业的连续拉晶效率提升150%以上，硅片能耗降低40%以上，成本降低60%以上；推广PERC电池及双面发电加速光伏行业平价时代到来。

工信部数据显示，2021年，主流企业多晶硅指标持续提升，满足N型电池需求，硅片大尺寸、薄片化技术加快进步。电池效率再创新高，量产P型PERC电池效率达23.1%，N型TOPCon电池实

验效率突破25.4%，HJT电池量产速度加快。

隆基绿能方面告诉记者，“中国光伏产业在跌宕起伏中不断壮大，市场从不缺挑战，在光伏技术的快速更迭中，企业能够坚持第一性原理，立足未来，坚持‘科技领先、稳健经营’的经营理念很重要。持续的研发投入，是企业保持领先地位的不二法则。”

随着技术不断迭代，光伏发电的成本优势越发凸显。中国光伏行业协会数据显示，十年来光伏系统成本下降超过90%，光伏电价在越来越多的国家和地区已

经低于火电电价，成为最具竞争力的电力产品。

2019年，我国光伏产业通过开展平价项目和低价项目试点，拉开了平价上网的时代大幕，并逐步摆脱补贴依赖。2022年，光伏发电项目彻底告别了中央财政补贴的时代，并加快融入电力市场。

国家能源局新能源司司长李创军介绍称，“十四五”时期，我国可再生能源将呈现大规模、高比例、市场化、高质量发展新特征。所谓市场化，即由补贴支撑发展转为平价低价发展，由政策驱动发展转为市场驱动发展。

武钢：逐风30年 筑梦正当时

本报记者 宋琪 吴可仲 北京报道

从模仿跟随到弯道超车

从苍茫浩瀚的戈壁滩上一步一步走出来，走向全国，走向全世界。这是新疆金风科技股份有限公司党委书记、董事长武钢的成长路径，也是中国风电的发展缩影。

对武钢而言，他已经与中国风电事业的发展壮大紧紧相连。作为国内最大、全球第二大风电整机企业，金风科技成为中国风电发展的一面旗帜，而其掌舵人武钢更是扎根行业35年，亲历并见证了中国风电的成长。

如今，我国风电产业已经自主崛起：国产风机已具备兆瓦级风电整机、关键核心大部件自主研发制造能力，风力发电度电成本下降了一半，已和火电持平。

在新阶段、新征程，武钢仍深感“责任重大”，使命在肩。武钢告诉《中国经营报》记者，“当前，我国正处在推动能源绿色低碳转型的关键期和传统能源与新能源重要交替期。作为党的二十大代表，也是可再生能源行业的探路者，未来更要响应‘绿水青山就是金山银山’的号召，坚定向碳达峰中和目标迈进。”

武钢表示，作为当今世界技术成熟度较高、环境适应性较好、成本较低的可再生能源形式，风电已经过多年的高速发展，有望成为未来30年我国的主力能源之一。未来，风电行业将从需求侧和供给侧共同发力，构建新型电力系统，全面开启绿色低碳进程。利用中国风电行业得天独厚的禀赋优势，积极拓展更多发展路径，为社会各界的绿色低碳转型和“双碳”目标的顺利实现提供助力。

在自我介绍时，武钢总是更愿意称自己是一名扎根风电行业的老兵。“自我从一名职业教师转行至风电领域算起，我在这个行业已经深耕三十余年，亲历并见证了中国可再生能源行业的蓬勃发展。”武钢告诉记者。

对于风电，武钢流露的感情是“纯粹”的热爱。风电之于武钢，不仅是安身立命的事业，更是不断追逐的梦想。

“在扎根风电的35年中，我已经实现了自己的三个梦想：第一个梦想是在新疆达坂城安装成百上千的风力发电机；第二个梦想则是用中国人的双手制造出中国人自己的风机；第三个梦想，我想

让中国制造的风机为全球千家万户送去清洁的绿色电力。”武钢不止一次地如此阐述。

武钢的风电之旅始于新疆达坂城，那里地处乌鲁木齐东南方向的天山豁口，受地理位置、地形地貌和气候影响，素有“老风口”之称，风从春天一直吹到冬天。因为得天独厚的风资源条件，达坂城成为发展风电的优选区域，也成为中国风电萌芽时的一块试验田。

“1987年，我辞去教师工作接任达坂城风电场场长一职，开启了有挑战且充实的生活。”武钢告诉记者。此后，武钢开始长期扎根一线，穿着工作服爬风机成为了日

常，电气、液压、机械等涉及风机的每一项技术，武钢都亲力亲为。

随后，在实践中逐渐成为专家的武钢发现，由于我国最初的风电机组都依赖进口，不仅价格高、故障率高，维修成本更高，我国风电的发展处处受制。武钢明白，中国风电必须要实现技术自主。

然而，从进口到自主创新实现国产化，其难度可想而知。武钢带领金风科技想方设法引进、消化和吸收发达国家的风电技术。在创业初期，金风科技就承担了科技部“九五”科技攻关600千瓦风机国产化研制及后续成果转化及产业化任务。

1998年，首台国产600千瓦风机在达坂城风电场投入运行。不过，彼时首台国产风机仅塔架和基础件实现了国产化，国产率仅为33.4%。好在此后的风机国产化脚步逐渐加快，接下来在不到两年的时间里，金风科技实现发电机、齿轮箱、电控系统、偏航轴承、偏航电机、偏航减速器、底座、轮毂等重要部件的国产化，国产化率达78%。

2005年，金风科技研制出1.2兆瓦直驱永磁风力发电机。这是国内第一台具有自主知识产权的兆瓦级风机，使我国风机制造实现了从模仿跟随到自主突破的跨越。

如今，风机的技术早已不是难题，相反，在技术方面，中国风机并不逊色于国际其他先进机组。近日，由金风科技承担的、武钢主导研发的16兆瓦海上风电机组国家重点项目已经进入后测试阶段，即将下线，这是全球单机容量和叶轮直径最大的风电机组。

目前，在国产化攻关的同时，金风科技开始全力投入市场销售。在稳住国内市场的同时，金风科技走向世界的梦想也逐步走向现实。金风科技方面告诉记者，目前，金风科技全球装机容量已经超过89GW，风机产品已经遍布六大洲、38个国家。

从步履蹒跚到自主自强

事实上，武钢实现其三个梦想的过程，不仅是个体成长的见证，更是中国风电从最初的步履蹒跚到如今自主自强的一个缩影。

最初，中国风电需要借助国际合作才能建成风电场项目，但到了2007年，中国不仅能够自主建设风电场，国内风电企业的市场份额更是首次超过外资，国内市场牢牢稳在自己手中；到2010年，中国风电新增和累计装机量首次超过美国，自此连续12年稳居世界第一，成为全球最大风电市场；2021年，中国风电并网装机容量更是突破3亿千瓦大关，风电装机量占全国电源总装机量的13.9%，占全球风电装机的40%。

尤其是党的十八大以来，风

电在整个能源格局中的作用日益凸显。目前，我国风电机组产量已占据全球2/3以上市场份额，海上风电装机也跃居世界第一。

同时，作为全球最大的风电装备制造基地，我国风电机组零部件及整机产量已占据全球50%以上市场份额，中国发电机、叶片、齿轮箱、轴承轮毂、塔架等铸锻件等关键零部件的产量占到全球市场的70%。

更重要的是，凭借市场和技术优势，中国风电不断拓展国际合作，持续推进高质量共建绿色“一带一路”，为携手应对气候变化做出中国贡献。根据中国可再生能源学会风能专业委员会(CWEA)统计，截至2021年底，中国风电机组累计出口到42个国家和地区，已

出口的风电机组共计3614台，累计容量达到964.2万千瓦。

同时，2012年以来，可再生能源成为拉动投资、带动就业、促进西部地区经济社会发展的重要力量。仅风电领域，目前已经发展成涵盖风资源测评、风电场开发建设、设备制造、技术服务、检测认证、投融资服务等完整的风电产业链条，同时拉动了材料科技、试验检测、大件运输等行业的进步与突破，现已成为年产值超过6000亿元、从业人数约250万人的规模化新兴产业。

然而，尽管中国风电产业已实现自主崛起，但从“碳达峰碳中和”的目标来看，作为绿色转型的重要支撑，风电仍有未达成的使命。

党的二十大报告明确提出，

要积极稳妥推进碳达峰碳中和。立足我国能源资源禀赋，坚持先立后破，有计划分步骤实施碳达峰行动。

国家能源局党组成员、副局长任京东在党的二十大新闻中心记者招待会上表示，在新形势下，我国将在进一步夯实常规能源保供基础的同时，大力发展可再生能源，积极推动绿色低碳转型，努力为经济社会高质量发展提供坚强的能源保障。其中，在发展清洁能源方面，任京东表示，要稳步推进以沙漠、戈壁、荒漠地区为重点的大型风电光伏基地和海上风电基地的建设。

武钢深感“责任重大”，使命在肩。他在接受媒体采访时表示，“坚持先立后破”“有计划分步骤

实施碳达峰行动”，这背后是我国现阶段以煤为主的能源结构国情。我们要坚持稳中求进、逐步实现，只有把新的能源和产业“立”起来，调整能源结构和产业结构才有“破”的基础，才能实现积极稳妥推进碳达峰碳中和的目标。”

武钢告诉记者，“未来5年，金风科技将继续坚持技术创新，解决前瞻性、共性、基础性等问题，并加快开拓国际市场；同时，为了风电全行业发展，须从需求侧和供给侧共同发力，构建新型电力系统，全面开启绿色低碳进程。利用中国风电行业得天独厚的禀赋优势，积极拓展更多发展路径，为社会各界的绿色低碳转型和‘双碳’目标的顺利实现提供助力。”

“锂矿双雄”业绩飙升背后：锂电市场量价齐升

本报记者 范阳阳 吴可仲 北京报道

锂电赛道持续火热，位居上游的部分锂资源企业在三季度的业绩实现大幅增长。

其中，被称为“锂矿双雄”的天齐锂业(002466.SZ)和赣锋锂业(002440.SZ)，前三季度盈利预计皆超140亿元，同比分别增长27倍~30倍和4倍~5倍；已披露三季报的盛新锂能(002240.SZ)、雅化集团(002497.SZ)、融捷股份(002192.SZ)和西藏矿业(000762.SZ)前三季度归母净利润增幅在3倍~45倍之间。

业绩大涨

前三季度锂资源企业业绩大涨，主要是因锂产品量价齐升，电池新能源领域利润价值正向上游矿业领域偏移。

新能源汽车产销大幅增长，带动整个产业链一片火热。

中汽协数据显示，2022年9月，我国新能源汽车产销分别完成75.5万辆和70.8万辆，同比增长1.1倍和94%，市场占有率达27%；前9个月，产销分别完成471.7万辆和456.7万辆，增长1.2倍和1.1倍。

在下游需求带动下，上游锂资源企业业绩迎来爆发期，在2021年业绩大涨基础上，今年前三季度盈利再度实现大幅增长。

三季报及业绩预告显示，天齐锂业和赣锋锂业前三季度归母净利润预计分别为152亿元~169亿元和143亿元~153亿元，同比分别增长27倍~30倍和4倍~5倍；盛新锂能、雅化集团、融捷股份和西藏矿业前三季度分别实现归母净利润43亿元、35亿元、13亿元和4.8亿元，增长7倍、5倍、45倍和3倍。

天齐锂业表示，公司预计本报告期业绩较上年同期大幅上升，主要因受益于全球新能源汽车景气度提升，锂电池厂商加速产能扩张，下游正极材料订单回暖等多个积极因素的影响。同时，本报告期公司主要锂产品的销量和销售均价较上年同期有明显增长。

另一头部锂资源企业赣锋锂业表示，随着市场需求持续增长，

天齐锂业和赣锋锂业方面表示，其业绩大增除受投资收益等因素影响外，主要系全球新能源汽车产业景气度提升，电池厂商加速扩产，锂产品量价齐升所致。盛新锂能和融捷股份方面则表示，目前其锂产品仍处于供不应求的状态。

对于未来锂价走势，电池百人会理事长于清教向《中国经营报》记者表示：“从拿矿成本来看，锂盐价格短期内将维持高位，四季度有望突破60万元/吨。预计在明年下半年，供需缓解后，价格将出现明显回调，但也不太可能再回到从前几万元、十几万元一吨的水平。”

锂盐产品的价格维持在较高水平，公司相关产品销量和销售均价同比增长。此外，公司锂电池板块新建项目陆续投产、产能逐步释放，也助推了业绩的大幅增长。

盈利暴增45倍的融捷股份亦表示，受国家宏观政策的影响，新能源行业景气度持续提升，锂电池材料及锂电设备市场需求旺盛，价格持续上涨，公司锂盐、锂电池和锂精矿产品的营收和利润均实现大幅增加。

“未来谁控制了核心材料，谁就控制了利润源泉。”于清教表示，前三季度锂资源企业业绩大涨，主要是因锂产品量价齐升，电池新能源领域利润价值正向上游矿业领域偏移。

深度科技研究院院长张孝荣向记者表示，新能源汽车产业增速较快，锂电池需求旺盛，上游锂矿供不应求，供需缺口高达20%，致锂价上涨，锂资源企业业绩大增。

兴业证券近期研报显示，据上海有色金属网(以下简称“SMM”)数据，2022年三季度，电池级氢氧化锂平均含税价为48.26万元/吨，同比增长28%。同时，三季度新能源汽车销售持续火爆，锂盐需求增加叠加供给刚性，锂价实现高位上涨。

锂价攀高

下游有些厂商为了保生产、高价拿货，自然而然就会推高锂价。

锂价走势一直牵动着产业链上下游的神经。SMM历史价格信息显示，约一年前的2021年12月22日，国内电池级碳酸锂和氢氧化锂现货均价分别为25万元/吨和19.8万元/吨。最近价格显示，截至2022年10月26日，国产电池级碳酸锂现货均价报54.8万元/吨，单日涨0.4万元/吨；国产56.5%电池级粗颗粒氢氧化锂报53.95万元/吨，涨0.4万元/吨。

SMM新能源分析师袁野向记者介绍道：“今年一季度锂盐价格快速上行，从1月份的20万元/吨水平跳涨至3月初的50万元/吨左右，升破前期历史高点。一季度末开始，由于新冠肺炎疫情等因素影响需求，加之价格过快上涨后下游积累的抵触情绪，三四月份锂盐价格回落至40万元/吨左右。直至三季度中后期，进入新能源汽车传统销售旺季，下游备货带动需求，推升锂



图为江西省新余市高新区锂电新能源产业园赣锋锂业的车间内，人工智能机器人正在进行备货。

视觉中国/图

盐价格再次突破50万元/吨，并呈继续上行的趋势。”

“影响锂价走势的主要因素是供需关系。”张孝荣表示。

盛新锂能方面人士向记者表示，公司设计年产能为7万吨，且目前已经达到该产能，不过目前市场仍存在供给缺口，因此当下

锂价有支撑。融捷股份方面也表示，其锂产品目前供不应求，价格也随行就市。

袁野认为，锂价最大的影响因素是总体的供需情况。其实，这两年锂盐价格大幅波动主要是因下游需求爆发，但上游产能无法快速扩张，导致产业链供需错配所致。

袁野进一步讲道，如再遇到像四季度下游需求放量的节点，那么产业链上对锂盐的需求就会集中爆发，从而进一步加剧供需的不平衡。而下游有些厂商为了保生产、高价拿货，自然而然就会推高锂价。

景气持续

资源争夺将继续加剧，“整零关系”和产业格局也将发生改变。

“大家对锂盐价格的预期比较一致，都认为四季度还会继续上涨。”袁野表示。

于清教告诉记者，从拿矿成本来看，锂盐价格短期内将维持高位，四季度有望突破60万元/吨。预计在明年下半年，供需缓解后，价格将出现明显回调，但不太可能回到从前几万元、十几万元一吨的水平。

天齐锂业方面人士在近期投资者活动中也表示，锂价未来主要取决于锂行业的整体供需格局、市场变化和经济形势等因素。“从需求来看，我们对新能源行业的长期发展很有信心。”

天齐锂业方面进一步分析道，从供给来看，行业下游的扩产通常较为顺利、周期较短，而上游资源开发常受到地域限制、天气变化、环保要求、政策约束、储量规模、开采难度、基建情况等多种因素影响，扩产周期较长，对应风险更大。

因此，公司认为上下游扩产周期的错配，将导致锂产品供应在短、中期内继续处于较为紧张的局面，供需格局达成平衡仍待时日。

“未来锂价具体会达到多少，公司方面也不好判断。但就目前情况来看，四季度锂产品可能会

依旧比较紧缺，至少价格不太可能会出现下降。”上述盛新锂能方面人士向记者表示。

五矿证券在近期研报中表示，未来，锂行业的“资源为王”及“中国本土锂资源的战略重估”将持续演绎，2022年四季度的景气度已无需多言。

该研报认为，2023年上半年，预计规模化的新兴锂资源产能的放量进度整体将慢于预期，加上必要的供应链周期，将支撑锂价在高位震荡，具备扎实权益

资源量企业的业绩将继续充分释放；而下半年开始，依靠外购精矿锂盐厂的盈利将开始逐季

度面临压力。

对于高锂价对整个产业链的影响，袁野表示，最直接的就是抬升下游产品的制造成本。他解释道，锂盐是三元、磷酸铁锂、锰酸锂等正极材料的关键主材，同时也是电解液主材六氟磷酸锂的原料，因此高锂价会抬高终端电池及新能源汽车产品的成本。

于清教则表示，锂价高涨，产业链下游利润承压，将推动车企、电池企业提升碳酸锂等核心材料的直接采购比例。资源争夺将加剧，“整零关系”和产业格局也将发生改变。

钛白粉企业三季度业绩承压 提价能否“破局”？

本报记者 陈家运 北京报道

业绩承压

受原材料价格上涨及下游需求缩减等不利因素影响，今年前三季度钛白粉上市公司业绩承压。

2022年10月24日，国内钛白粉巨头龙佰集团(002601.SZ)披露的三季度报告显示，前三季度，公司实现营业收入180.30亿元，同比增加18.08%；净利润31.73亿元，同比降17.17%。不仅如此，国内另一家钛白粉知名企业金浦钛业(000545.SZ)前三季度业绩也出现下滑。10月25日，金浦钛业发布三季度业绩公告称，2022年前三季度营收约19.29亿元；归属于上市公司股东的净利润约2346万元，同比下滑85.07%。

对于三季度业绩出现下滑，龙佰集团证券部人士向《中国经营报》记者表示，今年以来，钛白粉企业业绩下滑的主要原因是原材料价格大幅上涨所致；同时，第三季度行业需求低迷，钛白粉产品价格出现连续下跌，导致利润大幅下滑。

中研普华研究员张桂林在接受记者采访时表示，今年以来，受多重因素影响，原油等国际大宗商品价格持续上涨，国内硫酸、氯气等基础材料价格涨幅明显，钛精矿价格持续高位，导致钛白粉原材料成本上涨明显，叠加安全、环保、物流以及能源等成本快速上升等因素，钛白粉企业经营成本压力增加，进而选择提价。四季度，国内钛白粉价格或将维持高位水平。

品成本有所上涨，以及主要产品钛白粉、海绵钛产销量较上期均有大幅增加，导致营业成本增加。

记者注意到，受下游市场持续不振影响，钛白粉价格在第三季度出现连续下跌。

化工原材料交易平台涂多多分析师齐宇表示，2022年三季度，钛白粉市场呈下跌走势，7~9月钛白价格持续下滑，季末较季初价格下调4000元~4500元/吨，截至9月末，金红石型钛白粉价格为14000元~16000元/吨，锐钛型钛白粉价格13000元~14000元/吨。

齐宇分析称，受下游市场需求影响，7月初，钛白粉龙头企业指导价较6月下调700元/吨，龙头企业

价格下调加之原材料硫酸价格的大幅下滑，钛白市场压力较大，企业价格连续调整。8月，钛白粉龙头企业指导价继续下滑，大概有2000元/吨的下滑幅度，价格下调至17000元/吨，市场其余企业价格也多跟随不同幅度调整；8月下旬，西南地区受限电影响，加之市场需求较弱，厂家压力较大，20余家钛白粉企业减产停产，市场开工大幅下滑；其中，钛海科技有限责任公司和贵州胜威福全化工有限公司因原材料成本较高，在8月16日发函宣布涨价500元/吨，市场低价稍有止跌，但实涨并不理想，企业竞争压力仍较大。

“9月，钛白粉市场价格仍有继续增加，进而选择提价。”张桂林分析认为，从产品需求角度看，四季度国内处于下游的房地产和汽车行业对钛白粉需求保持旺盛态势。同时，外部需求同样偏强，许多钛白粉头部大厂的外贸订单表现强劲。这是钛白粉企业涨价的底气所在。

在张桂林看来，受前述因素影响，四季度国内钛白粉价格将维持高位水平。同时，有业内人士向记者表示，长远来看，钛白粉应用场景众多，随着全球经济的发展、人民生活水平提高，尤其是人口众多的发展中国家工业化和城镇化的发展，刺激钛白粉产品需求不断增长。全球涂料、油漆需求呈增长态势，

小幅下滑，市场整体跌幅放缓，加之8月企业产量的减少，9月企业多去库存，市场压力有所减轻。但受全球经济环境影响，三季度钛白粉国内外市场压力仍较大，价格不断走低，金红石型及锐钛型产品价差不断缩小；受原材料成本压力及钛白粉厂家库存低位，季末宜宾天原发函氯化法钛白粉国内价格上调800元/吨，国际价格上调100美元/吨，市场企业信心提振明显，钛白粉“银十”行情或能有所期待。”齐宇表示。

今年第三季度，钛白粉价格继续下滑，甚至有企业出现亏损现象。国内钛白粉知名企业金浦钛业2022年三季度报告显示，受主营

产品钛白粉单价下降影响，第三季度亏损0.18亿元。

涂多多数据显示，2022年1~9月，氯化法钛白粉产量约为39万吨，平均月产量4.35万吨，受国内外市场需求下滑及限电因素影响，企业出货压力较大，氯化法钛白粉市场价格大幅下滑，厂家做出不同幅度减产，个别厂家维持停产状态。8月和9月，氯化法月产量甚至不达3万吨，较去年同期基本持平，环比上半年产量大幅下滑，市场氯化法钛白粉供应大幅缩减；而今年钛白粉原材料价格高位坚挺，氯化法厂生产处于亏损，主要受成本价格及厂内库存低位等因素影响。

记者注意到，近年来，包括龙佰集团、天原集团及鲁北化工(600727.SH)等钛白粉头部企业纷纷布局扩产氯化法钛白粉产能。

10月24日，龙佰集团公告称，目前公司年产20万吨氯化法钛白粉生产线建设项目(第一条线10万吨/年)已建成并成功试生产。年产20万吨氯化法钛白粉生产线建设项目(第二条线10万吨/年)正在建设，预计2022年12月建成投产。

游戏出海征途：十余年营收增长200多倍

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

游戏出海方兴未艾。

早在中国网络游戏兴起之初，一些经典国产游戏就已经走出国门。《2008年中国游戏产业调查报告》显示，彼时的中国自主研发网络游戏海外销售收入为7074万美元。

融入海外市场

中国游戏公司的手游研发能力并不弱，甚至比欧美的一些开发者要好。

在游戏出海过程中，面对不同国家和地区的文化差异，游戏厂商们不得不在品类上有所取舍。

TapTap 海外商务负责人崔炜对记者表示，出海游戏在玩法和题材上有讲究，不是任何游戏出海都能获得很好的收益，市场对此需要调整和适应。崔炜认为，开放世界类、枪战类游戏，以及其他公平竞技类游戏在海外有很大的受众。“只要玩法受到当地市场认可，商业模式上对方也能接受，这些游戏在海外都可以发展得比较不错。”

今年8月，三七互娱在与投资机构的交流中提到，海外市场情况比较复杂，从立项、研发、测试到上线的周期都比国内要长。该公司举例，其在海外大火的三消+SLG游戏（策略类游戏）《Puzzles & Survival》，从进入大家视野到为公司贡献收入，跨越了至少3年，加上研发周期至少需要5年。

三七互娱出海产品主要为策略、模拟经营等长周期品类。“品类的投放周期较长，如果以较短的周期看，利润率会比较低；如果拉长时间去看，利润率会比较接近公司预期的目标。”三七互娱

元。到了2021年，这个数字为180.13亿美元，十余年间增长了200多倍。

尽管营收规模增长明显，但如何触达语言、习惯不同的海外玩家依然是需要直面的问题。多家游戏厂商对《中国经营报》记者表示，在游戏品类上进行选

择，设计全球化产品、差异化运营等是通用的方式。此外，游戏品质成为吸引玩家的关键。腾讯方面认为，整个行业出现了“工业化”的趋势。这意味着游戏要有足够高的基础品质、足够大的制作规模、使用足够专业化的技术工具。

2022年上半年境外收入增速达48.3%，远高于上半年中国自主研发游戏海外市场实际销售收入6.16%的增速。

腾讯方面对记者表示，虽然世界各国都存在文化差异，但其也看到一个趋势：随着时间推移，全球范围内越来越多的玩家会玩同样类型的游戏，并且对游戏质量有同样的要求。该公司表示，腾讯游戏自研团队已经有多款产品在立项之初，就被作为一款全球性产品来设计，而不只局限在某个市场区域。

游族网络方面此前对记者表示，全球都是该公司的目标市场，但公司会根据产品情况来做区域差异化打法，不同产品的全球化会运用不同的方式去进行，比如SLG品类的优先区域会在欧美，二次元项目可能会优先在亚太以及东南亚等区域，卡牌游戏在欧美则还有很大的红利空间。

“中国游戏公司的手游研发能力并不弱，甚至比欧美的一些开发者要好；而在运营方面，中国游戏公司是很优秀的，因为中国人比较勤奋，在发行运营方面可以做得特别精细。”崔炜说道。

三七互娱方面对投资者表示，相比国外的当地厂商，中国厂商会更为勤奋，更深入钻研市场、用户，更愿意放下身段做当地厂商未必愿意做的事，虽然不一定能做出颠覆性创新，但能做出微创新，在精细化运营上具备优势。

在本地化运营和内容上，腾讯互娱国际游戏业务CEO刘铭此前在媒体采访中提到，腾讯成立了全功能的本地发行团队，管理每个本地市场的发行活动。“这意味着我们关注本地用户，他们需要什么、有什么要求、通过什么媒体了解新游戏。”

腾讯方面介绍，以中东为例，斋月是当地一年中最重大的节日，中东本地团队会提前定制斋月主题活动，融入标志性元素比如新月、斋灯、椰枣等，并根据斋月期间当地特殊作息时间来调整活动节奏。

游族方面表示，游戏本地化发行，不仅要把握产品的核心卖点，更重要的是用本地化的思维方式从海外市场中挖掘用户需求，以保证游戏在遵循当地市场风俗的前提下让玩家感受到乐趣，以便为他们提供更好的游戏体验。

到好游戏，**TapTap** 是一个游戏玩家的聚集地这一概念。”崔炜说道，“用户经过筛选的，我们提供给游戏厂商的流量质量相对其他平台也更高。”

TapTap 国际版将国产游戏成功介绍到海外的一个案例是：一款名为 Super Sus 的游戏在北美落地。“开发者高度认可 Tap-Tap 的平台价值，在北美正式上线前选择独家给 TapTap 测试，验证美国玩家对于游戏的看法，收集高质量反馈，从而对产品调优。”崔炜表示，TapTap 方面帮助 Super Sus 在 Tik Tok 上的宣传有近 1000 万的曝光。目前，该游戏在 TapTap 国际版上的评分为 8.5 分，下载量达 70 万次，获得 3800 多条评论。

如今，中国游戏公司纷纷将目光投向海外。与此同时，游戏正拓展以往“玩”的传统观念，通过与实体经济加速融合，进化成为一个由各种前沿的数字技术所构成、不断创造新价值与新可能的“超级数字场景”。

征途方兴未艾

整个行业出现了一种“工业化”的趋势。

其实，早在中国网络游戏兴起之初，一些经典国产游戏已经走出国门。2006年，曾推出《剑侠情缘》《剑侠情缘外传之月影传说》的西山居拓展海外市场，将国产武侠游戏出口到越南、马来西亚、柬埔寨等国。西山居的武侠 MMORPG 游戏（角色扮演游戏）曾一度占据越南市场 90% 的份额。差不多在同一时期，完美世界与日韩、东南亚、俄罗斯、北美等地的发行商建立合作，将其产品销往全球各地。

智能手机时代到来后，中国手游行业开始蓬勃发展，中国自主研发游戏随之迎来一个海外收入持续上升的阶段。《2008年中国游戏产业调查报告》显示，中国自主研发网络游戏海外销售收入为7074万美元；到了2021年，这个数字为180.13亿美元。

第三方数据机构 Sensor Tower发布的“2022年8月全球热门移动游戏收入TOP10”中，四款游戏来自中国公司或有中国公司参与：《王者荣耀》《PUBG Mobile》《原神》名列前三，由动视暴雪和网易联合推出的《暗黑破坏神：不朽》排名第六。

在端游领域，国产游戏也有着不俗的表现。今年6月，《永劫无间》官方宣布，于2021年年中推出的这款游戏销量超过1000万份，并宣布推出XBox主机版本，加入微软XBox Game Pass阵容，成为主机平台上少有的国产大作；科幻题材模拟经营游戏《戴森球计划》发售不到1个小时，便冲上了Steam全球热销榜榜首，上线7个月销售了150万份；沙盒修仙游戏《鬼谷八荒》Steam同时在线人数一度突破了18万人。

策略、角色扮演、射击是国产游戏出海的主力类型，合计占比稳定在60%以上。在其余市场份额中，则每年有不同种类的游戏凸显：2020年，放置、卡牌类游戏占比较高；到了2021年，消除、MOBA（多人在线战术竞技游戏）、模拟经营类游戏更受海外玩家欢迎。

中国游戏公司对出海地区的拓展也更加广阔和深入。根据《2021年中国游戏产业报告》，中国自主研发移动游戏海外重点地区收入分布中，来自美国市场的收入占比为32.58%，蝉联第一。来自日本、韩国的收入占比



中国自主研发网络游戏海外销售收入十余年增长了200多倍。图为上海Chinajoy娱乐展上，腾讯游戏展位。
视觉中国/图

分别为18.54%和7.19%。虽然三个地区合计贡献了中国自主研发移动游戏出海收入的58.31%，但从近三年数据看，三个地区的合计占比正逐年下降，其他地区占比逐年上升。

2021年10月，商务部等17部委联合印发《关于支持国家文化出口基地高质量发展若干措施的通知》，提出要“推动中华优秀传统文化的创造性转化、创新性发展”，鼓励优秀传统文化产品、文化创意产品和影视剧、游戏等数字文化产品“走出去”。

国海证券研究报告指出，游戏在文化输出方面与传统形式相比存在相对优势：一方面，游戏受众面更广更年轻化；另一方面，游戏能够提供交互式体验，带来全方位的沉浸感，能够更全面、更深入地传递文化体验，创造出有生命力的文化符号。

游戏实现文化输出的一个例子是《原神》。这款游戏在上线之初便定下了全球化策略，2020年进行全球同步公测，截至2020年10月4日为全球147个国家及地区提供游戏下载服务。Sensor Tower数据显示，《原神》于2021年仅在移动端全球营收便达到18亿美元。

《原神》作为一款开放世界冒险游戏，在游戏中展现了不同的地区风情，其中璃月地区更具东方神韵，引起海外玩家对中国文化的兴趣。在海外视频网站YouTube上，有玩家制作视频对《原神》里的中文名字进行读音教学，观看次数达到270万人次，评论数接近1万条。在线下，《原神》与张家界、黄龙进行景区联动，一些外国玩家得以通过游戏了解到中国风景名胜。

国产游戏在海外收入和影响力逐渐形成规模的同时，出海趋势也在发生一些变化。现阶段，中国游戏出海以移动游戏为主，这与中国移动游戏市场规模领先全球，而海外整体移动游戏发展进程慢于国内市场有关。而近年来，腾讯、网易、米哈游等一些大厂均有在海外收购、自建工作室的动作，似乎有开发3A大作的倾向。

腾讯方面对记者表示，其在海外做PC、主机游戏为主的团队成员已经超过3000人。“尽管移动游戏市场的增长较为强势，但PC、主机端仍然是创建一个新玩法或者IP的最佳平台。”

此外，腾讯方面还表示，技术也是未来推动游戏出海的关键。腾讯公司高级副总裁马晓轶曾表示，近年来看到一些有潜力推动全球游戏行业巨变的新技术正在突破“前夜”，一个值得关注的领域是XR。此外，该公司相关人员认为：“云原生产品还比较缺乏，投入成本还比较高，商业模式有待进一步验证，但在技术上，有望让游戏突破物理计算瓶颈，实现更大规模的场景，以及更逼真、精细的交互。”

“我们看到整个行业出现了一种‘工业化’的趋势。虽然目前‘工业化’还没有一个量化标准，但我们认为工业化水准很高的游戏，第一是要有足够的高的基础品质，比如控制镜头、场景等能够达到足够高的水准；第二是够大的制作规模，一定要能够做出足够多的高质量细节，快速迭代新的内容和功能；第三是使用足够专业的技术工具。”腾讯公司方面表示。

平台搭建桥梁

TapTap 国际版一定程度上解决了国内出海厂商的冷启动问题。

随着更多国产游戏走出国门，中国游戏社区平台也在进军海外，进一步搭建起中国游戏出海的桥梁。

心动公司2022年半年报介绍，今年上半年，旗下**TapTap** 已初步建立起一个专门的国际版团队，对海外重点地区进行有针对性的版本开发及运营，把建立社区氛围和提高目标地区的用户渗透率作为重要目标，目前已经在美国地区取得了初步的进展。

崔炜介绍，**TapTap** 国际版一定程度上解决了国内出海厂商的冷启动问题。“一个不知名的游戏在海外要做一些测试、论证，**TapTap** 国际版可以作为它的前期测试平台。”崔炜表示，**TapTap** 国际版不仅可以为国产游戏提供下载渠

道，还可以免费予以流量支持。**TapTap** 海外版依然秉承0分成的商业模式，为开发者创造比较友好的经商环境。另外游戏测试阶段结束后，游戏正式上线，我们也有更多的商业合作模式供开发者参考。”

在与崔炜的交流中，记者了解到，与**TapTap** 中国版一样，**TapTap** 国际版不收取分成费用，其商业模式是通过游戏内容吸引用户，形成用户规模后通过出售广告位获得收入。区别于海外两大渠道App Store 和 Google Play，**TapTap** 国际版不仅提供游戏的下载服务，没有提供其他泛娱乐、工具类等App的下载，其定位不是应用商城，而更偏向于游戏垂直内容社区。“我们向玩家传达的也是来**TapTap** 可以玩

游戏不止于“玩” “超级数字场景”正在孕育

本报记者 李哲 北京报道

党的十八大以来，面对复杂多变的外部环境，我国经济

跃升为全球最大市场

《2012中国网游市场年度报告》显示，2012年，我国网络游戏市场收入规模达601.2亿元，同比增长28.3%。随着智能手机和移动互联网的快速发展，我国游戏产业在随后的十年迎来了爆发。

中国音数协游戏工委发布的《2021年中国游戏产业报告》（以下简称“《2021游戏报告》”）显示，2021年，中国游戏市场实际销售收入2965.13亿元；用户数量也保持了稳定增长，达到6.66亿人，同比增长0.22%。

十年间，营收规模增长近4倍，用户数量占全球游戏用户数量的20%。这让中国成为全球第一大游戏市场。

“2012年，守在电脑前一起玩《英雄联盟》非常流行。当时，《英雄联盟》在国服推出不久，与DOTA类似的游戏，相对

社会发展取得了突出成就。十年来，伴随着数字化建设的高速发展，游戏产业也取得爆发式增长。

如今，中国游戏公司纷纷将目光投向海外。与此同时，游戏正拓展以往“玩”的传统观念，通过与实体经济加速融合，进化成为一个由各种前沿的数字技术所构成、不断创造新价值与新可能的“超级数字场景”。

自主研发游戏。其国内市场实际销售收入达2558.19亿元，几近占国内市场营销总额的八成以上。

速途研究院执行院长丁道师向记者表示：“近年来我们国家提到的文化自信，游戏就是输出中国故事的一个很好的载体。”

当前，全球游戏市场用户规模超30亿人，达到全球总人口的40%，庞大的受众群体也给游戏走向世界提供了良好的土壤。《2021游戏报告》显示，海外市场实际销售收入为180.13亿美元。而在2012年，我国自主研发网络游戏海外收入仅为5.87亿元。

事实上，出海已经成为中国游戏企业的共识。从2011年收购《英雄联盟》开发公司拳头游戏，到2022年增投法国游戏公司育碧，十年间，游戏巨头腾

讯从未停止对海外游戏公司的收购。

国内另一游戏巨头网易同样在拓展海外市场版图。在2022年一季度业绩财报电话会议上，网易CEO丁磊提到，网易游戏海外市场营收占比达10%以上，希望未来这一数据能达到40%~50%。

记者注意到，自2008年创立之初便将目光投向海外的昆仑万维，如今业务遍及全球100多个国家和地区，累计月活跃用户近4.5亿人。2021年财报显示，昆仑万维2021年实现营业收入48.5亿元，其中，海外市场收入贡献超过70%。

易观资深分析师廖旭华表示，出海要成为中国所有游戏公司的最优先战略，中国游戏公司在手游研发、发行和运营方面的经验是全球领先的。

“游戏+”星火燎原

如今，随着游戏产业的快速发展，积累了大量游戏产业技术也让游戏公司看到了新的发展方向。应

用游戏技术推动虚实结合，探索数

实融合正成为新业态。

比如，2022年6月上线的“数字经济长城”，通过运用借助游戏产业积累的渲染、建模、交互、PCG生成等技术能力，通过将云游戏技术同人类文化遗产保护相结合，让用户在手机中1:1高精度还原长城面貌，让用户了解长城修缮等自然文化保护的相关内容。

此外，通过即时云渲染技术，三星堆博物馆推出《三星堆奇幻之旅》，将三星堆考古发掘大棚、三星堆数字博物馆以及古蜀王国等场景呈现在用户眼前，通过数字化技术的应用，让沉睡地下千年的文物活了起来。

腾讯公司高级副总裁马晓轶曾公开提到，游戏本不是一个孤立发展的产业，自诞生以来，就始终与前沿科技相互驱动、共生发展，并积累了

一系列独特的技术能力。伴随着技术的不断进步，游戏一定会融入更多经济发展与社会生活之中，释放更大的科技力量和更为丰富的价值。

丁道师表示：“当前游戏的研发包含了云计算、VR等多种技术。而这些技术不仅可以用于游戏领域，比

如驾校开设的模拟驾驶课程其实广义来看也是一种游戏技术，游戏技术的提升也可以被应用在这些领域。”

中国音像与数字出版协会常务副

理事长兼秘书长敖然坦言，游戏

技术也是数字经济的重要组成部分，游戏

技术也成为助力数实融合的重要力量。游戏并不止于玩，也不止于文化。

它正在逐步超越传统的狭义认

知，成为一个由各种前沿的数字技

术能够达到足够高的水准；第二是

够大的制作规模，一定要能够

做出足够多的高质量细节，快速

迭代新的内容和功能；第三是使

用足够专业的技术工具。”腾讯

公司方面表示。

记者注意到，游戏当前已经成为元宇宙发展初期的重要阵地。游戏产业分析机构Sensor Tower发布的《元宇宙概念下的移动游戏市场洞察》提到，2022年上半年游戏以94%的收入占比成为元宇宙板块绝对的核心。

中国AI跨越式发展：从创业潮起到赋能千行百业

本报记者 曲忠芳 李正豪 北京报道

“2012年，我带着语音全链路可交互技术回国，那时的感受是人工智能（AI）技术及理念基本是由国外主导。而在那之后到现在的10年时间里，国内人工智能产业发展迅猛，不仅技术理念很快与国际并跑，甚至在应用层面我们已跑在了世界的前面。”思必驰联合创始人、首席科学家、上海交通大学教授俞凯在接受《中国经营报》记者采访时发出如是感叹。

商汤科技联合创始人、北京商汤党委书记杨帆也表示，“中华民族发展史上最具里程碑意义的新时代十年恰恰包括了商汤科技从创立到高速发展的8年。”

除了思必驰、商汤科技之外，多家AI企业的负责人在接受本报记者采访时不约而同地感慨十年来我国人工智能发展的变化之快。旷视科技相关负责人向记者指出，“过去10年里，中国AI技术价值的发展历程经历了三个阶段——AI有没有用？AI在哪里用？AI易不易用？这是所有AI企业需要回答的‘灵魂’三问。”第四范式联合创始人、首席研究科学家陈雨强则表示，国内AI发展经历过早期的“启蒙阶段”——各类AI应用场景涌现，进入到“转型期”——企业



人工智能的创新发展，尤其是与实体经济的融合发展，对于推动我国产业升级、促进经济高质量发展具有举足轻重的作用。 视觉中国/图

数字化需求井喷，应用领域也从互

联网领域逐渐向越来越多的传统行业渗透融合。

人工智能的概念最早诞生于1956年。经历半世纪的发展后，随着自然语言、深度学习技术的兴起、大数据积累、算法及算力提升，我国在2012年前后出现了AI创业浪潮。自2015年起，国家陆续出台人工智能政策性文件，人

工智能逐步上升为国家战略。今年7月，工业和信息化部科技司副司长任爱光在接受本报记者采访时透露，我国人工智能核心产业规模超过4000亿元，企业数量超过3000家。

党的二十大报告提出，新时代要“加快构建新发展格局，着力推动高质量发展”。推动战略性新兴产业融合集群发展，构建新一代信

息技术、人工智能、生物技术、新能源、新材料、高端装备、绿色环保等一批新的增长引擎”。其中，人工智能是引领新一轮科技革命和产业革命的战略制高点。人工智能的创新发展，尤其是与实体经济的融合发展，对于推动我国产业升级、促进经济高质量发展具有举足轻重的作用。

AI产业实现跨越式发展

人工智能产业的崛起及跨越式发展，离不开国家顶层的战略布局与政策助推。

赛迪顾问今年9月发布的《中国人工智能产业的奋进十年》报告显示，2012~2016年，中国人工智能完成了从“技术研发”到“成果转化”的原始创新阶段，又用了五年时间实现了从“成果转化”到“赋能应用”的产业化发展阶段。截止到2021年，中国人工智能企业数量达4975家，占全球的比重为24.9%，位列全球第二。从主营业务来看，中国人工智能企业主要聚焦在智能机器人、计算机视觉和智能语音领域。从区域分布来看，北京、广东、上海三地汇聚了全国61.1%的人工智能企业。

人工智能产业的崛起及跨越式发展，离不开国家顶层的战略布局与政策助推。俞凯告诉记者，近些年来，国家对于人工智能的重视

程度持续地加大和提升，尤其是以人工智能驱动传统产业转型升级、实体经济发展的趋势明显，这对AI企业的成长及发展来说无疑是利好消息。就在今年7月，思必驰入选“语言计算国家新一代人工智能开放创新平台”名单。

陈雨强也提到，“人工智能作为基础技术赋能实体经济，实现降本增效已成为共识，所以我们看到国家大力支持人工智能产业发展，积极推动新基建和产业的数字化转型升级。与此同时，政府也在多举措提供人才、政策等相关支持，帮助人工智能企业快速发展。”

早在2017年7月，国务院印发《新一代人工智能发展规划》正式将人工智能上升为国家战略。同年10月，党的十九大报告提出“推

动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合”。与此同时，科技部从2017年开始在自动驾驶、城市大脑、医疗影像、智能语音等领域推动新一代人工智能创新平台建设，为各领域智能化转型提供公共服务支撑。2019年以来，工信部和科技部分别在全国开展了国家人工智能创新应用先导区和国家新一代人工智能创新发展试验区建设工作，通过先导区与试验区建设推动人工智能技术和产业的发展。截至目前，我国已完成8个国家新一代人工智能创新应用先导区和18个国家新一代人工智能创新发展试验区的建设。2021年出台的《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》中，新一

代人工智能更是被明确列入优先发展的科技前沿领域之一。

赛迪研究院电子信息研究所副所长陆峰在最新出版的《数字化转型与治理方法论》中指出，人工智能发展是技术创新和应用创新相互螺旋上升式驱动、永无止境的过程，技术创新拓展了技术应用的范围，为持续深入创新提供了“试验田”。从应用角度来讲，人工智能应用随着技术创新不断深入，依据技术成熟度和应用对技术可靠性的需求，技术应用的范围和深度将会不断拓展。随着语音和语义识别、图像识别、视频识别、计算机视觉等人工智能基础通用型技术的发展和能力的提升，基础通用型人工智能技术的应用场景在不断拓展，生产生活中的应用场景也在不断增多。

人工智能行业企业家热议二十大报告

本报记者 曲忠芳 李正豪
北京报道

2022年10月25日，中国共产党二十大报告全文公布。报告指出，从现在起，中国共产党的中心任务就是团结带领全国各族人民全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。必须坚持科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力，深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略，开辟发展新领域新赛道，不断塑造发展新动能新优势。推动战略性新兴产业融合集群发展，构建新一代信息技术、人工智能、生物技术、新能源、新材料、高端装备、绿色环保等一批新的增长引擎。

人工智能，是引领新一轮科技革命和产业变革的关键技术，是全球科技竞争的制高点。

目前，国内主流人工智能企业的相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表达了自身对于党的二十大报告中提及的科技创新、中国式现代化等方面的学习心得。

人工智能是引领这一轮科技革命和产业变革的战略性技术，具有溢出带动性很强的“头雁”效应。我们深切体会到，今天我们比以往任何时候都需要源头技术创新，否则我们所有的创新努力，都将是在别人的院子里建大樓。我相信，在建设“幸福中国”“工业强国”的路上，人工智能会起到巨大的推动作用。我们也将继续脚踏实地做好源头技术创新，为实现高水平科技自立自强贡献力量。

——科大讯飞董事长 刘庆峰

AI是一个大时代，从移动互联网到人工智能的大时代。推动一个时代的发展，需要一个更大的“森林生态”，共同实现长期健康发展。思必驰将依托前沿的人工智能语音语言技术，拓展丰富的人工智能产业资源，开展融合创新，在产业生态圈中扮演更加活跃的角色，赋能更多的行业，登上更高的山峰。

——思必驰董事长、CEO 高始兴

作为一家人工智能企业，商汤在扎根中国的快速发展中，也是中国式现代化的具体实践者和见证者。我们必须撸起袖子，按报告中要求“着力提升产业链、供应链韧性和安全水平”，“加快实现高水平科技自立自强”，协同生态产业伙伴，实现在AI领域的中国式现代化。

——商汤科技智能计算中心总经理、上海商汤科技党总支书记 张宝春

新时代十年的伟大成就，离不开科技、人才、创新支撑。作为一家民营企业，只有增强自主创新能力，积极研发关键核心技术，才能具备核心竞争力，对此我们深感责任重大。下一步，合合信息将在人工智能领域不断深耕，继续加大技术攻坚力度，奋力迈向高水平科技自立自强。

——合合信息董事长、总经理 镇立新

当前严峻复杂的国际竞争局势，更加凸显高水平科技自立自强发展道路的必要性与紧迫性。作为中国的科技工作者，我们必须坚持把国家和民族发展放在自己力量的基点上，把人工智能的关键核心技术牢牢掌握在自己手中。

人工智能是新一轮科技革命和产业变革的重要驱动力量，发展人工智能是支撑科技自立自强、实现高质量发展的重要战略。作为中国最早一批投身人工智能创新浪潮的企业，旷视在十余年的过程中，一直坚定不移地走自主创新的发展道路，集中力量开展人工智能基础研究和技术应用的攻关工作。我们自主研发的新一代人工智能操作系统——Brain++，就是多年以来坚持自主创新的代表性成果。此外，我们不断推动人工智能技术在制造、工业、物流等产业体系中的应用，让科技创新更好地服务于实体经济的高质量发展。

——旷视科技联合创始人、CEO 印奇

融合创新迈向“深水区”

人工智能的融合创新，不仅是多种数字技术的融合或集成创新，而且与实体经济各个行业领域的融合也在不断向更纵深处渗透与发展。

人工智能技术具有溢出带动性很强的“头雁”效应，成为引领新一轮信息技术革命和产业变革的核心驱动力。

老牌AI企业科大讯飞董事长刘庆峰公开表示，十年来，科大讯飞“扭转了中文语音产业由国外巨头控制的竞争格局，也让人工智能落地应用场景，以系统性创新解决社会刚需，在教育、医疗、城市、工业等行业遍地开花”。

成立于2006年的合合信息一直聚焦于智能文字识别，这是AI技术中的一个分支，能够应用到多个商业化场景中并形成落地产品或服务，如票据分类、证照票证结构化、合同关键信息抽取、智能审核等。此外，在线办公、在线教育等场景中对文字扫描识别的需求也在明显增加。

在俞凯看来，人工智能发展一个毫无疑问的趋势在于越来越场景化。“以前大家讨论的是语音识别技术给谁用，现在已经变成不是某一个技术点的事，更重要的是与商业场景的结合越来越多，所以AI企业与传统企业、传统产业及政府机构的数字化转型联动越来越多。”与此同时，新技术之间的融合是主要趋势，从最初的“一项技术能干什么”转变为“一个场景怎么能解决好它的需求，需要用到哪些技术能力”。

上述旷视科技负责人指出，从2014年、2015年开始，AI技术在身份核验、计算摄影、智慧城市等领域有了落地应用，而随着各行各业对于数字化的升级需求越来越强烈，现在的挑战在于如何让AI技术变得普惠、易用，包括旷视科技在内的许多AI企业开始构建AI基础设施，降低AI开发和应用的门槛，同时向“深水区”探索。旷视科技面向消费物联网、城市物联网和供应链物联网提供行

业解决方案。

不难看出，人工智能的融合创新，不仅是多种数字技术的融合或集成创新，而且与实体经济各个行业领域的融合也在不断向更纵深处渗透与发展。

需要指出的是，人工智能在带动产业优化升级的同时，也带来了一定的伦理与安全问题。无论是国家监管层面，还是企业方面，近年来持续探索AI伦理及应用的边界。我国《数据安全法》《个人信息保护法》分别于2021年9月、11月正式施行，与《网络安全法》共同组成了数据治理法律领域的“基本法”。几乎同一时间段里，国家新一代人工智能治理专业委员会发布了《新一代人工智能伦理规范》，提出了六项基本要求，为从事人工智能相关活动的主体提供了指引。2022年3月

20日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加强科技伦理治理的意见》，明确了开展科技活动应用遵循的五项科技伦理原则——增进人类福祉、尊重生命权利、坚持公平公正、合理控制风险、保持公开透明，这是我国国家层面科技伦理治理的第一个指导性文件。

党的二十大报告指出，“当前，世界百年未有之大变局加速演进，新一轮科技革命和产业变革深入发展，国际力量对比深刻调整，我国发展面临新的战略机遇。”“必须坚持科技是第一生产力、人才是第一资源，创新是第一动力，深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略，开辟发展新领域新赛道，不断塑造发展新动能新优势。”全面推进人工智能产业发展，将是我国赢得全球科技竞争主动权的重要战略抓手，也是以中国式现代化实现中华民族伟大复兴的重要内容。

科技创新成为国际战略博弈的主要战场，围绕科技制高点的竞争空前激烈。我们必须保持强烈的忧患意识，做好充分的思想准备和工作准备。

未来，云从科技将坚持以“定义智慧生活，提升人类潜能”为使命，以“成为全球智能生态领军企业”为愿景，抓住国家深化实施促进新一代人工智能产

业发展的良好机遇，深耕人机协同操作系统研发，深化人工智能解决方案行业布局，推进人机协同产业生态建设，努力推动公司核心技术与实体经济深度融合，推动人工智能产业化进程和各行业智慧化转型升级，助力打造“数据驱动、人机协同、跨界融合、共创分享”的智能经济形态。

——云从科技联合创始人 姚志强

AI决策一直是第四范式的发展方向。如今市场、经济环境都处于一个快速变化、充满不确定性，对于企业、行业乃至产业来说，想要保持竞争力实现正向增长难度陡增，因此想要通过数字化转型实现变革，高质量、高效率的决策是极为重要的一环。

AI可以从数据中挖掘隐藏的规律，帮助企业各个经营环节做出最优决策，优化企业运营的所有组成部分。与很多实现预测的AI不同，AI决策能力需要基于预测，给出如何行动才能

达到预测结果。例如在供应链场景中，最核心的是要保证现货率，背后需要对门店进行销量预测，根据预测结果来对从哪补货、补多少货、如何配送等一系列连锁问题进行决策。这些已经不仅是对未来的预测，而是当下该如何行动才能达成未来的预测结果。这对于技术所需的能力、成本、迭代速度等都有严格的要求，第四范式也将再相关领域持续迭代，更好地帮助企业构建更强的智能决策能力，加快数字化转型的进程。

——第四范式联合创始人、首席研究科学家 陈雨强

鏖战第十四届“双11” 新老玩家各有所图

本报记者 李静 北京报道

“双11”进入了第四个年头，活动时间从仅有11月11日逐渐拉长，而今年最先起跑的当属快手。

公开信息显示，2022年“快手116心意购物节”的预售期为10月13日至10月19日，正式活动期为10月20日至11月11日。京东、拼多多、唯品会在10月20日方才开启“双11”预售，淘宝、抖音开启“双

11”预售则在10月24日。

在“双11”长达14年的岁月中，消费者随着电商平台从打折、玩套路，到拼服务、拼玩法一路走到现在。如今，各大新老玩家依然在挤破脑袋地推出各种吸引消费者的玩法。

深度科技研究院院长张孝荣对《中国经营报》记者表示，消费者对价格还是高度敏感，“双11”对消费者的最主要吸引力还是价格。

不过，“双11”大促对各大平

台来说，早已过了单纯追求销售GMV（商品交易总额）价值的年头，“双11”期间产生的流量高峰“脉冲”，对平台各项能力的拉练，更为平台所看中。

在今年的“双11”，可以看到几大电商平台有各自不同的追逐点，例如淘宝对直播流量的渴望，抖音对电商服务体系完善的诉求，京东拓展新商家的强烈意图，以及快手在公私域流量玩法的提升追求……

老玩家有新焦虑

拼多多、抖音、快手等新平台的崛起，不但分散了阿里的流量，而且拉升了流量获取成本。

阿里巴巴是“双11”的首创者。第十四届“天猫双11”，虽然和京东相比，开启时间晚了几天，但优惠力度上再次加码。今年“双11”，1700万商品集体打折、全场跨店每满300元减50元、88VIP会员再领820元大额券，这三重优惠消费者可以叠加使用。同时淘宝将购物车的容量从120个增加到300个。

阿里巴巴淘宝天猫产业发展及运营中心总裁雪在记者采访时表示：“消费体验、用户增长是今年‘双11’最重要的目标。”

但在不少观察者和消费者看来，直播带货是淘宝今年的重要看点。

“双11”预售前夕，9月份淘宝直播的大主播李佳琦复播，在复播第一天，其直播在不少消费者的的朋友圈刷屏，消息也很快登上了互联网热搜榜，其复播首场的观看量超过6350万。

经过一个月的铺垫之后，李佳琦的直播间逐渐回暖，“天猫双11”预售首日，李佳琦从下午三点开始直播，预售首日直播间主题为“超级美妆节”，直播间带货商品292件，近10个小时的直播观看量达4.56亿人次，单场直播累计点赞2.54亿。后有消息曝出，李佳琦直播间“双11”预售首日GMV达到了215亿元，但被签约李佳琦的美腕公司出面否认。

除了李佳琦之外，抖音直播的前带货一哥罗永浩在淘宝直播开播，在抖音成长起来的东方甄选也在淘宝直播开播，均引发了不小的关注度。淘宝“双11”预售首日，李佳琦和罗永浩的同台对垒也成为一大看点。

来自阿里的数据显示，“天猫双11”预售首日，淘宝直播产生了130个预售金额破千万元的直播间。以罗永浩、遥望梦想站、蜜蜂

惊喜社、香菇来了为代表的新生主播，以烈儿宝贝、陈洁kiki、Timor小小疯等为核心的腰部主播，首日预售开播不到1小时，每场观看量均超1000万人次。

吹雪透露，过去一年中，有超过800个新品牌的增速超过了100%，淘宝、天猫上共增加了120万新商家，淘宝直播新增了超过50万新主播。

去年以来，淘宝直播就大力扶持腰部主播和新主播，并陆续推出了新领航计划、引光者联盟、超级新咖计划、源力计划等扶持政策，今年更是引入了不少具有流量、话题量的明星和大主播。

网经社电子商务研究中心特约研究员陈虎东表示：“具有市场影响力、具有话题流量的个人进入到淘宝直播，或者进入到其他任何平台进行直播，都不是一件奇怪的事情，毕竟会带来直接的流量。但同时也间接地体现了传统电商在私域流量方面的焦虑。”

电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营对记者表示：“拼多多、抖音、快手等新平台的崛起，不但分散了阿里的流量，而且拉升了流量获取成本。自带私域流量的大主播们，一方面可以降低流量获取成本，另一方面基于主播个人影响力可以拉升平台的GMV。”

京东也是“双11”的老玩家，但和淘宝今年特别重视直播不同，在京东的“双11”启动会上几乎没有听到关于直播方向的内容。在消费者侧，今年京东的主力优惠政策是跨店每满299元减50元，优惠覆盖范围更广，优惠券使用也更加便利。

京东选择将更多的重点放在了供应端侧。在“双11”的商家

大会上，京东零售CEO辛利军就表示，要招募新商家，开启新增长。在今年“双11”期间，希望实现小微商家新入驻数量同比超100%、销售额同比提升100%。

今年年初，京东已经针对优质个体工商户推出“京东小店”模式。因为今年以来经济环境变化大，“源头好货”的概念备受追捧，在这样的大背景下，今年“双11”期间，京东开启了“百大产业带扶持计划”，将陆续向全国267个产业带招募新商家。

“在招商入驻方面，京东将为产业带商家提供多重激励，比如针对不同品类的新商家，推出技术服务费最高全额返还、阶梯缴纳质保金等优惠。”京东零售平台生态部招商负责人江健东表示。

除了扶持有开店能力产业带商家在京东平台开店销售之外，京东还推出了“工厂店”模式。江健东说道：“对于没有电商运营能力，却具备源头好货的产业带商家来说，入驻京东工厂店后，可以直接给其他商家去供货，继续做大做强原有的上游供应链。”

张孝荣对记者指出，产业带商家，大都是缺乏电商运营能力而具备源头好货，入驻电商平台，可以给平台的消费者带来性价比较好的产品。京东产业带商家的策略有助于解决商家经营难题，带动当地经济发展。

赵振营则对记者表示：“随着私域流量的崛起，生产企业对电商平台的依赖性开始降低，电商平台在产销博弈的过程中开始处于劣势地位，京东此时进军产业带商家，不仅可以扩大平台的商家数、商品量，还可以发力供应链赋能，给产业带商家提供数字化转型升级服务，这也是京东转型新型实体企业的一个重大战略举措。”

聚焦消费体验和商家运营 “天猫双11”稳住大盘就是赢？

本报记者 李立 上海报道

10月24日晚8点，一年一度的“天猫双11”预售正式开启。一边是回归后的李佳琦在直播间召集“美眉们”“补货了”，另一边首次开启淘宝直播的罗永浩PK李佳琦也毫无逊色，实时直播最大显示人数都冲过1000万+。

从天猫公布的“双11”策略看，除了李佳琦回归之外，在抖音上扎

根的罗永浩、东方甄选俞敏洪开始回流淘宝直播，今年的“天猫双11”最直接的改变是变“简单”，不用熬夜算数学。除了跨店每满300减50的折扣力度外，预售和售卖都放在晚八点，两波正式开卖的时间也分别改为，10月31日晚八点和11月10日晚八点。

“消费体验、用户增长是今年‘双11’最重要的目标。”阿里巴巴淘宝天猫产业发展及运营中心总裁

相比往年的满减游戏和复杂算法，“天猫双11”的改变在于删繁就简，提升体验。

首先是优惠力度叠加，今年“双11”，消费者可以将“三重优惠”叠加使用：1700万商品集体打折、全场跨店每满300减50，88VIP会员再领820元大额券。“2022年以来电商平台经常在打折，但对比下来确实‘双11’的价格更为优惠。”蹲守在李佳琦直播间的朱小姐告诉记者，虽然线上各个渠道打折力度不同，但加上赠品，李佳琦直播间的价格更划算。

除了预售和开卖时间都统一到晚八点之外，记者注意到，天猫对购

物实际体验进行了一系列的改造。比如全程价格保护，买贵一键退差价；下一单可以送多个地址，方便用户凑单；天猫还对购物车进行了扩容，宝贝数量扩容至300。

“这些体验上的改变看似非常细节，但却带给消费体验最直观的体感。”阿里内部员工告诉记者，这非常符合阿里巴巴中国数字商业板块总裁戴珊的施政策略，戴珊在分管淘系后的首次公开演讲就明确表示，做用户深度渗透是第一选择。

另外的体验变化则来自技术化改造。今年“双11”阿里更强调了针对用户、商家体验的技术创新。比如拍立淘产品将在大促期间大规模

上线，该图像技术能让用户以简单的拍照形式精准选择商品。

“这些改变是阿里充分考虑到宏观经济形势、消费者面对经济压力等做出的选择，消费者不需要占用更多时间，可以更轻松以合理价格买到心仪的产品。”胡麒牧对记者表示，作为传统电商平台，阿里在供应链、售后系统、物流服务等优势才是其核心竞争力。

在陈端看来，前几年热议消费升级，在消费升级过程中，消费者对价格敏感性相对降低。但去年到今年，尤其今年以来，宏观环境走弱，人们对未来发展预期不稳，出现更多的是消费升级和消费甚

新玩家拾遗补缺

以私域流量发展起来的快手电商，在今年8月正式发布了“公私域循环双轮驱动”的基本流量策略。

今年“抢跑”的新玩家快手也迎来了第五个“116购物节”。“快手116购物节”的预售时间是10月13日至10月19日，比其他电商平台的预售期提前了至少一周。

快手方面并未透露提前开启预售的原因。不过赵振营认为，这和快手前不久的电商战略调整一脉相承，“是竞争加剧环境下的一种应激反应，试图通过‘双十一’的提前启动，抢得先机，获得好的商业回报，以缓解当前企业困境。”

在“双11”前不久，快手刚刚进行了今年的第三次组织架构调整，其中新设立了商业生态委员会，将统筹推进包括电商、商业化、直播、本地生活，同时原快手电商负责人笑古被调任担任本地生活事业部负责人，快手CEO程一笑兼任商业生态委员会主席，同时兼任电商事业部负责人。

程一笑亲自下场，被认为是快手试图以更低的团队沟通成本和更强的执行力加持电子商务业务板块，推动电子商务业务板块以更快的速度为快手提供用户资产变现能力。

在今年的“双11”中，快手除了“抢跑”，还进一步提高了补贴力度，其中更高的流量激励是今

年快手的一大特点。今年9月的快手116商家大会上，快手电商宣布今年将投入此前两倍的助推流量助力商家。例如，商家发布挂车短视频并带#116好物大赏#话题即可获得不同数量的官方短视频流量激励。短视频排位赛各赛道挂车短视频&live GMV TOP10商家可获得流量奖励。大场商家完成不同等级GMV目标也可获得短视频流量激励。

快手的流量激励主要指公域流量。以私域流量发展起来的快手电商，在今年8月正式发布了“公私域循环双轮驱动”的基本流量策略。今年“双11”，快手对公域流量侧的重点发力，既是为了让具备优质内容的快手商家可以获取更多的流量，同时也希望借机更好地锤炼快手公私域循环的逻辑，推动快手电商的增长。

和快手一起成长起来的抖音电商，虽然还未清楚看到公私域流量上的问题，但近期罗永浩和东方甄选两大主播（主播机构）跨平台在淘宝开播，对抖音电商也产生了一定困扰。

网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青表示，从行业的变动可以看到，大主播背后的公司开始考虑

把“鸡蛋放在多个篮子里”，避免过度依赖一家平台。未来淘宝直播的主播去抖音、快手也不是没有可能。

抖音官方并未纠结在大主播跨平台开播的问题上，赵振营对记者指出：“在东方甄选跨平台开播之前，抖音就已向腰部主播倾斜资源，在今年‘双十一’，抖音提出的几个方向更多地放在了电商体系的完善方面。”

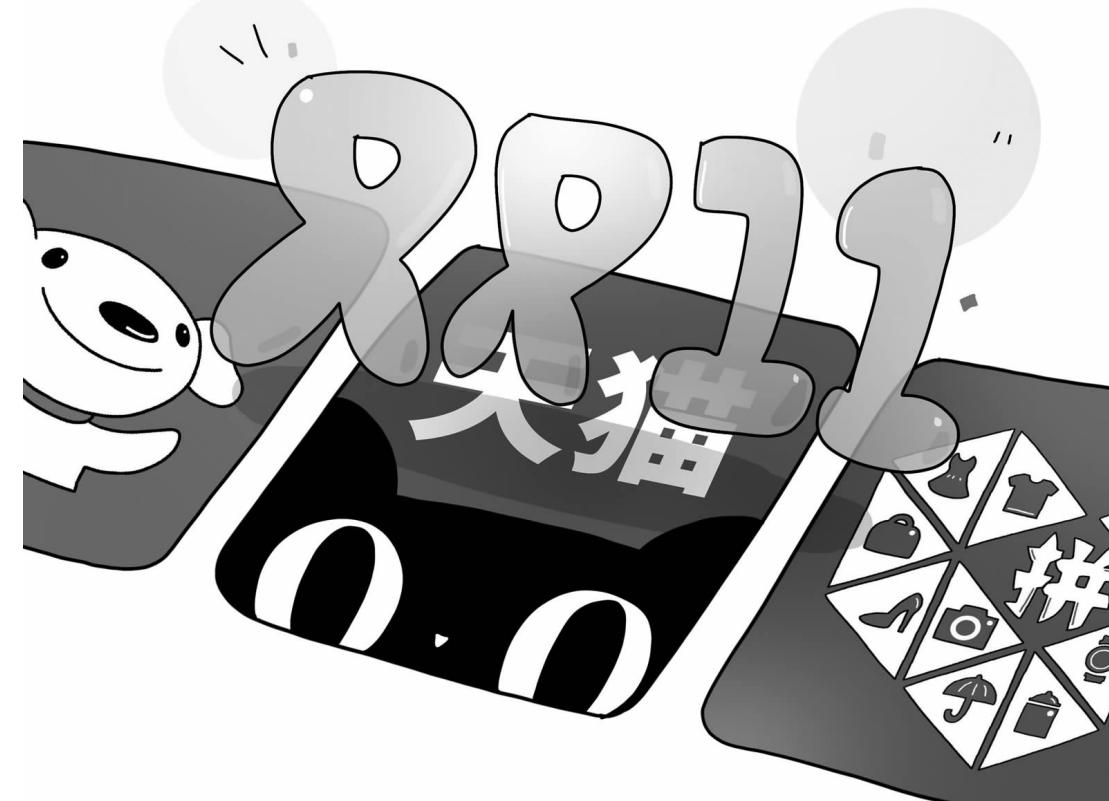
据介绍，为保障“双11”活动期间物流安全顺畅，抖音电商联合十余家行业头部物流公司排查产能和风险，提前进行了资源筹备。鉴于交易体量和快递单量与日俱增，抖音电商还与圆通、中通签署了“兜底保障”的合作协议。

同时，针对中小商家存在资源不足，物流管控能力弱等相关问题，抖音电商供应链云仓系统推出了“区域分仓”“极致履约”“紧急情况应对”等举措来解决爆仓问题，为订单揽送提供保障。

另外，为了加强大促期间的

消费者权益保障，今年“双11”抖音电商升级了价保服务，将从原

先付款后15天的价保期，延长至11月11日活动结束后的15天内全价保。这意味着该平台最长价保时间延长到了34天。



“双11”期间产生的高峰“脉冲”，对平台各项能力的拉练，更为平台所看中。

视觉中国/图

经营B端

不过作为硬币的另一面，除了消费者以外，“双11”更重要的一面还在于运营商家，帮助他们在经济低迷期获得确定性的增长。

“今年‘天猫双11’是全社会参与角色最丰富、最多元的一次‘双11’。”吹雪透露，从第一届“双11”只有27个商家报名，到今年第十四届“双11”，一共有29万个来自全球的品牌参与，还有数百万产业带商家、中小创业者参与。

记者注意到，从今年9月底天猫开放“双11”招商，一口气公布了12项商家举措，总体的思路都是围绕种草流量和产品工具上做加法，经营成本上做减法。

阿里巴巴淘宝天猫CTO若海举例，比如围绕消费场景的XR核心技术，将为商家提供低成本的三维建模、虚拟融合、3D内容编辑等技术工具和方案。“商家可以快速创建3D店铺，能根据不同消费季节一键替换店铺风格，而用户能通过虚拟数字化化身进行自由试穿试戴。”胡麒牧认为。

一系列帮助商家快速剪辑短视频、降低直播门槛的工具产品也被天猫视为独门秘籍。此前阿里妈妈产品负责人渊穆向记者透露，阿里妈妈在“双11”期间推出了直播间智能技术套装。可以识别视频互动价值，智能剪辑精彩看点，帮助商家进行多媒体二次传播。“单独生产一条短视频，起步价最少在2000元起，阿里妈妈通过帮商家解决直播经营中遇到更细节的问题，进而降低门槛，提升经营效率。”渊穆表示。

近年来的阿里商业体系大大加强了对B端的扶持，品牌塑造和赋能，胡麒牧对记者表示。怎样通过系统化运营帮助商家赚钱，将其数智化技术成果和成熟的商业体系赋能中小商家，才能让电商平台获得更稳定的生态。“这既是天猫等传统电商平台的核心竞争力，也是其区别于抖音、快手这些新电商的重要区别。如果仅仅只是服务于C端用户，那就很容易沦为渠道。”胡麒牧认为。

版权“非独家时代”争夺依然激烈 网易云音乐何以破局？

本报记者 李玉洋 李正豪 上海报道

近来，一些在线音乐平台出现了新情况，仅凭音乐做成大生意的梦想还得面对现实。

日前，企查查信息显示，阿里音乐主体公司北京阿里巴巴音乐科技有限公司近日发生工商变更，更名为北京桐铭科技有限公司。

人事、业务再调整

随着一笔笔融资到账，各种决策声音在网易云音乐高层之间出现，也让网易云音乐业务边界不断拓展。

贤江还记得2013年网易云音乐刚出道时，其以黑胶唱片的UI设计在当时一众在线音乐App中杀出一条血路。“从推出到上市，网易云音乐这一路走来不容易。”贤江认为，网易云音乐采取的差异化打法是其取得成功的主要原因。

“一开始，网易云音乐就在内容上有了自己特色，集聚了一批粤语歌和格调比较高的歌曲。”贤江说，网易云音乐的社区氛围更浓，他很喜欢阅读上面的评论，这和B站有点类似，而那时其他音乐App顶多是音乐播放器。

的确，网易云音乐底下的评论总能让人惊艳，这些评论就像树洞，常把人生百态和疾苦囊括其中，于是网易云就成了网友口中的“网抑云”，再加上强大的首页个性化推荐功能，网易云音乐收获到不少年轻人的喜爱。

此外，众多独立音乐人聚集网易云音乐，也成为其特色之一。2015年，独立音乐人迎来爆发期，花粥、赵雷等过去名不见经传的音乐人开始主流化，加上以草莓、摩登天空为代表的音乐节在彼时颇为盛行，这些因素都促使独立音乐人迎来爆发期，而网易云音乐成为其中受益者，顺势收获了不少用户。截至目前，网

司，朱顺炎卸任法定代表人、执行董事及经理职务。王炎接任董事长一职。

另外，网易云音乐也在10月初曝出新一轮人事和业务调整：网易云音乐副总裁丁博传出已于9月底离职，游戏运营出身的张栋将出任CEO；旗下对标全民K歌的音街App发布公告称，因业务发展的调

整该App于2022年9月30日关闭。

针对丁博离职、音街关停等问题，《中国经营报》记者联系网易云音乐，截至发稿未获回复。有接近网易云音乐人士告诉记者：“丁博确实已离职，没有听说张栋要担任CEO，目前CEO还是丁磊。”

在音乐产业观察者贤江看

来，在线音乐平台近几年来的人事变动尤其是管理层变动并不少见，在“创作者经济”下，在线音乐平台靠音乐相关业务盈利较为困难，业务调整都可视为“摸着石头过河”的尝试。事实上，记者注意到，作为唯一实现盈利的音乐流媒体，腾讯音乐娱乐集团(TME)依靠的是社交娱乐业务。



网易云音乐在10月初曝出新一轮人事和业务调整。

视觉中国/图

易云音乐入驻原创音乐人52.9万，位居行业第一。

“我们将歌单功能推成了所有音乐App的主流功能，目前为止网易云音乐仍是中国在歌单领域最成功的音乐产品。同时，我们把音乐评论变成了大家听歌时候的阅读习惯。”丁博曾在《好音乐就是好生活》的主题演讲中这样总结网易云音乐所做的事情。

据悉，丁博在音乐圈小有名望，曾担任过《音乐风云榜》《快乐女生》等知名音乐活动的评委，于2009年加入网易，历任网易娱乐中心主编、音乐中心主编、音乐中心副总监以及网易音乐事业部副总经理。

2016年，网易云音乐原高级总监王磊离职后，丁博接力其指挥棒，职位调整为网易云音乐副总裁。(丁博)有资历、有才艺，有行业从业经历才去的网易。”就匠音乐创始人张昭轶表示。

在外界看来，随着2017年走上融资之路后，网易云音乐不少创始成员先后离开，其中当属网易知名产品经理王诗沐于2019年离职最为引外界关注。到了2021年初，网易云音乐又发生一次较大人事变动，原CEO朱一闻被降级为高级副总裁，网易公司创始人丁磊转而上任CEO及董事会主席。

当然，随着一笔笔融资到账，各种决策声音在网易云音乐高层之间出现，也让网易云音乐业务边界不断拓展。

2019年，网易云音乐开始试水社交娱乐业务，先后上线云村、云圈、LOOK直播、音街、心遇等一系列产品。然而目前看来，成效不佳、难以破圈，比如上线仅两年的音街App在今年9月30日就关停了，而依赖虚拟物品销售的LOOK直播、声波等也正受到更为严格的监管。

“这是一个创作者经济时代，网易云音乐和独立音乐人合作，发挥自身社区氛围浓厚的优势，打造社交系列产品，这些方向没问题，但盈利方式还需要继续摸索。”贤江指出。

非独家时代的版权之争

短视频平台不断攫取受众注意力，音乐流媒体平台开始式微。

10月21日，美国著名创作型歌手泰勒·斯威夫特(Taylor Swift)的全新专辑数字专辑《Midnights》(售价35元)在QQ音乐、网易云音乐、Spotify、苹果音乐等多家流媒体平台上线。

截至目前，《Midnights》数字专辑在网易云音乐的销售额已突破914万元，位居专辑周榜TOP2，在QQ音乐上也售出超26万张，销售额超910万元。此外，《Midnights》还打破了苹果音乐有史以来最大的流行专辑首日播放纪录。

如今短视频当道，只有当Taylor Swift、周杰伦这个量级的流行巨星出新专辑时，音乐流媒体平台才有机会再重拾大众注意。版权，是在线音乐平台的护城河，也是在线音乐行业的必争之地，不管是在唱片式微、在线音乐崛起年代，还是在短视频当道之时。

“相比其他平台，网易云音乐的短板还是在于获得的版权还不够。”贤江说。在采买版权方面，TME(腾讯音乐娱乐集团)曾凭借雄厚财力获得了大量独家版权，这也使虾米音乐等小型平台在版权的竞争中落伍，一定程度上促使后者被淘汰出局。

2021年，在线音乐平台版权之争迎来转机。当年7月下旬，国家市场监督管理总局要求腾讯音乐解除与上游版权方已达成的独家协议。2021年8月31日，腾讯音乐宣布放弃版权独家授权，上游版权方可以自行向其他经营者进行授权。随后，丁磊公开表示：“看到腾讯音乐放弃音乐独家版权的公告，我们非常期待，这是一个真心实意的，不含任何阳奉阴违的决定。”

在过去一年的时间里，虾米音乐关停、腾讯音乐被罚、网易云音乐上市，音乐市场迎来诸多变局，这些事件的背后，绕不开音乐版权的长期争夺战。随着版权开放时代的到来，网易云音乐正进一步加快音乐版权采购的步伐。

据了解，2021年，网易云音乐相继与摩登天空、英皇娱乐、中国唱片集团、风华秋实达成合作；2022年以来，其又与福茂唱片、时

代峰峻、SM公司、YG娱乐等达成版权合作。截至2022年6月，网易云音乐曲库数超1.06亿首。

然而，非独家版权时代的到来，并不意味着购买版权成本会降低，何况有些版权也不是花钱就能买到的。“虽然头部、中腰部、尾部之间版权购买成本差异很大，但近几年音乐版权的交易门槛被一再提高，交易整体价格不断攀升。具体的成本，仍需要和版权方进行谈判。”贤江说。

网易云音乐2022年上半年财报显示，公司营收42.6亿元，同比增长33.8%；经调整净亏损2.2亿元，同比收窄59.3%。在内容服务成本(主要包括内容授权费及收入分成费)方面，网易云音乐今年上半年由去年的28亿元增加到33亿元，同比增长了16.4%，尽管官方解释的主要原因是，随着社交娱乐服务收入的增加，使得收入分成增加，进而导致内容服务成本增加，但不可否认的是，内容授权费也在上涨。

然而，拥有版权并不意味着拥有一切。短视频平台不断攫取受众注意力，音乐流媒体平台开始式微。当“抖音神曲”们霸占市场，短视频平台逐渐形成了可与在线音乐平台相抗衡的音乐宣发能力，并以此切走音乐广告等蛋糕。

QuestMobile《2022中国移动互联网半年大报告》指出，截至2022年6月，短视频用户占互联网行业使用总时长近三成，大部分是抖音、快手观看直播的用户。

“公司正面临来自其他在线音乐平台及新内容形式(如音频及短视频)提供商的激烈竞争，对公司社交娱乐服务的整体用户规模的短期增长以及变现方面带来压力。”TME在回港上市招股书中这样提到。

与此同时，不甘为QQ音乐、网易云音乐导流的抖音开始与四大唱片商谈版权合作事宜，并推出音乐人服务平台逐步介入音乐的创作、宣发环节，并推出了独立App汽水音乐，截留那波转向音乐平台听完整抖音热歌的用户，形成流量闭环。

国产可穿戴品牌崛起：华为、小米跻身前五

中国品牌崛起

本报记者 陈佳岚 广州报道

逆势之下，可穿戴设备市场，中国部分厂商仍交出了一份不错的答卷。

近日，多家智能可穿戴概念上市公司发布三季度业绩预告，且业绩为预增。可穿戴领域新贵佳禾智能(300793.SZ)发布业绩预告，预计2022年1~9月盈利1.4亿元至1.6亿元，同比上年增长72.7%至97.37%。奋达科技(002681.SZ)预计前三季度归母净利润同比增长188.55%~195.36%，业绩增长的主要原因是公司的电声产品、健康电器、智能穿戴等核心主业稳健增长。

与此同时，市场研究机构Strategy Analytics设备团队的最新研究表明，2022年上半年，华为在发货量和收入方面都已成为全球第二大可穿戴设备供应商。目前全球所有主要可穿戴设备收入中，华为占到了七分之一。

Strategy Analytics全球无线实践服务执行总监Neil Mawston在接受《中国经营报》记者采访时表示，2022年上半年，华为和小米等中国品牌占全球所有可穿戴设备出货量的近十分之四，从低成本的健身手环到中端智能手表，中国品牌在可穿戴设备领域均占有重要地位。

记者注意到，近几年来，国产智能可穿戴品牌正在迅速崛起，吸引越来越多的消费者买单。

从品类分布来看，主流可穿戴设备呈现出手表、手环、耳机“三足鼎立”的局面。其中，以TWS耳机(真无线耳机)为主的耳戴式设备出货量持续保持高位，与如今越来越多的手机产品取消3.5mm耳机接口不无关系。

近年来全球可穿戴设备市场规模逐年递增，增速在20%左右波动。IDC数据显示，全球可穿戴设备市场2021年全年出货量为5.336亿部，比2020年增长20.0%。

事实上，在传统消费电子市场增幅趋缓的大行情下，可穿戴设备被视为下一代拉动市场增长的新引擎近年来越来越受到关注。而中国品牌、制造产业链也受益于这一红利得以蓬勃发展。

近几年，中国可穿戴品牌在全球市场的影响力正在扩大。以TWS耳机和智能手表为例，上述两

个赛道正一改过去苹果一家独大的局面，与之对应的则是国产品牌在崛起。

在IDC的数据中，2021年全球五大可穿戴设备厂商，中国品牌就占了两个席位，小米和华为。而Strategy Analytics的报告中，2022年上半年全球前五大可穿戴设备厂商中，中国品牌就占了三个席位，华为和小米以及Imoo(步步高旗下小天才)。

在国内可穿戴市场，国产品牌发展更为迅速。根据IDC对2022年第二季度中国可穿戴设备市场的跟踪显示，市场前五名除了苹果外，其余皆为中国本土品牌。

IDC中国助理研究总监潘雪菲对记者表示，中国的可穿戴设备厂商在2019年之前一直发展很快，近两年来在全球可穿戴市场的占比基本上持平，发展较为稳定，在

全球市场占据一定市场地位。

国内品牌的崛起也离不开中国市场对整体可穿戴市场的带动，本报记者注意到，全球五分之一的可穿戴设备出货来自于中国，IDC报告显示，2021年全年，中国可穿戴市场出货量近1.4亿台，同比增长25.4%，占全球可穿戴设备出货26.24%。

而从当前火热的TWS耳机市场来看，小米挤进了2021年全球TWS耳机市场前五，在国内市场，国产品牌发展更为迅速。全球著名市场调研机构Canalys发布的数据显示，2022年第二季度，国产品牌小米TWS耳机在中国市场上的市占率超越苹果，市场份额最高达到14%，位居第一。除了小米，漫步者、华为、OPPO也在国内市场前五行列，其中，OPPO的市场增幅达到了119%。

同时，中国品牌在全球的市占率也稳步提升。据Canalys数据，今年第二季度，小米在俄罗斯TWS市场上的市占率同样位列首位，OPPO在印度TWS市场上的市占率同比暴涨583%。

互联网分析师张书乐表示，国产耳机的逆袭，说明中国智造更符合中国市场的需要，也更符合国人的使用习惯，不只是靠简单的性价比达成竞争优势。

“尽管在目前大形势下，中国厂商仍然在积极面对市场挑战并完善市场发展路径。”潘雪菲表示，一方面，主流厂商在产品类型上逐渐完善，且在产品线布局上夯实入门级市场，向上探索和发展中高端市场；在逆势之下保量的同时，能够争取更多的应收和利润，提升运营效率。另一方面，主流厂商也在产品场景拓展和技术积累上持续

发力和投入，除了较为成熟的运动场景，在健康场景下的传感技术和算法的探索也在持续进行，此外，中国厂商们在不断推动与其他家居、车载等IoT(物联网)场景联动。

潘雪菲表示，在全球可穿戴市场上，中国厂商也在积极挖掘更多地区的市场潜力，中国手机厂商在海外市场拓展所积累的品牌和渠道方面的资源，也为可穿戴设备在海外市场打下重要基础。

Strategy Analytics无线设备策略部执行董事尼尔·马斯通(Neil Mawston)指出，苹果手表(Apple Watch)正在推动中国高端智能手表的发展。由于苹果iPhone非常受欢迎，与其搭售在一起销售Watch对苹果来说很有利。但价格优惠、4G性能良好的中国本土品牌正在填补中端和入门级市场，如小米。

需求放缓挑战

尽管中国厂商在可穿戴设备市场已经占有一定行业地位，但苹果仍是全球可穿戴市场的霸主，中国品牌虽然也在向高端市场迈进，也非易事。

Neil Mawston表示，苹果、三星、佳明和Fitbit是中国厂商在全球高端可穿戴设备市场上竞争的主要品牌，击败苹果是很困难的，因此像华为这样的公司可能也不得不瞄准其他品牌如佳明或三星以实现增长。此外，让高端可穿戴设备进入高端零售渠道(如机场商店)也并非易事，这也将是2023年中国品牌面临的一个挑战。

Strategy Analytics的报告指出，2022年第二季度全球可穿戴设备出货量连续第二季度下降，此前2022年第一季度出现了首次下降。经济下行和地缘政治不确定性导致健身手环、功能手表和可听设备需求大幅下降，尽管智能手表需求增长平缓，智能眼镜和无束缚VR的持续增长(尽管基数较低)也

仅部分抵消了这一增长。

与此同时，IDC的数据亦显示，2022年第二季度全球可穿戴设备市场出货量为1.07亿台，同比下降6.9%。2022年第二季度中国可穿戴设备市场出货量为2857万台，同比下降23.3%，连续两个季度同比下滑。不过，IDC移动设备和AR/VR研究总监Ramon T. Llamas仍认为，虽然2022年第二季度全球可穿戴设备市场出货下滑，但今年全年出货量很可能与去年持平，而不会下滑。IDC还预测，2022年全球可穿戴市场同比增长0.4%。

潘雪菲则表示，过去三年时间，运动手表、TWS耳机、主动降

噪耳机先后引爆市场，成就可穿戴市场的高速增长时期。接下来，市场一方面需要通过精细化定位尽可能延长阶段性增长周期，另一方面应该持续探索下一阶段增长点。

尽管整体市场下行，但作为可穿戴市场中最具发展潜力的成人手表市场，2022年上半年高端化趋势尤其被机构看作是亮点。IDC数据显示，2022年上半年人民币2000元以上产品出货量占比持续增长，出货量同比增长高达29%。潘雪菲指出，从供给端看，厂商在市场环境遇冷周期内，对营收和利润的重视程度逐渐超过出货规模本身。因此在产品布局上会逐渐

向高端市场上有所侧重。从消费端看，高收入群体整体消费意愿在经济环境遭遇挑战时期受到的冲击较小，尤其对于刚需性相对较强的智能手表的消费意愿和能力依然保持稳定，甚至出于生活方式向健康方向改善的考虑，更积极地参与到日常运动中，从而激发更多消费需求。

值得注意的是，即便今年的可穿戴市场需求在下滑，有市场调研机构依然对一些可穿戴产品细分领域的发展前景持乐观态度，认为未来几年这些市场依然拥有不错的增长空间。IDC预计，2023年至2026年，中国成人手表市场出货量依然将实现10%以上的增长率。

苏宁易购牵手美团 “即时零售”上演新故事

本报记者 李立 上海报道

在2022年“双11”之前，苏宁易购和美团正式牵手。

日前苏宁易购与美团达成战略合作，全国超600家门店入驻美团，共覆盖175个城市。自10月21日起，用户登录“美团”或“美团外卖”APP搜索“苏宁易购”，即可下单购买手机、电脑、生活家电类产品。

各取所需的合作

借道美团，苏宁易购以最小的成本拓展了线上渠道。

从深陷亏损到戴帽转“ST易购”，苏宁易购经历了跌宕起伏的一年。不过早年间布局的线下连锁卖场仍然给了苏宁易购继续玩下去的“资本”。财报数据显示，截至2022年6月30日，苏宁易购旗下家电3C家居生活专业店1589家，县域级下沉市场苏宁易购零售云加盟店9749家，仍然覆盖核心商圈、社区商圈、商超及部分购物中心、下沉市场等多个线下消费场景。

“线上下单、身边门店配送、30分钟极速送达”，苏宁易购显然想通过美团创造新的购物体验。苏宁易购对记者表示，将手机、数码类产品搬到本地生活平台上，业界前期并非没有尝试过，但得益于其供应链、标准化服务体系，以及家

品，最快30分钟送达。

“首批175城629家，计划在2023年入驻门店超1000家。”苏宁易购向《中国经营报》记者确认，此后还将持续与美团推进即时零售，空调、冰洗等大家电的即时配送将是下一步重点。

对于美团，苏宁易购显然也是其落地即时零售的重要一环。美团闪购相关负责人回应称，苏宁易购

作为线下头部的数码家电连锁卖场，拥有丰富的数码家电商品的线下供给，在“本地供给+即时配送”的即时零售模式下，成为美团闪购的重要本地实体供给补充，丰富和拓展了在数码家电商品上的供给。

这一幕与当年苏宁易购牵手阿里巴巴似乎有点相似，不过故事的主角和形势都发生了翻天覆地的变化。

“苏宁易购的入驻，可迅速丰富美团闪购在数码家电商品上的供给，也能持续吸引更多数码3C头部品牌关注，加速美团闪购数码家电品类商品的供给覆盖。”该负责人认为。

不过，双方并没有透露合作的更多细节。美团闪购的公告显示，根据用户地址推送周边门店，展示对应门店的活动力度，价格以实际结算为准。

记者进入美团APP搜索“苏宁易购”，结果显示，49元起送配送费用为零。但在线下单的数量并不多，“附近的苏宁易购门店”最多的下单量为月售174单，多数门店的下单量暂时还停留在个位数。线上售卖的品类分为手机、手机配件、生活家电、电脑办公等，商品的丰富度仍有待扩充。

“苏宁易购的入驻，可迅速丰富美团闪购在数码家电商品上的供给，也能持续吸引更多数码3C头部品牌关注，加速美团闪购数码家电品类商品的供给覆盖。”该负责人认为。

不过，双方并没有透露合作的更多细节。美团闪购的公告显示，根据用户地址推送周边门店，展示对应门店的活动力度，价格以实际结算为准。

记者进入美团APP搜索“苏宁易购”，结果显示，49元起送配送费用为零。但在线下单的数量并不多，“附近的苏宁易购门店”最多的下单量为月售174单，多数门店的下单量暂时还停留在个位数。线上售卖的品类分为手机、手机配件、生活家电、电脑办公等，商品的丰富度仍有待扩充。

即时零售“生长逻辑”

美团即时零售正在打造“万物皆可外卖”的概念。

比起各取所需，在流量见顶、碎片化的形势下，即时零售对美团等企业是不得不走的一步。

即时零售的主要特征是“线上线下，线下30分钟送达”，其供给高度依赖本地门店。通过苏宁易购，美团以较少的代价继续推进即时零售，可以强化“像点外卖一样买家电”的用户心智。“手机、电脑以及生活电器，均是高定价的产品，均值在3000元以上，这些产品补齐、夯实了美团家电3C板块，更为显著的是提高了美团平台的客单价。”接受采访的业内人士指出。

值得注意的是，美团在资本市场的自身定位也在不断进化。2018年美团上市，定位是“中国最大的餐饮外卖平台”。但是以外卖作为流量入口，美团的资本故事继续向前。从酒店及旅游服务、美团买菜到医疗健康，美团逐步成长为本地生活服务的超级平台。

2022年美团发布Q2财报，即时零售在美团的地位进一步提升。代表即时零售的美团闪购也从新业务划分到核心本地商业，和外卖、到店和酒店及旅游站在

一起。
财报显示，美团闪购日均单量达430万，用户数及交易频次显著增加。“过去几年美团闪购建立了自己的核心竞争力，在配送方面复用了美团遍布全国的即时配送网络，积累了行业最大的本地商户基础，拥有最多元的本地供给。”美团CEO王兴在随后的财报电话会上表示。

美团研究院副院长张琳认为，即时零售未来与实体零售将是共生共荣的关系，“本地实体零售是即时零售的供给基本盘。即时零售进一步发展的关键是本地供给的丰富度。本地供给的效率、服务能力和成本，是即时零售未来的重要增长点”，张琳告诉记者，对于消费确定性和时效性的要求在不断提升，“外卖当做快递用”也成了很多消费者的自发购物形式。

在张琳看来，即时零售的发展逻辑可以总结为“本地实体零售繁荣，生长出即时零售等新业态，新业态再反哺本地实体零售增长，进一步促进本地实体经济振兴”。

美团即时零售正在打造“万物皆可外卖”的概念，除了餐食药品美妆之外，家电甚至更多的类目将被装入其中。

不过在即时零售的战场上，另一位玩家京东的运营逻辑则与美团从根本上不一样。美团是以外卖为切入口，运营流量的方式是做即时零售，尝试以外卖小哥为先锋，打开即时零售的大门。京东则是以零售的方式在运营，京东旗下的达达集团顶着“即时零售”第一股的光环上市，眼下已基本与京东系完成融合。“京东做即时配送，3C家电是天然优势，加之达达系在商超领域多年的积累，战场还远未分出胜负。”接近京东的人士表示。

运营逻辑的不同，发展的路径、赢得的客户和最终的结果也会大相径庭。但零售是非常庞杂专业的系统，并非以互联网的方式快速进攻就可以拿下。美团和苏宁易购的牵手开辟了即时零售的一个新版本，前者在开疆拓土之后势必需要回头来补零售的课，苏宁易购能否借美团的快车找到新机会还有待时间验证。

AR眼镜集中上市 风口还是“噱头”？

本报记者 秦泉 北京报道

沉寂许久的AR赛道再度热

闹起来。近日，被称为AR“四小龙”的Nreal、雷鸟创新、Rokid、影目(INMO)的消费级产品频频上

市，“退网”多时的罗永浩高调入局AR行业，各路资本也相继入局，在元宇宙助推下，AR领域风云再起。

在中国经营报记者的采访过程中，多位业内人士表示，AR应用已经推出，各种概念也层出不穷。

不穷。资本追捧和加持下的AR概念炙手可热，也获得了足够的关注流量。不过依然有很多应用

场景停留在纸面上，有的是噱头，有的虽然有应用，但还没有大规模落地，远未满足市场需求。

新品密集发布

“目前，AR行业的企业有越来越多的动作和产品，整体上看是大

的行业周期到了。”雷鸟创新CEO李宏伟日前表示。

2022年以来，尤其是近几个月，国内主流AR眼镜厂商均推出

了自己的新产品，消费级AR眼镜再度呈现爆发态势。

易观分析的最新统计数据显示，2022年第三季度，国内消费级AR眼镜主要线上平台销量排名前五大品牌主要是Nreal、雷鸟创新、Rokid、米家、INMO。其中，Nreal以34.5%的市场份额占据首位，雷鸟创新以28.6%的市场份额名列第二，值得注意的是，雷鸟创新仅成立一年的时间。各大厂商纷纷选择今年10月份推出了新品AR眼镜。

10月17日，国内AR厂商李未可科技在线上发布会推出首款AR眼镜Meta Lens，作为全球首款户外可穿戴双目AR眼镜，其在产品创新上将数字人落地在AR眼镜上，还在硬件层面做到行业首个真正意义上的户外可穿戴AR眼镜。紧随其后，Rokid、雷鸟创新也发布了新一代消费级AR眼镜。

另一家消费级AR眼镜厂商Nreal则已在8月份面向中国市场正式推出了三款硬件产品，其中包括Nreal X、Nreal Air两款AR眼镜和一款转接设备Nreal适配器。

据不完全统计，今年上半年有超过十款AR眼镜发布或上市。

对于消费级AR眼镜的再度爆发，易观分析文化消费行业资深顾问廖旭华认为：有很多方面的原因为此，包括技术、资本和市场。因为之前有B端市场的实践，消费端目前的显示方案和产品方案已经基本成熟，各家出新品都不算特别难，另一原因是此前元宇宙热潮时投资者的推动，今年是产品上线时间；还有就是业内对苹果AR的预期，都想在苹果AR上市之前取得一定的市场优势，等苹果点燃市场

就顺风起飞。

天使投资人、互联网专家郭涛认为，随着元宇宙概念的火爆，游戏、社交等多个元宇宙应用场景有望迎来井喷式落地，AR眼镜相关技术逐步成熟，用户体验提高，消费级AR作为元宇宙重要的入口之一，需求量大幅增加，行业将迎来新一轮高速发展期。

北京社会科学院研究员王鹏则对记者表示，近两年资本市场热炒VR/AR，其原因首先是随着5G等电信基础设施的普及，为增强现实、混合现实技术提供了一个很好的基础设施；其次是头盔、眼镜等相关硬件成本有所降低，能够走进普通家庭中。而最重要的还是元宇宙的助推作用，不仅是游戏、工业互联网、数字孪生、虚拟现实都在与元宇宙结合。

2022年11月新刊抢先读

广告



2022年是极不平凡的一年，不确定性是每一个企业和品牌都面临的新常态。市场研究公司央视市场研究(CTR)数据显示，中国的快速消费品市场在2022年上半年保持了2.8%的增长，显示出强大的韧性。如今市场已经步入“下一个常态”，进入了“价值消费时代”，其特点就是消费者更理性、更关注产品提供的内在价值。新品牌的诞生、发展、竞争有利于进一步激发企业创新的活力，实现价值升级、创造新的需求，更好地拉动经济增长。在“双11”这个“消费狂欢”的季节里，《商学院》特别策划了本期封面故事，《价值消费时代：新品牌“破袭战”怎么打》。我们聚焦十个新品牌，看它们是如何撬动自己所在领域的巨大市场实现高速增长；看它们对整个行业带来哪些启示和借鉴。

• 热点 HOT NEWS •

21 lululemon，用幸福感打开顾客的心

38 BarkBox“造浪”，如何掘金“它经济”

64 SHEIN逆袭，可否打破不可能“倒三角”

77 “韧性”王珮瑜：寻找另一个舞台

82 洋码头，失掉的“码头”

94 2022 如何更好践行中国式现代化？

111 “中国芯”的机会在哪里

117 椰树式营销，流量也有副作用

139 人类起源，那些光怪陆离的传说

订阅

《商学院》杂志全年订价480元

本期零售价40元

邮发代号：2-520

订阅咨询电话：010-88890090

在线零售

淘宝：<https://zjyd.taobao.com/>

拼多多：https://mobile.yangkeduo.com/mall_page.html?mall_id=543690507



纸质刊订阅

商学院APP

行业大起大落

实际上，这已不是VR/AR第一次成为热议焦点。2012年Google发布初代Google glass揭开了VR/AR发展的序幕，随后，微软、索尼等全球科技企业先后进入，该市场一路高歌猛进，在2016年到达顶峰。2016年也由此被称为AR元年。根据VR陀螺数据，2016年全球VR/AR领域投资金额与数量出现小高峰，分别达261.8亿元和203起。

安信证券曾表示，第一次计算机浪潮带来的颠覆性革命将在VR/AR时代重演，VR/AR将是继PC电脑、智能手机之后的下一代消费级计算机科技产品，VR/AR

头戴式显示器将会遵循类似从PC电脑到智能手机(智能VR/AR眼镜)的发展路线。

但AR的热潮似乎刚开始就迎来结局，由于眩晕与延时体验等消费者使用痛点难以解决，因而资本也渐趋理性，投资热度有所回落。

廖旭华说道：“最后落地的AR不是人们想象中的AR。2016年最后落地到了企业端协作和生产方案上，这一次会落地到近眼显示设备上，但是人们想象的那种独立运算、虚实交互的轻便AR一体机眼镜，目前来看想要在技术上实现落地还需要很长的一段时间。”

AR何时爆发？

乘着元宇宙之势，AR能否迎来真正的爆发？

李宏伟此前介绍称：“我们预测消费级AR会经历三个阶段：早期市场(2022~2025年)，也可以称为准备期，这个阶段的要义和核心能力是硬件设备，实现部分手机场景的替代；主流市场(2025~2028年)，硬件的性能达到满足杀手级应用的要求，革命性产品出现，进入大众用户市场；生态爆发阶段(2028年后)，这个阶段构成生态正循环的壁垒。”

廖旭华认为，AR的发展需要

两方面的助力。“一个是内容与应用生态的繁荣水平，简单来说就是各个企业能不能探索出更多可玩、可用的用户场景，提供更多的内容和应用。另一个就是大型科技企业的后续动向，现在还没有真正有全面市场影响力的产品。”

郭涛则认为，AR相关核心技术的成熟和应用场景的大规模落地是消费级AR行业爆发的关键。核心技术成熟将进一步提升用户体验、降低设备成本，为AR设备大规模普及创造硬件条件；而基于

天使投资人、知名互联网专家郭涛向记者分析道，此前，消费级VR场景主要集中于游戏、娱乐等少数几个领域，受制于核心技术不成熟、设备售价高、成熟应用场景匮乏等突出问题，用户体验不好、产品黏性不高，无法实现规模化落地普及。随着元宇宙发展和成熟，将有望从根本上突破VR眼镜行业发展瓶颈，并迎来发展的黄金时期。

独立经济学家、财经评论员王赤坤认为，AR应用各种概念也层出不穷。一时间AR概念炙手可热，不仅获得资本的吹捧和加持，也获得了足够的关注流量。

AR眼镜的元宇宙游戏、元宇宙社交等应用场景的成熟和大规模落地，将为消费级AR设备带来裂变式发展机会。

“消费级AR产品必须通过AR生态产业链才能真正爆发”，王赤坤认为，AR是个巨大的生态产业链概念，而AR产业链想要建立的持久、多层次的巨大生态产业链，涉及到创新性技术、创新性材料、创新性商业应用、创新性运维等。消费级AR产品要想实现真正的爆发任重而道远。

10年年均增长7.4%

出口量居全球第二 自主品牌车企加速征战“一带一路”市场

本报记者 夏治斌 张家振 上海报道

“中国不断扩大对外开放，不仅发展了自己，也造福了世界。”

安徽江淮汽车集团股份有限公司(以下简称“江汽集团”)相关负责人日前在接受《中国经营报》记者采访时表示，近年来，江汽集团借势国家“一带一路”倡议东风，积极拥抱汽车产业变革，加快产品结构优化升级，加大海外市场开拓力度，进一步推动国际业务持续向上发展。

相关资料显示，党的十八大以来，江汽集团已累计出口约63万辆汽车，足迹遍布全球130多个国家和地区，带动了“一带一路”

沿线国家参与国际汽车产业分工，共同创造经济效益和社会效益，实现江汽集团与出口地国家的共赢发展。

党的二十大报告提出，推进高水平对外开放，推动共建“一带一路”高质量发展，深度参与全球产业分工和合作，维护多元稳定的国际经济格局和经贸关系。江汽集团负责人表示：“‘一带一路’倡议为中国车企带来不断的发展机遇。中国自主品牌车企要积极‘走出去’，更好地参与国际汽车市场竞争。”

江汽集团只是自主品牌车企征战“一带一路”等海外市场的缩影。中国汽车工业协会(以下简

称“中汽协”)统计数据显示，2012年，我国汽车出口首次超过百万辆，此后多年都稳定在100万辆左右；2021年取得历史性突破，汽车出口超过200万辆。过去10年间，我国汽车出口量年均增长7.4%，高于国内产销量同比增速。

今年，国内汽车出口也持续保持着高速增长的态势。“今年6~9月，国内汽车出口更是迎来新突破，出口量首次超过德国，居全球第二。”中汽协方面指出，经过多年的市场磨炼，中国自主品牌汽车尤其是新能源汽车在质量、技术、供应链体系建设、品牌塑造等方面取得了长足进步，大大提升了在海外市场的竞争力。

上汽通用五菱相关负责人也告诉记者，公司始终致力于开拓海外市场，现已在东南亚、中东等多个海外市场实现布局。统计数据显示，今年1~7月，上汽通用五菱海外出口累计销量10.56万辆，同比增长21%。

江汽集团方面提供的最新数据显示，截至今年9月，江汽集团已累计出口超过80万辆汽车，足迹已遍布全球130多个国家和地区，其中“一带一路”沿线国家达80余个，出口量约占集团出口总量的80%。

“‘一带一路’倡议为中国自主品牌汽车出口贸易增长注入了新动能。”江汽集团负责人表示，“江汽集团从国内市场向全球市场转型，从单一的汽车出口向全产业链输出的国际化汽车集团转型，为中国品牌扎实地走向世界贡献出一份力量。”

记者从上汽大通MAXUS方面了解到，截至目前，公司海外业务已布局全球73个国家和地区，累计总销量突破19万辆，出口产品覆盖宽体轻客、皮卡、MPV、SUV等多品类商乘领域。

新能源汽车成“开路先锋”

新能源汽车是中国汽车出口的核心增长点。

在中国自主品牌车企征战海外市场的过程中，新能源汽车正成为汽车出口的核心增长点。

相关统计数据显示，2021年，我国新能源汽车出口量约占全球的1/3，是全球第一大新能源汽车出口国。今年1~9月，我国新能源汽车出口38.9万辆，同比增长超过1倍。

对于新能源汽车加速开拓海外市场的缘由，上汽通用五菱相关负责人表示，开拓海外市场是公司全球化战略的重要组成部分，同时也是对国家“走出去”开放战略的重要响应。

上汽通用五菱方面表示，新能源汽车出口海外将主要分为三个阶段：第一阶段以印尼为中心，打通东南亚、中东市场，推广建立当地电动车标准；第二阶段开拓印度、埃及等市场，实现关键零部件



上汽大通MAXUS纯电皮卡T90 EV在欧洲上市。

视觉中国/图

走出去，在海外建厂供货，提高海外工厂国产化率；第三阶段进军欧洲、日韩等市场，全面建立五菱新能源产品的全球竞争力。

另据江汽集团相关负责人介绍，目前，我国汽车产业已在电动化和智能化等领域走在世界前列。而在“双碳”目标指引下，汽车行业作为国民经济的“发动机”和“车头”，也必须符合我国绿色发展的战略。

“加强电动化、智能化和网联

化等软科学领域的对外合作，以及大力发展绿色新能源汽车已成为江汽集团高质量发展的重点。”上述负责人表示。

“自2021年以来，中国汽车产业链韧性较强的优势得到充分体现，中国汽车出口市场近两年表现出超强增长态势。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，新能源汽车是中国汽车出口的核心增长点，改变了过去依赖亚洲和非洲等部分国家的被动局面。

“反向输出”欧洲市场

欧洲早已成为公司布局海外业务的全球四大“万辆级市场”之一。

作为世界汽车工业的诞生地，欧洲一向是汽车技术及制造标准的高地，众多国际知名品牌长期盘踞当地市场，对“外来勇士”有着严苛的准入标准。但近几年，国内众多自主品牌车企已将欧洲市场作为海外布局的重点区域，并取得了一系列成绩。

“欧洲早已成为公司布局海外业务的全球四大‘万辆级市场’之一。”上汽大通MAXUS相关负责人表示，公司在成立之初即以欧洲为根基，瞄准全球市场，欧洲也是上汽大通海外市场的重要桥头堡。

此外，蔚来汽车也在今年10月

份宣布开始向德国、荷兰、丹麦、瑞典四国市场提供服务。这也是蔚来汽车继2021年进入挪威市场后，进一步在欧洲市场开展业务。东风公司旗下的岚图汽车首款“性能级智能电动SUV”岚图FREE也在9月26日从武汉市启程，正式发往挪威。

中汽协预计，在稳经济、促消费政策持续作用下，今年四季度汽车产销将继续保持较快增长，新能源汽车以及汽车出口延续良好发展势头，全年汽车市场将实现稳增长目标。

“中国智造”走向全球

“一带一路”倡议为中国自主品牌汽车出口贸易增长注入了新动能。

过去10年来，中国自主品牌车企出征海外市场取得了令人瞩目的成绩。在进出口额规模方面，2021年，我国汽车商品累计进出口总额首次超过2000亿美元，达到2225.5亿美元，达到1267.2亿美元，和2012年相比增长70.2%，10年年均增长6.1%。

从出口版图方面来看，中汽协指出，10年来，我国汽车出口版图已经从传统的非洲、中东市场逐步向北美地区特别是欧洲市场拓展；中国汽车品牌从过去多为低端车型逐步以高端车型切入市场，在产品外观质量、内在技术品质、市场营销能力等方面都能满足全球多样化市场需求，尤其是新能源汽车表现更为出色，成为带动出口高质量增长的重要力量。

国内众多车企也在进军海外

做深入人心的豪华车品牌：百年奔驰的新营销故事

位于巴黎费城公园路及22街交接处有一座素雅的洛可可式建筑，高大的石门上雕刻着MUSEE RODIN，这里曾经叫做毕洪宅邸(Hotel Biron)，是现实主义雕塑艺术家罗丹生前的住所，如今，这座保存了罗丹大部分作品的宅邸是闻名遐迩的罗丹美术馆。

近期，这座瑰丽城堡迎来了第一场横跨汽车与艺术的品牌装置展——梅赛德斯-奔驰“魔力创新车库”。与此同时，全新EQE纯电SUV及全新梅赛德斯-AMG EQE纯电SUV上演全球首秀。全新EQE纯电SUV作为梅赛德斯-奔驰首款基于EVA纯电平台打造的中大型SUV，和该平台的第四款车型。

“魔力创新车库”背后的营销新思

“以终为始”的远见型思考方式是当前企业发展的根基。成熟品牌自带势能和信任，如果更好地对接和激发潜在需求，就有机会产生更为巨大的增量空间。

“‘魔力创新车库’是一个非常特别的营销传播项目，我们首次把品牌定位以及品牌传播以实体的形式诠释出来，从而吸引和打动更多的目标受众群体。在‘魔力创新车库’巴黎体验活动中，全新EQE纯电SUV和全新梅赛德斯-AMG EQE纯电SUV两款产品全球首秀。同时，我们在巴黎的现场观众带来了一系列体验，让大家通过全方位感官体验深入了解和热爱梅赛德斯-奔驰品牌。”贝蒂娜表示。

在业内人士看来，“魔力创新车库”巴黎站的体验活动，标志着梅赛德斯-奔驰首次大规模地将品牌宣传活动转化为实体。并以其创新科技缔造向往，给与客户独特且顺畅、舒适的驾驶体验，从而唤醒每寸感知的使命相呼应。

“我们希望在罗丹美术馆梦幻般的花园中，打造令人赞叹的‘魔力创新车库’互动体验，为观众带

来富有魔力的独特文化感受。”贝蒂娜表示。

当前，品牌营销传播进入到到了一个崭新的维度。“用差异化代替同质化，用价值战代替价格战，用确定性的逻辑打赢不确定性的市场”已成为发展共识。

在“魔力创新车库”巴黎站期间问世的全新EQE纯电SUV和全新梅赛德斯-AMG EQE纯电SUV首秀影片亦引发了业内不少关注。

来富有魔力的独特文化感受。”贝蒂娜表示。

当前，品牌营销传播进入到到了一个崭新的维度。“用差异化代替同质化，用价值战代替价格战，用确定性的逻辑打赢不确定性的市场”已成为发展共识。

在“魔力创新车库”巴黎站期间问世的全新EQE纯电SUV和全新梅赛德斯-AMG EQE纯电SUV首秀影片亦引发了业内不少关注。



品牌，强品牌往往是消费者不假思索的选择。

纵观过去一年多，梅赛德斯-奔驰展现了诸多营销创新之举，从与艺术家Virgil Abloh跨界合作的Project MAYBACH项目到未来研

习官Mercedes的“横空出世”，再到此次打造的“魔力创新车库”，都让人眼前一亮。

在贝蒂娜看来，这一切的努力皆指向一个目标——“使奔驰品牌更加深入人心”。

他们有意愿深入了解，进而实现共鸣。奔驰品牌传播的目标不是取悦自己，而是要面向受众，尊重受众的文化与喜好，强调品牌价值。

通过“魔力创新车库”的营销新尝试不难看出，作为百年品牌，奔驰步履不停，通过与在不同时段打破常规、引领趋势的前驱艺术做创新融合，进而将“打造深入人心的豪华汽车品牌”这一主张的触角不断延展。



与用户建立更深层次的情感链接

什么是品牌的温度？如何让用户在品牌中找到归属感？新时代营销传播的侧重点在哪里？处处以用户体验为核心，以情感为纽带的模式，是梅赛德斯-奔驰给出的答案。

在贝蒂娜看来，梅赛德斯-奔驰是一个实力强劲的品牌，有着鲜明的品牌DNA，主要体现在科技创新、可持续发展以及令人向往的豪华体验各个方面。奔驰在做营销传播时也会去契合这三个方面，引起客户对奔驰品牌的感性共鸣，由此使奔驰品牌更加深入人心。

“多年前，奔驰刚刚推出电动汽车时，传播的重点是产品参数以及可持续生产的工艺、材质等理性要素，今天，这些已成为电动汽车时代的标准配置。因此我们传播工作的目标，是让公众对电动汽车更加感兴趣，让更多没有使用电动汽车的人也加入电动汽车的阵营。也就是说，我们的使命是打造消费者购买电动汽车的意愿和兴趣。”贝蒂娜进一步补充道。

上述营销传播的新变化，从几个营销案例中也可见微知著——2022年10月10日，奔驰携手艺术家、建筑师、创意总监、时尚设计师和慈善家Virgil Abloh跨界合作的力作Project MAYBACH概念车在法国首秀，同时梅赛德斯-迈巴赫S 680 Virgil Abloh限量版正式上市，全球限量150台，让奔驰与这位传奇设计师持续了近3年的合作再次被世人瞩目。

对此，贝蒂娜表示，奔驰对于品牌传播的要求是非常严格的，包括品牌定位、目标受众人群界定等等。而跨界合作会为奔驰带来非常有意义的启发，与Virgil Abloh的合作，帮助奔驰打破思维定式，拓展思维边界，进而触及更多受众群体。

此外，多年来，梅赛德斯-奔驰一直是英雄联盟的赞助商。2022年，梅赛德斯-奔驰与英雄联盟共同致敬“无畏破界，勇攀巅峰”的精神，联手打造星电宇宙。

继梅赛德斯-奔驰与英雄联盟宣布将合作延续至2025年之后，奔驰还于2022年英雄联盟总决赛开赛之际发布首款虚拟概念车，在数字空间中打破幻想与现实之间的界限。

“通过这样的差异化营销传播，我们能够针对受众群体的特点和需求打动他们。传统客户更期待从一个具有专属性的品牌获得高品质的产品；而年轻、热衷高科技的客户希望选择与其产生共鸣的品牌，并在品牌故事中找到归属感。随着我们日渐了解电竞玩家来说，在传播策略中，我们也能够更多地触及和打动电竞领域的受众群体。这同样适用于EQ品牌的传播。”贝蒂娜表示。对电竞赛事的赞助也是奔驰探索元宇宙迈出的第一步。

2022年5月，梅赛德斯-奔驰宣布加入全球奢侈品行业发展的Aura区块链联盟(Aura Blockchain Consortium)，成为该联盟创始成员中唯一的汽车品牌。现有创始成员包括LVMH集团、Prada集团、历峰集团旗下品牌Cartier和OTB集团。此举可被看作奔驰“聚焦豪华”战略下打破边界，链接不同圈层用户的又一历史性进阶。

卓越的品牌选择与情感对话。在拥有了庞大的用户口碑基础上，向外开拓市场需要不断地创新——洞察用户需求，产生情感链接，传递品牌主张是其上佳的路径。艺术之上，是人的温度。营销之本，或许懂比爱更重要。梅赛德斯-奔驰“深入人心”的故事刚刚开启，让我们拭目以待…… 广告

部分车型订车交付周期长达23周

年底旺季冲刺销量 车企开足马力“保交付”

本报记者 于典 张家振 上海报道

随着各大电商平台启动一年一度的“双11”预售，汽车行业也开启了降价促销模式。

10月24日，特斯拉方面宣布，即日起，中国大陆地区Model 3和Model Y车型售价进行调整，具体车型包括Model 3后驱版、高性能版和Model Y后驱版、长续航版、高性能版。

《中国经营报》记者梳理发现，这

也是今年以来特斯拉在国内市场的售价经历“六连涨”后首度进入降价通道。Model 3和Model Y车型最高降幅分别为1.8万元和3.7万元。

业内人士分析认为，特斯拉此举或意在以价换量，进一步扩大市场份额占有率。东吴证券研报则表示，复盘历史特斯拉产品价格波动，“整车/供应链国产化降本+技术创新进步”因素是降价核心驱动，并带动新能源汽车行业整体销售走旺。我

们预计，特斯拉在保证当前较高盈利水平后依然有价格下探空间，特斯拉此举将“自上而下会带来各个车企定价策略的被动转变”。

事实上，随着今年四季度车市“收官战”的到来，从车企到销售终端也都是一派忙碌景象。记者日前在上海多家汽车经销商走访后了解到，近期进店客流与订单销量均呈明显增长趋势。

与此同时，部分热销车型也面

临了车源紧张、交付周期延长等问题，销量增长成为车企“甜蜜的烦恼”。面对“保交付”压力，各家车企纷纷开足马力提升生产能力，力求提升交付效率，缩短交付周期。

中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)方面表示：“购置税优惠等促消费政策持续发力，乘用车销售已恢复到正常状态，并呈现出快速增长态势。希望相关政策明年能够继续延续，确保汽车行业平稳发展。”

自主品牌领跑

相较于合资品牌，自主品牌占据着先发优势，技术领先带动了销量和市场份额的提升。

“趁现在购置税减半等促销政策还在执行，我们也是想尽快提车上市，在年底之前把新车开回家。”在走访汽车经销商门店过程中，前来试驾体验的许先生告诉记者。

随着下半年传统购车旺季的到来，我国汽车产业景气指数(ACI)开始明显回升。中汽协产业研究部副主任杨茜表示，今年三季度，我国汽车产业景气指数为70，较二季度大幅提高34个点，回升至“绿灯区”，汽车产业处于正常区间运行。

“具体来看，汽车产业一致合成指数比上一季度提高7.94点，三季度汽车产业运行显著回升；先行合成指数同样处于回升态势，表明未来汽车产业运行持续向好。”杨

茜进一步表示。

“三季度，汽车月产销快速增长，总体呈现‘淡季不淡，旺季重现’的态势，带动行业企稳回升。”中汽协统计数据显示，9月，我国汽车产销分别完成267.2万辆和261万辆，环比分别增长11.5%和9.5%，同比分别增长28.1%和25.7%。其中，新能源汽车产销量分别为75.5万辆和70.8万辆，同比分别增长1.1倍和93.9%，市场占有率达到27.1%。

对于自主品牌汽车三季度以来的亮眼表现，江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔告诉记者：“自主品牌汽车市场份额不断提升，主要得益于新能源汽车的高速发展，从去年到今

年上半年一直保持着较高的增长率。相较于合资品牌，自主品牌占据着先发优势，技术领先带动了销量和市场份额的提升。”

在国内市场不断取得新突破的同时，自主品牌新能源汽车在海外市场同样获得了众多消费者认可。中汽协统计数据显示，1~9月，我国新能源汽车出口量为38.9万辆，同比增长超1倍。

面对广阔市场前景，车企也在积极加码出口业务，完善海外物流等相关产业链布局。

日前，上汽总公司与中远海运集团同时宣布“交叉持股”深化合作，互相无偿划转持有的上海汽车集团股份有限公司(以下简称“上汽集团”，600104.SH)和中远海运控

股股份有限公司(601919.SH)股份。

上汽集团方面表示：“引入中远海运集团作为战略投资者，将有助于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展，特别是在整车和零部件物流、国际经营等领域，将为上汽集团提供更稳定的产业链战略性资源保障，为上汽新能源汽车产品加快进入物流运输产业拓展市场空间。”

“现在来看，我国自主品牌新能源汽车进入了出口机遇期。”乘联会秘书长崔东树表示，品牌汽车企业在新能源汽车技术方面相对先进，同时欧洲市场对新能源汽车需求相对较大，再叠加各项利好政策支持，为自主品牌新能源汽车出口提供了良好机遇。

促销力度加大

特斯拉降价后，其直接竞品企业或将陆续跟进降价。

“我们现在提供的购车权益包括终身免费道路救援、终身免费数据流量支持和终身质保，以及7000元的配置升级礼包。”极氪销售人员告诉记者，对于在10月底之前下订且在2023年完成交付的WE版订单，极氪将根据国补标准向用户提供差额补贴，总体算下来相当于优惠了2万元左右。

“现在执行的金融购车方案是在10月31日前购车，首付最低0元起，购车贷款的年化费率也会有所

下调。”蔚来销售人员也表示，“如果是置换购车还可以叠加置换补贴。比如蔚来ES6车型现在赠送1万元左右的辅助驾驶包，包括自适应巡航和自动泊车等功能。”

而对于特斯拉率先宣布降价的行为，东吴证券研报分析认为，特斯拉降价后，其直接竞品企业(包括新势力小鹏、蔚来、理想以及一线主流车企比亚迪、吉利、长安等)或将陆续跟进降价，20万~40万元价格区间的新能源汽车产

品受到直接影响，并波及同价位燃油车以及10万~20万元价格区间的车型，“新一轮行业降价潮或将出现”。

事实上，在车企发布一系列让利促销等措施的同时，各地政府也拿出了“真金白银”的补贴，以求进一步刺激汽车消费。

日前，山西省商务厅、财政厅联合下发《关于支持开展2022年促进汽车消费工作的通知》，投入省级财政补贴资金1亿元，支持开展全省

汽车促销活动。对在9月1日至11月30日期间在省内汽车销售企业购置5万元(含)以上非营运新车(含非营运皮卡)，并在省内上牌的个人消费者给予购车补贴。

据记者不完全统计，近期，浙江省绍兴市、海南省三亚市和河南省郑州市等也结合当地经济形势与消费特点，通过发放汽车消费券、加大购置补贴力度等方式促进汽车消费，同时积极推行“以旧换新”活动，推动新能源汽车推广。



为应对年底销售旺季，多家车企正积极排产，提高产能。图为极氪总装车间。

视觉中国/图

缩短新车交付周期

极氪会积极应对供应链、物流及生产制造方面的挑战，优化排产计划。

值得注意的是，在销量增加叠加芯片短缺等因素影响下，车企也在生产环节面临“保交付”的压力。如何在年底旺季提高产能利用率，缩短新车交付周期成为汽车行业面临的共同课题。

“以目前的订单量来看，我们店里交付速度最快的应该是蔚来ES6，从确认订单到上牌照，最短只需1~2周就可以完成交付流程。但蔚来ET5订车的交付周期大概在21~23周，算下来要等5个多月的时间，主要是因为新车刚开始交付、产能仍在爬坡阶段，还要先确保交付之前的订单。”蔚来空间销售人员告诉记者。

此外，据蔚来空间销售人员介绍，蔚来ET7订车的交付周期也长达12~14周，“可能要等到明年1、2月份才能提车”。

极氪销售人员也表示，目前极氪001从下单到交付的周期可能需要3个月左右的时间，顶配版由于加装空气悬架需要等待的时间也会更久。“后续随着产能提升，交付周期也有可能缩短，因为目前上海对于新能源汽车的消费需求比较旺盛，我们也在加快交付。”

极氪品牌负责人在回复记者采访时称：“首先，疫情当下，在极氪与供应链伙伴的共同努力下，目前供应链整体逐渐向好，极氪001的生产与交付有望持续提速。同时，摄像头、芯片等核心零部件的供应问题已经得到好转，交付也从今年下半年开始持续保持加速态势。”

“极氪会积极应对供应链、物流及生产制造方面的挑战，优化排产计划，并在第一时间与用户沟通生产进度，缩短用户的提车等待时间。”上述极氪品牌负责人表示。

此外，在销量不断提升的同时，神龙汽车也在开足马力“保交付”。10月17日，神龙汽车对外发布的海报称：“截至10月16日，神龙汽车年累计销量10.06万辆，超过2021全年，连续23个月同比正增长”。

神龙汽车武汉工厂相关负责人表示：“为了满足东风标致新408的订单需求，武汉工厂员工加班加点、争分夺秒赶订单，希望以最快的速度将新408保质保量地交到每一位客户手中。10月份，武汉工厂满负荷生产，整车排产计划预计超9000辆。”

对于车企如何“保交付”的问题，张翔表示：“车企在年底旺季冲刺销量，需要提前加班加点增加库存。近期车市‘金九银十’以及即将到来的‘双11’都是销售高峰期。所以，车企需要从8月份开始就做好增加库存的准备，防止年底旺季热销车型供不应求。”

李书福：做优做强实体经济 推动转型升级高质量发展

本报记者 夏治斌 石英婧
上海报道

“党的二十大报告，高瞻远瞩、举旗定向、擘画蓝图，是以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的宣言书、动员令和行动指南，是一篇高屋建瓴、内涵丰富、思想深邃、意义重大的马克思主义纲领性文献。”吉利控股集团董事长李书福表示，“二十大精神也将引领着企业走高质量发展、可持续发展之路。”

党的二十大报告指出：“建设现代化产业体系，坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，推进新型工业化，加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国。”

“作为社会主义现代化强国的建设者，吉利将学习贯彻落实好党的二十大精神，找准加快构建新发展格局的着力点和突破口，在实体经济发展上保持初心，在守正创新上实现新作为，在绿色低碳上展现新担当，在共同富裕上打造新风貌。”李书福表示。

以绿色低碳为例，《中国经营报》记者注意到，今年6月，吉利控股集团发布2021年可持续发展报告，首次披露2045年实现全链路碳中和目标，并积极推动下属业务集团和子品牌碳排放目标的制定，通过提升自主创新能力，统筹推进全集团碳中和目标的实现。

其中，吉利汽车承诺到2025年单车全生命周期碳排放



吉利控股集团董事长

李书福

减少25%以上(以2020年为基准年)，到2045年实现碳中和；沃尔沃汽车计划2030年成为100%纯电车企，2040年实现全链路气候中和；优行科技2023年实现运营碳中和，2035年实现全部出行订单净零排放；极星将于2030年推出气候中和的产品，2040年实现气候中和。

在李书福看来，吉利控股集团是中国改革开放的实践者和受益者，在党和国家的关心关爱下，从小山村走向全中国、全世界，靠的是一以贯之的“听党话、跟党走、干事业”。

“吉利将始终坚持科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力，克服一切困难，以只争朝夕的紧迫感，围绕汽车产业的电动化、智能化转型，做强科技生态圈，打造企业可持续竞争力，为实现人民对美好生活的向往，为全面建设社会主义现代化国家，为中华民族的伟大复兴大胆探索、不懈奋斗！”李书福表示。

T300海外版浙江永康量产下线

众泰汽车“归回来”

本报记者 夏治斌 张家振 上海报道

“之前说复工复产就申请‘摘帽’，那么现在‘摘帽’进行到哪一步了？”10月22日，有关关心众泰汽车股份有限公司(以下简称“众泰汽车”，000980.SZ)的投

正式复产

据了解，本次量产下线的众泰T300海外版为紧凑型SUV，整体轮廓、外观与众泰T300保持一致，主要面向西亚、南亚、南美和中东等海外市场。与此同时，2023款众泰T300L也将同步推向国内市场。

众泰汽车相关负责人10月24日表示，众泰T300L将于近期投产。“公司会根据生产经营计划合理安排品牌宣传工作。”而对于投资者关于是否已经在招募4S店经销商的疑问，众泰汽车方面未给出正面回复，仅

押宝电动

“随着全球能源技术的剧烈变革，绿色能源成为全球未来发展的共识和经济可持续发展的重要途径，在‘智能化、网联化、电动化和共享化’新四化的引领下，智能新能源汽车的发展正处于机遇期和上升期。”众泰汽车方面表示。

进军新能源汽车市场，也成为众泰汽车复产后进军的主要方向。众泰汽车方面表示，将牢牢把握住汽车发展大趋势和新格局，大力发展战略性新兴产业，打造企业可持续竞争力，为实现人民对美好生活的向往，为全面建设社会主义现代化国家，为中华民族的伟大复兴大胆探索、不懈奋斗。”

公开数据显示，今年9月份，我国新能源汽车产销分别达到75.5万辆和70.8万辆，环比分别增长9.3%

资者在深圳互动易平台上问道。10月24日，众泰汽车方面回应称：“公司目前正在评估‘摘帽’相关事宜。”

外界之所以如此关心众泰汽车的“摘帽”进展，与众泰T300海外版量产下线息息相关。10月20日，众

泰T300海外版正式在浙江永康生产基地量产下线，公司董事长黄继宏、总裁连刚等100余人出席下线仪式。

“2022年是众泰汽车重整后的元年，也是公司转变经营思路、明确发展战略的开局之年。众泰T300

表示：“销售服务体系正在建设中。”

而在此前，众泰汽车曾一度陷入困境，面临着复工复产难题。

“近两年，受资金短缺的影响，公司汽车整车业务处于停滞状态。2021年底，公司完成了重整，报告期内公司全力以赴进行复工复产工作。”众泰汽车方面在2022年半年报中坦言，“报告期内，公司召开了多次复工复产专题会议，讨论并解决复工复产中存在的问题。目前，公司已经完成某款车型大部分供应商定

点工作，与关键供应商已经签署了供货合同、开发协议等，复工复产工作中的文件资料准备工作、零部件搭载实验已基本完成。”

值得一提的是，推进众泰汽车复工复产工作也是浙江省及永康市等各级政府关注的重点工作之一。10月15日，永康市政府官网发布的2022年10月份重点工作安排中，便包括“加快众泰汽车复工复产”工作。

浙江省发改委副书记、副主任胡奎6月20日在众泰汽车开展汽车

海外版的下线，标志着被按下“暂停键”的众泰汽车正式复产。”众泰汽车方面表示。

针对众泰T300海外版订单量及生产计划等相关问题，《中国经营报》记者致电、致函众泰汽车证券部，但截至发稿未获回复。

产业转型升级工作调研时也表示，省发改委对众泰汽车的发展予以高度重视、重点关注，在复工复产等问题上予以全力支持。

对于此次推进众泰T300海外版量产下线，在江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔看来，众泰汽车可谓是另辟蹊径。“众泰汽车希望通过进军海外市场来闯出一条新路。对于众泰汽车而言，依托众泰T300海外版进入发展中国家市场，具备成本优势。”

众泰汽车也意欲大手笔布局智能电动汽车业务。今年6月，众泰汽车发布2022年度非公开发行A股股票预案，拟募集资金不超过60亿元，其中47.32亿元用于“新能源智能网联汽车开发及研发能力提升项目”，4.68亿元用于“渠道建设项目投资”，8亿元用于“补充流动资金”。

张翔告诉记者：“众泰汽车现在布局新能源汽车领域，应该主要是希望得到融资支持。新能源汽车是当前汽车业界和资本市场关注的热点，国家层面有诸多扶持政策，更容易受到资本的关注。但现在市场竞争激烈，众泰汽车目前的市场认知度也不是很高，此举主要是希望通过布局新能源汽车业务，最终让企业‘起死回生’。”

据介绍，在新技术的发展浪潮中，众泰汽车立足自主创新，不断寻求技术突破，分别在杭州、上海、广州和深圳四地设立研发中心。此外，面向多元的消费市场，众泰汽车已建立集高兼容性、高智能化、高安全性、高效性于一体的i-AFA、i-BFA、i-LFA三大智能化新能源平台架构。

车市开启“收官之战”:新车频亮相 有4S店每天试驾58组

本报记者 陈燕南 北京报道

中国车市正在打响2022年“收官之战”。

“秋季一直是汽车市场的黄金期,所以咨询的人特别多。事实上,这一火热可能还将持续到年底。”一位一汽丰田的销售人员告诉《中国经营报》记者。10月,记者走访多家4S店发现,即使在工作日之中,也有不少4S店内出现客流量较大的情况。

在一家位于北京市昌平区的奔驰4S店内,记者看到有数十位消费者或在等待试驾试乘,或在与销售人员商议价格,或正在等待提车。“国庆期间人流更大,每天试驾的消费者大约有58组。”奔驰的工作人员告诉记者。这一火爆情况同样出现在一家新能源汽车的店内。“这两个月内人流量就没有断过,订车的人更不在少数,所以库存也紧张。”几何汽车的销售人员告诉记者。“我们的优惠力度持续到10月底了。”欧拉的销售人员则告诉记者。

日前,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)发布的数据显示,2022年9月,汽车销量251.9万辆,环比增长5.7%,同比增长21.3%;2022年1~9月,汽车销量1937.9万辆,同比增长3.9%。中汽协副秘书长陈士华表示:“在传统黄金消费季,车辆购置税减征政策的持续发力,对车市的提振效果十分明显。今年三季度汽车月度产销量快速增长,总体呈现‘淡季不淡,旺季重现’态势,带动行业企稳回升。购置税优惠等促消费政策持续发力,乘用车销售已恢复到正常状态,并呈现出快速增长态势。前三季度同比增长已达4.4%,预计后三个月销量不会出现下滑,今年车市可达5%的增长目标。”

国庆迎小高峰 试营业期间卖出17台车

“年底该收官了,车企也都在进行冲刺,所以国庆的优惠政策还在延续。”有销售人员告诉记者。



在一家4S店内,有多位消费者正在咨询。

视觉中国/图

了5万元,力度很大,车主等会儿就会过来提车。与此同时,C级车也能优惠4万元左右,现在购买GLB和C级车的消费者居多,优惠完之后单车价格大致能在30万元以

下。今年上半年整体情况不太乐观,但是从今年6月开始,就能明显感觉到消费者逐渐多了起来。”奔驰的销售人员告诉记者。

据了解,今年5月31日,财政

部、国家税务总局发布的《关于减征部分乘用车辆购置税的公告》提出,为促进汽车消费、支持汽车产业发展,对购置日期在今年6月1日~12月31日期间内且单车价格(不含增值税)不超过30万元的2.0升及以下排量的乘用车,减半征收车辆购置税。

利好政策拉动下,国内车市在6月开始回温。国家税务总局发布数据显示,今年6~8月,全国约355.3万辆车享受车辆购置税减征政策,累计减征车购税达230.4亿元,平均每天减征购置税2.5亿元。今年9月,国内车市依旧延续优异表现。其中,传统燃油车销量为145.3万辆,同比增长12.2%。

“现在宝马的优惠力度真不

错,因为现在是第四季度,年底该收官了,车企也都在进行冲刺,所以国庆的优惠政策还在延续。宝马X1、X2大概能优惠7万~8万元,还能享受购置税减半的政策,宝马3系新款10月10日刚到店,所以力度不大,但也能优惠1万~2万元。”宝马的销售人员告诉记者。

“十一”国庆假期,多地倡导就地过节,经销商开展各类营销活动引流。叠加小型车展启动、新车集中投放、自驾游热潮等因素,均对销量有一定支撑。”中国汽车流通协会副秘书长郎学红表示,“600亿元购置税减半政策下,10月、11月、12月销量可能继续维持环比正增长,增长幅度还会继续提升。车购税减半的政策效果预计11月份达到峰值。”

新能源成主战场 促销不断、新车抢发上市

理想L8、问界M5 EV、小鹏G9、宏光MINIEV敞篷版、奇瑞无界Pro、零跑C01、自游家NV等新车纷纷抢滩上市。

同样的火热延续到了新能源汽车店内。记者在一家欧拉店内看到,销售人员都在忙碌地邀请客户到店看车试车。“国庆节期间,店里每天可以有十几组的消费者前来咨询看车。平时店内每个月大概可以卖40台左右,其中好猫这款车型由于受众人群较广,再加上价格也比较低,国庆期间卖了十几台,销量占比最大。”

与此同时,新能源汽车店内也出现了不同程度的优惠情况。欧拉的销售人员告诉记者:“国庆期间好猫能大约优惠7000元,芭蕾猫能优惠5000~8000元,这个优惠价格一直延续到10月底。像这个价位这种优惠程度是今年的低谷了。”

为了抢占黄金期,特斯拉也开始通过各项优惠政策刺激终端消费。特斯拉方面对记者表示,在10月1日~12月31日期间下订单并完成提车,同时通过特斯拉合作保险机构购买相应车险,可通过尾款减免7000元享受保险补贴。除此之

外,理想汽车、小鹏汽车等多家车企都推出了各项优惠政策。“国庆期间,小鹏P7、P5、G3i有5000~10000元的价格抵扣;理想ONE现金优惠1.5万元。”销售人员表示。

作为各大车企冲击年度销量目标的关键时期,每年的9~10月份,各家车企都严阵以待,以寻求更好的销量成绩。除了花样百出的促销政策,各个品牌也加快了新车的推出节奏。

记者注意到,不少新能源车企

发布的新车都选在了9月和10月,本来计划在11月份推出的理想L8,在9月末的最后一天下市,与此同时,问界M5 EV、小鹏G9、宏光MINIEV敞篷版、奇瑞无界Pro、零跑C01、自游家NV等新车也纷纷抢滩上市。

乘联会最新数据显示,今年9月,国内新能源车零售销量预计为58万辆,同比增长73.9%,渗透率为29.7%。新能源汽车竞争日趋激烈的情况下,9月的销量排行榜也出现了变化。其中,比亚迪成为了新

能源汽车销量王者,9月销量突破了20万辆。特斯拉则位列第二,9月交付量超过8.3万辆,再次创下月度交付的新纪录。

随着传统车企向电动化转型持续加码,新能源汽车销量也持续上升。传统车企推出的部分高端新能源品牌表现不错。如吉利汽车的极氪品牌9月销量攀升至超8000辆;上汽智己汽车9月则交付了1019辆新车;赛力斯和华为联合推出的问界9月交付量持续破万,达1.01万辆。

火热之下库存紧张 车企打响交付战役

乘联会秘书长崔东树表示,5~9月厂商批发的增长量为年末的零售强增长奠定了基础。

值得注意的是,由于订车的人数较多,店内部分库存也发生紧张的现象。几何汽车的销售人员告诉记者:“现在店内只有少量现车,其实大部分店内现车都紧张。因为新能源汽车成本居高不下,原材料一直在涨价。再叠加新能源汽车发展得也很快,消费者对新能

源车的接受程度也在不断上升,油换电或者电换电的客户也在增加,所以今年以来店内都特别缺车。”

有比亚迪内部人士表示:“目前在手订单仍有几十万辆,产能是主要瓶颈,要尽快扩大产能、保证交付,同时尽可能注重质的增长。”奔驰工作人员也告诉记者:“由于

缺芯的影响加之购买量增大,部分热销车型也存在短缺现象。”

“交付问题已成为制约公司当前发展的首要问题。”10月7日,长安汽车董事长朱华荣在“决战四季度全力保交付”誓师大会上表示,长安汽车终端交付承压,截至目前,长安汽车仍有16多万辆未交付

订单,最长交付周期达4个月以上。

面对四季度增量空间,车企和经销商开始加紧补充库存应对购买需求。乘联会数据显示,今年前9个月国内车市累计补库近17万辆,5~9月库存回补较大,其中9月厂商库存环比增长6万辆。乘联会秘书长崔东树表示,5~9月厂商

批发的增长量为年末的零售强增长奠定了基础。

乘联会还认为,部分车企今年也调整了生产节奏,有利于生产增量,目前燃油车库存逐步充裕,生产制约问题已经改善,畅销车型交付不畅的问题正在逐步缓解。

“金九银十”线上交易同比增长超4倍 某二手车商一个月卖近30台

新能源二手车“回暖”

本报记者 尹丽梅 童海华 成都报道

“整体来看,今年新能源二手车市场比往年活跃。我们店里一个月能卖20台~30台新能源二手车,这是我们现在的常规销量,去年这个时候我们店大概一个月只能卖12台左右新能源二手车。”近日,成都地区宏盟二手车交易市场

内的一名二手车商对《中国经营报》记者表示。

宏盟二手车交易市场是西南最具规模,也是全国第二大二手车交易平台。记者近期实地探访该二手车市场发现,与年初新能源二手车鲜有问津的冷清局面相较,目前新能源二手车市场的热度已有所升温。

记者在宏盟二手车交易市场

看到,新能源二手车的数量以及新能源二手车品牌的数量,均明显比此前增加了不少。包括一汽-大众、宝马、小鹏汽车、理想汽车、比亚迪、蔚来汽车、威马汽车、特斯拉、荣威、广汽传祺、广汽埃安、本田等品牌的新能源汽车均在该二手车市场能够看到。

“虽然燃油车仍然是二手车市

场的主流,但是前来咨询新能源二手车的客户比以前明显多了一些,越来越多的二手车商也愿意收新能源二手车了。”二手车商周军(化名)告诉记者。

不只在线下二手车市场新能源汽车迎来回暖。记者注意到,瓜子二手车交易大数据显示,2022年“金九银十”期间,线上二手车交易

亦同比出现高速增长。其中,新能源二手车线上交易量同比增长4倍以上,增速空前;在整个线上二手车成交大盘中占比超过7%,超过保有量渗透率3.7%;成交类型以纯电动车为主,平均车龄不足2年, TOP10品牌占成交量的60%。

“今年电动车市场表现比较好,量价齐升势头明显,这是今年比

较特殊的一种现象。国家大力推动新能源汽车发展,汽柴油车受能源舆论影响比较大,以及随着国际形势变化汽柴油车可能面临涨价或者产能短缺,使一部分消费者转向购买电动车。这几种因素也刺激了二手新能源汽车市场转热。”中国汽车流通协会有形市场分会常务副理事长苏晖对记者表示。

有二手车商大量收新能源“准新车”

此前,新能源二手车被认为是一块“烫手山芋”,二手车商对此热情不高,普遍害怕砸在手里,但改变正在悄然发生。

今年2月,记者曾实地探访过成都市两大二手车市场——宏盟二手车交易市场以及锦和汽车商业中心,但均难以见到新能源二手车的身影。在占地面积达到200亩的宏盟二手车交易市场,记者只看到了一辆理想电动汽车在售。而在锦和汽车商业中心,记者也仅看到一辆小鹏P7电动汽车在卖场展出。

近日,记者实地探访宏盟二手车交易市场注意到,广汽埃安Aion S、比亚迪唐、特斯拉Model 3、荣威RX5、东风风光580、比亚迪汉、长安欧尚A600EV、广汽传祺GS4、哪吒汽车N01、汉腾汽车X7、长安逸动ET、威马汽车EX5等初次上牌时间在2017年~2022年的新能源车型均能够在二手车市场上看到。

可以看出,目前在二手车市场,无论是新能源二手车的数量,还是新能源品牌的数量均较此前有了明显的提升。

“真正好的电动车大概是从

2020年才开始进入市场的,现在电动车的技术已经越来越成熟,很多电动车能达到500KM以上续航。二手新能源汽车已经渐入佳境,周转后期加快。由于有的新能源车型新车提车需要排队,使得这些新能源二手车售价甚至高于新车原价。”周军告诉记者,目前他正在大量搜罗上户5个月内、价格12.5万元以下、续航400公里以上的非营运新能源二手车。

多位二手车商告诉记者,随着新能源汽车销量、品牌影响力、保值率的上扬,消费者对新能源二手车的接受度也在逐步提升。

记者注意到,中国二手车拍卖平台——天天拍车研究院近期发布的《2022年9月二手车在线拍卖数据报告》显示,2022年9月,新能源二手车线上车源以及在线成交量分别同比增长56%、65%。

天天拍车研究院分析认为,9月,新能源二手车线上车源的稳增长,一方面是由于新能源汽车发展日新月异,保有量快速增长;另一方面,线上平台对于快速高

效汇聚全国新能源二手车源,在线分发和流通有着明显效应和作用,此举也促进了新能源汽车产业消费和发展。

而9月新能源二手车在线成交量同比增长超过六成的原因则在于,新能源汽车发展快速,加之政策助推,叠加油价、新车市场影响,新能源二手车成为消费者尝试使用新能源汽车的首选。

虽然相对于燃油车二手车市场体量而言,二手车市场上的新能源车数量仍相对有限,但天天拍车研究院方面表示:“随着新能源汽车保有量不断增长,配套设施完善,新能源二手车市场热度会逐渐升温。”

一位二手车商告诉记者,以前他是做燃油二手车的,但自去年以来,他专做新能源二手车生意。“现在电动二手车卖得快,反而有的燃油车我们在收车的时候会考虑一下。比如,比亚迪电动车很多没有现货只有等,我们店里有辆比亚迪秦油电混动车型,4S店至少要等3个月。综合多种因素,消费者对新能源二手车的接受度提升了,现在二手车商对新能源汽车越来越有信心了。”

记者在实地走访和采访中了解到,对于不少二手车商而言,今年的二手车业务经历了较大的挑战。有二手车商对记者直言:“整体上来看,今年的二手车生意比去年难了2~3倍,但好在8月、9月市场有了回暖势头,预计下半年二手车市场好于上半年。”

“今年以来,受新冠肺炎疫情多点散发、国际形势变化等因素的叠加影响,我国汽车市场的下行压力进一步加大并超出预期,特别是在二手车领域,需求收缩、供给冲击、预期减弱的三重考验表现得尤为突出。不过,在利好政策的支持下和行业互助、自助的努力下,下半年二手车市场已出现企稳回升态势。随着10月1日二手车商品属性等各项新的政策措施落地,二手车市场将迎来更为快速的增长表现。”近期,中国汽车流通协会副会长兼秘书长肖政三在2022年中国二手车大会上说道。

记者注意到,中国汽车流通协会发布的数据显示,2022年9月,全国二手车交易量148.52万辆,交易量环比增长1.2%,同比下降5.72%,交易金额为966.95亿元。2022年1月至9月,二手车累计交

易量1198.12万辆,同比下降7.6%,与同期相比减少了98.6万辆,累计交易金额为8141.9亿元。

与此同时,据公安部最新发布的数据,截至2022年9月底,全国汽车保有量3.15亿辆,汽车转让登记业务1535万笔,今年前三季度,汽车转让登记量与汽车新车注册登记量的比例达到1:1.13,较去年同期1:1.24明显升高。从上牌数据看,前三季度全国二手车市场受新冠肺炎疫情冲击较大,近期市场逐步得到改善。因此对于10月份的二手车市场预期,新车市场的增长会推动二手车置换率的有效提升,也会有更多优质车源涌入市场,同时跨区域流通性得到改善,市场需求和客流量也会较之前有所好转。

值得一提的是,根据中国汽车流通协会最新发布的统计数据,10月我国二手车开局良好,10月8日~16日有效工作日为7天,日均交易量为6.32万辆,与9月第四周(9月26日~10月2日)相比较增长了5.17%。从周度表现来看,自9月第3周(9月19日~9月25日)开始,市场逐渐走出低迷,步入上升通道。

中国汽车流通协会方面表示,二手车市场自4月以来交易规模始

终处于回升趋势,降幅逐月收窄。随着全面取消二手车限迁等政策的落地,今年全国二手车交易量有望跃上2000万辆台阶。

“综合多种因素考虑,预计2022年全年的二手车市场可能会比2021年要好一些。”苏晖在采访中对记者表示。

“自今年8月1日起实施的在全国范围内取消对符合国五排放标准的小型非营运二手车迁入限制,以及10月起二手车商品属性的确定政策落地,极大促进了二手车自由流通和企业跨区域经营,对于二手车经销商而言,新政打通了二手车全国流通的堵点,车源变多的同时也降低了收购成本,增加了消费者的购车选择,四季度二手车交易量将进一步攀升。价格方面,年底二手车行业处于加速清库存阶段,四季度二手车整体车价还将持续下降。随着政策落地,二手车行业制度正在逐步完善,消费者权益也能进一步得到保护。”中国汽车流通协会方面表示。

业内人士预计,全面取消二手车限迁政策、明确二手车商品属性,实施商品签注管理,放开二手车经营资质等政策,将为二手车市场带来新的发展机遇。

上游电池厂净利大涨 下游整车厂竞争格局转变

新能源汽车市场重塑

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

10月下旬，宁德时代、融捷股份等动力电池相关企业陆续公布三季度报或业绩预告，绝大多数动力电池厂营收、净利均增长明显。与之相反，下游的新能源整车厂净利润却不尽如人意，投资也回归理性。

激流勇进的投资浪潮退去后，新能源汽车市场格局也发生了转变，尤其在智能化竞争下半场，造

动力电池相关企业盈利增长

得益于下游新能源汽车渗透率加大，动力电池相关企业营收、净利润等均出现大幅增长。

随着新能源汽车渗透率逼近30%，产业链上游动力电池装机量也出现大幅增长。根据中国动力电池产业创新联盟数据，今年1~9月国内动力电池装机量达193.7GWh，同比增长110.5%。与去年相比，今年前三季度动力电池装机量翻番。得益于此，动力电池相关企业营收、净利润等均出现大幅增长。

首当其冲，宁德时代前三季度以92.02GWh装机量排名第一，市场份额约47.51%。今年前三季度，宁德时代营业收入为2103.4亿元，同比增长186.72%；归属于上市公司股东的净利润为175.92亿元，同比增长126.95%。基本每股收益约为7.404元。

对于今年前三季度营收大增的原因，宁德时代表示，业务规模增长、产销量提升带动营业收入相应增长。而在宁德时代最近的投资者电话会议中，宁德时代表示，今年第三季度电池系统销量90GWh左右，其中动力电池销量占电池系统销量80%左右。

展望四季度，宁德时代表示，当前行业需求持续增长，公司产能利用率比较饱和，叠加明年补贴退坡对今年年底需求的潜在拉动，四季度销量可能环比增长。特别对于四季度毛利率，宁德时代称：“尽管公

司与大部分动力电池客户协商确定了价格联动机制，但毛利率还受原材料价格、产能利用率等因素影响。预计四季度毛利率环比三季度将进一步改善。”

而比亚迪副董事长吕向阳间接持股的融捷股份今年前三季度实现营收16.82亿元，同比增长208.65%；净利润12.55亿元，同比增长4533.03%；扣非净利润12.57亿元，同比增长5122.92%。对于营业利润、净利润等变动情况，融捷股份表示，锂电材料及锂电设备市场需求旺盛，锂电材料及其产品价格持续上涨。

同时，报告期内，融捷股份的锂盐、锂电设备和锂精矿产品的营业收入和利润均大幅增加；经营锂盐业务的联营企业大幅盈利，公司确认的投资收益大幅增加；报告期内，随着联营企业耗用锂精矿产出锂盐并销售，上年度未实现的锂精矿内部交易利润同步实现。

此外，亿纬锂能前三季度营收约242.83亿元，比上年同期增长112.12%；净利润26.66亿元，同比增长20.3%。新能源车锂电池隔膜领域的恩捷股份今年前三季度营收92.80亿元，同比增长73.81%；扣非后的归母净利润31.12亿元，较上年同期的16.28亿元几近翻番。

新能源整车厂利润待提升

动力电池原材料价格上涨，动力电池厂商不得不调整电池售价，下游新能源整车企业普遍亏损的状况更加严峻。

当前，不仅新能源汽车加速出海，而且动力电池厂商也正加速出海计划。包括宁德时代、亿纬锂能等多家动力电池厂商已在匈牙利等海外地区扩产建厂，拓展国际业务。业务、盈利双增长的动力电池相关企业在资本市场也备受青睐。

10月初，中创新航在港交所正式上市，成为首家登陆港股的动力电池企业。上市首日，中创新航以101亿港元的募资额，创造了港股市场2022年的第三大IPO。此外，欣旺达电动汽车电池有限公司宣布完成80亿元A轮融资，博华资本、深创投、源码资本和国家绿色发展基金联合领投，投后估值约为300亿元。

融捷股份三季报披露，东方新能源汽车主题混合型证券投资基金、国投瑞银新能源混合型证券投资基金、信澳新能源精选混合型证券投资基金、国投瑞银产业趋势混合型证券投资基金等基金公司均位列前十大流通股股东。

资本追逐动力电池赛道的背后，是动力电池原材料价格的上涨。

公开资料显示，9月新能源汽车产业投融资事件仅19起，较8月份减少38.7%，且最高金额仅13.7亿元。从细分领域来看，新能源整车企业的融资已逐渐回归理性，原有的市场格局已被打破。

在造车新势力忙着调整之际，传统车企向新能源赛道大象转身已进度过半，新能源汽车竞争格局正被重塑。10月20日，广汽埃安已完成A轮融资，按照规划，广汽埃安挂牌时原计划融资

150亿元，而最终融资总额已超180亿元，募资规模超出原计划22%。这也是2022年以来，汽车整车领域最大的一笔融资。

此外，奇瑞汽车也加速上市步伐。2020年奇瑞汽车提出加速上市计划，目标于2022年登陆资本市场。今年9月，奇瑞控股董事长、奇瑞汽车董事长尹同跃就“上市”一事表示：“增资扩股完成后，奇瑞已将加快上市工作提上重要日程。”

除了资本层面，在造车新势力方面，比亚迪已计划自主研发智能驾驶专用芯片，并加强操作系统的技术突破。此外，长安汽车目前已与禾赛科技正式达成合作关系，后者是全球自动驾驶及高级辅助驾驶(ADAS)激光雷达的品牌，其研发的激光雷达产品AT128单月交付量已突破万台。根据规划，长安汽车SDA架构下的多款全新车型将确认搭载禾赛AT128车规级超高清激光雷达。



广东省公共充电桩达34.5万个，新能源汽车渗透率逐渐加大。 本报资料室/图

损也有所扩大。据特斯拉日前公布的财报显示，特斯拉汽车业务第三季度的毛利率为27.9%，同比出现下滑。截至当地时间10月20日收盘，特斯拉股价大跌6.65%，市值一天蒸发了462亿美元。日前，特斯拉已宣布旗下两款主要车型Model 3和Model Y全系降价。

而小鹏汽车今年9月交付8468辆，环比分别下降18.7%和11.6%，在车市传统旺季中出现销量下滑的同时，小鹏汽车股价也出现下滑，为此小鹏汽车董事长何小鹏回购股份。另据小鹏汽车财报数据，今年上半年，小鹏汽车亏损扩大至44.02亿元，同比增长122%。

新能源汽车竞争格局生变

在造车新势力忙着调整之际，传统车企向新能源赛道大象转身已进度过半。

公开资料显示，9月新能源汽车产业投融资事件仅19起，较8月份减少38.7%，且最高金额仅13.7亿元。从细分领域来看，新能源整车企业的融资已逐渐回归理性，原有的市场格局已被打破。

在造车新势力忙着调整之际，传统车企向新能源赛道大象转身已进度过半，新能源汽车竞争格局正被重塑。10月20日，广汽埃安已完成A轮融资，按照规划，广汽埃安挂牌时原计划融资

150亿元，而最终融资总额已超180亿元，募资规模超出原计划22%。这也是2022年以来，汽车整车领域最大的一笔融资。

此外，奇瑞汽车也加速上市步伐。2020年奇瑞汽车提出加速上市计划，目标于2022年登陆资本市场。今年9月，奇瑞控股董事长、奇瑞汽车董事长尹同跃就“上市”一事表示：“增资扩股完成后，奇瑞已将加快上市工作提上重要日程。”

除了资本层面，在造车新势

跨国车企加码中国市场：宝马扩建电池生产中心 大众投资168亿元建立合资公司

本报记者 陈茂利 北京报道

多家跨国车企加码中国，开启新一轮投资高潮。

近日，宝马集团宣布，将采购远景动力(中国电池科技公司)生产的下一代锂离子电芯，使用在美国斯帕坦堡工厂将生产的下一代电动车型上。今年9月，宝马集团向宁德时代、亿纬锂能两家合作伙伴授予了价值超过百亿欧元的电芯生产需求合同。

短时间内牵手三家电池供应商，可见正在推进电动化进程的宝马集团对电池的“胃口”之大。另

据《环球时报》报道，宝马集团将再投资百亿元人民币扩建其在沈阳的高压电池生产中心。就此，《中国经营报》记者向宝马方面求证，对方未作出回应。

不过，记者关注到，在前不久举办的2022世界新能源汽车大会上，宝马集团董事长齐普策曾透露，“宝马集团对中国市场的长期发展充满信心，将持续加大对华投资。”

同期，大众汽车集团(以下简称“大众集团”)宣布，旗下软件公司CARIAD将与地平线成立合资企业并控股。大众集团计划为本

次合作投资约24亿欧元(合人民币168亿元)。

为何宝马、大众等跨国车企纷纷加码中国？惠誉评级亚太区企业研究董事杨菁在接受记者采访时表示，“近期对中国的这些投资说明跨国车企对于中国市场的重视，尤其是对于下一阶段在中国市场加速电动化的决心。在目前全球汽车电动化、智能化浪潮下，跨国车企正加大对上游关键环节的投资，包括电池、车用芯片和软件等传统汽车行业鲜有涉及的领域。这是它们试图加强产业链话语权的战略性布局。”

“从全世界范围看，锂电产能大部分在我国，全球的能源转型与燃油汽车电动化也无法离开中国，欧洲汽车企业也在加速布局新能源汽车的转型，这对于中国企业来说也是利好，彼此的产业互补性比较强。”北京特亿阳光新能源总裁祁海坤接受记者采访时指出。

梅赛德斯-奔驰集团股份公

司董事会主席康林松在近日举办的“梅赛德斯-EQ 科技日”上表示，他坚信电动化是汽车产业发展的未来趋势，而中国在碳中和、电动化领域的发展居于全球领先地位。

梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会主席康林松在近日举办的“梅赛德斯-EQ 科技日”上表示，他坚信电动化是汽车产业发展的未来趋势，而中国在碳中和、电动化领域的发展居于全球领先地位。

“过去十年当中，中国建立了强大的可持续技术产业基础，无论是太阳能、风能还是高压动力电池，中国不单单在市场容量方面处于领先地位，同时更引领全球创新风潮。如果某项技术在中国形成规模，就能在全世界规模化应用。”齐普策表示。

梅赛德斯-奔驰也非常看好中国新能源汽车发展前景，康林松直言，非常看好中国汽车市场的创新浪潮，也正在积极参与其中，“我们相信未来2~4年，更高端的豪华细分市场也将迎接电动化、智能化的长足发展。为此，梅赛德斯-奔驰正在并还将持续投入数十亿欧元以推动研发创新。”

据康林松介绍，梅赛德斯-奔驰一方面将不断扩大在中国的研发布局；另一方面不断深化本土合作，希望来自中国的前沿技术和创新价值不仅可以带给中国客户，也能带往全球市场。

“借力”中国新能源产业链优势

“这次投资是我们在中国深耕多年来的最大单项投资，这表明了我们对于中国市场的信心和承诺。”贝瑞德在接受采访时毫不掩饰对中国市场的信心。

为何宝马、大众等跨国车企纷纷加码中国市场？中国作为宝马、大众、梅赛德斯-奔驰最大的单一市场，重要性不言而喻。上述跨国车企在中国市场的表现，将直接影响它们正在推进的电动化进程。

就中国市场的重要性，大众汽车集团前CEO赫伯特·迪斯曾表示，“中国对我们来说非常重要，不仅是重要的市场之一，更是引领汽车行业向下一代演进的技术中心之一。”

“过去十年当中，中国建立了强大的可持续技术产业基础，无论是太阳能、风能还是高压动力电池，中国不单单在市场容量方面处于领先地位，同时更引领全球创新风潮。如果某项技术在中国形成规模，就能在全世界规模化应用。”齐普策表示。

当下，宝马集团正在稳步推进电动化战略。按照规划，2022年内，宝马集团的量产及试生产纯电动车型将达15款；基于全新构架的“新时代”车型将在2024年开始试生产，并于2025年亮相；到2025年底，宝马集团计划在全球交付200万辆纯电动车。

2025~2030年，宝马将推出纯电架构的“新时代”车型，同时将纯电比例逐步提升至50%。

庞大的销量意味着宝马集团未来对于电池的需求量将会很大，因此，提前与宁德时代、亿纬锂能、远景动力等电池厂商签订合同，扩建电池生产线对宝马来说有助于强化电池产业链话语权。

“从整个汽车产业链来说，目前中国在新能源车产业链中上游形成了较强的竞争优势。尤其是在电池制造、电池零部件、电池金属加工等领域处于领先地位。虽然欧美都试图提升电池产业链本土化程度，但短期内缺口应该还是需要从中国进口来填补。”杨菁向记者表示。

祁海坤分析指出，“我国动力电池产业链比较完善，锂电池原辅材料布局比较早且广泛，动力电池产品在具有先进性能的基础上，还有很好的性价比，这就是中国动力电池企业的综合优势。”

对于更早地在中国布局电池产能的大众集团来说，当前的重点是提升软件开发能力。在“软件定义汽车”的智能电动时代，汽车的竞争已经从发动机、变速箱等硬件转向“软件业务”，依托软件代码的智能网联、自动驾驶、OTA远程升级功能越来越受消费者青睐。

为什么是地平线？实际上，大众集团与地平线、华为都传过绯闻。对于最终选择地平线，有业内人士认为，主要是看重地平线前装量产能力、产品质量经过市场验证。

地平线成立于2015年，主要从事边缘人工智能芯片的研发，也是中国国内首家实现车规级人工智能芯片前装量产的企业。地平线已与国内20余家车企签下先后推出车载智能芯片征程2、征程3，以及面向高等级自动驾驶打造的第三代车规级产品征程5。

对于这次合作，大众集团直言，“将加快大众集团面向中国市场的高级驾驶辅助系统和自动驾驶系统开发进程。”

跨国车企纷纷加码中国投资

提高电动化竞赛“武力值”，近期，宝马集团先后与宁德时代、亿纬锂能、远景动力签订电芯生产合同。

10月19日，宝马集团宣布，将采购远景动力生产的下一代锂离子电芯，使用在美国斯帕坦堡工厂将生产的下一代电动车型上。远景动力也将在美国南卡罗来纳州新建工厂以生产这些电芯，该工厂计划年产能将达30 GWh。

远景动力是宝马集团新一代电动汽车电池供应链出现的第三家公司。今年9月，宝马集团宣布与宁德时代和亿纬锂能签订价值超过百亿欧元的电芯生产需求合同。两家公司将在

德国以及亿纬锂能等中国电芯供应商的合作，遵循“供应跟随生产”的原则。

值得一提的是，据《环球时报》报道，宝马中国内部人士透露称，宝马集团还将再投资百亿元人民币扩建其在沈阳的高压电池生产中心，扩大在中国的电池项目。若扩建完成，该中心将成为宝马集团全球第三家，也是最重要的一家动力电池中心。

公开资料显示，宝马集团于2017年创立华晨宝马动力电池中心，集电池研发、生产及测试于一体。2020年9月，华晨宝马动力电池中心二期正式建成投产，成为了全球首个生产宝马第五代动力电池的生产基地。

与宝马相比，电动化战略更“激进”的大众更早地推进在电池产业链上的布局，目前，布局重点

合兴集团洪明基：抓住时代机遇 扮演好多种角色

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

近日，合兴集团控股有限公司执行董事兼行政总裁洪明基怀着无比激动的心情与员工一起学习了党的二十大报告。

“我们深深感受到党始终以人民为中心，在逐步建设完善的医疗、养老、教育等社会福利体系中，幼有所育、学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居、弱有所扶，在习近平新时代中国特色社

会主义思想指引下，人民生活的全方位改善让老百姓的生活更加富足和幸福。”洪明基表示。

餐饮行业是洪明基所从事的行业之一，他深深感受到行业发生的变化。

洪明基表示：“消费市场日益壮大，居民消费支出增量提质。传统零售革故鼎新，新兴互联网消费引领风骚。在迈向国际消费中心城市的康庄大道上，餐饮人充满激情和活力。十年来，全国

餐饮业年末从业人数从247.69万人增加到257.66万人。我们看到便捷程度更高的外卖从无到有，最大限度延展着门店辐射外延；中央厨房快速落地并日渐成熟，为餐饮十年的突飞猛进储备力量，本土餐饮品牌和“老字号”的快速崛起打造出了一片新天地；餐饮企业对仓储物流、供应链及门店运营更加标准化、连锁化、品牌化、高效化，结合当下数字化、线上线下、直播等多种形式。十年来，餐

饮人不变的是味道，变的是经营思路和服务模式，为餐饮的发展带来动力和活力。”

在过去十年里，合兴集团以及洪明基本人都有了许多进步。

洪明基表示：“自己在这十年里从北京市政协委员成为全国政协委员。生意从原来简单的轻工业生产，到研发自己的品牌，再到结合互联网和科技来调整和变革升级，十年来通过一系列方式改善了整个产业模式。在企业转型

的整个过程中，为了学习变革以及把握机遇，成立了几家投资公司，投资整合食品工业、零售业与互联网科技相结合的产品，整合到一个生态圈里去相互扶持。”

合兴集团方面提供的资料显示，集团在中国北部地区经营吉野家及Dairy Queen快餐连锁店。洪明基表示：“我希望能够抓住时代机遇，作为企业领导者和变革者，精进自己的决策水平。在科技、投资、运营和管理方面扮演各种各样的角色。在不同领域和模型中，让每个员工都能在各自的赛道中实现他们的人生价值。”

对于未来，洪明基表示：“在党的二十大精神指引下，我将继续引领团队影响更多的人，紧密团结在党中央周围，充分发挥政协委员和海外联谊会的作用，听党话、跟党走；深化爱国主义、集体主义精神，弘扬中华传统美德，讲好中国故事，为新时代中国特色社会主义贡献自己的力量。”

李忠华：农业大有文章可做

本报记者 蒋政 郑州报道

“习近平总书记在党的二十大报告中提到要坚持农业农村优先发展，这给我们农民吃了定心丸。还提到要建设农业强国，这让我们基层人员感觉到我国农业发展将大有保障粮食安全

文章可做。”近日，党的二十大代表李忠华在接受《中国经营报》记者采访时表示。

李忠华是辽宁省铁岭市昌图县老城镇胜利村农民，同时还是阳宇农机服务专业合作社理事长、党支部书记。通过上述农业服务组织，

李忠华带领乡亲们积极应用现代农业科技和现代农机，开展保护性耕作，让粮食产量屡创新高。

自党的十八大以来，党中央坚持把解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重，全面打赢脱贫攻坚战，实施乡村振兴战略。

据李忠华透露，早在2015年，他所在的合作社就在推广保护性耕作上下功夫。

党的二十大报告指出，全面推进乡村振兴，坚持农业农村优先发展，巩固拓展脱贫攻坚成果，加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴，全方位夯实粮食安全根基，牢牢守住十八亿亩耕地红线，确保中国人的饭碗牢牢端在自己手中。

“过去农民种地是重用轻养，现在是边用边养。通过耕地休耕轮作制度，让黑土地变‘肥’、变‘厚’、变‘松’、变‘软’。”李忠华说。

十年来，党中央坚持把解决好

作为一位来自农村基层的党代表，李忠华告诉记者，自己将带领乡亲们继续从智能化、高效种植模式上下功夫，不断增加科技投入，把当地农村打造成人人向往的地方，让农民感到种地是非常体面的工作。

效率。”李忠华说。

更加重要的是，他们通过运用现代的农业种植技术，让当地粮食产量稳步提升。李忠华表示，目前，自己所在的合作社经营耕地面积2.26万余亩，采用了秸秆覆盖+空穴宽窄行播种模式。并同多个科研院所合作，统筹运用项目资金，整合各级专家队伍，综合利用农机装备，集中在基地开展高产田建设工作。

在2021年，李忠华所在的合作社土地全部采取保护性耕作，每亩节约成本70余元，亩产更是高达1860斤。

“新农民”做好农业大文章

据了解，李忠华依托所在的合作社努力为当地农业提质增效。

早在2013年末，习近平总书记在中央农村工作会议上就提出：“中国要强，农业必须强。”此次党的二十大报告明确提出“加快建设农业强国”，对新征程上“三农”工作作出新部署，为中国特色新型农业现代化换挡提速。

李忠华表示：“习近平总书记所作报告中关于‘三农’的内容，给我们这些基层代表吃了定心丸。接下来我要把党的二十大报告精神传递到当地的每家每户，带到田间地头。”

据了解，李忠华依托所在的合作社拓展多种社会化服务，积极服务当地农民，努力为当地农业提质增效。

其中，与中国科学院生态所合作“黑土粮仓”项目。生态所负责研发畜禽粪便集中处理技术，把项目资金投入到畜禽粪污处理和新型肥料研发等试验示范中，合作社提供示范基地，引导周边

农户加入保护黑土地的行列。

并且采用土地托管“保姆式”服务模式，保证农户每亩1500斤产量；种植管理“统分结合”服务模式，按农户需求及地块特点提供差异化农机、植保服务；技术咨询“样板对照”服务模式，新技术新品种现场比对展示。

“通过这三种服务模式，让当地农户享受优质的社会化服务，提升农业的种植效率，进而促进‘三农’工作提质增效。”李忠华说。

据了解，李忠华所在的合作社中有15名党员，他们都是合作社的骨干力量。“我们为每个党员都建立了示范区，党员要起到示范带头作用。不管是搞科研，还是种地，党员都要冲在前面。”李忠华说。

对于未来，他表示将继续同当地农民一起进一步创新和探索农业耕种新模式，多种粮、种好粮，做好农业的大文章。

中荣股份登陆创业板：产品品类覆盖广泛 细分领域品牌优势明显

近年来，我国包装行业实现了持续、快速发展，现已形成以纸包装、塑料包装、金属包装、玻璃包装、包装印刷和包装机械为主要产

品的独立、完整、门类齐全的现代包装工业体系，基本能够满足国内消费和商品出口的需求，在保护商品、方便物流、促进销售和服务消

费等方面发挥了重要作用。

中荣印刷集团股份有限公司（股票简称：中荣股份，股票代码：301223）是一家以快速消费品、消

费电子市场为主要领域，集研发、设计、生产、销售于一体的纸制印刷包装解决方案供应商。2022年10月26日，公司正式在深交所创

业板上市。

目前，中荣股份生产的产品品类范围覆盖化妆品、口腔护理、个人及家庭护理、食品、保健品、医

药、消费电子、酒类、在线教育及电商等领域的纸制印刷包装，产品主要包括折叠彩盒、礼盒、促销展示工具、电商包装盒、智能包装等。

细分行业领域 打造独特品牌优势

自成立以来，中荣股份一直专注于纸制印刷包装业务。中荣股份在与国内外客户合作的过程中不断打磨、提升自身的管理水平、创意水平、生产工艺和供应链体系，并通过对新技术和新产品持续不断的研发创新、行业内先进设备的持续投入和应用，保证了公司的持续成长，以满足客户及市场不断变化的需求。经过三十多年的发展，目前中荣股份已成为快速消费品、消费电子市场纸制印刷包装行业优秀企业代表之一，能够为客户提供产品设计、材料选择、生产加工、质量检测等一系列包装整体解决方案。中荣股份已与多家国内外知名建立

了合作关系，在相应细分领域形成较强的品牌优势。中荣股份下游客户行业主要包括日化、食品及保健品和电子等。其中日化行业主要包括化妆品、口腔护理、个人及家庭护理用品等细分领域。中荣股份拥有二十多年日化行业包装经验，为国内外知名日化企业提供服务；在食品及保健品行业，与全球食品饮料相关企业（业务涉及休闲食品）建立合作关系；在电子行业，中荣股份服务的主要客户包括小家电及个人护理电器领域的飞利浦等；除以上行业外，中荣股份还进入了医药领域及在线教育等领域，成为公司的增长来源。



秉承高品质产品战略 获多项质量管理体系认证

为更好地服务国内外知名品

牌客户，中荣股份始终秉承高

高品质质量管理体系获得了客

户及行业的认可，建立了公司

质量战略。中荣股份内部通

过建立严格的作业标准、持续改

客户及行业的认可，建立了公

司优质产品生产和品质管控能

进生产方法、智能化质量管

力，这成为公司持续赢得高端品

客户长期信赖的重要因素。稳定

的食品包装生产许可证、防伪

技能认证体系等方式，持续提升

客户及行业的认可，建立了公

司优质产品生产和品质管控能

老年教育升温 产业迈向市场化还需精耕细作

本报记者 李媛 北京报道

党的二十大报告指出，实施积极应对人口老龄化国家战略，发展养老服务和养老产业，优化孤寡老人服务，推动实现全体老年人享有基本养老服务。

《中国经营报》记者注意到，自党的十八大以来，在老有所乐、

供给主体呈多元化趋势

《中国老年教育发展报告(2019—2020)》显示，我国老年教育存在着区域发展水平不均衡、老年教育经费投入不足等多个方面的问题。

今年71岁的金女士已经学习钢琴、声乐三年了，本以为以自己的年龄学习会是个问题，但实际上找合适的老师和培训机构才是最让人头疼的事。“最先找不到愿意教老人的老师，后来的老师是教小孩子的，虽然老师不错，但是学起来就知道，很多比赛、考级不适合我们老人，所以感觉自己还是跟不上节奏”。金女士表示。

谈及老年教育，就不得不提起我国第一所老年大学。1983年9月17日，济南市东郊饭店礼堂锣鼓喧天，喜气洋洋，山东省红十字会老年人大学开学典礼在这里隆重举行。该学校是专为离休老干部而设。也正是在此时，我国老年教育事业兴起。

截至目前，老年大学仍是我国家老年教育的主要方式。

中国老年大学协会常务副会长刁海峰此前披露，截至2019年末，我国老年大学(学校)有76296所，在校学员约为1088.2万人；远程老年教育学校共计6345所，远程教育教学点为36445个，全国远程教育注册学员387.4万人。

上述学员基数呈现增长状态，但只占据我国老龄人口很小一部分。据国家卫健委最新披露的数据，截至2021年底，全国60岁及以上老年人口达2.67亿，占总人口的18.9%；65岁及以上老年人口达2亿以上，占总人口的14.2%。

年满60岁的崔永强(化名)在今年秋天成为了郑州市老干部大

老有所学、老有所为的政策倡导下，老年教育备受关注。从最初的老年大学到形式多样的在线老年教育机构，从政府主导、公益为主到资本介入、逐步市场化运营，甚至部分教培机构跨界布局，让银发族成为教育赛道的重要组成部分。

不同于传统的教育培训，老

学的一名学员。学校里开设声乐、美术、书法、器乐等学科，原本是线下授课，又因当地疫情防控改为线上学习。他告诉记者，在这里学习认识了很多同龄朋友。一同学习课程，生活不再那么枯燥，时间也充实起来。不过，他在农村老家的那些玩伴，暂时还没有机会享受到这样的服务。

《中国老年教育发展报告(2019—2020)》显示，我国老年教育存在着区域发展水平不均衡、老年教育经费投入不足等多个方面的问题。根据18个省市的数据，国家财政性教育经费在老年教育的投入偏低，老年教育经费投入有待提升。

整体来看，我国老年教育主要以公益普惠性为主，据24个省级的老年大学(学校)统计，政府办学的数量为19184所，占老年大学(学校)总数的71.4%；公办民助6129所，占总数的22.8%；其他办学性质占比为5.8%。

智教研究院院长马铁鹰告诉记者，老年教育过去更多是一种社会福利，与商业并不挂钩。随着这一领域需求逐渐旺盛，以及国家倡导老有所为、老有所乐，老年教育逐渐向二线城市渗透，商机逐渐出现，商场化的培训机构开始进军这一领域。

早在2016年10月，国务院印发《老年教育发展规划(2016—2020年)》提到，对加快发展老年教育、扩大老年教育供给、创新老年教育体制机制，并提出采取“政府主导、市场调节”的基本原则，引导社会力量积极参与。

年教育更加注重丰富老年人生活，这对市场化教育机构提出更多要求。多位业内人士告诉记者，老年教育的市场化运作尚处于初级阶段，随着老龄化愈发明显，这一市场有望迅速扩容。如何在授课获得收益之外找到商业结合点，将是诸多市场化机构关注的焦点。

市场还需深度研发

在中国教育科学研究院研究员储朝晖看来，老年教育与传统的K12培训存在较大差异。

不同于K12教学，老年教育的目的在于丰富老年人生活，是根据老年人的生理、心理特征进行的一种特殊教育。

芥末堆曾发起的一个调研显示，健康保健、人文艺术、休闲生活、知识技能、自我实现、人际关系和社会政治等都是老年人比较关心的课程，呈现消遣性、娱乐性、休闲性、趣味性等特点。其中，书法、绘画类，戏曲、歌舞类，乐器演奏类，体育健身类是最主要的四种教育需求。

崔永强平时学习的是书法，他认为写字能够让他心情平静，后期可以参与各种书法交流活动结交更多志同道合的朋友。

这意味着，传统教培机构如果转型老年教育，需要在教学方法、教学内容、激励机制甚至收费等都要做出调整。”马铁鹰说。

在中国教育科学研究院研究员储朝晖看来，老年教育与传统的K12培训存在较大差异。老年教育并非刚性，所以这一业务应该讲究随性所致、消磨时间并结交朋友。

对于红松联合创始人何嘉来

说，研发与专业化是做好这一细分市场的关键，“实际上，老年教育在于提升老人的获得感、幸福感、安全感，让每个老年人都能成为阳光老人。这要求企业更注重通过科技化的产品，定制化、差异化的服务，满足不同老人对社交和兴趣学习的需求。”

具体到商业化运作，多位行业人士均表示，大部分教育机构传统模式在于卖课程。但是，仅靠这一业务很难让市场化的培训机构支撑下去。

马铁鹰提到，老年教育要想打通盈利模式，应该在“老年教育+”上多下功夫。具体来讲，可以是老年教育加健康、医疗等。这种衍生服务或许可以寻找更大的盈利空间。

上述行业人士也提到，老年在线教育板块，企业短期收益在于卖课，长期在于老年旅游、电商购物以及老年医养等，但最终目的都是建立在教育的基础上。

何嘉告诉记者，调查发现，很多老年人有着更高的精神需求。记者采访发现，虽然市场需求存在，但如何真正从这一市场获得收

益也是摆在众多机构面前的问题。一位业内人士表示，目前，资本应该不会盲目给企业一笔钱去烧规模了，所以企业一开始就要构建非常良好的商业生态，拥有能够健康地跑下去的商业模式。

所以，在这个赛道上的创业者也在不断寻找可行的路径。其中，同各地的老年大学合作，参与政府采购服务，也是市场化的老年教育机构获得收益的重要路径。财政部发布《关于做好2022年政府购买服务改革重点工作的通知》要求，推广政府购买基本养老服务，适宜通过政府购买提供的养老服务，政府不再直接举办公办养老服务提供。据了解，包括浙江、青海、宁夏、宁波等地，均已经出台相关政策。

未来，对老年教育想分一杯羹者仍然有很多挑战和思考，“回归到教育层面，如何满足消费者技能提升需求的同时，解决其面临的孤独、缺乏理解等精神层面的问题，才是业务发展的关键所在，也是老年教育机构真正能够不断发展的核心因素。”红松相关负责人说。

(本报记者蒋政对本文亦有贡献)

地方小吃频推标准 规范发展谋求全国化

本报记者 蒋政 郑州报道

具有明显区域特色的地方小吃，正在试图通过标准化规范产业发展，并谋求在全国市场的突围。

近日，南京市市场监督管理局召开了食品生产企业座谈会，相关

标准规范行业发展

鸭血粉丝汤里应该有多少鸭血？过桥米线里的肉片应该多厚？这些具有明显地域特色的地方小吃，逐渐向标准化靠拢。

日前，南京市市场监督管理局召开了食品生产企业座谈会，相关食品生产企将联合申请集体商标、制定鸭血粉丝汤的团体标准。相关食品生产企业达成共识：联合起来，在行业协会的统一协调下申请集体商标、制定团体标准，共同推动南京鸭血粉丝汤食品产业的健康长期快速发展。

事实上，去年上半年，南京市食品安全监控中心就发布了《关于南京市鸭血粉丝汤及类似产品食品生产许可相关事项的通知》，明确要求“特征料包(鸭产品)的含量大于终产品的50%，且特征料包(鸭产品)中固形物的含量应大于该料包的50%。”

另一地方名吃过桥米线则在

食品生产企业将联合申请集体商标，制定鸭血粉丝汤的团体标准。放眼全国，这并非孤例。《中国经营报》记者注意到，肉夹馍、沙县小吃、螺蛳粉、过桥米线等特色小吃主产区均推出相应的团体标准、地方标准等。

多位业内人士提到，地方小吃

制定标准，可以在保持特色的基础上规范产业发展，并让相关产品更容易复制，对于整个产业突破地域限制有很大帮助。

事实上，2021年颁布的《国家标准化发展纲要》指出，标准是经济活动和社会发展的技术支撑，是国家基础性制度的重要方面。计

划到2025年，让标准化更加有效推动国家综合竞争力提升，促进经济社会高质量发展，在构建新发展格局中发挥更大作用。

这意味着，包括地方小吃在内的相关产业，未来都将融入标准化浪潮，并在此基础上迈向高质量发展。

更早之前开启标准化进程。

云南省卫生健康委员会在今年5月对当地特色小吃过桥米线制定了更加细致的地方标准。其中包括：盛过桥米线的碗，宜选用直径大于22厘米的陶瓷器皿，不得使用三聚氰胺甲醛树脂制成的大汤碗；荤菜中，生肉片应厚薄均匀，厚度不超过2毫米等。

另外，陕西西安、福建三明、广西柳州等地也先后针对肉夹馍、沙县小吃、螺蛳粉等出台相关标准。

豫道农业公司董事长助理陈加跃表示，产品造假、以次充好、价格战等问题充斥速食酸辣粉行业，给整个行业带来很大打击。据了解，当地日前推出《河南省酸辣粉产业发展行动计划(2022—2025年)》，力争完成酸辣粉全产业链制定10个团体标准，争取将1~3个团体标准提升为行业或地方标准，鼓励企业参与制定国家标准。

不过，这一举措也受到外界质疑。有声音提到，地方小吃的核心在于区域特色，如果“一刀

切”地进行标准制定，可能让地方小吃失去特色。

河南一个酸辣粉品牌创始人告诉记者，产品的特色和口味，更多与自身原料和研发有关。标准是一个规范性的框架，是从宏观层面引导行业健康发展，避免劣币驱逐良币。

在今年5月召开的河南“酸辣粉”产业重点企业座谈会上，当地多家酸辣粉企业就呼吁抓紧成立相关标准。

豫道农业公司董事长助理陈加跃表示，产品造假、以次充好、价格战等问题充斥速食酸辣粉行业，给整个行业带来很大打击。据了解，当地日前推出《河南省酸辣粉产业发展行动计划(2022—2025年)》，力争完成酸辣粉全产业链制定10个团体标准，争取将1~3个团体标准提升为行业或地方标准，鼓励企业参与制定国家标准。

“具体到餐饮领域来看，零食、速食、地方小吃等，都将纳入这一战略当中，产业也将趋于精细化、规范化。”朱丹蓬说。

中国食品产业评论员朱丹蓬认为，设立地方美食团体行业标准将有助于对本地美食规范化、专业化、品牌化、资本化和规模化的塑造，提供了顶层基础。标准制定对于用料、用量只是宽泛要求，在此基础上做好平衡，仍有很大创新和发展空间。

从更高维度来看，国家正在大力支持各个领域加强标准化工作。2021年10月10日，中共中央、国务院印发的《国家标准化发展纲要》明确指出，标准是经济活动和社会发展的技术支撑，是国家基础性制度的重要方面。到2025年，实现农业、工业、服务业和社会事业等领域标准全覆盖，推动高质量发展的标准体系基本建成。

“具体到餐饮领域来看，零食、速食、地方小吃等，都将纳入这一战略当中，产业也将趋于精细化、规范化。”朱丹蓬说。

谋求全国化布局

随着经济的发展，以及电商和社交平台的崛起，特色小吃的地域性色彩逐渐模糊。很多地方特色小吃已经摆脱地域限制，逐步走向全国。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏提到，地方小吃的核心在于地域特色。但在全国化进程如果不能进行规范，后期发展很容易失去竞争力。

“制定相关标准，可以让地方小吃保持原汁原味的特色。同时，标准制定之后，可以让产品更加容易复制。这对于一个品牌的全国化进程至关重要。”文志宏说。

这在我国地方小吃领域已有成熟案例，覆盖全国的沙县小吃早已发展成为当地的支柱产业，在此背后，标准制定起到很大的推动作用。

三明市沙县区质量监督管理局在2021年撰写的一篇文章中提到，当地针对沙县小吃制定多项标准，包括沙县小吃食类、米食类、杂粮类、炖品类、其他类等5大门类制作技艺规范标准，《沙县小吃蒸饺》《沙县小吃小笼包》2项团体标准，《沙县小吃连锁经营服务规范》《福建省地方标准，修订沙县小吃拌面、扁肉、芋饺、烧麦等8项制作规范团体标准等。

遍地开花的螺蛳粉产业同样如此。2016年，广西卫健委发布《食品安全地方标准(柳州螺蛳粉)》，对螺蛳粉食品添加剂、卫生要求、包装等作出具体要求。

此后几年，《柳州螺蛳粉汤(配)料包生产规范》《柳州螺蛳粉(配)料包生产规范》《柳州螺蛳粉

生产消毒杀菌规范》《田螺稻田生态养殖技术规范》等标准陆续出台。最近发布的《柳州螺蛳粉料包》团体标准，规定了螺蛳肉包的术语和定义、技术要求、生产加工过程等。

上述动作对于产业的推动作用明显。数据显示，2021年柳州螺蛳粉全产业链销售收入达到501.6亿元，其中袋装柳州螺蛳粉销售收入达151.97亿元。而在福建省三明市沙县区，沙县小吃现已发展为年营业额过500亿元、生产企业200家、门店超8.8万家的特色富民产业。

上述酸辣粉品牌创始人提到，相关标准制定越精细，辅以地方政府在政策上的支持，相关产业的发展就会越快。而这些都是地方小吃迈向全国化和品牌化道路的有力助推。

“制定标准，有利于实现产业标准化。标准化程度高更加有利于复制和规模化。这对于打破地方小吃‘有品类无品牌’的市场格局有巨大帮助。”该创始人说。

更加重要的是，当下很多地方小吃已经受到资本关注。截至目前，马记永、陈香贵和张拉拉3个兰州拉面品牌，湖南米粉“霸蛮”，贵州米粉“贵凤凰”，四川小吃半汤抄手等均获得融资。而在此背后，都有相关标准的身影。

“标准化促使产业链更加规范，保护消费者权益，对于地方特色美食走向全国走向世界，都将起到向正的良性示范作用。”朱丹蓬说。



老年大学学员们排练节目，参加“喜迎二十大 永远跟党走”文艺汇演。

视觉中国/图

1. 转折点

“竞争文化”还是“利他文化”？

在赵曙明看来,与“敬天爱人”相比,“竞争文化”强调的是行事方式,较少关注其背后的价值观。

近年来,国内市场竟一度非常推崇“竞争”,认为只有拥有竞争文化的企业才能在弱肉强食的市场竞争中胜出。稻盛和夫则认为,在现代商业社会中应该积极提倡并认真践行“爱”的文化,强调以“敬天爱人”和“利他之心”,才能在商业世界中拥有更大的力量。

那么,企业的竞争文化和爱文化是否冲突?两者的差异是什么?当下,中国经济进入新常态,不少企业面临向高质量发展转型的关键节点,哪种文化的适配性更强呢?

对此,南京大学商学院名誉院长赵曙明教授认为,“‘敬天爱人’与‘竞争文化’并不冲突,只是关注点不同,‘敬天爱人’强调做正确的事情,说明了行事的底层逻辑,既要遵循事物客观规律,又要关心他人,‘竞争文化’强调正确地做事,说明了做事方式,即果断地做出决策,努力高效地完成工作,公平地分配成果。”

在赵曙明看来,与“敬天爱人”相比,“竞争文化”强调的是行事方式,较少关注其背后的价值观。举例来说,在上海遭遇新冠疫情疫情期间,不少居民遇到物资流通不畅的难题,以京东为代表的企业迅速组织员工进入上海,以缓解物资配送的问题。我认为这种行为是“敬天爱人”的体现,也是“竞争文化”的体现。

但在同样的时空背景下,也存在某些企业为获取更高的利润囤积居奇,甚至为原本正常的物资配送制造障碍的现象。我认为这种行为或许可以视作一种“竞争文化”,但绝不是“敬天爱人”的体现。

“对企业来说,企业如果能将‘敬天爱人’与‘竞争文化’有机结合起来,先选择正确的事,再正确地做事,或许是一种经营管理的理想状态。”赵曙明表示。

日本立命馆大学经济学部助理教授窦少杰博士曾长期跟随稻盛先生做京瓷集团的研究,他告诉记者,“竞争文化和爱文化两者在企业实战中并不冲突,关键看竞争文化如何定义。但无论如何,二者都需要有度,需要平衡,否则竞争文化很容易变成零和博弈,变成恶性竞争。”

在窦少杰看来,“稻盛先生实践的阿米巴经营是良性竞争的典型,阿米巴有一个非常重要的指标,是单位时间附加价值,说的是

2. 建护城河

市场优势还是价值观?

由此,企业能否围绕“价值观”建立护城河,将成为一个重要的分水岭。

值得注意的是,国内企业在建立竞争壁垒时,通常会选择市场优势、渠道能力等作为企业的核心竞争力。作为企业的“护城河”,而稻盛先生提到“价值观”是企业的护城河之一,因为价值观决定了企业的目标和愿景,而企业的成长是一场价值观的长跑。

那么,为什么市场优势不能成为企业的护城河呢?当下国内很多中小企业面临经营的无力感,认为价值观的确立是一件很困难的事情,这些中小企业又该如何从价值观的角度来建立自己的竞争壁垒呢?

对此,赵曙明告诉记者,“如何打造核心竞争力是企业发展的重要问题。不管是技术、市场还是渠道等市场优势,都可以成为企业核心竞争力。但在长期的市场竞争中,无论是技术还是市场,都难以一直作为企业的核心竞争力而存在,这一点我们可以从福特等百年企业的发展历程中归纳出来。正如稻盛先生所指出的,在长久的市场竞争和企业发展中,企业真正的核心竞争力只能是价值观,这是因为企业的发展涉及方方面面的决策,

一个阿米巴在一个工时之内创造出的附加价值是多少,比如一个车间有30个阿米巴生产同一种东西,一条生产线上每个阿米巴都会计算出单位时间附加价值,一个月的结果出来会有横向比较,这里面会有竞争,哪一个经营的好,哪一个不好,一目了然。”

“在这种良性竞争之下,阿米巴会强调在自己负责的工序内把工作做好,坚决不让次品或不良品流入下一个工序,如果生产出来没有检查出来,就会给下一道工序造成麻烦。比如丰田公司有一个词叫自工序完结,说的就是这一理念。京瓷公司没有自工序完结这一概念,但稻盛哲学里讲下一工序就是客户,不给客户添麻烦做生意才能长久。”

“我们知道,日本国民会讲不给别人添麻烦,这是一种普遍遵循的社会价值观,是一种对别人的利他和大爱。在企业经营层面,不给别人添麻烦也是一种大爱和利他。正是这样,阿米巴经营就把竞争和利他完美地结合在了一起。”窦少杰告诉记者。

在窦少杰看来,“竞争文化也好,善文化也好,是企业发展不同阶段的反应。当我们的市场经济逐渐完善并走向成熟,就会更多地强调善经济、影响力经济、ESG(一般指环境、社会和公司治理)等。一个非常典型的案例是海尔,早年的海尔是倡导竞争文化的,但后来不提了,因为市场无序竞争的时代过去了,海尔现在更多强调的是社会责任。”

这同样体现在企业对经营价值的排序,股东、员工、客户到底哪一个是第一位的。在这方面,日本的观点与欧美的观点差距很大。欧美是股东价值最大,强调股东的利益,日本不是特别强调股东利益,不是以股东利益最大化为最大追求,而是认为企业的延续是最重要的,股东、员工和客户是命运共同体,最终反映在包括股东在内的所有人。所以,日本企业200年来一直强调企业好、顾客好、社会好的“三方好”理念。

窦少杰告诉记者,“日本的‘三大商人’:近江商人、伊势商人、大阪商人都强调‘三方好’的理念,这与日本古代哲学有关,而日本古代哲学的源头来自中国的朱熹和王阳明,这里面是有文化共通性的,也是稻盛经营学在中国受到欢迎的一个重要背景。”

作为稻盛经营学在中国推广

稻盛和夫经营理念系列案例之一

“利他文化”是企业经营的底层逻辑

编者按 / 2022年8月24日,稻盛和夫去世,终年90岁。左手哲学,右手实学,稻盛和夫在其有生之年亲手打造了两家世界500强公司——京瓷集团、第二电电(KDDI),其经营思想更是在全球企业家群体中产生了重大影响,本人也被称为“经营之圣”。

在辉煌的商业成就背后,是稻盛和夫经营哲学在企业界的巨大影响力。稻盛先生“敬天爱人”、利他的经营哲学和阿米巴思想在中国深入人心。

《中国经营报》选择在这一时点做有关致敬稻盛和夫的系列案例,不仅仅为了纪念这样一位伟大的人物,更重要的是,我们认为中国企业到了一个关键时刻,就是如何选择中国商业文化背景下的企业经营哲学,如何选择企业经营的底层逻辑。

国内很多企业学习和使用阿米巴模式,有些成功了,有些失败了,原因是什么?阿米巴模式的精髓到底是什么?稻盛经营哲学也好,阿米巴模式也好,如果要与中国本土商业文化相衔接,还需要补足哪一个环节,撬动这两个车轮的杠杆在哪里?

我们计划以三期商业案例的形式来探讨上述问题,也希望能够激发国内转型中的企业找到属于自己的答案。

日报报道 | 2022年8月24日
日本著名实业家、京瓷公司名誉会长
稻盛和夫在京都市的私宅中去世,终年90岁

稻 盛 和 夫 1932年出生于日本鹿儿岛

创 立 了 两 家 全 球 5 0 0 强 公 司
1959年 27岁的他创立了京瓷,十年后,京瓷成为世界五百强公司
1989年 57岁的他创办了第二电电KDDI,2007年,第二电电进入世界500强
2010年 78岁的稻盛和夫带领日本航空(JAL)完成重建,当时日航已经负债2.3万亿日元,2012年9月,仅仅两年多,日航就重新完成上市



在辉煌的商业成就背后,是稻盛和夫经营哲学在企业界的巨大影响力。稻盛先生“敬天爱人”、利他的经营哲学和阿米巴思想在中国深入人心。
视觉中国/图

的一个重要载体,盛和塾发挥了重要作用。原上海盛和塾发展部副部长胡刚告诉记者,“稻盛先生所著的《活法》中提到了《了凡四训》,提到了‘敬天爱人’,都与中华文化有着深远的渊源,敬天爱人出自日本明治三英杰——西乡隆盛、大久保利通、木户孝允之口,他们是辅佐明治天皇改革的人,同时他们都是阳明心学的弟子,是王阳明在日本的传人。”

回溯历史,放眼未来。中国经济进入新的发展阶段,善经济正成为一个大的发展趋势。窦少杰告诉记者,“资本主义发展到现在这个阶段,尤其是疫情来临后,叠加各种各样的危机,资本主义经济遇到一些瓶颈。中国提出共同富裕,以及第三次分配,这是未来的一个方向。企业向高质量发展转型,虽然不排除竞争文化,但利他文化和良性竞争会是趋势。伴随国内市

场机制的不断完善,企业更需要练好内功,不走旁门左道。”

在此背景下,众多企业试图寻求“灵丹妙药”,以带动自身发展。部分企业聚焦于标杆企业,希望通过学习标杆企业的战略、技术、文化来复制成功,“竞争文化”“敬天爱人”更被视为其中的重要法门。然而,是学习“竞争文化”还是“敬天爱人”,这似乎是一个值得慎重抉择的问题。

对此,赵曙明认为,“敬天爱人和竞争文化是可以统一的。”敬天爱人,为企业的决策提供了标准,即企业的决策需要站在全体员工的立场,实现企业需求与社会需求、个人良知与社会道德之间的平衡。为了追求这种平衡,企业需要塑造‘竞争文化’,由管理者身先士卒,带领全体员工不断拼搏进取,实现经济下行背景下的企业发展。”

2. 建护城河

市场优势还是价值观?

由此,企业能否围绕“价值观”建立护城河,将成为一个重要的分水岭。

价值观为决策提供依据,告诉管理者和员工,什么是应该做的,什么又是不应该做的。只有秉持正确的价值观,企业方能获得可持续发展的不竭动力。”

在赵曙明的观察和研究中,我国企业中已经涌现了一批将“价值观”作为护城河的企业。举例来说,河南许昌有一家零售企业叫“胖东来”,与行业龙头相比,胖东来显然没有那么大的体量,但它已经是许昌居民日常生活中难以取代的购物场所,这也是许多零售企业致力于打造的“护城河”。

在赵曙明看来,“胖东来在当地消费者心目中有多么的地位,与企业所推崇的价值观分不开,胖东来将做人做事的标准明确为‘扬善戒恶’,即倡导做对他人、对社会有用的事,并希望企业能够和学校一样,培养员工健全的人格。”

就这样价值观的影响下,胖东来不仅在日常经营中致力于为消费者提供高性价比的产品和服务,更致力于提高员工的物质生活水平和精神境界,鼓励员工和企业一起承担更多的社会责任。疫情期间,胖东来不仅捐资5000万用于抗击疫情,更按成本价格

销售蔬菜,实实在在地惠民助民,这无疑对稳定物价、保障民生起到了良好的示范效应。

在赵曙明看来,“中小企业是我国经济与社会发展中极其重要的组成部分,它们不仅为社会提供了众多的就业岗位,更是经济活力的源泉。当前许多中小企业都面临着经营上的压力,这种压力既来自于经济周期的波动,又来源于全球竞争格局的影响。但即便如此,我们仍不妨转变一下思路,即当前的全球环境固然给企业带来压力,但在系统性的压力之下,企业之间的绝对差距可能缩小,原有相对稳定的市场竞争格局更有可能被颠覆,中小企业中也更有可能诞生未来的行业巨头。”

由此,企业能否围绕“价值观”建立护城河,将成为一个重要的分水岭。在这方面,赵曙明为中小企业提出了三点建议。

“首先,要培养战略定力,做出正确选择。当前,无论是企业还是管理者在日常经营中都面临着多元选择,有些管理者从经济效益出发,寻求能带来短期效益的决策,这是完全能够理解的,因为这关系到企业的生存,但企业也不能仅仅关注

短期效益,因为这会影响到企业的长期发展。中小企业管理者越是面对考验,越要培养战略定力,从长远处制定战略,从中短期明确战术。其次,认清员工价值,鼓励自我管理。面对经济压力,部分企业倾向于通过裁员、增加劳动时间等多种方式降低劳动成本。但企业必须认识到,与过去相比,国内员工无论是受教育程度还是专业技能水平都有了显著提升,员工所提供的不仅仅是劳动价值,更是由知识、技能所带来的附加价值。员工所拥有的岗位知识是企业难以短时间替代的宝贵财富,在当前的环境下,企业裁员要尤为慎重。相反,企业应该鼓励员工发挥牢固价值,通过自我管理增强员工的自主性,提高工作效率,为企业应对激烈竞争提供人才储备。第三,管理者以身作则,寻求多元增长,这是企业应对挑战时最重要的一条。部分企业往往存在这么一种看法,即企业的成功取决于管理者的领导,企业的失败则源于市场环境、员工素质等与管理者无关的因素,因此企业的胜利成果优先由管理者享有并分配,苦果则由员工买单。这其实是一种短视的看法。”

“首先,要培养战略定力,做出正确选择。当前,无论是企业还是管理者在日常经营中都面临着多元选择,有些管理者从经济效益出发,寻求能带来短期效益的决策,这是完全能够理解的,因为这关系到企业的生存,但企业也不能仅仅关注

3. 价值观落地

从PPT、墙上到真实的行动

“国内很多企业把价值观写在宣传册上,写在公司网页上,写在PPT甚至是公司的墙上,但没有落实到行动中,这是非常遗憾的。”窦少杰告诉记者。

多年前的一本畅销书《基业长青》,也曾经讲述过价值观的重要性。但是,如何将价值观落地,并最终成为企业经营者和员工的行动指南,成为企业在激烈竞争中的护城河,一直以来都令企业充满困惑。

“国内很多企业把价值观写在宣传册上,写在公司网页上,写在PPT甚至是公司的墙上,但没有落实到行动中,这是非常遗憾的。”窦少杰告诉记者。

在窦少杰看来,“企业喜欢追求在技术或市场领域不输给任何人,但技术瞬息万变,你今天在技术上有竞争力,不代表你的技术明天仍有竞争力。为什么上市公司会讨厌丑闻,因为一旦发生丑闻,市场会一夜倒塌,所以,这些都只能算是一种领先优势,并不是真正的核心竞争力。真正的竞争力只能来自统一的价值观。”

将价值观落地,并依靠统一的价值观获胜的一个非常典型的企业就是7-11便利店(日本伊藤洋华堂公司所属便利店),其创始人林木敏文与稻盛和夫同年,依然健在,他一手创立了7-11并将其带上零售业的巅峰。

窦少杰告诉记者,“林木敏文一直强调的重要理念是‘员工一定要站在顾客的角度上思考,坚决不要去为顾客着想’。这句话听起来有点矛盾,但其实不然,为顾客着想,是站在店铺的(自己的)立场上,潜台词是‘我都为你着想了,多不容易哈’,‘如果这样了你还不满意,我会非常难受’,这时就会有负

面情绪。”

“所以,林木敏文认为,如果不是真正站在客户立场上,就会把自己的想法强加给客户,我认为客户会高兴,但客户并不高兴。但如果换过来,站在客户的立场上,就会考虑我希望接受到什么样的服务,买到什么样的产品,设身处地站在客户的角度上思考问题,会更加容易准确地抓住客户的需求。”

“举例来说,7-11有一个做法,就是假设验证,强调员工要带着头脑去做,而不是机器式地操作,工作过程要不断提出假设,要实践,要验证。比如说找零钱,对待不同的客人,应该是机械式的。所以,当店员见到顾客时,马上应有一个假设,比如想怎么去做动作,客人会感觉亲切,要站在顾客的立场上思考,有了这个假设后去实践,如果顾客果然很满意,说谢谢,那假设就得到验证了,下次就会进一步提高自己。”窦少杰告诉记者。

对于国内企业如何将墙上的价值观进行落地,窦少杰表示,“首先,老板在要求别人之前要自己做好,要率先垂范,比如中小企业面临资金问题,要提倡节约,就不要去死要面子活受罪,非要坐奔驰让供应商或客户瞧得起,要与员工开同样的车,其实就是榜样。其次,老板要让员工认同,首要的是要为员工着想,要考虑到员工的利益,倡导企业的发展目标是企业与员工的共同成长。有了这两条之后,还要在企业里营造老板要为员工服务的文化,真正做到以人为本。”

观察

中国企业要重视对经营哲学的选择

“当经济发展到一定程度,企业最大的竞争优势将体现在经营哲学的选择上。”北京颉腾文化传媒有限公司创始人、董事长,原机械工业出版社副社长,华章公司CEO周中华告诉《中国经营报》记者。

在周中华看来,“稻盛和夫伟大的经营学是在日本经济下行的时代发生的。而中国经历改革开放40年的高歌猛进,我们的经济也进入到一个新的周期,面临新的挑战。新时代的任务是高质量发展,以稻盛和夫先生为代表的东方管理哲学,在某种程度上可以帮助企业来应对这些新挑战。”

的确,过去40年中,中国企业高速发展,很多企业采用竞争文化,以强调竞争、博弈的西方经营哲学为指导。但伴随技术环境和商业环境的变化,很多企业遭遇了短板和挑战。曾经强调的企业的技术、渠道、市场方面的核心竞争力很难跨越技术的或市场的周期,这时候人们发现,价值观才是企业真正的竞争壁垒,才是企业的护城河。

所以,这将是中国企业觉醒的时代,如何从经营的底层逻辑上重新思考,将有利于他人、有利于社会发展的社会责任精神融入到企业的商业模式和商业战略中,从而升级为更加正向的商业生态,同时更好地发挥企业之于社会的正向力量。

这是一个非常重要的契机,但与此同时,很多企业也面临着决策和执行的问题。为什么一个好的价值观无法落地,一个正确的决策执行不到位?这或许就源自对人性的认知。

举例来说,上世纪90年代,平衡记分卡传到国内,很多企业在做平衡记分卡,但做得却一塌糊涂。原因就在于平衡记分卡涉及四个方面,企业往往只重视了财务、客户和内部运营三个方面,唯独对第四个方面——员工的进步与成长缺少关注。所以说白了,如果不能做到以人为本,很多战略都难以实现。

“同样地,在学习稻盛哲学的时候,我们也不能机械地照抄照搬,要结合国情,如果把稻盛经营学的精神——一个是敬天爱人的哲学,一个是阿米巴经营实学——比作车轮的话,那么中间还需要加一个车轴,那就是以人为本设定的管理制度。”窦少杰告诉记者。

(本篇文章均由本报记者屈丽丽采写)