



— 经 营 成 就 价 值 —

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

基建投资下半程:超万亿限额内专项债待发

NA2

“燃烧专家”刘昌业

NA5



商业案例 ND4

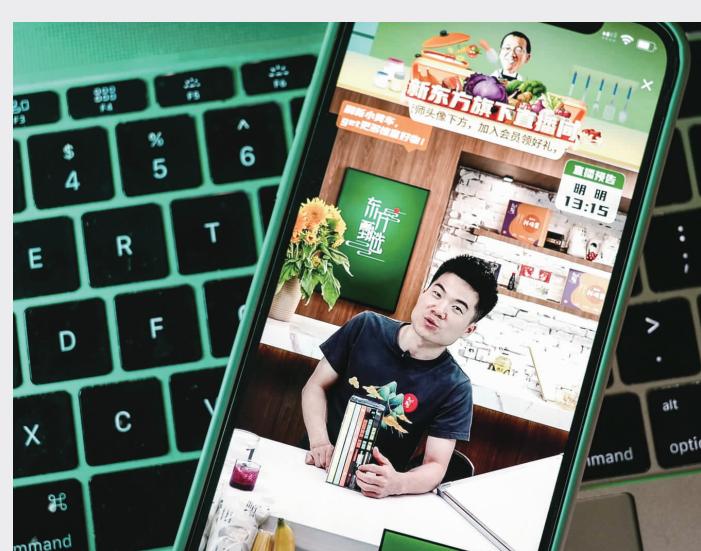
东方甄选:从销售产品到销售情怀

越来越多的人喜欢看东方甄选直播。可以说,从教培行业转型的新东方重新定义了直播的内容和方式,并让董宇辉、YOYO、明明、顿顿、七七等一众新东方的老师走红直播间,很多人趴在直播间听他们侃亲情、梦想和情怀,也顺便买了不少东西。在半年多时间里,东方甄选获得了巨大的流量。

对比半年前,新东方一度深陷转型困局,美股新东方(EDU)股价在一年之间遭遇了从每股196.94美元的高点跌落到不足2美元的窘境,上市以来的首次亏损更让其现金流骤减。

但在目前,多家券商开始给予新东方在线(01797.HK)“买入”评级,比如申万宏源证券就认为,随着东方甄选热度激增,以及大学生业务企稳恢复,预计新东方在线2023财年扭亏为盈。预计新东方目标企业价值为206.35亿港元,对应目标价为每股20.59港元。

目前,抖音上的公开数据显示:东方甄选的粉丝量达到2368.5万,7月累计销售额突破6亿元。蝉妈妈数据也显示,7月东方甄选共开播31场,观看人次突破7亿,场均观看人次突破2000万,成为销售额排名第一的蓝V达人。



那么,如何看待新东方的这一转型,从销售商品到销售情怀,新的直播模式能否缔造新东方的“第二增长曲线”?要打造持久的生命力,还需要怎样的商业操盘?这一模式是否可以复制,对其他面临转型的企业来说,是否具备样本意义?

社评

自动驾驶加速“落地” 以系统管理扬其长避其短

近日,交通运输部发布《自动驾驶汽车运输安全服务指南(试行)》(征求意见稿),公开征求意见。交通运输部官网显示,征求意见稿共分为适用范围、发展导向、车辆要求、人员要求、安全保障等九大项内容。这一新规拟鼓励自动驾驶汽车从事出租客运,同时也为全国自动驾驶产业化落地提供了政策支持。

征求意见稿明确指出,其所称自动驾驶汽车是指在其设计运行条件下具备执行全部动态驾驶任务能力的汽车,包括有条件自动驾驶汽车、高度自动驾驶汽车和完全自动驾驶汽车,这基本涵盖了自动驾驶车辆技术标准的各个层次,又给出了自动驾驶车辆运用于经济生活的各类条件及场景,也就为自动驾驶汽车加速“上路”铺就了更加开放宽容的政策大道。

在不少业内人士眼中,自动驾驶汽车与新能源汽车堪称我国汽车产业弯道超车的两大主流。在燃油车时代,受制于历史条件所限,虽然经历了多年“市场换技术”的探索阶段,我国汽车产业却始终无法进入世界产业链核心位置。但伴随智能化、自动化、绿色

环保等新技术、新趋势的到来,我国新能源汽车行业实现了快速发展。而自动驾驶技术从技术研发到路测,其发展势头也不断显现。众多自动驾驶企业不断加大对技术与车辆研发制造上的投入,投资市场也对中国自动驾驶产业的广阔发展前景充满信心,投资金额屡创新高。而国际知名调研机构的一份调查显示,相比于美国,中国民众对自动驾驶技术的包容度和接受度更高。就此,市场、资金、政策的三位一体、互补共进态势已然形成。

随着交通运输部重要新规的即将出炉,将进一步为自动驾驶汽车的产业化、商业化提供有力支持。政策利好将强化各自动驾驶车企与投资者的信心,车企对技术和产品的研发力度必然会加大,车规级芯片、激光雷达、算法等核心技术企业,也将加快提高自主创新能力,有助于我国自动驾驶的产业链建设。随着包括出租客运在内的诸多领域向自动驾驶车辆开放,自动驾驶商业化迈出了重要的第一步。

一个众所周知的常识是,自动驾驶汽车只有进入到条件更加复

杂多变的实际驾驶运行环境中,其技术实现、数据收集分析等更多核心技术发展层面才能有足够的现实反馈,当然也可能会遇到相比之前实验室或路测多得多的挑战,这有利于车企进行对应的技术、运营和管理升级,对可能存在的缺漏之处打上补丁,并且逐步通过由点及面的前端车辆运行与后端系统建设,带来相关配套设施更快、更精准地完善,也为有关部门接下来的法律法规完善提供参考,最终通过政府管理的系统化,以及企业及产业的成熟,形成生态构建的完整闭环,实现量产规模化。

当然,我们不能仅仅看到自动驾驶产业发展美好的一面,更要清醒认知其面临的挑战和风险。安全始终是自动驾驶产业发展必须攻克的命题,无论技术如何进步,最大限度保障乘车人的安全都应置于行业发展首位。自动驾驶汽车如何应对突发路况,有条件自动驾驶汽车、高度自动驾驶汽车和完全自动驾驶汽车如何做到人机协同,尤其是在紧急情况下,如何保障从自动驾驶模式切换到人工管理模式?完全自动驾驶汽车更依赖于车辆及后台

系统的联动,如何做到两者连线不被某种外部因素所切断?这些看上去是技术攻关问题,同样也是企业及产业“以人为本”的价值观体现。

此外,隐私也是公众关注自动驾驶的又一热点。乘客、车主等信息未来是由企业自主保存管理,还是同时备份至更具公共性质的“公有云端”,实现有关部门与企业的共同管理?如何建立能够抵御外部风险、保证数据不会大范围泄露的用户信息安全体系,在企业自律外如何加强第三方监管,同样需要政府在相关立法与执法上持续强化。

中国自动驾驶汽车的商业模式与技术发展模式仍“在路上”,更多更完善的法律法规、标准体系也在建设当中。但与新能源汽车一样,我们对自动驾驶汽车产业的未来充满信心,也希望这一产业能够在政府、企业的合力之下,实现更多关键领域、关键技术的重大突破,以更具前瞻性的政策环境与市场环境相辅相成,扬其所长,避其所短,率先闯出产业化新路,为14亿人提供全新出行服务模式的同时,催生又一具有国际竞争力的万亿级蓝海产业。

经济大势

A1~A8

- 央企开启2023年校招 A3
- 中核起薪30万上不封顶
- 国际航班“熔断”措施调整 A4
- 民航业迎来重大利好
- 地方AMC增资潮: A8
- 7家注册资本达到百亿级

营商环境

B1~B20

- 千亿解禁冲击可控 B4
- 科创板“逆市”反弹
- 基础建设再迎窗口期 B5
- 银行资金多渠道介入
- 化解隐性债务再提速 B8
- 城投提前兑付释风险
- 长三角经济复苏提速 B9
- 工业“压舱石”作用凸显
- 廊坊全面解除限购 B12
- 环京楼市影响几何?
- “保交楼”攻坚 B13
- 种植牙自由有多远? B17
- 蚌埠医联体采购落地

智在公司

C1~C8

- 6G处于愿景研究阶段 C2
- 2025年左右开启标准化
- 晶圆制造CIM国产软件前景可期 C4
- 动力电池回收站上风口 C5
- 车企与芯片厂商“结盟”加速 C7

消费连锁

D1~D4

- 卤味跳出“鸭圈”多场景混战 D2
- 供应链成竞夺关键
- 体育“大年”重回央视 D3
- 英超版权费回归“理性时代”

本期热词

数字马斯克

马斯克多半是在开玩笑,不过前一阵谷歌确实有一个程序员和AI交谈后,认定AI已经具备了自我意识,并试图为他的“AI朋友”争取权利。就目前而言,意识上传或AI觉醒应该都尚未发生,但我们的的确可以先做一做思想实验:如果AI的自我意识觉醒了会怎样?

数字马斯克和数字马斯克会成为朋友吗? NA6

房贷降杠杆

近段时间,在经历房贷利率“打折”之后,“不要提前还房贷”的话题逐渐引起人们的关注。易居研究发布的全国居民购房杠杆率研究月报指出,2022年二季度,全国居民购房杠杆率下降至21.2%,已创下2012年三季度以来的历史最低值。

居民房贷降杠杆 ND1

抖音本地生活

从涉足电影票,到探店、团购配送,抖音不再掩饰本地生活的野望。6月1日,抖音本地生活开始正式收取佣金。据抖音方面向《中国经营报》记者确认,抖音生活服务平台服务费率为2%~8%,平均为3%。即使如此,抖音方面表示,修订的服务费费率仍然低于行业平均水平。

巨头暗战本地生活 ND1

咖啡白热化

根据国际咖啡组织数据,过去5年,亚洲咖啡消费增长1.5%,欧洲增长率为0.5%,美国增长率为1.2%。而中国2020年较2019年的增长速度则是6.5%。目前咖啡门店多集中于一、二线城市,市场逐渐趋向饱和,竞争慢慢进入白热化阶段。

咖啡巨头挺进:差异化“攻城拓店” ND1



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

基建投资下半程：超万亿限额内专项债待发

本报记者 杜丽娟 北京报道

对于下半年是否会新增一批专项债额度，虽然财政部在例行新闻发布会上没有明确表态，但年内专项债限额内剩余部分的债券如何使

用，却引起市场各种猜想。

根据财政部统计，2022年全国地方政府专项债务限额为21.82万亿元，截至2022年6月末，地方政府专项债务余额为20.26万亿元，比较来看，二者相差1.55万亿元。这意

味着在现有限额范围内，下半年尚具备1.55万亿元的新增专项债发行空间。

此前的政治局会议曾提出，财政货币政策要有效弥补社会需求不足，用好地方政府专项债券资金，支

持地方政府用足用好专项债务限额。在财税人士看来，考虑到当前全国专项债务余额距离限额仍有一定空间，如果地方基建投资的资金缺口较大，那限额内的剩余专项债在年内使用的可能性也较大。

债务限额管理

一位地方财税人士介绍，我国地方政府债务限额管理的法律法规始于“43号文”，也就是国务院在2014年9月21日发布的《国务院关于加强地方政府性债务管理的意见》（简称“43号文”）。

在基建投资仍是拉动需求的有效方式下，专项债资金的下达成为支撑基建投资增速维持高位的重要举措。从今年上半年数据看，在专项债等资金提前拨付、地方重大项目提早开工的背景下，我国广义基建投资同比增速达9.3%。

上半年基建投资的良好势头也为下半年开端打下基础，不过伴随6月底，年内新增专项债限额已经完成发行的事实，市场预计今年下半年，我国大概率会启动现有限额范围内的余额部分。

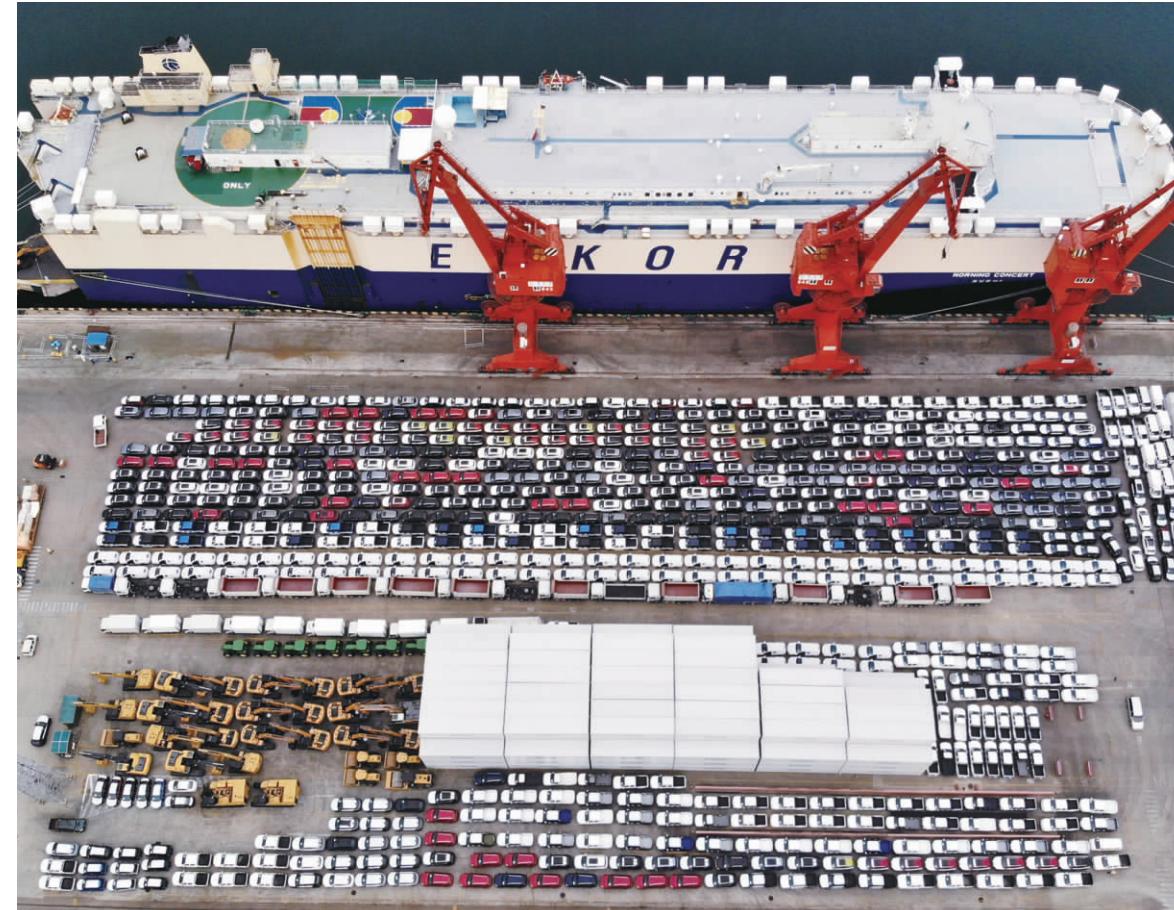
一位地方财税人士介绍，我国地方政府债务限额管理的法律法规始于“43号文”，也就是国务院在2014年9月21日发布的《国务院关于加强地方政府性债务管理的意见》（简称“43号文”）。43号文曾规定地方政府债务规模实行限额管理，作为地方政府来说，其举债不得突破批准的限额。

然而，在实际操作过程中，我国地方政府债务余额通常存在低于限额的情况。

国泰君安的报告指出，一种情况是，当年新增债券发行规模低于当年新增债务额度。例如2021年新增专项债额度为3.65万亿元，当年实际发行3.58万亿元，这使得部分用于补充中小银行资本金的额度留到了次年年初发行。

另一种情况是，部分债务到期后未做展期，这也为次年释放了部分额度。

按照《地方政府债券发行管理办法》规定，新增债券、再融资债券、置换债券发行规模不得超过财政部下达的当年本地区对应类别的债券



专项债资金的下达是支撑基建投资增速维持高位的重要举措。今年下半年尚具备1.55万亿元的新增专项债发行空间。图为青岛港一处作业区。

新华社图

限额或发行规模上限。

“按照规定要求，地方债到期后会通过发行再融资债进行展期，但实际中也存在部分债券未做展期的情况，由于此种情况没有发行再融资券，因此会释放当年的部分额度，从而出现余额低于限额的情况。”上述财税人士解释。

基于限额内尚有超万亿元的专项债债券待发，政治局会议也提出，经济大省要勇挑大梁，有条件

的省份要力争完成经济社会发展预期目标。

对此，光大证券首席宏观经济学家高瑞东认为，从地区分布来看，经济强省会拥有更多的专项债剩余限额，这有可能成为这批专项债发行的主力。

这一判断主要来自2021年数据，从2021年各省份专项债剩余限额看，北京、上海、河南、江苏、福建等位居前列，占比接近全国专项债

剩余限额的50%。而经济基础较为薄弱的省、市、自治区，如西藏、黑龙江、宁夏、内蒙古、山西等地，则基本不具备专项债发行空间。

在高瑞东看来，如果新一批专项债额度年内下达，那将有力补充基建投资的资金来源，同时叠加8000亿元政策性银行贷款，以及3000亿元金融债补充项目资本金，预计下半年基建投资增速也有望继续维持在当前高位。

多举措保障资金

中国社科院财经战略研究院副院长杨志勇认为，从目前专项债发行进度看，全年任务已基本完成，随着专项债发行完毕，加之上半年土地出让收入的持续疲弱，下半年基建投资如何发力成为重点。

事实上，对于专项债资金的使用要求，财政部在今年4月份曾表示，2021年发行的专项债券，原则上在今年5月底前拨付使用，对2021年12月提前下达的2022年专项债券，原则上要在今年9月底前拨付使用。

进入7月份，在稳增长压力加大、政策靠前发力的背景下，专项债使用进度要求不断提高，国常会再次明确提出“今年专项债8月底前基本使用到位”。

中国社科院财经战略研究院副院长杨志勇认为，从目前专项债发行进度看，全年任务已基本完成，随着专项债发行完毕，加之上半年土地出让收入的持续疲弱，下半年基建投资如何发力成为重点。

《中国经营报》记者了解到，此前召开的政治局会议曾强调要“用好政策性银行新增信贷和基础设施建设投资基金”。今年6月1日召开的国常会曾明确提出，要调增政策性银行信贷额度8000亿元，6月29

日国常会又进一步提出设立3000亿元政策性开发性金融工具支持重大项目建设。

北京大岳咨询有限公司董事长金永祥认为，若3000亿元金融工具全部用于补充基建项目资本金，以及为短期内无法到位的专项债券搭桥，按照20%的基建项目资本金测算，则可拉动约1.5万亿元的基建项目投资额，这将推动企业中长期贷款增速企稳回升。

在市场看来，虽然当前新增专

项债额度已经用完，但下半年增量财政工具仍然比较充足，即使动用现有限额内的剩余额度也可带动一定规模的投资效应。

根据国泰君安的测算，如果剩余专项债限额外投入，预计能带来2万亿元的GDP，同时可以额外拉动1.8个百分点的GDP增速。不过，基于专项债限额外的使用在当前背景下，可能并非全部用于实物工作量的形成，因此后续仍需关注债券资金的使用方向。

多因素推动7月外储规模上升 未来或将继续保持稳定

本报记者 谭志娟 北京报道

8月7日，国家外汇管理局发布的数据显示，截至2022年7月末，我国外汇储备规模为31041亿美元，较6月末上升328亿美元，升幅为1.07%。

对此，东方金诚首席宏观分析师王青对《中国经营报》记者分析说：“当前外汇储备规模变化，主要受两类因素影响：一是货币估值因素，主要受美元汇率变化影响。7月美元升值1.08%，这会造成非美元外汇资产折算成美元计价后金额有所下降——估计7月美元升值会造成我国外汇储备贬值100亿美元左右。二是海外资本市场波动。近期全球资本市场整体反弹，我国外储投资标的价值也在随之回升。7月两种因素对冲，后者影响更大，成为推高月末外储规模的主因。”

中国民生银行首席经济学家温彬也认为，7月外汇储备上升主要受估值因素影响。7月美元指数上涨1.2%，虽然非美元货币投资折算美元后形成汇兑折损，但当月全球股市、债市等主要资产价格上涨，综合汇率折算和资产价格变化等因素作用，外汇储备规模上升。

在美元指数方面，记者注意到，在7月13日美国劳工部公布CPI同比增长9.1%的数据之后，市场情绪对于7月加息预期得到大幅的提高，导致美元指数出现短时间的强势拉升。随后，在7月14日，美元指数站上109，为2002年9月以来新高。

有数据还显示，7月末美元指数受通胀预期抬升、美联储加息等因素推动，较6月末上涨1.1%，非美元货币中，欧元下跌2.5%，英镑下跌0.1%，日元上涨1.8%。

在这方面，国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春英答记者问时也表示，2022年7月，我国外汇市场运行总体稳定，境内外汇供求基本均衡。国际金融市场上，受主要国家货币政策、经济增长前景及通胀预期等因素影响，美元指数上涨，全球主要金融资产价格总体上涨。汇率折算和资产价格变化等因素综合作用，当月外汇储备规模上升。

未来我国外汇储备规模走势如何？

王青认为，按不同口径测算，当前我国3万亿美元左右的外储规模整体上处于适度充足状态。预计后期外储将继续大体稳定在这一水平，持续大幅增减的可能性都很小。在当前外部金融环境波动加大的背景下，我国较大规模的外汇储备将继续发挥抵御各类外部冲击的压舱石作用。

温彬也表示：“从今年上半年我国国际收支来看，经常项目和直接投资等国际收支基础性项目保持较高顺差，为人民币汇率稳定和外汇市场平稳运行奠定了基础。当前全球多国通胀水平居高不下，‘滞胀’特征显现，不稳定、不确定因素明显增加，国际金融市场波动加大。我国高效统筹疫情防控和经济社会发展，随着各项稳经济政策措施效应的不断显现，我国经济将继续保持复苏向好的态势，有利于我国外汇储备规模保持总体稳定。”

王春英也指出，当前全球经济形势充满挑战，不稳定、不确定因素明显增加，国际金融市场波动性较大。但我国高效统筹疫情防控和经济社会发展，经济韧性好、潜力大、活力足，长期向好的基本面不会改变，将继续支持外汇储备规模保持总体稳定。

7月出口增速超市场预期 下半年有望继续保持韧性

本报记者 谭志娟 北京报道

7月我国出口增速再超市场预期：海关总署8月7日公布的数据显示，7月份，按美元计价，我国进出口总值5646.6亿美元，同比增长11%。其中，出口同比增长18%；进口同比增长2.3%；贸易顺差1012.6亿美元，扩大81.5%，创历史新高。

对此，光大银行金融市场

部宏观研究员周茂华日前对《中国经营报》记者分析表示，7月进出口同比增速反弹，充分展现我国外贸韧性，在一定程度上舒缓市场对下半年经济复苏担忧，中国外贸强劲表现也有助于舒缓市场对全球经济衰退前景担忧。预计未来几个月我国外贸有望延续出口强、进口弱、贸易顺差高的格局。

出口韧性或仍将延续

“主要是全球需求出现放缓，但并没有此前预期的悲观，海外需求仍保持扩张；中国出口结构持续优化，东盟继续成为中国第一贸易伙伴，‘一带一路’、RCEP（《区域全面经济伙伴关系协定》）等沿线国家经贸发展迅猛，国内外贸企业也在积极挖掘外贸新优势与竞争力；近几个月汽车出口强劲表现提振外贸出口。”对于7月出口同比增速超预期的现象，周茂华对记者表示。

海关总署统计分析司司长李魁文表示，7月当月，我国对RCEP贸易伙伴进出口同比增长18.8%，拉动整体进出口增长5.6个百分点。RCEP今年正式生效实施，为地区经济复苏和发展提供了新动能。

记者还注意到，7月我国出口依然高增，同比增速18%，较上月基本持平。5月以来，出口已连续3个月高于15%，呈现出较强的韧性。

据长江证券统计显示，分类型看，一般贸易出口同比增速高位续升，加工贸易同比增速小幅回落，分别录得25.3%、7.4%。分出口地区看，我国对发达国家出口增速仍处高位，对欧盟、日本出口增速大幅抬升，分别录得23.2%、19%。此外，我国对印度、东盟、韩国等亚洲周边贸易伙伴的出口增速仍处高位。

有分析称，7月出口在基数抬升的背景下仍然维持了强劲回升，对经济形成较好支撑，我国出口竞争力仍强。

在美国等经济面临衰退风险的背景下，为何7月我国出口还能保持韧性？

长江证券认为，这主要有三个原因：一是外需仍在衰退早期，下滑趋势并不显著，而从海外需求转弱到国内出口回落也有一定滞延。二是原材料涨价推升出口额。受国际大宗商品涨价带动，出口主要代表性商品中，我国稀土、成品油、肥料等上游原材料出口金额同比

维持高位，且增长主要由价格因素贡献，数量贡献均为负。三是汽车、服装等下游消费品需求大幅增长。随着我国汽车生产恢复以及海外疫情防控放松后出行需求激增，本月汽车出口金额同比增长64%，与此同时，箱包、鞋靴等下游消费品出口也迅速增长，均呈现出数量因素贡献远高于价格因素的特征，是我国出口走强的主要支撑。

瑞银证券也表示，对主要目的地的出口动能出现转换：对美国、欧盟、日本的出口同比增速基本持稳于17%。其中对欧盟和日本的出口增速有所提速，而对美国出口增速走弱。而7月对东盟经济体的出口同比增速进一步升至33.5%，超过此前的29%，为对主要目的地出口的最高增速。

展望未来，受访专家认为，未来出口增速可能放缓，但仍有望保持韧性。

周茂华认为，出口增速可能面临趋缓，但有望继续保持韧性。主要是我国外贸出口结构持续优化，外贸企业提质增效创新发展与外贸纾困助企政策持续发挥作用，有助于降低海外需求放缓与供应链方面压力；另外，全球通胀高烧不退环境下，我国产业链完整、产能配套能力强、生产效率高等，继续为外贸发展提供强有力支撑。

国金证券首席经济学家赵伟也对记者表示：“我国下半年出口表现或仍具韧性，主要支撑在于我国产业优势、成本优势凸显以及与东盟的出口互补效应突出。”

在赵伟看来，在劳动力、能源等成本高企下，中国和东盟分工协作，或有助于在全球贸易中获得更多订单，使一些互补关系明显的中间品和资本品出口韧性较强；同时，中国凭借能源成本优势，或在一些中上游能耗较高的产品出口实现较高增长，出口结构性“亮点”或仍值得关注。

进口增速有望进一步增强

进口增速小幅抬升。7月我国进口同比增速从前值1%回升至2.3%，其中，国际粮价上行再度带动我国进口农产品金额增速大幅攀升至8.7%，进口高新技术产品、机电产品金额同比降幅收窄。

周茂华对记者说：“7月进口增速稳步加快，主要是因为国内需求回暖，进口成本居高不下（价格效应）。”

赵伟也表示，进口较上月好转，主要商品进口数量有所改善，或指向国内需求逐步回暖。

国金证券统计显示，进口较上月有所好转，自主要贸易伙伴进口同比普遍提升。7月进口同比2.3%，低于预期4.5%、高于前值1%。自主要贸易伙伴进口同比分化，其中自欧盟、东盟进口同比分别较6月提升2.4个、4.3个百分点至-7.4%、9.6%，自日本、韩国同比分别较

6月提升5.1个、6.4个百分点，但自美国同比较6月回落6.2个百分点。

主要商品进口数量边际改善，但大宗价格回落对部分进口形成拖累。来自国金证券的数据，大豆、原油、煤炭进口金额同比分别为16%、39%、29%。近期国际大宗商品价格下行，带动铁矿砂进口金额同比下降，较上月下降2.6个百分点。展望未来，周茂华认为，进口增速有望进一步增强，主要是国内需求在稳步恢复，能源和商品价格高位回落，可能一定程度提振进口。但国内房地产等需求处于恢复阶段，海外需求趋缓，加之能源和商品价格维持高位，预计我国进口改善整体偏缓。

央企开启2023年校招 中核起薪30万上不封顶

本报记者 索寒雪 北京报道

进入8月，2022年校招刚刚落下帷幕，2023年央企校招已经启

校招全球人才

“现在我们培养这样一个人才需要150万元以上，和培养飞行员的价格差不多。”

中核集团在国资委网站的推介中显示，其正在通过“星原计划”招揽世界人才，该计划是面向全球顶尖毕业生打造的校园招聘专项计划。

入选者起薪点原则上30万元~至60万元/年，上不封顶，具体薪资水平面议。薪酬之外，其余福利还包括安家费或人才公寓、人才津贴购房补贴、租房补贴、差旅补贴等。

2023年中核集团“星原计划”旨在聚焦急需紧缺重点科研和工程设计领域，选拔若干名全球顶尖应届毕业生，通过系统性的培养历练，加速培养为中核集团未来的科研技术领军人才，成为“原”子能事业的新“星”。

在人才成长路径上，中核集团提供的方案也颇具吸引力，包括集团总部统筹指导，用人单位具体培养，坚持一人一策，量身定制培养方案，包括但不限于配备集团公司首席专家、科技带头人或科研技术水平相当的专家担任导师，优先考虑参与重大项目、承担科研课题、配备

动。《中国经营报》记者在国资委官网上了解到，第一家开启2023年校招的企业是中核集团，中核集团更是发出了起薪30万元~60万元/年、

青年团队、配备项目科研经费等。中核集团子公司中国核电2021年年报显示，“支付给职工及为职工支付的现金”与“在职工工的数量”相除的值约37万元。

中核集团连续16年获国资委考核A级，并入选世界500强。

中核集团内部人士向记者表示，中核正在建立人才队伍保障机制。构建“初、中、高、专”四层次标准能力素质模型；开展分级培训、授权、认证；举办大课堂、青年大比武，全序列梯级培养人才。

目前中核集团正是用人之时，多个项目正在运营：“华龙一号”成为全球首个按期建成商运的核电机组；新一代“人造太阳”核聚变装置建成并首次放电；中俄最大核能合作项目——田湾7/8号和徐大堡3/4号机组开工建设；全球首个陆上商用模块化小堆“玲龙一号”开工建设。

随着核电行业的发展，中国核行业人才的缺乏开始显露。

“国内核电站操纵员的岗位人

上不封顶的‘召集令’。”

数据显示，2023年高校毕业生合计人数约为1174万人，与2022年高校毕业生人数基本持平。

才非常匮乏，我们只能去自己培养。”来自山东一座在建核电站的人士向记者介绍。该在建核电站为小型核电站，对操纵员的需求为数十人。

“现在我们培养这样一个人才需要150万元以上，和培养飞行员的价格差不多。”前述核电站人士表示，“过去培训一个操纵员需要的资金与70公斤成人等重的黄金同值，因此操纵员也被叫做‘黄金人’。”

除了培训费用昂贵，核电站操纵员的培训时间也是个较长的过程。一位参与核电领域培训的技术人员向记者表示，他曾在法国参加培训，时间在一年以上，加上国内的培训时间，总共在3年以上。

西门子旗下一家从事数字化改造的分公司负责人向记者表示，“现在企业都在进行数字化改造，现在我们通过自己的移动设备，手机、平板、电脑实现‘数字孪生’。在这一前提下，‘黄金人’的成本才会降低。”

国资央企再动员促就业

以2022届离校未就业毕业生和35岁以下失业青年为服务对象，集中开展服务攻坚。

近日，国资委向央企呼吁，“勇担责任，促就业，国资央企再动员”。多家央企向社会公布了就业岗位需求。

国资委表示，习近平总书记高度重视高校毕业生就业工作，作出一系列重要指示批示。国有企业作为党执政兴国的重要支柱和依靠力量，自觉践行“两个维护”，时刻心系“国之大者”，全面履行经济责任、政治责任、社会责任，把促进高校毕业生就业作为一项重要政治工作来抓，不断加大高校毕业生招收力度，起到了较好示范带动作用，为稳定就业大局做出了应有贡献。

截至目前，中国石油国家双创示范基地已与北京大学、浙江大学等19所高校建立共建结对关系，累计开展校企行双创活动近10次；帮助6个国家和集团公司重点实验室开放课题基金与高校科研团队对接，申报率同比提高10倍；为集团公司重大成果规模化转化提供支撑服务，孵化项目4个，带动入驻中小企业吸纳就业人员超2000人。

为突出高端人才储备，中国



近年来，央企校招力度不断加大。图为不久前重庆一次针对应届毕业生的招聘会。

新华社/图

华能总部及各二级单位本部在京单位招录的221名毕业生中，985、211院校毕业生137人，其中清华、北大毕业生35人（2021年为17人）；毕业于QS（英国一家国际教育市场咨询公司）世界大学排100名以内的高校有28人。京外二级单位本部毕业生优才计划已完成招录42人，并按照优才计划的标准储备营销相关专业毕

业生12人，共54人，均为211以上院校毕业生。

不久前，人社部印发通知，部署开展2022年离校未就业高校毕业生服务攻坚行动，并于7月至12月，以“服务攻坚促就业、筑梦青春赢未来”为主题，以2022届离校未就业毕业生和35岁以下失业青年为服务对象，集中开展服务攻坚。

国资委要求企业提升顶峰发电能力

本报记者 索寒雪 北京报道

从2021年冬季到2022年的夏季，要求央企保障供电的呼声不绝

于耳。

受复工复产加速以及持续高温天气的影响，近期，全国用电负荷创历史新高。

用电负荷创历史新高

进入夏季，多省份用电负荷达到历史新高。

8月3日，山东电网全网负荷达10077.8万千瓦，年内第6次再创历史新高。7月25日，广东电网统调负荷今年第一次创历史新高，达到1.42亿千瓦，较去年最高负荷增长4.89%；7月11日，浙江省最高用电负荷达到10190万千瓦，创下历史新高；7月12日13时，江苏省最大用电负荷达到1.26亿千瓦，创历史新高。

来自国家能源局数据显示，7月15日，全国最高电力负荷达12.6亿千瓦，当日发电量达285亿千瓦时。

来自国资委的数据显示，截至7月12日，中央企业累计产煤5.7亿吨，同比增产8.1%。电煤的中长期合同履约率超过了96%，向下游企业让利超过600亿元。“中央的发电企业强化电煤采购，持续提升电煤库存，加强机组的检修维护水平，提

升机组的顶峰发电能力，全力应发尽发、多发满发。”国资委新闻发言人彭华岗表示。

截至7月12日，电煤库存量是1亿吨，高于去年同期的3527万吨，可用天数是24天，高于去年同期的8.4天，应该说电煤的库存量也是保供的能力显现。

“这都是历史同期的高位，机组非计划停运和发电出力受阻情况均好于往年同期水平。今年上半年，中央企业累计发电2.6万亿千瓦时，同比增长了2.2%。中央电网企业强化电网互济资源能力，用好用足全网输电通道，向华东、华中、西南等用电紧张的区域支持电力2000万千瓦。”彭华岗说。

在关键时刻，中央企业把能源电力保供作为一项重要的政治任务来抓，发挥了“压舱石”“顶梁柱”作用。在“中央企业迎峰度夏能源电力保供专题会”上，国资委要求，煤炭企业要加快释放先进产能，发电

《中国经营报》记者了解到，近日，国资委组织召开了“中央企业迎峰度夏能源电力保供专题会”，督促

做好迎峰度夏能源电力保供的工作，并指导中央企业全力奋战迎峰度夏能源电力保供工作。



近期，全国用电负荷创历史新高。图为8月10日，江苏靖江工作人员正在为220千伏线塔刷漆。

视觉中国/图

企业要提升顶峰发电能力，电网企业要加强资源统筹、推动余缺互济，共同打好打赢迎峰度夏能源电力保供攻坚战，同时做好今冬明春能源电力保供备战工作。

他向记者列出了一组数字，2021年，我们煤炭产业深挖潜能全力增产增供，全年煤炭产量3.1亿吨，增幅5.3%，煤炭销售量4.8亿吨，增幅8.0%；电力产业坚决落实电网调度令，应发尽发、稳发满发，发电量增幅22.1%。

7月15日，中国神华（601088.SH）披露2022年上半年业绩预告，两项净利润预计均在400亿元以上。

在过去一年，中央煤炭企业全

力增产增供增效，带头执行电煤中长期合同。实现各区域的余缺互济、精准错峰。

彭华岗表示，下一步，国资委将督促指导有关中央企业进一步提升顶峰供电能力，优化电力保供方案，强化保供措施执行，更好地发挥能源电力保供国家队主力军的作用，为维护社会稳定和经济平稳运行做出更大贡献。

略，2021年雅砻江中游电站陆续投产。

“近两年，中国新增装机100%为绿色清洁能源。截至2021年底，清洁能源装机占比67%。面临燃料成本大幅上升、行业利润普遍严重下滑的形势，合理的电源结构使得国投电力不仅圆满完成了发电保供任务，也保持了较好的经营业绩。”国家电力投资集团有限公司内部人士表示。

雅万高铁动车组下线 中国高铁装备出口 实现历史性突破

本报记者 路炳阳 北京报道

中国首批出口的高速动车组——印尼雅万高铁高速动车组8月5日在青岛四方机车车辆股份有限公司（以下简称“青岛四方”）下线，即将运往印度尼西亚。这标志着雅万高铁建设取得重要进展，将为雅万高铁如期通车奠定基础。

这批动车组包括11组高速动车组和1组综合检测列车，由我国国家铁路集团有限公司（以下简称“国铁集团”）所属中国铁路国际有限公司牵头，中国中车股份有限公司（601766.SH，以下简称“中国中车”）旗下青岛四方研制。

列车最高运行时速350公里，采用4动4拖8辆编组，总定员601人，需要时可实现两组动车组重联运行。

中国中车方面称，列车以复兴号动车组为技术平台，融合印尼本土文化，适应印尼当地环境，为雅万高铁量身定制。具有技术先进、安全智能、环境适应性强、舒适环保、本土特色鲜明等特点。

针对雅万高铁沿线地形起伏大、大坡道多，动车组设置了“高加速模式”。在该模式下，列车可在损失50%牵引力的极端工况下，在30‰的大坡道上实现安全起动和自运行，应对当地复杂坡道条件。

动车组采用了耐腐蚀设计，耐盐雾、耐紫外线老化性能提升50%，可更好适应印尼热带沿海常年高温、高湿、高盐的气候环境。

此次下线的雅万高速动车组，除运营动车组外，还包括高速综合检测列车。检测列车采用黄色涂装，以雅万高铁运营动车组为基础，集成了线路轨道、接触网、通信信号等检测功能，将用于承担雅万高铁综合检测任务。

国铁集团方面称，经过中国、印尼双方共同努力，雅万

高铁项目征地、重大设施迁改、施工许可办理等方面问题逐一得到解决，铺轨、“四电”、站房等施工展开。在正线有砟轨道区段，中企参建员工日均铺轨1公里；在德卡鲁尔动车所，联合检修库钢结构正在安装；在德卡鲁尔车站，内外部装饰装修正在进行。

目前，雅万高铁全线隧道、涵洞工程已完成，土建工程完成量超过91%，工程建设转入铺架施工阶段。项目建成后，雅加达到万隆的时间将由现在的3个多小时缩短至40分钟。

雅万高铁连接印尼首都雅加达和西爪哇省首府万隆，全长142公里，最高设计时速350公里，是中国高铁首次全系统、全要素、全产业链在海外落地。中国希望借此实现“中国高铁走出去”全产业链输出的历史性突破。

据新华社2021年5月18日报道，印尼总统佐科当日在雅万高铁施工现场表示，希望项目能够在2022年初进入运营准备阶段，2022年底具备开通运营条件，同时希望高铁能够连接轻轨和地铁，以节省时间、提高效率。

2016年以来，国铁集团及其前身中国铁路总公司推动的“铁路走出去”项目共9个，分别为雅万高铁、中老铁路、中泰铁路、匈塞铁路、巴基斯坦拉合尔橙线、俄罗斯莫喀高铁、新马高铁、两洋铁路和美国西部快线项目。

目前，中老铁路和巴基斯坦拉合尔轨道交通橙线两项项目全线建成运营；匈塞铁路塞尔维亚贝泽、泽巴段左线开通运营；雅万高铁、中泰铁路正在推进。剩余4个项目中，新马高铁和美国西部快线分别于2018年和2016年被马来西亚政府和美国企业终止，莫喀高铁和两洋铁路没有进展。

发电企业利润增长

经历了2021年冬季的煤电供应紧张，煤炭和发电企业都在进一步挖掘自身的产能。

神华集团人士向记者表示，去年神华落实国家能源集团保供具体工作要求，充分发挥煤电运化产业链一体化运营优势，各产业协同发力，圆满完成保供任务，充分发挥了稳定器和压舱石作用。

“双碳”仍将继续

随着电气化的提升，用电需求的不断上涨在我国仍将延续。

“在全国电气化的进程持续推进的时间里，中国电气化的步伐已经位于全球前列，2020年在我国终端能源消费比例中，电能占比接近30%，我们预计到2060年，这个比例将会达到70%。”埃森哲大中华区资源事业部总裁郑子霆表示。

与此同时，新能源发电正在替代传统能源发电。“为了实现2030

升机组的顶峰发电能力，全力应发尽发、多发满发。”国资委新闻发言人彭华岗表示。

截至7月12日，电煤库存量是1亿吨，高于去年同期的3527万吨，可用天数是24天，高于去年同期的8.4天，应该说电煤的库存量也是保供的能力显现。

“这都是历史同期的高位，机组非计划停运和发电出力受阻情况均好于往年同期水平。今年上半年，中央企业累计发电2.6万亿千瓦时，同比增长了2.2%。中央电网企业强化电网互济资源能力，用好用足全网输电通道，向华东、华中、西南等用电紧张的区域支持电力2000万千瓦。”彭华岗说。

在关键时刻，中央企业把能源电力保供作为一项重要的政治任务来抓，发挥了“压舱石”“顶梁柱”作用。在“中央企业迎峰度夏能源电力保供专题会”上，国资委要求，煤炭企业要加快释放先进产能，发电

《中国经营报》记者了解到，近日，国资委组织召开了“中央企业迎峰度夏能源电力保供专题会”，督促

做好迎峰度夏能源电力保供的工作，并指导中央企业全力奋战迎峰度夏能源电力保供工作。

同会场，接到任务的企业包括国家电网、南方电网、中国华能、中国大唐、中国华电、国家电投、国家能源集团、中煤集团、华润电力等10家能源企业。

力增产增供增效，带头执行电煤中长期合同。实现各区域的余缺互济、精准错峰。

彭华岗表示，下一步，国资委将督促指导有关中央企业进一步提升顶峰供电能力，优化电力保供方案，强化保供措施执行，更好地发挥能源电力保供国家队主力军的作用，为维护社会稳定和经济平稳运行做出更大贡献。

略，2021年雅砻江中游电站陆续投产。

“近两年，中国新增装机100%为绿色清洁能源。截至2021年底，清洁能源装机占比67%。面临燃料成本大幅上升、行业利润普遍严重下滑的形势，合理的电源结构使得国投电力不仅圆满完成了发电保供任务，也保持了较好的经营业绩。”国家电力投资集团有限公司内部人士表示。

发展航天数字产业,打造航天“元宇宙”

——专访文昌国际航天城管理局首席专家高军

本报记者 郑丹 海口报道

“作为数字孪生的智慧园区建设试点,航天城将在开放现有规划数字博物馆、数字创意服务平台以及数字园区等资源的同时,鼓励开航天数字文旅‘元宇宙’等新兴

航天发展带动旅游经济

大家在电视上看火箭发射的感受与在现场是完全不一样的。

《中国经营报》:你怎么理解数

字贸易和航天的关系,航天数字产业包括什么?

高军:和其他行业一样,航天也有产业数字化和数据服务产业化任务。我个人理解航天产品研制生产和应用服务都伴随不同形态数字贸易过程。航天数字产业至少应包括航天器设计过程的数字化工具支撑、工程建设过程中数字化协同,卫星通信、卫星遥感提供的都是数字化服务,都可以叫作数字贸易。另外不断完善的基于航天器飞业务衍生的航天产品数据孪生,以及航天主题公园大量的AR/VR体验项目都可以被认为是航天数字产业的一部分。

《中国经营报》:随着我国航天事业的快速发展,近年来公众对于航天发射方面的关注度是否也在增加?

高军:我觉得,大家一直都很关注航天发射活动。特别是现在,大家越发重视亲身体验,对现场参加发射活动的热情更高了。对身临其境的人来说,火箭发射的冲击力相当大,会有激动人心和心潮澎湃的体验。大家在电视上看火箭发射的

先线上,后线下,打造航天“元宇宙”

每个区、每个链都有启动项目,商业发射区在7月6日已经开工,主题公园区即将完成规划。

《中国经营报》:在你看来,怎么发展航天数字产业,如何高效运用?

高军:从管理局成立两年来的实践看,我觉得,航天数字产业发展要紧紧围绕着数字化服务航天产业转型升级,推动航天技术服务于数字经济、拓展新兴航天数字产业领域等方向,以实现数字贸易为动力,挖掘产业发展需求,培育新型市场,创新数字贸易模式。

围绕着“四地”发展定位,航天城要从完善数字基础设施、支持数字内容制造、促进数字技术融合、探索新兴数字领域、创新数字服务与贸易模式等多个方向,挖掘培育航天数字产业发展需求。

做科技创新高地,要支持创新和成果转化。支持卫星物联网、区块链卫星数据运营商,支持通导遥一体化,提高航天城创新高地的品牌效应。

做商业航天胜地,要强调服务能力建设。建航天超算中心,支持数字孪生周边产业,搭建企业发展的数字化平台。

做产业集聚地,要提升数字贸易规模。要有大规模数据交易平台,培育数据市场,形成卫星与数据产业集聚效应。

做国际合作根据地,要做好国际数据基地。对接载人航天、深空探测、北斗导航、星网、空间基础设施规划国家重大工程,打造数据走出去的主要渠道和交流合作的根据地。

数字业态。”

2022年7月27日,文昌国际航天城管理局首席专家高军,在数字贸易促进消费升级(海南)峰会上,就文昌国际航天城在航天数据资源服务和数字产业构建方面做主题分享。

一个月前,6月28日,海南省委宣传部宣布,文昌国际航天城将打造融太空体验、科普教育、航天研学、国际会展为一体的航天旅游新业态,依托现有发射场和规划建设的商业发射中心,建设一个“中国唯一、国际一流”“充满航天科技文

化和海岛特色”的主题公园。

高军在接受《中国经营报》记者专访时表示,海南自贸港的政策优势无疑给文昌国际航天城带来更多可能性,不仅助推我国航天事业发展,也让文昌市在旅游经济方面看到了巨大潜力。



文昌国际航天城管理局首席专家高军

本报资料室/图

四个卫星发射场,文昌发射场的优势与创新是什么?

高军:很明显,在地理位置上,文昌的纬度低、火箭节约燃料、落区安全,后续发展可重复使用火箭,发射后海上回收,火箭运回生产区总装测试,充分发挥可重复使用的成本优势。陆上发射场回收和运输都带来更多的不便,成本优势很难实现。

除了地理位置优势,另外一点是模式创新。文昌发射场属于我国第一个商业发射场,它将探索如何优化发射流程,快速发射,提高发射效率等方面都会有更多创新机会。

《中国经营报》:我国相继建造

题公园,情况就会好很多。游客在主题公园玩,到发射时过来看看,发射完游客继续玩,把这个拥堵的麻烦解决了。

所以,我们如果能够跟文娱产业、文创产业、旅游产业结合到一起,就能够将一分钟的发射体验分解到两天更多的不同感受,让游客体验更好,因为主题公园让游客现场参与和实际体验的项目有很多。等商业发射场建成,两馆两园竣工,每年在这里会有几十次发射机会,文昌旅游经济潜力就有机会得到充分发挥。

《中国经营报》:文昌国际航天城的建设是这两年一大热点,目前建设进度怎么样?

高军:这两年,管理局的同事们基本跑遍了所有国有航天企业和有潜力的商业航天公司,有专门做运载火箭的、做通信卫星的、做遥感卫星的,也有做卫星应用的,了解了他们的需求,需求有很多,差异也很大,还有发展文创和旅游的需求。

后续招商更多可能要从抢占新兴的细分领域产业布局和创新应用场景来吸引企业落地,让落地企业高起点的有事可干。在新兴细分领域,如区块链、互联网、宽带接入卫星、太空旅游、亚轨道飞行器等,通过适时有对应的政策扶持,就会吸引一批企业落地。在创新应用场景方面,举个例子,我们现在推动“北斗应用”产业链落地,文昌国际航天城管理局党委书记、局长刘冲就提出,用文昌“车联网”揭榜挂帅项目,引进有兴趣的企业,吸引无人驾驶、高精度导航、运营平台方面的企业落地形成产业集群。管理局和文昌市合作还会挖掘出很多这类应用场景,做到园区招商、产业集聚与地方经济发展多方共赢。

《中国经营报》:随着航天城的

建设,以后火箭的发射主体是否会有变化?

高军:在整个发射工程中,发射场是一方,运载火箭也是一方,还有一方就是发射服务商。现在的发射服务商有长城公司,各个运载火箭研制方也想自己做发射服务商,这都有可能。在商业发射场的建设和运营过程中,谁是发射任务主体?发射场给谁服务?谁来做发射申报?这些都会逐步规范,可能会有变化,也会有一些创新和探索。

《中国经营报》:关于推动航天数字产业发展,你还有哪些建议?

高军:受刘冲的委托,会上我提了三个倡议。一是文昌国际航天城愿意与省内外各园区共同建立大数据基础设施运营服务联盟,共享超级计算基础设施,共同开创数智化时代。

第二是文昌国际航天城愿意与各行业部门和企业共同推进+航天数据的业务,共同积累成功案例,共享航天数字产业走出去的红利。

第三是文昌国际航天城愿意共享航天城“三区”“三链”规划及相关进展数据,联合开发航天数字文旅“元宇宙”,冲浪数字产业新蓝海。

应该说航天发展离不开各行各业的支持,需要大家携手合作,共同开发应用场景、共享数据资源、共同探索新领域,这也是中国航天发展的成熟经验。

《中国经营报》:随着航天城的

国际航班“熔断”措施调整 民航业迎来重大利好

本报记者 裴昱 北京报道

长期以来承受经营压力的航空公司终于迎来好消息:国际航班熔断措施优化调整。

近日,中国民用航空局(以下简称“民航局”)下发通知,对确诊旅客人数达到5例的航空公司单一入境航班,当确诊旅客占比达到该航班入境旅客人数4%时,暂停运行1周;当确诊旅客占比达到该航班入境旅客人数8%时,暂停运行2周。

民航局表示,此举是按照国务院联防联控机制部署,为高效统筹疫情防控和经济社会发展,促进中外人员往来和对外交流合作,科学精准做好疫情防控工作。多位航空公司人士告诉《中国经营报》记者,相较于此前的“熔断”措施,新政策更为科学精准。

在此之前,熔断措施是依据民航局2021年4月1日下发的《关于国际定期客运航班熔断措施调整试行的通知》(以下简称《通知》)。对国际航班的熔断政策最多可能让后续航班暂停运行8周。

在航空公司单一入境航班确诊旅客人数达到5例的情况下,《通知》给出两种限制运行的方式供航空公司选择,一是熔断措施:自航班入境的第四周起,暂停该航班运行2周,并取消奖励航班;二是控制客座率运行措施:自航班入境的第四周起,限制该航班以不高于40%的客座率运行4周,并取消奖励航班。

同时,《通知》还规定,航空公司单一入境航班确诊旅客人数达到10例的,自航班入境的第四周起暂停该航班运行4周,并取消奖励航班。如连续两班确诊旅客人数分别达到10例的,当周立即熔断,累计暂停运行8周。航空公司单一入境航班确诊旅客人数达到30例的,当周立即熔断,暂停该航班运行4周。

业内人士告诉记者,三

航保障能力的提升,稳妥有序恢复国际定期客运航班的工作,加快推进国际航空市场的恢复。

这被视为此次熔断措施调整的“前奏”。另外一家航空公司人士认为,新的熔断措施,对于中国和欧洲、美国之间的航线有更大的利好。“执飞这些航线的,一般是波音777、空客A380等大型客机,载客量大,因此,按照5例、4%和8%的标准,触发熔断的概率变得更低,因此,有利于长途航线的运营。”她说。

她还强调,之前熔断措施只以确诊病例数为标准的情况下,飞机载客量“越大越可能熔断”,但“现在不一样了”。

长期以来受到疫情不确定性影响,航空公司一直承受着较大的经营压力。中国国际航空公司(下称国航)、中国南方航空公司(下称南航)、中国东方航空公司(下称东航)日前相继发出业绩预亏公告。国航预计上半年归属于上市公司股东的净利润亏损185亿~210亿元;南航预计2022年上半年归属于上市公司股东的净亏损约为102亿~121亿元;东航预计2022年上半年归属于上市公司股东的净亏损约为170亿~195亿元。

2022年6月底,《新型冠状病毒肺炎防控方案(第九版)》发布,密切接触者、入境人员隔离管控时间为“7天集中隔离医学观察+3天居家健康监测”,相较于之前执行的“14天集中隔离医学观察+7天居家健康监测”,更为科学精准。政策调整后,境外人员回国的需求开始增加。

这对于航空公司来说是一个商业机会。官方信息显示,从2022年6月开始,南方航空开始增加国际航线,国际航班数从每周36班,增加到每周48班,开通航线的国家,也从原来的20个增加到27个。

业内人士告诉记者,三大航中,国航的国际航线占比较高,在原有熔断措施下,经营承受的压力也比较大。在三大航中,国航公告的预亏金额最高。熔断政策调整后,国航受益也会较大,因此,未来业绩的反弹可以期待。

除了熔断措施,民航业执行的防疫措施中还包括“五个一”政策,即每一家航司从中国大陆至任意一个国家只能保留一条航线,且每条航线每一周运营班次不得超过一班。目前,这一政策也有松动迹象。6月16日,越南航空局披露,民航局向越南航空局致函,中方已批准两国各家航空公司每周运营两个航班。同期,《第一财经日报》也曾报道称,南航、国航和海航收到了民航局新增国际航班的额度配置。

8月12日,据国航官方微博消息,即日起,国航陆续恢复北京至伦敦、上海往返伦敦、北京往返首尔、北京往返法兰克福、北京往返东京航线。

五部门为青年科研人员减负

本报记者 裴昱 北京报道

科研人员事务性负担突出、评价考核频繁等问题,引起主管部门的高度重视。在鼓励研发创新和“卡脖子”技术攻关的大政方针之下,有关部门出台相关政策以减轻科研人员负担,完善考核制度。

8月8日,科技部、财政部、教育部、中科院、自然科学基金委五部门联合印发《关于开展减轻青年科研人员负担专项行动的通知》(以下简称“《通知》”),指出,开展减轻青年科研人员负担专项行动,解决青年科研人员面临的崭

露头角机会少、成长通道窄、评价考核频繁、事务性负担重等突出问题,保障青年科研人员将主要精力用于科研工作上。

专项行动为期1年,分三个阶段展开。9月底前,为部署动员,摸排情况阶段;12月底前,各地方各单位完成各自层面的措施办法制修订工作;2023年6月底前,各项措施办法全面开展实施,减负行动全面落地见效。

“各种事务性工作比较多,考核制度的周期也相对较短,但一些科研活动出成果的周期比较长,还有失败的风险。”一位科研

高风险科研项目拟建尽职免追责机制

人员向《中国经营报》记者表示,现行科研活动的考核制度有进一步调整完善的空间,更好地调动科研人员的积极性。

《通知》回应了科研人员的这一诉求。此次专项行动明确提出“减考核”的要求。总体原则是对青年科研人员减少考核频次,实行聘期考核、项目周期考核等中长期考核评价,简化、淡化平时考核。同时,关注青年科研人员的现实生活困难,在考核评价、岗位聘用等环节,对孕哺期女性科研人员适当放宽期限要求、延长评聘考核期限。

一直以来,党中央对于减轻科研人员工作负担都十分重视。习近平总书记在中央人才工作会

此次专项行动中,中央层面将重点完善考核评价方式的项目包括:国家重点研发计划青年科学项目、自然科学基金优秀青年科学基金项目和国家杰出青年科学基金项目、“科技创新2030—重大项目”青年科学家项目,对探索性强、研发风险高的前沿领域科研项目,建立尽职免予追责机制。这项工作由科技部、教育部、中科院、自然科学基金委按职责分工负责。

习近平总书记在中央人才工作会

议上指出,要给予青年人才更多的信任、更好的帮助、更有力的支持,支持青年人才挑大梁、当主角。

此次专项行动也被称为减负行动3.0,此前由科技部牵头统筹,先后开展了两次科研人员减负的专项行动,分别被称为减负行动1.0和减负行动2.0。

《通知》还提出,确保青年专职科研人员工作日用于科研的时间不少于4/5。不要求青年科研人员参加应景性、应酬性活动、列席接待性会议。政府部门及所属事业单位非因专业性、政策性业务

必需,原则上不借调在一线从事科研工作的青年科研人员,确需借调的不安排青年科研人员从事一般行政事务性工作。

此次专项行动也着手解决这一痛点问题,《通知》提出,合理评价青年科研人员实际工作贡献,在科研相关绩效考核评价中,根据岗位特点分类设置评价指标,对履行岗位职责、参与的科研工作、发表的高水平论文、成果转化成效等情况均作为贡献予以认可,避免仅以有署名的成果作为考核评价依据,避免简单强调成果转化数量、金额。

“燃烧专家”刘昌业

编者按/无论是物理学还是燃烧学,对普通大众而言,都是一门生僻而又高深的学问,但刘昌业故事证明,这些生僻而高深的学问,就在身边。

连接这一切的是汽车。身为上汽通用五菱技术中心控制与软件首席技术官的刘昌业,“出身”是物理学,因为结缘汽车制造,“燃烧学”成为了他的看家本领,这个学科对应在汽车制造的产业链,恰恰是最关键,也是中国最薄弱的发动机设计制造环节。

发动机的燃烧分析、动力学分析、控制器自主研发,刘昌业在发动机领域攻克了一系列技术难题,也获得了不少荣誉。但是,这位几度留学国外的技术精英却常怀归零心态,对他而言,总有下一个“起点”在不远处等待着他。



“五菱技术大拿”刘昌业:常怀“归零”心态 做“全面 To C”的打法

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

从前期研发到后期生产中的烦琐过程,是每一辆汽车诞生的必经之路。用刘昌业的话来说,一辆汽车的前期研发成果属于“样品”,中间的生产制造是“产品”,最后到达销售公司的就

是“商品”,而他负责的便是汽车诞生之路的“样品”阶段。

2010年,作为上汽通用五菱汽车股份有限公司(以下简称“上汽通用五菱”)第二位校招的博士,同时也是柳州本地人的刘昌业选择入职上汽通用五菱。仅两年后,刘昌业便获

得“高级工程师”职称,直到现在已担任上汽通用五菱技术中心控制与软件首席技术官。

在入职上汽通用五菱之前,刘昌业有着丰富的国内外求学经历。求学期间,刘昌业曾先后赴西班牙马德里科技大学、荷兰代尔夫特大学学习,并

被选拔为第一批“国家建设高水平大学公派研究生项目”联合培养博士生,赴瑞典隆德大学进行学习。

进入上汽通用五菱后,刘昌业先后负责发动机零部件设计、发动机性能与燃烧分析、动力学分析、控制器自主开发等

工作,取得的成绩也有目共睹。他进行的微车安全碰撞翻滚前瞻性系统研究,在国内是首次进行,并形成国家标准。他在汽车智能化领域进行深入研究,实现了智能驾驶辅助系统关键技术突破。

“做人要向后一步,勤于谨

慎;做事要向前一步,主动作为。”在做技术研究的十余年间,刘昌业也获得社会各界的诸多认可。面对获得的每一项荣誉,刘昌业说每一个都是新的动力,同时每一个也都是新的起点,要常怀“归零”心态,这样才能不断前进。

一定要把技术难题嚼烂嚼透

当时也没有什么好的解决办法,只能通过自主自强去突破。

按照刘昌业的话来说,他进入汽车行业并不是意料之外的事情。“本科和研究生阶段,学的都是物理学专业,隶属基础理论学科。本硕多年的学习经历,我一直想把自己学到的理论知识运用到实际的工程之中。”

从北京理工大学的研究生到天津大学的博士生,刘昌业从理科转到工科,专业也从物理学换成燃烧学。物理学专业的求学经历,给刘昌业转系燃烧学打下了极为坚实的基础。“燃烧学中涉及很多物理计算的内容,本硕阶段掌握的方法一直让我受益匪浅。”

在硕博求学期间,刘昌业获得三次海外留学的机会,而海外深造的经历也深刻影响了刘昌业的人生轨迹。海外留学期间,刘昌业既看到国内很多研究的水平已经达到甚至超过国外,也看到国内一些基础研究与国外存在的差距。

“多国的留学经历,教会了我如何去做技术研究,如何去做一个合格的研发工作者。在国外看到的众多应用项目,让我明白做研究一定要脚踏实地,技术研究离不开实验,有时候成千上万次的实验,才能得出一些准确的数据。”刘昌业直言,做研究千万不能够做表面工作,不能浅尝辄止,一定要反复地去把技术难题嚼烂

深耕汽车样品研究

汽车“样品”的工作性质,需要刘昌业及时地更新知识储备,随时给自己“充电”。

对于研发和生产的关系,刘昌业总结称:“于企业而言,生产就是实现研究成果产品化的一个过程。研发则为生产提供了所需的技术。企业内部的研发部门和生产部门配合的能力,在很大程度上决定了创新的能力。”

刘昌业比喻道:“我所在的部门是技术中心,我们一直说我们的研究成果是属于样品,然后样品经过各种技术的尝试,进入生产体系后,就会变成产品,然后再扩展一下,到了销售部门就变成了商品。”

从事汽车“样品”研究工作十余年,刘昌业也有诸多自己的成就,其中一项便是微车安全碰撞翻滚前瞻性系统研究,上述研究是国内首次进行,并形成了国家标准。“当时商用车和乘用车采用的是同样的安全标准,但它们在实际的使用场景和结构都有很大的差别。”

“工信部、公安部和全国汽车标准化委员会提出,要对商用车里的微车安全标准进行研究,制定出一个更符合微车实际情况的国家标准,我和我的团队成立了项目组,主动承担了研究工作。”刘昌业回忆道,“对于微车安全碰撞翻滚的安全性研究,国内当时都没有做过,国外也只有一些零星的研究,我也将它作为我博士后的课题去研究。”

“对我们做技术研究的人来

较少,会集中在某些点做突破,但更多的还是偏于理论。整车厂做发动机燃烧分析的很少,如果这种技术的研究深度不够,很难在工程和集成上做应用,而整车厂更多的是需要工程和集成方面的应用。”刘昌业坦言。

除此之外,刘昌业还回忆道:“在当时的环境下,从理论仿真到实验验证的能力和资源,在国内都是比较匮乏的,根本没有深入基础分析和应用的可能性,可以说是困难重重。”

“当时也没有什么好的解决办法,只能通过自主自强去突破。”刘昌业笑称,“仿真和实验对做燃烧分析极为重要,我和我的团队就从最基础的开始干,当时我们从仿真的模型到实验的台架,都是从零开始搭建。白天一边做仿真计算,另一边在实验室调各种参数,到了晚上再学习理论、做编程算法、查阅各种资料,那段时间我看了一百多篇外文文献,比自己读博期间看的都要多。”

功不唐捐。时至今日,刘昌业发动机燃烧分析取得的成果,获得了一些科技奖励,成果也都应用在了上汽通用五菱的整车厂上,比如热卖的五菱宏光系列、宝骏730、宝骏510,以及新宝骏系列的车型都有所应用。

嚼透。

真正吸引刘昌业进入汽车行业,发生在在他第三次在瑞典的求学时期。刘昌业告诉《中国经营报》记者:“在瑞典留学的时候,所在实验室的隔壁是日本丰田汽车和瑞典双方共建的发动机实验室,主要是做丰田发动机新技术的研究,由于与隔壁实验室长期的交流和耳濡目染,我被发动机所涉及的技术深深吸引,觉得它就是一门艺术。”

而除了被发动机技术所吸引外,刘昌业也坦言:“深切地感受到国外在内燃机技术上的先进性,当时就埋下要进入汽车行业,去研究发动机的念头,要真正做到学以致用,所以在毕业之后,很自然地进入到位于家乡的上汽通用五菱。”

从理论知识到实际应用,刘昌业遇到的工作“拦路虎”并不少。由于所学的专业是燃烧学,所以在刚进入上汽通用五菱的时候,他负责的是发动机燃烧分析的工作。“当时要想让发动机有更好的性能表现,如何能更高效地燃烧则是其中的关键因素。”

“但发动机的燃烧分析是一个极为复杂的过程,当时国外在这个领域的研究比较深入,在国内主要是高校和研究机构研究比

生。”研发工作者做研究一定要下真功夫,脚踏实地才能有所收获。”其次,刘昌业告诉记者,做研究还要有积极的心态,要把困难当作乐趣而非包袱,向团队传递正能量,以此带动整个团队的斗志。“最后研发工作者要时刻保持自省,一个人的成长过程要想办法完善自己,遇到问题就要找出原因并进行改正。每一次追根溯源地去进行自我反省,都是对自己思维和行为的一个调整,有利于更好地开展工作。”

汽车“样品”的工作性质,需要刘昌业及时地更新知识储备,随时给自己“充电”。刘昌业告诉记者,各行各业的技术发展速度都很快。“尤其汽车产业作为制造业的支柱产业,它涉及的技术面广泛,研发工作者要通过不断学习才能与时俱进,才能保持技术的先进性。”

而刘昌业也有着自己的“充电”方式。第一,对于行业内的最新动态,或者行业取得重大突破的新闻资讯,会利用碎片化的时间去做知识更新;第二,对于工作中遇到的技术难点、要点,要利用专题材料、文献等去做针对性学习;第三,要多走出去和外界交流,这种交流也不局限于同行之间,跨界的学习交流有时候会有一些新的收获。“业务要与外界多交流,站在巨人的肩膀上,才能快速地提升自己。”

践行全面面向用户原则

对于“软件定义汽车”的说法,刘昌业并不认同。

“人民需要什么,五菱就造什么”是上汽通用五菱的企业理念。在上述公司理念的影响下,上汽通用五菱的多款产品屡次成为市场的爆款。

以上汽通用五菱新能源GSEV (Global small electric vehicle, 全球小型纯电动汽车架构)为例,GSEV旗下明星产品宏光MINIEV,连续22个月蝉联中国新能源销量冠军,自上市以来累计销量突破80万辆,七度登顶全球新能源单一车型销量冠军。

而产品屡次成为市场爆款的背后,都离不开刘昌业及其团队的研发赋能。“从产品研发的角度来说,我们之所以能够精准地把握消费者的需求,最重要的一点就是我们整个公司采用的是全面面向用户,也叫做‘全面 To C’的设计理念。”

刘昌业解释称:“技术中心所有的技术创新都是从用户出发的,而不是对标,全面 To C 是我们技术的底层逻辑。从竞品逻辑向用户逻辑的转变,要基于用户,基于场景大胆去实践,要倾听用户的原声,我们会利用互联网和大数据的手段去精准识别用户的场景和需求。”

“我们的设计理念也进行了

创新,也是以全面 To C 的理念来指引研发人员,让他们以市场思维、用户场景去思考工程上的每一个参数,提供用户所需的产品功能。”刘昌业表示,“我们常说要大道至简,够用为主,快速响应,最重要的就是要在实践中去迭代,在迭代中去提升,我们一直提倡的是要‘先完成、再完美’的一个设计理念。”

对于“软件定义汽车”的说法,刘昌业并不认同。在他看来,应当是场景定义汽车。“从用户的使用场景出发,才能定义汽车应该做成什么样子,应当具备什么样的功能和性能,软件只是实现的手段。我的目标就是要在有限的硬件下,通过软件来实现无限的场景。”

刘昌业告诉记者:“整车上所能装的硬件是有限的,但用户的用车场景却是无限的,各个场景所需的产品功能也是丰富的,所以要充分地共享硬件资源,通过软件的调用实现功能的组合,以此去满足用户各种各样的使用场景。硬件要朝着标准化、可互换的方向去做,软件也要做到分层化、模块化。一句话总结就是,硬件要做得像软件一样灵活,软件要做得像硬

件一样稳定。”

上汽通用五菱“人民需要什么,五菱就造什么”的企业理念并不只体现在造车上。2020年初,新冠肺炎疫情突如其来,面对防疫物资短缺困难,上汽通用五菱于1月25日迅速成立新冠肺炎疫情防控小组和经营运行小组,组建“950”项目组,紧急调动各方资源、联合供应商转产口罩。

“当时整个公司调动了120名专家组成核心研发团队,行军床都是直接搬到车间,技术人员都是24小时轮轴转,整个过程绘制的图纸有170多张,采购的零部件达到760多种。”刘昌业回忆道。

记者注意到,从提出自主生产口罩到第一批20万只“五菱牌”口罩正式下线,上汽通用五菱仅用3天时间;从立项攻坚到自主生产的广西第一台全自动化“五菱牌”口罩机下线,仅用76小时;从0到100万只“五菱牌”口罩的交付,仅用7天时间。

除此之外,上汽通用五菱还开发出无人物流车、智能移动测温车、无人消杀车等防疫黑科技。“这些都体现了我们优秀的科研实力。”刘昌业说道。

建言献策产业发展

对于汽车行业的健康发展,刘昌业根据不同社会任职的属性去建言献策。

“现在是这个芯片缺,然后过两天可能是另外的芯片缺,一定要去走自主的道路。”对于芯片供应紧缺的行业难题,唯有自立自强才能从根本上去彻底解决。

“芯片荒对我们汽车行业影响是非常大的。2021年,因芯片供应紧缺,全球汽车产能就减少了600万辆,中国作为全球第一的汽车大国,2021年也减产200多万辆,可以说是损失巨大。”刘昌业坦言,“我们的汽车芯片主要还是依赖进口,国产芯片的应用占比非常低,就算国内芯片产能充沛,但还是没能发挥到主要作用。芯片荒的根本是国外的技术垄断,破解方法也不是去到处寻找替代芯片,这些都是治标不治本的举措。”

刘昌业告诉记者:“只有加强对控制器的自主开发,把核心技术掌握在自己手里,才是最根本的解决办法。我们要从源头上去解决问题,一定要从场景出发,从控制器的功能需求出发。芯片荒的大背景下,也是国产芯片突围的机会,因为没有芯片荒的时候,很多国产芯片的成本和性能是不具备优势的,所以要在这样的背景下,加快国产芯片的验证和应用,鼓励和引导全行业去应用国产芯片,让国产芯片得到发展。”

今年,上汽通用五菱首个自主品牌知识产权的关键控制器零件正式下线,成为国内汽车行业首个自产这一关键控制器的汽车企业,并且至今已完成30余种控制器的国

产业化开发工作,实现了近300种芯片的国产替代和验证,国产化控制器装车应用累计贡献产能60余万辆,实现了关键零件芯片国产化率的提升。

除了在上汽通用五菱担任技术中心控制与软件首席技术官,刘昌业还有着诸多社会任职。在社会任职上,刘昌业担任国家科技专家库专家,广西科技专家库专家,柳州市大数据发展战略专家,政协柳州市第十一、十二、十三届委员会委员,民进广西自治区委员会委员,武汉理工大学研究生特聘企业指导老师、兼职博导。

对于汽车行业的健康发展,刘昌业根据不同社会任职的属性去建言献策。“作为高校的指导老师,我会建议高校的研究要多和产业结合,对一些卡脖子的热点、难点加大科研力度;作为政协委员,我会从政府对汽车行业的调控引导方面,去建议出台相关的扶持政策等。”

对于柳州市的新能源汽车充电桩建设,刘昌业曾建议,尽快出台小区(个人)自建充电桩的相应鼓励政策,通过建桩补贴和用电补贴的形式积极推广新能源汽车,这是因为新能源汽车充电所需时间较长的情况,用户会更倾向使用居住小区内的充电桩。

此外,刘昌业还建议,鼓励公共单位加快内部停车场充电设施建设。政府机关、公共机构及企事业单位新建或改造停车场,按照适度超前的原则,设置新能源汽车

专用停车位、配建充电桩,率先推广新能源汽车;保证新建小区和公共停车场的自助充电桩建设同时,促进已建成小区的自助充电桩改造增加,对新能源汽车的使用起到一个铺垫保障作用。

汽车工业(含零部件)是柳州地方经济的重要支柱,持续推进汽车工业高质量发展,是打造2025年“万亿工业强市”的重要组成部分。对于柳州汽车零部件智能制造集群的建设,刘昌业建议,在“十四五”规划中,要将本地零部件产业升级作为扶持项目,引导供应商提升装备能力、自动化能力,打造智能工厂,引导电子类、发动机核心零部件企业来柳州建立工厂。鼓励银行财政系统,对汽车零部件企业实施宽松信贷政策。

与此同时,刘昌业还建议搭建人才平台,吸引汽车行业的优秀管理人才、技术人才来柳,并给予“引进人才”待遇。做好产业技工储备,引导本地职业院校开设相关专业;加大汽车零部件产业智能制造升级的资金投入,鼓励和引导本地车企的转型升级,建设具有柳州特色的“智能制造”示范性基地。

在刘昌业的办公桌上,常年放着一本《实践论》,闲暇的时候总会去翻上几页。十余年的研发工作经历让他对“实践是检验真理的唯一标准”有着更为深刻的体验。在他看来,“研究工作者最怕的是只盯在理论上,没有去真正把理论成果落地。”

核心话题 ▶

从每日优鲜危机看电商商业模式的边界

文/刘戈



作者为重阳金融研究院高级研究员

作为“前置仓”模式的开创者，每日优鲜资金链断裂的传闻令人唏嘘。但对很多观察者来说，出现这样的传闻并不意外。

虽然每日优鲜辟谣称“除了暂时关闭极速达业务外，公司目前正在努力保障其他几块业务运营”，但通过建立社区前置仓，保证在半小时内送达，正是每日优鲜前置仓模式存在的基本逻辑。如果极速达业务不存在了，前置仓商业模式存在的基础则荡然无存，公司很难靠其他方式继续维持。

过去一年，每日优鲜的股价经历了自由落体般的暴跌。这种跌落方式肯定不是经营不善或者市场低迷所能解释的，只能说投资者已经完全不相信其商业模式了。另外一家依赖前置仓模式的企业叮咚买菜也开始收缩战线，从多个城市退出，股价也在不断下跌。

生鲜零售被称为电商最后一块战场，也自然是一块最难啃的骨头。生鲜生意不好做，有着十分复杂的原因：

首先，中国农业的生产方式决定了市场难以成长出规模化的农业生产企业，尤其是在生鲜中最重要的蔬菜领域。中国的土地所有制结构决定了蔬菜生产者以专业农户为主，量小分散，只能通过菜贩收购的方式完成商品的供应，粗放的农贸批发市场依然是城市蔬菜供应的主要渠道。这决定了至少在现阶段，蔬菜零售企业无法获得稳定、标准化、规模化的供应商。一方面

者最近的地方，让消费者可以用最短的时间满足自己心血来潮的需求。虽然和门面房相比，前置仓并不需要地段优越的临街经营场地，但距离目标客户尽量接近的需求，决定了前置仓依然需要在繁华的居民区寻找场地，租金肯定不低。为了满足对客户的速度承诺，必须在一定范围内密集布置前置仓，零售公司通过自有资金大量租房并购置冷柜等设施，是一笔巨额的前期投入。这笔钱，只能从投资人处获取，如果不能及时形成盈利，很容易导致资金链断裂。

其次，中国人的饮食结构极为复杂，即使生活在一个大城市的主流消费人群，饮食习惯也千差万别。为了适应这种复杂需求，生鲜零售企业必须建立起十分复杂多样的商品供应体系，同时消费者对蔬菜等生鲜的新鲜程度又极为苛刻，这将导致要么无法及时供货，要么形成积压并最终成为损耗。在个体经营的菜市场，经验丰富的个体经营者通过多年的经验积累加上对自己饭碗极为负责的态度才能控制成本，在公司体制内依靠短期合同仓促上阵的店长和员工根本无法实现成本控制，怠惰和贪腐必定成为经营的日常。

再次，前置仓的固定资产投资过大。中国电商行业虽然有很多本土化的特点，但基本商业模式是国外企业已经验证过的，而前置仓则完全是一个脑洞大开的本土创举。其合理之处在于将供应链延伸到了距离消费

以上四点决定了，前置仓模式很难持续。

在融资阶段，前置仓模式依然在讲述一个互联网行业的创业故事。但每日优鲜和叮咚买

菜目前面临的困局，把一个残酷的现实摆在了人们面前——互联网电商的商业模式是有边界的。

创业伊始，每日优鲜曾描绘过一个 $(A+B) \times N$ 的宏伟前景，A指前置仓即时零售，B是智慧菜场，N则是零售云。依赖这三板斧，公司的目标是建成中国最大的社区零售数字化平台。看上去这是一个相当厉害的“公式”，但这一“公式”成立的前提是能够让互联网技术在商业模式的总成本里占到更大的比例。前置仓模式的重资产特征，让每日优鲜更接近于一个实体线下公司。那么这就意味着公司经营能力根本不体现在技术上，而是体现在供应链的组织和门店的管理能力上。为数众多的生手迅速被委派到前置仓，其结果必然是灾难性的。

互联网电商的基本逻辑是建立平台，作为商家和消费者的信息沟通渠道。虽然亚马逊和京东突破了平台模式，通过自建仓储，建立了自营模式，但亚马逊和京东选择以标准工业品为主要经营品类，并在廉价的城郊建立起仓储体系。更重要的是，由于其总体运营成本低于线下实体店，导致销售的商品具有价格优势，这样就几乎把所有消费者进行了覆盖。

而前置仓模式最大的问题在于，几乎可以判定在同等品质范围内，根本做不到商品价格低于线下商超，更别提农贸市场了。这就决定了其服务人群范

围极小。在每日优鲜和叮咚买菜的商业模式里，成为一名合格的消费者必须同时具有以下几个条件：一、家庭收入较高，对价格极为不敏感，但还雇不起保姆；二、购买的决策人（通常是主妇）有极为前卫的消费理念，对时间高度珍惜；三、家庭对自己开火做饭的乐趣很高，不愿意点外卖；四、对逛市场带来的乐趣毫无感受。能同时满足这几个条件的家庭即使在一一线城市的高档小区也不多。

中国消费者喜爱尝试新鲜事物的特征，让前置仓生意在早期显示出蓬勃发展的一面，但所有的热闹都是消费者薅羊毛的狂欢。当投资人的钱被当作补贴大量地被薅之后，公司管理层完全找不出这种生意方式将价格降低到传统生鲜零售之下的计算公式。

所以，电商最后的边界在哪里？其实那条边界非常明显，就是能否通过信息的流通使商品价格低于或者至少不高于传统渠道的价格。

而前置仓模式要做到这一点需要几个条件：

一、必须把尽量多的消费者作为客户，一旦在区域内，只有少数家庭成为客户，则发挥不出前置仓应有的作用，这是一种浪费。例如：一个前置仓如果可以满足1000个家庭的生鲜购买需求，周围小区正好有1000户，这1000户都是此前置仓的客户，那么这个前置仓可以高效地运转。而如果周边的这个小区只

有10%的住户成为用户，那么送货范围就要增加10倍。而一旦范围变这么大，配送时间就难以保证，为了保证配送时间就必须多开设前置仓。也就是说，前置仓的开设密度必须以客户密度为前提。在客户密度不足的情况下，只能靠浪费前置仓来满足客户需求。

二、必须拥有成熟且体量巨大的生鲜产品供应商，只有这样才能通过集采优势控制进货价格，至少在10年之内，这是不可能的，中国农产品供应模式是由土地经营方式决定的，而不是由市场需求所决定的。

三、必须建立起一支高效、廉洁的店长队伍。在所有的连锁商业发展模式中，不论是直营还是加盟，店长培训都是一个决定企业成败的关键因素。没有麦当劳汉堡大学的存在就没有麦当劳后来的发展，没有7-11用两年时间来培训一个店长的耐心和投入，也没有现在的7-11。前置仓模式本质是一个传统生意，而在运行过程中希望绕过传统生意所必须经历的复杂而无趣的成长过程，希望像真正的互联网公司一样，通过资本和技术实现快速发展，到头来只能是“头重脚轻，站立不稳”。

或许，前置仓模式是一个生不逢时的早产儿，至少在目前，前置仓模式已经超越了电商的边界，这让前置仓模式看起来像一只披着狼皮的羊——它的战斗力和它宣称的表象完全无法匹配。

囊中江湖 ▶

孙正义的投资失利源于互联网烧钱时代落幕

文/华舸



作者为财经评论员

一代风投男神孙正义近日公开认错，“我为自己过去贪图暴利而感到羞愧。我们太自信，太好高骛远。”而孙正义之所以如此做，在于软银集团发布截至今年6月30日的2022财年第一财季（第二季度）业绩报告。第二季度净亏损3.16万亿日元（约合234亿美元），刷新了上季度亏损1.7万亿日元的纪录，续创历史新高，而软银股价迄今较去年2月50美元的高点已跌逾6成。

诚然，不能以孙正义投资的一时得失来评判其功过，毕竟，近期软银业绩受挫的重要原因在于美联储连续加息下、对利率

所重仓的互联网科技赛道面临发展瓶颈，在过去20多年中，中美等互联网行业发展迅速的国家整体经济走势同步保持强势，这带动了投资、消费、居民收入和经济转型，从PC互联网到移动互联网，电子商务、移动支付等颠覆性创新催生出巨大的蓝海市场，也让众多互联网初创企业能够在短短几年内成为“独角兽”。

遗憾的是，移动互联网的流量增长模式已然见顶，绝大多数互联网新经济领域成为红海，接下来的硬科技增长模式需要更长的投资周期、面临更

多的不确定性，互联网与实体经济融合所需的深度与广度也远超之前想象，孙正义按照以往投资逻辑，重仓投资这些领域的互联网科技初创企业，也就必须耐得住寂寞，需要更漫长的等待。

但当越来越多的机构和个人投资者都开始关注企业的盈利能力时，一旦孙正义所投资的互联网科技公司现有业绩表现不如预期，就会出现部分投资者离场的后果。作为一级市场投资者的孙正义，只能眼睁睁看着所投资企业的高股价在二级投资市场不再被接盘。

同时还要看到，无论是中美还是其他国家，对于互联网企业的监管态度也在转变，尤其是反垄断监管力度持续增强，二选一、排他性竞争、低价倾销乃至烧钱模式都不再被容忍。这使得不少形成此类路径依赖的互联网企业频繁受到整顿，也就让互联网企业高投入、高速扩张换取高估值、高股价的获利通道不再成立，“ALL IN”此类模式的孙正义自然也被殃及。

由此，孙正义遭遇了前所未有的投资挫败，这源于互联网烧钱时代的落幕，也即任何企业披上互联网“金衣”，就能获得高估

值、高额风投、并且不断有后续投资人击鼓传花的模式失灵，互联网行业也最终回归与实体经济同样的估值模型，围绕利润与现金流，来衡量一家企业是否具有可投资价值，这也要求以孙正义为代表的风投机构以及互联网创业者们不能再满足于讲故事，以无节制的烧钱来完成市场份额的抢占，然后上市套利，而是要专注于企业核心竞争力的锻造，为用户带来真正有价值的产品和服务，用不掺水的财务数据说服投资者长期持有，这其实更有利于成熟的互联网投资理念形成、企业的长远发展。

自由谈 ▶

数字马斯克和数字马斯克会成为朋友吗？

文/胡翌霖



作者系清华大学科学史系教授

最近，马斯克说了一句“已经做过了”引发了关注和热议。这句话所回答的问题是：“如果你可以将你的大脑上传到云端并与自己的虚拟版本交谈，你们会成为朋友吗？”

马斯克多半是在开玩笑，不过前一阵谷歌确实有一个程序员和AI交谈后，认定AI已经具备了自我意识，并试图为他的“AI朋友”争取权利。

就目前而言，意识上传或AI觉醒应该都尚未发生，但我们的确可以先做一做思想实验：如果AI的自我意识觉醒了会怎样？

比如说，现在已经有了一个数字版的马斯克……等一下，“一个”？问题马上就出现了。如果一个智能体能够以数字形式存在于计算机中，那么它和其他数据一样，都是可复制的。所以说，一旦我们能“上传”一次，就可以拷贝多份；一旦可以有一个数字版马斯克，就可以有无数个数字版马斯克。

于是，我们与其琢磨肉身马斯克和数字马斯克之间怎样交谈的问题，不如先考虑一下，数字马斯克与数字马斯克之间怎

样的最高水平。

总之，自我复制、自相博弈，就是现在“深度学习”技术的运转方式。由于数字世界中的复制和淘汰只消耗电能，一切都光速运转，所以，人工智能迭代比起生物进化而言要快得多。一个AI程序（如AlphaZero）从不知道游戏规则到战胜人类顶尖高手，只需要几小时的“学习”时间。

但是如果我们设想人工智能有了自我意识，上述过程似乎就变得无比残酷了。一个智能AI为了不断提升智能，也需要不断制造自己的复制品，然后不断迭代繁衍、自我对抗，最后淘汰掉几百万个战败的“自我”，这些同样具有自我意识的子分支迅速地湮灭了，了无痕迹。

当然，这些复制品也可以被保留下来，随时复制到另一台机器里，或者是在同一台机器里搭建无数个虚拟机，就可以同时运行无数个复制版本。

那么这些复制品之间会成为朋友吗？他们会互相消灭，还是互相保护？另外，如果AI真有了自我意识，他会希望不断复制自己吗？如果希望复制，他会有

意设置“变异”吗？被复制的AI会愿意随时被合并或被淘汰吗？

我们也许永远无法揣摩觉醒AI的想法，但是就我们人类的立场来看，我想我们都把意识的“一”看得很重。在某种意义上，就人类的经验而论，所谓自我意识的觉醒，关键的环节就是对“一”的意识。有时我们把拥有自我意识的人叫做“个体”，有时我们把自我意识的觉醒事件叫作“独立”，所谓“个”或“独”不就是“一”的意思吗？意识到自己是独一无二的、不可替代的个体，这就是自我意识的觉醒。

从这个角度看，AI的“觉醒”，不只是一个“智能”程度的问题，同时也是“一”如何建立的问题。前一个问题可能是定量的——AlphaGo乃至一台恒温器都有一定程度上的“智能”，只是能力有高下程度差异罢了。但后一个问题则是定性的，需要一个决定性的边界。

对于人而言，我与非我的边界，首先是由“身体”奠定的，“身体”的边界就是“我”的边界。有研究表明，裂脑人（左右脑之间无法传递信号的人）也具有人格

认知上的统一性。左脑无法与右脑分享信息，因而不知道右脑（控制的左半身）为什么做出某些反应，但左脑（控制着语言能力）仍会为另半身的举动强行做出合理解释，不会把这种行为看作是异己的。如此看来，对人而言，“硬件”（身体）的统一性甚至强于“软件”（大脑）的统一性。

我们或许也可以设想，尽管就软件上说，无数个复制体可以同时存在，但硬件上的边界才是决定AI意识的关键。然而问题也不是这么简单，自“图灵机”起，软件和硬件的边界就已经被打破了，因为所谓硬件无非也是向计算机程序输入数据罢了，只要提供数据接口，硬件可以是虚拟的也可以是复数的。一个AI如果连上网，它可能同时在全球各地拥有无数套硬件，它的“边界”始终是难以确定的。

当然，也许未来的AI智能体压根儿就不需要建立所谓个体的统一性，觉醒AI将不适合用“一个”作为数量词了。无论如何，我们至少能够确定的是，如果真的存在觉醒的AI智能体，它们的自我认知恐怕会和人

类大不相同。

如此说来，人要与AI做朋友，恐怕是不太容易的，也许人会被AI的甜言蜜语所抚慰，但是人永远无法走进AI的心灵深处，因为人无法“将心比心”，把自己对孤独心灵的理解推向AI。

这样的AI会很可怕吗？会奴役人类吗？也许吧。但是我们其实也不必想得这么远。因为人工智能要奴役人类，根本不需要自我意识，事实上这种事情早就已经发生了。恩格斯早就说过：“大工厂里的自动机器，比任何雇佣工人的小资本家要专制得多。至少就劳动时间而言，可以在这些工厂的大门上写上这样一句话：‘进门者请放弃一切自治！’”在今天，看看被智能派单系统监控和指挥着的外卖骑手们，看着被智能推荐算法不断投喂的社交媒体用户……越来越多的人从精神到肉体都顺从着“人工智能”的安排，这不就是“奴役”吗？即便没有什么AI觉醒，这种“奴役”恐怕也在不断加剧。与其恐惧那八字还没一撇的AI觉醒，不如先认真对待这些在各个领域已成现实的AI专制吧。

华泰保险变局

本报记者 陈晶晶 北京报道

华泰保险集团股份有限公司(以下简称“华泰保险”)股权分合引发的一系列变局尚未停止。

《中国经营报》记者注意到,8

股权博弈二十年

随着持股比例逐步扩大,“安达系”对华泰保险的渗透开始由股权层面向经营管理,人事安排就是关键的一方面。

华泰保险今天的种种变局要追溯到二十年前。

成立之初,华泰保险有63家股东,股权一直处于分散和均衡状态,国企占主导地位,还有少量民企股东,并于本世纪初引入外资。

近几年,随着国家对外金融政策的进一步开放,华泰保险的外资股东安达保险公司借机收购了大量华泰保险小股东股权,成为一股独大的控制类股东,至此华泰保险的股权结构发生了根本性改变。

按照华泰保险披露信息,今年3月,11家华泰保险中小股东合计转让华泰保险35.8791%股权,股权转让方均为“安达系”公司。若股权变更获得监管批准,“安达系”公司对华泰保险的持股比例将达78.6%。

随着持股比例逐步扩大,“安达系”对华泰保险的渗透开始由股权层面向经营管理延伸,人事安排就是关键的一方面。

月4日,华泰保险发布公告称,经公司第八届董事会第三次会议审议通过,指定 Cunqiang Li (李存强)为华泰保险公司临时负责人,代行总经理职务,全面负责华泰保险的日常经营管理工作。而在一

个月前,赵明浩被任命为华泰保险新一届董事长。

这是成立近30年的老牌保险集团,首次总经理、董事长人事变更。这意味着,随着外资股东持股比例的不断提升,安达保险公司对

华泰保险的控制,已经开始由股权层面向管理层面伸展。

那么,掌舵华泰保险26年的董事长卸任更迭,又将对这家集团未来的人事和经营带来何种影响?



随着持股比例逐步扩大,“安达系”对华泰保险的渗透开始由股权层面向经营管理延伸,人事安排就是关键的一方面。
视觉中国/图

银保监复[2022]199号;自2022年5月任华泰财险董事,任职批准文号为银保监复[2022]312号。

公开资料显示,王俊建先后在嘉里公司、交通银行香港公司、美国国际集团(香港)公司任职。2003年起,在安达保险公司先后任香港公司高级核保人、香港经理、北亚区总监、亚洲区总监、亚太区总监,以及中国香港、中国台湾和中国澳门总裁。后于2020年12月,加入华泰财险,2021年1月~2022年3月任副总经理,2021年

9~2022年3月担任公司临时负责人。

目前,这一人事渗透业已在集团层面展开。

7月11日、8月4日,华泰保险分别发布公告称,经中国银保监会任职资格核准(银保监复[2022]431号)并经华泰保险集团公司任命,由赵明浩担任华泰保险第八届董事会董事长。李存强为华泰保险临时负责人,代行总经理职务,全面负责华泰保险的日常经营管理工作。

公开资料显示,王俊建先后在嘉里公司、交通银行香港公司、美国国际集团(香港)公司任职。2003年起,在安达保险公司先后任香港公司高级核保人、香港经理、北亚区总监、亚洲区总监、亚太区总监,以及中国香港、中国台湾和中国澳门总裁。后于2020年12月,加入华泰财险,2021年1月~2022年3月任副总经理,2021年

在中国200余家保险公司中,能稳坐“掌门人”位置20多年的人,仅有3位,华泰保险原董事长王梓木位列其中。

其实,李存强在华泰保险的任职也近10年,目前是实控人安达保险公司在华泰保险派驻的最高级别的管理者。

早在2002年,李存强加入美国万通互惠金融集团。2012年,李存强受安达保险公司委派,加入华泰人寿,历任总经理、董事长,并担任华泰保险集团常务副总经理等职。2017年,李存强曾回安达保险公司工作,任职安达人寿首席运营官一职,2020年10月又回归华泰人寿,任职董事长,并于2021年1月起担任华泰保险常务副总经理兼首席战

略官。

李存强的跃迁或许意味着华泰保险“灵魂人物”王梓木耗时26年打下的烙印终将淡去。

在中国200余家保险公司中,能稳坐“掌门人”位置20多年的人,仅有3位,华泰保险原董事长王梓木位列其中。

1996年,王梓木从国家经济贸易委员会辞职“下海”,选择彼时金融行业中较薄弱的保险领域作为创业起点,创办了中国第一家全国性股份制财产保险公司——华泰财险,并担任董事长。

2011年,华泰保险成立,王

梓木开始担任集团董事长兼首席执行官,时间一直持续至2022年3月。

今年3月2日,华泰保险召开2022年第一次临时股东大会,选举产生了第八届董事会。会上宣布,因年龄原因,69岁的王梓木,不再担任第八届董事,赵明浩与李存强两人则成为新的执行董事。当时,这一举措被业界解读为“王梓木交棒前兆”。

从华泰保险披露的工作履历来看,赵明浩一直是华泰保险的“二号人物”,与王梓木同样出身体制内。

1996年,赵明浩辞职下海,与王梓木一起参与创办华泰财险,并历任副总经理、常务副总经理、总经理兼首席执行官等职。2011年集团公司成立后,一直担任华泰保险副董事长、总经理兼首席运营官,以及旗下华泰资管董事长。

6月30日,亚布力中国企业家论坛组织论坛理事前往华泰保险参访交流,王梓木在致辞亦表示,“我人生中最重要的一件事就是创办了华泰保险,并伴随其成长26年……至此,我对华泰了无遗憾,华泰也了无遗憾。”

1996年,赵明浩辞职下海,与王梓木一起参与创办华泰财险,并历任副总经理、常务副总经理、总经理兼首席执行官等职。2011年集团公司成立后,一直担任华泰保险副董事长、总经理兼首席运营官,以及旗下华泰资管董事长。

6月30日,亚布力中国企业家

论坛组织论坛理事前往华泰保险参访交流,王梓木在致辞亦表示,

“我人生中最重要的一件

事就是创办了华泰保险,并伴随其成长26年……至此,我对华泰了无遗

憾,华泰也了无遗憾。”

1996年,赵明浩辞职下海,与王梓木一起参与创办华泰财险,并历任副总经理、常务副总经理、总经理兼首席执行官等职。2011年集团公司成立后,一直担任华泰保险副董事长、总经理兼首席运营官,以及旗下华泰资管董事长。

6月30日,亚布力中国企业家

论坛组织论坛理事前往华泰保险参访交流,王梓木在致辞亦表示,

“我人生中最重要的一件

事就是创办了华泰保险,并伴随其成长26年……至此,我对华泰了无遗

地方AMC增资潮：7家注册资本达到百亿级

本报记者 樊红敏 北京报道

8月5日，中原资产管理有限公司(以下简称“中原资产”)发布消息称，增资工作已圆满完成，公司注册资本由50亿元增至100亿元。

新增两家百亿级机构

其中，贵州资管、中原资产两家地方AMC注册资本均增至百亿级。

此轮增资是中原资产成立以来实施的最大规模增资。

据了解，中原资产成立于2015年8月，初始注册资本30亿元，2018年12月，注册资本增至50亿元。中原资产是经银监会和财政部核准的河南省第一家具有金融不良资产批量收购业务资质的地方资产管理公司。

今年2月，时任中原资产董事长马洪斌在与恒丰银行郑州分行行长陈友明会谈时表示：“争取在

资本由50亿元增至100亿元。”

《中国经营报》记者统计发现，除中原资产以外，今年以来，已有多家地方AMC完成增资，其中两家地方AMC增资之后，注册资本达百亿级。

业内人士分析认为，两个原因促使地方AMC增资：一个原因是，经过多年快速发展，地方AMC普遍杠杆率较高，增资有助于降低杠杆、控风险；另一个原因是，在经济下行期，作为地方AMC的实控人(多由地方政府控制)，地方政府对其增资意愿也比较强。

2022年增资到150亿元。”

记者梳理发现，除中原资产之外，还有多家持牌地方AMC在今年完成增资。

例如，2月18日，贵州省资产管理股份有限公司(以下简称“贵州资产”)注册资本由56.42亿元增至100亿元，增幅达77.25%。6月30日，广东粤财资产管理有限公司注册资本进行了变更，由50亿元增至72亿元，增幅为44%。同样是在今年6月30日，内蒙古庆源

绿色金融资产管理有限公司(以下简称“内蒙古庆源资管”)注册资本由14亿元增至15.7亿元，增幅为12.14286%。

此外，根据四川发展资产管理有限公司(以下简称“川发资管”)官网信息，6月20日，川发资管增资20亿元，资金全部到位，注册资本达到人民币50亿元。

从上述信息来看，中原资产、贵州资管、粤财资管、川发资管增资幅度均比较大。其中，贵州资

管、中原资产两家地方AMC注册资本均增至百亿级。

此前，注册资本过百亿的地方AMC已有5家，分别为山东省金融资产管理股份有限公司，注册资本366.39亿元；宁夏顺亿资产管理有限公司，注册资本102亿元；广西金控资产管理有限公司，注册资本100亿元；泰合资产管理有限公司，注册资本100亿元；成都益航资产管理有限公司，注册资本100亿元。

地方AMC融资难题

地方AMC融资渠道有限，主要包括股东借款、银行贷款及公开市场发债融资，个别资质较弱的地方AMC甚至通过信托等非标渠道融资。

西部某地方AMC内部人士认为，这轮增资潮和监管的一系列动作有一定关系。

据其透露，2021年8月，《地方资产管理公司监督管理暂行办法》向业内征求意见，虽然目前并没有发布，但行业内部分地方AMC机构已经在按照该文件相关要求推进业务。

公开信息显示，《地方资产管理公司监督管理暂行办法》要求，在每年新增投资额中主营业务投资额占比应不低于50%，收购金融机构不良资产投资额占比应不低于25%，连续两年不达标将被取消业务资质；地方AMC控制杠杆率，谨慎选择融资渠道，未经批准不得向社会公众发行债务性融资工具，融入资金的余额不得超过其净资产的3倍。

据了解，地方AMC融资渠道

有限，主要包括股东借款、银行贷款及公开市场发债融资，个别资质较弱的地方AMC甚至通过信托等非标渠道融资。

以债券融资为例，据统计2016年以来债券市场上地方AMC发行债券和债务融资工具情况，2016年末有地方AMC发行；2017年仅有2家地方AMC发行，规模共13.00亿元；2018年发行规模激增至246.80亿元，之后2019年、2020年发行规模同比分别增长43.76%和5.92%，2020年发行规模为375.80亿元，当年发行的地方AMC主体家数也增至23家。

2021年1~11月，地方AMC发行债券规模合计394.00亿元，较上年全年规模小幅增长，发行主体方面，2021年1~11月，共有17家地方AMC发行债券，较上年减少6家，减少的发债主体主要系其自

身出现信用风险事件，公开市场再融资能力下降，或发债主体自身信用资质较弱，公开信用认可度较低所致。

联合资信研报显示，截至2020年末，样本企业(共27家地方AMC)平均资产负债率和平均全部债务资本化比率分别为71.29%和68.67%，负债水平偏高。

上述西部某地方AMC内部人士还指出，经过近几年的快速发展，地方资产管理公司杠杆率已经非常高，需要用增加资本金的方式来降低杠杆。

南方某省级地方AMC内部人士在接受记者采访时则直言，地方AMC属于资本消耗型企业，大多数都是因为自身持有的资产流动性不足，才有增资的动作。“增资的原因可能主要是出于自身考虑，比如，问

题资产或不能产生现金流的资产太多了。”

公开信息显示，今年6月21日，审计署发布的《国务院关于2021年度中央预算执行和其他财政收支的审计工作报告》指出，参与审计的20家地方资产管理公司偏离主业违规对外融资，其中151.07亿元形成不良或逾期。

记者注意到，支持公司经营流动性，提高抗风险能力也是部分地方AMC机构此轮增资的主要出发点之一。

例如，关于此轮增资，川发资管官网提及“公司注册资本金扩大，将有效支持公司经营流动性，提升公司资本规模水平，提高展业规模和抗风险能力，改善资本充足率等监管指标，支撑公司未来长期持续发展……”

身份转变

金融风险化解是一项长期艰巨的工作，而且在短期内就有大量复杂的不良资产事务需要处理，因此原先企业经营的思路要让路给行政管理需求。

值得一提的是，今年以来，监管部门先后出台多项政策鼓励AMC积极参与问题房企并购重组、中小金融机构改革化险等重点领域风险化解工作，地方AMC的作用正在凸显。

5月25日，国务院出台《关于进一步盘活存量资产扩大有效投资的意见》，支持AMC通过不良资产收购处置、实质性重组、市场化债转股等方式盘活闲置低效资产，为国企低效资产剥离业务指明发展方向。

6月6日，银保监会出台《关于引导金融资产管理公司聚焦主业积极参与中小金融机构改革化险的指导意见》(银保监办发〔2022〕62号)提出“适度拓宽对金融资产的收购范围”，允许金融机构将以下5类资产批量转让给AMC，包括涉及债委会项目；债务人已进入破产程序；本金或利息等权益已逾期90天以上；债务人在公开市场发债已出现违约；因疫情影响延期还本付息后再次出现逾期的资产或相关抵债资产”。

记者注意到，截至目前，广州资产管理有限公司、浙江省浙商资产管理有限公司、河南资产管理有限公司等多家地方AMC已入场参与房地产行业风险化解。

在其背后，无论是参与中小金融机构改革化险，还是参与房地产风险化解等均考验地方AMC资本实力，地方AMC需要业务规模相匹配的资本体量，在此背景下，地方政府增资地方AMC的意愿增强。

“经济下行周期，地方需要快速做大地方AMC资本金以承担更多社会责任。”上述西部地方

AMC内部人士对记者表示，“个别地方AMC增资可能是因为已经确定要承接地方特定重大项目。”

“地方政府作为多数地方AMC的实控人，在经济下行期，通过增资快速做大地方AMC的意愿也在提升。”某具有央企背景的地方AMC在接受记者采访时表示。

值得一提的是，今年6月份，陕西金融资产管理股份有限公司(以下简称“陕西金资”)发布《关于实际控制人发生变更的公告》。公告显示，陕西金资实际控制人由陕西省人民政府国有资产监督管理委员会变更为陕西省人民政府。同时公告指出，本次实际控制人变更不涉及公司股权结构变化。

浙商资产研究院分析认为，我国金融风险化解是一项长期艰巨的工作，而且在短期内就有大量复杂的不良资产事务需要处理，因此原先企业经营的思路要让路给行政管理需求，有可能金融资产管理公司和地方资产管理公司未来会更加像一个政策工具而非商业性机构。

就此轮增资，粤财资管表示，将以本次增资为契机，继续紧密围绕省委、省政府的重大战略部署和中心工作，持续提升主业核心竞争力，不断增强风险管理能力，加快推动公司高质量跨越式发展，更好地履行化解区域金融风险、维护地区金融稳定、服务实体经济发展的职责使命。

中原资产亦表态称：“本次增资是省财政厅贯彻落实省委、省政府决策部署，有效发挥中原资产服务实体经济、维护区域金融稳定、助推省委、省政府重大战略实施功能作用的重要举措。”

标品信托回暖明显 入市资金偏好“金融领域”

本报记者 陈嘉玲 北京报道

业务转型压力下，信托公司非标业务持续萎缩，标品信托产品的增长迅猛。

《中国经营报》记者注意到，继今年6月环比暴增超2倍之后，7月份标品信托产品成立规模继续大幅攀升，环比增加超过四成，并创下自2021年1月以来单月成立规模新高。在投资业绩方面，通过选取至2022年6月30日的净值数据进行计算，2022年持续

更新净值的10138只标品信托上半年算术平均收益率为-2.59%，获得正收益的产品占比38.30%。

对此，百瑞信托博士后科研工作站研究员魏文臻杰在接受记者采访时分析指出，除了受年初以来权益市场行情影响外，另外一层原因是，由于目前信托公司权益及资产配置的投研能力相对不足，这两类产品主要是通过以券商、私募作为投顾模式而拓展的，从而让渡了一定主动管理空间。

持“一枝独秀”的增长，其他投向各领域的信托产品成立规模有不同程度的下滑。其中，房地产类信托产品的成立规模为61.65亿元，环比减少28.34%；基础产业信托成立规模225.47亿元，环比减少17.44%；投向金融领域的信托产品成立规模845.73亿元，环比增加41.97%；工商企业类信托成立规模105.24亿元，环比减少22.51%。

展望后市，外贸信托财富中心在8月资产配置月报中表示，市场周期已从“政策底”“市场底”“杠杆底”和“情绪底”向“业绩底”“经济底”迈进，当前业绩与经济均处于底部徘徊的过程中。随着估值的回落，A股风险溢价比整体回升。截至7月末，万得全A的风险溢价高于过去十年均值，沪深300大幅上升至近10年的67分位点，中证500和中证1000仍处于近十年最高10分位区间，可见当前投资价值更偏向股票资产。债市方面，政策加码放缓，经济弱复苏背景下实体融资需求偏弱，流动性宽松支撑债市继续走强，期限利差有望收敛，仍需谨慎低等级信用债违约风险。

产品线逐渐完善

“7月权益市场震荡回调，资金避险情绪有所升温，权益类产品吸引力相对下降，而固收类产品作为投资者避险的一种投资选择，追求相对稳健的收益表现，成立规模增长表现明显高于权益类产品。”用益金融信托研究院研究员肖永悦分析指出。

“无论是客户过往基于非标投资培养出来的习惯，还是信托公司自身在城投公司非标融资业务中积累的经验，标债类产品都不失为拓展标品业务的思路和方向。”某地方国资信托公司一位政信业务负责人向记者坦言，“我们今年在非标债权融资类业务上取得非常紧，全面转向二级市场的债券投资。”

中国信托业协会6月发布的数据也显示，今年一季度，证券投资信托投向股票的资金规模环比下降9.66%，与此形成反差的是，债券投资信托资金规模环比增长10.78%。

投研一体化建设

实际上，当前标品信托业务处于高速增长期，其主动管理能力和投研能力建设正在成为各家信托公司更为重要的课题。

据魏文臻杰观察，投研体系方面，各家信托公司围绕不同产品线会有一定差异，但均在朝着全产品线方向完善，比如：围绕固收产品线的信用研究、围绕FOF产品线的基金研究、围绕“固收+”产品线的宏观研究与资产配置研究，以及围绕权益产品线的行业研究等。在人才建设方面，除了对外引进，也在加强对内培养，通过内外联动，夯实标品业务投研基础。

如人才引进方面，记者注意

到，今年以来，北京信托、中诚信托、陕国投信托、重庆信托等多家信托公司均发布了标品信托业务相关岗位的招聘信息。而加强对内培养方面，记者了解到，各家信托公司也逐步开展起各类内部培训、业务交流会以及研讨会等。比如，外贸信托近期举行了超过380人参加的首期标品训练营，研讨核心在于如何加速外贸信托标品产品体系搭建与发行落地。

此外，标品信托业务相关的系统平台建设，成为2021年至2022年间信托公司科技力量倾斜和支持的主要领域。比如，2022年3月，财信信托招标建设的“标品资

7月份集合信托资金的投向情况

投资领域	7月成立规模(亿元)	环比涨跌幅
金融	845.73	41.97%
基础产业	225.47	-17.44%
房地产	61.65	-28.34%
工商企业	105.24	-22.51%
其他	1.46	-72%
合计	1239.55	13.11%

数据来源：用益金融信托研究院表

基本均围绕以纯债类产品为主，逐渐拓展“固收+”、“FOF产品”、“权益类产品”的模式。

作为在标品领域起步较早的信托公司之一，华宝信托方面还向记者介绍：“近年来，我们持续提高主动投资管理的能力，大力

发展净值化、标准化产品，在证券、债券、定增、打新、TOF、“固收+”、多策略投资等业务领域努力开拓，实现了现金管理、二级市场、打新、定增、国际业务、“固收+”等一级市场、一级半市场、二级市场的全覆盖。”

示、投后管理等全流程增强标品业务风险管控能力，为投资者投资安全保驾护航，从而为投资者创造稳定、可持续的回报。”

中诚信托在近期研报中也指出，近年来，标品信托业务成为行业重点转型方向，也形成新增信托资产规模的重要动力。但是，从行业整体来看，目前标品信托业务尚未形成显著的盈利贡献，主要是管理规模和主动管理能力仍有待提高，需要信托公司持续推进投研一体化建设，进一步提高标品信托相关的投研能力，提高投资收益和应对市场波动的能力，同时提高风控、运营等对标品信托业务的支持保障。

居民房贷降杠杆

本报记者 郝亚娟 张漫游
上海 北京报道

近段时间,在经历房贷利率

“打折”之后,“要不要提前还房贷”的话题逐渐引起人们的关注。易居研究发布的全国居民购房杠杆率研究月报指出,2022年

二季度,全国居民购房杠杆率下降至21.2%,已创下2012年三季度以来的历史最低值。

《中国经营报》记者采访了解

到,房地产升值预期降低和理财收益整体下降是提前还贷行为的主要原因。

分析指出,随着货币政策更

趋稳健,预计房贷利率后续仍有下降空间。对于现金流较为充裕的房贷居民而言,提前偿还贷款意味着贷款总量会有所减少,

能够缓解总体偿贷压力。而对于现金储备比较紧张的还贷者,则有可能导致短期资金紧缺,购房者需做好综合、全面的考虑。

节省房贷利息

目前房价基本稳定,很多购房者会用非投资现金提前还贷。

张诺(化名)是近期提前还房贷人群中的一员。他告诉记者:“今年以来,无论是我持有的理财产品还是市场上的其他产品,收益波动都比较大,破净的也不少,考虑把手中的房贷先还了。”

谈及这一现象,IPG(环亚投资集团)首席经济学家柏文喜认为:“背后的原因是经济下行压力下收入预期下滑和投资机会减少。”

根据央行的《2022年二季度金融机构贷款投向统计报告》,2022年二季度末,本外币住户贷款余额73.29万亿元,同比增长8.2%,增速比上年末低4.3个百分点;上半年增加2.18万亿元,同比少增2.39万亿元。

相应的,今年以来,全国居民购房杠杆率连续下降。易居研究院分析,主要原因是今年上半年个人住房贷款余额新增额下降过快,且降幅超过全国一、二手房成交总额。

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉介绍称,今年上半年,我国住户贷款余额同比少增,主要是住房贷款少增1.94万亿元。“有的热点城市,今年新增个人住房贷款在下降。提前还的、到期的贷款,比新放出去的贷款要多。”

同策研究院研究总监宋红卫向记者分析道:“尽管我们调低了房贷利率,但是从绝对水平来看,房贷利率水平在国际上仍然处于较高水平。如30年100万元的按揭贷款,本息合计约180万元,其实利息的额度压力还是存在的。原来在房价上涨及经济增长的情况下,购房者



2022年二季度,全国居民购房杠杆率下降至21.2%,创下2012年三季度以来的历史最低值。

视觉中国/图

比较关注房子升值空间,而目前房价基本稳定,很多购房者会把家庭的储蓄配置在理财或者股市里面。但近两年投资收益基本负增长,因此,很多购房者会把非投资的现金拿来提前还贷。”

“理论上,假设原来500万元商业住房个人贷款,每年按6%的偿还利率计算,不算本金偿付的话,每年利息支出为30万元。如果今年提前偿还100万元,则意味着未来每年需要支付的利息支出为24万元,每年节省6万元,再乘以偿还贷款的年限,应该说确实节省了一笔不菲的开支。”植信投资研究院资深研究员马泓向记者举例分析。

“从投资收益的角度,当前投资银行理财产品的收益率仅在3%~4%的水平,普遍低于房贷利率,这与往年8%左右较高的理财产品收

益率有很大的区别,已经无法完全覆盖房贷利息支出。因此,部分有一定投资基础的购房者选择先把部分房贷提前偿还。”马泓表示。

值得一提的是,近期坊间流传“向银行申请‘提前还贷’却被告知预约流程复杂、额度不够、收取补偿金”等内容。但据记者了解,按照合同约定,实际操作中并不存在此类问题。

某银行总行人士告诉记者:“从法律角度来看,贷款合同对客户申请提前还贷并未有硬性规定。客户在提出提前还贷申请后,从提出到更换、再到落地通常需要一个月的周期。具体在执行层面,部分网点员工向客户解释不到位,引起客户的误解。”他还提到,针对提前还款,房贷合同上均有规范性表述,一切都按照合同执行。

该不该提前还贷?

提前还贷节省了不小的利息开支,却会造成短期内的资金紧缺,购房者需做好综合、全面考虑。

根据贝壳研究院发布的重点城市主流房贷利率数据,2022年7月贝壳研究院监测的103个重点城市主流首套房贷利率为4.35%,二套房率为5.07%,分别较上月回落7个基点和2个基点。

随着货币政策更趋稳健,业内人士预计,房贷利率后续仍有下降空间。

8月1日,央行召开下半年工作会议提出,稳健的货币政策实施力度进一步加大,引导公开市场7天期逆回购操作利率、中期借贷便利利率、1年期和5年期以上贷款市场报价利率适度下行,建立存款利率市场化调整机制。

中信证券方面认为,5月份,

5年期LPR报价下调15bps,且央行将首套房按揭利率下限从LPR降为LPR减20bps。在此背景下,二季度全国平均房贷利率快速下降。6月全国平均房贷利率为4.62%,较3月大幅下降87bps,已经接近上一轮房贷利率的低点,即2016年9月的4.52%,预计后续房贷利率仍有下降空间。

面对房贷利率下降的预期,对于贷款人而言,是否要提前归还房贷?

宋红卫认为,从购房者方面看,提前还贷可降低未来的还贷压力,但也增加了家庭短期内的现金压力;从银行方面看,按揭贷款是银行最优质的一块收益产品,集中提前还贷的话,银行的收益会下降,但是银行的可贷额度会增加,对于银行拓展更多的购房者贷款有一定帮助。

“如果购房者本身闲置资金比较多,提前偿还的贷款规模对其本身日常开支没有太大影响,提前还贷应该说是不错的选择,既可以减轻日常负债压力,又节省长期利息支出。而对于本身现金储备比较紧张的人,如果用一笔规模不小的现金提前偿还房贷,尽管长期来看确实节省了不小的开支,但却造成短期手头资金紧缺,甚至还要通过其他方式再度增加新的贷款,那就得不偿失了。此外,部分贷款合同中对于提前还贷,可能还有支付补偿金或违约金的约定内容。因此,购房者需要提前做好综合、全面的考虑。”马泓如是说。

谈及各家银行对提前还款的政策和收费情况,高级经济师曹磊告诉记者,对于补偿金和违约金的收取,一般在贷款合同中会有条款约定,若双方在贷款之前就对合同条款进行了签字确认,则该条款在法律上是合理且合法有效的。

曹磊进一步解释称,根据民法典中“意思自治”的原则,双方只需是在平等自愿的要求上进行的条款约定,且不违反法律及相关政策的要求,则意思有效。

目前,国家政策层面及行业监管层面并不禁止相关的违约金和补偿金的收取,其中一方未按照合同约定履行合同义务,那么理应对违约的行为承担相应的责任。

易居研究院智库中心研究总监严跃进指出,银行规范收取提前还款补偿金,也说明近期一些

银行的提前还款现象或有所增加,这是需要注意的一个房贷新现象。

“过去,银行征收1%补偿金或违约金的情况,主要是针对一年内多次提前偿还贷款、偿还不足3年就提前偿还贷款等类型,有一定的限定标准。目前,各类提前还贷的行为都有可能要征收1%的违约金,这说明补偿金或违约金政策是偏严的。”严跃进分析。

严跃进建议,银行要充分认识到购房者提前还贷的心理,部分是考虑到还款压力想提前偿还,以减少后续的利息开支;部分是希望提前还贷进而把房产做抵押,进而获得成本更低的贷款;部分则是近期有闲余资金,投资别的理财领域会觉得不划算。银行要对此类提前还贷的动机有充分的认识,以便更好提供金融服务。

李宇嘉预测,为了降低月供、提振楼市预期,5年期LPR还会下降,房贷利率也会进一步下降,存量房贷提前偿还的可能性将逐渐增大。

易居研究院预计,随着三季度全国住宅成交量温和复苏,以及下半年个人住房贷款余额新增额大概率小幅复苏,下半年全国居民购房杠杆率还将继续下行,但趋势放缓。长期来看,为了行业良性、健康发展,房地产信贷温和收缩是本轮行业供给侧改革的必然趋势,住户部门杠杆率将在行业发展新模式逐渐稳定后缓慢下行。

数字化根基迭代夯实 金融转型衔枚疾进

本报记者 李晖 北京报道

在国家信息安全、成本和容量瓶颈的多重因素影响下,金融机构近年来数据库升级步伐逐步加快,也推动了数据库市场竞争和技术“赛马”的加剧。

《中国经营报》记者注意到, IDC咨询近期发布的相关报告显

示,2021年下半年中国关系型数据库软件市场规模达到15.8亿美元,同比增长34.9%。本土厂商的份额正在快速追赶上Oracle、IBM等传统国际厂商。

市场规模趁势助推技术性能的迭代。在从集中式向分布式变迁的路线探索中,一些本土数据库也在尝试通过技术攻坚

降低金融级分布式数据库的使用门槛。记者注意到,蚂蚁集团自主研发的分布式数据库OceanBase目前已经推出业内首个单机分布式一体化架构数据库,首次突破分布式数据库单机性能瓶颈,引发金融机构及更广泛市场参与者的关注。

“数据库迭代是大势所趋,但

金融机构内部系统数量多、结构复杂,步子不会太快。整体来看,目前本土分布式数据库在中小金融机构核心系统升级上已经积累了一定实践案例,降低使用门槛也有利于客群再扩容,预计未来一到两年内会进入重点升级期。”一位股份制银行数据业务人士向记者表示。

除此之外,公开信息显示,华为GaussDB也已经在国有大型银行和一些股份制银行落地,而更早面世的中兴通讯GoldenDB已在股份制银行的信用卡系统实现商用。

调研显示,金融机构对分布式数据库的需求度和接受度较高,已经逐步将其应用于业务中台、对账单、自动分析、诈骗风险查询、外汇交易管理、风险预警系统等诸多系统中。

一家大型保险公司数据业务负责人认为,传统集中式数据库难以维持数据量增长的特征已经成为行业共识,但在核心数据库迁移升级过程中,会倾向应用层不做的改造或重构,避免“数据库+应用”的双重风险叠加。

他也透露,此前该公司主要采用集中式架构,使用小型机、存储和集中式数据库等硬件设备。而在完成改造后,主要采用分布式架构,不仅架构灵活,也节约了大量的成本。“在分布式数据库升级后,成本大幅缩减了75%,分析型大数据加工处理能力提升了300%,有效应对了一些开门红等大促场景。”该负责人表示。

了)、备份效率低(用不到)、运维工作繁重(难管理)、安全风险提高(高风险)。

一家国有大型银行人士数据中心人士透露,此前该银行为了确保每日数以亿计的业务稳定可持续运行,例如贷记卡等核心系统均在IOE等产品上部署,依赖度比较高。但这套已经运行10年以上的系统,在一个卡量大几千万张、账户数超过数亿的状态下,安全压力越来越大,特别是在促销、春节等高并发交易时段,系统承载能力逐渐难以满足业务需要。

这也给国产分布式数据库提供了“弯道超车”的机会。记者注意到,早在中国人民银行2019年印发的《金融科技(FinTech)发展规划(2019—2021年)》中即指出,稳妥推动分布式数据库产品先行先试,形成可借鉴、能推广的典型案例和解决方案,为分布式数据库在金融领域的全面应用探明路径,确保稳妥应用。

市场共识在于,金融机构对于数据库的性能和安全要求是顶级的,适配金融机构和通讯运营商的数据库,安全级别和性能要求通常

也可以满足其他行业需要。这也是不少国产数据库在发展时,选择了金融场景作为攻坚重点的原因。

据记者不完全统计,目前活跃在金融级数据库上的主要市场参与者包括蚂蚁集团旗下OceanBase、达梦、人大金仓、南大通用、阿里云、腾讯云、华为、中兴通讯、PingCAP、巨杉等,形成了学院系、创业系、巨头系等阵营。

实际上,金融机构由于需要应对高并发场景,其对分布式数据库的需求最大。以OceanBase为例,作为蚂蚁集团自主研发的分布式数据库,最初用于解决支付宝“双十一”期间巨大的交易峰值压力,于2017年开始对外输出。目前,该数据库在多家金融机构和政企领域落地应用,包括中国工商银行、南京银行、西安银行、常熟农商行、中国人保、中华保险、浙商证券、山东移动、中国石化等。

据腾讯云方面透露,其TDSQL数据库已在平安银行信用卡A+新核心系统国产化、秦皇岛银行金融核心分布式改造、张家口农商行核心系统数据库国产化落地等典型金融场景落地。

中小金融机构替代窗口期已现

虽然目前数据库在金融领域的升级换代已经起步,但金融机构特别是国有大型银行核心系统替换却很难一蹴而就。在通过与国有大型银行合作打磨调整过程中淬炼技术性能后,本土自主研发数据库率先在一些中小金融机构迎来了落地窗口期。

以江苏常熟农商行为例,该行自2018年开始引入OceanBase。江苏常熟农商行金融科技总部科技运营中心负责人唐明透露,经过两到三年的使用和推广,这一分布式数据库已经逐步应用到业务中台、手机银行以及大零售营销等近30个应用系统。2020年起,常熟农商行开始借助OceanBase进行两地三中心的改造,将容灾能力提升到了数据中心级别。

“进行分布式数据库改造后,我们的业务处理能力也开始大幅增强:每秒交易处理能力提升46倍,批量代发处理量每分钟大于20万笔,日终批处理缩短至10分钟以内。”唐明透露。

但在大型银行的核心系统替代上,挑战仍比较多。一位通讯运营商大数据分析业务负责人向记者表示,数据库一旦改造,其以上的中间件、应用层系统等生态上下游也需要同步进行兼容改造,这也成为很多金融机构此前动力不足的原因。目前,银行领域分布式技术处在快速落地阶段,部分银行分布式架构特点是混合模式,数据库层面仍然普遍采用集中式架构,应用层面普遍使用分布式架构。

作为生态上下游,银行IT系统服务商也正在加大对国产

分布式数据库的适配兼容探索。中电金信商业分析事业部总经理杜啸声向记者表示,异构平台适配难、大数据量搬迁难、数据核对难是当前金融机构数据库迁移替代的主要难题。这需要软件服务提供商做好“承接”——既能支持包括数据库在内的国产软硬件,也能灵活支持银行的多类场景,实现组件与组件之间松散耦合、“去中心化”为产品创新和服务创新提供支撑。

OceanBase首席执行官杨冰在接受记者采访时表示,国有大型银行和股份制银行对于技术的验证显然会更加谨慎,时间会更长,投入也大,但对数据库服务商的性能打磨和场景适配很有帮助,中小银行相对更愿意接受服务商和应用层软件商来进行技术革新。

“相比之下,我们预计针对中小银行核心系统替代的业务推广期会集中在这一两年,股份制银行和国有大型银行核心系统的迭代仍在路上。”他表示。

据了解,目前有超过1/4的金融客户已经开始使用OceanBase升级其核心系统。一批金融机构已经在核心系统当中全栈使用OceanBase,并且稳定运行超过一年时间。“相比前几个版本,OceanBase 4.0大幅度提升了交易处理能力,实现了由全场景向量化能力覆盖,将故障恢复时间从30秒优化到了8秒。”杨冰透露。

而针对上述故障恢复时间的指标优化,有银行技术人士向记者表示,金融机构应该非常有兴趣,在这方面机构受到的监管检查和压力是比较大的。

普惠保险的普与惠

本报记者 陈晶晶 北京报道

以城市定制型商业医疗保险(俗称“惠民保”)为代表的普惠保险正逐步走入人们的生活。

今年以来,“惠民保”覆盖区域进一步扩大,天津、西宁等多个城市

被点燃的超百亿元市场

截至2021年底,“惠民保”参保总人次达1.4亿,保费总收入已突破140亿元,参保人数较2020年大幅增长152%。

近两年来,受到市民群体推崇的“惠民保”是普惠保险大发展的典型案例。

作为集普惠性与商业性于一体的保险产品,“惠民保”以价格低、投保门槛低、保障水平高以及提供附加服务等特点,积极补位了基本医疗保险与商业健康险的中间带。

以最新推出的天津“惠民保”为例,公开资料显示,凡是天津市基本医疗保险的参保人皆可参保,投保时不限年龄、不限病史、不限户籍、不限职业,适用人群覆盖广泛,基本做到全家老小皆可参保。同时,对特定患病人群“可参保可赔付”,确保公平享受惠民待遇。

已参保天津“惠民保”的李女士对记者表示,“一年保费150元/人,每天不到5毛钱,保费价格低廉亲民,老人小孩统一价,价格在我们普通人的可承受范围内。”

公开数据显示,截至2022年3月底,目前处于在保状态的“惠民保”产品共计175款。其中,19个省级行政区共推出32款省级产品,117个地市级行政区共推出140款产品。从分布情况来看,广东、山

推出了首款“惠民保”产品。近期,北京、重庆、陕西等多地银保监局均发文提出,稳妥扩大普惠保险产品覆盖面。银保监会与上海市政府近日联合发布了《中国(上海)自由贸易试验区临港新片区科技保险创新引领区工作方案》,发布会上正式推出了全

国首个普惠版网络安全保险产品。

从普惠保险的定义看,农业保险、大病保险、贫困人口补充医疗保险、小额人身保险、城市定制型商业医疗保险等均属于普惠保险范畴。

业内人士对《中国经营报》记者

表示,普惠保险作为普惠金融重要组成部分,在帮助中低收入群体、中小企业以较小的支出抵御风险,促进社会公平,提高社会保障水平等方面具有重要作用,大力发展普惠保险的时代已经来临。



截至2022年3月底,目前处于在保状态的“惠民保”产品共计175款。人民视觉/图

小额保险。

记者获悉,今年4月底,银保监会人身险部发布的《进一步丰富人身保险产品供给情况的通报》【人身险部函〔2022〕127号】(以下简称“《通报》”),肯定了部分保险公司在加大普惠保险发展力度方面实现的成果,包括对欠发达地区的支持力度,助力巩固脱贫攻坚成果,以及门槛较低、价格实惠、保障责任明确的保险产品开发。

《通报》显示,太平人寿的“三区三州”定制专属重疾险产品,通过调整起保限额降低价格,充分满足农民、低收入人群等群体健康保障需求;中国人寿的“乡村振兴”系列产品,保险责任覆盖疾病身故、意外身

故伤残、特定门诊医疗等,可适用于建档立卡已脱贫人员、边缘易致贫人员、易返贫人员、重点监测人员等低收入人员及广大农村人口。截至2022年一季度末,共有2092万人次参保,已赔付235万人,赔付金额8.44亿元。

另外,全国首款癌症外配药普惠保险“工惠保”亦在宁波上线。据悉,该款产品由宁波银保监局指导保险公司开发,保障范围涵盖住院期间及特殊门诊的医保目录内费用、医保目录外费用以及癌症处方外配费用,其中癌症处方外配责任是全国同类产品首创,解决了癌症患者靶向和免疫治疗处方外配药品费用负担过重的问题。

为特定人群提供多种类型保障

据了解,保险公司正进一步加大特定人群保障力度,加快开发适合特定人群的商业健康保险产品和各类意外伤害保险产品。

实际上,中小微企业、农民、城镇低收入人群、贫困人群和残疾人、老年人等特殊群体是当前我国普惠金融重点服务对象。

2021年10月,银保监会下发《关于进一步丰富人身保险产品供给的指导意见》(以下简称“《意见》”)。《意见》指出,要加大普惠保险发展力度,主动承担社会责任,提供适当、有效的普惠保险产品,大幅提高对欠发达地区的支持力度。助力巩固脱贫攻坚成果,有效衔接乡村振兴,配合各地相关政策,面向老年人、农民、低收入人

群、残疾人等群体积极开发投保门槛较低、核保简单、价格实惠、保障责任明确的产品。

曾有不少货车司机对记者表示,全国有3000多万名货车司机,承载着全社会大约79%的货运量和33%的货运周转量,但是其所在群体缺乏基本的保险保障。而据记者采访了解,目前已有多家保险公司推出了专门保障货车司机的保险产品。

此外,目前进入城镇生活、工作的“新市民”数量不断攀升,其中包括很大一部分进入外卖配送、网约车等领域的灵活就业人员。开发

适合新业态人员及灵活就业人员的普惠保险产品也成为了保险公司产品创新的一大重要方向。比如,有保险公司推出了主要承保从事建筑施工、工程管理和小微服务行业农民工的意外保险,以及不与户籍挂钩、适合新市民投保的健康保险产品等。

据了解,保险公司正进一步加大特定人群保障力度,加快开发适合特定人群的商业健康保险产品和各类意外伤害保险产品,其中包括海南自贸港医疗保险产品、粤港澳大湾区配套的专属人身保险产品等。

随着老龄化程度的加深,老年人的保险保障需求越发突出,各保险公司围绕多元化养老需求,创新发展各类投保简单、交费灵活、收益稳健的养老保险产品。截至2022年一季度末,6家试点保险公司创新开发的专属养老保险产品累计承保单13.6万件,新产业、新业态从业人员投保超过1.44万人。

另有保险公司推出了老年人特定疾病保险。例如建信人寿、恒安标准人寿在普通重疾险产品基础上增加严重原发性帕金森病、阿尔茨海默病等老年特定疾病保障。

站上1800美元关口 金价反弹之旅启程?

本报记者 郝亚娟 张荣旺

上海 北京报道

今年以来,国际金价变动剧烈,

金价持续下行

今年前3个月,受通胀和地缘冲突的影响,黄金一路高歌猛进,达到2070.42美元/盎司的历史高点。而随着美联储激进加息及全球开启紧缩货币政策,国际金价开始下跌,并一度跌破1700美元/盎司。8月9日,COMEX黄金期货震荡上行,盘中触及1812美元/盎司。

谈到近段时间国际金价的变化,广发期货贵金属研究员叶倩宁指出,主要是由于年初的乌克

兰局势持续影响全球地缘政治局势,导致全球供应链受限问题难以缓解,致使高通胀进一步恶化。美联储被迫以近30年来最大幅度加息来追赶曲线,并承诺不惜牺牲经济增长来控制物价。在未来利率水平将大幅上行的情况下,经济软着陆难度较大另市场担忧恶化并出现衰退交易前置的情况,美元持续走强但大宗商品价格集体走低,黄金的避险功能难以凸显且在金融和商品属性双

持续受到市场关注。

国际金价在今年3月创下2070.42美元/盎司的历史高点后震荡回落。7月,国际金价下跌超2%,一度

失守1700美元关口。8月以来,国际金价有所回升。8月9日,COMEX黄金期货盘中一度触及1812美元/盎司。

分析人士认为,美元的持续走

强打压金价。与此前相比,地缘政治、经济通胀、政策预期不确定性等因素的影响亦会带来金价的震荡。

重利空下亦出现大跌。

植信投资研究院研究员马吟辰补充道,随着国际金价走低,无论是投资需求还是实物需求都无法为金价上行提供推动力。“从7月数据来看,在投资需求方面,全球黄金ETF持有量连续第三个月下跌,整个7月净流出近60吨,是2021年3月以来净流出量最大的单月,全球黄金ETF总持有量也跌至约3700吨。在COMEX期金方面,7月多头持仓持续减持而空头持仓

持续增加,COMEX期金跌至净空头持仓状态,是2019年5月以来第一次,这都显示出黄金市场投资者离场观望的情绪。”

近期,全球最大黄金上市交易基金(ETF)SPDR Gold Trust 黄金持仓量持续下降回到年初低位。叶倩宁分析,这反映了美联储紧缩周期下,投资者更加青睐购买美债和美元保值等资产来进行保值,使部分资金流出黄金ETF持仓下降,目前该趋势仍未结束。

世界黄金协会(WGC)最新的二季度报告下调了2022年黄金投资需求预期,主要是对下半年需求走弱的判断。

展望金价未来走势,西南证券研报指出,黄金上涨周期并未结束,主要有三方面原因:一是海外衰退压力加大、大宗商品下跌带来通胀压力阶段性缓解,下半年加息幅度有望边际放缓,实际利率预计先见顶后回落,将对黄金价格形成向上驱动;二是在能源转型、上游资本开支不足的背景下,作为大宗之王的能量,其价格难有大幅下跌,大宗商品的价格中枢或整体抬升,金价成本通

胀的支撑仍然存在,而通胀高位将压低实际利率的水平,利好金价;三是目前美元指数处于高位,下半年基于美联储加息边际放缓的预期,美元下半年有走弱空间,美元指数及美元兑日元汇率均有下行空间,黄金价格预计将受益于美元的走弱而反弹。

渣打中国财富管理部首席投资策略师王昕杰亦认为,由于地缘政治紧张局势仍然高涨,美联储积极的加息周期可能已被市场消化,以及整体美元未来12个月内走弱,黄金可能会强势反弹。

在马吟辰看来,美联储货币政策依然是决定黄金市场在今年余下时

间能否有所突破的关键。“如果美联储继续大幅加息,且美国经济数据开始修复,那么在美元指数维持强劲的情况下,黄金市场上方将继续承受较大压制。如果美国经济衰退信号越来越明显,但美联储为抑制通胀而继续加息,那么黄金的避险需求有望回归,为金价上行提供一定推动力。而一旦因为美国经济继续下行,美联储改变货币政策,那么黄金市场的避险需求将大举回归,为金价上行提供强劲的推动力。”

王昕杰告诉记者:“虽然金价因债券收益率上升、美元走强及投资净流出承压,但我们继续看好黄金,

因为相信黄金仍是关键的投资组合多样化工具。由于投资者减持以抵消损失和风险仓位,黄金年初的大部分涨幅已经回落。预计美元将在6~12个月内走弱,建议投资者有机会重建黄金长仓,特别是考虑到净短仓持仓极少。”

站在当前时点,投资者该如何配置?马吟辰认为,尽管目前黄金市场整体依然趋势不明,市场不确定性仍然很高,但黄金长期看配置价值仍在,追求投资多元化、均衡化配置的投资者可在合适的市场条件下适当增加黄金及相关类型资产在投资组合中的占比。

获客大战启幕 理财公司加码代销合作

本报记者 张漫游 北京报道

随着市场认知度的不断提升,为尽快拓展理财产品销售规模,各家理财公司近期频频加码销售渠道建设。

业内人士指出,从短期来看,理财公司需要借助代销渠道完成客户积累。从长期来看,母行代销及直销将成为主要营销渠道,理财公司需要重视线上渠道建设。

据了解,理财公司的销售渠道主要为母行渠道、第三方银行

渠道、互联网平台渠道和理财公司直销渠道。不过,由于直销渠道建设前期投入成本较大,除了需建设直销系统来实现各项功能外,还要投入大量的人力、物力去运营维护,目前还处于发展的初期阶段。

在业内人士看来,无论是代销还是直销,能够留住客户的关键是优质的理财产品以及诱人的优惠措施。如今,理财公司的直销渠道还欠缺优于代销渠道的优惠举措。

直销渠道建设仍处于初级阶段

近日,多家理财公司正在发力拓宽理财产品销售渠道,代理销售成为多家理财公司拓宽市场的方式。

如8月9日,中国农业银行官网公告称,与平安理财开展代销业务合作;8月2日,交通银行官方网站发布关于该行代销建信理财的理财产品的公告。

“现在买理财产品的主要渠道还是通过银行的APP。”投资者顾风(化名)告诉《中国经营报》记者,主流银行的APP上产品比较全面,不仅有自己理财子公司的,还有其他理财公司的产品,且各家产品罗列在一起,还能直观的对比收益率。

根据银行业理财登记托管中心数据,从发行机构情况来看,截至2021年底,有存续产品的21家理财公司均开展了代销合作,代销产品余额共计17.07万亿元。具体来看,仅3家理财公司的理财产品只由母行代销,18家理财公司的理财产品除母行代销外,还打通了其他银行的代销渠道,平均每家理财公司约有14家合作代销机构。

融360数字科技研究院分析师刘银平认为,理财客户基本上都是银行客户,很多投资者购买理财产品是基于对银行的信任,而不是对独立运营的理财子公司的信任,而且投资者已经习惯从银行渠道购买理财产品。

银行业理财登记托管中心数据显示,10家理财公司还存续有通过直销渠道销售的理财产品,销售余额0.11万亿元。

普益标准研究员姜玲介绍道,理财公司的销售渠道主要为母行渠道、第三方银行渠道、互联网平台渠道和理财公司直销渠道。目前,因理财公司业务渠道在较大程度上依赖母行,理财公司直销渠道建设相对薄弱,总体处于初步发展阶段。

核心要提升产品投研能力

普益标准研究员王高鹏认为,与代销渠道相比,直销渠道的优势表现在节约销售成本方面,不用付给代销机构代销费用,且直销有助于建立公司品牌。

同时,直销有利于增加客户量,解决代销用户增长难的问题,能够更为方便直接地获取用户数据,并根据完整用户数据进行用户行为分析,在构建体系化销售管理等方面发挥巨大作用。

“为响应监管关于理财公司与母行业务进行剥离的要求,理财公司积极拓展代销、直销渠道以提高市场竞争力。不过,理财公司官方APP存在与母行客户群体重合等问题,且理财公司自营官方APP的开发运营需要资金、人力持续投入。因此,只有少量理财公司尝试搭建官方APP。目前,自有渠道未能最大化发挥拓展客群、提高业务效率的作用。”姜玲坦言。

“长远来看,理财公司要更好设计满足投资者需求的理财产品,开展投资者教育,乃至发力投顾业务等,都离不开直销渠道获得的客户交易和行为数据。而代销渠道对于城商行和农商行等中小型银行旗下的理财公司而言,具有明显优势。”因此,王高鹏认为,未来理财销售

渠道必然是直销和代销的共同发展。

谈及如何才能做大直销渠道,姜玲认为,一方面,理财公司可逐步完善自有APP、官网的建设,将自身业务与母行的定位区分开来,结合自身资源优势建设并完善官方平台功能模块,提高客户吸引力;另一方面,理财公司可通过开设和运营微信公众号及其他新媒体渠道,开展投资者教育及服务宣传,并针对理财业务完善账号内容和功能,丰富业务场景,优化投资者体验。“此外,理财公司应专注本业,加强投研体系建设,打造特色化产品系列,并提高投资者教育投入,以稳定客户群体,持续拓展直销渠道。”

刘银平亦强调,理财公司首先要以产品为中心,丰富产品体系,拓展投资范围,稳定产品净值,提升投资者对产品的满意度;其次要完善直销渠道建设,优化页面展示及设计,提升操作便捷性,除了产品展示及购买等功能以外,还可以设置线上客服服务、理财产品对比、生活缴费等功能,提供产品信息披露、理财资讯、投资者教育等信息。在上述基础上,理财公司可以加强营销宣传,为首次注册并购买产品的客户提供优惠让利活动。

产能扩张超预期 半导体芯片主题基金“回血”

本报记者 任威 夏欣 上海报道

近日,低迷了许久的半导体板块终于迎来了一轮上涨的小高潮,

截至8月10日,8月以来申万半导体指数上涨12.66%,投资于半导体板块的基金也久旱逢甘霖。

拉长时间看,今年以来半导体

板块表现仍然较为疲软,对应至公募基金市场,投资于半导体板块的相关产品业绩不容乐观。但有少部分基金突出重围获得不错收

益。前十大重仓涉猎半导体的基金表现较好的有海富通中小盘、富国新兴产业A等。

海富通电子信息传媒股票基金

经理杨宁嘉在接受《中国经营报》记者采访时表示,目前半导体行业基本面仍然处于寻底的阶段,但是很多公司的股价经历大幅度下跌后已经

反映了较为悲观的行业预期。预计后续半导体板块仍会是分化的走势,一些景气度和长期投资逻辑较好的方向会走出震荡向上的走势。

申万半导体指数低点反弹30%

今年以来投资于电子元器件板块表现较好的基金有:海富通中小盘、富国新兴产业A、长安宏观策略。

Wind数据显示,截至8月10日收盘,申万半导体指数自5月6日最低点上涨30.46%;申万芯片指数涨幅超过25%。

根据Wind数据,截至8月10日,今年以来投资于电子元器件板块表现较好的基金有:海富通中小盘、富国新兴产业A、长安宏观策略。(不包含成立不满一年的产品截至8月10日,上述基金收益为:13.74%、7.80%、4.71%)。

根据基金季报,截至二季度末,从前十大重仓股来看,富国新兴产业A的半导体“含量”最高。

富国新兴产业A前十大重仓股中的半导体板块的股票有5只,包括:复旦微电、长光华芯、拓荆科技-U、纳芯微;海富通中小盘前十大重仓股中仅有一只半导体股票扬杰科技;而长安宏观策略前十大重仓股则未出现半导体的身影,多为新能源板块的股票。

济安金信基金评价中心分析师刘思妍表示,上述基金除了投资于电子元器件行业个股以外,还重仓了行情较好的新能源板块,例如富国新兴产业A重仓了宁德时代、隆基绿能等新能源板块个股,今年以来,虽然在疫情和海外通货膨胀的影响下,经济整体发展缓慢,但新能源板块依然保持了较好的成长趋势,新能源行业的高景气推动了相关基金业绩的提高,弥补了半导体板块集体走弱对基金业绩的影响。

海富通中小盘基金经理范庭芳在二季报中指出,二季度,该基金仓位上维持在较高水平,重点配置了新能源车、光伏、智能汽车、汽车零部件、半导体、物联网等行业,结构上主要以科技成长方向为主。同时,在4月份市场情

近三个月投资半导体、芯片板块的主动权益类基金排名

基金名称	收益率(%)	规模(亿元)	成立年限	基金经理
海富通中小盘	50.44	5.16	12.33	范庭芳
富国新兴产业A	49.33	9.62	7.42	孙权
招商移动互联网A	48.55	13.24	7.15	张林
广发中小盘精选A	47.97	5.76	4.27	陈耀中、李耀柱
广发中小盘精选C	47.82	2.27	0.79	李耀柱、陈耀中
招商科技创新A	46.98	3.23	2.50	张林
招商科技创新C	46.69	1.42	2.50	张林
海富通碳中和主题A	43.95	7.10	0.88	范庭芳
海富通碳中和主题C	43.77	8.80	0.88	范庭芳
长安宏观策略	42.27	0.18	10.43	江山

数据来源:Wind 统计日期区间:5月10日~8月10日

绪极度低迷的时候,做了一些积极的底部超跌、行业成长前景明确的品种的布局,也取得了积极的效果。

“今年半导体板块较为低迷,明显跑输沪深300,这些基金配置了半导体行业还有如此表现殊为不易。”在爱方财富总经理庄正看来。

正如上述人士所言,半导体板块拖了上述部分基金的业绩“后腿”。Wind数据显示,截至8月10日,申万半导体指数2022年内跌幅达到18.9%。

若从投资于电子元器件板块的基金来看,Wind数据显示,截至8月10日,443只基金投资于该板块的基金中今年以来仅有12只基金收益为正(份额分开计算)。

亏损超过30%的有9只,亏损超过20%的基金有75只之多。

“在疫情的反复和地缘政治冲突的双重影响下,经济低迷,市场需求大幅降低,供求的严重失衡对电子元器件行业的发展造成了一定程度上的冲击,相关个股表现不佳,拉低了重仓相关个股基金的业绩。”刘思妍分析。

对于半导体板块年内表现,

杨宁嘉认为,今年因为下游行业需求偏弱,特别是消费类的产品,很多芯片设计类的公司业绩都低于预期。在半导体行业贝塔(跟随市场波动上涨的收益)整体偏弱的情况下,虽然一些子领域的公司业绩很好(比如车、光伏、军工),但是股价表现也一般。

国内扩产空间巨大

长期看,我国半导体板块国产替代率的提升有望为行业带来长期成长空间。

半导体板块在经历了数月的低迷后迎来了曙光。8月以来,半导体芯片板块强势反弹。在8月5日当天,国证芯片指数单日上涨5.32%。

在广发国证半导体芯片ETF基金经理罗国庆看来,芯片板块近期反弹的主要原因在于海外产业政策调整后,国内扩产需求可能增加。随着外部发展环境的深刻演变,美国对外组建芯片联盟,对内实施国内芯片法案,进一步阻止半导体资源外流。在此背景下,国内产能扩张可能超预期;而从扩产空间来看,目前我国半导体芯片需求在全球占比超35%,但国内产能仅占全球9%,因此国内扩产空间巨大。

尤国梁认为,从短期来看,

点,随后2020年开始周期上行,到2021年底时周期见顶紧接着2022年初出现边际向下的情况。

“目前半导体行业里面主要的机会都是结构性的。”尤国梁表示,半导体行业中,手机占1/3;电脑、PC占1/3;汽车占不到1/10。从历史上看,半导体下行周期一般是一年半至两年的时间,如果从2021年8月份计算,到今年年底可能走完了下行周期,半导体行业周期拐点可能落在今年年底或者明年,在行业整体拐点出来之前,还是保持结构性机会的判断。

尤国梁认为,从短期来看,可能半导体板块会迎来相对底部的机会,看估值大个股都很便宜,唯一担忧的是业绩预期还没有特别明确。对半导体板块影响最大的因素有两个,一是本身的行业周期,二是流动性周期。若行业周期开始复苏,流动性周期也开始好转,此前该板块跌得较多,彼时可能有较好的投资机会。

英大证券在研报中表示,半导体长期向好的逻辑没变,近期欧盟、美国、韩国、日本等多个国家均发布振兴本土半导体业相关法案,彰显未来经济发展对半导体的迫切需求,将推高半导体产业长期空间的天花板。未来我国半导体产业自立是长期必然趋势。目前半导体产业国产替代趋势开始显现,预计未来半导体的国产替代趋势不可逆,并有望从芯片设计继续渗透至上游设备领域,设备有望迎来国产份额上升。

那么对于普通投资者来说,当下是否为布局半导体相关产品的好时机?

罗国庆提醒,投资者必须认识

到的是半导体板块的波动性比较大,市场波动有可能会带来净值较大幅度的阶段性回撤,建议投资者充分认知这一板块的风格特征,审慎选择。为了进一步分散风险,增强投资体验,大家也可以通过定投相关指数产品的形式来参与半导体产业的投资机会。

在杨宁嘉看来,对于普通投资者来说不建议追短期热点,更多还是看重行业基本面的变化趋势,定投就是一个非常好的方法。经历过年初板块大幅度的回撤后,目前从赔率的角度来看板块还是比较有投资价值的,可以从长期视角积极布局。

私募排排网财富管理合伙人荣浩分析,受新冠肺炎疫情和地缘政治等影响,半导体板块今年上半年处于下行周期,市值跌幅超过20%;但基于产业发展惯性,结合经济周期触底反弹,2022年半导体产业行情应该不会差,当下是进行长期布局的好时点。

荣浩建议,“首先可关注细分的工业、汽车等应用领域板块,相关的国产替代公司会实现从价格优势到高质量的转型;其次,关注有现象级、可持续,创新应用的产品及其相关产业链的器件供应商;第三,也要关注政治风险,以美国《芯片法案》为代表的产业脱钩带来的直接影响和风险。”

不过庄正也表示,半导体产业有很强的周期性,前期是有很高景气度的行业,但受下游消费电子等需求下降影响后市难言乐观。如果持有半导体行业ETF,仓位不能太重。可以选择主动管理型的基金产品,且基金经理能力要全面,不能极端配置半导体板块。

年内22家券商换帅 中小公司变动大

掌门人更换加速

本报记者 崔文静 夏欣

北京报道

截至8月10日,年内已有至少22家券商更换董事长或总裁,数量明显高于往年均值。

从换任原因来看,有到龄退休者,有因大股东变更而换帅者,也不乏因业绩等原因而离职者。后者在中小券商中体现尤为明显,与之伴随的,往往是公司核心团队集体跳槽。

多位受访者告诉《中国经营报》记者,年内证券市场较大振幅下券商业绩大跌导致的掌门人因业绩不达标而走人,券商马太效应加大等致使个别股东转让旗下券商股权进而致使券商因大股东变更而更换领头人等,是今年券商董事长和总裁变更明显多于往年的主要因素。

相较于大型券商,中小券商股权变更尤为频繁。某头部券商资深人士陆明(化名)将其归因于中小券商对掌门人的综合素质要求更高。“大型券商业务体系比较成熟,把好风控关一般问题不大。而中小券商,尤其是小型券商普遍面临较大的生存发展压力,其掌门人不仅需具备战略眼光、业务能力,又得协调方方面面的关系,还要在把好风控关的同时抓业绩。”

新掌门人源自三类

从年内券商董事长或总裁继任者来看,主要包括内部提升、外部选拔和股东委派三类。

内部选拔者如中银证券新董事长宁敏、银泰证券继任董事长刘强、东方证券新总裁鲁伟铭。

外部选拔者如世纪证券新任董事长及总经理余维佳,余维佳在加入世纪证券以前为中天国富董事长。其入职世纪证券以后,还将自己在中天国富时期的四名老部下代入世纪证券担任副手。其中,

长、总裁冯鹤年因涉嫌严重违纪违法离职;民生证券官网显示,董事长一职目前由景忠代行,总裁一职则由熊雷鸣暂时担任。此外,新时代证券大股东变更为中国诚通控股集团有限公司以后,更名为诚通证券,其董事长等高管也随之换任,张威出任董事长一职。

时间前拨,年内另有至少包括中银证券、光大证券、世纪证券、长江证券、银泰证券、财通证券在内的6家券商更换董事长,同时,华安证券、中原证券、东吴证券、东方证券、国元证券、上海证券、招商证券、中天国富等至少8家券商迎来新总裁或新总经理。

今年以来,更换董事长或总裁的券商数量高达22家,这一明显高于往年均值的掌门人换任情况所为何因?

在南开大学金融发展研究院院长田利辉看来,近期证券市

场振幅较大,各家券商盈利各异,部分券商出现控股股东变化,部分券商掌门人另有高就。基于控股变更、盈利变化和个人事业调整,致使今年券商掌门人更换频繁。

陆明则更为具体地解释道:一方面,近年来券商马太效应的不断加剧致使中小券商生存空间被不断挤压,部分股东相继出手旗下券商股权,券商大股东变更后,其高管尤其是董事长往往随之更换;另一方面,年内A股的较大震荡使得许多券商主要财务指标大幅下降乃至净利润为负,这会使得一些券商领头人因与业绩考核标准相去甚远而不得不离职。陆明同时提到,后一方面的显现存在一定时间差;同时,股市波动带来的券商整体业绩下滑也会在一定程度上被纳入对高管业绩达标与否的考核之中。

三种不同渠道的掌门人,各有哪些优劣势?在另一券商资深人士尹紫琼(化名)看来,相对而言,内部提拔对于公司本身的理解会比较深入,但弊端可能难以突破此前发展的瓶颈,需要有较大的魄力;外部选拔一般可以实行大刀阔斧地改革,但弊端是短期内部的执行力可能不足,磨合时间长;股东委派有利于发挥股东优势,弊端是改革创新劲头可能不足。

田利辉则向记者进行了更为详细的分析:

首先,内部提升的掌门人往往更为熟悉业务和关系熟稔,可以直接开展工作,券商发展能够相对稳定。然而,内部提升的掌门人往往和既得利益者可能会拘泥于旧有格局和现有问题,开拓创新力度时常需要提升。

其次,外部选拔的掌门人可以带来外部资源,而且,不囿于既得利益而能够对于现有问题进行应

对和改造。然而,外部选拔的掌门人通常要有一个学习曲线,有时会受到内部势力或山头的打击和排挤,初始工作未必得力。

再者,股东委派的掌门人能够得到股东的大力支持,可以较为容易地踏平山头,整治派系,理顺公司工作。然而,股东委派的掌门人不能仅仅效力于控股股东,更要遵守监管规则和忠诚于公司利益。

下转B4

2022年券商董事长、总裁变动

时间	证券公司	姓名/职务
7月	红塔证券	沈春晖(代董事长)
	银河证券	陈亮(董事长)、王晟(总裁)
	英大证券	段光明(董事长)
	湘财证券	周乐峰(总裁)
6月	西部证券	徐朝晖(董事长)
	国联证券	葛小波(董事长)
	民生证券	景忠(代董事长)、熊雷鸣(代总裁)
	诚通证券(原新时代证券)	张威(董事长)
4月	中银证券	宁敏(董事长)
	光大证券	赵陵(董事长)
	华安证券	章宏韬(代总经理)
	中原证券	李昭欣(总裁)
3月	世纪证券	余维佳(董事长、总经理)
	东吴证券	薛臻(总裁)
	东方财富	鲁伟铭(总裁)
	长江证券	金才玖(董事长)
2月	银泰证券	刘强(董事长)
	国元证券	沈和付(总裁)
	上海证券	罗国华(总经理)
	招商证券	吴宗敏(总裁)
1月	中天国富	赵丽峰(总经理)
	财通证券	章启诚(董事长)

本报记者崔文静整理 数据来源:Wind、公开资料 截止日期:8月10日

千亿解禁冲击可控 科创板“逆市”反弹

本报记者 易妍君 广州报道

步入8月，随着内外部扰动因素的暴露，A股市场震荡，但市场结构性行情依旧突出。

科创50指数涨幅33.19%

科创板具备产业基础、估值优势、较高的业绩增速，诸多因素叠加，令科创板近期的表现有了明显的优势。

自8月以来，此前已“横盘”两月之久的科创板再度活跃。Wind数据显示，8月1日~8月10日，科创50指数上涨了6.18%，中证1000上涨1.33%；大盘价值指数、大盘成长指数、上证50指数则分别下跌了3.03%、0.70%和2.20%。

在大盘围绕3200点拉锯之时，科创板的反弹释放出怎样的信号？

创金合信基金权益投研总部执行总监、创金合信鑫祺混合基金经理黄弢向记者指出，近期科创板的表现可能更多基于指数所包含行业背景的驱动，这些行业包括高端制造、先进装备、创新医药等。从长期趋势来看，都是未来发展空间广阔的企业。“科创板从2019年创立到今年4月底跌破了成立时1000点基础点位，从估值的角度来讲，目前处在相对低位。除了行业自身的因素之外，科创板的业绩增速在所有宽基指数中是最快的。总体来说，科创板具备产业基础、估值优势、较高的业绩增速，诸多因素叠加，令科创板近期的表现有了明显的优势。”

最大风险在于“伪成长”

目前科创板中一些与创新药、半导体相关的公司，需要判断其“成长性”的真实性。

值得一提的是，今年7月22日，随着科创板运行满三年，也意味着科创板迎来了“大非”密集解禁期。

据中泰证券统计数据，剔除首发解禁，7月18日~7月24日当周，解禁规模达1958亿元（以2022年8月2日收盘价计），且主要以首发原股东限售股份和首发战略配售股份为主。

“解禁之后，主要股东及战略配售机构均可直接进入逐步减持的阶段。尤其是战略配售股份，往往由于其本身业绩考核的压力在股票解禁之后就会选择抛售，因此未来一段时间科创板的抛压预计将持续存在。”中泰证券研究所策略团队在研报中指出。

从板块来看，近期，科创板的整体表现明显更优。根据Wind数据，截至8月10日，上证指数、创业板指、沪深300指数在8月份分别下跌了0.71%、0.44%和1.45%；而科创板

代表指数科创50则上涨了6.18%。

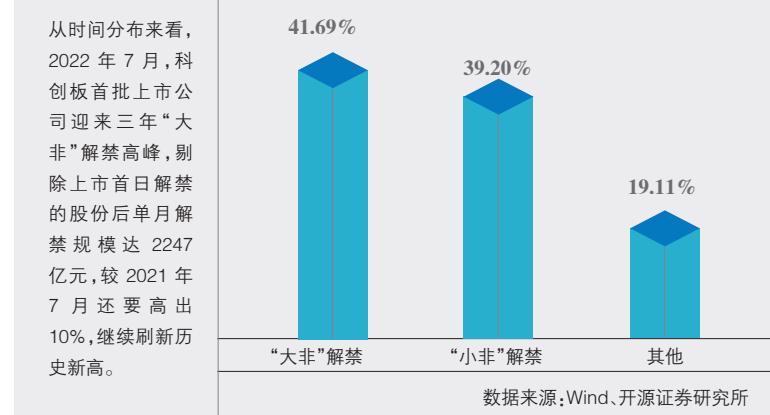
值得注意的是，今年7月科创板也迎来了“大非”（大规模的限售流通股）解禁潮。据开源证券统计数据，7月为科创板2022年解禁高

峰，单月解禁规模高达2247亿元；同时，8~12月的单月解禁规模均在千亿元左右。

从中长期角度来看，机构普遍

认为，科创板的配置价值正逐步显现。但也有受访人士向《中国经营报》记者指出，投资科创板时，仍需警惕“伪成长”股的风险。

2022年科创板首发解禁以“大小非”为主



点并不一致。

夏风光指出，科创50指数在将近三年的时间里走了一个轮回，估值已经显著降低，当前PE在40多倍，PB不足5倍，相比最高峰时已经打了4折。科创50成分股主要成分股分布在半导体、电子和医药生物等行业，这些均属于朝阳行业，其中行业龙头居多，研发投入高，具有长期想象空间，这也是市场看好科创板的原因。

但是，仅凭这些还不足以开启一轮牛市。夏风光分析，首先，当前指数的估值水平只能说是合理，谈

不上便宜，更重要的是当前盈利能力不足，比如科创50成分股与新能源板块相比，后者短期盈利增速快，看得见摸得着，同时也具有长期的想象空间。其次，半导体等自主可控概念，技术代际差异较大，类似于早年的新能源汽车行业，前路仍然漫长。第三，科创50成分股上市时间较短，年内仍面临较大的解禁压力。他进一步分析，因此，科创50虽属于朝阳行业，估值也相对合理，不排除在市场情绪驱动下出现一轮上涨，但长期牛市的开启，依然需要更多一些耐心。

不过，对于接下来科创板能否开启一轮类似当年的牛市，业内观

级市场最大的优势就是它的流动性，所以我认为解禁本身并不会构成对板块的压制性因素，关键还是看板块未来的长期成长性和成长空间，以及估值因素。”

另一方面，虽然存在扰动因素，但科创板存在的投资机会仍不容小觑。

对于科创板具体行业板块，马澄看好两大方向：一是今年业绩高增长叠加近期资金流入较多的芯片半导体等板块，未来成长空间大，当前估值低。二是有国产替代预期下的科技类公司，尤其是研发投入较高的企业。马澄强调，投资科创板也要防范一些风险因素，比如对于刚刚上市的科创板企业或是初创阶段的初创企业，需持谨慎

态度，因为后期具有不确定性。

王雷最关注的标的是半导体材料、半导体设备，这类公司“短期景气高、市值小，并且有催化剂，资金对这两个板块的风险偏好仍然较高。”他同时提醒，科创板需要防范的是业绩不兑现的风险，需要紧盯业绩。

黄弢认为，科创板最大的风险在于可能存在“伪成长”。比如目前科创板中一些与创新药、半导体相关的公司，需要判断其“成长性”的真实性。即使在纳斯达克，科技创新型赛道中，最后跑出来的只有少数几个巨头。即使行业赛道本身不错，但公司竞争力能否维持，企业能否发展壮大，还是要画一个问号。

上接 B3

中小券商变动更大

截至8月10日，在年内迎来新董事长或总裁的22家券商中，以中小券商居多，这与往年券商掌门人变动，中小券商多于头部券商的情况相一致。

陆明认为，大型券商掌门人相对稳定，中小券商则变动较大，这在一定程度上源于中小券商对掌门人的要求更高。

他具体解释道：一个领军人物在券商的转型期是至关重要的，但在平稳期重要性则会降低。大型券商基本已经处于业务平稳期，业务体系比较成熟，一般来说，只要把好风控观即可。而对于中小券商，尤其是小型券商来说，由于券商马太效应不断加剧，普遍面临较大的生存发展压力，对掌门人的个人能力要求极高，一名合格的中小券商掌门人不仅需要战略眼光、业务能力，而且能够协调好方方面面的关系，还要在把好风控关的同时抓好业绩。由于头部券商普遍具备更为成熟的业务体系，享有全方位资源优势，在严格风控的同时一般也能取得不错业绩。

王雷最关注的标的是半导体材料、半导体设备，这类公司“短期景气高、市值小，并且有催化剂，资金对这两个板块的风险偏好仍然较高。”他同时提醒，科创板需要防范的是业绩不兑现的风险，需要紧盯业绩。

黄弢认为，科创板最大的风险在于可能存在“伪成长”。比如目前科创板中一些与创新药、半导体相关的公司，需要判断其“成长性”的真实性。即使在纳斯达克，科技创新型赛道中，最后跑出来的只有少数几个巨头。即使行业赛道本身不错，但公司竞争力能否维持，企业能否发展壮大，还是要画一个问号。

陆明同时强调，业绩的不理想不能完全怪罪于公司领军人物。有时，股东方意见不一等种种掣肘因素使得一把手处处受限，无法大展身手，改革措施无法有效落实。此外，当新任高管就职后发现与招聘时承诺存在显著差异，也会使得一些人选择在短期内主动离职。

尹紫琼则将中小券商高管更换频繁归于三大原因：第一，中小券商业绩变动大，管理层考核与业绩关联性较大，因此，变动可能性也较大；第二，中小券商船小好调头，战略易于调整，会根据业务战略进行高管的引入与退出；第三，业绩考核之下，中小券商高管也有较大的业务冲动，存在一定的处罚风险，从而引发人员变动。

田利辉则认为，在市场震幅较大之时，往往中小券商的利润更容易下行。而且，中小券商的控股股东更易出现变更。同时，表现优异的中小券商高管可能会被头部券商挖走，从而获得更大空间或更高收入。由于更为频繁的控股权变更、更大的券商盈利变化和更可能的个人职业选择，所以中小券商的掌门人更换频繁。

绿色债券探索品种创新 新规助推存量市场再扩围

本报记者 杜丽娟 北京报道

作为绿色金融的重要组成部分，绿色债券市场规模的发展成为助力金融转型的重要推手。《中国绿色债券市场报告2021》（以下简称

《报告》）显示，截至2021年底，中国累计绿债发行量为1992亿美元（约1.3万亿元人民币），位居全球第二。

受此影响，气候债券倡议组织预计，全球绿色债券的年度发行量有望在2022年底突破1万亿美元大

关，而中国绿债将在其中扮演重要角色。

安永大中华区金融服务气候变化与可持续发展合伙人李菁在接受《中国经营报》记者采访时表示，当前中国绿色债券市场正处于上升

期，中资主体境外发行的绿色债券品种除了传统的气候债券和可持续发展债券外，也新增了可持续发展挂钩债券等创新品种，这增强了企业发债的积极性，同时也为我国绿色产业的发展提供了中长期的资金支持。

不久前，经央行和证监会同意，绿色债券标准委员会及相关机构正式发布《中国绿色债券原则》（以下简称《原则》），这被认为是中国绿色债券市场规范化的又一座“里程碑”。

事实上，自2016年我国开始建立绿色金融体系以来，贴标绿色债券市场的占比大小，就成为绿债市场备受关注的一个指标。数据显示，2021年我国在境内外市场发行的贴标绿色债券规模为1095亿美元（约7063亿元人民币），同比增长140%。

安永会计师事务所的调查显

示，目前我国绿色债券发行主体主要以国有企业为主。结合2021年的数据看，国有企业发行数量约占

总发行只数的97%，其中地方国企约占总发行只数的60%，央企占总发行只数的37%。

不仅如此，从发行规模看，国有企业募集资金规模约占总发行规模的97%，其中央企约占总发行规模的57%，地方国企约占总发行规模的40%。

李菁认为，无论是发行数量，还是募资规模，在“双碳”目标推动下，中资主体境外绿色债券的发行都较

之前有所提升。“更为重要的是，随着国内绿色债券品种的逐渐丰富，债券创新也在快速推进，其中比较受债券发行人关注的一个品种是可持续发展挂钩债券，这有望吸引更多发行人。”李菁预测。

所谓可持续发展挂钩债券，是指将债券条款与发行人可持续发展目标相挂钩的债务融资工具。“由于可持续发展挂钩债券可以运用于高碳行业的减排需求，因此对这些企

业来说，该品种既能实现融资需求，通过可持续挂钩的发展债券加以约束，也能支持高碳行业实现绿色转型。”李菁解释。

北京大岳咨询有限公司董事长金永祥告诉记者，“双碳”目标提出后，各地把推动经济绿色转型作为一项重要工作，这意味着，绿色金融的发展将形成常态化发展趋势，由此形成的产业机遇与资金缺口，也将推动绿色债券市场的高质量发展。

《报告》显示，《原则》的出台再次从监管层面促进绿债市场的规范运行，不仅对绿色债券的募集资金用途、项目评估与遴选、募集资金管理和存续期信息披露4项核心要素提出更为具体细致的要求，也明确了当前市场下的绿色债券品种具体包括：

普通绿色债券（蓝色债券和碳中和债）、碳收益绿色债券、绿色项目收益债券、绿色资产支持证券四大类。

中诚信国际研究院的报告指出，

《原则》的发布彰显了我国绿色债券支持项目目录（2021年版）》高质量发展的信心和行动，这标志着国内初步统一、与国际接轨的绿色债券标准正式建立，对落实国家绿色金融发展战略具有重要意义。

根据《原则》要求，其明确募集资金应100%用于绿色项目，这实现了与国际绿色债券标准接轨。据悉，根据当前各监管机构的要求，绿色非金融企业债务融资工具要求

100%用于绿色项目，绿色公司债券在交易所发布2021年版的发行上市规则后，多数绿色公司债券也已经实现100%用于绿色领域，而绿色企

业债券仅要求50%用于绿色领域。

中证鹏元研发部高级董事高慧珂对记者称，由于国内绿色债券市场标准的不统一，与普通债券相比，绿色债券在项目认证、募集资金使用及项目环境效益信息披露等方面的要求也比较严格。

资料显示，绿色债券发行人聘请第三方专业机构出具评估意见或认证报告，相关成本约为10万~20万元。此外，若存续期持续聘请第三方专业机构评估项目环境效益，则费用更高，这加大了绿色债券发

行及存续期的管理成本，也影响了发行人积极性。

基于此，《原则》建议发行人在发行前和存续期聘请独立的第三方评估认证机构对绿色债券进行发行前评估认证和跟踪评估认证，同时，鼓励第三方在评估认证结论中披露债券的绿色程度及评价方法。

李菁认为，发债企业通过加强第三方评估认证，并定期信息披露，如减排效益等环境信息，可以增强投资者的信心，同时也有利于提高绿色债券认购率。

基础建设再迎窗口期 银行资金多渠道介入

本报记者 张漫游 北京报道

为稳住经济大盘,今年以来,党中央、国务院出台了一系列政策措施,支持基础设施建设发展。

近日,住房和城乡建设部联合

国家发展和改革委员会印发实施《“十四五”全国城市基础设施建设规划》(以下简称“《规划》”),其中提出“创新资金投入方式和运行机制,推进基础设施各类资金整合和统筹使用”。

银行多渠道推进基础建设配套融资

“除了传统信贷、理财资金、基础设施REITs等方式外,银行支持基础设施建设项目融资的手段还需不断多元化,进一步丰富资金渠道,全面覆盖‘股、债、贷’。”

《规划》提出,鼓励各类金融机构在依法合规和风险可控的前提下,加大对城市基础设施建设项目的信贷支持力度。

为支持基础设施建设,金融机构持续加码。国家统计局数据显示,今年上半年,基础设施投资同比增长7.1%,增速比前5个月加快0.4个百分点。中国人民银行发布的2022年二季度金融机构贷款投向统计报告显示,2022年二季度末,本外币基础设施中长期贷款余额31.02万亿元,同比增长12.5%,比各项贷款高1.7个百分点。

“加大基础设施建设投资短期有助于巩固经济恢复态势,稳定宏观经济大盘,长期有助于增强我国经济发展韧性,推进高质量发展。”邮储银行研究员娄飞鹏告诉《中国经营报》记者,除了提供传统的金融服务外,当前开发性政策性金融工具推出,也有助于撬动金融机构为基础设施建设项目提供商业化金融支持。

目前,银行资金正在通过多种渠道支持基础设施建设。“一般来说,商业银行参与基础设施项目方式多样,可以直接或多家银行协同为项目提供长期限、低成本项目贷款;银行可以通过发行专项金融债券为基础设施项目贷款融资;由于基础设施项目产业链长,商业银行可以根据实际情况

新基建需要创新融资模式

新基建项目技术更迭快、应用场景广,其项目收益和资产的不确定性给银行传统业务模式带来挑战。

谈及接下来银行支持建设的重点方向,叶银丹认为,近年来,银行支持基础设施建设的方向主要跟随国家基础设施投资布局变化而变化,在满足传统基础设施建设项目建设需求的基础上,进一步加大了数字经济、绿色转型、新一代信息技术、新型城镇化、乡村振兴等领域相关基础设施建设的支持力度。

娄飞鹏亦表示,从经济发展现实需要和长远发展看,金融需要重点支持交通、能源、物流、农业农村等基础设施和新型基础设施。

2022年,《政府工作报告》再次强调“建设数字信息基础设施,推进5G规模化应用,促进产业数字化转型”,数字新基建支撑经济社会发展的战略性、基础性、先导性作用日益凸显。《规划》也特别提出,要“推动城市基础设施智能化建设与改造”。

高盛研究部预计2020~2025年新基建投资将达到15万亿元人民币(2.1万亿美元),年均复合增长率为9%。

万亿元的资金从哪儿来?今年二季度以来,专项债券发行节奏明显加快。5月23日,国务院常务会议要求今年专项债8月底前基本使用到位,支持范围扩大到新型基础设施等;5月25日,全国稳住经济大盘电视电话会议同样提到将专项债券支持领域扩大到新型基础设施、新能源项目。但这些还不够,银行机构亦在探索支持新基建的融资方式。

“尽管当前新基建投资在体量上还远远小于传统基建投资,但新基建建设不仅是未来我国经济社会现代化发展的基本需要,更是我国在日益激烈的国际竞争中保持领先的基础。因此,未来新基建相关领域投资的增量空间和

增速都较为可观,是银行支持基础设施建设的重要新领域。”叶银丹表示。

不过,记者在采访中了解到,新基建项目技术更迭快、应用场景广,其项目收益和资产的不确定性给银行传统业务模式带来挑战。

基于此,叶银丹认为,银行需要创新新基建融资服务机制,开发特色金融产品和服务。“银行可基于新基建项目全生命周期的现金流,提供一体化综合金融服务。包括为处于建设期和资产培育期的项目融资,给夹层融资、保险资产管理计划、投资基金等私募型金融工具提供更多的发挥空间;为成熟期的资产通过公开市场实现证券化,在政策支持下积极探索推进新基建信托投资基金试点等。”

某国有银行授信部人士坦言,新基建企业主要是以高技术背书,

从银行角度看,银行正在通过贷款、理财资金、基础设施REITs等方式支持基础建设。业内人士认为,银行支持基础设施项目方向受国内宏观经济环境变化与经济

发展战略方向影响,接下来国内将引导银行等金融机构加大水利、交通、能源、新基建等方向的基础设施、重大项目等重点领域信贷支持力度。

2021年末-2022年二季度本外币基础设施中长期贷款余额统计

2021年末

本外币基础设施中长期贷款余额
28.9万亿元

同比增幅
15.3%

2022年一季度

本外币基础设施中长期贷款余额
30.26万亿元

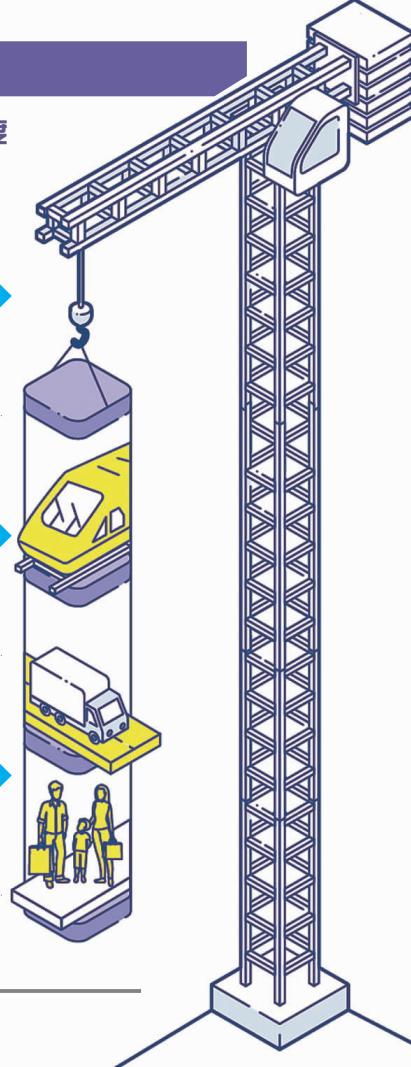
同比增幅
13.2%

2022年二季度

本外币基础设施中长期贷款余额
31.02万亿元

同比增幅
12.5%

数据来源:中国人民银行



周茂华谈道,商业银行根据自身实际情况,按照市场化、商业化原则积极参与基础设施项目,加快补齐基础设施短板,为经济平稳、高效运行提供保障,促进生产率提升,增强经济发展后劲。

“除了传统信贷、理财资金、基础设施REITs等方式外,银行支持基础设施建设项目融资的手段还需不断多元化,进一步丰富资

金渠道,全面覆盖‘股、债、贷’。”中国银行研究院研究员叶银丹告诉记者,针对基础设施项目往往需要长期资金支持的特点,可尝试推出“股权+债权”的投融资综合金融服务方案,结合项目资本金募集期、建设期、运营期的需求,依托投贷联动、联合投资等业务模式,为基础设施建设提供一体化综合金融服务。

存在收益不稳定、轻资产、抵押品缺乏等特点,目前银行贷款主要依靠抵押品提供保证。

“目前,新基建企业主要依靠创新知识产权质押、未来收益权质押、认股权证等抵质押模式。”叶银丹认为,银行需要构建新基建数据资产价值评估模型,探索新基建数据资产抵质押业务,优化授信审批流程,制定专项授信审批策略。

另外,叶银丹提醒道,银行机构还需要不断创新新基建融资风险管理机制。“银行需要加强政银企在新基建项目对接、信息等方面的数据和融资风险信息共享机制;要加快商业银行、保险公司、担保公司等金融机构之间开展深度合作,开发适合新基建特征的债券和股权融资产品,优化融资担保、风险补偿流程,探索建立多层次、市场化的融资风险分担机制。”

紧抓行业新“风口” 银行布局REITs“蓝海”

本报记者 王柯瑾 北京报道

近期,连续3单保障性租赁住房REITs项目落地,保障性租赁住房服务模式向市场化、专业化转型推进。

当前,“租购并举”已成为建设房地产长效机制的重要内容。在政策支持的背景下,业内预计,后续REITs产品发行节奏亦将加速。

面对新的“蓝海”,商业银行

保障性租赁住房REITs加速落地

7月以来,红土深圳安居REIT、中金厦门安居REIT、华夏北京保障房REIT三只保障性租赁住房REITs获批发行,获准募

集份额总额均为5亿份。

2021年是保障性和租赁住房的元年,“十四五”规划提出“扩大保障性和租赁住房供给”;2021年6月,国常会明确要加快发展保障性租赁住房,缓解新市民、青年人等群体的住房困难问题;2021年7月,国务院出台《关于加快发展保障性租赁住房的意见》。

2022年5月25日,国务院办公厅印发《关于进一步盘活存量资产扩大有效投资的意见》,提出推动基础设施领域不动产投资信托基金(REITs)健康发展。2022年5月27日,证监会与发改委联合发布《关于规范做好保障性租赁住房试点发行基础设施领域不动产投资信托基金(REITs)有关工作的通知》,推动保障性租赁住房REITs业务规范有序开展,助力盘活存量资产,拓宽保障性租赁住房建设的权益型资金来源,促进房地产市场平稳健康发展,保障性租赁住房REITs试点正式启动。

在光大银行金融市场部宏观研究员周茂华看来,保障性租赁住房公募REITs意义深远。“通过资产证券化,盘活租赁住房存量资产,促进社会投资良性循环,是我行积极探索住房租赁金融模式的新举措。”兴业银行资产托管部负责人表示。

银行多元支持保障性租赁住房

为深入贯彻党中央、国务院关于发展保障性租赁住房的决策部署,落实好《国务院办公厅关于加快发展保障性租赁住房的意见》(国办发〔2021〕22号)要求,进一步加强对保障性租赁住

房建设运营的金融支持,今年上半年,中国银保监会、住房和城乡建设部联合印发了《关于银行保险机构支持保障性租赁住房发展的指导意见》(以下简称“指导意见”)。

《指导意见》指出,鼓励银行业金融机构提供多样化金融服务。运用银团贷款加大对保障性租赁住房项目的融资支持。鼓励银行保险机构在依法合规、风险可控的前提下,参与基础设施领域不动产投资信托基金(REITs)。鼓励银行保险机构为用于保障性租赁住房项目的公司债券、非金融企业债务融资工具等债券融资提供发行便利,加大债券投资力度。

以兴业银行为例,该行与福建省住建厅在福州签署住房租赁工作全面战略协议,计划未来五年向福建省住房租赁市场各主体提供不少于1000亿元人民币意向性授信支持,在战略规划研究、住房平台建设、重点项目授信、金融创新研发等领域加强合作,探索住房租赁合作新模式。

根据上述协议,兴业银行将为住房租赁业务开通审批绿色通道,并结合福建城中村改造、城市老旧小区改造、人才安居工程等多元场景,全力支持住房租赁项目尤其是保障性租赁住房项目建设。

兴业银行相关负责人表示,该行将以此次战略合作作为新的起点,继续加大住房租赁金融探索创新,紧密围绕住房租赁生态链,推动构建覆盖政府住房保

积极布局。《中国经营报》记者注意到,“中金厦门安居保障性租赁住房封闭式基础设施证券投资基金”由兴业银行托管,并正式获中国证监会注册批复。

业内分析认为,商业银行托管保障性租赁住房REITs,是积极探索住房租赁金融新模式。此外,商业银行还可以投资人等多种方式参与支持保障性租赁住房REITs,推动房地产市场平稳健康发展。

“商行+投行”优势显现 银行谋长期收益

本报记者 杨井鑫 北京报道

伴随着市场对新能源、碳中和、数字经济、人工智能等新经济

据《中国经营报》记者了解,由

的追捧,商业银行通过“商行+投行”模式加速布局这些赛道,并在部分项目上斩获颇丰。

据《中国经营报》记者了解,由

于一些银行“商行+投行”模式转型走在行业前面,早期介入的部分项目已经进入收获期,为银行带来了丰厚的利润。相比传统银行业

务发展,目前不少银行对“商行+投行”业务的推进积极性非常高,而这也有利于银行摆脱当前市场竞争格局的窘境。

银子公司做股权融资后,再由银行跟进提供贷款、并购融资、定增募资、代发工资、国际结算等一揽子商行业务。”

“当银行锚定这类项目之后,银行与企业的合作关系会更紧密,会不遗余力地支持企业。”该人士称。

据了解,兴业银行、中信银行、浦发银行、平安银行、华夏银行等银行在银行战略发展上均涉及到了“商行+投行”转型,更多银行在介入相关融资项目时也在探索这类运作模式。

从当前转型效果上看,兴业银行将“商行+投行”模式作为该行的一项特色。兴业银行某高管在2021年业绩会上称,该行投行业务对商行业务的带动作用较明显。银行权益投资建立起了“募投管退”全流程机制,探索出以权益投资切入带动商行业务的联动模式,提升了“商行+投行”的服务能力。

兴业银行已投资项目56个,其中12家已上市,投资逐渐步入收获期。

上述兴业银行高管称,兴业银

行通过“股+债”方式支持晶科能源从美国纽约交易所分拆上市,通过股权直投,带动存款、贷款、票据、保函、代发工资等各项业务全面合作。在该公司实现创业板上市后,募集资金账户存款超百亿元存于兴业银行,兴业银行投资的市值当时浮盈接近10倍。

公开信息显示,上市公司晶科能源3月份股价在12元左右波动,而8月11日收盘价格已涨至18.61元/股。

下转 B6

障机构、企业运营主体以及租户等在内的一体化住房租赁综合金融服务体系,致力成为新居住领域的特色服务银行。

周茂华表示:“从近年来的实践看,银行积极参与租赁住房市场发展,通过为租赁企业提供长期稳定的低息贷款,发行租赁住房贷款的专项金融债券;同时,银行积极参与保障性租赁住房发展的指导意见。”

易居研究院智库中心研究总监严跃进表示:“未来银行应在相关业务领域进行转型,不断创新产品,除保障性租赁住房REITs项目资金监管外,也可以作为投资者参与保障性租赁住房发展。”

此外,周茂华也提示道:“REITs是风险资产,银行参与配售或投资REITs需要加强市场和政策研究,降低市场风险,更重要的是要关注底层资产风险防控,不同保障性租赁租房项目的风险存在差异,以及加强流动性管理等。”

对投资者而言,中信证券研究指出,更高的出租率、更为稳定的租金使得保障性租赁住房REITs具备一定的抗周期属性,因此可将其定位为不动产权类REITs中的“保障性”资产。当前,政策因素或是当前投资保障性租赁住房REITs的关注重点。

考虑到参与发行认购环节是投资者获取份额的重要途径、保障性租赁住房REITs上市后或存在溢价空间、二级市场或存在高溢价买入导致IRR降低的情况,建议积极参与保障性租赁住房REITs的发行认购,并重点关注未来以一线城市保障性租赁住房作为底层资产的保障性租赁住房REITs。

850亿银行可转债待入市 正股反弹提升投资吸引力

本报记者 王柯璇 北京报道

今年以来,有3只银行可转债发行上市。Wind数据显示,这3只银行可转债分别来自兴业银行、重庆银行和成都银行,3家银行合计发行总额为710亿元。

多家银行可转债在路上

银行转债转股之后,可以补充银行的核心一级资本,更好地满足监管要求,因此近年来银行转债促转股意愿较强。

日前,常熟银行公告表示,证监会已核准该行公开发行面值总额60亿元的可转债,期限6年。若顺利上市,这已是该行第二次发行可转债,2018年,该行发行30亿元可转债,于2019年5月赎回。

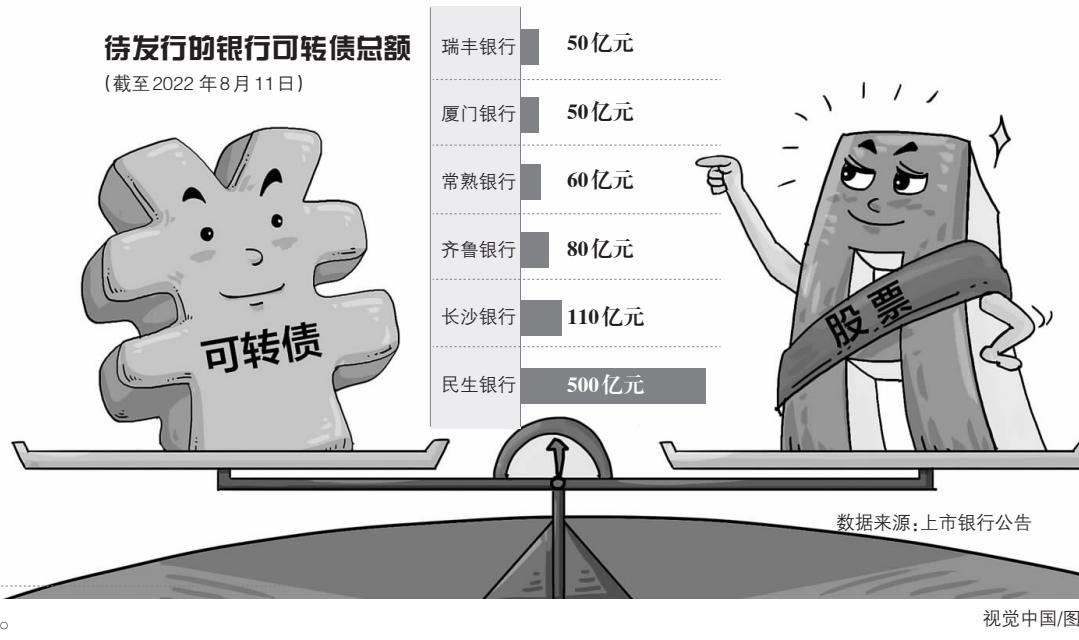
除常熟银行外,民生银行、长沙银行、厦门银行和瑞丰银行相继披露可转债发行预案且均已获股东大会审议通过,4家银行拟发行可转债规模分别为500亿元、110亿元、50亿元和50亿元。而齐鲁银行拟发行规模不超过80亿元的A股可转债已获证监会受理。

所谓可转债,是在一定期间内依据约定条件可转换成股票的公司债券。如果持有人看好发债公司股票增值潜力,在宽限期之后可行使转换权,按照预定转换价格将债券转换成为股票;如果债券持有人不想转换,则可以继续持有债券,直到偿还期满时收取本金和利息,或者在流通市场出售变现。

2003年,民生银行发行40亿元可转换公司债券,以改善负债结构、补充中长期资金,标志着银行可转债正式进入历史舞台。Wind

下半年,还有多家银行可转债“蓄势待发”。近日,常熟银行发布公告称,其规模60亿元的A股可转债发行已获证监会核准。此外,民生银行、长沙银行、厦门银行、瑞丰银行和齐鲁银行共计790亿元可转债正在推进中。

在业内人士看来,银行可转债是转债市场的重要组成部分,鉴于银行转债价格和正股估值均处低位,债底保护性强,未来下探空间有限,银行转债未来将是机构底仓配置的重要选择。具体到个体银行机构,还需要关注正股的股价表现和经营业绩表现。



视觉中国/图

板块估值修复提振投资者转股热情

相较于其他转债,银行转债价格和正股估值水平均处低位,债底保护性强,转债价格下跌空间有限。

当前银行板块估值已处于历史低位,2022年在“宽货币+宽信用”将缓解银行负债端成本压力、下半年经济企稳复苏将改善银行盈利和不良率的预期,银行板块估值和行业景气度有望出现触底反弹。

周茂华告诉《中国经营报》记者:“可转债表现受正股影响,由于银行板块估值低洼,随着宏观经济持续回暖,银行盈利与资产质量前景改善,有利银行板块估值修复,有助于提振可转债吸引力。进一步,如果正股表现趋势向上,也有助于提振投资者转股热情。”

东方金诚在研报中表示,相较于其他转债,银行转债价格和正股估值水平均处低位,债底保护性强,转债价格下跌空间有限。截至2021年末,除杭银转债、张行转债外,其他银行转债价格处于105~

120元区间,明显低于转债市场价格中枢。正股估值方面,除杭银转债、南银转债以外,绝大部分银行转债正股估值(PE或PB)处于历史分位数10%以下。与之相对,大部分银行转债纯债价值在100元以上,明显高于其他行业,浦发转债、上银转债、中信转债到期收益率接近其债券收益率,表现出很强的债底保护性。

鉴于银行转债价格和正股估值均处低位,债底保护性强,未来下探空间有限,东方金诚研究认为,银行转债未来将是机构底仓配置的重要选择,同时2022年正股反弹机会及发行人强烈促销股意愿也使部分银行转债存在博取正股收益的机会。

2022年以来,银行业实现稳步发展。银保监会数据显示,2022年

一季度,商业银行实现净利润6594亿元,同比增长7.36%;贷款余额平稳增长,净息差小幅波动,整体发展稳中向好。目前,从部分银行披露的二季度业绩快报看,上市银行有望迎来“中报”行情。

对于投资者而言,怎么投资银行可转债?天风证券研报指出,和其他行业可转债一样,银行可转债也有多样化投资策略。以两个最主要的战略为例:一是,事件驱动之博弈业绩。有资本压力的银行往往更倾向于提高业绩增速改善报表。而业绩的释放和股价的上升可以形成相互的催化效果,当正股价上涨的时候,银行可转债的转股概率上升,转债价格往往也有较好表现。二是,事件驱动之博弈主动下修。转股价下修的动作和幅度往往反映出公司真实的转股意愿。主动下修后往往

表示:“近期银行发行可转债热情高涨,一方面是在经济下行期银行需要补充流动性和核心资本以提高经营稳健性与抗风险能力的需要上升,另一方面是可转债的灵活性与较低的融资成本,让其更适合股权相对分散而以运营为核心的银行作为融资工具使用。”

此外,在周茂华看来,在目前市场利率维持低位、流动性保持合理充裕,且权益市场趋势回暖等因素之下,对于部分银行发行可转债补充资本环境较好,有助于降低整体融资成本。

在可转债发行过程中,银行也需要注意一些问题。周茂华表示:“可转债计入核心一级资本需要有一个转股期,并满足相应触发条款完成转股后,才能计入核心一级资本,从以往一些案例看,耗时较长;而优先股与二级资本债发行成功后,即可计入资本金等,因此银行仍需要扩宽补充资本金渠道;可转债发行相对于定增存在财务盈利方面硬性要求;另外,银行需要深入研究宏观经济、政策与市场供求趋势,提高可转债发行成功率。”

会创造较好的投资机会,实现超额收益。少数基本面优秀的标的还会实现更高的涨幅。

对于投资者而言,还需注意相关投资风险。柏文喜认为:“银行可转债的投资价值在于较低的投资风险与转股可能性所蕴含的较高收益特征组合所体现的投资价值,投资者应格外注意未来可能无法转股以及股价下跌的可能性所带来的潜在风险。”

王一峰认为:“投资者选择银行可转债,还是要看正股的股价表现和经营业绩的表现。”

华安证券研究亦认为,回顾历史行情,除博弈条款溢价与市场预期外,银行可转债收益更多来自正股价格的上涨。所以银行转债择券重点关注盈利能力与盈利预期水平。

等银行也在不断探索“商行+投行”的发展模式,尤其是在科创型企业融资上的应用较多。

“由于企业成长到上市的时间会比较长,银行投商联动运作的周期也较信贷业务更长。但是,一旦进入了收获期,项目收益对于银行的利润贡献也会非常大。”上述股份行人士表示。

上接 B5

中信银行在为客户提供综合融资方面也力推“商行+投行”的联动模式。在背靠中信集团全牌照金融集团的背景下,该行目前形成了“商行+投行、表内+表外、本币+外币、境内+境外、本行+子公司”五位一体的融资体系。

同样,平安银行、华夏银行

提升盈利

“银行‘商行+投行’的业务有一定的适用范围,通常聚焦在新能源、碳中和、高新技术等一些新经济产业。这些产业中的企业成长性更高,政策也鼓励企业上市做大做强,项目成功的可能性更高。”一家券商分析师认为。

该券商分析师表示,银行在与券商、私募等机构合作中,权益投资不是银行的目的,而是作为一种风险补偿手段。“多数科创企业在融资时缺少抵押等硬资产,银行的跟贷是用投行的思维做债权业务,风险和收益是不匹配的,这需要通过其他的方式补偿。”

记者了解到,目前银行通过“商行+投行”模式参与企业综合融资有多种方式:一种是投贷联动的方式,以财务顾问为主要身份参与跟贷,筛选优质信贷客户将其推荐给私募或风投机构,银行在其中仅起到牵线搭桥作用,不直接承担资产风险,这种方式银行看中的是企业的沉淀资金,以及托管费用等基础收益。

另一种则是认股权贷款模式,使得银行在助力企业上市的过程中,能通过合作机构代持的方式获取股权溢价。当被投资的企业通过上市或者并购、股权转让等方式实现股权

的价值增值时,代理私募或风投机构可以代表银行抛售或者转让所持有的认股权份额,再将获得的收益分配给银行。同时,银行也能够通过非银子公司或合作基金对企业进行股权投资直投。

“股权投资的风险要比债权的风险大很多,这也意味着银行需要对风险有很强的把控能力。”上述券商分析师认为,目前银行总体的权益投资规模并不大,“一家企业上市周期可能会长达5~8年,甚至还有不能顺利上市的可能,权益类投资的退出就会成问题。”

但是,他也表示:“在客户需求多样化的背景下,市场直接融资的占比会逐步提升,商投联动将是银行业务发展的一个趋势。从如今的效果看,这种模式带动银行非息收入的作用很强,并有助于银行增强市场竞争。”

“目前银行的息差收窄,信贷规模的扩张则受到种种条件制约。股份行和中小银行加强了与券商、私募等机构的合作,是有利于提升盈利能力的。然而,银行的资产安全是底线,也不能过度地介入到权益类投资中,这既不是银行擅长的业务,风险也并不评估。”一家国有大行对公负责人称。

聚焦特色产业 探索“三富合一”新模式

沪农商村镇银行助力乡村振兴发展

十年,上海农商银行发起设立的35家沪农商村镇银行从无到有,从小到大,从弱到强,走出了一条下沉基层践行普惠之路,一条与地方经济同频共振之路,一条与全国乡村振兴的相伴之路。

十年来,沪农商村镇银行在渠道、产品、服务上精耕细作,率先构建“县-乡-村”三级服务网络,打造村级三农综合服务平台。通过金融扶持当地特色产业,壮大农业龙头企业,贴合县域市场需求,积极推动理念变革、机制优化、流程再造和产品创新。在乡村产业兴旺、生态宜居、治理有效、生活富裕方面精准发力,努力探索构建产品“富民”、模式“富村”、生态“富乡”的“三富合一”新模式,走出了一条差异化、特色化的金融服务乡村振兴道路。

产品“富民” 瞄准服务乡村振兴切入点

近年来,35家沪农商村镇银行积极融入地方经济,充分挖掘地方资源,结合特色产业特征,因地制宜开发出适用于各类产业的专属产品,深受农户喜爱。

老吴是“甜石榴之乡”——云

南蒙自一位土生土长的农民。2020年以来,一方面受自然环境影响,天气干旱使得农作物用水量增加,种植成本提高,另一方面原本化肥、农药等赊账品都改为了现款现货,这让老吴有点“兜不住”了。“多年的积蓄都投了进去,石榴树已经慢慢长起来,眼瞅着就要结果,可手里没钱了。”老吴回忆起当时的处境,“困难之际,蒙自沪农商村镇银行的支持有如‘及时雨’,真是帮了我大忙!”通过信贷支持解决融资难题,促进创业并带动就业。

蒙自沪农商村镇银行积极向上游探索,通过主发起行上海农商银行牵头搭桥,串起了石榴产销一条龙,形成“金融+企业+合作社+农户”的供应链金融服务模式。得益于此,老吴不仅还清了货款,还增收了不少,下一步准备扩大种植面积。

除了石榴产业外,35家沪农商村镇银行还将信贷资源向鲜花、茶叶、生猪等特色产业倾斜,截至2022年6月末,已累计投放涉农贷款近200亿元。

2019年下半年,全国皮毛市场较为低迷,价格持续下滑,恰逢临

近狐狸繁育期,需支付大量饲料费用,养殖户流动资金紧张,同时,由于难以提供授信必备材料,阳谷县狐狸养殖业的领头人王广策多次贷款申请没有获批。但王广策不想轻易放弃,抱着试试看的心态他找到了阳谷沪农商村镇银行。

了解情况后,阳谷沪农商村镇银行充分发挥“人缘、地缘”优势,组织专题会议,研究行业状况,迅速制定针对狐狸养殖行业的批量化授信方案,建立客户经理定点、定员、定责服务包责任制,通过逐户上门走访的方式对狐狸养殖户开展覆盖式服务,对有信贷需求的养殖户现场办理授信签约;对暂无需求的进行信息采集,方便客户有融资需求时随用随贷。同时,建立定期回访制度,及时掌握养殖户融资需求变化情况,实时跟进授信、增信服务,并对授信到期客户提前一个月办理贷款手续,实现信贷资金的无缝衔接,全面满足狐狸养殖户生产经营需求。

在服务机制的保障下,阳谷沪农商村镇银行先后向辖内狐狸养殖户发放贷款40余笔、金额600余万元,及时解决了养殖户的资金需求,帮助大家顺利渡过困难期。

模式“富村” 找准服务乡村振兴关键点

十年间,沪农商村镇银行努力蜕变,由原来“坐在行里等客户”转变为“主动上门找需求”,原来的“抵押贷”“保证贷”相继由“信用贷”替代,致力在网点周边打造“诚信村”,精准解决农户融资难、融资贵问题,聚资、聚力、聚智赋能乡村振兴。

湖南乡枫木桥镇的农户贺强以养殖蛋鸡为主。2022年因为亲戚突然撤资,自己一人买下亲戚的股份。不过,养鸡的投入可不小,投放鸡苗及饲料、围网、鸡舍样样都需要钱,资金缺口愁坏了老贺。

“以前,我没从银行借过钱,也不知道怎么借。没想到,‘诚信村’挂牌后,银行主动找上门来。”贺强有些意想不到,宁乡沪农商村镇银行得知自己的资金需求后,马上就进行了实地走访。“只用了3天时间,就给我放了15万元贷款。现在市场对鸡蛋的需求越来越旺,销路不愁,我们干劲十足!”

对此,宁乡市枫木桥村干部感慨道:“有了沪农商村镇银行推出的整村授信,随借随还,真的是太

方便了。”

截至2022年6月末,沪农商村镇银行的“整村授信”工作已在湖南、山东、云南等地的700余个行政村开展,累计授信村居客户近1.1万户,累计授信金额近20亿元,累计提款客户近8000户,在贷余额近14.4亿元,尽最大努力促进乡村创造更多的经济价值。

生态“富乡” 选准服务乡村振兴落脚点

富民、富村的同时,沪农商村镇银行坚持生态“富乡”,将绿色发展信念与金融资源深度融合,积极引导资金投放到河道整治、水电、林业、种业等绿色行业,大力发展农村绿色金融,提升普惠金融的便捷性和满意度,提高农村生活水平,打造金融服务乡村振兴新业态。

过去,湖南桂阳双流河因生活污水、生活垃圾等直接排放而导致又黑又臭,污染着周边的土壤。为了扭转这一局面,2017年,地方政府部门牵头开展双流河黑臭水体及河道整治项目,致力改善当地生态环境。桂阳沪农商村镇银行主动对接承包人,制定专项方案,三天内完成

信用贷款发放。同时,村行还积极向下游分包商延伸,累计投放600余万元,全力加速推动河道整治步伐。如今,“黑臭”的双流河变成清澈溪流,桂阳县先后荣获了全国休闲农业和乡村旅游示范县称号。

云南建水地方政府部门以改善民生为根本,开展拆除重建、旧房提升等改造项目。建水沪农商村镇银行积极响应,与地方政府部门合作,主动提供金融支持,通过信贷投放,缓解农户的资金压力,帮助建盖新房,打造舒适的居住环境,为基础社会社区治理贡献了力量。在这个项目中,建水沪农商村镇银行累计投放信用贷款近3000万元,惠及200多户农家,参与改造的村落成为了建水的“网红村”,吸引周边乡镇考察团到访、学习经验,很好地发挥了示范样板村效应。

截至2022年6月末,全辖35家村镇银行已累计投放农村绿色贷款1.2亿余元,累计投放农村基础设施改造贷款近1亿元。

全面推进乡村振兴的号角已经吹响,沪农商村镇银行将用更多的“新元素”让乡村振兴更有活力,朝着共同富裕的目标稳步前行。 广告

政务数据助力风控 线上信用贷“质变”

本报记者 郭建杭 北京报道

在全国各地大力发展新基建背景下,建设新型智慧城市已成为不少城市的发展契机,加速推进了地方政府数据的整合汇聚和开发利用。这种契机对于区域银行的影响显而易见,从个人到企业的线上信用贷款产品都开始从“量变”上升到“质变”。

《中国经营报》记者注意到,多家省

获取数据资源

新基建的提速,也为农商行将政务数据应用到线上信用贷款业务中打下了基础。

据了解,农商行目前的数据来源主要是省联社数据、政务数据、存量客户数据以及第三方机构的商业数据,不同来源的数据对于线上信用贷款所起的作用不同。其中,省联社数据、政务数据以及存量客户的数据对于信用贷款更有意义的价值。

农商行从业者在受访中表示,区域银行所需要的风控数据一定是对本区域内人口的多角度、多方位的数据。一家中部地区农商行内部人士告诉记者,早在两年前,其所在省份的省联社就牵头区域内的农商行共同开发涉及小微企业的各类政务数据的系统接口。在此背景之下,这些政务数据对该农商行近两年小微贷业务有非常大的促进作用。

高辉告诉记者,政务数据对于区域银行纯信用贷款的提质增效作用显著,头部农商行主要分布在一二线城市,可

以使用的诸如物流、消费等外部的商业数据比较多。但对于区域农商行而言,由于其客群都在二三线甚至更基层的地区,想要使用外部数据对用户画像并进行逻辑分析,效果相对更有局限性。

2021年5月,住建部、工信部公布了智慧城市基础设施与智能网联汽车协同发展(以下简称“双智”)协同发展第一批试点城市名单,北京、上海、广州、武汉、长沙、无锡6个城市入选。同年12月,两部门又确定了重庆、深圳、厦门、南京、济南、成都、合肥、沧州、芜湖、淄博为“双智”协同发展第二批试点城市。“双智”试点城市范围进一步扩大,为智慧城市高质量发展提供了新动能。

新基建的提速,也为农商行将政务数据应用到线上信用贷款业务中打下了基础。

高辉表示,药都农商行全程参与亳州市政府的政务数据整合工作,对于基

对农商行而言,发力线上信用贷款产品是大势所趋。但是,如何顺应趋势并结合自身特点走好下一步,是摆在农商行面前的一个普遍问题。

记者了解到,安徽省亳州药都农村商业银行(以下简称“药都农商行”)在应用政务数据方面持续探索,2015年就参与了亳州市政务数据的整合,这也在各省农信机构的交流中受到业内

的关注。

药都农商行普惠金融部和大数据应用部总经理高辉对记者表示,“药都农商行在政务数据使用方面具有先发优势,前期参与了数据的整合,对底层数据熟悉;此外,在后期的风控模型设计中也是由农商行来主导整体架构,这是在线上信用贷款产品落地后运行顺畅的主要原因。”



一家中部地区农商行内部人士告诉记者,早在两年前,其所在省份的省联社就牵头区域内的农商行共同开发涉及小微企业各类政务数据的系统接口。在此背景之下,这些政务数据对于该农商行近两年小微贷业务有非常大的促进作用。

新华社/图

础政务数据的结构、频次,每一个数据分类都有清晰的概念,这为后期的银行在政务数据使用上打下了坚实的基础。

高辉认为,得益于前期对数据整合的全程参与,对整体的数据结构清晰,所后在使用政务数据进行线上风控时,可以随时定位调整数据偏差出现的环节和偏差的具体原因。对方进一步解释,“在熟悉数据结构情况下,当验

证结果出现偏差时,我们只要调整模型就可以了。”

对于农商行而言,应用政务数据进行风控是否会加重农商行的支出?事实上,相对头部农商行在金融科技方面的投入每年以千万计,政务数据的成本要小的多。高辉告诉记者,应用政务数据打造风控系统的成本并不高,法人银行完全可以负担这一成本。

兼顾线上线下结合

在信用贷款业务上,可通过大数据获客和建立风控模型,在短期内提升业务效率和规范性,但同时也不能“丢掉”线下的地缘优势。

高辉介绍表示,经过两年的实际运营,对公信用贷款产品运营系统已经较为成熟,其中84%为首贷户,不良率控制在0.5%左右。在线上贷款业务中,出现风险提示的部分,需要由人工介入调查进行简单的核实等。据了解,药都农商行目前可应用到大数据产品的信贷业务,在整个信贷规模中的占比达到80%以上,在普惠口径下占比更高。

高辉指出,银行此前的经营理念也会直接影响农商行应用大数据线上风控。“线上信用贷款的有效落地,一方面是因为政务数据发挥了较大的作用,另一方面是由于农商行此前积累了大量的存量的小微客户数据以及对小微客户的服务经验等。两者叠加发挥的

效能才是线上信用贷款能有效运行的关键。”

记者了解到,此前因大客户的投入产出比更高,因此部分农商行更关注大客户业务。在大客户聚集度偏高的情况下,这些农商行的存量客户数量少。相比之下,专注小微客户的农商行所积累的客户数量更多。在此背景下,这两类银行在发展线上信用贷款时,其所积累的经验也不相同。

高辉认为,外包科技公司可以提供技术开发,但如何结合业务需求和模型的指标并不是外包公司可以替代的。农商行在搭建线上大数据风控模型时,也应以银行的核心业务人员为主导。

对于如何解决线上贷款普遍面临的借款人身份欺诈问题,高辉认为,“农

商行的手机银行是客户本人持身份证件原件到银行柜台亲自开立,将信用贷款产品从银行的手机银行渠道端接入,可以从源头上做到防欺诈。”

在获取到政务数据之后,如何搭建风控模型,将数据应用到信用贷款产品的是另外一个难题。

高辉告诉记者,目前企业信用贷款面向中小微企业和个体工商户、新型农业经营主体,对客户做了细分,划分了128个行业。根据不同的行业对数据的权重体现不同,比如,生产类行业较商贸类行业对电费数据的权重体现更高,重金属生产加工和轻型生产行业的电费数据的权重体现也并不相同。

此前,有农信人士认为,农商行的数字化转型之路,需兼顾短期目标,也

要统筹风险和可持续发展的长期目标。在信用贷款业务上,可通过大数据获客和建立风控模型,在短期内提升业务效率和规范性,但同时也不能“丢掉”线下的地缘优势。

对此,高辉也有同样观点。他认为,农商行在过去几年通过应用数据提升了获客能力,也会通过数据分析将客户的风险点提示给客户经理,客户经理基本上不需要做线下调查就可以把信息掌握清楚,但这可能会对客户经理的技能弱化带来影响。对于药都农商行而言,下一步会继续加强客户经理对营销和技能的培养,线上和线下的结合更加紧密起来。如走村入户、开展网格化营销,金融助理派驻乡村,开展整村授信等一系列的线下支撑。

绿色信贷余额增长 农商行构建细分领域“护城河”

本报记者 蒋牧云 张荣旺 上海 北京报道

“双碳”目标之下,绿色金融的相关政策正持续加码,绿色信贷的规模也在不断增长。中国人民银行发布的最新

创新服务模式及产品

数据显示,多地农商行绿色信贷的贷款余额均在快速增长。比如,江西省截至2022年6月末,全省农商银行绿色信贷余额达143.65亿元,较年初增长18亿元,增幅14.33%。具体至单个机构,上海农商银行相关负责人向记者介绍,截至2021年12月末,全行绿色贷款余额较2020年末增长161%。深圳农商银行相关负责人则表示,截至2022年6月末,该行绿色贷款较年初增长超27亿元,增幅达61%。

在采访中,有业内人士告诉记者,传统金融机构虽是进入绿色金融较早的机构,但是由于绿色信贷仍在起步阶段,从服务的多元化、业务员的专业能力等多角度来说仍然有很多可以提升的地方。

在平安证券此前发布的《绿色金融系列:政策红利加速释放,绿色信贷发展正当时》中就提到,目前国内绿色信贷在部分领域的创新仍有待加强,主要

体现在三方面:首先,过去绿色信贷更多呈现点状投放,针对产业链的服务能力仍显不足;其次,对绿色经济的融资服务体系更多集中在传统信贷产品上,未来应发挥综合服务优势,针对不同行业特点提供多元金融服务,如发展绿色租赁等;最后,零售的绿色信贷产品仍处在起步阶段,未来应完善产品体系。

目前,部分农商行通过探索与实践正在多元化服务、全产业链赋能等方面有了一定成果。

深圳农商银行相关负责人告诉记者,该行针对不同客户的环境、社会和治理风险类别,实行差异化信贷政策,通过专项绿色信贷额度、专门绿色信贷审批通道及用好用足各类绿色支持政策等措施,为企业的绿色融资和绿色转型提供支持。

此外,在绿色信贷产品方面,依托大湾区区位优势,深圳农商银行从自身

资源禀赋出发不断创新,陆续推出“绿色贸易融资保理”“知识产权质押贷”“绿色项目集合融资”“碳减排贷”和“光伏贷”等绿色专项产品。

另外,上述上海农商银行相关负责人则向记者表示,该行正通过授信投向政策引导、绿色审批通道设置和专项考核激励措施匹配,协同推动绿色业务发展,目前已初步形成了“全产业链、全生命周期、全产品服务”的“三全”绿色金融服务模式。

其中,全产业链指覆盖相关绿色产业上下游的全方位金融服务支持;全生命周期理念则是突破传统信贷模式的局限,对初创期的绿色企业给予充分支持;全产品服务则是为企业提供包括流动资金贷款、银票贴现、国内信用证、出口订单融资以及福费廷、租赁融资等多维度、全方位的金融产品服务。

记者了解到,在具体服务过程中,

色金融发展战略,正持续在服务模式以及产品中探索与创新。针对农商行与其他银行机构的定位差异,也有业内人士建议,农商行可在特定的细分领域,比如农村金融中倾斜资源,建立相对优势。

绿色信贷的授信模式、融资模式均有所创新。上述负责人举例道,比如某科技公司,是一家绿色循环包装品研发、生产和运营的环保科技企业。由于处在初创期,又是新兴行业,企业暂时没有盈利,也没有过往业绩可以参考,按照传统标准,很难有机会获得银行信贷支持。为了给中小微企业打开初创期生存空间,上海农商银行设计了“浦江之光”+“投贷联动”的授信模式,通过该模式为尚未实现盈利的科技型、符合国家战略导向的企业提供配套支持,以股权投资的视角来评判公司的信用度和成长性,为企业提供附加认购期权的授信产品。在这一创新机制下,上海农商银行在为该科技公司提供1000万元“浦江之光”专项产品的基础上,还为该企业投放300万元信用贷款+认股期权协议,有力地支持了企业在初创阶段的发展需求,缓解了轻资产科技型企业的融资难题。

金融的投入?未来又有怎样的规划?对此,上海农商银行相关负责人表示,该行在2021年就确定了“打造长三角最具绿色发展底色的银行”的战略目标,制定了《上海农商银行2021—2025年绿色金融发展战略》。从自身的绿色践行

汽车金融公司上演“渠道商抢夺战”

本报记者 刘颖 张荣旺 北京报道

入局者增多叠加二手车市场表现不佳,汽车金融公司对于渠道商的争夺战愈演愈烈。

近期,据多位市场人士透露,二手车整体销量及二手车金融渗透率出现下滑。一位业内人士告诉《中国经营报》记者,今年以来,二手车销量以及金融渗透率明显下降,仅广东一地的二手车金融渗透率就从年初的近50%下降至25%。

与此同时,汽车金融公司持续深耕二手车金融业务。上述业内人士称,相较于此前汽车金融公司在新车金融市场的强势表现,在二手车金融领域,掌握车源的区域性渠道商(SP公司)掌握了更强的话语权。“二手车行业内全国性的大型二手车经销商并不多,在如今优质资产匮乏的情况下,资金大量进入二手车金融市场,掌握大量二手车下游入口的渠道商有着很强的溢价能力,汽车金融公司只能通过给出更高的返点争抢二手车渠道商。”

强化渠道管理

据了解,国内近七成的二手车资源集中于个人车商手中,每家个人车商可能只持有几辆二手车资源。二手车资源分布分散,汽车金融公司很难直接与二手车商建立直接的合作,这就为汽车金融公司开展二手车金融业务带来了困难。

在二手车金融市场上,汽车金融公司的一个常见做法是通过二手车渠道商拓展获客渠道,这些二手车渠道商手里掌握着大量的二手车资源。

不过,拥有了二手车下游入口并不意味着其二手车金融业务可以一劳永逸。在上述业内人士看来,不同于房贷或者现金贷,汽车金融公司做二手车金融的主要难点在于完全依赖二手车渠道商,无法掌握交易场景,因此很难保证车源、客源、交易的真实性。

举例来看,一些二手车金融业务,从材料上看是一笔普通的消费贷款,但实际却很可能是贷款人用自有用车进行自融,这种业务的风险远大于消费贷款。

记者检索裁判文书网发现,借款人向金融机构骗取二手车贷款的案例普遍存在,比如借款人通过伪造贷款资料申请到贷款后,车辆未及时办理抵押手续,导致金融机构贷后管理存在难度。

因此,上述业内人士表示,增强渠道管理能力是汽车金融公司做好二手车金融业务的关键。控制渠道商返佣的合理值;做好大资产控制;设立熔断条件,如出现风险及时发现并给予预警,风险值积累到一定程度就与该渠道商解除合作等。

保证经营合规性

据了解,汽车金融公司布局二手车金融业务通常是以通过区域性渠道商(SP公司)触达二手车商进行展业,给到渠道商或二手车商底价+车商的利润就成为最终的终端价格。

据一位知情人士透露,当前汽车金融公司在二手车金融领域的市场占比并不高。

“汽车金融公司本身资金成本及运营成本较高,可以给到车商的返点低于市场平均水平。因此,有些汽车金融公司为了保证车源、维护和车商的关系,在产品设计上允许二手车商以高于市场价格的费用收取二手车附加品费用(GPS、保险等),如仅500元的GPS收取客户几千元不等的费用。虽然由此二手车商可以实现超额利润,但是这种不合规的模式并不可持续。”

事实上,汽车金融公司在2014年前后涉足二手车金融领域时,就曾有几家公司出于风险或合规等问题相继暂停了相关业务。此外,还有汽车金融公司因为附加品贷款产品的合规问题被要求整改,最终停止了二手车金融贷款业务。因此,在上述知情人士看来,未来汽车金融公司只有保证合规性这一前提,才有可能在二手车金融领域做大做强。

近日,商务部等17部门印发《关于搞活汽车流通 扩大汽车消费若干措施的通知》(以下简称“《通知》”),其中包括取消对开展二手车经销的不合理限制,明确住所和经营场所在二手车交易市场以外的企业也可以开展二手车销售业务;明确汽车销售企业可以将购进并用于销售的二手车按照“库存商品”科目进行会计核算,便于企业通过银行等多种渠道进行融资,降低融资成本等。

中国汽车流通协会专家王萌表示,我国大部分二手车交易是以个人对个人或经纪名义开展经销业务,不仅造成税收流失,形成不公平竞争,而且导致经销企业品牌化、规模化发展滞后。《通知》政策措施支持力度大、针对性强、覆盖面广,解决二手车行业发展面临的难点、痛点、堵点问题。

中国汽车流通协会副秘书长郎学红也表示,中国二手车市场经营主体“小、散、弱”仍然是目前的一个主要形态。一系列措施的实施基本扫除了二手车经销企业发展面临的注册、税收、开票、融资等一系列问题,可以说是国家为推动二手车行业规模化、规范化、品牌化发展,有利于新车经销商开展二手车业务。

资源可倾向至小微和乡村

记者注意到,近期各地监管正在出台相关政策,持续引导机构发展绿色金融。

2022年6月,中国银保监会发布了《银行业保险业绿色金融指引》,以引导银行业保险业发展绿色金融,有序推进碳达峰、碳中和工作。具体到地区,也

有多地监管部门均表示将增加资源的投入。近日,台州银保监分局统信科科长童渊向媒体表示,“要撬动更多金融资源向绿色低碳循环经济倾斜,将绿色资源转化为台州低碳发展的实效。”各农商行是否也将持续提高绿色

下转 B8

化解隐性债务再提速 城投提前兑付释风险

本报记者 石健 北京报道

随着地方政府化解隐性债务工作持续推进,各层级城投公司也在通过一系列“组合拳”释放债务风险。

中诚信国际研究院数据显示,截至2022年6月末,全国城投债本

利于化解隐债

融资方选择提前结束成本较高的投城投债的信托项目,转而由券商来接手,这样就实现了低成本置换高成本。

从区域分布看,江苏、湖南提前兑付规模居前两位,均超过100亿元。从主体级别看,提前兑付主体仍以AA级为主,占比60.08%。从行政级别看,区县级城投提前兑付的规模占比最大,为56.2%,同比增加4个百分点。对此,中诚信国际认为,从后续情况看,随着各地“5年至10年化债计划”不断推进,特别是部分地区开启全域无隐性债务试点工作后,地方政府或加快置换存量隐性债务,部分资金投向城投公司回款、提前偿还城投债的可能性将持续存在。

采访中,一位城投公司从事发债业务的负责人告诉本报记者,发债主体提前兑付主要有四种可能,第一种可能是募投项目存在变化,发债主体可能不需要这笔发债资金,所以提前结束发债业务。

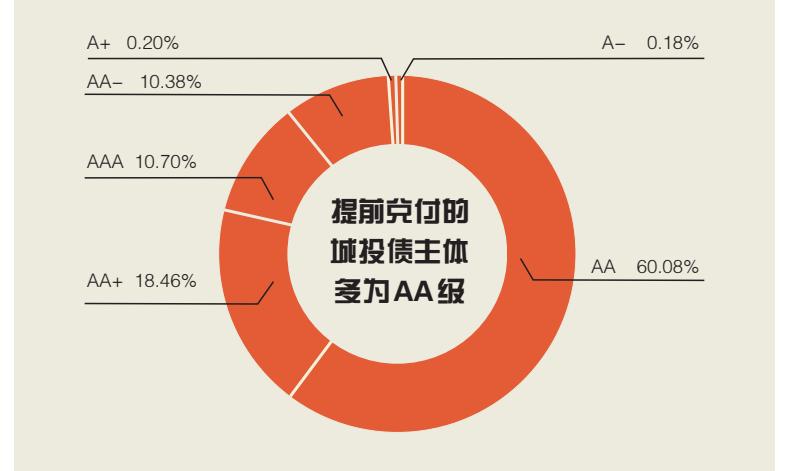
在该负责人看来,第二点更值得关注。“第二种可能是目前市场比较常见的。Wind数据显示,今年1月至5月城投债发行规模2.17万亿元,相比上年同期下降7.3%;净融资规模为756亿元,相较上年同期下降18%。尤其值得注意的是,5月城投债发行规模为2377亿元,环比下降54%;净融资规模为141亿元,环比下降90%。而与此同时,近期市场出现了‘资产荒’,有更多的

金提前兑付规模共计1028.13亿元,同比上升132.82%,规模大幅上升的原因或为部分地区在化解隐性债务过程中对部分城投债进行了优先偿付。据了解,此前多地已发文要求清理高成本融资。

有业内人士对《中国经营报》记

者表示,“随着隐性债务置换速度加快以及城投融资需求增强,部分省份的城投公司提前兑付意愿加大,提前兑付规模也在增大。尤其对于弱资质的城投公司来说,在持有人

会议通过提前兑付议案之后,一般会按照债券面值进行兑付,因此部分估值收益率低于面值的债券有望在短期获得不错的收益,有利于部分城投公司的风险缓释。”



数据来源:Wind

付的量始终没有达到一定规模。”

2017年末,随着债券市场的下跌,城投债溢价明显减少,城投债提前兑付高峰也随之到来。根据国盛证券统计,仅2018年,就有310只城投债完成了提前兑付操作。2018年8月开始,大部分被纳入置换范围的城投债完成了提前兑付,之后的提前兑付数量大幅减少。2014年底认定的14.34万亿元地方政府存量债务基本完成置换。

而随着监管政策收紧,城投提前兑付迎来了第二高峰。记者梳理2020年末的发债信息看到,从2020年12月开始,多笔发债用途进行了改变,与以往用于偿还债券本金并标注偿还哪一只地方政府债券不同的是,再融资债券用途只表述为“用于偿还存量债务”。

有业内人士告诉记者,“当时虽然没有官方文件说明为什么这样操作,但是很多地方已经着手建立地方隐性债务化解试点,再融资债券大概率会用作化解地方政府隐性债务。”而另据广发固收统计,仅2020年12月,共有22只再融资地方债,规模合计949亿元,这些债券的用途表述出现变化,由“偿还到期地方政府债券本金”变化成“偿还政府存量债务”。而后2021年1月至3月,“偿还政府存量债务”的再融资债合计发行4634亿元。分月度来看,2021年1月发行3623亿元,2月发行557亿元,3月发行453亿元。

再融资债券用途改变的同时,自2020年12月开始,多笔债券开始进行提前兑付。江苏某县区级城投公司负责人告诉记者,“其实,提前兑付的主要为县区一级的城投公司,本来其经营压力就加大,但是随着窗口指导意见明确一些尾部地区将被化为‘红色区域’,再融资能力将受到影响,所以,很多城投公司只能通过提前兑付的方式来抬升自身的信用程度。而其资金则或来自再融资债券。”

从投资角度看,中诚信国际研究院研报认为,下半年城投债到期及回售总额或超2.23万亿元、月均超3700亿元。在稳基建需求较强、保障城投合理融资需求等政策逐步落地背景下,预计城投债发行量将小幅增加,但净融资或延续收缩。未来,需重点关注政策边际调整或加剧城投再融资区域分化、区县级城投信用资质变化以及偿债高峰下尾部城投风险加速暴露的可能性。

尾部城投迎利好

从近期监管释放的信号来看,城投加速提前兑付也是在契合监管要求。

记者梳理发现,2021年,城投融资收紧,部分地区城投公司融资困难、偿债压力加大,面临一定偿债压力。为维护地区信用环境、保障平台债务兑付,推动平台整合升级、设立信用保障基金成为高风险地区地方政府“化债”的重要措施。据不完全整理,兰州、潍坊、盐城、天津、青岛等城市发布了“化债”措施。

记者注意到,2020年12月,多地公告召开持有人会议提前兑付债券,提前兑付的债券以2017年后发行的企业债为主。对此,有业内人士分析,“上一次提前兑付的城投很值得关注,可以看出,提前兑付城投债的发行人信用水平较差,以低评级为主。从发行人的主体评级和隐含评级来看,近期提前兑付的城投债均为AA级以下,中债隐含评级均为AA-,大都为区县级及开发区级,整体利率水平较高。同时,多地区存在财力较弱、债务负担比较重的情况,后续可以多关注相关地区的提前兑付情况。但是,对于主动作为的地区来说,尤其是对于尾部地区的城投来说,是存在利好的。”

对于为什么会存在利好因素,一位从事城投债券业务的行业人士告诉记者,“从城投发债实行分档制可以看出,监管既要限制部分弱资质地区城投新发债,又要保证不因防范风险而催生新的风险。因此,存量债务只能通过债务置换以及国开债贷款来化解。这种债务置换一般均会伴随

低碳转型初启 消费金融探路“绿色”

本报记者 郑瑜 北京报道

越来越多的消费金融公司在金融服务中融入ESG发展理念,完善绿色消费金融综合服务体系。

近期,中信消费金融发布了消费金融行业的第三份ESG报告(环境、社会及管治报告),从经济绩效、环境绩效、社会绩效等多层面,披露

从线上化与数据化为“绿色”打开切口

尽管基础数据等碳基础设施建设仍在等待规模化落地,但是政策层面绿色金融标准体系的搭建工作早已启动。

6月,银保监会印发《银行业保险业绿色金融指引》,对碳中和背景下银行保险机构发展绿色金融支持提出更为全面与具体的要求。此外,在去年6月,人民银行发布了《银行业金融机构绿色金融评价方案》,明确将绿色金融评价结果纳入人民银行金融机构评级等政策和审慎管理工具。

绿色金融行业标准与指引的逐步健全,也进一步促进了消费金融工作作为普惠金融主体,寻找适合自身的低碳转型之路,与加快推进“绿色化”切口的步伐。

多家消费金融公司已在线上化信贷上率先进行了低碳实践。2021年,兴业消费金融股份公司(以下简称“兴业消费金融”)发布了《2021—

了中信消费金融包括绿色金融在内的环境、社会与公司治理等领域的可持续发展相关信息。

多位行业人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,消费金融公司ESG报告的发布,是在绿色消费概念兴起过程中,消费金融公司积极将自身业务与低碳转型目标深度融合的体现,同时也是金融行业积

极拥抱绿色金融的表现。但是,距离金融服务真正走向“绿色”,消费端还有诸多问题尚待解决。例如,当下个人碳账户尚未形成体系、成系统,加之实务层面存在信息披露标准及评价体系尚未统一规范等问题,绿色概念火热之下,如何真正践行绿色发展道路,还需进一步深入探讨。

2023年绿色消费金融与可持续发展行动计划》。

兴业消费金融方面对记者表示,公司将以纯信用、无担保的家庭

消费贷为重点产品,通过理念宣导、

产品设计、优惠措施等手段,引导客

户将消费信贷用于购置节能低碳、

清洁环保的产品和服务,探索可持

续消费金融的发展路径。

记者从马上消费金融(以下简

称“马上消费”)处获悉,当前,在利

用科技赋能节能减排方面,该公司

通过自然语言处理、智能语音识别、

语音合成等技术,在客户服务方面

累计减少碳排放量1182.70吨,在贷

前、贷中、贷后各个环节中实现零纸

张服务,累计减少碳排放量达52.73

万吨。此外,其还通过金融云平台,

节省服务器与减少碳排放量。

中信消费金融相关负责人向记

者透露,在利用互联网、大数据、区

块链等技术,打破地理区域限制的前提下,中信消费金融通过拓展全线上化服务,推进无纸化操作,构建以数据和数字技术驱动的绿色低碳轻资产模式。

资料显示,截至2021年底,中信

消费金融累计为830万人提供线上

全线上无纸化服务,2021年全年使

用电子签章及电子合同2000余万份。

马上消费内部人士告诉记者,在

绿色发展模式方面,根据与碳排放相

关的人力消耗、能源消耗、纸张消耗、

金融云服务器消耗等环节,测算碳排

放指标,并利用技术能力解决消耗。

马上消费已通过自研实现金融服务

“四化”,即流程数字化、业务数据化、

场景智能化、基础设施云化,全流程

的数字化经营使金融服务全环节不

同程度降碳。“截至2021年6月末,已

累计实现绿色消费交易额12.06亿

元,促进绿色消费37.44万笔。”

消费金融仍处早期探索阶段

与此同时,也有观点认为线上化仅是绿色信贷的一小步尝试,在数据化背后带来的想象空间或许才是重点。

冰鉴科技市场总监周扬表示,对现阶段而言,从企业端推进绿色金融更为切实,消费端的绿色金融在当下仍是“浮于表面”,“具体来看,消费绿色金融在实际落地上有许多问题待解,以购买新能源汽车为例,目前其与普通汽车贷款利率是否应该区分?当前市场上一些新能源汽车的车险相较于燃油车,甚至更加昂贵”。

一位消费金融公司内部人士表示,目前,消费金融参与主体普遍面临业绩增长和盈利的双重压力,将ESG发展理念融入企业并非一蹴而就的事情,仍需要将主要重心放在业务本身核心能力的培养上。“对消费金融公司而言,利率的制定要明确其差异化定价的意义,并非越低越好,现阶段发展普惠金融的重要方向是在保证风险可控的前提下,尽量做到社会价值与商业价值统一平衡。”

铜陵学院经济学副教授芮训媛告诉记者,国内部分金融机构在绿色金融消费端进行了一些产品创新,如中信银行、平安银行碳账户、建设银行碳账户等,在尝试构建公共出行、垃圾分类等绿色消费场景后,国内也有一些在绿色支付、绿色信贷、绿色保险等领域的场景化实践。

“从海外市场来看,建立个人碳信用、碳账户体系,并在此基础上提供相应的消费金融激励是一种较为可行的模式。但是现阶段,国内碳信用账户体系的牵头问题、统一口径以及对减少个人碳排放量的回馈机制搭建都还处在摸索阶段。”周扬认为,可量化的个人碳排放评价标准与有效激励手段是绿色金融必不可少的关键环节。

芮训媛也认为,由于消费端的绿色金融场景存在零星式、离散型的特点,如何将这些个人低碳行为与金融服务之间构建起联系仍是关键问题,数据支持系统的搭建将是重点,做好绿色低碳行为的足迹记录和绿色消费者画像,才能

在此基础上针对绿色消费场景下的消费者提供相应的金融服务。

在个人碳账户建立之外,在实务层面,ESG信息披露如何真正产生价值也仍需进一步探讨。

有金融机构从业者告诉记者,当前,我国在ESG实务层面存在信息披露标准及评价体系尚未统一规范的问题。“统一的标准对于企业明确自身可执行的路径方向的明确,金融机构对ESG信息使用的有效性以及完善加强ESG能力建设相关的激励和支持机制都十分重要。”

全国政协委员、上海新金融研究院(SFI)理事长屠光绍日前也表示,兼顾信息披露的效率与成本问题是重要探索方向。在财务信息之外,增加披露ESG信息势必会带来企业成本的上升。因此,增加的披露成本是否能在聚集可持续发展投资与金融资源方面起到应有的作用,应是包含信息披露标准等可持续发展的基础设施构建的重点研究方向。

上接 B7

后续,该行计划进一步打通风力发电产业链、新能源汽车产业链、氢能源产业链等绿色能源重点产业,以“全产业链”覆盖为目标为“双碳”战略贡献金融力量。同时,该行还将积极落实国家和上海市绿色经济的发展战略,加快加大绿色金融步伐,为绿色产业经济输血助力,充分发挥本土银行优势灌溉绿色实体产业的发展。

需要注意的是,在政策推动等背景下,事实上除了农商行之

外,国有大行、股份制银行、城商行均在不断提升对绿色金融的重视度。在这样的背景下,农商行的定位差异如何体现?

在业内人士看来,相较于国有大行、股份制银行等机构而言,农商行的实力规模、人才等方面会有一定差距,不过作为普惠金融的重要一员,农商行可以选择特定的细分领域建立相对优势。

对此,深圳农商银行相关负

责人向记者表示,在绿色金融业务发展定位上,与城商行主要服务于大型企业的目标有所差异,该行持续专注服务民营和中小微企业,在过往经验基础上,主要为中小微企业开发适配的绿色金融产品。比如,针对深圳地区分布式光伏项目融资门槛高、融资不方便的问题,推出“光伏贷”产品;为深圳地区工业厂房物业和规模较小的新能源企业提供融资服务等。

此外,中国文化管理协会乡村振兴建设委员会副秘书长袁帅也告诉记者,农商行在发展绿色金融时,可以把更多金融资源配置到“三农”重点领域和薄弱环节,更好满足乡村振兴的金融需求。同时,也要不断丰富信贷产品种类,满足乡村振兴各领域金融需求;充分利用银行再贷款、再贴现和两项货币政策工具政策,积极创新信贷产品,将更多低成本金融资源向乡村振兴领域倾斜。

交出韧性十足发展答卷

长三角经济复苏提速 工业“压舱石”作用凸显

本报记者 方超 张家振 上海报道

有引领中国经济发展“火车头”之称的长三角区域，今年上半年的经济表现备受外界关注。

近日，江浙沪皖三省一市纷纷公布2022年上半年经济运行数据，集体交出了复苏提振答卷。值得注意的是，上海市经济发展正迈入加速恢复重振周期。

上海市统计局和国家统计局上海调查总队在日前联合发布的

《2022年上半年上海市国民经济运行情况》中指出，上海市全市上下加快推进经济恢复重振进程，主要经济指标触底后环比明显回升，生产需求边际改善，全市经济运行逐步回归正常，国民经济呈现回稳向好的积极态势。

另一方面，工业在稳定经济大盘中的“压舱石”作用也得以进一步凸显。今年6月份，上海市工业生产正迎来边际改善，6月份增速已转正，“二季度末工业经济已呈现加速修复

态势”；而全力冲刺“万亿GDP之城”的江苏省常州市也交出了“经济整体呈恢复向好、稳中提质”的答卷。

常州市工信局相关负责人向《中国经营报》记者表示，今年上半年，工业经济有力地支撑了常州城市发展，主要源于当地防疫工作表现较好，企业受减产、停工的影响不大。“我们前期布局的新能源汽车、动力电池等相关产业，呈现出‘爆发式增长’态势，这是非常可观的，支撑了常州工业经济发展。”

恢复重振进程加快

除了以汽车为代表的大宗消费增长明显外，记者梳理江浙沪皖发布的2022年上半年统计数据发现，长三角地区的工业生产恢复进程亦在不断提速。

长三角多地高效统筹疫情防控和经济社会发展，交出了韧性十足的发展答卷。

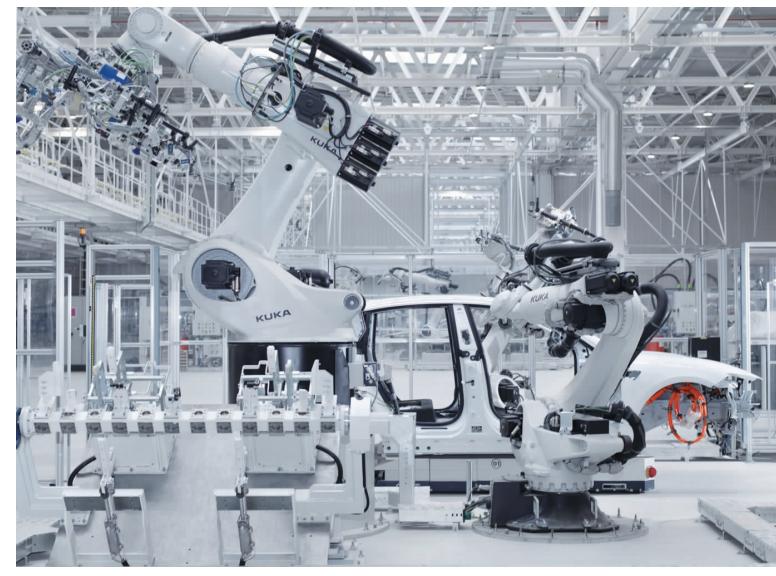
厦门大学经济学系副教授丁长发对记者分析称，长三角地区今年上半年的经济发展主要受到新冠肺炎疫情影响。“疫情影响导致一段时间货物进不来、出不去，物流停顿对外贸的影响很大。”

上海市统计局发布的数据也显示，今年上半年，上海全市货物进出口总额18772.5亿元，比2021年同期下降0.6%，但降幅比1~5月份收窄了2.2个百分点。

无独有偶，据苏州市统计局发布的数据，今年上半年，苏州全市进出口总额12639.3亿元，同比增长8.7%，比1~5月提高1.3个百分点，其中出口总额为7448.0亿元，同比增长10.0%，比1~5月提高3.7个百分点。

而随着疫情防控形势逐步好转，长三角多地的经济复苏进程在6月份前后进一步加快。例如，汽车消费作为大宗消费，被认为是稳经济、促消费的重要抓手之一，长三角多地汽车消费增长势头强劲。

“6月当月实现销售额181亿元，比2021年同期增长9.39%；7月上旬实现销售额88亿元，比2021年同期增长13%。”上海市商务委主任顾军此前在发布会上公开表示，上海市汽车消费迅速恢复常态并实现



近日，随着工业经济持续向好，长三角多地交出了复苏提振答卷。图为位于安徽省合肥市的蔚来汽车生产车间。

本报资料室/图

了同比增长。

此外，南京市新能源汽车消费市场亦保持强劲增长势头。南京市统计局数据显示，今年上半年，南京全市限额以上新能源汽车商品零售额同比增长207.4%。其中，6月当月同比增长384.6%。

除了以汽车为代表的大宗消费增长明显外，记者梳理江浙沪皖发布的2022年上半年统计数据发现，长三角地区的工业生产恢复进程亦在不断提速。

上海市统计局数据显示，今年上半年，上海全市规模以上工业增

加值比2021年同期下降11.3%，降幅比1~5月收窄5.3个百分点。其中，6月份同比增长13.9%。

而安徽省统计局也认为，安徽全省工业效益正加快恢复。“5月、6月效益加快恢复，利润降幅收窄，单位费用下降，资金周转加快，利润增长结构发生积极变化。”

此外，合肥市等长三角地区热点城市的经济复苏走势也引发外界关注。据合肥市当地媒体近日报道，合肥全市今年上半年经济呈现明显的“V”型走势，全市GDP达到5430.4亿元，同比增长2.9%。

本报资料室/图

2035年，数字经济增加值占GDP比重达到80%以上

“数三角”蓄势待发 江浙沪打造数字化转型发展先行区

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

在江浙沪两省一市交汇处，一片总面积约2413平方公里的江南水乡正成为创新发展热土。

日前，长三角生态绿色一体化发展示范区（以下简称“长三角示范区”）执委会会同江浙沪两省一市工信、通信管理部门联合印发《关于在长三角生态绿色一体

筑牢数字经济发展底座

据了解，上述《举措》从积极推进新型信息基础设施一体化建设、加快推动数字产业化等5个方面推出了20条具体举措，共同推进长三角示范区数字经济领域创新举措率先落地，打造数字化转型发展先行区。

“《举措》从多个方面体现出了‘先行先试’理念。”盘和林在接受记者采访时表示，尤其在推进新型信息基建一体化建设方面，长三角示范区提出“进一步精简信息管线、通信基站、机房等建设

化发展示范区加快数字经济发展推进先行先试的若干举措”（以下简称《举措》），共推出20条具体举措，合力打造数字化转型发展先行区。

据了解，2019年11月1日，长三角示范区正式揭牌，范围包括上海市青浦区、江苏省苏州市吴江区和浙江省嘉兴市嘉善县。揭牌近三年来，示范区已累计推出

88项具有全国首创性的制度成果，已有38项成果面向长三角和全国复制推广。

如今，长三角示范区正将创新发展的目光聚焦到数字经济方面，全力打造“数三角”。《中国经营报》记者注意到，由江浙沪两省一市政府此前共同组织编制的《长三角示范区国土空间总体规划（2019—2035年）》指出，到2035

年，长三角示范区产业发展能级和辐射带动作用要显著提升，形成一批具有国际竞争力和话语权的龙头企业、创新品牌，数字经济增加值占GDP比重达到80%以上，行业能效水平达到国际国内先进水平。

“当前，我国数字经济占GDP的比重已达到约40%，长三角示范区提出的2035年发展目标高

出全国目前平均水平的一倍。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林表示，要实现这一宏大目标，应建设数字基建，推动产业数字化和数字产业化；注重数字应用，完善数字公共服务，同时一手促创新，一手促营商环境优化，吸引外部投资和人才支持数字经济发展。

公开资料显示，产业链招商模式是指围绕一个产业的主导产品及与之配套的原材料、辅料、零部件等产品来吸引投资，谋求共同发展，形成倍增效应，以增强产品、企业、产业乃至整个地区综合

记者了解到，长三角数字干线是发端于上海市青浦区，以数字经济为本源，依托G50主干廊道与沿线城市形成紧密合作，协同打造一流新型基础设施的数据创新带。

根据规划，长三角数字干线要打造经济数字化的“引力场”、生活数字化的“全息场”、治理数字化的“网络场”、生态数字化的“试验场”，从中心到外围分为“数字天元”“数字三体”“数字星座”“数字星云”四层。其中，“数字三

体”即在长三角示范区将打造长三角数字干线核心区域。

盘和林分析认为，打造长三角数字干线，上海市青浦区可以将重心放在研发上，诸如核心电子器件研发和高端通用芯片设计，背靠丰富的院校资源实现研发突破；而苏州市吴江区可以专注于装备制造和生产，以高端设备制造来形成产业区块；嘉兴市嘉善县则应着眼于数字技术的场景应用，将大量数字创新与实践结合。

加快打造数字经济新版图

在嘉善经济技术开发区（中新嘉善现代产业园）的办公室内，光彩芯辰（浙江）科技有限公司（以下简称“光彩芯辰”）副总经理鞠勇正向客户展示企业的光模块产品。

令鞠勇欣喜的是，今年以来，光彩芯辰销售额比2021年同期实现翻番，产值达到5360万元。“自去年5月投产以来，产品远销至苹果和Facebook等头部企业。”

嘉善县宣传部相关人士则表示，长三角示范区三地各扬所长，

审批手续”，以简化的方式推动数字基建发展。

基础设施建设一直是数字经济发展的底座。《举措》还指出，要推进信息基础设施共建共享，实现长三角示范区重点区域5G信号全覆盖，核心区域连续覆盖；鼓励基础电信运营企业分步推进国际互联网数据专用通道建设，大幅提升区域国际通信能力；推进通信网络同城化建设等。

值得一提的是，长三角示范区还将新建大型、超大型数据中

心，支持全国一体化算力网络长三角国家枢纽节点起步区建设，从而打通跨行业、跨地区、跨层级的算力资源，打造长三角算力网络的骨干连接点。

事实上，长三角示范区揭牌近3年来，这片热土一直充盈着数字经济活力。今年1月16日，随着《长三角数字干线发展规划纲要》和《长三角数字干线青浦区行动方案（2022年—2023年）》正

式发布，“数三角”建设正驶入发

展快车道。

长33.9%。2022年，嘉善县将力争完成规上数字经济核心产业总产值900亿元，实现增加值140亿元以上。类似的故事也在上海市青浦区上演。2021年底，中国核工业建设股份有限公司（以下简称“中核建”）从千里之外的北京市搬到了青浦区。对于这次“搬家”，中核建总经理、党委副书记戴维彪坦言，青浦区除了有良好的营商环境，还能为企业数字化转型开出一剂良方。

“一方面，可以从长三角地区

丰厚的数字化土壤中汲取养分；另一方面，华东沿海地区是我国核工业的集聚地，沿着长三角数字干线，采购、运输、建造等过程都将获得更多便利。”戴维彪分析道。

近年来，数字经济正成为青浦区聚焦发展的三大主导产业之一。7月13日，在“2022年长三角示范区开发者大会暨首届示范区全链接大会”上，青浦区委副书记、区长杨小菁表示，目前，青浦区已形成“1条干线、5大支柱、10个基座、3条拓展带”

数字经济新版图，集聚智慧物流、北斗导航、新型工业化3个国家级基地

和市西软件园、数字智造园等一批重点园区，未来三年将构建5000亿级的数字经济规模。

作为江苏省民营经济的领头羊，苏州市吴江区也主动迎接数字化转型风口，赋能工业企业特别是中小企业转型升级。截至目前，吴江区已拥有苏州市级数字经济入库企业129家；完成“智改数转”项目超2000个，总投资140亿元。

数字技术惠及百姓生活

数字技术的不断发展与运用，也让老百姓的生活变得越发便捷。在盘和林看来，要以数字政府优化公共数字服务供给，推动建设智慧城市，将数字技术和老百姓衣食住行联系起来。

位于青浦区的长三角（上海）智慧互联网医院投入运行已有两年多的时间，远程问诊、在线处方、药品配送等互联网诊疗服务不断迭代升级，当地百姓关心“看病不出村，居家可配药”的愿望正成为现实。

不仅如此，随着长三角（上海）智慧互联网医院与吴江区、嘉善县等地的医疗机构对接，长三角示范区的居民也可以享受到上海市的优质医疗资源。

吴明（化名）家住吴江区，是一名高龄心脏病患者，前不久在吴江区当地医院进行了冠状动脉支架手术，这也引起了上海复旦大学附属中山医院的关注。由于患者年龄较大、病情相对复杂，中山医院心内科、呼吸科以及重症医学科的多位专家通过视频连线，与吴明的主治医生展开了一场相隔70多公里的远程会诊。

“智慧医疗”只是长三角示范区持续提升公共服务数字化水平的一个缩影。根据《举措》，示范区将推进长三角政务服务互联互通，实现政务服务“一网通办”；推动通信相关业务材料跨省通办异地互认，在水乡客厅区域内的企业和居民，推动逐步取消座机通话长途费等。

同时，《举措》还指出，将加快推动数据资源开放共享、推进数据资源有序利用、加强数据资源安全保护，并建立三地共享的信用信息数据库，共同推进信用数据归集和共享。

“发展数字经济，除了提升硬实力，软实力也不可忽视。”盘和林认为，长三角示范区还应该先完善数字经济发展规则，要着眼于数字经济长期可持续发展，制定规则在前，再完善监督监管机制。

奋进新征程 建功新时代

打造“农业中关村” 北京平谷科技创新赋能乡村振兴

本报记者 夏晨翔 北京报道

“全面推进乡村振兴。坚持走‘大城市带动大京郊、大京郊服务大城市’的城乡融合发展之路。积极发展都市型现代农业，推进农业中关村建设，打造‘种业之都’。”日前，北京市委书记蔡奇在北京市第十三次党代会上作报

高科技进果园

按照计划，平谷区将在今年再建设40个具有机械化、数智化、智慧化、企业化管理水平的“未来果园”。

“嘟嘟嘟”，发动机一启动，由北京市农科院信息中心研发的果园遥控喷药机就开始自动打药，工作人员无须驾驶，拿着遥控器就能操作。

无人机在工作人员的操作下，以每行5米宽的行距往返作业，不压果树，喷洒均匀，每小时作业面积可达60亩，一天能完成300~400亩喷洒作业，效率极高，很大程度上解放了人力。

这是发生在平谷区示范桃园里的一幕。在这里，天上飞着无人机，地面跑着智能车，施肥打药实现了全方位覆盖。

位于北京东北部的平谷区，是全国知名的大桃之乡，拥有世界最大、总面积约22万亩的桃园，桃产业也有40余年历史。目前，全区有100多个大桃生产专业村，平谷大桃连续三年成为国庆礼桃。

但在过去几年，传统的大桃产业发展曾面临着土地碎片化、劳动力老龄化、经营分散化、组织化程度低等问题，这些问题成为了产业进一步发展的制约因素。

2021年，平谷区在峪口镇试点建设了一座“未来果园”，引入了无人喷药机、无人施肥机、疏花疏果机、搬运采摘升降平台等装备，开沟、除草、打药、采收等主要农事全由机械“果农”操作。此外，华为、

告时指出。

事实上，农业科技创新是实现农业现代化的关键，也是北京建设国际科技创新中心的重要内容。作为首都和现代化国际大都市，北京率先实现乡村全面振兴、农业农村现代化，有基础、有条件，也有特殊标志性意义。

《中国经营报》记者注意到，作

为首都北京的“农业大区”，近年来，平谷区坚持把农业科技创新作为推动高质量发展的必选优路径，积极推进“农业中关村”建设，以科技创新赋能乡村振兴。如今，平谷区在打造农业科技创新示范区、加快振兴乡村产业及改善农村人居环境等方面，已成为服务首都发展的一个新的增长极。



北京平谷积极推进“农业中关村”建设，以科技创新赋能乡村振兴。图为北京市平谷区峪口镇西营村“未来果园”，“驻村学生”正在调试自动驾驶喷雾机。 新华社/图

中国移动、大疆等机构的高精尖科技成果，如虫情测报灯、风吸杀虫杆、小型气象站、土壤墒情监测仪、蒸水势传感器等也都一一被应用在了“未来果园”中。

“无人机喷洒农药，速度快，效果好，与传统人工手摇式喷洒农药相比，无人机采用喷雾形式喷洒农药，至少可以节约50%的农药使用量、90%的用水量，很大程度降低了资源成本，同时让治虫更彻底、效率更高、效果更好。”平谷区农业农村局相关负责人介绍。

据了解，按照计划，平谷区将在今年再建设40个具有机械化、数智化、智慧化、企业化管理水平的“未来果园”，推动互联网、大数据、人工智能、物联网、5G等现代高新科技在大桃生产、分拣和销售环节的集成应用，实现全产业链的优化升级。

事实上，“未来果园”只是平谷区持续打造农业科技创新示范区的一个缩影。

近年来，平谷区聚焦果品、设施农业、畜禽养殖等各类应用场景。

打造区域农业智慧大脑，推进农业科研、生产、经营、管理、服务、销售等全产业链数字化改造，促进区域全产业链升级发展。

如蔬菜产业方面，平谷区在峪口镇打造了蔬菜产业科技创新中心，建设一批智能温室研发和示范基地；畜禽产业方面，平谷区推动实现了“智慧养殖”，借鉴峪口禽业智慧蛋鸡平台的成功经验，推动数据与生产相结合，提高数据化指导实际生产的能力。同时综合应用智能监控等信息化手段，完善5个猪场的运营监管体系，实现生猪养殖生物安全、生态环境实时在线监控。

值得一提的是，2021年10月，农业农村部与北京签署共同打造中国·平谷农业中关村合作框架协议，瞄准农业科技“高精尖”，集中优势资源和要素，在战略科技力量培育、关键核心技术攻关、科技成果转化应用、国际合作交流等方面率先突破，打造具有全球影响力的农业“中关村”，建设国家级农业科技创新高地。

值得一看的是，2021年10月，农业农村部与北京签署共同打造中国·平谷农业中关村合作框架协议，瞄准农业科技“高精尖”，集中优势资源和要素，在战略科技力量培育、关键核心技术攻关、科技成果转化应用、国际合作交流等方面率先突破，打造具有全球影响力的农业“中关村”，建设国家级农业科技创新高地。

如今，“科技”含量十足的平谷区农产品，在移动互联网时代，同样抢抓机遇，将电商平台打造成为助力乡村振兴的新“引擎”。

在平谷区山东庄镇，当地村民积极拓宽“线上+线下”大桃销售渠道。“线上”由大桃销售专班联合本地电商谷哥家、京外桃源、绿水峡谷等平台，网络销售大桃，提高销

让博士走进“田间地头”

截至目前，首批13个“博士”农场已获批创建；第二批18个农场已完成专家论证，正在进行部门联审；第三批即将启动专家论证工作。

今年6月，中国·平谷农业中关村荞麦分子设计育种“博士”农场、中国·平谷农业中关村旱稻作物育种“博士”农场、北京市平谷区华北中药材种植基地生态种植“博士”农场、平谷大桃提质增效关键技术试验示范“博士”农场正式揭牌，标志着平谷区“博士”农场正式进入创建期。

“‘博士’农场，给我们这些励志扎根大地的农业科技工作者提供了一个‘筑梦’的平台，让我们能够把专业优势转化为现实生产力，为农业现代化献出自己的力量。”陈全全博士说道。陈全全博士团队来自中国农业大学，计划在平谷区峪口镇开展垂直植物农场3R技术创新研究与试验示范，目前已获批创建。

据了解，自2021年起，平谷区就开始谋划孕育“博士”农场，以博士团队为创建主体，以科研创新与生产经营为主攻方向，旨在为高层次人才提供科研平台和农业创新

创业的舞台，不断培育多元化新型经营主体，探索博士带领农民增收致富新路径。

为确保“博士”农场高质高效落地，平谷区一方面提前梳理了科研实验室、日光温室、园区等50个应用场景，为博士团队入驻提供可选择、能落地的场地基础；另一方面，在既有“惠农”政策的基础上，从土地流转、课题经费、金融扶持、用工等方面给予了更多的政策补贴。

此外，平谷区还从住房安居、交通出行等六大方面为“博士”农场量身定制人才政策服务包，为广大博士提供全方位、多维度的贴心、暖心服务。

截至目前，首批13个“博士”农场已获批创建；第二批18个农场已完成专家论证，正在进行部门联审；第三批即将启动专家论证工作。按照计划，预计到今年底，平谷区将逐步打造30~50个“博士”农场。

良好的科创氛围也使平谷区成为了“强磁场”，搭建了更广泛的“朋友圈”。据了解，通过创新“政府+科研机构+企业”金三角合作模式，平谷区吸引了荷兰瓦赫宁根大学、中国农业大学、中国农业科学院等10多家高校和科研机构，为现代农业发展汇集源源不绝的动力。

此外，平谷区还成立了农业中关村产业联盟，已吸引企业入驻89家，搭建种业科研平台及20个国际、国内种业研发合作平台，成立SGS检测认证联合实验室，与平谷高科技农业同频共振、共同生长。

随着一批批高质量农业科技人才的涌入，农业领域“卡脖子”问题正被逐步破解，如今，平谷区已初步形成鸡、鸭、猪、牛等4大类13个畜禽种质品种，发展了9家种业龙头企业、5个种猪场和7个畜禽种质基地，是全国畜禽品种最全、品种最丰富、自主知识产权种类最多的国家级畜禽种业产业园。

瓜果蔬菜齐“上网”

在大华山镇，则打造了“网红直播厅”，组建由30余名自媒体网红、大V等组成的志愿者队伍，线上直播卖桃，线下为桃农普及电商知识。

“咱家的桃都是现摘的，同城的当天就能送到。而且特别甜，想吃软一点的可以多放几天，大家赶紧下单吧。”在直播间里，平谷区多个果农化身“主播”正在为自家的大桃带货。

如今，“科技”含量十足的平谷区农产品，在移动互联网时代，同样抢抓机遇，将电商平台打造成为助力乡村振兴的新“引擎”。

在平谷区山东庄镇，当地村民积极拓宽“线上+线下”大桃销售渠道。“线上”由大桃销售专班联合本地电商谷哥家、京外桃源、绿水峡谷等平台，网络销售大桃，提高销

量；“线下”通过大桃市场、对接共建单位、加工果汁罐头等措施，拓宽销售渠道，促进桃农增收致富。

在大华山镇，则打造了“网红直播厅”，组建由30余名自媒体网红、大V等组成的志愿者队伍，线上直播卖桃，线下为桃农普及电商知识。

此外，为大力推进数字乡村建设，深化国家数字乡村试点，加强乡村振兴人才队伍建设，平谷区还在全区举办了乡村振兴“互联网+”电商人才系列免费培训。培训内容包括5天线上、1天线下、30天辅导的淘宝直播带货培训，5次线下、100天辅导和诊断的淘宝店铺运营

培训，以及500多门课程、随时随地学习的数智云培在线学习等。

报名对象包括年龄在18周岁以上的青年创业者、大中专院校大学生、电商从业者、企业负责人、农村集体经济组织负责人和新农人等，最好有一定电商或产品销售基础、能熟练操作电子设备、有直播带货和电商创业意愿的人群。

“目前，我们搭建了‘一个中心、五个体系’的特优农产品产销体系，实现农业社会化服务全链条覆盖，‘保姆式’服务，有力破解农业生产者小散化、老龄化问题。”平谷区农业农村局相关负责人介绍。

延榆鄂高铁呼之欲出 助推“呼鄂包榆”城市群协同发展

本报记者 王登海 西安报道

日前，陕西榆林市政府官网公布了延榆鄂高铁环境影响评价信息。这意味着，陕西“米”字形

高铁网最后一笔也将落笔。

延榆鄂高铁是国家“八纵八横”高铁通道之一的包海通道的重要组成部分。在陕西境内，分为西安至延安段和延安至榆林两

段。其中，西安至延安段已经开工建设。

然而，延安经榆林到达鄂尔多斯的高铁，近些年，一直在“力争开工”，成为榆林“干部群众翘首以盼

的”备受全市人民关注”的大事。

前不久，榆林市官方对外回应称，目前省市两级正在全力推动延榆鄂高铁项目前期工作，力争年内取得国家发改委可研批

复，明年开工建设。

业内专家向《中国经营报》记者介绍，高铁建设滞后已成为榆林打造全国性综合交通枢纽城市、实现经济社会高质量发展的

瓶颈。随着延榆鄂高铁的建设开通，能够串联关中平原城市群与呼包鄂城市群，将关中、陕北和蒙西南几大片区有机地衔接起来，形成一条能源经济走廊。

“米”字形高铁网的最后一笔

2016年，国家发布《中长期铁路网规划》，其中规划的“八纵八横”高铁通道中陆桥通道、包（银）海通道、京昆通道等途经陕西，并在西安交汇。陕西省以此为“底本”，绘制建设“米”字形高铁骨架蓝图。

记者了解到，陕西“米”字形高铁网以西安为中心，连通东西，辐射南北，由西安至包头、西安至大同、西安至郑州、西安至武汉、西安至重庆、西安至成都、西安至兰州、西安至银川、延安至太原9条线路组成。

“米”字形高铁网建成后，陕西高铁总里程将达2170km，覆盖陕西70%以上的地区和人口，将有效拉近陕西和全国各地的时间和空间距离，对推进“一带一路”建设，以及带动老区脱贫致富等具有十分重要的意义。

随着郑西、宝兰、西成、西银等高铁先后开通运营，在陕西省内，高铁已经贯通了东西方向、西南方向、东北方向，实现了西安至北京、郑州、成都、兰州、银川等城市快速直达，提升了区域的可达性水平。

截至目前，在陕西省“米”字形高铁网中，西安至重庆、西安

至武汉、西安至包头的通道尚未打通。其中，西安至武汉高铁在陕西境内的规划路线是西十高铁，即西起陕西省西安市，向东南引线穿越秦岭山脉，经商洛市至湖北省十堰市，与已开通的武汉至十堰高速铁路相接，形成西安至武汉快速铁路客运通道。当前，西安至十堰段的线路已经开工。

西安至重庆的高铁是继西成高铁后，又一条连接关中平原城市群与成渝城市群的主要通道，西渝高铁在陕西境内的路段是西康高铁，线路规划自西安东站南端引出，跨越浐河，进入少陵塬，穿越秦岭，经过柞水、镇安、旬阳，接入安康西站。目前，西康高铁也已经开工建设。

西安向北，途经延安，延伸至榆林，穿过鄂尔多斯，到达包头的西包高铁是陕西“米”字形高铁网中重要“一竖”，也是国家“八纵八横”高铁通道之一的包海通道的重要组成部分。目前，西安至延安段也已经开工。

随着西十高铁、西康高铁、西延高铁的开工建设，延榆鄂高铁成了陕西省“米”字形高铁网中最后未落笔的一笔。

榆林的渴望

作为能化产业重镇的榆林，近年来，榆林地区生产总值先后突破3000亿元、4000亿元、5000亿元大关。今年上半年，榆林再度逆势增长，地区生产总值达2969.84亿元，并超过洛阳，成为中西部第一地级市。

但榆林至今尚未开通高铁在当地也被视为憾事。“随着榆林经济社会的快速发展，人文交流日益密切，既有铁路客运已不能满足需求，高铁建设滞后已成为榆林打造全国性综合交通枢纽城市、实现经济社会高质量发展的瓶颈。”西安某高校教授表示。

记者了解到，早在2016年，榆林就启动了延榆鄂高铁榆林段前期工作，近些年，一直在“力争

开工”。

记者注意到，榆林市历年《政府工作报告》，也毫不掩饰对延榆鄂高铁的渴望。

“榆林市有世界七大煤田之一的神府煤田，有中国陆上探明的最大整装气田——陕甘宁气田，但一直以来，由于地缘和交通因素原因，榆林神木市大部分资金流向了鄂尔多斯，留给西安的并不多。”上述教授表示，陕北与西安地区的资金人员往来长期存在地理壁垒，西安至榆林的高铁开通后，能够加强陕北与关中地区的资源贸易往来，带动陕北区域的特色产品形成产业链，激发经济潜能。

前段时间，榆林市官方对外公开回应称，目前，延榆鄂高铁项目

资本金出资比例、路地资本金承担比例、省市资本金分担比例均已确定，路线方案基本稳定，中铁西安局集团公司作为国铁集团出资人代表、西成客专陕西公司作为建设单位均已明确，但仍处于可研审批阶段，待取得国家发改委可研批复后，后续还需办理环境影响评价、文物调查、防洪评价、压覆矿藏评估、用地手续、林地占用、初步设计批复、施工图设计批复等前期手续。

目前，陕西省榆林市两级正在全力推动延榆鄂高铁项目前期工作，力争年内取得国家发改委可研批复，明年开工建设。日前，延榆鄂高铁又有了新的进展。8月1日，榆林市政府网站发布了《新建铁路延安至榆林至鄂尔多斯线环境影响评价信息公告（一次公告）》。

公告显示，线路自西延高铁终点延安站引出，向北依次经延安市宝塔区、延川县，榆林市清涧县、绥德县、米脂县、横山区、榆阳区和神木市，鄂尔多斯市伊金霍洛旗，引入终点鄂尔多斯站。新建正线长度389.84km，其中，延安市境内79km，榆林市境内257.54km，鄂尔多斯市境内53.3km。全线共设延安（不含，由西延高铁建设）、延安新区、延川、清涧北、绥德西、米脂北、榆林南、红碱淖、鄂尔多斯等9处车站。本线铁路等级为高速铁路，设计速度为350km/h，工程总投资约638亿元，建设期为4.5年。

“延榆鄂高铁两端衔接关中城市群与呼包鄂城市群，能够将关中、陕北和蒙西南几大片区有机地衔接起来，形成一条能源经济走廊。”上述教授表示，延榆鄂高铁的战略定位是：全国高端能源化工基地、向北向西开放战略支点、西北地区生态文明合作共建区、民族地区城乡融合发展先行区。国家对它的战略定位是：全国高端能源化工基地、向北向西开放战略支点、西北地区生态文明合作共建区、民族地区城乡融合发展先行区。随着延榆鄂高铁的开通，能够推动呼包鄂和关中两大城市群高速高效连通，加速人流、物流、经济文化等快速交流，带动沿线经济的发展。

推动“呼鄂包榆”城市群发展

沿着延榆鄂高铁继续北上，是内蒙古自治区经济最具活力的三大城市，呼和浩特、包头、鄂尔多斯，被誉为内蒙古的能源“金三角”地区。

这三座城市和陕西省榆林市，都在呼包鄂榆城市群规划范围内。

呼包鄂榆城市群，是我国“两横三纵”城镇化战略布局中的19

个国家级城市群之一。该区域是我国重要的能源输出地，也是我国重要的煤化工、农畜产品加工、稀土新材料产业和装备制造业基地。其中最显著的特色就是能源丰富，作为国家重要的能源化工基地，鄂尔多斯和榆林具有煤炭资源优势，包头作为老工业基地，钢铁、稀土产业地位突出。

2018年2月，国务院正式批复《呼包鄂榆城市群发展规划》，明确将呼包鄂榆城市群培育发展成为中西部地区具有重要影响力的城市群。国家对它的战略定位是：全国高端能源化工基地、向北向西开放战略支点、西北地区生态文明合作共建区、民族地区城乡融合发展先行区。

市场规模或超万亿元 房企组团闯入代建新蓝海

本报记者 方超 张振 上海报道

喊话“多元化”已久的房企，正在代建等领域频频发力。

8月11日，朗诗绿色地产有限公司（以下简称“朗诗地产”，00106.HK）对外发布公告称，公司名称已更改为朗诗绿色管理有限公司，自8月15日起，公司普通股证券简称亦将更改为“朗诗绿色管理”。

“未来，本集团在中国市场将专注于轻资产业务（即开发代建项目及小股操盘房地产开发项目）。”对于未来的发展计划，朗诗

地产方面表示，“预期中国的开发代建项目产生的利润将成为本集团的主要利润来源。”

除朗诗地产外，旭辉控股（集团）有限公司（以下简称“旭辉控股集团”，00884.HK）近期也在加码代建领域。7月26日，公司启动了新一轮组织架构调整，除人事变动外，最受外界关注的莫过于代建平台上升为旭辉控股集团旗下的四大平台之一。

事实上，近期已有多家房企先后闯入代建行业。克而瑞统计数据显示，目前发展代建业务的品牌房企已经超过30家，并诞生

了绿城管理控股有限公司（以下简称“绿城管理控股”，09979.HK）和中原建业有限公司（以下简称“中原建业”，09982.HK）两家港股上市公司，以迎接代建行业全新的发展机遇。

就代建业务的发展情况，旭辉控股集团方面在回复《中国经营报》记者采访时表示：“在这一轮房地产市场调整中，无论是AMC（资产管理公司）的资产处置，还是各地主推的‘保交房’，都为代建业务的发展营造了广阔空间，公司将从战略高度重视代建业务。”



自2021年进入代建领域以来，旭辉控股集团代建平台业务发展迅速。图为旭辉建管承接的瀘州旭辉·国宸府项目效果图。
本报资料室/图

代建平台和职能平台等内容。

备受市场关注的是，旭辉控股集团在2021年才刚进入代建领域，缘何仅在一年时间里就将其迅速提升为公司四大平台之一？公司持续加码代建业务原因何在？

对此，旭辉控股集团旗下旭辉建管总裁吴俊近日公开表示：“旭辉去年就把代建业务作为‘同心圆战略’里非常重要的一个环节去做，也是在当时做战略部署的时候，看到代建这个市场存在机会，所以集团投入了很多资源去全力发展这一业务。”

记者获得的相关数据显示，旭辉建管自2021年成立以来，相关业务发展迅速。截至2022年6月底，公司累积在管项目35个，分别位于上海、北京、广州、深圳、南京、苏州和西安等一二线城市，累计在管面积超700万平方米。

此外，宋都基业投资股份有限公司（以下简称“宋都股份”，600077.SH）日前也发布公告称，公司全资子公司杭州宋都房地产集团有限公司中标了位于宁波市奉化区的两个房地产代建项目，预计可获得代建费用约6117万元。

“上述代建项目的获取是公司对品牌输出、管理输出的代建业务加大拓展力度的体现，符合公司积极推进代建业务的发展战略。项目将纳入公司项目运营管理服务体系，使代建业务风险可控。”宋都股份方面表示。

月底，公司累积在管项目35个，分别位于上海、北京、广州、深圳、南京、苏州和西安等一二线城市，累计在管面积超700万平方米。

“上述代建项目的获取是公司对品牌输出、管理输出的代建业务加大拓展力度的体现，符合公司积极推进代建业务的发展战略。项目将纳入公司项目运营管理服务体系，使代建业务风险可控。”宋都股份方面表示。

“成立房产业务中心，负责满足快手用户的购房需求，帮助业主更高效地卖房，探索大宗线下交易业务在快手生态闭环的业务模式。”对于涉足直播卖房业务的原因，快手电商方面在内部信中表示。

根据克而瑞统计，现阶段活跃在主要平台上的地产主播大多为房产从业者，包括地产中介经纪人、地产公司置业顾问、地产相关媒体人等，房企旗下的地产主播以

“直播卖房要发展，核心在于客户习惯的养成，在于信任度的搭建，其底层逻辑更是基于对主播的人设信任形成私域流量而引发的购买行为。”禹洲集团人士向记者感慨道，当前直播卖房已趋于同质化，禹洲集团营销管理部正在挖掘并培养一批有专业、懂营销的“王牌主播”。

据介绍，禹洲集团营销管理部在营销人才“育、选、留”上，已形成以“体验式实操+案例培训”双轨并行的培养模式，除了常规的专业力提升外，也在持续培养全国营销团队的线上营销能力。例如，组织开展针对创新营销的“头脑风暴会”和手机摄影技巧培训等课程。

“在以后的发展过程中，依托互联网思维，基于大数据技术，未来房地产行业的营销方式也会持续丰富和精准化。”克而瑞研报表示。

“在以后的发展过程中，依托互联网思维，基于大数据技术，未来房地产行业的营销方式也会持续丰富和精准化。”克而瑞研报表示。

在探索房地产新模式背景下，代建是大势所趋，未来发展有很大机遇。”中指研究院企业研究负责人刘水表示。

“代建属于轻资产模式。”中指研究院华东大区常务副总经理高院生也对记者分析称，之前房企依靠重资产去拿地，在资金端受到很大限制，而代建本质上是品牌和管理的输出。在当下行情下，“对于房企来说，比较好调转方向去做代建业务”。

中金公司研报分析认为，代建企业提供除投资环节以外的“设计-建造-销售”全链条房地产开发管理服务，通过品质、品牌、周转等溢价获取服务费，整体商业模型轻、企业无负债，代表企业绿城管理2021年的净利润率约为25%、ROE(净资产收益率)约为18%。

而朗诗地产在更名公告中对外发布的数据也显示，截至2021年

掘金万亿级蓝海

近期备受追捧的代建业务更被市场期待是“下一个万亿级蓝海市场”。

“在探索房地产新模式背景下，代建是大势所趋，未来发展有很大机遇。”中指研究院企业研究负责人刘水表示。

“代建属于轻资产模式。”中指研究院华东大区常务副总经理高院生也对记者分析称，之前房企依靠重资产去拿地，在资金端受到很大限制，而代建本质上是品牌和管理的输出。在当下行情下，“对于房企来说，比较好调转方向去做代建业务”。

中金公司研报分析认为，代建企业提供除投资环节以外的“设计-建造-销售”全链条房地产开发管理服务，通过品质、品牌、周转等溢价获取服务费，整体商业模型轻、企业无负债，代表企业绿城管理2021年的净利润率约为25%、ROE(净资产收益率)约为18%。

而朗诗地产在更名公告中对外发布的数据也显示，截至2021年

市场竞争激烈

大家都知道代建业务好，都在朝这一领域转型，市场竞争也将变得更加激烈。

值得注意的是，在诸多房企掘金代建蓝海的背后，亦暗藏着一些不确定因素。

中金公司研报就分析认为，在企业内生发展诉求或政策及资本市场等外生因素催化之下，兼备多重竞争要素的头部房地产开发集团发展代建业务的力度和速度超出预期，使得先发企业在新拓展业务规模及利润率方面承压。

“代建市场虽然看起来很美好，但对房企的要求其实更高了。大家都知道代建业务好，都在朝这一领域转型，市场竞争也将变得更加激烈。”高院生如此表示。

高院生进一步表示，与物业领域的“存量市场+增量市场”不同，代建业务主要还是关注增量市场。“相关企业不仅要跟其他代建公司去抢市场，还要跟开发商去

抢，面对的竞争对手有很多，所以代建企业的压力也很大。”

绿城管理控股执行董事兼首席执行官李军日前表示：“国内代建业务刚刚起步，未来是星辰大海，一家企业肯定‘吃’不下来，需要无数的企业来共同做这个事情，我们没有必要去垄断，也做不到垄断。”

“我们经历了对代建业务的认知提升，这是一个需求端多变的行业。我们的委托方经常会动态调整需求，而我们必须去响应。”李军强调称，十余年来，绿城管理控股一直在做服务商，“我们的团队就是服务型的团队，不是投资型的团队”。

而作为刚入局代建业务不久的行业“新军”，旭辉建管亦强调将未来发展放在代建质量提升等方面。

达到17%~18%，会从一个百亿级的市场成长为千亿级的市场，货值也会达到2万亿~2.5万亿元的规模。

郝一斌所言非虚。中指研究院报告显示，预计未来5年，中国代建市场新签约总建筑面积将以23.5%的复合年增长率持续增长，合约销售额将达3.2万亿元~7.3万亿元之间。

而对于正处于深度调整周期的房地产行业而言，保障性租赁住房、AMC资产处置及地方平台业务开发等正将代建需求推升到新高度。

“未来，所有的不良资产一定是要多方配合来处理的。”高院生分析称，“不良资产需要AMC等类似金融机构进场，但是仅有资金进来没有用，因为最终这些资金是需要退出的，还要依靠项目的开发、建设、销售。所以在项目开发过程中，必须要有代建方参与进来。”

旭辉控股集团相关负责人向本报记者表示，公司作为经营稳健的示范民营房企，天然具有服务基因，基于多年的房地产开发管理和城市板块的深耕经验，我们拥有实现合作方收益的服务心态、管理、解题能力等自身特有的核心竞争力。

“旭辉建管关注的重点在服务质量上，目前我们要做的是踏踏实实做好服务。代建业务是辛苦活，只有脚踏实地把工作做好，为合作方实现最大化收益，才能立身处于不败之地。”旭辉控股集团上述负责人如此表示。

吴俊亦表示，因为旭辉建管把代建业务当成长期事业在做，公司所有的业务人员都摒弃了甲方心态，用服务意识去做好这个事情。“所以，我们希望先把已有的业务做好。”

高管、主播齐上阵 房企探索线上卖房新模式

本报记者 郭阳琛 张振 上海报道

“前段时间，上海市的购房者不方便到苏州来，可以选择直接在线上通过视频看房，一些看完觉得满意的购房者会选择在线上直接下单认筹。”苏州市相城区旭辉铂悦春和万象置业顾问在电话中向《中国经营报》记者表示。

位于上海市松江区的旭辉余山望通过线上营销取得了“大卖”战绩。今年6月份，该项目通过线上卖房，为客户持续提供线上咨询服务，仅用5天便热销超2亿元。

争夺线上流量

近两年来，随着互联网技术日新月异，“直播卖房”等线上营销新方式应运而生，众多房企也纷纷试水争夺线上流量和潜在购房者。

记者在采访中了解到，今年5月18日，禹洲集团打造的“禹洲王牌主播创造营”在全国39城正式开营。截至7月31日，整个大赛分为初赛、半决赛、总决赛三个赛段，最终选出前五名主播成为禹洲营销主播KOL（关键意见领袖），并评出“星秀主播”“当红主播”和“王牌主播”。

据介绍，在“禹洲王牌主播创造营”开营的短短半个月时间里，禹洲集团全国项目直播的总热度达到87.3万，留资超1600组。

“线上直播的方式有利于迎合新一代购房者的消费心理与购

房习惯，通过线上载体扩大信息覆盖面，持续挖掘潜在客户。”针对线上营销的优势，禹洲集团相关负责人表示。

此外，早在2020年6月17日晚8点，方静现身“德信知已云”小程序直播间，以直播首秀为德信“618知己生活节”助阵，在两个多小时的直播时间里带货6.73亿元，9大直播平台在线观看人数近101.5万。

对于这一“带货”成绩，方静表示：“契合热点事件，用当下年轻人更为喜欢的互动方式，借用抖音、天猫好房、微信视频号等公域平台以及我们自己的私域平台德信知己云线上线下联动裂变的方式——线上全民喊房引流量，线下案场到访抢红包赢销量，这是德信地产利用互联网营销模式

的一种全新尝试。”

此后的2020年“双11”期间，德信地产又推出了“知己喊房节”，德信控股集团有限公司（以下简称“德信集团”）董事长胡一平更是亲自做示范，以互联网化的方式公布“知己喊房节”活动亮点，其中包括“董事长直签大放价”、“董事长房源5折起”等。

而在2021年，德信地产再度推出“618知己生活节”，继续探索互联网营销模式。根据公司彼时对外披露的信息，在整个“618知己生活节”期间，德信地产线上销售额突破8.57亿元，累计观看人次超101万。

“在以后的发展过程中，依托互联网思维，基于大数据技术，未来房地产行业的营销方式也会持续丰富和精准化。”克而瑞研报表示。

倒逼数字化转型

在全民直播热潮带动下，线上直播卖房也逐渐成为房地产行业的一种新趋势。

在巨大的市场机遇面前，抖音和快手等短视频平台也开始发力直播电商房产业务模式。据了解，今年4月份，快手电商正式宣布成立房产业务中心，探索直播卖房模式。

“成立房产业务中心，负责满足快手用户的购房需求，帮助业主更高效地卖房，探索大宗线下交易业务在快手生态闭环的业务模式。”对于涉足直播卖房业务的原因，快手电商方面在内部信中表示。

根据克而瑞统计，现阶段活跃在主要平台上的地产主播大多为房产从业者，包括地产中介经纪人、地产公司置业顾问、地产相关媒体人等，房企旗下的地产主播以

置业顾问为主，也包括其他板块的非营销人员。

“目前，无论是平台地产主播还是房企旗下的置业顾问均能达到不同程度的成交，地产主播在房产销售中的作用也在逐步体现。”克而瑞方面在研究报告中表示。

在房地产业内人士看来，除新冠肺炎疫情等因素激发各大房企布局线上营销渠道的决心外，日趋沉重的销售回款压力也在倒逼房企加速数字化转型。

中指研究院统计数据显示，今年上半年，房企销售业绩呈现负增长态势。其中，TOP100房企销售额均值356.4亿元，同比下降48.6%；销售额破千亿元的房企仅为9家，较2021年同期减少10家；百亿级房企则为85家，较2021年同期减少47

打通线上线下闭环

“直播卖房要发展，核心在于客户习惯的养成，在于信任度的搭建，其底层逻辑更是基于对主播的人设信任形成私域流量而引发的购买行为。”禹洲集团人士向记者感慨道，当前直播卖房已趋于同质化，禹洲集团营销管理部正在挖掘并培养一批有专业、懂营销的“王牌主播”。

据介绍，禹洲集团营销管理部在营销人才“育、选、留”上，已形成以“体验式实操+案例培训”双轨并行的培养模式，除了常规的专业力提升外，也在持续培养全国营销团队的线上营销能力。例如，组织开展针对创新营销的“头脑风暴会”和手机摄影技巧培训等课程。

另一方面，去年4月13日，德信地产“知己红人计划”全面启动，公司也借此实现了企业与人才的同步升级，通过知己云平台以及短

视、直播联动的模式，围绕销售端、渠道端、策划端三大方向展开培训和竞赛，培养营销人员的线上营销意识和能力。

德信地产相关负责人告诉记者：“此举成功搭建完成了从集团-城市公司-项目的三级架构视频传播矩阵，不仅打造德信自己的‘红人天团’，为项目线上曝光引流，带来更多客户，同时也促进了项目线下销售。”

此外，旭辉控股集团开展数字化营销的核心在于2020年4月正式推出的“旭客家”小程序，将主数据管理、数据建模、客户中台、标签系统、数据资产管理等集成起来，提高线上客流的成交转换率。

记者在采访中了解到，针对客户端，旭辉控股集团重点建设智慧营销平台，即在原有“旭客家”基础上搭建线上营销活动平台，助力项

家。TOP100房企权益销售额均值为252.8亿元，同比下降49.4%。

而数字化转型正成为房企降本增效的关键。在旭辉控股集团有限公司（以下简称“旭辉控股集团”，00884.HK）董事局主席林中看来，如果一个企业不能推动数字化转型，未来一两年后没有问题，三五年后就有大问题，十年后就会碰到生存问题。

据介绍，2022年是旭辉控股集团“三五战略”的开局之年，也是进入新发展时期和稳定成长期的关键5年，大力发展数字化营销和线上营销也是其十大基本战略之一。

“提去化、降费用、去库存、破非住，未来我们希望数字化营销跟线上营销要提升占比到40%。”林中表示。

目线上获客；针对案场营销团队端，重点建设智慧管理工具，减少一线工作量，提升工作效率；针对集团管理者端，重点进行底层数据拉通和综合数据分析，以支持整体决策。

“房屋作为大宗商品，当前受到购房者消费习惯的影响，无法避免地需要通过线下途径成交。”禹洲集团相关负责人表示，很多购房者之所以到售楼处看房，正是通过观看线上直播才了解到项目的一些具体信息。

“通过线上传播载体，与客户实现情感、需求共鸣，与客户交互并解决问题，邀约客户至线下深入体验，可以有效促成转化，后续通过持续而优质的服务提升口碑创造裂变，由此可以打通线上至线下闭环，以此创新营销思路和营销逻辑。”禹洲集团负责人进一步表示。

廊坊全面解除限购 环京楼市影响几何？

本报记者 余燕明 北京报道

近日，当得知河北廊坊市官方正式宣布解除全域住房限购政策后，陆飘（化名）在社交媒体上转发了这条新闻，并配文称“挂了两年了，希望现在可以卖出去”。

陆飘在北京工作多年，2017年，她选择在廊坊燕郊入手了一套商品住宅，建筑面积80多平方米，单价超过了2万元/平方米。

“燕郊一直是环京楼市热门板块，对很多在北京工作的年轻人来说，由于购买力所限，跑到燕郊买房上车也是扎根北京的机会。”陆飘告诉《中国经营报》记者，“当年房价涨得很高、很快，单价2万元/平方米左右的预算，在北京买不到什么像样的房子。”

因为通勤时间过长，陆飘在廊坊燕郊入手的这套房子在交付以后，她没有装修居住，一直空置着。时间很快到了2020年，陆飘对生活和工作都有了重新规划，她将这套房子以略高于购买时的价格挂牌出售。

“但过去四五年里，燕郊楼市不再像之前那样活跃了。小区里房子降价出售的其实比较少，所以成交情况很差，基本上挂牌几个月都卖不出去。”陆飘说。

根据一家房产电商网站记录的信息显示，陆飘购买房屋所在小区的房源挂牌价格大多在2万元/平方米左右，但近期成交价格则普遍低于2万元/平方米。

“我觉得燕郊的房子主要承接的是北京外溢的购房需求，现在大家对燕郊楼市的预期很低，信心不足。”陆飘说，“希望廊坊解除限购政策以后，市场能有所恢复，我的房子在今年可以顺利卖出去。我对价格也没有很高的预期，跟买房时候差不多就行。”

全域解除限购

这意味着廊坊市已正式官方宣布解除了此前一直实施的全域住房限购政策，并强调此前实施的这一政策已不适应当前房地产市场形势。

日前，廊坊市政府印发了《扎实推动全市经济平稳健康发展的六条政策措施及配套政策》，包含了1个总体文件，20个配套文件。

其中，在《关于支持房地产业良性循环和健康发展的六条政策措施》中，廊坊市明确提出“优化调整住房限购、限售政策”。

这条政策的具体内容为廊坊市宣布取消户籍、社保（个税）等方面不适应当前房地产市场形势的限制性购房资格条件。

同时，对招才引智高端人才、招商引资企业高管、北京非首都功能疏解随迁人员购买首套住房时，廊坊市按照本地户籍对待。廊坊市还对“北三县”（三河市、大厂回族自治县以及香河县）和环雄安新区周边县（市）等重点区域，取消了非本地户籍居民家庭的住房限售年限要求。

这意味着廊坊市已正式官方宣布解除了此前一直实施的全域住房限购政策，并强调此前实施的这一政策已不适应当前房地产市场形势。

据记者了解，《意见》正式发布后，廊坊市从此开启了一直以来实

件之一，据记者了解，《关于支持房地产业良性循环和健康发展的六条政策措施》在今年6月中旬已经由廊坊市政府办公室制定发布。但在这份正式文件中，六条政策措施中的第一条，即“优化调整住房限购、限售政策”被略去未显示。

据记者之前从廊坊市住建部门、银行、销售中介等多方采访了解到，其实早在今年4月，当地就对楼市调控政策进行了完善优化，放开了2017年以来一直实施的住房限购，并同步降低了购房首付比例及房贷利率。

今年4月下旬，市场上流传出一份官方文件，即廊坊市政府印发的《关于公布市政府规范性文件清理结果的通知》（〔2022〕2号），其中予以废止的市政府规范性文件目录里，就有廊坊市政府办公室在2017年6月印发的《关于进一步促进全市房地产市场平稳健康发展的实施意见》（廊政办字〔2017〕61号，以下简称《意见》）。

据记者了解，《意见》正式发布后，廊坊市从此开启了一直以来实



视觉中国/图

廊坊市宣布取消户籍、社保（个税）等方面不适应当前房地产市场形势的限制性购房资格条件。

施至今的全域住房限购政策。

2017年6月，廊坊市在《意见》中明确实行住房限购的区域为主城区（含广阳区、安次区、廊坊开发区）、三河市、大厂回族自治县、香河县、固安县、永清县、霸州市和文安县。

当时，廊坊市出台《意见》的目

标之一，是要抑制房价过快上涨，努力把房价稳定在2016年10月的水平上，确保环比不增长。

根据《意见》，廊坊市决定从严调整住房限购措施。对于非当地户籍居民家庭，能够提供当地3年及以上社会保险缴纳证明或纳税证明的，限购1套住房，包括新建商

品住房和二手住房；已经拥有1套及以上住房，或者无法提供当地3年及以上社会保险缴纳证明或纳税证明的，暂停在当地购买住房。

而对于当地户籍居民家庭，已拥有2套及以上住房的，暂停在当地购买住房，包括新建商品住房和二手住房。

幅增加12.03%。

“总体来看，廊坊市再次通过官宣形式发布解除住房限购、限售政策，其目的更多在于释放积极信号，对于改善购房者置业情绪、修复市场预期会起到一定的积极作用。”中指研究院这位分析师称。

“考虑到全域解除住房限购政策在今年早些时候就已经落地，再结合现阶段廊坊房地产市场处于横盘状态、供需相对平衡，短期内可能会释放一波需求推高成交量，但长期来看市场会更加趋于平稳，不会出现大幅波动。”廊坊市当地一位房地产从业者告诉《中国经营报》记者。

修复市场信心

当地楼市成交量已经有了很大起色，但房价并没有出现大幅上涨情况，仍然比较平稳。

“实际上，廊坊市住房限购、限售政策的完善优化在今年早些时候已经落地，此次通过官宣形式对外发布，意在公开释放利好信号，多方面降低购房门槛及成本，以期修复市场信心。”中指研究院一位分析师表示。

根据有关房地产研究机构监测，廊坊市从2017年实施住房限购政策以来，当地楼市就进入了持续的调整期，新房成交量大幅下滑，房价下跌明显。

据中指研究院的数据，2017年实施全域住房限购后，廊坊市新建商品住宅价格环比持续波动调整，2020年12月以来连续下跌，至今年7月已连续下跌了20个月，市场观

望情绪浓厚。

中指研究院的这位分析师进一步指出，近两年由于疫情持续反复，环京地区对人员流动、交通运输等进行了限制，给居民通勤带来了较大影响，这也拖累了环京地区房地产市场的景气度。

据悉，今年6月，廊坊市政府办公室下发的《关于支持房地产业良性循环和健康发展的六条政策措施》中，除了文件当中略去的第一条“优化调整住房限购、限售政策”外，还同步制定了降低购房首付比例及房贷利率等相关政策。

廊坊市要求对符合条件的个人住房按揭贷款加大投放力度，及

时满足融资需求。合理确定并推进落实商业性个人住房贷款最低首付比例；对于贷款购买普通自住房的居民家庭，首套住房商业性个人住房贷款利率下限调整为不低于相应期限贷款市场报价利率减20个基点，力争2022年8月全市新发放个人住房贷款加权平均利率较4月份下降30个基点。

同时，廊坊市明确进一步降低住房公积金贷款首付比例。缴存职工使用住房公积金贷款购买家庭首套自住住房的，首付款比例不低于20%；对拥有1套住房并已结清相应购房贷款的缴存职工家庭，再次申请住房公积金贷款购买普通自住住房，首付款比例不低于

20%；对拥有1套住房但未结清相应住房贷款的缴存职工家庭，再次申请住房公积金贷款购买普通自住住房，首付款比例不低于30%。

廊坊市多位房地产销售人士告诉记者，今年全面解除住房限购，以及同步降低购房首付比例和房贷利率后，当地楼市成交量已经有了很大起色，但房价并没有出现大幅上涨情况，仍然比较平稳。

根据中指研究院的数据，今年上半年，廊坊市商品住宅累计成交规模为151.81万平方米，同比增加11.97%。其中今年6月，廊坊市商品住宅成交规模为34.3万平方米，同比增加32.04%，环比大

京津冀楼市齐迎优化政策

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

今年以来，中央层面多次释

放积极信号，呼吁在稳增长前提下支持刚性和改善性住房需求。

二季度，各地因城施策，针对信

贷端出台更为积极的调整措施。

从各地情况来看，部分城市从5、6月份已开始企稳复苏，购房者信

心有所修复，但城市间的恢复程度分化明显，业内预测短期内房地产政策优化调整力度仍有加大力度。

近期，环京典型城市——河

北廊坊市官方宣布全面取消此前发布的“限购”“限售”政策，被业

内视为需求端更为强烈的调整信号，或进一步向环京周边城市及其他高能级城市传导。

京津冀地区政策调整

8月8日，廊坊官方正式公布了《关于支持房地产业良性循环和健康发展的六条政策措施》，取消本市“限购”要求，对“北三县”和环雄安新区周边县（市）等重点区域，取消非户籍家庭“限售”年限要求。

同时，廊坊还进一步下调住房公积金贷款首付比例，对首套公积金购房的最低首付比例由之前的30%降至20%，二套由原来的60%降至30%。对引进的高端人才（具体范围由各县、市、区结合实际确定），可结合实际，提高住房公积金最高贷款额度。

对于商贷利率，廊坊市要求首套住房商贷利率下限调整为不低于相应期限贷款市场报价利率减20个基点，力争2022年8月全市新发放个人住房贷款加权平均利率较4月份下降30个基点；二套住房商贷利率政策下限按现行规定执行。

据了解，廊坊市上一轮政策调整始于2016年，彼时全市实行差别化的房地产政策，通过限购、限贷、限价等措施整顿楼市。2017年6月，廊坊市正式下发了《关于进一步促进全市房地产市场平稳健康发展的实施意见》，对主城区（含广阳区、安次区、廊坊开发区）、三河市、大厂回族自治县、香河县、固安县、永清县、霸州市和文安县等区域实行严格的限购、限售政策及较高的首付比例。

随后，廊坊市场进入了持续的

调整期，据中指研究院监测，2017年以来廊坊新建商品住宅价格环比持续波动调整，2020年12月以来连续下跌，至今年7月已连续下跌20个月。

据中指研究院指数事业部市场研究总监陈文静介绍，今年以来廊坊多次优化调整政策，在此次官方发布政策之前，廊坊市区和北三县取消限购的政策已经落地执行，首付比例实际也已按照首套20%、二套30%执行，房贷利率最低执行4.25%。

在廊坊市正式官宣之前，天津也于近日公布了促进房地产市场平稳健康发展的相关举措。

8月4日，天津市发展改革委发布《天津市关于促进消费恢复提振的若干措施》（征求意见稿），提出要在“房住不炒”的定位下，支持分区施策促进房地产市场平稳健康发展，优化个人购房信贷政策，引导金融机构下调住房贷款利率，降低住房商业贷款首付比例，保障住房刚性需求，合理支持改善型需求。

一位天津房地产市场业内人士告诉《中国经营报》记者：“此次发改委发布征求意见稿之前，天津政府部门对住房消费相关促进措施在一个月之前就已明确。降低首付比例的举措，目前已经进入政策最终审批环节，预计不久后就会出台。”

记者从天津房地产市场了解

到，目前天津市仍执行“认房认贷”政策，新房、二手房首套房首付比例为三成，二套房为六成，与之前保持一致。主流银行新房首套商贷利率为4.25%，二手房首套商贷利率为5.05%，具体会根据个人征信情况略有上浮。

“预计后续政策经过调整，天津二套住房首付比例或有所降低，有望降至四成。”上述天津房地产市场业内人士表示。实际上，今年以来天津部分楼盘已在实际售房时变相降低首付比例。“比如有开发商通过做高单价进而获得更多贷款，再将差价退给购房者。但随后这些做法被监管部门叫停。”

据市场机构克而瑞统计，今年上半年，天津新房共成交367万平方米，与2021年、2020年同期相比分别下降44%和31%。在去化缓慢的情况下，天津新房库存去化周期已经达到25.5个月，去化周期较长。据了解，天津新房市场在6月份曾迎来一波集中放量，但至7月份去化率回落至17%。

与新房市场表现不同，天津二手房市场有所回暖，7月份天津二手房成交量已环比上升30%。据中指研究院统计，6月底，天津市教委出台学区新政，明确了2022年天津各区最新“小升初”学区划分，部分区域二手房市场活跃度有所提升。7月，天津二手房价格环比由跌转涨，和平、河西等教育资源优

势区域环比涨幅较大。

值得注意的是，北京也于近日出台了定向住房优化政策。北京住建委在8月4日发布的《多措并举提升老年家庭居住品质营造全龄友好型社区》中提及，对中心城区老年家庭（60周岁及以上）购买昌平区平西府、顺义区福环、顺义区薛大人庄等三宗地块试点项目，并把户口迁至试点项目所在地的，给予一定的支持政策，包括：老年家庭名下无住房且无在途贷款的，购买试点项目普通住房执行首付比例35%、非普通住房执行首付比例40%，以及相应的贷款优惠利率；购买试点项目140平方米以下住房的，按首套房首付比例35%、二套房首付比例60%执行；其子女可作为共同借款人申请贷款。

据了解，北京购房政策自2016年以来一直处于严控状态。去年下半年开始，全国多地陆续对住房政策进行调整，但北京除了对受疫情影响的企业和个人进行纾困外，并未调整房地产相关政策。

业内人士认为，这次在特定区域、特定项目上对老年家庭购房首付及贷款利率进行松绑、支持子女“接力贷”的政策微调，释放了积极信号，有助于提振市场情绪。陈文静指出，未来北京试点项目有望扩围，多孩家庭、职住平衡购房等合理需求的配套支持政策亦有望跟进。

业内判断政策优化力度将继续加大

今年以来，从中央到地方的各级政府对房地产政策支持力度均较强，在“房住不炒”主基调下，保障居民合理住房需求，改善房企合理融资需求。据统计，今年前7月全国有超210个省市调整了房地产调控政策，需求端政策不断发力，政策出台频次近600次。

尤其是自二季度以来，房地产调控由释放稳定信号步入针对信贷端出台更为积极的支持政策。4月末中央政治局会议召开之后，各地积极响应会议精神，从当地实际出发密集出台政策。

据中指研究院统计，全国重点100城商品住宅成交面积于5月份环比转增，6月份继续增长55.7%，接近去年年末水平。由于前期政策支持加码，以及年中房企冲刺，部分因疫情推迟的购房需求进一步释放，6月份百强房企全口径销售也迎来较大涨幅。

7月份，楼市迎来淡季，部分区域在疫情反复等因素影响下，全国100城楼市成交面积有所下滑，但累计同比涨幅进一步收窄。

从市场恢复情况来看，各城市分化态势明显。高能级核心城市房地产销售复苏较快，中指研究院数据显示，一线城市6月份销售面积较5月份均有所回

升，其中深圳同比由负转增11%，上海疫情后迎来需求释放，6月份商品住宅销售面积环比增长745%，同比降幅明显收窄。

二线城市中，苏州、温州等城市环比涨幅超过100%；苏州、成都、西安等少数城市6月份实现同比增长。而广大三四线城市中，尽管整体降幅有所收窄，但仍有不少城市因需求相对疲弱，市场尚处在筑底过程中。

多个城市的情况证明了调控政策的出台与市场恢复的正相关性。中银证券日前发布的研报指出，目前有四类城市在需求端仍有放松空间，分别为：库存压力过高的城市；房价下滑过快的城市；土地市场过冷、地方政府对土地出让金依赖较大的城市；人口流出明显的城市。中银证券还指出，有六成的省会城市也有进一步调整房地产政策的空间。

7月28日，中央政治局召开会议，强调要稳定房地产市场，坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，因城施策用足用好政策工具箱，支持刚性和改善性住房需求。

“短期房地产政策优化调整力度仍有望加大，供需两端政策均有空间，二三线城市限购、限贷、限售等政策或将进一步优化。”陈文静表示。

稳民生提信心

“保交楼”攻坚

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

事关民生稳定与市场信心修复，自中央政治局会议首次提及以来，保交楼正成为各地房地产市场的一项重要基调。为预防相关风险，“交房即交证”、持续优化预售资金监管等也日益成为各地政策调整的重要方向。

据《中国经营报》记者不完全统计，目前已有郑州、武汉、天津、

南宁、苏州、重庆、遂宁、赣州、咸阳、济南等地出台政策举措促进房地产项目尽快落地建设与按期完工，相关举措涉及成立房地产专项纾困基金、成立专项工作组、建立“一对一”帮扶机制等。

多位专家认为，推动保交楼、稳民生，关键是压实地方政府的主体责任，途径是用足用好政策工具箱，相关方案或工具目前并没有成熟的模式套用，还需各地

探索推进。

“我们认为各地政府将全面落实保交楼、稳民生，更多城市或将效仿郑州成立纾困基金，更多金融机构也将积极纾困出险房企、盘活不良资产。”克而瑞研究中心副总经理杨科伟认为，保交楼将于各地全面推进，问题项目复工有望加速推进，稳民生的同时也有助于提振市场信心，缓解市场观望情绪。

稳民生
“稳定房地产的工作重点开始发生变化，从之前的防风险与稳市场，转移到稳市场、防风险与稳民生并重。”

保交楼工作首先关系到民生稳定，近期相关工作的多次定调均与稳民生密切相关。

如银保监会此前多次表示要积极加强与住建部、人民银行等部门的协同配合，支持地方更加有力推动“保交楼、保民生、保稳定”工作。不久前召开的中央政治局会议也明确要压实地方政府责任，保交楼、稳民生。

“稳定房地产的工作重点开始发生变化，从之前的防风险与稳市场，转移到稳市场、防风险与稳民生并重。”广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示，房地产风险释放目前有从房地产企业蔓延至下游民生保障领域的趋势，稳民生也随之占据房地产管理工作的首位。

“目前，保交楼政策主要是不希望市场上一些交付风险传导到金融系统，确保交楼也能够保障民生。”中国房地产数据研究院院长陈晟认为，保交楼工作符合房地产稳定性要求，对民生保障也发挥着重要作用。

多位专家认为，保交楼、稳民



保交楼正成为各地一项重要举措。图为上海一小区新建成的居民楼。新华社/图

生，关键还是要压实地方政府责任，在政策工具箱方面探索切实举措。

“推动保交楼、稳民生，关键是压实地方政府的主体责任，途径是用足用好政策工具箱。”李宇嘉认为，处置房地产风险释放的相关举措在效果上还有待提升，对于保交楼工作，目前并无成熟的模式套用，还有待各地探索推进，要推进“一盘一策”，做到谁的问题和责任谁担。

“当前稳民生至关重要，解决问题的核心是推动项目保交楼。”

中指研究院指数事业部市场研究总监陈文静认为，保交楼工作需要政府监管部门、金融机构、企业共同发力、协同推进，适当让利，保障项目顺利复工并完成交付，尤其是地方政府更需切实担起“保交楼”责任，积极作为、调动各种资源给予支持。

陈晟也认为，相关项目各主体要捋清项目资产与负债情况，针对项目不同情况采取不同的举措，如采购或建设保障性住房等，确保楼盘交付并促进企业进入正常经营状态。

稳市场

除专项纾困基金外，苏州、重庆等地还成立专项工作组，对相关项目实施专项管理以促进保交楼工作。

实际上，保交楼近来已引发各方关注，多地已开始探索诸如成立房地产专项纾困基金、成立专项工作组、建立“一对一”帮扶机制等具体举措。

如郑州、武汉与南宁等地在专项纾困基金方面进行探索，其中郑州由中心城市基金下设立纾困专项资金，规模暂定100亿元，纾困项目限定为未来销售收入能够覆盖项目投资的存量房地产项目，原则上纾困专项资金出资比例不高于30%。另据媒体报道，建设银行拟以湖北省为试点，设立300亿元的纾困基金，用于收购问题项目，并改建为公租房。

“郑州还进一步明确了纾困项目的4种开发模式，涉及棚改统贷统还、收并购、破产重组和保租房。”杨科伟表示，郑州在专项纾

困基金方面的探索值得关注，其明确的4种开发模式中，棚改统贷还是由政府指定一家融资平台统一向国开行申请棚改贷款额度，投入到各个问题项目后，再由融资平台统筹安排偿还资金；收并购主要针对资产大于负债的项目；破产重组主要针对那些体量大、债务债权复杂、后续投资资金较多、工程建设及销售都存在问题的项目；保租房则主要针对那些销售困难、后期交付无法保证的项目。

除专项纾困基金外，苏州、重庆等地还成立专项工作组，对相关项目实施专项管理以促进保交楼工作；赣州等地则决定收购部分未动工地块，根据施工进度返还相关土地出让金用于项目施工建设；咸阳与遂宁等地则探索建立“一对

一”帮扶制度。

“房企也在积极开展‘自救’，采取如集团引进信托公司接管项目公司，债权人收购出险企业优质项目，拍卖项目公司债权引入投资方，合作开发项目由资金方接管等多项举措保交楼。”杨科伟表示，除地方政府外，房企与金融机构等都在力促保交楼，预计未来将有更多金融机构积极纾困出险房企、盘活不良资产，以期化解房地产市场风险，促进问题房企有序出清。

除压实地方政府责任外，打通各主体间资金循环也可能成为相关工作的重要方向。

“我们认为，后续地产政策的重点，在于打通中央与地方，地方政府、银行、开发商之间的资金循环，为‘保交楼、稳民生’提供支持。”中泰证券首席分析师杨畅称。

稳信心

李宇嘉表示，当前房地产市场稳定与保交楼工作事关市场预期与风险预期，更多要从供给端着手解决。

保交楼工作不仅关乎民生稳定，对于房地产市场稳定与信心修复同样至关重要。

“形势已经很明朗了，当前市场下行主因并非需求端政策纾困不足，而是供给端冲击持续存在，恶化了市场和风险预期。”李宇嘉表示，当前房地产市场稳定与保交楼工作事关市场预期与风险预期，更多要从供给端着手解决。

实际上，除解决当前项目面临的问题外，多地还在预防相关风险方面下功夫，涉及实施“交房即交证”，强化预售资金监管等举措。

在“交房即交证”方面，截至目前至少有湖南、安徽、天津、河北、甘肃、新疆、云南、河南、成都、西安以及大理等多省市明确要加快推进相关工作。其中，河南省自然资源厅、省发改委等13个部门日前联合发文明确，自2023年1月1日起，河南省所有城镇规划范围内新取得国有建设

用地使用权的预售商品房项目全面实施“交房即交证”。

在强化预售资金监管方面，近期已有西安、沧州、长沙、绍兴、九江以及东莞等城市发布相关政策举措，从落实银行监管责任、系统监测预售资金额度、建立台账等方式保证资金监管的有效性。如长沙市住建局日前出台政策要求对预售资金流向进行全程监管，对项目建设款实施重点监管，保证金“留在项目、留在当地”，优先用于项目建设，保障房地产项目竣工交付。

“商品房预售资金监管既要保证项目按期交房不烂尾，又要防止过度监管引发和加剧房企的流动性压力。”IPG中国首席经济学家柏文喜表示，当前我国预售资金监管制度存在较为严重的监管不到位，相关监管实际上仍处于边执行边完善与优化之中。

柏文喜还表示，预售制度对我国房地产业发展起到加大房企开发资金来源和加快资金周转，促进房地产行业开发建设效率的作用。房地产探索新发展模式背景下，相关制度将会促进房企和行业向适度去杠杆、降负债和向财务稳健、企业安全运行、讲求发展质量以及可持续的良性循环方向逐步转型。

“发展是解决问题最好的办法，房地产调控政策仍需继续发力。”陈文静认为，当前房地产市场仍处于深度调整阶段，需求端要继续因城施策加大政策优化力度，给予地方政府更大自主权，降低购房门槛和购房成本，如二线城市进一步优化限购、限贷、限售等政策，特别是“认房认贷”政策放松将有助于改善性住房需求释放，而更多三四线城市或全面取消行政限制性政策，促进合理住房需求释放，促进房地产市场平稳健康发展。

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

清凉计划

August 带你爽一夏！

活动时间：2022.8.1-8.24

SALES

全店满200减20,满400减40,部分产品折上折!

《中国经营报》全年



原价：¥240

折后价：¥ 218

《商学院》全年



原价：¥400

折后价：¥ 399

《商学院》系列套书



原价：¥310.8

折后价：¥ 208

《商学院》电子刊



原价：¥120

折后价：¥ 102



扫码了解活动详情

广告

多地强化商品房预售资金监管

本报记者 蒋翰林 深圳报道

近期,各地对于商品房预售资金监管纷纷升级,加强预售资金流向透明度,同时进一步压实各方的主体责任。

据《中国经营报》记者粗略统计,7月以来,东莞、长沙、深圳龙岗区、

全国统一监管方向

业内预计后续预售资金监管政策会逐步统一标准化,各地预售资金监管更加透明化。

商品房预售资金监管已是一个老生常谈的话题。预售资金监管指的是房地产行政主管部门会同银行对商品房预售资金实施第三方监管,房地产开发商需要将预售资金存入银行专用监管账户,只能用作本项目建设,不得随意支取、使用。

过去20年,商品房预售制推动了我国房地产市场快速发展。商品房预售资金是房地产开发企业的重要现金流来源,也是项目建设的重要资金来源。但同时,商品房预售资金缺乏监管以及预售资金被挪用等现象,使风险加大。

长沙:保证资金“留在项目”

各地的预售资金管理处于进一步收紧的状态。

实际上,为缓解房企现金流压力,上半年多地曾提出适度放松预售资金监管。据克而瑞地产统计,截至6月初,今年有南京、成都、海口等28地曾提出包括增加重点监管资金拨付节点、提升重点监管资金拨付比例、允许使用银行保函替代预售监管资金等。

进入下半年,“保交楼、稳民生”成为重中之重。中共中央政治局7月28日召开会议强调,要稳定房地产市场,坚持房住不炒,因城施策用足用好政策工具箱,支持刚性和改善住房需求,压实地方政府责任,“保交楼”、稳民生。

在此背景下,各地的预售资金管理处于进一步收紧的状态。堵住商品房预售资金监管漏洞,强化商品房预售资金监管,健全完善商品房预售监管制度与体系,成为确保

汕头、成都、西安、杭州、嘉兴、郑州、青岛等近20个城市(区)均有收紧预售资金监管的动作,要求预售资金应存入银行专用监管账户,不得随意支取、使用。

记者留意到,各地出台的新规普遍聚焦于厘清监管部门、开发商和银行三方的责任和义务,形成闭

环的严密体系,严格封堵了套取漏洞等方面。

广东省城乡规划院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示,预售资金该提取的一定要提取,以保证项目按期交房不烂尾;此外,预售资金要存入监管账户,按照工程进度提取预售资金,防止套取挪用。

商品房预售资金使用办法。

该文件的出台也为预售资金监管提供了统一方向。《意见》中提到,通过招标确定监管银行、厘清三方监管部门各自权责、合理确定监管额度、监管账户的设立、建立信息共享机制、确定首末拨付节点等举措,规范和完善了商品房预售资金监管等9个方面内容。

诸葛找房数据中心首席分析师王小嫱分析称,目前,国内对于预售资金监管并未有强制统一的标准。预计后续预售资金监管政策会逐步统一标准化,各地预售资金监管更加透明化,维护购房者的购房权利。

早在1995年,《城市商品房预售管理办法》发布,商品房预售制度在全国铺开。但目前国内对于预售资金监管并未有统一的标准,由地方政府制定具体的监管细则。较高灵活度的监管空间也为行业发展带来一定挑战。

今年2月,全国性商品房预售资金监管新规出台。住房和城乡建设部、中国人民银行和银保监会三部委联合印发了《关于规范商品房预售资金监管的意见》(以下简称《意见》)。同样地,各地方住建部门依据该文件的基本原则,调整当地商

规,将根据商品房项目建设工程造价、施工合同金额及工程进度等因素,结合商品房销售价格进行综合确定,为预售资金总额的20%,主体验收后,重点监管额度不得低于预售资金总额的10%;房屋竣工验收备案后,方可解除全部预售资金的监管。

值得留意的是,为增加房地产开发企业资金流动性,在长沙预售资金监管新政将资金拨付节点与项目进度挂钩,特别规定“企业在取得预售许可证1个月后,已售房价款未能达到预售资金总额的40%,在确保已售房价款留足20%后,可将其余预售资金用于本项目的工程建设”。

“商品房预售资金监管既要保证项目按期交房,又要防止过度监管引发和加剧房企的流动性压力。”IPG中国首席经济学家柏文喜表示。

重点监管额度方面,根据长沙新

规,将根据商品房项目建设工程造价、施工合同金额及工程进度等因素,结合商品房销售价格进行综合确定,为预售资金总额的20%,主体验收后,重点监管额度不得低于预售资金总额的10%;房屋竣工验收备案后,方可解除全部预售资金的监管。

值得留意的是,为增加房地产开发企业资金流动性,在长沙预售资金监管新政将资金拨付节点与项目进度挂钩,特别规定“企业在取得预售许可证1个月后,已售房价款未能达到预售资金总额的40%,在确保已售房价款留足20%后,可将其余预售资金用于本项目的工程建设”。

“商品房预售资金监管既要保证项目按期交房,又要防止过度监管引发和加剧房企的流动性压力。”IPG中国首席经济学家柏文喜表示。

房托基金“攻守道”

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

“对于收购暂时没有太多的想法,今年主要是把运营做好。目前,北京、上海等城市有许多项目值得关注,但我们暂时没有具体的计划。关于未来,写字楼是穿越经济周期比较好的产品,期待公司的写字楼业态占比达到68%。”

近日,在2022年中期业绩会上,对于今年的并购计划,越秀房托(0405.HK)董事长、执行董事及行政总裁林德良如此表示。

今年上半年,越秀房托写字楼业务的收入录得增长。就在去年,通过收购越秀金融大厦,越秀房托成为在港交所、新加坡交易所上市房产基金中,持有规模最大的中国资产组合(截至2021年末)。而今,其放缓了步伐。

据了解,今年6月,招商房托(1503.HK)开始走出深圳,收购了大股东招商蛇口(001979.SZ)位于北京朝阳区核心CBD地标物业项目,且公司管理层表示,“如有合适机会将继续收购”。

值得注意的是,房托基金一“攻”一“守”背后,与REITs(不动产投资信托基金)紧密相关的房地产行业正在经历转型发展。去年8月,宝龙地产(1238.HK)分拆宝龙商业房地产投资基金(以下简称“宝龙房托”)赴港上市,以解决自持商业的负担。但今年2月,该公

写字楼为核心资产

根据业绩公告,今年上半年,越秀房托实现经营收入总额为9.44亿元,同比增长7%;除税后亏损5.21亿元,同比下滑282.5%,旗下物业的整体出租率为88.8%,保持较高水平。

其中,公司物业收入净额为6.87亿元,同比增长7.6%。具体而言,被视为“业绩压舱石”的写字楼业务收入6.38亿元,同比增长37.1%,占总收入比例为67.57%;酒店及服务式公寓业务收入1.66亿元,同比减少15.26%;零售商场业务收入7676.3万元,同比减少5.4%;批发商场业务收入6333.7万元,同比减少54.72%。

截至2022年6月30日,越秀房托共持有9个物业项目,包括位于

广州的白马大厦、财富广场、城建大厦、维多利广场、国金中心、越秀金融大厦,位于上海的越秀大厦,位于武汉的越秀财富中心及星汇维港购物中心(在财报中合并为“武汉物业”),位于杭州的维多利商务中心。

上述物业产权总面积约118.33万平方米,可供出租总面积为80.31万平方米(不含相关物业的停车位、酒店、服务式公寓、公建配套用房等面积)。截至2022年6月30日,上述物业组合重估市值为423.8亿元。其中,白马大厦、城建大厦、国金中心、越秀大厦的估值出现下降。

收入方面,国金中心以及越秀

金融大厦为主要来源,其收入占比分别为45.9%、22.3%。值得注意的是,越秀金融大厦为越秀房托于去年年底收购得来,报告期内便贡献了2.1亿元收入。刨除越秀金融大厦,公司原有的写字楼业务收入同比下滑7.5%,今年上半年仅有杭州维多利商务中心的收入录得增长。

业绩会上,林德良表示,今年上半年,公司写字楼业务的7个项目中有5个出租率高于90%,续租率达85%,续租租金同步上升。其预计,下半年写字楼市场将转好。

面对大环境,越秀房托也留意到北京、上海等地的待售项目。林德良亦认为,当前部分出售的资产项目价格较为优惠,但其仍表示,

公司将会把重心放在经营上。公告显示,越秀房托下半年计划重点投入白马大厦、国金中心四季酒店、武汉越秀财富中心及星汇维港购物中心,实现物业保值增值。

而就在今年6月,招商房托完成一项在其看来为“里程碑”的收购,以13.42亿元获得招商局航华科贸中心46.41%权益。

资料显示,招商局航华科贸中心的发展项目由招商局大厦、友邦保险NPA中心、连接招商局大厦与太平金融中心的01-04连接裙楼、招商银行大楼、中国惠普大厦、横琴人寿大厦、梵悦108、中国工商银行大厦及太平金融中心共同构成。上述交易完成后,招商房托总资产将超

过100亿元,公平市价增加40%。

对于上述收购,招商房托执行董事郭瑾特别指出,“我们这次收购的是其中一栋位置最好的写字楼,大概2.4万平方米,也包括一些裙楼面积,现在这个区域有非常稳定的(以金融、专业服务为主的)租户,租金贡献占比超过九成。”

截至2022年6月30日,招商房托旗下物业包括4栋写字楼、1个零售物业项目(花园城)。根据公告,今年二季度,公司写字楼的平均出租率为87%,与一季度的表现基本持平;零售物业项目的出租率为84.5%,较一季度末下降3.7个百分点。招商房托在公告中坦言,“零售业更易受到持续的新冠肺炎疫情的影响。”

与大股东协同发展

不论是完成收购便贡献主要业绩的越秀金融大厦,还是被视为“里程碑式收购”的招商局航华科贸中心,都是越秀房托、招商房托分别从大股东手中接盘而来。

2021年10月,越秀地产(0123.HK)与越秀房托同步公告称,买方(越秀房托)同意透过收购销售股份(相当于目标公司Gain Force Investments Ltd.的全部股权)向卖方(越秀地产)收购一物业,该物业为位于广州珠江新城的越秀金融大厦。

越秀地产曾表示,出售越秀金融大厦背后,公司致力于通过互动和资本有效模式,促进越秀房托的长远增长,据此,公司专注发展和培育商业投资物业,而越秀房托作为指定物业持有平台持有其已落成的部分投资物业,“这种互动模式有望同时带动本公司和越秀房托的长远增长”。

上述公告显示,出售越秀金融

大厦后,预计给越秀地产带来税后收益13.66亿元,公司总资产预计减少24.38亿元,净资产预计增加13.66亿元;公司的资产负债水平(净负债除以资产净值)将从49.8%下降至40.5%。

今年6月,上述交易经调整后的最终代价为78.73亿元,绝大部分靠越秀房托供股和借款支付,剩余资金来自内部资源。至此,越秀房托的资产规模由363亿元增至439亿元,增幅为21.4%。

越秀地产曾表示,出售越秀金融大厦后,公司致力于通过互动和资本有效模式,促进越秀房托的长远增长,据此,公司专注发展和培育商业投资物业,而越秀房托作为指定物业持有平台持有其已落成的部分投资物业,“这种互动模式有望同时带动本公司和越秀房托的长远增长”。

由此可见,在上述合作模式

下,越秀地产不仅可充实回笼自身资金储备,同时作为越秀房托重大及单一最大基金单位持有人,也能继续享有出售物业及越秀房托带来的收益。

同样接盘了大股东资产的招商房托,在其管理层看来,由大股东走轻资产运营路线,将重资产置于招商房托中,“这是双赢甚至多赢的局面,对招商房托的发展非常有利”。

今年6月30日,招商房托举行基金份额持有人特别大会,获高票赞成通过13.41亿元向招商蛇口收购北京朝阳区核心CBD地标物业招商局航华科贸中心46.41%权益。

郭瑾表示,“该笔交易对招商房托来说是一个里程碑。招商局航华科贸中心除了是2019年上市后母公司首个注入的项目,亦是招商房托第一个走出深圳的项目。”

根据披露,截至2021年3月31日,

标的项目的出租率为66.4%,平均租金为326.83元/平方米/月,按此基准计算,月租金达886万元。

在完成上述收购项目之前,招商房托拥有的5个物业项目均位于深圳前海蛇口片区。在今年3月的业绩会上,招商房托管理层曾表示,“招商蛇口也在不断寻找新的投资机会,补充招商房托,扩大市场管理规模,争取市场组合更多元化,这也是我们的目标。”

据了解,招商局蛇口在2021年提出“双百计划”,争取到2025年实现拥有100个购物中心及持有型的商业物业达到100亿元的营业收入,其在2021年同步推动“三个转变”,即从开发为主向开发与经营并重转变、从重资产为主向轻重结合转变、从同质化竞争向差异化发展转变。而在招商房托看来,上述战略推动下带来的资产储备,均是公司未来重要的投资来源。

目前,招商蛇口已拥有全产业链服务的境内外REITs双平台,即招商房托、博时蛇口产园REIT(180101.SZ)。其表示,未来,随着公司大量持有物业的陆续成熟,招商蛇口将通过综合运用地产私募基金、REITs等全生命周期的资本通道实现持有物业的盘活。

不过,大股东通过房托基金获得转型发展机会的路径并不总是一帆风顺。2021年8月,宝龙地产分拆宝龙房托独立上市,主要目标是通过拥有并投资于来自中国商业及零售物业的优质经常性租金收入,为基金单位持有人提供稳定的分派、长期可持续的分派增长,提升商业及零售物业的价值。

招股书显示,宝龙房托旗下的物业组合包括8个购物中心,资产包总价值82.3亿元。而就在今年2月,港交所官网显示,宝龙房托提交的招股书状态为“失效”。

东莞:银行擅自拨付的应负责追回

除了对开发商可能存在的违规问题扣紧“紧箍”之外,东莞也明确了清晰的追责机制。

8月2日,东莞市住建局发布《关于进一步规范商品房预售款收存管理和使用管理的通知(征求意见稿)》,公开征求意见,对银行机构、房企的职责做出明确规定。

为防止开发商截留、收存购房款,东莞市住建局提出,对已取得商品房预售许可的项目,由购房人根据预售资金监管系统生成的《房屋缴款通知单》信息,通过关联预售资金监管系统的POS机刷卡、银行柜台转账、网上银行转账等方式,将购房款(含定金、首期款、分期付款、一次性付款等)直接存入相应房屋的商品房预售资金监管账户。

东莞市住建局同时规定,位于监管额度内的资金,应当专款专用,在商品房项目完成房屋所有权首次登记前,商业银行不得擅自扣划,设立子公司的房地产开发企业,集团公司不得抽调,只能用于购买项目建设必需的建筑材料、设备和支付项目建设的施工进度款及法定税费。

除了对开发商可能存在的违规问题扣紧“紧箍”之外,东莞也明确了清晰的追责机制。对于资金被挪用的项目,可以通过检查资金申请时,是否出具了相关票据、图标等作证材料,住建部门是否核实、是否现场查验形象进度,银行是否按住建部门的意见支付,开发商是否违反上述规定等,就能清晰地追溯,资金被挪用到底是住建部门还是银行的责任。

商业银行违反预售资金三方监管协议,未经住建部门核实同意,擅自拨付或转移监管额度内资金的,应当负责追回资金,无法追回的依法承担相



东莞某楼盘施工中。

蒋翰林/摄影

直接将预售资金账户透明化。8月1日,九江市住建局公示了中心城区85个在售楼盘139个商品房预售资金监管账户。

九江市住建局在发文表示,凡取得商品房预售证对外销售商品房的项目,市住建局将第一时间公布销售楼栋的预售资金监管账号,商品房预售资金要直接存入专用监管账户进行监管。同时声明,购房人在购房时应注意核实预售资金监管账户信息,自觉将购房款直接存入商品房预售资金监管账户。

“十四五”城市基础设施规划聚焦绿色智能 推进区域城乡协调

本报记者 陈雪波 卢志坤 北京报道

近日，住房和城乡建设部官网发布《“十四五”全国城市基础设施建设规划》(以下简称《建设规划》)，对当下城市基础设施的发展环境、总体要求、重点任务、重大行动以及保障措施作了详细阐释。

《中国经营报》记者了解到，这份规划是第二份国家级、综合性的城市基础设施规划。相比五

从规划到试点

回顾过去的“十三五”，城市基础设施建设的成绩显著。

《建设规划》中提到，城市基础设施是保障城市正常运行和健康发展的物质基础，也是实现经济转型的重要支撑、改善民生的重要抓手、防范安全风险的重要保障。

而构建系统完备、高效实用、智能绿色、安全可靠的现代化基础设施体系，对更好地推进以人为核心的城镇化，畅通国内大循环、促进国内国际双循环，扩大内需，推动高质量发展具有重大意义。

回顾过去的“十三五”，城市基础设施建设的成绩显著。其中，统计到的道路长度增幅35.1%，污水集中处理能力增幅35.7%，城市集中供热面积增幅47.0%，固定宽带家庭普及率增幅41.0%。轨道交通的增长速度更是迅猛，2020年城市轨道交通运营里程相比2015年已经翻倍，达到6600公里，增长幅度120.0%。记者了解到，在2021年末，这一数字已经增长到了8708公里。

年前的第一份规划，这次规划涉及的方面更多，要求也更加细致。

有专家告诉记者，国家在做基础设施建设的规划，这说明规划已经越来越成熟，可以更加标准、更加完善地解决问题，也有更好的精力和能力系统性地做一些事情。而进入“十四五”之后，我国城市建设进入相对稳定的阶段，从原来的“土地扩张”转向“空间控制”，从原来的粗放式发展，走向了“精准”协同的高质量发展。

建设低碳、智慧城市

《建设规划》提到，将继续开展智能化城市基础设施建设和更新改造。

住房和城乡建设部近日还印发了《关于征集遴选智能建造试点城市的通知》，决定征集遴选部分城市开展智能建造试点，推动建筑业向数字设计、智能施工、建筑机器人等方面转型。

智能、低碳已经是城市基础设施建设的重要要求。《建设规划》中提到，要遵循“绿色低碳、安全韧性”以及“民生优先、智能高效”的工作原则，完善城市生态基础设施体系，推动城市绿色低碳发展。

尤其是要促进城市生产生活方式的绿色转型，可以采取的方式有优先发展城市公共交通、深入开展节水型城市建设、推进城市能源系统低碳化发展、积极发展绿色照明等。

在建设智慧城市方面，《建设规划》提到，将继续开展智能化城

市基础设施建设和更新改造，加快推进基于数字化、网络化、智能化的新型城市基础设施建设和改造。智慧道路交通、智慧多功能灯杆系统、新一代信息通信、智慧广电网络、车城协同、智慧社区，都是在接下来将要推进的工作。

“绿色体现在生态、低碳和循环利用等方面，智能体现在基础设施设备的精准调控、数据集成等。”南京农业大学规划院上海分院院长孙文华指出，绿色、智能是新时代城市发展的需要，绿色和智能是目标，需要通过技术来实现。交通与能源是城市生活中与“绿色、智能”最为相关，人们日常使用最为频繁的。绿色、智能需要人们改变日常的生活方式，这同时也是一种新的生活理念。

专家指出，交通、能源等城市



近年来，各地以绿色环保低碳发展为理念，积极推进绿色城区示范区建设。图为江苏常州武进区西太湖(滆湖)揽月湾景区。
新华社/图

基础设施建设属于一次投入、多年使用的项目，建设项目更需要树立“绿色”“智能”的理念，才能实施贯穿于建设全过程，最终实现绿色、智能的目标。

专家表示，现在城市基础设施

建设中绿色、智能的要求，比“十三五”的定位更高，能够与国际标准和潮流的发展模式结合，技术也不断成熟。必须要重视这样的发展模式，比如在老旧小区改造中，就要考虑如何体现出绿色节能。

本报记者 庄灵辉 卢志坤 上海报道

“以创新为引领，以应用促发展，大力推动家居产业协同联动、融合互通、智能互联，培育壮大新业态新模式，巩固提升国际竞争优势，以优质供给引领消费，为推动高质量发展和创造高品质生活提供有力支撑。”日前，工信部、住建部、商务部与市场监管总局联合发布《推进家居产业高质量发

展行动方案》(以下简称《行动方案》)，对推进家居产业提质增效作出详细部署。

《行动方案》明确，家居产业涵盖家用电器、家具、五金制品、照明电器等行业，是重要的民生产业。为推进家居产业高质量发展，《行动方案》从夯实产业基础、加快数字化绿色化转型、培育优质企业与产业集群、扩大优质供给以及加大推广应用等五个方面提出十余项政策举措。

《中国经营报》记者注意到，《行动方案》明确，到2025年，家居产业创新能力明显增强，高质量产品供给明显增加，初步形成供给创造需求、需求牵引供给的更高水平良性循环。围绕相关目标，“数字化”“智能化”“定制化”等成为《行动方案》中的高频词，每个词在全文均出现10次左右，“消费”与“创新”两词也均出现20次左右。

户参与设计、交互设计，满足多样化、个性化消费升级需求；在家居领域培育发展共享制造平台，推动创新资源、生产能力共享集成、智能协同。

在具体目标方面，《行动方案》除提出到2025年家居产业创新能力明显增强外，还提出到2025年，在家用电器、照明电器等行业培育制造业创新中心、数字化转型促进中心等创新平台，重点行业两化融合水平达到65%，培育一批5G全连接工厂、智能制造示范工厂和优秀应用场景。反向定制、全屋定制、场景化集成定制等个性化定制比例稳步提高，绿色、智能、健康产品供给明显增加，智能家居等新业态加快发展。

在加快数字化绿色化转型方面，《行动方案》也提出深入推广新模式新业态，明确要鼓励企业建立消费者体验中心、在线设计中心等，大力发展个性化设计、用

影响力、引领辐射全国的标志性产业集群；支持中西部地区充分发挥现有产业集群作用，加快推进转型升级，形成一批特色鲜明、服务平台完备的现代家居产业集群。

“实际上，近年来家居行业与定制相关的细分领域发展都比较快，在智能制造和应用场景方面也有一些进步，但还有较大发展空间，因此《行动方案》提出要加快发展相关业态。”王建国认为，推进家居行业高质量发展，还需各地加强政策落实与引导，为行业发展提供相应资源要素并营造良好环境。

在强化优质企业示范引领方

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

在转变为存量竞争的市场现状下，四川长虹电器股份有限公司(以下简称“长虹”，600839.SH)，正在为消费者推出8K沉浸式体验的同时加速产业转型。

“3芯”破圈8K市场 长虹引领高清电视赛道新生态

从国家登山队攀登珠峰到北京冬奥会，再到神舟十三号返航，8K正在逐步占领当前的电视市场，在此背

景下，8K电视赛道成为了消费者关注的焦点，需求也随之增加。

长虹正逐渐将8K电视的概念变为现实。据了解，长虹目前正持续培育核心技术创新能力，优化产品结构，提升高端产品占比。据其披露的数据，8K产品在2021年稳居线上份额第一。

长虹多媒体产业公司总经理李春川对包括《中国经营报》在内的

媒体表示，目前长虹依托电视品牌势能和技术优势，以8K战略定位，“在5G+8K赛道，长虹电视积极布局深耕，不断引领超高清电视新革命，长虹电视也将携用户一道共建8K生态”。

同时，长虹也在加速产业转型，积极拓展业务边界，围绕着当前的上下游产业链特色，在新能源等新兴产业加快布局。

引领电视行业8K技术

作为电视行业8K技术引领者，长虹正在以超大、超快、超清晰的产品特点，带给消费者大屏高清沉浸式观影体验和艺术观感。

据奥维云网(AVC)全渠道推总数据，2022年上半年，中国彩电市场全渠道零售量为1672万台，同比下滑6.2%；零售额为531亿元，同比下滑10.5%，彩电行业上半年量额双降已经成为定局。

奥维云网方面分析认为，当前我国彩电市场的需求已出现两极分化现象，其中高端精品彩电正逐步放量。“2022年上半年，彩电高端市场的扩容趋势不变，彩电企业采用更高端、新技术、场景创新等方式，令消费者的高端需求得以更

充分的释放和更合理的满足。”

在此背景下，长虹运用新技术在产品观感、目标市场等多方面做出了革新。

对于电视而言，分辨率是影响其观感体验的重要指标，从4K到8K，目前电视产品的分辨率正在逐步提升。据了解，长虹目前新推出的Q9K MAX即在分辨率和刷新率方面做了突破，在75至110英寸的产品均配备了8K 120Hz UMAX巨幕，同时还具有120Hz的高刷新率。

除了画质外，音质方面长虹也进行了优化。据了解，此次长虹的新品配备了由杜比视界、杜比全景声、杜比原声音响组成的杜比视听系统，“加上分辨率和刷新率为画

面色彩和细节表现力带来的飞跃，消费者能够获得沉浸式的体验。”长虹相关负责人表示。

值得注意的是，不只是影音体验，长虹还在芯片等产品的“内部大脑”方面也做了创新。据长虹方面介绍，本次推出的Q9K MAX系列产品拥有三个芯片，分别是独立的AI芯片和双架构的8K画质芯片。长虹相关负责人告诉记者，AI独立芯片能够为电视带来“澎湃”的算力，其运算能力达到了1.6TOPS，每秒能够进行1.6万亿次操作。而双架构的画质芯片，可实现8K画质解码和8K影像增强。“在120Hz高刷新率驱动和8K MEMC的双重加持下，能够使8K画质再提升。”长虹方面表示。

发力新能源等新兴产业

随着彩电行业步入成熟期，转变为存量竞争市场，长虹也在加速产业转型。

安信证券研报指出，在销售规模压力下，电视厂商将加大降价力度，叠加疫情缓解后线下渠道恢复，下半年电视行业销量有望延续增长，“不过随着行业竞争加剧，预计下半年电视厂商的利润率将收窄”。

东海证券研报也认为，彩电市场处于成熟期。今年以来，整体零售规模逐月下滑，但75英寸及以上大屏电视、游戏电视等细分领域仍存在结构性机会。

对此，李春川表示，长虹正在“5G+8K”的赛道上布局深耕，长虹电视不仅会带来更好的产品，还将和用户上下游产业链一道共建8K生态。

资料显示，今年上半年，长虹

工厂依托强大的5G算力底座，让生产线的每一个环节互联互通，生产效率大幅提升。目前，该工厂生产线人均产出效率提升65%。

不只是家电制造，长虹在新能源等新兴产业方面也在发力。以创立于2020年5月，聚焦于新能源产业的长虹杰创为例，其整体投资计划近20亿元，项目全面达产后，可实现年产2.6亿只高倍率锂电池产品。

据了解，作为四川省重点项目，长虹杰创锂电项目通过引入行业一流全自动锂离子电池生产线，打造了资金流、物流、信息流三流合一的信息化工厂，并持续优化工艺流程，严把质量关卡，及时解决了生产和产品问题，提升生产效能，项目实现快速投产达产。

创新引领

“家居行业产品品质与创新能力确实有待提升，当前业内部分企业从传统手工产品到智能化产品同时具备的现象仍然存在，也成为家居行业一项重要特征。”中国家居电子商务协会执行会长兼秘书长王建国表示，当前家居行业相对多数行业来说还比较传统，智能化发展并不充分，创新能力和服务品质都有待提升。

在明确近年家居产业呈现融合化、智能化、健康化、绿色化发展趋势后，《行动方案》也提出当前家居产业发展面临重点行业创新不足、质量精细化水平不高、智能化发展不充分等问题。

因此，创新能力明显增强成

培育高水平产业集群

“家居行业市场化程度其实已经比较高，当前行业集中度较差，竞争比较激烈，亟须培育成规模的优质企业。”王建国表示，当前家居行业尤其是在智能家居方面仍较缺乏成一定规模的优质企业。

针对优质企业与产业集群培育，《行动方案》中明确提出，到2025年，在家居产业培育50个左右知名品牌、10个家居生态品牌，推广一批优秀产品，建立500家智能家居体验中心，培育15个高水平特色产业集群，以高质量供给促进家居品牌品质消费。

在强化优质企业示范引领方

药企探路 AI 制药

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

日前，云南白药(000538.SZ)公告称，与华为技术有限公司(以下简称“华为”)签订人工智能(Artificial Intelligence, AI)药物研发全面合作协议，内容包括但不限于大小分子设计、相关病症、数据库开发等，但未指明具体合作项目以及相关资金数额。

探索联合科研创新

从公告内容来看，此次“官宣”的含金量偏向于合作意向的表达，而非某一确定合作项目的“开篇”。现有的合作基础在于云南白药“凭借在中药及植物领域的多年积累，沉淀了行业独有的植物标本数据库、云南天然提取物的数据库、国外天然产物库”。

根据协议，云南白药与华为的此次合作有效期为3年，双方愿意就人工智能领域开展合作，提升云南白药产品的科技含量。

年报显示，目前云南白药的产品包括药品及医疗器械系列、原生药材及养生系列、大健康产品系列、茶品系列。其中药品分为云南白药系列、天然植物药系列。双方合作将具体落向何处，暂不得而知。

不过，从公告内容来看，此次“官宣”的含金量偏向于合作意向的表达，而非某一确定合作项目的“开篇”。现有的合作基础在于云南白药“凭借在中药及植物领域的多年积累，沉淀了行业独有的植物标本数据库、云南天然提取物的数据库、国外天然产物库”。而华为“在AI辅助药物研发、云计算、人工智能等方面具有丰富的经验和案例。”据了解，2021年9月，华为发布华为云盘古药物分子大模型。

公告显示，双方目前拟定的合作模式主要为“交流”，具体为“双方高层进行不定期互访，按需开展市场信息、行业动态、技术创新、企业文化等方面的交流。”

涉及权利义务层面，公告内容频繁提及云南白药的ICT(信息与通讯技术)建设项目，即云南白药在其下属部门、关联公司、其他合作伙伴的ICT建设项目建设中，在同等条件下优先推荐华

此前，云南白药引进两位具有华为任职背景的高管——董明、马加，分别担任公司CEO、CFO，这一举动是否与上述合作协议的签订有所关联？

近日，云南白药方面对《中国经营报》记者表示，“对于公司而言，这个合作属于比较保密的项目，目前不太方便透露相关细节。项目刚完成签约，正在推进

当中。”截至发稿，华为方面未进一步作出回应。

云南白药与华为牵手合作的AI制药赛道，近年来持续吸引资本加码布局。头豹研究院数据显示，目前大型药企在癌症、精神疾病领域的AI制药合作项目占比最高，其次为心血管疾病。不过，至今尚未有一款主要由AI研发的药物上市。

为的产品及解决方案；华为也有权在同等条件下优先参与云南白药主导建设的ICT项目，经双方协商一致后成为后者的核心供应商。

年报显示，过去一年，云南白药在构建数字化平台上取得一定进展，包括公司自主创新研发云南白药慢病管理平台，建设“骨伤科大数据人工智能应用平台”“5G智慧中医云平台”“云药质量追溯平台”“数字三七产业平台”“口腔护理综合解决方案平台”。总体而言，上述平台基本面向销售端，而非药物研发。

不过，云南白药此次宣布与华为合作，也将市场的关注点拉回到这家老牌中药企业的研发投入上。

根据年报，截至2021年末，云南白药主要研发项目有7个，包括云南特色大品种三七创新药物临床前研究开发(PSQ项目，已获药物临床试验批准通知书)、附桂固本膏(正在开展受试者招募)、PZ-018中药经典名方制剂的开发(第二阶段)、PZ-019中药经典名方制剂的开发(第二阶段)、特医食品研发注册(正在进行三批中试产品的制备)、采之汲生物医学护肤品研究开发项目(已结题，形成新品、论文及专利的成果)、精准护肤功效评价平台研究开发项目(形成一定论文成果，建立部分功效

模型)。

值得注意的是，据介绍，PSQ项目是在云南白药“大健康”战略下，开展的首个针对心血管系统疾病，有利于心脏脉络证相关症状治疗的创新药研发项目。而在此前，市场对于云南白药创新药研发的期待始终未得到满足，其的多次跨界也引来“不务正业”的质疑。

在年报中，云南白药指出，PSQ项目拟达成的目标是综合利用三七全株资源，进一步探索皂苷、黄酮、多糖等成分的协同机理，并最终按照1.1类中药创新药上市。

今年5月，云南白药曾在投资者互动平台上披露，PSQ项目已获同意开展用于心脏脉络证所致的胸闷心痛等的临床试验。后续，公司将严格按照国家有关规定组织实施临床试验，并及时根据后续进展情况履行信息披露义务。

不过，2021年，云南白药的研发投入占营收比例为0.91%，2020年仅有0.55%。其在年报中坦言，“长期以来，中医药基础性科学研究滞后，阻碍了中医药创新发展；目前缺乏符合中药特点的中药创新药临床评价体系，中药审批速度和通过率较低，企业和科研机构对中药研发积极性不高，也助推了中药企业重销售、轻研发的积弊。”



云南白药与华为牵手合作的AI制药赛道，近年来持续吸引资本加码布局。

视觉中国/图

药物落地尚需时日

目前AI制药已形成三种发展模式，即AI-CRO模式、内部研发模式、平台服务模式。

事实上，不仅在中药领域，业内对于创新药从研发到上市的历程有着“双十定律”的观点，即一款创新药从研发到上市，平均成本超过10亿美元，研发周期大于10年。效率及成本，成为药企创新研发的主要痛点。

赛迪顾问医药健康产业研究中心分析师张千指出，据统计，使用AI技术能够将药物发现时间缩短40%，药物临床试验时间节约50%至60%，进而达到节省药物研发成本的目的。因此，AI制药成为近几年备受关注的热门领域。2016年~2021年，全球和中国在AI制药领域的投融资金额年均复合增速分别达56.3%和50.9%。

头豹研究院报告显示，AI制药是指将自然语言处理、机器学习及大数据等人工智能技术应用到制药领域各环节，以提高、优化新药研发的效率及质量，降低临床失败概率及研发成本。其中，药物研发及用药安全是AI技术在制药环节的主要内容。

方向上，目前在研AI制药项目涉及的领域包括抗肿瘤、呼吸系统、抗感染、精神障碍、免疫系

统、眼科、心血管、消化系统、内分泌系统、药物副作用研究等。其中，大型药企在癌症、精神疾病领域的AI制药合作项目占比分别为29%、27%，心血管疾病领域项目占比为13%。

根据Deep Pharma Intelligence数据统计，截至2022年第一季度，全球参与AI药物研发的大型药企超过56家，其中包括逾36家传统药企和20家CRO(医药研发合同外包服务机构)企业；互联网企业超过31家；AI制药初创企业超过495家。在国内，AI技术在制药领域主要应用于创新药研发。

赛迪顾问出具的报告显示，目前AI制药已形成三种发展模式，即AI-CRO模式(为制药企业和CRO企业提供外包服务)、内部研发模式(制药企业自研AI制药产品)、平台服务模式(搭建AI技术平台并提供技术服务)。

国内企业也在近些年不断作出相关尝试。2022年初，复星医药(600196.SH)与英矽智能(AI制药公司)宣布达成合作协议，在全球范围内共同推进多个靶点的AI药物研发，英矽智能将获得1300

万美元的首付款及里程碑式付款。除基于人工智能驱动的药物研发合作外，复星医药还将向英矽智能提供股权投资。

今年7月，英矽智能宣布首个在中国进入临床试验阶段的、由人工智能发现和设计的候选药物ISM001-055，在中国完成了一期临床试验中的首次健康受试者给药，该款药物用于特发性肺纤维化治疗，此前于今年5月获得国家药监局药品审评中心1类新药临床试验默示许可。

健康界研究院发布的《2021 AI药物研发发展研究报告》显示，2020年至今，行业内有近30项AI研发药物获批临床，海外AI药物研发企业陆续登陆资本市场；一级资本市场对AI药物研发热情高涨，2021年前10个月，行业内公开融资额已超过80亿元。

值得注意的是，行业内目前尚未有一款主要通过AI技术筛选出的药物实现上市。张千表示，预计到2023年~2025年，将会有第一批AI预测结构的药物进入素有“死亡之谷”之称的临床二期试验，到2026年~2027年才会出现首个上市的AI制药产品。

天坛生物拟收购停产企业 意在采浆站资源？

本报记者 苏浩 曹学平 北京报道

血液制品龙头北京天坛生物制品股份有限公司(600161.SH，以下简称“天坛生物”)扩张步伐向陕西迈进。

近日，天坛生物发布公告，拟支付现金不超过6497.63万元收购西安回天血液制品有限责任公司(以下简称“西安回天”)35%股权，收购完成后，向西安回天现金增资不超过14674.30万元。收购及增资完成后，天坛生物共持有西安回天63.6962%股权。

据了解，天坛生物公司从事的主要业务是以健康人血浆、经特异免疫的健康人血浆为原材料和采用基因重组技术研发、生产血液制品，开展血液制品经营活动。在研和在产品种包括白蛋白、免疫球蛋白、凝血因子等血液制品。

天坛生物表示，通过收购西安回天，以实现在陕西省的战略布局，为拓展陕西省优良血浆资源奠定良好基础。

但据公告披露，西安回天目前处于停产状态，其所属浆站处于停采状态，时间已长达两年。不仅西安回天净利润出现连续亏损，而且公司资产总额以及所有者权益等均出现明显缩减。

在这样的情形下，天坛生物仍选择溢价47.98%收购，究竟出于怎样的考量？为此，《中国经营报》记者向天坛生物方面致函采访，董秘办相关人士表示，需经公司高层审批后方可给予回复。但截至发稿，暂未收到公司方面的回应。

标的持续亏损

收购公告显示，西安回天于1996年10月注册成立，是陕西省的一家血液制品生产企业，目前，中国能源建设集团西北电力建设工程有限公司(以下简称“西北电建”)和山东泰邦生物制品有限公司分别持有其65%和35%股权。

西安回天旗下分别有白水回天单采血浆站有限责任公司(以下简称“白水浆站”)、富平回天单采

血浆站有限公司(以下简称“富平浆站”)两家单采血浆站，且均在本次交易审计、评估范围内。

值得一提的是，2020年7月，因西安回天在生产过程中存在违反《药品生产质量管理规范》组织生产的行，受到行政处罚停产。目前公司与其所属供浆站均处于停产状态。

由于长期停产，导致西安回天2021年及2022年上半年的营

收入均为零，且持续亏损。2021年度，西安回天实现净利润-1.34亿元，今年上半年，继续亏损2310万元。

即使标的企业的基本面不尽如人意，但天坛生物仍给出了较高的增值评估。

据了解，本次对西安回天的评估采用了资产基础法的结果，评估基准日为2021年7月31日，标的基准日账面价值为1.26亿元，评估值

为1.87亿元(含库存血浆评估值5914万元)，增值率47.98%。

其中，增值主要来自于建(构)筑物评估增值(6260.84万元，增值率67.33%)和无形资产增值(增值419.41万元，增值率41.14%)。

天坛生物认为，西安回天房屋建筑物建成较早，由于物价上涨等原因，重置成本增加，形成评估增值；无形资产主要为土地，西安回天取得土地成本较

低，随着近年来该区域社会与经济的不断发展，投资环境的不断优化、基础设施的不断改善等带动了区域内土地使用权价值的上升，形成增值。

天坛生物表示，公司拟通过收购及增资的方式重组西安回天，布局陕西省血液制品业务，努力恢复西安回天生产经营，进一步拓展血浆资源，提升企业规模和综合实力。

存量市场竞争

血液制品主要指以人类血浆为原料的生物制品。常见品种包括：人血白蛋白、静注人免疫球蛋白(静丙)、特异人免疫球蛋白、人凝血因子等。其中，国内市场的主要品种为人血白蛋白，其次为静丙。

我国血液制品生产始于上世纪60年代，至今已有近60年的历史。上世纪60年代末到70年代，血浆蛋白的分离工艺开始由盐析法逐步过渡到低温乙醇法，分离技术也由离心法过渡到压滤法。

进入上世纪90年代，随着我国市场经济的发展，许多地方血站、各大军区下属血站及一些科研机构等单位也开始生产血液制品，生产厂家总数达到70家左右。随着国家卫生部明令淘汰冻干人血浆的生产和禁止盐析法工艺的使用，大部分小型生产厂家被淘汰。

至1998年，国家对血液制品行业率先实行GMP认证制度，只有

通过GMP认证的企业才能生产经营血液制品。自2001年起，政府不再批准新企业进入血液制品行业，同时更新配套法规，大量中小型血液制品企业退出或被并购，目前仅有约30家企业仍在从事血液制品生产。

作为一个市场化程度相对低、政策管控强的行业，血液制品行业的护城河很大一部分来自严厉的政策监管。

由于血液制品的生产原料直接来源于人体，经血液传播的疾病(如艾滋病等)也可通过血液制品传播，不规范的采浆、运浆、调浆、生产等操作非常容易导致血液制品遭到污染，因此血液制品行业长期处于国家严格管控下。

严格的管控政策为行业内企业筑起护城河。在政策风向没有重大改变的情况下，行业内血液制品企业毋需担忧外部企业进入，主要竞争来源于行业内部的存量竞争。

近年来，大型血液制品公司通

过兼并、收购的方式，使我国血液制品行业集中度得到大幅提升。目前已形成以天坛生物、上海莱士、华兰生物、泰邦生物等大型血液制品公司为行业龙头的新局面。

中银证券研报指出，近几年来，国内单采血浆站新开设的速度缓慢，从政策上来看，未来单采血浆站的开设资质将对小企业持续收紧，这有利于行业进行整合。在长期强调安全性的政策背景下，行业内龙头企业具有明显发展优势，预计未来行业集中度将进一步向龙头倾斜。血液制品行业绝对龙头出现之后才有可能获得进一步的发展(静丙的学术推广、出口形成跨国企业等)。

也正是由于血液制品产业链受严格政策监管，从采浆开始，国内采浆站新增扩张缓慢，新建单采血浆站须经各级卫生部门层层批准，这也使得血液制品稀缺属性尽显。

在此背景下，天坛生物为抢占

单采血浆市场份额，加速浆站拓展。

2021年6月10日，经天坛生物第八届董事会第九次会议审议通过，同意上海血制向上杭浆站增资；同意所属公司设立睢宁、临城、环县、民乐、宁县、镇原6家浆站。

2021年8月10日，经天坛生物第八届董事会第十次会议审议通过，同意兰州血制新设永登、榆中、皋兰、甘谷4家浆站。

2021年8月25日，经天坛生物第八届董事会第十一次会议审议通过，同意兰州血制新设康县、景泰浆站两项议案。

据了解，2021年至今，天坛生物在贵州、甘肃、湖北、河北、吉林等地，新设江口、榆中、巴东、临城、农安等23家浆站。

截至2021年末，天坛生物拥有单采血浆站(含分站)总数为82家，其中在营单采血浆站(含分站)58家；2021年公司全年实现采集血浆1809吨，采浆规模保持国内领先；2021年血液制品实现营业收入40.98亿元，同比增长19.31%。

另外，天坛生物下辖成都蓉生、兰州血制、上海血制、武汉血制、贵州血制五家血液制品生产企业，目前生产规模设计产能也均在国内属领先地位。

此次天坛生物拟通过收购及增资的方式重组西安回天，以期布局陕西省血液制品业务。但由于西安回天目前处于亏损状态，短期内将对公司业绩产生不利影响。同时，西安回天采浆业务的恢复时间也存不确定性。

天坛生物在公告指出，本次交易完成后，西安回天需进行全面的维护、维修、产品注册等工作，耗时较长，预计将产生生产设施设备维修改造、产品注册所需的科研、申请等费用以及维护运转所发生的其他成本费用，交易完成后公司将积极推进西安回天的恢复生产相关工作，争取尽快恢复生产，早日进入正常生产经营状态，全面恢复生产前西安回天可能处于亏损状态。

种植牙自由有多远？蚌埠医联体采购落地

本报记者 张悦 曹学平 北京报道

“我的牙齿是蛀牙，从上小学开始就开始补牙，补了又掉，掉了又补，越坏越大，最后所有裸露在牙龈外的部分都掉完了只能拔了种植”。在暑假种了牙的蚌埠女孩小李(化名)告诉《中国经营报》记者。

不过，就种植牙手术而言，高

平均降幅超80%

蚌埠市种植牙品牌目录显示，最低价格为950元/颗，最高价格为1800元/颗。

今年6月，《蚌埠市关于开展医保种植牙项目工作的通知(征求意见稿)》(以下简称“征求意见稿”)显示，将在市内开展医保种植牙项目，暂选定十余家医疗机构。各试点医疗机构要严格执行种植牙项目医保限价标准，即国产品种植牙3000元/颗、进口品牌种植牙3500元/颗。上述限价标准包含种植牙材料费1000元(进口品牌1500元)和医疗服务费2000元。对所有参保人(含异地就医人员)无论医保支付或现金支付，各试点医疗机构统一按照不高于上述标准进行收费。

根据近日蚌埠发布内容显示，经集中议价谈判，种植牙材料(含牙冠，种植体一套)费用平均降幅84.17%，最高降幅高达89.50%。蚌埠市种植牙品牌目录显示，最低价格为950元/颗，最高价格为1800元/颗。目前，市一院、蚌医一附院、蚌埠口腔医院等26家医疗机构开展种植牙项目试点工作。

此外，为切实减轻牙齿种植者负担，积极引导各试点医疗机构在自愿协商的基础上，实行种植牙项目限价收费，即三级医院不高于2200元/颗；二级医院不高于2000元/颗；一级及以下医院(含口腔门诊

昂的费用令许多患者望而却步。因而，种植牙能否集采降价引起业内诸多讨论。

近日，蚌埠发布信息显示，蚌埠市借鉴宁波先进经验，自8月1日起开展种植牙项目试点工作。在专家多次论证基础上，经市医用耗材集中采购联合体(以下简称“医联体”)议价谈判，“创英”、“1号种植体”、“SG”等9个知名品牌议价谈

判成功，种植牙材料(含牙冠、种植体一套)费用平均降幅84.17%，最高降幅达89.50%。

蚌埠市的经验来自于“种植牙集采第一城”宁波。2022年1月11日，宁波市医疗保障局在全国率先推出种植牙医保限价支付政策，全市百家医疗机构积极响应并实施医保种植牙项目。4月，宁波市医保局官网公布了种植牙医保限价

支付政策“五问五答”，目前医保局官方微信可以查询到市内医保支付130家种植牙机构的详细情况。

就蚌埠市推出的种植牙项目试点工作，记者咨询的业内人士表示，与宁波政策有所不同的是，蚌埠市种植牙政策并非“集采”而是医联体的采购，由市内两家医疗机构牵头，以联合体的形式推进种植牙惠民政策共享。



去年11月以来，四川省、宁夏回族自治区、山西省等相继开展口腔类医用耗材产品信息采集相关工作，被视为种植牙集采的预告。 视觉中国/图

诊)不高于1800元/颗，确保群众受益，促进社会公平，实现共赢局面。种植牙医疗服务项目收费，从均价10000元左右/颗，降至2200元/颗以下，最高降幅达到82%。

根据蚌埠发布内容及此前的《征求意见稿》，蚌埠市医保种植牙项目品牌目录中SG、MG、辉特品牌的产地为海外，名单中部分企业名称略有调整。《蚌埠日报》报道显示，第一位享受种植牙试点红利的蚌埠市民樊女士，种植牙材料费和医疗

服务费共计2640元，而在新政策前这位患者实施种植牙手术至少要花8000元。

前述业内人士告诉记者，种植牙项目中宁波市医疗服务费为2000元，国产及进口材料在此基础上分别加1000元、1500元。但在医疗服务费方面，三级、二级、一级医院各有10%级差，因此蚌埠市医联体在征求意见的基础上最终确定了更符合物价方面的收费。

出于对公立医院的信任、牙齿

维护的保障，小李表示，前期拔牙都选择了公立医院，因而种植牙也选择了同一家医院。在种植体选择方面，小李选择了较为常见的奥齿泰品牌，加上骨粉种植等费用共计9000余元。小李表示，对于病人尤其是年纪小的患者来说，更希望种植牙相对成熟有保障、后期维护起来更简单的种植体。尽管已经完成了种植手术，小李告诉记者，在不影响核磁共振的情况下，此前若是有进入医保的种植体品牌也会考虑。

联盟集采待落地

国家医疗保障局副局长陈金甫表示，准备今年上半年力求能够推出地方集采的联盟改革。

今年4月，对于人民网领导留言板中群众关心的安徽何时试点种植牙医保限价相关情况，安徽省医疗保障局回复，“2021年在国家医保局指导下，四川省牵头组织开展口腔种植体省级跨区域联盟集中带量采购。为让集采改革成果惠及我省群众，切实减轻群众就医负担，我省积极参与了此次省际联盟集采。目前，口腔种植体跨区域联盟集采已完成企业产品信息申报和医院历史采购数据上报等工作。下一步，我们将根据牵头省份的统一部署安排，配合做好联盟集采相关工作，稳妥推进集采成果转化落地。”

今年3月，四川省医疗保障局官方微信发布内容显示，2022年将持续深化医改，牵头组织开展30个省(市、区)省际联盟口腔种植体带量采购工作。

4月，四川省药械招标采购服务中心(以下简称“药招中心”)开展第二轮口腔类高值医用耗材产品信息采集工作；5月，开展口腔牙冠产品信息采集工作。

6月，药招中心发布公告，拟对口腔种植体系统集中带量采购系统项目进行比选。公告显示，根据本次联盟省份口腔种植体集中带量联合采购政策以及使用需求，提供四川省口腔种植体集中带量采购系统建设及运维服务，服务周期为1年。因落实国家政策工作紧迫性，需在合同签订之日起30天内按实施政策完

成系统开发上线。

7月，江苏省政风热线发布内容显示，江苏省医保局回应群众关切，表示江苏省积极响应国家号召，参加了此次省际联盟工作。作为联盟单位之一，将根据“盟主”四川省的工作安排，统一开展相关工作。目前已完成了前期全省的口腔种植体历史采购量申报工作。

目前，种植牙市场中国产种植体的份额普遍较低，仍以欧系、韩系品牌为主。国海证券研报显示，国产种植体市场份额预计在7%。国内的种植体生产企业主要包括华西口腔医院、北京莱顿、威高洁丽康、大博百齿泰、江苏创英(由正海生物代理)、康拓医疗、宁波美格真、常州百康特、深圳安特、柯润玺等，总营收规模在2亿-3亿元，最大的营收约5000万元。

动辄上万元的种植牙能否降到“地板价”，业内看法不一，对医疗服务费价格的规定、集采面临的难题等也引起了广泛讨论。

国海证券研报显示，作为种植牙中的核心耗材，种植体约占消费者支付总费用中10.4%。实际上消

费者支付的钱更多流入了口腔医院(用于支付医师费用、市场推广费用、购买医疗设备、盈利等)，耗材费用实际占比较低。

一位公立医院口腔医生向记者表示，进口高端品牌可能有一部分产品线降价。而未来种植牙进入集采尚存在不确定性，若公立医院大面积大幅度降价，私立医院将会受到很大冲击，甚至有一批私立医院直接倒闭。若公立医院小幅度降价，则影响不大，但是无论降多降少，对患者和公立医院都是利好消息。另外，进入集采对国产品牌也是一种考验，是否能够保证远期疗效是公立医院医生关心的重点。

此前本报报道中宁波市医保局方面相关负责人透露，医保部门从规范收费项目入手，将种植牙费用分为材料费和医疗服务费两部分，材料费主要通过规范平台采购、带量采购的方式进行规范，医疗服务费主要通过临床路径、成本核算等方式进行规范。就种植牙而言，医疗服务费的规范是限价工作的重点。

无锡加速建设精准医疗产业示范区

本报记者 阎俏如 北京报道

8月5日，由无锡市惠山区人民政府主办，无锡惠山经济技术开发区管委会、泛生子联合承办的“2022太湖湾生命健康未来大会惠山区论坛”暨“精准医疗科技产业创新生态高峰论坛”在无锡举行。

作为“长三角”协同发展重要一级，无锡聚集包括泛生子在内的拥有世界前沿科技的创新企业和支撑机构，正成为无锡未来精准医疗焦点赛道的“核爆点”。论坛上，泛生子癌症早筛中心总部基地正式投入运营，总面积超过一万平方米，具备早筛研发、产品转化、孵化中试、检测服务等功能，各项工程

建造标准均高于国家标准，将进一步助力国家级综合防控及“乡村振兴-医疗帮扶”样本工程，用中国技术为百姓提供世界前沿的癌症早期筛查服务。

依托早筛基地运营，于2020年11月起实施的无锡市惠山区“肝癌早筛综合防控”示范项目将持续为无锡打造健康城市提供更多成功经验，并进一步推动“乡村振兴-医疗帮扶”肝癌早筛综合防控样本工程，持续保证科技创新面向人民生命健康，助力无锡在乡村振兴领域走在前列。

中国科学院院士、国家癌症中心主任赫捷表示：“无锡已在构建全民癌症防控体系方面走在前列，肝

癌、肺癌等常见恶性肿瘤筛查及包括液体活检等新技术的应用使癌症‘早诊早治’有了开拓性进展。在无锡市委、市政府的领导下，癌症筛查及‘早诊早治’将惠民、利民，更希望惠山走在前列。”

无锡市惠山区委副书记、代区长程松表示：“在国家癌症中心的指导下，惠山将国家级癌症防控策略和世界级泛生子早筛技术赋能肝癌早筛综合防控示范项目，开创了癌症筛查和诊疗为一体的科技防癌新模式，为群众提供全方位全周期的肝癌早筛诊断和健康管理服务。泛生子癌症早筛中心总部基地在惠山建成投用，标志着国际领先的高发癌症早筛技术将在惠

山实现产业化。我们将提供无难事、悉心办的最佳营商环境，加速建成具有全球影响力精准医疗产业示范区，共同助力无锡成为全国低癌症示范城市。”

“精准医疗行业经过超过10年的发展，逐渐迎来全链条布局高速增长的时代。泛生子积极倡导‘探索、应用、改变’，引入资本、设立创新孵化器、参与重大项目，未来我们期待和政府、医疗机构、合作伙伴一起，为肝癌高危人群搭建‘从预防到治疗’的全周期综合防控链条，也为无锡、长三角乃至全国的生物医疗产业贡献力量。”泛生子联合创始人、董事长兼CEO王思振表示。

脊柱耗材国家集采启动 “保供应”成重要原则

本报记者 苏浩 曹学平 北京报道

骨科脊柱类耗材国家集采号角正式吹响。

近期，国家组织医用耗材联合采购平台发布《国家组织骨科脊柱类耗材集中带量采购公告》(以下简称“《公告》”)。《公告》显示，本次集采产品根据手术类型、手术部位、入路方式等组建产品系统进行采购，共分为14个产品系统类别，几乎覆盖了全部脊柱类耗材产品。

早在今年2月，国家医保局副局长陈金甫在国务院政策例行吹风会上表示，医用耗材带量采购将进一步延伸到脊柱

侧重临床供应能力

在创伤、关节集采过后，市面上也出现了一些集采“后遗症”，如供货不及时、供货不稳定等。

确保临床使用和供应稳定是贯穿本轮集采的核心关键词。

根据《公告》规定，本次带量采购将分为A、B、C三个竞价单元，主要部件齐全且能供应全国所有地区的企业，按医疗机构意向采购量从多到少依次排序，取该系统类别累计意向采购量前85%所涵盖的企业进入A竞价单元，其余主要部件齐全的企业进入B竞价单元；前6项产品系统类别具备钉塞棒(板)但缺少其他任意主要部件的企业进入C竞价单元。

竞价单元分组方式取决于医疗机构的意向采购量和产品部件的齐全度，也正因如此，过去市场份额较高、产品部件齐全的龙头公司有望进入A组获得更大优势。

威高骨科方面表示，在创伤、关节集采过后，市面上也出现了一些集采“后遗症”，如供货不及时、供货不稳定等。所以在本次脊柱耗材集采的规则当中也透露出了“保供应”的趋向，这对于脊柱耗材大型龙头企业是有利的，龙头企业有足够的渠道和能力贯彻并落实“保供应”理念。

据了解，截至2021年末，威高骨科与超过1000家经销商建立了合作关系，业务范围覆盖全国主要地区，产品应用于超过1500家终端医疗机构的相关骨科手术中。其主要终端客户为

类耗材，进而基本实现耗材中最大的板块——骨科耗材的主体覆盖。而此次《公告》的发布也标志着，继冠脉支架、骨科人工关节之后，骨科脊柱耗材正式成为第三类纳入国家集采的高值耗材。

山东威高骨科材料股份有限公司(688161.SH，以下简称“威高骨科”)在接受《中国经营报》记者采访时表示，从现阶段发布的政策来看，相比此前人工关节集采，本次脊柱耗材集采在降价幅度方面来说预计相对要缓和一些。因此，目前在二级市场上公司股价也并没有因集采而受到相对负面的影响。

本土企业迎机遇

相比于外资企业，本土骨科耗材企业的优势一方面在于集采后的供应成本，另一方面在于渠道服务的灵活性及产品的个性化服务。

当前，我国骨科植入医疗器械整体市场仍被外资巨头主导，强生和美敦力两家外资合计占据了国内脊柱类产品50%以上的市场份额。排名前五的本土企业中，威高骨科和三友医疗(688085.SH)的市场份额分别在8%和4%左右。

2021年财报显示，威高骨科主要产品为脊柱类植入物、创伤类植入物、关节假体、运动医学及骨科修复材料产品，其中脊柱类耗材产品为公司主要营收来源。

2021年，公司脊柱产品实现营业收入10.2亿元，占主营业务收入比例为47.41%。

威高骨科曾在2021年年报中坦言，创伤联盟及国家关节带量采购均使产品入院价格大幅降低，降幅超过80%。公司可能面临产品市场价格下降风险，进而导致毛利率下降，对公司未来盈利能力产生不利影响。

值得一提的是，此次脊柱类产品集采实施周期为3年，相比关节类产品进一步延长，中标与否将对企业产生更大的影响，且最终中选的排序也将对公司份额产生直接影响，中选产品系统将根据排名梯度分配基础量，在医疗机构自主选择的基础上分配剩余量。

“除了参与集采报量分得的基础市场份额，后续市场增量部分还将通过像‘保供应’这类服务的能力，利用龙头企业品牌、渠道服务优势，提升终端手术量。”威高骨科方面如是说。

征战资本市场受挫 亚洲硅业何去何从?

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

IPO 终止 3 个月后,亚洲硅业(青海)股份有限公司(以下简称“亚洲硅业”)出售控股权的消息不胫而走。

7月31日,有光伏自媒体“光

伏见闻”报道,国内某光伏硅料(多晶硅)企业控股股东作价110亿元转让其全部股权。对此,业内人士称该公司即为“亚洲硅业”。

亚洲硅业是一家成立于2006年的光伏多晶硅供应商,控股股东为亚硅BVI,其背后实际控制人

正是被称为“光伏教父”的施正荣。2020年11月,亚洲硅业提交首次公开发行股票并在科创板上市的申请。然而,历经三轮问询回复后,亚洲硅业在2022年4月底却撤回了上市申请文件。

如今,碳中和热潮汹涌,光伏

多晶硅企业正值“拥硅为王”的黄金发展期,亚洲硅业将要出售控股权?对此,亚洲硅业董事长、总经理王体虎于8月3日向《中国经营报》记者表示:“这都是小道消息。”施正荣则未作出回应。

出售控股权风波

若上述出售控股权的消息属实,未来亚洲硅业的控股股东和实际控制人或将发生变更。

亚洲硅业是光伏多晶硅行业里的老玩家,诞生于早期施正荣的高光年代。

招股书显示,2006年4月,曾任美国国家可再生能源实验室(NREL)硅材料和器件项目首席科学家的王体虎加入无锡尚德太阳能电力有限公司(以下简称“无锡尚德”),担任研发副总经理一职。

彼时,无锡尚德的控股公司Suntech Power Holdings(以下简称“尚德电力”STPQ.QO已退市)刚在纽交所上市5个月。作为实际控制人,施正荣也凭借186亿元的身份成为中国首富。

从简历来看,王体虎加入无锡尚德仅3个月,紧接着便开始筹建亚洲硅业。2006年12月,亚洲硅业正式成立。

亚洲硅业IPO第三轮审核问询函回复(以下简称“问询回复”)显示,亚洲硅业成立之初,分别由亚硅BVI和海新能源(集团)有限公司持股95%和5%,前者唯一股东为张宇鑫、廖晖各持股50%的公司Eucken China Fund。

作为亚洲硅业、亚硅BVI最初的实际控制人,张宇鑫和廖晖主要从事金融和投资行业,且与尚德电力关系密切。2005年,张宇鑫和廖晖被尚德电力聘为财务顾问,并参与投资尚德电力。

由于当时光伏上游原料多晶硅受国外技术封锁,长期高度依赖进口,因此亚洲硅业成立之初,便成为了满足尚德电力发展需要的原料“配套”企业。

问询回复显示,2007年1月,尚德电力便通过子公司与亚硅BVI签署了16年期限(后期限变更为7年)的采购合约,总金额不超过15亿美元。



近年来光伏多晶硅市场竞争越来越激烈,图为江苏省响水县城东北侧的灌东盐场光伏发电多晶硅板群。

新华社/图

基于公司多晶硅供应需要,尚德电力还于2009年1月通过其子公司收购了亚硅BVI的12.5%股权,后于2009年10月股权比例上升为20%。

随着金融危机发酵,光伏多晶硅价格暴跌,2010年12月,尚德电力退出对亚硅BVI的投资。次年5月,施正荣及其配偶张维通过境外家族信托受让了亚硅BVI大股东91.33%的股份,成为亚洲硅业的实际控制人。

历经金融危机和光伏“双反”,2013年以来,光伏企业在相关政策支持下迅速发展壮大。尽管“大金主”无锡尚德破重整以及尚德电力尚处于破产清算中,亚洲硅业仍在施正荣夫妇及王体虎的带领下日渐壮大。

近年来,光伏多晶硅行业在技术进步和市场竞争下,一线企业加速产能扩张,部分企业停产

或退出多晶硅业务,产业已经高度集中。2021年全球前十的多晶硅企业产能占比达91.1%。亚洲硅业位居全球多晶硅产能规模前十,虽然与通威股份(600438.SH)、大全能源(688303.SH)、新特能源(01799.HK)、协鑫科技(03800.HK)等行业龙头有一定差距,但也一直“榜上有名”。

2017年~2020年上半年,亚洲硅业归属于母公司所有者的净利润分别为3.55亿元、2.25亿元、1.07亿元和0.64亿元,业绩随多晶硅市场价格变化而有所波动。

2020年下半年以来,光伏多晶硅紧缺,价格飙涨,目前已经突破300元/kg,相比2020年6月上涨逾400%。可以说,亚洲硅业等光伏多晶硅企业赶上了新一轮发展的黄金周期。同年11月,亚洲硅业欲登陆资本市场大展拳脚,并提交了科创板上市申请。

然而,亚洲硅业IPO并不顺利,在遭遇上市申请审核“中止”后,于2020年4月底变为“终止”。

2022年7月31日,业内传出亚洲硅业控股股东拟110亿元出售控股权的消息。且有消息称,隆基绿能、晶澳科技与亚洲硅业正在接触。

招股书显示,亚硅BVI持有亚洲硅业208728128股,占股本总额的78.58%,为亚洲硅业的控股股东,施正荣夫妇为共同实际控制人。若上述出售控股权的消息属实,未来亚洲硅业的控股股东和实际控制人或将发生变更。

截至记者发稿,施正荣未就上述消息作出回应。不过,王体虎向记者表示,这都是小道消息。与此同时,隆基绿能和晶澳科技均向记者否认了上述说法。

IPO之路遇阻

亚洲硅业IPO上市遇阻、拓宽融资渠道受挫的同时,新老玩家纷纷携资本入局或融资扩产,多晶硅市场的竞争正变得越发激烈。

随着出售控股权消息的流出,亚洲硅业登陆资本市场的可能性备受关注。

2022年4月29日,完成三轮问询回复后,亚洲硅业和保荐人平安证券向上交所提交了关于撤回亚洲硅业首次公开发行股票并在科创板上市的申请文件。根据有关规定,上交所决定终止其公开发行上市审核。

至于亚洲硅业IPO终止与无锡尚德和尚德电力破产事宜是否有关,施正荣并未回应。

记者注意到,在撤回上市申请前,上交所在对亚洲硅业第三轮问询中主要关注了媒体质疑、无锡尚德和尚德电力破产事宜、科创属性、研发能力和能耗污染等问题。

其中,上交所要求亚洲硅业说明:2006年至2011年期间,亚硅BVI及亚洲硅业是否为施正荣实际控制,是否存在股份代持;亚洲硅业与尚德签署16年期限15亿美元支付合约的合理性及资金流向;亚洲硅业与尚德及关联方的业务和资金往来是否存在利益输送。

关于无锡尚德和尚德电力破产事宜,上交所要求亚洲硅业说明:对于破产事宜,施正荣是否负有个人责任;在破产清算过程中,法院即确认豁免的合理性及合规性,相关债权人及破产清算人是否对此知情并存在纠纷或潜在纠纷;施正荣、亚洲硅业是否存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷等。

至于接下来亚洲硅业是否还将IPO上市,王体虎表示“不方便透露”。资深投行人士、前保荐代表人王骥跃在接受记者采访时表示,一般情况下,IPO企业撤回上市申请材料便意味着存在上市困难了。但随后符合规定条件的,可以随时再申请上市。如果企业实际控制人发生变更,需要至少24个月后才能提交上市申请。

值得关注的是,与亚洲硅业上市直接相关的是一份对赌协议。招股书显示,亚硅BVI持有亚洲硅业208728128股,占股本总额的78.58%,为亚洲硅业的控股股东,施正荣夫妇为共同实际控制人。若上述出售控股权的消息属实,未来亚洲硅业的控股股东和实际控制人或将发生变更。

随着出售控股权消息的流出,亚洲硅业登陆资本市场的可能性备受关注。招股书显示,控股股东、实控人与9名股东在2018年和2019年签订了对赌协议,若亚洲硅业未在2022年12月31日之前实现境内上市,控股股东、实控人需要连带回购投资方持有的公司全部或部分股权。

另外,亚洲硅业IPO上市遇阻、拓宽融资渠道受挫的同时,新老玩家纷纷携资本入局或融资扩产,多晶硅市场的竞争正变得越发激烈。

从市场竞争角度看,2020年以来,通威股份、大全能源、协鑫科技、新特能源和东方希望等老玩家纷纷抛出扩产计划。与此同时,新疆晶诺、青海丽豪、宝丰集团、合盛硅业(603260.SH)、信义玻璃(00868.HK)等企业纷纷跨界入局多晶硅领域。

从融资角度上看,2022年2月和3月,协鑫科技和新特能源均透露拟“A+H”两地上市。若不出意外,头部老玩家通威股份、大全能源、协鑫科技和新特能源将齐聚A股。

多晶硅行业属于资本密集型行业,碳中和愿景又加速光伏行业发展,企业在持续的研发、产能扩充等方面需要大量资金。

2020年11月,亚洲硅业首次发行拟募资15亿元,投资于60000t/a电子级多晶硅一期(30000t/a)项目,以进一步满足N型高效电池用料的需求。

亚洲硅业在招股书中表示:“近年来,公司业务逐步发展,新项目对资金的需求较为迫切。对比同行业上市公司,公司的资金实力相对不足,融资渠道较为单一,影响了规模和发展速度。”

中国有色金属硅业分会专家委员会吕锦标统计的一组多晶硅数据显示,到2022年底,通威股份、协鑫科技、新特能源、大全能源和东方希望的产能分别预计为23万吨、30万吨、21.5万吨、12万吨、13万吨,亚洲硅业为9万吨。到2023年,随着头部企业产能继续释放,亚洲硅业预计与之拉开更大距离。

需求端拉动增长 磷化工企业上半年业绩飘红

本报记者 陈家运 北京报道

近日,磷化工巨头川恒股份(002895.SZ)发布2022年半年报显示,公司实现营业收入为15.87亿元,同比增长57.77%;归母净利润3.71亿元,同比增长254.08%。

除此之外,国内多家磷化工企业上半年均实现业绩增长。其中,兴发集团(600141.SH)预计,今年上半年净利润为36.2亿元~37.2

亿元,同比增长217.31%~226.08%,创下了历史新高。云天化(600096.SH)预计,今年上半年归母净利润34.5亿元左右,同比增加119.47%左右。

中研普华研究员袁静美在接受《中国经营报》记者采访时表示,磷化工企业业绩增长主要有两方面原因:首先,终端化肥市场好转,上半年我国春耕用肥市场开启后,磷肥的供需缺口仍在;其次,磷酸铁锂电池的需求持续上升。

记者从川恒股份证券部了解到,该公司在今年上半年业绩大幅增长,主要是因为公司产品销售单价上升,以及新增磷酸销售收入所致。

原料价格坚挺

磷化工产品主要包括磷肥、农药、磷酸盐、磷酸等,广泛应用于农业、食品、阻燃剂、洗涤剂、电子等行业。磷化工企业最核心的成本是磷矿石,磷矿属于我国战略性资源之一。

据悉,川恒股份的磷化工产业链系以磷矿石为起点,磷矿石经采选加工得到磷精矿浆,

而后通过湿法工艺生产磷酸,进一步与其他化学原料反应生成磷酸二氢钙和磷酸一铵等化工产品。

生意社数据显示,7月11日,磷矿石价格为1083.33元/吨,较去年同期上涨96.97%。另外,市场数据显示,截至6月30日,30%品位磷矿石的市场报价为1100元/

吨,较6月初涨幅约为20%;与去年1月初不到400元/吨相比,涨幅已超过220%。

对此,一位磷化工企业人士告诉记者,近年来,因受磷矿石持续开采、环保、磷化工新建产能投产等因素影响,我国磷矿石稀缺度逐渐增强,价格总体呈上涨趋势。

川恒股份方面表示,我国磷矿石产量自2016年后出现显著下滑,2020年我国磷矿石产量为8893.3万吨,相较于2016年的14439.8万吨下降了38.41%。湖北、贵州、云南和四川是我国磷矿石主要的产出省份,2020年四省产量分别为3828万吨、2133万吨、1808万吨和842万吨,合计占总产量的97%。我国磷矿石年出口量基本维持在20万~40万吨,进口量10万吨以下。

7月21日,方正证券研报指出,磷矿石主流企业大多自用为主,对市场流出货源较少,供应紧张,而下游处于供不应求状态。预计短期内价格受供给影响保持坚挺。

下游需求旺盛

从需求端来看,百川盈孚数据显示,在磷矿石的下游应用领域中,磷肥、黄磷、磷酸盐分别占比为71%、7%、6%。

智研咨询数据显示,2022年1月以来,中国磷酸一铵(磷肥的主要品种)呈现连续6个月持续增长,截至2022年6月,磷酸一铵价格(出厂报价)为4661元/吨;同比

增长率为54.73%,增速高于平均值36.43%。

华安证券研报分析认为,2022年6月23日,六部门联合发布了《工业能效提升行动计划》,其中提到严控磷铵、黄磷、电石等行业新增产能。磷肥新增产能受限,叠加全球粮食价格高位,磷肥需求快速增长,全球磷肥价格处

于高位。

受益于价格上涨,磷化工企业业绩大幅提升。

7月21日,云天化公告称,2022年上半年,公司积极履行国内化肥保供稳价责任,全力抓好生产经营,积极统筹好国内、国际磷肥资源配置,公司预计实现营业总收入366.30亿元左右,同比增长18.43%左右;预计实现归属于上市公司股东的净利润34.5亿元左右,同比增加119.47%左右。

7月30日,川恒股份发布2022年半年报显示,公司实现营业收入为15.87亿元,同比增长57.77%;归母净利润3.71亿元,同比增长254.08%。

川恒股份方面表示,其中,报告期内磷化工产品营业收入较去年同期增长52.92%,磷矿石的营业收入较去年同期增长105.73%。

民生证券研报指出,磷化工行业仍将处于景气高位,国内外农资需求拉动磷铵增长,叠加海外供给收缩,国内磷矿石供给受限,磷化工相关公司有望维持高利润。

延伸产业链

在新能源产业快速发展的背景下,川恒股份等磷化工上市公司纷纷布局磷酸铁锂领域。

川恒股份方面表示,2022年上半年,公司夯实现有磷化工产品生产经营业务,积极推进广西鹏越磷资源精深加工项目及恒轩新能源10万吨/年磷酸铁项目建设。

磷酸铁锂主要应用于新能源动力汽车、储能等领域,其中规模最大、应用最多的就是新能源汽车行业。

袁静美分析称,在当前磷矿供应偏紧的情形下,磷化工企业充足的磷矿资源将为现有业务的发展提供支撑,为新业务的探索提供保障。布局产业链下游多种

高附加值新产品,激发传统磷化工新增长潜力。

除了川恒股份外,近年来,多家磷化工企业也纷纷布局了磷酸铁产能。其中,兴发集团28亿元可转债募资计划主要用于20万吨/年电池级磷酸铁项目及配套10万吨/年湿法磷酸精制技术改造项目;云天化年产50万吨磷酸铁项目中,一期年产10万吨磷酸铁工程预计于今年8月底投产;云图控股(002539.SZ)有35万吨的磷酸铁在建产能,预计于2023年逐步投产;川发龙蟒(002312.SZ)有45万吨磷酸铁在建产能;新洋丰(000902.SZ)也有30万吨磷酸铁产能在建。

新能源汽车、储能电池等对磷酸铁锂的高需求推动,上游原料磷酸铁需求量持续攀升,行业开工率居高不下。据统计,2021年11月以来,磷酸铁企业开工率一直保持在90%以上,预计磷酸铁供给端的紧张状态在整个2022年内难以缓解,高景气周期将持续。

环保巨头“跨界”:伟明环保拟牵头合资191亿元进军锂电

本报记者 茹阳阳 吴可仲 北京报道

环保巨头进军锂电或再落一子。

近日,浙江伟明环保股份有限公司(以下简称“伟明环保”),

603568.SH)披露相关公告称,拟与盛屯矿业(600711.SH)、青山控股集团有限公司(以下简称“青山控股”)和欣旺达(300207.SZ)合资,投建年产20万吨高镍三元正极材料项目,预计该项目总投资不超过

191亿元。

“在未来项目进行中,参与合作的各方都会有各自贡献的地方。”伟明环保方面人士向《中国经营报》记者表示,公司此次牵头合资投建的高镍三元正极材料项目,

同之前披露的印尼年产4万吨高冰镍项目并非同一个项目。不过,该人士并未透露关于此次合资项目的更多信息,其表示,因具体的合资协议公司证券部并未拿到,因此相关信息以公告为准。

跨界布局

伟明环保亦在积极布局近年大热的锂电材料领域。

伟明环保成立于2001年,早年家于浙江温州龙湾区。最近一期年报显示,其董事长项光明同配偶王素勤、舅舅朱善玉和朱善银,为上市公司实际控制人,合计控制伟明环保近68%的股份。

2015年,伟明环保于上交所主板上市,募资5.2亿元用于旗下3个垃圾焚烧项目建设及偿还银行贷款。近十年来,该公司业务一直集中在垃圾焚烧相关的项目运营、设备销售和垃圾清运等环保细分领域。

在近年环保行业整体不振的背景下,众多行业上市公司陷入经营困局,股价大幅缩水。而伟明环保却逆势增长。近三年,伟明环保营收和净利润保持高速增长,股价实现翻倍,以逾460亿元的市值位列Wind环保行业144家上市公司之首。

2019年~2022年一季度,伟明环保营收分别为20.4亿元、31.2亿元、41.9亿元和10.4亿元,同比分别增长32%、53%、34%和38%;归母净利润分别为9.7亿元、12.6亿元、15.4亿元和4.6亿元,同比分别增长32%、29%、22%和25%。

与此同时,伟明环保亦在积极布局近年大热的锂电材料领域。

2022年初,伟明环保发布公告称,公司控股股东伟明集团有限公司(以下简称“伟明集团”)与Indigo International Investment Limited(以下简称“Indigo”)签署《战略合作框架协议》,拟共同在印尼建设年产4万吨高冰镍项目,以此跨入新能源上游产业链。



近年来,“锂电赛道”火热,吸引着环保巨头“跨界”投资。图为国内一家动力电池生产企业的生产车间,技术人员在锂电池生产线上作业。 新华社/图

该公告显示,上述高冰镍项目总投资为不超过3.9亿美元,伟明环保和Indigo方面在相关项目公司的持股分别为70%和30%。按持股比例,伟明环保对该项目的投资为不超过2.73亿美元(折合17.39亿元人民币)。

8月4日,伟明环保披露公告称,公司于4月24日与盛屯矿业、青山控股签署《锂电池新材料项目战略合作框架协议》,三方拟合资共同投建高冰镍精炼、高镍三元前驱体生产、高镍正极材料生产及相关配套项目。

5月23日,三方合资成立浙江伟明盛青能源新材料有限公司(以下简称“伟明盛青”),伟明环保、

盛屯矿业和永青科技(青山控股下属子公司)持股分别为51%、30%和19%。

伟明环保在8月7日披露的补充公告中表示,伟明盛青注册资本为10亿元人民币,且本次合作中通过盛屯矿业转让其持有的部分伟明盛青股权引入欣旺达。截至目前,伟明环保、永青科技、盛屯矿业和欣旺达分别持有伟明盛青60%、20%、10%和10%的股份。

上述公告内容显示,此次伟明环保牵头拟投建的锂电材料项目将位于温州,总用地预计1500亩,建设期约2.5年,将根据实际情况分期实施。项目建成后,预计年产20万吨高镍三元正极材料,总投资预计

不超过191亿元,其中规划建设总投资约为115亿元,全部达产后运营期流动资金总需求约76亿元。其中,一期项目规模为年产8万吨的高镍三元正极材料,总投资预计约84亿元。

关于项目所需资金,伟明环保方面表示,项目公司自有资金出资占总投资的30%,剩余70%的出资由公司协助伟明盛青进行融资,合资各方按持股比例提供相应融资担保。伟明环保亦表示,根据其所占股比计算,公司将以自有资金不超过34.5亿元投资本项目,且如果无法获得项目融资或未足额取得项目融资的部分,则由公司方面提供股东借款予以解决。

尚处规划阶段

盛屯矿业和欣旺达方面均表示,目前尚未有相关资金投入该项目。

在“双碳”背景下,随着新能源汽车产业快速发展及电池各类应用场景不断拓展,造就了锂电池巨大的市场需求。

“本次投资是公司首次进入电池新材料制造行业。”伟明环保方面表示,正极材料作为锂电池的核心关键材料,其电化学性能、制造技术的研发提升是促进锂电池普及应用的重要技术研发着力点、突破口与推动力。

在伟明环保方面看来,本次与永青科技、盛屯矿业、欣旺达在该项目上开展合作,将有助于公司加强与新材料产业链企业合作,有助于扩展公司未来业务发展空间,提升营业收入,符合公司长期发展战略。

伟明环保方面认为,高镍三元电池具有能量密度高、循环性能好、续航里程高、成本可控等明显优势,符合长续航和高性能的新能源汽车发展趋势,未来高镍三元正极材料市场需求将快速增长。本项目通过一体化、规模化的制造工艺流程,有助于控制生产成本。且项目符合国家的产业政策方向,预计会有良好的经济效益和社会效益。

盛屯矿业方面向记者表示,参与这个项目符合公司“上拓资源、下拓材料”的战略,且公司目前仅是参股10%,风险较小。

欣旺达方面向记者表示,高冰镍是公司上游的一种原材料,参与该项目属于公司对上游产业链的布局。未来如果能因此获得相较市场价更优惠的原材料,就有望优化公司采购成本,并加强同产业链上下游企业的协同。

同时,盛屯矿业和欣旺达

方面均表示,目前尚未有相关资金投入该项目。

欣旺达方面表示,“公司于8月5日签订了相关合资协议,刚刚敲定此事。还要看后续的可研、项目投建情况等,才会有资金跟进。”欣旺达亦表示,目前该项目尚处在规划阶段,公司暂未有资金投入其中。

而关于未来的项目融资,盛屯矿业方面表示,相关融资是由伟明环保牵头的合资公司进行,即在伟明盛青框架内进行,盛屯矿业这边并不会去进行融资。

欣旺达方面表示,公司参与了伟明环保牵头的两个项目,不过在两个项目进行过程中所承担的融资责任有所不同。

在“印尼年产4万吨高冰镍项目”中,公司会参与到其中的融资和借款部分;而在“温州年产20万吨正极材料项目”中,公司只负责进行部分融资担保。

此外,伟明环保方面表示,建设上述温州年产20万吨正极材料项目需要持续资金投入,短时间内无法带来实际效益。

同时,伟明环保在公告中提到,虽然公司对伟明盛青持股超50%,但考虑各合资方在签订的合资协议中约定,与生产经营相关的大事项需股东会全体股东所持表决权的85%以上通过并75%以上董事同意,方可通过,因此,伟明环保初步判断其并未实际控制伟明盛青,拟不将伟明盛青纳入报表范围。

“后续随着伟明盛青投建的新材料项目逐步形成产能,合资公司可能会调整其决策机制,未来伟明盛青存在纳入公司合并报表范围的可能性。”伟明环保方面表示。

煤炭市场延续高景气 政策多管齐下保供稳价

业绩普涨

本报记者 陈家运
北京报道

8月8日,山西焦煤(000983.SZ)公布2022年上半年报,其上半年归母净利润为56.94亿元,同比增长近200%。

除此之外,国内多家煤炭企业上半年均实现业绩增长。其中,冀中能源(000937.SZ)预计今年上半年净利润为25亿元~26.8亿元,同比增长279.01%~306.30%;平煤股份(601666.SH)预计今年上半年归母净利润33.66亿元左右,同比增长约218.15%。

《中国经营报》记者了解到,今年上半年,煤炭企业业绩大幅上涨的主要原因是报告期内煤炭价格高位运行。一位煤炭企业人士告诉记者,2022年上半年,煤炭市场供需关系发生了变化。全国大范围持续高温下,用电需求猛增,由于我国电力资源结构仍以火电为主,致使煤炭需求攀升。整体上,今年上半年,煤炭市场处于供需趋紧状态。

据Wind数据统计,截至8月8日,在32家煤炭公司中,共有26家公司公布2022年上半年业绩预告。

其中,有24家实现盈利,22家公司业绩实现了正增长,其占比达85%。

其中,山煤国际(600546.SH)、冀中能源、上海能源(600508.SH)等公司业绩增长排名靠前。

7月13日,山煤国际发布了2022半年度业绩预增公告,预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润为32.00亿元~36.00亿元,同比增长278.25%~325.53%。

此外,冀中能源预计2022年上半年归属于上市公司股东的净利润25.00亿元~26.80亿元,同比增长

279.01%~306.30%。

山煤国际方面表示,今年上半年,煤炭市场价格高位运行,公司业绩实现较大幅度增长;同时,公司持续推行精益化管理,科学管控成本,资产质量不断优化,盈利能力稳步提升。

在国内煤炭市场价格高位运行的同时,海外煤价也出现大幅上涨的行情。

开源证券研报显示,截至2022年7月29日,欧洲ARA港动力煤现货价和澳洲纽卡斯尔动力煤现货价分别为362美元/吨和421美元/吨,相比年初分别上涨142%和141%。

煤炭期货方面,东方财富Choice数据显示,截至8月8日收盘,国内动力煤期货收盘价为864.6元/吨,较2021年12月8日的阶段



今年上半年,煤炭市场处于供需趋紧状态。图为唐山港曹妃甸港区煤码头的煤炭堆场。 新华社/图

保供稳价

在今年上半年煤炭价格高位运行的市场行情下,火电企业的日子并不好过。

以华能国际(00902.HK)为例,其于7月26日晚发布了2022半年度业绩公告。上半年,该公司及其子公司取得的合并营业收入约1168.69亿元,同比增长22.68%;归属于公司权益持有者的净亏损为32.20亿元,而去年同期归母净利润为41.87亿元。

华能国际方面表示,营业收入较上年同期增长22.68%,主要是由于境内平均上网结算电价同比上升。由盈转亏主要是因为燃料价格同比大幅上涨导致公司燃料成本增加。

事实上,煤炭作为我国能源安全的“压舱石”,其产业链涉及上下游多个产业。为进一步推动煤炭市场平稳运行,今年以来多部门出台了多项保供稳价举措。

今年3月,国家发改委印发《关于成立工作专班推动煤炭增产增供有关工作的通知》,要求主要产煤省区和中央企业全力挖潜扩能增供,年内再释放产能3亿吨以上,其中1.5亿吨来自新投产煤矿,另外1.5亿吨增量则通过产能核增、停产煤矿复产等方式实现。

同时,今年上半年面对煤炭进口量的下滑,国家发改委办公厅还印发了《关于做好进口煤应急保障中长期合同补签工作的通知》,组织补签共计1.8亿吨进口煤应急保障中长期合同,优先保障国计民生相关的电力、供热用煤需求。

与此同时,各地政府也在积极做好煤炭保供增产的工作。6月20日,山西省政府办公厅印发《山西省煤炭增产保供和产能新增工作方案》,提出8个方面的推进举措,有效增加煤炭产能产量,2022年比2021年增加煤炭产量1.07亿吨,全

年达到13亿吨。

在价格方面,国家发改委不断加强市场监管,促使煤炭价格在合理区间内运行。

今年2月,国家发改委出台《关于进一步完善煤炭市场价格形成机制的通知》,在坚持煤炭价格由市场形成的基础上,提出了煤炭(国产动力煤)中长期交易价格合理区间。其中,该通知强调遏制资本过度投机和恶意炒作,及时查处市场主体捏造、散布涨价信息及囤积居奇等哄抬价格违法行为。

此后,国家发改委作出专项部署,要求相关省份发改委高度重视,指导督促企业严格落实煤炭中长期合同签订履约要求,采取切实措施保障煤炭中长期交易价格运行在合理区间;全面监测煤炭生产、流通各环节价格,当发现价格超出合理区间时,立即采取提醒、

约谈、调查、通报等方式,引导煤炭价格回归合理区间;同时,配合市场监管部门,及时查处市场主体捏造涨价信息、哄抬价格、价格串通等违法违规行为。

8月5日,国家市场监管总局组织3个调查组分别赴山西、内蒙古、陕西开展调查,进一步加强电煤价格监管,明确法律红线,规范电煤价格秩序。通过调查,国家市场监管总局初步认定18家煤炭企业涉嫌哄抬煤炭价格,3家交易中心涉嫌不执行政府定价。

在一系列措施的作用下,保供稳价效果显现。

根据内蒙古自治区商务厅生产资料市场监测系统数据,7月30日至8月5日,从监测品种样本数据来看,煤炭平均价格为880.49元/吨,环比下降0.8%。其中无烟煤2号洗选块煤均价为920.67元/吨,环比下降2.3%;动力煤发热量5000~

价格高位运行。受乌克兰局势影响,欧洲能源供应紧张,欧洲多国重启煤电计划,国际煤炭需求激增,导致国际煤价持续高位。而国内在保供稳价作用下,市场平稳运行。国内进口煤炭需求减弱,上半年煤炭进口量整体缩减。

根据中国煤炭工业协会公布的数据,去年我国煤炭进口数量为32322万吨,同比上升1.27%。而海关总署发布的数据显示,2022年6月份,我国煤炭进口量为1898.2万吨,同比下降33.1%,环比下降7.6%。

2022年1~6月份,我国共进口煤炭11500.1万吨,同比下降17.5%,降幅较前5月扩大3.9个百分点。

5500大卡均价为663.73元/吨,环比上涨1.2%;炼焦煤1/3焦煤均价为1057.08元/吨,环比下降0.7%。

内蒙古自治区商务厅方面表示,随着煤炭保供力度进一步加大,各地企业生产能力不断提升,市场供应能力持续增强。下游终端采购观望情绪浓厚,市场需求和销售量减弱,拉动煤炭价格环比下降。预计近期煤炭市场运行稳定,价格仍将保持高位运行。

国信证券研报认为,动力煤方面,港口、产地煤价下降或持平;炼焦煤的港口、产地煤价涨跌互现,焦炭价格持平;煤化工产品价格跌多涨少。8月仍处于迎峰度夏期间,煤炭需求较为旺盛,短期动力煤价格受到海外高价支撑,海外焦煤价格低于动力煤价格,进一步下跌空间有限。预计8月中旬后,随着气温回落,夏季用能需求减弱,动力煤煤价或有下行压力。

动视暴雪二季度业绩受挫 转向手游能否扭转局势？

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

二季度，游戏巨头动视暴雪(ATVI.O)业绩并不乐观。

财报显示，动视暴雪二季度业绩全线下跌，其中动视部门净营收同比下跌37.9%；而暴雪部门因得到《暗黑破坏神：不朽》和《炉石传说》两款游戏的支撑，一部分业绩收缩被抵消，其二季度净营收下滑7.4%。不过，截至6月30日，《暗黑破坏神：不朽》发售不过1个月。

《中国经营报》记者注意到，不仅《暗黑破坏神：不朽》缓解了动视暴

雪收入的下跌趋势，而且动视暴雪业绩整体上主要依靠移动游戏业务支撑。按游戏平台划分，该公司二季度51%净营收来自移动端。在主机和PC端收入大幅下跌的情况下，动视暴雪的移动端收入仍保持增长。

动视暴雪在手游领域的开拓始于2016年，其不仅收购三消类游戏《糖果粉碎传奇》的开发商King，还推动旗下多个知名IP手游化。然而，《暗黑破坏神：不朽》虽然一定程度上刹住动视暴雪业绩的下滑趋势，但却遭到玩家批评。转向手游能否真正挽救动视暴雪的业绩？

多项业绩指标下滑

游戏行业在新冠肺炎疫情期间实现爆炸性增长后普遍收缩，动视暴雪并非唯一一家业绩“仆街”的游戏公司。

8月1日，动视暴雪发布2022年二季度财报，其多项业绩指标下滑。

财报显示，动视暴雪第二季度总净营收为16.44亿美元，同比下滑28.4%；净利润为2.80亿美元，与上年同期的8.76亿美元相比，下降68%；月活跃用户数为3.61亿，与上年同期相比减少了4700万；净预定收入为16.37亿美元，同比下滑15%。

在16.44亿美元净营收中，18.5%来自产品销售，81.5%来自游戏内购、订阅及其他，这两项收入均较去年有两位数的百分比下滑。与此同时，动视暴雪二季度的成本与支出没有相应大幅度收窄，同比略降2.3%至13.06亿美元。

就具体部门而言，动视和暴雪两部门收入均出现下滑，仅King部门实现净营收增长；月活跃用户数数据显示，该公司用户黏性下降，仅暴雪部门实现正向增长。

动视部门业绩跌幅最大，二季度净营收同比下跌37.9%，至4.9亿美元；月活跃用户9400万，同比下降26%，环比下降6%，是2019年10月《使命召唤手游》发售以来的最低水平。

动视暴雪在财报中表示，动视部门业绩下跌的原因是《使命召唤》系列玩家参与度下降。

暴雪部门方面，新发售的《暗黑破坏神：不朽》、《炉石传说》的营收增长抵消了一部分业绩下滑，但二

季净营收出现7.4%的下滑，跌至4.01亿美元。暴雪部门月活跃用户数连续至少3个季度下降后出现反弹，达到2700万，比去年同期多出100万。

手握《糖果粉碎传奇》的King部门净营收同比增长7.7%，达到6.84亿美元；月活跃用户数为2.4亿，比去年同期减少1500万。

游戏行业在新冠肺炎疫情期间实现爆炸性增长后普遍收缩，动视暴雪并非唯一一家业绩“仆街”的游戏公司。微软二季度游戏业务收入同比下降7%，Xbox主机销量下降11%，游戏内容和服务收入下降6%；索尼游戏部门销售额同比下降约2%，营业利润暴跌近37%；任天堂二季度营业利润下滑15%，Switch游戏机销量下降23%。

8月2日，美国第三方机构NPD集团发布的报告显示，今年二季度，美国消费者在电子游戏产品方面的支出同比下降13%，达到123.5亿美元。

NPD集团游戏行业分析师Mat Piscatella表示，二季度游戏消费收缩的原因包括食物、天然气等日常消费价格上涨，旅游、现场活动等体验消费项目回归，计划发行新游数量减少，新一代主机供应持续不足等。

该分析师还表示，目前游戏消费仍高于新冠肺炎疫情前水平，但未来几个季度游戏市场或将受到不可预测情况的影响。

手游成拉动业绩主力

《使命召唤手游》、包含手游版本的《炉石传说》等，也是动视暴雪收入维稳的关键力量。

上述NPD报告指出，二季度美国电子游戏消费的下降主要是移动游戏方面。另据第三方机构SensorTower发布的《2022年H1美国移动游戏市场洞察》，2022年上半年，美国移动游戏市场收入为114亿美元，同比下降9.6%，这是该市场继2020年新冠肺炎疫情暴发之后首次明显下滑。

动视暴雪今年二季度60%的净营收来自美洲市场，却展现出与美国市场不同的情况：其在主机和PC端收入大幅下跌的情况下，移动端收入仍保持增长，并成为营收主力。动视暴雪二季度财报显示，主机和PC端净营收分别下降49%和47%，至3.76亿美元和3.32亿美元；移动端净营收上涨5%，至8.31亿美元，占总净营收比重为51%。

今年6月至7月，手游《暗黑破坏神：不朽》先后在各个地区上线。

动视暴雪在财报中称，这款游戏发售后在100多个国家和地区登上下载榜榜首，6月在美国应用商店畅销榜中名列前十。不仅如此，这款游戏还为动视暴雪招徕更多新玩家。

动视暴雪方面表

能否扭转局势？

“转向手游能直接利好动视暴雪的财务，但维持长期市场竞争力不能仅仅依靠手游，还是需要有优质的大型游戏。”

易观互娱行业资深分析师廖旭华向记者表示，动视暴雪的问题并不在于整体主机市场，而在于自身。“他们没有在竞争激烈的市场中持续坚持创新，并且频繁产出低于玩家预期的产品。”

廖旭华认为，无论是动视还是暴雪，其IP资源、品牌和研发经验依旧是全球顶级的，他们具有扭转局势的能力。

在廖旭华看来，转向手游能直接利好动视暴雪的财务，但维持长期市场竞争力不能仅仅依靠手游，还是需要有优质的大型游戏。

值得一提的是，《暗黑破坏神：不朽》上线后，尽管揽尽名气和收入，却也因充值系统不合理口碑存在争议。在评测网站



位于美国加州的动视暴雪总部。

视觉中国/图

示，这款游戏超一半玩家是动视暴雪的新用户。

动视暴雪的一大收入引擎是King部门的手游《糖果粉碎传奇》。动视暴雪方面称，这款游戏连续20个季度成为美国应用商店中最畅销的游戏。

此外，《使命召唤手游》、包含手游版本的《炉石传说》等，也是使

动视暴雪收入维稳的关键力量。

动视暴雪手握“使命召唤”

“魔兽世界”“暗黑破坏神”等多个

知名IP，在端游领域颇具影响力，

其在手游领域的开拓始于2016年。动视暴雪于这一年斥资59亿美元收购King及旗下《糖果粉碎传奇》，并进一步推动《炉石传说》成为收入支柱。此外，动视暴雪逐步推进旗下IP的手游化，包括与腾讯合作推出《使命召唤手游》，与网易合作《暗黑破坏神：不朽》，还不断有《魔兽世界》手游版的消息爆出。

不过，知名IP的手游化也遭到了老玩家一定程度上的反感。

2018年，在暴雪嘉年华上，《暗

黑破坏神》主设计师Wyatt Cheng公布了手游《暗黑破坏神：不朽》的消息。他回应玩家表示，这款游戏暂时不会登上PC端（目前该游戏已在海外登陆PC平台）时，突然遭到场下一片嘘声，情急之下脱口而出：“难道你们没手机吗？”

一边是手机端游戏大幅拉动业绩，一边是老玩家的不满，动视暴雪下一步是否会进一步拥抱手游？截至发稿，动视暴雪尚未回应对于移动游戏业务的看法和下一步计划。

而放弃整个IP，大家对《暗黑破坏神4》的期待依旧是高的。

据动视暴雪透露，《暗黑破坏神4》已确定将于2023年登陆PC和多个主机平台，并支持跨平台联机和跨平台进度共享。

今年下半年，动视暴雪计划发售《使命召唤19：现代战争2》、《使命召唤：战区2》、《魔兽世界：巫妖王之怒》经典服、《魔兽世界：巨龙时代》和《守望先锋2》。

关于刚刚过去的二季度，动视暴雪CEO Bobby Kotick 表示，即使在充满挑战、许多公司宣布停止招聘以及裁员的经济环境中，截至季末其开发人员数量仍同比增长了25%。动视暴雪于该季度收购了Proletariat

和Peltarion，进一步提升了开发资源，包括人工智能和机器学习的能力。

Bobby Kotick 表示，动视暴雪期待尽快完成与微软每股95美元的全现金交易。

财报披露，这笔交易已获得动视暴雪和微软董事会，以及动视暴雪股东的批准，目前正在等待监管机构审查完成。

自2022年1月微软宣布将以总金额约690亿美元收购动视暴雪以来，这宗交易案已经美国联邦贸易委员会和英国竞争与市场监管局的调查。如若交易顺利完成，动视暴雪的大量游戏将进入微软游戏库，微软将成为仅次于腾讯和索尼的第三大游戏公司。

主机“三巨头”遇冷：游戏业务收入齐下滑

本报记者 李哲 北京报道

业绩也出现下滑。

事实上，2022年上半年，受新冠肺炎疫情等因素影响，游戏市场整体遇冷，而主机类游戏也没能幸免。《中国经营报》记者梳理发现，截至目前，在今年已经下发的241款游戏版号中，移动游戏共209款，占比达到87%，而主机游戏仅有3款。部分游戏玩家认为，主机游戏仍然有着巨大的发展潜力。

年同期为6158亿日元，同比下滑1.9%。

此外，英伟达的2023财年第二季度数据显示，初步核算收入为67亿美元，较上一季度下降19%，营收远低于5月份预期的81亿美元。

谈及业绩下滑的原因，英伟达方面表示，二季度业绩未达预期，主要原因在于游戏产品的出货量减少；再向上追溯，或与其渠道合作伙伴销量减少有关。根据预披露数据，2023财年二季度英伟达游戏收入为20.4亿美元，较上一季度下降44%，较上年同期下降33%。

英伟达创始人兼首席执行官黄仁勋表示，英伟达大幅下调了游戏产品的销售预期。“我们预计宏观经济影响销售的情况将持续存在，因此，公司与游戏合作伙伴一起调整了渠道价格和库存。”

市场不温不火

主机游戏市场降温表现在国内市场尤为明显。

《2022年1—6月中国游戏产业报告》显示，2022年1至6月，中国主机游戏市场实际销售收入为8.81亿元，同比减少1.02%。报告期内提到，虽然高品质主机游戏越发受到消费者喜爱，但由于新冠肺炎疫情导致新款主机硬件供应不足，且新产品整体表现弱于去年同期，致使上半年主机游戏市场规模收入略有下降。

近年来，我国逐渐成长为全球第一大游戏市场。《2015年中国游

戏产业报告》显示，2015年中国游戏用户数达到5.34亿人，同比增长3.3%。中国游戏市场实际销售收入达到1407亿元，同比增长22.9%，成为全球第一大游戏市场。

另据中国音数协游戏工委发布的《2021年中国游戏产业报告》，中国游戏市场2021年实际销售收入2965.13亿元，比2020年增长178.26亿元，同比增长6.4%。与此同时，中国游戏用户数量也保持稳定增长，用户规模达到6.66亿人，同比增长0.22%。

六年时间中，销售收入、用户

规模分别增长110.74%、24.72%。而另外一项数字则显得耐人寻味。2021年，我国用户规模6.66亿人中，移动游戏市场用户人数达到6.56亿人。

这意味着，这几年主机类游戏似乎未能充分享受到游戏市场爆发式增长的红利。

市场调研机构Niko Partners统计显示，2021年中国拥有1320万主机玩家。这一数字同6.56亿移动游戏市场用户相比几乎可以忽略不计。

不过，这一现状似乎正在逐

渐好转。Niko Partners近日发布的一份《中国主机游戏市场报告》显示，到2025年，中国主机游戏市场的硬件和软件总收入有望达到24.6亿美元。从2020年到2025年，中国主机游戏市场的年复合增长率约为5.9%。

虽然中国主机游戏市场正在增长，但仍然只是整体游戏市场的一小部分。根据亚洲游戏市场研究分析机构Niko Partner的统计，去年主机游戏收入占中国游戏市场总收入的比例仅为4.1%，到2025年这一比例预计将上升至4.3%。

如微软、索尼、任天堂等公司同样具备全球领先的游戏开发和推广能力，但是如今的国内市场中，主机游戏受到诸多限制，同移动游戏的差距正在逐渐拉大。

自媒体人士道师向记者表示：“手机游戏在国内能够迅速引爆，一方面是因为硬件等配套的及时跟进，另一方面是手游产品的社交属性让手机游戏得以迅速出圈。”

而在主机类游戏进入国内市场之后，社交属性被极大弱化。单纯的游戏产品对忠实游戏玩家的吸引力依然存在，但却为大量的其他潜在玩家设置了壁垒。

从全球市场来看，欧美等地是主机游戏的主要市场。相比之下，我国的主机游戏起步较晚，随着网络和智能手机的普及，网游、手游的发展也挤压着主机游戏的市场空间。

2014年1月，国务院发布《国务院关于在中国(上海)自由贸易试验区暂时调整有关行政法规和国务院文件规定的行政审批或者准入特别管理措施的决定》(以下简称《决定》)。《决定》第32条提到，在上海自贸区内允许外资企业从事游戏游艺设备的生产与销售，通过文化主管部门内容审查的游戏游艺设备可面向国内市场销售。

记者随机在线下店走访发现，任天堂体验店内，印有国行正品字样的游戏销量并没有“进口版”游戏销量好。

销售人员告诉记者：“国行游戏只能在国行游戏机上使用，并且一些网络联机的功能是没有办法使用的。‘进口版’在功能上完全一样，并且可以在几乎所有同类游戏机上使用，使用范围更广。所以即

便‘进口版’的价格相对高一点儿，还是更受玩家青睐。”

记者在电商平台上搜索同款游戏产品时，店家给出了同样的答案。

Niko Partner统计数据显示，

因为可以用的授权(国行)游戏太少，将近80%的游戏收入来自灰色市场(非国行产品产生的营收)。

记者注意到，在今年已经下发的241款游戏版号中，移动游戏共209款，占比达到87%，而主机游戏仅有3款。

当前，精品化正成为我国游戏市场的发展方向，而主机类游戏中不乏高质量的游戏产品，诸

巨头暗战本地生活

本报记者 李立 上海报道

随着抖音在本地生活布局逐渐深入,抖音与美团两个看似各为其阵的巨头相遇了。

从涉足电影票、到探店、团购配送,抖音不再掩饰本地生活的野望。6月1日,抖音本地生活开始正式收取佣金。据抖音方面向《中

国经营报》记者确认,抖音生活服务平台软件服务费率为2%~8%,平均为3%。即使如此,抖音方面表示,修订的服务费费率仍然低于行业平均水平。

互联网流量见顶的当下,收佣自然不会吓退血脉偾张的商家。媒体披露的久谦中台专家纪要显示,2021年,抖音本地生活整体GTV

(总交易额)为101亿元,全年DAU(日活跃用户)为1.3亿个。在GTV构成方面,到餐业务为65.67亿元,到综业务为33.6亿元。今年3月份,抖音到餐业务增长开始起势,GTV首次单月破亿元,达到了1.6亿元,较2月的8700万元几乎翻倍。

来势汹汹的抖音本地生活正在踏上美团核心腹地。伴随抽佣

等商业模式的完善,业内判断下半年抖音本地生活业务的交易额将继续大幅增长。

不过两者暂时还不会血拼。“美团是消费者带着目的上去找服务,适合综合性生活服务;抖音是用户没有消费目的被偶遇的内容吸引,适合精品电商或精品服务。两者的维度目前并不一致,暂时不

会出现短兵相接式的血拼。”互联网产业分析师张书乐对记者表示。

互联网资深分析师郝智伟则告诉记者,抖音携流量进入多个领域,期待大力出奇迹,但本地生活进入到商家深度运营才是深水区。大公司都在渴望利用自己的优势多面延展,更多是出于防守,其实还没有触碰到对手基本盘。

抖音密集布局

伴随布局层层深入,本地生活业务在抖音内部也逐步提级。

抖音在本地生活蓄谋已久。

抖音早已摆脱了短视频娱乐的初级阶段,涉及生活服务的方方面面。首页设置同城、关注、商城、推荐四个一级入口,美食、休闲娱乐、游玩、丽人·美发等并列二级入口。用户点击进入美食,会自动推荐所在位置附近1公里的线下商家,“有团购”的红色标识很容易激发用户去看一看。

上海用户小树告诉记者,刷视频刷累了点开美食非常顺滑,不过餐

厅的选择明显没有美团、饿了么那么多,大部分还需要团购到店消费,在他看来,“低价是吸引消费的重要原因”。记者对推荐餐厅、丽人·美发等商户进行了比较,大多低于美团、大众点评,甚至出现超低价。

这只是抖音切入本地生活的一个切口。据记者梳理,从2019年开始,抖音开始通过“云探店”等形式拓展本地商家;2020年抖音推出“心动餐厅”,配合短视频进行推广,同步推出“抖音吃喝玩乐榜”

“限时秒杀”等;2021年抖音开辟团购功能,用户可选择到店核销和物流配送不同的消费模式。随后抖音进一步内测了“心动外卖”,上线“团购配送”等服务。

不仅如此,收购和投资也是抖音进军本地生活服务的重要手段。Manner咖啡、懒熊火锅等餐饮背后都有字节跳动的影子。2022年抖音还推出“买电影票上抖音”,此前字节跳动刚刚完成对“影托邦”的收购。天眼查信息显示,

“影托邦”为企业提供员工福利观影卡、营销礼品卡、积分兑换电影票等服务,覆盖全国平台覆盖全国8000多家影院。

伴随布局层层深入,本地生活业务在抖音内部也逐步提级。久谦中台专家纪要信息显示,本地生活部门属于抖音的一级部门,抖音的一级部门还包括直播部门与电商部门;根据纪要披露,抖音本地生活部门业务板块目前分为到餐、到综及文旅,文旅团队占本地生活

团队一半的人力与资源;到餐、到综及文旅都在本地生活框架内,配合不同的前端进行业务拓展,整体内容转化属于本地生活的OKR(目标和关键成果)。

据抖音方面确认,抖音生活服务于2021年1月正式启动。截至2022年3月,超过70万个生活服务商家入驻合作,商家门店覆盖所在城市超过370个。2022年GMV(商品交易总额)对比去年同期,增长了234倍。

逻辑不同

美团在用户端发力较多,培育打车等相对新兴的业务,抖音则更侧重帮扶、吸引商家入驻平台。

与抖音进军本地生活的另外一面,美团也在发力直播。

今年4月一款名为“美团直播助手”的APP在应用商店上线,经测试发现,已入驻美团的商家可通过该APP一键开启直播,用户在美团点外卖或选购套餐时,可点击进入观看商家直播。

一位美团酒旅业务的合作商家透露,美团在2020年疫情发生后不久就推出了直播,主要是顺应疫情期间商家需要在线上宣传和解答客户疑问的需求。但当时商家开播入口不统一,且开播需要提前3~7个工作日进行提报。不过,

公开信息显示,此前美团酒店、门票以及亲子等多个业务线均推出过直播相关的功能。

关于直播业务,美团方面回应记者称,对于美团直播助手,定位就是把直播功能当作为商家提供运营服务的工具,而不是像其他电商平台把直播作为流量来源。

记者点开美团、大众点评APP发现入口非常隐蔽,并没有在首页等重要位置进行推荐。将直播工具化的思路与拼多多相似,但美团显然还没有准备将太多流量倾斜给直播。

“美团做的是综合性生活服务,流量出口多,需要在时间和转

化效率上有侧重点。”一位接近美团的内部员工告诉记者。以目前正在上海举行的“五五购物节”为例,美团总共投入18亿元资金和补贴,其中相当一部分用到了打车业务。

“五五购物节”方面,抖音数据显示,从6月截至目前,抖音生活服务帮扶2339个本地商家,达成5.6亿曝光,商品销售总额高达7.8亿元,生意超4倍增长,成功助力城市疫后经济复苏。从两者资金、流量去向看各有侧重,美团在用户端发力较多,培育打车等相对新兴的业务,抖音则更侧重帮扶、

吸引商家入驻平台。

互联网分析师丁道师认为,平台切入本地生活的方式各有不同,第一种是像美团亲自下场来做;第二种是流量平台,像高德、百度地图接入第三方服务;抖音则是以“短视频+直播+算法”的模式切入本地生活。在丁道师看来,抖音的核心优势更集中在算法上,这一点TikTok已经证明,在全球范围内都处于领先地位。

郝智伟则认为,抖音虽是流量发动机,但国内MAU/DAU增长放缓,企业要保证势头,就必须以利润定乾坤。所以,抖音必然不能

只做流量广告这“薄薄”的一层,只为他人作嫁衣,始终缺乏产业纵深。

“大厂都有自己的DNA,期望一招鲜吃遍天。”郝智伟表示,早期字节跳动有自己的套路,喜欢拿一部分流量做实验,分析收集反馈素材,验证大数据的分析结果。做不成无伤大雅,做成了惊喜爆棚,挖掘到新增长曲线。在他看来,“流量只是充分条件,不是必要条件,不然百度做电商、应用商店、外卖,早就该成功,10年前充当游戏圈野蛮人的亚马逊、谷歌,也早就该成功了。”

巨头“越长越像”

对于商家更现实的问题是要转化率。

以流量与算法突围,抖音在本地生活面临做轻还是做重的选择。

久谦中台专家纪要显示,以抖音“心动外卖”为例,寻找商家的逻辑有二,一是要打造标杆城市,美团与饿了么早期就是这么干的;二是当抖音开始在全国铺设外卖业务与少数代运营商获得利益时,市场上自然会出现外卖代运营商。如此一来,抖音外卖收获三赢局面:平台提供外卖功能,商家源源不断地入驻抖音,代运营商帮助商家更好地进行外卖业务。

“但这些都处在最理想的商业计划书里,物流无疑会成为最掣肘的环节。目前,抖音的配送还是与达达、闪送等第三方合作。”不愿透露姓名的业内人士认为,如果不能建立稳定、可靠的配送体系,外卖业务很容易昙花一现。“物流配送服务在用户体验方面的重要性,已经在京东、阿里巴巴、拼多多等电商平台反复验证。最直接的是阿里系菜鸟网络的演变,早先只想做物流公司背后的基础设施,现在不得不亲自下场重仓物流。”

对于商家更现实的问题是跟着流量走,但是要转化率。记者在抖音平台上搜索发现,相当一部分团购价格低于美团、大众点评。记者进入丽人·美发类目,同样的商家在大众点评上的价格约为198元,抖音上打5折,价格仅为88.8元。商家向记者解释,抖音上主要是带新客,只能团购一次,但是大众点评、美团的团购是长期活动。超低价引流的效果如何还需验证。记者注意到,已售出1.4万份的美容项目,顾客的评价只有15条,培养消费习惯和用户心智显然还需要更长的时间。

下转 C3

 中经传媒智库
C B J T H I N K T A N K

2022乘势而上 聚势领航!

中经传媒智库

由中国哲学社会科学研究的权威学术机构和综合研究中心——中国社会科学
院作为智慧支持和方向指导
以《中国经营报》《商学院》《家族企业》及两微一端等整合全网资源,形
成5000万+影响力
依托《中国经营报》社有限公司37年积累的忠诚读者队伍和深厚的价值积淀
联合第三方研究机构形成权威、专业、实用的中国经济“超强大脑”

洞察政策走向 解读经济规律 前瞻全球战略 助推商业发展



中经传媒智库
官方网站



中经传媒智库
官方微博



中经传媒智库
官方公众号

广告

6G 处于愿景研究阶段 2025 年左右开启标准化

本报记者 谭伦 哈尔滨报道

5G 应用生态尚在有序推进之际,探讨 6G 是否为时过早?对技术本身向来冷感的消费市场也许认同为时尚早的观点,但流量无法撒谎,对“元宇宙”概念的热捧与追逐,显示出前沿科技舆论热点背后的真相。而元宇宙恰恰将建立在 6G 技术基础之上,无疑已成为产学研各界的共识。

《中国经营报》记者注意到,在 2021 年举行的第一届全球 6G 技术大会上,中国工程院院士、未来移动通信论坛理事长邬贺铨曾直言,元宇宙需要 6G。而在近期举行的第五届数字中国建设峰会上,爱立信中国首席技术官彭俊江也表示,6G 将成为连接虚拟和现实世界的桥梁,而这个建立在 VR/AR 基础上的虚拟世界,显然正是指元宇宙。

据我国 IMT-2030(6G)推进组发布的 6G 白皮书显示,未来 6G 业

务将呈现出沉浸化、智慧化、全域化等新发展趋势,形成沉浸式云 XR、全息通信、感官互联、智慧交互、通信感知、普惠智能、数字孪生、全域覆盖等八大业务应用,而元宇宙正是其中的应用场景代表。

在此背景下,发展元宇宙产业的关键,也再度落于 6G 本身。在 8 月 9 日开幕的 2022 世界 5G 大会上,邬贺铨指出,当前,6G 处于早期愿景研究阶段,全球相关组织正在积极讨论 6G 的愿景需求,并进行关键技术的研究,而 6G 将全面支撑全社会的数字化转型,实现智联物理世界和数字世界。

“当前研究 6G,和十年前研究 5G 相比,形势更严峻,供应链市场遭遇国际国内标准化小圈子的风险,但我们还是要坚持 6G 的标准化,本着开放合作的理念,以更大的精力开展 6G 技术与未来产业的国际合作,加大创新力度,为人类社会贡献无愧于时代的 6G 标准应用。”邬贺铨强调。

两大标志性变革

按照移动通信代际的演进规律,目前 6G 处于前沿技术研究阶段,预计到 2025 年左右开始标准化,到 2030 年则会形成固定标准。

提及 6G 的面貌,更高的带宽与速率似乎仍是公众最为直接的认知,但中国信科集团副总经理、专家委主任、无线移动通信国家重点实验室主任陈山枝指出,由于需要支持元宇宙涉及的数字孪生、万物互联技术,更广更精细化的网络覆盖将会是 6G 与 5G 最为明显的分野之一。

“目前全球现有的移动通信网络只覆盖了陆地表面的 20%、地球总面积的 6%,因此,未来通过卫星通信与地面移动通信融合发展,应以卫星对海洋、森林、沙漠、偏远地区进行覆盖,实现星地融合的全球广域覆盖,将是 6G 的一大标志性变革。”陈山枝表示。

同时,由于需要支撑小覆盖、沉浸式元宇宙的体验,陈山枝认为,6G 需要使用到包括超维度天线、太赫兹、毫米波,新的编码及内生智能与安全技术。“这意味着将来可能要以用户为中心接入 6G 架构。”陈山枝表示,这将是 6G 带来的另一项巨大变革。

华为无线网络产品线副总裁、6G 首席科学家王俊则表示,6G 将不仅是能力的升级,还将进一步发

展超越通信的能力,在 5G 三大应用场景基础上,扩展人工智能和通信感知两大应用场景,将深度学习、机器学习和大数据分析等 AI 能力,通过 AR/VR 等沉浸式体验传递给用户。

而对于备受关注的 6G 网络架构,中国移动技术部总经理王晓云介绍称,5G 甚至将来的 6G 是移动信息服务时代,单一性的网络和业务已经完全不能满足通信需求,因此需要平台化的网络和定制化的业务提供信息服务。

王晓云表示,移动通信系统吸纳多种先进技术在变革中演进。总体来看,集中化、云化、服务化将是移动网络架构变革的三大主线。“移动通信系统架构的演变从 1G 到 4G 是增量式演进,而 5G 是颠覆式变革,而 6G 将会基于 5G 进一步发生演进。”王晓云称。

此外,业界目前对于 6G 的推进时间表基本已有共识。据陈山枝介绍,按照移动通信代际的演进规律,目前 6G 处于前沿技术研究阶段,预计到 2025 年左右开始标准化,到 2030 年则会形成固定标准。

6G 之路将充满挑战

6G 需要有一个灵活的接入方式,以容纳更多的用户接入,这将对通信信号的多址接入带来巨大挑战。

广域和精准覆盖带来的变革性能,注定将使 6G 成为元宇宙的技术底座。但每代通信标准的变革性演进都未如想象般轻松。在业界看来,未来中国的 6G 之路,也同样充满挑战。

首先是大国间的激烈竞争。中国工程院院士张平在本次大会上表示,6G 作为国之重器,也是大国博弈主战场,面临着激烈的国际竞争格局。如美国提出了弹性与智能下一代网络通信技术计划;而欧盟则启动了 6G 旗舰研究项目 Hexa-X;日本致力实现 2025 年完成 6G 基础技术,2030 年商用的目标;韩国则计划成为全球首个 6G 商用的国家。

其次,6G 自身面临基础理论的突破。“在以前发展 1G 到 5G 的过程当中,通信技术倚赖的是香农信息论,但现在正面临性能极限,因此迫切需要变革,寻找新的技术创新点作为引领。”张平表示,我国在通信基础核心技术领域是比较薄弱的,而发展 6G 需要、并疏通这一关键堵点,在一些关键技术器件方面做更多的工作。

陈山枝也提出,6G 技术的挑战更多来自技术本身的提升。以多址接入技术为例,未来星地融合后,万物互联需要支持每平方米 10 个以上终端的巨量泛在连接场景以及空天地融合

疏通“堵点”是关键

随着通信网络代际演进,服务架构也会逐步向新架构不断演进深化。

如何走好 6G 发展之路,业界也在本次大会上提出了各自的看法。其中,邬贺铨认为,标准的统一是 6G 发展及演进的前提,但在当前逆全球化背景下,大国间的各自为战为全球 6G 标准化增添了难度。

好消息是,据张平介绍,目前中国成立了 IMT-2030(6G)推进组,6G 技术研发推进工作组和总体专家组,并发布《6G 总体愿景与潜在关键技术》白皮书等,这将使得中国在 6G 标准制定方面获得更好的推进。

而在网络侧,张平认为,6G 的高质量发展需要做好网络基础设施的部署;同时做好内生智能的新型空口及网络架构,实现云边端协同部署;此外,做好算力感知网络部署,在通信、计算、存储为一体的信息系统、算力资源的统一建模度量、统一管控、智能化调度方面进行创新。

场景。因此,6G 需要有一个灵活的接入方式,以容纳更多的用户接入,这将对通信信号的多址接入带来巨大挑战。

此外,张平认为,6G 面临与 5G 同样的困境——缺乏“杀手

级”应用与完备的开源生态,这将成为我国未来在推动 6G 发展过程中的两大产业阻力。

“我们要清醒看到,6G 的技术面临需求不缺、瓶颈受限、生态滞后等挑战。”邬贺铨补充强

调,准确预测 2030 年至 2040 年移动通讯需求的难度不亚于对新技术的探讨。“需求不是越高越好,不能只是服务于小众市场,没有大众刚需支撑不了。”邬贺铨指出。

王晓云认为,架构是 5G 最重要的标志性创新,同时也是 6G 的基石。随着通信网络代际演进,服务架构也会逐步向新架构不断演进深化。

最后,张平表示,只有坚定不移地走创新的路线,才能在 6G 演进中解决存在的诸多“堵点”,同时,以政府加市场双轮驱动的模式,构建新型举国机制,建立广泛的科技联盟,重塑突破“堵点”的国际环境。

商汤科技切入消费级 AI 市场

本报记者 吴清 北京报道

棋类是 AI 演进的突破口?

随着 AI(人工智能)技术的不断演进,家庭消费级 AI 产品市场正变成巨头们争相布局的新风口,而变得愈发热闹。

近日,《中国经营报》记者从商汤科技方面获悉,其推出首个家庭消费级人工智能产品——“元萝卜 SenseRobot”AI 下棋机器人。据介绍,该产品已获得中国象棋协会认证,融合了传统象棋文化和人工智能技术,不仅可以陪伴孩子学习、对弈象棋,还能锻炼思维,并进行行业象棋技术等级评测。

商汤科技董事长兼 CEO 徐立对记者表示,“我们希望通过创新和领先的人工智能技术,打造一个能够真正‘思考’和‘行动’的机器人产品,让产业级 AI 技术走进千家万户,与孩子、长辈进行真实互动;不仅能陪伴儿童的成长,也让长辈轻松享受高科技,消除数字鸿沟,用科技搭建情感的桥梁,为全家人带来更多乐趣。”

值得注意的是,这也是这家 AI 视觉龙头,首次面向普通消费家庭推出 AI 产品,而这也被外界解读为,在传统的 AI 原创技术及 To B 场景外,商汤科技正在谋求新的业务和利润增长点,并增强资本市场的心

的总比分战胜排名第一的围棋世界冠军柯洁。人们惊叹于 AI 的自我训练和进化,也在感叹 AI 开始“成神”。

但与此同时,也带来了一些争议,AI 的崛起让围棋变成了一步步地胜负研判及训练,“神之一手”变得平常,是否会减少围棋等棋类本身的趣味性和多样性?这点尚存争议,不过有一点可以确定的是,AI 让普通人得到了此前难以获得的学习环境,不需要很多金钱及社交关系,就可以和顶尖 AI“棋手”对弈学习。柯洁在被阿尔法狗击败后也坦承,AI 的崛起让人类避免了许多的弯路。

据悉,“元萝卜 SenseRobot”包

含 AI 学棋、残局挑战、棋力闯关、巅峰挑战等多种模式,它还带来 100 多个残局设定和 26 个等级的棋力对战,可以从“0 基础”为孩子介绍和讲解象棋的文化、规则及每个棋子的使用技巧,在锻炼思维的同时,提升孩子的文化素养。作为产品的首席体验官,奥运冠军郭晶晶谈道:“象棋对于锻炼孩子们的定力和逻辑思维能力有很好的帮助。这种象棋 AI 下棋机器人,激发了孩子们对于象棋文化的兴趣,而且也是一种科技的启蒙。”

此外,这款产品也得到国家体育总局棋牌管理中心、中国象棋协会的权威认证和授权,为用户

提供专业课程,并实现在家里足不出户就能完成官方象棋考级评测,获得专业证书。国家体育总局棋牌运动管理中心主任、中国象棋协会秘书长郭莉萍表示,“象棋是中华民族的智慧结晶,我们很高兴地看到像商汤这样的高科技企业通过领先的科技支持和推动象棋文化的发展。”元萝卜 SenseRobot“无论是它的交互流畅度还是象棋教学、对弈都具备很高的专业水准。我们希望能够与商汤一起继续推动象棋运动的普及,让更多青少年感受中国文化和象棋的魅力。”

商汤科技创新工程院院长沈徽则表示:“我们希望通过这样一

款实体 AI 下棋机器人,让孩子在家里就能够接触和感受真正的人工智能。经过 9 个版本的产品迭代,我们仍然保留了‘机械臂’的形态,就是希望它能有‘手’,像个真实的小伙伴一样,与孩子进行交互。”

这些也成为商汤科技此次推出象棋机器人的契机。“之前 IBM 切入国际象棋、谷歌布局围棋,此次商汤科技推出象棋 AI 机器人,可以补上棋类缺口,噱头和关注讨论度也足够;同时象棋是中国的传统技艺,宣传和推广传统文化技艺,可以让商汤在科技底色之外增加一层人文的色彩。”一位科技产业观察人士告诉记者。

消费级 AI 产品前景如何?

消费级的 AI 产品其实并不是一个新名词,以往 AI 产品和技术多应用在企业事务和工业制造中,如机械臂等。随着人工智能技术的逐步成熟及热度越来越高,也逐渐开始深入人们的日常生活。各种消费级的 AI 产品开始飞入寻常百姓家,比如各种智能门锁、智能音箱、扫地机器人、陪伴机器人等。

同时也吸引了众多领域巨头的抢滩布局,比如互联网巨头的阿里巴巴、腾讯、百度等在争夺云端、大数据、智能音箱入口,AI 头部们在抢夺图像识别技术话语权和扩大落地场景,科大讯飞等在语音识

别领域一马当先,做无人机的大疆、做传统安防监控的海康威视等都把人工智能视为未来发展的重点方向。还有各种垂直领域的行业巨头,比如九号机器人的电动滑板车等。

不过,近些年市场上大量涌现的所谓 AI 产品,多是离机器人形态比较远的入门级、单一技术型产品,它们更多是披着机器人外壳、实质却更像“玩具”的过渡产品,和真正的 AI 依然差距甚远。

同时,AI 消费级产品从概念到落地再到普及,仍有很长的路要走。大多数消费级产品落地应用,还需要解决两大问题:如何降低成

本与提升用户体验。

例如,软银集团和法国 Aldebaran Robotics 旗下的情感机器人 Pepper 售价动辄上万元,同样,Aldebaran Robotics 旗下知名的机器人产品 NAO 售价更是高达数万美元。高企的售价成为 AI 机器人走入寻常百姓家的现实障碍。

记者注意到,目前“元萝卜 SenseRobot”AI 下棋机器人已在天猫商城首发预售,标准版售价 1999 元,PRO 版售价 2499 元。

“这样的价格,对中国一般的家庭来说,还是可以接受的。”上述科技观察人士表示,这样的定价其实也能看出,商汤科技还是真想打

开这个市场,对这块市场前景还是有一定期待的。

毕竟,对商汤科技等 AI 龙头企业来说,推出面向家庭场景的消费级产品除了做好未来布局之外,还有更为现实的考量,虽然这些年 AI 巨头们营收增长迅猛,但研发费用高企、落地场景却受限,陷入盈利困境,以及由此带来的资本市场压力。

商汤科技也确实需要扩大落地应用场景,甚至一款热销的消费级 AI 产品,突破 AI 企业“强技术、变现难”的困境,来点燃消费者和资本市场的热情。

Research and Markets 的相关

统计数据显示,到 2023 年,全球消费级机器人市场将增加至 150 亿美元的规模。而东吴证券则认为,人形机器人有望在短期进入家务场景,中期进入商业服务场景和非结构化场景的工业应用,长期待交互技术进一步突破后进入情感/陪伴场景,潜在市场空间达数十万亿元。

不管怎么说,随着 AI 和数字化技术的进步、以及巨头们的争相开拓布局,消费级 AI 机器人市场正展现出一片宽广的市场空间。而具体产品的市场表现,则在考验着企业对消费者需求的洞察与市场趋势的把握能力。

Salesforce调整中国业务布局 国产CRM厂商加速抢占市场

本报记者 曲忠芳 李正豪 北京报道

近日,据媒体报道,全球CRM(客户关系管理)软件巨头Salesforce(NYSE:CRM)关闭了位于中国香港的办公室,解散了六七十名员工的直销团队,并将中国区业务交由阿里云作为总代理。

Salesforce官方在接受美国媒体采访时回应称,Salesforce正在优化内部团队,裁员的同时也会提供新职位,由此加强与阿里巴巴的合作。目前,Salesforce在新加坡还保留原中国区业务团队,负责对接客户和合作伙伴,包括对接阿里巴巴。除此之外,Salesforce去年在广州成立的一支技术团队将落地阿里巴巴平台的产品本地化业务,不在此次结构优化范围中。

Salesforce在中国市场的“摸索”历程

Salesforce是CRM SaaS服务的开辟者,其对中国市场的“摸索”从本世纪初就开启了。

Salesforce财报显示,在截止到2022年1月31日的2022财年里,总营收为264.92亿美元,其中68%的收入来源于美洲市场,为179.83亿美元,欧洲市场的收入占比23%,为60.16亿美元,而亚太地区的总收入占比为9%,为24.93亿美元。在截止到今年4月30日的2023财年第一财季里,Salesforce总营收为74.11亿美元,亚太地区收入为7.02亿美元,占比为9%。Salesforce财报中并未详细列出中国等各个国家的收入贡献,但整体来看,整个亚太地区的总收入占比不足10%。

Salesforce是CRM SaaS服务的开辟者,其对中国市场的“摸索”从本世纪初就开启了。公开信息显示,Salesforce早在2005年就推出了CRM中文版本,之后通过体验吸引拉新,同时设立办事处、拓展合作伙伴——如2008年与神州云动合作,发展大型客户,在2011年与美

针对Salesforce在中国市场的业绩表现以及未来发展战略等问题,《中国经营报》记者通过邮件联系Salesforce发言人希望做进一步采访核实,但截至发稿时暂未收到后者反馈。

本报记者注意到,目前Salesforce官方网站介绍的页面暂未更新,其亚太地区总部位于新加坡,在澳大利亚、新西兰、印度、日本、韩国和中国等国家的多个城市设立了分支机构,中国的北京、香港赫然在列。事实上,Salesforce与许多老牌的美国科技企业类似,比较早地试图“攫金”中国市场——Salesforce在2003年,即公司成立的第四年,就布局了亚太地区市场,覆盖中国市场;随后在北京、上海、香港设立办事处,2015年设立了Salesforce香港办

公室,被外界解读为加大中国区业务投入的信号。但受制于多方面因素影响,Salesforce遭遇“水土不服”。因此,此番关闭香港办公室,并非是退出中国市场,而是Salesforce在华策略的收缩和再调整。

多位来自国内CRM领域的业内人士,在接受本报记者采访时普遍表示,对于Salesforce在中国市场的收缩“在意料之中”。除了客观存在的国际贸易环境、新冠肺炎疫情持续等影响,Salesforce高度标准化的产品服务与中国企业的市场需求有些脱离,近两三年里一些大型企业已逐渐从Salesforce转换向本土CRM服务。目前国内CRM厂商市场渗透率偏低,但处于高速增长的状态,国产厂商都在铆足全力抢夺市场。



Salesforce此番关闭香港办公室,并非退出中国市场,而是在华策略的再调整。

视觉中国/图

国产厂商抢食市场 整体CRM仍在向规模化努力

本土CRM厂商经过十多年的发展建设,已具备足够的能力和本土化优势来承接中国企业客户对CRM的需求。

不过,Salesforce中国业务的调整,对其他CRM厂商来说,却是一个发展机遇。

纷享销客创始人兼CEO罗旭认为,Salesforce在中国市场迟迟未打开局面,无疑将释放出一部分的市场容量。从国家战略、国际环境来看,企业对数据安全的重视程度越来越高,外资品牌会面临一定的挑战与压力。本土CRM厂商经过十多年的发展建设,已具备足够的能力和本土化的优势来承接中国企业客户对CRM的需求,再加上中国企业面临的数字化转型、产业升级的浪潮与机会,对国产CRM行业的发展充满信心。

记者了解到,近两三年里,纷

享销客已经密集帮助多家行业头部企业客户从Salesforce迁移至纷享销客的CRM产品平台上,比如佳能中国、世纪互联、阿博茨、巨鼎医疗等。公开信息显示,销售易近年来也陆续获得了海康威视、旷视科技等企业的合作订单。

前述销售易人士表示,国内CRM处在一个高速发展的阶段,国内越来越多企业意识到客户数字化是数字化转型的核心,大家对CRM服务商的要求也越来越高。此前销售易联合T研究推出的《CRM国产化替代选型指南》中指出,综合能力较强的品牌商更容易受到青睐。中国企业在选型CRM时,应重点关注CRM产品的四个属性,即云化、平台化、一体化、协

同化,而想要服务更多跨国企业同时也需要国际化的能力,这些能力都将成为CRM厂商的核心优势。

张星亮也认为,国内CRM市场尚未进入规模化阶段,CRM厂商要跨越增长鸿沟,进入主流市场,拼的还是产品力。国产厂商去谈与Salesforce竞争意义不大。这是因为,从营收规模与体量来看,本土CRM厂商与一年营收200多亿美元的Salesforce相比,差距仍较大,“谁都不是中国的Salesforce,当然另一面则是,谁都有机会成为中国的Salesforce”。与其和Salesforce竞争外企客户,还不如服务好国内企业,多家第三方调研报告预测CRM将超过千亿元规模,所以这才是大市场。

乐华娱乐IPO:艺人经纪第一股呼之欲出

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

8月7日,乐华娱乐成功通过港交所上市聆讯,在递交招股书5个月后,王一博、范丞丞等知名艺人背后的公司乐华娱

乐集团即将正式登陆香港资本市场。

招股书显示,艺人管理是乐华娱乐的营收支柱。2021年其艺人管理业务的收入达到了11.75亿元,总收入占比达91%。

而自成立以来,乐华娱乐共已获得三轮融资:2012年,乐华娱乐获得乐搏资本、融玺创投A轮数千万元人民币融资;2014年,获得华人文化集团2.55亿元人民币B轮融资;2021年7月,获

得阿里影业及字节跳动关联公司北京量子跃动科技有限公司的战略投资。

艾媒咨询CEO张毅在接受《中国经营报》记者采访时表示,乐华娱乐上市的主要出发点有两

个方面,一是来自其近年来财务数据的持续增长,这个数据对于上市时机是非常重要的,一般来说过去三年,营收利润如果能够保持持续增长的态势,尤其是最近一年或者两年增长非常明显的

话,这对于IPO来讲会是一个非常好的资本故事;二是从这家企业过去融资的过程来看,应该说这几年,也大概是资本需要退出的时期。目前看,主要是基于这两个因素。

艺人管理收入占大头

“他家艺人比较多,而且还是爱豆类型的,光王一博、范丞丞就不少赚钱,看他们的综艺就没有停过。”一位娱乐圈人士李鹏(化名)向本报记者谈起乐华娱乐的收入来源时说。

乐华娱乐成立于2009年,旗下拥有韩庚、王一博、李汶翰、吴宣仪、程潇、NEXT等66名签约艺人。目前公司有着艺人管理、音乐IP制作及运营、泛娱乐业务三大业务板块。根据弗若斯特沙利文咨询的数据,以2021年艺人管理收入计算,乐华娱乐在中国艺人管理公司中排名第一,市场份额为1.9%。

招股书显示,2019~2021年,公司收入分别为人民币6.31亿元、9.22亿元、12.90亿元,年复合增长率为43.0%;净利润分别约为人民币1.19亿元、2.92亿元、3.35亿元,年复合增长率为67.6%。其中,近40%的收入由王一博个人贡献,而乐华娱乐与王一博的合约将在

2024年到期。

招股书显示,2019~2021年,乐华娱乐的艺人管理业务分别实现营业收入5.3亿元、8.08亿元、11.75亿元,分别占同期总营业额的84%、87.7%和91.0%。

寒冬中,如果拖到明年再上市,财务报表可能会难看。比如靠单个艺人,火了这两三年,尽管王一博现在是商业价值最高的艺人之一,但将来的市场份额包括绝对值都会有所变化,所以乐华娱乐会选择这个时间节点上市。”

乐华娱乐对外投资信息显示,其投资的9家公司中7家为存续状态,其中由乐华娱乐全资持股的包括西藏乐华文化传播有限公司、天津乐华音乐文化传播有限公司、海南乐华文化传播有限公司、天津壹华管理咨询有限责任公司、北京橙乐空间科技有限公司5家。目前,乐华娱乐通过直接或者间接持股等方式,拥有30余家企业的控制权。

就港交所上市的相关问题,记者联系采访乐华娱乐方面,不过截至发稿前,乐华娱乐未回应记者的采访请求。

未来前景如何

一般来说,艺人收入越高,交税也越多。

根据公司招股书,2019年至2021年以及2022年前四个月,乐华娱乐前十名艺人贡献的收入占公司总收入比重分别为74.8%、83.0%、85.6%及84.5%;其中收入排名第一的艺人为公司贡献的收入比

重为16.8%、36.7%、49.5%及56.8%;可以说,这位艺人支撑起了乐华娱乐当下收入的半壁江山,既是公司的摇钱树,其未来的去留也将对公司的经营产生巨大的影响。

李鹏向记者说,“娱乐圈是高税行业,差不多是对半收(税)了。一般得先是按经纪公司与艺人的分成分,然后再各缴各自的税,但也有一些分配方式,这个要看艺人跟公司签约的具体情况。”

据王林透露,“王一博在上市之前的收入突然分红了6亿元,为什么会产生这么高的分红?这可能是因为艺人从2018年之后,在各种收入中要进行交税,在这种情况下,经纪

公司把艺人的商务收益里拿的是小头。艺人为了避免交税,或者为了做报表,把艺人的收入做成分红了,那么一旦上市之后,一切报表都要透明化,没上市之前可以通过各种协议把艺人的收入归为公司,最后再以股东分红把它分走,再做第二次分配是看不出来的。”

王林称,这里面的行规就是这样,虽然不知道王一博公司内部具体怎么分红,但基于行规,这种顶流艺人留给经纪公司的收入分成比例一定不会超过20%,那么经纪公司有这么高的利润,里面可能很大一部分是艺人的。

2022年以来,乐华娱乐的业绩受新冠肺炎疫情的影响较大,公司的收入和净利润都没有明显的增长,毛利率出现下滑,公司在招股书中坦言可能继续面临客户延迟付款,且难以签约艺人争取更多新合同以产生收入。

在李鹏看来,乐华娱乐选择此

时上市是为了拿钱,“而且乐华娱乐不是哪家股东独大,也有可能是一些股东想圈钱。”

张毅认为,最近这几年大量的明星塌方,很大程度是在艺人管理方面做得不足,对乐华娱乐来讲,这其实提供了一个非常好的机会。当然,乐华娱乐对上游的艺人、供应商、供应链有些过度依赖,这对企业来说可能都会是一个风险,所以科学的管理是很必要加强的地方。

“对于未来上市来讲,目前看到最大的风险和不确定性,是王一博能不能继续续签以及续签多少年,同时王一博毕竟是个人,他会不会像其他明星那样出现问题,依然存在诸多的不确定性,他的替补是谁,这个也很重要。所以我也留意到乐华娱乐在推行虚拟偶像这块下了很大的功夫,有国外的分析机构说,虚拟人的成本做得好可能会比较高,但相对五五分的采购成本来讲,对于公司来说不是问题,所以它的未来突破口可能在虚拟偶像。”张毅说。

上接 C1

对于两者的狭路相逢,声音分为两面。彩贝壳商务负责人孟奇认为,抖音一方面在进军美团点评腹地,另一方面也在构建自己的护城河(不完全依赖服务商,而直接和商家建立联系或是部分介入商户的运营),以及依赖于抖音生态对于商户的扶植能力,流

量运营。长线来看,可能会形成类似于淘宝(流量、平台系统、运营能力、支付服务)和京东(自营、物流)的对峙局面。

张书乐则认为,除美团自身立足于本地生活服务之外,具有带货或种草功能的平台,如抖音、快手、小红书,都

需要找到合适的姿势切入,最好是新开辟一个独立应用,形成导流,而不是让本来已经越来越庞杂的内容平台做成信息茧房,强行带客。“无论抖音做兴趣电商还是本地生活,都要进入商家运营的深水区,以前做惯导流量轻生意

的抖音还要学习沉下心来‘打仗’。”郝智伟认为,美团加点评的即时消费确实存在用户停留短、搜索、消费、反馈完就离开等缺点,但用户心智根深蒂固,抖音的娱乐流量能撬动多少生意还有待观望。

2016年,移动互联网独角

兽——字节跳动的张一鸣、美团的王兴和滴滴的程维,曾经在乌镇有过一次著名的“闭门会议”,论道“互联网下半场”。彼时互相都小心躲闪、极力避让,但谈到十年后的公司设计,张一鸣谈了三点:最懂你的信息平台、分发效率更高,再加上全球。王兴则持续

输出“Eat Better, Live Better”的理想,打算继续搭建他的超级平台。

六年来整个行业经历了太多变化,借用微博CEO王高飞的话,“互联网下半场,巨头们会越来越像”。不过,显然这场相遇没有在设计中,巨头们各有各的焦虑。

晶圆制造 CIM 国产软件前景可期

本报记者 李玉洋 李正豪 上海报道

芯片和集成电路的风吹草动,在当下都能牵引国内各方的关注。

近日,有消息称,由于技术承包方上扬软件(上海)有限公司(以下简称“上扬软件”)达不到客户中芯国际半导体 CIM 软件(Computer Integrated Manufacturing,计算机集成制造,半导体领域的工业软件系统统称为

“CIM 系统”)国产化需求,中芯国际北京 12 英寸晶圆厂 CIM 国产化项目被迫暂停。受该消息影响,中芯国际 8 月 8 日 A 股股价一度下跌 3%,收盘时下跌 2.01%。

对此,《中国经营报》记者发邮件至中芯国际方面,截至发稿未获答复。不过,中芯国际在互动平台表示,目前公司使用的各种生产运营软件均正常运行。

就以上消息以及 CIM 软

件相关传闻是否会影响中芯国际北京 12 英寸晶圆厂工程进度的问题,上扬软件回应称,中芯国际北京项目并未暂停,目前项目负责人及团队稳定,仍在为客户提供软件开发工作。上扬软件一位员工告诉本报记者,该项目本身就是保密的,他们内部并不清楚为何被曝光,也在猜测为何会有这样的消息流出。

针对记者提及的“上扬软

件是否为中芯国际北京 12 英寸晶圆厂 CIM 国产化项目唯一技术承包方、是否会参与中芯国际其他 12 英寸晶圆厂 CIM 国产化项目”问题,该员工表示:“因客户不希望有过多曝光,所以暂不便对外透露太多。”不过,其表示,公司有一个 100 多人的团队在为这个项目服务,目前正处于初、中期阶段,在和中芯国际协调的过程中正常推进项目进度。

“通俗来说,CIM 软件就是为了提高制造业的自动化水平和运行效率,让工厂更加智能化。”

公司官网显示,上扬软件自 1999 年成立以来,在半导体、光伏和 LED 行业深耕细作,为上海新微、上海积塔、中芯宁波、华宏集团等半导体制造行业龙头企业提供软件解决方案。作为一家专业软件公司,上扬软件主打产品有制造执行系统(MES)、统计过程控制系统(SPC)、设备自动化方案(EAP)、配方管理系统(RMS)、数据分析系统(EDA)、故障检测分类(FDC)以及制造数据平台

(MDM)等。

据了解,上扬软件于 2019 年推出了新产品 myCIM 4.0,该产品填补了 12 英寸半导体 MES 系统国产化的空白,使其成为国内率先拥有自主知识产权的半导体全自动化 CIM 软件方案的软件公司。

那么,CIM 是什么?为什么被称为晶圆代工厂的制造利器?据悉,CIM 概念最早由约瑟夫·哈灵顿博士在 1973 年提出,他强调

制造应该去除孤岛式生产方式,把产品全生命周期的各类活动包含在内,比如市场需求分析、产品概念模型设计、生产以及产品最后的报废处理等全流程活动。

电子创新网 CEO 张国斌表示:“通俗来说,CIM 软件就是为了提高制造业的自动化水平和运行效率,让工厂更加智能化,在半导体领域,前道的晶圆厂和后道的封测厂都离不开它的身影。”

“我们的推进力度按照客户工程时间走,如果没有意外的话,能保证完成。”

寸半导体产线上,该公司也拥有 4、5、6、8、12 英寸半导体 MES 整体解决方案,该公司于 2021 年先后完成数亿元 C1、C2 轮融资,投资机构包括国家集成电路产业投资基金二期(国家大基金)、中芯聚源、浦东科投、浦东科创、哈勃资本以及深创投等。

2021 年年底,上扬软件还披露了其与中芯国际绍兴分公司合作的 8 英寸芯片产线 CIM 系统的开发和建设项目,并收到了来自中芯国际绍兴管理团队的客户感谢信。此外,在 12 英

寸半导体产线上,该公司也拥有 4、5、6、8、12 英寸半导体 MES 整体解决方案,该公司于 2021 年先后完成数亿元 C1、C2 轮融资,投资机构包括国家集成电路产业投资基金二期(国家大基金)、中芯聚源、浦东科投、浦东科创、哈勃资本以及深创投等。

其官网显示,上扬软件为隶属于上海韦尔半导体股份有限公司——豪威集团旗下的豪威半导体(上海)有限责任公司开发实施 12 英寸 OCF Fab 的 CIM“全家桶”解决方案,豪威集团为全球前三大图像传感器供应商之一。

据悉,这次上扬软件为豪威半导体提供的 CIM“全家桶”囊括了重要的半导体生产软件系统: MES、SPC、EAP、RMS、

FDC(设备失效侦测和分类)、YMS,控制管理每一片晶圆在数百台设备间的流转以及生产过程中的近千道工序,实现 12 英寸晶圆厂的智能制造。

而从技术角度而言,CIM 系统从 8 英寸到 12 英寸,中间的技术跨度非常大,对稳定性、可靠性的要求更高。“在 12 英寸晶圆制造中,要经过近 1000 道工序,设备、流程、工艺、配方等需要更加复杂稳定的系统去完成;同时 12 英寸(晶圆制造项目)投资非常大,如若发生

损失,也会很大,所以对软件的成熟度要求非常高。”前述上扬软件人士说。

除在北京外,中芯国际还在上海临港和深圳也有两座 12 英寸晶圆厂正在建设。中芯国际北京 12 英寸项目于 2021 年 2 月开始建设,一期项目计划于 2024 年完工,建设规模约为 24 万平方千米,建成后将达成每月约 10 万片 12 英寸晶圆产能。“我们的推进力度按照客户工程时间走,如果没有意外的话,能保证完成。”前述上扬软件人士表示。

作为全球 CIM 的领军企业,IBM 在 1995 年借助自家晶圆厂和软件开发上的实力推出 POSEIDEN 系统,在此基础上又发布了 SiView,随后将 SiView 应用于自己的 12 英寸产线。

而应用材料作为设备领域的龙头,通过收购构建起一个主流 MES 系统产品线,之后采用“硬件(设备)+软件”捆绑销售的策略发展成为全球半导体 MES 霸主。

王立夫认为,不同于 TO C 的消费者体验,工业软件的用户体验更注重的是软件可靠性,需

要自动化运作逻辑 bug(故障)少,而不同的机器和机器耦合很考验系统整合能力。他表示,开发 CIM 系统主要有以下难点:“首先是不能有丝毫差错,一旦哪个环节出现问题,造成损失就难以估量,但是软件一定会有 bug,必须经过大量的用户来进行使用反馈测试,新入局的企业本身用户量就很少,没有办法从足量用户那里获得回馈来修复漏洞。”

其次,CIM 是一个多工艺协调的复杂系统。“这就意味着一家软件公司仅靠自己没有办法全部覆盖半导体所有生产环节,需要

和工厂里各个部门做大量的沟通协调,还要和设备厂、材料厂有海量的沟通协调,很多时候还需要设备厂额外开许可权限来接入系统。”王立夫指出,CIM 定制化程度极强,每一个工厂都得当成一个单独的项目独立开发,复用性相对少一些。

虽然工业软件国内玩家处

于早期成长阶段,但在核心的 MES 领域也涌现出了上扬软件、赛美特、芯享科技等本土玩家。

和工厂里各个部门做大量的沟通协调,还要和设备厂、材料厂有海量的沟通协调,很多时候还需要设备厂额外开许可权限来接入系

统。”王立夫指出,CIM 定制化程度极强,每一个工厂都得当成一个单独的项目独立开发,复用性相对少一些。

统。”王立夫指出,CIM 定制化程度极强,每一个工厂都得当成一个单独的项目独立开发,复用性相对少一些。

有业内人士指出,即使国内的工业软件目前发展相对艰难,但国产工业软件未来依然可期。

统。”王立夫指出,CIM 定制化程度极强,每一个工厂都得当成一个单独的项目独立开发,复用性相对少一些。

有业内人士指出,即使国内的工业软件目前发展相对艰难,但国产工业软件未来依然可期。

赛富亚洲阎焱: 颠覆性原创技术是中国 投资最大机会

本报记者 李立 上海报道

“我们今天所处的时代是一个大变局的世界:全球新冠肺炎疫情以来,世界经济遭遇重创,全球供应链变得非常脆弱,经济全球化按下了暂停键。”赛富亚洲投资基金创始管理合伙人阎焱,在复旦大学管理学院 2022 创投峰会上表达了他对目前全球经济形势的判断。

不过,阎焱认为,从风险投资角度来看,宏观经济形势和风险投资关联度很小。对一个好的创业者来说,宏观经济形势和创业做企业没什么大的关系。关于大变局下应该如何投资,阎焱进一步分享了他的看法。

“风险投资周期和宏观经济的周期并不一致。优秀的投资人都具备穿越周期的眼光,具有超级回报的投资大部分在经济周期底部建仓和出手。”阎焱认

为。比如 1999 年软银投资阿里巴巴,是在互联网泡沫破灭前夕。2000 年南非公司投资腾讯,李嘉诚小儿子在经济危机时以非常便宜的价格卖掉。南非公司接手,一直投资到今天,成为腾讯最大股东。

巴菲特有一句名言,在别人贪婪时要警惕,在别人警惕时要贪婪。对手上有现金、有韧性的投资人来说,现在是最好的投资时期。

“过去二十年来,投资中国的逻辑主要有三个”,阎焱表示,中国是统一稳定的大市场,高速发展的经济,有一个近乎永远满足不了的需求;其次,中国有廉价的熟练工人和工程师,有环保意识。在他看来,过去二十年,中国主要盈利模式是套利模式,学习美国商业模式再拿到美国去上市,是赚美国人钱的。

在新的环境下投资逻辑

也在发生改变。“国内政府主导的基金成为了 PE 和 VC 的主体,中国基金业协会登记备案 1.5 万家基金,国企主导

的 PE、VC,占整个基金总量的四分之三。成长期的投资机会几近消失,中美关系转冷,卡脖子的技术成为刚需。”阎焱对《中国经营报》等媒体记者表示。

在他看来,世界正在进入大数据时代,中国有弯道超车的可能。在 A 股市场,由于政策导向,创业板创立以后,政府政策鼓励由 0 到 1 具有原创技术的企业上市,上市回报丰厚。2019 年,第一期科创板上市企业中赛富基金参与投资的两家,一家是光峰科技,一家是乐鑫芯片,光峰科技生产全世界亮度最高的激光光源,乐鑫芯片是中国最大的物联网芯片的企业之一,二者都有原创技术。

创业主体也在发生改变,过去一个创业者需要有街头智慧,但是现在创业成功的创业者都是典型的学霸级,大部分是硬核理工科。

在阎焱看来,投资前移,投资创新会成为一个大的趋势,这是非常重大的投资逻辑改变。投资机构要明白推动社会进步主要在哪些方面,人类社会进步主要是靠技术进步推动。

今后十年,5G 带来万物互联,大数据成为一切的基础。云、人工智能、新能源车和自动驾驶、新的电池技术都成为非常重要的领域。其中一切行业都离不开芯片,芯片变得非常关键。此外,与生物基因、老年化社会相关的医疗机器人、医疗康养,都变成非常重要的需求。

在他看来,5G 时代下作为世界工厂的中国,将是物联网发展中最大的获利者。5G 下新的消费模式极有可能引领全球新的消费升级,中国是消费大国,从投资角度来讲,消费领域永远有机会,绿色技术在中国仍有非常大的前景。

“颠覆性 0 到 1 的原创技术,这才是中国的未来,这是中国未来投资回报最大机会所在。”阎焱认为。

股票简称: 海光信息 股票代码: 688041

编者按/随着中国电动车市场在近年来的迅猛发展,动力电池行业也迎来快速增长。按照动力电池使用寿命计算,我国首批新能源汽车动力电池已经全面迎来“退役潮”。据中国汽车技术研究中心数据显示,预计2025年累计退役量将达78万吨。

由于锂、镍等资源稀缺、价格上扬,动力电池被业内称为“车轮上移动的矿山”。不少新能源企业将目光投向废旧动力电池,回收企业因此订单大幅度提升。

不仅仅是动力电池回收企业“闻风而动”,为保障电池安全,在扩大对动力电池生产端的布局后,越来越多的企业又将触角伸向了动力电池回收领域,一场千亿赛道的角逐一触即发……

锂、镍、钴等贵金属身价倍增

动力电池回收站上风口

本报记者 陈茂利 北京报道

“我们锂的回收率达到90%以上。”近日,宁德时代董事长曾毓群一句话震动了整个行业,也把动力电池回收行业推向热点。

《中国经营报》记者注意到,自2021年以来,由于动力电池关键原材料供不应求,导致价格持续上涨,倒逼上市公司加速布局电池回收行业,抢占市场先机。

国内,宁德时代、比亚迪、蜂巢能源等多家动力电池头部企

业通过自建或参股形式进行布局。国外,特斯拉推出电池回收服务,大众、宝马等跨国企业也纷纷跟进。

电池回收行业龙头格林美股份有限公司(以下简称“格林美”)副总经理张宇平指出,动力电池回收利用是毫无疑问的千亿产业。

工信部节能和综合利用司副司长尤勇表示,当前回收利用市场正在发生深刻的变化,废旧动力电池残余价值因电池原材料价

格持续上涨而大幅上升,回收市场价格水涨船高,“由早期的企业不愿意回收,变成了当下人人争抢的香饽饽。”

北京特亿阳光新能源总裁祁海坤接受记者采访时指出,“锂资源具有一定的稀缺性,优质矿源也是越来越少,品相一般的开采难度和提锂成本又会增加,这种大背景下电池回收一是出于电池回收再利用的经济价值的现实需求,二是体现环境保护的社会责任的需要。”

从退役电池中提取锂、镍、钴等关键材料,建立稳定的原材料供应链,成为破解电池原材料短缺的方法之一。

2022年,整车企业受够了电池材料涨价。在近日召开的2022世界动力电池大会上,广汽集团董事长曾庆洪曾发难动力电池厂商,“当前动力电池产业链上游价格高。动力电池成本已占据整车成本的40%~60%,而且还在不断增加,那我现在不是在给宁德时代打工吗?”

现实是,动力电池厂商掉进了产业链的“夹缝”中。2022年一季度,包括宁德时代、亿纬锂能、国轩高科、孚能科技、欣旺达在内的多家动力电池企业均出现了“增收不增利”的情况。

是不是电池厂把利润都拿走了?对此,宁德时代首席科学家吴凯指出,公司也基本上在稍有盈利的边缘挣扎,“利润往哪儿走,大家也可以想象”。

令整车企业、动力电池企业叫苦背后的原因是锂、镍、钴等电池原材料价格持续上涨。

根据中国无机盐工业协会锂盐行业分会统计数据,2021年年初,电池级碳酸锂的价格约为7万元/吨,今年上半年电池级碳酸锂价格从年初的27.95万元/吨一度上涨到50.4万元/吨。

公开资料显示,电池级碳酸锂是生产锂离子电池正极材料的关键原料,如钴酸锂电池、磷酸铁锂电池以及三元锂电池等的正极材料,均是以电池级碳酸锂为基础合成而得。

有业内人士指出,在全球陷入锂资源焦虑的当下,盐湖提锂具有明显的成本优势,是未来锂资源开发利用的一个重要方向,但锂资源开发项目要花上2年至3年时间才

能建成投产,之后又要2年左右才能达产,难解当前锂资源短缺。

在此背景下,从退役动力电池中提取锂、镍、钴等关键材料,以此实现循环供应,建立稳定的原材料供应链,成为破解电池原材料短缺的方法之一。

“为什么要进行动力电池回收利用?因为我国现在摊平的资源并不是很多,需要把已经做的电池用好、回收好、利用好。”中国工程院院士孙逢春表示。

“由于上游资源价格大幅度提高,对锂电池产业链中下游企业的挤压、产业链的均衡发展影响也比较大,‘百家争锂’的近似狂热局面、也会大力催生锂电池回收市场,毕竟锂电池回收再利用的商业化之路已经开启。”祁海坤表示。

同期,LG能源宣布,将与华友钴

做动力电池回收利用,就是开采一座千万吨级的永不枯竭的一个城市矿山。

在动力电池回收产业迎来发展机遇的同时,也面临电池回收产业链尚不成熟等风险与挑战。“做动力电池回收利用,就是开采一座千万吨级的永不枯竭的一个城市矿山,现在的难题就是回收难、精细拆解难、梯次利用快速检测难、资源回收率和再生利用难以及安全管控难。”张宇平表示。

中国工业节能与清洁生产协会新能源电池回收利用专业委员会副主任兼秘书长王震坡给出一组数据,未来5年,动力电池平均每年退役量将达到20至30GWh(或16万吨);到2026年,预计将退役超过142.2GWh(或92.6万吨)。

但现实是,正规电池回收企业苦于“收不到退役电池”。华友钴业董事长陈雪华坦言,“现在退役



退役动力电池残余价值因电池原材料价格上涨而大幅上升。本报资料室/图

业在中国成立电池回收合资企业。废旧电池的来源为LG能源的南京电池厂,合资公司利用华友钴业的基础设施,从废旧电池中提取镍、钴和锂,再供给LG能源南京厂。

据了解,邦普循环是宁德时代控股子公司,是国内领先的废旧电池循环利用企业,聚焦回收业务、资源业务与材料业务。

近日,格林美连签两份战略合作协议,加大对电池回收方面的投入,

一是公司与世界500强企业青山实业旗下瑞浦兰钧能源签订动力电池绿色循环利用的战略协议;二是公司与山河智能签署工程机械电动化与电池回收利用的战略合作协议。

同期,LG能源宣布,将与华友钴

业在上饶签署战略合作框架协议,宣布在锂资源、锂盐供销、电池回

收以及产业园建设等多方面开展深入合作。根据两家公司签订的协议,合作内容包括锂资源合作、锂盐购销、电池回收、产业园合作及其他合作等。

5月25日,宝马集团宣布与浙江华友循环科技有限公司(“华友循环”)

携手在新能源汽车领域,打造动力电池材料回收与梯次利用的合作模式,实现国产电动汽车动力电池原材料闭环回收,并将分解后的原材料,例如镍、钴、锂等,提供给宝马的电池供应商,用于生产全新动力电池,实现动力电池原材料的闭环管理。

回收机遇与挑战并存

做动力电池回收利用,就是开采一座千万吨级的永不枯竭的一个城市矿山。

在动力电池回收产业迎来发展机遇的同时,也面临电池回收产业链尚不成熟等风险与挑战。

记者了解到,虽然动力电池回收的服务网点已超过1万个,但现实是,很多退役的废旧动力电池并没有完全进入规范的回收网点,而是流入一些非正规渠道,一些“小作坊”。

此外,由于“小作坊”回收方式粗放、拆解水平有限,导致材料回收率低、二次污染等问题。

“由于行业内的不同锂电企业技术路线和生产工艺不尽相同,金属元素与酸碱盐的配比也都有差异,有的企业侧重于镍、钴的回收,很多磷酸铁锂电池企业又多侧重于锂的回收,回收工艺也是百花齐放、各显神通,锂电池回收产业链也需要快速向规范化方向探索、完善回收体系,加强行业监管和建设

行为准则,以提高回收利用效率、减少环境污染,要走可持续性的高质量发展之路。”祁海坤告诉记者。

对于电池回收产业链存在的问题,相关部门正在研究政策。近日,工信部节能与综合利用司表示,下一步,将研究制定《新能源汽车动力蓄电池回收利用管理办法》和行业急需标准,健全动力电池回收利用体系,支持柔性拆解、高效再生利用等一批关键技术攻关和推广应用,持续实施行业规范管理,提高动力电池回收利用水平。

此外,8月1日,工业和信息化部、国家发改委、生态环境部印发《工业领域碳达峰实施方案》(以下简称《方案》),该《方案》指出,将加强再生资源循环利用,并明确提出推动新能源汽车动力电池回收利用体系建设。

多家企业掘金动力电池回收千亿级蓝海市场

本报记者 夏治斌 张家振 上海报道

重大利好

动力电池回收产业正迎来一系列政策利好。近日,工业和信息化部、国家发改委、生态环境部联合印发的《工业领域碳达峰实施方案》指出,要加强再生资源循环利用,推动新能源汽车动力电池回收利用体系建设。

对于动力电池回收行业的市场规模,天风证券则指出,中性预期下,预计2030年我国动力电池回收市场规模有望达758.4亿元;乐观预期下,预计2030年退役动力电池梯次利用市场+再生利用市场总规模则有望达到1048.9亿元。

实际上,受益于动力电池回收行业广阔的发展前景,入局该赛道的企业也越来越多。对此,浙江南都电源动力股份有限公司(以下简称“南都电源”,300068.SZ)相关负责人告诉《中国经营报》记者,锂电回收已成为锂电池发展不可缺少的重要环节,随着锂离子电池回收行业相关法律法规的出台以及生产者责任延伸制度的落实,未来行业将进一步得到规范和保障。

在推进电池回收基地建设方面,国轩高科股份有限公司(以下简称“国轩高科”,002074.SZ)此前宣布设立全资子公司合肥国轩循环科技有限公司,负责锂电池回收再利用业务。“公司正加快建设肥东基地,努力提升回收产能。”国轩高科相关负责人表示。

电池百人会理事长、中关村新型电池技术创新联盟秘书长于清教亦表示,上述政策利好动力电池回收行业和市场,肯定会增强该行业的投资信心,吸引更多资本布局再生资源循环利用领域,推动动力电池回收行业市场规模扩容。

争相入局

争相入局

面对动力电池回收领域广阔的发展前景,掘金这一千亿级市场的入局者也越来越多。中商产业研究院数据显示,2020年电池回收相关企业注册量为6609家,2021年新增2.8万家,预计2022年注册量将突破4万家。

天奇自动化工程股份有限公司(以下简称“天奇股份”,002009.SZ)发布的2022年上半年业绩预告显示,公司预盈超1.55亿元。对于业绩变动的原因,天奇股份方面表示:

规范发展

在“2022世界动力电池大会”上,中国工程院院士孙逢春指出,动力电池产业快速发展的同时,也面临原材料供需矛盾、电池回收利用率市场成熟度不高、发达国家“碳壁垒”等挑战。

东北证券研报亦指出,短期看,尽管电池回收重要且必要,但目前产业仍处于起步阶段,面临包括动力电池报废规模较小,回收体系和渠道建设均不完善;回收市场规范性不足,小作坊仍较多;当前回收成本较高等在内的各种问题。

另据于清教介绍,目前,我国动

和环保问题是,是推动新能源汽车产业可持续发展不可或缺的一环。新能源汽车市场渗透率持续提升,销量进入快速增长阶段,新能源汽车保有量也不断增长。“预计未来2~3年内,动力电池将迎来大规模退役潮,废旧动力电池的回收利用需求渐显迫切。”

“我们预测,整个动力电池回收市场的规模到2026年会接近千亿元,但现在还处于行业发展早期,今

明两年会是动力电池大量退役的一个时期。”伊维经济研究院院长、中国电池产业研究院院长吴辉说道。

建设新能源汽车动力电池回收利用体系等政策的出台,对入局动力电池回收行业的诸多企业而言是重大利好。吴辉表示:“建立动力电池回收利用体系,对于规范整个行业发展,降低电池回收过程中对环境造成的影响,提高动力电池回收效率都是非常有帮助的。”

“目前,公司首期建设的年处理2.5万吨废旧锂离子电池回收项目已经达产,项目在增产过程中,计划年底前可达到6万吨的处理能力。锂综合回收率约为90%,镍钴的综合回收率可以达到98%。”南都电源上述负责人表示,“后期项目建设将综合考虑公司锂电产能建设等情况进行适时推进。”

天能控股相关负责人则表示:“我们将在全国推进‘3+5+N’的回收布局,即建3个综合处置基地、

5个区域循环基地、N个回收处置点,彻底解决退役动力电池流通领域的‘卡脖子’环节,力争让每一块卖出去的电池都能回来,并被‘吃干榨尽’,重新变为新能源电池材料,为合作伙伴做好原料保供、废料保收的支撑,助力实现产业链闭环。”

国轩高科也是动力电池回收领域的龙头企业之一。2021年11月,公司旗下的合肥国轩高科动力能源有限公司入选工信部废旧动

力蓄电池综合回收利用行业规范条件企业名单。

国轩高科相关负责人告诉记者,公司坚定支持国家“双碳”政策落地,并且已在积极致力于推动动力电池循环回收产业发展,主要措施包括推进回收基地建设,提升回收技术投入及应用转化水平,健全完善回收渠道体系,联合产业链合作等。

“电池回收需要各级政府、产业链上下游企业、研究机构等共同合作。”

“目前,公司首期建设的年处理2.5万吨废旧锂离子电池回收项目已经达产,项目在增产过程中,计划年底前可达到6万吨的处理能力。锂综合回收率约为90%,镍钴的综合回收率可以达到98%。”南都电源上述负责人表示,“后期项目建设将综合考虑公司锂电产能建设等情况进行适时推进。”

天能控股相关负责人则表示:“我们将在全国推进‘3+5+N’的回收布局,即建3个综合处置基地、

5个区域循环基地、N个回收处置点,彻底解决退役动力电池流通领域的‘卡脖子’环节,力争让每一块卖出去的电池都能回来,并被‘吃干榨尽’,重新变为新能源电池材料,为合作伙伴做好原料保供、废料保收的支撑,助力实现产业链闭环。”

国轩高科也是动力电池回收领域的龙头企业之一。2021年11月,公司旗下的合肥国轩高科动力能源有限公司入选工信部废旧动

力蓄电池综合回收利用行业规范条件企业名单。

国轩高科相关负责人告诉记者,公司坚定支持国家“双碳”政策落地,并且已在积极致力于推动动力电池循环回收产业发展,主要措施包括推进回收基地建设,提升回收技术投入及应用转化水平,健全完善回收渠道体系,联合产业链合作等。

“电池回收需要各级政府、产业链上下游企业、研究机构等共同合作。”

“目前,公司首期建设的年处理2.5万吨废旧锂离子电池回收项目已经达产,项目在增产过程中,计划年底前可达到6万吨的处理能力。锂综合回收率约为90%,镍钴的综合回收率可以达到98%。”南都电源上述负责人表示,“后期项目建设将综合考虑公司锂电产能建设等情况进行适时推进。”

天能控股相关负责人则表示:“我们将在全国推进‘3+5+N’的回收布局,即建3个综合处置基地、

5个区域循环基地、N个回收处置点,彻底解决退役动力电池流通领域的‘卡脖子’环节,力争让每一块卖出去的电池都能回来,并被‘吃干榨尽’,重新变为新能源电池材料,为合作伙伴做好原料保供、废料保收的支撑,助力实现产业链闭环。”

国轩高科也是动力电池回收领域的龙头企业之一。2021年11月,公司旗下的合肥国轩高科动力能源有限公司入选工信部废旧动

具资源综合回收和环境保护的双重意义,是构筑新能源产业闭链循环的关键所在。”

“相关利好政策密集出台,说明国家十分重视动力电池产业的发展。”天能控股有限公司(以下简称“天能控股”)相关负责人告诉记者,对于企业而言,有了国家政策的支持,“我们在相关领域的投资的劲头更足了,底气更硬了,信心更强了。”

“电池回收需要各级政府、产业链上下游企业、研究机构等共同合作。”

“目前,公司首期建设的年处理2.5万吨废旧锂离子电池回收项目已经达产,项目在增产过程中,计划年底前可达到6万吨的处理能力。锂综合回收率约为90%,镍钴的综合回收率可以达到98%。”南都电源上述负责人表示,“后期项目建设将综合考虑公司锂电产能建设等情况进行适时推进。”

天能控股相关负责人则表示:“我们将在全国推进‘3+5+N’的回收布局,即建3个综合处置基地、

5个区域循环基地、N个回收处置点,彻底解决退役动力电池流通领域的‘卡脖子’环节,力争让每一块卖出去的电池都能回来,并被‘吃干榨尽’,重新变为新能源电池材料,为合作伙伴做好原料保供、废料保收的支撑,助力实现产业链闭环。”

国轩高科也是动力电池回收领域的龙头企业之一。2021年11月,公司旗下的合肥国轩高科动力能源有限公司入选工信部废旧动

力蓄电池综合回收利用行业规范条件企业名单。

国轩高科相关负责人告诉记者,公司坚定支持国家“双碳”政策落地,并且已在积极致力于推动动力电池循环回收产业发展,主要措施包括推进回收基地建设,提升回收技术投入及应用转化水平,健全完善回收渠道体系,联合产业链合作等。

政策暖风下的车市生态：整体产销两旺 纯电更受追捧

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

家住上海市普陀区的吴伟(化名)正陷入购买传统燃油车还是新能源汽车的纠结之中。“目前,新能源汽车除了能获得上海牌照外,还具有能耗低、使用成本低等优势,而燃油车则可以享受更大的购置税优惠补贴。”

产销量持续回升

市场端销量大幅提升也带动车企在生产端加密排产计划。

今年7月,我国乘用车市场延续了6月份的行情,继续呈现产销两旺态势,销量正持续回升。

乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)统计数据显示,今年7月,全国狭义乘用车销量达到181.8万辆,较2021年同期增长了20.4%,其中,轿车销量达到90.3万辆。

具体到新能源汽车销量方面,今年7月,纯电动汽车和插电式混动汽车的销量分别达到43.5万辆和14.5万辆,分别较2021年同期增长了99.2%和199.1%;今年1~7月,纯电动汽车和插电式混动汽车累计销量则分别达到241.5万辆和68万辆,分别较2021年同期增长了111%和204.2%。

政策利好频出

在多重政策利好加持下,汽车消费市场也给出了正面反馈。

事实上,我国汽车产销量企稳回升离不开宏观政策的支持和带动。

记者梳理发现,今年以来,国家层面已推出多项与汽车消费有关的好利政策。今年4月,国务院办公厅发布《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》,明确指出“要稳定增加汽车等大宗消费”。

5月31日,财政部和税务总局联合发布《关于减征部分乘用车车辆购置税的公告》,对购置日期在2022年6月1日~12月31日期间内且单车价格(不含增值税)不超过

吴伟面临的“选择困难症”正成为当前消费者在购车时心态变化的缩影。据中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)统计数据显示,今年7月,我国汽车产销分别完成245.5万辆和242万辆,环比分别下降1.8%和3.3%,同比则分别增长31.5%和29.7%。其中,传统燃油车销量得益于购置税优惠政策,较

2021年同期增长了超过20万辆。

《中国经营报》记者日前在上海市多家4S店走访中也了解到,汽车消费市场较为活跃,整体呈现出产销两旺、企稳复苏态势,不过相比传统燃油车而言,纯电和插电式混动汽车更受消费者追捧和青睐。

中国汽车市场流通协会专家委员会成员颜景辉接受记者采访

时表示,尽管新能源汽车面对着诸多鼓励政策机遇,但传统燃油车仍占据了将近80%的市场份额。“新能源汽车在智能化方面还有进一步的提升空间。科技进步,实际上是销量提升的一个重要竞争因素。另外,新能源汽车购置税的政策也应当相应延长,这对于新能源汽车消费将起到促进作用。”



近期,汽车消费市场整体呈现出产销两旺、企稳复苏态势。图为上汽大众位于上海市的某4S店展厅。
本报资料室/图

智能化更进一步

在政策先行带动下,车企在硬件技术等方面也在持续追赶之中。

事实上,以电动化、网联化、智能化和共享化为代表的“新四化”,正成为新能源汽车征战汽车消费市场的重要法宝。

日前,《深圳经济特区智能网联汽车管理条例》正式生效,L3级别的自动驾驶车辆可以在指定区域内合法上路,这也意味着汽车行业智能化更进一步。

在政策先行带动下,车企在硬件技术等方面也在持续追赶之中。颜景辉告诉记者,对于车市格局而言,近年来,新能源汽车市场成长性很强、渗透率提升的速度也很快,但“渗透率想要进一步提升,就需要进一步提升续航里程,电机、电控等核心技术更强一些。同时,公共充电设施建设的广度和密度也要进一步加大。”

对此,上汽大众上述负责人告诉记者, ID.纯电家族搭载了多项新技术,例如,IQ.Drive智驾管家和IQ.智能导视等。

“与车机相关的IQ.智慧车联不断升级,并于近日发布了智选充电2.0服务,可为用户甄别出优质充电站,告别坏桩、坏枪等困扰,未来还将实现在线远程升级功能,为纯电生活增添更多便利。”上述负责人表示。

另据极氪汽车相关负责人

介绍,在智能化方面,除了ZEEKR OS升级到3.0版本外,还在智能驱动、智能座舱以及智能驾驶方面进行了升级。“升级后,极氪001的座舱车机唤醒时间仅需2秒,极氪智能驱动系统还拥有33个智能驱动硬件。”

不过,作为从传统燃油车向新能源汽车过渡的混动车型,目前却存在着一系列问题。以插电式混动车型为例,J.D.Power(君迪)调研显示,除了充电慢、纯电续航里程低于官方数据、剩余纯电续航里程估值不准确等纯电车型常见问题外,插电式混动车型还面临着动力不足、有异响和换挡不顺等问题。

颜景辉表示,插电式混合动力汽车仍属于一个过渡范畴,混动车型由于对技术性能的要求比较高,在使用的过程中会出现一些问题,但正在被逐渐克服和解决。

此外,从节能减排的角度来看,混动车型只是其中的一个方面,满足了市场的多元化需求,但今后的发展希望能够具有更大的节能减排性和更具有新能源的属性。

而在崔东树看来,混动车型只是汽车电动化革命中的一个过渡车型,“短期内可以做一些努力和改进,后续或会被逐步淘汰。”

融资大戏相继上演

资本盛宴之下:造车新势力众生相

本报记者 夏治斌 于典 石英婧
上海报道

2022年以来,造车新势力的资本大戏在行业内轮番上演,多家企业先后宣布完成融资或披露预增项目。

7月21日,哪吒汽车宣布完成D3轮融资,融资金额超过30亿元。8月1日,智己汽车宣布完成A

车企融资提速

今年以来,造车新势力普遍在资本市场加速布局。继3月完成港交所二次上市后,蔚来又于日前在新加坡交易所主板成功上市,股票代码为“NIO”,这标志着蔚来成为全球首个同时在纽约、香港、新加坡三地上市的中国企业。

除了上市外,更多的造车新势力则是宣布完成融资。有着百度和吉利的双重加持,集度汽车有着较高的关注度。

1月26日,集度汽车的A轮融资由百度和战略合作伙伴吉利共同增持。彼时,集度汽车方面称,新一轮融资的顺利完成,有助于集度在汽车机器人研发与量产进程上按下加速键。

有了资本的助力,集度汽车的首款产品也很快发布。6月8日,集度首款汽车机器人概念车ROBO-1正式对外发布。根据规划,上述产品预计于2023年下半年正式交付;其第二款车型的外观设计将在2022年底的广州车展亮相,预计于2024年开始交付。

阿维塔科技也是新造车企业

轮股权转让协议签署。同样在8月1日,岚图汽车增资项目在上海联合产权交易所预披露。8月2日,阿维塔科技宣布已完成A轮融资。

此外,还有公开报道称,集度汽车正考虑在新一轮的融资中寻求约3亿美元至4亿美元的资金。对于上述消息,集度汽车相关负责人向《中国经营报》记者表示:“不予置评。”

在当下新造车赛道入局者众

多的背景下,资本更青睐哪类车企?浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林告诉记者,具有规模优势的造车新势力更受资本青睐,市场份额越大,企业的单位车辆生产成本越低,供应链、产业链的话语权越高,上下游议价能力越强,所以规模一定是汽车企业未来竞争的关键。

产业的发展,首期募资规模达到885亿元。

增资同时,阿维塔科技还将与本轮新加入的多家增资方,就销售网络支持、芯片保供和视觉图像感知、智能座舱开发等签署长期战略合作协议,进一步强化产业链资源优势。完成A轮融资后,阿维塔科技整体融资规模近50亿元,投后估值近百亿元。新一轮募资将进一步提速阿维塔科技未来产品的研发设计和市场品牌发展,目前第二款新车正有序推进。

“国家级投资基金首次领投新能源整车项目,无疑是对阿维塔科技快速发展的充分肯定。此轮融资由地方政府财政资金和知名产业资本加持,不仅提供了更为稳定的资金注入,还将进一步丰富我们的产业链资源,让阿维塔科技的战略合作生态和资本结构都更加多元。未来我们仍将保持全面开放,引入更丰富的社会化资本,多方赋能公司创新发展,实现在SEV领域的先锋引领和加速突破。”阿维塔科技董事长兼CEO谭本宏表示。

融资大戏轮番上演

实际上,除了集度汽车和阿维塔科技外,造车新势力中的哪吒汽车和岚图汽车,以及上海汽车集团股份有限公司(600104.SH,以下简称“上汽集团”)旗下的智己汽车,均在资本市场有着新动作。

7月21日,哪吒汽车宣布,公司D3轮融资已关闭,目前正在交割中。本轮的投资人有深创投、前海母基金、方舟互联、洪泰基金、日初资本、瑞丰资本(Insight Capital)、典实资本、友博资本、鑫竹投资、深圳精诚开阔、鑫松投资等知名投资机构及主体。

哪吒汽车方面表示,上述融资金额超过30亿元,资金用于后续产品研发、技术创新、工厂扩建、补充运营资金等方面。加上

新能源赛道长期向好

随着碳中和成为全球应对气候变化的普遍共识与一致目标,新能源产业在近两三年增长迅猛,包括新能源汽车、锂电池、光伏和风电在内的多个板块,成为机构布局的重点赛道。

不可否认,随着海外不确定事件叠加上游碳酸锂等原材料价格波动等多重因素的影响下,资本市场曾一度进入冷静期。有业内人士指出,此前在投资者对新能源板块超预期的影响下,赛道一度出现拥挤,并从2021年四季度开始出现相对调整。

不过,新能源汽车领域短期的回调波动并不影响该领域的整体发展趋势。中信证券指出,随着国内新车型加速投放、欧洲政策的持续推动、美国电动车预期向好,2022年全球新能源汽车有望延续高增长。“中国电动化供应链快速发展,最为完善,龙头企业

此前D1轮及D2轮融资,至此公司D4轮累计融资近100亿元,后续将加快完成股份制改制工作。

而在哪吒汽车宣布完成融资10天后,智己汽车在其微信公众号上发布,完成A轮融资协议签署。在首轮市场化融资顺利完成后,智己汽车投后估值将达到近300亿元。据悉,智己汽车首轮市场化融资由交银集团旗下股权投资平台交银资本管理有限公司领投,上汽集团继续追加投资,同时引入了工银投资、国家绿色发展基金、知友创投、上海国资国企综改基金、中信证券投资等知名投资机构。

记者注意到,截至8月5日,智己汽车首款产品“新世界驾控旗舰”智己L7,自6月18日启动全

球用户交付以来,已累计向用户交付1051台,成为国内35万元以上豪华纯电车型中累计交付量最快破千的车型。

而在智己汽车宣布完成融资的当天,岚图汽车在上海联合产权交易所预披露增资项目。对于募集资金的用途,岚图汽车方面表示,用以支撑公司战略布局,提升企业竞争力,关注于公司主业发展。

“当然,未来造车新势力如果在产品优化方面能力更强,车辆出现问题能够及时调整,车辆产品体系更为丰富,品牌更为成熟,这些对于投资人就更有吸引力。但当前,作为一个成长期产业,市场份额依然是最可见的优势。”盘和林说道。

已经供应海外,作为全球优质制造资产的价值凸显。”

中国汽车工业协会最新数据显示,7月,新能源汽车产销分别完成61.7万辆和59.3万辆,同比增长1.2倍。1~7月,新能源汽车产销分别完成327.9万辆和319.4万辆,同比增长1.2倍。

“新能源汽车销量超预期,我们预计全年销量有望超过650万辆。”信达证券研报指出,8月行业有望“淡季不淡”,随着疫情日趋稳定,各产能释放顺畅,20余款符合2.0升排量新车型推出,金九银十旺季及政策刺激效应显现,同时新能源汽车有望超预期增长,汽车行业有望延续高景气度。

对于国内新能源汽车的发展,乘联会秘书长崔东树同样表示:“2022年上半年中国新能源乘用车占世界新能源乘用车份

国用户交付以来,已累计向用户交付1051台,成为国内35万元以上豪华纯电车型中累计交付量最快破千的车型。

而在智己汽车宣布完成融资的当天,岚图汽车在上海联合产权交易所预披露增资项目。对于募集资金的用途,岚图汽车方面表示,用以支撑公司战略布局,提升企业竞争力,关注于公司主业发展。

“当然,未来造车新势力如果在产品优化方面能力更强,车辆出现问题能够及时调整,车辆产品体系更为丰富,品牌更为成熟,这些对于投资人就更有吸引力。但当前,作为一个成长期产业,市场份额依然是最可见的优势。”盘和林说道。

已经供应海外,作为全球优质制造资产的价值凸显。”

中国汽车工业协会最新数据显示,7月,新能源汽车产销分别完成61.7万辆和59.3万辆,同比增长1.2倍。1~7月,新能源汽车产销分别完成327.9万辆和319.4万辆,同比增长1.2倍。

“新能源汽车销量超预期,我们预计全年销量有望超过650万辆。”信达证券研报指出,8月行业有望“淡季不淡”,随着疫情日趋稳定,各产能释放顺畅,20余款符合2.0升排量新车型推出,金九银十旺季及政策刺激效应显现,同时新能源汽车有望超预期增长,汽车行业有望延续高景气度。

对于国内新能源汽车的发展,乘联会秘书长崔东树同样表示:“2022年上半年中国新能源乘用车占世界新能源乘用车份

联合“造芯”共担风险与成本

车企与芯片厂商“结盟”加速

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

自2020年初开始,全球汽车供应链受新冠肺炎疫情影响、国际局势演变、芯片供应紧张等因素干扰,庞大的制造体系暴露出脆弱的一面,供应链安全问题成为汽车行业关注度最高的话题,全球汽车行业步入“缺芯周期”。2021年初,福特、丰田、戴姆勒等一众汽车企业因芯片不足相继减产甚至停产部分车型。

2022年以来,车规级芯片短缺问题仍然时时悬在头顶,困扰

着汽车行业。近日,汽车行业数据预测公司Auto Forecast Solutions(以下简称“AFS”)披露了一组最新数据:截至8月7日,由于芯片短缺,今年全球汽车市场累计减产量约299.05万辆。AFS预测,到今年年底,全球汽车市场累计减产量将攀升至382.94万辆。AFS全球汽车预测副总裁Sam Fiorani推断,汽车行业可能要到2023年或甚至更长时间才能从芯片短缺中恢复过来。

“缺芯”这场席卷全球汽车产业的巨型风暴,让汽车行业特别

是汽车制造企业,清晰地意识到芯片供应链安全的重要性。《中国经营报》记者注意到,为保障芯片供应链安全,越来越多的汽车制造企业通过与芯片厂商达成深度合作来拓展芯片产业链。据记者的不完全统计,目前已有吉利、北汽、上汽、一汽、广汽、通用汽车、大众集团、福特汽车等车企选择与芯片厂商联手,布局芯片赛道。

“汽车芯片的短缺正在驱动汽车供应链关系的重构。越来越多的车企开始将触角延伸到芯片领域,或投资各大芯片厂商,或与

各大芯片厂商达成深度战略合作。车企与芯片厂商的合作关系已经发生变化,从以前纯粹的上下游供应关系,演变为一种共担成本和风险的更紧密的合作关系。”一位电子行业研究员告诉记者。

记者注意到,8月11日,长安汽车党委书记、董事长朱华荣提出建议,支持主机厂在整车开发过程中与国内汽车芯片商尽早开展汽车芯片定制化研发,通过深度协作来提升汽车芯片品质与供应稳定性。



为确保芯片供应链安全,越来越多的车企选择与芯片厂商联手,布局芯片赛道。本报资料室图

际上,芯片短缺情况仍然存在,而且仍在影响汽车工业,尤其是二线品牌,往往还面临较严重的芯片问题,甚至拿不到例如博世ESP等配件。

汽车行业人士告诉记者,一辆汽车在生产制造时,缺少关键的几颗芯片,哪怕是缺少几颗车身控制方面的芯片,也可能会影响汽车的产能和交付。

根据AFS最新披露的统计数据,今年迄今,由于芯片供应不足,北美地区已减产约106万辆汽车,并超越了欧洲地区,成为今年芯片供应危机中受影响最大的地区。而欧洲地区已减产约104万辆汽车。此外,今年以来,南美地区已累计减产12.57万辆汽车,超过了中国地区的12.15万辆。

7月25日,汽车行业第二大芯片供应商恩智浦(NXPI.US)公布了其截至2022年7月3日的第二季度业绩报告。报告显示,报告期内,在其各项业务中,汽车业务营收17.13亿美元,同比增长36%,约占总收入的一半。

恩智浦总裁兼首席执行官Kurt Sievers表示,尽管恩智浦已经在不断提高供应,并对长期订单进行了风险调整,但汽车、工业和互连设备市场的强劲需求仍然超出供应。

业内人士认为,新能源汽车正在加速渗透,接下来的供不应求关系将会带给公司源源不断的订单。同时,公司对价格稳定抱有信心,因为供需关系不会缓解。“汽车总产量距离2018或者2019年的高点还很远,今年汽车产量估计增长5%,明年估计8%。而且新能源车在加速渗透,我们对接下来的供不应求关系还是很兴奋的,因为这会带给我们源源不断的订单。”

广州粤芯半导体技术有限公司副总裁赵斌此前曾对记者表示,全球半导体市场发展迅猛,其中汽车芯片每年的增加量是在所有行业中增长最多的。由于汽车智能化、网联化的需求,每个车从

原来的200至300片芯片需求发展到超过1000甚至2000片的需求。

业内认为,智能化电动化让汽车芯片需求增加。随着新能源汽车市场份额逐步扩大,芯片使用量将会进一步提高,对高端芯片的需求也会一直持续增加。

中国汽车工业协会预测,未来中国每辆汽车搭载芯片平均数量将快速增长,到2025年,传统汽车芯片单车平均搭载量为934颗,新能源汽车单车平均芯片搭载量将达到1459颗。到2025年,我国汽车年销量将达到3431万辆,其中新能源汽车销量为640万辆。据此推测,2025年国内专用汽车芯片需求将达到354亿颗。

业内人士认为,未来,或将存在芯片需求的井喷式发展与全球车规级芯片产能的提升节奏不一致的情况。

与芯片厂深度绑定

各大车企重新构建供应链,押注芯片领域的势头越来越明显。

可以看到,在电动化、智能化等发展趋势下,芯片对于汽车的重要性在大幅提升。由此,如何进一步增强芯片自主权,成为车企当下面临的重要焦点之一。

记者注意到,在这样的背景下,各大车企重新构建供应链,押注芯片领域的势头越来越明显。它们或投资各大芯片厂商,或与各大芯片厂商达成深度战略合作。截至目前,已有吉利、北汽、上汽、一汽、广汽、通用汽车、大众集团、福特汽车等国内外车企与芯片厂商建立了战略合作关系。

去年11月,福特汽车方面宣布,其与美国芯片制造商格芯达成了的一项开发芯片的战略协议,该协议最终可能导致在美国展开联合生产。福特汽车方面表示,设计自己的芯片可以改善一些汽车功能,比如自动驾驶功能或电动汽车的电池系统,并有可能帮助福特汽车避开未来的芯片短缺局面。

今年8月4日,意法半导体(以下简称“ST”)宣布,德国大众汽车集团旗下软件公司CARIAD和ST即将开始合作开发汽车系统级芯片(SoC),开创软件定义汽车合作开发新模式。合作目标是为基于大众汽车集团统一的可扩展软件平台的新一代汽车提供处理器芯片。同时,双方达成一致,由全球半导体代工大厂台积电为ST制造SoC晶圆。通过这一举措,CARIAD旨在让大众汽车集团提前数年锁定汽车芯片供应。

“我们将为大众汽车集团开创一个全新的合作模式。通过与ST和台积电建立直接的合作关系,我们正在积极塑造公司的整个半导体供应链。这将确保供应商生产的是我们所需的芯片,并保证未来几年关键芯片的供应安全。通过这种方式,我们正在树立战略性供应链管理新标准。”大众汽车集团管理委员会成员Murat Aksel表示。

与此同时,记者注意到,根据上海市人民政府官网8月9日发布的信息,近日,上汽集团与地平线深化合作,围绕国际领先的智驾以及舱驾融合国产计算平台项目,瞄准面向未来的大算力芯片及计算

平台,合力推动车规级高性能AI芯片开发应用。

在汽车芯片领域,上汽集团已投资地平线、晶晨半导体、芯钛科技、芯旺微电子等20余家芯片公司,加快汽车芯片产业链布局;同时,与上海微技术工业研究院合作,共同搭建汽车电子芯片第三方联合评价平台,减少芯片企业重复认证投资并缩短认证周期,促进车规级芯片的国产化。

上个月,苏州旗芯微半导体正式宣布完成数亿元B轮融资。据悉,其战略轮投资人包括广汽资本、翼朴资本等重要行业深度合作伙伴。旗芯微主要从事汽车高端控制器芯片的研发和销售,本次融资资金将主要用于智能汽车新一代动力底盘域控制器的研发和量产。

作为广汽集团(601238.SH)下属资本运营和股权投资平台,广汽资本近年在芯片、智能网联和新能源领域进行深度布局。自2019年以来,广汽资本已先后投资包括地平线、粤芯半导体、速腾聚创、禾多科技、文远知行、星河智联、巨湾技研、中创新航等数十个项目。

6月27日,地平线方面宣布获得一汽集团的战略投资,并已完成交割。据透露,这笔资金将用于加强车规级AI芯片的前瞻技术研发,以及工程化落地能力建设。

“国内汽车芯片企业与车厂应在产品研发早期深度合作,共同打造面向未来的产品矩阵;同时,抓紧争取操作系统类、开发工具类、应用软件类等生态合作伙伴,让他们在产品设计早期就参与进来,用软硬件一体的方式打造有竞争力的产品。”德勤管理咨询中国合伙人孙寅此前在接受媒体记者采访时表示。

上述电子行业研究员则对记者表示:“过去,整车厂主要依赖供应商来确保芯片供应,然而可以看到,为了芯片供应更为稳定,整车厂与芯片厂商之间的合作关系正在重塑,整车厂有了更多与芯片厂共担成本和风险的意愿。对整车厂而言,这不失为一种可行的应对芯片供应短缺的解决方式。”

BBA半年报出炉:减量不减利 加速电动化

本报记者 陈燕南 童海华 北京报道

近日,BBA(奔驰、宝马、奥迪)纷纷交出了半年“成绩单”。

《中国经营报》对比BBA财报数据发现,上半年,宝马在销量上继续领跑BBA,全球累计交付新车116万辆;奔驰则成为BBA之中营业收入最高的车企,上半年,奔驰营收为712.6亿欧元;而奥迪则成为了母公司大众集团在利润方面最为重要的支撑,营业利润同比增长51%,达49.65亿欧元。

据了解,今年上半年,我国汽车行业面临诸多挑战之下,BBA的销量均有所下滑,不过三家车企仍然表现出足够的韧性。有分析称,减量不减利是BBA今年财报呈现出的鲜明特点,这无疑体现出其强大的运营及盈利能力。

从数量到质量,从销量争夺战到利润为上,聚焦下半年,BBA除了携手走向“更高端”外,也将“更电动”以及“更数字化”。宝马方面向记者表示,虽然挑战重重,但宝马在中国市场依然阔步推进“电动化、数字化、可持续”转型并持续扩大投资。宝马集团正在稳步实现年终纯电动汽车销量较2021年翻倍的计划。日前,创新BMW i7已经在德国丁格芬工厂投产,BMW iX1,BMW i5等车型也会在不久的将来陆续发布。

奔驰方面则对记者表示,下半年,梅赛德斯-奔驰将继续推出一系列重磅产品,包括全新EQE、全新EQS SUV等。与此同时,记者从奥迪方面获悉,奥迪一汽新能源工厂迎来了建设阶段。根据规划,该工厂将基于PPE平台本土化生产纯电动汽车。奥迪A6 e-tron以及奥迪Q6 e-tron系列的3款车型将率先投产。

专注高端车型

宝马延续2021年的BBA年度销冠,在今年上半年再度领跑。数据显示,宝马集团各品牌全球累计交付新车116万辆。奔驰全球累计交付新车98.52万辆,奥迪品牌全球累计交付新车78.5万辆。

有分析认为,宝马之所以领先奔驰和奥迪,很大程度上在于主力产品宝马5系、3系表现较好。在乘联会发布的上半年的高端轿车排行榜上,宝马5系以9万辆的销量排在第一,其次是宝马3系、奥迪A4、奔驰E级和奔驰C级。

不过,受到新冠肺炎疫情影响,我国汽车行业整体承压,豪华车上半年也在减速,奔驰相较去年同期106万辆下跌7.46%;宝马相较去年同期下跌13.3%;奥迪较去年同期的98.17万辆下跌20%。

进入6月,随着上海等多地新冠肺炎疫情得到有效控制、复工复产有序推进,豪华车市场也开始回暖。乘联会数据显示,6月豪

华车零售达31.0万辆,同比增长26.0%,环比增长74.0%,宝马、奔驰和奥迪6月份的销量也迎来大幅增长。

值得注意的是,虽然BBA销量有所下滑,但是三家车企的财务业绩并未受到太大影响。其中,奔驰的营收和利润在第二季度不降反增。数据显示,第二季度奔驰营收达364亿欧元,同比增长7%;调整后息税前利润为49亿欧元,同比增长8%,均高于市场预期。同时,奔驰净利润达32亿欧元,同比增长13.66%。上半年,奔驰营收为712.6亿欧元,净利润达67.9亿欧元。

“上半年,全球及中国市场都充满着不确定性。面对挑战,梅赛德斯-奔驰与经销商伙伴同心协力,竭诚满足客户的用车及服务需求。值得一提的是,我们在高端豪华车型及新能源车型方面都取得了长足的进步。”北京梅赛

德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官杨铭(Jan Madeja)表示。

据了解,在今年5月举办的奔驰战略升级发布会上,奔驰提出要重塑企业产品矩阵,并将旗下产品划分为“高端豪华”“核心豪华”和“新生代豪华”三大类型。其中,高端豪华车产品包括迈巴赫、AMG、EQS、EQS SUV、S级轿车、GLS、G级和限量版车型;核心豪华车产品包括E级和C级系列轿车及SUV;新生代豪华指的是入门级豪华车。

数据显示,上半年,S级轿车同比增长13%,全球销量达到21700辆,继续保持市场领先地位;梅赛德斯-迈巴赫同比增长62%,创同期销量新高。根据规划,接下来,奔驰还将聚焦高端豪华和核心豪华车领域,以保持强劲的盈利能力,至2026年高端车型销售份额将较2019年提

升约60%。

梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会主席康林松表示,公司可能会放弃一些入门级车型。“如果想要提高利润率,就需要修剪底部的树枝,尝试在顶部扩张。”他表示。

对于全年业绩,奔驰预计,集团营收将较去年大幅增长,利润将略高于去年,奔驰汽车业务预计销量将略有增长,高端汽车销量同比增长将超过10%;调整后的销售回报率从此前的11.5%~13%上调至12%~14%。

无独有偶,奥迪所在的母公司大众集团上半年财务表现同样出色。大众集团销售收入增长了2%至1323亿欧元,营业利润相比2021年增长16.1%至132亿欧元,税后利润为106亿欧元,同2021年相比增长25.8%。

其中,奥迪营业利润同比增长51%,达49.65亿欧元,成为了母

公司大众集团的重要利润来源。而对于全年业绩,奥迪则预计全年交付量在180万~190万辆之间,营收在620亿~650亿欧元之间,销售回报率在9%~11%之间。

值得关注的是,宝马集团的财报也可圈可点。财报显示,二季度宝马营收为347.7亿欧元,同比增长21.6%;息税前利润为34.3亿欧元,同比下降31.5%;净利润为30.5亿欧元,同比下降36.4%。上半年营收为659.12亿欧元,息税前利润为161.56亿欧元,净利润为132.32亿欧元。

“积极的定价和产品组合效应以及售后业务的增长让宝马有效抵御因持续的半导体供应问题和供应链中断等因素造成的销量下滑影响,从而实现营业收入两位数的增长。”宝马方面表示。除此之外,宝马营收增长的主要推动力来自于对在华合资企业华晨宝马的全面整合。

发力电动化、数字化

目前汽车行业正迎来电动浪潮,特斯拉一骑绝尘,国内的自主品牌也在逐渐崛起,豪华车市场正迎来剧烈的变化。在此情形之下,BBA也在积极地进行转变。

目前,BBA的电动之路迎来了初步成效。数据显示,2022年上半年,宝马集团在中国交付378727辆BMW和MINI品牌汽车,其中纯电动汽车销量同比增长74.6%。

宝马方面向记者表示,“宝马今年在华呈现了BMW i3、BMW i3、BMW i4、BMW iX和

销售了23500辆电动车,同比增长90%,环比增长28%。大型豪华电动标杆EQS上半年在全球卖出8500辆。

据了解,自宣布“全面电动”以来,奔驰转型步伐正在持续加快。“全新EQE即将在中国市场上市,这是奔驰首款基于EVA纯电平台正向研发的国产纯电车型,以“中国制造,全球品质”的标准生产,针对中国市场提供专属配置,三电系统均在北京奔驰进行生产。”奔驰方面向记者表示。据悉,奔驰在2022年至2030年期间

在纯电动车型方面的投资将超过400亿欧元。

与此同时,奔驰也正式提出将要构建直销模式。据悉,奔驰目前已建立了新的线上线下市场营销及销售渠道,预计至2025年,梅赛德斯-奔驰在欧洲市场超过80%的销量将来自于直销。梅赛德斯-奔驰集团股份公司传播与市场营销副总裁贝蒂娜·费泽尔表示,“我们要保证7×24小时提供与客户进行交互的服务。我们要更多地采用数字化方式。”

除此之外,奥迪电动化转型也进入提速换挡期。奥迪在智能化转型上背靠大众集团,选择与集团战略同频共振。此前,奥迪发布Vorsprung2030战略,聚焦电动出行、自动驾驶与数字化三大战略重点。按照规划,奥迪将于2025年搭载全新操作系统和软件平台为自动驾驶赋能。在数字化方面,大众旗下CARIAD将统一负责电子电气架构、汽车软件操作系统的开发以及智能座舱和智能驾驶等核心软件开发。

广汽传祺鏖战混动市场

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

迈步汽车“新四化”时代，传统车企从燃油车产品转型的路线之一即是混动汽车产品，既可绕开纯电动汽车技术的不足，也可以在多车

钜浪混动加持

广汽传祺目标到2025年全系车型混动化，2030年混动销量占比超60%，挑战2045年实现碳中和。

从燃油车时代的SUV销冠迈入新能源时代，广汽传祺的“大象转身”正是众多传统车企当前的发展缩影。随着“双碳”目标逐步落地，广汽传祺近两年步入了调整期，并发布了“混动化+智能化”的发展战略，提出目标到2025年全系车型混动化，2030年混动销量占比超60%，挑战2045年实现碳中和。

为了实现混动化发展目标，广汽传祺依靠广汽研究院发布了钜浪混动，并亮出钜浪混动模块化架构。在今年4月的钜浪混动发布会上，张跃赛表示，承接广汽集团电气化战略，广汽传祺推进HEV和PHEV混动技术的落地。历经13

型混战的局面中争得一席之地。而广汽集团旗下的自主品牌广汽传祺即是走上了这条路线。

近年来，依靠广汽研究院研发的钜浪混动系统，广汽传祺推出了影酷、第二代GS8双擎版，并计划推出

M8混动版、影豹混动版。广汽传祺总经理张跃赛曾表示，计划到2025年，广汽传祺实现全系车型混动化，2030年混动销量占比60%以上。

当前，除了新能源纯电领域，自主品牌对混动市场的布局也在加大。

比亚迪、中国五菱、长城汽车、长安汽车等车企均在HEV（混合动力汽车）或PHEV（插电式混合动力汽车）推出了自研的混动系统技术，加上外资品牌此前已迭代更新多次的混动系统技术，混动市场的竞争正愈发激烈。

混动技术突破

广汽传祺在混动市场的破局不仅需要技术上的突破，还需要应对来自自主品牌、外资品牌双方的挑战。

在“XEV+ICV”双核战略以及钜浪混动等技术的加持下，广汽传祺在2021年上海国际车展宣布将全面推进混动技术落地，打造中国最强混动技术平台。与此同时，各大自主品牌也争相发布自研的混动技术。一时间，混动汽车扎堆涌现。

例如长安汽车发布了蓝鲸iDD混动，采用高压直喷技术、智能热管理技术、米勒循环、智能润滑系统等技术，最高传递效率可达97%。今年3月，首款搭载蓝鲸iDD混动系统的长安UNI-K iDD正式上市，在此前的发布会上，长安汽车表示将在5年内提升蓝鲸iDD混动达成45%的热效率。

长城汽车也推出了“长城·柠檬”平台，兼备高效燃油动力、混合动力、纯电动、氢能源四种动力方案，其中柠檬混动DHT系统架构包含一套高集成度的油电混动系统（DHT），适配HEV和PHEV两种动力形式，系统总功率从140千瓦到355千瓦全覆盖，适配A、B、C三种不同级别车型。据悉，2022年该平台的混动发动机热效率可达42%。

此外，比亚迪基于DM-i混动技术的研发的插混车型也是插混市场有力的竞争对手，目前，DM-i混动系统的热效率可达43%，并已发布了多款搭载DM-i混动系统的车

型，且销量不俗。而今年7月，中国五菱也正式宣布进军混动市场，与一众自主品牌的混动路线相似，五菱混动也有HEV和PHEV两种动力形式，率先推出的是HEV车型。

乘联会数据显示，今年上半年，我国插电式混合动力乘用车零售销量50.2万辆，同比增幅高达194.3%；普通混合动力乘用车销售量也有所上涨，6月同比增长近一倍。

显然，广汽传祺正处在国内自主品牌发力混动技术的时代，与此同时，外资品牌拥有的混动技术也已沉淀多年并通过了市场检验不断迭代更新，包括本田汽车的iM-MD双电机混动系统、丰田汽车的

广汽传祺A级车、B级车的PHEV上搭载。未来，广汽传祺还将推出基于钜浪混动模块化架构的传祺M8 PHEV等其他车型。

此外，今年“2022广汽科技日”上公布了支撑钜浪混动技术的钜浪混动模块化架构。据悉，钜浪混动模块化机构由混动发动机、机电耦合系统和动力电池三大部分构成，采用平台化、模块化设计，兼容性更强，拥有经济适用型单挡系统、动力型功率分流系统、动力节能型多挡系统以及高效零碳氢混系统4大类别和多个动力总成组合，适配所有HEV、PHEV和REEV（增程式混动）等动力形式。



钜浪混动GMC2.0系统即将搭载在影酷车型上。

黄琳/摄影

营销出新招

种种营销策划加持下，7月，广汽传祺销量超3.1万辆，同比增长7.2%。

为了吸引新时代更多的潜在消费群体，车企对混动市场的营销计划也打破以往的常规。例如广汽丰田的雷凌车型选择与年轻群体喜爱的潮玩梦工厂TOP TOY开启跨界联名合作，迎合Z世代开盲盒般的购车体验，而雷凌双擎车型今年1~7月销量斩获42490辆，在雷凌家族销量占比达36.8%，去年11月至今连续8个月为全国HEV轿车销冠。

而广汽传祺的混动车型营销活动则再度升级，打造出“混动钜能省，全路况大挑战”，包括“一箱油极限油耗测试”“一箱油征服塔克拉玛干无人区”“一箱油进击城市路况”三部曲。

6月22日至26日，搭载钜浪混动GMC2.0混动系统的影酷与影豹共同完成了“一箱油极限油耗测试”。横跨山西、河北、辽宁的三省八市，经历路况地势复杂、昼夜温差大、超高强度行驶等一系列极限挑战，最终影酷测得1711公里续航，百公里3.2升油耗；影豹测得1537公里续航，百公里3.0升油耗。

7月24日~7月26日，广汽传祺钜浪混动家族影酷、影豹、全新第二代GS8组成混动挑战团开启

“一箱油征服塔克拉玛干无人区”，从乌鲁木齐出发，横跨塔克拉玛干无人区，在46℃气温下，测得百公里平均4.28升油耗，一箱油燃擎1285公里。而“一箱油进击城市路况”也将推出。

除此之外，广汽传祺影豹车型也在不断贴近赛车概念。除了发布影豹R在7月29日~31日的CTCC中国汽车场地职业联赛湖南株洲站中，参赛的影豹车手夺得第一站厂商杯冠军和车手杯冠军，以及第二回合的车手杯亚军，成为本届CTCC最强的“黑马战队”。

与此同时，影酷车型也已于7月下旬开启盲订。目前影酷盲订半个月，订单已超万辆。种种别出心裁的营销策划加持下，7月，广汽传祺销量超3.1万辆，同比增长7.2%，同时1~7月累计销量突破20万辆，同比增长13.2%。当月，全新第二代GS8双擎版销量占比接近50%；MPV家族销量接近万辆，其中传祺M8环比增长16.2%，上市至今累积销量已超过19万辆，高端市场份额进一步被巩固。

长安深蓝首款战略车型上市 助推长安汽车战略转型

自2017年启动第三次创业——创新创业计划，重庆长安汽车股份有限公司(000625.SZ，以下简称“长安汽车”)持续加快构建科技实力，全力推进其新能源“香格里拉计划”和智能化“北斗天枢计划”，加

速向智能低碳出行科技公司转型。

历经5年奋进与沉淀，长安汽车不仅在电动电气化品牌、技术、产品等多层面取得突破，还基于自身对Z世代新能源用户的洞察，推出“数字出行科技品牌”——长

打造数字出行科技品牌

“打造世界一流电动车中国品牌”，是长安汽车创建长安深蓝的初心。亮相之初，长安深蓝即提出“用数字科技重构出行想象”的品牌愿景。

在长安深蓝的品牌价值中，“创新重构”意味着通过前瞻创新的产品设计、行业领先的平台架构，重构用户对于未来出行的认知与想象；“万物互联”则象征着构建天网互联的数字生态，实现全数字场景无限扩展。

面向用车生活，长安深蓝还将提供“体验随心”和“低碳生活”的

品牌价值，前者将营造智慧趣味的功能场景，聚焦个性定制的智慧服务，帮助用户自由拓宽无限边界体验，后者秉承绿色低碳的可持续发展理念，提供高效出行解决方案，推动人与自然的可持续共生。

随着全新品牌正式亮相，长安深蓝所拥有的技术储备也“揭开面纱”。其中，全电数字平台、新一代超集电驱系统、微核高频脉冲加热、智能整车域控制器“长安智慧芯”、iBC数字电池管家和智能泊车系统APA7.0与NID3.0高阶辅助驾驶堪称长安深蓝向外界亮出的“技术名片”。

开启全新营销服务模式

作为长安深蓝的开篇之作与首款战略车型，长安深蓝SL03集品牌多项技术储备于一身，从轿跑美学、数字座舱、智能驾驶、性能及科技安全五大维度，在智能、续航、三电领域谋求突破。

具体到车型配置，长安深蓝SL03共推出纯电版、增程版、氢电版3种能源形式，4款配置版本的车型。

在三电领域，长安深蓝SL03兼顾高效率、高性能、高智能和高安全。而长安新一代超集电驱则提升整车空间和重量的有效利用率，令全电和后驱的设计理念得以落地，满足用户不同场景的出行需求。

在智能化方面，长安深蓝SL03三种动力形式的车型均搭载集成式自适应IACC，全系标配换道辅助、智能全景影像、AEB自动紧急刹车等智能驾驶辅助功能，帮助用户获得更好的驾驶体验。而十余项智能驾驶辅助系统、AR-HUD

和14.6英寸向日葵屏等，都将为长安深蓝SL03用户的安全、娱乐和出行需求服务。

随着长安深蓝首款战略车型SL03驶入新能源市场，SL03用户也将体验到长安深蓝提供的全新营销服务模式，这意味着购车不仅是拥有一辆代步工具，更将享受便捷、透明的用车服务。

在长安深蓝建立的管家服务体系中，所有用户购车后即可享受免费金卡服务，而铂金卡、黑卡用户可享受更多增值服务。长安深蓝每年将根据用户的需求，持续迭代权益体系。一旦在用车过程中遇到问题，用户均可一键直连长安深蓝服务管家寻求帮助，实现品牌直连。

与管家服务体系相配合，长安深蓝将于今年内在全国建设超600家深蓝空间，用户可根据便利程度就近体验。与此同时，长安深蓝还将在全国建设超过600家维保中

心，全面满足用户的维保需求，为用户提供便捷服务。

对于正在选购的潜在客户，长安深蓝也提出全链路透明，其一为订单透明，订单进度可通过长安深蓝官方APP在线查询；其二为价格透明，长安深蓝将执行全国统一定价；其三为服务透明，长安深蓝所有的官方服

务都将有透明的服务价格，同时承诺绝不收取任何额度的金融服务费。

秉持着“先达未来”的品牌口号与“用数字科技重构出行想象”的品牌愿景，长安深蓝在未来5年将为用户提供6~7款全新产品，实现从紧凑型到大型市场全覆盖，满足用户不同场景的出行需求。

对于长安深蓝使用的全电数字平台，长安新能源CEO邓承浩曾透露，“全电数字平台EPA1是一款兼顾未来出行前景和今日用车体验的全赛道纯电驱动专用平台。”

具体来看，长安深蓝全电数字平台是具有多补能形式的电驱动专用平台，拥有“四高属性”：动力系统驱动的电效率；以后驱为基因，兼顾四驱的高性能；以域控电子电气架构为基础的高智能；芯片云三层防护的高安全。

“为了提升EPA1平台的系统效率，我们从电驱系统、增程系统

和氢燃料系统几个维度，提出了大量原创性的解决方案。”邓承浩介绍道，长安新一代超集电驱旨在推动电驱向高功率密度发展，贡献整车低能耗；而微核高频脉冲加热则助力改善电动车冬季用车困难。

在智能驾驶辅助方面，长安深蓝以智能泊车系统APA7.0与NID3.0高阶辅助驾驶为用户提供便捷的智能驾驶辅助体验。其中，智能泊车系统APA7.0可在用户主要使用场景实现记忆泊车、远程挪车、遥控泊车等功能，满足用户在不同场景下的泊车需求。

对于正在选购的潜在客户，长安深蓝也提出全链路透明，其一为订单透明，订单进度可通过长安深蓝官方APP在线查询；其二为价格透明，长安深蓝在未来5年将为用户提供6~7款全新产品，实现从紧凑型到大型市场全覆盖，满足用户不同场景的出行需求。

秉持着“先达未来”的品牌口号与“用数字科技重构出行想象”的品牌愿景，长安深蓝在未来5年将为用户提供6~7款全新产品，实现从紧凑型到大型市场全覆盖，满足用户不同场景的出行需求。

在智能驾驶辅助方面，长安深蓝以智能泊车系统APA7.0与NID3.0高阶辅助驾驶为用户提供便捷的智能驾驶辅助体验。其中，智能泊车系统APA7.0可在用户主要使用场景实现记忆泊车、远程挪车、遥控泊车等功能，满足用户在不同场景下的泊车需求。

在智能驾驶辅助方面，长安深蓝以智能泊车系统APA7.0与NID3.0高阶辅助驾驶为用户提供便捷的智能驾驶辅助体验。其中，智能泊车系统APA7.0可在用户主要使用场景实现记忆泊车、远程挪车、遥控泊车等功能，满足用户在不同场景下的泊车需求。



加快推进电动电气化转型

将长安深蓝品牌的诞生与产品规划放置于长安汽车对新能源领域的谋篇布局，可以纵观长安汽车电动电气化转型之路。早在2001年，长安汽车就进入新能源领域，先后经历技术研究、产业化推广和市场化运行三个阶段，完成了从样车到产品的正向开发历程。

自2017年启动第三次创业——创新创业计划，长安汽车加速向智能低碳出行科技公司转型，全力推进新能源“香格里拉计划”和智能化“北斗天枢计划”，不断取得突破性成果。

在新能源领域，长安汽车目前已掌握MPA、EPA、CHN等架构，未来还将打造智能电动汽车架构SDA，从而不断加速新能源产品的推陈出新。在智能化领域，长安汽车目前已掌握视觉感知、多模融合等多项核心技术。

在多项核心技术的加持下，长安汽车也于2022长安汽车全球伙伴大会正式公开未来的发展目标：到2025年，长安汽车总销量达到400万辆，其中，长安品牌300万辆，新能源销量达到105万辆，占比达到35%；2030年，长安汽车销量达到550万辆，其中，长安品牌450万辆，新能源销量达到270万辆，占比达到60%，海外销量占比达到30%。

参考长安汽车已经取得的销

量成绩，2021年，长安汽车集团取得批售量230.1万辆，同比增长14.8%，连续三年实现增长；长安系中国品牌乘用车批售量为120.4万辆，同比增长23.1%。

而在2022年上半年，长安汽车集团累计销量也突破110万辆，其中长安系中国品牌汽车累计销量突破90万辆，自主品牌新能源累计销量为8.5万辆，同比增长127.26%。

在销量增长的助推下，长安汽车的经营业绩与市值也同比上升。在近期披露的长安汽车2022年半年度业绩预告中，长安汽车预计归属于上市公司股东的净利润为50亿元~62亿元，同比增长189.14%~258.54%。

在市值方面，截至6月30日，长安汽车总市值约1718亿元，较年初上涨48%，其中6月28日长安汽车市值创历史新高，突破2000亿元。

为了达成长期战略目标，长安汽车还提出七大关键行动助力，包括品牌焕新、全域产品提速、掌握核心技术、构建新生态、数字化转型、国际市场开拓和资源保障。

长安汽车预计，到2025年，企业将在新能源、智能化、科技创新、数字转型等重点领域投入超800亿元，加快构建转型领域核心能力，为助力中国新能源汽车产业“换道超车”贡献力量。

广告



咖啡巨头挺进:差异化“攻城拓店”

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

“要说喝咖啡，我们周围不管外卖还是自提，或者直接堂食，选择都太多了。”在国贸附近工作的王璐感慨道。百度地图显示，北京国贸商城500米辐射半径内，分布着5家星巴克、2家Peet's咖啡、2家瑞幸咖啡、2家Tims咖啡、2家Costa。如果将半径扩展到1公里，还会再找到8家星巴克、8家瑞幸、6家Tims。

和君咨询合伙人、连锁经营

负责人文志宏认为，在中国，大部分超过1000家连锁店的企业都是加盟经营模式，这被认为是解决资金和扩张问题的法宝，却也会带来人员协同低效和品控变差的问题。而直营模式虽然能够规避这些问题，亦将面临管理效率的挑战。但咖啡品牌的数字供应链管理正在解决这些难点，因此，线上和线下销售渠道网络的共建成为品牌的新共识。

咖啡巨头扩张之路

去年年底，Tims中国表示将持续推进门店扩张，实现到2026年底开出至少2750家可盈利门店的目标。

近日，加拿大咖啡连锁品牌Tim Hortons中国业务(以下简称“Tims中国”)赴美上市有了新的进展。特殊目的收购公司Silver Crest宣布将于2022年8月18日召开股东大会，并预计双方企业合并将于2022年8月19日或之

后结束。届时Silver Crest和Tims中国将合并上市。

据悉，此次Tims中国采用了“SPAC+PIPE”的组合模式上市。SPAC，即一种借壳上市的创新融资方式，减少了传统IPO的流程环节和时间成本；而PIPE，则是指上市前，Tims中国已经提前收到上市私募股权投资承诺，但投资承诺将在Tims中国与Silver Crest上市合并时完成出资，目前Tims中国已经收到来自红杉中国、钟鼎资本、笛卡尔资本集团等机构的投资承诺。

盘古智库高级研究员江瀚指出，Tims中国作为一家新式咖啡企业，其发展的逻辑遵循着互联网打法，即“通过大规模营销来推动自身业务的发展，再通过资本杠杆的形式不断地提升自

己的门店数量，然后通过门店数的指数级上涨不断做厚自己的资产，从而获得更多的资本市场优势。

据艾媒咨询数据预计，到2025年，中国咖啡市场规模将从2020年的3000亿元翻至1万亿元。中国咖啡市场的逐渐扩大，也让各个品牌都开启了各自的扩张之路，大举拓店。

去年年底，Tims中国表示将持续推进门店扩张，实现到2026年底开出至少2750家可盈利门店的目标。《中国经营报》记者了解到，截至目前，Tims中国在全国拥有400多家门店。一个月前，Tims中国与中石化“加油站”旗下易捷咖啡宣布开展战略合作。

据悉，双方将在部分易捷咖啡门店开设小型Tims咖啡店，开发联营即饮咖啡，在全国易捷便利店内销售。此前，Tims中国2021年11月还在麦德龙中国超市开设店型较小的Tims Go捷枫店。

面对加速竞争但空间巨大的中国市场，星巴克也没有放下拓店的步伐。

星巴克发布的第三财季财报显示，在第二大市场的中国，

星巴克仍然陷在销售额持续下滑的情况之中。

据了解，星巴克后续将依然选择快速扩张。4月正式回归的“星巴克之父”霍华德·舒尔茨在财报电话会中再次重申了对中国市场的重视，认为“星巴克在中国的业务最终将超过美国”。

“第三季度我们新开门店107家，共在228个城市运营5761家门店。我们的新开门店持续贡献着业界领先的回报和利润率，如约向着今年底开业6000家门店的目标迈进。”星巴克中国方面透露。

目前，仅从门店数量来看，瑞幸已超越星巴克。瑞幸公布的2022年第二季度财报显示，净增新开门店615家，其中联营门店2227家，自营门店4968家，到第二季度末达到7195家。

拓店是咖啡品牌占据市场份额的主要手段。目前咖啡门店主要集中于一、二线城市，市场逐渐趋向饱和，竞争慢慢进入白热化阶段。根据德勤数据，目前一、二线城市咖啡馆占比高达75%，三线及以下城市咖啡馆仅占四分之一。

差异化构建渠道网络

星巴克和瑞幸将特许和联营作为攻城拓店的好助手。

深圳市思其晟公司CEO伍岱麒指出，咖啡企业穿越周期，最关键就是在企业进入成熟期之前，有了第二、第三业务的布局，从而使企业形成波浪式上升或螺旋式上升，避免成熟期之后抛物线式下滑。从市场网络来看，新国家、新城市、新网点，这些都可以成为企业的新增长点。

星巴克和瑞幸将特许和联营作为攻城拓店的好助手。在第三财季内，星巴克全球新开318家门店，其中51%是公司自营店，49%是特许经营店，而来自美国和中国的门店占比达到61%。虽然自2022财年第一季度起，星巴克在中国的市场同店销售额就开始下降。但据霍华德·舒尔茨介绍，中国市场营收下滑的一部分损失，正在被星巴克的特许经营店收入的增长所抵消。

就瑞幸方面来看，第二季度自营门店收入23.31亿元，联营门店收入7.78亿元，但联营门店同比增长了178.4%。2021年1月，瑞幸还宣布开启0加盟费招募“新零售合作伙伴”计划，开放的城市中绝大多数都为三、四线城市。

文志宏认为，三、四线市场无疑是咖啡门店扩张发展的下一个重点市场，但一线城市则是主战场。“虽然目前来看一线城市的咖啡门店的布点布局相对比较满，但由于一线的旺盛需求，赛道上各个品牌都在不断地分化，包括市场定位、品类、价格也都在形成细分。”

记者发现，面对竞争愈加激烈的一线城市，各品牌在渠道策略方面也各有不同。

星巴克在未来产品及其渠道构建中亦有自己的发力方向。财报显

示，第三季度星巴克来自渠道开发的收入为4.80亿美元，同比增长15.94%，主要是因为星巴克全球咖啡联盟产品销售和特许经营费用收入增加以及即饮业务增长推动；今年6月，星巴克中国还推出迷你瓶装星冰乐茶类饮品，向市场释放了持续重点进军高端即饮品类的信号。

星巴克一位内部人士告诉记者，“40万元”是一个门店布局的初始标准，如果门店销售额达到40万元，星巴克就会考虑在门店周边范围开设新店。

此外，咖啡分析师Sandy向记者透露，不少品牌早期都在学习星巴克的选址策略，包括瑞幸、Manner等，但后期逐渐形成了自己的打法。

据久谦中台数据，截至2021年，星巴克门店销售额中，仅有10%左右来自外卖。其单店点单辐射半径大约为500米，商圈较发达时点单辐射半径为200米，商圈较落后时则为1000米。与之相对，Manner在不上线外卖之前，辐射半径为周边步行5分钟的区域；瑞幸的辐射半径则在2~3公里，主要营收来源依赖于外卖。

瑞幸内部人士曾向记者透露，瑞幸的门店选址是数据分析的结果。瑞幸咖啡联合创始人、首席增长官杨飞曾直言：“我们希望不依赖于人的肉眼去判断店铺属性，而是将这个决策权交给数据模型。”据了解，学校、写字楼、商场等不同场景下店铺的消费特征不同。

在瑞幸的财报电话会中，首席战略官Reinout Hendrik Schakel还提到：“疫情期间，我们的供应链部门充分利用现有的电网化、多地点仓库网络，迅速建立应急仓库、中转站等措

施，确保供应充足。虽然在经历了室内用餐限制，但从地方的角度来看，我们的取货业务模式受到的影响较小，因为我们主要通过小规模的‘即买即用商店’结合先进的智能商店管理系统来运营，因此提高了商店租金和劳动力结构的效率。”

文志宏指出，瑞幸是一个线上线下融合的新零售模式，销量中很大一部分其实来自线上的订单，此时混合多云平台的架构，能够帮助它的日处理量规模达500万~1000万单，这种基于网络渠道的技术支持对它的成功非常重要。这相当于，瑞幸构建了一个成熟的渠道网络，通过线上和线下获得源源不断的客流。

Sandy指出，与价格偏高、主打“第三空间”的星巴克相比，2015年Manner从上海静安区的2平方米小店起家，在价格上明显低于星巴克，但毛利率并不低。“在一线城市，咖啡店的销售数据大部分由外卖支撑，虽然Manner的日单量大约为300单，星巴克在300~400单，瑞幸也在400单左右。但从坪效上来看，Manner和瑞幸的店面多为50平方米左右，星巴克则在100~150平方米之间。”

“但Manner尚未出圈，才开始走出上海，因此渠道网络的构建还需要花更多时间。”Sandy表示，星巴克和瑞幸已经形成了品牌认知和规模效应，接下来将会进入更精细颗粒度的运营范畴。

此外，看上咖啡赛道的跨界选手并不少，从邮政到华为，这些品牌都拥有先天丰富的场景优势和渠道网络。据《中国邮政报》消息，2021年12月，我国邮政已有5.4万个营业网点、40多万个邮乐购站点、20万个村邮站。

清香汾酒品质源头

汾酒践行“复兴总纲领” 打造酒企原粮基地新标杆

跨越千里，只为一抹汾酒清香。2022年8月9日，“走进汾酒第一车间——全国主流媒体原粮(大麦)基地行”活动在张掖山丹马场举办，全国近百家媒体相聚在山丹马场，亲历由一粒种子到一抹清香的奇幻之旅。

绿色原粮基地是汾酒生产的第一车间，也是汾酒践行其复兴总纲领的前沿。去年十月，走进汾酒第一车间活动首站选择在山西沁县汾酒高粱基地，成功打造了行业瞩目的一大IP。今年，汾酒再度邀约近百家媒体走进山丹大麦原粮基地，这体现了汾酒以品质为根基、加快汾酒复兴、建设一流企业的信心和决心。

正如活动现场，汾酒集团董事长袁清茂所言：“我们希望通过实地考察，让大家深入了解汾酒在粮食安全、原粮基地建设、生态循环产业链等方面做出的努力，切实感受汾酒的‘粮心’和品牌自信，进一步推动汾酒的品牌发展。”

对一粒种子的溯源：探寻汾酒清香之源

十年前，为了让汾酒的品质处于行业领先，汾酒开始在全国范围内优选各类优质粮食产区，自建汾酒原粮基地。经过了长期全方位论证，山丹马场因优质的土壤、气候、环境与汾酒结缘，成为了汾酒的大麦生产基地。

坐落在祁连山北麓的山丹马场，日照时间长，昼夜温差大，土层深厚疏松，富含有机质，周边无工业、无污染，是天然的绿色沃壤，所产的大麦籽粒大而饱满，淀粉含量高，是酿造清香汾酒最好的粮食之一。

置身山丹马场，嘉宾们亲身感受到了大自然的雄奇壮美——海拔4000米的祁连山，雪水消融，以平均10米每秒的流速，滋养着河西走廊的农耕绿洲；一望无际的麦浪，翻涌澎湃，诠释着“汾酒清香是种



出来的”。山丹马场大麦种植技术员王佳伟讲述了在这里种植大麦的“天时地利”。他说，山丹马场海拔在2700米，种在这里的大麦品种是“甘碑7号”。因为我们这边海拔比较高，种出来的大麦品种蛋白含量比较高，而且它适合做酒曲，所以尤其适合酿酒。

在极限的自然环境中，大麦无惧严寒、酷暑，向更好的土壤扎根，通过严苛的筛选，达到蛋白球、谷蛋白、胚乳含量要求，最终，方能成为一颗天然有机原粮。而后，优质大麦途径千里运往山西，为一瓶优质汾酒的酿造提供了生香的酒曲。这是汾酒的清香品质之源，也是自然对汾酒的馈赠。

技术研发，品质打造：为汾酒清香注入匠心

除了“天时地利”外，“人和”的品质打造和技术研发也尤为重要。今年以来，汾酒原粮基地加大了对新品种的选育推广工作，加强

新品种、新技术引进和推广，实现农业发展与现代科技的有机结合，提升基地原粮品质，为打造清香品质注入匠心。



在现场，来自山西农业大学小麦研究所大麦专家周元成向嘉宾们介绍了全新研发成果：通过几年的实验，鉴选出的大麦新品种“汾酒大麦30”，现已在农业部门进行登记为“汾麦30”。通过实验，“汾麦30”的优制曲率和出酒率以及原酒酒样感官评分均较高。

“下一步，我们将尝试构建汾酒的‘制曲’专用大麦的企业标准，为汾酒未来生产的标准化、规范化打下基础。”周元成介绍道。

而来自山西农业大学高粱研究所高粱专家平俊爱，则向嘉宾们介绍了高粱新品种——汾酒高粱30，拟定农业部门登记为“汾粱30”。“汾粱30”出酒率高，商品性好，且产量高，稳定性好，拥有较高的耐瘠性和养分利用效率，经试验表明，2021年新品种“汾酒高粱30”拥有广阔的适用范围和应用前景，目前已通过了汾酒原粮基地种植试验。

如果说品质是品牌的基石，那么科技与质量则是汾酒品质的两

翼，也是汾酒保持核心竞争力的重要保障。抓好全产业链的管控，以更高的标准和要求，用品质美誉度提升品牌的忠诚度，这是袁董事长在复兴纲领中提出的汾酒对于品质的要求，也是汾酒原粮基地建设与发展过程中一直秉承不变的追求。

打造酒企原粮基地标杆：汾酒践行复兴总纲领的前沿

持工匠之心酿造至纯、至清、至净的汾酒，从源头的涓涓细流开始，从选测一寸土地开始，从试种一粒原粮种子开始。2012年至今，汾酒在山西、河北、吉林、内蒙古、甘肃等地规划建设原粮基地，今年种植规模基本达到120万亩。从酿酒源头出发打造一套贯穿其全产业链的统一标准，以现代化农业发展理念为指导，为汾酒酿造提供品质优秀、产量稳定的原料基础保障。

从创建开始，汾酒原粮基地就按照“因地制宜，逐步推进，优势区域集约种植”的布局要求，充分发挥资源、气候和区位优势，积极与原粮生产优势区域合作，不断优化基地模式，打造原粮基地标杆。

同时，在优化基地模式、以数字化手段上强化基地管控上，汾酒原粮基地也一直走在时代前沿。今年，原粮公司在基地种植管理方面提出了新的要求，同时，采取多维度管控进行“可追溯系统+手机管理软件+派驻基地管理员”新模式探索，实时监测基地，实现了对各基地种植全过程数字化的监督管理，真正做到“种、收、储、运”网格一体化，大大提升了种植效率。

打造绿色原粮基地的标杆，就是站在了汾酒践行复兴总纲领的前沿。在当下，白酒行业发展趋势正从高速增长转向高质量增长，面对新的机遇和挑战，汾酒将围绕“123”复兴总纲领，坚持品质为根基，以科技创新结合工匠精神，制造出精益求精的高品质产品，加速推动汾酒复兴征程。

广告

卤味跳出“鸭圈”多场景混战 供应链成竞夺关键

本报记者 蒋政 郑州报道

卤味赛道内部正在出现分化。最新披露的财务数据显示，

休闲卤味三巨头在上半年面临增长瓶颈；紫燕食品、德州扒鸡、九多肉多等诸多佐餐卤味品牌获得增长，并谋求登陆资本市场。

休闲卤味之外的竞争

前瞻产业研究院统计数据显示，2020年我国佐餐卤制食品市场份额排名，紫燕食品、九多肉多、廖记棒棒鸡位居前三，分别为1.55%、0.92%和0.39%。

“佐餐卤味的市场容量更大，品牌化空间更大，市场竞争较休闲卤味更小。”日前，一家河南区域卤味品牌创始人告诉记者。

他创建的卤味品牌，目前已经拥有数百家门店，主要是以社区门店为主，定位家庭的佐餐消费。他认为，休闲卤味赛道已存在三家上市公司，市场竞争较大。

九德定位咨询公司创始人徐雄俊告诉记者，休闲卤味赛道的竞争早已白热化。尤其是巨头之间为了抢占市场，在营销层面支付了较高的费用。这对于一些中小新锐卤味品牌来说，休闲卤味是一个相对高门槛的赛道。

通常来讲，卤味被分为休闲卤味和佐餐卤味。多家券商机构在相关研报中提到，2021年，佐餐和休闲卤制品行业规模分别为1792亿元和1504亿元，目前佐餐卤味市场的规模大于休闲卤味，两者的市场占比大约为6:4。

绝味食品、周黑鸭以及煌上煌等均属休闲卤味。在佐餐卤味赛道，头部企业的市场份额也有很大增长空间。

前瞻产业研究院统计数据显示，2020年我国佐餐卤制食品市场份额排名，紫燕食品、九多肉多、廖记棒棒鸡位居前三，分别为1.55%、0.92%和0.39%。

而佐餐卤味也正在迎来爆发期。紫燕食品、德州扒鸡已经递交招股书。九多肉多也已经启动上市辅导。另据不完全统计，菊花开、卤有有、卤江南、麻爪爪、五香居等佐餐卤味品牌均获得融资。

“相对来讲，佐餐卤味的市场竞争较小，头部企业的市场占有率偏低，这给予了诸多新锐品牌市场机会。”上述河南区域卤味品牌创始人表示。

紫燕食品在其招股书中如此表述，“佐餐卤制食品领域的市场竞争更多源自于规模企业对于小微作坊式企业的挤压，品牌企业间竞争相对缓和。在休闲卤制食品领域，随着近年来品牌连锁企业的不断涌现，市场集中度不断提升，品牌企业间竞争更为激烈一些。”

与此同时，一种全新的卤味业态正在出现，它介于佐餐和休闲之间，既可堂食，又可边逛街边食用，业内称之为新式热卤。

研卤堂是其中的代表企业之一。该公司负责人告诉记者，研卤堂发掘“小饿、小闲、小馋”三个场景，创新“小吃+主食”双赛道，让热卤门店成为一个能解决早餐、午餐、下午茶、晚餐、夜宵的新物种。

“公司从爆款产品‘虎皮糯爪爪’出发，不断开发小吃类型，增设诸如牛肉丸、花甲、虾滑、冰粉、卤面等特色产品，放大卤味的休闲属性同时增添正餐属性，突破经营时段的局限。”研卤堂公司负责人表示。

多位行业人士提到，休闲卤味、佐餐卤味以及新式热卤，本质是消费场景的变化。休闲卤味是解馋和消遣；佐餐卤味是家庭消费的配菜，兼具一定的正餐属性；新式热卤介于两者中间，更多在商场、商圈出现。

休闲卤味三巨头在上半年面临增长瓶颈；紫燕食品、德州扒鸡、九多肉多等诸多佐餐卤味品牌获得增长，并谋求登陆资本市场。

多位行业人士向《中国经营报》记者提到，不同于休闲卤味以鸭货为主，佐餐卤味和新式热卤在食材品类上更加丰富，

并呈现出万物可卤的趋势。在此背后，是诸多卤味品牌抢解馋休闲、佐餐配套以及热卤快餐的多元场景。而这种变化对

供应链打造提出更高要求。在市场集中度逐步提升的过程中，上述赛道或将出现多个龙头企业。

打造供应链体系

相对来讲，鸭类卤味产品深加工程度较高，休闲卤味三巨头多聚焦于此。

值得注意的是，不同细分赛道的卤味品牌，对其产品品类、门店选址以及供应链体系提出了不同的要求。这也使得卤味品牌的竞争呈现出多种竞夺态势。

相对来讲，鸭类卤味产品深加工程度较高，休闲卤味三巨头多聚焦于此。

佐餐卤味更偏向于家庭消费，对于产品口味、产品品类的要求更高。鸡、鸭等禽类，海鲜类以及蛋类更受欢迎。紫燕食品的大单品是夫妻肺片，在2020年共卖出8000吨，带来8个亿的收入。该公司的主要产品还包括百味鸡、藤椒鸡等以鸡、鸭、牛、猪等禽畜产品以及蔬菜、水产品、豆制品为原材料的卤制食品。

而新式热卤则呈现出万物可卤的态势。一些休闲小吃和饮品也被纳入热卤品牌的菜单当中。

当卤味跳出“鸭圈”卤万物时，对其产品口感的要求更高，同时也对企业的供应链体系提出了新的要求和挑战。

徐雄俊提到，产品越集中，供应链打造相对越简单。佐餐卤味和新式热卤的产品涵盖范围更广，产品多而杂，供应链打造起来难度更大。这也是目前佐餐卤味没有出现头部品牌的主要原因之一。

记者了解到，煌上煌的酱卤肉制品加工采取每日以销定产的模式，一般每日下午六点前各加盟店/直营店向公司发送次日产品订单，公司系统收到订单后进行汇总，经审核后按照产品类别分配到相应的生产车间，各生产车间接到生产任务后再组织安排生产。



随着消费场景的不断变化，卤味市场越来越大。

这要求其生产基地需要覆盖更多市场。该公司2021年财报提到，公司在江西、广东、福建、辽宁、河南、陕西(在建)、重庆(在建)、浙江(在建)建有八大生产基地，同时计划筹建海南、山东、京津冀生产基地，最终形成覆盖全国的连锁销售网络以及贴近市场生产基地的全国布局。

事实上，这也是诸多卤味品牌呈现地域性的主要原因。多位卤味品牌负责人告诉记者，门店覆盖更多区域的背后，是公司的工厂、生产基地或者中央厨房能够与之匹配。这与传统菜市场卤味摊贩的打法完全不同。

菊花开创始人王钢强此前接受记者采访时就提到，公司目前在河南郑州以及周口有两大生产基地，辐射半径为400公里。

新锐佐餐卤味品牌麻爪爪在获得A+轮融资时就表示，新一轮融资所得资金将主要用于上游工

厂建设、市场开拓、团队建设以及信息化建设。

同时，由于消费人群的不同，诸多卤味品牌在门店选址上也有侧重。

休闲卤味品牌大多集中在商圈、交通枢纽、街边店等，佐餐卤味品牌则是围绕社区展开布局，新式热卤则围绕高档社区、高档商圈布局。据CBNData统计，2021年获得融资的新式卤味品牌，超六成店铺都分布在一线、新一线城市，分布于高档商圈、高档社区的店铺比例，比卤味行业整体分别高出400个、20个百分点。

行业分析人士告诉记者，上述混战是卤味通过不同维度进行市场培训和深耕，对于卤味市场的整体扩容有很大推动。

值得注意的是，这种市场教育正在促使诸多头部卤味品牌进行调整。煌上煌近年推出全新品牌“独椒戏”，以烤猪蹄为主打爆款，加以烤串引流，辅以饮品，形成饮

食链条。而公司整体门店结构也在进行调整，“加速门店渠道转换，强化街边店、社区门店，全面进驻开发工厂店、校园店、高速服务区店等渠道建设，提高市场占有率为。”

混战之余，诸多品牌的边界逐渐模糊，尤其是头部企业，逐渐在休闲、佐餐卤味以及新式热卤上同时布局。

绝味食品作为唯一一家门店过万的卤味头部品牌，通过旗下投资平台，先后投资四川廖记棒棒鸡、福州舞爪、长沙颜家辣酱鸭等品牌；紫燕食品则是内部孵化椒言椒语串串等新式热卤，试图进行多赛道、多场景布局。

“未来卤味赛道的多元化转型，是市场发展的必然。对于当前市场，卤味赛道需要做的是在整个供应链上面进行有效的布局，提供更多的市场发展空间，从而在未来抢占市场时觅得先机。”盘古智库高级研究员江瀚对记者说。

烘焙行业持续扩容 创新驱动全面升级

本报记者 党鹏 成都报道

在成都华润翡翠城片区，汇集了元祖、好利来、安德鲁森、西山公园等多个烘焙品牌，最近又有一个老字号协盛隆蛋糕店加入分享这一片区的“蛋糕”。

艾媒咨询数据显示，中国烘焙糕点市场增长迅猛，烘焙糕点2016—2020年复合增速11%，2021

市场扩容变局

在百度地图搜索安德鲁森，在成都都有近百家门店。

艾普斯在去年7月23日的调研数据显示，53个二线及以上城市中，烘焙食品门店数量靠前的城市为成都、上海、深圳、广州和重庆，均超过3000家。其中，坐拥3666家烘焙食品门店的成都数量最多；销售指数排名中，郑州、深圳、成都、西安等相对领先。

“烘焙行业是一个区域性很强的传统行业，因为各地的口味尽不相同。”协盛隆公司董事长王亦娇表示，成都2100万人口基数大，包容性强、消费力强，烘焙产品的消费场景丰富，很有代表性。“但市场在变大的同时，分蛋糕的越来越多了。”

即使如此，烘焙行业仍在持续扩容。长江证券在7月底发布的专题报告显示，2011—2016年中国烘焙市场零售额CAGR(复合增长率)达到12.6%，2016—2021年受疫情影响，CAGR回落至约7.7%。展望未来5年，预计2021—2026年CAGR有望回升至接近8.5%，行业景气度有望改善。中国烘焙食品零售口径人均销售额则保持较好的成长动力，

2021年已超过174元。

“烘焙行业近年来的高增长很大程度上是基于网红烘焙店和网红产品的爆发，而基于对网红烘焙店和网红产品的资本加持，又加速了烘焙行业的高增长。”于润洁表示，国潮风品牌+新产品创新，是烘焙行业网红店和网红产品的典型特征，这迎合了年轻群体的消费需求。从沿街店面走进Shopping Mall和商业综合体，网红烘焙店的新购物体验更接近年轻消费群体的购物习惯。

中国焙烤糖制品协会联合相关机构发布的《烘焙经营增量场景研究报告2022》显示，2021年，多家资本注意到了烘焙赛道的潜力，投资数量达到26起，投资金额达到61.4亿元，“催生了一批新兴的烘焙糕点品牌，同时也使得整个行业呈现多元化的发展趋势。”

记者梳理10家烘焙上市、挂牌公司2021年财报发现，行业分化的趋势正在加速，其中传统烘焙企业桃李面包、克莉丝汀、一鸣食品、桂发祥净利润出现不同程度的下降，烘焙原料供应商海融科技、立高食品、南侨食品业绩持续增长。

行业注入了新的活力。

“新国潮品牌+新产品创新+新购物体验，是支撑烘焙行业高增长的主要因素。”快消品营销专家于润洁分析认为，烘焙行业的主流消费人群已从60后、70后迭代到Z世代，消费人群变了，因此需要从新口味产品、品牌营销等多方面进行创新。

此外，长期以线下门店作为核心竞争力的烘焙行业，正在通过线上商城实现业绩的高增长。元祖股份2021年业绩显示，线下门店收入为14.59亿元，比上年减少7.66%，毛利率为49.60%；线上电商实现收入为10.37亿元，比上年增加61.55%，毛利率为76.95%。对此，记者多次联系元祖股份未获回复。

“这在一定程度上是疫情影响线下消费的结果，但更多的还是元祖通过数字化手段打通线上线下的新营销模式的表现。”于润洁表示，线下与线上相结合，一直是三只松鼠等电商品牌的追求，元祖股份在原有线下门店的基础上，依靠会员制、私域流量等数字化营销手段，已初步打通了线上线下融合的融合引流，非常值得肯定。

就此，中国食品行业研究员朱丹蓬认为，当前线上线下一体化经营，线上线下资源互融共通，线上线下短板互补，已成为快消品行业新常态的趋势。“线上销售是基于新生代的人口红利不断地叠加，所以未来会对品牌新渠道、新零售及新模式的落地能力有很大考验。”

创新提升竞争力

老字号红宝石蛋糕店目前主要集中在上海的市区，并未向外拓展，更未走全国化路径。上海的消费者唐先生告诉记者，虽然他来自重庆，但是家人对红宝石的拳头产品“奶油小方”等非常喜欢，已经形成了口味记忆。

而老字号协盛隆已经停产多年，在2019年5月才正式重新上市。如今，在成都的直营门店已经开出20家，今年的目标是达到26—30家。王亦娇说，他们能重获市场认可，主要抓住了两个方面：一是

以新中式糕点的形象，通过产品创新来抓取年轻消费者群体，如少油少糖的健康食品成为主流；二是抓住国潮风的风口，宣传推广突显国潮风格。

于润洁认为，在“新中式”烘焙

快速发展的大潮中，老字号烘焙企业至少占据了“中式”两个字，欠缺的是“新”字。“新中式”虽然以“新”面貌出现，但其根基还是“中式”，老字号烘焙企业拥有中国传统文化的底蕴，只要在传统文化的表现方式上和产品创新上赋予更多的“新意”，老字号烘焙企业的创新和扩张是值得期待的。

艾媒咨询认为，短保烘焙赛道的创新方向主要体现为：产品多维度创新、形式多元化、健康化升级、消费场景多样等。

在产品创新方面，近年来的各类网红蛋糕层出不穷，从脏脏包到鲍师傅等，吸引了年轻消费者的高度关注。但很多网红产品却很难长红，“网红门店通常以一款爆品进入大众视线，然后该爆品

被其他门店快速模仿跟进，爆品变成大众的、平庸的产品。”于润洁表示。

对此，朱丹蓬认为，网红产品要做成一个经典产品，需要从产业链的完整度、产品品质、食品安全、场景创新、服务体系升级、客户黏性加强等方面着手，缺一不可。

“烘焙行业从区域走向全国化的过程中，口味的差异是一大障碍点，如广式、京式、苏式等各种口味都具有很大的差异性，这给区域品牌走向全国带来很大的挑战。”于润洁表示，突破这个障碍，一方面在于新口味产品研发的普适性，另一方面在于营销组织的灵活性，给予区域营销组织更大的授权，在品牌调性一致的前提下，针对区域口味开发产品。

半成品赛道开启

“冷冻蛋糕第一批产品在京东做了试销，第二批升级产品正在研发中。”凤巢食品集团食品公司运营负责人苗棚介绍，他们的“大师小点”食品品类正在扩容。如今，作为鸡蛋衍生产品的蛋挞成为他们的一个新增长点，“蛋挞的年销售额大概在5000万元。”苗棚说，目前这一类半成品整体是个上升的趋势，具体到蛋挞的竞争比较激烈，但高品质健康少添加或者零添加的、解决消费者痛点的产品，还是有很好的前景。

烘焙半成品市场的增长，从空气炸锅的销售可以窥见一斑。

根据奥维云网数据，2022年以来，电烤箱和空气炸锅的零售额同比增速均持续加快，尤其是空气炸锅，单月零售额同比增速均在150%以上。这些小家电的使用者

主要是女性，根据NCBD的调研数据，2021年中国烘焙食品消费者有超过六成为女性，同时接近90%为80后及更年轻群体。

基于此，烘焙半成品已然成为高速增长的一个细分赛道。长江证券报告推算中性预期下，冷冻烘焙出厂额在2026年有望接近300亿元。但中国烘焙市场目前以现烤为主，其中冷冻烘焙渗透率不高。2021年中国烘焙行业中，超70%为现制烘焙，其中仅有约11%应用了冷冻烘焙产品（包含冷冻烘焙半成品和冷冻烘焙成品）。

就此，一些企业已然对其烘焙产品结构进行调整。海融科技表示，通过产品创新不断优化丰富产品结构，公司产品线涵盖植脂奶油、巧克力、果酱及香精香料

等多种烘焙食品原料产品，公司已新增冷冻千层蛋糕等冷冻甜点，业务领域由传统烘焙食品原料业务逐步拓展至烘焙食品半成品业务。

此外，2021年，立高食品的冷冻烘焙食品实现营收17.18亿元，同比增长79.7%，营收占比从2020年的52.84%提升至61%。“2021年公司冷冻烘焙产品以烘焙、商超渠道为主，两者体量相当，餐饮渠道占比10%左右。商超渠道、餐饮渠道呈现高速增长，且以商超渠道的增长值最大。”

“半成品跟中餐的预制菜有异曲同工之处，企业从成本管控、人员管控、人员配置以及硬件投入等都在做一些优化手段，它的应用场景以及消费频次会越来越高，越来越快。”朱丹蓬表示。

1. 转型

在产品间实现“迁移”，打破“选品”壁垒

“新东方转型直播业务的底层逻辑在于新东方文化中的名师基因，作为1993年成立以来曾走出诸多知名人物、以好老师为核心资产的公司，新东方此次因‘出圈’再次印证这一企业基因的影响力。”姚蕾表示。

心理学家艾伯特·麦拉宾表示：一条信息所产生的全部影响力中，7%来自语言文字，38%来自声音，剩下的55%则全部来自无声的身体。

如今，东方甄选的直播间正将这种“信息”的影响力发挥到极致，在诗意的文字中，它包含的不再是单纯的商品信息，而是投射出更多的情感和经历，比如回忆初恋，回忆母亲，通过与观众达成的共识形成一种更长久的依赖甚至共情。久而久之，价值认同成为主流，“卖货”似乎反倒成了直播的“附产品”。

那么，到底该如何看待这种直播的新模式呢？这要从新东方的创始人俞敏洪的转型说起。

2021年10月25日，新东方在线发布公告称，停止K9学科类培训，并于2021年11月末生效。在此之前，K9学科类业务约占新东方营收的六成。这注定成为新东方历史上一次伤筋动骨的“变革”。按照俞敏洪后来的总结，2021年新东方的市值蒸发了90%，营业收入降低了80%，裁员6万人，遣散费以及房屋租金等现金支出达200亿元。

对新东方来说，转型压力已箭在弦上。2021年11月7日，俞敏洪进行了第一次直播带货，在三个小时的直播时间里一共卖出了500万元的货。从某种意义上来说，这也可以说是新东方布局直播业务的开始。

2021年12月7日，东方甄选（北京）科技有限公司成立，并在随后的12月28日，新东方“东方甄选”直播间登录抖音平台，首日GMV（商品交易总额）突破500万元。但在之后数个月的时间里，正如董宇辉所说，直播间里经常是自己的父母和朋友在支持。

但在近半年的坚守之后，东方甄选中英双语带货直播的创新模式迅速在抖音爆红。6月10日，

“新东方主播”话题登上微博热搜榜，当日东方甄选直播间观看人次达到900万人次，GMV达到1486万元，到6月18日，粉丝数量突破2000万人。整个7月，GMV更是达到了7亿元。

对此，国海证券研究所证券分析师姚蕾认为是“内容+产品+品牌背书”形成的核心竞争力，促成了东方甄选直播间的“出圈”。

“新东方转型直播业务的底层逻辑在于新东方文化中的名师基因，作为1993年成立以来曾走出诸多知名人物、以好老师为核心资产的公司，新东方此次因‘出圈’再次印证这一企业基因的影响力。”姚蕾表示。

正是有了“好老师”这样的人才基础，新东方实现了优质内容的可持续开发。同时，这些优质的内容虽然因为“名师”的个性化而风格各异，但却在“情怀”的调性上保持了高度一致。

“从绝望中寻找希望，人生终将辉煌”这一新东方语录曾经打动了出国留学的一代人，如今的新东方开始更加关注喧嚣世界中的眼界和心灵。

企查查App显示，俞敏洪目前共计关联83家公司，担任18家公司法定代表人，对外投资公司43家，其中涵盖十余个行业，包括软件和信息技术服务业、商务服务业、零售业等。但是，俞敏洪不管涉足多少行业和企业，文人出身的他总是在进行着哲学命题上的思考，就像董宇辉在一场直播中所说的，“我没有带你去看过长白山皑皑的白雪，我没有带你去感受过十月田间吹过的微风，我没有带你去看过沉甸甸的弯下腰、犹如智者一般的谷穗，我没有带你去见证过这一切，但是，亲爱的，我可以让你品尝这样的大米。”

或者，正是这种“情怀”和“见识”的力量，让人耳目一新，打造了一种独特的“陪伴感”与“获得

东方甄选：从销售产品到销售情怀

编者按/越来越多的人喜欢看东方甄选直播。可以说，从教培行业转型的新东方重新定义了直播的内容和方式，并让董宇辉、YOYO、明明、顿顿、七七等一众新东方的老师走红直播间，很多人趴在直播间听他们侃亲情、梦想和情怀，也顺便买了不少东西。在半年多时间里，东方甄选获得了巨大的流量。

对比半年前，新东方一度深陷转型困局，美股新东方（EDU）股价在一年之间遭遇了从每股196.94美元的高点跌落到不足2美元的窘境，上市以来的首次亏损更让其现金流骤减。

但在目前，多家券商开始给予新东方在线（01797.HK）“买入”评级，比如申万宏源证券就认为，随着东方甄选热度激增，以及大学生业务企稳恢复，预计新东方在线2023财年扭亏为盈。预计新东方目标企业价值为206.35亿港元，对应目标价为每股20.59港元。

目前抖音上的公开数据显示：东方甄选的粉丝量达到2368.5万，7月累计销售额突破6亿元。蝉妈妈数据也显示，7月东方甄选共开播31场，观看人次突破7亿，场均观看人次突破2000万，成为销售额排名第一的蓝V达人。

那么，如何看待新东方的这一转型，从销售商品到销售情怀，新的直播模式能否缔造新东方的“第二增长曲线”？要打造持久的生命力，还需要怎样的商业操盘？这一模式是否可以复制，对其他面临转型的企业来说，是否具备样本意义？



2022年7月19日，北京，市民在手机上观看东方甄选抖音直播间，主播董宇辉正在卖书。
视觉中国图

感”，从而成就了当下直播所稀缺的内容。

与此同时，直播内容激发的价值认同和情感共鸣，非常容易在产

品间实现“迁移”，从而打破“选品”壁垒，为东方甄选的品类布局奠定出更为宽广的赛道，甚至有希望反哺其大学教育等原有业务。

2. 操盘

从流量聚合、产品矩阵到供应链布局

事实上，反观近年来直播市场的演变，从注重销量到注重用户存量，从产品电商到兴趣电商，内容的重要性正日益突显。只有优质的内容，才能成为真正的流量密码。

在抖音平台上，东方甄选这样描述自己：“新东方集团、新东方在线唯一农产品直播带货平台，每天7:00—00:30东方甄选陪你。”一句“陪你”，透露出了这一直播间的情怀调性。

但是，如果仅仅是这些，东方甄选还很难从众多的直播带货中凸显出来，更准确地说，双语直播的新颖性即便能成为爆红的“导火索”，但要打造持久的生命力，要让直播真正成为新东方的“第二增长曲线”，还需要更为系统的商业操盘。

这就非常考验企业家对时代的判断力，以及对商业和直播行业的深度理解。著名财务管理专家、财经畅销书作家邹志英从管理会计角度分析新东方的转型模式时告诉《中国经营报》记者，“新东方教育转型直播带货解决了企业在不确定性环境下的战略布局和商业模式重新选择问题，正如迈克尔·波特所说，所有的企业竞争中都会面临三种战略选择，一是总成本领先战略，二是差异化战略，三是专一性战略。”

在邹志英看来，“当多数传统直播走着‘一路狂奔、货品哄抢’的路线时，新东方之东方甄选的直播间却采取了差异化竞争战略，凭借着教师们多年的授课功底，让每天处于社会焦虑中的‘打工人’得到了心灵的慰藉，在选商品时得到了情绪价值，在直播行业中建立起新奇特的风格。”

事实上，反观近年来直播市场的演变，从注重销量到注重用

户存量，从产品电商到兴趣电商，内容的重要性正日益突显。只有优质的内容，才能成为真正的流量密码。

信达证券首席分析师冯翠婷指出，“直播电商早期的折扣直播电商形式，满足了高效匹配和丰富展现形式等需求。兴趣电商则以优质内容激发用户的兴趣，吸引用户的停留、互动，产生购买转化。东方甄选优质内容持续产出，契合兴趣电商的发展趋势，流量具备持续性，直播间观众消费能力强。”

Hi-Finance 创始人兼 CEO 王钊在接受本报记者采访时曾表示，“优秀的主播要具备两项能力，一是亲和力，二是稿件撰写的能力，否则每次动辄高达几个小时的直播频率，写稿子根本跟不上，根本撑不起每场直播12000字的内容量。”

这就需要主播具备强大的思

考能力与现场表达能力，正是这一点，与新东方深耕教育培训行业30年所积累的优质内容开发经验相契合，进而实现了企业战略资产（名师和个性化人才）的递延效果。

由此，抖音与新东方各取所需，一拍即合。“‘出圈’是内部创新和外部机遇结合的结果，但抖音兴趣电商的推流算法实质是放大器，走红背后本质还是东方甄选提供的内容和货品能够与抖音的用户标签相匹配。”冯翠婷表示。

不过，东方甄选并没有单纯依

赖抖音，而是通过打造主播的个人

IP，全方位、多平台地为直播间吸引

流量，通过内容聚合进一步打开“流量之门”。比如，借助主播的个人微博、小红书、抖音持续更新主播的个人生活，通过直播间和个人社交媒体与粉丝进行高频的互动，在引流的同时增加了粉丝黏性。

《企业直播》一书的作者、保利威副总裁周鑫告诉记者，“内容聚合可以帮助企业增加内容传播效率，并进行有针对性的引流。比如，一场直播之后，可以把一个内容在系统里分成45分钟的精华版、15分钟的短视频、5分钟的抖音版本、15秒的浓缩版，不同的内容形态，可以实现不同的传播目标。”

新东方很好地利用了这一方式，如今，无论是在微信视频，还是抖音上，都可以看到东方甄选各种版本的直播剪辑，他们还对这些剪辑的小视频进行了分类，比如，在抖音上，就有丈量河山、东方甄选自营品、甄选小作文、戏精老师、冷知识测评等作品909个，对这些内容，网友可以进行传播、分享和点赞。有数据显示，东方甄选直播时基本没有用付费流量。

基于内容聚合和流量聚合形成的巨大加持，东方甄选开始不断壮大自己的产品矩阵。就在不久前，东方甄选美丽生活账号上线，开始面向更广阔的女性市场打造第二增长曲线。而在此之前，农产品、图书、自营产品等子账号已经开始充分挖掘各垂直品类消费人群需求。

信达证券的研究报告显示，从观众画像来看，东方甄选的直播观

众（截至6月27日），女性居多（大约70%），31—40以及24—30岁的年龄层居多（分别约为40%和30%），一线及新一线城市居多，消费能力较强。这为共同打造多极增长的账号矩阵奠定了用户基础。

数据显示：7月东方甄选直播间共上架1315件商品，其中食品饮料产品占比达到了53.99%，相比6月占比进一步提高。食品饮料、生鲜蔬果、图书音像依然是东方甄选直播间内销量最多的商品。

然而，伴随直播带货产品品类的不断扩张，供应链管理的重要性日益突出，北京银杉科创投资管理中心合伙人张伟明告诉记者，“直播带货，理论上谁都可以做，但作为一个企业去成规模经营就不容易了，涉及到供应链及产品选品及营销策略等，一般的直播带货平台缺少对物流及供应链的监督及产品质量把控能力，而这两者恰是直播带货平台竞争力最重要的体现。”

显然，流量暴涨正受到供应链的约束。对于这一点，俞敏洪表示，“东方甄选以卖农产品为主，绝对不是为了出名，也不是为了热闹，而是要建一个优秀的农业和生活产业链。”按照俞敏洪的规划，首先，新东方要建立一个立体化销售平台，除抖音外还会考虑其他平台，甚至自建平台，培养更多的主播。其次，要建立自己的产品体系，打造自己的产业链。再次，寻找以高科技为核心的农业产业公司，并在适当的时候以投资或者合作的方式进行参与。

3. 模式

是否可持续与是否可复制

一位要求匿名的受访对象就表示，“东方甄选的模式很难复制。因为东方甄选是组合能力，不是单一能力。组合能力具有稀缺性。当用户习惯了高品质的组合能力后，很难再适应简单粗暴的直播带货。”

伴随东方甄选直播间的爆红，加上以产品为中心、具备更好的盈利潜力，其模式是否可持续以及是否可复制，开始被业界关注。

公开信息显示：东方甄选的直播间的模式兼具店播和达人播的特点，更接近产品型公司，运营内容和货品时更加产品导向。

同时，从收入模式上来看，东方甄选不收取坑位费，与一般的MCN公司在收入模式（带货、广告、代运营、坑位费等）和成本构成上存在差异。其薪酬管理承自新东方在线管理体系，相较头部达人不采用分成模式，在直播时也基本没有付费流量。加上品牌信用，自营产品供不应求，毛利率高。

对此，一位要求匿名的受访对象就表示，“东方甄选的模式很难复制。因为东方甄选是组合能力，不是单一能力。组合能力具有稀缺性。当用户习惯了高品质的组合能力后，很难再适应简单粗暴的直播带货。”

在上述分析者看来，“组合能力包括了前台人员的表达能力（知识量、控场能力、感染力、价值观正向的一致性），企业进行选品的能力，推出新品的速度，以及自营的比例不断提升带来的可控性和盈利空间。”

再来看东方甄选的用户质量，这可以通过三个数据进行观察：一、自营购买粉丝达到100多万；二、橱窗购买粉丝达到了400多万；三、回头客达到274万+。这些指标都非常良性，与企业拥有的组合能力互为表里，相互促进，最终形成企业的竞争壁垒。

对于东方甄选模式的可持续性及带给新东方的未来前景，虽然诸多券商都给出了盈利预期，但仍有不少问题值得警惕和绸缪。

张伟明认为，“直播平台主持人及团队是需要筛选和培养

观察

新东方转型的样本意义

是俞敏洪，还是东方甄选，其选择农产品电商作为直播切入点，本身就包含了社会责任的“情怀”。

所以，从销售“商品”到销售“情怀”，不仅仅是直播间的文字渲染，更重要的是企业在进行收入模式选择中的价值选择。

举例来说，东方甄选不收取任何坑位费，采用纯佣金的收费模式，佣金比例根据商品性质，大约在10%~20%左右，图书品类的佣金会较低。相对业内要求商家提供最低价值，抽成比例普遍高达20%到50%，东方甄选的利润率会大幅下降。

对于这一选择，新东方在线CEO、东方甄选负责人孙东旭在向媒体解释时表示，“农产品没那么高利润，你怎么能要求他给高佣金？我们要尊重行业规律，不追求利润率，追求利润量，做成规模就好。”

在记者看来，这句话应该放在当前农业产业链利益分配不均的背景下来看，面对利益诱惑，东方甄选能做到向产业链让利，向农产品提供者让利，这是真正的“情怀”，也是其获得持久生命力的根基。

最后，东方甄选的爆红，可以反哺新东方的教育业务，也可以让新东方的股价翻番，但新东方的主业仍然是教育。这也意味着，企业即使转型探索，主业也不能丢。6月28日，俞敏洪在其个人微信公众号“老俞闲话”中表示，“东方甄选一热闹，大家以为新东方只做农业了，其实新东方主要做的事情还是教育，教育是新东方的主要业务。”

本文章均由本报记者屈丽丽采写