



中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

中央预算内投资已超三成

NA2

“果链”变动和中企增减背后

C1



北京瑞泊控股乙壤月： 中国AI大模型的差异化发展之路

与老板对话 D4

近两年来，AI大模型持续占据全球科技界的“顶流”位置，至今热度居高不下。因具有实质性突破的ChatGPT、Sora均出自美国人工智能公司OpenAI，中国如何发展大模型、实现差异化突围成为行业内外关注的焦点问题。对此，业界有一个形象的比喻：中国发展大模型不能跟美国“打篮球赛”，一直跟随容易“满场乱飞”，而应当使用“下围棋”的方法，在技术相对落后的的情况下，通过大模型赋能各个产

业领域，以实现人工智能在应用上的突破和提升。

北京瑞泊控股(集团)有限公司(以下简称“瑞泊”)是中国最早进入预训练大模型技术领域的团队之一，自2018年起与OpenAI这些国际主流AI实验室同步开始预训练大模型及相关应用的研发，瑞泊核心团队在自然语言处理技术上已有超过十年的技术积累。瑞泊先后获得国家级科研机构2021年科技成果转移转化一等奖、被誉为人工智能界“奥林匹克

金牌”的2022年“中国AI金雁奖”技术创新大奖、2023年中国十大AI大模型案例及国家特色产业集群赋能典型案例大奖。目前，瑞泊VIDYA智慧认知大模型已应用于服务于金融、工业、IT运维等众多行业领域。

为了深入了解中国大模型技术的发展状况，尤其是在各个行业领域的赋能价值与应用潜力，《中国经营报》记者近日专访了瑞泊创始人、董事长乙壤月博士。

社评

从一季度经济数据看中国经济的信心与底气

出人意料，又在意料之中。近日发布的各项数据显示，一季度，在外部环境复杂严峻的背景下，中国经济起步平稳、开局良好，交出了一份不错的成绩单：一季度国内生产总值同比增长5.3%，固定资产投资同比增长4.5%，高技术产业投资同比增长11.4%，货物贸易进出口总值达10.17万亿元，同比增长5%，进出口增速创6个季度以来新高……

这样的经济数据，有些出人意料，是因为当前我国外部环境复杂性、严峻性、不确定性仍然较大，国内有效需求依然不足，社会预期还有些偏弱，经济运行还面临不少风险挑战，能取得这样的成绩实属不易，好于预期。

而在意料之中，则是因为中国经济韧性强、潜力大、回旋余地广、长期向好的基本面没有改变，今年，我国在转方式、调结构、提质量、增效益上持续发力，出台了一系列政策，取得了良好的效果。正是在这一揽子政策的推动下，我国经济才能取得上述成绩，因此，一季度中国经济“开门红”也就在意料之中。

仔细分析中国经济一季度成绩单，我们发现，拉动经济增长的“三驾马车”——投资、消费和外贸同时发力，协调并进。三大指标增长总体稳定、稳中有升。一季度，固定资产投资同比增长4.5%；社会消费品零售总额同比增长4.7%，服务零售额同比增长10%；海关发布的数据，进出口同比增长5%，创6个季度以来新高。

更为值得关注的是，从一季度经济数据可以看出，我国经济结构更加优化，高质量发展取得显著进展，新质生产力正在加速形成。

从产业结构看，第一、二、三产业增加值对经济增长的贡献率分别为2.7%、41.6%、55.7%，工业、服务业回升共同带动国民经济稳中有进。

从供给看，一季度规模以上高技术制造业增加值同比增长7.5%，比2023年四季度提升2.6个百分点，新业态、新模式持续涌现，增势强劲，比如3D打印设备、服务机器人产量分别增长40.6%、26.7%；生产性服务业发展提速，信息传输、软件和信息技术服务业增加值增长13.7%，较上个季度加快2.5个百分点。

从需求看，一季度社会消费品零售总额同比增长4.7%，内需对经济增长的贡献率达到85.5%，庞大的市场消费潜力成为经济持续稳定的压舱石。

在看到中国经济发展成绩的同时，我们也应清醒地认识到，目前外部形势依然复杂严峻，国内正处在结构调整转型的关键阶段，我国经济发展仍然面临一些困难和挑战，经济稳定向好的基础尚不牢固，比如，房地产开发投资依然低迷，财政收入还保持低位增长，部分企业运营承压，中小微企业恢复不如大企业，等等。

发展之路并不都是一帆风顺的。我们要推动高质量发展，形成新质生产力，就必然要大力推进新旧动能转换，其中，必然会遇到各种矛盾和挑战。一季度我国经济延续回升向好的态势，为我们应对上述种种挑战、推动中国经济长期向好发展、扎实推动高质量发展，进一步提振了信心、夯实了底气。

从长远来看，中国经济高质量发展的信心和底气来自哪里？我们认为，社会主义市场经济的体制优势、

以更大的决心和力度深化改革开放的勇气、超大规模市场的需求优势、产业体系配套完整的供给优势、大量高素质劳动者和企业家的人才优势，正是我们最大的信心和底气。

今年全国两会，习近平总书记在参加江苏代表团审议时强调，“要谋划进一步全面深化改革重大举措”，“持续建设市场化、法治化、国际化一流营商环境，塑造更高水平开放型经济新优势”。

《政府工作报告》提出：“我们要以更大的决心和力度深化改革开放，促进有效市场和有为政府更好结合，持续激发和增强社会活力，推动高质量发展取得新的更大成效。”

我们看到，一季度我国经济能取得“开门红”，正是得益于改革红利的释放，归功于体制机制的创新。从印发实施《扎实推进高水平对外开放更大力度吸引和利用外资行动方案》，到出台大规模设备更新和消费品“以旧换新”等政策措施；从1万亿元发债资金全部落实到1.5万个具体项目，到降准0.5个百分点向市场提供长期流动性1万亿元……

一揽子带着改革味道的政策措施，一系列体制机制的创新举措，有力地推动了经济高质量发展。数据显示，今年3月，作为经济运行风向标的中国制造业采购经理指数达到50.8%，重回扩张区间，市场信心稳步回升。

从超大规模市场的需求优势来看，我国14亿人口、1.4亿个中等收入家庭、4亿左右中等收入群体，为我国消费市场稳步复苏和经济增长提供了强大的动力。

我们看到，正在北京如火如荼

举办的北京国际车展，参展的国内外知名汽车及零部件制造商，总数达1500多家，全球首发车型100多款；在海南，第四届消博会吸引了来自71个国家和地区的4000多个品牌参展，规模再创历史新高；在广州，第135届广交会参展企业达2.9万家，其中新参展企业超4300家，开幕首日境外采购商到会超6万人。

“五一”假期将至，我们看到，在线上各平台，假期出游进入预订高峰期，热门线路火车票开售“秒光”。有机构预计，今年“五一”假期旅游热度将在去年高位基础上稳中有增。

中国超大规模市场的吸引力和活跃度可见一斑，这也是中国经济发展的强大底气。

从人才优势来看，有两个数据值得我们重点关注：超500万，这是中国每年科学、技术、工程、数学专业毕业生的数量，全球领先；约50%，这是国际智库统计的中国高校培养的顶尖人工智能研究人员全球占比，世界第一。

进一步分析，这两个数据表明，我国已经逐步实现了从“人口红利”向“人才红利”的跃升，人才优势既是推动科技创新、实现产业转型的有利条件，更是保持经济持续健康发展的底气所在。

一季度的良好开局，为我国经济发展打下了坚实的基础。我们相信，只要我们牢牢把握高质量发展这个首要任务，始终坚持改革开放不动摇，将自身优势用好用足，各地区各部门实事求是，因地制宜，找准工作着眼点、政策发力点，我国经济发展动能将持续增强、结构将持续向优、态势将持续向好。

本期热词

创新驱动

新质生产力理论是新一轮科技革命和产业变革背景下，习近平总书记基于对我国经济高质量发展底层逻辑的深邃系统思考，创造性提出的理论。把握新质生产力，首先要深刻认识新质生产力发展中创新的主导作用，系统分析新质生产力所具有的高科技典型特征，深刻理解技术革命性突破催生新质生产力的基本内涵。

以科技创新驱动产业发展 锻造新质生产力 A3

商票风险

“因为业务太普遍，反而忽视了风险的存在，甚至成为不法分子隐秘的‘套利手段’。”谈到商票融资，一位县级城投公司从业者这样对《中国经营报》记者说。随着上海票据交易所定期公布商票逾期名单，无论是城投主体还是投资者，都日渐对商票融资的隐秘风险予以关注。

商票融资的隐秘风险 B1

豪宅“打新”

据了解，今年，上海市豪宅市场持续热销。除融创外滩壹号院二期外，中海·顺昌玖里在开盘当日销售196.53亿元，创全国商品房单次开盘最高销售额纪录；新鸿基滨江凯旋门也是开盘售罄，单日揽金70.27亿元。

上海豪宅市场掀起“打新”热潮 B10

“甄”抢文旅

作为跨界老手，东方甄选(01797.HK)在投身直播电商业务后，不仅以“小时达”业务试水北京零售市场，更与地方文旅紧密合作，意图布局旅游相关业务。

东方甄选争夺文旅“蛋糕” D1

经济大势

A1~A4

4月LPR报价“按兵不动”..... A2

专家称未来还有下调空间

工业经济积极向好 A4

营商环境

B1~B16

中核钛白实控人及两券商违规减持的下场:B3
罚没2.35亿元+股民或会索赔

优结构强统筹 B6
国有大行布局养老金融赛道

新能源车险新规征求意见 B8
剑指“投保难续保难”

一线城市加入住房“以旧换新”队列 B11
深圳首批推13个新盘参与

上市航司业绩“逐风而上” B12

创新药盈利尚早 B14
艾迪药业加码尿激酶业务

智在公司

C1~C8

季为民: C2
共享电动自行车可发挥更重要的作用

胡强宏:我们是对合规化 C3
与高质量发展最有执念的一方

周鸿祎“走红”北京车展 C5
车企打响流量擂台赛

北京车展时隔四年重启 : C6
电“竞”更激烈 “抱团”合作成主题

独家对话F1首席商务官: C7
期待F1赛场再出现一位中国选手

消费连锁

D1~D4

茶饮品牌出海: D2
从产品到品牌的一次大考

“五一”酒店预订:县域市场崛起 D3



中经传媒智库



本报官方微信



6 942626 1440861

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

以科技创新驱动产业发展 锻造新质生产力

文/曲永义

2023年9月以来,习近平总书记多次强调,要整合科技创新资源,引领发展战略性新兴产业和未来产业,推动产业深度转型升级,加快形成新质生产力。习近平总书记深刻指出,要以科技创新推动产业创新,特别是以颠

产业革命源于少数技术的突破

每一轮产业革命的动力源头,都是少数技术的先行突破。然后,随着这些技术被各行各业广泛采用,生产力才得到了重大跃升。

人类在技术创新的道路上从未停歇,但多数技术的发展是渐进式的。在历史长河中,真正出现技术进步推动大量新产业蓬勃兴起、推动生产力实现跨越式发展的时期,其实并不多。第一次工业革命至今,堪称是全球生产力进步最快的时期。马克思指出,资产阶级在它的不到一百年的阶级统治中,所创造的生产力比过去一切时代创造的全部生产力还要多,还要大。

我们仔细考察历次工业革命,可以很清楚地发现,每一轮产业革命的动力源头,都是少数技术的先行突破。然后,随着这些技术被各行各业广泛采用,生产力才得到了重大跃升。

比如,18世纪中后期,引发第一次工业革命的最重要的技术突破,就是蒸汽动力技术。蒸汽动力技术本身的直接产品只是蒸汽机,但实际上没有哪个产业不需要动力。亚当·斯密在他的名著《国富论》的开篇之章中感叹:“由于发明了很多的机器,便利和简化了劳动,使一个人能干许多人的活。”蒸汽动力技术为机器生产提供了前所未有的强大动力,从而促使各类产业普遍实现了机器生产对手工劳动的替代,生产力也在这一变革中实现了跨越式发展。

19世纪中后期,第二次工业革命爆发,其中最关键的技术革命则聚焦到发电机、内燃机、电话、电报等极少数技术上。发电机技术和内燃机技术带来了前所未有的动力来源,让人类在动力获取方面迈入了全新的时代。同时,电话技术

一批新产业即将进入爆发期

人工智能作为当前最重要的通用技术之一,已经渗透到了工业、农业、服务业等部门,形成了一系列先导技术,以及全新的产品和流程,催生出一批即将进入产业爆发期的先导产业。

但我们需要看到,对不同产业来说,通用技术向产业专有技术转化的速度有快有慢。以第三次工业革命为例,互联网技术作为通用技术,最初只用于军事通信领域,20世纪80年代中期投入民用之后,也只是用于电子邮件服务。直到90年代初期,网页浏览器、网站、搜索引擎这些先导技术出现后,才推动互联网产业的快速崛起。

当前,人工智能、量子信息等新一代通用技术,有些还没有衍生出适合大规模产业化的先导技术,有些则已经和具体的产业相结合,形成了适用的先导技术甚至先导技术群。建立在这些先导技术之上的战略性新兴产业和未来产业正在蓬勃发展,构成了现阶段引领新质生产力发展的先导产业。

人工智能作为当前最重要的通用技术之一,已经渗透到了工业、农业、服务业等部门,形成了一系列先导技术,以及全新的产品和流程,催生出一批即将进入产业爆发期的先导产业。

例如,人工智能技术应用到汽车领域,催生了智能网联汽车这一全新产品,形成了智能决策、智能控制、环境感知等相关的先导技术,围绕智能网联汽车的产业链生态也在快速成形。

从供给端来看,华为、阿里巴巴、百度、腾讯、商汤、大疆等信息通信领域的头部企业,凭借各自的技术优势,提供差异化的汽车智能化解决方案,使得智能辅助驾驶系统在新型车上的装载率快速提高。2023年,国内市场汽车

覆盖技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能,发展新质生产力。

新质生产力理论是新一轮科技革命和产业变革背景下,习近平总书记基于对我国经济高质量发展底层逻辑的深邃系统思考,创造性提出的理论。把握新质生产力,首先要深刻认识

新质生产力发展中创新的主导作用,系统分析新质生产力所具有的高科技典型特征,深刻理解技术革命性突破催生新质生产力的基本内涵。

从科技革命和产业变革的一般规律看,新质生产力会催生一些部门的增长,主要包括动力产业、先导产业、新型基础设施产业

和引致性产业这四大类部门,以及与之相对应的通用技术、先导技术、新型基础设施技术、传统产业改造技术。这些技术与产业一起构成了新质生产力的技术体系和产业体系。

那么,新技术如何催生新产业?新技术又如何推动传统产业裂变、升级,迸发新生机呢?



第十四届全国政协委员,中国社会科学院工业经济研究所党委书记、研究员曲永义

本报资料室/图

推动着战略性新兴产业和未来产业的发展,像智能网联汽车、氢能、新材料、创新药、生物制造、商业航天、低空经济、量子计算与通讯等产业都属于先导产业。

之所以称其为先导产业,是因为这些产业是突破性技术最先应用、最早实现大规模产业化的产业。

大家熟悉的汽车产业的发展,就是通用技术催生新产业的典型案例。过去十几年,我们身边的汽车越来越多地从燃油车变成了混动和电动汽车。这种变化的背后,其实是新能源技术有了重大突破。但是,要把新能源技术应用到汽车产业,还需要有两个必要条件:

一是要开发出适合用在汽车上的动力电池。比亚迪、宁德时代就是这方面重要的推动者。比亚迪重点开发磷酸铁锂电池,宁德时代则专注于三元锂电池的研发,这让我在这两类动力电池技术领域具备了良好的技术储备。

通用技术催生新产业的具体过程中,最关键的就是要把通用技术与特定的应用场景结合起来,形成既基于通用技术、又适合本产业的专有技术。所以,专有技术的应用,对产业的发展至关重要。

二是汽车制造商要根据动力电池的特点,对汽车原有的设计和制造技术,进行适应性调整。比如,去年11月的广州车展上,各大新能源汽车都竞相展示自家的底盘设计,以凸显新的底盘如何契合动力电池、电动机、电控系统这“三电”系统的优化布局需要。开发适用于汽车的动力电池,是把通用技术转化成新的行业专有技术;修改汽车的子系统,如制动系统、转向系统、悬架系统、传动系统等,是让原来的行业专有技术与新的通用技术相匹配。

可见,只有在技术创新和市场应用两方面均取得显著进展,新能源汽车产业才能成为一个被市场接受的新产业。

通用技术催生新产业的具体过程中,最关键的就是要把通用技术与特定的应用场景结合起来,形成既基于通用技术、又适合本产业的专有技术。所以,专有技术的应用,对产业的发展至关重要。

从供给端和消费端来看,目前智能驾驶技术的成熟度和智能网联汽车的市场准备度都达到了比较高的水平。就在不久前的中国电动汽车百人论坛上,华为方面说,预计华为的汽车事业部今年就能实现扭亏为盈。华为是2019年才进入汽车领域的,5年就能实现盈利,这在汽车产业里非常少见。我们认为,智能驾驶技术和智能网联汽车作为重要的先导技术和先导产业,正处于爆发式增长的前夕,将成为新质生产力进步的最鲜明标志之一。

又如,人工智能技术应用到医学领域,与临床积累的大数据相结合,训练出用于医疗影像诊断的专用AI。这种先导技术一旦成熟,在医院大规模投入使用,对医疗影像诊断效率的提升将是空前的。

目前,我国医学影像数据的年增长率约为30%,每年做CT、X光检查的需求增长很快,但放射科医生的年增长率只有4.1%,这说明医生的缺口很大,工作负荷很重,很多放射科医生每天要看80—100份CT结果,需要10个小时才能看完;如果有疑难杂症,15个小时可能都看不完。另一方

面,我国优质医疗资源不均衡,导致大医院与基层医院之间、不同地区之间医生业务能力差异较大,诊断水平也参差不齐。那么如何提高医疗诊断效率和质量?专门用于医疗影像诊断的AI就能很好地解决这个问题。AI可以先行分析多种医学影像,辅助提供初步诊断。这样一来,医生可以从相对简单的、重复性的工作中解脱出来,有更多的时间去看难度高的片子,去做更精细的诊断。在供给端,虽然目前医疗影像AI技术还不够成熟,但近五、六年,我国就有联影集团、数坤科技、深睿医疗、医准智能、鹰瞳科技等不少企业进入了这一赛道,发展出了各有侧重的医疗影像AI解决方案。

在需求端,医院也在积极拥抱这项先导技术。北京协和医院、华西医院、中山医院等很多顶级医院的影像科都有了医学影像AI的服务器,而且是多个厂家、不同AI的服务器。可以说,医疗影像AI这个先导产业已经初具雏形。未来,如果不同机构的医疗影像数据能得到整合,更多的数据能用于AI训练,医疗影像AI的技术成熟度就会更快提高,更好地为广大老百姓的身体健康保驾护航。

实际上,像农业这样被视为最传统的产业,也在被人工智能等通用技术快速渗透。例如,人工智能、大数据技术和农业生产中的育种技术结合起来,就形成了智能育种这一先导技术,智能育种的先导产业也在快速成形。我们知道,种子就像是农业

科技创新让传统产业进发新生机

在实际调研中,我们从众多传统产业改造提升为新质生产力的案例中,总结出三种主要模式,即产品高端化、流程工艺再造,以及商业模式再造。

今年全国两会期间,习近平总书记在参加江苏代表团审议时强调,“发展新质生产力不是要忽视、放弃传统产业”。他指出,要“以科技创新为引领,统筹推进传统产业转型升级、新兴产业壮大、未来产业培育”。

这一重要论述的提出,不仅是因为传统产业在我国产业体系中仍然占有很大比重,是我国制造业的基本面;更是因为通用技术、先导技术向传统产业渗透的过程中,会与传统产业技术发生神奇的化学反应,成为传统产业加快发展的“加速器”,促使传统产业进发新生机,促成“老树”发“新枝”。

随着通用技术和先导产业的成熟发展,以及新型基础设施成本的不断降低,这些前沿技术和服务开始广泛渗透到纺织服装、化工、建材等传统产业。它们与这些传统产业的专有技术相结合,对传统产业的产品、生产流程和业务模式进行全面改造,可以极大提升传统产业的效率和质量。在这一过程中,传统产业也成功转型,加入新质生产力的行列,成为新质生产力的引致性产业。

所谓引致性产业,简单来说,就是那些受核心产业影响而发展起来的产业。就好比在临空经济区里,围绕航空运输、物流等核心产业,酒店、餐饮、银行、娱乐等产业也随之发展起来。相对于前者,酒店、餐饮产业就是引致性产业。

在实际调研中,我们从众多传统产业改造提升为新质生产力的案例中,总结出三种主要模式,即产品高端化、流程工艺再造,以及商业模式再造。

具体而言,第一种模式,是通过开发更加高技术、高端化的产品实现传统产业的跃升。传统产业的产品技术含量、附加值往往较低,新技术创新、市场需求升级等因素可以驱动低技术、低附加值的产品向高技术、高附加值的产品转变。

以折叠屏手机为例,市场调查机构IDC发布的报告显示,2023年中国折叠屏手机出货量超过700万台。但大家可能想不到,折叠屏手机和传统钢铁产业的技术进步息息相关。折叠屏手机可以折叠几十万次不变形、不断裂,主要是因为使用了一种特殊的材料做掩膜版,这就是“手撕钢”。与厚重的传统钢材不同,“手撕钢”必须控制在0.025毫米以下的厚度,大概只有A4纸厚度的四分之一,薄如蝉翼。因为足够薄,直接用手就能轻易撕开,因此,这种钢材被形象地称为“手撕钢”。

此前,我国只能轧出0.1到0.5毫米厚的钢板,远不能满足折叠屏手机对钢板厚度的需求。2016年,老牌钢铁企业太钢集团成立了“手撕钢”创新研发团队,经过多年的技术攻关,他们先后研发出厚度为0.02毫米、0.015毫米和0.012毫米的“手撕钢”,一次次刷新了“手撕钢”的世界纪录,不仅满足了折叠屏手机的需求,还因为其具有高强度、耐腐蚀、耐热耐光等特性,成为国防科技、航空航天、精密仪器等领域不可或缺的材料。

钢材从厚重,变为薄如蝉翼,表面上看是产品形态的变化,但本质上是在技术的驱动下,传统生产力向新质生产力的跃变。在“手撕钢”的研发过程中,太钢集团攻克了轧机设备、轧制方法等几个技术难题。实际上,像太钢集团这样,传统产业通过技术创新推出新产品,最终形成新质生产力的案例还有很多,比如化工领域的新型塑料、家电领域的智能家电等。

第二种模式,就是通过传统技术和新兴技术的融合创新,再造传统产业生产流程和工艺技术。传统产业之所以“传统”,一个主要原因就在于生产技术、工艺流程老化,生产效率较低。然而,通用技术、先导技术的迭代成熟,以及技术应用成本下降,为传统产业的技术改造、工艺流程优化创造了条件,进而形成了新技术与传统技术融合创新、催生新质生产力发展的良好态势。

我们坚信,中国能够培育出全球最适宜新质生产力发展的制度沃土,能够充分利用新科技革命打开的机会窗口,以新技术加快推动新质生产力发展,为实现中国式的现代化,为人类文明进步贡献力量和智慧。

作者系第十四届全国政协委员,中国社会科学院工业经济研究所党委书记、研究员

比如煤炭产业,过去熟悉的画面是黝黑的矿工、幽深的矿井,甚至是令人痛心的矿难。但随着F5G、5G、人工智能等新技术的应用,传统煤炭产业正呈现一个新的面貌,从开拓、采掘,到洗选、运输、安全保障,各个环节都实现了智慧化,未来,无人化、智慧化、安全化煤矿,将成为煤炭产业的新常态。

以河北省一家煤炭集团为例,该集团矿井均属于深井矿,井深超千米,高瓦斯、高粉尘、水文条件极为复杂。以往的通信技术无法实时将井下画面上传到井上。但随着科技的发展,该集团采用千兆光网技术对煤炭网络基础设施进行了改造升级,同时叠加人工智能、智慧相机、智能测量等新技术,实现了煤矿生产的智慧化改造。过去,“脏、苦、累”的井下工作,如今穿着白色的工作服,坐在井上明亮的调度指挥中心就能完成,矿工也从“挖煤工”变成了“挖煤工程师”。到2023年6月,国家能源局发布的全国煤矿智能化建设典型案例已达80项,展现了传统煤矿产业利用新技术发展成为新质生产力的生动画面。

第三种模式,是通过商业模式再造和传统制造业服务化转型,实现价值链攀升和新质生产力培育。

经济学中有一个概念叫“微笑曲线”,说的是在产业链中,前端研发设计和后端品牌营销附加值较高,中间的制造环节附加值最低。长期以来,我国传统产业一直处于“微笑曲线”最低端的生产制造环节。但如今我们可喜地看到,随着新兴技术的应用,传统制造业进行商业模式再造、向产业链高端攀升的趋势越来越明显。

以工程机械龙头企业三一重工为例,其运用工业互联网、5G、GPS、RFID等技术,将分布全球的数万台设备全部连接,实时在线获得数据,通过网络协同和数据智能为客户提供设备健康管理、操作模式评估优化、工程施工信息服务等增值服务。与此同时,这些新技术也有效提升了三一重工的服务效率,工程师响应时间从原来的300分钟缩短至15分钟,主要服务区域能2小时到达现场,24小时完工,一次性修复率从75%提升到92%。通过以上变革,三一重工实现了从卖产品到卖服务的转型,成为工程机械行业新质生产力发展的典型样板。

除了三一重工,还有很多通过新技术赋能实现转型的案例,比如专注于数字化解决方案的上市企业宝信软件(600845.SH),原本是宝钢集团的一个信息化部门,在推动钢铁产业数字化转型的过程中,逐渐形成了全流程的数字化解决方案,进而从传统钢铁产业裂变为领先的数字化企业。

通过上述案例可以发现,我国传统产业的发展成为新质生产力是大有可为的。我国传统产业体量大,当传统产业都发展成为新质生产力的时候,我们的社会经济将会呈现一幅欣欣向荣的图景,我们离高质量发展、离中国式现代化、离中华民族伟大复兴将越来越近。

实际上,全球新质生产力的竞争,表面上看是国家间新技术和新产业的竞争,本质上则是国家间的制度、文化的竞争,谁能率先提供与新科技浪潮和产业变革匹配的市场机制、产业监管、金融制度、产业政策,谁就能在竞争中胜出。因此,我们要充分发挥中国的制度优势,凝聚发展新质生产力的社会合力和信心。

我们坚信,中国能够培育出全球最适宜新质生产力发展的制度沃土,能够充分利用新科技革命打开的机会窗口,以新技术加快推动新质生产力发展,为实现中国式的现代化,为人类文明进步贡献力量和智慧。

工业经济积极向好

中国社会科学院工业经济研究所课题组

工业经济作为中国经济的稳定器、压舱石,一季度表现超预期,工业利润、进出口、制造业投资实现较快增长,新动能稳步聚集、积极因素不断累积,总体呈现积极向好态势,再次印证了我国经济增长潜力大、韧性好、长期向好的基本面没有改变的科学判断,再次印证了我国经济前景光明。

工业实现较快增长,高技术制造业和装备制造业作用增强

工业新旧动能转换持续推进,高技术对工业增长的作用持续增强。

一季度,全国规模以上工业增加值同比增长6.1%,增速较上年四季度加快0.1个百分点,继续保持回升向好态势。在工业41个大类行业中,37个行业增加值同比实现增长,增长面达90.2%,较上年四季度扩大24.3个百分点。在统计的619种主要工业产品中,406种产品产量实现增长,增长面为65.6%,较上年四季度扩大5.4个百分点。分行业看,高技术制造业和装备制造业持续快速增长。

一季度,高技术制造业增加值同比增长7.5%,高于全部规上工业平均水平1.4个百分点,较上年四季度加快2.6个百分点,其中智能车载设备制造、半导体器件专用设备制造、集成电路制造等行业增加值分别增长61.5%、40.6%、18.5%。装备制造业增加值同比增长7.6%,高于全部规上工业平均水平1.5个百分点,拉动全部规上工业增长2.3个百分点。其中,电子、铁路船舶航空航天行业增加值为两位数增长,分别增长13.0%和10.0%。从相关产品看,3D打印设备、集成电路、民用钢质船舶、服务机器人等产量同比分别增长40.6%、40.0%、

38.8%、26.7%。

制造业投资增速加快,高技术制造业和民间投资实现两位数增长

在推动制造业重点产业链高质量发展、加快实施制造业技术改造升级共同作用下,制造业投资增速加快。一季度,制造业投资同比增长9.9%,增速比上年全年加快3.4个百分点,比全部投资高5.4个百分点;拉动全部投资增长2.4个百分点。其中,消费品制造业和装备制造业投资分别增长13.8%和13.4%。

新动能领域投资增势良好。打造经济发展新引擎、增强发展新动能,高技术产业投资增势良好。一季度,高技术制造业投资同比增长10.8%,增速比上年全年加快0.9个百分点,比制造业投资高0.9个百分点;占制造业投资的比重比去年同期提高0.3个百分点。其中,航空、航天器及设备制造业,计算机及办公设备制造业,电子及通信设备制造业投资同比分别增长42.7%、11.8%、11.0%。

民间投资实现两位数增长。随着各项宏观调控政策持续落地显效,民间制造业投资增速加快。制造业民间投资增长11.9%,增速比全部制造业投资高2.0个百分点;电力、热力、燃气及水生产和供应业,采矿业民间投资增长较快,分别增长40.4%和21.9%。

进出口增速创6个季度以来新高,进出口结构稳步优化

一季度,我国货物贸易进出口总值10.17万亿元人民币,同比增长5%,进出口规模历史同期首次突破10万亿元,进出口增速创6个季度以来新高。其中,出口5.74万亿元,增长4.9%;进口4.43万亿元,增



今年一季度,我国工业实现较快增长,其中高技术制造业和装备制造业持续快速增长。图为2024年4月9日,江西赣州新能源科技城的一家汽车制造企业,工人在冲焊线上焊接车身框架。

长5%;出口和进口分别较去年四季度加快4.1个、2.3个百分点。分区域来看,对共建“一带一路”国家、其他金砖国家进出口增速均高于整体。一季度,我国对共建“一带一路”国家进出口4.82万亿元,增长5.5%,占进出口总值的47.4%,同比提升0.2个百分点。其中,对东盟进出口1.6万亿元,增长6.4%。同期,对其他9个金砖国家进出口1.49万亿元,增长11.3%,占14.7%。此外,对欧盟、美国、韩国和日本分别进出口1.27万亿元、1.07万亿元、5354.8亿元、5182亿元,合计占33.4%。

机电产品出口额占总出口的比重接近六成,其中,船舶、集成电路、汽车和自动数据处理设备出口均实现较快增长,同比分别增长113.1%、24.2%、21.7%和19.3%。值得注意的是,一季度,规上工业出口交货值由

上年四季度同比下降2.2%转为增长0.8%,回升3.0个百分点,也印证了一季度我国出口增速的回升。

工业效益改善,行业利润增长面扩大

1—2月份,全国规模以上工业企业实现利润总额9140.6亿元,同比增长10.2%,利润由上年全年下降2.3%转为正增长。在41个工业大类行业中,有29个行业利润比上年增长,增长面为70.7%,比上年全年扩大4.8个百分点。

装备制造业利润快速增长。1—2月份,装备制造业利润同比增长28.9%,增速比上年全年加快24.8个百分点,拉动规上工业利润增长6.7个百分点,贡献率达65.9%。铁路船舶航空航天运输设备、汽车、金属制品行业利润分别

增长90.1%、50.1%和27.8%;通用设备行业受产业链持续恢复带动,利润增长20.7%。

消费品制造业利润增长达两位数。1—2月份,消费品制造业利润由上年全年下降1.1%转为同比增长12.9%,在13个消费品制造大类行业中,有11个行业利润增长。其中,造纸、家具、纺织、文教工美行业利润分别增长3.37倍、1.98倍、51.1%、50.4%;食品、酒饮料茶行业利润分别增长15.8%、14.2%。

区域发展态势总体良好,工业大省表现突出

分区域看,各区域工业发展都呈现良好发展趋势。1—2月份,在31个省(区、市)中有29个地区工业增加值实现增长;有25个地区工业增加值增速较上年全年加快增

长。浙江、广东、江苏和山东四个工业大省工业增加值同比分别增长11.4%、10.6%、9.6%和9.4%,较上年分别加快5.4个、6.2个、2个和2.3个百分点,为稳定全国工业经济作出重要贡献。广东省在产的行业大类增长面76.9%,比上年全年提高20.5个百分点;山东省工业41个大类行业中38个实现正增长,增长面为92.7%,较去年全年扩大12.2个百分点;浙江省工业38个大类行业中35个增加值增长,其中汽车(28.8%)、化学原料和化学制品(15.5%)、纺织(14.1%)、通用设备(11.8%)等重点行业增长较快。

市场预期改善,中小企业信心回升

随着一系列稳增长惠民生的政策组合拳发力,企业信心得到提振,市场预期改善。今年一季度中国中小企业发展指数为89.3,比上季度上升0.2点,高于2022年同期水平,与2023年同期持平。3月份,中国制造业PMI为50.8%,是2023年10月以来首次重回扩张区间,且创下近一年来的新高。

今年3月份,中、小型企业PMI分别为50.6%和50.3%,历经11个月后重回荣枯线上,充分体现了支持中小企业发展政策实施效果以及中小企业自身发展韧劲和潜力的释放。此外,3月份渣打中国中小企业信心指数(SMEI)由2月份的50.9升至51.6,为自2023年5月以来最高水平。SMEI子指数中,预期指数亦升至51.6,为近9个月的峰值;中小企业经营现状指数较2月份回升1.2个百分点至51,其中,制造业中小企业经营现状指数大幅升至53.6,为近6个月来最高水平,销售、生产和新订单预期指数均升至50以上。

(执笔:史丹、张其仔、张航燕)

海南掘金“火箭”经济 每周或都有商业发射

本报记者 索寒雪 海口报道

海南即将向“星辰大海”掘金。2024年第四届消博会期间,海南省工业和信息化厅厅长刘

立武透露,位于海南文昌的中国文昌航天发射场,“在今年9月份之前可以形成常态化的发射,以后每周或都有发射”。

这些火箭发射将为海南文

旅注入新生。

一位海南政府高层向《中国经营报》记者表示,如果不做宣传,每次发射会有3万—8万人来观看,如果略做宣传,就会形

成20万人以上的规模。

2023年,文昌国际航天城完成营收221.01亿元,园区入驻企业超2600家,其中航天类企业近540家。

定制新型旅游产品

前述人士认为,依靠火箭发射,海南文旅市场将出现巨大的发展空间。

“如果每次20万人观看火箭发射,我们现在能给他们提供的产品是非常少的,这些人下了飞机,只能到海边去转一转,到椰树底下照个相,我们给人家提供的旅游内容非常有限。”该人士表示。

“所以我们现在和中国旅游集团正在准备设计一些定制化的产品。”他补充道。

据了解,文昌航天发射场位于海南岛东部,终年温暖;距离海口、博鳌机场均

只有约1.5小时车程,距文昌高铁站约半小时车程;目前有淇水湾海滩、石头公园、东郊椰林、龙楼镇屋顶等多个对公众开放的航天发射观看点位。

而“商业航天”将是常驻海南的产业。商业航天是指利用商业模式运营的航天活动,旨在通过商业市场的方式开展航天技术和服务的研发、制造、发射和应用。

2024年《政府工作报告》提出,大力推进现代化产业体系建设,加快发展新质生产力,积极培育新兴产业和未来产业,积极

打造生物制造、商业航天、低空经济等新增长引擎。

作为新增长引擎之一,“商业航天”首次被写入《政府工作报告》。

前述人士表示,我们的商业航天会发展得非常快,中国没有看过火箭发射的人很多,我们海的对面是东南亚,将来也会有很多人来看。

他介绍,就火箭发射的频率,“明年下半年的目标是高频”。

有消息称,海南的商业航天发射场还没建好,大批火箭已“排队”等待上天。海南国

际商业航天发射中心2022年7月开工建设,计划2024年实现常态化发射。一号发射工位工程建设已基本完成。二号发射工位5月底完成设备现场安装调试。

2024年“五一”小长假即将到来,民间已经有火箭观礼的旅游项目推出。

公告称,“嫦娥六号”作为探月工程四期首发月球探测器,将发射出征月球,登陆月球背面南极地区,采样并返回地球”。据了解,该项目包含嫦娥六号发射管理以及4天的旅游行程,每人收费约1800元。

火箭的“前店后厂”模式

刘立武认为,海南利用地理位置的优势,可以大力发展航天工业。

文昌具有纬度低、射向范围广、落区安全、交通便利的区位优势,能够形成高效率、低成本的核心发射能力并拥有全国唯一商业航天发射场。

落户文昌的540家航天企业,健全了产业链。“我们也见证了我们的超级卫星、火箭工程的建设,这一项目落户海南有很多好处,一些设备可以在我们的生产车间生产出来就测试,测试推出来就发射,把很多环节,如拆卸、组装、运输都省略掉。”刘立武说。

文昌市市长刘冲近期对外表示,以商业航天发射场为核心形成的产业发展逻辑,正得到广泛实践认可,产业集聚效应正吸引航天头部企业在文昌加速布局。“今年下半年将实现常态化发射,已逐步形成以火箭院、中国星网、国家航天局、中国空天院为链主的产业链生态。”

目前,文昌国际航天城正依托商业航天发射场,构建火箭链、卫星链、数据链和“航天+”产业链,全力构建“一中心两区”,即国际发射中心、国家级商业航天创新示范区、国际合作先行区。

中国商业发射的需求较大。2023年全年,全球共发射火箭224次,其中发射数量最多的国家为美国,共发射116次,中国紧随其后。除中美两国外,其他国家发射次数的总和为41次。

马斯克公开表示,2024年SpaceX将会每两天发射一次互联网卫星,直至2027年总共发射4.2万颗,彼时“星链”将霸占卫星互联网超七成的空间。

中国也将形成自己的“星链”。从中国的制造端看,也正在形成超前的制造能力。

《上海市促进商业航天发展打造空间信息产业高地行动计划(2023—2025年)》指出,

形成从火箭、卫星、地面站到终端的全覆盖产业链,发展新一代中大型运载火箭、低成本高集成卫星、智能应用终端三大拳头产品,形成年产50发商业火箭、600颗商业卫星的批量化制造能力。

北京航天五院人士曾向记者表示,马斯克的商业运作模式值得关注,但是,中国目前通信导航卫星领域已经在产品化、国产化、批量化、数字化和技术经济一体化方面探索,并进行设计端和制造端的深入融合,不断提升产研融合以及任务履约能力,为加速实现航天强国助力。

铁路投资“淡季不淡” 一季度完成1248亿再破纪录

铁路建设速度已超计划

本报记者 路炳阳 北京报道

2024年一季度,全国铁路固定资产投资继续加速,再破历史纪录。全国铁路完成投资1248亿元,同比增长9.9%,其中3月完成596亿元,同比增长10.4%。近日,中国国家铁路集团有限公司(以下简称“国铁集团”)发布上述数据。

不仅铁路投资破历史纪录,一季度近10%的投资增速亦追平了2019年同期水平,为近10年来最高(因疫情原因2021年同期除外)。

国铁集团方面称,今年以来,沪渝蓉沿江高铁合肥至武汉段、漳州至汕头高铁、平凉至庆阳铁路、文山至蒙自铁路等一批新线开工建设;池州至黄山高铁正在同步开展运行试验和开通运营准备工作;兰张高铁兰州至武威段已启动联调联试,进入动态验收阶段;上海至苏州至湖州铁路、龙龙高铁梅州至龙川段、渝昆高铁重庆至宜宾段开始全线铺轨。

国铁集团人士对《中国经营报》记者表示,一季度铁路投资明显加速,虽然国铁集团没有公布2024全年投资目标,但作为投资淡季的一季度,即已完成超过1200亿元投资,这预示着2024年总投资额或将超过2023年。

2023年全国铁路完成固定资产投资7645亿元、同比增长7.5%,是铁路投资近3年来最高的一年。不过与近10年来投资规模相比,2023年铁路投资额仅位列第八。

2024年铁路建设首要目标是确保完成年度投资目标任务和实物工作量。上述人士对记者称,“十四五”规划纲要中的102项重大工程铁路项目是当前铁路投资重点,出疆入藏、沿边铁路、沿海高铁、西部陆海

新通道是项目建设重点。

就2024年铁路建设任务,国铁集团方面称,2024年将投产新线1000公里以上。这意味着按照计划,到2024年年底,全国铁路营业里程将超过16万公里。按照国务院2021年12月9日发布的《“十四五”现代综合交通运输体系发展规划》(以下简称“《规划》”),到2025年年底,铁路营业里程将达到16.5万公里。

据记者统计,自2007年中国铁路新建里程小于1000公里后(当年新建900公里),中国铁路历年新建里程均超过1000公里。从具体数据看,2024年将是17年来计划新建里程最少的一年。

就此上述国铁集团人士对《中国经营报》记者表示,当前国铁集团提出的铁路年度投产新线里程是保底建设目标,以一季度铁路建设速度看,2024年实际建设速度已经高于预计速度。他对记者预测,截至今年年底,全国铁路营业里程有望接近16.1万公里。“国铁集团有信心在2025年完成《规划》提出的目标,为建设高质量国家综合立体交通网提供铁路支撑。”他说。

相关数据显示,近年来全国铁路及高铁新建里程总体呈逐年下降态势。2019年—2023年,全国铁路及高铁投产里程分别为8489公里、5474公里、4933公里、2900公里、4208公里、2168公里、4100公里、2082公里、3637公里、2776公里。

截至2023年年底,全国铁路营业里程达到15.9万公里,其中高铁4.5万公里。2023年全国铁路投产新线3637公里,同比减少11.29%,其中高铁2776公里,同比增加33.33%。2023年国铁集团计划投产新线3000公里以上,其中高铁2500公里,2023年铁路建设任务超额完成。

商票融资的隐秘风险

本报记者 石健 北京报道

“因为业务太普遍，反而忽视了风险的存在，甚至成为不法分子隐秘的‘套利手段’。”谈到商票融资，一位县级城投公司从业人士这样对《中国经营报》记者说。

随着上海票据交易所定期公布商票逾期名单，无论是城投主体还是投资者，都日渐对商票融资的隐秘风险予以关注。

采访中，多位城投公司负责人

预警作用

从发债主体的风险传导路径来看，票据和非标的融资爆发早于银行贷款和债券，票据逾期情况对债券的信用风险具有较好的预警作用。

记者注意到，从2021年8月开始，上海票据交易所每月定期公布商票持续逾期主体名单，并自2023年1月1日起实施新准则，将信息披露范围由商业承兑汇票扩大至商业汇票，且进一步优化逾期票据的标准，数据质量有所提升。

对此，中证鹏元工商企业评级部研究员刘子恒认为，自2021年开始加强票据信息披露以来，票据作为过往一种容易被大家忽视的广义短期债务逐渐被关注。票据逾期信息每月定期且稳定的发布频率，也高于财务报表的更新速率，票据逾期信息获取的途径相较其他非标融资更加具备持续性和便捷性。

在多位城投公司负责人看来，商票逾期更像是风险的“源头”。

一位从事债市研究的专业人士告诉记者，城投商票逾期问题应该引起城投公司的重视，从过往情况看，城投商票逾期也会引发公司主体信用评级下调。

胜遇研究相关研报显示，从发债主体的风险传导路径来看，一般而言，票据和非标的融资爆发早于银行贷款和债券，票据逾期情况对债券的信用风险具有较好的预警作用。

此外，在行业看来，商票融资因普遍导致其背后的风险更为隐秘。

一位曾多次参与商票诉讼案件的律师告诉记者，在现金流普遍承压的情况下，很多城投公司采取商票支付工程价款的形式。“商票

样对《中国经营报》记者说。

随着上海票据交易所定期公布商票逾期名单，无论是城投主体还是投资者，都日渐对商票融资的隐秘风险予以关注。

采访中，多位城投公司负责人

作为结算工具，用好了可以为城投公司带来降低现金需求、降低融资门槛、优化财务报表的效果。但是，一旦某一个环节出问题，则会出现连环式‘爆雷’。”

该律师进一步解释称：“工程价款包括上下游多个主体，如施工方、供货商等，其中既包括城投公司的子公司，也包括外包合作的公司。那么，一旦某一个付款方在付款期间出现资金问题或者信用危机，势必会造成持票人无法兑付的情况。而且，这种风险会进行传导，最终导致商票逾期。”

公开信息显示，2024年，仍有城投公司存在商票逾期的情况。4月12日，上海票据交易所票据信息披露平台发布《截至2024年3月31日承兑人逾期名单》。数据显示，截至2024年3月31日，存在逾期余额或被纳入“持续逾期名单”的存续债城投主体共45家，披露的逾期余额合计32.5亿元。逾期存续债城投主体普遍存在债务负担较重、融资结构较差、债务期限短期化较为明显、短期偿债压力普遍较大等问题。

对此，有业内人士分析认为，随着各地化解地方债务进度持续推进，城投公司除了需要关注标准债的存量化解情况，亦需关注商票兑付这类非标业务，推动化债全方位推进。

值得注意的是，逾期存续债城投主体普遍存在非标融资占比比较高、负债率较高等情况。其中，35

及从事城投债业务的人士表示，城投公司债务化解应该一体化推动，既要关注标准债存量的化解工作，又需要关注如商票业务、非标业务这些债务问题，确保化债进程能够一体化推动。

家主体2022年资产负债率均值为60.02%，整体债务负担较重；34家主体公开非标融资占比均值为16.1%，非标融资占比远高于10%的行业平均水平；35家主体的短债占比均值为0.37倍，短债占比高于0.28倍的行业平均水平，2022年现金类资产/短期债务均值为0.27倍，短期偿债压力普遍较大。

对此，有业内人士建议，目前“一揽子化债”政策持续推进，超万亿元特殊再融资债券陆续发行，主要目的在于解决短期流动性风险问题。所以，城投公司应该借助政策优势，重点解决商票逾期、存量非标业务等问题，推动自身化债进程。

诈骗陷阱

“诈骗公司”在收到城投公司开具的商票后，象征性支付少许款项，便将收到的商票以五折转卖，之后借助其他“票据中介”将上述商票以六折至九折不等价格层层倒卖。

城投商票业务逾期的背后，不乏存在行业乱象甚至是违法犯罪行为。记者梳理发现，2023年，有多家城投公司发布公告，表示公司因为商票业务而被诈骗。

2023年8月和10月，洛阳一家城投公司曾两次发布《关于承兑票据不存在信用风险的公告》，信息显示，2022年7月，该城投公司曾向江苏一家公司开具1279.51万元商票，因该公司未履行协议约定，这家洛阳的城投公司已提起民事诉讼。2022年8月，上述城投公司向济南一家商贸公司开具商票4730万元，因商贸公司未履行协议约定，且涉嫌诈骗，公安机关已刑事立案。

2023年11月，云南一家城投公司公告称，公司曾与合肥国轮科技发展有限公司开展商业汇票业务，但是发生票据逾期，累计逾期发生额和累计余额均为1160万元。因这家合肥公司未履行约定，城投公司就上述事项向公安机关申请刑事立案，收到公安机关出具的立案决定书。

记者梳理裁判文书网发现，“诈骗公司”除了利用城投公司急于融资的心理之外，还会利用城投公司不熟悉票据相关操作流程及法律问题，继而实行诈骗。山东某法院审理的案件显示，“诈骗公司”以商票质押融资为名，利用其控制公司与城投公司签订《商票质押贷款合作协议》，由城投公司签发商票并背书给该公司，质押率通常约定为50%，期限1年。“诈骗公司”在收到城投公司开具的商票后，象征性支付少许款项，便将收到的商票以五折转卖，之后借助其他“票据中介”将上述商票以六折至九折不等价格层层倒卖。

据不完全统计，截至目前，已经有四川、云南、河南、重庆等多个省市的城投公司发布公告，表示公司遭遇商票诈骗。

“主要还是融资心切，往往不见面业务就谈成了。”谈到商票业务涉及的风险，河南一家县级城投公司负责人对记者说，“从城投公司自身来讲，县区级城投公司或者主体信用评级在AA级以下的公司大量存在。这类公司很难发行标准债，所以只能到市场上去‘找钱’，但是这就存在风险。所以，一些中介机构或者从事商票承兑的公司就抓住了城投公司急于融资的心理，尤其是这两年很多业务都是线上开展，可能双方都没线下见面就草率签订合同。”

上述河南县级城投公司负责人直言：“我们去年也找了好几家类似的公司，有的在福建，有的在湖南，但是最终考虑到风险过大，最终还是放弃了。我们也关注到一些商票诈骗的案件，个别从事商票承兑的公司往往包装成国企身份，或者刻意展示公司经过股权转让为国企控股，继而获取城投公司的信任，最终开立商业承兑汇票业务，进行质押融资。这类公司在收票后，向城投公司支

付少许现金，可能只有融资额的5%，然而在持有商票经多手转出后，公司便消失了。”

记者梳理裁判文书网发现，“诈骗公司”除了利用城投公司急于融资的心理之外，还会利用城投公司不熟悉票据相关操作流程及法律问题，继而实行诈骗。山东某法院审理的案件显示，“诈骗公司”以商票质押融资为名，利用其控制公司与城投公司签订《商票质押贷款合作协议》，由城投公司签发商票并背书给该公司，质押率通常约定为50%，期限1年。“诈骗公司”在收到城投公司开具的商票后，象征性支付少许款项，便将收到的商票以五折转卖，之后借助其他“票据中介”将上述商票以六折至九折不等价格层层倒卖。通过梳理发现，该类案件案发率较高，业内甚至将其称为“分款模式”。

从目前市场存在的使用非法手段开具商票情形来看，主要有以下几种：一是贸易背景重复使用，二是虚构贸易背景，三是开纸质商票，四是无贸易背景开商票。

值得一提的是，监管对商票业务治理日趋严格。2023年12月，国家金融监督管理总局临沂监管分局公开披露了对辖区银行的行政处罚。行政处罚信息显示，该银行的主要违法违规事实为“商票贴现业务贸易背景审查不严，严重违反审慎经营规则”，被处以罚款35万元。

刘子恒提示广大城投公司，转型发展不仅仅需要在市场化运营、融资方式等层面进行突破，更需要建立完备的法务合规体系以防范风险。

信贷支持+风险保障 金融助力万亿低空经济起航

本报记者 王柯璇 北京报道

继2024年《政府工作报告》明确提出要积极打造生物制造、商业航

天、低空经济等新增长引擎之后，我国各地低空经济发展进入加速期。

按照工信部、科学技术部、财政部、中国民用航空局印发的《通

用航空装备创新应用实施方案（2024—2030年）》（以下简称“方案”），到2030年我国低空经济将形成万亿级市场规模。

新兴产业的发展离不开金融的支持。《中国经营报》记者注意到，近期多家商业银行加强行业布局，积极探索助力低空经济“高飞”的路径。

2024年2月，深圳正式实施了全国首部低空经济立法——《深圳经济特区低空经济产业促进条例》。

4月18日，苏州召开低空经济发展推进大会，提出力争到2026年打造成为全国低空经济示范区的目标。

安徽省发展和改革委员会印发的《安徽省加快培育发展低空经济实施方案（2024—2027年）及若干措施》提出，到2027年，安徽省低空经济规模和创新能力将达到全国领先水平，低空经济规模力争达到800亿元。

国金证券研究报告指出，在政策端和产业端共同催化下，低空经济万亿市场加速落地兑现，2024年或为产业元年。其中，产业端新型

飞行器eVTOL产品成熟度提升，亿航EH216-S成功取证并与无锡、广州等地方政府达成合作，上海峰飞“盛世龙”完成深圳—珠海跨海跨城飞行，应用场景逐步落地。

“低空经济作为战略性新兴产业之一，对相关产业领域的辐射带动作用明显，市场需求潜力巨大，也将有助于推动我国经济产业转型升级。”光大银行（601818.SH）金融市场部宏观研究员周茂华对记者分析称。

中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平亦表示：“低空经济产业链较长，发展前景广阔，是新质生产力的代表产业之一，未来必将成为新的投资热点。”

企业提供了7800万元的信贷支持。目前，该企业已逐渐成为苏州乃至全国重要的低空飞行员培训基地、低空飞行训练基地，以及低空飞行保障基地。

今年，商业银行对低空经济产业的支持力度不断加大。日前，中国人民银行深圳市分行、国家外汇管理局深圳市分局举行2024年第一季度新闻发布会时表示，深圳市低空经济及空天产业贷款较年初增幅超过30%。

同时，金融支持低空经济发展还将不断创新和扩面。例如，2024年3月发布的《珠海市支持低空经济高质量发展的若干措施

（征求意见稿）》提出，创新低空经济金融服务。鼓励金融机构开发面向低空经济的纯信用、低成本信贷、中长期技术研发、技术改造等贷款产品。鼓励保险公司开发针对物流、载人、城市管理等低空商业应用险种，扩大保险覆盖范围和商业场景契合度，建立风险覆盖广泛的低空经济保险服务体系。

邮储银行（601658.SH）研究员娄飞鹏表示：“低空经济作为发展新质生产力的代表，发展中需要较多的科技创新，在技术创新期资金投入量较大，为金融服务提供了市场需求空间。”

创新低空经济金融

低空经济发展，金融业也面临新的机遇。中国银行研究院博士后马天娇认为：“低空经济作为战略新兴产业，产业链条长、辐射范围广，涵盖航空器研发制造、低空飞行基础设施建设运营、飞行服务保障等多领域，需要充足的长期资金支持核心技术攻关、科研人才储备、设备更新换代等。低空经济的蓬勃发展，将产生大量的资金缺口和多元化的金融服务需求，给金融业的产品创新、跨境合作、综合经营等带来新机遇。”

值得关注的是，多数低空经济产业科创企业具有轻资产、重投入、高增长、强波动的显著特性，不满足传统贷款的抵押条件，银行较难评价企业的资产价值及成长潜力。

对此，马天娇表示：“商业银行可以重点围绕低空经济发展领域的科技创新企业需求，创新针对性的信贷产品，以及探索为低空经济领域企业提供全生命周期金融服务，还可以为低空经济领域企业提供支付结算、代发薪酬等多元金融服务。”

杨海平表示，目前我国低空经济处于起步阶段，在现状和前景之间，金融业有广阔的作用空间。其一，由于低空经济相关产业科技含量较高，预计很快会成为天使投资基金、股权投资基金、风险投资基金、产业发展基金等关注的重点；其二，低空经济相关产业主体设备购置资金需求量较大，与融资租赁服务有较好的契合度；其三，低空经济的巨大发展空间也为商业银行、保险机构提供了前所未有的业务机遇。

杨海平认为，商业银行助力低空经济的创新方向主要有三方面：“一是围绕低空经济产业链较长的特点，在产业金融框架下进行业务模式、金融产品创新；二是围绕低空经济科技含量较高的特点，积极推进投贷联动科创金融业务，围绕产业孵化提供顾问式金融服务；三是针对低空经济龙头企业加入，拓宽融资渠道，弥补资金缺口。”

业加快发展，提供并购金融服务以及Pre-IPO（准上市公司）服务等”。

娄飞鹏表示：“商业银行可以重点围绕低空经济发展领域的科技创新企业需求，创新针对性的信贷产品，以及探索为低空经济领域企业提供全生命周期金融服务，还可以为低空经济领域企业提供支付结算、代发薪酬等多元金融服务。”

值得关注的是，多数低空经济产业科创企业具有轻资产、重投入、高增长、强波动的显著特性，不满足传统贷款的抵押条件，银行较难评价企业的资产价值及成长潜力。

对此，马天娇表示：“商业银行可以重点围绕低空经济发展领域的科技创新企业需求，创新针对性的信贷产品，以及探索为低空经济领域企业提供全生命周期金融服务，还可以为低空经济领域企业提供支付结算、代发薪酬等多元金融服务。”

杨海平提醒道：“受限于发展阶段，低空经济的规制尚需完善，基础设施仍需要提前布局，市场主体的创新能力也参差不齐。在支持低空经济的产品适配、业务模式创新和风险管理方面，商业银行还需要进行持续的探索和布局。”

金融支持不断扩面

低空经济将如何改变和影响普通民众的生活？例如，在世界“无人机之都”深圳，一位市民在无人机外卖柜中拿到十几分钟前下单的饮品，这种基于即时零售全场景下的硬核科技体验，就是低空经济带来的影响之一。

当前，越来越多的企业成为低空经济链上的一环，商业银行及时洞察低空经济产业企业资金需求，为其提供授信支持。

深圳联合飞机科技有限公司是深圳市直接引进的“专精特新”企业，专业从事无人机装备研发、生产和服务，产品供应链国产化率达到90%以上，广泛应用于应

急救援、农林植保、物流运输等领域。记者了解到，中国银行（601988.SH）深圳分行已为该企业提供2亿元的授信支持，助力其基础设施建设、技术研发等。

苏州一家2009年成立的民营通用航空企业，其业务遍及苏州、南京、拉萨等城市，其中，直升机场涉及观光旅游、医疗救援、航空科普、公务机等。该企业直升机场定位于直升机区域基地机场，占地6万平方米，已建成机场飞行区、直升机场、飞行运控中心等配套设施。上海银行（601229.SH）苏州分行通过现场走访、绿色通道等专项政策，在一周内为该

企业提供了7800万元的信贷支持。目前，该企业已逐渐成为苏州乃至全国重要的低空飞行员培训基地、低空飞行训练基地，以及低空飞行保障基地。

今年，商业银行对低空经济产业的支持力度不断加大。日前，中国人民银行深圳市分行、国家外汇管理局深圳市分局举行2024年第一季度新闻发布会时表示，深圳市低空经济及空天产业贷款较年初增幅超过30%。

同时，金融支持低空经济发展还将不断创新和扩面。例如，2024年3月发布的《珠海市支持低空经济高质量发展的若干措施

（征求意见稿）》提出，创新低空经济金融服务。鼓励金融机构开发面向低空经济的纯信用、低成本信贷、中长期技术研发、技术改造等贷款产品。鼓励保险公司开发针对物流、载人、城市管理等低空商业应用险种，扩大保险覆盖范围和商业场景契合度，建立风险覆盖广泛的低空经济保险服务体系。

邮储银行（601658.SH）研究员娄飞鹏表示：“低空经济作为发展新质生产力的代表，发展中需要较多的科技创新，在技术创新期资金投入量较大，为金融服务提供了市场需求空间。”

储蓄国债认购“火爆” 居民稳健投资需求上升

本报记者 郝亚娟 张茱旺
上海 北京报道

2024年首轮储蓄国债线上线下销售火爆，引起关注。

财政部国库司司长李先忠介绍称，4月发行的电子式储蓄国债，发行首日即售出计划发行额

的99.7%，进度明显快于近几年的平均水平。

与其他储蓄产品比较，除了本金安全、投资门槛低、收益率略高外，储蓄国债提前变现利息折损较小，收益可预期。投资者还可以通过储蓄国债质押获取短期银行贷款，以满足短期流动性需求。

安全、流动性好、收益较高

储蓄国债代表国家信用，能较好兼顾收益和流动性需求，使得部分投资者会选择储蓄国债替代一部分存款。

储蓄国债是财政部通过储蓄国债承销团成员面向个人销售的不可流通人民币国债，分为储蓄国债(凭证式)和储蓄国债(电子式)两种。

根据财政部官网信息，4月10日起至19日，2024年储蓄国债(电子式)第一期和第二期正式发行，均为固定利率、固定期限品种，最大发行额合计450亿元。第一期储蓄国债期限为3年，票面年利率为2.38%，最大发行额225亿元；第二期储蓄国债期限为5年，票面年利率为2.5%，最大发行额225亿元。

值得一提的是，在2024年首轮储蓄国债发行出现“很难买”“抢不到”现象，并被推上热搜。一位国有银行网点客户经理表示：“很多客户在网点开门前提前等着，这期储蓄国债卖得很快。”记者注意到，也有不少投资者吐槽，从手机渠道买储蓄国债根本抢不到。

谈到储蓄国债发行“火爆”的现象，李先忠表示，4月份以来，受部分银行降低存款利率、暂停销售长期限大额存单等因素影响，储蓄国债关注度进一步提高。4月份发行的电子式储蓄国债，发行首日即售出计划发行额的99.7%，进度明显快于近几年的平均水平。部分银行网上(手机)端出现了瞬时的供需矛盾，32家银

行的网上(手机)端销售时长平均约半小时，有两家银行销售时长持续不到1分钟，基本上是秒光，另有7家银行6分钟内售罄。

业内人士也提到，当前银行存款利率下行、大额存单“缺货”，使得储蓄国债成为投资者保本投资的重要选择之一。周茂华告诉记者，近年来储蓄存款尤其是定期存款利率中枢下行明显，储蓄国债代表国家信用，能较好兼顾收益和流动性需求，使得部分投资者会选择储蓄国债替代一部分存款。

全联并购工委信用管理委员会专家安光勇指出，储蓄国债的安全性较高，相比股票、基金等风险较高的投资方式，储蓄国债的风险相对较低，且到期可以按期兑付本金和利息。当前，权益市场震荡、投资领域受限以及房地产市场仍在调整，投资者倾向于选择这种风险较低、回报稳定的资产。

针对“一债难求”现象，李先忠表示，下一步，将密切关注储蓄国债的供需关系变化和销售情况，研究适当增加发行规模；研究进一步调降单人购买限额，使储蓄国债能够惠及更多投资者；在保障柜面销售的基础上，不断提升电子式储蓄国债的信息化服务水平，稳步增加电子式储蓄国债网上(手机)端销售额度，引导更

求。”光大银行(601818.SH)金融市场部宏观研究员周茂华在接受《中国经营报》记者采访时指出。

受访人士提示道，储蓄国债作为金融产品面临一定市场波动风险和通胀风险，投资者需根据自身风险和收益偏好，多元化配置实现财富安全和长期增长的目标。

多的投资者通过网上(手机)端购债；会同有关部门，优化凭证式储蓄国债的额度分配机制，更好地匹配有实际需求的网点，并研究优化凭证式和电子式两种储蓄国债发行比例的中长期安排，更好地满足投资者购债需求。

总体来看，目前我国居民直接持有的政府债券规模较小，相关政策也陆续出台便利居民参与债券市场。中国人民银行发布《关于银行间债券市场柜台业务有关事项的通知》提出，进一步扩大柜台债券投资品种，优化相关机制安排，以便利居民和其他机构投资者债券投资，自2024年5月1日起实施。

西南财经大学中国金融研究院常务副院长罗荣华教授指出，上述通知为广大居民在债券基金、银行理财之外，提供了一个相对容易的债券市场进入点。在品种上，柜台市场提供了越来越多类型的债券，包括但不限于国债、金融债等已在银行间债券市场交易流通的各类债券品种，其收益率通常高于同期限的储蓄存款。产品多样性使个人投资者能够根据自己的风险偏好、投资期限和收益要求，选择合适的债券品种进行投资。更加多样化的投资选择，也有助于投资者进行资产配置和风险分散。

资产多元化降低投资风险

所谓稳健理财并不是寻找某一款产品，而是建立一个合理的理财组合，保持资产配置平衡，实现财富管理目标。

记者注意到，从2023年至今，3年期储蓄国债(电子式)利率从3%下降62BP至最新一期的2.38%；5年期储蓄国债(电子式)利率从3.12%下降62BP至最新一期的2.5%。周茂华分析称，储蓄国债利率下调的原因，一方面近年来市场利率中枢下移带动；另一方面是受储蓄国债市场供需情况影响。

那么，储蓄国债利率未来走势如何？居民投资储蓄国债需注意什么？

展望储蓄国债利率走势，中国企业资本联盟副理事长柏文喜指出，预计将继续保持稳定，政府对于储蓄国债的发行和管理会更加规范，利率下调的可能性较小。同时，随着经济的逐渐恢复，市场利率也将逐渐回升，储蓄国债的利率也将随之上升。

安光勇指出：“储蓄国债利率的走势将依赖于宏观经济状况和央行的政策导向。如果经济复苏，可能会见证利率逐步上升以对冲通货膨胀风险。反之，如果经济持续下行或面临较大下行压力，央行可能会维持低利率政策，甚至进一步下调利率以支持经济。”

对于投资者而言，柏文喜指出，储蓄国债的优势是风险较低、收益稳定、流动性较好，其不足之处在于收益率相对较低，对于追求高收益的投资者来说可能不是最佳选择。因此，对于投资者来说，资产配置时可以将储蓄国债作为稳健投资的一部分，但不要过度依赖。同时，可以考虑将储蓄国债与其他高收益、高风险的投资方式进行搭配，以实现资产多元化，降低投资风险。

兴业经济研究咨询股份有限公司发布的《中国居民家庭财富配置白皮书(2024年第一季度)》(以下

4月10日

发售首日即售出计划发行额的99.7%，进度明显快于近几年的平均水平。部分银行网上(手机)端出现了瞬时的供需矛盾。

根据财政部公告
2024年第一期、第二期储蓄国债(电子式)
于4月10日至4月19日发行

两期国债均为固定利率、固定期限品种

第一期	第二期
期限为3年	期限为5年
最大发行额225亿元	最大发行额225亿元
票面年利率2.38%	票面年利率2.5%

4月份以来，受部分银行降低存款利率、暂停销售长期限大额存单等因素影响，储蓄国债关注度进一步提高。

记者注意到，《白皮书》显示，居民存款同比增速进一步放缓，居民理财配置动力明显恢复，固收理财的占比持续提升。基金方面，债券基金依旧发行火热，股票基金发行遇冷，但股票市场交易量有小幅回暖，风险偏好有所提升。

在投资理财行为方面，上海交通大学中国金融研究院联合蚂蚁集团研究院和蚂蚁理财智库发布的《2023中国居民投资理财行为调研报告》显示，居民的期望收益水平逐渐降低，期望收益与实际收益之间的差距正在缩小。理财产品配置偏好更趋集中和保守，公募基金配置比例下降，权益类资产减少，固收类资产增加，显示出明显的避险特征。保险产品的配置比例有所上升，年金险的配置比例相对传统寿险和财产险有所提升。

事实上，所谓稳健理财其实并不是寻找某一款产品，而是建立一个合理的理财组合，保持资产配置平衡，实现财富管理目标。星图金融研究院研究员黄大智此前在接受记者采访时表示，投资者应根据市场环境调整理财目标，选择与风险偏好一致的资产组合。总体来看，可根据标准普尔配置体系建立资产配置框架，即以“10%现金等流动性资产、20%保险保障、30%权益增值、40%保本固收”的比例进行配置组合。



记者注意到，《白皮书》显示，居民存款同比增速进一步放缓，居民理财配置动力明显恢复，固收理财的占比持续提升。基金方面，债券基金依旧发行火热，股票基金发行遇冷，但股票市场交易量有小幅回暖，风险偏好有所提升。

在投资理财行为方面，上海交通大学中国金融研究院联合蚂蚁集团研究院和蚂蚁理财智库发布的《2023中国居民投资理财行为调研报告》显示，居民的期望收益水平逐渐降低，期望收益与实际收益之间的差距正在缩小。理财产品配置偏好更趋集中和保守，公募基金配置比例下降，权益类资产减少，固收类资产增加，显示出明显的避险特征。保险产品的配置比例有所上升，年金险的配置比例相对传统寿险和财产险有所提升。

对于投资者而言，柏文喜指出，储蓄国债的优势是风险较低、收益稳定、流动性较好，其不足之处在于收益率相对较低，对于追求高收益的投资者来说可能不是最佳选择。因此，对于投资者来说，资产配置时可以将储蓄国债作为稳健投资的一部分，但不要过度依赖。同时，可以考虑将储蓄国债与其他高收益、高风险的投资方式进行搭配，以实现资产多元化，降低投资风险。

兴业经济研究咨询股份有限公司发布的《中国居民家庭财富配置白皮书(2024年第一季度)》(以下)

高频场景支付优惠加码 信用卡改打“精细战”

节日促销花样百出

本报记者 秦玉芳
广州报道

随着“五一”假期的临近，绑卡优惠、还款返现、消费折扣等各种信用卡消费促销举措全线拉开。银行纷纷聚焦旅游、出行、餐饮等消费场景加码支付优惠，以刺激持卡人用卡交易热情。

对此，消费者反应差异明显。不少消费者认为，近来各种眼花缭乱的优惠大多是针对假期出游的刚需消费内容，优惠促销刺激用卡意愿提升。也有消费者认为，实际优惠力度越来越小，吸引力正在减弱。

业内人士分析认为，今年银行息差压力加大，降本增效控成本要求越来越高，缩减权益投入、优化客群结构正在成为信用卡行业从增量业务模式转向存量业务模式的必然选择。当前，商业银行越来越强调精细化的存量客群经营，通过数字能力提升对存量客户需求进行精准的需求识别和差异化应对，以降低活客成本，提高运营效率。

“五一”假期，国内旅游热度有望再创新高。各家银行纷纷开启消费节日促销，积极布局假期消费。各家银行官方公布的优惠资讯显示，加油、机票、景点门票、餐饮、购物等衣食住行的刚需消费领域，成为银行信用卡消费支付优惠促销的博弈焦点。

广州的陈先生表示，自己手中有3家银行的信用卡，各家的优惠活动内容都不一样，但都是针对日常消费的打折或者返现，只是活动的场景和合作商家不同。“我现在已经养成了信用卡支付的习惯，每次支付前都要先看一下最近哪张信用卡有对应的优惠活动。”

“不过，相比以前，普遍来看今

年各家银行信用卡的优惠活动力度都有减弱。不仅返现、折扣力度减少了，甚至有些信用卡同样消费金额兑换积分的能力也下降了。以前，很多信用卡动不动就有几倍积分的活动，现在也很少见了。”陈先生如是说。

某股份制银行信用卡中心业务人士向《中国经营报》记者表示，整体来看，今年信用卡营销力度、权益投入等都不如往年，主要是零售业务营收减弱，加上息差压力大，银行不得不降本增效，压缩成本。

招联首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼表示，近年来，银行息差缩窄明显，迫切需要压降成本。近期的降低存款

利率、减少信用卡权益也是银行“控”成本的方式，有利于缓解息差压力。

资深信用卡研究专家董峰认为，在过去信用卡增量发展的业务模式下，产品竞争力缺乏，积分、活动优惠等权益刺激是信用卡获客的主要手段。但随着增量发展空间受限，叠加当前环境影响下消费者消费意愿下降，导致银行成本负担高但效益低，这就迫使银行必须主动调整。

在星图金融研究院研究员黄大智看来，过去信用卡高速发展的时

候，银行通过做大信用卡积分权益，能够更好地新增获客。“随着增量空间的减小甚至缩量，银行信用

率、减少信用卡权益也是银行“控”成本的方式，有利于缓解息差压力。

资深信用卡研究专家董峰认为，在过去信用卡增量发展的业务模式下，产品竞争力缺乏，积分、活动优惠等权益刺激是信用卡获客的主要手段。但随着增量发展空间受限，叠加当前环境影响下消费者消费意愿下降，导致银行成本负担高但效益低，这就迫使银行必须主动调整。

在星图金融研究院研究员黄大智看来，过去信用卡高速发展的时候，银行通过做大信用卡积分权益，能够更好地新增获客。“随着增量空间的减小甚至缩量，银行信用

卡进入存量客户运营阶段，高价值客群将成为信用卡业务发展的主力客群。对于这些主力客群来说，权益体系的价值正在减弱。”黄大智说。

“实际上，近两年越来越多的银行已经在进行主动调整，逐步收缩权益投入，消费支付刺激也更多向‘衣食住行’这些消费者刚性需求的消费领域倾斜。今年大家面临的情况更加严峻，从最近公布的年报数据来看，信用卡增长、交易额等指标都在下降，加上利率下调预期，所以各家银行都在勒紧裤腰带准备过苦日子。在此背景下，不少银行借机进行权益体系和客户结构的调整，这也是大势所趋。”董

希淼也认为，自2023年7月信用卡新规公布后，信用卡高速发展阶段已经告一段落，这也倒逼金融机构调整权益配置和营销模式，进入精细化管理阶段。

董希淼强调，银行在调整信用卡权益时，也需要积极优化服务，及时告知客户调整动态并争取客户理解，才能在目前激烈的市场竞争中取得转型的主动性。

不过，相比信用卡行业头部银行来说，中小区域银行信用卡业务在存量客群经营方面还面临着新的挑战。普华永道在日前发布的报告中分析指出，区域性银行信用卡业务面临业务战略定位和规划不明、经营压力增大且金融服务亟须转型升级、特色化产品不足，以及科技底座相对薄弱等四大挑战。

对此，普华永道分析指出，国内区域性银行可把握时机，借助数字化转型的契机，将信用卡业务更好地推广至区域甚至下沉市场，弥补金融产品和服务的空缺，并助力提高区域发展的平衡性、协调性、包容性。通过关键业务生态场景布局、私域和公域经营体系布局，区域性银行可创新性地全面构建信用卡客户经营体系，加强营销和客户服务能力建设，并提升资产质量保障能力。

精准挖掘存量客群需求

在降本增效的同时，更不能忽视业务发展。随着信用卡业务从增量模式向存量模式转变，银行信用卡越来越注重精细化的运营。

董峰指出，权益下调是信用卡经历20多年高速发展后必然要经历的阵痛阶段，行业面临客群结构优化的问题，同时也伴随着权益体系的结构调整。在董峰看来，这期间银行信用卡的产品需要更加精细化，要在产品和消费者研究上做更深入、更精准的研究，围绕消费者的刚需进行产品调整，实现业务的可持续发展。

易观分析也在此前发布的《中国商业银行信用卡数字化发展研究报告(2023)》中指出，银行机构在扩内需、促消费的拉动下，结合率先恢复的消费场景积极布局，加速场景融合探索经营，借消费动能拉动用户的消费活跃度，同时，通过深入细分客群的精细化经营，实

现稳存量和挖潜力。

业内普遍认为，大数据模型是银行信用卡实现客群精细化运营的关键。中国银行(601988.SH)研究院博士后李一帆表示，近来，银行数字化程度不断提高，借助数字化发展趋势加快推动消费金融业务数字化转型。比如，借助大数据技术，准确刻画客户的差异化金融需求画像，以便开展针对性营销。

在中国企业资本联盟副理事长柏文喜看来，通过数据和技术的运用，银行可以对客户进行更加精准的画像，加强客户的分层管理，并针对不同群体的实际情况，找准消费金融产品和服务的切入点，支持相关群体消费需求。

当前，随着存量业务模式的转型深入，银行信用卡业务对存量客群精细化经营也在呈现出新的特点和趋势。在李一帆看来，银行围绕客群的展业越来越精细化，越来越多银行紧密结合新市民、青年人等不同群体的实际情况，找准消费金融产品和服务的切入点，支持相关群体消费需求。

李一帆还指出，银行消费金融业务也越来越强化场景的建设。“当前，金融机构更加聚焦餐饮购物、家居装修、文旅娱乐等关

中核钛白实控人及两券商违规减持的下场： 罚没2.35亿元 + 股民或会索赔

本报记者 罗辑 北京报道

中核钛白(002145.SZ)相关方违规减持套利案调查结果日前出炉，处罚落地。

证监会拟对中核钛白实际控制人王泽龙及其朋友洪某、中信中证资本管理有限公司(以下简称“中信中证”)、中信证券(600030.SH)、海通证券(600837.SH)、中核钛白原董秘韩雨辰责令改正，给予警告，没收违法所得合计约7753.2万元。同时，对王泽龙、洪某、中信中证、中信证券、海通证券、韩雨辰处以罚款合计1.57亿元。

在该案中，王泽龙违法所得

6063.8万元，罚款7250万元(含信息披露罚款)。中信证券违法所得约为191.07万元、海通证券违法所得约为78.94万元。承担罚款方面，中信中证合计承担4650万元，中信证券2325万元，海通证券697.5万元。

上海久诚律师事务所主任

许峰律师对《中国经营报》记者提到：“本案违规性质较为恶劣。罚款承担方面，不仅考虑违法所得，更主要考虑违规买卖的证券金额以及违法主体在违规当中的角色。而除了监管罚没，符合条件的投资者也存在索赔空间。”

花样套路涉多重违法

通过这三重安排，王泽龙实际参与了定增，锁定了发行折扣价的收益。

相较此前市场猜测的违规借道减持情节，证监会调查结果更加让人触目惊心。

在该案件中，中信证券及孙公司联手“下场”，为上市公司实际控制人推荐套利方案、搭建交易架构、提供杠杆资金支持等，海通证券按指令价格参与定增报价、认购，上市公司实际控制人、董秘与机构商议、对接、执行并隐瞒交易事实、违规信披等，涉多重违法违规。

具体来看，2022年7月，中核钛白非公开发行A股股票申请获得证监会发审委审核通过。同月，中信中证向王泽龙推荐定增方案——“客户通过场外衍生品交易台直接实现定增空套利，提前结算收益，无须等待六个月的锁定期，通常一个多月时间即可回笼资金和收益。”

据记者梳理，该方案的交易架构核心是收益互换业务(一种约定在一定期限内就特定标的的收益与固定利率进行现金流交换的业务)与期权合约，同时通过员工持股计划出借券源以及第三方合作券商参与定增，最终实现违规减持套利。

从安排上看，王泽龙先通过中核钛白员工持股计划定向出借券源。然后，王泽龙分别以某投资公司(以下简称“某投资公司”)、拉来朋友洪某以某1号私募证券投资基金(以下简称“1号基金”)名义与中信中证开展场外衍生品交易，锁定套利框架。中信证券提供融券服务，获得融券业务收入。同时，海通证券按照中信中证指令，参与中核钛白定增，并与中信中证达成挂钩标的为“中核钛白”股票的多头收益互换，名义本金为5.32亿元，对应股数为8986.49万股，由中信中证提供全额保证金。

在海通证券认购的同时，某投

资公司、1号基金与中信中证达成香草期权组合合约，挂钩标的为“中核钛白”股票，名义本金分别为4.26亿元、8903.98万元，对应股数分别为7195.95万股、1504.05万股。

通过这三重安排，王泽龙实际参与了定增，锁定了发行折扣价的收益。

在上述活动推进的同一时间，2023年2月6日至2月20日，某投资公司、1号基金分别与中信中证达成挂钩标的为“中核钛白”股票的空头收益互换(与上述多头收益互换方向相反)，合计开仓股数分别为7195.95万股、1504.05万股，对应名义本金分别为5.48亿元、1.14亿元。

中核钛白员工持股计划所持8800万股“中核钛白”股票也陆续按照中信中证指定路径分配到四

个私募基金产品账户。2023年2月13日至2月21日，四个私募基金产品账户融券卖出8800万股“中核钛白”股票，卖出均价约7.63元/股，成交金额约6.71亿元。

没收违法所得 78.94万元； 承担4.5%罚款即 540万元； 承担4.5%罚款即 157.5万元。	没收违法所得 191.07万元； 承担15%罚款即 1800万元； 承担15%罚款即 525万元； 中信中证承担罚款 3600万元； 中信中证承担罚款 1050万元。	没收王泽龙违法所得 6063.8万元； 王泽龙承担罚款 6000万元； 王泽龙承担罚款 1050万元； 对王泽龙信披违法处以 200万元罚款； 韩雨辰承担0.5%即 60万元； 韩雨辰承担0.5%即 17.5万元。
--	--	--



视觉中国/图

提前终止所有多头香草期权合约与空头收益互换合约，中信中证结相应头寸并进行结算。最终，王泽龙通过某投资公司实际获利约5816.2万元，洪某、王泽龙通过1号基金分别实际获利约1419.39万元、247.6万元。中信中证未有实际获利，中信证券融券业务收入约为191.07万元，海通证券收益互换业务收入约为78.94万元。

通过这两重安排，王泽龙就提前落袋了定增折扣价与市价间的收益，规避了限售期规定。

2023年3月17日至4月6日，某投资公司、1号基金向中信中证申请

信中证承担30%即1050万元，洪某承担20%即700万元，中信证券承担15%即525万元，海通证券承担4.5%即157.5万元，韩雨辰承担0.5%即17.5万元。

其三，是对王泽龙信息披露违法行为处以200万元罚款。

下转B4

重罚机构

在违法所得与罚款金额的承担上，机构谋利有限但罚金高昂。

根据证监会调查，中信证券知悉客户融券目的是定增套利，配合其提供融券服务；中信中证为王泽龙、洪某违反限制性规定转让股票行为制定套利方案、搭建交易架构、提供杠杆资金支持等；海通证券以自己名义按照中信中证的报价指令认购中核钛白非公开发行股票，客

观上帮助中信中证及其客户取得股票收益，使得定增套利行为得以实现。中信中证、中信证券、海通证券等行为，构成违法情形。

而王泽龙和洪某通过衍生品交易安排，实质参与非公开发行，并以市价融券卖出，提前锁定与非公开发行股票折扣价之间的价差

收益，属于变相规避限售期规定。同时，王泽龙还存在隐瞒其通过一系列交易安排实际参与非公开发行的情况，构成违法情形。

据此，证监会决定对中核钛白实际控制人王泽龙及其朋友洪某、中信中证、中信证券、海通证券、韩雨辰责令改正，给予警告，没收违

法所得合计约7753.2万元。

罚款方面，证监会共开具三笔罚单。

其一，是对王泽龙与中信中证、中信证券、海通证券、韩雨辰违反限制性规定转让股票的共同违法行为处以罚款1.2亿元，其中由王泽龙承担50%即6000万元，中信中证承担30%

即3600万元，中信证券承担15%即1800万元，海通证券承担4.5%即540万元，韩雨辰承担0.5%即60万元。

其二，是对洪某与王泽龙、中信中证、中信证券、海通证券、韩雨辰违反限制性规定转让股票的共同违法行为处以罚款3500万元，其中由王泽龙承担30%即1050万元，中

布局优化促效益 特色发展见成效 财通证券2023年报解读

营收、净利润双双实现正增长，且增幅均超过30%。4月25日晚，财通证券披露了一份堪称亮丽的2023年度报告。数据显示，2023年度，财通证券实现营业收入65.17亿元，同比增长35.03%；归属于上市公司股东的净利润22.52亿元；加权平均净资产收益率6.67%，较2022年增加1.71个百分点。同花顺iFinD显示，截至4月25日，在已经披露年报数据的40家上市券商中(含控股券商公司，下同)，15家券商的归母净利润超过20亿元，其中，营收、净利双双正增长的仅6家。

财通证券以22.52亿元的归母净利润跻身其中，归母净利润增速48.43%。仔细翻看其年报，一个明显的感觉是：2023年，财通证券驱动投行、投资、财富三大业务板块，进一步整合优化公司优势资源，目前“三驾马车”已全面起势，业务布局更趋合理，跨周期发展、可持续增长效应进一步显现。

银行业务：精细深耕再发力

财通证券把打造一流现代投资银行作为“一号工程”，立足浙江区位优势和公司资源禀赋，做精做细，投早投新投小，投行业务实现收入7.63亿元，同比增长达77.04%，股权、债券业务双丰收。其中，股

权方面，成功保荐并上市的IPO项目6单，其中5单为浙江省内企业，在浙江省内保荐IPO企业上市数量及排名创新高，居省内市场第一；全国IPO辅导企业家数33家，其中，浙江省内IPO辅导企业家数

26家，省内排名第一。债券方面，全口径债券承销规模达1233.79亿元，历史性突破千亿大关，同比增长79.17%。

这一年，财通证券做“浙商浙企自己家的券商”角色也愈加丰

满。截至2023年末，财通证券已与浙江省内10个地市及51个县区级政府部门建立战略合作；开展走进浙江商会、走进浙商企系列活动，覆盖浙商浙企超3000家。

投资业务：精准有效创特色

当前，战略新兴产业和新质生产力持续成为股权投资热点。

财通证券通过全资子公司财通创新开展另类投资业务。围绕浙江省“315”创新体系建设工程、“415X”先进制造业集群培育工程，布局智能制造、信息技术和健康医疗三大科创高地，推动“科技-资本-产业”良性循环。2023年，财通创新完成投资项目11个，认缴投资金额合计5.11亿元。截至2023年年底，累计投资股权投资项目58个，认缴投资金额合计51.04亿元，累计已实现8家被投企业IPO上市。

而从私募股权投资基金业务来看，2023年，在全面注册制背景下，资本市场服务科技创新的作用进一步被强化。

年报显示，财通证券旗下的全资子公司财通资本，聚焦聚力以母基金为引领、股权投资基金和政府产业基金双轮驱动战略定位，重点围绕新兴科技、先进制造、智能汽车与新能源、新材料与新一代信息技术、生命大健康五大板块进行投

一批重大项目；在管私募股权基金37支，实缴规模达108亿元，同比增长153%，成功备案40亿元杭州城西科创制造业母基金及80亿元股权投资基金，实现管理费收入同

比增长121%。新增股权投资金额55亿元，同比增长190%。已实现7家被投企业IPO上市，累计投资企业超过60家，累计投资规模超过100亿元。



财富业务：转型提速稳能力

财通证券财富业务转型取得了一定的效果。通过深入推进分公司综合化改革和业务机构化转型，以客户为中心，延伸服务链条，2023年，财通证券客户数突破326万户，较上年年末增长14%；客户资产总规模7795亿元，机构客户数量与资产规模取得较快增长。

财通证券同时还加大“固收+”产品与共富类产品的设计落地和推广，共富类产品销售量同比提升近80%。

与此同时，财通证券两融业务规模在2023年度达到189.12亿元，较年初增长20.5%；自有资金股票质押规模37.94亿元，较年初增长33.50%；信用业务实现收入5.95亿元，同比增长8.87%。

财通研究所在2023年的表现也可圈可点。一方面，其对内研究服务支持进一步增强；另一方面，研究所

的发展带来了公司公募基金分仓佣金的大幅增长。研究所业务收入同比增长7.5倍，服务机构家数同比增长超50%，研究行业覆盖率达80%。

此外，财通证券子公司财通资管也继续走出一条稳中有进的发展曲线。2023年，证券行业资产管理业务规模8.83万亿元，同比下降9%。但财通资管截至2023年年底的管理规模达2765亿元，同比增长12%，其中非货币基金公募管理规模981亿元，同比增长13%。

而财通证券重要的参股公司永安期货，不仅凭借衢州生猪“保险+期货”项目入选2023年中期协“保险+期货”案例，还实现产业客户开户同比增长22.3%，新增7个品种的做市资格，其国际业务板块也紧抓美元加息机遇，创新开拓跨境收益互换业务。

三个增长密码

2023年，财通证券实现了稳步增长，且旗下业务板块大多均衡发展。这串增长密码是什么呢？

在财通证券董事长章启诚看来，第一个增长密码是明晰的战略定位，即在扎根浙江的基础上，主动融入长三角发展一体化、京津冀协同发展、粤港澳大湾区、成渝地区双城经济圈和海南自贸港等重大战略，上海、重庆、北京、深圳、海南等五大业务总部的建设都在有序推进中，这给财通的发展留下了空间。

第二个增长密码，是财通证券坚守“金为实服务”初心，推动投融资端平衡发展、良性循环，这为财通的发展把稳了方向。

“第三个增长密码，是来自于优化业务结构布局，这为我们实现跨周期均衡发展夯实了基础。”章启诚强调，财通证券将持续通过“投资+投行+财富”三驾马车的联动机制，加强资源共享和业务联动，更好落实“以投资者为本”理念，深耕浙江经济和浙江人经济，助力浙江“地瓜经济”藤蔓根深。广告

微盘股被“错杀” 估值性价比凸显

本报记者 顾梦轩 夏欣 广州 报道

自2024年开年以来,曾经在2023年末风光无限的微盘股却频频遭遇重创。Wind数据显示,万得微盘股指数年内下跌幅度高达23.71%,最近一个月下跌10.63%。

新“国九条”扶优限劣

政策引领对个别微盘股存在一定的利空,叠加年报、季报披露期,个别股票有一定的ST乃至退市的潜在风险,部分资金出于避险情绪会放大对中小市值的担忧。

微盘股今年的遭遇可谓一波三折。好不容易在下跌后迎来了新一轮反弹,却因为市场对于新“国九条”的过度解读甚至误读而再次受到冲击。

新“国九条”明确提出,要提高主板、创业板的上市标准,并对科创板的科创属性进行更为严格的评价。市场有观点认为“本次退市规则修改主要针对小盘股”。小盘股随后下挫。

对此,证监会上市公司监管司司长郭瑞明澄清指出,本次退市指标调整旨在加大力度出清“僵尸空壳”“害群之马”,并非针对“小盘

渤海汇金资管公募权益部总经理何翔在接受《中国经营报》记者采访时表示,今年微盘股指数下跌的主要原因是,年初微盘股交易过度拥挤叠加私募量化场外DMA(私募管理人通过自身的交易终端直接连接到交易所,并直接与交易所进行

下单、交易和结算等操作)杠杆盘的影响,导致微盘股受到了流动性危机的冲击,从而出现大幅下跌。在流动性危机基本化解后,微盘股经历了一轮反弹,近期由于市场对政策的过度解读使得微盘股再次出现了较大的波动调整。

大中盘基金业绩更优

Wind数据显示,截至4月23日,全市场40只小盘基金,今年以来只有两只取得正收益,其余收益均为负。

最近几个月微盘股的下跌,拖累了投资小盘的基金业绩表现。Wind数据显示,截至4月23日,全市场40只小盘基金,今年只有两只取得正收益,其余收益均为负。其中,收益最高的是财通成长优选,年内收益为13.71%。

根据Wind对基金投资风格的分类,今年,大盘基金、中盘基金的业绩要明显好过小盘基金。Wind数据显示,截至4月23日,4934只大盘基金年内平均收益为-2.68%,

559只中盘基金年内平均收益为-7.7%,66只小盘基金年内平均收益为-17.28%。

如果只看权益类基金,上述三类基金的年内平均收益也大同小异。Wind数据显示,截至4月23日,3481只权益类大盘基金年内平均收益为-2.7%,461只权益类中盘基金年内平均收益为-7.39%,而40只小盘基金年内平均收益仅为-14.49%。

在微盘股泥沙俱下的情形下,还能保持年内正收益实属不易。

记者查阅财通成长优选季报发现,2024年一季度,基金经理金梓才对持仓板块进一步做了调整。在

2023年四季度大幅加仓海外算力的基础上,在市场较为低迷的1月份,他继续增持海外算力板块。目前,金梓才仍然认为市场低估了海外算力整个板块业绩增长的持续性,该板块有望成为今年的配置主线之一,兼具胜率和赔率。此外,他也密切关注海外科技巨头将AI整体行业进一步往端侧和应用侧

大盘权益基金业绩前十		中盘权益基金业绩前十		小盘权益基金业绩前十	
基金简称	总回报(%)	基金简称	总回报(%)	基金简称	总回报(%)
广发资源优选A	21.89	国联鑫起点A	12.69	财通成长优选	13.71
广发资源优选C	21.74	国联鑫起点C	12.58	财通价值动量	12.46
万家双引擎A	20.35	财通多策略福鑫	12.31	中欧瑾灵A	-0.55
景顺长城支柱产业	20.22	国融融盛龙头严选A	12.29	中欧瑾灵C	-0.80
中欧瑞丰A	20.02	国融融盛龙头严选C	12.21	光大多策略智选	-0.92
中欧瑞丰C	19.83	西部利得新动力A	12.20	民生加银鑫福A	-0.95
宏利成长	19.47	西部利得新动力C	12.14	民生加银鑫福C	-1.06
诺安积极回报A	17.74	平安鼎越	10.12	金元顺安元启	-5.77
诺安积极回报C	17.53	北信瑞丰研究精选	8.91	广发百发大数据策略成长E	-11.63
宏利转型机遇A	17.34	中邮核心主题	8.70	广发百发大数据策略成长A	-11.65

截至日期:2024年4月11日

数据来源:Wind

“错杀”后性价比凸显

截至2月7日,微盘股的PB(平均市净率)估值跌至近三年来的最低点,提供了良好的投资机会。

微盘股未来投资价值几何?

何翔研究发现,2005年至2013年,A股股票数量有限。他用中证1000指数作为当时微盘股代表,其间中证1000指数上涨353%,代表大盘股的沪深300指数上涨137%,微盘股相较大盘股优势显著。2014年至2024年2月,何翔用中证2000指数作为微盘股的代表,其间中证2000指数上涨95%,沪深300指数上涨50%,微盘股继续占据优势。

前述业内人士表示,当前市场对小市值股票的关注度逐渐提升,尤其在经历小盘股下跌后,投资者对小盘股的思考更加深入。小盘股具有估值优势,且其表现长期来看较为出色。

“截至2月7日,微盘股的PB(平均市净率)估值跌至近三年来的最低点,提供了良好的投资机会。保持积极心态,勇敢展望未来,投资者在配置小盘股时,也应关注其周期性、波动性和估值变化。”不过,该人士提醒,小盘股的波动性较大,需要谨慎管理。

沪深港通标的双向扩容 资本市场互联互通再提速

本报记者 郭婧婧 报道

正值内地与中国香港股市互联互通十周年,中国证监会再派发政策“大礼包”。

中国证监会日前发布5项资本市场对港合作措施,包括放宽沪深

港通ETF合格范围、REITs纳入沪深港通、支持内地企业赴港上市、优化基金互认、支持人民币股票交易柜台纳入港股通。

在政策发布后的头3个交易日,港股3大指数连涨3日,恒指和恒生国企指数创下近5个月的

盘中新高。在五大措施实施后,中长期对两地金融市场产生哪些影响?清华大学五道口金融学院副院长田轩在接受《中国经营报》记者采访时预测,短期内将推动优质企业赴港上市规模上升,吸引更多境内外资本参与

ETF、REITs、人民币股票、基金等新纳入品种交易中去,两地资本市场将得到提振。中长期将推动互联互通机制持续拓展和优化,形成多种渠道、多种机制相互驱动的对外开放新模式,促进市场流动性的提升,推进人民币国际化和资本市场对外开放。

REITs将进入互联互通

“对港合作五大措施非常具体,有很强落地性,长期来看,有助于A股和H股,两地的金融市场更高效协同运行。”允泰资本合伙人付立春告诉记者。

其中,明确将房地产投资基金(REITs)纳入沪深港通。此消息一出,立即获得市场广泛关注和热烈反响,进而对表现疲弱的港股交

所REITs市场产生刺激。受此影响,4月23日,领展房产基金上涨4.11%。对此,光大证券表示,这将能够吸引境外投资者投资基础设施公募REITs,有助于提升市场流动性;但同时也可能对产品信息披露、定价合理性、项目运营能力提出更高的要求。此外,香港REITs底层资产以商业

地产为主,沪深港通的开通,或将为低迷的REITs市场带来增量资金,两个REITs市场的联动性或将加强。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜指出,将REITs纳入沪深港通后,中国内地和香港投资者将有更多的投资选择。然而,由于两地REITs市场存在一些差异,投资者需要注

意不同市场的投资风险和回报率。截至4月19日,港交所上市的REITs产品有11只,收盘总市值超1100亿港元。

在田轩看来,香港市场REITs权益属性更强,规模约250亿美元,高于内地市场规模,底层资产以商业地产为主,运营成熟度更高,投资者理念更成熟。

降低ETF产品入市门槛

上交所数据显示,截至2024年3月底,沪深股通股票占A股市场市值比重超九成,港股通股票占香港联交所主板市值比重超八成,沪深港通已经成为中国资本市场的双向开放的重要窗口。

4月19日,沪深港交易所同时表示,就扩大沪深港通合资格ETF范围达成共识。此次交易型开放式指数基金(ETF)标的优化主要

包含两个方面:降低ETF纳入规模要求和下调ETF的指数权重占比要求。

根据沪深交易所修订的沪港通和深港通业务实施办法,将日均市值不低于人民币50亿元、日均成交金额不低于人民币3000万元(剔除全天停牌的交易日)、全天停牌天数占总交易日天数的比例低于50%的股票纳入沪深港通的范围。

“优化实施后,预计沪深港通ETF标的数量和规模将显著增加,进一步丰富两地市场投资产品,便利两地投资者配置对方市场资产。”上交所表示。

截至4月21日,市场上共有141只沪股通ETF和深股通ETF产品以及8只港股通ETF产品,合计达到149只,相较于首批沪深港通ETF产品数量上涨71.26%。

自2022年ETF纳入沪深港通以来,沪深港通南向和北向ETF交易量快速增长。

“新举措包括扩大互联互通机制下ETF的范围。”香港交易所集团行政总裁陈翊庭表示,“我们将通过持续优化互联互通为投资者提供更丰富的投资产品。此次的优化将为市场带来更多的流动性和活力。”

支持内地龙头赴港上市

据了解,境外上市备案管理制度规则发布实施一年来,已有72家企业完成赴港首次公开发行(IPO)备案。此次发布的措施中还包括支持符合条件内地行业龙头企业赴港上市融资。这对提升香港新股(IPO)市场的吸引力和港股二级市场的流动性都有很大帮助。

与此同时,中国证监会还发布了《资本市场服务科技企业高水平发展的十六项措施》,提出支持科技型企业依法依规境外上市,落实好境外上市备案管理制度,更好支持科技型企业境外上市融资发展。

谈及内地企业赴港上市的意

义,香港特区政府财政司司长陈茂波认为,这将吸引更多国际资金来港,加强和提升香港国际金融中心地位,充分体现中央对香港的支持。国家支持内地行业龙头企业赴港上市,有利于香港新股上市市场,更多具有长远发展和回报潜力的企业在港上市,也会带动二级市场的流动性都有很大帮助。

中金研报表示,此次措施进一步支持内地行业龙头企业赴港上市,也体现了对香港巩固和提升国际金融中心地位的支持。中金认为,一方面,内地企业利用两个市场、两种资源规范发展,境内企业海

外融资渠道进一步疏通,资本市场持续高水平开放,全球投资者将有更多机会共享中国经济发展的红利。中金表示,长期来看,香港仍是内地中资企业特别是新经济行业上市融资的首选目的地之一,也是连通国际资本和中国资产的纽带。

“内地企业赴港上市,已经成为香港上市非常重要的来源之一。于香港市场而言,内地行业龙头企业赴港上市,壮大资本市场的规模;于内地企业而言,增加了新的融资通道,距离资本国际化更近一步。”付立春告诉记者。

赴港上市对内地企业和香港

市场有哪些作用?对此,田轩指出,赴港上市可以借助港股市场,进一步拓宽可供选择的融资路径,吸引优质国际资本助力内地企业发展,并对接全球市场规则体系,提升上市企业治理能力。尤其是将助力我国亟待技术创新的产业领域,持续推进我国产业升级和新兴产业发展。对香港市场来说,赴港上市可带来港股市场规模的持续扩容,尤其是通过促进优质创新型企业上市,引入更多境内外资金入市,持续提升港股市场投资吸引力,并优化制度供给,巩固提升香港市场对国际金融市场的影响力。

值得注意的是,在上述案件中违法操作发生的同时,2023年2月24日、3月3日,中核钛白公告非公开发行A股股票相关发行情况报告书,称:“本次非公开发行对象不存在发行人实际控制人通过直接或间接形式参与本次发行认购的情形”。

中信证券同时也是中核钛白的法律顾问,在上述案件中违法操作发生的同时,2023年2月24日、3月3日,中核钛白公告非公开发行A股股票相关发行情况报告书,称:“本次非公开发行对象不存在发行人实际控制人通过直接或间接形式参与本次发行认购的情形”。

中信证券同时也是中核钛白的法律顾问,在上述案件中违法操作发生的同时,2023年2月24日、3月3日,中核钛白公告非公开发行A股股票相关发行情况报告书,称:“本次非公开发行对象不存在发行人实际控制人通过直接或间接形式参与本次发行认购的情形”。

许峰提到:“从违法性质而言,目前被曝光的违规减持套利案件相对较少,该类处罚不算多。同时,过去出现的‘绕道减持’案例违规性质较轻,与本案上市公司实控人、机构投资者和相关中介结构‘联合收割’中小投资者的案例相比,本案违规性质较为恶劣。所以,罚款数额不仅考虑违法所得,更主要考虑的是违规买卖的证券金额以及违法主体在违规当中的角色。”

进一步提升违法成本

监管部门不断加强对券商的监管,加大对违规行为的处罚力度。

目前,更让市场担忧的是,这类案件恐非孤例。那么,监管部门会否进行更为普遍性的倒查?

许峰提到:“此次违规的恶劣之处核心是绕道违规减持,完全无视法律的存在,对中小投资者和资本市场毫无敬畏。如果该类行为暗地里已普遍采用,那么可想而知,对投资者的权益损害会有多么严重。过去是传言很多,到此次案例真实落地,还是让人震惊,对于类似违规案件启动调查是必要的。”

中国法律咨询中心民商事专委会原副秘书长林先平提到:“对于中介机构来说,此案件是一个深刻的警示,券商应更加重视业务合规以及自身的职业道德建设。目前,监管部门正不断加强对券商的监管,加大对违规行为的处罚力度。对于各类股东来说,近年来,严格规范上市公司实控人、大股东减持行为的制度不断完善,保护中小投资者、维护市场公平的各项制度接连出台、力度不断提升,这也为资本市场良性发展奠定了基础。”

值得注意的是,在上述案件中违法操作发生的同时,2023年2月24日、3月3日,中核钛白公告非公开发行A股股票相关发行情况报告书,称:“本次非公开发行对象不存在发行人实际控制人通过直接或间接形式参与本次发行认购的情形”。中信证券同时也是中核钛白的法律顾问,在上述案件中违法操作发生的同时,2023年2月24日、3月3日,中核钛白公告非公开发行A股股票相关发行情况报告书,称:“本次非公开发行对象不存在发行人实际控制人通过直接或间接形式参与本次发行认购的情形”。

24家上市银行员工增逾9600人 科技人才受青睐

本报记者 杨井鑫 北京报道

近日,在央视热播剧《城中之城》中,银行新人陶无忌向银行副行长赵辉吐槽年轻柜员的贷款艰难和无奈,以及最后为坏账背锅的故事桥段,让不少银行从业者破防。

一时间,“为什么年轻人都想逃离银行柜员?”的话题也冲上了热搜,在网络上引发了热烈讨论。同时,基层员工绩效考核压力大和降薪也让不少银行员工抱怨连连。但是,这并不意味着银行员工数量锐减。

国有大行员工数“四增两减”

国有大行在人力资源管理上的策略是以员工总人数稳定为目标,在结构上进行调整。

据公开信息统计,截至2023年末,6家国有大行员工数量合计184.55万人,相比2022年同期减少了4156人。其中,农业银行(601288.SH)在国有大行中的员工人数最多,达到4.51万人,同比减少1255人。工商银行(601398.SH)员工数量减少最多,由42.76万人降至41.93万人,同比减少8335人。建设银行(601939.SH)、中国银行(601988.SH)、交通银行(601328.SH)和邮储银行(601658.SH)四家国有大行的员工人数分别为37.69万人、30.69万人、9.43万人和19.71万人,同比分别增加了189人、749人、2452人和2044人。

工商银行方面表示,聚焦高质量发展,着眼经营发展与市场竞争关键领域,加强战略要地人力资源配备,以人力资源提质增效带动经营能力提升。围绕科技创新、绿色发展、新兴业务、普惠金融、数字化转型等重点领域,持续推进营销、信贷、科技、数据等队伍建设,完善人才培养、引进、激励和使用,着力打造适应金融强国建设要求的高水平金融队伍。加快科技数据赋能,优化机构能力建设,完善一线员工发展机制,激发人才活力动能。

农业银行方面表示,积极落实国家就业优先政策,全年招聘录用

据《中国经营报》记者了解,在当前就业环境下,虽然不少银行的薪资有所下调,但是银行员工数量整体上并没有减少。截至4月25日,已公布年报的24家上市银行的员工总人数逼近238万,同比增加了9650人。其中,6家国有大行2023年年底的员工数量较年初减少了4156人,但是股份制银行和中小城商行、农商行的员工人数却有较大幅度增加。值得一提的是,不少银行信息科技、金融科技人才队伍不断扩容,分支机构和基层岗位不断优化,这令部分银行的薪酬成本开支增长较快。

3.2万余人。同时,该行加强新时代人才队伍建设,推进实施一系列重大人才工程和专项人才计划。其中,银行实施“乡村振兴专项招聘计划”,加大涉农相关专业大学生招聘力度;实施“金融人才驻县帮扶行动”,3500余人赴地方政府挂职。

邮储银行方面称,2023年进一步深化完善“U系列”人才引进和培养项目,将人才招聘、人才培养、内部流动工作有机融合。人才数量方面,合理控制人员规模,人才配置思路从数量增长转向人均效能提升。人才结构方面,岗位分布更趋合理,人才资源进一步向核心业务领域和前台营销岗位有序流动。

“国有大行在人力资源管理上的策略是以员工总人数稳定为目标,在结构上进行调整。大力引进各类人才,再将人才与银行的发展战略相匹配。”一家国有大行人士称。

该国有大行人士认为,在国有大行网点布局逐渐下沉的过程中,县域网点的数量有所增加,基层员工数量也会有所增长。“每年国有大行都会有固定的招聘计划,多数新进银行的员工都需要到柜台锻炼一年以上,这也是人才在晋升中所必需的基层经验。”

中小银行人员扩张

不同地方银行的经营业务存在比较大差异,对于实力较强的头部城商行而言,在人才的引进上力度更大。

相较国有大行,股份制银行和中小地方银行在2023年的银行员工数量均有不同程度的增长。据公开信息统计,截至4月25日,已公布2023年业绩的7家股份制银行,2023年末的员工数量达到了42.7万人,同比增长9043人,而11家中小地方银行2023年末的员工数量为10.68万人,同比增长4763人。

在股份制银行中,招商银行(600036.SH)、兴业银行(601166.SH)、中信银行(601998.SH)、光大银行(601818.SH)、民生银行(600016.SH)、平安银行(000001.SZ)和浙商银行(601916.SH)7家银行在2023年的员工分别为11.65万人、6.66万人、6.69万人、4.76万人、6.37万人、4.28万人和2.29万人。其中,中信银行的员工人数增长最多,达到了5788人,而兴业银行的员工人数减少最

多,达到了3271人。

在11家中小地方银行中,仅3家银行在2023年员工数量有所下降,剩余8家银行的员工数量均有不同程度增长。数据显示,宁波银行(002142.SZ)、北京银行(601169.SH)和杭州银行(600926.SH)三家城商行2023年员工数量分别为2.92万人、1.95万人和1.38万人,分别增长了2143人、1465人和560人,而渝农商(601077.SH)、瑞丰银行(601528.SH)和江阴银行(002807.SZ)三家银行的员工数量则有小幅减少。

一家城商行人士表示:“如今中小银行的发展仍在规模扩张期,银行的员工数量总体上会相应有所增长。但是,为了实现降本增效,部分中小银行也有劳务派遣,将一些辅助性岗位交给

上市银行员工数量统计表		
单位:人		
	2023年	2022年
农业银行	451003	452258
工商银行	419252	427587
建设银行	376871	376682
中国银行	306931	306182
邮储银行	197146	195102
招商银行	116529	112999
交通银行	94275	91823
中信银行	66891	61103
兴业银行	66569	69840
民生银行	63742	62615
光大银行	47582	47585
平安银行	42757	43873
宁波银行	29209	27066
浙商银行	22895	19907
北京银行	19445	17980
渝农商	15017	15167
杭州银行	13756	13196
常熟银行	7376	7090
郑州银行	5911	5888
重庆银行	5284	4992
青岛银行	5027	4855
瑞丰银行	2271	2304
江阴银行	1752	1787
无锡银行	1748	1708

数据来源:上市银行2023年年报

派遣人员负责。另外,不同地方银行的经营业务存在比较大差异,对于实力较强的头部城商行而言,在人才的引进上力度更

大,也更愿意支付更多成本为业务发展做铺垫。但是,也有少数银行通过降薪裁员控制成本,以通过节流来实现利润增长。”

加大人才引进

不少银行在2023年提出了降本增效的策略,将人力资源向前端业务和技术人员倾斜。

据Wind数据统计显示,2023年13家全国性商业银行的薪酬总额为8696.68亿元,与2022年同期相比仅增长2.32%,增幅与2022年的增幅(5.85%)相比有所下降。在人均收入上,多数银行人均收入稳中有降。

记者了解到,虽然2023年不少银行在员工薪酬方面有所调整,但是大部分银行在员工薪酬支出上并没有减少,甚至一些银行的这方面支出增长较快,这意味着薪酬的结构性调整有所倾斜。

中信银行2023年年报显示,该行应付职工薪酬224.2亿元,较2022年219.05亿元小幅增长。该行表示,坚持以岗位价值、业绩贡献和能力展现为核心的薪酬理念,不断优化以价值创造为核心的薪酬分配机制,持续完善内部收入分配结构,加大薪酬资

源向一线员工、基层员工倾斜,充分发挥薪酬的正向激励作用,不断推动本行战略发展并落实各项监管要求。

兴业银行的情况更加直观。该行2023年年报显示,银行员工数量相比2022年减少了3000多人,但是银行在应付职工薪酬项下的支出有小幅增长。兴业银行明确表示,公司员工绩效薪酬与银行、机构(部门)与个人的综合绩效完成情况挂钩,在绩效考评指标设置方面,围绕财务效益、发展转型、客户建设、风险管理、社会责任等维度,考评结果与机构经营班子评优评先与绩效分配相关。员工个人的绩效薪酬与团队绩效水平挂钩,同时充分考虑个人对团队的贡献程度。薪酬水平与整体绩效表现匹配,激励员工不断提升业

绩水平和价值创造。

记者了解到,银行加大了对人才的引进。比如在国有大行中,信息科技、金融科技相关人员的增加较为明显。6家国有大行金融科技员工增至9.49万人,较2022年增加7500多人,增幅8.59%;全国性股份制银行方面,招商银行研发人员较上年有所减少,但依然超过1万人,兴业银行、民生银行、光大银行科技人员均达到两位数增长。

招商银行2023年年报显示,员工的构成是公司金融19746人,零售金融52843人,风险管理6844人,运营操作及管理17377人,研发人员10650人。与2022年相比,公司金融、零售金融、运营操作及管理人员均有所增加,而风险管理条线人员、研发人员

和行政后勤人员有所减少。

“不少银行在2023年提出了降本增效的策略,将人力资源向前端业务和技术人员倾斜。银行未来的竞争是人才的竞争,不少银行也发布了人才战略。科技人才的薪酬需要有一定吸引力,是高于传统基层员工的,这也是大多数银行为数字化转型加大科技投入的原因。”一家股份行人士认为。

该股份行人士表示,由于金融科技的广泛应用,目前对银行部分后台工作能够进行替代,这让银行在人力资源的匹配上会有一些调整。“比较明显的是,部分银行已经搭建了相对完善的智能化风控系统,对业务的风险防控实现了数字化和智能化,这也让银行对于风控人员的需求有所下降,实现了真正的降本增效。”

一季度社融开局良好 银行加码助力实体经济

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

近日,中国人民银行发布的2024年一季度金融统计和社会融资数据显示,人民币贷款增加9.46万亿元,社会融资规模增量累计达到12.93万亿元,均处于历史同期较高水平。

社会融资需求有所放缓

关于一季度社融数据,中国人民银行调查统计司负责人张文红介绍,一季度社会融资规模累计增加12.93万亿元,同比少1.61万亿元,这主要是受上年高基数的影响。从历史同期看,今年一季度社会融资规模的增加量仍处于历史同期较高水平。从结构上看,主要有四个方面的特点:

一是信贷投放节奏平稳,金融机构对实体经济发放的人民币贷款保持合理增长。一季度金融机构对实体经济发放的人民币贷款增加9.11万亿元,比2023年同期低1.59万亿元,但比2022年同期高7730亿元。

二是政府债券融资保持合理规模。一季度政府债券净融资1.36万亿元,虽然同比有所少增,但是与2020—2023年同期均值相基本持平。

三是企业债券融资有所增长。一季度企业债券净融资1.12万亿元,同比多了2551亿元。

四是表外融资中信托贷款、

社融数据保持增长的背后,是银行加大信贷投放冲刺“开门红”。北京社科院副研究员王鹏告诉《中国经营报》记者,金融机构积极响应国家政策,加大对实体经济的支持力度。银行信贷投放持续增加,满足了企业和个人的融资需求,推动了社融规模的增长。

王鹏向记者分析,一季度社融数据处于历史同期较高水平,反映了我国经济逐步恢复,市场信心得到提振;稳健的货币政策和积极的财政政策对社融增长起到了推动作用,央行通过降准、降息等手段保持市场流动性合理充裕,为实体经济提供了良好的融资环境,政府加大基础设施投资,刺激经济增长,进一步拉动了社融规模的增长;金融机构积极响应国家政策,加大对实体经济的支持力度,银行信贷投放持续增加,满足了企业和个人的融资需求,推动了社融规模的增长。

值得注意的是,一季度社融数据中,人民币贷款同比少增,而企业债券净融资同比多增。对此,《上海财经大学2024年第一季度宏观经济数据分析报告》(以下

金融资源向重点领域倾斜

记者注意到,多家银行2024年一季度信贷实现“开门红”。比如,杭州银行(600926.SH)发布报告显示,一季度贷款规模增量637亿元,同比多增155亿元,“开门红”表现较好,主要是由对公贷款贡献的。

在政策推动下,银行加大对实体经济关键领域和薄弱环节的支持力度,支持信贷有效需求回升,推动降低企业综合融资成本。

在融资成本方面,央行发布的数据显示,3月份新发企业贷款加权平均利率为3.75%,比上月低1个基点,比上年同期低22个基点;新发个人住房贷款加权平均利率为3.71%,比上月低15个基点,比上年同期低46个基点,均处于历史低位。

中证鹏元研发部高级研究员李席丰分析,当前实体经济有着多元化的融资渠道,流动性合理充裕下有效融资需求容易得到满足,同时政策引导企业融资和居民信贷成本稳中有降,实体融资成本也在降低,重大战略、重点领域的企业或者民企、中小微企业等的融资也有相应的政策支持。不过在经济增长中枢下移的背景下,资产投资回报率也在逐步下降;另外,居民和企业债务杠杆率较高,继续融资加杠杆的空间较少,也限制了实体融资的能力。

从数据来看,中信建投金融团队指出,相较于过去5年的平均水平,信贷投放结构仍然保持“对公稳、零售弱”的趋势。尽管对公信

贷在去年高基数的影响下同比少增,但仍处于历史较高水平,支持实体经济的力度不弱。零售信贷增量仍相对偏弱,在居民收入水平未见明显改善的情况下,零售贷款有效需求仍有待恢复。

对此,《报告》分析,居民短期贷款需求主要受春节效应的影响,短期贷款的修复仍然受“就业—收入—消费”循环恢复偏弱的制约,居民消费对信贷融资需求的拉动力用有待加强。在居民长期贷款方面,由于3月份在楼市小阳春不及往年,反映居民对于房地产投资持谨慎态度,导致房地产销售偏弱,进而拖累居民中长期贷款规模。

中国人民银行副行长、国家外汇管理局局长朱鹤新表示,中国人民银行已成立信贷市场司,牵头推进做好“五篇大文章”工作。下一步,将从政策框架、激励约束、金融服务能力建设等方面加大支持力度。

一是加强顶层设计和系统筹划,推动形成“1(总体制度设计)+5(‘五篇大文章’的各自举措)”政策体系;二是通过激励机制,引导金融资源向重点领域倾斜;三是鼓励金融机构发挥组织、管理和技术优势,应用互联网、大数据等信息手段,增强服务科技、绿色、中小微企业的能力水平,提升金融服务的适配度和普惠性,打造可复制、可推广的服务模式。

那么,下一步银行将有哪些工作重点?李席丰认为,银行要更好支持实体经济,一方面要重点支持

传统经济支柱的房地产行业,在控制风险的同时及时给优质房企和“保交楼”项目输血,尽量减缓房地产调整的速度,同时着力推动“保交付”,稳定社会预期;另一方面是围绕高质量发展主线,加快推进形成新质生产力方向,支持符合科技自立自强和创新导向的重点企业,比如人工智能、半导体等行业,以及今年国家重点推动的设备更新和以旧换新涉及的行业领域。

“随着国家对科技创新的重视,高新技术企业、科技型中小企业等创新型企业值得关注。制造业是国民经济的重要支柱,制造业升级和智能制造是未来发展的主要趋势,先进制造业、智能制造等领域也将是信贷投放的重点。”王鹏说。

从银行方面来看,平安银行(000001.SZ)推出《关于支持实体经济的若干措施(2024)》,提出将持续优化行业布局,重点聚焦新兴产业。推动新制造、新能源、新生活等新兴产业;提升实体经济客户经营能力,加大制造、绿色、科技金融、涉农等领域推动,以客户为中心定制化打造多元化产品服务体系,创新产品模式;加大普惠贷款投放力度,拓宽客群经营广度,发挥二级分行、县域支行的辐射能力;构建科技金融经营体系,打造“线上+线下”全生命周期的金融服务方案;主动让利实体,深化制造业、民营企业、小微客户经营,给予利率优惠、灵活还款等优惠政策倾斜,降低客户融资成本,减轻还款压力。

做好金融“五篇大文章”

优结构强统筹 国有大行布局养老金融赛道

本报记者 张漫游 北京报道

为进一步做好金融“五篇大文章”，监管层正在加强顶层设计和系统筹划，推动形成“1+5”政策体系，“1”是总体制度设计，

优化组织体系

从上市银行2023年业绩报可见，养老金融已经成为各家银行深化金融供给侧改革的重要领域之一。

“发展养老金融是贯彻落实中央金融工作会议精神的重要内容，也符合我国经济社会发展的现实需要，银行筹备养老金融中心的目的是为了更好地发展养老金融，更好地服务应对人口老龄化的国家战略，切实贯彻落实中央金融工作会议精神，服务经济社会发展。”中国养老金融50人论坛特邀研究员娄飞鹏告诉《中国经营报》记者。

据悉，中行新成立的养老金融中心将全面统筹集团养老金融业务发展，并与各部门协同发力，形成共同推动养老金金融、养老金个人金融、养老产业金融和银发场景生态“3+1”业务发展的养老金融组织体系。

在此之前，中行已经围绕养老金金融、养老金个人金融、养老产业金融、银发场景生态建设四个方面，对于养老金融进行了布局。

在服务需求侧方面，中行构建了完整的养老金产品货架体系，丰富养老金储蓄、养老金理财、养老金等产品，升级手机银行“银发专区”，打造金融产品货架体验，丰富商户体系，举办“99银发节”等特色活动；在服务供给侧方面，积极参与国家发展改革委城企联动普惠养老专项行动，参加中国人民银行普惠养老专项再贷款试点，在中国国际进口博览会组展银发经济交易分

“5”是“五篇大文章”的各自举措。

同时，中国人民银行副行长、国家外汇管理局局长朱鹤新称，正在抓紧对养老金融和数字金融等领域的制度设计，让“五篇大文章”的制度设计更加健全，政策框

架更加牢固。

在具体政策落地前，银行已经做好了准备，并针对养老金融有了新举措。日前，中国银行(601988.SH)的养老金融中心在

京成立。中行希望以养老金融中心成立为契机，加强全面布局、分类施策、协同联动、创新融合，着力打造新产品、新业态、新模式。



《“十四五”积极应对人口老龄化工程和托育建设实施方案》提出，引导金融机构对普惠养老、普惠托育企业和机构提供金融支持；引导战略合作机构积极对接项目，并针对性开展金融产品创新。

业年金客户超过1.82万家。

不仅中行，从上市银行2023年业绩报可见，养老金融已经成为各家银行深化金融供给侧改革的重要领域之一。

工商银行(601398.SH)在业内率先建立涵盖9个条线、31项指标的养老金融业务指标体系，开发投产养老保险数据平台。同时，该行推出养老保险全景服务视图，客户通过手机银行可便捷查询第一、第二、第三支柱养老金资产情况，并自助开展养老规划测算。在第三支柱方面，在金融机构中首批上线个人养老金业务，构建了涵盖养老金储蓄、养老金理财、养老金目标基金、商业养老保险的多元化产品线。

银行还强化了养老金融生态圈的构建。建设银行(601939.SH)纪志宏副行长介绍称，除养老金产品外，该行还提供养老服务咨询、养老服务特色服务，开展区域

特色调研和服务探索。从客户需求出发，协同同业和母子公司，推动搭建养老金融特色平台，稳步构建养老金融生态圈。

养老金融知识的普及亦是银行重视的内容。邮储银行(601658.SH)表示，该行广泛普及个人养老金政策，开展“一路邮你养老中国行”养老保险服务论坛，足迹遍布全国9个重点省市，传递“规划现在就是U享未来”的养老理念，引导客户树立科学、理性的养老投资观。邮储银行希望通过这些活动，帮助客户了解个人养老金制度，为他们未来的养老生活提供更多的保障。

娄飞鹏坦言，近年来，银行业高度重视养老金融发展，但在专业机构和人员队伍建设上有待进一步加强，养老金融中心落地后可以实现专业机构、专业人员发展养老金融，从而更好地推进养老金融发展。

养老金融寻求突破

后续养老金融发展需要重点围绕养老金金融、养老产业金融、养老服务金融三个领域寻求突破，方便老年人获得高质量金融服务。

养老金融业务具体如何落地，还需要政策的进一步指引。

继科技金融之后，关于养老金融落地的政策细则也在逐步完善。

如日前，国家发展改革委及其他部门联合印发《“十四五”积极应对人口老龄化工程和托育建设实施方案》的通知指出，引导金融机构对普惠养老、普惠托育企业和机构提供金融支持。引导战略合作机构积极对接项目，并针对性地开展金融产品创新。

同时，地方监管部门也在逐步完善养老金融落地方案。

3月25日，国家金融监督管理总局河南监管局出台《河南银行业保险业加快推动养老金融高质量发展行动方案》(以下简称《行动方案》)，是全国首个公开发布养老金融方案的省份。随后，4月7日，福建监管局发布了《关于促进养老金融高质量发展的指导意见》(以下简称《指导意见》)，出台合计六大部分21条措施，促进养老金融高质量发展。

在《行动方案》中提出，河南省拟按照两步走战略，争取3至5年的时间，全面建成多层次、广覆盖、宽领域、可持续的养老金融服务体系，到2026年末，各类养老金融产品、养老服务、养老产业金融体系基本完善，发展模式逐步成熟，业务规模逐年提升；到2028年年末，“养老金融+康养服务”全链条闭环生态建设取得显著成效，一批创新试点、业务模式在全国形成品牌效应，养老金融成为提升居民养老保障水平的重要力量、群众养老生活和养老消费的金融管家、促进银发经济和养老产业高质量发展的高效引擎。

福建监管局在《指导意见》中

确定助推三支柱养老保险体系建设、强化养老产业发展的金融支持、完善“老年友好型”金融消费环境三大工作重点，明确“以人为本、问题导向；统筹规划、多元推动；因地制宜、改革创新；加强引导、防控风险”四大工作原则，制定短期目标与长期规划，对该省养老金融高质量发展提出远景要求。

《指导意见》提出短期要达到工作开展有规划、工作运行有机制、工作监测成体系、工作短板有突破、发展环境有改善；长期目标包括养老金融工作机制较为完善、养老金融三大板块的服务能力显著提高，金融与养老事业、养老产业协同发展格局更加稳固，养老金融监管信息化、数字化水平进一步提升，人民群众对养老金融工作的满意度大幅上升。

中行研究院博士后李一帆总结道，《行动方案》中，在深化养老金融供给侧改革层面，重点围绕养老金融产品、养老服务以及养老产业金融三大领域深耕发力；在提升专业经营能力层面，推动金融机构实施专班负责、专业管理、专属服务、专项政策“四专”机制，切实把养老金融做细做实；在监管引领层面，从优化政策环境、强化外部宣传、细化激励机制、量化评估督办四个方面进行强化，以监管引领促发展，推动金融机构扎实做好养老金融大文章。

娄飞鹏亦展望道，后续养老金融发展需要重点围绕养老金金融、养老产业金融、养老服务金融三个领域寻求突破，搭建养老金融发展生态场景，支持居民积累养老金，推进金融和养老产业更好融合，方便老年人获得高质量金融服务。

履行社会责任 推动可持续发展 江苏银行发布《2023年ESG(环境、社会及治理)暨社会责任报告》

4月26日，江苏银行(600919.SH)发布《2023年ESG(环境、社会及治理)暨社会责任报告》。

2023年，江苏银行践行金融报国初心，勇担金融为民使命，扎实做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章，以高质量金融服务助推中国式现代化，更好满足人民日益增长的美好生活需求。2023年，该行继续入选全国系统重要性银行，稳健发展能力“陀螺”评价跃居全国城商行首位，获评“江苏省优秀企业”。

本次报告是江苏银行发布的第3份ESG报告，也是第11份年度社会责任报告。报告分为“环境篇”“社会篇”“治理篇”三个主要部分，全面展示了江苏银行在应对气候变化、提升绿色金融服务、服务实体经济、践行普惠金融、优化公司治理、完善风险管理等方面的责任实践和成效。

坚守金融本源，甘做苦事难事，服务经济社会高质量发展

2023年，江苏银行认真履行地方法人银行职责，紧跟江苏地方发展主旋律，不断提升金融服务的精准性与覆盖面，与地方经济发展同频共振。截至2023年末，该行制造业贷款余额超2400亿元，较上年末增长24.30%，先进制造业贷款占比持续提升，共支持江苏省级重大项目65个，贷款金额182亿元。

江苏银行着力打造“集群—行业—区域—客户”系统拓客模式，推出助力补链强链延链等系列措施，服务链主领航、单项冠军、专精特新等产业链。截至2023年末，该行科技贷款余额超1890亿元，科技企业授信客户总量居江苏省第一。

江苏银行紧跟国家对外开放步伐，主动融入“双循环”新发展格局，支持“一带一路”倡议、跨境贸易新业态和江苏、上海自贸区建设，国际业务规模优势不断放大，2023年国际结算量突破2500亿美元。

为了让金融活水精准滴灌到小微企业，江苏银行不断加大个体工商户、微贷群体触达面，截至2023年末，小微贷款余额6237亿元，连续保持江苏省第一，其中普惠小微贷款余额1735亿元，增速高于各项贷款增速11.6个百分点。该行还持续推进“三联三清单”工作机制，夯实“融旺乡村”综合服务体系，加快推进乡村振兴金融服务扩面增量、提质增效，截至

践行绿色发展，坚定逐“绿”前行，助力实现“双碳”目标

2023年，江苏银行当选“联合国环境署金融倡议组织银行理事会”中东亚地区理事代表，受邀参加“PRB2030核心工作组”启动会议，联合主持“负责任银行原则”首次亚洲会员闭门会议，深度参与全球可持续金融建设。

该行积极发挥绿色金融对实现“双碳”目标的支撑作用，全面推进绿色金融“集团化、专业化、国际化”发展，持续打造“国内领先、国际有影响力”的绿色金融品牌。截至2023年末，该行绿色信贷余额2870亿元，较年初新增856亿元，增速42.5%，绿色信贷占比在中国人民银行总行直管的24家银行中保持领先。

江苏银行不断完善绿色金融顶层设计，成立绿色金融委员会统筹绿色金融发展，健全政策体系，强化子公司协同联动，已构建涵盖公司信贷、投行、普惠、网金、跨境、零售、同业、理财、租赁九大业务板块的集团化可持续金融产品服务体系。该行还高度重视气候风险

对经营管理的潜在影响，运用“识别—评估—应对”的管理框架，探索将气候风险纳入全面风险管理体，推动绿色金融战略落地。

2023年，江苏银行制定了经营辖区内17个地市绿色产业地图，以“转型金融”“能源金融”“生态金融”三大业务板块为依托，聚焦行业特色、客群特点、金融服务适配度，创新推出多项绿色金融产品和服务，持续为绿色低碳重点领域提供高质量金融供给。

发挥专业研究优势，江苏银行积极参与地方绿色发展规划，牵头开展“生物多样性金融”“转型金融”等多个前沿课题和标准研究，获得政府及国际评级机构的多方认可。该行还积极贯彻绿色发展理念，坚持低碳运营理念，将节能减排做法运用到日常运营和业务发展中；推行绿色办公、绿色采购和绿色运营，开展碳排放数据核查，降低自身发展对环境的影响，以实际行动支持经济社会绿色低碳转型。

夯实治理基础，筑牢稳健发展根基

江苏银行不断完善公司治理架构，将公司治理建设作为增强核心竞争力的基础工程，切实发挥董事会、监事会、高管层职能，持续推进公司治理的规范性和有效性。设立战略与ESG、消费者权益保护等专门委员会，切实履行董事会在ESG发展规划、绿色金融、普惠金融、消费者权益保护、社会责任履行等方面的职责。

江苏银行严格按照监管规定规范开展信息披露，持续健全特色化信息披露体系，充分保障股东、投资者知情权。该行通过交易所网站、公司官方网站等渠道披露年报、ESG暨社会责任报告、绿色金融发展报告等，充分满足监管部门、股东、社会公众及资本市场对信息披露的要求，2023年共披露各类型公告文件合计138份。



江苏银行着力打造“1+3+N”的风控管理体系，厘清风控职责界限，有力有效防范化解风险隐患。该行不断深化协同服务工作机制，积极运用科技赋能流程优化，有效提高一体化专业化管理水平。该行还强化员工行为管理，加强党风廉政建设，通过培训、警示教育等方式传导风险管理理念和合规文化。

2024年，江苏银行将始终保持昂扬的奋斗姿态，坚守本源、聚焦主业、埋头苦干、勇毅前行，集聚更多金融资源投向重大战略、重点领域和薄弱环节，倾力做好“五篇大文章”，为新质生产力注入强劲金融动力，以走在前的高质量金融服务助力强国建设和民族复兴伟业，为谱写“强富美高”新江苏现代化建设新篇章作出新的更大贡献。广告

农商行聚合支付收单手续费调整:降本增效与风险防控并行

本报记者 郭建杭 北京报道

每1万元收取20—38元不等的手续费,当一家商户内的日均营业额达到几万、十几万元,每天需要支出超过百元手续费的时候,商户还会继续留存并使用这

个收款码吗?

降本增效是当下农商行的关键词。近期,已有多家农商银行调整了商户聚合支付收单手续费的垫付政策,同时还更多农商行正在陆续取消对商户的无差别补贴政策,对商户实施分级补贴。

公开信息显示,河北省农信系统内的多家农商行自2024年4月起开始调整聚合支付收费政策,月交易额度20万元以内免手续费,超过20万元的部分按2.2%的政策执行,各家农商行在具体政策上有细微差别。山东泰山农商行自5月10

日开始调整聚合支付、综合收单商户交易手续费,新注册用户及小额单笔1000元以内免手续费,每月有20万元免费额度,超过免费额度的部分,费率按2.1%执行。

对于农商行调整聚合支付补贴费率政策的原因,业内人士告

诉《中国经营报》记者:“农商行对于聚合支付的垫付政策一直都是阶段性政策,在省联社要求整体提质增效的工作思路下,各家农商行早已开始着手准备有关聚合支付收单业务转型的工作,对于商户的使用频率、留存比例都做

了详细的调研。随着该业务各方面的准备工作完备后,农商行有效压降成本着手进行费率政策的调整。”

此外,除了成本原因外,提高使用成本、防范收单业务风险,也是农商行调整费率补贴的原因之一。

关注日均存款余额

从多个省份农信机构的费率调整政策来看,调整后的费率政策与商户账户内日均存款余额紧密相关。

在银行的聚合码收费业务中,商户收取的资金会直接进入绑定的银行储蓄卡中。在这一过程中,银行会收取一定的手续费,根据各家政策不同,每1万元收取20—38元不等的手续费。此前,农商行往往通过先收取后返还,或不收取的方式对聚合码收费业务进行手续费的补贴。

河北省内某商户对记者坦言其使用银行收款码的原因。“收款码的功能都差不多,银行收款码钱可以直接进入银行账户,不需要再次提现,且此前也没有手续费。”该商户表示,“至于说未来在银行调整了费率后是否继续使用原银行收款码,还要看银行的执行标准。目前来看,只要账户里有存款留存就可以继续免费或低费率使用。未来,还要准备观察后续的收费变化情况。”

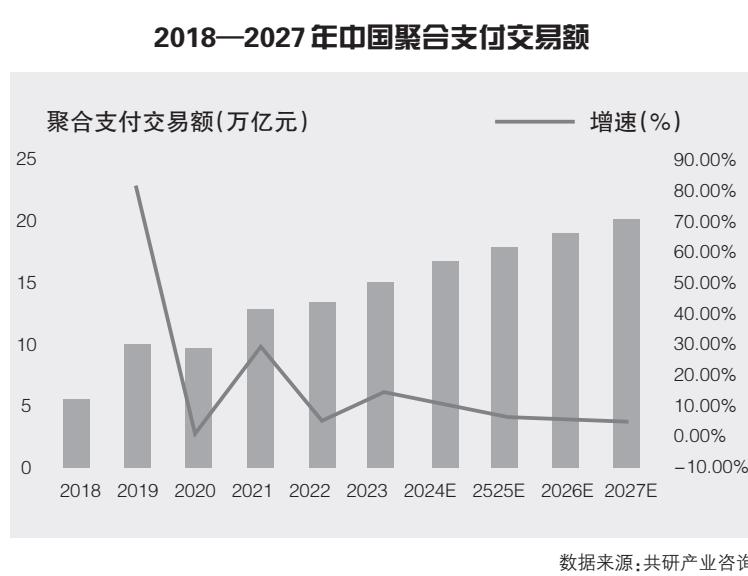
从多个省份农信机构的费率调整政策来看,调整后的费率政策与商户账户内日均存款余额紧密相关。对于收单账户交易频繁但账户内日均存款余额不足的账户,农信机构普遍会收取费用。如吉林辉南农商行在聚合支付的费率政策调整中提出,要“提高低成本客户质效,平衡市场”。对于“吉卡e支付”的交易费率,将根据客户贡献度,按季进行费率优惠调整。调整后的收费标准与上季度收单账户日均存款余额和上季度月均交易额两项密切相关;特克斯县农村信用合作联社的费率调整政策中

也显示,将“不再垫付聚合支付业务的商户微信、支付宝、银联等交易渠道手续费,费率按交易额0.22%计收,对于月交易额与在我社(特克斯县农信联社)月均存款余额大于100%的给予免收,按季进行认定”。

河北雄县农村信用合作联社则提出:“聚合商户在雄县联社账户如有低成本存款沉淀的客户,可以联系各营业网点,对免手续费额度进行相应调整。”

对于农商行调整收单业务动态收费的原因,博通咨询金融行业首席分析师王蓬博指出:“主要还是补贴成本过高,此前免费的主要原因在于农商行希望能够借此获取更多的真实的经营类商户,商户每日收款资金可以沉淀在银行核算的账户中,对银行优化负债结构、更多地吸纳存款有帮助。还有一个原因,则在于部分商户只把银行收款账户当作了收款通道,收到付款后就将资金转出,这种情形下银行没有达到吸纳存款的目的,所以要对商户进行区别对待,按阶梯规则为不同商户设置相应政策,也是为了让商户将钱更多地留在银行的账户内。”

银行调整收单业务费率补贴政策的另一原因是防范收单业务风险。此前为了能够在短期内迅速打开收单市场,农商行往往通过免手续费的方式拓展聚合支付业务,因短期交易量激增产生了手续费成本压力。如果农商行在拓展



数据来源:共研产业咨询

聚合支付业务的过程中对商户的真实性审查和风险交易监测不够,很可能出现非法刷单套现的违规行为。

河北省某农商行针对聚合支付费率政策调整的声明强调了风险防范和合规性的重要性。该行明确指出,调整旨在“有效防范收单业务风险”,并“引导二维码收单商户回归小额高频商户定位”,从而预防“套现、刷单等不合规行为”。

泰山农商行在调整聚合支付手续费的公告中特别强调,对于存在“刷单套现虚假交易非正常交易”的商户,将不享受任何手续费优惠。山东高唐农商行也明确表示,一旦发现违规交易行为,将依据收单业务管理规定对有关商户

采取包括但不限于“提高交易费率、降低交易限额、关闭支付权限、关停商户”等措施。

业内人士分析,调整收费政策有助于提高违规成本,从而“间接减少违规行为”。

作为2022年年底已经进行聚合支付收单业务转型的农商行,长春农商行方面认为,新的收费政策能够促使疑似存在套现行为的商户“主动放弃使用聚合支付收款码进行交易”,这间接起到了清除风险商户的作用。此外,长春农商行还强调了动态管理制度的重要性,指出各支行将“严格执行动态管理制度”,并“结合总行加强商户现场巡检,检查商户实际经营和收单交易情况,对疑似风险商户及时关注清除”。

拓户及各种指标考核。

然而,仅凭收单产品无法增强客户黏性,创造的价值有限。因此,大部分农商行都开发了基于聚合支付收单流水信息的信用贷款产品。

某农商行从业人士告诉记者,避免费率调整后商户流失是费率调整工作中的另一关键议题。农商行人士告诉记者,如何避免补贴费率调整后的商户流失问题,是费率调整工作关注的另一重点。长春农商行的实践经验表明:“通过综合服务水平的提升盘活目标商户,为收费转型打下基础,有效提升商户使用率和交易量;在压降成本的前提下,针对存量商户沉淀资金及交易情况,给予优质商户一定的手续费优惠政策,通过低于同业的收费标准,为支行营销提供有力抓手,同时对贡献度较小的商户进行深度营销,以优惠政策为切入点,深挖客户潜力,扩大存款规模。”

记者了解到,为了促进“存贷汇”业务的发展,沉淀低成本存款,拓展小额贷款业务,在2021年左右,农商行纷纷搭建聚合支付综合收单应用场景,部分省农信联社明确将聚合支付商户拓展作为渠道建设的重点工作,强化

对于如何优化收款码提升服务质量,王蓬博认为:“条码支付精细化管理预计会很有效果,同时也建议多开发能够满足商户需求的数字化产品,提供更多对商户有价值的账户服务。”

融资租赁物增添“数字化”身份

本报记者 石健 北京报道

一面压降融资租赁业务比

例,一面寻求融资租赁业务合作……看似矛盾的业务场景背后,却成为不少城投、融资租赁

行业人士的工作现状。

“压降的是传统的融资租赁非标业务,寻求合作的是具

有‘数字化’含量的租赁业务。”南京一家城投公司业务人员告诉《中国经营报》记者,随着数

据资产入表深入推进,租赁物的“数字化”身份不断擦亮,公

司则在不断拓展合作对象,目

“数字化”租赁物

近日,湖南、河北等多地城投公司完成“首单”数据资产质押融资。在采访中,多位城投公司相关业务人员表示,数据资产的合作不仅局限在银行这类金融机构,更会转向与融资租赁公司的合作。未来,融资租赁物将添加“数字化”的身份。

有业内人士认为,城投数据资产入表,一方面可以打通城投自身的融资渠道,使得底层资产进行融资变成可能。另一方面,也推动了城投公司在数据资产抵押贷款、数据资产融资租赁等方面的有效探索。据不完全统计,目前,杭州、舟山、台州等数十家企业通过数据知识产权质押实现融资近1亿元。

记者注意到,城投公司传统的融资租赁业务包括地下管网、城市道路、桥梁管道等作为租赁物的业务。一直以来,上述租赁物因为价值不确定及所有权归属问题而存在普遍的业务纠纷,为此,监管层面也不断压降城投公司开展此类业务的比重。不过,随着数据资产入表,城投公司有望和融资租赁公司开展新的业务合作。

前不久,青岛一家小微型融资租赁公司帮助辖区内的一家城投公司完成了数据资产融资租赁。“虽然融资额度只有400万元,但是双方的一次有益探索。”谈到此次合作规模,该融资租赁公司负责人对记者说。在该负责人看来,尤其对于小

微型融资租赁公司来说,传统业务如船舶、飞机及大型机械等,肯定难以与千亿级资产规模的融资租赁公司或者持牌的金融租赁公司相竞争,但随着公司将业务思路打开,或许数据资产融资租赁将为公司拓展新的业务场景。

对此,有融资租赁行业人士认为,目前市场上展业的融资租赁公司有10000多家,面对业务同质化的难题,很多中小型融资租赁公司面临“出清”的可能。2024年数据资产入表则为该类融资租赁公司打开了业务视野。

在采访中,还有一些融资租赁公司正在与城投公司接触,准备开展数据资产融资租赁业务。其中,宁波一家城投公司相关业务人员则提出了关于展业的顾虑,“比如关于数据资产的评价和估值机制,也是短期内需要完善的机制,这样能够确保双方开展业务无后顾之忧”。

与此同时,部分融资租赁公司业务人员对于数据资产的“无形性”产生顾虑。对于数据资产作为租赁物一旦产生违约将如何处置产生疑问。对此,天津一家融资租赁公司正在谋划数据资产作为租赁物的业务,在公司相关人士看来,事实上,数据资产就是无形资产的延伸,类似著作权、知识产权类租赁物,所以在从事数据资产融资租赁业务中,应该注意数据资产的所有权

否发生转移,同时,要注意审查数据资产是否会产收益。融资租赁风控部门要对标传统业务的审查机制,对数据资产进行评级和估值,从源头上预防违约风险的发生。

据不完全统计,目前我国已成立44家地方性数据交易所,但较《中共中央国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》提出的“加快培育统一的数据市场”有较大差距,尚未形成数据资产在全国范围内交易流通的场所。数据标准化建设程度不高,数据存在多源异构、互联互通等问题。数据产权保护机制不健全,易被复制,数据资产的价值随着复制频率的增加而降低。数据涉及隐私、安全等问题,监管机制尚不完善。对此,多位融资租赁行业人士认为,随着数据市场不断壮大,将会有更多的融资租赁公司参与数据资产租赁业务之中。

国家发展改革委价格监测中心副主任王建冬认为,短期看,数据基础制度将催生3000亿元至5000亿元规模的数据交易市场。中长期看,数据资产相关市场潜在规模将在60亿元以上。数据要素定价是开启新的万亿级市场的“金钥匙”。同时,随着数据资产入表等实践推进,对零级市场中的企业数据资产进行评估定价并确认为资产,能极大改善资产负债水平,为企业抵押贷款、融资租赁等提供有效支撑。

增量空间广阔

进入2024年,随着金融行业进入高质量发展阶段,无论是城投行业还是融资租赁行业都面临行业转型和拓展增量业务。

在中证鹏元高级研发董事袁荃荃看来,随着地方债务化解进程不断推进,城投公司在融资租赁领域的融资也不断规范。“目前,适宜划入城投公司的经营性资产有两类,一是传统经营性资产,其中,又分为有形资产和无形资产,有形资产主要是可对外销售或租赁的不动产,如商品住宅、商铺、写字楼、厂房、酒店旅馆、机器设备等。无形资产主要是可对外转让或出租的无形资产,如上市公司股权、产业基金份额、探矿权、水域使用权及各类特许经营权如免税零售、未来收益权如景区门票、场馆运营等。二是创新型经营性资产,比如数据资产。目前,各地城投公司均较多地参与智慧城市建设,在数字资源方面积累了突出的优势,正逐步成为推进数据资源获取、筛选和数据资产转化的重要载体。未来,数据资产势必成为融资租赁业务的重要组成部分。”

2024年1月1日,财政部印发的《企业数据资源相关会计处理暂行规定》正式施行,我国数据资产化的进程随之拉开大幕,数据资产价值不再被“视而不见”或

“严重低估”,盘活空间巨大。对此,袁荃荃建议,对城投公司而言,当下及未来一段时间应抓住数字经济大势,积极推进数据资产入表,充分挖掘数据资产对自身的经济价值。除上述列举的经营性资产外,地方政府还应秉承“一切资源可以变资产”的理念,及时借助外脑,转变思路,不仅要将持有的各类资源巧妙整改、充分利用,还要在合法合规的前提下积极探索和创设更多新型资源,并将其转变成为可用的经营性资产,进而用于向城投公司注资。

2024年《政府工作报告》提出:“大力推进现代化产业体系建设,加快发展新质生产力。”数据显示,2023年,资产规模在千亿元级的金租公司投放与新质生产力相关的资产占比约为29.8%。而截至2024年一季度,资产规模在千亿元级的金租公司投放与新质生产力相关的资产占比约为39.7%。不少金租公司亦在算力租赁上有所探索。前不久,湖北一家金租公司与武汉某人工智能语言服务公司合作,成功落地首笔计算机服务器算力直租业务。该笔业务是公司以金融租赁服务精准滴灌科技创新领域、赋能新质生产力的有效探索。

工业和信息化部数据显示,

2022年我国算力核心产业规模达到1.8万亿元,算力总规模位居世界第二,2018年以来,我国数据中心机架数量年复合增长率超过30%,截至2022年年底,在用标准机架超过650万架,算力总规模达302EFLOPS,仅次于美国,存力总规模超过1000EB(1万亿GB)。未来随着人工智能技术发展,中国算力需求将保持快速增长,算力租赁市场空间广阔。2022年国内算力租赁行业市场规模为995.6亿元,同比增长66.24%。

值得注意的是,前不久,杭州一家城投公司成功发行了数据知识产权定向资产支持票据债券,成为全国首单包含数据知识产权的证券化产品,也标志着以数据资产底层资产的债券市场融资活动崭露市场。不少行业人士预测,很快将会出现融资租赁与数据资产相结合的融资产品,以此满足市场的融资需求。

城盟智库研报认为,数据资产纳入资产负债表,将成为城投资产的重要组成部分。目前数据资产融资已实现在银行贷款、融资租赁等领域的突破,未来在数据资产运营到一定规模、具备一定经济效益后,城投公司可积极在科创债券融资、数据资产证券化等领域进行有益尝试。

新能源车险新规征求意见 剑指“投保难续保难”

本报记者 陈晶晶 广州报道

近年来，我国新能源汽车快速增长，市场渗透率持续提升。中国汽车工业协会数据显示，2023年，我国新能源汽车产销量分别达到958.7万辆和949.5万辆，同比分别增长35.8%和37.9%。今年一季度，增长势头仍在继续，前三月，我国新能源汽车产销分别完成211.5万辆和209万辆，同比分别增长28.2%和31.8%。

新能源汽车技术的快速突破及迅速迭代，给保险公司对新能源车型的风险定价、风控能力、

维修、赔付等方面带来了较大挑战，新能源车险陷入投保难、续保难的尴尬境地。部分新能源汽车车主投诉在续保时遭拒，还有不少新能源车车主反映遇到新能源车投保难或保险公司变相加价承保的问题。实际上这背后与新能源车险赔付率高、保险公司承保亏损息息相关。

《中国经营报》记者从业内人士处获悉，国家金融监督管理总局财产保险监管司近日向行业内发布了《关于推进新能源车险高质量发展有关工作的通知（征求意见稿）》（以下简称《征求意见稿》），聚焦新能源车险价格

高、赔付率高等一系列亟待解决的问题，拟定了扩大自主定价系数范围、研究推出“基础+变动”组合、鼓励险企提高新能源车险经营数智化水平等，意在深化车险改革，促进新能源车险降本增效，提升保障水平，更好地维护消费者权益。

业内人士对记者分析表示，通过调整新能源商业车险自主定价系数范围、基准费率，提升险企数智化能力，优化新能源汽车保险费率，能有效缓解当前部分新能源车主反映的投保难、续保难等问题，对广大车主来说是重大利好。

拉平新能源车险定价系数范围

《征求意见稿》还提出，优化调整新能源商业车险基准费率。

此次《征求意见稿》提出，扩大新能源商业车险自主定价系数范围，新能源商业车险的自主定价系数范围与传统燃油车一致，均按照[0.5-1.5]执行。

一家小型财险公司车险部人士对记者称：“扩大新能源汽车自主定价系数区间对保险公司来说很有必要，可以进一步提升保费和风险水平的匹配程度，减少险企当前承保压力。”

“新能源车险的自主定价系数范围目前为[0.65-1.35]，《征求意见稿》调整为[0.5-1.5]，理论上调整后新能源车险保费价格最高可降价23%，最高可涨价11%。也就是说，保险公司在获得更大自主定价权之后，将根据实际风险情况来

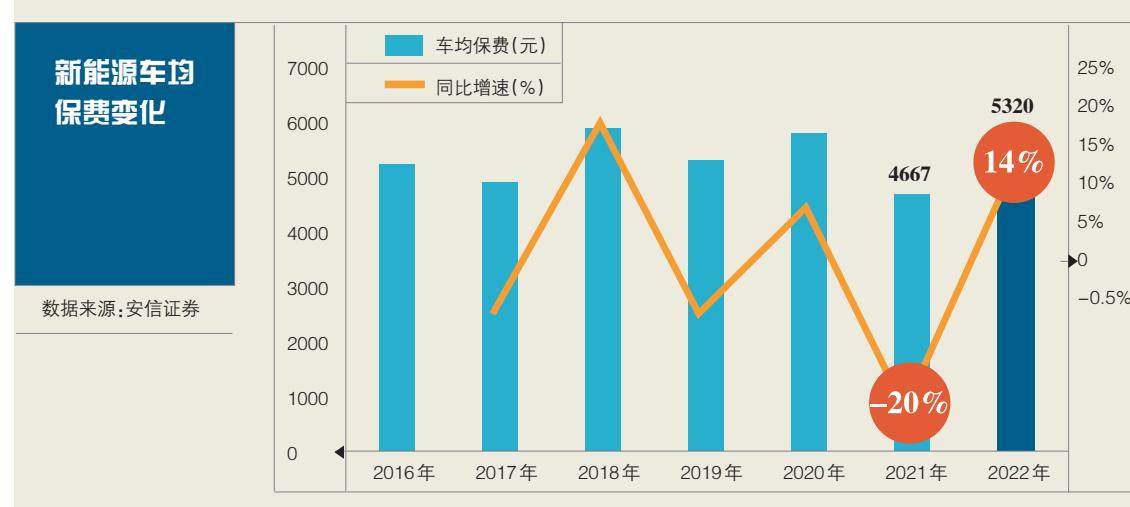
调整保费。高风险车主需要支付更高的保费以反映其潜在的风险，驾驶记录良好、车辆用途稳定且风险较低的车主，保费可能会下降，这样能够给予低风险车主更合理的保费优惠。另外，对保险公司创新新能源车险产品也有正向激励作用，能够优化产品供给和服务能力。例如，根据车辆使用情况、车主驾驶行为等因素确定合理的车险保费，提升车险费用透明度和公平性，更好地保护消费者合法权益。”上述车险部人士进一步表示。

值得一提的是，《征求意见稿》还提出，优化调整新能源商业车险基准费率。

基准费率包括纯风险损失率和附加费率两部分，纯风险损失率

是指风险保费与风险暴露的比率，附加费率是指附加保费与总体保费的比率。从费用结构来看，传统燃油车险附加费率不得高于25%。2021年发布的《关于新能源汽车专属产品备案有关事项的通知》要求新能源汽车商业保险专属产品的附加费用率不得高于15%。可以看到，此次《征求意见稿》强调的纯风险保费定价内容也是对之前监管思路的延续。

“预计随着保险公司商业险定价系数的扩大，商业险定价自主权将有所提高，保险公司或将进一步按照自身险种风控能力、业务结构、综合成本率等因素动态调整新能源商业险件均保费。”国信证券非银研究报告分析显示。



多方推出“0首付”分期产品 汽车金融混战升级

考验风控能力

本报记者 蒋牧云 何莎莎
上海 北京报道

近日，中国人民银行、国家金融监督管理总局联合印发《关于调整汽车贷款有关政策的通知》（以下简称《通知》），优化汽车贷款最高发放比例，使“0首付”汽车分期成为了可能。基于此，不少汽车金融公司、商业银行纷纷推出“0首付”分期产品。

在采访中，多位业内人士告诉《中国经营报》记者，《通知》发布后，多家金融机构跟进，旨在进一步激发消费者的汽车消费需求。与此同时，产品价格优势也能使机构在汽车金融领域获得更大的竞争力。

记者注意到，在《通知》发布前，部分融资租赁公司也有类似的“0首付”或超低首付汽车金融产品。因此，在业内人士看来，“0首付”汽车分期的出现势必对相关融资租赁公司产生挤压。在白热化的竞争中，银行有着天然的价格优势，而汽车金融、融资租赁公司必须依托自身的车源优势、汽车渠道优势等进行差异化竞争。

在此前的监管政策下，自用传统动力汽车、自用新能源汽车贷款最高发放比例分别为80%、85%。此次《通知》则明确，金融机构在依法合规、风险可控前提下，根据借款人信用状况、还款能力等自主确定自用传统动力汽车、自用新能源汽车贷款最高发放比例，贷款最高发放比例可以达到100%。

与此同时，两部门也鼓励金融机构结合新车、二手车、汽车以旧换新等细分场景，加强金融产品和服务创新，适当减免汽车以旧换新过程中提前结清贷款产生的违约金，更好地支持合理汽车消费需求。

《通知》发布后，多家汽车金融

影响不大。

“事实上，国内的汽车回租一直贯彻‘汽车融资租赁=低首付汽车贷款’的错误理念，把低首付、零首付作为唯一核心竞争力，这种错误的理念造成汽车回租偏离了汽车融资租赁本源，做成了类信贷业务。一旦金融机构可以开展‘0首付’业务，汽车融资租赁回租业务将失去唯一竞争力，业务必然会被金融机构挤压。而真正的汽车直租业务，更多的核心竞争力在于发挥直租业务的灵活性、注重资产管理能力。”黄成伟进一步表示。

匡志成也认为，《通知》发布之前，“0首付”或超低首付一直是融资租赁公司的一大竞争优势，“0首付”分期产品的出现确实会对融资

公司首先响应，并推出“0首付”产品。比如，中国一汽集团通过官网近日发布消息称，为更好地支持集团主业，创新用足金融工具，促进汽车消费，一汽汽车金融全面调整汽车贷款首付比例，推出“0首付”金融产品。东风汽车金融也分别推出了5年“0首付”超长融、50%首付起两年零息等产品。

近日，多家商业银行也开始跟进。如特斯拉在4月24日发布针对Model 3、Model Y两款车型的“0首付”购车方案，根据官方信息，该方案的合作金融机构包括招商银行、平安银行、微众银行、建设银行、交通银行、中国银行等。以售价23.19万元的Model 3首付方案

为例，消费者可以申请60期还款，首付0元，每期月付4348元。

业内普遍认为，“0首付”的金融方案能够进一步激发汽车市场活力，但这一产品也对金融机构在成本、资产质量等方面把控提出更高要求。

某股份制银行人士告诉记者，其所在机构尚未跟进《通知》的原因就在于，相应的风控政策还在制定之中。

对此，汽车金融大全APP创始人匡志成指出，产品推出后，机构会面对真正有“0首付”需求的客户，以及实际愿意接受部分首付的客户，原先不同分类的用户聚集后，自然对机构的风控政策提出了

更高要求。匡志成预测，部分机构的“0首付”产品风控标准或许会较原先的低首付产品更高，实际的风控通过情况还有待观察。

车咖院创始人兼CEO黄成伟则向记者表示，在《通知》发布之前，国家也在《汽车金融公司管理办法》和《汽车金融公司监管评级办法》中对于风控环节做出了更高的要求。特别是在《汽车金融公司监管评级办法》中，风险管理占了总评分的35%比重，根据评级不同，业务营业范围也有很大差异，这就对于汽车金融公司的风控要求进一步提高。金融机构想顺利开展“0首付”汽车金融产品，必须提高风控的能力。

惠誉评级也表示，一方面，取消最低首付比例的规定将推动中国汽车金融市场在更大程度上与全球其他发达市场接轨；另一方面，放宽首付要求还可能降低客户对价格的敏感度，从而缓解车企之间的公开价格竞争。但是，此举也可能令汽车金融公司和银行面临一些较低信用水平的借款人。因此，车贷新政可能会考验汽车金融公司管理风险的能力，因为它们需要针对新规下新增贷款可能带来的附加风险调整信贷模型。不过，由于银行对汽车贷款的平均风险敞口占比可能维持在低位数，惠誉评级预计政策变更对资产质量的影响不大。

车金融公司在资金方面基本全面处于劣势。汽车金融公司和融资租赁公司需要根据自身优势实现差异化竞争，比如汽车金融公司可以享受主机厂贴息，具有车源优势、汽车渠道优势、可以经营融资租赁业务、对汽车客户理解更深刻等。融资租赁公司则可以重点依靠直租业务，发挥产品灵活性、服务多样化、资产管理能力等优势。

具体而言，惠誉评级表示为应对日益白热化的竞争，部分汽车金融公司已开始试水风险程度较高的细分市场，为消费者提供更高的按揭成数和更长的贷款期限。部分车企旗下的金融机构也扩大了业务范围，拓展至首付要求更低的租赁产品和非自主品牌产品。

“基础+变动”以及兜底机制解决当前投保难题

保险交易所正在和监管讨论方案，研究设置行业机制，为高风险新能源车提供兜底保障。

中国人民财产保险股份有限公司总裁于泽在中国人保(601319.SH)2023年度业绩发布会上表示，2023年新能源车险整体的综合成本率，尤其是商业险的综合成本率较高，且明显高于车险整体。据于泽透露，整个行业新能源车险的赔付率比燃油车高10个百分点以上。中国太平洋财产保险股份有限公司董事长顾越在中国太保(601601.SH)2023年业绩发布会上称，从公司出险率看，2023年新能源汽车出险率比燃油车高出一倍。

顾越进一步分析称，新能源车险赔付成本高的因素主要有四个方面：一是新能源车智能化集成度高；二是新能源车身结构与燃油车存在显著差异；三是新能源车的驾驶行为和燃油车截然不同；四是社会面上的因素，很多新能源车进行私车营运，即家用汽车当做营运车使用。

“新能源车当前使用性质分为家庭自用、营运车辆（包括出租车、网约车等），不同使用性质的车型赔付差异大。由于新能源汽车的营运车辆占比较高，再加上行驶里程、行驶路线等原因，其风险明显高于家用汽车，出险率和赔付率明显高于家用汽车，出险率和赔付率明显高于家用汽车。”李召宽对记者分析表示，监管要求推出“基础+变动”组合保险产品，以及建立新能源车险兜底保障机制，政策非常及时，解决问题的针对性很强。

“作为基础保费部分，网约车的固定保费部分可以与家庭自用车一致；而浮动保费部分则可以根据车辆驾驶里程、驾驶行为、驾驶路线来设定，促进风险和保费价格更精准匹配。通过‘变动’，将网约车司机以及营运车车主筛选出来，在不拒保的情况下，通过合理保费涨价保障这类高风险人群。而这也运用的是UBI（基于使用量而做营运车使用）。”李召宽说。

提升新能源车险服务质量

新能源汽车新车型数量众多且上市时间较短、出险数据尚不完整，保险公司缺乏数据支撑。

需要注意的是，记者采访了解到，保险公司对新兴技术带来的风险很难迅速掌控，例如车身易损件多、配件供应链不成熟、维修方案不透明、维修成本较传统燃油车更高等。尤其是电池、电机等核心部件的更换成本较高，而换一次电池价格在几万元甚至十几万元。

因此，若要长期做好新能源经营，保险公司需要多方面提升新能源车险经营和服务水平。

《征求意见稿》也指出，要加强新能源汽车专业研究能力。支持行业开展新能源汽车零整比、安全指数等研究，定期向社会发布研究成果。加强跨行业交流合作，为新能源汽车的生产企业优化和改进

产品设计提供建议参考，推动降低新能源汽车维修成本。

当前，新能源汽车新车型数量众多且上市时间较短、出险数据尚不完整，保险公司缺乏数据支撑，所以，做好新能源车险经营需要加强技术的运用。《征求意见稿》明确，要提高新能源车险经营数智化水平，鼓励行业以风险减量管理为切入点做好服务。

业内一位新能源车险研究人员对本报记者表示，新能源汽车保险市场的发展不仅关乎风险管理，更是关乎新业务模式的构建。“保险行业需加速与科技的整合，特别是在智能驾驶和车联网技术方面，探索与新能源汽车制造商、技术提供商以及服务网络之间更深层次的合作机会，利用新能源汽车丰富的传感器数据，开发基于用户驾驶行为的个性化保险产品。依托数据驱动的转型，险企通过深化对‘人-车-环境’综合数据的分析能力，加强自身在风险管理与数据分析的专业能力。此外，要更进一步链接汽车产业生态链，融入汽车产业生态系统，成为该生态中的一个重要环节。可以理解为保险产品和服务不仅局限于传统意义上的风险覆盖，更应与新能源汽车的销售、维护、修理等后市场服务紧密结合，为消费者提供一站式、无缝链接的服务体验。”

“发展伙伴”数量达600家 2023年新设科技企业同比增长近三成

北京丰台交出“倍增计划”一年成绩单

重点产业“聚链成群”

本报记者 吴静 卢志坤
北京报道

随着近期“倍增追赶合作发展丰台大会”的召开，北京丰台再次站在了区域发展的新起点上。

一年前，丰台区以“倍增计划”为核心，聚焦智能建造、高端商务等产业，不断优化营商环境，兑现“丰九条”相关扶持政策，轨道交通、航空航天、特色产业捷报频传，目前“发展伙伴”数量累计已达600家。

《中国经营报》记者了解到，2024年，丰台区不仅继续扩大合作“朋友圈”，更在重点产业布局和支持民营企业创新上迈出了坚实的步伐。

据了解，为加快培育和发展新质生产力，丰台区近日已重点推介了20个重大项目，大力支持传统产业“数字化”“智能化”转型。此外，随着北京市首个民营企业科创中心落地，丰台区正在成为民营企业创新发展的一片沃土。

为持续增强产业引领发展新动能，丰台区围绕“2+4+6”现代化产业体系，构建了15个产业工作营，与发展伙伴、链长单位共研、共建、共谋、共促产业发展。

自去年“倍增计划”和“发展伙伴计划”发布以来，丰台区共发布智能建造、高端商务等8个重点产业领域支持政策，扎实兑现“丰九条”相关扶持政策，不断深化“丰泽人才”服务，制定人才发展机会清单，为企业和人才发展蓄势。

其中，轨道交通、航空航天作为丰台区两大主导产业，于去年交出亮眼成绩单。智能控制产业集群成功入选工信部中小企业特色产业集群；天科自主研发的天龙二号遥一运载火箭成功发射，开创了国际、国内航天8项新纪录；中国星网系统研究院和应用研究院等国家战略重大创新平台落地丰台。

特色产业同样于去年捷报频传，其中新兴金融领域实现行业内首次将数字人民币切入场外理财的全新场景、全国首笔“司库+CIPS”电汇汇款T/T业务落地丰台。

政策发力拓展产业发展空间

目前丰台区民营企业家主体已经占企业总量95%以上，去年培育引进国家级专精特新“小巨人”企业24家，同比增长71%，总数达到58家，占全市的比重达10%。

业内专家表示，产业是区域经济运行的根基和命脉，也是推动区域蓬勃向上的核心动力。重大项目是支撑产业发展，推进经济稳中求进、行稳致远的“压舱石”，也是提升产业发展能级、推进高质量发展的“新跳板”。

对此，李国平表示，丰台地理位置优越，尚有可供利用的产业发展空间，可以布局多种新兴产业、未来产业，发展潜力巨大。

丰台区政府提供的数据显示，目前丽泽金融商务区累计释放产业空间207万平方米，出租率达到84%，累计入驻企业1182家。中关村丰台园新增产业空间70余万平方米，新增注册资本5000万元以上企业239家，同比增长102%，创历史新高。

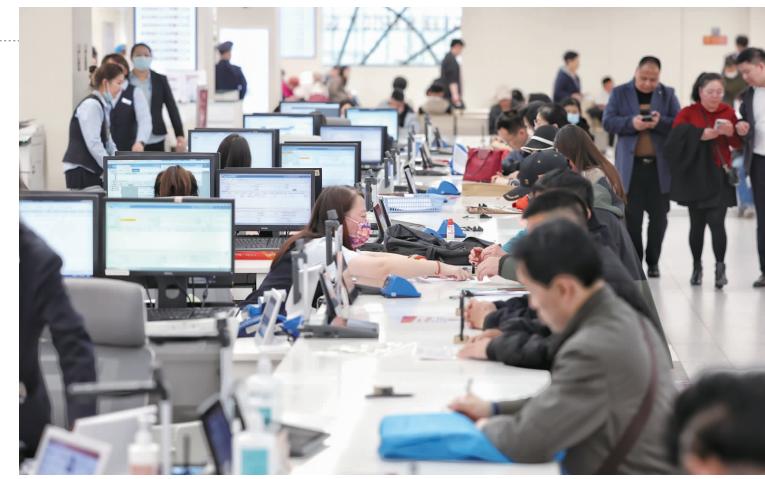
此外，据相关负责人介绍，目前看丹“独角兽”创新基地已吸引18家“独角兽”，潜在“独角兽”企业集聚发展；北京园博数字经济产业园

台；高端商务领域成立国际商会和“绿色能源新型贸易企业联盟”，培育多家跨国公司地区总部，打造商务发展新高地；智能制造领域重点企业入选工信部国家级工业设计中心，区内企业推出全国首个工业大模型“智工”、发布全球首台150千瓦工业级光纤激光器……

据丰台区发展改革委相关负责人介绍，为持续增强产业引领发展新动能，丰台区围绕“2+4+6”现代化产业体系，构建了15个产业工作营，与发展伙伴、链长单位共研、共建、共谋、共促产业发展。

自去年以来，丰台区广泛吸纳新兴金融、高端商务、智能制造、轨道交通、航空航天、数字经济、智能建造、商用密码、综合能源管理、新材料、大健康、都市智慧农业等领域发展伙伴。

“加入‘发展伙伴计划’后，我们



2024年4月2日，北京丰台政务服务大厅，市民在政务服务大厅办理业务。视觉中国/图

的产品在设计研发和生产推广方面都获得了很大的助力。”北京榆构文化创意有限公司负责人姚鹏在接受记者采访时表示，“未来我们计划传承丰台区红色文化基因，推出更多优质产品，同时联动其他‘伙伴企业’，共同促进文化产业发展。”

“越来越多的市场主体加入‘发展伙伴计划’，这说明市场主体对丰台经济社会发展前景充满信心，这

将有利于丰台区丰富产业业态、加快产业规模扩大和形成特色产业集群。”北京大学首发展研究院院长、北京市政府参事李国平表示。

截至目前，丰台区“发展伙伴”累计已达600家。在“发展伙伴”中，丰台区还遴选引领整个产业链发展效能的伙伴作为链长单位，目前已已有65家企业担任丰台区产业发展链长单位。

物企业外拓减缓 社区增值服务成重要赛道

本报记者 陈雪波 卢志坤 北京报道

企业的社区增值服务成为尚具有潜力的发力方向之一。

中指研究院物业总经理牛晓娟告诉《中国经营报》记者，在增值服务及创新型服务业务方面，物业企业已经由大而全的平台模式，转向专注于高潜力细分赛道，实现资源聚焦和垂直化发展，在维持包括空间运营在内的传统业务基础之上，发挥近场服务优势，实现部分业务的逆势增长。

“增收不增利”未止

近日，中指研究院发布的《2024中国物业服务百强企业研究报告》显示，2023年，百强企业营业收入均值达15.5亿元，同比增长4.5%，同比增速较2022年下降6.06个百分点。TOP10企业营业收入均值达142.44亿元，同比增速达8.72%，是百强企业的近2倍。

2023年，百强企业“增收不增利”现象仍在持续，毛利率和净利率双双下降，但降幅收窄。同时，2023年百强物业企业毛利润均值为3.23亿元，较2022年增长0.81%，转降为升。

整体来看，物业企业与其关联地产公司的交易普遍减少。比如万物云（2602.HK）与万科（000002.SH）的持续关联交易收入占比就呈逐年下降趋势；融创服务（1516.HK）非关联方业务也在2023年持续增长，收入同比增长10%至约64.39亿元，占比达约92%；新希望服务（3658.HK）2023年新增签约项目中，独立第三方开发商管理的合约楼面面积占总合约楼面面积约40%，较2022年同期增长6.2%。

新希望服务方面在回应记者采访时表示，公司还在通过数字化实现提质增效，从而实现业务的高质量发展。当然，这些作用相互关联，也能够共同推动公司竞争力和创新能力的不断提升。

牛晓娟指出，在物业企业整体增速放缓的背景下，依然有部分国企与民企的业绩取得大幅增长，如国企中的苏新服务（2152.HK）、越秀服务（6626.HK），民企中的滨江服务（3316.HK）和泓服务（6093.HK）等。这些企业的成功，离不开以下几个领域的投入与做法：

其一，通过积极调整，回归行业本源，做实、做强、做优主业，稳固了高质量发展基石；其二，不再简单追求全国化的规模扩张，在项目外拓时对目标城市进行更为严格的筛选；其三，保持审慎战略，不再盲目扩张，进一步放缓并购步伐；其四，优化组织架构，精简战线，减少层级，综合化、扁平化管理，开创新模式，动态化调整；其五，在新技术的推动下，顺势而为优化业务流程，提升用工效率，人均收入得到稳步提升。

市场外拓面临困局

“上游房地产市场继续承压、并购热潮退去，第三方拓展成为管理规模增长的重要管道。”远洋服务（6677.HK）在2023年公司财报中如此总结。

事实上，上述研究报告显示，百强物业企业在市场外拓时面临困局。一方面，并购市场冷淡，高速外拓的方式不可持续；另一方面，市场竞争度大、竞争激烈，外拓节奏有所放慢。2023

年，百强企业非住宅业态管理面积占比达34.16%，较2022年降低1.12个百分点，一改往年持续增长的趋势。

很多公司在选择外拓项目时十分谨慎。2023年，融创服务拓展落地城市41个，相比2022年城市数量大幅收缩。该公司介绍，公司在进行项目拓展时严格进行红线管理：甲方回款风险大的坚决不拓、过度承诺垫资资金的坚

决不拓、新建住宅预期去化率不高的坚决不拓，确保拓展项目的低风险、高质量。

但也能看到少数外拓占比高的物业企业。比如以商业见长的金融街物业（1502.HK），在2023年新增合约建筑面积中，独立第三方面积占据了高达94.69%的比例；第三方在管面积达到2110万平方米，同比增长30.8%。对此，该公司

集中精力于特定赛道

外拓承压之下，一些物业企业将发展方向转向了社区增值服务。

比如，正是受益于社区增值服务的发力，2023年建发物业（2156.HK）营收同比大增55.83%，位列行业第一。年报显示，2023年建发物业社区增值及协同服务收入约13.75亿元，较2022年度的约4.76亿元增长约189%；房屋硬装业务产生收入约6.84亿元，较2022年度约2690万元增长约24倍。

但并非所有公司都能依靠社区增值服务增收。远洋服务的社区增值服务收入即由2022年的6.65亿元减少约18%至2023年的5.44亿元。原因是整体经济环境和房地产市场下行，社区生活服务及物业经纪服务的收入下降。此外，收入结构也发生了变化，2023年房屋美居服务中，相较于2022年来源于佣金提成并以收益

净额确认收入的比例增加，使房屋美居服务总收入下降。

其实于远洋服务而言，在所有服务项目中，社区增值服务的毛利率是最高的，在2023年该毛利率达到30%，超过排在第二名的非业主增值服务的毛利率（19%）。2022年，该公司的社区增值服务毛利率更是高达36%，同样远超其他项目。社区增值服务为何通常能录得较高的毛利率？对此该公司解释称，可以利用提供物业管理服务的现有资源并减少直接成本（尤其是员工成本）。

远洋服务是否会在社区增值服务上加大投入力度？记者联系到远洋服务，并向该公司提供的邮箱发送采访提纲，但未收到回复。

与此同时，物业服务企业的非业主增值服务收入整体持续明显下降。受关联方影响，多数物

业企业的非业主增值服务大幅缩减，高毛利业务占比下降，由过去的利润“贡献点”转变为当前的“沉重负担”。

比如，建发物业在2023年的非业主增值服务收入约为7.07亿元，较2022年的约7.55亿元减少约6.3%。该减少主要由于合作地产开发商出于成本节约考量，所需销售中心有所减少。

融创服务在2023年的营业收入为70.10亿元，较2022年的约71.26亿元减少约1.17亿元（约1.6%）。该公司将收入减少的主要原因归咎于非业主增值服务收入的减少。相关数据显示，2023年该公司的非业主增值服务收入为3.77亿元，相比于2022年的10.52亿元减少了64.2%。

“这主要是由于自2022年下半年开始受地产行业环境影响，本集团基于市场化原则对各项非业主增值服务业务进行调整，

导致本集团非业主增值服务收入减少。”该公司如此解释。就增值服务的发展战略问题，记者进一步联系融创服务，但未收到相应回复。

牛晓娟分析指出，社区增值服务和创新型服务是目前物业企业相对容易取得回报的增值服务。在社区增值服务中，空间运营服务、资产运营服务、社区生活服务仍为主要组成部分。

从行业长远发展看，各项增值服务和创新服务依然是物业企业必须攻克的领域，尤其在房地产开发市场进入存量时代后，如何充分发掘物业的自身优势进一步激活多元赛道潜力，是行业面临的重要课题。不过牛晓娟提醒，物业企业在业务布局方面应保持审慎态度，尽量做到少而专、专而精，根据自身优势筛选赛道，避免资源和人力投入过度分散导致全局失败。

多个高总价项目开盘即售罄

上海豪宅市场掀起“打新”热潮

本报记者 方超 张佳振 上海报道

“我昨天就在融创外滩壹号院二期选房现场。我的两组客户运气都很好，都顺利选上了，一个买了275平方米边套，另一个买了286平方米边套。”4月22日，上海市黄浦区的豪宅经纪人曹鹏飞(化名)告诉《中国经营报》记者，意向购房者争抢新房的原因在于，新房价格远低于周边二手房，“有客户看完董家渡

片区的二手豪宅后，都觉得能选到就买新房。”

如曹鹏飞所言，新房、二手房存在巨大的价格倒挂空间，正让沪上豪宅市场掀起一波“打新”热潮。以融创外滩壹号院二期为例，尽管所售房源均价总价达5000万元，但该项目在4月21日开盘当日就实现售罄，总成交金额达99.97亿元，首开去化率达100%。

据了解，今年以来，上海市豪

宅市场持续热销。除融创外滩壹号院二期外，中海·顺昌玖里在开盘当日销售196.53亿元，创全国商品房单次开盘最高销售额纪录；新鸿基滨江凯旋门也是开盘售罄，单日揽金70.27亿元。

克而瑞统计数据显示，从成交情况来看，截至4月10日，上海市总价2000万元以上高端住宅已成交1271套。其中，内环内共成交1014套，已超过2023年全年的成交套数。

“主要原因是当前上海市豪宅市场存在倒挂空间。”58安居客研究院研究总监陆骑麟对记者直言，随着上海市区新房价格管控逐步放开，倒挂空间也越来越小，当前入市的豪宅购房者主要是在赶价格倒挂的最后一波红利期，做新一轮的资产配置。同策研究院研究总监宋红卫也告诉记者，上海市豪宅市场走出的是独立行情，并不能带动上海楼市整体回暖。

千万级豪宅“日光盘”频现

除融创外滩壹号院二期项目外，沪上豪宅市场近期涌现的“日光盘”还有新鸿基滨江凯旋门。

“昨天，项目第一批次所推房源已经卖完了，2幢、3幢总共销售了204套。”4月22日，在融创外滩壹号院二期项目沙盘前，置业经理宋茜(化名)告诉记者。

4月21日，融创外滩壹号院二期第一次开盘，当日即售罄。该项目也凭借单日实现99.97亿元销售额和100%去化率，成为今年内上海市单盘销售额TOP2项目。

公开资料显示，融创外滩壹号院二期位于上海市黄浦区董家渡板块，与外滩万国建筑博览群、南京路、豫园、世博园为邻，地段

位置优越。记者注意到，在该项目周边，坐落着绿城黄浦湾和华润外滩九里等多个外滩豪宅。

不过，这一地理位置极为优越的豪宅项目，开发历程颇为坎坷。2019年，融创中国以125.53亿元的代价，接手项目地块持有方——泛海建设控股有限公司(以下简称“泛海建设”)100%股权。当年，融创外滩壹号院一期开盘。

在融创中国“出险”后，中信信托、华融资产相关公司成为泛海建设股东。天眼查显示，在泛海建设的股东名单中，中信信托与芜湖华

融资本创新投资中心分别持股64.68%及25%，而融创房地产集团有限公司持股比例仅10.32%。

值得注意的是，或为缓解购房者对融创外滩壹号院二期项目后期建设的担忧，融创方面通过多渠道输出央企“背书”的信息。记者在融创外滩壹号院二期售楼部现场注意到，售楼部内一块巨大的LED显示屏上实时播放着“融创外滩壹号院二期官方声明”，强调该项目为央企控股，联合融创共同开发。

除融创外滩壹号院二期项目

外，沪上豪宅市场近期涌现的“日光盘”还有新鸿基滨江凯旋门。该项目位于浦东新区陆家嘴区域，4月18日共推出212套房源，开盘当日即售罄，销售总价达到70.27亿元。

在近一个月前的3月28日，位于上海黄浦区新天地板块的中海·顺昌玖里开盘信息也曾引发市场广泛关注。彼时，该项目推出512套房源，共吸引738组客户认筹，单盘单日销售金额达196.5亿元，打破了2020年深圳华润城润玺两天内销售196亿元的纪录。

抢抓一、二手房倒挂红利

稀缺板块加一、二手房倒挂，可以说是高端住宅项目热销的重要原因。

在全国房地产市场下行行情下，上海市豪宅市场“一枝独秀”的原因何在？

“首先在于供应量明显增大。从近期热销的豪宅所在区域来看，以前供应量很少，现在是集中投放。”上海中原地产分析师卢文曦向记者表示，沪上豪宅需求已积压了很长时间，现在短时间内出现了供应“井喷”，“这些豪宅产品在市场上都有预热，关注的客群很多，出现热销现象并不意外”。

同策研究院方面也分析认为，上海市豪宅市场一直严格控量控价，自2017年以来，3000万元以上

的商品住宅成交量价维持稳定，但市场多年供不应求，豪宅市场需求经常被压制。

克而瑞统计数据显示，今年一季度，上海市总价2000万元以上的高端住宅供应面积约为32.4万平方米，同比增长112.95%，供应套数为1501套，同比增长123.36%。此外，总价2000万元以上的高端住宅供应占比达到19%，接近商品住宅供应总量的两成。

除供应量提升外，上海市一、二手房价格仍然存在巨大的倒挂空间，亦吸引诸多购房者积极

“打新”。克而瑞方面表示：“稀缺板块加一、二手房倒挂，可以说是高端住宅项目热销的重要原因。”

以中海·顺昌玖里为例，备案均价达17.2万元/平方米，但和周边的二手豪宅项目相比，翠湖天地隽荟和中海建国里近半年的成交均价分别高达25.7万元/平方米和20.2万元/平方米。对标中海建国里二手房价格，中海·顺昌玖里业主购入最畅销的151平方米户型，如果在购入后转手卖出，可获利约450万元。

此外，近期的“网红豪宅盘”新鸿基滨江凯旋门、融创外滩壹号院

二期等项目，也存在巨大的价格倒挂空间。宋红卫告诉记者：“从目前趋势来看，房价普涨阶段已成为过去时，未来会回到资产价值重构时代，好资产具备这样的潜质。目前，这些热销豪宅都存在倒挂现象，相当于买到就是赚到。”

不过，上海市一、二手房价格倒挂现象或并不可以持续。“今年上海高端住宅市场还有一个不容忽视的趋势，那就是优质项目正在逐渐回归市场价，新房和二手房价格倒挂空间不断收窄。”克而瑞方面表示，这意味着，未来高端市场“红盘缩圈”现象将更为明显。

岛内首套房最低首付比例降至20%

厦门楼市低位盘整

本报记者 杨让晨 张佳振
上海报道

曾与南京市、苏州市和合肥市并称“楼市四小龙”的厦门市楼市政策再度迎来了松绑时刻，厦门岛内、岛外首套房最低首付比例“内外有别”的时代宣告终结。

日前，厦门岛内包括思明区、湖里区两个行政区域的首套房最低首付比例迎来下调，从此前的25%降至20%。对此，《中国经营报》记者向厦门市住房和建设局(以下简称“厦门市住建局”)方面求证，一位工作人员在确认岛内首套房首付比例下调真实性的同时也表示，此次调整没有收到相关文件，“相关银行对此次岛内首套房首付比例政策调整情况可能会更清楚一点”。

包括工商银行厦门分行、建设银行厦门分行等多家网点银行工作人员和多个楼盘销售顾问均向记者证实岛内首套房首付比例下调至20%属实，并已开始执行，但相关部门没有下发正式文件。

据克而瑞福建区域相关统计数据，今年一季度，厦门楼市供应量、成交量和成交均价均呈明显下滑趋势，供需两侧转弱，市场呈现淡季特征，已进入盘整阶段。

易居研究院研究总监严跃进在接受记者采访时表示，此次厦门岛内首套房贷首付比例下调，说明房地产市场存在压力，正处于调整转型过程中，需要有一些积极政策给予支持，进一步降低购房成本。

“内外有别”成为历史

据相关媒体报道，4月17日，厦门市岛内房贷政策做出调整，其中首套房最低首付比例降至20%，二套房最低首付比例降至30%，与厦门市岛外区域保持一致。

厦门市多家商业银行工作人员向记者确认了这一消息。厦门岛内一建设银行网点工作人员向记者表示，岛内首套房最低首付比例确实已经降到了20%，不过没有下发正式文件，“新的最低

首付比例政策已经开始执行了”。

工商银行厦门分行在厦门岛内的相关网点工作人员也给出了类似说法。

据了解，根据厦门市2023年11月15日发布的《关于进一步优化房地产市场相关政策的通知》(以下简称《通知》)，对于贷款购买思明区、湖里区商品住房的居民家庭，首套住房商业性个人住房贷款最低首付款比例为25%，

二套住房商业性个人住房贷款最低首付款比例为35%。

“适时调整优化思明区、湖里区首套和二套住房商业性个人住房贷款最低首付款比例和利率下限。”《通知》表示。

此前的2023年9月18日，厦门岛外限购政策已先行进行调整，不限购、不限售，即在集美区、海沧区、同安区、翔安区购买一手、二手商品住房，不再审核购房人资格，不再限制上市交易时间。

政策还规定，对于贷款购买上述四区商品住房的居民家庭，首套住房商业性个人住房贷款最低首付款比例为20%，二套住房商业性个人住房贷款最低首付款比例为30%。

这也意味着，厦门岛内、岛外购买首套商品住房、二套商品住房的最低首付比例已保持一致，“内外有别”正式成为历史。

厦门市住房公积金中心也发

文表示，自4月17日起，在厦门市全市范围内，使用公积金贷款购买首套房，最低首付比例也降至20%，和商业贷款保持一致。

“从某种程度上来讲，调低首付比例的效果比降房贷利率的效果要好。”严跃进告诉记者，此次厦门楼市政策调整，对整个房地产市场会产生一定的积极影响，对正考虑入市的消费者而言能够实质性降低购房成本。

市场规模低位盘旋

在厦门市适时优化思明区、湖里区首套和二套住房商业性个人住房贷款最低首付比例背后，厦门楼市整体呈现出疲软、盘整态势。

今年1月，厦门楼市供应相对活跃，但成交量相较2023年四季度已经出现大幅度下滑；2月进入春节长假后，随着“新厦门人”的离开，厦门楼市进入停滞期，供求规模均不足5万平方米；进入3月，厦

门楼市依旧以旧盘供应、去库存为主，成交量虽回升至9.13万平方米，但市场规模依旧低位盘旋。

克而瑞福建区域统计数据显示，今年一季度，厦门市商品住宅新增供应18.11万平方米，环比下滑60.4%，同比下滑60.5%；成交22.17万平方米，环比下滑58.3%，同比下滑58.0%；成交均价37784元/平方米，环比下跌17.9%，同比

下跌6.2%。

分区域来看，克而瑞福建区域方面指出，厦门岛内成交规模和岛外区域相比下滑较为明显。今年一季度，厦门楼市的成交主力为翔安区、同安区，主要通过低总价吸引刚需购房者。厦门岛内的思明区和湖里区则由于可供应货量影响，特别是失去岛西“高热”产品的支撑，成交规模结构性下滑。

在国家统计局4月16日发布的“2024年3月70个大中城市商品住宅销售价格变动情况”统计数据显示，厦门市新房价格环比下降0.6个百分点，同比下降5.6个百分点。

对此，诸葛找房数据研究中心分析认为，政策端的持续松动对促进需求释放仍然具有一定的积极影响，但今年房地产市场不同于去年，热度或将缓慢回升，时间周期

会拉长，价格修复节奏亦较缓慢，短期仍缺乏稳定回升的动力。

诸葛找房数据研究中心预计，随着针对改善性住房需求的政策支持力度继续加大，楼市政策密集发布或带动市场情绪逐步修复。“4月，包括厦门在内的70个大中城市新房、二手房价格总体下跌的态势不会改变，环比跌幅或将呈现收窄或趋稳态势。”

岛内楼盘价格“内卷”

受房地产市场有效需求不足，供需两侧转弱影响，厦门岛内楼市供应量、成交量和成交均价均呈明显下滑趋势，供需两侧转弱，市场呈现淡季特征，已进入盘整阶段。

克而瑞福建区域方面分析认为，当前，厦门岛内板块分化明显，成交明显疲态，再加上产品同质可选择面大，岛内楼盘也不得不进入了“价格内卷”模式。

在房企端，今年一季度，厦门楼市在供应上除中海地产有新盘入市之外，其余房企均以在售加推为主，集中于消化在售货量，这使

得今年一季度厦门楼市颇显冷淡。学仕里销售顾问刘松(化名)告诉记者，学仕里项目共包括9栋住宅，目前仅剩6号楼的少数房源和7号楼在售。“学仕里学区比较好，卖得会好一些。”

刘松进一步表示，学仕里推出了“工抵房”优惠，价格比之前优惠不少。“刚开盘的时候还捆绑车位销售，均价在7.3万元/平方米左右，现在均价大约6.8万元/平方米。”刘松以106平方米在售户型

为例介绍称，该户型在2023年年底网签时的总价在740万元左右，“现在同楼层、同户型的房源总价只需要约690万元，相当于便宜了50万元”。

中海国贸上城销售顾问也告诉记者，该项目110平方米左右的刚需房源总价在750万至770万元左右，目前推出了4套特价房源。“每套特价房源的价格优惠幅度均在20万元左右，具体优惠价格以现场公示价格为准。”

另据招商湾湖臻境销售顾问介绍，目前该项目还有三套特价房源，单价在5.9万—6.4万元/平方米不等。“在项目刚开盘时价格都在7万元/平方米左右，现在各种优惠基本上该有的都有。”

厦门市住建局“厦门网上房地产”系统显示，截至4月25日，厦门市全市一手房在售楼盘总数为1089个，批准住宅套数35.01万套，在售住宅套数为2.6万套，批准住宅面积3897.4万平方米，可售住宅面积293.73万平方米。一

手房签约方面，4月11—20日，厦门市六区(思明区、湖里区、海沧区、集美区、同安区、翔安区)共销售住宅319套，其中，位于厦门岛内的思明区、湖里区网签量仅分别为3套和14套。

严跃进对记者表示，在政策放宽后，市场行情肯定会呈现好的一面。“目前，房价也向下调整了，首付比例降至历史低位，市场预期会更加清晰，或者说有些处于观望状态的购房者会在此时积极进入市场。”



4月21日，融创外滩壹号院二期开盘，销售额达99.97亿元，成为今年内上海单盘销售额TOP2项目。图为项目售楼部。
本报资料室/图

市场竞争愈发激烈

在豪宅供应量进一步放大的情形下，市场竞争也将愈发激烈。

一个值得关注的现象是，上海市一手豪宅均价正持续上涨。公开数据显示，今年上海市推出的前四批新房中，均价超过10万元/平方米的楼盘多达20个，仅在4月，就有4个均价达16万元/平方米以上的项目入市。

产品在优势不明显的情况下，去化周期将会明显拉长，进而影响利润率。”陆骑麟表示。

上海市豪宅市场供应量将进一步增加。同策研究院统计数据显示，上海市过去3年已完成中心城区成片旧改185.7万平方米。“叠加近年来市中心优质地块供应累积下来的存量，豪宅类项目潜在库存量惊人，而上海市3000万以上豪宅项目每年成交仅1000—2000套，豪宅面临较大的去化风险。”同策研究院表示。

不仅如此，在豪宅供应量进一步放大的情形下，市场竞争也将愈发激烈。一位百强房企人士向记者表示，当前，并非所有的豪宅都会热销，同时拥有好地段、好产品优势，再加上价格倒挂才有可能热销。一个豪宅项目能否热销，极其考验房企的操盘能力。

“在高端改善产品集中入市的情况下，客户对于产品、地段等方面要求会更加挑剔，高端市场也将会面临客户分流的处境。”克而瑞方面表示，高端住宅市场价格逐渐回归理性，随着套利空间持续收窄，投资需求随之退潮，高端项目之间热度分化将成为大概率事件，未来，上海市高端市场也将越来越稳。

“在高端改善产品集中入市的情况下，客户对于产品、地段等方面要求会更加挑剔，高端市场也将会面临客户分流的处境。”克而瑞方面表示，高端住宅市场价格逐渐回归理性，随着套利空间持续收窄，投资需求随之退潮，高端项目之间热度分化将成为大概率事件，未来，上海市高端市场也将越来越稳。

一线城市加入住房“以旧换新”队列 深圳首批推13个新盘参与

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

“虽然周末两天(4月20—21日)狂风暴雨,影响了部分客户的出行计划,但据我了解,楼盘带看量和成交表现都很不错,值得期待。”对于深圳市南山区绿景白石洲项目推行“以旧换新”活动的首个周末情况,开发商绿景中国地产(0095.HK)一名内部人士向《中国经营报》记者透露道。

据深圳市乐有家房产交易有限公司

有楼盘周末成交额破亿元

在“以旧换新”活动推出之前,该项目官方备案(销售)572套,去化率约46%。

“绿景和乐有家携手推行深圳楼市首个‘以旧换新’项目,诚邀您尽早过来实地考察,可专车接送。”近日,深圳市民小刘收到来自乐有家房产中介的一条微信,其关注的绿景白石洲楼盘推出了“以旧换新”的营销措施。

4月16日早间,乐有家在其微信公众号发布消息称,将联合绿景中国地产旗下绿景白石洲项目在深圳试点推广房产“以旧换新”模式,以促进存量房交易、新房与存量房的轮动循环。

乐有家房产中介陈先生向记者介绍,绿景白石洲项目“以旧换新”的交易流程包括以下步骤:首先由乐有家中介陪同客户实地考察项目;在确认意向后,由客户和楼盘开发商签署“以旧换新”置换协议,客户缴纳新房订金,可锁定意向房源两个月。在这两个月内,乐有家会

公司(房地产经纪机构,以下简称“乐有家”)介绍,绿景白石洲项目是深圳首个试点推广“以旧换新”模式的新房楼盘,由乐有家联动实施。

就在4月23日,深圳正式官宣鼓励商品住房“以旧换新”,由深圳市房地产业协会、深圳市房地产中介协会联合开展为期一年的“换馨家”活动,面向深圳市区域内所有计划出售二手商品住房(旧房)并购买新建商品住房(新房)的购房居民(换房人),首批共有13个

新楼盘,21家房地产中介机构参与。

作为第一批参与“换馨家”活动的中介机构,乐有家方面对记者表示,目前市场上“卖一买一”的改善置换需求增多,“以旧换新”是打通一二手置换链条、促进一二手联动成交的重要举措。

事实上,推行商品住房“以旧换新”并非深圳独一份,在此之前已有多个城市表态参与。而在政策利好下,收效究竟如何?

由当年的白石洲城中村旧改而来,去年9月开盘销售,备案名称为“绿景白石洲璟庭”,合计推出住宅约1257套,户型包括110—125平方米的三房以及187平方米的四房。在“以旧换新”活动推出之前,该项目官方备案(销售)572套,去化率约46%。

根据绿景中国地产官网,白石洲城市更新项目筹措多年,在业内有“旧改航母”之称,项目计容面积约358万平方米,拟分四期、用八到十年完成整体专案开发。2019—2020年期间,绿景中国地产间接收购白石洲城市更新项目合计约80%股权。“项目的动工与销售将为集团带来巨大的增长动力。”

克而瑞提供的数据显示,今年3月,“绿景白石洲璟庭”销售金额约为3.27亿元,在深圳普通住宅预售项目销售额排行榜中位居第十。

公开资料显示,绿景白石洲项目

定一定期限的“解约保护期”(建议不少于90天),如旧房未售出的,换房人可无条件解除协议,无须承担违约责任。后续,深圳市房地产中介协会、深圳市房地产业协会将继续组织会员单位参与活动,不断扩大“换馨家”活动范围。至此,深圳成为首个鼓励“以旧换新”的一线城市。

事实上,为疏通换房链条、提高楼市活跃度,商品住房“以旧换新”正在形成新的政策趋势。据中指研究院统计,自去年以来已有超过30个城市表态支持“以旧换新”,其中部分城市已开始发放“以旧换新”购房补贴。“以旧换新”的开展方式主要包括两种:一是由开发商联合房地产中介机构对旧房优先推售;二是由开发商或国资平台收购旧房,居民售房款用于购买指定新房项目。

比如,郑州市于4月1日发文称,今年郑州全市计划完成二手住房“卖旧买新、以旧换新”1万套,将通过郑州城市发展集团有限公司收购二手住房,促成群众通过“卖旧买新、以旧换新”购买改善性新建商品住房,以及政府政策鼓励,群众通过市场交易



实现“卖旧买新、以旧换新”。

“以旧换新”有助于进一步激活二手住房市场,促进改善性住房需求释放、房地产市场供需匹配,但在实际操作中有不少细节尚待完善。

“以旧换新”最重要的是能把我手中的这套二手房以较为理想的价格早点卖出去。基于这一点,我希望中介机构把旧房多久能售出、其间客户能获得多少购房补贴或者优惠等做一个量化以及保证。在这种情况下,我才会比较愿意支付一笔新房订金,选择‘以旧换新’。”小刘对记者表示。

据了解,2023年批量集装箱船交付致全球运力过剩,供过于求导致海运集装箱价格明显回落,海运费下降。受此影响,2023年致欧科技毛利率为36.32%,同比增长4.67%;净利润为6.80%,同比增长2.21%。

根据最新发布的2024年一季报,致欧科技实现营业收入18.42亿元,同比增长45.30%;归母净利润1.01亿元,同比增长15.06%;扣非净利润9598.33万元,同比增长13.61%。

致欧科技方面解释,一季度海外需求旺盛主要受春节期间发货不足影响。海外大件产品需求随着海外仓配能力提升而增长。“以往大件需求受限于仓储条件,现在开始释放增量,这个是长线趋势。”

对于今年的市场布局,致欧科技方面表示,目前发展重点仍以欧美为主。“欧美市场从规模到消费能力都

是比较突出的,尤其是美国,公司的市场渗透率依旧存在较大提升空间,因此今年的资源会更多向美线倾斜。而其他新兴市场的增速虽然不错,但销售额贡献不会那么高。”

《中国经营报》记者了解到,在近期接受机构调研时,致欧科技方面表示,今年公司计划将东南亚地区对美出货比例提高至20%左右,以此降低关税成本对产品竞争力的影响。“公司基本上是依照品类的重要程度大小往东南亚转移,会优先集中头部品类做部分转移,在短期内产生最大的效果。”

2023年,我国家具家居类产品出口迎来大幅增长,出口额达到了1.04万亿元,连续第三年突破万亿元大关。

广阔的海外市场成为国内家具家居企业竞逐的新空间。去年6月

21日,致欧科技在深交所上市;当年11月,总部位于浙江杭州的杰西亚家居科技股份有限公司(以下简称“杰西亚”)也正式启动A股IPO进程;今年4月份,傲基科技股份有限公司正式向港交所递交招股说明书,拟在主板挂牌上市。

与此前的“产品出海”不同,目前国内跨境电商企业已逐步向“品牌出海”转变,比如杰西亚通过自有品牌“杰西亚”“恬然生活”“杰希居”等,提升产品的市场竞争力。致欧科技旗下的SONGMICS、VASEGLE 和 FEANDREA 等品牌亦在海外市场获得了认可。

对于竞争愈加激烈的海外市场,致欧科技近日在接受机构调研时表示,跨境电商市场越来越大,后续越来越多企业出海能进一步提升整个市场份额。

得益于欧美市场“平价消费”浪潮,致欧科技去年业绩持续增长,叠加欧元、美元等主要外汇汇率升值等有利因素,公司2023年的经营业绩同比显著改善,实现营收和利润双增长。

政策执行效果尚待观察

“以旧换新”有助于进一步激活二手住房市场,促进改善性住房需求释放、房地产市场供需匹配,但在实际操作中有不少细节尚待完善。

市已开始发放“以旧换新”购房补贴。“以旧换新”的开展方式主要包括两种:一是由开发商联合房地产中介机构对旧房优先推售;二是由开发商或国资平台收购旧房,居民售房款用于购买指定新房项目。

“以旧换新”最重要的是能把我手中的这套二手房以较为理想的价格早点卖出去。基于这一点,我希望中介机构把旧房多久能售出、其间客户能获得多少购房补贴或者优惠等做一个量化以及保证。在这种情况下,我才会比较愿意支付一笔新房订金,选择‘以旧换新’。”小刘对记者表示。

事实上,为疏通换房链条、提高楼市活跃度,商品住房“以旧换新”正在形成新的政策趋势。据中指研究院统计,自去年以来已有超过30个城市表态支持“以旧换新”,其中部分城市已开始发放“以旧换新”购房补贴。“以旧换新”的开展方式主要包括两种:一是由开发商联合房地产中介机构对旧房优先推售;二是由开发商或国资平台收购旧房,居民售房款用于购买指定新房项目。

比如,郑州市于4月1日发文称,今年郑州全市计划完成二手住房“卖旧买新、以旧换新”1万套,将通过郑州城市发展集团有限公司收购二手住房,促成群众通过“卖旧买新、以旧换新”购买改善性新建商品住房,以及政府政策鼓励,群众通过市场交易

实现“卖旧买新、以旧换新”。

“以旧换新”有助于进一步激活二手住房市场,促进改善性住房需求释放、房地产市场供需匹配,但在实际操作中有不少细节尚待完善。

“以旧换新”最重要的是能把我手中的这套二手房以较为理想的价格早点卖出去。基于这一点,我希望中介机构把旧房多久能售出、其间客户能获得多少购房补贴或者优惠等做一个量化以及保证。在这种情况下,我才会比较愿意支付一笔新房订金,选择‘以旧换新’。”小刘对记者表示。

事实上,为疏通换房链条、提高楼市活跃度,商品住房“以旧换新”正在形成新的政策趋势。据中指研究院统计,自去年以来已有超过30个城市表态支持“以旧换新”,其中部分城市已开始发放“以旧换新”购房补贴。“以旧换新”的开展方式主要包括两种:一是由开发商联合房地产中介机构对旧房优先推售;二是由开发商或国资平台收购旧房,居民售房款用于购买指定新房项目。

比如,郑州市于4月1日发文称,今年郑州全市计划完成二手住房“卖旧买新、以旧换

扭亏为盈与同比减亏共舞

上市航司业绩“逐风而上”

本报记者 郭阳琛 张振 上海报道

随着旅游市场强势回暖，民航业快速复苏，上市航司也集体迎来了业绩大翻身。

最新财报数据显示，2023年，吉祥航空（603885.SH）实现归母净

利润7.51亿元，春秋航空（601021.SH）归属于上市公司股东的净利润为21亿元—24亿元，两家民营上市航司业绩均实现扭亏为盈。此外，中国东航（600115.SH）归属上市公司股东的净利润约亏损81.68亿元，但较2022年同期减亏约290亿元。

上市航司业绩反弹

相较而言，中国东航“船大难掉头”，业绩恢复态势较慢。

财报数据显示，2023年，吉祥航空实现营业收入200.96亿元，同比增长144.76%；实现归母净利润7.51亿元，和2023年同期亏损41.48亿元相比，成功实现扭亏为盈。

吉祥航空方面表示，2023年，公司在恢复之路上稳步前行，航班运行量超过2019年同期水平。全年执行航线数量众多，覆盖国内外众多城市，航班恢复率超市场平均水平。

“在国内市场，运力及航线数量均大幅增长，同时公司优化航线布局，深耕探亲、旅游市场。2023年，新增与恢复了18个国际（地区）航点，经营25条国际航线，国际班次投入同比增长显著。”吉祥航空方面在财报中分析称。

同样将扭亏为盈的还有春秋航空。春秋航空发布的《2023年度业绩预盈公告》显示，预计2023年年度归属于上市公司股东的净

利润为21亿元—24亿元。“与上年同期相比，将实现扭亏为盈。”

对于业绩预盈原因，春秋航空在公告中表示，2023年，我国经济持续回升向好，大众出行意愿高涨，国内积压的需求得到较好释放，国际及地区航线稳步恢复，促使主营业务大幅改善。此外，因私需求逐步成为航空出行市场最大的驱动力，尤其春运、暑运、黄金周和小长假旺季带来可靠的业绩贡献，而商务航线的增加和商务客源的复苏也带来了更好的业绩稳定性。

春秋航空方面还表示，2023年，国际及地区航线虽然尚未恢复到较高水平，但随着近期签证和出入境政策的持续优化和需求的自然恢复，出入境旅客将快速增长。春秋航空也将在泰国、日本和韩国三大传统优势航线上持续恢复乃至加大运力投放。

相较而言，中国东航“船大难

掉头”，业绩恢复态势较慢。财报数据显示，2023年，中国东航实现总营收1137.41亿元，同比增长145.63%，是唯一一家没有超过2019年同期水平的航司；归属上市

途游、跨境游需求进一步迸发，这也在民航市场有所反映。据航旅纵横大数据，截至2024年4月22日，国内航线机票预订量相比2023年同期略有增长；但出入境航线机票预订量超79万张，相比2023年同期增长超1.5倍。

航旅纵横行业发展总监赵楠表示，从目前的机票预订量来看，“五一”假期出境游的需求预计会比较旺盛，特别是往返免签国家的旅客量预计会有更为明显的增长。“从整个民航市场需求来看，和前两年相比一直是在不断增长。”



4月2日，吉祥航空中国上海至希腊雅典航线正式开航，全国31个城市均可经上海中转至雅典。

本报资料室/图
业绩未能扭亏为盈是受到国际航线恢复不及预期、宽体客机转投国内导致国内市场运力供给增大及公商务出行需求疲软、汇率波动等因素影响。

对此，中国东航方面解释称，

争抢国际市场“蛋糕”

持续优化签证与出入境政策，为航司的国际航线科学有序恢复提供了政策支持。

国际航线的运营情况与航司盈利水平密切相关。随着夏秋航季的到来，各大航司纷纷集中力量新开、恢复国际航线。

4月24日，记者从中国东航了解到，公司将于7月2日正式开通上海—马赛直飞往返航班，为上海和马赛这对中法两国“姐妹城市”首度搭建直飞的空中通衢，中国东航也将由此成为首家开通该航线的航司。

此外，中国东航将开通上海浦东—利雅得、上海浦东—维也纳等航线，新开昆明—吉隆坡、昆明—科伦坡—马累等航线；加密上海浦东至吉隆坡、东京、伦敦、马德里

等，北京大兴至莫斯科、新加坡、澳门，成都天府至普吉、曼谷，西安至迪拜、莫斯科等国际航线。

中国东航相关负责人表示，2024年夏秋航季，公司围绕民航市场稳步恢复和旅客出行需求“投优投足”，执行客运航线948条，通达国内外航点245个；日均执行航班约3170班，同比增加7.9%，较2019年同期增加11.5%；平均每周计划执行的国际及地区航班超1240班，恢复至2019年同期的90.8%。

“在新航季之初，公司平均每周计划始发国际航班978班，地区航班264班，分别恢复至2019年的

88.7%和99.2%。”中国东航相关负责人告诉记者，中国东航通往欧洲、大洋洲、中东等地的航班量已超2019年水平，其中前往匈牙利、西班牙、迪拜、马来西亚等国家和地区的航线已达2019年的2倍有余。

从2024年夏秋航季起，吉祥航空也将新增上海浦东直飞希腊雅典、上海浦东直飞英国曼彻斯特和比利时布鲁塞尔3条远程航线，使得欧洲境内航点增加至5个，分布于北欧、西欧与南欧地区。

“以4月初首航的上海浦东—希腊雅典航线为例，该航线是两个城市之间目前唯一的直飞航线，也是中国台湾和日本中转至希腊时间最短的航线。”吉祥航空相关负责人告诉记者，在希腊首航航班上有超过30名旅客搭乘吉祥航空台北航线来到上海浦东机场中转，同时也有来自日本大阪和名古屋的外籍旅客选择该中转方案。

对于国际航线需求的复苏趋

势，吉祥航空相关负责人认为，持续优化签证与出入境政策，为航司的国际航线科学有序恢复提供了政策支持。新加坡、泰国两国分别自2月、3月起对华免签，激发了旅行热情。3月，吉祥航空泰国、新加坡航线共执行航班超500架次，运输旅客近10万人次。与2019年同期相比，航班执行架次增长了近四成，旅客运输人次增长超七成。

无独有偶。相关数据显示，3月，春秋航空国际运力快速回升，国际总运载人次同比增长1.4倍；综合载运率达到85.98%，客座率达到89.66%。

春秋航空相关负责人表示，中泰和中新的双边免签利好因素，对于国际航线运力和客座率的提升至关重要。在新航季，春秋航空的国际航线也在持续稳步恢复中，新增了揭阳—新加坡、石家庄—东京成田等航线，还恢复了上海—高松航线。

连续3年亏损 青海华鼎寻求新增长点

连续亏损

本报记者 王登海 北京报道

在计提了大额资产减值损失后，青海华鼎实业股份有限公司（以下简称“青海华鼎”，600243.SH）又一次出现了亏损。

日前，青海华鼎发布了2023年年度报告，2023年，该公司实现营业收入3.56亿元，较2022年下降33.46%，净利润亏损1.59亿元，扣除非经常性损益后，净利润亏损更是高达1.82亿元。

事实上，这并不是青海华鼎第一次亏损。《中国经营报》记者了解到，青海华鼎已经连续3年亏损，同时已经连续5年计提了大额资产减值损失。

此外，2023年，青海华鼎出售了青海青一数控设备有限公司（以下简称“上海青一”）的全部股权，退出了机床产品业务，目前主要收入依赖于电梯配件和齿轮箱。

然而，公司对主要客户日立电梯集团的依赖度高，2023年前5名客户销售额占总销售额的73.55%。

青海华鼎将采取哪些具体措施来改善业绩？未来是否有可能出现类似的减值损失？对于上述疑问，记者致电并致函青海华鼎，截至发稿，未收到对方回复。

青海华鼎是青海省一家老牌上市公司，公司创建于1998年，于2000年在上海证券交易所挂牌上市，主要从事数控机床产品、齿轮（箱）、电梯配件等的研发、生产及销售，其生产地分布于青海省、广东省。

然而，近年来青海华鼎的财务表现并不理想。根据2023年年报，公司营业收入为3.56亿元，较2022年下降33.46%，净利润亏损1.59亿元，扣除非经常性损益后，净利润亏损更是高达1.82亿元。

事实上，在此之前，青海华鼎的营收格局中，机床产品和齿轮产品也占据了较大的比重，特别是机床产品，在2020年、2021年、2022年，机床产品的收入分别是

剥离机床

从青海华鼎2023年的收入格局来看，公司的产品类型分别为电梯件、齿轮（箱）、机床产品和其他类

产品，其中电梯件是公司主要收入来源，2023年营收达到2.63亿元，齿轮（箱）、机床产品的营收也分别达到0.47亿元和0.35亿元。

事实上，在此之前，青海华鼎的营收格局中，机床产品和齿轮产品也占据了较大的比重，特别是机床产品，在2020年、2021年、2022年，机床产品的收入分别是

研发待提升

据青海华鼎披露，公司机械装备产业主要子公司均为国家级高新技术企业，其中青海华鼎齿轮箱有限责任公司、青海聚能热处理有限责任公司、广东精创机

械制造有限公司分别于2023年、2021年、2022年取得相关部门办法的《高新技术企业证书》，并且享受相关的税收优惠。

一般而言，为了更好地满足公司的研发需求，那些重视研发和技术创新的上市公司，往往会倾

向于招聘高学历的研发人员。这些高学历的研发人员通常具备更为深厚和系统的专业知识，能够为公司提供更为全面和专业的技术支持。

然而，记者却观察到，近3年以来，青海华鼎每年都有千万元以上的研发投入，而公司研发人员的学历却呈现出低学历化的趋势。

根据青海华鼎披露的数据，在2021年至2023年期间，青海华鼎的研发投入持续稳定，分别为

净利润亏损更是高达1.82亿元。

事实上，这并不是青海华鼎第一次亏损。根据公司披露的数据，2021年，青海华鼎实现营业收入6.59亿元，但是净利润亏损高达1.12亿元，而扣非后的净利润亏损更是达到了1.45亿元。

2022年，青海华鼎的营业收入下降至5.35亿元，与前一年相比下降了18.78%。净利润亏损进一步扩大至1.52亿元，而扣非后的净利

润亏损也增加到了1.81亿元。

在青海华鼎连续3年亏损背后，记者发现，公司已经连续5年计提了大额的资产减值。

在青海华鼎最新的2023年年报中，公司计提的各类信用减值损失及资产减值损失共计11143.32万元，减少2023年度合并报表利润总额11143.32万元。

具体来看，这一年，青海华鼎对

应收账款票据、应收账款、其他应收款分

别计提信用减值损失-1.45万元、515.97万元、437.04万元。计提存货跌价损失2642.39万元、计提固定资产减值损失4731.15万元、其他非流动资产减值损失2818.22万元。

不仅仅是2023年，自2019年起，青海华鼎已经连续5年计提大额资产减值。

2021年、2022年青海华鼎计提的各类信用减值损失及资产减值损

失分别为10001.62万元、

11698.41万元，这导致公司年度合

并报表利润总额分别减少了10001.62万元和11698.41万元。

事实上，在2019年，青海华鼎就计提了2.22亿元的资产减值损

失，其中资产减值损失主要集中在存货跌价损失及合同履约成本减

值损失和固定资产减值损失两个方面，信用资产减值损失主要集中在应收账款方面。

鼎新增长点在哪里？

公司在年报中披露称，在现有

产业的基础上，继续将非主营业务、传统制造业和装备制造的辅助资产甚至受地域因素影响的制造业通过调整、剥离、变现或引入合作方等方式予以盘活或证券化以提升整体盈利能力。同时继续积极寻找有利于企业发展的新增长点，在条件、时机成熟的情况下，考虑和探索向其他产业延伸。

公司的相关学历是否能胜任对应的研发工作？是否存在将营业成本或其他期间费用计入研发费用的情形，公司研发人员的学历分布是否属于行业惯例？

对于上述疑问，记者致电并致函青海华鼎，截至发稿，未收到对方回复。

市场热度居高不下 低空旅游何时真正“起飞”

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

在低空经济热潮下，低空旅游再度引发广泛关注。

从中央经济工作会议定调，到首次写入《政府工作报告》，再到低空物流、城市空中交通等应用场景不断突破，低空经济无疑成为近期热词。除通航企业外，

热度再起

作为低空经济的重要融合业态之一，低空旅游也引发市场广泛关注。

今年以来，低空经济热度持续提升，各界热议的同时，二级市场中相应概念股也经历了多轮涨停。

作为低空经济的重要融合业态之一，低空旅游也引发市场广泛关注。在投资者关系互动平台上，不仅是通航企业与旅游企业，不少主营业务为商业零售、商旅出行甚至影视投资的企业也被多次问及是否布局低空旅游市场。

面对相关问题，峨眉山A(000888.SZ)、南京商旅(600205.SH)、横店影视(603103.SH)、中青旅(600138.SH)以及岭南控股(000524.SZ)等企业明确表示，目前未开展低空旅游项目；部分企业则表示，对低空文旅的实际应用保持着关注与跟进，将视政策、市场变化及技术成熟度等审慎评估相应业务的可行性。

此外，也有部分企业宣布将进军或已布局低空旅游领域。

材料、汽车、零部件等一众企业纷纷入局低空经济这一“万亿级”新赛道。

在此背景下，低空旅游也引发各方重视，黑龙江、海南、江西、广东等地再提要推进当地低空旅游发展，部分城市还针对低空旅游发展出台了专项政策，或提出要开发低空旅游线路。市场方

面，除了已布局的通航企业，部分旅游企业也在瞄准这一赛道谋求转型发展。市场热度之高，甚至让不少餐饮旅游、零售企业需要专门向投资者明确表示未开展相关业务。

不过，热度之下相应赛道的盈利方向仍未清晰显现。多位业内专家接受《中国经营报》记者采访

时表示，虽然低空旅游整体市场前景较为广阔，但在地域限制、市场拓展成本较高且管理难度大等难点限制下，预计短期内相应市场仍难有较快发展；目前相应市场尚未发展出龙头企业，涉及低空旅游相关业务的上市企业也多将相应业务作为备用赛道审慎推进，业绩更是少有披露。



近年来，低空旅游再度引发广泛关注。图为海南三亚，游客体验旅游直升机空中观光项目。

视觉中国/图

如工程企业中化岩土(002542.SZ)近日在回复投资者提问时表示，公司投建的安吉天子湖机场，自2017年运行以来，已开展低空游览、教育培训、短途运输、农林作业、应急救援、高空跳伞等业务。在2023年报中，中化岩土也明确表示，公司投资建设的安吉机场和运营管理的绍兴鉴湖直升机场已经开展了通用航空商业经营等低空经济业务活动，包含航空器运营、飞行体验、私照培训、航空夏令营、短途空中游览飞行等业务。

自去年公告称与亿航智能签订合作框架协议以来，*ST西域(300859.SZ)借助无人驾驶航空器开展的低空游览项目就一直备受关注。针对相应项目进展，近期不少投资者向*ST西域提问，得到的回复均为目前项目正在开展运营前的准备工作，尚未开展商业运营。

通航企业中信海直(000991.SZ)也在近期回复投资者表示，公司已经开通深圳城市低空游览飞行、城际短途运输，在舟山至东极岛开通了摆渡飞行；公司提供定制包机飞行服务，2024年将积极发展和探索包括无人机、短途运输、低空游览和产业链延伸在内的新业态领域。

除各类企业外，近期黑龙江、海南、江苏、江西等地也提出要推进当地低空旅游发展。其中，海南省三亚市还针对低空旅游出台专项支持政策，提出将低空旅游纳入旅游产业发展专项资金支持范围。此外，不少地区还出台政策提出要开发低空旅游线路。

实际上，低空旅游并非新兴赛道，2014年前后，中央部委层面就曾出台政策提出鼓励探索“低空飞行旅游”。在政策引导下，市场也有一定动作，一些企业尤其是通航企业先后入局。

此后，国家相关部门及各地陆续出台低空旅游支持政策，在通用机场等基础设施建设、试点航线开

辟及资金等方面提供支持。近期工信部等四部门联合发文提出，鼓励有条件的地区开发多样化低空旅游产品，推进“通用航空+旅游”应用示范。

尽管已经过十年发展，但在业内人士看来，在多种难点制约下，目前低空旅游市场仍处在前期培育阶段，市场中尚未发展出相关龙头企业。

“虽然政策鼓励低空旅游发展，但具体的法规和支持的政策可能还不够完善，同时受限于基础设施、消费观念以及资金投入等难点，目前我国低空旅游发展较为缓慢，尚未发展出头部企业。”北京社科院副研究员王鹏认为，出于安全与经济等多方面因素考虑，大众对于低空旅游的认知和接受程度还

仍存盈利难题

随着经济的发展和人们生活水平的提高，越来越多的人开始寻求个性化的旅游项目，低空旅游仍有较广阔的市场前景。

从企业表现来看，虽然当前低空旅游热度较高，不少企业也宣布已布局该领域，但少有企业披露相应业务具体业绩表现。

如中化岩土在回复投资者提问时表示，公司从2014年开始进入低空产业领域，且投资项目从2017年以来已开展低空游览业务。

中化岩土表示，后续将在低空经济涉及的城市场景和物流应用等众多领域开展深度融合，相关利润、营业收入等信息，将在公司定期报告中及时披露。但在近年年报中，中化岩土并未明确披露低空产业等相关业务业绩数据。

在近年年报中，中化岩土表示，公司已形成了工程服务和通用航空两个主要业务板块，上述提及的低空游览即为通用航空相应业务。在2023年年报中，中化岩土表示，2023年安吉机场年度保障飞行小时数和飞行架次均为浙江省通用航空机场首位，但未披露具体飞行小时数及架次。在该公司近年来分产品及行业披露的营收数据中，也并未明确体现低空游览相关业务；相应业务主要运营子公司营收数据也未见披露。

此外，布局较早的中信海直在年报中也只披露了通航运输整体营收数据，未单独披露低空游览业务相应业绩。在中信海直重要子公司中，主要业务涉及空中游览的为华夏九州通用航空有限公司，该公司近三年营收分别为939.47万元、760.66万元及999.00万元，净利润分别为151.60万元、-193.89万元及539.43万元，业绩波动较为明显。

显，且该公司主要业务还涉及医疗救护、人工降水、航空探矿、航空摄影等，并不能直接体现低空游览业绩情况。

产业经济研究咨询机构景鉴智库创始人周鸣岐表示，当前还较少有上市企业涉及低空旅游业，即便部分企业存在相应业务，也难有较大营收，报表中甚至至少有体现。

在周鸣岐看来，低空旅游市场很可能一直是小众市场。

“低空旅游市场始终偏小众，飞行汽车则整体仍处概念阶段。目前来看，低空旅游市场需求总量有限，加之空域管理、成本高等难点，相应市场难以取得较快发展。”周鸣岐认为，目前可市场化的低空旅游项目及相关经营模式仍较单一，低空旅游市场有一定发展前景，但可能始终为小众市场；同时相应市场发展难点仅靠企业难以破解，尚需多方共同发力。

不过，也有观点认为，随着经济的发展和人们生活水平的提高，越来越多的人开始寻求个性化的旅游项目，低空旅游仍有较广阔的市场前景。

“低空旅游将通航和娱乐有机结合，模式多样，类型众多，能够为游客带来视觉和心理的双重刺激，大大丰富了旅游体验。”王鹏认为，低空旅游市场前景广阔，目前来看市场需求主要集中在空中观光、飞行体验、航空摄影等产品上；一些特色产品如空中婚礼、商务包机等也逐渐受到市场的关注。同时，无人机技术发展能够降低相应领域运营成本并提高运营效率，为游客提供更加独特的视角和体验。

政策支持已有十年

目前低空旅游市场仍处在前期培育阶段，市场中尚未发展出相关龙头企业。

实际上，“脱星摘帽”后首份年报，沈阳机床股份有限公司(000410.SZ)，以下简称“沈阳机床”)扣非净利润仍未转正。

此前，沈阳机床发布2023年年报。数据显示，2023年度沈阳机床实现营收15.01亿元，同比下滑10.11%；归母净利润0.35亿元，同比上升34.95%；扣非净利润-2.48亿元，同比下滑32.84%。

《中国经营报》记者注意到，2022年度业绩扭亏后，沈阳机床于2023年5月“脱星摘帽”。2023年度沈阳机床净利润虽有所增长，但营收与扣非净利润仍在下滑，其中扣非净利润已连续12年为负；2023年度沈阳机床仍不计划分红，而根据历年年报披露，除2014年进行分红外，2012年以来沈阳机床已有11年不分红。

Wind数据显示，沈阳机床自1996年上市以来，累计亏损达到62.92亿元，累计现金分红仅有4次，累计现金分红总额为0.72亿元。

同时，得益于政府补助，2023年度沈阳机床经营活动产生的现金流量净额首次转正，此前相应指标也已连续11年为负。2023年度沈阳机床仍存在关联销售与采购情况，且销售额与采购额持续上升，向关联方采购额占年度采购总额的比例已接近50%。

业绩多年亏损

由于2021年度经审计净资产为负值，沈阳机床曾于2022年4月遭深交所实施退市风险警示，股票简称由“ST沈机”变更为“*ST沈机”。2022年度业绩扭亏后，沈阳机床得以“脱星摘帽”。

实际上，历史上沈阳机床已多次“披星戴帽”，因业绩问题也频收监管问询函。记者不完全梳理发现，自2015年以来，沈阳机床已收

到10份业绩问询函。在相应问询函中，公司持续经营能力及盈利驱动因素被多次问及。

如2022年年报问询函中指出，2022年度沈阳机床为近5年来首次盈利，扣非净利润已连续11年为负。深交所在问询函中要求沈阳机床说明2022年度扭亏为盈的主要驱动因素，公司盈利能力是否得以根本性改善以及是否具备

持续性等。

沈阳机床彼时回复称其盈利主要驱动因素是抓合同、抢订单、推集采、降成本、强预算、控费用等。同时，沈阳机床还表示，机床主业产品结构中，中低端产品销售占比逐步降低，高附加值高毛利的中高端产品逐步提升占比，公司机床业务毛利率随之提升。

不过，根据披露信息，2022年

沈阳机床扭亏因素还与其重整有关。在业绩预告中，沈阳机床就曾披露2022年度债务重组收益影响为1.1亿元至1.35亿元，子公司破产清算收益为0.3亿元至0.4亿元。当年度各项非经常性损益中，债务重组损益最为突出，为1.25亿元。

虽然扭亏，但2022年度沈阳机床扣非净利润仍为负。2023年度这

一状况仍未改善，年报披露，2023年度沈阳机床净利润虽有所增长，但营收与扣非净利润仍在下滑，其中扣非净利润已连续12年为负。

2023年度沈阳机床销售毛利率也出现明显下滑。Wind数据显示，2023年度沈阳机床销售毛利率为6.83%，较历史26%以上的高点下滑近20个百分点，与上一年的13.99%相比也已下滑过半。

政府补助金额大幅增加

2023年度沈阳机床非经常性损益项目中，政府补助金额出现明显上涨，由2022年度的0.33亿元上涨至2.16亿元，涨幅超5倍。在此之前，2020至2022年三个年度，沈阳机床计入当期损益的政府补助均为千万级，且金额均在4000万元以下。

同时，2023年度沈阳机床经营

活动产生的现金流量净额为十余年来首度转正，约为1.48亿元，较上一年的-2.58亿元大幅增长157.38%。而在此之前，沈阳机床经营活动产生的现金流量净额已连续11年为负。

对于相应变动因素，沈阳机床在年报中披露，主要为本期收到产业扶持资金、销售采购等经营

性净应收账款增加所致。

年报披露，2023年度沈阳机床收到产业扶持资金2亿元。该项补助为当期新增，2022年度未有相关补助。根据过往公告，沈阳机床于2023年12月27日获得该项政府补助，补助金额占公司2022年经审计归属于上市公司股东净利润的776.52%。但该份公告

及2023年报均未披露该项补助具体用途。

据过往数据，2023年1月至10月，沈阳机床及下属公司共收到约0.18亿元政府补助，涉及复工复产补助、软件退税、支持地方经济发展突出贡献企业奖励、技术改造环保升级项目补助、金融专项补助、高档数控机床主轴用高精密角接

触球轴承项目等。而在递延收益项下披露涉及政府补助的项目中，2023年相比2022年增加了高精密角接触球轴承在主轴及机床上的应用验证、典型减材装备及关键功能部件质量与可靠性评价服务平台等项目，但相应项目新增补助金额合计在200万元左右。

关联采购与销售额持续增长

2023年度沈阳机床仍存在较多的关联销售与采购情况，且销售额与采购额持续上升。

披露数据显示，2023年度沈阳机床向前五名供应商合计采购金额为7.62亿元，占年度采购总额比例为52.79%，其中多数为关联方采购。无论是关联方采购金额还是整体占比，均较2022年度有所提升。

前五大供应商中，第一大与第五大供应商均为沈阳机床关联方。其中，第一大供应商采购额为6.89亿元，占年度采购总额比例为47.70%；第五大供应商采购额为0.16亿元，占年度采购总额比例为1.08%；两者合计占比已接近50%，

为48.78%，采购额约7.05亿元；相较2022年度5.62亿元的关联采购额及42.91%占比有明显增长。

关联交易方面，2023年度沈阳机床向前五名客户合计销售额约4.36亿元，占年度销售总额比例为29.04%。其中，第一大客户为沈阳机床关联方，销售额约2.06亿元，占年度销售总额比例为13.69%。在前五名客户合计销售额同比下降前提下，2023年度沈阳机床向关联方销售额及占比均出现上涨。对比来看，2022年度沈阳机床向关联方销售额约1.68亿元，占比为10.04%。

2022年报问询函已注意到相关情况。相关问询函指出，沈阳机

床主要业务为机床及零件配件的研发、制造、销售，部分产品、业务与控股股东中国通用技术(集团)控股有限公司有

租赁收入为946.03万元，其余多为销售整机、备件等。关联采购则主要为电箱、防护件、钣金件、砂箱等功能部件。2022年度约5.62亿元的关联采购额中，土地、房屋租赁约0.14亿元，其余多为功能部件。沈阳机床回复称，2022年度公司与控股股东及其下属公司发生关联交易约1.68亿元，主要为铸锻件、主轴零部件销售，还有少量整机产品销售以及房屋租赁收入。根据沈阳机床披露的数据，2022年度约1.68亿元的关联销售额中，房

具有定制化特点，产品类型、型号繁杂，市场可比价格较难获取。对于抽取对比单价的部分产品，沈阳机床表示，由于配置不尽相同，类似产品价格存在差异。

对于2022年度向关联方采购金额大幅增长的原因，沈阳机床表示，主要是2021年公司开始逐步推行集采平台，2022年集采逐步增加，集中采购能有效降低材料成本，因此2022年度与控股股东设立的集采平台关联采购增加。就公司持续经营能力提升与关联方采购额持续提升等问题，记者致电致函沈阳机床董秘办采访。截至发稿，未获回复。

创新药盈利尚早 艾迪药业加码尿激酶业务

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

在溢价近8倍受让南京南大药业有限责任公司(以下简称“南大药业”)19.9646%的股权后,艾迪药业(688488.SH)拟进一步实现对南大药业的控股。

公告显示,艾迪药业拟以现金收购南大药业31.161%的股权。在交易完成后,艾迪药业

对该标的持股超过50%,南大药业届时将纳入艾迪药业财务报表合并范围,但此次交易价格未定。

南大药业主要销售注射用尿激酶及小分子肝素原料药。年报显示,2023年艾迪药业向南大药业销售尿激酶粗品约1.62亿元,约占公司人源蛋白业务整体收入的62%,更为公司贡献近

四成的总营收。艾迪药业此前表示,历史期间人源蛋白粗品业务为公司发展提供了稳定的现金流,而在公司原有人源蛋白粗品业务规模持续缩减的情况下,投资南大药业是公司积极寻求业务突破口的必要举措。

4月24日,艾迪药业方面在接受《中国经营报》记者采访时表示,控股南大药业目前仍处

于初步筹划阶段,但公司始终保持积极的态度,努力推进交易进程中各事项推进,争取早日完成交易。“此次的交易价格还需经独立财务顾问、审计机构、评估机构及法律顾问对南大药业开展尽职调查工作后研究得出,公司也会考虑标的资产规模、持续经营能力、与同行业可比交易案例等因素来确定价格。”

拟控股第一大客户

虽然上一次投资未谋取南大药业控制权,但艾迪药业似乎已经开始为二者后续加深绑定铺路。

在沉寂近两年后,艾迪药业向南大药业发起股权收购,这一次瞄准其控制权而来。

公告显示,近日,艾迪药业与华西银峰投资有限责任公司(以下简称“华西银峰”)、湖南可成创新投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“湖南可成”)、许志怀、陈雷、姚繁狄签署了关于南大药业股权收购意向协议,拟用现金方式收购标的公司31.161%股权,最终交易价格由各方另行协商并签署正式收购协议确定。

上述5名交易对手均为南大药业前十大股东。交易完成后,艾迪药业将实现对南大药业的控股,陈雷、姚繁狄对南大药业的持股比例分别降至3.332%、2.5%,其余3名交易对手全部退出南大药业。

工商信息显示,华西银峰、湖南可成此前均通过受让南大药业股东江苏盛丰医疗科技有限公司(以下简称“江苏盛丰”)持有的南大药业股权进入南大药业,时间紧随艾迪药业之后。

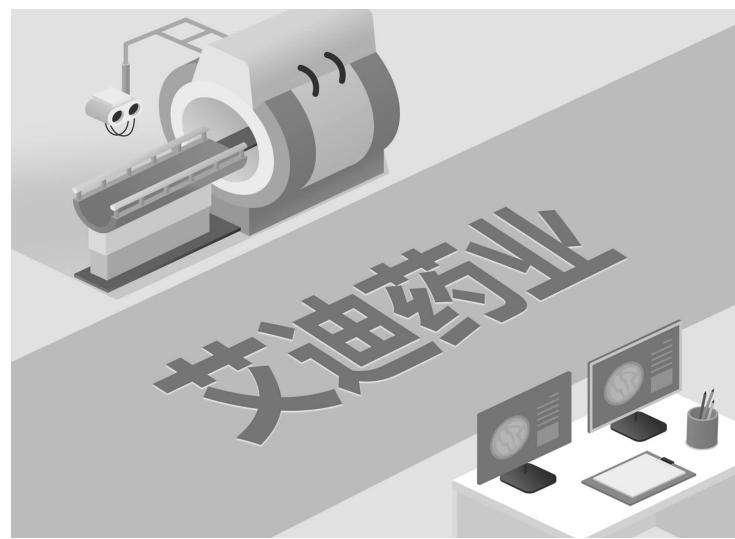
2020年7月,艾迪药业公告以自有资金8600万元投资南大药业,受让江苏盛丰持有的19.9646%股权,溢价率为780.17%。交易完成后,艾迪药业成为南大药业第二大股东。值得注意的是,江苏盛丰彼时有出让所有股权的意愿,但艾

迪药业出于自有资金有限的原因,最终与出让方达成受让南大药业19.9646%股权的方案。“如未来12个月内江苏盛丰有继续出售控制权的情形,公司无意愿且无能力继续受让控制权。”艾迪药业彼时在问询函中表示。

虽然上一次投资未谋取南大药业控制权,但艾迪药业似乎已经开始为二者后续加深绑定铺路。

工商信息显示,2020年8月,南大药业的法定代表人变更为艾迪药业副总裁王军。此外,根据彼时艾迪药业与江苏盛丰签署的《补充约定》,未来12个月内江苏盛丰如继续出售控制权,江苏盛丰应在出让控制权交易文件中要求控制权受让方就南大药业核心管理层的稳定性作出承诺。与此同时,考虑到交易完成后南大药业将继续维持比较稳定的职业管理层团队,艾迪药业与受让方基于商业谈判的结果,没有对这笔溢价近8倍的投资设置业绩考核。

而在此次筹划的控制权收购中,南大药业主要管理层——总经理陈雷、副总经理姚繁狄(兼任财务负责人)的股东身份仍得以保留。艾迪药业方面对记者表示,公司与南大药业在过往合作中成效良好,此次股权收购



尿激酶粗品业务是艾迪药业2023年占比最高的收入来源。视觉中国/图

是在上一次投资南大药业并签署《战略合作协议》基础上的提质升级。在交易完成后,艾迪药业将作为控股股东更积极地推进“人源蛋白原料制剂一体化”战略的实现。

据艾迪药业方面介绍,南大药业于1998年7月在原南京大学生化厂、制药厂的基础上由南京大学创办,南京大学同时是艾迪药业董事长傅和亮的母校。业务方面,南大药业注射用尿激酶国内市场占有率较高,并且拥有注射用尿激酶原料药到制剂完整的生产链。根据药智数据库数据,2019—2021年累计三年,南大药业生产的注射用尿激酶占据我国人源尿激酶成品制剂市场份额的

41.36%,市场占有率为第一。年报显示,尿激酶粗品业务是艾迪药业2023年占比最高的收入来源,而该业务收入的90%来源于南大药业。报告期内,公司尿激酶粗品所在的人源蛋白业务收入同比增长81.11%,达到约2.6亿元。

艾迪药业在年报中指出,如果南大药业与公司的业务合作关系发生重大不利变化(如采购需求缩减)或者南大药业经营状况发生波动,可能将会对公司经营业绩产生较大不利影响。“后续,我们会根据市场情况、所处阶段、具体经营状况及股东意愿等决定是否继续对南大药业发起收购。”艾迪药业方面向记者透露。

新药商业化尚在早期

一直以来,人源蛋白业务被艾迪药业视为稳定的现金流来源,也是支撑公司转型布局创新药研发的坚实基础。

在与南大药业的两笔交易中,艾迪药业均提及公司的“人源蛋白原料制剂一体化”战略。

艾迪药业方面对记者表示,目前的尿激酶市场依然处于持续增长的趋势中。公司将依托南大药业现有平台,巩固尿激酶粗品业务,并通过与南大药业的深度合作,加快产业链向下游制剂延伸,布局继HIV(人类免疫缺陷病毒,为艾滋病病原体)创新药业务之后的下一个增长曲线,形成“HIV创新药+人源蛋白”的双轮驱动。

事实上,艾迪药业以人源蛋白产品业务起家,公司以人体尿液为来源提取纯化多种微量生化物质,主要包括乌司他丁粗品、尤瑞克林粗品和尿激酶粗品,销售给下游制剂企业用于注射用乌司他丁、注射用尤瑞克林、注射用尿激酶等制剂的原料药生产。艾迪药业的人源蛋白产品属于原料药的原料。

招股书显示,2017—2019年,艾迪药业的人源蛋白产品业务营收分别为1.12亿元、2.18亿元、2.6亿元,分别占同期总收入的82.27%、78.65%和75.19%。但从2020年开始,公司人源蛋白产品的收入逐年下降,到2022年缩减至1.43亿元。

在与南大药业合作之前,艾迪药业的人源蛋白产品主要销售给广东天普生化医药股份有限公司(由傅和亮创建,傅和亮于2010年退出,以下简称“天普生化”),公司为其提供乌司他丁粗品,该客户为公司人源蛋白业务贡献的收入占比曾达到87.34%。但在2021年和2022年,由于天普生化缩减采购金额,艾迪药业营收受到影响。

一直以来,人源蛋白业务被艾迪药业视为稳定的现金流来源,也是支撑公司转型布局创新药研发的坚实基础。自2014年开始,艾迪药业针对艾滋病、炎症以及恶性肿瘤等重大疾病方

向打造研发管线,包括抗艾滋病领域在研创新药物ACC007、ACC008等。

2021年6月,艾迪药业首个创新药艾诺韦林片(抗艾滋病口服创新药)获批上市,并在当年纳入医保目录。2021年全年,艾诺韦林片销售量为3407瓶,营收约为136.6万元。2022年,艾诺韦林片销售量同比增加2509.74%。

2023年1月,艾迪药业公告公司第二款创新药艾诺米替片获批上市,该产品为抗HIV治疗领域首款国产口服单片复方1类创新药。2023年全年,艾诺米替片销量约为9.86万瓶,而艾诺韦林片销量同比减少33.21%,库存量同比增加123.48%。艾迪药业在年报中表示,主要是公司加大了艾诺米替片的推广力度所致。报告期内,艾诺韦林片、艾诺米替片带来的营收分别为2473.5万元、4884.4万元。

值得注意的是,艾诺韦林片及艾诺米替片目前处于商业化运营早期阶段,艾迪药业在2023年年报中指出,在多重影响因素下,公司面临创新药商业化不及预期的风险。与此同时,艾迪药业其余大部分在研项目尚处于研发早期,持续加大的研发投入将会导致当期研发费用支出的扩大进而影响当期业绩。

年报显示,2021—2023年,艾迪药业持续亏损。2024年一季度,艾迪药业营收同比下降17.52%至9289.4万元,净利润为-1360.7万元,经营活动产生的现金流净额为-7032.2万元。艾迪药业方面对记者表示,公司经营以“降本增效”为重要目标,一方面通过多轮广泛谈判降低原料成本,另一方面通过技术与工艺革新提高成品率。

4月15日晚间,艾迪药业公告提请股东大会授权董事会以简易程序向特定对象发行股票,发行融资总额不超过3亿元,拟将募资用于公司主营业务相关项目。

未及时披露实控人留置信息 沃华医药遭处罚

本报记者 苏浩 曹学平 北京报道

在经历实控人“留置风波”后,沃华医药(002107.SZ)最终将被监管部门处罚。

近期,沃华医药公告称,公司收到中国证券监督管理委员会山东证监局(以下简称“山东证监局”)出具的《行政处罚事先告知书》,沃华医药涉嫌信息披露违法犯规案已由山东证监局调查完毕,该局依法拟对沃华医药及公司副董事长、董事会秘书赵彩霞作出行政处罚。

为了解上述情况及原因,记者日前向沃华医药方面致函采访。其证券部工作人员表示,已收到采访诉求,稍后会有相关负责人进行联络。但截至发稿,暂未收到公司方面进一步回应。

隐瞒信息近四个月

山东证监局在《行政处罚事先告知书》中称,经查明,沃华医药实际控制人、董事长赵丙贤因涉嫌职务违法犯罪,自2023年7月13日至2023年11月21日被阳新县监察委员会实施留置,该留置措施对其履行职责有影响。阳新县监察委员会于2023年7月13日向赵彩霞送达《留置通知书》和《立案通知书》。

但赵彩霞决定沃华医药不披露赵丙贤被采取留置措施,直至2023年11月7日沃华医药发布《关于实际控制人被留置的公告》。

山东证监局认为,沃华医药和赵彩霞未按规定及时披露赵丙贤被采取留置措施的行为涉嫌违反了《中华人民共和国证券法》及《上市公司信息披露管理办法》的相关规定,而赵彩霞是上述信息披露违法行为直接负责的主管人员。

基于此,山东证监局拟决定对沃华医药责令改正,给予警告,并处以50万元罚款;对赵彩霞给予警告,并处以20万元罚款。

实际上,赵丙贤被采取留置措

施早有端倪。2023年10月27日,也就在沃华医药公布赵丙贤被采取留置措施一周之前,赵丙贤担任董事的罗莱生活(002293.SZ)发布公告称,赵丙贤因个人原因申请辞去其担任的公司第六届董事会董事职务,辞职后将不再担任公司任何职务。

值得一提的是,早在2021年沃华医药就曾因信披违规收到过警示函。

2021年3月6日,沃华医药曾发布《关于收到山东证监局警示函的公告》,山东证监局在日常监管中发现,自2017年以来,沃华医药与云南腾药制药股份有限公司及云南腾药药品经营有限公司关联交易事项未履行董事会审议程序及信息披露义务。上述行为违反了《上市公司信息披露管理办法》相关规定,山东证监局决定对沃华医药及赵丙贤、曾英姿、李盛廷、赵彩霞采取出具警示函的措施,并将相关情况记入证券市场诚信档案。

实际上,赵丙贤被采取留置措

留置期间出席董事会

在此次行政处罚下达前,沃华医药曾在2023年11月7日发布的公告中表示,赵丙贤被留置所涉事项与公司无关,截至公告出具日,尚未收到相关机关的通知,也未接受过任何协助调查。

2023年12月22日,因涉嫌信息披露违法违规,中国证监会决定对沃华医药立案。

2023年12月30日,山东证

监局对赵丙贤、赵彩霞、曾英姿采取出具警示函的监管措施,并将有关情况记入证券期货市场诚信档案数据库。

直至山东证监局对沃华医药出具警示函,外界才得知,赵丙贤自2023年7月13日就已被采取留置措施。而公司披露赵丙贤被留置的信息,比其本人被留置已经晚了近四个月时间。

值得玩味的是,据沃华医药

2023年半年报,该份财报由2023年7月28日的董事会决议批准报出,且所有董事均已出席了审议本次半年报的董事会会议。

一般来说,被留置人员未经留置机关允许是无法参与董事会会议的,除非企业向留置机关申请,经同意后方可参与。”上海久诚律师事务所律师许峰在接受记者采访时表示。

那沃华医药半年报中所陈述的“所有董事均已出席了审议本次半年报的董事会会议”情形是否构成虚假陈述?对此,许峰表示,沃华医药本身隐瞒留置信息就已经存在虚假陈述,在此基础上叠加参加会议虚假陈述信息也是有可能的,而对于半年报披露信息是否构成虚假陈述也要看公司是否经过了留置机关的允许。

控制权存在不确定性

沃华医药是一家专注于心脑血管中成药领域的上市公司。官网显示,该公司创立于2003年,总部位于山东潍坊,隶属于北京中证万融投资集团有限公司(以下简称“中证万融”),公司于2007年在深圳证券交易所上市。

随着中成药集中带量采购全面铺开与自2020年以来中药材原料成本价格连续大幅上涨,使得沃华医药业绩持续下滑。

年报显示,2020—2022年,沃华医药营业收入分别为10.06亿元、9.43亿元、10.15亿元,同比变动幅度分别为16.95%、-6.3%、7.65%;净利润连年下滑,分别为1.79亿元、1.63亿元、1.07亿元,同比变动比例分别为86.72%、-8.66%、-34.28%。

2023年,沃华医药的营收和净利润双双下滑,分别为9.1亿元、5876.71万元,同比分别下滑10.38%、45.27%。

在产品销售方面,沃华医药

四大核心产品营收集体下滑。据2023年年报,其沃华心可舒片销售收入4.06亿元,较上年同期下降14.98%;骨疏康胶囊/颗粒销售收入1.87亿元,较上年同期下降6.02%;荷丹片/胶囊销售收入1.09亿元,较上年同期下降10.70%;脑血疏口服液销售收入1.17亿元,较上年同期下降12.57%。

对于公司核心产品营收集体下滑,沃华医药方面表示,2023年初公共卫生事件寒潮尚在,医药市场主要以发烧、消炎、抗病毒等四类药为主,2023年年底又受到医保结算周期节点的影响,在心血管药物销售至为关键的“年头”“年尾”黄金销售期内,公司产品销售受到了一定影响,对营业收入产生了负面影响。

此外,2023年,沃华医药四大独家支柱产品之一的心可舒片中选全国中成药联盟集中带量采购,中选价格为18.83元/盒,价格下降约39%。

“尽管心可舒片的价格优势得以保持,医院市场的准入门槛有所降低,产品的医疗机构覆盖率有望较大幅度提升,有利于扩大心可舒片的市场尤其是医院市场的占有率。但销量的放大是一个缓慢的过程,而降价却是即时的,价格降低,而销量难以在短期内大幅增长,未能发挥‘以量补价’的作用。”沃华医药方面如是说。

然而,除了公司业绩面临持续下滑,沃华医药控制权也存在不确定性。

工商信息显示,中证万融为沃华医药第一大股东持股50.27%,张戈持股1.74%,吕良丰持股1.04%,中国国际金融股份有限公司持股0.55%。其中,赵丙贤和陆娟分别对中证万融持股80%和20%。由此,赵丙贤也通过持股中证万融为沃华医药的实际控制人。

值得一提的是,赵丙贤和陆

娟曾是夫妻,中证万融也是由两人共同创建。2023年6月,沃华医药发布《关于公司控制权存在重大不确定性的提示性公告》,称北京市通州区人民法院就赵丙贤、陆娟离婚后财产纠纷案作出一审判决。在一审判决中,赵丙贤、陆娟二人所持有的中证万融股权被平均分割。不过,上述一审判决尚未生效,暂不涉及股份分割及权益变动相关事项。赵丙贤也针对一审判决结果提起了上诉,最终结果如何仍待二审判决。

赵丙贤提起上诉后,若二审判决维持上述一审判决,那么赵丙贤、陆娟将平均持有中证万融股权。

但这意味着,双方都无法支配中证万融所持沃华医药的表决权,进而控制该公司。因此,沃华医药控制权或将发生重大变动,从有实际控制人变为无实际控制人。

安全事故波及鲁西化工:逾63亿重组计划暂停

本报记者 陈家运 北京报道

4月21日晚间,鲁西化工集团股份有限公司(以下简称“鲁西化工”,000830.SZ)披露,其子公司聊城鲁西双氧水新材料科技有限公司(以下简称“双氧水公司”)去年发生的“5·1”重大爆炸着火事故已有定论。山东省人民政府批复了事故调查报告,将此事故定性为“重大生产安全责任事故”,多人被建议追究刑事责任。

次日,鲁西化工股价下挫。截至2024年4月22日收盘,鲁西化工报收于10.47元,下跌2.06%。受事故波及,其吸收合并控股股东鲁西

子公司事故余波未了

事故发生后,国务院安委会决定对该起重大事故查处实行挂牌督办。

4月19日,山东省人民政府发布了关于《聊城鲁西双氧水新材料科技有限公司“5·1”重大爆炸着火事故调查报告》的批复。确认该事故为“重大生产安全责任事故”,并建议多名责任人追究刑事责任。此事故造成10人死亡、1人受伤,直接经济损失达5445.31万元。

事故发生于2023年5月1日,双氧水公司的双氧水装置区发生了爆炸着火事故。

双氧水公司为鲁西化工全资子公司,成立于2019年8月19日,产品主要为双氧水,年产能达到40万吨,2022年其净利润亏损0.46亿元。鲁西化工原为山东聊城国资委旗下企业,公司控股股东为鲁西集团,鲁西集团于2020年加入中国中化,目前鲁西集团直接大股东是中国投资发展公司。

事故发生后,应急管理部网站于2023年5月24日发布了《重大生产安全事故查处挂牌督办通知书》,国务院安委会决定对该起重大事故查处实行挂牌督办。

事故原因与性质经调查认定,双氧水公司“5·1”重大爆炸着火事

集团重组方案暂时搁浅。同时,公司业绩也出现下滑。

对于此事对后期继续合并鲁西集团方案有何影响相关问题,鲁西化工证券部人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,相关重组方案事宜的进展情况已通过公告进行了说明。

北京市京师律师事务所高级合伙人、资本市场部主任毛伟律师向记者表示,该事件属于典型重大安全事故,已经不符合《上市公司重大资产重组管理办法》的规定,也不符合发行股份并购的基本条件了,至少得三年后才能再考虑重组事宜。

重组交易暂停

高梦涵表示,安全事故对鲁西化工的重组计划产生了显著的影响。

鲁西化工为中国中化下属的重要子公司。为能充分发挥上市公司资本运作平台的作用,鲁西化工在2022年4月宣布,拟向鲁西集团全部股东发行股份对鲁西集团实施吸收合并。此次吸收合并完成后,鲁西集团将注销法人资格。

2022年11月,鲁西化工披露了具体的吸收合并方案,拟通过向鲁西集团的全部股东(中化投资、中化聊城、财信控股和聚合投资)发行股份的方式对鲁西集团实施吸收合并。本次交易完成后,鲁西化工为存续方,将承继及承接鲁西集团的全部资产、负债、人员、业务、合同及其他一切权利与义务。经各方协商确定,鲁西集团100%股权的最终交易价格为63.95亿元。

对此,中研普华研究员高梦涵告诉记者,首先,鲁西化工拟定的吸收合并计划是为了贯彻落实《中共中央、国务院关于深化国有企业改革的指导意见》的重要举措。旨在通过这一举措,公司能够进一步提高国有资本配置和运营效率,增强国有经济活力,提升存续公司整体竞争实力,实现国有资产保值增值。其次,鲁西集团作为鲁西化工的大股东,其合并有利于鲁西化工统一资产、知识产权等,减少上市公司对鲁西集团的依赖,实现更为高效和统一的运营管理。

此外,高梦涵进一步指出,合并后的公司可以更好地整合资源,实现业务协同和规模效应,提高公司的市场竞争力和盈利能力。吸收合并也是鲁西化工战略发展的一部分,有助于公司在未来实现更广阔的市场拓展和业务发展。

2023年4月,中国证监会批



4月21日晚间,鲁西化工披露,其子公司双氧水公司去年发生的“5·1”重大爆炸着火事故已有定论。图为中国国际化工展上的鲁西化工展台。

视觉中国/图

复同意了上述交易事项。

然而,在此次重组按部就班地进行之时,2023年5月1日,双氧水公司发生了爆炸事故。

此后,重组进展一直停滞。直到4月16日晚间,鲁西化工披露,关于公司发行股份吸收合并控股股东鲁西集团一事,中国证监会的批文到期失效。

鲁西化工方面解释称,因鲁西化工子公司发生事故,为保护公司及其投资者、吸收合并交易对方及交易标的合法权益,根据《深圳证券交易所上市公司重大资产重组审核规则》第五十五条:“中国证监会作出注册决定后至本次交易实施完毕前,发生重大事项,可能导致上市公司本次交易不符合重组条件或者信息披露要求的,上市公司应当暂停本次交易”的相关规定,本次事故导致本次吸收合并交易暂停。

同时,鲁西化工方面表示,目前公司生产经营正常,本次批文到期失效不会对公司的生产经营

活动造成重大影响。一旦事故调查结果明确且符合重组条件,公司将继续推进吸收合并工作。

时隔数日后,事故相关调查就有了进展。

4月21日晚间,鲁西化工公告称,山东省人民政府于4月19日发布了关于《聊城鲁西双氧水新材料科技有限公司“5·1”重大爆炸着火事故调查报告》的批复。将此事故定性为“重大生产安全责任事故”。

对此,毛伟告诉记者,根据《上市公司重大资产重组管理办法》的规定,出了这样的安全事故,对公司的声誉、股价都有负面影响,而且由于公司被处罚,有人员被追究刑事责任,这就是重大违法违规行为。公司收入和利润大幅下降,已经不符合管理办法的规定,也不符合发行股份并购的基本条件了,至少得三年后才能再考虑重组事宜。

1月26日,鲁西化工发布业绩预告,预计2023年归属于上市

公司股东的净利润7.8亿元~8.8亿元,同比下降72.11%~75.28%。

对于业绩变动的主要原因,鲁西化工方面表示,报告期内,受石油价格波动、化工产品市场竞争加剧等因素影响,公司化工产品下游需求不佳,部分产品价格同比下降幅度大于对应原料价格下降幅度,叠加公司子公司发生安全事故,影响园区整体运行负荷。

高梦涵表示,安全事故对鲁西化工的重组计划产生了显著的影响。尽管鲁西化工方面表示,对于吸收合并事宜受搁置,公司目前生产经营正常,本次批文到期失效不会对公司的生产经营活动造成重大影响。然而,2023年鲁西化工发布的业绩预告也出现大幅下滑。由此可见,事故的严重性和影响范围使得投资者和市场对鲁西化工的未来发展持谨慎态度,公司的股价和市场形象已经产生一定的负面影响,将进一步加剧投资者和市场的担忧,使得重组计划的推进更加困难。

“氢能第一股”亏损背后:氢企为何盈利难?

本报记者 李哲 北京报道

近年来,氢能概念火热,但站上风口,“猪”却未能起飞。

从业绩表现来看,氢企2023年

短期盈利难

近日,亿华通披露的2023年财务数据显示,实现营业总收入8.0亿元,同比增长8.48%;归属于母公司所有者的净利润亏损2.26亿元,同比减少35.58%;扣非净利润亏损2.74亿元,同比减少48.16%。

对于业绩变动,亿华通方面表示,持续加大研发投入进行产品技术升级迭代及应用场景的拓展,同时,随着经营规模扩大以及为把握住燃料电池市场规模化发展机遇,公司在人才储备及队伍搭建等方面的投资增加。此外,2023年亿华通销售回款同比减少,基于谨慎性考虑,加大计提了应收款项的预期信用风险损失。

记者注意到,亿华通自2020年上市以来一直未能实现盈利,净利润亏损额逐年扩大。

“主要是销量比较低,研发成本没办法摊平,公司又要持续研发投入,亏损就在所难免了。”亿华通证券部人士向记者说道,“预计短期内恐怕很难实现盈利,这个市场的培育周期比较长。”

于2023年12月登陆港股的国鸿氢能,业绩表现也难言乐观。2023年,国鸿氢能实现营业收入约7亿元,同比减少约6.4%,净利润亏损4.04亿元,同比下滑47.92%。国鸿氢能的营收在2023年迎来近3年来首次下降。

国鸿氢能方面表示,收入减少主要有三个原因,一是集团所处的

成绩单并不亮眼。其中,“氢能第一股”亿华通(688339.SH,02402.HK)在2023年仍未实现盈利。登陆港股后首次披露年报的国鸿氢能(09663.HK)也迎来近三年的营

收下滑。

事实上,如今的氢能产业仍处在发展的早期阶段,氢企短期内盈利难成为普遍现象。

亿华通证券部人士向《中国

经营报》记者表示:“参照锂电池产业链的发展,经历了大约10年的培育周期。氢能的产业链更长,应用范围更广,时间或许会更长。”



北京大兴国际氢能示范区亿华通厂区。

视觉中国/图

点,推动交通、工业等用能终端和高耗能、高排放行业绿色低碳转型。同时,明确氢能是战略性新兴产业的重点方向,是构建绿色低碳产业体系、打造产业转型升级的新增长点。

《规划》提出了氢能产业发展各阶段目标:到2025年,基本掌握核心技术制造工艺,燃料电池车辆保有量约5万辆,部署建设一批加氢站,可再生能源制氢量达到10万~20万吨/年,实现二氧化碳减排100万~200万吨/年。到2030年,形成较为完备的氢能产业技术创新体系、清洁能源制氢及供应体系,有力支撑碳达峰目标实现。到2035年,形成氢能多元应用生态,可再生能源制氢在终端能源消费中的比例明显提升。

此外,部分地方政府也在积极推动氢能产业落地。《2023中国氢能产业发展年报》显示,截至2023年12月25日,合计收录地方政府发布的氢能政策438项,这些政策涉及发展规划、财政支持、项目扶持、管理办法等多个类别。

华福证券研报提到,我国燃料电池车辆2015年至2023年累计销量约1.8万辆,位列全球前三,预计2025年完成5万辆推广目标差距不大,仍将带动一定规模的相关核心零部件和上游氢源需求。

至于氢能企业何时能够走过这段艰难的起步阶段,上述亿华通人士指出:“参照锂电池产业链的发展,经历了大约10年的培育周期,氢能的产业链更长,应用范围更广,时间或许会更长。”

上游难题待解

事实上,从全球范围来看,在推进绿氢技术发展的过程中,面临着共性挑战。其中,氢能生产成本较高、市场需求不足以及基础设施建设短缺正制约着氢能产业的发展。

其中,加氢基础设施和氢气供应的缺乏正在损害曾经蓬勃发展的韩国氢燃料电池汽车市场。韩国分析机构SNE Research统计数据显示,2023年1月~7月期间,韩国乘用氢燃料电池汽车的销量同比下降了38%,同期全球的降幅约为9.6%。

“随着市场需求的增加可以摊平公司成本,目前制约氢能产业普及的关键还是在上游。”上述亿华通人士说道。

值得欣慰的是,国内已经意识到了基础设施建设对氢能产业的重要性,一系列政策的出台正在推动相关企业积极布局。

中国石化董事长马永生表示,氢能产业是我国新兴产业和未来产业的重点发展方向,是发展新质生产力的重要方向之一。2023年以来,中国石化全力推进各项重点任务,国内氢能关键装备研发制造水平稳步提升,电解槽等装备制造成本下降30%左右,供应商发展到300余家,燃料电池系统成本较2020年下降近80%。

4月9日上午10点,两台氢能重卡从北京市大兴区青云店油氢合建站出发,4月11日下午3点到达上海市青浦区青卫油氢合建站,全程约1500公里,跨越京津冀鲁苏沪6个省市,沿途在7座加氢站加氢补能。这是

我国氢能车辆首次大范围、长距离、跨区域的实际运输测试。

为了实现长距离、跨区域氢能运输,中国石化依托传统加油站网络优势,布局加氢站网络。此前已初步实现京津、成渝、沪嘉甬、济青和汉宜高速氢能通车,最长距离约350公里。

中国石化方面表示,已建成氢燃料电池供氢中心11个、加氢站128座,基本覆盖了“3+2”氢燃料电池示范城市群,成为全球运营加氢站最多的企业。下一步,中国石化将继续积极响应国务院国资委“氢能高速”倡议,联合整车企业、氢燃料电池系统企业、大型物流企业、氢能源及加氢站运营企业等,逐渐连点成线、连线成面,巩固和完善氢能产供储销网络,持续探索可推广、可持续的商业模式。

目前,中国石油也在氢能产业积极探索。记者从中国石油方面获悉,其近日成功在玉门油田投产了首个规模化可再生能源制氢项目。该项目所生产的氢气纯度高达99.99%,通过输氢管道和管式槽车等方式,高效送至玉门油田炼化总厂等企业,实现了从生产到利用的完整链条。

中国石油方面介绍称,这一可再生能源制氢示范项目自2023年8月8日开工以来,已建设包括三套1000标准立方米/小时碱性电解槽和一套质子交换膜在内的制氢站,年产能氢气力高达2100吨。截至3月20日,该项目已累计销售氢气超过4万标准立方米。

李仙德再越山丘 晶科能源王者归来

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

两年前，晶科能源（688223.SH）登陆A股科创板，弥补了自身发展的短板。彼时，其设定了一个目标：用三年重回全球光伏组件出货榜第一。

4月22日晚间，晶科能源发布2023年成绩单：公司营业收入突破千亿元，以78.52GW的组件出货量重回冠军（注：第三方数据），实现“王者归来”。尽管其他主要竞争对手并未发布出货数据，但是在业内

看来“晶科第一”已是大概率事件。

晶科能源董事长李仙德不禁感慨实现目标之快。过去三年，光伏行业里弥漫着过剩、内卷、价格战的压抑气氛。作为一个集诗意与浪漫、自信与“狠辣”、理性而富有逻辑于一身的掌舵者，李仙德时常用他的“小作文”《把硬仗的氛围感拉满》《怕什么，打就是了》《2023，让我们狠狠生长》《相信》等向团队传递信心，激发战斗力。

而这背后也是晶科能源战略性选择TOPCon电池技术路线，

亟待抢占先发优势的驱动。站在技术迭代的长河中，TOPCon电池技术在2022—2023年也被质疑为过渡性技术，且可能遭遇过剩冲击而投资“算不过账”。不仅如此，晶科能源抛出的总投资560亿元56GW山西垂直一体化项目同样引发投资者和监管部门关注。

2024年以来，光伏行业技术争议未停，庞大产能背后的厮杀正酣，企业的盈利能力经受考验。但转眼之间，晶科能源抛出了未来“三步曲”，将储能业务进一步提上

日程，并力争三至五年内成为全球前三大储能供应商。

4月25日，晶科能源方面在接受《中国经营报》记者采访时表示，目前N型TOPCon的技术已成为市场主流路线，并有望在未来三到五年继续保持主流技术地位。公司同时已储备了多种基于N型TOPCon的技术储备与钙钛矿叠层电池技术，且BC技术可作为市场技术路线分支进行布局。此外，公司将借助全球化品牌渠道，稳步推进光储业务协同发展。

失意的三年

在外界看来，晶科能源丢掉了全球第一的桂冠，除了与技术变革中受到的竞争冲击相关，“回A”慢半拍也是重要原因。

2016年—2019年，晶科能源连续蝉联组件出货冠军，创造了史上“四连冠”纪录。

而打破这一纪录的便是被称为昔日光伏界“大黑马”的隆基绿能（601012.SH）。2015年以前，隆基绿能的业务主要涉及硅片。伴随着单晶技术和PERC电池技术的渗透，隆基绿能也通过产能扩张和收购方式进一步向电池、组件环节延伸，迅速崛起。

尽管晶科能源在单多晶技术替代浪潮中动作不慢，但隆基绿能在组件业务的进阶更加惊人。2017年，隆基绿能组件出货排名便位列全球第七，国内第一。InfoLink Consulting方面表示：“受益于国内单晶市场占有率大幅增长，出货比重高度集中于国内市场的隆基绿能在国内出货排名超过晶科能源，首次坐上全国出货第一的宝座。”

随后，隆基绿能一路开挂，到2019年全球组件出货的排名跃至

第四。2020年，隆基绿能取代晶科能源，以超过20GW组件出货量位居全球第一。

没有想到的是，2020—2022年，隆基绿能连续三年以组件出货量全球第一的成绩卫冕，但这也成为晶科能源“失意的三年”。按照InfoLink Consulting 2021年发布的全球组件出货量排名，晶科能源一度滑落至第四，位居天合光能（688599.SH）、晶澳科技（002459.SZ）之后。

在外界看来，晶科能源丢掉了全球第一的桂冠，除了与技术变革中受到的竞争冲击相关，“回A”慢半拍也是重要原因。

一位光伏企业的证券代表曾告诉记者：“由于资本平台不同，这也使得那几年国内和国外上市的企业在发展中确实发生了很大分化。”而最明显的例子便是隆基绿能，借助A股资本平台大幅扩产，发展如鱼得水，率先突破了千亿市值。

2019年以来，光伏中概股因在美股估值偏低掀起了“回A”

潮。其中，天合光能、晶澳科技分别于2020年6月和2019年12月回到A股上市。而当时晶科能源尚未开启“回A”之路。

2020年9月是一个重要时间节点——我国提出“双碳”目标，晶科能源（JKS）也宣布分拆子公司于科创板上市。

彼时，李仙德在晶科能源通过“小作文”回应了关于分拆上市的事宜，希望补上“回A”这一课。

李仙德还表示，晶科必须指数级成长，以一种更加理性、可持续发展的模式成长。这不仅是指产能规模、一体化程度、跨代技术、销量，它的成长必须是多维度立体式的、资源整合生态式的，解决问题方案式的。“我们已经过了绝处逢生期，也经过了一个漫长的平庸期，接下来就是再爆发出不可收拾的发展能量。”

2021年和2022年，多晶硅价格飙升，加剧了光伏龙头垂直一体化竞争。2023年以来，产能过剩危

机又开始席卷光伏行业。但晶科能源通过“狠狠生长”证明了自己。

按照InfoLink Consulting公布的2023年全球光伏组件出货排名，晶科能源反超隆基绿能，重新问鼎全球组件出货榜。

InfoLink Consulting称：“晶科能源凭借快速选定N型技术的优势在上半年出货表现已十分优异，对比2022年增幅约74%，顺利重回王座。”

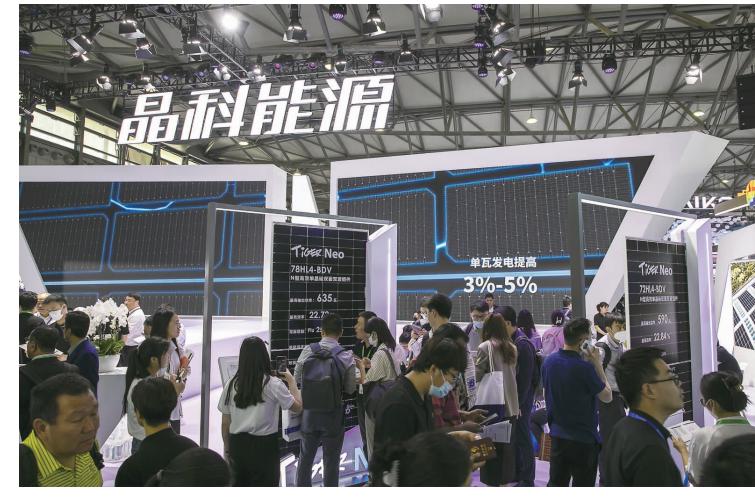
财报数据显示，截至2023年年底，晶科能源硅片、电池、组件垂直一体化产能分别达到85GW、90GW、110GW，其中N型TOPCon电池产能超70GW。从出货量来看，组件出货78.52GW，其中N型组件出货48.41GW。

李仙德在晶科能源2024年会上说道：“我们在上市的时候就励志要用三年重回全球第一，而我们仅花了一年多的时间，这使我们能站在行业顶峰去运筹未来不确定的挑战。”

在资本市场收紧IPO和再融资的背景下，晶科能源计划定增97亿元用于建设28GW的垂直一体化项目还在推进，暂未发布最新公告。但李仙德也表示，山西大基地生不逢时。晶科能源方面告诉记者，2024年公司将保持谨慎扩产，主要资本开支为山西大基地一、二期，整体投入可控。

“相信”是李仙德的2024年最重要的新年致辞。在他看来，“光伏行业本身就是高质量发展，从来无惧短期跌宕，更不用担心未来发展之势”，“今天的晶科能源已经不是你想象中的，一年后的晶科能源将不是你可以想象的了”。

展望2024年，晶科能源组件出货目标为100GW—110GW，N型占比90%。预计硅片、电池和组件垂直一体化产能分别达120GW、110GW和130GW，N型产能超100GW。



4月22日晚间，晶科能源发布2023年成绩单：公司营业收入突破千亿元，以78.52GW的组件出货量重回冠军（注：第三方数据），实现“王者归来”。图为第16届国际太阳能光伏和智慧能源大会晶科能源展台。

视觉中国/图

未来“三步曲”

晶科能源的储能业务起步晚，不过拥有在光伏领域的渠道和品牌优势，似乎又是一条可复制的路子。

光伏之外，储能是晶科能源坚定布局的又一战略板块，这也是晶科能源未来“三步曲”的重要一环。

按照晶科能源提出的未来“三步曲”，第一步，生产最低发电成本最高效组件。让光伏经济优势在任何地区、任何场景下都更优于其他能源；第二步，生产更安全智慧的储能。生产能储得多、储得安全、储得更便宜的储能系统；第三步，生产永续供能的“光伏+”。“光伏+储能”成为标准配备，让光伏无处不在、没有缺点。

李仙德表示，“光伏+储能”一定会是未来电力的供应模式。晶科能源也第一次“不专一”，切入储能赛道。晶科能源全球副总裁钱晶在接受媒体采访时表示，储能将是晶科能源的第二个业务支柱，争取在3—5年间成为全球前三大储能供应商。

其实早在2020年，晶科能源就已开始布局储能。2021年财报披露，晶科能源已经推出储能系统，并积极布局户用、工商业和地面电站场景，还与宁德时代、国轩高科及赣锋锂业签署了合作协议。天眼查显示，2022年12月，晶科能源成立全资子公司晶科储能科技有限公司（以下简称“晶科储能科技”）。目前，晶科储能科技旗下设有上海晶科绿源能源有限公司、江西晶科储能有限公司和浙江晶科储能有限公司（以下简称“浙江晶科储能”），分别持股100%、100%和51%。此前，晶科能源转让浙江晶科储能的49%股权于海宁心潮，以扩充资本实力，拓展储能业务。

海宁市人民政府官网显示，2023年7月，浙江晶科储能年产12GWh储能系统与12GWh储能电池建设项目开工建设，总投资84.3亿元，规划储能电芯车间、模组Pack车间、储能系统组装车间等。按照计划，2024年第四季度全部建成投产，建成达产后预计实现年营收150亿元。

晶科能源在2023年财报中表示，公司发布覆盖源网侧、工商业和户用侧储能解决方案；另外，公司4GWh储能系统产线成功投产，后续电池及系统产能有序推进建设。公司已经与全球多家电力开发商、分销商、终端客户签订订单，涉及区域包括中国、中东非、东南亚、北美、澳洲与日本在内的24个国家和地区。

电化学储能系统由电池、电池管理系统（BMS）、能力管理系统（EMS）、储能变流器（PCS）、消防、温控等其他设备构成。晶科能源方面向记者表示，晶科能源将从储能电芯、EMS、BMS、PCS到系统集成实现自研自产，全产业链布局。

晶科能源的储能业务起步晚，不过拥有在光伏领域的渠道和品牌优势，似乎又是一条可复制的路子。因为光伏组件业务直接面对的是集中式和分布式两大市场，渠道客户包括发电集团、工商业和户用业主，而储能亦基本如此。

尽管如此，作为一个储能跨界者，在同样极具内卷的储能市场中晶科能源的专业技术和产品的竞争力依然要经受市场考验。这事关企业解决储能最重要的两个问题的能力：成本与安全。

李仙德此前发文称：“储能系统的核芯是电芯、温控、智能化。电芯是爆发力，温控决定安全和持久力，智能化是随跑补给，早发现、早纠错、早解决。磷酸铁锂电池工艺和产业链已经非常成熟，成本波动就取决于原材料供应的波动；而储能的温控技术和智能水平目前还千差万别，这两项又是决定储能的安全性和LCOE最关键的因素。所以，储能的终局决战将在两个维度上。”

按照晶科能源公开的2024年目标：推进“光伏+储能”齐头并进，储能贡献可观营收，储能（系统）、电芯业务剑指行业前五。

从2023年财报来看，晶科能源的储能业务收入仍未归于主营业务收入板块。相关数据显示，2023年1—9月，晶科储能科技的营业收入为1.25亿元，净利润为-0.2亿元。

打硬仗

光伏行业本身就是高质量发展，从来无惧短期跌宕，更不用担心未来发展之势。

过去三年里，光伏电池技术迭代浪潮汹涌。继P型PERC电池技术后，N型TOPCon、HJT及IBC等电池技术百花齐放，并陆续进入规模化量产和应用阶段。

对于TOPCon，一众巨头关注度最高。但在同行迟疑时，晶科能源以迅雷不及掩耳之势于2021年11月推出应用了TOPCon电池技术的Tiger Neo系列高端组件产品，并于次年进入规模化量产阶段。巧合的是，晶科能源登陆科创板平台，为TOPCon电池和组件扩产提供了资金支持。

由于率先进入量产，李仙德的“小作文”频繁提及N型TOPCon。对于这一场市场攻坚，他在肯定团队的协同、务实、理性、韧性和自信特质的同时，甚至“点拨”要借鉴学习董宇辉直播，要“善于表达，会讲故事”。

进入2023年，李仙德便公开指出：“短期来看，未来几年光伏行业含金量最高的电池环节，技术没有变数，必然是N型TOPCon。”而彼时，晶澳科技、天合光能、通威股份（600438.SH）、阿特斯、正泰新能、一道新能等也加快了TOPCon电池和组件的扩产步伐。“双碳”浪潮吸引了跨界者蜂拥而入，新老玩家凶猛扩产，群雄相争。但李仙德似乎已迫不及待带队迎战，并放言：“把硬仗的氛围感拉满”“怕什么，打就是了”。

李仙德的信心一定程度上来自先发优势：在N型TOPCon抢先布局的同时，全球化能力也是竞争对手不可短期逾越的核心竞争力。在他看来，“永远比对手以更快速度进步和颠覆，那就有先发优势”。

由于技术迭代的进程叠加阶

段产能过剩，外界对于TOPCon一度保持质疑。这一声音主要源自竞争对手：未来5—6年，BC技术会成为晶硅电池的绝对主流。TOPCon只是一种过渡性技术，投资可能出现收益不达预期或者未赚钱就过剩的结果。

晶科能源当然并不认为TOPCon是一种过渡性技术。而且，李仙德还表示，“产能过剩”是对行业最粗略的一种判断，低效产能肯定过剩，高效、高性价比的永远不够。

不仅如此，晶科能源在2023年5月规划建设年产56GW垂直一体化大基地项目。按照晶科能源回复上交所的问询函，山西垂直一体化项目计划一期、二期采用N型技术路线（TOPCon），三期、四期建设视未来技术升级情况灵活调整。

在资本市场收紧IPO和再融资的背景下，晶科能源计划定增97亿元用于建设28GW的垂直一体化项目还在推进，暂未发布最新公告。但李仙德也表示，山西大基地生不逢时。晶科能源方面告诉记者，2024年公司将保持谨慎扩产，主要资本开支为山西大基地一、二期，整体投入可控。

“相信”是李仙德的2024年最重要的新年致辞。在他看来，“光伏行业本身就是高质量发展，从来无惧短期跌宕，更不用担心未来发展之势”，“今天的晶科能源已经不是你想象中的，一年后的晶科能源将不是你可以想象的了”。

展望2024年，晶科能源组件出货目标为100GW—110GW，N型占比90%。预计硅片、电池和组件垂直一体化产能分别达120GW、110GW和130GW，N型产能超100GW。

磷肥价格下滑 二季度市场或弱势运行

价格下滑

本报记者 陈家运 北京报道

在多重压力的影响下，2024年一季度磷肥行业表现疲软，价格普遍下滑。

据卓创资讯数据统计，截至3月31日，一季度国内55%的粉磷酸一铵（磷肥）市场均价为3084元/吨，环比下跌7.43%，同比下跌7.14%；64%的磷酸二铵市场均价为3895元/吨，环比下跌0.74%，同比下跌4.33%。

卓创资讯磷肥分析师肖莉在接受《中国经营报》记者采访时表示，一季度国内磷肥市场稳中偏弱，备肥旺季不旺，下游需求支撑一般。她分析称：“这主要是由于供应增加和下游采购积极性降低所致。”

疲软运行

受季节性因素影响，二季度磷肥市场的春夏季用肥旺季结束。大多数肥料企业对原材料采购将进一步降低，这可能导致硫酸、磷酸、磷矿石及合成氨的需求减弱，原材料成本有所下降。

隆众资讯分析师李玲欣指出：“4月，春季肥销售进入尾声，夏季肥开始陆续推进。然而，由

于原料市场价格运行不稳定以及部分企业急于春季肥降库清货，价格存在松动的可能性。夏季玉米肥以高氮肥为主，目前磷酸一铵价格高于氯钾肥，下游复合肥企业在持有部分磷酸一铵库存的同时，并不急于追高采购原料，整体需求面将持续疲弱运行。”

同时，肖莉表示，从供应预期

来看，随着3月下旬市场需求的减弱，硫酸价格涨幅明显，对磷肥成本产生了显著影响。尽管合成氨价格有所下降，但由于其在磷肥成本中占比较小，因此影响有限。

据卓创资讯统计，截至3月31日，一季度国内55%的粉磷酸一铵市场均价为3084元/吨，环比下跌7.43%，同比下跌7.14%；64%的磷酸二铵市场均价为3895元/吨，环比下跌0.74%，同比下跌4.33%。

具体来看，元旦过后，磷酸一铵价格出现松动。肖莉表示，大型复合肥企业开工较低，中小型加和国家储备的释放，市场货源充足，市场将以消化现有库存为主。由于市场看空预期增加，贸易商的出货价格出现松动。

李玲欣进一步分析，二季度是传统销售淡季，受需求低迷的影响，磷酸一铵的供应量必将大幅下滑，亦将导致原料价格回落和成本下降。出口走势有待观

望，但磷酸一铵将继续承压运行，价格预期下滑。具体幅度需关注磷矿石原料的下跌幅度。

此外，肖莉表示，二季度磷肥市场利多支撑不足，利空因素加重，价格重心或将继续下行，预计5—6月份磷肥价格或降至上半年的低位。卓创资讯也预计二季度磷肥市场或将保持弱势运行。

“果链”变动和中企增减背后

本报记者 李玉洋 上海报道

毋庸置疑，苹果公司是供应链管理的大师。

近日，苹果公司在其官网公布了其2023财年的供应商名单，该名单中的公司包含了苹果在2023财年全球产品材料、制造和

组装方面的98%直接支出。此份“果链”名单的发出，深入影响着国内消费电子行业：哪些上榜了？哪些被剔除了？

《中国经营报》记者梳理发现，在2023财年苹果供应链名单中，中国厂商“十进八出”，其中大陆厂商为“新增8家剔除4家”。

具体来看，2023财年被新纳入果链的中国企业有宝钛股份(600456.SH)、酒泉钢铁、中石伟业科技、凯成科技(2022年曾被剔除)、三安光电(600703.SH)、博硕科技(300951.SZ)、东尼电子(603595.SH)、正和集团以及台湾地区的南电(TW8046)及金箭印

刷集团。

而被剔除的中国企业则有江苏精研科技(300709.SZ)、得润电子(002055.SZ)以及盈利时(06838.HK)。此外，台湾地区的联咏(TW3034)仅一年后就遭苹果剔除，其他如内存厂商南亚科(TW2048)、连接器厂商嘉泽端子

(TW3533)、钛鼎科技等也都不在名单上。

对于被剔除“果链”名单这件事，得润电子董秘办一名员工对记者表示：“这是客户经营战略的调整，所涉及业务是得润参股公司做，从收入端来看，对上市公司的影响几乎没有。”深度科技研究院院长张孝荣对记者表示。

供应链名单变化背后

不在苹果公司所披露的主要供应商名单中，也并不意味着不是该公司的供应商，可能是供应比重较低，或是间接出货。

需要指出的是，苹果公司以往每年会公布其前200大供应商，但从2020年会计年度开始，改为只披露前98%在材料、制造与组装的直接支出相关的供应商。

而在苹果公司所披露的主要供应商名单中，也并不意味着不是该公司的供应商，可能是供应比重较低，或是间接出货。

这点可从江苏精研科技给外界的答复得到佐证。根据《每日经济新闻》报道，该公司证券部一位工作人员表示：“我们没有被客户剔除供应链，它仍然是公司2023年大客户之一，但公布的供应商名单的确没有我们的名字，我们也不清楚客户那边的统计口

径或者规则是怎样的。”

据了解，江苏精研科技主要为智能手机、可穿戴设备、笔记本及平板电脑等消费电子领域和汽车领域大批量提供高复杂度、高精度、高强度、外观精美的定制化MIM核心零部件产品，产品涵盖了诸如手机卡托、摄像头装饰圈、按键、穿戴设备表壳、表扣、笔记本散热风扇、汽车零部件等多个细分门类。

此外，江苏精研科技还是折叠屏手机关键零部件铰链的知名供应商之一。记者注意到，该公司在其2023年年报中也提到了苹果：公司客户目前主要集中在消费类电子领域，下游客户主要为

消费类电子产品终端品牌商上游产业链的供应商，终端客户包括苹果、三星、小米、OPPO、vivo等国内外知名品牌商。

另外一家最新被剔除出苹果供应链的上市公司负责人表示，该公司仍在正常供货，公司仍为苹果公司供应商，只是因为供货量较小，未被苹果公司列在最新的供应商名单中。

上述得润电子董秘办员工也表示，公司被剔除果链最新名单，这件事的综合影响还在评估，但尚不能对上市公司营收产生影响，“苹果是参股公司的大客户，参股公司应该是不做这块业务了，但它在开拓其他业务。因为

参股公司不在上市公司财务报表内，不是重大影响，所以上市公司不会对外披露。”

此前，得润电子曾在一则公告中披露：“公司重视优质客户的开发与维护，多年来凭借优质的产品交付能力、严格的质量控制及研发体系，在连接器领域积累了稳定而优质的全球知名客户，包括苹果、英特尔、联想、华为、小米等。”

张孝荣表示，苹果公司供应链名单的变化反映了其供应链管理的战略调整，该公司一直致力于打造一个高效、稳定、可靠的供应链体系，以满足其产品需求和市场变化。

大陆新进8家

“随着苹果公司供应链的全球化，单一供应商的风险在增加，而增加新的供应商可以帮助降低风险。同时，中国大陆企业技术实力的提升，也使得他们有机会进入苹果的供应链。”

那么，2023年“果链”新上榜的中国大陆企业都是怎样的存在？

据悉，博硕科技并非代工巨头立讯精密2010年年底收购的博硕科技(江西)有限公司，而是成立于2016年的深圳市博硕科技股份有限公司，其于2021年上市，产品为精密功能件、智能自动化装备，主要应用于智能手机、智能穿戴等消费类领域，智能座舱、动力电池、储能电池等新能源/汽车类领域。

苹果公司正是其大客户之一。2021年，博硕科技在回应深交所问询函时披露，电子产品功能性器件主要为终端客户苹果、华为。2023年，博硕科技实现营业收入16.87亿元，同比增长44.20%；归属于上市公司股东的净利润2.56亿元，同比下降16.33%。

三安光电则是知名的LED龙头企业，公司主要从事化合物半导体材料与器件的研发、生产及销售，

也是国内产销规模首位的化合物半导体生产企业。其2023年半年报显示，报告期内，该公司实现营业收入64.69亿元，同比下降4.33%；实现归属于上市公司股东的净利润1.70亿元，同比下降81.76%。

尽管行业波动短期影响公司经营业绩，但公司表示：“可预见Mini/Micro LED、植物照明、车用照明、紫外/红外等LED细分领域的未来的发展确定性较强。”

而处于钛行业的宝钛股份主要从事钛及钛合金的生产、加工和销售，主要产品包括海绵钛、钛锭、板材等。2023年全年，公司实现营业收入69.27亿元，同比增长4.41%，归属于上市公司股东的净利润5.44亿元，同比减少2.29%，钛产品销售量2.94万吨。众所周知，iPhone 15系列机身采用了钛合金材料。

东尼电子则专注于超微细合金线材、金属基复合材料及其他

新材料的应用研发、生产与销售，产品主要应用于消费电子、太阳能光伏、医疗、新能源汽车和半导体五大领域。其中，超微细电子线材、无线充电隔磁材料主要应用于消费电子行业。

早在2017年6月，东尼电子便在首次公开发行股票招股意向书中披露称，公司已与富士康、歌尔股份等终端品牌配套厂商建立了稳定的合作关系，为消费电子品牌苹果、三星等企业配套供应扬声器、数据线、振动马达、无线充电、无线感应装置等合金线材。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示，在2023年新增的中国大陆企业名单中，有企业是之前被剔除后又上榜的。“随着苹果公司供应链的全球化，单一供应商的风险在增加，而增加新的供应商可以帮助降低风险。同时，中国大陆企业技术实力的提升，

也使得他们有机会进入苹果的供应链。”

智算中心遍地开花 商业模式问题待解

本报记者 秦鼎 北京报道

随着数字化时代对于算力的需求激增，算力体系建设进入“加速期”，算力产业蓬勃发展。

工业和信息化部(以下简称“工信部”)数据显示，截至2023年年底，我国在用数据中心机架

总规模超过810万标准机架，算力总规模达到了230EFLOPS，即每秒230百亿亿次浮点运算。

其中，我国智能算力规模达到了70EFLOPS，就是每秒70百亿亿次浮点运算，增速超过70%。今年以来，北京、贵州、甘肃、湖北、江苏等多地纷纷推出政策，推进

当地算力基础设施建设，促进人工智能产业发展。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，强大的算力是支撑人工智能技术发展的基础，尤其是在深度学习、机器学习等领域，需要大量的计算资源来进行模型训练和

优化。但“备好菜不等于做好菜”，算力发展是人工智能发展的必要条件，而不是充分条件。依托算力增长，要加快人工智能产业发展，只有积极探索科技创新与产业创新融合，才能加快把算力转化为新质生产力。

近日，中国移动宣布启动2024年至2025年新型智算中心采购。招标公告显示，本次项目采购总规模达到8054台。除了中国移动以外，此前中国电信、中国联通也已开启AI服务器采购，数量分别为4175台、2503台。

中央财经大学副教授刘春生对记者表示，适度超前建设数字基础设施，特别是加快形成全国一体化算力体系，旨在优化资源配置，减少地域间的算力差距，提供更加高效、稳定的计算服务。智算中心作为集约化、智能化的算力供给平台，通过集中部署高性能计算和智能计算资源，可以更好地服务于新兴产业和科学研究。各地兴起的智算中心建设热潮反映了国家层

供应链的本土化和数字化

目前，针对6G的地缘区域性联盟已经出现，因此，统一的国际标准成为业界人士呼吁最多的声音。

在2023财年“果链”名单中，苹果还特别提到了碳中和，绝大部分苹果供应链企业已承诺到2030年为所有与苹果相关的生产实现碳中和。但仅有四家企业没有承诺实现碳中和，它们分别是英特尔、高通、微芯、新思科技。

“随着消费者和监管机构对环境保护的关注日益增加，企业越来越重视采用可持续的材料和生产方法。”天使投资人、资深人工智能专家郭涛表示，环保成为人类共识，导致企业选择那些能够提供环保解决方案的供应商。

郭涛指出，苹果公司深谙供应链多元化的重要性，“企业越来越意识到单一来源的风险，因此寻求在不同地区和不同供应商之间分散供应链，以减少潜在的中断风险。”

此外，他还提到地缘政治对供应链的影响。“随着全球经济和政

治环境的变化，企业必须考虑贸易政策、关税和其他政治因素对其供应链的影响。这可能导致企业调整其供应商名单，以适应不断变化的环境。”郭涛说。

郭涛表示，每年“果链”名单的变动，反映出供应链这些全球趋势：本地化趋势和数字化转型。“随着数字技术的发展，供应链管理变得更加智能化和自动化。这要求供应商具备数字化能力，以便更好地融入客户的供应链生态系统。”他说。

柏文喜也有类似观点。“科技产业正在向创新驱动型发展，特别是在人工智能、物联网、5G等新技术领域，这将带来更广阔的新市场和更多的机会。苹果公司的供应链变动，也是在这一大背景下发生的。”他说，这反映出苹果公司对于市场变化的敏感度和适应能力。



2024年3月24日，苹果公司CEO库克在中国发展高层论坛上表示，与中国供应链是双赢关系。

视觉中国/图

30个城市建设智算中心

今年《政府工作报告》提出，适度超前建设数字基础设施，加快形成全国一体化算力体系，培育算力产业生态。值得注意的是，这是历年的《政府工作报告》中第一次提及“一体化算力体系”。工信部副部长辛国斌表示，工信部加强政策引导，扎实推进算力基础设施建设，不断强化产业创新能力，持续推动算力应用落地，取得了积极成效。

据记者不完全统计，截至2023年年底，全国约30个城市在建或筹建带有“智算中心”的项目近130个，超过7.7万P算力(1P相当于每秒1000万亿次计算速度，100P相当于5万台高性能电脑的算力)。

今年以来，北京、哈尔滨、成都、广州、杭州、长春、武汉等地发布智算中心或者人工智能算力平台建设或投入使用的公告。仅在1月份，就有多地的智算中心投入使用。

智算中心当前的受关注程度，在很大程度上是国家以及地方政策的积极引导和扶持。从统计数据来看，智算中心建设的企业主体则包括三大电信运营商和部分互联网企业。运营商推动建设的智算中心具有一定公共服务属性，能够成为政府主导的算力基础设施建设的良好补充。而据三大电信运营商公布的相关数据来看，智算中心的规模有望进一步扩大。

商业模式单一

目前，中国正处于智算中心建设的热潮之中，这源于对人工智能巨大发展潜力的积极预期，以及地方政府对科技产业升级的迫切期望。然而，在一些业内人士看来，未经审慎考虑的大规模扩张可能会引发资源浪费和效率低下的风险。

“如今，智算中心如星罗棋布般遍布各地，但它们中的大多数仍停留在租赁GPU算力的层面。”一地智算中心负责人向记者坦承，“我们可以想象一下，智算中心就像一座庞大的城市，而算力则是这座城市的生命力。如果城市中的建筑(机架)未能充分利用，道路(算力市场)也未能合理规划，那么这座城市就无法发挥出其应有的活力。因此，我们需要像城市规划师一样，精心规划和调配智算中心的算力资源，确保它们能够得到充分利用，避免资源的浪费，为智慧城市的发展注入更多的动力。”

郭涛认为，智算中心的建设和运营是一个新兴领域，其商业模式和技术应用正在不断发展和演变中。许多企业可能还没有完全理解该如何有效地利用这些中心的资源，或者如何将它们集成到现有的业务流程中。这可能导致资源的浪费。然而，这并不意味着智算中心的潜力有限或者对应用的支持作用将逐步显现。

支撑作用不大。相反，随着技术的发展和市场的适应，以及对行业需求的深入理解，智算中心的应用支撑作用将会逐渐显现，并最终实现其在数字经济中的重要价值。

上海财经大学中国经济思想发展研究院研究员岳翔宇表示，加快智算中心的建设，适度超前发展算力基础设施。对于人工智能产业有重要的价值。但准备好菜不等于做好菜，算力发展是人工智能发展的必要条件，而不是充分条件。依托算力增长，要加快人工智能产业发展，只有积极探索科技创新与产业创新融合，才能加快把算力转化为新质生产力。

在世界数字技术院元宇宙委员会(筹)秘书长、中国民协数改工委执行会长吴高斌看来，目前产业对智算中心运营及盈利模式的认识还不到位。对于这一观点，需要从两个方面来看待。一方面，智算中心的运营和盈利模式确实需要进一步探索和完善，以更好地满足产业发展的需求。另一方面，智算中心的建设本身就是对算力产业的一种推动，有助于提升整个行业的技术水平和应用能力。随着智算中心的逐步成熟，其对产业应用的支撑作用将逐步显现。



编者按 衣、食、住、行关系着社会与经济发展的诸多层面。行，可简单概括为交通运输，其中，作为混合了共享经济与电动自行车的子行业，共享电动自行车不仅满足了许多城市居民的日常出行需求，也丰富了城市交通服务。但由于电动自行车近年来在消防安全、行驶安全等方面隐患凸显，共享电动自行车的发展与治理在近年来备受监管部门、相关企业等方面的关注。

该如何看待电动自行车的作用与风险？又该如何正确认识共享电动自行车的作用？4月19日，中国经营报社、中经传媒智库共同举办了“两轮电动车高质量发展，共享经济提供助力”研讨会，会上，来自行业协会、企业的代表，以及专家学者均对此发表了自己的看法，对电动自行车、共享电动车的未来发展、监督管理建言献策。



季为民：共享电动自行车可发挥更重要的作用

本报记者 吴清 北京报道



季为民

中国社会科学院工业经济研究所副所长，中国经营报社社长、总编辑

随着城市化进程加速和人口的不断汇聚，城市交通问题日益突出。传统的交通模式已无法有效满足人们对便捷、高效出行的需求，因此，交通科技的发展正成为解决城市交通难题的重要途径。而共享单车作为交通科技的一个重要应用，不仅提供了更加便捷、灵活的出行选择，而且减少交通拥堵、节约资源、改善环境质量，正逐渐改变着人们的出行方式，推动着城市交通共享经济的发展。

“我们从方方面面看到‘智能、平安、绿色、共享’已经成为交通强国的重要内涵，互联网租赁自行车健康发展也是推进交通运输新业态规范、持续、健康发展的一个重要方面。”在4月19日由中国经营报社、中经传媒

智库举办的“两轮电动车高质量发展，共享经济提供助力”研讨会上，中国社会科学院工业经济研究所副所长，中国经营报社社长、总编辑季为民表示，“调控电动自行车保有量及使用也是建立城市交通基础公共服务供给体系的题中应有之义。”

党的十九大提出了建设交通强国的目标，2019年我国又印发了《交通强国建设纲要》，明确提出“到2035年我国要基本建成交通强国”，尤其提到“在智能、平安、绿色、共享这几个交通的发展维度上不断进步的同时，让人民生活的幸福感随之提升”。

交通运输部、国家铁路局等五部门为贯彻党的二十大精神，同时也为落实交通强国战略，于2023年制定了《加快建设交通强国五年行动计划（2023—2027年）》，其中提到“要推进交通运输新业态规范健康

持续发展”，还明确提到“要规范小微型客车租赁和互联网租赁自行车健康发展”。

近日，国家自然科学基金委员会也发布了《面向2035年中国城市交通发展战略》，从四项坚持、三大方向、十项行动等几个方面，提出城市交通的基础公共服务供给体系和运行机制，在“十项行动”中就明确提出了“要建立和完善协同治理，调控机动车及电动自行车保有及使用”。

季为民认为，从国家战略到部委的行动计划，都能够看到电动自行车在扩大交通服务供给，在解决人民群众出行的“最后一公里”，在建设绿色、节能、智慧交通方面都发挥着重要作用，这也是研讨这个话题的主要意义。

季为民指出，在解决人民群众日常出行“最后一公里”的问题上，

过去几年，尤其是在大中型城市，共享单车发挥了很重要的作用。当然，也不可否认，在共享单车的发展过程中也有这样那样的问题。但总体上来说，共享单车为城市的通勤一族提供了更多的便利。

实际上，共享电动自行车可以在这个问题上发挥比共享单车更重要的作用。我国是全球电动自行车生产和销售第一大国，目前，我国电动自行车全社会保有量高达4亿辆，是人民群众日常短途出行的重要交通工具之一。

但是，最近几年共享电动自行车只是在中小城市得到了一定程度的发展，为人民群众日常短途出行提供了更多的便捷性。共享电动自行车用户的总体分布数据显示，二线城市占27.4%，三线城市占36.2%，四、五线城市占34.6%，一线城市只占1.8%。

“可以看到，出于社会治理方面的担忧，一线城市对共享电动自行车的政策显然是非常严格的。”季为民表示，一些大型城市的交通管理部门也在尝试对共享电动自行车放开一些试点区域，给出更多空间。

城市尤其是大型城市的交通服务供给体系究竟需不需要共享电动自行车？愿意放开共享电动自行车试点的大型城市应该如何行动？共享经济参与其中，究竟会对电动自行车蓄电池、充电、骑行安全等问题带来怎样的影响？这些问题正成为行业各界关注的焦点。

“共享交通，应该是凝聚大家关注又和民生息息相关的的一个非常重要的话题，行业各界共聚探讨非常有现实意义。”季为民表示，让我们共同为交通强国战略来分享我们的智慧，做出我们的贡献！

唐元：让平台企业在共享电动自行车发展中发挥主力军作用

本报记者 吴清 北京报道



唐元

中国城镇化促进会副会长

“提升电动自行车管理水平，我认为从根本上来说还得靠科技、靠平台。哈啰这些平台对自行车的管理是很成功的，基本上走上了可持续发展之路。经过多年的迭代发展，我也出现了若干具有竞争力的平台企业。”在4月19日的“两轮电动车高质量发展，共享经济提供助力”研讨会上，中国城镇化促进会副会长唐元表示，可以让平台在国家规范促进电动自行车健康发展的过程中发挥主力军和头部企业的作用。

如何处理好加强电动自行车监管和方便老百姓的关系，如何处理好保城市平安与促进电动自行车持续健康发展的关系？可以说是目前

各级部门纠结的问题，也是十分值得研究的课题。但是，到底怎么管？目前业界还没有真正提出一些系统性的解决方案。

为此，针对促进城市电动自行车持续健康发展的问题，唐元提出了自己的几点建议：

首先是要加强统筹领导。因为城市电动自行车管理涉及面广、部门多，还关系老百姓的切身利益和城市形象，是城市管理的重要内容，也是一个跨部门的综合性问题。所以，建议各级政府将促进电动自行车健康发展纳入议事日程，设立专门的协调机制和跨部门的协调机构，把这项工作作为一个重要的事情来抓。

其次是要着力抓好安全。电动

自行车在城市发展面临的最大问题是安全问题，必须着力打造电动自行车的本质安全体系。建议从城市管理、电动自行车生产和流通、电动自行车上市准入和监管、电动自行车淘汰处理全过程，对其进行规范化管理。

唐元认为，在加强限速管理和电池管理的同时，关键是要发挥平台作用。提升电动自行车管理水平，从根本上来说还得靠科技、靠平台。经过多年迭代发展，我国出现了包括哈啰在内的一些具有竞争力的平台企业，目前看这些平台的管理是成功的。

为此，唐元建议各级政府对电动自行车平台企业加大支持力度，鼓励这样的平台企业做大做强，尤

其要为优秀平台企业营造良好的市场需求。建议今后大城市所有的电动自行车均应纳入平台管理。

“不仅是平台自己的电动自行车必须管，老百姓已经在使用的电动自行车也要纳入平台管理，怎么做呢？技术上其实不难实现，就是每一台电动自行车加一个监测监控装置。费用方面，老百姓出一点儿，政府补贴一点儿，平台出一点儿。比如老百姓交平台一点儿管理费，一个月交10块钱总是可以的。类似这样的思路把它好好地用起来。”唐元说。

与此同时，唐元建议，在强化柔性执法和完善市政措施的基础上，也要加大政策支持力度。从“人民城市人民建，人民城市为人民”的角度，公共财政的支出应该补贴一下

电动自行车的相关需求，比方说更换电池、建设公共充电设施、设立专用道，财政拨专款来做这些事是应当的。

唐元认为，从鼓励电动自行车平台企业做大、做强、做优的角度，应该鼓励金融机构加大对像哈啰这样的平台企业的支持力度，创造条件，让他们在国家规范促进电动自行车健康发展的过程中发挥主力军和头部企业的作用。

“打造‘人民城市’代表我国城市治理的方向。要从打造‘人民城市’视角看待和处理城市电动自行车发展问题，以人民为中心，不断提升城市安全、便捷、宜居、宜业水平，让人民群众在城市生活得更方便、更舒心、更美好。”唐元表示。

郭平：正加紧推出共享电动自行车行业白皮书

本报记者 谭伦 北京报道



郭平

中国道路运输协会副秘书长

近年来，国内共享电动自行车加速普及，伴随市场规模扩大，共享电动自行车也在迈入更为规范有序的发展新阶段，而如何更加精准地监测城市共享电动自行车运行数据，已成为交通安全领域日益突出的硬性需求。

4月19日，在研讨会上，中国道路运输协会副秘书长郭平表示，目前正在加紧和科研院所合作，研究推出涉及国内城市共享电动自行车在总量控制模型、设计、调控及运营服务规范等方面的多维度报告，并发布相关行业白皮书，以为共享电动自行车行业高质量发展提供助力和参考。

据郭平介绍，在上级主管部门要求下，2022年8月，中国道路运输协会正式组建了互联网租赁自行车工作委员会，该组织囊括了目前国内行业7家头部运营企业，其市场总份额在自行车领域占比超过95%，电动自行车领域占比超过80%。这一高集中度，为行业的规范管理与发展奠定了良好

基础。

成立以来，该委员会相继就共享单车的行业增值税、城市创卫期间的收车问题提出了行业规范报告和意见。郭平表示，目前全行业最为关心的还是更加精准和细分的数据监测统计，从而帮助监管者和行业企业更好地把控和了解市场，这也是该委员会当下的主要工

作之一。

基于此，郭平介绍，从2023年开始，互联网租赁自行车工作委员会在旗下7家企业的共同支持下，开始了行业高质量发展的大型课题调研，预计将会形成一个主报告与六个相关的子领域的规范性文稿，从宏观层面促进共享电动自行车安全、规范、有序发展。

王静：“人民治理”的方式或许能最终解决共享电动自行车发展的问题

本报记者 李静 北京报道



王静

北京师范大学法学院副教授

共享电动自行车是共享经济的重要组成部分，正逐渐成为很多人生活中的重要交通工具，它的发展越来越受到广泛关注。北京师范大学法学院副教授王静所在的研究机构在过去几年里一直承担着国家级别共享经济的研究工作。

4月19日，王静分享道：“我们最早是研究网约车和共享民宿，但从去年开始，共享电动自行车的研究问题

变得更为紧迫。”

在如今的城市中，电动自行车包括共享电动自行车的数量越来越多，在便利人们生活的同时，多发的火灾问题、机动车与非机动车混行等问题愈发突出。“这其实折射出地方政府在面临这样的问题，缺乏把法律和新经济发展结合在一起的思路。”王静指出，过去大多数地方政府在管理共享电动自行车时的思路就是去“卡一下”，在数量上“限制一下”，但这样的做法其实触犯了《行政许可法》，以及统

一大市场、负面清单相关的法律制度。

在国家发展改革委和国家市场监管总局对各地共享电动自行车的发展情况进行了督查之后，过去“卡一下”“限制一下”的情况在发生改变，但地方政府对下一步怎么做比较茫然。

王静表示，在今年年初对于共享电动自行车的管理问题已经有过学

术上的探讨，有三个问题值得思考。首先，如何定义共享电动自行车？因为共享电动自行车和共享自行车不是完全一样的东西，共享电动

自行车到底是准公共交通产品，是俱乐部物品，还是公共产品？从经济学上来讲，怎么去定义共享电动自行车，这决定着政府监管的时候到底该怎么做。

第二，要不要对共享电动自行车的数量进行控制？“我们感觉可能还是要对数量进行控制，那前提就是要解决共享电动自行车的合法性问题。”王静说道，“立法资源怎么给到这个行业，可能还需要更多的专家、企业、行业协会来推动地方政府乃至

中央政府对这个问题的高度认知。”

第三，共享电动自行车牵扯事前、事中、事后多轮监管，各个政府部门之间，以及各种社会主体之间怎么配合，并没有一个成熟的模式。例如在规划非机动车道、车辆停放等方面都存在很多问题。

王静表示：“发展共享电动自行车，最根本的目的就是用共享替代私家，用共享去解决‘人民城市’的问题。我觉得‘人民治理’的方式或许最终才能解决问题。”

刘兴亮：建议不要对共享电动自行车“一刀切”式地限制

本报记者 张婧超 北京报道



刘兴亮

著名经济学家

“共享电动自行车在城市出行中的作用和价值，第一是提高出行效率，它确实在短途的点对点的出行场景中具有不可替代的优势。第二是节能环保。第三是提升我们的生活质量。”在“两轮电动车高质量发展，共享经济提供助力”研讨会上，著名经济学家刘兴亮这样说道。

刘兴亮以自己今年春节在广西壮族自治区北海市游玩时的经历举例说：“今年过年的时候，我们家去北海玩了六天，住在北海市老城附

近的一家酒店，每当出现交通拥堵时，电动自行车比汽车的速度要更快。所以，共享电动自行车对缓解交通压力、提高出行效率真的是一个非常好的体验。我女儿最后总结说：‘这几天我们每天不是在骑电驴，就是在找电驴的路上。’”

《中国经营报》记者了解到，目前我国电动自行车保有量已约4亿辆，其中包括哈啰在内的共享出行企业投放的共享电动自行车的数量约为1200万辆。

刘兴亮认为，共享电动自行车能够在近几年里得到市场的认可，

主要原因有三点：第一，共享经济确实对我们的商业模式、生活方式、工作方式都产生了非常多的促进和改变；第二，城市化竞争加速，电动自行车对缓解交通压力、提高出行效率是一个非常好的选择；第三，是社会各界对绿色出行、低碳出行意识的提升。

但在发展的过程中，电动自行车、共享电动自行车行业也面临一些挑战。“第一个挑战来自法规政策，虽然各级政府都对电动自行车的发展给予了一定的政策支持，但是我们的法律法规还不够完善，甚

至有一些朝令夕改的地方。第二个挑战是市场需求的多样化，每个城市的特点也不一样，就导致出行的需求也不一样，所以我们的市场需求也在不断地发生变化。第三个是技术发展的快速性，尤其是进入人工智能时代，技术发展速度非常快，在跟硬件结合后，可能新产品还没有发布，这个技术可能就已经落后了。”刘兴亮说。

对于监管风险，刘兴亮建议，一方面，政府应加强市场监管，尤其是对超速、危险骑行等有安全风险行为的治理。另一方面，有关部门应加强

对共享电动自行车的政策支持，同时鼓励更多的企业进入，“政府不应‘一刀切’式地限制，应该因地制宜地灵活制定市场准入制度。如果共享电动自行车能够普及，对它的管理也会相对容易一些。”

对于市场需求的风险，刘兴亮表示，政府应鼓励企业在技术、商业模式方面的创新。而对于技术迭代的风险，刘兴亮认为，技术永远是推动出行体验提升的最好方式，政府应该通过资金支持、技术合作等方式来鼓励企业研发更先进、更稳定的技术，提升智能化方面的体验。



胡强宏

哈啰公共事务总裁

“

在当前的城市挑战下，引入集中管理、数据驱动、平台监管的共享电动自行车，通过平台统一的管理和维护，可以降低火灾隐患，减轻私人电动自行车带来的管理压力，提高城市整体的交通效率和使用安全性。

”

胡强宏：我们是对合规化与高质量发展最有执念的一方

本报记者 张婧超 北京报道

电动自行车已是当前许多中国居民城市短途出行的刚需。从数据上看，全国的保有量约有4亿辆，且每年的销售量都有数千万辆。在买菜、接送小孩、通勤上班等日常生活场景中，电动自行车是众多居民的出行首选。

但电动自行车也是一把双刃剑。充电过程带来的安全隐患、超速行驶引发的道路交通安全风险、乱停乱放现象背后的城市管理问题，是电动自行车当前常被诟病的问题。但结合中国居民对于城市短途出行的刚需，以及庞大的电动自行车保有量，当前采用“一刀切”的限制措施显然难以有效解决以上问题。

据新华社报道，4月12日召开的国务院常务会议对各个地方及相应的监管部门提出了要求，一方面要注重电动自行车的系统治理，强化标准引领和监管执法，全面提升电动自行车生产、销售、使用、停放、充电、报废回收等各环节安全水平；另一方面，要注重疏堵结合，完善配套服务和支持政策，大力推进充电设施建设、蓄电池以旧换新等工作，在加强安全监管的同时更好满足群众生活需求。4月19日，在由中国经营报社、中经传媒智库主办的“两轮电动车高质量发展，共享经济提供助力”研讨会上，来自行业协会、相关企业的代表以及专家学者，对电动自行车、共享电动自行车的发展与管理展开了讨论。

其中，哈啰作为最早看到市场

需求的企业之一，推出共享电动自行车，到今年已有七年时间。该公司公共事务总裁胡强宏表示：“我们认为，在当前的城市挑战下，引入集中管理、数据驱动、平台监管的共享电动自行车作为一种补充或替代的方案，有望通过运营平台统一的管理和维护，降低火灾隐患；同时抑制私人电动自行车的快速增长，减轻私人电动自行车带来的管理压力；提高城市整体的交通效率和使用安全性。”

电动自行车已是刚需

为什么电动自行车会如此流行？

多位与会嘉宾认为，电动自行车具有价格便宜、驾驶容易、使用方便的特点，而且停车方便，无须担心道路拥堵。此外，持有、养护、维修的成本都很低。特别是在点对点的短途出行场景中，其优势更加突出。

在此背景下，由共享出行平台投放的电动自行车不仅能满足许多居民的出行需求，补充城市交通服务，也便于监管部门进行安全管理。

多位与会嘉宾还认为，新能源车与共享电动自行车，都是中国电气化发展过程中的产物，也符合国家“双碳”目标的方向。其中，共享电动自行车企业普遍采用的是具有绿色环保、寿命长、质量轻等优势的工业级磷酸铁锂电池，并严格按照国家环保相关规定要求制定了废旧电池报废、回收和处置程序，联合工信部发布的白名单内的专业动力电池回收企业，安全有序

拆解回收电池，进一步实现电池的梯次利用。在处理报废退役电池的循环上，共享电动自行车也有集约化的优势，效率大大优于私人电动车电池的回收。

“我们也在挖掘自己的其他价值。哈啰的共享单车、共享电动自行车都不是孤立的物理设备，其实是在线的。共享单车与共享电动自行车现在是北斗芯片民用规模最大的物联网集群，每一辆车都是一个物联网设备，每一辆车都是一个北斗终端的应用。”胡强宏补充道，“这些车辆形成了城市数字化交通建设的最小数字单元。运营企业和城市管理部门得以利用这些数据，实现智能调度、维护保养、车辆供需平衡和路面秩序治理，或是接入城市整体交通系统，打造数字孪生交通，贡献更大的价值。”

电动自行车的三大问题

虽然市场对电动自行车与共享电动自行车的认可度近年来逐渐提高，但胡强宏认为，这种刚需必须以安全作为前提。

记者了解到，目前监管部门、居民、企业等各方面对私人电动自行车的诟病有以下几点：首先是严重威胁人民财产安全的火灾隐患，车辆电池本身的质量安全以及充放电过程中的起火危险，再加上私自改装、私自组装情况突出，隐患风险更被放大。据国家消防救援局统计，2023年全国共接报电动自行车火灾2.1万起，较2022年上升17.4%；2022年全国共接报电动自行车火灾1.8万起，比2021年上升

23.4%。而不久前发生在南京某小区的电动自行车火灾事故造成了多人伤亡，再次给城市安全管理敲响警钟。

行业数据显示，与充电有关的电动车火灾占到五分之四以上。这其中，在居民楼里充电发生火灾危害最大。虽然有一些地方性法规已经对人员密集性场所要求配置电动自行车集中停放区域，建设集中充电设施，但受客观条件限制，目前居住区电动自行车充电设施建设仍然存在布局不够均衡、部分充电设施企业运营维护不到位、收费标准混乱等现象。

其次是道路行驶安全问题，骑电动自行车上路无须经过任何交规考试或者骑行安全考试，道路违规现象频发。

最后是停放空间不足，停放秩序乱引发的矛盾。

共享电动自行车的解决方案

也正因为以上原因，如果行业想要可持续健康发展，胡强宏坦言：“以哈啰为代表的共享电动自行车运营企业，是最愿意拥抱合规化、对高质量发展最有执念的一方。”

胡强宏表示，目前私人电动自行车的安全隐患和管理挑战，共享电动自行车的特性恰恰能逐一化解。

首先，共享电动自行车均符合国家强制性标准，杜绝改装，并通过3C认证。其次，国家标准强制要求电动自行车设计的最高车速应不大于25km/h，共享电动自行车在车速达到15km/h时具有超速

行驶提醒功能，相较于私人电动自行车或者快递外卖车辆私自改装突破限速，路面秩序更加安全。此外，与其管理数百万的私人车主，管理主要几家共享电动自行车运营企业显然效率更高。

对于当前安全隐患最大的充电问题，胡强宏强调：“共享电动自行车在运营上，我们自建仓库和换电柜网络，直接把充、换电这一环节集中到换电柜，与居住区域保持安全距离，不仅更安全，对于换电柜的权责维护也更到位。并且在换电柜建设上，通过安装具备独立消防设备且符合室外安全与消防要求的换电柜，标准化配置消防设备，实时监控充电终端电流、电压、功率及配电设备温度等状态信息，实现充、换电安全闭环管理。”

“我们经过调研、论证、试点等，想建议开放城市共享电动自行车以及换电柜的铺设。一是建议城市交通部门、消防部门、住建、应急等有关单位，调研共享电动自行车行业发展现状、运营能力等，研究共享电动自行车的有序引入可行性，通过科学测算模拟，设立试点运营区域等方式，逐步推进共享电动自行车的投放，引导市民安全使用，通过市场机制，改善电动自行车使用环境，减少火灾在内的各类隐患和威胁。”胡强宏继续说道，“二是推广共享换电模式，形成完整的社区基建和补能网络，纳入小区改造计划、以旧换新项目。对于存量的私人电动自行车，进一步推进换电柜模式的覆盖，以减少居民充电的安全隐患。”



李晓华

中国社会科学院工业经济研究所研究员

李晓华：共享电动自行车产业生态位不可或缺 治理重在精准与高效

本报记者 谭伦 北京报道

凭借便利、经济、环保等优势，电动两轮车已经成为人们日常出行不可或缺的一部分。艾瑞咨询发布的《2023年中国两轮电动车行业白皮书》显示，2022年，中国电动两轮车销量达5010万辆，同比增长15.2%，预计2023年销量将达5400万辆，增速达7.8%。

这意味着，如果把各种各样的出行工具看作一个产业生态，那

电动自行车在其中占据一个不可或缺的生态位。”4月19日，在“两轮电动车高质量发展，共享经济提供助力”研讨会上，中国社会科学院工业经济研究所研究员李晓华表示，在城市交通面临堵车、停车困扰日益增多的背景下，电动自行车在短距离出行、解决交通堵塞、降低停车困扰、节约成本等方面具备不可替代的优势。

这些优势使得电动自行车的市场规模逐步增长，而当下共享经

济的普及，进一步释放了电动自行车的发展价值。“所谓共享经济的实质就是使用而不占有，这等于节约了资源。”李晓华指出，解决交通拥堵、停放难问题，是共享经济对电动自行车发展的助力价值之一。

同时，在其看来，共享模式对电池安全监管和跨行业多头管理具备优势。李晓华指出，对于车辆质量的把控，特别是对电池安全隐患的把控，光靠个人私家车主很难解决；而生产标准制定、出厂检测、

电池安全管理责任部门的分散，也增加了产业治理的难度。

此外，由于短期内市场规模激增带来的安全事故频发，舆论对于加强电动自行车监管的声音日益增多。这一趋势与强市场供需之间产生的矛盾，也进一步为共享电动自行车的发展提供了机遇。

对此，李晓华也提出了关于共享电动自行车产业治理方面的建议。他表示，对车辆投放进行精准管理，重视电池安全和共享车辆停

放设施的高效管理，以及加强价格监管，是当前产业监管者需要重视的问题。

李晓华还强调了提高骑行基础设施水平的重要性。“全球一些主要的国际大都市对自行车的骑行和停放非常友好，随着未来中国城市国际化程度的提高，治理水平也需要相应提升。”李晓华指出，这不仅可以拉动经济，也能同时成为提高城市治理水平、国际化水平的着力点。



王健南

中国城市和小城镇改革发展中心工程师

王健南：共享电动自行车跟城市公共交通不是竞争的关系

本报记者 李静 北京报道

4月19日，在研讨会上，中国城市和小城镇改革发展中心工程师王健南指出，共享电动自行车以及共享单车应该作为城市公共交通的重要组成部分，它跟城市公共交通不是竞争的关系。共享电动自行车的出现实际上增加了公共交通的分担率，能够更好地保证人们的绿色出行，更好地拓展公共交通的服务半径。

共享电动自行车既然作为城市公共交通的组成部分，政府部门就应该出台相应的政策配套。但很多一线城市不鼓励发展共享电

动自行车，主要顾虑来自共享电动车带来的若干问题。

首当其冲的是对电动自行车的认知问题。“对于电动自行车的性质，我们认为它是介于机动车和非机动车之间，所以对它的管理方式，也应该是介于机动车和非机动车之间。但目前国家对于电动自行车的管理还没有一个统一的规定。”王健南说道，例如，电动自行车或许可以参考机动车管理，设定强制报废年限。因为电动自行车包含电池和电机等装置，超期服役产生的不论是消防隐患还是道路骑行隐患都非常大。再比如，电动自行车的车牌还不是全国统一，导

致异地监管时，公安部门对于车辆信息掌握不全，在执法取证方面存在很大的难题。现在机动车在推行电子车牌，电动自行车也可以考虑推行电子车牌，利用信息化的手段来降低对于电动自行车的监管和执法取证的难度。

电动自行车在一线城市推行难的另一个问题是，车辆行驶速度过快可能导致安全问题。2018年，由工业和信息化部发布的《电动自行车安全技术规范》将电动自行车分为两大类，即电驱动和助动。其中，电动助动自行车相比电驱动自行车的电池容量更小，意味着充电方面安全性更高。此外，电动自行车

的电机是为脚踏骑行提供补充动力的，必须有脚蹬的动作才能前行，这也从原理上决定了电动助动自行车的速度不会很快。“主要顾虑速度引发的安全问题，一线城市不鼓励发展共享电动自行车，但是是不是可以折中考虑让电动助动自行车在一线城市推广发展？”王健南说道。

共享电动自行车在城市发展面临的第二个难题是骑行基础设施问题，这既包括动态交通的路网建设，也包括静态交通中的电动自行车的停放、充电场地等。

王健南认为，在有条件的高等级路段，非机动车道应该试行快慢分道。电动自行车是非机动车的

一部分，但和人力自行车相比，又有非常明显的速度差。对非机动车道进行快慢分道，既能保障电动自行车不被机动车交通所干扰，同时电动自行车也不会干扰人力自行车和行人的交通。

在静态交通方面，共享电动自行车对轨道接驳的需求非常强，现在很多地方出现的共享电动自行车停放秩序问题，本质上其实是城市用地对共享电动自行车的停放场地需求不能满足的问题。王健南建议，在规划城市用地时，有关部门需要考虑是否可以在轨道交通站点出入口安排足够大的电动自行车停车用地。



郑小玲

中国自行车协会行业发展部主任

郑小玲：建议共享平台企业开展城市试点

本报记者 谭伦 北京报道

“自行车的功能已经发生改变，以前是代步通勤，现在已经变成运动休闲，而前者的功能基本已被共享单车取代。”在4月19日的“两轮电动车高质量发展，共享经济提供助力”研讨会上，中国自行车协会行业发展部主任郑小玲如是表示。

作为我国自行车行业的全国性组织，郑小玲所在的中国自行车协会掌握着全国自行车的流通数据。据郑小玲介绍，目前我国

自行车每年有约7000万辆的产量，其中80%都出口，国内购买的主体已多是私人玩家，而用于代步的市场基本已被共享单车所占据。

该协会日前发布的《2023两轮电动车绿色出行研究报告》显示，全国居民自行车单次平均骑行时间为13.6分钟，相较于2022年同比提升了7%。其中，骑行用户中，私人自行车用户仅占38.4%。共享单车在满足通勤需求方面作用巨大，而私人自行车则更多用于满足居民健身、娱乐、社交目的。

受此带动，近年来电动自行车市场也一路走高。不过，郑小玲透露，受到今年年初南京电动自行车起火事件影响，这一趋势下滑明显。4月12日，国务院首次就整治电动自行车安全隐患召开常务工作会议，强调加强标准引领和监管执法，全面提升电动自行车生产、销售、使用、停放、充电、报废回收等各环节安全水平。

一时之间，产业各方对于电动自行车的规模化前景也迅速转为保守。对此，郑小玲认为，安全与市场并不对立，应该从更为正向的

角度去看待未来电动自行车市场的发展前景。

“完善行业监管标准，提高产品本身安全水平，对于电动自行车产业的长远发展其实是件好事，不符合安全要求的企业会被淘汰，倒逼整个行业加快转型，走向高质量发展。”郑小玲表示。

截至目前，包括《电动自行车电气安全要求》(GB 42295—2022)、《电动自行车安全技术规范》(GB 17761—2018)与《电动自行车用充电器安全技术要求》(GB 42296—2022)在内的强制性国家

标准，共同构成我国电动自行车整车产品及充电器安全标准体系的重要组成部分。

郑小玲透露，目前各相关部门正在听取来自行业、企业的建议，还将出台一系列行业治理方案。对此，郑小玲建议，共享平台企业可先行在一些城市进行试点，以进一步探索科学高效的管理机制，及市场规模化部署的发展路径，以逐步打消主管部门以及大众的顾虑，从而为未来电动自行车产业高水平发展制造契机。

史玉柱的AI“征途”

本报记者 李哲 北京报道

曾因《征途》游戏而声名大噪的巨人网络(002558.SZ),如今又踏上新“征途”。

近日,天眼查知识产权信息显示,巨人投资有限公司申请注册多枚“GIANTGPT”商标,国际分类为教育娱乐、科学仪器、网站服务等,当前状态均为等待实质审查。而在今年2月,巨人网络就完成了游戏AI大模型 GiantGPT

的备案。

2月22日,巨人网络董事长史玉柱在公司内部会议上提出:“我们过去只有一个游戏业务,现在增加了第二大块业务,就是人工智能。”史玉柱表示,尽管公司早期对AI的投入并未立即见效(包括收购以色列AI游戏公司Playtika),但随着美国几家大公司的技术开源,巨人网络迎来了转机。

巨人网络AI实验室负责人

丁超凡在接受《中国经营报》记者采访时表示,游戏公司如果不积极拥抱AI,早晚会淘汰,必须认清这一趋势。目前,公司已将AI提升为核心业务,与游戏业务齐头并进。

对于巨人网络踏上AI“征途”,游戏产业时评人张书乐表示,游戏依然是一个创意驱动的领域,工具再好,也需要创意来激活,否则只是大制作,而不是爆款。

次点燃了市场的热情。

史玉柱表示:“AI巨头的开源为国内AI企业提供了同等的起点。凭借足够的重视与投入,我们在AI领域已取得不俗成绩,我们的游戏大模型已经做出来,评估水平不低,目前我们还可能走在国内的前列。”

史玉柱对巨人网络在AI领域的未来寄予厚望:“今年很可能就迎来人工智能的大爆发,随着人工智能时代的到来,我们已在这一领域取得良好起步,希望能抓住时机把这一板块做起来。”

2006年,巨人网络凭借《征途》在游戏市场站稳脚跟。至今,“征途”仍然是巨人网络的核心IP。经过多次迭代,“征途”已经衍生出包括《征途》《征途2》《绿色征途》《征途怀旧版》在内的多款游戏。

在张书乐看来,巨人网络积极拥抱AI,其背后有着另一番考量。“巨人近年无爆款,所以资本市场有一定担心也不足为奇。不过巨人网络在休闲游戏、AI游戏上的布局,依然让其有足够的资本保持身位。”张书乐说道。

公司,就是以对方的AI+游戏为目标,只可惜失败了。

巨人网络很早便嗅到了AI的气息。2016年7月,巨人网络参与竞购以色列游戏公司Playtika。据了解,Playtika的商业模式是通过收购便宜的游戏资产进行改造,通过大数据、人工智能等技术手段对用户进行不断分析、理解和学习,输出对游戏的精细运营改造方案,实现游戏变现。

彼时,巨人网络拟以非公开发行股份及支付现金的方式,对Playtika发起收购,确立的交易对价为305亿元。

然而,收购在三年后宣告终止。2019年11月4日,巨人网络发布关于终止筹划重大资产重组的公告。公告显示,鉴于本次重大资产重组的标的公司或其子公司拟寻求境外首次公开发行上市,因标的公司体量较大,为避免触发涉及分拆上市的相关限制性规定,经审慎研究,公司决定终止筹划该事项。

此后,巨人网络在AI领域的动作并没有泛起太大水花。直到2023年前后,AI大模型的突破再

让游戏创作平民化

2024年,巨人AI Lab有两大重要技术方向。

当前,AI的大势正在席卷游戏领域。

伽马数据发布的《中国游戏产业AIGC发展前景报告》(以下简称《前景报告》)显示,超六成头部国内游戏企业明确布局AIGC领域,且有实质性动作。

记者了解到,游戏产业涉及的AIGC相关技术涵盖了数十个细分方向,而相关技术也是其他行业所需要的,因此游戏产业丰富的AIGC应用场景将推动不同层面的技术走向成熟,进而辐射并影响到更多行业对AI的探索与应用。

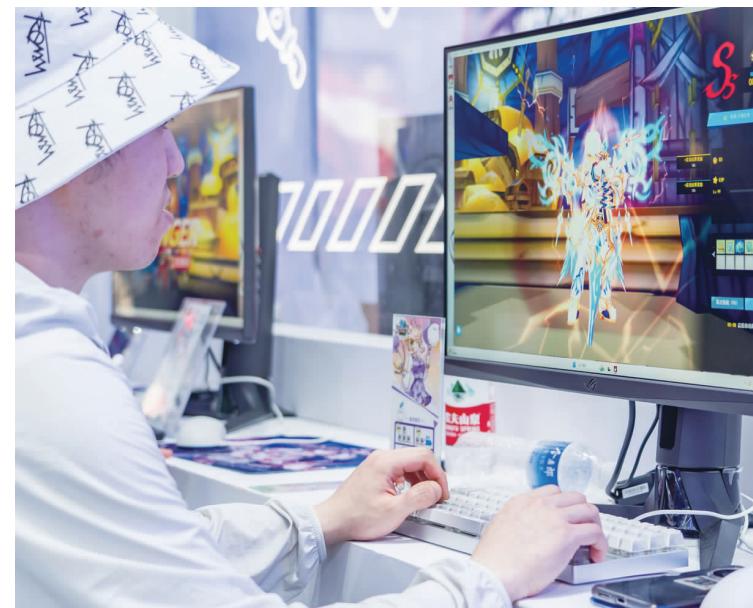
然而,AI大模型虽好,但其需要巨大的资金投入。“由于AI大模型训练算力的要求,其具备相应的门槛,这是企业需要权衡的。”一位游戏上市公司人士说。

“从目前来看,人工智能的投入和产出是不成正比的。降本增效带来的效益不足以覆盖AI大模型的投入。但是,AI这个趋势是不可避免的。”某游戏公司高管向记者说道。

张书乐则认为:“游戏产业自研大模型的动作,还会更加迅猛。游戏大厂必然不会使用外部工具,而会选择自建AI游戏平台。一是相较于通用大模型更加垂直深耕游戏研运,二是升级发展方向能够自控,三是不会出现靠外来大模型而被卡脖子。”

《前景报告》针对游戏企业的调研显示,企业也关注AIGC的多个发展层面,其中最为关注与自身游戏业务相关的状况。

谈及巨人网络在AI领域的目标,丁超凡向记者介绍称:“巨人AI实验室把‘打破内容同质化,推动玩法创新’作为长期目标,会继续



曾因《征途》游戏而声名大噪的巨人网络,如今又踏上新“征途”。图为2023ChinaJoy巨人网络展台内观众正在玩网游《艾尔之光》。视觉中国/图

例说道。

丁超凡向记者表示,2024年,巨人AI实验室有两大重要技术方向:一是多模态感知大模型,聚焦游戏垂类创作场景,重点提升AI视频生成、3D模型生成算法的稳定性、可控性,将多模态计算融入游戏内,提供更自然的人机交互形式;二是AI Agent加持大语言模型,有望打破传统游戏规则约束,将更高自由度给到用户。

张书乐提醒:“游戏行业依然是一个创意驱动的领域,工具再好,也需要创意来激活,否则只是大制作,而不是爆款。此外,AI技术现在最大的问题,是知识产权侵权,如此前帕鲁的缝合怪生态就被舆论认为有AI绘图的影子。AI在使用上确实有许多地方需要规范,如AI NPC的自由对话是否会出现一些不良内容,也有待进一步完善。”

把AI“贯彻到骨子里”

史玉柱对巨人网络在AI领域的未来寄予厚望。

今年3月,巨人网络启动2024年春季招聘。此次招聘特别引入AI算法实习生岗位。巨人网络官网发布的招聘信息显示,这些AI算法实习生将加入巨人网络AI实验室,参与到以巨人网络GiantGPT大模型为核心的AI Agent、多模态大模型等前沿领域的研发中去。目的是发掘并培育新一代游戏AI人才,加速公司在该领域的发展。

种种迹象表明,巨人网络正在积极拥抱AI。

“我们对AI一定是要把它贯彻到我们的骨子里。”在年初的巨人网络年会上,史玉柱表示,“我们不能是炒概念的,不能为了说好听的、为了吸引别人注意。一定要把AI作为我们基因的一部分。一个公司,尤其是游戏公司,你要不去积极地拥抱AI,你早晚会被淘汰。所以这个趋势我们必须弄清楚。”

张书乐认为,AI将成为游戏研发运营的强力外挂,作为数字媒体全链条存在的游戏行业,必须全面拥抱AI。这一点上,史玉柱有先见之明,此前并购以色列

三七互娱“增收不增利” 豪气分红底气何在

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

4月19日,三七互娱(002555.SZ)发布的2023年财报显示,其全年营业收入达到165.47亿元,同比增长0.86%;

归母净利润为26.59亿元,同比下降10.01%。

尽管“增收不增利”,但三七互娱依然不吝分红。根据2023年度利润分配预案,三七互娱拟向全体股东每10股派

送现金股利3.70元(含税),预计2023年度分红预案金额为8.2亿元。并且,三七互娱提出在2024年按季度分红,成为A股首家提出连续性季度分红方案的上市公司。

目前,三七互娱已经连续3年营业收入超过160亿元。这得益于其旗下《Puzzles & Survival》《叫我大掌柜》等多款老产品的持续造血。此外,《寻道大千》及其他小游戏产品上线,

4.10%,超过了收入增长速度,占收入比重为54.9%。而在今年一季度,三七互娱持续加大买量投入,预计归母净利润将同比下降16.08%—22.54%。

“现金牛”持续输血

自2021年以来,三七互娱的全年营业收入一直稳定在160亿元以上。这得益于其旗下多款游戏长期以来稳定的造血能力。

财报显示,2023年三七互娱有8款产品在全球运营月均流水破亿,全球发行的移动游戏最高月流水超过23亿元;《Puzzles & Survival》在2020年登陆海外之后成为出海现象级产品,其于2023年4月再次刷新产品月流水峰值纪录,上线以来累计流水超过百亿元。

记者查询发现,三七互娱旗下部分高流水产品,如《斗罗大陆:魂师对决》《Puzzles & Survival》《叫我大掌柜》,分别于2020年或2021年上线,至今仍在创造收入。4月25日,App数据分析平台点点数据实时游戏畅销榜显示,《斗罗大陆:魂师对决》和《叫我大掌柜》均位列中国iPhone平台200名以内,《Puzzles & Survival》在美国位列第42名。

A股首提按季度分红

在发布财报的同时,三七互娱还披露了相关分红计划。

三七互娱方面表示,其拟在2024年第一季度、半年度、第三季度结合未分配利润与当期业绩进行分红,每期分红不超过5亿元,合计分红不超过15亿元。

这意味着,三七互娱的分红频次将从原本的半年一次调整为每季度一次。这也因此成为A股首家提出连续性季度分红方案的

在全球市场的有效开拓也是三七互娱收入企稳的原因之一。该公司2021—2023年的境外营业收入分别是47.77亿元、59.94亿元、58.07亿元,占总收入比重分别是29%、37%、36%。第三方研究机构Sensor Tower2023年中国手游发行商海外收入榜显示,三七互娱紧随米哈游和腾讯之后,位列第3名。

随着中国游戏市场规模发展遇到瓶颈,小游戏因操作轻量化、点开即玩的特点,开始受到厂商关注。第三方研究机构伽马数据《2024中国游戏产业趋势及潜力分析报告》显示,2023年小游戏市场规模达200亿元,同比增长300%。三七互娱也是推动这一市场快速增长的力量之一。

2023年6月,三七互娱旗下修仙题材小游戏《寻道大千》上线,7月冲进微信小游戏畅销榜前三名后,一直稳居前列。4月25日,《寻道大千》在微信小游戏畅



视觉中国/图

销榜排名第1。

《寻道大千》的海外版《小妖问道》上线中国港澳台地区、日本、东南亚及欧美市场后也取得优异的市场表现。据全球移动广告策略分析平台App Growing,《小妖问道》于2023年8月登陆中国港澳台市场,上线3个月内基本保持在中国台湾iOS游戏畅销榜前十;10月中旬,这款游戏上线

韩国市场,迅速登顶韩国Google Play游戏免费榜。

上海申银万国证券研究所2023年11月研报预估,《寻道大千》在当年第三季度的合计流水或超10亿元。

此外,三七互娱旗下爆款小游戏还有斗罗IP《灵魂序章》,App、小游戏双端发行的策略手游《小小蚁国》等。

是对政策指引的积极响应,更体现了公司的责任担当,展现了公司在加大投资者回报力度,与股东共享经营成果方面的诚意。

此前,在2023年10月20日,证监会就《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》,以及《上市公司章程指引》现金分红相关条款进行了修订。其中提及,鼓励公司在章程中制定明确的分红政策,明确现金分红的目标,稳

定投资者分红预期;对不分红、分红少、财务投资规模较大但分红比例不高的公司,通过强化披露要求督促分红,沪深主板公司分红比例低于30%需充分解释原因;对财务投资较多但分红水平偏低的公司进行重点关注,督促提高分红水平,专注主业。

关于如何平衡未来发展投入和股东利益,记者联系三七互娱方面采访,对方未予回复。

销售费用率超50%

与游戏行业大部分公司不同,三七互娱是一家以买量驱动,而非研发驱动的游戏公司。2023年,其收入增长的同时,归母净利润下滑一成,原因是其买量成本的增加。

2023年,三七互娱销售费用同比增长4.10%,超过了收入增长速度,达到90.9亿元,占收入比重为54.9%。其中,销售费用中的互联网流量费用为84.66亿元。

而在这一年,三七互娱的研发费用则下滑21.13%,降低至7.14亿元,占收入比重为4.3%。

2024年一季度,三七互娱归母净利润预计同比下降16.08%—22.54%。三七互娱方面表示,主要系2023年上线的多款游戏表现优秀,公司持续增大流量投放,使得第一季度销售费用大幅增加;由于新游戏处于推广初期,对应的销售费用增长率会在这一阶段高于营业收入增长率,进而对报告期内的销售费用率产生阶段性影响。

作为对比,上年同期公司主要运营成熟期的游戏,对应的销售费用增长率与营业收入增长率相当,因而销售费用率较为稳定。

广大数据研究院负责人李磊表示,毋庸置疑,买量是手游产品(包括App和小游戏)很重要的增长方式。三七互娱旗下的《寻道大千》一度霸榜,位列微信小游戏畅销榜的榜首超50天;三七互娱的另外一款小游戏产品

《无名之辈》在预注册阶段就凭借着大量素材投放和高质量创意广告收获了圈内外关注,虽然游戏本身的核心玩法同《寻道大千》类似,但丝毫不影响这款小游戏新品冲入畅销榜TOP10。

不过,2023年众多新游上线、小游戏赛道兴起,买量成本由此被推高。

DataEye研究院《2023年全球游戏买量白皮书》(以下简称《报告》)显示,超休闲、博彩、益智等新游大量涌现,推高了在投游戏数。全球手游月均在投素材数量超150万,同比增长65%;月均在投手游数量接近4万,在投素材数量和手游数均创下近3年新高。虽然2023年全球手游素材投放量激增,但数据显示2023年全球游戏App的获客花费与2022年大致持平。素材量井喷主要由于行业内卷加剧、素材使用效率偏低,厂商只能加大素材投放量。

《报告》还显示,2023年中国游戏厂商出海投放去重素材量约180万,同比增长15%,出海投放手游数接近4000款,同比增长8%。

按品类来看,中国出海手游投放素材量占比TOP3为策略、角色扮演和益智类,合计贡献六成投放量。而这与三七互娱在全球市场以MMORPG、SLG、卡牌、模拟经营为基石的产品矩阵有一定的一致性。

周鸿祎“走红”北京车展 车企打响流量擂台赛

本报记者 郭阳琛 石英婧 北京报道

4月25日,2024(第十八届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京车展”)正式开幕,各大车企和“车圈大佬”竞相亮相,但流

量最高“火出圈”的却是360集团创始人、董事长周鸿祎。

尽管身为哪吒汽车的重要股东,但周鸿祎此前和汽车圈的关联、交流并不多。而从2024年3月以来,周鸿祎先是与

哪吒汽车联合创始人、CEO张勇一起直播试乘哪吒L,之后又宣布将卖掉迈巴赫换成国产智能网联车,摇身一变成为“车圈顶流”。

《中国经营报》记者注意到,

北京车展首日,一身红衣的周鸿祎游走在多个展台。特别是在参观东风汽车展区时,周鸿祎直接坐上一辆越野车的车顶,被大众称为“车展最老车模”。连蔚来创始人、董事长、CEO李斌也

忍不住对周鸿祎感叹道:“你太火了,你现在是网红!”

周鸿祎“跨界走红”的背后,正是销量焦虑下车企对于流量的渴求。一方面,奇瑞集团董事长尹同跃这样的老牌车企掌

门人纷纷拥抱网络直播,与时俱进地学习网络营销思维;另一方面,新一轮更加白热化的“价格战”,在本就十分“内卷”的中国新能源车市持续加码上演。

“学习雷军”抓住流量

近期,周鸿祎因换车备受关注。他在社交媒体发文称,自己将把迈巴赫600给卖掉,换成国产的新能源智能网联车。

近期,周鸿祎因换车备受关注。他在社交媒体发文称,自己做了一个艰难的决定,将把陪伴9年的迈巴赫600给卖掉,换成国产的新能源智能网联车。

一时间,蔚来、极氪、极越、阿维塔等品牌纷纷自荐,小鹏汽车直接把旗下MPV车型X9开到360公司楼下,哪吒汽车更是计划向周鸿祎赠送产品“全家桶”。据周鸿祎透露,如今360大楼下已经停满了众多品牌的新能源智能网联车,仿佛一个小型车展。

“这次卖掉迈巴赫不是简单的冲动,我觉得代表了一个旧时代的结束和一个新时代的开始。”

豪车的定义将被颠覆,汽车再贵品牌再高端如果没有自动驾驶智能功能,还能称之为豪车吗?这是一个新的趋势,也会加速推动国产新能源智能网联车的蓬勃发展。”4月22日,周鸿祎在哪吒L发布会上回应称。

周鸿祎表示,自己并不是为了给哪吒汽车“抬轿子”才卖迈巴赫,而是为整个中国新能源智能网联车产业宣传。这几年,无论是造车新势力还是传统老牌车企,都推出了很多新技术、新产品。“如果只用哪吒汽车就是闭门造车,最好的方法是向先进友商学习,我希望一周7天每天使用不同的产品,体验不

同产品的优点。”

正因如此,4月25日,北京车展第一天,周鸿祎就前往蔚来、理想、猛士、极氪、华为、哪吒、小米等多个品牌展台,同时试乘了魏牌高山行政加长版、阿维塔12、小鹏X9等多款车型。

就这样,圈外人士周鸿祎反而成为当下汽车圈的“流量担当”。尽管如此,周鸿祎仍不止一次地在公开场合表示,要学习雷军如何抓住流量。(车企)一定要换位思考,多阐释用户关心的、能够记得住的场景。小米汽车的成功有很多因素,但离不开雷军运作流量的能力,值得大家学习。”

对于流量问题,在周鸿祎看来,企业只有提高流量,才能获得与消费者的沟通渠道。所以对于每个企业来说,学习如何利用流量、收集流量、聚集流量至关重要,要利用流量为自己的产品代言,推广自己的产品,这是当下企业家义不容辞的责任。

认为应当学习雷军的不只有周鸿祎,尹同跃也持有相似的观点。“之所以要直播,就是要用一些新的互联网思维。(要)向余承东学习,向雷军学习,亲自去讲解、去介绍,逼着我这60多岁的老汉都出来了。”此前,61岁的尹同跃在他的首次直播中感慨道。

车圈大佬涌入选播间

为了抓住流量提振销量,像尹同跃这样的车企掌门人亲自直播已成为一种潮流。

4月14日,为了推广奇瑞旗下高端SUV星途星纪元ET,尹同跃与得到创始人罗振宇、车评人吴佩进行了一场“跨界直播”,亲测星途星纪元ET的长途高速高阶智驾能力。尹同跃表示,此次为星途星纪元ET站台,也是希望星纪元ET能带领星途销量向上。

在直播中,尹同跃对于奇瑞的进步有着很大的期许,他希望奇瑞最晚今年6月进入行业前三,到年底无论如何要成为行业第二名。为此,奇瑞计划在未来20个月内推出24款超能混动和15款高端纯电新产品,“基本实现全面新能源化。”

但奇瑞新能源汽车的销量与比亚迪相比仍有较大差距。相关数据显示,2024年一季度,奇瑞新能源汽车销量超过6万辆,相较于同期翻了一番,但比亚迪销量仍是奇瑞的10倍多。此外,特斯拉、吉利、长安、赛力斯(问界)、理想汽车的销量也都在奇瑞之上,可见奇瑞想要成为行业第二并不容易。

“奇瑞要成为中国的大众、丰田,星途星纪元则将被打造成奇瑞的BBA、雷克萨斯。”尹同跃认为,中国需要丰田、大众这样体量的汽车集团来支持国民经济的发展,来支持巨大海量研发费用的

摊销。

无独有偶,4月15日,极越汽车CEO夏一平与百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏也开展了一场“跨界直播”,这也是李彦宏时隔7年再次直播体验智驾系统。

记者注意到,夏一平在深圳国际会展中心接上李彦宏后,驾驶极越01在深圳复杂的城市道路上体验高阶智能驾驶。同时,两人与车上的助手SIMO进行对话,实现开关车门、调整座椅、生成讲稿等智能交互功能,而SIMO正是与文心一言大模型双向融合的智能助手。

李彦宏体验后表示,定位为“汽车机器人”的极越01,跟普通汽

车完全不是一个类型,“它真的像机器人一样。”

记者注意到,2024年以来,吉利控股集团董事长李书福、李斌、张勇、长城汽车董事长魏建军等车圈大佬也均有过直播尝试。

“通过直播,车企老板能够直接与消费者互动,传递企业文化产品理念,提升品牌认知度。”盘古智库高级研究员江瀚认为,通过与消费者的实时交流,车企老板能够更准确地把握市场脉搏,为企业战略决策提供有力支持。同时,通过新兴营销方式,传统车企能够更好地展示自身实力和创新成果,吸引更多消费者的关注。

汽车化身“秘书管家” 北京车展刮起“AI旋风”

本报记者 杨让晨 石英婧 北京报道

伴随着AI大模型的逐步上车,人车互动带来的价值开始成为智能汽车赢得用户青睐的新法宝。

睽违四年,2024(第十八届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京车展”)日前在中国国际博览中心拉开帷幕。在本届北京车展上,各大

车企仍然在通过AI大模型展示自身的“肌肉”实力。

“AI数字精灵将会改变用户对数字交互的固有印象。”吉利汽车CEO淦家阅在今年的北京车展现场对包括《中国经营报》在内的媒体记者表示,AI精灵将会非常“贴心”,能够和微信打通,“通过微信就能够和用户成为‘好朋友’,一句指

令就能为用户准备行程。”

实际上,不止是吉利汽车,记者在车展现场多方采访了解到,包括极越、哪吒汽车以及鸿蒙智行旗下的问界M5等多个车型均已借助AI大模型赋能,进一步提升用户的情境价值体验。

盘古智库高级研究员江瀚在接受记者采访时表示,从目前的发展

趋势来看,汽车带有社交属性并为用户提供情绪价值很可能成为未来行业发展的新趋势。“随着AI大模型和智能座舱技术的不断进步,汽车不再仅仅是交通工具,而是逐渐演变成移动的智能空间。在这个空间里,人们可以享受到更加智能化、个性化的服务,而社交属性则是这些服务中的重要一环。”

为用户提供情绪价值成潮流

智能汽车借助AI大模型为用户提供情绪价值,正渐成行业潮流。

“你想来逛逛北京车展,只需要在微信上告诉你的AI精灵,AI精灵就会查阅好温度、天气,建议合适的穿着,第二天早晨还会提前准备好车内的温度、座椅,设置好导航。”从淦家阅的描述中能够感受到,汽车正渐渐褪去代步工具的色彩,逐渐开始扮演一个对用户生活体贴入微、事无巨细的“管家秘书”角色,填补用户的情绪价值。

记者在今年北京车展的吉利汽车、极越、鸿蒙智行等品牌展台采访了解到,得益于AI大模型的帮助,目前用户能够通过语音指令,需求或迭代升级

使上述品牌产品自动泊车。

据吉利汽车展台相关资料,吉利银河E8智驾版目前已拥有APA自动泊车、RPA遥控泊车和HPA记忆泊车等多种泊车功能。

记者在极越展台也采访了解到,借助百度的AI大模型和相关硬件配置,极越用户能够在车外和车内通过语音指令控制汽车自动驾驶,让用户更加轻松。

相关资料显示,极越已针对旗下极越01在90天内连续推出第3次、上市后第5次OTA更新。此次升级涉及智能驾驶、智能座舱、智能互联、三电等诸多领域,共计升级超过200个功能,诸如升级OCC占用网络可视化效果、SIMO与文

心一言大模型双向融合、基于大模型的人车家生态正式“上车”等。

哪吒汽车目前也在强化用户智能出行体验,进一步提升用户情绪价值。记者从哪吒汽车方面获悉,目前哪吒汽车正联合360集团,共同发布大模型产品NETA“乾坤圈”,会将360智脑、AI搜索和数字人等先进AI技术应用在座舱领域,于今年6月通过OTA率先在哪吒L车型上搭载。

“届时,哪吒L能做到一车分饰五个角色。”哪吒汽车方面表示,哪吒L未来将有包括语音秘书、座舱保姆、增程管家、全能保镖、智驾司机等多个功能。

鸿蒙智行旗下的问界M5、智界S7等产品也有盘古大模型打造的智

能助手“小艺”傍身,能够为用户提供更加轻松愉悦的出行体验。相关资料显示,在盘古大模型加持下,“小艺”能够对车内座椅、空调、语音播报等自由组合,同时“小艺”还能语音交互、听声识人,为用户提供个性化、智能化、高效化的服务。

在江瀚看来,社交属性的引入,使得汽车不再是孤立的个体,而是能够与用户、与其他车辆、与基础设施等建立连接。“通过语音识别、自然语言处理等技术,汽车能够理解并响应用户的指令,同时也能够根据用户的情绪和需求提供相应的服务。这种智能化的交互体验不仅提升了驾驶的便捷性,也让用户在车内的时间变得更加有趣和丰富。”

反应速度快了25倍。

吉利汽车方面在北京车展上进一步表示,进入新能源下半场,智能化尤其是AI大模型成为核心竞争的关键所在。“吉利星睿智算中心孕育的星睿AI大模型全面赋能各个领域,从AI全景声环绕音响、AI数字底盘,到GEA架构,AI不仅支持开发设计、虚拟仿真、调校和训练,还融入了全新的3.0电子电气架构、车规级芯片和操作系统中,让吉利成为行业首个具备‘用AI架构造AI汽车’的全体系能力企业。”

极越方面正开始打造基于大模

型的人车家生态。记者在采访中了解到,目前,得益于百度AI大模型的底层能力,极越搭载的SIMO已经实现了与百度文心一言的双向融合,能够带来更加自然、流畅和更富逻辑思考的人机交互体验。

极越CEO夏一平此前表示,极越V2.0版本即将发布,届时将升级全新的语音大模型、全国都能开的PPA智驾等重磅功能。“放眼未来,AI科技必将创造一个颠覆想象的智慧世界。基于百度AI大模型生态能力,极越将为用户带来更加极智、惬意的汽车机器人生活,也将助力行业

加速进化,引领汽车机器人时代。”

“随着人工智能、5G等技术的不断发展和应用,智能汽车的自动驾驶、语音交互等功能将进一步完善,为用户提供更加便捷、安全的出行体验。”在江瀚看来,随着消费者对汽车需求的多样化,智能汽车将更加注重个性化定制和差异化服务,以满足不同用户群体的需求。跨界合作将成为常态,智能汽车涉及到多个领域的技术和产业,未来车企将与科技公司、互联网公司等进行更紧密的跨界合作,共同推动智能汽车的创新发展。



北京车展上的吉利银河E8智驾版吸引了不少人乘坐体验。

本报资料室/图

AI智能汽车或加速普及

随着“价格战”的进一步蔓延,能够为消费者提供价值情绪的智能汽车或加速普及。

目前中国汽车市场“价格战”仍在蔓延。记者注意到,在本次北京车展前夕,造车新势力理想就对旗下产品价格进行降价调整,2024款理想L7、理想L8、理想L9以及理想MEGA四款车型进行官方降价,降幅为1.8万-3万元。在此之前,包括特斯拉、奇瑞等品牌也已降价。

这使得AI大模型赋能下的智能座舱、智能底盘等配置正逐步下沉。哪吒汽车方面就表示,随着哪吒L的OTA升级,哪吒L将成为15万元级别首个搭载大模型的智能电动汽车。目前,拥有辅助泊车、自动泊车等功能的吉利银河E8智驾版售价也仅在21万元左右。

这可能会进一步加剧汽车市场竞争。普华永道中国汽车行业主管合伙人金军此前表示,在中国汽车行业供强需弱的大背景下,以整车制造和动力电池为代表的的核心领域产能过剩愈加明显。“越来越激烈的竞争态

势导致汽车行业面临量、价的双重挑战。”

“智能汽车的价格不断被压低,这在一定程度上是由‘价格战’引起的。”江瀚也表示,从消费者的角度来看,价格下降可能是一个好消息,因为这意味着消费者能够以更低的价格购买到先进的智能汽车技术。但对于车企来说,这可能是一把双刃剑。

不过在江瀚看来,智能汽车的价格是否会继续下降,这取决于多种因素的综合影响。随着技术的进步和市场竞争的加剧,价格有可能会继续下降。但同时,如果车企能够成功提升产品的附加值和用户体验,那么价格也可能保持稳定甚至有所上升。

普华永道方面则分析认为,对汽车主机厂商而言,需要在用户使用过程中定义品牌,利用数字技术实现差异化。“要协调数字出行和自动驾驶服务,通过各种方式探索自动驾驶盈利模式以及缩小技术能力差距,依靠合作伙伴一流的技术能力,在成本和客户满意度之间取得平衡。”

北京车展时隔四年重启：电“竞”更激烈“抱团”合作成主题

本报记者 陈燕南 北京报道

“今年的车展格外火爆，然而却是不一样的‘火爆’。”有不少业内人士感慨道。

阔别四年，北京车展正式回归。重新回归，中国汽车产业格局却已经历几番洗牌，全球市场也在风起云涌。作为今年国内首个国际A级车展，4月25日，2024（第十八届）北京国际汽车展览会开幕。官方数据显示，本届车展展会总面积达22万平方米，全球首发车117辆（跨国公司全球首发车30辆），概念车41辆，新能源车型278个，展会期间举办196场发布会。

《中国经营报》记者在现场看到，往常在下午5时，车展的展馆内都已陆续不见人影，但今年在

将要闭门之际，北京车展上依旧人流如织，热闹非凡。此次明星企业家的出现也让本届北京车展的关注度提升至新高度。更重要的是，北汽集团展台的AI机器人、“宝宝巴士”极氪MIX、埃安的“纯电霸王龙”等自主品牌在电动化和数字化方面的崛起也成为“亮点之一”。

面对强劲崛起的自主品牌，跨国车企也开启了“电动反攻”，展现出了硬派实力。大众的“中国DNA概念车”、马自达的“纯电马6”、全球首秀的纯电动跨界车型MINI ACEMAN、梅赛德斯-奔驰纯电G级车、再到全新奥迪Q6L e-tron都深刻诠释了对数字未来和电动出行的不同理解。

与此同时，“贴近中国用户”也成了本届跨国车企的主题。日产

汽车公司总裁兼首席执行官内田诚在接受记者采访时表示：“中国市场正在发生巨大变化。日产汽车需要迅速应对并保持竞争力。因此，日产汽车在全新战略规划‘The Arc 日产电弧计划’指导下，专为中国市场量身定制了注重均衡并关注重点的战略。”

北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官段建军则在接受记者采访时表示：“奔驰特别重视本土化的研发，目前为止在中国已经投入105亿元人民币，本土研发人员增加了2000人，和2020年相比都增加了1倍。”他还表示：“奔驰坚定在华投资决心，在本土适配方面还会继续前行，奔驰在自身进阶的同时，我们还会反哺全球，助力汽车行业高质量发展。”

电动“高端化”百花齐放成“新格局”

中国新能源汽车零售的渗透率超过50%，标志着我国汽车行业正式进入到了新能源汽车主导的全新时代。

与往届不同，在此届车展上，车企一把手互相参观、互相站台轮番上阵。记者在现场看到，小米集团董事长雷军，蔚来汽车创始人李斌，理想汽车创始人李想，360公司创始人、董事长兼CEO周鸿祎现身车展现场，所到之处人满为患。

事实上，大佬们纷纷“下场”只是自主品牌竞争激烈的缩影。此届车展的W2馆被看作是最具代表性的一个展馆，也是此届车展上人气最高的一个展馆。该展馆聚集了小米、极越、智己等新能源汽车品牌，吉利旗下的极氪001、银河等品牌与小米SU7形成了直接的竞争对手关系。

同样成为流量担当的还有“华为系”。其中，华为与北汽联合打造的首款智选车型——享界S9也在鸿蒙展台亮相。身负华为基因的北汽极狐阿尔法S5、瑞风RF8鸿蒙版以及阿维塔11新车型也齐

聚车展现场。值得注意的是，一汽红旗的表现也较为吸睛。在车展上，红旗不但有纯电中大型SUV红旗EHS7发布、红旗EH7敞篷版首发亮相、红旗HQ9 PHEV正式上市，更是迎来了红旗金葵花概念车的正式亮相。据悉，红旗金葵花代表红旗顶级技术工艺与华夏千年文明的融合。

另外，长城汽车此次表现也较为亮眼，此次长城汽车以“智能长城，越野长城，世界长城”为主题参展，这也是魏牌、坦克、哈弗、欧拉及长城皮卡首次同台亮相。新一代哈弗H6、新一代哈弗H9、魏牌蓝山智驾版、坦克700 Hi4-T、2024款欧拉好猫、欧拉闪电猫耀夜版、长城山海炮Hi4-T等明星产品联袂登场。

事实上，这四年，汽车行业的格局已经发生了巨大变化。2020年，中国新能源汽车零售的渗透率

是5.4%；2024年4月上半月，渗透率达到了历史巅峰的50.39%。

在业内人士看来，这标志着购买燃油车的消费者已正式成为市场中的少数派，也意味着我国汽车行业正式进入新能源汽车主导的新时代，在这一背景之下，自主品牌有了实现弯道超车的机会。

全国乘联会秘书长崔东树表示：“此届北京车展的自主品牌推出大量的高端新能源车型。新能源车正延伸向更加细分的领域。新技术也在加速普及，800V高压架构、SiC碳化硅功率模块、高通骁龙8295芯片、激光雷达等高端配置。随着一款款车型的推出，自主的高端价格天花板已经被打破。同时自主品牌智能化方面全面开卷，高级智能配置不断下探，无图智驾方案和纯视觉模式成为更多车型的选择，部分车型也逐步向轻地图重感知路径转型，智能平权的时代或提前到来。”

加速“中国化”合作共赢成“主旋律”

“贴近中国用户”成为跨国车企的战略主题。本届车展上，百度和日产、丰田和腾讯、北京现代和宁德时代达成了合作。

事实上，中国自主品牌的“争奇斗艳”，也加速了汽车行业的竞争。在此情形之下，不少跨国车企正在追赶“中国速度”。

本田中国近日发布“烨”品牌，旗下三款车型“烨P7”“烨S7”“烨GT CONCEPT”均亮相本届北京车展。在本届北京车展上，本田中国本部长五十岚雅行表示，到2035年本田在中国销售的车型中，纯电动车占比将达100%。

此届车展，梅赛德斯-奔驰携1款全球首发、7款中国首发及车展首秀、8款中国上市的全品21款车型和前瞻数字科技登陆。同时，奔驰操作系统MB.OS在车展上进行中国首秀。宝马的到来也彰显了跨国车企的“硬实力”。BMW新世代概念车是首次来华，全新电动MINI Aceman也迎来全球首发、全新电动MINI Cooper在中国也进行了正式首秀。除此之外，宝马展台阵容几乎覆盖豪华细分市场，并囊括燃油、纯电、插电式混合动力、氢能源动力等多种驱动形式。据了解，2024年，宝马在华将推出超20款BMW和MINI品牌新车型，进一步满足消费者的不同需求。

值得注意的是，本届北京车展上，大众汽车品牌正式发布智能纯电新品类ID.UX，而ID.UX旗下首款新车“ID.UNYX与众”也同台亮相。而宾利全球限量仅1辆的Batur车型也亮相本届北京车展，据悉这辆车也仅在中国销售。

奥迪则携手两大本土合作伙伴中国一汽和上汽集团，在北京车展带来14款车型，其中奥迪SQ6 e-tron和奥迪Q5 e-tron RS套件竞速版迎来中国首秀。“中国市场始终是我们最重要的市场之一，也是落实‘奥迪未来计划’(Audi Agenda)的核心行动领域。这一计划着眼于平衡转型发展和



阔别四年，北京车展正式回归，然而中国汽车产业格局却已经历几番洗牌。

本报记者 张硕/摄影

战略规划，重点聚焦产品、技术、品牌定位，以及包括在中国等核心市场的发展布局。”奥迪全球CEO高德诺表示，“通过为市场定制的产品、深化的本土研发能力，以及强化以客户为中心的承诺，我坚信奥迪将继续在中国汽车市场保持强势地位。”

日产汽车同样也在深化本土战略。此届车展，日产汽车携包括5款新能源概念车在内的强大电驱化产品阵容，集中展现了其在智能化、电驱化领域的最新成果及未来发展方向。同时，内田诚也谈及了未来的发展规划，他表示：“我们将通过三大支柱具体推进：一、推出更多新能源汽车；二、充分结合本地优势和全球能力；三、变革运营模式。此外，为满足每一个‘NI’的个性化出行体验，日产汽车推出了全新品牌主张‘尽兴由NI’。这些举措将帮助我们实现‘在中国、为中国’的承诺。”

日产(中国)投资有限公司与百度在线网络技术(北京)有限公司共同签署了谅解备忘录，双方将开展在人工智能(以下简称“AI”)与智能汽车领域战略合作的可行性研究。日产汽车公司中国战略及专项任务副总裁、日产(中国)投资有限公司总经理松山昌史对记者表示：“汽车产业正在经历智能化变革，消费者对以AI为代表的新技术应用的需求不断

增长，日产汽车在3月份发布的‘The Arc 日产电弧计划’中明确提出‘将战略合作伙伴关系拓展至技术、产品组合和软件服务领域’。通过与百度的合作，百度的生成式AI能力将被应用到日产汽车在中国的车辆中。”

除了日产和百度的合作外，在本届车展上，不少跨国品牌也官宣了与中国公司的合作。北京现代与宁德时代签署战略合作协议，双方将围绕北京现代搭载EV项目展开合作，共同研发出针对中国市场的纯电动汽车型。未来北京现代推出的新电动汽车型将采用宁德时代电池。在发布会现场，现代汽车发布了“在中国为全球”战略，宣布在竞争激烈的中国市场全面展开电动化事业。将向中国引进现代汽车首款高性能电动车IONIQ 5 N，正式进入中国高性能电动车市场。北京现代方面表示，此次北京现代与宁德时代达成合作，就是“在中国为全球”战略落地的重要步骤。

同样“牵手”的还有丰田和腾讯。在车展上，丰田正式宣布将与腾讯集团开启战略合作伙伴关系。据悉，双方将充分发挥各自优势，丰田将结合腾讯的AI大模型、云、数字化生态等优势能力，与丰田的SDV等丰富的移动出行相融合，打造更加个性化、多样化的移动出行体验。

全球目光聚焦北京 新能源汽车成“顶流”

本报记者 陈靖斌 北京报道

“How much is it?”(多少钱?)

“It’s about five hundred thousand yuan.”(大约50万元人民币)

在鸿蒙智行的展台上，一位外国友人指着问界M9询问身旁的中国顾问，该中国顾问如是回答。

这一场景发生在备受瞩目的2024(第十八届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京车展”)上。

经过四年的等待，这个国内国际顶级车展再次吸引了全球车企的目光。117款新车在此全球首发，其中包括来自国内外知名品牌的车型，同时还有41款概念车和278款新能源车型。

以“新时代，新汽车”为主题的北京车展展示了行业巨头、造车新势力以及新兴车企的最新成果。广汽集团和比亚迪等巨头展开了激烈的竞争，而动力电池巨头宁德时代、造车新势力小鹏汽车以及新兴车企创维汽车、远航汽车也各自展现了自己的实力。此外，以智能驾驶为核心的全新智能汽车解决方案品牌——华为乾麟也在车展上同步亮相。

据了解，本届北京车展还集中展示了汽车部件及组件、电子及系统、新能源及智能网联等三大主题的零部件。近500家来自中国、美国、德国等13个国家和地区的知名零部件企业及科技公司参展，展示了汽车行业整体供应链关系正在发生的变化，从垂直向共生的转变，重构了全球产业链供应链。

汽车巨头上演“神仙打架”

在中国品牌全球崛起的崭新时代，中国新能源汽车产销连续九年稳居全球第一，同时2023年的汽车出口量首次跃居世界榜首。在本届北京车展上，《中国经营报》记者深切感受到来自这个汽车生产、销售和出口大国的蓬勃发展空间。

随着这一发展机遇的到来，各大车企巨头纷纷推出重磅车型，竞相抢占市场份额，力图冲击世界一流地位，其中广汽集团便是其中之一。

作为智能电动车头部品牌的广汽埃安，在本届车展上发布了备受瞩目的首款全球战略车型——第二代AION V，为全球消费者带来了先进、时尚、富有乐趣的智能新科技。

第二代AION V不仅继承了传统经典车型的优良品质，更集成了23项突破性科技，拥有自进化人工智能座舱、国际宽温域750km长续航等8大核心用户价值，必将树立中国新能源汽车在国际市场的标杆。与此同时，为加速广汽埃安的亮眼表现外，广汽本田、广

安在全球市场的扩张步伐，提升全球用户对其品牌的认知度，广汽埃安品牌正式宣布全面启用AION字母标识。第二代AION V也成为首款搭载AION字母标识的产品，预计于2024年7月全球上市。

广汽传祺与华为的合作也进一步深化，双方共同启动了传祺华为联合创新“计划”，重点在智能底盘、智能人机交互等多个领域展开深度合作与研发。而广汽传祺的全能家用首选MPV——传祺M6 MAX也在本届车展上亮相。新车全系标配HiCar智能互联系统，实现了手机与车机的无缝连接，为用户带来更加便捷、智能的驾乘体验。

值得关注的是，昊铂品牌首次独立参展，展示了其硬核升级的昊铂HT 2024款车型，拥有百万级智能驾驶、无图全球通等特点，配备了825km的超长续航和800V超快充电技术，树立了豪华纯电车的新标杆。

除自主品牌广汽传祺和广汽埃安的亮眼表现外，广汽本田、广

汽丰田等整车品牌也在积极加速智能化进程，推出了搭载领先智能科技的纯电动车型，共同打造了一场智能电动时代的科技盛宴。

另一汽车巨头比亚迪旗下的海洋网则携多款新车型亮相北京车展，包括海豹06DM-i、OCEAN-M、海狮07EV，引发了广泛关注。

其中，海洋网的全新中型轿车海豹06DM-i的价格区间为12万至15万元，预计于今年第二季度上市；行业首款两厢后驱纯电钢炮OCEAN-M的价格区间为15万至20万元，计划于今年第三季度上市；而海洋网的首款中型纯电SUV海狮07EV的售价预计在20万元左右，将于5月正式上市。

比亚迪王朝则携全新中级轿车——秦L DM-i在车展上首次亮相，凭借其引人注目的外观、领先的技术、全新平台以及卓越品质，全面引领中级轿车的新潮流。

而比亚迪旗下的专业个性化品牌方程豹，在其“进化新境”主题发布会上宣布：为了满足更多用户



2024北京车展期间，问界M9所在的展台，一名中国顾问正在与外国友人交流。 陈靖斌/摄影

的多元化用车需求，豹5将推出云辇豪华版；同时，老用户的使用体验也将得到进一步优化，让驾驶更加愉悦。与此同时，方程豹汽车也携产品“全家桶”亮相北京车展。

比亚迪旗下的豪华品牌腾势汽车则携其智能豪华产品矩阵亮

行的先锋力量。 大运集团旗下的远航汽车作为新兴新能源车企，也携旗下两款明星车型——远航Y7与H9，亮相本届车展，向世界展示其技术实力和前瞻布局。

远航汽车表示，通过远航Y7与H9两款车型的亮相，向全球消费者展示其在新能源汽车领域的创新成果和技术实力。公司表示将继续加大研发投入，推动新能源汽车技术的不断创新和进步，为全球消费者提供更加优质、环保的出行选择。

在北京车展上，不仅有着汽车巨头的激烈竞争，还有着动力电池领域的宁德时代、造车新势力小鹏汽车以及新兴车企创维汽车、远航汽车等公司，为汽车智能化与电动技术展示新的突破。

宁德时代发布了全球首款兼顾1000公里续航和4C超充特性的磷酸铁锂电池新品——神行PLUS。从去年8月发布神行超充电池到如今的神行PLUS，宁德时代用了短短8个月时间再次刷新了磷酸铁锂电池的纪录。

东风、长安、广汽、北汽、赛力斯、奇瑞、江淮等新车都将搭

载华为乾麟智能汽车解决方案。在华为乾麟智能汽车解决方案展厅上，记者留意到长安阿维塔12、深蓝S7以及智界S9也有同步展出。

另一造车新势力小鹏汽车则带来了旗下的新物种九冠王小鹏X9、G6、G9、P7i车型亮相，并举办了“小鹏X9 九冠王 AI 定义再进化”主题发布会，宣布AI天玑系统全球首发，将于5月20日全量推送。小鹏汽车计划于2024年第三季度全面升级800kW液冷S5超快充，届时补能速度将达到行业领先的“1秒超过1公里”。此外，小鹏汇天“陆地航母”分体式飞行汽车将于2024年第四季度开启预售，全新品牌MONA将于6月正式推出。

作为具有深厚制造业基因的企业，创维汽车也举办了主题为“颠覆——开启移动补能新时代”的发布会，正式发布创维EV II超充车型及Skyworth K RHD右舵车型。结合800V+4C高压快充、100kW直流放电、健康3.0等行业领先技术，全面展示了在新能源汽车补能、科技健康等领域的前瞻思考和布局，成为驱动未来高品质出行的出行选择。

独家对话F1首席商务官： 很高兴重返中国 期待F1赛场再出现一位中国选手

本报记者 尹丽梅 张硕 北京报道

与世界杯、奥运会并称“世界三大体育赛事”的世界一级方程式锦标赛(F1)近日可谓赚足了眼球。无论是“中断了5年以后的回归”还是“中国首位F1车手周冠宇迎来主场首秀”，抑或是“全新引入冲刺赛”，都令本届

F1中国大奖赛到了聚光灯下。

自2004年首次在上海举办以来，F1中国大奖赛到2024年已经迎来第20个年头，承载了无数车迷的情感和回忆。在F1进入“上海时间”期间，F1首席商务官艾米丽·普拉泽(Emily Prazer)接受了《中国经营报》记者的专访。

超过一半的中国车迷年龄在35岁以下

《中国经营报》：F1中国大奖赛时隔5年重返上海，备受期待，尤其是2024年首次引入冲刺赛，为观众带来激烈而精彩的比赛对决。对于F1重回中国，你有哪些感触和看法？

艾米丽·普拉泽：F1大家庭中的每一个人都很高兴能重返中国，今年我们将在上海举办F1中国大奖赛20周年庆祝活动。

2024F1中国大奖赛是中国一级方程式车手周冠宇第一次在自己家乡的观众面前比赛。对于周冠宇和他的车迷来说，这是一个非常特别的时刻。

F1的受众极其多样化，因此我们需要确保为每个人提供从精彩的驾驶比赛到娱乐活动等方面的内容。在车迷的构成方面，有长期关注F1的热情而成熟的车迷群体，也有来自不同人群的大量新车迷。目前，在中国的1亿车迷中，超过一半的车迷在过去5年内才开始关注这项运动，超过三分之一的车迷是女性，超过一半的车迷年龄在35岁以下，年轻观众和女性观众的数量在大幅增加。中国车迷对F1充满热情，我们的粉丝数量也在迅速增长。

《中国经营报》：在你看來，中国的F1赛事与全球其他赛事有何不同？你能否详细介绍一下本土化的商业策略？

艾米丽·普拉泽：中国是一个

精明、成熟和多元化的市场，拥有巨大的品牌知名度和忠诚度，这为我们的运动发展提供了广阔前景，我们也希望为在海外发展或进入新市场的中国品牌提供一个巨大的平台。通过最近车队与商汤、海信、安慕希、潍柴动力以及小米等中国知名品牌的合作，我们看到了这一点。

通过媒体版权、广告库存、区域合作伙伴关系以及授权产品，我们在中国市场看到了能与合作伙伴共同发展的机遇。

《中国经营报》：2024年是F1中国大奖赛在中国举办的第20个年头，这无疑对推动中国的赛车运动起到了重要作用。在你看來，这种影响在哪些方面体现得最为明显？

艾米丽·普拉泽：这20年的坚持，体现了我们践行对中国市场的长期承诺以及对热爱赛车活动的车迷的理解。在经济上，我们相信各家公司都能看到我们带来的价值以及我们之间能够建立的双向关系。

我们希望借助类似举办周年庆这样的时刻，以及周冠宇首次在中国参赛，能够激励新一代年轻人将卡丁车以及科学、数学、工程与技术(STEM)科目作为进入这项运动的渠道。我们很希望能再看到一位中国车手的出现，在赛车运动中还有很多其他的职业，期待新一代年轻人能加入进来。

财务状况保持稳定 F1已经由弱变强

《中国经营报》：F1是一项全球盛事，每年吸引大量观众。你的团队如何支持品牌的全球推广工作？近年来在方法上有什么变化吗？

艾米丽·普拉泽：我们非常勤勉努力地与合作伙伴进行合作，我们的合作关系为各方都带来了巨大的利益。每家公司都有不同的品牌影响力和市场，吸引着不同的粉丝群体。

通过合作，我们创造了各种机会，以能够引起受众共鸣的方式展示品牌的内涵。我们也在不断创新，不断提出新的概念。

《中国经营报》：F1如何帮助中国品牌，尤其是汽车行业的中国品牌走向国际？在这一领域是否有值得提的成功案例或举措？

艾米丽·普拉泽：F1这项赛车运动所展示的尖端技术以及遍布全球24个比赛地点的事实，为品

鼓励更多的女性参与到赛车运动中

《中国经营报》：F1越来越注重通过赛道和数字平台提升车迷体验。能否请你详细介绍一下旨在为车迷提供更加身临其境的互动体验的最新创新和举措？

艾米丽·普拉泽：从赛道数字技术的应用到国际转播，我们一直致力于创新车迷体验。

正如我前面所提到的，我们的观众非常多样化，因此我们需要制作的赛事和节目既能满足热情车迷的细节需求，又能让好奇的新观众了解这项运动。

在2024年的国际赛事中，我们采用了更多的画面来讲述赛场上的各种故事，从比赛叙述到车手、赛车和计时数据的深入信息等。车队广播中的升级技术、全新的摄像机角度以及增强现实技术的使用，能突出赛场上的那些

牌故事的讲述提供了一个无与伦比的平台。这也是众多世界顶级公司选择在这项赛车运动中投放广告，在全球范围内提高品牌声量的原因。

《中国经营报》：展望未来，F1的发展方向是什么？在中国的推广战略是什么？

艾米丽·普拉泽：得益于现行的财务规定、投资、赞助以及近期锦标赛在商业上取得的成功，我们这项赛车运动项目的财务状况非常稳定。F1已经由弱变强，但仍有一些领域需要我们瞄准和进一步发展。

近年来，市场上主办赛事的需求非常强劲，这为主办方以及媒体均带来了潜在的收入增长。与此同时，包括独家F1车库产品这一新的机会也是一个增长点。

在动态广告技术的加持下，

重要情节。

《中国经营报》：随着电子竞技和虚拟赛车的兴起，F1如何利用这些趋势吸引年轻观众并扩大全球影响力？

艾米丽·普拉泽：我们在游戏领域有许多授权合作伙伴，包括EA Sports、Frontier、Fanatec 和 Playseat。F1电子竞技锦标赛正在重启，我们在中国的F1幻想游戏也有了令人兴奋的进展，我们将在近期宣布这一消息，请车迷们保持关注。

《中国经营报》：作为赛车行业的女性高层领导，你激励了该领域的许多有抱负的女性。你如何看待女性在赛车运动中赛场内外的角色转变，F1正在采取哪些措施来促进这项运动中的性别多样性和平等性？

我们在广告库存方面也有增长空间，区域合作伙伴关系也能为我们提供额外的收入来源。

值得关注的是，授权产品对我们而言也将是一个具有巨大增长空间的领域。譬如，我们与彪马(PUMA)品牌的合作，使我们能够通过定制系列服装吸引新的观众。

在赛事推广方面，我们始终与推广方、广播公司以及相关合作伙伴保持密切合作，以做到能更好地传播赛事信息。

《中国经营报》：随着数字平台的崛起，F1如何调整营销和内容战略，以吸引中国和全球的观众？

艾米丽·普拉泽：作为一家广播和媒体版权公司，我们处于所有数字事物的最前沿。我们拥有F1 TV、F1.com以及非常成功的社交媒体渠道，特别是在中国，自2018年推出微博和微信频道以



艾米丽·普拉泽

F1首席商务官

来，我们在社交媒体上的粉丝增加了340万。我们的频道近期刚在哔哩哔哩和快手平台上线。

此外，我们也一直在寻找新的机会，通过我们的网飞系列“Drive to Survive”等节目来展示这项赛车运动。我们正在与瑞茜·威瑟斯彭的制作公司合作，拍摄F1学院系列幕后花絮。我们还与苹果工作室(Apple Studio)合作，打造了一部由布拉德·皮特(Brad Pitt)主演的F1电影，将于2025年首映。

运动所需条件的认识，以及强调所提供的职位的多样性，从而吸引更多女性从事F1其他职业。

2023年，F1学院还发起了一

项名为“F1学院发现你的动力”

的全球倡议，旨在增加赛道内外赛车运动中的女性人才储备。该计划以“青年参与”“人才发掘”“参与与进步”“社区”四大支柱为

重点，为年轻女性提供参加入门级计划和职业计划的机会，以促进和提高女性在赛车运动中的参与度。

2023年，F1学院与广受赞誉的国际卡丁车系列赛“未来冠军”携手推出了全新的青少年卡丁车系列赛“未来冠军学院”，旨在通过打破入门门槛，提高女性在国内和国际卡丁车比赛中的参与度和包容性。

索伯车队布拉维： 周冠宇对中国F1市场影响潜力无限

本报记者 张硕 北京报道

时隔5年，F1中国大奖赛重回上海，4月19日下午在上海国际赛车场展开争夺。首次在主场作战的中国车手周冠宇状态不俗，其所在的24号索伯车队成功冲进前10。

对于第一位F1中国车手，2024赛季家乡首战对周冠宇乃至中国F1市场都意义非凡。而除了周冠宇本人，最深刻理解这一变化带来意义的还有其所在的索伯车队。

近期，《中国经营报》记者专访了周冠宇所在的索伯车队负责人布拉维。他表示，所有车队成员都对来中国参加F1中国大奖赛格外兴奋，这将是时隔5年的首次中国大奖赛。在他看来，这不仅是周冠宇的主场大奖赛，对于整个F1界来说也是非常重要的赛事。

对于周冠宇的表现，布拉维充满了期待。“他在前三个赛季的表现令人印象深刻，先是在早年以新秀身份参赛，然后在过去的两个赛季中，我们看到了他作为车手在成绩和经验方面的成长。作为车手，他最宝贵的特质之一，就是处事方法和心态。他总是非常理性、非常冷静地处理比赛中可能发生的一切。”布拉维对记者表示。

在布拉维眼中，所有的F1车手都有天赋和速度，但在一级方程式赛车中，心态和处事方法也非常的重要，周冠宇在这个维度从一开始展现出了非常成熟的处事方法。

这场睽违多年的赛事将对中

示：“周冠宇的到来会对中国的F1市场有很大的影响。他是F1历史上第一位以正式车手身份参加比赛的中国车手，而且还有机会在自己的家乡参加大奖赛，索伯车队与周冠宇是一个可以提高F1知名度的优秀组合。”

具体到如何提升F1在中国市场的知名度，布拉维也做了分享：“虽然我们在中国已经有十多年的历史，但中国仍然是一个全新的市场，我们需要充满活力的中国车手，也许在未来也需要有中国制造商，以便在中国新一代中普及一级方程式赛车，而周冠宇可以成为新车手的完美启蒙者，同时也是一级方程式赛车在中国的最佳形象大使。”

据布拉维介绍，索伯车队在青少年车手市场上一直非常活跃，在索伯车队的理念中，拥有年轻人才、培养其成为一级方程式赛车冠军是极其重要的团队愿景。

谈及这里，布拉维还分享了车队培养人才的路径和心得：“早在2000年，在基米·莱科宁参与方程式赛车仅一年后，我们就给了他加入一级方程式的机会，而后他也成为一级方程式中最重要和最成功的赛车手之一；2018年，夏尔·勒克莱尔也是如此。对于我们这样的车队来说，最重要的是发现那些已经是卡丁车中最有天赋的车手，看看他们是否具备在一级方程式中成为潜在冠军的所有要素。因此，速度很重要，心理素质也很重要，车手的能力也很重要，要有很强的纪律性，能够与团队一起努力工作。当然，最重要的特征是天赋，当车手参加青少年组比赛时，你就

能发现这一点。”

在布拉维眼中，周冠宇就是这样的选手，在成为一级方程式车手之前，曾在竞争非常激烈的二级方程式锦标赛中获得B3的好成绩。

据介绍，索伯车队一直致力于创新，并关注一级方程式车手的创新意识的培养。在布拉维看来，车手最重要的态度就是不断改进、分析自己，在考虑如何改进赛车之前，先看看自己在哪些方面可以改进。因此，自我分析是至关重要的，并且要将谦虚和决心结合起来。

布拉维强调：“对车手来说，自信非常重要，但你始终需要对自己有真正的批判精神，首先要看到自己在哪些方面可以改进。因此，在去外部寻找不同的原因之前，要先审视自己的内心。对我们来说，车队的创新意味着在技术上的投资，而对车手来说，最好的投资就是分析自己，并努力在每个地方、每个动作中探寻极限。”

对于备受关注的F1赛事，布拉维也谈了自己的看法，一级方程式赛车不仅在体育领域，在老牌行业也最具挑战性，因为它是现有最高技术与人力因素的结合。这是一项靠技术发挥作用的运动，但选手成绩也是重要的组成部分。作为一个团队，寻求创新始终是非常重要的。

“我们做任何事情都要努力寻找极限，始终寻找最好的可用技术，不断突破极限，永远不要满足于我们已经完成的工作，而是要不断发展。作为一支一级方程式车队，我们逐场比赛开发



布拉维

索伯车队负责人



周冠宇

第一位F1中国车手

赛车的工作方式，正是我们在车队所有领域的工作方式，努力开发、快速反应，以预测变化，为迎接未来的挑战做好准备。”布拉维坦言。

上海：从赛事流量 到文旅“留量”

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

时隔5年后，2024年国际汽联世界一级方程式锦标赛(F1)中国大奖赛重返中国，吸引了众多车迷现场观战。

相关统计数据显示，历时三

放大“节赛合一”综合效应

据了解，F1中国大奖赛首批门票于2024年1月开售，三日套票价格为480元—3880元不等，单日票价格为290元—2490元不等，且增加了2660元的“加油中国周”套票和3360元的“F1中国站20周年纪念”套票，但数十万张门票在开售2小时内便火速售罄。

携程相关负责人告诉记者，今年1月1日—10日，携程平台上以“F1”为关键词的搜索量环比前10天增长了41倍。而在F1中国大奖赛举办当周，上海国际赛车场在携程平台上位列上海市热门景区第四位，带动嘉定新城在上海市酒店间夜量热门商圈中排名第三。另据嘉定区文旅局统计数据，当地大型酒店预订量涨幅超过98%。

在F1中国大奖赛带来巨大流量的同时，上海市也在进一步将其转化为文旅消费“留量”。据了解，4月21日，上海汽车文化节也在上海国际赛车场举行了开幕式。文化节将一直持续至5月底，20余项重点活动将在上海市嘉定区持续上演。

做大“赛车+文旅”产业蛋糕

今年也是上海国际赛车场投入运营的第二十年。记者从赛车场管理运营方上海久事集团了解到，根据2023年12月国际汽联检查要求，赛前需要对上海国际赛车场部分隧道上方颠簸路段完成修整。

在F1中国大奖赛结束后，国际汽联FE电动方程式世界锦标赛上海站也将在5月25日—26日首次登陆上海国际赛车场。“在两个月内继续举办两届世界顶级赛事，这是在上海国际赛车场发展历史上尚属首次。两项赛事保障工作有所不同，FE赛事只使用一部分赛道。”上海久事集团相关负责人告诉记者。

据了解，上海国际赛车场所在的上海国际赛车场旅游景区是国家4A级旅游景区。如何盘活场地资源发挥上海国际赛车场的独特影响力，同时推广汽车运动及文化，是运营方面面临的一道重要课题。

相关数据显示，2023年，上海国际赛车场赛道使用天数为173天，较2021年增长26%；实现收入4600余万元，较2021年增长66%。

据介绍，新建的B、E看台待2024年11月底完成竣工验收后，上海国际赛车场不但可增加2.2万个观众座位，B看台下方的空间还可以满足汽车品牌展示、文体培训、休闲餐饮等多功能需求，E看台下方空间通过模块化、装配化设计，可为车队提供办公、测试、研发、维修等空间。

深入推進“三大計劃” 長安汽車加速向智能低碳出行科技公司轉型

長安汽車于4月17日發布了其2023年度報告，報告顯示，公司全年營業收入達到1512.98億元，歸母淨利潤達到113.27億元。

回顧過去一年，長安汽車在應對行業調整和競爭加劇等多重挑戰方面取得了顯著進展，繼

續保持了穩步向前的高質量發展態勢。

這一成績的取得得益于長安汽車堅定推進的“第三次創業——創新創業計劃”，以及深入推進的“三大計劃”，即新能源“香格里拉”計劃、智能化“北斗

天枢”計劃和全球化“海納百川”計劃。

長安汽車董事長朱華榮在業績說明會上指出，發展新能源汽車是中國汽車工業由大國邁向強國的必經之路。公司一直秉承國家的指示精神，推動新能

源發展戰略。為此，長安汽車構建了三大立足全球的品牌，分別是啟源、深藍和阿維塔，以滿足細分市場的需求。這也是基於市場預判和央企責任的考量，長安汽車在新能源汽車領域堅定推動的原因。

銷量增長得益於穩定中創新

在當今日益複雜和嚴峻的外部環境以及市場競爭日益激烈的背景下，長安汽車在2023年成功地克服了各種挑戰，保持了市場份額的總體穩定，並且較好地完成了全年的生產經營目標任務。

長安汽車2023年度報告顯示，公司全年銷量達到255.3萬輛，同比增長8.8%。其中，新能源和出口業務表現尤為突出，自主品牌新能源汽車全年銷售達到47.4萬輛，同比增長74.8%；出口銷量達到35.8萬輛，同比增長43.9%。

這一市場份額總體穩定的背後，得益於長安汽車產品線不斷完善。數據顯示，2023年，長安汽車共推出了29款產品，其中包括7款全新產品。隨着長安汽車新能源汽車的快速推出，其品牌和產品在市場上迅速獲得了消費者的認可。

在這7款全新的新能源產品中，阿維塔品牌穩固了高端市場地位。其中，旗下首款轎車——阿維塔12在慕尼黑車展上惊艳亮相，訂單量一舉突破4萬輛。深藍品牌全年銷量突破13.6萬輛，品牌發布14個月後即實現交付量突破10萬輛，成功進入東南亞市場。

長安汽車之所以在激烈的競爭環境中保持市場份額總體穩定，根源在於其擁有“自給自足”的技術實力。尤其是其引人注目的三電技術和智能化科技，不僅能够解決消費者的出行問題，還能提供安全保障和卓越體驗。

在三電技術方面，長安汽車推出了iBC數字電池管家，自主突破了微核高頻脈沖加熱等關鍵技術，實現了在零下30℃條件下，電池在5分鐘內均勻加熱、升溫20℃的壯舉，速度提升了10倍；同時，打造了“七合一”智能整車域控制器“長安智慧芯”，綜合性能提升了70%，達到了國際一流水平。

此外，長安汽車還自主研發了金鐘罩電池，具有“長壽命、真安全、超高效、快補能”四大特徵，實現了電池壽命60萬公里衰減無感知，解決了用戶對電池壽命的顧慮；確保電池不會起火，甚至磷酸鐵鋰電池也能做到不冒煙，讓用戶放心使用。此外，有序升級的3C/5C充電技術，實現了30%-80%SOC充電時間在10—15分鐘之間，極大地提升了補能體驗。新技術的研發和應用，不僅有效地支持了公司發展，也開始向合作伙伴提供技術和平臺。

在智能化技術方面，長安汽車推出了遠程智能泊車、集成式自適應巡航等30余項行業率先發布量產的技术；構建了高階智能駕駛全棧軟件能力，阿維塔智駕系統處於行業領先地位；同時，已經構建了車載環境專屬AI大模型，並率先推出了增強現實計算模塊。



“海納百川”計劃助力長安全球化

長安汽車在實施全球化的道路上邁出了堅實的步伐，“海納百川”計劃成為了推動其全球化的引擎。

2023年，長安汽車宣布啟動全球化戰略，並發布了“海納百川”計劃，旨在明確海外市場的發展目標，被稱為“四個一”目標：海外市場投資突破100億美元、年銷量突破120萬輛、海外業務從業人員達到1萬人、力爭成為世界一流汽車品牌。

該計劃不僅奠定了長安汽車全球化的基礎，更堅守着“無海外、不長安；無基地、不長安”的原則，着力推進了“1+5+2”的全球佈局。

“1”代表中國本土市場，是長安汽車的根基和主戰場；“5”則包括東南亞、歐洲等2個戰略培育市場，以及獨聯體、中東非洲、中南美洲等3個戰略攻克市場。其中，培育市場將主要推廣新能源車產品，而攻克市場則以傳統燃油車為主力銷售。“2”則指日韓和北美2個相對成熟但進入難度較大的區域。

除了在產品和市場方面的布局外，長安汽車還着眼於加速海外基地的建設和發展，以助力公司成為世界一流汽車品牌。

在產品方面，長安汽車於2023年在曼谷舉辦了東南亞品牌

發布會，正式推出了Deepal雙車型進入泰國市場，並在曼谷國際車展上推出了Lumin、Deepal S07和L07等更多續航版本，以滿足泰國消費者多樣化的出行需求。

在海外基地方面，長安汽車啟動了其首個海外基地——“泰國新新能源基地”，首期產能達到10萬輛，二期計劃將增至20萬輛。

在海外基地方面，長安汽車啟動了其首個海外基地——“泰國新新能源基地”，首期產能達到10萬輛，二期計劃將增至20萬輛。同時，在泰國設立了長安汽車東南亞、長安泰國銷售、長安泰國零部件等3家本地公司。此外，公司還在論證中南美和歐洲基地的建設，以全球化的力量推動新能源汽車的快速、良性發展。

在加速成為世界一流汽車品牌的過程中，長安汽車將堅持長期主義，將整體策略由“走出去”轉變為“走進去”，持續深耕海外市場。公司秉持本地主義原則，與當地合作伙伴開展合作，共同應對市場挑戰，實現共贏發展。同時，長安汽車積極履行社會責任，為當地提供更多就業機會，為當地經濟和社會發展做出更多貢獻。此外，公司還積極參與公益事業，展示了以用戶為中心的發展理念，樹立了積極的社會形象。

推進“三大計劃” 打造世界一流汽車品牌

在業績說明會上，朱華榮透露了長安汽車未來的雄心壯志。他指出，到2024年，長安汽車將推出8款新能源汽車產品，到2030年將增至40余款。這一規劃是為了滿足日益增長的市場需求和環保意識的提升。公司的整體銷量計劃也隨之提升，在2024年預計達到300萬—350萬輛，到2030年，新能源汽車銷量將占到整個集團銷量的80%。

為了實現這一目標，長安汽車將繼續堅持自主研發與合作共贏的策略。他們計劃充分利用社會優勢資源，推動產業布局的再優化。為了加速項目的落地，長安汽車將推動ACH、G、T項目以及阿維塔C輪融資增資等項目。同時，長安汽車將加強與合作伙伴的合作，特別是在電池梯次利用及回收、下一代(半)固態電池研發等方面展開新一輪戰略合作，以協同提升產業整體水平。

長安汽車還計劃積極策劃圈活動，開展跨界合作，以獲得更廣闊的發展空間。

在新能源技術方面，長安汽車將持續投入力量。朱華榮透露，半固態電池計劃在2026年年底實現商用，以確保電池本身的可靠性。這一舉措將有助於提高新能源汽車的可靠性和安全性。

展望未來，長安汽車將進一步強化戰略思維，以“香格里拉、北斗天枢、海納百川”三大計劃為核心，全面夯實發展基礎。到2030年，公司總體銷量目標為500萬輛，自主品牌銷量目標為400萬

輛，力爭成為世界一流汽車品牌。與此同時，長安汽車將加快推進新能源“香格里拉”計劃，向全球推出40余款重磅新能源產品，加速向智能低碳出行科技公司轉型。

長安汽車將不斷創新，打造差異化尖端技術。在下一代原力智能增程方面，長安汽車將實現更高效率，1升汽油可發電超過3.85度，同比提升超過6.06%。下一代原力超集電驅將進一步進化，體積將縮小至70升，重量將降至75公斤，總功率密度同比提升至3.2kW/kg，電驅總成工況效率同比提升至94%。而下一代金鐘罩電池也將強化其4大特質，包括循環壽命超過7000次、電池集成效率突破86%、空間優化提升15%、補能效率達到5C乃至7C。

長安汽車還表示，將繼續堅持科技創新引領，推動關鍵核心技術攻關，推動技術能力再突破。在新能源方面，他們計劃快速突破高壓快充一類的技術瓶頸，完成阿維塔高壓超充，10分鐘補能300km；完成自主CTV電池開發；不斷迭代整車電氣架構，實現整車電控的敏捷性與獨立性。

在智能化方面，他們還將持續強化高階智駕能力和AI大模型等前瞻研究；全面迭代SDA技術平臺，推出新一代高階駕駛輔助系統，全面升級AI座艙。以上方案都將在今年搭載上車，為消費者提供更智能、更安全、更高效的駕駛體驗。

“香格里拉”計劃引領智電升級

長安汽車的产品技術迭代和銷量提升並非偶然，而是其戰略轉型的必然結果。該公司積極推進“三大計劃”，旨在實現智能電動品種布局和國際市場拓展，從而成為汽車智能化創新的領軍者。

其中，“香格里拉”計劃是“三大計劃”之一，其推進迅速。長安汽車相繼打造了阿維塔、深藍、長安啟源三大智能電動品種，以此構建差異化品種價值，樹立智能電動新形象，形成了適應不同市場需求的新格局。

朱華榮在業績說明會上指出：“發展新能源汽車是中國汽車工業由大到強的必經之路。長安汽車一直秉承國家的指示精神，致力於推動新能源發展戰略。因此，我們構建了立足全球的三大品種，分別是啟源、深藍和阿維塔，以滿足不同細分市場的需求。”

在阿維塔品種層面，長安汽車關注新華悅已至上的用戶，品種定位在高檔情感智能電動市場，以智能技術為用戶帶來情感智能、悅己而行的出行體驗，塑造高檔品種形象。

深藍品種關注年輕态用戶需求，其定位在全場景智慧出行，致



力於打造超級增程品種，讓用戶深度體驗駕駛樂趣。

而長安啟源品種則聚焦新主流用戶，其定位為數智進化的品種，提供“數智、舒適”的汽車品種，滿足用戶對智能化、舒適性的需求。

通過三大新能品種的不斷進化和發展，基於不同品種價值定位及目標人群，長安汽車逐步覆蓋全球主流到高檔豪華市場，实现了新能品種、數智化的全球跃迁。

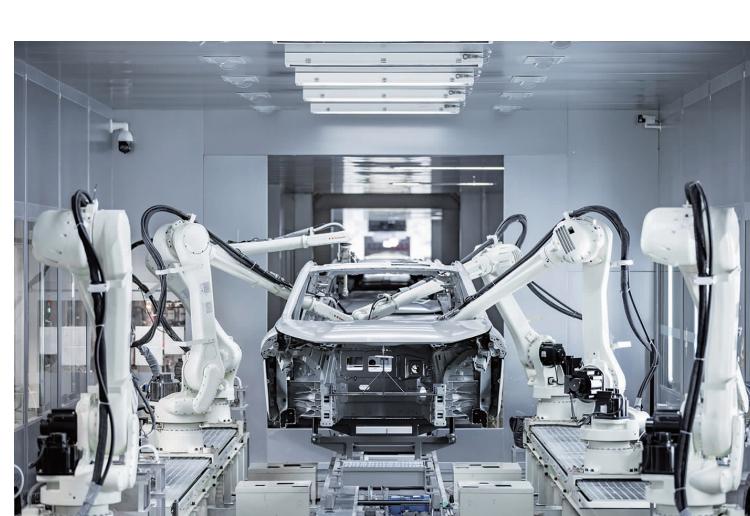
長安啟源在其品種發布後，陸續推出了A05、A07、Q05三款产

品。截至2024年3月，長安啟源已累計交付7萬輛新車，其中僅2024年3月就交付了超過1.5萬輛新車。

此外，深藍S7正式上市以來，其產品陣營得到了完善。深藍S7上市即交付，35天交付破萬，同時在30萬元以下增程式電動車銷量榜上問鼎。2024年一季度，深藍汽車累計銷售4萬輛，同比增長113%，成功躋身新造車企業銷量前三。

為了打造智能電動新標簽，形成滿足不同細分市場需求的新發展格局，長安汽車還發布了金鐘罩

電池，為用戶帶來了“長壽命”“真安全”“超高效”“快補能”的全新體驗。同時，推出了“新藍鯨動力”，行業先進的插電、增程一體化技術，實現了一升油可發3.63度電的高效能量轉化。這些舉措獲得了一系列榮譽，包括榮獲2023年第二屆“世界十佳電動車”和“中國心”十佳新能品種動力系統等榮譽。長安汽車還在推進綠色製造、數智製造方面取得了顯著成績，截至目前，全球範圍內已形成了85萬輛新能品種專用整車的生產能力。



互體驗。

智能技術的升級離不開長安汽車深厚的研發功底。長安汽車在2023年國家企業技術中心的評價中再次名列行業前茅，其研發實力連續7屆14年排名前列。還主導發布了55項外部標準，完成了3項國際標準立項，成為國內主導制定ITU系列國際標準的车企。

在智能制造方面，長安汽車採用了5G、人工智能、數字孪生、柔性製造等尖端技術，率先建成了全球數智工廠。

長安汽車应用了40余項行业

先进的制造工艺技术，如软件封测、免热处理新材料、一体化压铸、智能柔性产线等，实现了新汽车高品质、高效率的制造。

借助统一的数字底座与物联

网平台，長安汽車实现了12000多台设备的全连接，百万级数据的自动采集与集成，建设了智能排产、智能执行与调度、智能仓储、AI质检、设备预测维护等16大类场景，全面实现了制造全过程的透明与

精益。

此外，長安汽車還圍繞綠色低碳理念建設了26萬平方米、裝機容量達37兆瓦的光伏發電系統。通過對先进制造工艺技术、智能制造技术和绿色低碳技术的创新与应用，長安汽車的制造效率提升了20%，成本降低了20%，碳排放降低了19%。

長安汽車董事、總裁、黨委副

“北斗天枢”計劃助推智能化轉型

長安汽車正在積極推動智能轉型，其“北斗天枢”計劃為此發揮了关键作用。

這一計劃的核心理念是“無智能、不長安”，旨在將智能技術融入汽車生产的方方面面。長安汽車依託“六國十地”全球協同研發網絡，在智能化、新能源等領域積極布局，建立了17家科技公司和16個研發中心，擁有了超過1.8萬名研發人員，形成了雄厚的研發實力。

在智能技術方面，長安始終將科創置於核心位置，每年研發投入占比不低於收入的5%。他們構建了基於最新軟件定義汽車(SDA)平臺架構，將傳統汽車的架構軟硬件解耦、軟硬分離，率先打造了全球“中央+環網”電氣架構硬體平臺。

這一創新的使得長安汽車率先完成了超過16個控制器的跨域集成。預計在2024年，長安啟源E07將首次搭載這一平臺，實現“一車抵多車、可變新汽車”的目標，為消費者提供更高效、低碳、智慧的交

东方甄选争夺文旅“蛋糕”

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

作为跨界老手，东方甄选（01797.HK）在投身直播电商业务后，不仅以“小时达”业务试水北京零售市场，更与地方文旅紧密合作，意图布局旅游相关业务。

天眼查App显示，近日，东方甄选关联公司东方优选（北京）科技有限公司新增旅行社业务经营许可证，许可内容为境内旅游业务、入境旅游业务。对此，《中国经营报》记者联系东方甄选方面询问文旅消费方面的相关布局，其表示

文旅+直播电商

目前看来，东方甄选和地方文旅“双向奔赴”的合作不少。

日前，在东方甄选的直播间，花鼓戏《刘海砍樵》《翠翠的水上婚礼》等湖南非物质文化遗产表演节目轮番上演。“文旅湖南”也发布了多个关于东方甄选的切片视频。

目前看来，东方甄选和地方文旅“双向奔赴”的合作不少。记者通过直播观察到，主要的形式是东方甄选“出人”，当地文旅“供货”。在消费者对单一场景疲惫的当下，户外专场带来了强劲的增长势能。

在东方甄选转型初期，有多位业内人士向记者透露，东方甄选与当地政府及相关部门关系良好，具备后续打造农产品供应链的资源优势。现在看来，这一优势也可能为其开发文旅消费业务服务。据悉，目前东方甄选已在全国开启多次直播专场，与黑龙江、陕西、海南等地方商务厅、文旅厅，在特色农产品推广和产地对接、文旅产品推广等方面开展深度合作。

记者发现，“东方甄选看世界”抖音账号有300多万粉丝，4月25日，主播杰西和小韩在湘西直播占据了“旅行团购带货全国周榜”的第一名。第三方数据显示，此次专场前两日（4月20日至21日）累计成交额达1.1亿元。

“暂不方便回应”。

北京工商大学商业经济研究所所长、农业农村部农产品市场流通专家洪涛表示，东方甄选在文旅方面的布局，可以看作是其教育基因与直播电商业务成功融合后，向更多元化服务领域的自然延伸。通过涉足文旅市场，尤其是结合研学旅行，东方甄选不仅能够利用自身品牌影响力和教育资源吸引客户，还能进一步挖掘家庭消费潜力，打造线上线下相结合的全新体验模式。这一举措有望为其开拓新的增长点，并加深与消费者的情感联结。

“两条腿走路”

从去年开始，新东方就在探索扩大商业版图的路径。

4月24日，新东方（NYSE: EDU, 09901.HK）发布的2024财年第三季度财报（截至2024年2月29日）显示，实现净营收12.07亿美元，同比增长60.1%，经营利润为1.13亿美元，同比增长70.6%。财报显示，营收增长主要由于其教育属性新业务以及东方甄选自营产品及直播电商业务带动收入增加。

北京社科院副研究员王鹏指出，新东方和东方甄选的传统业务主要集中在教育领域，特别是英语培训和出国留学服务。然而，随着市场环境的变化和消费者需求的多样化，开始寻求商业模式的创新和多元化。他认为，其在文旅方面的布局也正是基于上述战略思考。

实际上，从去年开始，新东方就在探索扩大商业版图的路径。天眼查App显示，北京新东方文

旅有限公司（以下简称“新东方文旅”）成立于去年7月。截至发稿，新东方有多家关联的地方文旅公司，并推出了大量的自营文旅、研学旅行产品，在新东方文旅账号上售卖。

4月26日，新东方文旅集团的全新总部在北京市海淀区落成，其官方公众号提到，“新总部的启用是新东方文旅集团的重要里程碑，标志着公司在全球文旅产业中的新起点，以及对未来发展坚定的信心。”

记者留意到，新东方文旅抖音账号所售多为游学或研学类产品，截至2024年4月25日12时，100多件商品销量仅4000多件。但研学从业者丽娜透露，这类产品以线下学校渠道或网点报名为主，实际销售额远高于此。

伴随着文旅市场的潜力不断释放，行业竞争也更加激烈。观

研网数据显示，2015—2022年我国数字文旅市场规模不断扩大，其中2019年为10648.6亿元，达到近10年来顶峰；同期我国数字文旅企业数量也在增长，2022年数字文旅企业约为33500家。

新东方执行总裁兼首席财务官杨志辉在财报会中提到，正在获取市场份额，加速扩张网点，将继续招聘新的教师和员工，以配合产能扩张，特别是教育类新业务和文旅相关业务。

据了解，去年东方甄选在多地销售当地特色农产品，与当地文化深度链接外景直播，且多场户外直播销售额破亿元。但去年12月5日，东方甄选才在自有App首次上架文旅类产品，被看作是“正式上线文旅产品”，当时产品也均为第三方供应商提供。值得注意的是，东方甄选旅游直播间产品不同于新东方文旅的高端定价，而是走起

了性价比路线，不仅会员享受折扣，而且支持全网比价。

然而，去年8月，东方甄选关联公司东方优选（北京）科技有限公司经营范围新增旅行社服务网点旅游招徕、咨询服务等。近日的旅行社业务经营许可证许可内容则为境内旅游业务、入境旅游业务。

这是否意味着东方甄选将结合更多的资源设计自营文旅产品？此时还尚未可知。然而，开展旅游服务需要解决与交通、酒店、景区等资源开拓及筛选，供应商资源的合作需要大量商务人员进行对接，因此，目前这一过程仍面临诸多挑战及不确定性。

从短期来看，相比农产品，文旅产品销售将会大幅提升收入规模、利润率；从长远来看，文旅不同于零售，有着更长、更深的服务链条，也代表着更广阔的天空。

当下，东方甄选文化旅游的模式有可能填补市场空缺。据了解，自2023年以来，其已经举办了10余场外景直播专场，宣传全国各地的国家级、省级、地市级非遗文化超过188项。丽娜也提到，非遗文化路线易被各大旅行社快速复制并通过低价竞争获得用户，消费人群对体验产品的亮点及特色要求也较高。

正如新东方创始人俞敏洪所言，“基于外部平台所建立起来的商业模式，有很强的脆弱性。”如何打通自有渠道、打破单一IP的桎梏，也是东方甄选及新东方集团需要破解的难题。

中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL



扫码了解更多

产业融合 赋能乡村振兴



茶饮品牌出海：从产品到品牌的一次大考

本报记者 孙吉正 北京报道

日前，瑞幸咖啡进入新加坡市场后，按照当地的饮品分级制度，其爆款产品生椰拿铁被归入不健康的D类饮品，继而在国内社交平台引起热议，饮品含糖问题再次被公众关注。

据了解，新加坡因糖尿病及其他因肥胖引发的病症比例不断增多，在2023年发布了《食品条例（第

分级制度并不是硬性指标

按照现有的新加坡饮品标准，瑞幸生椰拿铁被归为不健康的D类饮品。

2023年，瑞幸咖啡正式进军新加坡。在“小红书”这个东南亚华人广泛使用的应用上，有许多人为瑞幸进军新加坡做足了铺垫与宣传，诸多在新加坡工作的中国人也期待能在异国他乡喝上国产品的咖啡。

不过，很快就有消费者发现瑞幸咖啡的生椰拿铁，按照现有的新加坡饮品标准，被归为不健康的D类饮品。随后，该消息引起了国内网友的讨论和关注。

根据外媒报道，新加坡的饮料制度依据是新加坡政府在2021年12月30日发布的《食品条例（第2号修正案）》。该条例将新加坡零售市场上的预包装饮料根据含糖量和饱和脂肪量的高低分为A、B、C、D四个级别。据悉，糖尿病在新加坡是一个严重的健康问题，如果不采取任何措施，到2050年，新加坡糖尿病居民人数预计将达到100万，这个数字接近新加坡总人口的五分之一。为进一步遏制糖尿病的发展，新加坡政府要求在新加坡零售的含较高糖分和反式脂肪的预包装饮料，必须贴上标签，并禁止发布相关的广告。

据了解，A级的饮品最健康；B

2号修正案》，根据饮品的含糖量、饱和脂肪量将饮品分为A、B、C、D四个等级，以让消费者基于自身状况合理饮用。

中国食品产业分析师朱丹蓬告诉《中国经营报》记者，糖作为消费者获取快乐感和能量的物质，在很多食物和饮品当中都有添加，消费者有权知晓饮品中的所含物质。目前，国内饮品制定的添加物质标准高于世界上大部分国家，即便如此，

由于很多国家的饮品政策不同，导致一些出海产品引起了不必要的争议。为了符合不同地区的相关制度，国内饮品出海应对原有产品进行配方优化，以更好地适应当地消费者的需求。

品牌营销专家路胜贞认为，早在2004年，食品饮料“红绿灯”标签化分级模式就已在英国试验性推行。但是这种形式并不是完美无缺的，本身可能带有一定的商品歧视

性风险。

但也有观点认为，很多国产品牌出海的第一目标人群就是海外华人。

“修改同一产品的配料，很容易让国内消费者对产品产生质疑，最终损害品牌口碑，因此，饮品乃至食品品牌出海，除了商业的布局和规划外，产品的改进和调整也是非常重要的一环。”清华大学品牌营销顾问孙巍说。



瑞幸咖啡生椰拿铁上市3周年累计售卖已超过7亿杯。视觉中国/图

级的饮品较为健康，厂家可自愿标注；C级饮料不健康；D级饮料最不健康，厂家必须标注。例如，传统含糖可乐按照新加坡的标准属于D类饮料，按照上述条例要求，禁止其相关产品在新加坡进行广告宣传。

科信食品与营养信息交流中心副主任钟凯告诉记者，新加坡的分级标准，主要目的在于让消费者明确知晓饮料中糖的含量，提醒消费者对于糖类、脂肪的摄取量，但这并不代表要完全舍弃糖类、脂肪的摄取，糖类、脂肪依旧是人体所需的重要物质，因此，不同的人群需要根据自身情况饮用各类饮料。仅仅将C、D类视为不可饮用的饮品是片面的认识，即便是A、B类饮品也不能无节制地饮用。

2022年发布的《中国城市居民糖摄入水平及其风险评估》显示，中国3岁及以上城市居民平均每人日摄入9.1克糖，均低于《中国居民膳食指南》添加糖摄入量每天不超过50克的推荐值。同时，在3岁及以上城市居民中，对糖摄入贡献率最高的四类食物分别为食糖(28.2%)、含糖乳制品(24.4%，其中含糖酸

的甜度，喝茶才不会产生心理负担，做到真正的身心愉悦。

“上海作为国际大都市，其政策必然会向国际标准看齐，但从全国范围来看，目前国内的饮品执行标准，较为符合国内消费者的健康标准。但值得注意的是，国内一、二线城市的年轻人，普遍对茶饮、咖啡有非常大的消费能力，这就使得国内不同地区的人群对于健康的需求不同。”朱丹蓬说，例如在经济欠发达地区，青少年的乳品消费较低，他们对于各类营养的需求仍未达到世界人均标准，而在一、二线城市，很多人群已经出现了因营养过剩而产生的亚健康问题。

的甜度，喝茶才不会产生心理负担，做到真正的身心愉悦。

“上海作为国际大都市，其政策必然会向国际标准看齐，但从全国范围来看，目前国内的饮品执行标准，较为符合国内消费者的健康标准。但值得注意的是，国内一、二线

城市的年轻人，普遍对茶饮、咖啡有非常大的消费能力，这就使得国内不同地区的人群对于健康的需求不同。”朱丹蓬说，例如在经济欠发达地区，青少年的乳品消费较低，他们对于各类营养的需求仍未达到世界人均标准，而在一、二线城市，很多人群已经出现了因营养过剩而产生的亚健康问题。

“上海作为国际大都市，其政策必然会向国际标准看齐，但从全国范围来看，目前国内的饮品执行标准，较为符合国内消费者的健康标准

“五一”酒店预订：县域市场崛起

本报记者 李媛 北京报道

清明节后的一周，“五一”假期旅游市场逐渐迎来预订高峰。去哪儿大数据显示，自4月6日起，“五一”假期热门城市机票预订量逐日增长，单日涨幅达四成。相较机票，假期酒店预订启动更早，截至4月10日，2024年“五一”假期的热门城市酒店预订量同比增长三成，酒店平均支付价格降低两成。

同程旅行方面也表示，“五一”火爆购票日也是酒店预订高峰。“五一”出游最大的不确定性是车票，有经验的消费者通常会在抢到车票后，第一时间锁定目的地的酒店。自4月15日起，在同程旅行平台上，北京、上海、成都、洛阳等“五一”热门旅游目的地的酒店搜索量显著上升，环比增幅最高接近100%。4月16日下午，各主要站点4月30日出发的火车票开售后两小时内，同程旅行平台部分热门目的地的酒店搜索量环比增长超150%。”同程旅行相关负责人告诉《中国经营报》记者。

旅游酒店行业高级经济师赵焕焱表示：“‘五一’旅游热度高源于多重因素。一方面，春季气候非常适合出游，为游客出行提供了理想条件；另一方面，出入境游相关利好政策为旅游市场注入了新的活力，再加上旅游产品的不断创新和旅游基础设施的日益完善，游客的旅游体验得到了显著提升。”

预订火爆 供应链全面复苏

此次“五一”假期，星级酒店、经济型酒店以及民宿的供应链都在复苏。

“去年‘五一’去的是西安，虽然是热门旅游城市，但酒店提前10天预订就可以，而今年从清明假期后开始搜索酒店，很多热门城市双床房就都满了。”学生家长付岩想带孩子游览一下祖国的名山大川，但还没到火车票预售时间，热门城市好位置的酒店就预订火爆了。

价格平稳 县域旅游带来新增量

今年“五一”假期，一些网红城市的旅游热度不减。

根据携程数智酒店团队发布的“五一”数据预测报告，2024年“五一”假期的酒店搜索热度与2023年同期持平，是2019年同期的2.8倍；记者了解到，截至4月22日，同程旅行平台上“五一”假期的热门酒店预订城市分别为重庆、北京、上海、成都、武汉、长沙、

杭州、西安、南京、南昌。

记者注意到，此次“五一”假期，星级酒店、经济型酒店以及民宿的供应链都在复苏。

“去年只提前3天，今年提前20天就订完了。”途家平潭房东林小姐最近忙得不亦乐乎。途家民宿发布的《2024“五一”民宿出游预测报告》

显示，截至4月24日，全平台热门城市预订量平均同比去年增两成，成为民宿最火“五一”；随着市场经济活力的不断增强和整个民宿供应链的全面复苏，优质民宿供给量持续增加，今年“五一”去住民宿更实惠，民宿价格较去年持平，部分热门城市均价同比下降10%左右。

浩华管理顾问公司董事蒋海峰在分析酒店预订火爆背后的原因为说，广大中端消费者捂紧钱包，就近在国内旅游消费。“像‘五一’这样的小长假，文旅市场会非常火爆，酒店流量恢复不成问题。但平均消费会比往年降低，因为消费者更在意性价比。”

竞争激烈 星级酒店还需突围

相对于民宿，中高端酒店集团也在进行升级。

虽然国内酒店业在全面恢复，但与此同时，这也意味着酒店行业的竞争也越来越激烈。记者注意到，国内一些民宿供应商、中高端酒店集团等都在悄然调整自己的策略，升级相关设施，注重体验感和客户的满意度，以便应对未来的变化和竞争带来的挑战。

例如熙熙宪宪de乐园乡村民宿主打亲子特色体验，民宿主人刘添文认为，虽然主打亲子民宿，但乡村民宿的灵魂一定是落在乡村文化和体验上。今年其“五一”期间入住率达到80%以上。

相对于民宿，中高端酒店集团也在进行升级，就在“五一”前，华住集团全新桔子水晶2.0面世，成为华住中高端第一品牌，“如今，在消费分级和商旅出行需求上涨带动下，中高端酒店市场大有可为。从中国目前的市场来看，经济型和中档酒店占80%，中高端以上的酒店不到20%，这意味着市场有巨大的增长空间。”华住集团中高端酒店事业部开发高级副总裁黄慧星认为，下一阶段是属于中高端酒店的红利期。

“但是我们还应该看到，星级酒店的经营状况与疫情前还是有较大的差距，总体来说，2018年是最近10年最好的。2023年四季度五星级酒店每间可供房收入同比2019年下降10.75%，同比2018年下降14.98%。”赵焕焱对记者说。

迈点研究院首席分析师郭德荣分析认为，“五一”这种大型节假日期间，度假酒店、中高端精选服务酒店预订和入住状况都不错。但是星级酒店相较于疫情前的恢复情况还是不容乐观，“因为其客群很大部分是商务客，尤其是传统的四、五星级酒店，都有不小的宴会厅，除了一部分在市区核心地段、旅游资源丰富的星级酒店还可以，其他星级酒店的恢复还比较难，尤其是相比中高端精选酒店来说。”

另外，赵焕焱强调，酒店业绩不尽如人意的根本原因是供求关系变化。由于酒店业进入门槛低、难度低，如果认为这个行业有利可图，就会有源源不断的投资者进入，同时全国各地的民宿也在不断增加，客房供应增加大大超过消费需求增加，从而形成供大于求的局面。“需要说明的是，酒店集团的业绩不是酒店的业绩，酒店集团的业绩是靠收取酒店业主的管理费和特许经营费，而酒店的业绩是靠经营收入超过经营成本。”

对于星级酒店如何突围，蒋海峰建议说：“以后的酒店产品可能不需要像工业时代目标客源那么明确，因为移动互联和高铁已经重塑了人们工作和出行的模式，或旅游或工作或探亲访友，都可能会入住同一家酒店。所以不要把自己局限在只做某一类人的生意，除非会议和亲子度假类产品对设施有特殊需求，除此以外，星级酒店也要有能力接待各类客源。”

没有雪糕“刺客”的夏天：冰激凌开启新一轮竞争

本报记者 党鹏 成都报道

“就是卖红薯也要把债还上。”近日，因被“限高”而不得不坐绿皮火车的钟薛高法人、执行董事兼总经理林盛如此表示。

曾经以高价被称为雪糕“刺客”的钟薛高，如今不得不低调而行，走平价化路线。在线上线下，《中国经营报》记者看到，钟薛高如今的主流产品集中在10元—15元的价格带，今年仍在主打去年老款3.5元的Sa'Saa棒冰。

与此同时记者注意到，往年以低价竞争被称为雪糕“护卫”的品牌，则纷纷选择价位的整体上移。一些行业龙头企业通过产品创新、联名等方式，在不断推陈出新的同时，其冰激凌已经向10元以上价格带探路，拓宽高端化市场。

“今年冰激凌市场应该属于‘掐头去尾’的情况，虽然没有了超高端的雪糕‘刺客’，但是大家都往12元左右的价格带靠拢，两头尖往中间走，这是主流方向。”中国食品行业分析师朱丹蓬表示，这是基于中国的消费思维跟消费行为发生的变化，既要讲质价比，也要讲性价比。因此，未来超高端的冰激凌基本没有太大的市场，整体往中高端走应该是一个很主要的方向。

欧睿国际数据显示，2023年中国冰激凌市场销售额规模达到近600亿元，在越来越激烈的竞争之下，冰激凌市场仍在持续扩容。

雪糕“刺客”受挫之后的市场

“虽然‘限高’，还是不惧坐一晚上绿皮火车到北京，我就是卖红薯也要把债还上。我要代表所有遭遇困难的民营创业者说一句，不跑、不赖、不怂。这就是我们中国民营企业的底色。”林盛近日发微博称。

此前，钟薛高以66元/支的雪糕价格被称为行业的“刺客”，2021年，其营收突破10亿元。但在2022年夏天，一则“钟薛高31度室温下放置一小时不化”的话题登上热搜，随后舆论发酵后演变为“钟薛高用火都烧不化”，使其陷入舆论漩涡。

朱丹蓬分析称，钟薛高是一个网红品牌，是靠资本推动和流量撑起来的品牌，而消费者也会追求新奇的产品。当产品的品质不能匹配其价格时，它的供需关系就会发生非常大的变化。

2023年以后，国内产品已经进入到“性价比”与“质价比”兼而有之的消费节点，而钟薛高的品质差异以及运营等问题，让它的产品调性跌到谷底。

朱丹蓬认为，靠资本推动的品牌，尤其是靠高毛利、暴利的产品基本上没有太好的发展，当前国内消费者已逐渐偏向理性消费，他们更喜欢的是有品质、有品牌、有性价比和质价比的品牌。



昆明市迎来“紫色浪漫”季，蓝花楹文创雪糕上线。

视觉中国/图

雪糕联名文创势头正盛

记者注意到，钟薛高的微信号已经在去年停更，其最后一篇是和熊猫工厂联名的推广宣传。

去年，在联名文创方面，茅台为了斩获年轻消费者群体，和蒙牛联名推出系列冰激凌。3月26日，蒙牛乳业公布的2023年业绩报告中，其冰激凌板块收入为60.26亿元，同比增长6.6%。

记者注意到，2024年雪糕联名已然开启。例如，可爱多联动了当下流量国漫《天官赐福》，推

出联名主题装产品；伊利集团与长隆集团首推须尽欢×长隆8款联名新品。

伊利集团副总裁李雪表示，近年来，我国文旅产业正加快复苏，品牌文旅持续火爆，深度融合下的新业态、新模式、新供给加快涌现。

基于这一背景，伊利与长隆在战略合作中开启了深度共创。

伊利财报显示，冷饮业务2023年前三季度收入达到103.8亿元，同比增长12.9%，这一规模

也已超2022年一整年的水平。有券商预测，2023年伊利全年冷饮销售额会有两位数增长，高端化和渠道渗透将成为未来的增长动力。

“在增加品牌话题、吸引特定消费群体，甚至重塑品牌老化形象等方面，跨界联名确实对冰激凌品牌具有一定作用，这是值得提倡的营销行为。另外，跨界联名不是简单的IP授权，应该在产品口味创新、品牌内涵强化或

品牌年轻化升级等方面对冰激凌品牌带来实质性的改变，如此才能带来持续的市场增长。”快消行业专家于润洁告诉记者。

近几年，一些代表城市标识的文创雪糕探索出“出圈”密码，如武汉黄鹤楼、陕西兵马俑、杭州雷峰塔等。就此，于润洁认为此类操作基本上以卖“景点造型”为主，消费者也是以“拍照打卡”为主要消费需求。“网红打卡点的冰激凌应具有更广泛的创新

空间，无论是景点造型、文化IP造型，还是区域性特色口味、季节性花果口味、传统节日食品口味嫁接等方面。在创新的基础上，网红打卡点与冰激凌品牌形成稳定的跨界联名，对两者都是有益的合作。”

朱丹蓬认为，冰激凌的重度消费人群，喜欢有话题感的产品。所以，如何匹配新生代的核心需求，是很多企业在进行跨界联名时要考虑的重要维度。

行业持续创新

记者注意到，今年，不少冰激凌品牌在产品创新和提升产品力及辨识度方面下足了功夫。

京东消费数据显示，2023年夏天的雪糕消费者中，选择“社交”的人群占比达40.2%，他们更关注冰激凌的外观和颜色。而在新增热词关注词中，“少女感”“艺术感”关注度位居前列。

朱丹蓬认为，企业的创新是必然的，因为消费端不断地在倒逼

业端的创新升级跟迭代，“喜新厌旧，呆趣萌、新奇特，这些都是冰激凌重度消费人群的核心需求和诉求。”

于润洁认为，口味、口感以及“万物皆可多巴胺”引领着冰激凌产品的创新，各式花果口味、牛油果的脂肪口感、樱花粉等都是这方面创新的体现。沿着这个方向，地方特色鲜花、蔬果、谷物等都可以作为产品创新的来源，甚至一些猎奇的口味，如麻辣小龙虾、(卫龙)

辣条、(周黑鸭)卤味等，都可以丰富品牌的营销话题。同时，也不能忽视“健康”需求的创新，包括更健康的花果原料、更低的脂肪以及代糖等。

此外，记者注意到，无糖冰激凌成为今年市场的新宠，一些品牌开始试探推出无糖冰激凌产品。“无糖冰激凌其实只是一个噱头，它只是用代糖而已，可能更多的是用食材本身的甜度，不添加蔗糖。

但在年轻人看来，冰激凌跟饮料是一样的，一定要好吃好喝，否则就没有太大的市场。”朱丹蓬表示。

在产品创新的同时，记者注意到，今年冰激凌的价格出现整体上移的趋势，一些2元以内的产品已经很少或者涨价。

“在消费分级日益明晰的环境下，进入利润更高的中高端市场是品牌商明智的选择。目前来看，5元价格带是冰激凌的主流价格带，

品牌竞争异常激烈；而10元价格带可能是5年以后的主流价格带，目前处于品牌培育阶段。”于润洁表示。

在产品创新的同时，记者注意到，今年冰激凌的价格出现整体上移的趋势，一些2元以内的产品已经很少或者涨价。“在消费分级日益明晰的环境下，进入利润更高的中高端市场是品牌商明智的选择。目前来看，5元价格带是冰激凌的主流价格带，

声音

中国AI大模型的差异化发展之路

访北京瑞泊控股(集团)有限公司创始人、董事长乙壤月

近两年来, AI大模型持续占据全球科技界的“顶流”位置,至今热度居高不下。因具有实质性突破的ChatGPT、Sora均出自美国人工智能公司OpenAI,中国如何发展大模型、实现差异化突围成为行业内外关注的焦点问题。对此,业界有一个形象的比喻:中国发展大模型不能跟美国“打篮球赛”,一直

跟随容易“满场乱飞”,而应当使用“下围棋”的方法,在技术相对落后的情况下,通过大模型赋能各个产业领域,以实现人工智能在应用上的突破和提升。

北京瑞泊控股(集团)有限公司(以下简称“瑞泊”)是中国最早进入预训练大模型技术领域的团队之一,自2018年起与OpenAI这些国际主流AI实验室

同步开始预训练大模型及相关应用的研发,瑞泊核心团队在自然语言处理技术上已有超过十年的技术积累。瑞泊先后获得国家级科研机构2021年科技成果转移转化一等奖、被誉为人工智能界“奥林匹克金牌”的2022年“中国AI金雁奖”技术创新大奖、2023年中国十大模型案例及国家特色产业集群

赋能典型案例大奖。目前,瑞泊VIDYA智慧认知大模型已应用服务于金融、工业、IT运维等众多行业领域。

为了深入了解中国大模型技术的发展状况,尤其是在各个行业领域的赋能价值与应用潜力,《中国经营报》记者近日专访了瑞泊创始人、董事长乙壤月博士。

在行业落地方面中美起步差不多

大模型是“大力出奇迹”的工程成果,以大参数、大算力、强算法为显著特征,“规模定律”(Scaling Law)也被大模型厂商奉为圭臬。目前我国已有超过100个大模型,但由于算力被“卡脖子”,我国大模型的算力参数与美国相比差距在逐渐拉大。基于这种客观现实,中国大模型的从业者需要运用“下围棋”的智慧,从虚与实、攻与防、利弊权衡之间找到一条新的突围路径。

《中国经营报》:你怎么看中国和美国在大模型领域的差距?

乙壤月:我们都清楚,从ChatGPT到Sora,OpenAI的“暴力美学”屡试不爽。这种方法论,实际就是在当前技术和硬件条件下,通过大规模地投入来推动人工智能发展的可行性和有效性。在通用人工智能大模型的基础研发方面,中国与美国是存在客观差距的,且这个差距短期还有可能进一步拉大,我们从人才培养,以及算力、芯片、深度学习框架等核心技术攻关层面,都有较大的追赶空间。

在正视差距的同时,我们也要对中国人工智能的发展保持信心。需要强调的是,这里的信心并不是单纯的民族情绪,而是有真正底层支撑的信心,因为中国在发展人工智能方面拥有独特的优势——这些优势可能是包括美国、欧洲等其他国家和地区市场所不具备的,总结起来就是三点:需求规模大、产业链配套全、应用场景多。从中央到地方

的政策层面也能看到,新质生产力、人工智能+行动、智能制造、面向金融及工业领域等关键垂直的大模型等等,都在试图将优势扩大深化。

我一直认为,应当把通用大模型与垂类大模型分开来看,在后者大模型的各行业应用,我们和美国的起步是差不多的,我们并不落后,甚至是领先的。

《中国经营报》:垂类大模型与通用大模型相比有什么区别?

乙壤月:大模型的底层技术原理实际是一样的,无论是哪一类模型,共同目标都是利用大数据和复杂算法来模拟、理解以及生成人类的语言和知识,进而再在各自的应用场景中发挥作用。

通用大模型是以广泛的、跨领域的数据为基础构建的,其训练资料来自互联网、书籍、报纸等多种多样的来源,能够掌握和生成包含广泛知识的内容。行业大模型相当于专门业务领域的专家,通过深入学习特定行业或领域的数据,在专业领域内提供更加精确、深入的分析和解决方案。

简而言之,二者的专业深度和应用范围有较大的区别。可以类比通识教育,到了大学本科的三四年级可能就要往专业方向上走,变成一个专才,才能在人才市场更具优势。通用大模型擅长处理广泛的问题,拥有宽广的知识面,但在特定领域的深度和精准度上远不及专门训练的行业大模型,行业大模型则专注于深入挖掘特定领域的



知识,提供更专业、更精确的服务和解决方案。

除了专业性,另一个方面是涉及企

业的信息和数据安全,很多企业的数据按照法律法规的要求是“不出门”的,那就必须本地化部署自己的专属大模型。

企业应避免盲目追求新技术

AI大模型浪潮势不可挡,在众多企业投身AI大模型赛道的同时,各行各业也都在争相拥抱AI大模型,希望大模型能够推动行业的变革与创新发展。作为行业大模型提供商的瑞泊团队真切地感受到需求侧对于运用AI大模型的迫切与热情,唯恐错过而被市场淘汰。

《中国经营报》:从瑞泊的业务感知来看,需求侧现在对于大模型的认知与理解跟去年相比有变化吗?

乙壤月:变化非常明显,政、产、研的客户或合作伙伴,都对大模型表现出很高的热情。去年,我们在与客户的沟通中经常需要进行技术科普,解释大模型的基本概念和原理。而今年,很多客户更关注的是如何将大模型应用到具体的业务场景中,以实现成本降低和效率提升。这一转变反映出社会对新技术的快速适应和渴望通过技术创新促

进企业成长的共识。

《中国经营报》:在这一波的AI大模型浪潮中,瑞泊的定位是什么?你们着重解决的问题是什么?

乙壤月:瑞泊VIDYA大模型专注垂直行业领域,瑞泊的定位是关键行业的“超脑构建者”。行业大模型是“超脑”的组成部分之一,超脑还涵盖行业专业模型、大模型原生技术组件、前端AI应用集群等。

因为单靠大模型是无法完成那么多智能化的行业应用需求的,瑞泊行业超脑已成功在金融、工业、航运、IT运维等关键行业落地生根,我们可能是国内最早商业化的,以大模型为核心的超脑研发企业。瑞泊提供的

建设及转型解决方案,跟瑞泊合作的客户基本是基于长期主义的,奔着未来十年、二十年一直合作下去的。

《中国经营报》:对于企业应用大模型技术的热情,你觉得有提醒注意的地方吗?

乙壤月:虽然大模型技术带来了许多重要价值,但企业在投入使用前应进行充分的成本效益分析。确保技术投资与预期回报相匹配,避免因过度投资新技术而影响企业的财务健康。同时,合理设定技术应用的目标和期望,管理内外部的预期,避免过高期望带来的失望和挫败感。

首先,企业在选择时应重视产品的质量、安全性和可控性,避免因技术选型不当而带来潜在的法律风险和安全隐患。尤其对于涉及国家核心产业和关键领域的企业,使用不可控的开源大

模型和API接口存在较大风险。在当前的国际环境下,确保技术的安全性和数据的主权尤为重要,故建议优先考虑国产、可信赖的技术解决方案。

其次,避免盲目追求新技术,企业应深入分析自身的业务需求和痛点,以确保技术的应用能够带来实际的商业价值和社会价值,避免因追求技术而忽略了技术应用的实际效益和合理性。

再次,在使用大模型技术时,企业必须重视数据隐私保护和安全性问题。不论是在中国,还是在全球范围内,安全合规的重要性日益凸显。

最后,技术的适配性与集成问题需关注,技术集成是实现大模型技术落地的关键步骤,企业需要考虑大模型技术与现有系统的兼容性,确保新技术的引入不会干扰原有业务流程的正常运行。

未来20年是大模型普及的阶段

大模型是通往AGI(通用人工智能)的终极密码吗?目前业界仍众说纷纭,莫衷一是。但是当被问及如何看待以大模型为代表的新一轮AI热潮时,乙壤月在采访中给出了一个颇为肯定的回答,他认为“大模型技术的突破,至少是文明级的技术突破”。

《中国经营报》:你为什么认为“大模型至少是文明级的技术突破”?

乙壤月:人类的发展是一个漫长的历史过程,科学技术的发展对人类文明的形成与演进,起着至关重要的作用,科技的发展是叠加性进步且不断加速的。上一次人类文明级的技术突破是蒸汽机,蒸汽机技术把热能转换成动能,使人类第一次完成了在生产劳动中以“热力”代替人的“体力”的革命性飞跃;而这一次大模型技术的突破,是将“电能”转换成了“智能”,增加了脑力劳动的不断输出,是机器智能对人类智能赋能及替代的开端。

说大模型是文明级的技术突破,也是因为大模型的“涌现能力”,机器开始能够理解人类的语言并且开始“会说话”了。人与其他动物最本质的区别,在于人类具有高度发达的语言能力,语言被认为是人类智能的标志性能力,当

人类没有语言的时候,我们其实无法去广泛认知这个世界,语言的边界其实就是世界的边界。正如《人类简史》中所描述——“智人之所以能够成为这个星球唯一霸主,一个重要的原因是他们发展出了虚拟的语言。”我们常说的大模型全称是“预训练大语言模型”,随着大模型技术的突破,人类独有的语言能力被打破,人机关系呈现出新的特征,因为机器带来的语言边界的扩大将导致我们认知的世界边界的扩大。机器掌握了语言,强人工智能时代就到来了。当然,实现AGI这一过程一定是渐进的、不断迭代的。

《中国经营报》:瑞泊创立之初,国内外的大模型领域是一个什么样的状态?

乙壤月:大模型技术属于人工智能科学中自然语言处理的子领域,很长一段时间以来都是比较冷门的,因为难度大、门槛高,譬如对于算力、技术、数据的要求都很高,更关键的是它还走了与其他“门派”大相径庭的技术路线——历史上大部分人工智能研究都非常依赖人类的直觉和经验,试图通过精心设计的规则和算法来模拟人类的智能,但它的问题在于人类知识的有限

性以及对特定领域的偏见。相反,大模型是利用海量的算力和数据,通过让模型自监督学习的方法来取得让人惊讶的成果。强化学习之父、加拿大计算机科学家理查德·萨顿在《苦涩的教训》一书中说:“过去七十年来,AI研究走过的最大弯路就是过于重视人类既有经验和知识。”所以大模型研究团队一直是“孤勇者”。

一般机构下不了决心做这种投入很大、很少人选择且前景很不明确的领域,因为算不过来账。瑞泊开始进行投入预训练大模型技术的时点,跟国际主流的AI实验室基本是同步的,当时国内也就大概七八个机构是明确有团队在跟踪这项技术的,美国的情况也差不多,但是美国的投入确实要比我们大很多,差着好几个数量级。我们的感受是这个过程很孤独,像在茫茫大海中寻找新大陆,没有信仰是不可能坚持下来的。

《中国经营报》:你怎么看中国人工智能发展的未来?中国的企业家应当扮演什么样的角色?

乙壤月:未来20年将是大模型普及的年代,生活和工作的方方面面都会充斥着大模型。大模型涉及国家安全

与国际竞争,我国会避免芯片、操作系统这些核心领域“落后”的历史重演,尤其是会避免生态被外部所控,核心领域不会使用国外或者不可控的开源系统。

人工智能技术的发展并不是孤立发生的,它需要与企业的核心业务深度融合,才能发挥出真正的商业价值。这就要求企业家不仅要关注技术本身,更要深刻理解自己的业务和市场,从而引领企业在正确的方向上进行技术创新和应用。

我很欣赏美团创始人王兴对于企业经营的一个总结:“我们吃了很多亏,交了很多学费,才明白这个世界没有神话,只有一些很朴素的道理。便宜的打败贵的、质量好的打败质量差的、认真的打败轻率的、耐心的打败浮躁的、勤奋的打败懒惰的、有信誉的打败没信誉的。”

对于中国的企业家和创业者们来说,建设人工智能和大模型,这些道理其实就是要:数据的质量胜于数量、耐心和细致的研究胜过浮躁和急躁、持续的学习和适应能力胜过一成不变的模式。最后,我想把诺贝尔物理学奖获得者理查德·费曼的一句话与大家共勉:“凡是我还不能创造的,就是我还没有理解。”

老板秘籍



秘籍

1



如何让大模型
更好地在各行业落地?

简历

乙壤月
北京瑞泊控股(集团)有限公司创始人、董事长,研究员,清华大学五道口金融学院/日内瓦大学金融学博士、香港理工大学管理学博士。

创立瑞泊前曾在华为集团工作多年,先后从事技术、市场及综合管理等方面的工作。曾担任京东商城集团副总裁,拥有超过20年丰富大型IT企业及创业企业管理经验。

2

对于企业应用
大模型技术的建议?

虽然大模型技术带来了许多重要价值,但企业在投入使用前应进行充分的成本效益分析。确保技术投资与预期回报相匹配,避免因过度投资新技术而影响企业的财务健康。

首先,企业在选择时应重视产品的质量、安全性和可控性,避免因技术选型不当而带来潜在的法律风险和安全隐患。

其次,避免盲目追求新技术,企业应深入分析自身的业务需求和痛点,以确保技术的应用能够带来实际的商业价值和社会价值。同时,企业要合理设定技术应用的目标和期望。

再次,在使用大模型技术时,企业必须重视数据隐私保护和安全性问题。

最后,技术的适配性与集成问题需关注,企业需要考虑大模型技术与现有系统的兼容性,确保新技术的引入不会干扰原有业务流程的正常运行。

深度

迈向AGI 是一个渐进的过程

人工智能科学从20世纪中叶诞生至今,经历了几波冷热交替的发展浪潮,其间机器学习、数据挖掘、知识图谱、专家系统、图像识别、语音识别、自然语言处理等细分领域技术轮番登场。或许是因为长期以来受到科幻小说、影视作品的影响,人们对科技的发展与进步总是寄予“一步到位”“瞬间变身”的想象,而事实上,科技的演进——从大模型这些技术迈向通用人工智能(AGI)是一个渐进式的、进步力量不断叠加的过程,很多人可能身在其中却感受不强烈。

乙壤月和瑞泊团队从大模型技术最初的冷门阶段走来,又在最近一年多来真切感受到行业的火热。他试图站在人类文明发展的历程中来观察,并基于自己的认知方法论去阐释其大模型是文明级的技术突破论点,这在众说纷纭的大模型观点、争锋中提供了一种新的思考视角。

与此同时,中国人工智能发展的实际水平究竟如何?在日益白热化的全球科技比拼中,我国能否占领竞争高地?这些最受关注的问题,是对包括瑞泊团队在内的所有中国AI从业者的灵魂拷问。在采访过程中,乙壤月多次强调中国发展人工智能的优势与信心,并且给出了自己的解释与论证。他认为,几乎所有产业都在或者即将因为人工智能系统及技术的应用而发生深刻的变化,同时将会创造出全新的服务产业形态和模式。

2024年《政府工作报告》中提出:大力推进现代产业体系建设,加快发展新质生产力。强调要深化大数据、人工智能等研发应用,开展“人工智能+”行动。这是“人工智能+”首次被写入《政府工作报告》。显然,人工智能正在成为新质生产力的核心引擎,成为整个经济社会发展变革的基础性力量。作为中国的AI从业者,乙壤月提醒要回归到最本质的初心,重视数据质量,投入耐心与细致的研究,朝着社会文明变革的方向脚踏实地前进。

本版文章均由本报记者曲忠芳采写