



本报官方微博



本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

借势政策落地红利 制造业投资需求持续释放

NA2

深圳的外贸“老板”们



NB9

从乔布斯到雷军 企业家IP打造方法论

商业案例 ND4

自今年小米汽车发布以来，小米科技创始人雷军就一直走在聚光灯下。从北京国际车展顶流，到与周鸿祎等人的互动话题，再到时不时给网友们汇报工作进展，雷军掀起的流量热潮已持续了一个多月。

雷军在小米汽车发布及销售上的巨大成功，让企业家个人IP的打造成为显学，也让很多企业家意识到个人IP的价值，不仅可以节省巨额的广告费，而且像雷军这样，推动近8万台小米汽车销售锁单迅速卖出，直接转化为销量，谁能不羨

慕呢？

近期另一位企业家顶流、360创始人周鸿祎不仅自己频频出圈，爱车迈巴赫的售卖、交车，还有极氪的收车都搞得仪式感满满，还频繁cue到老朋友雷军，论证起企业家做IP的必要性。“雷军出来做小米汽车，开始大家都不看好，但他通过个人IP强大的影响力，一举扭转了小米的销量表现，小米汽车获得巨大的成功。”

《中国经营报》记者注意到，在这波巨大的流量浪潮下，备受刺激的车圈老总陆续披挂

上阵，还继续扩散到各行各业的老总们，纷纷开始琢磨个人IP的打造方法。越来越多的创始人们站出来为企业“代言”“发声”“直播”。

毕竟在这个信息爆炸、竞争激烈的时代，“注意力”本身就是一种财富。

正如乔布斯之于苹果、马斯克之于特斯拉、任正非之于华为、马云之于阿里巴巴、雷军之于小米，他们都是企业品牌形象最为具象化、人格化的表达，个人IP经过时间的沉淀后，终会成为一个炫目的企业符

号。创始人在幕后的时代已经过去，企业家个人IP大放异彩的时代正在到来。



社评

“法治+技术”当发力 “按键伤人”要重锤

近日，比亚迪起诉一百万粉丝网红博主并索赔500万元。一年前，其公关总经理李云飞曾在微博悬赏500万元寻找恶意抹黑企业的幕后黑手。而不久前，农夫山泉和钟睒睒也曾被“网络暴力”所困扰。众多案例下，“按键伤人”正成为许多企业经营者面临的风险问题。

面对网络暴力，格力电器董明珠选择报警。她被网友编排与同事存在办公室恋情，这位年近70岁的女企业家，第一次被人以各种黄色谣言攻击。

如果说网络暴力会让一家企业陷入经营困境，那么放在个人身上，则是生命无法承受之重，无论是“跳楼妈妈”还是“胖猫事件”，网络暴力所带来的次生灾害足以毁灭一个人的意志。网络暴力不仅会让一家企业品牌瘫痪，一个人社会性死亡，更加速了互联网生态下非理性价值观的野蛮生长，不仅不利于社会和谐繁荣稳定，更不利于营造包容审慎的营商环境。

然而面对网暴，无论企业还是个人，维权成本却极高。这不得不让我们重新审视其根由，以期寻得更好的解决方式。

网络舆论如洪水猛兽，而网络暴力更是杀人诛心。二者背后的核心动力，与流量直接相关——1997年出版的《注意力经济》一书首次提出流量概念，其微妙地诠释了如何把大众的注意力变成生意，网络暴民通过违背社会习俗来吸引注意力，从而达到自己的目的。

在内容纷繁复杂的时段，如何吸引公众的注意力？成功的方法简单粗暴——点燃公众的情绪。正如《乌合之众》所言：“群体追求和相信的从来不是什么真相和理性，而是盲从、残忍、偏执和狂热，只知道简单而极端的感情。”“网络水军”往往以此作为指导，用编排好的剧本自导自演，扭曲事实，以博人眼球、赚取利益。

然而，网络空间不是法外之地，刑法中涉及网络谣言的罪名主要包括编造、故意传播虚假信息罪，编造、故意传播虚假恐怖信息罪，损害商业信誉、商品声誉罪，以及虚假广告罪，寻衅滋事罪。针对个人，网络暴力行为主要适用的罪名是侮辱罪、诽谤罪。相关法律法规早已明确，为何网络暴力、网络水军、网络公关屡禁不止？

网络谣言散播如一只看不见的手在敲击键盘，难以锁定与识别特定的加害方，大量被煽动的跟风者法律意识淡薄。违法成本低、维权成本高使得网络暴力案件长期存在立案难、取证难、公诉难等问题。从救济渠道来看，被害方既难以依靠自救来保护自身权益，也难以通过公力救济途径有效地追责。从程序层面来看，主要体现在被害方举证能力的严重不足。

2023年9月，最高法、最高检、公安部联合发布《关于依法惩治网络暴力违法犯罪的指导意见》，其中指出，对于网络暴力违法犯罪，应当依法严肃追究，切实矫正“法不责众”错误倾向。要重点打击恶意发起者、组织者、推波助澜者以及屡教不改者。同时，《意见》当中畅通了个体遭遇侵害时

的损害商业信誉、商品声誉罪，它是指捏造并散布虚伪事实，损害他人的商业信誉、商品声誉，给他人造成重大损失或者有其他严重情节的行为。但何为重大损失、其他严重情节尚无明确的标准解释，且如何认定经济损失与造谣之间的因果关系，都是难点。

为了进一步推动刑法治理网络暴力，法学界众说纷纭。实际上，就目前的罪名设置而言，刑法已经很丰富，规范相对完备。学者建议，当前的重点在于在推进刑法量刑规范化改革的同时，要思考如何优化已有的法条规定，充分发挥现有法条规范的调节作用。此外，需采取以公力救济为主导的法律机制，适用以事前规制为中心的风险规制模式，并适度扩张刑法的介入范围。

其中较为关键的三点在于，既要提高刑法的威慑力，更要坚持刑法的谦抑性原则；既要保持刑法的稳定性，更要积极推动刑法规范的完善；既要保护网络平台在推动网络发展中的积极性，更要推动网络平台落实法律责任，依法作为。

罗翔说：“不要对人性抱以过高的期待，永远要警惕人性深处的幽暗，法治的前提是对人性败坏的假设。”网络文明呼唤理性思考，在引导个体外，更需技术与法治的有效防治。

的权利救济途径，包括“自诉转公诉”的程序衔接问题，“自诉转公诉”的公诉标准问题。这些刚性有力的法律制度，为惩治网络暴力构筑起“防火墙”。

此外，为了有效遏制网络暴力，中央网信办部署开展了“清朗·网络暴力专项治理行动”。2022年11月，中央网信办发布了《关于切实加强网络暴力治理的通知》，明确“网络暴力针对个人集中发布侮辱谩骂、造谣诽谤、侵犯隐私等违法信息及其他不友善信息，侵害他人合法权益，扰乱正常网络秩序”。2023年3月，国家网信办也提出，严厉打击网上恶意损害企业和企业家形象声誉，甚至从中牟取非法利益的违法违规行为。

在互联网如此发达的今天，谣言真的止于智者吗？近五年来，人民法院审理的网络暴力刑事案件近4000起。治理网络暴力更应该让谣言止于法治和技术，不仅要从法律层面，更要从技术层面双管齐下从严整顿。其中，注重新型技术在反网暴领域的运用，通过技术手段在传播过程中限制网暴暴力，改进网络实名认证，构建网暴识别模型等等，从源头上加强对受害人的保护，降低取证难度。

罗翔说：“不要对人性抱以过高的期待，永远要警惕人性深处的幽暗，法治的前提是对人性败坏的假设。”网络文明呼唤理性思考，在引导个体外，更需技术与法治的有效防治。

本期热词

城投新债

2024年，一批城投公司通过重组等形式“腾笼换鸟”，成功转型成为产业类城投公司。与此同时，以产业类城投公司作为主体发行的产业类债券数量也有所增加。对此，不少从事产业类债券发行人士认为，随着城投公司兼具城投属性和产业属性，产业类城投公司势必会受到资本市场的追捧。同时，产业类债券的发行亦会水涨船高。

城投“腾笼换鸟”激活产业债

耐心资本

5月27日，中国银行(601988.SH)、农业银行(601288.SH)、工商银行(601398.SH)、建设银行(601939.SH)、交通银行(601328.SH)、邮储银行(601658.SH)六家国有大行相继发布公告，合计出资1140亿元持股国家集成电路产业投资基金三期股份有限公司，占比33.14%。

耐心资本扩容 六大行持股国家大基金三期

AI淘汰赛

在字节跳动的大模型喊出行业便宜99.3%之后，其“行业最低价”正在被不断打破。近日，阿里云、百度等巨头公司纷纷宣布将大模型价格降到更低，百度甚至直接宣布免费。科大讯飞更是宣布，其讯飞星火API能力正式免费开放。其中，讯飞星火Lite API永久免费开放。

淘汰赛开打:大模型免费的表里

足球烧钱

5月25日，意甲国际米兰足球俱乐部主席、苏宁控股集团副总裁张康阳发文道别，国米的8年“苏宁时代”宣告落幕。他在长文回顾了自己的国米生涯，并感谢了管理团队、球员和球迷们。

张康阳“痛失”国米背后:体育生意盈利何解?

经济大势

A1~A4

AI发展迅速能耗猛增 A2
发改委扶持绿色算力
个人信息数据“灰色”产业链 A4

营商环境

B1~B16

注重投资者回报 B4
上市险企跟进“一年多次分红”
数据价值释放“找出路” B8
千万级豪宅“一天一夜卖出13套” B10
新“沪九条”催热上海楼市
旧改十年成本超300亿 B11
合生创展如何应对“康鹭之变”?
“低卖高买”遭质疑 B14
麦澜德近两亿元收购终止

智在公司

C1~C8

珠海冠宇对垒ATL C3
消费锂电巨头“诉讼战”进入深水区
飞行汽车“越飞越近” C5
低空经济迈向万亿市场
小鹏汽车人事频繁变动背后: C7
“木星计划”面临营销困境
新能源汽车下乡之变 C8

消费连锁

D1~D4

蒙酸奶陷食安风波 D2
教育大模型卷向何方? D3



中经传媒智库



本报官方微信

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

借势政策落地红利

制造业投资需求持续释放

本报记者 杜丽娟 北京报道

随着宏观组合政策实施力度的不断加大，市场需求逐步改善。受此带动，工业生产回升向好，2024年1—4月，工业企业利润累计同比

增长4.3%，延续增长态势。

从行业看，装备制造业中的电子、汽车、通用设备等行业利润增长较快，原材料制造业中的有色、能源等行业也保持了高速增长。“随着扩内需促消费政策的深入实

施，加之前4月专项债发行提速，这使国内需求持续释放，市场情绪也在逐渐回暖。”光大证券首席经济学家高瑞东表示。

5月29日，国际货币基金组织宣布上调今年中国经济增长预期

至5.0%，与4月《世界经济展望》的预测相比，上调了0.4个百分点。“中国经济增长仍将保持一定的韧性，尤其是一揽子政策的落地实施，也将促进经济稳步增长。”国际货币基金组织在会议中指出。

制造业景气复苏

制造业利润占比的进一步扩大为需求回暖提供了更多佐证，这成为二季度经济数据中的一个亮点。

国家统计局数据显示，4月份，全国规模以上工业企业利润由3月份同比下降3.5%转为增长4.0%，增速回升7.5个百分点，企业当月利润明显改善。根据信达证券的测算，1—4月下游制造业利润占比为40.9%，较上月提高1.3个百分点，这显示出制造业利润在进一步向下游制造业集中。

“下游制造业景气主要与出口回暖密切相关。”对于制造业利润占比扩大的原因，信达证券宏观首席分析师解运亮如此解释。

从数据看，2024年2月出口交货值同比增速由降转升，随后两个月也呈现增速加快的态势，截至4月，出口交货值增速为7.3%。出口持续回暖，对相关产业链产生了较强的拉动作用。

在国家统计局的数据中，今年以来，电子行业受智能手机、集成电路、液晶面板等产品需求释放、产量出现较快增长，总体看利润大幅增长75.8%。

信达证券认为，本轮全球制造业复苏的本质是全球货币政策放松。为了论证这一观点，团队构建了全球央行货币政策扩散指数，其



1—4月份全国规模以上工业企业利润增长4.3%。

视觉中国/图

其中包括全球37个主要经济体的政策利率。结果显示，全球央行货币政策扩散指数在2022年末达到巅峰，之后转头向下，这反映了全球货币政策在持续放松。

结合中国实际，今年以来，货币政策的调控力度持续加大，从而支持经济回升向好，这些政策包括：降准0.5个百分点，释放中长期

流动性超过1万亿元；适时降息，下调支农支小再贷款、再贴现利率；发放抵押补充贷款，支持推进“三驾马车”建设等。

中国人民银行在《2024年第一季度中国货币政策执行报告》中指出，上述政策成效显著，有效支持了实体经济发展，促进经济金融良性循环。截至3月末，社会融资规

模和M2增速分别为8.7%、8.3%，社会融资规模、货币供应量同经济增长和价格水平预期目标相匹配。

中国人民银行有关人员介绍，4月以来，企业预期加快好转，出口增长加快，进口量价齐升，加上前期降准降息等各项政策效果的持续显现，有利于进一步巩固经济回升向好态势。

设备更新拉动投资

在全球制造业景气复苏的背景下，我国出口景气的持续性也值得关注。尤其是大规模设备更新政策的落地，对于家电、电子元件等出口景气度较高行业来说，有望为制造业投资带来新一轮的增长动力。

今年3月，国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》（以下简称“方案”）。方案涵盖工业、农业、建筑、交通、教育、文旅、医疗等多个领域，提供政策支持、金融支持、税收优惠、信用优惠等多重措施，预计设备更新规模达5万亿元以上，并将创造万亿元市

场空间。

在方案发布后，各地也在找准发力点和突破口，系统谋划重点领域大规模设备更新工作。

5月30日，山东省济南市交通运输局发布通知称，将积极做好交通运输领域大规模设备更新项目摸排梳理，尽可能多地挖掘符合条件的申报项目。目前，该局谋划储备了包括新能源公交车及动力电池、新能源出租车及大型除雪设备在内的拟更新设备共计9000余件。

同一时间，黑龙江、安徽、浙江、河南等地也组织召开了大规模设备

更新工作部署大会，并聚焦工业、农业、交通、建筑、社会等领域，明确优先淘汰超期服役的落后的低效设备，更新替换先进设备，加快产业高端化、智能化、绿色化。

高瑞东认为，设备更新不仅有助于提升先进产能比重，也能扩大有效投资，畅通资源循环利用链条，这对提高国民经济循环质量和水平具有重要意义。

政策支持也为微观主体的投资创造了良好预期。

从投资数据看，1—4月份，全

国固定资产投资累计同比增长4.2%，比一季度回落0.3个百分点。其中，4月制造业投资单月同比增长9.3%，前值10.3%，今年前2个月同比增速为9.4%，增速虽有小幅下降，但整体对固定资产投资提供了支撑。

中证鹏元研究发展部分析师吴进辉认为，在大规模设备更新和消费品以旧换新等政策有力支持下，制造业高端化、智能化、绿色化正在稳步推进，根据我们的预测，设备器具制造业投资今年将维持在17%的高增速水平，这些将促使制造业投资实现较快增长。

20年期超长期特别国债上市 低利率有助降低融资成本

本报记者 杜丽娟 北京报道

近日，面对个人投资者发售的第二期超长期特别国债上市交易，这是20年期超长期特别国债的首次亮相，本次债券同时在上海证券交易所和深圳证券交易所上市。

在此之前的5月17日，我国发行了2024年首批超长期特别国债，规模为400亿元，期限为30年期。经招标确定，30年期超长期特别国债的票面利率为2.57%，5月20日起开始计息，为固定利率附息债，利息按半年支付。

《中国经营报》记者对比发现，和30年期特别国债相比，20年期特别国债的票面利率要略低一些，招标结果为2.49%。

对于利率变化，一位资本市场人士分析，虽然20年期特别国债的票面利率稍低，但从国债认购情况来看，期限短的国债流动性更强，对投资者来说，吸引力也更强。

今年的《政府工作报告》提出，从今年开始拟连续几年发行超长期特别国债，专项用于国家重大战略实施和重点领域安全能力建设，今年先发行1万亿元。

所谓“超长期”国债，主要指的是发行期限在10年以上的国债，目前国债主要包括15年、20年、30年和50年四个期限品种。截至2024年4月底，我国存量超长期国债规模达到50936.9亿元，占存量国债的比重达到16.9%，其中15年期、20年期、30年期和50年期占比分别为0.1%、1.6%、11.6%和3.6%。

然而，区别于一般国债，特别国债是指阶段性发行的具有特定用途的国债。从利率期限结构来看，我国10年期以上国债收益率曲线较为平坦，相对而言，发行超长期国债融资成本较低。我国国债收益率曲线总体呈现出向上倾斜的形状，期限利差随着发行期限的拉长快速收窄。

具体来看，目前10年期与5年期国债利差达到21.5BP，而15年期国债与10年期以及20年期与15年期的国债利差分别为11BP和7BP；20年期和10年期利差达到18BP，而30年期和20年期、40年期和30年期、50年期和40年期利差则分别为9.9BP、7.4BP和0.9BP。

粤开证券首席经济学家罗志恒表示，从首批超长期特别国债的

发行结果看，超长期国债的加权中标收益率为2.57%，较最近一次（4月29日）30年期特别国债加权利率下降3.8BP，这表明购买超长期特别国债，可以降低融资成本。

“从加权利率水平看，目前的利率水平有利于降低政府的付息压力，这使政府能够以更低的成本筹集到更多资金。”罗志恒说。不仅如此，3.9的全场倍数和382.6的边际倍数，也反映出投资者对超长期特别国债的认可，整体看市场认购热情比较高。

根据财政部披露的2024年超长期特别国债发行安排，今年拟发行超长期特别国债的期限为20年、30年和50年，分别发行7期、12期和3期，总体呈现出以30年期为主，20年期与50年期为辅的特征，采取半年付息方式。

从发行节奏来看，超长期国债集中于5—11月发行，整体供给较为均匀，这可以降低对流动性的冲击，目前首次发行时间为5月17日，其中6月、8月、10月发行量较大，每月均发行四期。

据悉，国债按照不同的发售对象划分，可分为储蓄国债和记账式

国债两大类。

储蓄国债直接面向个人销售，按照不同的债权记录方式，可分为纸质凭证记录为特征的凭证式储蓄国债和以电子记录为特征的电子式储蓄国债。

记账式国债在一级市场通过记账式国债承销团主要面向机构投资者发行，并在中央结算公司以电子记账方式记录债权。上市后，个人投资者也可在二级市场向机构投资者购买。

对于个人投资者而言，购买储蓄国债和记账式国债如持有到期，均可获得稳定的本息收入。不同的是，储蓄国债在存续期内不可上市交易，记账式国债在存续期内可在市场进行交易。

在《个人投资者购买国债问答》中，财政部提醒，相比储蓄国债，记账式国债的交易价格随市场价格波动，投资者买入后，可能因价格上涨获得交易收益，也可能因价格下跌面临亏损风险。因此，不以持有到期而以交易获利为目的的记账式国债个人投资者应具有一定投资经验和风险承担能力。

AI发展迅速能耗猛增 政府扶持绿色算力

本报记者 索寒雪 北京报道

一位央企运营商数据中心规划人员向记者表示：“新算力中心建设的第一步就是要通过能评指标。目前供电和制冷的模式正在发生重大变化。”

能评指标是能源使用情况的量化指标，对于算力中心而言，节能冷却模式正在发生重大变化，算力中心使用液冷技术将引领数据中心节能新潮流。

能耗翻数倍

要加快推动人工智能发展，培育新质生产力，推进高质量发展。

“我们在中西部地区规划了一些机房的建设，目前正在寻找需求方，寻找客户。”前述央企人士表示。

2024年2月，国资委召开“AI赋能 产业焕新”中央企业人工智能专题推进会，强调要加快推动人工智能发展，培育新质生产力，推进高质量发展。

国资委党委书记、主任张玉卓在专题推进会上表示，中央企业要主动拥抱人工智能带来的深刻变革，强化创新策略、应用示范和人才聚集，打造人工智能产业集群。

随着人工智能技术的不断发展，智算中心将成为未来数据中心的重要发展方向。智算中心需要的制冷耗能将迅速增长。

“算力用电和制冷用电都特别多。原来一个机架耗电5千瓦，现在需要翻10倍。”前述央企人士表示。

5月24日，在国新办举办的新闻发布会上，青海省委副书记、省长吴晓军就青海发展绿色算力产业优势积极招商。“我们有‘地利’。青海气候干燥、凉爽、洁净，常年干燥度2.38，平均气温3.4摄氏度，数据中心可以

液冷技术竞赛

液冷技术省去了传统的空调基础设施，只增加了循环泵，从而节省了大量的建设成本。

“我们现在设计的算力中心都是液冷，现在其他的算力中心也在进行能效改造，使用液冷。”前述央企人士称。

引入液冷技术，可以提高数据中心的散热效率，降低能耗，提高空间利用率和降低噪音。

有资料显示，预计到2025年，数据中心的x86 CPU芯片TDP可能提升至350W左右，ARM CPU芯片的TDP可能提升至600W左右，而用于人工智能计算的NPU/GPU芯片可能会提升到750W左右。液冷技术通过液体作为热量传输媒介，能够直接导向热源带走热量，散热效率远高于传统的风

冷技术。

液冷技术省去了传统的空调基础设施，只增加了循环泵，从而节省了大量的建设成本。

“我们现在设计的算力中心都是液冷，现在其他的算力中心也在进行能效改造，使用液冷。”前述央企人士称。

引入液冷技术，可以提高数据中心的散热效率，降低能耗，提高空间利用率和降低噪音。

近日，中国电信粤港澳大湾区首个大规模全液冷智能算力数据中心发布暨数字韶关框架协议签约仪式活动在韶关市浈江区举行。

发改委严把审批关

加强全链条节能管理，严格节能审查、节能监察，提升数据中心能源利用效率和可再生能源利用率。

据了解，算力中心的能耗审批权在国家发展改革委手中。

“我们项目能评的审批权在国家发展改革委。”前述央企运营数据中心规划人员向记者表示。

2024年年初，国家发展改革委公布了关于深入实施“东数西算”工程加快构建全国一体化算力网的实施意见。

涉及促进数据中心节能降耗问题时，该文件指出：“持续开展绿色数据中心建设，推进数据中心用能设备节能降耗改造，推广液冷等先进散热技术。优化数据中心负载运行时段，提升数据中心等负荷的柔

性调节响应能力。推动数据中心备用电源绿色化。加强全链条节能管理，严格节能审查、节能监察，提升数据中心能源利用效率和可再生能源利用率。”

在5月21日国家发展改革委新闻发布会上，国家发展改革委政策研究室副主任、新闻发言人李超向在场记者表示，将会同有关方面务实求效、持续推进有力做好节能降碳工作。

李超表示，将健全节能降碳管理长效机制。完善固定资产投资项目节能审查制度，强化节能审查事中事后监管。同时，加快制订、修订一批节能标准，依法依规加强节能监察。

青年群体就业是重中之重 “00后”关注个人经济独立

本报记者 索寒雪 北京报道

中共中央政治局5月27日下午就促进高质量充分就业进行第十次集体学习。中共中央总书记习近平在主持学习时指出，要加快建构中国就业理论体系，有效提升我国在就业领域的国际话语权和影响力。坚持把就业作为民生之本；坚持实施就业优先战略。

报告同时提到，相比于长辈们，“00后”一代更加关注个人经济独立。

“00后”撑起的消费市场

要坚定不移贯彻新发展理念，更加自觉地把高质量充分就业作为经济社会发展的优先目标。

2024年5月，一位国际消费品企业的中国区CEO在接受《中国经营报》记者采访时表示，尽管现在中国年轻人的就业压力大，但是，他又对当代年轻人的消费观有些“看不懂”，年轻人虽然没钱，但是他们还在积极消费。

前述CEO表示：“现在的年轻人就业压力大、经济压力大，但是他们还是想去旅游，想出去看看，因为世界那么大。尤其是‘00后’，他们的想法和消费观念可能跟我们这一代人是不一样的。”

“过去我们都觉得工作都没有，还要什么自行车。该赚钱赚钱，需要赶紧找工作。但‘00后’不会这么想。”该CEO说，“可能是因为现在‘00后’基本上也都是一个孩子，能够得到家里的经济支持，在个人消费层面顾虑得更少。所以，现在我们的ToC业务前景非常好。”

数据显示，一季度，全国城镇调查失业率平均值为5.2%，专家分析认为，这一数字标志着目前中国的就业形势还在回暖。

国家统计局新闻发言人、总经济师、国民经济综合统计司司长刘

在同一天，全球薪酬和人力资本管理机构ADP发布了《职场人2024：全球劳动力观点》报告，与去年的报告数据相比，今年中国劳动者对工作稳定性的重视提高了10%以上，跃居就业考虑因素的首位（55%），超越了薪酬（52%），而职业晋升（43%）则降至第三位。

报告同时提到，相比于长辈们，“00后”一代更加关注个人经济独立。

爱华近日在国新办发布会上说，今年前4月，全国就业形势总体稳定，城镇调查失业率下降。

数据显示，1—4月份，全国城镇调查失业率平均值为5.2%，比上年同期下降0.2个百分点。4月份，全国城镇调查失业率为5.0%，比上月和上年同月均下降0.2个百分点。本地户籍劳动力调查失业率为5.1%；外来户籍劳动力调查失业率为4.9%，其中外来农业户籍劳动力调查失业率为4.5%，农民工等重点群体失业率下降较多。31个大城市城镇调查失业率为5.0%。

前述某国际消费品企业的中国区CEO向记者表示：“我们看到中国做了很多努力，政策利好对于经济的拉动作用还需要一段时间才能完全显现出来。”

在中共中央政治局会议上，习近平总书记强调，要坚定不移贯彻新发展理念，更加自觉地把高质量充分就业作为经济社会发展的优先目标，使高质量发展的过程成为就业提质扩容的过程，提高发展的就业带动力。

创造更多高质量就业岗位

坚持把高校毕业生等青年群体就业作为重中之重，开发更多有利于发挥所学所长的就业岗位。

近年来，城镇新增就业年均1300万人，为民生改善和经济发展提供了重要支撑。但数据也显示，一些行业仍存在用工缺口，专家认为要从破解“有活儿没人干”入手，解决“有人没活儿干”的问题。

习近平强调，要完善重点群体就业支持政策。坚持把高校毕业生等青年群体就业作为重中之重，开发更多有利于发挥所学所长的就业岗位，鼓励青年投身重点领域、重点行业、城乡基层和中小微企业就业创业，拓宽市场化社会化就业渠道。

针对目前存在的就业问题，国家发展改革委已经着手研究解决方案。

记者从国家发展改革委就业收入分配和消费司处了解到，其2024年度研究课题与当前的就业

市场的现实问题紧密相连。

其中包括对“国家公共实训基地建设发展总体思路研究”。实训基地是给学生提供技能培训的场所，通过实训基地的学习能够让学生更好地融入职场工作，建设实训基地也是促进就业的重要内容之一。

国家发展改革委就业收入分配和消费司要求该课题“梳理总结国家公共实训基地建设运营的现状和存在问题，从产业转型发展和技能人才供需形势出发，结合区域经济发展和地方财政支撑能力，研究提出今后一个时期国家公共实训基地的基本规划布局、建设内容、资金投入、运营管理、考核监督等方面建议举措”。

此外，上述课题研究还包括“针对返乡入乡创业经验做法和



中央鼓励青年投身重点领域、重点行业、城乡基层和中小微企业就业创业，拓宽市场化社会化就业渠道。图为5月28日，北京交通大学举办专场招聘会，多行业提供岗位400余个。

视觉中国/图

典型案例调查研究”。其要求是“梳理总结、系统研究近年来不同地区、不同群体返乡入乡创业的

典型经验和案例，指导地方探索创新改革举措，推动返乡入乡创业发展再上新台阶”。

年轻人更关注经济独立

今年中国劳动者对工作稳定性的重视提高了10%以上，跃居就业考虑因素的首位（55%）。

在政府部门的一系列带动就业举措之外，年轻人也呈现出更新的就业心态。

《职场人2024：全球劳动力观点》显示：“跟年龄在35岁以上的职场人群相比，年轻人尤其是‘00后’表现出的适应市场变化的信心更足，其更关注新兴行业的潜力和机会。不同年龄群体的员工对工作的期待正在‘双向奔赴’，职场代际带来的多元化需求非常突出。”

这一明显变化，体现出员工对工作稳定的更高期望，也反映了在复杂的就业形势下，职场人更倾向于在工作中寻求确定性和稳定性，以确保经济来源和生

活基础。

ADP北亚地区总经理马莉向记者表示：“稳定的工作能够提供稳定的收入和职业发展机会，减少就业风险和生活压力。这个新趋势反映了劳动者对近期就业市场的稳定性存在一定顾虑，值得企业和管理者给予更多关注。”

马莉向记者表示：“对于‘00后’而言，对工作稳定的重视程度是所有年龄组中的最低值，

仅占（42%），而‘90后’的态度则略有上升（52%）。这种代际差异反映了不同年龄段劳动者在职业观念和生活阶段上的多样化选择。随着年龄增长，劳动者更注重家庭稳定和经济安全，因此工作稳定性成为其首要考量；而‘00后’以及‘90后’这些更为年轻的劳动者则更关注个人经济独立和薪酬水平，可能更愿意承担风险以追求高薪。”

海外仓建设获政策支持 助力跨境电商企业降本增效

本报记者 谭志娟 北京报道

“海外仓模式真正提高了跨境电商的效率，降低了成本，为国内消费者提供了高效与优质的客户体验，是跨境电商未来的发展趋势。”宁波市新东方工贸有限公司总经理朱秋城是一位拥有20年经验的跨境电商从业者，他向《中国经营报》记者如是表示。

跨境电商再迎政策利好：据新

华社消息，5月24日召开的国常会审议通过《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》（以下简称“意见”）。5月30日，商务部新闻发言人何亚东在发布会上表示，下一步，商务部将推动尽快出台《意见》，会同有关部门、各地方抓好落实。

跨境电商也是今年两会关注的焦点之一。今年的《政府工作报告》提出，促进跨境电商等新业态

健康发展，优化海外仓布局，支持加工贸易提档升级。在业界看来，该《意见》与此前政策一脉相承，说明国家政策支持跨境电商及海外仓力度持续提升。

北京市社会科学院研究员王鹏接受记者采访时表示，“国常会提出的拓展跨境电商出口推进海外仓建设的政策，具有深远的战略意义和经济价值，它将为我国外贸行业的发展注入新的活力，推动我

国经济在全球化进程中实现更高质量的发展。”

数据显示，2023年，我国跨境电商进出口规模占全国货物贸易进出口总值的约5.7%，是中国国际贸易增量的主要增长点。

此次国常会也指出，“发展跨境电商、海外仓等外贸新业态，有利于促进外贸结构优化、规模稳定，有利于打造国际经济合作新优势。”

亿元增至2039亿元，预计2028年达3870亿元，市场空间广阔。

再次，该政策将促进跨境电商行业的整体升级。通过建设高效、智能的海外仓，可以优化供应链管理，提高物流效率，降低运营成本，从而提升整个行业的竞争力和盈利能力。

望华资本创始人戚克梅接受记者采访时表示，海外仓给跨境电商提供了全球供应链、物流链、运营管理最佳化、合理化的空间。同时，海外仓建设有助于促进中国GDP增长。2023年，中国跨境电商进出口占外贸进出口比重达5.7%，是中国国际贸易增量的主要增长点。

因此，跨境电商对中国的GDP持续增长有重要意义。

浙商证券的报告还指出，海外仓作为“前置仓”，将发货、退换货等跨境电商物流服务本地化，提升运输时效，保证用户体验稳定性。国家在海外仓领域出台政策措施，将持续推动海外仓的建设发展。

对于推进海外仓建设的原因，王鹏认为，这主要有三个方面：一是外贸结构优化的需要，因为随着我国外贸的快速发展，传统的出口模式已难以满足市场需求。海外仓建设有助于优化外贸结构，提高出口产品的附加值和竞争力。

二是稳定外贸规模的要求。在全球经济不确定性的背景下，稳定外贸规模对于我国经济持续健康发展至关重要。海外仓建设能够增强我国出口产品的市场稳定性和抗风险能力。

三是打造国际经济合作新优势的目标。通过加强海外仓这样的基础设施建设，我国可以在国际经济合作中占据更有利的位置，提升在全球价值链中的影响力。

王静文还对记者表示，在政策支持下，预计跨境电商有望由外贸新业态转变为外贸新常态，在“买全球、卖全球”方面的优势将持续巩固，在冲破外部压力、稳定外贸发展方面的作用将继续发挥。

业提升客户满意度、增强品牌忠诚度具有重要意义。

二是降低运营成本。王鹏认为，通过集中存储和规模化运营，海外仓可以降低单位商品的物流成本和管理费用，从而提高外贸企业的盈利能力。

三是扩大市场份额。“海外仓的建设有助于我国产品更快速地进入国际市场，提高市场份额和品牌影响力。这对于我国出口的持续增长和国际贸易地位的提升具有积极作用。”

用。”王鹏说。

戚克梅还对记者表示，“中国出口需向更高阶段的全球化供应链管理、仓储布局，甚至向全球化采购、海外居民消费C端渗透发展，而不是传统外贸模式下，简单地把中国的货卖给海外的贸易商。因此，拓展跨境电商出口，并推进海外仓建设，是中国外贸企业与出口行业向产业链高端发展，打造新质生产力，促进中国经济高质量发展的有效手段。”

2025年重点单位节能监察将全覆盖 多家钢企已成4A级景区

本报记者 索寒雪 北京报道

或部分完成超低排放改造和评估监测，涉及粗钢产能超过5.9亿吨。”

在钢铁行业之外，中国整体的节能降碳的“十四五”规划，正面临着巨大的挑战。记者从国家发展改革委获悉，“受新冠疫情等因素影响，全国能耗强度降低仍滞后于时序进度，部分地区节能降碳形势较为严峻，完成‘十四五’规划和2035年远景目标纲要确定的节能降碳约束性指标，任务仍然艰巨。”

2025年非化石能源消费占比达20%

节能降碳是推进碳达峰碳中和工作、加快发展方式绿色转型的重要抓手。习近平总书记高度重视节能降碳，多次作出重要指示批示，强调要一以贯之坚持节约优先方针，高水平、更高质量地做好节能工作，用最小成本实现最大收益。

据了解，在“十四五”规划的前三年里，全国能耗强度成功累计降低了约7.3%，在确保经济高质量发展的能源需求得到满足的同时，实现了约3.4亿吨标准煤的化石能源消耗节约，并减少了约9亿吨的二氧化碳排放，成果显著。

但是，由于受新冠疫情等多重因素的冲击，全国能耗强度的降低进度仍未能完全符合预期的时序要求。特别是一些地区，节能降碳的形势显得尤为严峻。完成“十四五”规划和2035年远景目标纲要中设定的严格节能降碳约束性指标，仍面临着巨大的挑战。

为贯彻落实党中央、国务院决策部署，锚定“十四五”节能降碳目标任务，加大节能降碳攻坚力度，分领域分行业实施节能降碳专项行动，更好发挥节能降碳的经济效益、社会效益和生态效益，为实现“双碳”目标奠定基础，国家发展改革委会同有关方

面研究起草了《2024—2025年节能降碳行动方案》（以下简称“《行动方案》”），经国务院常务会议审议通过后，近日由国务院印发。

记者了解到，《行动方案》提出了单位国内生产总值能源消耗降低、单位国内生产总值二氧化碳排放降低、非化石能源消费占比提高等具体目标。

国家发展改革委相关负责人透露了具体目标：2024年，单位国内生产总值能源消耗和二氧化碳排放分别降低2.5%左右、3.9%左右，规模以上工业增加值能源消耗降低3.5%左右，非化石能源消费占比达到18.9%左右，重点领域和行业节能降碳改造形成节能量约5000万吨标准煤、减排二氧化碳约1.3亿吨。

2025年的目标也十分明确。该负责人表示，“2025年，非化石能源消费占比达到20%左右，重点领域和行业节能降碳改造形成节能量约5000万吨标准煤、减排二氧化碳约1.3亿吨。”

利好企业降低成本

公开资料显示，所谓“海外仓”，是指国内企业将商品通过大宗运输的形式运往目标市场国家，在当地建立仓库、储存商品，然后再根据当地的销售订单，直接从当地仓库进行商品的分拣、发货等操作。

在业界专家看来，由于海外仓具有降低物流成本，提高供应链效率等优势，备受跨境电商企业推崇。朱秋城告诉记者，2024年对于传统外贸企业来说，跨境电商数据

贸易成为必须选择。目前经济趋势持续变化，欧洲和美国市场表现疲态，数据化出海的过程中，不能简单地走低价格的道路，未来会是品牌化、本土化，因此，海外仓是发展趋势。

王鹏对记者表示，推进海外仓建设，这对外贸企业与我国出口都有重要意义：一是提高物流效率。在王鹏看来，海外仓能够实现商品的就近存储和快速配送，大大缩短物流时间，这对于企

业提升客户满意度、增强品牌忠诚度具有重要意义。

二是降低运营成本。王鹏认为，通过集中存储和规模化运营，海外仓可以降低单位商品的物流成本和管理费用，从而提高外贸企业的盈利能力。

三是扩大市场份额。“海外仓的建设有助于我国产品更快速地进入国际市场，提高市场份额和品牌影响力。这对于我国出口的持续增长和国际贸易地位的提升具有积极作用。”

用。”王鹏说。

戚克梅还对记者表示，“中国出口需向更高阶段的全球化供应链管理、仓储布局，甚至向全球化采购、海外居民消费C端渗透发展，而不是传统外贸模式下，简单地把中国的货卖给海外的贸易商。因此，拓展跨境电商出口，并推进海外仓建设，是中国外贸企业与出口行业向产业链高端发展，打造新质生产力，促进中国经济高质量发展的有效手段。”

下转 A4

个人信息数据“灰色”产业链

最快5分钟前的通话记录就可能被人获取

本报记者 郑瑜 北京报道

月色灯山满帝都，香车宝盖隘通衢……

月色灯山下，盛唐长安城内人流如潮。为找出细作，治安官吏在庞大档案中迅速找到关键信息，选派衙差破案。这一场景取自电视剧《长安十二时辰》，展现了“大案牍术”在唐代上元节的运用。这种基于档案数据推进事务处理的方法，使得破案、寻人等工作变得高效。电视剧中，该术以推演嫌疑人户籍、行为信息为核心，成为剧情发展的推动力。《长安十二时辰》的成功让“大案牍术”这一大数据理

念为公众所熟知。

利剑双刃，自古至今。技术进步在发挥向善一面的同时，破坏力也同样巨大。

小王是一名普通的上班族，平时会使用信用卡在网上购物。有一天，他突然接到了一个陌生电话，声称自己是某金融公司的工作人员，告知小王有一笔逾期债务需要立即清偿，否则将采取法律手段追讨。对方提供了小王的详细个人信息，包括最近的消费记录、家庭地址等，让他感到十分恐慌。后来，小王报警求助。经过警方的调查，发现他的个人信息被不法分子通过黑市渠道获取，用于实施暴力催收。

催收。

在当下，数据资源这座“宝矿”迅速成为商业化拓展的利剑，尤以金融业明显。不同于线下传统模式，互联网金融依赖大数据进行创新。无论信用评估、欺诈检测等风险管理，还是精准营销、细分客群等个性化服务，通过分析海量数据，金融机构能更好地了解客户需求，提升风险管理能力，优化业务流程，提高运营效率。

不过，多位受访人士对《中国经营报》记者表示，受企业利益驱动、组织道德缺失、数据治理不完善和用户意识不足等影响，大数据在互联网金融领域被滥用，甚至损害消费者权益的情形日渐增多，亟须更为有效地防范和治理。

多环节“走漏”：可查5分钟前通话记录？

“我们有手段可以查到借款人最近一次外卖订单，最快在5分钟前的通话记录。”一位华北地区长期负责银行外包催收业务的公司员工告诉记者。

在一份已经公布的侵犯公民个人信息二审刑事裁定书中，记者也看到了类似的情况。根据被告人表示，其通过在服务器里输入一个手机号码，查询各种外卖订单，包括美团、饿了么、蜂鸟配送等外卖里面的信息，获得收货地址，这样的一条信息可以卖出40元左右的价格。

在上述案件中，多名被告互相买卖户籍信息、开房信息、征信信息、机

主信息等各类公民个人信息，后予以出售牟利。其中一人为银行信贷部主任，他利用工作便利查询上万条公民个人征信信息进行出售。

有监管人士告诉记者，信息泄露的主体一般是机构内部员工，或者一些有盈利压力的私营主体，比如常见的教育培训机构贩卖学生家长信息。

但是除了被动地泄露，也有“主动”将自己暴露在泄露危险之下的情况。

根据2022年最高人民检察院发布5件依法惩治侵犯公民个人信息犯罪典型案例之一，王某和李某成立某信息咨询有限公司，该公司

2015年7月成立后，最初主要是网络商业推广，后公司出现亏损。正如前述监管人士所言，王某和李某便决定出售公民个人信息牟利。

2018年1月至2019年6月，王某与李某二人前后雇佣五十多人，通过在网上刊登贷款广告，在公司的“点有钱”微信公众号设置贷款广告链接，吸引有贷款需求的人填写“姓名、手机号、有无本地社保和公积金、有无负债、房产和车辆持有状况、工资收入、有无保险、征信情况、借款需求、还款周期”等信息。

获取上述信息后，王某和李某指使员工将上述信息上传到公司

开发的“点有钱”APP，再通过在微信群搜集、在“点有钱”微信公众号发放广告，获取银行、金融公司信贷员的姓名和手机号。

通过与信贷员联系，吸引他们在APP注册充值。信贷员充值后，王某和李某等人在未经信息权利人同意的情况下，将信息以每条30元至150元的价格出售给信贷员。通过出售上述信息，王某和李某等人违法所得共计450余万元。

2019年6月，公安机关立案侦查，将王某、李某等人抓获，从网站后台提取到公民个人信息共计31万余条。

非法“爬取”：一个人的所有信息不到五毛钱

大数据是指无法用常规软件工具捕捉、管理和处理的海量、高增长率和多样化的数据集合，它需要新处理模式以增强决策力、洞察力和流程优化能力。通俗来说，大数据就是计算机和互联网从现实生活中心获取并转化为数字数据的集合。

而大数据面前，一个人可谓“无所遁形”。

在互联网金融领域，有一种细致的分工叫做大数据风控公司。其通过大数据这类技术帮助银行、持牌消费金融公司等机构获客与风控，而这恰恰是信息泄露的重灾区。

行业竞争激烈，有些大数据风控公司为了在市场中占据优势，从经济动机出发，不惜一切代价使用不正当甚至违法的手段收集和利用用户数据。

“你能想象到你的通话记录、社保、公积金等各类数据，在这些公司为小额贷款机构输出风控的时候值多少钱吗？”西北地区一家网络小额贷款公司负责人反问记者。

“答案是一个用户的以上所有信

息一共不到五毛钱，如果长期签订技术服务合同，使用他们的数据平台获取数据和分析数据，一年都用不了五位数（服务费用）。”前述负责人道。

“年初我注册了几家网贷平台但是没有贷款，5月份的时候我想申请银行的经营贷就不行了。后来有做大数据的朋友告诉我才知道，这种行为会被一家或者多家网贷APP在后台监控、窃取并向外发送，最后制作成提供给放款机构的标准化风控产品。也许我已经被标记为‘疑似资金紧张’了。”用户小王自嘲道。

不仅如此，记者以资金方（即放款机构）工作人员的身份曾从一家号称做云服务的大数据风控服务商处，尝试了解其能提供的具体数据类型。在获取的风控数据维度文件中显示，不单是网贷公司注册信息，就连注册的时间点也是风控的“有用信息”，比如用户究竟是在深夜、凌晨，抑或是白天进行的贷款申请，都能够获取。

仔细想想不难明白，这些大数据风控公司并无自身场景平台（电商、外

卖、出行等），如果不是获取了合法的渠道授权，那么合规性必然堪忧。

2020年，一家杭州大数据风控公司的判决书，揭开了网贷产业风控的神秘面纱。

根据裁判文书网信息，该大数据风控公司主要与小型银行机构以及非银网络贷款公司合作，为放款机构以及网贷平台提供需要贷款的用户的人个人信息及多维度信用数据。

具体方式是，将该公司开发的前端插件嵌入上述网贷平台APP中，在贷款用户使用网贷平台APP借款时，用户需要在前端插件上输入自己的通讯运营商、社保、公积金、淘宝、京东、学信网、征信中心等网站的账号及密码才能完成审核。

经过贷款用户授权，大数据风控公司的爬虫程序代替贷款用户登录上述网站，进入其个人账户，利用各类爬虫技术，爬取（复制）上述企事业单位网站上贷款用户本人账户内的通话记录、社保、公积金等各类数据，并按与用户的约定提供给网贷平台用于判断用户

的资信情况，并从网贷平台获取每笔0.1元至0.3元不等的费用。

虽然该大数据公司在提供给用户的协议中表示，不会保存用户账号密码，仅在用户每次单独授权的情况下采集信息。但事实恰恰相反，该公司未经用户许可仍采用技术手段，长期在自己租用的互联网公司云服务器上保存用户各类账号和密码。在整个过程中，该公司有相对应人员负责编写具有保存用户账户密码功能的网关程序（即一种负责将外部流量路由到集群中相应服务的资源）。

截至案发时，相关部门对公司租用的服务器进行勘验检查，发现以明文形式非法保存的个人贷款用户各类账号和密码条数多达2100万余条。

不过，值得庆幸的是，其中大部分账号密码无法二次使用，仅有邮箱等部分账号密码未经用户授权被二次使用。最终，法院生效判决认为，该公司以其他方法非法获取公民个人信息，情节特别严重，构成侵犯公民个人信息罪。

“合规”获得：扫码领鸡蛋背后的风险

“我们的风控数据都是合法获得的。”一家银行机构的高管对记者强调。该银行在近年迅速扩大个人贷款业务规模，短短10年间，作为城商行，其个人消费贷已经达到千亿元规模。

“不可否认的是，金融科技发展以后，客户信息的对称性、可获得性以及便捷性都达到了极高的水平，大数据的规模化运用，是消费贷崛起的基础，相当于地基。”上述银行高管表示。

该银行高管表示，原本的风控手段简单，但是获得的数据单一，依赖用户在银行的信用记录和历史数据综合评估。但是大数据可以通过分析用户的互联网行为、消费记录、社交媒体活动等非传统数据源，对用户进行更加全面和精确的信用评估，帮助金融机构降低贷款风险，提高信用评估的准确性。

“学历身份可以看到用户是本

科生还是研究生，如果学历程度达到博士，某种程度上认为该用户属于社会精英。从‘985’‘211’学校毕业的人，其逾期风险也可能会小一点。”前述银行高管说道。

那么，这种维度的数据获得如何确保合法性？

“你肯定见过银行铺设在小区或者高校线下扫码领取鸡蛋的摊位，或者一些开通某项服务送米面粮油的活动。包括银行机构与物业合作在小区业主物业群里发送的端午、中秋活动链接，只要业主通过分享在群里的链接进入活动页面，就会有一个对其基本的判断，进一步通过与物业合作，了解物业费缴纳的情况。就像从前很多银行与通讯运营商合作一样，了解每个月用户的话费缴纳情况。”

该银行高管进一步介绍道，大数据维度并不止步于网购记录、打车记录，用户在大众点评以及社交媒体

上发布的信息，都可以用来倒推着勾画用户画像，所以消费贷的发展离不开大数据。

该银行高管强调：“在合规性方面，我们肯定会做‘脱敏’（即对某些敏感信息通过脱敏规则进行数据的变形，实现敏感隐私数据的可靠保护）。我们去发消息的时候是看不见客户相关情况的，只有客户主动申请，扫码注册授权后我们才能看到是哪个群分享链接进来的客户。”

谈及如此丰富的数据维度是如何在消费贷上下游产业链（泛指银行、消费金融公司、小贷以及相关科技公司）流通过程中确保合规性时，大成上海办公室合伙人彭凯律师表示，除了基本的信用类数据外，还有个人填写提交的信息（这其中还包括个人的近亲属的信息）、消费类数据、个人偏好类数据、个人使用线上渠道（比如APP、小程序）时产生或收集的日志信息/设备信息/地理位置等，都属于非常丰富的数据维度。这些数据的流通过程实际上是数据交互的过程，不同的数据交互模式需要履行不同的合规义务，比如告知并取得用户授权，与受托方签署数据委托处理协议，开展个人信息保护影响评估（PIA）等。

彭凯认为，当前法律框架内的保护手段主要是规定个人信息处理者的义务，以及赋予个人信息主体权利，相关法定义务包括但不限于：处理个人信息前的告知和获取同意，制定内部管理制度和操作规程，采取相应的加密、去标识化等安全技术措施，定期对从业人员进行安全教育和培训，制定并组织实施个人信息安全事件应急预案，响应个人信息主体的权利请求等。同时，法律也赋予了个人信息主体知情、决定、查阅、复制、更正、删除、要求解释说明等权利，个人信息主体可随时行使这些法定权利，以保护其个人合法权益。

置等，都属于非常丰富的数据维度。这些数据的流通过程实际上是数据交互的过程，不同的数据交互模式需要履行不同的合规义务，比如告知并取得用户授权，与受托方签署数据委托处理协议，开展个人信息保护影响评估（PIA）等。

彭凯认为，当前法律框架内的保护手段主要是规定个人信息处理者的义务，以及赋予个人信息主体权利，相关法定义务包括但不限于：处理个人信息前的告知和获取同意，制定内部管理制度和操作规程，采取相应的加密、去标识化等安全技术措施，定期对从业人员进行安全教育和培训，制定并组织实施个人信息安全事件应急预案，响应个人信息主体的权利请求等。同时，法律也赋予了个人信息主体知情、决定、查阅、复制、更正、删除、要求解释说明等权利，个人信息主体可随时行使这些法定权利，以保护其个人合法权益。

北京市高级人民法院发布《侵犯公民个人信息犯罪审判白皮书》，针对近五年来全市法院审结的侵犯公民个人信息罪案件作出调研统计和实证分析



视觉中国/图

数据治理：宜多方共同合作堵漏

在彭凯看来，当前互联网金融领域的数据滥用问题，集中体现在个人信息的泄露和非法使用上。

具体而言：首先，互联网金融领域中，金融营销和催收都是违法违规使用个人信息的重灾区，比如在委外催收环节，金融机构为了催收，可能违背必要原则向催收公司提供超范围的、不必要的客户个人信息，催收公司也会为了完成相应的指标，超出合理目的非法使用客户的个人信息。其次，金融机构的系统庞大而复杂，系统本身漏洞、权限管控不到位、修复不及时等安全隐患都可能导致信息泄露等安全事件的发生。另外，金融机构还会涉及与较多第三方之间的数据交互，包括系统的技术供应商、催收公司、营销合作的外包方等，数据交互的过程必然涉及数据的传输，对第三方管控不到位同样可能导致个人信息的泄露或非法使用。

事实上，当前暴露的数据安全问题已经得到了有关部门高度重视。2021年11月1日，《个人信息保护法》正式施行。在信息化时代，个人信息保护已成为广大人民群众最关心、最直接、最现实的利益问题之一。《个人信息保护法》坚持和贯彻以人民为中心的法治理念，牢牢把握保护人民群众个人信息权益的立法定位，聚焦个人信息保护领域的突出问题和人民群众的重大关切。

对于金融机构应该如何切实履行保护用户信息的责任，彭凯介绍道，根据中国建设银行公布的《金融消费者权益保护典型案例》，某银行分行的员工利用职务便利，在未经授权审批且没有合法、正当事由的情况下，通过银行主要业务系统私自查询、记录客户个人信息，并将相关信息对外贩卖，事后该银行分行亦未及时向当地金融监管部门报告”。彭凯表示，通过该案例可以看出，金融机构不仅要在事前对业务系统进行严格的权限管控，重视对从业人员的安全教育培训，以及制定相应的安全事件应急预案等以防范个人信息被滥用的风险，还要在事后采取相应措施减小安全事件造成的损害或影响，比如及时启动应急预案，及

时向监管部门报告等。

他将问题一分为二来看待：“对机构而言，需要持续关注数据保护相关法律法规的修订，同时也需要了解新兴技术的发展及其相关的监管动态，结合自身业务适时调整内部合规政策。从消费者角度来看，技术的发展固然可以提高数据传输和存储的安全性，但数据泄露或被滥用的风险并未消失，仍应树立重视个人信息安全的意识，积极了解和关注个人数据保护方面的知识，谨慎提供自己的个人信息。”

彭凯建议，数据合规工作是持续开展、持续改进的过程，一般还要结合机构所处行业、自身现状来确定相应的改进措施。但有些基础工作确实是不可或缺的，比如完善内部制度和操作规程，机构内部需要有相应的制度规则，保证员工依规则处理数据，也通过制度或者规则来约束第三方合规开展数据处理活动；再比如机构需重视员工数据保护意识的培养和提升，因为实际业务开展过程中，通常是员工在操作系统或者处理数据，因此定期对员工进行安全教育和培训也十分必要。当然，具体合规工作开展中，适当借助外部专业机构的力量也是很好的选择。

“从很多金融机构每年公布的ESG（环境、社会和公司治理）报告中也可以看出，现在机构在数据安全和个人信息保护方面也在不断完善管理措施，以提高机构数据保护的整体水平。比如根据中国建设银行公布的《金融消费者权益保护典型案例》，某银行分行的员工利用职务便利，在未经授权审批且没有合法、正当事由的情况下，通过银行主要业务系统私自查询、记录客户个人信息，并将相关信息对外贩卖，事后该银行分行亦未及时向当地金融监管部门报告”。彭凯表示，通过该案例可以看出，金融机构不仅要在事前对业务系统进行严格的权限管控，重视对从业人员的安全教育培训，以及制定相应的安全事件应急预案等以防范个人信息被滥用的风险，还要在事后采取相应措施减小安全事件造成的损害或影响，比如及时启动应急预案，及

对于数据保护未来的展望，彭凯表示随着技术的不断更新迭代，未来可能会出现更加安全和高效的数据传输和存储方法，多方计算、同态加密等新技术已经在开展这方面的探索和实践。但需要注意的是，新技术的出现可以在一定程度解决安全问题，但可能并不能解决合规问题，法律要求的单独同意、告知、PIA等合规问题并不会因为技术升级而被简化。

重点用能单位节能监察全覆盖

钢铁和能源行业是节能降碳改造的重点行业。

国家发展改革委相关负责人指出：“钢铁行业开展节能降碳行动。加强钢铁产能产量调控，深入调整钢铁产品结构，大力推进废钢循环利用，支持发展电炉短流程炼钢。加快节能降碳改造，加强氢冶

金等低碳冶炼技术示范应用。”

针对石化行业节能降碳行动，该负责人指出：“强化石化产业规划布局刚性约束，合理调控产能规模。实施能量系统优化，推广先进技术和节能设备，加快石化行业节能降碳改造和工艺流程再造。”

目前，使用氢能已经成为行业

趋势。

“低碳方面，宝武、鞍钢、河钢和建龙已对外发布低碳发展目标和路线图，部分地方开展绿色低碳产品认证及转型金融实践，为钢铁行业绿色发展提供新模式。”张龙强在接受记者采访时表示，“河钢张宣科技120万吨氢冶金示范工

程、鞍钢绿氢零碳流化床高效炼铁新技术示范项目、湛江钢铁百万吨级氢基竖炉项目、中晋冶金氢基竖炉直接还原铁项目等氢冶金工业化项目引领全球。”

钢铁、能源行业内的企业将面临着更严格的监管。

在具体实施方式上，国家发展

改革委相关负责人表示，加大节能监察力度。“加快健全省、市、县三级节能监察体系，加强节能法律法规政策标准监督检查。到2024年年底，各地区完成60%以上重点用能单位节能监察；到2025年年底，实现重点用能单位节能监察全覆盖。”此外还将加强能源消费和碳

排放统计核算。该负责人表示：“建立与节能降碳目标管理相适应的能耗和碳排放统计快报制度，提高数据准确性和时效性。夯实化石能源、非化石能源、原料用能等统计核算基础。积极开展以电力、碳市场数据为基础的能源消费和碳排放监测分析。”

上接 A3

城投“腾笼换鸟”激活产业债

本报记者 石健 北京报道

2024年,一批城投公司通过重组等形式“腾笼换鸟”,成功转型成为产业类城投公司。与此同时,以产业类城投公司作为主体发行的

“变身”吸金

2024年5月,产业债发行1890亿元,同比增加450亿元。2024年1月至4月,产业债板块债券总发行量为3.43万亿元,同比增长22.18%。

从形成多个产业集群到成功发行产业类债券,河南三门峡一家城投公司实现了经营上的“腾笼换鸟”。对于上述经历,该公司负责人表示,公司经历了7年的产业化重组,目前已经实现了在新能源、金属新材料等产业集群开展供应链贸易,缓解了区域内企业原材料供给的困难。“此前,公司按照传统业务经营,主要从事基础设施建设,‘造血’能力差、净利润较少的问题越来越突出。为了能够化解上述问题,公司采取了产业结构优化升级的方式,通过政府及其他平台公司,先后注入酒店、物流、文旅等股权资产,丰富了各类经营性业务,打造出多元化资产构成和收入构成。目前,公司已经实现城建类业务比例逐步下降,其他经营业务占比已经超过80%,成功实现市场变化型。”

在业内人士看来,该公司的产业化转型一方面使得其经营活力再现,另一方面则充分满足了行业“335”指标(即“总资产中城投类占比低于30%、总收入中城投类占比低于30%、财政补贴占净利润比重不得超过50%”)的要求。实现上述指标,有助于得到资本市场的认可,亦有助于其下一步的发债融资计划。

《中国经营报》记者注意到,除了上述公司外,浙江省、山东省均有城投公司成功实现了产业类转型,并且成功发行了产业类债券。企查查数据显示,截至2024年5月,全国范围内新成立的国有企业中,名字或业务涉及产业投

产业类债券数量也有所增加。

对此,不少从事产业类债券发行人士认为,随着城投公司兼具城投属性和产业属性,产业类城投公司势必会受到资本市场的追捧。同时,产业类债券的发行亦会水涨

船高。

当下,城投公司化解存量债务与转型升级两项工作并驾齐驱。在此背景下,城投公司如何寻找新的融资渠道,产业类债券是否能够成为拉动城投融资的新引擎,值得关注。

资、产业发展的企业有近2000家。Wind数据显示,2024年5月,产业债发行1890亿元,同比增加450亿元。2024年1月至4月,产业债板块债券总发行量为3.43万亿元,同比增长22.18%。对此,东吴证券(601555.SH)固收首席分析师李勇认为,鉴于投融资两端的紧密联动性,产业主体的融资渠道畅通或意味着生产制造相关投资可有序进行,对于拉动固定资产投资有望发挥重大作用。

在城投债方面,东吴证券固收研报显示,2024年1月至4月,城投板块债券总发行量为1.55万亿元,同比下降14.96%。对此,东吴证券固收团队认为,主要原因在于相关政策性文件的出台,城投板块需求端引起大量市场关注,使得短期内标债刚兑预期升温,成交火热,信用利差快速下行。而融资端则遇到瓶颈,监管机构审核趋严,募集资金用途明显受限,故2024年城投债发行与净融资额均显著缩量。

对于城投债和产业债的区别,一家评级机构相关人士告诉记者,两者的差别主要体现在发行领域上。城投债主要是用于基础设施建设领域,而产业债则可以用于房地产、钢铁、能源、电力等多个领域。“事实上,城投公司‘变身’产业类城投公司,其实是转型的体现,也就意味着公司业务从以往的土地、地产等传统业务转型为产业类业务,这对于城投公司重塑营收结构、扩大营收规模起到了积

极意义。同时,城投公司通过发行产业债,也有助于业务开展和进一步融资。”

该人还认为,产业债相较于城投债而言,也要求产业类城投公司自主经营能力强、盈利能力及现金流产生能力强。产业类城投公司要摆脱以往依赖政府补贴获得利润的方式,逐步提高风险收益比,降低增加地方债务的风险。

值得注意的是,产业类债券的发行走热,也延续到了投资市场。基于以上因素,李勇建议,投资者对产业债板块可整体加以关注,其相对充沛的债券供给量或可显著增加择券机会,缓解“资产荒”带来的“抢券”情绪。同时,也能降低可交易标的过少而隐含的流动性风险,推荐重点关注2024年净融资表现突出的工业、公用事业、能源、材料、可选消费行业债券。

在城投债方面,东吴证券固收研报显示,2024年1月至4月,城投板块债券总发行量为1.55万亿元,同比下降14.96%。对此,东吴证券固收团队认为,主要原因在于相关政策性文件的出台,城投板块需求端引起大量市场关注,使得短期内标债刚兑预期升温,成交火热,信用利差快速下行。而融资端则遇到瓶颈,监管机构审核趋严,募集资金用途明显受限,故2024年城投债发行与净融资额均显著缩量。

对于城投债和产业债的区别,一家评级机构相关人士告诉记者,两者的差别主要体现在发行领域上。城投债主要是用于基础设施建设领域,而产业债则可以用于房地产、钢铁、能源、电力等多个领域。“事实上,城投公司‘变身’产业类城投公司,其实是转型的体现,也就意味着公司业务从以往的土地、地产等传统业务转型为产业类业务,这对于城投公司重塑营收结构、扩大营收规模起到了积

向优质企业倾斜

随着企业发债趋向严格,产业类债券的发行出现优中选优的情况。未来,产业类债券有向着优质企业倾斜的趋势。

2024年5月27日,国务院国资委党委召开扩大会议,认真学习领会习近平总书记考察山东并主持召开企业和专家座谈会时的重要讲话精神。会议指出,围绕优化资源配置深化改革,坚持以企业为主体、市场化为手段,突出主业、聚焦实业,更加注重做强做优,推进国有企业整合重组、有序进退、提质增效,积极布局产业新赛道,因地制宜发展新质生产力,大力培育发展新动能。

在多位地方国资系统人士看来,城投公司已经到了整合重组的关键时期,必要的“瘦身”和“增肥”背后,无论增还是减,围绕的核心都是产业,而新质生产力则是城投公司产业转型的新路径。未来,金融支持科技创新将持续发力,政策与产品不断丰富。具体到债券市场,产业类科创债券或将成为债券市场创新品种的“顶流”,扩容势头强劲。

对此,仁达方略新质生产力研究院相关研报认为,在新质生产力的引领下,城投公司将不再是简单的城市建设者,更是推动城市产业升级、提升城市发展水平的重要力量。城投公司的产业发展应紧密结合自身资源能力和城市发展需要,发挥在地区产业升级、城市更新、城市服务等方面的关键作用,为地方经济社会的发展贡献价值,推动区域

“产、城、人”的全面发展。

记者梳理发现,从近期发行的产业类债券可以看出,其新质生产力的含量大幅增加。2023年年末,青岛一家城投公司发行了规模为10亿元的科技创新公司债券。对于该笔债券,业内认为是该城投公司所在辖区内首单城投转型科创债项目。科创债的成功发行,充分体现了市场投资人对该公司市场化转型的认可。

值得注意的是,上述公司科创债的成功发行正与当下的金融“五篇大文章”相契合,而金融“五篇大文章”正在逐步打通企业的金融通道。对此,有业内人士认为,在“五篇大文章”中,科技金融是城投公司实现产业升级的最佳路径。未来,金融支持科技创新将持续发力,政策与产品不断丰富。具体到债券市场,产业类科创债券或将成为债券市场创新品种的“顶流”,扩容势头强劲。

记者注意到,随着企业发债趋向严格,产业类债券的发行出现优中选优的情况。未来,产业类债券有向着优质企业倾斜的趋势。具体而言,主体发行特征则体现在公司的信用评级上。大公国际相关研报显示,中高等级产

业企业发行占比进一步提升,低评级主体发行规模降幅较大。2024年一季度,主体评级为AA+及AAA级的产业企业新发信用债规模占产业债的比重已由2023年同期的81.22%进一步提升至87.02%。相比之下,AA及以下等級发行主体2024年一季度新发信用债3756.78亿元,同比减少23.78%,低等级产业主体新发债大幅缩量,产业债呈现进一步向优质产业企业集中的趋势。

从政策上看,2022年11月证监会和国务院国资委联合发布的《关于支持中央企业发行科技创新公司债券的通知》、2023年4月证监会印发的《推动科技创新公司债券高质量发展工作方案》、2023年7月国务院发布的《关于促进民营经济发展的意见》,以及2024年4月国务院印发的《关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》和证监会发布的《资本市场服务科技企业高水平发展的十六条措施》等多项支持政策精准发力,推动科创债市场快速增长。

成都一家转型产业类城投的公司负责人告诉记者:“现在政策端利好已经拉满,监管层面不断优化支持举措,先后推出多项相关支持政策,不断释放制度创新动能,持续强化资本市场对科技创新企业的资金支持,之后就看城投公司如何用好政策实现转型升级了。”

方达咨询研究院相关分析师认为,城投公司实现科技创新的前提是做好业务板块布局,一般可在基础设施建设、地产开发、公共事业、资产运营、文化旅游、交通、水利、能源、生态环保、现代农业、商贸物流、金融、产业投资、智慧城市等基础业态上建链、补链、强链。



视觉中国/图

监管再提防范化解金融风险 重点构建问责机制

本报记者 杨井鑫 北京报道

日前,中共中央政治局会议审议了《防范化解金融风险问责规定(试行)》,提出要进一步推动在金融领域落实全面从严治党要求,切实加强党中央对金融工作的集中统一领导,进一步压实金

聚焦三大金融风险

5月28日,国家金融监督管理总局(以下简称“金融监管总局”)网站发布消息称,金融监管总局召开党委会议,传达学习中共中央政治局会议精神,研究部署了《防范化解金融风险问责规定(试行)》贯彻落实举措。

会议强调,防范化解金融风险,特别是防止发生系统性金融风险,是金融工作的根本性任务。要全力推进中小金融机构改革化险,因地制宜、分类施策,有计划、分步骤开展工作。要促进金融与房地产良性循环,进一步发挥城市房地产融资协调机制作用,满足房地产项目合理融资需求,大力支持“三大工程”建设。要配合防范化解地方债务风险,指导金融机构按照市场化方式开展债务重组、置换。

会议重点提及了全面提升监管执法效能,严肃查处影响金融稳定、破坏市场秩序、造成重大风险的违法违规问题。要推动依法将所有金融活动全部纳入监管,建立健全监管责任归属认领和兜底监管机制,真正做到同责共担、同题共答、同向发力。

据了解,去年以来,新一轮省联社改革加快推进,通过一系列的兼并重组,以强化公司治理、风险管理、内控合规、资本约束等关键点,提升农村中小银行经营能力。

实际上,中小金融机构改革化

融领域相关部门、金融机构、行业主管部门和地方党委、政府的责任,督促各级领导干部树立正确的政绩观,落实好全面加强金融监管、防范化解金融风险、促进金融高质量发展各项任务。

会议强调,坚持严字当头,敢于较真碰硬,敢管敢严、真管真

严,释放失责必问、问责必严的强烈信号,推动金融监管真正做到“长牙带刺”、有棱有角,将严的基调、严的措施、严的氛围在金融领域树立起来并长期坚持下去。

据《中国经营报》记者了解,新一轮金融监管仍将坚持“严”字当头,而防范化解金融风险的关键

经营压力,让很多中小银行遇到了困难。从监管的角度看,兼并重组之后,银行的实力会有所增强,有利于抵御金融风险。”某券商分析师认为。

他表示,以村镇银行为代表的中小金融机构的红利期已经结束。“行业息差持续收窄,市场资金面宽松,而国有大型银行普惠业务促使客户不断下沉,小银行可持续发展的空间比较小。”

更重要的是,由于市场环境的变化,部分村镇银行业务上的不规范现象逐渐增加,潜在的风险隐患较大。从监管部门的罚单看,信贷管理不到位、违规办理异地业务、违规开展同业业务为房地产开发企业提供融资、贷款资金挪用等问题较大。

对于房地产方面的风险,监管通过落实城市房地产融资协调机制作为化解风险的重要手段。日前,金融监管总局党委书记、局长李云泽分别前往遵义市区、贵阳市区调研城市房地产融资协调机制落实情况,强调打好商品住房“烂尾风险”处置攻坚战。

5月17日,金融监管总局副局长肖远企在国新办新闻发布会上

点放在了构建问责机制上。同时,中小金融机构、房地产和地方政府债务是此次金融风险的三大重点领域,并明确金融领域相关管理部门、金融机构、行业主管部门和地方党委、政府各方要承担相应责任,形成防范化解金融风险的强大合力。

称,金融监管总局近期会加大工作力度,重点做好房地产融资相关工作,包括保持房地产融资稳定中有升、一视同仁满足不同所有制房地产企业和房地产项目的合理融资需求、建立与房地产发展新模式相适应的金融产品和金融服务体系、会同住建部和其他部门一起全力推动落实城市房地产融资协调机制。

最新数据显示,自1月下旬至5月16日,房地产融资协调机制“白名单”项目的贷款审批金额已达9350亿元,全国已有297个地级及以上城市建立了该机制。

对于地方债务风险化解的问题,监管再次提出了指导金融机构按照市场化方式开展债务重组、置换。

某股份制银行人士认为,地方政府债务具有较强的区域性。一些成本高、期限短的地方政府隐性债务占比过高。2023年下半年,部分省份已经开始通过发行特殊再融资债券化解本地隐性债务,合计发债规模接近1万亿元。“对于银行来说,建议政府将一些高成本的债务通过政策性银行低成本资金置换。”

地方监管发声

目前,我国各类金融机构均建立了金融风险防范的问责制度。但是,长期以来各类金融机构在问责上缺少统一的标准,追责的尺度、力度和适用度都存在差异。在防范金融风险方面,要在协同监管的基础上形成监管合力,明确问责的标准将是关系政策执行落地的前提。

一位业内人士向记者透露:“从经验上看,金融风险与监管的缺位存在一定关系。有些管理人员对风险视而不见,有些则持有无畏,其中最大因素就是缺少问责的震慑。换句话说,只有将风险问责上升到制度层面,才能从根本上激发各金融机构管理层和员工的责任意识和安全意识,将金融风险防范的基础工作做实。”

此外,地方监管在贯彻落实政策时,权责的分明能够更加清晰定位,消除相互推诿的现象,有助于充分发挥地方监管的积极性和主动性。

记者了解到,在金融监管总局部署防范化解金融风险的工作之后,各地监管针对防范金融风险的相关工作陆续发声。

金融监管总局湖北监管局表示,加强全周期全流程督办,积极推动重点工作目标任务落地落实。按照总部署要求,制定实施局系统重点目标任务清单,将相关目标任务分解至机关各处室、各监管分局和局管社团组织,要求相关处室和属地分局主动认领、重点推进。此外,结合实际指导辖内分局制定重点中小金融机构风险化解

目标任务,推动省局与分局同题共答、同向发力推动重点目标任务落地落实。

金融监管总局福建监管局表示,该局班子成员“分工包案”,靠前摸排中小机构实质风险隐患,“一行一策”细化方案,加大违规股东惩戒力度。同时,高效建立覆盖省市县三级的城市房地产融资协调机制,制定“白名单”项目开发贷款资金封闭管理实施细则,完善“日监测周调度月通报”机制。

此外,金融监管总局山东监管局、河北监管局、河南监管局、广西监管局和云南监管局五地监管均对房地产融资协调机制的进展和监管情况发声,从制度框架、机制保障、资金融通、主体责任等方面打出了一系列“组合拳”。

金融监管总局河北监管局表示,高效落实金融监管总局关于城市房地产协调机制工作要求,推动“支持项目名单”推送“能快尽快”,房地产合理融资需求“应满尽满”。

金融监管总局广西监管局称,该局充分考虑房地产企业存续贷款、基本户开立和预售资金监管账户等情况,创新建立“一项目一主办行”制度,精准破解融资协调对接难、落地难问题。

中信证券发布最新研究报告称,今年,金融系统积极推动房地产业融资支持,房企融资环境明显改善,而房企流动性的改善有助于房地产市场平稳健康发展,亦有助于银行房地产质量风险预期修复。

普惠理财“进行时”

本报记者 秦玉芳 广州报道

年初至今,理财机构针对普惠客群的专属理财发行热度逐

渐升温,截至目前已有40余只“普惠”主题产品上线发行。

4月以来,多家理财公司启动新一轮降费,对旗下多只理财

产品的费率进行下调,部分产品费率调整至0%,进一步降低大众投资者资产配置成本。

业内人士分析认为,目前针

对普惠理财的产品设置、目标客群及资产配置要求等边界仍不清晰,但整体来看相应产品发行越来越聚焦中低收入群体的细分

客群,低门槛、低费率、稳收益特征明显。未来,居民对财富保值增值需求潜力逐步释放,普惠金融产品发展空间广阔。在当前利

率下行背景下,理财机构加大产品创新力度、提升客户体验已成为行业共识,越来越多理财公司正加快普惠型理财的产品布局。

普惠主题理财发行提速

随着财富管理业务向大众财富客群的下沉,越来越多的金融机构推出投资普惠金融资产的“普惠”主题理财产品。

年初以来,普惠型理财产品发行提速。

Wind数据统计显示,截至5月30日的存续理财产品中,含“普惠”字样的产品共262只,多为R2风险等级的1年~3年期产品。其中,仅2024年1月以来,就有40余只“普惠”主题产品上线发行。

光大银行(601818.SH)金融市场部宏观研究员周茂华认为,普惠理财产品净值和普惠金融市场需求,呈现稳步回升和良好发展态势,产品规模稳步扩大。在他看来,普惠理财产品发展拓宽了投资者理财投资渠道,满足了居民对财富保值增值、增加收入来源的需求。随着国内居民财富不断积累,居民对财富保值增值需求潜力逐步释放,普惠金融产品发展空间广阔。

值得关注的是,随着财富管理业务向大众财富客群的下沉,越来越多的金融机构推出投资普惠金融资产的“普惠”主题理财产品。例如,光大理财日前上线的阳光金普惠日开(90天最低持有)A产品,所募资金投资于个人消费金融、小微企业、供应链金融、“专精特新”以及乡村振兴等普惠金融领域的资产和项目(管理人可根据最新国家政策或监管规定调整普惠金融领域资产范围)的投资比例将不低于80%。

某理财公司业务负责人向《中国经营报》记者表示,目前该公司还没有这种专门的“普惠”主题产品,但一直把“××宝”这类投资门槛低、收益相对稳定的现金管理类产品纳入普惠性理财范畴。“这类产品一般1元起投,投资门槛非常低,且收益相对稳定,比较匹配大众普惠型客群的资产配置需求。”

对此,招联首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼指出,目前对于哪些理财产品能被认定

为普惠理财、哪些类型的客群才是普惠理财目标客群,标的资产中对普惠项目资产配置占比多少等都没有明确,所以目前普惠理财更多的是一种理念和趋势,并无清晰的边界。

不过,从产品设计来看,金融机构普遍认为,低门槛、低费率、稳收益,是普惠理财的首要特征。

周茂华指出,普惠理财产品需要满足普惠和稳健可持续收益特征。一方面,要让理财产品惠及普罗大众,满足不同收入群体的理财需求;另一方面,尽量降低相关理财产品净值波动,为广大投资者创造长期、稳健可持续的收益。同时,普惠理财产品应该是资金更多投向实体经济、小微企业、科创企业与重点新兴等领域的金融产品。

近年来,金融机构也在持续推进理财产品的降门槛、降费率改革。2018年,《资管新规》将单只公募理财产品起点由此前的5万元降到1万元。此后,随着银行理财子公司的陆续成立,不少银行理财产品的起投金额相继下调至1元甚至1分起投。

上述理财产品业务负责人表示,普惠理财面向的是中低收入客群,财富金额小,往往难以达到高起投金额的门槛。因此,对理财机构来说,降低产品的起投门槛,不仅大大增加了获客范围,更是推进普惠金融发展实现财富管理公平的重要内容。

随着银行理财产品起售金额的大幅下降,近年来个人投资者规模快速增长。据《中国银行业理财市场报告(2023)》显示,截至2023年末,持有理财产品的投资者数量达1.14亿,同比增长17.84%。其中,个人投资者数量新增1686.29万,机构投资者数量新增38.65万。而2022年,持有理财产品的个人投资者数量新增1508.09万。

稳健收益面临配置能力挑战

低利率环境下,理财产品的预期收益普遍下降,传统高收益资产减少,迫使理财公司不得不寻找新的投资渠道和资产类别,对投研能力、风险评估能力和创新力的要求提高。

降门槛的同时,金融机构纷纷开启“降费”进程。

2021年以来,商业银行纷纷宣布对代销基金、代销银行理财产品的产品申购费率进行打折优惠,涉及管理费、销售服务费等费率,部分产品优惠后的费率降至0%。

2023年7月,证监会印发《公募基金行业费率改革工作方案》(以下简称“《方案》”),拟在两年内采取15项举措全面优化公募基金费率模式、对公募基金托管费率、管理费率、交易佣金费率等进行调降,以降低公募基金行业综合费率水平。随着《方案》的出台,基金公司相继发布费率调降公告,涉及部分管理费高于1.2%、托管费高于0.2%的存量产品。

2024年4月19日,证监会发布《公开募集证券投资基金证券交易费用管理规定》,明确将公募基金股票交易佣金费率调整至较为合理的水平,建立佣金费率动态调整机制,根据全市场费率变化情况,定期调整公募基金股票交易佣金费率,同时将交易佣金分配比例上限由30%调降至15%。

随着系列政策的落地,近期多家银行及理财公司再度发布降费公告,下调产品固定管理费、销售服务费等,以阶段性费率优惠的方式向投资者让利,部分产品费率直接降至0%。除了降门槛、调费率以外,低波动风险也是影响普惠理财产品设计的关键。

在周茂华看来,当前环境下,金融机构发展普惠理财产品的重点是如何提升投研能力与风控能力,丰富产品体系,

满足投资者多元化和个性化需求。同时,为投资者创造稳健、可预期、可持续的收益。

上述理财产品业务负责人指出,普惠理财目标客群的收入普遍不是很高,对风险的承受能力偏低,稳健、保值是其第一诉求。尤其在国内外经济形势复杂多变,股市、债市波动频繁的环境下,稳健且流动性强的产品设计更为匹配其需求。

从产品设计特点来看,兼顾稳健与流动性的固收类产品,是当前普惠理财的“标配”。Wind数据显示,目前存续的260余只含“普惠”字样的产品均为中低风险的固定收益类产品,且2024年1月以来新发的产品中,6个月内内的产品更为集中。

不过,普益标准研究员李振宇认为,低利率环境下,理财产品的预期收益普遍下降,传统高收益资产减少,迫使理财公司不得不寻找新的投资渠道和资产类别,对投研能力、风险评估能力和创新力的要求提高。随着理财产品“业绩比较基准”的普遍下调,投资者的收益预期与市场实际之间可能存在落差,理财公司需要更好地管理投资者预期。

业内人士普遍分析认为,未来中小地方银行依然是普惠金融服务的重要支撑力量。董希淼指出,从微观层面看,财富管理将成为农村金融机构的新战场、新方向。

在董希淼看来,县域和农村市场是理财业务应该重点服务的区域,是财富管理特别普惠理

财产品,低门槛、低费率、稳收益特征明显。未来,居民对财富保值增值需求潜力逐步释放,普惠金融产品发展空间广阔。在当前利

率下行背景下,理财机构加大产品创新力度、提升客户体验已成为行业共识,越来越多理财公司正加快普惠型理财的产品布局。

金融机构普遍认为,低门槛、低费率、稳收益,是普惠理财的首要特征。视觉中国/图

董希淼指出,随着农村居民收入的增加,财富管理目标客户日益扩大,而与客户日益高涨的财富管理需求以及蓬勃发展的财富管理市场相比,农商银行财富管理业务发展明显滞后。

麦肯锡也在此前的一份报告中明确指出,虽然大部分中小银行已将发展财富管理与交易银行等中间业务提升到全行战略层面,但与大型银行相比,中小银行财富管理业务在人才团队、资源禀赋、科技及数据能力等方面均存在挑战。能否借助科技和数据打造新型财富管理业务,将成为领先与落后中小银行的关键差异点。

优质资产稀缺 银行理财“策略优化”迎考

本报记者 秦玉芳 广州报道

截至5月末,存续理财产品规模持续增长,突破29万亿元。

与此同时,受存款降息、债券利率下调等因素影响,银行理财新产品“吸金”能力减弱,现金、存款回流理财。

存款回流理财

5月以来,理财产品规模进一步回升。普益标准数据显示,截至5月27日,存续理财产品规模增至29.03万亿元。

惠誉评级亚太区金融机构评级董事徐雯超表示,在当前低利率环境下,尤其是受到近期禁止存款手工补息的影响,理财收益率较存款的比较优势显现,存款回流理财,使得理财规模持续增加。其中,最小持有期类产品增幅扩大。

值得一提的是,最小持有期类产品增幅扩大。国信证券(002736.SZ)研报指出,从不同期限类型的理财产品存续规模来看,5月20日~26日期间,1个月以内的理财产品存续规模环比上升1.41%。华西证券(002926.SZ)也在研报中指出,日开型产品受现金管理类产品影响,规模同样转降,其余类型产品均维持增长,最小持有期产品增幅最大,环比增长1104亿元至6.0万亿元。

市场分析认为,最小持有期产品增势凸显,或与产品收益表现有关。华宝证券研报显示,今年以来,流动性较高的现金管理类、非现日开型理财、1个月内期限的开放式理财产品收益均呈下降趋势。相对而言,1个月内期限的开放式理财产品收益表现较好。截至5月19日,1个月

款、债券等传统主力配置资产的持仓占比出现下降,混合类产品增势凸显。

业内人士分析认为,在利率下行、优质资产缺乏的环境下,理财公司越来越难以满足投资者收益率高、风险性小的需求,如何优化

配置策略以吸引投资者,同时确保收益和风险的平衡,正在成为理财机构业务发展面临的最大挑战。对于普通投资者来说,也要有正确的认识,在安全稳健基础上进行多元化的资产组合管理,以对冲利率波动风险。

体来看,在2024年一季度,新发理财产品更加偏好“现金及银行存款”类资产,对“债券”类资产和“非标准化债权类资产”的偏好下降。

李振宇进一步强调,2023年12月以来,各长短期国债到期收益率持续下行,债券价格上升,新发理财产品进行债券类资产配置的成本提高。虽然今年以来各大银行多次调整存款利率,对理财产品持仓中“现金及银行存款”类资产的收益形成压力,但由于理财相较于股票、基金等产品对风险敏感性更高,且今年一季度股市先降后升、震荡较大,各机构在理财产品的配资设计上仍偏好“现金及银行存款”资产,同时进一步减少“非标”类资产的配置,进一步强化理财产品的“稳健性”特征。

不过,进入二季度以来,存款利率持续下调,叠加禁止“手工补息”政策等因素影响,新发理财产品中对“现金及银行存款”资产配置的占比正在逐步下降。在融360数字科技研究院分析师艾亚文看来,当前银行在理财资产配置中更多倾向于存款、债券等固收类产品,随着存款利率下降、银行大额存单停售,一些银行理财的资产配置中现金和银行存款占比正在稳步下降,发行的混合类产品有增加趋势。

普益标准数据显示,在2024年一季度新发理财产品持仓中,“现金及银行存款”类资产的持仓占比为84.80%,较2023年四季度提高了2.6个百分点;“债券”类资产的持仓占比为1.57%,较上季度下降了1.3个百分点;“非标准化债权类资产”的持仓占比为0.06%,较上季度下降了1.25个百分点。

普益标准研究员李振宇指出,整体来看,在2024年一季度,新发理财产品更加偏好“现金及银行存款”类资产,对“债券”类资产和“非标准化债权类资产”的偏好下降。

增强多元化配置

实际上,不仅现金、存款类资产配置占比下降,近来银行理财对债券类资产的配置也在呈现下降趋势。

根据中泰证券研报,2022年四季度“理财赎回潮”后,理财产品投资资产总规模有较大幅度回落,到2023年四季度规模有所回升,但2024年一季度已披露的债券类资产规模降至23661.81亿元,环比减少7.36%。

中金公司(601995.SH)在最新研报中也指出,从非金融信用债净买卖数据来看,5月20日~25日理财净买入规模为123亿元。

在徐雯超看来,在配置方面,理财产品受到债券供需矛盾、配置高息存款受限等因素影响,机构持续面临如何在风险与收益之间做好平衡,以有效满足投资者的挑战。

艾亚文也指出,当前理财产品受到银行停售大额存单、国债发行规模小等影响,存在存款、债券等固收类资产紧缺问题。同时,投资者的风险偏好不断降低,而存款利率下降、平均业绩比较基准下调,理财产品越来越难以满足投资者收益率高、风险性小的需求。

为了稳定或提高理财产品收益率,一些银行理财综合考虑收益和风险性,也在进一步优化资金投资结构,加强配置策略的灵活性和创新性。

艾亚文表示,作为理财产品,需要加强对市场的研究,灵活调整资产配置和投资策略,通过资产配置的多样性来降低产品波动率,综合运用多种投资工具来进行风险对冲。比如配置中长期限债券、部分配置权益类资产等,并考虑跨境、跨行业性的产品。

在利率下行、优质资产稀缺的环境下,投资者也需要适时调整配置策略。李振宇认为,对于个人投资者来讲,随着理财产品“业绩比较基准”的普遍下调,个人投资者可能需要适当调低对新理财产品收益率的期望值。同时,鉴于理财产品的资产配置转向保守,个人投资者可能需要重新评估自己的资产配置策略,注意分散风险。

徐雯超指出,在当前形势下,投资者一方面仍然保持较低的风险偏好,另一方面也有资产增值、跑赢通胀的需求。“理财产品作为投资者资产配置的手段之一,但不是唯一手段。在留存一部分现金的基础上,投资人也应更多样化地拓展股票、基金等其他品类的投资标的。结合自身的风险容忍程度,投资者对资产组合管理的诉求将进一步增加。”

李振宇也强调,投资者可能需要采用更加复杂多样的策略,比如增加另类投资、跨境投资、衍生品等,以挖掘潜在的投资机会。在配置策略上,投资

者可以关注长期债券和黄金等资产的配置。“尤其在货币政策宽松环境下,长期债券可能提供稳定的收益来源,特别国债的发行有助于缓解债市‘资产荒’,为投资者提供更多选择。”李振宇表示。

从市场表现来看,近来理财机构及投资者对超长期特别国债的配置意愿强烈。普益标准研究员张璟晗指出,超长期特别国债作为风险较低的固定收益类资产,可以满足保守型个人投资者追求稳健回报的需求,在降息政策的影响下,个人投资者可能会将部分资金用于购买超长期国债,以锁定长期收益,规划未来现金流。

张璟晗表示,超长期国债的发行一定程度上丰富了债券供给,增加了理财产品的固收类资产配置选择。其属于市场中配置需求旺盛的优质资产,配置超长期国债有助于机构补足长期限安全资产。

产品创设方面,张璟晗进一步指出,目前1年以上期限封闭式产品发行数量有所减少,超长期国债为丰富长期理财产品底层资产配置提供了选择,有助于理财机构设计长期产品。此外,目前部分投资者较为青睐低波理财产品,超长期特别国债的风险水平相对较低,可以为理财产品底层配置提供最佳选择。

赴港上市热度攀升 百家公司排队冲刺IPO

本报记者 郭婧婷 北京报道

在A股上市审核趋严的形势下,越来越多的国内企业着手绕道港股IPO。

Wind数据显示,截至今年5月30日,有168家企业主动撤回A股IPO申请。今年春节之后三个月,A股没有IPO公司接受上市审核委员会的审议。

与A股情景不同,港股最近热闹非凡。今年以来,香港新股

市场持续放缓,自3月份开始回暖。Wind数据统计,截至5月30日,年内已有20家企业上市。记者查询港交所网站获悉,目前有100家企业在港交所发布招股书,内地企业是主力军,曹操出行、蜜雪冰城、地平线、卓正医疗、毛戈平、沪上阿姨、嘀嗒出行赫然在列。其中,蜜雪冰城、老铺黄金等多家企业从A股转战港股。

对此,南开大学金融发展研

究院院长田利辉在接受《中国经营报》记者采访时分析,内地企业转道选择赴港上市的主要原因是A股IPO监管从高从严和企业国际化需求。A股市场IPO阶段收紧,审核更加严格,导致一些企业难以在A股上市。而港股市场对企业上市的要求相对宽松,例如允许未盈利的科技公司上市。相较于A股市场,港股市场在某些行业或领域可能给予企业更高的估值。同时,香港市场

历史悠久,国际投资者众多,市场成熟度更高,有利于企业拓宽融资渠道,提高国际知名度,促进国际化发展。

“到香港IPO增多的主要因素还是A股通道事实性暂停。转道香港对内地企业来说是不得已而为之,而对香港市场而言,由于估值和流动性表现都不好,也难有实质提升。”香颂资本执行董事沈萌向记者分析企业绕道港股上市的原因。

多家企业转战港股IPO

在A股IPO收紧的情形下,多家内地企业转战港股。

去年6月以来,无论是政策制定还是公开表态,监管都在透露出一个信号,即严把上市准入关。

2023年8月27日,证监会在官网发布《证监会统筹一二级市场平衡优化IPO、再融资监管安排》(以下简称“827新政”)打头阵,提出“阶段性收紧IPO与再融资节奏”。

今年3月15日,证监会密集发布4项政策文件,包括IPO监管8条、上市公司18条、券商公募发展25条以及证监会“三个过硬”建设意见。4月30日,沪深交易所正式发布修订后的《股票上市规则》《股票发行上市审核规则》等业务规则。

值得一提的是,自2月6日交易所上市委审议IPO,到5月16日恢复审议,中间三个月没有安排IPO企业上会。记者查询Wind获悉,今年以来,29家企业成功IPO,去年同期上市125家,同比下滑76.8%。另一组数据显示,年初以来有168家企业主动撤单IPO。

德勤中国资本市场服务部发布《IPO市场2024年第一季度回顾与前景展望报告》预测,2024年A股市场将会有大约115—155只新股上市,合计融资1390亿—1660亿元。

在A股IPO收紧的情形下,多家内地企业转战港股。

早在2022年9月,蜜雪冰城股份有限公司(以下简称“蜜雪冰城”)就向A股递交招股书,一方面,由于过于依赖加盟店被市场质疑,另一方面,由于2023年2月,注册制正式落地,受IPO收紧

政策影响,其无缘A股资本市场。今年1月2日,港交所文件显示,蜜雪冰城向港交所递交上市申请。

4月下旬,港股持续飙涨,“五一”节后更是迎来“开门红”,期间香港股市的总市值增长超4万亿港元。如果从4月22日算起,恒生指数以10连涨创下了2018年以来最长的连续上涨纪录。

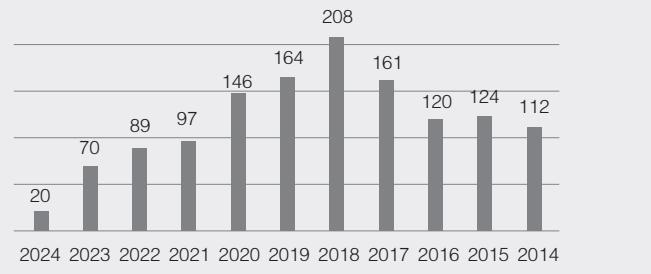
港交所CEO陈翊庭日前参加公开活动时表示:尽管恒生指数从年初低位累计反弹4000点,但目前宣告港股反弹胜利为时尚早,投资气氛较年初有显著改善。

陈翊庭透露,年初至今香港约20家新股上市,规模较小。港交所手头上约有100个有效申请,期待在息口预期向下及投资气氛改善的情况下,有利于“不错的交易”完成上市。此外,针对人工智能、云计算、量子运算等新兴高科技企业,港交所已制定上市规则,便于这些企业集资。

5月28日,摩根大通中国区联席首席执行官何耀东表示,香港股市近期吸引了对冲基金的买入行为。他表示,恒生指数经历反弹,市场未出现大规模获利了结现象,表明投资者资金倾向于留在市场中。

截至5月30日,Wind数据显示,有100家企业正在港交所排队上市。在已递表的企业中,记者看到沪上阿姨、毛戈平,也有地平线、云知声、英矽智能等独角兽企业,更有美的集团在内的大公司的身影。整体来看,内地企业是主力军,赴港上市潮真的

港股IPO家数



港股融资金额



数据来源:Wind 截止日期:2024年5月30日

要来了吗?

中国企业资本联盟副理事长柏文喜告诉记者,赴港上市热潮确实有可能会再起。目前有100家企业排队上市,且证监会发布了支持内地企业赴港上市的措施,这为赴港上市提供了更多的机遇和吸引力。此外,港股市场的表现也较为强劲,这为企业赴港上市提供了更多的信心和条件。

“这得益于增量资金的持续流入,特别是南下资金的大幅增长;政策利好和事件性因素的催化,如证监会发布的资本市场对港合作措施;港股市场的估值优势,吸引了长线资金进行高低切

换。”田利辉进一步表示,虽然短期内市场可能受到各种因素的影响而波动,但从中长期来看,港股市场仍具有一定发展潜力和吸引力。

巨丰投资首席投资顾问张翠霞表示,转道港股也非“一劳永逸”,内地企业赴港上市,一方面可以吸引国际投资者的关注和资金,另一方面也可以利用香港金融平台,实现其市场规模的进一步扩大并树立其品牌的国际形象。但应注意,港股没有固定的涨幅限制,一旦上市公司出现负面舆情、利空或者营收净利不佳等情况,股价很可能快速出现大幅下跌。

16家信托公司换帅:内部问责免职案例增多

本报记者 樊红敏 北京报道

信托行业高管频繁变动的趋势仍在延续。

日前,有媒体报道称,建信信托已迎来新任党委书记、拟任董事长李军,李军来自建设银行总行信贷管理部。建信信托原董事长王宝魁正式到龄退休。

此前,5月23日,国家金融监督管理总局北京监管局,核准芦苇中信信托董事长的任职资格。同一天,国家金融监督管理总局陕西监

管局核准了董毅长安信托总裁的任职资格。

据《中国经营报》记者根据公开信息不完全统计,今年以来,在不足半年时间里,已有十余家信托公司董事长或总经理(总裁)发生变更,个别信托公司甚至董事长、总经理同时发生变更。

清华大学法学院金融与法律研究中心研究员杨祥在接受记者采访时表示,高管频繁变更的现象,是信托行业转型的必然现象。一方面,在当下的宏观经济与市场形势下,

信托行业受宏观经济影响显著,信托公司面临新的市场挑战和机遇。

这些因素促使信托公司及时调整经营策略,稳定业务发展,换高管是一种适应变化的策略。另一方面,更换高管也是信托业务创新与转型升级的反映。信托行业正处于业务转型升级关键期,从传统融资类信托向资产服务信托和资产管理信托多元化业务方向发展,特别是开展财富管理服务信托,需要不同背景、专业知识和管理能力的高管,这可能导致高层变动增多。

公司的董事长或总经理发生变动,其中,董事长发生变动的信托公司有8家。

从上述信息来看,至少近三年内,信托公司高管频繁变更的趋势一直在延续,并且变更的频次有增无减。

对此,金乐函数分析师廖鹤凯在接受记者采访时表示,随着新分类的推进,信托公司发展方式正在重大转变,发展思路也有较大调整,信托公司角色面临转换,“买方”角色强化,“资产管理业务”会是未来较长时期信托公司的主要盈利来源,而诸多业务面临金融科技的介入和转换以适应金融行业高度科技渗透的新时期发展需求,也成为近年来信托公司高管任命和业务团队资源倾斜的重要考量。本质是提升信托发展质效,加强信托服务实体经济的能力,加速信托公司回归本源。

“多家信托公司高管迎新反映了信托公司在行业发展新时期对高管结构新的要求,适当地引入外部人才有利于提升信托公司发展活力和打开业务新思路,内部人才的稳定性又对信托公司的业务思路延续性有重要作用,终归还是要趋于稳定才有利于与集团内部人才的平滑衔接,有利于信托公司长期规划实施推进平稳进行。”廖鹤凯进一步解释道。

星图金融研究院研究员武泽伟也向记者表示,信托公司高管频繁变更,主要是因为信托行业发生了深刻的变革,在监管趋严的大背景下,信托公司面临着越来越大的监管压力、业绩压力和转型压力。更换高层可以引入新的战略管理理念,重新制定公司长远发展目标、战略发展规划和市场特色化定位,推动公司顺应行业发展趋势,实现转型升级。

公司的董事长或总经理发生变动,其中,董事长发生变动的信托公司有8家。

从上述信息来看,至少近三年内,信托公司高管频繁变更的趋势一直在延续,并且变更的频次有增无减。

对此,金乐函数分析师廖鹤凯在接受记者采访时表示,随着新分类的推进,信托公司发展方式正在重大转变,发展思路也有较大调整,信托公司角色面临转换,“买方”角色强化,“资产管理业务”会是未来较长时期信托公司的主要盈利来源,而诸多业务面临金融科技的介入和转换以适应金融行业高度科技渗透的新时期发展需求,也成为近年来信托公司高管任命和业务团队资源倾斜的重要考量。本质是提升信托发展质效,加强信托服务实体经济的能力,加速信托公司回归本源。

风险暴露违法违纪频现

从个别信托公司披露的高管变更具体原因来看,有些属于正常人事变动。吉林信托在2023年年报中提到,张洪东因工作变动辞去公司董事长、董事及公司相关职务;兴业信托2023年年报提到,沈卫群因干部任期届满原因辞去董事长等职务;平安信托2023年年报提到,姚贵平因达到退休年龄,申请辞去董事长兼法定代表人职务,戴巍因工作安排,申请辞去总经理等职务。

根据中国信托业协会调研总结,信托公司高管职务变动原因主要包括正常人事交接、股东变动影响及市场化离任竞聘等,其中正常交接占比较高,具体包括到龄退休、股东集团内部调动、公司内部升任、信托公司外部选聘等,这类变动对公司整体管理格局和生态影响相对较小。

“除了正常交接的情形外,部分信托公司由于发生经营风险、监管托管问责、高管人员违纪违法等负面原因引起的高管频繁变动案例逐渐增多。”中国信托业协会还总结道。

从公开信息也可以看出,近两年此类非正常交接的案例在增加。

2022年11月18日,北京市纪委监委官网发布的信息显示,北京一轻控股有限责任公司保留市管企业正职待遇干部周瑞明、北京祥龙资产经营有限责任公司保

留市管企业正职待遇干部何晓峰,涉嫌严重违纪违法,目前正接受纪律审查和监察调查。

根据公开报道,周瑞明、何晓峰被查前分别是北京信托董事长、总经理,2022年11月初,刚刚被免去北京信托董事长、总经理职位。

又如,2023年2月份,有媒体曾报道指出,长安信托前董事长高成程已被带走调查。长安信托彼时曾向媒体回应,公司准备更换董事长相关事宜,目前正在等待监管层批复。

而近两年,信托公司董事长、总经理等高管被监管列入罚单,公开进行处罚的案例也逐渐增多。

仅以今年以来被处罚的信托公司高管为例,今年1月15日,监管方面披露的罚单信息显示,昆仑信托因多项违法违规事实被罚540万元。时任昆仑信托董事长肖华对所在机构以多种方式违规承接风险项目、未按规定开展股权投资业务、公司治理不健全、违规为保险公司变相投资单一信托提供通道的违法

投资行为负有主要领导责任,被处以警告。

今年4月30日,监管披露的罚单显示,陆家嘴信托因多项违法违规事实,被监管处以罚款420万元。时任陆家嘴信托总经理崔斌因对上述部分违法违规

事实负责,被国家金融监督管理总局警告并罚款15万元。崔斌所涉的主要违法违规事实有3项,分别是:以投资名义向不满足“四三二”要求的房地产项目融资、未按约定用途使用信托贷款、信托资金挪用于缴纳土地出让金。

据业内人士透露,随着近两年信托行业风险逐步出清,信托公司内部高管因业务风险暴露、内控合规凸显等问题而被问责免职的案例也在增多。

本报记者近日从行业内了解到,某央企信托公司原高管因对在任期间所审批的数十亿元风险项目承担管理,而被该公司问责。

“近几年,信托公司面临历史遗留问题解决和与时俱进适应新时代新形势团队建设的挑战。在这个过程中意味着或有更多信托公司高管因对所在机构业务风险规模高企、业绩下滑或者合规内控等问题负有领导责任而被公司内部问责免职,同时也会有更多高管因为业务调整而调岗。”廖鹤凯称。

“一些信托业大佬觉察到行业形势不对,或自行撤退,或边藏匿风险边升职以便于动用更多资源堵窟窿,但却因为牵涉腐败问题被查;更多的则是被问责离职的。”对于近两年信托行业高管频繁变更,某信托从业人员向记者表示。

注重投资者回报 上市险企跟进“一年多多次分红”

本报记者 陈晶晶 广州报道

继银行之后，上市保险公司也跟进中期分红。

4月12日，国务院发布了《关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》(即新“国九条”)指出，强化上市公司现

金分红监管，加大对分红优质公司的激励力度，多措并举推动提高股息率。增强分红稳定性、持续性和可预期性，推动一年多多次分红、预分红、春节前分红。

新华保险(601336.SH)近日披露董事会决议公告称，将实施2024年度中期分红派息。《中国

经营报》记者注意到，这是在新“国九条”发布后，首家跟进“一年多多次分红”的上市险企。对于此次分红的原因及目的，新华保险方面回应本报记者采访时表示，以公司披露的公告为准。

方正证券研报分析指出，新华保险首提中期分红，高度重视

股东回报，一方面中期分红有利于平滑投资者现金流、增强投资者获得感，体现出公司对股东回报的重视，以及管理层对公司经营发展的信心；另一方面中期分红也符合新“国九条”、《上市公司现金分红指引》等国家政策和监管导向。

确定拟分红比例

在新华保险宣布此次中期分红消息前，已有五大国有行以及多家股份行、城商行披露拟于2024年实施中期分红。

4月30日，在新华保险2024年一季度业绩说明会上，有投资者提问新华保险管理层中期是否考虑分红。新华保险管理层回应称，公司一贯重视听取投资者的建议，重视给予投资者合理投资回报，同时兼顾公司长远利益、全体股东整体利益及公司可持续发展。公司将进一步降本增效，提高盈利能力，综合考虑股东回报、公司偿付能力、业务发展等因素确定分红水平。

5月24日，新华保险第八届董事会第二十一次会议决议公告显示，根据有关法律规定和监管要求，新华保险拟定2024年度中期利润分配相关安排：根据经

审阅的2024年上半年财务报告，合理考虑当期业绩、资金状况及风控指标要求，在公司2024年上半年具有可供分配利润的条件下，实施2024年度中期分红派息。

需要注意的是，公告还指出，新华保险年中股息总额占公司2024年半年度归属于母公司股东净利润的比例不高于30%。后续制定2024年度利润分配方案时，将考虑已派发的中期利润分配因素。

记者注意到，上述关于2024年度中期利润分配相关安排的议案已获新华保险董事会全票通过。新华保险在公告中表示，公司将根据股东大会决议制定

2024年度中期利润分配具体方案，并根据相关法律法规及《公司章程》有关规定，履行公司治理程序后实施。

5月28日，新华保险在2023年度股东大会会议材料中明确，“为使投资者及时分享本公司发展红利，公司根据相关法律规定和监管要求，拟定2024年度中期利润分配相关安排。”

另外，在新华保险宣布此次中期分红消息前，已有五大国有行以及多家股份行、城商行拟于2024年实施中期分红。

实际上，执行“一年多多次分红”的不止新华保险，还有中国平安(601318.SH)。同为上市险

企的中国平安已执行多年中期分红策略。

2024年3月，中国平安在公告中称，坚持稳定和可持续的现金分红政策，牢固树立回报股东意识。2024年，预计本公司仍将保持现金分红频次，与投资者共享本公司高质量发展成果，切实增强投资者获得感。

中国平安方面回应本报记者采访时表示：“公司12年来分红总额超3000亿元，累计分红25次，连续12年提升分红水平。2023年末期派息总额为271.62亿元。公司的分红政策没有变化，公司注重股东回报，保持分红政策的持续性和稳定性。”

中国平安现金分红额最高

2023年合计拟现金分红约755.18亿元(包括2023年中期分红含税)，约占归母净利润总和的45.6%。其中，中国平安拟派现金金额最高。

实际上，A股五大上市险企已经延续多年大手笔分红的传统。2022年中国平安、中国人寿(601628.SH)、中国太保(601601.SH)、中国人保(601319.SH)、新华保险五家上市险企合计分红781.93亿元。整体来看，五大上市险企2022年分红比例均在30%以上，部分保持较高分红水平，最高达52.3%。

记者注意到，截至4月1日，A股五大上市险企2023年分红方案均已披露。

记者根据公告统计，2023年合计拟现金分红约755.28亿元(包括2023年中期分红含税)，约占归

母净利润总和的45.6%。其中，中国平安拟派现金金额最高。

根据公告，从现金分红金额来看，2023年中国平安现金分红最高，合计440.10亿元。中国平安拟派发2023年末期股息每股现金1.5元，全年股息为每股现金2.43元，同比增长0.4%；归属于母公司股东的营运利润计算的现金分红比例为37.3%。

中国人寿按照2023年度净利润的10%提取任意盈余公积人民币17.53亿元，同时拟向全体股东派发现金股利每股人民币0.43元(含税)，共计约人民币121.54亿元；现金分红比例为57.57%。中

国太保2023年拟按每股1.02元进行年度现金股利分配，共计分配约98.13亿元；现金分红比例为36%。中国人保拟向全体股东每10股派发现金红利1.56元，合计拟派发现金红利约68.99亿元；现金分红比例为30.3%。新华保险2023年拟向全体股东派发现金股利每股0.85元，共计约26.52亿元；现金分红比例约为30.4%。

总体来看，2023年，A股五家险企合计分红比例同比上升3.9个百分点至45.6%。

多家险企高管层在3月底的业绩发布会上表示，将保持稳定的分红政策，积极回应投资者分红方

面的诉求，不断优化完善股息政策，努力增强自身盈利能力，以期向股东提供持续、稳定、合理的回报，与投资者分享公司发展的红利，不断提升公司的投资价值。

业内人士分析表示，A股五大险企均为保险行业内头部企业，市场地位和业务形态稳定，进一步加大利润留存、推动业务快速扩张的压力较小，适当增加现金分红比例可与投资者共享公司发展红利。未来，A股上市险企现金分红频次可能会呈现增加的趋势，分红政策或将更加注重持续性和可预期性。

千亿公募REITs流动性待解

本报记者 顾梦轩 夏欣

广州 北京报道

自2021年5月首批9只公募REITs获批，公募REITs已经走过了整整三个年头。三年来，公募REITs市场迅速发展壮大，市场初具规模。根据华夏基金提供的数

据，截至2024年4月末，中国内地公募REITs市场已有36只产品上市，市场整体发行规模1184亿元，突破千亿大关。

三年来，公募REITs支持盘活存量、扩大有效投资、拓宽投资渠道，满足长期资本投资需求，吸引了众多投资者，在实践中持续完善和优化。

资产类型涵盖七大类

从底层资产来看，公募REITs项目涵盖收费公路、产业园区、水务、仓储物流、清洁能源、保障性租赁住房、消费基础设施等多种资产类型，实现了很好的规模效应和示范效应。

同时，公募REITs与产业资本和金融资本深度融合，并通过资本市场的公司治理、信息披露及市场约束机制，促进企业从重资产持有者向专业运营管理者的转型，提高基础设施项目的运营管理效率，提高发展质量。

根据现行政策分类，目前已上市的公募REITs基础设施资产类型涵盖产业园、仓储物流、保障性租赁住房、生态环保、能源发电、交通基础设施、消费基础设施共计七大类。

博时基金REITs业务营运总监刘玄指出，一方面，这七大类资产细分行业的资产还有待进一步挖掘，同时试点政策鼓励的文旅基础设施、市政基础设施、新型基础设施、水利基础设施等也在积极探索之中；另一方面，目前，酒店、写

需要特别提及的是，公募REITs强制分红的特性十分吸引投资者。据《中国经营报》记者不完全统计，2023年度，全市场公募REITs累计分红超过65亿元，加上2022年和2021年分红金额，公募REITs成立三年来，累计分红金额超过90亿元。

中国企业资本联盟副理事长

柏文喜在接受记者采访时指出，公募REITs有强制分红的特点，主要是因为原始权益人必须将90%的基金净收入分配给机构投资者和公众投资者作为分红，而且REITs的分红是按照资产池的实际收益率进行分红的，这一点对投资者非常有利。

REITs高度关注、严格高效监督管理，这种严格的监管要求有助于保障投资者的权益，促进市场的公平、公正、公开。

同时，REITs的推出还有助于优化我国资本市场的融资结构。红土创新基金方面表示，通过公募REITs的发行，企业可以将自身的优质基础设施项目证券化，从而获得更多的融资渠道，有助于降低企业的融资成本，同时有助于推动企业的持续发展。

流动性有待缓解

在快速发展的过程中，公募REITs也遇到了一系列的挑战。刘玄指出，在资产供应方面，仍有符合发行要求的合格资产相对不多，市场化发行人的活跃度相对不高的问题；在资产定价方面，还存在一级市场发行定价规则还需进一步磨合，二级市场对资产估值存在分歧等挑战；在资产审核方面，部分类型资产的审核标准化程度仍有待进一步提高。这些挑战在一定程度上都会对市场的扩容速度和发行效率造成影响。

市场流动性不足是中国公募

REITs长久以来的老问题。红土创新基金方面指出，由于REITs产品的特殊性，其交易活跃度和市场流动性相对较低，给投资者带来了较大的风险，容易产生市场的异常波动。

同时，投资者对REITs的认知度不高也是当下公募REITs存在的另一问题。红土创新基金方面表示，由于REITs产品在我国的发展相对较晚，投资者对REITs的认知度相对较低，这在一定程度上制约了REITs市场的发展。

“此外，部分少数项目底层资

产质量风险；如果底层资产质量不佳或者运营管理不善，将直接影响REITs的投资回报和市场表现。为了降低这些风险，需要加强REITs的底层资产评估和运营管理监管。”红土创新基金有关人士说。

在改善公募REITs流动性方面，红土创新基金方面建议可以从以下措施予以改善。第一，扩大市场规模和增加市场供应；第二，推动REITs产品纳入ETF产品、行业指数的成立；第三，持续鼓励长期资金进入REITs市场，目前FOF

的配置比例还是相对较低；第四，完善做市商制度；第五，优化REITs产品的交易机制。

刘玄指出，在监管机构的统筹和指导下，三年以来监管机构及市场各参与主体也采取了各种措施改善二级市场流动性，完善市场建设，促进REITs市场的健康发展。包括积极构建多层次REITs产品架构、扩大基础设施资产范围、推动多元化资金入市、优化项目审核机制、细化信息披露要求、强化中介机构监管等。

A股五大上市险企近三年现金分红

单位:亿元

公司名称	2021年	2022年	2023年
中国人寿	183.72	138.5	121.54
中国平安	431.36	438.2	440.1
中国人保	72.53	73.41	68.99
中国太保	96.2	98.13	98.13
新华保险	44.92	33.69	26.52
合计	828.73	781.93	755.28

数据来源：上市险企公告、年报

提振股价稳定信心

4月份，新“国九条”指出，要强化上市公司现金分红监管。

近年来，监管部门持续鼓励上市公司以现金分红方式回馈投资者，不断完善上市公司分红制度。

2023年12月份，证监会发布《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》，进一步明确鼓励现金分红频次，与投资者共享本公司高质量发展成果，切实增强投资者获得感。中国平安方面回应本报记者采访时表示：“公司12年来分红总额超3000亿元，累计分红25次，连续12年提升分红水平。2023年末期派息总额为271.62亿元。公司的分红政策没有变化，公司注重股东回报，保持分红政策的持续性和稳定性。”

另外，在新华保险宣布此次中期分红消息前，已有五大国有行以及多家股份行、城商行拟于2024年实施中期分红。

事实上，执行“一年多多次分红”的不止新华保险，还有中国平安(601318.SH)。同为上市险

企的中国平安已执行多年中期分红策略。

2024年3月，中国平安在公告中称，坚持稳定和可持续的现金分红政策，牢固树立回报股东意识。2024年，预计本公司仍将保持现金分红频次，与投资者共享本公司高质量发展成果，切实增强投资者获得感。

今年3月份以来，沪深交易所先后启动“提质增效重回报”行动和“质量回报双提升”专项行动，落实以投资者为本的理念，着力引导上市公司强化投资者回报意识，其中关键举措便包括持续稳定现金分红。

4月份，新“国九条”指出，要强化上市公司现金分红监管。

4月底，沪深证券交易所专门修改《股票上市规则》，进一步加强分红硬约束。

兴证全球基金渠道部高级财富规划师张樊公开分析称，新“国九条”的推出，进一步推动了A股价值投资逻辑的重塑，市场的关注点或从高景气、高增长转向“股东分红”和“可持续性的稳健经营”，未来也会有更多企业加入高股息的行列中，红利投资的新时代可能正在打开。

从二级市场表现来看，公募REITs业绩分化。

柏文喜表示，公募REITs有强制分红的特点，能给投资者带来以下几个方面的利好。

第一，投资门槛较低。公募REITs的分红可以满足中小投资者的需求，降低他们的投资门槛，使他们能够分享优质资产所带来的收益。第二，稳定的收入来源。分红可以作为投资者的一项稳定收入来源，相比于其他投资方式，REITs的分红更有利

于获取长期的收益。第三，抗通胀作用：如果资产池产生的收益不断上升，而REITs的分红又固定不变时，REITs的净值就会增加，这有助于对抗通货膨胀。第四，价值回归。在二级市场上，“REITs可以促进资产的价值回归，也就是说当资产的实际收益率高于基金的红利分配率时，市场价格会随收益率上升而下降，投资者能够以较低的价格买入更多的基金，获取更多的收益。”柏文喜说。

展望未来，天相投顾基金评价中心有关人士表示，国内REITs底层项目类型或将持续丰富，投资者将更加多元，相信监管也会对相关立法、信息披露、规则细化方面做出进一步的完善，助力REITs市场良性可持续发展。

此外，更为成熟完善的REITs市场也进一步促使相关项目产品估值回归理性。“长期来看，公募REITs产品能有效地盘活我国与基建、不动产相关的存量资产，并使得投资者以更为丰富的渠道投资于不动产相关标的。”天相投顾基金评价中心有关人士说。

累计分红超90亿元

从二级市场表现来看，公募REITs在2023年分红三次。

柏文喜表示，公募REITs有强制分红的特点，能给投资者带来以下几个方面的利好。

第一，投资门槛较低。公募REITs的分红可以满足中小投资者的需求，降低他们的投资门槛，使他们能够分享优质资产所带来的收益。第二，稳定的收入来源。分红可以作为投资者的一项稳定收入来源，相比于其他投资方式，REITs的分红更有利

于获取长期的收益。第三，抗通胀作用：如果资产池产生的收益不断上升，而REITs的分红又固定不变时，REITs的净值就会增加，这有助于对抗通货膨胀。第四，价值回归。在二级市场上，“REITs可以促进资产的价值回归，也就是说当资产的实际收益率高于基金的红利分配率时，市场价格会随收益率上升而下降，投资者能够以较低的价格买入更多的基金，获取更多的收益。”柏文喜说。

虽然在二级市场表现欠佳，但公募REITs强制分红的特性十分吸引人。Wind数据统计，2023年，全市场共有28只公募REITs实施分红，2023年度分红总额高达65.97亿元。

具体来看，2023年度，分红金额最高的是中金安徽交控REIT，分红金额为10.89亿元。此外，平安广州广河REIT基金和鹏华深能REIT 2023年度分红均超6亿元。从分红次数来看，华夏基金的两只基金——华夏中交建REIT和华夏越秀高速REIT在2023年分红4次，此外还有4只公

募REITs在2023年分红三次。

金融引擎驱动贸易强国建设新动力

本报记者 王柯瑾 北京报道

推动外贸质升量稳是今年《政府工作报告》提到的重要任务。近

日，国务院常务会议审议通过了《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》，并指出发展跨境电商、海外仓等外贸新业态，有利

于促进外贸结构优化、规模稳定，有利于打造国际经济合作新优势。

今年以来，我国外贸表现出良好的发展势头。据海关总署统计，2024

年前4个月，我国货物贸易进出口总值为13.81万亿元，同比增长5.7%。

而金融在推动外贸高质量发展中发挥着重要作用。国务院常

务会议明确指出，要加大金融支持，加强相关基础设施和物流体系建设，优化监管与服务，积极开展标准规则建设与国际合作。

在此背景下，《中国经营报》记者了解到，近期多家银行依托跨境金融业务，搭建对接桥梁，推动贸易易畅通，助力我国贸易强国建设。

掀起支持外贸企业热潮

各地各部门试水推出各类支持政策，不断优化跨境贸易便利化水平和外贸营商环境。

外贸是拉动经济增长的重要引擎，也是畅通国内国际双循环的重要枢纽。

谈及今年以来我国外贸及外汇储备走势，民生银行(600016.SH)首席经济学家温彬分析认为：“全球经济温和复苏以及国际贸易回暖，拉动我国一季度出口增长1.5%，我国对外贸易仍将保持韧性，在稳定跨境资金流动方面继续发挥基本盘作用。同时，随着我国新一轮对外开放措施落地显效，人民币资产的避险和投资价值进一步凸显。5月以来，美联储降息预期有所上升，美元指数高位回落，全球股债市场价格反弹，有利于外汇储备规模稳中向好。同时，我国经济发展具有坚实基础、诸多优势和巨大潜能，长期向好的趋势不会改变，外汇储备规模有望继续保持基本稳定。”

在政策的不断推动下，金融支持外贸发展呈现新动态。

建设银行(601939.SH)落实中央金融工作会议和中央经济工作会议外贸外资工作部署，印发金融支持稳外贸稳外资专项工作方案，从支持中间品贸易和外贸新业态发展、推动贸易数字化和绿色化升级、助力更大力度吸引和利用外资等方面出台25条措施，掀起外贸外资企业服务热潮。

广西的边民互市贸易额常年居全国第一。以建设银行广西自治区分行为例，该行对接当地政府智慧互市平台“互贸通”，上线边民互市线上金融服务系统“互市通”，实现

互市贸易业务支付结算线上化处理，促进当地互市贸易健康发展；创新落地“八桂农担贷—边民互市贷”服务，为边民开展和扩大互市业务提供融资支持，支持当地互市贸易扩大发展。

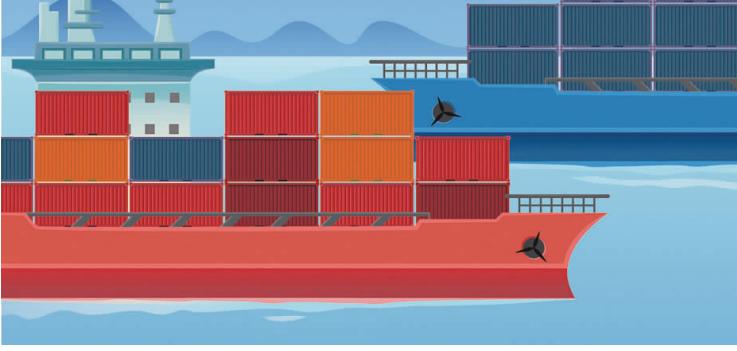
今年4月，工商银行(601398.SH)在北京发布“春融行动2024”支持内外贸一体化发展服务方案，支持巩固和增强经济回升向好态势。一是强化综合金融服务。据悉，该行已设立8000亿元专项信贷资源，着力满足内外贸企业的资金需求；高质量发展供应链金融，通过物流、信息流、资金流融合畅通，帮助上下游大中小微企业协同发展。据悉，该行还将用数字化手段，进一步丰富支付结算、融资融信、财务规划等一站式综合化服务，帮助企业增强全球资源配置能力，助推内外贸稳市场稳规模。二是加强平台对接。该行将依托覆盖全球70个国家和地区的服务网络，充分发挥金砖国家工商理事会、中欧企业联盟等机制作用，优化“环球撮合荟”撮合服务平台功能，着力提升对进博会、服贸会、广交会的服务水平，不断以平台对接促进内外贸规则、标准、市场、渠道等对接，助力跨境电商新业态新模式发展壮大，激发企业“买全球、卖全球”的活力潜力。三是加快金融基础设施建设。围绕跨境支付安全、汇率率波动等企业痛点难点，该行将进一步发挥科技优势和跨境人民币全球清算网络优势，加

2024年前四个月外贸“成绩单”

我国货物贸易进出口总值
13.81
万亿元
同比增长5.7%

其中
出口
7.81
万亿元
同比增长4.9%

进口
6
万亿元
同比下降6.8%



数据来源：海关总署

快特色金融基础设施服务的研发创新，提高全球支付结算效率。该行方面还表示将用好超过100种货币投融资服务功能，保障交易和资金安全，助力企业在日趋激烈的竞争中把握主动。

如何推动我国外贸发展，加快建设贸易强国？在招联金融首席研究员董希淼看来，“第一，应进一步增加高层往来，密切与欧美主要经济体和东盟等新兴市场国家的经贸关系，为中国民营企业拓展国际市场创造良好的环境。第二，各地各部门试水推出各类支持政策，不断

优化跨境贸易便利化水平和外贸营商环境，为民营企业开拓海外市场注入新的活力。第三，海关部门要在畅通物流、降低成本、优化服务等方面继续出台一系列措施，落实好相关政策，营造更好的口岸通关环境，为包括民营企业在内的外贸企业更好地发展做好服务。第四，金融管理部门和金融机构要增强服务主动性，加快产品服务创新，畅通金融血脉，满足不同类型外贸企业的发展需求，保障外贸企业收汇安全，降低融资和交易成本，增强外贸企业竞争力，稳住和扩大外贸规模。”

发力培育外贸新动能

跨境电商作为外贸新业态，展现出巨大的潜力和强大的带动作用。

去年年末的中央经济工作会议强调要加快培育外贸新动能。近日召开的国务院常务会议进一步指出，发展跨境电商、海外仓等外贸新业态，有利于促进外贸结构优化、规模稳定，有利于打造国际经济合作新优势。要积极培育跨境电商经营主体，鼓励地方立足特色优势支持传统外贸企业发展跨境电商，加强跨境电商人才培养，为企业提供更多展示对接平台，持续推进品牌建设等。

跨境电商作为外贸新业态，正以前所未有的速度发展，展现出巨大的潜力和强大的带动作用。据了解，浙江是全国跨境电商孵化地，跨境电商生态丰富。建设银行浙江省分行依托总行跨境电商金融产品优势，服务当地跨境电商平台企业和企业，助力贸易新业态快速发展。该行对接金华市跨境电商综合服务平台，为平台卖家提供收结汇服务；该行持续推进与义乌商城旗下电商平台合作，推动沙特站跨境电商收款产品上线，实现中小外贸客户便捷收汇。

与传统贸易模式相比，跨境电商、海外仓等外贸新业态新模式需要更加高效便捷的金融结算服务。中国银行(601988.SH)在跨境电商结算领域创新推出“中银跨境e商通”系列产品，可对接境内外支付机构、跨境电商平台等不同场景，支持批量化、线上化结算，有效满足跨境电商的批量实时结算需求。

中国银行交易银行部相关负责人表示，下一步，该行将充分发挥外汇外贸专业优势，创设数字化金融产品供给，打造以服务跨境电商为主的完整产品体系，为外贸新业态提供全流程一站式数字金融服务，助力外贸新业态高质量发展。

此外，培育外贸新动能，还要推动贸易数字化、绿色化。

董希淼认为，银行机构应做好数字金融大文章，搭建跨境电商数字金融服务网络，为跨境电商企业提供集支付、信贷、汇率、上市等一体的金融服务方案，着力提升金融服务质效。

跨境电商作为外贸新业态，正以前所未有的速度发展，展现出巨大的潜力和强大的带动作用。据了解，浙江是全国跨境电商孵化地，跨境电商生态丰富。建设银行浙江省分行依托总行跨境电商金融产品优势，服务当地跨境电商平台企业和企业，助力贸易新业态快速发展。该行对接金华市跨境电商综合服务平台，为平台卖家提供收结汇服务；该行持续推进与义乌商城旗下电商平台合作，推动沙特站跨境电商收款产品上线，实现中小外贸客户便捷收汇。

与传统贸易模式相比，跨境电商、海外仓等外贸新业态新模式需要更加高效便捷的金融结算服务。中国银行(601988.SH)在跨境电商结算领域创新推出“中银跨境e商通”系列产品，可对接境内外支付机构、跨境电商平台等不同场景，支持批量化、线上化结算，有效满足跨境电商的批量实时结算需求。

银行降本增效 为实体经济优化资源配置

本报记者 张漫游 北京报道

日前，国家发展改革委、中国人民银行等四部门联合发布《关于做好2024年降成本重点工作通知》(以下简称“《通知》”)，聚焦降低实体经济企业成本，要求继续

“推动贷款利率稳中有降”。业内人士认为，由于今年以来银行净息差压力持续，《通知》将助推银行进一步压降负债端成本。

今年以来，银行对于负债端成本的压降一直持续。多家银行对手工补息、通知存款等都进行了调

整；近日，又有银行发布公告，对对公协定存款利率上限进行下调。

分析人士指出，《通知》提出在保持商业银行净息差基本稳定的基础上，促进社会综合融资成本稳中有降，这意味着商业银行需要同步压降负债端成本。

多家银行调整协定存款利率上限

规范，进一步夯实存款成本压降的成果。

融360数字科技研究院分析师刘银平认为，调整协定存款利率上限有利于压降负债成本，缓解银行净息差持续收窄的压力，对协定存款利率较高、占比较高的中小型银行、股份制银行影响相对较大；不过，整个银行体系中，协定存款在银行存款中的占比并不是很高，对银行整体的实际成本压降效果相对有限。

在采访中，业内人士普遍认为，协定存款利率上限的调整是银行降低负债端成本的一环。此前，多家银行已经对手工补息、通知存款、中长期大额存单等进行了调整。

部分银行下架智能存款、调整大额存单等，对于舒缓银行负债成本有益，尤其是大额存单、智能存款等产品负债占比高的银行影响相对大一些。”光大银行金融市场部宏观研究员周茂华告诉记者，“更重要的是，银行下架或调整相关产品，有助于维护存款市场正常竞争秩序，减少高息揽储影响。”

兴业银行方面表示，去年以来市场存款利率明显下行，部分长期限甚至是无期限合约约定存款利率不能随行就市，造成银行负债成本高企，该行参照同类型银行做法，相应发布人民币单位协定存款调整公告，对这部分合约存款进行

银行仍需压降负债端成本

《通知》提出：“推动贷款利率稳中有降”，“持续发挥贷款市场报价利率(LPR)改革效能和存款利率市场化调整机制的重要作用，在保持商业银行净息差基本稳定的基础上，促进社会综合融资成本稳中有降”。

薛慧如分析称：“根据《通知》要求，不论是从银行自身抵御净息差和盈利能力下行压力的角度，还是从监管维护存款市场竞争秩序、提升银行服务实体经济能力的角度，银行未来都会努力压降负债端成本。”

周茂华认为，综合考虑目前经济处于复苏阶段、物价水平偏低、部分银行金融机构净息差压力较大、政策空间充足及配合积极财政政策等，预计后续稳健货币政策偏积极，在实施和优化此前出台再贷款再贴现工具和稳楼市政策外，后续有望进一步出台降准工具；并引导金融机构积极优化资产负债结构，根据市场情况用好存款利率市场化调整机制，继续挖掘LPR改革红利。

梁斯亦认为，当前我国经济稳中向好态势持续巩固，需要进一步采取支持政策，提振经济主体预期。“近年来，商业银行存款利率已多次调降，进一步压低负债成本，提升政策调控效率。预计金融机构将综合自身负债机构及资金来源，合理管理负债成本，更好与信贷利率变动相匹配，有效管理息差水平。”

“进一步推动金融机构合理降低实体经济融资成本，就是推动金融机构进一步让利实体经济，尤其是小微企业、‘三农’、制造业、绿色发展等重点新兴领域，增强微观主体获得感，提振

经营主体预期，激发经营和创新活力，既有利于当前内需循环复苏，产业创新升级，也有助于释放未来内需潜力。”周茂华说。

谈及下一步银行还有哪些压降成本的举措时，中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平分析道，一般而言，银行贷款定价可以分解为资金成本、风险成本、运营成本以及合理的预期收益，要实现实体经济融资成本稳中有降，银行就要从上述提到的几个部分进行压降。

“目前看，尽管从理论上可以通过授信策略和技术的提升，实现风险成本的压降，但实际上要做到这一点非常困难。就合理的预期收益而言，目前的压缩空间已经非常小。所以银行压降实体经济融资成本，应着重从资金成本和运营成本方面入手。”杨海平说。

杨海平认为，就资金成本而言，重点举措包括：一是科学调控主动负债产品额度，并通过优化产品配置强化被动负债的主动管理；二是进一步转变存款经营理念，推动费用驱动型存款向结算驱动型、业务驱动型存款转型，重点是利用金融科技手段，提升服务水平，通过提升账户的活跃度，增加存款沉淀；三是用好FTP(内部资金转移定价)及其他管理工具，引导全行树立算账意识，执行好总行确定的资产负债配置策略；四是用好用足人民银行推出的货币政

策工具。就运营成本而言，重点举措包括：一是科学调控主动负债产品额度，并通过优化产品配置强化被动负债的主动管理；二是进一步转变存款经营理念，推动费用驱动型存款向结算驱动型、业务驱动型存款转型，重点是利用金融科技手段，提升服务水平，通过提升账户的活跃度，增加存款沉淀；三是用好FTP(内部资金转移定价)及其他管理工具，引导全行树立算账意识，执行好总行确定的资产负债配置策略；四是用好用足人民银行推出的货币政

策工具。就运营成本而言，重点举措包括：一是科学调控主动负债产品额度，并通过优化产品配置强化被动负债的主动管理；二是进一步转变存款经营理念，推动费用驱动型存款向结算驱动型、业务驱动型存款转型，重点是利用金融科技手段，提升服务水平，通过提升账户的活跃度，增加存款沉淀；三是用好FTP(内部资金转移定价)及其他管理工具，引导全行树立算账意识，执行好总行确定的资产负债配置策略；四是用好用足人民银行推出的货币政

策工具。就运营成本而言，重点举措包括：一是科学调控主动负债产品额度，并通过优化产品配置强化被动负债的主动管理；二是进一步转变存款经营理念，推动费用驱动型存款向结算驱动型、业务驱动型存款转型，重点是利用金融科技手段，提升服务水平，通过提升账户的活跃度，增加存款沉淀；三是用好FTP(内部资金转移定价)及其他管理工具，引导全行树立算账意识，执行好总行确定的资产负债配置策略；四是用好用足人民银行推出的货币政

策工具。就运营成本而言，重点举措包括：一是科学调控主动负债产品额度，并通过优化产品配置强化被动负债的主动管理；二是进一步转变存款经营理念，推动费用驱动型存款向结算驱动型、业务驱动型存款转型，重点是利用金融科技手段，提升服务水平，通过提升账户的活跃度，增加存款沉淀；三是用好FTP(内部资金转移定价)及其他管理工具，引导全行树立算账意识，执行好总行确定的资产负债配置策略；四是用好用足人民银行推出的货币政

策工具。就运营成本而言，重点举措包括：一是科学调控主动负债产品额度，并通过优化产品配置强化被动负债的主动管理；二是进一步转变存款经营理念，推动费用驱动型存款向结算驱动型、业务驱动型存款转型，重点是利用金融科技手段，提升服务水平，通过提升账户的活跃度，增加存款沉淀；三是用好FTP(内部资金转移定价)及其他管理工具，引导全行树立算账意识，执行好总行确定的资产负债配置策略；四是用好用足人民银行推出的货币政

策工具。就运营成本而言，重点举措包括：一是科学调控主动负债产品额度，并通过优化产品配置强化被动负债的主动管理；二是进一步转变存款经营理念，推动费用驱动型存款向结算驱动型、业务驱动型存款转型，重点是利用金融科技手段，提升服务水平，通过提升账户的活跃度，增加存款沉淀；三是用好FTP(内部资金转移定价)及其他管理工具，引导全行树立算账意识，执行好总行确定的资产负债配置策略；四是用好用足人民银行推出的货币政

策工具。就运营成本而言，重点举措包括：一是科学调控主动负债产品额度，并通过优化产品配置强化被动负债的主动管理；二是进一步转变存款经营理念，推动费用驱动型存款向结算驱动型、业务驱动型存款转型，重点是利用金融科技手段，提升服务水平，通过提升账户的活跃度，增加存款沉淀；三是用好FTP(内部资金转移定价)及其他管理工具，引导全行树立算账意识，执行好总行确定的资产负债配置策略；四是用好用足人民银行推出的货币政

策工具。就运营成本而言，重点举措包括：一是科学调控主动负债产品额度，并通过优化产品配置强化被动负债的主动管理；二是进一步转变存款经营理念，推动费用驱动型存款向结算驱动型、业务驱动型存款转型，重点是利用金融科技手段，提升服务水平，通过提升账户的活跃度，增加存款沉淀；三是用好FTP(内部资金转移定价)及其他管理工具，引导全行树立算账意识，执行好总行确定的资产负债配置策略；四是用好用足人民银行推出的货币政

策工具。就运营成本而言，重点举措包括：一是科学调控主动负债产品额度，并通过优化产品配置强化被动负债的主动管理；二是进一步转变存款经营理念，推动费用驱动型存款向结算驱动型、业务驱动型存款转型，重点是利用金融科技手段，提升服务水平，通过提升账户的活跃度，增加存款沉淀；三是用好FTP(内部资金转移定价)及其他管理工具，引导全行树立算账意识，执行好总行确定的资产负债配置策略；四是用好用足人民银行推出的货币政

耐心资本扩容 六大行持股国家大基金三期

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

5月27日,中国银行(601988.SH)、农业银行(601288.SH)、工商银行(601398.SH)、建设银行(601939.SH)、交通银行(601328.SH)、邮储银行(601658.SH)六家国有大行相继发布公告,合计出资

1140亿元持股国家集成电路产业投资基金三期股份有限公司(以下简称“国家大基金三期”),占比33.14%。

这是商业银行首次以直接参股的形式参与国家集成电路产业大基金。此前召开的中共中央政治局会议提出,要积极发展风险投资,壮大耐心资本。

缓解风险投资市场募资难题

近年来财政资金和企业自有资金普遍比较紧张,银行资金的引入能够极大地缓解风险投资市场募资困难。

上述六大行均表示,本次投资是结合国家对集成电路产业发展重大决策,是服务实体经济、推动经济和社会可持续发展的战略选择,对于推动金融业务发展具有重要意义。

公开资料显示,国家大基金三期由财政部、国开金融有限责任公司、上海国盛(集团)有限公司、工商银行等19家机构共同出资设立,注册资本为人民币3440亿元,经营范围包括私募股权投资基金管理,创业投资基金管理服务;以私募基金从事股权投资、投资管理、资产管理等活动;企业管理咨询。国家大基金三期旨在引导社会资本加大对集成电路产业的多渠道融资支持,重点投向集成电路全产业链。

中国银行研究院银行业与综合经营团队主管邵科表示,首先,大基金三期将重点投向集成电路全产业链,支持我国半导体产业发展,提升产业链自主可控和全球竞争力,银行通过自有资金参与国家大基金,提供长周期的耐心资本,选择专业的投资管理人,可以显著提升相关行业和企业的信心以及能力,立足行业长远发展前景进行更多的研发和创新工作;其次,银行参与国家大基金三期,将可以通过股权投资方式分享半导体等科技行业的发展

红利,提升相关非息业务收入,拓宽盈利空间,并进一步树立支持实体经济发展、担当社会责任的良好形象;最后,银行参与国家大基金三期,有助于进一步深化对科技行业以及科技金融的理解,探索更有针对性的产品体系和体制机制,提升科技金融的服务质效。

“前两期国家大基金是没有银行参与的,主要是各级财政资金、国有企业等主体参与。而大基金三期注册资本的规模达到了3440亿元,比前两期的规模之和还要大。因此,除了财政资金、国有企业的参与,需要增量资金做补充,银行参与最大的作用就是很好地解决了资金募集的问题。此外,以往各级财政资金参与风险投资,除了需要获得一定的投资收益,还会在具体投资的过程中有各种返投要求,比如要求被投企业在某地投资建厂或者设立研发机构等。而商业银行作为企业,参与大基金的目标是比较纯粹的财务收益,而不需要考虑发展本地经济等问题,因此商业银行作为LP(有限合伙人,即出资人),对基金实际投资决策时的限制更少,也会更受GP(普通合伙人,一般指基金管理人)的欢迎。”复旦大学马克思主义研究院青年副研究员、创新与数字经济研究院兼职

研究员毕睿罡指出。那么,银行系资金有哪些特点?将如何助力国家大基金发展?沈佳庆指出,参与设立国家大基金三期的国有商业银行均表示本次投资的资金为银行自有资金。一般而言,商业银行的自有资金在其全部资金中所占比重不大,但很重要,起到平衡风险、调节信贷收支等作用,存在一定的逆周期性特征。这部分资金参与投资时,风格较为稳健,不轻易加杠杆,追求长期稳定的收益。

毕睿罡向记者分析,相比财政资金、国有企业自有资金、个人投资者等LP,银行资金规模较大,尤其在近年来财政资金和企业自有资金普遍比较紧张,风险投资市场募资规模呈现减少的趋势下,引入银行资金能够缓解风险投资市场募资困难。

不过,受访人士也表示,银行资金参与风险投资也面临一些挑战。毕睿罡提到:“虽然银行资金总的体量很大,但出于审慎考虑以及各种制度约束,不能把银行总的资金盘子简单等同于可以拿来参与风险投资的资金。风险投资本身具有高风险、长周期的特征,如何合理地配置用于风险投资的资金规模、如何管理这些投资活动的风险,这些问题需要银行进一步探索。”

如何扩大耐心资本?

银行发挥自有资金的重要作用,通过投资产业基金直接形成耐心资本,支持重点领域发展。

业内人士表示,银行出资持股国家大基金,对助力科技创新、壮大耐心资本具有重大意义。

沈佳庆告诉记者,社保基金、保险资金、养老金、长线投资者掌握的各类资金,都是耐心资本的组成部分,本次六大行首次共同加入耐心资本国家队,进一步实现了耐心资本的扩容。

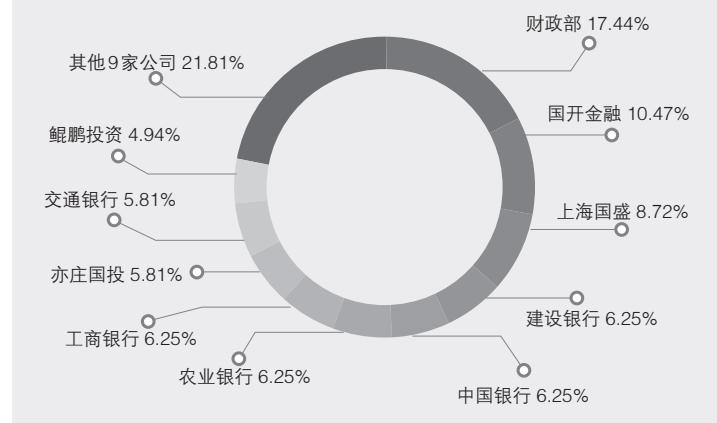
“本次有六大行首次出现在国家大基金的股东之列,代表着国有金融集团将进一步融入推动国家重点产业的发展举措中,为服务实体经济、破解产业升级的‘卡点’和‘堵点’,为实现高质量发展贡献力量。”沈佳庆进一步表示,2023年10月中央金融工作会议提出做好“五篇大文章”,其中首当其冲就是大力发展科技金融,要求“通过改进服务模式和搭建服务平台,构建服务于科技创新创业的金融服务体系与金融生态环境”。

沈佳庆认为,我国的融资结构一向是以商业银行为主导的间接融资为主。面对错综复杂的内外部发展环境,国家一系列重大战略、重大项目、重点工程的部署和实施,客观上迫切需要商业银行优化金融的供给结构和质量,提供多元化的金融支持。越来越多国有银行参与产业基金业务,预示着多元化、多层次资本市场建设将取得新的实质性进展和突破。

值得一提的是,今年4月底召开的中央政治局会议强调,要积极发展风险投资,壮大耐心资本。

谈到如何壮大耐心资本,

国家大基金三期19位股东构成



数据来源:天眼查

毕睿罡认为,首先要引入更多的资金进入这一市场,包括商业银行的资金、社保资金等等。从历史经验来看,美国风险投资市场的快速扩张也是从1979年美国放宽养老基金对风险投资的限制开始的。其次在制度上,解决许多资金参与风险投资的限制,比如当前商业银行是不能直接参与股权投资的,因此只能通过设立子公司等方式持有被投企业的股权,解决这些制度障碍是银行及其他增量资金更加顺畅地进入风险投资市场的制度保障。最后要注意的是,风险投资市场的成熟不是一蹴而就的,想要壮大耐心资本,社会各界需要多一些耐心。只有经过足够长时间的考验,才能在大浪淘沙的过程中,形成一批优秀的GP,只有优秀的GP成长起来,风险投资活动才能提供对投资者有吸引力、对企业有实际帮助的金融服务。

“壮大耐心资本需要从政府、市场和金融机构等多方面共同发力。”在邵科看来,从银行的角度来看,可以做到以下几方面工作:一是,发挥自有资金的重要作用,通过投资产业基金直接形成耐心资本,支持重点领域发展;二是,通过集团旗下资产管理及其他综合经营公司,稳妥有序发起、参与相关风险投资,集聚社会中的各类长期资金形成耐心资本;三是,在监管允许的框架下,加快探索产品和服务创新,支持风险投资市场和金融机构的发展,支持耐心资本的持续壮大。

沈佳庆也表示,耐心资本的持续壮大,需要良好的产业发展环境。一方面,在产业政策制定过程中应更多考虑长期效应,确保政策的延续和传承。另一方面,着力培养更多长期投资者,引导更多国央企、大型企业、投资人等发起或参与长期投资项目,并且投资过程中视角从关注企业成长,向关注整体行业成长过渡。最后,设计更多机制和产品帮助对冲长期投资风险,激发中长期资金入市的积极性和主动性。

无卡存取款业务“刹车”

陆续停止相关业务

本报记者 慈玉鹏
北京报道

近日,交通银行(601328.SH)、中信银行(601998.SH)、农业银行(601288.SH)等多家银行陆续发布公告,表示暂停无卡存取款业务中预约取款或其他部分功能,但客户仍可使用二维码取款或刷脸取款等方式。

《中国经营报》记者了解到,此轮无卡存取款业务调整原因之一是银行进一步提升风险管理能力,因为预约无卡取现业务较难准确识别客户身份,部分不法分子利用该业务身份核实匹配时差等进行洗钱活动,停掉相关业务是为及时控制潜在风险。

目前,反洗钱管控不断升级。业内人士告诉记者,信息技术时代的洗钱犯罪手段正在愈发多样化、隐蔽化。打击洗钱活动,需要不断加强金融科技能力建设,同时也要持续落实宣传引导,提高民众对于反洗钱任务的了解及重视。

近期,交通银行发布《关于调整个手机银行预约取款业务的公告》,表示“为推进业务高质量发展,加强风险管理,我行将于2024年5月24日起停止个人手机银行中无卡取款功能中的预约取款服务。之后您仍可通过我行现金自助设备或营业网点办理取款业务”。

记者采访了解到,所谓授权码取款即通过手机银行选择无卡取款后,使用生成的“授权码”加“交易密码”在ATM机器上进行取款,与预约取款类似。

同在5月,农业银行发布《关于我行掌银无卡取款暂停服务的公告》,表示“为了提供更便捷、高效的服务,我行拟于2024年5月9日起暂停掌银无卡取款服务。上述服务暂停后,您可通过读卡取款、掌银扫码取款、刷脸取款等其他方式办理网点现金提取相关业务”。

某国有银行人士告诉记者,

现金自助设备授权码取款功能。后续,您仍可通过我行现金自助设备无卡取款(二维码取款),或持银行卡前往我行现金自助设备或营业网点办理取款业务”。

记者采访了解到,所谓授权码取款即通过手机银行选择无卡取款后,使用生成的“授权码”加“交易密码”在ATM机器上进行取款,与预约取款类似。

同在5月,农业银行发布《关于我行掌银无卡取款暂停服务的公告》,表示“为了提供更便捷、高效的服务,我行拟于2024年5月9日起暂停掌银无卡取款服务。上述服务暂停后,您可通过读卡取款、掌银扫码取款、刷脸取款等其他方式办理网点现金提取相关业务”。

某国有银行人士告诉记者,

无卡取款中有多种业务选择,其中,预约取款指通过手机银行预约后,在ATM输入相关验证信息实现取款;扫码取款指通过客户手机银行App扫码验证后实现取款;刷脸取款指通过输入身份证件信息及人脸识别验证在ATM机器上实现取款。“总体来说,扫码取款与刷脸取款相对预约取款风险管控难度要小,更容易明确操作者的身份信息。”

目前,银行无卡存取卡业务管控逐步加强。据记者不完全统计,今年以来,贵阳农商银行、兴义农商银行等银行陆续发布公告表示对ATM扫码存取款功能进行限制调整。而此前,已有多家银行对于无卡存款服务调整。例如,建设银行(601939.SH)、中国银行(601988.SH)、广发

银行等银行已关闭ATM二维码存款功能。

中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平告诉记者:“银行陆续收紧无卡存取款业务,一方面是为了更好地维护客户资金安全,因为无卡存款业务,在客户身份验证方面有一定的漏洞,容易被犯罪分子利用。另一方面,该业务实际应用频率有限,部分商业银行出于降本增效的目的,关闭了该业务。”

金融监管专家周毅钦告诉记者:“手机预约无卡取现业务,是商业银行针对客户未携带银行卡,又急需取款时提供的一项便捷金融服务。但是这种金融服务不需要在营业网点经人工办理,而是可通过ATM进行自助办理,业务发生时无法准确识别客户身

份,容易被不法分子所利用,近年来已经逐渐成为新型网络诈骗和地下洗钱的辅助工具之一。”

周毅钦告诉记者:“和无卡取现相比,近年来一些商业银行逐渐开始推广扫码取款及刷脸取款的方式,这类方式与无卡取现相比,需要客户的手机绑定或人脸识别远程识别,安全度更高,有效防范了支付风险。但刷脸支付的技术成熟度还有待提高,由于人脸具有不稳定性,在不同的光照或环境下,刷脸支付可能会出现系统不识别的问题,同时也涉及用户面部信息的收集和存储,这些信息如果被不法分子获取,可能会导致用户的身份被冒用,给用户带来财务损失和个人隐私泄露的风险。这些都对商业银行的网络安全管理提出了更高的要求。”

反洗钱防控升级

记者采访了解到,加强反洗钱防控是此轮无卡存取款业务调整的原因之一。

中国银行研究院研究员吴丹告诉记者:“近期银行陆续暂停了无卡存取款业务,主要是出于保障存款账户的安全性考虑。”

吴丹告诉记者:“值得注意的是,信息技术时代的洗钱犯罪手段正在更加多样化、隐蔽化。严厉打击洗钱活动,不仅需要金融科技监管能力加快提升,也需要相关制度和机制的不断革新,更需要广大民众对反洗钱任务高度重视、积极参与和广泛监督,杜绝洗钱活动对社会秩序的扰乱,共同维护国家利益和金融安全。”

及度和便利度仍尚不完善。随着数字化时代科技不断进步,身份智能识别技术将愈加先进,设备不断迭代升级将更好服务居民存取资金。”

吴丹告诉记者:“值得注意的是,信息技术时代的洗钱犯罪手段正在更加多样化、隐蔽化、大众化。严厉打击洗钱活动,不仅需要金融科技监管能力加快提升,也需要相关制度和机制的不断革新,更需要广大民众对反洗钱任务高度重视、积极参与和广泛监督,杜绝洗钱活动对社会秩序的扰乱,共同维护国家利益和金融安全。”

今年是《打击治理洗钱违法犯罪三年行动计划(2022—2024年)》

最后一年,该行动计划要求,司法执法机关在办案中强化“一案双查”,在案件办理过程中既要惩处上游犯罪,又要查办洗钱犯罪线索,同时加大追捕、追诉洗钱犯罪力度,为预防和打击金融犯罪、维护金融稳定提供强有力的支持和保障。

目前反洗钱防控不断加强。4月25日,全国人大常委会公布《中华人民共和国反洗钱法(修订草案)》(以下简称《修订草案》),向社会公开征求意见。《修订草案》修订2007年1月1日起实施的《反洗钱法》,将法条由37条扩展至62条,作出了许多符合国际惯例、具有中国特色和亮点的修改补充。

同时,记者同时注意到,中国人民银行多家分行近期召开反洗钱工作会议。例如,中国人民银行官网4月末发布信息显示,人民银行天津市分行召开2024年天津市反洗钱工作会议,安排部署2024年天津市反洗钱工作任务;4月16日,人民银行湖南省分行召开2024年湖南省义务机构反洗钱工作会议,要求义务机构从强化洗钱风险自评估、完善洗钱风险管理体系建设、提高反洗钱履职质效、提升金融情报价值、推动打击治理洗钱违法犯罪、扎实开展调研宣传培训等六方面下功夫。

中国 人民银行近期数据显示,2023年人民银行各分支机构共接收重点可疑交易线索1.3万余份,筛选后对需要进一步查深查透的线索开展反洗钱调查6200余次,向侦查、监察机关移送线索6300余条;协助侦查、监察机关对2600余起案件开展反洗钱调查共2.5万余次,协助破获涉嫌洗钱等案件1600余起。

杨海平告诉记者:“进一步提高反洗钱能力的关键在于:其一,反洗钱主管部门进一步推进监管理念升级,落实风险为本的监管理念;其二,通过修订《反洗钱法》,在明确各部门职责的基础上,持续增强合力;其三,稳步推进新一代信息技术、大数据技术、人工智能在反洗钱监管和反洗钱业务实践中的应用。”

千亿巨头换总裁 瑞众保险“招兵买马”进行时

本报记者 陈晶晶 广州报道

近期,成立未满一年的瑞众人寿保险有限责任公司(以下简称“瑞众人寿”)发生重要人事变更。公告称,经公司第一届董事会第四次会议研究决定,指定公司副总裁俞德本为临时负责人,代行总裁职权。

《中国经营报》记者注意到,俞德本获批担任瑞众人寿保险副总经理一职时间并不长,其任职资格于今年3月15日获批。据知情人士透露,待报监管批复后,俞德本或将正式成为瑞众人寿保险第二任总裁。

扩大人才队伍

逐渐完善公司内部架构的瑞众人寿,近期下大力气“招兵买马”,在全社会物色金融人才。

公开资料显示,瑞众人寿首任总裁为赵松来。2023年7月,赵松来获批担任瑞众人寿总裁。有近40年保险业从业经验的赵松来,曾任中国人寿天津市大港区支公司副经理、总经理,天津市分公司总经理等职务。后出任中国人寿旗下保险职业学院党委书记、院长。今年2月18日,瑞众人寿发布公告称,赵松来因达到退休年龄,不再担任瑞众人寿总裁。

值得一提的是,与赵松来一样,俞德本也拥有多年中国人寿工作的经历。根据工作履历,俞德本从事金融保险工作20余年,曾任中国人寿江苏省分公司总经理、中国人寿保险(海外)股份有限公司负责人。

据公开资料,瑞众人寿当前多位高管均有中国人寿系统工作背景。例如瑞众人寿现任董事长赵立军、副总经理李英建、总精算师田今朝。不过,从年龄来看,已超60岁的赵立军后续是否会有职位变动,也是行业一大关注点。

2024年3月,瑞众人寿完成“三定”后,部门架构也调整为22个部门。

需要注意的是,逐渐完善公司内部架构的瑞众人寿,近期下大力气“招兵买马”,其公司官网以及官方微博都可看到大量招聘信息,在全社会物色金融人才。

4月16日,瑞众人寿官方微信

对此,瑞众人寿相关负责人回复记者表示,以公司披露的公开信息为准。

公开资料显示,今年3月,瑞众人寿已完成“三定”(定职责、定机构、定编制),其部门架构也将调整为22个部门。目前瑞众人寿正处于“招兵买马”的阶段,上百个岗位亟须引进人才。

瑞众人寿成立后的2023年经营业绩较为突出,实现总保费2691亿元,保费收入在行业排名前三。未来,瑞众人寿将开启怎样的发展之路,备受行业期待。

“新生”的业务巨头

瑞众人寿承接了华夏人寿的业务及相应的资产、负债后,最新业绩指标较华夏人寿时期有较大提升。

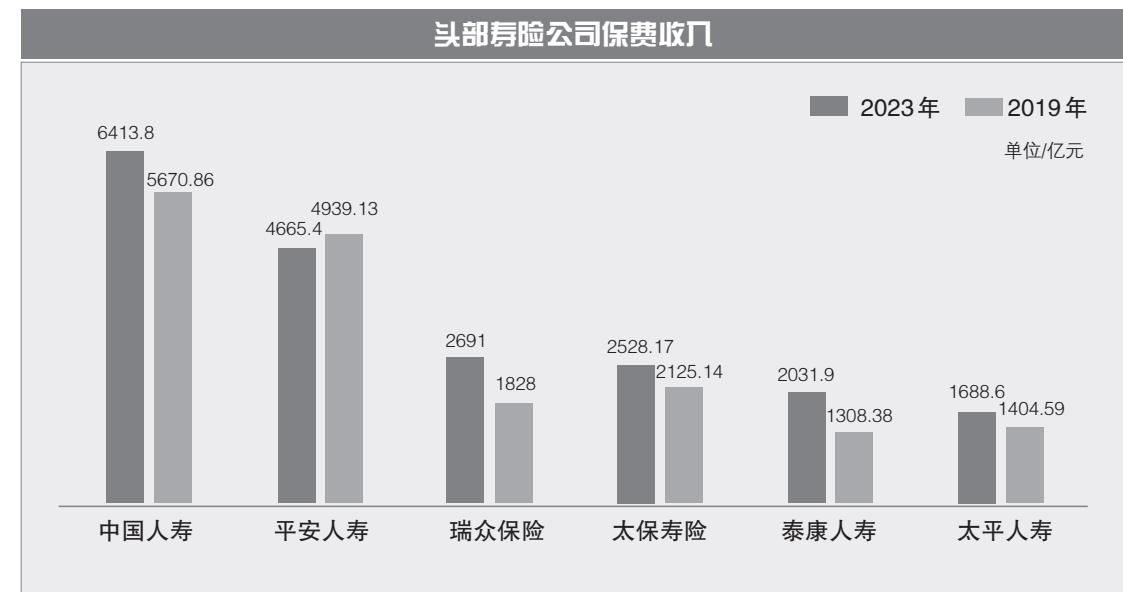
实际上,瑞众人寿当前亟须人才有其独特的历史背景。

公开资料显示,瑞众人寿成立于2023年6月30日,注册资本为565亿元,其中九州启航(北京)股权投资基金(有限合伙)(以下简称“九州启航基金”)出资339亿元,持股比例60%;中国保险保障基金有限责任公司出资226亿元,持股比例40%。

从九州启航基金股东机构来看,该基金资金金额高达339.01亿元,共计12家机构出资成立,包括执行事务合伙人——深圳市深基启航投资发展有限公司,以及11家大中型国资控股寿险公司。

2023年7月,国家金融监督管理总局批复同意瑞众人寿及其661家分支(专属)机构开业。2023年11月9日,监管发布批复文件,同意瑞众人寿整体受让华夏人寿保险业务及相应的资产、负债。

根据瑞众人寿与华夏人寿签署的《华夏人寿保险股份有限公司与瑞众人寿保险有限公司之相关业务及资产负债转让协议》(以下简称“协议”),瑞众人寿受让协议约定的华夏人寿截至2022年12月31日的业务、资产及权利、负债、机构、网点、人员队伍等。自2023年1月1日起,华夏人寿新形成的业务、资产及权利、负债、机构、网点、人员队伍等由瑞众人寿承接。并且,本次转让至瑞众人寿全部保险业务的保险责任均由瑞众人寿承担。华夏人寿保单权利人(包括投保人、被保险



图表来源:据公开资料整理

司与瑞众人寿保险有限公司之相关业务及资产负债转让协议》(以下简称“协议”),瑞众人寿受让协议约定的华夏人寿截至2022年12月31日的业务、资产及权利、负债、机构、网点、人员队伍等。自2023年1月1日起,华夏人寿新形成的业务、资产及权利、负债、机构、网点、人员队伍等由瑞众人寿承接。并且,本次转让至瑞众人寿全部保险业务的保险责任均由瑞众人寿承担。华夏人寿保单权利人(包括投保人、被保险

人、受益人)无须更换保险合同,原保险合同继续有效,各项权益不受影响。

瑞众人寿公开表示,公司将全面履行保险合同义务,切实保护保险消费者及各有关方面合法权益。截至2023年12月,瑞众人寿有24家直属分公司、150家中心支公司、480家支公司及营销服务部、7家电话营销中心。

值得一提的是,瑞众人寿承接了华夏人寿的业务及相应的资产、负债后,最新业绩指标较华夏

人寿时期有较大提升。

据瑞众人寿官方公众号披露,2023年瑞众人寿实现总保费2691亿元,同比增长6%;原保费收入1947亿元,同比增长7%;新单保费1544亿元,同比增长9%;续期保费1146亿元,同比增长3%;新单标准保费260亿元,同比增长33%;长险新单期交保费340亿元,同比增长28%。

当前,瑞众人寿已拥有约15万销售人力规模,服务约4000万个人客户和超过14万家机构客户。

确立新目标

2024年,是瑞众人寿成立后的首个完整经营年度,也是其新战略规划正式落地实施的元年。

值得注意的是,瑞众人寿开启了全新的经营战略。

据悉,瑞众人寿已经确立了“专业化、生态化、数字化”为一体的远景目标,以“专业化”为主体,以“生态化”“数字化”为翼,实现“一体两翼”有机统一,聚焦“产品—销售—运营—投资”保险经营价值链,全面满足客户在人身保险领域的保险保障和财富管理需求。

瑞众人寿南方地区内部人士向记者称,“专业化”聚焦主业,提升专业经营和风险管理核心能力。“生态化”立足投资主业,建设以寿险为核心的保险生态。“数

字化”则是加强数字资源开发利用,构建数字生态,实现“数字化”经营转型。

2024年,是瑞众人寿成立后的首个完整经营年度,也是其新战略规划正式落地实施的元年。

在2024年初的工作会议上,瑞众人寿方面指出,坚持树立正确发展理念,把握好“稳”和“进”、“立”和“破”的关系,统筹平衡好规模与效益、资产与负债、发展与安全。下阶段,要以中长期发展战略及2023—2025年发展规划落地为牵引和抓手,坚持内外兼修、一体推动高质量转型落地见效。

瑞众人寿方面称,2024年公

司将重点抓好六项重点工作:一是全面加强党的建设。全面加强党的政治建设、思想建设、组织建设、作风建设、纪律建设,持续推动主题教育成果转化。二是持续推动风险处置有效实施。三是积极服务国家发展大局。制定服务大局整体工作方案,推动工作方案规划落地见效。四是推进“三化”战略全面宣贯落地。完成战略规划审议报备,做好战略规划宣传引导,推动战略规划落地实施。五是着力推进重点领域深化改革。创新产品研发模式,强化业务与销售能力建设,加快推进

“数字化”转型,推动投资能力和投资收益持续双提升。六是强化资源保障和机制建设。加强人才队伍建设,完善“三位一体”政策体系,强化全面风险管理,加强企业文化建设。

此外,为了进一步落实上述工作,瑞众人寿将在全面坚持党建引领,抓实抓牢从严治党;全面落实服务大局,抓实抓深五篇大文章;全面聚焦公司战略,抓实抓早举措落地;全面围绕经营计划,抓实抓细目标达成;全面健全经营机制,抓实抓准配置效能;全面重塑经营链条,抓实抓新服务能力;全面加强风险管理,抓实抓牢安全防线等七大内容重点发力。

消费金融加速“补血” 月内三家发行金融债

半年发行超200亿元

本报记者 郑瑜 北京报道

2024年5月内,已有3家消费金融公司发行了金融债券。

5月28日,马上消费金融股份有限公司(以下简称“马上消费金融”)成功发行规模为15亿元的2024年金融债券(第二期)。

就在一周前,河南中原消费金融股份有限公司(以下简称“中原消费金融”)也成功发行了金融债券。

中原消费金融方面人士告诉《中国经营报》记者,本期债券募集资金主要用于补充公司中长期流动资金及监管机构允许的其他用途。“此次发行金融债受到银行、理财子公司、公募基金、券商、信托等各类金融机构追捧,认购倍数高达3.8倍,充分反映了市场的认可与支持。”

该人士认为,消费金融公司发行的金融债券3年期偏多,能发3年期也说明了公司和头部消费金融公司差距越来越小;从规模来看,主要是根据市场上投资人的认可度和参与度来决定的,公司本次基础发行规模15亿元,与头部消费金融公司保持同一水平,后期又超额增发5亿元,更加说明投资人对公司的认可和支持。

利好客户开拓、客群优化

根据记者不完全统计,2024年上半年截至发稿前,已经有6家消费金融公司累计发行金融债券规模达205亿元,共12期金融债。

不得不提的是,2023年内持牌消费金融公司累计发行17期资产证券化产品(以下简称“ABS”),累计也只有230亿元,目前2024年上半年消费金融公司发行金融债水平已经逼近去年消费金融公司全年ABS发行水平。

具体来看,杭银消费金融有限公司发行两期金融债,发行规模共计25亿元;招联消费金融股份有限公司(以下简称“招联消费金融”)发行4期共80亿元;兴业消费金融股份公司(以下简称“兴业消费金融”)发行3期金融债,发行规模共计55亿元;中银消费金融有限公司(以下简称“中银消费金融”)发行

15亿元,以及前述两家马上消费金融、中原消费金融分别在今年发行10亿元、20亿元。

兴业消费金融有关负责人表示,2024年,公司已成功发行3期金融债券,发行金额总计55亿元,募集资金主要用于补充公司中长期资金,优化公司资产负债期限结构,进一步促进主营业务发展,提升普惠金融服务能力。中诚信国际信用评级有限责任公司综合评定发行人主体评级及债项评级均为AAA。

“中银消费金融一直以来积极运用各类金融工具保持了良好的融资渠道,近年来中国人民银行和监管部门加大对消费金融行业的各项政策支持,拓宽融资渠道、降低融资成本,对消费金融公司进一步提升金融服务质量、支持市场消费提升起到良好效果。作为国有

持牌金融机构,中银消费金融践行金融工作的政治性和人民性,持续构建多元化的融资渠道,在优化公司融资结构的同时,也有力补充发展资金,提高金融服务能力和消费信贷覆盖面,强化金融服务实体经济的能力。”中银消费金融公司回应记者表示。

招联消费金融相关人士向记者介绍,2024年2月26—27日招联消费金融发行2024年首期金融债券,债券额度18亿元,债券期限3年,主体信用与债券信用等级均为AAA级,簿记区间为2.30%—3.30%。

记者看到,在2021—2023年上半年消费金融行业未有持牌机构发行金融债券之前,最近一波金融债券的发行机构也是招联消费金融,其在2020—2021年累计发行8期金融债券,共计155亿元,发行规

模居行业榜首,最高近5倍超购。

公开资料显示,招联消费金融于2019年12月获准在全国银行间债券市场公开发行不超过70亿元人民币金融债券,也是国内第4家获准发行金融债券的消费金融公司。

2020年上半年,招联消费金融首期20亿元、二期20亿元、三期30亿元金融债券已经完成发行,主体信用等级、债券信用等级均为AAA级,发行利率分别为3.48%、3.04%、3.10%。这也是招联消费金融首次在资本市场亮相。

业内人士告诉记者,3年期金融债券有利于进一步提高公司资产负债管理能力,调整融资结构。

2021年,中国人民银行批复招联消费金融在全国银行市场公开发行不超过85亿元的金融债券。4月8日,招联消费金融成功

发行2021年第一期金融债券,发行总额18亿元,得到了众多银行及非银机构的支持,认购倍数接近3倍。该期债券为3年期固定利率产品,最终票面利率定在3.7%。

前述招联消费金融相关人士介绍道,2023年11月,招联消费金融再获中国人民银行批复在全国银行间市场公开发行150亿元的金融债,继续刷新消费金融公司债券获批发行的额度纪录,后续将根据市场情况分期发行。“2022年1月,中央国债登记结算有限责任公司公布2021年度中债成员业务发展质量评价结果,招联消费金融凭借在债券市场上的优异表现,从全国数千家金融机构中脱颖而出,荣获‘2021年度优秀金融债发行机构’称号,为该榜单唯一一家消费金融公司。”

激烈,这将促使消费金融公司在产品、综合服务上的创新,培育更凸显的差异化竞争力。

博通分析金融行业资深分析师王蓬博表示,金融债发行门槛高但期限长,一般为3—5年,对消费金融公司来讲可以拓展融资渠道,优化资产负债结构,降低利率风险敞口,消费金融公司一旦达到标准要求都会优先发行,随着达标的消费金融机构越来越多,发债市场也就越来越火热。但是王蓬博同时也提示,由于金融债发行的门槛限制,可能会加速消费金融行业分化,头部机构资金实力更加雄厚。

孙扬认为,金融债的顺利发行可以为消费金融公司提供长期且稳定的资金,优化资产负债结构,降低消费金融公司负债付息的成本压力,提升消费金融公司的盈利能力。同时,有助于消费金融公司的产品利率下降,利于消费金融公司直接进入到银行的消费金融市场,有助于消费金融公司开拓定价更低、质量更好的客户,有助于优化消费金融公司的客群结构。

孙扬补充道,在监管部门的鼓励下,金融债发行提速,将让消费金融面向客户端的产品定价进一步下探,但是同时也会让消费金融市场在优质客户领域的竞争更加

数字强国 破浪向前

数据价值释放“找出路”

本报记者 李晖 北京 福州报道

在寻找新质生产力的背景下,如何让作为生产要素的数据资源供得出、流得动、用得好,市场主体多方均在想办法。

“我们现在手上有十多个数据资产项目,金额不等,原计划今年收入70万元,盈利3万元,但没想到这两个月已经远远超出预期。”

理顺制度卡点

我国遵循的是“既要安全也要发展”模式,这也导致在数据充分开发使用上挑战更大。

峰会开幕式当天发布的《数字中国发展报告(2023年)》显示,2023年我国数字经济保持稳健增长,数字经济核心产业增加值占GDP比重达到10%。数据要素市场日趋活跃,2023年数据生产总量达32.85ZB,同比增长22.44%,算力总规模居全球第二位。

根据国家数据局今年5月披露的数据,随着金融、工商、交通、电信等领域的数据产品日益丰富,当前在主要数据交易所挂牌的产品数量已超过1.3万个。

但在数字经济保持稳健增长、数据要素市场建设如火如荼的同时,开发流通难点仍然亟待解决。

“总体上看,我国数据资源开发利用还处于起步阶段,高质量数据供给不足、流通不畅、应用不充分的问题比较突出。”陈荣辉指出,究其原因,主要是制度体系不健全、技术支撑不充分、要素市场不完整。

与美国“重发展弱监管”模式、欧洲的欧盟“强监管弱发展”模式不同,我国遵循的是“既要安全也要发展”模式,这也导致在数据充分开发使用上挑战更大。

“在传统的数据安全观念中,数据不流动才是最安全的,而数据要素化的过程中,就必须跨域流动,数据从内循环转向跨域流通的外循环,就产生了外传的风险。”蚂蚁集团副总裁韦韬向记者表示。

北京一家独立隐私计算公司

期。地方数据流通交易的需求很大,打通堵点后会有更大的爆发。”一家北方沿海城市数据资产评价部门负责人告诉《中国经营报》记者。

打通堵点的行动已经在加速。在近期以“释放数据要素价值发展新质生产力”为主题的第七届数字中国建设峰会上,国家数据局副局长陈荣辉就公开透露,将

出台数据产权制度,制定促进数据合规高效流通交易政策文件,建立数据要素收益分配安全治理机制,推出鼓励和支持公共数据、企业数据开发利用的政策文件。

记者采访发现,除了诸多新的顶层设计细则已经有了时间表,可量化的技术应用以及数据流通使用的商业模式探索也在同步涌现。



高层曾告诉记者,之前几年数据市场建设发展缓慢,很大问题是数据的合规管理过于充分,但发展鼓励的路径不明。很多数据不敢流动、不愿流动,怕违规担风险,也怕数据泄露后价值打折扣。

在过去十年的数据信息化的发展过程中,我国信息化建设由各个业务部门自发开展,并以支撑本部门业务流转为主要目标。直到近几年,随着数据管理职能部门的成立,数据才转为由专门的职能部门负责,但在管理机制和权责方面仍未形成成熟的体系。

据记者了解,目前地方各类型数据管理部门还是归口地方管理,与国家数据局有业务交流但并非隶属关系。一位地方数据部门人士向记者表示,在国家数据局成立以来,很多机制开始理顺,但还有待进一步理顺。

据记者了解,目前地方各类型数据管理部门还是归口地方管理,与国家数据局有业务交流但并非隶属关系。一位地方数据部门人士向记者表示,在国家数据局成立以来,很多机制开始理顺,但还有待进一步理顺。

北京交通大学信息管理理论与技术国际研究中心(ICIR)特聘教授张向宏认为,过去几年,数据市场主要面临着三大问题:数据“供不出、流不动、用不好”,数据“不敢用、不能用、不好用”,数据“确权难、定价难、流通难”。

在他看来,在数据要素化的过程中,这三大问题需要分别用资源(制度)、技术和商业模式的路径来破解。

记者注意到,针对数据“供不出、流不动”,在顶层设计上,从中央到地方已经开始出台一系列政策——《加快公共数据开发利用指导意见》《促进数据流通交易指导意见》“数据要素”三年行动计划(2024—2026年)等均在加速理顺制度卡点。而根据国家数据局今年以来在公开官方场合表态看,一系列落地细则和配套规则均在紧锣密鼓推进中。

值得注意的是,一些地级市的探索也非常活跃。

抓住关键技术“牛鼻子”

除了金融行业对数据合规流通的强需求,公共数据的流通也是隐私计算渗透的富矿。

加快释放数据价值,不仅需要破除制约数据流通使用的制度性障碍,也需要数据基础设施的协同保障。针对数据“不敢用、不能用、不好用”,技术则是破题关键。

记者注意到,在今年峰会期间,多家科技公司披露了促进数据要素流通的实践进展——包括隐私计算、AI、云计算等技术在数据流通、数据价值释放上已经开始产生量化效果。

韦韬向记者透露,在安全汇聚多方数据的过程中,可通过隐私计算技术实现更精准的定价。在其隐私计算产品落地的十多家保险公司中,新能源车险平均保费下降了8%,目前这一场景正在快速铺开。据悉,在此前隐私计算开源框架“隐语”的基础上,蚂蚁集团将在今年推出密态计算云服务平台,进一步提升性能降低成本。

除了金融行业对数据合规流通的强需求,公共数据的流通也是

隐私计算渗透的富矿。

“公共数据由于其权属特殊性,必须在一个可信的公共数据加工空间内加工,或者与社会数据融合处理。由于数据安全法和个人信息保护法及各地政策的诸多限制,让社会数据集中到这个数据空间里往往很难。隐私计算则是整个数据的流通的核心组件。”浙江大学计算机学院教授、博导,浙江大学人工智能研究所副所长郑小林向记者直言。

得益于浙江相对开放的数据治理理念,“浙大系”隐私计算公司杭州金智塔科技近年来在公共数据运营上已经有了一些落地项目。

郑小林透露,通过隐私计算服务省大数据局、省税务局、银保监局、省电力公司等,采用“数据不出域、可用不可见”方式,公共数据授权运营主体,基于隐私计算平台进行数据融合计算后,形成数据产品再交付到使用方,目前已经联合地

方政府支持了“共同富裕群体监测”“稳就业和参保扩面”“中小企业经营现状分析”“科创信贷”等应用场景。

“我们通过全流程数据合规流通平台,解决了数据资源持有权、数据加工使用权、数据产品经营权分置问题,目前已在杭州、宁波、湖州等城市落地实践。”郑小林表示。

数据在融合过程中,新的业务模式也在逐步形成。中电金信副总经理、研究院院长况文川向记者表示,融合数据和AI模型等多种创新元素的技术复杂度越来越高,市场需求也从C端向B端转移,这要求科技公司不仅要解决上游关键技术单品的突破,还要体系化地汇聚基础软硬件、网络、中间技术平台、上层数字化应用,系统性解决问题。据其透露,目前公司自主研发的“源启”行业数字底座,已应用于多个行业的数智化升级。

探索数据评估、入表多元模式

目前各地数据集团、数据交易所的关键是商业模式的构建,放下身段,按照市场规则将自己带入商业闭环。

数据价值释放的关键一步是推动数据资产化。而数据由资源成为资产的关键则是数据如何确权和定价,一直以来这也是市场公认最棘手的挑战。

记者在采访中了解到,在当前全国性数据产权顶层制度尚不完全清晰的背景下,各地基于本地的法律法规,已经有基于数据资产登记、评估后解决数据资产入表、最终形成数据交易的一些探索。

一线城市在此方面起步较早。据深圳数据交易所(以下简称“深数所”)透露,去年深数所已落地全国首单数据资产质押增信业务。近期,深数所基于场内上市产品的信用评价体系,以及深圳数据知识产权登记试点,协助交通银行深圳分行建立科创企业“数据资产分层分类模型”,推动一家科技公司完成科创数据资产入表,并获得1000万元数据资产融资贷款,实现深圳首笔数据资产入表+产品上市+融资闭环案例。

值得注意的是,一些地级市的探索也非常活跃。

湖州市数字集团总经理王震告诉记者,今年4月,湖州成功完成了基于停车场项目的首单数据资产入表,项目帮助企业从合规权属、价值应用等方面进行了数据资源梳理,从数据资产权属、数据合规等维度全面登记数据资产信息,并颁发了可溯源、防篡改的区块链数据资产证书,明确了数据权属。

在王震看来,地级市通常具有较强统筹力的政策环境和决策机制,能够更快地响应市场需求和变化,也能结合本地特色、实际情况和需求进行定制化开发和应用。

据其透露,湖州数据要素流通中心已经实现全国接入各类机构305家,2023年数据流通累计交易额破亿元,今年将突破3亿元。“我们也计划系统总结经验,通过数字生态合伙人形式,探索打造可复制可推广的城市样板,赋能全国超100个地级城市全域数字化转型。”

一位数据生态社区负责人曾向记者直言,目前各地数据集团、数据交易所的关键是商业模式的

构建,放下身段,按照市场规则将自己带入商业闭环。

与上述北方沿海城市情况类似,王震告诉记者,湖州数据资产登记评价中心已经储备了大量的入表服务能力经验和市场需求非常旺盛,目前已形成营收。

值得注意的是,目前数据资产入表刚刚起步,仍面临来自会计准则适配性和价值评估复杂性挑战。记者注意到,截至5月底,多家曾在2024年一季度资产负债表中披露数据资源入表的公司,先后公告将原先记录在“存货”项下的“数据资源”调出,从而导致数据资产入表规模大幅降低。

在王震看来,目前数据资产入表难点主要集中在权属认定、价值挖掘和价值评估等方面。目前数据资产入表各省均有行动,企业入表热情也在逐步高涨,但是数据资产属于无形资产,在实际入表操作过程中还是应该以合法、合规、合理为前提审慎操作,避免出现合规瑕疵或价值过溢。

挖掘公共数据价值 跨域互认成未来重点

本报记者 蒋牧云 何莎莎
上海 北京报道

近期不少企业通过隐私计算、

技术解决“信任问题”

在数据要素市场的发展过程中,数据互联互通一直是业内讨论度最高的话题之一。近日举办的第七届数字中国峰会经济分论坛上,国家数据局党组书记、局长刘烈宏就指出,当前随着城市数据基础设施加快建设,人工智能等信息技术加快发展,数据要素的价值日益凸显,驱动着我国智慧城市建设迈向体系重构、质效提升的全域数字化转型新阶段。刘烈宏表示,要坚持系统推进、整体谋划,加快系统化布局、一体化推进,打通跨层级、跨地域、跨部门的堵点、卡点,推进设施联通、数据融通、平台互通、业务贯通,培育发展可持续的运营服务生态。

记者注意到,通过隐私计算、区块链技术的加持,已有不少数据跨域互通的项目成功落地。互联互通受到重视,浪潮卓数大数据总经理薛兵告诉记者,数据的价值需要在流转中产生,互联互通能够有效打破数据孤岛导致的数据流动和利用效率低下的现实问题,同时也能够解决平台限制数据充分自由流动的垄断问题。

安恒信息隐私计算事业部总经理陶立峰告诉记者,通过数据互联互通,可以进行多方数据联合建模统计分析,有助于提升业务模型的

区块链等技术,联动政府部门落地相关数据项目,在解决业内关心问题的同时,项目运营也取得不少切实的成果。

有不少业内人士向《中国经营报》记者表示,数据的互联互通依然有需要完善的部分,比如相关标准的统一,以及联通效率、协同监管等

问题。与此同时,在数据跨域互联互通的前提下,业内也将着重推动数据的跨区域互认,进一步释放并挖掘数据要素的价值。

峰介绍,通过机密计算和安全多方计算这两种隐私计算技术为底层基础,该项目打通了政府内部数据、实现政务数据内循环的同时,将公共数据和社会数据联合建模统计分析。通过该项目,仅交通银行深圳分行“惠民贷”产品自2023年11月至2024年5月,就为4826人提供了近3.13亿元的贷款。

浪潮卓数大数据方面,薛兵表示,公司基于大数据底座TDOS,以数据安全可信为基础,构筑可信数据空间等基础设施,提供安全、可信、高效的公共数据授权和开发利用环境,保障公共数据价值挖掘和流通中的安全与隐私。在数据采集环节,公司突破了多节点分布式单向隔离环境下对涉密数据的可靠传输及安全通信技术,并攻克互联网、物联网及组织内数据的融合采集技术;在数据存储方面,自研混合信创环境与大数据底座融合技术,解决大数据平台的国产化设备兼容问题等。

具体应用成果上,薛兵介绍,在济南市,浪潮卓数大数据助力建设的“泉融通”数字金融综合服务平台,积极推动公共数据在金融领域的开放应用,一方面实现了对全市150万市场主体“建档立卡”、精准“画像”,搭建中小微企业信用评

价指标体系,解决金融服务不充分、银企信息不对称等难题;另一方面,平台也积极联合金融机构共同研发公共数据增信专项融资产品,实现产品线上申请、信用评价、额度测算和授信放款,高效满足客户信贷需求等。

杭州趣链科技有限公司(以下简称“趣链科技”)相关负责人则补充表示,除了流通安全问题之外,数据资产确权难、数据共享开放阻力大也是数据互联互通过程中存在的挑战。为此,趣链科技充分发挥区块链可信安全的技术特性,为推动数据要素市场化改革提供具有参考意义的创新范本。一方面,公司积极搭建数据要素流通相关平台应用。比如,在浙江杭州,趣链科技支持打造了浙江省市监区块链数据产权融资平台。该平台由省市监局会同11个部门联合推出,主要针对互联网企业、制造型企业、科技型企业等“数据密集型”企业,提供基于区块链的数据可信存证及数据知识产权登记服务。目前已经覆盖了18个行业,已保护数据权益超过2600万条,颁发近900份数据知识产权证书,实现数据质押融资达6.6亿元。另一方面,趣链科技也积极投身行业标准建设,为数据要素市场规模化发展作出贡献,公司亦积极参与相关科研项目。

“跨域”迈向“跨区域”

不过,数据互联互通依然需要进一步完善。薛兵表示,数据互联互通的实现在客观上依然存在诸多困难,除了数据污染、数据泄露等数据安全问题之外,互联互通的实践方式、联通效率、协同监管等同样属于现阶段迫切需要解决的问题。

此外,缺乏数据资产确权的规范性文件也是待解决的挑战之一。趣链科技相关负责人表示,目前确权依据的法规主要是《数据20条》确立的“三权分置”数据产权框架,但没有相对具体的规范性文件规范数据资源持有权、数据加工使用权、数据产品经营权等具体使用情形。

此外,2023年刚刚发布的《企业数据资源相关会计处理暂行规定》中只明确了企业数据的人表,还有大量的公共数据,政府如何对公共数据资产进行确认、计量、投资,目前还没有相关的规定。

该负责人建议,从地方政府角度,可以考虑建立相关试点,在充分调研区域内各数据交易主体的基础上,制定统一的登记、审核规范标准以及兼容机制,并打造数据资产交易试点集合区域。示范性企业进行相关产业协作;企业角度,除了积极响应相关政策之外,也可以进

行创新探索尝试,以趣链科技为例,接下来也将致力于构建一个集聚产业、学术、研究、应用于一体的融合区块链数字生态系统。

记者也注意到,在前述的数字中国建设峰会上,24家数据交易机构联合发布《数据交易机构互认互通倡议》,旨在提高数据流通和交易效率,降低合规流通和交易成本,激发数据要素市场活力。

北京市社会科学院研究员、数据资产化研究院执行院长王鹏告诉记者,数据互认将为市场带来新的想象空间,比如随着数据的互认,企业可以获取更全面的用户信息,从而提供更加个性化和定制化的服务;更多数据的互认和流通,数字经济将形成规模效应,进一步推动数字经济的发展等。

不过,数据互认也对市场参与方提出了更高的要求。王鹏表示,为了实现数据的互认,各方需要遵循统一的数据格式和交换标准,确保数据的准确性和一致性。也要求保证数据来源可靠、质量高,以确保数据的可用性和可信度。此外,数据互认也需要明确的法律框架来规范数据的收集、处理、流通和使用,保护各方权益。

深圳的外贸“老板”们

本报记者 颜世龙 深圳报道

“你好，老板。”相信这是很多人抵达深圳后迎来的第一句问候语。在深圳，“老板”这个词就像山东人喜欢称呼别人为“老师”一样普遍。在当地人看来，这句话的潜台词是“我们可以平等合作，一起搞钱”。

“草莽”深圳的使命

记得创业的第一年，自己就赚了100万元，而那时的同学才刚刚毕业，每个月的工资是280元。

一袭高领薄纱白衣，说话铿锵有力，采访的间隙还去补了一下妆容，虽然已经是拥有全球4万多名跨境电商会员的一会之长，但在王馨的脸上似乎看不出年纪，干劲儿十足。20岁入深圳，21岁创业，谈过单，做过外贸，开过工厂，到如今搞投资、办协会，王馨乐此不疲。

“我的老家是河南南阳，2000年前后本来是要到广州实习的，但那时通过朋友搞到一张边防证才到了深圳。一到深圳，看到的都是蓝天白云，大街上的人都穿着西服，皮鞋锃亮。对内地人而言，非常震撼。当时我就决定一定要留下。”如今已是深圳跨境电商协会会长的王馨回忆道，初入深圳的她入职了一家香港和台湾老板合资的电子元器件外贸公司担任销售。

“我当时主要负责国外元器件的代理，然后再向国内的其他企业进行销售。刚入职第一件事就是老板拿了一个说帖（类似于话术本）砸在我面前的桌子上，让我先背下来。等背完后，老板会给我们一个黄页清单，按照黄页上的联系方式给各个公司打电话，约对方的采购部见面前谈合作，刚开始上门销售还是师傅手把手带着。”王馨说，“当时实习了刚半个月，就谈成了一单15万元的订单。老板特别高兴，带着我们一帮年轻人去宝安的夜总会吃全羊宴。那时，台湾老板特别有钱，一沓一沓的现金都是用箱子装着，分给我们和夜总会的人。这对于一个从内地来的20多岁的小姑娘而言，可以说非常震撼。当时的外商在管理上非常简单、开放和自由，并

2003年前后，王馨在做外贸的同时，又开起了自己的工厂，主要是生产MP3。“记得当时工厂特别破，只有三四百平方米，招聘了几十个工人开始组装MP3。当时大部分材料都是外商提供的，小部分材料由自己在深圳采购，而且外商老板是提前付给30%的定金，有了这个钱就可以买设备和招聘员工，等验货后再付50%，装船后全款付清，从不拖欠。可以说，包括自己在内的很多人站在了改革开放的风口上。”也正是在那一年，王馨入账1000万元。

那个年代，涌现了包括富士康、华为等一批企业，而王馨的公司不仅给郭台强（郭台铭的弟弟）供货，还是韩国三星等国际知名企业的供应商。“港商、台商以及华侨老板们

升级与合作

刘宰宇说，事实上要打开国际市场不容易，但好在医疗设备是一个凭实力说话的行业。

医疗设备行业可以说集合了科技、人才、资金等众多生产要素的典型行业，可以说是深圳外贸2.0的缩影。

深圳华声医疗技术股份有限公司（以下简称“华声医疗”）的创始人之一、人力资源总监刘宰宇一路见证着公司和深圳医疗设备行业的成长，作为深圳的知名品牌和国家级专精特新“小巨人”企业，华声医疗用十几年的时间快速成长为国内领先的医疗设备供应商，甚至其产品已经远销全球100多个国家和地区。

“2000年之前，国内基本没有医疗设备生产能力，但凡有点儿技术含量的设备都要依赖进口，尤其是超声、放射等领域。目前国内医疗设备企业的成长大部分都是在20世纪90年代做外贸代理和来料加工起家。当时一台监护仪能卖到国内都要十几万元，而现在一台监护仪便宜的可能才几千元。”刘宰宇说，也正是得益于此，深圳逐渐积累了自己的技术、人才、产业工人，也正是有了这些“家底儿”才让企业走向了创新。华声医疗正是凭借着专科专用的思路一举打开了国内外

记者手记

学深圳，我们应该学什么？

文/颜世龙

在深圳华强北有一个有趣的现象。

这一带的十字路口，或者写字楼、商场楼下，有一群戴遮阳帽和口罩，胸前挂着收款二维码的“阿姨”们，她们会从外卖小哥的手里接过顾客点的外卖，然后举起二维码对着

也正是因为合作，成就了“中国外贸第一城”。

《中国经营报》记者了解到，深圳市今年前4个月累计进出口1.41万亿元，同比增长31.8%，占全国和广东省的比重分别为10.2%、50.3%，其中出口8933.2亿元，增长33.9%。前4个月，深圳民营企业进出口1万亿元，增长48%，占进出口总值的71%，比重较去年同期提升7.8个百分点。

事实上，深圳已经连续31年稳坐中国出口规模头把交椅。据了解，2023年深圳市进出口3.87万亿元，增长5.9%，居内地城市第2位，其中出口2.46万亿元，增长12.5%，规模连续31年居首位。



在Arab Health阿拉伯医疗展上，外国医疗专家体验华声医疗研发的麻醉疼痛专科专用超声设备。

本报资料室/图

非常愿意帮助我们，因为大家觉得都是同胞。记得那时我和香港的合伙人一起在香港吃西餐，喝汤的时候我还发出呼噜呼噜的声音，人家非常耐心地教我应该保持优雅。”王馨回忆说，“那个年代的外贸和现在完全是两回事，当时都是外商来深圳，我们属于在门口接单，因为市场和原材料都是他们提供，而他们看重的是我们的便宜的劳动力和土地租金、税务红利等。”

见证深圳几十年发展的程一木，当年从北京的电子工业部扎根到了深圳，如今作为深圳市电子商会党支部书记，高级顾问的他谈起当年依旧记忆犹新，澎湃如昨。深圳从成立的那天起就是要发展制造业，因为电子产业技术含量和附加值高，所以深圳才有了华强北，才有了庞大的电子信息产业。”程一木说，“直到中国加入WTO后，国内和国际电子消费市场蓬勃发展，外商也越来越看中国内市场，深圳开始允许外商拥有三分之一的内销权。那时很多工厂发工资甚至直接发港币。深圳的外汇呈现爆炸式增长，可以说很好地完成了国家赋予的使命。”

“‘两端在外’实际上是一种畸形，一方面是因为内地的产业还不发达，即便给外商供货也难以保证质量，另一方面供应链本身就是一项赚钱的生意，当然是自己赚最好。”

直到2010年前后才逐渐将大部分的原材料采购放在内地，因为我们的技术和产品质量已经上来了。

深圳的外贸发展，香港和台湾作出了巨大的贡献，因为他们全球接单的能力很强。”程一木说。

这是为深圳外贸的1.0版本。

和原材料两端都在国外，内地是一个劳动密集型的加工厂，赚的是辛苦钱。后来深圳决定要发展制造业，因为电子产业技术含量和附加值高，所以深圳才有了华强北，才有了庞大的电子信息产业。”程一木说，“直到中国加入WTO后，国内和国际电子消费市场蓬勃发展，外商也越来越看中国内市场，深圳开始允许外商拥有三分之一的内销权。那时很多工厂发工资甚至直接发港币。深圳的外汇呈现爆炸式增长，可以说很好地完成了国家赋予的使命。”

“‘两端在外’实际上是一种畸形，一方面是因为内地的产业还不发达，即便给外商供货也难以保证质量，另一方面供应链本身就是一项赚钱的生意，当然是自己赚最好。”

直到2010年前后才逐渐将大部分的原材料采购放在内地，

千万级豪宅“一天一夜卖出13套” 新“沪九条”催热上海楼市

本报记者 郭阳琛 张振 上海报道

“这次上海楼市新政的力度太大了，政策文件晚上6点一经公布，售楼处便开始忙个不停，我们项目一天一夜卖出了13套房源。”5月28日晚间，千万级豪宅项目中建壹品·浦江之星置业顾问李颖(化名)向《中国经营报》记者说道。

5月27日，上海市住房城乡建

设管理委、市房屋管理局、市规划资源局、市税务局四部门联合印发《关于优化本市房地产市场平稳健康发展政策措施的通知》(以下简称《通知》)，提出调整优化住房限购政策、支持多子女家庭合理住房需求、优化住房信贷政策、支持“以旧换新”以及优化土地和住房供应等九条政策措施，也被房地产业界称为新“沪九条”。

据记者了解，新“沪九条”出台当晚，上海市多个楼盘喊出了“今晚不打烊”“折扣倒计时”的口号。例如，招商蛇口和象屿地产联合开发的招商象屿星耀翠湾打出了“折扣倒计时5天不打烊”的口号，中环集团旗下中环·桃源里则喊话“上海新政季 今晚不打烊”，将24小时开放售楼部。中建壹品·浦江之星售楼部也一直营业到将近深夜0点，当晚便成交了4套房源，第二天又卖了9套房源。

“上海市此次出台一揽子房地产政策，将发挥积极作用和示范效应。”易居研究院研究中心总监严跃进也分析认为，政策立足房地产市场供求关系新变化、人民群众对优质住房的新期待，同时充分结合近期国家调整优化住房信贷政策等指导精神，充分体现了上海市楼市调控“因城施策、综合施策”的导向。

调整力度10余年来最大

上海市充分考虑了自住和改善购房需求，尤其对自住性的购房需求堪称是“及时雨”。

根据《通知》，上海市首套房最低首付款比例降至20%，二套房最低首付款比例调整为不低于30%；非沪籍居民购房所需缴纳社保或个税年限从此前的“531”改为“321”备受关注。

此外，上海市重点调整优化了住房限购政策。按照上海易居房地产研究院执行院长、克而瑞集团董事长丁祖昱的说法，上海住房限购从原本的“531”改成“321”。

具体来看，将非沪籍居民购房所需缴纳社保或个税年限从“连续缴纳满5年及以上”调整

为“连续缴纳满3年及以上”；新城以及南北转型等重点区域的非沪籍人才购房相应从“连续缴纳满3年及以上”调整为“连续缴纳满2年及以上”，自贸区临港新片区的非沪籍人才购房继续执行“连续缴纳满1年及以上”规定。

同时，新“沪九条”立足促进区域职住平衡，将新城以及南北转型等重点区域的非沪籍人才购房区域，扩大至所在区全域；非沪籍单身人士购房区域，扩大至外环内二手住房。

丁祖昱表示，纵观上海市这

次出台的政策，可以说，上海市充分考虑了自住和改善购房需求，尤其对自住性的购房需求堪称是“及时雨”，对上海楼市持续维持平稳健康发展将起到积极作用。

镜鉴咨询创始人张宏伟也分析认为，上海市此次新政最大的特点就是限购政策迎来大幅度调整，这将使得新获得购房资格的群体明显增加。

除了放松住房限购外，新“沪九条”也在信贷政策方面释放出诸多利好。《通知》指出，首套住房商业性个人住房贷款利率下限调

整为不低于LPR减45个基点，5年期以上房贷利率下限目前为3.5%，最低首付款比例调整为不低于20%。

克而瑞研究中心分析称，此次出台的楼市新政，是上海市自2011年以来房地产政策调整幅度最大的一次，力度也超出市场预期。“总的来说，上海市此次调控政策的调整是及时的，也比较到位。尤其是优化信贷政策方面的力度是比较大的，也是4个一线城市中率先响应并落实央行5月17日信贷政策的城市。”丁祖昱表示。

多个售楼部“挑灯夜战”

“5月27日晚上卖了4套，28日白天又卖了9套，相当于一天一夜就卖了13套。”

“看中的3套房源已经全部卖掉了，如果想买就要赶紧确定。”5月29日下午，中建壹品·浦江之星置业顾问李颖接二连三地提醒记者。

据介绍，中建壹品·浦江之星位于杨浦区东外滩板块，是中建壹品在上海市开发的首个住宅项目，距离黄浦江直线距离仅500米左右，大部分房源总价超过1000万元。该项目于5月21日首开，超过520组客户认购，认购率约121%。开盘当天去化便超过九成，销售额超4亿元。

5月28日傍晚，记者在中建壹品·浦江之星售楼部看到，无论

是在沙盘模型前还是会谈区，购房者接踵而至，置业顾问忙着讲解项目详情和最新的购房政策。而在样板间更是有3组顾客同时看房，有时需侧身才能通过走道。

“这次出台的上海楼市新政可谓十分重磅。”李颖告诉记者，新政一经发布，随后便有很多购房者前来咨询看房，当天晚上售楼部一直开放到将近深夜0点，我忙到凌晨才到家。“项目开盘卖得不错，原本就只剩下30多套房源，5月27日晚上卖了4套，28日白天又卖了9套，相当于一天一夜就卖了13套。”

李颖重点推荐了一套99平

方米的高层房源，总价约1100万元。“新政实施后，首套房最低两成首付，首付仅需200多万元。同时，商贷利率已经降到3.5%，公积金利率更是只有2.85%，还贷成本进一步下降，所以这一户型非常受年轻人欢迎。”

这正是上海楼市新政效果立竿见影的一个缩影。上海市金地嘉峯汇营销中心提供的现场照片显示，5月27日晚8点多，即楼市新政出台2小时后，营销中心汇集了不少前来洽谈的客户。根据金地嘉峯汇官方海报，上海“史诗级”新政利好发布2小时内，认购超过10套。

此外，位于嘉定区安亭的大华梧桐樾则在新政出台2小时内接连签下5单，客户均缴纳了10万元锁房意向金；保利光合TOD在释放“不打烊”信息和单日热销8套的同时，还打出了“福利回收倒计时24小时”的海报，龙湖·青

山阙也喊话“今晚不打烊”“价格回调在即”。房企也顺势加快营销力度。绿地集团相关负责人表示，在“五五购房节”火热推进的5月，楼市也迎来了新一轮力度空前的支持政策，绿地集团积极顺应政策导向，紧抓市场契机，主动对接住房消费需求，取得了诸多成绩。



市民在中建壹品·浦江之星售楼部看房。

本报资料室/图

观望客群或加速入市购房

新政将更好地引导市场预期和增强市场信心，将进一步促进上海房地产市场平稳健康发展。

丁祖昱指出，从当前上海房地产市场表现来看，和北京市、南京市等其他核心一、二线城市相比，上海楼市整体韧性犹在。

克而瑞研究中心统计数据显示，今年前4月，上海市新房成交量累计同比下降44%，跌幅排在5个重点监测城市(上海市、北京市、深圳市、杭州市、南京市)中游位置，5月新房成交低位回升，较4月环比增长82%。

同时，上海楼市库存风险无虞，消化周期在警戒线内，截至4月末，上海市狭义库存面积约为772万平方米，库存消化周期为12.2个月，低于18个月的警戒线，去库存压力要明显轻于北京市、深圳市和南京市等城市。

不过，上海楼市仍然面临着“降温”压力，开盘平均去化率持续走低。记者了解到，自2023年1月以来，上海市新房市场开盘平均去化率由70%以上逐级回落，普遍在四成左右徘徊。上海市区、郊区项目表现也呈明显分化态势，市区项目4月平均去化率为82%，而非市区项目开盘首日平均去化24%。

张宏伟告诉记者，目前，在上海市外环外板块，例如青浦、南桥、临港等区域都面临较大的去库存压力，即使是在松江和嘉定，

如果不是紧邻地铁、配套成熟的楼盘现在也不好卖，“五大新城”项目基本在以价换量。

在严跃进看来，此次上海新政统筹市场和保障、存量和增量，在提升住房品质、促进职住平衡的同时，更好满足了居民刚性住房需求和多样化改善性住房需求。同时，新政将更好地引导市场预期和增强市场信心，将进一步促进上海房地产市场平稳健康发展。

“此次新政会促使一部分需求在未来1—2个月集中入市，再加上每年6月为房企冲刺年中业绩阶段，这两个月的销售量将保持回升态势。”张宏伟分析认为，但到了七八月份，上海楼市成交量能否继续回升还有待观察。届时，有可能在9—10月将落地下一波楼市刺激政策，比如出台降准降息的宏观政策，降低二手房交易税费，下调存量房贷款利率，“五大新城”全面放开限购等。

“我们相信，上海市此次楼市新政符合预期，将有效提振市场信心，尤其是之前受限于社保年限要求的非沪籍居民，以及因首付比例及房贷利率而观望的刚需及改善客群，有助于他们结束观望入市购房，进一步提升市场的活跃度。”克而瑞研究中心方面表示。

地方国企掀起“以旧换新”热潮 咨询电话被打到经常占线

本报记者 方超 张振 上海报道

“在第一批参与评估的100组客户中，已经有52组确定进行置换。”近日，南京安居建设集团(以下简称“南京安居”)“以旧换新”咨询处工作人员向《中国经营报》记者表示，目前南京市关于“以旧换新”政策的咨询量很大，电话经常占线。

作为南京市“以旧换新”活动的实施主体，南京安居近期发布的数据显示，存量住房“以旧换新”公告显示，存量住房“以旧换新”公

布以来，市民登记报名、意向认购积极踊跃。截至5月20日，微信小程序“宁换新”平台已登记意向报名客户约4150组，初审符合条件的约3430组。

据了解，自2023年以来，江苏省太仓市、苏州市相城区和安徽省宣城市等地也出台了国企收购二手房，助力“以旧换新”的政策。光大证券研报数据显示，截至5月16日，全国已有至少16座城市出台地方国企参与“以旧换新”相关

政策，“从出台频次上看，‘以旧换新’模式支持政策在2024年4月份的出现频次有明显提升”。

“政府平台收购二手房，作为保障性租赁住房或其他类型保障房源，应该是大趋势。”安徽省房地产业协会副秘书长郭红兵向记者表示，“未来，一定会有更多城市加入这一行列。但由于各个地方的财政实力不同，所以地方国企最终通过收购二手房来做保障性住房的数量也会不尽相同。”

国企入场收购二手房

在全国70余座推出“以旧换新”政策的城市中，南京市通过推动国企直接下场收购存量房，已取得显著成效。

根据南京安居5月21日对外发布的市场推进情况数据，截至5月20日，已有初审符合条件的登记约3430组，案场累计来访约2230组，缴纳新房意向认筹金的换房人515组。

将时间拨回4月27日。彼时，南京安居对外发布公告，开展存量住房“以旧换新”试点活动，换购人可用一套或多套存量住房置换一套或多套新建商品住房，置换总价不高于所购新建商品住房总价的80%。存量住房收购价以评估价为依据，首批试点限额2000套。

记者注意到，南京安居还明

确，存量房收购主体为旗下全资公司南京置新资产管理有限公司。南京安居则是经南京市政府批准成立的大型国有全资集团公司，主要从事南京市保障性住房建设、商

品房开发建设等业务。

参与“以旧换新”活动的楼盘，皆来自南京安居旗下开发项目。记者在“宁换新”平台上的“房源超市”看到，其中包括颐和铂樾府、颐和云台源筑和颐和源璟花园等13个新房项目，主要位于建邺区、秦淮区、江宁区和浦口区等区域。

相比其他省市，江苏省国企下场收购二手房尤为普遍。例如，连云港市、苏州市太仓市、南通市启东市、无锡市江阴市等地都曾发布相关政策推动国企收购二手房。其中，太仓市自2023年9月开始陆续进行两批试点后，在今年1月宣布将商品房“以旧换新”常态化。

此外，安徽省宣城市地方国企也加入了“以旧换新”活动大军。据了解，今年3月和5月，当地国宣城市城建集团、宣城市国控集团先后发布两批次“以旧换新”报名公告，名额分别为100名、200名。

“现在‘以旧换新’活动已经不

限名额，有兴趣可以来售楼部报名。”日前，宣城市城建·山水闲庭项目置业经理刘朝阳(化名)向记者介绍，参与该项目“以旧换新”活动还可额外享受5万元优惠。

“在‘以旧换新’模式中，国企入场收购二手房的热度越来越高。”诸葛数据研究中心高级分析师关荣雪向记者分析，原因在于许多业主在购买新房时面临着二手房出售不畅的问题，导致资金无法及时到位，国企入场收购二手房可以解决业主置换的资金压力，使他们能够顺利购买新房。

关荣雪进一步表示：“地方国企作为强大的购房主体，具有更多的资源和渠道，可以提供更便利的交易过程，减少业主的交易成本，降低交易风险。”华泰证券研报也分析认为，从各地实践来看，旧房收购款仅能抵扣新房价的一部分，差价部分留有“加杠杆”余地，购房者可选择商业贷款或公积金贷款，有一定的乘数效应。

多地已有成交案例

在国企亲自入场收购存量二手房后，多地已产生成交案例。

5月21日，在南京颐和天城府售楼处，南京安居举行首批“以旧换新”签约仪式。据悉，首批总计有52组客户确认成交，正在同步办理存量房和新房交易手续。

据南京安居相关负责人介绍，在首批完成100套房源评估后，南京安居又从评估机构库里面摇号选定了2批评估机构，同步开展200套房源的验房评估工作，预计6月上旬能够基本完成房源的现场查验。从上门时间开始，预计5—8个工作日能够出具结果，并反馈给当地市民。

“和南京市去年推出的‘换新购’活动相比，在今年的‘以旧换新’活动中，仅安居集团旗下在售新房项目参与，并无房源楼层限制，分布在远郊区和主城区。

“和南京市去年推出的‘换新购’活动相比，在今年的‘以旧换新’活动中，仅安居集团旗下在售新房项目参与，并无房源楼层限制，分布在远郊区和主城区。”

“和南京市去年推出的

旧改十年成本超300亿 合生创展如何应对“康鹭之变”？

本报记者 陈婷 赵毅 广州报道

一条仅能容一辆小汽车通行的马路，在广州“制衣村”隔出两个世界，一边是挖掘机紧张作业的拆迁现场，一边是寻找客户的制衣厂家。同一时空下，正在演绎两种不同的忙碌景象。

这里是位于广州市海珠区中部的康乐村和鹭江村，自上世纪90年代以来，这个以纺织业闻名的区域逐渐发展成为一个繁荣的制衣中心，形成广州独特的“制衣村”，人口密度极高。2023年，“凤(康乐村、鹭江村)城中村改造项目”(以下简称“康鹭片区旧改”)纳入广州2023年度计划。近日，这一项目实施方案获表决通过，改造加速铺开。

康鹭片区旧改体量之大，有着“巨无霸旧改项目”的称号。实施方案显示，该项目改造范围总用地面积为110.25公顷，规划计容总建筑面积377.98万平方米，预计用10年时间、按四期分期实施，改造成本为304.65亿元。这是近年来广州投资额最大的旧改项目，实施主体为合生创展(0754.HK)。

合生创展在业内有“隐形地主”之称，其极少现身于公开招拍挂市场，但依靠早期“囤地”和参与旧改，合生创展在广州有不少开发项目，其中近半布局在海珠区。不过，由合生创展负责实施的海珠区前进路旧改项目现已超过10年未完工。

对于康鹭片区旧改下一步工作开展及资金使用等，《中国经营报》记者致函合生创展方面，但截至发稿未获回应。广州市海珠区委宣传部方面就相关问题答复记者称：“以政府官网发布的信息为准。”

“制衣村”更新改造倒计时

这里的制衣产业活动依然活跃，但一片忙碌背后，康鹭片区旧改正在紧锣密鼓地进行。

“诚寻客户！牛仔衬衣、小香风、女装全品类”“诚寻客户！针织套装、连衣裙，长期合作！”……在一家手机维修店门口，两块写着粉笔字的小黑板在一堆LED广告牌中格外显眼，只要有人靠近驻足，小黑板的“主人”便会从街对面跑来，上前攀谈。

这是制衣厂家的“自制广告牌”，在康乐村和鹭江村沿街随处可见，这里的一切仿佛都可以为“制衣”服务，除了摆放在地的小黑板，居民楼外墙、小食店和照相馆门头上都贴着制衣相关广告。横跨河涌的小桥上，厂家手拿布料当街寻找客户，若能初步达成共识，双方便会一同前往巷子里的工厂进行实地考察。

记者近日走访康乐村、鹭江村了解到，这里的制衣产业活动依然活跃，但一片忙碌背后，康鹭片区旧改正在紧锣密鼓地进行。

5月24日，广州市海珠区凤阳街凤和经济联合社(康鹭片区旧改的改造主体，以下简称“凤和经济联合社”)公告康鹭片区旧改实施方案的表决结果。公告显示，5月

21—23日，凤和经济联合社召开康乐村、鹭江村13个经济社全体股民大会，就广州市海珠区住房和建设局2024年5月13日批复的《广州市海珠区凤和(康乐村、鹭江村)城中村改造项目实施方案》(以下简称《实施方案》)全部内容及条款进行表决，最终以92.27%的同意率表决通过。

据“凤和更新改造”微信公众号披露，康鹭片区旧改位于中大国际创新生态谷核心区域，北至新港西路，毗邻中山大学，南临新滘西路，东至广州大道南，西至瑞康路，片区范围内有地铁8号线、10号线(在建)、11号线(在建)经过，设有鹭江站、中大南门站、五凤站(在建)、逸景路站(在建)。

广州市海珠区凤阳街道商会相关负责人曾公开表示，康鹭片区长期存在建筑密集、空气不流通、电线乱拉挂等情况，握手楼比比皆是，消防车难以进入。“由于空间狭窄黑暗，导致这里做不了大产业，基本都是小作坊，产业工人流动性大，产业业态不稳定。康鹭片区的更新改造将为中大纺织商圈高质

量发展带来新机遇。按照更新规划，中大纺织商圈将延续纺织时尚产业优势和经济活力，构建更为安全、有序、健康的生产经营环境，有效推动商圈从传统商品交易市场向国际时尚中心转型。”

康鹭片区旧改涉及康乐村、鹭江村两个自然村。其中康乐村改造范围用地面积60.83公顷，鹭江村改造范围用地面积49.35公顷。现状总建筑面积约330万平方米，户籍人口6914人，常住人口约13万人，人口密度达到11.96万人/平方公里。2018年11月，凤和经济联合社及属下康乐村、鹭江村各经济社征求全体组织成员的改造意愿，表决同意率97.19%；2021年1月，经表决同意，合生创展被选定为康鹭片区旧改正式合作企业。

去年年底，康鹭片区旧改开始加速推进。据“凤和更新改造”微信公众号披露，2023年11月30日，该项目启动首期复建安置区集体物业清退工作；2023年12月31日，康鹭片区旧改正式实现“首拆”，康乐中约南新街涌边一巷两栋楼房被拆除。今年4月28日，项目首期

“信达系”两年前介入

“信达系”的介入是否能为康鹭片区旧改背书？

村民表示。

《实施方案》显示，康鹭片区旧改采取全面改造方式，以凤和经济联合社为改造主体；以合作改造模式实施更新改造，由合生创展作为实施主体，负责具体的实施工作。改造成本304.65亿元(含融资地块预估土地使用权出让金60.93亿元)，如实际改造成本超出304.65亿元，由实施主体自行承担超出部分的资金，政府不再安排融资面积。其中，复建安置资金总额243.54亿元，实施主体应按照相关规定筹集改造资金，并纳入政府监管。

改造建设时序方面，康鹭片区旧改按四期分期实施，每一期改造中，复建安置房、配套基础设施和公共服务设施应优先于融资区完成建设。每一片(期)签订补偿安置

协议达到该片(期)被拆迁安置的村民(含村改居后的居民)和世居祖屋户人总人数80%以上后，可按该片(期)实施计划启动房屋拆除及后续相关工作。

截至目前，合生创展资金筹集进展如何、已投入多少资金？记者就此联系采访合生创展方面，但未能获得答复。

记者了解到，负责康鹭片区旧改的主体公司为广州市天盈投资有限公司，其由广州悦庆投资有限公司(以下简称“广州悦庆”)100%持股，广州悦庆由广州悦达投资有限公司(合生创展关联公司)持股85%。2022年2月，海南建信投资有限公司(以下简称“海南建信”)进入广州悦庆，持股15%。经过股权穿透，海南建信为中国信达



本报资料室/图

有着“制衣村”之称的康鹭片区旧改提速。

复建安置区拆卸工作完成。

记者近日走访康鹭片区看到，部分街边商铺已关门停业，被围挡

遮掩，写上“拆”字。路边有工人正在拆除电线，路的出入口设置路障，限制通行。

楼市新政“三箭齐发” 家居建材业迎焕新机遇

本报记者 陈婧斌 广州报道

最近，为了稳定房地产市场、振兴经济，中央多个部门陆续推出了一系列利好政策。这些政策的实施对房地产及其相关产业链的激励效应不容忽视，特别是对于家居建材行业而言，政策的利好不仅直接推动了家居建材市场的活跃度，还为该行业的长期发展注入了

家居企业紧抓焕新机遇

5月17日，央行相继发布了三项重要政策：将首套和二套房贷款的最低首付比例分别降至不低15%和不低于25%，取消了全国层面的首套和二套房贷款利率政策下限，并下调了个人住房公积金贷款利率。

随着楼市新政的“三箭齐发”，购房者的置业成本进一步降低。同时，住房“以旧换新”政策的力度也在加强，截至5月22日，全国已有超过60个城市支持住房“以旧换新”，其中大部分城市已经开始实施。

在这种背景下，尚品宅配、索菲亚等家居企业纷纷抓住焕新机遇，推出了一系列产品优惠措施，以促进家居消费。

例如，尚品宅配与保利物业、美的置业、越秀服务、万科、雅居乐、卓越物业、睿尚等地产物业和智能家居公司共同启动了随心选

新的活力。

银河证券的研究报告指出，中央提出地产方面的政策指引，各地纷纷加速发布并实施各类政策，未来需求的释放有望支撑家居行业的景气程度。

《中国经营报》记者在采访中了解到，为了响应新政策的号召，尚品宅配、索菲亚等多家家居龙头企业也抓住这一机遇，积极扩大内

需，以促进家居消费。

资深产业经济观察家梁振鹏告诉记者，近期出台的多项重磅地产政策以及“以旧换新”政策的推出，将对家居建材企业产生深远的影响。“首先，这些政策将降低购房者的置房成本，进而刺激家居建材的需求增长。这意味着家居建材企业将拥有更多的销售机会。其次，这些政策将推动家居建材行业的技

术创新和产品升级。由于政策鼓励绿色、智能、节能的家居建材产品，企业需要投入更多的研发资源，以开发符合市场需求的新产品。”

“此外，这些政策还可能促进家居建材市场的规范化。政策将打击投机取巧、假冒伪劣等不良行为，使市场环境更加公平、透明，有利于企业间的公平竞争。”梁振鹏表示。

拎包战略合作。

“对于尚品宅配来说，地产业具有快速、精准、高效地触达核心消费群体的天然优势，并且拥有绝对流量的人口。而对于地产物业来说，尚品宅配的随心选模式给予消费者更多的主导权和选择权，同时又有强大的供应链系统作为支撑，为消费者提供高质量的全屋方案定制服务。上下游的合作是当前大势所趋的协同发展，也是实现‘省心省力，拎包入住’目标的重要举措。”尚品宅配相关负责人表示。

索菲亚相关负责人介绍说，国家推行的消费品“以旧换新”政策，不仅能有效刺激消费，促进国家经济发展，还能提升国际地位。同时，国家也在大力推动旧城改造，通过多种政策从内到外进行更新，造福人民，真正做到取之于民，用之于民，让每位

拎包战略合作。

对于尚品宅配来说，地产业具有快速、精准、高效地触达核心消费群体的天然优势，并且拥有绝对流量的人口。而对于地产物业来说，尚品宅配的随心选模式给予消费者更多的主导权和选择权，同时又有强大的供应链系统作为支撑，为消费者提供高质量的全屋方案定制服务。上下游的合作是当前大势所趋的协同发展，也是实现‘省心省力，拎包入住’目标的重要举措。”尚品宅配相关负责人表示。

索菲亚相关负责人介绍说，国家推行的消费品“以旧换新”政策，不仅能有效刺激消费，促进国家经济发展，还能提升国际地位。同时，国家也在大力推动旧城改造，通过多种政策从内到外进行更新，造福人民，真正做到取之于民，用之于民，让每位

消费者都向往高质量的美好生活。”

具体来说，在此次活动政策上，索菲亚推出了旧厨房、旧卫浴焕新和全屋旧家电换新的方案。此外，家居装修作为耐用品，必须确保质量和时效。对于“以旧换新”，索菲亚不仅要求高质量，还注重时效性。为此，索菲亚与严选的合作伙伴共同提供解决方案，并推进标准化流程的实施。例如，48小时换厨和9天全厨焕新服务，确保消费者能够及时享受到高品质的服务。

中国消费者都向往高质量的美好生活。

具体来说，在此次活动政策上，索菲亚推出了旧厨房、旧卫浴焕新和全屋旧家电换新的方案。

此外，家居装修作为耐用品，必须确保质量和时效。对于“以旧

家居建材消费活力显现

最近，随着楼市政策的不断优化，家居建材行业迎来了一波“小阳春”。

商务部流通业发展司立项、中国建筑材料流通协会发布的信息显示，4月份全国建材家居景气指数(BHI)达到117.65。各地相继出台“以旧换新”政策，再加上传统旺季因素的作用，4月建材家居消费活力明显，全国建材家居市场的“小阳春”行情将得到延续。

相关数据显示，1—4月全国规模以上建材家居卖场累计销售额为4242.68亿元，同比下降12.49%。中国建筑材料流通协会介绍说，尽管4月全国建材家居市场的营销节奏略有放缓，但在各地“以旧换新”政策和传统旺季因素的推动下，建材家居消费需求仍然持续释放，4月全国规模以上建材家居卖场销售额达到1114.56亿元，虽然环比下降6.88%，但整体数据基数依然较高。

从BHI的各分指数来看，本月“经理人信心指数”达到191.70，环比上涨30.14点，环比涨幅居首位，且其绝对值为69.49(高于50表示看好后市、低于50表示看弱后市)，继续保持在较高景气区间。中国建筑材料流通协会认为，这表明企业对行业短期内市场预期保持乐观，也与当前的政策环境密切相关。近年来，政府对行业给予了一定的政策支持和引导，尤其是一些省市将消费品“以旧换新”活动与消费券发放、商圈补贴等措施结合起来，对家居、家电等消费产生了一定的拉动作用。

另外，本月环比降幅最高的分指数是“人气指数”，达到163.28，环比下降10.52点，同比下降10.45点。当前，建材家居市场竞争加剧的一个重要表现是流量竞争，在消费者需求多样化的变化下，行业从流量集中转向了流量碎片化，建材家居卖场的“人气聚拢”难度日益加大。

中国建筑材料流通协会建议，全国建材家居企业要保持信心，积极把握当前扩内需、促消费的政策机遇，加快发展新质生产力，即加快技术创新的步伐，提升产品附加值，以适应家居消费高端化、智能化、多元化的新需求。

然而，尽管出现了这些积极的迹象，家居建材行业的发展仍然任重道远。

梁振鹏指出，由于家居建材市场的准入门槛相对较低，市场竞争激烈，很多小企业仍然难以生存。由于行业的技术门槛相对较低，许多企业缺乏自主研发和创新能力，家居建材企业也难以推出具有竞争力的新产品。此外，许多企业缺乏品牌意识，缺乏有效的营销手段和渠道，难以拓展市场份额。

针对这一情况，梁振鹏建议，政府应加强行业监管，打击违规行为，维护市场秩序，为行业创造一个公平竞争的环境。企业应加大研发投入、提高自主创新能力，推出符合市场需求的新产品，提高竞争力。同时，企业还应注重品牌建设，提高品牌知名度和美誉度，拓展市场份额。此外，企业应优化供应链管理，降低成本，提高效率，增强竞争力。



索菲亚“以旧换新”活动现场。
陈婧斌/摄影

索菲亚“以旧换新”活动现场。

中国消费者都向往高质量的美好生活。

具体来说，在此次活动政策上，索菲亚推出了旧厨房、旧卫浴焕新和全屋旧家电换新的方案。

此外，家居装修作为耐用品，必须确保质量和时效。对于“以旧

“买房落户”到“租房落户” 多地人才争夺再升级

本报记者 黄永旭 西安报道

“取消房贷利率下限”“首付比例下降至最低15%”“买房即可落户”……近期的房地产行业政

策频出，一、二线热点城市的楼市政策都迎来更新，而与楼市政策关系密切的户籍政策调整，也透露出城市间人才资源争夺再度升级。

限购调整

目前，上海、广州、深圳三大一线城市，已经从多维度优化楼市政策，调整限购、降低非本地户籍居民购房门槛、支持公积金支付首付款等措施开始执行。

5月17日，央行房地产金融政策“三箭齐发”。当天，国家统计局也发布2024年4月份70个大中城市商品住宅销售价格变动情况。数据显示，4月份，全国新建商品房销售面积、金额同比降幅较大。房地产市场调整态势未改，各线城市房价继续下行。

其中，一线城市新建商品住宅销售价格环比下降0.6%，降幅比上月扩大0.5个百分点。二、三线城市新建商品住宅销售价格环比分别下降0.5%和0.6%，降幅均比上月扩大0.2个百分点。

二手住宅方面，4月份，一线城市二手住宅销售价格环比下降1.1%，降幅比上月扩大0.4个百分点。二、三线城市二手住宅销售价格环比均下降0.9%，降幅均比上月扩大0.4个百分点。

基于不断下行的楼市行情，全国多地已经跟进“5·17新政”，许多一二线城市继续调整楼市政策，房地产政策与户籍政策的“房户联动”尤其明显。

目前，上海、广州、深圳三大一线城市，已经从多维度优化楼市政策，调整限购、降低非本地户籍居民购房门槛、支持公积金支付首付款等措施开始执行。

5月27日，上海市四部门联合发布《关于优化本市房地产市场平稳健康发展政策措施的通知》，明确调整优化住房限购政策。

优化非沪籍居民购房条件，缩短非沪籍居民购房所需缴纳

落户宽松

短短5天内，南京、合肥两大热点二线城市相继优化落户政策，推出“买房落户”政策。

记者梳理发现，5月，全国已有多个城市先后推出买房或租房即可落户政策，其中包括合肥、南京、佛山、沈阳等城市。而且，放松落户限制的城市名单，正逐步扩散至热点二线城市。

继2月份降低积分落户门槛之后，南京再度放宽落户要求。时隔6年，南京市重启“买房落户”的政策颇受关注。5月11日，南京市公安发布的《关于合法稳定住所落户有关事项的通知》中提到，进一步放宽落户条件，在本市拥有合法稳定住所且实际居住的非南京户籍人员，可以直接办理落户。

2023年，南京常住人口954.7万人，“十四五”的目标是突破千万，迈入超大城市行列。“七人普”后，南京人口增量已经连续三年居全省第一。2023年，南京新增人口5.59万人，离千万人口目标，只差不到50万人。

5月15日，“合肥发布”官方微博

人口争夺

二线城市加入“抢人”的根源是城市竞争和产业发展的需要。

近年来，各地纷纷出台各种人才政策，或推出政策礼包，吸引高校毕业生和高质量人才落户当地，以此提升地方经济社会发展的内涵质量和城市竞争力。

如今，房地产市场仍处于调整态势，许多热点城市通过放宽落户政策，吸引外来人口购房，“抢人”已不仅是抢人才，而且是更为广泛的抢人口。

为何诸多二线城市纷纷出台优惠的人才政策，打开“买房落户”“租房落户”的窗口，投身于白

外来人口，谋求扩大居民购房需求，从而促进楼市库存消化。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜在接受《中国经营报》记者采访时表示，楼市政策和户籍政

策之间存在密切联系，两者相互作用。随着中国经济的转型升级，人才成为城市发展的关键资源。“人才争夺”在一定程度上促进了人才流动和城市发展，但也

可能导致一些城市过度依赖人口增长而忽视了可持续发展。建议城市在“抢人”的同时，更加注重人才的培养和留存，提高本地人才的竞争力。



近20城推出“购房即落户”，多地掀起新一轮“抢人大战”。 视觉中国/图

户。且在随后政策中指出，在本市合法稳定就业满3年（连续缴纳社会保险满3年，或连续经商满3年，可互补叠加）并有合法稳定住所（含租赁）的非本市户籍人员，可以申请入户。

王鹏表示，随着一线城市成本上升和竞争加剧，二线城市看到了通过吸引人才来提升自身城市竞争力的机会。因此，各地放松落户限制已成为重要趋势，长远来看，人口、人才持续流入，不

仅能促进城市产业升级，而且将为楼市提供更多住房需求，利好楼市发展。

柏文喜表示，从“买房落户”到“租房落户”的政策趋势，反映了中国城市化进程中对人口流动和居住需求认识的深化。而政策的转变，也说明政策制定者开始重视租房市场的发展，认识到租房同样能够满足居民的居住需求，并且有助于缓解购房压力，促进房地产市场的健康发展。

优化和产业升级。

王鹏认为，“抢人”反映了二线城市对人才的渴求和发展愿望，是城市间竞争的一种体现。通过吸引人才和外来人口流入，有利于城市加快经济发展和产业升级，提高城市竞争力。

当然，如果“抢人大战”仅仅实现人口流入和常住人口增长是不够的，关键还在于如何留住人、用好人？

柏文喜建议，城市要做好后续配套工作，完善公共服务体

系，比如教育、医疗、交通等，以满足新增人口的需求；优化就业环境，创造更多就业机会，提供职业培训和创业支持；推进租售同权改革，保障居民的基本居住权利等。

王鹏认为，城市在吸引人才的同时，要注重提升城市自身实力和服务水平，以留住人才并发挥其作用。加大政府投入，提升城市基础设施和公共服务水平，为人才提供更好的生活和发展环境。

多城新规减少新房公摊面积 得房率提升渐成趋势

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

随着房地产供求关系转变，自去年以来，监管层提出要在供给侧进行优化，满足市场对于“好房子”的需求。

住房和城乡建设部（以下简称

多城优化容积率新规

5月17日，深圳市规划和自然资源局发布《深圳市建筑设计规范规则》（2024年修订版），在楼层高度、部分公共空间的面积计算及具体住宅设计等多个方面均有突破。

比如，在备受市场关注的公摊面积计算规则上，深圳明确避难层、机房等公共空间列为“不计容面积”。针对高层住宅楼层问题，新规提出，新型产业用地（M0）中主导用途的建筑高度不得超过250米，住宅和宿舍的建筑高度不宜大于150米。若以常见的普通住宅层高来计算，这意味着住宅将被限制在50层以内。

据了解，根据目前施行的《商品房销售管理办法》，商品房建筑面积由套内建筑面积和分摊的共有建筑面积组成，套内建筑面积部分为独立产权，分摊的共有建筑面积部分为共有产权。公摊的建筑面积包括电梯井、管道井、楼梯间、门厅等公共区域。一般建筑楼层越高，公摊面积越大。

在住宅设计上，深圳新规还放松了阳台尺寸和飘窗面积规定。据了解，此前深圳新建住宅阳台的进深不能超过2.4米，而新规明确“计一半面积的阳台进深不超过2.4米，超过部分的水平投影面积应全部计入规定建筑面积”，意味着阳

“住建部”）部长倪虹多次强调，要“下力气建设好房子”，鼓励企业研发好产品、好材料、好设备，鼓励多行业跨界协同合作建造绿色、低碳、智能、安全的好房子。

《中国经营报》记者梳理了解到，提高住宅得房率，即是不少城

台可以把进深做大。此外，凸窗的进深由0.6米增加到0.8米，意味着飘窗的面积也将增大。

在深圳发布新规之前，广东省佛山市、惠州市也于近期发布了房地产及建筑行业的规定，均优化了住宅容积率计算规则。

比如佛山的规定中，对于新出让的住宅用地，规定住宅套内阳台的“折半”计容面积上限由套内建筑面积的18%提高至20%；取消对单个阳台的进深和面积限制；取消凸（飘）窗窗台与地面高差小于0.45米需计容的要求。

惠州的规定明确，建筑物屋顶的公共梯间、电梯机房、水箱间、人防报警间、通信基站机房等辅助用房不计入容积率建筑面积，但不计入容积率建筑面积的总数不得超过屋顶面积的25%；规划设计条件约定建成后无偿移交政府的配套设施不计入容积率建筑面积；结构净高不超过2.10米、窗台高度不小于0.45米，进深不超过0.80米的住宅建筑飘窗不计入容积率建筑面积；面积小于3万平米的用地，住宅建筑首层用作建设停车位的建筑面积，不计入容积率建筑面积，但层高应不大于4.5米。

除了减少公摊面积外，惠州还鼓励开发商建设高品质住宅，利用

市优化增量住房的一大发力点。近日，包括深圳、湖北等在内的多个省市发布建筑新规，对于住宅容积率计算方式进行修改，在减少公摊面积的同时，并对阳台、飘窗等户型设计要求进行调整，进而提高购房者获得感。

挑高、错层的大阳台打造户属空中花园。户属空中花园中不小于两个自然层高的部分不计容积率建筑面积且不计人产权面积；支持住宅建筑设置层高不小于两个自然层高、可供业主共享的开敞式公共休闲绿化平台，该平台不计人容积率建筑面积，且不纳入公摊面积。

广东省省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示，佛山和惠州计容面积和公摊新规，本质上是通过增加套内面积从而降低单位购房价格和成本，变相降低了房价，有利于提升消费者购房的积极性。

据他介绍，按照佛山的新政，套内面积可以做到建筑面积的90%以上，这样建筑面积90平方米的房子可以做到三房，而原来只能做到两房，实际上起到了控制总价的情况下，助力改善性需求的效果。

据了解，早在去年11月份时，广州市就对建筑容积率计算规则做出调整，将住宅套内半开敞空间半计容的比例由原不超过套内建筑面积的15%放宽至20%，并允许设置一个满足连续开敞率不低于40%的主要景观阳台，不限制其进深。同时，对于套内建筑面积超过144平方米的复式住宅，其客厅、起居室挑空部分层高基准值由原6米放宽为7.2米。

供给端向“好房子”看齐

李宇嘉指出，上述计容面积修改和公摊新政并不是产品的创新，而是通过调整规划指标以提高购房者的获得感。

据他介绍，实际上通过阳台和飘窗面积增加得房率此前也一直是开发商常用的销售思路。不过，在容积率规则未调整前，开发商常用“打擦边球”的方式“偷面积”，以提高项目竞争力，此类行为以往常被认为是不合规的。“现在将其规则化，如果所有土地、开发商都这么做，就会被市场认为是理所当然。”

面对房地产市场供求关系发生重大变化的新形势，去年中央作出了重要的战略部署，其中之一就是构建房地产发展新模式。

对于新模式，倪虹于去年11月份对外作出解读，其中首要的就是始终坚持“房住不炒”的定位，以满足刚性和改善性住房需求为重点，努力让人民群众住上更好的房子。再从好房子到好小区、好社区、好城区，进而把城市规划好、建设好、治理好，为人民群众创造高品质的生活空间。他已多次强调，要“下力气建设好房子”，鼓励企业研发好产品、好材料、好设备，鼓励多行业跨界协同合力建造绿色、低碳、智能、安全的好房子。

今年4月30日，中央政治局会议明确提出要统筹研究消化存量房产和优化增量住房的政策措施。在优化增量住房方面，业内预计优质地块和高品质住

房供给有望增加，以满足人民群众对优质住房的新期许。

具体到城市层面，以北京为例，近几年，北京在住宅用地出让时要求开发企业承诺项目要满足绿色建筑二星级标准、采用装配式建筑且装配率达到60%等要求，部分地块还要求参与现场摇号的竞买人须提交《高标准住宅建设承诺书》，整体对建筑标准提出了更高的要求。

今年4月份，北京住房公积金中心发布的征求意见稿明确提出，对使用住房公积金贷款购买二星级及以上绿色建筑、装配式建筑或者超低能耗建筑的缴存职工，贷款额度最高可上浮40万元。

记者了解到，提高得房率，也是不少城市优化增量住房的一大发力点。越来越多的新房项目开始将得房率当成营销卖点，一些得房率较高的项目也更受购房者青睐。

近日，记者在北京市场了解到，今年首个“带方案入市”的住宅项目已进入蓄客阶段。据了解，在新模式推动下，去年下半年住建部指导中国勘察设计协会组织开展了“全国首届‘好房子’设计大赛”，北京和南京两个重点城市各自选定一个赛题地块，而北京最终选定昌平区生命科学园三期地块。今年3月份，该地块吸引了18家房企参与报名竞价，最终由石家庄创世纪竞得，近期，该项目对外公布由龙湖操盘，定名为“龙湖·观萃”。

值得注意的是，根据此前出让信息，该项目可以结合北方气候特点合理设置阳台，阳台建筑面积不超过住宅总建筑面积8%，进深不得超过1.5米。

在该项目位于朱辛庄的一处临时接待厅内，置业顾问告诉记者，“270°空中浮岛阳台是项目的一大卖点，预计得房率将在80%~95%。此外，项目还将设置架空层和风雨连廊，增加住户社交空间。”据其介绍，项目近期已接待客户超过300组，多为在北京北部通勤的年轻客群。

据中原地产首席分析师张大伟介绍，北京此前几年“限竞房”扎堆入市，在降低购房门槛的同时，得房率却普遍较低。彼时，89平方米的小三居户型局促，得房率一般只有75%。而最近开发商新规划的户型得房率已经普遍超过了80%。

据了解，目前，已有越来越多的省市鼓励在供给端加大优化力度。比如湖北省鼓励高品质住宅开发，对架空层、空中花园等给予免计容奖励，优化阳台、入户花园等设计规范，支持企业建造好房子。

中指研究院华中市场分析师李国政介绍，今年湖北省上市的部分新楼盘，在户型设计与品质方面有明显提高，第四代住宅也陆续面世，实现了以供给激活需求的目的，武汉、十堰的高品质住宅，都出现了“日光”的案例，起到了市场风向标的作用。

项目拿地6年招商滞缓 富森美试水“网红”生意

本报记者 陈雪波 卢志坤 成都报道

“来这里下了地铁还需要坐公交再转共享单车，感觉不是很方便。”近日，一位到成都富森美天府直播港里的一家公司应聘网络主播

的男生，道出了来这里上班的顾虑。富森美天府直播港(以下简称“富森美天府”)系富森美(002818.SZ)从2018年开始投建的商业体，正如这位男生所言，富森美天府目前距离最近的地铁站在2公里之外。在一年前，富

森美天府的公开名字还是“富森美·家的乐园”，项目定位为“城市级生活方式商业体”。后来，这个项目的对外名称成了“富森美天府直播港”，这个项目的定位也变成了网络直播方向。

近日，《中国经营报》记者实地

探访该项目看到，在官宣开始招商近一年后，项目内依然冷清，除3号楼有上班职员外，其他楼栋只有零星的装修工人。一位长居城南的成都市民告诉记者，感觉富森美天府项目附近“人气不是很足”。

波折三年又三年

直到2021年下半年，该项目才获得相关部门发放的建筑工程施工许可证。

早在2018年，富森美就开始了“家的乐园”项目的建设。根据当时的拿地要求，“家的乐园”项目须自拿到施工许可证之日起36个月内完成开发建设并投入运营。记者查询富森美公开资料，该项目在2018年7月取得了不动产权证书。

但该项目未能如期建设。记者查询了解到，直到2021年下半年，该项目才获得相关部门发放的建筑工程施工许可证。

2022年2月，富森美董秘在回复投资者提问时称，天府新区项目预计在2023年下半年具备开业

条件：“该项目体量为24万平方米，定位为城市级生活方式商业体，主要包括生活方式商业产品、设计 Studio、设计师酒店、智能科技产品4大核心业态。”2023年11月20日，有投资者质问为何已经接近年底还未开业，富森美回应称：“公司天府项目招商有序进行中。”然而，直至2023年结束该项目也未能开业。

2024年4月22日，富森美在网上业绩说明会中再次表示，天府项目已完成工程建设和验收工作，目前正在招商中。至此，和原

计划的36个月时间相比，目前时间已经翻倍。

近日，记者来到位于锦江畔的富森美天府项目现场。项目外围依然拉着警戒线，旁边立有“施工现场，禁止车辆入内”的提示牌，项目内部路上只能零星看到几位装修工人出入楼栋。项目整体以玻璃幕墙的外立面呈现，透过玻璃能够看到空置的室内，一楼商铺均未开业。

记者随机探查了项目的19号楼，5层高的楼栋内部已经安装完成了箱式电梯、消防喷淋系统、中央

空调接入口、步梯间感应灯，但墙壁、地表均为水泥面，室内没有顶灯和其他装饰，只有1楼堆放着少量建材。

高耸的3号楼是该项目最高的一栋楼，也是记者探访过程中看到唯一安装了门禁系统且有公司职员上班痕迹的楼栋。但门禁系统尚未启用，大厅前台也无人值守。记者在工作日下午下班时间停留观察15分钟，其间有两人在1楼大厅进行工作面试，但没有其他工作人员出入，也没有外卖员进出。

商业体定位摇摆

目前项目内租出去的办公室有七八层，都集中在3号楼。

在此之前，富森美在成都已经有了装饰建材总部、建材馆、家具馆、创意中心等卖场，均以家具、建材等产品为中心。记者近日探访了位于成华区的家居馆，内部商铺基本处于满租的状态，门外停满了车辆。

2018年，富森美开启了“家的乐园”项目的建设，当时给项目的定位是：现代家居商业综合体。根据当时富森美与天府新区达成的合作协议，需要“引入不少于600家国内外知名家居品牌商家、配套服务企业入驻”。

具体来说，项目总体会围绕“家需求、家消费”(家设计、家装修、家装饰、家创意、家服务、家生活、家休

闲)，按照产业高端化、经营国际化、业态多元化进行产业综合布局，项目建设内容包含欧美时尚家居体验式样板间品牌旗舰店集群、全球创意设计和软装体验中心、国际家居总部和智能家居体验中心、欧美风情生活文化商业街区。

在2023年下半年，项目的公开名称悄然变成了“富森美天府直播港”。该公司对这个项目的最新定位也变成了“锦江湾区总部港+直播港”，涵盖场景商业独栋、品牌直播间、共享直播间、选品中心、专业演播中心、主播公寓、精品酒店和休闲娱乐餐饮等多元化业态，以及一站式产业服务”。

记者拿到的一份项目招商材

料显示，富森美天府项目总面积24万平方米，总投资20亿元，项目的目是“打造中国西南流量中心”。从规划图来看，项目由6栋高层和10余栋矮层构成。

不过，项目现场一位工作人员告诉记者，项目靠北的高层会以直播行业公司为主，其中3号楼主要布局设计作品展览，靠南的矮层则可能会布局家居企业的产品展示。据其介绍，目前项目内租出去的办公室有七八层，都集中在3号楼，已经有了一些直播方面的企业开始办公。

记者通过富森美官网公布的邮箱向该公司发送邮件，求证天府项目的战略定位，但未获回复。记

者又致电该公司官网公开电话、招商部门电话，均未获得有效信息。

富森美证券部门一位工作人员在电话中告诉记者，富森美天府项目招商细节不太清楚，需要咨询业务部门。天府项目“直播”的定位与该区域的产业规划有关。但其强调，正式的信息要以邮件和官方发布为主。

对网络直播的关注，富森美可能早已有之。在2022年4月富森美就曾表示，公司2021年通过直播平台，组织直播77场，孵化商户直播16场，成交超5000单。“2022年，公司将发力全渠道营销，在品牌、内容、社群、直播、企划以及知名品牌联合营销上齐头并进。”

据富森美介绍，富森美天府项目有超过70%的部分为自持，即约30%的部分为非自持，可对外销售。在2023年11月，就有投资者在投资者互动平台提问该项目30%的对外出售物业是否开始预售。当时该公司介绍称：“天府项目可售物业尚未对外出售。”

从该公司2024年一季度财报中可以看到，公司存货为5.11亿元。财报中对存货的解释为“包括用于出售的房地产开发成本、装修项目合同履约成本、用

于销售的库存商品等”。

记者了解到，上述30%的可售部分尚未取得预售证，所以未能开售。价值5亿元的存货何

时能转化成公司的收入，现在还没有答案。另据记者了解，该公司还能够为租用写字楼的客户提供1个月左右的免租期。

虽然新项目尚未出售获利，但该项目的建设成本无法忽视。2024年一季度末，富森美的应付账款由期初的0.46亿元增加到了2.70亿元，增加492.87%。变动原

因为“富森美家的乐园项目完工，暂估应付款项所致”。

回顾2024年一季度，富森美营业收入为3.80亿元，同比下降2.46%；归属于上市公司股东的净利润为1.87亿元，同比下降16.51%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为1.96亿元，同比下降8.53%。

业绩承压 德才股份弱化地产业务

本报记者 王登海 北京报道

继2023年度净利润同比下降21.82%后，今年第一季度，德才装饰股份有限公司(以下简称“德才股份”，605287.SH)净利润再次同比下降21.14%。

根据德才股份披露的数据，2023年，德才股份实现营业收入61.03亿元，同比增长8.25%，净利润1.67亿元，同比下降18.53%。进入今年第一季度，该公司的净利润再次下降，实现营业收入6.54亿元，同比下降26.46%，净利润为0.38亿元，同比下降21.71%

此外，《中国经营报》记者还观察到，所属建筑行业的德才股份应收账款居高不下，连续3年，德才股份应收

账款问题均被会计师事务所列为关键审计事项。

“公司所处建筑行业属于充分竞争行业，市场竞争激烈，行业毛利率普遍较低，资产负债率较高，应收账款和合同资产金额较大，加上施工项目存在体量大、周期长的特点，对于资金需求量较大。”在德才股份日前在网上召开的业绩说明会上，德才股份董事长叶德才也对公司的发展现状作出了描述。

“公司坏账计提政策较为谨慎、稳定，不会影响公司正常经营。”德才股份在接受记者采访时表示，公司应收账款余额逐年上升，主要由于公司业务规模逐年扩大，且与所处装饰装修行业的结算方式有关。

利润下滑

公开资料显示，德才股份前身是青岛德才装饰安装工程有限公司，成立于1999年，由叶德才、王纯仕和刘凤英三位自然人共同出资设立，其中叶德才为实控人，其曾是胶州市实验中学教师。

2021年，德才股份在上交所挂牌上市，是山东省第一家在国内A股上市的建筑业企业，业务涵盖内装装饰工程、幕墙门窗工程、智能化工程、古建筑工程、房屋建筑工程、市政工程、设计业务等领域。

根据德才股份披露的年报，2023年，公司实现营业收入61.03亿元，同比增长8.25%；实现归属于母公司净利润1.56亿元，同比下降21.82%；实现归属于母公司扣除非经常性损益的净利润1.46亿元，同比下降14.16%。

“2023年，公司业务规模不断扩大与前期获取订单陆续交付，使得收入规模持续提升。但是人员扩张，承接规模大、周期长类型项目增多等原因导致期间费用与信用减值损失增加，使得归属于母公司净利润出现下滑。”德才股份在接受记者采访时表示。

另外，德才股份还称，随着工程

管控水平提升与降本增效深化，2023年公司整体毛利率同比提升0.66个百分点至14.87%，在行业景气度下行的背景下，公司现金流保持稳健，经营活动产生的现金流量净额为2.70亿元，同比增长41.39%。

事实上，近年来，德才股份的在职人员有所扩张，2021年、2022年、2023年，德才股份在职员工的数量合计分别为2104人、2269人、2357人。

不过，2023年，德才股份的资产减值损失对利润形成较大侵蚀。数据显示，2023年度，德才股份计提资产减值准备19698.13万元，减少公司合并报表利润总额19698.13万元。其中，计提应收票据坏账准备929.98万元、应收账款坏账准备17451.64万元、其他应收账款坏账准备48.65万元。计提合同资产坏账准备469.50万元、抵债资产减值损失798.37万元。

到了今年一季度，德才股份的业绩继续下滑，营业收入和净利润出现了双降的趋势，实现营业总收入6.54亿元，同比下降26.46%；归母净利润3739.85万元，同比下降21.14%；扣非净利润3580.68万元，同比下降23.32%。

弱化地产业务

建筑装饰行业依赖于建筑业的发展，尤其受基础设施建设及房地产领域影响较为显著，在当前房地产市场持续下行的形势下，依附房地产下游的建筑装饰行业也面临着严峻挑战。

为降低经营风险，减少房地产市场对公司经营业绩的影响，德才股份的策略是，不断弱化房地产市场业务，希望减少房地产市场波动对公司的影响。

“目前，公司聚焦‘城市更新’与‘城市配套’两大业务领域，城市更新类项目包括老旧小区改造、历史风貌建筑保护修缮、低效片区(园区)开发建设、城中村改造与保障性住房建设

等；城市配套类项目包括市政基础设施、公共交通基础设施、公共服务设施等。”在德才股份日前召开的业绩说明会上，该公司董事长叶德才表示。

此外，叶德才还称，公司将持续优化订单结构，地产客户聚焦于现金流较好的央企、国企及地方龙头企业等，提高准入门槛，严格识别和抵制付款差、有风险的订单，聚焦进度款支付条件较好的项目，降低资金风险与保障流动性。

“公司将顺应市场变化，持续延续业务结构战略调整。”德才股份表示，公司在弱化地产业务的同时，加快智慧化、低碳化转型，寻求“第二增长曲线”。

数据显示，德才股份2023

应收账款高企

记者观察到，自2021年上半年以来，德才股份在其披露的连续三份年报中，应收账款问题均被会计师事务所列为关键审计事项。

根据德才股份公开披露的财务数据，2021年末、2022年末、2023年末，公司的应收账款账面余额呈现出逐年增长的趋势，分别为40.175亿元、44.668亿元和50.587亿元。相应地，应收账款计提的坏账准备金额也呈现增长趋势，这三年分别为5.865亿元、7.166亿元和8.862亿元。

经过坏账准备计提后，上述同期，德才股份的应收账款账面价值分别为34.31亿元、37.50亿元和41.73亿元。

此外，2023年，德才股份对某些客户的应收账款进行了100%的坏账准备，如南京玄武

苏宁置业有限公司、青岛银海净雅餐饮管理有限公司、镇江苏宁置业有限公司等，涉及金额超过1600万元。

“对于风险较大，预计回收比较困难的客户，如南京玄武苏宁置业有限公司等，根据谨慎性原则，公司单项并全额计提坏账准备。”德才股份表示，此类客户应收账款金额非常小，且公司在积极采取诉讼等方式进行维权。

值得注意的是，德才股份在上市前就已存在应收账款回收风险。数据显示，2019年末和2020年末，公司的应收账款账面价值分别为20.05亿元和27.92亿元。上市后，这一风险并未得到缓解，反而随着公司业务规模的扩大而持续加剧。

“公司应收账款余额逐年上升，主要由于公司业务规模逐

年全年签约项目金额为76.14亿元，较上年同期减少24.51%。其中新签老旧小区改造类项目金额约为11.89亿元，较上年同期增加53.47%；新签历史风貌建筑保护修缮类项目金额约为9.6亿元，较上年同期增加34.98%；新签市政基础设施建设项目金额约为16.1亿元，上述三类项目约占全年新签项目总金额的49.37%，占比较去年同期增加14.27个百分点。

此外，数据还显示，截至2023年末，德才股份在手订单总额达到68.63亿元。其中，已签订合同但尚未开工项目金额为11.01亿元，在建项目中未完工部分金额为57.62亿元。

年扩大，且与所处装饰装修行业的结算方式有关。公司的应收账款和坏账准备水平基本符合行业特征。”德才股份在接受采访时称，2023年公司现金流保持稳健经营活动产生的现金流量净额为2.70亿元，同比增长41.39%，公司财务状况基本保持稳健的发展态势。

“公司坏账计提政策较为谨慎、稳定，不会影响公司正常经营。”针对应收账款回收风险，德才股份也表示，公司将加大订单的筛选，提高准入门槛，严格识别和抵制付款差、有风险的订单，聚焦进度款支付条件较好的项目。同时，公司将加强应收账款的管理，通过合理计提坏账、增加清收力度、建立专项小组等措施，降低应收账款和逾期应收账款在流动资金中的占比。

除了良好的营商环境，还有什么？正如华强北一带的外卖小哥和阿姨们一样，老板们更希望的是高效、细分、有竞争力的产业链和供应链。企业之所以能够、愿意扎根于此，最重要的是深圳及深圳周边有各类大大小小的设计、研发、物流、代工、服务等配套产业，一个创新的点子，可能在短时间内就能找到有性价比的供应商来帮助想法落地。虽然我们身处互联网乃至物联网甚至是人工智能的时代，时差或时间的束缚可以忽略，但空间、成本、信任的鸿沟仍在。但在深圳，只需要“一脚油门”就能让产业链的上下游面对面坐到一起，坐到一起就有了交流，有了交流自然能碰撞出各种火花。而企业一旦离开深圳的辐射圈，再想见面则可能需要跨市越省。

“千顷地，一棵苗”并不能让企业壮大。事实上，大企业也都是从小企业中诞生的，正是因为有众多的小企业经过充分的竞争，谁更有效率，谁的产品更有性价比，谁更懂市场，才逐渐优胜劣汰成为大企业，而这个过程需要的是一个“热带雨林式”的生态。对于地方政府而言，与其费尽九牛二虎之力动员全员“招商引资”，到头来年终“盘账”才发现可能并没有对当地税收产生多少效果。或许，地方政府更应立足本地优势，把自己的“老乡”扶植培育壮大，形成自己的“热带雨林”，并希望最终能孕育出自己的“华为”。



记者在一个工作日下午前往富森美天府项目，正前方的主干道冷清，偶有汽车驶过。

本报资料室/图

“低卖高买”遭质疑 麦澜德近两亿元收购终止

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

“约270万元卖掉98%的股权，然后再用近2亿元买回55%股权，什么行业能这样飙涨超100倍？”“操作痕迹太明显，上市公司是提款机吗？”……连日来，麦澜德(688273.SH)投资者互动平台上质疑声不断，事关公司近期披露的一项关联交易。

5月23日晚间，麦澜德公告拟用自有资金1.925亿元收购南京麦豆健康科技有限公司(以下简称“麦豆健康”)55%的股权，标的的整体估值约3.51亿元。公开资料显示，

麦豆健康原是麦澜德控股子公司，于2019年9月被以269.84万元(对应麦豆健康98%股权)出售，彼时整体估值为275.35万元，交易对手为麦澜德原股东郑伟峰。

麦豆健康估值在近五年相差约127倍背后，其在2018年亏损16.53万元，2023年亏损约364万元。以高估值且溢价收购这样一家亏损扩大的公司，麦澜德的用意何在？

公告显示，麦澜德此次交易对手还包括其参与出资认缴的南京新澜股权投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“新澜投资”)，以及郑伟峰实际控制的南京麦创企

业管理合伙企业(有限合伙)(以下简称“麦创合伙”)。交易完成后，新澜投资退出麦豆健康，麦创合伙的持股比例下降。值得一提的是，除了麦豆健康，新澜投资和麦创合伙未开展其他投资。

麦澜德从何时开始筹划买回麦豆健康？后续是否继续收购标的剩余股权？5月27日，《中国经营报》记者致电致函麦澜德方面，公司证券事务代表称，现正在准备上交所下发的问询函答复，相关问题届时会披露。5月30日下午收盘后，麦澜德公告终止收购麦豆健康。

标的的估值相差百倍

截至今年一季度末，麦豆健康净资产约2835.56万元，据此计算得出的增值率约1237.45%。换言之，此次交易定价溢价约12倍。

公告显示，麦澜德拟向郑伟峰、麦创合伙、新澜投资、吴恒龙分别受让其持有麦豆健康的39.0266%、6.2706%、8.0306%、1.6722%股权。交易完成后，麦豆健康将成为麦澜德控股子公司，纳入公司合并报表范围。届时麦豆健康将分别由麦澜德持股55%，郑伟峰持股42.9098%，麦创合伙持股2.0902%。

麦澜德在公告中表示，收购麦豆健康是为了有效推进麦澜德在家用康复产品领域的战略部署与发展规划，驱动公司进一步完善营销体系、提升品牌影响力，强化公司在盆底及妇产康复领域的行业地位，从而提高公司竞争力和可持续发展能力。

公告披露，麦豆健康成立于2017年4月，主要从事医疗器械、健身器材的研发、生产、销售等业务。2023年，麦豆健康经审计的净资产约2386.8万元，当期营业收入约6247.62万元，净利润约-364万元，扣非净利润约-383.78万元。今年一季度，麦豆健康营收约1409.3万元，净利润约91万元。

麦澜德在公告中披露，经收益

法评估，在未考虑股权缺少流动性折扣的前提下，麦豆健康于评估基准日(2024年3月31日)的股东全部权益价值约3.51亿元，较账面净资产3869.6万元增值约3.12亿元，增值率806.78%。但蹊跷的是，截至今年一季度末，麦豆健康净资产约2835.56万元，据此计算得出的增值率约1237.45%。换言之，此次交易定价溢价约12倍。至于麦澜德为何以麦豆健康3869.6万元的净资产数额进行计算并得出约8倍溢价，暂无从得知。

麦澜德招股书显示，麦豆健康最初由杨瑞嘉、史志怀(二者为麦澜德控股股东、实际控制人)和郑伟峰共同出资设立。设立之初，麦豆健康定位为主要采用互联网销售模式经营盆底及产后康复领域家用系列产品的公司。2018年9月，为整合业务资源，麦澜德收购麦豆健康控制权，转让价格为1元/注册资本，这一定价依据是此交易属于同一控制下的股权转让，且麦豆健康成立时间较短。据此，麦澜德对麦豆健康持股98%，吴恒龙持股2%(由郑伟峰转让)。

但经过近一年时间的运营，

麦澜德认为麦豆健康的整合效果不及预期，欲将其注销。但郑伟峰决定承接麦豆健康的控制权自主创业，原因是其对于麦豆健康的互联网经营模式较为熟悉，对麦豆健康的互联网销售模式有信心。2019年9月，麦澜德与郑伟峰签订《售股协议》，参考麦豆健康截至2019年6月30日的评估价值275.35万元，以269.84万元将持有麦豆健康98%的股权转让给郑伟峰。

这一切都发生在麦澜德IPO前夕。

郑伟峰接手后，麦豆健康仍与麦澜德进行业务合作。招股书显示，2019—2021年，麦澜德与麦豆健康产生的销售金额分别为110.5万元、207.06万元、145.49%，均占公司当期整体营收不足1%。与此同时，麦豆健康在2020年1月至2022年12月期间租用麦澜德位于南京市雨花台区凤展路32号2栋7楼作为办公和研发场所。目前，麦澜德的办公地址在南京市雨花台区凤展路32号A2栋，两家公司的注册地址都在南京市江宁区乾德路6号。

值得注意的是，除了新澜投资

1亿元信托投资损失75% 安旭生物被问询

信托产品踩雷

本报记者 晏国文 曹学平
北京报道

中融信托逾期兑付事件爆发后，2023年，多家上市公司业绩受到影响。今年5月27日，安旭生物(688075.SH)披露，对购买的1亿元中融信托产品计提了7500万元公允价值变动损失，公司预计可收回金额为2500万元。

作为一家体外诊断企业，2020年至2022年，在激增的核酸检测需求带动下，安旭生物累计实现净利润44.33亿元。不过，随着核酸检测需求减少，2023年，安旭生物营业收入为5.03亿元，同比下降91.84%；净利润为1.42亿元，同比下降95.35%。另外，扣非净利润为0.52亿元，同比下降98.25%。

据安旭生物2023年年报，截至报告期末，公司货币资金余额为3.37亿元，占资产总额的5.83%；因进行现金管理购买的存单、理财产品账面余额为39.41亿元，占资产总额的6.60%。

就信托理财产品违约相关问题，5月30日，《中国经营报》记者联系了安旭生物董秘办。工作人员对记者表示，公司2023年业绩报告已经体现了7500万元公允价值变动损失。对于中融信托产品违约事项，公司根据事态的发展在采取相应措施，如有进展会及时进行信息披露。

2022年9月29日，安旭生物使用闲置资金1亿元购买了中融信托的隆晟1号信托产品，预期年化收益率为7%。产品期限为2022年9月29日至2023年9月28日。

不过，从2023年8月起，市场陆续传出中融信托产品逾期不能兑付的信息。

同年10月9日，安旭生物披露其购买的中融信托产品隆晟1号逾期未兑付，该信托产品本金和投资收益未收回。安旭生物在公告中表示，正在积极联系各相关方，督促中融信托尽快向公司兑付投资本金及收益，尽最大努力保障公司利益，公司保留采用法律诉讼等其他维权方式的权利。

针对安旭生物2023年年报，上海证券交易所对该事项进行了问询，要求其说明相关信托理财产品投资可收回性的预计情况。

5月27日，安旭生物在《对上

海证券交易所2023年年度报告问询函回复的公告》中表示，公司持有的中融信托产品隆晟1号预计清偿比例为40%，并参考四川信托相关偿还时间自委托管理4年后清偿的时间因素，公司预计可收回金额为2500万元，计提7500万元公允价值变动损失。

2023年，安旭生物货币资金、大额存单、理财产品的日均理财金额为51.4亿元。银行存款、可转让大额存单、美元大额存单、中融信托、银行结构性理财产品，日均理财金额分别为12.38亿元、14.26亿元、21.75亿元、1亿元、2.02亿元。收益金额为1.14亿元。

安旭生物相关公告搜集并整理了11家同样购买了中融信托产品的上市公司信息，包括先锋电子(002767.SZ)、金博股份(688598.SH)、传智教育(003032.SZ)、长光华芯(688048.SH)、二六三(002467.

益为0.89亿元，主要来自政府补助和投资理财收益。

2024年，安旭生物股票长期处于破净状态。截至2024年3月31日，安旭生物每股净资产为40.75元。截至5月30日，安旭生物股价为34.12元/股，市值为43.36亿元。

在上市之初的2021年11月，安旭生物募集资金10.56亿元，计划主要用于6个项目。不过，截至2023年11月30日，除了补充营运资金项目以外，6个项目中的其余5个项目均已延期。部分项目的延期与新冠疫情有关。

安旭生物3个募投项目投资进展不足50%，具体为，营销与服务网络体系建设项目、技术研发中心升级建设项目、体外诊断试剂以及诊断仪器研发生产项目的实际

关联方突击入股

值得注意的是，除了新澜投资，麦创合伙也是在近两年入股麦豆健康，并在前不久单独对麦豆健康增资。

在麦澜德宣布收购麦豆健康55%股权的近12个月内，麦豆健康发生两次增资。

公告显示，2023年6月16日，麦豆健康注册资本由814.5万元增至约891.34万元，新增的约76.84万元注册资本由新澜投资以货币方式认缴；2024年3月6日，麦豆健康注册资本增至约956.84万元，新增的65.5万元注册资本由麦创合伙认缴。上述增资事项均已完成工商变更手续，增资款已实缴到位。

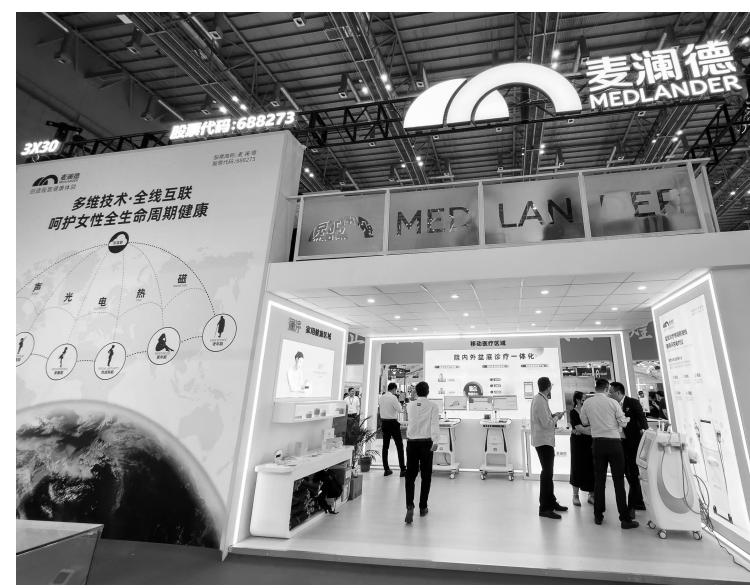
麦澜德此次收购前，麦豆健康分别由郑伟峰持股约81.94%、麦创合伙持股约8.36%、新澜投资持股约8.03%、吴恒龙持股约1.67%。

工商信息显示，新澜投资成立于2023年4月，两个月后随即投资麦豆健康，且截至目前未开展其他投资。

麦澜德在公告中披露，新澜投资是公司2023年参与设立的产业基金，公司作为有限合伙人持有新澜投资47.31%的基金份额。同时，公司董事长杨瑞嘉在新澜投资担任投委会委员。因此，新澜投资为麦澜德的关联法人，除此之外，新澜投资与公司之间不存在产权、业务、资产、债权债务、人员等方面的关系。截至2023年12月31日，新澜投资总资产为2564.41万元，净资产为2564.41万元，2023年净利润为-35.59万元。今年3月，新澜投资新引进计印、郑伟峰两名合伙人。

在此次交易中，麦澜德将接手新澜投资持有的全部麦澜德股权。新澜投资是否为投资麦豆健康专门设立的实体？其他合伙人又是什么背景？且待麦澜德解答。

值得注意的是，除了新澜投



日前，麦澜德披露拟以近2亿元收购麦豆健康55%股权，但很快终止。

视觉中国/图

资，麦创合伙也是在近两年入股麦豆健康，并在前不久单独对麦豆健康增资。

工商信息显示，麦创合伙成立于2022年2月，当年3月进入麦豆健康，麦创合伙的执行事务合伙人为郑伟峰。

工商信息显示，新澜投资成立于2023年4月，两个月后随即投资麦豆健康，且截至目前未开展其他投资。

麦澜德在公告中披露，新澜投资是公司2023年参与设立的产业基金，公司作为有限合伙人持有新澜投资47.31%的基金份额。同时，公司董事长杨瑞嘉在新澜投资担任投委会委员。因此，新澜投资为麦澜德的关联法人，除此之外，新澜投资与公司之间不存在产权、业务、资产、债权债务、人员等方面的关系。截至2023年12月31日，新澜投资总资产为2564.41万元，净资产为2564.41万元，2023年净利润为-35.59万元。今年3月，新澜投资新引进计印、郑伟峰两名合伙人。

在此次交易中，麦澜德将接手新澜投资持有的全部麦澜德股权。新澜投资是否为投资麦豆健康专门设立的实体？其他合伙人又是什么背景？且待麦澜德解答。

值得注意的是，除了新澜投

元/注册资本的价格向杨瑞嘉进行偿还。完成收购麦豆健康控制权后，郑伟峰于2019年11月退出麦澜德，共转让5.4487%股权，转让价格为235.84元/注册资本。

郑伟峰为何在麦创合伙增资麦豆健康之前突然“入主”麦创合伙？其出资是否为本人实际认缴？此次与麦澜德的交易是否存在其他特殊安排？

公告显示，此次麦澜德收购麦豆健康55%股权设置了业绩对赌，郑伟峰、麦创合伙及吴恒龙共同承诺麦豆健康2024年、2025年、2026年的净利润分别不少于800万元、1800万元、2900万元。麦澜德在公告中表示，尽管公司已对麦豆健康进行了充分的调研和评估，但是在未来经营中可能面临宏观经济、行业政策、市场变化、经营管理等因素影响，其未来业绩存在一定的不确定性。因此，该项交易的未来投资收益存在不确定性风险。

5月30日，披露交易仅一周后，麦澜德在公告中表示，在推进交易期间，由于受各种客观因素影响，各方未能就股权转让事宜取得预期实质性进展，决定终止收购麦豆健康。

求法院依法判令中融信托返还公司2亿元资金，并赔偿资金占有造成的损失。此案已于2024年1月22日立案并依规进入多元调解案件程序。截至目前，公司暂未收到法院进一步的调解及开庭审理通知。

2023年，光云科技购买了中融信托共9000万元的信托理财产品，均已逾期未兑付。公司确认对所持有的中融信托产品确认公允价值变动损失6300万元。今年4月11日，光云科技发布公告表示，已针对购买中融信托9000万元信托理财产品逾期未兑付提起诉讼。相关案件尚未开庭。

2023年，法狮龙购买了中融信托6000万元的信托理财产品，年利率为6.8%，均已逾期未兑付。法狮龙对此确认了公允价值变动损失4800万元。同时，公司已向北京市朝阳区人民法院提起诉讼，请

求解除公司与中融国际信托有限公司上述信托合同，返还公司6000万元本金并按银行同期贷款利率赔偿资金占用利息，截至2023年年报披露日法院尚未立案。

针对中融信托产品违约事项，记者也联系了多家相关上市公司。

传智教育董秘办表示，公司定期会跟中融沟通，了解进展情况。公司法务部门负责法律方面相关业务，董秘办目前还没得到相关信息，可能还需要进一步搜集。善水科技董秘办表示，目前还在持续关注这方面信息，也跟相关投资经理保持联系，财务部门也一直在进行跟踪，公司保留通过法律诉讼手段维权的权利。后续有进展公司会及时进行信息披露。三德科技董秘办表示，暂时还没有采取法律诉讼的措施，如后续有进展会及时进行信息披露。

投入比例仅为0.51%、14.91%、45.37%。其余两个项目的实际投入比例分别为67.14%和83.98%。

经过对相关项目必要性和实施的可行性进行分析论证，安旭生物表示，募投项目符合公司战略规划，具备投资的必要性和可行性，公司将继续实施上述项目。同时，公司将密切关注相关环境变化，并对募集资金投资项目进行适时安排。

2023年，安旭生物研发投入金额为1.05亿元，同比下降68.01%，主要原因因为公司收入减少，缩减研发投入，同期，研发人员数量减少27.6%。

公司在回答投资者调研时表示，在新冠检测需求下降之后，公司产品目前以毒品类检测产品及传染病检测产品为主。2023年，安旭生

物上述产品销售占比为87.59%。复合增长率均维持在20%左右，公司在行业内具有核心竞争力和市场适应能力。

2023年，安旭生物境外销售收入占主营业务收入的比例为91.06%。境外业务毛利率为46.71%，同比减少28.33%。

安旭生物披露，截至2023年末，公司境外客户应收账款账面余额为1.98亿元。2024年1—4月回款金额为1.02亿元，未回款金额为0.96亿元。应收账款中，前五名客户应收账款金额为1.63亿元，占78.47%。其中，两家客户未能及时回款的原因是，在2022年对安旭生物销售的新冠检测试剂存在质量投诉，另外三家客户经营发展受到宏观经济及市场竞争影响，存在超过信用期支付货款的情况。

编者按/未成年人是国家的未来和希望。这个特殊的群体身心尚未成熟,缺乏自我保护的能力。长期以来,为未成年人健康成长保驾护航一直都是社会关注的焦点。随着经济社会的不断发展,丰富多彩的互联网世界已成为未成年人学习、娱乐、社交的重要窗口。与此同时,网络霸凌、游戏沉迷等乱象也层出不穷,给未成年人保护工作带来了一系列问题和挑战。

5月28日,由中国经营报社主办、中国社会科学院新闻与传播研究所媒介传播与青少年发展研究中心协办的“共治共建‘未’来——未成年人防沉迷研讨会”在北京成功召开。与会人士纷纷表示,对于未成年人接触网络、游戏,应该疏堵结合,科学、适度地加以引导,要加强政府、学校、家庭、平台等多方联动,通过多方合力,共同为未成年人健康成长保驾护航。

内容详见B15~B16

季为民:构建多元协作机制 守护未成年人网络安全

本报记者 董曙光
北京报道

随着经济社会的不断发展,丰富多彩的互联网世界已成为未成年人学习、娱乐、社交的重要窗口。如何保障未成年人在互联网空间的安全与身心健康,一直是社会关注的焦点。

5月28日,在中国经营报社主办、中国社会科学院新闻与传播研究所媒介传播与青少年发展研究中心协办的“共治共建‘未’来——未成年人防沉迷”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,未成年人在触网过程中,可能面临网络欺凌、网络诈骗、网络沉迷等问题,可通过用管结合、严管厚爱、多元协作等方式,构建有益于未成年人健康成长的友好互联网世界。

用网问题层出不穷

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)的报告,截至2023年6月,我国网民规模已经达到10.79亿人,其中10岁以下网民和10—19岁网民分别占比3.8%和3.9%,青少年网民数量近2亿人。随着未成年人网民规模的进一步扩大,以及触网方式的多样化、差异化,加之网络霸凌、游戏沉迷等问题层出不穷,给未成年人保护带来了一系列新问题和新挑战。

季为民认为,面对网络时代的发展浪潮,不应“一刀切”式地禁止未成年人接触网络、游戏,也不应把网络和游戏视为洪水猛兽,更没必要谈之色变。而应疏堵结合,科学、适度地加以引导和监管。

自2006年起,季为民所在的青

少年蓝皮书项目组就持续对未成年人互联网运用状况开展全国性调查。在研讨会上,季为民发布了青少年蓝皮书课题组第12次未成年人互联网运用报告调研数据。该调研共回收有效问卷10540份,通过随机抽样调查了10个省、市、地区的八九所中小学。

数据显示,未成年人首次触网年龄持续走低,10岁及以前首次触网人群占比达63.8%,较2022年(52%)提高11.8%;城市未成年人的触网年龄整体早于乡村,7岁及以前触网的城市未成年人占比46.3%,乡村占比27.8%;手机依旧是未成年人最常用的专属上网设备。此外,未成年人在周末或节假日的上网时长远远高于工作日,游戏娱乐是未成年人上网的

主要目的。一起玩游戏已经成为未成年人主要的网络交友方式。调查显示,未成年人比之前更爱待在家里,导致运动时间减少;更爱玩手机游戏,难以控制自己。

在未成年人网络保护方面,调研发现正在上或上过网络素养教育课程的未成年人占比依旧不高,超过60%的未成年人没有上过相关课程。同时,未成年人在使用各类APP时主动使用青少年模式的频率依旧不高,且存在个人信息泄露的风险。家庭在未成年人网络保护中扮演重要角色,与父母关系良好的未成年人在面临网络威胁时更倾向于寻求家人帮助。

季为民表示,当下未成年人的用网环境和网络空间仍乱象频发,



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

对于未成年人来说,在使用网络的过程中可能面临不良信息、网络欺凌、网络诈骗、网络沉迷等伤害,以及利用新技术、新应用(如利用AI技术生成涉未成年人低俗色情图

多方联动形成合力

基于这些现实问题,季为民认为,需要从源头对未成年人所处的网络空间进行治理,动员各方联动规范。

在法律政策层面,《未成年人保护法》和《未成年人网络保护条例》为未成年人网络保护提供了法律支撑。在平台层面上,从2019年开始各大APP平台陆续上线青少年模式,但青少年模式存在使用率不高、功能不健全、标准不统一、内容池不

丰富等一系列问题。为此,2023年8月,国家网信办提出要进一步升级网络保护工作中的青少年模式为未成年人模式,进一步全面深入地为未成年人提供网络保护。2022—2023年,各大主流平台也纷纷响应政策号召,制定推出未成年人网络平台治理的相关举措。

“这些举措都可以从政策制度上为未成年人用网安全提供保障,但在实践中也存在诸多问题。”季为

民说,当前的未成年人网络保护主要存在政策法规落实不够、平台缺乏主体责任意识,以及相关主体虽然多元但缺少联动等问题,亟待解决。

对此,季为民提出了以下措施与建议:首先,要完善相关的法律法规,加强未成年人的用网保护。通过政策细化法律条文、开展专项整治行动、加大违法违规行为惩治力度等方式,为未成年人用网安全

提供有力保障。其次,要强化平台主体责任,优化未成年人内容生态。简化保护功能操作、优化算法推荐、改进青少年模式等举措,有助于降低未成年人网络保护难度,提高内容质量。最后,要增强联动机制,提高未成年人用网能力。加强政府、学校、家庭、平台等多方联动,形成合力,共同守护未成年人身心健康。

“未成年人的互联网运用本质

上是个体活动,自我保护是未成年人用网保护中的重要一环。应尊重未成年网民作为社会成员的主体性,倾听他们关于互联网使用的真实需求,这也正是青少年蓝皮书项目组多年坚持到青少年群体中调研的价值旨归。”季为民强调,通过用管结合、严管厚爱、多元协作等方式,继续助力未成年人在触网、用网中健康成长,努力建设有益于未成年人健康成长的友好互联网世界。

李瑞:解决儿童过度使用屏幕问题需多方协作

本报记者 董曙光 北京报道

“随着互联网的普及,出现了少量儿童过度使用屏幕的现象。”5月28日,在“共治共建‘未’来——未成年人防沉迷”研讨会上,联合国儿童基金会驻华办事处儿童保护处高级项目官员李瑞在发言中表示。

李瑞指出,首先推荐用“过度使用屏幕”的表述来替代“沉迷”。所谓“使用屏幕”,不仅限于儿童上网浏览内容,还包括他们通过移动设备观看离线内容等。

据李瑞介绍,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的报告显示,有37%的6—17岁未成年人在节假日每天上网时间超过2小

时。此外,各国的研究也显示,在新冠疫情期间,儿童使用屏幕时间有所增加。其中,新加坡的一项调查表明,90%的18—24个月的儿童每日被动地观看屏幕;新冠疫情期间6—10岁儿童每天观看屏幕时间增加了大约1个半小时。

“儿童过度使用屏幕可能产生一些影响。”李瑞介绍,其可能造成亲子关系紧张,还可能造成儿童户外活动减少、睡眠质量下降等。

针对上述问题,李瑞提出了一系列实用的建议。首先,家长应了解孩子在网络上的具体行为和活动内容,而不仅仅是关注他们的上网时长。其次,家长应合理安排亲子时间,陪伴孩子共同

娱乐和学习,减少孩子对电子设备的依赖。同时,家长应避免将电子设备作为情感抚慰剂,尤其是在孩子哭闹或干扰大人工作时。此外,应当注重听取儿童对此问题的意见。也不建议家长用“一刀切”的方式禁止孩子上网。

此外,李瑞还建议家长鼓励孩子进行线下活动和社交,如培养线下兴趣爱好、家长和孩子一起玩桌游等。在家庭中,家长可以和孩子共同制定屏幕使用时间规则,由所有家庭成员共同遵守,家长更要以身作则。

在研讨会上,李瑞还指出,解决该问题需要相关各方的协作。政府应主导相关培训,提升家长和儿童的上网安全意识;科技企

业应优化产品设计,提升平台安全保障措施;学校应加强对家长和儿童的上网安全教育。同时,社会各界还应重点关注儿童在互联网上面临的主要风险,如网络性侵、网络欺凌、接触不良信息和隐私泄露等。

值得注意的是,一些国家已经跨越了单纯限制儿童使用网络时长的阶段,开始深入研究儿童上网行为,并为家长提供更为充分的支持。这一思路的转变值得借鉴。

“儿童过度使用屏幕问题,需要家长、学校、政府、企业和社会各界共同应对。”李瑞指出,应当通过多元化协作,为儿童营造安全的网络环境,保障他们的上网权利,促进他们的健康成长。



李瑞

联合国儿童基金会驻华办事处儿童保护处高级项目官员

途游张尧:各担其责 合力守护未成年人健康成长

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

“未成年人保护工作是一个系统工作,需要国家、监护人,包括企业都承担起各自的责任,形成合力,才能创造出利于未成年人健康成长的环境。”

5月28日,在“共治共建‘未’来——未成年人防沉迷”研讨会上,途游游戏副总裁张尧在会上表示,防止未成年人沉迷网络游戏需要多方合力。

“监护人其实是最了解未成年人的,他们是最了解自己孩子的父母,他们应该怎么引导未成年人?包括学校,未成年人绝大多数的时间是在学校度过的。学校是不是可以多设置一些课外活动,多做一些引导,丰富未成年人的业余生活。”张尧说道。

张尧指出,游戏防沉迷保护经过多年摸索、完善、改进,尤其是在《关于进一步严格管理切实防治未成年人沉迷网络游戏的通知》《未成年人网络保护条例》的指导

下,未成年人游戏防沉迷取得了很大的进展。网络游戏沉迷是社会性问题,防沉迷工作是系统性工程,任何一个环节缺失,防沉迷的保护系统就容易被打破,各方面努力就可能白费。比如,网络游戏黑灰产业链的危害不容小觑。现实中,有不法商家通过租号、帮充值等方式,引诱未成年人绕过防沉迷监管。聚焦突出问题、关键环节,进一步加大监管力度,斩断黑灰产业链,防沉迷系统才不会形同虚设,网络游戏领域未成年人权益保护才能更好实现全覆盖、无死角的目标。

谈及企业、平台的责任,张尧认为,游戏公司可以采用新技术,来对未成年人的身份进行有效识别,“现在很多游戏公司已经引入人脸识别的技术。比如,平台识别发现有大金额的充值和一些不寻常的行为,都会弹出人脸识别的功能,对玩家的身份进行确认。”

另外,张尧认为,当下的未成年人是在互联网时代成长起来的,

较之以往更有条件、更有机会、更有能力接触网络,在网络空间中十分活跃。我国未成年网民数量已接近2亿,引导未成年人文明用网、科学上网、健康上网,不断提高他们的网络素养是一个长期艰巨的任务。实践告诉我们,推动防沉迷工作不断取得新成效,必须站在塑造网络新风、净化网络空间的高度,为未成年人学习、社交、娱乐提供丰富而安全的网络场景,共建网上美好精神家园。

2023年,国务院发布《未成年人网络保护条例》,推进对未成年人权益的司法保护;2021年,国家新闻出版署发布了《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》,对未成年人的网络游戏游玩时间做了严格的規定。张尧认为,这些法规的颁布对于未成年人保护工作也至关重要。

“未成年人保护工作从开始到现在也有近20年的时间,其实还是取得了一些成绩。近几年,未成年人在网络上的时间和付费都呈下

降趋势。有关调查数据显示,超过80%的家长认可现阶段防沉迷工作成效。中国音像与数字协会游戏工委发布的相关报告指出,未成年人游戏总时长、月活跃用户数、消费流水等数据,都已有较大幅度减少。这在一定程度上表明,游戏行业未成年人保护工作取得一定成效。”张尧说道。

由中国音像与数字协会游戏工委、中国游戏产业研究院、伽马数据共同编制的《2023中国游戏产业未成年人保护进展报告》(以下简称《报告》)显示,2022年1月—2023年10月,社会舆情对“未成年人游戏时长”关注度下降70%。

企业针对未成年人的身份识别技术也成效凸显。据统计,2023年有35.41%的未成年人偶尔触发身份验证,6.95%经常遇到身份验证弹窗。遇到弹窗后,50.12%会停止游戏,21.94%会向家长求助进行身份验证以通过验证。

上述《报告》显示,在学生群体中,32.93%会按要求注册账号,



张尧

途游游戏副总裁

32.86%则用家长或他人身份注册。在出现超时游戏家庭中,有35.28%的家长知道子女在使用自己的身份信息,26.07%的家长同意子女使用自己的手机玩游戏。此外,未成年人消费量保持下降趋势:28.86%消费减少,高于消费增多的17.07%。

“未成年人是国家和家庭的未来,他们的健康成长受到多方

关注,‘防沉迷’需要各界勠力同心。《未成年人网络保护条例》的发布和实施,标志着我国未成年人网络保护的立法基础已成体系,从立法、执法、司法到平台、学校、社会已经建立起多元主体协同共治的保护网络。如何做到家长不头疼,社会不忧心,这是我们全社会共同努力的方向。”张尧最后说道。

腾讯游戏郑中： 防止未成年人沉迷 需要疏堵并重

本报记者 许心怡 吴可仲
北京报道

5月28日，在“共治共建，守护‘未’来——未成年人防沉迷研讨会”上，腾讯成长守护高级总监郑中谈道，国家“防沉迷新规”实施后，未成年人沉迷问题得到有效改善，但是进一步从根源上防治还需要家庭、学校、社会等各方力量一起协作。

目前，网络游戏的身份识别在行业里仍然存在难度。郑中表示，尽管大部分网络游戏公司严格落实了游戏的实名制，但是打击冒用身份证信息玩游戏的情况仍有难度。未成年人有可能使用家人身份证件，或借助第三方平台租售号绕过身份识别。

郑中介绍，针对这种情况，腾讯率先应用了金融级的人脸识别技术，以及AI机器学习等手段，加强了疑似未成年人账户的甄别；在家长管理方面，腾讯提供了便捷的管理工具防止被冒用账号。“我感觉我们在‘堵’的方面已经做得非常丰富，成效也很明显，根据2023年腾讯一季度财报数据，未成年人在游戏时长、流水中占比仅0.4%和0.7%，较3年前同期大幅下降96%和90%。”

郑中认为家庭管理还需要更加细化，企业可以针对家长的需求提供一些个性化管理工具，“在亲子数字鸿沟目前比较大的趋势下，小孩上网能力远超家长，我们对家长的补充服务和管理工具是不是能更好一些？”为此，腾讯游戏在行业内首创“AI自助+人工视频”的一站式服务模式，最快可在24小时内为家长提供在线视频服务，一对一进行问题解答及工具使用帮助，目前已经为192万家长推荐了管控方案，一对一看视频服务为超过1.4万个家庭提供了专业指导。

据悉，腾讯在近期全新升级了“防沉迷管理四件套”家长管理工具，涵盖“一键禁玩禁充”“自我账号管理”“绿色手机上报”“一键屏蔽陌生人”四项防护功能。据了解，此次全新升级的“防沉迷管理四件套”大幅降低家长使用防沉迷工具的门槛，从游戏时长、消



郑中
腾讯成长守护高级总监

费、社交、内容等多个维度，帮助用户更便捷地管理孩子的游戏行为，培养孩子健康自律的游戏习惯。

在郑中看来，从根本上解决网络游戏沉迷，疏导工作不可忽视，“对于未成年人沉迷游戏应该疏堵并重，这需要全社会和家庭一起努力。”

为了探索更具建设性的解决方式，腾讯游戏方面在全国欠发达地区和乡村建立了95个未来教室和未来运动场，以提供“硬件+课程+师训+活动”四位一体的方式推动项目可持续运营，目前已累计开课超11万节，举办的区域性赛事有超过69.2万人次参与。“我们通过这些科技的生产路径，发挥腾讯产品力和科技力，让这些欠发达地区和农村地区的认知能力更强，让他们看到更广阔的世界，在阳光下更努力地奔跑，给他们课外兴趣多一些有意义的引导。”

郑中认为，对于未成年人玩游戏，在做好“堵”的同时，也要充分重视“疏”。“在移动互联网浪潮下，未成年人触网的广度和深度都在变大，目前防沉迷的思路是以限制为主，疏导层面的内容做得还不够。所以在继续做好限制的同时，也要注意到防沉迷到了新的阶段，加速未成年人保护上的疏导方面工作。”

心动公司陈承： 渠道方应担起未成年人保护责任

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

5月28日，在“共治共建，守护‘未’来——未成年人防沉迷研讨会”上，心动公司PR负责人陈承表示，心动公司旗下的第三方游戏应用平台TapTap设置了实名认证系统，“小朋友们如果想要在TapTap下载游戏，必须先认证。如果没有通过认证，平台将阻断下载。这在很大程度上可以规避未成年人绕开实名认证，去下载游戏。”

此外，据陈承介绍，TapTap的青少年模式可以为未成年人推荐适龄游戏。一旦家长启用青少年模式，孩子们可以在精选内容池游玩，并按照法律法规要求，严格限定游玩时间和充值金额。

“网络游戏中的实名认证问题，在我看来其实是个‘木桶原理’——任何一块短板缺失都会造成全路径的问题。”陈承表示，在未成年人保护方面，不仅是游戏厂商，游戏渠道方也应担负起责任，“不少的游戏在手机应用商店上架之后，小朋友们可以直接通过父母的手机账号一键登录。这个问题造成小朋友甚至不用拿父母的身份证件，就可绕开实名认证，以成年人身份玩游戏。在身份认证漏洞退款纠纷中，这部分占有不小的比例。”

“现在安卓渠道对游戏收入的分成占比达到三至五成，这个比例应该不低。但在游戏业内人士看来，渠道所承担的未保责任和获得

的利益之间，还是有些不对等的。”陈承说道，“我们呼吁渠道跟游戏公司一起努力，积极防堵实名认证漏洞。”

此外，陈承还提到，培养未成年人的网络素养也十分重要，家长是其中重要的一环。“如果家长更懂网、更有网感，可以在很大程度上帮助小朋友们，来趋利避害地接触网上内容。”

“单纯以未成年人的每日上网时间，一刀切地管控，可能也不是最佳方案。而是建议，对于平台上的哪些功能，可能会有什么未保隐患，家长首先自己心里要有底。这样才能更好地评估孩子的网络行为。对于寓教于乐的优良网络内容，也许可以适当让孩子多接触；



陈承

心动公司PR负责人
对于有害内容和功能，则需要及时阻断。”陈承说道。

盛趣游戏王振勇： 未成年人防沉迷难题根治需多方合力

本报记者 李哲 北京报道

5月28日，由中国经营报社主办、中国社会科学院新闻与传播研

究所媒介传播与青少年发展研究中心协办的“共治共建，守护‘未’来——未成年人防沉迷研讨会”在北京召开。

防沉迷面临身份验证等难题

近年来，关于未成年人防沉迷方面的问题受到社会广泛关注。

对此，王振勇深有感触：“前段时间我自己接触了一个案例，一个留守儿童通过各种渠道找一些身份证件来上网，完全绕开了现在对于未成年人的监管，他的家长完全没有任何办法。”

这是未成年人防沉迷难题的一个缩影。在王振勇看来，目前，在未成年人防沉迷方面还存在身份验证难、家长监管困难、未成年人在网上缺乏隐私保护意识等问题。

其中，针对未成年人身份识别验证难题，王振勇表示：“企业端可以加强一些验证技术，例如采用更

先进的身份验证技术，提高系统对未成年人身份识别的准确率；开发更多便于家长监管的功能，设置家长监控模式，让家长更容易掌握孩子的用网情况并进行干预。”

至于未成年人隐私保护方面，由于他们在网络上的隐私保护意识薄弱，容易受到网络欺凌、诈骗等风险，因此增强孩子们的网络安全意识至关重要。王振勇表示：“通过AI等手段快速识别网络欺诈者，我们也希望不断完善相关法律法规，加大对违规企业和个人的处罚力度。”

与此同时，家长作为未成年人的第一监护人，同样需要负担起相

应的监管责任。王振勇说：“家长应了解网络沉迷的危害，并学会如何与孩子有效沟通，引导他们正确使用网络。比如与孩子约定，明确网络使用时间和内容，并严格执行；家长也应发挥良好的榜样作用，重视亲子时间；关注孩子心理和情绪的变化，多带孩子进行一些户外运动等。”

王振勇认为，学校同样应加强网络安全教育，让学生了解网络使用的利弊，提高自我保护能力。还可以将网络安全教育纳入课程体系，培养学生的信息素养和批判性思维等。通过家庭、学校、社会等多方力量的共同努力和协作，能够

题，需要家庭、学校、社会等多方力量共同努力协作，进一步从根源防止未成年人沉迷网络，为他们营造健康、安全的网络环境。



王振勇
盛趣游戏公共事务副总裁

进一步从根源防止未成年人沉迷网络游戏，为未成年人营造健康、安全的网络环境。

多维度推动未成年人保护工作

“未成年人保护关乎国家未来，我们企业甚至每位从业者都有义不容辞的责任。”王振勇表示，“如今越来越多的互联网企业和游戏厂商都在严格遵守《中华人民共和国未成年人保护法》《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》等法律法规及条例，并将打造未成年人安全网络空间视为己任，严格落实未成年人保护工作。比如设立实名认证系统，以确保玩家年龄的真实性；设置了防沉迷系统

限制未成年人的游戏时间和消费金额；推出相关的家长监护平台或应用，加强了家长监护功能的建设等。”

作为国内最早发起、参与、制定并实施网络游戏防沉迷的企业之一，盛趣游戏旗下的每一款游戏均设立了“家长监护工程”的入口，以加强家长对未成年人参与网络游戏的监护。2023年，盛趣游戏自营平台18岁以下注册用户占比降至0.11%，18岁以下用户充值占比仅0.005%。

此外，2023年，盛趣游戏还创建了护苗行动专项网站，设立了“护苗行动介绍”“护苗工作站”“护苗工作动态”“网络安全系列课堂”四大板块，向社会公众传递未成年人网络安全保护意识。

“不只如此，近年来公司还积极开展外部合作，汇聚各方力量，进一步保护未成年人身心健康。例如世纪华通与上海真爱梦想公益基金会、复旦大学社会工作学系的专家团队共同开展《儿童青少年互联网使用研究》课题专项调研，

并于2023年联合发布了《上海市未成年人网络使用调查报告》，这是当年上海首份关注未成年人网络使用的调查报告，旨在进一步引导青少年合理有效地使用互联网，为提升网络安全防护能力提供了重要参考。另外，公司还参与和主办面向儿童工作者开展的赋能培训，内容覆盖了未成年人保护服务原则与伦理要求、未成年人保护服务工作方法与技巧等。其中，儿童网络安全保护作为新内容亦包含在培训内容中。”王振勇说道。

网易游戏刘洁： 打造清朗健康游戏环境 为未成年人保驾护航

本报记者 李哲 北京报道

5月28日，在“共治共建，守护‘未’来——未成年人防沉迷研讨会”上，网易游戏社会责任促进中心高级总监刘洁表示，《蛋仔派对》“幸福的烦恼”

《蛋仔派对》这款现象级游戏一经推出就受到玩家的喜爱。网易官方披露的数据显示，《蛋仔派对》在今年春节期间日活用户已突破4000万，注册用户突破5亿。除了服务好庞大的玩家群体，《蛋仔派对》也格外重视未成年人玩家的保护。

据刘洁介绍，网易方面为此专门升级了AI识别系统，增加了未成年人行为识别、筛查功能，通过大数据模型和机器学习等技术构建AI识别系统，有效识别和拦截疑似未成年人用户的高风险行为。

对》通过升级AI识别系统、建立并完善未成年人充值退款的高效处理机制、完善家长关爱平台等方式，致力于为未成年人打造清朗健康的游戏环境，守护未成年人健康成长。

此外，由于未成年人的自控力以及判断力相对偏弱，网络上一些别有用心的人通过网络游戏渗透到未成年人群体之中。刘洁称：“有一些诱导未成年人在外部平台实施欺凌、诈骗、骚扰等问题，比如说，诱导未成年人送皮肤、充值、送钱等，会让他们在其他平台上进行操作，而最终可能都会把责任归咎到游戏公司。”

与此同时，还存在一部分黑灰产业。刘洁表示：“一些未成年人除了用家长的账号充值，还会去寻找专门售卖账号的人购买成年人的账号进行游戏登录。”

多举措为未成年人保驾护航

为了解决上述问题，网易方面出台了多项举措，千方百计打造清朗健康的游戏环境。

“公司针对未成年人冒用成年人账号游戏以及未成年人网络欺凌、骚扰、诈骗等问题进行了强力攻关。”刘洁介绍，“针对未成年人冒用成年人账号问题，我们首推并不断升级了疑似未成年人账号AI识别、人脸识别的技术，从用户创建角色到游戏内的游玩状态，能通过人工智能、大数据模型等提前排查疑似未成年人玩家的异常行为，并及时采取调取人脸识别等方式介入干预。人脸识别必须身份信息、人脸数据、账号实名三项一致才能通过验证。”

此外，针对未成年人冒用成年人账号充值的问题，《蛋仔派对》在4月29日发布了针对所有用户“一刀切”的严格消费限制措

施。用户当日充值超过198元，当周充值超过1000元时会严格开启人脸识别。而针对未接入支付人脸识别的一些渠道，用户将受到每日及每周充值上限的限制，达到上限后，该周期内无法进行更多的充值。目前来看，这个理性消费的倡议发出后取得的效果特别好。

“公司建立并完善了未成年人充值退款的高效处理机制，我们专门设置了团队，专人专岗来响应未成年人退款问题。公司也在游戏内外，比如官方主页、客服专区、公众号等提供了快捷的多渠道服务入口，进一步降低退款的难度。”刘洁说道。

为未成年人营造清朗的网络环境离不开家长的共同努力。为此，网易公司不断完善完善家长关爱平台。以《蛋仔派

对》为例，其在游戏官网和首页均设置了家长关爱平台入口。针对可能是家长实名的这种账号，在登录进入游戏前，会以弹窗的方式提醒家长可进入家长关爱平台，开启家长护航功能。家长也可以在家长关爱平台上开启家长护航功能，查询孩子的游戏资料，了解孩子的游戏情况以及消费的信息。

此外，针对未成年人的网络欺凌、骚扰、诈骗问题，网易公司也采取了一些措施。“比如，针对游戏内部的一些对未成年人具有引导和诱惑的语句，我们专门进行了大语言模型的训练，把类似这样的一些语言拦截在外。公司目前在全线产品都增设了未成年人模式。相比普通的模式，未成年人模式提供了一键内容屏蔽、网易未成年人护航平台管理等几



刘洁

网易游戏社会责任促进中心高级总监
项重要的措施，在限玩时间内有效地保障了未成年人的社交安全。”刘洁介绍，“公司还联合各地公安机关，在游戏内外大力开展了游戏反诈的宣传，通过游戏IP的影响力将全民反诈意识理念扎根于未成年人的心里。”

淘汰赛开打:大模型免费的表与里

本报记者 秦泉 北京报道

大模型问世仅仅一年,就迎来了免费时代。

在字节跳动的大模型喊出比行业便宜 99.3% 之后,其“行业最低价”正在被不断打破。近日,阿里云、百度等巨头公司纷纷宣布将大模型价格降到更低,百度甚至直接宣布免费。科大讯飞更是宣布,其讯飞星火 API 能力正式免费开放。其中,讯飞星火 Lite API 永久免费。

没有最低,只有更低

短短数日,各家大模型厂商均已投入到这场“价格战”中。

开放。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,尽管宣布降价的模型产品众多,但真正大规模、高性能并且支持高并发的大模型推理仍然需要收费,降价幅度有限。不过,可以明确的是,这场关于大模型免费使用的价格战才刚刚开始。也许很快人们就会看到,在大模型这场比赛中,大多数的大模型公司都将被淘汰。

3—4个字母。

从各家公布的价格来看,一元就能买到字节跳动豆包主力模型的 125 万 tokens,大约是 200 万个汉字,相当于 3 本《三国演义》。同样,花一元在通义千问上最多可以买到 200 万 tokens,相当于 5 本新华字典。

“由于各家不同模型的规格和支持 tokens 的长度各不相同,直接进行价格的横向对比过于片面。”一位业内人士对记者表示:“尽管此次降价为我们带来了一定的经济优惠,但可以看到,对于一些在特定使用需求下的模型或功能,一些厂家并没有采取免费,只是通过不同程度的降价手段来尽量保持市场地位。”

九三学社中央科技委委员陈根坦言:“这背后更多的是无奈与挑战。由于大模型构建在强大的算力基础之上,而这些算力的硬件投入与日常运维,都需要庞大的资本支出。因此,大部分公司都难以满足算力的支出需求。为了尽可能减少亏损,只能是最大程度地减少免费使用的范围。”

北京社科院副研究员王鹏认为,高性能模型推理服务主要面向企业级用户,他们对服务的稳定性、可靠性和性能有更高要求。企业级用户通常愿意为这些增值服务支付额外费用。

国内外的计算标准并不统一,按已有惯例,1 个 token≈1—1.8 个汉字,而在英文文本中,1 个 token≈

“幕后推手”

互联网企业的案例在此刻隐隐若现。

实际上,真正让国内大模型神经紧张的是引领了此次 AI 大模型时代的 OpenAI。

OpenAI 从 2023 年年初发布 GPT-3 至今,已经进行了 4 次降价。5 月 13 日发布的 GPT-4o 不仅实现了性能跃升,价格也下降了 50%。5 月 22 日凌晨,在微软 Build 开发者大会上,微软 CEO 纳德拉便表示,过去一年 GPT-4 的性能提升了 6 倍,但成本降低到了之前的 1/12,对应性能/成本提升了 70 倍。

“国产大模型大幅降价的核心在于 OpenAI 最近不断推出的各种免费模式,并且以超乎大部分大模型公司预计的速度迭代了技术。这就意味着,更强大的模型采取了更开放的策略,并且便捷到不用注册就能使用。”陈根表示:“当然 OpenAI 推动大模型免费的策略,主要的目的有两方面:一方面是为了更大程度地垄断用户数据与资源,以迭代其技术,并获取更多的用户行为数据;另一方面是为了提高并保持领先的用

“终点”在哪儿

通过降低价格门槛,大模型厂商有望吸引更广泛的企业用户群体,从而进一步平衡收入和成本。

“站在整个 AI 业界的角度,我想说,降价是个拍脑袋就可以做的简单策略,但是真正的 to B 商业成功更难。”Lepton.ai 创始人贾扬清公开表示,“今天不是说 API 贵才没有人用,而是因为要搞清楚,到底怎么用起来产生业务价值。”

2024 年是大模型商业化落地的元年,应用落地成为行业竞争焦点。经过过去一年的发展,目前国内大模型的头部梯队已接近 GPT-4 的能力,打磨“内功”同时将目光瞄向用户,通过降价来换取更大的市场空间。而这场“价格战”的目的被归结为加速 AI 应用。

IDC 预测,2026 年中国 AI 大模型市场规模将达到 211 亿美元,人工智能将进入大规模落地应用

户数量。国产大模型厂家面对 OpenAI 的免费策略,如果要留住用户,并且获得用户的人机交换数据来推动技术升级,就必然要跟进免费的策略。”

然而,在上述业内人士看来:“大模型最终的结果会像之前的互联网之战一样,只会剩下两三家而已。”

中国民协元宇宙工委创办人吴高斌表示,这种简单粗暴的“价格战”打法,可能会在一定程度上扰乱市场秩序,对大模型行业的健康发展造成影响。尤其对于中小企业及初创企业来说,面临巨大的竞争压力,可能会在价格战中逐渐消失。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛认为,从目前的趋势来看,大模型行业已经进入了洗牌期。在这轮价格战中,中小企业和初创企业都面临着巨大的压力,部分企业可能会被淘汰。然而,这并不意味着这些企业一定会消失。一些具有核心竞争力和创新能力的企业仍然有机会在竞



随着国内外大模型厂商技术角逐进一步激烈,大模型行业开启价格战信号明显。

视觉中国/图

争中突围,成为行业的新领军者。

零一万物 CEO 李开复也强调:“大模型从训练到服务都很昂贵,算力紧缺是这一赛道的集体挑战,行业应当共同避免陷入不理性的 ofo 式流血烧钱打法,让大模型能够健康地蓄能长跑。”

的确如此,“千团大战”“O2O 混战”“网约车补贴大战”等互联网企业的案例在此刻隐现。

但在百川智能创始人王小川看来:“‘千团大战’‘网约车补贴大战’等背后都带有网络效应,那种商业模式改变了生产关系,改变了司机和乘客之间、外卖员和用户之间的关系。这次价格战并没有改变生产关系,而是直接做生产力供

给,是 B 端市场的价格战。”

陈根也认为,这与互联网的概念炒作有本质的区别。大模型本身就是一项重资产、重资本的产业变革技术,并且在人和财两方面都是重资产模式。

他认为,从这个角度来看,免费对于大模型而言是一件好事,至少可以加速淘汰市场上各种杂乱无序的投机与炒作公司,让资源集中到头部公司中,从而加速中文大模型的完善。从目前的技术发展趋势来看,OpenAI 在加速实现通用 AI 的这一目标。这对于国产大模型而言,危与机并存,核心就取决于我们是否能率先在通用 AI 的技术上实现突破。

各种任务和领域中表现出高水平智能的系统。目前,大模型在很多任务上已经取得了显著的成果,但要实现 AGI 仍然面临诸多挑战,如知识表达、推理能力、自适应学习等。

而在萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊看来,大模型的“终点”目前还没有一个明确的答案。大模型技术的发展是一个不断演进的过程,未来的发展方向可能会受到多种因素的影响,包括技术进步、市场需求、政策法规等。因此,对于大模型的研究和开发者来说,需要不断地探索和尝试,不断地适应市场和需求的变化。

暑期档“前哨战”打响 13 部影片挤进端午档

本报记者 张婧超 北京报道

截至 5 月 30 日,已有 13 部影片定档今年端午档。从数量上看,这是有史以来“最挤”的一届端午档。

端午档接着“挤”

档期拥挤成为 2024 年电影市场的一大特点,首先是在 3 天时间的清明档,十余部影片展开角逐;而后在“五一”档,9 部新片定档,数量为历史第二高。

为何今年频频出现“未热先挤”的现象?

在题为《观众购票决策的变化趋势》的报告中,阿里影业指出,热门档期屡破纪录,对头部影片的票房表现有明显档期加成作用。

端午档由于时间在 6 月,是暑期档的一个子档期,而暑期档恰恰又是一年当中对年度总票房贡献最大的档期。在 2023 年,暑期档票房占

再现点映抢跑

为了从端午档突围,部分影片在近日已经开始了一定范围的点映,以期提前释放口碑、提升档期内及以后得排片。

据灯塔专业版实时数据,截至 5 月 30 日 16 时,2024 年端午档点映及预售总票房突破 2400 万元,点映票房占比较高,3 部已开启大规模点映的影片暂列前三名,其中《谈判专家》超前点映约 10 万场,收获 1309.5 万元票房;《我才不要和你做朋友呢》点映 2.4 万场,收获 394.1 万元票房;《扫黑·决不放弃》点映 6.6 万场,收获 354.5 万元票房。

其中,最早开始点映的是《我才不要和你做朋友呢》,早在 5 月 20

今年的清明档、“五一”档,就曾出现十部左右新片蜂拥上映的情形,但在残酷的竞争下,最终突围而出的影片仅有两三部。不过,与清明档、“五一”档不同的是,端午档虽然时间

全年总票房的比例为 37.5%。

不过,阿里影业也表示,对于非头部影片,进入大档期的机遇与风险并存,需准确评估影片在档期内的竞争力。

从今年清明档的结果来看,宫崎骏的《你想活出怎样的人生》与《哥斯拉大战金刚 2:帝国崛起》合计拿下档期内 6.15 亿元的票房,占档期总票房的比例接近四分之三;即使是票房分布最平均的今年“五一”档,《维和防暴队》《末路狂花钱》《九龙城寨之围城》三部影片的票房总占比也达到约 60%。而去年端午档总票房为 9.09 亿元,《消失的

短、体量小,却是暑期档的一个子档期,这也意味着端午档上映的新片在档期结束后,可以凭借口碑继续享受暑期档带来的红利加成。

灯塔专业版分析师陈晋向《中

国经营报》记者表示:“整体上今年端午档延续了今年‘五一’档市场影片供给充足、丰富的特点,较大程度上满足不同观众的观影需求,有望给今年暑期档打下良好开端。”

她与《我爱你!》也合计拿下约 6.5 亿元的票房。

“今年以来电影市场档期效应依然显著,春节档、清明档均创造历史最高票房成绩,‘五一’档票房也进入影史前三,这其中喜剧片、动画片表现亮眼,深受家庭观众的喜爱,这说明合家欢观影的刚需在大档期更显著,今年端午档供应的家庭片、喜剧片、动画片数量充足,相信会出现票房黑马。”陈晋说,“6 月 7 日上映的两部好莱坞电影,动作科幻片《疯狂的麦克斯:狂暴女神》和剧情战争片《美国内战》,它们的一线城市男性观众想看占比

突出,6 月 8 日上映剧情家庭片《走走停停》《来福大酒店》,是往年端午档热门类型,同一天上映的犯罪喜剧片《扫黑·决不放弃》和青春喜剧片《我才不要和你做朋友呢》深受 24 岁以下年轻女性观众喜爱,另外当日还有港片《谈判专家》以及获得第 96 届奥斯卡金像奖最佳动画长片提名的《机器人之梦》上映。今年端午假期在时间上与儿童节比较接近,预计儿童节上映的动画新片《哆啦 A 梦:大雄的地球交响乐》《加菲猫家族》等也将在端午档有一定的市场空间,满足带小孩的家庭观众观影需求。”

点映。

记者了解到,在之前一轮点映结束后,两部影片片方也迅速追加了点映安排。记者通过淘票票、猫眼两大平台发现,从 5 月 31 日开始,包括《扫黑·决不放弃》《谈判专家》在北京、上海等全国多个城市都安排了点映场次,其中不乏 18 时至 21 时之间的黄金场次。

这种大规模的点映抢跑,让更多影片加入其中。记者注意到,计划在 6 月 7 日上映的引进片《美国内战》也将在 6 月 1 日开始,在全国多个城市开始大范围的点映。

按照猫眼、淘票票两大平台显示的信息,在 6 月 1 日—2 日的周末

时间下午,许多影院的黄金时段都已安排了上述影片的点映。

值得注意的是,在刚刚过去的“五一”档,就曾发生点映及预售成绩不佳而宣布撤档的案例。那么在如此拥挤的端午档,是否还会发生这一现象?

从灯塔专业版显示的端午档新片票房榜来看,在端午档的国产影片中,目前预售成绩排名靠后的有《来福大酒店》,截至 5 月 30 日 12 时许,点映及预售总票房约 50 万元。除此之外,还有《离伤记》《藏地生死恋》《西瓜队》《梦想之地》《日夜江河》等影片未开启预售,也没有安排点映。

能否提前点燃暑期档

无论是与过往的端午档进行纵向对比,抑或与今年的春节档、清明档、“五一”档的横向比较,端午档影片的数量都是最高的。

之所以会如此拥挤,从事电影片的金妍给出了自己的理解:“端午档的档期容量其实不大,但他与清明、中秋等其他同样时间为 3 天的小档期不同的是,端午档被包含在暑期档内,即使影片在端午档没能‘杀出重围’,只要片方对自己的内容有信心,那么就有可能通过口碑发酵,获得不错的长尾效应。而且从时间上看,端午档的位置处在暑期档的前期,长尾效应还能获得暑期档的加成。”

灯塔专业版显示,自 2016

年至今,除 2020—2022 年外,有 4 部在端午档上映的影片票房超过 10 亿元,分别是 2016 年的《魔兽》(14.68 亿元)、2017 年的《加勒比海盗 5:死无对证》(11.8 亿元)、2018 年的《侏罗纪世界 2》(16.95 亿元)、2023 年的《消失的她》(35.23 亿元)。其中,除了《加勒比海盗 5:死无对证》之外,其余 3 部影片在端午档所获票房占影片总票房的比例均在四成以下。

“暑期档的特点就是 6 月启动、7 月爆发、8 月平稳,在个别年份,余热甚至会持续到 9 月。”金妍说。“一直以来,端午档都被视为暑期档的晴雨表。而且距离暑期档最核心的时间段 7 月份越近,越能反映出暑期档的观众热情。比如去年的端午档,票房、观影人次、上座率等数据都呈现出非常好的恢复态势,这也进一步增强了其他正持观望态度的电影公司的信心,许多大片纷纷趁热宣布定档暑期档,最终创造了有史以来最高的暑期档票房纪录。”金妍说。

公开资料显示,在端午档结束后、7 月份之前,目前已官宣定档的影片包括引进片《排球少年! 垃圾场决战》、彭于晏与佟丽娅主演的《狗阵》、迪士尼的动画电影《头脑特工队 2》等。

数据要素资产化加速 价值释放挑战待解

本报记者 谭伦 福州报道

在数字中国建设的浪潮下，我国数据要素市场正在迈入发展新阶段。

5月23日，第七届数字中国建设峰会在福州举办。作为国家数据局正式揭牌后举行的首届峰会，本届峰会以“释放数据要素价值，发展新质生产力”为主题，高度聚焦我国当前数据要素产业发展。《中国经营报》记者在会上获悉，

数据价值未被充分挖掘

IDC发布的调研报告指出，我国企业数据中仅有1/3被实际分析并产生价值。

“存储数据中，一年未使用的数据占比约四成，数据加工能力不足导致大量数据价值被低估，难以挖掘复用。”国家数据局在报告中提到了数据积极增势背后的重重挑战。调查显示，全国数据存储总空间为2.93ZB，存储空间利用率为59%。

对于这一问题的成因，报告分析称，一方面，海量数据复用价值较低，大部分过程类数据产生后即被丢弃、覆盖。另一方面，大模型、训练工具等支撑能力不足，海量数据开发利用价值低于存储成本，部分高价值数据在“大浪淘沙”过程中

2023年，我国数据要素市场日趋活跃，数据生产总量达32.85泽字节(ZB)，同比增长22.4%。

具体来看，5G、AI、物联网技术的创新发展及智能设备的规模应用，推动了数据生产规模快速增长。2023年，全国数据存储总量为1.73ZB，生产总量中2.9%的数据被保存。

“以人工智能为例，中国10亿参数规模以上的大模型数量已经超过100个，行业大模型深度赋能

电子信息、医疗、交通、金融等领域，形成了上百种应用模式，赋能千行百业，推动传统产业转型升级。”国家数据局局长刘烈宏在会上透露。

同时，国家数据局在大会期间发布《全国数据资源调查报告(2023年)》，首度披露了我国数据资源的发展现状及存在问题。报告指出，我国数据资源“产—存—算”规模优势基本形成，数据“供—流—用”各环节主体逐渐丰富，海

量数据和丰富场景优势潜力亟须释放，数据资源管理和利用整体处于起步阶段。

此外，记者注意到，在本次大会上，24家数据交易机构联合发布了《数据交易机构互认互通倡议》。出席现场的多家数据产业链厂商负责人向记者一致表示，这对于提高数据流通和交易效率，吸引各类金融主体、数据商参与数字流通交易，推动构建统一开放、活跃高效的数据要素市场具有重要价值。



作为新型生产要素，数据要素价值的释放，也成为本届数字中国建设峰会关注的重点。

谭伦/摄影

数据市场化带来新问题

大量数据乃至公共数据进入市场交易环节，也让数据治理的难题进一步凸显。

作为新型生产要素，数据要素价值的释放，也成为本届大会关注的重点。

“价值化的过程，其实就是市场化的过程。”参加本次峰会的中国电子云市场部负责人在展台向记者表示，把数据变成资产，加速其进入市场流通和交易环节，是当前产业界对于数据要素释放的共识。

国家数据局调查显示，目前，我国数据流通交易需求旺盛，消费领域数据交互活跃度较高，2023年，四大运营商数据显示全国数据总流量较上年同期增长7.6%，同时，全国各地交易所快速铺开，19个省市建立数据交易机构。

“价值化的过程，其实就是市场化的过程。”参加本次峰会的中国电子云市场部负责人在展台向记者表示，把数据变成资产，加速其进入市场流通和交易环节，是当前产业界对于数据要素释放的共识。

值得注意的是，在各类数据中，公共数据正在成为引领数据开发利用的催化剂。截至2023年12月底，全国一体化政务数据枢纽接入53个国家部门、31个省/自治区/直辖市等，挂接资源达2.06万个，实现累计调用5361.35亿次服务。

“太积极，可能在经营上有风险，但不积极，可能会增加我国在全球产业竞争中的风险。”杨光表示，因此，算力的适度超前布局是各方因素造就的结果，也是当前我国算力布局思路的最优解，而重点就是保持各类风险的平衡。

和统一化管理，少数部门和场景开始探索数据资产的落地路径，但尚未在建设标准、价值评估和流通路径、资产管理方式、全生命周期体系建设上形成固定范式，主要参考已有案例分阶段进行。

“在这一过程中，需要先搭建好数据要素治理体系，在此之上参考国家标准、数据交易所指引、会计准则进行数据资产化管理，并格外注意数据价值评估与波动变化、数据交易带来的直接价值和衍生价值、资产全生命周期下的进出和流动等问题。”李浩然表示。

同时，IDC发布的《中国公共数据授权运营市场及技术分析，2024》指出，数据安全是公共数据进行市场流通焊接的一大挑战。基于公共数据授权运营平台链接数据要素所有参与主体，促进公共数据在安全合规框架下进行有效的开发利用。

对此，王清霖表示认同，她表示，包括交易流通在内的数据深加工领域只展现了目前产业的冰山一角，对未来产业可能发展到什么程度，很难形成明确预期。“在这个过程中，还需要持续关注和加强数据保密工作，可以尝试适当开放公共资源的脱敏使用权限，但也需要避免核心数据泄露。”她指出。

算力部署仍要适度超前

对于超前算力布局可能带来的资源浪费与投入风险，在5G领域已经有过多次探讨的电信业对此并不陌生。

数据的巨幅增长，使得处理数据的需求也在迅速提升，尤其是随着AI带来的革新浪潮，我国算力中心规模持续增长。调查显示，截至2023年年底，我国2200多个算力中心的算力规模约为0.23十万亿次浮点运算/秒(ZFLOPS)，同比增长约30%。与此同时，大模型训练算力需求高涨，科学、政务、金融、工业等行业算力需求随之增加，一体化算力体系建设加快推进。

这也使得超前部署成为我国当前算力布局的基调。以电信运营商为例，除了中国移动表示年内将在全国商用部署三大万卡集群中心外，在本次大会期间，中国电信也宣布，在热点区域建设超万卡

的超大智算集群，西部地区打造大规模绿色智算池，2024年智算规模达到21EFLOPS(百亿亿次浮点运算/秒)，以初步构建全国一体化算力互联网。

对此，李浩然表示，国家算力网络建设已持续数年，特别是在生成式AI浪潮下，市场更加强调算力对于大模型能力的提升，算力建设有利于为企业提供更加普惠的算力服务支持，也可以加快推动以AI为主的智能产品更好地服务B端和C端客户。

“但是，行业应该注意以下三方面的风险。”李浩然认为，一是现阶段算力使用仍是潮汐式需求，提升计算效率、预测使用需求变化以

及平衡算力资源调度更加重要；二是算力网络的管理不只是芯片服务器的供给，还包括对网络带宽、存储、缓存管理、数据压缩分层、异构调度等多方面的共同优化；此外，算力布局也需要考虑能耗管理，坚持绿色低碳可持续。

王清霖则表示，推动大数据产业向更高级应用突破，是大数据产业高质量发展和实现更高商业化的必要措施。在这方面，除了国家政策支持和加快东数西算、算力布局基础设施建设外，还需要挖掘更多商业场景以此调动企业的积极性，吸引更多主体主动加入相关研究建设中。对此，她建议，在这一过程中，需要有规划，引导资源向纵深发展，

避免大量资源的重复建设与浪费。

而对于超前算力布局可能带来的资源浪费与投入风险，在5G领域已经有过多次探讨的电信业对此并不陌生。Omdia电信战略高级首席分析师杨光向记者表示，在适度超前建设的总体思路与市场需求发展之间，在推动自主可控产业链发展与维持供应链多元化之间，其实风险是都存在的。

“太积极，可能在经营上有风险，但不积极，可能会增加我国在全球产业竞争中的风险。”杨光表示，因此，算力的适度超前布局是各方因素造就的结果，也是当前我国算力布局思路的最优解，而重点就是保持各类风险的平衡。

奥芯明布局国内研发 看好中国半导体成长性

本报记者 李玉洋 上海报道

“全球半导体行业格局在过去几十年里发生了巨大改变，未来中国半导体产业链的本土化、自主化将进一步加快。”近日，奥芯明半导体设备技术(上海)有限公司(以下简称“奥芯明”)首席执行官许伟这样表示。

位于上海临港的奥芯明首个研发中心于近日正式落成启用。许伟表示：“奥芯明研发中心成立后，我们将发挥本土供应链优势，致力于协助有效针对中国半导体后端设备供应链的需求，推出更符合中国市场的需求的解决方案。”

据了解，奥芯明于2023年8月成立，是目前全球排名第一的半导体组装及封装设备制造商ASMPT半导体分部在国内设立的独立品牌，在国内拥有通富微电(002156.SZ)、华润微(688396.SH)、欧菲光(002456.SZ)、AAC瑞声科技(02018.HK)、舜宇光学(02382.HK)等合作伙伴。

“在芯片封装行业，中国虽然发展得晚，但是发展速度快，功能性和价格竞争力强，只不过很多工艺还是按照国外标准来做的。中国半导体行业未来有望像电动汽车行业，通过技术提升和产品创新，提高自己的产业优势。”奥芯明首席技术官林鉅淦告诉《中国经营报》记者，国内半导体行业当前力推的Chiplet技术就是一次赶超的机会所在。

在中国设立研发中心

公开资料显示，奥芯明母公司ASMPT是全球领先的半导体及电子产品制造硬软件解决方案供应商，其总部位于新加坡，产品涵盖半导体装配、封装和SMT(表面贴装技术)，从晶圆沉积至各种组织、组装及封装精密电子组件的解决方案，适用于制造各种终端设备，如电子产品、移动通讯器材、计算设备、车载、工业以及LED显示屏。

“ASMPT属于老牌封测设备厂商，有近50年历史了，现在很多封测厂用的是他们的设备。”电子创新网CEO张国斌表示。在奥芯明成立前，ASMPT在华开展业务多年，中国早已是ASMPT的重要市场。

据悉，在研发中心落成启用

后，奥芯明将重点发展人工智能、AIoT(智能物联网)、大数据等领域的芯片封装设备与数字化软件，未来会不断拓展产品和应用领域，包括大芯片封装、内存芯片封装和倒装芯片封装等。

基于哪些考虑，奥芯明要在华设立研发中心？对此，许伟表示，面对中国半导体产业链本土化、自主化进一步加快的机遇和挑战，“奥芯明在临港新片区的研发中心将成为ASMPT提升本土创新和技术发展的重要基地，支持参与中国半导体行业发展的中国芯片企业和封装厂商”。

而奥芯明首席财务官潘子伟也表示，中国是ASMPT公司的重要市场，“随着市场和技术的发展，

在国内设立研发中心水到渠成，这样可以把供应链做一些国产化，针对中国客户的更多需求做定制化开发，和客户也更接近一点”。

“针对中国客户的需要，我们提供所需的服务，可以说研发中心是超过本地化的。”潘子伟指出，根据中国客户的不同需求，比如要求更高精度、更快速度或者更低成本，研发中心的重点也可适度调整。

潘子伟还特别提到，中国客户对于供应链国产化的需求，因此确保供应链的稳定性，也是奥芯明研发中心所承担的使命之一。

记者注意到，在去年一个半导体封测设备产业论坛上，ASMPT有关人士表示，ASMPT的设备目前可

到封测的芯片全产业链。

而潘子伟则表示：“从长远来说，整个半导体市场会发展得更快，芯片的应用领域也会越来越广，芯片是社会发展的刚需，不少国家对半导体行业进行投资就是最好的证明。ASMPT或奥芯明很高兴身在这个行业里，尽管当前的供应链出现变化，遭遇洗牌，但越是这样优秀的企业就能脱颖而出。”

“美国的限制，只会督促中国去加快产业链的本土化和自力更生。”林鉅淦表示，目前中国半导体已拥有京津冀、长三角、大湾区等这样的行业发展带，涌现出北京、上海、深圳、成都、武汉等产业中心城市，他们打通了从设计到制造再



在研发中心落成启用后，奥芯明将重点发展人工智能、AIoT(智能物联网)、大数据等领域的芯片封装设备与数字化软件。

视觉中国图

以支持HBM(高带宽内存)异构集成，且全球只有ASMPT能提供。

林鉅淦表示，奥芯明研发中心所要做的事情可以从长、短期两个时间维度来看，“短期看，我们要把

看到行业回暖的迹象，但能否起势还得继续看，这就需要看消费电子产品能否真正拉动需求。对此，潘子伟也认为半导体市场的复苏迹象现在还不明朗，“主流封装要依靠消费电子产品去拉动，所以就需要看中国这块市场能不能回升”。

对于未来产业发展的趋势，林鉅淦表示，随着电动汽车、大功率半导体等的发展，芯片在逻辑芯片和存储芯片之外，将出现新的分类——电源芯片。而潘子伟看到了先进封装的市场空间，“先进封装在全球最近增长比较稳定，虽总量很小，但增长很有吸引力，ASMPT在这块已经有很好的业绩，也是接下来重点开发的地方”。

全球市场和行业复苏

据法新社近日报道，韩国总统尹锡悦宣布了创纪录的26万亿韩元(约合人民币1383亿元)的芯片产业综合支援方案，该方案包括5月早些时候所宣布的价值70亿美元，以支持对该国至关重要的半导体产业。

此外，美国、日本、欧盟等，都对各自的半导体行业进行扶持，最瞩目的当属美国2022年8月发布的“芯片和科学法案”(CHIPS and Science Act，简称“芯片法案”)。当然，中国也在支持本国的半导体行业。

最新消息显示，国家集成电路产业投资基金三期股份有限公司(以下简称“大基金三期”)于5月

24日注册成立，注册资本达到3440亿元，创历史纪录；同时，也设置了更久的经营年限，从一、二期的10年延长到15年。

在股东结构中，除财政部、国开金融等“老面孔”外，大基金三期新增了六大国企，出资合计1140亿元，占比约1/3，地方国资股东队伍则集中在北京、上海以及广东(含深圳市)，对应国内三大集成电路聚集区。

业内普遍认为，以超预期的注资规模、超常规的经营年限、超豪华的股东阵容，彰显了国家对集成电路产业的重视和支持力度，再度激发了产业和资本市场的信心。

然而，在半导体强国美国支持

珠海冠宇对垒 ATL 消费锂电巨头“诉讼战”进入深水区

本报记者 陈佳岚 广州报道

5月28日,珠海冠宇(688772.SH)公告称,公司及其全资子公司重庆冠宇于近日收到重庆市第一中级人民法院送达的关于公司及重庆冠宇以专利侵权为由起诉ATL宁德新能源科技有限公司(以下合称为“ATL”)及其他被告的《受理案件通知书》((2024)渝01民初

375、377、378、379、380号)等相关材料。

《中国经营报》记者注意到,珠海冠宇并未在公告中披露此次涉诉专利有哪些及其相关产品有哪些。对此,记者采访珠海冠宇证券部,相关工作人士表示:“目前没有其他信息可以披露。”不过,该人士表示:“是电池相关专利诉讼。”

值得注意的是,5月29日,ATL

外联部负责人回复记者称:“我们尚未收到法院送达应诉通知书及起诉状。”

事实上,珠海冠宇与ATL专利纠纷由来已久。在2021年10月珠海冠宇IPO之前,便陷入与ATL的专利纠纷之中。ATL是由日本TDK控股的电池企业,是当前全球最大的智能手机电池制造商和笔记本电脑及平板电脑制造商。此

前,ATL对珠海冠宇发起十余起专利诉讼,目前仍有部分案件未判决。这次,珠海冠宇向ATL发起了反击。

在业内人士看来,这场耗时持久的专利战,本质上是珠海冠宇和ATL间市场竞争的重要手段。在产能过剩、市场内卷的消费电子电池市场,围绕专利权之间的纷争,归根结底也是市场占有率为竞争。

珠海冠宇开启反攻

在ATL起诉珠海冠宇多项专利侵权后,珠海冠宇也开启了反击,这次被重庆市第一中级人民法院受理的案件也是珠海冠宇首次发起专利诉讼反击战。

珠海冠宇最新公告称,珠海冠宇是涉诉专利的专利权人,未经公司许可,被告ATL生产和销售了涉诉专利相关产品,其他被告销售、许诺销售了涉诉专利相关产品,涉嫌侵犯公司的专利权。据此,公司请求法院判令被告ATL及其他被告立即停止制造、使用、销售、许诺销售、出口涉诉专利相关产品;立即销毁专门用于制造侵权产品的模具和设备;立即销毁库存侵权产品;赔偿公司经济损失及为制止侵权行为而支出的合理费用;承担相应的诉讼费用等。前述共计5个案件,案件诉请的赔偿金额分别为1050万元、1050万元、1100万元、1100万元、1050万元,合计共5350万元。

“初步判断应该不是核心类技术。”珠海冠宇证券部人士向记者表示。

对于上述诉讼对珠海冠宇的影响,珠海冠宇方面表示,鉴于本公告涉及的诉讼案件尚未开庭审理,最终的判决结果尚不确定,目前无法预计对公司本期及期后损益的影响,最终实际影响以法院生效判决为准。

ATL外联部负责人则回应记者称,因尚未收到诉讼文书,涉案专利是什么都不清楚,故无法评论。该负责人还对记者表示:“专利案件通常会经过知识产权局专利无效复审程序,确定专利稳定性之后,再经过庭审调查,方能确定基本事实。”

自2021年以来,ATL在中美德等多国对珠海冠宇发起了十余



5月24日,第七届数字中国建设峰会在福州开幕。厂商最新展示的锂电技术受到关注。 视觉中国/图

起专利诉讼,主要涉及锂电池领域。在国内多个相关案件中,国内一审法院作出珠海冠宇侵犯ATL专利权的判决,对于多项一审判决,珠海冠宇已提起上诉。也有部分案件未判决,其中一起涉案金额高达1.06亿元,而去年珠海冠宇净利润为3.44亿元。

在欧洲,ATL在德国慕尼黑地方法院起诉珠海冠宇,指控其侵犯专利权(涉案专利号为EP3627606B1),该专利旨在提高聚合物锂离子电池的能量密度)。慕尼黑法院最终作出禁令,要求珠海冠宇停止向德国提供、销售涉诉产品,并向ATL提供侵权行为相关信息和说明。目前,该案件处于一审

判决阶段,尚在上诉期内。

尽管ATL对珠海冠宇发起了多项专利侵权,但ATL的一部分涉案专利也被珠海冠宇发起了无效挑战。

珠海冠宇公告披露称,与ATL之间的专利争议案件中已有12个ATL的专利被国家知识产权局宣告或法院判决无效,已有8个案件被ATL主动撤诉(其中有7个ATL的专利被国家知识产权局宣告全部无效)。

我国锂电产业起步相对较晚,一些专利布局都或多或少落后于欧美、日韩企业。随着中国锂电池产业链上的企业崛起,在专利上也与外企狭路相逢。珠海

冠宇陷入与ATL的专利纠纷也被认为是珠海冠宇迅速崛起对行业霸主ATL构成了挑战,而遭遇多项专利诉讼麻烦。

在ATL起诉珠海冠宇多项专利侵权后,珠海冠宇也开启了反击,这次被重庆市第一中级人民法院受理的案件也是珠海冠宇首次发起专利诉讼反击战。

中国政法大学知识产权研究中心特约研究员李俊慧对记者表示:“涉案专利是否有效,是能否对被告构成实质威胁的关键所在。如果被告对相关涉案专利提起无效宣告且相关专利被宣告无效的话,那么,该专利就不会构成对被告的实质性威胁。”

市场竞争愈加激烈

在锂电池市场,两家公司是直接的竞争对手,从第三方机构统计的数据来看,近年来市场竞争也是愈加激烈。

珠海冠宇官网显示,公司成立于2007年,主要产品为锂离子电池。珠海冠宇的重要客户包括苹果,目前为苹果供应笔记本及手机电池。此外,珠海冠宇的客户还包括惠普、联想等笔记本和平板电脑厂商,华为、OPPO、小米、联想、中兴等智能手机厂商,以及大疆、BOSE、Meta、Google等无人机、智能穿戴厂商。锂电池可分为消费、动力和储能三类,根据珠海冠宇2023年财报,消费类电池是珠海冠宇主要的收入来源,在2023年营收占比超过95%,主要应用领域为笔记本电脑及平板电脑、智能手机等。

ATL1999年在香港成立,是日本电子元器件集团日本东京电气化学工业株式会社(TDK)的全资子公司,全球研发和运营中心位于福建宁德,主营业务也是智能手机、平板电脑和笔记本电脑锂离子电池,同为苹果电池供应商。

在锂电池市场,两家公司是直接的竞争对手,从第三方机构统计的数据来看,近年来市场竞争也是愈加激烈。

TechInsights发布的《2021年Q4智能手机市场份额》报告指出,厂商市场份额方面,ATL以42%的市场份额位居第一,LG Energy Solutions和三星SDI紧随其后。

到了2023年,ATL在全球智能锂电池收入市场份额已上升至47%,而LG Energy Solutions、三星SDI和珠海冠宇占据了超过40%的市场份额。TechInsights手机元件技术频道高级分析师Jeffrey Mathews对记者表示,智能手机市场电池收入一直由ATL主导,ATL的份额在过去5年中从39%增长到47%,珠海冠宇的份额也在同一时期从3%的占有率达到5%。

Jeffrey Mathews表示:“ATL

凭借其规模来满足销量需求,并通过硅阳极电池实现技术差异化,从而确保电池供应商成为主要客户供应链中的顶级供应商。另外,目前珠海冠宇已成为中高档智能手机电池的领先供应商,最近还增加了美国客户,但仍远落后于ATL。”

而在全球笔记本电脑和平板电脑市场,ATL和冠宇形成双寡头格局。根据Techno Systems Research数据,2021年全球笔记本电脑和平板电脑出货量中,ATL以37.31%的市场份额占据第一,珠海冠宇仅次于ATL,位居第二,市场份额为27.17%。

近年来,随着锂电行业竞争激烈,围绕专利侵权的诉讼,也成为锂电行业频现的事件。不仅是ATL与珠海冠宇,宁德时代和中创新航、当升科技、容百科技与尤米科尔等都曾打响“专利战”。

宁德时代自2021年7月起陆续针对中创新航提起5项专利诉讼,索赔总额高达6.47亿元。

珠海冠宇在2023年仍保持营收增长,但在财报中也毫不避讳地言明了专利诉讼可能给公司带来的风险。

“鉴于锂电行业竞争日趋激烈,专利保护已成为行业内市场竞争的一种手段。”珠海冠宇方面表示,公司与ATL的诉讼不涉及公司核心技术,不会对公司产品正常的生产销售带来重大不利影响。但由于诉讼的审理结果通常存在一定不确定性,若公司在诉讼中败诉,主审机关可能作出要求公司赔偿原告方损失、停止生产销售涉诉产品等判决或裁定,从而对公司生产经营及财务状况造成一定不利影响。

“到了2023年,ATL在全球智能锂电池收入市场份额已上升至47%,而LG Energy Solutions、三星SDI和珠海冠宇占据了超过40%的市场份额。TechInsights手机元件技术频道高级分析师Jeffrey Mathews对记者表示,智能手机市场电池收入一直由ATL主导,ATL的份额在过去5年中从39%增长到47%,珠海冠宇的份额也在同一时期从3%的占有率达到5%。”



4月23日,昆明第三届全民阅读大会上,学生在现场读报。 视觉中国/图

“小蜜蜂”背后的百亿“江湖”

本报记者 曲忠芳 北京报道

“国内市场成熟度更高”

第三方数据机构Statista的报告称,截至2024年4月,TikTok全球下载量超过49.2亿次,月度活跃用户数超过15.82亿。《中国网络视听发展研究报告(2024)》称,截至去年年底,我国全网短视频账号总数达15.5亿个,职业主播超过1500万人。短视频、就业新渠道的繁荣发展,带动了视频内容创作及相关配套设备的市场需求日益旺盛。

近日,长丰影像旗下博雅品牌推出了新一代便携式2.4GHz旗舰产品BOYAMIC小魔方,定价瞄准千元级市场。据介绍,长丰影像于2012年在深圳创立,产品在全球超过132个国家和地区销售,累计服务全球超过5000万名创作者。

与很多国产企业的全球化路

径不同,长丰影像先是在海外市场占据一席之地——海外市场的营收占到八成以上,而后从去年开始加大了在国内市场的发力。对此,朱韬向记者解释,在深圳创立的消费电子品牌,很多都是从一开始就瞄着“出海”去做的,团队自身在跨境品牌的“打法”上也有一定的经验积累。海外市场不同国家和地区的市场发展阶段也有所区别,比如美国市场的用户成熟度很高,此前已经由YouTube平台“教育”,用户对于视频创作的设备认知程度较高;在印度、印尼等国家,长丰影像已占据了市场主导地位,大多用户还处在一个需要对性能、审美、操作使用等教育的阶段;在中东地区,很多用户对于价格不太敏感,对外观材质可能会提出一些定制化的

需求。

“整体来看,国内市场的发展成熟度超过海外市场,这意味着国内增量空间已经有限,但存量替换、趋向专业化的空间还是比较可观的。”朱韬表示,从去年开始,长丰影像加大了对国内市场的投入,尤其是渠道能力——如京东、淘宝、抖音、小红书等主流电商平台,2024年公司在国内营收有望比去年翻3倍。

朱韬介绍,长丰影像在全球覆盖了6000家门店,海外很多国家和地区市场占比较高的仍是线下渠道,线上渠道也在快速增长;而相比之下,国内渠道线上占比会更高。在产品线布局上,长丰影像覆盖了消费级、专业消费级、专业级等不同细分群体,“打法”则是通过消费级的产品

需求。产品也能满足基本需求。市场竞争仍然比较分散,集中度不高,这一点从电商渠道有三百家品牌的产品在售卖也可见一斑。

“与海外市场相比,国内市场更‘卷’。”朱韬指出,在国内市场,目前并没有统一的行业或产品标准,因此受到很多来自低价产品、白牌产品的冲击与侵蚀,从而抬高了整体竞争的压力,最后带来的结果是各个品牌的定价都会倾向不断地压缩自身利润。不仅如此,在东南亚、南美等海外市场,国内的许多低价产品也通过参数的堆砌,甚至虚假宣传充斥在市

面上,当用户还处在认知“教育”阶段时往往无法分辨产品的品质好坏,这对于踏实做品牌的企业来说是一个挑战。“只有当用户认知提升后,才会意识到如何选择好产品的重要性,选择性能与价格更优的品牌。”

针对持续扩张的用户群体与相对专业难懂的参数指数,长丰影像旗下博雅品牌提出了用户参考指南,发布了“10维标准”以及“5位性能”,以期清晰定义产品性能标准。“10维标准”即音质、降噪、抗干扰、内录、全场景、增益调节、监听/外放、安全音轨、传

输、续航等10大维度。“5位性能”即信噪比≥80dB、采样率深达到48kHz/24bit、声压级≥120dB、频率响应20~20kHz、灵敏度30dB~39dB。信噪比是麦克风第一性能指标,决定了所录音频的清晰度。

BOYA博雅产品经理许朝阳介绍,一款麦克风产品要在以上10个维度中均有优良性能表现,才能称之为“真旗舰无线麦克风”。此外,音频信噪比高,音质清澈纯净,信噪比低则会听到杂音。>90dB信噪比是高端音响级标准,这个标准下录制的音

频几乎没有噪声。

《2024无线麦克风市场趋势全解读》总结了无线麦克风市场的趋势,集中体现在广泛兼容多种设备、降噪性能全面提升、更加轻量化等。朱韬就长丰影像的业务布局补充道,今年在布局的产品创新方向包括:一是2.4GHz传输频道会更广泛地应用,同时在探索蓝牙方案;二是与AI的结合,包括通用的与语义识别、语音控制相关,以及自动修复等垂直AI应用。不过,这些探索的产品化可能还需要一两年的时间。

市场仍较分散 标准缺乏

需要说明的是,无线麦克风产品形态除了夹在衣领的“小蜜蜂”,还有机顶麦克风、传统话筒式麦克风、会议式、枪式、鹅颈式等等,还有相关的支架、悬架等配件,大多数企业的产品策略是全线覆盖以满足不同细分群体的需求。

本报记者调研了多名从事短视频创业的人士,他们的账号定位及受众规模不尽相同,所使用的无线麦克风品牌也并不集中,有的选择了大疆、罗德、博雅等知名品牌,而有的反馈在电商渠道购买了一二百元,甚至几十元的

产品也能满足基本需求。市场竞争仍然比较分散,集中度不高,这一点从电商渠道有三百家品牌的产品在售卖也可见一斑。

“与海外市场相比,国内市场更‘卷’。”朱韬指出,在国内市场,目前并没有统一的行业或产品标准,因此受到很多来自低价产品、白牌产品的冲击与侵蚀,从而抬高了整体竞争的压力,最后带来的结果是各个品牌的定价都会倾向不断地压缩自身利润。不仅如此,在东南亚、南美等海外市场,国内的许多低价产品也通过参数的堆砌,甚至虚假宣传充斥在市

储能系统价格正在触底 进入“0.5元时代”

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

进入2024年以来，储能产业链价格继续下探。

近日，中关村储能产业技术联盟(CNESA)发布的信息显示，国家电投新疆裕民铁列克提10万千瓦储能及配套40万千瓦风电项目电池储能系统及附属设备采购开标，采购储能规模共计100MW/400MWh。

价格再创新低

从成本端来看，目前电池价格下降空间有限，在PCS及其他设备价格未出现大幅度下降的情况下，短期内4h储能系统的最低报价可能会跌破0.5元/Wh，但2h储能系统均价在0.6—0.7元/Wh间波动。除理性因素外，厂商之间的恶性竞争永远是影响价格的“X”(未知)因素。

受上游原材料价格下降、市场供给增加、竞争加剧等因素影响，2023年以来储能电池和系统销售价格持续下降。

据上海有色金属网(SMM)5月28日的数据，方形磷酸铁锂电池(储能型，280Ah)的价格范围为0.31—0.4元/Wh，日均价为0.36元/Wh；方形磷酸铁锂电池(储能型，314Ah)的价格范围为0.34—0.45元/Wh，均价为0.4元/Wh。

记者注意到，现阶段储能电池价格波动不大，但与去年同期相比，方形磷酸铁锂电池(储能型，280Ah)均价已下降45%左右。若根据SMM的测算，280Ah磷酸铁锂电池理论成本约为0.34元/Wh，储能电池企业已经在成本线徘徊，处于微利甚至亏损状态。

随着电池价格进入每瓦时“0.3元时代”，储能系统价格也随之下滑，进入了“0.5元时代”。

CNESA全球储能数据库披露的4月储能系统集采信息显示，储能系统中标均价0.627元/Wh，环比下降2%，同比下降50%，中标价格区间0.557—0.864

这一项目共有28家企业参与，储能系统报价范围0.511—0.681元/Wh，平均报价0.579元/Wh。其中，21家报价均低于0.6元/Wh。

《中国经营报》记者注意到，自3月以来，储能系统报价进入每瓦时“0.5元时代”，如今价格进一步走跌，创下今年以来新低。受访人士向记者表示，在供需错配背景下，叠加竞争加剧因素，

目前储能电芯、系统价格已经处于触底过程中，后市尽管存降价空间，但已经有限。价格变动情况仍需要关注上游原材料影响因素。

受访人士还称，过去一年来，随着储能行业进入新一轮淘汰期，内卷愈发严峻，“活下去”成为不少储能企业的第一要务。但是，低价抢市场的同时也要关注质量和安全问题。



自3月以来，储能系统报价进入每瓦时“0.5元时代”，如今价格进一步走跌，创下今年以来新低。图为中国品牌日“国家电投”展台。 视觉中国/图

元/Wh。其中，2h储能系统中标均价0.627元/Wh，4h储能系统中标价格0.586元/Wh，投标单价低至0.54元/Wh。

记者采访获悉，尽管储能产业链价格仍存下降空间，但是空间已经有限。

某头部储能企业人士向记者感叹：“每次都感觉价格到底了，但一直在下行，这个卷法，只能说快到底了。”

鑫椤资讯行业研究员朱志翔分析指出，“从成本端来看，目前电池价格下降空间有限，在PCS及其他设备价格未出现大幅度下降的情况下，短期内4h储能系统的最低报价可能会跌破0.5元/Wh，但2h储能系统均价在0.6—0.7元/Wh间波动。除理性因素外，厂商之间的恶性竞争永远是影响价格的‘X’(未知)因素。”

鹏辉能源人士则表示，相比市场竞争要素，后市价格还是要关注原材料涨跌情况。记者注意到，当前上游原材料电池级碳酸锂价格并无大幅波动，价格基本维持在10万—11万元/吨的水平。

守住质量和安全底线

当前，在储能项目招标过程中，安全问题也被提升至新高度。

对于储能厂商而言，2024年注定面临一次洗牌，其无不希望自身能够穿越周期。但没有明显竞争优势，单纯依靠牺牲利润空间来抢占市场份额，显然不可持续。

一位新能源企业人士评论道：“储能产品价格降低，应该建立在企业技术实现突破和成本不断降低的基础上，如果控制不好产品质量，践踏安全底线，这无异于将整个储能产业推向深渊。但现实是，如今市场竞争激烈，对于很多企业来说‘活下去’是第一要务。”

谈及当前市场的竞争情况，海博思创方面也表示，电化学储能正在进入新的技术与产品迭代期，正在加速向高功率、大容量方向发展，以满足不同场景的应用，产品的质量与安全性愈发重要。储能安全、技术创新、产品性能、市场开发、成本控制等核心能力成为企业保持竞争力的关键所在。

朱志翔称：“储能系统集成追寻的始终都是绝对的安全性、配置的

合理性以及软硬件之间的协同性，在无法保证安全性的基础上降低成本、提高利润显然无法走得通。”

值得一提的是，近日美国加利福尼亚州圣地亚哥市Otay Mesa Gateway储能电站发生火灾，引发业内广泛关注。该储能电站规模250MW，曾是全球最大锂电能电站，至今已运营近4年。本次火灾原因指向锂电池的热失控。

储能电站的安全问题是一个系统性问题，但电池安全始终是业内关注的焦点。储能电池企业亿纬锂能(300014.SZ)董事长刘金成此前便指出，做储能电池天生需要坚持长期主义，对质量本身有很高要求，下游客户会了解电池厂的口碑和历史业绩。一味采取低价策略的公司，很难击败具备顶尖制造水平的头部企业。卷价格不是主战场，而且不可持续。

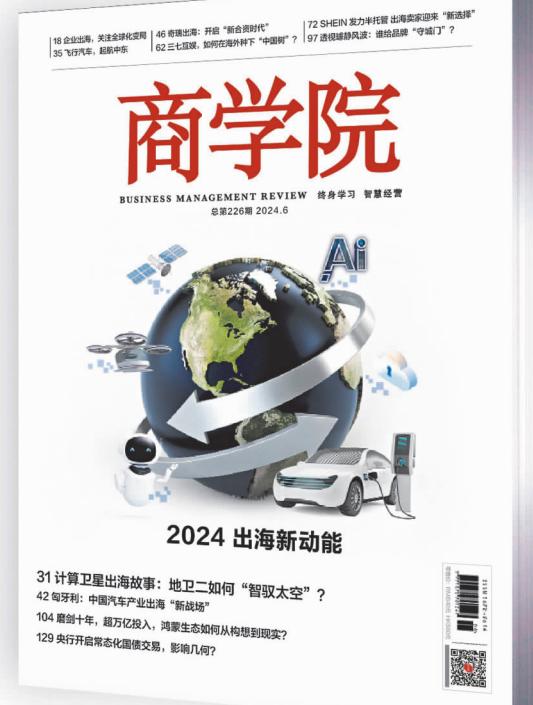
记者注意到，当前，在储能项目招标过程中，安全问题也被提升至新高度。

比如，有的招标公告要求：保证近3年供货的储能电池系统产品无重大火灾事故发生，须保证国内第三方机构、新闻等没有报道；同时需在标书中详细阐述完善的安全设计技术，包括但不限于多级熔断保护机制、BMS和PCS之间快速联动保护机制、电池系统具备硬连接和软连接上的安全保障措施等。

远景集团高级副总裁、远景储能总裁田庆军指出：“目前，大家比较担心储能事故的原因在于：第一，前几年上马的一些项目在消防和预防方面做得并不好，包括电芯质量，在设计上做得也不够好，这会带来隐患。第二，在行业快速爆发后，很多跨界者涌入，并在资本推动下迅速做了起来，导致产品质量、技术良莠不齐。第三，过去几年不少储能电站没有被调用，风险尚未释放出来，确实存在隐患。”但他也认为，磷酸铁锂储能系统的安全性是可控的，可以从设计的角度进行控制和管理。

2024年6月新刊抢先读

广告



2024年以来，我国外贸领域的积极因素不断增多，动能持续增强。

海关总署公布的数据显示，2024年前4个月，我国货物贸易进出口总值13.81万亿元，同比增长5.7%；其中，出口7.81万亿元，增长4.9%；进口6万亿元，增长6.8%。我国对共建“一带一路”国家进出口6.54万亿元，增长6.4%，占进出口总值的47.4%，同比提升0.3个百分点。

得益于完备的产业体系和强大的生产能力，我国的高技术、高附加值产品走俏海外，也是我国外贸发展提质升级的写照。新动能正蓄势聚力。海关总署4月18日发布的数据显示，2024年一季度，我国电动载人汽车、太阳能电池、锂离子蓄电池这“新三样”出口量同比分别增长28.5%、24.7%、5.9%；跨境电商海外仓出口增长11.8%。新业态、新模式的培育跑出了“加速度”。

当前，在内部战略需求和外部环境变化的共同驱动下，中国企业的全球化之路迈入一个崭新的阶段，出海战略也从企业发展原本的“可选项”逐渐转变为“必选项”。

那么，当前出海面临怎样的环境？企业在出海过程中沉淀出哪些经验，又面临哪些挑战？金融行业应如何助力企业出海？如何从“出海企业”转变成“全球化公司”？本期《商学院》杂志带您一同探索。

• 热点 HOT NEWS •

18 企业出海，关注全球化变局

31 计算卫星出海故事：

地卫二如何“智取太空”？

35 飞行汽车，起航中东

42 匈牙利：中国汽车产业出海“新战场”

46 奇瑞出海：开启“新合资时代”

62 三七互娱，如何在海外种下“中国树”？

97 透视跨境电商：谁给品牌“守城门”？

129 央行开启常态化国债交易，影响几何？

订阅

《商学院》杂志全年订价480元

本期零售价40元

邮发代号：2-520

订阅咨询电话：010-88890090

在线零售

淘宝：<https://zjyd.taobao.com>

拼多多：https://mobile.yangkeduo.com/mall_page.html?mall_id=543690507



纸质刊订阅



商学院APP

前4月聚丙烯出口激增 累计出口量占2023年66.5%

本报记者 陈家运 北京报道

今年1—4月，我国聚丙烯(PP)出口量大幅增长，远超市场预期。

海关总署数据显示，今年前4

个月，聚丙烯累计出口87.11万吨，占2023年全年的66.5%。其中，3月出口量31.5万吨，环比增加14.68万吨，增幅为87.01%；同比增加14.82万吨，增幅为88.62%。

卓创资讯聚丙烯分析师宁晓

出口缓解供应压力

宁晓琴指出，由于海外聚丙烯新增产能有限以及装置集中检修，供应相对紧张，而国内聚丙烯价格处于全球洼地，出口窗口长时间打开，为企业提供了良好的出口机遇。

此外，国内聚丙烯行业正处在新一轮扩能高峰期，但在国内需求增速放缓背景下，供需失衡矛盾逐渐凸显。对此，聚丙烯出口成为缓解供应压力的重要途径之一。

有关数据显示，1—4月，国内聚丙烯产量在1129万吨左右，同比去年增加116.38万吨，增幅11.48%。华南、华东、华北地区新增产能较多，这些地区产量同比增

幅在8%—26%。其中，华南地区新增产能最多，产量也同样增长，增幅达26%。

宁晓琴表示，聚丙烯产能增长迅速，在过去的5年里，平均增长率达到11.66%。截至2024年5月，聚丙烯产能已经达到4000万吨/年左右，较2018年增长77.23%。在产能持续增长的背景下，面对高成本和弱需求压力，2022—2023年上游生产企业均有不同程度的降负减产行为，聚丙烯产能利用率下滑，这也反映出行业在高产能下已出现局部资源过剩的压力，内部通过挤出边际产能调整供应压力已成常态。

金联创聚丙烯分析师苏芬芬告诉记者，聚丙烯行业处于高速扩能阶段，行业竞争压力加大，产品同质化问题逐渐显现。另外，全球经济增速放缓，地缘政治局势不确定等因素影响行业发展，在诸多因素影响下，最终反映到价格上。

金联创价格指数显示，今年1—4月聚丙烯均价为7535元/吨，较去年同期下降364元/吨，降幅为4.61%。目前，聚丙烯的价格很少出现大幅度调整，多数时间维持窄幅区间震荡，终端多刚需按单采购，未来聚丙烯行业发展仍面临挑战。

应对国际市场挑战

卓创资讯聚丙烯分析师孟荣华指出，2020年以前，我国聚丙烯出口虽稳步增长，但规模较小。据有关数据统计，2020年聚丙烯出口量为42.47万吨，仅占表观消费量的1.34%。但从2021年开始，聚丙烯出口实现了跨越式发展，出口量高达139万吨。主要是受美国极寒天气及公共卫生事件影响，导致海外聚丙烯供应收紧，海外价格上涨，国内聚丙烯出口窗口打开，使得常态化出口企业的出口量显著增长，部分未曾出口的企业也实现了产品首次走出国门。

孟荣华强调，聚丙烯出口之所以能实现突破性增长，除了海外供应紧张及价差优势外，还得益

于自2019年起新一轮产能投放的预期，这促使各大生产企业及大型贸易商积极开拓出口渠道。面对国内聚丙烯产能供需失衡的现状，企业不仅深耕国内市场，推动差异化竞争，还加快了拓展国际市场的步伐。

据卓创资讯调研数据，今年1—4月，国内多家聚丙烯生产企业已完成年度出口计划的六成以上。出口整体态势良好，从过去的小规模试探性出口，逐渐转变为深度挖掘国际市场，积极扩大出口份额。

宁晓琴分析指出，随着聚丙烯产能的持续增长，国内市场竞争愈加激烈。出口成为缓解供需矛盾、

保障企业利润的关键路径，预计继续保持增长态势。然而，挑战亦不容忽视。当前，国内聚丙烯高端及专用产品供应不足，在国际市场上需与韩国、日本的高端产品以及中东的低成本产品竞争，同时还要应对东南亚新兴市场的挑战。

此外，国际市场对聚丙烯质量的要求日益严格，国内企业需提升产品质量和技术水平，增强品牌竞争力。同时，出口企业以贸易型为主，市场开拓方向相对单一，需进一步深耕国际市场，寻找更多机遇。面对复杂的国际环境和不断变化的出口政策与海运成本，企业还需密切关注市场动态，灵活调整策略。

飞行汽车“越飞越近” 低空经济撬动万亿市场

本报记者 陈燕南 北京报道

当无人机外卖配送“从天而降”，当从深圳“打飞”的到珠海仅需20分钟，飞行汽车正在“飞入寻常百姓家”。

近日，继直播拍卖迈巴赫之后，周鸿祎再次紧抓“风口”，迎来一场关于体验“低空经济”的直播。罗永浩也在直播间推出了亿航智能的一款新产品——

“空中的士”。这款飞行汽车的预定金为3.99万元，全款为199万元。在不少人看来，比起直升机，飞行汽车已经不是那么遥不可攀。

据了解，今年两会“低空经济”首次被列入《政府工作报告》，之后，多地频出政策，竞逐“天空之城”，飞行汽车相关产业链也迎来“投资热”。目前，在技术、资本、政策的加持下，

飞行汽车正在加速走向商业化的道路。

中国信息协会常务理事朱克力对《中国经营报》记者表示：“预计低空经济未来的市场规模将非常庞大，可以拉动空中交通、空中物流、空中旅游、空中医疗等产业的发展。”

万联证券投资顾问屈放在接受记者采访时则表示：“发展低空经济目前看来更有利于提高物流

效率、降低物流成本，有利于农业大规模生产，增加旅游的体验感等。未来伴随着飞行汽车的市场化，无疑打开了城市立体交通的市场空间，由二维交通发展成多维度交通。也必然提升城市的运营效率。”

摩根士丹利预测，至2050年，飞行汽车的全球市场规模将达9万亿美元，其中中国潜在市场规模将达到2.1万亿美元。

打“飞的”正在成为现实

飞行汽车不仅可以缓解地面交通压力，还能为市民提供更加便捷的出行方式。

此前，深圳至珠海的首条低空短途运输航线正式开通，通行时间由原先约2小时车程缩短至20分钟。

而在2023年年底，沃飞长空旗下产品AE200成为全国首个获得中国民航局适航审定受理批复的有人驾驶载人飞行汽车，并完成首飞任务。沃飞长空相关负责人表示：“200多公里的城市距离，从升空到降落，不到一个小时。5个人乘坐，商务价格大约是豪华专车的2~3倍，可节省五分之四的时间。”

2024年4月，亿航智能EH216-S获得由中国民航局颁发的无人驾驶载人航空器系统生产

许可证，这意味着亿航智能无人驾驶载人航空器大规模商业化量产提上了日程。

谷歌创始人拉里·佩奇投资的飞行器公司Opener此前也发布了其首个客户的飞行视频，在售价方面，Opener的目标是使飞行汽车价格与SUV车型相当，并将每公里耗电量低于特斯拉的Model S。

据了解，目前对飞行汽车的定义众说纷纭，清华大学车辆与运载学院教授张扬军对飞行汽车做了解释。张扬军认为，如果eVTOL（电动垂直起降飞行器）不追求大众化智能交通的规模化和低成本，也不考虑与地面交通融合及路空一体协同发展，这种类型eVTOL

一般不称为飞行汽车。

在张扬军看来，飞行汽车大致可分为三类：一是面向大众化低空智能交通的载物或载人eVTOL；二是eVTOL与汽车可分离的分体式陆空两栖汽车；三是eVTOL和汽车不分离的一体化陆空两栖汽车。

事实上，飞行汽车的运用场景较为广泛。5月16日，《北京市促进低空经济产业高质量发展行动方案（2024—2027年）》（以下简称“行动方案”）公开征求意见。其中提到，创新并开放多元应用场景。围绕应急救援、物流配送、空中摆渡、城际通勤、特色文旅等，新增10个以上应用场景，开通

3条以上面向周边地区的低空航线。建立大兴机场与雄安新区、首都机场与天津、廊坊等地区的通勤航路航线。

北京社科院副研究员王鹏在接受记者采访时表示：“飞行汽车可以作为公共交通的补充，提供点对点的快速通勤服务。这不仅可以缓解地面交通压力，还能为市民提供更加便捷的出行方式，同时，利用飞行汽车进行快递配送可以大大提高物流效率。另外，在自然灾害或紧急情况下，飞行汽车能够迅速到达现场进行救援。它们可以运送救援物资、医护人员等，为救援工作提供有力支持。”



北京车展小鹏汽车展示的飞行汽车。

本报记者张硕/拍摄

空域改革“进行时”

民航局表示，将配合相关部门做好空域分类和低空空域管理改革试点，增加低空可飞空域。

不过尽管前景广阔，飞行汽车目前仍处于从研究探索走向商业化应用的早期阶段。

屈放对记者表示：“目前飞行汽车市场化的主要阻碍有几点：首先是成本，其中包括制造、运营、维护以及智慧交通建设成本等。其次是技术方面，包括电池的安全性，雷达和传感器的灵敏度，算力和大模型的运用。最后是政策的推进以及公众的接受度。”

对于备受关注的商用成本问题，知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪则指出，现阶段适航比绝对低的成本更为重要，待到未来真正走向商用落地后，再去考虑通过量产进一步降低成本。

有业内人士认为，低空经济要“飞”起来，取决于低空空域资源的开放程度。记者注意到，5月22日，民航局的表态释放了积极的信号。民航局表示，将配合相关部门做好空域分类和低空空域管理改革试点，增加低空可飞空域；共同加强低空飞行活动服务保障体系建设，持续改善低空飞行活动的计划审批、空管、气象、通信、监视等服务保障。

针对低空经济发展对基础设施的新需求，民航局也将进一步完善通用机场建设和运行标准，推动通用机场和临时起降点建设；提升适航审定能力，优化航空器适航标准、审定模式与技术。

丁少将对记者表示：低空飞行确实面临着更高的复杂性和不确定性，这无疑对空中交通管理等问题提出了挑战。另外飞行汽车的安全性需要得到充分保障，包括对空中交通的管理和

“天空之城”背后的万亿市场

到2030年，通用航空装备将全面融入民众生产、生活各领域。

在多个城市发展“天空之城”的背后则是庞大的市场。

“低空经济的发展可以拉动相关产业链的发展，如飞行器制造、通信导航、地面服务等领域。预计未来飞行汽车的市场规模会非常大，甚至迈向万亿市场。”财经观察家、钉科技创始人丁少将对记者表示。

此前，工业和信息化部、科技部、财政部、中国民航局联合印发《通用航空装备创新应用实施方案（2024—2030年）》。其中就明确指出，到2030年，通用航空装备将全面融入民众生产、生活各领域，成为低空经济增长的强大推动力，并形成万亿级市场规模。

《北京市促进低空经济产业高质量发展行动方案（2024—2027年）》提出，在确保安全的前提下，

力争通过三年时间，低空经济相关企业数量突破5000家，在技术创新、标准政策、应用需求、安防反制等领域形成全国引领示范，带动全市经济增长超1000亿元。到2027年，培育10亿元级龙头企业10家，过亿元产业链核心环节配套企业50家、技术服务企业100家。

目前，除了北京之外，也有不少城市政策频出，例如四川、重庆、深圳、安徽、山西、湖南等多地纷纷推出与低空经济发展相关的政策规划。

万联证券投资顾问屈放在接受记者采访时表示：“各地低空经济政策基本是根据自身产业特点和发展阶段制定的。如深圳由于具备无人机完整产业链，因此更强调全产业链和商业应用场景的全面发展；广东则强

调加强深圳、广州、珠海三地联合发展；北京依托新材料、高科技以及航空领域的技术优势发展跨区域交通运输等应用场景的商业化；四川强调‘通航+旅游’的低空经济发展路径。”

屈放解读道：“从以上这些政策来看，各地既有对低空经济的高度重视，也有差异化发展的战略意图。”

在政策、技术的赋能之下，飞行汽车正有望“腾飞”。在国务院新闻办公室举行的新闻发布会上，国家发展改革委政策研究室主任金贤东表示，当前，我国发展低空经济已经具备较好基础，概括讲是“三个有”。第一个“有”是有政策。有关部门围绕飞行活动审批程序优化、空域分类划设、无人机实名制登记等方面，出台了一系列

管理制度。第二个“有”是有基础。近几年各地加强低空飞行基础设施建设，2023年年底全国已建成并登记的通用机场449个、飞行服务站32个，因地制宜探索拓展低空经济发展场景。第三个“有”是有能力。我国新型低空飞行器呈现蓬勃发展态势，特别是信息通信、北斗导航、高精导航等新技术广泛应用，一些企业自动驾驶技术不断进步，都将为低空经济发展提供技术支撑。

“我国在新能源汽车领域具有优势，例如电池技术和自动驾驶技术能够转移到飞行汽车上，进而推动飞行汽车的发展。”奥优国际董事长张明对记者表示。据不完全统计，一汽集团、广汽集团、吉利集团、小鹏汽车等车企均在这一领域有所布局。

本田全面转向 重砸10万亿日元转型电动化

本报记者 陈燕南 北京报道

一向保守的日系车企开始“激流勇进”。

近日，本田围绕汽车电动化各项事业举措举行新闻发布会，其中包括电动化目标的推进思路、采购与生产结构改革、电动化产品线战略、财务战略等方面内容。本田汽车CEO三部敏宏表示，到2030年，本田将投资10万亿日元（约合人民币4620亿元），努力向电动化转

型。这一数字是本田于2022年4月承诺的5万亿日元的两倍。

但值得注意的是，包括本田在内的日系车企在中国的销量正在面临下降的趋势。某全球著名咨询公司商品战略顾问总监潘俊对《中国经营报》记者表示：“对于日系车企来说，中国市场销量下滑的原因可能包括竞争加剧、品牌定位调整、新车型推出速度较慢等因素。此外，他们在全球市场也面临着许多困境和挑战，包括技术创新、品牌建设、

营销策略等方面的挑战。因此，他们需要更积极地应对市场变化，寻找新的增长点。”

面对种种挑战，在部分国际车企决定放缓推进电动化进程的大背景下，本田在这时却选择了“激流勇进”。“除向全球广大顾客提供更先进的混合动力车型外，我们还将通过加强包括混合动力车在内的传统燃油车来确保稳定利润，并将所产生的资金投资于纯电动车等新业务。”本田方面表示。

系车带来了压力。随着国内汽车市场的竞争加剧和消费者需求的升级，日系车在品牌影响力、售后服务等方面还有待继续提升。”

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受记者采访时表示：“目前，日系三巨头正在积极进行电动化转型，这是他们应对全球汽车市场变革的重要一步。虽然他们在纯电动汽车领域起步较晚，但他们在技术积累、品牌价值和制造经验方面仍然具有优势。为了实现顺利转型，他们需要在研发上加大投入，与供应商建立紧密合作，并且探索新的商业模式和服务模式，以适应中国电动汽车市场的快速发展给

带来的压力。随着国内汽车市场的竞争加剧和消费者需求的升级，日系车在品牌影响力、售后服务等方面还有待继续提升。”

萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊在接受记者采访时指出：“国内新能源汽车市场的快速发展给

加快转型步伐

事实上随着全球汽车朝着电动化、智能化方向转变，本田也加快了步伐。

具体来看，本田软件定义汽车相关研发支出约2万亿日元；在美国、加拿大、日本等市场为构建纯电动车综合价值链所需投资与出资等约2万亿日元；下一代纯电动车专用工厂等生产领域、二轮电动化相关费用、汽车新车型研发支出、模具投资等产品制造相关费用共计约6万亿日元。

“在做出投资决策时，我们将评估纯电动车市场的渗透程度，观察合适的投资时机，灵活开展。”本田方面表示。

对于日系车企的电动化转型，郑磊对记者表示：“他们的优势在于他们拥有丰富的传统汽车制造经验和品牌影响力。然而，他们也需要面对一些挑战，如如何解决电池供应问题、如何提高生产效率、如何应对激烈的市场竞争等。因此，他们需要制定合理的战略规划，逐步推进电动化转型，同时注重技术研发和品牌建设，以应对未来的市场竞争。”

据了解，电池是电动汽车的核心，对此，本田也作出了一系列

规划。对于车企来说，需要从长期角度出发，分阶段构建相应价值链，以确保高水平的竞争实力。

具体来看，在纯电动车黎明期，在液态锂离子电池领域，本田将在各地区加强与外部企业的合作，确保能够在控制成本的前提下，稳定采购到所需数量的电池。

在电动车转型期：将开始与合作企业合资生产电池。根据规划，在美国市场，与LG Energy Solution合资成立的电池工厂将于2025年投入生产，电池年产量将达到40GWh。同时，本田的业务领域也将从汽车生产扩展到充电服务、能源服务和二次利用及回收再生等全生命周期业务领域。

在纯电动车普及期，本田计划将进一步扩大业务领域，从原材料采购到整车生产，再到电池的二次利用和回收再生，以电池为核心构建垂直一体化的纯电动车价值链。

“我们希望通过这些努力，到2030年，实现北美地区的电池采购成本在现有基础上降低20%以上。此外，还将确保每个地区都能够以最佳方式获得所需电

池，以满足约200万辆纯电动汽车的生产计划。”本田方面表示。

在生产线方面，通过大幅的运转率提升和固定成本的削减，本田正试图实现全球高水平的生产效率，相较于以往的混流生产线，将节省约35%的生产成本。

据介绍，在对纯电动车生产至关重要的薄型电池包生产线方面，本田在美国俄亥俄州安娜堡工厂的新电池外壳生产线将引进6000吨级的高压压铸机和巨型铸造机。由此可以大大减少电池外壳的组件和附件数量，即从总共60多个减少至5个，并将结合摩擦搅拌焊(FSW)技术，以减少投资并提高生产效率。

在电池包的组装线上，将率先引入“Flex Cell生产系统”。该系统可灵活应对所生产车型的变化和产量的波动。此外，本田还利用数字孪生在网络空间实时再现生产线的实际情况，以此对生产效率进行优化，以确保能够根据市场需求，及时提供产品。“未来，我们将进一步扩大这些技术的应用范围，除电池包的生产线外，还会将其应用部署于所有的纯电动车生产线。”本田方面表示。

瞄准千亿蓝海市场 车企念起换电“生意经”

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在补能需求、“双碳”战略推进等多重因素影响下，愈来愈多的车企正加速驶入换电蓝海市场。

《中国经营报》记者从蔚来获悉，中国一汽与蔚来近期签署战略合作框架协议。而在此前，已有长安、江淮、奇瑞、路特斯等多家车企

与蔚来签署换电合作，加速扩容换电“朋友圈”的蔚来无疑成为行业焦点。

“换电是蔚来的‘护城河’，而且随着网络扩大，以及加入换电网的同行增加，我们这个护城河只会越来越深。”在蔚来创始人、董事长、CEO李斌看来，“不只是换电，可充可换可升级的能源服务体系，

都是蔚来的‘护城河’。”

角逐换电赛道的远不止蔚来、吉利等乘用车企业，动力电池企业宁德时代也与车企、出行平台等密集开展合作，如5月16日，广汽埃安、宁德时代、时代电服签署了换电项目合作框架协议。而商用车领域，在港口、矿山等特定场景中具有巨大市场潜力的换电重卡，也

吸引江淮、宇通等企业入场角逐。

多方加码的背后，是换电赛道蕴含的巨大市场空间。开源证券此前预计，到2025年我国换电产业链市场规模有望达到1334亿元，而普华永道近日发布报告指出：“为满足中国新能源汽车市场快速发展的需求，在国家鼓励和技术迭代的推动下，换电站数量将不断增加。”

“换电联盟”加速扩容

两家大型车企在半个月内先后加入“换电联盟”，让坚定走“换电模式”的蔚来成为市场关注焦点。

5月21日，中国一汽与蔚来在吉林·安徽合作发展交流座谈会上签署战略合作框架协议。据悉，中国一汽与蔚来将进一步发挥双方优势，围绕电池技术标准、可充可换电池车型研发等开展全方位、多层次的深度战略合作。

无独有偶。十多天前的5月8日，蔚来与广汽集团在广州签署充换电战略合作协议，双方将在换电产业涉及的电池标准、换电车型研发及定制等领域开展全方位、多层次的深度战略合作，并推进双方自有充电平台互联互通。

加速破局推进“千站计划”

持续扩大换电“朋友圈”的背后，蔚来对于诸多车企的吸引力何在？

“蔚来目前已经构建了全国最大的换电网络。”来自蔚来的数据显示，截至5月21日，在全国累计建设换电站2420座、充电桩22500根、高速换电站800座，覆盖7纵6横11大城市群，为用户提供超过4450万次的换电服务。

而按照蔚来此前发布的规划，其正在加速推进“千站计划”，在2024年全年，蔚来将在中国市场新增1000座换电站，累计建成超3310座换电站；新增20000根充电桩，累计建成超41000根充电桩。

“蔚来换电具备先发优势，充电桩网络从成立之初就秉承开放

记者注意到，除中国一汽、广汽集团之外，自2023年11月21日，长安汽车与蔚来在重庆签署换电业务合作协议以来，短短半年时间内，已有吉利、江淮、奇瑞、路特斯等多家车企与蔚来签署换电合作。对于加速扩容的“换电联盟蔚”，李斌曾直言：“蔚来做换电，终局就是对外开放，从第一天就是这么想的。”

引发外界关注的是，诸多车企争相加入以蔚来为首的换电联盟，背后的原因又有哪些呢？在业内人士看来，随着新能源汽车渗透率不断提升，消费者对补能

的需求也越来越高，换电模式关注度持续提升。

乘联会数据显示，今年4月上半月，新能源乘用车市场批发、零售渗透率双双超过50%，已实现新能源汽车对燃油车的反超。而相比充电模式，换电模式作为一种补充电能的方式正愈发受到关注。

“中国百分之六七十的城市家庭装不了充电桩。”李斌近日分享，其前段时间将自己家附近小区全部转了一遍，尽管这些小区房价不便宜，“但是都没办法装充电桩，没有固定车位”。

共享理念，是现有车企中布局充换电网络最多的企业，已经形成了一定的行业和技术壁垒。”蔚来方面如此介绍。

在蔚来领跑换电赛道、基建投入巨大的背景下，对其他车企而言，通过“牵手”蔚来布局换电领域、提升自身车型竞争力，无疑吸引力巨大。而在蔚来方面看来，除了换电模式外，其在充电领域也极具竞争力。

“充电和换电并不矛盾，蔚来在充电技术和规模上，一直保持优势。”在李斌看来，蔚来的充电技术也很强。蔚来方面也对此解

释：“在蔚来‘可充可换可升级’的能源服务体系中，换电因为体验更佳，得到了更多用户的青睐。”据悉，蔚来充电桩向所有新能源汽车用户开放，80%的电量服务于蔚来以外的电动汽车品牌用户。

不仅如此，蔚来方面强调，通过在换电领域的多年坚定投入，其不仅验证了换电在多平台、多产品之间的兼容服务能力，乐道品牌的发布，进一步验证了换电在多品牌、多平台（换电联盟）的可行性。

将时间拉回至5月15日，蔚来全新品牌“ONVO乐道汽车”在上

中信证券报告认为：“在日常使用端，即使是有车位，新能源车主也时常遇到充电桩安装难的问题。这一问题归根结底来自小区配电容量是有上限的，通常合理的车位与充电桩比为3:1，也就是说仅有约30%的小区停车位能有配电容量去装配充电桩。”

而至于当前不少车企加码的超充模式，大规模应用推广也存在诸多挑战，除了超充对电网容量要求高外，还存在多次快充容易加速电池衰竭速度、超充技术局限、车企难以控制成本等问题。

海正式对外发布。乐道汽车首款产品——乐道L60亮相并开启预售，在蔚来方面看来，这款全面对标特斯拉Model Y的产品“生而成熟”，独特的换电优势被蔚来方面重点强调。

蔚来公司高级副总裁、乐道汽车总裁艾铁成认为：“依托蔚来公司过去十年的技术积累，包括制造、供应链等在内的整个基础设施能力，让乐道汽车可以‘生而成熟’，体系化能力非常强”，“乐道汽车一诞生就可以说自己加电能力是行业第二，这是非常有底气的”。



蔚来目前已在全国累计布局2400多座换电站。

本报资料室/图

竞逐千亿换电赛道

国家政策鼓励、市场需求推动，在此情形下，换电赛道正成为备受市场关注的蓝海市场。

在“双碳”战略深入实施的大背景下，换电模式也被认为在解决新能源汽车电池寿命问题、环保及能源节约问题等方面作用巨大。

如在环保方面，蔚来方面介绍，通过电池灵活升级，鼓励用户选择小容量电池，可以减少重金属的使用以及在环境中的沉淀，助力环保。“换电还能助力新型电力系统建设，通过对能源资源的集中管理和调度，以实现各种能源之间的优化配置，最大限度地减少能源的浪费。”

记者注意到，近年来，除蔚来外，吉利、上汽等车企也先后切入换电赛道，并陆续推出相应车型，而协鑫能科、奥动新能源等换电站运营商亦在通过多种途径加快市场布局。换电正在让能源生意变成车企的“现金牛”。

开源证券研报则预计，到2025年我国换电产业链市场规模有望达到1334亿元，其中换电站设备、动力电池、运营环节市场规模分别为164.4亿元、255.5亿元、914.1亿元。开源证券研报表示：“换电产业链各环节有望实现高速增长。”

“为满足中国新能源汽车市场快速发展的需求，在国家鼓励和技术迭代的推动下，换电站数

量将不断增加。”普华永道预计，到2035年，轻型车将需要近40000座换电站，中重型车则需要约14000座换电站。

开源证券研报认为：“考虑到重卡作为生产资料，对全生命周期(TCO)成本的考量以及‘双碳’背景下政策向电动化方向倾斜，我们认为新能源重卡渗透率有望进一步加快。”

尽管如此，换电模式目前仍然存在不少待解决的难题。沃达福数字汽车国际合作研究中心主任张翔对记者表示：“电池作为新能源汽车核心零部件，占了整车30%—50%的成本，如果推行换电模式，车企可能失去对电池包控制权。”

“目前也有车企抵制换电，因为不同车型电池包规格不同、技术参数不统一，此外，高端汽车品牌和经济型汽车品牌电池也并不相同”，在张翔看来，换电行业未来发展需政策进一步支持，以吸引资本加大投入，助推行业快速发展。

“任何产品必须达到一定规模后，才能实现规模经济效益”，张翔对记者表示，越来越多的车企在换电领域开展合作，能够提高换电车型市占率。

十年累计研发投入1500亿元

上汽集团加速向“新”转型

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“十年来，中国新能源汽车持续高速增长，中国品牌市场份额不断提升，汽车出口连创新高，汽车产业成为拉动经

济增长的重要力量之一。”5月24日，在“向新十年上汽集团新能源技术发布会”上，上汽集团党委书记、董事长陈虹向《中国经营报》等媒体记者表示。

加速驶向“电动+智能+生态”新时代

“十年来，上汽牢记总书记嘱托，顺应时代变革，把握产业趋势，以自主创新为抓手，在电动智能网联新赛道上奋力前行，我们全力推动市场向新。”陈虹直言，“2023年，上汽新能源汽车和海外销量分别为112.3万辆和120.8万辆，其中新能源汽车销量较2014年增长280倍，规模位居全球行业头部阵营，海外销量较2014年增长13倍，连续8年保持国内行业第一，2023年集团总销量中上汽自主品牌占比为55.3%，较2014年增长18个百分点。”

十年磨一剑，雄厚的技术实力是上汽集团取得佳绩的底气所在。陈虹指出，随着汽车产业的深度变革，一个具备“自学习、自成长、自进化”能力的智能科技全新物种——“新汽车”已应运而生。基于“场景创造价值、软件定义汽车、数据决定体验”的发展趋势，上汽正在塑造从“芯片、操作系统、软件、运动控制系统、三电系统”到对应场景的整车集成能力，打造全新“科技生命体”，向着“电动+智能+生态”新汽车时代加速前行。

为推动新汽车“脑更智慧、身更健壮、心更强劲”，上汽集聚全球研发资源，打造纯电、混动、氢能三大整车平台，以及电池、电驱、超混系统和智能车全栈解决

方案“七大技术底座”。

对于上述技术底座，上汽集团副总裁、总工程师、创新研究开发总院院长祖似杰称：“几年前，我们创新地提出了支持打造科技生命体的技术底座，希望通过技术创新，让科技生命体拥有‘健壮的身，强劲的心和智慧的脑’，技术底座是原创基础共性技术的集合，是我们培育汽车行业新质生产力的重要实践，我们各个平台可以基于我们的技术底座，开发各自的个性化技术，面向不同的细分市场，不同的用户人群快速敏捷地塑造差异化的产品。”

在祖似杰看来，第一代“技术底座”应用量产应用，奠定了上汽参与新赛道市场竞争的技术基础，助力整车产品达到国际领先水平。“我们的技术底座全面地赋能智己、飞凡、荣威、名爵、大通以及海外业务的持续向上突破，也实现了对合资企业、合作伙伴的产品进行赋能。”

陈虹表示：“合力重塑，生态向新。围绕车用操作系统、自动驾驶、手机一车机跨域融合等，我们与阿里、腾讯、中兴通讯、地平线等相关行业头部企业开展跨界合作，同时与跨国车企深化战略合作，面向新赛道共同开发具有竞争力的整车产品，开启合资合作的新篇章。”

值得注意的是，在当天的发布会上，上汽集团还正式对外发布了面向“新赛道”的新一代底座技术。依托固态电池、能量闭环、高效动力总成、智能底盘、全栈软件架构、全新电子架构等创新技术的突破和应用，上汽“七大技术底座”全面跃迁升级进入2.0时代。

对于企业未来的发展方向，陈虹指出：在电动化方面，未来两年，上汽集团一是实现全固态电池的量产应用；二是将混动驱动系统的热效率提升到46%；三是挑战纯电整车能耗12公里/千瓦时的行业新纪录，让用户以最少的能量，跑更远的路程。

在智能化方面，陈虹指出，“中央计算+区域控制”智能车全栈解决方案3.0将于明年全面落地，实现“舱、驾、算、联”四域合一；融合整车运动集成控制技术的线控底盘系统将于未来两年分阶段投入量产应用，为用户提供更安全、更灵敏的驾乘体验。

“生态化方面，围绕车规级大算力芯片、智驾算法和平台、智慧出行生态等领域，我们继续与国内外知名企业和跨界合作，推动高阶自动驾驶、跨域融合智能座舱等技术加快落地，为用户提供更愉悦、便捷的出行体验。”陈虹说道。

时间回拨至2014年5月24日，习近平总书记视察上汽集团时作出重要指示：“发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路”，为汽车产业的转型升级指明了方向。

十年来，我国新能源汽车产业高速发展。数据显示，过去十年间，我国新能源汽车年销量从7.5万辆增长到950万辆，全球占比超过60%，年均复合增长率达到71%。

对于中国汽车产业的发展，陈虹表示：“中国汽车产业正在完成从‘跟跑’向‘并跑’再到‘领跑’的角色转换，智能低碳转型、建设汽车强国是业界的共同使命；发展智能网联新能源汽车，是培育壮大新质生产力的重要抓手。上汽集团将始终坚持开放包容、互利共赢的理念，与全球伙伴共建产业新格局，共享变革新机遇，共谱发展新篇章。”

记者了解到，今年10月份，搭载光年固态电池的智己L6，将正式交付用户，能量密度超过300Wh/kg，续航里程超过一千公里。2026年，上汽全固态电池将实现量产，并完成样车测试，能量密度超过400Wh/kg，是传统动力电池的一倍以上；2027年，搭载全固态电池的智己新车将实现量产，并正式交付用户；后续，能量密度有望进一步提升至500Wh/kg。

在“更智慧的脑”上，上汽集团在2022年推出汽车行业首个智能车全栈技术解决方案——上汽零束银河全栈1.0，目前已成功进化至3.0版本。据了解，2024年银河全栈3.0正在分步“上车”，2025年将全面落地；将有效降低整车低电压耗，控制器数量减少一半以上，数据带宽提升5倍，线束长度减少30%，OTA下载和安装时间均可缩短至30分钟以内。

“未来两年，我们七大技术底座2.0，将全面赋能上汽集团旗下各整车品牌，推出近30款全新车型，而且我们也要开放合作，和我们的合作伙伴共同进步，共享我们的一些基础技术，我们全力助力上汽集团新能源三年行动计划的实现，完成新老赛道的发展动力切换。同时，我们也要助力中国汽车牢牢占领新赛道的领先地位。”祖似杰说道。

未来两年将推30款全新车型

“我们持续加快在新赛道上的转型发展步伐，践行科技上汽、品质上汽、责任上汽。十年来，上汽集团累计投入研发1500亿元，累计有效专利超过26000项。”祖似杰说道。

智能网联新能源汽车赛道的竞争日趋激烈，上汽集团也有着自身的思考和布局。祖似杰直言：“我们对未来新汽车的整车产品进行了全面的解构和重构，我们认为智能网联新能源汽车是可成长、可进化的，是安全可靠的，是高效低碳、智能舒适的科技生命体，我们比较形象地讲它是一个高速移动的机器人，但是这要非常地安全。”

记者注意到，面向未来，上汽集团在打造“更健壮的身、更强劲的心、更智慧的脑”方面进行了多维度的布局。据悉，在“更健壮的身”方面，上汽集团星云、珠峰、星河全面升级。

以“星云”纯电专属系列化平台为例，其能实现更大范围车型梯度的覆盖，既覆盖豪华车和中级车市场，还针对入门级市场的用户需求对平台进行全面升级。整车电耗方面，全新星云平台“一度电续航里程”挑战实现行业领先的12公里目标，比现有水平提升超过30%。

不仅如此，在使用体验方面，线控底盘的应用使得整车制动响应时间提升40%、整车行驶稳定边

界提升20%，通过四轮独立控制实现整车操控提升、整车续航提升3%以上、整车减重3%以上，通过实现低速转向角度小于180°支持方向盘回收，改善座舱空间。

整车安全方面，全新星云平台达到欧洲五星碰撞安全标准，满足UN ECE R155&ECER156以及GDPR等全球网络安全法规的要求，并创新地将“内生安全”理论应用在产品设计中，显著提高网络和数据的安全性，减少因外部攻击或内部漏洞导致的风险和损失。

在“更强劲的心”上，以固态电池为例，祖似杰介绍道：“上汽全固态电池，基于聚合物-无机物复合电解质技术路线，将于2026年实现量产。据悉，上述固态电池能量密度更高，其能量密度超过400wh/kg，体积能量密度超过820wh/L，电池容量能够超过75Ah。

对于固态电池，祖似杰直言：“电动化上半场还有一个很大的隐患，或者说我们认为还没解决的问题，就是电池贵、重、不安全。固态电池是世界各个国家大家都准备的一个技术路线，能够从根本上解决电池遇到的问题，上汽集团布局固态电池领域近10年，通过自主设计和合作研发，已经形成了国内领先的车用固态电池产业化的能力。”

小鹏汽车人事频繁变动背后：“木星计划”面临营销困境

本报记者 陈靖斌 广州报道

近日，小鹏汽车在营销部门频繁进行人事调整。OPPO 旗下的一加手机营销负责人于涛传闻将加入小鹏汽车，担任营销副总裁。同时，小鹏汽车财经平台经营管理副总裁古苑钦将接替王桐，兼任小鹏汽车销售负责人。

这次人事变动背后，《中国经营报》记者了解到，小鹏汽车的“木星计划”批售模式在全国范围内推

广遇到困境。

据了解，“木星计划”的渠道变革方案由王凤英负责推进，旨在通过经销商模式逐步替换直营模式，以降低运营成本，提高市场覆盖率。然而，在2024年初销量连续两个月不理想后，小鹏汽车决定对经销商开启批售模式。

今年3月，有媒体报道称，小鹏汽车要求经销商储备库存，每个月需采购目标销量一半的车辆。小鹏汽车随即确认了这一消息的

真实性，解释称半个月库存是为了更快地交付，提高效率，让经销商有车可卖。

知名汽车营销专家高江涛向记者指出：“批售模式对厂家而言可以加快资金回笼并降低未交付前的物权风险，但对于经销商来说，会增加资金成本和库存风险。”

然而，随着小鹏汽车销售部门的人事变动，内部也传出批售模式或将暂时搁浅的消息。据界面新闻报道，由于内部顾虑和经销商的

阻力，批售模式至今仅在小范围内进行灰度测试，难以在全国范围内推广。汽车营销口的业内人士也向记者证实，目前小鹏汽车暂时搁置了直营转批售的计划。

针对人事变动和“木星计划”批售模式的困境，记者联系了小鹏汽车方面。小鹏汽车相关负责人表示，人事调整是正常变动，批售模式目前还没有可对外公布的信息，后续如有相关信息会及时向记者更新。

高层人事变动引发业内热议

近日，小鹏汽车的营销团队迎来多项人事变动，频繁的人事变动背后，记者了解到，小鹏汽车的“木星计划”批售模式面临营销困境，如今其整体销量和目标完成率仍在承压。尽管“木星计划”减轻了小鹏汽车的建店成本压力，但其整体销量和目标完成率却在下降。

近日，小鹏汽车的营销团队迎来多项人事变动，引起了业内广泛关注。

据腾讯新闻《一线》报道，一加手机的营销负责人于涛即将加入小鹏汽车，担任营销副总裁一职。于涛将负责制定并执行小鹏汽车的市场营销和公关传播策略，直接向小鹏汽车总裁王凤英汇报工作。对于于涛将入职一事，记者也向小鹏汽车相关负责人核实情况，相关负责人向记者表示，于涛入职目前内部仍没有一个明确的对外口径，有信息将及时同步。

据了解，此前小鹏汽车的市场营销和公关工作由易寒负责。易寒在汽车营销领域拥有丰富经验，曾先后在吉利、沃尔沃、领克、smart以及雷达品牌担任市场营销相关工作。今年年初，易寒离开小鹏汽车，重回smart品牌出任中国区CEO。

另据界面新闻报道，古苑钦将接替王桐，兼任小鹏汽车的销

售负责人。古苑钦现年63岁，加入小鹏汽车前曾任广州海格通信有限公司董事，该公司主要生产通信和导航设备，曾协助小鹏汽车开发北斗高精度车道级导航定位系统。

目前，王桐已调任至管理总裁办。自2023年小鹏汽车将直营和经销商两大团队合并后，王桐开始负责大客户销售业务，但他在这岗位上任仅一年。

频繁的人事变动背后，记者了解到，小鹏汽车的“木星计划”面临营销困境。

小鹏汽车在成立之初采用直营模式销售汽车，但并未坚持这一模式不变。2019年4月，随着首款量产车小鹏G3的交付，小鹏汽车宣布开放经销商和服务商的合作。此后四年，小鹏汽车一直采用直营与加盟并存的方式。2023年一季度财报显示，小鹏汽车的直营店占比高达70%。

随着王凤英的加入，小鹏汽车在渠道方面进行了大规模改

革。2023年年初，小鹏汽车将直营和加盟两个销售体系合二为一，将销售区域从24个缩减至12个。同年7月起，小鹏汽车开始关闭部分低效直营门店，并于9月启动“木星计划”。

2023年9月，小鹏汽车CEO何小鹏在微博上发布了有关销售渠道的首条内容，宣告了小鹏汽车在销售模式上的重大转变，即从坚持直营模式转向重新开放经销商模式。

小鹏汽车为“木星计划”制定了相对宽松的条件。对于招募城市，只要是空白的汽车商圈或商业商圈均可接受授权加盟申请，小鹏汽车不设限制，但会优先考虑具体申请场地的质量。场地要求为：需位于城市主流汽车商圈，实际使用面积不低于1000平方米，销售展厅面积不低于300平方米，且可接受兼营和轻改造装修。

对于资金实力的要求，授权运营公司的注册资金不得小于1000万元，汽车板块业务年营业收入须达1亿元以上，资产负债率低于70%的公司优先。

值得注意的是，小鹏汽车并未提及向经销商压库的问题。根据小鹏汽车的解释，“木星计划”推出的新零售模式与传统经销商模式不同，加盟商可采用代理授权制，实行全国统一价，0库存运营，并有固定的佣金。此外，2023年小鹏汽车还提供了建店补贴。

尽管“木星计划”减轻了小鹏汽车的建店成本压力，但其整体销量和目标完成率却在下降。

根据中汽数据统计，2023年小鹏汽车全年销量超过14万辆，位列“新势力”车企前五；但到2024年1月，小鹏汽车的销量排名跌至第10位；在2024年1—4月的总销量榜单中，小鹏汽车以31214辆的销量位居第12位。

小鹏汽车曾定下28万辆的年度销售目标，按此计算，截至4月底，小鹏汽车的目标达成率仅为11.1%，在达成率排名上也位于10名以外。

“木星计划”批售模式困局待解

面对销售困局，小鹏汽车对经销商推出批售模式，然而，面对内部的顾虑和经销商的压力，这一批售模式可能面临搁浅的风险。值得注意的是，国内汽车市场的经销商目前也面临巨大的压力。

面对销售困局，小鹏汽车在今年3月份启动了一项新的渠道策略，要求经销商储备库存，每个月需采购目标销量一半的车辆。这一举措被称为批售模式，旨在提升交付效率和市场响应速度。

小鹏汽车解释称，要求半个月库存并非压库，而是“直营+经销”模式的创新，目的是确保经销商有车可卖，从而提升销售效率。相比之下，国内其他品牌通常采用两个月库存。

实际上，早在今年2月份，王凤英在年会上就已经暗示了这一策略。她指出，过去一些经销商同时销售多个品牌的汽车，如果没有库存压力，他们可能不会全力销售小鹏汽车。通过提供适当的库存，小鹏希望增强经销商的销售积极性。

然而，面对内部的顾虑和经销商的压力，这一批售模式可能面临搁浅的风险。

“木星计划”的本质是挑选有实力的经销商集团，为下一步批售做实力筛选，但与目前的新零售模式存在一定对立。”高江涛表示。他认为，批售模式的主要压力在于“压库”，可能导致价格体系崩盘，盈利性下降，同时还需要增加场地和人员来保障车辆的存放和销售。

“木星计划”是小鹏汽车将自己投资的体验店转让给经销商，让他们接手新零售模式。然而，这一改革并非没有风险。国际智能运载科技协会秘书长张翔指出，强制经销商采购目标销量一半的车辆可能并不现实。经销商需要根据市场和自身的销售能力反馈意见，不是所有经销商都会完全遵循小鹏汽车的安排。如果处理不好双方关系，可能导致市场营销的失败。

值得注意的是，国内汽车市场的经销商目前也面临巨大的压力。据中国汽车流通协会发布的2023年全国汽车经销商生存状况

调查报告显示，2023年经销商的亏损比例为43.5%，仅有37.6%的经销商盈利，虽然较2022年有所改善，但仍处于艰难状态。此外，只有27.3%的经销商完成了年度销量目标，超过七成的经销商未能实现目标。

销量不佳的直接后果便是退网。根据中国汽车流通协会的数据，2020年至2022年，全国4S店退网数量累计超过5500家，2023年上半年退网经销商超过1400家。今年1月，广东汽车经销商巨头——广东永奥投资集团有限公司的“爆雷”，导致80多家4S店一夜消失。

近期，中国汽车流通协会发布的2024年4月份“汽车经销商库存”调查结果显示，4月份汽车经销商综合库存系数为1.70，环比上升9.0%，同比上升12.6%，库存水平位于警戒线以上，经销商库存压力显著上升。

此外，进入5月份后，消费者购车需求未达到预期，今年“五一”小长假对二手车市场的增长带动并不明显，二手车市场的交易淡季提前至5月中下旬。

中国汽车流通协会建议，经销商要根据实际情况，理性预估市场需求，合理控制库存水平，以防库存压力过大，导致经营风险。

“目前经销商面临的主要问题是卖车困难，许多经销商不盈利，甚至亏损。他们更多依靠汽车维修保养和汽车金融来赚取利润，因为国内汽车产能过剩，库存远超市场需求，并伴随着降价潮。”张翔表示。

面对营销困局，高江涛建议，小鹏汽车的现有产品应继续采用新零售模式，而新产品MONA可以尝试批售模式。“毕竟单价低，且价格区间客群更倾向于现车交付。”这种策略或许能平衡不同模式的优缺点，助力小鹏汽车在市场中找到新的增长点。

高合、爱驰“起死回生” 尾部造车新势力何以破局

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

尽管高合汽车、爱驰汽车等濒死的造车新势力企业已陆续“复活”，但能否在当前市场“红海”走远还需进一步观察。

据相关媒体报道，年初爆雷的高合汽车已于日前获得了iAuto Group Inc（以下简称“iAuto”）的10亿美元融资，并且高合汽车也已成立两个工作组开始重组。

对于上述情况，5月30日，高合汽车方面回应《中国经营报》记者称，双方合作的具体信息以官宣内容为准，现阶段没有更多的信息能够披露。

除了高合汽车外，在去年就已驶入“悬崖”的爱驰汽车日前也传出了“复活”的消息。据相关媒体报道，爱驰汽车的欧洲公司即将在纳斯达克借壳上市。对此，记者试图联系爱驰汽车方面求证，截至发稿未收到回应。

随后，记者走访了爱驰汽车位于上海市的多个办公地点。其中爱驰汽车位于嘉定办公园区的一位园区工作人员告诉记者，目前有爱驰汽车的员工在此处工作，但人员很少。

重新“复活”的尾部造车新势力们能否在目前竞争激烈的中国汽车市场中占据一席之地？多位业内人士在接受采访时均表示，短期来看，融资能够对发展有所帮助，但长期而言，这些尾部车企仍需要构建品牌价值，找到属于细分市场的品类创新。

相继“复活”

据此前媒体报道的协议内容，高合汽车已获得iAuto的10亿美元融资，并且iAuto将全力支持高合汽车恢复业务运营和整车生产的计划。

“在iAuto的资金、技术和订单等一系列资源的支持下，高合汽车母公司华人运通已经开始团队复建和恢复生产的准备工作。在此之前iAuto已获其背后机构投资者的充分支持，计划投入超过10亿美元的首轮专项资金，全面支援华人运通高合汽车的重组。双方会尽全力在2024年半年报发布之前完成所需的合规交易流程。”iAuto方面表示。

不过，记者日前走访高合汽车

位于上海市浦江镇的总部发现，高合汽车总部不时有工作人员和车辆进出，但和去年12月相比，流量有所减少。一位工作人员对记者表示，高合汽车总部目前仍然正常运行。

记者在现场注意到，和去年12月相比，高合汽车总部仍有不小变化，此前工作日布满人行道的电动自行车也已不见了踪影，只剩下共享单车。

此外，被高合汽车拖欠款项的多位供应商告诉记者，高合汽车仍然没有付清欠款。“在获得融资的消息传出后，我也没有收到欠款。在被拖欠款项的供应商里，我的金额是比较少的，即使法院执行，也是往后排，起诉的意义不大。”作为

高合汽车供应商之一的王迪（化名）告诉记者，或许是因为欠款相对不是很巨大，高合汽车欠自己约20万元款项，至今仍未还上。

“复活”的不止高合汽车，另一尾部新势力车企爱驰汽车近日也传出了“复活”的消息。据相关媒体报道，爱驰汽车的欧洲公司已和哈德逊收购I公司(Hudson Acquisition I Corp.)，股票代码：HUDA)签署协议，将通过SPAC模式上纳斯达克借壳上市，根据协议，上述交易资金将分3期支付完毕。并且爱驰汽车后续也未有继续在中国市场发展的计划，销售重点将集中在欧洲。

随后，记者走访了爱驰汽车此前位于上海市的多个办公点。其

研发资金、市场推广费用等。这将有助于提升产品竞争力，加强品牌建设，从而在激烈的市场竞争中站稳脚跟。”

里斯品类创新战略咨询中国区合伙人何松松也对记者表示，短期来看，对公司财务而言是有帮助的，能解燃眉之急。何松松也坦言，即使10亿美元也依然不够乐观，“10亿美元量级，对于汽车行业



拿到一笔融资解燃眉之急后，位于上海的高合汽车总部仍正常运行。 本报资料室/图

中，位于上海市杨浦区长阳创谷的公司总部已经没有了爱驰汽车的标识，变更为了其他企业。

而记者在爱驰汽车位于上海市嘉定区招贤路1280号的办公地址注意到，此地仍然留有“爱驰汽车(上海)有限公司”的名字和品牌标志。该园区的一位工作人员对记者表示，此处仍有爱驰汽车员工

而言，也不是个很大的数字。”

“这些品牌现象的背后，真正缺失的不只是钱，更重要的是战略亟待厘清。”何松松进一步告诉记者，诸如高合汽车、爱驰汽车等尾部新势力的发展战略还需要进一步厘清。

“以高合汽车为例，高合汽车定位高端，也做了很多诸如展翼门、智能灯语等创新，但高合汽车

忽略了中国消费者对于豪华的认知，这一本质特征。”在何松松看来，高合汽车的HiPhi X车型车内空间太小，这背离了消费者对于豪华的第一个基本认知：大。

“真正困扰高合汽车的是它的战略，到底应该瞄准什么样的目标市场，打造适合这个市场消费者需求的产品，这是高合汽车的战略破局点。”何松松表示。

可能是它们最后的战略机会。”何松松进一步表示。

江瀚也对记者表示，如何能够构建强势的产品力，真正让产品卖得出去，对于高合汽车、爱驰汽车等尾部新势力极为重要。“构建品牌价值，让消费者可以认同，是比较关键的，目前的新能源汽车竞争已经是红海，对市场而言需要做的事情非常多。”

杯水车薪

造车是门烧钱的生意，资金短缺仍是目前困扰尾部新势力“复活”的关键因素。相关资料显示，上述“复活”的新势力车企仍有大额被执行款项。以爱驰汽车为例，据企查查数据，目前爱驰汽车由于与江铃控股有限公司存在合同纠纷已被列为被执行人，并且在今年5月16日，江西省南昌市南昌县人民法院已对该合同纠纷首次执行，执

行标的达到2.18亿元。同时，爱驰汽车目前涉及被告案件数量达到26件，案件金额总计1329.88万元。

盘古智库高级研究员江瀚在接受记者采访时表示，对于高合汽车、爱驰汽车等濒死尾部造车新势力来说，再度获得融资无疑是一个巨大的利好。“融资不仅能够帮助这些企业解决资金短缺的问题，还能够为他们提供更多的资源，比如

产品研发、市场推广费用等。这将有助于提升产品竞争力，加强品牌建设，从而在激烈的市场竞争中站稳脚跟。”

里斯品类创新战略咨询中国区合伙人何松松也对记者表示，短期来看，对公司财务而言是有帮助的，能解燃眉之急。何松松也坦言，即使10亿美元也依然不够乐观，“10亿美元量级，对于汽车行业

的压力会十分巨大。“当下的中国汽车行业，新能源对燃油车的替代趋势已经不可逆，包括新势力大厂以及像小米这样的超新势力，对于成本的掌控已经做到极致。”

“类似高合汽车这样的企业应该远离主战场，找到真正属于细分市场的品类创新，真正挖掘出相关市场的用户痛点和需求，这

优势不再

记者注意到，进入2024年以来，汽车行业的价格战没有停歇。同时，伴随着“以旧换新”政策的出台，包括智能新能源汽车在内的价格竞争正日趋白热化。

据多家车企相关资料，目前智己汽车的价格正在下探。以智己汽车为例，搭载数字底盘、智慧四轮转向系统、超远距离激光雷

达、NVIDIA DRIVE Orin X芯片等诸多高科技的新品智己L6官方指导价格已经降至21.99万元，同时智己汽车方面还推出“上市指导价”仅19.99万元。

同时，素有车市鲶鱼之称的特斯拉今年以来也降价频繁。记者注意到，特斯拉目前针对Model Y推出了免息活动，24.99万元起售

新能源汽车下乡之变

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

“我的通勤距离并不远，平时在镇上跑一跑，远的话也就是到周边的城市去一趟，跑长途的需求少，大部分时间来说，买一辆纯电动车足够使用了。而且纯电动车用车成本更低，保养费用也比较低。同时，农村居住面积大，停车位宽敞，可以安装充电桩解决充电的问题或者用随车充。”近日，一位长期居住在农村、将纯电动车作为家用通勤车的消费者，向《中国经营报》记者道出了他购买纯电动车的一些思考。

如何进一步撬动农村新能源汽车市场是当前汽车行业屡屡谈及的话题，也是近年来相关部门持续推进的国家战略之一。5月15日，工业和信息化部办公厅、国家发展改革委办公厅等五部门发布《关于开

展2024年新能源汽车下乡活动的通知》(以下简称“《通知》”)，新一轮新能源汽车下乡启动。今年新能源汽车下乡活动实施的时间为2024年5月至12月，共有99款新能源汽车车型入选。

“往年，新能源汽车下乡在某种程度上来说是‘雷声大雨点小’，更多的是宣传力度比较大。而相较于此前几年，今年的新能源汽车下乡政策可谓声势浩大。它与汽车以旧换新相结合，政策力度更大、覆盖的范围更广，这为今年的新能源汽车下乡活动创造了很好的基础。”中国汽车流通协会有形市场分会名誉理事长苏晖在接受记者采访时表示，新能源汽车下乡活动应该根据不同的区域以及不同的需求去推行，要以需求为导向为农村居民提供新能源汽车产品

与服务。

中国汽车工业协会副总工程师许海东在接受记者采访时表示，2024年新能源汽车下乡出现了一些新的变化。譬如，与过去几年仅提及新能源汽车下乡不同的是，2024年新能源汽车下乡政策与充电基础设施下沉以及汽车以旧换新政策结合在了一起，这将更有利于农村市场新能源汽车的发展。未来，农村市场的空间非常广阔，将成为新能源汽车主要的增长市场。

“从《通知》可以看出，新能源汽车下乡活动在不断优化升级，以更好地适应农村市场的需求并推动新能源汽车的普及。未来三年，农村地区将每年新增百万辆以上汽车，新能源汽车下乡将带动千亿级规模的市场。”罗兰贝格汽车行业首席研究员张强对记者说道。

从A00级至C级 车型覆盖范围五年来最广

“农村市场的消费能力会低一些，大部分市场需求集中在A级、A0级以及A00车型中。”

新能源汽车下乡政策始于2020年，转眼间，这一政策的推进已进入第五年。

相较于往年，今年新能源汽车下乡活动更加强调要“选取适宜农村市场、口碑较好、质量可靠的新能源汽车车型。”《通知》指出，要组织充换电服务，新能源汽车承保、理赔、信贷等金融服务，以及维保等售后服务协同下乡，补齐农村地区配套环境短板。此外，汽车以旧换新政策也将与新能源汽车下乡活动结合起来，这使得今年的新能源汽车下乡活动力度更大、覆盖的范围更广。

记者查询工业和信息化部每年公布的车型目录发现，2020年至2024年新能源汽车下乡活动涉及车型数量分别为60款、52款、70款、69款、99款。可以看到，今年新能源汽车下乡活动覆盖的车型是最多的一年。

根据《2024年新能源汽车下乡车型目录》，今年新能源汽车下乡涉及红旗E-QM5、一汽-大众ID.4 CROZZ以及ID.7 VIZZION、一汽丰田bZ3、小鹏P5以及G6、比亚迪宋L以及秦PLUS DM-i等多款纯电动和插电式混合动力车型等车型，其中不乏热销车型。

据东海证券统计，从动力类型来看，今年新能源汽车下乡活动名录中的车型以纯电为主，部分车型为插混、增程式车型。从车型级别来看，《2024年新能源汽车下乡车型目录》覆盖A00级至C级轿车、SUV，以及MPV、皮卡、轻客、微卡、微面等类型，其中A00级、A0级、A级车型数量分别为14款、10款、35款，三者合计占比达到59.6%，起售价在10万元以内的车型数量为31款。

记者注意到，在起售价在10万元以内的车型中，包括奇瑞QQ冰淇淋(起售价为2.99万元)、五菱宏光MINIEV(起售价为3.28万元)等车型。从往年的经验来看，经济适用的新能源车型在农村市场更具竞争力。

“我们明显地感受到，相比过去几年，今年车企对于新能源汽车下乡的积极性更高。从申报的情况来看，今年车企一共申报了将近200款车型，各大车企都希望自己车型能够入选。”许海东在接受记者采访时表示。

在许海东看来，未来新车的增购将主要发生在农村这样的低线市场，农村市场将是新能源汽车主要的增长市场。多位受访业内人士

均认同这一观点。根据公安部5月27日发布的数据，目前全国汽车保有量已达4.4亿辆。乡村地区汽车保有量与之相比悬殊较大。中国电动汽车百人会此前发布的《中国农村地区电动汽车出行研究》显示，预计到2030年，中国农村地区汽车千人保有量将近160辆，总保有量超7000万辆，市场规模或达5000亿元。

张强对记者表示，目前大部分三、四线城市新能源渗透率仍在10%—20%。未来，随着政策的推动以及消费者认知度的提高，三、四线城市以及农村市场的新能源汽车将迎来快速发展。在新能源汽车下乡活动的开展中，应推广适合农村使用环境的新能源汽车，如具有较高载货能力的微面、微卡、轻卡等，满足农村地区的实际需求。从企业的层面来看，车企应研发和提供适合农村市场需求的新能源汽车产品，如经济实用、适应农村路况的车型。

“农村市场的消费能力会低一些，大部分市场需求集中在A级、A0级以及A00车型中，对于B级车也会有少量需求。”许海东表示，由于物流配送的需要，新能源商用车在农村地区也有较大的市场。

“卡脖子”问题浮现新思路

可通过代理、认证及自建等多种方式，建立健全农村地区新能源汽车售后服务网络。



2024年新能源汽车下乡活动政策力度更大、覆盖的范围更广。

本报资料室/图

面协同电力部门一同推进；其三，应针对不同地区的具体情况，制定有地方特色的充电设施解决方案，如利用农村地区的太阳能、风能等可再生能源进行充电；其四，通过市场机制，鼓励民间资本参与充电设施的建设和运营，形成多元化的投资和运营主体；其五，在一些条件成熟的地区先行建设充电基础设施的示范项目，通过示范效应带动周边地区的发展。

“相对于一、二线城市，三、四线城市以及农村市场目前的基础设施建设并不完善，消费者对新能源汽车的接受度仍然不高，同时销售服务体系也未建立起来，尤其是农村市场。”张强说道。

基于上述现实，2024年新能源汽车下乡除了提供更为丰富、多元的车型选择外，还将从充电基础设施在农村市场进一步落地，新能源汽车信贷政策、售后以及维修服务下沉等维度展开。

关于提升农村市场新能源汽车的配套服务能力，业内已涌现了一些新的思路。

张强对记者表示，在补齐农村市场充电基础设施短板方面，可以从以下维度展开：其一，政府应提供补贴、税收优惠等方面激励措施，鼓励企业在农村地区投资建设充电设施；其二，农村地区电网压力较大，建设大功率直流充电桩需要对应的电力基础设施作为支撑，需要政府出

型化这一角度来寻找解决方案。“农村地区的充电桩使用成本不能太高，要从方便、实用、经济的角度出发，只要让他们在需要充电的时候能够充上，续航能够开回家就可以了，实际上解决起来并不难。”

眼下，销售、售后服务能力的建立健全也被认为是推动新能源汽车下乡的关键一环。

“新能源汽车的维修具有特殊性和专业性，需要厂家以及专业的第三方服务商提供售后服务支持。然而，目前售后服务网络在县乡地区还有待进一步建设。”中经传媒智库专家、麦肯锡全球董事合伙人方寅亮对记者表示，要破除这一掣肘，可以通过代理、认证及自建等多种方式，建立健全新能源汽车售后服务网络，提供及时、专业的维修和保养服务，解决农村地区消费者的后顾之忧。

许海东认为，新能源汽车下乡要进一步在农村市场“落地生根”，还需要加大宣传力度，现阶段农村地区的一些消费者对电动汽车还不是特别了解。与此同时，未来还应强化对新能源汽车电池报废回收进行管理，如果电池的残余价值比较高，农村地区的消费者将有更强的意愿购买新能源汽车。

恒大汽车拟出售近三成股份 神秘买家仍未现身

本报记者 陈靖斌 广州报道

5月26日，中国恒大新能源汽车集团有限公司(以下简称“恒大汽车”，00708.HK)发布公告，引起了资本市场的广泛关注。

公告发布后的次日，恒大汽车复牌，高开高走，盘中一度大涨超过110%。截至当日收盘，股价上涨约87%，市值约77亿港元。

根据相关公告，恒大汽车拟出售31.4469997亿股股份，占公告日期全部已发行股份的约29%。据悉，这些股份将由潜在买家(或其经公司同意后指定的另一方)即时收购。不过，恒大汽车在公告中并未透露买家身份。截至发稿，这位神秘买家仍未现身，引来诸多猜测。

值得注意的是，该公告还表示恒大汽车资金仍严重短缺，天津工厂直至公告日仍未恢复生产。

福建华策品牌定位咨询创始人、知名战略定位专家詹军豪在接受《中国经营报》记者采访时表示，此次恒大汽车约29%的股份被即时收购，可能会对公司产生积极影响。具体来说，这次收购可能为恒大汽车带来新的资金支持，助力其电动汽车业务的持续运营和发展。同时，这也可能增强市场对恒大汽车未来发展的信心，从而提升其股票价格和市值。

潜在买方将收购近三成股份

5月26日，恒大汽车披露了一项潜在的股份出售计划，并宣布向联交所申请于5月27日复牌。

此前在5月17日，恒大汽车在股价盘中暴涨70%后宣布暂停交易。恒大汽车在公告中提到，5

月16日，公司已获悉共同及个别清盘人代表中国恒大集团(清盘中)、恒大健康产业集团有限公司

和Acelin Global Limited，与一名独立第三方买方签订了条款书。根据该条款书，潜在卖方与潜在买家可能就恒大汽车股份的买卖签订最终协议。

5月26日，公告显示，潜在卖方合共持有63.47948亿股恒大汽车股份，占全部已发行股份的约58.5% (“潜在待售股份”)。一旦签订最终买卖协议，根据其条款和条件，拟定其中的31.4469997亿股(约占公告日期全部已发行股份的29%)将被即时收购；另外32.0324803亿股(约占全部已发行股份的29.5%)将成为潜在买方在协议签订后一定期限内的可行选择权的标的。

值得注意的是，根据恒大汽车2023年年报，截至2023年12月31日，中国恒大持有63.47948亿股恒大汽车股份。

今年1月29日，香港法院向中国恒大发出清盘令，安迈顾问有限公司的Edward Simon Middleton及黄咏诗被高等法院委任为公司的共同及个别清盘人。随后，中国恒大于3月22日撤回了向美国法院提出的破产保护申请。中国恒大的公告称，共同及个别清盘人仍专注于履行其职责，保全、最大化并返还公司价值以保护公司债权人和其他利益相关者。在现阶段，所有方案仍在考虑中，共同及个别清盘人将根据美国法典第11编第15章提出新的申请以支持必要或适当的方案。

恒大汽车表示已知悉条款书中提及的授予权利，据此，潜在买方将向公司提供信贷额度，以支持集团电动汽车业务的持续运营和发展。

甚至可能面临破产的风险。”

中国企业资本联盟副理事长柏文喜也向记者表示，恒大汽车资金短缺，天津工厂自今年年初以来已不再生产，对收购方来说仍可能面临一定的风险问题。一是工厂停产可能会影响公司的生产和销售计划，导致公司业务受到冲击。二是公司资金短缺可能会影响公司的日常运营和研发投入，从而影响公司的竞争力。

资金仍严重短缺

目前，恒大汽车面临巨大的资金压力。财报显示，截至2023年12月31日，恒大汽车的资产总额为348.51亿元，而负债总额高达725.43亿元。其中，借款为264.84亿元，贸易及其他应付款为430.12亿元，其他负债为30.47亿元。同一时期，恒大汽车的现金及现金等价物仅为1.29亿元。

截至2023年12月31日，恒大汽车的亏损为119.95亿元，较

2022年的亏损276.64亿元有所减少。然而，累计亏损达1108.41亿元，股东亏损为376.93亿元，较2022年的989.06亿元和686.51亿元有所增加。

在5月26日的公告中，恒大汽车强调集团目前资金严重短缺。天津工厂自今年年初以来已停止生产，截至公告日期，尚未恢复。

此外，5月22日，恒大汽车收

到地方行政部门的解除协议函件，要求退回19亿元的奖励及补贴。2023年年报显示，恒大新能源汽车(天津)有限公司于2022年9月正式量产，但截至2023年12月31日，仅生产了1700辆恒驰5汽车，未达到相关要求。

恒大汽车在年报中提到，由于资金短缺，集团安排部分员工放假，天津工厂暂停生产。集团正全力引入战略投资者，积极筹

张康阳“痛失”国米背后：体育生意盈利何解？

本报记者 许礼清 北京报道

5月25日，意甲国际米兰足球俱乐部（以下简称“国米”）主席、苏宁控股集团副总裁张康阳发文道别，国米的8年“苏宁时代”宣告落幕。他在长文中回顾了自己的国米生涯，并感谢了管理团队、球员和球迷们。

而国米易主，其实源于一笔贷款。据了解，三年前，苏宁控股的国米从橡树资本获得了一笔2.75亿欧元、年利率12%的三年期贷款，并以国米股权作为担保。如今贷款未能如期偿还，橡树资本按照合同约定成为国米的新东家。

实际上，国米在张康阳带领

期间表现亮眼，8年赢得7座奖杯、两次杀入欧冠决赛、两次问鼎意甲。这样的战绩也可以看出张康阳付出了巨大的心血，但这未能改变俱乐部的财务困境。不仅是欧洲市场，在国内体育产业，赛事以及俱乐部运营等核心领域都面临着严峻的挑战。

北京关键之道体育咨询有限

公司创始人张庆告诉《中国经营报》记者，尤其是职业体育，多重因素决定其发达的程度。以国内市场来说，消费端的需求还未完全释放；供给端缺乏持续不断的高水平球员输出，这是竞赛的基础；各项竞赛机制不完善、公司化治理缺失等都影响着体育的商业化程度。

国米易主

对张康阳来说，告别国米终究是遗憾的。

5月22日，橡树资本发布公告称，自2024年5月22日起，由橡树资本管理的基金成为国际米兰足球俱乐部的所有者。三天后，张康阳发文向国米告别，并希望传承国米的后来者能“尊重她的历史、文化和价值”。这也意味着国米正式易主，橡树资本成为新一任老板。

但张康阳对国米所做的贡献有目共睹。2016年，苏宁集团宣布旗下苏宁体育产业集团以约2.7亿欧元收购国米68.55%的股份，国米正式迈入中资时代。随后，彼时26岁的张康阳就任国米主席。接下来的8年里，在其真金白银的投入下，国米不断引进名帅和大牌球星，战力直线上升，创下8年7冠的战绩。国米俱乐部CEO安东内洛表示，感谢张康阳将国米带回了应有的位置。

对张康阳来说，告别国米终究是遗憾的。“我一直知道，终有一天我们会告别。坦诚说，我并未准备好，或许永远也不会准备好。”张康阳在告别信中如此写道。

梳理国米易主一事，未能如期偿还的3.95亿欧元贷款及利息

是导火索。橡树资本的条件是否过于苛刻？香颂资本董事沈萌表示，对冲基金的融资成本高，原因在于需求方无法通过其他较低成本的渠道获得融资，而对冲基金对融资承担的风险也更大，所以也公平合理。据悉，橡树资本是全球最大的困境债务投资人之一，也是全球最大的高收益债券投资人之一。

张康阳三年时间都没能顺利融资或找到买家一度成为焦点，毕竟国米的表现有目共睹。根据相关报道以及业内投资人士的说法，张康阳一直在接触投资机构，但并未成功。

而张康阳将其归咎于橡树资本的阻挠。5月15日，张康阳通过国米微博发表声明称：“在橡树融资还款日期临近期间，我们一直在与合作伙伴尽一切努力寻求友好的解决方案，包括从多种途径让橡树资本立即获得全额的财务回报。遗憾的是，我们迄今为止的努力因为橡树单方面的法律威胁和恶意的行动而受挫。”

对此，从事体育投资的黑蝶控股董事长、黑蝶资本创始人孟

凡表示，橡树资本一开始的借款条件就是进可攻退可守，按合同办事。在一开始的借款条件中，双方约定在借贷期间出售国米，且售价在8亿欧元以上，则橡树资本将参与高达20%的溢价分成。作为资本，理想的结果就是张康阳经营好国米然后高价卖出，橡树资本利益得到最大化。毕竟橡树资本并没有时间精力长期运营俱乐部。

对于网络上资本间合谋作局的说法，孟凡认为，这在投资场上并不是新鲜事。资本之间相互合作，用另一家资本来拖住时间以及降低张康阳的危机感，导致最后没能把握好融资节奏，从而触发违约条款。不排除有这样的可能性，但在资本市场，资金没有到位就要做好应急方案，不能把所有的希望押注在一家或者少量资本身上。

此外，根据网上公开信息，中国建设银行(亚洲)此前已在中国香港、意大利、美国三地启动司法程序，向张康阳全面追债。这是否会影响信用从而成为融资失败的因素之一？

沈萌认为，被追债并非个

人信用的问题，而是个人牵涉到企业融资担保及其他因素，国米融资更多是依赖国米本身产生的现金流情况，个人因素影响有限。

“张康阳想在国内大规模融资做海外的职业足球俱乐部难度很高。但这并不影响在海外拿钱，中东资本近几年对体育投资热情非常高，尤其是像欧洲足球这样的老牌劲旅。但我估计，国米作为张康阳手中的王牌，从一开始他并没有大规模去融资，等到一定估值之后脱手是比较理想的。”孟凡表示，全球经济不景气时，估值和股权都不重要，拿到钱才是王道。其实合理价格还是有机会的，甚至可以通过一些有效的途径在国内找到钱，但过高的价格以及时间紧迫，使得融资成本和难度不断增大。

据多家意媒报道，苏宁集团此前拒绝了BC Partners以7.5亿欧元收购国米多数股权的报价。2023年《都灵体育报》报道雷恩集团牵头中东一家投资基金对国米报价13亿欧元，但当时国米财务状况开始向好，最后交易未能成功。

昂贵的体育生意

据《米兰体育报》统计，国米2020赛季一线队球员税前薪资总额高达1.97亿欧元。

国米陷入财务困境的另一原因为在于成本过高，而自身造血功能薄弱。

多位体育从业人士在采访中都提到：球员工资居高不下拖垮俱乐部。张庆透露，在国内，养一个职业足球俱乐部一年花7亿元并不夸张，现在一个篮球俱乐部一年都有花费一两亿元的。像欧洲一些球星价格就更高了。职业体育赛事也是表演赛，需要高水平的球员，而这些球员也需要天价的投入。

沈萌也表示，冠军成绩都是靠持续的资金投入换来的，但在中东资本强大的金元攻势下，极度拉高了欧洲顶级俱乐部的成本，导致原本经营压力就很大的意大利足球俱乐部雪上加霜。

据《米兰体育报》统计，国米2020赛季一线队球员税前薪资总额高达1.97亿欧元。张康阳在5月18日的声明中也提到，为了支持国米的运营，陆续投资超过10亿欧元。

不过，孟凡算了一笔账，按照国米12亿欧元市场估值，除去国米发行的4.15亿欧元债券以及3.95亿欧元的欠款，应该还剩约4亿欧元的差价。不过是否还有其他欠债以及这笔钱如何支付还得看后续的谈判。整体来看，肯定是有“亏本的买卖”，毕竟有机会赚得更多。

国米在球场上亮眼的表现并未延续到账面上。橡树资本的公告中曾提到，国米在2020/21财年录得亏损创造了历史纪录。据《米兰体育报》报道，截至2023年6月底，国米净债务仍高达4.37亿欧元。

除了球员薪资高，或许还要归咎于欧洲经济不景气以及缺乏多样化的盈利方式和能力。“俱乐部收入并未因球队表现而出现明显的改善，原因在于，意大利联赛在五大联赛中的影响力不断下滑，尤其是欧洲经济不景气的阶段，本地市场无法做强有力的支撑。另外，整个意甲在世界范围的影响力也相对弱，导致赞助、周边商品等各项收入不足以维系高成本运营。”张庆说。

近年来，体育行业正在发生一些变化，可以看到一些奢侈品牌在转型押注新的体育运动，比如滑雪、飞盘等。而不同的体育运动背后是不同的文化表现形式。现在年轻人的文化娱乐、游戏、体育项目，很典型的是以街头文化、潮流文化为主体。

足球作为世界第一大运动，吸金能力有目共睹。在孟凡以及多位体育从业人士看来，欧洲商业化体育盈利能力、方式以及多样性、娱乐化都与美国的体育市场存在差距，本身市场存在严重泡沫，经济低迷时期泡沫就会加速破灭。举个例子，去年美国职业棒球大联盟(MLB)洛杉矶道奇队以10年7亿美元的价格签下棒球超级巨星大谷翔平，刷新了体育史上的年薪纪录。但这是在棒球领域，相比足球要小众得多。这也反映了美国体育市场职业化的成熟度和全球化的商业性要比欧洲的足球做得更好。

下转 D2

中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL



扫码了解更多

产业融合
赋能乡村振兴

茉酸奶陷食安风波

本报记者 孙吉正 北京报道

近日,茉酸奶因食品安全问题引发大众关注和广泛讨论。5月27日,据《新京报》报道,茉酸奶部分门店存在使用过期40余天的原料、更换有效期标签、偷工减料、用工无需提供餐饮人员健康证明等问题。

据北京市朝阳区市场监管局消息,目前,执法人员已对当事人北京

“狂奔”下的隐患

从加盟成本来看,茉酸奶与蜜雪冰城、古茗等茶饮连锁品牌相近。

茉酸奶官网显示,其成立于2014年,目前在全国200个城市拥有超过1600家门店。公开数据显示,2019—2021年,茉酸奶门店数分别为7家、31家、45家。为抢占市场,茉酸奶于2021年正式开放品牌加盟,借着近年流行的“健康饮食”的东风开始快速扩张。

从加盟成本来看,茉酸奶与蜜雪冰城、古茗等茶饮连锁品牌相近。茉酸奶官网显示,加盟一家30平方米的标准店(不包含店面租金及转让费),前期预算需27万元起。其中,包括品牌使用费5.98万元、培训费2万元、保证金1万元、全套设备10.8万元、首批物料2万元、门店开业营销费用6000元等。

但从价格来看,相比于降价后的喜茶、奈雪的茶等茶饮品牌,茉酸奶20—30元的产品价格在行业内较高。茉酸奶也曾因高价格的产品定价调查问卷引起广泛的关注和讨论。

有媒体根据茉酸奶的配料找到了相关的原材料,以29元的“原创牛油果酸奶昔”为例,用“牛油果+酸奶+奶浆+冰块”的配方进行粗略计算,再加上包材、辅料等,综合成本约为10—12元,按照这个成

熠昕餐饮服务有限公司(茉酸奶伊藤洋华堂店)涉嫌存在的相关违法行为立案调查,该门店已停业整顿。同时,朝阳区市场监管局对辖区其余20家茉酸奶门店开展全覆盖执法检查。

茉酸奶发布致歉声明称,所涉及的4家门店严重违背了茉酸奶所提倡的“食品安全”理念,在日常运营中均未严格执行茉酸奶总部的

运营操作和培训标准。针对涉事加盟店已经安排即刻闭店,并将永久解除合约。此外,将对全国所有门店的“食材存储、食品有效期、水果保存”等问题再度进行全面细致检查,并对所有员工定期进行培训和考核等。

针对该事件后续的相关问题,《中国经营报》记者联系了茉酸奶方面,但茉酸奶方面并未作出回应。

“虽然茉酸奶进行了火速的整改和回应,但从今年整体来看,餐饮、茶饮连锁品牌暴露的问题屡见不鲜。”和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏认为,目前国内有些品牌在员工监管和管理方面存在问题,即便依靠各类技术设备强化,依然难以杜绝违规事件的发生。对于“人”的管理和培育,是未来杜绝此类事件发生的关键。



官网显示,目前茉酸奶在全国200个城市拥有超过1600家门店。 视觉中国/图

超越了蜜雪冰城、茶百道、喜茶等新茶饮品牌同期开店量。截至2023年年底,其门店量达1309家。

对于茉酸奶快速扩张的原因,中国特许经营与连锁经营领域专家李维华认为:“首先是资本注入后的战略驱动;其次是规模扩张带来的供应链优势;最后是融资与上市准备。”

然而,快速扩张下品牌更应该加强对食品安全风险的把控。记者注意到,诸如星巴克、瑞幸咖啡、库迪咖啡等品牌,也是在短时间内增长上百家乃至上千家门店,其中

瑞幸咖啡、库迪咖啡是以加盟形式扩张的,但由于一开始就建立了严格的操作规范,迄今为止还没有发生过重大的食品安全问题。

“高速扩张确实加大了茉酸奶对门店管控的难度,且潜在的经营风险也随之扩大。”文志宏告诉记者,门店数量的增多并不意味着发生食品安全问题的概率一定会变大,此次事件反映了企业方对门店的检查和管控没有随着规模的扩大而进一步加强,且操作规范存在瑕疵。

快消品牌“围猎”《庆余年2》

本报记者 刘旺 北京报道

当下最火的影视剧,非《庆余年2》莫属。这种火,不仅仅体现在收视率上,也体现在其密集的广告投放上。

《庆余年2》广告双刃剑

《庆余年2》的火热,从数据上可见一斑。今年1月,《庆余年2》预约就突破了1000万,成为全网首部预约破千万的剧集;首播当日,开播126分钟内热度值突破32000,也让其成为腾讯视频站内开播热度值最快破纪录者;到了11集,热度破34000,创腾讯视频热度历史最高纪录。

如此的热度让《庆余年2》吸引了大量的广告赞助,“五步一广告,十步一推广告”成为观众对该剧的一致评价。而为了更好地“服务”广告主,《庆余年2》将广告分为不同的梯度,如纯甄为总冠名,百雀羚为联合赞助,京东超市则是领先特约,还有4家特约合作伙伴,分别是东阿阿胶、TCL、OPPO Reno和麦吉丽。

对于投放费用,青年剧作家、导演向凯告诉记者,一般而言,赞助商投入的成本在几千万元,庆余年这样流量极高的IP,再加上内容绑定

据公开统计,《庆余年2》开播前就官宣了26个合作品牌,形式多种多样,包括不同品牌的小剧场、片头曲结束以后插入广告、还有VIP的专属广告等。《中国经营报》记者注意到,在这当中消费品牌尤其“热情”,

强、高级视频会员都不能跳过广告这样的曝光度,可能价格还要高一些。记者注意到,网传《庆余年2》的总冠名费高达8000万元。

而回报方面,向凯告诉记者,品牌方还是想要通过影视剧获得曝光度,进而转化为销量。但是想要转化成销量,还要配合其他的一些促销活动、话题营销等动作。

尽管对销量的直接影响目前还看不到效果,但从当前来看,《庆余年2》的广告主们也获得了一些流量上的回报。知微数据显示,《庆余年2》的播出,使得相关品牌声量上涨,如OPPO Reno12、京东超市、东阿阿胶等。

观察抖音平台上的品牌粉丝动态,发现纯甄、百雀羚和麦吉丽这三个品牌的粉丝数均呈现增长趋势。其中,百雀羚的粉丝增长量较为显著,达到了3万+。

在这当中,有讨巧的形式。在

包括纯甄、安慕希、麦丽素、东阿阿胶、汤臣倍健、百雀羚等多个品牌,都以不同形式出现在《庆余年2》当中。

相关数据显示,通过热门影视剧IP进行露出,对品牌在一定程度上会起到积极作用。不过,密集的广告也

引起了广泛的争议,有观众吐槽明明已经开通了VIP,但仍无法跳过广告;也有声音表示广告植入生硬,影响观感。而如何更加“丝滑”地切入IP主题,或许是广告主们仍需要慎重考虑的问题。

第一集中,安慕希以街边小摊“安慕酸酪”的形象出现在剧情当中,品牌名称露出的同时,演员也在台词中对产品进行了介绍。但在这段剧情出现时,竞品纯甄则以“角标”的形式出现在画面的左下角。这也让观众笑称两个品牌“争宠”。向凯认为,这是一种双赢的结果,如果单独植入的话,二者都要承担巨额的费用,但现在面对巨大流量,二者能够妥协,在成本上也会少一些。

不仅仅是乳企,酒企也在争夺这一影响力巨大的影视剧IP。郎酒顺品郎推出“顺品郎×庆余年”联名款产品;贵州习酒也在官方渠道发布消息称与该剧进行合作。

密集投放的广告,在一定程度上证明了“庆余年”IP的成功之处。不过,过于密集的广告,也让观众产生了疲劳,有声音认为有些广告植入过于生硬,影响观感。也有声音

认为,同时出现纯甄、安慕希,是广告投放不专业的表现。

对此,上海交通大学媒体与传播学院副教授阎峰认为,开播前的26个广告,品牌从食品、保健品、化妆品、药品到新能源、文旅,彼此场景差异巨大、细分受众完全不同。同台演出,彼此的关联度和信息协同基本不存在。

而高密度的广告,在当今时代或许很难有太好的效果。“加拿大学者保罗·萨耶德在《心智:认知科学导论》中指出,人的情绪发生,需要一定的注意力唤起愉快或厌恶的体验。以前,注意力唤起需要积累较多刺激,进而形成情绪。但30多年来,饱受脑白金、恒源祥式超饱和广告轰炸攻击训练的中国观众,从电视时代起就对广告形成了超强敏感神经反应模式,情绪发生的阈值已经很低。”阎峰认为。

近期同样有着良好口碑的《新生》和《我的阿勒泰》,知微数据显示,《新生》的广告合作方共计12个。其中,品牌方选择了片头广告,从品类来看,日化品类占比较大,包含奥妙、佳洁士、好来牙膏等;饮料品类次之,如可口可乐、雪碧、三得利;此外,南孚电池的广告出现频次最多。

而《我的阿勒泰》广告合作方共有7个。其中,百岁山、乌苏啤酒等4个品牌选择了片头广告位置;补水啦和华为P70则作为片中植入广告呈现;银鹭植物则出现在片尾广告。从品类分布来看,饮料类占比最高。

但广告植入也需要技巧,不然则会在影响观众观感的同时,难以实现

品牌传播的效果。对此,IPG中国首席经济学家柏文喜认为,首先找好定位、切入合适的圈层是关键。如今的媒介形态、受众更加细分,流量也更加分散,品牌方需要寻找与IP、受众人群更多的契合点。

战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊表示有很多例子,比如之前热播的《梦华录》里面的茶文化、果子等,奈雪的茶去植入就很匹配,与品牌的定位、消费人群都相关联。《甄嬛传》中东阿阿胶的植入也很出圈,观众大多数是女性人群,也是阿胶消费的主力人群。

“品牌要跟影视IP进行非常好的结合,定位匹配是关键。品牌利用影视剧进行营销,要与它自身的品牌定位、痛点、特性以及消费人群相吻合。”徐雄俊表示。

制度化、规范化仍在路上

不仅茉酸奶,今年的餐饮和茶饮行业出现的“事故”不在少数。

记者注意到,今年3月13日,上海市消保委曾发文质疑茉酸奶原材料问题。茉酸奶介绍旗下某款芒果酸奶奶昔时称,产品原料为“9种益生菌草原酸奶×新鲜芒果”。然而上海市消保委测试结果显示,茉酸奶的芒果酸奶奶昔用的酸奶量并不多,脂肪含量却很高,是蛋白质含量的3.25倍,是乳糖含量的2.77倍。

对此,上海市消保委认为:“现场制售食品由于没有明示的产品配料表,消费者只能通过品牌方的宣传来了解和选择产品。因此,品牌方有责任提供真实、准确的产品信息。”随后,茉酸奶回应称:“所有原料完全符合国家相关标准。”并替换了该款芒果酸奶奶昔的产品介绍,内容由原来的“9种益生菌草原酸奶”变为“有机酸奶”。

记者注意到,不仅茉酸奶,今年的餐饮和茶饮行业出现的“事故”不在少数。5月份,在胖猫事件中,包括茶百道、蜜雪冰城、华莱士等连锁品牌出现了外卖空包、饮品被替代成自来水的情况。这也一定程度上反映了很多品牌对于门店的管控存在问题。

通过记者观察发现,目前,市场上主要的茶饮品牌都会在工作台周围安装摄像头,例如星巴克、喜茶等品牌。但也有专家指出,以目前的技术水平来看,设备监控的形式意义大于实际意义。

文志宏告诉记者:“大部分

品牌都有上百家门店,即便安装了监控,品牌总部也不可能对每个门店派专人全程监控。绝大部分都是发生事件后,企业方用监控进行回放查看,但实际上并不能杜绝此类事件的发生,只能是对操作员起到一个警示作用。”

“从商业角度来看,直营和特许加盟两种模式并不存在优劣问题,关键在于品牌方对门店的监管上。”文志宏进一步告诉记者,现在很多品牌的门店人员更替较为频繁,但公司方面对此的监管较为涣散。“管控较严的公司,门店工作人员的离职或者进入都需要报备,公司方面同意方能有人员的调动。但是,目前很多公司无法做到这一点,这导致公司在了解一线工作人员的职业素养方面存在缺失。”

有媒体指出,茉酸奶对加盟商没有学历要求,也没有餐饮经验要求,只要求年龄在18—45岁,店铺面向年轻人,希望加盟商可以亲自管理店铺。记者在北京走访了解到,很多茶饮门店的招聘信息都较为宽松,且没有提到需要参加品牌方的人职培训。

文志宏说:“一方面是品牌自身监管存在缺失,另一方面是品牌在员工的培训以及培养方面存在问题,虽然大部分品牌难以做到像星巴克一样,完全的制度化和规范化,但如果不对员工进行约束和管理,此类事件难以真正杜绝。”

上接 D1

体育商业化难题

仔细来看,在体育产业中贡献最为突出的是体育用品。

纵观欧洲以及美国的职业体育发展,给国内广阔体育市场也带来了启示,同时可以看到商业化体育的难点依旧是持续盈利。在这一点上,国内的体育产业发展面临着多重挑战。

官方公开数据显示,2012—2021年,我国体育产业总规模、增加值分别由9526亿元、3136亿元增加至3.1万亿元、1.2万亿元,年均增速分别达14.01%、16.08%,产业增加值占同期GDP的比重从0.6%上升到1.07%。

但仔细来看,在体育产业中贡献最为突出的是体育用品,如运动鞋服行业。《中国体育用品业年度发展报告(2023)》显示,2023年我国运动鞋服市场规模达到4926亿元,运动鞋业和运动服装业市场规模增长率分别达到15.1%、13.1%。

孟凡告诉记者,当下由于大众健身火了,带动了体育用品的生意。实际上,参考美国的体育市场,基本是以赛事为核心,利用赛事的商业化、娱乐化带动一项运动以及相关产业发展。

张庆坦言,整个行业一直在探索体育的商业化。不同于服装制造业的规模化效益和可复制性以及刚属性,赛事核心是源源不断的高水平职业球员,对这些球员的培训以及商业化运作都是挑战,而且投资风险很大。同时,消费端的需求也有待进一步释放。

2021年江苏足球俱乐部在赢得中超冠军后,仅仅几个月便宣布停止运

营,其原因是未找到新的承接方;2024年初,大连人足球俱乐部和深圳足球俱乐部相继宣布解散,其理由中都提及债务问题。根据公开报道,据统计,近4年解散的曾征战中超球队多达13家。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪说,赛事、职业俱乐部运营需要投入大量的资金和人力资源,且回报周期较长,场馆建设需要考虑土地、资金和政策等多方面因素。这都是需要面对的现实。

“从投资角度看,国内资本大多青睐于体育服装制造业、运动用品以及现金流好的项目。体育本身的特性以及国内现阶段的市场,想要四五年上市太难,导致很多资本不愿意投入到体育核心产业中去。目前国内体育产业还处于非常早期的变革阶段,但长远来看产业的爆发和繁荣是必然。”孟凡说。

《“十四五”体育发展规划》中也提到,国内体育发展不平衡、不充分问题依然突出。同时体育产品和服务有效供给不足,体育消费潜力尚未充分释放。不过,目前我国体育产业也在持续发展。体育赛事经济正在全面恢复和发力,“体育+”模式迅猛发展,如“村超”“村BA”等形式的出圈。结合多位体育从业人士以及政策端来看,大力深化体育供给侧结构性改革,发展赛事经济,不断培育体育新场景,持续促进体育消费将是下一步发展方向。

教育大模型卷向何方?

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

教育领域一直是最受关注的大模型落地应用场景之一。近日,《中国经营报》记者发现,多家教育企业发布了大模型相关产品,一部分结合过往业务优势打磨软硬件产品,一部分则开始布局海外市场。

赛道火热

2023年,包括学习机在内的教辅类电子产品在中国的市场规模已超百亿。

“6·18”在即,放眼望去,各大教育品牌的直播间里,都搭载了大模型的各式硬件产品。

在科大讯飞(002230.SZ)的淘宝直播间里,主播口若悬河地向观众推销学习机、AI智能学生平板等产品;网易有道(DAO.US)同样不遗余力地宣传听力宝、词典笔等学习工具;好未来(NYSE: TAL)、猿辅导、作业帮也有各具特色的智能产品。

根据天猫、京东等电商平台2023年综合成交金额数据,2023年,包括学习机在内的教辅类电子产品在中国的市场规模已超百亿元,且每年仍保持30%左右的增长速度。但硬件并不是新鲜事物,这些智能产品热销的背后,则是各机构关于底层技术——大模型的激烈比拼。

在业内资深人士施建荣看来,在教育领域,大模型可以理解为一种“制作工具的工具”,不是直接面向学习者的产品,而是开发及实现产品功能的工具。

去年7月,国家网信办、国家发展改革委等7部委联合发布了《生成式人工智能服务管理暂行办法》,为大模型技术在教育行业的发展提供了有力保障,随后,多个在线教育企业加大了在大模型和智能硬件领域的竞争力度。

去年9月,作业帮发布了自主研发的银河大模型;10月,科大讯飞发布了讯飞星火认知大模型。

中国教育研究院研究员储朝晖认为,教育大模型的使用是必然趋势,但应该将以人为本作为教育大模型使用的基本准则,保障使用的规范性。

储朝晖指出,目前人工智能在教育领域已经发挥了作用,但依然存在一些问题,包括人工智能在教

育上的一些衡量标准(有利与否、需要与否、适当与否)尚未达成共识;教育类AI作为一种工具,一方面可以在更广的范围内分享教育资源,另一方面也会让善于用AI与不善用AI的学生形成鸿沟,应该通过相关的政策和规范减小数字鸿沟,真正实现科技对教育公平的促进。

外,目前国家相关部门和院校也在加速开发教育大模型,业务模式以To B为主。

相关投资人认为,教育机构本身就具备大量数据,这在大模型训练中占据较大优势,而且见效快、投资回报率更加清晰。但教育机构营销费用的增长居高不下,实际科研投入对比科技型企业尚有明显差距,已下场的玩家投资规模普遍在十亿级以上。

记者注意到,近日花旗将好未来评级从“卖出”上调至“买入”,并预计随着学习设备业务实现规模并展示其运营杠杆,市场将为其赋予更大价值。4月底,好未来公布了截至2024年2月29日的2024财年和全年未经审计财务报告,数据显示,2024财年,好未来教育实现净收入14.9亿美元,同比涨幅为46.2%。经营亏损为6922.9万美元,同比降幅为23.7%。据悉,去年二季度好未来学习机出货量近9万台,进入学习平板市场前四名,市场份额占8.6%。

大模型在某种程度上也促进了教育产品营收的增长。首个搭载大模型功能的有道词典笔X6 pro,首发当日销量即突破40000台,开学季销售额突破1亿元。科大讯飞公告显示,2023年5月发布搭载大模型的学习机新品后销量显著增长,5月、6月GMV分别增长136%和217%。

卷向海外市场

大模型的商业化落地成为投资者最关心的问题之一。

ChatGPT的问世,引得国内庞大资金和技术资源爆发式投入AI大模型,今年伊始,投入更是日趋白热化。据不完全统计,5月,OpenAI、Google、微软、字节跳动、阿里巴巴等中美两国公司举办了多场与大模型相关的发布会,介绍了超10款新模型。

开卷的不止最新的大模型产品,大模型的商业化落地成为投资者最关心的问题之一。去年ChatGPT面世后,不少教育板块相关的上市公司透露了在该领域的观点和计划,引得股价一时齐涨。

业内人士张立认为,教育领域为大模型的开发提供了落地场景,因此被投资者看重。目前来看,国内的教育大模型将AI技术与教育紧密结合,助力了教育创新和高质量发展。第一类是将大模型与旗下的硬件产品相结合,通过卖硬件的方式增加营收;第二类是利用大模型的内容生成、逻辑推理能力打造“AI助教”,并为用户推荐个性化内容、促成消费;第三类则是利用大模型的编程能力,与学校合作开发管理系统。

垂类大模型也赋予了教育企业更多的想象空间,借助人工智能技术可以弥补优质教育教学资源不足的状况。东吴证券方面指出,从大班课到小班课,传统教育难以真正满足个性化教育的需求,而AIGC技术对教育的赋能用最小的边际成本开展个性化的教育,实现教育的最佳效果。

“AI+教育”这一趋势,促使教育企业试着在海外市场获得一隅之地。在南开大学经济研究所所长、中国新一代人工智能发展战略研究院首席经济学家刘刚看来,中国在发展人工智能科技产业方面的重要特点是应用需求牵引。国内在大模型方面的探索有



第六届河南省教育装备博览会上,人工智能产品巨型坦克模型亮相。视觉中国/图

利于推动企业出海,不仅是教育,手机、汽车以及智能家居,海量的应用终端均为大模型落地提供了规模化应用场景。

据市调机构Sensor Tower,5月字节跳动旗下的Gauth和一年前作业帮开发的Question AI都登顶了App Store美国教育类免费榜。据悉,目前为了规避海外监管和数据隐私风险,两款应用的发布实体总部都位于新加坡。

就业务模式而言,To B和To G通常是教育出海的两种模式,但相关产品人员告诉记者,目前国内教育企业在搜题方面的准确率比海外竞争对手更高,C端也值得挖掘。具体的市场业务逻辑是,北美市场客户单价高,值得多投放;东南亚华人众多,教育很卷,未来用户人口基数大,以数量取胜。

值得一提的是,出海还涉及政府采购教育内容资源、联合搭建线上教育平台等形式。对此,科大讯飞基于星火大模型做了不少业务布局。去年8月,科大讯飞发布了在讯飞教育数字基座上搭载大模型的应用开发助手,教师只需要下“请帮我搭建一个学生离校管理应用”的自然语言指令,就能在学校管理系统中生成轻量应用。

5月14日,科大讯飞在新加坡设立区域总部,以促进东南亚

市场发展。据媒体报道,科大讯飞已在新加坡建立云平台全球站,并与新传媒和新加坡教育部合作,其中包括学生学习平台项目,该项目已在62所中小学进行了试点。对于该项目具体细节,记者向科大讯飞方面求证,截至发稿尚未回复。

猿力科技CTO杨元祖认为,大模型这个变量给了猿力科技一次重塑教育产品的机会。教育对于原生多模态的需求会远大于其他领域。

关于教育大模型未来的一些方向,施建荣认为,通过大模型改善教育产品的交互性、灵活性和拓展性,更好地实现学习闭环,不再是按照线性的剧本去学习,或者完全靠人力解决个性化需求;通过大模型来更好地设计、优化产品,这对开发效率能起到质变的作用;使用大模型的能力,应当成为教育者的一种基本能力素质。

储朝晖提到了关于教育大模型使用的隐患:“它确实可以在知识学习上给予一些支持,但在人的成长发展方面,有可能造成人际交往和现实处理能力方面的障碍,甚至使学生过度地依赖、沉迷,所以要保证适当、适量使用,规范未成年人的使用权限。比如学练机这类产品需要控制好时间和内容范围。”

国内发布酒庄标准 酒旅融合尚待突破

本报记者 党鹏 成都报道

酒庄建设方兴未艾

经过近一年的意见征求和公示,近日,《白酒酒庄》标准(T/CBJ 2306-2024)在中国酒业协会和全国团体标准信息平台正式发布,并将于8月19日实施。

《白酒酒庄》标准定义了白酒酒庄/烧坊/作坊,还规定了白酒酒庄的分级、要求、检测和评价方法。此外,标准内容涵盖了酒庄地理位置和生态环境、生产条件、管理体系、产品、经营、文化旅游等要求。《白酒酒庄》标准的发布,将为白酒酒庄建设、准入和管理提供方法论,同时树立了明确的标杆和底线。

《中国经营报》记者注意到,此前随着郎酒庄园、江记酒庄的发展,行业内一时多家企业大兴土木,依托原有酒厂,开始建设各种酒庄。值得注意的是酒庄建设在促进白酒+文旅融合的同时,也不乏一些乱象。

“中国酒类品牌与当地的文化生态天然紧密关联,而且也是当地重要的农业、工业文化旅游资源,具有很高的历史传承价值,借助酒庄、酒旅的模式创新,可以增强企业在市场层面的消费者的认知,增强区域内酒企的品牌价值与产品价值,从而提高酒企的市场竞争力。”白酒行业专家蔡学飞认为,围绕酒企开展的体验式营销更是消费者时代的重要营销内容与模式,酒庄发展符合中国名酒消费趋势,是消费品质升级的重要保障,也是推动酒企高质量发展的重要形式。“酒庄标准出台可以规范相关企业运营,筛选优质酒庄品牌,有利于市场消费选择,扶优做强名酒庄,促进酒庄业态的可持续、高质量发展。”

酒庄标准促进行业规范

近几年,江记酒庄的建设备受行业关注,包括“生产基地”“江记农庄”“集中产业园”等多个板块。

蔡学飞认为,通过对江记酒庄的建设,江小白在品牌成长的过程中不断构建本地化的产业链。可以预见的是,伴随着江小白对于本地资源的整合程度不断提高,江记酒庄所肩负的产业链提质效应愈发显著。

酒旅融合要以人为本

每年4月,在金徽酒厂的樱花开放时节,会有很多游客到金徽酒厂参观旅游,这已经成为其“回厂游”的重要项目。

蔡学飞认为,酒企做酒庄之类的酒旅融合,要摆脱厂家生产思维,转型为消费者服务组织,真正从酒类的文化理念、品质创新与饮用方式等方面融入消费者生活,借助新媒体与新工具拉近与消费者的距离,开发真正符



视觉中国/图

成都邛崃市提出,将编制实施特色酒庄集群发展规划,统筹产业、

文化、生态等资源禀赋,支持有条件的酒企,因地制宜地升级打造主题各异的森林酒庄、林盘酒庄、崖谷酒庄、竹海酒庄,累计培育源窝子、古川、三十六坊等特色酒庄20家,初具酒庄集群规模。

中国酒业协会白酒酒庄工作委员会杜静怡表示:“白酒酒庄从‘前店后坊’的酿酒历史中演变而来,其与生俱来的历史和文化底蕴是中华文化宝贵的财富。因而许多企业着手建设白酒酒庄,可如何清晰地表达酒庄对匠人、匠物、匠心的极致追求,有力地传播酒庄酒的品牌故事、品质故事、传

承故事、技艺故事、文化故事,展现酒庄和酒庄酒的真正价值,仍然缺乏明确方向。”

“目前全国性酒庄体系建设还比较初级,主要集中在静态参观旅游和特色饮食消费几个方面,在酒企生产流通、品牌文化、销售促进,以及消费者价值服务方面比较弱,而且酒庄大多缺少专业人士参与,也没有专业的人员培训体制,更是缺少运营工具与平台,缺乏系统性规划与落地执行,可以说鱼龙混杂,不仅浪费了大量的社会资源,也损害了消费者的权益。”蔡学飞表示。

是一个自愿参加的团体标准,是一个组织自律的标准。就消费者而言,对于酒庄酒还缺乏概念,缺乏足够的认知,酒庄酒与普通酒厂的酒到底有何区别,这点消费者是不懂的。目前,酒庄酒在葡萄酒领域,国外有明确的立法,对于葡萄酒的定级、品牌认知都有明确的认定,但是在国内外酒庄酒还缺乏认知,也缺乏法律法规的支撑。

现在的品牌传播从电视机大屏幕转移到手机小屏幕;另一方面,在信息碎片化时代,人都是自媒体,邀请消费者到酒厂参观、互动交流、品鉴体验,已经成为征服高净值人群、培养共情与共鸣的有效路径。”肖竹青表示,当所有酒厂都开展回厂游时,只有在效果和效益方面抓出特色,突出个性,与众不同,才能够让消费者记得住。

江记酒庄创始人陶石泉告诉记者,全产业链投资布局,是公司审慎决策后的重要战略,优质供应链和高效产业链,是将传统产业的经营环节的点,串成一条线,未来的竞争一定是线、是面的竞争,点状的竞争很难适应下一步的发展,优质产业链一定将是实体经济未来十年的重要风口。

如今,随着酒庄标准的发布,正是期望从成熟的酒庄出发,为行业探寻从建设到准入、运营、管理的范本。

杜静怡表示,酒庄标准从粮食的有机、绿色种植,从专属酿酒用粮基地的控制管理保障了酿酒原料的源头品质,从专业人才选用、传统生产方式强调了匠人工艺,从管理体系完备、真实溯源体系保证了科学和稳定,从传承悠久历史、文旅功能相融提供了深厚的体验可能。

合消费者生活需求的产品,并且以消费者的语言与客户沟通,才能让酒庄进入消费者心智。消费者不需要教育,需要的是理解与认同,而酒庄,就是通过消费者的自主体验来完成品牌传播与品质认同的创新模式。”蔡学飞强调说。

“同时我们注意到,以酒庄为代表的酒旅融合还要朝着专业化、平台化、娱乐化与体验化

多方向发展,真正把酒庄体验做成企业的发展模式,深度挖掘本地特有的历史文化地理区位优势,链接更加广泛的社会资源,整合酒庄区域内上下游的文旅资源,从而赋能企业的品牌传播、产品销售与社群服务等工作。”蔡学飞强调说。

就此,肖竹青也认为,整个酒业品牌推广过程中,有些酒厂往往认为自己是老大,把自己认

为的优点、优势灌输给消费者。实际上,旅游应该是以人为本,以人的需求、人的欲望、人的兴趣为出发点,在这样的前提下开展酒旅融合,才会让消费者体验感更好。这种体验分享才会带来更多的追随者,带来更多放大效应,带来更多吸引力。

“现在很多酒企在大规模常态化开展回厂游活动,一方面,

1. 注意力经济时代

不是我们要做IP，而是这个时代需要IP

如果雷军再做一款数码产品，你会觉得这个产品性价比不高吗？

如果乔布斯还在世，不仅卖苹果手机，还卖苹果电视，你会不买单吗？

.....

这或许就是创始人IP的魅力。

IP是Intellectual Property，即知识产权。IP就是代表一种可以将知识变现的新经济体。凡是拥有大量

的粉丝群体，能够占领很多人的心智，并且可以多元化持续商业开发的人物、事物和事件，都可以称为IP。

而创始人IP，就是指那些具备独特标识和内容能力的企业家们，他们自带话题和流量价值，是各界的关注热点，同时也是连接企业和用户最好的纽带。对品牌传播而言，能达到低成本、高收益实现营销传播的媒介工具都是可行的。

换句话说，个人IP将可能是目前或者未来很长一段时间内最有效的连接器和流量入口之一。对创始人IP而言，这不仅可以提升企业家的个人品牌价值，还能为企业带来更多的商业价值和影响力。正如马斯克所言：“特斯拉不需要公关，要自己代言。”

Weber Shandwick《品牌与威望》报告显示，66%的消费者认为公司CEO的威望会影响他们对公司本身及其产品的看法。公司高管普遍认为公司的威望有49%取决于其CEO的威望，而公司的市场价值中最高有60%取决于公司的威望。

经纬创投创始管理合伙人张颖对记者表示，企业家IP需要打造一个有温度、有态度的人格魅力体，才会让粉丝因为欣赏企业家而信任这家企业和其输出的观点。

2. 价值体现

代言人、带货达人和流量源泉

那创始人和企业家IP的价值何在？正如前文所说，现在是一个注意力经济和粉丝经济时代，企业和产品的推广越来越依赖人群间的情感沟通和信任。

相对于冷冰冰的广告，用户更愿意信任一个活生生的人，这就是个人IP的魅力，其很好地解决了企业和用户之间的信任问题；当信任问题解决了，成交和变现就会水到渠成，甚至每天都会有用户主动上门购买产品并完成口碑传播，而且这些人的黏性很高。

对公司品牌来说，创始人IP的价值可以概括为代言人、带货达人、流量来源等方面。

创始人或CEO是公司及产品最有说服力的代言人。

创始人IP，作为企业或产品价值输出的一种方式，能获得更多粉丝用户，提高产品的转化、人格化企业品牌，成为企业品牌的最佳代言人。这也是竞争对手难以模仿的。

正如乔布斯对于苹果、任正非对于华为、雷军对于小米，很难想象如果不依托于创始人IP，这些国际知名品牌还能拥有如此强大的魅力与影响力。

企业家IP的兴起还有一个时代背景，就是以前个人IP是靠口碑传播的，最多成为社区熟人间的IP，而今天的个人IP是靠互联网传播的，你可以成为全国、全世界的IP。互联网解决了IP推广的成本、空间、效率问题，不仅IP传播成本低，试错成本也很低。

时代变了，现在大家都在强调粉丝经济，粉丝经济是一种社交经济，是有温度的，需要人与人之间的社交和情感交流。

而创始人或CEO是企业的灵魂，对公司最重要、消费者最信任的人是他们。就像说起马云，很多人会想起阿里巴巴，说起乔布斯，就会想到苹果，个人IP逐渐成为一种与企业强联系的符号。

正如新锐导演张凯文导演所说：“不是我们要做IP，而是这个时代需要IP。”一切交易的基础就是信任，而一切社交的本质就是价值交换，但对于两个从未有过交集的企业或人，该如何建立信任？创始人IP就是最好的信任背书。

将意咨询CEO梁将军告诉记者，品牌是一个很抽象、没有温度感的符号，消费者对个人IP的认知度、接受度会更强一点，更容易被这个人所感染和信服，传播和转化的效率会高很多。

在竞争激烈的注意力经济时代，具有强大号召力的个人IP变得越来越重要。企业家IP对组织看法的影响，比以往任何时候都更重要。因此，越来越多的企业家意识到，企业家要为企业赋予“人格”，让自己成为“真实的人”，用自己的个人魅力、创业故事和号召力打造个人IP，去增强企业品牌竞争力。

从乔布斯到雷军 企业家IP打造方法论

编者按 自今年小米汽车发布以来，小米科技创始人雷军就一直走在聚光灯下。从北京国际车展顶流，到与周鸿祎等人的互动话题，再到时不时给网友们汇报工作进展，雷军掀起的流量热潮已持续了一个多月。

雷军在小米汽车发布及销售上的巨大成功，让企业家个人IP的打造成为显学，也让很多企业家意识到个人IP的价值，不仅可以节省巨额的广告费，而且像雷军这样，推动近8万台小米汽车销售锁单迅速卖出，直接转化为销量，谁又能不羡慕呢？

近期另一位企业家顶流、360创始人周鸿祎不仅自己频频出圈，爱车迈巴赫的售卖、交车，还有极氪的收车都搞得仪式感满满，还频繁cue到老朋友雷军，论证起企业家做IP的必要性。“雷军出来做小米汽车，开始大家都不看好，但他通过个人IP强大的影响力，一举扭转了小米的销售表现，小米汽车获得巨大的成功。”

《中国经营报》记者注意到，在这波巨大的流量浪潮下，备受刺激的车圈老总陆续披挂上阵，还继续扩散到各行各业的老总们，纷纷开始琢磨个人IP的打造方法。越来越多的创始人们站出来为企业“代言”“发声”“直播”。

毕竟在这个信息爆炸、竞争激烈的时代，“注意力”本身就是一种财富。

正如乔布斯之于苹果、马斯克之于特斯拉、任正非之于华为、马云之于阿里巴巴、雷军之于小米，他们都是企业品牌形象最为具象化、人格化的表达，个人IP经过时间的沉淀后，终会成为一个炫目的企业符号。创始人在幕后的时代已经过去，企业家个人IP大放异彩的时代正在到来。



4月26日，雷军现身北京国际车展，为小米汽车宣传，成为关注焦点。视觉中国/图

比如小米曾经请了梁朝伟、张杰、王一博、苏炳添、费翔等各类型大咖明星做公司及产品的代言人，但如今大家还记得谁吗？说起小米是否只记得雷军？

格力电器董事长董明珠则直接出现在格力的各类品牌广告中，大大方方做起格力的最大牌代言人。

至于说带货达人，董明珠、雷军和罗永浩等都是带货界的天花板。

有媒体统计，董明珠2020年直播首秀，此后十几次个人直播带货累计销售额超400亿元，约占当年格力电器营收的24%。

老板直播带货，主动参与内容创作、与粉丝（消费者）对话，这种迅速收集消费需求、按需生产、售卖商品的模式，效率远高于传统电商。毕竟，老板要比一般的网红主播更理解自己公司的核心专长和产品特色。

更重要的是，在这个注意力稀缺时代，创始人IP是公司长期免费和稳定的流量来源。

企业需要经常做品牌宣传、新品宣发，营销费用是一笔不小的开支，不少公司的营销和销售费用达到几十亿甚至上百亿元。

雷军个人微博、微信等5个平

台的粉丝量就近5000万，是小米公司两倍。雷军个人对消费者和市场的影响力堪比小米公司，而且雷军社交平台的互动数远高于小米公司账号。

事实上，拥有强大IP的创始人，除了拥有自己的流量外，还可以从各类媒体和受众关注中获得海量流量，比如雷军的各类发言及讲话，总会引发各类媒体的跟踪报道和传播。

如果有良好的创始人IP，还会对公司的融资及开展商务合作有一定的帮助，也可以吸引更多的人才加入团队。因为对创始人价值的认可，间接的是对企业的认可。

梁将军认为，一个合格的创始人IP应该兼具三个层次的价值：市场价值、资本价值和社会价值。低成本地为企业获得流量，是创始人IP的第一层价值。尤其是创业初期，创始人IP的能量几乎大于企业品牌的能量。

“而当企业进入高速发展期，市场竞争激烈，这个阶段，创始人IP更多体现为市场价值，应该聚焦在产品和用户体验上去做表达，创始人IP不再是一个英雄角色，而是质检员和体验官。”梁将军说，而企业

到了跃迁成熟期，创始人要更多输出对行业的预判和公司整体的布局，让资本看到商业前景，成为商业前景的放大器。比如，马云提出“新零售”。

正如德鲁克所说：“企业是社会的器官。”几乎所有的企业危机公关事件，都可以解释为企业社会价值观的丢失。比如三鹿集团的三聚氰胺事件，日本丰台车召回事件。

为此，当企业进入成熟期后，梁将军认为，企业创始人要成为企业社会价值的旗手，企业越大，创始人的思考视角、表达视角就越要落到社会责任上。“这一点上，我认为做得最好的一直是马云，马云发言落点，永远在家国、社会、理想上。”梁将军说。

总之，个人IP和企业品牌间，存在着紧密而又相辅相成的联系。个人IP可以为企业品牌注入生机与个性化元素，提升企业的知名度和美誉度；而企业品牌则可以为个人IP提供坚实的后盾和丰富的资源支持，助力个人IP的茁壮成长。这种相互促进的关系，使得个人IP和企业品牌最终实现共赢。

而且IP价值最大化的前提，是产品服务足够能打。企业创始人属于商业型IP，其和企业品牌是“一荣俱荣、一损俱损”的关系，把企业和产品做好是基础和核心。企业做成功了，个人IP也就塑造起来了。所以归根结底，要打造成功的创始人IP，关键是先把企业和产品做好。

没有成功的企业和产品，所谓的创始人IP只不过是空中楼阁。同时，创始人IP打造也是一把双刃剑，创始人IP的打造并非一帆风顺，围绕个人的争议话题，甚至可能在一定程度上对企业品牌造成反噬。

“必须认清的客观事实是，像雷军、周鸿祎、罗永浩这样的顶流IP，必定只是凤毛麟角，绝大多数人是很难达到这种程度的。”陈格雷认为，但企业家打造个人IP还是很有必要的，毕竟在自媒体为主流的时代，哪怕是一点点的个人IP魅力，也会发挥相当价值，甚至

效果比同等的广告费投入要好。梁将军则认为，最重要的是创始人要成为展现真实的自己，积极主动地去做这个事情，传统靠公司市场团队去包装和打造人设的方式效果一般，也很难持久。无论企业大小和行业类型，都能在亲身下场和不断试炼中，找到最适合的平台土壤和最舒服的状态。

在中国企业集体陷入流量焦虑的情况下，打造创始人IP，似乎已经成为企业战略的一部分。长期来看，特别是年轻的创业者，因为预算有限，更会选择低成本、网络化的品牌推广，将自己塑造成一个IP，把流量导向产品，CEO网红化将是一个长期和理性的策略。

未来，不仅是企业大佬，其实，我们每个人都可以成为自己的CEO，把自己当成一家公司经营，打造响当当的个人品牌。

本文章均由本报记者吴清采写

3. 打造方法论

人格画像和冲突制造

创业近20年，周鸿祎正在用实践证明，老板做IP这件事情可以做、需要做。在周鸿祎看来，“99%的企业家都能做成”，除非你放不下身段。

那应该怎么做？周鸿祎说，自己唯一敢自吹的是，做真实的自己，靠直觉把真实性情表达出来。总结起来，“不装，不端，有点二”7个字。

他认为，不同于明星需要人设、摆拍、演戏来吸引眼球，创始人IP不能被包装。因为要长久做下去，人装不了太久。而且要避免模仿和教条，根据自己真实情况分享，要接地气。

换句话说，企业创始人多是各领域的专家能人，本身就有优势，在性格人设上，做到自然天成就可以了，做内容时做到不端不装，拍短视频多用随拍，而不是危襟正坐，内容上多共情，自然就有魅力。

没有人完美无缺，再好的人设也会坍塌。所以，梁将军认为，创始人IP不应该是一个电视剧脚本，而应该是一场真人秀脚本。创始人IP打造的第一步不是造人设，而是根据创始人的性格、专业、爱好，形成立体、丰满、有血有肉、可以容错的人格画像。

比如马斯克就常有一种贱兮兮的感觉，而雷军则自带大叔萌。

在构建起创始人IP的同时，梁将军认为，关键还是要做好用户流量的沉淀和转化，让流量沉淀为粉丝，让粉丝转化为对公司品牌的信任喜爱，甚至直接的购买行为。

这个很好理解，比如在企业遭遇危机时，明星式的创始人可能形象坍塌，遭遇巨大流量的反噬，但偶像式的创始人就很可能得到粉丝们的信任和更多的保护。

很多创始人IP的问题是，他们只是红了自己，但并没有带红自己的公司及产品，那这种创始人IP就是不及格的。

“大部分的创始人IP，经营的是用户的眼球，而不是用户的信任。就是赢得了部分人的关注，但没有对公司及产品有很好的赋能。”梁将军说。

为此，个人IP一定要和自身业务有很强的契合，且定位越垂直，越容易强化影响力和销售力。

这方面，雷军、董明珠等都是典范，梳理和回顾他们的微博或者各种互动行为，他们的内在目标一直很明确，就是认真认真、勤勤恳恳地在为公司出圈、产品转化做服务。

与此同时，人们都喜欢看有冲突的人和事，这是人的天性。因此，能不断制造冲突的个人IP才是受关注、有话题的个人IP。

《超级IP孵化原理》作者、内容营销孵化人陈格雷认为，雷军就很善于创造冲突，而且是楷模与假想敌一体的冲突。做小米手机的时候，雷军总是穿着黑T恤和牛仔裤，让人很容易想起苹果的乔布斯；而如今小米造车了，于是发布会上的雷军悄悄换装，穿上和马斯克相似的浅色西装、深色衬衫及西裤，于是大家又称他为雷克斯。

再比如，之前华为Mate 60的预热和发布，都精准放在了苹果发布会的前一天，自研芯片和90%以上的国产零件替代则让全球拆机此起彼伏，还有余承东“遥遥领先”之类言论，一波波的话题发酵，让华为Mate 60的发布成为现象级事件。

也就是说，与知名的行业先驱、领袖形成关联和冲突，不仅让用户不自觉地产生品牌关联，还制造了持续不断的话题流量。

流量。

而一个企业家个人IP的冲突，最好是来自对世界的挑战和对规律的突破，去打破常规、突破创新，才能让人发自内心地钦佩和传颂。

就像大家认同雷军，是因为他对于创新的渴望，对于未知的勇敢；认同罗永浩，是因为他背负巨额债务时没有逃避，没有卖惨，而是看到了其对创业的不懈努力，用自己实力上演了“真还传”。

每一个时代都有自己的英雄，去做出无人敢想、敢做的事情，恰好马斯克就是这样一个人。从最早的PayPal，到后来的特斯拉和SpaceX，马斯克持续的冒险创业经历，面向全人类的梦想，颠覆性的理念、想法，如殖民火星、脑机接口。因此，马斯克渐渐成为有远见的企业家精神和不懈追求突破的代名词。

为此，张颖认为，企业家IP要有精神内涵，还是需要传递一些世界观、价值观、人生观，引导、改变用户的思维和行为方式。

梁将军也认为，是人都有缺点和犯错的时候，特别是创始人IP这样放在聚光灯和舆论场中，就容易无数倍地放大。但如果创始人对社会有一个整体有益的价值观，并坚持输出和推进，就有了一个坚实的立脚地。

所以，我们看到马斯克不怕犯错，也不怕将失败和缺陷暴露在大众面前，还时不时在社交平台发表奇谈怪论，引发争议，但大家对他一直理解包容，甚至觉得这才是一个真实、可亲的人物。

但企业营销偏重创始人个人身上，也会存在一定弊端。如果企业家出现问题，或者某些观点被误解，可能反而会拖累企业发展，即便是马斯克也会遇到流量反噬的情况。

同时，企业家过多输出也会分散精力，如果深陷舆论漩涡，不仅可能会影响情绪，更有可能损害公众对企业品牌的印象。总之，企业家要看到IP和由此带来的流量也是一把双刃剑。

“打造企业家IP的终极目的不是要成为超级网红，构筑所谓的私域流量，然后将用户拉到自己的自留地里割韭菜。”张颖说，企业家IP应该是一代创业者或一些前沿领域的布道者、精神符号，让人对其理论、概念自然而然产生钦佩之意，进而信任公司品牌或购买产品，同时进一步对企业家给予更多的保护。

与此同时，人们都喜欢看有冲突的人和事，这是人的天性。因此，能不断制造冲突的个人IP才是受关注、有话题的个人IP。

梁将军则表示，传统的管理理念和身居高位，让很多创始人没有创始人IP的运营能力，甚至没有向公众去展示真实自己的意愿，在意自己公众形象的思想包袱很重，因此如果想做创始人IP的话，要放弃包袱，或在镜头前，或在文字里，或在音频里，找到最适配、最舒服表达的土壤，并不断适应和锻炼这种能力。

所以我们看到，任正非虽然没有像雷军、马斯克那样经常在社交平台发声，但各种华为内部会议记录、公开信、书籍经常流出，输出各种价值观和管理理念，一样很好地支撑起任正非企业思想家的IP形象。

梁将军认为，创始人IP的最高境界是符号化，符号化的意义有三个：一是让影响力破壁，二是延长生命周期，三是增大适配范围。企业创始人终究是商圈的人，但符号化的创始人可以进入娱乐圈；创始人终究会死，但符号化的生命可以永生。比如乔布斯成为很多果粉的桌面壁纸。