



中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

构建碳排放双控体系 国务院推进“双碳”方案落地

NA2

郑钦文点燃“网球经济”

D1



社评

以改革推动全面创新

学习贯彻党的二十届三中全会精神，是当前和今后一个时期的一项重大政治任务，我们要不断提升政治站位，深化思想认识，坚定拥护“两个确立”，坚决做到“两个维护”，精心组织宣传报道，推动全会精神深入人心。

全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推动中国式现代化的决定》(以下简称《决定》)，作为进一步推动全面改革的纲领性文件，引起各行各业的高度关注。

对科技行业特别是广大科技工作者来说，《决定》振奋人心，它不仅吹响了中国实现高水平科技自立自强的号角，也描绘了把中国建设成世界科技强国的宏伟蓝图。

会议在开篇提到：“面对纷繁复杂的国际国内形势，面对新一轮科技革命和产业变革，面对人民群众新期待，必须自觉把改革摆在更加突出位置，紧紧围绕推进中国式现代化进行全面深化改革。”这表明，全球新科技革命和产业变革的时代已经来临，对中国来说，我们需要顺应形势变化，努力推动我国在新一轮科技产业变革中保持领先地位。

然而，必须正视的现实是，持续几十年的经济全球化分工在新一轮科技革命浪潮推动下，格局也在逐渐松动，不仅如此，一些重要经济体也陷入各自为战、摆脱依附的复杂环境中。在此背景下，追求关键技术的自主可控，实现科技创新的自立自强，成为解决这一问题的关键。

为此，《决定》提出了“构建高水

平社会主义市场经济体制”“健全推动经济高质量发展体制机制”“构建支持全面创新体制机制”等十多项重要改革议题。从改革任务的部署安排上看，“全面创新”紧靠“高水平社会主义市场经济体制”和“高质量发展”，这凸显了“创新”在改革中的重要地位。

当前，科技作为第一生产力已经成为各国经济实力角逐的主战场，围绕高素质人才和科技制高点的国际竞争空前激烈，这强化了人才作为第一资源、创新作为第一动力的重要性。

鉴于此，《决定》强调教育、科技、人才是中国式现代化的基础性、战略性支撑，必须深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略。同时提出，要统筹推进教育科技人才体制机制一体化改革，健全新型举国体制，提升国家创新体系整体效能。

这是继党的二十大对教育、科技、人才进行一体化部署之后，又一项重大战略部署。它不仅彰显了教育、科技、人才一体化发展对夯实高水平科技自立自强基础支撑的重要意义，也打破了教育、科技、人才制度领域的改革壁垒。

我们认为，可以从两个维度去理解教育、科技、人才一体化改革与“全面创新”战略之间的逻辑关系。

其一，推进中国式现代化、实现民族复兴伟业离不开科技创新，而科技创新离不开高层次人才，人才培养又依靠教育体制改革。整体看，教

育、科技、人才构成了一个完整的内在逻辑链条。因此，只有统筹推进教育、科技、人才体制机制的一体化改革，才能实现“全面创新”战略。

其二，在当前内外形势复杂多变背景下，科技创新是经济发展的供给侧，而高层次人才是科技创新的供给侧，同时教育体制机制改革又是人才战略的供给侧，三者形成了相互支撑、内在一致的架构框架。

基于这种逻辑关系，未来如何通过深化改革进一步提升高校的科技创新能力，提高人才自主培养质量，更加有效服务国家重大战略需求，成为推动改革全面落实的重要抓手。

近日，教育部党组书记、部长怀进鹏在答记者问时表示：我们将聚焦国家重大(战略)需求与科技发展战略。同时提出，要统筹推进教育科技人才体制机制一体化改革，健全新型举国体制，提升国家创新体系整体效能。

这是继党的二十大对教育、科技、人才进行一体化部署之后，又一项重大战略部署。它不仅彰显了教育、科技、人才一体化发展对夯实高水平科技自立自强基础支撑的重要意义，也打破了教育、科技、人才制度领域的改革壁垒。

怀进鹏的这一表态，为未来的教育改革指明了具体方向，并和《决定》要求相呼应。

在“深化科技体制改革”中，《决定》提出“坚持面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求、面向人民生命健康，优化重大科技创新组织价值，统筹强化关键核

心技术攻关，推动科技创新力量、要素配置、人才对话体系化、建制化、协同化”。

文中还特别提出，要“强化企业科技创新主体地位，建立培育壮大科技领军企业机制，加强企业主导的产学研深度融合，建立企业研发准备金制度，支持企业主动牵头或参与国家科技攻关任务”。

这些具体的部署安排，也让科技工作者努力奋进的心更坚定了。对他们来说，改革方向犹如一针强心剂，为未来的工作指明了方向。同时，《决定》还允许科技人员在科技成果转化收益分配上有更大的自主权，并提出要“建立职务科技成果资产单列管理制度、深化职务科技成果赋权改革”“深化高校、科研院所收入分配改革”等内容，这些举措有效激发了拔尖人才在科技创新中的领军作用。

不仅如此，《决定》还提出多项支持企业创新的举措。比如构建同科技创新相适应的“科技金融体制”、加强对国家重大科技任务和科技型中小企业的金融支持、完善长期资本“投早、投小、投长期、投硬科技”的支持政策等内容，以保障企业“轻装上阵”，激发他们科技创新的潜能。

按照《决定》安排，教育、科技、人才一体化改革要推动创新战略的路径，并明确了完成改革的时间表——“到二〇二九年中华人民共和国成立八十周年时，完成本决定提出的改革任务”。我们期待，未来中央能以更大力度、更实举措进一步深化改革。

本期热词

“地铁热”降温

近两年来，多地地铁规划被退回，北京、深圳等一线城市已获批的地铁规划规模也明显缩减，其中以地铁为主的城市轨道交通投资额连续三年下降，这预示着“地铁热”正在降温。地铁设计院开始抢夺市政、公路、房地产开发等项目订单，地铁产业链格局的重构正在上演。

多地地铁规划里程缩水 地铁“狂飙”时代终结

NA2

特斯拉保险

特斯拉入局保险业，激起了市场对新能源车险的关注。由于险企缺乏新能源车数据，且新能源维修成本较燃油车更高、出险率更高的情况，新能源车险正面临着保费高、投保难、盈利难的多重挑战。

特斯拉入局保险经纪 新能源车险定价难题何解

产能回流

富士康将在郑州投资建设新事业总部大楼和七大中心，一系列动作说明了对大陆市场的重视，也表明了富士康正在积极布局新的业务领域，包括新能源汽车产业。值得一提的是，近日还有消息传出部分iPhone 16订单由印度回流国内的消息，国内果链企业或有望获得更多订单。

富士康产能回流：现实考量和未来布局

奥运秀场

在体育运动与现代商业的交汇处，运动服饰占据了很大一部分份额，正在进行中的巴黎奥运会，为运动品牌展示自身实力、创新能力和市场影响力提供了平台。通过比赛服来传播自身研发的“黑科技”，是不少运动品牌的共同选择。

服装品牌“争艳”奥运秀场

经济大势

A1~A4

自贸区十年：千项制度创新成果复制推广

多地地铁规划里程缩水 地铁“狂飙”时代终结

营商环境

B1~B16

“台柱子”丘栋荣离职 中庚基金临考

普惠信贷尽职免责新规出炉 解除“敢贷”“愿贷”后顾之忧

揭秘出口企业“财技”：“存货双高”吃利差

巴黎奥运局外局：中国制造外贸“爆单”

多城存量房收储细则已明确 国家队“收房”进度如何？

大博医疗隐秘的关联方被曝光

智在公司

C1~C8

开放式耳机释放“鲇鱼效应” 蓝牙耳机市场持续复苏

任天堂业绩“腰斩” Switch步入生命末期

瞄准“奥运经济” 车企竞速体育营销赛道

自主品牌优惠退坡 车市“淡季不淡”

消费连锁

D1~D4

红牛“商标战”的下半场

从百亿迈向千亿 农业数字化转型的“铁骑力士”样本



中经传媒智库



本报官方微信



广告许可证:京海工商广字第024号
本报常年法律顾问:北京德和衡律师事务所
总机电话:(010)88890000 发行征订电话:(010)88890120 广告热线:(010)88890020 监督电话:(010)88890050

构建碳排放双控体系 国务院推进“双碳”方案落地

本报记者 吴婧 上海报道

实现碳达峰与碳中和目标，是促进经济社会发展向绿色低碳转型的重要体现，在各方关注下，构建碳排放总量和强度双控（以下简称“碳排放双控”）制度体系正式提上日程。

在党的二十届三中全会对“双碳”目标实施进度进行具体部署后，国务院办公厅近日印发了《加快构建碳排放双控制度体系工作方案》（以下简称《方案》），明确到2025年、“十五五”时期、碳达峰后三个阶段的工作目标。

盘古智库高级研究员吴琦对《中国经营报》记者表示：“随着碳达峰实现时间的临近，能耗双控向碳排放双控全面转型

已经刻不容缓。《方案》明确了碳双控制度构建体系的时间表和路线图，这有利于推动碳排放管理工作深入开展。”

减碳与发展

《方案》提出，要将碳排放指标纳入国民经济和社会发展规划。

事非经过不知难，成如容易却艰辛。

落实“双碳”是全国性的目标，不是某一区域目标。吴琦认为，当前谈论“双碳”的实现路径，不能脱离本地能源资源禀赋实际、超越经济发展阶段和绿色低碳经济技术可行性，而要做好与全国分解目标和能耗双控目标的衔接，并与其他区域的协同。

《方案》提出，要将碳排放指标纳入国民经济和社会发展规划。在吴琦看来，这是本次《方案》的主要亮点之一，其确立了碳减排在经济社会发展和能源转型升级中的引领性作用。

安永大中华区ESG可持续发展主管合伙人李菁在接受记者采访时表示，这一安排意味着碳排放指标

将成为国家经济发展的重要考量因素，这进一步强化了对各地区及重点领域、行业、企业的碳排放管控要求，也说明国家在制定经济发展计划时，会充分考虑碳排放因素，以确保经济发展与碳排放控制相协调。

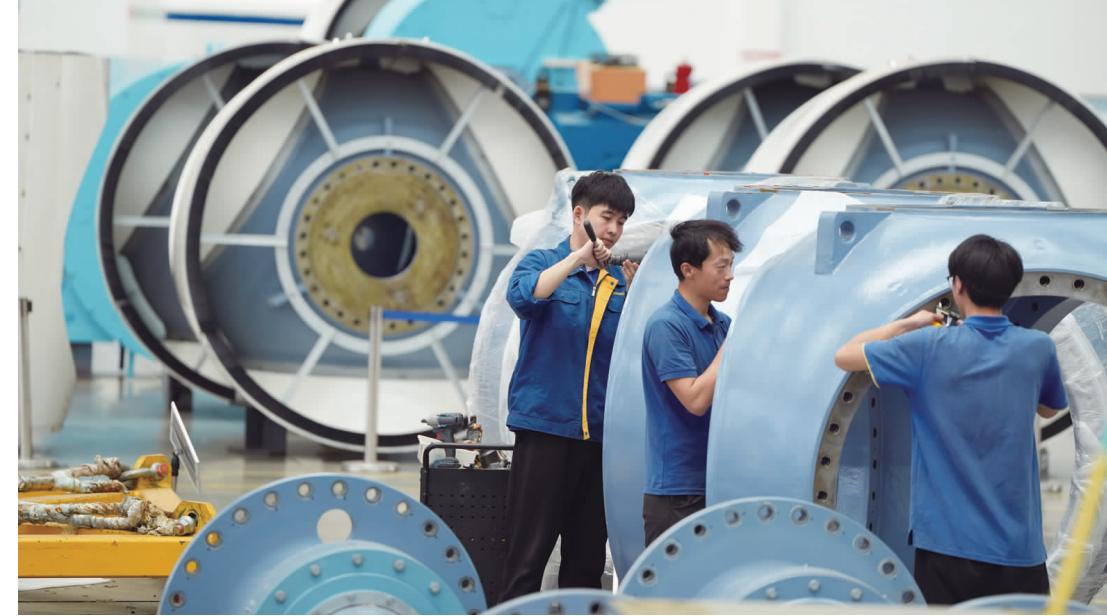
这表明，在加快构建碳排放双控制度体系过程中，也需要认真考量如何兼顾减碳与发展的关系。吴琦认为，地方既要优选对经济发展影响最小、最可持续的经济发展方向，又要从碳排放空间中为新兴产业、新技术发展预留容量，避免错失发展机遇。

李菁则表示，碳排放双控的核心在于准确测算碳排放量，但目前的统计核算体系仍需完善。生态环

境部此前已开始针对发电、电解铝和水泥等行业发布核算指南征求意见稿，但其他21个行业的指南仍在持续完善中。

“实现碳达峰碳中和目标时间紧、任务重，需要统筹考虑资源能源安全、应对气候变化与保护生态环境、经济可持续发展等各项因素。”李菁坦言。当前，覆盖各部门、各地区、各相关方的协调机制还不健全，责任分工尚不明确，因此难以形成合力。

在业界看来，“双碳”目标是对产业结构、生产生活方式、空间格局的重塑，需要充分发挥中国制度优势、资源条件、技术潜力以及市场活力，这对数字经济与低碳经济融合、应用场景开拓提出更高的需求。



目前，各地在调整优化产业结构、推动绿色高质量发展方面不断取得新成效。图为山东日照，工人在经济技术开发区金马新能源有限公司风力发电机生产车间工作，目前利用该发电机建起来的风场遍布多国，年减少碳排放25.72万吨。
视觉中国/图

建立健全核算体系

李菁认为，合理分解这些指标需要根据各个省份、城市的经济发展水平、产业结构、能源消耗现状及减排潜力等因素科学规划。

《方案》明确提出建立地方碳排放目标评价考核制度，此举对地方政府来说，既是压力，更是动力。

据悉，碳排放双控指标包括控制碳排放总量和单位GDP的碳排放强度。李菁对记者表示：“制定一个全国性的指标相对比较容易，但如何对全国性指标进行分解，并在地方落地执行，是建立碳排放双控指标体系的难点。”

李菁认为，合理分解这些指标需要根据各个省份、城市的经济发展水平、产业结构、能源消耗现状及减排潜力等因素科学规划。

具体来说，西南用水电多，西北用风电光伏多，各地用能结构不同，如果执行碳排放双控就需要按照清

洁程度分指标。“如何结合各地的资源禀赋、经济实力、产业结构、能源结构等各方面情况对指标进行分配，是顺利实现能耗双控向碳排放双控转变的最大挑战。”李菁认为。

值得一提的是，《方案》提出要开展固定资产投资项目碳排放评价，并将温室气体排放管控纳入环境影响评价。

绿色和平绿色转型金融项目负责人刘文杰认为，强化对固定资产投资项目的碳排放管控，是加速实现碳达峰目标、推动经济发展脱碳、增加“绿色”发展底色的重要举措。

以建筑行业为例，研究显示，全国建筑全生命周期能耗及碳排放量逐步上升，建筑业全过程排放量占

全国能源相关碳排放总量近一半。其中，建材生产涵盖钢铁、水泥等高耗能产业，仅钢铁业碳排放量就占到全国碳排放总量15%左右。“强化对固定资产投资项目的碳排放管控，对于推动多个高耗能、高排放行业和项目减排释放了重要的政策信号。”刘文杰说。

此前，国家发展改革委曾发布《固定资产投资项目节能审查办法》，涉及六大碳排放重点行业新建、改建、扩建二氧化碳年排放增量26000吨及以上的固定资产投资项目。

在刘文杰看来，未来项目的碳排放情况将成为项目开工建设、竣工验收的重要参考依据，这为企业从能耗双控向碳排放双控过渡提供了支撑。

完善企业降碳管理

在新的碳排放双控机制框架下，新增的可再生能源和作为原料使用的能源不再计入能源消费总量的考核之中。

在完善企业节能降碳管理制度方面，《方案》提出发挥市场机制调控作用。绿色和平气候与能源资深项目主任吕欣对记者表示，这对于有意向提升可再生能源消费的企业来说，是一个积极的信号。

近年来，头部互联网科技企业纷纷承诺100%可再生能源电力使用，绿电交易规模不断创新高。相关数据显示，2024年上半年，国家能源局核发绿证4.86亿个，同比增长13倍。

而能耗双控和碳排放双控最大的区别在于，清洁能源能否得到“豁免”。在新的碳排放双控机制框架下，新增的可再生能源和作为原料使用的能源不再计入能源消费总量的考核之中。这种调整有

助于鼓励更多企业使用可再生能源满足新增的能源需求。

《方案》同时对电力、钢铁、建材、有色、石化、化工等重点行业提出了更为严格的排放要求，指出要健全重点用能和碳排放单位管理制度，发挥全国碳排放权交易、全国温室气体自愿减排交易、绿证交易等市场机制调控作用。

根据生态环境部的统计，目前纳入发电行业重点排放单位有2257家，年覆盖二氧化碳排放量约51亿吨，中国目前是全球覆盖温室气体排放量最大的碳市场。

全国碳市场是利用市场机制控制温室气体排放、实现碳达峰碳中和目标的重要政策工具，包括强制性的碳排放权交易市场和自愿

性的温室气体自愿减排交易市场两个部分。

2024年1月，全国温室气体自愿减排交易市场正式启动，目前制度框架体系已构建完成，减排项目和自愿减排量即将进入申请登记的窗口期；2024年7月，全国碳排放权交易市场启动上线交易已满3年。截至2024年6月底，全国碳排放权交易市场累计成交量4.65亿吨，成交额约270亿元。

李菁预计，随着“双碳”目标临近，未来会有更多市场化手段运用在企业节能减排方面，通过市场倒逼机制，无法完成减排任务的企业，则会获得实实在在的好处。

央企开启新能源倍增计划

国家发展改革委将建立碳排放预警机制

本报记者 索寒雪 北京报道

伴随“双碳”目标的提出，中国鼓励可再生能源发展、控制化

石能源消费的信号逐渐明朗。近日国家发展改革委连续发布两个文件，助力可再生能源电力上网，提到要加快构建碳排放双控制度

体系，同时明确严格落实可再生能源电力消纳责任。

党的二十届三中全会要求建立能耗双控向碳排放双控全面转

型新机制。在业界看来，此举将有利于科学精准开展评价考核，也有利于促进绿色低碳先进技术研发应用。

新能源倍增发展

近日，国家发展改革委公布了《2024年可再生能源电力消纳责任权重》，严格落实“西电东送”和跨省跨区输电通道可再生能源电量占比要求，对于具体比例，要求2024年的占比原则上不低于2023年实际执行情况。

同时还提出，冀北、蒙西、青海、甘肃等地区要采取措施提升消纳能力，强化监测预警，保障新能源消纳利用处于合理水平。

以北京为例，《中国经营报》记者对比消纳权重后发现，北京2024年的总量消纳责任权重目标为25.30%，非水电消纳责任权重

目标为23.80%，相比两年前的实际完成情况，均有明显提升。

记者从部分中央企业了解到，目前央企也开始进军可再生能源领域，尤其在装机容量方面，央企加快了布局节奏。

一位能源央企的高层人士向记者表示，经过多年的发展，目前新能源领域实现了集约化、专业化、规范化管理，特别是在市场开发、工程建设、生产运营、营销等方面都取得了不错的成绩。“去年企业的全容量装机规模达到4500万千瓦，新增装机也达到1000万千瓦，这个数字创造了历史新高。”该人士说。

国家发展改革委在《2024年可再生能源电力消纳责任权重》

与此同时，中央企业也在进行新一轮的规划。

前述人士表示，按照集团部署和安排，2025年企业要实现倍增计划，在具体目标方面，要从2022年的3500万千瓦倍增到7000万千瓦。

然而，值得注意的一个问题是，在企业装机规模快速增长背后，电网消纳问题仍没有较好的解决方案。“我们希望周边的电网能够加快建设，因此也不会窝电。”该人士表示。

国家发展改革委在《2024年可再生能源电力消纳责任权重》

通知中指出，各电网企业要切实承担组织责任，密切配合省级能源主管部门，按照消纳责任权重组织调度、运行和交易等部门，认真做好可再生能源电力并网消纳、跨省跨区输送和市场交易。

对于具体要求，国家发展改革委表示：“2025年1月底前，国家电网、南方电网所属省级电网企业和内蒙古电力（集团）有限责任公司向省级能源主管部门、经济运行管理部门和国家能源局相关派出机构，报送2024年本经营区及各承担消纳责任的主体可再生能源电力消纳量完成情况。”

第二阶段是“十五五”时期，在全国范围内实施碳排放双控制度，以强度控制为主、总量控制为辅。“要建立碳达峰碳中和综合评价考核制度，健全重点用能和碳排放单位管理制度，开展项目碳排放评价，建立健全产品碳足迹管理体系和碳标识认证制度，确保如期实现碳达峰目标。”国家发展改革委相关人士介绍。

第一阶段是当前至2025年，重点是夯基垒台，着力完善地方、行业、企业、产品碳排放统计核算体系，提升“双碳”相关计量、统计和监测能力，为“十五五”时期在全国范围内实施碳排放双控奠定基础。

第三阶段是碳达峰后，调整优化碳排放双控制度，以总量控制为主、强度控制为辅。同

时要建立碳中和目标评价考核制度，进一步强化对各地区及重点领域、行业、企业的碳排放管控要求，推动碳排放总量稳中有降。

为了实现对碳排放总量控制和强度控制，国家发展改革委提出，各个部门要抓紧补齐本领域本行业相关配套制度短板，建立健全重点行业领域碳排放核算机制，摸清碳排放底数与减排潜力，开展碳排放形势分析监测和预警。

记者观察

“碳”路前行

文/吴婧

积极应对气候变化是全人类的共同使命。自“双碳”目标提出以来，我国一直在稳步推进相关政策，以期和时代动能的转变同频共振。

2022年的《政府工作报告》提出，有序推进碳达峰碳中和工作，推动能耗双控向碳排放总量和强度双控转变。自此，碳排放双控的概念日渐为大众所熟悉。对中国来说，2020—2030年是实现碳达峰目标的关键10年，建立能耗双控向碳排放双控全面转型制度体系机制已十分迫切。

2024年8月2日，国务院办公厅印发《加快构建碳排放双控制度体系工作方案》（以下简称《方案》）的通知，明确了构建系统完备的碳排放双控制度体系的各阶段任务，这也是国务院落实党的二十大以及党的二十届二中、三中全会精神的具体行动部署。

今年以来，全球经济动能偏弱，地缘政治冲突、资本市场剧烈波动等问题频发。在百年未有之大变局下谋求实现“双碳”目标，挑战之巨、难度之大可想而知。作为世界第二大经济体，在积极稳妥推进碳达峰碳中和的总体要求下，如何平衡好降碳和发展的关系，是绕不过去的挑战。

逢山开路，遇水搭桥。《方案》将碳排放指标及相关要求纳入国家规划，建立健全地方碳考核、行业碳管控、企业碳管理、项目碳评价、产品碳足迹等政策制度和管理机制，并与全国碳排放权交易市场有效衔接，构建系统完备的碳排放双控制度体系，为实现碳达峰碳中和目标提供有力保障。

党的二十大报告指出：“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。”对于经济发展的绿色转型，透过短期之“形”，看清长期之“势”，既要看发展格局之“新”，更要看发展质量之“高”。如此，方能理解顶层设计背后的用心良苦。

当前，实现碳达峰碳中和是一项系统工程，涉及经济社会全过程，需要一部综合性、基础性的法律加以统领，规范和协调各部门及各利益相关方采取共同行动。

根据《方案》的总体要求，到2025年，碳排放统计核算体系进一步完善，一批行业企业碳排放核算相关标准和产品碳足迹标准出台实施，国家温室气体排放因子数据库基本建成并定期更新，相关计量、统计、监测能力得到提升，这为“十五五”时期在全国范围内实施碳排放双控奠定基础。我们相信，顺应自然、保护生态的绿色发展昭示着未来。

商务部:将制定自贸区提升战略综合性文件

本报记者 索寒雪 北京报道

中国自贸试验区在取得十年建设成效基础上,不断实现新

的“提升”和“探索”。

《中国经营报》记者近日获悉,商务部正在研究制定实施自贸试验区提升战略的综合性文

件,并将集中推出一批引领性、集成性改革举措。

商务部国际贸易谈判副代表李詠箇在国新办近日举行的新闻发布会上表示:“当前,自贸

区主动对接国际高标准经贸规则,先行先试,已经成为开放新高地。”

负面清单“清零”

商务部正在推进服务业扩大开放综合试点示范,加大开放创新力度。

“我们希望在设备更新和以旧换新政策上,外资和内资享有同等的待遇。”在商务部主办的外商圆桌会议上,一家知名企业的中国区负责人向商务部高层提出了这一建议。

在现场,记者看到商务人士对此建议给予了肯定的答复,称出台的政策中,外资和内资待遇平等。

据了解,今年上半年我国实际利用外资金额接近了5000亿元,处在近十年来较高水平,今年引资规模同比有所下降,主要是受去年同期的高基数影响。

从结构来看,引资结构不断优化。

商务部外国投资管理司司长朱冰在会上表示:“我国高技术制造业实际外资占比比去年同期提升2.4个百分点,制造业外资也比

去年同期占比提升2.4个百分点。两个‘2.4’,说明结构在优化,说明外国投资者正在积极调整行业领域投资布局,这和我国加快发展新质生产力、深入推进新型工业化的大趋势完全契合。”

由于我国经济回升向好、长期向好的基本态势没有改变,超大规模的市场、优质的产业体系供给、高端高素质人才才供给这些综合优势,对外资的吸引力也没有改变,大多数跨国公司看好长期在华投资的前景,所以持续加大投资力度。

统计显示,今年上半年新设外资企业数将近2.7万家,同比增长14.2%,这个数字说明了外资活跃度,延续了去年以来外资企业数量较快增长的趋势。

朱冰表示,下一步商务部将进一步放宽市场准入,扩大鼓励

外商投资产业目录,同时发布2024年版的外资准入负面清单,落实总书记讲的全面取消制造业领域的外资准入限制措施,也就是说全国范围内制造业的限制措施要“清零”。

“同时,我们将立足自身发展需要,推动电信、互联网、教育、文化、医疗等领域有序扩大开放;还将修订发布《外国投资者对上市公司战略投资管理办法》,引导更多优质外资进入资本市场进行长期投资。”朱冰说。

商务部深化外商投资促进体制机制改革,正在聚焦打造“投资中国”品牌,提升包括厦门“九八”投洽会在内的重点投资展会、标志性活动的效能,健全外商投资促进成效评价体系,支持各地创新招商模式,聚焦优势领域提升精准化招商水平,把更多的高质

量外资吸引过来。

记者了解到,商务部正在对《国务院关于进一步优化外商投资环境加大吸引外商投资力度的意见》,即“外资24条”,开展年度的实施成效评估,把每一项的政策措施落到实处。

朱冰说:“我们将按照国务院部署,进一步完善外资企业圆桌会议制度,以及外商投资投诉工作机制,及时帮助企业解决困难,保障外资企业在要素获取、资质许可、标准制定、政府采购等方面国民待遇,共享中国改革开放的红利。”

此外,商务部正在推进服务业扩大开放综合试点示范,将推出一批试点举措,在增值电信、医疗健康、数字经济、文旅交通、商业航天以及相关特色消费等领域,加大开放创新力度。

政策再提升

自贸区将加强全产业链集成创新,提升新质生产力发展动能。

自贸试验区板块在外资工作中举足轻重,使用外资规模占到全国外商投资份额的20.8%。

朱冰表示,在稳步扩大制度型开放方面,下一步将主要是通过自贸试验区、自由贸易港,主动对接高标准经贸规则,在多个领域实现规则、规制、管理和标准的相通相容,更好发挥自贸试验区、海南自由贸易港的示范作用,及时将具备条件的试点措施推广到全国的自贸试验区。

目前,首批有条件的自贸试验区(港)对接国际高标准经贸规则推进制度型开放的试点措施,已经全面落地,上海自贸试验区全面对接国际高标准经贸规则的总体方案也正在加快实施,在重点行业再制造产品进

口、支持境外人员提供专业服务等方面形成了一批落地的项目和示范的案例。

外资企业经常提出的相关数据流通政策也正在落实之中。

记者了解到,商务部配合国家网信办等部门,支持自贸试验区在国家数据分类分级保护制度框架下,制定了数据跨境流动的负面清单。目前,天津、上海等自贸试验区正在积极推进相关探索。

2024年上半年,22个自贸试验区实际使用外资达到1039.6亿元,进出口总额达到4.1万亿元,以不到千分之四的国土面积,实现了占全国20.8%的外商投资和19.5%的进出口。

未来,自贸试验区的开放水

平将进一步提升。

朱冰透露:“目前,商务部正在研究制定实施自贸试验区提升战略的综合性文件,将集中推出一批引领性、集成性改革举措,为全面深化改革探索更多可复制可推广的成功经验。”

在规则对接方面,他介绍,我们将做好自贸试验区对接国际高标准经贸规则试点的落地实施、总结评估和复制推广工作,推动在更大范围释放政策红利。

商务部还将加强规则的前瞻性研究,推动相关服务领域的率先开放。

朱冰说,在产权保护、环境、政府采购、电子商务、金融等领域,商务部将开展新的试点试验,实现规则、规制、管理、标准

的相通相融;在重点领域开放方面,将深入研究依托自贸试验区,进一步扩大商品市场、服务市场、资本市场等对外开放,以外商投资准入和跨境服务贸易两张负面清单为重要工作抓手,推动相关服务领域的率先开放。

下一步,商务部将推动自贸试验区加强全产业链集成创新,提升新质生产力发展动能。

朱冰说:“我们将支持各自贸试验区进一步深化差别化探索,充分发挥产业基础好、集聚度高、创新力强的优势,围绕大宗商品、生物医药、装备制造、海洋经济等重点领域,推动全产业链创新发展,争取在发展新质生产力方面形成更多制度化的创新成果。”

自贸区十年:千项制度创新成果复制推广

本报记者 杜丽娟 北京报道

自2013年我国首个自由贸易试验区(以下简称“自贸试验

区”)成立以来,十年时间,我国形成了22个覆盖东西南北中的

自贸试验区,自贸试验区的不断发展壮大,也开创了改革开

放新格局。

商务部数据显示,今年上半

年,22个自贸试验区实际使用外

资达到1039.6亿元,进出口总额

达到4.1万亿元,以不到千分之四的国土面积,实现了占全国20.8%的外商投资和19.5%的进出口。

普华永道综合商务咨询合

伙人、全国开放创新业务负责人周裔雯认为,当前的自贸试验区不是改革开放初期的开发区,它并不是通过税收优惠来

扶持企业发展,而是通过制度创新形成公平、统一、高效的市场环境,从而降低企业运行的“制度成本”。

以制度创新推动改革

“站在新起点上,我们需要进一步解放思想、大胆探索,着力实施自贸试验区提升战略,更高水平助力中国式现代化建设。”在总结自贸试验区十年发展成绩时,河南财经政法大学教授、中国(河南)自由贸易试验区研究院执行院长郭宏这样评价。

据悉,2013年9月29日,中国首个自贸试验区——上海自贸试验区正式挂牌成立。这是中国在新时代推进改革开放的重要举措,自贸试验区的成立旨在通过制度创新倒逼改革,提升开放水平,并为全国其他地区提供可复制、可推广的经验。

十年来,中国自贸试验区通过在投资贸易自由化、便利化,金融服务实体经济,政府职能转变等领域的探索,已累计形成数千项制度创新成果并加以复制推广,一度成为改革开放的新高地。

从周裔雯的观察看,自贸试验区的建立,也代表着政府管理观念的转变,这有利于推进更加公平、统一的市场环境的形成。

以“证照分离”改革为例,作为制度创新的一项重要举措,2015

年12月16日,国务院常务会议审议并通过了《关于上海市开展证照分离改革试点总体方案》,决定在浦东新区推行“证照分离”改革试点。

两年后,2017年9月22日,国务院印发《关于在更大范围推进证照分离改革试点工作的意见》,在深入总结浦东新区“证照分离”改革试点经验基础上,决定在天津、辽宁、浙江、福建、河南、湖北、广东、重庆、四川、陕西10个自贸试验区,复制推广上海市改革试点成熟做法。

此后,在全国范围内复制推广该经验成为共识。

2018年9月27日,国务院印发《关于在全国推开证照分离改革的通知》,明确提出,要在全国推开“证照分离”改革,进一步破解企业准入不准营的问题,以激发市场主体活力。

周裔雯认为,“证照分离”突出能减尽减、能合则合,尽可能减少审批发证流程,着力破解了“准入不准营”难题,这可以提高企业运营效率,让投资者省心省事。

除了“证照分离”这项制度创

新外,各地自贸试验区还不断探索

跨区域联动创新,并鼓励社会主体共同建设和运营自贸试验区,充分发挥多元伙伴合作模式的优势,推动我国自贸试验区治理模式和运作模式变革。

全国层面,京津冀、长三角、成渝等城市群纷纷建立自贸试验区联席会议机制。京津冀三地自贸试验区联合推出了“无差别受理、同标准办理”的“同事同标”事项。长三角自贸试验区创新实施各类通关便利举措,有效解决了企业供应链、生产链中的堵点难点。

中国(江苏)自由贸易试验区研究院院长韩剑认为,自贸试验区以制度创新为核心,以可复制可推广为基本要求,全力推进相关领域的改革开放创新。这些创新不仅促进了区域经济增长,也带动区域经济的发展。

商务部统计显示,在制度创新方面,商务部发布推广了47项制度创新成果,在国家层面累计推广了349项,有效发挥了改革开放综合试验平台的示范引领作用。



2013年9月29日,上海自由贸易试验区挂牌成立。

构建高标准自贸区网络

十年来,作为对接国际高标准经贸规则、推动外贸外资发展的重

要平台,自贸试验区也成为中国开

展高水平开放的先导力量、深层次

开放的开路先锋。

2023年6月,国务院印发《关

于在有条件的自由贸易试验区和自由

贸易港试点对接国际高标准

推进制度型开放的若干措施》,

并率先在上海、广东、天津、福建、北

京5个自贸试验区和海南自由贸

易港开展试点。

经过一年的先行先试,各项试

点措施已全面落地,形成了一

批引领性、开创性制度创新

成果,这为深入推

进制度型开放探索了实践路径。

商务部表示,对于具备条件的

试点措施,将及时复制推广,不断推

进高水平制度型开放。

与此同时,推动构建高标准

的全球自贸区网络作为商务

部一项重要工作,近年来取得良

好进展。

截至目前,中国已与29个国

家和地区签署了22个自贸协定,

与自贸伙伴的贸易额占我国对外

贸易额的三分之一左右。目前,中

国的自贸伙伴遍及亚洲、拉丁美

洲、非洲、欧洲和大洋洲。

商务部数据显示,近年来,自

贸协定对双向贸易投资的促进作

用进一步增强。以今年实施的中

国—尼加拉瓜自贸协定为例,协定

生效后仅半年双边贸易额同比增

长56%。

近日,在国新办举行的“推

动高质量发展”系列主题新闻发

布会上,商务部国际贸易谈判副代

表李詠箇表示,根据CPTPP(全面与进

一步跨太平洋伙伴关系协定)加入程

序,在前期与全体成员交流基础

上,中国将加大力度推动中日韩自

贸区以及与海合会、挪威、瑞士、孟

加拉圭等自贸合作,并与更多有意愿

的国家和地区商签自贸协定,力争

到2030年将我国与自贸伙伴的

贸易额占外贸总额比例提高到40%左右。

按照党的二十大报告要

求,中国也将主动对接国际高标

准经贸规则,进一步推进产权保

护、产业补贴、环境保护、劳动保

护、政府采购、电子商务、金融等领

域改革,助力更好地实现规则、规制

、管理、标准相通相融。

扶植企业发展,而是通过制度

创新形成公平、统一、高效的市

场环境,从而降低企业运行的“制度成本”。

扶植企业发展,而是通过制度

创新形成公平、统一、高效的市

场环境,从而降低企业运行的“制度成本”。

扶植企业发展,而是通过制度

创新形成公平、统一、高效的市

场环境,从而降低企业运行的“制度成本”。

扶植企业发展,而是通过制度

多地地铁规划里程缩水 地铁“狂飙”时代终结

本报记者 孙丽朝 北京报道

“风向变了，地铁疯狂建设的时代一去不复返。”东部某省发展改革委人士对《中国经营报》记者表示。

获批里程缩减

近年来，中央层面不断收紧城市轨道交通审批。

一线城市获批地铁项目里程明显缩减。

北京市公共资源交易平台4月2日发布的北京轨道交通11号线二期工程设计招标公告显示，11号线二期工程全长约17.4公里，设站14座。比2022年环评报告中的里程缩减近30%。

2022年7月，北京市基础设施投资有限公司官网发布北京市轨道交通第三期建设规划(2022—2027年)环境影响评价第二次公示信息显示，11号线二期总长23.8公里，设站17座。

北京的情况并不是个例，2023年获批的《深圳市城市轨道交通第五期建设规划(2023—2028年)》显示，获批建设项目共11个，线路总长185.6公里，相比2022年环评报告中的13个建设

近两年来，多地地铁规划被退回，北京、深圳等一线城市已获批的地铁规划规模也明显缩减，其中以地铁为主的城市轨道交通投资额连续三年下降，这预示着“地铁热”正在降温。

为增加收入，地铁设计院开始抢夺市政、公路、房地产开发等项目订单，甚至在地铁运营领域也出现了部分设计单位的身影，地铁产业链格局的重构正在上演。

项目、线路长度226.8公里也有明显缩水。

近年来，中央层面不断收紧城市轨道交通审批。2018年，国务院出台《国务院办公厅关于进一步加强城市轨道交通规划建设管理的意见》(国办发〔2018〕52号文)(以下简称“52号文”)，针对地铁审批，52号文将地方财政收入、GDP指标要求提高到原有规定的3倍。

52号文还提出，原则上本轮建设规划实施最后一年或规划项目总投资完成70%以上的，方可开展新一轮建设规划报批工作。这也遏制了地方地铁申报和建设进度过快的问题，当前，许多城市因上一轮地铁建设规划完成度较低，无法开展新一轮申报工作。

2023年8月，有网友在人民网

“领导留言板”咨询广州地铁36号线建设情况，建议将地铁36号线纳入广州市城市轨道交通第四期建设规划并尽快开工建设。广州市发展改革委在回复中表示，按照国家发展改革委关于城市轨道交通规划建设的有关规定，广州市暂不具备城市轨道交通第四期建设规划的报批条件。

接近广州市政府人士对记者表示，根据2022年年底获批的广州市城市轨道交通第三期建设规划调整方案，广州市轨道交通三期规划投资规模约2640亿元，想要报批新一轮规划至少要完成1850亿元以上投资，但目前三期投资额尚未达到1500亿元。预计广州市要到2025年才能完成70%的投资进度，进而才能具备第四期建设规划报批条件。

52号文提出，对列入地方政府债务风险预警范围的城市，应暂缓审批(核准)其新项目。

务存量的要求，严格防范地方政府因城市轨道交通建设新增地方政府债务风险，对列入地方政府债务风险预警范围的城市，应暂缓审批(核准)其新项目。

多位轨道交通行业人士对记者透露，为做好政府投资项目管理工作，2023年年底，国务院下发通知，12个重点省份近期不得再新建城市轨道交通和市域(郊)铁路项目。12个重点省份主要位于东北和西部地区。

甘肃正属于这12个省份之一。该省政府人士对记者透露，在2015年获批的兰州市轨道交通线网规划基础上，兰州市2023年已制定完成了《兰州市城市轨道交通新一轮线网规划》，并于当年8月在

市自然资源局官网进行了公示，按照规划，兰州市轨道交通远期(到2035年)规划线网总长度约131公里(新增线路96公里)。

“但2023年年底，中央出台了新要求，包括甘肃在内的12个省份不得新建城市轨道交通项目，所以我们只能暂时搁置新一轮线网规划，并继续保持与中央部委密切沟通对接，等待未来地铁审批和建设重新开启的机会。”上述甘肃省人民政府人士表示。

记者梳理总结28家公布2023年财报数据的地铁公司财报发现，从负债率来看，28家企业中，有20家企业负债率超过60%，其中，兰州地铁负债率最高，达到82.40%。



近年来，多个一线城市获批地铁项目里程明显缩减。图为青岛地铁三号线。

路炳阳/摄影

市政项目“争夺战”

作为地铁建设周期的最前端，地铁设计院最先体会到审批从严带来的影响。

2017年之前，地铁审批曾经历过几年较为宽松的时期，国家发展改革委、交通运输部在2016年3月发布的《交通基础设施重大工程建设三年行动计划》中提出，在当前和今后一个时期经济运行下行压力加大的形势下，亟须加快实施一批现实需求紧迫、基础条件成熟、有利于长远发展的交通重大工程，保持较高的建设强度和投资速度。

上述东部某省发展改革委人士向记者透露，为拉动投资、刺激经济，2016年前后，国家发展改革委对轨道交通审批逐渐放宽，彼时包头、呼和浩特、洛阳等地，市区人口都未达到中央要求的300万标准，但距离300万差距不太大，地方又一直积极争取，最终都获批了。

2017年8月，开工不足百天的包头地铁被叫停。包头市政府人士对记者透露，包头地铁建设所需资金达300多亿元，投资额较大，与包头市财政收入能力不匹配。2017年8月初，中央高层关注此事，建议把地铁工程停下来，把更多地方投资用到支持企业发展和民生改善等更紧迫的任

务上。包头地铁被叫停也成为中央层面收紧城市轨道交通审批的重要信号。

“2016年前后密集批复的地铁项目，在2017—2020年处于投资建设高峰，彼时每年地铁建设里程和投资额不断创新高。而随着这些项目建设完成，从2017年下半年开始，地铁审批趋紧，地铁投资和建设狂飙的时代也逐渐终结。”一位轨道交通行业人士对记者表示。

从宏观数据上也能感受到城市轨道交通投资的降温。中国城市轨道交通协会(以下简称“城轨协会”)发布的数据显示，中国城市轨道交通建设投资规模在2020年达到6286亿元的最高峰之后，近几年持续回落，2023年完成投资额为5214.03亿元，较最高峰下降17.05%。

作为地铁建设周期的最前端，地铁设计院最先体会到审批从严带来的影响。广州地铁设计研究院股份有限公司(以下简称“广州地铁设计院”)人士在接受记者采访时表示，随着国内一、二线城市地铁网络逐步完善，未来地铁投资和建设步伐逐渐放缓，而地铁运营和维保却是长期市场。从长线投资角度来看，地铁运维的收益是可控的。他预计未来会有越来越多的设计企业进入这一领域。

交通为导向的开发)相结合的房地产开发等项目。

“目前国内以地铁为主的设计院除了广州地铁设计院，还有上海市隧道工程轨道交通设计研究院、北京城建设计发展集团股份有限公司(以下简称‘北京城建设计发展集团’)等，这些设计院受影响最大，当前面临转型压力也最大，随着订单越来越少，小项目现在大家都抢着做。”铁字头的几家设计院如铁一院、铁二院等，以铁路项目为主，受地铁市场影响较小。”上述广州地铁设计院人士表示。

地铁运营领域也是一些设计单位瞄准的方向。2020年9月23日，由北京城建设计集团运营的昆明轨道交通4号线正式开通，这是国内轨道交通设计企业首次进入地铁运营领域。

北京城建设计发展集团人士对记者表示，随着国内一、二线城市地铁网络逐步完善，未来地铁投资和建设步伐逐渐放缓，而地铁运营和维保却是长期市场。从长线投资角度来看，地铁运维的收益是可控的。他预计未来会有越来越多的设计企业进入这一领域。

新建地铁“禁令”

52号文提出，对列入地方政府债务风险预警范围的城市，应暂缓审批(核准)其新项目。

当前，国家层面越来越重视地铁建设所带来的财政压力和债务问题。

今年年初，有网友在人民网“领导留言板”咨询哈尔滨地铁二期规划上报情况，哈尔滨市信访局回复称，哈尔滨市地铁第二期建设规划于2017年上报至国家发展改革委待批，但按2018年国务院出台的52号文件规定，哈尔滨市债务率指标不符合审批要求，导致二期建设规划被退回。近些年，由于该指标一直不符合审批要求，国家发展改革委仍不重新受理哈尔滨市地铁第二期建设规划。

52号文提出，严控地方政府债务风险。进一步加大财政约束力度，按照严控债务增量、有序化解债

京车装备中标北京地铁64.6亿元项目 为近一年最大单笔订单

本报记者 路炳阳 北京报道

北京地铁车辆装备有限公司(以下简称“京车装备”)近

日以64.63亿元中标北京轨道交通22号线(以下简称“22号线”)车辆项目。该项目是今年以来，中国城市轨道交通装备

订单额超50亿元

22号线，即北京地铁平谷线，工程西起朝阳区东大桥站，终点站平谷站，全长81.2公里，其中地下线约53.8公里，北京段线路长约51.2公里，河北段线路长约30公里。22号线是北京首条跨省域的城市轨道交通线路，全线共设置车站21座，其中河北境内设5座车站。

市域D型车来自2023年实施的《系列化中国标准智能市域列车研制及试验》项目。该项目总结既有项目实施经验，结合技术发展实际，构建一个技术平台，研制时速160公里A型车、C型车、时速160公里D型车和时速200公里D型车四种系列产品，搭建市域车辆谱系化产品平台，推进市域轨道交通的产业规模化和行业规范化。

京车装备人士对《中国经营报》记者表示，由京车装备制造的市域D型车符合系列化中国标准智能市域列车标准，智能市域列车不仅提供单一的车辆，还提供一套支撑全生命周期服务的数据，更重要的是提供“车地一体化”的系统解决方案。

京车装备人士对记者表示，上述合同金额全部为中国中车下属子公司与多家地铁公司签订合同

订单中单笔项目最大一笔。8月5日中招国际招标网公布了中标信息。

公告显示，本次招标包括轨

道交通22号线工程48列电客车和5年车辆运营，工艺设备和首次60万公里级架修维保，工程车辆选型适用于市域D型车。



2023全球可持续交通高峰论坛上，京投公司展示北京市域列车。 路炳阳/摄影

的总金额，如从单笔订单看，最大金额没有超过50亿元的，“京车装备中标22号线64.63亿元订单是2024年以来中国城市轨道交通装备订单单笔项目中最大的一笔。”他说。

京投公司成立于2003年，原名为北京地铁集团有限责任公司，直属北京市国资委，主营以轨道交通为主的基础设施投融资与管理，业务范围还包括轨道交通装备制造与信息技术服务、土地

与物业开发经营等。

京车装备前身是北京市地下铁道车辆设备修理厂，原隶属于北控交通装备公司。2017年3月，在北京市国资委的支持下，京投公司收购了京车装备。京车装备于2010年12月取得轨道交通车辆制造牌照，成为除中国中车外，中国第二家可以制造地铁车辆的厂家，当前京车装备占据国内地铁车辆10%左右的市场份额。

采购量缩减

近30年来，中国地铁审批态势呈一张一弛螺旋式进展。尤其是进入新世纪后，随着城市日益拥堵的交通状况，地铁系统发展提速。2009—2015年，中国在25个城市建设了87条地铁，共计3100公里，地铁建设规划再次进入高潮。

此后，监管袭来。2018年7月13日，国务院办公厅发布《关于进一步加强城市轨道交通规划建设管理的意见》针对地铁和轻轨两类轨道交通项目的审批，对地方财政收入和GDP的要求，提高到了原规定(2003年颁发的“81号文”)的两倍以上。

自此，国家发展改革委近7年来再没有审批过任何一个城市的轨道交通首轮建设规划，即中国轨道交通获批名单上，7年来没有新增一个城市。

2021年，国家发展改革委又进一步细化城轨审批条件，不受理不具备条件的城市和一般地市级的首轮建设规划；同时规定开通运营三年后客流不达标的，不能上报新一轮建设规划。

监管审批的步步加码直接导致了中国城市轨道交通装备产能过剩问题显现。

2021年，全国城轨地铁共计招标43个项目，涉及车辆近5000辆(详见中国经营网2022年5月27日报道《独家|全国地铁2021年招标近5000辆 七大主机厂平分市场》)。2022年需求有所恢复，全年城轨地铁招标7000辆左右。

交通运输部近期发布的数据显示，2023年中国拥有城市轨道交通配属车辆6.67万辆，增加0.41万辆。也就是说，2023年，中国城市轨道交通车辆增幅再次回落，仅

增加了4100辆，这仅仅是中国轨道交通车辆产能的三分之一。

车辆需求下降的趋势还在延续。中国中车人士对记者透露，预计2024年，中国全年新增城轨车辆仅2000辆左右。“达到近十年来的历史最低点。”他说。

中国中车年报也显示出车辆板块因政策趋严遇到的挑战。中国中车2023年年报显示，由于历史原因影响，中国中车轨道交通部分板块存在结构性产能过剩问题，虽已开展多项业务重组和产业结构调整工作，但依然存在整合融合深度不足、协同效应发挥不足、业务和管理层级过多等问题，给公司的产业结构调整带来诸多的困难与挑战。

中国中车2023年年报还显示，中国中车城轨车辆年产能为1.18万辆。也就是说，如算上京车装备产能，保守估计中国城轨车辆年产能在1.2万辆以上，产能与需求间的巨大差异带来的压力可见一斑。

虽然近年来中国城市轨道交通发展受到政策制约，但由于基数巨大，中国城市轨道交通里程仍保持着强劲增长态势。中国城市轨道交通协会(以下简称“城轨协会”)3月发布的《城市轨道交通2023年度统计和分析报告》显示，2023年中国城轨共完成建设投资5214.03亿元，城轨交通运营线路长度净增长866.65公里。城轨协会预计，未来两年新投运线路将与2023年基本持平，“十四五”末城轨交通投运线路总规模将趋近1.3万公里。

截至2023年年底，中国内地地区共有59个城市开通城市轨道交通，运营总长度1.12万公里，其中，地铁运营车辆增幅再次回落，仅占比76.11%。

特斯拉入局保险经纪 新能源车险定价难题何解

本报记者 蒋牧云 何莎莎
上海 北京报道

近日,特斯拉成立保险经纪公司受到业内极大关注。

多位业内人士告诉《中国经营

车企争相进军保险业

车企在进入保险经纪领域后,多半希望能进一步拿到保险牌照,进而获得保险产品的定价权。

国家企业信用信息公示系统显示,特斯拉保险经纪(中国)有限公司于7月30日成立,注册资本5000万元,由特斯拉保险服务有限公司全资持股,朱晓彤担任法定代表人、董事长。对于特斯拉对保险经纪业务的规划,以及下一步是否计划拿到保险牌照等问题,记者向其发去采访函,截至发稿尚未收到回复。

实际上,除了特斯拉之外,近年来不断有车企尤其是新能源车企进军保险行业。保险经纪方面,2024年3月,宝马(中国)保险经纪有限公司开业;2023年12月,中国长安汽车集团有限公司入股北京中兵保险经纪有限公司。更早前,理想汽车、蔚来等车企均获得了保险经纪牌照。保险公司方面,比亚迪在2023年5月受让原易安财险股份后,逐步开始组建高管团队,并于2024年3月敲定总经理人选。

业内有观点认为,车企在进入保险经纪领域后,多半希望能进一步拿到保险牌照,进而获得保险产品的定价权。

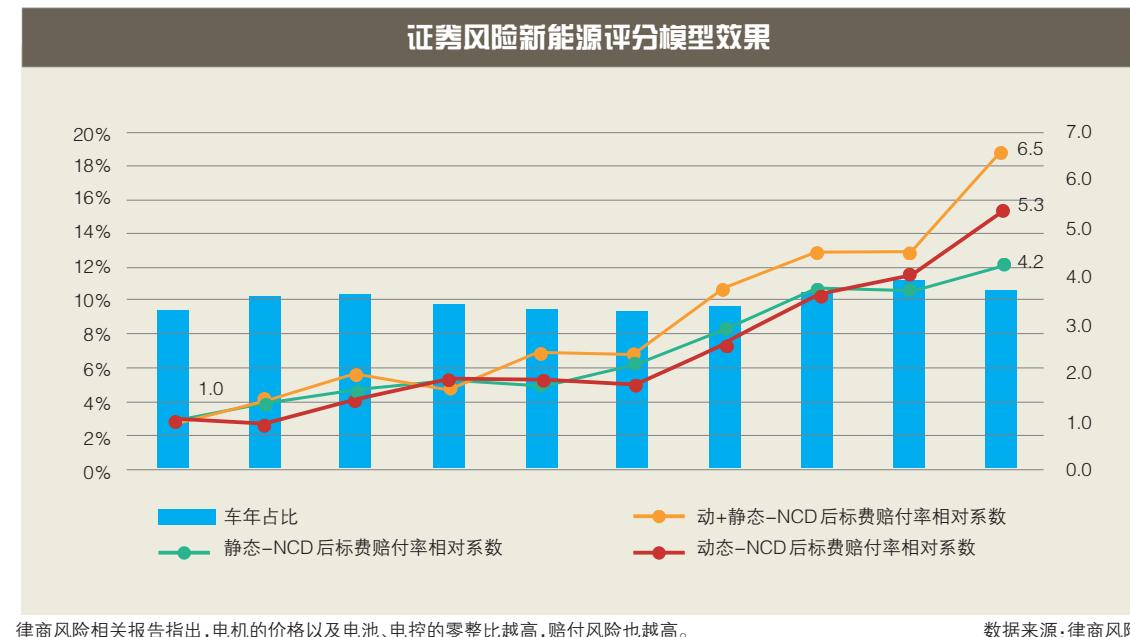
对此,律商联讯风险信息(以下简称“律商风险”)董事、总经理戴海燕向记者表示,已经拿到保险经纪牌照的车企,下一步是否会申请保险牌照,这取决于车企的战略规划、市场定位、进入保险市场的经营情况,以及监管要求。对于车企而言,持有保险经纪牌照和保险

记者,相较传统保险公司在销售渠道的投放费用,特别是在当前“行报合一”的背景下,车企涉足新能源车险定价难题何解

销售互相配合。

值得注意的是,此次特斯拉入局保险业,更是激起了市场对新能源车险业务优势较为明显。若未来车企能够进一步获取保险牌照,则更能实现保险、保险经纪、汽车

出险率更高的情况,新能源车险正面临着保费高、投保难、盈利难的多重挑战。业内人士告诉记者,由于险企缺乏新能源车数据,且新能源维修成本较燃油车更高、



律商风险相关报告指出,电机的价格以及电池、电控的零整比越高,赔付风险也越高。

数据来源:律商风险

牌照则能够形成多种配合方式。首先,在业务协同方面,拥有保险牌照的车企可以自主设计保险产品,或者与特定保险公司合作推出专门针对自家车辆的保险方案。而保险经纪牌照则可以帮助其更好地推广和销售这些产品。其次,在渠道共享方面,车企的销售网络通常遍布全国,可以为其保险业务的覆盖提供强大支持。最后,从客户服务体验方面来看,当消费者在购买车辆时,可以为客户提供一站式的购车和保险服务,通过提供综合解决方案增强品牌吸引力,提高客户忠诚度。

惠誉评级亚太区企业评级董事杨菁向记者表示,新能源车企将车险纳入自营服务体系中,一方面可以通过对车主、车辆数据的掌控,提高车险定价的准确性;另一方面可以绕开第三方保险公司,直接通过对车险价格的灵活调整来

应对市场竞争。这在智驾系统普及初期、价格竞争激烈的市场环境下,对于品牌的竞争力尤其重要。此外,由于一些新能源车品牌在售车时将一些售后增值服务打包出售,未来将这部分服务与车险产品结合,可能成为车企新的盈利增长点,并提高车主的售后服务黏性。在传统经销商业务中,售后服务的盈利能力远高于新车销售。

与保险业内其他主体相比,车企的竞争优劣势是什么?戴海燕告诉记者,新能源车企开展车险业务,确实能为车险市场引入一股新势力,车企的独特优势会给行业带来变革。首先是数据优势,车企可以获取到关于车主的驾驶习惯、车辆使用状况等大量数据,这些数据对于车险的定价和风险评估具有极高的价值;其次是产品定制,基于对自身产品的深入了解,车企可以定制更符合新能源汽车特点的

车险产品,为车主提供更全面、更精准的保障;最后是客户体验,车企可以将车险服务与销售、售后等环节整合成一个完整的车的生态链,提供更加便捷、一体化的服务体验。

北京鑫科金融发展研究院执行院长甘玉涛向记者表示,综合而言,车企整体具备产业链优势。在销售端,相较于传统保险公司在销售渠道投放费用,特别是在当前“行报合一”的背景下,车企涉足车险经纪业务优势更加明显;在理赔端,新能源车险的理赔难度大、成本高,相较于保险公司,车企可以基于新能源车的理赔逻辑,逆向定制电池组、配件组,这是保险公司所不具备的;在服务端,传统险企的短板是触达客户少,而车企全年触达客户的时点更多,可以更好地定制服务产品,更加有利于增加客户黏性,为未来定制化车险做准备。

助燃奥运激情 金融与体育跨界共振

本报记者 王柯璇 北京报道

2024年巴黎奥运会汇聚了世界各地的目光。而在赛场与荣耀之外,奥运经济也如火如荼地蔓延,激发出相关行业的新活力。

金融作为经济发展与资源配置的桥梁,在奥运经济的各个环节起到助推作用。在奥运会举办之前,各大银行已经竞相布局与

全球奥林匹克合作伙伴Visa携手推出融合奥运元素的联名信用卡。奥运期间,境外游火热、跨境消费、汇率相关业务也成为商业银行发力的重点,借力“巴黎流量”增强品牌竞争力。

体育承载着国家强盛、民族振兴的梦想,体育强则中国强,国运兴则体育兴。在巴黎奥运热度的传递下,我国全民健身、

体育活动、体育消费等领域也不断升温。“金融+体育”的融合步入一个全新的发展阶段,展现出前所未有的活力与潜力。业内人士分析认为,金融业将紧紧抓住体育事业高质量发展的重要机遇,未来有更多创新性的金融解决方案和合作模式涌现,为体育产业的可持续发展注入强大动力。

尽热爱之景、享尽热爱之事。为满足兴致满满、奔赴热爱的客户群体,Visa龙卡2024巴黎奥运会主题信用卡打造了既富有奥运特色又包含境外优惠的权益,全方位服务有境外旅行消费需求的客户。

今年,我国出入境游持续恢复。日前,在“世界旅游联盟·中欧旅游对话”期间发布的《2023~2024跨境旅游消费趋势研究报告》显示,随着旅游需求的释放、国际航班的恢复,中国出境游消费持续回暖,出境人数稳步增长,人均消费显著提高。

当前,巴黎奥运会叠加暑期,更是带动了出境游的高潮。在此背景下,多家银行借力推出相关营销活动。如招商银行(600036.SH)信用卡推出了“非常境外游”活动。

中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平在接受《中国经营报》记者采访时表示:“巴黎奥运会开幕式是奥运会历史上首次

不在体育场内举办的开幕庆典,奥运会成为巴黎城市营销的重要窗口。奥运经济激起了体育旅游热潮,大大拓展了城市管理者、旅游经营主体的创新思路,而这也为包括商业银行在内的金融机构提升旅游金融服务提供了新的机遇,包括外汇兑换、支付便利化、场景化消费金融服务等都可以成为重要发力点。”

素喜智研高级研究员苏筱芮也认为,奥运经济带来的体育旅游热潮为商业银行切入体育运动场景提供了优良契机。一是瞄准卡片运营,已经有不少银行发行奥运主题的银行卡,以期实现迅速获客;二是关注跨境支付,奥运经济催生的跨境支付蕴藏着业务增长契机,拥有良好基础设施及服务功能的商业银行有望获取可观的交易量;三是围绕与奥运经济紧密相关的团体、企业需求,做好基础及增值金融服务,为“金融+体育产业”注入新生力量。

加快金融场景拓展 助力体育强国建设

奥运经济的触角遍及世界各地,不仅促进了体育产业、体育用品相关企业快速发展,也助力中国制造在全球产业链中占据更加重要的位置。

2024年的巴黎奥运会,匹克集团携手11国奥运代表团出征,以专业和实力助力世界各地运动员们实现梦想。从2008年北京奥运会到2024年巴黎奥运会,匹克集团16年间,共为5届奥运会和3届冬奥会的外国代表队提供服装及运动装备。

通过赞助这些国外运动队和国际明星,匹克慢慢累积了国际知名度,国际市场占有率不断提升。

体育企业的发展离不开金融的支持。建设银行聚焦匹克集团综合融资、国际战略的需求,通过“专项团队定期走访+企微渠道多维问需+联谊共建深化对接”,为企业量体裁衣,定制包括E信通、跨境代付通、信用证、结售汇等综合金融方案,满足企业研发生产的资金需求,降低融资成本。

不只在奥运赛场,中国品牌在金融活水的滴灌下,正随着中国制造就的全球网络,触达赛事的“神经末梢”,扬起出海闯荡的风帆。在福建漳州,建设银行为台企福建元吉体育用品有限公司提供“中长期信贷+外贸便利化‘套餐’”;在福建晋江,建设银行陪伴某服饰企业度过转型阵痛期,让一件件新颖的泳衣跨越山海,闪耀世界各地海滩,秀出中国泳装的品牌之美。

“赋能体育产业主体,商业银行可以考虑通过集成现有金融产

保费高、投保难

从家用汽车、商用车两个角度来看,前者虽保费贵,但依旧有保司可保;后者则是保费贵,却没有保司可保。

此次特斯拉进军保险业受到关注的一大因素还在于,新能源车险的定价问题一直是业内焦点。一方面,消费者需要支付较燃油车更高的保费;另一方面,险企难以在新能源车险业务上实现盈利。记者多方了解到,目前业内正试图通过多方联动,拓宽定价维度,探索更有效、更合理的定价机制。

记者了解到,针对行业难点,各方也在寻求并探索解决方案。

比如,律商风险推出了新能源车专属数据库,帮助保险公司从车型级别、电池种类、电机功率、电池容量等多个维度了解新能源车的风险暴露特征。通过这一数据库,保险公司能够更准确地评估新能源车的风险水平,为后续的保险产品设计提供有力支持。

此外,互联网保险代理平台“蚂蚁保”近期与多家保险公司合作,共同研发上线了车险“联合定价”技术。蚂蚁保车险新能源车业务负责人张怡文向记者表示:“原来的车险定价是以车的维度,通过车的相关数据来定价,对于用户的数据显示则是静态维度。但是车辆实际是否由投保人开?驾驶习惯如何?这些数据保险公司没有,所以我们从人车关系、人人关系的建立上,与保司进行联动,确定一个相对比较合理的定价。”

可以看到的是,业内的诸多探索方向与海外的UBI(基于使用量定价的保险)车险有类似的地方。那么,海外的保险经验是否能为国内的新能源车险带来借鉴意义?

对此,王长泰表示,使用UBI车险模式具有多种优势,如准确的风险评估使险企可更公平地定价、鼓励安全驾驶、减少索赔欺诈。在UBI模式下,保费基于驾驶行为,安全驾驶的司机可以享受更低的费率。此外,这种模式根据实际行驶的里程收费,较少开车的司机可以节省费用。换句话说,险企亦有可能因UBI模式使车险保费收入减少。此外,实施UBI模式,需要安装远程信息处理设备,可能推高在实施前期的营运成本。在这一定价机制下,还涉及隐私问题与数据所有权等法律问题。

在甘玉涛看来,自主定价系数的扩大,放大了保险公司精算团队的自主权,使得新能源车险更加“市场化”,能够对乘用车有一定的促进作用,但商用车的投保难度依然大,很多地方的新能源商用车只能勉强上交强险维持局面,未来仍然需要找到车主、保险公司、新能源车企多方的共赢点。

王长泰则表示,提升新能源商用车险的自主定价系数,会使更多

与实践进程中,越来越多的金融机构依托金融科技优势,积极助力体育数字化升级,紧抓热点活动契机,开展服务对接,助力体育事业和全民健身理念发展。

日前,天津市2024年第二批次体育惠民卡补贴名额抢注工作已经启动,作为“2024年天津市二十项民心工程”之一,天津市体育局与中国银行(601988.SH)天津市分行联合发行全新数字体育惠民卡,旨在深入落实天津市委、市政府“十项行动”和市体育局“八项举措”,推动体育惠民提档升级,拉动体育场景消费,促进天津市体育产业高质量发展。

据悉,中国银行天津市分行作为天津市体育惠民卡唯一发行合作单位,推出全新数字体育惠民卡产品并打造运营平台,实现产品发行、产品使用、项目运营和风险管理的四方面数字化,在提升用户体验的同时,最大限度保证惠民资金在使用环节的安全。中国银行天津市分行方面表示,未来将持续加强全民健身领域的金融服务,为体育强国建设和天津市打造“运动之都”、市民享受高品质生活贡献金融力量。

在杨海平看来,促进“金融+体育”的深度融合,能够将体育旅游消费的流量效应转化为金融机构的高成长性转化为金融机构的业务增长点,推动场景金融的升级、产业金融的升级,有利于提升包括商业银行在内的金融机构的经营绩效和品牌影响力。

“台柱子”丘栋荣离职 中庚基金临考

本报记者 倪梦轩 夏欣
广州 北京报道

中庚基金的“台柱子”丘栋荣最终还是离职了。近日,中庚基金发布的高级管理人员变更公告称,副总经理丘栋荣由于个人原因

离任,同时不再转任公司的其他岗位。

此前由于中庚基金一系列增聘基金经理行为,外界就一直在猜测丘栋荣可能会离职,现如今猜测变成事实,一切尘埃落定。

对于丘栋荣离职的真正原因,

《中国经营报》记者询问中庚基金和丘栋荣本人,不过均未得到回复。

分析丘栋荣离职的原因,一位圈内知名人士在接受记者采访时表示,目前公募基金行业的薪酬上限管理比较严格,这可能与丘栋荣离职有关。

“丘栋荣对中庚基金的贡献很大,但是现在却无法体现在收入上。另外一种可能是,丘栋荣和中庚基金在股权分配上也有一定的分歧。如果是自己做私募,就可规避掉薪酬的限制,并且可以自己做老板了。”上述人士说。

离职早有端倪

5月11日,丘栋荣在管的2只基金突然增聘基金经理,引发外界对于他可能离职的猜测。

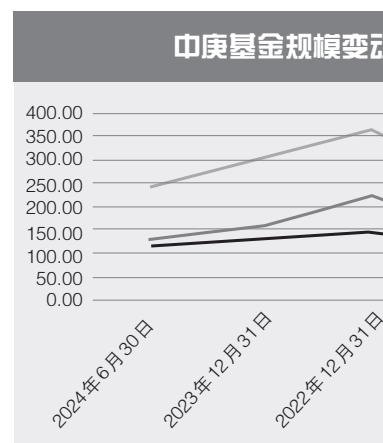
7月21日,中庚基金官方公众号发布了一篇文章《致信|汇聚价值再出发:中庚基金致投资者的一封信》,主要是告知持有人丘栋荣离职的事实,感谢持有人长期以来支持与信任。同时,中庚基金宣布了最新的人事任命:刘晨担任中庚价值领航基金的基金经理;陈涛在管理中庚价值先锋基金的基础上,担任中庚小盘价值基金的基金经理;吴承根担任中庚价值灵动、中庚价值品质基金的基金经理;孙潇担任中庚港股通价值基金的基金经理。此外,中庚基金还对现任投研团队的优势和特色进行了详细介绍。

丘栋荣随后在微信朋友圈转发了这篇文章,并表达了自己对持有人、合作伙伴以及中庚基金的感谢。他表示:过去6年共同经历了曲折成长历程,基于不确定定价的

价值投资策略体系,也经历了不断的挑战和持续进化。面对不确定的市场,我们也在不断地勇敢前行,持续挑战新的超额收益来源。

丘栋荣离职早有端倪。5月11日,丘栋荣在管的2只基金突然增聘基金经理,引发外界对于他可能离职的猜测。记者彼时向中庚基金发采访函,询问丘栋荣是否有离职打算。中庚基金并没有正面回应丘栋荣是否离职的问题,只是表示增聘基金经理是顺应高质量发展的目标和总体框架,强化投研核心能力建设,不断强化“平台型、团队制、一体化、多策略”的投研体系建设,决定扩大基金经理队伍。但两个月后,事态发展还是证实了之前的传闻。增聘基金经理就是在为丘栋荣离职做准备。

“基金经理的离职可能会对基



金公司的整体运营产生一定的影响。”天相投顾基金评价中心有关人士表示,中庚基金可能因此面临新的管理团队接替、人员配置调整、业务发展策略调整等任务,进而可能会影响公司的战略规划、投资策略、风险管理等方面。总体来说,基金公司应该做好相应的准备和应对措施,使公司的整体运营和发展能够适应新的变化和挑战。

基金规模缩水

天天基金网显示,2024年上半年,丘栋荣管理的基金规模都出现了不同程度的缩水。

记者注意到,2024年上半年,丘栋荣管理的基金规模都出现了不同程度的缩水,这些变化也引起了外界的猜测。甚至有媒体公开质疑中庚基金提前透露了消息,导致机构投资者先行赎回,基金规模大幅缩水。

天天基金网显示,丘栋荣管理的中庚价值领航基金在2024年上半年规模从85.29亿元下滑到49.84亿元,二季度从68.99亿元下滑到49.84亿元;中庚小盘价值基金规模从57.18亿元下滑到23.51亿元,二季度从44.49亿元下滑到23.51亿元;中庚价值灵动基金规模从26.3亿元下滑到17.7亿元,二季度从23.05亿元下滑到17.7亿元;中庚价值品质一年持有基金规模从51.06亿元下滑到38.94亿元,二季度从46.18亿元下滑到38.94亿元。

中庚基金在接受记者采访时表示,由于市场周期等原因,公司产品管理规模出现波动。背后原因与市场时机、产品策略体系效能发挥的周期性、投资者短期持有意愿,以及旗下产品始终处于限购状态等均有关联。但我们认为在坚持长期有效的投资策略体系、投资团队保持专业高效的进化能力、做好了投研充足准备的情况下,管理规模长期看是大概

率能达到的结果。公司会时刻提升自己的能力圈和阿尔法收益,以致力于为投资者带来财富稳健可持续的增长为目标,最终实现投资者与公司的共赢。

天相投顾基金评价中心有关人士表示,股票基金、混合基金、债券基金均存在百亿级别以上的规模变动,这或许是因为部分基金经理的品牌效应,在某些基金经理不再管理其产品时,一些追崇该基金经理的投资者会选择大额赎回基金,继续去投资该基金经理新任职的基金。

具体到中庚基金,该人士表示,基金规模下降可能与之前丘

栋荣将会离职的传闻已经在发酵有关。多家媒体求证中庚基金时,均被告知传闻不实;而2024年5月11日,丘栋荣在管的2只基金发布公告增聘基金经理,中庚基金方面仍然对于丘栋荣离职的传闻持模糊态度。“反观2024年二季度,丘栋荣管理的4只基金管理规模较一季度末出现大幅缩水,而2023年年报显示中庚价值领航混合机构投资者占比达45.24%,因此不排除机构投资者已经通过多种渠道得到了确定丘栋荣离职的消息而提前赎回的可能。”天相投顾基金评价中心有关人士如是说。

低估值价值投资策略

丘栋荣坚持低估值价值投资策略,通过精选基本面良好、盈利增长积极、价值被低估的个股,构建高预期回报的投资组合,力争获得可持续的超额收益。

作为优秀的基金经理,早在汇丰晋信基金时,丘栋荣就凭一己之力撑起了公司的半壁江山。丘栋荣的身价和荣誉也得益于他扎实的投研功底。天天基金网显示,丘栋荣曾经管理过的9只基金,除封闭运作的中庚港股通价值股票基金任职回报为负外,其余8只不仅为正,而且收益颇丰。其中中庚价值领航基金的任职回报为115.61%,中庚小盘价值股票基金的任职回报为100.75%,中庚价值灵动基金的任职回报为90.75%。更早时期,丘栋荣管理的汇丰晋信旗下多只基金的任职回报也超

过100%。

根据天相投顾基金评价中心数据,丘栋荣于2018年5月加入中庚基金管理有限公司,先后接管5只基金产品,其中包括3只混合基金和2只股票基金。任职期间的产品年化收益率也比较突出,在管产品中,除中庚港股通价值股票外,其余4只均获得正收益且任职期间的年化收益率超过10%。

天相投顾基金评价中心有关人士根据数据计算发现,自任职中庚基金以来,丘栋荣所管理产品的平均复权净值涨幅达到了139.32%,近五年年化收益率则达到了14.70%。而且丘栋荣的任职回报净值整体呈现稳健上涨趋势。“通过对比过往数据可知,丘栋荣的投资风格偏向于低估值价值策略,即坚持低估值价值投资策略,通过精选基本面良好、盈利增长积极、价值被低估的个股,构建高预期回报的投资组合,力争获得可持续的超额收益。”

一位业内知名投资人士在接受记者采访时表示,丘栋荣投资策略的特点主要是基于他的PB-ROE(市净率-净资产收益率)

加速转型优化营收结构 信托业寻找增长新动能

本报记者 樊红敏 北京报道

近日,信托公司年中工作会议陆续召开。作为承上启下的重要会议,各家信托公司年中工作会议除了总结上半年工作成果,

分析行业趋势、市场形势等,还部署了下半年工作重点。

《中国经营报》记者通过信托公司官网、官方移动客户端等渠道梳理发现,截至8月8日,已有超过三分之一的信托公司公布了

年中工作会议相关内容。

总体来看,信托公司在今年的年中工作会议上,重点关注的是如何推进转型;寻找新的利润增长点;找准自身定位,探索差异化路径以及风险防范化解等话题。

实现净利润168.62亿元,较上年同期的231.27亿元下降27.09%。

中诚信托近日发布的研报显示,2024年上半年,52家可比公司平均实现营业收入6.15亿元,较2023年同期减少2.02亿元,同比下降24.72%;平均实现利润总额、净利润分别为4.04亿元和3.23亿元,较2023年同期分别减少1.88亿元和1.38亿元,同比降幅分别为31.72%和29.91%。上半年,信托公司营收与利润仍然承压。

转型已成为信托公司寻找增长新动能,优化营收结构,形成新的业务增长点的路径。

外贸信托董事长李强提出,要更大力度推进业务转型升级,要尽快找到增长新动能,持续作答“存量如何优化”“增量如何拓展”“如何更好地服务集团主责主业”三个问题。

另外,光大信托提出,推进业务发展模式转变,加快形成新的业务增长点。国元信托提出,加快构建利润贡献稳定多元的信托业务新体系。

陆家嘴信托提出,下半年,公司将继续积极推进信托业务转型,持续优化营收结构,提升资产管理能力,探索创新发展路径,着力构建发展新格局!

差异化发展趋势显现

信托业务三分类新规在厘清信托的业务边界和服务内涵的同时,也鼓励信托公司根据自身禀赋,充分利用所掌握的资源,在特定业务领域突出自身特色,走差异化发展道路。打造差异化竞争优势成为信托公司的共识。

某信托公司创新发展部人士在接受记者采访时表示,信托公司的差异化发展可分为多个不同维度。比如,不同量级信托公司的差异化,大公司有能力开展全品类业务和资产管理信托业务,中小公司可专业化发展优势业务品类,着重开展资产服务信托和公益慈善信托;又如,不同区域公司的差异化,除了结合当地的产业特点开展投融资服务,更要立足当地为居民提供受托

服务。

服务;再如根据不同资源禀赋的差异化,结合各自股东、渠道、团队等情况进行布局,以缩短主营业务转型、盈利模式再造的时间周期。“信托公司需要根据自身的战略定位、股东基因、区域特色等诸多因素找到适合自身特色的突破口。”

记者注意到,从信托公司年中工作会议透露的信息来看,部分信托公司差异化发展方向已逐渐确立。

比如,中海信托强调了,要做好供应链金融业务,加强客户渠道,推动产业金融快速发展;提升小微金融发展质效,优化业务布局,坚持集中度分散、池化运作管理。

金谷信托表示,要坚定服务集团“大不良”主业,充分挖掘协同潜力,推动信托业务和集团主业深度、多元融

合,进一步突出公司差异化竞争优势。

大业信托明确要依托股东优势,积极拓展风险处置受托服务信托、破产重整服务信托和行政管理服务信托,大力发展家族信托、家庭服务信托、保险金信托等财富管理服务信托,积极争取创新业务资质,不断探索服务信托盈利新模式,在服务实体经济高质量发展的同时,努力在服务信托领域发力和实现更大的效益。

另外,中铁信托提出要全力培育基建特色;昆仑信托表示要坚定不移地朝着建设产融结合国内一流能源信托公司的目标,全力以赴、奋勇前进;交银国信确立了受托服务、资产管理、财富管理、私募股权投资四大支柱业务。

强调风险防范化解

化解存量风险、强化风险管理,是信托公司稳步推进转型创新的必要保障。

2023年11月,《信托公司监管评级与分级分类监管暂行办法》发布,明确根据信托公司的管理状况和整体风险作出监管评级,分为1—6级,数值越大反映机构风险越大,并明确将根据监管评级进行差异化监管。

今年以来,监管政策更是不断加码,从全面收紧三方代销业务到窗口指导信托公司严格落实《关于金融支持融资平台债务风险化解的指导意见》,再到下发《关于进一步加强信托公司与理财公司合作业务合规管理的通知》;召集部分信托公司召开线上会议,明

确非标信托需进行组合投资,监管方面逐步引导信托行业加强风险管理意识。

风险防范化解也成为信托公司年中工作会议的重要议题。

昆仑信托高管在年中工作会议上强调,公司上下要提高认识、统一思想、坚定信心,把风险项目化解当作下半年核心工作,敢于担当,以务实的作风全力推进风险化解。

大业信托会议明确,要积极作为,加快风险处置化解工作,为公司卸下风险包袱而勇于担当。

交银国信在对下半年经营管理工作进行部署时提到,坚守底线,聚焦风险防范化解打好攻坚战。加固全面风险管理体系,严守合规及内控案防底线,扎实推进风

险管控清收工作,持续推进审计监管发现问题整改。

另外,中诚信托在下半年重点工作重点提到,将全力落实全面风险管理升级行动部署。陆家嘴信托称,下半年要稳住“固有业务、非标业务、风险化解”三个基本盘。针对下一步工作,中海信托表示,要加快推进存量风险项目处置,全力统筹好防范化解金融风险。

某信托从业人员向记者表示,当前信托公司在风险防范化解方面主要有两大任务:一是存量不良业务风险;二是转型创新业务与传统融资类业务面临的风险点迥异,亟须构建与转型创新业务特点相匹配的风险管理体系和风险管理能力。

从揽客“神器”到批量清退 联名信用卡缘何被下架

本报记者 秦玉芳 广州报道

去年以来信用卡产品结构调整步伐加快。尤其今年年初至今，越来越多银行密集发布公告，停发信用卡，其中联名信用卡下架情况更为集中。

与此同时，部分银行加快上线

存量联名卡密集停发

以往联名信用卡产品对市场的过度细分，且对客群需求缺乏精准的定位和权益匹配。

农业银行(601288.SH)公告显示，自8月23日起将停发包括主题卡、联名卡在内的27款信用卡。邮储银行(601658.SH)1月以来接连发布公告，宣布停售包括河南牧原联名卡在内的多张信用卡。浦发银行(600000.SH)5月宣布，7月1日起停止发行华润通联名信用卡。上海银行(601229.SH)也表示，将于10月1日起停止发行强申联名信用卡。去年招商银行(600036.SH)宣布，因业务策略调整，将停止数十款信用卡的发行，其中多为联名信用卡产品。

银行公告信息初步统计显示，近20家国有行、股份行及城商行相继发布信用卡停售公告，其中联名信用卡停售情况更为集中。

某股份银行信用卡中心业务人士向《中国经营报》记者透露，鉴于联名信用卡获客引流的优势特点，前些年在各家银行信用卡业务中普遍受青睐。“不过受各种因素影响，银行也是一边合作获取增量的同时一面优化调整，会根据发卡、业务运营情况和合作期限进行清理调整。只是去年下半年以来，新增发卡明显减少，而清理存量力度增强。”

对此，资深信用卡研究专家董峥分析指出，银行下架部分产品，在银行内部就是正常的产品调整；但由于这两年有一定市场影响的产品上线少了，信用卡市场比往年热度降低，这就让产品集中下架的现象显得有些突出，加之市场环境整体趋冷，因而被关注。

刚需消费场景的新产品。经过前两年的调整后，银行信用卡业务正在加速开启存量产品体系的优化进程。

业内人士分析指出，联名信用卡业务一直以来都是银行零售金融获客“利器”，备受金融机构青睐；但随着居民消费需求和市场形势的快

速变化，不少传统存量联名信用卡业务优势减弱，加之此前产品设计对客群定位及需求分析不够精准，使得多数产品难以真正满足消费者需求，其弊端日渐凸显。

进入存量客群精细化运营阶段，银行信用卡业务的战略重心已发生明显转移，越来越多银行

开始优化产品结构、降低运营成本，强化对存量客群的精细化运营能力；下一步，针对刚需消费场景的产品创新依然是信用卡业务布局的重中之重，银行将越来越重视对消费客群的精准细分和需求挖掘，发挥自身优势进行产品的差异化创新。



近20家国有行、股份行及城商行相继发布信用卡停售公告，其中联名信用卡停售情况更为集中。

本报资料室/图

端下行，很多银行发现一些信用卡产品的收益甚至为负，则会出现停发的现象。

曾经被誉为获客引流“利器”的联名信用卡业务，如今为何越来越难以满足消费者和市场需求？

不少业内人士认为，关键在于以往联名信用卡产品对市场的过度细分，且对客群需求缺乏精准的定位和权益匹配。

在董峥看来，联名信用卡依赖于发卡银行与产品权益资源方合作和运营，然而产品推向市场后却发现与市场预期相差甚远。他强调，从多年来对联名信用卡进行的跟踪和分析来看，其中存在的问题很多，这些联名信用卡在策划时就已经先天不足，主要是忽视市场和用户需求。“虽然联名信用卡有细分市场的功能，但脱离市场和用户需求的过度细分是这一问题的主要根源。”

董峥强调，以往联名信用卡成功的案例并不多，这也反映产品没有从市场的角度精准定位客群，以

及根据用户需求来制定营销策略。有的联名信用卡除了卡面带有企业LOGO或者产品主题图案外，在权益和功能上，几乎体现不出联名信用卡为持卡用户带来什么权益；发行一段时间后难以产生良好效果，无法产生雪球效应，这类联名信用卡也就渐渐被打入冷宫，一段时间后不得不下架。

“联名信用卡本身是持卡用户享有具有市场细分作用的个性化消费权益的产品，但信用卡消费受到消费场景的影响越来越大，有的联名信用卡加入了权益自选功能，可以配合在不同场景中消费使用并得到一些优惠，而为了一个特定消费领域办一张联名信用卡，其意义和作用变得不再明显。”董峥说。

在董峥看来，下架这些低效甚至无效联名卡产品是当前清理睡眠卡举措的一部分。“发卡银行可以集中精力，在这轮行业调整中将有限资源落实到有活力的产品上，让经营更有效率，以积极的态度迎接这场行业大变局。”董峥表示。

精细化深耕刚需消费场景

银行重视对消费客群的精准细分和需求挖掘，越来越多银行基于数字技术提高客户精细化运营水平。

在银行停发部分存量联名信用卡的同时，也在积极推动一些刚需消费的主题或联名信用卡产品布局。

招商银行8月8日联合B站推出“bilibili干杯信用卡”，广发银行于6月5日新增发行广发Visa鼎极无限卡“2024巴黎奥运会”主题版等。

招商银行方面透露，未来该行将紧密关注市场热点与消费者需求变化，联合各领域头部合作伙伴，合作发行更多贴合客户使用需要与兴趣喜好的新产品。

董峥认为，当前信用卡的频频下架，是为了更好地进行产品结构优化，下架后银行更需要对产品体系进行换代升级；信用卡创新越来越聚焦具有刚性需求的消费场景，比如汽车消费、餐饮消费、旅游出行消费等领域。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅认为，联名信用卡作为信用卡市场的一种重要形式，其停售和变化的背后，也反映出银行在信用卡业务上的新趋势，即更加注重信用卡的质量而非数量，以及更加关注客户需求和市场变化。

麦肯锡最新发布的一份《2024中国消费趋势调研报告》显示，展望2024年，消费者对自身消费增长的预期相对谨慎，预期增长率为2.2%—2.4%；综合比较每个品类的净支出意向于预期消费增长率，教育、食品、饮料、保健用品和服务、旅行等均为潜在成长的消费品牌，其中服务类消费快速增长。

在此背景下，董峥强调，下一步银行信用卡产品的创设将越来越关注具有刚性消费需求的场景，并且会更加重视对消费客群的精准细分，找到客户的具

体需求，从而进行权益的配置和升级。

“现在金融机构已经全面进入存量用户深耕的精细化运营阶段，这要看谁更了解目标用户的需求，更能匹配出满足用户需求的产品权益。信用卡在产品设计上如果还像以往一样要么过度细分、要么‘一卡通吃’的思路，很难做出真正受消费者欢迎的产品。”董峥指出。

实现消费客群的精准细分，对于当前的银行信用卡业务来说仍是一大挑战。在葛亮看来，银行首先要做好精细化客群风险分层，在整体风险稳定的情况下，不同层级客户给予不同的风险容忍度，在此基础上，信用卡也要持续加强与头部流量平台的合作，创新合作方式，在获客、活客等全业务链条上建立战略合作伙伴关系。

随着数字化能力的提升，银行越来越重视对消费客群的精准细分和需求挖掘。杜娟指出，越来越多银行基于数字技术提高客户精细化运营水平。“基于用户授权获取多维度数据，可以实现更加科学的用户分层、更加精细化的用户画像。借助各类数字运营工具，实现客群在银行私域的沉淀、实现自动化的运营动作（如促销提醒、客户资产达标后奖励发放等）、实现适当产品的自动匹配推荐、实现呈现页面的千人千面、精准营销等。还有数字赋能工具，可以帮助员工更好了解用户偏好需求、提供推荐赋能等。”

“这可能意味着未来银行信用卡业务将更加注重个性化、数字化和智能化，以更好地满足客户需求。”中国企业资本联盟副理事长柏文喜指出。

资本管理匹配战略发展 农商行发债“打提前量”

提前规划

本报记者 郭建杭
北京报道

农商行为确保资本工具发行和赎回有效衔接，持续保持充足的资本水平，在资本补充方面做好规划准备工作。

《中国经营报》记者了解到，2024年5月，天津农商行获批两年内发行50亿元二级资本债额度，在近期30亿元“24天津农商行二级资本债01”二级债发行之后，在2025年或有可能再次发行20亿元二级资本债。截至2024年二季度末，天津农商行资本充足率13.09%，在近期30亿元的二级资本债发行完成后，资本充足率预计提升0.8个百分点。

天津农商行计划财务部副总经理翟明辉告诉记者：“未来将会综合考虑市场环境、融资效率、融资成本等因素后，择机发行二级资本债，同时做好2025年到期的30亿元二级资本债赎回工作，确保资本工具发行和赎回有序衔接，形成多元化的资本补充机制，确保本行始终保持充足的资本水平和较高的资本质量。”

7月12日，天津农商行发行5+5年期二级资本债券“24天津农商行二级资本债01”，发行规模30亿元人民币，发行利率2.59%，债券发行的募集资金将用于充实二级资本，提高资本充足率。

商业银行发行二级资本债的主要目的是提高资本充足水平，以满足监管对于银行资本充足率的要求。截至2024年二季度末，天津农商行核心一级资本充足率为11.23%，一级资本充足率为11.23%，资本充足率为13.09%，分别高于监管要求3.73个、2.73个和2.59个百分点。

利率低位

天津农商行在2020年8月发行的30亿元二级资本债，票面利率4.28%，时隔四年之后再次发行二级资本债，票面利率下降至2.59%，发债成本降低。对于此次发行的二级债券票面利率降低，究竟是随行就市的体现还是市场对发债机构的认可？

对此，天津农商行金融市场部总经理付景璋认为：“一方面是债券收益率整体下行所致，市场利率曲线下移。同时，央行政策表态也更为注重稳增长。我行本次发行利率2.59%也受到市场变化的影响；另一方面也证明了市场对我行的认可，在当前经济形势下，中小农商银行面临着诸多挑战，包括资本充足率需要提升、服务‘三农’和中小微企业的能力有待进一步加强等。此次债券的发行，正是我们应对挑战、拓宽融资渠道、提升综合竞争力的关键步骤。此次债券发行参与机构多元化，认购倍数

国家金融监督管理总局数据显示，2024年一季度，商业银行资本充足率为15.43%，一级资本充足率为12.35%，核心一级资本充足率为10.77%，其中农商行资本充足率为12.70%。从近五年的表现来看，2019年、2020年、2021年、2022年及2023年农商行的资本充足率分别为12.98%、12.37%、12.56%、12.37%、12.22%，整体呈下滑趋势。

对于资本充足率良好的情况下发行二级资本债的原因，翟明辉表示：“本次发行二级资本债主要是基于本行内‘十四五发展规划’以及和资本规划，同时结合本行业

务发展计划，以满足资本监管要求和资本充足稳定为目标，进一步优化本行资本结构，提高资本充足率，提升自身的抗风险能力，推进业务不断增长，支持本行持续健康发展。”

此外，保持银行资本充足率水平满足监管要求的同时，还要进一步增强信贷投放能力，从支持实体经济发展的角度，需提前做好资本补充规划，打出“提前量”。

“本行将资本补充管理规划作为整体发展战略的重要组成部分，坚持资本管理目标与战略发展目标相匹配，资产规模增长

与资本规模增长相匹配，确保业务长期可持续发展。”翟明辉告诉记者。

从信贷规模增长来看，7月12日召开的天津农商行2024年中党建暨经营工作会议发布信息显示，2024年上半年，天津农商银行资产规模4478亿元，同比增幅4.9%；各项贷款余额2726亿元，同比增幅8.1%；各项存款余额3414亿元，同比增幅6.7%。

商业银行资本补充主要有内源性、外源性两大渠道，发债是较为常见的外源性资本补充的方式，而利润转增是内源性资本补充方

式。从资本分层补充的角度来看，利润留存以及发债是对不同层级的资本进行补充，利润留存转增增加核心一级资本，二级资本债主要补充二级资本。

2023年天津农商行通过利润留存的方式补充核心一级资本。联合资信发布的评级报告指出：“天津农商行2023年对股东分配未分配利润8.37亿元，分红力度不大，利润留存对资本起到一定补充作用。”天津农商行利润变化数据显示，2020年至2023年净利润分别为22.61亿元、25.30亿元、26亿元以及27.79亿元。

值得注意的是，二级资本债价格在受国债及利率债的价格影响之外，不同的发债机构在债券价格上也出现分化。从今年已发行的二级资本债的机构来看，国有行发行的二级资本债票面利率在2.5%—2.85%区间徘徊，中小型农村金融机构发行的票面利率分化较大。

截至7月30日，“24肥西农商行二级资本债01”票面利率5.05%，为24年首笔利率超5%的二级资本债；此外，“24常山农商行二级资本债01”“24普陀农商行二级资本债01”两笔二级资本债票面利率超4%。其余的年内发行的二级资本债利率全部在4%以内。如4月28日龙湾农商行发行的“24龙湾农商行二级资本债01”票面利率为3.08%；苏州农商行发行的“24苏州农商行二级资本债01”票面利率为2.73%。

对于农商行在今年热衷发行二级资本债的原因，与此前发行的二级资本债集中赎回到期也密切相关。兴业证券固定收益研究团队指出，今年下半年银行二永债的总供给可能会进一步走高。一方面是由于各类商业银行资本监管指标有所改善，但仍面临一定的补充资本压力，同时从银行二永债的获批情况来看，目前仍有一定的二永债批复额度待发行。另一方面今年下半年银行二永债到期规模较大，三季度为到期高峰，商业银行可能新发二永债以接续。根据国家金融监督管理总局官网发布的可知，2024年内监管部门已审批同意了江苏省农村商业银行、天津农村商业银行、江苏江南农村商业银行、浙江萧山农村商业银行等银行的二级资本债或资本工具发行信息，涉及金额超百亿元。

普惠信贷尽职免责新规出炉 解除“敢贷”“愿贷”后顾之忧

本报记者 慈玉鹏 北京报道

近日,金融监管总局围绕做好普惠金融大文章部署要求,优化尽职免责监管制度,修订《中国银监会关于进一步加强商业银行小微企业授信尽职免责工作的通

“七免”“七不免”

《通知》明确了应免责的情形,可减责、免责情形以及不得免责情形,也要求商业银行明确尽职免责工作机制,完善尽职免责工作流程等。

具体来看,原则上,《通知》要求银行业金融机构应按照鼓励担当、尽职免责、失职追责的原则,根据有关法律法规和普惠信贷服务政策,开展尽职免责工作。在落实普惠信贷尽职免责制度时,应避免只追求程序及形式合规,应注重人员履职实质,强化风险管理能力建设。

适用对象方面,《通知》适用于单户授信1000万元及以下的小型微型企业贷款和小微企业主、个体工商户经营性贷款,以及单户授信500万元及以下的农户经营性贷款。小型微型企业、小微企业主、个体工商户和农户的其他表内外经营性授信业务可参照执行。

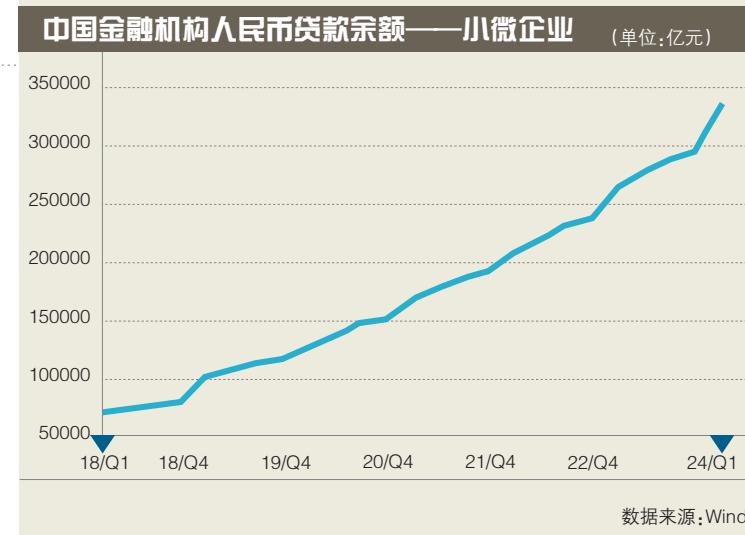
针对原则上免除全部责任的情况,《通知》共列举七点,其中包括:信贷资产本金已还清、仅因少量欠息形成不良的,如相关人员无舞弊欺诈、违规违纪行为,并已按银行业金融机构有关管理制度积极采取追索措施;参与集体决策的相关人员明确提出有合法依据的不同意见,经事实证明该意见正确,且该项决策与信贷业务风险存在直接关系;在档案或流中有书面记录,或有其他可采信的证据表明相关人员对不符合当时有关法律法规、监管规定和银行业金融机构管理制度的业务曾明确提出反对意见,或对信贷资产风险有明确警示意见,但经

知》,印发《关于普惠信贷尽职免责工作的通知》(以下简称《通知》)。《通知》将适用对象扩大至小型微型企业、个体工商户、小微企业主和农户等重点领域贷款,细化免责、追责情形,切实为基层信贷人员松绑减负,解除敢贷、愿

贷的后顾之忧。

《中国经营报》记者采访了解到,2024年上半年,中国在普惠金融方面的总体进展情况显示出积极的发展趋势。目前,商业银行应重点探索普惠金融与产业数字金

融、科创金融、绿色金融的衔接乃至融合。部分机构普惠金融发展体系化程度较差,普惠金融能力不足,风险防控压力不容忽视,可持续性面临考验,自身的普惠金融管理体系需反思加强。



推动普惠金融创新、提升普惠金融发展质效奠定了良好的基础。

苏商银行客户分析总监石大龙告诉记者:“《通知》的出台对于推动我国普惠金融业务的发展,完善普惠金融体系,具有重要的现实意义和长远影响。第一,明确尽职免责界限;通过明确‘七大免责情况’和‘七大不得免责情况’,为银行办理普惠金融业务提供了清晰的操作指南,有助于减少银行从业人员的顾虑,鼓励其在合规框架内积极发放贷款,鼓励银行从业人员更加积极地开展普惠金融业务,为小微企业和个体工商户等提供更加优质的金融服务。”

“第二,提升信贷管理效率:规定流程中的调查、评议、责任认定、申诉等环节,有助于银行建立起更加规范和高效的内部管理流程,从而提高信贷管理的效率和质量。”石大龙表示,“第三,促进普惠金融健康发展:免责条件的

明确,使得银行在发放普惠金融贷款时能够更好地平衡风险和收益,有利于进一步扩大普惠金融覆盖面,服务实体经济。四是完善内部控制和问责机制:《通知》要求银行完善普惠信贷的内部控制和问责机制,这有助于提升银行的整体治理水平,确保普惠金融业务在阳光下运行。对于按照标准化流程操作的贷款业务,尽职的从业人员可以免除不必要的责任,这有助于保护从业人员的合法权益。”

另外,此次《通知》还规范了尽职免责工作机制,要求银行在尽职免责工作流程中增加“申诉”环节,并强调不得因被评议人申诉而加重其责任认定结果,推动银行畅通申诉渠道,更好保护信贷人员权益。在提高效率方面,要求尽职免责工作启动后原则上在一年内完成。对于贷款金额较小、责任划分清楚的业务,明确可批量出具尽职评议报告。

举措加码

相关部门自上而下的有力推动促进了中国普惠金融的长足进步,中国普惠金融在世界上的影响力大大提升,正在迈入更加注重质量的新发展阶段。

根据中国人民银行发布的数据,2024年一季度,涉农和普惠金融领域的贷款持续增长。其中,截至一季度末,普惠小微贷款余额33.41万亿元,同比增长20.3%,一季度增加2.38万亿元。农户生产经营贷款余额9.95万亿元,同比增长17.1%。

记者注意到,在政策层面,今年多项重要文件都提及普惠金融。5月,国家金融监督管理总局发布《关于银行业保险业做好金融“五篇大文章”的指导意见》,指出未来5年,要基本建成高质量普惠金融体系,助力共同富裕迈上新台阶。普惠金融服务体系持续优化,普惠信贷体系巩固完善,普惠保险体系逐步健全。

6月,《关于推进普惠保险高质量发展的指导意见》发布,要求保险公司要建立普惠保险发展领导体制,加强普惠保险战略规划和顶层设计,董事会和管理层定期听取普惠保险发展情况。明确普惠保险业务牵头部门,建立推动普惠保险高质量发展的工作机制。保险公司要将开展普惠保险、履行社会责任纳入经营绩效考核,大型保险公司普惠保险考核权重原则上不低于5%。加强普惠保险内控管理,确保经营行为依法合规、业务财务数据真实,并及时识别和防控相关风险。

杨海平告诉记者,总体而言,相关部门自上而下的有力推动促进了中国普惠金融的长足进步,中国普惠金融在世界上的影响力大大提升,正在迈入更加注重质量的新发展阶段。但是,在自上而下的推动过程中也要谨防拔苗助长的倾向:监管部门对普惠金融的引导和考核模式需要反思;金融机构对普惠金融的概念、内涵、理念、路径需要反思;部分机构普惠金融发展体系化程度较差,普惠金融能力不足,风险防控压力不容忽视,商业可持续性面临考验,对自身的普惠金融管理体系也需要反思。

为了进一步提高普惠金融的效率和覆盖面,石大龙表示可以从以下四个方面进行优化推进。“一是增强产品多样性。金融机构应根据小微企业和个体工商户的实际需求,设计灵活的金融产品。例如,推出专门的信用贷款、首贷、续贷和中长期贷款,以更好地满足不同企业的发展阶段和资金需求;创新融资模式:探索‘金融+科技’模式,利用大数据、人工智能等技术,进行精准风险评估和授信,降低贷款风险,提高服务效率。二是提高金融服务可及性。”

石大龙认为:“在农村和欠发达地区,加大金融基础设施建设,确保金融服务的全面覆盖,推动移动支付、线上信贷等数字金融手段在乡村的普及应用,缩小城乡金融服务差距。三是强化信用体系建设。通过信用信息共享平台,提升对小微企业和个体工商户的信用评估能力。金融机构应加强与政府和相关部门的合作,完善信用数据的采集和共享机制,以提高信贷决策的准确性。四是加大政策支持力度。各级政府可以通过财政支持、税收优惠和风险补偿机制,鼓励金融机构加大对小微企业和个体工商户的信贷支持。设立专项基金,帮助分担金融机构的信贷风险;促进地方政府和金融机构的联动,形成政策合力,共同推进普惠金融的发展。”

杨海平建议,商业银行应重点对自身过去的普惠金融发展道路进行总结,在战略层面进行反思,探索普惠金融与产业数字金融、科创金融、绿色金融的衔接乃至融合,结合数字技术的广泛应用,探索符合自身定位和地区特点的普惠金融模式。审慎推进客户下沉,继续将拓展征信白户、首贷户作为普惠金融服务的重要内容之一。同时,中央银行在低成本资金方面,政府部门在数据整合方面,监管部门在考核引导方面,应该对普惠金融予以更多、更大的支持。

九江银行连收罚单 涉及掩盖不良资产、虚假转让不良贷款

涉及多项违法违规

本报记者 慈玉鹏
北京报道

国家金融监管总局近日公示多张罚单涉及九江银行(6190.HK),具体包括违规办理续贷掩盖不良资产、借道同业投资虚假转让不良贷款、数据质量控制不到位、贷款管理不到位等诸多问题。无独有偶,该行7月末刚因对主发起村镇银行管理不到位被国家金融监管总局处罚。

《中国经营报》记者注意到,九江银行2023年不良贷款率抬头至2.09%。与此同时,九江银行2023年净利润同比下降55.65%。同期,其控股的18家村镇银行净利润同比下降幅度较大,达到96.20%。

九江银行2023年年报显示,截至2021年末、2022年末、2023年末,该行年内净利润分别为17.85亿元、16.80亿元、7.45亿元,2023年净利润同比下滑55.65%。

具体分析利润方面,从收入端看,截至2022年末、2023年末,该行利息净收入分别为85.94亿元、82.89亿元;手续费及佣金净收入分别为8.42亿元、9.72亿元;营业收入分别为108.70亿元、103.58亿元,2023年同比减少5.12亿元。从支出端看,截至同期,该行营业费用分别为32.75亿元、34.07亿元;资产减值损失分别为56.02亿元、61.06亿元,同比增加5.04亿元。

值得注意的是,2023年九江银行控股18家村镇银行净利润大幅度降

年年末、2022年年末、2023年年末,该行不良贷款率分别为1.41%、1.82%、2.09%;截至同期,该行拨备覆盖率分别为214.66%、173.01%、153.82%。

具体到该行不良贷款情况,从业务类型划分看,截至2023年末,该行公司贷款及垫款中的不良贷款45.04亿元,同比上升26.35%;零售贷款及垫款中不良贷款18亿元,同比上升约19.53%。

从行业划分的贷款及不良贷款情况看,截至2023年末,该行不良贷款金额排名前三的行业为房地产业、租赁和商务服务业、制造业,金额分别为14.59亿元、7.76亿元、7.62亿元。截至2023年末,该行在房地产业不良贷款金额同比提升1.92倍。

另外,公告显示,截至2023年12月31日,该行抵押、保证、信用贷款的不良贷款金额分别为34.49亿元、11.72亿元、8.97亿元,主要是由于部分客户的还款能力减弱;质押

贷款的不良贷款金额为7.86亿元,主要是由于加大了对该类不良贷款的处置力度。

值得注意的是,不久前,九江银行因对主发起村镇银行管理不到位被处罚款,时任九江银行副行长蔡某平、时任九江银行村镇银行管理部总经理刘某,因对主发起村镇银行管理不到位事项负有责任,依据《中华人民共和国银行业监督管理法》第二十一条、第四十八条,被监管警告。

《中华人民共和国银行业监督管理法》第二十一条显示,银行业金融机构应当严格遵守审慎经营规则。审慎经营规则包括风险管理、内部控制、资本充足率、资产质量、损失准备金、风险集中、关联交易、资产负债流动性等内容。

第四十八条规定,银行业金融机构违反法律、行政法规以及国家有关规定,由国务院银行业监督管理机构责令改正,并处二十万元以上五十万元以下的罚款;情节特别严重的,可以责令停业整顿或者吊销其经营许可证;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

九江银行2020年年报显示,经该行于2020年12月22日召开的第六届董事会第五次会议审议通过,解聘蔡某平副行长的职务。

公开资料显示:蔡某平曾持有多家村镇银行股份。据九江银行2019年年报显示,蔡某平任职九江银行执行董事兼副行长,持股该行50万股,同时持有彭泽九银村镇银行、瑞昌九银村镇银行、资溪九银村镇银行、崇仁九银村镇银行、分宜九银村镇银行股份,上述村镇银行均为九江银行子公司。另外,蔡某平曾任中山小榄九银村镇银行董事。

记者注意到,蔡某平于2020年申请辞职。九江银行公告显示,蔡某平请辞本行执行董事及董事会消费者权益保护委员会主任委员职务,该行董事会已于2020年10月26日收到书面辞职报告,蔡某平之辞职即日生效。

九江银行2020年年报显示,经该行于2020年12月22日召开的第六届董事会第五次会议审议通过,解聘蔡某平副行长的职务。

分别为人民币3090万元及人民币80万元。但同期,九银村镇银行总营收及总资产不断上升。

2018年,九江银行控股村镇银行扩大至18家,同时实现扭亏,18家控股村镇银行实现净利润为人民币8800万元。

从管理方式看,该行招股书显示,九江银行通过控制各村镇银行50%以上的表决权及于其董事会委派代表指导及监管村镇银行财务及营运政策的制定及实施,确保其财务及营运政策与本行一致,从而参与各村镇银行的管理。2011年,九江银行成立村镇银行管理总部,协调设立九银村镇银行,在风险管理、内部控制、信息技术系统、财务信息

报告、战略规划、品牌形象管理以及人力资源等方面,对九银村镇银行提供支援及指导。

记者就九江银行控股村镇银行净利润大幅下降等相关问题与该行确认,截至发稿未收到回复。

某金融业相关人士告诉记者,村镇银行一度成为机构数量最多、单体规模最小、服务客户最基层、支农支小特色最突出的“小微银行”,在支持农户和小微企业、助力县域经济发展方面发挥了重要作用。但随着普惠金融下沉,本身管理能力较弱、资产规模较小、社会认知度较低的村镇银行腹背受敌,业务增长受到了比较大的挑战。从长期来看,村镇银行逐渐兼并重组或是趋势。

揭秘出口企业“财技”：“存贷双高”吃利差

本报记者 杨井鑫 北京报道

过去企业财务造假的异常信号——“存贷双高”时下有了新的演绎。所谓的“存贷双高”，即指企业账面的货币资金与有息负债同时处于较高水平。为

何企业会在持有大量货币资金的同时，还会向银行不断申请贷款呢？

据《中国经营报》记者了解，此前由于人民币存款利率持续走低，而美元存款利率坚挺，不少出口企业更愿意持有外币进行存款

理财获取高收益。况且，美元定期存款利率甚至高于人民币贷款利率，这让持有外币的企业结汇意愿降低，在企业缺钱时选择向银行申请人民币贷款维系企业运营，出现了一边存款一边贷款的“怪象”。

外汇高息定存与人民币低息贷款

一年期人民币贷款利率年化不到3.5%，而美元定期存款利率能达到年化5.5%，企业轻轻松松能够从中获得2%左右的收益。

“在汇率没有剧烈波动迹象的情况下，我们企业当前是不会立刻进行结汇的，而是会选择将外币用于存款或者投资，提升资金的投资收益率。”一家浙江出口企业负责人陈先生向记者表示。

陈先生告诉记者，目前外币存款和人民币存款存在较大的利差。部分银行美元定期存款利率在年化5%以上，而人民币定期存款利率年化不到1.5%。“如果企业将货款直接结汇，那么一旦有闲置资金，投资收益率就会比较低。”

“有些企业在海外有产业或者有原料采购需求，外币资金的占比会更大，上半年的短期投资收益都非常可观。”陈先生还表示，如今部分外贸行业的整体利润率不到10%，而外币存款和人民币存款的利差最高能达到4%。这也就意味着，企业闲置货币资金的投资应用对企业的经营业绩会有很大的影响。

陈先生还向记者透露：“涉及利率、汇率的变动可能也有一些不确定性，企业目前外币投资也是以一个月或者两个月的短期定存为主。”

8月6日，深圳一家上市公司披露了使用部分自有闲置资金进行证券投资的情况。公告显示，该公司累计耗资数亿元购买了理财产品，其中美元定期存款占到了较大比例。

公开信息显示，该公司使用部分闲置资金购买理财产品共13款，其中美元定期存款多达7款，涉及的投资金额2800万美元，预计年化收益率均在5%以上，而人民币三年期

的大额存单预期收益率才2.65%。与此同时，该公司还披露了目前到期赎回的银行理财产品有9款。其中美元定期存款有5款，金额为1700万美元，实际最低收益率为5.29%。人民币理财产品的实际收益率最高为3.79%，是一款非保本浮动收益产品，而国有大行3个月定期存款和单位大额存款两款理财产品实际收益率仅1.37%和1.68%。

该公司表示，上市公司通过适度的证券投资，能提高公司资金使用效率，增加投资收益，从而提升公司整体业绩水平，为公司和股东谋取更多的投资回报。

值得注意的是，当外币存款利率高于人民币存款利率时，不少外贸企业在缺少资金时宁可向银行贷款也不会选择结汇。

“以前，大部分的外贸企业一旦收到货款，都会尽快地结汇将资金投入到经营中，比如支付供应商的货款。但是，由于人民币贷款利率持续走低，甚至低于外币存款利率，这让出口企业会选择向银行申请人民币短期贷款应急，也不会迅速将外币结汇。”陈先生表示。

按照陈先生的说法，这些企业一边将外币资金在银行做高息的定存，一边在国内申请短期的人民币贷款，出现了持有货币资金规模和银行贷款同时增长的情况，即“存贷双高”。

记者了解到，很多企业目前在银行申请的一年期人民币贷款利率年化不到3.5%，而美元定期存款利率能达到年化5.5%，企业轻轻松松能够从中获得2%左右的收益。

防范汇率波动风险

“利差确实存在，但是汇率波动导致的汇兑损失超过了利差之后，可能这种做法反而得不偿失。”

7月31日，中国人民银行江苏省分行2024年第三季度新闻发布会上，中国人民银行江苏省分行国际收支处处长宋卫琳披露，上半年，衡量企业结汇意愿的贸易收汇汇率为63.6%，较去年同期下降5.4个百分点，而江苏境内外汇存款则在这一阶段增加了16亿美元。

中金公司近期的一份研报显示，6月银行代客涉外收付款逆差约235亿美元，银行代客结售汇逆差约396.5亿美元，逆差规模均较5月明显走阔。结汇率与售汇率12个月移动平均的走势背离程度在今年持续扩大，已处于2018年来的最低水平，或体现进出口企业等主体结汇意愿持续偏低。主因是进出口企业意在保留美元等外币敞口，以此形成一个外币资产+本币负债的资产负债表货币错配。

外币存款与人民币贷款利差对企业的影响到底有多大呢？以海外市场为主的莱克电气（60355.SH）是一个典型例子。莱克电气是一家以高速电机为核心技术，以家居清洁、空气净化等为代表的家电企业。

莱克电气是一家以高速电机为核心技术，以家居清洁、空气净化等为代表的家电企业。

化、水净化、厨房电器等绿色智能小家电产品、园艺工具产品和核心配套零部件为主营业务，以自主品牌、ODM全球化出口和核心配套零部件业务为经营模式的家电企业。

莱克电气2023年年报披露，该公司在报告期末持有货币资金合计58.88亿元，同比增长31.43%，其中，外币货币资金53.19亿元，同比增长52.93%。公司账户合计58.88亿元的货币资金总额中，美元存款占比87.28%，较2022年同期增长11.25个百分点。

同时，公司2023年年末长、短期借款合计39.59亿元，同比增长41.6%。其中，短期借款合计29.08亿元，同比增长26.66%。

针对付息债务和货币资金同时大幅增长的原因，上交所向该公司发布了《关于莱克电气股份有限公司2023年年度报告的信息披露监管工作函》。

7月9日，莱克电气发布公告对上交所下发的监管工作函进行了回复。该公司表示，2023年度与2022年度相比，公司付息债务呈现明显增长趋势，主要系满足公司日常经营流动资金需求。同时，公司生产经营活动主要是人民币支付的支出为主，因此通过平均利率相对低的付息债务融资的方式以减少利息支出，并将货币资金中的美元资金进行利率相对高的存款以获得利息收入，增加公司净收益。

通过这种方式，莱克电气在2023年度实现利息收入2.91亿元，同比增长169.66%。“借利率低的人民币贷款用于企业日常开支，却将出口的货款不结汇直接在银行以美元做外币存款获取高利息，这种做法对企业而言是无可厚非的。企业的

经营目的是为了赚钱盈利，这种行为属于正常市场经营行为和财务策略。但是，企业在这样操作的同时，也需要注意到其中的风险。”一家股份制银行人士向记者表示。

该股份制银行人士认为，莱克电气的财务操作充分利用了当前环境下美元存款的高利率特点，让企业利息收入最大化。同时，公司维持了充足的现金储备，降低了企业的资金成本。

对于这种操作存在的风险问题，该股份制银行人士认为，汇率风险是目前该操作的最大风险。“利差确实存在，但是汇率波动导致的汇兑损失超过了利差之后，可能这种做法反而得不偿失。”

事实上，8月以来人民币对美元汇率在金融市场的动荡中走出明显升值态势，离岸、在岸人民币双双升破7.12关口，创下今年1月以来新高。8月7日银行间外汇市场人民币汇率中间价为1美元对人民币7.1386元。

针对人民币升值对企业产生的影响，记者联系了莱克电气，但是截至发稿前公司并未给予回复。

记者在采访中了解到，由于汇率的波动，已经有部分中小外贸企业为了守住利润加快了结汇，也有不少金融机构为出口企业提供远期结售汇、人民币与外币掉期交易等各种能够避险的金融工具，来防范由于汇率波动带来的风险和损失。

“多数机构判断汇率短期的波动仍然会比较大，也建议外贸出口企业暂时加大结汇规模。如果全部持有的是外币资产，不仅外贸订单上会遭受汇兑损失，外币资产的损失可能会更大。”上述股份制银行人士表示。



数据来源：国家外汇管理局

黄金“七夕”热潮涌动 银行加码营销抢占市场

机构“七夕”卖金热

本报记者 慈玉鹏
北京报道

《中国经营报》记者注意到，近期多家银行机构借势“七夕”（8月10日）开展黄金相关营销活动。其中包括建设银行（601939.SH）、中国银行（601988.SH）、嘉兴银行、唐山银行、台州银行、龙泉农商银行、扬中农商银行等多家机构。银行黄金营销策略包括赠送数字人民币、购金优惠、首饰免费保养等多种形式。

记者采访了解到，银行渠道购买黄金的优势是可靠性强、回购容易、价格具备优势。但近期黄金波动性较大，投资黄金要注意相关风险，避免盲目追涨，密切关注政策动态，及时调整投资策略。

同时，应采取分散投资，通过合理的投资组合降低投资风险。

建设银行近日推出“‘金’喜相伴、浪漫七夕”活动，推广“建行金粒金”“建行金龙腾四海”“建行金水月情柔手链”“建行金投资基金条”等Au9999材质黄金产品。其中，“建行金投资基金条”具有50g至5000g多种规格。

中国银行福州分行推出“为爱赠礼，贵金属买就送好礼”活动，售卖多种黄金产品并赠送数字人民币，根据购买产品不同分别赠送17.77元、27.77元、77.77元数字人民币红包（总金额1万元）。

多家中小银行近日亦有所行动。例如，嘉兴银行推出“七夕主题黄金文化艺术展”活动，相关展品涵盖投资金条、工艺金条、各类首饰等，另外还支持定制各类贵金属产品，优惠政策是现场客户投资金条优惠至高4元/克，足金首饰金工费优惠7折起，一口价饰品价格

优惠6.5折起；台州银行绍兴分行推出“‘七’待以后，‘夕’望是你”活动，活动期间品牌金条优惠、首饰免费保养。其中，客户购买1000元以上工艺金产品，即可享当日售价优惠5元/克的政策；龙泉农商银行推出“世间美好，只愿予你，以金为誓，传承经典”活动，售卖“金元宝”“红妆九宝”“如意金算盘”等多种黄金产品。

苏商银行研究院高级研究员杜娟告诉记者，从银行购买黄金优势有以下优势：一是安全性高，银行作为正规金融机构，实物黄金的纯度、重量上有保证；二是回购更容易，银行可以回购本行发售的纸黄金、投资金条等理财产品，很多金店也可以回购。

银行理财型黄金，但是金店售卖的黄金产品一般银行很少回购；三是价格有优势，银行金条价格

买卖价差通常较金店更小，且加工费费用成本更低。

上海大学上海科技金融研究所高级研究员陆岷峰告诉记者，银行渠道购金的优势主要体现在三个方面：首先，银行作为金融机构，具有较高的信誉度和安全性。客户在银行购买黄金产品，可以享受到更高的保障，避免了假冒伪劣产品的风险。其次，银行通常会提供多种黄金产品选择，以满足不同客户的需求。例如，建设银行推出的“建行金投资基金条”和“建行金粒金”等产品，覆盖了从投资到饰品的多种用途。再次，银行提供专业的咨询服务，帮助客户了解黄金市场动态和提供投资建议，还可实现金融产品间的实时置换。

值得注意的是，银行黄金推广活动较为趋同，如何增加差异性及辨识度？杜娟告诉记者，营销活动

有特色，可以从客群细分、产品服务搭配、跨界合作、结合热点话题等方面推进。在客群细分方面，“七夕”涉及年轻情侣、青年夫妻、中年家庭、老年客群，可结合本行获客需求及资源禀赋，针对重点客群画像，设计更加契合特色需求、兴趣的营销活动；在产品服务搭配上，突出价值增值的特点，从黄金购买需求出发，延伸客户在旅行、结婚等多样化消费场景的需求提供一系列产品服务，针对黄金投资类需求，推出更多具有投资功能的产品设计；在跨界合作方面，针对目标客群的兴趣偏好，寻找合作品牌联名，在产品设计、交叉获客运营等方面做深入探索；在结合热点话题方面，针对各类平台上的热点话题、挑战、关注点等设计更多主题型产品活动。

陆岷峰告诉记者，针对“七夕”

稳定性：第一是市场风险。黄金市场价格波动大，投资者应避免在高点盲目追涨，应采取分散投资策

略，避免将所有资金集中在黄金上。第二是流动性风险。黄金作为实物资产，流动性较低，投资者购买黄金时应考虑未来的变现能力，避免因市场波动造成的流动性困境。第三是汇率风险。黄金价格与美元汇率密切相关，投资者需关注汇率变化，尤其是非美元投资者应特别注意汇率波动带来的潜在风险。第四是政策风险。各国政府的政策变化（如货币政策、税收政策等）会影响黄金市场，投资者应密切关注政策动向，及时调整投资策略。

记者注意到，多家银行在活动页面中标注“市场有风险，投资须谨慎”。近期，黄金市场波动较大。7月上旬黄金再破历史新高，伦敦现货黄金触及2480美元/盎司，随后回落于2400美元/盎司上下震荡。

8月7日，国家外汇管理局公布的数据表明，7月中国官方黄金储备为7280万盎司，与上月持平，意味着中国人民银行已连续3个月暂停增持黄金储备。

东方金诚首席宏观分析师王青表示：“5月末，官方黄金储备在连续18个月增加后，首次环比零增长，6月和7月黄金储备规模继续保持不变。这进一步确认央行停止了增持过程。背后是当前黄金价

格处于历史高位，央行适当调整增持节奏，有助于控制成本。”

未来黄金市场走势如何？东方金诚研究发展部分析师瞿瑞认为，美国7月制造业PMI指数创八个月最大萎缩，非农数据大幅下跌且失业率走高至4.3%，显示劳动力市场明显降温，触发经济衰退预期，市场预期年内降息幅度将大幅提升；此外，近期巴以局势再生不确定性，由此，降息预期及避险需求共同支撑金价上涨。瞿瑞指出，短期内，日元加息引发的全球金融动荡叠加中东紧张局势，令市场避险情绪依然处于升温阶段；加之美联储降息预期继续发酵，美元走弱、衰退交易依然

2024

上市公司高质量发展论坛
High-Quality Development Forum for Listed Companies

季为民：建设中国特色现代资本市场 是中国式现代化的应有之义

本报记者 顾梦轩 夏欣 北京报道

“提高上市公司发展质量，已经成为现阶段中国资本市场深化改革的重要课题，上市公司高质量发展也是中国经济高质量发展的重要任务和内在要求。”中国社会科学院工业经济研究所副所长，中国经营报社社长、总编辑季为民如是说。

今年4月出台的第三个新“国九条”，针对资本市场加强监管、防范风险并推动资本市场高质量发展提出了要求。党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出：健全投资和融资相协调的资本市场功能，防风险、强监管，促进资本市场健康稳定发展。“由此可见，党中央、国务院高度重视资本市场深化改革及中国特色现代资本市场建设。”季为民说。

上市公司是资本市场的重要组成部分，是中国经济的重要参与主体、重要增长引擎。季为民指出，回顾总结过去的发展经验，上市公司市值变化与GDP增长呈现高度一致性。过去一年，中国上市公司科学把握发展机遇，以科技创新为手段，综合提升公司治理水平，在

各方面都取得了丰硕的成果。

在总结过去一年上市公司取得的丰硕成果时，季为民谈到以下几个方面：第一，上市公司数字化转型的力度和速度都有所提升。企业充分利用大数据、人工智能、云计算等新技术来提升生产效能、运营效率和服务质量。第二，上市公司的创新能力不断增强。理念创新、技术创新、管理创新，推动了产品和服务的升级，进而推动了产业结构的优化。第三，上市公司的资源配置能力不断发展。企业通过并购重组，实现了资源的优化配置，不断提升市场的竞争力。第四，上市公司绿色发展理念不断巩固。上市公司将绿色低碳发展和实践社会责任作为生产运营的重要工作，不断发展绿色产品和绿色技术。第五，上市公司不断追求企业国际化。不少上市公司将目光投向海外市场，寻求全球业务的拓展，以分散地域风险。

过去一年，中国资本市场、中国上市公司的进步虽比高飞雁，但仍未及青云。与国际先进水平相比较，仍有许多重要的问题亟待解决，企业仍需在多方面创新理念、创新路径、创新方法、创新手段、创新



季为民

中国社会科学院工业经济研究所副所长，中国经营报社社长、总编辑

技术。

季为民举例称，在投资者保护方面，企业信息披露应该更加充分；在科技创新方面，企业仍需进一步加大创新投入、建设创新生态；在上市公司治理方面，企业仍需加强董事会独立性，完善公司治理结构；在践行ESG方面，企业仍需进一步提升绿色发展理念，强化环境管理，履行社会责任等。

季为民表示，在《中国经营报》

搭建的平台上，集结学界、商界、媒体界的智慧，探讨上市公司深化改革的一系列问题，引导和推进关于上市公司新质生产力培育、高质量发展的深入思考和探索。《中国经营报》作为国内重要的主流财经媒体，即将迎来创刊的第40个年头。“近40年来，我们秉持‘终身学习、智慧经营、达善社会’的理念，助力优秀企业不断创新、发展，助推中国资本市场不断走向新高度。”季为民表示。

何德旭：我国金融服务实体经济的质效有较大提升空间

本报记者 郭婧婷 北京报道

“金融高质量发展最核心的是三个方面：优化金融服务、维护金融安全和推进金融创新。”在论坛上，中国社会科学院财经战略研究院院长、研究员何德旭发表《金融

高质量发展与中国式现代化》主题演讲时指出。

“金融监管不仅仅是防范个别金融机构的风险，而且要监督引导金融机构为实体经济服务，监督好金融领域的腐败和乱象。另外，金融监管也要加快数字化转

型，强化对监管的监管，这也是我们现代监管中非常重要的内容。”谈及当下金融监管侧重点，何德旭如是表示。

何德旭建议，要强化金融稳定保障体系的建设，在已有的存款保险制度、保险保障基金、信托保障

基金等基础之上再构建最后一道金融风险的防线。要加强和完善金融风险管理，要认识到维护金融安全的极端重要性，要在发展的过程中化解金融风险，尤其是要注意不要让局部的金融风险向系统性金融风险演化。

中国式现代化进程中金融的新定位、新作用

党的十八大以来，关于金融重要地位和作用有了新的表述，分别是“金融是国民经济的血脉”“金融是国家核心竞争力的重要组成部分”“金融安全是国家安全的重要组成部分”“金融制度是经济社会发展中重要的基础性制度”。

党的二十大报告对高质量发展与中国式现代化的关系作了专门的阐述，即“高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的主要任务，是中国式现代化的本质要求”。

2023年中央金融工作会议明确提出要加快建设金融强国，全面加强金融监管，完善金融体系，优化金融服务，防范化解风险，坚定不移走中国特色金融发展之路，推动我国金融高质量发展。

“金融高质量发展既是经济高质量发展的重要基础和必备构件，同时也是经济高质量发展不可或缺的推动力量。”何德旭表示。

关于经济高质量发展，何德旭提出要全面理解：第一是要有“量”的增长。经济高质量发展

仍然需要保持一定的速度和一定的数量规模。第二是“质”的改进和提高，这是经济高质量发展最核心的内容和要求。第三是要注重经济社会环境结构的改进和优化。

什么是金融的高质量发展？何德旭给出解释，金融高质量发展是指通过提升整个金融体系（金融市场、金融业务和金融服务）的质量、效率（包括上市公司质量），进而助推经济高质量发展。金融高质量发展注重和强调的是金融体系应更好地服务于实体经济，提高资金使用效率，并将更多的金融资源配置到实体经济发展的重点领域和薄弱环节。

在何德旭看来，金融高质量发展的核心是深化金融供给侧改革，优化金融服务，推动金融基础设施建设，实现金融标准化，健全金融监管体系，以更好地发挥金融对经济发展的促进作用。

今年《政府工作报告》首次将“五篇大文章”纳入其中，指出“要大力发展科技金融、绿色金融、普



何德旭

中国社会科学院财经战略研究院院长、研究员

惠金融、养老金融、数字金融”。在何德旭看来，上述“五篇大文章”中，数字金融至关重要，它是“中国特色现代金融体系”的“标配”，是金融强国的基石，是其他四篇大文章的“底座”。

“数字技术与金融更加深度融合可以带来明显的优势，因为以互

联网、移动计算、人工智能为代表的数字技术所具有的信息联通、覆盖广、智能高效、边际成本低等特点，高度契合金融在解决信息不对称、扩大覆盖面、提高融资效率、降低融资成本等方面的需求，可以较好地解决金融服务不足、效率不高的问题。”何德旭进一步剖析。

三方面推动金融高质量发展

如何推动金融的高质量发展？何德旭认为，在优化金融服务方面，当前，我国金融服务实体经济的质效还不高，表现为总量不足、结构不合理、实体经济融资约束仍然存在，融资难、融资贵的问题依然十分突出。

“从社会融资总体回报率、边际资本产出率、净资产收益率、金融业增加值占GDP的比重等指标来看，金融为实体经济提供服务还存在较大的改进或提升的空间。”何德旭指出。

“我国实体企业净资产收益率和金融业净资产收益率与国外的情况完全是相反的。”何德旭进一步举例说明，近些年，我国实体企

业净资产收益率大大低于金融行业的净资产收益率，与美国和德国的情况完全不一样。

在维护金融安全方面，何德旭认为核心是要控制金融风险，为经济社会发展提供一个宽松的货币金融环境，也为实现中国式现代化创造更加良好的条件。

谈到当前突出的重点领域风险，何德旭总结，一是商业银行资产质量风险。在疫情冲击、经济下行背景下，商业银行不良资产风险隐患较大，尤其是中小商业银行问题更加突出。二是房地产金融风险。房地产市场价格上涨或下跌都可能带来市场风险。房地产开发企业高负债经营隐含财务风险（地

产信用债违约率高）、商业银行发放房地产贷款存在操作风险、土地开发贷款存在信用风险等。三是地方政府债务风险。地方政府债务管理仍不规范，甚至还存在违规地新增地方政府债务，化解地方政府债务难度大。

何德旭建议，要强化金融稳定保障体系的建设，在已有的存款保险制度、保险保障基金、信托保障基金等基础之上再构建最后一道金融风险的防线。要加强和完善金融风险管理，要认识到维护金融安全的极端重要性，要在发展的过程中化解金融风险，尤其是要注意不要让局部的金融风险向系统性金融风险演化。

聚势赋能 向新而行

“2024上市公司高质量发展论坛”在京举行

本报记者 曹驰 北京报道

着ESG信息披露要求的提高，预计未来监管部门会出台更多细化的指南，对上市公司的指导性会更高。如果上市公司依据相关规则逐渐提升披露能力，可以实现“以报促管”。通过相关披露来进行企业可持续发展方面的管理体系建设和能力提升，这样也有助于上市公司的可持续发展。

在论坛上，《中国经营报》联合中国社会科学院上市公司研究中心发布《中国上市公司发展报告（2024）》（以下简称“《报告》”），旨在系统记录中国上市公司发展，以中国上市公司价值评估为特色，并从微观上市公司运营中发现中国宏观经济运行情势，对未来经济发展与资本市场改革趋势进行展望。

中国社会科学院上市公司研究中心副主任张鹏对《报告》解读道：“随着中国经济向高质量发展阶段转型，作为中国企业的优质代表，上市公司与中国宏观经济经济发展相一致。一方面，传统产业上市公司通过与新经济、新业态和新模式相组合，重组了传统产业的内生发展逻辑，在‘新’的牵引下实现‘旧’的‘凤凰涅槃’‘浴火重生’；另一方面，新型产业从无到有、从小到大、从大到强，新产业上市公司高成长为中国经济找到了新的动力，从中国制造到中国创造再到中国智造成为中国高质量发展的亮眼标志。”

谈及如何推动金融的高质量发展话题时，中国社会科学院财经战略研究院院长、研究员何德旭表示，金融高质量发展最核心的是三个方面：优化金融服务、维护金融安全和推进金融创新。金融监管要监督引导金融机构为实体经济服务，监督好金融领域的腐败和乱象。另外，金融监管也要加快数字化转型，强化对监管的监管，这也是我们现代监管中非常重要的内容。

何德旭建议，要强化金融稳定保障体系的建设，在已有的存款保险制度、保险保障基金、信托保障基金等基础之上再构建最后一道金融风险的防线。要加强和完善金融风险管理，要认识到维护金融安全的极端重要性，要在发展的过程中化解金融风险，尤其是要注意不要让局部的金融风险向系统性金融风险演化。

今年以来，随着我国三大证券交易所起草发布可持续发展信息披露指引、财政部发布企业可持续披露的基本准则，我国可持续披露规则体系逐步走向成熟，中国资本市场对ESG的关注度和实践水平不断提高。

对此，中国社会科学院上市公司研究中心主任张平表示，持续提升上市公司的创新与治理水平，首先要建立“信任+激励”的机制，要理解创新并非科技发明，而是商业活动。其次要推动上市公司治理现代化，必须推动公司颠覆式创新和容错制度的建立。

今年以来，随着我国三大证券交易所起草发布可持续发展信息披露指引、财政部发布企业可持续披露的基本准则，我国可持续披露规则体系逐步走向成熟，中国资本市场对ESG的关注度和实践水平不断提高。

川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳提到：“一方面，2024年上述指引的发布，使得包括央企在内的部分上市公司正式迈入ESG‘强制性披露’、其他上市公司被鼓励披露的新阶段，ESG在企业和投资者两端呈现实践和认识都快速扩容的趋势。另一方面，资本市场高质量发展要求上市公司强本强基，而ESG作为上市公司高质量发展的重要抓手，其重要性和战略价值已被提到新的高度。”

“目前，A股的上市公司有5375家，披露2023年度ESG可持续发展相关报告的共有2165家，披露率仅为40.28%，但跟2023年和2022年相比都上升了5个百分点，2023年是35%，2022年是30%。这说明中国的上市公司从对投资者负责的角度，或相互信任的角度，一直在努力前行。”中碳科技（湖北）有限公司总经理沈双波如是表示。

兴业碳金融研究院常务副院长、兴业研究首席绿色金融研究员钱立华进一步指出，随

着AI生成图片的普及，人们使用AI生成工具，每天创建3400万张图片。

视觉（中国）文化发展股份有限公司总编辑、副总裁张宗堂指出，AI生成图片除了数量方面迅速增长，生产的质量也在快速提升，经过几代的变革之后，已经基本能够达到真假莫辨的状态。尽管AIGC浪潮汹涌、数量增长巨大，但AI仍处于辅助创作的阶段，驾驭AI的创作者依然扮演着主导角色。

“由于AIGC是用人工智能技术学习前人知识产权成果生成的内容，如何进行版权保护就成了全球范围都关注的重大问题。”张宗堂指出，目前AIGC的版权保护问题讨论的范围很广、内容很多，主要集中在三个方面：一是人工智能生成内容的版权归属问题；二是AIGC生成的平台如何履行平台职责问题；三是用于模型训练数据的合规性问题。

2024

上市公司高质量发展论坛
High-Quality Development Forum for Listed Companies

张平：上市公司创新是商业实践而非科技发明

本报记者 石健 北京报道

党的二十届三中全会提出了“健全投资和融资相协调的资本市场功能”“建立增强资本市场内在稳定性长效机制”“完善上市公司分红激励约束机制”等一系列改革举措。对于构建高质量的资本市场来说，培育高质量的上市公司是基石。

8月7日，在由中国经营报社举办的主题为“聚势赋能向新而行”的“2024上市公司高质量发展论坛”上，中国社会科学院上市公司研究中心主任张平表示，持续提升上市公司的创新与治理水平，首先要建立“信任+激励”的机制，要理解创新并非科技发明，而是商业活动。同时，推动上市公司治理现代化，必须推动公司颠覆式创新和容错制度的建立。

构建“信任+激励”的公司治理机制

近年来，不断完善上市公司治理结构是很多上市公司关心的热点问题。对此，张平认为，上市公司应该理解治理的内涵，上市公司治理的核心是处理好投资人（股东）委托一代理（企业管理者）关系。作为公众公司，增加代表小股东利益的独立董事机制，以此建立与投资人的信任，并激励管理者更好地创新和获得绩效。“建立信任，就是不辜负投资人对上市公司的信任，这是治理的重要内容。同时，还需要激励上市公司不断创新和提升绩效。所以，信任与激励是一对重要的治理概念。”

对于中国的上市公司治理从信任到创新激励，张平认为，中国上市公司已经迈出坚实的一步，特别是新“国九条+N”的监管系统，这是监管层面的政策延续。“自2018年以来，一系列政策举措对上市公司的质量

提高给予了充分的监管，各项监管举措也提高了上市公司的信息披露水平，重塑了投资者信心。但是，信任只是第一步，公平信任的建立还需要一系列的改革措施出台来实现。”

在张平看来，建立信任的同时，更重要的是预留给上市公司一个创新激励的治理机制，不光有约束和信任，还要鼓励上市公司创新。“创新不同于科技发明，所有的创新活动均是商业活动，商业活动需要公司内生化的激励。很多人认为，搞科技发明就会有创新，但科技研发与企业创新的实践不是必然就会带来获利。创新活动是一场很艰难的公司商业竞争的实践，涉及把技术转化为利润的活动，它与公司的内生治理、企业家、发明者激励等高度相关。”

张平直言，创新都是有成本的，

而且有风险。从治理方面看，一方面，要约束上市公司建立信任；另一方面，也要激励上市公司开展创新活动。现阶段，最重要的是要建立信任和公平，完善监管体制。但是，也要预留高质量发展和新质生产力创新活动的空间，要更多地允许公司治理方面有金融工具的创新。

张平进一步阐释，创新分为横向创新和纵向创新。“横向创新是增加品类。纵向创新是质量创新，也称颠覆式创新。对于质量创新的概念，比如通信手机被智能手机替代，街边零售店被互联网替代，这都是质量型替代。”不过，张平提示：“颠覆式创新的背后蕴含着巨大的监管无知性和经济价值的毁损性（波动性），比如AI的崛起，监管并不清楚（无知性）它的发展，需要引入新的监管机制‘监管沙盒’试试看。”

创新离不开资本市场

张平认为，创新离不开资本市场，当今离开资本市场的创新，都不足以真正激励创新活动。资本市场已经成为全球创新的核心引擎。同时，创新并不是一堆要素的堆砌，而是鲜活的内生激励机制以及企业家、科学发明者的共同努力和组合。

随着数字化时代的到来，上市公司的估值也在发生根本性变化。“互联网革命后有一个积极的要素出现，即要素边际生产成本等于零，这个要素就是现在大家无限推崇的数据要素。一个边际成本为零的数据要素，其集合起来有无限价值。比如，作为零售商的亚马逊利用数据积累转变成世界最大的云服务商，数据是可以跨行业的。所以，我们要理解新的估值模式发生根本性变化的原因，公司不再是单一卖产品的企业，而是依据数据要素成为平台服务商。”

依据全球企业价值形态变化的分析，研发支出、人才和专利积累、数据等无形要素占公司价值的比重越来越重要，而有形的劳动力和厂房等占比越来越低，这势必会出现新的公司形态和新的估值模式。如何去评估创新公司，需要资本市场去估值，估值越高，对人力资本、创新活动、数据要素激励越大。

公司颠覆式创新是一个特别



张平

中国社会科学院上市公司研究中心主任

错机制。”

在业内人士看来，资本市场是现代创新中无可替代的发动机，这也是全球都在争夺资本市场的原因。张平说：“资本市场给予创新者激励，利用好非线性增长、数据，都可以要利润指标，只采取PS估值就可以推荐上市，因为资本市场自带估值和容错机制。”

回顾中国资本市场的发展历程，我国移动互联网领域全球领先，2019年我国两家公司市值进入全球前10位。不过，随着AI的崛起，如何能够实现新的配置进而迎头赶上值得关注。张平认为，资本市场是通过对创新的引导，也同时成为引导产业发展的风向标。

展望未来，张平表示，中国的创新不仅仅是制造业、工业技术的变革，最重要的内容是服务业数字化发展。最近政策上恢复教育行业，鼓励数字化消费等，这些都是服务业数字化发展过程中，未来创新和产业演进的重要内容，与硬技术共同构成了人类的知识生产体系。

未来，创新就是节约人的劳动力时间，人们节约下来的时间可以享受精神服务。当然，这些都需要充分利用好资本市场，以资本市场的蓬勃发展推动上市公司高质量发展。

张鹏：在传统中“增值” 在成长中“掘金”

本报记者 罗辑 北京报道

8月7日，在由中国经营报社举办的“2024上市公司高质量发展论坛”上，《中国经营报》联合中国社会科学院上市公司研究中心发布《中国上市公司发展报告（2024）》。

（以下简称《报告》）。《报告》旨在系统记录中国上市公司发展，以中国上市公司价值评估为特色，并从微观上市公司运营中发现中国宏观经济运行情势，对未来经济发展与资本市场改革趋势进行展望。

中国社会科学院上市公司研究

中心副主任张鹏对《报告》解读认为：“随着中国经济向高质量发展阶段转型，作为中国企业的优质代表，上市公司与中国宏观经济相一致。一方面，传统产业上市公司通过与新经济、新业态和新模式相组合，重组了传统产业的内生发展逻

辑，在‘新’的牵引下实现‘旧’的‘凤凰涅槃’，浴火重生；另一方面，新型产业从无到有、从小到大、从大到强，新产业上市公司高成长为中国经济找到了新的动力，从中国制造到中国创造再到中国智造成为中国高质量发展的亮眼标志。”



张鹏

中国社会科学院上市公司研究中心副主任

投资者财富不断保值增值，同时又能通过投资一定‘未知’和‘不确定’的新赛道、新产业和未来产业获得成长高收益。”张鹏提到，在传统中

“增值”、在成长中“掘金”正是《报告》撰写的核心思路。

具体来看，一方面，传统和成熟型行业上市公司成熟的业务模式、稳定的营业收入、波动较小的净利润，使得其不需要通过大量的资本支出甚至研发支出就能维持稳定和健康的增长路径，相应地也能为投资者创造稳定持久的现金红利，在复利效应支撑下长期看是一笔可观的“收益”，这与西格尔在其经典的《股市长线法宝》中通过回溯美国百年股票投资收益中主要由红利构成的结论一致。

另一方面，通过发掘新行业上市公司，例如符合新质生产力发展要求的前沿企业，通过投早、投小和投新获得成长期高估值和高成长带来的双重收益，不仅为投资者提供了很高的回报，也能通过支持创新型中小企业的发展壮大为中国经济向“新”、向“质”转型奠定基础。

本支出则对其未来发展较为重要。

创值能力方面，主要从EVA（经济增加值）角度和MVA（市场价值增值）角度，对传统企业和成长企业两种不同营利模式和两种不同价值创造模式，加以区别理解。

公司治理方面，今年相关政策文件密集发布，不断提升对投资者利益的关注，而这背后的分红数据就成为观察和认识上市公司高质量发展的一个重要细分指标。张鹏指出，今年的《报告》也对分红方面加大了关注。

创新研发方面，《报告》主要是从创新投入、创新产出、创新效益、创新资金来源来观察上市公司发展。张鹏分享道，通过这些细分指标，他观察到当前我国上市公司创新产出能力的持续提升。

就整体而言，张鹏指出，当前中国经济正处于转变经济发展方式、优化经济结构、转换增长动力的关键时期。作为中国企业的优质代表，上市公司展现的非凡韧性不仅体现在抗冲击方面，更主要表现在淬炼的重生能力方面。

资者财富保值增值，增强各年龄段人口特别是老年人口参与资本市场投资的信心。”张鹏说道。

去年，政策层面提出构建“以投资者为本”的资本市场，让资本市场为投资者服务，给投资者带来实实在在的收益。从投资端来看，人口老龄化问题往往伴随着养老金以及其他社会保障支出的重大挑战。通过资本市场制度建设提升投资端的作用和价值，形成健康

良性的资本市场。从融资端来看，通过资本市场深化改革，进一步服务实体经济，让创新性中小企业通过资本市场发展壮大并走向成熟，这样的企业能为投资者持续创造稳定回报，形成融资端和投资端的共生共长机制，那么资本市场或也将承担起为老龄化后的中国国家减负（养老金支出）、扶企业“上马”、为个人财富增值的使命，进一步推动我国经济高质量发展。

张宗堂：优质合规数据是AIGC版权保护核心竞争力

本报记者 李静 北京报道

8月7日，在由中国经营报社举办的“2024上市公司高质量发展论坛”上，视觉（中国）文化发展股份有限公司（以下简称“视觉中国”）总编辑、副总裁张宗堂指出，AI生成图片除了数量方面迅速增长，生产的质量也在快速提升，经过几代的变革之后，已经基本能够达到真假莫辨的状态。尽管AIGC浪潮汹涌、数量增长巨大，但AI仍处于辅助创作的阶段，驾驭AI的创作者依然扮演着主导角色。

“由于AIGC是在人工智能技术学习前人知识产权成果生成的内容，如何进行版权保护就成了全球范围都关注的重大问题。”张宗堂指出，目前AIGC的版权保护问题讨论的范围很广、内容很多，主要集中在三个方面：一是人工智能生成内容的版权归属问题，二是AIGC生成的平台如何履行平台职责问题，三是用于模型训练数据的合规性问题。

在人工智能生成图片的版权归属问题上存在很多争论，法律实践中也存在不同的判例。比如，2022年，美国的一个作者运用AI技术生成了一幅作品，之后他到美国版权局申请这张作品的版权，美国版权局最终拒绝了他的申请，理由是“这幅图片不是人类创作的产物”。2023年11月，北京互联网法院作出了国内第一个和AI相关的案件判决，判决结果是支持AI生成图片的作者享有图片的版权，理由是作品“基于原告的智力投入直接产生，且体现了原告的个性化表达”。

在模型训练数据的合规性问题上，全球范围内也发生了很多经典案例。比如，2023年年初，Getty Images图片社起诉了Stability AI公司未经过Getty Images授权，学习了Getty Images的1200万张作品并能够生成近似的内容。

张宗堂说，从全球范围来看，运用大模型训练的数据来源可以分为三大类。第一类是已经进入公权的作品，即已经过了保护期，不受著作权法的



张宗堂

视觉中国总编辑、副总裁

约束，这类数据可以自由使用。第二类是通过正规的法律授权，和版权所有人、著作权所有人已经达成了共识，可以在法律范围内许可使用。第三类是未获得授权的作品，比如利用网络爬虫技术或者非法的手段盗取的数据。“第三种情况在AIGC初期发展中广泛存在，现在仍是比较多的获取数据的来源渠道。”

通过对日本、欧盟、英国、美国等国家关于数据来源法律法规方面的研究，视觉中国方面分析认为，目前大部分国家对使用数据集进行AI训练持审慎态度，总体的态度还是希望能够比较规范化的数据来源进行大模型训练。我国在2023年8月份出台的《生成式人工智能服务管理办法》明确指出：“用于训练的数据集要确保其来源的合法，并且不得包含任何侵犯他人知识产权的内容。”

“一些大模型领域的玩家，在‘不合规’的情况下‘裸奔’，几年之后，逐渐认识到创建版权合规大模型的重要性。”

张宗堂说，在AI大模型的这波浪潮里，视觉中国最核心的优势就是优质合规的海量数据资源，且这些数据均通过安全审核，符合中国的主流价值观。视觉中国成立20多年，和全球近300家机构、超过60万签约摄影师建立了稳固的合作关系。目前，视觉中国聚合超过5.3亿优质图片、视频、音乐等内容，其中包括80万小时的视频素材。

五大评价指标科学剖析企业发展

据了解，《报告》分为总报告、分报告和专题报告三部分，并从财务指标、估值与成长性、创值能力、公司治理、创新与研发等多个方面测算出中国上市公司高质量发展评价结果。《报告》的发布，为促进我国资本市场健康发展和上市公司高质量发展提供了重要的学术支持。

张鹏提到，《报告》最大特点在于系统的、自上而下的研究体系，即在宏观分析的基础上，结合中观，最后再到微观上市公司，从价值投资视角关注中国各行各业优质领域的上市公司。同时，每年根据一些新的热点，提出一些新观察和新观点。

例如2022年在疫情冲击背景下，《报告》中提出上市公司高质量发展的一个评价基准就是韧性，其中包含规模韧性和适应性韧性，即基于企业发展生命周期视角，用规模韧性去考察企业从疫情冲击中是

否恢复到正常增长，用适应性韧性去考察企业不仅从原来的冲击中恢复增长，而且是否达到了一种新的均衡状态，实现新的增长路径。又如2023年，数字经济蓬勃发展，《报告》则提出数字经济对传统行业的重塑、重组作用，也突出了数字经济本身作为新产业、未来产业对上市公司高成长的意义。

“《中国上市公司蓝皮书》历年遵循在传统中寻找‘稳定’‘长期’等标签的优质上市公司，来获得传统产业长期持续的‘红利’和‘复利’收益，同时积极发掘与中国经济转型方向相一致的优质成长性上市公司来获得企业成长中的‘指数’收益。无论是2021年找寻‘确定性溢价’、2022年的韧性视角，还是2023年的数字化转型分析视角，本质上都是讨论如何在传统和成熟的产业通过持续和稳定的红利收益来实现

张鹏指出，今年的《报告》中提出上市公司高质量发展的一个评价基准就是韧性，其中包含规模韧性和适应性韧性，即基于企业发展生命周期视角，用规模韧性去考察企业从疫情冲击中是

2024

上市公司高质量发展论坛
High-Quality Development Forum for Listed Companies

陈雳：企业ESG做得越好 越能得到资本市场青睐

本报记者 罗辑 北京报道

今年以来，随着我国三大证券交易所起草发布可持续发展信息披露指引、财政部发布企业可持续披露的基本准则，我国可持续披露规则体系逐步走向成熟，中国资本

市场对ESG的关注度和实践水平不断提高。在此背景下，ESG发展发生了何种新变化？有哪些亟须突破的难点？站在投、融资的角度，当前新变化下，ESG带来的机遇又该如何把握？

8月7日，在由中国经营报社

ESG正成为企业、投资者、资本市场有机结合的抓手

2024年以来，ESG披露相关监管政策密集出台，ESG信息披露量质双升，ESG投资持续加码，中国资本市场对ESG的关注度和实践水平不断地提高。

其中，2024年2月8日，作为落实中国证监会《推动提高上市公司质量三年行动方案（2022—2025）》的具体工作举措，为更好发挥资本市场枢纽功能，推动提高上市公司质量、投资价值和投资者回报水平，在证监会统一部署下，沪、深、北交易所重磅发布了《上市公司自

律监管指引——可持续发展报告（试行）（征求意见稿）》，其中，报告期内持续被纳入上证180、科创50、深证100、创业板指数的样本公司，以及境内外同时上市的公司，被要求强制性披露。

在陈雳看来，随着ESG披露规则体系的完善，包括央企、部分上市公司在内的强制性披露时代来临，ESG正迎来实践和认识的双扩容。尤其对于上市公司高质量发展的趋势和要求而言，监管、规则的加码，使得ESG正在深入和广泛

做好ESG信披应先练好内功

在上述背景下，作为信披主体，上市公司应该如何推动ESG的发展？ESG发展又能带来何种影响反馈？

陈雳提到，ESG是上市公司打破行业局限、突破其所在领域或区域所固定的财务指标限制，重新开辟的一条外部深入认识、理解自身、跨行业可比的新路径。

在此理解下，要做好ESG披露，首先在ESG披露规则和实践迈向成

熟的过程中，理解不同行业各有特点，ESG三个要义权重占比各有不同，例如服务业相较高耗能行业与环境的关联度有较大不同，在政策制定和企业披露中应高度关注差异性。其次，上市公司ESG信息披露实践中，则要在“E”（环保）方面关注改变、在“S”（社会责任）关注前置逻辑、在“G”（企业治理）关注长期规划。

具体而言，第一，对于“E”，上

市公司应回答发展ESG进程中的变化，例如从高能耗到降低能耗；第二，对于“S”，应注重前置逻辑，即有能力做好社会责任的企业，应有相对稳健的经营管理和盈利能力，这也倒逼企业注重经营的持续性和盈利的改善性；第三，对于“G”，不同的企业有不同的发展阶段和问题，信息披露可更多地带有战略发展眼光，切实传递出包括技术攻

关、公司治理变化、薪酬治理结构变化等在内的发展趋势。

“整体而言，上市公司的ESG信披，是要把ESG理念真正放到企业高质量发展中来。ESG不是为了披露而披露，上市公司应练好企业内功，做合理的长远规划，让企业的发展更加契合国家经济转型发展方向。ESG做得好的企业，越可能得到资本市场的青睐。”陈雳提到。

ESG在企业和投资者两端呈现实践和认识都快速扩容的趋势。另一方面，资本市场高质量发展要求上市公司强本固基，而ESG作为上市公司高质量发展的重要抓手，其重要性和战略价值已被提到新的高度。”

生了一些新的趋势变化，例如高分红主题，高股息率主题高企的关注度来看，投资者关注的分红指标正是符合“G”这项要求。

“上市公司高质量发展落地到投融资环节，将呈现出ESG指标选股、ESG赛道投资、企业高水平治理等角度。这意味着，当前对ESG实践和认识，已不再仅仅停留在信息披露层面，ESG正在发展成为让企业、投资者、资本市场有机结合，跟国际接轨、互动发展的抓手。”陈雳提到。

ESG扩容投资工具箱

站在投资端，在陈雳看来，ESG投资首先着重量化指标筛选，以传统高耗能的行业为例，其转型过程中ESG评级或承担相对较大的压力，但利用ESG具体行业标准或者团体标准来关注增量变化的话，便可以提供更多的投资指针。例如风电、光伏、储能、氢能的占比增加，ESG评级还是业务占比相应变化，无论是站在市场投资热点取向还是企业自身发展转型，都易引起投资机构的高度关注。

此外，ESG投资需要更多地寻求可比数据，例如用公司治理的信息，结合净资产收益率、舆情等指标，进行跨行业比较。“整体而言，站在ESG投资之一视角，应关注跨行业的量化比较，而这也是ESG发展的重要意义。”

陈雳提到，对于投资环节而言，ESG提供了更多的参考，扩容了投资者的观察工具箱，可以帮助投资者实现跨行业的量化比较，“投资是一件困难且复杂、充满风险又充满机遇的事，投资的判断以及标的本身受到大量具有突发性、耦合性的因素影响，需要不断丰富观察、判断的各类工具。ESG如同一把尺，在投资过程中，通过运用这



陈雳

川财证券首席经济学家、研究所所长

把尺，增加一些确定性。”

对于资本市场而言，在陈雳看来，上市公司是资本市场的组成部分，随着ESG披露制度愈发完善，越来越多的上市公司合规合理披露，资本市场整体信披质量也将有所提升。

“事实上，ESG三个指标相结合起来，即环境、社会责任、公司治理，基本上能够概括一个发展良好的公司需要怎样的禀赋。而既然是一个好的公司，又能持续发展，长远来看，是符合中长期价值投资要求的。这也是为什么ESG投资受到资本市场、实体经济重视的根本所在。”陈雳提到。

钱立华：ESG信披有助于公司“以披促管”

本报记者 郭婧婷 北京报道

ESG正在深刻地改变中国的资本市场。

今年以来，随着ESG监管政策密集出台，ESG的信息披露将量质双升。据相关统计，截至2023年年底，发布2022年度ESG

独立报告的A股上市公司共有1822家，较去年增加了366家，披露率达到了36.0%。

我们如何做好ESG信披这份答卷？又如何抓住ESG投资机遇？

“我们预计，越来越多的上市公司将依据相关规则进行高质量的ESG信息披露，通过披露引导

内部治理升级，建立和完善ESG战略和管理体系，从而实现公司长期可持续发展。”

8月7日，在由中国经营报社举办的“2024上市公司高质量发展论坛”上，兴业碳金融研究院常务副院长、兴业研究首席绿色金融研究员钱立华如是表示。



钱立华

兴业碳金融研究院常务副院长、兴业研究首席绿色金融研究员

信息披露提升和标准化准则，我国上半年出台了相关规则和标准，这是中国ESG发展方面里程碑的事件，意味着中国ESG标准时代到来。”钱立华表示。

值得注意的是，《指引》与国际规则接轨，又立足我国国情。钱立华举例表示，如在环境信息披露的应对气候变化议题下，《指引》要求披露主体应当披露温室气体“范围1”和“范围2”排放量（即企业的直接碳排放和部分间接碳排放），鼓励有条件的披露主体可以披露温室气体“范围3”排放量（主要是企业价值链上的间接碳排放）——区别于国际上ISSB强制要求披露“范围3”。

“目前我国上市公司和金融机构覆盖三个范围的核算处于起步阶段，相应的方法学和数据

上市公司可持续信息披露将需要走向全面性、完整性、可比性和准确性。

谈及ESG信息披露规则带来的机遇，钱立华指出，《准则》《指引》与成熟的国际标准形成了良好衔接，有利于上市公司与海外利益相关方交流，也有利于更多的境外资金投资我国境内市场。

在钱立华看来，ESG信息披露规则有助于我国上市公司的高质量发展。预计未来监管部门将适时制定更细化的披露指南，ESG披露的范围将不断扩大，可持续发展要求一定会从定性趋向定量、从披露趋向治理。

“如果上市公司依据相关规则逐渐提升披露能力，可以实现‘以披促管’，通过相关披露来进行企业可持续发展方面的管理体系建设和能力提升，这样也有助于上市公司的可持续发展。”钱立华进一步表示。

上市公司可持续信息披露将需要走向全面性、完整性、可比性和准确性。

谈及ESG信息披露规则带来的机遇，钱立华指出，《准则》《指引》与成熟的国际标准形成了良好衔接，有利于上市公司与海外利益相关方交流，也有利于更多的境外资金投资我国境内市场。

在钱立华看来，ESG信息披露规则有助于我国上市公司的高质量发展。预计未来监管部门将适时制定更细化的披露指南，ESG披露的范围将不断扩大，可持续发展要求一定会从定性趋向定量、从披露趋向治理。

“如果上市公司依据相关规则逐渐提升披露能力，可以实现‘以披促管’，通过相关披露来进行企业可持续发展方面的管理体系建设和能力提升，这样也有助于上市公司的可持续发展。”钱立华进一步表示。

沈双波：从风险识别角度加强ESG管理

本报记者 顾梦轩 夏欣 北京报道

“目前，A股的上市公司有5375家，披露2023年度ESG可持续发展相关报告的共有2165家，

披露要求高、难度大

2004年，联合国首次提出环境(E)、社会(S)和公司治理(G)组成的ESG概念。如今已经过去20年时间，从小众话题走进大众语境，从概念理论走向落地行动，ESG不断成长和蜕变。

沈双波认为，目前国内上市公司在ESG披露方面还存在一些困难。具体来说，第一，参考标准多，如GRI(全球报告倡议组织)、ISSB(国际可持续准则理事会)发布的有关应对气候变化的文件等。第二，国内ESG监管要求是快速发展提升，监管部门2024年开始对上市公司提出各个维度的要求。第三，对于上市公司来说，国内专业要求很高，它涉及到公司治理、ESG治理等。此外，国内关于ESG的政策发展较快，与ESG相关的宏观政策文件频繁出台。

沈双波提供了一组数据：在ESG三个维度上，A股的上市公司ESG报告披露率是40.28%，从相关的核心数据表现来看，E维度仅为18%，G维度高达65%，S维度是32%。在ESG的三个维度中，中国的上市公司最大弱点是在“E”维度，主要原因是对于上市公司来说，在“G”维度上，已经按照监管的要求执行多年，“S”维度也是如此。但是，基于应对全球气候变化和中国的“双碳”目标，在“E”维度上，利益相关方关注度更高。

“对企业来说，除按照ESG框架做相关工作之外，还要响应国内的发展方向，尤其基于我们国家的‘双碳’目标，关于E维度有非常多的任务。”沈双波表示，ESG的强制信披，或者更多的利益相关方对于ESG的关注，导致现在上市公司的风险敞口在扩大。以前按照规则披露一定的量化数据就可以，如公司的年度报告。虽然监管部门给出相关标准，但很多数据或维度还是企业自身经营的内容，这对数据的准确性，还有数据的可持续性要求都比较高。在这种情况下，上市

披露率仅为40.28%，但跟2023年和2022年相比分别上升了5个百分点，2023年是35%，2022年是30%。这说明中国的上市公司从对投资者负责的角度，或相互

信任的角度，一直在努力前行。”8月7日，在由中国经营报社举办的“2024上市公司高质量发展论坛”上，中碳科技(湖北)有限公司总经理沈双波如是表示。



沈双波

中碳科技(湖北)有限公司总经理

公司一定要保证数据的准确性、可持续性，避免出现更大的舆情或者其他风险事件。

何谓强利益相关方？沈双波认为，在现行中国体制下，强利益相关方就是监管。比如对上市公司来说，三大交易所(北交所、上交所、深交所)发布了可持续发展报告的参考标准，上市公司不能随便参考别的标准。

对它带来很大的价值的，或者财务风险的影响。

沈双波指出，目前企业在ESG信息披露方面主要存在的问题是形式性的披露，即为了应对监管或者利益相关方的要求所做的披露。

“下一阶段是上市公司从实质性披露到实质性管理，就是以披促管。”沈双波表示，从企业的战略规划到治理架构、制度建设，以及激励机制和约束机制。

沈双波认为，针对ESG信息披露，企业必须得设置专有的岗位，而且不是技术岗。

沈双波同时指出，目前中国上市公司要关注的核心议题有两个方面，一是宏观政策，二是企业自身所处的行业以及行业中的地位等等。“此外就是企业要进行精细化管理，必须要落实责任，否则ESG还是流于形式化。”沈双波说。

与国际规则接轨 中国ESG标准时代到来

今年5月1日，我国首部系统性可持续发展报告披露规范——《上市公司可持续发展报告指引》（以下简称《指引》）正式实施。5月27日，财政部重磅发布《企业可持续披露准则——基本准则》（以下简称《准则》）。

在钱立华看来，《准则》和《指引》均与国际规则接轨，又立足我国国情，体现了中国特色，非常有利于我国上市公司以及我国资本市场的高质量发展，更意味着中国ESG标准时代到来。

“此前ESG的标准有市场广泛讨论的全球报告倡议组织(GRI)标准、国际可持续发展准则理事会(ISSB)准则、欧盟可持续报告准则(ESRS)以及美国证监会(SEC)面向投资者的气候信

把握投融资机遇

据钱立华介绍，目前银行业非常重视ESG风险，ESG风险具有传导链条，银行需要关注由于客户ESG相关风险可能传导到金融机

构，从而产生信用风险或者声誉风

险。今年5月，国家金融监督管理总局发布《关于银行业保险业做好金融“五篇大文章”的指导意见》。提出“强化对客户环境、社

会和治理风险的分类管理与动态评估，纳入业务管理流程和全面风险管理体

系，采取差别化管理措施”。对此，钱立华表示，我国对于银行机构ESG风险管理的要求在不断提高，而《指引》和《准

则》强化企业的ESG信息披露，也非常有助于金融机构获得相对准确的ESG信息，对企业的ESG风险进行分类与评估，ESG风险级别不同的客户采取差别化管理。

钱立华进一步表示，《准则》《指

引》标志着ESG披露已不再是服务

于公司品牌宣传的工具，而成为交易

所的合规要求——上市公司应披

露未披露、假大空、数据不准

确乃至造假，未来都将面临法律

合规风险；作为合规披露，《指引》

明确鼓励有条件的披露主体聘

请第三方机构对相关ESG信息以

及公司温室气体排放等数据进行核

查或验证。随着未来ESG披露逐

渐与财务报表编制“并表”统一行

动，ESG披露要求也会越来越高，

以规避风险为方向

沈双波指出，对于企业来说，现阶段企业应该以规避风险作为方

向，如何规避风险，响应利益相关方的要求，实现企业的可持续发展。

具体而言，在现阶段，沈双波建议上市公司聚焦以下几个维度。第一是监管部门。第二是自己产业链核心利益相关方，包括供应商、客户等。如果是出海型企业，要特别关注出海国家对于ESG的相关要求。

此外，上市公司还需要聚焦的利

益相关方是投融资方，这对上市公司来说包含三个方面。

第一个方面是股权融资。股

权融资的投资者在股权投资方面一

般会选用主动评价的策略，但并不是

每个投资人都具备全量评估一家企

业ESG表现的能力，很多时候需要借

助第三方ESG评级机构参考。

第二个方面是债券投资人。

巴黎奥运局外局： 中国制造外贸“爆单”

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

“黄雨婷戴的这款无痕发夹批发价0.6元，过去4天我们一家就卖出了40多万个。”8月1日，在浙江省金华市义乌国际商贸城专做饰品生意的陶鑫（化名）向《中国经营报》记者说道。

就在7月27日，在巴黎奥运会射击混合团体10米气步枪比赛中，中国组合黄雨婷和盛李豪成功夺冠，这也是中国奥运代表团在本届奥运会上“射落”的首金。黄雨婷在比赛时佩戴的白色发夹也由此成功“出圈”，成为奥运会期间的“大爆款”。

中国代表团奥运夺金正酣，中国制造同样闪耀巴黎。据巴黎奥组委统计，本届奥运会80%的奥运会吉祥物“弗里热”由中国制造。此外，100万个印有“PARIS 2024”字样的指定款官方奥运硅胶手环也是中国制造。而这些“小商品”，很多都来自有着“世界超市”之称的义乌国际商贸城。

记者了解到，义乌国际商贸城共设七大市场，聚集有7.5万个商位、经营26个大类210万种商品，与全球233个国家和地区保持

着贸易往来，关联着全国210万企业3200万工人。

除小商品热销全球外，“义乌品牌”也正加快“出海”。2023年9月，义乌市向全球发布“义乌中国小商品城”品牌出海计划，将“义乌中国小商品城”这个最大的城市品牌作为载体，通过探索海外分市场、海外仓、海外展厅、海外站和海外展五大模式，全面打造“义乌中国小商品城”品牌体系。

“义乌市一直被视作我国外



在义乌国际商贸城，商家正在详细讲解店内的足球产品。 本报资料室/图

奥运“热浪”吹到义乌

“天下事，义乌知”，观察小商品市场动态即可预知世界经济冷暖晴雨。”

对于义乌商家而言，每届奥运会都是一个盛大的“爆款直播间”。在2021年东京奥运会，杨倩夺得中国首金，她佩戴的小黄鸭发卡同样供不应求。相关统计数据表明，杨倩夺冠后，从义乌市发出的小黄鸭发卡在高峰期日均至少50万件，平均每秒6件。

这也是陶鑫第一次感受到奥运会带来的“热浪”。“那一年（2021年）夏天，由于原材料短缺，小黄鸭发夹卖了约40万个。经过东京奥运会‘练兵’，在今年巴黎奥运会开幕前我提前备足了底胶、布艺等原材料，希望销售量能破百万。”陶鑫表示。

“黄雨婷巴黎奥运会夺冠的消息一出，她佩戴的白色发夹果然大火。我们工厂当天晚上凌晨两三点就开始紧急加班，生产出的第一批货共十几万个，当天就售罄了。”陶鑫告诉记者，目前，义乌市生产发夹的工厂基本都在生产黄雨婷佩戴的同款发夹，大家都在抢购底胶这类的原材料。即便客户提前两天预订，

工厂也需要连夜赶工才能按期交货。

事实上，巴黎奥运会的热浪，早在开幕前便吹到了义乌。记者了解到，本届巴黎奥运会充满时尚风情，比赛场地纷纷以紫色为主基调，义乌商家也早早捕捉到了这一商机。

“5月份，我们设计了一款紫色足球，外表图案是法兰西体育场的紫色跑道。产品上架销售短短一个月就卖出2万个，成为店里新爆款。最近，还有不少客户加急追单，空运到巴黎。”义乌国际商贸城三区体育用品商户陈绍美感慨万千。

从事旅游商品贸易的义乌市永捷五金有限公司负责人徐清宽，也把钥匙扣、冰箱贴等自家产品都穿上了“紫衣”。据徐清宽介绍，公司主要向法国出口带有巴黎地标埃菲尔铁塔的钥匙扣、冰箱贴及相关旅游商品摆件，过去往往以古铜色为主，这次也为巴黎奥运会开启了“紫色风暴”。

“这个紫色钥匙扣，在巴黎的一些景区卖5欧元左右。”徐清宽表示，目前一个月销售出去的商品有1000余件。前几天，其在互联网上看到一个视频，有中国游客在巴黎游玩购物时，买的就是自家“巴黎紫”系列产品。

在巴黎奥运会这样的大型赛事拉动下，号称“世界小商品之都”的义乌市出口数据显著增长。据义乌市7月24日公布的最新统计数据，今年上半年，义乌市进出口总值首次突破3000亿元。其中，体育用品及设备出口50.2亿元，同比增长42.3%。

“天下事，义乌知”，观察小商品市场动态即可预知世界经济冷暖晴雨。”在何建华看来，这主要是因为义乌市具备三大优势：一是市场规模大，依靠小商品连通世界，全球认知度高；二是国际联系广泛，尤其是在东南亚、南美洲、非洲等区域有强大的市场网络；三是与国际市场密切相连，对市场脉搏的律动具有极高感知度。

产品创新冲破同质化束缚

球衣市场同质化竞争问题越来越严重，自主创新已经成为一道“必答题”。

在今年夏天，欧洲杯和美洲杯刚刚战罢，巴黎奥运会便盛大开幕。接二连三的重大赛事，也带来了世界各地的大批赛事订单。

今年3月，在义乌市扎根30多年、专营足球纪念品的吴晓明收获了今年的最大订单：8万余个足球。这笔订单在4月便成功交付，发往法国、西班牙、德国等多个国家，在德国欧洲杯期间大卖。

吴晓明拥有自己的足球品牌和生产工厂，产品以中高端系列为主，日均产量约5000个，年产量达18万个左右。“我们的足球单个批发价在十几元到几十元不等，客户拿到货之后的零售价能达到4—5倍，利润十分可观。因此，订单络绎不绝，4月份就把一整年的产量卖完了。”吴晓明表示。

吴晓明告诉记者，一般而言，体育用品在有大赛的年份会销售火热。以足球产品为例，2022年在世界杯期间都卖爆了。世界杯的余温还没散去，今年又迎来了欧洲杯、美洲杯和巴黎奥运会三大赛事，也迎来了新一轮订单高峰。

“相比较下，低端产品受大赛周期性的影响更大。今年由于竞

争激烈，低端市场仍然整体供大于求，这就不得不打‘价格战’。而中高端产品由于竞争对手较少，即使在普通年份也不会出现产能过剩。”吴晓明表示。

这也正是吴晓明选择自己开工厂、做品牌的主要原因。

在义乌国际商贸城做球衣生意的温从见，也有着类似的经历和想法。最早在2008年，北京奥运会跨时代的火爆让温从见赚到了第一桶金。后来，他发现球衣市场同质化竞争问题越来越严重，自主创新已经成为一道“必答题”。

“我们脱离了传统的生意模式，花大力气在产品研发方面开发出一系列原创产品，也申请了版权专利，最终在市场上做到了独一无二。就是这个衣服只有我家有，别人没有。”温从见阐释道。

温从见告诉记者，今年的三大体育赛事让自己的球衣用品畅销海外，覆盖近60个国家和地区，公司营业额也同比增长了约30%。“为了把握先机、快速出货，我每天都会关注比赛。每一场比赛都有可能影响球衣的销量走势，之前欧

洲杯小组赛第一轮罗马尼亚‘爆冷’大胜乌克兰，有关罗马尼亚的球衣一下子就‘爆单’了。”

与此同时，来义乌采购的外国客商也多了起来。“近期到义乌小商品市场调研发现，通道内人头攒动，客商们说着英语、俄语、西班牙语、阿拉伯语，往来于摊位间洽谈业务，商户忙着向客户介绍产品、互留联系方式。”何建华表示，今年义乌市的外国人明显变多了，没有人会空手而归，还是一如既往的人气旺盛、市场活跃。

义乌市出入境管理局统计数据显示，截至今年第一季度末，在义乌市的外商已经达到2.1万人。义乌国际商贸城此前公布的数据也显示，2024年以来，商贸城日均客流量超21万人次；日均外商客流量超过3500人次，同比增长160.2%。

值得一提的是，2024年6月，义乌市还举办了一场国际体育及休闲用品博览会暨户外用品展。统计数据显示，展会3天共吸引专业采购商5.1万人次，同比增长87%，其中境外客商603人；展会成交额达1.7亿元，同比增长70%。

从商品出海到品牌出海

“传统市场数字化+贸易履约数字化”的国际贸易综合服务体系初步形成。

如今的义乌，已经不只是满足于单纯的商品出海，而是尝试让义乌品牌进一步走出国门。

2023年9月5日，义乌市在首个“市场开放纪念日”上，正式向全球发布“义乌中国小商品城”品牌出海计划，通过品牌策划、形象设计、模式输出、运营管理等方式，实现义乌市场商人、商品和供应链服务的系统化、规模化、品牌化“出海”。

而号称“网上义乌小商品城”的Chinagoods，正是义乌品牌出海的“门面担当”。据义乌国际商贸城运营商——义乌商城集团相关负责人介绍，Chinagoods于2020年10月正式上线，累计上传商品数已超1000万个，注册采购商超409万人，2023年服务在线贸易额超650亿元，“传统市场数字化+贸易履约数字化”的国际贸易综合服务体系初步形成。

“Chinagoods相当于把整个义乌国际商贸城搬到了网络上，基本上每个商户都会参与，国外客户可以在这一平台上浏览商家的产品和信息，然后直接联系到商户。这进一步降低了我们商户和外商间的沟通成本。”吴晓明表示。

上述商城集团相关负责人进

一步表示，2023年以来，Chinagoods启动了“品牌出海季”系列活动，各行业尖货采洽专场、出海各种展会、市场尖货垂直展相继举办，成为连接国货小商品和众多国际采购商的最直接桥梁。与此同时，Chinagoods筹建了义乌品牌出海联盟百亿俱乐部组织，倡导大家把资源、流量及出海打法进行高度同频，形成合力角逐出海，给整个义乌市场提供品牌出海“可复制”的模板。

2024年4月，Chinagoods首家线下店在坦桑尼亚达累斯萨拉姆市Kariakoo市场正式开始试运营。该门店以线下店铺会员制模式经营，以坦桑尼亚为中心辐射整个东非市场。

“这相当于将义乌国际商贸城前移至海外，突破了时空限制，让非洲的采购商不用来义乌，在家门口就能购买产品。未来，义乌市场拥有的210万种商品也会慢慢出现在Kariakoo市场，方便当地客商海外直采。”商城集团相关负责人阐释道。

据介绍，Chinagoods将不断把线下商业模式扩大，更好地服务7.5万个市场商户和全球采购商。同时，以国资企业牵头、整合资源、

投入资金，邀请满足条件的义乌资源方（市场经营户、外贸公司等）、海外资源方（当地贸易商、渠道商、平台商等）以合资公司的形式共同组局，直接切入海外市场，让义乌企业轻松把生意做到全球。

李维（化名）是义乌市一家跨境电商公司负责人。在他看来，义乌市近年来外贸能够进一步增长，除了当地营商环境较好以及小商品本身作为刚需品需求大之外，义乌市还抓住了跨境电商市场增长的“风口”。越来越多的跨境电商卖家聚集在义乌市，义乌市又能提供强大的货品支撑和物流保障。

“近年来，小商品市场变化很大。网络购物、电子商务、跨境电商、海外仓模式和阿里巴巴、拼多多、美团等互联网平台兴起，也在倒逼制造端销售渠道转型升级。”何建华认为，义乌市作为“世界小商品之都”，事实上是大型线上线下经贸交易平台，应当实现制造端、销售端与消费端的协同平衡发展。同时，应当及时跟踪、把握全球产业变革与大众消费变化的信号，发展战略性新兴产业，布局未来产业，做优做强支撑义乌市可持续发展的产业底盘。

江苏首富斥资超百亿跨界进军造船业

本报记者 方超 石英婧 上海报道

“造船热”大幕拉开，最新入局者是江苏首富。

日前，恒力集团与辽宁大连签订相关协议。根据协议，恒力集团将新增投资92亿元，建设恒力重工（大连长兴岛）产业园，预计形成年产量710万载重吨的建造能力，有望跻身全球顶级船

“复活”最大外资造船项目

竞拍最大外资船厂资产、投资超百亿元加码造船，江苏首富的大手笔动作引发外界广泛关注。

恒力集团官网显示，公司始建于1994年，是以炼油、石化、聚酯新材料和纺织全产业链发展的国际型企业，现拥有全球产能最大的PTA工厂之一、全球最大的功能性纤维生产基地和织造企业之一，员工达17万人，2023年总营收8177亿元，现位列世界500强第123位。

掌舵这艘民营石化巨头的则是陈建华和范红卫夫妇，曾多次蝉联江苏首富。胡润研究院发布的《2021全球胡润富豪榜》显示，陈建华和范红卫夫妇以2600亿元财富，位列全球36名，

企行列。

此后，恒力集团再增投资20亿元，在辽宁大连当地同步建设恒力重工（大连长兴岛）配套产业园，短短几天时间，恒力集团在大连一地就豪掷112亿元。江苏首富陈建华和范红卫夫妇带领的恒力集团，正在“全球造船江湖”激起阵阵浪花。

恒力集团入局造船领域的

背后，船舶制造市场正步入高度活跃时期，目前国内多家船厂订单已排产至2028年。克拉克森数据显示，截至6月底，克拉克森新造船价格指数录得187，较年初上涨5%。从名义价格来看，已逼近2008年相同水平。

“这一轮‘造船热’，延续5—10年没有问题。”一位船舶行业

分析师对《中国经营报》记者表示，从2013年开始，STX大连就陆续处于停工半停工状态直至彻底停产”，本报曾引述大连当地知情人士表述，该项目从“2013年开始欠税了，到2014年欠税总额为1.2亿元”。

多年处于闲置状态、多次组

分析师对《中国经营报》记者表示，在老旧船舶淘汰、航运业脱碳、地缘政治风险上升等多重因素影响下，自2021年起，船舶行业热度就持续攀升。但其也提醒，2008年全球金融危机导致船舶产能过剩，“船厂大面积倒闭，破产很多，这种历史应该不会重演，但投资方还是要谨慎对待行业产能扩张”。

记者注意到，在竞拍上述项目之前，恒力重工集团有限公司就已经注册成立。企查查显示，2022年7月1日，该公司在大连长兴岛经济区注册成立。不仅如此，《中国船舶报》此前报道，“恒力重工还以盘活存量资产为突破口，新增180亿元投资”。

“利用现成闲置产能，无疑是进入造船行业的最快方式。”对于恒力集团“接手”闲置的STX（大连）项目，上述船舶行业分析师对记者分析，“因为新建船舶产能需要各种审批，现在岸线资源也很紧张，而如果有闲置产能或选择重整老船厂，‘上手’会更快。”

能否冲击造船“第一方阵”？

进入造船领域虽然仅两年时间，但行业“新兵”恒力集团“抱负”颇大——“进入全球造船行业‘第一方阵’”。

“‘要么不做，要做就做最好’，陈建华董事长表示，当前恒力重工正全力以赴向全球造船行业‘第一方阵’挺进，将以最高标准、最严要求、最快速度建造精品船舶。”7月4日，恒力集团官微一篇文章如此描述。

公开信息显示，按照恒力集团7月4日与大连方面签订的相关协议，预计恒力重工（大连长兴岛）产业园形成年钢材加工量180万吨、年产量710万载重吨的建造能力。

记者注意到，恒力集团若按规划实现年产量710万载重吨的建造能力，将成为世界顶级船厂。恒力集团向“全球造船行业‘第一方阵’挺进”的底气何在？

记者梳理公开信息发现，恒力集团在高层人事、技术开发等领域“合纵连横”，为造船进行了一系列布局。

例如，作为技术密集型行业，高附加值船舶制造领域竞争激烈。公开信息显示，恒力集团投资的恒力重工（大连长兴岛）产业园，未来将进一步拓展超大型油船、超大型液化气运输船、超大型集装箱船等高附加值绿色船舶和高端海工装备制造业务，打造现代化、智能化、绿色化的一流船舶与海工装备制造产业基地。

记者注意到，恒力集团筹划的超大型油船（VLCC）、超大型液化气运输船（VLGC）、超大型集装箱船等皆属于高技术、高难度、高附加值船型，中韩船企在上述领域竞争颇为激烈。

高技术门槛、市场竞争激烈，冲击“全球造船行业‘第一方阵’”的恒力集团，选择“牵手”国际巨头。今年4月，陈建华率领恒力考察团前往韩国，相继走进现代重工株式会社、三星重工业株式会社（以下简称“三星重工业”）考察学习。

据恒力集团此前对外发布的消息，在2024年4月陈建华考察三星重工业的过程中，三星重工业副会长崔成安表示：“三星重工业愿意在恒力重工未来发展中给予技术支持和智力保障。”

此外，在重要的发动机领域，2023年7月，恒力重工旗下恒力发动机（大连）有限公司与MAN Energy Solutions集团举行专利许可授权协议签约仪式。恒力重工此前表示：“获得MAN Energy Solutions船用低速发动机专利许可授权，标志着恒力发动机业务正式启动。”

对于跨界进入造船领域，以及如何克服VLCC、VLGC等高价值、高技术含量船舶技术难关等问题，记者此前致函恒力集团方面，但截至发稿未获得回复。

东莞楼盘现“买一送一” 房企加速去库存

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

“买一套‘送’一套，名额有限，先到先得！”“购买140平方米以上户型，‘送’双月湾海景房……”

近段时间，有市场消息称广东东莞某个楼盘推出“买一送一”活动，引起广泛关注。据悉，传闻所涉“买”的楼盘指东莞万科中天世纪水岸，活动期间，购房者若购买一套140

平方米及以上户型，可“获赠”一套位于惠州的万科双月湾公寓（同样拥有70年产权）。公开信息显示，世纪水岸项目由万科(000002.SZ)旗下东莞市万宸房地产有限公司（以下简称“东莞万宸”）开发建设，在售户型为89—195平方米的三房/四房，参考均价为3.5万元/平方米。

对于上述市场消息的真实性，东莞万科方面对《中国经营

报记者表示：“没有捆绑销售，项目售价也没有下调。由于特价房源有限，目前该活动已结束。”

开发商祭出“买一送一”在楼市中并不罕见，但每每推出总能吸引眼球，而在市场较为平淡的当下，这一看似大手笔的营销措施也反映出开发商面临不小的库存压力。中指研究院发布的数据显示，1—7月，百强房企销售总额为23909.4亿元，同比下降40.1%。

让利给购房者促成交

为促进成交，近年楼市各种营销手段层出不穷。

两年前的四月，东莞万宸以总价约19亿元竞得东莞万江街道龙湾滨江片区连片更新项目，随后将其打造为世纪水岸项目，总建筑面积超过80万平方米，是东莞主城区近三年体量最大的项目，涉及居住、商业、酒店、办公、学校等多种业态。

公开信息显示，世纪水岸最早于去年8月5日开盘。根据中原地产研究院统计，去年8月，该项目网签38套，当月排名第三。目前，世纪水岸仍为在售状态，参考总价为250万—750万元/套，最近交房时间为2025年6月30日。中原地产研究院提供的数据显示，今年1—7月，世纪水岸成交260套，位居东莞全市第四。7月份，该项目成交套数排名第八。

据了解，世纪水岸在7月中旬推出“买一送一”活动。“7月正值暑期，从东莞到惠州双月湾带小朋友游玩的家庭挺多，世纪水岸的主力客群又都在30—40岁，孩子的年龄也很适配，考虑到项目140平方米及以上房源的主力成交客群比较契合，（两个项目）就做了个联动销售活动。”东莞万科方面表示。

东莞万科相关负责人对记者

表示，两个项目推出联动销售活动。活动期间，世纪水岸项目140平方米房源价格在450万—500万元。若客户有意购买双月湾住宅，可按25万元左右的价格购买该项目约40平方米特定房源，若无意购买，则不享受这一联动销售优惠。

事实上，为促进成交，近年楼市各种营销手段层出不穷，常见如推出特价房源（一口价）、购房享折扣、购房送家电、送物业费、送车位等。“但购房‘买一送一’还是比较吸引眼球，短期内能够吸引一定的到访量及去化率。对于购房者而言，这种营销策略能够给其一定程度的让利，同时也有利于促进项目的成交转化。”中指研究院华南分院研究主管陈雪强认为。

值得注意的是，近年来楼市出现的“买一送一”号称“送”的产品以公寓居多。今年1月，广东江门一楼盘打出“买江门、住广州”的广告，实则为购买一套位于江门的房源，赠送一套位于广州花都区的公寓首付款，相当于给购买江门住宅的客户一些折扣优惠，且两个项目同属于一个开发商。

事实上，沦为“赠品”的公寓

同样面临去化难的局面。从2017年开始，相关城市陆续出台政策禁止“商改住”，在规范商办房地产市场的同时也加大了该市场的库存压力。比如东莞于2023年4月出台相关政策，限制“商改住”。据中原地产研究院统计，今年上半年，东莞公寓产品的供应套数为856套，同比下降超七成，成交量同比下降35%至2051套。

国家统计局发布的数据显示，截至今年6月末，全国待售商品房中，办公楼面积达5211万平方米，同比增长9.6%；商业营业用房待售面积达1.43亿平方米，同比增长2%。值得一提的是，近两年，部分城市转向支持“商改住”，但落地缓慢。

“整体市场成交去化持续维持低位，原本去化较难的公寓产品进一步受到挤压，以至于公寓产品库存压力持续增加，去化周期持续上升。对于当前公寓库存积压问题，目前已多个城市出台禁止新建公寓项目的政策。”陈雪强同时表示，对于赠送的公寓产品，购房者仍需注重其位置地段，判断其未来在出售或出租方面是否有市场。

广深周边市场受挤压

市场成交量价下行，房企的销售业绩随之降低。

对于世纪水岸“买一送一”的营销效果，东莞万科方面对记者表示：“市场反响较好。由于用作活动的特价房源有限，目前联动销售活动已经结束。”

事实上，世纪水岸自入市以来的销售表现在东莞楼市排名前列，但近年随着房地产行业进入深度调整阶段，东莞房地产市场的成交表现相对低迷。即使是“网红盘”，仍需开发商通过各种营销手段进行促销。

合富大数据显示，今年上半年，东莞新房住宅供应约6640套，供应面积约81万平方米，同比均下降51%，成交面积约97.4万平方米，同比下降41%，成交套数为8129套，同比下降39%，成交均价为26639元/平方米，同比下降17%。据中原地产研究院监测，上半年，东莞一手住宅整体成交规模为18053套，同比下降38%，交易水平处于历史低位，仅高于2022年同期。从整体情况来看，东莞楼市上半年来访量同比下降28%，认购量同比下降45%。

“春节后，市场达成‘以价换量’的共识，房企快速抢跑，市场上演价格战，营销措施不断；3月，来访认购量快速回升，但后劲不足，五一假期迎来今年高峰，项目促销优惠力度再加码，楼市认购阶段性放量；5月底，降首付、降利率等政策出台；6月初，市场热度回升，但政策整体效果有限；6月下旬开始逐步回落。2024年上半年来访转化率同比下降2个百分点，反映市场信心明显不足，观望情绪依存，购房谨慎。”中原地产研究院发布报告指出。

在惠州，今年上半年新房住宅新增供应面积123万平方米，同比下降55%，成交面积为192万平方米，同比下降40%，新房市场表现低迷。截至6月30日，惠州住宅库存面积为1446



广州、深圳今年以来持续放松楼市调控政策，加剧对周边城市的市场挤压。图为邻近广州的东莞一处在建项目。
本报资料室/图

万平方米，同比下降17.22%，去化周期为45个月。上半年，惠州二手住宅过户量为19066套，过户面积213.69万平方米，同比下降4.77%。

值得注意的是，在东莞、惠州周边的广州、深圳，今年以来持续放松楼市调控政策，加剧了这两个一线城市对周边市场的挤压。

5月，广州优化调整住房限购政策、完善信贷政策和住房公积金政策，对于贷款购买首套房的居民家庭，商业性个人住房贷款最低首付款比例调整为不低于15%，取消利率下限；自5月29日起，深圳市首套住房个人住房贷款最低首付款比例由原来的30%调整为20%，二套住房个人住房贷款最低首付款比例由原来的40%调整为30%；8月，广州发文支持提取住房公积金支付购房首付款，以减轻购房人筹集购房首付款的压力，满足刚性及改善性住房需求。近日，广州花都区提出买房享“准户口”待遇，提高外地户籍家庭的购房积极性。

根据中原地产研究院统计，7月，东莞一手住宅供应面积为4万平方米，成交1351套，成交面积为16万平方米，一手住宅均价环比下降8%至25155元/平方米，二手住宅过户2439套，过户面积为27万平方米，二手住宅均价环比下降2%。

1%至17993元/平方米；惠州新房供应量为15.95万平方米，环比增长39.77%，网签成交面积为32.19万平方米，环比下降0.86%，成交套数为3042套。

市场成交量价下行，整体销售规模收缩，房企业绩门槛不断降低。今年上半年，东莞楼市排名前五家企业门槛降至9.3亿元，业绩排行前十的门槛降至5.1亿元，前十名房企销售参考金额合计为176亿元，同比下降5%，合计金额占东莞全市的64%。其中，万科连续6年在东莞楼市上半年成交面积排名第一，其于今年上半年的市场占有率为17.3%，成交套数为2756套，成交面积为20.36万平方米（同比下降27.54%）。东莞万科方面提供的数据显示，目前万科在东莞已开发建设超过60个住宅项目，布局约20个城市更新项目，在营12个商业项目。

值得注意的是，由于近年来拿地节奏放缓，相对于其他头部房企，万科的销售业绩将更多依靠库存的去化。公告显示，1—7月，万科累计实现合同销售面积1085万平方米，合同销售额1465.5亿元。万科在2024年业绩预告中表示，上半年，公司为确保现金流安全，通过价格折让加大库存去化和资产处置力度。

行业龙头竞逐“老龄化”电梯更新市场

本报记者 方超 张家振 上海报道

“有一次下班回家乘坐电梯上楼，上行途中突然停在中间楼层，既不上升也不开门，所幸电梯最终恢复运行，我才安全到家。”运营超20年、故障频发的电梯，曾令杭州市临平区中都广场小区业主沈先生头疼不已。

在多方努力下，中都广场小区老旧电梯近期完成改造升级。负责该项目的西奥电梯现代化更新有限公司（以下简称“西奥MOD”）浙江战区总经理董科向《中国经营报》记者介绍，该公司老旧电梯“以旧换新+全托管服务”模式仍处于市场开拓阶段，“电梯行业以旧换新业务市场竞争激烈”。

董科所言非虚。因房地产行业深度调整，电梯行业发展也受到了较大影响。在电梯新装需求不振的情形下，老旧电梯更新、既有住宅加装电梯等新兴领域正吸引诸多电梯行业龙头企业入局，甚至有企业专门成立了老旧电梯更新部门以开拓业务。

记者注意到，目前，浙江省杭州市、宁波市、金华市、湖州市和江苏省常州市等地已纷纷出台老旧电梯更新支持政策，对住宅小区老旧电梯更新给予“真金白银”支持，并在出台文件中明确当地老旧电梯更新数量。

“更新改造和加装电梯是服务民生的好事，也是电梯行业的新增长点和寻求转型的必然方向。”康力电梯战略与品牌市场部总经理崔清华回复记者称，老旧电梯更新改造方案和促销方案有很多，关键是资金筹集困难，老旧小区物业并没有太多资金，财政资金紧张也难以“托底”。

数十万台电梯步入“老龄化”

在董科看来，电梯属于特种设备，是建筑物垂直运输的核心，也是高层建筑物价值核心，重要性毋庸置疑。

在国内经济快速发展和房地产市场带动等因素影响下，中国早已成为全球电梯保有量第一大市场。最新统计数据表明，截至2023年年底，全国电梯总量达1062.98万台。

在电梯保有量持续提升的同

时，不少早年安装在住宅小区、写字楼中的电梯，也逐步进入了“老龄化”时期。

多位电梯行业人士向记者介绍，国家虽然没有电梯使用年限的强制性规定，但在正常情况下，一台电梯的使用时间在10—15年，超过这一年限就基本进入了“老龄化”阶段。

“目前，我国有约80万台电梯

的使用年限已超过15年，其中约17万台电梯的使用年限超过20年，超期服役的老旧电梯数量还会持续攀升，人民群众对于老旧电梯故障率高、运行可靠性差等问题的反映也越来越多。”7月25日，国家发展改革委副主任赵辰昕介绍。

公开资料显示，7月25日，《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》正式发布，将老旧电梯更新纳入大规模设备更新和消费品以旧换新支持范围。

老旧电梯更新市场空间巨大。浙商证券研报分析认为，2005—2008年是房地产扩张周期的开始，彼时新装电梯在2023年已逐步进入密集更换期。“2020—2025年，我国电梯整梯更新需求量复合增速预计达19%，2025年更新需求量有望达26.1万台，进入快速增长阶段。”

“2023年以来，我国电梯更新需求呈现加速上升趋势。”广发证券研报预计，2024—2027年更新需求CAGR（年均复合增长率）达25%，电梯更新市场空间可观且增速较快。“在大规模设备更新政策推动下，老旧小区不仅存在加装电梯需求，既有电梯的更新改造需求也正加快释放。”

多家企业入局抢食“蛋糕”

在电梯更新巨大市场需求之下，多家电梯企业正竞相入局，抢食老旧电梯更新市场“蛋糕”。

“1062.3万台电梯为全国约14亿人提供垂直交通服务。”董科表示，电梯市场新增量在减少，电梯更新用户开始备受电梯企业关注。“电梯跟人一样都会老去，电梯使用年限越长，维护经费也会越高。”

成立于2012年9月的西奥MOD入局老旧电梯更新领域的

时间较早。西奥MOD方面提供给记者的信息显示，近年来，公司已接手多个电梯改造项目。例如，杭州市临平区中都广场、康庭和苑和南京金地自在城等。

“更新改造和旧楼加装电梯，不仅是公司寻找的新增长点，更是战略业务转型的关键和重点。”崔清华透露，康力电梯拥有一支专业的更新改造团队，该业务板块已成为公司的重要支柱，并以每年20%的复合增长率持续

壮大。

记者注意到，除了西奥MOD、康力电梯等国内电梯企业外，多家国际电梯龙头企业也纷纷瞄准老旧电梯更新领域。

“目前，全球现有电梯大约2500万台，其中约1000万台在中国。全球每年新安装的电梯则不到100万台，其中50%在中国。我们确实注意到，由于中国基础设施建设速度放缓，电梯新装数量减少，因此新电梯的需求也在下

降。”通力集团总裁兼首席执行官Philippe Delorme此前表示，“与此同时，我们也看到，中国在用电梯的数量非常庞大，其中许多需要进行更新改造。这方面的需求和机遇巨大，因为这些改造旨在提高电梯的节能性和安全性。”

无独有偶，奥的斯机电也在发力老旧电梯更新业务。“以总部所在的杭州市为例，奥的斯机电加装电梯市场占有率达到近40%，老旧电梯更新改造市场占有率达到20%。”公司官微信息显示。

在多方角逐之下，老旧电梯更新领域竞争愈发激烈。

“随着电梯市场进入‘后电梯时代’，国内厂商积极开发大修、更新、改造市场，在中高端电梯市场市占率进一步提升。”浙商证券此前发布的研报分析认为，2022年，各电梯品牌已开始逐渐超越其他品牌存量电梯进行升级改造。

董科亦告诉记者，目前，电梯更新业务市场竞争非常激烈。

做大市场还需克服重重困难

尽管市场前景被普遍看好，但谋求在老旧电梯更新市场攫取更大份额的企业，依然面临着重重挑战。

“老旧电梯更新业务涉及的事情非常多，并非简单说说就能马上推进。”江苏省某地电梯商会相关负责人对记者表示，推动老旧电梯更新，首先要对原有电梯进行评估。“这就需要专门检测机构做安全评估，评估后如果确定需要换，就要考虑如何更换、谁来出钱的问题。”

“住宅小区电梯性质的核心是多元产权的私有化，主体责任问题很难界定。”董科向记者表示，住宅电梯管理职责一般由物业单位承担。“物业单位上层是业主委员会，

而后者对老旧电梯更新的重视程度影响最后的实施效果。比如，电梯换新需要业主‘双三分之二表决权，其中双四分之三同意’。”

据了解，根据《民法典》规定，既有多层住宅加装电梯的业主表决比例需要满足“由专有部分面积占比三分之二以上的业主且人数占比三分之二以上业主参与表决，经参与表决专有部分面积四分之三以上的业主且参与表决人数四分之三以上的业主同意”条件。

记者注意到，对于老旧电梯更新面临的“如何更换”“钱从何处来”这两大核心“痛点”，不少地方正探索出解决之道。

以浙江省为例，今年5月10日，浙江省建设厅副厅长赵立

在浙江省推动大规模设备更新和消费品以旧换新政策吹风会（第二场）上表示：“我们前期已经印发了住宅老旧电梯更新操作程序，方便广大业主参照执行。老旧电梯更新总体上分三个环节：一是开展电梯摸排和安全评估，二是制定方案和统一意见，三是组织更新实施和管理。”

“关于资金筹措问题，将通过‘政府补一点、企业让一点、业主出一点’多渠道筹集。”赵立表示，在政府补助方面，“我们将指导各地参照既有住宅加装电梯政策，对电梯更新予以资金支持。省级层面将结合各地任务完成情况、财力状况等，分别就电梯更新和安全评估工作，对市县予以适当奖补。”

以中都广场小区为例，“临平住建”官微显示，上述小区老旧电梯更新采取“以旧换新+全托管服务”模式。具体而言，是指小区委托电梯企业对老旧电梯部分回收并进行全面改造升级，并在更新后的电梯周期中，提供包含电梯使用管理、维护保养、自行检测等在内的全包式服务。

“小区每台电梯更新改造费用为15万元，以优惠价的50%出售，剩余50%由企业以垫资换市场方式进行，通过政府补助、企业让利、业主出资完成资金筹措。”临平住建方面表示，改造后的10年，“全托管服务”模式将电梯安全责任主体从业主转移至电梯公司，解决了安全责任链条过长和售后

运营维护等难题，可以通过专业化运营来保障电梯安全运行。

另据崔清华介绍，康力电梯根据需更新改造电梯的实际运行状况、特点，结合客户需求，推出了整梯“焕新”、核心部件“以旧换新”、批量团购“焕新”等营销方案，免费赠送智能化物联网、网络通讯系统、整梯质保等优惠措施。

多位行业人士对记者表示，老旧电梯更新作为典型的电梯“后市场”，未来市场前景被电梯企业看好，但目前依然面临不少痛点。在政府出台支持政策的同时，电梯企业也需要积极探索，尽快形成一套让业主、物业更易接受，资金到位有保障，多方共赢可复制的模式。

多城存量房收储细则已明确 国家队“收房”进度如何？

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

今年以来，“防风险”“去库存”成为房地产领域主要任务。

7月30日中央政治局会议再次提出要积极支持收购存量

多城发布收储细则

据中指研究院监测，10余城已发布征集商品房用作保障性住房的公告，明确房源征集范围、条件和价格。

《中国经营报》记者了解到，与上一轮市场下行周期中通过棚改货币化安置去库存的方式不同，随着我国城镇化率的提升、房地产供求关系转换，本轮去库存政策重点则放在了国企收储未售新房、以旧换新、非住改住等，其中“国企收储未售新房”是目前政策主力推动、去库存效果最为直接的一项措施。

所谓的“国企收储未售新房”，是由地方国企出手，直接收购开发企业已建成未出售的商品房房源，改作配售型或配租型保障房。

今年4月30日中央政治局会议提出“统筹研究消化存量房产和优化增量住房的政策措施”，为本轮去库存政策定调。

“5·17”楼市新政中，中央出台一系列政策，确定了去库存的具体执行思路，包括：设立3000亿元保障性住房再贷款；允许土地调规，支持收回、收购已出让闲置存量住宅用地，帮助资金困难房企解困等。

6月20日，住房和城乡建设部召开“收购已建成存量商品房用作保障性住房工作视频会议”，明确推动县级以上城市有力有序有效开展收购已建成存量商品房用作保障性住房工作。

6月28日，中国人民银行二季度例会上提到要有效落实好存续的各类结构性货币政策工具，推动保障性住房再贷款落地生效。

7月30日，中央政治局会议继续强调要“积极支持收购存量商品房用作保障性住房”。

中原地产研究院首席分析师张大伟表示，国企收储不仅有助

商品房用作保障性住房，结合各地今年以来去库存举措来看，收购存量商品房用作保障房已是当前政策主推的“去库存”方式。

据市场机构统计，目前已有

于加速商品房去库存，为经济发展带来重大利好，更是政策端主动调节供需、促进房价企稳的重要步骤。既能助力地方政府解决库存问题，又能缓解房企的资金链压力，更能保障低收入群体的住房权益。

中原地产研究院统计数据显示，截至7月底，全国各地已经有超过60个城市发布相关政策。其中包括广州、杭州、苏州、郑州、福州、长沙、天津、呼和浩特、青岛、重庆、济南、昆明、石家庄、贵阳、惠州、大理、常州、桂林、临沧、洛阳、南阳、江门、江山、济源、岳阳、淮北、淮南、庐江等。

据了解，自楼市“5·17”新政以来，多地加快出台政策鼓励国企收储已建成未售新房。据中指研究院监测，10余城已发布征集商品房用作保障性住房的公告，明确房源征集范围、条件和价格。

从征集范围来看，多数城市要求是行政区域内已建成未出售的商品房项目，部分城市要求在中心区域，或轨道交通站点、产业园区附近。

从国企收储后的用途来看，各城市政策核心都是将存量房产转化为保障性住房，包括配售型保障房和配租型保障房。

其中，转化为配售型保障房的并不多，主要是因为当前多数城市基本住房需求已得到满足，并且商品房市场存在较大库存压力，因此各地主要采取“以需定建”的方式。

比如广州市在8月6日发布的配售型保障房管理办法征求意见稿中提出，配售型保障性住房面向符合条件的本市户籍住房困难和

超过60个城市发布相关收储政策，尤其是“5·17”楼市新政以来，多地加快出台政策鼓励国企收储已建成未售新房。

国企收储的标准是怎样的？



据市场机构统计，目前已有超过60个城市发布相关收储政策，多地加快出台政策鼓励国企收储已建成未售新房。图为北京一在建商品房项目。

本报资料室/图

各类引进人才等工薪收入群体，实施封闭管理，禁止以任何方式违法违规将配售型保障性住房变更为商品住房流入市场。

从实践来看，当前出台消化存量房产相关政策的城市多数是将存量房产转化为保租房。据了解，“十四五”期间，全国计划筹集保租房870万套(间)，截至2023年年底已筹集573万套(间)，2024—2025年保租房筹集仍剩余297万套(间)的任务规模。

中指研究院研究副总监徐跃进表示，未来若将存量房产转化为保租房，既可以加快保租房的筹集进度，也可以有效消化市场库存，促进房地产市场企稳恢复。

在房源要求方面，各地的主要要求包括：已取得竣工验收备案证明；房源权属清晰且可交易，能满足金融机构发放贷款的要求；周边交通便利、配套设施完善，满足一定车位配比；优先选取整栋或整单元未售、可实现封闭管理的楼栋项目，其中烟台、新

可能遇到哪些问题？对于收储进展，各方十分关注。业内认为，若接下来去库存政策能够尽快推动落实，将有助于缓解房企经营压力、稳定市场预期。

乡、威海规定以整幢作为基本收购房单位。

房源面积上，各地多按照配租型和配售型两种类型划定标准，比如烟台的收储细则中提出：一是转为保障性租赁住房的，建筑面积在70平方米以内；二是转为配售型保障性住房的，建筑面积以90平方米为主，最大为120平方米。

收购价格方面，多数城市要求以同地段保障性住房重置价格作为参考上限，比如桂林、南宁、新乡、潍坊、大连等城市的公告中提到，一般按照划拨土地成本+建安成本+不超过5%的利润为参考。

此外，有的城市将收储转作保租房的则以收益法进行测算。比如重庆市拟将收购的存量住房用于租赁住房房源，要求单套建筑面积不超过90平方米为主，房源价格采用收益法进行测算，由测算基础价和市场价的加权平均值(分别为60%和40%)两部分构成。

收储进度有望加速

假设按7折收购，收储成本约8728元/平方米，则3000亿元保障房再贷款共可收储约7161万平方米的商品住宅。

据了解，作为目前政策主推的去库存路径，国企收储未售新房在推进节奏上仍有待进一步提速，目前发布征集公告的城市仍然较少。

记者了解到，国企收储的资金来源主要依靠3000亿元保障房再贷款支持。据徐跃进介绍，保障房再贷款的发放路径是：金融机构向收储国企发放贷款后，可向中国人民银行申请再贷款，按贷款本金60%发放，先到先得，额度3000亿元，未来根据执行情况和需要可调整完善；再贷款年利率1.75%，期限1年，可展期4次，每次展期1年，最长使用期限不超过5年，政策实施至2027年末。

按贷款本金60%发放再贷款，意味着3000亿元再贷款共能带动5000亿元银行贷款资金；按收储国企20%自有资金、80%利用贷款计算，可撬动收购资金约6250亿元。

根据中指百城新建住宅价格指数的数据估计收储成本，6月百城新建住宅均价(不含一线城市)为1.25万元/平方米，假设按7折收购，收储成本约8728元/平方米，则3000亿元保障房再贷款共可收储约7161万平方米的商品住宅。

以2023年全国商品住宅销售面积9.5亿平方米计，收储规模占新建住宅销售比重约7.6%；以2024年6月末住宅待售面积3.83亿平方米计，收储将推动住宅待售面积回落18.7%。“当然，收储的带动规模可以测算出来，但实际效果有待落实的情况。”徐跃进表示。

值得注意的是，国企收储的推进可能会面临一定挑战，包括收储价格、供需错配等问题。

比如，在供需配置方面，华泰证券指出，按照各地已出台的收储政策，政府要求做到收购的已建成存量商品房户型面积合适、价格合适、位置合适，需要关注是否有足够的相关资产。

在一些房企库存压力大、出售意愿较强的城市，保障房需求相对有限，国企收储规模可能较小，一些三、四线甚至更低能级的市县，反而是今年以来发布收储政策和细则的主力军。

但在一些保障房需求相对强烈的城市，比如一线和核心二线城市，市场库存水平不算高。无论是

用于配租还是配售的房源，政府收储的价格一定是相对较低的，在这种情况下，房企是否愿意折价出售将影响到收储的进度。

另外，在收储价格上，华泰证券根据各个城市的细则并参考西安、福州的保障房将以同区位商品房价格5折左右进行配售的情况推算，按照保本微利的原则，未来部分城市可能将收储房源的价格上限设定在同区位商品房价格5折以下。

而对于收购后将存量房转作配租型保障房而言，也将面临一些挑战，尤其是保租房“保本运营”问题。

据了解，过去各地供给保租房的方式，不少来自市场化长租公寓的“纳保”筹集。相比“纳保”筹集的方式，国企收储存量房产转化为保租房需要较多低成本增量资金支持。

据徐跃进介绍，整体来看，我国的租金回报率较低。根据中指监测数据，50个重点城市的租金房价比平均值为2.1%，即在不考虑租金涨幅的情况下，收购存量房用作租赁的租金回报率仅为2.1%。而成本方面，在使用保障房再贷款(再贷款利率为1.75%)的情况下，考虑商业银行贷款利率上浮，则国企收储的资金成本大约在3%左右，如果再考虑改造、运营等成本，实际成本可能更高。所以，在收储存量房转作保租房的过程中，需要财政贴息、收购价格打折等配合才能实现收益平衡。

张大伟表示，去年1月中国银行就拿出1000亿元用作租赁住房贷款支持计划，支持批量收购存量住房用作保障性租赁住房，试点城市包括重庆、济南、郑州、长春、成都、福州、青岛、天津8个城市，但最后只完成了200多亿元。

另据中国人民银行公布的数据显示，截至今年6月底，保障性住房再贷款余额为121亿元。

中指研究院市场研究总监陈文静指出，7月30日的中央政治局会议再次强调要“积极支持收购存量商品房用作保障性住房”，意味着未来相关配套政策有望继续完善，预计后续贷款投放节奏或将进一步加快，资金支持力度也存在一定增强预期。

中建智地百亿地块股东退出疑云

百亿地块案名确定

本报记者 吴静 卢志坤
北京报道

北京今年6月份出让的朝阳区百亿组团地块近日迎来新进展，其中酒仙桥项目案名已确定。

作为北京首宗“住宅+产业+配套”的组合地块，业内对于其开发进展十分关注。《中国经营报》记者了解到，该地块当时由中建智地置业有限公司(以下简称“中建智地”)联合体底价竞得，但随后不到一个月，其中一股东便选择退出。中建智地方面对此未予正面回复。

据了解，中建智地为中建一局旗下地产平台，近两年，多数房企处于流动性压力下，“中建系”旗下各工程局的地产平台则在逆势扩张。其中，中建智地在北京市场自2021年以来频频拿地，稳居销售榜单前十名。

今年6月13日，北京土地供应迎来新形式，首宗“住宅+产业+配套”组合供应用地成交，中建智地联合体以112亿元底价竞得。

据了解，该组团地块包含位于朝阳区酒仙桥街道、孙河乡前茅沟组团、中关村朝阳园北区3宗地块，产业、住宅、配套建筑规模总体占比分别约为30%、60%、10%。

近日，记者从中建智地方面了解到，其中的酒仙桥地块项目案名已率先公布，为北京宸园。该地块位于东北四环外，建筑面积约4.17万平方米，规划建筑规模约10.48万平方米，规划用途为二类居住用地、托幼用地，容积率2.8，规划9班幼儿园，地上建筑规模3200平方米。

据了解，自2018年绿城中交·壹亮马项目后，酒仙桥板块鲜有新宅地供应。目前，二手房挂牌均价

多在5万—6万元/平方米，高端社区壹亮马挂牌价在10万元/平方米上下，是区域内二手房最高价。而此次酒仙桥宅地销售指导价为12.5万元/平方米，可浮动约8%。

自今年以来，北京新房市场“以价换量”的现象较为普遍，尤其是6月份，不少企业为了冲刺年中业绩，部分新盘价格变动明显，特别是南城四环以外区域，出现了不少特价房，降价幅度甚至15%到20%，每平方米降幅将近1万元。

除了在价格上作出调整外，北京当前在售的新房项目中，有不少楼盘在产品打造、得房率上明显提升，实际上拉低了平均价格。

记者就北京宸园后续定价以

及营销、推盘策略等方面询问中建智地方面，截至发稿未获回复。

除了酒仙桥地块外，该组团地块中，孙河乡前茅沟地块位于五环外机场高速南侧，建筑面积约8.25万平方米，规划建筑规模约9.61万平方米，住宅容积率1.2，限高18米。销售指导价7.98万元/平方米，可浮动8%。

据了解，今年北京“4·30”政策落地后，五环外成交量有所上升。该地块南侧与中建智地去年入市的中建璞园紧邻，据张凯介绍，中建璞园近期月均去化表现良好。

后续前茅沟地块的推出或将与中建璞园形成差异化产品，为该地区的改善型需求提供新的选择。

至于中关村朝阳园北区地块，建设用地面积约3.28万平方米，规划建筑规模约8.21万平方米，规划用途为其他类多功能用地。

同时，该地块须引入符合中关村朝阳园园区定位的高新技术企业，入园企业年产值合计不低于200亿元，入园企业至少一家在2020—2023年年均营业收入增长率不低于30%。

区位上，该地块邻近15号线崔各庄地铁站，距离地铁望京东仅一站，周边邻近阿里巴巴北京总部新园区、京北一号文创园等。该地块将进一步活跃泛望京片区的商业商务氛围，成为望京外溢企业办公的新选择。

项目小股东退出

据了解，这一组团地块在出让时由中建智地、江苏绿建开发置业有限公司(以下简称“江苏绿建”)和北京市朝阳城市建设综合开发有限责任公司(以下简称“朝阳城建”)联合体，以底价112亿元摘得，成交综合楼面价3.96万元/平方米。

张凯表示，虽然是底价拿地，但112亿元的总价已是北京土拍市场近4年之最(仅统计集中供地以来)。

地块出让的同一日，北京兴鼎房地产开发有限公司(以下简称“北京兴鼎”)注册成立。天眼查信息显示，该公司注册资本15亿元，股东为中建智地、江苏绿建和朝阳城建。法定代表人和董事长为中

建智地董事长樊飞军。但是，在北京兴鼎成立之前，一家名为北京兴阳房地产开发有限公司(以下简称“北京兴阳”)在5月24日成立，注册资本1亿元，股东为中建智地和朝阳城建持股，比例分别为97%和3%，与北京兴阳一致。据了解，江苏绿建成立于2023年6月26日，注册资本1000万元，股权穿透后实际控制人为自然人韩秋宏，目前公司股权处于冻结状态。

北京兴鼎股东江苏绿建为何在拿地后不到一个月便选择退出？记者就此询问中建智地方面，截至发稿未获正面回复。记者拨打江苏绿建及其控股股东的公示电话，但电话始终无人接听。

记者了解，中建智地由中国建筑一局(集团)有限公司(以下简称“中建一局”)全资持股，中建一局是中国建筑股份有限公司旗下公司。近两年来，多数房企处于流动性压力下，但“中建系”旗下各工程局的地产平台却在逆势扩张，不仅在全国各地频频拿地，而且旗下多家公司销售额增长迅速。

比如中建三局旗下的中建壹品，去年上半年拿地额仅为55亿元，而今年上半年则飙升至213亿元，在拿地百强榜中仅次于建发房产。在销售普遍下滑的上半年，中建壹品全口径销售额为269.4亿元，与去年同期持平。

据了解，中建智地由中建一局全资持股，中建一局是中国建筑股份有限公司旗下公司。

近两年来，多数房企处于流动性压力下，但“中建系”旗下各工程局的地产平台却在逆势扩张，不仅在全国各地频频拿地，而且旗下多家公司销售额增长迅速。

比如中建三局旗下的中建壹品，去年上半年拿地额仅为55亿元，而今年上半年则飙升至213亿元，在拿地百强榜中仅次于建发房产。在销售普遍下滑的上半年，中建壹品全口径销售额为269.4亿元，与去年同期持平。中建一局也在近几年不断提升房地产业务比例，2020年该项业

务占总营收比例仅为1.11%，但随后，2021—2023年，地产业务占比分别为4.49%、7.8%、9.38%。

中建智地作为中建一局旗下地产平台，其在中建一局营收中占比从2020年的1.11%提升至2023年的9.38%，净利润占比也从2020年的4.31%增长到2022年的17.55%。

据了解，在拿下上述组团地块前，中建智地自2021年以来在北京共摘得8宗地块，斥资近200亿元，陆续入市中建房山国贤府、中建璞园、北京国贤府等项目。市场机构克而瑞数据显示，去年其以119亿元权益销售额在北京房企销售榜中位列第7名。今年上半年，其权益销售额为46.17亿元，排名第5位。

华菱精工掀起新一轮控制权争夺战

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

自5月份“内斗”公开化以来，华菱精工(603356.SH)前两大股东间的控制权之争仍在持续。

日前，华菱精工发布公告称，公司将召开2024年第二次临时股东大会，控股股东黄业华及

第二大股东捷登零碳(江苏)新能源科技有限公司(以下简称“捷登零碳”)均提交了董事改选提案。

《中国经营报》记者注意到，黄业华此前已发起过董事改选，近期华菱精工人事变动较为频繁。除席位争夺外，该公司前两

大股东间还曾发生举报事件，控股股东监事代表此前举报捷登零碳方董事及高管代表存在违法违规行为，或涉及主导开展虚假交易。相应事项引发监管问询，该公司五度延期后回复。但相关回复明显未说服监管层，该公司因此收到二次问询函。

提名新董事

黄业华在今年5月曾发起董事会改选，提议免去与捷登零碳相关的部分董事及监事。

自今年5月份前两大股东间易主交易终止以来，华菱精工这两大股东间的“内斗”已持续近3个月。

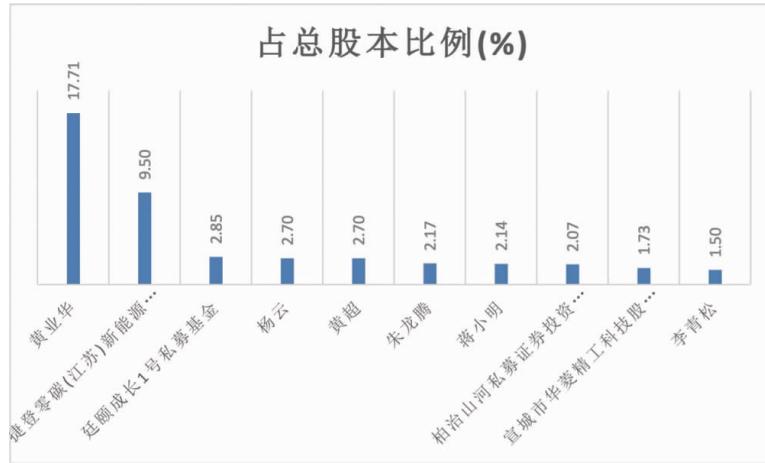
相应事项要追溯到2023年发起的易主计划，按计划捷登零碳将通过一系列操作入主华菱精工。值得注意的是，捷登零碳一系列操作中涉及收购黄业华家族所持华菱精工9.5%股份，协议收购价为22.50元/股，较协议签署前后该公司不足13元/股的收盘价有明显溢价。

上述易主计划中，还有一项向捷登零碳的定增计划。按照披露的发行方案，该项定增发行价格为10.43元/股，与上述股权转让价格也有明显差异。在该项定增首轮问询函中，上交所要求华菱精工说明相应价格相差较大的原因及合理性，与市场类似交易案例是否存在差异等。但未及回复，华菱精工就终止了该项定增发行。

定增终止后，华菱精工在当时的公告中称，捷登零碳与黄业华均有意完成剩余股份收购，相应股份不低于1500万股，占上市公司总股本的11.24%。剩余股份交割完成后，黄业华家族对华菱精工持股将降至9.16%，捷登零碳则增至20.75%，仍能顺利易主。

不过，今年5月，华菱精工披露称相应定增事项终止。相应事项虽终止，捷登零碳却已持有华菱精工9.5%股份，成为该公司第二大股东。并且，华菱精工董事会7席中，有5席与捷登零碳相关。

对此，黄业华在今年5月曾发起董事会改选，提议免去与捷登零



华菱精工的股权结构较为分散，截至今年一季度，前十大股东合计持股45.07%。第一大股东黄业华和第五大股东黄超为一致行动人。
卢志坤/制图

碳相关的部分董事及监事，同时进行补选。

尽管黄业华方面对华菱精工持股比例超20%，远高于捷登零碳的9.5%，但黄业华5月份提出的董事改选提案还是被否决，各提案反对票比例均超58%，其中中小投资者反对票比例则超80%。

“华菱精工的股权相对分散，大股东不能形成相对多数导致股东会未能通过决议，可以预见争取股东的支持是接下来的努力方向，而能否说服股东，归根到底以是否有利于上市公司为标准。”上市公司独立董事、北京市君泽君(深圳)律师事务所律师陆晖表示。

今年5月份提议改选董事会被否后，黄业华近日再度发起相应提议，且与前次提案无较明显区别。对比来看，黄业华两次均提议免去非独立董事罗旭、贺德勇，免去独董凌云志，非职工代表监事金世

春。该等人员此前均由捷登零碳提名。

值得注意的是，与前次提案相比，黄业华近日改选提案中少了免去茅剑刚非独立董事职务的提案。而据最新公告，茅剑刚已辞去华菱精工相应职务，并将不再担任公司任何职务。

对于此次临时股东大会，捷登零碳方面也提交了改选提案，提请免去独董刘煜，选举邢帆、马琳、李晶晶等董事。同时，今年6月底，捷登零碳宣布了对华菱精工的增持计划，若相应增持计划顺利实施，捷登零碳对华菱精工持股比例将增至17%至18.5%，将接近或超过黄业华个人持股比例，同时与黄业华家族持股比例也相差不大。

截至今年一季报，黄业华及其关联方合计持有华菱精工20.41%的股份，为第一大股东。捷登零碳持股9.5%，为第二大股东。

蹊跷的中间商

江苏中机为铝边框最终采购方，江苏季晴为供应商，华菱精工仅是中间商。

除人事纷争外，华菱精工前两大股东间还涉及举报事项。不久前，该公司监事姜振华召集监事会会议，公开指控罗旭、贺德勇二人主导开展与公司主业不相关交易或虚假交易，占用上市公司资金等，该二人正是捷登零碳方代表。

上述监事会所指控事项中，有两宗交易被指与公司主业无关或虚假交易。值得注意的是，这两宗交易中，华菱精工均扮演着中间商角色，且是在无相应产品生产能力前提下。其中铝边框交易尤为蹊跷，该项交易采购方与供应商原法定代表人为同一人，本可自行接洽，却要经过华菱精工进行交易。

上述监事会指控称，2024年1月，华菱精工与江苏季晴新能源科技有限公司(以下简称“江苏季晴”)签订《铝边框采购合同》，合同总金额3150万元，并于当日支付预付款945万元，至今未交货，预付款正在追回阶段。该项业务与公司主营业务不相关，公司亦未见相关销售合同。华菱精工后续称该项交易预付款及补偿金已收回。

对于该项交易，华菱精工在回复问询函中表示，该交易是为

拓展公司新能源板块业务。2024年1月，经捷登零碳法定代表人王思淇介绍，捷登零碳实际控制人马伟向公司推荐了光伏铝边框的销售订单，采购客户为江苏中机正业能源科技有限公司(以下简称“江苏中机”)。

不过，华菱精工并不具备批量生产铝边框的能力，且接到该订单后，华菱精工又称担忧后续订单稳定，认定首批订单由公司购置设备自行生产供应存在困难。

于是蹊跷一幕发生，采购方江苏中机的原法定代表人王先知曾任江苏季晴法定代表人，并认识其业务人员。因此由王先知介绍，华菱精工再与江苏季晴签订采购合同，遂有了上述指控所涉交易。对于王先知此举原因，华菱精工在回复中表示是“其考虑后续拟继续与公司合作铝边框等新能源业务”。

这也意味着，整套交易中，江苏中机为铝边框最终采购方，江苏季晴为供应商，华菱精工仅是中间商，与上下游企业分别签订采购与供货合同。吊诡的是，上下游企业法定代表人曾为同一人。

工商信息显示，王先知自

2023年11月担任江苏季晴法定代表人，于2024年4月退出；自2023年6月担任江苏中机法定代表人，于2024年6月退出。上述交易发生于2024年1月，彼时王先知仍为两家企业法定代表人。

此外，在另一宗指控所涉电缆交易中，华菱精工也是扮演中间商角色。该交易是由华菱精工供应链中心总经理宋红涛介绍并主导，由华菱精工控股子公司溧阳安华向远东电缆采购电缆，并向江苏阿默尔、上海风神销售。

值得注意的是，江苏阿默尔与上海风神确认其与捷登零碳关联方宝馨科技(002514.SZ)控股股东有直接或间接项目合作关系，不存在其他关联交易。

江苏阿默尔所采购的电缆最终用于蚌埠怀远阿默尔光伏电站项目，该项目承包方为宝馨科技的全资子公司安徽明硕，业主方为江苏阿默尔旗下的全资公司，但该项目是业主方利用宝馨科技控股子公司宝馨光能屋顶投资建设；上海风神所采购的电缆最终用于怀远宝馨光伏基地项目，业主方为前述宝馨光能。

二次监管问询

询问是否存在配合公司虚构交易、虚增收入或配合捷登零碳及其关联方套取公司资金等目的。

说明，江苏中机在有渠道自行接洽江苏季晴且公司不具备铝边框批量生产能力的情况下，通过公司进行采购的原因，是否存在配合公司虚构交易、虚增收入或配合捷登零碳及其关联方套取公司资金等目的。

对于上述电缆交易，上交所要求华菱精工说明安徽明硕、宝馨光能通过江苏阿默尔、上海风神向溧阳安华采购电缆的合理性，是否涉及关联交易非关联化的情形，是否规避履行关联交易审议程序。

就相应问题，记者致函华菱精工采访，截至发稿未获回复。同时，记者多次致电该公司董秘办，截至发稿未接通。

子公司近6亿元债务逾期 日发精机称将适时剥离薄弱业务板块

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

承诺能够在年内平稳处理到期债务后不久，日发精机(002520.SZ)重要子公司Airwork公司近日宣布近6亿元贷款已逾期。

日发精机在近日发布的公告中坦陈，作为公司重要子公司，Airwork公司相应债务逾期对公司及其他子公司境内银行贷款及授信业

务或将产生间接的负面影响。

近两年Airwork公司持续大额亏损，对日发精机业绩已经产生较大影响。就该公司及相应资产处置问题，日发精机方面回复《中国经营报》记者采访时表示，基于实际经营情况、市场环境及公司未来战略规划，上市公司将适时剥离薄弱业务板块，优化资源优势，聚焦高端装备智造领域业务的发展。

子公司持续亏损

资料显示，Airwork公司主要从事民航货运飞机的设计改造、维护及租售等，可为客户提供运营资质、飞机、机组成员、日常维护、航空保险等全套“交钥匙”服务。

自2018年从控股股东日发集团手中收购Airwork公司以来，因该公司存在业绩承诺未完成及近年持续大额亏损等问题，日发精机业绩受到明显影响，并与控股股东产生诉讼纠纷。

因Airwork公司相关事项，日发精机近年来还频繁受到监管关注。

不久前的年报问询函指出，2023年期末，Airwork的流动负债超出流动资产8.01亿元，现金及现金等价物余额仅0.42亿元，但共计7.83亿元银行借款及利息将于2024年7月31日前到期。就此情况，深交所要求日发精机结合Airwork经营情况及财务状况、未来大额借款还款安排等，说明该公司持续经营能力是否存在重大不确定性风险。

对于Airwork公司大额借款还款安排，日发精机在回复问询函时表示，上述7.83亿元借款为外部金融机构融资，预计展期至2025年7月偿还，至回复日，该项展期申请已进入银团审批环节，审批程序正有

序进行。

此外，2023年期末，Airwork还有1.98亿元的股东借款。对此部分借款，日发精机表示可协商展期，视后续经营情况逐步偿还。

值得注意的是，2024年第一季度，Airwork非流动负债中存在日发精机下属子公司日发捷航有限公司对其的长期借款由2023年末的1.98亿元微增至1.99亿元，一年内到期的长期借款则由7.83亿元降至7.47亿元。

在回复年报问询函中，日发精机表示，Airwork认为其能够获得足够的营运资金及融资来源，以确保该公司于2024年内能够清偿或平稳处理到期的债务。因此，采用持续经营基础编制Airwork财务报表是恰当的。

但此后不久，日发精机就发布公告称，Airwork公司于2019年4月以其全部现有及未来(即2019年4月及以后)持有的资产作为抵押范围签订银团贷款合同，于2024年7月31日，该笔银团贷款到期应偿还本金分别为8335.60万美元及23.08万新西兰元，合计折合人民币5.96亿元，截至公告披露日，该笔贷款已逾期。

资料显示，意大利MCM公司主要业务是在意大利及海外生产、组装、销售机床及相关零部件。2021—2023年度，该公司净利润

卖飞机偿债

对于上述约6亿元贷款逾期影响，日发精机在公告中表示，因上述债务逾期，Airwork公司可能会面临支付相关违约金、滞纳金和罚息等风险，以及可能会面临存量银团贷款合同中约定的相关条款无法正常履约而提前到期，如Airwork公司无法及时还款，后续可能会产生相关强制执行、诉讼以及查封冻结等风险。

“公司及其他子公司不存在为Airwork公司提供担保的情况。”日发精机表示，作为公司重要子公司，Airwork公司上述债务逾期，可能对该公司及其他子公司境内银行贷款及授信业务产生间接的负面影响。

“将调整产品结构”

除债务逾期可能产生负面影响外，近年来Airwork公司持续大额亏损，对日发精机业绩也产生明显影响。

数据显示，2022年度及2023年度，Airwork公司净利润约为-1270.99万元、-2345.37万元及-4119万元，亏损额逐年扩大。

不过，2024年上半年，相

对于上述约6亿元贷款逾期影响，日发精机已实施多项措施改善财务状况及减轻流动资金压力，其中包括对部分飞机相关资产进行出售。

“截至目前，Airwork公司已出售4架飞机机身及4台发动机，实现折合人民币0.52亿元飞机相关资产销售收入，Airwork公司将加快剩余拟出售飞机相关资产的销售，加速回笼资金。”日发精机在公告中表示，Airwork公司董事会、管理层正积极与银团进行协商，争取与银团就债务解决方案达成一致意见，以尽快解决贷款逾期问题。

实际上，在回复年报问询函时，日发精机就已透露Airwork公

司将出售飞机资产偿债。

对上述7.83亿元借款的偿债安排中，日发精机表示，Airwork公司对14架飞机机身(其中757飞机5架、737飞机9架)及24台飞机发动机制定出售计划并获得部分出售意向书或出售协议，加快资金回笼。根据评估，相关飞机资产预计市场出售价格约3.2亿元。

截至目前，该公司已成功出售3架飞机机身与2台发动机，合计出售价格4887万元，并就1架飞机机身获取了初步合同，就20台发动机与5架飞机机身获取到了2份市场报价，相关出售客户均为第三方公司。

除出售飞机机身、发动机等

资产外，日发精机表示，为清偿债务，Airwork公司采取积极措施维持剩余飞机租赁业务稳健运营，控制经营开支以改善经营活动现金流；同时积极协商解决受西方地缘政治冲突、双边制裁等客观因素影响而被扣留俄罗斯境内的飞机资产价值的赔偿事宜。

对于出售飞机资产偿债的原因，日发精机则表示，在市场环境不稳定情况下同时维护737与757两个机队变得不经济，同时审慎考虑Airwork公司日后的流动资金、经营状况以及可用的融资来源后，Airwork公司本次拟逐步剥离757飞机机队(包括机身与发动机)，聚焦737飞机机队的运营。

固传统市场优势，加大毛利较高产品的开发和新市场开拓力度，积极整合优势资源，拓展业务渠道。”日发精机方面回复称，日发机床公司新产品数控螺纹磨床用于加工丝杆与螺母，相应产品主要应用于新能源汽车、人形机器人、工业母机等行业，目前日发机床公司在市场开拓上已取得一定的进展，用于丝杆螺母的端面外圆磨床已向某客户交付使用。

不过，日发精机方面也表示，目前相应机床每笔订单金额均较小，占日发机床公司整体营业收入比例极小；日发机床公司会将相关领域的产品研发作为未来发展的重点方向。

“公司将调整产品结构，稳

时空科技预亏超6700万 前副董事长减持后又离婚分割股份

本报记者 陈雪波 卢志坤 北京报道

又一家上市公司股东离婚财产分割引发市场关注。

时空科技(605178.SH)近期发

离婚前2个月刚减持1300万元

今年6月,杨耀华以集中竞价交易方式累计完成减持公司股份99.25万股,占公司总股本的1%,总金额1301.90万元,是其4年前年薪的52倍。

根据公司公告,时空科技持股5%以上股东杨耀华与周蕾已通过协议方式办理了解除婚姻关系手续,杨耀华拟将其持有的公司476.41万股股份(约占公司总股份的4.8%)分割

布公告称,该公司持股5%以上股东杨耀华与周蕾已通过协议方式办理了解除婚姻关系手续,杨耀华拟将其持有的公司476.41万股股份(约占公司总股份的4.8%)分割

至周蕾名下。

时空科技在接受《中国经营报》记者采访时表示,股东个人婚姻状况变动,不会影响到公司的正常经营。记者注意到,时空

科技在2020年上市后很快跌破发行价,上市后公司净利润连续下跌,在2023年净利润亏损2.04亿元。

此前,该公司发布的2024年上半年业绩预告显示,时空科技预计今年上半年归母净利润亏损超过6700万元。



时空科技预计,受宏观经济及行业因素影响,今年上半年亏损超过6700万元。

视觉中国/图

一样遵守股东减持相关规定。不过,持股5%以上的投资者在短线交易和股权变动方面还是会有更多的限制。

《中华人民共和国证券法》规定,持有5%以上股份的股东,将其持有的该公司的股票或者其他具有股权性质的证券在买入后六个月内卖出,或者在卖出后六个月内又买入,由此所得收益归该公司所有,公司董事会应当收回其所得收益。但如果持股在5%之下就没有这项要求。

此外,投资者持有一个上市公司已发行的有表决权股份达到5%后,其所持该上市公司已发行的有表决权股份比例每增加或者减少5%,应当进行报告和公告,这是出于上市公司收购限制方面的考虑。同样的,持股5%之下也没有这个要求。

按照《上市公司股东减持股份管理暂行办法》相关规定,因离婚、法人或者非法人组织终止、公司分立等导致上市公司大股东(持股5%以上股东统称)减持股份的,股份过出方、过入方应当在

股票过户后持续共同遵守本办法关于大股东减持股份的规定。该管理办法对大股东减持股份作出了较多约束。

有业内人士分析指出,股东直接减持会增加市场流通股的供应量,可能引发市场对该股票未来走势的担忧,从而导致股价下跌。此外,减持行为还可能被市场解读为股东对公司未来发展前景的不看好,进一步加剧股价的波动。但离婚分割股份的行为本身并不直接反映股东对公司前景

的看法。相较于直接减持,其市场冲击可能更为温和,因为分割后的股份可能仍由同一方或相关方持有,并未立即增加市场流通股的供应量。

对于杨耀华离婚一事,时空科技回应记者表示,公司主要股东的个人婚姻状况变动,不会对公司正常的生产经营活动造成不利影响。同时,关于该股东的股份减持计划和进展,公司会严格按照相关法律法规及监管要求,及时、准确、完整地履行信息披露义务。

业务招待费用剧增

“随着疫情管控放开,社会活动回归正常,公司业务逐渐恢复,由此导致2023年度管理费用较上一年度有所提升。”

时空科技被外界广泛关注,还因其财务差错历史。2023年9月9日,时空科技披露会计差错更正公告,对2023年半年度报告进行追溯调整。公司的抚州市项目实际账龄应为3—4年,对应坏账准备计提比例应为50%。因工作人员失误,公司在2023年半年度报告中将其账龄错列2—3年,对应坏账准备计提比例为20%,导致坏账准备计提比例与实际情况存在差异。公司非独立董事王新才因信息披露违规被上海证券交易所上市公司管理一部采取监管措施。

另外,记者查看该公司官网发布的2023年财务报告时留意到,报告中出现十余次与上下文无关的“错误!未找到引用源”字样。这是否为报告编写错误?时空科技回应记者称,公司2023年年度报告上传的底稿文件不存在该问题。今年年报披露后,经查发现部分上市公司公告文件存在上述“错误!未找到引用源”的问题,或因信息披露系统转换文件不兼容等技术因素引发。

与此同时,时空科技一些费用的快速增长同样令人关注。比如,2023年管理费用中的“业务招待费用”从上一期的185.09万元快速增加至846.87万元,增幅357.54%,为上市4年来花费最多的一年;差旅费用也从289.20万元快速增加到了708.28万元,增幅144.91%。总的来看,销售费用比上一期减少1055.24万元,且净利润为负,管理费用则比上一期增加了688.17万元。

大幅增长的“业务招待费用”主要用在哪些地方?对此,时空科技解释称:“随着疫情管控放开,社会活动回归正常,公司业务逐渐恢复,由此导致2023年度管理费用较上一年度有所提升,但整体在合理水平。”

照明主业受冲击

时空科技预计2024年上半年的归母净利润亏损在6700万元—8200万元。

时空科技创立于2004年,主要经营景观照明、文旅夜游、智慧停车、智慧路灯等业务。记者从其官网了解到,该公司曾承担2019北京世界园艺博览会、2021北京环球度假区、2023四川宜宾白塔山风景区等景观照明工程。

不过,近年来,时空科技的照明业务受到较大冲击。

时空科技预计2024年上半年的归母净利润亏损在6700万元—8200万元。时空科技对业绩预亏解释称,公司收入规模较上年同期有所增长,但受宏观经济

济及行业因素影响,业务毛利空间被压缩;地方财政及其他因素导致公司已施项目回款周期延长,根据会计政策计提的资产减值及信用减值损失直接影响公司利润;公司推进降本增效的经营措施,但固定成本支出及必要经营性支出压降空间有限。

该公司2023年年报就曾提到,近几年,受宏观环境、地方财政等因素的影响,我国景观照明行业热度逐渐恢复理性,市场竞争有所放缓。虽然政策端已出台措施来刺激文旅消费、夜间经济

等发展,但受政策传递时效性及需求重建复杂性等影响,行业修复仍需时间。

受业绩波动影响,时空科技的研发支出在缩减。今年一季度,该公司研发费用为212.96万元,不到去年同期454.85万元的一半。

今年4月19日,时空科技宣布将终止“信息化平台及研发中心建设项目”,将剩余8336.31万元募集资金永久补充流动资金。公司投建“信息化平台及研发中心建设项目”旨在提升公司内部运营效率和创新研发能力,降低公司管理成本

和资源损耗,项目本身并不直接产生经济效益。

记者了解到,上述项目已经投入4707.02万元,完成进度38.44%。终止已经大额投入的项目是否会造投资浪费?时空科技回复记者采访时表示,调整该项目的投入,是基于对当前宏观经济环境、行业发展趋势以及公司自身经营战略的综合考量后,所做出的审慎且合理的决策。此举能够进一步提升募集资金使用效率,优化公司财务结构,进而为景观照明、智慧城市

等主营业务的持续稳健发展提供更为坚实的资金保障和动力支持。

此外,时空科技在2023年公告的一项原定用于补充流动资金,接近2.68亿元的定向增发,也于今年2月被该公司宣布终止。

在照明业务之外,时空科技也在探索停车业务的可能性。去年,该公司通过增资控股的方式获取了专注于停车业务的捷安泊交通科技(辽宁)有限责任公司的股权,但停车业务尚未能够帮助时空科技走出亏损困境。

兆驰股份上半年海外营收占比继续提升 电视出货量居前列

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

兆驰股份(002429.SZ)近日披露的业绩报告显示,公司上半年实现营收、净利双增长。

根据其近日发布的财报,兆驰

股份上半年共实现营业收入95.2亿元,同比增长23.07%;对应归母净利润为9.11亿元,同比增长24.04%,但增速较去年同期放缓。

《中国经营报》记者了解到,上半年兆驰股份LED产业链净利润

贡献占比超过50%,已成为第二增长曲线。其海外收入占比自去年以来首次超过国内市场,今年上半年海外业务收入占比继续提升。行业数据显示,其电视出货量上半年居行业第二。

功进入三星供应链体系。当年,LED产业链收入达45.04亿元,同比增长19.13%,占营收比重为26.24%。

今年上半年,公司LED全产业链在产销量、技术、市场等方面均有突破。其中,兆驰半导体作为公司LED业务板块最主要的营收来源,上半年实现营收13.71亿元,净利润3.78亿元,已高于2023年全年净利润。

据了解,兆驰股份于2017年在江西南昌成立兆驰半导体,进入LED芯片行业,并先后投资建设了LED外延片及蓝绿光芯片项目、红黄光芯片项目,项目于2021年实现首次盈利。

此外,COB显示应用也在2024年上半年实现营业收入4.32亿元,净利润0.77亿元。据了解,点间距越小,COB的竞争优势越明显。目前,在P1.2及以下的市场,兆驰股份COB产品的渗透率已超过50%。

海外收入占比过半

财报显示,上半年,兆驰股份多媒体视听业务(包括智慧显示业务、视频网络业务以及光通信器件业务)实现营收69.36亿元,同比增长20.87%;营收占比高达72.86%。

智慧显示终端作为公司的基石业务,上半年电视、显示器等智慧终端出货量超540万台,同比增长约4%。其中,电视出货约508万台。

据了解,去年随着Mini LED背光电视成本降低、渗透率提升,兆驰股份电视ODM业务开始承接Mini LED电视整机的订单。

洛图科技数据显示,去年兆驰股份的电视ODM业务全年出货量约为1050万台,同比增长24.7%,在电视ODM工厂中出货量排名第三,并且是专业代工厂中涨幅最大的企业。今年上半年,其电视出货量位居行业第二。

今年4月底以来,红海冲突、外贸企业抢出口等多种因素导致海运价格上涨,欧洲、美洲航线的运价涨幅普遍在两位数,部分航线运价涨幅近50%。

受此影响,从国内LED显示龙头企业业绩来看,今年一季度均出现不同程度下滑。兆驰股份也不例外,海运问题在短期内影响了公司的出货节奏,导致第一季度以北美为代表的海外区域市场订单缩减。

不过,今年2月份时,沃尔玛宣布收购Vizio,而兆驰股份作为ONN(沃尔玛自有电视品牌)最大的电视代工厂,也顺利进入

Vizio供应链,电视ODM业务表现在第二季度明显复苏。

公开数据显示,2023年全球LED显示屏市场规模保持了增长的态势,达到了约73亿美元,同比增长了5.1%,其中,中国市场规模为23.5亿美元,同比增长了1.5%,增长幅度不如预期。

但在海外市场,特别是北美、亚非拉等地区,LED显示屏市场规模则继续保持较高增长。在此情况下,海外市场已经成为中国显示屏行业的第二增长点。今年巴黎奥运会、美洲杯等体育赛事相继举办,海外市场的需求再次受到激发。

兆驰股份同样重视海外市场布局,据了解,公司去年实现营收171.67亿元,同比增长14.23%。其中,境外地区实现营收94.31亿元,同比增长42.01%,营收占比也由2022年的44.19%增至54.94%。

上半年,兆驰股份海外业务营业收入为53.21亿元,收入占比55.9%,占比继续提升。

值得一提的是,为进一步深化Local(当地)策略,兆驰股份正在建设越南新厂房。今年6月14日,兆驰股份公告称,公司拟以自有资金向全资子公司香港兆驰增资2400万美元(约1.7亿元);同时,香港兆驰拟出资2400万美元在越南投资设立越南兆驰并投建生产基地。

兆驰股份在近日的机构调研中指出,公司长期深耕北美,已形成先发优势,并与战略客户建立了紧密合作。目前,南美及东南亚地区电视市场正在持续增长,在越南设立工厂可以助力公司实现海内外两大生产基地的战略布局,在抢抓南美及东南亚地区市场机遇的同时,又保证了全球供应链的稳定性,使得公司能够更便捷地服务于全球市场的影响力。

不过,公司上半年净现金流为-7.19亿元,同比大幅下滑1018.44%,经营性现金流-5.72亿元。

记者就经营活动现金流净额较去年同期减少致电兆驰股份,其相关负责人表示,这主要受两方面因素影响:一是公司成功引入重要客户并实现订单的逐步放量,同时核心客户也保持了稳定增长,这使得公司电视ODM在手订单量非常充足。同时,公司为了应对北美市场的Q3旺季需求,按照订单需求采购了足量的面板,这一策略直接导致了经营活动现金流净额的减少。

二是智慧显示终端作为公司的基石业务,其海外收入占比相对较大,且海外业务账期相对较长。加之Q1为传统淡季,对公司的经营活动现金流流入产生了一定的影响。

对于这些挑战,兆驰股份表示,公司依然通过积极的订单管理和供应链管理策略,确保了业务的稳定增长和市场份额的稳步提升。

大博医疗隐秘的关联方被曝光

本报记者 陈婷 曹学平
深圳报道

近日来，大博医疗(002901.SZ)先后被厦门证监局、深交所采取监管措施。

经查明，大博医疗存在关联人名单及关联关系披露不完整、闲置募集资金使用不规范等违规事实，公司实际控制人及董事长林志雄、总经理罗炯等相关人员被指对所提违规事项负主要责任。

而随着违规行为的揭开，更多疑点浮现，尚待大博医疗进一步说明。

监管函显示，大博医疗存在开放部分OA系统权限供捷斯尔(厦门)医疗科技有限公司(以下简称“捷斯尔”)、百迈思(厦门)医疗科技有限公司(以下简称“百迈思”)等公司部分人员使用，并协助其开展工商注册、人事招聘、物资采购、合规管理等行为。前述公司与大博医疗存在特殊关系，可能造成利益倾斜，应认定为大博医疗关联方，而大博医疗未依照规定在相关定期报告中进行披露。

工商信息显示，捷斯尔、百迈思分别成立于2019年1月及2022年5月，地址均在厦门市海沧区新阳街道后祥路218号。2020年9月—2021年11月，林志雄曾是捷斯尔的实控人，其后来退出。目前，捷斯尔、百迈思仍与林志雄控制的多个企业共用一个联系电话或邮箱。

大博医疗因何协助捷斯尔、百迈思开展经营？这两家公司实际上是否为林志雄的资产？大博医疗与捷斯尔、百迈思是否有过业务往来？对此，大博医疗证券部相关工作人员仅对《中国经营报》记者表示，上述监管措施不会影响公司正常的生产经营活动，相关整改信息可关注后续公告。

与实控人关系密切

由大博医疗实控人合作伙伴、前股东、经销商共同成立的捷斯尔，与林志雄控制的雅博捷锐共用一个电话和邮箱。

被监管机构指出与大博医疗存在特殊关系的捷斯尔、百迈思，过去未曾出现在大博医疗的相关公告中。但工商信息显示，三者之间有着千丝万缕的联系。

经过股权穿透，捷斯尔由陈如龙、厦门金阁投资有限公司(以下简称“厦门金阁”)分别持股96.5%、3.5%，陈如龙是捷斯尔的实际控制人，并在该公司担任执行董事。

根据工商资料，捷斯尔注册资本为900万元，主要从事科技推广和应用服务、医学研究和试验发展、第一类医疗器械生产等，2021—2023年公司工商年报参保人数均低于5人。2021年，捷斯尔总资产为487.74万元，总负债为145.36万元。

公开信息显示，捷斯尔最初由陈如龙、林庆龙、温源龙成立，三人分别持股35%、35%和30%。2020年9月，前述三人将其持有的全部捷斯尔股权转让给昌都市大

公告称关联交易正常

大博医疗实控人的附属企业与大博医疗2023年度关联资金往来累计发生金额约为278.92万元，2023年度累计偿还金额约为232.63万元。

根据招股书，大博医疗最初由林志雄、吴宏荣于2004年8月共同出资设立，二人分别持股80%、20%。2008年1月，林志雄将其持有的30%股权及吴宏荣所持20%股权转让予林志军独资成立的大博国际投资有限公司(后更名为“大博医疗国际投资有限公司”，以下简称“大博国际”)。大博医疗上市前，林志军是公司的唯一自然人股东。截至2024年第一季度末，大博商通(实控人为林志雄)对大博医疗持股43.46%，林志军直接持股19.52%，林志雄直接持股0.82%，大博国际持股20.03%。

值得注意的是，近期，林志雄与大博商通正在筹划内部协议转让股份事项，双方于6月签署相关协议，大博商通拟将其持有的占大博医疗总股本43.46%的股权，以25.52元/股的价格转让给林志

雄，价款总计约为45.92亿元。7月5日，大博医疗公告称，上述股份转让计划有变，大博商通拟转让的股份数量变更为35%，价格变更为22.29元/股，价款合计约为32.3亿元。林志雄应在取得相关合规确认函后在三年内完成交易对价的支付。

上述股权转让事项完成后，大博商通的持股比例降至8.46%，林志雄直接持股比例升至35.82%，届时，林志雄将成为大博医疗的第一大股东。对于筹划上述股权转让的原因，大博医疗仅在公告中披露为“资金安排需要”，林志雄在六个月内不减持其所受让的股份。

财报显示，1996年9月至2004年7月，林志雄在厦门中山医院任骨科主治医生；2003年4月至2004年6月，前往日本国立千叶大学骨科研究室进修并获得日本国立千



本报资料室/图

博通商医疗投资管理有限公司(现更名为“广西大博商通创业投资有限公司”，大博医疗第一大股东，以下简称“大博商通”)、博为创新(厦门)医疗科技合伙企业(有限合伙)、厦门金阁，捷斯尔实控人变更为林志雄。但一年后，陈如龙又重新回到捷斯尔，接盘了除厦门金阁外其他两名股东持有的全部捷斯尔股份。

值得注意的是，陈如龙与林志雄的交集不止于捷斯尔。工商信息显示，陈如龙曾在林志雄控制的厦门凝赋生物科技有限公司担任法定代表人、经理，任职日期为2021年8月—2022年7月。

事实上，捷斯尔另外两名原始股东也与大博医疗关系密切。目前仍在捷斯尔担任监事的林庆龙，其持股50%的泽康立(厦门)医疗器械有限公司是大博医疗2019年、2020年上半年的经销商。据厦门市南靖商会微信公众号披露，由林庆龙担任总经理的厦门宝康基业

贸易有限公司主要代理大博医疗的骨科内植物系列产品。财报数据显示，截至2019年第一季度末，温源龙是大博医疗前十大无限售条件股东之一。

如今，由大博医疗实控人合作伙伴、前股东、经销商共同成立的捷斯尔，与林志雄控制的雅博捷锐(厦门)医疗科技有限公司(以下简称“雅博捷锐”)共用一个电话和邮箱，使用该邮箱的还有林志雄控制

的创举时代(厦门)医院投资有限公司、厦门市隐齿佳管理咨询合伙企业(有限合伙)等多个主体。

类似的情况也出现在百迈思身上。工商信息显示，百迈思与林志雄控制的武汉市博创中源医疗科技有限公司、厦门博聚众鼎投资合伙企业(有限合伙)、聚源星(厦门)投资合伙企业(有限合伙)使用同一个联系电话，还与林志雄的胞兄弟林志军控制的小林通(厦门)

医疗技术合伙企业(有限合伙)共用一个电话，林志军也是大博医疗的实控人。

百迈思注册资本为500万元，主要从事技术服务、技术推广和第二类医疗器械销售等，公司2023年的参保人数为13人。百迈思实控人、执行董事及经理邱旋同时在陈如龙控制的喀秋莎(苏州)医疗科技有限公司担任法定代表人和执行董事。

广东国资主能否纾困海王生物？

本报记者 苏浩 曹学平 北京报道

时隔两年半，海王生物(000078.SZ)筹划的资产重组事项终落定。

近期，海王生物发布公告称，广东省丝绸纺织集团有限公司(以下简称“丝纺集团”)与公司控股股东深圳海王集团股份有限公司(以下简称“海王集团”)签署了《股份转让协议》，约定海王集团将其持有的公司3.16亿股无限售条件流通股通过

22亿元出让控制权

资料显示，海王生物成立于1992年，是一家以医药研发、医药商业、医药工业为核心业务的大型医药上市公司，公司于1998年12月在深圳证券交易所上市。

丝纺集团成立于1982年，是经广东省人民政府批准组建，广东省国资委直接监管的省属大型国有企业集团。由广东省广新控股集团有限公司(以下简称“广新集团”)100%控股，后者则由广东省人民政府和广东省财政厅分别持有90%和10%的股权。

早在2022年3月，海王生物就曾发布《关于筹划重大事项的提示性公告》，其中就提到公司拟筹划重大资产重组及混合所有制改革事项，该事项可能涉及公司实际控制人变更。然而时隔两年多，上述资产重组事项也正式揭晓。

根据公告，本次股份转让的转让价格为2.43元/股，总价款共计7.67亿元，占截至公告披露日海王生物股份总数的11.48%。叠加丝

纺集团及广新集团拟认购的不超过6.2亿新股，约14.88亿元。此次，丝纺集团及其一致行动人拿下海王生物控制权将耗资约22.55亿元。

根据公告，海王生物的控制权变更过程将分为三个阶段：首先是进行股权转让，其次是原控制人放弃其表决权，最后是实施定向增发。

海王生物方面告诉记者，此次公司引入国有资本后，将进一步优化公司股权结构，构建“国有体制、市场机制”的创新发展模式，充分利用国有资本的政策倾斜、项目支持、人才资源和融资渠道等优势，实现公司与股东优势资源的深度整合与协同发展，对公司发展产生深远影响。

在医药流通行业集中度日趋提升的背景下，医药流通行业前十名中，国资背景的企业占据了多数席位，相较于民营企业在资金、融资成本等方面优势明显。

“引入国有资本将使公司在

市场竞争中占据更有利的位置，将为未来的业务拓展和市场份额提升奠定了坚实基础。”海王生物方面表示，国有资本的销售渠道和客户资源将为公司提供强有力的支持，促进市场覆盖率的提升，进而带动销售收入与市场份额的双重增长，增强公司的核心竞争力和盈利能力。

在资金层面，引入国有资本将为公司注入资金支持，有效地解决公司资金压力，降低资产负债率，为公司的稳健发展提供坚实的资金保障。同时依托国资背景，公司将有效降低公司融资成本，优化财务结构，提升抗风险能力。

而在管理赋能层面，引入国有资本也将为公司带来先进的管理理念和丰富的管理经验，有助于将公司的整体管理水平推上新的台阶。国资管理赋能将与公司原有的创新能力及市场优势相结合，形成强大的发展合力，助力公司实现高质量发展。

债务压力高悬

海王生物属于医药行业细分领域中的医药流通企业。2023年，公司医药商业流通业务实现收入235.66亿元，占营业收入比重64.71%。

随着医药卫生体制改革促使医药流通行业集中度不断提升，2016年至2018年海王生物加快了收购兼并和资源整合的力度，通过外延式并购发展，子公司数量逐步增加，但随之而来的并购“后遗症”也开始显现。

年报显示，截至2023年末，海王生物商誉账面价值为8.63亿元，存在减值风险。并且，海王生物的资产负债比率一直维持在较高水平。据公司年报披露，2021年至2023年，海王生物的资产负债比率分别为80.57%、83.14%和86.94%。相比之下，同行业内的其他企业，如上海医药(601607.SH)和九州通(600998.SH)，在2023年的资产负债率则分别为62.11%和68.23%。

谈及资产负债率较高的原因，海王生物方面表示，公司所处的医药流通行业属于资金密集型行业，经营模式决定了公司对流动资金的依赖程度高，公司业务发展需要充足的营运资金支持。

近年来，受集中带量采购、国家医保谈判降价等政策的冲击，叠加公司主要医院客户资金紧张，公司应收账款回款周期拉长。公司资产负债率水平高于

同行业上市公司，主要是公司融资结构与同行业上市公司存在差异，公司主要通过银行借款及票据融资等间接融资方式筹集所需资金，近年来未采取股权融资的方式。

高资产负债率使得海王生物可能面临较高的财务风险。对此，海王生物方面表示，一方面，此次股份转让完成后，公司将受益于国资更强的融资支持、资源支持，有助于公司优化资本结构，从而降低财务风险；另一方面，公司定向增发募集的资金将用于补充流动资金和偿还有息负债，从而有效降低资产负债率，改善公司的财务状况。

此外，公司持续加强应收账款、存货、预付账款等资金占用项目日常管理，压缩低效及无效经营性资金占用，确保公司财务稳健与业务发展的良性循环。

值得一提的是，在本次股权转让过程中海王集团和王思民还做出了相应业绩承诺。

具体来看，2025—2027年，海王生物分别实现净利润不低于3亿元、4亿元和5亿元，三年累计净利润不低于12亿元；三年归母净利润不低于2亿元、2.5亿元和3亿元，三年累计归母净利润不低于7.5亿元。若未达到承诺累计归母净利润，海王集团、王思民应以股份、现金方式对丝纺集团进行补偿。

但海王生物近两年业绩表现不容乐观。2022—2023年，海王

生物归母净利润分别为-10.27亿元、-16.9亿元，两年累计亏损27.17亿元。

而丝纺集团入主后，海王生物未来又将如何提振业绩？海王生物方面告诉记者，在引入国有资本后，公司将充分利用其资源和优势，进一步扩大医药商业的整体销售规模，提升市场占有率和竞争力。同时，进一步优化医药商业布局，积极探索新市场领域，开拓高毛利的代理品种业务。

在高端器械代销方面，公司将继续深化与国际知名医疗器械企业的战略合作，加快医疗器械平台整合力度；在创新业务与延伸服务方面，公司推广SPD、设备维保等增强上下游用户黏性的附加值服务。同时探索医美、眼科等消费医疗器械业务，满足市场多元化需求；在医药工业方面，公司聚焦核心品类，梳理筛选明星产品通过自身网络布局及探索自媒体线上新型销售模式；在医药研发方面，继续加强技术创新能力、科技成果转化能力的建设。同时依托广新集团的国资资源及广东省科学院、高校资源，聚焦高质量医药健康产品创新研发，不断提升科技创新核心能力。

“公司将继续坚持以医药商业反哺医药工业战略方针，持续推动工商联动项目产品的转配送和销售工作，实现公司工业产品快速健康发展。”海王生物方面说。

氯碱化工募资40亿元扩产 市场供需矛盾显现

本报记者 陈家运 北京报道

8月4日晚间，氯碱化工(600618.SH)发布公告，计划通过发行可转债募资不超过40亿元，用于双氧水法环氧丙烷(HPPO)及聚醚多元醇一体化项目。

对于上述募资扩产事宜，氯碱化工方面在接受《中国经营报》记者采访时表示，其本次扩产项目紧密围绕主营业务开展，将进一步丰富产品结构，有利于巩固

募资扩产

自2021年以来，国内环氧丙烷处于集中扩能期，产能急剧扩张。

根据公告，上述募投项目计划总投资58.07亿元，拟使用募集资金40亿元，资金不足部分由公司自筹解决。

该项目由氯碱化工全资子公司广西华谊氯碱化工有限公司实施，位于广西钦州港经济技术开发区石化产业园，将建成30万吨/年双氧水(折百)、30万吨/年环氧丙烷、20万吨/年聚醚多元醇和5万吨/年聚合物多元醇工艺装置。目前项目已处于工程施工阶段，主体装置尚未动工，预计将于2026年3月完成工程建设，并于2026年下半年试车投产。

环氧丙烷作为重要的化工原料，可用于生产聚醚多元醇，进而生产聚氨酯，也可生产用途广泛的丙二醇及非离子型表面活性剂、油田破乳剂、阻燃剂、农药乳化剂等，被广泛应用于家具、汽车、建筑和工业绝热等领域。

氯碱化工方面向记者表示，通过实施本次募投项目，公司将结合自身优势资源禀赋，在聚醚

产业链上下游进行综合布局，以双氧水、环氧丙烷、聚醚多元醇业务进一步丰富公司产品结构，加快推动公司未来的产业布局及发展规划落地，有利于巩固公司的市场竞争力和影响力。

自2021年以来，国内环氧丙烷处于集中扩能期，产能急剧扩张。除氯碱化工之外，滨化股份(601678.SH)、红宝丽(002165.SZ)等多家公司也在积极扩产。

5月11日，滨化股份披露定增预案，拟非公开发行不超过6.17亿股，募集资金不超过14亿元，用于24万吨/年环氧丙烷和74.2万吨/年甲基叔丁基醚(PO/MTBE)项目。2月4日，红宝丽方面在投资者关系活动上表示，受地方能耗政策影响，公司16万吨/年环氧丙烷技改项目前期审批有所搁置，此前项目已完成能评手续，目前正在加紧推进，年内将投产。

据金联创统计，2023年，国内环氧丙烷产能依旧处于快速增长期，环氧丙烷总产能为622万吨/年，较2022年增加161.8万吨/年，年内开工率在65%上下波动，总产量比2022年增长11.60%。

对此，卓创资讯环氧丙烷分析师冯娜向记者分析，2018—2023年，中国环氧丙烷产能整体呈现增长态势，并且增长速度逐步加快，其间也有部分落后产能被淘汰。其产能增长主要有两方面的原因：一是环氧丙烷产品过去高毛利水平吸引了大量投资；二是自身供应紧平衡的市场格局以及下游行业需求的不断扩大，为产能增长提供了有力支撑。

冯娜表示：“近5年来，环氧丙烷下游消费量保持稳定增长，但需求结构及需求区域保持稳定。聚醚仍是最主要的下游消费领域，且主要集中在山东及华东区域。值得注意的是，聚醚需求占比一直稳定在七成之上波动。同时，华东与山东不仅是主要的消费区域，而且还是供应端的重要区域。”她预计，这种消费格局在未来一段时间内仍将

和发展在行业中的竞争优势，提高盈利能力。

中研普华研究员洪前进向记

者表示，上述项目的投资，将助力氯碱化工在聚醚产业链上下游进行综合布局，进一步丰富产品结

构，提高竞争力，并有望增加利润空间。不过，环氧丙烷的产能在快速增长，但其消费需求的增长相对较慢，这可能导致行业供需矛盾加剧，市场竞争也将变得更加激烈。



氯碱化工华胜分公司烧碱装置。

本报资料室/图

氯碱市场承压

除了氯碱化工之外，近年来其他氯碱企业的日子也不好过。

记者梳理发现，氯碱化工近两年业绩并不乐观。财报显示，2022年，该公司实现营收63.64亿元，同比下降4.50%；净利润13.71亿元，同比下降22.65%。2023年的营收为72.14亿元，同比增长13.35%；但净利润为7.61亿元，同比下滑44.51%。

中研普华研究员邱晨阳表示，产品价格下滑是导致氯碱上市公司利润减少的主要因素。特别是PVC(聚氯乙烯)在市场上遭遇了量价齐跌的困境，其价格跌幅甚至超过了大宗原材料，导致毛利润同比减少，对整个氯碱行业的业绩产生较大负面影响。

某氯碱上市企业高管向记者透露，市场长期供大于求，导致产品价格下滑，致使企业利润承压。

氯碱化工方面在2023年年报

中表示，PVC市场供应量稳中有升，供应压力增加。需求方面，近两年来房地产市场表现较为疲软，虽然国家出台了各项促进房地产稳定发展的政策，但整体下游塑料制品需求偏弱。下游加工企业开工不足，导致国内PVC需求增量有限。同时，烧碱市场2023年一季度延续下滑走势，且降幅较大，其他时间持续震荡波动。烧碱生产成本主要集中在电力和原盐两个方面，2023年我国烧碱企业使用电价仍处高位，原盐到厂价格相对稳定，企业生产成本仍处高位，运营压力加大。

事实上，除了氯碱化工之外，近年来其他氯碱企业的日子也不好过。其中，一季度烧碱市场需求强、库存低，价格随之上涨。一季度公司积极应对，灵活调整销售策略，确保生产与销售的精准匹配，努力实现效益最大化。同时准确把握市场动态和行业趋势，制定有效的经营策略，提高市场竞争力，实现效益提升。

在2023年实现营收371.18亿元，同比减少28.15%；归属于上市公司股东的净利润亏损约28.65亿元。新疆天业(600075.SH)2023年实现营收114.65亿元，同比下降19.61%；实现归母净利润为-7.75亿元，同比由盈转亏。

中泰化学方面认为，2024年，PVC市场整体预期偏弱，行情有可能出现筑底反弹，但大幅上涨的可能性较小，市场受供需格局多方面因素影响。供应方面，2024年我国PVC产量将继续保持增长趋势，并且随着沿海乙烯法PVC产能逐渐释放，其产量占比将进一步增大。需求方面，PVC消费集中在房地产相关领域，在国家各项政策推动下，PVC消费支撑有增强预期，但实际消费扩大较为困难。

进入2024年，虽然氯碱化工主营产品市场承压，但上半年其业绩依然实现了增长。

8月2日，氯碱化工发布2024年上半年报告，报告期内，公司实现营业收入38.93亿元，同比增长12.65%；归属于上市公司股东的净利润为3.66亿元，同比增长23.14%。

对此，氯碱化工方面向记者表示，2024年一季度，公司业绩增长主要得益于PVC和烧碱产品销量较上年同期增加所致。其中，一季度烧碱市场需求强、库存低，价格随之上涨。一季度公司积极应对，灵活调整销售策略，确保生产与销售的精准匹配，努力实现效益最大化。

事实上，除了氯碱化工之外，近年来其他氯碱企业的日子也不好过。

其中，中泰化学(002092.SZ)

供过于求隐忧

下游需求疲软是导致行业整体低迷的主要原因之一。

“2024年，新产能不断投放，但需求增长缓慢，环氧丙烷逐步进入供过于求状态，区域间竞争激烈，套利窗口多处于关闭状态，供需矛盾逐步显现。”冯娜表示。

冯娜分析称，2023年环氧丙烷氯醇法毛利润为866元/吨，同比提升3.46%，毛利润微增的原因因为成本跌幅大于价格跌幅。2024年一季度，氯醇法环氧丙烷成本为8587元/吨，同比下降2.67%，而毛利润为391.11元/吨，环比下降58.03%。这显示出市场环境的严

峻性。

同时，金联创分析师孙珊珊向

记者表示，近年来国内环氧丙烷行业环境仍旧不乐观。产能扩张、需求低迷，上下游博弈继续加剧，买方市场更加凸显，“旺季不旺，淡季不淡”。

一家环氧丙烷上市公司证券

部人士向记者坦言，下游需求疲软是导致行业整体低迷的主要原因之一。

冯娜指出，随着环氧丙烷进

入产能快速扩张期，高毛利时代

一去不复返。关联产品的价格波动对其价格趋势影响程度加深，甚至在某些特定时期产生决定性作用。在未来产能继续扩增下，预计环氧丙烷价格及毛利润维持低位震荡趋势，亏损亦逐步成为常态。

孙珊珊向记者表示，2024年，预计有183万吨/年环氧丙烷新产能投产，这意味着我国环氧丙烷总产能突破700万吨/年指日可待。

孙珊珊解释称，2024年，下游

的聚醚多元醇和丙二醇装置亦有

扩能增产的计划，但聚醚多元醇本身就存在供过于求的问题，且出口订单一般。另外，丙二醇整体产能不高，消耗占比较低，同时，终端相关行业复苏脚步蹒跚。因此，她预测2024年的市场需求保持阶段性的低迷，主要以刚需补货为主。

冯娜也表示，在供需矛盾下，产能利用率下降，预计未来环氧丙烷价格呈偏弱震荡趋势，高盈利时代终结，薄利甚至亏损或成为行业基本状态。

国鸿氢能上市后半年预亏2亿元 行业盈利难题待解

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

氢燃料电池公司的亏损困境仍未改观。

近日，国鸿氢能(9663.HK)公告披露，2024年上半年，预计报告期

业绩连年亏损

国鸿氢能成立于2015年6月，是一家以氢燃料电池电堆及动力系统、分布式发电、制氢装备为核心产品的氢能装备公司。2023年，公司氢燃料电池系统收入占总收入的97%以上。

2023年12月，国鸿氢能成功在港交所上市。记者注意到，上市前后，国鸿氢能均处于连续亏损状态。2020—2023年，公司分别亏损2.21亿元、7.03亿元、2.80亿元和4.08亿元。

2024年上半年，国鸿氢能亏损约2.03亿—2.16亿元，同比亏损或进一步扩大。

国鸿氢能方面表示，公司推动新一代产品进入量产导入阶段，但该新产品仍处于小批生产阶段，致使毛利润出现暂时性相对较低情形；公司持续加大氢燃料电池电堆、系统、发电系统及电解水制氢等各类重点项目的研发投入，导致研发费用同比增加；应收账款账龄延长，导致信用减值拨备增加。

国鸿氢能的亏损并非个例。同行亿华通(68839.SH、2402.HK)、重塑能源(1797.HK)等氢燃料电池企业也面临同样的境况。

内的股东应占亏损约2.03亿—2.16亿元，相较于去年同期亏损约1.24亿元，亏损幅度进一步扩大。

对于上述业绩表现及业务发

展等相关问题，《中国经营报》记者联系国鸿氢能方面，截至发稿未获

回应。一位氢燃料电池公司高管向记者表示，目前氢能产业仍处于起步阶段，市场还未形成规模效应。在销量规模相对较小、研发投入需求较大的情况下，氢能企业的经营自然比较困难。

在此背景下，一些氢能公司陆

续赴港上市融资。

其中，亿华通继2020年登陆上

交所科创板后，又于2023年1月在港

交所挂牌上市；国鸿氢能实现港交所

上市后，重塑能源于2024年2月从上

交所科创板转战港交所IPO。

成本偏高。近年来，国家出台了补

贴政策，希望能够推动产业进一步

发展。但现阶段，补贴发放周期较

长，对产业链上相关公司的发展造

成一定影响。在销量规模相对较

小、研发投入需求较大的情况

下，企业的经营自然比较困难。”

在此背景下，一些氢能公司陆

续赴港上市融资。

其中，亿华通继2020年登陆上

交所科创板后，又于2023年1月在港

交所挂牌上市；国鸿氢能实现港交所

上市后，重塑能源于2024年2月从上

交所科创板转战港交所IPO。

某氢能设备公司的一位高管

告诉记者：“目前，A股对氢能企

业的盈利要求越来越严格，很多公

司看不到短期内盈利的希望，加上排

队上市的氢能公司众多，他们又急

需资金，自然会选择赴港上市。相

比之下，港股市场政策环境宽松，

即使不盈利，允许上市。”

香橙会研究院分析指出，今年

对于氢能企业来说，缺钱是最大

的问题。一方面需要国家和地方的

补贴资金尽快发放；另一方面是上

市融资通道要尽快打通。

商业化有待提速

氢能产业链包括上游(制氢)、中游(储氢、运氢、加氢)、中游到下游(氢燃料电池系统)、下游(终端应用)。氢燃料电池系统则是氢能大规模应用的重要媒介，连接着氢能市场的中游与下游。

当前，氢燃料电池企业发展的好坏与整个氢能产业的发展密切相关。

近年来，中央和地方都出台了一系列利好政策以支持氢能产业，推动行业实现大规模商业化应用。

其中，自2020年以来，有关部门发布了《关于完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》《关于开展燃料电池汽车示范应用的通知》《氢能产业发展中长期规划(2021—2035年)》《氢能产业标准体系建设指南(2023版)》等政策，提出通过以奖代补方式对入围示范的城市群按照其目标完成情况给予奖励，推进氢能及燃料电池产业链完善，加快突破氢能核心技术及关键材料瓶颈，构建氢能全产业链标准体系，加速产业升级壮大。

特别是2024年全国两会期间，氢能首次被写入《政府工作报告》，提出“加快前沿新兴氢能、新材料、创新药等产业发展”，这也为氢能产业发展注入了一定动力。

上述氢能设备公司高管认为，氢能产业能否在一个地区发展起来，需要关注四点：一是氢

气价格是否足够便宜；二是加氢站是否形成网络布局；三是是否有购置氢燃料电池汽车的需求；四是需要找到能够支撑氢能产业发展的托底产业，如钢材、铁矿石等对重载长距离运输有需求的行业，这些行业对氢能成本有一定的承受力。

站在企业的角度来说，氢燃料电池系统和燃料电池电堆成本的下降，将推动氢能燃料电池汽车的成本大幅下降，从而提升氢能下游应用的商业化速度。记者注意到，国鸿氢能的氢燃料电池系统的平均售价已从2022年的5578.7元/千瓦下降至2023年的4583.3元/千瓦；氢燃料电池电堆的平均售价由2022年的1667.5元/千瓦小幅下降至2023年的1557.5元/千瓦。

国鸿氢能方面称：“随着氢能燃料电池行业的发展进步，氢能燃料电池产品售价不断下降，以及公司通过实现产品研发的自主化、核心原材料与生产装备的国产化、生产制造的规模化，使得我们能够降低氢能燃料电池系统及氢燃料电池电堆的售价，提高市场竞争力。”此外，除了运输应用场景拓展外，国鸿氢能还拓展了固定式应用场景(分布式发电及备用电源)，研发电解水制氢装备，努力实现产品多元化应用发展。

ST爱康退市进入倒计时

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

身处光伏行业低谷期,ST爱康(002610.SZ)深陷困境而苦苦挣扎。

近日,ST爱康发布公告称,债权人以ST爱康子公司——浙江

爱康光电科技有限公司(以下简称“浙江爱康光电”)不能清偿到期债务,并且明显缺乏清偿能力为由,向长兴法院申请对浙江爱康光电进行破产重整。

不仅如此,ST爱康的控股股东

东江苏爱康实业集团有限公司(以下简称“爱康集团”的微信公众号——爱康新能源发布《接订单、推重整,爱康复工复产在即》文章称:“爱康集团下属其他子公司的重整工作也按既定计划有序推进中,希望通过资产重组

组、债务清偿等措施,最大程度保护投资人及债权人权益。”不过,该公司随后将上述文章删除。

过去三个月里,ST爱康的发展面临一场“生死考验”。在其被ST后,监管机构警示、工厂停

产、面值退市、账户冻结、公开拍卖……一系列负面消息接踵而至,甚至牵连到地方国资。

关于重整、退市和复工等方面的问题,记者通过邮件和电话联系采访ST爱康方面,但未获得进一步回复。上述文章透露,ST

爱康方面与各地政府、法院等主管部门保持积极互动,重整工作正有序推进,尽快实现复工复产,重返正常经营轨道。

8月1日,ST爱康发布公告,深交所决定公司股票终止上市,将在15个交易日内摘牌。

拖累国资

入股浙江爱康光电并没有让浙能电力尝到多少甜头。

当前ST爱康面临的困境,牵连到了地方国资。浙能电力便是其中之一。

作为浙江省内规模最大的发电企业,浙江浙能电力股份有限公司(以下简称“浙能电力”,600023.SH)主要从事火电、气电、核电、热电联产和综合能源等业务。近年来,浙能电力积极推动向“火力发电+新能源制造”双主业转型升级,通过参股或控股的方式频频涉足光伏制造。

2021年8月,浙能电力3亿元战略入股浙江爱康光电,持股20%。2023年,浙能电力又正式获得光伏企业中来股份(300393.SZ)控制权。

不过,入股浙江爱康光电并没有让浙能电力尝到多少甜头。

7月16日,浙江爱康光电债权人——江阴康达包装制品有限公司以浙江爱康光电不能清偿到期债务,并且明显缺乏清偿能力为由,向长兴法院申请浙江爱康光电破产重整。

ST爱康方面表示,浙江爱康光电将进入破产重整程序,拟通过重整程序与战略合作伙伴、股东及债权人积极沟通,保护出资人股权,引入战略投资者,优化债务结构,尽快复工复产,保护中小投资者权益。若进入破产重整程序后重整不成功,破产重整将转为破产清算。

“浙江爱康光电不在浙能电力合并报表范围内,破产重整事项不影响浙能电力的生产经营。浙能电力对浙江爱康20%股权采用权益法核算,按3亿元核算投资成本,浙江爱康光电破产重整事项存在对其长期股权投资造成损失的风险。”浙能电力方面称。

2024年上半年,浙能电力预计实现归母净利润为36.19亿元到41.19亿元,较上年同期增加30.23%到48.22%。“该归母净利润区间已充分考虑对浙江爱康光电长期股权投资余额全额计提减值准备的影响。”浙能电力方面表示。

浙能电力方面进一步表示:“鉴于浙江爱康光电破产重整的具体方案尚未出台,且破产重整程序复杂、流程较长,时间进度难以把握,公司将根据浙江爱康破产重整进展情况,审慎确定计提资产减值准备的具体金额。”

关于浙能电力与ST爱康的合作情况以及浙江爱康光电破产重整等事宜,记者联系浙能电力方面采访,对方回应称:“不接受采访,以公告为准。”

除了浙能电力,ST爱康也寻觅了其他地方国资进行合作。

今年5月,ST爱康发布公告称,为进一步优化全资孙公司赣州爱康光电科技有限公司(以下简称“赣州爱康光电”)负债结构,其全资子公司苏州爱康光电科技有限公司(以下简称“苏州爱康光电”),赣州爱康光电与赣州市南康区城市建设发展集团有限公司(以下简称“南康建设”,实际控制人为赣州市南康区国有资产监督管理办公室)签署了《股权合作协议》。

按照协议,南康建设或其指定主体拟出资不超过3.5亿元向赣州爱康光电增资或受让苏州爱康光电持有的赣州爱康光电股权,交易完成后占赣州爱康光电股权比例不低于51%。

然而,不到两个月,赣州爱康光电因债务到期无法偿还,被南康建设全资子公司——赣州市南康区城发集团供应链管理有限公司向南康法院提起诉讼。为此,南康法院裁定执行赣州爱康光电部分资产在淘宝网司法拍卖网络平台上公开拍卖。

杭州余杭国有资本投资运营集团有限公司(以下简称“余杭国投”)是ST爱康发展中不得不提的国资平台。

早在2022年3月,ST爱康实控人邹承慧便与余杭国投开展合资合作。《杭州日报》报道,2024年2月,ST爱康出现资金缺口,余杭国投在短时间内提供了8000万元的转贷资金,还减免了企业35%的转贷费用。

公告显示,2024年5月16日,ST爱康的控股股东爱康集团的一致行动人股东股权结构发生变动,余杭国投通过间接持股成为ST爱康的单一最大股东。但如今形势下,余杭国投的投资是否打水漂有待时间检验。

对于上述事宜,记者致电余杭国投方面采访,该公司人士表示不知情,详情需联系办公室部门。记者随后致电余杭国投办公室,但无人接听。

走向退市

如今ST爱康临近摘牌退市,实控人邹承慧及关联方却早已套现离场。

毫无疑问,ST爱康面临着较大债务压力,当前急需资金纾困。

截至2024年一季度,ST爱康持有货币资金15.69亿元,而短期借款和一年内到期的非流动负债却超34亿元。

由于债务逾期,ST爱康及子公司苏州爱康金属科技有限公司、苏州爱康光电、苏州中康电力运营有限公司部分银行账户被债权人申请司法冻结,账户合计被冻结约8403.24万元。

不仅如此,由于ST爱康对外担保贷款逾期,金额约1.85亿元,可能要承担连带担保责任,包括代为偿还债务等风险。

但现实是,过去三年,ST爱康连年亏损。2021年—2023年,ST爱康经审计归属上市公司股东的净利润分别为-4.06亿元、-8.33亿元、-8.26亿元,且同期扣除非经常性损益前后净利润均为负值。

与此同时,ST爱康年度审计会计师事务所对公司2023年度财务报告出具了保留意见与持续经营相关的重大不确定性说明段的审计报告,且对公司2023年度内部控制出具否定意见审计报告。

根据《深圳证券交易所股票上市规则》,ST爱康股票被实施其他风险警示。自从5月6日其被“ST”后,便接连上演了31个跌停板。

由于ST爱康股价连续20个交易日低于1元,根据相关规定,



本报资料室/图

ST爱康亮相德国Intersolar 2024光伏展会。

公司股票将被终止上市交易,并自6月19日起停牌。

6月21日,ST爱康收到了终止上市事先告知书。按照有关规定,ST爱康有权申请听证或者提出书面陈述和申辩。随后,深交所将根据上市审核委员会的审议意见,作出是否终止股票上市的决定。对于最新相关退市情形,ST爱康方面并未回复记者。

6月1日,ST爱康公告披露,其当日收到深交所出具的《关于浙江爱康新能源科技股份有限公司

股票终止上市的决定》,深交所决定终止公司股票上市,公司股票将于15个交易日内摘牌。

ST爱康成立于2006年,并于2011年8月成为国内率先实现上市的光伏配件企业。Wind数据显示,上市13年来,ST爱康直接融资达62.3亿元。

然而,如今ST爱康临近摘牌退市,实控人邹承慧及关联方却早已套现离场。

据《证券时报》报道,上市之初,邹承慧及其关联方合计持有

ST爱康43.63%股份。但截至2024年一季度末,邹承慧及关联方合计持有ST爱康的股份已降至6.4%。

据Choice数据不完全梳理,仅2015年—2022年,邹承慧及关联方进行了30余次减持,累计减持约6.27亿股,套现金额达到20.54亿元。

2024年7月17日,在爱康集团张家港基地金融债权专项会议上,邹承慧表示:“减持的20多亿元主要用于公司偿还银行、机构的本息或支付供应商应付款等支出,部分用于相关投资,个人没有从中得利。”

转型不顺

光伏技术迭代趋势、产业市场环境都可能注定了ST爱康押注异质结电池及组件并不适宜。

历经多次战略转型,ST爱康形成了聚焦先进高效制造以及新能源综合服务两大核心主业的业务发展格局。其中,业务覆盖高效电池组件、光伏边框、光伏支架、新能源发电与综合电力服务。

但回顾过去数年,ST爱康战略转型并不成功。2011年上市初期,ST爱康业务以光伏边框为主,此外还包括光伏支架、EVA胶膜。这一年,公司延伸产业链,向太阳能电池铝边框的前端铝型材市场和产业链终端光伏电站及其他应用领域拓展。

在电站业务的加持下,到2016年,ST爱康的营业收入不断增长,净利润创新高。彼时,光伏边框和支架的收入占比已经不足50%。同一年,ST爱康通过收购形式,进入电池组件领域。

但是,受2018年“5·31”新政

落地和可再生能源补贴拖欠影响,电站资产反而成了ST爱康的包袱。受这些因素的拖累,其在2019年业绩亏损超16亿元。

在此背景下,ST爱康压缩电站业务,并加码电池和组件制造。“基于光伏产业的远大前景,2021年开始公司开启第四个五年发展规划,战略方向专注新能源高效制造、智慧能源服务两大核心主业。”ST爱康方面在2023年业绩说明会上称。

按照ST爱康的计划,公司以高效异质结(HJT)电池及组件为核心,边框、支架为支撑的高效制造产业链,通过湖州、赣州、苏州、舟山等多个高效HJT电池组件基地的战略布局,计划五年内实现超40GW高效太阳能电池及组件产能。

但实际上,光伏技术迭代趋势、产业市场环境都可能注定了

ST爱康押注异质结电池及组件并不适宜。

从技术路线上看,近三年,光伏电池技术P型向N型转变,随后TOPCon逐渐成为市场的技术主流,BC也有光伏龙头押注,但是HJT并未得到龙头推进大规模量产。

晶澳科技首席技术官欧阳阳在接受包括《中国经营报》在内的多家媒体记者采访时表示,综合考量成本、衰减等因素,HJT量产仍需要一段时间。

从市场环境来看,2021年、2022年,上游多晶硅价格飙涨,非一体化的电池组件企业的日子并不好过。直至2023年年初,多晶硅价格开启了下降通道,但此时包括多晶硅在内的光伏主产业链逐渐呈现供需错配的局面。

不难看到,如今由于光伏产业供需错配,叠加企业竞争加剧,导

致产品价格暴跌,光伏企业自2024年一季度以来便出现大面积亏损。自2023年下半年以来,光伏企业停产、减产、裁员等消息便持续不断。

2024年6月,亏损中的ST爱康发布停产消息。按照ST爱康主要生产经营地的运营情况说明,“湖州基地、赣州基地以及苏州基地的苏州爱康光电已发停工停产期间通知并作出了妥善安排,停工停产期间为2024年6月至2024年8月(暂定)”。

至于2024年8月是否复工复产,ST爱康方面并未向记者回应。7月31日,上述已删除的《接订单、推重整,爱康复工复产在即》一文指出,近日,爱康集团与三一重工旗下三一硅能公司达成重大战略合作,双方签订750MW组件代工合同。另外,爱康集团方面有海外组件订单200MW在手。

光伏巨头专利纠纷再起:晶澳科技起诉正泰新能侵权

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

光伏巨头之间的专利纠纷再起。

8月1日,有消息称,晶澳科技(002459.SZ)于2024年7月19日已在UPC慕尼黑分庭对正泰新能科技有限公司(以下简称“正泰新能”)以及正泰太阳能科技在欧洲的多家公司提起专利侵权诉讼,指控后者侵犯其一件名为“太阳能电池”的欧洲专利EP2787541 B1。

8月2日,晶澳科技方面向《中国经营报》记者证实了这一消息,并称涉及TOPCon电池技术。

晶澳科技方面告诉记者,欧洲专利法院也公布了相关信息。“目前国家和整个光伏行业都在呼吁

专利保护,公司也是出于保护知识产权的目的,现在处于提起诉讼阶段。”

正泰新能方面则向记者表示:“我司将积极应对,正在按照程序妥善处理推进,以恰当的方式捍卫我们的立场。”

晶澳科技和正泰新能都是全球光伏组件出货排名前十的知名企。第三方机构Infolink Consulting公布的2023年全球光伏组件出货榜单显示,处于第一梯队的前四名厂家分别为晶科能源(68823.SH)、隆基绿能(601012.SH)、天合光能(688599.SH)和晶澳科技。紧随其后的第二梯队企业包括通威股份(600438.SH)、阿特斯(688472.SH)、正泰新能、东方日

升(300118.SZ)和一道新能等。相比晶澳科技,正泰新能在光伏组件出货规模上仍存在一定差距。

作为“光伏老兵”,晶澳科技的发展一直较为稳健,并形成了垂直一体化产能,其主营业务覆盖光伏硅片、电池及组件、光伏电站以及光伏材料与设备等。预计到2024年年底,晶澳科技光伏硅片、电池和组件产能均超过100GW。

正泰新能是正泰集团旗下专注于光伏电池组件的企业,此前也积极布局了产业链上游,战略参股硅片、硅料企业股权。公开信息显示,预计到2024年年底,正泰新能的TOPCon组件产能将达76GW,到2025年将突破100GW,达103GW。2023年7月,正泰新能完

成20亿元C轮融资。

事实上,晶澳科技与正泰新能之间的专利纠纷具有重要的市场和技术背景。一方面,当前光伏市场供需错配和贸易壁垒升级导致了企业竞争加剧;另一方面,2024年光伏市场的主流技术风向发生转变,并向了N型TOPCon时代。

今年6月,另外两家光伏巨头——天合光能与阿特斯之间的专利摩擦也引发关注。其中,天合光能指控阿特斯旗下的常熟阿特斯阳光电力科技有限公司专利侵权,同样涉及TOPCon电池技术。

不仅如此,天合光能围绕TOPCon技术还起诉了中清光伏和润阳股份相关公司专利侵权。更早之前,TCL中环(002129.

SZ)子公司Maxeon围绕TOPCon、BC电池技术向阿特斯控股股东CSIQ、爱旭股份(600732.SH)等国内外公司发起专利诉讼。

记者注意到,今年以来,光伏行业内尊重和保护知识产权的呼声渐高。晶澳科技、天合光能、隆基绿能、协鑫集团、晶科能源等光伏企业均就保护知识产权进行呼吁。

天合光能董事长兼CEO高纪凡表示,以创新为引领,同时保护好创新成果,构建知识产权背景下的协同合作格局,逐渐打破各自为战、过度投资的状态。在他看来,如果知识产权没有得到有效保护,侵犯知识产权的行为大行其道,不能得到严惩,就不可能走出“以创新为先导”的高质量发展之路。

晶澳科技光伏产业知识产权运营中心常务副主任陈伟在2024年6月举办的光伏产业链数智化与知识产权发展研讨会上表示:“以前光伏产业蛋糕足够大,大家没有太多心思管理知识产权,但现在不同了。依靠什么走出内卷困境?需要靠光伏人自己和知识产权。”

在当前市场环境下,我国有关部门也希望通过政策规范推动光伏行业高质量发展,避免低水平盲目扩张和无序竞争。2024年7月,工信部公开征求对《光伏制造行业规范条件(2024年本)》(征求意见稿)的意见,提出鼓励企业加强知识产权开发、应用和保护,建立完善的知识产权合规管理体系。

富士康产能回流：现实考量和未来布局

本报记者 陈佳岚 广州报道

在富士康(富士康科技集团)陷入“撤离中国”的传闻中,一则其加大对河南郑州的投资引发外界关注。

日前,鸿海科技集团(以下简称“鸿海”)发布官方消息称,旗下富士康与河南省政府签署合作协议,富士康将在郑州投资建设新事业总部大楼和七大中心,在郑

产能回流与调整考量

富士康将新事业总部大楼落地郑州,布局新能源汽车试制中心和固态电池项目,这些举动无疑显示了富士康对大陆的投资重视程度。

此前,富士康要“跑”了的传闻流传甚广。

近几年,中国部分低端制造业逐渐向越南、印度转移,苹果开启分散供应链布局的战略调整,作为苹果最大代工厂的富士康也逐步将部分产业链转向印度和越南,而这引发了外界对富士康要“跑了”的关注。

一方面,可以看到,苹果从2017年开始在印度生产iPhone SE。此后不断扩大在印度的制造业务,组装iPhone 13和iPhone 14等机型,到iPhone 15和iPhone 15 Plus。苹果从全球发布之日起就在印度制造并上市销售。天风国际分析师郭明錤曾预测,2023年全球有12%—14%的iPhone将在印度生产,这一比例到2024年将增加到20%—25%。

另一方面,郑州富士康工厂作为全球最大的苹果手机生产基地,郑州手机产量面临下滑的窘境。

2017年最高峰时,郑州手机产量接近3亿台,而2023年的产量只有不到2017年的一半,仅1.43亿台。手机的产量变化也影响了河南的出口数据。根据郑州海关数据,2024年1—5月,河南

州布局新能源汽车试制中心、固态电池项目。

鸿海方面称,此次战略合作,重点聚焦富士康“3+3”战略产业转化落地,即以“电动车、数字健康、机器人”三大新兴产业,以及“人工智能、半导体、新一代移动通信”三项新技术领域为发展重

点。为此,富士康宣布在郑州投资10亿元建设新事业总部大楼,承载新事业总部功能。

“富士康的一系列动作说明了对大陆市场的重视,也表明了富士康正在积极布局新的业务领域,包括新能源汽车产业。”经济学家、新金融专家余丰慧对《中国

经营报》记者表示,富士康再次牵手河南,表明河南在吸引投资方面的优势和富士康对大陆市场的信心。

值得一提的是,近日还有消息传出部分iPhone 16订单由印度回流国内的消息,国内果链企业或有望获得更多订单。

2024年7月底

鸿海精密工业股份有限公司对外发布了一则重大投资公告,富士康将在郑州投资建设新事业总部大楼,承载新事业总部功能

项目一期选址位于郑东新区,建筑面积约700亩,总投资约10亿元

主要建设总部管理中心、研发中心和工程中心、战略产业发展中心、战略产业金融平台、产业研究院和关键人才中心、营销中心、供应链管理中心等七大中心

媒体报道

距离iPhone 16系列产品正式发布仅有一个月,郑州富士康的用人需求再次达到巅峰

多名内部员工和招聘人员向时代财经表示,富士康的郑州工厂已加大马力,进入生产的冲刺阶段



视觉中国/图

出口手机1100万台,相比2023年同期减少了约1250万台,手机出口金额为445.26亿元,相比2023年同期减少了500多亿元。

富士康将新事业总部大楼落地郑州,布局新能源汽车试制中心和固态电池项目,这些举动无疑显示了富士康对大陆的投资重视程度。于是,外界纷纷表示富士康“又回来了”。

而对于富士康的态度反转,外界也并不意外,虽然这几年富士康一直在通过分散供应链布局的方式将部分供应链转向印度,但印度的表现并没有达到苹果客

户的预期,反而还拖了后腿。

此前就有报道称,印度生产的iPhone 15出现了许多质量问题,导致合格率仅为34%。许多欧洲消费者对其品质表示怀疑,纷纷退货。

而近日,又有台湾“中时新闻网”报道,苹果正在让iPhone 16大部分代工业务回流至中国大陆,富士康为此大举招收新员工,许多零配件也转向大陆供应链采购,部分原本计划将工厂移至印度的供应链厂商开始出现动摇,暂时改为观望态度。由于目前印度工厂iPhone代工的良率

(仅五成左右)和卫生管理(大肠杆菌超标)仍存在问题,导致产品在输往欧洲与中国大陆两个市场时都造成了一些困扰,影响了市场销售量,苹果也因此决定以降价促销来应对。

有消息说,苹果CEO库克已前往中国大陆重新调整供应链布局,今年苹果已将部分产能转回大陆代工厂,比亚迪、立讯精密等大厂分食了iPhone 16供应订单。不过,苹果与鸿海方面并未对此作出回应。也有果链产业人士向记者表示:“消息仍待验证,可能性很低。”

时空大数据引关注 多方推进商业化应用

本报记者 秦泉 北京报道

数据是建设数字中国的基础资源和关键要素。而在众多数据类型中,有一种特别引人注目的数据——时空大数据,此前很少被提及。但随着千帆星座首批18颗组网卫星成功发射升空,中国版“星链”开建,以及自动驾驶的风起,“时空大数据”这一概念跃然纸上,在二级资本市场时空大数据概念股也涨幅明显。

《中国经营报》记者近日在采访中了解到,与普通大数据相比,时空大数据兼具时间、空间、属性等多个维度的信息特征。多位业内人士分析认为,得益于人工智能、云计算等技术的不断成熟,使得相关行业、企业对时空大数据的有效挖掘和应用成为可能。同时,智慧城市、环境保护、交通管理等领域快速发展,对时空大数据的需求也在不断增加。虽然时空大数据有重要价值和广阔应用前景,但市场对其了解尚不够深入,部分投资者可能跟风追捧概念股。

市场空间广阔

泰伯智库日前发布的《时空数据治理白皮书(2024)》预测,时空大数据市场规模在2024年将超过470亿元,2028年市场将突破千亿元,2023年至2030年,年复合增长率将达到19%。

全国科学技术名词审定委员会将时空大数据定义为,基于统一时空基准活动或存在于时间和空间与位置,直接或间接相关联的大数据。据此,时空大数据由时空框架数据和时空变化数据两大类组成。通过数据多维融合和关联分析与数据挖掘,揭示事物的本质规律,对事物作出更加快捷、更加全面、更加精准和更加有效的研判和

预测。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅向记者解释道:“时空大数据是基于统一时空基准(时间参照系和空间参照系),活动(运动变化)在时间和空间中与位置直接(定位)或间接(空间分布)相关联的大规模海量数据集。与普通大数据相比,时空大数据具有位置、时间、属性、尺度、多源异构和多维等特性,这些特性使得时空大数据在地理信息科学领域具有独特价值。”

中国科学院院士周成虎形象地指出,时空大数据是将时间和空间信息结合在一起的数据体系。

导航技术告诉人们“在哪里”,而时空大数据则进一步告诉人们“那里有什么”和“在什么时间”。

泰伯研究院认为,提升时空大数据规模和质量、激活数据价值、建立数据制度、守护数据安全是测绘地理信息行业发展的新要求和下一站。因此,时空数据治理有望成为未来五到十年最重要的研究课题之一。而作为最有价值并且治理基础最为扎实的公共数据资源之一,相关部门已密集推出了一系列关于时空大数据的政策措施,旨在持续挖掘并释放其关键要素的价值。

此前,自然资源部发布了《国

土空间规划城市时空大数据应用基本规定》,制定了以时空大数据为核心资源的宏观架构,提出了深度理解城市运行深层结构的技术方法。7月29日,自然资源部印发的《关于加强智能网联汽车有关测绘地理信息安全管理的通知》提出,“鼓励地理信息安全应用探索”,“组织开展高级别自动驾驶所需的地理信息服务、测试,促进地理信息新业态发展和新应用推广”。此举也引爆了二级资本市场,大量的投资者向上市公司求证是否涉及时空数据业务,截至8月7日收盘,时空大数据概念股累计上涨超10%。

企业方面,中国星网、中国移动近期共同出资40亿元,成立中国时空信息集团有限公司。此外,各地政府的时空大数据平台也相继建成。

不过,在天使投资人、资深人工智能专家郭涛看来,近期时空大数据受关注度高的原因主要是数字经济快速发展,其价值日益凸显;同时,人工智能、物联网、5G等技术的发展使其应用场景不断拓展。相关概念股在资本市场受关注,不排除有一定炒作成分。虽然时空大数据有重要价值和广阔应用前景,但市场对其了解尚不够深入,部分投资者可能跟风追捧概念股。

仍未真正盘活

时空大数据作为新型基础设施,正在深刻改变我们的生产方式、生活方式和思维方式。周成虎表示:“数字中国,没有时空大数据是不可能的。”他认为,今天的时空大数据已经进入了空天地海网的立体时代,要发展空间智能技术、全空间信息系统,还要发展全息地图,“就像元宇宙一样,你看不见的同样也能够展示给你”。

郭涛认为,目前时空大数据商业化程度处于初级阶段,其可在城市规划、交通管理、公共安全、商业智能等领域得到充分利用,例如为城市规划者提供决策

辅助,帮助优化交通信号灯控制、改善道路规划;用于犯罪分析、灾害预警;以及帮助企业了解消费者行为和偏好以优化营销策略等。

虽然时空大数据的应用场景广阔,但作为数据资源并未真正盘活。

泰伯研究院认为,目前国内对于时空数据重管理、轻治理,应用时重平台、轻机制。目前,提到时空数据,更多的解决方案是效仿企业数据管理形成时空大数据平台,收集数据、进行数据分析、挖掘数据价值,但多为独立板块的数据管

理。数据治理更注重各个组织的协同。达成数据治理共识、建立统一的管理战略、管理规范、管理环境,融合“空天地”、人、车、城、自然等多源数据,从时间、空间及数据本身挖掘数据价值,为宏观治理提供预警、决策等辅助。

目前,各地积极建设时空大数据平台,采集地方数据接入国家级平台。但对于已有时空数据从流通、使用再到交易并未形成成熟的机制,更难接入到市场中实现时空数据资产化。同时,除平台建设外,各方也并未为下游各场景端应用的机制建设、运作、

安全保障等提供专项资金支持。如此看来,时空数据资源并未真正盘活,平台只起到一个容器的作用。

袁帅表示,时空大数据的大范围商用还面临一些问题。其一,数据采集、存储、分析的成本高昂,且对技术依赖性强,中小企业面临较高门槛。时空大数据的标准化和规范化程度还有待提高。

其二,时空数据的隐私和安全问题也需要得到充分的重视和解决。目前,各方对时空数据安全的重视程度相对较低,这可能会导致数据泄露、滥用、篡改等风

险,从而威胁到国家安全、社会稳定和个人隐私。

为此,泰伯研究院建议,有关部门未来应针对时空数据安全制定严格的管理政策;建立一套完整的时空数据安全标准体系,包括数据格式、加密技术、访问控制等方面的标准;建立专门的时空数据安全监管机构,负责对时空数据的收集、处理和使用进行监督和检查;针对时空数据的特点和安全需求,应加大安全技术研发力度,如开发有针对性的高效的数据加密算法、设计安全的数据存储和传输方案等。

开放式耳机释放“鲇鱼效应” 蓝牙耳机市场持续复苏

本报记者 陈佳岚 广州报道

全球经济增长放缓，无线耳机市场需求疲软。然而，在蓝牙耳机细分领域中，不入耳的开放式耳机由于在佩戴舒适度、造型等方面有区别于传统耳机的体验，正成为蓝牙耳机市场又一新的关注点，同时，也为无线蓝牙耳机市场带来了新的增长机会。

近日，《中国经营报》记者从国际数据公司(IDC)方面了解到，继2023年中国蓝牙耳机市场销量反弹，同比增长7.5%后，2024年上半年中国蓝牙耳机市场出货量达到5540万台，同比增长20.8%。其中，开放式耳机市场强势增长，出货量1184万台，相比于2023年上半年出货量增长303.6%。开放式耳机主要由骨传导和气传导两种技术组成，其中气传导分为耳挂式和耳夹式两种形态，真无线式的耳挂产品2024年上半年出货量同比增长1015%，耳夹产品同比增长522%。而拥有一定技术壁垒及特定使用人群的骨传导产品发展已进入较平稳阶段，上半年出货量同比增长34%。

目前，蓝牙耳机市场仍由真无线耳机(True Wireless Stereo, TWS)产品主导，而多位业内人士在接受记者采访时表示，从短期来看，开放式耳机不太会取代真无线耳机，但会成为耳机的第二选择，开放式耳机是否会成为未来的主流还要看它未来是否能满足消费者的大部分需求。

整体市场增长

相比于真无线耳机市场竞争激烈和增长放缓，开放式耳机市场正呈现强势增长趋势。

苹果AirPods诞生之后，不仅打破了由索尼、森海塞尔、铁三角、AKG等传统耳机品牌在高品质音频市场多年的市场垄断，也让真无线耳机产品迎来了前所未有的繁荣。然而，随着真无线耳机产品的同质化竞争加大以及越来越多的开放式耳机产品的推出，开放式耳机正成为蓝牙耳机市场的最大亮点。

近日，IDC发布的《中国无线耳机市场月度跟踪报告》显示，2024年上半年中国蓝牙耳机市场出货量达到5540万台，同比增长20.8%。而去年同期中国无线蓝牙耳机市场出货量4588万台，同比略有下滑，2022年全年中国无线蓝牙耳机市场则出现双位数同比下滑。可以看到，整体无线蓝牙耳机市场正在恢复过去的双位数增长。

IDC的数据显示，2024年上半年，真无线耳机市场出货3508万台，同比增长5.6%，整体出货占比达到63.3%。可以看到，真无线耳机市场不仅仍占据蓝牙耳机市场主导地位，也呈现增长态势，但并没有跑赢整体蓝牙耳机20.8%的增速。

IDC认为，上半年真无线耳机增长速度放缓，与主动降噪技术的普及，产品技术壁垒明显下降，现阶段缺乏可让消费者明显感知差异的新技术出现来驱动市场相关。

“目前的真无线耳机市场价格战激烈，头部厂商加速布局入门级产品，与手机绑定的促销政策正推动低价产品快速增长。此外，中小厂商卷价格、卷技术，造成了产品同质化严重的情况，长续航、深降噪、低价格已成为真无线耳机市场主流。”IDC中国研究经理戴翘楚认为，目前，价格下探仍是带动真无线耳机市场还在增长的重要因素。

相比于真无线耳机市场竞争激烈和增长放缓，开放式耳机市场正呈现强势增长趋势。IDC数据显示，2024年上半年开放式耳机出货1184万台，同比增长303.6%。

而开放式耳机的成长也进一步抢占了真无线耳机的市场份额。

“开放式耳机2024年上半年的出货量在蓝牙耳机市场的占比达到了21.4%，而去年同期这一占比只有6.4%，开放式耳机市场的增长在一定程度上也影响到了真无线耳机产品的市场份额，可以看到，2024年上半年真无线耳机的出货量份额比去年同期下滑了9.1%。”戴翘楚对记者分析，开放式耳机产品分流真无线耳机产品市场一方面是受到了厂商策略的影响。



在“2024深圳国际移动电子展”上，用户正在体验试戴蓝牙耳机。视觉中国/图

响，有些做低价产品的厂商直接减少对真无线的投入改做开放式产品，另一方面是开放式产品在佩戴卫生和户外运动安全上有天然的优势。

记者注意到，在IDC过去的报告中，中国蓝牙耳机市场主要形态包括真无线耳机、颈戴耳机、头戴耳机三类，而IDC最近的报告则指出，目前主要形态除了真无线耳机、颈戴耳机、头戴耳机，还有开

放式耳机，开放式耳机甚至在今年上半年已晋升为蓝牙耳机第二大品类。

2021年，由Oladance公开提出“OWS(Open Wearable Stereo)”的概念，使得开放式耳机逐渐成为市场上的明星产品。事实上，自2022年以来，以骨传导为代表的开放式耳机产品就展现出了124%强劲的增长势头。随后两年，开放式耳机持续受到消费者的追捧。

未来主流？

开放式耳机能否实现良好地可持续发展，也要看它后续能否在技术上实现突破，并弥补自己的短板。

从参与品牌来看，开放式耳机可分为两类，以Oladance、Shokz和Cleer为代表的新兴品牌，和以音频厂商(Sony、Bose、JBL等)与手机品牌(小米、华为等)为代表的知名品牌玩家。

手机厂商中，小米在2023年10月底发布了首款骨传导耳机，而华为则在12月推出了首款耳夹式OWS耳机FreeClip，新颖的形态设计，并借助华为生态提供无损音质，引发市场的高度关注。其他手机厂商则仍处于观望状态。

那么，开放式耳机是否会成为

未来主流？多位行业人士同时向记者分析，开放式耳机短期来看不太会取代TWS的市场地位，而会成为耳机的第二选择。

尽管开放式耳机市场增速不错，也充满机遇，但也面临一系列挑战。

Canals研究分析师秦艺源表示，随着越来越多的玩家进入市场，尤其对于手机厂商来说，它们拥有天然的渠道和生态绑定优势，会对目前的竞争格局造成一定的冲击，挤压其他类型玩家的生存空间。同时，市场教育也是难题之

一，目前开放式耳机仍处于市场教育阶段，消费者对开放式耳机的认知有待提高，而目前成熟的产品定价较高，试错成本较大，使得一些潜在用户对尝试开放式耳机持观望态度。

“目前，入门级产品多由白牌玩家提供，仅能够满足用户的基本需求，价格低但产品不够成熟，极易对市场教育造成负面影响。”秦艺源表示。

在戴翘楚看来，开放式耳机是否会成为未来的主流还要看它未来是否能实现良好的可持续发展，也要看它后续能否在技术上实现突破，并弥补自己的短板。

求。真无线已能覆盖通勤、运动、办公等多种使用场景，且它还有主动降噪这一技术优势。开放式耳机目前优势最突出的使用场景是长时间佩戴，但同时它对环境噪音的处理略逊于真无线耳机。

戴翘楚表示，短视频、音频的发展让人们长时间佩戴耳机的需求逐渐增加，同时人们的健康意识也在逐渐提高，这些都是开放式耳机的机遇，但开放式耳机能否实现良好的可持续发展，也要看它后续能否在技术上实现突破，并弥补自己的短板。

黑芝麻智能上市即破发 产品力仍待提高

本报记者 李玉洋 上海报道

8月8日，黑芝麻智能(02533.HK)在港交所挂牌上市，公司以每股28港元发售3700万股股票，筹资约10.4亿港元。不过，开盘后，公司股价出现了较大跌幅，较发行价28港元/股一度跌去四分之一，截至当日收盘，黑芝麻智能股价为20.45港元/股，下跌26.96%，市值116.40亿港元。

根据公告，该公司拟将全球发售所得款项净额的近八成用于未来五

旗舰产品总出货量已超15.2万片

公开资料显示，自2016年成立以来，黑芝麻智能先后进行了10轮融资，投资方既包括腾讯、小米这样的明星公司，也包括吉利、上汽集团、蔚来等车企，以及北极光创投、海松资本、君联资本等投资机构。

黑芝麻智能提交的上市申请信息显示，黑芝麻智能将自己定位于一家车规级智能汽车计算SoC及基于SoC的解决方案供应商，为主机厂、Tier1(车厂一级供应商)提供车规级的高算力SoC，和基于SoC与算法的解决方案。

从招股书来看，2021年至2023

年智能汽车车规级SoC(系统级芯片)、自动驾驶解决方案等方面的研发上，约10%用于提高公司的商业化能力；剩余约10%将用于补充营运资金及一般公司用途，尤其是采购存货用于公司SoC量产。

《中国经营报》记者注意到，早在2023年6月，黑芝麻智能就向港交所递交了招股书，但由于6个月内未通过聆讯，于2024年1月上市申请材料失效；3月下旬，该公司再次向港交所递交主板上市申请。而4天后，国

内另一家自动驾驶芯片公司地平线也递交了港股上市申请。

黑芝麻智能暂未回复记者采访。但电子创新网创始人张国斌对记者分析道：“黑芝麻智能顺利登陆港股有几个原因：一是出货量获得认可，二是芯片产品在算力、集成度、性价比等方面均表现出色，三是该公司在发展过程中也颇受资本青睐。”另外，虽然黑芝麻智能上市比地平线早，但并不意味着黑芝麻智能未来发展就超越地平线，这两家公司都有发展潜力。

能主力产品华山A1000系列截至去年年底，总出货量已超15.2万片，其客户群也在扩展，由2021年年底的45名增长至截至2023年年底的85名。截至目前，该公司已与超过49名汽车OEM(代工生产)及一级供应商合作，如一汽集团、东风集团、江汽集团、合创、亿咖通科技、百度、博世、采埃孚及马瑞利等。

而从公司披露的数据看，黑芝麻智能来自头部客户的收入有一定集中度，但客户忠诚度并不高。2021年—2023年年度，黑芝麻智能来自前五大客户的收入占比分别为77.7%、75.4%、47.7%。

未来仍有进步空间

市场研究公司弗若斯特沙利文的数据显示，全球车规级SoC市场预计将在2022年的428亿元人民币增长至2028年的1792亿元人民币，期内复合年增长率为27.0%。而基于SoC的智能道路解决方案的全球市场规模预计于2026年将达到约148亿元人民币，2030年将进一步达到392亿元人民币。

从市场竞争格局看，虽然黑芝麻智能是国内头部的自动驾驶芯片厂商，但市场占有率与英伟达这些厂商相比仍有差距。

弗若斯特沙利文报告显示，2023年国内收入排名前五的主要自动驾驶芯片厂商中，黑芝麻智能位于第五，市场占有率为2.2%，分列前四的是Mobileye(27.5%)、英伟达(23.7%)、德州仪器(4.8%)和地平线(3.6%)。而按高算力智能驾驶SoC出货量(按颗计算)计算，黑芝麻智能2023年在国内市

荣耀加速IPO进程 计划年内启动股份制改革

本报记者 陈佳岚 广州报道

股作为手机分销龙头，曾披露，全资子公司天音通信有限公司斥资5亿元参与了收购荣耀。

自2020年11月从华为独立并单飞以来，荣耀上市的传闻就不断。

2023年11月，荣耀曾发布公告称，将通过首发上市的方式推动公司登陆资本市场，这一公告辟谣了此前不绝于耳的借壳上市传闻，也明确了荣耀IPO上市的决心。该公告还披露了以深圳国资为代表的吴晖担任荣耀公司董事长。

Canalys数据显示，2024年第二季度，中国内地智能手机市场在经历上一季度的回暖拐点后实现进一步复苏，出货量同比增长10%，重回7000万台的水平。其中，荣耀以1070万台的出货量排名第三，同比增长4%，市场份额为15%。

IDC的数据亦显示，2024年二季度，中国智能手机市场出货量约为7158万台，同比增长8.9%。荣耀以14.5%的市场份额位列中国市场第四位，不过，荣耀在该季度出货量同比下滑3.7%。

可以看到，荣耀独立3年多来取得了令人瞩目的进展，在中国市场的表现可圈可点，不过，从全球市场来看，目前荣耀尚未进入全球智能手机市场前五名。Canalys数据显示，2023年全年，全球智能手机出货量为11.4亿台，降幅较2022年收窄至4%，市场前五名分别为苹果、三星、小米、OPPO、传音。

Canalys研究分析师钟晓磊对记者表示，荣耀在2023年全年全球智能手机排名第七位，次于第六名vivo。

如今，荣耀已经确定了将欧洲作为“第二本土市场”的目标。

“荣耀自与华为分离以来，一直在战略上推进上市工作，这不仅是增加资本投资的重要一步，也是实现投资者投资组合和全球品牌认知多元化、降低未来地缘政治风险的重要一步。”此前，Canalys分析师Runar Bjrhovde在接受记者采访时表示，荣耀IPO的关键部分将是展示其在各个市场的潜在能力。在中国市场上，荣耀已经证明了其竞争力，然而，它还必须展示其在海外市场的潜力，通过展示其增长和夺取市场份额的能力来实现这一点。欧洲和拉丁美洲一直是荣耀的核心市场。

根据Counterpoint Research公布的报告，2024年第一季度欧洲智能手机出货量同比增长10%，荣耀凭借4%的市场份额挺进前五，同时Canalys的报告亦显示，荣耀在拉美市场也首次跻身前五大品牌，增幅达293%。

A1000

场的排名则为第三，市场占有率为7.2%，前两名为英伟达和地平线。

黑芝麻智能

在招股书中表示，公司已获得16家汽车OEM及一级供应商的23款车型的量产意向订单，其中与吉利集团、东风集团、合创、一汽集团、隆基集团及众多其他汽车OEM合作，以在其车型上进行A1000 SoC的前装。

言下之意，接下来一段时间黑芝麻智能将把精力主要投入到这些量产意向订单的完成上，因此该公司也预估2024年度的亏损净额及经调整亏损净额将会减少，主要是由于预期收入将会增加及预期研发及营运效率将会提高。

“在股东和大客户方面，黑芝麻智能具备优势，但对于一个要成为自动驾驶算力第一的企业来说，未来还有比较长的进步空间。”对此，半导体研究机构芯谋研究分析师王立夫表示。

人形机器人热潮持续 今明两年或量产

本报记者 曲忠芳 北京报道

机器人应该是什么样的？在科幻文学影视作品长年的熏陶影响下，社会大众往往对人形机器人寄予了诸多幻想与预期，而当我们把这一问题抛给人形机器人领域

的从业者时，得到的几乎不约而同的答案却是：人形机器人仍处在起步阶段。

有目共睹，全球范围内的人形机器人热潮仍在持续。8月8日，中国的机器人公司逐力动力宣布，其CL-1机器人继习得上楼梯和

跑步技能后，已能在模拟仓库中完成一系列搬运任务。8月6日晚，美国初创企业Figure发布了新一代产品Figure02。而在一周之前，德国机器人公司Neura Robotics也更新旗下人形机器人4NE-1在多场景下的工作视频。

性能争锋

观察大都基于各个机器人厂商官方公布的演示视频，而演示视频是否能够与实际效果一致，暂时还无法一一甄别核实。

Figure02是Figure公司最新推出的第二代人形机器人产品，Figure公司创立于2022年，至今已完成5轮、总金额为8.54亿美元的融资，估值达到26亿美元，因投资方为微软、OpenAI、英伟达、英特尔、亚马逊创始人杰夫·贝索斯等而广受业界的关注。该公司创始人兼CEO布雷特·艾德考克(Brett Adcock)宣称，Figure02是目前“世界上最先进的AI硬件”，甚至在其社交媒体X上向特斯拉CEO埃隆·马斯克“呛声”，称“现在我们是老大了！”根据Figure官方公布的参数，相比前一代，Figure02从外观设计、软硬件性能，到内置AI模型都进行了明显的升级。在OpenAI多模态大模型支持下，Figure02支持自然语言交互。

值得一提的是，特斯拉于2022年10月正式入局人形机器人赛道，推出了人形机器人Optimus（擎天柱），并在2023年12月推出了第二代Optimus Gen-2机器人。

记者梳理了包括Figure、特斯拉、波士顿动力、Neura Robotics、宇树科技、逐力动力、优必选、银河通用等多家国内外机器人产品及相关公开的性能参数，综合对比后发现，各家在外观形态、重量、荷载能力、电池续航、步行动度、主要应用场景、成本定价等各方面都不尽相同，在技术研发与主要性能方面也各不相同。不过



据记者不完全统计及采访，已经有几家机器人企业公开提出了人形机器人产品的量产时间表。

场景探索

从演示视频来看，人形机器人测试的场景已覆盖制造工厂、商业零售、农业、家庭、科研等多个领域。

“竞赛已经开始，包括Figure、特斯拉等数十种新型人形机器人正在开发中，以突破机器人的通用性。”《通往通用机器人之路》报告称，单一用途的机器人已经存在50多年，然而工业和消费机器人历来以线性速度增长，尚未实现指数级普及。尽管有炫目的演示，但机器人项目在不同环境和成本方面仍面临挑战。与数字世界中的其他模式不同，机器人技术严重受限于高质量的训练数据，这是实现通用智能的主要限制因素。幸运的是，过去几年的开放研究加速了生成大量可扩展训练数据的进程。与此同时，随着硬件变得更加实惠，投入成本持续下降。

值得一提的是，早在2013年就涉足人形机器人领域的老牌厂商波士顿动力，在2024年4月17日宣布停产液压动力的Atlas，全面转向全电动路线。显然，“老将”“新秀”将共同在人形机器人赛道上角逐。

从演示视频来看，人形机器人测试的场景已覆盖制造工厂、商业零售、农业、家庭、科研等多个领域。其中，Figure02、Optimus-Gen2、优必选Walker S Lite等纷纷进入汽车制造工厂中。早在今年1月，Figure就与宝马签署商业协议，Figure机器人在宝马工厂中“自动执行困难、不安全且乏味的任务”。今年5月，特斯拉官方的视频显示，Optimus Gen-2已进入自家的汽车工厂“打工”，在特斯拉电池工厂学会了分装电池。优必选Walker S Lite自7月初进入吉利控股集团旗下极氪5G智慧工厂“实训”，在CTU入库上料工位协同员工执行搬运任务。今年7月，Neura Robotics则在演示视频中展示了烫衣服、切蔬菜水果、摆盘、整理物品、钣金焊接、工具箱搬运等任务。银河通用相关负责人向记者透露，近期计划联合美团在无人药店、商超等场景中部署机器人，“尽快地在线下

帮助人类干活儿”。

值得注意的是，据记者不完全统计及采访，已经有几家机器人企业公开提出了人形机器人产品的量产时间表。布雷特·艾德考克公开表示，Figure公司将继续推动人形机器人的低成本、高效率制造，2025年开始批量生产。波士顿动力方面则透露，全电动的Atlas机器人将于明年初在现代汽车内部进行测试，并在未来几年内全面投产。2023年2月创立的智元机器人方面也提出，其人形机器人“远征”在今年内实现商业化。银河通用机器人将批量生产的时间计划定于2026年。由清华大学交叉信息研究院孵化的星动纪元将在今年将面向科研教育市场的“小星”第6代产品实现批量出货。而宇树科技人形机器人产品已在国内外科研机构、高等院校等获得采购订单，其G1凭借9.9万元人民币(海外市场1.6万美元)的价格优势已赢得了业界的高度关注。

数位业内人士在接受记者采访时，对人形机器人的观点不尽相同，但大多看好未来的技术突破与市场潜力。不过他们认为短期内不应当对人形机器人抱有过分的乐观期望，因为其整体仍在起步阶段，各家都在努力投入与加速研发中。与此同时，得益于大模型技术突破、资本助力支持，人形机器人的发展正在驶入快车道，从长远来看也不应当持过度的悲观看法。

按照Coatue报告的调研分析，机器人的普及会经历由浅入深的三个阶段，走出一条独特的发展路径。第一阶段是，人们通过电影、小说等媒介对机器人形成初步模糊的理解；第二阶段，指消费者直接享受机器人提供的服务，而非自己拥有机器人，类似B2B2C的模式，比如消费者在咖啡厅享用一杯机器人拉花的咖啡，就属于这个阶段；第三阶段则是每个用户自己拥有一台或多台机器人。

全球半导体走出“阴影” 中国市场同比增长21.6%

本报记者 谭伦 北京报道

继2023年全面回暖后，全球半导体市场正在重新进入增长周期。

8月5日，半导体行业协会

(SIA)发布数据显示，2024年第二季度全球半导体产业销售额累计达1499亿美元(约1.07万亿元人民币)，较去年同比增长18.3%，较今年一季度实现6.5%的环比增长。其中，2024年6月单月销售

额达500亿美元(约3585.68亿元人民币)，实现同比增长22.9%，环比增长1.7%。

《中国经营报》记者注意到，这也是自2022年4月以来，全球半导体增长率创下的新高。

CHIP全球测试中心中国实验室主任罗国昭告诉记者，这也反映出此前困扰半导体的去库存问题已基本得到疏解，产业行情正持续复苏。

SIA此前预计，2024年全球半

导体销售额将增长16%至6112亿美元，明年将进一步达到6874亿美元，持续创历史新高。而Gartner则预测，到2031年或2032年，全球半导体销售或将突破1万亿美元大关。

值得注意的是，据SIA统计，继今年5月实现24.2%的同比增长后，中国半导体市场在6月再度录得21.6%的同比增长，相比之下，欧洲和日本市场则分别出现了11.2%和5.0%的同比下滑。

AI成最大驱动需求

什么因素驱动了此轮半导体的快速复苏？SIA指出，主要动力是生成式AI的蓬勃发展，带动了整体产业的需求上升。Gartner也指出，昂贵的AI芯片的销售在全球半导体成长中发挥了重要作用。

国际半导体设备与材料产业协会(SEMI)总裁兼首席执行官Ajit Manocha近日指出，从云计算到边缘设备，AI算力需求的激增正在推动高性能芯片的开发，并推动全球半导体制造能力的强劲扩张。这创造了一个良性循环：人工智能将推动半导体在各种应用中的增长，这反过来又鼓励了进一步的投资。

Gartner数据显示，2023年全球AI芯片销售收入约536亿美元，2024年预计将同比增长33%至710亿美元。Gartner副总裁、分析师Alan Priestley认为，生成式AI正在推动数据中心对高性能人工智能芯片的需求。到2024年，服务器中使用的人工智能加速器的价值将达到210亿美元，到2028年将增加到330亿美元。

同时，存储芯片目前成为半导体复苏的另一大领域。据世界半导体贸易统计组织统计，早在2022年，存储芯片在整个全球半导体行业的占比就已经达到23%，而

到了2024财年第二财季，合计占据存储市场份额75%的三星电子与SK海力士都拿出强势业绩，前者的营收同比上涨23.42%，净利润同比大涨1458.2%，后者的营收同比增长125%。

罗国昭告诉记者，在这一轮增长中，AI需求带来的半导体增长是全方位的，包括国内市场。集邦咨询数据显示，2023年AI服务器出货量近120万台，同比增长38.4%，占整体服务器出货量的比例近9%，预计到2026年将占到15%，2022年至2026年AI服务器出货量复合增长率约22%。

国金证券研报预计，消费电子行业进入第三季度拉货旺季，AI云端算力需求旺盛，英伟达B系列芯片正在积极备货，有望在四季度大批量出货，AI给消费电子赋能，有望带来新的换机需求(苹果iPhone16备货数量也有望提升)。

除了AI推动外，瑞达恒研究院资深分析师王清霖认为，受到技术制约，需求较大的高性能、高集成度半导体芯片属于稀缺产品，供应链紧张推高了部分半导体产品的价格，进而推动了整个品类的涨势。此外，上游材料的价格浮动，也进一步助推了半导体产品的价格增长。

PC和车芯引领增长

AI成为此轮半导体复苏的主角后，细分下游市场的增长也引发市场关注。Gartner表示，2024年将有334亿美元(占2024年AI芯片收入近一半)的AI芯片收入来自AIPC、汽车和其他通用计算机设备。

IDC中国高级研究员陈舒扬此前向记者表示，随着生成式AI进入终端侧应用，下一代AIPC将成为未来PC市场的主要拉力，除了大模型、算力、生态及应用等指标外，合乎消费者性价比预期的价格以及多模态更为自然的交互，都对AIPC

未来的发展速度以及对于整体PC市场未来的保有率都至关重要。

Counterpoint Research调研数据显示，2024年第一季度，全球PC出货量较去年同期上升了3%，这是在全球PC出货量连续八个季度下滑之后首次出现正增长。Counterpoint Research认为，这一增长部分得益于AIPC兴起、各行业出货量逐渐回升以及新一轮设备更换周期等多重因素的共同推动。

在此背景下，包括英特尔、高通在内的芯片巨头成为此轮AIPC

布局最为积极的先行者。英特尔中国区技术部总经理高宇向记者表示，目前已经800万片酷睿Ultra处理器交付市场，预计在今年将交付超过4000万片英特尔酷睿Ultra处理器。到2027年，市场近60%的新PC将是AIPC。

据高宇介绍，代号Lunar Lake的下一代酷睿Ultra处理器即将问世，该系列的AI性能将提升3倍，并带来120 TOPS(每秒执行1亿万次运算的次数)的平台AI算力，为来自20家OEM(原始设备制造商)

的80多款AIPC提供动力。

AIPC领衔行业增长的同时，车芯也成为此轮增长中的亮点。IDC最新发布的研报指出，随着高级驾驶辅助系统(ADAS)、电动汽车及车联网普及，市场对高性能计算芯片、图像处理单元、雷达芯片及激光雷达传感器等半导体的需求正日益增加，为汽车半导体行业带来新的增长机遇。IDC预计，到2027年，全球汽车半导体市场规模将超过880亿美元(约6295.76亿元人民币)。

重回复苏周期

本轮增长，也意味着此前笼罩在全球半导体市场的去库存“阴影”逐步散去，市场已经重回上行周期。

公开信息显示，自2022年下半年开始，受半导体产能短缺转为过剩的态势影响，全球半导体市场在连续增长8个季度后，于当年第2季度首次出现收入下滑，第三季度更是延续颓势，下降了7%。2023年年初，包括Gartner在内的机构仍然悲观，并预测全球半导体市场的低迷仍将持续。

转折发生在2023年第二季度，随着中国经济与需求企稳，市场开始出现回暖信号。2023年6月，世界半导体贸易统计组织发布的研报明确指出，此轮增长主要由

中国带动。其援引区域数据显示，在同年4月欧美市场出现环比下跌的情况下，中国市场的芯片销售额环比增长了2.9%。

CINNO Research首席分析师周华此前向记者表示，全球半导体市场销量在国内市场的带动下有所回升，并且随着全球资本市场的预期回升，带来了此波增长。当时其认为，国内内需尚处于恢复阶段，无法对半导体全面复苏起到有力的支撑作用，不过，存储、AI类芯片市场已经出现拐点，预计到2024年，半导体产业才会出现“由点带面”形式的复苏。

而中国AI的创新浪潮也的确引领了此轮复苏。截至目前，仅以

服务器加速芯片为例，IDC数据显示，2023年，中国加速芯片的市场规模达到近140万张。从技术角度来看，GPU占据85%的市场份额；从品牌角度来看，中国本土人工智能芯片品牌的出货量已超过20万张，约占整个市场份额的14%。用于推理的人工智能芯片占据了67%的市场份额。

据Wind数据统计，到今年第二季度，A股方面，有23家半导体产业链公司的净利润预计同比增长，其中，韦尔股份(603501.SH)与澜起科技(688008.SH)均在公告中表示，业绩增长源于市场需求持续复苏，下游客户需求显著增长。随着全球半导体市场复苏，目

前制造端已经率先开始提升产能。SEMI在其最新的季度《世界晶圆厂预测报告》中指出，为了跟上芯片需求持续增长的步伐，全球半导体制造产能预计将在2024年增长6%，并在2025年实现7%的增长，达到每月晶圆产能3370万片的历史新高(以8英寸当量计算)。

其中，5纳米及以下节点的产能预计在2024年将增长13%，主要受数据中心训练、推理和前沿设备的生成式AI的驱动。为了提高处理效率，包括英特尔、三星和台积电在内的芯片制造商准备开始生产2纳米芯片，在2025年将总的先进产能增长率提高17%。

任天堂业绩“腰斩” Switch步入生命末期

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

随着Switch步入生命末期，任天堂新一季多项业绩指标“腰

业绩“腰斩”

2023年4—6月，Switch销量出现回升，到了今年同期则跌至近5年最低。

2023年，《超级马力欧兄弟大电影》热映和《塞尔达传说：王国之泪》发布让原本已经走向生命末期的Switch重焕新生。而在今年，缺少了游戏大作的加持，Switch销量再次迎来下滑。

8月2日，任天堂公布了2025财年一季度(2024年4月—6月)财报。财报显示，任天堂当季多项指标下滑——其销售额同比下滑46.5%，净利润同比下滑55.3%。而其营业利润同比下滑幅度达到了70.6%。

财报显示，来自日本以外地区的收入占比达74.2%。由于Switch硬件和软件销量双双同比下跌，尽管日元贬值，但任天堂的收入仍不可避免地大幅下滑。

在这一季度，任天堂硬件销量下滑了46.3%，为210万份，Switch各个型号均有所下滑，其中销量占比近60%的Switch OLED下滑了56.1%；任天堂软件销量下滑了41.3%，为3064万份。

任天堂方面在财报中分析称，去年同期，《超级马力欧兄弟大电

影》上映，为其视频游戏平台业务注入活力；《塞尔达传说：王国之泪》的发布，伴随着基于这款游戏设计的限定版设备的推出，极大地推动任天堂当季的软、硬件销量大增。而今年没有这样的提振因素，且Switch已经上市8年，使得软、硬件销量同比大幅下降。

2023年5月，《塞尔达传说：王国之泪》开局就展现出强劲的势头，短短3天内达成1000万份销量。其在2023年4月—6月的销量达到1851万份，占据当季第一方游戏软件总销量的一半。在整个2024财年(2023年4月—2024年3月)，《塞尔达传说：王国之泪》销量达到2061万份。

此外，任天堂IP动画电影《超级马力欧兄弟大电影》也在去年大获成功，其全球观影人数累计突破1.681亿人次，带动了相关游戏和周边商品销量增加。其中，首次发布于2017年的旧作《马力欧卡丁车8豪华版》在2023年4月—6月的销量达到167万份。在2024财年，任天堂移动和IP相关收入从

失去了这样的大作加持。

此前，任天堂方面宣布，会在2025财年(2025年3月底前)发布Switch后续机型。目前，关于这一

机型的具体情况，任天堂方面尚未向外界透露。

分析人士认为，如果Switch后续机型的型号名称不变，其改变之

处基本上是性能升级为主；如果任天堂即将推出的主机型号名称发生改变，则主机形态或将发生颠覆式变化。



任天堂 Nintendo Switch 线下体验店。 本报资料室/图

510亿日元大幅增长至927亿日元，增幅为81.6%。

而在今年，任天堂尚未有同等影响力的大作推出。其于5月发售的《纸片马里奥：千年之门》售出176万份，6月发售的《路易吉洋楼

2 HD》售出119万份。

在这样的情况下，Switch销量恢复了此前的下跌态势。任天堂财报公布的一张图表显示，Switch全球销量在2020年达到顶峰，随后急转直下。在2023年4—6月，

Switch销量出现回升，到了今年同期则跌至近5年最低。

财报还显示，Switch发售8年来，全球累计销量达到1.4亿份，年度玩家数量(2023年7月—2024年6月)达到了1.28亿。

下代机型待发

欧盟方面曾质疑，鉴于任天堂当前主机的性能，即使《使命召唤》在该平台上发售，也不能与PlayStation和Xbox版本媲美。

在玩家对任天堂推出下一代主机的呼声已久。今年5月，任天堂方面宣布，Switch后续机型将在2025财年内公布。

任天堂社长吉川俊太郎在5月的业绩电话会上表示，任天堂方面认为在公告中使用“Switch后续机型”这个表述最为合适。他还谈到，Nintendo Account是任天堂方面为了在硬件世代更替时长期维持与客户的关系，自Nintendo Switch发布前就一直在

准备，因此也会在后继机型中继续使用。

关于下一代主机，《中国经营报》记者联系任天堂方面采访，截至发稿未获回复。目前，关于这一机型的具体情况，任天堂方面也尚未向外界透露更多细节。

游戏产业时评人张书乐表示，如果Switch后续机型的型号名称不发生改变，仍是Switch系列的话，其改变基本上以性能升级为主，“Switch被用户诟病的是性能

在次时代主机中最弱。但由于这款游戏机搭载的游戏本身就不主打‘特效’，而更偏重于合家欢与休闲娱乐，其性能提升也要满足后续‘吃硬件’并不强烈的游戏需求即可。”

张书乐认为，如果任天堂即将推出的主机型号名称发生改变，如当年从Wii变为Switch，则主机形态或将发生颠覆式变化，或许会进一步融合VR(虚拟现实)、AR(增强现实)功能。“任天堂主机本身就

开体感游戏先河，并一直保持创新，让模仿的友商(如微软Xbox)在体感游戏上无路可走而最终放弃。”张书乐说道。

记者查阅欧盟关于微软一动视暴雪收购案相关文件发现，欧盟方面曾质疑，鉴于任天堂当前主机的性能，即使《使命召唤》在该平台上发售，也不能与PlayStation和Xbox版本媲美。这意味着在任天堂主机上发布这款《使命召唤》并不能分散完成收购后的

微软的垄断优势。

对此，微软方面回应，任天堂预计将很快推出更高规格的游戏主机对标PlayStation和Xbox。然而，欧盟方面称，其市场调查并未发现有证据表明任天堂是否将于某一时间推出下一代主机，也没发现所谓新硬件是否能匹敌索尼和微软当前世代的主机。而任天堂方面只是模棱两可地回答：“任天堂多次公开对持续不断的开发工作表示肯定。”

上半年收入逾120亿元 电竞产业方兴未艾

本报记者 李哲 北京报道

巴黎奥运会酣战之际，首届电竞世界杯(EWC)也在沙特阿拉伯首都利雅得如火如荼地进行

中。据悉，目前这场电竞赛事已吸引超过100万名观众现场观赛。

此外，电竞继2023年登上亚运会舞台后，也获得了奥运会的认可。不久前，国际奥委会全票通过

了2025年在沙特阿拉伯举办首届奥林匹克电子竞技运动会的决议。

当前，我国拥有全球数量最多的电竞用户，经营收入稳居世界前列。《2024年1月—6月中国

电子竞技产业报告》(以下简称《报告》)显示，上半年我国电竞产业实际销售收入120.27亿元，同比增长4.43%，扭转了此前两年同比下滑的趋势。

随着电竞人群和市场的不断扩大，更多的商业模式亟待开发。万联证券分析师李中港向《中国经营报》记者表示：“电竞产业想实现稳定盈利，需要布局整

不止于游戏

“电子竞技既是游戏，也是一项运动。”天游软件产品中心总监戴微表示，电竞具有游戏的娱乐性和趣味性，同时电竞也需要选手具备高强度的竞技技能、反应速度、团队协作能力等，想取得好成绩也需要通过长时间的训练和比赛来提升自己的水平，这些与传统体育运动所要求的素质是相似的。“更高、更快、更强、更团结”的奥林匹克精神同样影响着电竞赛场的运动员们。

从全球范围观察，电竞入奥与其赛事的观众数量和赞助金额不断攀升不无关系，各大品牌纷纷进入电竞市场，推动了电竞产业的进步繁荣。当前电竞在中国地区的受众群体和影响力正在

不断壮大。

7月26日，“2024全球电竞大会”在上海召开，会上发布的《报告》显示，上半年中国电竞产业实际销售收入120.27亿元，同比增长4.43%；用户规模约为4.9亿，同比增长0.52%；截至2024年6月，中国可查询的电竞俱乐部共有195家。

记者注意到，当前我国拥有全球数量最多的电竞用户，经营收入稳居世界前列。今年上半年，电竞营收的同比增长扭转了此前两年的下滑趋势。

《报告》中提到，今年上半年，多地政府相继出台电竞产业扶持政策，目标清晰、布局合理，致力于推动产业生态的建设与完善，

促进电竞产业高质量发展。我国电竞产业规模稳步扩大，产品与赛事类型更加丰富多元，业已呈现品牌化发展趋势。此外，我国

电竞产业国际化程度逐年提高，通过“走出去”和“引进来”，持续深化国际交流合作，有效提升了国际影响力。

梦想，更承载了无数星竞威武人的期望，也算是整个中国电竞行业的一小步。”

同时，记者注意到，当前包括腾讯、网易、完美世界、世纪华通在内的多家国内游戏厂商已在电竞领域积极布局。完美世界方面表示，其在电竞领域持续深入布局，保持领先地位，不断带给玩家精彩的娱乐体验。公司是全球顶级电竞大作《DOTA2(刀塔)》及《CS(反恐精英：全球攻势)》在中国的独家运营商。

500万人，积累了大量一线电竞俱乐部及玩家观众群体。

众多企业的纷纷入局，从侧面说明了电竞市场的商业潜力。随着全球电竞市场的快速增长，吸引大量年轻观众，这一人群具有较高的消费能力和品牌忠诚度，促进了赞助、广告、媒体版权等收入增长。《报告》中提到，从电竞产业的收入来源看，电竞游戏直播收入占比达79.45%，赛事、俱乐部和其他收入分别占比8.86%、7.35%和14.34%。

比较多。

对于电竞产业的未来发展，中国音像与数字出版协会第一副理事长张毅君曾表示，接下来，我国电竞仍将坚持规范化、主流化、国际化的发展方向，严格自律，规范发展，融合与赋能其他行业，结合线下消费场景，更好地发挥文化传播作用。

为拓展电竞行业的经营可持续性，多家游戏公司在探索更多的可持续发展空间。

在“2024全球电竞大会”上，腾讯游戏副总裁、腾讯电竞总经理侯森表示，面对国际电竞新格局的“改版升级”，腾讯电竞呼吁改变过往思维和范式，直面来自文化和产业领域的挑战。

星竞威武在其招股书中提到了“电竞+”商业模式，通过活动制作、创意工作室和蓬勃发展的广告业务来补充电竞业务，未来还将拓展包括电竞教育和培训、粉丝宇宙(B2C货币化和元宇宙)、数字收藏品、电竞房地产和IP授权等机会。

“电竞产业想实现稳定盈利，需要布局整个生态产业链上中下游，实现良性正向循环。同时强化多元化业务发展，通过短视频平台、粉丝效应、赛事内容版权化等方式保持持续变现。”李中港说道。

资本布局

在电竞市场规模发展壮大的同时，资本也在不断探索布局。

美国当地时间7月26日，星竞威武在纳斯达克证券交易所挂牌上市，成为“中国电竞第一股”。通过本次上市，星竞威武共发售225万股ADS(美国存托股份)，发行价定为9美元/ADS，总募资规模2025万美元。

上市当天，星竞威武董事长兼联席CEO何猷君在微博上发文称，“上市，这不仅仅是我一个人的



2023《街头篮球》SFSA全国超级联赛总决赛现场。 本报资料室/图

直面挑战

尽管电竞产业实现增长，但其发展仍面临人才缺乏、行业规范化有待提高等挑战。

记者注意到，在多家游戏公司的营收中，电竞业务并未成为单独的业务板块，而跟随游戏业务一起统计。星竞威武在其招股书中提到，2023年营收为8367万美元，较上年同期的6580万美元增长27%；毛利约为720万美元，上年同期毛利为374万美元。此外，招股书显示，星竞威武的净亏损从2022年的630万美元增加到2023年的1330万美元，公司营业成本从2022年的6210万美元攀升至2023年的7650万美元。

游戏产业时评人张书乐表示：“目前，电竞行业整体盈利场景不明显。无论是赛事还是衍生链条(电竞设备、电竞泛娱乐实体产品、电竞概念实体如电竞酒店)都没有真正形成有效互联，其场景破壁依然较难。同时，由于缺乏足球、篮球等球类运动的激烈肉体碰撞，电竞赛事的观赏性也不强，较难从电竞粉丝群体中破圈。”

同时，李中港认为，电竞企业如果仅仅依靠品牌赞助、赛事收入等盈利方式，将无法维持稳定收入，因为这些收入都与比赛成绩息息相关，而影响成绩的因素

瞄准“奥运经济”车企竞速体育营销赛道

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

“女排精神，燃动奥运！为女排加油，奇瑞汽车狂撒亿元。”8月6日，中国国家女子排球队官方赞助商奇瑞汽车宣布，将在官方直播间发布“女排三重福利”。

这正是车企竞速奥运营销的

一个缩影。《中国经营报》记者了解到，巴黎奥运会期间，宇通客车、安凯客车和苏州金龙等中国车正式上岗，为巴黎市民和游客提供出行服务。

在宇通客车相关负责人看来，参与重大体育赛事服务，能为品牌发展带来长远的利好效应，让外界

对于品牌的信任性进一步提升。一方面，老客户有更大的可能性选择复购；另一方面，也有利于宇通拓展新的海外市场。

“弯道超车反超日本成为出口量第一后，中国新能源汽车品类的影响力在全球进一步扩大。品类带动品牌成长，因此中国汽车品牌也将

集体受益。”里斯品类创新战略咨询中国区合伙人何松松向记者表示，中国携新能源汽车产业优势，随着部分品牌在顶级赛事的营销露出，中国汽车品牌的影响力也会得到提升。同时结合全球市场拓展的动作，品牌反过来又会推动中国新能源汽车品类的成长，二者相辅相成。

中国车驶向巴黎

随着车企持续加速“出海”，还有多款中国车在巴黎奥运会亮相。

举办巴黎奥运会这样的大型赛事，也对当地城市交通高效、安全运营的峰值产生了考验。据官方估计，奥运盛会期间，将有超过1500万游客前往巴黎。

记者了解到，在这期间，140辆宇通客车为来自全球的观众提供舒适便捷的出行服务，成为服务用车占比最高的中国客车品牌，同时为改善巴黎公共交通服务品质、提升城市公共交通的整体效能提供强大助力。

“宇通在2011年驶入法国市场，是最早一批进入法国市场的中国品牌，这也让宇通生产的车辆有机会服务奥运会。”宇通客车相关负责人告诉记者，宇通已逐渐发展成为法国保有量最高的中国客车品牌，产品在巴黎、普罗旺斯、尼斯等

多个城市投入常态化运营，截至目前在法国的累计销量已超过740辆，占中国客车出口份额的68%。

“宇通客车在海外市场设有服务站，针对这次奥运服务车辆也有工作人员在巴黎提供及时的售后服务。凭借着优异的产品力、卓越的运营表现，宇通在法国高端市场树立了良好的品牌形象，产品深受当地客户的认可与信赖。”宇通客车相关负责人表示。

无独有偶，在巴黎塞纳河畔，31台安凯客车制造的新能源汽车也正式亮相。从埃菲尔铁塔出发，前往奥运会各个赛区，为来自世界各地的游客“打卡”巴黎奥运会带来全新体验。

据介绍，这批新能源汽车系全球首款敞篷纯电动双层巴士，车身

长达12米，能够一次性容纳72名乘客。整辆车分为上下两层，其中，上层采用半敞篷设计，拥有360度的观景视野；下层采用低地板和轮椅区设计。游客花40多欧元可购买一张全天不限次车票畅游奥运赛区，目前车票销售量非常可观。

“奥运会期间，巴黎提供观光旅游的车型有不少，但纯电动双层巴士仅有我们这一款。”安凯汽车相关负责人表示，这款车不仅不会排放汽车尾气，而且行驶中产生的噪音很小，能够进一步增强游客的乘车舒适度。“根据现场工作人员反馈，很多游客宁愿多等半小时，都要乘坐这款车。”

据了解，安凯客车这款车还率先使用了全铝车身、轮边电驱桥

等多项领先技术。“轻量化是新能源汽车发展主流，全铝车身设计比同类钢材料产品更轻，让车辆更节能。”据安凯客车相关负责人介绍，他们放弃了传统的焊接工艺，创新采用了铆接工艺，结构件都是由孔对孔铆接上，有利于提升车身和零部件的安装精度，“这对工艺要求很高，但凡一个位置有偏差，就没法拼接起来”。

随着车企持续加速“出海”，还有多款中国车在巴黎奥运会亮相。例如，中车电动研制的智能驾驶C12AI公交巴士在巴黎投入服务出行；苏州金龙海格也提供了超200辆苏州金龙客车服务出行，并提供超80辆出口法国的城际客车，作为机场巴士和校车为巴黎奥运会服务。

争抢“奥运经济”蛋糕

各大车企通过赞助国家队、签约明星运动员等方式，试图挤上“奥运经济”这趟列车。

尽管巴黎奥运会官方汽车赞助商“花落”丰田，但各大车企仍然通过赞助国家队、签约明星运动员等方式，试图挤上“奥运经济”这趟列车。

在商品战略顾问、东华大学客座教授潘俊看来，“奥运经济”确实具有巨大的魅力，它不仅为运动员提供了竞技的舞台，也为企业提供了商业机会，企业的品牌影响力在全球范围内得到了提升。

今年4月8日，奇瑞汽车和中国国家女子排球队在国家体育总局训练局中体运动员之家正式签

约，奇瑞风云、奇瑞瑞虎成为中国国家女子排球队官方用车，双方启动战略合作。

8月8日，奇瑞汽车自研SUV瑞虎8L上市，便喊出了“全新瑞虎Lx女排自研旗舰中国排面”的宣传口号。

奇瑞汽车与奥运会渊源已久。早在2008年北京奥运会期间，奇瑞瑞虎3高级防护车就亮相北京街头为安保护航；2023年8月8日，在北京奥运会成功举办15周年之际，瑞虎8冠军家族与羽毛球世界冠军谌龙、刘雨辰以及马拉松世界

冠军孙英杰开展跨界营销。

江铃皮卡则选择“牵手”较为冷门的中国国家帆船帆板队，成为其官方赞助商。据悉，旗下大道山地版推出“奥运限时预售礼”，不仅现金优惠5000元，还赠送品牌联名周边。

谈及本届巴黎奥运会最为闪耀的中国明星，游泳运动员潘展乐可谓无出其右。他先是在男子100米自由泳决赛中夺冠并打破世界纪录，又在游泳比赛压轴大戏——男子4×100米混合泳接力比赛的

最后一棒上演惊天逆转。而滴滴早在7月20日便宣布潘展乐成为滴滴出行网约车“快”乐大使。

潘俊认为，与奥运会建立深度合作关系，有助于中国企业接触国际市场，加速其国际化进程；为中国企业提供了一个了解全球体育市场和消费者需求的机会，这有助于他们调整战略，提高市场竞争能力；同时，通过奥运会的营销活动，中国企业积累了国际化的营销经验，这对他们未来在全球市场上的发展具有重要的意义。

“玻璃大王”曹德旺胞妹掌舵 正力新能闯关港交所

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

日前，江苏正力新能源电池技术股份有限公司（以下简称“正力新能”）向港交所提交上市申请书。而在向港交所递表的2天前，正力新能刚完成B轮融资，投后估值达182亿元。

正力新能冲击港股上市之所以备受关注，与其高管过往的从业经历息息相关。招股书显示，正力新能的董事长兼执行董事为曹芳，今年已经66岁。正力新能的执行董事兼总经理为陈继程，今年已经53岁。

成立5年闯关港交所

“我们是中国动力电池前十企业中极少数拥有汽车零部件基因的公司（根据弗若斯特沙利文报告，按2023年装机量计）。”正力新能在招股书中称，得益于核心管理层深耕汽车零部件行业，具有对汽车行业的深刻洞见，公司围绕主机厂客户对产品安全、质量、性能和成本的综合最优需求，构建了基于集成产品开发（IPD）流程的“5—3—1”研发策略体系。

正力新能提到的核心管理层深耕汽车零部件企业，其中少不了的就是曹芳和陈继程在福耀玻璃的工作经历。记者查询福耀玻璃2014年年报获悉，曹芳自1997年至2011年11月任福耀玻璃董事，而后自2011年2月至2014年4月3日任福耀玻璃副总经理。2014年，曹芳离任福耀玻璃副总经理，福耀玻璃在2014年年报中称是“个人年龄原因”。

而在2016年4月，陈继程因个人原因向福耀玻璃董事局提出辞去董事、副总经理职务，并自2016年4月26日起生效。据悉，陈继程于2003年10月加入福耀玻璃，在2003

岁。两人的共同点是均在福耀玻璃（600660.SH）工作多年。

其中，曹芳是福耀玻璃创始人、“玻璃大王”曹德旺胞妹。除了高管与“福耀系”的关系外，正力新能近几年的发展也较为迅猛，从2019年成立到成为百亿独角兽，仅用时5年。

回归到公司自身的经营数据上，招股书显示，2021年至2024年3月31日（以下简称“报告期内”），正力新能的营业收入在逐年增长，但营收增长的背后，是其始终难逃亏损。

对于核心管理层的从业背景，中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示，正力新能创始人曹芳与福耀玻璃的关联可能会给公司带来一些积极影响。曹芳在福耀玻璃的任职经历有助于公司建立整车厂的客户基础，这对于公司在动力电池领域的业务拓展至关重要。“曹芳的背景也可能为正力新能带来品牌信誉和管理经验，有助于公司在市场竞争中获得优势。”

2013年3月，曹芳与陈继程创办常熟新中源创业投资有限公司。2016年8月，二人创办常熟正力投资有限公司（以下简称“正力投资”），从事电动汽车核心部件领域的投资。

2019年2月11日，正力投资以

对于公司冲击港股IPO背后的考量、如何面对动力电池行业激烈的竞争等相关问题，7月31日至8月7日，《中国经营报》记者致函正力新能官方邮箱，并多次致电官方电话。

其中，在8月5日，记者拨通了官方电话，相关工作人员表示，会将邮件转至公司公共关系管理部同事，看他们是否有采访需求，如果有需求的话，会联系记者。但截至记者发稿尚未收到回复。8月6日、7日，记者曾尝试再拨通上述官方电话，但每次都是无人接听。

1.60亿元认购江苏塔菲尔新能源科技股份有限公司（以下简称“江苏塔菲尔”）6.78%的注册资本，对其进行少数股权投资。同年2月26日，正力投资和江苏塔菲尔分别持有正力新能70%和30%的股权。2020年5月29日，正力投资取得江苏塔菲尔控制权后，又以2.38亿元将其持有的正力新能70%股权转让给江苏塔菲尔。

正力新能成为江苏塔菲尔全资子公司。据悉，2021年12月28日，江苏塔菲尔全体股东按所持股权比例，收购江苏塔菲尔持有的正力新能100%股权，总代价为25.38亿元。2021年12月30日，上述股权转让完成后，正力新能不再为江苏塔菲尔的全资子公司。

而在2022年2月10日，江苏塔菲尔当时的股东议决将业务及江苏塔菲尔及其子公司所持若干资产转让予正力新能及其子公司，资产总价为18.55亿元。至此，江苏塔菲尔不再开展任何业务营运，而由正力新能全面承接江苏塔菲尔的技术、产品和客户关系。

3年亏损27亿元

近年来，国内新能源汽车产业始终保持着高速发展的态势，动力电池行业也迎来发展高潮。根据弗若斯特沙利文报告，近年来动力电池市场稳步增长，预计全球动力电池装机量将以37.5%的复合年增长率从2023年的716.0GWh增至2028年的3513.1GWh。预计中国动力电池装机量将以37.9%的复合年增长率从2023年的389.0GWh增至2028年的1943.3GWh。

正力新能于2019年成立，开发多技术路径电池产品组合，提供电芯、模块、电池包、电池簇、电池管理系统的一体化方案，并拓展电化学产品在陆海空互联全场景下的大规模应用。

根据弗若斯特沙利文报告，2023年，按动力电池装机量计，正力新能在中国动力电池市场排名第10，在磷酸铁锂电池市场排名第7，在三元动力电池市场排名第8。

对于正力新能冲击港股上市的背景考量，中关村新型电池技术创新联盟秘书长于清教告诉记者，目前动力电池行业竞争异常激烈，正力新能作为国内动力电池装机量前十公司之一，仍处于亏损阶段，且毛利润明显低于其他前十公司的平均水平，且在产能建设、产品和技术开发、客户开拓等多个方面需要大量且持续的资金支持，选择上市融资，不仅能为公司提供资金支持，也有利于提升管理水平和品牌形象。“A股IPO审核趋严，上市门槛明显提升，且也有不少产业链企业冲刺A股IPO失败的案例，选择港股上市，相对稳妥一些。”

于清教告诉记者，国内市场竞争格局是宁德时代、比亚迪、中创新航这前三家企业处于相对稳定的状态，但第四至十名一直处于调整中，而在影响排名的因素中，客户的稳定性以及搭载车型销量的提升是关键因素。“从今年上半年装车量来看，在前十企业中，半数是上市公司，正力新能如果能成功上市，肯定更利于其客户开拓，从而提升竞争力。”

正力新能的动力电池客户包括大型央企、造车新势力及跨国领先整车企业，其在一汽红旗、广汽传祺、零跑汽车、上汽通用五菱、上汽通用等车企核心车型的电池产品供应份额持续提升。

截至2024年3月31日，正力新能对零跑汽车核心BEV车型的销售渗透率及对上汽通用核心PHEV产品GL8陆尊的销售渗透率达50%以上。此外，正力新能还与德业股份围绕储能电池开展合作，并积极寻求与航空、船舶领域的客户推进产品的量产合作。

在报告期内，正力新能来自前五大客户的收入分别占公司同期总收入的89.1%、90.4%、77.8%及86.6%。其中，来自最大客户的收入占比达55.2%、29.3%、28.3%及47.0%。在财务数据方面，招股书显示，2021年至2023年，正力新能实现营业收入14.99亿元、32.90亿元、41.62亿元；但也难逃亏损，其同期亏损分别为4.02亿元、17.2亿元、5.9亿元。

对于亏损的原因，正力新能

也在招股书中给出了相应的解释。正力新能表示，公司亏损由2021年的4.02亿元增至2022年的17.2亿元，主要由于客户取消采购订单。“我们的亏损其后减至2023年的5.9亿元，主要是由于销量增加及形成规模效益令运营效率提升。”

正力新能亏损并非孤例。于清教表示，动力电池行业整体增收不增利，头部企业也不例外。销量保持增长态势，但降成本、去库存、海外市场拓展、产品安全等挑战和压力较大。

对于公司何时能够盈利的相关问题，正力新能也在招股书中提到：“由于我们仍处于成长阶段，尚未实现盈利，且无法保证我们是否会实现盈利及何时会实现盈利。我们日后的盈利能力将不仅取决于我们的产品销售工作，亦取决于我们对成本的控制。倘若我们无法在控制营运相关成本的同时充分扩大我们的销售规模，我们日后可能会继续遭受亏损。”

正力新能还在招股书中表示：“我们未来的增长和盈利取决于我们扩大产能以迎合持续增长的市场需求的能力。截至最后实际可行日期，我们仍在积极扩大产能，目前的规模尚未达到最佳规模经济效益。”据悉，产能扩张便是正力新能募集资金的主要用途之一。对于目前动力电池行业的整体产能现状和正力新能的产能扩张，于清教表示，行业的整体情况是产能过剩，但企业的产能布局要适度超前，具体还要看在手订单和储备客户情况。



本届奥运会期间，140辆宇通客车为巴黎市民和游客提供出行服务。 本报资料室/图

自动驾驶企业赴美上市 能否应对网络安全审查？

本报记者 赵毅 陈靖斌 广州报道

近日，小马智行与文远知行相继传出即将在美国进行首次公开募股(IPO)的消息，引发了广泛关注。有知情人士透露，小马智行可能最早于今年9月在美国进行IPO，并已吸引了有投资意向的机构投资者。无独有偶，7月26日，中国自动驾驶技术初创公司文远知行(Weride, WRD.US)向美国证券交易委员会(SEC)提交了IPO申请。

自动驾驶企业纷纷赴美IPO的背后，网络安全与数据合规问题可能会成为一大挑战。就自动驾驶企

业在业务运营过程中如何规避国家关键信息基础设施安全和数据安全带来的隐患，文远知行相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示，经过滴滴事件后，2023年2月证监会新发布了《境内企业境外发行证券和上市管理试行办法》及相关配套监管指引，支持企业“走出去”。

该负责人补充道：“文远知行在境外上市备案新规生效后，成为首批向证监会申请备案的企业之一，并于2023年8月取得了证监会的批准。文远知行赴美IPO已经过中国相关监管部门的充分审查和批准。”

涉及多项敏感数据搜集

小马智行相关负责人回应记者称，公司严格遵守相关法律法规，采集、存储和使用数据时，严格按照要求操作。

在自动驾驶行业中，数据收集和隐私保护成为企业运营的重要环节。根据记者的调查，用户在使用小马智行APP的自动驾驶预约服务时，需要提供多种个人信息以实现基本和扩展业务功能。

根据小马智行的《隐私协议》，用户在使用其服务时需提供用户名、手机号码、预约及乘车记录、位置信息、车内录音录像、支付记录、读取SD卡数据权限、剪切板信息等。这些信息是实现基本业务功能所必需的。用户还可选择性地提供其他个人信息以实现扩展业务功能。

其中在推广活动方面，小马智行通过用户主动填写的信息获取用户名、姓名、手机号码、通讯地址等，以邮寄积分商城的兑换礼物和发放积分等。此外，通过用户填写调查问卷，小马智行获取年龄段、最高学历、驾龄、所处行业、居住地、对自动驾驶的认知和反馈等信息，以优化服务。

相比之下，文远知行的“WeRide Go”平台收集的个人信息相对较少。根据“WeRide Go”隐私政策，用户在注册并使用其服务时，需要提供手机号码、位置信息、订单编号、订单金额、车内人脸和声音录音录像等信息。

在数据合规方面，小马智行相关负责人回应记者称，公司严格遵

守《网络安全法》《个人信息保护法》《汽车数据安全管理若干规定》等相关法律法规，采集、存储和使用数据时，严格按照要求操作。公司对出行运营场景采集的个人信息进行非明文化处理，对测试运行场景采集的车外视频中的人脸、车牌严格打码脱敏，并对全部数据进行加密传输及访问处理权限控制，采取多重措施保障信息数据安全。

文远知行也强调其运营行为均严格遵循适用的法律法规。在官网和“WeRide Go”APP中，文远知行详细阐述了其隐私政策，说明了收集个人信息的场景、类别以及用途。文远知行相关负责人对记者表示：“文远知行在数据收集、传输、存储和处理过程中均严格落实相关法规的要求。文远知行仅处理对开展自动驾驶车辆测试和运营管理必要的数据，并以法律法规要求的方式取得个人信息主体的知情同意。对于包含人脸、车牌等个人信息的车外视频，文远知行通过在车端进行匿名化处理以实现隐私保护。”

此外，文远知行相关负责人还指出，文远知行已根据《数据安全法》第30条、《汽车数据安全管理规定》第10条的规定对其数据处理

活动定期开展风险评估，并每年按时向广东省网信部门报送风险评估报告。

是否存在审查风险？

监管部门会重点关注数据安全保护措施的完善程度、企业对关键信息基础设施的安全保障能力、数据跨境传输的规范等方面。

近年来，国家不断加强对网络安全、数据安全、个人信息的保护力度，先后颁布了《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》《关键信息基础设施安全保护条例》《网络安全审查办法》《数据出境安全评估办法》等法律法规。

网信部门依法加大网络安全、数据安全、个人信息保护等领域执法力度，通过执法约谈、责令改正、警告、通报批评、罚款、责令暂停相关业务、停业整顿、关闭网站、下架、处理责任人等处置处罚措施，依法打击危害国家网络安全、数据安全，侵害公民个人信息等违法行为，切实维护国家网络安全、数据安全和社会公共利益，有力保障广大人民群众合法权益。

2023年，全国网信系统加大执法力度，在网络安全、数据安全、个人信息保护等领域持续发力，严格执法查处各类网上违法犯规行为，全年共约谈网站10646家，责令453家网站暂停功能或更新，下架移动应用程序259款，关

停小程序119款。

由此可见，企业在个人信息收集和使用上面临过度搜集、隐私泄露等问题已引起监管部门重视。

北京市安理律师事务所合伙人郭庆律师表示：“过度收集用户数据可能会带来个人隐私安全的潜在威胁。许多征求用户同意使用的格式化的隐私协议，都存在规范化程度低、侵权风险高的现象。”

2021年，针对智能网联汽车的网络安全和数据保护问题，国家互联网信息办公室、公安部等五部委联合颁布了《汽车数据安全管理若干规定(试行)》(以下简称《若干规定》)，对汽车数据的本地化和出境管理提出明确要求，包括重要数据本地存储和数据出境安全评估、国际条约、协议的适用问题、不得超范围向境外提供、政府部门的抽查核验和向有关部门提供关于相关情况的其他报告。

郭庆表示，自动驾驶汽车产业因其与互联网深度融合，与国家安全紧密关联。自动驾驶汽车收集大量数据，包括用户身份信息、驾驶数据、道路、地理环境、公



小马智行无人驾驶汽车正在道路上进行行驶测试。

视觉中国/图

业因其与互联网深度融合，与国家安全紧密关联。自动驾驶汽车

收集大量数据，包括用户身份信息、驾驶数据、道路、地理环境、公建筑等大量数据被存储在设计者和使用者服务平台或云平台。这些信息如果处置不善，存在被非法利用的可能。车辆自身的通信及车联网数据若传送到境外，极有可能泄露敏感信息，危害国家安全。因此自动驾驶企业在进行跨国业务或上市时需格外注意，避免在数据处理和跨境传输过程中造成的数据泄漏或网络安全影响国家安全。

北京市盈科(广州)律师事务所高级合伙人龙劲韬指出，滴滴事件后，国家互联网信息办公室施行了《数据出境安全评估办法》，并印发了《促进和规范数据跨境流动规定》，规范数据出境活动以保护个人信息权益，维护国家安全和社会公共利益，促进数据跨境安全、自由流动。监管部门会重点关注数据安全保护措施的完善程度、企业对关键信息基础设施的安全保障能力、数据跨

境传输的规范等方面。

“形式合规”转向“实质合规”

2024年，伴随着《数据安全法》《个人信息保护法》深入实施，以及人工智能监管全面启动的态势，网络安全与数据合规将从“形式合规”逐渐转向“实质合规”。

针对网络安全与数据合规问题，文远知行方面表示，2023年证监会发布了相关配套文件，旨在支持企业依法合规利用境外资本市场健康发展。文远知行方面强调：“中国政府一直鼓励企业依法合规利用两个市场、两种资源融资发展。”

文远知行方面进一步解释称，无论是在中国IPO还是在美国IPO，都需要按照相关证券法和证券交易所规则在网络上公开披露必要的运营数据、经营数据。从IPO的信息披露方面来看，在中国或美国IPO并没有实质区别。

在应对网络安全审查方面，企业应该采取哪些积极的措施？郭庆建议：“建立完善的网络安全管理体系；联合国发布的R155法

规要求汽车制造商应构建网络安全管理体系(CSMS)，生产的车辆应具备相应的网络安全防护能力，并在CSMS认证基础上完成车辆型式认证(VTA)。”

“同时，强化数据安全保护：对照欧盟已经实施的《通用数据保护条例》(GDPR)，汽车制造商应建立企业隐私合规治理架构，推动隐私合规的制度流程执行，通过数据盘点、数据流梳理、数据处理活动记录、合规差距评估、隐私合规设计、实施验证等环节，确保数据处理的合规性。”郭庆表示。

北京市盈科(广州)律师事务所律师卢宣任则建议：“自动驾驶企业在应对网络安全审查方面可

建立完善的数据安全管理体系，严格控制数据收集和使用范围，定期进行安全评估和审计，加强员工数据安全意识培训等。”

值得一提的是，2024年，伴随着《数据安全法》《个人信息保护法》深入实施，以及人工智能监管全面启动的态势，网络安全与数据合规将从“形式合规”逐渐转向“实质合规”。

对此，卢宣任表示，“实质合规”不仅仅是促进在数据合规方面有法可依、有标可循，更加强了在企业运营的各个环节切实保障数据安全和隐私保护的监管，明确地看出在当前数据时代，对于公共设施的数据化信息、用户隐私安全的保护切实关乎个人安全及国家利益，“实质

合规”目前已经包括数据处理的合理性、必要性，安全措施的有效性，对用户权益的充分尊重和保障等方面。具体表现在更严格的内部审计、对数据处理流程的持续监测和改进、对突发事件的快速响应和妥善处理能力等。

郭庆指出，形式合规往往关注法律法规的最低要求，更多是纸面的合规、危机应对型的合规。然而从形式走向实质，企业不但需要满足立法不断精细化的要求，同时应将网络安全和数据合规建设纳入日常的经营管理，从实质上可以应对安全风险，提升运营效率，在保护企业长期稳定发展的同时，也对企业客户的信息安全提供了保障。

飞行汽车驶入快车道 政策助推产业化进程

本报记者 陈靖斌 广州报道

低空经济发展“多点开花”

近日，低空经济政策频出，飞行汽车产业化进程显著加快，吸引了包括宁德时代在内的众多企业投资布局。

8月3日，峰飞航空宣布与宁德时代签署战略投资与合作协议。宁德时代独家投资数亿美元，成为峰飞航空的战略投资者。同时，其他车企在低空经济领域也取得了重要进展。在此之前，广汽集团透露其自主研发的飞行汽车GOVE已累计进行超过300次飞行验证，计划于2027年推出飞行汽车示范运行方案，并在粤港澳大湾区内的2—3座城市打造城际立体出行样板。

北京社科院副研究员王鹏指出，宁德时代的投资布局及其他车企在飞行汽车领域的进展，显著推动该产业的发展。

“宁德时代战略投资为飞行汽车领域注入了巨额资金，加速研发和产业化进程。车企的积极参与表明飞行汽车领域正获得越来越多资本的关注和青睐。在电池技术方面，宁德时代的领先优势将提升飞行汽车的动力性能和续航能力，车企的参与也将带来汽车制造领域的先进技术和管理经验。此外，宁德时代和众多车企的积极布局将提升市场对飞行汽车产业的信心和期待，吸引更多企业和投资者进入该领域，完善产业链和生态体系。”王鹏表示。

直升飞机等代表的低空经济首次被纳入《政府工作报告》，并被定义为“新增长引擎”。

峰飞航空自主研发的“盛世龙”eVTOL航空器可载5人，最大航程达250公里，巡航速度为200公里/小时。其最大起飞重量为2.2吨，最大载荷为400公斤。

8月1日，峰飞航空实现了吨级以上eVTOL的首次跨长江飞行。这次飞行由“盛世龙”eVTOL航空器执飞，从南京市浦口区的无人机基地起飞，飞越长江并沿江盘旋巡航后返回基地，航程25公里，往返飞行时间为10分钟。

尽管低空经济被国家列为重点发展产业，宁德时代对其与峰飞航空的战略合作却显得低调。宁德时代相关负责人表示：“尽管低

空经济和飞行汽车最近很热门，但我们不打算重点宣传这个项目。”

除了宁德时代，其他车企也在低空经济领域取得了显著进展。8月1日，广汽集团在互动平台上宣布，其自主研发的飞行汽车GOVE已经累计进行了超过300次飞行验证，计划于2027年推出飞行汽车示范运行方案，目标是在粤港澳大湾区内的2—3座城市打造城际立体出行样板。

在7月初的广州市推动低空经济高质量发展大会上，广汽集团董事长曾庆洪发表了主题演讲，并由广汽集团与亿航智能设备(广州)有限公司签订战略合作协议。双方将在低空飞行器领域进一步深化合作，广汽集团将利用其在智能制造和供应链管理方面的经

验，结合亿航智能在载人自动驾驶飞行器研发设计方面的优势，共同探讨成立合资公司，实现无



宁德时代数亿美元投资飞行汽车公司峰飞航空。

视觉中国/图

人驾驶载人航空器的生产和推广应用，推动广州低空经济产业的高质量发展。

政策落地引领产业发展

低空经济产业之所以能够“多点开花”，与中央及地方政府相继落地的政策推动密不可分。

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革，推进中国式现代化的决定》对“健全现代化基础设施建设体制机制”进行了系统部署，特别提到了“发展通用航空和低空经济”。

广东作为国内发展低空经济较早的省份之一，今年在低空经济方面采取了多个创新举措。广东省《政府工作报告》提出，要在城市空运、应急救援、物流运输等应用场景中进行创新，并加快建设低空

无人感知产业体系。2月1日，《深圳经济特区低空经济产业促进条例》正式实施，这是全国首部关于低空经济的地方专项法规。

8月2日，深圳市在会展中心召开了低空经济高质量发展大会。会上，深圳市发展改革委发布了《深圳市低空空域管理改革试点工作方案(2024—2025年)》，并提出深圳市低空运行体系、应用场景及航线目标。此外，深圳低空运行管理中心也正式启用。根据规划，到2025年底，深圳将建成1000个以上低空飞行器起降平台，低空飞行服务保障将达到国际先进水平。

除了广东，上海和郑州等地也纷纷出台了低空经济发展规划政策。

7月31日，上海市经济和信息化委员会主任张英在上海低空经济产业高质量发展推进大会上，介绍了《上海市低空空域管理改革试点工作方案(2024—2025年)》。根据该行动方案，上海计划与长三角城市联合建设全国首批低空空域通航城市。

此外，上海将致力于构建“海—岸—城”低空智慧物流商业体系，积极申请成为城市空中交通管理试点，并争取建成全国低空经济产业综合示范引领区。该方案还设定

了核心产业规模达到500亿元以上的目标。

8月2日，郑州市人民政府办公室发布了《郑州市加快培育低空经济产业创新发展行动方案(2024—2026年)》。该方案明确了到2026年的发展目标，包括引进培育5家以上无人机整机企业、20家以上产业链核心企业，吸引一批优质低空飞行器运营企业，使低空经济相关企业数量突破200家，低空经济产业规模超过200亿元。郑州还积极申建国家低空经济发展示范区。

然而，中国数实融合50人论坛

智库专家洪勇指出，目前飞行汽车距离大规模商业化落地还存在多个瓶颈与难点，包括技术成熟度不足、成本高昂、法律法规不完善以及公众接受度低等问题。

为此，洪勇建议要综合施策，通过技术创新降低生产运营成本，提高安全性与可靠性；加强法律法规建设和标准制定工作，确保飞行汽车能够在合法合规的前提下安全运行；开展公众教育和宣传，逐步提升社会对飞行汽车的认知度和接受度；并且建立有效的区域管理体系，确保飞行汽车与其他航空器和谐共存。

城市公交“焕新”:扮婚车、开食堂、变售后服务站

本报记者 陈燕南 沧州报道

“我已经退休十几年了，经常乘公交出行。现在坐公交车，不但能顺利到达自己要去的地方，而且乘车的过程就是一种享受。我有时候特意去乘坐夜享狮城专线，这条线路把沧州新地标，像清风楼、南川楼、园博园等景点都串联起来。”76岁的河北沧州居民崔晓林对《中国经营报》记者表示。

在不少市民看来，比起前些年，沧州的公交增加了很多

乘坐新能源公交结婚

为了推进文旅融合发展，城市公交开通了不少网红线路。

大红的“囍”字、浪漫的挂饰……平日里普通的新能源纯电动公交车“变身”喜庆婚车。记者走进车厢看到，车窗玻璃、扶手杆、座椅上精心装点了红色的“囍”字、“新婚快乐”等祝福语挂件，车厢后部放置巨型喜字摆件，整个车厢充满了新婚的甜蜜温馨。相关工作人员称，目前婚车已经正式上线运营，并且可根据乘客的需求定制交通路线。

记者看到，在“青春主题巴士”专线上，结合双层巴士车型构造以及线路特点打造车辆外观以明亮的蓝色和绿色为主色调，搭配着动感的线条和富有创意的图案，更具视觉冲击力，吸引年轻乘客群体乘坐。车厢内部以“这么近，那么美，周末到河北”为主题，将沧州部分旅游景点和网红打卡地有机结合。

根据相关工作人员介绍，线路

“度”——长度、广度、密度和温度。

公交作为城市中一张名片，也是便民惠民的窗口和入口。微小的变化便能让市民拥有最直观的感受。上述“新风景”只是城市公交发生变化的一隅。近日，交通运输部“我的公交我的城”重大主题宣传活动举办。记者走进沧州，在现场看到，不少公交拥有了自己的专属“名字”。婚车公交、青春主题巴士、巾帼巴士、爱老敬老巴士、心理健康公交专线——“彩虹号”陈列在广场中。与此同时，10米级

氢燃料电池公交车、8米级纯电动公交车在市内不停穿梭。

不仅如此，城市公交正在致力于打造“车轮上的生活圈”。“租车、旅游、快修等‘副业’不仅形成了便民生活圈，还有助于企业‘自我造血’，去年共带来营收超5000万元。”沧州公共交通集团有限公司党委书记、董事长王洪林向记者介绍。

事实上，在多元化经营的背后，是城市公交在新时代下面临着转型的新课题。交通运输部运输服务司二级巡视员耿晋军表示，近

几年来，在快速发展的同时，受多种因素影响，公众出行习惯发生深刻变化，个体化出行比例持续增长，城市公交发展面临新的挑战。

在业内人士看来，城市公共交通运营生产如果通过升级和转型新质生产力，将为城市公交带来巨大的可持续发展机遇。新能源车辆上所具有的高科技、高效能、高质量特征，将加速城市公共交通系统信息化、智能化、智慧化的更新换代。目前，新质生产力的逻辑密码，正在城市公交的运行中发生着改变。



公交车变身婚车，定制化需求成为城市公交独特的“风景线”。
陈燕南/摄影

置了供轮椅上下踏板，车内有专门的轮椅安全停放区域，最大限度满足老年人需求。另外根据相关工作人员介绍，现在大部分乘坐公交的都是老年人，所以更要在细节上保障老年乘客的出行。

此外，为了迎合更多细分乘客的需求，“大运河”“铁狮文旅专线”“心理健康公交专线”——“彩虹号”

等主题文化车型都已上线运营。

根据沧州公共交通集团有限公司总经理刘胜利介绍，为了推进行旅融合发展，助力交旅融合创新打造“公交上的服务便民圈”，结合市区大运河、园博园等文旅项目落成，开通“夜享狮城”“狮城夜景”“园博园假日观光”等网红线路。

“不仅是社区老人来用餐，有很多上班族也来用餐，菜都是家常菜，能照顾到不同的口味，而且价格很优惠，采用自助的方式，十几块钱就能够吃饱吃好。”社区相关负责人对记者表示。

记者了解到，该食堂现有员工27人，每天保证550名公交车长午餐配送服务，同时还服务周边住宅小区、学校、培训机构及写字楼等社会流动就餐人群。收费标准是成年人15元一位，60岁以上10元一位。

事实上，城市公交一直坚持“公益性+市场化”道路，依托公交品牌优势，积极拓展创收经营渠道。

“目前，汽车租赁是业务收入的主要组成部分，从5座到56座的车型都有，到了旅游旺季就会出现供不应求的状况，同时，公交车上的广告宣传也是重要的收入组成部分。另外在新能源汽车充电方面，在给公交车充电之外，我们的充电桩和场地也会对私家车进行开放。”张斌雅对记者表示，“代

驾也是我们去年开辟的新项目，这样来我们的公交车司机也可以在业余时间去创收。”

刘胜利表示，公交集团正在

构建“公交+”模式，主副并举打造“公交车轮上的生态圈”。公交集团集中整合场站、人员、管理等资源，逐步形成涵盖维修检测、气瓶检测、新能源充电、出租旅游、车辆租赁、广告经营、婚车定制、代驾、餐饮、商超十余种业务的“公交+”特色产业链集群。

随着相关举措的落地实施，政策效果已然显现。商务部新闻办公室8月6日披露的信息显示，据商务部汽车以旧换新信息平台统计，截至7月30日，全国汽车报废更新补贴申请已突破41万份。今年上半年，据商务部数据，全国报废汽车回收277.8万辆，同比增长27.6%。

中国汽车工业协会副总工程师许海东在接受记者采访时表示，汽车以旧换新政策的落地，要从两方

面发力，一方面要给予更多补贴，提供更好的产品。另一方面要提高标准，规范市场。以旧换新政策是今年车市能否实现正增长的关键因素。除了推进以旧换新政策外，要促进汽车消费还应尽快建立全国统一大市场。目前，在一些地方仍然有不少阻碍汽车消费的政策存在，比如限购、限行以及公共采购更倾向于选择本地企业等，希望相关限制能够进一步破除。

预拨资金预算的通知》指出，财政部下达2024年财政贴息和奖补资金约64.40亿元，用于2024年汽车以旧换新中央财政补贴资金预拨。除上述中央财政预拨资金外，另有约47.58亿元地方资金也将用于2024年汽车以旧换新补贴活动中。

为激励汽车消费，主管部门加码汽车报废更新补贴标准。7月25日，国家发展改革委、财政部印发《关于大力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》，提出统筹安排3000亿元左右超长期特别国债资金，加大力度支持大规模设备更新和消费品以旧换新。

其中，聚焦到汽车行业，在此次政策的标准下，乘用车补贴迎来翻倍。

《关于大力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》指出，在《汽车以旧换新补贴实施细则》基础上，个人消费者报废国三及以下排放标准的燃油乘用车，或报废2018年4月30日前及以前注册登记的新能源乘用车，且购买纳入工信部《减免车辆购置税的新能源汽车车型目录》的新能源乘用车，可获补贴1万元。对报废国三及以下排放标准燃油乘用车并购买2.0升及以下排量燃油乘用车的消费者补贴7000元。

5月31日，一笔总额近112亿元的2024年汽车以旧换新补贴引起广泛关注。

此时，财政部发布的《关于下达2024年汽车以旧换新补贴中央财政

税的新能源汽车车型目录》的新能源乘用车或2.0升及以下排量燃油乘用车，补贴标准提高至原来的2倍和2.14倍，即购买新能源乘用车补2万元，购买2.0升及以下排量燃油乘用车补1.5万元。此前的标准是分别获得补贴1万元和7000元。

而且，新的补贴标准可溯及以往。文件指出，对《汽车以旧换新补贴实施细则》印发之日，也就是4月24日起提交符合条件的补贴申请的消费者，按照调整后的补贴标准执行；对已经领取补贴的消费者，补齐差额部分补贴。

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树认为，最新的汽车报废更新补贴对车市而言是重大利好，或将能有效地拉动今年汽车市场200万辆左右的(私家车)报废增长，拉动千亿元以上的增量更新消费。通过释放车市更新需求，将改善车市当前严峻的过度价格战的艰难局面，对厂家和经销商都是重大利好。

“走得了”更要“走得好”

城市公交正在加快向智能化、绿色化、个性化转型。

事实上，近几年来，在城市公交快速发展的过程中，受私家车日益普及和电动自行车加速推广等因素影响，城市公交发展面临新的挑战。

自贡市公交集团有限责任公司刘召能坦言，当前，公交行业面临前所未有的挑战，三年疫情对公交的影响前所未有，市民出行方式的转变对公交的影响前所未有。

在采购新能源公交车以及在节能减排方面取得了一定成效。记者在采访中了解到，2013年，沧州实现市区清洁能源燃气公交车更新，相继购置849辆纯电动公交车。2024年，“智慧公交项目”涵盖新能源公交车更新，完成新购纯电动公交车180辆、氢燃料公交车20辆。

根据河南驻马店市公共交通有限公司党委书记、董事长黄伟介绍，驻马店目前已经实现运营公交车纯电动化，更新购置纯电动公交车701辆、建设充电桩749座。已在平舆、遂平、确山、汝南、新蔡、泌阳、上蔡组建7个城乡公交子公司，开通公交线路50余条，投入纯电动公交车565辆。

自贡也在加速推进可持续发展战略。“加大对新能源汽车的应用，城市公交、农村客运、巡游出租车、租赁车的新增车辆100%为新能源汽车。建成板仓、石灰窑等11个充电站，共计356把直流充电桩，年减排二氧化碳超过2.5万吨。”自贡市公交集团有限责任公司董事长刘召能表示。

值得注意的是，围绕着新能源车辆，自贡公交还积极拓展了多项业务。“集团下属自贡客车厂先后成为宇通客车、福田欧曼、中通客车、中车、格力钛等10个新能源商用车、客车、货车整车服务站。”刘召能介绍，“还与宁德时代、盟固利、微宏动力、苏州绿控、汇川科技、大洋电机等6个三电核心部件生产厂达成售后服务协议，成为众多新能源商用车生产企业和核心三电部件的售后服务中心。在保障自有车辆维修的基础上，为内江公交、富顺公交、荣县公交、威远公交、内江东兴城乡客运公司等用车单位服务，年实现维保收入近500万元。”

记者注意到，近日，国务院常务会议研究加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新政策措施。其中特别强调，提高新能源公交车更新补贴标准。这一决策不仅为新能源客车行业发展注入强劲动力，也预示着我国绿色交通体系建设迈出新的一步。

打造“车轮上的生活圈”

公交集团逐步形成涵盖车辆租赁、广告经营、代驾、餐饮、商超等十余种业务。

除了打造文化车厢，发展社区食堂也成了城市公交贴近百姓生活以及探索多元化经营的一条路径。

记者探访河北沧州和美居城市食堂看到，众多周边市民前来就餐，十余种菜品陈列其中。

沧州公共交通集团有限公司多元发展部经理张斌雅在接受记者采访时表示，和美居城市食堂是沧州公交集团多元化发展的经营项目之一。食堂共三层，一层大众散桌、二层雅间、三层生产操作间。

“不仅是社区老人来用餐，有很多上班族也来用餐，菜都是家常菜，能照顾到不同的口味，而且价格很优惠，采用自助的方式，十几块钱就能够吃饱吃好。”社区相关负责人对记者表示。

记者了解到，该食堂现有员工27人，每天保证550名公交车长午餐配送服务，同时还服务周边住宅小区、学校、培训机构及写字楼等社会流动就餐人群。收费标准是成年人15元一位，60岁以上10元一位。

需求不足、社会预期偏弱等挑战，在这一情境下，促进汽车消费成为汽车产业中的一个关键词。

《中国经营报》记者注意到，今年以来，作为促进消费的有力举措之一，以旧换新政策屡次频发。汽车是以旧换新政策的重点品类之一，主管部门亦在加大刺激力度，包括为之掏出近112亿元的“真金白银”，以及进一步破除相关隐形障碍。

中国汽车工业协会副总工程师许海东在接受记者采访时表示，汽车以旧换新政策的落地，要从两方

面发力，一方面要给予更多补贴，提供更好的产品。另一方面要提高标准，规范市场。以旧换新政策是今年车市能否实现正增长的关键因素。除了推进以旧换新政策外，要促进汽车消费还应尽快建立全国统一大市场。目前，在一些地方仍然有不少阻碍汽车消费的政策存在，比如限购、限行以及公共采购更倾向于选择本地企业等，希望相关限制能够进一步破除。

刘胜利表示，公交集团正在构建“公交+”模式，主副并举打造“公交车轮上的生态圈”。公交集团集中整合场站、人员、管理等资源，逐步形成涵盖维修检测、气瓶检测、新能源充电、出租旅游、车辆租赁、广告经营、婚车定制、代驾、餐饮、商超十余种业务的“公交+”特色产业链集群。

随着相关举措的落地实施，政策效果已然显现。商务部新闻办公室8月6日披露的信息显示，据商务部汽车以旧换新信息平台统计，截至7月30日，全国汽车报废更新补贴申请已突破41万份。今年上半年，据商务部数据，全国报废汽车回收277.8万辆，同比增长27.6%。

“目前，汽车租赁是业务收入的主要组成部分，从5座到56座的车型都有，到了旅游旺季就会出现供不应求的状况，同时，公交车上的广告宣传也是重要的收入组成部分。另外在新能源汽车充电方面，在给公交车充电之外，我们的充电桩和场地也会对私家车进行开放。”张斌雅对记者表示，“代

驾也是我们去年开辟的新项目，这样来我们的公交车司机也可以在业余时间去创收。”

“真金白银”之外的切入口

除了掏出“真金白银”鼓励汽车消费外，要进一步扩大市场需求，还有哪些切入口？

在采访中，许海东告诉记者，增加内需、扩大汽车消费的核心在于经济的发展。“只要我国的经济能够得到进一步的发展，越来越多的人进入中产阶层，那些三四五线城市以及农村地区就有更多的老百姓有能力购买汽车。”

目前，中国汽车的千人保有量还比较低，大概在230辆，而发达国家为600辆左右，还存在较大差距。这也说明我国汽车保有量还有较大增长空间。

同济大学汽车学院汽车产业与技术战略研究中心主任及教授王宁认为，目前老百姓虽然存在消费需求降级的情况，但这并不是说没有消费需求，只不过是他们希望可以买到性价比更高的商品。车企可以从产品开发和市场定位去考虑适应这样的消费需求。

降低购车、用车成本被认为是促进汽车消费的路径之一。许海东认为，随着中国经济的不断的发展，汽车已经从原来的奢侈品变为家庭必需品、普通消费品，此前设立的汽车消费税都比较高，现在或许可以考虑降低车船税、增值税等税费，以及降低过路费、停车费等费用，这将有利于促进汽车消费。

随着渗透率突破50%，国内新能源汽车正在向汽车市场“主流”产品靠近。因此，促进新能源汽车消费也是我们需要考量的重要方向之一。

中经传媒智库专家及浅觉深知咨询创始人陆盛泽告诉记者，中

国新能源汽车市场规模较大，目前主要集中在超一线、一线以及二线城市，接下来要积极鼓励新能源汽车下乡。不过，要推进新能源汽车下乡，首先要推出满足当地市场需求的产品，做好当地的消费者调研。其次要持续加大对低线城市基础设施的建设。此外，对于新能源汽车的全生命周期管理也应引起重视，要尽早构建新能源二手车估价体系以及推出新能源汽车回收的相关政策。

王宁认为，促进新能源汽车消费，还应加大对金融保险的关注。“目前，大部分险企的新能源车险业务亏损压力较大，许多险企对于做新能源车险业务的积极性不是很高，我们应在这些方面去寻找更好的解决方案，以促进新能源汽车的消费。”

二手车流通是汽车流通体系中的重要一环。眼下，我国二手车销售规模还没有超过新车，国内市场二手车与新车销量比例约为1:2，而发达国家约为2:1，二手车未来还有很大的发展空间。

“二手车相对来说更为便宜，能够更好地去满足四五线城市以及农村市场消费者的需要。而一旦二手车向四五线城市以及农村市场流动，一二线城市就会产生更新置换需求，可以带动新车市场的消费。”许海东表示，要促进二手车消费，需要推进信息公开。“目前，国家还未公开二手车维修以及保险等相关信息，汽车是消费品，其实这些数据完全可以公开。信息公开以后能够解决二手车信息不透明的问题，更有利二手车市场的发展。”

自主品牌优惠退坡 车市“淡季不淡”

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

“之前的优惠已经收回了。”日前上海市闵行区飞凡汽车的一位销售顾问对《中国经营报》记者表示，目前确实有要涨价的消息，“可能是因为成本原因要涨价”。该销售顾问告诉记者，进入8月后，飞凡F7的优惠已经较7月有所收窄，“原来优惠后价格约为15万元，现在优惠完的价格是18万元。”

事实上，飞凡汽车并非目前唯一优惠退坡的车企。记者日前走访多个品牌发现，目前部分自主品牌车企的产品优惠均有退坡或者收回折扣的情况，但与此同时，合资车企逐渐成为降价的主力，上汽大众在

7月的最后一天官宣了最高6万元的降价优惠。

记者注意到，在今年7月，多个自主品牌销量表现不错。其中，蔚来交付新车20498辆，连续3个月交付量超2万辆。理想汽车在今年7月的交付量达到5.1万辆，创月交付量历史新高，同比增长49.4%。

不过在业内人士看来，尽管目前价格战的情况有所变化，但价格战还没有走到尽头。一位汽车业内人士对记者表示，涨价可能是因为成本因素，但汽车行业定价权在头部车企手中，不管是传统车企还是造车新势力，涨价的逻辑都是因为成本和利润。

“价格战”新趋势显现

一改上半年的价格战趋势，合资车企成为目前车市价格战的主力。

此前有消息称，上汽大众即将全系车型涨价。对此，记者向上汽大众的销售顾问进行了咨询，对方表示，没有收到全系车型即将涨价的消息。而在7月31日晚间，上汽大众官宣了新的降价优惠，用实际行动对上述涨价的消息进行辟谣。

上汽大众方面表示，在上汽大众ID.家族中的ID.4X、ID.3聪明款和ID.4X聪明款都将有不同程度的优惠，并且ID.4X聪明款推出三个车型版本，其中ID.4X极智长续航版优惠幅度达到6万元；ID.3聪明款此次则上线5个车型版本，优惠幅度均在4.4万元。

不只是上汽大众仍在降价，另据相关媒体报道，一汽丰田等合资车企的经销商目前也认为，价格战会进行到底。

与合资车企的大力度降价不同，自主品牌车企们的价格战力度各有不同，但已有部分品牌开始逐渐退坡甚至转向涨价。

上海市闵行区一家理想汽车的销售顾问对记者表示，目前除了新上市不久的理想L6此前有新车上市5000元抵1万元的限时优惠外，其他所有车型都没有价格优惠。“L6的优惠是新品上市的优惠，进入8月后就结束了。”该销售顾问对记者表示，未来其他车型也不会降价。

“这是为了保护老车主，公司有保价协议。除了旧车型没有价

格优惠外，服务包这种附加产品也没有优惠的空间。”该销售顾问对此前相关服务包涨价的消息予以否认。

事实上，早在6月就有新势力车企开始收回折扣。今年6月，上海市闵行区一家智己汽车门店的销售顾问就对记者表示，智己L6此前的购车权益将收回，新的购车权益将较此前上涨5000元。

上海市嘉定区一家零跑汽车的销售顾问则对记者表示，目前新上市的C16享有5000元的增购补贴、7000元的选装礼以及首任车主免费终身质保等限时优惠。至于后续会不会有价格调整，该销售顾问对记者表示，目前尚不知晓，“每个月的政策不一样，门店要听从厂商的安排，现在还不清楚未来的情况。”

除了优惠退坡外，部分自主品牌汽车还选择了涨价，不过幅度并不是很大。记者注意到，包括飞凡汽车等在内的多个汽车品牌近日均有涨价的动作。

对此，吉利汽车集团CEO淦家阅在银河E5发布会后的采访中表示，价格不是越低越好，一定要把质量和性能做对比。“吉利要坚持做‘高质优价’，高品质是前提，同时要给用户更优的价格，也就是品价比，如果性能很好，价格可能会高一点点，这是合理的；如果性能不好，价格低或者适中，就是品价比较低。”

优惠退坡影响有限

在车企进行价格博弈之时，今年7月的车市迎来了“淡季不淡”的情况。

乘联会预计，在今年7月，我国狭义乘用车零售总市场规模约为173.0万辆，环比均微降2.0%左右，呈现出了“淡季不淡”的市场行情。

在多位业内人士看来，出现上述情况是由于成本和利润问题、“以旧换新”政策加码和车企为即将到来的“金九银十”旺季做准备等多方面因素所致。

惠誉评级亚太区企业评级董事杨菁对记者表示，豪华车品牌在涨价后，市场价格下行预期短期内将有所缓解，各大品牌可能会通过在“金九银十”旺季来临前调整折扣测试市场价格敏感度。

杨菁进一步表示，由于“以旧换新”政策加码，算上政府补贴后，折扣回撤对消费者实际购车支出影响有限。

记者注意到，在7月25日，国家发展改革委、财政部7月24日印发《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》(以下简称《措施》)，提高汽车报废更新补贴标准。

其中，个人消费者报废国三及以下排放标准燃油乘用车或2018年4月30日(含当日)前注册登记的新能源乘用车的补贴标准

“价格战”尚未结束

尽管多个品牌的优惠退坡，但汽车行业价格战仍是目前及未来一段时间内的关键词。

在企业端人士看来，目前不能简单地打价格战。淦家阅日前在采访中表示，吉利一直秉承不简单地打价格战，而是打价值链、技术战、服务战、品质战和企业道德战。“对企业来讲，不简单地打价格战，不代表产品没有价格优势。公司的价格优势一直从产品、原材料、二级三级甚至到最底层的材料都有体现。从研发设计的时候，就要实现可以追溯到产品的要素上。”

杨菁对记者表示，按目前市场的新能源转型步伐，部分外资及合资品牌加大折扣并不能降低旗下燃油车在华市占率下行风险，却对其盈利水平有较明显侵蚀作用。中国新能源汽车



上海市闵行区一家飞凡汽车的销售顾问日前表示，进入8月后，飞凡F7优惠折扣缩水了3万元。

本报资料室/图

分别由原来的1万元和7000元提高至2万元和1.5万元。

里斯品类创新战略咨询汽车行业负责人、高级顾问赵春璋则对记者表示，除去消费者暑期出行等客观因素外，一方面是由于在燃油

车时代，终端售价并不透明，由于厂商排产、压库以及相应的销售节点制造出的所谓7月淡季，消费者

知道“金九银十”会有大的优惠让利，所以会“持币观望”。

“在目前新能源时代，大部分

品牌均是‘直营’或‘官方统一售价’，不存在原有阶段性价格变化。加之今年以来新能源产品层出不穷，供给丰富，即便是在‘淡季’也有新车型上市，提升了消费者的购买意愿。”赵春璋表示。

或达到50%左右。

赵春璋对记者表示，客观来看，目前确有部分车企过度降价，导致不赚钱甚至赔钱的情况，但长期来看，通过价格的竞争使得市场回归理性且合理的状态仍是主流。

在赵春璋看来，尽管价格战仍会继续，但我国的汽车市场在今年下半年或许会有一轮新增长。相关资料显示，今年下半年，会有很多车企投放有竞争力的产品和高阶智能驾驶应用等技术，“这无疑会刺激消费者的购买欲望，同时国家也加大了汽车置换的权益，促进消费者的购车行为，因此下半年中国汽车市场会有新一轮的增长。”

“南北奥迪”上半年销售32万辆 “价格战”下遇增长“瓶颈”

本报记者 陈茂利 北京报道

“奥迪在中国市场正面临着竞争加剧、高端汽车市场萎缩的挑战。”奥迪集团在近期财报发布之际提及这一挑战。

2024年上半年，奥迪集团在中国销售车辆32.04万辆，同比下滑1.9%。其中，销售主力一汽奥迪销售30.16万辆，上汽奥迪仅销售1.83万辆。

《中国经营报》记者关注到，2024年上半年，即便多款车型大幅优惠，但奥迪累计销量未能实现增长，一汽奥迪销量同比下滑4.9%，上汽奥迪半年累计销量不及竞争对手奔驰单月销量。

实际上，奥迪不仅在豪华车市场遇到挑战，在新能源市场也尚未形成与特斯拉、比亚迪等竞争对手“叫板”的实力。

由于降价对豪华车品牌形象、利润造成一定伤害，近期在豪华车阵营中，由宝马带头，奔驰、奥迪、捷豹路虎跟进退出“价格战”。记者了解到，退出“价格战”后，上述车企反而迎来一小波增长。

“我从2000年开始进入汽车行业，到现在已经整整24年。没有经历过这么惨烈的价格战。”一位从业数十年的资深汽车营销人告诉记者，豪华车C级车价格一度跌到30万元以下。

“这些品牌宣布退出‘价格战’，并适度涨价，触发了消费者的‘稀缺性’和‘保值’心理。”知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受记者采访时表示。

市场竞争加剧，降价保量

“在冲量完成后，7月份的价格优惠一周比一周少。”一位奥迪销售人员反映，“不少观望，对豪华车品牌持‘降价’预期的消费者在听到‘涨价’消息后，加快了购买步伐。”

具体来看，一汽奥迪上半年累计销量30.16万辆，与2023年上半年销量31.7万辆相比，小幅下滑4.9%。上汽奥迪上半年累计销量近1.83万辆。

同期，奥迪品牌竞争对手奔驰、宝马销量分别为35.26万辆、36万辆，同比分别下滑6.5%、5.4%。

记者关注到，一汽奥迪销量

虽然有所下滑，但对比上半年豪华车细分市场同比下滑5.6%(累计133.44万辆)，跑赢大盘。不过，从绝对量来看，奥迪品牌销量仍落后于奔驰、宝马。

无法回避的是，为了稳住销量，奥迪品牌多款畅销车型大幅降价。

上半年车市掀起多轮“价格战”，这给奥迪品牌造成不小的压力建议，为了应对来自奔驰、奥迪、雷克萨斯、凯迪拉克等传统豪华品牌的竞争压力，以及特斯拉、理想、蔚来等新势力的正面进攻，奥

迪经销商纷纷加入“降价”阵营。

记者关注到，不少奥迪终端

经销商以“全系低价促销”“大降

价”等促销术语吸引用户到店。

部分地区奥迪A6L全系降价幅

度在12万元左右。官方指导价45.49万元的奥迪A6L 45TFSI臻选动感型，一度优惠近12万元，裸车只需34万元左右。

上半年车市掀起多轮“价格

战”，这给奥迪品牌造成不小的压

力，为了应对来自奔驰、奥迪、雷

克萨斯、凯迪拉克等传统豪华品

牌的竞争压力，以及特斯拉、理

想、蔚来等新势力的正面进攻，奥

迪经销商纷纷加入“降价”阵营。

记者关注到，不少奥迪终端

经销商以“全系低价促销”“大降

价”等促销术语吸引用户到店。

部分地区奥迪A6L全系降价幅

度在12万元左右。官方指导价45.49

万元的奥迪A6L 45TFSI臻选动

感型，一度优惠近12万元，裸车只

需34万元左右。

上半年，奥迪集团盈利受到

销量下滑影响。

该集团公布2024年上半年财

报，数据显示，上半年营收309亿

欧元，相比去年下降9.5%，营业利

润为19.82亿欧元，营业利润率为

6.4%，净现金流为11.3亿欧元，同

比下降39.9%，主因是销量下降。

同期，奥迪集团销售车辆84.4万

辆，同比下滑8.2%。

对此，奥迪集团方面表示，降

幅主要受到供应链瓶颈的影响，

以及墨西哥工厂的罢工问题，导

致了库存的季节性增加。

虽然背靠大众汽车集团，但

奥迪近年来电动化转型进展缓

慢。上半年，奥迪集团纯电动车

达7.67万辆，同比仅增长

迪经销商纷纷加入“降价”阵营。

记者关注到，不少奥迪终端经销商以“全系低价促销”“大降价”等促销术语吸引用户到店。部分地区奥迪A6L全系降价幅度在12万元左右。官方指导价45.49万元的奥迪A6L 45TFSI臻选动感型，一度优惠近12万元，裸车只需34万元左右。

据中国汽车流通行业产业互

联网平台大搜车统计，今年6月，一

汽奥迪、华晨宝马、北京奔驰平均价

格折扣率环比上涨1.6%—2.9%。

记者采访奥迪销售人员了解

到，6月是车企半年“冲量”的一个节点，在这一节点，不少经销商为了完成销量指标，加大了促销力度。

不过，今年7月中旬，BBA(奔

驰、宝马、奥迪)中，宝马率先宣布

退出“价格战”，施行“降量保

价”。随后奔驰、奥迪、沃尔沃等

豪华品牌也跟进退出“价格战”。

“宝马、奔驰、奥迪等豪华品

牌长期以来构建的是高品质、高

价值的品牌形象，频繁的‘价格

战’虽能短期内吸引部分价格敏

感型消费者，但长期来看，却可能

削弱品牌的溢价能力和市场定

位数下滑，半年累计销量不如国

内头部新能源车企的单月销量。

此外，奥迪新能源车型议价能

力也不高。奥迪Q4 e-tron厂商

指导价为28.99万元至36.71万

元，但在“价格战”影响下，入门款终

成交价一度跌至20万元出头。

市场表现落后于竞争对手，在

新能源市场尚未形成支撑销

量的车型，这些是摆在奥迪品

牌面前的挑战。

面对当前这些挑战，奥迪的计

郑钦文点燃“网球经济”

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近日,中国女子网球运动员郑钦文的夺冠,再一次点燃了国内网球运动的热潮。

这不禁让人思考,中国网球是

点燃网球热潮

8月3日,在巴黎的罗兰·加洛斯网球场上,郑钦文迎来了亚洲的第一个奥运会网球女子单打冠军;而在13年前,李娜也正是在这里夺得了法网女单冠军,成为首位赢得大满贯单打冠军的中国网球运动员。

随着郑钦文的脱颖而出,其商业价值也在不断引发关注。早在今年4月,霸王茶姬官宣郑钦文成为品牌首位“健康大使”。在业内人士看来,这属于“押对宝了”。霸

王茶姬方面告诉记者,双方建立了长期合作关系,“选择郑钦文的原因主要是受到运动员潜力、在赛场上的拼搏精神,以及她展现出的新时代运动员风采的影响。这和霸王茶姬提倡的健康、积极的生活方式,以及品牌全球化发展相契合。”

截至目前,郑钦文至少手握10个品牌赞助:耐克、蚂蚁集团(支付宝)、劳力士、威尔胜、斯维诗、麦当劳、伊利、佳得乐、霸王茶姬、兰蔻等。对此,体育营销专家纪宁表示,

万人,2007年约为400万人,2010年年初达到1200万人。在业内人士看来近年来网球运动在中国势头猛烈,在李娜之后,郑钦文拿下金牌成为网球热度升温的助推器。

北京关键之道体育咨询有限公

司创始人张庆认为,中国网球队在巴黎奥运会上的成功将点燃国内网球经济,产生跨行业影响,为网球培训、管理和设备行业带来重大的商业价值。此外,我国有14亿人口,网球行业具有巨大的增长潜力。

郑钦文会超过谷爱凌成为中国体育商业头牌,未来也会超过李娜。

记者注意到,在福布斯2023年全球女运动员收入榜中,郑钦文排名第15位,比赛奖金收入170万美元,赞助收入550万美元(近4000万元人民币),与谷爱凌一起成为唯二进入前20位的中国运动员。

多位业内人士认为,郑钦文的吸金能量绝不仅于此。“她也是继李娜之后,第一个进入福布斯收入榜单的中国女网球运动员。”纪宁认为,

拿下奥运冠军后,郑钦文的收入有望创新高。而此前李娜曾以1820万美元收入跻身福布斯女运动员收入排行榜第三,商业收入高达1500万美元。

张庆指出,网球项目本来是世界上最有“钱”景的运动之一。以李娜的成长为标志,中国网球开始崛起;但郑钦文、王欣瑜、张之臻等运动员在巴黎奥运会的突破性成绩,促使网球运动“破圈”,参与者和观众人数也会进一步增多。

据了解,还未到夏季时,许多网球场馆就迎来了预订高峰期,加之奥运会的助燃,网球相关经济出现了不同程度的增长。

有网球爱好者告诉记者,在夏季,室内白天时段和室外晚上时段的网球场馆需要靠“抢”才行。8月7日,记者从北京网球管理中心了解到,其室内网球场在未来一周内都已预订满。临近热门消费场景的网球场馆更是“火爆”,记者在运动场地预约平台“约多多”看到,北京球星网球汇(合生汇球星运动中心店)从8月9日至11日,早上6点至晚上10点的各个场次均被订满。

此外,不少网球场地也在调整价格。在北京网球爱好者群体中人气颇高的朝阳公园网球中心,于今年4月宣布室外场地黄金时

段(每周工作日16点后及周末和节假日全天)的价格由每小时最低120元统一涨至140元,中心场地黄金时段的价格由每小时最低320元统一涨至360元。

记者注意到,不少商家想赶上这波网球热度。以北京为例,网球场的数量正在迅速增长。记者从北京几家网球培训机构和一些网球教练处了解到,近日网球培训课程的咨询量开始上升。某电商生活服务平台(抖音)数据显示,7月26日—8月1日,平台内网球馆的抖音团购订单量同比增幅超76%。

与此同时,网球装备也受到了更多关注。上述数据同时显示,自7月以来,平台上网球裙的销量同比增长了近一倍。

但在白领张婕看来,这股风潮来得更早。自去年以来,除了网球

培养路线和社交属性都非常吸引中产家长,加上复制化程度高的青少年的国际升学路径,未来学习网球的青少年人口会进一步增加。”纪宁解释道。

网球场预订需求旺盛,也进一步证明了当下消费者对网球运动的兴趣日益浓厚。记者从北京几家网球培训机构和一些网球教练处了解到,近日网球培训课程的咨询量开始上升。某电商生活服务平台(抖音)数据显示,7月26日—8月1日,平台内网球馆的抖音团购订单量同比增幅超76%。

值得一提的是,被安踏收购的专业网球品牌Wilson迎来了明显增长。据淘宝平台数据,今年“6·18”期间,其网球裙销售同比增长80%以上。而郑钦文夺冠使用的网球拍型号 Wilson Pro PRO STAFF 97/290,也在近期成为热销爆款。

挖掘网球商机

纪宁认为,网球场地、网球教练、网球人口会迎来井喷式增长,网球产业周边和网球经济高速发展。

然而,张庆则认为,当下网球运动在中国处在稳定的持续向上发展的进程中,取得突破性成绩的郑钦文也会像当年李娜一样激励着更多的青少年以及家长投入这项运动,但由于它本身有一定场地和技术门槛,很难立马达到“井喷”的状态。

一位网球教练告诉记者,网球有一套水平分级指标,也就是NTRP评级,从1.0到7.0,刚拿起球拍的小白为1.0,靠比赛奖金为生的大满贯职业选手为7.0,一般的专业运动员为5.0—5.5,而业余选手的顶点被认为是4.5。但如果要达到标准的女子3.0,大概需要每天保证最低一小时的网球训练时间,训练一年半到两年才可以达到。

一位成年初学者告诉记者,其在学习网球一年的费用为5万元,场地费和教练费是大头。纵观威尔逊(Wilson)、尤尼克斯(Yonex)、百保力(Babolat)、海德(HEAD)等专业品牌,入门拍的定价在1000—2000元。

随着国内大众健身市场的增长,市场从业者和投资者也迅速嗅到了网球赛道增长的机遇。中国的网球企业越来越多。天眼查数据显示,截至2024年7月,现存“网球”相关企业近5000家。2024年1—7月,新增相关企业100余家,与2023年同期相比基本持平。

根据国际网球联合会(ITF)发布的《2021年全球网球报告》,中国的网球人口约有2000万人,占全球网球人口的22.9%,位列全球第二。同时,中国网球场的数量也为全球第二,达49767片。网球教练则以11350人位居全球第五。

值得一提的是,科技也成为网球运动热的推动力。前国家网球

队队员杨舒静告诉记者,其所创立的FLY TENNIS 网球学练工作室已经试运营一段时间了,将于近期正式开业。团队结合了专业运动员挥拍动作的轨迹及相关数据、制作成AI数字人的模式,通过这种模式指导学员的基本动作和纠错。这一项目目前也被投资者看好,未来考虑加盟连锁的业态。

多位受访者表示,由于庞大的市场人口,国内外企业很重视中国体育市场的潜在发展空间,希望挖掘出更多的商业机遇。记者注意到,国际女子网球协会(WTA)第一时间在社交媒体发出贺电,“首次出战奥运便为中国带来第一枚网球项目单打金牌,恭喜钦文!”

此前,MLB中国区董事总经理祁冬也告诉记者:“我们并不止步于建设自己的赛事品牌,也期待与地方赛事合作,愿意利用目前的资源支持中国本土的棒球赛事体系搭建。”

张庆认为,从已经“破圈”的观众和走热的“网球穿搭风”来说,未来网球赛事的商业价值会进一步凸显。在“网球经济”蓬勃发展的背景下,网球培训机构和网球场的数量将不断扩大,运动员经纪人代理模式或趋于成熟,也将反过来进一步推动中国网球运动员的发展。

有业内人士告诉记者,国内部分中高端白酒企业早就尝试通过赞助四大满贯赛事来提升品牌的国际影响力,虽然暂未显现明确的效果和收益,但得益于众多酒企赞助,成都的网球场地和赛事都不少,比如国际网联青少年巡回赛年终总决赛、ATP250成都公开赛等。

诚然,当下中国网球市场逐渐被打开,更多的中国品牌也乐于赞助网球赛事或者球员,但作为新兴市场,它的规模仍尚待培育。张庆认为,除了企业赞助外,还需要高水平的赛事和教练进一步推动。

中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

提质增效 低碳绿色发展



扫码了解更多

服装品牌“争艳”奥运秀场

本报记者 刘旺 北京报道

在体育运动与现代商业的交汇处，运动服饰占据了很大一部分份额。正在进行中的巴黎奥运会，为运动品牌展示自身实力、创新能力和市场影响力提供了平台。

开幕式上的“时装秀”

显然，开幕式上的“时装秀”也是各大品牌奥运营销策略的延伸。

巴黎奥运会的开幕式不仅是体育竞技的揭幕，更是一场国际时尚品牌的展示盛会。而在开幕式上，基本上每个代表团都有各自的品牌去进行服装设计。

记者注意到，中国体育代表团在开幕式上身穿的礼服是由九牧王设计，名为“逐梦”，男女礼服外套采用了由长城砖瓦提取的工字纹样，女士礼服裙装融合了旗袍和宋代服饰。

此外还有东道主法国，开幕式服装的设计公司是LVHM旗下的奢侈品牌Berluti；而Lululemon今年依然为加拿大代表团设计服装；蒙古代表团的服装则融合了传统蒙古袍的特色，将国旗和国家图腾都融入了服装图案中。

显然，开幕式上的“时装秀”

这种平台作用从开幕式就得以显现，九牧王提供的中国体育代表团礼服“逐梦”、百年品牌Berluti（伯尔鲁帝）设计的东道主法国代表团礼服、Lululemon提供的加拿大代表团服都备受追捧，背后的品牌方也赚足了眼球。

不仅如此，《中国经营报》记者注意到，每当运动员登上领奖台享受荣耀的时刻，其身穿的领奖服也在同一时间将品牌形象露出。有统计显示，阿迪达斯、耐克、安踏、匹克、李宁等品牌都已经成为多次伴随运动员登上领奖台。

当然，还有运动员在赛场上竞逐时所穿的运动服，也是品牌们争夺的焦点，通过比赛服来传播自身研发的“黑科技”，是不少运动品牌的共同选择。显然，奥运会在体育竞技的另一层面，也成为了运动品牌和时尚品牌的秀场。



巴黎奥运会上，中国女子4×100米自由泳队员身着安踏设计的服装领奖。 视觉中国/图

效果从开幕式的观看数据也能窥探一二。美国NBC环球报告称，巴黎奥运会开幕式吸引了2860万美国观众，这是自2013年伦敦奥运会以来的收视新高；德国电视台的开幕式转播吸引了1010万观众，成为20年来收视率最高的开幕式转播；央视体育客户端日活跃用户增长了15

倍，新增用户增长了20倍。

巴黎奥运会的观看量已超过12.9亿次，直播数据较东京奥运会及北京冬奥会同期观看量增长了近500%。实际上，从过往来看，奥运会开幕式给品牌们带来了巨大流量。例如，Lululemon在北京冬奥会开幕式上走红，进而进入中国市场就是一个很好的案例。

营销策划专家刘大贺表示，奥运会作为专业的全球性赛事，给相关企业提供了丰富的营销传播基础条件，包括专业背书、产品实景“模特”展示、大量宣传素材积累、知名度全球提升等。但最终效果取决于企业能否借势好上述条件进一步发酵传播。

领奖台上的赞助战

与安踏的策略不同，阿迪达斯对奥运会进行的是单一自主品牌大规模赞助。

截至北京时间8月8日16时，中国体育代表团以25金23银17铜，共计65枚奖牌的成绩，位列奥运奖牌榜第四位。而伴随着中国运动健儿登上领奖台的，还有安踏设计制作的领奖服。据悉，作为中国奥委会的合作伙伴，安踏包揽了四届中国体育代表团领奖装备的设计。同时，安踏的多品牌战略在此次奥运会取得了一定的效果，其旗下的FILA品牌不仅是中国国家射箭队、滑板项目国家队等队伍的赞助商，还为中国相关奥运代表团提供了入场服和领奖服。截至8月7日，FILA赞助比赛服和领奖服的运动员共登上领奖台37次。

“出现的次数越多，越能在消费者心里留下深刻印象。这离不开品牌方各自独特的赞助战略。

比如选择赞助对象时，需要对其做一定的营销分析，确保自己的赞助对象有足够的曝光机会。同时，抓住核心运动明星，传播效果就有可能出现爆炸性增长。”刘大贺说。

记者注意到，不同的品牌在奥运会上的营销赞助策略，也是其品牌战略的延续。据垂直媒体体育大生意统计，截至8月7日，阿迪达斯赞助比赛服和领奖服的运动员，共登上领奖台142次，位列所有运动品牌第一。

记者了解到，与安踏的策略不同，阿迪达斯对奥运会进行的是单一自主品牌大规模赞助，是覆盖本届奥运会项目最多的运动品牌，此前发布的专为巴黎奥运会打造的包含49款鞋履的“运动员装备系列”，涵盖41个不同项目，既包括田径、网球、篮球等传统项目，也包

括霹雳舞、滑板等新设项目，分属于9支国家队。

对于赞助策略及效果，记者分别联系安踏和阿迪达斯，但截至发稿都未得到回复。

此外有媒体统计，361°在本届奥运会领奖台也有所收获，其赞助的吉尔吉斯斯坦代表团有两名选手分别获得1银1铜，他们穿着361°领奖服领取奖牌；巴西选手在女子60公斤级拳击比赛中获得铜牌，而其比赛服和领奖服是由特步提供。

而在巴黎奥运会开幕之前，匹克体育发布了“匹克奥运发展计划2024”。匹克体育CEO许志华表示，这一次巴黎的目标是让100名运动员身着匹克领奖服站上奥运领奖台。由此，可以看出运动品牌对领奖服的重视。与

阿迪达斯单一自主品牌大规模赞助的策略相似，匹克体育在2024年巴黎奥运会上为多个国家的奥运代表团提供了领奖服。

关键之道体育咨询创始人张庆告诉记者，奥运会是“清洁场馆”，赛场内是没有传统意义上的广告露出的，为数不多的品牌露出的机会，就是运动员的比赛服和由此派生的领奖服。

“奥林匹克的精神是更高更快更强更团结，而具体体现，就是在摘金夺银上，金牌时刻无疑是高光时刻，它是流量和话题的焦点，是最能够有保障获得注意力的时刻，因此，领奖服也是各个运动品牌争夺的焦点。因此也可以看到，也有一些品牌去赞助了国外的领奖服甚至是比赛专业服，这都是可圈可点之处。”张庆表示。

潘展乐话题度“拉满” 中国飞鱼化身商业新星

话题热度从场内延续到场外

本届奥运会期间，多位中国运动员在国内外社交媒体上引起广泛讨论，中国男子游泳运动员潘展乐就是其中一位。

北京时间8月1日，潘展乐以46秒40的成绩打破了世界纪录，夺得巴黎奥运会男子100米自由泳项目金牌。

几天后的8月5日，由徐嘉余、覃海洋、孙佳俊、潘展乐组成的中国队取得历史性突破，首次夺得男子4×100米混合泳接力奥运金牌，这是中国代表团在本届奥运会上获得的第19枚金牌。

赛场之外，潘展乐的商业价值也备受关注。据了解，在潘展乐夺冠后不久，农夫山泉就与之签下了品牌代言人合约。《中国经营报》记者就相关问题联系农夫山泉进行采访，但并未得到回应。

在北京时间8月1日的男子100米自由泳决赛中，潘展乐以46秒40的成绩，打破由自己保持的46秒80的世界纪录，这个成绩，领先第二名的查尔莫斯1.08秒。而第二名领先第八名的优势也不过只有0.5秒，潘展乐可以说是“断崖式领先”。

更具话题性的是，游泳比赛全部结束后互联网上出现了一段潘展乐的采访视频，其在接受中央电视台采访时称，自己其实已经能游到46秒5，但怕提前暴露实力。他还嘱咐记者：“这段比赛前别播出来啊。”

截至发稿，在微博上“潘展乐说

话”这一话题已经有了超过1.8亿次的阅读，超过5.5万次的讨论；在其他视频平台，潘展乐的相关话题也一直热度高涨。

而在男子4×100米混合泳接力赛夺冠后，潘展乐在最后时段接管比赛实现强势逆转，当天也正是潘展乐的20岁生日，更增加了潘展乐的话题热度。

此外，“拒绝在国旗上签字”“4天时间赛后接受采访从‘直抒胸臆’到表现谦虚”“10岁豪言超过孙杨、20岁跟‘央妈’告状”等话题，叠加其在赛场上的实力表现，让潘展乐的话题度高涨。

如此高的话题热度，也让人们对潘展乐的商业价值充满期待。据了解，目前潘展乐已经手握超过5个品牌的合作，包括携程、农夫山

泉、曼秀雷敦、清扬、滴滴等。

当然，品牌选择与潘展乐进行签约，也是看中了其个人形象与成绩。记者注意到，携程是在奥运会之前签约的潘展乐，该公司相关负责人告诉记者，“年轻化”“话题性”“成绩佳”“项目国际关注度高”是公司关注的焦点。而这些也与潘展乐的特点有着高度契合。

关键之道体育咨询公司创始人张庆分析认为：“潘展乐的竞技表现是一切商业价值和社会影响力的基石，他表现的竞技实力非常强悍，有目共睹。在这之上，可以看到潘展乐是一个非常耿直的男孩，说话比较直接、谈吐自信、有不满的地方会直接表达但并不咄咄逼人，个性鲜明还略带一点幽默，能够代表当下00后这一代年轻人的特点。”



在巴黎奥运会男子100米自由泳决赛中，中国选手潘展乐以46秒40的成绩夺得金牌。 视觉中国/图

中国游泳队再迎新星

随着比赛的结束，中国游泳队在本届奥运会的成绩单也正式出炉，收获2金3银7铜，共12枚奖牌，单届获得奖牌总数超过2012年伦敦奥运会的10枚，为参赛历史上最多。

实际上，中国游泳队一直以来都不缺少明星运动员，从罗雪娟到孙杨、叶诗文，再到宁泽涛、汪顺、傅园慧、张雨霏，再到今天的世界冠军潘展乐，每一代都涌现出了在国际舞台上闪耀的泳坛巨星。这些运动员不仅在个人项目上取得

了卓越的成绩，同时也在团队项目中展现出了强大的团队精神和协作能力。

而在赛场之外的商业领域，游泳明星运动员也大多展现出了强大的“吸金”能力。

比如孙杨，不仅在国际泳坛上取得了卓越的成绩，包括成为世界上唯一包揽男子自由泳200米、400米、800米、1500米金牌的选手，还因其阳光的形象和正面影响力，成为众多品牌的代言人，涵盖了体育、汽车、手机、保险、酒类、饮料等多个

领域。

在2019年ESPN进行的百大运动员排名中，孙杨位列全球第43位，这体现了他在国际上的影响力和商业价值。

再如宁泽涛，2015年在喀山游泳世锦赛男子100米自由泳决赛中，以47秒84的成绩创造历史，成为首位游进48秒大关的亚洲运动员，并夺得了冠军。同时宁泽涛也曾与多个知名品牌签约，包括但不限于伊利、阿迪达斯等。

在东京奥运会夺金的汪顺，更

是合作了瑞幸咖啡、霸王茶姬等十一个品牌。当然，傅园慧、张雨霏等优秀游泳运动员，也都在赛场外拥有很多商业机遇。

张庆认为，中国游泳运动员能够在成绩和商业上有着这样的成果，是因为中国游泳项目有着强大的基础，并且当前坚持科学训练，很多先进的训练方法都系统地应用在了训练体系当中，反映出了我们的新型举国体制这种国家力量在游泳项目上的突出表现。同时，各个地方在游泳项目上也有

着巨大的投入，这奠定了非常坚实的基础。

“同时，游泳项目本身就是体育大项，被越来越多的青少年所喜欢，有相当多的家长愿意送孩子去学游泳，社会力量也参与到了青少年人才培养当中，也为我们的宣传面扩大了群众基础。”张庆认为。

从过往游泳明星运动员的经验来看，赛场内外都有着极高话题度的潘展乐也将迎来巨大的商业新机遇。

红牛“商标战”的下半场

本报记者 孙吉正 北京报道

近日,红牛商标诉讼案再起波澜。7月30日,华彬集团旗下的中国红牛发布声明称,泰国天丝以侵害商标权为由发起对中国红牛产业链合作伙伴长沙市华夏糖酒有限公司的诉讼。在审理中,长沙中院明确认定了最高人民法院(以下简称“最高法”)对红牛商标权属相关再审案中的核心观点“50年独占

使用权”。

对于中国红牛的声明,泰国天丝发布声明称,“该判决存在对最高法生效裁定认定事实描述进行误导性加工篡改、选择性忽视我方证据等严重违法情形,天丝集团将形成书面报告于近日依法向有关部门提交”,并再次强调不承认所谓的“50年协议”。

对此,中国红牛再次反击,强调了“50年协议”的合法性和真实性。

“50年协议”的前后

在此之前的相关诉讼中,中国红牛方稍显被动。

按照泰国天丝方面的说法,泰国天丝对华彬集团的商标授权仅为50年,在2016年合同到期之后,华彬集团应停止在华地区的红牛经营和生产活动。目前中国红牛的所有经营和生产行为已经涉嫌侵权,多年来泰国天丝方面一直在维护自身的合法权益。

但华彬集团方面坚持,早在1995年,泰国天丝创始人许书标与华彬集团创始人严彬签有“50年协议”,按照协议双方的商标授权截止日期为2045年。因此,双方各执一词,展开了自2016年以来的诉讼拉锯。

2019年,北京市高级人民法院就北京红牛饮料销售有限公司提起的一件商标侵权诉讼案做出一审判决,驳回了北京红牛饮料销售有限公司的全部诉讼请求,包括要求泰国天丝支付37.53亿元的索赔,享有红牛系列商标的所有权。最高法的裁决认定红牛商标的所有权依然属于泰国天丝。同时,中国红牛提供的“50年协议”为复印件,因此最高法并未采纳。

由于中国红牛的上诉被驳回,使得在法律层面认定了红牛属于泰国天丝成为无争议的事实。泰国天丝开始加紧要求华彬集团停止一切有关红牛的经营活动。同时,泰国天丝对中国红牛的经销商、供应商等合作活动开始全方位的诉讼。

2019年,泰国天丝起诉中国红牛生产商及销售商的一起诉讼被浙江省高级人民法院依法驳回。该法律文书显示,红牛商标权属之争至今尚无定论,待裁判生效更需时日。本案商标侵权之诉又与商

公众阐述中国红牛原CEO王睿与泰国天丝之间的关系。

中国红牛方面向《中国经营报》记者表示,目前对于“50年协议”的诉讼案件,二审审理已经在广东省深圳市前海区人民法院(以下简称“深圳前海法院”)审理。未来将依法向泰国天丝违法合约发起维权诉讼,但泰国天丝方面始终不承认“50年协议”的合法性和真实性。

“50年协议”原件始终没有找到,在2022年才找到了该份文件。

早在2019年,记者曾从相关人士处获得了1995年签订的“50年协议”的复印文件。文件指出,泰国天丝方面的许书标及签订各方承认中泰红牛维他命饮料有限公司(严彬方)有权在中国境内生产、销售红牛饮料。协议书约定“本协议有效期50年,自签字之日起”。但彼时,中国红牛方面并未对此文件的真伪予以确认。

值得注意的是,泰国天丝方面并不承认“50年协议”的真实性。由于签字人许书标早在2012年过世,其继任者始终不承认该份协议。

根据目前双方以及诉讼的结果和证据来看,包括最高法、长沙中院、深圳前海法院在中国红牛提供“50年协议”原件之后,已经承认该份协议的真实性,中国红牛在华的经营、生产符合协议内容;根据最高法判决结果,红牛的商标归属于泰国天丝。但根据“50年协议”内容,只有中国红牛方有权在中国境内生产、销售红牛饮料。泰国天丝方面在没有中国红牛书面同意和许可之前,均不得在中国境内生产和承包给其他公司生产和销售红牛饮料和产品。

对于“50年协议”的内容,中国红牛方面回应记者表示,“50年协议”不是最高法商标权属和长沙侵权案的裁判范围,不能超范围裁决,只能说对其真实性、合法性进行认定。双方关于“50年协议”纠纷的二审审理已经在深圳前海法院审理。记者联系了泰国天丝方面,其代理公司并未对此做出回应。



某超市红牛维生素功能饮料销售区。

视觉中国/图

人事关系浮出水面

记者了解到,从王睿成为泰国天丝在华业务代理人之后,曾对中石化、中石油等中国红牛的合作伙伴发起过诉讼。

在中国红牛8月1日的公告中,首次向外界公示了关于现任泰国天丝在华业务代理人、原中国红牛CEO王睿与此次纠纷的关系。

中国红牛指出,王睿与泰国天丝内外勾连,另行注册新公司,欲替代中国红牛。泰国天丝先是以外断供香精香料、停止使用商标等相威胁,恶意劫取、抢夺合资公司资产和市场份额,通过要挟及假意磋商得到一定“战果”后,便开始以司法诉讼、行为保全为工具,辅之以舆论夸大宣传、恐吓及其他不可告人的手段,企图对中国红牛、委托加工、供应商、销售商进行“围剿”,以达到“摘桃子”战略目的。

泰国天丝方面对于中断合作的原因,曾指控“严彬从未给其分红”。值得注意的是,双方关系的恶化有着多方面的原因。“泰国天丝的许书标和严彬确实是公开的密友,但许书标的继任者与严彬则更多地是合作关系,从公司合作来看,中国市场远大于东南亚市场,因此必然得到了许家的重视,另外,在许书标过世后,严彬与许家的关系急剧恶化,使得双方的矛盾急剧加深。”上海博盖咨询创始合伙人高剑锋说。

记者注意到,上述中国红牛方面提到的“新公司”为深圳普盛食品销售有限公司,其成立于2019年2月,目前,泰国天丝在华业务正是由王睿和王东辉所带领的团队经营。根据公开资料,王睿和王东辉都曾任职于华彬集团,王睿曾担任中国红牛的总经理,王东辉为其副手。2014年,在华彬任职10余年的王睿离职,随后王东辉也离开了华彬集团。对于王睿的离去各方说法不同,有相关人士告诉记者,王睿因与严彬发生了隔阂而离职。

有红牛经销商告诉记者,在王睿建立泰国天丝红牛的销售网络之时,从中国红牛方面拉走了部分经销商和销售人员。并一直在各个平台强调,泰国天丝的红牛才是正版且合法的红牛产品,华彬集团的中国红牛产品属于侵权行为,被取缔是时间问题。

根据裁判文书网,中国红牛曾起诉过原销售人员以及经销商,起诉原因是被告方在各个平台发布中国红牛的产品已经在各个渠道下架。

记者了解到,从王睿成为泰国天丝在华业务代理人之后,曾对中石化、中石油等中国红牛的合作伙伴发起过诉讼,很多合作伙伴因不想卷入其中纠纷而下

架了中国红牛。

“泰国天丝方面的意图就是想完全破坏掉中国红牛的经销商体系,使得华彬集团被迫放弃中国红牛,再用自己的产品取代中国红牛的市场。”中国食品产业分析师朱丹蓬告诉记者,因此,我们看到,泰国天丝方面不仅将长江以北的市场经销和生产交于养元饮品经营,还默许奥地利红牛进入中国市场,其目的就是想让华彬集团知难而退。

“目前来看,华彬集团和泰国天丝都处于非常尴尬的阶段,华彬集团的中国红牛虽然有着最好的消费者基础,但是鉴于目前的形势,没有办法专注做好红牛产品的开发。而泰国天丝在与王睿联手后,并没有像预期那样撼动华彬集团的市场,截至目前,双方的斗法没有绝对的赢家。”高剑锋说。

“我认为,华彬集团和泰国天丝的矛盾主要是双方高层的个人恩怨,从经营层面出发,双方并没有无法调和的矛盾。”朱丹蓬认为,想要最终解决多年来红牛商标的拉扯,需要一家双方均能接受的巨型公司进行调解,平衡各方的利益,如果单单从法律层面,在短时间内很难达成一个稳定的局面。

全球鞋贸易萎缩 中国鞋企细分赛道创新突围

本报记者 党鹏 成都报道

虽然天气炎热,四川省鞋业协会秘书长马运涛还是忙着与协会的同仁一起,到四川的三台县、安岳县等制鞋基地的企业调研。调研的主要内容之一,就是关于出口。根据海关方面统计的数据,2023年,中国鞋类产品出口呈现“数量、出口额和平均单价”三降的局面。

“主要是受国外鞋类消费下滑

鞋靴出口的贸易新格局

根据海关总署统计,2023年中国出口鞋类产品合计89.1亿双,出口额493.4亿美元,同比分别下降2.5%和12.6%;出口产品平均单价5.5美元/双,同比下降10.4%。这个局面,让国内制鞋企业倍感压力。有行业人士分析,主要是受疫情影响,2022年海外市场从国内采购鞋靴过多,动销不足,海外库存过剩传导到2023年。

即使如此,今年1—6月份,中国鞋靴出口数量为451524万双,相比上年同期增长10047万双,同比增长3.5%;出口金额为2341716.6万美元,相比上年同期减少165221.6万美元,同比下降5.4%。同时,2024年6月中国鞋靴出口均价为5.1美元/双。

“订单金额下滑说明咱们的贸易结构变了,以前的买主偏中高收入的欧美地区,现在出口偏向于‘一带一路’国家或中转贸易国。国际贸易背后是国际关系的角逐,鞋业出海要结合国际商务环境来审视和规划。”鞋帽行业专家马岗分析说。

记者注意到,四川的制鞋企业出口主要是面向俄罗斯、西班牙、巴

以及海外工厂竞争加剧等因素影响。”马运涛表示,在此背景下,一方面国内企业需要加大出海力度;另一方面也要在国内市场探寻创新模式,进行差异化竞争。

《中国经营报》记者注意到,目前国产鞋类销售在国潮风、休闲运动等细分赛道仍保持增长,甚至今年流行的“三大丑鞋”(勃肯鞋、洞洞鞋 Crocs、UGG),也为鞋业市场增添了新的机会。

西等国。成都双流区商务局介绍,2023年该区出口鞋靴总计6.5亿美元,今年1—5月份出口2.4亿美元,但是都以代工为主。

在资深品牌管理专家、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄看来,国际订单的下滑,一方面说明外贸订单从中国工厂生产转移到东南亚或其他国家去了,外贸的形势非常不乐观;另一方面跨境电商发展起来之后,价格博弈就会多一点,国内鞋企更容易产生恶性竞争,因此出口单价出现持续下跌。

根据商务部网站消息,《越南之声》报道称,据越南皮革鞋类手袋协会(Lefaso)预测,今年该行业出口额预计达260亿—270亿美元。今年上半年,越南皮革鞋类出口额达65亿美元,同比增长5.7%,主要销往美国、欧盟、日本、韩国、中国。

此外,由于俄罗斯市场大量订单转向中国,去年我国鞋类产品对俄市场出口增幅明显,出口量达3.6亿美元,出口金额31.4亿美元,分别较上年增长32.9%和41.6%。

谋局国内细分赛道

成都鞋企卡美多,以前大部分营收都是靠给国外品牌代工为主,如今是国内、国际市场“两条腿”走路,而且国内市场的走势要优于国际市场。

根据卡美多鞋业副总刘鹰介绍,目前其主要出口欧美市场,年销售额在6000万—8000万元人民币。此外,其自有品牌卡美多则主要生产国潮女鞋系列,在线上渠道唯品会、天猫、小红书等销售,年销售额为2亿元人民币,此外各地还有一些加盟的门店。

“随着国内越来越推崇文化自信,国潮风也成为国际流行元素,国潮风女鞋细分赛道具有很强的增长性。”刘鹰表示。

在马运涛看来,当前人们对

产品创新需要差异化

今年,三大丑鞋成为中美年轻人共同的心头好,流行元素让鞋企看到了不同的创新路径。

“现在虽然是8月份了,以往都开始销售秋鞋,但是现在这类洞洞鞋还是受年轻人欢迎。”程伟雄说,这就是差异化竞争的结果。国内鞋企面临的最大问题是同质化问题,面料、材质、材料、包装都差不多,甚至找的代工生产工厂都差不多,不外乎就是订单多少的问题。

马岗举例说,随着国力的增

鞋靴的消费习惯出现三种方向:即运动休闲方向、健康舒适方向、个性化需求方向。因此,围绕这三个方向,鞋企可以主打不同的细分赛道,进行差异化竞争。他举例道,比如线上网红店“穿高跟鞋的吴大叔”主要就是销售女鞋,其代工厂来自成都,虽然销售的是白牌产品,但是网红模式仍使其年销售额高达4.8亿元人民币。

除了国潮风,运动类鞋靴细分赛道一直处于高增长期,尤其是随着欧洲杯、奥运会的开幕,更是为运动品牌打开新的增长空间。

相关数据显示,今年1—5月,义乌出口体育用品及设备达41亿元,同比增长44.4%;福

建省体育用品及设备出口值突破50亿元,达51.9亿元,同比增长14.9%。

此外,安踏集团7月公布的2024年第二季度及上半年最新营运数据显示,集团旗下核心品牌安踏、FILA(斐乐)及其他品牌包括 DESCENTE 及 KOLON SPORT,其产品零售金额同比录得中单位数的正增长,FILA 品牌产品零售金额同比录得高单位数的正增长,包括可隆在内的所有其他品牌(不包括2023年1月1日后新加入集团的品牌)产品零售金额同比录得35%—40%的正增长。

特步国际日前发布的2024年第二季度及上半年业务营运“成绩单”显示,上半年,特步主品

牌零售销售实现高单位数同比增长,渠道库存周转约4个月;第二季度,特步主品牌零售销售同比增长10%,零售折扣约7.5折。

“实际上,在疫情前运动类产品就开始往上走,尤其是疫情期间和之后,户外运动场景成为老百姓的渴望和需求。”程伟雄表示,在户外运动无限放大的情况下,类似安踏、特步这种以中国运动品牌为代表的,以及耐克、阿迪达斯为代表的国际运动鞋类,在中国市场每年呈上升趋势。但是,反过来运动类的崛起,对皮鞋的冲击还是很大。

不仅国内如此,从2023年中

国出口鞋类情况统计来看,皮面皮鞋下降厉害,出口量同比下降18.3%,出口额同比下降21.6%。

信过去的经验,经验也是有时效性的。

此外,程伟雄提示未来更要加强平台的建设。“现在的消费场景是多元化的,销售渠道也是多元化的,这意味着会给工厂带来很多机会,同时传统模式也将被淘汰。”程伟雄认为,多元化的渠道,尤其是跨境电商之类的国际平台,使销售面向全球、面向四季、面向24小时,即使是白牌产品也有机会,因为用户和工厂通过平台的作用就可以直接对话。

1. 共识

为何要做数字化转型

1992年,四川绵阳,雷文勇从体制内“下海”创业,从3.5万元本钱、6位员工起步,成立了“铁骑力士”公司,主营饲料业务。铁骑力士的命名,受到了四川“袍哥”文化的影响,体现了雷文勇的创业初心——与“铁哥们儿”共同成就一番事业。如今,铁骑力士已成为年收入超过150亿元、拥有1.3万名员工的全国知名农业与食品产业集团。其中,“圣迪乐”生鲜鸡蛋、蛋制品面向终端消费者,拥有较高知名度。此外还有“铁骑力士”品牌饲料等产品和“优食谷”品牌的多种系列食品。

从企业不同发展阶段中由前向后提炼关键词,可以看到铁骑力士成长的简史:“一个家庭、一支军队、一所学校”→“产品就是人品”→“建开放化、品牌化、国际化的铁骑力士”→“产业链协同、价值链拉通、经营透明”……时间如长河,伴随改革开放与经济发展的大潮,铁骑力士的管理与经营模式,也在不断沉淀、迭代和向前优化发展。什么能够引领企业继续向前?企业掌舵者雷文勇在思考,也在寻找。

2018年初,一位拥有多年大型企业管理经验的高管加入铁骑力士,分管财务工作。此时,铁骑力士一百多家分子公司也分布在不同领域,公司各个板块、各家分子公司都使用着不同厂家、不同版本的信息化系统。这位高管表示:“仅从财务角度考虑,我提出一个课题,希望建立集团统一的财务信息平台。”这一提议很快得到高管团队的积极响应。董事长雷文勇以及总裁、执行总裁等主要高管在2019年4月坐下来,讨论如何选型和推进工作。

“2012年我们有过这次的一次尝试,当时是想引入一家国内知名软件企业的ERP系统,但结果并不理想,软件系统本身肯定没有问题,但实施过程中,一方面是我们自己的需求总是不能锁定,一方面对方公司也处于转型期,人员频繁变动,最终没有完成项目。”一位高管把历史上“踩过的坑”展示出来。

由于一方面有历史上“踩坑”的教训,一方面对整个事情的结果和过程基本靠“想象”,这次交流,大家各有各的思路和想法,显然难以达成一致。

2019年4月17日,当天刚当选四川省科协副主席的雷文勇,坐晚班飞机到广州。随后,在商学院教授的带领下,雷文勇及一众企业家,在两天的时间里深度参观了一家全国知名的家电制造企业。“从这家企业的业务粗线条来看,也是研发—生产—销售,也是有上下游庞大的供应链,还有很多合作伙伴,整体的



各地纷纷推动农业产业化龙头企业自动化、数字化提升改造。
视觉中国/图

模式和我们相似,而看到其数字化转型后的管理系统,我就知道是一流的东西。”

此后,雷文勇马上安排高管团队到这家家电企业学习交流。不同于企业互访的走马观花,铁骑力士一行数十人(包含高管团队及向下两级的负责人以及相关领域骨干员工),在这家企业里从早到晚认真学习了3天。商学院构建的校友平台,非竞争行业,双方一把手的直接指示,让这次调研与参访深入又具体。团队对数字化转型后的成果和过程不再只是“想象”。

交流结束后,雷文勇立刻与团队开会,讲学习心得……雷文勇表示:“大家发言都很踊跃,还很兴奋,除了高管团队以外,各个部门的负责人都通过这次学

从百亿迈向千亿 农业数字化转型的 “铁骑力士”样本

编者按/在中国各行业的数字化应用实践上,农业企业的数字化应用程度基本“垫底”。相对其他行业,农业领域确实存在更多的企业及产业链上下游数字化基础薄弱、数据难收集、产业专业人才缺失等问题。这一局面是否有希望突破?

铁骑力士集团成立于1992年,目前已成为一家年收入超过150亿元、拥有上万名员工的大型农业与食品产业集团。本期案例关注铁骑力士集团以“533”项目为代表的数字化转型过程,对其转型由来、决策、过程中遭遇的挑战、具体应对措施进行了一定程度还原,或许能够给相关行业企业带来一些启发。

习和讨论形成了共识,我觉得这次搞数字化的基本条件算是具备了。”

共识达成,负责财务的高管向雷文勇申报预算。雷文勇面对“千八百万”的预算,向团队提出反问:“如果未来10年,我们是一家年收入过千亿元的企业,你们从未来看现在,所谓‘从月球看地球’,这个项目会选择什么合作伙伴?使用什么系统?现在花出去的钱是费用还是投资?”最终,带着上亿元的充足预算,铁骑力士在2019年5月确立了实施数字化转型项目。“团队的共识”“想象变为具象”“从未来看现在”,雷文勇一个人的“一把手工程”成为一群人的“一把手工程”……项目开始前,团队确立了3个大的原则:一切为转型项目让路,包括雷文勇找人或

安排业务上的工作,如果与项目冲突也要改时间;原计划3年完成,雷文勇要求做事必须一鼓作气,2年是合适的周期,最好1.5年搞定;先做流程变革,再做系统实施;先通过咨询,梳理管理和经营流程,再进行系统的开发与部署。

雷文勇总结这一阶段时表示:“我们企业文化最初就是倡导‘一个家庭、一所学校、一支军队’,所以这种共识的形成是具备基础的。但这种文化也带来了以往的管理是以情感为纽带,没有将其上升到以企业价值为纽带的层面。而企业向下一目标发展时,要标准化,要有体系,要透明。我不认为这是对立的,企业做了,效率提高了,流程透明了,反而会少了摩擦,我们的情感纽带会更为牢固。”

2. 转型

规划蓝图与流程重塑

前人的经验,在数字化转型中非常重要。团队参访和学习过的企业,本身因为数字化转型的成功,成立了专门的数字化转型部门与业务,可以对外做输出与辅导,公司化独立运营。此外,为了提前规避未来与已有系统的供应商之间的协同问题,虽然相识不久,并不具备其他供应商那样多年的关系,雷文勇也明确指出,整个事情由该咨询企业“总包”,在顶层架构上确立了负责机构。

于是基于双方有较高的契合度及合作模式的确定,2019年8月开始,铁骑力士首先通过咨询的方式,与该团队合作,共同规划整个数字化转型的“蓝图”。

简而言之,通过蓝图的规划,铁骑力士发现实现数字化转型目标,要解决以下几个方面问题:首先是业务流程不规范。例如采购这个复杂的事情,就基本没有建立现代企业的管理流程。过往依靠经验、信任等感性元素去推动,简单的几级签字来完成流程,甚至一个人同时承担采购和审批。企业发展的所谓“天花板”往往不是市场和需求,而是首先来自管理,即原本的这套“操作系统”无法运行和处理更多的任务。其次是数据标准及数据源不统一。例如岗位名称不一致,产品也是如此,有的系统里叫学名、有的则叫俗名甚至当地本土称呼。再例如各个业务单位的经营数据与集团

汇总数据总是存在“差异”,有的按订单算,有的按发货算,有的按回款算。第三是系统不联通,决策缺乏支持。各个独立系统之间数据并没有打通,一个简单的财务统计都可能耗费几天或者几周的时间,其中大量人工操作会降低效率并产生错误,决策自然不及时甚至失准。

铁骑力士认为,数字化相当于修桥铺路。驾驶汽车的人才会知道高速公路的便利,驾驶马车的人可能觉得还是在土路上更舒适。因此,数字化需要重塑流程,由此引发企业整体经营管理水平的提高,这才是真正目标……很关键的是,数字化转型是实现这一目标的最佳路径,其明确的目标和很具体的效果,非常适合用来启动这一变革。

2019年年底,铁骑力士认可和验收了规划蓝图,并以“533”为项目命名。铁骑力士方面成立了“变革领导小组”和“变革办公室”,数字化转型项目明确为集团“1号项目”。服务公司方面,铁骑力士是该公司当前“第一大单”,同时铁骑力士此次是大规模、彻底地更新流程与系统,在整个农业领域乃至业界都是少见的。

遵循服务公司提供的项目实施相关方法论,铁骑力士首先确定公司副董事长兼新兴业务事业部总裁雷博担任整个项目的“Sponsor”(发起人),同时配置总

裁、执行总裁及几位副总裁协助,根据方法论明确其职责。随后对重点模块按照规划蓝图,进行项目职责的分工,确定如客户模块、供应商模块、财务模块等的“Sponsor”及下一级细分模块的“Owner”(所有者)。2020年开年,铁骑力士从业务及各职能部门抽选了业务精英数百人,作为各个项目的Owner或再向下一层了解具体业务流程与操作系统的PM(项目管理)和“金种子用户”,跟随项目进度陆续聚集在成都市双流办公区。

在整体节奏上,项目组首先对管理和经营流程进行全面梳理——如同装修房屋一样,服务公司会拿出相关通用的标准流程,铁骑力士根据业务的实际情况提出自己的想法,服务公司进行结合,再一个模块、一个流程地设计与确认所有内容。这一阶段结束后,进入系统选型及开发阶段。完成开发后进行联调及集中的大规模测试。最后分批验收与上线。整个过程人员跟随进度入场,最多时有上千人集中办公。

相对而言,经历过2012年的教训,铁骑力士对于这种集中人员开展大型项目实施的挑战,有了一定经验和心理准备。

首先,流程提效,一定会对相应岗位产生替代和精简。为此,铁骑力士明确了政策,参与项目实施的人员如工作表现好、成果

突出,公司在职位晋升、薪酬上涨时优先考虑。未来系统上线后,要向全集团及产业链合作伙伴宣贯,核心员工将成为“老师”,向各级部门讲解和培训如何使用系统,享受荣誉同时也配得上这份尊重。

其次,变革是“破旧立新”,沟通过程一定会产生各种矛盾,团队需要“泄压”出口。因此,铁骑力士决定每周三晚全员聚餐,可以喝酒,如果喝醉后影响第二天工作,可以免予处罚。不过,实际中并没有因喝醉而耽误工作的情况发生。

再者,各个条线的骨干人员集中来实施项目,但其本身的工作不能耽误,这就会导致白天忙项目,晚上忙工作,工作量倍增,这必然需要相应的“后勤保障”。为此,除了一日三餐“伙食标准翻倍”,晚九点夜宵+“美玉子”溏心蛋供应成为常态,铁骑力士还特批相当数量的项目奖金定期发放给员工。

最后,这种规模的项目一定是公司和顾问团队共创的结果,创意、建议尤为重要,如何调动人员的积极性?铁骑力士设立了系统,全员可以提出好的想法或测试出现的问题,PMO(项目管理办公室)做判定,当天确认,每周公示,根据建议或问题的价值给予奖励,相当于“商鞅立木为信”。

3. 模式

统一系统和数据呈现

数字化转型需要关注的细节有很多,在具体的流程变革与系统开发及实施中,风险与困难更是如影随形。此次数字化转型,铁骑力士在5大领域升级改造及贯通25个子系统,项目工程量巨大。“最多时上千人齐聚在一个办公场地,对大量问题进行分析,对大量流程进行梳理,对大量系统进行改造与测试,这一过程随时面临挑战。”

首先,在协作与组织方面,甲方(铁骑力士)、乙方(总包公司)、丙方(各系统的公司),总难免出现三方相互推卸职责的情况,这就导致出现“中间地带”无人负责的情况,还会出现合同是“包干项目”,服务公司却因为沟通与理解问题,出现“加钱加人”的情况。有时人员不得力,也成为堵点甚至障碍。PMO通过高层会议及时发现问题,真诚交流、明确解决办法。例如,提出项目管理在刚猛和无力中找好平衡,过程中不断加强管理,对不合适的人及时换将,团队会看得到,很快就能拉起项目管理的强度。

其次,在内化规则方面,引入咨询公司的成熟项目时,需考虑自身业务模式的差异,生搬硬套会出现大问题。

成熟的“产销分离”项目生产和销售各自运作,这需要在现实和系统中将企业拆分为两个法人主体,并对应税法财体系。但制造业是几个销售中心可销全国,而饲料则具有明显的销售半径。同时农业供应链中,或者是商超这些渠道要求产品必须来自于“原产地”,或者是国家对来自生产基地的农产品销售有税收优惠。由于对不同行业的税务问题不了解,项目实施中仅是配置参数就花了一个月时间,最后财务估算发现仅一个业务板块就要新增超过3000万元税款。面对“先僵化再固化”的行业通病,铁骑力士意识到虽然先进管理经验重要,但也需结合行业和专业领域的特殊性。最终,他们采用了虚拟分离的设计,成功实现管理上的产销分离,实现产量、销量大幅提高的同时,没有影响供应链的习惯和纠收政策。

第三,系统选型上,铁骑力士在“资金管理系统”的选择中,因带有“感情色彩”,选了咨询公司自研且有成功经验的现成系统,但在最后发现,系统设计时由于所谓“专业化”要求,导致高度集成而与其他系统连接的能力很弱,如无法衔接销售数据形成回款计划,无法与HR系统连接形成工资的资金安排,等等。究其原因,该系统在原有企业使用,由于外围与其对接的系统都是该企业经历过数字化转型后“配齐”的具有较高一致性的系统,所以可以顺利对接。这对铁骑力士自然不适用。面对这一挑战,铁骑力士承认失误,及时作出调整,重新选型,通过“533”项目,最终在研发、营销、供应链、财务和人力资源这5大领域,实现了3大

目标:第一,产业链协同,以饲料、养殖为产业基础,打破各业务板块之间的壁垒,实现客户、供应商等资源共享,实现产业链上下游之间的产销衔接。第二,价值链打通,打通各职能模块的孤岛,挖掘每个流程控制点的价值。第三,经营透明,构建数据运营驾驶舱,实时反映各业务经营结果,支持经营决策,实时控制经营风险。

由此带来了三个“一”的显著变化:一个铁骑力士,从集团总部到事业部到分子公司到各业务单元能够一以贯之,上令下行,且是以集团利益最大化为目标的高效执行。一个梦想,每一位事业伙伴都相信企业的愿景,愿意共同担负使命,拥有共同的价值观,能够依靠强有力的服务力为实现目标而努力。一个体系,建立较高标准的经营和管理体系,统一的规则和标准,统一的流程和数据,构建支持高质量增长的坚实底座。

2022年,带着“回访老客户,寻找新商机”的想法,原合作公司的一位项目负责人来到铁骑力士进行回访,在雷文勇的感召下,加入铁骑力士,并成为旗下知名品牌“圣迪乐”的运营总裁。

“操作着自己亲手搭建的系统,感觉非常美妙。”他到任不久,就通过“533”项目带来的数字化优势,将原本圣迪乐鸡蛋在某一渠道的退货率降低了近4倍,并且还有持续改进的空间。退货率的降低带动渠道合作的深入,一段时间后,圣迪乐在该渠道的销售收入增长了近3倍。通过数字化转型,仅仅该渠道的经营改善就为企业带来了显著的效益增长。

在“533”带来的流程变革与数字化系统加持下,一切都被加速和提效。一方面,商品物流、上架、促销的时间大幅缩短,这就留出了更多的上架销售时间。一方面,数据的呈现和推动,让渠道方和圣迪乐的管理者,都能及时看到销售数据和库存数据,管理动作自然会及时跟上,“数据会追着、推着企业作出决策,拿出行动”。同时,“以往打个退货报告,领导签字就能退,现在则有完备的退货及降价审批流程(关联交易系统),有绩效的评价流程(关联人力资源系统),有集团维度的经营指标体系……即对团队而言,管理漏洞‘堵住了’,经营要求‘推着走’,有数可依‘拉着走’……这种管理水平下可以想见业绩的大幅增长。”

还有另一个巨大的收获在于,铁骑力士的“533”项目贯穿了5大条线,涉及25个子系统。在生产端,数字化系统和智慧农业的相关技术持续加持,每只鸡的饲料耗损减少了,产蛋量增加了。圣迪乐拥有1500万只优质鸡蛋,产品持续热销,单圣迪乐板块每天就由此增加了大量产值。

观察

数字化转型 能否引领战略升级?

很多企业都面临深挖主业还是寻找“第二曲线”的选择,核心都是为了扩大收入、增加利润,而本质则是管理和经营水平的“配称”。从百亿到千亿,必须在管理和经营上“打通任督二脉”,依靠现代化的企业管理流程与制度,依靠现代的数字化系统,基本盘升级后,“首先自身的功力会大涨,其次再练什么功夫都快”,创新的业务模式、商业模式思路自然会打开,或者说,宏大的新业务构想才有实现的可能。

对于铁骑力士业务规模较大,涉及业务板块较多,原有管理模式较为传统,因此,此次数字化转型项目带来的改变是巨大的,虽然不一而足,但“单项”+“合力”给铁骑力士的管理和经营带来很大改观。铁骑力士还将原本拼音缩写的公司英文名称“TQLS”改为“techlex”,诠释为“一家数字+科技的农牧食品企业”,凸显公司数字化的现在与未来。

雷文勇认为,首先,数字化转型是铁骑力士从百亿向千亿发展过程中的

一个里程碑事件。过去他们有180家分子公司,现在150家,整体数量减少,但是整体质量提升,管理效率提升,经营效益提升。其次,铁骑力士成为一个更加透明的公司,透明带来开放。第三,之前所有的高管都是自己培养的,是“一群人一辈子一件事”,现在我们让社会各界的精英进入这个行业,企业借此继续向外连接,例如带动产业链上的中小型企业共同走向未来,由此就能“再上层楼”。

如今,铁骑力士的数字化转型还将持续,每个条线、每个系统都在逐步上线或升级迭代,同时企业的商业模式创新也将有巨大潜力。例如“优食谷”模式,例如核心企业带动产业链协同发展模式……也许很多当前看起来很困难、不可能的事情,在数字化转型的过程中,都将变得简单,甚至在回过头时,成为一种理所当然,成为一种“轻舟已过万重山”。本文由长江商学院案例研究员王小龙在长江商学院运营管理学教授朱阳指导下撰写