



新版鼓励外商投资产业目录进一步扩大

NA2

世界杯中国时间



NA5

经济大势

A1~A8

- “不教性命属乾坤”..... A3
 ——中国第29批援几内亚医疗队行医纪实
 自动驾驶交通事故责任或明晰 A4
 智能网联汽车上路试点征求意见
 “保险+期货”试点效果初显 A7

营商环境

B1~B20

- 纠结的基金定投 B2
 医药板块持续反弹 多家公募提前加仓 B3
 公募REITs跻身资本市场“新宠” B6
 银行加速入场布局
 金融信创建设井喷 B7
 农商行三期试点全面拓进
 多点发力 B9
 天津宝坻主动融入京津冀协同发展
 民营房企融资持续获支持 B11
 房地产销售边际改善
 旺季价格应声上涨 B15
 快递企业提质增效迎战“双11”
 互联网医疗促进优质医疗资源下沉 B17

智在公司

C1~C8

- “果链”企业几家欢喜几家愁 C2
 新业务成多家公司亮点
 数字孪生需求渐增 爆发尚待时日 C4
 多重利好政策催热“金九银十”车市 C6
 半年三提取消进城限制 C8
 皮卡解禁倒计时

消费连锁

D1~D4

- 楼房养猪:要节约土地更要高科技养殖 D2
 白酒第三季度增长显著 D3
 资本深度整合进行时

本期热词

《黄河保护法》

该部法律做出了“黄河流域禁止取用深层地下水用于农业灌溉”“黄河流域县级以上地方人民政府应当根据本行政区域取用水量控制指标制定本区域内相关用水控制性指标”等规定。随着法律的实施,黄河流域上下游城市水资源的取用将有法可依。

《黄河保护法》出台 流域内禁止取用深层地下水用于农业灌溉 NA4

绿色贷款

随着绿色发展理念不断深入人心,我国商业银行绿色信贷业务实现了跨越式发展。近日,央行公布的2022年三季度贷款数据显示,截至三季度末我国绿色贷款余额达20.9万亿元,同比增长41.4%,高于各项贷款增速30.7个百分点。

信贷规模近21万亿 商业银行加速“碳”路 B1

联通“联姻”腾讯

《中国经营报》记者就此查询了案件公示信息看到,双方新设合营企业拟主要从事内容分发网络(CDN)和边缘计算业务。交易完成后,联通创投、腾讯产投、有关员工持股平台将分别持有合营企业48%、42%、10%的股权,联通创投、腾讯产投共同控制合营企业。

联通“联姻”腾讯背后:五年谋改现新局 C1

“日咖夜酒”兴起

近日,咖啡品牌Tims旗下“Coffee&Beer”在上海双店齐开,采用“日咖夜酒”模式经营。实际上,不仅仅是Tims,在此之前,星巴克、Seesaw、奈雪的茶等均进入了小酒馆领域。

“日咖夜酒”卖什么? D1



社评

市场主体十年净增超1亿户 筑牢新周期的发展底座

市场主体数量是观察经济活力的一个重要维度。前不久,国家市场监督管理总局发布的数据显示,十年来,中国市场主体总量实现历史性突破。截至今年8月底,登记在册市场主体达1.63亿户,相比2012年底的5500万户,净增超1亿户,年平均增幅12%。

过去十年,不只是市场主体数量取得新突破,市场主体的结构也在发生可喜变化。截至今年8月底,我国民营企业从2012年底的1000多万户增长到4700多万户,翻了两番多,民营企业占比由不足八成提高到九成多。

并且,民营企业的整体实力也大为增强,不断有民营企业进入世界500强。同时,外商投资企业从44.1万户增长到66.8万户,增幅超过50%。新技术、新产业、新业态、新模式不断涌现,登记在册“四新经济”企业达2300多户,占全部企业的46.4%。

市场主体在数量和结构上的“双变”,与中国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段,形成直接呼应。

市场主体数量的提升、活力的增强,也对应着一连串的“放管服”改革清单:到2020年底,中国企业开办时间已经由平均22.9天

压缩到4个工作日内;2013年以来,国务院累计取消和下放1098项行政审批事项,中国成为全球营商环境改善最大的经济体之一。这些成绩表明,市场主体的表现,的确与一个地方的营商环境息息相关。由此,也将继续凝聚全社会推进“放管服”改革的共识和决心,为市场主体不断创造更好的发展环境。

实际上,企业数量的激增,也是一个“用脚投票”的过程,是对中国发展信心的直观体现。反过来,市场主体的“信任票”也将增进全社会的发展信心。应该看到,以经济建设为中心是兴国之要,发展仍是解决中国一切问题的基础和关键。包括社会就业、民生改善、基础设施建设等,都需要建立在经济持续发展之上。而市场主体正是经济发展的根基和动力所在。可以说,市场主体的快速增加,尤其是结构的不断优化,也就是为中国经济社会发展提供更持续、强劲的动能。

当然,同时也要看到,“水多鱼大”的市场海洋,也为营商环境提出了更高的要求。于当前推进高质量发展的新征程中,如何在更好平衡效率与公平的基础之上,让不同类型企业,都能够公平地在市场的海洋中打拼、进击,有

更大动力在科研创新上不断加大投入力度,为经济结构升级、创新竞争力增强、就业蓄水池不断做大蓄积更澎湃的动能,仍然考验营商环境的优化程度以及相关涉企政策的精准性、科学性。要知道,今天对企业发展环境的评判,不仅要与中国的过去相比,也更要在世界标准中确定方位。如此才能为中国企业、产业全球竞争力的提升,辅以相匹配的配套支持。

市场主体发展的关键,还是在于人。近年来,中央多次强调,要进一步激发和弘扬企业家精神,依法保护企业家合法权益,依法保护产权和知识产权,激励企业家干事创业。这是改革开放四十多年历程中不断被验证的常识;加强企业自主经营权和合法财产权所有保护,就是给企业家和市场吃下“定心丸”,就是稳住各类市场主体的恒心信心。

且越是在面临挑战之时,越要大力弘扬企业家精神,发挥企业家作用,在敢闯敢试中激活市场主体的精气神和创造力,为经济爬坡过坎、增强抵御风险的能力夯实基础。

在当前世界局势和新冠肺炎疫情等国际国内超预期因素作用之下,市场主体普遍面临更大的压力,政府“有形之手”的积极作用

用更被期待。近几年来,从中央政府到地方,都先后出台了一揽子政策,着力为企业排忧解难、减负纾困。比如,“六稳”“六保”都体现了对于市场主体的重视。着眼现实,提升市场发展空间,稳住发展信心还需要多元求解、多方施策。既要降低企业的运行成本,帮助他们轻装上阵、渡过暂时的难关,也要着力稳住市场对未来的发展预期,用市场化办法、改革举措解难题,营造国企、民企、外企公平竞争、一视同仁的发展环境,增强长远发展的信心。

“留得青山在,不怕没柴烧。”近年《政府工作报告》多次提到,要坚决把减税降费政策落到企业,“留得青山,赢得未来”;要助力市场主体“青山常在、生机盎然”。这是对市场主体重视的国家立场的直接表达,也充分体现了市场和企业对于现代化中国的极端重要性。过去四十多年的改革开放经验亦反复证明,企业好了,经济才会好,社会才能好。过去十年,市场主体的蓬勃发展之势,再次让人们坚信:企业兴,则国家兴。置于党的二十大开启的新的政经周期下,这一规律相信将继续被验证,并更有力地造福于中国。

新版鼓励外商投资产业目录进一步扩大

本报记者 谭志娟 北京报道

近日,国家发改委、商务部发布《鼓励外商投资产业目录(2022年版)》(以下简称“《目录》”),自2023年1月1日起施行。本次修订在保持已有鼓励政策基本稳定

进一步扩大鼓励外商投资范围

全国目录继续将制造业作为鼓励外商投资的重点方向,提升产业链供应链水平,新增或扩展元器件、零部件、装备制造等有关条目。

记者获悉,新版《目录》延续了2020年版的结构,包括两部分:一是全国鼓励外商投资产业目录(以下简称“全国目录”),适用于全国;二是中西部地区外商投资优势产业目录(以下简称“中西部目录”),适用于中西部地区、东北地区以及海南省。

商务部有关负责人答记者问时表示,“本次修订总的考虑是,服务加快构建新发展格局,在保持鼓励外商投资政策连续性、稳定性基础上,按照‘总量增加、结构优化’的原则,围绕推动制造业高质量发展、提升生产性服务业发展水平、促进中西部和东北地区发展等方面,进一步扩大鼓励外商投资范围,引导外资投向,助力产业转型升级、区域协调发展,推动高质量发展。”

本次修订主要有三个方面的变化:一是持续鼓励外资投向制造业。全国目录继续将制造业作为鼓励外商投资的重点方向,提升产业链供应链水平,新增或扩展元器件、零部件、

的基础上,按照“总量增加、结构优化”原则进一步扩大鼓励外商投资范围。

《中国经营报》记者获悉,新版《目录》总条目1474条,与2020年版相比净增加239条、修改167条。其中,全国目录共519条,增加39条、

进一步扩大鼓励外商投资范围

全国目录继续将制造业作为鼓励外商投资的重点方向,提升产业链

供应链水平,新增或扩展元器件、零部件、装备制造等有关条目。装备制造等有关条目。二是持续引导外资投向生产性服务业。全国目录将促进服务业和制造业融合发展作为修订重点,新增或扩展专业设计、技术服务与开发等条目。三是持续优化利用外资区域布局。结合各地劳动力、特色资源等比较优势扩大中西部目录鼓励范围。

从产业结构看,李振称,一是加大了对“三农”的支持力度,新增了农产品仓储保鲜冷链物流设施建设、智慧农业、休闲观光农业以及农村居住环境等产业条目,鼓励外商加大农业投资,促进农业的发展、农民居住环境的改善。

二是继续聚焦制造业高质量发展,全国目录中制造业条目数量368条,占比高达71%,并且根据制造业发展需要,新增了“高性能铝钛硼晶粒细化剂生产”“晶圆制造及再生”等高技术制造业,鼓励借助外国资金和技术提升产业链重要领域的水平。

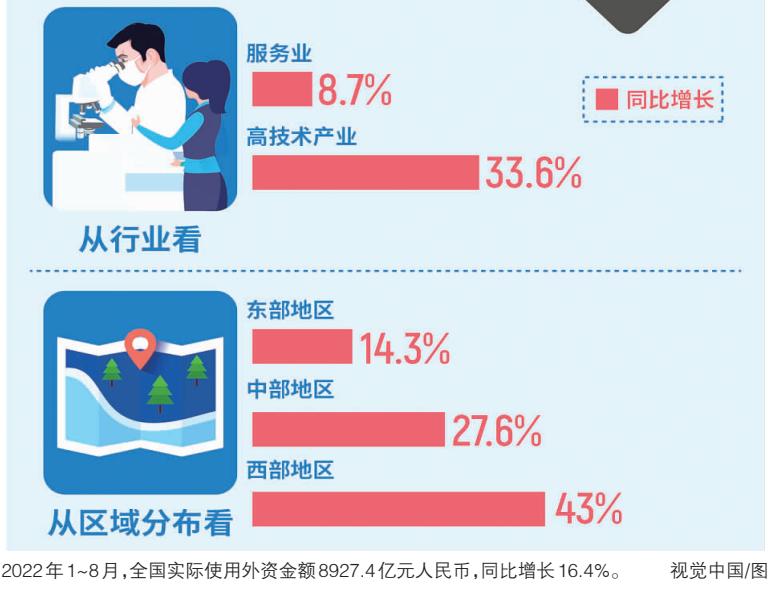
在制造业方面,郭一鸣对记者表

修改85条;中西部目录共955条,增加200条、修改82条。

对此,巨丰投顾投资顾问总监郭一鸣日前接受记者采访时表示,“首先在供给方面,国内产业体系完备,市场优势明显,对外仍有很强的吸引力;其次在需求方面,疫情逐步

有效控制,稳外资的角度,也需要继续吸引外资进入,提高外资的利用水平,引领产业的高质量发展。”

中国银行海南金融研究院研究员李振称,《目录》的推出,是进一步扩大开放的具体体现,有利于以开放稳定全球产业链。



2022年1~8月,全国实际使用外资金额8927.4亿元人民币,同比增长16.4%。视觉中国/图

示,“此次扩大外商投资产业鼓励范围中提到:‘继续将制造业作为鼓励外商投资的重点方向’,这不仅是此次鼓励外商投资的重点,也是推动我国制造业高质量发展的重要举措。”

三是重视能源循环利用及环境保护,例如新增“废旧木材循环利用新技术、新产品开发、生产”、“林业生物质能源新技术、新产品开发、生产及应用”等能源循环利用产业目

录,以及“垃圾填埋场防渗土工膜开发、生产”、“黄河泥沙综合利用”等环保产业,体现了绿色发展的理念。

此外,有统计显示,在中西部目录中,海南外商投资优势产业目录72条,位居首位,与2020年版相比新增22条,再叠加全国目录519条,共计591条。“海南外商投资优势产业目录数量居全国首位,助力海南自贸港产业发展。”李振说。

保持了持续的增长。今年前三季度更达到1553亿美元,同比增长15.6%,高于2020年和2021年的6.2%和14.9%,增长迅速。

来自商务部公布的数据也显示,今年1~9月,全国实际使用外资金额10037.6亿元人民币,按可比口径同比增长15.6%,折合1553亿美元,增长18.9%。从来源地看,德国、韩国、日本、英国实际对华投资分别增长114.3%、

90.7%、39.5%和22.3%。从区域分布看,我国东部、中部、西部地区实际使用外资分别增长13.3%、34.8%和13%。

中国财政学会绩效管理专委会副主任委员张依群对记者表示,“我国经济正处于恢复阶段,经济增长韧性、市场广泛性等正在持续向好,这些都对外资形成巨大吸引力。因此,四季度我国吸收外资将继续保持平稳增长。”

“基石计划”取得实质进展 国产铁矿扩产申请已获受理

本报记者 索寒雪 北京报道

作为抵制进口铁矿石垄断的“基

石计划”,在扩大国产铁矿石产量方面,取得了实质性进展。中国钢铁工业协会(以下简称“中钢协”)总经济

师王颖生向《中国经营报》记者表示,“基石计划”中,推进国内铁矿的开采,已经有了一个开端。”他透露,“过

去铁矿扩建根本不会获得审批,但是现在有了一个突破口,有的企业递交扩产申请,政府已经受理了。”

“基石计划”一小步

“接受审批,只是一个开端,未来还有很多的路要走。”王颖生说。

2022年1月,中钢协向国家发改委、工信部、自然资源部、生态环境部四部委上报了“基石计划”,即通过国内新增铁矿开发、境外新增权益铁矿、废钢资源的开发,实现对铁矿石供给和价格的话语权。

中钢协相关负责人透露,自中钢协上报“基石计划”以来,国家有关部委高度重视钢铁行业资源保障工作,已经启动并积极开展相关工作。

据了解,国家发改委产业司组织召开了由七部门相关司局及中钢协、中国冶金矿山企业协会参加的铁矿项目推进座谈会,重点围绕当

前我国矿山开发现状、面临的堵点卡点、下一步工作举措展开交流。

发展国产矿、海外权益矿,增加废钢进口等措施,都是为了打破铁矿石被力拓、必和必拓、淡水河谷、FMG的垄断局面。

王颖生说,“在2014年、2015年和2016年,国内的铁矿石原矿量在14亿到15亿吨,近几年下降了8亿吨,下降得非常快。为保证国内矿不再下降,中钢协提出‘基石计划’,在国内钢厂积极作为下,国内矿的开发在向前推动。”

在废钢回收利用方面,王颖生表示,“从1949年到现在,中国钢铁的累积量超过了100亿吨,未来废

钢的回收会加速,从现在的分析看,结合国际情况,每年废钢回收的增量在1000万到1500万吨。未来钢铁生产的铁元素的供给要发生一些变化,‘基石计划’的另一个组成部分海外权益矿正在积极推进中,还仅仅是一个开始。”

中钢协提供给记者的资料显示,“基石计划”确定了在2025年、2030年和2035年三个时间节点的供给目标,要对国内新增铁矿开发、境外新增权益铁矿、废钢资源等进一步梳理核实。

“基石计划”还包括,未来加强国内矿开发情况调研、督促“基石计划”任务落实,及时与国家有关部门

沟通汇报,统筹推进各项工作,确保一批优质铁矿项目建成投产。

国内重点企业参加的“基石计划”推进工作小组,定期召开协调推进工作会议,研究项目实施中的重大问题,及时汇总并向有关部门反馈,推动相关问题协调解决。未来,企业将有针对性地推进境外项目投资和开发,提升海外权益矿比例。

“基石计划”还将推进国内废钢资源的回收、加工、配送及流通体系的完善,理顺上下游关系,尽快解决废钢税收和开票难问题,落实好完善资源综合利用增值税政策,平抑税收洼地“票货分离”的影响,促进废钢资源产业发展。

成本压力。

在谈及铁矿建设进程时,王颖生说,“从开始提出来到政府批下来要很长时间。审批通过后,到建成要7到8年时间。因为还要进行建设,比如,需要安装设备将铁矿石粉碎成比面粉还要细的铁矿粉。”

对中国的制造业而言,目前存在着两个利好。今年海外能源价格上涨了7倍,这导致工厂无法像以往一样正常运营。

据中钢协统计,前三季度,重点钢铁企业炼焦煤采购成本同比上升51.1%,喷吹煤采购成本同比上升40.3%,进口铁矿石采购成本虽同比下降,但仍高于2019年和2020年的同期水平。同时,受疫情和能源价格上涨影响,钢铁企业物流成本也大幅上升,加大了企业的

达国家对华投资同比增长了3成以上,其中德国对华投资增长了1倍多。

“上述对华投资中,很大部分属于制造业向中国内地的转移。包括巴斯夫、空中客车、宝马在内的很多欧洲大厂,都已经加速在中国的投资和项目布局。在国家政策的鼓励与扶持下,预计这一趋势在新的一年还会得到增强。发达国家对华投资的大幅增长,部分制造业向中国内地转移,势必产生新的、额外的投资建设与制造业需求,有些将转化为钢材需求。”陈克新说。

今年以来,中国出口超预期增长。“预计新的一年,即便全球经济需求削弱,并由于对比基数较高,出口同比增速有可能回落,但其绝对数量未必就会很差,甚至亦可能逆势增长。”陈克新说。

审批通过后仍需7~8年建成

“基石计划”获得了重视,王颖生向记者表示,“现在仅仅是一个开端,未来的路还很长,需要大家持续地重视。”

在中钢协召开的三季度信息发布会上,中钢协副会长兼秘书长屈秀丽表示,“将加强产业链建设,加快落实两大产业发展计划。加快推进‘基石计划’和以推广钢结构住宅为主攻方向的钢铁应用拓展计划落实落地,加强上下游领域跨产业合作,不断提高钢铁产业链和供应链的韧性和稳定性。推动国内铁矿资源开发、境外权益铁矿、废钢资源回收利用等各项工作有序开展,提升钢铁行业持续发展的资源保障能力。紧盯下游用钢行业转型升级带来的需求变化,关注战略新兴产业等增量需求,推动

高端、绿色钢铁材料在国民经济社

会发展各领域的应用。”

屈秀丽同时还表示,钢厂的盈利

水平依旧受到铁矿石价格的影响。

据了解,今年国际大宗商品市

场波动较大,炼焦煤、焦炭、铁矿

石、废钢等原燃料价格快速上涨

且持续高位,导致钢铁生产成本居

高不下。

“行业提高经济效益面临巨大

压力。”屈秀丽说。

据中钢协统计,前三季度,重

点钢铁企业炼焦煤采购成本同比

上升51.1%,喷吹煤采购成本同比

上升40.3%,进口铁矿石采购成本

虽同比下降,但仍高于2019年和

2020年的同期水平。同时,受疫情

和能源价格上涨影响,钢铁企业物

流成本也大幅上升,加大了企业的

达国家对华投资同比增长了3成以

上,其中德国对华投资增长了1倍

多。

“上述对华投资中,很大部分属

于制造业向中国内地的转移。

包括巴斯夫、空中客车、宝马在内

的很多欧洲大厂,都已经加速在中

国的投资和项目布局。

在国家政策的鼓励与扶持下,

预计这一趋势在新的一年还会得

到增强。发达国家对华投资的幅

度增长,部分制造业向中国内地

转移,势必产生新的、额外的投

资建设与制造业需求,有些将转

化为钢材需求。”陈克新说。

今年以来,中国出口超预期增

长。“预计新的一年,即便全球经

济需求削弱,并由于对比基数较

高,出口同比增速有可能回落,但

其绝对数量未必就会很差,甚至亦

可能逆势增长。”陈克新说。

2023年度专项债提前批额度有望下发

本报记者 杜丽娟 北京报道

在10月底前发行完毕。

“从统计数据看,5000多亿元的结存限额主要在10月集中使用,目前各地也都加快了债券发行节奏,预计剩余部分会在11月陆续下发。”一位财政人士表示。

受稳增长预期影响,2023年度新增专项债限额外达的消息备受关注。有机构预计,明年专项债部分新增限额外达要到11月或者12月下发,初步估算,提前下达额度或在10950亿元~14600亿元之间。

10月发行小高峰

今年以来,在宏观经济面临“需求收缩、供给冲击、预期转弱”的三重压力下,地方债尤其是专项债作为积极财政政策的重要发力点,为基建投资提供了有力支撑。

中诚信国际的统计显示,今年前三季度共发行地方债6.35万亿元,较去年同期增长13.05%,规模继续创新高。其中,一般债发行1.94万亿元,较去年同期下降13.48%;专项债发行4.41万亿元,较去年同期增长30.64%。

受国内疫情反复、经济修复压力等因素影响,专项债募投主要聚焦在稳增长、补短板、惠民生板块。有关数据显示,前三季度专项债主要投向了市政及产业园区、交通、民生服务、棚改、农林水利等领域,其中“两新一重”占比约为四成。

北京大岳咨询有限公司董事长金永祥认为,三季度财政政策主要是之前政策的接续,在稳增长力度不减的背景下,三季度投向基建领域的投资小幅回落,其原因一定程度上受到新增专项债基本发行完毕的影响。

在国家发改委举行的8月份新闻发布会上,固定资产投资司司长罗国三表示,截至7月31日,今年用于项目建设的3.45万亿元专项债券额度已经基本发行完毕。

同时,在专项债资金和政策性开发性金融工具使用过程中,要注重创新机制,发挥对社会资本的撬动作用,引导商业银行扩大中长期贷款投放,为重点项目建设配足融资。

提前批或将下发

在中诚信国际统计中,前三季度新增专项债共发行3.54万亿元,同比增长49.75%,已完成用于项目建设的新增额度,占今年新增限额外达

“不教性命属乾坤”——中国第29批援几内亚医疗队行医纪实

本报记者 孟庆伟 北京报道

几内亚时间10月26日下午4时许,中国第29批援几内亚医疗队队员、首都医科大学附属北京天坛医院(以下简称“北京天坛医院”)神经外科专家张国滨缓缓走出中几友好医院的手术室,迎着大西洋温暖的海风,深深地舒了口气。

就在刚刚,他完成了一台难度颇高的脑瘤切除术,为一名76岁高龄的几内亚患者解除了病痛。手术运用单侧小骨窗将双

侧巨大前颅底肿瘤完全切除,并因机缘巧合在术中引入了“无牵拉技术”。即便是在国内,熟练掌握“无牵拉技术”的医生也并不多。

虽然有些疲惫,但张国滨还是忍不住拨通了远在祖国的爱人的电话,迫不及待地想要分享心中的喜悦:“我真的又进步了,本以为我是来帮助别人进步的,但却发现自己在这个过程中也飞速地成长着。原来,这就是赠人玫瑰,手有余香的感觉。”

帮助几内亚人民解除病痛,

推动几内亚医疗卫生服务水平不断提升,是中国援几内亚医疗队的重要使命。自北京时间2022年3月4日启程赴几内亚执行医疗援非任务以来,中国第29批援几内亚医疗队的22名队员发扬中国医疗队精神,攻坚克难,不断取得开创性成果。

中国第29批援几内亚医疗队队长郭伟告诉《中国经营报》记者,半年多来,医疗队在神经外科、心内科、超声科、血管外科等领域开创了多项几内亚医学史上的第一。

同时,中国援建的中几友好医院的学科建设也颇有成效,其中,导管室、神经医学中心、外科等学科的援建和急诊科的建章立制等工作正在稳步推进。

不仅如此,北京天坛医院作为医疗队坚强的大后方,在技术和药械方面给予了重要支持。

中国援几内亚医疗队的接力援助,是构建更加紧密的中非命运共同体的真实写照。自1963年我国向阿尔及利亚派出第一支援外医疗队以来,中国援外医疗已走过59个春秋,为受援

国培养了一支支“带不走的医疗队”。其中,中国医疗援几历程也有54年之久。

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

目前,中国第29批援几内亚医疗队援非任务已近半,接下来的任务依然艰巨。

“我们一直铭记着医疗队出征时的誓言——不畏艰苦、甘于奉献、救死扶伤、大爱无疆,非洲人民也一直在用他们最质朴的方式向我们表达内心的感谢与敬意。而在很多时候,我们真的很想向他们表达最真挚的感谢,因为艰苦的环境给了我们攻坚的智慧,反复的磨练给了我们成长的希望,而他们的信任给了我们坚定的勇气。”张国滨说。

再亮“天坛神外”名片

推动几内亚医疗水平不断提升,是一批批中国援非医疗队接力出征的重要使命。

Makoya是几内亚一位76岁的老人,因反复头痛伴有嗅觉减退,在当地医院进行颅脑CT及MRI检查后,发现前颅窝底脑膜瘤,肿瘤最大直径约6cm,累及双侧前额叶,就像一个“大桃子”。

她的到来,让张国滨和中几友好医院神经外科的几方医生既高兴,又深感压力。高兴的是,Makoya将在中国医生的努力下解除病痛,但如何减轻高龄老人的手术并发症,又是一件极具挑战性的工作。

因肿瘤占据患者双侧前颅底,按照几内亚当地医生的手术理念,会采用双额部开颅切除肿瘤。但张国滨认为,患者年龄较大,应尽可能采取更加微创的手术方式以减轻术后并发症。

“经过认真评估,我决定采用单侧额部开颅切除患者双侧肿瘤。”张国滨说。

这个决定一作出,引发了几方医生的强烈好奇:一侧开颅能把双侧的肿瘤切除干净吗?但援几半年多来,张国滨主刀完成的多台开创性手术以及多台高难度手术中,中几双方医护的配合,又让大家对他的决定充满信心。

对几内亚来说,这将是神经外科领域一台具有标志性意义、难度颇高的颅底手术,手术前的几天里,几方医生们都表现得非常兴奋。

然而,第一个挑战来了。手术

的前一天,张国滨和手术室护士赵钰翻箱倒柜地寻找各种必需手术器械以及替代品,但所需的一个重要器械——自动牵拉脑压板迟迟找不到。没有它,肿瘤就没办法完全暴露。

正当为难的时候,张国滨想到了北京天坛医院神经外科的老师们常常提到的“无牵拉技术”这一新的微创手术理念。

“通常情况下,术中都是采用脑压板对肿瘤周围的脑组织进行牵拉,但这样可能容易造成受压脑组织缺血,导致相应的神经功能障碍,尤其是高龄患者的脑组织更容易损伤。而‘无牵拉技术’则不使用脑压板,仅利用脑组织的重力作用,让肿瘤暴露,其优势在于对脑组织的损伤最小,而难度在于对术者显微操作的精细程度要求更高。”张国滨告诉记者。

在医疗队,张国滨是唯一一名神经外科主刀医生。手术方案的调整,意味着手术难度会大幅增加,对他来说,将是一次非常大的挑战。手术一旦成功,将会再次开创几内亚神经外科医学史上的一项纪录,对几内亚当地医生来说是一次非常难得的学习机会。

医疗队强大的专家保障,让张国滨心里充满底气。手术于几内亚时间10月26日进行,医疗队翻译潘红洲一如既往地参与手术全程的法语翻译工作,为中几双方无



中国第29批援几内亚医疗队神经外科张国滨(左三)、手术室护士赵钰(左四)、麻醉科李学斌(右二)、翻译潘红洲(右一)与几方医生共同完成几内亚第一台显微镜下经鼻蝶窦入路垂体瘤切除手术。
本报资料室/图

障交流提供最有力的支持。术前麻醉科李学斌主任和赵钰护士也都为张国滨“打气”:“我们为你保驾护航,你放心!”

在李学斌主任娴熟地为患者麻醉插管及股静脉穿刺置管后,手术顺利开始。张国滨在显微镜下利用直径不到4cm的单侧额部骨窗开始向肿瘤发起进攻,剪开硬膜后,充分松解外侧裂蛛网膜释放脑脊液,应用在脑海中早已演练百遍的无牵拉技术,成功暴露前颅窝底的肿瘤。

张国滨从右侧额底的间隙向左侧额底依次离断肿瘤基底,在肿瘤和脑组织界面用明胶海绵隔开,然后对肿瘤组织轻轻分开,巨大肿瘤终被完整切除,且周围神经、血管及脑组织保护完好,手术历时仅4个小时。

宣布手术成功的那一刻,几方神经外科、手术室及麻醉科的医护人员不禁激动得欢呼起来,又一次纷

纷向中国医护人员竖起了大拇指:“谢谢您,Dr.Oscar(张国滨)!小切口,大肿瘤!单侧切口,双侧肿瘤!您又一次让我们几内亚神经外科见证了意想不到的奇迹,见证了中国医生的伟大!”

推动几内亚医疗水平不断提升,是一批批中国援非医疗队接力出征的重要使命。2022年3月4日,中国第29批援几内亚医疗队在全球新冠肺炎疫情处于高位的时候毅然出征,执行为期18个月的援非任务。医疗队由22名队员组成,包括一名北京市卫生健康委、一名北京市疾病控制中心的卫生管理顾问,以及20名来自北京天坛医院的医护人员等。

“18个月的援非工作,我的使命就是尽自己所能帮助几内亚当地患者解除病痛,将神经外科疾病的诊疗技术传授给当地医生,授人以鱼不如授人以渔,努力促进中几两国的友谊长存。”张国滨对记者说。

不断取得开创性突破

郭伟告诉记者,援几内亚以来,医疗队在神经外科、心内科、超声科、血管外科等领域也开创了多项几内亚医学史上的第一。

通过运用术中超声探头检测患者矢状窦通畅情况以及周边血管代偿情况,不仅提前帮助主刀医生预判血管情况,尽可能确保术中安全切除肿瘤,还为患者最大程度地节省了医疗费用。

“此次术中超声的运用,很适合在几内亚这类经济欠发达国家推广。”张国滨告诉记者。

神经内科、神经外科是北京天坛医院的特色学科之一,发挥学科优势,提升援非医疗水平无疑是医疗队的责任所在。

医疗队也不负使命,不断改写着几内亚医学史。记者了解到,执行援非任务以来,张国滨领衔的神经外科团队发挥学科优势,已开创多项几内亚医学史上的纪录:第一台脑部肿瘤卒中显微镜下病变切除手术、第一台显微镜下经鼻蝶窦入路垂体瘤切除手术、第一台儿童复发性矢状窦旁脑膜瘤切除手术和第一台单侧小骨瓣脑部无牵拉技术切除累及双侧前额叶巨大前颅窝底脑膜瘤手术,并在几内亚医药耗材缺乏的情况下首次采用自体大腿筋膜替代重建修补硬脑膜。

在几内亚,中国医生已是一张亮丽“中国名片”,中国第29批援几内亚医疗队的到来,不仅受到了几内亚官方的热烈欢迎,也吸引了大量患者慕名而来。

半年多来,仅神经外科就已经接诊患者百余例,大部分是颅脑外伤、脊柱外伤、脑出血、垂体瘤、脑膜瘤以及婴幼儿脑积水的患者。其中,张国滨主刀了十余台高难度的脑部肿瘤、颅脑外伤和脑出血病例的手术,其他难度不大的30余例手术则是他在手术台下指导当地

神经外科医生完成。

据记者了解,神经科学是我国援助几内亚的一个重点学科,经过多年接力援助,目前中几友好医院的神经外科水平是几内亚最好的,全几内亚一共仅有三位神经外科教授,其中一位就在中几友好医院。

值得一提的是,为了推动几内亚显微手术的开展,中国医疗队向中几友好医院捐赠了手术显微镜,目前是全几内亚唯一的手术显微镜。

不仅神经外科,郭伟告诉记者,

援几内亚以来,医疗队在心内科、超声科、血管外科等领域也开创了多项几内亚医学史上的第一。

“医疗队创造了多个临床诊疗

第一次,包括气管镜的临床应用、动静脉瘘手术、显微神经外科手术、神经外科术中超声、CTA(CT下冠状动脉成像)检查、介入冠状动脉造影和输尿管支架置入术等。不仅如此,医疗队还开展了大量具有特色的临床诊疗,包括脑电图、腹腔镜阑尾切除、多学科配合神外术后需取腿部筋膜组织修补硬脑膜、腹腔巨大肿瘤泌尿外科放置输尿管支架等。”郭伟说。

就在几内亚时间11月1日,又一个喜讯传回祖国:中国第29批援几内亚医疗队队员、北京天坛医院普外科专家闫文貌完成了几内亚首例腹腔镜胆囊切除术,就在前不久,他刚完成了几内亚5年来第一例腹腔镜阑尾切除术。

“由于宗教信仰原因,患者一直排斥开腹手术,希望医生能用腹腔镜技术,但此前几内亚还没有开展过腹腔镜胆囊切除手术。腹部外科Sidibe主任请我会诊,希望我帮助这位患者完成微创手术的心

医疗援非成果丰硕

通过10年来中几双方共同建设,目前中几友好医院的医疗水平在几内亚来说处于较高水平。

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

我国自1963年向阿尔及利亚派出第一支援外医疗队以来,中国援外医疗已走过59个春秋,为受援国培养了一支支“带不走的医疗队”。其中,中国医疗援几历程也有54年之久。

官方数据显示,截至2021年11月,中国累计向非洲派出医疗队员2.3万人次,诊治患者2.3亿人次。

2013年3月,中国国家主席习近平出访非洲,在刚果(布)首都布拉柴维尔市西郊由中国援建的中几友好医院,曾深情地谈起中国医疗队精神,他说,“这就是不畏艰苦、甘于奉献、救死扶伤、大爱无疆”。

国虽有界,医者无疆。多年来,一批批中国援非医疗队前赴后继,发扬中国医疗队精神,不断攻坚克难,让几内亚的医疗卫生服务和公共卫生水平得到全方位提升。

中国出资援建的中几友好医院,既是中国医疗援几的重要成果,也成为回望中国医疗援非60年取得伟大成就的重要窗口。

对此,郭伟有着最深刻的感受。他告诉记者,在中几两国共同努力下,10年间,中国援建的中几友好医院从仅有建筑到趋于建设发展成熟,已成为几内亚医疗水平最好的医院之一,中几两国友谊、中几医疗合作通过中国医生不断续写出新篇章。

“在几内亚,中国以及中国医疗队多年来一直保持着非常好的形象。中几友好医院建设项目惠及几内亚人民的生动实践,必将成为连接北京市与几内亚医疗技术与医疗资源的高质量平台,有效增加几内亚优质医疗资源供给,助力推进中非卫生健康合作行动。”

郭伟告诉记者,从神经科来说,此前首都医科大学附属北京宣武医院和现在的北京天坛医院两批医疗队的对口援助,确实对当地神经科建设发挥了重要的促进作用。

“我们此次的任务,一方面是帮助医院建设导管室,开展心脏介入治疗,这是此次援非工作的重中之重。这项技术在我国已经比较成熟,我们需要帮助当地的医生把这项工作开展好。另一个重点任务,是我们要在既往神经医学中心已开展的工作基础上,继续努力,把神经医学中心建设好。”郭伟说,实际上,脑血管疾病和心血管疾病具有共同的发病机制,国内也提出了“脑心同治”的先进理念,结合这两个学科优势,医疗队将帮助医院建立一个“心脑血管疾病诊疗中心”,推动心脑血管疾病的诊疗。

虽然18个月的援非任务时间短暂,但任务艰巨。郭伟表示,援助任务虽然挑战很多,但工作中取得了一定成绩,大家也受到了很大鼓舞。“全体队员将不忘初心、牢记使命,用实际行动发扬‘不畏艰苦,甘于奉献,救死扶伤,大爱无疆’的援外医疗队精神和北京天坛医院的光荣传统,赓续前行、奋楫争先,坚决完成任务。”



11月1日,中国第29批援几内亚医疗队队员闫文貌(左一)完成了几内亚首例腹腔镜胆囊切除术。
本报资料室/图

自动驾驶交通事故责任或明晰 智能网联汽车上路试点征求意见

文/列维

等待了许久之后,一众在自动驾驶领域投资经营的机构和企业,终于看到了智能网联汽车“上路”的曙光。

11月2日,工业和信息化部

价值连城的“征求意见”

此次试点的起点很高,是针对“有条件自动驾驶”和“高度自动驾驶”开展。

“没想到动作这么快。”11月2日上午,一位大型VC机构的合伙人表示,在国家层面推进智能网联汽车上路通行试点的消息一直都有流传,但在2022年11月就公开征求意见远远超出了业界的预期。“作为投资机构,我们非常赞赏监管部门支持创新、包容创新的态度。”他说。

他所供职的VC机构多年来押注自动驾驶,在一家自动驾驶初创企业投入巨资。作为投资人,每一次与这家被投企业进行重要业务交流时,他和他的同事不时都要问起一个老生常谈的问题:自动驾驶汽车什么时候才能真正上路?因为只有到那时,才能有真正的

回应焦点问题

安全管理措施的可行性和有效性问题备受关注。

智能网联汽车及其相关的汽车自动驾驶技术能应用到何种程度,一方面取决于技术研发的水平,另一方面取决于公共治理的态度。多位自动驾驶业内资深人士均表示,自动驾驶技术研发已经日臻成熟,下一步取决于监管给予的应用空间。

“广泛应用后,收集的数据量会更大,对自动驾驶模型的训练也会有更高的效率,自动驾驶技术的水平会进一步提高,研发和应用是

(以下简称“工信部”),公安部就《关于开展智能网联汽车准入和上路通行试点工作的通知(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)征求意见。中央两部门提出,在试点城市的限定公共道路区域内,对试点准入的智能网联汽车产品开

展上路通行试点。

试点针对“有条件自动驾驶”和“高度自动驾驶”展开,但须在车内配备安全员。值得注意的是,中央两部门尝试明晰自动驾驶状态下交通事故的责任认定。如果在自动驾驶系统开启状态下发生交

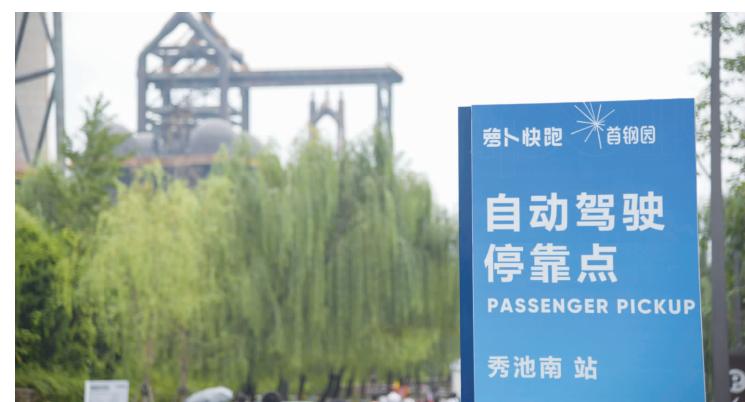
通事故,责任在车辆一方时,拟由试点使用主体承担责任,有证据证明安全员存在过错的除外。

业内人士认为,如果这一公共治理层面的问题得以解决,智能网联汽车在更大范围内上路行驶的障碍将被进一步清除。

按照《征求意见稿》的思路,试点工作总计包含四部分:一是试点城市,二是试点汽车生产企业,三是试点产品,四是试点使用主体。总体精神是工信部、公安部遴选符合条件的道路机动车辆生产企业和具备量产条件的搭载自动驾驶功能的智能网联汽车产品,开展准入试点;对通过准入试

点的智能网联汽车产品,在试点城市的限定公共道路区域内开展上路通行试点。

据了解,此项试点工作的申报城市应为地级以上城市(含直辖市下辖区),由拟申报试点城市主管部门牵头,联合拟申报试点的汽车生产企业、使用主体组成联合体进行申报。



智能网联汽车准入和上路通行试点工作即将启动。

不能是处罚自动驾驶程序吧?”

值得注意的是,对于这一问题,监管部门作出了回应。《征求意见稿》提出,试点车辆发生道路交通事故的,试点城市公安交通管理部门应当按照现行法律法规进行调查、处理。

在此基础上,属于试点车辆一方责任,车辆处于自动驾驶系统未激活状态下的,由车内安全员承担;

车辆处于自动驾驶系统激活状态下的,由试点使用主体承担,但有证据证明车内安全员存在过错导致违法行为或者事故发生的除外。

同时,试点汽车生产企业、自动驾驶系统开发单位、设备提供方等相关主体对交通事故发生有过错的,承担责任一方可以依法追偿。构成犯罪的,依法追究相关责任人刑事责任。

谁是试点使用主体?

试点使用主体承担三项职能。

《征求意见稿》尝试明晰的自动驾驶状态下的交通事故责任,让“试点使用主体”成为关注的焦点所在。那么,谁是“试点使用主体”?

根据监管部门设定的试点框架,试点使用主体应当在中华人民共和国境内登记注册、具备独立法人资格,设置试点车辆运行安全保障机构,建立运行安全保障、风险与突发事件管理制度,具备试点车辆运行安全监测平台,配备与试点车辆运行管理相匹配的管理人员及运行安全保障人员,对试点车辆运行安全、网络安全、数据安全具备全流程保障能力,对试点车辆上路通行可能造成的人身和财产损失具备相应的责任承担能力。

“通俗的理解应该是经过政府批准参与试点的类似运营商的机构,它来配备安全员,根据试点规定和要求负责试点智能网联企业的运营管理,承担相应的责任,这实际上是为智能网联汽车的自动驾驶系统找到了一个现实的责任主体,这样监管部门管理起来更方便,治理行为也更明确。”前述VC机构合伙人认为。

一位了解情况的人士表示,监管部门要求试点使用主体承担三项职能,一是应当对智能网联汽车上路通行可能造成的人身和财产损失具备相应的民事责任承担能力,并按要求购买机动车交通事故责任强制保险以及其他交通事故责任商业保险。二是当智能网联汽车发生交通违法或者事故时,能够向相关部门提供足以证明违法事实或者事故成因的证明材料。三是具备配合相关部门开展应急救援、交通事故处置及事故调处的能力。

工信部和公安部要求,试点实施过程中,对于交通事故、网络安全事件、数据安全事件,或者因车辆自动驾驶功能失效等引发的突发事件,试点使用主体、试点汽车生产企业和试点城市主管部门应按相关应急预案做好处置工作,并将处置过程和结果及时报告省级主管部门,由省级主管部门报工信部、公安部等相关部门。

《黄河保护法》出台 流域内禁止取用深层地下水 用于农业灌溉

本报记者 郑丹 北京报道

如今水量本已不大的黄河,仍存在着上下游城市取用水资源的矛盾。近日出台的《黄河保护法》正将解决这一矛盾的种种政策措施提升到法律高度,以统筹解决黄河水利用及其相关水资源保护和环境保护等问题。

10月30日,《黄河保护法》经由十三届全国人大常委会第三十七次会议表决通过,从2023年4月1日起施行。该部法律做出了“黄河流域禁止取用深层地下水用于

农业灌溉”“黄河流域县级以上地方人民政府应当根据本行政区域取用水总量控制指标制定本区域内相关用水控制性指标”等规定。随着法律的实施,黄河流域上下游城市水资源的取用将有法可依。

“黄河流域”是指黄河干流、支流和湖泊的集水区域所涉及的青海省、四川省、甘肃省、宁夏回族自治区、内蒙古自治区、山西省、陕西省、河南省、山东省的相关县级行政区。《黄河保护法》将对这些地区和城市的经济社会发展产生潜移默化的影响。

缓解黄河水资源调配矛盾

“黄河是水资源分配矛盾最突出的一条河流,它的水量其实不大,尤其上游建立很多水库之后,水量严重不足,上下游用水矛盾加剧。”中国社会科学院数量经济与技术经济研究所能源安全与新能源研究室主任刘强告诉《中国经营报》记者。此次,《黄河保护法》针对用水矛盾也做出了较全面的规定。

《黄河流域生态保护和高质量发展规划纲要》也指出,黄河流域最大的矛盾是水资源短缺。上中游大部分地区位于400毫米等降水量线以西,气候干旱少雨,多年平均降水量446毫米,仅为长江流域的40%;多年平均水资源总量647亿立方米,不到长江的7%;水资源开发利用率高达80%,远超40%的生态警戒线。

刘强向记者补充,黄河流域的沿途省市的经济对黄河的依赖程度较高,对水资源调配和对水环境的破坏影响也随之较大,集中体现在农业用水、工业用水以及化工排污方面都显现出矛盾。

首先,北方地区的农业用水在黄河流域占比较大。新出台的《黄河保护法》中,多次提及规范黄河流域农业用水。例如,第五十五条的规定:黄河流域县级以上地方人民政府应当组织发展高效节水农业,加强农业节水设施和农业用水计

量设施建设,选育推广低耗水、高耐旱农作物,降低农业耗水量。禁止取用深层地下水用于农业灌溉。

其次,产业用水矛盾剧烈,时常出现“上游用水多,下游缺水用”的现象。《黄河保护法》规定,黄河流域县级以上地方人民政府应当根据本行政区域取用水总量控制指标,统筹考虑经济社会发展用水需求、节水标准和产业政策,制定本行政区域农业、工业、生活和河道外生态等用水量控制指标。

《黄河保护法》中一并指出,黄河周边布局大量化工相关产业,导致生态污染严重。该法明确规定禁止在黄河干支流岸线管控范围内新建、扩建化工园区和化工项目;禁止在黄河干流岸线和重要支流岸线的管控范围内新建、改建、扩建尾矿库;但是以提升安全水平、生态环境保护水平为目的的改建除外。

全国人大法工委行政法室主任袁杰表示,《黄河保护法》全方位贯彻以水定城、以水定地、以水定人、以水定产,把水资源作为最大的刚性约束。同时,抓住水沙关系调节这个“牛鼻子”针对黄河流域各种特殊问题、对特定区域、特定问题规定特别制度措施。“把握好保护和发展关系,统筹发展和安全,处理好当前和长远关系。”他说。

保护生态、加强防污

日前,生态环境部黄河流域生态环境监督管理局局长连煜公开表示,加大生态环境监督监管,推动黄河流域协同共治,强化督政、督企和行政执法,不断提升流域生态环境质量和生态安全保障。

这与新近通过的《黄河保护法》的立法精神和取向一致,保护生态、加强防污也是《黄河保护法》的重点所在。

袁杰表示,黄河流域最大的问题是生态脆弱。黄河流域生态脆弱区分布广、类型多,上游的高原冰川、草原草甸和三江源、祁连山,中游的黄土高原,下游的黄河三角洲等,都极易发生退化,恢复难度极大且过程缓慢。环境污染积重较深,水质总体差于全国平均水平。

《黄河保护法》主要从加强生态保护与修复和加强污染防治两个方面,对加强生态环境保护作了规定:

在加强生态保护与修复方面,一是明确国家加强黄河流域生态保护与修复,坚持一体化保护与修复,实行自然恢复为主、自然恢复与人工修复相结合的系统治理;二是要求编制黄河流域国土空间生态修复规划,组织实施重大生态修复工程,统筹推进黄河流域生态保护与修复工作;三是根据黄河河源区、黄土高原、河口及三角洲等不同区域生态保护与修复要求,有针对性地规定维持河道湖泊天然状态、生态修复工程、防沙治沙、水土流失防治、小流域综合治理、整沟治理、淤地坝建设、生态补水等制度措施;四是加强对河流生态流量和湖泊生态水位管控、自然保护地体系建设管理、生物多样性保护管理、重点水域禁渔期、地下水超采综合治理、矿山生态修复等作了规定。

在加强污染防治方面,《黄河保护法》第一百零八条明确规定:国务院有关部门、黄河流域县级以上地方人民政府及其有关部门、黄河流域管理机构及其所属管理机构、黄河流域生态环境监督管理机构违反《黄河保护法》规定,将对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予警告、记过、记大过或者降级处分;造成严重后果的,给予撤职或者开除处分,其主要负责人应当引咎辞职。

监督监管方面,《黄河保护法》规定,单位和个人有权依法获取黄河保护工作相关信息,举报和控告违法行为;国务院应当定期向全国人民代表大会常务委员会报告黄河流域生态保护和高质量发展工作情况;黄河流域县级以上地方人民政府应当定期向本级人民代表大会或者其常务委员会报告本级人民政府黄河流域生态保护和高质量发展工作情况。

《黄河保护法》第一百零八条明确规定:国务院有关部门、黄河流域县级以上地方人民政府及其有关部门、黄河流域管理机构及其所属管理机构、黄河流域生态环境监督管理机构违反《黄河保护法》规定,将对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予警告、记过、记大过或者降级处分;造成严重后果的,给予撤职或者开除处分,其主要负责人应当引咎辞职。

黄河保护一直“在路上”,在《黄河保护法》正式出台之前,《黄河生态保护治理攻坚战行动方案》就提出,通过攻坚,黄河流域生态系统质量和稳定性稳步提升,干流及主要支流生态流量得到有效保障,水环境质量持续改善,污染治理水平得到明显提升,生态环境风险有效控制,共同抓好大保护、协同推进大治理的格局基本形成。

第五届世界顶尖科学家论坛
指定饮品

科学向新 共创未来
SCIENCE FORWARD: CREATE A BRIGHT FUTURE

中国·上海
Shanghai · China

世界杯中国时间

编者按/对于世界杯，中国公众总是有着复杂的感情，怒其不争的中国男足也好，4年一次的视觉盛宴也罢，当北半球冬天里的第一次世界杯近在眼前的时候，唯一不变的，仍是中国男足的缺席。

球队的缺席并不意味着中国的缺席。中国企业和资本早已成为国际足联和世界杯最重要的金主。即便巨星如C罗、梅西一般，他们可以忽视中国足球的存在，却无法对场边写有中国企业的广告牌视而不见。这就是世界杯的中国时间。



2022年卡塔尔世界杯将于北京时间11月21日0时开启揭幕战。

视觉中国/图

世界杯：球赛以外的中国时间

本报记者 黎慧玲 北京报道

15天后，北半球的冬天将头一回迎来世界杯。

2022年卡塔尔世界杯（FIFA World Cup Qatar 2022）将于北京时间11月21日0时开启揭幕战，这是自1930年以来极为特殊的一届世界杯，它首次走进中东境内、首次在北半球冬季举行、首次由从未进过世界杯决赛圈的国家举办，同时，它还是新冠肺炎疫情大流行时期首次全面开放观众席的国际顶级体育赛事——

截至2022年10月18日，卡塔

尔世界杯累计售出289万张门票，已经全部开赛的欧洲五大联赛集体为它“让路”，各国球员将带着最好的竞技状态前往卡塔尔。

“体育搭台，经济唱戏”，中国与世界杯决赛阶段的交集依然在球赛以外。从12年前的南非世界杯，光伏巨头企业英利集团让中国企业第一次在世界杯亮相并因此一战成名后，掏钱赞助世界杯的中国企业数量在上一届2018年俄罗斯世界杯时达到了高峰，贡献了8.35亿美元广告费排名全球第一，是排名第二的美国的2倍。

始于2020年初的新冠肺炎疫情阴影笼罩全球，全球体育赛事按下了昂贵的暂停键。历经了去年限制观众的东京奥运会和欧洲杯后，体育营销市场仍未从重创中完全恢复。今年最大的变化是，国内没有企业愿意为赞助级别第三档的区域赞助买单，因而登上官方赞助商名单的中国企业从7家降到了4家：万达（第一档：国际足联赞助商），海信、蒙牛、VIVO（第二档：世界杯赞助商），这四家企业继2018年后再次获得官方赞助商身份。

与国家队和球星合作的非官方赞助资源，合作门槛低，在往届受到众多国内企业的追捧，距离本届世界杯仅剩一个月之时，企业争相签约的盛况不再。“愿意做体育营销的企业经营情况不乐观，先被砍掉的就是品牌的预算。”国内体育营销机构奇点体育负责人周彬表示。

“我能感觉到体育营销有复苏的态势。”体奥动力副总裁张鹏表示。他从事体育营销10余年，对市场的变化敏感，“去年欧洲杯时客户问都不问”，今年来咨询赞助资源的多了起来，他带领的团

队最近已经促成了伊利与德国国家队、球员内马尔的合作。

市场不只有冷热，还有更迭。自全球最大的短视频平台抖音从央视手中拿到世界杯转播权开始，就预示着顶级赛事IP在中国营销的打法已经发生变化。也有未经证实的消息称，抖音买世界杯版权的价格不是外界盛传的10亿元，而是20多亿元。

新冠肺炎疫情暴发以来，新媒体直播和短视频在中国经历了迅猛的用户增长，伴随着抖音出海，Tiktok在全世界的影响力也日渐升高，近日有消息称Tiktok

的全球日活跃用户（DAU）已突破10亿人。

但一位短视频从业者对《中国经营报》记者分析：“你不能用传统的媒体转播思维去看待它。抖音不是电视台的分发器，它是全世界最懂短视频和直播的公司。如果世界杯在抖音手里也玩不出花样，就说明短视频直播平台目前的玩法与职业联赛直播之间仍然存在着模式上的隔阂。”而这种隔阂，意味着传统转播方与移动直播这种新媒介对于赛事价值的理解和传播目标，仍然相差甚远。

顶流的诱惑

就辐射全球影响力和商业价值而言，男足世界杯是唯一一个能与奥运会抗衡的单项赛事。

中国企业在世界杯的首次亮相可以追溯到12年前。2010年南非世界杯因为一家赞助商临时退出，来自中国河北保定的光伏企业英利“意外入围”。那个夏天，写有“中国英利”四个汉字的世界杯成为中国企业体育赞助史上值得被铭记的一个瞬间。英利的业绩也大受提振，2010年出货量增长100%，2011年继续增长超50%，坐稳全球光伏龙头之位。

肖雷曾供职英利多年，公司因南非世界杯一战成名后的那段时光，他见客户时忍不住炫耀。“但很多客户一进门就会主动先说起。”肖雷说，“那段时间，国内外客户对我们都高看一眼，认可度高了很多。”

那是光伏行业正在国内崛起的年头，也是中国企业出海仍被看好的年代，这家声名大噪的新能源公司趁势“连庄”，赞助2014年巴西世界杯。但此后因光伏产业在全球范围内发展受挫而陷入了亏损的泥潭，赞助巴西世界杯未能助其扭转局面，英利2014年净亏损高达2亿美元。

到了4年后的俄罗斯世界杯，中国球迷没有再次看到英利的名

字，取而代之的是万达、海信、蒙牛、VIVO、雅迪、帝牌、指点艺境，它们的热闹甚至湮没了同时间里英利被纽交所摘牌的凄凉。

在中国队徘徊于世界杯外长达20年的时间里，英利这家河北企业在2010年的大胆之举和意外收获，为后来众多实力较强的中国企业指明了方向。2015~2018年里，国际足联新签了14家赞助商，其中7家来自中国。在俄罗斯世界杯期间，中国企业贡献的广告费支出排名全球第一，总计8.35亿美元，第二名美国企业为4亿美元，而东道主俄罗斯则仅有6400万美元。

世界杯官方赞助商有详细的体系划分，不同层级对应不同的权益，大致分为全球赞助、赛事赞助和区域赞助。

其中，区域赞助商在2018年俄罗斯世界杯周期里才被纳入世界杯体系，正式成为官方第三级赞助，允许赞助商在特定的区域内营销，国内老牌体育营销机构双刃剑拿下亚洲区域赞助的独家代理，并成功引入了雅迪、帝牌、指点艺境3家中国企业。根据其母公司公告中的披露，双刃剑拿下独家代理的成本为4400万美元，而3家企业向

其分别支付的赞助费用为2000万美元。

区域赞助商的标志能出现在世界杯场边LED广告牌，以及门票、新闻发布会背景板和其他相关重要场合上。从上一届的赞助商雅迪获得的权益来看，有FIFA世界杯官方称谓、各类官方标识及素材使用权等多项权益，还包括4700张世界杯门票。

截至目前，亚洲区域赞助席位还没有等来中国企业买单，也没有机构愿意代理。

一位知情人士向记者透露，俄罗斯世界杯时双刃剑手里的亚洲区域赞助权益，招商没有外界想象的顺利，为了促成合作，双刃剑在谈判中对其中两家赞助商都做出了极大让步。

今年的全球赞助，即国际足联官方赞助商，仍然以传统品牌为主，包括阿迪达斯、可口可乐、万达、现代汽车、卡塔尔航空、卡塔尔能源、VISA；赛事赞助，即本届世界杯的赞助商，包括百威啤酒、海信、麦当劳、蒙牛、VIVO，以及印度教育平台BYJU和加密货币交易平台Crypto.com；区域赞助商则包括Algorand、Fritolay、the Look com-

pany等。

在全世界顶级体育IP中，男子足球世界杯无疑是“顶流”的存在。就辐射全球影响力和商业价值而言，男足世界杯是唯一一个能与奥运会抗衡的单项赛事。综合来看，世界杯超越奥运会的趋势也越发明显，国际足联则直接表示：“世界杯是最有效的国际营销平台。”

相比奥运会，世界杯的优势显而易见：其一，它周期更长，持续一个多月的时间，是奥运会时长的2倍；其二，世界杯几乎不存在收视率极低的赛事，即便是小组赛也有着较高的关注度；其三，世界杯在年轻一代中的受瞩目程度高于奥运会。

根据官方数据，2016年里约奥运会吸引了全世界36亿名观众的瞩目，2018年俄罗斯世界杯的全球观众数量为35.7亿名，两者不相上下。就单一赛事而言，全球任何体育赛事都无法与世界杯相提并论，上届世界杯法国与克罗地亚的决赛吸引了11.2亿人观看。世界体坛真正意义上的顶流，对于想借助体育赛事进行品牌营销的赞助商们有着十足的魅力。

廷国家队。

赞助商们在营销方面变得低调务实，将营销动作更多聚焦在世界杯期间，缩短了战线和流程。周彬提到，往年会有球星来到中国，配合企业营销做球迷活动。但今年入境则需要面临一段时间的隔离，这增加了国内品牌想联手国外球星推动一些落地活动的难度。

“大家开始关注国际IP了，市场有了复苏的迹象。但大部分企业的观望情绪仍然很重。体育营销是长期投入和厚积薄发，一旦要企业优先考虑生存问题或者直接拉动短期销售转化，这种长线的布局势必就会放缓。”张鹏表示，“对比综艺和影视节目，顶级体育赛事仍然是更优质的营销资源。”

永远不会缺席世界杯的，可能只有义乌。足球、串旗、国旗、喇叭、奖杯、奖牌……从这个全世界最大的批发市场发往中东及全球。有统计称，义乌出售的世界杯周边商品占到全球市场的70%，而国内体育营销、版权市场都面临着萧条的局面。

抖音会带来变化吗？

拿下版权后，抖音迅速面向平台创作者发起推出了“足球合伙人”活动，拿出百万流量。

一直以来，世界杯都是国际足联的“现金牛”，拥有强劲的吸金能力。国际足联2020年的财务报告显示，2022年卡塔尔世界杯的投资额将达到16.96亿美元，而2022年总收入预计为46.66亿美元，其中56%来自转播权，而29%来自营销收入。换言之，有了世界杯的加持，国际足联的赞助收入将达到13.53亿美元，是2021年1.31亿美元的10倍。

FIFA的账单里，最大的那块蛋糕来自赛事转播合同。

从1978年起，央视开始转播世界杯，到2014年巴西世界杯都是采取独播模式，仅在某些特定的时期部分授权给地方电视台转播。到了2018年，新媒体平台在过去几年搅动国内体育版权市场风云变幻，央视的世界杯版权运营策略也发生了改变，将新媒体转播权分销给了中国移动旗下的咪咕和阿里系的优酷——这让当时国内版权市场为之震撼。

如今，优酷早已放弃了体育版权，腾讯体育也在收缩战线，PP体育风光不再，咪咕成了世界杯这种高价版权唯一的长视频平台买家。上届世界杯咪咕引入了真4K、HDR技术，并邀请足球解说领域颇具人气的詹俊等人加盟解说，通过顶流赛事来获取节目观看量和APP下载量，向观众渗透咪咕平台的体育属性。今年咪咕打出了“5G+全体育”和“全体育元宇宙”概念。

“放到短视频的逻辑下，咪咕所做的看起来仍然是传统转播商和长视频平台内容分发渠道的延伸。”一名行业分析师对记者表示，“抖音比任何传统平台都更会玩，它更重视流量效果，要的是‘爆’。”

今年6月，抖音集团成为2022年卡塔尔世界杯持权转播商、中央广播电视台总台直播战略合作伙伴。快手借去年东京奥运会、今年北京冬奥会的版权而风光一时，抖音则转身吞下了世界杯。“赛事组织方有非常严苛的合同条款，作为被央视授权的持权转播商，必须在FIFA和央视所规定的范围内行使权益。”上述分析师介绍。

据记者了解，参考去年奥

运会赛事央视与持权转播商执行的合同，央视向新媒体平台分发版权通常分为几个不同级别的合作档次，并对低档次的合作平台进行“延时”，因此拿去年奥运会国内新媒体版权的3家机构只有咪咕是实时直播。

“世界杯的转播权可能也是分级售卖的。”上述分析师猜测。此前，外界广传抖音购买世界杯版权的费用是10亿元，那么相对应的，可能会存在包括延时在内某些方面的限制。

而据记者了解，业内的另一个说法是“20多亿元”，这个价格获得直播版权应该更加合理。以此价格衡量，抖音或将直接获得央视信号，进行实时直播，更不排除平台联合多家媒体，给直播流配上各自的特色解说。这将是短视频平台直播顶级赛事的颠覆性改变。

不过，截至目前，抖音和央视均没有对外透露明确的合作权益内容，在宣布成为持权转播商的发布会上，抖音CEO张楠只称：“将与总台紧密携手，通过打造更多喜闻乐见、有创意的互动形式丰富大家的直播体验。”

尽管如此，一位业内人士认为，抖音并不需要让大家新下载APP来看一场90分钟的足球赛实时直播。“短视频平台的玩法太多了，话题挑战赛、连麦、二创、自制节目，24小时都有人直播，这都是颠覆传统体育赛事直播的模式。”他表示。

拿下版权后，抖音迅速面向平台创作者发起推出了“足球合伙人”活动，拿出百万流量，以高能解说员、懂球女孩、最强剪刀手三大赛道，分阶段、晋级式发起足球内容征集。抖音平台内2022年卡塔尔世界杯的专题页面可以看到，FIFA世界杯、阿根廷、葡萄牙、法国国家队等官方账号，内马尔、托马斯·穆勒、莱万等球员已经入驻，#卡塔尔世界杯话题已经获得13.8亿次播放。

顶流平台与顶流赛事相遇，或许要等到世界杯更临近时，才能看到全球最大的短视频平台究竟要怎么玩。

体育回归公众

由于区域赞助商的空缺，官方赞助商由上一届的7家缩减至4家。非官方赞助商的营销动作也少了许多。

了历届世界杯相关数据的最高纪录，其中63%的消费者为国际客户。官方预计将有120万~150万名游客到访卡塔尔。

这是第一次在11月份举办世界杯。通常来说，世界杯都在6~7月份举行，由于卡塔尔地处中东地区，夏季气候炎热，国际足联最终决定卡塔尔世界杯在11~12月份举行。卡塔尔位于东三区，开球时间对欧洲球迷来说基本没有时差，对美洲以及亚洲球迷也相对友好。欧洲五大联赛专门为世界杯让路，球星们正处于竞技状态的高峰期，可以在世界杯期间拥有更出色的状态。

无论从哪个层面来看，一个彻底回归公众视野的世界杯将迸发出巨大的商业价值。

然而，在体育营销界没有等来与之相等的报复性回温。相比4年前，国内赞助商们热情骤降。这首先体现在数量上，由于区域赞助商的空缺，官方赞助商由上一届的7家缩减至4家。非官方赞助商的营销动作也少了许多。

2018年，国内众多企业都想在世界杯盛宴中分一杯羹。东鹏特饮、娃哈哈、曼秀雷敦等企业相继赞助了葡萄牙国家队；德尔地板、万和厨电、和信贷赞助了阿根廷国家队；长虹电器赞助了比利时国家队；转转赞助了巴西国家队。球星层面，长城汽车签约了C罗；TCL、哈尔滨啤酒签约了内马尔；国美手机签约了苏亚雷斯。

今年的非官方营销几乎成为了伊利的独角戏。蒙牛继续占据世界杯官方赞助名单，是唯一的乳制品赞助商，还签约了梅西和姆巴佩。伊利发力非官方赞助，先是囊括了三个“7号”（C罗、贝克汉姆和武磊），最近又签下了巴西国家队的头号球星内马尔、新科金球奖得主本泽马。此外还陆续签约了阿根廷、西班牙、葡萄牙和德国等4支国家队。

大品牌不会放弃体育营销，它们需要面对同行业里品牌层面的竞争。除了伊利，目前国内企业仅网易签约了法国国家队和阿根廷国家队，以及盼盼食品赞助了阿根

核心话题 ▶

预制菜是猪狗食？双重迭代下服务行业的几大趋势

文/刘戈



作者为重阳金融研究院高级研究员

预制菜话题破圈，这个现象有些意外。多年从事商业咨询的王先生在东方甄选的直播间说预制菜就是猪狗食，这话让很多人听着十分刺耳，毕竟对出门不能总去高级餐馆的普通人来说，吃预制食品是个逃不过的选择。

东方甄选目前的货品中，初级农产品占很大比例，所以作为嘉宾在这里贬低预制菜，可以显现他是一个知趣的嘉宾。但这也可能让请他的东家陷入尴尬，或许东方甄选品团队已经对接好了预制菜供应链，正在准备让董宇辉的三寸不烂之舌抒发出预制菜如何一解乡愁的台词。

如果过滤掉王先生说那句话时强烈的批判意味，仅从客观事实上看，“预制菜就是猪狗食”这话大体没错。因为现在无论猪狗还是猫鸡，无论是圈养牲畜还是家养宠物，它们的饲料已经实现了工业化生产。而王先生说这句话的时候，脑子里想的猪狗食应该是猪草加上泔水，或者家里的狗去吃放馊了的剩菜剩饭。他用猪狗食做比方也是一种名词形容词的用法，形容预制菜在口味上的难吃，以及用料上的粗陋。

但目前在绝大多数的牲畜养殖场里和大部分养宠物的家庭里，都是从专门的商店购买饲料或者狗粮、猫粮。这种“猪狗食”有着严格的配料比，用玉米、豆粕、麸皮、鱼粉、矿物质、维生素等按比例配置生产而成，每一种饲料都是科学家和研究机构无数次科研实验的结果。给牲畜和宠物喂各种“猪狗食”的目标是充分保证它们的营养保障和健康，甚至还有改善毛色等各种功能。不夸张地说，在正规家畜养殖场所和大部分宠物饲养家庭，牲畜和宠物饮食的科学程度远超过人类。

和人相比，农业社会的宠物和牲畜的食品已经完成了工业化。

我们无法得知牲畜或者宠物本身对这种变化是否持欢迎态度，但工业化食品普遍提高了动物的健康或者寿命却是事实。

人类的食物，其实也在一个

在中国，已经几乎找不到真正意义上的传统服务业企业。即使一个村镇上的小卖部，数字化程度也达到了极高的水平。在中国，传统服务业的工业化和数字化是叠加的，这和其他工业大国服务业工业化、数字化先后发生的进程有很大不同。这种重叠无疑将产生更先进的商业模式和更快的迭代速度。最传统的小生意，被信息化赋能，以新的商业模式，获取了活下去的先机。

工业化进程中。在发达国家，从餐厅到家庭，已经基本实现了全面的预制化。能够从初级农产品开始加工的菜品，恐怕只有蔬菜沙拉这一道菜了。几乎任何一张披萨饼和任何一块面包都是在车间而不是在厨房里进行面粉发酵的。你只有多花几倍的价钱才能在高档餐厅吃上一块鲜切的牛排。

在中国在内的发展中国家，食品工业化的进程还做不到让预制食品的价格更低，而口味上也全面接近鲜食制作。

这其中也有中餐的口味相对复杂、预制的成本更高的因素。但总体而言，还是因为食品工业

化进程滞后的原因。这种滞后最根本的原因在于发展中国家劳动力成本低，而餐饮行业能够吸纳非常多的低技能劳动力，当这些劳动力的薪酬快速提升后，厨师和小工的工作将必然被更加高效的工厂工人所取代。也就是现场制作将全面被预制菜——某些专家口中的“猪狗食”所取代。

在工业化进程规律和共同富裕目标的共同作用下，体力劳动者薪酬的快速提升将是未来20年对中国服务业商业模式最具决定性的影响因素。所以，无论在家庭还是餐厅，中国食物制作的工业化进程是非常确定的一个趋势。同时，信息化和数字化的普及也将是让预制食品更广泛被接受的另外一个因素。在数字技术的加持下，使用预制食品的连锁快餐饮业的成长速度会不断加快。

以后，人们会更加清晰地把一顿饭分为生物意义上的进食还是文化意义上的进食。对绝大多数人来说，更多的进食是生物意义上的，也就是快速的、保证营养和保证基本口味的进餐，这些场景下，都会用预制菜解决。只有少部分的用餐是文化意义上的用餐，如基于社交和美味的家庭或者社交聚餐，此时厨房才成为制作食物的主要场地，而在大部分情况下，无论是家庭还是餐厅，厨房只是食物加热和装盘的场所。

这种变化不仅仅存在于餐饮领域，也会出现在生活服务业的各个领域中。和制造业相比，中国生活服务业的滞后十分明显。而现在中国的服务经济正在经历从工业化中期到工业化后期的迭代，同时也经历着数字化对工业化的迭代。双重迭代，在双倍不确定的同时，是双倍的机遇。

数字化带来的最大变化是传统行业使用工具的革命性变革。这给传统行业的转型和模式创新带来巨大的机会。互联网和数字技术的逐渐成熟并工具化，意味着所有行业都可以顺畅地使用这种工具，互联网不再构成传统行业转型和创业的障碍，而成为实现行业迭代的帮手。

在中国，已经几乎找不到真正意义上的传统服务业企业。即使一个村镇上的小卖部，数字化程度也达到了极高的水平。在中国，传统服务业的工业化和数字化是叠加的，这和其他工业大国服务业工业化、数字化先后发生的进程有很大不同。这种重叠无疑将产生更先进的商业模式和更快的迭代速度。最传统的小生意，被信息化赋能，以新的商业模式，获取了活下去的先机。

这种重叠无疑将产生更先进的商业模式和更快的迭代速度。最传统的小生意，被信息化赋能，以新的商业模式，获取了活下去的先机。

巨大的发展机遇面前，处于守势的传统服务业从业者和携带数字工具的年轻一代新入局者，都面临着双重迭代下如何走对下一步的困扰。在研究了近些年中国市场消费行业的众多案例之后，我得出了一些自己的看法，概括起来可以总结为在双重迭代时代消费经济的五大趋势。

趋势一：连锁经营成为服务业发展大方向

作为连锁经营的鼻祖，麦当劳已经高度数字化。经过数字转型，如今在中国，已经有80%的点餐在顾客的手机上完成，通过数据中台，麦当劳将全球36000多家店面的经营数据每15分钟就同步到总部的数据中心一次。总部会把每家店面的核心指标和典型市场模型进行对比，从而精确地判断每家店的经营情况以及问题。通过数字化，麦当劳的管理真正打破了层级限制，让加盟连锁的管理颗粒度更加细密。

连锁化本身就是工业化后期服务业必然进入的基本运行方式，中国服务业连锁化的同时正好与数字化结合，在双重迭代下，连锁经营改变了生活服务业传统的营销方式，使品牌可以更高效、更精准地触达消费者。数字化也改变了服务业连锁企业运营模式，可以更有效地支持门店和员工的管理。

未来数字化包括平台化将和连锁经营进一步深入融合。连锁化门店的交易功能也会有部分被迭代，那些善于使用互联网为顾客提供便利服务的品牌将成为消费者的首选。连锁经营和数字化构成了传统服务

业发展的双重迭代，是未来生活服务业发展的潮流方向。服务业企业如果不是基于连锁经营构建商业模式，将很难有生存空间。

趋势二：特许加盟比直营连锁更有优势

近几年国内众多网红连锁品牌如喜茶、瑞幸、西少爷、便利蜂等不约而同选择了直营连锁方式。这一选择有其历史背景，也是过去几十年中国以特许加盟方式经营的连锁品牌，大多以失败告终。加盟商不讲诚信、不听话、不珍惜品牌通常被当作导致这一失败的主要原因。但事实上，品牌方的管理粗放、盘剥加盟商、注重短期利益等问题是更关键的因素。

应当看到的是，特许经营模式在被数字化赋能之后，将大大简化管理流程、降低管理成本。如果品牌方从直营模式开始经营，将面临巨大的管理成本不断提高的问题，后期再进行加盟转型相当于重新建立商业模式，原有的管理团队适应这一转型需要极高的成本。

趋势三：服务比产品更有发展空间

在新一轮消费热潮中，餐饮、美容美发、健康服务、家政、宠物、旅游、体育、文化等服务消费将逐渐占据更大的比重。从生活服务业内部各行业来看，数字化水平差异比较大。根据相关统计数据，目前中国酒店业的数字化率达到44.3%，餐饮业数字化率大概是21.4%，家政业数字化率是4.1%，养老服务业的数字化率仅为1.3%。

通过进一步的数字化，将数据前台、中台、后台无缝对接，将线上客源和实体店消费对接将创造巨大商机。我国网络购物及网络支付的用户规模分别达到8.12亿人及8.72亿人，这是服务业数字化的宝贵基础。数字化来临以后，互联网的创新和传统业务的结合，给了相对滞后的服务业一个巨大转变的机遇，为企业转型和创业提供了巨大的机遇。

趋势四：自下而上比自上而下基因更强大

从麦当劳到肯德基、从沃尔

玛到好市多，美国第二次消费高潮的商业模式创新中有一个非常有趣的现象是，这些商业模式几乎都是先从小镇开始，逐步走向全国乃至全世界。这其中的一个重要的规律在于，小镇代表着最低的消费水准和支付能力，同时也有着巨大的商业空白。从小镇起步的好处在于，商业模式从一开始就建立在低成本的基础上，企业从一开始就具备了低价扩张的基因。而低成本是之后能够在全国乃至世界范围内扩张的基础。

众多国内获得资本投入的消费类公司都是从一线城市开始走高端路线，好处是很快由于大城市的购买力获得早期建立品牌的成功，但这种成功往往无法复制，一旦走出大城市的商贸中心就很难经营。由奢入俭难，这是一个永恒的真理，在商业模式上一样。

趋势五：闪电式扩张已经不可复制

互联网创业阶段，闪电式扩张一度被称为发展方式的灵丹妙药。这是因为，在这个阶段进入互联网都是在建立平台，一旦某个方向的平台模式被建立起来，资本必定蜂拥而至，此时哪家创业公司抢得先机，闪电式增长，就能形成赢家通吃的格局。但经过多年的发展之后，各个领域的商业机会早已被各种平台全面覆盖，平台模式难以复制。

如果新的商业模式不再具有垄断性平台的基本特征，也就不再具有闪电式扩张的前提。在非平台领域进行闪电式扩张将为公司发展埋下巨大隐患。

从瑞幸、每日优鲜等标榜为互联网创业的案例来看，互联网平台模式是有边界的，一旦越过互联网轻资产的边界，其创业和成长模式就很难再被复制。

著名企业家张瑞敏说过一句话：“没有成功的企业，只有时代的企业。”每一个时代都会诞生新的企业，它们携带新的商业模式，对旧的商业秩序进行无情的迭代。工业化和数字化的双重迭代将主宰新的商业秩序，决定商业模式的构建方式和演进路线。

商业点评 ▶

Meta利润与市值双跌 元宇宙概念先行落地尚难

文/毕舸



作者为财经评论员

元宇宙还是Meta的烧钱黑洞。美东时间10月26日盘后，脸书(Facebook)母公司Meta发布2022年第三季度财报，报告期内，公司营收下降4%至277.14亿美元，这是连续第二个季度出现营收同比下滑，Meta第三季度净利润43.94亿美元，同比大幅下降52%，连续四个季度下降。今年以来Meta股价已跌逾60%，市值缩水超5500亿美元。

Meta元宇宙业务已亏损94亿美元，虽然Meta创始人兼CEO马克·扎克伯格对元宇宙发展前景充满信心，认为元宇宙业务能够为科技公司在构建支撑计算平台方面，提供更多创新性。也因此，扎克伯格宣布未来还将投入数十亿美元用于元宇宙投入，但显然股东、投资市场对此未必抱持同样的乐观情绪。Meta的长期股东之一Altimeter Capital对烧钱的元宇宙提出不满，其CEO布拉德·格斯特纳公开致信扎克伯格，希望Meta限制对现实实验室(Reality Labs)的投资，最好不超过50亿美元。而Meta市值暴跌，也集中反映了股市情绪，对于大多数投资者来说，他们当然希望能够看到Meta的美好未来，但同样关注其当下发展，尤其是基于上市公司投资价值的重要衡量标准——营

收、净利润等，这些指标体现了一家上市公司当前业务的运营水平，以及能够给予股东的回报。而Meta营收、利润不仅没有呈现出增速，反而降速明显，必然让投资者担忧其经营状况的恶化，进而影响到市场估值。

扎克伯格当初之所以全力

算力的芯片，这将进一步带动元宇宙产业链上下游的联动发展。

因此，急于转型的Meta选择元宇宙，就是瞄准了元宇宙可能带来的技术创新、市场变现机会。按照新经济发展规律，抢占新一代蓝海产业领域的企业，如果能够率先研发引领市场的技术、产品，就能超越竞争对手，获得更多消费者的青睐。同时能够成为新技术或产品市场通行标准的参与者甚至制定者，形成强大的话语权。IBM当年率先推出PC(个人电脑)，从而成为市场王者；微软抢先推出PC操作系统，主导该领域至今；苹果则成为智能手机时代的主要代表；Facebook曾经是线上社交软件的引领者，在错过短视频时代后，借助元宇宙构建面向新产业的护城河，也被扎克伯格视为企业发展的又一个拐点。

然而，梦想很丰满，现实很骨感。在用户眼中，Meta所勾勒的元宇宙蓝图，如何尽快转化为具象的、能够给用户生活、消费、娱乐带来更多福利和改变的实际产品，才是用户与Meta建立连接的关键纽带。Meta显然需要为用户尽快提供各类元宇宙产品，无论是虚拟现实交互内容产品，还是高品质的娱乐产品，乃至进行产品交易所需的元宇宙

货币支付产品。

而这恰恰是Meta所面临的发展难题，由于元宇宙看似无所不包，也就意味着所需的产品、技术配套极其庞杂。Meta需要决定，究竟是瞄准一两个垂直领域深入，还是抱着“大而全”的目标进行多领域投入？前者可能会导致Meta所进入的领域不具备对产业的领导力，甚至出现发展方向走偏的后果，后者则意味着投入无上限，对Meta的现金流形成严峻考验。

此外，Meta要成为市场引领者，还可能因过度超前导致产品缺乏落地配套，导致巨额投入无法收回，这在互联网以及其他领域不乏先例。

当前，元宇宙的很多概念仍然混沌，无论业界、学界对此都给不出清晰解答，一方面是因为元宇宙作为新技术，融入了扩展现实(XR)、区块链、云计算、数字货币等技术，而这些技术领域同样处于探索期，走入创新“无人地带”就意味着未知，需要社会共同探索；另一方面则是部分参与者炒作概念，借机谋取暴利，也加剧了元宇宙乱象。

比如，此前一度兴起的“元宇宙炒房”，玩家可以使用现实世界的货币直接购买虚拟社区中搭建好的虚拟地产，有的则是

通过现实世界的货币购买游戏装备、完成游戏任务，攒积分，然后购买虚拟土地、房屋。然而，“元宇宙炒房”热很快退去，曾经高达万元一套的虚拟房产如今已不到千元，而且还无人问津，就在于“元宇宙炒房”缺乏成熟的交易环境，甚至演变为虚拟货币炒作，也因此面临法律与市场双重风险。

显然，元宇宙的未来不仅在于技术和产品的研发交付，更在于同步建设的完善管理体系。毕竟，虚拟与现实的边界容易混杂，但基于一个规范化市场的发展所需则必须厘清。尤其是元宇宙所指向的虚拟现实融合，牵涉到大量传统线下社会的发展模式如何走向虚拟化，平台、用户等各方利益又如何通过明晰规则加以确立并规范，这就需要参与企业探索制定新的元宇宙规则，而政府也应通过调研等方式，推动相关法律法规体系的建设，尤其是消费者权益保障层面，从而为元宇宙从虚拟走向现实划定可行的社会发展路径。也唯有如此，包括Meta在内的元宇宙先行企业才能在良好的市场环境中，得以专注于相关技术和产品的研发，让宏大概念真正成为推动人类文明进步的创新成果。

连续七年列入中央一号文件 承保货值逼近550亿元

“保险+期货”试点效果初显

本报记者 陈嘉玲 北京报道

2015年,我国期货市场服务“三农”的新型金融模式——“保险+期货”试点正式落地,生根发芽。

“兜底”农户:服务“三农”新模式

通过“保险+期货”收入险模式,可以为种植户进行“兜底”,既保价格,也保产量,进而避免未来农产品价格下跌的风险。

“前段时间,我们了解到海南省澄迈县生猪养殖户在实际生产中面临着一些困难。澄迈县是海南省农业大县,也是乡村振兴重点帮扶县。于是,在澄迈县乡村振兴局的支持下,我们联合申万宏源证券有限公司金融创新总部,由申万宏源证券出资捐赠保费实施生猪‘保险+期货’项目,由太平洋财产保险海南分公司澄迈支公司作为项目落地服务机构,组织澄迈县脱贫监测户参与项目投保工作。”

申银万国期货旗下风险管理子公司申银万国智富投资有限公司总经理何小明近日对《中国经营报》记者介绍,该项目覆盖生猪约200吨,为生猪养殖户提供了430万元的价格风险保障,利用市场化手段补偿养殖户因生猪价格波动所导致的损失,“兜底”生猪养殖价格,助力生猪产业稳健发展。

所谓的“保险+期货”,其本质

是价格指数保险,即农户向保险公司购买基于期货价格的价格或收入保险,保险公司再通过购买对应的场外期权等形式向期货公司转移风险,并由期货公司在期货市场上进行风险对冲。一旦农产品价格跌破或涨至约定的价格线,农户将可从保险公司获得理赔。

大连商品交易所(以下简称“大商所”)相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时指出:“保障粮食安全,首要的是确保种粮农民收入稳定。中小农户由于生产规模、资金和专业知识受限,难以直接应用有门槛要求的期货工具管理风险。以大商所为代表的中国期货市场创新推出了‘保险+期货’模式,帮助中小农户以‘风险入场、人不入场’的形式实现了风险管理需求与期货大市场的对接。”

一位期货业内人士告诉本报记者,传统的种植业基本上都是

期货业内人士指出,“保险+期货”已然成为期货行业服务实体经济、服务“三农”的重要抓手,也在助力脱贫攻坚、乡村振兴等国家战略中发挥着愈发重要的作用。未来,“保险+期货”模式仍需

不断完善和优化,将进一步延伸成“保险+期货+N”,通过期货工具将产业链环节紧密结合,形成一个金融服务农业全产业链的完整闭环模式,为乡村振兴高质量发展提效增能。



“保险+期货”已然成为期货行业服务实体经济、服务“三农”的重要抓手。视觉中国/图

前景广阔:“保险+期货+N”的综合金融服务闭环

新突破主要在于将业务模式进一步延伸成“保险+期货+N”,整合各方资源,汇集产业链上下游力量,共同促进农民保收增收。

“保险+期货”进一步服务乡村振兴前景广阔,大有可为。

郑商所相关负责人认为,一方面应从内部创新与完善,在“保险+期货”基础模式上实现延伸和拓展,带动产业链上下游各方主体参与其中,提升试点综合服务质效;另一方面应广借外力,推动“保险+期货”获得财政资金常态化、机制化支持,提升农户及相关政府部门对该模式的理解,丰富农业支持保护工具箱。

具体而言,可以从多个方面继续发力,探索完善。例如,探索创新“保险+期货+N”服务链条,发挥新型农业经营主体、龙头企业作用,进一步强化试点服务深度,通过“保险+期货+订单收购”“保险+期货+基差点价”等方式为农户提供风险管理闭环。

又比如,兼顾标准化与差异化服务,探索价格险向收入险转型升级。以帮助农户规避价格波动风险,稳定种植预期为目标,为个体农户提供标准化产品与服务,同时针对合作社、家庭农场等具备市场化属性的集体或主体,以实现稳健经营、管理风险为导向,开发具有适度灵活性的专属保险工具。

何小明告诉记者,伴随着试点项目效果逐步显现,加上风险管理的理念越来越深入人心,现在部分市场化经营的农业企业开始自发地参与其中,而此类商业化的“保险+期货”业务,或将成为未来期货机构深化服务涉农企业乃至整个农业产业链的重要方向之一。

“新突破主要在于将业务模式进一步延伸成‘保险+期货+N’,整合各方资源,汇集产业链上下游力量,共同促进农民保收增收。”何小明举例分析指出,比如,“保险+期货+银行+担保公司”模式,考虑到银行信贷更关注经营风险和信用风险,虽然“保险+期货”模式能够帮助农民解决经营风险,但信用风险敞口依然存在,那么就可以引入农业担保公司,由担保公司去承担农户信用风险,以此解决银行在“保险+期货”模式中的信贷顾虑,比如保单增信和生猪“活体贷”已经是市面上成功试点且可复制可推广的模式。另外,“保险+期货+订单+场外期权”模式,还可以将基差收购、场外期权等方式融入到模式里,为其中的参与者带来便利。

“如此一来,通过期货工具将产业链环节紧密结合,形成一个金融服务农业全产业链的完整闭环模式,为乡村振兴高质量发展提效增能。”何小明说道。

南华期货(603093.SH)全资风险管理子公司南华资本董事长李北新告诉记者,“保险+期货”已经发展为一种金融综合创新型的业务模式,南华期货在实践中衍生出更多模式。例如“保险+期货+基差收购”模式是为促进上下游产业链合作,在项目推进中引入龙头企业与投保农户签订基差合同,使投保农户可根据期货价格自主点价进行农产品销售,形成“保险+期货+基差收购”模式,实现产业链风险全程闭环管理。

遍地开花:承保货值大幅涨至近550亿元

2022年中央一号文件连续第7年提及“保险+期货”,并提出强化乡村振兴金融服务,优化完善“保险+期货”模式。

本报记者梳理获悉,今年三季度内,期货行业内有57条“保险+期货”项目落地,实现理赔,结项的信息密集出炉。近一个月来,多家期货机构的“保险+期货”项目密集落地。

事实上,自2015年中央一号文件提出“积极开展农产品价格保险试点”的新思路后,作为“保险+期货”模式的首倡者,大商所在辽宁锦州义县落地国内第一单“保险+期货”项目试点,也开启了期货市场深耕“保险+期货”模式服务“三农”的篇章。大商所相关负责人表示,经过7年多的探索,“保险+期货”模式已具备良好的社会基础和市场基础,成为期货市场服务乡村产业发展的重要切入点。

最近一年,“保险+期货”业务增速更为显著。据《期货日报》报道,2021年5月1日至2022年4月30日,共有67家期货公司开展“保险+期货”项目1907个,为大豆、玉米、棉花、生猪、天然橡胶等15个农业产业品种提供风险保障,涉及现货数量896.18万吨、承保货值421.98亿元。而2018年至2020年同期,“保险+期货”项目数量和项目规模数据分别为291个、120.15亿元,345个、137亿元,750个、209.87亿元。

中国期货业协会最新发布的数据也显示,截至2022年9月30日,已有127家期货经营机构与519个脱贫县(乡、村)签署了1029份结对帮扶协议;行业累计

投入帮扶资金达14.63亿元。期货经营机构通过“保险+期货”模式为脱贫地区天然橡胶、玉米、大豆、鸡蛋、苹果、棉花、白糖等品种提供了价格保障,承保货值约547.60亿元。

上述大商所负责人还指出,“保险+期货”在保障农民收入、促进金融跨界合作、助力脱贫攻坚与乡村振兴等方面都取得了显著成效,且具备可推广的基本条件,实现了从“价格险”到“收入险”,从“种植环节”到“全产业链”,从“零星分散”到“县域覆盖”,从“单一支持”到“多方合力”的转型升级,保障品种的不断丰富、财政支持资金比例的不断提高、覆盖地区的不断扩展、产品模式的不断创新、参与

主体的不断扩大,说明的是这一模式在不断完善和优化。

2022年中央一号文件连续第7年提及“保险+期货”,并提出强化乡村振兴金融服务,优化完善“保险+期货”模式。上述郑商所相关负责人表示,按照中央一号文件优化完善“保险+期货”模式的要求,郑商所今年的试点工作突出“保险+期货”模式为分散农业风险提供期货支持的功能定位,体现“保险+期货”模式为农业经营主体提供风险管理服务的核心内涵,更好地服务乡村振兴,助力农业高质量发展。今年郑商所分别在承保风险管理、单位保费确定、保险功能设计方面进行了进一步完善。

董责险持续升温:295家A股上市公司披露投保计划

本报记者 陈晶晶 北京报道

近日,A股上市公司宝鼎科技(002552.SZ)、东芯股份(688110.SH)接连发布公告称,为进一步加强公司风险管理,为董事、监事、高级管理人员等依法履行职责提供保障,根据中国证监会《上市公司治理准则》等相关规定,拟为公司及公司

全体董事、监事、高级管理人员购买责任保险(以下简称“董责险”)。

董责险是针对上市公司的董事、监事及高级管理人员在履行其职务行为过程中,因“不当行为”(包括疏忽、错误、误导性陈述及违反职责等)引起法律责任,给其个人带来损失而设计的一款保险产品。由于《中华人民共和国证券法》实施,以

及康美药业、瑞幸咖啡财务造假事件等多种因素推动,董责险近年持续走红。

《中国经营报》记者注意到,目前,董责险在A股上市公司覆盖面上呈现扩大趋势。据不完全统计,2022年前三季度,累计295家上市公司发布董责险投保计划,超过去年的248家以及2020年的113家。

费用“水涨船高”

公开数据显示,今年上半年,A股公司发布拟为公司高管投保董责险的公告达到268家,超出去年全年数量。第三季度单季,有近三十家上市公司公开董责险投保计划。

记者注意到,今年以来,上市公司购买1亿元及以上的赔偿限额情况明显增多,个别公司甚至达2亿元,保费支出也随之提高,大多在50万元至100万元左右。

例如,宝鼎科技计划保费支出一年不超过60万元,赔偿限额不超过1亿元人民币。东芯股份类似,计划保费支出一年不超过人民币65万元,赔偿限额为1亿元人民币。唯捷创芯(688153.SH)公告显示,董责险赔付限额为2亿元人民币,保费支出145万元人民币。根据电气风电(688660.SH)公告,董责险赔偿限额不超过2亿元人民币,保险费用支出不超过100万元人民币。

业内人士表示,目前A股市场已普遍采用代表人诉讼制度即示范判决制度,部分案件甚至由地方法院统一公告征集投资者参与维

权,连同特别代表人诉讼案件的常态化普及,投资者的诉讼门槛将进一步降低,这将极大提升参与维权的投资者数量,使得上市公司实际面临的民事责任风险敞口持续上升。并且在康美药业及相关责任人被判高额赔偿事件发生以来,上市公司对董责险的赔偿限额需求明显增高,保费支出也呈进一步上涨态势。

不过,一家大型财险公司负责董责险业务人士表示,董责险定价因素较复杂,需要通过多维度指标评估上市公司,如财务状况、经营状况、合规情况、上市地、上市年限、舆情、董监高个人情况等各种因素后给出价格,不同公司之间的方案差异较大。

值得一提的是,上市公司需要根据其自身情况提高董责险保费支出。

今年4月30日,光大嘉宝(600622.SH)就在公告中表示,鉴于公司涉及房地产开发业务,属于保险市场较为限制的客户行业类

型,根据最近市场的询价情况,董监高责任险的保费支出标准在2021年基础上有了大幅增长。鉴于上述情况,考虑到后续保费上涨等因素,公司董事会提请股东大会将董监高责任险保费支出标准从“不超过人民币50万元/年”调整至“不超过人民币120万元/年”。

格林美(002340.SZ)在今年2月份公开发布董责险购买计划,此后在8月份宣布调整投保方案。

在《关于调整购买董监高责任险事项的公告》中,格林美表示,鉴于公司发行的全球存托凭证(GDR)已于瑞士证券交易所上市,为合理规避公司董事、监事、高级管理人员等相关责任人员的管理风险和法律风险,根据境外相关法律法规及行业惯例,公司拟增加投保董事、监事、高级管理人员等相关部门人员的责任保险及招股说明书责任保险。调整之后,新方案的赔偿限额与原方案一致,仍为1亿元/年,但是保险费用则由不超过50万元提升为不超过80万元。

专业性尚待提高

上述业内人士对记者表示,虽然市场投保需求很旺盛,但由于目前我国董责险的赔偿案例较少,缺乏历史经验数据,保险公司其实比较难以把握非常准确的精算模型和费率。

不过,已有保险公司推出了专门针对特定群体的产品计划,将其中相对风险可控的群体单列出来进行承保,比如独立董事群体的独董职业责任险。

事实上,除了需要积累经验数据,经营董责险的每个环节都需要更加专业、规范,尤其产品合同条款。

广东金融学院保险学院课题项目组在《影响我国董监高责任险发展的因素分析及对策研究》文章中分析表示,“目前,我国董责险保险合同仍存在着以下问题:一是我国董责险的保费及其他费用的分摊比例没有明确规定,一般都是由公司承担全额保费支出。二是保险责任范围界定不明,我国新《公司法》虽然规定了董事、高管等的责任范围,但没有对董事责任、高管责任、个人责任及公司责任之间的关系进行明确区分和解释。因为相关责任的界定模糊不清,导致保险公司在保险事故发生后,难以厘定多方的责任比例。除此之

外,董责险保险合同中还存在索赔时效的规定不灵活、相关条款与我国法律法规相违背等问题。”

上述文章进一步指出,董事、监事及高管应负的赔偿责任,应当制定明确和统一的标准。这种标准不是局限于某一保险公司的,而应该实施于保险市场,避免保险公司借助免责范围的差异来进行恶性竞争。保险公司通过统一、规范的保险条款,来对董监事及高管违反法律法规、公司章程的行为加以限制,推动金融证券市场秩序的完善。此外,对于董责险保费在公司和董监事及高管个人之间的分摊比例应有标准化的规定,个人承担的份额不宜过大,否则董责险对于高管工作积极性的推动作用很难落到实处,且会大大降低投保意愿。

值得一提的是,在证监会和交易所对上市公司的监管力度大幅增强的背景下,因各种原因受到行政处罚的上市公司及高管数量大幅增长,相关的处罚力度同时也在显著提升,上市公司高管群体面临的责任风险也随之增加,这也使得保险公司经营董责险面临较高的风险。对于保险公司而言,如何识别、控制风险及风险如何分摊成为关键点。

上述财险公司负责董责险

业务的人士对记者表示,董责险的核保工作主要依赖于上市公司自身的公告和市场公开信息,而类比康美药业这类情况,保险公司的核保人实际审核的内容已被粉饰过,极难识别。同时,诸如关联交易重大遗漏等问题,原则上更是无法通过正常手段获悉。信息不对称等问题对保险公司的风险定价、风险识别和判断造成了一定的难题。不仅如此,A股上市公司的风险环境有着高度的本地化特点,并处于不断变化的状态,需要对其进行持续、深入研究,并通过合理的长期发展策略来经营。因此,需要专业化的管理模式和管理团队,形成内部的有效资源整合。

此外,过高的风险对保险公司的偿付能力和风险管理能力提出了更高的要求。

中银证券研报分析显示,由于董责险一般涉及金额较大,比较适宜多家分层级联保并且进行再保险分保,以减轻保险公司单独承保带来的理赔压力。

“需利用分保提升董责险供给能力与专业服务水平。若董责险以再保险为依托,则保险人的承保能力和偿付能力就有了保证,保险人的经营风险也能够被有效分散。”上述业内人士说。

争相入局股权市场 家族信托风险偏好渐变

本报记者 樊红敏 北京报道

家族信托业务探索有了更多进展。

11月2日,五矿信托发布消息称,联合浦发银行推出综合型股权

家族信托。根据信托业协会相关报告,所谓股权家族信托,是指委托人将其直接或间接合法持有的上市或未上市公司股权作为信托财产设立的家族信托,主要目的是借助信托的优势实现股权资产风

险隔离及财富传承目的。

事实上,最早在2020年,五矿信托就已落地业界首单股权类家族信托,今年8月份,其还落地一单规模达26亿元左右的上市公司股票类家族信托,开创境内上市公司实

控将近20%的大比例股权通过家族信托模式进行管理和传承的先河。

《中国经营报》记者注意到,除五矿信托之外,近两年,已经有越来越多的信托公司启动了股权家族信托业务。

170万亿的大市场

百瑞信托研究发展中心高级研究员孙新宝在接受本报记者采访时也表示,作为信托的本源业务,家族信托是监管积极鼓励的业务方向。

股权作为中国高净值客户的一大财富载体,在居民财富结构中将占据越来越重要的地位。

据了解,截至2019年底,我国居民总资产574.96万亿元,其中股票及股权投资170.21万亿元,占居民总资产的比重达29.60%。对超高净值客户来说,其主流财富形式是企业股权,股权家族信托项目涵盖范围广、应用场景多,包括股权投资基金、Pre-IPO阶段股权、上市公司股票等。

清华大学法学院金融与法律研究中心研究员、新财道财富管理公司副总裁杨祥近期撰文提到,瞄准主体财富人群企业家,为其提供家族企业股权管理与传承服务,是行业的大有机会所在。

百瑞信托研究发展中心高级研究员孙新宝在接受本报记者采访时也表示,作为信托的本源业务,家族信托是监管积极鼓励的业务方向。随着中国越来越多

“创一代”步入“交班”窗口期,股权类资产的传承也成为了高净值客户的一大需求,股权家族信托除了具备一般家族信托的风险隔离、财富传承等基本功能外,可以实现股权集中,保持股权结构长期稳定的作用,未来有较大的展业空间。

中信信托家族信托业务负责人在接受相关媒体专访时提到,下一阶段有望形成趋势和规模的受托财产是非现金类资产,尤其

是上市公司股票,相较于不动产和非上市公司股权来说,更易形成标准化操作。

中原信托党委委员、副总裁李信凤亦表示,高净值人群委托的资产以前以现金为主,现在以股权和房地产资产设立家族信托的咨询明显增多。

中航信托也对外表示,今年家族信托增量规模中,主要新增的受托财产是资金、保单和股权。

机构加速入局

截至2020年末,共有9家信托公司设立了18单以股权作为受托财产的家族信托,存续规模合计14.52亿元,其中,中融信托、平安信托的管理规模都超过5亿元。

巨大的市场机遇面前,信托业正在加速布局股权家族信托业务。

中国信托业协会数据显示,2020年,中融信托、五矿信托、光大兴陇信托、外贸信托、山东信托、中航信托、建信信托等都实现了股权家族信托的落地,其中中航信托、外贸信托都通过创新间接实现了将股票作为家族信托的受托管理财产。

截至2020年末,共有9家信托公司设立了18单以股权作为受托财产的家族信托,存续规模合计14.52亿元(有3单没有公布数据),其中,中融信托、平安信托的管理规模都超过5亿元。

2021年以来,机构布局步伐继续加快。

2021年3月,杭州工商信托总裁马晓涛在出席相关活动时表示,杭州工商信托会将股权家族信托作为一个突破口,努力打造不动产和不动产家族信托的品牌,进一步树立公司在家族信托领域的专业形象。

2021年6月,长安信托设立的股权家族信托间接持股公司在境内A股首发(IPO)上市。

从今年看,除了上述提到的五矿信托之外,近日,光大信托接受了欧普照明(603515.SH)实际控制人马秀慧的委托,设立了一笔股权家族

信托。该信托的置入资产为欧普照明价值达1.1亿余元的股份,信托期限50年。

此外,西部信托官方今年发布的多篇宣传文章也提到,该公司深耕家族信托服务市场,推出8个系列家族信托产品,除资金信托外,还深入推动股权家族信托、保险金信托等领域的研究和实践。

值得一提的是,与资金型家族信托1000万元的起步门槛相比,股权家族信托资产规模则动辄上亿元,甚至几十亿元,大额股权家族信托已成了推动家族信托规模增长的重要因素之一。

以上述五矿信托、光大信托近期设立的股权家族信托为例,其对应规模分别为26亿元左右、1.1亿余元。此外,2021年3月,中航信托协助委托人通过家族信托持有近亿元初创型科技企业股权。

“股权家族信托一般比资金类家族信托的设立成本更高,但其设立费并不是信托公司的主要收益点,信托公司更看重股权家族信托收益的长期性和规模性。股权家族信托的股权价值一般比资金类家族信托规模大。”京都律师事务所律师王帅锋在接受记者采访时表示。

考验多方面能力

王帅锋也认为,与普通的资金型家族信托相比,股权家族信托业务在架构设计上更为复杂,目前业内普遍采用有限合伙企业持股的方式来设立股权家族信托。

与资金型家族信托相比,股权家族信托在架构设计上更为复杂,对信托公司要求更高。

孙新宝向记者表示,信托公司开展股权家族信托相关业务时,需要全面知悉并遵守银保监体系和证监体系的有关规定,在交易结构设计、权益安排、税收筹划、信息披露等方面都体现着受托人专业能力及服务。如:开展股票家族信托时,要避免家族信托协助内幕信息知情人开展内幕交易,要避免被认定为一致行动人等。

王帅锋也认为,与普通的资金型家族信托相比,股权家族信托业务在架构设计上更为复杂,目前业内普遍采用有限合伙企业持股的方式来设立股权家族信托。

在此过程中,信托法对于信托登记制度应进行完善。“如果能明确家族信托等信托产品可以登记为公司股东及合伙企业合伙人及房地产产权人,将是对现行商事及不动产登记制度的有益补充。通过在商事及不动产登记上实现信托产品与信托公司的区分,使相对人能更清楚地了解公司股东及合伙企业合伙人及房地产产权人的属性,充分判断交易风险,维护良好市场秩序和市场主体合法权益,优化营商环境。”

尽管面临需要克服重重困难,但股权家族信托的巨大市场前景已然展现。孙新宝认为,未来,随着相关配套制度的不断完善,信托公司相关能力的不断提升,此类业务的发展空间会逐步打开。

方应按照税法及相关规定对股权转让所得进行缴税;三是A股对“三类股东”的要求使得实际控制人通过家族信托持股上市存在障碍。

平安信托家族信托板块产品团队总监赵青在接受记者采访时也提到,按照我国现行的商事登记制度和不动产登记制度,信托产品无法登记成为所有权人,工商登记及不动产登记系统中只能将信托产品受托人即信托公司登记为所有权人。这导致公示登记系统中这些股权、合伙份额、不动产的权利人均以为信托公司,而非信托产品,无法将信托财产与信托公司财产进行有效区别。

对此,赵青认为,信托法对于信托登记制度应进行完善。“如果能明确家族信托等信托产品可以登记为公司股东及合伙企业合伙人及房地产产权人,将是对现行商事及不动产登记制度的有益补充。通过在商事及不动产登记上实现信托产品与信托公司的区分,使相对人能更清楚地了解公司股东及合伙企业合伙人及房地产产权人的属性,充分判断交易风险,维护良好市场秩序和市场主体合法权益。”

尽管面临需要克服重重困难,但股权家族信托的巨大市场前景已然展现。孙新宝认为,未来,随着相关配套制度的不断完善,信托公司相关能力的不断提升,此类业务的发展空间会逐步打开。

中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

2023年《中国经营报》“订阅号”已经启动, 您将在哪站上车?

创建于1985年的《中国经营报》,由中国社会科学院主管,中国社会科学院工业经济研究所主办,《中国经营报》社有限公司出版。本报是以经济活动的参与者为服务对象、以经济新闻为主要产品的综合信息服务平台,见证了中国社会生活与商业生活的变迁,也见证了企业家群体的兴起与发展。

全国发行 彩色印刷

订阅价格

240元/年

邮发代号:1-76

服务电话: 010-88890120

▶▶▶全 国 邮 局 均 可 订 阅

▶报社订阅直通车

拼多多店



贝果 APP



《商学院》微店



中国经营网



《中国经营报》微店



《中国经营报》小程序



《商学院》小程序



《商学院》APP



淘宝店



中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

信贷规模近21万亿 商业银行加速“碳”路

本报记者 王柯瑾 北京报道

按照党的二十大报告擘画的愿景，我国将广泛形成绿色生产生活方式，碳排放达峰后稳中有降，生态环境根本好转，美丽中国目标

国有大行成绿色信贷主力

今年以来，银行金融机构绿色信贷规模大增，在推动绿色转型方面的投入不断加码，“碳贷”发力明显。

在党的二十大报告中，“推动绿色发展，促进人与自然和谐共生”单独成章。报告指出，大自然是人类赖以生存发展的基本条件。尊重自然、顺应自然、保护自然是全面建设社会主义现代化国家的内在要求。必须牢固树立和践行绿水青山就是金山银山的理念，站在人与自然和谐共生的高度谋划发展。我们要推进美丽中国建设，坚持山水林田湖草沙一体化保护和系统治理，统筹产业结构调整、污染治理、生态保护、应对气候变化，协同推进降碳、减污、扩绿、增长，推进生态优先、节约集约、绿色低碳发展。

在加快发展方式绿色转型方面，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。完善支持绿色发展的财税、金融、投资、价格政策和标准体系，发展绿色低碳产业，健全资源环境要素市场化配置体系，加快节能降碳先进技术研发和推广应用，倡导绿色消费，推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式。

绿色产业发展离不开金融“活水”的灌溉。今年以来，银行金融机构绿色信贷规模大增，在推动绿色转型方面的投入不断加码，“碳贷”发力明显。根据央行三季度末数据，我国绿色贷款20.9万亿元余额中，投向具有直接和间接碳减排效益项目的贷款合计占绿色贷款的66.4%。

具体来看，2022年前三季度，

基本实现。

随着绿色发展理念不断深入人心，我国商业银行绿色信贷业务实现了跨越式发展。近日，央行公布的2022年三季度贷款数据显示，截至三季度末我国绿色贷款余额

达20.9万亿元，同比增长41.4%，高于各项贷款增速30.7个百分点。

此外，近期上市银行三季报数据亦显示，6家国有大行绿色信贷规模合计余额占据绿色信贷的半壁江山，股份行和城商行的绿色

信贷增幅也较为亮眼。

业内人士认为，绿色信贷投放提速是未来的大趋势，需要从政策引导、机制完善、产品创新等多方面提升银行绿色信贷的动力，特别是调动中小银行“碳”路的积极性。

今年来，银行金融机构绿色信贷规模大增，在推动绿色转型方面的投入不断加码，“碳贷”发力明显。

金融机构针对基础设施绿色升级产业、清洁能源产业和节能环保产业的贷款余额分别为9.37、5.33和2.91万亿元，同比分别增长34%、40.9%和63.2%。分行业看，电力、热力、燃气及水生产和供应业绿色贷款余额5.33万亿元，同比增长30.8%，前三季度增加8575亿元；交通运输、仓储和邮政业绿色贷款余额4.48万亿元，同比增长11.5%，前三季度增加3577亿元。

从银行机构披露的三季报数据看，各家国有大行绿色信贷相关数据均保持高速增长。比如，截至三季度末，建设银行绿色贷款余额达2.60万亿元，较上年末增加6319.17亿元，增长32.19%。

近日，建设银行召开传达学习党的二十大精神大会时指出，要坚持系统思维，推进绿色与基建、普惠、乡村振兴协同发展。树牢“绿色资产负债表”理念，聚焦清洁能源、绿色交通等重点领域，加大绿色信贷投放，提升数字化、精细化管理水平。推动绿色债券、基金、股权类业务均衡发展，完善集团绿色金融产品体系。持续做好煤炭煤电能源安全保供金融服务，统筹业务转型和支持经济社会绿色低碳发展。

总体来看，我国绿色信贷规模保持较高增速，是经济金融共同作用的结果。中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏告诉《中国经营报》记者，“从经济方面看，绿色发展深入人心，相关主体和项目快速发展，具有融资需求。从金融方面看，央

行出台碳减排支持工具、煤炭清洁高效利用专项再贷款货币政策工具，金融监管积极引导，银行业也积极发展绿色信贷。”

中央财经大学证券期货研究所研究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平也向记者分析了两点原因：“一是政策给力，央行《银行业金融机构绿色金融评价

方案》将绿色信贷资产纳入央行抵押品范围，将绿色金融评价结果纳入央行金融机构评级等中国人民银行政策和审慎管理工具中；二是商业银行加力，商业银行绿色金融业务提档升级，越来越多的银行集结在绿色金融旗帜之下，并将信贷资源向绿色信贷领域倾斜。”

CBDC研究专业人士、万向区块链首席经济学家邹传伟在接受记者采访时表示，代理银行网络对流动性的占用高、链条长、透明度不高，造成跨境支付成本高、效率低等问题。就当前的人民币跨境支付基础设施而言，境外银行需要接入境内代理行、清算行、CIPS直接参与者和境内资金托管行等才能开展人民币业务，境外居民和机构需要开立人民币存款账户才能参与人民币跨境支付。

新型跨境支付基础设施现雏形

本报记者 李晖 北京报道

多边央行数字货币桥(m-CBDC Bridge)项目已走出实验室进入真实测试阶段，其有望为全球跨境支付改进带来新前景。

近期，香港金融管理局联合国际清算银行(香港)创新中心、泰国中央银行、中国人民银行数字货币研究所、阿联酋中央银行发布了《“货币桥”项目：通过央行数字货币(CBDC)连接各经济体》报告(以下简称“《报告》”)，阐述了多边央行数字货币桥项目2022年的试行成果。

此前6个月内，上述四地的20家商业银行在“多边央行数字货币桥平台”上，首次成功完成了基于四地央行数字货币的真实交易试点测试，实现跨境支付和外汇兑换同步交收业务逾160笔，结算金额折合人民币超过1.5亿元。试行成功验证了该平台提高跨境支付速度和效率的能力，并在真实交易环境中降低了结算风险。

事实上，市场对于货币桥项目的关注点在于其有望打破传统国际跨境支付的诸多瓶颈，其试行经验也可以协助各央行加速利用CBDC改进跨境支付。

中国人民银行数字货币研究所(以下简称“数研所”)所长穆长春在“2022香港金融科技周”上表示，多边央行数字货币桥项目充分复用现有基础设施，可以实现不同央行数字货币系统间及其与传统金融市场基础设施间的互联互通。

建立的人民币离岸清算体系和2015年上线的人民币跨境支付系统(CIPS)，但本质上都是使用商业银行货币进行跨境支付，资金流通过代理银行网络，信息流离不开国际资金清算系统(SWIFT)的报文处理系统。

CBDC研究专业人士、万向区块链首席经济学家邹传伟在接受记者采访时表示，代理银行网络对流动性的占用高、链条长、透明度不高，造成跨境支付成本高、效率低等问题。就当前的人民币跨境支付基础设施而言，境外银行需要接入境内代理行、清算行、CIPS直接参与者和境内资金托管行等才能开展人民币业务，境外居民和机构需要开立人民币存款账户才能参与人民币跨境支付。

探索兼容开放机制

市场对于货币桥的期待，在于其未来是否能够在更大范围推动便捷、低成本的跨境交易，吸引更多国家加入和使用，提升区域货币之间流动性。

央行数据显示，人民币跨境收付在本外币跨境收付总额中的占比已接近一半。根据国际清算银行10月27日发布的《2022年三年期央行调查报告》，人民币在全球外汇场外交易量的占比从三年前的4%升至7%，由三年前的八大交易货币升为第五大交易货币。

而目前，跨境支付的基础设施水平与人民币体量和发展前景可能并不匹配。在邹传伟看来，SWIFT尽管属于国际金融的公共基础设施，但一旦沦为金融制裁工具，客观上可能损害其他国家的货币主权。

“如果把跨境支付涉及的个人、非金融机构和金融机构视为节点，把它们之间的账户联系视为节点之间的路径，那么跨境支付的‘路网’远非互联互通状态，而是存在不少‘孤点’、‘断头路’和‘梗阻’。”他直言。

多边央行数字货币桥项目的出现，即为解决跨境支付中长期存在的痛点，提高国际支付的金融包容性，大幅增加国际贸易流动和跨境服务能力。

事实上，货币桥项目最早可追溯到2019年泰国央行与香港金管局进行的一个双边试点项目。2021年，数研所在该项目进行到第三阶段时加入，担任该项目技术委员会主席，并搭建了多边央行数字货币桥平台。

的先决条件。

“换言之，即使某国没有推出央行数字货币，该国的中央银行和商业银行也能通过接入多边央行数字货币桥来改进跨境支付。理论上，无论有多少国家参与，它们都可以共用一个多边央行数字货币桥。”在邹传伟看来，“批发型央行数字货币+多边央行数字货币桥”模式相当于保留了代理银行，但代理银行链条显著缩短，也不存在代理银行网络对流动性的占用，不仅可以支持跨境的大额交易，而且由于仅限于特定的境外商业银行持有和使用，也不会影响境外国家的货币主权。

记者注意到，根据《报告》，本次试点只尝试了三类交易，分别是中央银行与商业银行的CBDC发行与赎回、两地商业银行之间的单

畅通中小银行绿色信贷路径

中小银行要通过内引外联提升绿色金融能力，开发适合中小银行的绿色信贷产品，一体化推进绿色银行与数字银行打造。

一直以来，大中型银行是我国绿色信贷业务的主力军，从今年上市银行披露的数据看，头部城商行在绿色信贷领域发力明显。如三季度末，上海银行绿色贷款余额为604.68亿元，较上年末增长100.15%；三季度末，江阴银行绿色信贷增速达到165.08%。

值得注意的是，相比大中型银行在绿色金融领域的投入和能力，中小银行绿色信贷的业务还有待进一步增强。

业内人士分析认为，多数中小银行并未明确开展绿色金融业务的部门和架构，甚至没有指导全行开展绿色金融业务的授信指引和信贷政策，也没有绿色信贷业务管理制度。同时，由于绿色产业和碳减排项目存在技术研发周期长、风险高、资金需求大等特点，资金需求的利率、期限、担保等要求与传统项目差异明显。而多数中小银行由于缺乏专业化的绿色金融复合型人才队伍和业务限制，仍使用传统的风险评价模型去评估绿色产业，无法准确评估绿色产业的预期风险和收益，因而较难做出信贷决策。

记者在采访中了解到，信息不对称是制约中小银行绿色信贷业务发展的重要因素之一。有分析指出，由于环境信息披露机制还不够健全，企业环境评价信息等尚未实现信息共享，中小银行机构难以及时全面掌握真实情况。

杨海平表示：“相比大型银行，中小银行在资金成本、单户额度和风险控制等方面都处于劣势。此外，中小银行绿色信贷投放还受到专业能力的限制，主要是绿色项目识别能力、环境效益计量能力、环境风险管理能力等。”

杨海平认为，中小银行要进一步做好绿色信贷业务，还需进一步修炼“内功”。一是在强化战略引导的前提下，通过内引外联提升绿色金融能力，即通过与环保部门、产业主体、国内外咨询机构、国内

外同业等合作，实现知识转移。二是根据银行自身定位，开发适合中小银行的绿色信贷产品。例如，推进普惠金融产品和绿色信贷产品的融合，推出绿色供应链金融产品等。三是顺应绿色化、数字化、智能化的一体化趋势，一体化推进绿色银行与数字银行打造，并在此过程中强化金融服务与非金融服务的组合。

华北某城商行高管表示，作为地方性银行应该紧跟国家政策方针，制定绿色金融业务的顶层设计，把绿色信贷作为重点工作来抓。具体措施包括立足当地筛选重点企业名单，培养更多的懂环保领域的复合型金融人才，与当地政府相关部门搭建沟通机制，及时获取绿色产业及客户、项目信息，消除绿色金融业务的“信息差”等。

对于信息披露制度的逐渐完善，央行行长易纲近日在《党的二十大报告辅导读本》中发表题为《建设现代中央银行制度》的文章。文章指出，构建绿色金融“五大支柱”，支持碳达峰碳中和目标的实现。一是按照“国内统一、国际接轨、清晰可执行”的原则，建立和完善绿色金融标准体系。二是分步建设强制性的信息披露制度，有序覆盖各类金融机构和融资主体。三是健全激励约束机制，对金融机构开展绿色金融服务进行评价。四是健全绿色金融产品和市场体系，推动形成碳排放权的合理价格。五是深化绿色金融国际合作，引领国际标准制定。

展望未来，受访业内人士均认为，商业银行绿色信贷业务规模不断壮大是大趋势。“面对绿色发展形势，银行业需要增加对绿色发展的研究，用好政府和金融监管的相关支持政策，创新针对性金融产品，按照市场化选择有效管控风险，推动绿色信贷高质量发展。”娄飞鹏如是表示。

“面对绿色发展形势，银行业需要增加对绿色发展的研究，用好政府和金融监管的相关支持政策，创新针对性金融产品，按照市场化选择有效管控风险，推动绿色信贷高质量发展。”娄飞鹏如是表示。

“多边央行数字货币桥”试行显效 跨境交易革新迎来破局点

本报记者 李晖 北京报道

多边央行数字货币桥(m-CBDC Bridge)项目已走出实验室进入真实测试阶段，其有望为全球跨境支付改进带来新前景。

近期，香港金融管理局联合国际清算银行(香港)创新中心、泰国中央银行、中国人民银行数字货币研究所、阿联酋中央银行发布了《“货币桥”项目：通过央行数字货币(CBDC)连接各经济体》报告(以下简称“《报告》”)，阐述了多边央行数字货币桥项目2022年的试行成果。

此前6个月内，上述四地的20家商业银行在“多边央行数字货币桥平台”上，首次成功完成了基于四地央行数字货币的真实交易试点测试，实现跨境支付和外汇兑换同步交收业务逾160笔，结算金额折合人民币超过1.5亿元。试行成功验证了该平台提高跨境支付速度和效率的能力，并在真实交易环境中降低了结算风险。

事实上，市场对于货币桥项目的关注点在于其有望打破传统国际跨境支付的诸多瓶颈，其试行经验也可以协助各央行加速利用CBDC改进跨境支付。

中国人民银行数字货币研究所(以下简称“数研所”)所长穆长春在“2022香港金融科技周”上表示，多边央行数字货币桥项目充分复用现有基础设施，可以实现不同央行数字货币系统间及其与传统金融市场基础设施间的互联互通。

探索兼容开放机制

市场对于货币桥的期待，在于其未来是否能够在更大范围推动便捷、低成本的跨境交易，吸引更多国家加入和使用，提升区域货币之间流动性。

央行数据显示，人民币跨境收付在本外币跨境收付总额中的占比已接近一半。根据国际清算银行10月27日发布的《2022年三年期央行调查报告》，人民币在全球外汇场外交易量的占比从三年前的4%升至7%，由三年前的八大交易货币升为第五大交易货币。

而目前，跨境支付的基础设施水平与人民币体量和发展前景可能并不匹配。在邹传伟看来，SWIFT尽管属于国际金融的公共基础设施，但一旦沦为金融制裁工具，客观上可能损害其他国家的货币主权。

“如果把跨境支付涉及的个人、非金融机构和金融机构视为节点，把它们之间的账户联系视为节点之间的路径，那么跨境支付的‘路网’远非互联互通状态，而是存在不少‘孤点’、‘断头路’和‘梗阻’。”他直言。

多边央行数字货币桥项目的出现，即为解决跨境支付中长期存在的痛点，提高国际支付的金融包容性，大幅增加国际贸易流动和跨境服务能力。

事实上，货币桥项目最早可追溯到2019年泰国央行与香港金管局进行的一个双边试点项目。2021年，数研所在该项目进行到第三阶段时加入，担任该项目技术委员会主席，并搭建了多边央行数字货币桥平台。

的先决条件。

“换言之，即使某国没有推出央行数字货币，该国的中央银行和商业银行也能通过接入多边央行数字货币桥来改进跨境支付。理论上，无论有多少国家参与，它们都可以共用一个多边央行数字货币桥。”在邹传伟看来，“批发型央行数字货币+多边央行数字货币桥”模式相当于保留了代理银行，但代理银行链条显著缩短，也不存在代理银行网络对流动性的占用，不仅可以支持跨境的大额交易，而且由于仅限于特定的境外商业银行持有和使用，也不会影响境外国家的货币主权。

记者注意到，根据《报告》，本次试点只尝试了三类交易，分别是中央银行与商业银行的CBDC发行与赎回、两地商业银行之间的单

灵活度和适应能力。

记者注意到，除了上述四地的货币桥项目，目前BIS推动的类似项目还包括Prosperus(法国央行和突尼斯央行)、MAS(法国央行和新加坡金管局)、Aber(沙特央行和阿联酋央行)、Dunbar(澳大利亚央行、马来西亚央行、新加坡金管局和南非央行)和Jura(法国央行和瑞士央行)等。

市场共识在于，一项新的跨境支付基础设施应该具有低风险、低成本、透明度高和开放性好等特点，并有助于尊重各国货币主权。在邹传伟看来，从技术模式和达成效果看，“批发型央行数字货币+多边央行数字货币桥”已接近对于“将国际维度纳入央行数字货币设计”的共识。

银行中，有90%的央行正在进行CBDC相关研究，超过一半的央行正在进行CBDC的研发或进行试点。在此基础上，基于CBDC的多边机制有望加速建立。

需要注意的是，一项基础设施的成功需要充分交易的支持。有市场人士认为，如果要达到当前主流跨境支付的便捷度和覆盖度，仍需要参与方相关货币的流动性，以及相应的对冲工具和外汇衍生品市场。

毕马威的一份报告就指出，多边央行数字货币桥真正广泛应用起码要10年以上的空间。除了要面对全世界稳定币的挑战，项目发展与全球各国对CBDC的积极程度有直接的关系。“如果各国均推出CBDC，认可并加入货币桥，则成功了一半。”

纠结的基金定投

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

门槛小、花费精力少……时下，基金定投已成为较为热门的大

严格投前风险等级评判

缓解风险不匹配问题，不仅需要加强投资者教育，也需要对代销行为进行更规范的管理，从而促进基金市场的长期健康发展。

近日，某股份行发布公告，在基金定投扣款时增加风险等级匹配判断，若客户的风险承受能力评估结果已失效或与拟定投的产品风险等级不匹配，系统将不会进行扣款。

资深金融监管政策专家、冠苕咨询创始人周毅钦告诉记者，在实际操作中，基金定投由于时间跨度比较长，所以有可能存在客户购买初期符合风险等级要求，但后期风险测评结果失效或者客户本身的风险接受能力发生了变化。所以，新增触发重新测评客户风险承受能力的举措，是从保护投资者合法权益的角度出发，加强代销机构的投资者适当性管理，规避客户风险承受能力和产品风险等级不匹配的情况。

今年1月，央行、银保监会等机构联合发布的《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》指出，金

众理财方式。但在震荡行情下，很多人心中“定投稳赚”的预期正面临挑战。

《中国经营报》记者注意到，近期关于“是否暂停基金定投”的话

题持续发酵。对此，西南财经大学金融学院教授罗荣华表示，在当前市场环境下，基金定投是否应该继续坚持取决于投资者的预期判断，特别是对未来的市场总体增长情况预

期的判断，并需要结合对具体不同基金管理能力的判断。

与此同时，部分银行也开始调整基金定投业务规则，将在基金定投扣款时增加风险等级匹配判断。



视觉中国/图

的学术研究都证实，基金投资者对于购买的产品缺乏足够了解，往往只关注产品的收益、尤其是历史收益，其投资行为与历史收益和基金评级等简单信息高度相关。这意味着，为数不少的投资者对风险的认知不够准确，甚至有时候忽略产品的潜在风险。

星智金融研究院研究员黄大智如是说。罗荣华亦指出，基金代销中的风险不匹配问题比较普遍，毕竟购买基金的投资者中相当一部分是专业知识不够、或者没有充足时间进行投资分析的投资者。相当数量

仅需要加强投资者教育，同样也需要对银行的代销行为进行更规范的管理，从而促进基金市场的长期健康发展。”罗荣华补充道。

此外，其他独立的第三方代销机构也在定投时增加了基金风险等级提示。黄大智分析称，一方面，基金投资者的风险偏好与实际购买基金风险等级不一致的情况普遍存在；另一方面，过去刚兑环境使得投资者教育不成熟，第三方代销机构在进行风险提示时执行不到位。

“为了缓解风险不匹配问题，不

基金定投是否要继续？

在市场下跌的低迷阶段，不但不能停止基金定投，而且应该开始基金定投并长期坚持，从而实现长期财富目标。

在代销机构进一步完善基金定投风险提示的同时，投资者最为关注的是，基金定投要不要坚持？

工商银行河北分行私人银行中心财富顾问主管兼投资顾问梁剑撰文指出，基金定投利用平均成本法原理，不论市场行情如何波动，都定期买入约定金额的基金。当基金净值走高时，买进的份额数较少；而在基金净值走低时，买进的份额数较多，即自动形成了逢高减筹、逢低加码的投资方式。长期下来，定期的分散投资就能摊低投资成本和风险。

招商证券方面也表示，综合收益和风险指标进行考虑，对于不同基准指数，无论定投1年、3年或5年，在绝大多数情况下，成本定投策略业绩表现优于一次性投入。当市

场估值处于低位时，成本定投策略值得关注。与一次性投入相比，此时无需判断市场是否真正处于底部，通过定投分批买入起到均衡成本的作用，即使放弃择时也能获得更好的业绩表现。

在梁剑看来，在市场下跌的低迷阶段，不但不能停止基金定投，而且应该开始基金定投并长期坚持。通过拉长定投时间，覆盖更多的市场曲线，积累更多的基金份额，从而实现长期财富目标。

罗荣华建议，投资者在基金定投时需要把握好以下三项原则：一是量力而行，先分析一下自己每月的收支状况，计算出闲置资金，做到轻松理财；二是持之以恒，长期投资是定期定额积累财富的一个重要原

则；三是转换定投产品要谨慎，在做定投时，除了要考虑定投产品的净值波动情况，更应当考虑市场环境，从而避免因为转换不当而影响定投计划的完成。

罗荣华进一步分析称，基金定投需要考虑两个基本思路。一方面，长期投资是保证定投成功的一个重要原则。只有长期投资才能发挥定投策略的复利效果。一般来说，定投需要持续3年以上才能收到较好的效果。因此，只要长期看好，投资者不应被短期的净值波动所动摇；另一方面，基金定投原则是止盈止损，如果认为市场是短暂下跌，那么下跌的过程正是定投策略累积份额、平摊成本的时候。若此时放弃定投，相当于放弃了后

续股市回暖的上涨收益。“基金定投本质上是解决投资者择时能力不足的问题，该不该继续定投的想法本身就是自相矛盾的。投资者做定投就是觉得自己没有择时能力，而主动地选择暂停或者继续定投的行为，其背后的逻辑是投资者认为自己有择时能力。”复旦大学青年副研究员毕睿罡指出。

罗荣华表示，把握定投节点、周期是一个比较困难的事情，根本上取决于对未来较长一段时间的预期。从收益波动的预期来看，如果预期未来波动较大，可以定投频率相对高一点、每一笔的额度小一点，这样分散化的效果比较好；如果预期未来波动没那么大，可以定投频率相对低一点。

低设立门槛+稳健投资 “家庭服务信托”起步

本报记者 陈嘉玲 北京报道

随着信托业分类改革的推进，财富管理受托服务信托迎来巨大的市场前景。

《中国经营报》记者了解到，

助力“普惠金融”政策落地

业内人士认为，信托业务分类改革的推进，将有利于进一步厘清业务边界和服务内涵。

记者注意到，相较于此前相关的征求意见稿，此次下发的《通知》主要在财富管理受托服务信托下增加了家庭服务信托、企业及其他组织财富管理信托，采用分级的方式针对家庭、企业等财富管理信托门槛进行了划定。

按照监管要求，家庭服务信托，由符合相关条件的信托公司作为受托人，接受单一个人委托，或者接受

监管部门最新下发的《关于开展调整信托业务试分类的通知》(以下简称“《通知》”)，对资产服务信托中的财富管理受托服务信托进行了丰富与细化，涵盖了家族信托、保险金信托、遗嘱信托、

特殊需要信托、家庭服务信托、其他个人财富管理信托、企业及其他组织财富管理信托这七项子分类。

业内人士分析认为，财富管理受托服务信托新的分类更加聚焦

单一个人及其家庭成员共同委托，提供风险隔离、财富保护和分配等服务。其初始设立时的财产金额或价值不低于100万元，期限不低于五年，投资范围限于投资标的为标准化债权类资产和上市交易股票的公募资产管理产品或者信托计划。

对于上述新增类别，中诚信托投资研究部总经理和晋予近日撰文指出，家庭服务信托不仅极大地扩大了以“配置”为核心的财富管理信托服务范围，而且与信托公司大力发展的以标品为投资标的的资产管

理信托业务将形成紧密衔接，还能突破信托公司自身产品局限、全市场进行资产配置。在家庭服务信托以“配置”为核心的业务模式带动下，未来信托公司财富管理业务将会形成以“配置”为重心、“配置为主、销售为辅”的格局。

“财富管理受托服务信托新的七项子分类更加聚焦和分层。”平安信托家族信托板块产品团队总监赵青在接受记者采访时分析表示，信托公司可以根据不同的客户群体，提供不同的财富管理产品设计和服

务，满足不同客户群体的多样化需求，有利于财富管理受托服务信托的大力拓展。

赵青还认为，家庭服务信托的低设立门槛、投资稳健等特点代表着信托普惠化发展趋势和发展前景，将信托工具的服务范围向有需求的中等收入人群延伸，让信托的独立性、风险隔离、代际传承等功能得到广泛运用，大幅扩大财富管理受托服务信托的服务群体，让信托的优势更大范围地惠及千家万户，助力“普惠金融”政策落地。

区别于“普惠版”家族信托

据记者了解，2020年以来，多家信托公司已相继推出“家庭信托”“家庭财富管理信托”“普惠服务信托”等标准化的“类家族信托”产品，起设门槛在100万元、300万元、600万元不等。

监管规定，家族信托财产金额或价值不低于1000万元。因而业内一度将此类产品称为“低配版”或“普惠版”家族信托。

“100万元以下的大众富裕人群体更广泛，但是以前服务人民大众的传承保障、财富管理等服务型信托供给有限，无法满足大部分家庭长期资产的实际需求，市场空白亟待填补。”中融信托家族办

公室负责人分析认为，快速成长的大众富裕人群需求巨大，为人民群众提供差异化的信托服务，是未来财富管理受托服务信托展业的重要基础和蓝海市场。

谈到市场上已推出的“家庭信托”与“家庭服务信托”的区别，赵青指出，“家庭信托”只能说是信托公司关于财富管理前期转型的实践探索，并没有形成固定的信托业务分类，也没有明确的法律依据。而“家庭服务信托”是此次信托业务分类新规中明确的一种信托业务分类，其开展有规可依，与家族信托并列于“财富管理受托服务信托”之下，适用于不同的目标群体。

赵青还指出，“家庭信托”除了设立门槛低于家族信托以外，其他基本都是遵照家族信托的规则在运作，而“家庭服务信托”除了设立门槛以外，在委托人、受托人、受益人、存续期限、投资范围等方面也都与家族信托存在差异，是不同于家族信托的一种独立的财富管理信托产品。比如在受托人层面，家庭服务信托的受托人必须是“符合相关条件的信托公司”。也就是说，家庭服务信托对服务的信托公司设定了相应的条件和门槛，并不是所有的信托公司都可以开展家庭服务信托，而家族信托的受托人对信托公司没有任何限制。

从投资范围层面看，家庭服务信托投资标的仅限于标准化产品投资，明确表明不可投向非标产品，而家族信托的投资范围未做限制。“这一一定程度上也会加速信托公司业务结构的调整，推进非标转标、净值化管理的转型进程。”上述中融信托家族办公室负责人表示。“从社会价值来看，家族信托还具有‘公益慈善’功能，家族信托是个人甚至整个家族承担社会责任的一部分，可以通过财富管理来实现社会价值。而家庭服务信托更多聚焦于风险隔离、财富保护和分配等服务，通过降低设立门槛，回归信托本源，让信托服务向有需求的中等收入人群延伸。”赵青表示。

迎合大众客群需求 银行构建财富开放平台

本报记者 秦玉芳 广州报道

获客的重要抓手。在此背景下，以APP为依托构建财富开放平台，正在成为商业银行大财富管理业务布局的大势所趋。

业内分析人士认为，随着资管产品的日渐丰富，如何从海量理财产品中精准筛选出适合投资者需求的产品，将是下一步各家银行构建开放平台需要考虑的问题。有银行业务人士则认为，建设财富开放平台是商业银行维护大众财富客群市场的需要，未来业务重点依然是中高端客群的精细化深耕。

APP开放平台布局加快

近日，工商银行APP联合多家公募基金、银行理财产品公司，上线财富开放平台“财富号”，包括华夏、易方达、工银理财、招银理财等十余家基金公司、理财产品公司等资管机构已入驻。

去年以来，商业银行在财富开放平台上的布局持续加码。2021年5月，招商银行升级“招财号”财富开放平台，邀请全市场优质资管机构入驻该行APP。6月，平安银行宣布联合易方达、汇添富、中欧基金等多家基金公司打造“银基开放平台”，为客户提供全流程理财服务。11月，宁波银行宣布依托APP推出“财富开放平台”，引入基金公司等合作机构搭建自己的“财富号”专区，搭建银行、机构及客户的沟通平台。

招商银行在2022年上半年报中明确指出，上半年该行零售金融搭建开放的产品平台和运营平台。升级推出“招商银行TREE资产配置体系”，为零售客户构建囊括活期管理、保障管理、稳健投资和进取投资四类财富管理产品的专业配置方案。通过市场化筛选引入资管机构入驻“招财号”开放平台，内容生态与客户陪伴不断丰富，客户投资体验得到提升。

道乐研究院在最新研报中指出，截至9月底，已有10家银行开放了财富开放平台，包括工行、建行、交行、中行等国有行，也包括招商银行、平安银行等股份行。其中，招商银行入驻机构数量最多。

据招商银行2022年中报披露，该行的财富开放平台已引入126家资管机构。其中，基金、券商资管及银行理财产品公司共72家，各入驻机构的平均粉丝数超20万。

搭建移动端财富开放平台，是商业银行提升财富管理客户体验、构建场景服务的重要布局。道乐研究院分析认为，2021年开始，互联网红利逐渐见顶，手机银行也进入精细化运营的阶段，对手机银行的关注点从

中高端客群经营仍是重点

商业银行财富开放平台的布局，也面临多方面的挑战。

在廖明看来，财富开放平台建设对中小银行来说难度会大一些。“中小银行本身销售能力受限，其平台资源相较于大型银行弱一些，实力强的基金公司等资管机构往往优先选择大型银行的平台，造成强者恒强、弱者恒弱的局面。”

廖明还指出，除平台资源外，中小银行的科技力量也较为薄弱，要实现财富开放平台的构建，可能会面临更大的挑战。

如何解决财富管理的痛点，也是商业银行构建财富开放平台过程中要面临的一大挑战。刘兴赛表示，便捷、安全的前提下实现财富的保值增值是当前客户的主要诉求，但资本市场、金融产品的复杂性、波动性与之天生存在矛盾，如何用专业投研、投顾和产品供给能力解决这个问题是关键。

廖明认为，银行在建设财富开放平台的同时，也将越来越重视产品筛选的能力。“很多

客户对资管产品的了解不足，如何将海量的产品进行优化筛选并精准匹配给相应需求的投资者，是开放平台需要做的。这很考验银行的能力。”

越来越多商业银行进行移动端财富开放平台的建设，不过在不少银行业务人士看来，这种布局更多是应对互联网财富平台的冲击，是银行财富管理业务发展的被动防御。

某股份银行私人银行业务负责人表示，财富管理的客群包括大众财富客群、中端财富管理客群及高净值私行客群几个级别，而目前银行面临客户流失最大的压力是低端和部分中端客户。

“银行不会放弃中低端客群的维护，出于被动防御的目的，也会有越来越多银行进行财富开放平台的布局。不过从实际情况来看，银行不会主动去进行更多经营，以实现在这个领域上的创新和领先。其财富管理的核心重点还将放在中高端客群的深耕经营上。”上述私人银行业务负责人如是表示。

医药板块持续反弹 多家公募提前加仓

本报记者 顾梦轩 夏欣
广州 北京报道

经过漫长的调整之后,医药板块终于迎来大反攻。Wind数据显

估值大幅回落,风险释放

在大幅下跌之后,医药板块估值大幅回落,风险得到大幅度释放。

“对于本轮医药板块的大幅反弹,我们看到的是二级市场突然的爆发,但在产业端,医药行业变化从2021年底就已经开始,只是在初期,资本市场不太敏感。”大成基金多策略混合基金经理邹建在接受本报记者采访时表示,医药行业从2021年中至今调整幅度巨大,全指医药指数最大回撤43%,排名在全市场倒数。在大幅下跌之后,医药板块估值大幅回落,风险得到大幅度释放。

当前,医药行业处于估值低、持仓低、预期低的市场环境中。估值方面,9月底医药行业的动态市盈率处于过去10年的2%分位左右。持仓方面,截至今年三季度末,扣除主动医药基金后的基金持仓已经降至5.77%,创出过去10年新低。

政策方面,近期医药行业各种微刺激,政策边际改善持续。10月13日,由江西省牵头涉及22个省级行政区的《肝功生化类检测试剂省际联盟集中带量采购文件(征求意见稿)》发布,集采规则设定并不严苛,企业增补中选的条件相对宽松,

示,最近一个月,万得医药商业精选指数增长18.49%、医疗器械精选指数增长12.3%,万得医疗服务精选指数增长9.9%,万得医疗保健增长10.8%。

济安金信基金评价中心主任王铁牛在接受《中国经营报》记者采访时表示,本轮医药板块的反弹,政策原因占了很大比重。此外,从2021年6月开始,医药板块调整至今,调

整时间和深度都已经达到了一定的程度。医药板块的估值水平和公募基金相关行业持仓比例,都处于过去十年较低水平,最终促成医药板块强势反弹。

机构操作现分歧

医药是一个长坡厚雪的赛道,对健康的追求以及人口老龄化的加深会持续为企业提供创新动力,业绩将持续释放。

如前所述,截至今年三季度末,机构对医药股的持仓创出过去10年新低。从公募基金对医药龙头股的持仓动态来看,增持减持皆有,可见复杂行情之下投资决策之艰难。从机构对医药龙头股的持仓情况看,Wind数据显示,2022年三季度,全市场公募基金合计增持迈瑞医疗(300760.SZ)1263.61万股、减持新冠检测龙头金域医学(603882.SH)411.44万股。

谈及增持原因,华安基金有关

人士指出,医药板块估值处于10年以来的历史低位,医疗保健作为必选消费行业,需求具备韧性,新冠肺炎疫情(以下简称“疫情”)相关诊断、药品、诊疗能力仍然在加强研发与推进,医院端诊疗需求兑现推迟,但是不会消失,我们看好医药板块目前的投资价值。

上述人士同时指出,从行业基本面来看,三季度医院门诊复苏快速,创新药、创新医疗技术、创新诊断的渗透率快速提升,中长线来看,中国人口结

构老龄化趋势下,医药板块在消费板块中的占比也将逐步提升。

南方基金有关人士指出,经过多年调整,医药板块已经到了一个估值性价比较高的位置,医药是一个长坡厚雪的赛道,对健康的追求以及人口老龄化的加深会持续为企业提供创新动力,业绩将持续释放。

而对于机构减持的原因,天相投顾研究员杜正中分析,目前医药股已经进入了估值相对底部区间,但未来仍存在较高的不确定性,所

以机构采取降低仓位以谨慎对待。另外,权益类市场年内整体表现较差,也使得机构存在减持的动机。

减持的另一个原因是“由于各行业的细分板块不断出现集采的推进,政策方面尚不明朗”,奶酪基金投资经理胡坤超表示,过去,市场通常将医药相关公司区分为医保与非医保板块,但种植牙集采的落地打破了市场对于后者的政策免疫预期,开始对非医保板块公司未来的盈利水平与业绩增速产生些许担忧。

泰达宏利基金王鹏:投资景气行业龙头 在鱼多的地方找鱼

本报记者 顾梦轩 夏欣
广州 北京报道

在当下波谲云诡的市场行情

在鱼多的地方找鱼

《中国经营报》:根据Wind数据,泰达宏利转型机遇基金A份额在2019年至今的三年多中,每年都在同类排名前1/5,请问你可以保持长期业绩优秀的原因是什么?

王鹏:我第一年管理基金的时候,也是从研究员到基金经理的第一年,业绩不算理想,很多投资方法还在摸索中。当时我相信估值和业绩的匹配,因此在选择个股的时候就选择估值和业绩相匹配的个股,却忽略了中观行业的比较。而且那个时候我笃信能力圈,就是在自己熟悉的行业里做投资,所以那一年的选股就在自己熟悉的电子元器件里选择,

但是那一年,电子元器件板块表现是当年全市场、全行业的倒数第一名。

后来我想明白了一件事,就是公司质地的优秀不能解释年度业绩增长或者股价增长,好公司就是在好的行业景气度里,取得非常高的超额收益。因此,过去四年我一直在用的一个方法就是投资景气行业龙头,追求戴维斯双击(即在低市盈率买入股票,待成长潜力显现后,以高市盈率卖出的投资策略),说白了就是“在鱼多的地方找鱼”。具体来说,就是在整体向上的行业里、业绩增速占优的行业里,自上而下的分

析,包括分析企业的壁垒、核心竞争力、产品增速、盈利能力,以此进行个股筛选。

这种做法区别于主题投资,主题投资是看起来像产业趋势,但是未来1~2年都看不到盈利增长的行业投资。所以,我总结我的投资经验就是投资景气行业龙头,追求戴维斯双击,这个方法在我看来是长期有效的。

《中国经营报》:在你管理的多只基金中,泰达宏利转型机遇基金A份额管理的时间最长,业绩也最好。如果在短期投资中,遇到基金业绩回撤,你将如何操作?

王鹏:我投资高景气行业,但

四年每年的年内排名均在同类排名前1/5,其中,2020年,该基金年内收益高达104.9%,为持有人创造了丰厚的收益。

是高景气也意味着高波动,但是往往在大幅回撤的时候更有可能带来更大的超额收益。在我看好的行业遭遇回撤的时候,我会判断一件事——现在的短期因素会不会影响到未来两年的盈利预测,如果会,导致盈利预测下行,那么我会认为这是一个利空,会考虑减仓或者卖出,如果不会,我觉得是一个加仓的机会。

所以,“是否选择卖出”的依据,就是短期波动是否影响盈利预测,如果不影响,这个行业在未来两到三年内,还是增速最优秀的行业,我会选择加仓,因为这是超额收益的起点,否则,我就会卖出。

你的投资风格比较稳定,且一直偏爱成长风格的原因是什么?

王鹏:这是我个人的喜好,因为成长风格相对更容易获得超额收益。我的投资风格稳定,但是我不局限行业。我选择股票的标准有两点:长期空间大、短期增速高。长期空间大的个股,短期盈利增速要么已经很高,要么预期会高。以此为标准去选择,基本上都是成长股或者成长风格。不过偏爱成长风格也会导致我错过一些机会,未来我会慢慢学习别的风格的投资。比如,今年煤炭板块涨了较多,我当时并不是特别看好也没有抓住的原因是,我觉得煤炭的短期增速确实高,但是却没有发现它的长期空间大。

偏爱成长风格 寻找高景气赛道

《中国经营报》:从2019年至今,你看重的领域一直在变化,泰达转型机遇基金A份额自2019年以来重仓行业也有所变化。根据基金定期公告,2019年上半年持仓以消费板块为主,2019年下半年至2020年上半年,重仓行业以科技电子板块为主,而2020年下半年至2022年上半年,基金重仓持股板块是以电力设备为主的制造业,尤其是现在炙手可热的新能源板块。你不断切换赛道的原因是什么?涉足不同的领域需要构建不同领域的知识体系和能力,你是如何保持学习并不断拓展自己能力圈的?

王鹏:我决定投资某个行业的首要因素就是这个行业未来2~3年的业绩增长中枢。如果业绩增长中

枢高,商业模式差的行业也可以保持增长。因此,我选择行业就是做中观行业的比较,站在这个时间点往后看,选择我认为未来2~3年内业绩表现优秀的行业进行投资。当我看到某个行业未来两年出现了非常大的风险,会影响到盈利预测的时候,我会选择切换行业;或者,这个行业本身没有问题,但是我找到了一个可能增速更快,或者增速差不多但是估值更便宜的板块,我也会选择切换,我对某个行业没有热爱或者不热衷之说。我的目标不是成为一个行业专家,而是力争在全市场赚到钱。选择新能源也不是因为我喜欢新能源,而是看好它的高景气,

未来边际效用缓和

从成长的角度,医药板块中成长性强的子板块和公司也经历过大幅回调后,值得长期布局。

对于医药行业未来的发展前景,东方红资产管理基金经理江琦表示,医药行业的吸引力具有较强的可持续性。原因有几点:第一,从基本上面,医药板块的需求很稳定,是多行业比较中需求较稳定的行业之一,从行业收入和利润增速上来看,剔除疫情影响的影响,过去的3年都维持了持续较好的增长。第二,从政策层面上,集采2018年推行以来,很好地完成了仿制药价格的下降、仿制器械价格的下降,节约了资金,医保基金腾笼换鸟支付了更多的创新药品。今年6月份以来,多个迹象表明,医药行业政策压力最大的时间大概率已经过去了,未来边际(每一单位新增商品带来的效用)有所缓和。未来医药行业的发展将走向新时期。第三,从交易层面,医药占机构配比创新低,成交量在9月份创新低。第四,从公司基本面和估值角度,经历过去三年的出清,很多的公司压力过去,重回增长,估值低,现金多,从资产和价值的角度都是很好的标的。从成长的角度,医药板块中成长性强的子板块和公司也经历过大幅回调后,是未来很好的成长性资产,值得长期布局。

“前期受疫情影响较大的消费医疗,明年具备边际复苏的趋势。”胡坤超预计,从集采角度来看,医药板块10月曾出现一段持续的上涨行情,随着市场陆续看到政策的边际趋缓以及合理化,情绪方面会得到一定修复。在最早受到集采影响的化药公司中,我们也可以看到,随着个别公司向创新药转型,近期也受到了市场的更多关注,而过去的创新药龙头企业也有望恢复增长。此外,“国内多个新冠药明年大概率将陆续获批上市,对相关药企也具备业绩贡献的可能性。”胡坤超补充道。

中融基金研究员刘柏川指出,目前医药行业估值或仍处于低位,业绩修复与政策影响边际减弱仍在发生,我们依旧看好医药板块后续的表现。具体到细分领域,我们看好国产化率低的医疗器械、国际化前景较好的创新药、受到政策鼓励的中药板块以及疫后复苏斜率较高的消费医疗板块。

谈及在前段时间炙手可热的新冠检测板块,刘柏川指出,在我国目前的防控体系中,常态化核酸检测在“早发现”中起到重要的作用,预计新冠检测收入或仍将持续一段时间,我们更加关注相关企业新冠检测以外的常规业务的增长情况。



同时看好长板行业 和短板行业

《中国经营报》:你认为,今年四季度以及即将到来的2023年,新能源领域的表现将如何?

王鹏:在新能源板块的细分领域里,新能源车依然有压力。新能源车的压力不在于今年卖了多少,而是国内的渗透率单月已经超过30%,一线城市新能源车的单月渗透率已经达到50%甚至更多,这个渗透率已经不低。

所以我认为,新能源车行业的高增长有所减缓之后,一些公司的核心竞争力比较与众不同,会进入新的阿尔法(个股的收益与大盘指数收益的差值)的成长阶段,但是,新能源车行业目前有压力。

如果今年四季度新能源车卖得不好,大家会认为这个行业开始下行;新能源车卖得好,大家会觉得或许明年会不行。如果明年新能源车国补(由国家非水可再生能源补贴基金给出的补贴)不能延续,那么到明年一季度,新能源车销量会受到比较大的影响。所以,新能源车行业从渗透率提高以后,我都处于一个观望状态。

《中国经营报》:你还看好哪些高景气板块?

王鹏:在新能源领域,我看两个细分板块——储能和风电。储能方面,我看三个细分领域:欧储(欧洲储能)、美储(美国储能)、国内的大储(国内大型储能)。目前,独立的第三方储能商业模式跑通以后,真正能用可用的而且大家都愿意用

除新能源板块外,我还看好两个板块。一个是军工板块,另一个是跟半导体相类似的自主可控板块。如果说前面提到的新能

五年共赴 一路相随 ——中国银行服务进博会记事

桂香黄浦江，情聚四叶草。第五届中国国际进口博览会如约而至，一幅中国与世界开放融通、共谋发展的绚烂画卷再度徐徐展开。

五年来，进博会不断谱写新时代中国与世界开放融通、共谋发展的绚丽画卷，逐步成长为推进高水平对外开放、高质量发展的重要平台，为推动建设开放型世界经济、促进全球包容和可持续发展不断注入强劲力量。作为以中国为主场的重量级国际展会，第五届进博会成为国际人士进一步了解中国式现代化发展理念、发展方向的重要窗口。

贸易促进领域的一流盛会，离不开一流的全球金融服务。五年来，作为唯一“战略合作伙伴”，百年中行发挥全球化、综合化特色优势，为进博会“办出水平、办出成效、越办越好”持续贡献金融力量。



1 “办出水平”的护航者

五年来，国际形势的风云变幻并没有减退海内外展商、客商参与进博会的热情。本届进博会吸引了诸多世界500强和行业优质企业。全球四大粮商、三大种业企业、十大医疗器械企业、十一大药品企业悉数到齐。

高水平的金融服务是进博会“办出水平”的有力保障。每年在进博会倒计时百天之际，中国银行都会发布进博会综合金融服务方案。从2018年至2022年，方案逐年升级。

2018年，中国银行提出“合、汇、保、融”即“跨境撮合、跨境支付、税款保函、在线贷款”四位一体的方案；

2019年，提出“合聚全球，汇融四海”的方案，即在2018年基础上升级服务，并将手机银行功能与具体场景结合，以求更加智能化、便捷化和安全化；

2020年，提出“信、融、云、易”的方案，总结前两届服务经验的同时，充分发挥在线金融产品的优势，提升金融服务的适配性和交易服务的成效性；

2021年，提出“聚、融、云、赋”的方案，更加注重线上与线下的结合，同时提升金融服务、金融产品、金融体系与实体经济的契合度；

今年，定制“荟、融、合、智、同”五大专属产品服务，并以“数字进博”为主题，重磅打造金融科技服务方案，提供“数字普惠”和美与共、“数字消费”方便快捷、“数字科创”精准服务、“数字财富”汇聚匠心、“数字民生”润泽万家的进博新体验。

另外，自首届进博会举办以来，中国银行不断总结经验、发挥优势，持续升级各项现场金融服务。“驻场”，是中国银行为进博会

提供卓越服务的又一“利器”。在进博会现场，中国银行依托设立在国家会展中心（上海）内的虹桥会展中心支行、临时服务网点、综合服务咨询点、固定服务点及移动服务人员，并在多处配备的外币兑换机、移动智能柜台及ATM机等，打造覆盖全场馆的立体式金融服务矩阵。

高水平的金融服务，也离不开千百中行人的同心协力。

首届进博会以来，成千上万名中国银行员工参与进博会志愿工作，用行动诠释了“卓越服务”的价值理念。

“很荣幸，能够见证进博会成为中国银行‘卓越服务’的靓丽名片。这五年，我亲历了那些‘不打烊’的金融服务背后，千百中行人‘不一般’的倾力付出。”连续五年服务进博会，中国银行上海市分行员工钱晓莹激动而自豪。

2 “办出成效”的贡献者

如今，进博会的平台作用愈发凸显。据统计，进博会期间的意向成交金额已经从第一届的578.3亿美元，增长到第四届的707.2亿美元，前四届进博会参展企业发布的新产品、新技术、新服务超过1500项，累计意向成交额达2700多亿美元。许多中外企业通过进博会的平台打入了全球市场，实现了发展壮大。

“感谢进博会，让我们这个从零开始的品牌在中国市场站稳脚跟，蓬勃发展。感谢对接会的强大平台能力！”在2021年进博会供需对接会现场，秘鲁羊驼玩偶品牌Warmapaca创始人表达了内心的激动与感谢。

连续四年，这家企业都参加了中国银行参与筹办的进博会供需对接会，将秘鲁农户手中独特的羊驼手工艺品带到中国，成为“爆品团宠”，为品牌赢得了新的发展机遇。

凭借丰富的跨境贸易撮合经验，在进博会上扮演“红娘”角色，举办企业供需对接会，助力“展品

变商品、展商变投资商”，成了中国银行在历届进博会上的看点和亮点，也是中国银行立足“一体两翼”战略发展格局、发挥全球化和综合化特色优势、践行“八大金融”战略、大力发展普惠金融的生动写照。

如今，一些中小企业亲切地将中国银行称作“红娘”。2014年，中国银行率先推出“惠如愿·中银e企赢”跨境撮合平台，致力于帮助中国中小企业走出去，融入全球产业链、价值链，实现更高质量发展。截至目前，中国银行已在全球累计举办近100场撮合对接活动，依托“中银e企赢”平台，共计为126个国家和地区的近5万家企业提供服务。

本届进博会，中国在“惠如愿·中银e企赢”跨境撮合平台内特别建立了“进博会”主题专区，开设“贸易投资云对接”“进博会动态云资讯”“普惠金融云服务”“撮合活动云报名”等功能，通过“线上+线下”的双渠道服务，为参展商与采购商提供更全面的参会信息、更精准的需求对接、更丰富的金融服务、更立体的参会体验，促进“展品变商品、展商变投资商”，持续扩大进博会的溢出效应。

除以供需对接促进中小企业融入全球价值链、产业链、供应链，进一步扩大进博会的办会成果外，五年来，中国银行还在进博会现场举办多场重要活动，进一步扩展进博会的外延。

作为虹桥论坛钻石会员，中国银行已连续五年支持举办虹桥国际经济论坛分论坛及配套活动，利用在人民币国际化、跨境金融、绿色金融、普惠金融、供应链金融等方面的专业优势和丰富经验，为进博会贡献“中行智慧”。

——举办“人民币助推跨境贸易与投资便利化”主题论坛，助力企业降低汇率风险，促进人民币在跨境贸易和投资中的使用；

——举办“人民币国际化服务自贸试验区建设论坛”，深化金融服务创新，助力自贸区行稳致远；

——举办“普惠金融建设和数字化发展论坛”，利用数字化技术助力小微企业经营、推动普惠金融发展；

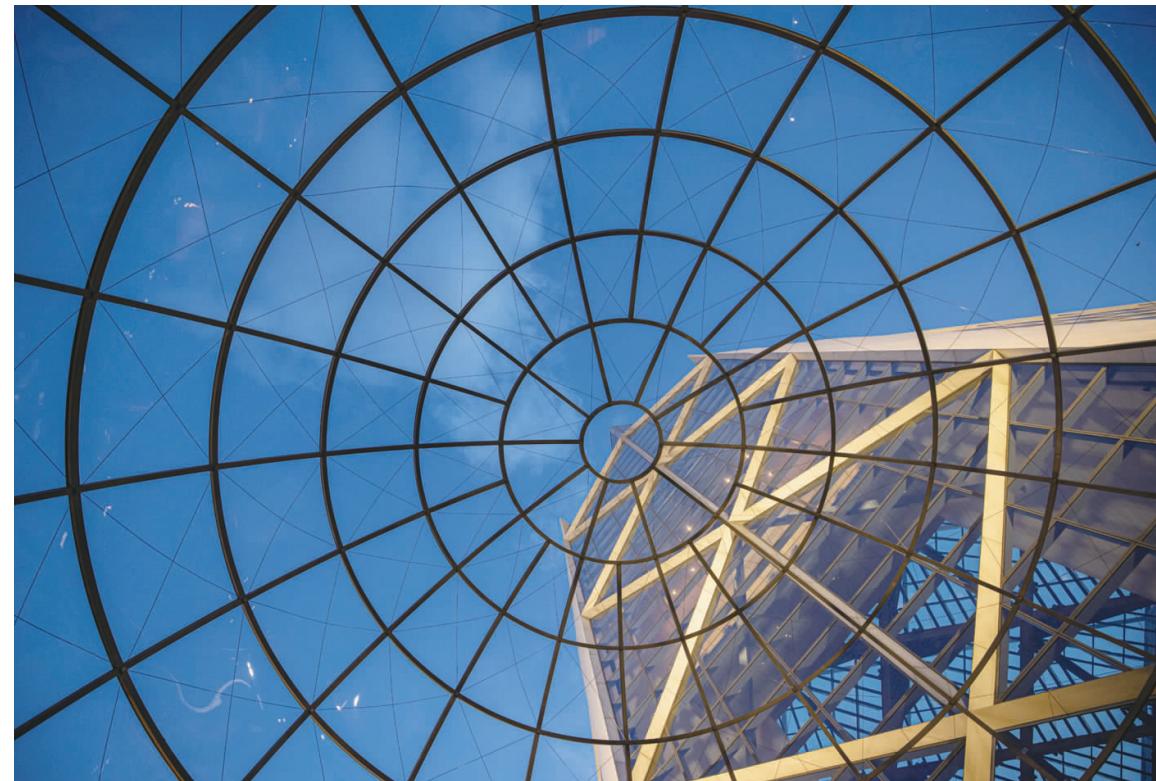
——举办“虹桥国际开放枢纽建设与区域协同发展论坛”，

探讨为区域一体化发展和高质量创新项目孵化提供全方位金融支持。

本届进博会，中行还会联合主

办以“金融支持产业链供应链稳定”为主题的虹桥国际经济论坛分

论坛、贸易投资对接会、2022外资企业ESG与双碳战略高峰论坛等重点活动，参加虹桥国际枢纽建设论坛、全球老龄化机遇共享论坛、第五届进博会参展商联盟大会等重点活动。



3 “越办越好”的同行者

每一届进博会的成功落幕，对中行而言，都意味着下一届进博会筹备工作的开始。他们全力配合进博会招商招展，全力扩大进博会“朋友圈”，创造了“进博会永无落幕”的“奇景”。

自2018年首届以来，进博会充分发挥“国际采购”“投资促进”“人文交流”“开放合作”四大平台作用，不仅在推动我国产业升级、有效改善国内供给、促进消费升级等方面发挥了积极作用，更成为了我国构建新发展格局的窗口、推进高水平对外开放的载体、践行多边主义的舞台。

为保障进博会的顺利举办，从2018年起，中国银行凭借全球化、综合化优势，充当国内外贸易重要的金融桥梁纽带，自觉肩负起全方位服务保障进博会的重任。全力支持进博会筹办，提供全方位、全流程，涵盖展前、展中、展后的综合金融服务支持。

前四届进博会，中国银行发挥全球63个国家和地区的网络优势，支持进博会全球招展、招商工作，累计在线上线下60余个国家和地区进行全球招展，全程独家支持70余场次的城市及地区招商路演。本届进博会开幕前，中国银行积极协助进口博览局开展境外招展和境内外招商工作，举办法兰克福、香港等多场“云推介”活动，“亚洲区、美洲区、欧洲区”境外招展活动，参加在江西举办的“进博会走进地方”招商引资推介活动，独家支持重庆、昆明、哈尔滨、广州等多站招商路演活动，并组建了“中行交易团”。

“中国银行作为‘战略合作伙伴’，五年来以实际行动助力进博会，为进博会‘越办越好’提供了重要支持。”9月29日，在中国银行服务第五届进博会誓师动员大会现场，商务部门相关领导的致辞有肯定，也有感谢。

站在新的历史起点，依托我国超大规模市场优势，以国内大循环吸引全球资源要素，增强国内国际两个市场两种资源联动效应，提升贸易投资合作质量和水平，这是新时代新征程进一步推进高水平对外开放的前进方向，中国开放的大门将越开越大。

从百余年前“为社会谋福利、为国家求富强”的理想胸怀，到如今“融通世界，造福社会”的使命担当，中国银行始终把自身的社会责任扛在肩上，始终与国家命运同频共振。在奋力夺取全面建设社会主义现代化国家新胜利的伟大征程上，中国银行将自信自强、守正创新，踔厉奋发、勇毅前行，以服务国家更高水平对外开放为注脚，迈着建设新时代全球一流现代银行集团的坚定步履，为以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴贡献新的更大力量。





金融赋能助力“投商并举”支持“硬科技”

本报记者 王柯瑾 北京报道

党的二十大报告指出,必须坚持科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力,深入实施科

教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略,开辟发展新领域赛道,不断塑造发展新动能新优势。

作为服务支持实体经济的重要内容,银行及时研究新产业、新业态,

建立定向服务机制,用足用好各类政策工具,探索科创金融新模式。《中国经营报》记者了解到,近期兴业银行、中信银行、郑州银行等均在科创票据领域方面发力显著。

科创票据受到市场热捧。据悉,自5月20日交易商协会升级推出科创票据以来,科创票据市场规模持续快速增长,目前累计发行已超1100亿元。

银行拓展支持领域

科创票据精准支持了科创领域企业融资需求,有效助力资本市场服务国家创新驱动发展战略。

今年以来,银行不断创新拓展支持科创票据的发行。

记者从中信银行了解到,10月31日,由中信银行苏州分行承销的恒力集团有限公司2022年度第四期短期融资券(科创票据)募集资金顺利缴款到账,这标志着全国首单民企用途类科创票据成功落地。此次发行金额5亿元,票面利率3.75%,价格创该公司债务融资工具利率历史新低。

“升级推出的科创票据包括主体类和用途类两种,其中,用途类科创票据明确要求直接将募集资金用于存储芯片、显示面板、新

能源等科技创新领域。恒力集团此次融资需求非常贴合用途类科创票据中‘支持具有智能制造示范工厂’‘技术创新称号’等公司发展的导向,同时也是用途类科创票据推出以来首次在民营企业中的应用。”中信银行苏州分行债券业务中心负责人张杰表示。

科创票据是指科技创新企业发行或募集资金用于科技创新领域的债务融资工具,支持具有国家级科技创新称号或募集资金精准滴灌“硬科技”、关键“卡脖子”技术领域。

为持续完善金融支持创新体

系,今年5月,中国银行间市场交易商协会发布通知,将科创类融资产品工具箱升级为科创票据,旨在提升资本市场对科技创新领域全生命周期的融资服务能力,加强对科创企业和科创用途的服务与支持。科创票据自推出以来受到了市场的广泛关注与支持,超千亿元的科创票据资金支持了全国19个省份的近百家科创企业。

“科创票据精准支持了科创领域企业融资需求,进一步拓宽了债券支持实体经济路径,为科创领域提供了低成本直达资金,

有效助力资本市场服务国家创新驱动发展战略。”兴业银行投资银行部总经理林舒表示。

随着科创票据在短时间内规模迅速冲破千亿元大关,受到发行人及投资者的高度认可和广泛青睐,其市场提速增效和产品发展也将呈现出更广阔的空间。业内普遍认为,加强科技创新与债券市场的联动与协同,同时也让更多的实体企业借助金融市场实现技术突破和产业升级,为助推科技创新发展注入强大动力,将会是科创票据未来持续发力的方向。

以科技支持科创

在金融科技突飞猛进的时代背景下,银行应加大数字化技术应用与创新,提升科创金融专业化运营水平。

近年来,随着创新驱动发展战略实施,科创企业越来越成为科技创新的核心力量。但科创企业多为技术密集型企业,普遍存在轻资产、无传统抵押物等特点,按照银行传统信用评估模式,难以达到融资要求,限制了企业发展壮大。

针对这一问题,记者从兴业银行了解到,该行推出了“技术流”评价体系。相对于银行传统以企业财务状况为依据的“资金流”评价体系,“技术流”评价体系着重考察企业知识产权数量和质量、发明专利密集度、科研团队实力、科技资质、科技创新成果奖项等科技创新能力,涵盖

8个一级指标、17个二级指标,并根据指标分值,给予企业“技术流”评级,推动科技创新在金融领域的信用化,进一步拓宽科创企业融资渠道。

依托大数据,打破银行传统信贷评价模式,兴业银行推出的“技术流”专属评价体系可以实现对科创企业科技创新能力的精准画像,让“专精特新”等科创企业技术“软实力”变成融资“硬通货”。

兴业银行相关负责人表示,下一步,将持续推进“技术流”评价体系的深化应用,优化评价模型,开发“技术流”客户线上审批模型,进一步提升服务效率,为推

动我国经济结构转型和高质量发展提供有力金融支撑。

除大中型银行外,地方性城商行也不断加码科创领域的金融支持力度。

郑州银行相关负责人告诉记者:“由于科创企业的本身特点,专业技术性强,成长不确定性强,城商行在开展科创金融业务时面临着较大的信息不对称难题,给信贷投放和贷后管理带来挑战。在金融科技突飞猛进的时代背景下,城商行应加大数字化技术应用与创新,提升科创金融专业化运营水平。”

因此,郑州银行相关负责人表示,城商行应大力推进科

创金融运营链条的数字化建设。“依据城商行实际情况,选择合适的数字化建设战略,强化大数据和金融科技在科创金融运营中的应用。借助政府部门的政务大数据、专利大数据及工商信息大数据,加强对科创型企业创新实力与经营风险的研判,通过分类管理,给予差别化的信贷政策,提升授信支持精准度。开展数据智能化应用,丰富和增强在涉及科创企业业务营销、信用调查、信贷审批、贷后管理的方法手段,完善相应的科创金融风险管理机制,全面推动科创金融业务、运营、产品和风控体系升级。”



在创新驱动发展战略指引下,金融业及时研究新产业、新业态,用足用好各类政策工具,探索科创金融新模式。 视觉中国/图

银行提升“投商并举”能力

科技创新离不开金融支持,“专精特新”企业是银行竞相布局的重要客群。

培育科技创新企业是实现动能转换、引领高质量发展的重要举措。但科创企业普遍面临着技术研发创新投资金额大、轻资产融资难等发展痛点。

科创票据需要银行在“投行+商行”领域具备丰富的经验和资源。

兴业银行相关负责人表示,党的二十大报告提出,加快实施创新驱动发展战略,加快实现高水平科技自立自强。“科技创新离不开金融支持,‘专精特新’企业也是银行竞相布局的重要客群。围绕‘专精特新’等科创企业轻资产、高成长、高风险的特点,兴业银行持续完善股债结合、覆盖全生命周期的综合金融服务体系,专门推出了‘专精特新’中小企业综合金融服务方案,打造涵盖投贷联、人才贷、快易贷等特色鲜明,适用于不同类型企业的‘专精特新’特色产品货架。”

从兴业银行的实践看,该行对内依托集团综合化经营优势,持续完善“贷款+直投+入股选择权”科创金融服务模式;对外搭建服务生态圈,联合政府部门、高新区、证券交易所、股权投资机构等,合力助力“专精特新”企业做大做强。

据悉,截至2022年9月末,兴业

银行服务科创企业近5万家,贷款余额为3264亿元,较年初新增49%,其中国家级“专精特新”“小巨人”企业服务覆盖率超过40%。

同样,中信银行也在“投行+商行”方面持续拓展。中信银行方面表示,该行作为最早一批获得信用债承销牌照的商业银行,多年来坚定落实“提高直接融资比重”的金融体系建设顶层设计,发挥债券融资在服务实体经济方面的重要作用,持续提升服务能力的广度和深度,近年来持续精准支持了先进制造、战略新兴、绿色发展、保障安居、能源保供等经济发展重点领域和薄弱环节,逐步探索出以“投商并举”模式服务实体经济的全新业务格局。

受访银行方面均提到构建科创生态圈的重要性。郑州银行相关负责人表示,政策性科创金融尚处于起步阶段,持续化的深入探索需要融合政府、银行、基金、创投、担保、企业、行业协会、科研院校等各方主体的力量及资源,各扬所长,相互赋能。未来,郑州银行将充分发挥政策性科创金融业务运营主体作用,集聚多元化创新因素,深入构建科创生态圈,积极推动创新链、人才链、资本链和产业链的全线打通,形成培育科技型企业的合力。

规范财富积累机制 金融工具更趋合规

完善财富积累机制

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

党的二十大报告提出,要完善分配制度,坚持按劳分配为主体、多种分配方式并存,坚持多劳多得,鼓励勤劳致富,促进机会公平,增加低收入者收入,扩大中等收入群体,规范收入分配秩序,规范财富积累机制。

报告对共同富裕政策进行了细化和延伸,首次提出了规范财富积累机制的新要求,在关注财富分配的基础上,增加了对财富积累的关注。

中国社会科学院金融研究所所长张晓晶接受媒体采访时表示,规范财富积累机制需要注重三点:财富积累机制的可持续性;对财富积累机制的规范需要在法治框架内进行;把握好再分配政策与激励政策的相容和平衡。

分析人士指出,对财富积累机制的规范,意味着我国将进一步支持、完善财富积累所使用的法律及金融机制,为高净值人士提供更具合理性和规范性的法律、金融工具。如何通过合理配置金融资源、完善金融工具从而助力“规范财富积累机制”,将成为金融机构展业重点。

坚守合规底线

浙江大学共享与发展研究院院长李实撰文指出,党的二十大报告强调的规范收入分配秩序、规范财富积累机制将会成为实现共同富裕的一个重要的政策导向。

李实分析,我国居民财富分配中存在的问题越发凸显,居民财产差距扩大的速度已经超过收入差距扩大的速度,并且反过来加剧了收入差距。必须保护合法收入,调节过高收入,取缔非法收入。这方面的重点是大力推进资本市场、金融市场规范发展,消除市场的垄断和操纵行为,提升市场运作的公开性与透明度。要继续加大反腐力度,尤其要杜绝资本市场和金融领域中权钱交易等腐败行为,使得财富的来源更加公平合理,同时选择有利时机推进相关税制改革,以调节财产分配差距过大的问题。

吴丹表示,对金融市场参与者

来说,规范财富积累机制意味着需要更重视“取财有道”,依赖投机取巧,甚至走非法敛财之路,都是极为不可取的,投资者应依法依规开展投融资活动,未来由资本良性健康循环创造的财富将会越来越多,而市场操纵、内部违规交易等资本市场乱象将会越来越少。

北京锐锐家族办公室创始人李嘉亦认为,在规范财富积累机制的要求下,一般企业的监管和规范要求会向上市公司的标准看齐或者参考,总体来说,企业经营会越来越正规和合规,同时,企业主作为高净值人群,也会需要用更多的金融工具去帮助自己把财富做规范留存,包括税筹、企业的治理。

上海交通大学上海高级金融学院教授吴飞接受记者采访时表示,高净值人群应更加关注财富的安全性,树立风险管理意识,对于

企业家而言,可通过把慈善结合到企业经营和金融投资中,来帮助提高税收效率,降低税负;政府既要培养财富向善的文化氛围,同时短期内也需要一些政策引导,比如给予一定的税收优惠,以引导慈善意愿。

分析人士指出,我国将进一步支持、完善财富积累所使用的法律及金融机制,为高净值人士提供更具合理性和规范性的法律、金融工具,这也为金融机构的相关业务提出更高要求。

记者注意到,2021年以来,中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于进一步深化税收征管改革的意见》,提出精准实施税收监管。多个省市相继推行以“信用+风险”为基础的监管方式,逐步实现智控征管。

加拿大国际董事研究院副院

长张轶指出,一方面,高净值人士应重新审视个人及企业的整体税务合规性,以合规为基础,结合家族资产全球布局、结构性调整、财富传承等新目标,优化相关规划;另一方面,规范财富积累机制促进了高净值人群的财产保护,高净值人群的收入来源、纳税也更加规范,这也有利于金融机构在家族信托产品上做相应的投资架构设计。

“对银行等金融机构来说,一是要利用好自身信息优势,不断促进金融资源优化合理配置,积极拓展普惠性金融服务,为扎实推动共同富裕、规范财富积累机制做出应有贡献。二是要积极拓展财富管理业务发展,在规范开展财富管理业务过程中,既要服务好高净值客户需求,也要服务好大众长尾客户需求。三是要更加注重理财资管业务的规范发展,严格落实资管新规等监管要求,防范杜绝影子银行风险苗头,为客户提

供收益可持续的产品和服务。”吴丹认为。

大成律师事务所合伙人单训平律师此前接受记者采访时表示,在开展财富管理业务时,金融机构一定要“KYC”,了解你的客户,了解客户的资金来源,从金融的视角看财富,高净值客户关注财富的保值增值;从法律的视角看财富,高净值客户更关注财富的归属与安全。

值得一提的是,2021年12月,中国人民银行正式发布《金融从业人员规范财富管理》,从服务流程、职业能力、职业道德与行为准则、职业能力水平评价等方面对财富管理从业者的执业标准进行了详细的界定。这一标准被业内解读为对国内财富管理行业的发展具有深远的意义。

公募REITs跻身资本市场“新宠” 银行加速入场布局

本报记者 杨井鑫 北京报道

随着各地加大对基建等重大项目的金融支持,REITs的试点范围逐步扩大,公募REITs市场持续升

市场火爆

今年以来公开发售的10只REITs产品吸引资金接近9000亿元,成为了基金市场最火的一类品种。

公募REITs正在成为资本市场的“新宠”,业绩表现也不俗。

Wind统计数据显示,截至2022年11月2日,二级市场上公募REITs的20只产品上市至今的平均涨幅达到了27.74%。在三季度中,14只公募REITs中有11只业绩实现盈利,不少新产品甚至获得了巨资认购。

11月2日,华泰江苏交控REIT的认购申请比例结果出炉,比例配售前认购总金额达到了920.62亿元。公众投资者的有效认购申请实际确认比例为0.83%,这也意味着,公众投资者用1万元认购该产品,获配金额只有83.42元。同样的一幕在今年4月13日也上演了。当时华夏中国交建高速REIT比例配售前的募集规模甚至高达1524.12亿元。

此外,受到市场资金追捧的产品还有鹏华深圳能源REIT、华夏合肥高新产业园REIT,前者配售前的募集规模达到1099亿元;而9月份成立的华夏合肥高新产业园REIT,比例配售前的募集总规模达1293.97亿元。

数据显示,今年以来公开发售的10只REITs产品吸引资金接近9000亿元,并成为了基金市场最火的一类品种,显示出强大的吸金效应。

温,成为了诸多金融机构底层资产配置的重要补充。商业银行对此的参与热情也颇高,不少银行加快了在公募REITs相关业务上的布局。

《中国经营报》记者了解,公募

与火爆的市场相对应的是公募REITs也给投资者带来不错的回报,在已上市的20只公募REITs中,华夏张江光大园REIT、建信中关村产业园REIT、红土创新盐田港仓储物流REIT、博时招商蛇口产业园REIT、富国首创水务REIT等产品上市以来的涨幅均超过了35%。

由于公募REITs行情火热,多家商业银行及银行理财子公司也在加速布局中。在多款公募REITs的配售名单中,记者注意到均有银行的身影。其中,招商银行、光大银行等银行及子公司参与了华夏合肥高新产业园REIT产品配售,交银理财也以战略投资者身份,获配华夏中国交建高速REIT金额达2亿元。

在产品端,招银理财、光大银行相继推出了公募REITs主题理财产品。在今年6月,招银理财推出“招银理财招睿鑫远基础设施封闭1号增强型固收类理财产品”,募集规模近1.50亿元。在去年10月,光大理财则发布了首只公募REITs主题理财产品“阳光红基础设施公募REITs优选1号”。

光大理财在11月发布了“阳光红基础设施公募REITs优选1号”

REITs面世一年多来备受投资者追捧,新品“一日售罄”的情况屡见不鲜,且产品的业绩表现稳定向好。由于该类产品与股债的关联性较低,具

有现金流稳定、波动性适中、较高分红比例等特性,银行在公募REITs代销、托管、权益投资等方面加大支持力度,并推出了多款该主题类理财产品。

各项目属性REITs累计涨跌幅比较			
名称	近半年	今年以来	上市至今 (含上市首日)
华安张江光大园REIT	20.61	20.67	50.34
红土创新盐田港仓储物流REIT	7.54	8.98	44.99
建信中关村产业园REIT	1.01	3.87	44.38
中金普洛斯仓储物流REIT	12.88	10.45	39.63
富国首创水务REIT	-10.41	-4.75	39.34
鹏华深圳能源REIT	14.56	14.56	39.21
博时招商蛇口产业园REIT	3.26	14.17	38.36
国泰君安临港创新产业园REIT	4.97	4.97	36.46
中航首钢生物质REIT	-3.40	0.48	34.91
国泰君安东久新经济REIT	5.36	5.36	33.97
红土创新深圳人才安居REIT	0.59	0.59	30.76
华夏北京保障房REIT	-0.67	-0.67	29.12
东吴苏州工业园区产业园REIT	7.04	8.31	26.90
中金厦门安居保障性租赁住房REIT	-3.52	-3.52	25.42
华夏合肥高新产业园REIT	-6.78	-6.78	21.19
华夏越秀高速公路封闭式基础设施REIT	2.57	-5.81	20.65
浙商证券沪杭甬高速REIT	-3.96	-6.20	12.41
国金中国铁建高速REIT	2.61	2.61	2.90
平安广州交投广河高速公路REIT	-6.41	-7.98	-3.55
华夏中国交建高速REIT	-8.10	-6.34	-4.27

数据来源:Wind

开放申购。相关信息显示,该产品公募REITs的投资比例在80%以上,产品成立至2022年10月19日的年化收益率目前为10.02%。

光大银行人士称,相比普通公

募基金,公募REITs投资标的聚焦基础设施,便利投资者参与大型基建项目;具有强制性分红制度;现金分派率不低且长期收益较为稳定,有助于优化投资者组合。

多形式入局

公募REITs产品均通过了监管严格审核,资产质量相对较优,市场资金配置的意愿很强。

除了银行理财公司参与到REITs市场投资,银行还在探索多条路径参与到该业务中。

据了解,部分银行通过量身定制REITs并购贷款产品,间接参与REITs市场。例如,邮储银行重庆分行向中铁建重庆投资集团有限公司提供了金额为5亿元、期限7年的公募REITs并购贷款,引入银行系资金支持企业发行公募REITs。邮储银行表示,这一方式可有效缓解该公司战配份额内筹资压力,释放资本金占用,同时有助于企业盘活自有资金。

同时,不少银行还积极参与到REITs代销、托管等业务中。Wind统计数据显示,截至11月3日,共计有14家银行为14只公募REITs进行代销,其中华夏中国交建高速REIT有8家银行代销产品,博时招商蛇口产业园REIT有4家银行代销产品,中航首钢生物质REIT、富国首创水务REIT和建信中关村产业园REIT分别有3家银行代销产品。

另外,“城商行一哥”北京银行今年以来也明确了要深度参与到公募REITs的发行中。围绕公募REITs每个阶段,推出公募REITs全流程服务产品,切实推动实体经济

发展,盘活存量资产,促进有效投资,切实助力稳住经济大盘。

“从资产配置的角度看,公募REITs与其他大类资产相关性低,是分散风险、优化投资组合的配置类资产。尤其是当前权益市场波动较大,而公募REITs产品均通过了监管严格审核,资产质量相对较优,市场资金配置的意愿就很强。”一家投资机构人士认为,今年前几批公募REITs发行后,投资者的投资收益都比较好,而产品相对比较稀缺,这也是该类产品获得市场认可的关键原因。

早在今年8月25日,光大银行在

济发展,盘活存量资产,促进有效投资,切实助力稳住经济大盘。

“从资产配置的角度看,公募REITs与其他大类资产相关性低,是分散风险、优化投资组合的配置类资产。尤其是当前权益市场波动较大,而公募REITs产品均通过了监管严格审核,资产质量相对较优,市场资金配置的意愿就很强。”一家投资机构人士认为,今年前几批公募REITs发行后,投资者的投资收益都比较好,而产品相对比较稀缺,这也是该类产品获得市场认可的关键原因。

银行非息收入分化加剧

本报记者 杨井鑫 北京报道

随着上市银行三季报披露,多数银行在年内的信贷投放规模增

长较快,资产质量有所改善。

据《中国经营报》记者了解,在零售转型的大趋势下,非息收入在银行持续提升盈利能力的同时降低

资本消耗,其在营收中的占比是衡量银行实力的一个重要指标。不少银行近年来加大财富管理业务投入,对非息收入增长形成了支撑。

然而,时下股市、债市等市场震荡剧烈,对一些银行财富管理业务冲击较大,银行非息收入的分化更加明显。

分化加剧

三季报数据显示,上市银行前三季度合计实现营业收入约4.5万亿元,实现净利润总额约1.59万亿元。16家银行营业收入的增速为两位数,但是多家银行营业收入增速有所放缓,主要是因为非息收入增速的下降。

以国有大行为例,农行、中行、建行、交行、邮储银行前三季度的营业收入同比增长3.62%、2.58%、0.98%、5.05%和7.79%,增速较去年同期均有所下降。

在股份制银行中,招商银行、兴业银行、中信银行、平安银行和华夏银行五家银行的前三季度非息收入均较去年同期有所增长,其中兴业银行的非息收入增长规模达到57.55亿元,而华夏银行的非息收入增速最快,该行前三季度实现了非息收入165.69亿元,较去年同期增长46.71亿元,增幅达到了39.26%。

在中小地方银行中,多数银行前三季度的非息收入实现了正增长,其中南京银行前三季度的非息收入同比增长48.27亿元居首。上海银行、重庆银行、青农商行和紫金银行四家银行前三季度的非息收入同比略降。

从非息收入在营业收入中的占比来看,今年上半年银行非息收入占比较年初均有所提升,但是整体在三季度降幅非常明显。

数据显示,工行、建行、农行、中行、交行前三季度的非息收入占比分别为25.83%、23.44%、20.64%、26.68%和39.05%,较去年同期的28.22%、28.23%、21.13%、30.07%和40.36%均有下降,仅邮储银行的非息收入占比由15.72%提升至20.04%。

在股份制银行零售银行业务负责人对记者表示,2022年财富管理市场经历了一轮资管产品净值大幅下滑,甚至是“破净”潮,这对于市场是一次比较大的测试,对银行的部分业务造成了一定的冲击。“面对市场的波动,今年我们加大了代理保险产品和私募产品的

销售,增长的幅度比较大。同时,在与基金公司的合作中,一直在尝试定制产品和独家产品的模式,一些有鲜明特征的产品对特定人群的吸引力更大。”

“有的中小银行可能会依赖某一款产品或一系列产品拉动销售。这与大行全品类产品的打法是有所不同的。”上述股份制银行零售银行业务负责人称,大行与中小银行提升非息收入的稳定性有差异,在市场不好的情况下出现分化也正常。他认为,银行的财富管理业务

及佣金收入。

中金公司此前一份研报也表示,预计上市银行财富管理、信用卡等手续费收入表现较弱,同比增速可能延续二季度的较低水平。

一家股份制银行零售银行业务负责人对记者表示,2022年财富管理市场经历了一轮资管产品净值大幅下滑,甚至是“破净”潮,这对于市场是一次比较大的测试,对银行的部分业务造成了一定的冲击。“面对市场的波动,今年我们加

大了代理保险产品和私募产品的

零售转型塑造银行“新星”

本报记者 张漫游 北京报道

宏观研究员周茂华认为,零售业务受宏观经济波动、居民就业、收入以及消费意愿等因素影响,且他认为,零售业务增速放缓可能是短期因素干扰。

同时,面对竞争愈加激烈的零售市场,业内人士认为,银行一方面要持续深耕个人消费贷款业务,另一方面也要拓宽财富管理、私人银行等领域的业务边界。

零售业务转型成效逐渐铺开

在业界持续强化零售业务的背景下,银行已经开始分享发力零售业务带来的果实。

如贵阳银行在其三季报中披露称,截至9月底,该行储蓄存款为1637.94亿元,较年初增加186.20亿元,增幅为12.83%,该行通过夯实零售客户基础、提升零售客户端体验等举措,实现了零售业务贡献度持续提升;江苏银行三季报显示,截至三季度末,该行零售AUM规模达10882亿元,较2021年末增长18%。

不过,此前在零售业务领域发展强势的部分银行,在个别业务指标方面增速放缓。有银行将其归因为居民个人住房贷款需求减少,同时疫情反复冲击下小微客户信贷需求偏弱。

惠誉评级亚太区金融机构评级董事徐雯超补充道,在经过过去数年零售贷款的高速增长,截至2021年底,中国居民部门债务上升至GDP的62%及家庭可支配收入的112%,接近部分欧美国家水平,快速增长的居民债务杠杆率,叠加在疫情下更加审慎的消费支出,使得居民进一步增加零售类贷款的意愿减弱。

“零售业务受宏观经济波动、居民就业、收入和消费意愿等因素影响,不过,零售业务增速放缓可能是短期因素干扰。”周茂华告诉记者,未来银行发展零售业务,需要提升产品创新性和竞争力,细分客户偏好,为客户提供质量和吸引力的服务,努力实现差异化竞争策略,提升品牌价值;另一方面,完善内部治理、提升管理效率,逐步引入数字技术等,提升风险管理能力。

持续拓宽零售业务市场外延

记者梳理发现,虽然受疫情影响,零售业务涨势还未显著恢复,但零售大行的规模和营业收入依然保持领先。

如邮政储蓄银行三季报数据显示,截至三季度末,该行个人客户AUM年新增超万亿元,达13.60万亿元;VIP客户4670.70万户,较2021年末增长9.56%;财富客户413.34万户,较2021年末增长16.04%。

周茂华认为,大行发展零售业务在品牌、网点、数字技术、资管等方面优势相对明显,大行加码势必加大零售业务竞争烈度;但从乐观角度看,国内零售业务市场潜力巨大,部分中小银行充分发挥地缘优势,有针对性地创新产品,提升差异化竞争能力;数字化转型有助于降低大中小行的差异。

“大中型银行零售客户的下沉对中小银行会形成一定的冲击。”薛慧如告诉记者,“由于大中型银行具有品牌优势、政策优势和资金优势,在投资能力和科技应用方面相较于中小银行也有一定的差异。在这样的背景下,大中型银行加大零售业务导致客户不断下沉,确实会对中小银行的客户获取、资产定价以及风险管理带来一定的挑战。”

谈及下一步银行如何增强零售业务实力,中国银行研究院博士后郑忱阳认为,要牢固树立“大零售”思维,在深耕个人消费贷款业务的同时,拓宽财富管理、私人银行等领域的业务边界。

比如,在消费信贷方面,银行需结合后疫情时代涌现的全新消费需求和消费群体,不断

升级消费场景服务,比如面对“宅”消费群体,为其提供便捷的线上信贷服务;面对“银发”群体,聚焦场景建设提供更加人性化、无障碍的金融服务;拓展农村长尾客户,创新个人经营贷、农户贷、振兴乡村贷等消费信贷产品,服务“三农”扩面增效。

在财富管理和私人银行业务方面,郑忱阳认为,应根据客户需求定制兼顾收益和风险的资管产品,随着国内高净值群体比例不断提升,定制化、高端化、全生命周期的资管产品成为主流,银行要与理财子公司协同联动,彻底打破刚性兑付,加速净值化转型进程,回归“受人之托、代客理财”的本源。

同时,周茂华指出,从实践看,银行零售业数字化转型,通过数字技术为客户提供便捷、高效、个性化、体验式服务;且通过数字信息技术赋能风险管理,提升经营管理效率和市场竞争能力。

中国银行研究院博士后杜阳分析称,零售业务应充分发挥自身优势,在机遇和挑战中重新定位,结合新兴技术手段,打造全方位消费场景、创新线上安全支付方式、赋能零售业务转型发展,例如致力于数字货币的推广,创新便捷化的跨境支付手段,促进跨境零售业务的开拓创新;此外,还应该重点开发人脸识别、语音识别等多模态生物核验技术,简化零售业务审批流程,提升客户与人工智能的交互体验;加强与头部科技公司的技术交流与深度合作,充分发挥规模效应,不断探索科技与金融的新型合作模式。

金融信创建设井喷 农商行三期试点全面拓进

本报记者 郭建杭 北京报道

2022年,农商行金融信创建设显著提速。近期,广州农商行、北京农商行、苏州农商行等均再次发布信创软件的采购公告。

《中国经营报》记者了解到,在完成金融信创一期、二期试点后,

积极准备信创建设

对于银行核心业务系统数据库进行国产替代,不仅满足金融服务的转型升级的客观需要,支撑面向未来中长期战略的实施,更为促进实体经济发展,服务国家战略提供强大的动能。

农商行的金融信创建工作在2022年全面提速是在政策引导下的建设发展。

公开信息显示,在金融机构信息化投入方面,相关的监管机构陆续出台了《关于应用安全可控信息技术加强银行业网络安全和信息化建设的指导意见》《金融科技(FinTech)发展规划(2019—2021年)》《金融科技(FinTech)发展规划(2022—2025年)》等政策。

尤其是在2022年1月下旬,银保监会发布《关于银行业保险业数字化转型的指导意见》,为银行保险行业数字化转型指明了方向。同时,这份意见也是金融监管部门对金融行业信创的具体指导,反复强调自主可控,守住金融数据安全红线。

在政策指引下,银行业的金融信创建工作从2020年第一期试点启动。2020年与2021年,金融信创试点共完成两期,试点机构分别为47家和198家。同时,第二期要求试点单位的信创投入不低于全年IT支出的15%。

公开的产业调研信息显示,金融信创“先试点、后全面”的技术推广路线,在2022年扩容至全行业5000余家,进入全面推广阶段,与党政信创形成共振。

记者注意到,为响应加强国产化、实现自主可控的国家政策号召,根据原银监会此前发布的《关于应用安全可控信息技术加强银行业网络安全和信息化建设的指导意见》要求,早在2020年甚至更早,农村金融机构就已在国产化替

2022年金融信创在启动三期试点的同时也进入全面推广阶段。在此背景之下,农商行的金融信创建设也进入快车道。

神州信息金融技术部总经理张劲告诉记者,虽然目前很多农商行没有进入第三批试点名单,但在各省范围内均有白名单概念。名单内

代方面陆续有项目落地。

公开资料显示,广东省农村信用社联合社于2019年初就已启动了柜面终端操作系统国产化替代创新项目,构建了基于国产深度操作系统Deepin的柜面业务系统平台,进行柜面应用、外设、控件、后台管控等全套柜面生态向国产化迁移,初步构建柜面终端的国产化生态。

湖南省农村信用社联合社于2021年编制出台的《湖南农信系统2021—2025年金融科技专项规划》中明确提出,2021~2023年以平台建设为主,建成普惠金融数字化平台,初步搭建数字普惠金融生态体系;2024~2025年以生态建设为主,完善数字普惠金融生态体系,完成分布式转型。同时,全力实施推进IT架构分布式转型,构建数字化基础架构等。

2022年,农商行在信创建工作方面更加积极主动。

公开信息显示,截至2022年10月,已有无锡农商行落地信创环境数据安全项目;北京农商行落地全国首单信创利率报备项目;苏州农商行落地基于信创架构的数据中台;常熟农商行“合芯”4.0项目落地。

在农商行人士看来,对于银行核心业务系统数据库进行国产替代,不仅满足金融服务的转型升级的客观需要,支撑面向未来中长期战略的实施,更为促进实体经济发展,服务国家战略提供强大的动能。

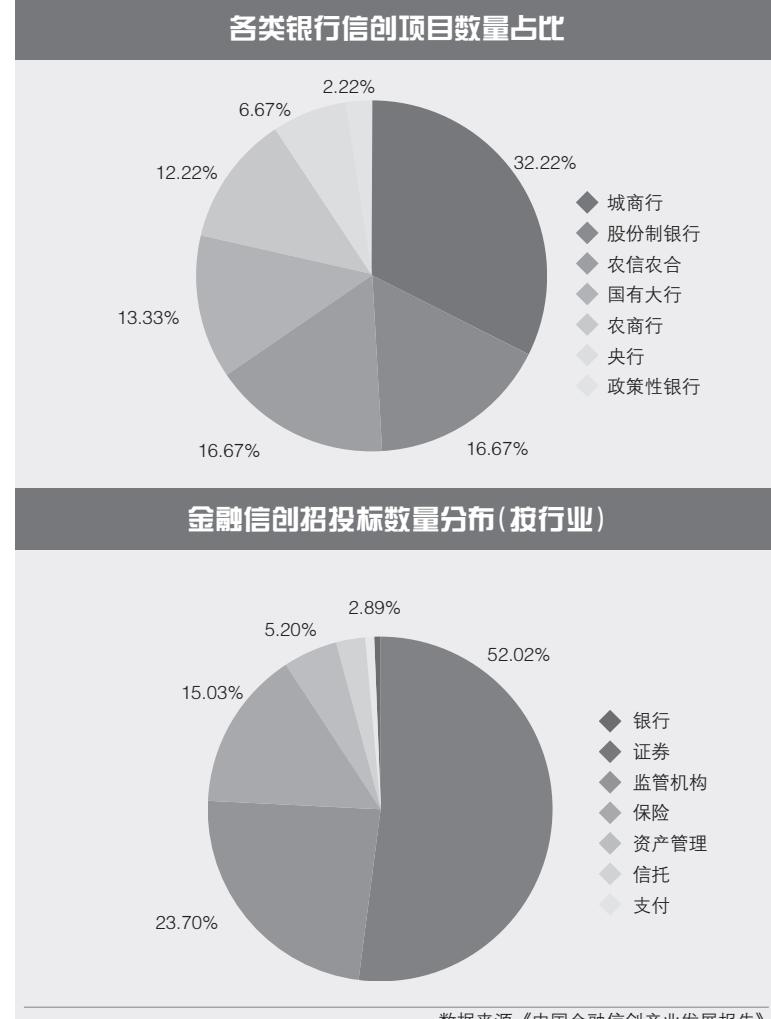
对于未来金融行业的信创建

的区域银行在各省人民银行中心支行或者监管机构的指导下从事信创建工作,建设要求等同于监管要求。

记者了解到,为保证金融行业安全性、信息技术应用创新已被列为国家战略。我国科技企业在分布式、云服务、微服务等技术上通过创

新研发,与金融机构一起实现金融业务信息系统的国产替代。

对于信创建工作的重要性,某农商行从业人员对记者表示,这是农商行数字化转型的重要抓手,在帮助农商行的业务提质增效的同时,也能为全行数字化转型和以数字化为支撑的管理变革奠定基础。



数据来源:《中国金融信创产业发展报告》

设,张劲告诉记者,“从目前的试点名单来看,我们预计明年的金融信创的推进是以区域银行为主体。”

记者了解到,目前已有多家农信联社及部分省会城市农商行开始参与进金融信创的建设中,如江西农信、吉林农信、广东农信、山东农信以及顺德农商行、江南农商行、武汉农商行等。

此外,自主可控是金融机构在信创建工作中最关注的问题。

公开信息显示,山西省农信联社根据自身业务特点制定的信创建工作目标——构建基于国产芯

片以及国产开源操作系统、数据库、中间件等软件为基础的混合生产云平台,从而推进自主可控的信创架构转型。

某试点机构的信创建工作,则提出为保障关键信息基础设施的健康发展,解除对国外产品的深度依赖,围绕着以数字赋能业务的信息化创新建设目标。

事实上,有关科技人士提到,银保监会等相关部门陆续颁发的政策性文件,是用来鼓励和规范金融机构建设自主可控的信息技术架构和安全体系。

平台职能转型 城投比拼市场化运作能力

本报记者 石健 北京报道

近日,河北某城投公司发布公告称,不再承担政府举债融资职能,转型国有企业后依法开展市场化经营、自负盈亏。据《中国经营报》记

职能趋向市场化

记者注意到,从2015年开始,就有城投平台逐步弱化政府属性并实现市场化转型。今年以来,则有20家城投平台主动选择市场化转型。

中证鹏元工商企业评级部研究员徐宁怡认为,城投平台进行职能转换,已经做了很多实质性工作。首先,该类城投公司存量贷款中需要财政偿还的部分已纳入地方财政预算管理并已落实预算资金来源。其次,这类城投公司存量贷款的抵押担保、贷款期限、还款方式等也已合格。

从20家平台发布的公告来看,大体呈现三方面内容。在城投业务运营方面,公告声明公司已经进行了市场化转型,建立健全现代企业制度,实现了自主经营、自担风险、自负盈亏的市场化运营模式;在城投债务管理方面,城投公司承担的地方债务已经纳入政府财政预算,并得到了妥善处置;此外,则是城投公司不再承担地方政府融资职能,对新增债务不再承担偿还责任,或以出资额为限承担有限责任。

比如福州某县于今年8月发布公告称,“公司具备独立法人资格,已建立现代企业制度并实现市场化经营,公司过去承担地方政府债

者不完全统计,今年已经有20家城投平台进行融资职能转型,实现更高水平市场化运作。

对此,多位行业人士认为,“城投平台进行职能转化,无论对于当地政府还是城投本身,都是好

事。一方面,从政府而言,根据相关文件要求,只有完成隐性债务‘清零’,城投平台才能进行职能转换。另一方面,从城投平台本身来说,城投市场化融资将更加多元,转型速度加快。”

人主动书面声明不承担政府融资职能;同时规范PPP融资,强调地方政府不得以借贷资金出资设立各类投资基金,严禁地方政府利用PPP、政府出资的各类投资基金等方式违法违规变相举债。“如果城投平台想通过吸引社会资本进行融资,就需要进行平台职能的转化,继而通过第三方增信等方式进行市场化运作融资,参与更多的PPP等项目。因此,保证债券、PPP等融资渠道的畅通成为城投平台进行职能转换的原因之一。”

值得注意的是,早在2018年,湖南某地就曾宣布10家城投平台一次性进行职能转换。公告内容则依据43号文、《国务院办公厅转发财政部发展改革委人民银行关于在公共服务领域推广政府和社会资本合作模式指导意见的通知》、《中共湖南省委湖南省人民政府关于严控政府性债务增长切实防范债务风险的若干意见》等文件的规定及要求。而就在同年审计署发布的《2018年第二季度国家重大政策措施落实情况跟踪审计结果》中,就提及湖南省多地在化解地方政府隐性债务、盘活存量资金方面,提前归还违规举借的政府隐性债务,“取得较好成效。”

化债与融资并举

哪些城投平台会优先被地方政府考虑进行职能转换?

记者梳理发现,从今年完成职能转换的城投平台来看,呈现两个特点,一是城投平台进行职能转换的多为产业平台公司,如文旅类或者矿产类公司。二是城投平台涉及委托代建、房产销售及租赁等非纯公益性业务。如有城投平台从事经营乡村建设项目投资业务,从事发电业务、供水业务等。对此,有业内人士认为,“地方政府发布城投平台职能转化,也有一定的选择性。如果是进行纯公益性业务的城投平台,则不会优先考虑。但是,如有经营能力和盈利能力的城投平台,随着其职能转化,有利于更好地开展市场化业务并且进行自主经营,则会优先进行职能转化。”

天风研究研报则认为,城投平台进行职能转换,主要出于防范和化解地方政府债务风险,且强调政府同城投新增债务的切割,对化解隐性债务的意义更侧重于增量的控制,而非存量的处理。城投退出公告包括两方面内容,一是从城投的业务经营模式角度出发,城投平台自身要实现自主经营、自担风险、自负盈亏的市场化经营模式;二是从城投的债务管理角度出发,城投退出地方政府融资平台,不再承担政府

实现业务提质增效

近几年,农商行陆续增加了非传统业务的工作,而这均需要通过外部合作才可以形成银行业务的闭环,这些可以通过金融信创系统提升效率。

记者了解到,对于遍布全国的几千家农商行、农信社等法人单位参与信创建工作的方式,目前仍以省农信联社为主体。

张劲告诉记者,由于很多农商行、信用社的IT主体依托在省农信联社的IT系统内,因此在农村金融机构里面,目前多采取以农信联社为单位来推进。“目前普遍由省农信联社主导整体布局,制定信创规划,省农信联社管理下的农商行等法人单位会结合省农信联社的信创规划,做局部和细化的落实。”

业内专家认为,银行的核心业务数据库的国产替代化对农商行来说具有业务的带动作用。此前,农商行以利差收入为主,业务结构简单。但近几年,农商行陆续增加了非传统业务的工作,而这均需要通过外部合作才可以形成银行业务的闭环,这些可以通过金融信创系统提升效率。

金融信创建工作对于农商行的业务带动作用主要体现在哪些方面?张劲向记者举例说,在目前乡村振兴、普惠三农的政策背景下,农民有很多农特产品,银行可以与本地大数据局对接农业数据,但按照传统架构的模式,很难快速做好系统迭代。而在信创架构构建的分布式的业务架构中,敏捷度方面会有较快的反应,可以快速构建新架构,实现业务上的快速突破。

在很多场景下的业务,如针对农特产品的大数据平台,协助本地区的农民快速实现供销存的周转,这些业务并不是银行的传统业务,但对银行的新场景业务来说,就需要这些新的业务系统给农商行一个弯道超车的机会,可以更快速地

对于目前农商行金融信创建设的障碍,张劲认为,目前可能主要面临思想维度、组织维度以及能力维度等三个维度的难点,也就是农商行需加强对信创系统建设改造、上新周期这个过程的接受度;此外,信创建工作也需银行的管理组织能力足够支撑;同时也会对农商行的IT治理能力提出挑战。

湖南一家城投公司融资部负责人告诉记者,对地方政府和城投平台来说,进行职能转化是化解隐性债务和拓宽融资渠道两条腿走路。“从2021年开始,地方化解隐性债务已经到了关键阶段,并且上海、广东等地已经率先宣布成为无隐性债务区域,从中可以释放明确信号,化解隐性债务直至‘清零’,是每一个地方政府必须完成的任务。同时,城投平台市场化转型随着近年来三年国企改革等政策的加持,转型也是大势所趋。所以,对城投平台来说,进行职能转换,不仅有利于拓宽融资渠道,在银行贷款、债券发行等方面更为市场化,同时也意味着不再为政府新增隐性债务,此前的存量债务也得到了有效处理。”

“所以需要满足10号文五个条件,才能够被银保监会划入‘退出为一般公司类’平台。在此之前,城投平台在贷款投向和债券发行上都有严格限制。但也应看到,地方政府在标准化、制度化推动融资平台转型方面作出的努力。各地方政府陆续推出关于推动融资平台市场化转型的实施意见,对推动融资平台市场化转型、妥善处置存量政府性债务、后续市场化融资等都进行了详细规定。未来城投平台市场化转型仍有可为。”上述业内人士表示。

业务场景更迭 汽车金融锚定数字化实践

本报记者 刘颖 张荣旺 北京报道

随着新能源汽车技术的不断成熟,和未来发展趋势的不可阻挡,各大汽车金融公司已经将新能源汽车作为开拓新业务的重点。

今年,广汽汇理汽车金融有限公司(以下简称“广汽汽金”)和广汽

埃安新能源汽车股份有限公司(以下简称“广汽埃安”)联合启动云直联,这不仅使得广汽汇理成为首家实现与广汽埃安APP全面数字服务集成的金融合作伙伴,更是金融机构对新能源汽车大力支持的体现。

此外,上汽通用汽车金融有限责任公司(以下简称“通用汽金”)推出

“小管家”APP,实现新车和二手车在线申请、客户预审、电子合同签署等重要功能的掌上“一站式”操作,同年推出基于大数据底层逻辑打造了智能化的“北斗星”零售信贷审批系统,形成一整套完整的系统解决方案等。

对此,贝恩公司全球合伙人赵雯婷对《中国经营报》记者表示,

车联网是汽车产业发展的大趋势,车联网数据的应用将重构车企与车主的关系,通过数字化的全面普及,车联网会全面覆盖,而这也将会让汽车成为一个“智能车机”,让汽车金融公司有机会成为一家科技企业。而业务数据化将帮助汽车金融公司更懂用户,最终受惠于用户。

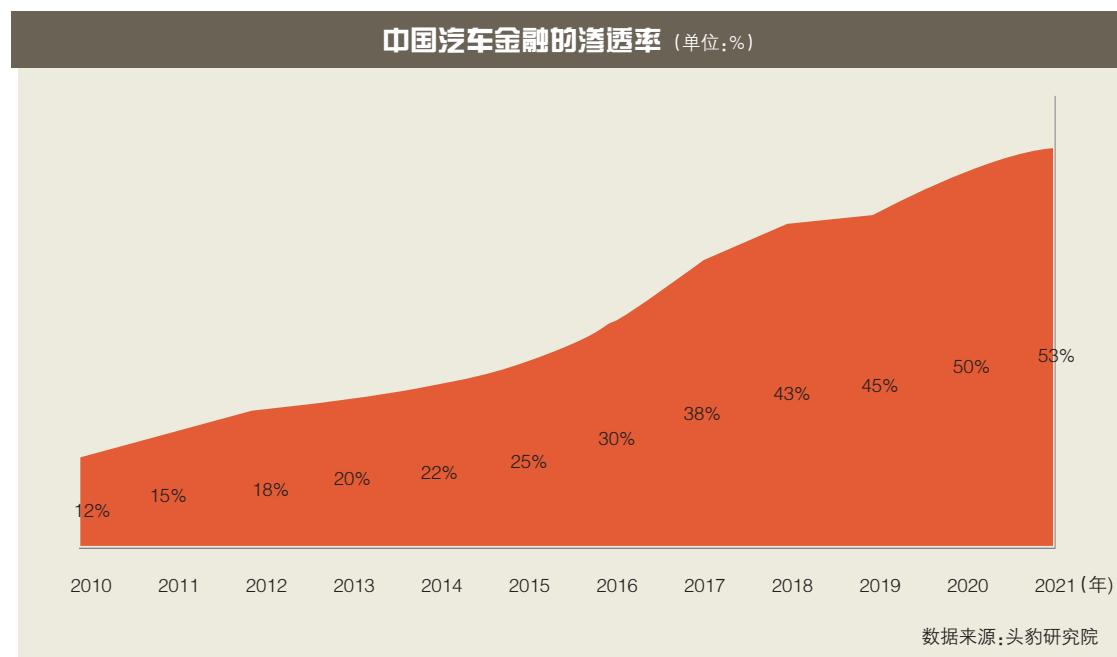
场景更替重塑业务模式

头部企业正积极探索汽车金融业务数字化转型,依托人工智能、大数据、车联网、生物识别等技术手段实现业务的线上化、智能化开展。

新一代信息技术在汽车行业加速渗透,汽车正在成为车轮上的数据中心,新能源汽车也将从单纯的交通工具向移动智能终端、储能单元和数字空间转变。而转变的不仅仅是汽车本身,还包括新基建、智能交通以及汽车服务等。

中关村科金副总裁邓江指出,汽车金融市场增长前景广阔,市场份额竞争日益白热化。随着车联网、人工智能、大数据等科技的不断发展催生出线上购车新场景,传统的线下4S店购车模式已无法满足年轻一代的消费习惯。对于市场参与主体,无论是市场端、运营端还是风险端,都需要进一步加速数字化转型,通过科技赋能来应对不断变化的外部环境,建立满足数字化购车场景的一站式服务生态。通过打造“选车”+“分期购车”+“提车”的一站式数字化服务体系为消费者提供便捷、高效的购车服务,提升用户体验、强化市场竞争力、激发产业活力。这就需要汽车金融机构搭建一整套的数智化业务系统平台,涵盖产品营销、电子签约、产品管理、渠道管理、贷后风控、贷后催收等系统功能,满足汽车金融业务线上化的运营管理需求。

邓江认为,传统的汽车贷款流程涉及业务申请、业务审核、业务审批、业务发放、贷后管理,业



务办理流程繁琐且耗时耗力。受汽车产业“新四化”趋势影响,头部企业正积极探索汽车金融业务数字化转型,依托人工智能、大数据、车联网、生物识别等技术手段实现业务的线上化、智能化开展。通过产品准入、自动审批、客户评级、智能定价、反欺诈、风险预警、贷后催收等智能手段形成完整的数字化业务闭环,为企业角逐市场份额提供了制胜要素。

事实上,不少汽车金融公司已经在进行数字化转型的相关实践。

通用汽金告诉记者,公司在

2019年便开发推出“小管家”APP,实现新车和二手车在线申请、客户预审、电子合同签署等重要功能的掌上“一站式”操作,同年推出基于大数据底层逻辑打造了智能化的“北斗星”零售信贷审批系统,形成一整套完整的系统解决方案。2022年,通用汽金在批发业务方面上线了“鹏腾”系统,经销商可通过该系统进行各类业务的在线服务,实现业务无纸化、节点透明化、部分审批自动化。

今年5月27日,广汽汽金和广汽埃安联合启动云直联,这不仅使得广汽汇理成为首家实现与

广汽埃安APP全面数字服务集成的金融合作伙伴,更是金融机构对新能源汽车大力支持的体现。

此外,大众汽车金融(中国)有限公司(以下简称“大众汽金”)近年来在“车机系统”领域实施重点优化,车辆通过车主认证后,实现互联网接入、手机APP互动等功能,在一定程度上减少了汽车金融领域的欺诈类型案件的发生,比如以往的身份冒用、车辆失窃等问题,近些年随着数字化已经得到了很大改善,汽车金融风控所关注的“人、车、场景”也得到了进一步相互印证。

识别市场新机遇

汽车金融公司在做贷后管理时,可以多方面了解客户的使用行为、驾驶习惯和行车地点等,可以帮助汽车金融公司全面了解车辆,从而更好地做好残值评估。

赵雯婷指出,当前,主机厂和经销商都面临经营生存和深度转型的双重压力,对于汽车金融公司来说,需要紧密联合主机厂、经销商,从营销、服务、产品等方面深度融入汽车销售体系,共同识别市场机遇。

其中,广汽汽金服务流程进行了创新。“公司针对服务流程进行创新,通过微信自助电签、OCR技术应用、移动端潜客信息跟踪等功能,不断提升智能化、线上化水平。公司还将强化客户生命周期全周期管理,对新车销售、延保、保值回购、用车出行等全周期进行价值挖掘,强化对客户购车和用车不同阶段的服务。面对多样化的合作企业所提出的纷繁多样的服务需求,公司定制了多套合作方式,组建更完善更多样化的服务团队。”广汽汽金方面表示。

前几年,新能源汽车特别是电动汽车,由于残值问题使得金融机构对其开展信贷或者融资租赁业务持谨慎态度,以至于汽车厂家多次在公开场合呼吁金融机构多点支持新能源汽车。事实上,针对新能源销售模式、客群变化,研究、储备、上线新的金融模式及产品,是金融机构实现未来可持续增长及发展的必然选择。

对此,大众汽金针对新能源品牌,推出普通月还产品、尾款型产品、灵活尾款产品,以及符合新能源汽车特点的超长期限的定额电池租赁产品,及车电分离后车身部分的车辆零售信贷产品等。

为解决客户对新能源车残值及车价(包含电池后车价偏高)的顾虑,大众汽金等多家汽车金融公司推出新能源残值担保服务等政策。

记者了解到,一些车企、动力电池、换电设施及电力企业纷纷参

与到电池银行的建设中来,从根本上解决客户对电池续航里程低、价格高的顾虑。

此外,赵雯婷认为,汽车金融公司在做贷后管理时,可以多方面了解客户的使用行为、驾驶习惯和行车地点等,可以帮助汽车金融公司全面了解车辆,从而更好地做好残值评估。

另外,赵雯婷也表示,如果出现逾期情况,技术层面新能源车可以实现远程制动,这也在一定程度上增加风险管理的有效性。

在传统燃油车增长乏力、新能源汽车渗透率持续提升、二手车市场逐步走向规范的市场背景下,金融机构也在积极调整竞争赛道,培养全场景服务能力。

9月15日,国家市场监管总局企业名称申报登记公告显示,核准了企业名称为“宝马(中国)保险经纪有限公司”。根据宝马汽车金融(中国)有限公司的官方介绍,宝马汽车金融旨在为宝马集团经销商及集团客户提供高端金融产品及服务,公司即将正式开展的保险及信用卡等业务,以拓宽服务范围,丰富产品内容。

赵雯婷指出,如今汽车金融公司线上化服务已经初具规模,汽车金融公司应重点研究如何提升车主价值,为整个汽车交易的闭环引流。

在邓江看来,我国汽车金融业务发展潜力巨大,但市场环境错综复杂。作为参与主体,应积极拥抱前沿科技,提升汽车金融业务的数字化程度。向上要打通渠道,搭建互联、开放、智能的数字化平台生态;向下要有强有力的技术支撑,利用科技驱动传统业务流程的升级改造,才能有效解决业务开展中的难题,提升机构的整体业务管理水平和市场竞争力。

中国人寿寿险公司推出国寿鑫瑞稳赢年金保险

近年来,随着人均可支配收入不断提高,年金保险以其安全性和稳定性优势,越来越受到广泛关注。中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿寿险公司”)于近期应势重磅推出国寿鑫瑞稳赢年金保险,为符合条件的客户给付特别生存金、年金、满期保险金,同时提供身故保障,以灵活的保障规划,乐享美好人生。

投保宽泛,各年龄段畅享无忧未来。该保险产品投保范围宽泛,覆盖人群广,凡出生二十八日以上、六十五周岁以下,身体健康者均可投保。

交费多样,特别生存金领取逐年递增。国寿鑫瑞稳赢年金保险自合同生效年满五个保单年度后的首个年生效对应日起,至合同生效年满十个保单年度后的首个年生效对应日前,若被保险人生存至合同的年生效对应日,可于合同生效年满五个保单年度后的首个年生效对应日按照合同约定领取特别生存金;合同交费方式为一次性交付的,按合同基本保险金额确定的年交保险费的8%领取特别生存金;合同交费期间为三年的,按合同基本保险金额确定的年交保险费的30%领取特别生存金;合同交费期间为五年的,按合同基本保险金额确定的年交保险费的60%领取特别生存金;合同交费期间为八年的,按合同基本保险金额确定的年交保险费的80%领取特别生存金;合同交费期间为十年的,按合同基本保险金额确定的年交保险费的100%领取特别生存金。以后每个保单年度的年生效对应日,领取的特别生存金将在前一个保单年度的特别生存金领取金额基础上,按合同基本保险

金额确定的年交保险费的3%增加。

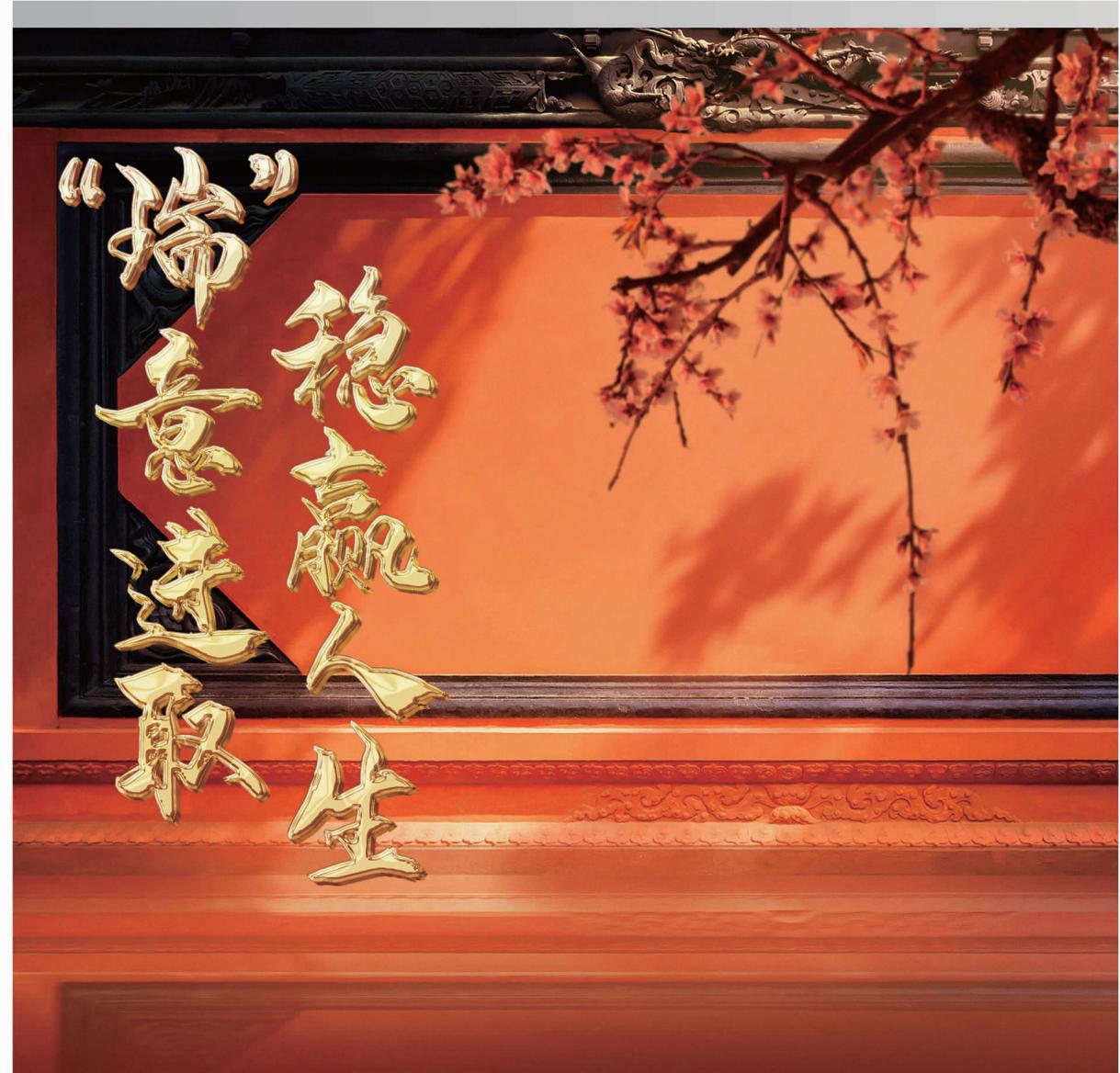
给付稳健,美好随心。该保险产品自合同生效年满十个保单年度后的首个年生效对应日起,至合同保险期间届满前,若被保险人生存至合同的年生效对应日,每年将按合同基本保险金额的100%领取年金。

满期领取,幸福无忧。被保险人生存至合同保险期间届满的年生效对应日,合同终止,可按合同基本保险金额的300%领取满期保险金。

身故保障,为爱延续。若被保险人于合同生效年满十个保单年度后的首个年生效对应日前身故,合同终止,公司按合同所交保险费(不计利息)给付身故保险金;若被保险人于合同生效年满十个保单年度后的首个年生效对应日起身故,合同终止,公司按合同未领取的年金和满期保险金之和给付身故保险金。

作为一款新推出的产品,国寿鑫瑞稳赢年金保险有效彰显保障功能的产品设计是中国人寿寿险公司以客户为中心,科学布局产品研发,推进高质量发展的具体体现,可帮助广大消费者运用保险工具规划和稳健幸福人生。

中国人寿寿险公司2022年第2季度的综合偿付能力充足率为235.56%,核心偿付能力充足率169.05%,已达到监管的要求。公司最近一期的风险综合评级,即2022年第2季度的风险综合评级结果为AAA。相关数据以公司公开披露信息为准。本文内容仅供参考,具体以《国寿鑫瑞稳赢年金保险利益条款》和《中国人寿保险股份有限公司个人保险基本条款》为准。



客户服务专线 95519 www.chinalife.com.cn

国寿鑫瑞稳赢年金保险

- 特别生存金 逐年享递增
- 满期保险金 幸福赢人生
- 年金给付稳 规划更随心
- 身故有保障 护航更安心

中国人寿保险股份有限公司
China Life Insurance Company Limited
北京市西城区金融大街16号

中国人寿
CHINA LIFE
相知多年 值得托付

促进区域协调发展 ——认真学习宣传贯彻党的二十大精神

多点发力 天津宝坻主动融入京津冀协同发展

本报记者 王登海 北京报道

京津冀协同发展是习近平总书记亲自谋划、亲自部署、亲自推动的重大国家战略。

党的二十大报告再次提出，推进京津冀协同发展。

助力“轨道上的京津冀”

京唐、京滨高铁的建设及津承、京沪二线的规划，让宝坻成为京唐秦发展轴上的重要节点。

协同发展，交通先行。

近年来，宝坻区以落实京津冀协同发展重大国家战略为契机，持续优化内外交通布局，构建“内畅外联”综合立体交通网，让宝坻“区位+交通”优势聚合凸显，城市空间和承接力有效提升。

宝坻区交通局介绍，京唐、京滨高铁的建设及津承、京沪二线的规划，让宝坻成为京唐秦发展轴上的重要节点。为确保京唐、京滨高铁早日通车，宝坻区成立了高铁建设领导小组，全力协助京唐、京滨高铁建设。完成了征地拆迁、前期手续办理、高铁沿线安全环境整治等一系列工作，做出了巨大努力和贡献，为高铁建设通车奠定了坚实基础。

目前，城际铁路宝坻枢纽站、

“京津冀协同发展是国之大者、国之大略、国之大计，是我们必须承担好的重大政治任务。宝坻区地处京津两市合作的前沿地带，京唐秦发展轴的重要节点，在协同发展大局中具有不可替代的地位和作用。”

党的二十大代表、天津市宝坻区委书

书记殷向杰在谈到推进京津冀协同发展重大国家战略时说。

“京津冀协同发展上升为国家重大战略，对宝坻区来说是一个千载难逢的历史性机遇。”日前，宝坻区方面在接受《中国经营报》记者采访时表示，京津冀协同发展战略实施以

来，宝坻区充分发挥自身在区位、交通、人文以及载体空间上的比较优势，主动谋划融入协同发展，在经济社会发展、城市空间等规划层面和基础设施建设、产业布局等具体方面，注重协同发展、分工错位进行总体设计，协同发展取得积极进展。



图为新建设的宝坻站。 本报资料室/图

时空距离，拉开宝坻发展骨架。实施通宁公路新建工程，畅通高铁站与周边路网的联通；实施“高铁站—京津中关村科技城”快速联通项目，联通宝坻站与京津中关村科技城，打造更高效、更便捷、更安全的便民公通道；实施九园公路改建工程，更好地服务唐山地区与天津地区的交通运输；实施宝武公路改建工程，贯穿宝坻区西部地区，极

大缓解城区交通压力；实施九园公路京哈跨线桥改建工程，畅通天津北部交通梗阻。

此外，宝坻区以“四好农村路”全国示范县创建为抓手，实施农村路网升级改造，构建“内畅”交通路网。年内实施区县级公路大中修工程18.3公里，区县级桥梁维修1座，乡村公路新改建3.347公里，新建桥梁1座。

多举措承接北京非首都功能

近年来，宝坻区以服务北京非首都功能为出发点，强化产业承接力度。

疏解北京非首都功能，是推动京津冀协同发展的“牛鼻子”。

“我们对照目标央企疏解清单，综合考虑宝坻基础条件和优势，积极走访联系邮储银行、国投电力、华润集团、华电集团等大型央企，并引进中关村医疗器械园、林德英利、中科拜克生物制药等北京方向产业项目150多个，计划总投资近500多亿元。其中，今年就完成承接北京非首都功能疏解项目协议投资额62.3亿元，可以说在产业承接方面取得累累硕果。”宝坻区发改委介绍，近年来，宝坻区以服务北京非首都功

能为出发点，强化产业承接力度。持续深化与北京方面交流合作，着力引进区域性、功能性总部和优质企业，加快打造北京非首都功能疏解重要承载地。

同时，宝坻区以促进产业升级为落脚点，不断完善产业链。依托京津中关村科技城、宝坻经济开发区等重点承接载体，笃定“制造业立区”不动摇，深入实施“链长制”，着力串链、补链、强链，推动产业发展。

据介绍，目前，宝坻区已形成了以安泰天龙铝业、瑞源电缆、首

瑞电气等为龙头的智能装备产业链，以国安盟固利、荣盛盟固利等为龙头的动力电池产业链，以林德英利、联恒工业等为龙头的汽车配件产业链。

宝坻区发改委表示，下一步，宝坻区将在北京非首都功能疏解工作中持续发力。一是有效、错位承接北京外流企业，继续深化与央企、京企、科研院所等的联系对接，实施网格化招商、地毯式覆盖，服务北京非首都功能疏解的同时助力宝坻区高质量发展。二是服务北京城市副中心建设，充分放大现

有基础和优势，抢抓高铁机遇，整合宝坻商贸、人文、生态、旅游等特色资源，加快打造区域消费枢纽，为迎接北京方向特色化消费需求做好准备。三是做强非首都功能疏解平台，大力建设京津中关村科技城、京津新城现代服务业集聚区和高铁站前区三个重点承接平台，完善配套服务设施，补齐短板弱项，确保“京凤凰”引得来、留得住。四是持续优化对企服务，针对重点企业强化跟踪对接，依托“跨省通办”，简化材料办理流程，让企业落地更省心、项目建设更快捷。

环境保护协同治理

今年以来，宝坻区生态环境局与周边地区生态环境部门联合行动，累计出动执法人员4153人次，检查企业1046家次，发现问题343个，立案76家次，处罚金额96万元，均已依法依规整改完毕，形成了联合执法的震慑力和齐抓共管的工作合力。

生态环境是京津冀协同发展的重要支撑，也是协同发展三大率先突破的重点领域之一。

近年来，宝坻区始终坚持把生态保护作为协同发展的一项重要举措来抓，强化联合执法、协同治理以及联合应急演练，凝聚区域协同作战强大合力，取得了积极进展。

宝坻区生态环境局介绍，宝坻区在现有京津冀协同发展有关协议的基础上，积极与周边市、区、县对接研讨，召开协同共商工作会议，结合各地产业结构特点和污染结构特征，提升生态保护协同深度和广度。近年来，相继签订了《宝坻区、玉田县、香河县、三河市区域生态环境保护协同机制框架协议》《通州区、宝坻区、唐山市区域生态环境保护协同机制框架协议》等，强化信息通报、数据共享、联防联控、应急处置等方面合作，协同事项进一步细化，合作领域不断拓展。

同时，宝坻区生态环境局还在“水陆空”领域上与周边市、区、县开展协同作战。

在水生态方面，重点针对潮白新河、蓟运河等跨界河流加强水环境协同治理，完善水环境自动监测网，开展联合监测与会商，共同分析水环境质量波动原因，制定并落实应对措施，推动上下游一盘棋、左右岸同治理。目前，潮白河、蓟运河水质全面消劣，地表水考核断面全部达到Ⅳ类及以上。

大气生态方面，建立了大气污染联防联控工作机制，推行大气污染防治协作跨界监测、异地互查，在重污染天气期间进行联

合预警、联合响应、联合应对，共守一片蓝天，推动空气质量持续改善。2021全年空气质量达标天数比率同比增加4.8%，PM2.5平均浓度同比下降17.6%。

在危险废物管理方面，开展危险废物跨区域协同处置合作，对违法线索开展联合调查，严厉打击跨区域危险废物环境违法犯罪，建立危险废物产生、收集、转移、处置全过程监管，进一步筑牢安全链条。

宝坻区生态环境局还与周边地区生态环境部门协同开展联合执法行动，互派执法人员，共同排查、处置跨区域环境污染问题。

据介绍，今年以来，宝坻区生态环境局与周边地区生态环境部门联合行动，累计出动执法人员4153人次，检查企业1046家次，发现问题343个，立案76家次，处罚金额96万元，均已依法依规整改完毕，形成了联合执法的震慑力和齐抓共管的工作合力，有力保障区域生态环境质量不断提升。

“未来将在强化交通协同、产业协同、生态协同和公共服务协同等领域狠抓落实，加快破除制约协同发展的行政壁垒和体制机制障碍，把京津冀区域内创新要素集聚、产业基础雄厚、综合实力较强的优势充分发挥出来，形成引领高质量发展的重要引擎。”殷向杰说，党的二十大报告提出，深入实施区域协调发展战略、区域重大战略、主体功能区战略、新型城镇化战略，这激励我们要在服务和推进京津冀协同发展中作出新贡献。

甘肃庆阳：革命老区打造西部算力枢纽

西部算力枢纽

本报记者 黄永旭 北京报道

甘肃庆阳，曾经是陕甘宁革命根据地的重要组成部分。今年，“东数西算”国家工程落子庆阳，让革命老区迈入数字经济新赛道。同时，也为庆阳高质量发展注入新动能。

近期，国务院办公厅发布《关于对国务院第九次大督查发现的典型经验做法给予表扬的通报》，其中对甘肃省庆阳市全力打造“东数西算”大数据产业集群等60项典型经验做法予以通报表扬。

《中国经营报》记者了解到，今年以来，庆阳市全国一体化算力网络国家枢纽节点暨“东数西算”工程加速推进，从启动详规、土地征用储备到项目引进实施，各项工作已全面铺开。目前已开工项目7个，总投资19.76亿元。

甘肃省庆阳市工信局局长丑一斐表示，“东数西算”是国家战略，更是庆阳机遇。目前，庆阳市在全国一体化算力网络国家枢纽节点建设方面进展顺利，“东数西算”工程的良好态势和聚集效应正在加速形成。

如今，世界已经进入数字经济时代，随着数字技术向经济社会各领域的全面持续渗透，全社会对算力的需求十分迫切，算力成为全球战略竞争的新焦点。

业内专家介绍，“东数西算”工程是要通过构建数据中心、云计算、大数据一体化的新型算力网络体系，将东部算力需求有序引导到西部，优化数据中心建设布局，促进东西部协同联动。

2021年12月，国家发展改革委等四部委批复同意甘肃省启动建设

抢抓机遇

以“东数西算”试点工程为牵引，以打造千亿级数据信息产业链为目标，今年，庆阳谋划实施“东数西算”工程重大项目12个，总投资113.11亿元，目前各项规划、建设工作正有序进行中。

“围绕高质量建设国家枢纽节点，庆阳市出台了‘19条’政策。”庆阳市委宣传部相关负责人称，从财政支持等多方面扶持数字经济发

展，着力增强庆阳发展数字经济的“软实力”。

今年5月，庆阳市政府办印发

《庆阳市扶持数字经济发展的若干政策(试行)》(以下简称《若干政策》)和配套实施细则，聚焦财政奖补、税费减免、科技研发、人才支持、用地用房、金融支持、监管服务共7大方面19条政策，全方位支持庆阳数字经济发展。

《若干政策》提出，试行“极简审批”“不见面审批”“容缺受理登记”等制度；按照审慎包容监管原则，对新设立的新业态、新模式、新产业企业给予2年包容期，在包容期内通过行政指导等柔性监

管方式，引导和督促企业依法规范经营；对引进的重点企业，可按“一事一议”“一企一策”落实相应优惠政策。

丑一斐介绍，本着特事特办、快事快办的原则，庆阳市建立了项目落地快速审批机制。凡是“东数西算”产业园区的落地项目，由庆阳市直相关部门建立“绿色通道”，实行“一站式、一条龙”办理，依法合规简化项目落地审批流程，提升项目审批效率和落地速度。

此外，庆阳市提出全方位强化

要素保障。按照“资金跟着项目走、土地跟着项目走、资源跟着项目走”的导向，紧盯土地、网络、电力、新能源、人才等大数据企业在

项目实施过程中关心关注的关键问题，研究制定要素保障方案，统筹解决园区要素保障问题。

在用地方面，优先保障庆阳数据中心集群及示范项目用地需求，开辟绿色通道，实行快审快批，51天完成“东数西算”产业园区启动区1036亩土地报批及征迁工作，实现了“项目等地”向“地等项目”的

转变。

同时，协调三大运营商提早动手，建成开通多条直连链路，为“东数西算”提供网络保障。

庆阳市委宣传部方面称，为充分保障用电需求，综合考虑庆阳数据中心集群近远期规划负荷、变电站合理规模，庆阳规划园区新建750千伏变电站1座，330千伏变电站3座，110千伏变电站22座，按照项目施工建设阶段用电、项目投用阶段用电制定近期方案、过渡方案、远期方案，依照投资界面推进落实。

重点项目落地

近日，在国家数据中心集群(甘肃·庆阳)“东数西算”产业园区，各种大型机械设备轰鸣声此起彼伏，施工人员正在按照时间节点赶工期、抢进度。

围绕做大算力规模，搭建国家枢纽节点建设和“东数西算”工程

园区，规划布局枢纽资源调度区、数字经济人才培养基地、综合配套区、智算区、智产区、智能区6大板块产业区域，构建功能互补、布局合理的区域产业协作体系。

与此同时，庆阳市按照“1+1+N”(1个总体规划，1个产业规划，

电网、路网、网络、综合管沟及供排水、智慧能源等N个专项规划)规划体系编制园区规划，5个月完成构思和产业规划、总体规划编制，服务推动2个国家“东数西算”示范项目进入土地招拍挂环节。

庆阳市委宣传部相关负责人表

示，庆阳通过领导包抓、专家服务、每周调度等措施，全流程紧锣密鼓推进“东数西算”项目落地，成效显著。除了国家数据中心集群(甘肃·庆阳)“东数西算”产业园区之外，记者了解到，庆阳还有多个项目已经落地施工，建设进展迅速。

让“老树发新芽” 河南漯河助推民营企业扩投资强活力

本报记者 夏晨翔 北京报道

日前,国务院办公厅通报了第九次大督查中发现的典型经验做法,其中河南省漯河市因助推民营企业扩投资强活力受到表扬。

漯河是全国食品名城,卫龙、双汇、南街村等一大批知名的食品品牌均诞生于此地。在这里,

延伸食品产业链

事实上,漯河微康提出的“益生菌+”只是漯河食品产业“食品+”大框架下的一个细小单元。



漯河是全国食品名城,卫龙、双汇、南街村等一大批知名的食品品牌均诞生于此地。图为漯河微康发酵原液车间。
本报资料室/图

用于添加高温加工食品的凝结芽孢杆菌及制剂生产项目。

“经过益生菌联合研究开发,我们成功将益生菌应用在面包、饮料、乳制品等食品中,这些产品目前已成功进入市场,并且获得客户的广泛好评。将益生菌应用于传统休闲食品中,可以切实帮助企业转型,生产更高附加值和有竞争力的产品。”该负责人表示。

事实上,漯河微康提出的“益生菌+”只是漯河食品产业“食品+”大框架下的一个细小单元。

据了解,近年来,漯河市以“食品+”的理念梳理食品产业链上下游、左右岸,持续发力“六个打通”,即打通食品产业与生物医药产业,发展功能性食品、保健性

效投资、增强发展活力,让“老树焕发新芽”。

如今随着一批批新的产业项目快速落地,形成新的经济增长点,漯河市的食品产业营收先后跨越1000亿元、2000亿元台阶,创造了全市规上工业增加值的50%、营收的60%、税收的70%、利润的80%,成为河南万亿食品产业集群的重要支撑。

打造创新“发动机”

为加快培育创新主体,漯河市还设立了1亿元创新基金和5000万元风险补偿金。

漯河市民营企业的蓬勃发展,离不开当地坚持以科技创新赋能项目,持续提升项目的“含金量、含新量、含绿量”。

9月22日,河南省十大实验室之一,也是唯一由地市主导的省级实验室,中原食品实验室在漯河市正式挂牌运行,实验室由中国工程院院士任发政担任主任,10名院士担任学术委员会主任、副主任,组建有12支国家杰青、长江学者科创团队。

据了解,中原食品实验室将以高质量的科研成果推动食品产业技术创新,以“人才高地、创新之源、食品未来”为定位,着力打造“实验室+研究生院+孵化器+中试基地+产业基金+产业园区”的全链条科研转化体系,成为漯河市和全省全国食品产业技术创新的“火车头”。

提升营商“软实力”

为深化“万人助万企”活动,漯河市、县两级选派了2234名干部担任企业首席服务官,包联1730家企业,收集问题2200多个,解决率100%。

水深则鱼悦,城强则贾兴,良好的营商环境是企业投资和发展的重要因素。

记者了解到,近年来,漯河市坚持“项目为王”,引导各方力量向项目倾斜、各类要素向项目配置,做到“项目有人管、问题快解决、服务质量优、干部用心抓”,打造服务项目“全生命周期”的工作闭环。

据漯河市工信局相关负责人介绍,为深化“万人助万企”活动,漯河市、县两级选派了2234名干部担任企业首席服务官,包联1730家企业,收集问题2200多个,解决率100%。

“我们项目自立项以来,政府各个部门就主动对接,及时研究解决项目土地供应及开工涉及的各项审批手续。平时,项目用地等审批过程需要6个月以上,如今仅用了80天就完成了,并实现了开工建设。”双汇第二工业园5000万只

中原食品实验室要打造的是一个面向国际、立足全国、服务河南的人才高地,因此必须要汇聚、引育国内外高端人才。”9月24日,中国农业大学教授江正强在中国食品创新发展高峰论坛上表示。

记者了解到,在人才引进上,中原食品实验室将大力度引进院士团队、首席科学家、国家杰青、长江学者、研究生团队等一大批科创力量汇聚,形成“1+6+N”实验室人才和科技成果转化体系。

目前,12支由国家杰出青年、长江学者和300名研究生组成的科创团队陆续入驻实验室。金大地、三全、好想你枣业等196家知名工业企业参与产学研合作,累计上市产品294个,实现技术服务收入2.98亿元,增加营业收入113.5亿元。

此外,为加快培育创新主体,漯河市还设立了1亿元创新基金和5000万元风险补偿金,引导全社会加大研发投入,激活创新的动力源。

统计数据显示,漯河市全社会研发投入在去年增长23.9%的基础上,今年前8个月已超过去年全年,增长112%,规上工业企业研发活动将在年底实现全覆盖。去年全市高技术制造业增加值和战略性新兴产业分别增长25.1%、26.1%,今年国家科技型中小企业入库数较去年全年增长53.5%。

此外,漯河市还在全省首创“九条标准”建设创新型示范园区,推动创新平台、高层次人才、形象展示、云上线下交易、5G场景应用、智能化改造、生产性服务业配套等元素向园区集聚,实现高端化、集约化、内涵式发展。

免申即享等“一站式”服务。

依托“政策计算器”这一平台,漯河市将“企业找政策”变为“政策找企业”,企业注册登录后,系统将对企业信息和政策要素进行自动匹配,生成一份企业专属智能推荐报告,实现惠企政策“一键直达”。

在解决政策适配推送的同时,企业还可以在“政策计算器”平台上提出诉求,相关部门将限时处理,通过线上线下联动,实现企业诉求“一单通办、一单统揽”。

统计数据显示,截至9月底,漯河市市场主体总量达40万户,市场主体密度保持全省第1;全市新签约亿元以上项目185个、总投资1147亿元,其中超百亿元项目3个,超50亿元项目6个,超10亿元项目39个,国内外500强、上市公司、行业龙头企业投资项目71个,招商引资的态势持续向好。

支柱产业持续发力 前三季度重庆经济“稳”中提质

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

全国31个省(区、市,不含港澳台)经济三季报已陆续发布。

《中国经营报》记者梳理发现,前三季度各省市经济运行以稳为主,多数省市经济同比实现正增长,超半数省市经济增速跑赢全

稳中有升

随着11月2日浙江、陕西、吉林等地陆续发布前三季度经济运行情况,31个省市的相关数据已全部出炉。

从经济增速来看,前三季度中西部省市表现颇为“亮眼”。对比发现,31个省市中,前三季度经济增速在全国水平之上的有18个,其中多数为中西部省市;同时,前三季度经济增速前10名省市中,中西部省市占据了8席。

作为中西部地区唯一的直

辖市,前三季度重庆的经济增速也稍领先于全国水平,实现地区生产总值20835.06亿元,同比增长3.1%。

“前三季度重庆经济稳中有升,主要得益于各产业的全面发力,其中,汽摩、材料等支柱产业贡献尤大。”重庆前沿区域经济研究院院长、研究员李勇认为,从前三季度重庆经济增长来看,各产业普遍发力,工业方面发力尤为明显。

产业增速也与全国水平相当,其中第一产业增加值1366.26亿元,同比增长3.7%;第二产业增加值8375.27亿元,同比增长3.8%;第三产业增加值11093.53亿元,同比增长2.5%。

多位专家接受记者采访时表示,前三季度重庆经济基本面保持

稳定,经济总量实现较快发展,主要得益于当地各产业全面发力,工业尤其是汽摩、材料等支柱产业贡献较大,而为推动支柱产业保持高质量发展,当地仍需进一步保持“质量情结”,并在成渝地区双城经济圈建设背景下推动各领域优势产业协同发展。

“面对复杂严峻的国际环境和国内疫情多发散发、高温干旱少雨极端天气等超预期因素带来的严重冲击,重庆市高效统筹疫情防控和经济社会发展,着力推动稳经济一揽子政策,加快释放政策效能。”重庆工商大学长江上游经济研究中心研究员李然认为,前三季度重庆新产业带动、新业态引领作用增强,消费市场稳定增长,对当地经济总量实现较快发展起到了不小的推动作用。

从具体产业来看,前三季度第二产业对重庆经济增长的贡献率确实排在首位。数据显示,前三季度重庆第一产业实现增加值1366.26亿元,对经济增长贡献率为8.3%,拉动经济增长0.3个百分点;第二产业实现增加值8375.27亿元,对经济增长贡献率为47.9%,拉动经济增长1.5个百分点;第三产业实现增加值11093.53亿元,对经济增长贡献率为43.8%,拉动经济增长1.3个百分点。

尤其是对应用型人才的重视是重庆制造业发展的一个重要法宝。”李勇表示,作为传统的制造业城市,重庆工业门类全面,有一定的发展基础,军工等相关产业更有自身的发展优势;同时重庆素来重视职业教育,重视应用型人才的培养,因此相关产业发展质量能够保持稳中有升。

除制造业外,前三季度重庆消费市场也实现较快发展。前三季度,重庆实现社会消费品零售总额1.05万亿元,同比增长1.5%,增速较上半年提高0.4个百分点,高于全国水平0.8个百分点。

“前三季度,重庆聚焦升级粮油食品等优势消费品产业集群,培育个护美妆、渝派服装、巴渝美食工业化等特色消费品产业集群,推动实施22个消费品产业项目,完

成投资50.7亿元,投资进度88%,同比加快10.5个百分点,是经济发展的一大亮点。”李然指出,前三季度重庆多次发布促进消费的相关政策,同时积极调整消费结构,充分挖掘新型消费力,为恢复消费市场注入动力。

“中国对《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)各实施大幅度关税减免,可以让老百姓享受很多实惠,以此为契机可以进一步优化消费结构。”李然认为,在新发展阶段,人民对美好生活的向往总体上已经从“有没有”转向“好不好”,重庆要发挥新阶段消费的引领作用,不仅要积极优化消费结构、大力发展战略性新兴产业,以RCEP签署为契机,打造国际消费中心城市,还要积极改善城乡居民收入水平,积蓄消费动能。



前三季度,重庆经济基本面保持稳定,汽摩、材料等支柱产业贡献较大。图为11月2日在重庆举办的第二十届中国国际摩托车博览会,参展摩托车吸引民众参观。
中新社/图

仍需保持“质量情结”

值得注意的是,前三季度重庆外贸表现也较为强劲,进出口总值6259.5亿元,同比增长8.5%。其中,出口4074.5亿元,增长11.5%;进口2185亿元,增长3.3%。

“外贸快速增长主要得益于重庆内陆开放的优势得到有效释放,中欧班列、西部陆海新通道的运行效率得到提高,重庆开放型产业得到升级、内陆开放城市的国际影响力得到大幅度提升。”李然认为,重庆外贸要维持现有的快速增长,不仅要加强“一带一路”沿线与中国具有密切贸易往来与经贸投资,还要大力推动亚欧一体化大市场形成,并推进开放产业创新,构建多层次的开放产业体系。

“重庆出口产品单一、缺乏多元支撑,当前重庆迫切需要进行开放产业创新,丰富开放产品,构建多层次的开放产业体系。”李然指出,当前重庆进出口产品主要是电子信息产品,尤其高度依赖笔电产业。为构建多层次的开放产业体系,当地要顺应国家“一带一路”倡议引致的国际市场需求,推动开放型产业集群发展,从创新驱动、产业分工、消费市场、要素保障等方面进一步完善产业链、市场链和供给链。

除外贸外,李然认为重庆支柱产业要保持高质量发展,也需要保持战略定力,深怀“质量情结”。

“从国内外转型成功的国家和地区来看,没有经历真正的阵痛,也就没有经济增长动力的真正转换,经济增长就无法从‘要素驱动、投资驱动转向创新驱动’。”李然表示,当前最重要的是保持战略定力,不能追求“速度激情”,必须深怀“质量情结”,不能走粗放式发展的老路。

“成渝地区双城经济圈建设背景下,重庆支柱产业要保持高质量发展,应避免单打独斗,要推动川渝两地优势产业互为配套、互相促进式发展。”李勇则认为,当前川渝两地共建工业互联网,共同争取国家支持以布局大科学装置,自留一部分天然气等资源指标都是当务之急,同时两地发展优势特色产业的方向应主要瞄准新材料、装备、航空航天等领域。

抓好重点行业企业

从具体产业来看,前三季度重庆几大支柱产业发展质量进一步提升,为当地经济稳定恢复发挥了重要作用。

数据显示,前三季度重庆汽摩、电子、装备、材料和消费品五大支柱产业4升1降,除装备产业外均实现增长。其中,汽摩产业增加值同比增长8.1%,拉动规上工业增长1.5个百分点。

李然认为,前三季度重庆支柱产业发展质量进一步提升,主要得益于当地抓好重点行业企业和重大项目。

“抓好重点行业企业,意味着牵住了经济持续稳定恢复的‘牛鼻子’。”李然表示,前三季度重庆大力发展战略性产业集群的汽车产业、电子信息产业等,带动当地经济持续稳定恢复。

民营房企融资持续获支持 房地产销售边际改善

本报记者 余燕明 北京报道

“近期，房地产销售和贷款投放已有边际改善。随着中国城镇化进程不断推进，我们相信房地产市场能保持平稳健康发展。”央行行长易纲近日说。

日前，易纲在香港金管局“国际金融领袖投资峰会”上作出了这一表态。他强调，房地产行业关联很多上下游行业，房地产市场区域特

民营房企增信发债拟扩围

“增信支持发债的民营房企范围在扩大，有利于畅通民营房企融资渠道。”

今年10月底，央行副行长潘功胜前往中债增信公司开展专题调研，并召开座谈会。潘功胜表示，近期以来，中债增信公司支持民营房企发债融资工作，对维护民营房企债券融资稳定发挥了重要作用，产生了良好效果。在坚持“房子是用来住的、不是用来炒的”定位的同时，加大对民营房企债券融资的支持力度。

据《中国经营报》记者了解，中债增信公司已获得单一主体集中度监管豁免，可支持前期已获得增信的民营房企的持续发债需求。

针对龙湖拓展、碧桂园、新城控股、美的置业、旭辉集团等多家民营房企的流动性资金需求，中债增信公司不断推进通过增信方式发债，帮助民营房企平稳接续债务，提振市场信心，确保民营房企开发项目的正常建设和按期完工。此外，金辉控股、新希望地产和合景泰富等民营房企也有意向采用增信模式发债融资。

今年10月中旬，卓越集团完成了2022年第一期中期票据簿记发行，本金规模6亿元，发行利率3.5%，由中债增信公司通过直接担保方式提供增信支持，银行、理财、

征明显且差异很大，各城市政府在稳定房地产市场中发挥着重要作用。央行积极支持房地产行业健康发展，降低了个人住房贷款利率和首付比例，鼓励银行通过“保交楼”专项借款支持已售住房建设交付，支持刚性和改善性住房需求。

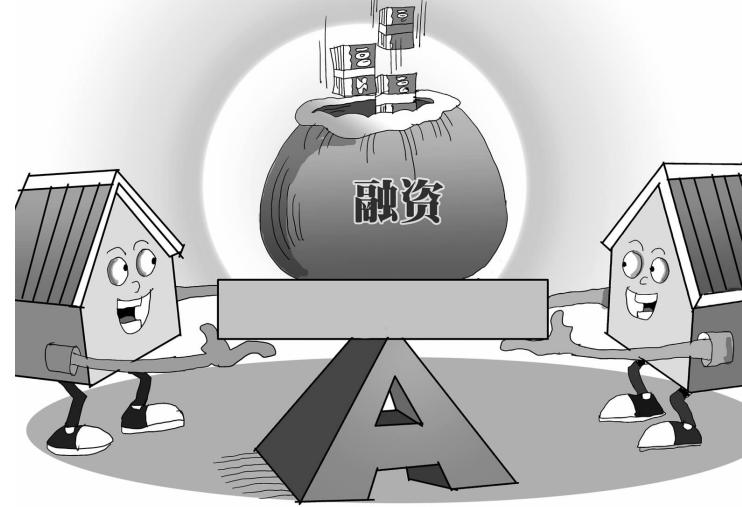
最近，交易商协会、房地产业协会联合中债信用增进投资股份有限公司（以下简称“中债增信公司”），召集金辉控股、新希望地产、

德信中国、大华集团、仁恒置业、雅居乐等21家民营房企召开座谈会，介绍中债增信公司支持民营房企发债融资工作相关进展，并听取各方意见建议。

这次座谈会是交易商协会从今年8月以来第三次召开民营房企座谈会。今年8月以来，中债增信公司已推进了十余单房企增信项目，支持新城控股、美的置业、龙

湖拓展、碧桂园、旭辉集团、卓越集团等多家民营房企发债融资83.68亿元，累计带动民营房企发债融资155亿元。

据了解，龙湖拓展、美的置业、新城控股、碧桂园、旭辉集团、卓越集团等民营房企正在推进第二轮增信发行项目，金辉控股、新希望地产、雅居乐等民营房企发债融资也在积极准备中。



近期，交易商协会召集21家民营房企召开座谈会，介绍中债增信公司支持民营房企发债融资工作相关进展，并听取各方意见建议。

企遇到的发展困难是阶段性的，主要是受各方快速去杠杆、非理性收缩等因素影响，这就需要发挥金融市场跨期资源配置作用，帮助民营房企穿越经济和行业周期，中债增信公司对民营房企发债融资给予支持，可以帮助市场回归理性判断，修复对民营房企的信心。

据记者了解，近期部分优质民营房企在更加主动地进行债务管理。在今年前三季度合约销售额同比下滑了48%的情况下，雅居乐集团仍然如约兑付了多笔债券。今年10月，雅居乐集团已经先后按期偿付了一笔本金为15亿元的境内私募债及一笔本金为9.5亿元的优先级资产支持证券。

近日，龙湖集团提前偿还了51亿港元银团贷款，这些贷款的到期日为2023年。龙湖集团还计划继续偿还34.5亿港元银团贷款，并已向贷款行发出了提前还款通知，这些贷款的到期日也是2023年。此外，龙湖集团控股股东还在公开市场上收购了合计780万美元本金的由该公司发行的优先票据。

龙湖集团首席财务官赵铁在日前举办的投资人电话会议上表示，公司正在着手准备资金赎回明年4月到期的美元债，完成后2023年到期的刚性债务只有200亿元左右，且集中在下半年。龙湖明年在境外没有任何到期债务。

吴亚军交班 仕官生陈序平接棒 龙湖集团去家族化

本报记者 余燕明 北京报道

10月最后一个周五港股收盘后，龙湖集团控股有限公司（00960.HK，以下简称“龙湖集团”）宣布，吴亚军辞任执行董事、董事会主席，转任上市公司战略发展顾问。

今年58岁的吴亚军，1994年创办了龙湖集团，执掌公司的时间长达28年。在中国，这个年龄的大部分女性，都已经退休。

与吴亚军一同卸任执行董事职务的，还有她的老搭档邵明晓，转任非执行董事。邵明晓在2006年加入龙湖集团，2011年开始担任执行董事。今年3月，他已经交出了首席执行官的职位，并获委任为董事会副主席。

“准备了很久”

对龙湖集团在此时宣布进行交接班，吴亚军也很紧张，因为难以预料可能会引发的市场反应。

10月底发布的这份重大人事变动公告，龙湖集团提前做了大量准备。趁着周六日港股休市，龙湖集团连续两天召开了投资人电话会议，吴亚军都亲自出席了。她耐心地向市场传递一个信息，这时候交接班并不意外，之前已经准备了很久，也有充足的理由。

在投资人电话会议上，吴亚军表示，此次辞任“虽然所有人大吃一惊，但我不觉得突然”。吴亚军的卸任，也许会发生在今年更早一些时候，但现阶段房地产行业的波动起伏，吴亚军和龙湖集团都有顾虑。

今年8月上旬，瑞银发布了一份研究报告，当中对几家国内民营房企的现金流状况表达了担忧，并下调了这些民营房企的信用评级。同日，还有市场消息称龙湖集团的商票出现了拒付违约。龙湖集团当天港股收盘下跌逾16%。

受房地产行情整体低迷影响，

龙湖集团选择在周五港股收盘后发布人事变动，试图预留充分的时间让投资者消化这一信息。近一年时间里，市场对民营房企的风吹草动极为敏感。

接下来的周六日连续两天，龙湖集团专门召开了两场投资人电话会议，吴亚军都有亲自出席，发言答问。她强调自己从公司退任的一个重要原因，是身体状况不允许过度操劳。

根据吴亚军自述，她长期患有糖尿病、甲状腺减退，前段时间做了一个眼睛手术，还需要继续治疗。过去几年，心脏还有问题，一直心率过快，最近出现了心悸，有待进一步检查。

尽管龙湖集团已经为吴亚军的交棒接班做了足够的缓冲铺排，

但二级市场仍没有完全消化掉这一重大人事变动。

宣布吴亚军卸任后的第一个股票交易日，龙湖集团在港股低开近15%，盘中一度跌超40%，创下历史最大日跌幅。同时，龙湖集团名下债券多数下跌，盘中触发临时停牌。当天，龙湖集团收跌近24%，每股价跌至10港元，总市值只有628亿港元左右。

为了抵消投资者对龙湖集团经营状况和财务业绩的担忧。10月31日，龙湖集团安排了51亿港元资金，提前偿还了2023年到期的部分银团贷款。吴亚军家族信托实际控制的上市公司控股股东，当天通过公开市场增持了龙湖集团300万股股票、500万美元优先票据，以表示坚定看好公司和行业

发展前景。

接班执掌龙湖集团的职业经理人是现年40岁的陈序平，他是龙湖集团一手培养起来的仕官生。陈序平在2008年通过校招加入龙湖集团以后，历任项目经理、项目经理、地区公司总经理及集团地产航道总经理。

今年3月，陈序平就已经接任了首席执行官职位。此前龙湖集团的这一职位由吴亚军、邵明晓先后担任。

至此，陈序平已经出任了上市公司的执行董事、董事会主席和首席执行官，成为龙湖集团真正的掌舵者。吴亚军顺利完成了对龙湖集团的交接班，把公司未来的经营管理权交给了职业经理人，而不是来自家族的亲友。

业经理人，而不是让家族成员接班，吴亚军自称是受到了美的集团老板何享健的启发。吴亚军曾经去美的集团考察学习企业数字化，在跟何享健和方洪波交流的时候，吴亚军注意到这两个人之间的互动形式非常好，彼此尊重和欣赏，同时也把企业做得更出色。

作为老板，吴亚军对龙湖集团管理模式的思考，深度机构化、职业经理人化一直是重要的特征。早在2011年，吴亚军就把首席执行官的职权交给了邵明晓，在公司管理上退居二线。从何享健交班模式上得到的启发，吴亚军更加笃定可以把龙湖集团交给职业经理人来打理。

卸任了执行董事和董事会主席，吴亚军现在龙湖集团的新职务是战略发展顾问。为了让投资人安心，吴亚军在电话会议上表示，“我是公司大股东，我的大部分资产在股票里，跟你们坐在一条板凳上。我还是会关注龙湖的经营情况，关注商业模式对不对，

在哪儿做生意，跟谁做生意，能不能赚钱”。

龙湖集团在上市之初，吴亚军就通过设立安排家族信托实现了对公司的控制。目前，龙湖集团的控股股东为Charm Talent International Limited（以下简称“Charm Talent”），直接持有上市公司大约27.23亿股股份，占已发行总股本的43.41%。

Charm Talent由Silver Sea Assets Limited（以下简称“Silver Sea”）全资持股，而Silver Sea则是由HSBC International Trustee Limited（汇丰信托）以XTH信托的受托人身份全资控制。

XTH信托是由吴亚军的女儿蔡馨仪通过汇丰信托作为受托人设立的一项全权信托。2018年，吴亚军将其设立的吴氏家族信托所持Silver Sea的全部股权转让予XTH信托。不过，在控制权安排上，蔡馨仪已承诺促致控股股东Charm Talent根据吴亚军的指示行使所持龙湖集团全部股份的投票权。

更待销售改善经营现金流

到今年10月底，国内房企在未来一年内到期的债务余额约为9553亿元，其中信用债余额约为6340亿元，海外债余额约为3213亿元。

“如果当前销售没有出现明显的复苏回暖态势，面对未来一年到期规模庞大的债务，民营房企仍然面临巨大的偿债压力。”刘水称，“需要更有效的系统性措施，在需求端、供给端、金融端同时发力，防范化解民营房企的债务风险。”

根据中指研究院的统计，到今年10月底，国内房企在未来一年内到期的债务余额约为9553亿元，其中信用债余额约为6340亿元，海外债余额约为3213亿元。

对此，刘水建议，在需求端加大刚需和改善性需求释放的支持力度，特别是重点城市具有示范和带动效应，在限购、限贷方面进一步调整放松，促进销售回暖。销售回款增加，能够补充房企的经营现金流。

在供给端对部分民营房企进行混改和增信，提高信用水平，从而增强融资能力。目前金融机构对房地产行业预期较弱，部分民营房企依靠自身能力，很难有效融资。在金融端，需要从贷款、发债等方面出台具体措施，定向支持民营房企融资，修复金融机构对房地产行业的信心。

惠誉评级企业研究董事沈家超表示，近期国内房地产政策宽松带动了一些高线城市和国有房企的市场表现，但是只要购房者信心持续低迷，新房销售就很可能难以得到显著改善。房企能否如期保质交房，依然是消费者购买期房的主要担忧。

房企延期交房可能会继续抑制消费者购买新房的意愿。当前解决

“保交付”问题的措施，如政策性银行提供专项贷款、商业银行成立房地产纾困基金为停工项目提供建设资金，一定程度上有所帮助。

“但是，这些措施实施起来可能面临挑战，并且若要大幅恢复市场信心，亦尚需时日。”沈家超说。

根据中指研究院的数据，2022年前10个月，百强房企销售额接近6.1万亿元，同比下降了43.4%，降幅较上月收窄了1.7个百分点。其中，百强房企单月销售额同比下降了26.5%，环比增长了1.6%。

百强房企之间的销售业绩分化仍然明显。据克而瑞研究中心的数据，今年10月，单月销售业绩环比增长的百强房企占比近半。其中，前50强房企销售表现优于行业整体，逾30家房企实现单月环比增长。

相比民营房企，央国企凭借其经营稳健、市场信誉较高等优势，积极推盘营销，在今年10月份完成了抢收。比如，招商蛇口单月销售额同比增长了51.8%，华润置地同比增长了36.6%，中海地产、建发股份、华发股份的销售表现同样出色，单月环比增幅均高于30%。

“一方面，央国企集中布局在一二线核心城市，凭借稳健的经营、畅通的融资优势和政府信用背书，更受购房者信赖。”中指研究院相关分析师在报告中称，“另一方面，央国企积极通过多盘联动、打造购房节、促销活动及提供特惠房源等为销售造势、蓄客，进一步转化成了销售业绩的增长。”

仕官生陈序平

对于新的掌舵者陈序平来说，吴亚军和邵明晓对这位年轻高管都给出了很高的评价。

吴亚军说陈序平是一位成熟的接班人，“我觉得他在投入度、忠诚度和商业思路上，是一位可造之材。”吴亚军为自己挑选的接班人，是龙湖集团一手培养提拔起来的仕官生，而不是空降的职业经理人。

“龙湖集团早就是深度机构化了，我们的干部队伍是一层一层培养到今天，他们担当了重要岗位，对公司的忠诚度、对公司文化和价值观的理解，贯彻稳健和审慎的经营原则，都没有问题。”吴亚军说，她已经关注陈序平的成长有十几年时间了，尤其在最近七八年，跟陈序平有过很多的交流，“一路看着他走来。”

2008年从清华大学土木工程专业毕业后，陈序平就加入了龙湖集团成为一名仕官生，这是龙湖集团面向校招生推出的一项内部人才培养计划。在龙湖集团内部，仕官生的职业发展路径通常是在两三年内做到项目总经理，五年以内晋升中层管理人员，个别优秀的仕官生在十年内能够成为集团高管。

作为一名仕官生，过去14年职业履历里，陈序平在龙湖集团先后担任了项目经理、项目总经理、地区公司总经理及集团地产航道总经理。

陈序平在2016年底接任了龙湖集团成都公司总经理，当时龙湖集团在成都的全年销售额是70.5亿元。到2020年底，龙湖集团在成都的全年销售额已增长至225.4亿元。

陈序平在担任龙湖集团成都公司总经理期间，充分展现了他的业务与领导能力。从2016年到2021年之间，成都公司无论是住宅开发业务，还是基于TOD模式的商业运营、长租公寓、智慧服务等航道，以及养老等“点心”业务，都能够排在龙湖集团各个城市的前列位置。

2021年7月，龙湖集团进行了新一轮的组织架构调整，新设立地产航道，由陈序平出任总经理。由

此，C1地产开发、C2商业运营、C3长租公寓、C4智慧服务、C5房屋租赁、C6房屋装修并列成为了龙湖集团的六大航道业务。

地产开发业务一直都是龙湖集团最主要的收入来源，陈序平负责的C1地产开发航道，不只是统管住宅开发、商业、长租公寓等其他重资产相关的航道业务，如土地获取、建造等平台化功能，也都置于C1地产开发航道业务之下。

龙湖集团向投资者公开推介陈序平，是在2021年8月，当时他与吴亚军、邵明晓一起出席了龙湖集团2021年中期业绩会。当着众多投资人和媒体，邵明晓说，“陈序平是一位知识结构非常全面、十分勤奋，而且领导力很强的集团高管。他非常年轻，出生于1982年，是从我们内部体系里培养出来的年轻高管。”

陈序平在2021年3月接任了首席执行官的职位后，2022年度中期业绩会上，吴亚军表示对陈序平取得的成绩感到满意，“陈序平在过去近半年CEO职位上的工作，超出了我的预期。”

在电话会议上，陈序平向投资人表示，“我现在兼任CEO，从战略到执行都要贯彻下去。房地产行业发展到今天，我们在战略上梳理得很清晰，执行过程中也非常透明。龙湖集团现有的五大主航道（整合后），每个项目都要执行到位，确保战略落地。”

陈序平也进一步介绍，龙湖集团在今天取得的成绩，除了这么多年的稳健经营之外，也与从去年开始的战略聚焦不无关系。在战略聚焦上主要有两个重点，一是城市聚焦，二是航道聚焦。

“未来五年时间，我们的目标是商业、租赁住房、空间服务、智慧营造这四个经营性航道产生的利润占比过半，收入占整个集团的30%。”陈序平说，“那时候，龙湖集团就完成了去地产化。二十年后，龙湖集团在地产之外的经营性收入目标，做到1000亿元。”

房企积极入局代建市场

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

随着房地产行业全方位去杠杆,资本端和承建商相分离已成为业内重要现象。原本冷门的代建业务因“轻资产”的特性受到业内关注。

从去年下半年开始,入局代建

纾困类代建带来市场机会

从去年下半年以来,相关问题项目的纾困工作为代建市场带来了不少业务机会。

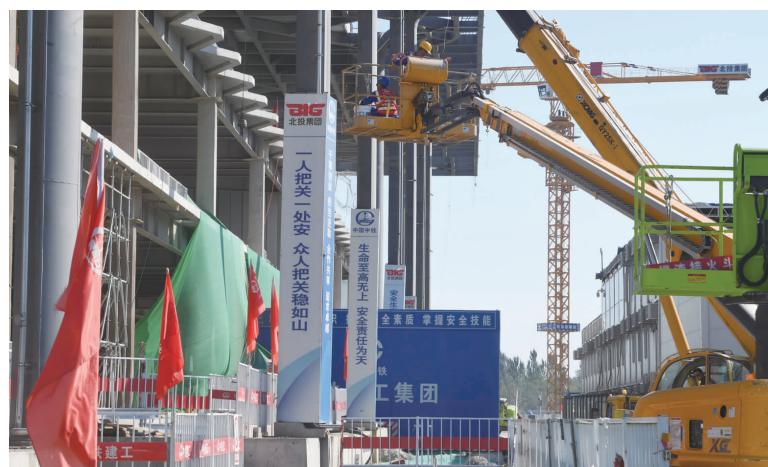
10月18日,中交地产与信达地产战略合作协议签约仪式在北京举行,“房地产纾困类代建项目”成为本次合作的关注焦点。信达地产党委书记、董事长石爱民表示,信达将与中交地产在房地产纾困类代建项目、不动产资源整合、城市更新以及房地产开发运营等领域全面展开战略合作。

一位房企业内人士告诉记者,所谓“纾困类代建”,主要是自房企融资端受限以来,不少企业流动性受到冲击,旗下部分楼盘停工甚至烂尾。“这些项目并非全部资不抵债,有部分只是因企业短期内流动性紧张而停工。如果引入资本方和代建企业在代建品牌溢价加持下,是可以实现单个项目盈收平衡的。”

上述信达地产即在此轮地产纾困中扮演了重要角色。据了解,信达地产为中国信达旗下的上市地产品平台,后者是由财政部控股的中央金融企业。在此次与中交地产合作之前,信达地产已拥有多个纾困项目的成功经验。以其对出险房企进行救助的首个成功落地的项目——广州南沙湾山海合悦项目为例,该地块两年前曾是南沙区单价地王,信达地产接手之后,与项目公司签订委托代建协议,负责该项目开发、建设、销售、物业服务等全过程管理,收取操盘代建费,通过设立针对公章使用的僵局解决机制、特殊降

业务的房企明显增加。据《中国经营报》记者不完全统计,目前已有包括绿城管理、中原建业等早期参与者,以及万科、旭辉、世茂、龙湖、碧桂园、中梁、朗诗等新入局者在内的40多家企业布局代建业务。

目前这些企业所分食的,除了商业代建业务之外,还包括纾困项



图为北投集团代建的北京城市副中心图书馆项目。
视觉中国/图

价权等举措加强投资资金回收保障,确保投资资金安全,今年9月份项目已顺利入市。

据了解,从去年下半年开始,信达地产就开始频繁参与出险房企的纾困,此前曾参与恒大、佳兆业、新力控股等房企的纾困项目。除了以信达系内部资源为盘活逻辑的“收购债权+操盘代建”的纾困方式外,随着接管项目增多,信达地产一直在寻找合适的代建方,这次与中交地产达成战略合作,除了多了一位代建的好伙伴,还有望增厚项目获取和资金实力优势。

中交地产党委书记、董事长李永前对此次合作表示,中交地产和信达地产在房地产及城市综合开发运营领域各有所长、优势互补,信达地产接手之后,与项目公司签订委托代建协议,负责该项目开发、建设、销售、物业服务等全过程管理,收取操盘代建费,通过设立针对公章使用的僵局解决机制、特殊降

从去年下半年以来,随着行业流动性遇困现象增多,相关问题项目的纾困工作为代建市场带来了不少业务机会。

以代建第一股绿城管理为例,CEO李军此前表示,盘活出险企业的烂尾项目成为今年上半年绿城管理的另一业务增量,该项业务在公司从无到有,上半年在公司新增项目中占比已达到10%,增幅显著。他由此判断,“未来2~3年该业务仍处于风口期。”

中指研究院企业事业部研究负责人刘水告诉记者,此类代建业务发展离不开代建方强大的经营管理能力,经营管理能力主要表现在产品具有较高的溢价能力、项目去化能力和营销能力,通过消除消费者对购买预售楼盘风险、品质、物业管理等多方面的疑虑,同时利用多渠道营销手段精准覆盖客群,并凭借其品牌溢价和客户基础,为委托方获得更高的投资回报。

据刘水介绍,当前纾困类代建项目落地越来越多,如华宇集团代建安徽恒大阳光半岛项目、绿城管理代建广州奥园云和公馆项目和江阴城南恒大项目等。

政府代建需求增加

不少地方政府加大了保障房、公建配套等项目的投入和建设力度。

除了纾困类项目的代建外,传统的政府代建业务成为今年代建领域的又一增量空间。

以中原建业为例,公司是业内第二家上市的代建企业,此前所从事的代建业务主要为商业代建,客户主要以河南省的中小型开发商为主。从去年下半年开始,受疫情和行业整体波动影响,中原建业在管项目合约销售也随之下滑,进而影响公司整体利润率。为了促进业务发展多元化,公司今年加大了政府代建、资本代建、问题项目纾困等业务的拓展力度。

中原建业相关负责人告诉记者,当前政府代建中很大一部分业务来自城投公司。据中原建业的统计,在整个河南省市场,去年1至9月份,地方国企和城投平台拿地占比在35%左右,而从去年9月到今年9月份,这部分占比已经达到56%。

据上述负责人介绍:“不少城投公司拿地是为了稳定土地市场,自身并没有相应的开发经验和地产全流程管理经验,之前也从未同时操盘过多个楼盘,因此后续需要寻找合作方,比如将地块委托给代建企业进行代建代售即是一种合作方式。”

刘水告诉记者,在房地产市场低谷期,城投公司自行开发项目面临一定的风险。这是因为城投拿的很多地块素质都偏差,一旦项目开发不利,就存在项目滞销、回款不利抑或是“国有资产流失”的风险。据中指研究院统计,目前全国范围内仅有约20%的城投公司具备房地产项目开发的经验和能

力,绝大部分城投企业在这方面经验不足。

从当前实际落地案例来看,已经披露的城投公司引入代建的项目不算多。刘水解释称,这主要是因为当前地方国企和城投拿地后,大部分地块尚未进入建设入市阶段。截至8月末,2021年集中供地项目整体入市率仅三成,地方国资平台项目整体入市率不足10%。

这也意味着后续此类代建业务仍有大量机会,中原建业相关负责人告诉记者,公司今年以来重点加强政府代建、资本代建的研究和探索,积极与地方城投平台对接,目前公司已与河南省内大部分县市确定了合作意向,后续会根据城投公司旗下所拿的地块情况确定相应的合作模式。同时公司也在尝试一种新的模式,即与地方城投公司成立合资公司,负责旗下所有竞得地块的代建工作,相比单个项目的合作更加高效。

据中原建业相关负责人介绍,公司目前所合作的政府代建项目主要以代建代售类项目为主,相较于其他类型的政府代建项目利润率更高。

除此之外,随着房地产市场的下行,不少地方政府加大了保障房、公建配套等项目的投入和建设力度。据统计,“十四五”期间,全国40个重点城市计划新增保障性租赁住房约650万套,其中,浙江、广东的供应目标均在120万套及以上。根据住建部要求,2022年全年预计建设筹集240万套(间),较上年增长1.5倍,两年合计占“十四五”总目标的51%,因此,

2022年是完成“十四五”目标的关键期。业内认为,保障性租赁住房建设将为代建企业带来部分增量业务。

刘水告诉记者,目前各地政府主导的项目在寻找代建企业时形式多样,多以招标形式进行,不会对投标企业地域进行限制,有利于代建企业跨区域发展业务。部分城市如厦门、东莞等均积极建立代建业务各种类型企业库,进入企业库的代建企业在投标过程中有一定优势。

政府代建机会已吸引了不少品牌房企竞相参与。10月25日,旭辉集团宣布旗下代建板块旭辉建管接连中标阜阳市城南新区项目和昆山市巴城区祖冲之路项目。在此之前,旭辉建管已成功承接多个政府、城投或国企单位的代建项目。据了解,旭辉建管成立于2021年,今年拓展力度迅猛,截至三季度末时已累计在管项目44个,累计管理面积833万方,覆盖政府代建、商业代建、资本代建、企业定制和管理咨询,还参与政府保交楼相关的烂尾楼项目的合作。

除了传统住宅领域代建外,部分品牌房企也在积极结合自身资源拓展商业综合体、写字楼、酒店、产业园等领域代建。比如龙湖代建板块“龙湖龙智造”在今年中旬官宣之后,9月迅速签约中铁城投集团成都天府新区22万平米代建项目。据了解,过去二十年,龙湖已在近百个TOD项目中沉淀出涵盖住宅、商业、长租公寓、产业园区、医疗养老等全业态、全周期的建造与运营管理经验。



十年来,我国乡村振兴发展取得重大的成就,历史性地解决了绝对贫困问题,实施乡村振兴战略,推动农业农村取得历史性成就、发生历史性变革。

十年来,累计完成投资14.8万亿元,建设各类保障性住房和棚户区改造安置住房5900多万套,低保、低收入住房困难家庭基本实现应保尽保,1.4亿多群众喜圆安居梦。

现行标准下9899万农村贫困人口全部脱贫,832个贫困县全部摘帽,12.8万个贫困村全部出列,区域性整体贫困得到解决。

(数据来自国务院新闻办)



扫码了解更多

政策支持刚性需求 四季度楼市或企稳

本报记者 蒋翰林 深圳报道

9月商品房成交得到明显改善。10月24日,国家统计局发布数据显示,9月商品房销售面积和商品房销售额分别为13532万平方米和13510亿元,环比增长显著,带动1~9月销售面积和销售额同比降幅收窄,销售面积也已连续两个月收窄。

随着利好政策不断出台,保交楼政策取得积极效果。1~9月,房屋竣工面积跌幅连续两个月收窄,开发商资金面也呈现逐步回升迹象。

与此同时,房企融资亦出现回暖迹象。中指研究院监

商品房销售增加超3成

业内预计,保交楼的形势继续向好,从而对稳定市场预期,扭转需求端疲弱态势有积极作用。

房地产行业多个指标正在逐步改善。国家统计局数据显示,9月商品房销售面积13532万平方米,环比增加39.33%;商品房销售额13510亿元,环比增加33.67%。继8月商品房销售面积和销售额有所增长之后,销售数据第二个月增加,且9月单月商品房销售面积和销售额增幅均超30%。

同比来看,1~9月,商品房销售面积同比下降22.2%,降幅连续两个月收窄;商品房销售额同比下降26.3%,降幅连续四个季度收窄。

“9月,各地政策优化节奏较7、8月明显加快,叠加房企推盘节奏和营销力度加大,市场活跃度有所改善。”中指研究院分析称。

广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉认为,全国商品房销售额跌幅比商品房销售面积的跌幅大,彰显了开发商促销的力度在加大。比如广州对新项目备案价进行动态

测,2022年9月房地产企业非银融资额为777.9亿元,环比上升13.3%。近日,监管对房地产在A股融资打开“小口”,允许存在少量涉房业务但不以房地产为主业的企业在A股市场融资。

“楼市正在出现良好的迹象,关键看保交楼政策效果和销售端,保交楼能取得积极进展,新房价格能继续平稳,就一定能带动有效需求入场。”广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉向《中国经营报》记者分析称,四季度仍是保交楼的关键节点,房地产开发投资有望继续修复。

多笔全额担保民企债券落地

受监管支持增信发债影响,今年已有数家头部民企完成增信融资,且发债企业名单有望扩容。

需要注意的是,从投资端看,开发商拿地和开工的积极性继续降低。1~9月,全国房地产开发投资同比下降8.0%,降幅比1~8月扩大0.6个百分点;全国土地购置面积下降53.0%,跌幅比1~8月扩大了3.3个百分点,连续16个月下跌;房屋新开工面积下降38%,跌幅比前8个月扩大0.8个百分点,连续14个月下跌。

不过,开发商资金面继续好转。1~9月份,全国房地产开发企业到位资金下跌24.5%,跌幅相比1~8月收窄0.5个百分点,跌幅连续两个月收窄。李宇嘉认为,近期专项借款、纾困基金以及资产管理公司积极介入,加上开发商大力度降价促销,同时紧缩拿地和开工,助力资金面好转。

另外,房企融资亦出现回暖迹象。中指研究院监测,2022年9月房地产企业非银融资额为777.9亿元,环比上升13.3%。融资形势好转的同时,融资利率也在下降,行



1~9月,房屋竣工面积跌幅连续两个月收窄。

本报资料室/图

业平均利率为3.67%,同比下降2.14%,环比下降0.44%。

前三季度新发行境内信用债的房企中,华润置地发行信用债融资最多,金额达281.02亿元,平均票面利率为3.13%;其次为万科,融资金额为213.90亿元,平均票面利率为3.18%;首开股份融资金额为205.01亿元,在前三季度国内新发境内信用债的房企中排名第三,平均票面利率为3.61%。

事实上,受监管支持增信发债

影响,今年已有数家头部民企完成增信融资,且发债企业名单有望扩容。目前,龙湖集团、碧桂园、旭辉控股集团、新城控股、美的置业、卓越商管等六家民营房企在中债信用增进投资股份有限公司(以下简称“中债信用公司”)的增信支持下,成功发债融资,平均票面利率约3.3%。

2022年8月,中国银行间市场交易商协会召集多家民营房企召开座谈会,探讨通过中债信用公司增信支持的方式,支持民营

房企发债融资。龙湖、碧桂园、旭辉、新城控股等公司均在试点名单中。

10月13日,卓越商管成功发行6亿元中票,由中债信用公司提供全额担保。这是今年8月以来,中债信用公司第6笔通过全额担保方式支持民营房企发行的债券。跟之前5家房企不同的是,卓越商管的间接控股股东卓越置业并未上市,这也为行业带来了积极信号。

市场信心逐渐恢复

除了房贷利率调整之外,近期各地房地产支持政策仍在继续推出。

值得注意的是,据10月20日《中国证券报》的消息,证监会相关人士表示,对于涉房地产企业,证监会将在确保股市融资不投向房地产业务的前提下,允许存在少量涉房业务但不以房地产为主业的企业在A股市场融资。

据报道,企业需满足的条件包括,自身及控股子公司涉房的,最近一年一期房地产业务收入、利润占企业当期相应指标的比例不超过10%;参股子公司涉房的,最近一年一期房地产业务产生的投资收益占企业当期利润的比例不超过10%。

去年以来,国家一直鼓励对房地产出险项目收并购,鼓励各方参与保交楼,推进存量土地的开发。“但房地产需要的资金体量太大,保交楼和收并购的投入也非常大,需要多方资金投入。”李宇嘉指出,除了专项借款、纾困基金,分散风险更强的股权资金也很重要。

9月以来,人民银行、银保监会、财政部等部门持续释放利好政策,助力房地产行业健康发展。9月29日、30日,相关部门相继发布政策,阶段性放宽部分城市首套房贷利率下限,下调首套住房公积金贷款利率,换购住房个人

所得税退税,重点支持刚性和改善性住房需求。

在9月末阶段性调整差别化住房信贷政策的推动下,全国十余城降低首套房贷利率下限至4%以下,包括武汉、天津、石家庄、昆明、贵阳等城市,其他符合条件的三四线城市也不断跟进调整。贝壳研究院统计数据显示,综合调整信息后目前一线城市房贷利率最高,首套平均为4.60%,二套平均为5.13%,与上月持平。三四线城市是房贷利率同比降幅最大的城市,首套、二套房利率同比降幅分别为169BP和116BP。

除了房贷利率调整之外,近期各地房地产支持政策仍在继续推出,如日前广东梅州发布公积金新政细则,购买商品住房可提取本人及配偶的公积金余额来支付首付款;10月17日广东韶关发布通知,对农业转移人口购买新建商品住房的契税进行全额财政补贴等。

对于即将到来的四季度,克而瑞认为,中央及地方需求端政策力度有望加码,在轮番政策暖风的作用下,市场信心或将逐渐恢复,房地产市场也将逐步回稳,但城市分化加剧。

房企“掘金”家装产业链

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

近日,广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司(002853.SZ,以下简称“皮阿诺”)公告称,与保利(横琴)资本管理有限公司(以下简称“保利资本”)签署合作框架协议,双方有意建立长期合作关系。

虽说上述事项不涉及任何具体交易标的或交易金额,但就在该协议签署一周前,皮阿诺公告称,公司控股股东、实际控制人马礼斌拟将其持有的皮阿诺约20%股权转让给珠海鸿禄企业管理合伙企业(有限合伙)(以下简称“珠海鸿禄”),而后的执行事务合伙人即为保利资本。

根据公告,皮阿诺与保利资本将在业务、资本市场运作等方面进行合作,如保利资本将协助皮阿诺布局新能源业务,并通过长期持有皮阿诺股权以满足其地产产业链布局。

事实上,今年以来,房企在家装(家庭装饰)领域的动作频频。克而瑞分析指出,“由于房地产是家居、装修的上游行业,房企进入家装行业,有利于其形成‘地产+建材+装修+家居’的紧密型产业链。”另一方面,在当前存量时代下,部分房企存在转型、多元化发展的需求,从而对新的商机和业务模式保持高度关注。

培育第二发展曲线

根据合作框架协议,保利资本拟与皮阿诺在定制家具类产品的研发、销售、业务推介等领域展开合作,同时协助后者确定上市公司未来的发展战略定位,明确其发展战略规划,协助其建立“制定、跟踪和调整战略规划”的机制。

其中,双方共同探索开展新能源业务板块合作。将以皮阿诺板美工厂屋顶分布式光伏建设为切入点,保利资本将协调自身的关联方协助皮阿诺在新能源领域进行布局,并协助其成立新能源事业部,共同研发新能源相关产品。

在资本市场运作层面,保利资本拟成为皮阿诺的长期战略股东,同时在并购业务、设立基金、实施更加积极的现金分红政策等三个方面双方达成更紧密的合作。

打通行业壁垒

事实上,近段时间以来,除了皮阿诺宣布与保利合作,广州尚品宅配家居股份有限公司(300616.SZ)也宣布与美的置业控股有限公司(3990.HK)旗下子公司成立合资公司——广东睿尚智能空间科技有限公司,双方将打造“全屋定制+空间智能”新合作模式。

10月23日,中梁控股集团有限公司(2772.HK,以下简称“中梁”)宣布与京东开展全面合作,涉及家居供应链、数字化营销等领域。据其透露,前期中梁与京东就进行了一些探索,以京东新百货家的家装礼包业务为例,中梁在49个项目中遴选落位了14个。

中梁相关负责人表示,“目前

皮阿诺表示,上述签署的合作框架协议仅为框架性约定,具体的合作内容和实施细则尚待进一步落实和明确,对公司2022年度经营业绩不构成重大影响。

今年前三季度,皮阿诺收入约9.81亿元,同比减少25.55%;净利润约1.11亿元,同比减少34.23%;经营活动产生的现金流净额约9945.7万元,同比增加128.79%。截至9月30日,皮阿诺总资产约23.45亿元,持有货币资金约3.84亿元,较今年年初减少37.08%。

半年报显示,皮阿诺从事中高端定制橱柜、衣柜、门墙及其配套家居产品的研发、设计、生产、销售、安装与售后等服务,主要产品包括整体橱柜、全屋定制及门墙等三大核心品类。

居家礼包合作业务仅仅是一个突破口,地产所涉及的客户资源、物业领域、商业车位领域、金融市场、土地市场等各方面存在巨大的合作开发空间,各个板块都能够在京东新百货居家强大的供应链体系下找到支撑,能够寻求到线上线下结合点。”

事实上,定制家具行业属于房地产业后周期行业,与房地产业景气度相关。不过,定制家具行业相对于房地产业有一定的滞后性,新房开工至竣工大约需要2~3年时间,因此定制家具行业与房地产业销售的关联性相对不大,与交房规模关联性更高。

根据统计局公布的数据,自

《中国经营报》记者注意到,与保利等央国企开发商加强合作,是皮阿诺自今年以来的工作重心之一。今年上半年,来自保利、华润、中海等央国企地产客户销售额占公司工程业务总收入比重从2021年上半年的17.54%提升至2022年上半年的25.81%。

皮阿诺表示,下半年,公司将重点跟进绿城、金茂、越秀、招商等央国企地产客户招标项目,摸排并紧跟落实新开拓地产商相关项目。对重点战略地产客户实施专项管理,深挖项目落地,形成多个产值过亿战略集采地产客户。

而在10月17日,马礼斌携手将其持有的皮阿诺20%股权转让予珠海鸿禄。交易完成后,珠海鸿禄与其一致行动人共青城齐利

股权投资合伙企业(有限合伙)合计持有皮阿诺21.01%股权,这两者的执行事务合伙人均未变。

皮阿诺于10月27日发布的《投资者关系活动记录表》显示,保利发展(600048.SH)的战略规划是其将打造房地产技术创新头部企业,成为集成技术应用实施地、低碳智慧人居产业链链长。而保利资本自成立以来就开始布局地产产业链项目投资,2022年对投资策略进行深化及整合,提出“买入并重建”(Buy & Build)的策略,未来将落实该策略并重点布局产业链关键节点企业。

此次合作中,双方均看好新能源赛道,保利大力支持皮阿诺在新能源赛道的布局。皮阿诺将借助保利的资源赋能,充分发挥先进制造业优势,打造第二发展曲线。

值得注意的是,在与皮阿诺合作之前,保利资本就与碧桂园联合孵化一家新能源公司,名为“广州保碧新能源科技有限公司”(以下简称“保碧新能源”),定位为综合能源管理服务商,并在上海落地首个光储充一体化示范项目。

保碧新能源总经理傅博表示,碧桂园创投和保利资本的团队已总结出一套结合房企开拓、管控和运维的资源优势,可应用在新能源赛道上的专属打法。保碧新能源将背靠各自集团支持,充分利用保碧基金生态圈及保利碧桂园体系内的社区屋顶资源,拓展光伏电站、储能、充电桩业务。

由此看来,此次保利入主皮阿诺,或是其进军光伏产业链计划的又一落子。

值得注意的是,在与皮阿诺合作之前,保利资本就与碧桂园联合孵化一家新能源公司,名为“广州保碧新能源科技有限公司”(以下简称“保碧新能源”),定位为综合能源管理服务商,并在上海落地首个光储充一体化示范项目。

保碧新能源总经理傅博表示,碧桂园创投和保利资本的团队已总结出一套结合房企开拓、管控和运维的资源优势,可应用在新能源赛道上的专属打法。保碧新能源将背靠各自集团支持,充分利用保碧基金生态圈及保利碧桂园体系内的社区屋顶资源,拓展光伏电站、储能、充电桩业务。

由此看来,此次保利入主皮阿诺,或是其进军光伏产业链计划的又一落子。

开始,万链规模迅速扩张,但随后未能保持增长。2020年,市场传出万科与链家“分手”的消息。

今年1月,万链发生企业人员重大变更,包括法定代表人变更、股东变更、主要成员变更等,宣告万科正式退出万链。目前,万链由链家(天津)企业管理有限公司100%控股。

平安证券研报指出,传统家装存在流程冗长、计价不透明、质量参差不齐、搭配风格不统一、规范化程度低等诸多问题。另一方面,犹如皮阿诺所言,目前市场在细分产品验收和程序上缺失行业标准,这均是房企面临且需解决的痛点,能否打通行业壁垒,仍有待检验。

2004年以来,我国每年住宅竣工面积占房屋建筑竣工面积比例整体呈上升趋势,占比从2004年的55%上升至2021年的66%。

当前,房地产业进入新的深度调整周期,“保交付”是其中一项重点工作。平安证券研报指出,由于地产交付所带动的装修体量较大,且家装行业具备流程工期长、环节多、区域属性明显等特点,引来众多市场参与者。

根据前瞻产业研究院发布的《2018年~2023年中国家装(家庭装饰)行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》,其预计,到2023年,家装行业市场规模将达到3.2万亿元。

皮阿诺亦表示,“房住不炒”的

“70年产权房即可落户”

宁波施行落户新规背后：冲刺千万人口 提振楼市活力

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

“在本市居住生活，本人、配偶或未成年子女在市区城镇范围内有合法稳定住所的，提交相应材料可申报户口迁入登记。”10月27日，最新版的《宁波市市区户口迁移实施细则》开始正式实施。

其中，取消原先缴纳社保的要求，实行“70年产权房即可落户”备受关注。这也意味着，在宁波市海曙区、江北区、镇海区、北仑区、鄞州区（含宁波高新区）、奉化区等市中心六区范围内有合法稳定住所的凭不动产权证书等证明即可在宁波市落户。

买房即可落户

在利好政策带动下，宁波楼市正迎来触底反弹。

宁波市政府官网发布的消息称，《实施细则》制定的目的主要是为了进一步放开宁波户口迁移政策，吸纳集聚人口，按照“十四五”规划和高标准市场体系建设要求，结合近几年出台的落户政策进一步放宽市区落户条件。

在易居研究院智库中心研究总监严跃进看来，宁波市此次出台落户新政的重点便是“买房即可落户”，出发点是为了优化户籍政策，降低落户门槛，响应此前国家发改委强调的放松落户政策导向。

事实上，提升人口规模不仅是城市发展动力，也是稳定房地产市场的基石之一。而吸引更多人口对于宁波楼市发展而言也至关重要。

宁波市房产市场管理中心统计数据，今年9月，宁波市中心六区商品住宅共成交1783套，环比下降27.4%，同比下降66.9%；中心六区二手住宅共成交2864套，环比下降16.8%，同比上升55.2%。

中指研究院监测数据也显示，9月，宁波市大市（含下辖县市）商品住宅成交面积为54.11万平方米（不含保障性住宅），环比下降1.26%，同比下降35.83%，同比下跌幅度较8月降低，市场仍处于较为冷淡的阶段。

在利好政策带动下，宁波楼市正

《中国经营报》记者注意到，在无缘特大城市后，城区人口占比较低的宁波市亟待吸引更多的新鲜血液落户。过去3年来，为吸引人才，宁波市给予各类人才的补贴已超过8亿元。

而在业内人士看来，除一线城市外，降低落户门槛已经愈发普遍。此类落户政策不仅有助于加快人口导入，提振楼市活力，对于冲刺千万人口乃至特大城市建设都有积极作用。而对财政部门来说，人口流入可能带来的经济收益是远期的、不确定的，而当期和近期的支出压力会直接增大，因此需要提前早做规划，重点在住房保障、劳动就业服务等方面为青年人提供更多便利。

利好政策带动下，宁波楼市正迎来触底反弹。

迎来触底反弹。根据华星研策最新统计数据，宁波市六区10月成交套数2437套，环比上升69%；成交均价29141元/平方米，环比上升2%；成交面积30.3万平方米，环比上升69%。

宁波市土地市场也亟须提振。在9月底结束的第三批集中供地中，宁波市供地数量大幅减少，由第二批次的21宗减少至10宗，是三次供地中规模最小的一次。最终，10宗地块全部成交，有6宗地块底价成交，总计揽金约101.8亿元。

值得一提的是，在第三批集中供地结束后，宁波市的土地出让完成率不尽如人意。统计数据显示，宁波市2022年计划供地691公顷，截至目前完成率仅为40%。

一名当地资深房地产人士告诉记者，今年来，宁波市房地产市场较为低迷，临近年末，各大开发商为了快速回笼资金纷纷推出优惠促销政策甚至打起“价格战”，尤其是郊区县市“以价换量”的势头更为明显。

对宁波市房地产市场而言，“买房即可落户”新政策无疑会产生直接的刺激作用，有助于促进房地产市场活跃，对于拉动四季度交易有积极意义。政策红利预计要一个月才会逐步传导至当地房地产市场。”严跃进表示。

城投企业拿地“大变局”

本报记者 方超 张家振 上海报道

在各地土拍市场逆势揽储的城投企业，或将迎来新一轮政策“紧箍”。

近日，财政部印发的《关于加强“三公”经费管理严控一般性支出的通知》（财预〔2022〕126号，以下简称《通知》）明确提出：“严禁通过举债储备土地，不得通过国企购地等方式虚增土地出让收入。”

规范城投企业拿地行为

近年来，城投企业在多块土地拍卖市场上积极逆势揽储，拿地金额和占比上升明显。

中泰证券研究所统计数据显示，今年1~9月，全国供地收入为21569.45亿元。其中，城投企业的拿地金额占全国土地出让金的比重为11.77%。江西城投企业拿地金额占比最高为26.59%，江苏、湖南、四川和重庆4个省（直辖市）城投企业拿地金额占比在15%~25%之间。

中指研究院数据也显示，在2021年全国22城集中供地中，城投企业拿地占比逐批次明显提高。从拿地金额来看，在当年第一批集中供地中，城投企业拿地金额占比为9%，第二、第三批次占比分别约为20%和30%。

今年以来，这种趋势也得以延续。以10月19日举行的南京市第三批次集中供地为例，在32宗地公开挂牌土地中，除1宗流拍外剩余31宗全部成交，成交总金额约275亿元。

安信证券研报显示，在南京

人，不得巧立名目虚增财政收入，弥补财政收入缺口。”

一石激起千层浪。拿地或受限制的信息引发市场关注的背后，是地方城投企业在各地土拍市场中斥资拿地的比例正不断提升。据广发固守研究团队发布的数据，2021年以来及今年上半年，全国城投企业拿地比例分别为12.28%、24.17%，而该比例在今年第三季度还在持续提升。

此外，地方城投企业所拿地块的开发模式、入市进展和盈利状况等也备受市场关注。多位房地产业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，由于地方城投企业多数并不具备房地产专业开发能力，在政策约束下未来或回归深耕新基建、保障性租赁住房、城市有机更新等领域，而民营房企也可借机发力代建领域，寻求发展新空间。

企业自身来看，《通知》限制了地方“自卖自买”的虚假交易，对依赖土地出让金返还的城投企业而言，将随着地方土地出让收入下降而面临资金压力；而对市场化的招拍挂形式拿地而言，完成商品房和保障房开发等业务的企业影响甚微。中诚信国际也分析认为，城投企业非市场化拿地行为或受限制。

“从政策执行的角度来说，地方政府可能会结合自身情况‘因城施策’。”长三角地区一位房地产行业观察人士分析称，“因为各地城投企业的特点不一样，有些地方城投企业的房地产开发业务相对比较成熟，此类城投企业受到的影响较小。”

“对我们而言目前还没有影响。”江苏省一位要求匿名的城投企业相关工作人员向记者表示，“政策或只对那些有勾地协议、有托底情况的城投企业才有影响，我们没有托底土地市场的情形，是不存在问题的。”

引发市场关注的是，在财政部印发上述《通知》后，活跃在各地土拍市场中的城投企业拿地情况有何变化？

中证鹏元分析认为，从城投

竞逐特大城市

在“人地匹配”的主基调下，城区人口意味着城市规模，城市规模决定了发展资格。

宁波市简称“甬”，是浙江省辖地级市、副省级市、计划单列市，国务院批复确定的中国东南沿海重要港口城市和长江三角洲南翼经济中心。宁波市府官方网站披露的数据表明，截至2021年，宁波全市常住人口954.4万人，城镇人口748.25万人，城镇化率78.4%。2021年，全市实现地区生产总值14594.9亿元。

尽管宁波全市城镇人口较多，城镇化率也较高，但扣除下辖各县区城镇人口数据后，宁波市城区人口规模并不出众。根据国务院第七次全国人口普查领导小组办公室编制的《2020中国人口普查分县资料》数据，2020年，宁波市常住人口940.4万，城区人口360.9万，位居I型大城市之列。

城区人口是衡量城市规模的标准。根据2014年11月国务院发布的《关于调整城市规模划分标准的通知》，100万以上500万以下的城市为大城市，其中300万以上500万以下的城市为I型大城市，100万以上300万以下的



宁波市正努力吸引人口落户，加快建设超大城市。图为建设中的宁波东部新城。

视觉中国/图

城市为II型大城市；500万以上1000万以下的城市为特大城市；1000万以上的城市为超大城市。

这也意味着，宁波市距离晋升为特大城市还有一段距离。克尔瑞浙江区域研报指出，在“人地匹配”的主基调下，城区人口意味着城市规模，城市规模决定了发展资格。尤其是在都市圈的大框架下，一般围绕超大、特大城市作为中心城市，如果不能进入到特大城市行列，或将失去都市圈范畴内规划发展的主导地位，在新一轮城市竞争处于不利之中。

同样因城区人口不足无缘特大城市的经济强市还包括江苏省苏州市和无锡市、浙江省温州市以及安徽省合肥市。

上述《2020中国人口普查分

县资料》显示，2020年，苏州市更是早已迈过千万人口大关，常住人口达到1274.8万，而城区人口仅为399.1万；无锡市、温州市和合肥市的常住人口分别为746.2万、957.3万和937.0万，而城区人口则分别为357.1万、238.2万和377.8万。

一名熟悉长三角城市发展的产业人士表示，上述几座城市均是国内著名的制造业大市，宁波市的单项冠军很多，苏州市经济总量更是高居全国第六位。但这些城市普遍县域经济发达，很多产业、人口大量分布在下辖的县市，例如宁波市下辖的慈溪市、余姚市，苏州市下辖的昆山市、太仓市和张家港市，无锡市下辖的江阴市、宜兴市以及温州下辖的乐清市

和瑞安市等。

“但在年初，国家发改委明确发文指出严控撤县设区，原有通过撤县设区、撤市设区快速提升城区人口规模和首位度的‘捷径’不再行得通，上述城市若想突破城市规模等级只能实打实地新增城区人口。”上述产业人士表示。

正因如此，今年8月，苏州市也放宽了落户条件，将城区落户积分降至500分。温州市刚刚审议通过的《温州市人口发展中长期规划》提出，到2025年，全市常住人口力争达到1000万人，高技能人才总量达到40万人，引入高校毕业生60万人。同时，温州市将“健全人口管理服务体系”列为工作任务之一，具体包括优化“零门槛”落户政策等。

将全方位满足人才对于“住”的需求，同时明确3年内提供不少于10万套人才公寓。

上述产业研究人士分析认为，对于能够创造经济效益、带来较高消费开支的劳动年龄人口的争夺，未来会愈来愈成为地方政府的重点工作任务之一。但住房保障等领域以地方财政为主要经费来源，较少能够获得转移支付划拨款，因此地方财政经费决定着所能提供公共服务的上限，这也是考验一座城市成色的关键所在。

土地后续开发模式各异

“进一步规范地方事业单位债务管控，建立严格的举债审批制度，禁止新增各类隐性债务，切实防范事业单位债务风险。”《通知》还指出。

值得注意的是，在上述《通知》影响下，亦有城市土拍市场出现了国资拿地金额七率降低的现象。

10月25日，无锡市2022年第4批次集中供地落槌，最终13宗地块全部底价成交，成交总金额为163.78亿元。中指研究院土地事业部负责人张凯分析称，在无锡市第一二三批次集中供地中，地方国资企业拿地金额占比分别为92%、55%和89%。“而在无锡市此次集中供地中，地方国资企业拿地金额占比大幅下降至33%，可见政策对限制地方国资企业托底拿地行为起到了一定的约束效果。”

而在城投企业托底拿地或受限的同时，所拿地块入市率和建设情况也备受关注。

中指研究院统计数据显示，在2021年集中供地项目中，央国企整体项目入市率不足10%，

体入市率超4成，民企入市率超3成，混合所有制企业因拿地总量不高，入市率在6成以上，而地方国资平台拿地多为市场托底，整体入市率仅为9%。

“大量城投企业拿地后的入市率之所以较低，因为它本身不具备专业的房地产开发能力。”中指研究院华东分院常务副总经理高院生向记者直言，“一些城投企业会选择托底拿地，认为这只是一个短期行为，先拿地实在不行就再找品牌房企合作开发，但现在来看找有资金又有经验的合作方也没那么容易了。”

“城投企业所拿地块多位于郊区、项目入市率较低，易产生财务风险。由于地块质量差，叠加城投平台大多不具备操盘开发能力，大多数城投企业托底的地块并未开盘入市。”国金证券研报亦分析称。

与此同时，国金证券研报数据显示，在2021年各批次集中供地中，地方国资企业（以城投企业为主）整体项目入市率不足10%，

入市项目数量远低于其他类型企业。

除入市率较低外，城投企业所拿地块的后续开发模式也各不相同。

“第一种，一些具备开发资质的城投企业往往会选择自己单独操盘；第二种，另有一部分城投企业不具备开发能力，可能会去寻求对外合作，合作方式包括引进有开发能力的企业投资占股或者选择代建公司等。”高院生向记者表示，第三种则是城投企业无法独立操盘，也一时找不到合适的合作方和代建公司，可能会通过股权转让等方式将土地转让出去。

亿翰智库副总裁田晶也告诉记者，城投企业在拿地后的后续开发类型会有很多，就目前来看还是独立开发的较多。“城投企业也会选择和国央企进行合作，而如果与民营房企进行合作，会更倾向选择资质、实力较强的企业，但大部分城投企业还是会选择相同属性的企业来合作。”

‘保交房’，都有望成为代建业务发展的新机遇。旭辉建管也紧抓这一发展机遇，承接多笔业务。”旭辉控股方面在回复记者采访时表示。

不过，代建领域也存在竞争激烈、利润率较低等问题。招银国际研报分析称：“代建行业集中较高，排名前5位的公司约占据60%的市场份额。然而，在房地产下行周期中，越来越多的传统开发商（如旭辉控股/碧桂园等）已经开始涉足该领域，可能导致行业竞争加剧、盈利能力下滑，对目前25%的行业利润率形成挤压。”

不仅如此，在利好政策等多重因素推动下，代建市场也被认为是下一个“蓝海”市场。

“未来增长引擎转向政府项目产生的需求，尤其在保障性住房贷款及REITs的大力支持下。”招银国际研报分析指出，2022年为保障房大年，保障性租赁住房将完成240万套，而2021年完成了94.2万套。以70平方米/套、服务费100元/平方米计算，这能为代建行业带来170亿元的服务费收入。

“这一轮市场调整，无论是AMC的资产处置，还是政府主导的

送货上门服务增加运营成本

旺季价格应声上涨 快递企业提质增效迎战“双11”

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

在一年一度的“双11”旺季来临之际，提质增效和科技赋能成为了快递企业给出的迎战方案。

日前，多家龙头快递企业均公布了“双11”期间的物流保障方案。申通速递(002468.SZ)相关负责人告诉《中国经营报》记者，“双11”期间，公司在全国约30座城市开展的派前电联、按需上门服务，预计将增加超过5000名专职按需配送服务人员，公司也将给予参与

送货上门的网点和快递小哥高额补贴。

中通快递(NYSE:ZTO,02057.HK)相关负责人也告诉记者，“双11”期间，中通快递将在智能化、数字化和提升消费者体验方面持续努力。例如，为提升客户体验，中通快递构建了异常事件数据监控管理，能够实时将异常信息传递给用户。

在中国交通运输协会快运分会副会长徐勇看来，为应对“双11”旺季带来的快递单量快速上涨问题，快递企业每年都会在基础设

施、物流保障、服务质量等方面探索优化方案，但目前最大的瓶颈仍在快递寄递中的“最后一公里”。

“旺季期间的快递单量比较大，但目前除智能快递柜外还没有更好的交付方式，驿站只能算作中转站，还需要客户自己取件。同时，在我国快递行业整体价格较低的情况下，送货上门无疑会增加运营成本，而且延长了快递员的作业时间，增加了网点所需的人手，行业还需要探索更好的末端处理方式。”徐勇告诉记者。

旺季涨价

早在今年9月，快递行业就已出现了快递价格上调的情况。

在“双11”旺季到来之际，快递价格也出现了上涨趋势。

据相关媒体报道，目前已有关西省南宁市和广东省广州市等地的快递网点表示已开始涨价。多份《调价函》显示，包括圆通速递在内的多家快递企业已于10月底开始补收差价。

不过，记者在向圆通速递官方客服求证时，客服人员表示：“价格调整情况，具体以各快递网点为准。”

对于今年旺季期间的涨价安排，圆通速递方面在此前的调研会上表示，快递服务企业将综合季节因素、市场情况、货物结构和重量等对价格进行阶段性的动态调整，但整体将保持相对稳定态势。

事实上，早在今年9月，快递行业就已出现了快递价格上调的情况。最近数据显示，在“三通一达”中，韵达速递、圆通速递和申通快递9月份的单票收入都出现了不同程度的增长，分别同比增长了22.9%、10.6%和15.6%。其中，申通快递还出现了“量价齐涨”情况，9月份业务量同比增长了22.6%。

申通快递相关负责人告诉记者，本次快递涨价主要得益于三方面的因素，一方面，受益于国家政策和行业发展环境持续向好，快递行业逐步从“价格战”后的利润修



快递企业正加快推进数字化、智能化转型，提高分拣效率。图为申通快递正在运作的分拣线。

本报资料室/图

复走向盈利能力的持续提升；另一方面，快递企业开始从重视“量”转变到更加注重“质”的竞争；第三，快递行业整体成本上涨，同时快递企业也更加注重一线员工的权益保障工作。

申通快递方面提供的资料显示，今年“双11”期间，申通快递与电商平台开展合作，对于消费者在平台下选择“送货上门”的订单，申通快递将规范履行派前电联和按需上门服务，该服务已在全国覆盖约30座城市，预计增加超过5000名专职按需配送服务人员。

在徐勇看来，对于快递行业而言，“涨价”称之为“调价”更为合

适。“快递受市场定价，价格可以上下浮动，淡季打折、旺季全价甚至涨价。这一方面是由于快递企业在旺季需要通过涨价来增加相关人力资源以应对短期快速上涨的快件量，此外，快递企业还需要利用价格杠杆来调节市场需求。”

徐勇同时表示，快递价格的调节要视具体情况而定，尤其是对于有加盟商的快递企业而言，如何调价可能需要加盟商结合自己的具体情况进行具体分析。

国金证券研报也分析认为，随着“价格战”监管持续，叠加资本开支高峰或已过去，快递公司利润有望继续修复。

提质增效

对快件的数字化管控也成为了快递企业们提质增效的新方法之一。

随着快递行业的科技和管理水平不断提高，快递企业间的竞争也早已从价格之争转变为服务质量与运营效率之争。

除积极提供送货上门服务外，对快件的数字化管控也成为了快递企业们提质增效的新方法之一。圆通速递方面表示，今年“双11”期间将通过线上的数字工具及线下过程的专项管控，确保稳定的时效和服务。

据了解，圆通速递推出的“客户管家”能够在揽收端和配送端为商家客户提供一站式服务。即使在“双11”期间遇到新冠肺炎疫情（以下简称“疫情”）多点散发等情况，该款“客户管家”也能通过“打单实时拦截”和“停发地址查询”等功能第一时间拦截相关订单，在避免成本损耗的同时也能够及时告知买家，以此提升客户体验。

除圆通速递外，申通快递也

在努力提质增效。申通快递相关负责人在接受记者采访时表示，申通快递将在商家服务方面继续升级服务标准，做好精准预测、预售极速达、极速揽收、优先中转等“6·18”大促期间出炉的KA客户定制化解决方案，以精细化服务和数字化技术，为前端商家和终端客户提供高质量的快递服务。

“以预售极速达”为例，经过三年的磨炼，该项目今年覆盖范围将从重点城市扩展至全国，在规模继续提升的基础上保持95%以上的当次日达率。”申通快递上述负责人表示。

今年也是申通快递“三年百亿产能提升大行动”的第一年，将实施82个产能项目，包括沈阳、天津、青岛、郑州、成都、广州等一批申通快递新中心将首次迎来“双11”，新投产面积超过100万平方米。

科技赋能

申通快递方面也正加速推进数字化、智能化转运中心建设。

在完善基础设施建设、提高快件处理能力的同时，数字化、智能化转型也是快递企业为应对“双11”旺季提出的新解决方案。

记者从圆通快递方面获悉，圆通快递全网各大集运中心的功能定位正向“智创园”转型，从分拣、转运等功能拓展为集分拣中心、物流集散、智慧仓储以及行政办公、运营管理等新功能为一体的综合性智慧物流产业园区。

圆通速递相关负责人表示，目前，在圆通网络内，包括上海、广州、南京、杭州、重庆、石家庄等在内的多处集运中心已具备仓配一体化功能，可以为商家提供场地租赁、物业管理、仓托管数字化系统运营、自

动化仓储等服务，“上仓下配”为商家客户实现快件发货及转运的“定制化”“差异化”，助力其提升市场竞争力。

申通快递方面也正加速推进数字化、智能化转运中心建设。相关资料显示，申通快递在全国多地的转运中心正密集进行数智化升级改造。以位于郑州市的新转运中心为例，新中心承接了原郑州市和新乡市的两个场地。为提升操作效能，新场地配置了DWS五面扫、矩阵、3层环形交叉带等诸多自动化设备。

中通快递也在进行智能科技布局。“作为中通快递旗下的互联网物流科技平台，中通科技与信息中心以数字孪生技术驱动智慧物流园区升级，积极引领

对此，国海证券研报指出：“在常态吞吐产能提升后，自动化设备资产与车辆资产的持续补充能够帮助申通快速降本增效，放大业绩弹性，2023年起利润有望持续释放。”

中通快递相关负责人也告诉记者，今年“双11”期间，中通快递在智能化和数字化，提升消费者体验方面持续努力。“中通科技与信息中心打造了智慧客服工作站，全渠道互联互通，有效整合全网客服资源，帮助客服可以全链路监控每一个包裹动态，知晓每一个包裹的实时精准位置。”

同时，中通快递也在用户体验端构建了异常事件数据监控管理，能够实时将异常信息传递给用户。“例如将疫情防控、天气异常等事件的信息传递给客户，使客户了解快件的实时异常情况，提高快件信息的透明度，让用户和客服更清楚快件的情况。”

传统物流行业信息化的转型。”

中通快递相关负责人则告诉记者，中通快递将依托数字平台，联合生态伙伴利用物联网、大数据、人工智能、3D可视化等技术对接各类系统平台数据，可解决服务不足、安防薄弱、运营效率低、管理成本高、业务创新难等痛点。

在徐勇看来，快递行业一直在推进数字化、智能化转型，但目前还没有完全实现整个环节的自动化，智能分拣完成后仍需要人工打包等操作。“快递行业数智化的发展可以降低从业人员的劳动强度，让人更愿意投身这一行业，同时降低了安全问题发生的几率，这也是快递业数字化、数智化发展带来的积极意义之一。”

消费潜力加快释放 家电市场打折促销迎销售旺季

家电消费“双11”开门红

本报记者 蒋翰林 深圳报道

每年的“双11”是家电消费的高峰期。10月31日晚，各大网购平台开启了今年的“双11”活动。京东数据显示，“双11”活动开始10分钟内，美的、海尔、TCL、小天鹅、格力、海信、容声、索尼成交额同比增长超50%，家电补贴总计近10亿元，补贴金额同比增长50%。

10月底，家电行业三季度“成绩单”陆续发布。美的、格力、海尔三大家电巨头先后公布三季度业绩，在今年充满不确定性的市场环境下，三家企业维持了一定的增长势头，释放积极信号。

中原证券认为，年初以来我国家电行业景气程度偏低，但一些细分新兴或智能家电品类销售表现亮眼。当前更多家电品类公司进行大幅度的打折促销，四季度销售旺季有望回补需求。

据国家统计局数据，今年三季度最终消费支出对经济增长贡献率达52.4%，内需潜力加快释放，助力实体经济高质量增长。

10月31日晚8时，今年“双11”第一阶段尾款支付开始。家中正在装修的余敏下单了一款美的烤箱一体机，折后价1850元，这是余敏关注这台烤箱以来的最低价，相当于平时价格的五折。

趁着“双11”，余敏购置了不少家电，而大屏彩电、洗烘一体机等品质化、高端化的家电，为了亲身

体验效果，他仍然选择在实体店购入。“现场观影体验，电视屏幕直接对比，很直观。”余敏称，她看中的一台海信85寸4K高清电视，对比不同平台，线上和线下价格均为5200元，几乎无差，折扣力度也不算大。

线下市场，家电品牌则通过线

下体验店，升级品牌形象，提高中高端市场地位；线上市场家电产品则依靠电商平台，强化种草能力。“双11”开启的首个周末，苏宁易购数据显示，全国门店客流环比增长185%，门店家电订单量环比增长146%，其中洗烘一体机、节能热水器等暖冬升级类家电增幅较大，环比超135%。

10月31日晚8点，京东家电迎来首个销售高峰。平台数据显示，开售1分钟内家电全品类成交金额破10亿元，10分钟京东家电整体成交金额同比增长超40%。

从折扣力度来看，记者留意到，传统小家电品类是“双11”期间折扣力度较大的品类，其中以空

气炸锅等小厨电尤其明显。美的、九阳、苏泊尔等品牌的空气炸锅、电饭煲等产品一般有7~8折的折扣，而部分智能烤箱折扣更是达到5折。

厨电等小家电品类的优惠力度较大与上半年居家经济不无关。随着新冠肺炎疫情稳定，因居家隔离产生的短期消费需求有所降低，小厨电品类折扣促销更为明显。而对于传统家电，尤其是高端化、智能化家电，线下依然是“主战场”，各品牌的冰箱、洗衣机这类全年销售的常规家电电商平台折扣通常在10%~20%之间。

今年下半年，各地促进绿色节

能家电的举措持续落地，低碳环保气的消费理念成为“双11”的亮点。11月1日，苏宁易购发布“双11”家电消费趋势报告，“双11”首轮爆发期，苏宁易购线下门店绿色节能家电销售环比增长126%，门店一站式以旧换新订单量环比增长122%，万元以上高端家电销售环比增长137%，其中中国家电品牌销售占比超六成。

此外，各家电企业也相继发布战报。小熊电器的宣传海报显示，今年“双11”开门红小熊电器首战成绩亮眼，两小时销售额便破亿元，其中电饭煲、电热饭盒、破壁机等品类前半小时销售额突破去年全天销售，空气炸锅登顶天猫热销榜单。TCL全渠道开售4小时

全品类销售金额突破13亿元，同比增长400%，开售28分钟销售额超越了去年28小时的总额，增长明显。

从今年“双11”的各品牌表现来看，商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇分析指出，增长质量对于今年“双11”格外重要，品牌应在传统的销售收入增长之外，更关注利润、消费者复购、会员沉淀等业务核心指标，为长期增长筑牢基础。

他表示，移动互联网已经全面进入“从流量到留量”的时代，跑马圈地的阶段已经过去，越来越多的品牌商家已经摒弃了盲目追求规模和赔钱赚吆喝，而是更注重沉淀自己的能力。

4.37%，归母净利润13.09亿元，同比增长5.47%。

海外需求低迷，家电出口亦受影响。海关总署最新数据显示，2022年前9个月，我国家电累计出口258652万台，同比下降10.1%，出口值达到43267256万元，同比下降9.2%。其中，2022年9月出口家用电器28712万台，同比下降18.4%。

中信建投研报指出，2022Q1~Q3的家电需求整体下滑，同时扫地机、投影仪等新兴品类的均价较高，导致需求明显萎缩。扫地机头部厂商自8月以来相继下探价格，降价产品有较好的销售表现。当前更多家电品类公司进行更大幅度的打折促销，四季度销售旺季有望回补需求。

“三巨头”三季度收入利润双增

在今年整体经济环境转弱、房地产回暖较慢的背景下，家电企业纷纷向套系化、高端化的方面发力，精致化、多元化也成为消费者在家电选购时的新趋势。

伴随消费升级，家电行业消费也出现了很多新品类和新变化。据京东消费及产业发展研究院10月发布的数据，65英寸以上电视销量今年同比增长150%，小家电中的5L空气炸锅销量增长200%。

近期发布三季报的几家家电龙头企业，依然维持一定增长势头。截至目前，共有80余家家电上市公司发布三季度财报。总体来看，美的集团继续保持营收、净利润两指标绝对值最大，居家电三巨头首位。

美的集团三季度实现营业收入

人877.06亿元，同比增幅为0.2%；实现归母净利润84.74亿元，同比增幅0.33%。而在2022年前两个季度，公司营业收入增速分别为9.55%、1.07%；归母净利润增速分别为10.97%和3.24%。

值得注意的是，美的集团ToB业务增长明显，在其营收中占比不足3%的数字化创新业务，同比增速超过37%；在其营收中占比不足7%的楼宇科技事业部，当期营收同比增长近23%。

此外，海尔智家、格力电器营收分别实现1847亿元、1475亿元；实现百亿元营收规模的公司有11家，四川长虹、海信家电等实现营收从101亿元至671亿元不等；创维数字营收均达到了90亿元以

上。净利润方面，美的集团、格力电器、海尔智家实现的归母净利润分别为245亿元、183亿元、117亿元，位居前三。

小家电行业则整体“喜忧参半”。小熊电器、新宝股份实现增长，其中小熊电器前三季度实现营业收入26.99亿元，同比增长14.12%；归母净利润2.4亿元，同比增长27.24%。而新宝股份今年前三季度实现营收107.18亿元，同比增长0.13%；归母净利润8.44亿元，同比增长41.84%。

九阳股份前三季度实现营业收入69.25亿元，同比减少1.52%；归母净利润5亿元，同比减少23.91%。苏泊尔前三季度实现营业收入149.81亿元，同比下降

全国医保用药预计年底实现“基本统一”

本报记者 苏浩 曹学平
北京报道

近期，地方医保目录增补话题再受关注。

10月12日，国家医保局官网连续公开80项对全国人大代表或政协委员建议提案的答复。其中，在全国人大代表、齐鲁制药总裁李燕“关于地方探索医保创新支付”建议中，国家医保局再度提及地方医保目录增补问题。

国家医保局明确，地方的各自探索“既不符合改革发展方向，也容易引起参保群众攀比”，不利于各地区间的“公平性、协调性”。

国家医保局指出，自2020年起各地开始按要求，陆续清退医保药品目录中的增补品种，预计到今年底全国基本医保、大病保险和医疗救助的药品保障范围就能“基本统一”。

中国政法大学政治与公共管理学院副教授廖藏宜在接受《中国经营报》记者采访时表示，实现全国医保用药范围基本统一，将有利于增强我国医疗保障制度的公平性、医疗保障待遇的平衡性和普惠性，同时通过形成全国统一的药品购买市场，更好发挥医保战略购买作用，提升群众异地就医便利性，改善医保服务体验，增进民生福祉，这是国家医保局推进的一项非常有魄力的改革举措。

增补权退出历史舞台

地方医保目录自行增补药品只是针对当时医保环境的权宜之策。

实际上，各省拥有的“15%医保目录调整权”并非秘密。早在2000年，首版《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录》一经颁布，这一权限就已写入政策文件，并持续多年未变。

2009年版《基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录》显示，对于乙类药品，各省（自治区、直辖市）可进行调整（含调入、调出和调整限定支付范围的药品品种），“总数不得超过243个”。直到国家医保局2018年成立之前，2017年版医保目录仍给地方留有15%的调整空间。

但地方医保目录自行增补药品只是针对当时医保环境的权宜之策。

近年来，我国医疗保障事业快速发展，国家医保药品目录实行每年动态调整，4年间500多个新药好药被纳入目录，并且通过谈判后药品价格大幅降低，地方增补药品基本都可被国家目录中的药品更好替代。

正因为此，继续保留地方增补药品反而会造成医保药品目录管理的碎片化，影响医保制度的统一性、公平性和平衡性。

廖藏宜指出，从整体上来看，

缓解改革痛感

取消地方医保目录让一些地区的参保人感受到了改革“阵痛”。

2022年6月1日，国务院常务会议指出，保持医保报销比例和药品品种稳定，发挥好基本医保、大病保险、医疗救助三重综合保障作用，对符合条件临时遇困无法缴纳基本医保费的给予临时参保资助。

“保持医保报销比例和药品品种稳定”是否意味着会减缓取消地方医保目录增补药品的改革步伐？在廖藏宜看来，“保持医保报销比例和药品品种稳定”正是加速推进地方医保目录改革的举措。

他认为，一方面，如果继续允

许地方增补医保目录，会带来不同药品在各省目录中的参差不齐，不利于药品品种稳定；反之，国家医保局将目录调整权力收归中央，地方各省无特殊情况不得随意调整，才是维持药品品种稳定、落实党中央决策最有力的措施。另一方面，现有医保筹资模式是“以收定支”，报销比例是参考各统筹区筹资水平、基金结余健康水平确定的，不同地区存在报销比例一定差异属于合理现象，对报销比例不宜过度解读，需要加大在参保人群中的宣传科普。



视觉中国/图

改善医保服务体验，增进民生福祉。

国医保用药范围基本统一。彼时，国家医保局综合考虑各地医保基金承受能力、临床和群众用药习惯、药品更新换代周期等各种因素，研究制定了地方增补药品三年“消化”计划，即从2020年开始，按照第1年40%、第2年40%、第3年20%的比例逐步调出原省级药品目录内按规定调增的药品，到2022年底实现全国医保用药范围基本统一。

上述政策推动下，多地加快地方增补目录的清退工作。2022年5月31日，江苏省医疗保障局发布《关于公布基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录原省增补

药品第三批消化名单的通知》，自2022年7月1日起，原省增补药品全部调出《江苏省基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录》，2023年1月1日起，所有调出药品发生的费用不再纳入江苏省基本医疗保险、工伤保险和生育保险基金支付范围。据悉，本次江苏省医保局调出医保目录共76个品种，注射剂和中成药占绝大多数。

2022年6月6日，四川省医保局印发的相关通知称，对于省级增补品种的复方氯己定外用液体剂等70种药品，设置报销过渡期。

2022年12月31日之后，医保基金

将不再对上述药品进行支付。

2022年6月24日，福建省医保局发布《关于消化省增补药品目录工作的通知》，明确对原省增补药品目录复方满山白糖浆等23个第三批消化品种，自7月1日起不再纳入省医保统筹基金支付范围。

同日，浙江省医保局、浙江省人社厅联合发布的《关于做好全省基本医疗保险、工伤保险和生育保险增补药品消化工作的通知》要求，自12月31日起，原省增补药品全部调出基本医疗保险、工伤保险和生育保险基金支付范围。上述药品调出前，继续按现有规定予以支付。

且替代后疗效更好、经济性更优，对患者影响较小。”廖藏宜说。

改革“阵痛”该如何缓解，廖藏宜认为，首先，现有各地都在搞惠民保，很少的缴费额就可以带来动辄上百万元的保额，能否考虑把原省级目录取消的药品纳入保障范围，以维护继续用药品群体的利益。其次，可以探索召集相关企业专题沟通，督促他们完善临床证据材料，保持价格合理，争取在国家层面的目录准入，从而解决全国一盘棋的局面，从困境中寻找生机。

“此外，需要注意的是，实现全国医保用药范围基本统一并不是各省目录要全部一致，根据相关文件要求，《药品目录》中的中药饮片、各省（区、市）调整的民族药品、中药饮片和医院制剂的支付管理办法由省级医疗保障部门自行制定，给各省预留了合理的调整改革空间。”廖藏宜说。

取消地方医保目录让一些地区的参保人感受到了改革“阵痛”，此前能报销的药品不能再报销等。

“任何改革都不是十全十美

的，在兼顾大部分群体利益的同时，肯定会损害少部分群体的利益，对于这个问题，我们应该客观看待。”廖藏宜表示，根据国家医保目录评审原则，被调出目录的药品往往是取消药品批文不再生产、安全性方面存在重大问题，或者在临床疗效、安全性、经济性方面存在明显硬伤，不适合继续留在医保目录中。

“我们如果仔细梳理的话，就可以看到，本次被调出省级目录的药品，大部分属于老旧品种，可以被现有目录中性价比更高的药品取代，

内镜诊疗赛道迎风口 安杰思再战科创板

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

近日，杭州安杰思医学科技股份有限公司（以下简称“安杰思”）于科创板上市结束问询环节，并递交上会稿，由科创板上市委员会于11月7日对其首发事项进行审议。两年前，安杰思就曾冲击科创板IPO，但最终折戟于注册阶段。

招股书显示，安杰思从事内镜微

创诊疗器械的研发、生产与销售，主要产品应用于消化内镜诊疗领域。据其披露，目前，内镜微创诊疗器械市场相对集中，全球市场由波士顿科学、奥林巴斯、库克医疗等企业占据，三家合计占据70%以上的市场份额。其中，高端市场也仍以美日品牌为主。

事实上，不仅内镜微创诊疗器械，内镜设备的全球市场目前也由进口品牌占据主导地位。在这两大

领域，中国企业也在加快技术追步伐，逐步缩小技术差距。

安杰思方面接受《中国经营报》记者采访时表示，公司在内镜微创诊疗器械行业已形成较高的市场知名度，占据较大市场份额，“未来随着国内内镜设备厂家核心技术的形成，公司将加大与国内同领域企业的技术开发合作，为消化内镜诊疗设备和器械国产化共同努力。”

患者带来了较大的经济负担。

其中，消化道的机械止血是消化道诊疗领域近20年来形成的新术式，全球市场被奥林巴斯和波士顿科学占据。

自2012年起，安杰思开展止血夹产品的研发。止血夹按用途主要分为两种，一种用于机械压迫止血，另一种用于内镜下缝合。

经过十年的创新，利用核心技术精准解决临床痛点，安杰思先后取得20项发明专利，另有10项发明专利正在申请中，其产品实现了可重复开闭、可拆卸、保持预夹和旋转功能下的可换装和连发等功能。其中，可拆卸以及保持预夹和旋转功能下的可换装技术为公司独有技术。

2013年，安杰思的止血夹产品通过CE认证，是国内首批向欧洲销售止血夹产品的企业，亦是率先取得止血夹产品第三类医疗器械注册证的国内生产企业之一。

根据研究报告《软镜：百亿规模再加速，进口替代正当时》的数据，2021年国内使用止血夹的数量为997万个，安杰思2021年国内销售止血夹149.59万个，市场占有率达到15%。

另一方面，公司于2013年和2014年在国内最早上市可兼容奥林巴斯、富士、宾得三大主流内窥镜主机的国产品牌内镜用二氧化碳送气和送水装置。安杰思披露称，公司2017年至2021年境内销售的内镜用二氧化碳送气装置和内镜用送水装置占2021年末国内市场存量的比例超过20%。

招股书显示，2019年~2021年及2022年上半年，安杰思的研发费用分别为1493.27万元、1847.77万元、2419.38万元和1446.23万元，分别占当期营业收入比例为8.17%、10.75%、7.92%和9.2%。

安杰思方面对记者表示，“凭借过硬的产品质量和优良的临床使用效果，公司在内镜微创诊疗器械行业已形成较高的市场知名度。公司应用核心技术的产品性能优异、独创功能优势突出。”

高禾投资发布的研报指出，内镜微创诊疗器械方面，目前国产品牌性能达标，可发挥本土化优势，快速响应医生需求，迭代产品；DRGs付费（按疾病诊断相关分类付费）和集采等政策背景下，高性价比的国产器械优势巨大，部分国产品进入加速替代期。

百亿级市场规模

在保持高强度研发投入下，2019年~2021年及2022年上半年，安杰思收入分别为1.83亿元、1.72亿元、3.05亿元和1.57亿元；净利润分别为5473.95万元、4523.44万元、1.05亿元和5466.31万元。

安杰思方面告诉记者，境内市场方面，公司的营销网络已覆盖全国重点城市，主导产品在千余家医院得到应用；境外市场方面，公司相关产品已获得美国FDA注册、欧盟CE认证等证书，销往美国、德国、意大利、英国、韩国、澳大利亚、日本等多个国家和地区。

与此同时，安杰思涉及的涵盖内镜设备、内镜微创诊疗器械等行业的内镜诊疗赛道正迎来快速发展。

Evaluate MedTech数据显示，2017年，全球内镜系统（包括硬镜、软镜、设备和诊疗器械）的市场规模约为185亿美元，2024年有望达到283亿美元，年复合增长率为6.3%，高于同期医疗器械总销售额增速（年复合增长率为5.7%），成为全球增长较快的医疗器械子行业，其占医疗器械总销售额的比重也将从4.6%提升至4.8%。

光大证券研报指出，当前，国内内镜诊疗市场规模约100亿元，并将继续保持快速增长，2024年有望逼近150亿元，2020年~2024年的年复合增长率约为44%。

具体到消化内镜诊疗器械市场空间来说，我国消化道疾病新

发与死亡病例多，且基于消化内镜检查的早筛早治比例偏低。

安杰思表示，我国消化内镜诊疗市场的发展动力主要来源于40岁以上人口数量的增加以及消化内镜检查率的提升。在早癌筛查方面，国家已制定行动计划并进入实施阶段。

《“十四五”国民健康规划》提出，“提高心脑血管疾病、癌症、慢性呼吸系统疾病、糖尿病等重大慢性病综合防治能力，强化预防、早期筛查和综合干预，逐步将符合条件的慢性病早诊早治适宜技术按规定纳入诊疗常规”“多渠道扩大癌症早诊早治覆盖范围，指导各地结合实际普遍开展重点癌症机会性筛查”。

市场规模不断扩大的同时，行业竞争也愈发白热化。

安杰思坦言，境内内镜微创诊疗企业近年来发展迅速，随着医保控费力度加大，各地医疗机构的采购招标价格呈降低趋势，市场竞争日渐激烈。同时，越来越多的境内医疗器械生产商开始瞄准海外市场。公司在境外内镜微创诊疗器械市场上除了直接面对国际巨头的竞争外，还受到境内同行的挑战。

被安杰思列为同行业可比公司的南微医学（688029.SH），主营业务为微创医疗器械的研发、制造和销售，主要产品包括配合内镜使用的诊疗器械、微波消融设备及耗材、一次性内镜等。2019年7月，公司在科创板上市。

2021年，南微医学收入约

19.47亿元，同比增长46.77%；净利润约3.25亿元，同比增长24.54%。

今年前三季度，其累计收入15.12亿元，同比增长8.87%；净利润2.27亿元，同比减少8.68%；毛利率为60.7%，较去年同期下降3.6%。其中，公司在亚太市场收入8.69亿元，同比增长8.2%；美洲市场收入2.65亿元，同比增长11.2%。

面对市场竞争的风险，南微医学在半年报中表示，“公司将更加深入贴近市场和客户需要，认真研究制定产品研发、销售和竞争的战略和策略，通过差异化发展、灵活快速反应，在市场竞争中争取有利地位，构建有利态势，立于不败之地。”

2019年~2021年，南微医学产生的研发费用分别约7039.86万元、9966.86万元、1.53亿元，研发费用率分别约5.38%、7.5%、7.85%。今年前三季度，公司的研发费用约1.22亿元，占营业收入比例为8%。

10月31日，南微医学在三季度业绩说明会上表示，研发投入方面，公司根据现阶段内外部综合情况，调整了研发策略。面对当前形势，公司提出追求“有质量发展”，把有限的经费、资源放在构建第二增长曲线上，即增加第二增长曲线的研发力度，削减边际产品的研发注册，使公司研发更加聚焦。

截至11月3日收盘，公司股价报99.8元/股，公司总市值为186.87亿元。Wind数据显示，公司最新滚动市盈率为61.64倍。

共建健康中国

—认真学习宣传贯彻党的二十大精神

互联网医疗促进优质医疗资源下沉

本报记者 晏国文 曹学平 北京报道

党的二十大报告提出：促进优质医疗资源扩容和区域均衡布局，提高基层防病治病和健康管理能力。

优质医疗资源总体上供给不足、分布不均衡，是我国卫生领域均衡惠民

通过分工提升医疗资源的效率，推动医疗服务高质量发展。

据《2021年我国卫生健康事业发展统计公报》，截至2021年末，全国共有医疗卫生机构103万个，其中医院共有36570个，其余的为基层医疗卫生机构和专业公共卫生机构。等级医院中，三级医院有3275个，其中，三级甲等医院1651个。

我国顶级医院和优质医疗资源区域分布不均衡的问题比较突出。据广州艾力彼医院管理中心发布的《医院蓝皮书：中国医院竞争力报告（2022）》，2021届中国顶级医院100强主要分布在东部发达地区，上榜医院除内蒙古、青海、西藏、海南之外，其他省份至少有一家医院进入顶级医院100强榜单。其中，北京、上海、广东上榜医院最多，各有13家、11家、10家。排名前10的顶级医院中，北京、上海各有3家，四川、广东、湖北、浙江各有1家。

“从全国医疗资源情况来看，发展不平衡与分布不均衡的问题还是非常明显，东、中、西部存在很大差异，东部地区各个类型的医院都占有绝对的竞争优势，这也和东部的经济、人口和交通等因素呈正相关。”上述报告指出。

让优质医疗资源均衡化，更好地服务经济欠发达和中西部偏远地区的患者，经过10多年的发展，具有便捷高效、打破时间空间限制等优势的互联网医疗正在发挥更大作用。

在政策方面，今年6月和8月，

一个突出的问题，而互联网医疗在促进优质医疗资源扩容和区域均衡布局方面起到了重要的作用。

近10年来，互联网医疗行业快速发展，尤其是相关政策法规日渐完善并落地实施，互联网医疗行业进入高质量规范发展新阶段。

“目前，互联网医疗已经成为

我国医疗卫生服务体系中不可或缺的重要力量，正在重塑传统的医疗业务流程。”10月27日，好大夫在线创始人王航对《中国经营报》记者表示。

王航说，互联网打破了时间、空间的限制，大大提升了优质医疗资源的可及性，高效率地实现了优

质医疗资源下沉，打破地区之间、城乡之间医疗资源不均衡现象，让各地民众都可以享受到高质量的诊疗服务。同时，远程诊疗的模式还可以不断提升基层医疗机构的诊疗水平，惠及更多百姓。促进优质医疗资源均衡惠民，互联网医疗大有可为。



截至目前，全国已建成互联网医院超过1700家。

视觉中国/图

886位北京及上海等地国家级专家为银川本地患者提供了3048人次“远程专家门诊”服务，减少了患者异地就医的不便，解决了“看病难”问题，实现“国家级专家、国家级方案、本地化实施”。

“这些患者以疑难重症患者为主，他们在当地大多难以获得明确的诊断或者有效的治疗方案，其中很多人因病情等条件限制而无法转运到医疗中心城市治疗。对他们来说，通过互联网获得医疗中心城市高级别专家的诊疗意见，是高效、便捷、省钱省力的解决方案。”王航说。

除了推进优质医疗资源均衡化，互联网医疗也在逐渐促进优质医疗资源扩容。

王航认为，在老龄化越来越严重的大背景下，中国的医疗资源尤其是优质医疗资源，始终都不够

用。医生的关键职能在于诊疗环节，给出优质的解决方案和治疗方法，而面对患者们对于优质医疗服务日益增长的需求，则需要更详细的分工才能满足。

“我们下一步重点是进一步提升优质医疗资源的利用效率，扩大医生的生产力，缓解医生资源不足的问题。我们将发挥互联网平台技术优势，搭建专业的医生助理工作系统，为临床医生提供配套辅助服务，协助医生建立起一套可以分工协作的工作体系，提升临床医生工作效率，从供给侧不断进行创新。”王航说，“围绕每一位关键的医疗决策者，搭建起医疗团队，通过分工提升医疗资源的效率，推动医疗服务的高质量发展，这与党的二十大报告提出的‘促进优质医疗资源扩容’的目标和要求也是高度一致的。”

融合发展

互联网医疗不再只是游离于实体医院之外的独立平台，而越来越与线下医院业务融合与协同。

在互联网医疗的大势下，线下医院积极利用互联网医院将医疗服务延伸。

据国家卫健委今年7月对一位政协委员答复的函，截至目前，全国已建成互联网医院超过1700家，7700余家二级以上医院提供预约诊疗和互联网咨询服务。

在国家卫健委今年9月2日举行的以卫生健康信息化为主题的发布会上，作为线下医院的代表，中国医学科学院阜外医院副院长杨伟宪从医院的角度介绍了该院互联网医疗应用情况。

杨伟宪介绍，首先，互联网诊疗扩展了诊疗空间，把诊疗从院内扩展到院外，从医疗诊治扩展到健康管理，通过视频诊疗、图文问诊、远程会诊、药品快递到家以及通过智能APP程序协助社区医师开展高血压诊疗以及健康管理这些形式，突破区域限制，让患者足不出户，一站式解决医问药问题。

其次，增加诊疗时间。一是，医师可以自行将互联网诊疗时间定在8小时之外，利用碎片时间，通过手机端随时、随地为患者提供咨询服务、预约转诊、复诊、随诊等全流程连续性服务，对患者来说选择余地更大、更加灵活。二是将在线问诊时间延长到48小时，可以让医患双方有更充分的交流沟通时间，保证诊疗效果。

杨伟宪指出，互联网诊疗确实可以延伸实体医疗机构的诊疗能力，在分级诊疗服务中发挥巨大作用。

据了解，各医院积极上线互联网医院的背后，是一大批医疗互联网企业和传统医疗信息化厂商在跑马圈地。

作为一名行业参与者和观察者，10月26日，一家医疗互联网企业高管于洋在接受记者采访时说，近10多年来，互联网医疗经历了多个发展阶段。最初的应用比较单一，功能比较简单。互联网诊疗相关监管法规的出台，为行业发展指明了方向。互联网医疗模式产生了分化，做平台的、做运营的、做项目的不同公司按照各自擅长的方向在不断探索，对原有的医疗生态进行了重构。

“狭义的互联网医疗就是线上问诊，但广义的互联网医疗是涵盖诊前、诊中、诊后的全闭环。诊前包括分诊、导诊、预约挂号等；诊中包括图文、电话、视频等形式的问诊咨询、预约检查等；诊后包括患者管理、慢病管理、健康管理等。”于洋说。

据于洋观察，对于互联网医疗的接受度，在科室方面，不同科室医生对互联网医疗接受度差异较大，皮肤科和心理科等不需要严重依赖线下检查和诊断的科室比较适合互联网诊疗。不同地区医院对互联网医疗的地域差异并不明显，而主要与政策密切相关，同时也与管理者自身的前瞻性、战略定力等密切相关。不过，总体而言，由于线下临床工作饱和，医生在线接诊的积极性还不是很高。

于洋对记者说，现在，互联网医疗进入到规范发展的新阶段。经过多年发展，互联网医疗不再只是游离于实体医院之外的独立平台，而越来越与线下医院业务融合与协同。

据了解，各医院积极上线互联网医院的背后，是一大批医疗互联网企业和传统医疗信息化厂商在跑马圈地。

保证高研发投入 迈瑞医疗前三季度收入约233亿元

持续高研发投入

本报记者 陈婷 曹学平
深圳报道

近日，深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司（300760.SZ，以下简称“迈瑞医疗”）发布2022年三季报。今年前三季度，公司收入合计约233亿元，归母净利润约81.02亿元，同比增长均超过20%，且盈利水平已超过去年全年。

对于业绩增长的原因，迈瑞医疗方面表示，受益于国内医疗新基建的持续推进以及疫情对常规业务的影响有所改善，海外在高端客户突破上持续实现实质性进展；海外常规试剂业务完全复苏，重磅仪器的装机表现亮眼，体外诊断、医学影像、生命信息与支持业务在报告期内均呈现增长态势。

今年前三季度，迈瑞医疗继续保证高研发投入，尤其在高端不断实现突破，其研发投入达22.8亿元，同比增长27.4%。报告期内，公司在三大业务领域均推出了新产品。

在深耕、精进自身业务的同时，迈瑞医疗秉持可持续发展理念，深化企业战略与社会责任的有机融合。通过普惠医疗、产学研医合作、普及AED、践行公益等途径，将可持续发展的理念牢牢扎根于业务活动的全价值链，积极践行社会责任。

迈瑞医疗方面此前也表示，从公司及市场来看，预计未来几年“千县工程”带来的商机达到100亿元。2021年，公司在国内医疗新基建中收入约为30亿元。剔除已执行的商机，截至今年一季度末，系统中的医疗新基建待执行商机仍有240亿元，预计将在未来两年左右逐步落地。

今年9月，国家卫健委推出关于使用贴息贷款购置医疗设备的相关政策，目前该政策落地迅速，各级医疗机构采购常规设备的资金得到有力支持。迈瑞医疗管理层对此表示：“有信心达成2022年全年业绩目标。”

另一方面，凭借过硬的产品质量、强大的性价比优势以及进一步完善的海外营销体系，迈瑞

医疗在海外高端客户的突破上取得实质性进展，其中，北美和发展中国家在报告期内完成了快速增长。

产线维度，化学发光引领体外诊断业务的高速增长；医学影像业务中，全新高端超声R系列和全新中高端超声I系列迅速上量带来了海内外高端客户群的突破；生命信息与支持业务的增速逐季度环比提升，其中，微创外科业务实现了翻倍增长。

业务规模与市场空间同步扩张的背后，与迈瑞医疗长期持续的研发投入紧密相关。多年来，其坚持每年将营收的10%左右投入研发。

今年第三季度，在体外诊断领域，公司推出可溶性白细胞分化抗

原14亚型及白细胞介素六化学发光试剂、EU 8600全自动尿液分析流水线及配套试剂等；医学影像领域，公司推出POC超高端平板彩超TEX20+、基层彩超解决方案Consona N9/8/7/6等；生命信息与支持领域，公司推出TMS30和TMS60 Pro遥测产品、易监护2.0生态系统等新产品。

除了供应产品以外，面对医院日益凸显的信息化建设需求，迈瑞医疗通过搭建院内医疗设备的集成化管理体系、提升医院的管理和运营效率、助力医院构建智慧诊疗生态系统等途径推动医疗资源均质化。

截至目前，“瑞智联”IT解决方案已累计实现签单医院数量达320家，其中前三季度新增签单医

院200家；“瑞云++”影像云服务平台已累计实现装机近2500套，前三季度新增装机超过1100套；“迈瑞智检”实验室IT方案累计实现装机医院110家，其中75%为三级医院，前三季度新增装机医院50家。

迈瑞医疗方面表示，公司未来将继续聚焦三大业务领域，积极拓展高增长潜力的种子业务，全面加强产品研发创新、加快国际营销体系变革和深化海外本地化建设等多方面综合能力，抓住国内医疗新基建和海外全面高端突破的重大机遇，持续提升公司的产品竞争力和市场份额；同时，继续提升内部管理水平，改善经营效率，使得营业收入和净利润长期持续地健康增长。

李西廷及迈瑞医疗集团在砀山县开展医疗、教育、乡村振兴等各种类型的公益活动，助力提升当地医疗教育水平，促进产业振兴和经济发展。此前，李西廷已多次向砀山、淮北、金寨等地中小学和其母校中国科学技术大学捐款。

作为全球医疗器械市场的重参与者，李西廷表示：“面向未来，我们将秉持可持续发展理念，构建更加深广的合作，深化企业战略与社会责任的有机融合，与时代发展同道，与行业之需共行。从应对健康危机，到共享医疗科技，从关怀社区福祉，到普及公共急救，我们将为医疗可持续尽应之力，为人类健康作出贡献。”

贯彻可持续发展战略

主营业务稳健发展、经营业务持续向好的另一面，迈瑞医疗长期致力于健康事业高质量发展，积极承担社会责任。

“医疗器械是良心事业。”这一句行业内流传甚广的话便出自迈瑞医疗董事长李西廷。

李西廷在《2021年度可持续发展报告》中表示：“对于我们而言，企业之道不仅体现在科技硬实力层面的攻坚克难，更体现在企业以创新成果、创新模式回馈社会、造福社会的责任担当之中。”

三季报显示，在可持续发展方面，迈瑞医疗建立了包括董事会战略与社会责任委员会、环境、社会与管治（ESG）执行委员会在内的全面可持续发展管理体系。为

更好地执行公司可持续发展战略和政策，公司对ESG执行委员会作出调整，围绕迈瑞医疗可持续发展策略六大议题，建立规范企业治理、创新驱动未来、产业链协同发展、推动绿色发展、可持续职场、共同富裕六大赛委会。打通各业务、职能部门，统筹、落实相关工作。

其中，医疗和教育，是迈瑞医疗公益事业长期重点关注的领域。

今年9月，迈瑞医疗通过黑龙江省慈善总会向黑龙江省卫生健康委员会捐赠价值5100余万元的医疗设备，从远程诊疗、院前急救、精准医疗和检验医学四个方面补强当地医疗设备短板。157套5G远程超声诊断系统、200台

自动体外除颤仪（AED）、100套初次全髋关节置换系统、157套检验设备，将定向用于黑龙江省230余家医疗机构及其他公共场所。

为推动县域医共体建设，学习先进地区的成功经验，迈瑞医疗自2019年起与清华大学合作，开展卫生健康系统管理者能力提升项目。据其披露，2022年前三季度，公司共举办21期基层卫生健康管理人员培训班，培训912人次，其中举办3期优质服务基层线上直播，每期观看超10万人次。

同时，公司聚焦医疗器械相关领域的重大技术问题及难题，联合高校、专家及产业、跨界交融，组织参与行业交流、解决医学难题，提升技术创新。三季报显示，

2022年前三季度，迈瑞医疗共举办国际培训和学术交流活动超过300场，涉及产品、技术应用培训和最新临床话题研讨，覆盖近15万人次。

在促进AED普及方面，据迈瑞医疗方面披露，2022年前三季度，公司向合作伙伴捐赠AED设备636台。直接或间接推动急救培训参与人数超40万人。截至2022年9月30日，迈瑞AED已在中国累计成功救治135名公共场合心脏骤停患者。

10月26日，李西廷宣布将出资10亿元为安徽省砀山中学建设新校区。根据砀山县教育体育局发文，砀山是李西廷的家乡，砀山中学是李西廷的母校。多年来，

多国监管审查最大游戏收购案：微软收动视暴雪可否“称心如意”

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

巴西监管部门亮起绿灯，使微软对动视暴雪的收购更进一步。

反垄断审查未决

微软对动视暴雪的收购将较大程度影响游戏行业格局。

10月20日，英国竞争和市场管理局(以下简称“CMA”)就微软收购动视暴雪一案，在官网向公众征求意见。CMA公告称，其关注点在于收购案是否有损竞争，涉及领域包括主机游戏平台、游戏订阅服务、云游戏。“如果我们在发现没有竞争性问题，交易将按计划进行；如果确实发现竞争性问题，我们将决定如何纠正，比如出售部分业务或完全禁止这项收购。”

今年1月，微软宣布计划作价687亿美元收购动视暴雪。如若收购成行，这将成为游戏行业最大的收购案。而在微软的收购之路上，需要面临监管机构的审查。

7月，CMA宣布对微软-动视暴雪收购案开启调查，调查程序分为两个阶段，如果其认为不存在有损竞争的问题，将直接批准交易进行。就在9月，CMA宣布，由于微软拒绝补救收购计划，该公司对动视暴雪的收购或将面临第二阶段深入调查。这一阶段将以第一阶段的工作和证据为基础，通过要求提供信息和利用其法定权力收集内部文件，进行更多的第三方参与。

“微软是与索尼、任天堂并立的三大主机游戏公司之一，过去20年称霸市场，其间鲜有新对手进入；而动视暴雪持有全球畅销和知名的几款网络游戏特许经营权，如《使命召唤》和《魔兽世界》……微软已经拥有领先的主机平台(Xbox)、领先的云平台(Azure)和领先的PC操作系统(Windows)，这些都是微软在云游戏方面大获成功的助力。”CMA方面表示，担心收购动视暴雪会进一步壮大微软，从而任由其垄断行业。

吕惠波对记者表示，微软对动

步；而英国反垄断机构则表示对这起收购存疑，宣布开启深入调查，又使交易前景蒙上一层迷雾。

如果动视暴雪归入微软，由

动视暴雪开发的《使命召唤》系列是否会继续出现在索尼的平台上，成为监管机构的一大关注点。对此，微软高管多次公开表

示，无意将《使命召唤》系列收录为自家独占游戏之一。

伽马数据高级分析师吕惠波对《中国经营报》记者表

示，考虑到动视暴雪的体量和微软自身具备的优势，如果动视暴雪加入微软麾下，预计较大程度影响游戏行业

格局，不仅可能使微软游戏业务收入达到全球第一梯队，还能为其进军云游戏、元宇宙提供助力。

索尼公开反对

CMA方面并不相信微软会大幅度开放《使命召唤》。

为了使收购案尽快通过审查，微软正大力游说监管机构。而与这宗收购案相关的公开讨论中，关注点主要集中在由动视暴雪发行的《使命召唤》系列游戏，在收购完成后是否会继续留在索尼旗下的主机平台PlayStation。

《使命召唤》IP诞生于2003年，目前该系列已包含19款作品，拥有大量忠实玩家。随着这宗世纪收购被摆上台面，《使命召唤》何去何从成为众多玩家和游戏行业人士关心的话题。据外媒爆料，索尼互动娱乐CEO瑞恩不仅公开表达对这项收购计划的不

满，还在9月初为了这项收购案亲自前往布鲁塞尔见欧盟委员会官员。

微软方面曾多次表示，《使命召唤》不会立即从PlayStation平台消失。斯宾塞在一份对媒体的声明中说，微软方面曾向索尼发去一份署名协议，承诺在索尼和动视暴雪达成的合同约定之外，《使命召唤》还能在PlayStation平台上保留“数年”。但微软方面并未说明，“数年”之后《使命召唤》是否会成为Xbox独占游戏。

瑞恩则公开回应称，微软将《使命召唤》系列留在PlayStation

上的提议“在许多层面上不够充分”。

10月26日，斯宾塞再次承诺《使命召唤》会留在PlayStation平台，甚至还称想到这款游戏登陆任天堂Switch平台。“我乐于见到这款游戏能在不同的屏幕上游玩。”

然而，CMA方面并不相信微软会大幅度开放《使命召唤》。其在声明中表示，微软要将索尼排除在《使命召唤》游玩平台之外的动机比它表现出来的更强烈。CMA还指出，微软曾收购多种平台的游戏开发商并将它们后来制

扩充订阅制游戏库

微软对动视暴雪的巨资收购是为丰富其订阅库内容而下的又一步棋。

近20年来，微软一直在收购游戏工作室，并将它们开发的游戏纳入自家的订阅制服务Game Pass游戏库中。

2002年，微软以3.75亿美元收购英国开发商Rare，由其为Xbox开发数款独占游戏；2014年，微软斥资25亿美元收购Mojang，将沙盒游戏《我的世界》收入囊中；2018年，微软一口气收购6家工作室；2020年，微软以75亿美元现金收购游戏发行商贝塞斯达母公司ZeniMax Media，ZeniMax的《上古卷轴》《辐射》《末日使者》《星域》等游戏将加入Game Pass。

尽管对动视暴雪的收购尚未完成，但据6月微软游戏发布会透露，由动视暴雪开发的《守望先锋2》和《暗黑破坏神IV》分别于今年10月和2023年上线，并且进入

Game Pass订阅服务。关于《使命召唤》，虽然斯宾塞表示该系列游戏可以继续留在PlayStation，但后续会尽力将其加入Game Pass。由此可见，微软对动视暴雪的巨资收购是为丰富其订阅库内容而下的又一步棋。

10月26日，斯宾塞透露，Xbox Game Pass订阅服务收入占Xbox内容和服务收入的15%，预计未来这一比例会在10%到15%之间。“对于我们来说是有的赚的。”

对于微软来说，未来更有增长空间的或许是PC端的订阅服务收入。斯宾塞表示，PC Game Pass同比增长159%。“PC端订阅数量增长显著……而主机端则有所放缓，主要是因为在某个时点，主机已经触达了每个想要订阅服务的玩家。”

Xbox官网显示，目前PC和Xbox Game Pass订阅费均为每月9.99美元(约合人民币72元)，游戏库中包含上百款游戏，而市面上一款3A游戏动辄上百元(人民币)。今年1月，微软宣布其Xbox Game Pass订阅用户数量已达2500万人。

微软大力打造的订阅制系统，是否会改变游戏行业争抢独占内容的商业模式？吕惠波认为，可以预见未来订阅制一定程度上能改变现有的模式，但由于现阶段订阅制服务还是有不小的问题，这一愿景还需要通过时间检验。

“目前订阅制能带给头部知名厂商的收入远远小于购买制，因此更多厂商只是把推出多年的前作放在平台上，这类产品通过购买制的变现空间已极为有限。”吕惠波说。

昆仑万维发力元宇宙等新兴业务 海外营收占比超七成

10月28日晚间，昆仑万维(300418.SZ)披露2022年三季度业绩报告。今年前三季度，昆仑万维实现营业总收入34.0亿元，反映公司核心业务(不含投资)

盈利水平的经调整后EBITDA 10.8亿元，同比增长42.3%。

昆仑万维早已将海外市场提升为营收中占比最高的板块。财报数据显示，今年前三季度

度海外业务收入占昆仑万维总营收比重达75%，同比提高近5个百分点。尤其在欧美地区增长显著，收入水平及盈利质量均有显著提升。

新兴技术发力增厚营收

近年来，人工智能、元宇宙的新技术在数字产业端迅速蔓延开来。

游戏产业分析机构Sensor Tower发布的《元宇宙概念下的移动游戏市场洞察》(以下简称《报告》)中分析了2022年上半年元宇宙游戏的发展趋势。《报告》显示，2022上半年游戏以94%的收入占比成为元宇宙板块绝对的核心。

谈及元宇宙对当前行业的影响，昆仑万维方面提到，元宇宙平台可连接用户形成新形态的社交平台，新技术还在持续迭代，未来

可链接的内容媒介也会越来越多，对内容平台形态会有很大改变。

当前，昆仑万维业务板块包括海外信息分发与元宇宙平台Opera，海外社交媒体StarX，移动游戏平台Ark Games和休闲娱乐平台闲徕互娱，主营业务覆盖资讯、社交、娱乐、游戏和投资等。

其中，Opera是全球用户最常使用的浏览器之一，收购Opera后，昆仑万维将其打造成了海外信息分发与元宇宙平台。

去年11月，Opera通过Opera GX游戏浏览器、游戏引擎Game-Maker Studio(GMS)以及完成两者

闭环的游戏社区平台GX.Games(原GXC)，进行了元宇宙的打造。财报显示，今年三季度，元宇宙业务月活跃用户超过1900万，单季总收入超过1400万美元。

随着元宇宙的持续火热与硬件设备的技术进步，带动虚拟现实产业快速发展。昆仑万维旗下StarX年初开始发力VR内容方向，三季度StarMaker VR版上线。

StarMaker VR版包括Sing Star、Taiko Star、Blade Star 及 Shooting Star四个模块。融合了包括Sing Star音乐体验、Taiko Star 和 Blade Star音乐节奏类游戏，以及Shooting Star音乐射击类游戏等多种内容。

昆仑万维方面提到，目前，StarMaker VR版已在Facebook(Meta)旗下的Oculus App Lab、SideQuest及Steam VR平台上线，后续将上线更多平台，为音乐爱好者们带去前沿的娱乐与社交体验。

此外，借助AI技术实现降本增效，昆仑万维为用户带来极大的便利。今年三季度，StarX MusicX Lab再推10首新作AI歌曲。

AI作曲在为StarMaker提供海量音乐作品的同时，在商业化方面也取得了初步进展。昆仑万维方面提到，已经有MCN(多频道网络)公司向StarX采购AI创作的曲子。公司的长期目标是把AI作曲的能力SaaS化，让第三方可以通过调用接口来生成曲谱。



海外业务支撑业绩增长

目前，游戏公司出海谋生已经成为大势所趋。对于航海经验丰富的昆仑万维而言，如今海外市场已经成为昆仑万维业绩的主要支撑。2022年前三季度财报数据显示，昆仑万维海外业务收入占总营收比重达75%，同比提高近5个百分点。尤其是在欧美地区，增长显著，收入水平及盈利质量均有显著提升。

昆仑万维方面提到，游戏市场机遇无限，昆仑万维持续布局，并积极拓展海外市场。Ark Games是昆仑万维旗下全球移动游戏平台，也是二次元游戏出海的头部厂商。

聚合数据公司Data.ai发布的《2022年二次元手游市场洞察报告》显示，2021年二次元游戏玩家的用户支出超过170亿美元，这已经占到了2021年全球手游总支出的20%。2021年，二次元手游全球

用户使用渗透率仅有<3%，在全球市场来看，二次元手游依然还有着很大的潜力可以挖掘。

2022年三季度，昆仑万维旗下游戏平台Ark Games自主研发的MMORPG游戏《圣境之塔》(英文名：The Legend of Neverland)成功在欧美地区上线。Sensor Tower发布的2022年9月出海手游下载榜中，《圣境之塔》入选中国手游海外收入增长排行榜第12名。

昆仑万维方面提到，游戏上线当日，《圣境之塔》登陆欧美主要国家如英国、法国、德国、美国、加拿大等国游戏品类应用免费榜前列，首月新增用户达140万。自9月份上线以来，单日最高流水突破20万美元，首月流水更是突破300万美元。

此外，《圣境之塔》计划于今年第四季度在MMORPG的传统优势地区——日韩市场正式上线，并有望取得良好成绩。

此外，Opera GX游戏浏览器DAU(日活跃用户数量)已突破900万。昆仑万维方面提到，Opera致力于帮助游戏开发者更加便捷、高效地完成游戏开发。GX.Games游戏社区持续完善，当前上线游戏数量突破2000款，移动端也已接近200款。GX.Games正逐步开放对H5游戏的支持，此举在进一步降低玩家体验门槛的同时，对提升平台游戏储备亦有积极作用。

谈及公司未来的发展，昆仑万维方面提到，公司将继续聚焦核心业务发展，保持各业务板块协同发展，并结合自身优势，进一步扩大出海业务版图和元宇宙战略，打造领先的互联网平台型企业，持续为公司贡献稳定现金流，探索新的利润增长点。

广告



铝企前三季度业绩分化 多地项目减产

本报记者 范阳阳 吴可仲 北京报道

继2021年业绩普涨后,今年上市铝企业绩出现分化。

近日,上市铝企陆续交出三季度“成绩单”。今年前三季度,申万铝行业31家A股上市公司中,神火股份(000933.SZ)、云铝股份(000807.SZ)、南山铝业(600219.SH)等16家公司实现归母净利润

同比增长,涨幅在6%~632%之间。不过,天山铝业(002532.SZ)、中国铝业(601600.SH)等15家公司同比则出现下滑,降幅在6%~394%之间。

一位资深铝行业研究人士向《中国经营报》记者表示:“各家公司的业绩表现不同,既有行业原因,又受自身具体情况的影响。不过总体来讲,今年三季度开始,铝

价下行,而成本居高不下,是造成行业多家公司业绩表现不佳的基本原因。”

此外,近期四川、云南、河南等多地出现项目减产,云铝股份和神火股份旗下位于云南地区的子公司的部分产能以停槽方式开展用能管理;地处河南的中孚实业(600595.SH)和焦作万方(000612.SZ)则表示暂未受到影响。

业绩分化

今年三季度开始,铝价下行,而成本居高不下,是造成行业多家公司业绩表现不佳的基本原因。

该研报显示,第三季度,中国铝业氧化铝、原铝和煤炭产量分别为408万吨、108万吨和256万吨,环比增长分别为-4%、6%和-6%;同期LME铝均价为2359美元/吨,环比下滑19%,同比下滑11%;氧化铝均价为2935元/吨,环比下滑1.4%,同比上涨4%。中国铝业原铝和氧化铝板块业务利润环比分别减少约25亿元和5亿元。

上述行业研究人士表示:“中国铝业盘子大,社会责任重,因此相较于其他行业公司,其成本一直较高。以氧化铝业务为例,不同于天山铝业的轻装上阵,中国铝业的氧化铝厂分散于河南、山西、山东、广西、贵州等全国多个省份,一旦市场下行,各厂表现参差不齐,该部分业务很难挣到钱,从而拖累公司整体业绩。”

该人士讲道,今年三季度开始,铝价下行,而成本居高不下,是造成行业多家公司业绩表现不佳的基本原因。不过,各家公司的业绩表现不同,除行业原因外,又受自身具体

情况影响。

对于盈利大涨的神火股份,该人士表示,电解铝的绝大部分成本来自“电”和“氧化铝”,氧化铝是其主要原料,电解是其生产方式。正常情况下,1吨电解铝需耗电1.35万度。因此电价相差1分钱,每吨电解铝的成本就差出100多元。

“神火股份自从把产能由河南搬至云南后,当地低成本水电的优势就得以体现,因此盈利能力大增。加之,公司今年的产能释放放大了其成本优势,助推了业绩增长。”该人士告诉记者。

“南山铝业则是因产品结构不同。公司重心除电解铝外,下游附加值高的精深加工产品也是其重要的利润来源。因此虽然行业整体利润被铝价下行和成本高企削弱,但南山铝业业绩未受太大影响。”该人士进一步表示,天山铝业产品以铝锭为主,因此利润随铝价波动较大。不过其成本较稳定,多年来也一直保持盈利。

减产止损?

继四川、云南之后,近日国内铝市场供应端便再传减产消息。

尽管三季度业绩表现分化,但多家铝企均有减产动作。

“接供电部门通知,9月14日前公司须压降用电负荷10%。受此影响,公司当月电解铝产量减少约1.48万吨。”云铝股份在相关限电减产公告中表示。

同样在云南拥有电解铝产能的神火股份表示,9月9日,公司控股股东公司云南神火收到文山供电部门通知,要求在确保安全的情况下,以停槽方式开展用能管理。

云铝股份和神火股份方面均表示,本次压降用电负荷将对公司及下属电解铝企业生产经营及经济效益产生一定影响,公司将通过安排设备检修维护、优化工艺控制、合理组织生产等方式积极应对,尽可能降低压减负荷造成的不利影响。

“这会影响公司10%左右的产能,目前该部分产能仍处于停槽状态。”神火股份人士向记者表示,公司产能目前主要在云南和新疆,河南已无产能。云南以水电为主,火电为辅。因当地由丰水期转入平水期和枯水期,电力供应出现紧张,所以云南神火以停槽方式开展用能管理。

“四川、云南减产是因当地枯水期到了,发不出来那么多便宜的水电了,而用煤电成本太高,所以企业只能减产。”上述行业研究人士表示。



今年三季度开始,铝价下行,而成本居高不下,是造成行业多家公司业绩表现不佳的基本原因之一。图为某公司工人正在捆扎打包刚生产出的铝锭产品。

视觉中国/图

继四川、云南之后,近日国内铝市场供应端便再传减产消息。

上海有色金属网(以下简称“SMM”)11月1日信息显示,经其调研,河南部分铝厂因采暖季到来、铝价走势低迷、电价成本高企、企业盈利不佳等原因,涉及总产能109万吨的铝厂计划减产10%~15%,预计影响年化产能约11万吨。

“河南减产是因为生产成本走高,而铝价却降至目前1.8万元/吨的水平,所以部分企业有点撑不住了。此外,随着11月份采暖季的到来,环保要求趋严,企业遂选择进行检修和减产。此次减产能规模预计在10余万吨左右。”上述行业研究人士表示。

记者了解到,中孚实业和焦作万方面均向记者表示,目前其产能未有减产。至于未来是否会减产,对方皆表示“不好预测”。

SMM数据显示,9月,全国电解铝行业加权平均完全成本约为1.75万元/吨,而河南省内电解铝企业完全成本约为1.9万元/吨,因此省内多数企业处于亏损状态。

“目前,河南电解铝建成产能规模为215万吨,截至10月底运行产能达200万吨,预计后续减产规模可能扩大,需持续关注。”

氯碱市场表现低迷 “一体化”利好行业龙头

本报记者 陈家运 北京报道

受原材料价格上涨及下游需求减弱等不利因素影响,今年前三季度,氯碱上市公司的业绩普遍下滑。

其中,氯碱化工(600618.SH)披露的2022年三季报显示,其在前三季度实现营收13.09亿元,同比下降21.61%,净利润11.4亿元,同比下降0.33%。此外,另两家氯碱龙头——中泰化学(002092.SZ)、新疆天业(600075.SH)的业绩也出现下滑。财报显示,中泰化学前三季度实现营收411.32亿元,同比减少2.62%,实现归母净利润11.55亿元,同比减少53.14%;实现扣非后归母净利润11.13亿元,同比减少53.53%。其中第三季度公司实现营收11.78亿元,同比增长2.26%,环比减少17.85%;实现归母净利润0.094亿元,同比减少98.69%,环比减少98.66%。

净利润承压

公开资料显示,中泰化学拥有氯碱化工和粘胶纺织两大主业,其主营PVC、离子膜烧碱、粘胶纤维、粘胶纱四大产品,配套热电、兰炭、电石、电石渣制水泥、棉浆粕等循环经济产业链。

中泰化学方面表示,受国际原油及大宗商品价格上涨、疫情反弹等因素影响,三季度国内PVC市场震荡走低,叠加PVC企业检修偏多,行业开工率较低,市场供应偏低,国内消费需求不足,社会库存不断累积,价格持续走低。加之天气转冷、美联储激进加息,市场供应压力偏大,其上行空间受限,PVC行情重心下行。三季度烧碱震荡偏强,受限电及疫情影响,市场供应收紧,支撑价格呈



受下游市场持续不振影响,今年PVC(聚氯乙烯)价格下滑明显。

制品工厂,盈利能力均表现不佳,甚至是长期亏损,而PVC价格也持续走跌。进入2022年10月份,PVC期货延续跌势,且再创年内新低,加之疫情的利空影响,市场氛围依旧平淡,贸易商报价混乱,成交一般,库存消化也不及预期,PVC市场价格继续下调。

刘天旸分析认为,今年以来,原材料电石价格上涨,叠加PVC价格下跌导致企业亏损严重;2022年上半年,PVC市场虽然供大于求,但出口情况良好,且市场未消化货源多转为累库,上半年价格变动并不大。自6月中旬开始,随着美联储加息以及原油价格下滑等影响,PVC期货价格由涨转跌,市场成交氛围持续冷淡,且当时天气高温多雨,下游需求长期得不到改善,再次扩大供大于求的局面,PVC市场价格持续大跌。7月下旬至9月份,期货价格上蹿下跳,现货PVC价格跟随期货价格走势而变化,基本维持低位震荡运行为主。10月份国内PVC主流市场价格维持弱势运行。预计第四季度PVC市场需求依然不佳,企业或延续亏损。

“一体化”利好龙头

尽管氯碱市场行情表现低迷,但多家机构依旧看好龙头企业。

10月27日,光大证券研报分析称,中泰化学新增产能建设强化一体化产业链的协同效应,持续扩充产业版图。仍看好中泰化学作为氯碱行业龙头的未来发展,且该公司新增产能一体化协同效应显著,故维持对其“买入”评级。

此外,安信证券在7月中旬的一份研报指出,预计新疆天业2022年~2024年的净利润分别为16.1亿元、18.0亿元、20.6亿元,给予增持-A投资评级。

记者注意到,尽管氯碱市场难言乐观,但行业巨头依然在投资延伸产业链。

今年7月,新疆天业成功发行30亿元可转换公司债券,其募

集资金已全部到账,将投资于新型绿色高效树脂循环经济产业链项目和补充流动资金,其中包括:子公司天业汇祥年产25万吨超净高纯醇基精细化学品项目、天业汇祥年产22.5万吨高性能树脂原料项目。

中泰化学也在募资加码布局。今年2月,中泰化学调整定增预案,拟募集资金总额不超过39.2亿元,扣除发行费用后用于高性能树脂产业园及配套设施建设项目和托克逊电石二期项目。

光大证券研报指出,2022年上半年,中泰化学为进一步发挥氯碱—粘胶纤维—纺纱一体化产业链的协同效应,扩大液碱在新疆市场的销售规模,以增资方式取得

新疆兴泰纤维65%股权。同时,公司的控股子公司新鑫科技拟续建5万吨/年三氯氢硅项目,预计于2023年投产。除此之外,公司控股子公司新疆中泰新材料拟建设资源化综合利用制甲醇升级示范项目正在开展前期准备工作。另外,中泰化学紧抓BDO供应紧缺、价格大幅上涨的机遇,其控股子公司金晖兆丰的全资子公司新疆中泰金晖科技拟规划建设年产30万吨BDO项目。随着未来规划及在建产能的落地,有望优化产业布局,提升整体的盈利能力。

中泰化学方面认为,国内PVC行业有供给和需求市场不对称、产品单一化、低值化的特点,未来PVC行业发展或将会朝着产业园区一体化、生产工艺多

样化和产品应用多样化的方向发展。公司拥有完整的煤炭—热电—氯碱化工—粘胶纤维—粘胶纱上下游一体化的循环经济产业链,打造产品结构差异化、高端化、智能化、集群化、园区化、国际化的氯碱化工、纺织工业生产基地。

另外,安信证券研报指出,新疆天业深耕氯碱化工行业,产业链一体化优势突出。根据公告,截至2021年,新疆天业已具备年产89万吨PVC树脂(包括69万吨普通PVC树脂、10万吨特种PVC树脂、10万吨PVC糊树脂)、65万吨离子膜烧碱、134万吨电石产能,同时拥有自备热电站以及年产405万吨电石渣制水泥装置,当前已形成“自备电力—电石—PVC、烧碱—水

泥”联动模式,产业链一体化优势显著。近年来,我国氯碱行业维持有序发展态势,氯碱化工产品能够广泛应用于工业生产各个领域,有望随着国民经济发展而稳步发展,新疆天业作为行业一体化优势企业有望受益。

“从国家相关政策来看,国家鼓励企业做大做强,兼并合规产能。”某氯碱上市公司人士向记者表示,实现碳中和的关键在于供给侧,预计未来烧碱行业新增产能有限,行业集中度有望进一步提升。像新疆天业、中泰化学等上市公司,未来不断增加规模和实力,可提高抗风险能力。规模扩大、产业链齐全、缩减成本使其形成规模效应,在与国际品牌竞争时也占据更多优势。

百合花跨界新能源 颜料龙头能否玩转双主业？

本报记者 陈家运 北京报道

近日，颜料龙头企业百合花（603823.SH）发布公告称，公司拟向实控人陈立荣定增募资不超过11.77亿元，投向年产4万吨磷酸铁锂电池项目及年产5000吨高性能有机颜料等4个项目。

《中国经营报》记者从百合花证券部了解到，通过此次定增，该公司将形成“化工+新能源”双主

业的业务结构。

中研普华研究员袁静美在接受记者采访时表示，从电池材料市场结构看，目前磷酸铁锂电池占比已实现对三元电池的反超，磷酸铁锂电池有望继续维持繁荣。受益于此，磷酸铁锂正极材料市场需求量整体处于快速上升态势，并已出现供不应求的局面，产品价格暴涨，从而吸引资本不断入场。

跨界新能源

面对火热的新能源赛道，原本以化工颜料为主业的百合花也在“摩拳擦掌”。

磷酸铁锂系锂离子电池材料的重要组成部分，当前主要应用于新能源汽车和储能行业。

目前，锂电池正极材料存在多种技术路线，市场上形成规模化应用的锂电池正极材料有钴酸锂、锰酸锂、磷酸铁锂、三元正极材料。

近年来，在利好政策驱动下，新能源汽车快速发展，从而推动了磷酸铁锂电池的需求增长。

在国家政策的大力支持下，我国新能源汽车产业链发展长期向好，也为动力电池和上游正极材料等相关产业提供了发展机遇。

中汽协数据显示，今年1~7月，国内新能源汽车产销分别达到327.9万辆和319.4万辆，同比增长均为1.2倍，市场占有率达到22.1%。7月，新能源汽车单月销量为59.3万辆，同比增长120%，市场占有率达到24.5%。

同时，1~7月，国内动力电池累计装车量134.3GWh，累计同比增长110.6%。7月，动力电池装车量达24.2GWh，同比增长114.2%。

其中，磷酸铁锂材料的安全性能和循环寿命优势突出，加之大量生产后成本下降，使其成为新能源汽车动力电池和储能电池的首选正极材料之一。

起点研究院(SPIR)数据显示，全球磷酸铁锂电池的出货量将从2020年的51.3GWh增长至2025年的490.1GWh，年复合增长率为57.05%。根据高工锂电的数据统计，2020年，我国磷酸铁锂正

极材料出货量达到12.4万吨，同比增长40.9%。2021年，我国磷酸铁锂正极材料出货量达到47万吨，同比增长277%，预计未来我国磷酸铁锂正极材料市场仍会保持较好增速。

另外，随着锂电池成本快速下降及技术大幅提升，锂电池应用于储能领域已具备一定优势，叠加储能市场逐步走向标准化，未来市场需求潜力较大，将持续带动磷酸铁锂电池上游材料的需求增长。

面对火热的新能源赛道，原本以化工颜料为主业的百合花也在“摩拳擦掌”。近日，百合花便宣布定增募资11.77亿元跨界布局新能源领域。

百合花方面表示，随着国家新能源汽车相关政策密集出台，对新能源汽车政策支持力度不断加大，我国新能源汽车产业链进入高速发展期。为把握新能源汽车行业高速发展的契机，公司选择磷酸铁锂正极材料作为募集资金投资项目之一，实现对新能源汽车产业链的规模化布局，优化公司业务布局，培育未来增长动能，为公司新能源业务的长期发展奠定基础。

百合花证券部人士向记者表示，通过此次定增，公司将形成“化工+新能源”双主业的业务结构。百合花方面表示，此次募资有助于拓展利润增长点，提升公司的综合竞争力和盈利能力，符合全体股东的利益。

警惕竞争“红海”

未来磷酸铁锂和电池级碳酸锂可能面临行业整体产能过剩、竞争激烈、产品价格下行的风险。

《中国锂离子电池正极材料行业发展白皮书(2022年)》显示，2021年，中国锂离子电池正极材料出货量为109.4万吨，同比大幅增长98.5%。其中，磷酸铁锂正极材料出货量45.5万吨，在连续5年落后于三元材料的情况下实现反超，成为正极材料细分领域出货量最多，且增长速度最快的子行业。

袁静美向记者分析称，现阶段新能源专用车厂商更关注动力电池的性价比，磷酸铁锂电池凭借其较低的成本，越来越得到市场的青睐，其装机量占新能源专用车动力电池装机量的比重持续上升。

袁静美认为，从整体来看，磷酸铁锂市场占比逐年提升，与三元材料形成“双龙戏珠”的竞争局面。近年来，供需两端均高速增长，行业竞争较为激烈，未来磷酸铁锂将和三元材料持续竞争，保持其行业主导地位，行业发展前景较好。

磷酸铁锂行业巨大的需求潜力，吸引了一批资本雄厚的上市企业入局。

近日，根据百合花发布的公告，其拟定增募资不超过11.77亿元，用于年产4万吨磷酸铁锂项目、年产3000吨电池级碳酸锂项目、年产5000吨高性能有机颜料及配套中间体项目和补充流动资金4个项目，分别拟投入募资额4亿元、1.2亿元、3.2亿元、3.37亿元。

记者注意到，近年来，磷酸铁

打造“双主”业务

目前，全球有机颜料产业已向亚洲转移，中国已成为全球有机颜料最大的生产国，高性能有机颜料市场应用空间广阔。

公开资料显示，百合花目前主要从事有机颜料、中间体和珠光颜料的研发、生产、销售和服务，产品主要应用于中高档涂料、油墨及高分子材料着色领域，为国内有机颜料行业综合竞争力领先的龙头企业。

高性能有机颜料使用时展现出优异的物理化学特性，既



近日，颜料龙头企业百合花宣布定增募资11.77亿元布局磷酸铁锂及高性能有机颜料等项目。图为中国科技馆展出的新能源汽车充电技术及电池科技研发进程。

新材料行业迎来扩产热潮，包括钛白粉领域的龙佰集团(002601.SZ)、中核钛白(002145.SZ)、惠云钛业(300891.SZ)，磷化工行业的云天化(600096.SH)、兴发集团(600141.SH)、氯碱行业的天原股份(002386.SZ)等上市公司，纷纷跨界进入到磷酸铁及磷酸铁锂材料领域。

据卓创资讯不完全统计，2022年国内磷酸铁锂投产计划

记者注意到，近年来，磷酸铁

超150万吨。2022年国内15家企业有磷酸铁锂产能新增计划，合计约160.2万吨，其中约90%的企业产能投产时间计划在2022年下半年。

一位锂电上市公司人士告诉记者，虽然磷酸铁锂市场空间广阔，但未来随着各公司产能投产后，市场竞争也会加剧，未来需要加大生产成本等方面的控制。

百合花方面也坦言，近年

来，我国新能源汽车产业链不断吸引新的投资者参与竞争，市场参与者数量呈现高速增长态势，未来磷酸铁锂和电池级碳酸锂可能面临行业整体产能过剩、竞争激烈、产品价格下行的风险。鉴于公司尚未与磷酸铁锂业务的客户签订协议，该项目能否获取长期稳定的客户资源存在不确定性，公司新业务存在较大的市场开拓风险。

得到改善，资本权益将得以增强。本次募投项目的实施，一方面有利于公司增强资金实力，优化资产负债结构，更好地满足业务发展的资金需求，提升抗风险能力；另一方面将有助于公司在双主业的经营模式下，拓展利润增长点，提升公司的综合竞争力和盈利能力。

“三桶油”稳增长 前三季度总营收5.22万亿元

本报记者 李哲 北京报道

近日，“三桶油”相继发布2022年前三季度“成绩单”。据《中国经

总营收达5.22万亿元

截至10月28日，“三桶油”均已披露前三季度业绩报告。从营收方面来看，三家油气巨头均实现增长。

其中，按照国际财务报告准则，中国石油在2022年前三季度实现营业收入2.46万亿元，同比增长30.6%；归属于母公司股东的净利润1202.71亿元，同比增长60.1%；经营活动产生的现金流量

营报》记者统计，2022年前三季度，“三桶油”合计实现营收5.22万亿元，营收及净利润均呈上升趋势。

其中，中国石油主要业绩指

净额同比增长38.3%。

此外，中国石化在前三季度营收2.45万亿元，同比增长22.6%。就单季而言，第三季度实现营收8411亿元，同比增长13.53%。

中国海油的业绩也节节攀升。财报数据显示，2022年前三季度，中国海油实现营收3111.45亿元，同比上升78.97%；归属于母公

司股东的净利润1087.68亿元，同比增长105.86%。

据记者统计，从营收数据来看，前三季度，“三桶油”总营收达5.22万亿元。

谈及业绩增长的原因，中国石油方面向记者表示，公司积极应对复杂严峻的外部形势，努力克服成品油市场需求下降及洪涝等自然灾害影响，统筹生产经营、改革创新和疫情防控，持续加大勘探开发

力度，继续保持历史同期最好水平。今年前三季度，中国石油、中国石化、中国海油继续加大勘探开发投入，积极推进油气产能建设，努

力实现增储上产，分别实现油气当量产量11.26亿桶、3.63亿桶和4.62亿桶，分别同比增长3.9%、2.3%和9.3%。

力度，优化油气产业链运行，有效保障油气资源安全稳定供应。2022年前三季度，公司主要业绩指标继续保持历史同期最好水平。

对于未来第四季度的业务发展，中国石油方面表示，其将持续开展提质增效和改革创新，不断优化油气两大产业链，确保实现全年生产经营目标，为全体股东和创造更大价值。

目前，全球有机颜料产业已向亚洲转移，中国已成为全



2022年前三季度，“三桶油”累计营收达5.22万亿元。

视觉中国/图

稳步推进新能源发展

在保障油气供给的同时，“三桶油”还在新能源方面持续发力。

当前，供暖季即将来临，为保障天然气有效供给，中国石油积极优化天然气资源结构，努力控制采购成本，全力保障天然气市场稳定供应。财报显示，2022年前三季度，中国石油销售天然气1894.66亿立方米，其中国内销售天然气1472.46亿立方米，同比增长6.6%。天然气销售分部实现经营利润156.44亿元。

此外，中国石油扎实推进新能源业务，推进“油气氢电非”综合站建设，继续加大资金投入，促进油气与新能源融合发展。

中国海油方面表示，其绿色发展稳步推进：国内最大的海上岸电项目——渤中一区利油田群岸电应用工程项目导管架完成海上安装、甘南“牧光互补”项目开工建设。

中国石化也积极向“油气氢电服”综合能源服务商转型。

记者从中国石化获悉，2021年，其稳步发展清洁能源，锚定打造“中国第一氢能公司”目标，氢气年生产能力超350万吨，约占全国总产量的14%，涪陵页岩气田累

计产气454亿立方米，地热供暖能力达8000余万平方米。

此外，中国石化计划建成全国最大加氢站网络，规划布局油氢合建站、加氢站1000座，力争建成50万吨/年非化石能源制氢能力，五年累计绿氢产量超过百万吨，结合氢制造、氢储运、氢应用优势，在氢能交通和绿氢炼化两个领域发力，绿氢年减排二氧化碳1000万吨以上。

了解到，10月以来，中国石化在非常规油气资源开发方面取得多项突破。10月18日，中国石化西南石油局在四川盆地部署的金石103HF探井获高产稳产工业气流，日产天然气25.86万立方米，评价落实地质资源量3878亿立方米。这是我国首次在寒武系筇竹寺组地层取得页岩气勘探的重大突破。

10月27日，记者从中国石化新闻办获悉，中国石化江汉油田涪陵页岩气田焦页18-S12HF井

顺利完井，完钻井深7161米，其中水平段4286米，水平段“一趟钻”进尺4225米，一举刷新我国页岩气井水平段最长、水平段“一趟钻”进尺最长两项纪录。

油气产量稳步增长

“三桶油”在三季度营收增长，得益于油气产量的稳步提升。

记者从中国石油方面获悉，今年前三季度，其实现原油产量6.77亿桶，其中国内原油产量5.77亿桶，同比增长2.7%；可销售天然气产量3.44万亿立方英尺，其中国内可销售天然气产量3.30万亿立方英尺，同比增长5.1%；油气当量产量12.51亿桶，其中国内油气当量产量11.26亿桶，同比增长3.9%。油气和新能源分部实现经营利润1389.33亿元。

中国石化的油气产量也稳步增长。记者了解到，中国石化在今年前三季度，实现油气当量产量5108.2万吨油当量，同比增长2.3%，其中原油产量2969.3万吨，

同比增长1.0%；天然气产量258.8亿立方米，同比增长4.1%。

中国石化方面表示，其紧抓高油价机遇，持续加大勘探开发力度，夯实资源基础，提升经营效益，实现了增产增效。在勘探方面，加强新区新领域风险勘探和圈闭预探，取得了一批油气新发现，其中塔里木盆地顺北油气田、渤海湾盆地和苏北盆地页岩油、四川盆地深层天然气等取得重大突破。

此外，中国海油方面在前三季度实现总净产量461.5百万桶油当量，同比上升9.3%，创历史新高。第三季度，该公司净产量156.8百万桶油当量，同比上升8.8%。得益于“深海一号”超深水

大气田、流花21-2、陆丰14-4/14-8、渤中19-4以及海上非常规

产量的贡献，中国地区净产量同比上升6.8%，达106.9百万桶油当量。海外净产量同比上升13.5%，达49.9百万桶油当量，产量贡献主要来自圭亚那Liza油田二期项目和巴西Buzios项目。

中国海油方面披露，其前三季度实现未经审计的油气销售收入2658.9亿元，同比上升67.6%，归属于母公司股东净利润1087.7亿元，同比上升105.9%。

2022年以来，国内成品油价随国际油价出现巨幅震荡。“三桶油”在炼化方面积极应对油价高位震荡和疫情带来的挑战，紧贴市场灵活调整加工负荷，优化

联通“联姻”腾讯背后：五年混改现新局

本报记者 谭伦 北京报道

一纸批文激起千层浪。

10月27日，国家市场监管总局反垄断局执法二司官网出现一份名为《2022年10月17日—10月23日无条件批准经营者集中案件列表》的公示文件。文件显示，联通创新创业投资有限公司（以下简称“联通创投”）与深圳市腾讯产业创投有限公司（以下简称“腾讯产投”）新设合营企业案获无条件批准，审结时间为10月18日。

《中国经营报》记者就此查询了案件公示信息看到，双方新设合营企业拟主要从事内容分发网络（CDN）和边缘计算业务。交易完成后，联通创投、腾讯产投、有关员工持股平台将分别持有合营企业48%、42%、10%的股权，联通创投、腾讯产投共同控制合营企业。

由于该事件涉及到互联网企业与国企的合作经营，消息一出也引来市场的多种解读。对此，记者向中国联通（600050.SH）方面进行了询问，集团负责人援引公司公告回复表示，此举是基于公司全面挺进数字经济的战略需要，与腾讯开展的正常业务合作，合营企业将立足于自主研发，形成完整的CDN/MEC平台能力、运营能力和产品创新能力。长远看有利于放大双方优势，壮大CDN、边缘计算产业链。

据该负责人透露，该合营企业的组建正在推进过程中，尚未完成设立登记。而受此拉动，记者注意到，11月2日下午，中国联通尾盘涨停，报收3.75元/股，总市值达到1161亿元，同时带动通信服务板块股跟涨。同日，腾讯控股（00700.HK）也上涨1.41%，收盘于230.6港元/股。

混改的延续

作为央企代表的三大运营商其实都在进行混改，只不过中国联通的力度大些，属于全局混改。

相较于资本市场的热议，通信业内人士对此次中国联通与腾讯的合作，并未投注过多热情。在电信分析师付亮看来，中国联通与腾讯展开合作设立合资公司已是五年前的旧闻，这也是中国联通近年来“混改”常规动作的一部分。

而有接近运营商的人士向记者表示，此次合作其实就是2017年双方官宣合作后的一个后续行动。公开信息显示，2017年10月，中国联通曾对外发布了《中国联通混改与腾讯合作迈大步，在云计算、网络服务等领域全面开展深度合作》的股市公告，就双方将要展开的合作内容进行了预告。

根据该份通告，双方将依托各自在通信、云计算、网络安全领域内的丰富资源与能力，强强联合，在云计算和网络服务领域相互开放资源，推进深度融合创新，打造全新的“云、管、端”互联网产业链生态平台。

中国联通方面表示，这是中国联通混改方案获得监管机构核准后，与入股互联网企业在业务领域开展的首项重大业务合作，也是混改后与腾讯强强联合、推进深度战略合作的第一步。

“如果非要把这次合作往其中一方得利更多的角度去观察，那就是中国联通从合作中受惠更多。”C114通信网主编周桂军告诉记者，如果真要剖析混改的实质，其实就类似中国联通向市场化标杆企业“取经”的尝试。

公开信息显示，中国联通的“混改”可追溯自2016年9月，彼时国家发改委正式宣布启动国企混改试点，鼓励国企打破体制僵局，调动市场化资源，激发企业活力。次年8月，中国联通正式启动混改，随后相继接受了包括腾讯、阿里、百度、京东、滴滴等巨头的入股。



联通与腾讯获批设立混改新公司。

视觉中国/图

Strategy Analytics 无线运营商战略高级分析师杨光则向记者表示，不只是中国联通，在国资委发出号召后，作为央企代表的三大运营商其实都在进行混改，只不过中国联通的力度大些，属于全局混改，而中国移动与中国联通属于局部混改。

联通的“期待”

中国联通也再度强调，在“1+9+3”战略规划体系引领下，将“大联接、大计算、大数据、大应用、大安全”作为主责主业。

对当下务求革新的中国联通而言，吸引到产业外的关注无疑有着积极的价值。尤其是将此次合作置于“混改”的框架下审视时，中国联通的战略意图或许能够在市场中得到更为清晰的传递。

CDN译称“内容分发网络”，是一种能对全网进行实时监控，并在其中自动寻求最优网络加速节点的技术。多位运营商人士告

诉记者，通俗理解，这一技术是与数据中心配合，为云厂商优化网络利用率服务的。因此，越是头部的云厂商，CDN的技术能力越强，而腾讯云正是其中之一。

“中国联通作为三大运营商之一，手里掌握了优质的数据中心与网络资源，而腾讯有最好的CDN能力。”杨光告诉记者，这或许是两家决定进行合作的基础，

强强联合，各取所需。

周桂军告诉记者，CDN和边缘计算都是打造云网的重要组成部分。在三大运营商目前都在高调推进“云网一体”战略的关键节点，联通云显然不甘人后。

最新财报显示，2022年前三季度，联通云营收达268.7亿元，同比增长142%，占总收入的比重由去年同期的4.54%，大幅提升至10.18%。

在11月3日发出的公告中，中国联通也再度强调，在“1+9+3”战略规划体系引领下，将“大联接、大计算、大数据、大应用、大安全”作为主责主业。而记者留意到，其中至少有三项与CDN、MEC业务紧密关。

更值得注意的是，早在2019年1月，中国联通与网宿科技就已共同出资成立聚焦于CDN与边

缘计算的云际智慧科技有限公司，注册资本5亿元。其中，联通创投持有42.5%的股权。但在运营约一年后，由于未能达到双方合作预期，云际智慧便进入了历史。

“但中国联通显然没有放弃，还是想在CDN和边缘上有些作为。”周桂军表示，这一次的合作可以视作中国联通在云际智慧失败后的再度尝试。

“联姻”传统的背后

除了中国联通与腾讯的合作，近期市场也密集传出运营商携手互联网巨头的消息。

除了中国联通与腾讯的合作之外，近期市场也密集传出运营商携手互联网巨头的消息。11月1日，京东科技与中国移动通信集团上海有限公司签署战略合作协议，随后有媒体报道，阿里巴巴也与中国电信达成了签约合作。

虽然中国电信方面很快就不再传闻进行了辟谣，但近年来，运

营商与互联网厂商频繁进行合作却是不争的事实。如在业务层面，中国电信、中国联通先后与阿里巴巴，中国移动则与芒果超媒、优酷等进行过合作。而在资本层面，中国电信、中国移动也都曾对外投资过很多互联网公司。

对此，周桂军认为，运营商偏爱与互联网企业进行合作是有原因的，一方面，作为基础网络提供

商，尤其是在中国，运营商掌握了大多数网络基础设施资源，而互联网厂商是以应用和服务见长，需要运营商的底层支撑，双方本就存在大量的业务往来。另一方面，运营商作为传统国企，在机制体制上存在许多约束，以设立子公司的形式与互联网公司进行合作，能够突破束缚进行更多创新，收获新的业绩增长点。尤其

是在近年来三大运营商出现营收瓶颈后，这种合作对运营商而言更是必要的。

这一点在国资委发出央企混改倡导后，变得更加明显。以中国移动子公司咪咕为例，付亮告诉记者，咪咕从人员团队到运营模式，基本就是借鉴纯互联网的玩法，而咪咕在国内视频领域的成功，也证明了

这套模式的可行性，这也正是其独立上市的传闻一直备受关注的原因所在。

杨光则表示，如果能够通过IPO引入市场化资本，运营商显然也能获得更多活力。目前除了咪咕外，包括中国电信的天翼云、翼支付也都在传出分拆独立运营的消息，这显然代表了市场与运营商的一种期待。

AI绘画兴起 内容产业迎变革前夜

本报记者 曲忠芳 李正豪 北京报道

最近一段时间，《中国经营报》记者注意到，各大应用市场中出现了一大批“AI绘画”相关的APP，据七麦、点点等应用监测平台数据，包括StyleArt、6pen Art、灵境等多款简介中标识“AI绘画”字样的APP近两个月内的下载量及排名呈现明显上升趋势。记者通过测试体验发现，这些APP中许多都提示“免费”体验，但大多应用内采取包月或包年会员的付费模式，当会员用户输入几个描述性的关键词，即可快速生成一幅画作，而在平台

已展示的大多现有作品都具有较强的视觉冲击力。

所谓AI绘画，是指通过人工智能技术工具来作画。早在今年8月，美国设计师杰森·艾伦使用一款名为Midjourney的AI图像生成器制成了一幅名为《太空歌剧院》的画作，该作品获得了科罗拉多州艺术博览会“数字艺术类”冠军，受到了业界的关注与讨论，围绕比赛公平性、AI“入侵”艺术创作领域等问题的争议更是持续至今。

事实上，在AI绘画“火”起来之前，与其他产业类似，AI对于传统

内容产业的冲击、改造与升级已经在发生，比如在内容审核、智能营销、个性化推荐、影视剧“换脸”、虚拟主播、自动配音、游戏制作等场景，AI技术正在加速渗透到各个行业领域的内容生产中。中国信息通信研究院云计算与大数据研究所（以下简称“信通院云大所”）将内容与技术融合发展的新经济领域统称之为“内容科技”产业，而对于由AI技术生成内容的新型业务模态，业界一般简称为AIGC。值得注意的是，随着技术的发展及渗透应用，AIGC正吸引国内外越来越多的力量参与和布局。

内容产业的冲击、改造与升级已经在发生，比如在内容审核、智能营销、个性化推荐、影视剧“换脸”、虚拟主播、自动配音、游戏制作等场景，AI生成的内容可能会“参照”现实艺术家或创作者的作品——训练学习素材中包括大量艺术家的作品，或输入文本描述时直接带上艺术家名字，容易造成内容版权纠纷；另外AI可以生成含有著名人物人脸的素材，也可能会有侵权风险。

其次是成本问题。李雨珂认为，当前AI绘画尤其是在生成高清图片素材时，训练的时间及服务开销非常大，盈利增长模式目前来看并不清晰。再次是效果问题，这里包括两个方面，并不是每一个文本描述都能生成理想的、高质量的图片，怎样才能制作高质量的AI作品目前还只能靠尝试，还没有科学的指导，而那些看起来“不错”的作品，其业务价值、艺术价值还需要更广泛的专业评估和考验。最后一点是参与者要考虑如何实现差异化发展，建立自己的壁垒的问题。

网易易盾AI团队负责人李雨珂向记者指出，目前AI绘画工具能够在一定程度上帮助画师提升效率，但还是暂时无法取代画师的一个工具，要进一步发展可能需要考虑至少来自以下几个方面的问题与挑战：首先，最重要的是合规和版权问题，比如利用最新的文本生成图片技术，部分用户有意或无意生成了一些不良内

AI+内容产业的现状

尽管AI绘画的“火”是在Stable Diffusion模型开源之后才“烧”起来的，但AI技术与内容产业的融合发展实际早就开启。根据信通院云大所的观察与研究，随着虚拟数字人、智能审核、推荐算法等技术和服务的不断成熟，其已经催生内容生产、分发、消费等多个环节产生出诸多的新应用与新服务，应用于新闻出版、媒体传播、网络社交、广播电视、文化娱乐、经营销售等领域。

AI技术的应用使内容生产的效率大幅提升，这在许多行业或商业场景中体现出来。上奇数科创始人兼董事长孙会峰向记者展示了该公司旗下“产业通”平台十几秒就能生成一份报告的过程。“平台每天生成上百万份报告是完全基于自动化的，基于人工智能技术的研报写作，生产效率和准确性是人工所无法比拟的。”孙会峰介绍说，现在的自动化系统并不是一蹴而就的，最初建模时同样是需要人工和经验积累的，从工作量比例来看，人工比重一度超过50%，随后经历了3年的算法优化及数据积累，现在机器的工作占比已超过95%。每天平台更新100万条数据，系统已经能够做到自动入库、识别、融合并呈现在产品中。

谈及人工智能对于写作的影响，孙会峰指出，目前机器可以替代的主要有两类：一类是结构化的报告，即预置好模板的内容完全可以设定自动化；一类是基于模型生成的自动写作，它可能有场景的序列——如新闻稿写作可能要解决时间、地点、人物、事件等基本要

15秒生成一幅图，我要抢你的饭碗

尽管AI绘画的“火”是在Stable Diffusion模型开源之后才“烧”起来的，但AI技术与内容产业的融合发展实际早就开启。根据信通院云大所的观察与研究，随着虚拟数字人、智能审核、推荐算法等技术和服务的不断成熟，其已经催生内容生产、分发、消费等多个环节产生出诸多的新应用与新服务，应用于新闻出版、媒体传播、网络社交、广播电视、文化娱乐、经营销售等领域。

AI技术的应用使内容生产的效率大幅提升，这在许多行业或商业场景中体现出来。上奇数科创始人兼董事长孙会峰向记者展示了该公司旗下“产业通”平台十几秒就能生成一份报告的过程。“平台每天生成上百万份报告是完全基于自动化的，基于人工智能技术的研报写作，生产效率和准确性是人工所无法比拟的。”孙会峰介绍说，现在的自动化系统并不是一蹴而就的，最初建模时同样是需要人工和经验积累的，从工作量比例来看，人工比重一度超过50%，随后经历了3年的算法优化及数据积累，现在机器的工作占比已超过95%。每天平台更新100万条数据，系统已经能够做到自动入库、识别、融合并呈现在产品中。

谈及人工智能对于写作的影响，孙会峰指出，目前机器可以替代的主要有两类：一类是结构化的报告，即预置好模板的内容完全可以设定自动化；一类是基于模型生成的自动写作，它可能有场景的序列——如新闻稿写作可能要解决时间、地点、人物、事件等基本要

素，机器完全可以表达清楚，但要是写出一些结论建议还需要一些极为深刻的认知理解，在目前的人工智能领域还比较难以实现。整体来看，AI技术与传统内容产业融合发展是必然趋势，AI可能会越来越越多地用于提高传统内容的生产效率。

除了AI生成研报、新闻稿之外，小冰公司的人工智能框架已在诗歌、音乐创作、数字人等内容生成方面有所应用。据小冰负责人介绍，其从2018年开始就尝试将AI视觉创造技术运用到图案设计中，之后于2021年10月，与中国纺织信息中心/国家纺织产品开发中心联合推出了AI设计开放平台DPI Space，目前已已有400余家企业注册并在生产场景中应用，该平台提供流行趋势指引、图案灵感故事、AI设计图案、品牌及秀场数据、可自定义的实时数据分析和图案分享等功能，并面向全行业提供定制化解决方案。

在小冰公司看来，人工智能的进化路径是从“任务完成型的AI助理”到“拟合情感、建立信任、激发创造力的AI being(AI人)”。AI人需要AIGC来完善其能力，而AIGC需要以AI人的作品的形式来呈现，更容易被用户理解和接受。在内容产业中，内容审核几乎是各种内容型平台或社区的“标配”。李雨珂指出，网易易盾多年来深耕数字内容风控领域，产品及解决方案已在娱乐社交、游戏、金融、新能源中深入应用，AI能力在降本增效方面越来越发挥着关键作用。目前在持续加大投入和布局的方向包括可信AI与AI安全、多模态信息深度融合、基于国产芯片的云边端系统等。

信通院云大所内容科技部副主任石霖此前接受记者采访时表示，从“内容”这个应用场景的角度去研究相关科技，能够更好更高效地推动产业健康发展。数字内容与技术的双轮驱动则成为加速推动产业融合发展、推进数字经济发展的主要驱动力。从政策面来看，内容建设事关我国网络文明建设的战略大局，科技成为内容发展的重要支撑。

不难看出，AI技术的渗透与应用正在推动内容产业生产关系、生产力的改变与迭代，并催生新形态，AIGC有望进一步向产业化、规模化发展。

AI绘画“火”的背后

记者了解到，AI绘画工具之所以在近期密集涌现，得益于今年8月最新开源免费的Stable Diffusion扩散模型，简单来说，这是今年图像生成领域的一项重要发现，它能够让用户在消费级显卡上迅速实现文字生成图片，而IDEA研究院（粤港澳大湾区数字经济研究院）认知计算与自然语言研究中心（CCNL）研发并开源了第一个中文版本的Stable Diffusion模型。显然，这项技术的突破与开源，大大降低了图片生成的门槛，一时之间仿佛人人借助AI工具都可以成为画家。截至目前，国内包括百度、腾讯、阿里巴巴等互联网企业都已有所布局，推出了相关产品或平台。

AI绘画作为一个“新鲜事物”自带争议属性，业界观点莫衷一是。在记者采访的数名设计师中，部分人士认为AI技术对于灵感启发、创作辅助表示了肯定，有的受访者也提出AI工具的出现开

15秒生成一幅图，AI会抢你的饭碗

尽管AI绘画的“火”是在Stable Diffusion模型开源之后才“烧”起来的，但AI技术与内容产业的融合发展实际早就开启。根据信通院云大所的观察与研究，随着虚拟数字人、智能审核、推荐算法等技术和服务的不断成熟，其已经催生内容生产、分发、消费等多个环节产生出诸多的新应用与新服务，应用于新闻出版、媒体传播、网络社交、广播电视、文化娱乐、经营销售等领域。

AI技术的应用使内容生产的效率大幅提升，这在许多行业或商业场景中体现出来。上奇数科创始人兼董事长孙会峰向记者展示了该公司旗下“产业通”平台十几秒就能生成一份报告的过程。“平台每天生成上百万份报告是完全基于自动化的，基于人工智能技术的研报写作，生产效率和准确性是人工所无法比拟的。”孙会峰介绍说，现在的自动化系统并不是一蹴而就的，最初建模时同样是需要人工和经验积累的，从工作量比例来看，人工比重一度超过50%，随后经历了3年的算法优化及数据积累，现在机器的工作占比已超过95%。每天平台更新100万条数据，系统已经能够做到自动入库、识别、融合并呈现在产品中。

谈及人工智能对于写作的影响，孙会峰指出，目前机器可以替代的主要有两类：一类是结构化的报告，即预置好模板的内容完全可以设定自动化；一类是基于模型生成的自动写作，它可能有场景的序列——如新闻稿写作可能要解决时间、地点、人物、事件等基本要

素，机器完全可以表达清楚，但要是写出一些结论建议还需要一些极为深刻的认知理解，在目前的人工智能领域还比较难以实现。整体来看，AI技术与传统内容产业融合发展是必然趋势，AI可能会越来越越多地用于提高传统内容的生产效率。

除了AI生成研报、新闻稿之外，小冰公司的人工智能框架已在诗歌、音乐创作、数字人等内容生成方面有所应用。据小冰负责人介绍，其从2018年开始就尝试将AI视觉创造技术运用到图案设计中，之后于2021年10月，与中国纺织信息中心/国家纺织产品开发中心联合推出了AI设计开放平台DPI Space，目前已已有400余家企业注册并在生产场景中应用，该平台提供流行趋势指引、图案灵感故事、AI设计图案、品牌及秀场数据、可自定义的实时数据分析和图案分享等功能，并面向全行业提供定制化解决方案。

在小冰公司看来，人工智能的进化路径是从“任务完成型的AI助理”到“拟合情感、建立信任、激发创造力的AI being(AI人)”。AI人需要AIGC来完善其能力，而AIGC

“果链”企业几家欢喜几家愁 新业务成多家公司亮点

本报记者 陈佳岗 广州报道

近期，国内A股上市公司集中发布2022年三季度财报。根据Wind数据，在已披露财报的多家苹果产业链公

司中，不少“果链”公司第三季度业绩不俗，其中，立讯精密(002475.SZ)、歌尔股份(002241.SZ)、中石科技(300684.SZ)、欣旺达(300207.SZ)、环旭电子(601231.SH)、

横店东磁(002056.SZ)等28家“果链”企业单季度都实现营收、净利润增速双增长。而像欣旺达、长园集团(600525.SH)、长盈精密(300115.SZ)第三季度单季净

利润增速还在两倍以上。此外，相比于今年第二季度5家“果链”公司出现亏损，第三季度仅3家“果链”公司出现亏损。

但几家欢喜几家愁，依然

有一些“果链”企业业绩表现欠佳。在净利润下降的“果链”公司中，第三季度百邦科技同比降幅最大，达到289.22%。还有万盛股份(603010.SH)、华工科技(000988.SZ)等降幅均超50%。

《中国经营报》记者注意到，在“果链”企业业绩出现分化的同时，在一些“果链”企业中，新业务已经成为了这些企业的业务亮点。

业绩向好仍有分化

苹果成为第三季度全球手机市场前五名中唯一实现同比正增长的厂商。

今年第三季度，苹果交出了一份不错的财报。财报显示，公司实现营收901亿美元，同比增长8%，创其史上第三季度营收新高，净利润207.21亿美元，同比增长0.83%，也创同期净利润新高。分业务来看，iPhone当季销售额为426亿美元，同比增长9.7%；iPad营收为71.7亿美元，同比下降13.06%；Mac营收为115.1亿美元，同比大增25.39%；可穿戴设备、家居和配件产品营收为96.5亿美元，同比增长9.85%；服务业务收入为192亿美元，同比增长约5%。

据Canalys调研数据，全球智能手机市场，2022年第三季度出货量同比下降9%，连续三个季度下跌。苹果成为该季度全球手机市场前五名中唯一实现同比正增长的厂商。由于市场对iPhone手机的需求相对更具有韧性，苹果以18%的份额进一步提高其全球市场地位。

或得益于苹果在第三季度中良好的整体表现，A股不少“果链”公司也尝到了一些甜头，如AirPods代工商立讯精密、歌尔股份，再如电池供应商欣旺达、德赛电池等上游公司。而在“果链”三巨头中，立讯精密、歌尔股份均实现了前三季度业绩同比大增，单看第三季度，两者营收、净利也均实现双增长。

立讯精密2022年度三季报显示，公司前三季度实现营业收入1452.52亿元，同比增长79.30%；实现归属于上市公司股东的净利润64亿元，同比增长36.48%。其中，第三季度营收632.91亿元，同比增长92.58%；归母净利润26.16亿元，同比增长63.47%，创单季度盈利新高。

立讯精密的产品主要包括电脑互联产品及精密组件、汽车互联产品及精密组件、通讯互联产品及精密组件、消费电子、其他连接器及其他业务等五大板块。对于第三季度业绩大增，立讯精密方面表示，主要是消费电子和电脑互联产品及精密组件有较大的增长。

记者通过梳理Wind数据发现，截至11月2日，A股苹果概念股公司中，有48家公司披露了三季报。前三季度，45家苹果概念股公司实现盈利，其中29家公司实现营收、利润双增长。而单从第三季度来看，48家A股苹果概念股中，也有28家公司实现营收、利润双增长。记者注意到，六成苹果概念股业绩呈现向好态势。

东吴证券分析师称，看好苹果产业链龙头公司的竞争优势。

不过，Wind数据亦显示，48家A股苹果概念股中前三季度还有11家营收增速下滑，17家净利润增速下滑。

48家A股苹果概念股中第三季度还有14家营收增速下滑，16家净利润增速下滑。

“果链”巨头蓝思科技情况喜忧参半。

蓝思科技2022年度三季报显示，公司前三季度实现营业收入315.76亿元，同比减少6.93%；实现净利润7.59亿元，同比下降76.97%，其中，第三季度实现营业收入123.93亿元，同比下降1.13%；净利润10.64亿元，同比增长7.61%。

而百邦科技专注于手机售后服

务产业，作为苹果公司授权售后服

务商已超过13年。在连续几个季度

营收、净利润同比下滑之后，第三季

度尽管营收实现增长，净利润还是

亏损，且未止住下滑趋势。

新业务成新亮点

在多家“果链”公司中，新业务已成发展亮点。

值得注意的是，尽管苹果依旧“独领风骚”，但在行业需求不振的背景下，“果链”企业们作为上游供应商，议价能力较弱、利润容易被压缩，也需要警惕单一客户带来的风险。

立讯精密在加大绑定苹果业务的同时，营业成本也在增长。财报显示，前三季度，立讯精密的营业成本为1267.53亿元，同比增长86.51%。对此，立讯精密方面表示，成本增速超过营收增速主要是由于产品结构变化。立讯精密财务总监吴天送近日也坦承，公司2022年前三季度毛利率为12.74%，较去年同期水平有所降低，主要是受到系统产品占比结构提高所带来的影响。立讯精密投资者关系部人员对记者解释称，系统产品主要是指立铠精密公司生产的屏幕结构件。

2021年初，立讯精密以60亿元现金收购日铠电脑(后更名为“立铠精密”)，并入报表。随后，立铠精密便为立讯2021年报贡献了较多营收，但对手机精密显示结构模组产品的前期开发和投入成本较高也影响了立铠精密的整体产品利润率，也对立讯精密合并报表后的利润率造成了一定影响。

而对歌尔股份而言，苹果能给其带来的惊喜已经不像过去那么大了。在歌尔股份披露的三季度报中，前三季度智能声学整机业务营收占比下滑至26.8%，营收同比增长仅3.60%，相比整体营收35.77%的增速贡献有限，而在歌尔股份2021年的年报中，智能声学整机业务的同期增速还有13.58%。

Canals首席分析师刘健森对记者表示，对于消费端的需求，因为今年整体市场环境不是那么



48家A股苹果概念股中第三季度有14家营收增速下滑，16家净利润增速下滑。

视觉中国/图

乐观，加上市场竞争非常激烈，苹果面临很大的挑战，产业链也同样面临不小挑战。

事实上，为了摆脱“苹果依赖症”，“果链”企业们早就在纷纷寻求新的业务增长点。记者注意到，在多家“果链”公司中，新业务已成发展亮点。

数据显示，蓝思科技前三季度营业收入同比下降6.93%，归母净利润同比下降76.97%。尽管前三季度营收、净利润均有下滑，但单看第三季度，相较于前两个季度，其净利润增速已经由负转正。数据显示，蓝思科技第三季度净利润10.64亿元，同比增长7.61%；扣非归母净利润10.32亿元，同比增长36.79%。蓝思科技方面对记者表示，公司主要经营指标呈现逐季度加速改善的良好趋势。

蓝思科技方面称，公司第三

季度实现营业收入123.93亿元，其中新能源汽车业务实现收入10.15亿元，同比增长超八成，前三季度新能源汽车业务收入24.87亿元，同比增长超过六成。

歌尔股份的业务涵盖精密零组件、智能声学整机和智能硬件三大板块。从歌尔股份近两年来发布的财报中也可以看到，“客户一”(苹果)销售占比在减少，以VR设备、游戏机等为主的智能硬件业务在其营收中的占比越来越大。

歌尔股份第三季度财报显示，其前三季度智能硬件业务营收435.5亿元，同比增长59.87%。记者注意到，其智能硬件业务已经占到公司总营收的58.7%。不过，其营业成本也大幅增加了43.16%。

对“果链一哥”立讯精密而言，尽管苹果相关业务仍在增长，

但其也不忘开辟新赛道。2022年2月，立讯精密公告称已与奇瑞集团签署《战略合作框架协议》，双方将共同组建合资公司，从汽车电器、智能网联等领域切入智能汽车市场；公司还与速腾聚创达成战略合作，将围绕激光雷达进行深度协同。

立铠精密近几年在主要客户苹果的业务持续增长的同时也在加码主要客户以外的市场，吴天送也提到，“立铠精密以往的业务市场比较集中，近一年来，其较多业务团队都驻扎在主要客户以外的市场，虽然相对规模不是特别大，但表现非常优异。”

值得注意的是，越来越多的“果链”企业正评估VR/AR、新能源汽车、智能可穿戴设备、光伏等新兴领域的发展前景和投资风险，寻找传统消费电子领域之外的第二个新增长点。

5.5G即将进入商用期 已取得三大关键进展

本报记者 秦泉 北京报道

5G商用三年以来，全感官互动正在改变彼此的沟通方式，各行业领域从信息孤岛走

向智能联接，越来越多的创新应用逐步勾勒出智能世界的全貌。随着5G技术在各行各业的广泛应用，5.5G也即将迎来商用。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，5.5G是移动通讯技术自然演进的结果。

外因和内因的相互作用催生

了5G技术的演进，5.5G作为5G的升级版，其标志性的下行万兆、上行千兆、千亿联接和内生智能的能力，将成为支撑数字经济发展的中坚力量。

(1.0)》白皮书，阐述了5G-Advanced网络技术的发展理念和关键技术。这是业界首个分析和阐述5G-Advanced网络架构演进和技术发展的白皮书。

2021年12月，在3GPP第94次全会上，面向R18的网络系统架构方面的28个课题成功立项，这标志着5.5G的标准化正式开始。

经过产业界两年的共同探索和努力，5.5G已经取得了关键进展，5.5G已开启标准化进程，持续丰富5.5G的技术内涵，已经从愿景走向共识。其关键技术也取得突破，超大带宽和超大规模天线阵列已验证具备万兆能力；除此之外，5.5G所支持的NB-IoT(窄带物联网)、RedCap(降低能力，可理解为“轻量级5G”)和Passive IoT(无源物联网)三类物联网技术跨步向前，已具备收编所有物联网的能力。

“5.5G是移动通讯技术自然演进的结果。”ITU未来网络和频谱管理处处长Walid Mathlouthi认为，上行下行速度、覆盖范围

和延时是衡量移动通讯网络质量的三大指标，5.5G无疑将在5G基础上大幅提升。Walid Mathlouthi强调说，在移动通信领域5G面向5.5G的发展阶段，频谱将是一个非常重要的方面。超大带宽频谱发放、全上行频谱使用模式等是全球产业链共同关心的话题，需要产业各方共同携手，在网络、生态、业务等各方面深度探讨与协同，促进产业链健康、可持续发展。

上述观点得到了华为无线网络产品线5.5G领域总经理高全中的认同。高全中对记者表示，无线技术需要在5G的基础上持续演进来满足未来5~10年智能社会发展的需求。以5.5G的Passive IoT技术划时代地将移动物联网终端摆脱电池束缚，达成千兆联接。通感一体可以提供超越联接的能力，将通信与感知技术融合，为更广阔的应用场景创新提供了可能。“总结来说，5.5G对比5G会有能力的持续增强，比如10倍网络速度的提升，新的物联网、感知能力。”高全中表示。

2024年或将商用

GSMA首席技术官Alex Sinclair认为，根据3GPP标准的节奏，预计5.5G将于2024年进入商用阶段。

通信产业观察家李向阳对记者表示，从2.5G到5.5G，每一个半代技术相比上一代在速率上都有约30倍的提升，每一次速率的跃变都直接推动了产业的升级。3G HSPA+(增强型高速分组接入技术)推动了智能手机的问世，4.5G推动移动视频走向高清化。5.5G作为5G的升级版，其标志性的下行万兆、上行千兆等能力势必将激活元宇宙、产业智能化、商用自动驾驶、XR体验等产业。

华为常务董事、ICT基础设施业务管理委员会主任汪涛认为，无论是“空中”的5.5G还是“地面”的超宽带5.5G，都将实现10倍以上的网络能力增强，承载千亿级物联网接入，以支撑元宇宙、工业互联网等未来产业的发展，不断演进的网络基础设施是迈向智能世界的必由之路。

高全中也认为，5.5G作为5G的升级版，其标志性的下行万兆、上行千兆、千亿联接和内生智能的能力，将成为支撑数字经济发展的中坚力量。他认为，下行10Gbps及毫秒级时延将构建虚拟世界和现实世界的桥梁，让MR、XR、元宇宙产业实现规模化发展。

“元宇宙的发展需要通讯网络的大幅升级，期待5.5G带来惊喜。”Acindri Protocol创始人兼首席执行官Moon Jerin表示，高沉

浸、低延迟、随时随地是元宇宙的主要要素，这对网络提出更高需求，尤其是提升虚拟社交、元宇宙游戏、沉浸式协同办公等场景的体验，现有网络条件仍力有不逮。

不仅如此，“5.5G将对工业界产生重大影响。”德国国家工程院院士、工业4.0创始团队成员杜威对记者表示，工业4.0乃至未来工业的发展离不开物联网迭代。从德国的生产实践看，配备5G的工厂往往拥有更好的物联网，生产效率得到大幅提升，为消费者提供更多更好的服务，有的还实现了可持续生产，相信5.5G会持续推动变革。

尽管5.5G已在标准、技术、应用场景等三大方面取得关键进展，但真正进入商用仍有其他门槛。

其中最为重要的是频谱问题，汪涛表示，需要充分利用好Sub100GHz的频谱资源，为5.5G提供资源保障。毫米波是5.5G的关键频谱，运营商需要获得800MHz以上频谱兑现10Gbps能力；6GHz是潜在的超大带宽新频谱，各个国家需考虑在WRC-23标识后开始发放6GHz频谱。

此外，还有产品落地的问题。汪涛说，5.5G网络和终端要做好能力匹配，充分释放万兆能力。中高频产品需要超过1000阵子的ELAA技术，M-MIMO的通道数也需要走向128T，提供万兆网络能力；5.5G芯片和智能终端需走向3T8R甚至更多通道，并支持4个载波以上的载波聚合，从而打造万兆体验终端。

比5G网络快10倍

近几代的移动通讯网络一般代际生命周期为10年，且在第5年左右都会出现一个分水岭，此前的2.5G、3.5G及4.5G，都带来了性能显著增强、网络管理效率显著提升、能源消耗显著下降等功效。

自从2019年5G商用以来，5G网络作为基础设施不断丰富着人们的沟通与生活方式。工信部最新发布的报告显示，截至目前，全国已建成开通5G基站196.8万个，所有地级市城区、县城城区和96%的乡镇镇区都实现了5G网络覆盖。目前我国5G套餐用户数已突破10亿户。其中，中国移动5G套餐用户达到5.57亿户，中国电信达到2.51亿户，中国联通达到2亿户。

与此同时，5G创造了很多新场景、新应用、新模式，为整个产业的发展带来了前所未有的机遇。然而在5G应用加速发展的背景下，其未来将走向何方，是否会直接跳到6G，在业内引起广泛关注和讨论，目前行业内比较普遍的一个答案是5.5G。

2021年4月，3GPP(第三代移动通信标准化组织)将5G演进的名称确定为5G-Advanced，并开启了5.5G标准化的进程，3GPP标准将通过R18、R19、R20三个版本定义5.5G的技术规范，当前R18的首批课题已经立项，面向eMBB(增强移动宽带)持续增强，在未来的R19和R20版本上，将进一步探索新的5.5G业务和架构，标志着5.5G正从愿景走向共识。

2021年8月，中国移动联合华为等产业合作伙伴发布了《5G-Advanced》网络技术演进

自有品牌占比35% 盒马向商品要流量

本报记者 李立 上海报道

“商品力才是零售业唯一的核心竞争能力。”10月31日，盒马CEO侯毅在一场面向供应商的大会上表示，盒马将全面建设“商品力”。

这是继盒马先后尝试了盒马鲜生标准店、盒马X会员店、盒马邻里等十余种业态之后，给生鲜电商行业开出的又一个药方。盒马首席商品官赵家钰对《中国经

营报》记者表示，商业模式已经不是最核心的竞争力，要向商品要流量。

自有品牌占比是推进“商品力”的集中表现之一。根据当天曝光数据，盒马自有品牌销售额占比已达35%。一年前侯毅接受记者专访时，这个数字还只是17%。另据公开数据，山姆会员店自有品牌的销售占比也是35%。

“盒马永远不收供应商的

各项苛捐杂费。”侯毅在现场表示，就是因为盒马不收供应商的费用，自有品牌才会在中国零售业领跑。

业内人士认为，盒马开业以来已经尝试多种商业模式，对盈利的追求也在从商业模式过渡到向内提效发展，眼下正期待制造爆款收割流量以便实现进一步提速发展。比拼自有品牌，如何持续制造爆款，着重打造零供关系将是重要一环。

发力“奥莱”

盒马奥莱是盒马的补充型业态，一方面承接盒马鲜生门店中临期、短保、易损耗的商品，另一方面挑选一些超高性价比的商品。

在供应商大会上，侯毅第一次公开介绍盒马鲜生奥莱。“今年年底到明年，开奥莱店将作为盒马探索下沉市场的重要战略项目。”侯毅宣布。

侯毅对供应商透露，今年年底，会在上海开出100家折扣店，全面对标德国奥乐齐(ALDI)。此前本报记者已经注意到，盒马悄悄地开奥莱店，却没有对外官宣。

“盒马奥莱是盒马的补充型业态，一方面承接盒马鲜生门店

中临期、短保、易损耗的商品，另一方面挑选一些超高性价比的商品，让老百姓用更少的钱买到更多有品质保障的商品。”关于“盒马奥莱”，彼时盒马这样解释。

奥莱店的坪效究竟如何，侯毅举了个例子，最早的一家店开了半年，单店500平方米，每天营业额15万元，毛利大约15个点，坪效大概在10万元，是大卖场的7到8倍，在降低毛利率的同时赢得了更多消费者。

此前侯毅发内部信，宣布盒马形成“三横三纵”业务架构。“纵向”设置盒马鲜生事业部负责盒马鲜生、盒马mini业态经营；盒马MAX事业部负责盒马X会员店业态经营；盒马NB事业部负责盒马邻里及盒马奥莱业态经营。“横向”三大中台以打造高效的数据化体系为目标，持续进行能力建设。

“不同业态的协同发展，盒马仍然保持了高增长。”赵家钰在现场公布的数据显示，“2022



今年年底到明年，开奥莱店将作为盒马探索下沉市场的重要战略项目。

视觉中国/图

新零售关系

在赵家钰看来，更深入的“新零售”关系应该做到可持续发展。

“盒马永远不收供应商的各项苛捐杂费。”实际上距离2018年侯毅第一次喊出“新零售”已经过去四年。这几年间，盒马不向供应商收取进场费、促销费、新品费等传统零售各种苛捐杂费，力推“买手制”。

虽然没有苛捐杂费，但成为盒马的供应商并不容易。一位云南的供应商告诉记者，盒马选品非常严格，给的价格也并不高，跟着干是看中其线上线下渠道和品牌影响力。

如何成为盒马的供应商？赵家钰告诉《中国经营报》记者，“供应商池子有非常严格的人选条件，首先要合规，能满足当前需求。其次在供应链选择上，也会更注意特色优势的供应商。比如有的区域入选的供应商，也许会只围绕一个单品拓展，但是稀缺资源，也会入选采购名单。”

上海翼信餐饮管理有限公司2016年开始和盒马合作，是陪伴盒马一起成长的最早的供应商之一。代表作是上海白领熟悉的40秒叮叮包。叮叮包采用独立包装方便携带，加热时也无需撕袋，微波40秒即食。

“最早是盒马门店一个联营档口，慢慢回归到供应链前端，”

上海翼信餐饮管理有限公司总经理冷怡佳告诉记者，最早创始团队只有三人，到现在产值约1亿元，没有一分钱融资或风投，是和盒马一起干起来的。

“有一阵老菜带着团队在巴彦淖尔考察也给我寄面粉，收到了好几箱各种各样的面粉，还有俄罗斯面粉，但做出来有点黑，不行。”冷怡佳带着团队曾花两年时间跟面团死磕，不间断地测试面团。用控制变量法测试不同面粉、不同酵种、不同温度、不同比例，终于做出叮叮包的专利“超水面团”。

在赵家钰看来，更深入的“新零售”关系应该做到可持续发展：商业层面可持续、大家都能赚到钱；生态环境可持续，对环保有利；还要行业发展可持续，撬动行业变革和进步，比如把常温工业啤变成精酿鲜啤，把云南的鲜花通过定植卖到更广阔的市场，贵族蝴蝶兰变成白领、普通家庭都能消费得起的商品。

另据赵家钰透露，目前盒马三个主力业态的供应商是重合的。“希望供应商建立多渠道的运营能力，针对不同人群，一盘货多渠道运营。”

制造爆款

如何保证持续出新品，且总能推爆款？即便是山姆、盒马、家乐福都在强推的“瑞士卷”，如何做出差异化，细节才是关键。杨霖告诉记者，首要便是做基础，让产品做到更好吃。

以“新零售试验田”出道，盒马开始独立于阿里巴巴，需要靠自身的能力活下来。持续推新品，不断出爆款，成了盒马给消费者的突出印象。

上海用户张伊伊认为，相对于其他生鲜电商，盒马最大的不同就是持续出新款，总能出爆款。花花栗子、瑞士卷、精酿啤酒、酒酿水麻薯等，她都被成功种草过。“过一段时间就会去看看盒马推了什么款，这种消费惯性就好像每季都关注全家、罗森、711的限定款。”

如何保证持续出新品，且总能推爆款？即便是山姆、盒

马、家乐福都在强推的“瑞士卷”，如何做出差异化，细节才是关键。盒马商品品牌中心自有品牌总监杨霖告诉记者，首要便是做基础，让产品做到更好吃，“比如配方更干净，黄油卷黄油含量更高”。

上海邵万生商贸有限公司三阳食品厂执行董事总经理葛颋见证了盒马的“魔鬼打样”。2021年11月，盒马自有品牌团队推出的“手作纸皮烧卖”在网上走红，烧卖最大的特点就是“皮薄如纸”，背后的供应商就是邵万生。

邵万生是上海鼎鼎有名的老

字号，三阳食品厂是做烧卖的“老手”，合作的过程中也对盒马产生过质疑。“手作纸皮烧卖，面皮厚度只有0.5毫米，蒸煮后面皮厚度也只有0.8~1毫米，光打样就打了20多次。员工累得头顶冒烟，以前是不可想象的。”也就是这款千锤百炼的“手作纸皮烧卖”，持续霸榜盒马自有品牌冷冻商品TOP1，累计销售350万包，累计销售3200万元。邵万生借道盒马，从上海走向全国。

更重要的秘密是要做到引领未来口味，杨霖希望推新品就像老佛爷做时装，今年就能预测明年流行的材质、颜色和趋势。“盒

马每个月大概上线几十款商品，很多研制的商品都是奇奇怪怪的味道。老菜(侯毅花名)很敢做，他给我讲不能做很‘安全’的东西，总是很‘安全’就永远不能有特色。”

“我们不会直接复制爆款，在每一个爆品中会添加新元素。之前山姆有一款千年爆款苏打饼干是必买产品，盒马也做苏打饼干，但在里面添加了奇亚籽，把受到消费者最新追捧的健康原料用进去，口感更香，更有颗粒度嚼劲，一出来就是爆款。”赵家钰透露，“商品研发的成功率以前只有70%，现在成功率是97%。”

部分功能收费引热议 腾讯会议商业化提速？

本报记者 李静 北京报道

10月31日，关于“腾讯会议部分功能开始收费”的话题冲上热搜榜。消息称，从9月15日开始腾讯会议一些服务结束“限时免费”，开始向用户收费。腾讯这一举措立刻引发了众多用户的关注和讨论。

腾讯会议是腾讯公司研发的一款在线会议软件，于2019年底正式对外推出。受疫情影响，线上办公、线上教学兴起，使腾讯会议在过去两三年获得了高速增长。

对于腾讯会议此时向个人用

近三年爆发式增长

腾讯会议是腾讯云旗下的一款音视频会议软件，于2019年12月底上线。和国外的线上会议软件相比，腾讯会议诞生的时间相对较晚，来自QuestMobile的数据显示，2020年1月，腾讯会议上线第一个月的MAU(月活跃用户数据)仅77万。

2020年初，新冠肺炎疫情(以下简称“疫情”)暴发后，全球居家办公需求迅速增长，在线会议的需求爆发增长，并且增速非常快。期间不少线上会议平台抓住机遇，以免费的方式迅速积累用户，加速在中小企业用户中建立基础。其中，腾讯会议就宣布从2020年1月24日起，面向用户免费开放300人的会议协同能力，直至疫情结束。

这几年腾讯会议的增长究竟有多快呢？公开资料显示，腾讯会议推出两个月内，日活跃用户量已经超过1000万，另外为助力全球各地抗疫，腾讯会议还紧急研发并上线了国际版应用。在2020年2月6日，腾讯云表示，从

户收费的行为，接近腾讯的人士对《中国经营报》记者表示，为了满足不同用户群体的协作需求，近日腾讯会议上线不限时自动会议纪要、1080P高清画质、云录制空间扩容、字幕、更多视频人数、头饰、多个联席主持人、实时转写等一系列增值功能，以上功能以会员服务的形式提供给用户，让用户拥有更丰富的解决方案。“但收费行为不会影响腾讯会议的核心基础功能，用户依然可以使用300人不限时会议及其他一系列基础协作能力。”

向C端个人用户收费

在腾讯会议迅速增长的同时，腾讯也在逐渐摸索这一明星产品的商业化变现方式。

近日，有网友发现，腾讯会议中原来可免费使用的视频转换为文字的功能，现在仅可免费体验10分钟，且只有选择成为付费会员后才可能看到全部转换的文字。

除此之外，腾讯会议中面临收费的项目还有字幕、设置联席主持人、调高同时在线视频人数等功能。个人用户想要使用这些会议功能需要购买腾讯会议的会员服务，腾讯会议会员不提供像

共享单车那样的按次收费，只提供包月以上的时长收费，腾讯会议目前分为连续包月、12个月、3个月和1个月四种选购时长，分别对应的价格是25元、288元、88元和30元。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员，工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为，腾讯会议的定价机制并不合理。

“会议功能对于部分用户来说是低频使用的功能，所以应该提供按次收费的选择。消费

者具有收费模式的选择权，不能只提供包月，而不提供按次付费功能。”盘和林说。

不过，也有部分业内人士表示，腾讯会议的收费方式并不会产生负面影响。

“作为一款SaaS产品，腾讯会议依据主流用户的使用习惯，比较了多种付费模式，目前的会员订阅模式综合考虑了用户多元化的需求以及获取服务的复杂度，为会员用户提供长期高效的增值服务。”上述接近腾讯人士表示。

天使投资人、知名互联网专

家郭涛对记者指出，腾讯会议采用对基础功能免费、对增值服务收费的方式基本上不会影响到普通用户群体。而且腾讯会议的收费金额不算高，对商业类用户来说也可以完全接受，并不会出现客户大规模流失的现象。

早在2020年9月份，腾讯会议就推出了面向企业用户的商业版本，以及“软硬一体”的数字化会议方案等付费模式，目前为中小企业提供的商业版会议解决方案售价为4788元/年起，为大中型企业提供的企业定制版官网中没有具体的售价。

间，例如金融、教育、医疗、TMT等领域。”

但B端市场的拓展对于To C属性很强的互联网公司来说并非易事，Zoom在全球市场拓展也面临着开拓B端市场的瓶颈。

旷实以Zoom的收入对腾讯会议的潜在货币化率进行了测算后表示，腾讯会议起步期的商业化贡献有限，但中长期会成为腾讯云持续的增量驱动。“中短期来看，腾讯会议主要通过向C端用户提供增值服务的模式创收，逐步提高用户付费率，带来增量收入。中长期来看，如果腾讯会议要在现有的以个人和小B企业客户为主的群体之外拓展大企业客户，则需要在销售团队和定制化产品服务上投入更多资源，才有可能强化在大型B端客户群体中的渗透率。”

对于腾讯会议的收费举动，盘和林指出：“收费本身无可厚非，天下没有免费的午餐，企业既然提供了服务，那么用户付出代价也是必然的，收费合情合理。”

郭涛也认为，目前腾讯会议市场占有率较高、用户规模大、产品用户黏性高，具备收费的客观条件。“腾讯会议向个人用户收费的背后原因或与近两年腾讯营收增长出现乏力、净利润下滑有关，希望通过开源节流的方式有效提高企业利润率。”

在2022年腾讯第二季度财报电话会议上，腾讯管理层就坦言云业务受到宏观经济环境的影响，并对腾讯云的发展策略进行了调整，更加关注高质量的收入增长，对过去以收入增长和抢占市场份额为主的扩张模式进行了转型，强化自营产品的销售占

比，同时在考核上更加注重毛利等因素。

回到腾讯会议这款产品来看，广发证券传媒行业首席分析师旷实表示，腾讯会议虽然开始向个人收费，但对标Zoom的产品和商业化路径，腾讯会议仍处于商业化初期。

Zoom是一款发展了近十年的在线会议产品，是全球在线会议产品中的领军产品，提供包括网络研讨会、家庭场景等多场景的会议功能服务，还有开放的生态及应用市场生态。Zoom及行业大部分同类产品的收费模式都是在免费使用的基础上，针对更优质的会议体验服务进行收费，收费对象既包括个人C端用户，也包含B端的政府和企业客户。

今年6月30日，腾讯会议应

数字孪生需求渐增 爆发尚待时日

本报记者 李静 北京报道

元宇宙无疑是近两年互联网领域最具热度的词汇之一。

如今,已经有不少互联网公司结合自身业务发展,推出了元宇宙相关产品或者在元宇宙方向进行了布局,更有像 Meta(原 Face-

book)这样的公司,从公司名称到业务全面转向元宇宙的企业。国内也有一些元宇宙产品面世,比如百度“希壤”、网易“瑶台”、天下秀“虹宇宙”等,但这些主要面向C端消费者的元宇宙产品,无论是产品丰富度、完成度,还是用户体验、活跃用户量方面都还处于早期阶段。

路径逐渐成熟

数字孪生技术可以说是工业元宇宙的基础,是物理世界里的实体在数字世界中的镜像,是现实世界1:1的还原和交互。

1992年出版的科幻小说《雪崩》最早提到元宇宙概念,小说描绘了一个庞大的虚拟现实世界,在那里人们用数字化身在虚拟世界中工作、生活、玩乐。简单来说,这里的虚拟世界就是现在所谓的元宇宙,而“数字化身”就是现实世界里的万事万物在元宇宙当中的“数字孪生”。

长期专注于建立数字孪生平台的科技公司51WORLD创始人兼CEO李熠说:“数字孪生是将现实世界在网络空间中真实映射的技术,在B端和G端的认知会更广泛,而元宇宙在C端的认知会更广泛一些。它们的底层技术都是3D图形和物理仿真。”

数字孪生技术可以说是工业元宇宙的基础,是物理世界里的实体在数字世界中的镜像,是现实世界1:1的还原和交互。所以,在安世亚太战略及合作副总裁邢军看来,数字孪生也可以说是元宇宙的初级阶段。

然而数字孪生对现实世界1:1的数字化呈现并不是最终目的,如何驱动现实世界才是数字孪生的深意。“数字孪生首先的作用是呈现,之后是反馈、控制和预测。”李朝晖对记者说,和元宇宙相比,数字孪生更强调对物理世界的准确描述和反馈。

邢军告诉记者,数字孪生本质是将所有业务过程描述成模型和模型的组合,全部可以用数据支撑运算、仿真和模拟并给出结果。“数字孪生的发展范式主要沿着三个维度,第一个是时间维度,从产品服务的研发、设计、实验、验证到生产、交付、报废的产品全生命周期。第二个是空间维度,小到一个零件,大到一个复杂产品乃至体系和领域。比如产品上从一个发动机零部件到发动机、到飞机整机,体系上一个机队若干架飞机的匹配调度和运维保障等。第三个是成熟度的维度,主要指技术和应用的成熟度。”

数字孪生可以理解为基于对物理世界的描述和建模,让开发者

而在大众关注度不太高的产业领域,以数字孪生为支撑的产业元宇宙也已经在工业、交通、城市、水务、园区等多个领域落地。优云智联常务副总裁李朝晖对《中国经营报》记者说道:“这两年我们明显感觉到,之前没有数字孪生需求的一些行业如今也在产生对数字孪生的需求。”

腾讯数字孪生产品副总裁万超近期公开表示:“数字孪生将迎来产业爆发期,未来的市场和商业空间值得期待。”数字孪生究竟是什么?数字孪生和元宇宙之间是什么关系?如今的数字孪生技术足够支撑产业元宇宙的发展吗?



视觉中国/图

可以全方位实时监控设备的制造流程与使用情况,然后在数字世界中推演所有可能,从而可以在产品研发过程中发现潜在的改进点与风险点,最后还可以推演出物理本体下一步的发展趋势。

以近年来的交通拥堵为例,这一状况已经成为了一个广泛关注的社会问题,但在部分城市,很难进行大规模的道路改造。如何缓解交通压力呢?“通过一个数字孪生的、立体的交通网络模型,调试各种参数寻找最优解。比如,在模拟系统里,模拟关闭某一个路口,观察到晚高峰时期,道路交通会是什么样的。如果开放了,道路交通又是什么样的结果。因为在现实中没有办法做这样的测试,但在模拟系统里面却可以做到,并且可以无限次尝试,直到找到最优解。”李熠说,制作镜像世界的最终目的是反向影响真实世界。

虽然数字孪生在2003年才开始提出,但因为可以反向驱动现实

世界的发展,近年来越来越多的行业正在探索和实践。

如今数字孪生吸引着越来越多的工业软件公司、互联网公司、云计算公司等涉足其中。例如今年7月,腾讯新成立数字孪生产品部,宣布将在城市、建筑、交通、工业、能源领域进行数字模拟和产业实践。优云智联则是UCloud优刻得旗下面向工业软件和智能制造的控股子公司,团队从2000年开始进行数字孪生平台的自主研发,致力打造基于数字孪生的一体化智能管控平台。安世亚太从1996年起,将国际先进的仿真技术和产品引入中国,近几年已推出从仿真工具到研发平台等自主知识产权的工业软件;2019年进一步整合业务和资源延伸至数字孪生工业、城市等领域,聚焦数字孪生最具挑战和机遇的建模和仿真技术、产品研发和应用。

“2019年前后,数字孪生逐渐成为热点。虽然没有被大量应用,

但国内外产业界已经开始进行大量的理论研究和应用探讨,同时数字化新基建和工业互联网的发展也为数字孪生应用奠定了良好的数据基础。”邢军透露,安世亚太在过去几年针对数字孪生做了大量的技术积累和产品打磨,今年在市场端会有更多的动作。

优云智联的数字孪生解决方案已经在多个产业领域开始落地。2021年底,优云智联以全套工业数字孪生解决方案与技术支持氢枫能源打造了属于氢枫能源的氢元宇宙——H2MeTa。在H2MeTa的车辆运营平台上,通过全国级、省级、市级的地图,可直观看到氢枫能源每一辆重型卡车的实时动态,包括用氢量、里程数等等,司机可利用手机查询最合适的加氢站进行加氢,同时系统会为其推荐最佳的运输路线。此外,每一辆车从交付开始,都会进行定点的维保,维修数据也会存储记录在案,后期通过算法进行故障预测性维护。

产业爆发尚待时日

目前不少数字孪生公司还只能达到可视化的部分,仅仅是数字可视化的呈现并非数字孪生的目的。

“最近两年虽然没有感觉到销售额的快速增长,但明显感觉到客户需求在增加,之前没有数字孪生需求的一些行业,现在也出现了对数字孪生的需求,比如新能源、烟草、电力、航空航天、水利工程、交通规划等领域都在提出数字孪生的需求。”李朝晖对记者说道。

虽然数字孪生热度已经起来,但邢军认为行业还没有真正爆发:“数字孪生的技术逻辑是可行的,但目前实现起来还有难度。”

首先,数字孪生的实现建立在多种技术整合应用的基础上。其中数字孪生的核心技术包括建模、仿真和基于数据融合的数字线程技术;能统领建模、仿真和数字线程的体系工程MBSOSE,成为数字孪生体的顶层架构技术;物联网是数字孪生的底层伴生技术;云计算、机器学习、大数据、区块链也是数字孪生的外围使能技术。

“企业过去的信息化建设是围绕业务建立起来的,可能财务是一条线、人力资源一条线、采购一条线、销售一条线,但还有很多领域的信息化、数字化是缺失的。数字孪生需要将企业的各项数据基于模型的体系工程,重新拆解汇总。”邢军对记者解释道。

51WORLD的愿景是2030年完成克隆地球5.1亿平方公里的计划,目前这一计划已经进行到一半,如今51WORLD可以快速地1:1构建一个城市群。李熠认为要实现最终的数字孪生世界,还存在不少难关。

“第一,需要接入大量的传感器,数据量巨大无比。第二,数据样本采集、数据格式应用以及数据流程也非常复杂。”李熠说道。

只有当垂直领域的各项技术都发展到一定程度,在这些技术之上的数字孪生才有可能实现爆发式增长。

同时,从数字孪生本身的技术来说,也需要进行完成一些突破。

目前不少数字孪生公司还只能达到可视化的部分,仅仅是数字可视化的呈现并非数字孪生的目的。

“客户给出一个具体目标,我们通过数字孪生和运算输出结果给到客户,让客户能够使用就可以。客户不用知道黑盒里面的机制究竟是什么,但黑盒却可以给客户带来价值。”邢军说道,黑盒主要指的就是建模和模型的组合在实际数据驱动下的演进,真正帮助客户解决具体问题的模型黑盒,才是数字孪生的关键所在。

在工业领域,最关键的模型当属机理模型。“数字孪生要做准确的业务指导,必须知道事物运行发展的机理,比如机床加工镍基高温合金,刀具动态磨损怎么样、在什么态势之下刀刃会断掉等,这就需要很多机理来支撑。”李朝晖举例说道,各行各业的各种事物都有其运行的不同机理,甚至会涉及几个跨行业的机理,比如运动学机理、切屑力学机理、材料学机理等。

此前,很多行业的核心技术掌握在产线的优秀工人手上。例如一个制鞋的注塑机,机器的生产调试需要在不同温度、时间下对机器进行不同压力的调节,以前机器只有经过专业的技术工人进行调试后才能生产。通过将机器运作机理写入数字孪生之后,系统可以清晰地将机器调试的程序和步骤用模型和程序固化,这样普通工人也能按照精确的数字孪生产线的工艺指导完成对机器复杂业务流程的操作,摆脱对个别高级技工的依赖。

因为不同行业有不同的运行机理,数字孪生的机理建模也需要对每个行业进行特定的处理。“作为先行者进入行业建好机理模型,就能够建立起自己的护城河。”李朝晖说,希望这两年通过在垂直行业和细分市场去打磨不同的解决方案,然后复制推广到更多的行业和企业。

虽然距离理想目标还很遥远,但对数字孪生产业的爆发,从业者们都充满了期待。邢军对记者说道:“数字孪生虽然还没有爆发,但已经在聚集爆发的能力。它汇聚市场驱动、技术驱动、客户驱动和政策驱动的多方合力,正处在在一个临界点上。”

广告

**好上好信息
—BoBinfo—
热烈庆祝
深圳市好上好信息科技股份有限公司
成功上市**

股票简称：好上好 股票代码：001298

两部门拟开展智能网联汽车上路通行试点

本报记者 郭少丹 北京报道

11月2日，工业和信息化部会同公安部组织起草了《关于开展智能网联汽车准入和上路通行试点工作的通知（征求意见稿）》（以下简称“《通知》”）。

试点内容包括：在全国智能网联汽车道路测试与示范应用工作基础上，工业和信息化部、公安部遴选符合条件的道路机动车辆生产企业和具备量产条件的搭载自动驾驶功能的智能网联汽车产品，开展准入试点；对通过准入试点的智能网联汽车产品，在试点城市的限定公共道路区域内开展上路通行试点。

《中国经营报》记者注意到，《通知》中对智能网联汽车搭载的自动驾驶功能范围提出了明确要求，即指国家标准《汽车驾驶自动化分级》（GB/T 40429—2021）定义的3级驾驶自动化（有条件自动驾驶）和4级驾驶自动化（高度自动驾驶）功能。

北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔向本报记者表示，试点工作开展后意味着国内自动驾驶技术、产品以及相关产业的发展进阶进一步得到利好支撑。

政策进一步利好

目前，深圳、上海、北京、重庆等地已出台相关政策支持智能网联汽车上路和相关产业发展。

《通知》对智能网联汽车试点城市、生产企业及产品准入、试点使用主体、上路通行等提出了明确要求。

比如，对试点车辆发生道路交通事故行为或者交通事故时的责任进行了界定。《通知》指出，车辆处于自动驾驶系统未激活状态下的，由车内安全员承担；车辆处于自动驾驶系统激活状态下的，由试点使用主体承担，但有证据证明车内安全员存在过错导致违法行为或者事故发生的除外。

《通知》还指出，通过开展试点

工作，引导智能网联汽车生产企业和车辆使用主体加强能力建设，在保障安全的前提下，促进智能网联汽车产品的功能、性能提升和产业生态的迭代优化。基于试点实证积累管理经验，支撑相关法律法规、技术标准制修订，推进健全完善智能网联汽车生产准入管理体系和道路交通安全管理体系建设。

张翔向本报记者表示，试点工作开展后意味着国内自动驾驶技术、产品以及相关产业的发展进阶进一步得到利好支撑。

市场热度不减

艾瑞咨询预计，随着自动驾驶产品渗透率加速提升，2025年，中国仅乘用车辅助驾驶市场规模将达到1048亿元，年均复合增长率约26.9%。

随着利好政策的深入推进，自动驾驶市场热度不减。据IVC City研究院统计数据，今年三季度国内自动驾驶行业共完成41起投融资事件，公开披露的投融资总额超过11亿美元。艾瑞咨询预计，随着自动驾驶产品渗透率加速提升，2025年，中国仅乘用车辅助驾驶市场规模将达到1048亿元，年均复合增长率约26.9%。

此次智能网联汽车准入和上路通行试点工作开展后，自动驾驶产业链企业或将再次受益。安信

证券发布研究报告称，线控底盘是实现L3级以上高阶自动驾驶的必要条件。其中线控制动是最先放量环节，预计2025年乘用车渗透率有望超过50%。而线控悬架为单价最高环节，国产化降本加速在30万元以下车型渗透。此外，线控转向是高阶自动驾驶的基石，预计2024年将开始规模化量产。

华西证券认为，未来三年或为各城市布局智能驾驶的竞争窗口期，智能驾驶汽车市场被进一步激活，不同城市的智能汽车产业集群

据了解，目前，深圳、上海、北京、重庆等地已出台相关政策支持智能网联汽车上路和相关产业发展。

《上海市加快智能网联汽车创新发展实施方案》部署车规级芯片、人工智能算法、激光雷达、车载操作系统、智能计算平台、线控执行系统等关键领域，推动车路协同等配套建设，提出目标到2025年产业规模达到5000亿元，L2和L3级汽车占新车生产比例超过70%。《重庆市自动驾驶和车联网创新应用行动计划（2022—2025年）》提出，



通过开展试点工作，引导智能网联汽车生产企业和车辆使用主体加强能力建设。视觉中国/图

到2025年，有条件自动驾驶汽车实现量产和规模化应用，形成满足高度自动驾驶要求的智能网联技术体系，关键技术领域的本地支撑能力超过80%，在国内率先建成适配更多车企和通信设备企业产品的C-V2X网络。《深圳经济特区智能网联汽车管理条例》于今年8月1日正式生效，这是国内首部关于智能网联汽车的管理法规，对其中自动驾驶的准入规则、路权、权责认定等进行了明确规定。

宝马集团加速绿色转型 BMW iFACTORY战略全面铺开

本报记者 陈燕南 北京报道

11月4日，《中国经营报》从宝马方面获悉，欧洲汽车制造商协会（ACEA）主席、宝马集团董事长齐普策随同德国总理朔尔茨和企业家代表团访华。

在生产端回收和再利用材料约占30%

齐普策表示，中国拥有全面的工业体系、供应链和人才储备，在很多方面都是全球的驱动力，比如处于宝马集团战略核心的数字化、电动化和可持续。中国仍将是宝马集团最具战略意义的市场之一。

今年，宝马沈阳生产基地迎来两个重大扩建项目的竣工——大东工厂产品升级项目和华晨宝马生产基地大规模升级项目（以下简称“里达工厂”）。其中，里达工厂的落成标志着宝马最新的BMW iFACTORY生产战略顺利落地中国。

聚焦“精益、绿色、数字化”，BMW iFACTORY战略旨在定义未来汽车生产，巩固宝马在该领域的领先地位。里达工厂能够根据市场需求随时转向100%的电动车生产，全新BMW i3已在这里下线。把自己最先进的生产战略引入中国，宝马集团以实际行动支持中国产业升级和高质量发展。

“德中关系迈过五十年，贸易和创新是重要纽带。我很荣幸能作为企业代表团成员随朔尔茨总理访问中国。此次访问释放了一个强有力信号：德中两国将继续加强经贸合作。在宝马看来，德中两国间双边关系以及合作依然有

着巨大潜力，并将得到进一步深化、发展和提高，双方的企业会得到更多的合作机会。我对此充满信心。我们看好中国市场中长期的发展前景。宝马集团将继续加深与中国企业的合作，与中国同频共振，推进高质量发展和共创共

赢。”齐普策表示。

“可持续发展是宝马集团的战略支点之一。一直以来，宝马与广大中国合作伙伴在供应链、生产领域推进减排降碳，并发展循环经济。我们脚踏实地，从一点一滴做起，把握每一个减碳机会，包括在

客户体验方面。因此，我们携手经销商伙伴启动‘BMW领创绿星’项目，打造绿色客户体验。年内将有50家经销商率先加入‘BMW领创绿星’行列。”宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐表示。据了解，宝马集团提出的全新

BMW iFACTORY生产战略正在全面铺开，该战略旨在从“精益、绿色、数字化”三个维度定义未来汽车制造。宝马集团向记者表示，只有从最初的资源开采到最终的车辆回收都实现可持续，才能从根本上减少碳排放。

2026年逐渐过渡到绿色汽车用钢

在去年6月的首届峰会上，宝马携手中国发展研究基金会等机构共同发起“产业链绿色转型倡议”；之后，又联合产学研各方专家开展深度研讨，围绕钢铁绿色转型和绿电获取等专题提出了对策建议。同年，宝马制定了“中国供应链减排计划”，确定了八个工作模块——不仅包括高碳排放的原材料和零部件，如钢、铝、高压系统和塑料，也包括其他关键的可持续因素，如可再生能源电力、环境、健康与安全等，不少工作模块已于今年获得项目进展。

今年8月，宝马集团宣布携手河钢集团打造绿色低碳汽车用钢供应链，将从2023年起在量产中逐步使用河钢的低碳汽车用钢，并在2026年逐渐过渡到基于氢冶金技术生产的绿色汽车用钢。目前，约40%的辽宁省供应商已经

进措施不断减少水资源消耗，2021年，华晨宝马实现单台生产水资源消耗量仅为1.82立方米；循环经济方面，今年5月，宝马集团与华友循环签署协议，共同打造动力电池材料闭环回收与梯次利用的创新合作模式，首次实现国产电动车动力电池原材料闭环回收。

宝马沈阳生产基地一直致力于以“最可持续”的方式生产汽车。2021年，华晨宝马单台生产二氧化碳排放量同比下降了7.8%，降低至0.17吨/台，较2016年降低了85%。

在循环经济方面，宝马集团提出“再利用材料优先”原则。在供应链端，宝马集团与合作伙伴共同寻找有效的减碳途径，已经与全球供应商签订了超过400份协议，明确要求在生产过程中使用绿色电力。目前，宝马集团在制造车辆时使用的回收和再利用材料约占30%，这一比例将逐步提高到50%。

生活方式”五个主题开展丰富多彩的活动，让更多的员工和客户参与其中。

预计到2022年底，BMW将向50家经销商颁发“BMW领创绿星”认证，并计划到2025年底全网经销商都完成“BMW领创绿星”认证。

在充满挑战的2022年，宝马集团依然奋力推进产品电动化攻势，在前3个季度实现纯电动车型销量同比增长65%。今年，宝马集团在中国市场呈献了5款纯电动车型，其中全新BMW i3就由里达工厂生产，而创新BMW i7堪称“最强7系”，是宝马成功发展和坚定电动化转型的最新例证。此外，宝马还积极参与充电基础设施建设。截至9月底，BMW联网的公共充电桩已超过45万根，覆盖全国320多个城市。

北京汽车1~9月营收1419亿元 增幅近15% 整体经营持续向好

近日，北京汽车股份有限公司（以下简称“北京汽车”，01958.HK）发布2022年三季度业绩。公告显示，得益于三季度经营向好及快速上攻态势，今年1~9月，北京汽车实现营收1418.77亿元，同比增长14.53%；净利润增长13.55%至124.68亿元，归属于母公司股东的净利润达到32.15亿元，同比劲增20.43%。

2022年，虽然中国汽车市场受多种因素影响，但依然顶住压力持续恢复。据乘联会统计，9月乘用车市场零售销量达到192.2万辆，同比增长21.5%，1~9月份累计零售销量1487.5万辆，同比增长2.4%，同比净增35.5万辆。

面对挑战不断、变化莫测的市场与大环境，北京汽车通过保供



应、促生产、抓销售、降成本等多重措施降本增效，同时不断优化产品结构、加码电动化、智能化业务，在

三季度盈利表现良好，为实体经济复苏向好贡献力量，也为品牌本年度顺利收官拉开序幕。

北京汽车旗下品牌表现各有千秋 整体经营全面向好

自主品牌以产品带动品牌焕新，撬动增量市场。今年7月，北京汽车首款全场景定义智能汽车魔方正式上市。这款SUV，意在开启品牌向上之路，对年轻化市场发起冲击。

合资品牌也实现了存量市场的连续上涨。今年三季度，北京现代销量持续回暖，逐步稳健回

归主流合资品牌赛道。全车系9月销量突破3万辆，总销量连续4个月环比上升，主销车型销量数据明显回升。第七代伊兰特连续3个月销量破万，第五代途胜L和全新ix35两款主力SUV 9月合计销量突破1.3万辆。从销量数据来看，北京现代或迎来新的发展周期。

发力核心技术 以电动化、智能化为引擎优化产业结构

当前，整个汽车产业正在向电动化、智能化加速转轨，新能源也是我国汽车产业高质量发展的战略选择，科技自主创新已成为决胜未来的“关键钥匙”。北京汽车凭借前瞻性思维部署，加速向“电动化、智能化、网联化”转型，全面布局燃油、混动、纯电驱动三个方向并发力核心技术，聚焦新能源与智能网联技术以全面优化产品结构。

从销量来看，北京汽车电动化转型收效显著。今年9月，北京汽

北京奔驰9月销量突破6.6万辆，同比暴增142.37%。长轴距C级车、长轴距E级车、长轴距GLC SUV等主力车型占据市场领跑位，成绩喜人。另据乘联会最新数据，福建奔驰生产和销售的合资豪华商务用车威霆，9月销量同比增长5.74%，环比增长26.95%，在细分市场保持领先优势。

的3.0时代产品规划，并推出其首款车型魔方。该款车型是其搭载Harmony OS智能座舱系统的首款燃油车型，随着魔方上市，北京汽车在智能化层面的先行优势将再次展现在消费者面前。

2022年快要接近尾声，从前三季度汽车行业销量以及北京汽车三季度猛烈增势来看，北京汽车股价发力点已显现。通过持续降本增效、扩大出口、突破核心技术、产业转型等稳健向上举措，北京汽车全年成绩单值得期待。 广告

客流稳定充足 销量增长明显

多重利好政策催热“金九银十”车市

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

“这些都是在国庆节期间就已下单，现在前来提车的客户。”位于上海市浦东新区的上海市汽车市场某品牌4S店销售人员日前告诉《中国经营报》记者。

该销售人员还表示，“金九银

销量排名变化明显

“造车新势力”中的“蔚小理”和零跑销量表现相形见绌，均出现了环比下降的情况。

政策一同对车市形成稳定的支撑。

多家新能源汽车企业11月1日公布的10月份交付数据，也印证了新能源汽车销量增长的趋势。除小鹏汽车外，哪吒、极氪、蔚来和理想等多家“造车新势力”10月份单月销量均突破了1万辆大关。

记者从哪吒方面获悉，10月份，哪吒交付18016辆新车，再创历史新高，同比增加122%，实现连续28个月同比增长，环比增长0.06%。极氪10月份交付量突破万辆，达到10119辆，环比增长22.3%，累计交付达到5.56万辆，连续3个月蝉联30万元以上中国品牌纯电车型销量冠军。

对于新能源汽车销量增长明显的原因，乘联会方面分析认为，主要是由于生效的地方促消费政策数较往年同期处于高位，与购置税优惠

利好政策支撑车市

今年末购置税减半和新能源补贴政策到期前会促进消费者提前购买。

新能源汽车销量提升也得益于相关车企开展的诸多优惠促销活动。

记者走访发现，各品牌4S店在国庆假期均推出了力度不小的优惠促销活动，其中部分优惠在国庆假期结束后仍在继续。奇瑞汽车某4S店销售人员就告诉记者，国庆期间推出的优惠促销政策目前仍在继续执行，并且还叠加推出了新的促销活动，“现在购车会有现金优惠。”

乘联会最新统计数据显示，10月24~31日，乘用车市场零售量为84.1万辆，同比增长35%，环比上周增长99%，较9月同期下降8%。信达证券相关研报认为，10月初受新冠肺炎疫情“点多、面广”等因素影

响，汽车市场消费降幅较大，第二周以来环比有所改善。

“今年末购置税减半和新能源补贴政策到期前会促进消费者提前购买，明年的提前消费有望在11月和12月体现，预计第四季度或将迎来汽车销量的二次上行。”信达证券研报表示。

另一方面，部分购买需求在年底旺季有望提前释放的同时，汽车市场也正受芯片短缺等因素困扰，交付周期也相应延长。某品牌4S店销售人员告诉记者，在店内展示的3款车型中目前仅有两款能够下单，下单后也不能确定准确的提车时间。“主要还是因为目前芯片仍然

“十”期间的客流稳定充足，销量也较去年同期有所增长。位于上海市汽车市场的另一品牌4S店销售人员则告诉记者，在今年国庆节期间，店里签下了一单价值超过200万元的“大订单”，一单卖了10余台新能源汽车。

在多重政策利好之下，今年“金

九银十”车市销量复苏态势明显。

据全国乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)初步统计，今年10月，全国乘用车市场零售190.5万辆，同比去年增长11%。此外，乘联会还预计，今年10月，新能源汽车零售销量将达到55万辆，同比增长73.5%，渗透率将达到28.8%。

对于今年“金九银十”车市销量表现，江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔在接受记者采访时表示，模式的变化带来了销售节奏的变化。“车企在过去需要依靠经销商来销售，但目前都在布局直营渠道和新零售模式，现在的优惠权利都转移到车企手中了。”



“金九银十”期间，上汽大众等多家汽车品牌4S店销量增长明显。

本报资料室/图

年末车市或将走强

预计今年中国新能源汽车行业增速将达到85%，销量超过650万辆。

据了解，面对日趋激烈的市场竞争，部分车企在提振销量方面做足了功夫。

在吸引客流方面，除召开发布会等传统引流方式外，众多品牌选择了更加贴近用户的共创模式。记者从几何汽车方面获悉，在前不久举办的几何E全国上市系列活动中，几何汽车就邀请不同地域的用户参与共创，增加了互动黏性。

“我们通过老带新的形式，不断加强用户交流，在解决用户问题的同时为用户持续创造价值。同时，几何汽车也以‘几何TALK’形式，让用户真正参与到产品迭代、未来产品研发等项目中。”几何汽车方面表示。

除了和用户共创外，引入“元宇宙”等概念也拉近了车企与用户的距离。记者从智己汽车方面了解到，今年8月，智己汽车原石谷用户数据权益计划“里程式开采”正式启动。据智己汽车方面介绍，用户可通过驾驶智己汽车或打卡任务点收集原石。

“作为智己汽车车主用户贡献数据的权益证明介质，原石总量共3亿枚，是对车主用户授权的数据价值的认可和回馈。”

另一方面，乘联会分析认为，国庆节期间多地倡导就地过

节，经销商有针对性地开展了各类营销引流活动，叠加新车投放、自驾游热潮等因素均对销量起到了一定支撑。

销售渠道的变化也对汽车销售产生了一定影响。受疫情等因素影响，众多品牌4S店在探索抖音直播等线上销售渠道。不过，有销售人员告诉记者，抖音直播销售渠道收效并不是很好。“在没有请专业直播销售团队的情况下，直播销售渠道一周的销量有时仅有1辆左右。”

乘联会方面表示，年末车市或许会迎来“淡季不淡”的情况。“随着天气转冷，相信年末购置税补贴和新能源补贴政策到期前会促进提前购买，地方促消费政策仍会助力年末车市走强。”

湘财证券研报也指出，尽管今年9月新能源汽车销量低于产量，但政策刺激下的中国新能源汽车市场明显升温。“预计今年中国新能源汽车行业增速将达到85%，销量超过650万辆。”

“车企提振销量还是要回到汽车产品本身之中。”张翔表示，车企想要提高销量，最主要的还是依靠创新来提高产品竞争力和市场口碑，营销引流手段只是一种有益补充。

新能源汽车驶进购物中心：销售渠道“暗战”升级

扎堆入驻购物中心

本报记者 郭阳琛 张家振
上海报道

继上海市长宁区“梦之蓝”一期火爆出圈后，二期也快马加鞭于近期开业，两期占地面积共计近万平方米，一跃成为沪上最大的新能源汽车街区。

新能源汽车与购物中心，这两个看似毫不相干的事物正上演着“冰与火之歌”。所谓“冰”，是部分老牌购物中心空置率居高不下，亟须转型升级寻找全新的替代客户，“火”则是指新能源汽车市场，在销量快速提升的同时探索全新的销售模式和营销渠道。

新能源汽车正趁势“抄底”入驻购物中心。《中国经营报》记者从多家研究机构了解到，截至2021年底，全国新能源汽车布局在购物中心内的门店数量已不低于1300家，且有超过六成位于一二线城市，今年预计将新增800家左右的门店。同时，该业态租金水平一般是传统业态的3倍，对购物中心的租金增量贡献可达到15%~30%。

戴德梁行华东区商业地产业部高级助理董事陈云九认为，随着“他经济”(即男性经济)的崛起，包括新能源汽车在内的男性相关业态已成为购物中心的标配，这一新兴业态更和购物中心互相赋能。购物中心能给新能源汽车产业带来全新的体验式商业空间，而新能源汽车业态的回馈则是客流吸引力和高租金回报。

据了解，长宁龙之梦新能源街区位于上海老牌商圈中山公园附近的长宁龙之梦商场地下二层核心区域，目前已吸引特斯拉、梅赛德斯-奔驰EQ、Smart、一汽奥迪、腾势、一汽-大众、广汽丰田、比亚迪、小鹏、欧拉、岚图、埃安、上汽荣威、领克等近20个汽车品牌聚集于此。

其中，一汽奥迪为全国首家购物中心店，一汽-大众和广汽丰田为上海首店，岚图、极狐、小鹏和Smart等均为长宁区首店。主题街区一站

商场招商重点业态

目前，传统商场和购物中心的竞争格局正在重塑，空置率也呈上升趋势。

大面积的餐饮及儿童服务店铺撤店是购物中心空置率提升的主要原因，餐饮品类关店面积占比达44%，随后为时尚及亲子设施。”第一太平戴维斯指出，截至今年三季度末，上海市购物中心空置率环比上升2.0个百分点至11.9%，同比上升2.9个百分点。其中，核心商圈购物中心空置率较二季度上升2.6个百分点至11.3%，非核心商圈

增量市场前景广阔

在销量快速增长、竞争日趋激烈的市场环境下，各大新能源汽车品牌正继续扩张销售渠道版图，在入驻重点一二线城市的同时争相进军三四线城市，展开新一轮的销售渠道竞争。

位于江苏省南通市的中南崇川“大有境”购物中心，每到周末便热闹非凡。记者走访发现，购物中心首层有将近四分之一的门店均为新能源汽车业态，涵盖小鹏、AITO、上汽大众ID.store、零跑和奇

瑞新能源等多个品牌。

而位于南通CBD(中央商务区)的中南世纪城，首层除了开设常规门店外，中庭区域大部分也被新能源汽车业态占据，囊括了智己、飞凡和领克等多家“造车新势力”。在陈云九看来，随着一二线城市的市场逐步饱和以及汽车电动化持续发展，下沉市场势必会迎来更大的发展机会。和传统业态相比，新能源汽车业态的租售比极低，如

多种渠道触达消费者，展厅往往只承担体验功能，消费者的下单均在线上完成。同时，新能源汽车的“三电”(电池、电机、电控)系统很少不需要维护，强烈的体验及文化塑造需求使得新能源汽车更偏爱核心商圈中的高品质项目空间。

“在购物中心体验式消费热潮带动下，新能源汽车能带来极具新鲜感的体验式商业空间，在商业‘第三空间’的概念上做了很多延伸。”陈云九进一步向记者表示。

车零售销量达到61.1万辆，同比增长82.9%，环比增长14.7%；1~9月，新能源乘用车国内零售销量为387.7万辆，同比大幅增长113.2%。

在此背景下，“财大气粗”的新能源汽车业态顺势成为各大购物中心的“香饽饽”。据招银国际统计数据，新能源汽车门店可以支付高额租金，通常为商场平均租金水平的3倍，同时对续约上调不太敏感，入驻3年后租金普遍上调30%。

“新能源汽车是我们项目招商关注的重点业态，为此我们将一楼

果销售市场持续火热，该业态的承租能力也会有较大提升空间。

“从商场的运营数据来看，不少新能源汽车购物中心门店的单月销售额已经超过3000万元。”陈云九指出，截至2021年底，全国新能源汽车购物中心门店数量不低于1300家，今年底预计会增加600~800家。“如果每家平均以300平方米计算，这意味着购物中心租赁面积净吸纳量将达18万~24万平方米。”

招银国际的预测则更为乐

那么，哪些购物中心更受新能源汽车品牌青睐？“通过对1000余家新能源汽车门店进行分析，我们发现65%的门店位于一二线城市。”招银国际研报分析认为，目前，前五大购物中心运营商(万达、华润置地、龙湖、新城、万科旗下的印力)占据了新能源汽车业态30%的市场份额，来福士等中高端购物中心更能同一商场中引入多个新能源汽车门店进驻，显示出汽车门店的竞争趋势和倾向性。

位置最好的店铺交给了蔚来。”上海天空万科广场相关负责人告诉记者，一方面，新能源汽车品牌能为项目带来更多的租金收入；另一方面，这些品牌已逐渐成为购物中心的新卖点，试驾、买车和社交的综合属性能够吸引更多的人流量。

陈云九则表示，为了保证项目的整体调性、档次及持续招商能力，即使招商难度增加，也并非所有品牌都能入驻核心商圈的购物中心。“新能源汽车是我们项目招商关注的重点业态，为此我们将一楼

观。据该机构预计，2022年，新能源汽车的购物中心门店数将新增800~1000家，在高能级城市能带来24万~32万平方米的租赁面积需求，为龙头购物中心带来5%~10%的租赁面积增量。

不过，在业内人士看来，尽管合作处于“蜜月期”，但新能源汽车与购物中心之间仍谈不上“天作之合”。一方面，大多数新能源汽车门店都开在购物中心底层，购物中心的总面积供给有限；另一方面，

购物中心也需要平衡租户和业态组合，才能更好地促进客流量。一位业内知名购物中心品牌招商负责人向记者直言，购物中心引入新能源汽车业态是大势所趋，因此应更有针对性地为这些品牌提供配套服务，例如在车库内专门设置试驾车辆停放区域、布局各品牌专用充电桩和快充桩等。同时，双方可以利用新能源汽车的高科技属性，结合“元宇宙”等新兴概念定期开展联动活动以吸引人气，拉动销量。

湘财证券研报也指出，尽管今年9月新能源汽车销量低于产量，但政策刺激下的中国新能源汽车市场明显升温。“预计今年中国新能源汽车行业增速将达到85%，销量超过650万辆。”

“车企提振销量还是要回到汽车产品本身之中。”张翔表示，车企想要提高销量，最主要的还是依靠创新来提高产品竞争力和市场口碑，营销引流手段只是一种有益补充。

自动驾驶商用车站上风口 小马智行首批智卡下线

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

围绕“智能化”，汽车行业的下半场竞争已展开，今年正是本轮全球汽车百年变革的承上启下的关键时点，自动驾驶企业在技术上有了新突破，落地商业模式也出现了新的选择，抛开此前纯粹的技术供应商角色，自动驾驶企业开始与整车厂设立合资公司，加强利益纽带。

11月初，广州小马智行科技有限公司(以下简称“小马智行”)宣布

绑定整车厂

当前，与整车厂共同设立合资公司，已经成为包括小马智行在内的多家自动驾驶企业绑定整车厂的新形式。

“小马智行从2018年就开始了在自动驾驶卡车领域的布局。但构建未来智慧物流生态是个系统性的工程，除了自动驾驶技术以外，还需要强有力的合作伙伴去共同完成这个生态上的其他拼图版块。”谈及此次小马智行、三一集团、中国外运三方的合作，彭军如是说。

在彭军看来，小马智行、三一集团、中国外运三方对未来的智慧物流生态有着同样的愿景，且非常默契地一致选择了合资的合作形式，成立了青骓物流和一骥智卡两家合资公司。“只有采取合资的合作形式，三方才能真正深度合作，实现价值共创和资源互补。”彭军表示。

当前，与整车厂共同设立合资公司，已经成为包括小马智行在内的多家自动驾驶企业绑定整车厂的新形式。今年7月，小马智行与三一重卡的合资公司一骥智卡官宣成立。4个月后，一骥智卡首批智能重卡下线交付于青骓物流，首批交付30辆。未来三年内，青骓物流将向一骥智卡采购500辆智能卡车，创下目前行业最大规模订单。

自动驾驶企业与整车厂加强绑定的优势之一正是规模化。三一重

与中国外运股份有限公司(以下简称“中国外运”)、三一集团有限公司(以下简称“三一集团”)成立三方战略联盟，联手打造智慧物流“技术+车辆+场景”黄金三角。

同时，小马智行与三一集团旗下三一重卡成立的合资公司长沙一骥智卡科技有限公司(以下简称“一骥智卡”)所生产的智能重卡首批车辆正式下线，并交付于小马智行与中国外运成立的智慧物流公司青骓



小马智行与三一重卡的合资公司一骥智卡生产的智能重卡首批车辆正式下线。黄琳/摄

卡董事长梁林河表示，三一重卡拥有全球最大的重卡生产基地，可以实现“钢板进，整车出”，最快四分钟下线一辆重卡。2021年，三一新能源重卡夺得了国内的市场年度销冠；今年1到10月，三一新能源重卡累计销量全国第一。

在梁林河看来，与小马智行共同设立合资公司的深度合作方式能够促进全方位的战略联盟，强有力地赋能行业发展，从而推动智能重卡的大规模商业应用。

三一重卡研究院院长朱宏则表示：“此次合作将我们在硬件方面的优势，和小马智行在算法方面的优势相结合。在接下来的发展过程中，我们也会关注智能驾驶这个领域的研发。”

除了自动驾驶企业向往实现的

物流科技有限公司(以下简称“青骓物流”)。

小马智行CEO彭军在接受包括《中国经营报》等媒体采访时表示：“预计在2024年，我们将真正开始大规模量产智能驾驶卡车，并且真正投入到运营中。”

当前，相较乘用车，自动驾驶商用车赛道正在加速吸金，该赛道今年单笔最大融资规模已超4亿元。自动驾驶商用车已站上投资风口。

驶入智慧物流

相较城市内部复杂多变的道路驾驶场景，场景相对简单的智慧物流更容易实现自动驾驶商业化和规模化。

此次，小马智行、三一集团、中国外运三方的合作，在自动驾驶技术、车辆生产、物流运输融合了三家公司各自的优势，形成了较为完整的智慧物流闭环。实际上，相较城市内部复杂多变的道路驾驶场景，场景相对简单的智慧物流更容易实现自动驾驶商业化和规模化。

在新能源商用车运输过程中，“点到点”的固定线路以及多高速路段简化了自动驾驶使用场景，但由于车身叠加货物、电池等，重量、长度等因素均对自动驾驶技术研发提出了新要求，物流公司也需要与自动驾驶企业加深合作。

2021年，中国外运与小马智行合作，启动了从珠三角区域到长三角区域的国内首条长途干线自动驾驶商业运营示范线路，随后与小马智行成立合资公司青骓物流。

中国外运副总经理、首席数字官高翔坦言，中国公路运输承

担了国家将近75%的货运量，是最重要的一种运输方式，但是也存在大量的问题，包括市场高度分散造成行业集中度不高、实载率不高造成物流效率较低、人力成本攀升造成无序竞争、较大的安全隐患和能耗问题制约了绿色物流发展等。

高翔认为，此次小马智行、三一集团、中国外运成立三方联盟，为破局提供了可能。

“现在从整个行业的角度来看，智能重卡尤其是面向L4的无人驾驶重卡，我们认为还是处于非常前沿的探索阶段。此次三方达成合作，是因为我们认为整个市场规模巨大，但是物流运输非常零散。很多物流公司不再有自己的车队，且拥有高功能性的车比较少。但是我们的客户非常希望我们有自己的车队和自己科学管理的车辆来保证高品质的交付。”

展望下一步规划，青骓物流

将提高智能卡车的运营比例，提高智能卡车在实际运营中的效率，同时，在全国网络信息化建设上打造高效、安全、可视化的运营网络。在此基础上，青骓物流将扩产卡车运营，除了在干线运输上提供智能卡车服务外，还将进入高端的精密设备搬运业务，包括冷链运输业务、城际业务等。

此外，智慧物流对自动驾驶的需求点还来自于紧缺的司机。高翔表示：“重卡司机是非常难找的，年轻人不太愿意做这样的一个工作。在这样的情况下，通过自动驾驶模式重新定义司机、安全员的模式，这样的变革，我们抱有很大的期望。”

而这也契合小马智行致力于打造的“虚拟司机”。彭军表示：“我们所打造的‘虚拟司机’不局限于某一车型平台，既要能够适用于体积小巧的乘用车，也要能够适用于体型庞大的重型卡车。”

涌人商用车赛道

自动驾驶企业涌人商用车赛道的背后，是资本对自动驾驶商用车的追逐。

据华泰证券测算，2023年—2025年公路运输市场规模将稳定在3万亿元左右，而自动驾驶卡车Robotruck的市场规模则将分别达到2932亿元、4530亿元和6221亿元。千亿级的市场规模吸引着自动驾驶企业涌人商用车赛道。

此前，小马智行在乘用车方面已陆续与曹操出行、如祺出行等出行平台达成合作，但在商用车赛道则是直接采用合资形式入局。而文远知行也已于10月初耗资3000万成立了智能物流公司。类似于小马智行搭上三一重卡，文远知行则搭上了现代汽车、广州恒运集团、深准氢燃料电池无人驾驶环卫车等工程车辆及网约车。

在自动驾驶企业涌人商用车

赛道的背后，是资本对自动驾驶商用车的追逐。据记者不完全统计，今年以来，自动驾驶相关领域融资已超过80起，其中三季度，包括DeepWay等自动驾驶商用车公司已获得新一轮融资。

根据已披露的数据资料，截至9月30日，今年自动驾驶领域最大的单笔融资即来自智能新能源卡车DeepWay。在其官网的股东背景中，有百度Apollo、联想创投等。

8月，该公司已完成4.6亿元A轮融资，由启明创投领投，联想创投、光跃投资等参与投资。按照研发规划，2022年12月，DeepWay·深向星辰将在开放道路上试运营。2023年6月，将开启规模量产，预计当年交付1000辆智能新能源重卡。

此外，今年吉利新能源商用车集团旗下品牌“远程”也于10月下旬宣布完成超3亿美元Pre-A轮融资，这也是其获得的第一笔融资。该轮融资由普洛斯旗下隐山资本领投，跟投方包括传化、中信证券投资、湖南湘潭产业基金等。而自动驾驶卡车公司嬴彻科技则于近两年内完成了超6亿元融资。

当然，资本对自动驾驶的追逐也不止于融资，筹谋上市也是一大趋势。10月下旬，英特尔旗下自动驾驶子公司Mobileye正式登陆纳斯达克。此次IPO发行价为21美元/股，募资8.61亿美元，开盘大涨27%，收盘市值高达230亿美元(约合人民币1650亿元)，一举成为今年美股第四大IPO。

集度605天“交卷” 夏一平立下月销1万台“小目标”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“说晚肯定是有点晚，不过我感觉是相对的晚。”上海集度汽车有限公司(以下简称“集度”)CEO夏一平直言，一方面整个电动汽车市场还是一个不断增长的市场，发展空间仍很大，另一方面过去的电动车逐渐趋于同质化，真正的智能化竞争才刚刚开始。

10月27日，集度“月探索·越值得探索”新车发布会在上海总部RoboBase举行，首款汽车机器人ROBO-01探月限定版正式发布，新车售价39.98万元。据悉，ROBO-01探月限定版是集度首款汽车机器人ROBO-01量产车型的首发版本，由集度与中国探月合作推出的探月工程联名车型。

“对于集度而言，作为一个具有智能化基因的品牌，探月是浪漫的梦想，是科技的顶点。对于探月而言，集度是科技应用先锋，加速顶尖科技服务大众。探索者从来不会孤单，只要坚持在做对的事情。”夏一平表示。

在中国探月工程月球探测器副总设计师贾阳看来，“集度ROBO-01探月限定版对自动驾驶技术的探索应用是具备领先性的，相信未来集度和探月工程在‘天上’和‘地上’的自动驾驶领域将有更加深入的技术合作。”

《中国经营报》记者了解到，集度ROBO-01探月限定版将于2023年开启交付，其普通量产版也将很快亮相。值得一提的是，在当天的发布会上，“中国科幻第一人”刘慈欣与集度一同发布《人类自动驾驶宣言》，并获得ROBO-01探月限定版004号车主身份。

每年发一款车的方向不会变

2021年3月，集度正式成立，这是一家由百度发起成立，并由吉利控股集团战略投资的汽车机器人创业公司。背靠百度和吉利控股集团的联合赋能，集度发展迅速。

在上海总部RoboBase室内的展示墙上，整齐地排列了56张图片，这些图片记录了集度自成立以来的造车大事记。在成立的第605天，首款汽车机器人亮相。

今年9月，集度ROBO-01探月限定版面向私域用户启动“首席体验官计划”，首批1000个席位已锁定。发布会上，夏一平宣布，ROBO-01探月限定版再度追加1000个首席体验官席位，并享受同等专属权益。据悉，首批

首席体验官都将获得终身高阶智能驾驶、终身质保、终身免费充电，以及定制化数字藏品等专属权益。

对于发布2000台限定版的考量，夏一平表示，“这更多的是公司的策略。集度还是一家创业公司，在0到1的过程中，大家做法不太一样，我们希望能够更早地把第一款产品，通过相对比较独特的方式带给大家，因为品牌早期时候需要有自己理念的传达。对集度而言，这是一个策划，量产版会在今年广州车展发布。”

在动力方面，ROBO-01探月限定版基于领先的SEA浩瀚架构打造，采用高端车型标配的前双叉臂/后多连杆悬架；搭载

宁德时代100kWh三元锂电池，续航600+km；前后永磁同步双电机配置，双电机峰值总功率400kW，动力更强劲，零百加速仅3.9秒。

在销售渠道的选择上，夏一平称，“渠道早期还是直营为主，考虑到我们对品牌还是有要求，希望把自己的品牌做得更好一些。”

记者注意到，集度汽车机器人ROBO-01探月限定版将首发搭载高通第四代骁龙数字座舱平台——8295芯片。据悉，高通8295是首个量产5nm制程的车规级芯片，AI算力30TOPS，较上一代产品近8倍性能提升，支持沉浸式3D交互，领跑行业一个代际。

而对于集度的目标，夏一平直言：“我的目标就是每个月能卖一台，我跟所有的团队都讲，不是说车造出来就成功了。现在把车造出来真的不用担心，但并不是说把车造出来就可以卖了。”

而得益于高通8295的超强算力，集度率先在业内实现语音AI算法全量本地化，全端侧语音识别速度快至500ms，端到端语音响应速度在700ms内，完全摆脱了对网络信号依赖。

即便在隧道、地库、山区等弱网或断网的场景也能流畅交互。

对于集度的目标，夏一平直言：“我的目标就是每个月能卖一台，我跟所有的团队都讲，不是说车造出来就成功了。现在把车造出来真的不用担心，但并不是说把车造出来就可以卖了。”

“从现在的试制车来看，整体的匹配和质量都非常好，但还要看每一个阶段造车的质量怎么

未来将比拼算力、算法、芯片驾驭能力

“我们最擅长的是在软件和智能化上面的突破，但这并不代表我们不懂车，我们希望在设计上，包括在整体的性能上，都能够做到‘你有的我肯定会有，你没有的我有。’我们要找到自己的定位，把最擅长的发挥好。”夏一平表示，智能化是公司相对比较擅长的核心竞争力。

记者了解到，发布会当天，集度还重磅发布了点到点领航辅助PPA(Point to Point Autopilot)，量产交付时将具备高速、城市、泊车“三域融通”的高阶智能驾驶能力。

据悉，集度目前已经在北京、上海展开高阶智能驾驶的场景泛化，将以业内领先的高效研发节

奏，确保正式版PPA逐步覆盖全国核心城市。

作为行业首个全栈应用Apollo高阶自动驾驶全套能力和安全体系的智能汽车品牌，集度根据用户在更多场景下的高阶智能驾驶需求，将Apollo这些能力进行重新集成和开发验证，实现用户用车场景的高阶智能驾驶体验。

记者注意到，Apollo高阶自动驾驶能力在Robotaxi上已得到广泛验证，拥有超过3600万公里的自动驾驶测试里程，数量庞大的Robotaxi路测车队在全国30多个城市开展真实的道路测试，不断提升自动驾驶系统应对城市复杂道路的能力。

对于自动驾驶技术的迭代，夏一平表示：“现在基本上是每周都在迭代。我们和百度是融合的团队，这也是为什么我们能够在早期就可以实现很多自动驾驶场景，我们集成了百度的能力，接下来随着产品交付，实现的场景会更多，后台很多算法我们都是共享的，我们的目标也是一致的，就是推动自动驾驶实现更高阶的能力。”

众所周知，高阶智能离不开底层架构的支撑。集度自研的高阶自动驾驶智能化架构JET(JIDU EVLOVING TECHNOLOGY)，融合了电子电气架构EEA和SOA操作系统，可承载高阶自动驾驶核心功能和

AI能力，实现全域融通(域间&域内)。

其中，ROBO-01探月限定版搭载领先的高阶智能驾驶硬件套装，包括双英伟达Orin X提供高达508TOPS的底层算力驱动，31个智驾传感器(2个激光雷达、5个毫米波雷达、12个超声波雷达、12个高清摄像头)，可提供360度感知。

据悉，ROBO-01探月限定版高阶智能驾驶包，不仅终身免费，而且“跟人不跟车”，即便在车辆置换时依然能够享受免费使用，未来将逐步实现增购、租借等跨车使用场景。

与此同时，中国探月太空免数字藏品限量发售8295枚，可享

受随机2倍或5倍订金膨胀。此外，ROBO-01探月限定版用户还有机会现场观摩中国航天领域国家级任务火箭发射。

“汽车从过去对加速、续航的竞争，逐渐变成对芯片、算法、算力驾驶(能力)的竞争。很多公司做不了算法因子和芯片底层的集成，基因不一样，大家擅长的地方就不一样。”夏一平表示，未来智能汽车的竞争，会从现在比拼传统制造能力转变成比拼智能化能力。“传统能力不是不重要，这是基础，别人有我们也得有。但是我相信核心竞争力会逐渐变成对算力、算法、芯片驾驭能力(的比拼)。”

2025年市场需求或将达80万辆

半年三提取消进城限制 皮卡解禁倒计时

本报记者 于典 张家振 上海报道

“如果皮卡车进城不再受限制，我们的工作效率可以得到大幅提高。我本身由于工作原因要经常开着皮卡车往返于城乡之间，皮卡解禁也意味着以后出行会更方便了。”从事装修工作的李先生告诉《中国经营报》记者。

引发李先生感慨的是，国务院日前印发的《第十次全国深化“放管服”改革电视电话会议重点任务分工方案》再次提出“推动取消皮卡车进城限制”。据了解，这已是半年内国家层面第三次提及皮卡解禁。

“种种迹象似乎表明，皮卡即将成为高预期的蓝海市场。”据中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)与国家信息中心联合开展的相关课题研究预测，在政策上实现全面解禁后，中国皮卡市场需求到2025年将达80万辆的规模，到2030年其年销量更有望突破100万辆。

随着全国各地加快落实皮卡解禁政策，皮卡消费市场正在被激活，销售潜力正加速释放。在政策利好之下，包括上汽大通、江铃汽车、江淮汽车、郑州日产等多家车企在加速研发、推广皮卡相关车型，并在新能源方向做了相应布局。

对于皮卡新能源化发展的趋势，上汽大通相关负责人告诉记者：“随着当代人的生活状态不断改变，人们对于皮卡的需求也从工具车逐渐向商、乘兼顾的方向倾斜，多元化的使用场景也使皮卡逐步向新能源化方向转变。”

释放放开信号

预计皮卡行业2025年销量有望达到104万辆。

此前，皮卡车型被划归为轻型普通货车，而国内大部分城市都对货车的可行驶区域、路线、时间进行了严格限制。而随着国内皮卡解禁政策的持续推行，未来皮卡或将能够在更多城市和轿车一样自由出入城市，皮卡市场有望迎来快速发展，成为国内车市的新增长点。

在政策利好刺激下，皮卡销量或将面临更大的市场空间。乘联会皮卡市场信息联席会统计数据显示，今年9月，皮卡市场共销售4.4万辆，同比下降7%，环比增长9%。而在今年1~9月，我国皮卡

认为，近期公安部制定出台了多项重点措施并下发《关于进一步便利货车在城市道路通行的通知》，正对新一轮皮卡解禁产生有力推动。

对此，上汽大通相关负责人表示：“皮卡进城解禁政策的不断推出，代表着全面放开皮卡进城的信号已经释放，国内皮卡市场已迈入新阶段。近几年，皮卡解禁地区数量逐渐增加，车辆乘用化趋势明显，‘汽车下乡’政策带动轻型多功能车型的需求也在显著增长。同时，各地政策也在持续加码基建投资，带动工程建筑行业对皮卡的需求。”

江西新能源科技职业学院新能



上汽大通MAXUS推出国产越野皮卡——上汽牛魔王，基于强大的原车性能，能够更好地适应各种野外路况。
本报资料室/图

源汽车技术研究院院长张翔也告诉记者，在国内皮卡市场解禁后，由于单车售价较高，有助于提高汽车销售额，进一步推动经济增长。“解禁政策对于刺激汽车市场有较好的助力作用。同时，皮卡也能给消费者带来诸多便利，较大的空间满足了载人和运货的双重需求。”

高端化趋势

当前，皮卡车型不再局限于货运属性，而是呈现出多功能、多维度需求。

中汽协统计数据显示，2021年，我国皮卡产销分别完成54.7万辆和55.4万辆，同比分别增长11.2%和12.9%，销量首次突破55万辆大关，创下历年新高。

“相较2021年中国汽车2627.5万辆的全年累计销量，该细分市场距达到全球市场平均占比依然为时尚早。”中汽协方面认为，不过，如今我国皮卡市场已呈现出市场供给主体、供给车型迅速增加的趋势。“目前行业企业和新进入企业都在纷纷布局皮卡市场。”

某品牌皮卡经销商告诉记者，目前皮卡的主流消费群体可分为两类，一类是对载货和载人都有需求的车主，例如货运物流等行业从业人员；另一类则是越野爱好者，他们更看重皮卡车越野能力和装载便利性。“当前，皮卡车型不再局限于货运属性，而是呈现出多功能、多维度需求。”

相较于过去皮卡给人较为粗犷和耐用的形象，当前皮卡产品正稳步向着乘用化和高端化升级。李邵华同时表示：“皮卡解禁

对于促消费作用巨大。目前，旅游、自驾、露营、房车、越野等消费需求逐渐激发，皮卡解禁将给予消费者充分的选择权，带动上下游消费增长。另外，皮卡较好的改装适应性可以激发汽车改装消费的增长。”

以上汽大通旗下的上汽牛魔王车型为例，作为一款主打越野以及多功能的皮卡车型，配备了适时四驱系统，同时内饰乘用化气息浓郁。

上汽大通方面表示：“随着国

内皮卡政策的解禁，各类皮卡车型已逐渐颠覆皮卡过去粗犷简单的外形，不再是单纯的工具车，而是根据用户的真实需求，被赋予了全新的定义，逐渐向着乘用化和商用化稳步升级。当下汽车已经进入智能时代，皮卡用户也可以获得前所未有的智能化用车体验。”

此外，江铃汽车也在皮卡领域重点布局了江铃域虎9(2022款)、江铃域虎7(2022款)和宝典(2022款)等全新车型。据江铃汽车相关负责人介绍，今年上市的

江铃域虎7(2022款)是一款商乘两用的全能皮卡，同时还基于江铃域虎7定制化改装推出了钓鱼版、旅居版。

除了在应用场景方面增强乘用属性外，皮卡也呈现出逐步高端化的发展趋势。“在产品端，皮卡新产品在外观、内饰方面已趋同于乘用车，推出频率以及产品升级速度同样与后者接近，智能科技配置也获得更大范围应用。”李邵华表示，这些均是皮卡逐渐脱离纯工具货车属性的明显表现。

征战新能源

目前皮卡依旧是新能源渗透率最低的车型，新能源汽车利好的态势也在影响皮卡行业的更迭。

值得注意的是，目前皮卡依旧是新能源渗透率最低的车型，新能源汽车利好的态势也在影响皮卡行业的更迭。

在业内人士看来，对车企而言，相较于将所有精力都投入新能源轿车市场，在皮卡市场推出差异化的电动产品，入局新能源细分市场无疑是一个更明智的选择。

以吉利旗下子品牌“雷达汽

车”为例，今年9月，雷达RD6正式量产下线并开启预售，并将于11月9日正式上市。据介绍，雷达汽车将专注开拓户外远行的车型，包括中型纯电皮卡、中大型新能源皮卡、全尺寸纯电皮卡、越野SUV、ATV等，新车也将涵盖纯电、超级混动等多种动力模式。

而上汽大通同样精准洞察国际

国际市场。“在今年德国汉诺威车展期间，上汽大通T90 EV版皮卡成为率先进入欧洲市场的中国纯电动皮卡车型，加快了上汽大通皮卡迈向全球化高端市场的步伐。”上汽大通相关负责人表示，未来将继续面向真实的用户需求，持续在新能源领域深耕，全面助力“双碳”政策，推出最贴近用户真实使用场景的、极具竞争力的新

能源皮卡车型，推动国际新能源皮卡产品的发展。

在新能源汽车布局方面，江淮汽车相关负责人告诉记者：“目前，江淮新能源汽车产品已覆盖轿车、SUV、轻卡、小卡和轻客，是唯一一个覆盖全系新能源汽车产品出口的中国品牌。”

在中汽协方面看来，尽管我国皮卡产业已发展三十载，但相比

汽车市场整体，其销量规模、普及率仍然偏低。所以，对于这一尚属小众的细分市场，除解禁举措对皮卡市场潜力的释放外，其技术发展路径、使用场景、消费群体培育等诸多难题依旧待解。“中汽协也在联合车企和研究机构，共同开展新能源皮卡的技术、市场、政策等趋势研究，希望能引导并加快皮卡产品新能源转型进程。”

海外、新能源市场势头强劲

龙头车企三季度成绩单出炉 业绩回暖成主旋律

本报记者 夏治斌 石英婧
上海报道

近日，多家自主品牌车企相继交出了第三季度成绩单，业绩回暖成主旋律。

《中国经营报》记者了解到，上海汽车集团股份有限公司(600104.SH，以下简称“上汽集团”)第三季度实现营业总收入2114.2亿元，归属于上市公司股东的净利润57.4亿元；前三季度归属于上市公司股东的净利润合计126.5亿元，分别为55.2亿元、13.9

亿元(受二季度上海新冠肺炎疫情影响)和57.4亿元，盈利水平有所改善。

“公司销量、收入、利润等主要指标已恢复至疫情前水平，继续在行业内保持领先。”上汽集团相关负责人表示，今年以来，公司牢牢把握促进汽车消费政策带来的市场恢复机遇，全力以赴保供应、稳增长，加快步伐上新品、增效益，整车销量自5月份起实现月度环比“五连涨”。

安徽江淮汽车集团股份有限公司(600418.SH，以下简称“江淮

汽车”)三季度则实现营业收入97.71亿元，同比增长17.11%；前三季度江淮汽车营业收入为275.44亿元，经营活动产生现金流量净额19.93亿元，同比增长285.52%。

“三季度，汽车月产销快速增长，总体呈现‘淡季不淡，旺季重现’的态势，带动行业企稳回升。9月，汽车产销同比继续保持快速增长势头；购置税优惠等促消费政策持续发力，乘用车销售已恢复到正常状态，并呈现出快速增长态势。”中汽协方面指出。

“随着各项促消费、稳增长的举措落地实施，汽车市场活力不断激发，汽车产业走出低谷。”江淮汽车相关负责人表示。数据显示，2022年9月，江淮汽车销量为4.77万辆，同比增长13.82%，环比增长5.80%；1~9月累计销量37.17万辆。

“第四季度，随着国内车市进入传统销售旺季，叠加购置税优惠政策等带来的促消费机遇，公司将进一步巩固产销回补、业绩回升的良好势头，全力冲刺全年整车产销增长目标。”上汽集团相关负责人表示。

东莞证券研报指出，得益于购置税优惠等促消费政策持续显效，汽车销量自6月起继续保持快速增长势头，三季度总体呈现淡季不淡态势，带动行业三季度业绩环比改善。在国家稳经济、促消费政策持续带动下，四季度汽车产销有望维持较快增长，全年有望实现稳增长目标。

新能源表现抢眼

近年来，新能源汽车始终保持着高增长态势。中汽协数据显示，1~9月，新能源汽车产销分别达到471.7万辆和456.7万辆，同比增长1.2倍和1.1倍，市场占有率达到23.5%。

以上汽为例，1~9月，上汽集团新能源汽车累计销量达69.9万辆，同比增长45.9%。其中，第三季度销售30.6万辆，同比增长66.7%。9月销售新能源车9.5万辆，同比增长48.5%。

具体来看，上汽乘用车9月销售新能源车2.4万辆，同比增长94.6%。上汽通用新能源车销量同比增长73.9%；上汽通用五菱宏光MINIEV继续蝉联新能源细分市场份额冠军。

江淮汽车1~9月的纯电动乘用车累计销量13.7万辆，同比增长

海外势头强劲

中汽协数据显示，2022年1~9月，汽车企业出口211.7万辆，同比增长55.5%。其中，新能源汽车出口38.9万辆，同比增长超过1倍。“随着自主品牌产品力提升，比亚迪、蔚来等新能源品牌逐步出海，预计出口将继续维持较高增速。”华福证券研报指出。

“除深耕国内市场外，江淮汽车也积极落实国家‘一带一路’倡议，持续加速国际市场的开拓。截至目前，江淮汽车覆盖‘一带一路’沿线国家近百个，并建立了19家海外KD工厂，其中15家在‘一带一路’沿线，有效带动了当地经济和社会发展。”江淮汽车表示。

目前，江淮汽车出口产品已实现了由轻卡到重卡、轿车、SUV、皮

52.11%。9月份，江淮汽车纯电动乘用车销量2.09万辆，同比增长45.03%，占9月份总销量的43.81%。

奇瑞集团前三季度新能源汽车(含新能源乘用车和商用车)累计销售18.9万辆，同比增长190.7%，9月销售2.2万辆，同比增长135.8%。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔告诉记者，今年三季度新能源汽车的发展势头非常好，一方面是新能源补贴政策的支持，另一方面国家今年还出台了众多刺激汽车消费的政策，很多地方政府也出台了相应的加码政策。“这对车市的刺激力度很大，很多消费者得到实在的优惠，愿意前来购买新能源汽车。”

面对新能源汽车市场的火爆，

各大车企纷纷加码布局。比如上汽大通MAXUS“MIFA氢”也在9月正式上线享道出行平台，成为国内首款实现市场化批量运营的氢能源MPV，仅需3~5分钟即可加满6.4kg高压氢瓶，续航里程高达605km。

在新能源汽车发展规划上，江淮汽车力争在“十四五”末发展成为整车销售突破100万辆，销售收入达1000亿元的国际化汽车企业集团，其中新能源车型达到30万辆以上。

江淮汽车相关负责人告诉记者：“接下来，江淮汽车将下大力度抓好技术和产品创新、营销和品牌创新，主动服务区域协调发展，加大合资合作力度，全力推进2022年度销量目标的达成以及‘十四五’战略目标的顺利实现。”

汽车工业的首款全球车”。

与此同时，今年9月，在全球顶级的德国汉诺威车展上，上汽大通MAXUS“全尺寸豪华智能纯电MPV”MIFA 9、纯电皮卡T90 EV以及电动轻卡创新上市。

“随着全新产品的推出，公司在欧洲新能源领域正不断进化发展，产品型谱覆盖轻型商用车、MPV、SUV、皮卡等多平台、多系列，不断拓展包括商用车、乘用车在内的全系列电动产品。”上汽大通MAXUS表示。

中汽协方面预计，在稳经济、促消费政策持续作用下，四季度汽车产销将继续保持较快增长，新能源汽车以及汽车出口延续良好发展势头，全年汽车市场将实现稳增长目标。

“日咖夜酒”卖什么？

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

白天喝咖啡，到了晚上就继续喝酒。最近，随着一些大型连锁企业的进入，“日咖夜酒”模式引发了

赛道火热

部分餐饮企业比如呷哺呷哺、和府捞面等企业都进入了酒馆领域。

根据“Tims 咖啡”微信公众号内容，近日 Tims“Coffee&Beer”在上海双店齐开，采用“日咖夜酒”模式经营。实际上，不仅仅是 Tims，在此之前，星巴克、Seesaw、奈雪的茶等均进入了小酒馆领域。

连锁经营专家李维华向《中国经营报》记者表示：“小酒馆在这些年确实比较火爆。在年轻人中间，微醺、社交的风尚非常流行。在未来，小酒馆模式也会是年轻人的热爱。”

奈雪的茶等均进入了小酒馆领域。

近日 Tims“Coffee&Beer”在上海双店齐开，“Coffee&Beer”采用“日咖夜酒”模式，每天下午五点之后供应啤酒、小食等产品，有果酒、IPA、小麦等 31 款啤酒可供选择。

事实上，Tims 并非首个进入小酒馆领域的咖啡、饮品企业。公开

资料显示，2021 年，Seesaw 在上海开设首家“日咖夜酒”概念店。

2019 年，星巴克中国首家星巴克臻

选咖啡·酒坊在上海开业。同样在

机遇挑战并存

大辉认为，如果企业已经有了一个品牌效应，再去做酒可能是加分项。

企业对两个业态都非常了解。”

十友八酒科技服务(上海)有限公司负责人大辉在上海经营着一家社区精酿小酒馆，对于目前的模式，他表示：“我的店面较小，约不足 20 平方米，因此房租不高。同时店铺中的 SKU 较少，是八款酒加上一款赠送的花生米。定位是偏社区型的，客人基本都是周边半径 1.5 公里范围内的邻居。在盈利上，第一个月营收打平，第二个月即拉平赚钱，正常来讲 8~12 个月可以回本。”

大辉向记者表示，自己不会选择在店铺的其他时间去销售咖啡，“日咖夜酒”模式会伴随着成本的上升。他向记者计算：“‘日咖夜酒’的模式虽然拉长了营业时间，在同一个店面里面充分利用了白天和晚上，但同时人力成本、设备成本、经营的复杂程度等也增加了。我们店

铺的经营时间是下午 4 点到凌晨 2 点，如果要增加咖啡业务，那在人力上必须再增加白天工作的人手，现有人员无法从早上工作到凌晨。在设备上，需要增加咖啡机。除此之外，咖啡店对于装修、调性等也是有要求的。此外，在上海，咖啡行业很‘卷’，很多商家补贴完消费者实际支付的价格很低。最后计算下来，其实卖咖啡的营收未必可以覆盖增加的这些成本。”

大辉认为，如果企业已经有了品牌效应，再去做酒可能是加分项。但当一个企业什么都没有的时候，就去做“日咖夜酒”，难度是很大的。因为在同一个业态还没有做明白的时候就两个业态一起做，会更加复杂。

naive 理想国是一个融合了书店、咖啡、酒吧等多种业态模式的复

合业态店品牌，以上布局的原因是创始人此前在英国读书养成了“日咖夜酒”的生活习惯。该企业方面也向记者指出：“在‘日咖夜酒’的模式下，我们的员工也是各有分工的，咖啡师与调酒师各司其职。从产品和运营角度来讲，咖啡与酒在研发、制作、推广都需要专业性更强的人来做，所以我们在人力成本上也是双倍的。”

对于这种情况，跳海选择了与其他品牌合作的方式，而非自己去做多个业态。“举个例子，我们北京的一家门店共有三层，其中有五个业态包括咖啡、精酿、关东煮等，分别在空间里的不同区域。这些业态都是我们找相关的专业合作方来做的，合作方式绝大部分是流水线。同时，这些业态又都是相通的，比如在白天时可以喝咖啡，但消费者可以去空间里其他还没营业的业态区域。”

奈雪的茶等均进入了小酒馆领域。奈雪的茶等均进入了小酒馆领域。

奈雪的茶等均进入了小酒馆领域。

</div

楼房养猪：要节约土地更要高科技养殖

本报记者 蒋政 郑州报道

楼房养猪模式，正在被越来越多的养猪企业所接受。

据《中国经营报》记者不完

全统计，牧原、温氏、新希望、扬翔、唐人神、京基智农等多家龙头生猪养殖企业，均推出楼房养猪项目。

部分项目匹配饲料厂、屠宰

场，借此探索集约化和一体化经营。

仅从当下来看，楼房养猪利弊同存。摆脱土地限制并且在生产效率上的提升，使得很多资本

涌人。但不同于平层猪场，楼房养猪需要支付更加高昂的建设成本，并且对生物防控、运营管理的要求更高。这均对实际操盘者提出了更高的要求。

楼房养殖

楼房养猪在近期备受关注是源自一座高26层的养猪大楼投入使用。

楼房养猪在我国并非新事物。早在上世纪七八十年代，福建周边陆续出现楼房养猪。不过彼时的楼房只是平层猪场向上叠加。

规模猪企介入这一模式最早可追溯到2017年，扬翔股份是第一个吃螃蟹的企业。该公司建成高层楼房养猪场，并在2017年投入使用。此后不断有企业入局。

楼房养猪在近期备受关注是源自一座高26层的养猪大楼投入使用。

目前，中新开维现代牧业有限公司(以下简称“中新开维”)在湖北鄂州投资40亿元，建设2栋养猪大楼。其中一栋高26层，是世界最高、单体面积最大的楼房养猪示范基地。仅一栋生产大楼年出栏量可达60万头。

显然，从楼房高度以及单一项目投资金额，中新开维开创了历史。按照该公司的说法，大楼的每一层功能分区明确，项目建设使用了存量工业用地，并且项目用地的面积仅占普通养殖模式的5%，节约了95%的用地面积。

结合楼房养猪在我国发展的历史，“节约土地”几乎是所有猪企布局该模式的首要原因。

服务粤港澳大湾区的京基智农，很多项目均采用楼房养殖模式。根据该公司回复投资者的表述，该模式具有土地集约、运行效率高、生物防控效果好、节能环保等优势。

扬翔股份董事长莫金枝在接受媒体采访时表示，扬翔股份当时在做育种、生物安全防控等方面的技术研究，需要规模更大的



多家龙头生猪养殖企业，均推出楼房养猪项目。

视觉中国/图

养殖场来验证数据。苦于广西山多地少，找不到足够大的地方盖猪场，只好向上建楼。

国内一家头部养殖企业相关人士告诉记者，在地价贵、猪价坚挺、大场地缺乏的区域，楼房养猪最受欢迎。

记者注意到，除了扬翔和京基智农之外，温氏、唐人神、罗牛山、新希望等公司的楼房养猪项目，大多集中在南方地区。其中，新希望在土地成本较高的浙江全部采用楼房猪场。

对于养殖企业而言，增加出栏的前提是寻找到大片适合平整土地盖建猪场。而受环保政策趋严、养殖用地稀缺等因素影

响，诸多企业希望将猪场向上要空间。

政策暖风在2019年底吹来。自然资源部、农业农村部联合发布《关于设施农业用地管理有关问题的通知》，明确“养殖设施允许建设多层建筑”。

也就是以此为节点，楼房养猪模式开始在国内铺开。据《中国经营报》记者不完全统计，自2020年以来，年出栏达百万头的楼房养猪项目频频出现。

其中，牧原的“牧原肉食产业综合体”项目，有21栋6层楼房猪场，年出栏210万头。中新开维的两栋26层楼房猪场，出栏量为60万头。唐人神在2021

年兴建100万头圈舍自建楼房猪舍。

不过，也有企业对楼房养猪保持观望。新希望方面告诉记者，公司在楼房养猪模式更经济的地方搞，取决于成本投入哪个更合理。如果这个地方猪价高，固定资产投资增加一点也没关系，可以规划楼房养猪项目。但如果成本算不过来，就不会建楼房，最终是一个算好账才决策的事情。

另有南方某头部猪企相关负责人对记者表示，公司虽有布局这一板块，但是并不是所有都适合。简单来说，楼房养猪管理难度上较大。

高科技养猪

不可否认的是，楼房养猪加速了我国生猪养殖工业化、集约化的趋势。

“现代化的楼房养猪，绝不是平层猪场向上叠加，而是按照自动化、智能化要求设计的高科技养猪。”扬翔股份副总裁高远飞告诉记者。

不可否认的是，楼房养猪加速了我国生猪养殖工业化、集约化的趋势。并且，楼房养猪提升了养殖环节的智能化水平，对于提质增效有很大帮助。

在中新开维的养殖大楼里，设有母猪舍、产房、生猪保育与育肥室，饲料采用智能化投喂。同时，智能环控和通风系统会实时监测和控制环境温度、有害气体浓度，集中通风、集中消毒、高温屏障和全密闭场房，保障生物安全。

扬翔股份在此前披露的招股书中详细阐述楼房养猪项目。

其中，在养殖端配备智能硬件设备如精喂仪、饮水宝等，并投入智能饲料工厂精喂坊以及与养殖场连接的输送系统，实现精准饲料加工和精准饲喂。另外，还采用地沟通风系统、空气过滤系统，保障空气清新，降低疾病传播风险等。

需要注意的是，楼房养猪的前期投入更高。这对于企业来讲是一项巨大的成本投入。

高志飞提到，普通平层猪场，分摊到每头母猪上的费用在8000元~12000元，普通楼房养猪的费用在16000元左右。而自动化、智能化更高的楼房养猪项目，费用可能到26000元每头。

但是在很多企业看来，后期运营以及养殖效率的提升，可以抹平前期的固定投入。

搜猪网首席分析师冯永辉曾表示，楼房养猪有助于优化饲养管理。传统的定点分段饲养，会把母猪、育肥猪等平面分在不同地方，但楼房养猪可以采取在同一地点分层养殖。

唐人神在回应投资者提问时表示，楼房养猪的猪舍环境好于平房，利于生猪生长和健康度的提升；楼房养殖可以打造规模化

优势，每个点都在25万头以上，固定费用可以摊薄。

与此同时，富有更多高科技元素的楼房养猪项目，能够释放更多人力。

“通常情况下，一个拥有1000头母猪的养殖场，直到猪仔断奶这一环节，需要13~17个人。对于扬翔股份而言，因为自动化和智能化程度高，只需5个人即可。”高远飞表示。

对于很多养殖企业而言，楼房养猪在于生物防控压力较大。由于该模式生猪养殖密度更高，对于猪瘟疫情防控提出更高要求。

高远飞告诉记者，对于楼房养猪而言，每一层都是一个独立的主体。猪场各功能单元之间相互独立，每一栋楼房底层架空，形成天然的隔离，层与层之间互不关联、互不交叉，且每一层内是小单元设计，独立封闭空间切断病原的传播和交叉污染。

他还介绍道，公司为了减少生猪与外界的接触，对母猪采用闭锁繁育模式，整栋楼具备了后备母猪自我供给能力，确保满产后整栋楼母猪只出不进，避免了引种带来的生物安全风险，有较高的生物安全保障。

更加重要的是，很多猪企借助楼房养猪项目进行产业集聚，发力上下游一体化的布局。

牧原股份在2020年打造河南内乡县210万头现代化肉食产业综合体项目。园区共计由21栋6层楼高的楼房猪舍组成，每栋年出栏10万头。该项目单体年出栏210万头生猪，集生猪养殖、饲料加工、生猪屠宰和肉食等深加工为一体，项目投产后，

将为牧原股份成为全球最大养猪和生猪产业链企业提供重要支撑。

扬翔股份则是制定“料养宰商产业链一体化”运营模式，即通过给楼房猪场配套饲料加工车间、屠宰加工车间、有机肥加工车间，将饲料、养猪、屠宰、加工整合在一起。

开启怀旧模式 白酒行业掀“复刻热”

本报记者 刘旺 北京报道

“复刻”这一似乎是潮流领域专属的词汇，如今也可以用到白

酒身上。

近日，泸州老窖特曲60版宴席装在国庆期间正式上市，其标志性的“工农形象”图案唤起了人

们对“工农联盟”的时代回忆，引起了业内的广泛讨论。

实际上，不止泸州老窖，老酒复刻在业内已然形成了一股

风。包括茅台、五粮液、洋河、古井贡酒、全兴等品牌纷纷拟推出复古老酒产品，开启“怀旧”模式。

“文化驱动”无疑是老酒复刻的优势，能够迅速唤醒消费者的记忆，甚至在短期内形成销量爆发。但随着消费习惯的

转变，主流消费人群的迭代更新，名酒复刻若想向年轻消费群体靠拢，或许需要更多的创新和故事。

“复古”风潮

2019年，《中国经营报》记者就曾在电商平台购得了一款沱牌曲酒(93分复刻版)，其外包装、酒瓶与20世纪80年代的风格极为相似。

而这款产品与沱牌过往的光辉岁月不无关系。1989年第五届全国评酒会上，沱牌曲酒获得了93分的成绩，并跻身中国17大名酒前列，成为川酒“六朵金花”之一。

实际上，细数目前进行复刻的白酒产品，大多是酒企辉煌的见证。例如泸州老窖特曲60版，则代表着60年代，泸州老窖“工农牌”特曲，在全国评酒会上荣获“中国名酒”称号，成为浓香型白酒的典型代表，并坚持沿用60年代荣获“中国名酒”时期老窖池进行酿造。

古井贡酒推出的“老瓷贡”，则是在上世纪90年代风靡一时，创造了全国大单品的神话。此外，还有洋河“中国洋酒”复刻版；双沟传统“山河大曲”复刻版；五粮液也推出了一款经典五粮液，升级复刻自上个世纪60年代的“梅瓶”五粮液(俗称“鼓型瓶”五粮液)，而五粮液经典的“梅瓶”造型曾为上世纪60~90年代的五粮液产品初次使用过。

白酒行业专家杨承平告诉记者，“企业在选择复刻的品牌时，也有一定的考虑。首先，品牌要有一定历史、文化基因，为当地消费

者所熟知；其次，也要跟自身的品体系形成互补。”

复刻包装是一方面，更多的品牌选择老名酒的重启，如金徽酒旗下陇南春、汾酒旗下的杏花村、洋河旗下的双沟……纷纷打起了重启、复兴牌，或成立营销公司，或给予资源倾斜，金徽酒甚至专门募资进行车间技术改造，可见各个酒企对老酒、名酒品牌复兴的重视程度。

白酒营销专家蔡学飞认为，“白酒产品复刻与重启名酒品牌严格意义上差别不大，从属性上看，中国酒是中国历史文化的载体，也是区域民俗的代表，承载着消费者的历史记忆，本身就有文化属性；老酒、名酒本身就有品牌号召力和市场消费基础；中国酒类消费结构升级的方向就是品牌化与品质化，老酒、名酒有着先天优势，再加上自身的稀缺性，带来了产品溢价的提升。”

“老酒、名酒复兴的一个大背景是传统文化复兴，带动了老酒、名酒为主的国潮品牌，这些品牌的主力消费人群依然是当下白酒品类的主要消费群体，没喝过也听说过、见过。但随着消费群体的更迭，品牌的消费历史记忆会越来越模糊，因此这个阶段对品牌复兴来说非常关键。”蔡学飞表示。

老酒复兴并非一成不变

蔡学飞告诉记者，白酒产品复刻目前分为两个方向，一个方向是主打纪念意义，强调收藏价值；另一个方向是通过复刻产品来补充自身产品价格带。

“目前来讲，复刻需要酒企具备几个基因，第一要有一定的品牌历史文化；第二要有历史代表性产品；第三是当下一定要拥有一定的企业运作能力，不然不会形成影响力，市场也不会买单。同时，企业一定要搞清楚自己的定位，是针对团购市场还是针对大众消费市场，然后根据自身定位选择品牌建设、渠道建设等。”蔡学飞说。

另外，记者注意到，复刻产品大多针对中高端白酒消费市场，例如，五粮液在京东的售价为2899元；沱牌曲酒复刻版售价358元；全兴大曲复刻版“年代记忆60”、预定“年代记忆80”标杆价分别为718元/瓶和498元/瓶。

而在渠道端，复刻产品重视团购渠道。根据《新京报》此前的报道，全兴大曲60/80版明确提出团购渠道，直供团购型名酒客户，建立特定消费圈层，直达消费末端，同时还将布局老酒消费特通渠道和电商渠道。泸州老窖特曲60版则通过举办多场30人左右的小型“礼宴”，拉近与

消费者的距离。

河北沧州的白酒经销商王强(化名)告诉记者，他曾带着当地一些中年消费者参加上述类型品鉴会，效果较为可观。

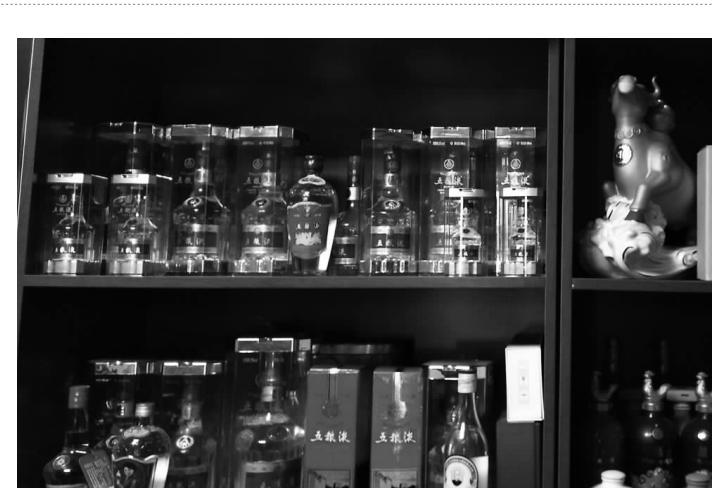
和君咨询高级合伙人、酒水事业部总经理李振江曾撰文指出，“文化底蕴”是名酒复兴的根本，而“文化驱动”是名酒复兴的核心动力。

李振江认为，汾酒的“活态文化生态链”、全兴的“品全兴，万事兴”、西凤的“红色”文化等名酒品牌的成功复兴，都是在其特有的文化传承上进行创新和发

展，实现了品牌价值的回归，充分说明了“文化和历史”是老名酒发展的根本，是名酒的价值基础，“文化驱动”是老名酒复兴的加速器。

王强告诉记者，酒厂主打“文化”，确实能够唤醒很多消费者的记忆，但仍有很多消费者更偏爱当下的营销概念，例如，在当地市场非常火热的丛台活分子酒，就主打青春、活力的文化主张；还有小刀酒，则是彰显刚毅果断、不屈不挠的性格，很受年轻消费者喜欢。“老酒复刻在第一时间能够吸引的是中老年消费群体，想要向年轻消费者渗透，则需要把老酒品牌的历史文化传递出去。”

蔡学飞认为，老酒、名酒品牌复兴的一个很重要条件是要有大资本加持，大资本是品质创新和品牌推广的必要因素，这是第一位的；其次，要有技术创新，复兴不是将原来的产品一成不变地提供给市场，因为消费环境在变，消费者的喜好也在变，必须要有创新；最后，要有文化创新，不能一味地讲以前的故事，还要迎合年轻消费群体的消费理念和消费习惯。



一家酒品销售店铺内收藏的各种品牌老酒。

视觉中国/图

白酒第三季度增长显著 资本深度整合进行时

本报记者 孙吉正 北京报道

截至11月，上市的白酒企业均发布了第三季度财报。

根据统计数据不难看出，在第三季度，绝大部分酒企均录得正向的大幅度增长，且主要的利润依旧向头部的全国性白酒品牌倾斜。另外，《中国经营报》记者

注意到，在第三季度业绩向好的同时，众多酒厂已经开始提前规划第四季度和春节档的出厂安排，应对可能出现的突发状况，以求稳定地迎接最重要的春节消费当口。与此同时，在近一月内，多家酒厂迎来了战略投资。其中以华润系入主金沙酒

业最受行业关注，早在今年2月，华润入主金种子酒。华润自今年以来的不断投资，业内认为，这一方面说明目前资本方依旧看好白酒板块的发展前途；另一方面，源自今年以来白酒板块的估值开始回归理性，更适合战略方选择投资的契机。

市场继续向头部集中

营收规模超过百亿的白酒企业在营收和净利润方面继续取得两位数的正向增长。

纵观白酒上市企业第三季度财报，整体保持了稳定的增长态势。在以白酒为主营业务的19家上市公司中，仅有4家上市公司净利润录得增长下滑或亏损，其他上市公司均取得正向增长。

另外，营收规模超过百亿的白酒企业在营收和净利润方面继续取得两位数的正向增长。在区域酒企中，*ST皇台和老白干酒交出了远超行业增长速度的成绩单，二者净利润增速分别为122.30%、113.83%，位列行业增速前二。从整体来看，上市酒企的主要利润集中在头部企业，尤其是茅台和五粮液，两者营收合计占比达到54.22%，净利润合计占比则达到64.36%。

中泰证券在报告中指出，三季度报表节奏分化，高端酒全年节奏平稳三季度仍将保持稳定增长；全国化次高端酒在二季度受疫情影响增速放缓后，我们预测三季度将实现增速反弹；地产酒龙头上半年表现亮眼，下半年将注重渠道维护实现稳定增长，二三线地产酒将在旺季实现全年任务的追赶、增速反弹。

国家统计局公布了2022年9月社会消费品零售数据。数据显示，9月份烟酒类商品零售额为465亿元，同比下降了8.8%，而今

年前9月份，烟酒类零售总额是3688亿元，同比增长4.7%。

白酒行业专家蔡学飞告诉记者，目前白酒行业的消费量以及消费规模受到一定的大环境影响，但头部白酒企业持续高增长，这说明行业的整体趋势是市场和资源继续向头部企业靠拢的。

另外，平安证券指出，目前，我国白酒行业处于量减价增的挤压式增长阶段，行业整体需求平稳，消费升级与品牌集中的趋势不改，向优势品种、优势产能、优势产区集中成为新常态，龙头企业和优势名酒将持续分享行业结构性增长红利。

第三季度，舍得酒业再次明确了突破百亿营收的战略目标，并表示第三季度的高增长主要得益于中秋、国庆期间消费市场的相对稳定。对此，有白酒类经销商告诉记者，相较于去年，今年中秋、国庆期间的消费市场确实有了较高的消费增长，尤其是在婚庆等消费市场，较前两年均有较高的消费量。

值得注意的是，在今年的二三季度，鲜有白酒企业执行了涨价策略，绝大部分企业仍旧以压低库存为现阶段的主要目标。对此，蔡学飞认为，目前局部地区受疫情影响，市场上存在经营状况

不稳定的情况，为了灵活部署市场分配和存货问题，以及保证区域经销商的经营稳定，今年大部分企业乃至茅台、五粮液均在提价问题上保持了较为保守的态度。“目前来看，涨价一般会集中在国庆和春节期间前后，今年国庆档期较为平静，那么意味着在春节档部分酒企可能会有小幅度的价格调整。”

对于今年第四季度以及春节档，很多酒企和经销商所执行的策略是提前部署和营销策划，以应对可能出现的突发性变动，“目前来看，春节档期是否稳定仍是未知数，因此很多酒厂早在进入11月份就开始下发关于2023年春节的动销方案和文件了。”上述经销商告诉记者。

“整体来看，在今年第三季度，依托于较为稳定的市场环境，绝大部分企业和厂家均交出了较为稳定的正向成绩单，尤其是在国庆消费档的繁荣，成为大部分企业在第三季度同比增长的重要因素。从整体来看，无论市场的稳定与否，头部企业在协调经销商、市场营销策略上均有非常大的优势和经验，这就使得近年来无论消费市场的升级还是降低，头部企业均能取得正向增长。”白酒行业人士杨承平告诉记者。

资本入局进行时

值得注意的是，此前，华润已经持有景芝酒业、金种子酒、山西汾酒的股份。

今年下半年，部分区域酒企开始了资本层面的整合和调整。日前，华润系出资112.7亿元从宜化集团、宜昌财源手中收购金沙酒业50.58%股权。交易完成后，华润啤酒将持有金沙酒业55.19%股权，成为金沙酒业第一大股东。与此同时，重庆江津区政府宣布对江小白旗下酿造基地江记酒庄进行10亿元战略投资，重庆江津区国资委持有江记酒庄13.79%股权，为第三大股东。

值得注意的是，此前，华润已经持有景芝酒业、金种子酒、山西汾酒的股份。2021年8月，华润联合鼎晖投资与山东景芝酒业达成战略合作成立景芝白酒，并获得景芝白酒40%股权。2022年2月，华润入主金种子酒，获得金种子集团49%的股份成为第二大股东，并在金种子集团的7个董事席位中获得5席。

除了山西汾酒占据头部全国

化高端市场外，景芝酒业、金种子酒以及此次收购的金沙酒业均属于区域酒企。

对于华润系对白酒行业的持续收购，蔡学飞认为，华润系仍然是在对自己白酒板块产业不断补齐品类，而在今年选择出手入股金沙酒业以及金种子酒，除了上述原因，主要还是在于白酒板块处于正常且偏低的估值区间。

以贵州茅台、五粮液为例，贵州茅台从1月份峰值的2193元/股，跌至发稿前1516.57元，五粮液从1月份峰值的253元/股，跌至发稿前150元。从整个白酒板块的K线图来看，绝大部分上市酒企的股价均处于走低的态势。

广科咨询首席策略师沈萌告诉记者，作为A股具有明显防守特征的白酒板块下跌，说明资金对市场前景的担忧仍在，资金经过多轮的调整，会推动板块估值的回归，也从侧面说明了在上一阶段过多

的资金进入到了白酒板块，导致白酒板块的估值偏高。

针对近段时间白酒板块的波动，中酒协发文提到，尽管当前白酒板块资本市场波动较大，但白酒行业发展稳中向好的根本趋势没有改变。中酒协还认为，中国白酒产业是充分市场化的长周期产业，呼吁投资者可以站在更长时间轴上，以历史的眼光和产业发展的长周期思维，理性看待资本市场变化，客观分析产业发展态势，合理调整基本投资策略，共同塑造良好产业生态。

上述专家均指出，此轮资本的接连入局，其中的原因之一在于自今年以来，白酒板块的股价出现浮动，白酒行业的估值开始回归理性。因此，众多投资方开始审视各个酒企开始的新一轮投资。从行业整体来看，目前白酒板块的主流依旧是整合资源，打造全性质的白酒企业和品牌，以达成充分竞争的目的。



第三季度，绝大部分酒企均录得正向的大幅度增长。

视觉中国/图

酒业盛会将至：白酒产区化发展成亮点

本报记者 阎娜 党鹏 成都报道

低度酒升温 酱酒理性发展

作为全国最具影响力的行业盛会之一，全国糖酒商品交易会受到广泛关注，但由于受到疫情等客观因素影响，原定在春季召开的第106届全国糖酒商品交易会(以下简称“糖酒会”)一再延期。

从此前网络上曝光的信息来看，部分企业及协会出于对大环境的不确定，呼吁糖酒会延期举行。但糖酒会组委会经与多方协调调研后最终决定，将于2022年11月10日-12日在成都西博城、世纪城举办，并将第106届全国糖酒商品交易会(春季)与第107届全国糖酒商品交易会(秋季)合并举办，由于举办时间刚好处于立冬之后，被业内称为“冬糖”。

糖酒会素来被视为酒水行业的晴雨表，虽然今年姗姗来迟，但其承载的风向效应却直指来年。

一位来自河北的经销商对此持较为积极的态度：“今年参加糖酒会除了寻找新的合作机会，更重要的是了解行业未来发展趋势，希望能听到同行的经验和建议。”

此外，在今年白酒行业整体动销放缓，行业分化加剧、产业链集中度进一步提升，品牌之间竞夺加速等诸多变局之下，糖酒会的举办为业内提供了信息交流的场所。

对此，白酒行业专家蔡学飞表示，“糖酒会的举办对中国酒行业起到了一定的积极意义，糖酒会是一年一度厂商之间深度交流的场所，对撮合交易、链接上下游资源等起到重要作用。”

销售驻足。据财联社报道，当时果酒“梅见”已完成主要城市的布局，主要城市代理商几近招满。

低度酒升温与“夜间经济”和“她经济”的利好作用不无关系，此外，该行业还获得了政策支持，如工信部曾发文提出“针对年轻消费群体等发展多样化、时尚化、个性化、低度化白酒产品”。多重因素叠加之下，低度酒行业不断升温，规模逐渐扩大。据天猫新品创新中心等机构发布的《2022年低度潮饮趋势报告》，2025年低度酒行业的市场规模预计超700亿元。

“今年低度潮饮的参展企业的确有所增加”，据酒水行业研究者欧阳千里观察，“低度潮饮迎来多样性发展，品牌正在成长的路上。”

如欧阳千里所言，在低度酒发展之路上参与者众多，除了传统酒企茅台、泸州老窖等分别推出“悠蜜”蓝莓酒、“青语”等果酒，近年来，贝瑞甜心、兰舟等新品牌不断涌现，李宁品牌创始人李宁也通过



往届糖酒会上，参展商展出自己的产品和包装设计。

视觉中国/图

布局黄酒进入该领域。

对此蔡学飞认为，“低度酒主要消费群体是年轻人，因此其营销就要瞄准年轻消费者，更追求个性化、文化性和流行性。”

“酱酒将是本届糖酒会的主角，预计酱酒参展企业将占据一半以上。”一位酱酒企业的负责人告

曾表示，酱酒市场自2021年下半年以来逐步回归理性，“慢了下来、静了下来，也沉了下来”，如今酱香型白酒在经历自我调整之后，步伐坚定，向稳、向好发展。

近年来，伴随着监管的介入，白酒行业准入门槛提高，行业发展逐渐规范，酱酒市场未来向高品质和头部品牌聚焦成为趋势。“酱酒已经进入2.0时代，过去那些以贴牌和定制为主的中小型酒厂将逐渐被时代淘汰，现在能参加糖酒会进行品牌推广的基本是规模化酒厂、名优酒企，通过参展可进一步提升品牌形象。”酒水行业营销专家肖竹青表示。

“虽然酱酒市场进入稳定发展期，但与其他香型之间仍存在竞争，”诗婢家酒业研究院秘书长张皓然指出，“酱酒更注重C端营销和体验，且以前高高在上的酱酒开始走亲民路线，此外，酱酒企业开始注重长期主义，注重根据地市场建设，这都对其他香型造成挤压。”

产区化发展提速

值得注意的是，此次参展的不仅仅有企业，还有以产区为整体形象的展团。

据公开消息，今年糖酒会，邛崃、古蔺等均将以产区形象整体亮相，发布产区发展战略。

“以产区展团为整体形象的参展并非首次，此前区域糖酒会早已出现过，这种产区展团多以有关部门为主导，希冀于区内一线品牌带动二三线甚至非品牌的增长。”欧阳千里说道。

蔡学飞分析指出，“产区发展的背后实际上是品质化消费的结

果。优势产区意味着相关品质要求、品类标准高，其实是对企业生产的一种约束，生产高质量产品也符合了消费升级趋势。此外，以产区形象参展，容易产生聚合效应，更容易聚焦到相关的产区概念和酒品牌上，对于推动产区内品牌发展和提升产品价值具有积极意义。”

近年来，白酒产业正在向高质量发展阶段迈进，白酒规模以上企业数量、白酒产量逐年减少，但白酒销售收入和利润却不断提升，此外，随着头部企业的扩产，行业规

模化、集中化趋势明显。

今年上半年，茅五洋汾泸5家企业营收总额占整个白酒板块营收的78.87%，马太效应不断加强已是不争事实。

在此背景下，三四线酒企面临压力，但白酒产区化发展不断提速，中小型酒企或可依托产区优势，寻求新的发展之路。

从政策层面来看，白酒产区化发展已是趋势，《中国酒业“十四五”发展指导意见》显示，未来白酒行业要着力打造名优产区，以产区作为世界名酒品质和价值的新的

表达方式，构建和优化产业协同平台，提升产业集成水平。

近几年，随着白酒产区化发展逐步加强，核心产区与龙头品牌相互影响，产区价值提升，同时对带动整个产区酒业高质量发展起到重要作用。

而古蔺产区内的郎酒、潭酒等酒企，名酒企成为古蔺产区的活力源泉，名酒企成为古蔺产区的活力源泉。未来的竞争是名酒的竞争，香型的竞争，产区的竞争。产区必须要有优秀的名酒带头，要对品质有共同的定义和打造目标。”张皓然表示。

声音

城市更新的关键在于“更”

访瑞安房地产CEO王颖

从拉开“危棚简屋改造”的旧区改造序幕,到确立城市“有机更新”的理念,上海中心城区焕新之路已探索了30年时间。

复盘上海过去30年的城市更新之路,就不得不提到瑞安房地产有限公司(0272.HK,以下简称“瑞安房地产”)。作为第一批投资上海大规模成片旧改项目的港资房地产企业,从1996年开始,瑞安房地

产打造了瑞虹新城、新天地、创智天地和蟠龙天地等多个城市更新项目。

瑞安房地产CEO王颖认为,城市更新的关键并不在“新”,而在“更”。因为今天之“新”即明日之“旧”,唯有以前瞻的规划为城市梳理新的脉络,以多样性为战略,才能培育出城市可持续发展的核心力量。

26年砥砺前行,瑞安房地产的

深耕旧改26年

若在盲目短视下,“新”会被时代浪潮冲散,甚至成为明日的“衰”,因为城市的发展从来不是一朝一夕的事,土地资源珍贵而不可再生,对城市的每一个举动都应有助于社区的成长与发展的韧性。

《中国经营报》:作为于最早进入上海的港资开发商,瑞安房地产参与的太平桥项目是上海首个将城市更新、经济发展、民生改善与文化保护相结合的旧改地块,由此打造的新天地也成为上海新地标,它的成功带来哪些启发?

王颖:创造新天地这张上海“新名片”的太平桥项目,突破了当时旧改大拆大建、千城一面的模式,开创了历史风貌建筑街区的开发性保护新模式,成为内地城市重建走向城市更新的里程碑项目。

我们认为,城市更新不仅需要根据城市发展的愿景以及社会需求的不断演变来进行,还要兼顾保护当地自然资源和历史文化,打造充满活力的公共空间。新天地将传统石库门里弄的空间肌理与现代时尚生活的功能结构有效融合,石库门建筑群的外表原汁原味地保留了当年的砖墙、屋瓦和历史文脉,每个建筑内部运用现代化设计理念和设施加以改造或重建,赋予新的商业价值和生命力。

2020年,我们还对标纽约、伦敦的成功案例,提出“以大新天地区域为核心,老城厢为腹地,联动外滩与人民广场,形成T字形的商务生态布局,打造高密度、高能级的复合功能都市区”的建议。一年后发布的《上海“十四五”规划》也明确将黄浦

外滩和大新天地等地区作为城市更新改造示范区试点。

《中国经营报》:上海城市更新的重点将转向“两旧一村”改造。在你看来,加快城中村改造对推动上海发展有哪些意义?瑞安开发的蟠龙天地项目有哪些可借鉴的经验?

王颖:上海30年二级旧里以下房屋改造工程极大地改善了民生,为中国城镇化发展产生积极影响并带来创新启迪。

在上海,“城中村”一度是环境脏、乱、差的代名词。为了积极回应老百姓改善居住环境的迫切愿望,2014年上海启动“城中村”改造,批准并确认改造方案的48个项目中包括青浦区蟠龙村。

在瑞安开发蟠龙天地之前,蟠龙古镇里被外界认为具有保留保护价值的构筑物并不多,但作为虹桥商务区的文化地标,我们认为它很有挖掘价值,我们去上海图书馆看了镇志,还请来多位历史专家参与研究。

我们积极配合政府对蟠龙古镇及周边区域进行城市品质提升的发展目标,通过对极具江南水乡文化的历史建筑风貌区的保护和活化,将破旧的城中村规划为“八大主题公园绿地蟠龙公园、水乡古镇商业蟠龙天地、高品质住宅蟠龙国际住区”三大功能区,最大

与城市共荣共生

以上海新天地为代表,瑞安房地产城市更新项目开发周期都在20年以上,这么多年都在不断进行可持续发展。

《中国经营报》:2012年,在业内大多追求尽可能开发住宅快周转的时代,瑞虹新城把处于商业轴线上的两个地块由住宅用地变为商业用地,此举主要有哪些原因?

王颖:随着城市发展,城市更新模式也随之变化,对于功能的复合型和多元化提出更高的要求。

瑞虹新城最初定位以居住为主,随着城市的不断发展,虹口的区位优势越发突显;再加上当时上海大规模推进网络化、枢纽型、功能性基础设施建设,虹口区道路交通系统更加完善,与外滩、陆家嘴等市中心地区交通联系日益紧密。如果继续单纯把瑞虹新城土地价值用于居住功能,它的片区价值将被淹没,区域经济持续发展的动力也会弱化。

因此,2012年我们主动对瑞虹新城的整体规划进行了调整,将连

接地铁4号线和10号线两座车站长约1公里的相邻地块的土地性质由住宅改为商办,并对瑞虹新城项目定位与整体规划做了一次大调整。整个项目的东西向以全天候、全业态商业为轴,南北向以景观为轴,双轴交汇点布局55万平方米的商业综合体“瑞虹天地”。

这样一来,瑞虹的商办比例提高到37%,规划也从以居住功能为主,变为一个国际级的多功能复合型综合社区,帮助区域核心功能的增强,集聚和配置全球高端资源要素能力的提升。

《中国经营报》:瑞安房地产所“落子”的项目,几乎都与城市乃至国家的发展战略同频共振,做到这样前瞻性的布局有何秘诀?

王颖:上个世纪80年代,罗康瑞先生来到内地发展,看好内地市场的

更好的时代

今年,瑞安还率先发布办公行业首份《绿色公约》,倡议企业租户积极践行低碳办公相关举措,携手共创绿色之道,实现保护地球环境和绿色商业双驱动的可持续发展。

《中国经营报》:可持续问题是全球关注的重点,中国要在2030年前实现碳达峰,2060年前实现碳中和,作为房地产企业应该如何为这个目标的达成做贡献?你有哪些建议?

王颖:城市碳排放主要来自城市建设。在全球范围内,建筑业约占全球能源相关碳排放总量的40%左右。建筑行业和房地产开发是低碳减排主力军,瑞安探索的可持续发展、降碳减排不仅在建筑领域,还涉及城市空间布局等,影响到人的衣食住行。绿色低碳发展转型,意味着城市建设运营模式的改变,具有综合性和全局性作用。

瑞安将全生命周期的绿色低碳开发模式运用于旧区改造和城市更

新项目,包括“绿色规划、绿色设计、绿色施工、绿色运营”。比如我们的“社区发展九大原则”,倡导功能复合,公共交通为主,减少小汽车使用,是减碳的重要手段;打造富有特色的广场、绿地等开放空间,提倡健康可持续的生活方式。

减少碳排放是我们实现可持续发展的首要任务之一。2021年3月,瑞安房地产成为首家承诺支持“科学碳目标倡议”(SBTi)的中国内地房地产企业,今年又将减排目标提升至全球温度升幅控制在1.5C内。“一大会址新天地”区域成为上海市低碳发展实践区创建单位之一。

今年,瑞安还率先发布办公行业首份《绿色公约》,倡议企业租户

积极践行低碳办公相关举措,携手共创绿色之道,实现保护地球环境和绿色商业双驱动的可持续发展。

往往意味着高风险。长周期带来的不仅是社区的成长性和韧性,不在空间上留白就不可能在时间上创造更多可能性,也就没有整个社区长期迭代更新的局面。这靠的是一家企业坚持不懈秉承长期主义和社会责任感而铸就的气度和实力。

正因如此,瑞安没有选择高负债、高周转、高回报的“三高”模式,而是长期深耕和精耕细作。这个时间维度里,城市规划目标、政策、城市发展问题动态变化,瑞安都以前瞻和可持续的视界创造长期的价值,推动城市发展。任何事物的发展都有高峰和低谷,但每个人都要做自己擅长做的事,就算别人发展得很好也不要羡慕,做好自己的事情就行了。