



# 中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

## 提升资产利用效率 财政多措并举“开源节流”

NA2

### 世界杯背后的商战

ND1



### 以业务视角融入金融数字化浪潮

与老板对话 ND3

过去30年中，中国金融行业的数字化发展突飞猛进，数字化已经覆盖了金融机构内部各业务条线和前中后台。在这波轰轰烈烈浪潮之中，金融IT公司作为行业的“送水者”，其在银行机构数字化转型中的推动力量不应被忽视。近年来，银行架构重塑的呼声不断，这种架构重塑不仅仅是IT的系统架构，也涉

及数据治理、业务、组织等更深层次内容。作为一家与中国金融业一起成长发展的企业，1987年，神州信息(000555.SZ)便进入了金融信息化服务领域，2013年实现A股上市。在30多年的发展中，这家公司经历了多次重要转型升级，在深耕银行核心系统建设的主航道基础上，不断参与到金融场景建设和生态

建设中。站在央行《金融科技规划(2022—2025年)》第二个三年起点，银行IT公司发展迎来又一次重要节点，应该如何看待当前国内金融数字化的现状和挑战？金融IT公司如何突破自身局限，扩展想象力边界，更深层次融入银行业务升级？近期，《中国经营报》记者专访了神州信息总裁李鸿春。

社评

### 加快制度化改革 建设中国特色现代资本市场

中国资本市场的改革备受各界重视，近年来在法治化、市场化和国际化建设中取得了一系列成绩，以此为基础，未来改革之路该如何走？近日，证监会主席易会满在2022年金融街论坛年会上表示，建设中国特色现代资本市场应坚持和加强党的全面领导、坚持服务实体经济着力点、坚持完善资本市场基础制度、坚持守住风险底线、坚持人民立场五大原则。

易会满提出建设中国特色现代资本市场，在于中国资本市场的健康发展，就是根据不同时期发展所需求、结合中国发展实际逐步推进的。正如易会满所指出的，多种所有制经济并存、覆盖全部行业大类、大中小企业共同发展的上市公司结构，既是我国资本市场的一大特征，也是一大优势。这就要求中国资本市场要在深入研究成熟市场估值理论适用场景的基础上，建设一套更加符合中国国情的估值体系，让更多的市场资源聚集到经济发展的关键领域。

显然，建设中国特色现代资本市场，关键在于加快制度化改革步伐。也因此，易会满提出了

一系列改革方向，包括投资机构的专业化能力提升，完善相应的会计核算、考核评价制度，秉持专业态度、涵养良好的职业操守，为上市企业和投资者提供高质量的投顾服务。在信息披露上，进一步突出简明易懂，让中小投资者愿意看、看得明白。督促上市公司更加关注中小投资者诉求，提供平等、畅通的交流渠道。更好落实先行赔付、责令回购、民事赔偿责任优先等制度安排。制定实施新一轮推动提高上市公司质量三年行动方案，深入推进股票发行注册制度改革，健全资本市场风险预防预警处置问责制度体系，为中小投资者提供立体化的投保安全网等。

相比于国外已经运行数百年、具有较多成熟经验的资本市场，中国资本市场仍处于小步快跑阶段，一方面要借鉴国际先进经验和管理模式，为我所用，另一方面则要遵循符合国情的发展规律，实现各项政策举措的本土化落地。对于监管层、上市公司、投资机构及投资者而言，都意味着更大力度的改革举措即将展开，所有人都必须加强学习，适应激烈变化的市场和制

度环境，从思想层面树立与资本市场发展所同步的价值观。不可否认的是，有部分参与者仍抱持传统思维，对已经和即将发生的一系列改革重视不够。如上市公司弄虚作假、实际控制人涉嫌内幕交易的事件频繁发生。部分投资机构今年以来的业绩表现不尽如人意，固然与大环境有关，也反映出其“散户化”倾向所带来的专业能力短板。这也印证了改革所向：任何参与主体无法适应中国资本市场的改革，就必然面临被淘汰的命运。

而在此过程中，监管层关于建设中国特色现代资本市场的探索，也将通过个案处理，以及更长远的制度完善加以验证。比如，近日曝出\*ST紫晶、泽达易盛两家科创板公司可能触及重大违法强制退市“红线”，监管层应对当初两家企业申请上市全流程进行责任追溯，从而查清其中存在的问题与纰漏，尽快予以修补，这将有利于科创板注册制改革的进一步完善。再比如，北交所股票将被纳入中证、国证跨市场指数体系。与此同时，北证50指数进入上线倒计时。此举一方面是对北

### 经济大势

A1~A4

- 王哲鹏：让柔性技术像纸一样 ..... A3
- 埃及气候大会： ..... A4
- 设立损失和损害基金迈出艰难一步

### 营商环境

B1~B16

- 信托探路“托孤”市场 ..... B3
- 分层管理梯度培育 ..... B4
- “专精特新”专板合力服务中小企业
- 银行鼎力支持中国制造转型升级 ..... B6
- G20转型金融框架落地 ..... B8
- 金融工具应用将受青睐
- 北京打造“种业之都” ..... B9
- 杭州推差异化购房政策 ..... B10
- 长三角多地楼市加速复苏
- 中国家电企业竞逐世界杯 ..... B11
- 国内文旅产业投资加码 ..... B14
- 新消费催生新模式
- 众生、特一股价为何暴涨? ..... B15

### 智在公司

C1~C8

- 中国电子云“混改”启动 ..... C2
- 国资云市场化再提速
- 长三角欲打造新型科创金融生态圈 ..... C3
- 中国动力电池“出海记” ..... C5
- 决战辅助驾驶下半场 ..... C7
- 极狐、长城、小鹏等车企角逐城市NOA

### 消费连锁

D1~D4

- 女子体育赞助升温 品牌打响争夺战 ..... D2

### 本期热词

#### 补科创

“从科技创新的角度来讲，我们国资国企在这些方面的布局，与外资企业甚至包括国内的一些民营企业相比还有不足，比如在高新技术产业里面。”

国资委将通过专业化整合 弥补科创短板 ND3

#### “保交楼”

不少银行纷纷表态，将落实监管在信贷投放上的部署，强化对普惠金融、重点项目建设等领域的信贷支持。与此同时，国有大行也在密集与房地产企业接洽，通过合作给予高额授信额度或达成融资合作意向，为房地产企业的合理融资需求提供保障。

金融支持实体再加码 监管推进保交楼政策落地 ND1

#### IT裁员

2022年以来，截止到11月22日，涉及850家科技企业裁减员工总数达137159人，尤其是6~8月期间每个月涉及裁员的科技公司数量都超过150家。而11月，随着Meta、亚马逊等科技巨头的加入，裁员规模更是达到了最高潮，美国科技企业裁员信息追踪网站Layoffs.fyi综合美国公开信息统计，11月单月总体裁员规模超过4.5万人。

美国科技企业裁员潮背后：战略转型和周期阵痛 ND1

#### 披萨热

随着披萨这一品类在消费者当中日益普及，披萨赛道的参与者越来越多。天眼查数据显示，2010年，我国只有55家注册披萨企业，而到了2020年，这个数据达到了8358家，披萨在一二线城市的普及率逐渐提高。

披萨“吃”出上市公司 百亿市场迈向差异化竞争 ND2



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

# 提升资产利用效率 财政多措并举“开源节流”

本报记者 杜丽娟 北京报道

受新冠肺炎疫情的冲击，今年以来扩大有效投资成为稳经济大盘的关键举措，然而在财政空间适时压减的情况下，撬动社会资本实现更大规模的投资拉动效应变得越发紧迫，在此背景下，PPP（Public-Private Partnership，政府和社会资本合作模式）被推到更加重要的位置。

作为PPP的主管部门，财政部最新的表态也为市场注入强心剂。在其近日发布的通知中明确指出，要从做好项目前期论证、推动项目规范运作、严防隐性债务风险、保障项目阳光运行等4方面保证PPP规

## 加快PPP规范运行

依法择优选择具有投资、运营能力的社会资本参与PPP项目。

截至今年第三季度，全国PPP综合信息平台管理库累计入库项目10331个、累计投资额达16.5万亿元，我国成为世界上规模最大的PPP市场。

这是财政部PPP中心最新公布的PPP投资情况，虽然受政策收紧影响，近年来PPP的投资增速有所放缓，但不可否认，当前背景下，PPP模式仍是稳增长、促改革、调结构、惠民生的重要抓手。

这种作用自2014年PPP模式推广以来就不断显现，在多个公开场合，PPP在扩大有效投资、撬动社会资本、促进投融资和财政体制发展等方面发挥的作用被多次提及。

然而，随着PPP模式的快速发展，PPP项目存在的运作不规范、竞争不充分、监管不到位的现象也时

## 压缩非必要支出

2023年中央部门“三公”经费财政拨款预算继续按照“只减不增”安排，地方财政也要按此原则从严从紧安排“三公”经费。

在保障PPP项目阳光运行的同时，针对存量资产转让项目运作，《通知》指出，对拟采用转让-运营-移交(TOT)等方式盘活存量资产的项目，应具有长期稳定的经营性收益，严格履行国有资产评估、转让程序，合理确定转让价格。

TOT项目不得由本级政府实际控制的国有企业作为社会资本方搞“自我循环”，不得通过将无经营性收益的公益性资产有偿转让或者分年安排财政资金支付资产转让成本等方式虚增财政收入。

事实上，今年以来，加大力度支持民间投资发展的政策措施，以落实好鼓励民间投资发展的各项政策措施，成为国务院常务会议一项重要内容。在国务院政策例行吹风会上，国

范发展，阳光运行。

此后，围绕财政部的表态，PPP圈也展开热议。对PPP来说，财政部在此时发布通知，除了为市场释放出积极信号外，也被市场解读为是积极财政政策的一个开源之策。

“今年以来，为应对三重压力叠



11月18日媒体报道  
财政部印发《关于进一步推动政府和社会资本合作(PPP)规范发展、阳光运行的通知》

其中提出：严守每一年度本级全部PPP项目从一般公共预算列支的财政支出责任不超过当年本级一般公共预算支出10%的红线。

PPP项目财政支出责任超过10%红线的地区，不得新上PPP项目。

PPP项目财政支出责任超过5%的地区，不得新上政府付费PPP项目。

视觉中国/图

认可。“从我们的观察看，目前各方已经认识到，对PPP既要监管但又不能苛责，这是PPP可持续发展的前提条件。”

对此，《通知》强调，要保障社会资本充分竞争，同时项目实施机构应坚持公平、公正、公开原则，依法择优选择具有投资、运营能力的社会资本参与PPP项目。鼓励国有企业、民营企业、外资企业等各类市场主体作为社会资本方平等参与PPP项目。

在上述PPP从业人士看来，随着各方对PPP的态度逐渐回归理性，PPP作为经济政策也受到市场

认可。“从我们的观察看，目前各方已经认识到，对PPP既要监管但又不能苛责，这是PPP可持续发展的前提条件。”

对此，《通知》强调，要保障社会资本充分竞争，同时项目实施机构应坚持公平、公正、公开原则，依法择优选择具有投资、运营能力的社会资本参与PPP项目。鼓励国有企业、民营企业、外资企业等各类市场主体作为社会资本方平等

## 科技研发带头人系列报道 ▶

# 王哲鹏：让柔性技术像纸一样

本报记者 倪兆中 北京报道

“未来，柔性技术不仅能够在手机、电脑上运用，还能在服装、汽车领域运用，而且用户体验更加完善。”谈起柔性技术的未来，王哲鹏想颇多。

王哲鹏属于典型的北方汉子，身形高大，同时又保持着知识分子的谦虚和儒雅，但一提起自己所从事的研究，又变得神采奕奕。

作为联想集团副总裁、联想研

究院PC设备和生态创新实验室负责人，王哲鹏是联想柔性电子技术研发工作的关键人物之一。近几年来，柔性电子技术领域的攻关研究，一直是他工作中的一个重心。

从全球首款柔性设备技术原型，到全球首款折叠屏翻盖手机，再到全球第一台水滴形折叠电脑，王哲鹏已带领团队创造了多个世界第一。在竞争日趋激烈的背景下，王哲鹏和他的团队，让中国科技企业在柔性电子技术领域

占据一席之地，还在诸多层面拔得头筹。

毕业于清华大学自动化系的王哲鹏，自加入联想后一直从事研发工作，先后从事过智能电视、无人商店、车计算等多个领域的研发。自从8年前开始接触到柔性显示屏之后，王哲鹏就认为那是未来的一个趋势，“是一件必须要做的事情。”

目前，柔性电子技术最常见应

用便是手机和电脑领域。相关研

究机构公布的数据显示，今年上半年国内智能手机出货量较往年有所下降，但折叠屏产品却逆势增长。这在某种程度上验证了王哲鹏的判断，人们会不断追求更舒适的体验。

在他看来，人类对柔性电子技术的应用，目前才刚刚开始，未来还有大有可为。“人类几千年来一直在追求更好的移动性，未来的柔性技术就会像纸一样，成本更低体验更好，极大地推动人类文明的发展。”

联想研究院推出了全球第一个真正可弯可折的柔性设备技术原型——手机手表二合一的CPlus和手机平板二合一的Folio。

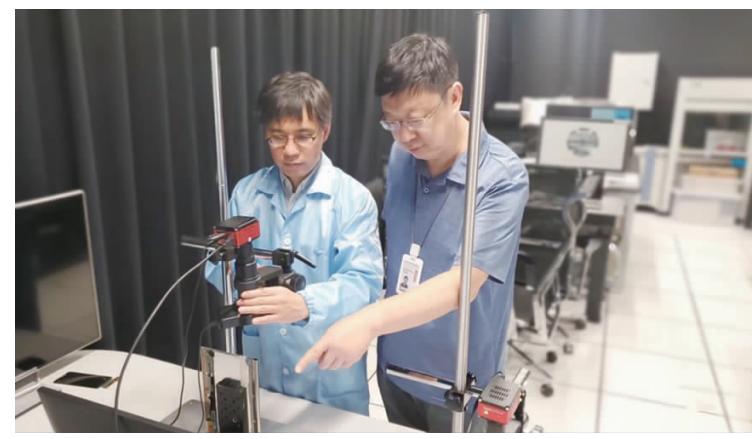
新一轮换机周期的发力点。

在新技术背景下，中国科技企业如何把握行业趋势，在全球竞争中脱颖而出？作为业界最早进行柔性技术和产品研究的公司之一，联想有自己的答案。

2020年9月，《联想柔性电子产品技术白皮书》发布。白皮书称，该公司从关键部件——屏幕和转轴到系统设计，从概念原型到商用产品，从产品形态到全生态系统，引领着柔性设备的创新和行业的发展。

时间回到2016年，在这年的联想创新科技大会上，联想研究院推出了全球第一个真正可弯可折的柔性设备技术原型——手机手表二合一的CPlus和手机平板二合一的Folio。这两款设备的面世，让折叠屏产品从概念变成了现实。

3年后，联想的柔性设备开始产品化，又创造了一项新的世界第一——全球首款折叠屏翻盖手机Motorola Razr 2019问世。作为全球首款竖向折叠屏手机，Motorola Razr 2019不是将平板电脑折叠成手机大小，而是将常规尺寸的智能



王哲鹏(右)和同事尚可在实验室。

本报资料室/图

手机对折成了尺寸更小、更容易携带的形态。

折叠屏在手机领域的成功运用，也让它在电脑上的应用成为可能。让柔性技术第一个在笔记本电脑上变为现实的产品是联想的ThinkPad X1 Fold，这款全球首款折叠屏笔记本电脑不仅是5G版的全球首销，还在设计、工艺、整机解决方案等方面做出多层突破。

事实上，折叠产品的技术研发一直没有间断。2022年，第三代Motorola Razr 5G可折叠刀锋手机

已上市，全球第一台水滴形折叠电脑 ThinkPad X1 Fold 2022 也已于10月对外正式发布。

这些柔性电子产品的面世，既是中国产品形态的丰富，更是中国柔性电子技术的彰显，向业界甚至全世界给出中国柔性电子产品“是什么、能做什么”的答案。

而王哲鹏，就是这些柔性电子技术研究工作的关键人物之一。几年间，他带领团队成员不断攻坚克难，创造出多个世界第一，推动柔性电子技术迈上新台阶。

## 涉足多个科技领域

当他第一次见到可以弯曲的屏幕时，就觉得“是一个必须去追求的创新”。

王哲鹏的经历，既简单，也丰富。

1994年，中国的互联网刚刚起步。那时的王哲鹏，还是一个青涩的小伙子。经过十几年的寒窗苦读，他从山西运城考入清华大学自动化系。1998年，他以校级优秀毕业生本科毕业，2000年底硕士毕业，次年进入IBM中国研究院工作。

在IBM期间，王哲鹏先后从事模式识别算法和个人电脑相关技术研究工作。“模式识别现在叫人工智能，那个时候人工智能这个词还不流行，你要说做人工智能，人

们

复刻经典手机

王哲鹏带领团队经过一年艰苦的研发和测试工作，实现了业界最早的水滴形可折叠屏幕。

在众多折叠屏产品中，Motorola Razr的“复活”为业界带来新的趋势。

Razr是摩托罗拉在2004年推出的一款超薄翻盖手机，凭借其俊朗的外形及卓越的手感迅速霸占全球市场，几年时间就销售过亿台，成为史上最成功的手机之一。

智能手机兴起后，传统手机由功能单一，逐渐被市场淘汰，Razr也在这样的大背景下，慢慢退出人们的生活。从功能机到智能机的转变，引发了多家巨头的衰落与新巨头的崛起。而摩托罗拉，则选择在2014年将手机业务出售给联想。

尽管智能手机的功能越发强大，但受客观条件约束，设计出来的

家会觉得是骗人的。”

2004年底，IBM将个人电脑业务出售给联想，王哲鹏也顺势成为联想的一员。某种程度上，王哲鹏自参加工作的20年来，也可以说一直在同一家公司工作。刚进入联想不久，他就被派到美国，从事联想和IBM两家团队研发业务的整合工作。

两年后，王哲鹏回到国内。那时候电视机还是家庭中的重要娱乐设备，他负责数字家庭相关的业务。“比方说在客厅放一个设备，可以把电脑或手机上的视频传过去，这种操作今天已经非常方便了，但

那时没有特别好的方案，也没有智能电视，所以就用一个盒子去做这种传输。”

智能手机兴起后，王哲鹏又和团队一起开发联想的第一款平板电脑。接下来的几年，他又先后从事过智能电视、智慧教育、无人商店、车计算等相领域的工作。

虽然一直从事科研，但王哲鹏却很喜欢历史，历史类书籍和小说均有颇多涉猎。在读历史类书籍的过程中，王哲鹏尤其关注文明的传承。

“人们最早记录信息都是在骨头、龟壳上刻画，后来有了竹简，但也非常占地方。”他认为，造纸术

运用是人类文明发展的一个极大飞跃。“纸张的柔性技术改变了这种状况，可以说，人们几千年来都在追求更好的移动性。”

当他第一次见到可以弯曲的屏幕时，就觉得“是一个必须去追求的创新”。那是在2014年的一次交流会上，一家供应商做好了屏幕样品，拿来讨论它的应用场景。“正好我们团队也对显示屏技术比较了解，当时就觉得这个很有意思，未来可能会成为趋势。”

2015年，联想研究院正式启动了柔性技术相关研究，次年便推出了两款技术设备原型。

手机都是清一色的直板式。各厂商

虽然在外观设计上做足了功课，但基本上都不能避开基本样式，远不及翻盖、滑盖手机的竞争斗艳。

造出一款翻盖智能手机，无疑是对手机市场的新一轮搅动。柔性技术的成熟，让联想复刻摩托罗拉这款经典手机成为可能。

王哲鹏说，当复刻Motorola Razr的想法提出后，公司对于是使用一块完整的可折叠屏幕还是使用上下两块屏幕产生了争论。于是两种方案各造了一台模型机，拿给企业负责人定夺，最终企业负责人拍板使用一整块可折叠屏幕。

方案确定后，产品团队提出了一个要求，当手机合上时，上下两

部分要完全贴合。这一要求看似简单，但却是一个不小的挑战。因为当屏幕折叠后，如果将屏幕压得过多，屏幕有可能被压坏，如果屏幕弯折得不够，又无法完全贴合。

经过多次尝试，王哲鹏和他的团队创造性地提出了水滴形的弯折方案，即当屏幕弯折后，弯折部分像水滴一样一头大一头小。屏幕先进行内弯，再经过两次外弯，从而既实现了弯折后的完美贴合，又不至于让弯折部分承受过大的应力。这个方案看似简单，但是对屏幕叠构设计提出了巨大的挑战。王哲鹏带领团队经过一年艰苦的研发和测试工作，实现了业界最早的水滴形可折叠屏幕。

解决了屏幕弯折的问题，王哲鹏又和他的团队研发出了相对应的星轨转轴技术。传统转轴方案会造成屏幕的拉伸或压缩，显然不适用于柔性屏幕，而星轨转轴可以使屏幕在弯折时留出足够的空间，以确保屏幕的状态正常。

水滴形弯折方案搭配星轨转轴，不仅可以在对折之后无缝隙，

展开时屏幕下方的金属结构还可

以将显示屏拉紧，保持平整。

这些元素让Motorola Razr 5G

成为市面上最早实现屏幕无折痕

和折叠无缝隙的折叠屏手机，推出

当日，2分钟内线上渠道售罄，线下

30个省份、170个城市的库存也在

当天销售一空。

讲，是非常清楚的，从产业链的角度来讲，比如推进专业化的整合，就是这段时间我们重点抓的工作。”《中国经营报》记者也从国资委了解到，已经有多个项目集中签约，进行了专业化整合，甚至进行了央地国企之间的专业化整合。比如，中国稀土集团与广晟控股集团在稀土产业、科研、人才等

## 看好柔性技术未来

在王哲鹏看来，柔性技术是未来的一个趋势，应用场景会越来越多。

柔性屏幕虽然很薄，但却是由显示层、偏光片、触摸板、不锈钢片等10多层功能结构叠加而成，任何一层出现问题都会导致屏幕无法使用。

实验室恒温恒湿的条件，不代表手机的真实使用场景。如何能让手机在海南、东北等地的极端天气下正常使用，研发人员模拟了相关场景，将屏幕放入专门的机器炙烤，观察它的变化。

尚可是王哲鹏团队的成员，他还保留着很多实验过程中留下来的屏幕“尸体”，有的发黑、有的发白，设置不同的参数，每一个“尸体”的反应各不相同，在经历过200多次的失败后，最终才找到适用于不同环境的屏幕堆叠。

对于折叠屏来说，一个大的挑战在于应对反复弯折。为验证柔性屏的设计是否满足产品的使用要求，需要借助弯折测试系统。然而市场上没有适用于水滴形弯折形状的测试设备。团队便自主研发了适用于水滴形的动态弯折测试系统和静态弯折测试系统。

有了这款测试设备，王哲鹏等人对屏幕进行了长时间大规模测试，使得最终产品弯折次数达到20万次以上。也就是说，假设用户每天开合100次，也能使用5年以上。

产品性能获得了业界的认可，2021年10月，中国计算机学会(CCF)2021年科学技术奖评选结果揭晓，王哲鹏团队研发的水滴形柔性屏技术及可折叠产品项目夺得技术发明二等奖。

CCF评奖公告指出：“水滴形柔性屏技术及可折叠产品持续开展柔性折叠核心技术研究以及创新折叠产品开发，凭借创

新的‘水滴形’设计实现了‘零折痕、零间隙’弯折设备的研发和量产，已成为全球柔性设备的龙头企业。”

王哲鹏对自己的产品很有信心，他自己也是Motorola Razr 5G的忠实用户，至今仍然使用着两年前的那款手机。外壳已经磨花，但屏幕仍旧保持完好。当谈及柔性技术的问题，他总是会掏出自己的手机作讲解，喜悦之情溢于言表。

在王哲鹏看来，柔性技术是未来的一个趋势，应用场景会越来越多。因为“柔性技术切实解决了用户想要尽可能地扩展屏幕空间，而又不至于使得尺寸变得太大的烦恼”。

他说，目前有很多汽车制造商对柔性屏幕很感兴趣，现在汽车中控屏越做越大，有些车辆直接凸出一块巨大的屏幕，显得比较突兀，如果使用折叠屏则会带来更加贴合的体验。

尤其是“透明A柱”开始受到行业关注，在驾驶位可以直接透过A柱看到车外。但A柱对于安全性的要求非常高，不能真的使用透明材料。如果在车外安装摄像头，在A柱内侧包裹柔性屏幕，就能解决这一问题。谈起未来使用场景，王哲鹏思绪飞扬，屏幕还可以穿在衣服上，就像《哈利·波特》里的《预言家日报》一样，能够显示各种画面，成本未来也会大大降低，即使坏了也不心疼。“真正把电子设备做到就像当年造纸一样。”

在他看来，人类对于高移动性的追求是不会发生变化的，在柔性技术领域，未来一二十年都有很多可做的事情，柔性设备只会越来越多。

## 助推行业制定规范

联想在2021年携手中关村标准化协会联合10家企业发布了《微型计算机用折叠显示屏技术规范》中关村标准。

在全球化背景下，一个产品往往需要多道工序合作完成。柔性电子产品的发展，不仅是本行业的进步，同时也推动上下游相关产业的发展。

王哲鹏介绍，为了保证折叠屏的坚固性，屏幕最下方使用了一块不锈钢片，这块不锈钢片需要能够反复弯折。在此之前，没有产品对不锈钢提出过这种需求，正是柔性屏幕的出现，让一些不锈钢厂家找到新的市场。

不少手机转轴厂商也有类似经历，智能机兴起后，一些传统手机转轴厂商因为技术变革，业务不断萎缩。不少手机转轴制造商以为将被市场淘汰时，翻盖智能机的出现，又给这些厂家注入新的活力。

为了推动国内折叠技术行业发展，联想还在2021年携手中关村标准化协会联合10家企业发布了《微型计算机用折叠显示屏技术规范》中关村标准。这项标准给折叠屏幕笔记本电脑这个超高端产品品类中的核心技术，也就是可以折叠显示的屏幕制定了技术规范与测试方法，为此项技术的进一步研发与制造提供了参考。

喜欢历史的王哲鹏，在采访中不止一次提起蔡伦。蔡伦改进了造纸术，推动了人类文明的进步。王哲鹏觉得，做事情就应当既实现自我价值，又有益于社会。

# 国资委将通过专业化整合 弥补科创短板

本报记者 索寒雪 北京报道

在推动科技创新的路上，国资将发挥哪些作用？

近日，在中国国有企业改革论坛上，来自各个领域的专家，对“新发展格局下国有经济布局优化和结构调整研究”发表了不同观点。

国务院国资委研究中心主任、党委委员、研究员郑东华透露，国资委将以专业化整合为抓手，弥补科技创新短板。

## 调研：国企需加大科创投资

“从科技创新的角度来讲，我们国资国企在这些方面的布局，与外资企业甚至包括国内的一些民营企业相比还有一些不足，比如在高新技术产业里面。”郑东华透露，“曾经统计过10年国家统计局关于高技术产业的数据，发现国有企业占的投资比例低于民企。什么为抓手能够更好实现这些目标，对国资委来

讲，是非常清楚的，从产业链的角度来讲，比如推进专业化的整合，就是这段时间我们重点抓的工作。”

《中国经营报》记者也从国资委了解到，已经有多个项目集中签约，进行了专业化整合，甚至进行了央地国企之间的专业化整合。

比如，中国稀土集团与广晟控

股集团在稀土产业、科研、人才等

多个领域开展合作，共同推进我国稀土产业高质量发展。航空工业集团与沈阳航空产业集团智能制造合作项目，对于航空工业集团聚焦航空主业、提升核心竞争力，推动地方培育专业化水平高、引领作用突出的航空智能制造“专精特新”优势企业具有重要意义。南方电网与云南农垦集团电力供应资

源整合项目，通过多种方式划转地

区公司股权，促进电力供应业务向

优势企业进一步集中。中国中化与海南地方国企开展专业化战略

资源合作，有利于中国中化优化产

业结构，增强核心主业竞争力。

国资委

也实施了一批央企间

协同的新项目。

中国宝武与中粮

集团正在推动的专业化整合及产

业链协同项目，能够有效推进产

业结构优化布局，将双方优势

转化成发展合力。中国电气装备

与国家电网、兵器装备集团在业

务、科技等领域开展多种方式合

作协同，补齐发展短板，形成集群

# 埃及气候大会：设立损失和损害基金迈出艰难一步

本报记者 万笑天 北京报道

经过两天的“拖堂”后，《联合国气候变化框架公约》(以下简称“《公约》”)第二十七次缔约方大会(COP27)于北京时间11月20日在埃及海滨度假胜地沙姆沙伊赫收官。大会从11月6日开始，原定会

期两周，有来自190多个国家、地区、国际组织的代表以及各界人士约4万人参加。

各国代表在11月20日凌晨达成协议，同意设立一个基金机制，以补偿因气候变化引发的灾害所导致的损失和损害。

这是“损失和损害问题”首次被

提上议程。一些国家对气候变化的责任最小，但却受到了严重影响，包括海平面上升以及日益频繁的极端天气事件。“损失和损害”指的是发展中国家在气候变化中付出的代价，他们认为应该得到补偿。

据了解，本次气候大会的讨论主要围绕四个议题展开：减缓(减少

温室气体排放)、适应(适应极端气候)、融资和合作。

落实承诺，是此次大会屡被提及的问题。开幕式上，《公约》执行秘书斯蒂尔表示，沙姆沙伊赫的会议将转向实施，各国领导人都会被要求为他们去年在格拉斯哥召开的《联合国气候变化框架公约》第二十

六次缔约方大会(COP26)做出的承诺负责。

斯蒂尔强调了大会的三个关键行动方向：将谈判结果转化为具体行动；在围绕气候变化的缓解、适应、资金以及损失和损害方面取得进展；在整个过程中加强透明和问责原则的落实。

## 损失和损害问题

“损失和损害问题是争议的焦点，牵涉发达国家对发展中国家的支持，尤其是资金支持。”

“气候变化给我们国家带来灾难和破坏，政府只能向国际货币基金组织和世界银行贷款以应对气候变化的影响……”一位非洲青年在大会上说，由于气候危机代价高昂，非洲国家无法得到发展，这对他们来说不公平。

巴基斯坦今年夏季遭受的洪灾，是气候变化冲击的典型案例。巴基斯坦总理夏巴兹·谢里夫在大会上表示，今年6月，由于气候变化所引发的灾难性洪水已经影响了巴基斯坦约3300万人(占全国总人口的15%)，其中一半以上是妇女和儿童，造成超300亿美元的损失(相当于全年GDP的10%)。巴基斯坦无力独自完成灾后重建，需要国际社

会的帮助。

当地时间10月2日，巴基斯坦国家灾害管理局表示，自6月中旬以来，该国季风暴雨和洪水已造成1695人死亡，另有12865人受伤。9月，联合国秘书长古特雷斯访问巴基斯坦后说，洪水最大时覆盖了该国约三分之一的国土面积，这是在全球变暖1.2°C的情况下发生的，而世界目前正处于整体上升3°C以上的轨道上。

据《三联生活周刊》报道，今年3~4月间的反常热浪导致巴基斯坦北部高原地带的冰川大量融化，而6月中旬提前抵达的季风又带来了相当于往年5倍以上降水量的暴雨，两项因素叠加，使得巴基斯坦全境从6

月下旬就进入了河水暴涨、大片农田被淹的危急状态。

6月14日，巴基斯坦信德省和俾路支省的夏季降雨量分别达到历史同期平均水平的784%和500%。热浪导致的喜马拉雅山和兴都库什山脉冰川融化在巴基斯坦西部和北部形成了多个巨大的堰塞湖，并在8月下旬决堤。

关于冰川融化，联合国教科文组织近日发布的研究显示，世界遗产地的冰川正在加速融化，其中三分之二将在2050年前消失。如果全球气温上升幅度能控制在工业化前水平的1.5°C以内，则仍有可能拯救其余的三分之二。

在联合国教科文组织的名单

上，融化速度最快的冰川位于中国云南三江并流保护区，其相对于2000年的体量减少57.2%。

巴基斯坦在全球碳排放份额中占据不到1%，却是10个受到气候变化影响最为显著的脆弱国家之一。不只是巴基斯坦，在印度北部、阿富汗全境、孟加拉国以及尼泊尔部分地区，2022年的季风暴雨和夏季洪灾同样造成超过3000人死于非命，形成一场波及整个南亚的气候灾难。

“损失和损害问题是争议的焦点，牵涉发达国家对发展中国家的支持，尤其是资金支持。”绿色和平全球资深政策顾问、联合国气候变化大会的非政府组织观察员李硕说，能不能建立一个资金机制，进行

损失和损害的补偿，发达国家对此的反对声比较大。

13年前，在哥本哈根举行的第15届联合国气候变化大会上，发达国家做出承诺：到2020年，每年向发展中国家提供1000亿美元，帮助其适应气候变化，并减缓气温的进一步上升。然而，这一承诺并未兑现。

据大会官方消息，为了解决损失和损害问题，德国宣布将提供1.7亿美元，比利时宣布将提供250万欧元专门援助莫桑比克。奥地利宣布提供5000万美元，此前承诺提供200万英镑的苏格兰宣布追加500万英镑。

尽管大会最终达成协议，同意设立基金，但这只基金还没有任何钱注入进去，而且“钱该给谁”也有争执。

上接 A3

## 专业化整合

国资委人士表示，国企应该深刻认识专业化整合是推动国有资本和国有企业做强做优做大的有力举措。有效推动国有资本有进有退、合理流动，在更大范围、更广领域稳步推进资源整合融合，增强国有经济的控制力和带动力，实现国有资本和国有企业做强做优做大、与各类企业互利共赢。

据了解，今后一个时期，中央企业专业化整合工作的主要任务是：重点围绕“突出实业、聚焦主业、做精一业”的目标，从“进、退、整、合”四个方面加大推进有关工作力度。

具体而言，做好“进”的工作，就是聚焦战略安全、产业引领、国计民生、公共服务等功能，加大国有资本投资力度，发挥国有资本引导带动作用，适时研究组建服务国家战略目标新要求的新企业。

同时，还要加大“两非”“两资”和管理链条过长企业的处置力度，坚决退出不具备竞争优势、缺乏发展潜力的非主业、非优势业务和低效无效、管理失控的资产。以优势企业为主体，深入开展企业之间同一业务或同质业务的整合，有效避免同质化竞争、重复投资，通过固链、补链、强链、塑链，打造全产业链竞争优势。支持中央企业之间采取共建产业生态圈、构建行业云平台等多种方式开展战略合作，加大新技术、新产品、新市场合作开发力度。

## 有记录以来最暖的8年

温室气体浓度不断上升，热量不断累积，在其推动下，过去8年已成为有记录以来最暖的8年。

2021年11月13日晚，在英国格拉斯哥召开的联合国气候变化大会延期一天后，在最后时刻艰难达成共识，大会主席阿洛克·夏尔马宣布了近200个国家达成一致的联合公报。

COP26重申了将升温控制在1.5°C以内的最终目标。一年过去，情况不容乐观，需要各国更多落实承诺的行动。

与COP27同时，世界气象组织发布的《2022年全球气候状况临时报告》指出，温室气体浓度不断上升，热量不断累积，在其推动下，过去8年已成为有记录以来最暖的8年。

对欧洲而言，或许情况更糟，在过去30年里，欧洲的气温上升幅度是全球平均水平的2倍以上。欧盟下属哥白尼气候变化服务局发布公报称，欧洲今年10月气温为有记录以来同期最高，比1991年至2020年的平均水平高出近2°C。

2022年11月7日，世卫组织欧洲区域办事处主任汉斯·克卢格在一份声明中说，根据各国目前提供的数据估算，今年夏季欧洲区域至少有1.5万人因高温天气丧生，其中德国大约4500人、西班牙将近4000人、英国超过3200人、葡萄牙逾1000人。

克卢格表示，随着更多国家报告死亡数据，上述数字还会增加。如果各国不采取“严厉”举措应对气候变化，高温和其他极端天气可能在未来数十年内“导致更多疾病和死亡”。

大会期间，作为世界最大碳排放国之一，中国《联合国气候变化框架公约》国家联络人向秘书处正式提交《中国落实国家自主贡献目标进展报告(2022)》。报告指出，经初步核算，2021年中国碳排放强度比2020年降低3.8%，比2005年累计下降50.8%。

不过，联合国环境规划署发布的《2022年排放差距报告》显示，自去年

COP26以来，各国的最新承诺对预测的2030年排放量的影响微乎其微。目前，各国民政的气候政策可能使本世纪全球平均气温上升2.8°C，而实施目前的承诺只能将本世纪末的气温上升降低到2.4~2.6°C。

该报告发现，只有紧急进行全系统转型，才能实现2030年内限制温室气体排放所需的巨大削减；与基于当前政策的预测相比，实现1.5°C的目标需要45%的减排力度，实现2°C的目标需要30%的减排力度。

“这次大会没有出现特别重磅的新的减排承诺，尤其是比较大的

排放国。”李硕称，减排承诺去年出现的较多，这也是现在全球气候治理要转变为落实执行的反映。但气候变化问题的一个挑战，就是既有的气候目标还是力度不足，肯定不足以实现《巴黎协定》的温控目标，即“相对于工业化前的全球平均温升水平控制在2°C以内，并努力争取控制在1.5°C以内”。

最终协议发布后，古特雷斯在沙姆沙伊赫现场录了一段视频，他表示，“显然，这(设立基金)还不够，但这是一个急需的政治信号，以重建被破坏的信任”。

# 中经传媒智库·中经参考

重磅发布

洞察政策走向 解读经济规律 前瞻全球战略 助推商业发展

- 汇聚中国社会科学院及知名机构专家资源
- 依托《中国经营报》社37年媒体传播平台优势
- 为企业家提供决策参考

观大势 智金融 产业策 智库说

每周为您提供高端的思想智慧和深度解读

中国社会科学院的智慧支持和战略指导、《中国经营报》社有限公司主办、中经传媒智库出品

联系订阅：陈老师 18611627538



中经传媒智库  
官方网站



中经传媒智库  
官方微博



广告

# 金融支持实体再加码 监管推进保交楼政策落地

本报记者 杨井鑫 北京报道

当下,金融支持实体经济的政策力度不断加码。监管不仅要求商业银行在信贷投放上加大力度,并对小微存量贷款适度让利,

还将适时适度运用降准工具保证市场流动性充裕。同时,“保交楼”政策的推进亦成为监管工作重点之一,商业银行对优质房企的支持已经进入到实操阶段。

据《中国经营报》记者了解,

## 稳经济政策持续发力

要进一步加大金融对实体经济的支持力度,推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。

11月23日,国务院总理李克强主持召开国务院常务会议,部署抓实抓好稳经济一揽子政策和接续措施全面落地见效,巩固经济回稳向上基础。会议强调,加大金融支持实体经济力度,引导银行对普惠小微存量贷款适度让利,继续做好交通物流金融服务,加大对民营企业发展支持力度,适时适度运用降准等货币政策工具,保持流动性合理充裕。

11月21日,央行和银保监会联合召开全国性商业银行信贷工作会议座谈会,研究部署金融支持稳经济大盘政策措施落实工作。央行副行长潘功胜、银保监会副主席肖远企,以及各地方分支机构的负责人均参会,国有四大行、邮储银行,以及中信银行、光大银行等股份制银行的主要负责人也悉数到场。

会上,监管和金融机构代表介绍了金融支持实体的落实情况,同时介绍了即将出台的一系列举措,全力推动经济进一步回稳向上。按照监管要求,全国商业银行要增强责任担当,主动靠前发力。要用好政策性开发性金融工具,扩大中长期贷款投放,推动加快形成更多实物工作量,更好发挥有效投资的关键作用。同时,发挥好设备更新改造专项再贷款和财政贴息政策合力,积极支持制造业和服务业有效需求,进一步加大对小微企业、个体工商户、货车司机等市场主体的支持力度,按照市场化原则积极支持符合条件的普惠小微企业贷款延期还本付息,主动向实体经济

央行和银保监会近期召开一场高规格的信贷座谈会,明确了加大信贷投放支持实体经济及金融支持房地产平稳发展的政策方向。

不少银行纷纷表态,将落实监管在信贷投放上的部署,强化

对普惠金融、重点项目建设等领域的信贷支持。与此同时,国有大行也在密集与房地产企业接洽,通过合作给予高额授信额度或达成融资合作意向,为房地产企业的合理融资需求提供保障。



央行推出“保交楼”贷款支持计划,提供2000亿元零成本资金。 视觉中国/图

减费让利。

据记者了解,央行和银保监会联合在四季度召开信贷工作座谈会较为罕见,这也与当前国内经济形势和金融政策的落地情况密切相关。由于四季度的经济表现在全年中的分量最重,而央行公布的10月份社会融资数据却偏弱。在这个关键的时间点,稳经济政策的进一步发力显得十分必要。

同日,国家开发银行副行长王卫东在2022年金融界论坛年会上表示,今年以来,国际环境更趋复杂严峻,“需求收缩、供给冲击、预期转弱”三重压力叠加,主要经济数据波动加大。但是,我国构建新发展格局的要素条件较为充足,经济长期

向好的基本面没有改变,稳经济系列措施加快落地见效,有效需求恢复的态势将日益明显,工业增长动力、投资信心将继续增强,经济回稳向上态势将不断得到巩固。

“下一阶段,要进一步加大金融对实体经济的支持力度,推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。一是加大信贷投放力度,保持信贷总量平稳增长;二是用好开发性金融工具,加大对基础设施重点领域支持力度,扩大有效需求;三是持续优化金融供给,进一步做好对制造业、科技创新、小微、绿色、对外开放等重点领域信贷支持工作;四是坚持市场化、法治化原则,统筹好信

贷平稳增长和防范化解金融风险。”王卫东指出。

公开信息显示,今年前三季度多家上市银行的制造业贷款、普惠金融贷款、绿色信贷等重点领域贷款规模实现了两位数增长。以制造业贷款为例,工商银行、建设银行前三季度制造业贷款的增幅分别达到37.5%和32%,兴业银行、招商银行、光大银行等银行的制造业贷款增幅都在20%以上。

“企业贷款在社会融资中是一个亮点。但是,从目前情况看,有不少企业的贷款并未提款形成有效投资,这种现象将在一系列的政策推进后有所改善。”一家券商宏观分析师称。

## 深化与房企全方位合作

在政策引导下,会有更多的银行对房地产企业加大授信,尤其是优质头部房地产企业的融资会容易很多。

贷款、债券承销与投资等业务方面,进一步加深合作,建立长期稳定的合作关系。

农业银行方面表示,近几年,该行牢牢坚持“房住不炒”总体定位,紧紧围绕“稳房价、稳地价、稳预期”目标,积极支持房地产企业正常融资需求,保持房地产融资平稳运行,有力支持了普通商品住房、租赁住房、共有产权住房、城市更新改造、老旧小区改造等业务发展。

会议当天,央行和银保监会也发布了《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》,提出了稳定房地产开发贷款投放;支持个人住房贷款合理需求;稳定建筑企业信贷投放;支持开发贷款、信托贷款等存量融资合理展期;支持开发性政策性银行提供“保交楼”专项借款;做好房地产项目并购金融支持等16项具体措施。

此前有消息称,监管拟发布保交楼的贷款支持计划,向商业银行提供2000亿元的免息再贷款,支持商业银行提供配套资金用于支持“保交楼”。

民生银行首席经济学家温彬认为,房地产无疑是当前政策扶持的重点。目前来看,民营房地产企业的信用风险是房地产市场问题的关键。近期,监管层已经连续推出一系列支持政策,鼓励商业银行发放保交楼贷款,以确保项目正常推进。

在政策的鼓励下,国有大行已经行动起来,一天之内传出7家房地产企业与银行签约达成授信和融资方面战略合作的信息。例如,11月23日,农业银行与中海发展、华润置地、万科集团、龙湖集团、金地集团举行银企战略合作协议签约仪式,银企各方将利用各自行业优势,整合资源,深化全面合作,按照自愿平等、互利共赢的原则,围绕商品房、保障房、城市更新等重点领域,在房地产开发贷款、个人住房按揭贷款、并购

贷款、债券承销与投资等业务方面,进一步加深合作,建立长期稳定的合作关系。

农业银行方面表示,近几年,该行牢牢坚持“房住不炒”总体定位,紧紧围绕“稳房价、稳地价、稳预期”目标,积极支持房地产企业正常融资需求,保持房地产融资平稳运行,有力支持了普通商品住房、租赁住房、共有产权住房、城市更新改造、老旧小区改造等业务发展。

同一天,中国银行和交通银行均与万科集团签署了全面战略合作协议。根据协议,两家银行分别将为万科集团提供1000亿元意向性综合授信额度,在房地产开发贷款、并购贷款、债券承销与投资、个人住房贷款、保函、供应链融资等业务领域深化全方位合作。

另外,交通银行还与美的置业签署全面战略合作协议。根据协议,交通银行将为美的置业提供200亿元意向性综合授信额度,并提供多元化融资服务,包括但不限于房地产开发贷款、并购贷款、债券投资等。

除了上述三家银行之外,市场有消息称,工商银行也将于近期与龙湖集团、碧桂园等房地产企业签署银企战略合作协议,提供数百亿元意向性授信额度,预计很快陆续签约。

“在保函置换预售资金的政策推出之后,监管的‘金融十六条’将全面纠偏银行不愿支持开发项目的融资及对房地产企业收缩贷款、抽贷等行为。一些经营稳健但面临暂时困难的房地产企业,其资金压力将在短期内得到缓解。”前述券商宏观分析师表示,在政策引导下,会有更多的银行对房地产企业加大授信,尤其是优质头部房地产企业的融资会容易很多。

## “代理退保”乱象整治升级

本报记者 陈晶晶 北京报道

近年来,以“代理退保”名义诱导消费者退保并购买非保险金

融产品的套路层出不穷。退保背后的“黑色”产业链,不仅蚕食着保险机构经营利润,也侵害了消费者合法权益,破坏保险市场健

康发展秩序。

今年以来,重庆、北京、四川、陕西、江苏等各地银保监局均发布相关风险提示,提醒消

费者注意防范“代理退保”相关风险,避免遭受难以挽回的资金损失。

《中国经营报》记者注意到,近

期,有关部门整治“代理退保”黑产措施持续升级。银保监会、公安机关、市场监管总局等多个部门正在联合开展整治“代理退保”黑产乱

象专项行动。一套自上而下、由点及面,覆盖信息共享、线索识别、风险预警、应对处置的打击“代理退保”黑产机制正在形成。

## 滋生新型骗局

近年来,一些机构、组织或个人打着为消费者“维权”的旗号,声称可帮助消费者“全额退保”,怂恿或诱骗消费者委托其办理退保事项。实际上,是以“维权”之名行非法“牟利”“诈骗”之实。

通常,代理退保机构会在互联网社交平台、抖音等社交平台上投放广告,或者直接购买投保信息,以“全额”为诱饵怂恿本身并无退保意愿的消费者退保。例如,一些代理退保机构冒充监管部门、保险公司工作人员或法律工作者,或以“与银保监局合作”等名义,通过QQ群、微信群、朋友圈、电商平台等公开渠道,谎称消

费者所购买的保险产品“已有多名消费者投诉,保险公司存在欺诈”,或以“继续持有将会蒙受巨大经济损失”等言论怂恿消费者退保。

业内人士透露称,代理退保人员还会提供话术,唆使消费者无视合同约定,要求消费者通过电话录音、微信聊天等方式诱骗保险销售人员回复,进行虚假取证;或者通过伪造微信聊天记录、捏造违规销售的虚假事实,向监管重复投诉,以达到收取高额代理手续费的非法目的。

“他们会要求消费者签订‘全权’代理合同,收取高达20%~

50%的‘代理维权’手续费,这些手续费甚至远高于客户正常退保的损失。”上述业内人士进一步称。

不仅如此,根据监管披露信息,“保单贷款型代理退保诈骗”“退保买新卷钱跑路”等新骗局也随之衍生。

广西银保监局发布文件称,接到反馈,有不法分子谎称其为保险公司员工,以“梳理保单信息”等名义联系保险消费者,声称能帮消费者全额退保,随后利用保单贷款套取资金,并谎称是第一笔退保金,骗取消费者信任,在收取所谓的“代理退保手续费”后失联。消费者非但拿不到退保

金,事后还要自己偿还保单贷款。

此外,部分“代理退保”团伙利用消费者身份信息、通讯信息、家庭住址、金融账户、保险合同等敏感信息,办理小额贷款、申请信用卡等,恶意透支消费者个人信用。

近日,银保监会发布的《关于深入整治“代理退保”黑产乱象的通知》(以下简称“《通知》”)指出,近年来,保险行业积极开展“代理退保”涉及的违法犯罪和违规问题整治工作,取得初步成效,但“代理退保”黑产尚未肃清,仍存在反弹蔓延势头,严重扰乱了保险市场秩序,侵害保险活动当事人合法权益,影响社会稳定。

单套利核验机制及问题保单筛查模型,注重收集“代理退保”黑产违法犯罪线索,及时向公安机关报案,并配合做好案件调查工作,保险行业协会加强指导。银保信公司要开展大数据监测分析,结合业务数据、人员异动、资金流向等排查“代理退保”违法犯规线索,及时上报监管部门并以适当方式提示相关保险公司。

针对频繁出现的“恶意退保”“代理退保”乱象,今年以来,多地银保监局发布了《关于防范“代理退保”有关风险的提示》,提醒消费者注意防范。

重庆市公安局刑侦总队表示,

四川等多地公安机关近日发布公告,向社会征集“代理退保”黑产犯罪线索。据悉,各地公安与银保监局协作正在组织开展集中打击“代理退保”黑产违法犯罪专项行动。

“平安重庆”官方公众号显示,重庆市公安局刑侦总队牵头成立专项行动工作组,与重庆银保监局、重庆市市场监督管理局、重庆市保险行业协会等部门加强协作,深挖彻查犯罪,严厉打击非法“代理退保”,全力维护群众财产安全。

重庆市公安局刑侦总队表示,目前,警方已经掌握了一批“代理退保”黑产违法犯罪线索,正深入

侦查,将坚决依法从严惩处,全链条打击。对专门从事“代理退保”的黑产机构,将会同有关部门立即关停处置,并及时冻结涉案资金,全力追赃挽损,最大限度挽回群众和保险企业的经济损失,维护社会大局稳定。

《通知》还要求,保险行业协会要牵头制定整治“代理退保”乱象行业自律公约,建立从业人员和机构失信惩戒机制,研究“代理退保”虚假广告诉识别方法,在相关案件的信息共享、线索识别、风险预警、应对处置等环节,形成步调统一的联防联控机制,并就完善有关信访投诉统计口径等提出政策建议。

## 从源头规范销售行为

根据《通知》要求,各人身保险公司和相关保险中介应积极落实自律规范要求,加强对从业人员、销售行为、保单品质以及客户信息管理,从源头铲除“代理退保”黑产滋生土壤。

某保险公司高管对记者表示,追溯滋生“代理退保”黑产的根源,实际上与保险销售环节夸大保险责任、夸大保险产品收益、承诺返佣、将保险产品与其他理财产品混淆等不合规因素有关系。因此,要从保险销售渠道入手,从源头上减少消费者投诉,从根本上遏制代理退保“黑产”的发展。

“退保黑产与行业过去大进大出的保险代理人‘人海战术’有一定的关系,超高的销售人员脱落率、大量的‘自保件’或‘互保件’都为当下的退保黑产埋下了隐患。保险机构需要反思‘人海战术’的负面影响,直面‘退保黑产’折射出的保险销售行为不规范,以及保险责任和免责条款等瑕疵漏洞,切实提高代理人质量、提高保险代理人规范服务能力,才能从源头上降低‘恶意退保’的可能性。”上述高管指出。

值得一提的是,银保监会在规范保险销售行为方面已经有所行动。今年7月,银保监会起草了《保险销售行为管理办法》(征求意见稿)(以下简称“《征求意见稿》”),并向社会公开征求意见。《征求意见稿》以保险销售流程为主线,分别对保险销售前、中、后的行为规则做出了规定,涉及产品分级、销售人员分级、禁止炒作停售及价格变动、禁止强制搭售和默认勾选等内容。

在销售前,明确产品人员分类分级管理,保险公司及中介机构应建立销售宣传管理制度,禁止炒作停售及价格变动;在销售中,要求销售过程可回溯并做到了解投保人保险需求、风险特征以及保费承担能力,若出现需求与产品不符、保费承担能力不足、重复投保等情形需建议投保人终止投保,同时禁止强制搭售;在销售后,应按规定执行保单送达及回访,长期险销售人员离职变动后及时通知客户明确保单状态及后续服务途径,禁止不正当代理退保。

银保监会表示,《征求意见稿》是落实以人民为中心发展思想、切实提升保险消费者获得感的重要举措,是健全行为监管制度体系、完善保险销售行为监管框架的基础环节。后续将以征求意见稿为基础,陆续出台分领域实施细则,全方位、系统化规范保险销售行为。

## 相关部门联手打击

银保监会《通知》明确,保险行业协会、银保信公司、各人身保险公司要将整治“代理退保”黑产乱象作为当前和未来一段时期的重点工作,成立专项工作组,聚焦违规主动开展向保险活动当事人推介保险退保业务咨询代办等经营活动、误导投保人退保、扰乱市场秩序的组织或个人,深挖“代理退保”背后可能涉及的侵犯隐私、佣金诈骗、敲诈勒索等问题,明确工作任务,细化工作措施,加强协同配合,深入开展整治工作。

《通知》要求,各人身保险公司要深入开展自查,建立公司内部保

# 特定养老储蓄试点启动 产品优势凸显

本报记者 王柯瑾 北京报道

今年以来,各类个人养老金产品争相问世,不断满足我国居民多元化养老投资需求。

继11月4日《个人养老金实施办

## 兼顾养老与普惠特性

特定养老储蓄产品定价高于普通定期存款,既是人民群众的“养老安心钱”,也能作为“临时应急钱”。

根据央行、银保监会7月29日发布的《关于开展特定养老储蓄试点工作的通知》(以下简称“《通知》”),自今年11月20日起,由工商银行、农业银行、中国银行和建设银行在合肥、广州、成都、西安和青岛开展特定养老储蓄试点,试点期限暂定一年。试点阶段,单家试点银行特定养老储蓄业务总规模限制在100亿元以内。

记者从工商银行了解到,11月20日,该行在五个试点城市发行特定养老储蓄产品。

工商银行方面表示,作为首批试点银行,该行积极践行以人民为中心的发展理念,在央行和银保监会的指导下,推出了兼顾养老和普惠特性的特定养老储蓄产品,以满足人民群众多样化养老金融需求。

据介绍,此次该行推出的特定养老储蓄产品,包括整存整取、零存整取、整存零取三种类型,涵盖5年、10年、15年、20年四个期限,储户可根据自身情况选择不同类型和期限产品。

工商银行方面表示,特定养老储蓄产品定价高于普通定期存款,且无论客户存入多少金额均享受同

法》发布后,11月20日,工商银行率先在广州、青岛、合肥、西安、成都五个城市发行特定养老储蓄产品,这是我推出的第一款特定养老储蓄产品。

据悉,此次推出的特定养老储

蓄产品,包括整存整取、零存整取、整存零取三种类型,产品期限分为5年、10年、15年、20年四档。

在业内人士看来,在目前低利率环境下,特定养老储蓄产品具备

优势。从收益角度讲,特定养老储蓄产品利率略高于大型银行普通5年定期存款;从安全性角度讲,在市场波动频繁的环境下,储蓄型产品是一个不错的选项。

## 银保监会和人民银行联合发布《关于开展特定养老储蓄试点工作的通知》

自2022年11月20日起

由工商银行、农业银行、中国银行和建设银行在合肥、广州、成都、西安和青岛市开展特定养老储蓄试点

试点期限暂定一年

试点阶段,单家试点银行特定养老储蓄业务总规模限制在100亿元人民币以内



储户在单家试点银行特定养老储蓄产品存款本金上限为50万元

特定养老储蓄业务的推出将进一步丰富养老金融产品。

人民视觉/图

样的存款利率,急用钱时还可以提前支取,既是人民群众的“养老安心钱”,也能作为“临时应急钱”。

工商银行方面还表示,该行尤为关注储户办理特定养老储蓄产品的业务体验,努力做好线上、线下全渠道响应。储户存入时,可通过营业网点柜台,持试点地区签发的身份证件办理。查询、支取、销户、零存整取续存时,可通过营业网点柜台、智能终端、网上银行、手机银行办理。签订协议后还可以享受自动续存零存整取资金、自动支取整存零取资金等服务。在重要服务环节,该行均提供短信提醒,让

客户无忧、安心的办理特定养老储蓄产品。

对于特定养老储蓄试点的正式启动,融360数字科技研究院分析师刘银平表示:“特定养老储蓄业务的推出将进一步丰富养老金融产品,满足人民群众多样化的养老需求,引导居民长期积累的习惯,推动商业养老金融改革发展。”

值得注意的是,今年以来,养老第三支柱建设加速推进。11月18日,银保监官网发布《关于印发商业银行和理财公司个人养老金业务管理暂行办法的通知》。谈及参加人可以通过个人养老金账户购买

哪些个人养老金产品时,银保监会有关部门负责人表示,参加人可以通过个人养老金账户购买个人养老保险、个人养老金理财产品、个人养老金保险产品、个人养老金公募基金产品等个人养老金产品。其中,开办个人养老金业务的商业银行所发行的储蓄存款(包括特定养老储蓄,不包括其他特定目的储蓄),均可纳入购买范围。

业内人士分析认为,未来养老主题金融产品货架将愈发完善和成熟,特定养老储蓄产品或将成为个人养老金账户的投资方向之一。

## 收益及安全优势显现

后续来看,预计投资策略成熟、投资风格稳健且投资收益具备竞争优势的产品将更好地抢占市场份额。

记者了解到,其他试点银行也正在根据监管部门要求有序推进特定养老储蓄试点准备工作。

对于面世的特定养老储蓄产品,受访人士均认为,一方面,在目前市场低利率环境下,与其他银行存款产品和众多长期理财产品相比,特定养老储蓄产品目前具有相当竞争力。另一方面,近期债券市场波动,多款理财产品收益受到影响,过去的“刚兑”更是不复存在。这对于追求稳健且对现金流有要求的投资者而言,特定养老储蓄产品是一个有优势的选择。

光大证券金融业首席分析师王一峰表示,特定养老储蓄针对不同年龄客群设置了差异化期限选择,仅限持有试点城市居民身份证、35岁以上的客户购买。其中,

50岁以上客户可以购买所有期限产品;45~49岁客户可购买10年、15年、20年期限产品;40~44岁客户可以购买15年及20年以上产品;35岁以上客户则仅可购买20年期限产品。

王一峰进一步分析称,特定养老储蓄产品前5年进行一次结息,5年以后将根据当时的市场利率重新定价,这有助于降低银行利率风险。在利率长期下行预期下,如果对10年期以上存款定价较高,银行可能面临利率风险。5年后随市场利率重定价安排,有助于缓释利率风险。

同时,王一峰也指出,首发产品利率具有吸引力,但后续高收益是否可以持续存在不确定性。“广州特定养老储蓄所有期限的年利率均为

4%,同期四大行5年期存款挂牌利率为2.65%。考虑到银行体系资金本身具有‘借短贷长’的特点,长期限的养老储蓄降低了存贷期限错配,却很难借助更长期限设置来增厚收益。”

在王一峰看来,投资者对稳健性较高的银行类产品更为青睐。目前市场上主流养老金融产品包括养老理财、养老目标基金、商业养老保险、养老储蓄等。根据中国养老金融50人论坛发布的《中国养老金融调查报告2021—2022》,银行存款或银行理财是公众进行养老财富储备的主流方式,对其他风险相对较高却可能获得高收益的养老金融产品(如股票、基金、信托等)的配置意向相对有限。即便在通过税收优惠方式激励投资者参与养老金融市场

情况下,调查对象仍然更加偏向于银行理财、银行储蓄这类风险较低、收益稳定的产品。后续来看,预计投资策略成熟、投资风格稳健且投资收益具备竞争优势的产品将更好地抢占市场份额。

在招联金融首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼看来,特定养老储蓄试点基于我国公众储蓄偏好来创新产品和服务,有助于进一步丰富养老金融产品供给,与养老理财产品、养老保险产品和养老基金产品等形成补充。其建议:“在试点的基础上,应尽快总结试点经验教训,适时增加试点产品规模,并将试点扩大到其他大型银行和中小银行,以更好地满足公众对养老储蓄的需求。”

# 个人养老金开户竞争日趋激烈

本报记者 秦玉芳 广州报道

日前,证监会官网公示了个人养老金基金名录及销售机构名录,40家基金公司旗下共计129只养老目标基金入选,16家商业银行列入

销售机构名单。

随着个人养老基金销售机构名单出炉,商业银行“个人养老金”业务开户竞争也进入白热化阶段,各家银行纷纷推出开户优惠举措,抢占开户资源。

## 银行备战基金代销

证监会11月18日发布个人养老金基金和个人养老金基金销售机构名录,共有40家基金公司的合计129只基金产品入选基金名录,16家商业银行、14家证券公司以及7家独立基金销售机构入选销售机构名录。

融360数字科技研究院分析师刘银平表示,从已经公布的养老基金产品代销机构名单来看,基本上都是行业内综合财富管理水平较强、客户数量较大的金融机构。

刘银平指出,普通基金的代销机构很多,个人养老基金、养老理财产品的代销机构则有一定限制。不过,由于养老金融产品的发展时间较短,部分产品还在试点阶段,后期可能会有更多金融机构加入发行及

代销机构行列。

此刻,入选银行正在积极筹备养老保险上线开售。某股份银行零售业务人士向《中国经营报》记者透露,该行已经与合作机构筛选了80余只基金产品代销,其中20多只有Y份额,管理费和托管费均打5折。

“各家银行准备的产品差别不是很大,产品类型上也都以稳健产品为主。现在正进行系统对接,等验收完成就可以上线。根据政策,12月31日前开户并入金的,今年就可以享受税收减免政策。所以,如果没有特殊情况,基本在12月31日前就要落地,大家也都在抢这个点。”上述股份银行零售业务人士如是表示。

上述股份银行零售业务人士表

示,在系统对接、测试验收等准备工作紧锣密鼓推进的同时,银行也在强化投资者教育工作,对销售团队进行内部销售培训,引导投资者合理配置产品。

刘银平指出,商业银行自营的理财产品以中短期为主,风险等级以中低风险为主,客户对资金的流动性和稳定性要求较高。但养老保险产品普遍具有长期性的特征,且部分产品收益波动较大。“银行需要做好投资者教育工作,培养投资者的长期投资、价值投资理念,并且要向合适的投资者推荐合适的金融产品。”

不过,上述股份银行零售业务人士也指出,对于个人养老基金的销售,前期银行预期并不会太高。

“近期股市、债市波动大,理财产品频频破净,投资者对理财、基金的反映比较冷淡。所以各家银行前期都在加大优惠力度,除了管理费、托管费打折外,有些银行还配套了开户奖励金等优惠举措。”

对此,中国银行研究院吴丹认为,随着养老基金、养老理财等受到越来越多关注,银行养老保险产品的代销业务将面临愈加激烈的竞争。在理财净值化时代和资管新规要求下,银行代销养老基金等业务面临更高的行业要求,不能再以片面追求销售规模和推广高收益产品为主,而应更加注重打造产品特色,优化渠道建设,提高投顾能力,以更好的服务多样化客户需求。”

# 资金大举投资港股板块波动或加大

本报记者 易妍君 广州报道

均实现较快增长。

在机构看来,近期港股市场的反弹得益于多重因素。博时基金宏观策略部认为,近期海外紧缩预期缓和及国内稳增长预期改善,港股流动性环境好转,反弹有望延续,但仍要继续跟踪海外通胀变化,以及由此引发的紧缩节奏变化。

事实上,自2021年春节后,港股就步入震荡下行区间,调整时间超过一年半。直至今年11月初,港股市场终于迎来一股暖意。

谈及助推港股上涨的主因,嘉实基金指数投资部负责人刘珈吟向《中国经营报》记者指出,由于近期释放了一些对经济、房地产政策的积极信号,叠加国内稳增长预期,均利好港股修复,形成了本轮反弹的有力支撑。

“近期因为美元利率见顶回落、美联储加息的进程暂缓,以及国内经济复苏的预期明显加大等几方面因素的共同作用,使得港股反弹比较迅猛。而且,因为港股之前的调整更加充分,所以这一轮港股的反弹幅度比A股更强。”排排网旗下融智投资基金FOF基金经理胡泊分析称。

安爵资产董事长刘岩则表示,港股本次反弹主要动力来自疫情防控政策调整预期,以及市场认为国家有望逐步放松对于游戏、教育、互联网平台公司、电商等行业管制,再叠加美联储加息趋勢明朗化带来的流动性恢复。

值得注意的是,近期,港股ETF份额出现大幅增长。根据Wind数据,截至11月23日,10月以来,恒生科技ETF、恒生科技ETF、恒生医疗ETF、恒生科技30ETF的基金份额分别增长109.74亿份、60.72亿份、30.35亿份和27.03亿份。

## 控制仓位

在市场行情整体好转的背景下,港股主题基金近期的表现也颇为亮眼。Wind数据显示,截至11月23日,共有122只陆港通(内地)基金最近一个月的收益率超过10%。

其中,华泰柏瑞新经济沪港深、前海开源沪港深核心驱动、前海开源沪港深汇鑫A、嘉实港股互联网产业核心资产A近一个月的收益率分别达到24.57%、19.46%、17.55%和15.73%。可以看到,近期涨幅较高的港股主题基金,其单只规模普遍较小。不过,从今年年内的业绩表现来看,港股主题基金若要恢复“元气”仍需时日。

就港股市场而言,哪些行业板块值得关注?博时基金指数与量化投资部ETF组副主管兼基金经理万琼建议关注两个行业:一是港股医疗保健行业。医疗保健行业整体估值处于历史底部区域,业绩处于低速增长的状态。根据三季报的数据,整个行业处于较好的基本面状态。从政策层面来看,医保集采政策超市场预期的风险已基本出清,未来集采范围超市场预期可能性较小,部分极端价格已有纠正。

二是恒生科技。整体来讲,最近两年政策对行业影响特别大。在目前这个阶段,主要影响因素是海外宏观流动性。美联储11月的议息会议,加息结果符合市场预期,后续加息节奏有可能放缓,货币政策也会逐步退坡(加息周期逐步结束)。

不过,投资港股市场仍然需要注重把握节奏。胡泊指出,短期来看,市场对美元利率是否已经触达顶部还存在疑虑。同时,国内经济底的铸就也需要一个过程。所以,未来港股的行情走势,还存在很多的不确定性,这也造成了一些波段的交易机会,逢低布局可能是一个更好的方法。整个港股可能更偏向于互联网科技和医药等板块,所以行业的分布会有偏离,波动可能会更大。”刘珈吟建议。

刘岩认为,就目前点位来看,很多优质个股已经超跌,具有很好的投资价值,长期看有成为历史大底的可能性。但短期仍建议投资者慎重进场,主要是在当下港股低迷的投资气氛里,短期反弹往往很难持续,市场需要更多新的资金入场带动,更需要得到来自国家层面的根本性利好政策支持,才有机会走出大级别的反转态势。

“预计随着疫情的好转,政府重量级支持经济政策切实落地,央行多管齐下促进流动性增加,国内经济底部正在初步形成等因素叠加,才能让资金开始大量涌入港股。中长期投资仍建议观察中央政府对于香港国际金融中心的未来战略定位,以及未来国内外政治经济环境的深层次变化。”刘岩分析称,对于普通投资者而言,在选购港股主题基金时,可多关注超跌严重的互联网科技和地产类ETF,采取分期定投更为安全,局部也可以做些高抛低吸,确保本金安全是首位。

刘珈吟提醒投资者,市场不会只朝着一个方向前进,波动是非常正常的一件事,投资者一定要做好资产配置,做好仓位控制,鸡蛋不要放在同一个篮子里,任何时候不要满仓在同一类资产上面。

他强调,投资者一定要充分了解投资品种的风险收益特征,比如香港市场股票没有涨跌幅,每天涨跌20%~30%都有可能,甚至极端情况可能到50%~60%,这样的振幅还是很考验投资者的心理素质。“如果投资者目前的配置中没有港股,我们认为现在这个时候,比起在市场一致预期时,在风险和波动中逐步增加部分仓位是一个不错的选择。对已经有持仓的投资者,在波动期间,重新审视一下当初的投资逻辑,如果经过回顾后,当时的配置逻辑并没有发生改变的话,可逐步以定投的方式去摊薄成本。”刘珈吟建议。

接力委托人提供“照看”服务

## 信托探路“托孤”市场

本报记者 陈嘉玲 北京报道

“每周健身或沐浴一次、外出就餐两次；每月理发一次，由信托公司拨付零花钱和自己赚的工资；未来住宿在慧灵（一家心智障碍服务机构）社区家庭或者原有熟悉社区……”这是26岁孤独症青年张峻绮的照顾清单、意愿清单。

“从梳理峻绮所需要的清单开始，寻找确定合适的监护人、监察机构等服务商，准备各种法律文件，我

### 市场需求很大

实际上，我国有着数量较多的特殊需要人群。

“对于心智障碍者、失能失智老人等群体而言，特殊需要服务信托（以下简称‘特殊需要信托’）非常重要，目前市场的需求也很大。”光大信托慈善信托办公室主任乔方亮在接受记者采访时指出：举例来说，自闭症孩子的家长都在担心，自己走了，孩子怎么办？保险和遗嘱虽然可以留给孩子遗产和财务，但是谁来照顾，谁来监管，谁来监督，谁来执行？特殊需要信托可以，大到哪所机构更适合照顾，小到为一件衣服买单，特殊需要信托是打通了保单和遗嘱的‘最后一公里’。

中国信托业协会在2022年出版的《2021年信托业专题研究报告》（以下简称《报告》）中，首次将特殊需要服务信托单独列为一个专题研究课题。

《报告》将该业务定义为：“委托人基于对受托人信任，将资金或财产转移给受托人，受托人按照委托人的意愿以自己的名义，为包含心智障碍者、失能失智老人以及其他全部或部分丧失以正常方式从事某种活动能力的特殊需要人群管理及运用财产，满足其日常生活、医疗、护理等信托文件规定的用途。”

实际上，我国有着数量较多的特殊需要人群。相关统计数据显示，我国包括智力障碍、自闭症谱系障碍、唐氏综合征等基于先天性缺陷导致的心智障碍者大约有1200万~2000万人，影响了近3000万父母和8000万至亲。

“这些特殊的家庭普遍面对着一些亟待解决的痛点：一是很大一

和其他家长一起找学者、信托公司反复探讨可行方案，并以张峻绮作为受益人设立了信托。”母亲戴榕近日在接受《中国经营报》记者采访时表示：我们在前些年就开始考虑“托孤”问题，“当我们病了、老了、走了，孩子怎么办？”这是每个心智障碍者家庭面临的“终极命题”。

当前，像戴榕这样，运用信托这种受托服务形式，来解决“托孤”难题的做法并非孤例，一些信托公司和服务机构正在探索。

### 市场需求很大

实际上，我国有着数量较多的特殊需要人群。

部分残障家庭并没有足够的资金能力去全生命周期地照料一位特殊的家庭成员；二是由于监督机制力度不足，导致屡屡爆出服务机构或个人骗收委托资金后挪作他用的负面报道；三是即使家庭财产充足，目前大多金融机构仅能为残障家庭提供财富的保值增值服务，无法实现残障家属生活保障服务的购买匹配及监督保障。”外贸信托分析指出，这些痛点单凭财政补贴或社会公益慈善救助难以长期有效解决，而是需要依靠金融市场及社会各方力量去共同探索可持续的综合解决方案；其中，特殊需要信托一定是最佳解决方案之一。

据记者了解，业务实践上，在新加坡、日本等国家，特殊需要信托已经成为解决包括心智障碍者在内的残障人士、老年人等群体的需求重要方式。近年来，包括光大信托、外贸信托、万向信托、杭州工商信托等多家信托机构陆续有案例落地。

“新的信托业务分类是三大项：资产管理、资产服务和公益慈善。后两类虽然规模还很小，但属于信托独有的业务。在资管新规下，资管类信托有众多竞争对手，信托与银行、证券、基金相比没有什么独有优势，而公益慈善总体规模太小，难以支撑起信托行业转型方向。服务信托有着极为广阔的探索空间，是信托公司回归本源的核心方向。”乔方亮也坦言道：运用信托这种受托服务形式解决“托孤”难题的特殊需要信托，仍属于比较小众的范畴，还在起步阶段。

### 要加强推广普及

在推广普及和政策支持方面，国内一些地方政府、社会组织也做了相关实践探索。

上述《报告》指出，目前市场上对特殊需要信托的理论研究和业务实践还存在较大空白，社会对特殊需要信托的认知，乃至监管部门对该业务的配套制度支持仍在探索阶段。

“市场上对特殊需要信托的认知不足，很多人并不知道有这样的信托机制。”戴榕告诉记者，2018年左右，她是通过北京大学法学院非营利组织法研究中心主任金锦萍教授了解到，适用于心智障碍家庭的特殊需要信托。自从儿子确诊孤独症后，戴榕就开始关注并加入心智障碍的公益机构，现在是广州市扬爱特殊孩子家长俱乐部理事长。目前戴榕不仅为儿子设立了这一信托，还不断地给其他家长推广普及，“希望从我们自己出发，让机构看到这是一个值得挖掘



在一些国家，特殊需要信托已经成为解决“托孤”群体需求的重要方式。

的市场，进而去推动服务和政策的完善。”

“一方面，市场上对特殊需要信托的认知不足，很多有心智障碍者或失能失智老人的家庭根本没有听说过。另一方面，特殊需要信托存在着产品结构设计较为复杂，前期投入大、单笔金额较低且收费低等特点，这类产品利润很薄，甚至可以说不赚钱，所以很多机构没有办法给予足够的人力物力支持。”乔方亮对记者表示：“这类业务短期内很难盈利，但它给社会带来的价值远比盈利重要得多，我相信将来一定会迎来更大的发展空间。在68家信托公司中，现阶段我们是花大力气去探索特殊需要信托并打造服务生态

圈的。”

在推广普及和政策支持方面，国内一些地方政府、社会组织也做了相关实践探索。早在2020年9月，深圳市残疾人联合会和深圳市地方金融监督管理局联合出台了《关于促进身心障碍者信托发展的指导意见》，这是国内首个针对特殊需要信托推出的地方性政策文件。2022年全国两会期间，九三学社界提交提案《关于促进建立老年人与残疾人特殊需要信托的建议》。

近日，浙江银保监局针对《关于推进心智障碍者“特殊需要信托”的建议答复》称，将推动相关政策试点落地、加大对特殊需要群体服务供给、加强特殊

需要信托推广普及。

浙江银保监局指出，当前辖内信托公司在服务特殊需要人群领域开展了有益探索，但由于相关业务涉及人身与财产的安排较为复杂，目前尚处于起步阶段，仍存在不少需要进一步突破的问题。如：配套制度有待完善，信托财产转移登记以及税收优惠等政策尚不健全，《民法典》针对“意定监护”等制度安排的落地实施也需进一步细化明确；涉及其他托养、社会监护、第三方服务等供给端的服务提供、服务标准、评估监督等工作均需进一步推进；社会大众对于特殊需要信托相关功能、服务及价值的认知也亟须提升。

### 生态圈缺失的一环

在乔方亮看来，缺乏针对服务商的专业评估机构，是整个行业服务生态圈缺失的其中一环。

能提供怎样的服务，是部分心智障碍者家庭向信托公司提出的重要问题。

“现实中，信托公司能够对接的资源有限，并且遴选服务商、评判服务质量等工作，不仅需要对这些特殊群体有深入的了解，还要具备医学、护理等方面的专业知识。”戴榕表示，按照峻绮的生活需求，需要很多机构提供服务，包括慧灵、巴士学园、健身房、牙科诊所、旅行社，还要有监察机构、社会监护机构等角色。这么多的服务提供方，可以交由一家专业的第三方枢纽服务平台来统筹管理，通过个案评估每一个孩子的个性化需求，制定相应的服务清单和标准。

“在对接服务的过程中，我们发现大多数都是地方性服务机构

构，很难找到全国性的服务机构，甚至有些地区非常缺乏能够为这些群体提供服务的机构。”乔方亮表示，“我们希望将来能够在特殊需要信托业务开展过程中，逐渐挖掘、考察、评估并筛选出优质的服务机构，建立长期的战略合作关系，建立服务机构白名单，进而推荐给身心障碍服务信托、养老服务信托的委托人。”

在乔方亮看来，服务生态圈的建立是一个长期的、系统性的。但目前更为突出的问题是，“缺乏针对服务商的专业评估机构，是整个行业服务生态圈缺失的其中一环。”

乔方亮表示，对服务商的服务质量是很难评估的，服务质量合不合格、能不能持续进行专业的评估？这类评估非常专业，需

要深入了解相关群体和行业，并具备较好的医学、心理学知识。

“家长去参观体验的时候未必能够发现所有问题，对于体验好不好、服务专不专业，我们的孩子也无法表达出来。这类评估机构现在几乎是空白。”广州一位智力障碍孩子的家长林女士告诉记者，目前基本都是由家长结合自己孩子的生活开支和水平来测算未来的资金需要、挑选相应的服务机构，“不知怎么样能挑选出好的机构。”

上述《报告》也提及，特殊需要信托在服务供给端还存在服务标准和服务监督机制缺失的问题，因为特殊需要信托涉及社会特殊群体利益的保障与维护，监督显得尤为重要。目前市场上还没有特别针对特殊需要群体的服务提供标

准和服务监督机制，对受托人的服务质量的评价难以量化。

对此，乔方亮提出，“建议由中国残联等培育和扶植专业机构参与到服务评估和持续监管中，比如由地方残联发布服务机构白名单并对其服务质量进行持续跟踪和评估，以达到监督的效果。我们目前与中国残联相关部门也做了沟通，并做了专题介绍，江苏、浙江、上海等地的残联及民政部门行动较快，目前与江苏残疾人福利基金会有了实质性的合作。另外，特殊需要信托可以设置监察人的角色，由具有公信力的机构对信托公司、服务机构等各方进行监督，在信托运行过程中监督各方严格按照信托合同约定执行，更换未能勤勉尽责的机构。”

## 信托数字化转型提速

本报记者 樊红敏 北京报道

信托业数字化转型正在成为新的热点。

近日，外贸信托博士后创新实

### 近九成信托有转型意愿

近期，上海信托先后公开招标数据平台系统采购、核心存储与光纤交换机采购及伴随服务项目，中标（成交）金额分别达315万元、218.35万元。

记者梳理发现，公开招标的数据相关项目还包括外贸信托的2022年开源数据库统一管理平台建设项目、大数据平台采购项目、数据中心实时计算服务能力建设项目；华润信托的数据化转型咨询项目、信托大厦数据中心建设项目的招标；英大信托的2022~2023年数字化项目可研报告、2022年数据共享中心优化完善项目；华鑫信托的招标私有云备份和灾备项目、档案

践基地发表《未来已来 数据将成为信托转型发展重要驱动》一文，阐述数字化对信托转型的意义；上海信托总经理陈兵公开表示要“直面挑战加速打造数字化核心竞争力”。

《中国经营报》记者注意到，在信息化业务系统建设之外，已经有

数字化服务项目等。

《中国信托业金融科技应用发展报告（2021）》显示，近90%信托公司已经开始行动，力求通过数据治理实现数据的安全与自主可控。在组织机制建设方面，65%的信托公司成立了数据治理的牵头部门，超过75%的信托公司制定了数据治理的制度。

平安信托运营中心总监龙健在接受记者采访时介绍称，在完善业务数据方面，平安信托通过加强数据治理，前端兼顾后端，后端驱动前端。前端功能搭建时就考虑后端的信息展示、应用及报送等需要；后端

发现数据类问题，敢于推动前端改造，达到前端后端协同一致，彻底解决数据问题。未来，平安信托要做成信托行业智能化建设的标杆。中航信托同样将数字化转型作为公司战略转型的一个重要方向。该公司金融科技部负责人介绍，公司数字化转型战略的核心目标为“三新”“三化”。“三新”指的是新体验、新业态、新风控；“三化”指的是平台化、敏捷化和智能化。聚焦核心目标搭建了“1+3+N”架构体系，“1”代表以客户为中心，通过数字化手段，提升用户的体验；“3”是3个中台，即“尽职尽责中台”“风控中台”“数据中

台”；“N”表示N个专业化的业务管理信息系统。兴业信托相关负责人在接受记者采访时也表示，近年来，随着经济增长动能转换，以及监管趋势的变化，信托业转型发展的驱动因素发生巨大转变。客户在变、监管在变、市场在变，三大变局之下，信托业从资产配置到服务、管理，多个维度必须做出相应转型，而以人工智能、区块链、云计算和大数据为代表的金融科技领域相互促进、彼此交织、广泛运用，标志着信托业数字化转型时代已全面到来，数字化能力的高低已成为决定信托公司核心竞争力的最重要因素之一。

不过，多位受访人士认为，信托业的数字化尚在起步阶段，未来还面临诸多挑战。

### 尚存多方面挑战

不过，多位受访业内人士提到，信托业数字化转型尚处于初级阶段，还面临诸多问题和挑战。

付昱铭向记者表示，信托业相对于银行、券商、保险、基金等金融机构，科技力量“基础差、底子薄、实力弱”，目前，从全行业的角度看，只有部分头部信托公司对科技的重视程度较高，年度投入达到亿元级别。普遍来说大部分信托公司对科技工作重视不够，年度投入在两三千万左右，还处在通过线上化实现数据生成和通过数字化加强数据应用的阶段。

此外，付昱铭认为，在业务与科技协同上，行业普遍在业务与科技的联动融合方面较为欠缺，数字化建设更多局限于科技条线、业务条线对数字化建设的方向指引和企业级需求支持有待加强。在科技的自主可控上，转型背景下业务创新加快，对系统开发迭代的响应支撑提出了更高的要求。但是信托行业自主可控能力很弱，过多依赖于科技厂商，导致响应时效、服务质量等方面的掌控力偏弱。

“信托机构需要优化业务团队与科技团队的协同机制，保障数字化转型更好地服务于业务；加强对供应商的有效管理，并逐步进行自主可控能力的建设。”付昱铭建议。

龙健也认为，从信托行业总体来看，金融科技应用尚处于初步发展阶段。主要表现在：其一，应用场景单一。尽管

目前已有多家信托公司在金融科技的应用方面做出探索，但仍处于布局阶段，主要集中在确保核心业务有效运转方面。对于其他更多场景的业务，以及运用金融科技改进内控、提升管理、引领业务转型等方面，应用还不够广泛。其二，缺乏大数据风控能力。金融科技的优势之一，是通过大数据掌握全面的用户数据，多维度、多角度刻画用户的风向表现。但目前信托公司缺乏客户数据积累，难以形成基于大数据的风控判断能力与科技系统，充分应用金融科技手段、以大数据风控能力赋能公司业务发展仍有较大空间。

其三，科技投入不足。部分信托公司对金融科技还不够重视，人、财、物的投入不足，信息科技力量较弱，信息科技系统的自主掌控能力弱，大量依赖技术外包。同时，信托公司部分应用系统属于科技公司早年的开发应用，已处于较为落后的状态，难以支撑公司内部管理的需要，更难以发挥对业务的引领作用。

对于信托公司的科技布局，龙健给出了两点建议：其一，要深刻理解业务规划，深入业务场景，特别是交易量大、高频的场景需要发挥科技的实质支撑作用。其二，要有全局思维，制定科技的整体规划。如资金、资产、产品之间的全流程串联，投资交易、审批、报备、考核、分析等的全体系管理等，提前考虑布局之后分步实施，一定程度上保障产出效果。

### 以赋能业务为本

信托业转型过程中必然伴随技术的需求。

百瑞信托信息科技部总经理付昱铭在接受记者采访时表示，信托行业推进数字化转型有其外在因素和内驱需求。首先，信托行业是处在诸多大变化中的，包括监管政策、业务形态、客户需求和技术应用等方面的变化。而数字化转型正是帮助信托行业适应这种变化和在此变化中进行突破的利器，这是外在因素。其次，数字化转型并不是新技术的简单应用，而是信托公司对公司的战略、商业模式乃至组织方式产生深远影响的全面变革。如何以

科技赋能推进信托公司商业模式和业务创新、提升经营管理质效、打造企业长久核心竞争力，正是信托行业数字化转型的内驱需求。

龙健也向记者提到，信托公司的数字化转型，是以赋能业务为核心，要真真切切满足业务需求，做到“降本增效，防控风险，服务客户”。当前，正处转型期的信托业逐步开始注重科技对战略转型、业务发展等方面的作用。

“为胜任敏捷创新的受托服务，并为客户创造长期持续的价值，中航信托在产业金融、财富管理、家族信托、服务信托、标品信托等多个

场景率先进行数智化布局。”前述中航信托金融科技部负责人亦表示。

记者注意到，信托业近两年的信息系统建设主要集中在标品业务、财富管理、家族信托等转型业务领域。

比如，2021年5月，厦门信托的“标品投资管理系统及估值系统”进行招标，第一中标候选人投标总价为718万元；江苏信托近日在招标家族信托APP采购项目、家族信托APP视频智能双录系统采购项目，对应项目规模分别为160万元、100万元。

以科技在家族信托业务场景的

应用为例，龙健认为，相比传统资金信托，家族信托具有鲜明的特点，对信托公司的受托管理能力和科技系统支持能力有着更高的要求，比如，信托服务期限长、受益人分配需求个性化、受托财产类型多样化、投资组合策略复杂、高净值客户对体验要求高等。

针对家族信托的鲜明特点，平安信托通过强化信息安全、线上化运营、一体化管理、智能化投资管理和便捷化全生命周期服务等举措，发挥科技在销售管理、投资管理和存续服务领域的支撑和引领能力，推动家族信托业务转型发展。

# 分层管理梯度培育“专精特新”专板合力服务中小企业

本报记者 任威 夏欣 上海报道

“专精特新”企业是我国经济高质量发展的重要驱动力，资本市场支持对于“专精特新”企业成长发挥着重要的推动作用。

近日，证监会和工信部联合发布了《关于高质量建设区域性股权市场“专精特新”专板的指导意见》（以下简称《指导意见》）。

《指导意见》明确专板建设目标为支持中小企业“专精特新”发展，共分为二十三个具体小项，包括推进高标准建设、推动高质量运行、提供高水平服务、加强市场有机联系、完善市场生态以及加强组织保障等。

“北交所是服务于‘专精特新’企业上市的主阵地，但‘专精特新’企业作为一个庞大群体，其类型多种多样，所处的生命周期也各不相同。对于更加小型、更加早期的企业而言，其获得资本市场的支持力度明显不足。”国金证券投行部人士对《中国经营报》记者表示，设立专板是补足资本市场服务“专精特新”企业的重要拼图，将资本市场的支持覆盖至“专精特新”企业的全生命周期，对于强化我国创新驱动发展战略具有重要意义。

北交所董事长周贵华在2022金融街论坛年会上也强调，北交所将着力发挥北交所和新三板的纽带功能，加强与其他市场的衔接配合，畅通中小企业资本市场服务链条，形成协同服务中小企业的合力。同时，深化与各地区域性股权市场的合作对接，支持“专精特新”专板建设，建立挂牌审查绿色通道，探索开展“公示审查”白名单等创新制度安排，做好规则对接、监管对接、技术对接，形成制度化、常态化、体系化的合作模式。

## 对专板企业实施分层管理

为推动“专精特新”专板高质量运行，区域性股权市场对专板企业建立分层管理体系。

当前来看，资本市场支持“专精特新”中小企业的主阵地是北交所和新三板。新三板市场经过多年建设实践，尤其是在2020年推出精选层之后，新三板支持“专精特新”企业的能力大大增强，随着区域性股权市场（俗称“四板市场”）“专精特新”专板的设立，四板市场也将成为服务中小企业的重

要阵地。格局、实现经济高质量发展提供有力支撑。

为推动“专精特新”专板高质量运行，区域性股权市场对专板企业建立分层管理体系，划分为孵化层、规范层、培育层三层，并为各层企业提供与其特点和需求相适应的基础服务和综合金融服务。

在张可亮看来，监管层提出“专精特新”发展战略，是着眼于推进中小企业高质量发展和助推构建“双循环”新发展格局，国家对广大中小企业发展提出的方向性和指导性的原则，也是我国加强产业链安全和进行产业升级的重要手段，希望中小企业能够向着“专业化、精细化、特色化、新颖化”方向发展。这不仅为我国广大中小企业的发展指明了方向，也为相关部委和地方政府在经济工作中指明了方向。

“‘专精特新’中小企业的培育，需要企业自身努力，也需要外部政策环境的支持和帮助，一方面中央和地方政府陆续出台了很多支持政策，另一方面市场化的支持也更重要。市场化的支持，其中非常重要的一点就是要利用多层次资本市场来为这些‘专精特新’企业提供资金支持。”张可亮指出。

对于区域股权市场设立条件，《指导意见》也予以明确，设立专板的区域性股权市场应安全规范运营，业务、风控等管理制度健全，

近3年内未发生风险事件或风险事件已处置完成，无违法违规行为，且有关监管要求和规范性事项均已落实或整改完毕。运营机构的控股股东或实际控制人无重大违法违规行为和严重失信行为。

具体而言，设立专板的区域性股权市场还应在专板设立后一年内满足下列条件：

其一，区域性股权市场运营机构净资产达到1.5亿元以上。

其二，自行建设专板的服务部门负责人应具有5年以上企业上市辅导、投行或金融服务相关工作经验，专板服务相关部门50%以上员工具有2年以上前述工作经验；与证券公司合建专板的，区域性股权市场和证券公司应明确服务专板的部门和人员，且相关人员满足前述工作经验。

其三，自建地方业务链，且满足《区域性股权市场区块链建设要求》《区域性股权市场区块链建设评价要点》关于应用服务和生态建设有关要求。

《指导意见》对于区域性股权市场的服务对象进行了聚焦，优先引导下列企业进入专板进行孵化、规范、培育：一是，省级以上工业和信息化主管部门评价或认定的创新型中小企业、“专精特新”中小企业、“专精特新”“小巨人”企业；二是，政府投资基金所投资的企业，私募股权和创业投资基金投资的

## 区域性股权市场分层管理体系

### 培育层

“专精特新”“小巨人”企业；拟上市后备企业；已进入上市辅导期的企业；拟申请IPO的全国股转系统摘牌企业。

### 规范层

“专精特新”中小企业；获得过B轮以上私募股权融资的专板企业。

### 孵化层

尚未达到规范层或培育层标准的专板企业。

数据来源：证监会、工业和信息化部《关于高质量建设区域性股权市场“专精特新”专板的指导意见》

中小企业。

另据了解，创新型中小企业、“专精特新”中小企业、“专精特新”“小巨人”企业是优质中小企业培育的三个层次。

根据工信部的规划，创新型中小企业具有较高专业化水平、较强创新能力和发展潜力，是优质中小企业的基础力量，培育目标是100万家左右；“专精特新”中小企业实现专业化、精细化、特色化发展，创新能力强大，质量效益好，是优质中小企业的中坚力量，培育目标是10万家左右；“专精特新”“小巨人”企业位于产业基础核心领域和产业链关键环节，创新能力突出、掌握

核心技术、细分市场占有率高、质量效益好，是优质中小企业的核心力量，培育目标是1万家左右。

“未来庞大的创新型企业家数与目前新三板及A股合计1万余家的总量相比，存在较大的资本市场服务缺口，‘专精特新’专板较好呼应了这种缺口和需求。”国金证券投行部人士表示，“专精特新”专板将成为一个良好的平台，以该平台的建立为契机，期待建立优质中小企业梯度培育体系，引导各类服务机构加大对优质中小企业的服务帮扶力度，汇聚服务资源，创新服务方式，为中小企业提供全周期、全方位、多层次的服务。

缩已经成为不争的事实。

“新三板市场的建设发展为中小券商的投行业务带来了生机，经过8年的探索实践，现在已经进入了良性发展的轨道。新三板市场量大面广的特点，为券商带来了大量投行业务机会。”张可亮表示。

“此次国家鼓励四板市场‘专精特新’专板建设将进一步为中小券商尤其是区域性的券商，带来大量的投行和投资业务机会，在服务培育‘专精特新’中小企业的过程中，逐步培养壮大自身的投行业务能力，增加投行和投资业务收入，也可以为今后切入新三板、北交所甚至沪深市场创造积极条件。”张可亮如是说。

周贵华表示，北交所在市场准入、分层管理、发行制度、交易机制、差异化监管等方面进行了大量的制度创新，逐步探索形成了资本市场服务中小企业创新发展的可行路径，有效扩大了资本市场直接融资的覆盖面和包容度。截至目前，新三板、北交所累计服务1.3万家企业，帮助超过7000家民营企业和中小企业实现融资近6000亿元。

广告

## 为企业提供全周期多层次服务

证券公司探索形成适合场外市场特点的业务模式，为客户提供全周期多层次服务。

对于券商而言，《指导意见》鼓励推动券商参与，同时也提出了相关要求。

《指导意见》指出，证券公司可

以根据区域性股权市场的业务特点和企业需求，在做好与场内业务风险隔离的情况下，设立专门从事区域性股权市场相关业务的一级

子公司或普惠服务部门，为专板企业提供规范培育、投融资对接、财务顾问、证券承销、改制辅导等服务，探索形成适合场外市场特点的业务模式以及业务管理、合规风控、绩效考核等管理制度。依法支持证券公司参控股运营机构，联合地方政府、运营机构依法合规发起设立主要投资于专板企业的专项投资基金。

“‘专精特新’专板的建设契合了公司的业务发展实际，公司的投行股权业务客户以中小创新型企业为主体，随着科创板、北交所、创业板注册制下的发展及全面注册制的改革提速，众多客户提出了更为多样化和个性化的服务需求，迫切需要更广阔的资本市场平台进行服务。”国金证券相关人士告诉记者。

对参与“专精特新”专板，国金证券计划采取如下举措：首先是高度关注北京股权交易中心、上海股权托管交易中心、广东股权交易中心、天府(四川)联合股权交易中心等国内主要四板的“专精特新”专板的建设情况，以客户地域属性为基础，梳理客户融资及其他服务需

求，在相关客户与“专精特新”专板之间起到良好的桥梁作用，推荐符合条件的客户在“专精特新”专板挂牌，确保相关客户与“专精特新”专板之间共同成长。

其次，组织现有保荐业务团队深入学习新政策及新规则，进一步拓展为客户提供全周期多层次服务的业务能力。

最后，结合公司现有保荐业务的丰富经验，以更加积极的方式介入到四板业务“专精特新”专板的制度建设中，同时结合业务实际发展情况，探索形成适合场外市场特点的业务模式以及业务管理、合规风控、绩效考核等管理制度。

作为资本市场服务实体经济的主要中介机构，券商主要是通过投行业务来为实体企业的规范发展提供投融资对接、财务顾问、证券承销、改制辅导等服务。

张可亮指出，由于中国资本市场多年以来主要以沪深两市为主体，能够上市融资的企业数量非常少，这在客观上限制了券商投行业务的发展。此外，投行业务的集中度很高，中小券商投行业务不断萎

上接 B2

## 开户竞争白热化

随着基金代销机构名单出炉，商业银行已积极布局个人养老金账户的设立和宣传推广等工作，连日来多家银行密集宣布“个人养老金”业务开放预约。

上述某股份银行零售业务人士强调，现在最主要的不是产品，而是抢占客户资源，为此同业都推出了一些开户补贴优惠举措，补贴从几十元到上百元不等。

例如，建设银行App显示，在年底前预约成功个人养老金账户后，可获得一次抽奖机会，参与抽奖可获得CC豆（权益积分），中奖几率100%。广发银行官微公告显示，开通个人养老金业务，享受长期投资收益外

可再赚200元福利金。兴业银行App养老金融专区上线预约开户功能，开户成功后可领最高88元红包。

国务院发展研究中心金融所研究员王刚表示，与其他机构相比，银行渠道优势明显。根据个人养老金实施办法，商业银行为个人资金账户开立的唯一渠道，且每人仅能开立一个账户，渠道和账户的唯一性决定了当前银行间开户竞争白热化。

吴丹也指出，由于个人养老金账户具有唯一性，即客户只能选择开设唯一的个人养老金账户，因此各家商业银行在争取客户资源上都面临着压力

和挑战。

“如何更好地争取到客户资源是关键考量。线上或线下平台的服务质量，与其他财富金融服务能否有效协同等都是客户衡量取舍的关键。”吴丹如是指出。

王刚强调，对银行而言，既要能够提供有竞争力的系列化产品，也要能提供个性化专业化咨询服务，双轮驱动才能在竞争中获得先机。

在吴丹看来，大型银行更具有资源与平台优势。因此，中小银行要更加注重打造自身的特色优势，精准对接客户的不同需求，满足客户的不同需要，才能实现业务能力的突破。

**交银理财有限责任公司**  
BOCOM Wealth Management Co.,Ltd.

广告

一生有幸  
交银理财三周年

关注“交银理财”公众号  
服务热线：400-820-9555

QR code

# 从“养老”到“享老” 中国银行全方位备战个人养老金业务

酝酿多年的个人养老金制度建设驶入快车道。日前,《个人养老金实施办法》(以下简称“《办法》”)正式发布,对个人养老金参加流程、资金账户管理、机构与产品管理、信息披露、监督管理等方面做出具体规定。

近年来,我国老龄化程度日渐加深。预计“十四五”时期,60岁及以上老年人口总量将突破3亿,占比将超过20%,进入中度老龄化阶段。面对这一现状,银行业金融机构应当肩负起社会责任,为“老有

## 扛责任:备战个人养老金业务

增加养老金来源,是解决养老生活后顾之忧的必由之路。如何补充养老金?完善养老金第三支柱、完善个人养老金制度迫在眉睫。

4月下旬,《关于推动个人养老金发展的意见》(以下简称“《意见》”)出台,个人养老金制度正式落地。《意见》从制度上确立了个人养老金在我国养老保障体系中第三支柱的地位,是对第一、第二支柱的有效补充,确保我国养老保障制度的可持续发展。

11月4日,《办法》《关于个人养老金有关个人所得税政策的公告》《商业银行和理财公司个人养老金业务管理暂行办法(征求意见稿)》《个人养老金投资公开募集证券投资基金业务管理暂行规定》同日公布,标志着个人养老金业务相关细则在商业银行和理财公司端、基金行业进一步明晰,业务落地进一步提速。《办法》明确,参加个人养老金制度需要在信息平台开立个人养老金账户,并在商业银行建立与之相对应的唯一特殊专用资金账户。换言之,商业银行将成为个人养老金制度的“入口”。

中国银行研究院发布的分析报告指出,这意味着,商业银行要根据客群不同阶段的风险偏好、财富积累、收入现金流等特征,形成不同年龄客群的差异化、系统化产品配置建议,进一步强化个人养老金产品

所养、老有善养”发展贡献金融力量。“十四五”期间,“有序发展老年人普惠金融服务,研究完善金融等配套政策支持”,正是国家对养老金融发展的殷切希望。

近年来,我国持续推进多层次、多支柱养老保障体系建设,更催促着银行、基金、保险、理财公司等各类型金融机构加快布局养老事业。

以中国银行为代表的国有银行在服务银发客群方面,已经走在了前列。从中国银行的实践看,近年

来该行把银发场景建设作为一项战略重点,不断探索养老金融业务的新模式、新路径。在不断丰富养老金融产品服务供给的基础上,中国银行持续完善一站式养老综合服务体系,推出“岁悦长情”个人养老服务品牌,布局银发养老场景生态,完成适老化无障碍改造,开展助老公益行动,为老年客户群体提供了更优质、更贴心、更有温度的服务,为迎接个人养老金业务实施落地做足了准备。

稳健性、长期性以及普惠性等特点。11月18日,《商业银行和理财产品个人养老金业务管理暂行办法》(以下简称“《暂行办法》”)正式印发,首批开办个人养老金业务的机构名单同时亮相。其中,包括中国银行在内的23家商业银行和11家理财公司,获得了率先开办个人养老金业务的资质。为满足客户不同的养老需求,近年来银行持续丰富养老金融产品货架。

如在养老储蓄方面,根据监管层规定,从今年11月20日起,中国银行等四大国有银行将在合肥、广州、成都、西安和青岛市五个城市开展特定养老储蓄试点。试点阶段,单家试点银行特定养老储蓄业务总规模限制在100亿元人民币以内;特定养老储蓄产品包括整存整取、零存整取和整存零取三种类型,产品期限分为5年、10年、15年和20年四档。

在养老理财方面,自2021年底,养老理财问世以来,试点机构积极推进养老理财产品落地。如今,已有包括中国银行旗下中银理财在内的11家理财公司获得了发行养老理财产品的试点资格。

在构建、完善养老产品体系方面,中国银行颇有心得。截至2022年9月末,中国银行当年累计定制58只专属产品,保障客户资金流动性、安全性和收益性。在定制产品

基础上,中国银行积极引入符合监管要求的“养老”金融产品,代销中银理财养老理财产品,准入多款满足养老资金需求的养老年金险、专属商业养老保险、养老目标基金等金融产品。

目前,中国银行作为个人养老金业务首批开办行之一,正在紧张有序地推进业务开办前的各项准备工作,现阶段可为广大客户提供包括:个人养老金账户业务、个人养老金储蓄业务、个人养老金保险产品、个人养老金投资基金产品、个人养老金咨询业务,以及银保监会规定的个人养老金业务。

其中,在最受民众关注的个人养老金账户方面,中国银行养老金账户支持的功能服务包括:账户开立或指定、注销、变更;个人养老金缴费和领取(不受参加人持有的Ⅱ类户数量限制);通过其他银行账户、非银行支付机构、现金等途径缴费提供划转服务(不受Ⅱ类户非绑定账户资金转入限制);与个人养老金产品交易相关的资金划转(不受Ⅱ类户划转金额限制);资金账户信息管理及查询,以及银保监会规定的其他事项。

中国银行还将在年内上线手机银行养老服务专区,为客户提供包括资金账户开立、缴费、变更、领取,以及合格金融产品购买等服务在内的一站式个人养老服务体验。

研究成果,为我国养老客群提供专属金融服务、综合康养服务、品质生活服务、适老智能服务等一体化、一站式“金融+”服务支持。

助力养老事业发展,除了亲身实践参与外,以金融力量赋能养老行业企业发展也是重要方式。因此,中国银行近些年也在不断利用行业优势,聚合力、助养老,依托开户、存款、现管理、数字货币、基础结算、贸易融资、国际结算、普惠授信等现有产品和服务,以数字化手段量身定制方案,为符合资质的养老企业提供一揽子养老产业金融专项服务方案,满足其资金融通需求。



## 新转变:升级适老化无障碍服务

数字化时代快速到来,正深刻影响着人们的生活、工作及金融需求,亦给智慧养老、养老金融带来巨大机遇和挑战。

早在2020年6月,中国银行手机银行就推出了银发专区,为老年客户提供以金融为核心,满足养老需求的生态化服务。2021年4月,中国银行手机银行上线了“岁悦长情”版,为老年客群打造大字体、简明易懂的线上操作体验,提供养老金、医保卡、定制理财、银发地图等特色服务。2022年1月,中国银行手机银行APP首批通过工信部适老化和无障碍改造评测。

从中国银行对于手机银行的适老化改造看,首先是要注重用户体验,增加老年人使用的友好性。在可感知性方面,考虑到老年人视力退化,中国银行采用大字体、宽行间距、高对比度设计,扁平化图标避免使用复杂装饰,让老年人更容易看清页面内容;在可操作性方面,中国银行将专区入口设置在应用首页,便于老年人寻找,专区内的图片可点击面积更大,方便老年人

使用,同时配套语音输入法,满足不会打字的老年人的输入需求,降低使用门槛;在可理解性方面,专区内容描述简约,避免使用专业术语或网络用词,操作界面层次清晰、信息完整,使用流程与老年人的常规操作认知保持一致;在兼容性方面,中国银行顾及老年人手机更新换代速度慢,专区在设计上尽可能兼容更多设备型号及应用系统,提升使用覆盖面积。

其次是要丰富金融产品供给,优化在线金融产品购买的适配性。中国银行手机银行银发专区为老年人提供金融产品“货架选购”模式。一方面,依托集团全球化、综合化的经营优势,在银发专区“财富管家”板块中,重点围绕50岁以上客群,推出专属化、适老化金融产品。另一方面,为了提升老年人与金融产品的风险适配性,专区运用智能数据分析,通过后台筛选客户画像,匹配符合客户风险偏好的大类资产产品,持续调研同业竞品特点和营销模式,及时捕捉政策及同业变化,优选收益稳

健、波动率较低的金融产品适配银发客群。

在为老年客户提供便捷服务的同时,中国银行高度重视老年消费者权益保护,全方位保障客户端使用的安全性。在数据使用上,保证数据从产生、使用、传输、存储到销毁的全生命周期的安全。同时,中行手机银行银发专区禁止弹窗广告及诱导性消费话术,为老年消费者提供一个安全、放心的智能应用环境。

在线下,中国银行也积极推动网点的适老化改造,通过打造“示范+标杆”的两级养老特色网点体系,搭建起“一刻钟”养老服务生活圈。网点在坚持传统服务方式的同时,引入诸多适老化设施。此外,不少网点还开设了老年书房、老年课堂、健康小屋等特色服务,丰富老年人的退休生活。据统计,截至今年9月末,中国银行在全国已建成养老服务示范点421家,养老特色标杆网点143家,在“家门口”为老年人带来便捷、丰富的暖心服务。

## 守初心:满足多样化养老场景需求

随着数字经济大发展,金融行业跨入场景金融竞争时代。中国银行此前发布的《金融场景生态建设行业发展白皮书2.0》指出,金融机构建设金融场景不能脱离服务实体经济、服务民生的初心。中国银行在服务银发客群时,正是以此为准绳,不仅为银发客群提供金融服务,还在老有所养、老有所医、老有所为、老有所学、老有所乐上积极助力,不断完善银发客群“医、食、住、行、娱、情、学”等生活需求服务供给,让老年人共享改革发展成果,全面提升老年人的获得感和幸福感。

促进老有所为,鼓励老年人继续发光发热。中国银行积极响应国家号召,上线了中银公益互助养老平台,助力政府部门开展养老社会化改革。这一平台免费向各地政府部门、社会组织、企业开放,旨

在以互助养老等创新手段鼓励更多活力老人、年轻人投身公益养老服务,打造公益志愿性质的互助养老新模式。

服务老有所学,满足老年人精神文化需求。中行手机银行打造中银老年大学免费学习平台,目前已上线450余门课程,其中“为爱跨越鸿沟-智能手机应用”“生活中的金融”“防诈骗”“上手乐”四大类课程通过生动的短视频形式,帮助老年人跨越数字鸿沟,持续培育老有所学的老年文化。

助力老有所养,提高老年人生

活质量。中国银行手机银行推出“银发地图”,携手全国养老领域优质机构,线上展示优质养老资源。随着系统不断迭代,银发地图的展示机构类型已涵盖养老机构、老年大学、医疗机构、社区助餐点、适老商户和银行特色网点等,截至2022

年9月末,共上线各类养老服务机构超2500家。

莫道桑榆晚,为霞尚满天。让老年人老有所养、生活幸福,是社会文明进步的重要标志。服务养老等民生领域,是金融机构在中国式现代化进程中全力展现大行担当的重要举措。中国银行始终秉持以人民为中心思想,发挥国有金融机构作为支持银发经济发展的社会责任与担当,加速构建以金融服务为基础,公益、文化、智慧养老为特色的一站式养老综合服务体系,提高老年人群的生活质量,助力“养老”变“享老”。未来,在以中国银行为代表的大型企业的带动下,预计将有更多社会力量联合起来,共同建设老年友好型社会,为我国应对人口老龄化挑战出力,为促进经济发展、增进社会和谐保驾护航。





# 银行鼎力支持中国制造转型升级

本报记者 张漫游 北京报道

党的十八大以来,我国制造业规模稳步增长,结构持续优化,配套日臻完善。这背后离不开金融力量

## 助力制造业体系进一步健全

中国人民银行公布的数据显示,高技术制造业中长期贷款余额较十年前增加近七倍。

党的十八大以来,习近平总书记强调“制造业是国家经济命脉所系”“要坚定不移把制造业和实体经济做强做优做大”。银行业对制造业的支持主要体现在支持制造业的高质量发展,服务制造业规模的稳步增长及结构的持续优化。

中国工商银行董事长陈四清撰文写到,2012年以来全行贷款余额年均增长10%,其中,工行充分发挥在制造业的传统优势,全力支持制造业高质量发展,推动制造业金融上量、保质、提占比,制造业贷款余额突破2.7万亿元、长期保持同业第一。

中国银行研究院研究员叶怀斌

## 推动制造业向高端化、智能化、绿色化发展

银行业支持制造业的重点应着重于落实党的二十大精神,服务建设制造强国。

党的二十大报告提出要“加快建设制造强国”“推动制造业高端化、智能化、绿色化发展”,这为银行业支持制造业高质量发展提出了新的要求和方向。

今年7月,银保监会已经发布《关于进一步推动金融服务制造业高质量发展的通知》,其中要求,“银行机构要扩大制造业中长期贷款、信用贷款规模,重点支持高技术制造业、战略性新兴产业,推进先进制造业集群发展,提高制造业企业自主创新能力”“加大对传统产业在设备更新、技术改造、绿色转型发展等方面的中长期资金支持”“围绕高新技术企业、‘专精特新’中小企业、科技型中小企业等市场主体,增加信用贷、首贷投放力度”。

在监管层呼吁下,银行机构应声而动。此前公布的上市银行三季度业绩报中,部分银行披露了制造业信贷数据,其中多家银行今年前三季度制造业贷款增速较2021年末实现了

的支持。中国人民银行公布的数据表明,如今高技术制造业中长期贷款余额较十年前增加近七倍。

站在新的起点上,党的二十大报告提出,“坚持把发展经济的着力

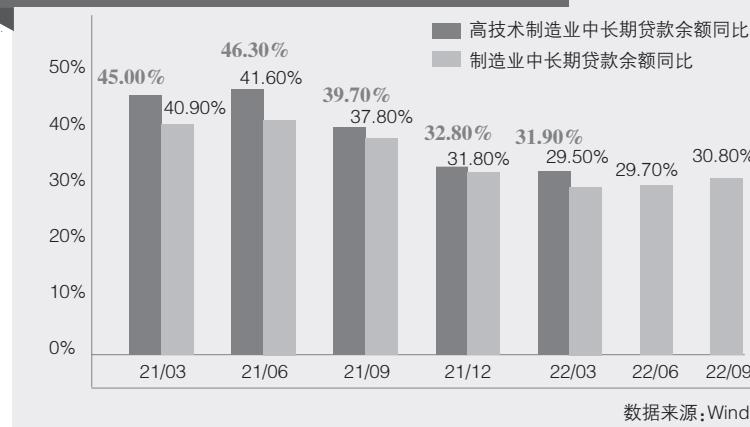
梳理道,此前银行业对制造业的支持更多侧重于服务中国制造业融入全球价值链,积极参与国际竞争;侧重于培育制造业规模从小到大,支持各领域龙头企业;侧重于服务制造业体系的进一步健全,完善工业体系,支持制造业细分领域的从无到有、从弱到强。

同时,近年来中国制造向中国创造迈进的步伐明显加快。

与之相呼应的是我国创新领域投资的增加。今年6月,中国人民银行公布的数据显示,高技术制造业中长期贷款余额较十年前增加近七倍。

## 制造业企业中长期贷款保持较高增速

制造业企业中长期贷款保持较高增速



不过,叶怀斌总结道,此前银行业支持制造业发展过程中存在三方面难点:一是对传统制造业的贷款支持,要与企业的生命周期相匹配、与企业现金流期限相匹配;二是对普惠小微制造业的金融支持,

点放在实体经济上”“推进新型工业化”“实施产业基础再造工程和重大技术装备攻关工程,支持‘专精特新’企业发展,推动制造业高端化、

智能化、绿色化发展”。监管层也已

经开始引导银行向制造业领域“卡脖子”的关键问题、向制造强国的相

关领域予以倾斜。

要提升金融服务的可触达性并充分考虑小微企业对资金成本的接受度;三是对“专精特新”制造业的支持,要精准识别其金融需求,创新信用增信方式。这也是下一步金融机构发力要解决的问题。

于高新技术领域投资增加。“制造业在向高质量方向发展,高新技术投资在整个制造业投资中占比达到40%左右。由于国家政策的推动和资源的投入,近年来高新技术投资增速较快,始终保持在两位数以上,拉动了制造业投资,工业生产也在此基础上保持了平稳增长。”连平说。

“当前,制造业中长期贷款、设备更新改造再贷款等已经较为有效地解决了制造业企业信贷资金与现金流不相匹配的问题。同时,银行业大力推进减费让利,推出线上普惠金融产品,降低了普惠小制造业的信贷成本,提升了金融服务对普惠小微企业的覆盖度。在支持‘专精特新’等具有核心技术的制造业企业方面,银行业推出了知识产权抵押贷款等创新产品,大力推行投贷联动等综合金融解决方案,满足‘专精特新’企业的金融需求。”叶怀斌说。

光大证券首席银行业分析师王一峰认为,展望四季度,在开发性政

策性支持工具、各类专项再贷款、中长期低息贷款等政策工具的支持下,基建、制造业等领域信用扩张确定性较强。

“下阶段,银行业支持制造业的重点应着重于落实党的二十大精神,服务建设制造强国。”叶怀斌告诉《中国经营报》记者,首先是要聚焦高端化,集中信贷资源,着重支持新一代信息技术、人工智能、生物技术、新能源、新材料、高端装备等领域,助力制造业解决关键基础软件、关键基础材料、先进基础工艺等短板问题;其次是要聚焦智能化,围绕传统制造业的改造升级、技术装备更新改造、数字经济与实体经济的深度融合,提供与制造业企业需求相匹配的金融服务,通过智能化发展全面盘活制造业企业的生产资源和经营潜力;最后是要聚焦绿色化,为制造业企业提供绿色贷款、发行绿色债券,促进制造业实现节能环保、低碳高效的增长。

## “金融活水”浇灌个体工商户发展

本报记者 郝亚娟 张翔王 上海 北京报道

个体工商户是我国产业链供应链的“毛细血管”和市场的“神经末梢”。不过,个体工商户多是轻资产

## 降低个体工商户融资成本

在一系列政策支持下,银行纷纷推出个体工商户信贷产品。

工行推出“商户贷”,基于客户在工行或其他收单机构的收单信息及经营情况,为商户打造专属金融服务。据了解,“商户贷(银联版)”是工行与中国银联股份有限公司及百行征信有限公司合作,基于商户收单、交易、信用等信息,智能准入授信,为办理收单业务的个体工商户

且缺少抵押物,加之信用信息不健全、不对称,融资难问题比较突出。

日前,国务院发布《促进个体工商户发展条例》,鼓励和引导创业投资机构和社会资金支持个体工商户

发展。《中国经营报》记者了解到,针对个体工商户的融资特点,已有银行通过加大创业担保贷款投放、推出“商户贷”等提供支持。

中国社科院副院长、学部委员

户、小微企业提供的在线融资服务。

与此同时,监管方面也开展专项活动加大对个体工商户金融支持力度。如,中国人民银行成都分行推进财金互动政策产品化,降低融资成本和信贷风险,同时会同财政部门等创新推出“支小惠商贷”“助农振兴贷”,对使用支农、支小再贷款资金发放的个体工商户贷款,按照年化贷款金额的1.5%给予一次性贴

息,切实降低个体工商户融资成本。

今年6月,银保监会举行小微金融工作专题(电视电话)会议,要求持续加大对小微企业和个体工商户的金融帮扶力度,各级监管部门、各银行业金融机构抢抓时间窗口,加快政策细化落实进度。

此次会议要求2022年继续实现普惠型小微企业贷款“两增”目标,确保个体工商户贷款增量扩面,银行机

构要层层抓实小微企业信贷计划执行,向受新冠肺炎疫情影响严重地区进一步倾斜信贷资源,国有大型银行要确保全年新增普惠型小微企业贷款1.6万亿元;股份制银行要在完成现有信贷计划的基础上,对具备条件的地方进一步增加投放;地方法人银行要用好用足普惠小微贷款支持工具、支小再贷款等政策,进一步做大普惠型小微企业贷款增量。

构体系和产品服务体系有待完善。金融系统业内人士武忠言也指出,无抵押、少信用、缺信息业已成为个体工商户融资难点、痛点,因此,推进信用体系建设,建立相关信息记录、畅通传递机制,既可以减少信息不对称,也能够使诚实守信成为市场主体的最优策略和主动选择。

“缓解个体工商户融资难题,需要形成财税、金融、产业的政策合力,除加大政府资金投入和政策支持,完善基础设施及信用环境建设外,还需要金融科技的深度应用和创新,大力发展数字普惠金融,创新商业模式和产品服务,增加对个体工商户金融供给,提高服务的质量和效率。”董希淼如是说。

在武忠言看来,从长期来看,信

用体系建设是一项基础性、系统性工作。他建议,首先,信用信息数据要软硬兼具,数据获取要遵循“非必要不使用”原则,在个人信息合理保护与合理使用之间寻求平衡;其次,采取线上线下多维收集,统筹兼顾金融机构信贷管理的实用性、个体工商户信息采集的可操作性和人民银行征信系统的兼容性和互补性,强化农业农村、工商、税务、法院、社保、质检、公用事业等部门线上信息共享;再次,结合线上线下搜集的信息,银行应为个体工商户建立电子信用档案并进行信用评级分类;最后,要强化信用正向激励功能,对符合授信条件的个体工商户,综合运用科技手段和大数据信息,加大贷款产品创新和业务拓展。

## 借势世界杯 银行多维度拓展场景金融

本报记者 慈玉鹏 北京报道

党的二十大报告提出,要促进群众体育和竞技体育全面发展,加快建设体育强国。从金融机构角度看,体育场景开拓价值提升,金融服务不断渗透体育产业。业内人士表示,银行开拓体育场景有多个维度,例如从运动人员、运动商户、赛事协会、运动平台入手,构建与场景相应的金融服务,也有政银联手,以数字人民币“体育消费券”为切入点。

## 借势营销

近期部分银行推出与世界杯相关的主题银行卡。在信用卡方面,建设银行推出FIFA2022卡塔尔世界杯主题信用卡;部分银行推出福利活动,如光大银行推出“Visa光大FIFA世界杯竞猜,百亿积分大瓜分”活动。

农业银行携手Visa推出FIFA世界杯信用卡,新客户办

理可参与“浓情新客礼”活动,消费达标即可兑换FIFA世界杯纪念礼品。

在借记卡方面,中信银行携手Visa推出FIFA世界杯主题借记卡,开卡福利包括消费返现、出行及海淘优惠等。

除了发行银行卡,部分银行还推出相关福利活动。例如,持中国银行Visa双币个人信用卡累计消费满人民币5000元(含5000元,境内外消费均包含),消费排名前38888名的客户可获得2022年卡塔尔世界杯吉祥物一个。

## 开拓体育场景

党的二十大报告提及,要促进群众体育和竞技体育全面发展,加快建设体育强国。2021年发布的《“十四五”体育发展规划》显示,围绕高质量发展和构建新发展格局设定目标——体育产业总规模达到5万亿元,体育产业增加值占国内生产总值比重达到2%,居民体育消费总规模超过2.5亿元,体育产业从业人员超过800万人。

银行纷纷开拓体育场景金融价值。如中国银行2022年年报显示,升级跨境、银发、教育、体育四大特色场景专区。中国银行体育场景开展冰雪主题活动46场,ERP模式拓展合作企业1600余家,服务多地开展体育消费券发放活动;中国银行表示,将进一步发扬“双奥银行”优势,持续促进我国体育产业发展。

记者了解到,2019年,中国银行启动战略级体育场景建设工作,开始将金融服务渗透体育产业。中国银行以全面服务各类型体育商户为基础,以“冰雪、健身、游泳、户外”四大运动为特色,以赛事合作为亮点,打造“中银运动+”品牌,为体育商户及消费者提供融资授信、智慧收单、消费分期等个性化综合金融服务。此外,还为体育商户和运动爱好者打造了“中银运动+”运动服务平台,包括冰雪玩乐、场馆预订及运动百科,支持在线预订冰雪票务以及羽毛球、游泳、网球等日常健身场馆预订,可在线了解有关冬奥、冰雪运动、宅家运动等攻略或视频。

2021年12月“浦发银行东方体育中心冠名签约仪式”在东方体育大厦举行。浦发银行等方宣布,2022—2023年期间,东方体育中心将更名为浦发银行东方体育中心,浦发银行及合作伙伴将以东方体育中心为引擎,开发新产品、新模式,共同激活体育场馆和数字金融的融合生态,探索体育产业资源平台。

另外,从金融产品看,记者

从业内人士处了解到,目前部分银行推出体育金融专属产品,如“健体贷”等。从形式上看,“健体贷”面向体育企业,贷款最高额度可达1000万元,其中纯信用贷最高额度可达200万元,最低年利率为3.9%,实行差别化信贷政策,开辟绿色审批通道,设有首贷开户贷、稳定经营贷、规模提升贷和赛事服务贷四款贷款产品,结合体育场景拓维。

# “金融+科技”协同进阶：科创金融改革试验区多点开花

本报记者 李晖 北京报道

“金融+科技”协同发展的下一阶段目标正在清晰。

近期，中国人民银行（以下简称“央行”）等八部门印发《上海市、南京市、杭州市、合

肥市、嘉兴市建设科创金融改革试验区总体方案》（以下简称《总体方案》）从健全金融机构组织体系、产品创新、充分利用多层次资本市场、科技赋能金融等七个方向给出发展目标。

去年11月25日，山东省济南市获批成为全国首个科创金融改革试验区。一年后，《总体方案》出炉，科创金融改革发展从一枝独秀走向多点开花，引发市场关注。

随着“把实体经济作为发

展着力点”的锚点越发清晰，金融服务的目标也进一步明晰。下一阶段，金融与科技的结合应该如何开正门走正路？科创金融或许是一个可以深入探索的方向。

华东地区某隐私计算机构

的一位高管向《中国经营报》记者透露，其所在机构已经在密切关注上述《总体方案》，特别是有关畅通科创企业上市融资渠道方面，预期会对公司所在赛道释放利好。

招联金融首席研究员董希

森告诉记者：“科创与金融的深度融合发展，是新旧动能转换和高质量发展的必然选择。可以预见的是，未来科创金融改革试验区将很快形成一系列新的科创企业金融服务模式，并在长三角地区全面复制推广。”

## 聚焦构建科创金融服务体系

从内容看，以金融支持长三角协同创新体系建设，加快构建广渠道、多层次、全覆盖、可持续的科创金融服务体系是此次《总体方案》的主线。

不同于山东省济南市在去年获批首个科创金融改革试验区的“单打独斗”，此次《总体方案》所涉及了五个城市，立足长三角并辐射中部地区。

众所周知，长三角不仅具有经济体量大、活跃程度高的特点，也是我国创新能力最强地区之一。《总体方案》制定的出发点也参考了《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》和《国家创新驱动发展战略纲要》的相关要求，预计在促进长三角科创金融发展及带动中部崛起方面发挥效应。

《总体方案》是在一年前八部门印发《山东省济南市建设科创金融改革试验区总体方案》试点基础上发布的，其目的是建立完善覆盖科技创新全周期的金融生态链。从内容看，以金融支持长三角协同创新体系建设，加快构建广渠道、多层次、全覆盖、可持续的科创金融服务体系是此次《总体方案》的主线。紧扣科技创新推动金融供给侧结构性改革，通过科技创新赋能金融产业发展，实现科技资源与金融资源高效对接，形成与科创企业全生命周期相适应的金融服务体系。

从整体目标看，《总体方案》明确通过5年左右时间，推动上海作为国际金融中心和具有全球影响力的科技创新中心核心功能再上新台阶，深入推进南京市建设引领性国家创新型城市，杭州市建设国内现代科创金融体系的实践窗口

和金融服务科技创新发展的示范基地，将合肥市打造成具有国际影响力的科技创新策源地和新兴产业聚集地，带动嘉兴市争创长三角科技成果转化高地和科创金融一体化服务基地。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林向记者表示，长三角技术创新活跃、金融业发达，五个城市不仅能在发展上形成协同，创新层面也各有分工——比如上海强调国际都市功能，引入外部资金和大企业，而合肥承接产业，杭州赋能中小企业，南京进行创新实践，嘉兴侧重成果转化，对接科研资源。“这种安排本身已经有效的解决了大城市集中的问题，防止科研院所和中小企业扎堆在大城市。”他表示。

值得注意的是，科创金融的提法虽然较新，但金融与科技的如何协同发展却不是新概念。

在中国（上海）自贸区研究院金融研究室主任刘斌看来，过去20年间，我国大力推进科技金融创新，取得了不少成果，但必须看到当前在很多关键领域和环节还存在技术“卡脖子”现象。

他认为，与以往单纯推动科技和金融融合的最明显差异就在于，此次科创金融改革的重点是要推进金融、科技和产业的良性循环与互动，要从全球产业链竞争的视角，从金融、科技和产业融合来推动产业链健康发展。

## 科创金融破题点仍在模式创新

在此之前，为了促进地方中小金融机构服务本地，监管部门曾对地方中小银行提出了较为严格的跨区营业限制。此次可以看到对于科创企业特事特办的态度。

顶层设计已经明细，对地方政府、金融机构以及企业而言，科创金融的破题点何在？企业需要怎样的金融配套服务？金融机构又应该如何及时调整服务体系和产品？

董希森向记者表示，“十四五”规划提出要完善金融支持创新体系，中国银保监会也印发了《关于银行业保险业支持高水平科技自立自强的指导意见》。完善金融支持科技创新体系，重要的是发展围绕科技创新的金融服务体系。他建议，可以考虑在科创金融改革试验区中探索更多新路径，比如支持更多银行机构设立投资子公司，推动内部投贷联动。

记者注意到，《总体方案》的首个方向就提出健全科创金融机构组织体系，包括完善科创金融银行服务体系、丰富科创金融组织业态等。

一位国有大行杭州分支机构人士向记者透露，从组织架构上看，目前很多银行都已经设立了金融科技部门甚至子公司，接下来是否会专门为科创金融改革设立事业部还有待观察。“毕竟这块业务需要尝试很多新模式，也需要协同更多内外部资源，有完全不同的考核导向。”他表示。

事实上，虽然当前银行在支持“专精特新”企业方面的行动

并不算少，但现有支持方案仍要面对不少障碍。F40研究部副主任朱鹤此前曾深入研究当前银行“专精特新”贷款产品。他发现，目前仍然存在银行体系追求本金安全和收益确定性与科技创新和成果转化不确定之间的矛盾，以及中国金融体系习惯于服务大企业、为大项目给“大钱”与早期科技创新阶段需要“小钱”之间的矛盾。

想破题则需要一些模式上的创新。记者注意到，在具体的改革内容上，《总体方案》提出了多个让人眼前一亮的探索方向，比如包括探索建立跨省（市）联合授信机制、探索依托融资担保机构增信等方式完善科创企业债券融资增信机制、研究探索适当放宽试验区内政府投资基金单个投资项目投资限额，适度提高投资容错率，探索基于孵化企业数量等指标的正向考核激励机制等。

前述杭州地区银行内部人士透露，在此之前，为了促进地方中小金融机构服务本地，监管部门曾对地方中小银行提出了较为严格的跨区营业限制。此次可以看到对于科创企业特事特办的态度。

值得一提的是，《总体方案》在很多方面提出了较为细化的支持方向，比如在科技贷款的定价机制方面，就提出了“远期共



此次科创金融改革的重点是要推进金融、科技和产业的良性循环与互动，要从全球产业链的竞争的视角，从金融、科技和产业融合来推动产业链健康发展。 视觉中国/图

赢”利率定价机制推广的要求。这一方式是根据信贷资金的实际使用效率，在信贷周期结束时最终确定贷款的实际使用利息。有市场人士认为，这一机制的运用将使得银行贷款的还本付息要求与科技企业的收入特征更为契合。

此外，也有科技类企业关注到《总体方案》强调充分利用多层次资本市场体系，畅通科创企业上市融资渠道这一提法。有上海和杭州的隐私计算和人工智能公司内部人士向记者透露，不排除其所在赛道会获得一些政策倾斜，但具体利好需要到各地具体实施方案中如何规划。

记者注意到，今年7月28日，济南市委、市政府印发《济南市建设科创金融改革试验区实施方案》，根据去年八部门相关方案规划的主要任务，细化了具体执行

方案和相关责任单位。在机构改革上，就提出推动六家国有商业银行、重点法人银行及股份制商业银行等银行机构成立科创金融事业部、科技分（支）行等科创金融专营（特色）机构。在产品创新的细化方面，提到聚焦“打造匹配创新型企业全生命周期的信贷产品体系”，包括实施科技创新型企业首贷培植行动，指导银行机构按照“一企一策”原则，有针对性制定财务管理、信贷支持等综合培植方案，提高科技型企业首贷获得率。此外，也明确完善人才有价评估系统和评价模型，鼓励金融机构与第三方评估机构合作，创新开发“人才贷”系列专属信贷产品。推动数据中心、人工智能、智慧城市、智慧交通、智慧能源、5G等项目申报基础设施不动产投资信托基金（REITs）试点。

# 农商行蓄力2023“开门红” 重点关注信贷

本报记者 郭建杭 北京报道

2023年“开门红”已悄然拉开帷幕。

对比往年从12月初启动的时间节点，农商行启动2023年“开门红”的时间要较往年更早一些。《中国经营报》记者注意到，11月中下旬已有多家农商

行的“开门红”启动大会召开，部分农商行发布了“开门红”营销方案。

今年，农商行普遍将贷款营销作为“开门红”的重点。此外，每家行社根据经营情况不同也均有相关的关注重点，例如江苏如皋农商行关注社保卡换代活动，江西广信农商行则关注不良贷款

的清收等。

记者了解到，农商行“开门红”营销完成情况与当年第一季度的存贷规模紧密相关，甚至会影响其上半年财报数据。对于今年“开门红”经营情况，有农商行人士告诉记者，目前根据总行要求，各支行、部室已经围绕2023年“开门红”做好客户储备工作，为

2023年工作开好局。

北京农信合研究所冯俊告诉记者，2023年农商行“开门红”的营销难度主要在贷款端，一方面是因为市场需求减少，另一方面也要面对大型银行下沉的价格冲击。不过，因为目前国内居民的储蓄意识很强，预计存款营销的难度会降低。

## 高度重视首季“开门红”

值得注意的是，2023年“开门红”启动时间较早。记者了解到，目前多个农商行的支行网点都已进行“开门红”的客户储备工作。

冯俊告诉记者，2023年春节时间较2022年提前了9天。按照往年的经验，元宵节之后存款增长就会表现乏力，真正的“开门红”时间就是今年12月和明年1月，所以很多行社在今年提前启动。

对于“开门红”之于农商行全年经营工作的意义，冯俊认为，首先是与百姓春节前后的储蓄习惯、年底的年终奖发放、企业主年底回款的习惯等有关；其次，居民习惯年前挣钱存钱，部分沿海地区还保持了大年初一到初五存钱的习惯；再者就是外地打工人员在年底返乡，也会带回来打工攒下的收入。

如山西省长治黎都农商银行在“首季开门红”系列方案研讨会上，党委书记王云红强调，首季度工作对于全年工作具有至关重要的意义，首季度能否打响决定全年发展目标能否圆满完成。各条线部门要高度重视“首季开门红”旺季营销工作，全面细致制定考核激励方案。

事实上，从存贷款角度来说，第一季度是全年储蓄存款最旺的时候，能给全年打下较好的基础。如果第一季度的存款抓不住，二三季度的存款难度就会非常大。而从贷款角度来看，第一季度的贷款做得越多，全年收息就会越多。二三季度放的贷款在全年收息只有6个月，而第一季度放出去的贷款在全年收息可以达到9个月。

农商行“开门红”早准备，也是银行经营节奏的安排。冯俊指出，从银行的业务经营节奏来说，比较良性的节奏是在前三季度将当年的主营业务相关指标全部完成，最后一个季度为第二年的业务做储备。如果每个季度都在冲击当月指标，就很难有精力和时间做基础经营工作。

此外，多家农商行在“开门红”动员大会中，也可以看到不同农商行的业务侧重点。部分农商行在近期的会议上提到了对于不良清收的关注。如前文所述广信农商银行就提到，要“做好不良贷款清收，抓住春节前后清收的有利时机，全力清收”。

临沂市兰山农商银行在11月组织召开的“2022年冬日攻坚暨2023年春天行动动员会议”上，也关注到了要实现存款量增、信贷业务健康发展以及对不良贷款的有效压降。兰山农商银行党委书记、董事长殷学远在讲话中提到，要抓三项重点工作高质量发展：围绕稳日均、优结构、降成本，实现各项存款量增质优；围绕夯基础、强营销、重深耕，实现信贷业务健康发展；围绕压担子、强清收、快化解，实现不良贷款有效压降。

有业内人士指出，“开门红”方案中提到巩固清收成果等问题，是从贷款客户返乡的角度考虑；而对农商行“开门红”期间关注社保卡换代等问题，则是因为春节期间有在外务工人员返乡，趁此期间将社保卡换代也是较好时机，加大政银合作对农商行拓户有帮助的作用。



目前多个农商行的支行网点都已进行“开门红”的客户储备工作。 视觉中国/图

户。冯俊进一步告诉记者，“开门红”的利润来源中60%来自于存量客户。此外，“开门红”期间的由规模导向调整为利润导向也是明显的转变方向。

对于利润导向，冯俊举例表示，存款资金成本调整，定期储蓄、活期储蓄的比例调整。此外，农商行还面临贷款考核时点的问题。贷款投放的时间节点不同，也会影响利润能否凸现出来。

在“开门红”期间，农商行对于贷款投放问题较为重视。目前，多家农商行都提到了“开门红”期间的信贷投放问题。

11月11日，江西广信农商行召开2023年“开门红”动员会。广信农商行党委委员、行长叶淑明解读了《广信农商银行开门红“扩大信贷投放·跨年战”专项行动实施方案》。党委书记、董事长戴志欣也强调了五点意见，其中首要一点就是加大信贷投放力度，做大资产业务，坚守主责主业，夯实支农支小基础；以及积极营销核心存款，通过调整存款结构等灵活手段吸

收低成本资金；做好不良贷款清收，抓住春节前后清收的有利时机，全力清收；推进客户数三年翻番规划，实实在在地把基础客户做好、做实、做到位；支农支小作为第一要务，深度开展整村授信工作，城区开展支小微普惠授信。

在近期河南省滑县农商行召开的重点业务工作推进会上，也强调要持续加大贷款投放，全面推广“党建+金融”，实行全员营销，创新政银合作模式。要持续加强安馨贷营销等。

而11月14日，信阳珠江村镇银行召开的2022年三季度工作会议暨2023年“开门红”誓师大会上，党委书记、董事长杜壮利对做好2023年“开门红”工作，提出的三点意见中，也提到要充分认识宏观经济形势压力大、存量贷款管控挑战大、利率市场化对营收影响大、上级管理政策变化大等因素，做到清晰应对、背水一战。



# 北京打造“种业之都”

本报记者 颜世龙 北京报道

“我主持选育的玉米新品种目前已经审定了2个，报审了2个，还有10多个组合在国家联合体参试中。”因新冠肺

炎疫情原因，翟伟不得不取消与《中国经营报》记者的这次当面采访，但在电话那头，依旧能感受到他作为一名育种家的骄傲。

“85后”的翟伟给记者发来一

张日常工作照，照片中的他皮肤黝黑，一顶草帽，一件雨衣，一双沾满泥的水靴，就这样站在一人多高的玉米地里考察品种。从中国农业科学院研究生院毕业后，翟伟便加入了北京丰度高科种业

有限公司从事育种工作，作为公司联合研发负责人，他常说的话是“选育优良的品种，为老百姓增产增收”。

如翟伟一样，在首都北京，有一大批育种家正在为民族种业选

育良种，为的是端稳中国饭碗。正是基于此，让全国每十粒种，就有一粒出自北京。

记者了解到，近年来，北京市依托首都优势、种业科研资源和人才资源，已基本形成农作

物、畜禽、水产、林果四大种业体系，生物育种技术全国领先，育种发明专利授权数量、植物新品种授权数量和通过国审品种数量均居全国首位。“种业之都”呼之欲出。

## 从0到1，再到100

如果说育种家将一粒好种子实现了从0到1的突破，那育种企业将科技成果转化则是要完成剩下的99%。

“我们和其他行业做研发类似，都要先了解市场需求，比如要产量高、更广适、抗病、耐旱、耐高温，还要了解当地的种植习惯和气候地理条件等。玉米种子是一个生命体，每个区域要求的品种都不同，要因地制宜，选育适合区域的品种。”翟伟说，接下来还要根据市场需求，设立育种目标、组建基础材料、选育自交系、组配组合等工作。“仅在选育阶段，要想达到纯合的自交系就需要4~5年，然后再通过组合鉴定品比筛选，到品种审定，整个过程平均要7~8年时间，而且这还是在很顺利的情况下。”

翟伟说，传统育种自交系选育需要6~8个世代，4~5年的时间才能达到纯合，公司使用单倍育种技术，仅需要1年时间就拿到了纯合自交系。同时结合分子标记辅助选择、全基因选择育种等技术，大大提高了育种效率。

如果说育种家将一粒好种子实现了从0到1的突破，那育种企业将科技成果转化则是要完成剩下的99%，京研益农（北京）种业科技有限公司（以下简称“京研种业”）正是种业领头羊之一。

京研种业作为全国首批育繁推一体化蔬菜种业企业和北京市重点龙头（科技创新示范龙头）企



翟伟在四川达州考察玉米品种。 本报资料室/图

业，在今年7月，入选国家种业阵型（破解难题阵型）头部企业。

据京研种业董事长温常龙介

绍，公司在2021年实现逆势增长，

蔬菜良种产业化年增长率达到

16.2%，突破1.7亿元；在全国示

范推广白菜、油菜、西瓜、西葫芦、南

瓜、甜（辣）椒等品种500多个，年

推广面积达2000万亩，助力农民

年增收50亿元以上，每年稳定将

优质的蔬菜良种约200万斤推广

到全国1800多个市县（区）。“自

2013年突破亿元以来，公司已连

续十年位居全国蔬菜自主研发种

企首位，有力地阻击了跨国公司对

我国蔬菜种业的冲击。”

据了解，京研种业是北京市

农林科学院国有股份制企业，其

快速发展与北京市农林科学院蔬

菜所科研创新是同步的，而这正

是这家头部企业逆势增长的“秘

密”。“我们与农科院‘科企融合’

的协同发展方式让公司牢固占据了

市场领先地位。”温常龙说。

正是得益于这一优势，京研

种业研发的500多个蔬菜品种始

终是北京“菜篮子”稳产保供的

主力军，占京郊蔬菜播种面积的

60%，也见证了北京蔬菜产业和

菜农增收的结构性变化，其中拳

头品种连续多年入选农业农村部

推介主导品种，占全国蔬菜主导

品种的1/3；白菜、西瓜、西葫芦及

黄瓜、番茄、辣椒等特色蔬菜品种

占同类型市场份额的1/2。在北京

，10棵大白菜中就有9棵来自京研

种业，京欣、京颖西瓜更是保障了

北京市民一年四季有瓜吃。

## “种业之都”风起

近10年来，中国和国外先进水平的差距正在缩小，从原来20~30年的差距缩短到5~10年的水平。

从无到有，从有到优，种子作为农业的“芯片”，关系到饭碗。

“我们日常所吃的蔬菜95%以上起源于国外，真正起源于中国的只有大白菜、豆类和萝卜等少数品种，而新中国成立后才开始了自有的蔬菜育种事业。”温常龙说，我国一直面临种源不足、起步较晚、育种水平不高、种子加工水平较低等“卡脖子”问题。

说起种业的“卡脖子”问题，温常龙深有体会：“以小番茄为例，国外的一粒种子在7~20元，国产种子在1~2元，而农民种植一亩地需要两三千粒（粒），如果只能购买进口种子，农民光种子就要一次投入近3万元，在市场价格难以上涨的情况下，必然影响农民的收入。”温常龙说，“甚至国外不会卖给你最优质的种子，他们更愿意卖给中国附加值更高的产品。要知道，从种子到产品附加值会提高100倍。”

不过，近10年来，中国和国外先进水平的差距正在缩小，从原来20~30年的差距缩短到5~10年的水平，个别品类的育种水平已经和国外齐平，甚至在西瓜、黄瓜等蔬菜作物育种领域已经超越了国外同行业。

不以量取，而以质见。近年来，为支撑“种业之都”建设，北京市相继出台了《北京市种子条例》《北京现代种业发展三年行动计划》

（2020—2022年）》《北京种业振兴实施方案》等重要政策和文件，以通州、平谷、延庆三区为重点，构建国家级现代种业发展高地，将打造具有全球影响力的“农业中关村”，力促粮食安全和重要农产品供给。

记者从北京市农业农村局了解到，2021年，我国共公开育种发明专利申请3284件，授权2138件。其中，北京育种发明专利申请351件，占全国的10.7%；育种发明专利授权336件，占全国的15.7%，位居全国首位。2021年，国家农作物品种审定委员会共审定品种1159个，其中北京市通过国审品种147个，占12.7%。2021年，全国植物新品种授权3218件，其中北京市获得授权366件，占11%，稳居全国前列。

玉米、蔬菜、小麦、大桃等北京

特色优势物种育种成果显著。培育

“全国杰出贡献玉米自交系”品

种13个、占全国的24%，自交系选

育的杂交种推广种植面积47亿

亩、占全国的38%；“京科968”玉米

品种累计推广超1亿亩，是全国第

二大玉米品种。自主培育WOD

系列白羽肉鸡，为确保白羽肉鸡种

源自主可控奠定了基础。蛋种鸡、

奶牛国产冻精分别占全国市场的

58%、35%，鲟鱼种苗年产量约占全

国的70%。

种业强，企业必须强。截至2021年底，北京共有种业企业1918

家，其中农作物种业企业305家、畜禽种业企业76家、水产苗种场31家、林木苗圃1276家和花卉种业企业230家。

此外，农作物“育繁推”一体化企业12家，占全国（122家）的10%。进出口企业23家，占全国的9%；注册资本超过亿元的企业17家，数量、比例均居全国之首。外商投资企业10家，占全国的35.7%。近70家大中型农作物种子企业具有自己的研发队伍，研发投入从2011年的1.4亿元增长到2021年的5.33亿元，已经占到总销售额的9%，与国际种业巨头研发投入比例相当。首农食品集团是我国畜禽良种领域具有雄厚产业优势的领军企业，旗下华都峪口禽业有限责任公司成为世界第三大蛋鸡育种公司，北京奶牛中心奶牛冷冻精排名全国第一。

玉米、蔬菜、小麦、大桃等北京

特色优势物种育种成果显著。培育

“全国杰出贡献玉米自交系”品

种13个、占全国的24%，自交系选

育的杂交种推广种植面积47亿

亩、占全国的38%；“京科968”玉米

品种累计推广超1亿亩，是全国第

二大玉米品种。自主培育WOD

系列白羽肉鸡，为确保白羽肉鸡种

源自主可控奠定了基础。蛋种鸡、

奶牛国产冻精分别占全国市场的

58%、35%，鲟鱼种苗年产量约占全

国的70%。

种业强，企业必须强。截至2021年底，北京共有种业企业1918

## 高质量发展的“溧高投范例”：深耕创新创业“生态圈” 激活园区发展新动能

举办2022智能制造赋能健康装备沙龙活动、11个项目集中签约入孵溧杭孵化中心……“飞地经济”助力下，“飞”出产业合作新天地的溧水近日引发外界关注。

日前，由南京溧水高新技术产业投资有限公司（以下简称“溧高投”）、溧杭孵化中心、南京溧洩智能制造研究院有限公司、浙江大学精密工程与微纳技术研究所共同承办的2022智能制造赋能健康装备沙龙活动在杭州举行，南京安特海科

### 引资跑出“加速度”

落地海尔集团海纳云华东区域研发中心、签约智通三千智慧物流数字科技服务平台……多家知名数字经济企业的接连签约落地，让溧高投的招商引资工作引发外界关注。

将时间拉回到今年5月，溧高投与天安（南京）投资发展有限公司、江苏零浩网络科技有限公司就智通三千智慧物流服务平台项目签约，协力打造全国领先的智慧物流数字科技服务平台。

智通三千的签约，仅仅是溧高投全力推进产业链强链补链的一个缩影。

溧高投围绕新能源汽车、新医药与生命健康和智能装备制造，聚焦电子信息、数字经济、智能家居及人工智能等产业链。今年完成签约项目8个，如南京飞光电子、江苏纳光通信等科技型企业入驻高标准厂房。

技有限公司等11个项目集中签约入孵溧杭孵化中心。

在助力溧水携手杭州踏上“飞地经济”发展新路的背后，溧高投公司在整合创新资源、提升园区承载能力、深化国有企业改革等方面也取得丰硕成果，如联动发展区机电设备特色产业基地成为今年南京仅有的一批国家火炬特色产业基地等。

毋庸置疑，溧高投交出了一份

厚重提气的高质量发展答卷，那么

其秘诀究竟何在？

### 创新创业铸就发展“新引擎”

如何打通技术创新成果转化的“最后一公里”一直是老大难问题，而经由溧高投穿针引线形成的“黄金铁三角”，或正成为破解上述难题的优选方案之一。

落户于南京幸庄科技产业园的经纬达汽车人才团队，在智能驾驶领域具有雄厚科研力量；溧水本地制造型企业胜捷电机，具有汽车零部件规模化产线、试验认证等资源。

两家“本土化”企业，如何实现

“1+1>2”的效果呢？

溧高投公司促成两家企业资源互补，吸引金溧创投等风投机构5000万元投资，共建合资公司，依托各方优势，实现年产达30万套的生产能力，预计年销售收入5亿元。合资公司集各类优质要素为一体，完成Pre-A轮融资，为科创板上市打下坚实基础。2021年度入选汽车新供应链百强并获“金辑奖”，形成良好的行业口碑和影响力。

“溧高投公司始终坚持创新驱动发展”，溧高投方面同时介绍称，其逐步构建了“科研+试验+中试+生产+运营+销售”全链条科技创新赋能体系，率先创建“新型研发机构+关联企业+基金”结对联动机制，实现科技赋能工程，为跨越科技成果转化的“黄金铁三角”，入选南京市《引领性国家创新型城市建设典

路径。

型案例》（2022年第一期）。

自2021年建立结对联动机制以来，溧高投全覆盖走访溧水区13家新型研发机构和企业，调研关联企业近百家，牵头开展专题推进会议15次，结对联动机制已初现成效，被相关媒体评论为科技成果转化为“黄金铁三角”，入选南京市《高水平新型研发机构培育名单》，创立“新研机构立体化发展”模式，打造“科小苗圃”，园区科技型企业481家；“新能源汽车产业

创新型产业集群”科技发展计划，获批市级科技经费支持，集聚关联企业32家，其中高企15家、科技型中小企业22家、独角兽企业3家。

“聚创新之能，乘开放之势”的溧高投积极发挥自身优势，努力成为溧水科技和产业创新的开路先锋。”溧高投总经理王涛如此表示道。

在薪资、创新创业等多方面交出高质量发展答卷的溧高投，其秘诀何在呢？

“高标准建设质量小站和企业服务中心，就是我们提升为企业服务品质的关键一招。”溧高投企业服务中心负责人介绍，通过搭建幸庄科技产业园企业服务平台，抽调8名专职人员实体化运作，实现企业“一次进门、全面服务”目标。

不仅如此，溧高投方面还介绍

称，通过创新机制，完善服务方式，搭建了助推企业创新升级的绿色通道，成为深化放管服改革、助力中小微企业发展的贴心举措。

提高园区承载能力，无疑是打

造“硬核”营商环境的渠道之一。溧高投高标准打造多元活力型产业园区，促进“研发-转化-生产”一体化循环发展。以幸庄科技产业园为核心，与永阳、东屏、和凤工业园联动发展，投资32亿元实

# 杭州推差异化购房政策 长三角多地楼市加速复苏

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

“现在是买房的最好时机。”日前,杭州市萧山区的一位房产中介告诉《中国经营报》记者:“如果现在不买房的话,明年房产利率也许又会调回到原来的水平。不能小看这一两个点的利率,对于客户来说,能省不少钱。”

## 长三角多地密集优化购房政策

近来长三角多地开始密集调整购房政策,“一城一策”因地制宜的精准施策仍是目前各地楼市的主基调。

近来长三角多地开始密集调整购房政策,“一城一策”因地制宜的精准施策仍是目前各地楼市的主基调。

资料显示,进入下半年以来,南京、杭州、苏州等多个长三角城市已连续调控多次。今年7月,南京市发布修订后的《南京市积分落户实施办法》,进一步放宽了积分落户人群在南京的落户门槛。在长三角区域江苏、浙江、安徽三省和上海市缴纳城镇职工社会保险,将视作为在南京的缴纳年限。在居住年限互认地居住的年限,予以累计互认并赋分,在南京购房的门槛进一步降低。

今年10月,南京市再次调整购房政策,南京市住房公积金管理中心宣布调整个人住房公积金贷款利率。5年期以下(含5年)首套个人住房公积金贷款利率由现行的2.75%下调至2.6%,下调0.15个百分点。

除了下调房贷利率外,推行差异化购房政策成为了目前调控楼市的另一有力工具。

据央行官网,央行、银保监会日前联合召开全国性商业银行信贷工作座谈会,研究部署金融支持稳经济大盘政策措施落实工作。此次会议提出,要全面落实房地产长效机制,因城施策好差别化住房信贷政策,支持刚性和改善性住房需求。

据了解,今年以来,长三角多地均出台了楼市松绑政策,不同程度地降低了购房门槛。以新一线城市杭州为例,11月以来杭州市陆续对购房政策进行了调整。

11月11日,杭州市发布了《关于调整杭州市个人住房按揭贷款政策的紧急通知》(以下简称《杭州通知》)。《杭州通知》明确,在杭州市限购区范围内,

对于在杭州市无房、但有住房按揭贷款记录且相应贷款已结清的居民家庭,为改善条件再次购买普通自住房,可按首套房贷政策执行。同时,为改善居住条件,贷款购买第二套普通自住房的居民家庭,最低首付比例为40%(此前为60%);按照目前规定,首套房贷利率最低调整为4.15%,二套房贷利率最低调整为4.9%。

对此,分析人士指出,杭州的上述购房政策的确起到了短期内扩充居民购买力的作用,“但是因短期杭州二圈层供应疲软,前期多盘入市又消耗透支了部分潜在需求,当前客户观望情绪依旧浓厚,并不急于入市,因而政策当前落地效果尚不及预期,但后续需求还有进一步释放的空间。”

## 长三角多地密集优化购房政策

近来长三角多地开始密集调整购房政策,“一城一策”因地制宜的精准施策仍是目前各地楼市的主基调。

近来长三角多地开始密集调整购房政策,“一城一策”因地制宜的精准施策仍是目前各地楼市的主基调。

资料显示,进入下半年以来,南京、杭州、苏州等多个长三角城市已连续调控多次。今年7月,南京市发布修订后的《南京市积分落户实施办法》,进一步放宽了积分落户人群在南京的落户门槛。在长三角区域江苏、浙江、安徽三省和上海市缴纳城镇职工社会保险,将视作为在南京的缴纳年限。在居住年限互认地居住的年限,予以累计互认并赋分,在南京购房的门槛进一步降低。

今年10月,南京市再次调整购房政策,南京市住房公积金管理中心宣布调整个人住房公积金贷款利率。5年期以下(含5年)首套个人住房公积金贷款利率由现行的2.75%下调至2.6%,下调0.15个百分点。

除了下调房贷利率外,推行差异化购房政策成为了目前调控楼市的另一有力工具。

据央行官网,央行、银保监会日前联合召开全国性商业银行信贷工作座谈会,研究部署金融支持稳经济大盘政策措施落实工作。此次会议提出,要全面落实房地产长效机制,因城施策好差别化住房信贷政策,支持刚性和改善性住房需求。

随后杭州市出台了有关差异化购房政策。日前,杭州市住房保障和房产管理局、杭州城西科创大走廊管委会联合发布了《关于城西科创大走廊实施差异化购房的通知》(以下简称“《差异化购房通知》”)。

《差异化购房通知》中明确,自该政策发布之日起,在实施范围内领取预售证的新建商品住房项目,应提供不少于准售房源总套数50%的房源,定向供给在实施范围内稳定就业或落户满一定年限的“人才无房家庭”“其他无房家庭”“其他家庭”三类购房家庭。除按规定定向供应的房源

外,其余不高于准售房源总套数50%的房源按现行规则公开销售。

除新房市场外,二手房购买等相关业务也做出了进一步优化。记者梳理发现,南京、杭州等多地均已开始推行二手房“带押过户”模式,可以通过线上办理,也可以通过线下办理。此外,杭州市还引入了交易资金公证提存机制,保障跨行“带押过户”的资金安全。

中指研究院表示,从政策效果上看,“带押过户”可以有效缩短二手房交易流程,降低二手房交易成本,加快存量房的市场流通,对当前杭州低迷的二手房市场有一定推动作用,利好置换需

求。“但预计政策效果偏中性,政策目的以优化交易流程为主。”

易居研究院智库中心研究总监严跃进在接受采访时则表示,杭州、南京等城市的楼市松绑政策较为滞后。“放松得不是很彻底,限购政策方面需要进一步放松,限制性政策太多无法进一步降低购房门槛,除了核心板块限制外,其余的板块可以考虑适当做出调整。”

在严跃进看来,当前多地轮番出台的调控政策对楼市具有一定的提振效果。“尽管短期来看,政策出台后楼市数据仍然下行,但较出台前已有所遏制,否则成交量下降会更为明显。”

## 充分发展与平衡发展并重 多地同步谋划“强省会”与都市圈发展

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

### “强省会”阵营持续扩容

在充分发展促平衡发展逻辑下,“强省会”阵营仍在持续扩容,多省将“强省会”战略写入“十四五”规划等重要文件中,部分地区还出台专项政策支持“强省会”发展。

如江西省“十四五”规划中明确,要实施“强省会”战略,增强南昌核心主导功能和辐射带动能力;贵州省则在“十四五”规划中提出支持贵阳做大,实施“强省会”五年行动,贵阳城市经济首位度提升到26%以上。

### 高质量发展重要动力源

实际上,除提升自身竞争力外,在城镇化发展提质以及区域协调发展等方面,城市发展壮大仍发挥着重要动力源作用。

国家“十四五”规划进行相关部署时,中心城市作用即被多次提及。如在促进区域协调发展方面,国家“十四五”规划提出要开拓高质量发展的重要动力源,其中明确要以中心城市和城市群等经济发展优势区域为重点,增强经济和人口承载能力,带动全国经济效率整体提升;破除资源流

此外,甘肃、福建、广西、山东、云南等地也在“十四五”规划中提出要实施“强省会(首府)”战略或提升省会城市各项能力;包括江西、福建、贵州、湖南等省份在内还出台了专项政策推进“强省会”战略。

对于“强省会”阵营持续扩容的原因,多位专家认为是各地出于提升省会集聚与辐射能力,进而提升省会乃至全省竞争力角度出发进行的部署。相对都市圈平

衡发展目标,“强省会”更多应从竞争力目标来理解。

“一般来说,目前提到的‘强省会’指的是某一省份的省会无论在整体经济体量、产业机构,还是在产业链乃至人才、公共服务、科教文卫等诸多领域在全省之内处于绝对的领导地位。”王鹏认为,“强省会”战略的提出,意味着省会城市无论是行政级别、资源调动能力,还是经济发展水平,都将对全省发挥非常重要的带动作用

用;目前就我国实际情况来说,很多省份在多个城市同时均衡开发方面存在一定难度,会选择先以省会为核心发展。

“一般是省会首位度较低的省份会提‘强省会’战略,主要还是着眼于提升省会竞争力。都市圈则更加强调对周边的辐射带动,强调与周边一体化发展,在一定程度上是要弱化中心的。”中国区域经济学会副会长兼秘书长陈耀表示,“强省会”的出发点是提

升省会聚集度,以提升省会经济、人口等各方面聚集能力为直接目的,主要是在省内发挥作用;都市圈则在全国范围发挥均衡发展作用。

“强省会”注重充分发展逻辑在各地相关战略中也有所提及。如甘肃省在《2022年政府工作报告》提出,要大力实施强工业、强科技、强省会、强县域行动,以充分发展促进平衡发展,推动各方面工作取得新突破。

### 需注重区域协调发展

除注重城市内生动力外,多位专家认为,“强省会”还应避免一家独大,注重区域协调发展。

在推进新型城镇化以及区域协调发展方面,国家“十四五”规划在明确中心城市动力源作用外,也多次强调城市群与都市圈作用,提出要以城市群、都市圈为依托促进大中小城市和小城镇协

调联动、特色化发展,使更多人民群众享有更高品质的城市生活。

在此背景下,各地在推进“强省会”的同时,往往同步推进空间布局优化以及省级副中心或省会都市圈建设。

如广西在“十四五”规划中提出大力实施“强省会”战略的同时,还提出了要深入推进北钦防

做大做强区域中心城市,发挥其在人口集中、产业集聚方面的龙头作用,尽量发挥中心城市的规模经济效益。”产业研究与规划专家史一哲认为,一般而言,随着城市规模从小到大的发展,在发展的中前期的相当长时间内,会出现明显的规模经济效益,城市规模越大、产业集群实力越强大、人口和人才越集中、创新能力越活跃,越能够吸引更多的经济发展要素集中,获得更好的经济发展绩效。

“强省会发展模式的实质是一体化,高标准建设南宁都市圈,共建北部湾城市群,对重点地区高质量发展进行了相关部署。

江西“十四五”规划也是在推进区域协调发展部分提出的实施“强省会”战略,并同步提出了要做强做优大南昌都市圈,完善一体化发展机制,推进产业分工协作、公共服务普惠均衡、生态环境共保共治等。

“没有一个足够强的省会作为经济、产业发展要素的输出源,省会都市圈肯定是无法成立的。”史一哲指出,做大做强省会这样的区域中心城市,实质就是经济资源分布的非均质化,对提升经济发展绩效的好处是显而易见的。

如此,应如何推进“强省会”战略?

“‘强省会’的推进核心还是要靠城市内生动力,应避免盲目搞合并等外延式扩大。”陈耀表示,“强省会”的实施路径很多,但

归根到底还是要认真推动城市高质量发展,通过加大创新力度、改善营商环境以及提升公共服务能力等来提升城市品质,培养城市能力,如此才能吸引更多人口、企业与投资等。

实际上,多地在推进“强省会”战略中的重点任务也是围绕城市品质提升,几乎都在交通等基础设施建设、科技创新、城市建设、特色产业发展、产业体系建设、营商环境优化、公共服务优化等方面部署了重点任务。

“‘强省会’要能够带动本地经济发展,同时融入全国全球大市场,因此就目前情况来看,都市圈与‘强省会’是相辅相成,共同发展的。”王鹏认为,“强省会”战略在全国来说逻辑上是一致的,但不同省份推进相关工作还是要因地制宜,省会城市与其他城市之间并非一定要拉开较大差距。

# 中国家电企业竞逐世界杯

本报记者 蒋翰林 深圳报道

近日,2022年卡塔尔世界杯开幕。作为全球最受关注的单项体育赛事,世界杯除了吸引亿万球迷的关注外,也成为诸多企业追逐竞技的赛场,中国家电企业更是从未缺席这一营销阵地。

赛场内外,皆是竞技。今年,TCL、华帝、万和电气等品牌通过赞

## 中国制造的世界舞台

美的和格力以供应商的方式亮相本届世界杯。

随着世界杯拉开帷幕,赛场内32支球队激战,赛场外各大企业也蓄势待发,打响真金白银的营销战。本届世界杯的官方赞助商阵营中,共有万达、蒙牛、vivo等四家中国企业。其中,万达集团以国际足联合作伙伴的身份成为卡塔尔世界杯的顶级赞助商之一,蒙牛、vivo等则为国际足联世界杯赞助商。

数据分析和咨询公司“环球数据”提供的数据显示,中国赞助商为在今年11月20日至12月18日期间举行的卡塔尔世界杯投入了13.95亿美元,超过了美国企业投入的11亿美元。天眼查数据显示,本次赞助世界杯的中国企业中,快消食品、家电、汽车等行业尤其钟爱赞助世界杯。

参与世界杯赞助主要有四大途径,分别为官方赞助、球队签约、足球明星签约、媒体合作。除了直接赞助国际足联世界杯外,家电企业还通过签约国家队、明星球员的形式获得曝光。今年9月,TCL在德国柏林消费类电子展上宣布签约法国后卫拉斐尔·瓦拉内、巴西边锋罗德里戈、英格兰中场菲尔·福登、西班牙新星佩德里作为全球品牌大使,9月20日又官宣赞助巴西球队,冲击史第六座世界杯冠军。

此外,万和电气与德国足协达成战略合作,成为德国国家足球队的中国区官方合作伙伴。万家乐也宣布成为阿根廷国家足球队中国区赞助商,合作时长半年。这也是万家乐首次签约世界杯球队。

除了赞助世界杯和球队的“高端玩家”之外,其他企业还在体育场馆设施、器材供应商、运营商等领域通

助参赛球队、球星获得曝光,而美的、格力则通过成为场馆项目的供应商亮出中国制造的实力。

家电企业砸下重金,背后各有算盘。欧洲作为全球最重要的家电消费市场之一,历来也是中国家电品牌“出海”的必争之地。在国内家电市场疲软之下,企业进击世界杯期间不失为品牌有效输出、向全球铺货的良机。

## 品牌出海的“世界语言”

征战世界杯的背后,我国家电企业正在加速出海。

作为全球瞩目的“顶流”赛事,国际足联预计,本届卡塔尔世界杯将会吸引全球超过50亿的观众,创下观看人数的新纪录。

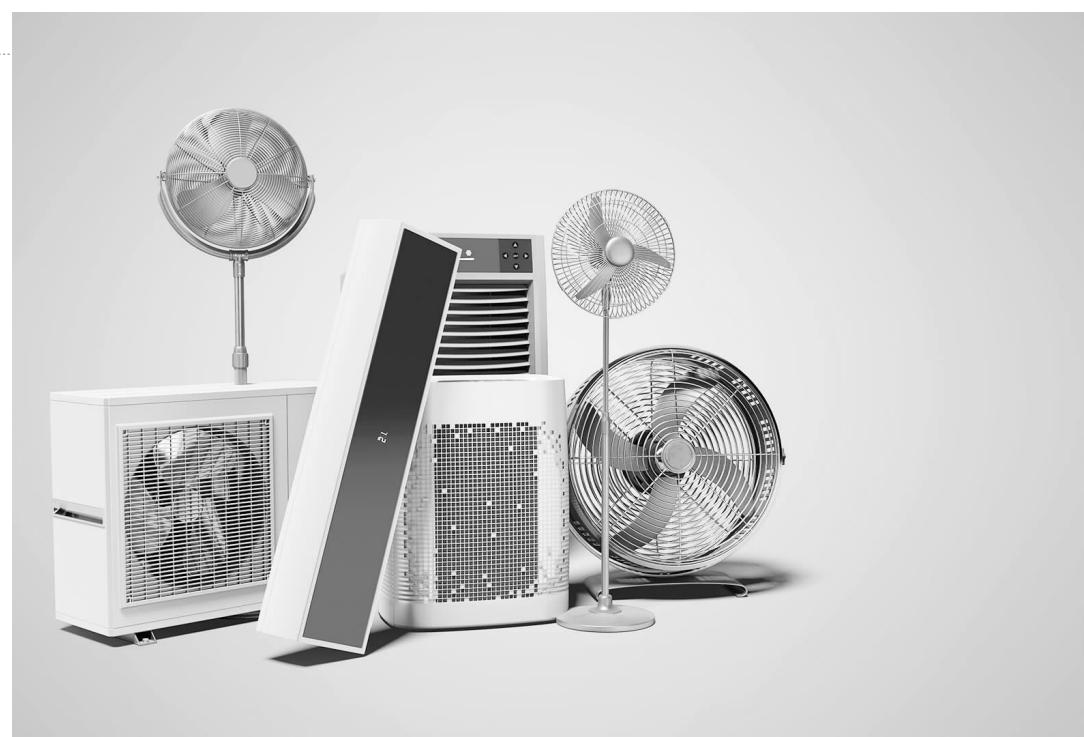
不仅仅是本届世界杯,国际体育赛事因为形象积极、受众广泛,一直备受品牌青睐。最广为人知的例子莫过于2018年俄罗斯世界杯,华帝股份赞助了法国队,并承诺“法国队夺冠,华帝退全款”。因成功押注法国队,华帝成为当年世界杯营销最具影响力的案例之一。

据悉,在俄罗斯世界杯期间,华帝股份创下销售额10亿元的成绩,“夺冠退全款”指定产品产生了约为2900万元的零售额,但华帝称“属于公司可控费用”。除了被人熟知的华帝,在上届世界杯,万和电气也打出支持阿根廷队“晋级就返现,金靴享五折,夺冠全免单”的广告。

不过相比上一届世界杯,本届世界杯各企业在投资上显得更加谨慎。

例如,今年华帝在开赛前两周才赶上“晚班车”,官宣成为葡萄牙队的赞助商,而上届世界杯,华帝开赛前三个月就与法国队完成签约。促销方面,目前华帝发起了奖金为10万元的微博“全民清华帝冲冠球队”话题抽奖活动,力度远不及上一届的“法国队夺冠退全款”豪气。的确,目前从各大品牌的营销来看,不再有企业做出“免单”“五折”的活动,更多是现金券、抽奖送礼包等,相比于上一届世界杯的成本可谓大大缩水。

今年7月,国际足联主席因凡蒂诺曾公开表示,国际足联选择赛事赞助商的标准是寻求一个持续投入技术和产品创新,真



美的和格力以供应商的方式亮相本届世界杯。

本报资料室/图

年,TCL海外营收达到1174亿元,增长60%,其海外营收已接近其总收入的一半;海尔智家海外营收1137.25亿元,总营收占比超过50%,近三年复合增速15%;美的海外营收1376.54亿元,总营收占比约40%。

中东非市场也成为家电巨头们抢占的重要市场。中国机电进出口商会家电分会数据显示,今年前10个月中国家电产品向卡塔尔出口金额同比增长超过10%。同期,中国向包括卡塔尔在内的阿拉伯联盟22个国家,出口家电的金额同比增长29%,出口白色家电的金额同比增长11.21%。

中东非地区作为“一带一路”重要沿线市场,外加气候炎热的特点,具有较大消费市场。目前,包括海尔、格力、美的、TCL、创维等国内家电巨头均已布局中东非。创维电视从2012年起就在中东非开拓品牌业务,销售网络覆盖沙特、海湾五国、黎巴嫩等中东国家及肯尼亚、乌

干达、卢旺达、尼日利亚等非洲国家。创维的冰箱、洗衣机业务自2014年起进入中东非市场,目前主要覆盖阿联酋、沙特、卡塔尔、巴林、约旦等地。

家电企业海外建厂也成为新趋势。10月14日,美的的欧洲生产研发基地在意大利费尔特雷正式开工。目前,美的在全球的业务覆盖200多个国家和地区,拥有海外员工约3万人。美的集团副总裁王建国曾表示,“希望到2025年,美的海外工厂的制造规模能够达到美的集团海外销售收入的三分之一。”

王建娇认为,对于布局全球市场拓展的中国企业,提升品牌国际综合影响力对于海外市场开发、提升现有市场品牌溢价、带动市场销售量等方面产生正向效果。在国家倡导高水平对外开放的今天,比起传统义乌模式中低附加值的产品“走出去”,更要推崇品牌“走出去”的高附加值模式。

# 产业升级减碳 智能建造迎快速发展期

本报记者 陈雪波 卢志坤 北京报道

近日,住建部将北京市、郑州市、重庆市等24个城市列为智能建造试点城市,智能建造的关注度进一步上升,一批参与了智能建造的企业和地区也进入了人们视野。

## 提质升效加速

“这个机器人产品线,相比传统人工作业,能减少油漆粉尘对人体的伤害,还可以长时间连续作业。”位于四川德阳的碧桂园旌胜府一位项目负责人向记者介绍了一台室内装修机器人,这台机器人不仅比人工的装修质量更好、效率更高,它的综合效率更是人工锯涂的4倍之高。

山东德州一家公司的生产车间里,在龙门式三维等离子切割机器人、3D相机激光引导焊接机器人、自动抓取机器人等一系列机器人的配合下,建筑用的墙板、楼板在生产流水线上被逐一生产出来。这些产品将成为装配式建筑的零

件,让盖房子像“搭积木”一样便捷高效。

中建六局高级工程师、项目经理郑恒介绍,有些建筑构件就在工厂生产,生产完直接在现场组装,组装完之后只需要拿构件进行连接。装配式建筑是智能建造的一种形式,改善了现场噪音、施工速度慢、材料浪费等问题。

现在,建筑领域的智能化水平已经越来越高,包括软件、部品部件生产线、施工管理系统、产业互联网平台、机器人等各类智能建造公司也出现在了建筑市场。

根据住建部的目标,智能建造的预期目标主要包括三个方面:一是

根据规划,到2025年,我国智能建造与建筑工业化协同发展的政策体系和产业体系将基本建立,建筑工业化、数字化、智能化水平显著提高,建筑产业互联网平台初

步建立,产业基础、技术装备、科技创新能力以及建筑安全质量水平全面提升,劳动生产率明显提高,能源资源消耗及污染排放大幅下降,环境保护效应也将显著增强。



2022中国服贸会期间,智能建造机器人亮相服贸会首钢园展区。视觉中国/图

加快推进科技创新,提升建筑业发展质量和效益;二是打造智能建造产业集群,培育新产业新业态新模式;三是培育具有关键核心技术系统解决方案能力的骨干建筑业企业,增强

建筑业国际竞争力。

中国工程院院士丁烈云指出:

“实现智能建造,促进信息化与工业化在工程建造领域的深度融合,是建筑业转型升级的必由之路。”

料减量化、资源化、无害化一站式解决方案,能够分离出有利用价值的建筑余料,并加工转化为符合要求的再生建材制品,如常见的园林路面砖、植草砖、盲道砖等,节省原料采购和建废清运的成本,同时还减少粉尘污染和运输排放,减碳效果非常明显。

不过,智能建造的发展过程并非一帆风顺。多位业内人士也表示,智能建造的推广和普及,短期内势必涉及施工企业成本的增加,同时懂技术会操作的技能人才短缺也是一大问题。

智能建造则能够做到更加节能、低碳。以博智林生产的一台流动制砖车为例,它能够提供建筑余

70所院校开设了智能建造专业。现有人才缺口指的不仅是技术工人,连管理人员也缺。“最关键的是现在都没有工程师,在现场工作的时候,核心问题还是要有相应的工程师带领团队去做。施工组织也好,技术方案的设计也好,在这个方面能够适应新的生产方式的工程师是不足的。”纪颖波指出。

纪颖波认为,智能建造的试点推进,各试点城市需明确发展目标,并界定好智能建造的边界,在研发投入、人才培养等方面进行一体化考虑,统筹推进。未来的智能建造,除了会对建筑业进行数字化改造,也将深刻影响普通人的居家生活。

## 统筹规划布局未来

其实早在2020年8月,住建部等部门就发布了《关于推动智能建造与建筑工业化协同发展指导意见》(建市〔2020〕60号),对我国智能建造与建筑工业化协同发展目标进行了清晰的规划。今年1月发布的《“十四五”建筑业发展规划的通知》再次强调,要加快智能建造与新型建筑工业化协同发展。

此前,一些地方在智能建造方面已经有所探索。如湖南省,投入1500万元财政资金,建立了全省统一的装配式建筑全产业链智能建造平台,推动全产业链高效共享各种要素资源,企业可以利用该平台进行BIM正向设计,通过链接标准部品部件库以及生产和施工管理,初步实现标准化设计方案一键出图,设计数据一键导入工厂自动排产,施工进度与BIM设计模型动态关联,施工高危环节远程实时监管和动态预警。

今年11月住建部发布的24个智能建造试点城市包括北京、天津、保定、河北雄安新区、沈阳、哈尔滨、苏州、南京、温州、嘉兴、台州、合肥、厦门、青岛、郑州、武汉、长沙、广州、深圳、佛山、重庆、成都、西安、乌鲁木齐。

据了解,下一步住建部将重点从五个方面入手,来进一步推动智能建造与新型建筑工业化协同发展,促进建筑业转型升级:一是实施智能建造试点示范创建行动;二是加快推广建筑信息模型技术;三是大力发展装配式建筑;四是打造建筑产业互联网平台;五是推进建筑机器人典型应用。

建筑业对稳增长扩内需的重要支点作用。

有业内人士指出,列入试点的城市普遍属于一二线重点城市,这些城市智能建造的基础较好,也有实力在智能建造方面有更多的投入。比如雄安新区,城市定位较高,类似概念和智慧城市的定位很容易匹配。而类似嘉兴则属于长三角一体化城市,必然要在此类智能建造方面落实新发展理念。对于地方政府来说,针对智能建造的住宅项目,要给予税费支持和购房方面的政策支持。

中建八局二公司工程研究院院长房海波坦言,目前建筑业产业数字化程度低,智能建造尚未形成有效生产力,产业转型升级引领性不足,智能建造相关创新业务处于初步探索阶段。

为了加速建筑产业升级,有针对性的地方政策也已经陆续出现,如重庆市出台《重庆市现代建筑产业发展“十四五”规划》,山东省发布《山东省新型建筑工业化全产业链发展规划(2022—2030)》,四川省印发《推动全省装配式建筑标准化建设工作方案》等。

据了解,下一步住建部将重点从五个方面入手,来进一步推动智能建造与新型建筑工业化协同发展,促进建筑业转型升级:一是实施智能建造试点示范创建行动;二是加快推广建筑信息模型技术;三是大力发展装配式建筑;四是打造建筑产业互联网平台;五是推进建筑机器人典型应用。

# 求解消费端疲软难题 家居企业突围新赛道

本报记者 杨让晨 张佳振 上海报道

在消费端疲软的困局面前,家居企业正步入转型“深水区”,通过不断拓展业务面谋求转型突围。

除布局此前较为火爆的定制家居赛道外,打破产品品类的桎梏也成为了家居企业押宝的赛道之一。资料显示,依托橱柜产品发展壮大的志邦家居股份有限公司(以下简称为“志邦家居”,603801.SH)已宣布进军阳台卫浴定制领域。

与此同时,金牌厨柜家居科技股份有限公司(以下简称“金牌厨柜”,603180.SH)也在此前发布公告称,以自有资金增资厦门融技精密科技有限公司,借此开始了在智能卫浴领域的布局。索菲亚(002572.SZ)、好莱客(603898.SH)等家居行业龙头企业也纷纷布局

## 拓展新品类

发力全屋定制、全品类定制等业务正成为家居企业践行的主战略。

在家居行业高强度“内卷”之下,家居企业原有的业务品类已无法满足竞争需要,拓展新品类也由此成为了企业应对市场竞争作出的主要选择。

相关资料显示,自2018年以来,我国定制家居领域的营收增速普遍下滑,行业竞争加剧。同时,受上游房地产景气度下降影响,家居企业的传统大宗业务也呈下滑趋势。

以南京我乐家居股份有限公司(以下简称“我乐家居”,603326.SH)为例,今年前三季度,我乐家居大宗业务共录得营收1.13亿元,较2021年同期下降61.5%。

国家统计局最新统计数据也显示,今年前三季度,我乐家居的营业收入为2.34亿元,同比增长20.16%,占公司整体营业收入的比例为19.97%。

全案定制首先要全案设计,然后才会有全案产品,最后才有全案交付。

在拓展新品类的同时,家居企业在不断瞄准“一站式家装”等新方向,向消费者提供一体化、一站式的整体定制家居解决方案。

主打橱柜产品的欧派家居也在10月份发布了“新家装”战略。欧派家居方面表示,该战略是通过一体化设计、一站式产品整合、一揽子施工服务来满足消费者整体生活方式需求的零售服务模式。

此外,金牌厨柜也在持续拓展整装业务。“近年来,公司以厨衣木产

品为核心,整合其他家居配套产品,通过招募头部装修公司为城市运营商,努力做强渠道和销售。截至今年三季度末,公司已跟70余家装修公司建立了整装业务合作关系。”

志邦家居相关负责人则告诉记者,在家居消费领域一体化、一站式的整体定制家居解决方案中,高品质和好体验是消费者的核心诉求,但目前来看,整家、整装的商业模式尚未迭代完成,定制家居在资源整合、机制运营等方面还处于摸索期。

卫浴和阳台等新赛道。

与此同时,金牌厨柜家居科技股份有限公司(以下简称“金牌厨柜”,603180.SH)也在此前发布公告称,以自有资金增资厦门融技精密科技有限公司,借此开始了在智能卫浴领域的布局。索菲亚(002572.SZ)、好莱客(603898.SH)等家居行业龙头企业也纷纷布局

## 押宝新模式

家居行业的零售模式也出现了一些新变化。

在中国家居、设计产业互联网战略专家王建国看来,家居企业现阶段在转型过程中不断拓展业务范围,主要是对来自市场需求的反馈,另一方面也可以归结为资本对企业年度增长率提出的要求。“这对于企业而言,一方面可以在相应赛道上进行品类扩张,另一方面有利于新品牌的业务增长。”

司与双方在卫浴产品的联合研发进程,实现产品差异化战略落地;通过对卫浴产业链的布局,加快拓展公司在阳台卫浴领域的业务。

和金牌厨柜类似,志邦家居也选择了进军卫浴定制品类。志邦家居方面提供的资料显示,公司已于今年7月推出了多款定制卫浴产品,“通过全品类一体化整家交付帮助消费者实现更完整的家。”

除拓展新品类外,也有部分家居企业瞄准了二手房和存量房消费市场,并对工程渠道业务进行了调整。我乐家居方面表示,近年来,家居市场的新房需求增量效应逐渐弱化,二手房与存量房推动了

家居产业链和消费市场发生结构性变化。为此,公司将终端零售能力视为发展的重要引擎,重点发展经销商渠道,夯实直营零售能力,同时降低工程业务风险。

志邦家居方面也表示,公司通过强化风险控制,调整客户结构,加强优质战略地产客户的合作,有效控制了工程客户风险。近期,各地政府陆续出台了“保交楼”相关举措,使得原本停滞的工程项目复工复产,公司生产端正配合全国各地“保交楼”项目积极推进,工厂有序排期生产。“今年三季度,公司大宗业务已经出现回暖迹象,预计四季度有望得到进一步改善。”

到目前为止,绝大部分企业在泛家居领域还没有打通全流程,还处于战略纠结期和认知模糊期。”

事实上,我国定制家居行业仍有进步空间。中邮证券研报分析称,目前,家居行业内的领先企业在品牌、渠道、产品、产能、信息化等领域具有综合优势,正持续抢占中小企业市场份额。但对比韩国、德国和美国等成熟市场,国内定制家居、软体家居等领域仍较为分散,行业集中度仍有较大的提升空间。

ZBOM志邦·整家定制 工程展厅



家居企业正大力开拓大宗业务等新赛道。图为志邦家居推出的整家定制工程展厅。

本报资料室/图

## 瞄准新方向

金牌厨柜方面也表示,今年“双11”,苏宁易购发力“一站式家庭场景解决方案”,家电、家装消费的主场优势持续巩固,线下绿色节能家电销售环比增长141%,智能家居产品销售环比提升153%,全屋定制订单环比提升186%,中央集成家电销售环比增长113%。

除电商平台外,微信小程序等也在成为家居企业深耕的领域。记者梳理发现,多家家居企业的微信小程序成为了新渠道平台。以金牌厨柜为例,其微信小程序包括产品和装修方案等内容入口;志邦家居则直接通过微信小程序建立了新的线上渠道入口,消费者可以通过小程序直接购买产品。

但在王建国看来,家居企业推进的零售新模式或并不能准确解决消费者痛点。“商业模式的迭代和变革有可能是从企业端开始的,但这些迭代并不一定是消费者所需要的,并没有触及消费者的真正需求,还需要进一步提升精准度。”

# 华发股份:销售强劲 财务稳健 土储结构持续优化

10月17日,华发股份(600325.SH)发布关于近期生产经营情况的公告。报告中显示公司销售端、土储端、财务端表现优异,进一步展现了其在不确定周期下的稳增长和抗风险能力。

## 销售表现显著 市场地位大幅跃升

2022年9月,华发股份实现销售额82.6亿元,同比增长45.42%,环比增长24.5%;销售面积26.9万平方米,同比增长32.51%,环比增长13.5%。公司单月销售额自5月后连续4个月同比正增长,持续保持着良好的发展态势。

2022年1~9月,公司实现销售额729.5亿元;销售面积252.6万平方米。公司前三季度销售回款总额约500亿元,持续助力公司稳健发展。得益于优异的项目区域布局、品牌效应及较强的运营能力,公司在销售端表现出极强的韧性。

同时,公司的销售排名亦表现亮眼。克而瑞发布的榜单数据显示,华发股份1~9月销售排名较去年大幅提升14名,位列行业第18名。取得如此佳绩,更彰显了公司在波动周期下的硬核实力。

随着华发股份业绩水平持续向好、销售地位逐步攀升、土地储备不断扩容,公司也得到投资市场的青睐,公司投资价值不断提升。

## 聚焦长三角区域 布局优势持续巩固

2022年1~9月,华发股份共获取14宗土地项目,用地面积共计57.35万平方米。公司积极在长三角核心城市进行战略布局,1~9月在上海、杭州共获取10宗优质地块,用地面积42.29万平方米,占新增土储用地面积比重超70%。在当前行业面临考验的情况下,公司在长三角土拍市场持续发力,积极布局长三角高能级城市,加深都市

圈布局力度,为公司后续业绩的释放带来了确定性预期。

## 各项财务指标健康良好 三道红线稳居绿档

今年上半年,受各地特殊时期反复、需求预期偏弱等因素影响,房企面临考验。华发股份守住了企业财务安全的底线,并实现了财务指标的不断优化。

坚持行稳致远,挖掘增长红利的同时,华发股份强调财务安全,保持现金流的充足,财务持续稳健。总体来看,华发股份将各项金融风险指数都完美控制在安全线以内,属于“绿档”优质房企。

公司严格执行短债规模,债务结构合理,资金安全稳健,货币资金充足,偿债能力良好。公告显示,华发股份持续保持“三道红线”零踩线,稳居绿档。与年初相比,2022年9月末公司有息债务规模保持稳定,合理控制的债务规模为公司高质量发展打下坚实

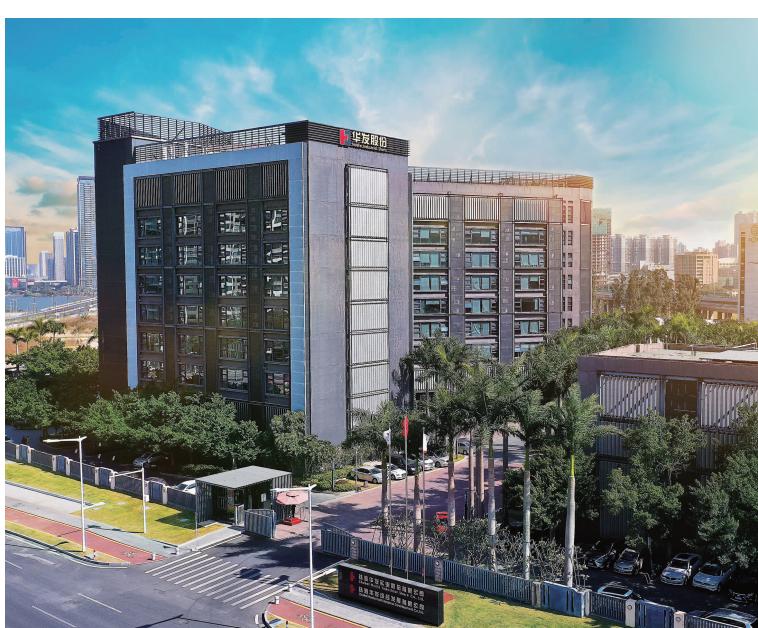
基础。

今年以来,金融机构风险偏好趋于谨慎,房地产企业再融资难度加大。公司通过融资端与投资端的战略平衡,坚持审慎安全的资金管理,持续保持“三道红线”全绿的安全底盘,延续着一贯稳健的财务风格。

融资端,公司不断加强资金精细化管控水平,平均融资成本稳中有降。投资端,公司坚持审慎稳健的投资策略,在保持经营稳健,现金流充裕的基础上,先后在上海、杭州、珠海、中山等战略深耕城市斩获优质地块,增加项目储备,为公司发展积蓄新动力。

同时,公司今年整体业绩表现显著,实现营收、归母净利润增长。2022年上半年,公司实现营业收入250.05亿元,同比增长20.37%;归属于上市公司股东的净利润18.46亿元,同比增长9.44%。

鉴于良好的公司资信情况,联合资信评估股份有限公司、中诚信



国际信用评级有限责任公司对公司2022年的主体信用评级及相关债项评级维持为“AAA”,评级展望为稳定,表明评级机构对华发股份基本面及增长潜力的肯定。

作为优质房企之一,华发股份

经受住特殊时期的考验,以稳健业绩穿越经济波动周期,展现了其雄厚的经营实力和发展潜力。展望未来,华发股份将继续保持稳健经营发展态势,续写高质量发展的新篇章,成长潜力值得期待。 广告



# “第二支箭”政策持续推进 优质房企率先受益

## 债券融资队伍扩容

本报记者 陈婷 赵毅  
深圳报道

“第二支箭”(民营企业债券融资支持工具)政策持续推进下,房企发债融资队伍扩容。

11月22日,中国银行间市场交易商协会(以下简称“交易商协会”)公告称,万科(000002.SZ)拟报送280亿元储架式注册发行计划,金地集团(600383.SH)也向其递交了150亿元储架式注册发行申请,这是继龙湖集团(0960.HK)等三家民营房企开展储架式注册发行工作后,混合所有制房企首次提出储架式注册发行意向。

11月23日,中债信用增进投资股份有限公司(以下简称“中债增进公司”)出具对龙湖集团、美的置业(3990.HK)、金辉集团(0137.HK)的发债信用增进函,拟首批分别支持三家企业发行20亿元、15亿元、12亿元中期票据。

自今年11月份以来,“第二支箭”等积极政策密集出台,推动当前房地产行业融资市场的修复,促进市场平稳健康发展。日前,中国证监会主席易会满公开表示,继续支持房地产企业合理债券融资需求,支持涉房企业开展并购重组及配套融资,支持有一定比例涉房业务的企业开展股权融资等。

就在近日,碧桂园(2007.HK)、雅居乐(3383.HK)先后完成配股融资计划,预计所得款项净额分别为38.72亿港元、7.83亿港元,将用于再融资及公司营运。

“第二支箭”政策框架下,增信发债、储架式注册发行得到市场广泛认可,取得了良好政策效果。

11月21日晚间,万科公告称,董事会审议通过《关于提请股东大会授权发行直接债务融资工具的议案》,拟提请股东大会授权发行直接债务融资工具,新增规模不超过500亿元。

具体来说,万科拟申请的直接债务融资工具包括但不限于境内外市场的公司债券、中期票据、短期融资券、超短期融资券、绿色票据、永续类债券、资产支持类债券、企业债券等,或者上述品种的组合。募集资金将用于满足生产经营需要,调整债务结构,补充流动资金及(或)项目投资(包括但不限于长租公寓、物流地产、产业园、养老服务等募投项目)等。此决议有效期为自股东大会审议通过之日起36个月内。

Wind数据显示,2018年、2019年及2021年,万科董事会均曾向股东大会提请直接债务融资工具的授权,规模分别为不超过350亿元、不超过320亿元、不超过300亿元。

广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示,相较以往,万科此次拟申请授权的500亿元、三年期债务融资在资金规模、期限上均有扩展,且募资用途包括长租公寓等需要长



碧桂園股价走势图(截至11月24日,来源:Choice数据)

期投资才能得以盈利的项目,这些项目同时是相关政策所鼓励的房地产转型方向,也符合房地产与实体经济融合的发展趋势。

国泰君安证券研究员分析指出,“自上市以来,万科已累计发行986亿元债券融资(不包括可转债),此次拟授权的500亿元直

接债务融资或将大幅优化公司现金流。”

截至今年9月30日,万科有息负债金额为2943.2亿元,其中78.7%为长期负债。银行借款占比为58.6%,债券占比为26.6%,其他借款占比为14.8%。有息负债总额中,无抵押无质押的融资占比为96.1%。

房企——金地集团也向交易商协会递交了150亿元储架式注册发行申请。交易商协会表示,这表明近期“第二支箭”政策框架下,增信发债、储架式注册发行得到市场广泛认可,取得了良好政策效果。

11月8日,交易商协会官网发布一则工作动态称,其在人民银行的支持和指导下,会继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具(即“第二支箭”),支持包括房地产企业在内的民营企业发债融资。

“第二支箭”由人民银行再贷款提供资金支持,委托专业机构按照市场化、法治化原则,通过担保增信、创设信用风险缓释凭证、直接购买债券等方式,支持民营企业发债融资。预计可支持约2500亿元民营企业债券融资,后续可视情况进一步扩容。

截至目前,加上万科、金地集团拟申请提交的融资规模,5家房企的总申请额度已达930亿元。

11月23日,中债增进公司表示,对龙湖集团等3家民营房企出具信用增进函,是“第二支箭”延期并扩容政策实施后首批信用增进业务,标志着政策框架下增信项目的快速扎实落地。

与此同时,在龙湖集团、美的置业、新城控股(601155.SH)之后,万科也向交易商协会表达了280亿元储架式注册发行意向。截至目前,前述三家房企的储架式注册发行已获受理。其中,龙湖集团已完成200亿元中期票据注册。

值得注意的是,混合所有制

## 配股融资密集启动

通过债券、股权融资等渠道帮助房企从公司自身层面实现资金补充。

除了“第二支箭”,房企近期也通过配售股份的方式进行融资。

11月22日,碧桂园公告称,完成14.63亿股新股份配售(相当于紧随配售事项完成后该公司已发行股本约5.66%),每股配售价为2.68港元,所得款约38.72亿港元,拟用于为现有境外债项进行再融资及一般营运资金。

上述配售事项完成后,必胜有限公司(由碧桂园控股股东杨惠妍全资拥有)持有碧桂园股份占比约56.23%,承配人(专业机构或其他投资者)持有股份约占5.66%,其他股东持有股份约占38.11%。截至11月22日收盘,碧桂园报2.33港元/股。

此前,碧桂园管理层在投资者会上表示,今年下半年,公司在境外已无到期美元债,需要偿还的40

亿元境内债务已做好相关资金安排。公告显示,今年10月,碧桂园实现归属公司股东权益的合同销售额约333.3亿元,环比增长4.1%;合同销售建筑面积约416万平方米,环比增长6.12%。

无独有偶,11月23日,雅居乐公告称,公司已于11月18日完成以“先旧后新”方式(即控股股东将现有股份出售予新股东,再买入公司新发行股份)配售2.95亿股股份,每股配售价格为2.68港元(较11月15日收盘价折让约17.8%)。截至11月23日收盘,雅居乐报2.25港元/股。

根据公告,雅居乐此次配股事项的卖方由富丰投资有限公司(陈氏家族信托的现任受托人,该信托的受益人为雅居乐主

席兼总裁陈卓林等人),其持有雅居乐约24.53亿股股份,占公司已发行股本约62.63%,为公司第一大股东。

此外,在配售股份完成后,11月23日,上述卖方按每股2.68港元的认购价(与上述配售价相同)认购2.95亿股股份(相当于配售事项成功配售的股份数目)。配售事项及认购事项完成后,卖方持有雅居乐股权约占58.24%。

雅居乐表示,该配售及认购计划为公司筹集额外资金,以巩固财务状况及扩大股东与资本基础的机会。认购事项所募集款项净额约7.83亿港元,将用作现有债项再融资及一般企业用途。

财报显示,截至2022年上半年,雅居乐总借款约701.7亿元,其

中一年内到期的银行借款及其他借款约131.77亿元;一年内到期的境内公司债等约53.92亿元;一年内到期的优先票据约40.24亿元。截至6月30日,雅居乐的净负债比率为48.3%;持有的总现金及银行存款约259.25亿元,其中,不受限现金约129亿元。

中指研究院发布研报指出,从近期房企融资的快速动作可以看出,政策落地时间快,且做到了项目层面、公司层面的兼顾。一方面通过“保交付”为项目提供资金,另一方面通过债券、股权融资等渠道帮助房企从公司自身层面实现资金补充。房企将提升资产流动性,从资产端体现整体优化,进而实现资产负债表的全面改善。

# 房地产政策利好频出 推动市场良性发展

本报记者 陈婧斌 广州报道

近日,房地产行业的政策密集出台。

11月23日,央行、银保监会发布《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》,提

## 地产政策多点开花

近日,房地产行业从资金端以及销售端均迎来多个重磅政策。

在房地产的资金端。11月8日,中国银行间市场交易商协会发文称,继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具(“第二支箭”),支持包括房地产企业在内的民营企业发债融资,预计可支持约2500亿元民营企业债券融资。

随后,央行、银保监会于11月11日出台“金融十六条”,内容涉及稳定房地产融资、做好“保交楼”金融服务、保障住房金融消费者合法权益、做好受困房地产企业风险处置、阶段性调整部分金融管理政策等6个方面。

11月14日,银保监会、住建部和央行联合发布预售资金监管新政,指导商业银行按市场化、法治化原则,向优质房地产企业出具保函置换预售监管资金。

11月23日,房地产再迎利好,

央行、银保监会发布《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》,提出十六条措施,要求积极做好“保交楼”金融服务。支持开发性政策性银行提供“保交楼”专项借款,鼓励金融机构提供配套融资支持。

与此同时,多地还针对购房者出台了住房公积金的调整政策,比如降低贷款利率,提高贷款首付额

度上下限,延长贷款年限,可做购房首付款等。

申港证券指出,房地产政策的新一轮宽松已启动。本次政策涉及范围更广泛,覆盖了供需两端的融资、“保交付”、风险处置等各方面,执行单位由央行、银保监会牵头,同

时对各地方政府、金融机构进行合理放权,保证政策执行的灵活性,力度较此前各轮政策放松更为显著,也出现了此前未有的风向变动,将对行业整体产生积极作用,同时对受困的优质民企主体产生积极推动作用。

尚未足额交付首付款的,可提取公积金用作首付款。

其实在4、5月时,青岛、福州、惠州、漳州、泉州、南平等城市就提出了可提取住房公积金作为首付款的规定。

山东青岛市住房公积金管理中心明确,在青岛市行政区域内购买新建商品房,可申请提取购房人及其配偶名下的住房公积金用于支付购房首付款。

而海南省则将提取范围扩大到购房人及其直系亲属。连续缴存公积金6个月以上,在省内购买家庭首套自住住房的,可以使用配偶及其直系亲属的公积金支付购房首付款。

值得一提的是,自多地调整公积金政策以来,促进房地产市场稳定发展的成效已逐步显现。

11月15日,国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司司长付

凌晖在国新办举行的新闻发布会上表示,今年以来,各地区各部门坚持“房住不炒”,积极推进因城施策,支持刚性和改善性住房需求,加大“保交楼”力度,促进房地产市场稳定发展,效果逐步显现。

据付凌晖介绍,在销售端,1月份至10月份,商品房销售面积同比下降22.3%,与1月份至9月份基本持平;商品房销售额同比下降26.1%,降幅比1月份至9月份收窄0.2个百分点,降幅连续5个月收窄。

而从“保交楼”情况来看,全国房地产施工期超过两年即将步入交付阶段的房地产开发项目完成投资保持较快增长,房屋竣工面积降幅收窄。1月份至10月份,房地产开发企业房屋竣工面积同比下降18.7%,降幅比1月份至9月份收窄1.2个百分点,连续3个月降幅收窄。

## 保持市场稳定发展

房地产行业政策“多点开花”,房地产市场稳定发展效果在逐步显现。

浙商证券认为,房地产行业供给端支持政策接连出台,部分民营房企流动性风险有所缓解,而此次变化利好未出现

民企以及混合所有制房企,本轮修复也较为漫长,且修复过程中存在城市和需求修复分化,这会导致头部央企国企和区域财务稳健的优质地方房企表现更突出。

国信证券指出,尽管当前房地产基本面尚未反转,但随着杭州等城市需求端宽松措施出台,后续销售缓慢复苏可期。同时,“第二支箭”“金融十六条”等地产支持政策纷至沓来,且力度逐渐加大,发声部门也越来越多,政策根本性拐点出现与基本面筑底接近结束,共同带来地产贝塔行情。从中长期来看,地产股也将逐步度过最艰难的时候,地产股修复的大机会将到来。

但值得关注的是,商品房销售疲软仍未改善。

根据国家统计局官网最新公布的数据显示,10月份商品房销售

面积为9757.28万平方米,环比下降约27.9%,同比下降23.2%,降幅较9月份扩大7.1个百分点;而10月份商品房销售金额为9452.31亿元,环比下降约30%,同比下降23.7%,降幅较9月份扩大9.5个百分点。

这似乎也进一步加大了房企资金压力。国家统计局官网最新公布的数据显示,1月份至10月份,房地产开发企业到位资金125480亿元,同比下降24.7%。而同期全国房地产开发投资同比降幅也继续扩大。1月份至10月份,全国房地产开发投资113945亿元,同比下降8.8%,降幅较前9个月扩大0.8个百分点。

付凌晖指出,尽管房地产市场出现积极变化,但下行态势还在持续,仍要坚持“房住不炒”,继续推进“购租并举”,以推动房地产市场的平稳发展。“总体来看,房地产市场出现了一定积极变化,下阶段还是要坚持正确定位,积极推进‘购租并举’,支持刚性和改善性住房需求,推动房地产市场逐步企稳,保证市场平稳健康发展。”

# 国内文旅产业投资加码 新消费催生新模式

本报记者 余燕明 北京报道

11月22日,是今年二十四节气中的第20个节气——小雪。很多滑雪爱好者都纷纷查起了未来的天气情况,期待今冬的第一次开板。

小雪节气这天,黑龙江文旅厅联合北京、天津、河北等九省市文旅部门,共同启动了2023中国北方冰雪旅游海外推广季和国际冰雪经济合作论坛,加强国内冰雪经济

## 大投资、大项目

“抓项目促投资是稳增长的重要引擎,也是夯实稳增长的关键支撑。”北京市文旅局一位负责人说。

日前,北京市文化和旅游局举办了“第三届北京文旅重点项目投融资对接会”,筛选出北京市11个行政区的61宗重点项目,涵盖文化创意旅游、红色旅游、乡村民宿及精品酒店、特色村落开发、旅游景区、体育旅游、休闲度假、研学旅游、旅游配套设施以及文旅企业融资等10大类别,涉及总投资71亿元。

今年以来,北京市已先后制定了《关于促进文化和旅游业恢复发展的若干措施》《北京市演艺服务平台项目资助管理办法》《北京市扩大文化和旅游新消费奖励办法》《关于促进帐篷露营地发展的意见》等一系列政策措施,持续推动投融资体系建设,助力文旅产业提质增效。

“抓项目促投资是稳增长的重要引擎,也是夯实稳增长的关键支撑。”北京市文旅局一位负责人说,“此次举办的北京文旅重点项目投融资对接会,正是抢抓四季度关键期,为扩大有效投资,促进重点项目加快落地实施,推动文旅产业更好服务实体经济发展所采取的实际举措。”

对接会上,延庆冬奥赛区场馆赛后运营及景区化项目、房山区南窖乡花港村特色民宿项目、隆福寺街75号—Funfly China环游天地飞行影院项目、将府公园“自然里”潮

省间的产业交流、技术转化、国际合作、招商引资以及品牌推广。

“等到疫情结束的时候,旅游需求一定会迎来报复性反弹和爆发性增长。”一家文旅上市企业有关负责人向《中国经营报》记者表示,“过去三年疫情常态化背景下,文旅消费、产品、模式发生了深刻变化,也产生了新需求、新业态,比如滑雪、露营等。”



今年以来,多地加大力度推进重大文旅项目签约落地,促进文旅产业的融合发展。图为10月底的四川凉山,建昌古城夜景吸引游人观光。视觉中国/图

玩休闲亲子营地项目、慕田峪长城山庄休闲度假区项目、石景山游乐园摩天轮空中酒吧及魔幻乐园餐饮等9宗项目进行了现场路演。

据记者了解,这些文旅项目特色鲜明、优势明显,有望成为北京文旅发展重点领域中的“潜力股”。项目落地对于扩大文旅投资、提升文旅消费水平、推动北京文旅产业结构调整与转型升级具有积极作用。

近期,2022湖南文旅产业投融资大会在张家界市召开,会上发布了湖南省重点文旅招商项目302个,总投资6040亿元,投融资需求5296亿元;签约省级重大招商引资项目85个,总投资1147.17亿元,涵盖旅游景区开发、文旅产业融合、度假酒店、康养中心、乡村振兴以

记者注意到,从文旅产业的远景规划来看,国内旅游资源丰富的地区,正在加大力度推进重大文旅项目签约落地,促进文旅产业的融合发展。

近期,北京、湖南、四川、云南等地密集签约了数百个文旅项目,总投资规模逾千亿元,涵盖了夜间文旅、城市更新、康养体育、冰雪温泉、研学旅行、乡村振兴、旅游景区等各

类新业态,打造一批特色鲜明、深度融合、体验绝佳的文旅标杆。

今年初,国务院印发了《“十四五”旅游业发展规划》,我国将全面进入大众旅游时代,旅游业发展仍处于重要战略机遇期,但机遇和挑战都有新的发展变化,需要充分利用旅游业涉及面广、带动力强、开放度高的优势,将其打造成为促进国民经济增长的重要引擎。

及文旅配套基础设施等多个领域。

2022湖南文旅产业投融资大会还进行了文旅金融合作签约,全省重点文旅产业项目融资放款签约348.5亿元。其中,张家界市政府就与国家开发银行、农业发展银行、工商银行、农业银行等15家金融机构达成了战略合作,授信金额总计4200亿元。

今年11月上旬,四川省也举办了第八届中国(四川)国际旅游投资大会,推出了313个文化和旅游重点招商项目,招商金额5152.93亿元,推介项目和招商金额同比分别增长了19%、5.1%,这些文旅项目聚焦数字文旅、夜间文旅、城市更新、冰雪温泉、康养体育、研学旅行等10个特色业态。

此次大会期间,四川省组织举

办了重大项目集中签约,全省共有150个文旅项目实现签约,总签约金额达到1852.09亿元,涌现出绵阳螺祖圣境文旅综合体、内江世界无花果博览园景区、华侨城·南充丝路传奇、南充世界丝绸源点景区等一批有文化内涵、业态新颖、投资额大的文旅项目。

据记者了解,今年四川省在建文化和旅游重点项目485个,年度计划投资1136.47亿元,75个项目竣工投运,42个项目实现新开工;全省234个文旅项目成功发行226.65亿元专项债券,发行数量、规模同比分别增长84.25%、46.24%;全省47个文旅项目成功申报省级105项重大工程项目,项目总投资2520.54亿元,其中15个文旅项目纳入国家102项重大工程项目。

## 新需求、新业态

“作为一种小众的户外旅游休闲项目,露营在今年进入了大众视野,还带火了飞盘、攀岩等运动。”一位地方旅游协会的负责人说。

过去三年,在疫情常态化背景下,以及北京冬奥会的带动下,大众化的文旅消费出现了新需求,也让文旅产业催生出了新业态。

“我们看好自驾游及露营产业的发展,正在打造全国自驾游互联网平台以及围绕自驾游精品线路开展营地网络布局,重塑自驾游线上与线下相结合的产品及业态格局,构建多层次、多要素联动的自驾游产业生态。”

一家大型央企旅游集团有关负责人介绍。

“全球疫情等不确定因素,给文旅产业带来了很大的挑战。文旅产业要面临的不确定性,可能是一个长期课题,带来挑战的同时也孕育着机遇。”上述这家文旅上市企业有关负责人说,“这几年,文旅产业反复遭受打击,但市场适应能力、恢复能力也在重塑。同时,文旅消费产生了深刻变化,尤其是出现新的需求,比如滑雪、露营等。”

日前,文化和旅游部等14个部门联合印发的《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》(以下简称“《意见》”)指出,近年来,我国露营旅游休闲快速增长,在促进旅游休闲消费、培养绿色健康生活方式、便利人民群众就近出游等方面发挥了积极作用。

根据《意见》,国家有关部门支持推动公共营地建设,扩大公共营地规模,提升服务质量。鼓励支持经营性营地规范建设,提高露营产品品质。鼓励利用各类现有空间和场所,依法依规发展露营旅游休闲功能区。

“作为一种小众的户外旅游休闲项目,露营在今年进入了大众视野,还带火了飞盘、攀岩等运动。”一位地方旅游协

会的负责人说,“我们要发挥旅游带动作用,推动露营旅游休闲上下游产业链各环节协同发展,延伸露营旅游休闲产业链。加强业态融合创新,推动露营与文化、体育等业态融合。”

北京冬奥会之后,国内拥有丰富冰雪资源的省市成为了众多雪上运动爱好者的旅游目的地,推动了冰雪经济的蓬勃发展。

其中,作为冰雪旅游资源大省,吉林已经编制出台了全国首个省级《冰雪产业高质量发展规划》,全面构建起以冰雪旅游、冰雪运动、冰雪文化和冰雪装备为核心的“4+X”现代化冰雪产业体系,积极培育万亿级冰雪产业,建设冰雪经济强省和世界级冰雪旅游目的地。

目前,吉林已建成54座不同规模的滑雪场,拥有279条雪道,分别比2016年冰雪产业起步之年增长80%和131%。全省雪道总面积达到1139公顷,居全国首位;雪道总长度超过330公里,占全国12%。滑雪场单日最大接待量达到10万人次,成为全国滑雪接待规模最大的省份。

“文旅产业既能带动建筑、交通、餐饮、文创等多领域持续营收、稳岗就业,也是更好满足人民美好生活需要的重要途径。”一位旅游业研究人士分析称,

“面对全球疫情等不确定性,文旅产业应尽可能让自身发展有调整余地和拓展空间,如发展线上线下相结合的文旅模式、利用文创衍生品等方式提高盈利能力、与本地游近郊游合作提高闲置物业使用率等。同时,要从大众的消费需求出发,不断优化服务、增加亮点,探索打破淡旺季限制的融合发展之道。”

# 多部门出台政策引导露营有序发展 鼓励利用存量土地建设营地

本报记者 余燕明 北京报道

日前,文化和旅游部、自然资源部、住房和城乡建设部、农业农村部、乡村振兴局等14个部门联合印发了《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》(以下简称“《意见》”),旨在丰富旅游休闲产品供给,有序引导露营旅游休闲发展,不断满足人民群众美好生活需要。

根据《意见》,露营旅游休闲是指在户外使用自备或租赁设备以休闲游憩、运动娱乐、自然教育等为主要目的,在有明确范围和相应设施的营地场所驻留的活动。

近年来,我国露营旅游休闲快速增长,在促进旅游休闲消费、培养绿色健康生活方式、便利人民群众就近出游等方面发挥了积极作用。此次多部门联合印发的《意见》,要求顺应人民群众旅游休闲消费体验新需求,扩大优质供给,保障露营旅游休闲安全,推动露营旅游休闲健康有序发展。

“伴随着露营行业的发展,消费者对产品个性化、自主化、休闲化的选择越发明显,在城市周边,露营消费逐渐形成极为强大的市场客群,助推文旅新消费产生叠加和联动效应。”一位旅游协会专业人士《对中国经营报》记者说,“未来露营市场必将迎来新一轮发展机遇,各类露营基地会成为城市周边微度假消费目的地。”

## 鼓励城市公园划定露营区域

《意见》明确提出,推动公共营地建设,扩大公共营地规模,提升服务质量。鼓励支持经营性营地规范建设,提高露营产品品质。鼓励利用各类现有空间和场所,依法依规发展露营旅游休闲功能区。

合理引导露营旅游休闲可持续发展,就要合理规划空间布局,充分利用存量空间和现有资源,节约建设成本,共享管理资源。避免盲目上马项目、恶性竞争。

在优化露营旅游休闲规划布局方面,《意见》要求各地在编制城市休闲和乡村旅游规划时,应当符合国土空间总体规划及相关专项规划的有关要求,科学布局营地建设,保障各类营地供给,合理安排营地空间和配套设施,涉及空间的主要内容统筹纳入详细规划。需

要独立占地的公共和经营性营地建设项目应当纳入国土空间规划“一张图”衔接协调一致。

结合国家旅游风景道、国家步道体系、体育公园等建设,构建全国营地服务网络体系,形成露营旅游休闲精品线路,满足露营旅游休闲需求,同时,发挥好其中公共营地在应急服务、青少年教育、户外运动等方面的功能。营地选址应当科学合理、注意安全,避让生态区位重要或脆弱区域,远离洪涝、山洪、地质灾害等自然灾害多发地和危险野生动植物活动区域。

“开展和规划露营等户外运动的重要前提是确保生命安全。一是培养参与者拥有基本的安全、避险、逃生和自救知识;二是监管在符合相关规定和规划的前提下,探索支持在转型退出的高尔夫球场、乡村民宿等项目基础上发展露营旅游休闲服务。鼓励有条件的旅游景区、旅游度假区、乡村旅游点、环城游憩带、郊野公

部门在营地建设上要科学合理,远离地质灾害多发区域,进行风险预警与危险警示。”北京师范大学一位防灾减灾课题研究人士告诉记者。

在扩大服务供给方面,《意见》鼓励各地根据需求,因地制宜建设一批公共营地。在符合管理要求的前提下利用各类空间建设公共营地,提升公共营地建设水平和服务品质。鼓励各地用好相关政策,支持经营性营地项目建设。支持市场主体做大做强。

在符合相关规定和规划的前提下,探索支持在转型退出的高尔夫球场、乡村民宿等项目基础上发展露营旅游休闲服务。鼓励有条件的旅游景区、旅游度假区、乡村旅游点、环城游憩带、郊野公

2022年11月21日 | 据文旅部网站  
文化和旅游部等部门近日印发  
《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》



近日,文旅部等部门出台指导文件,有序引导露营旅游休闲发展。  
园、体育公园等,在符合相关规定的前提下,划出露营休闲功能区,提供露营服务。鼓励城市公园利  
用空闲地、草坪区或林下空间划定非住宿帐篷区域,供群众休闲活动使用。

## 经营性营地不得变相开发房地产

在加强露营旅游休闲的用地保障方面,《意见》进一步明确,经营性营地项目建设应该符合国土空间规划,依法依规使用土地,不得占用永久基本农田、严格遵守生态保护红线。

选址在国土空间规划确定的城镇开发边界外的经营性营地项目,其公共停车场、各功能区之间的连接道路、商业服务区、车辆设备维修及医疗服务保障区、废弃物收纳与处理区、营区、商务俱乐部、木屋住宿区等功能区可与农村公益事业合并实施,依法使用集体建设用地,其营区、商务俱乐部、木屋住宿区等功能区应优先安排使用

存量建设用地,不得变相用于房地产开发。

营地在不改变土地用途、不影响林木生长、不采伐林木、不固化地面、不建设固定设施的前提下,可依法依规利用土地资源,推动建立露营地与土地资源的复合利用机制,超出复合利用范围的,依法依规办理相关用地手续。

利用国有建设用地老旧厂房(包含旧工业厂房、仓储用房及相关工业设施),在不改变老旧厂房主体结构的前提下,经依法依规办理相关行政审批许可后,用于发展露营旅游休闲营地项目建设的,可享受在一定年内不改变用

地主体和规划条件的过渡期支持政策。

选址在国土空间规划确定的城镇开发边界内的经营性营地项目,全部用地均应依法办理转用、征收、供应手续。支持依法依规以划拨使用等方式保障非经营性公共营地用地。

在促进露营旅游休闲发展提供资金支持方面,《意见》提出完善对纳入国家和地方相关规划和年度建设计划的营地项目的支持机制。综合运用现有资金渠道支持公共营地、与干线公路连接道路、停车场、厕所、电信、环卫、消防等基础设施建设和水、电、气、排污、

垃圾处理等配套设施建设以及基本管理维护投入。鼓励各地采取

政府和社会资本合作等多种方式支持营地建设和运营。

同时,《意见》鼓励发挥旅游带动作用,推动露营旅游休闲上下游产业链各环节协同发展,延伸露营旅游休闲产业链。加强业态融合创新,推动露营与文化、体育等业态融合。

在提升露营旅游休闲产品服务品质方面,《意见》支持大力发展战略性新兴产业,推动露营旅游休闲上下游产业链,提升全产业链整体效益。引导露营营地规范化、连锁化经营,孵化优质营地品牌,培育龙头企业。

挖掘文化资源,丰富露营旅游休闲体验。

鼓励和引导营地与文博、演艺、美术等相关机构合作,结合音乐节、艺术节、体育比赛等群众性节事赛事活动,充实服务内容。

与户外运动、自然教育、休闲康养等融合,打造优质产品。鼓励提升营地配套餐饮、活动组织等服务,提高露营旅游休闲品质。

《意见》还鼓励推动露营旅游休闲全产业链发展,做大做强露营旅游休闲上下游产业链,提升全产业链整体效益。引导露营营地规范化、连锁化经营,孵化优质营地品牌,培育龙头企业。

# 众生、特一股价为何暴涨?

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

自10月以来,众生药业(002317.SZ)、特一药业(002728.SZ)股价持续上涨,其间更是收获多个涨停板。Choice数据显示,10月10日~11月22日,众生药业、特一药业股价累计涨幅分别为201.14%、167.07%。

消息面上,众生药业在近两个多月密集披露控股子公司一类创新药RAY1216片的研发进展,截至目前,该研发项目已进入III期临床研究阶段。特一药业则是于11月17

## 股价短期翻倍

11月22日,众生药业、特一药业盘中股价达到历史最高点。

10月24日~11月11日,众生药业共发布3次公司股票交易异常波动公告。最近一次公告披露,11月9日~10日连续两个交易日,公司股价以涨停收盘。11月14日及11月17日,公司股价两度涨停。

记者注意到,8月4日晚间,众生药业公告称,RAY1216片I期临床试验完成全部受试者临床观察。8月5日开盘,公司股价迎来一波上涨,截至收盘,报16元/股,涨幅为8.33%。但随后数日,这一上涨趋势没有持续,市场情绪恢复平静,公司股价趋向平稳。

众生药业公告称,RAY1216片是该公司控股子公司广东众生睿创生物科技有限公司(以下简称“众生睿创”)研发的口服抗新型冠状病毒3CL蛋白酶抑制剂,通过作用于新型冠状病毒主蛋白酶(main protease, Mpro, 3CLpro),抑制病毒前体蛋白质的切割,进而阻断病毒复制,达到抗新冠病毒的作用。

记者查阅2021年年报了解到,截至2021年末,RAY1216片处于临床前研究阶段,众生药业拟达到的目标是取得生产批文并上市销售。

公告显示,RAY1216片I期临床研究于2022年5月完成首个剂量组给药,共入组88例健康成人受试者。试验结果显示安全性和

日集中披露公司核心产品止咳宝片相关信息,并给出“年销售量24亿片”的愿景。

年报显示,众生药业、特一药业目前仍以中成药销售为主要收入来源。近年来,众生药业加大对创新药的研发投入,涉及肝病、呼吸系统疾病、肿瘤等领域,声称向创新型制药企业转型;特一药业探路医药大健康消费,2021年突出转型医美,彼时,公司股价也出现异动。

11月23日,众生药业方面对《中国经营报》记者表示,从传统制

药企业向创新型制药企业转型发展过程中,由于资源能力、经验积淀、人才队伍等方面限制,公司早期在研发领域定位和产品管线布局、研发模式选择等方面均面临较大困难;随着公司在创新药项目及经验方面的逐步探索与积累,如何优化创新平台及激励机制,加速项目开发进程、降低投资风险成为公司的重大挑战。

针对上述相关问题,特一药业方面则对记者表示,“暂无意向接受采访”。

会多于其他月份。截至目前,止咳宝片销售情况良好,符合市场预期。另外,公司止咳宝片目前已满负荷生产,确保市场供应,其产能为10亿片(约4000万盒),后期可根据市场需要,在现有场所增加生产班次或生产设备的情况下,产能可达24亿片(相当于1亿盒)。

紧接着,特一药业抛出预期,称希望在销售市场正常的情况下,用5~8年时间将止咳宝片的年销售量增长至24亿片。同时强调,该业绩预测不构成公司对投资者的业绩承诺。此外,针对另一产品蒲地蓝消炎片,特一药业回应称,在治疗新冠肺炎方面,根据相关省市公布的新新型冠状病毒感染肺炎中医药防治方案,公司的蒲地蓝消炎片具有治疗的功效。

如此场景,与特一药业在去年发布转型医美的消息后股价出现高涨的情形相似。彼时,医美概念股如爱美客(300896.SZ)、华熙生物(688363.SH)等受资本追捧,股价出现新高。2021年5月18日晚间,特一药业公告称,拟出资1亿元设立大健康产业投资运营平台,全力布局医美服务领域开发和投资等。2021年5月19日~20日,该公司股票收盘价涨幅偏离值累计超20%,出现异常波动。

药代动力学特性良好,达到预期研究目的。

11月15日,RAY1216片的研发进展再次取得突破,其用于治疗轻型和普通型SARS-CoV-2(国际病毒分类委员会将新型冠状病毒命名为“SARS-CoV-2”)感染患者的随机、双盲、安慰剂对照III期临床研究完成首例受试者入组。这距离其公布I期临床研究的进展仅过去3个多月,进展之快,再次引起市场的广泛关注。

11月22日,众生药业盘中股价达到历史最高点,为41.3元/股,截至当日收盘,报39.57元/股。

无独有偶,特一药业的股价也在近期走出一波上涨行情,盘中股价触及历史新高。11月7日~9日及11月14日~16日这两个连续交易日期间,公司股价涨幅累计均超20%。

值得注意的是,11月17日晚间,特一药业披露投资者关系活动记录表。消息面传递到资本市场,11月18日~19日,公司股价涨幅分别为9.98%、10.02%,并在11月22日延续上涨趋势,盘中达到31.8元/股,达到历史最高点,当日报收31.14元/股。

特一药业在公告中表示,核心产品止咳宝片在秋冬时期,特别是在每年的9月至次年3月,销售量

## 中成药为主业

众生药业、特一药业核心业务基础和增长来源均为中成药。

事实上,不论是当前加大创新药研发投入的众生药业,还是跨界转型医美的特一药业,两者目前的核心业务基础和增长来源均为中成药。

今年前三季度,众生药业收入约19.91亿元,同比增长9.19%,净利润约2.49亿元,同比减少20.73%;特一药业收入约5.83亿元,同比增长10.96%,净利润约9776.57万元,同比减少4.96%。

年报显示,自2010年以来,众生药业向创新型制药企业转型,并制定了“中药为基、创新引领,聚焦特色的医药健康企业”的3年中期战略规划(2021年~2023年)。截至今年9月30日,公司已有7个创新药、2个改良型新药处于临床试验阶段。其中,预防和治疗甲型流感及人禽流感的一类创新药ZSP1273片目前处于III期临床研究阶段,多个临床研究中心实现病例入组。

众生药业表示,创新药研发具有高投入、长周期、高风险的特征,公司研发投入连续多年超过营业收入的8%。2019年~2021年及2022年前三季度,公司发生的研发费用分别约1.33亿元、1.14亿元、1.37亿元和8856.67万元。

创新药研发未进入收获期之际,众生药业方面对记者表示,目前中成药仍为公司最大的业务板块。在推进创新药研发的同时,公司通过对中成药的全生命周期管理,延续并拓展该业务板块的经营贡献。

根据年报,众生药业旗下的中成药产品涉及眼科、心脑血管、呼吸、清热祛湿领域,其中,复方血栓通胶囊是核心产品,其为原研独家剂型品种,国家基药目录、国家医保目录品种。众生药业披露称,该药品连续多年在国内眼科中成药市场占有率排



10月以来,众生药业和特一药业股价持续上涨。

视觉中国/图

名第一。

今年7月,众生药业拟发行定增,募资1.81亿元(约占募资总额的26.66%)用于中药提取车间建设项目。公司表示,随着中成药业务规模的不断扩大,现有产能已无法满足未来发展的需要,尤其是中药提取关键工序的产能瓶颈问题日益突出,阻碍公司持续发展。

2019年~2021年,众生药业的中成药销售收入占比分别为56.19%、61.22%、64.25%。2022年上半年,该业务板块收入占比为64.33%,同比增长8.77%。

近年来,特一药业对中成药也持重点发展态度。其称每年会推出两到三个中成药品种,目前公司已陆续推出蒲地蓝消炎片、感冒灵颗粒、皮肤病血毒丸、金匮肾气片针对脱发的临床研究为契机,大力开发引进医美上游品种。

随着近期股价推高,投资者再次询问公司医美板块的布局情况,11月18日,特一药业再度引用上述计划后表示,后期若有医美相关优质标的,公司不排除适时采用收购或参股等多种形式参与。

比重为43.24%。

在日前披露的投资者关系活动记录表中,除了给出止咳宝片“年销售量24亿片”,特一药业表示,希望通过3~5年的努力,把皮肤病血毒丸、降糖舒丸打造为年营收入达3亿元的中成药核心品种。

而现实情况是,2019年~2021年,止咳宝片的销售数量分别为7.11亿片、2.83亿片、4.97亿片;皮肤病血毒丸于2020年年底上市,2021年销售额约1000万元;降糖舒丸于2021年10月上市,目前仍处于市场开拓阶段。

值得注意的是,在去年宣布设立医美子公司时,特一药业曾表示,将以公司中成药产品,如皮肤病血毒丸针对青春痘、金匮肾气片针对脱发的临床研究为契机,大力开发引进医美上游品种。

随着近期股价推高,投资者再次询问公司医美板块的布局情况,11月18日,特一药业再度引用上述计划后表示,后期若有医美相关优质标的,公司不排除适时采用收购或参股等多种形式参与。

## 共建健康中国

认真学习宣传贯彻党的二十大精神

# 政策机遇期来临 中药产业高质量发展正当时

本报记者 晏国文 曹学平 北京报道

党的二十大报告提出,促进中医药传承创新发展。11月11日,国家药监局再次发布《中药注册管理专门规定(征求意见稿)》

(以下简称《征求意见稿》)。

2008年发布的《中药注册管理补充规定》(以下简称《补充规定》)共有22条细则。2020年4月,国家药监局第一次针对原《征求意见稿》向社会公开征求意见,原《征求

意见稿》共有62条细则。此次新的《征求意见稿》共有87条细则,内容较《补充规定》增加了数倍。

《征求意见稿》起草说明指出,随着经济社会和中药产业的发展,公众对中医药有了新期待,

党中央、国务院对中医药事业提出了新要求。新时代发展中医药,尤其是在如何做好守正创新,如何推动中药产业高质量发展等方面需要有新思路、新举措。因此,在《补充规定》的基础上,将其

修改、完善成中药注册管理的专门规定显得十分紧迫和必要。

“本次《征求意见稿》对中药创新药发展必将带来前所未有的推动作用。中医药传承与创新是行业发展的基本要求。社会在向

前发展,技术在快速迭代,疾病谱在不断变化,中医药只有创新才能满足时代发展的需要。”11月24日,金陵药业(000919.SZ)执行总裁陈海在接受《中国经营报》记者采访时指出。

## 推动传承创新

《征求意见稿》第二条指出,中药的研制应当注重体现中医药原创思维及整体观,鼓励运用现代科学技术和传统方法研究、开发中药。支持研制基于古代经典名方、名老中医方、医疗机构配制的中药制剂等具有丰富中医临床实践经验的中药新药;支持研制对人体具有多靶向系统性调节干预功能等的中药新药,鼓励用科学原理阐释中药的作用机理。

陈海分析说,《征求意见稿》突出了中医药的传承与创新,特别提

出了“中医临床价值”“鼓励在中医临床实践过程中开展高质量的人用经验研究”;提出了“采用中医药理论、人用经验和临床试验相结合的审评证据体系”等前所未有的适应中医药发展的创新理念;提出了对于具有人用经验的新药研制,可以豁免药效学、部分非临床安全性评价等研究;提出了支持创新的全程加速举措;另外,还提出了对古代经典名方制剂的上市申请实施简化审批等多种重大举措。这些举措的实施,

可以加速中药创新发展,使中医药发挥更大效益。

陈海举例说:“脉络宁注射液就是传承自四妙勇安汤和顺步汤两个著名的医方,这就是中医药传承和创新实践方面的典型例子之一。它由著名的中西医结合专家顾亚夫教授结合多年临床应用实践,在四妙勇安汤和顺步汤基础上创新研发出来,在上市后为广大患者提供了更好的治疗选择,受到了广泛认可。同时,在此过程中,公司与临床医生一道对其临床应用

进行研究,先后发表了1400余篇各类研究文献。”

在此基础上,金陵药业与多家科研院所继续加快推进相关科研和创新。陈海说:“公司与中国药科大学、上海中医药大学等科研机构合作,运用现代科学技术及仪器设备从中药材质量控制、生产工艺、物质基础、作用机理、临床疗效、安全使用等方面开展了比较深入的研究,并开发出了更便于临床和患者使用的脉络宁口服液。”

## 促进安全用药

长期以来,部分中药说明书中的“禁忌、不良反应、注意事项等尚不明确”是社会对中药关注较高的地方。此次《征求意见稿》对此问题作了详细要求和严格规定。

《征求意见稿》起草说明指出,说明书是载明药品重要信息的法定文件,对保证药品上市后在临床的正确使用具有重要指导作用。国家药监部门长期以来十分重视说明书的撰写与完善,制定了相应的规定、指导原则。由于历史的原因,目前诸多已上市中药说明书还不完善,许多上市多年的产品仍存

在说明书安全性事项“尚不明确”的情况。

《征求意见稿》第七十七条規定,中药说明书“禁忌”“不良反应”“注意事项”中任何一项在申请药品再注册时仍为“尚不明确”的,不予再注册。

对此,陈海分析指出,中成药发展起步较晚。早期的中成药都是由古代经典名方、临床经验方等经过简单的制药工艺制备的,以丸、散、膏、丹等为主。到上世纪八十年代才有了中药新药的概念,有关中药基础研究也处于起步阶段。因此,中药药理、中药安

全性、中药临床研究等都处于早期阶段。

中药成分不明确、作用机理不明确、临床安全性不明确或缺乏有效的研究手段导致了当时的中成药上市前应该研究的“禁忌”“不良反应”“注意事项”等都未进行深入研究。而且,在相当长一段时间内,研发的中药新药在上市前也未深入进行这方面的研究。但按照上市药品说明书的要求,“禁忌”“不良反应”“注意事项”,是必须有的条目。这就导致了很多中成药的说明书中,“禁忌”“不良反应”“注意事项”等,只能写

“尚不明确”,从而导致医生、患者在使用过程中,对药品可能出现的副作用、如何正确使用等都带来困惑甚至产生安全隐患。

陈海认为,在《征求意见稿》本条款规定之下,未来中成药药品说明书将更加规范,医生和患者能准确获知该药品的安全性、可能产生的不良反应等信息,将有利于医生临床安全用药,同时将促使中成药生产企业更加重视药品安全性问题,推动企业对中成药的安全性进行深入研究,提升药品质量与安全性,推动中成药整体水平的提升。

## 提升发展质量

近几年,利好中医药发展的政策频出。2019年10月,对于中医药行业发展,中共中央、国务院发布《关于促进中医药传承创新发展的意见》(以下简称《意见》)。

《意见》指出,传承创新发展中医药是新时代中国特色社会主义事业的重要内容,是中华民族伟大复兴的大事,对于坚持中西医并重、打造中医药和西医药相互补充协调发展的中国特色卫生健康发展模式,发挥中医药原创优势、推动我国生命科学实现创新突破,弘扬中华优秀传统文化、增强民族自信和文化自信,促进文明互鉴和民心相通、推动构建人类命运共同体具有重要意义。

2021年12月发布的《“十四五”中医药发展规划》提出,推进中医药和现代科学相结合,推动中医药和西医药相互补充、协调发展,推进中医药现代化、产业化,推动中医药高质量发展和走向世界。

同月发布的《关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》提出,按规定将符合条件的中药饮片、中成药、医疗机构中药制剂等纳入医保药品目录。

过去10年,中药行业发展取

得了长足进步。

根据全国医药工业统计数据,中药工业主营收入由2012年的5156亿元增长到2021年的近7000亿元。

据今年7月发布的《2021国家中药监管蓝皮书》,截至2021年底,我国共有中成药生产企业2225家,中药饮片生产企业2023家。2021年中药工业稳步增长,全年营业收入同比增长12.4%。

2021年,受理中药注册申请共1375件,完成审评的中药注册申请共1354件。2021年批准上市中药新药12个,是近5年来获批中药新药最多的一年。

近年来,中药质量大幅提升。中药饮片整体合格率由2016年的77.7%上升到2021年的98.4%。中成药质量自2019年以来有明显提升,合格率均保持在99%以上。

陈海对记者说:“中医药是中华优秀文化的瑰宝,几千年来中国都是靠中医药治病救人。中医药是自成体系的经实践检验的医药理论体系。因此,讲中医药传承,首先是对这套中医理论体系的传承;其次,传承的是经过几百年甚至上千年形成的具有明确疗效的中药产品。另外,中医药必须坚持创新,才能满足时代发展和人民健康的需要。”

# 充电进入“下半场”角逐：未来市场或“四分天下”

本报记者 李哲 北京报道

经过多年的爆发式增长之后，充电桩市场进入“下半场”角逐。能链智电(NASDAQ: NAAS)方面在接受《中国经营报》记者采访时

时表示，2021年之前，不少充电桩企业选择了盲目扩张，“跑马圈地”建桩拿补贴。2021年之后，充电桩市场进入“下半场”，用数字化方式提升充电效率正成为特来电、能链智电等公司的共同选择。



经过多年的爆发式增长之后，充电桩市场进入“下半场”角逐。图为上海新型超级充电桩对公众开放，充电12分钟续航400公里。

视觉中国/图

## 市场迅猛发展

从行业发展角度看，中国电动汽车公共充电服务行业发展目前主要面临四大问题。

为缓解新能源汽车的“里程焦虑”难题，充电桩被寄予厚望。

一直以来，我国高度重视充电基础设施建设，相关产业扶持政策接连出台。2014年，国务院办公厅发布《能源发展战略行动计划(2014—2020年)》，充电桩行业进入萌芽期；2016年，国家及地方相继出台充电桩补贴政策，充电桩行业进入培育期。2020年，新能源汽车充电桩被纳入新基建行列后，充电桩行业进入爆发期。

2022年1月，国家发展改革委等部门联合发布《关于进一步提升电动汽车充电基础设施服务保障能力的实施意见》，提出到“十四五”末，我国电动汽车充电保障能

力能够满足超过2000万辆电动汽车的充电需求。

中国电动汽车充电基础设施促进联盟(以下简称“中国充电联盟”)统计数据显示，2022年1—10月，充电基础设施增量为209.1万台，其中公共充电桩增量同比上涨109.0%，随车配建私人充电桩增量持续上升，同比上升391.4%。

兴业证券发布的研究报告显示，近年来，全球新能源汽车销量一直保持高速增长，电动车充电需求不断增大，各国政府相继出台多项政策支持充电桩建设。2020年，充电桩作为新能源汽车推广配套设施，首次被写进《政府工作报告》，纳入“新基建”范围，国内充电桩进入飞速发展阶段，车桩比从2019年的

3.1:1降低至2022年的2.7:1。

不过，这一数字同《电动汽车充电基础设施发展指南(2015—2020)》规划的1:1车桩相比，仍然存在不小的差距。

另据易观发布的《2022年中国电动汽车供充电服务时长发展研究报告》，从行业发展角度看，中国电动汽车公共充电服务行业发展目前主要面临四大问题。第一，公共充电基础设施网络建设呈结构性供给不足；第二，不同充电运营商充电网络间形成信息孤岛，互联互通面临挑战；第三，充电设施利用率低、盈利模式单一等问题导致运营商盈利困难；第四，充电过程安全管理、充电场站运营管理等方面问题逐步显现。

## 角逐“下半场”

未来，充电桩或将形成慢充、快充、超级快充、换电“四分天下”的局面。

随着充电市场需求的不断提升，当前我国充电服务趋势也在发生转变。

能链智电方面向记者表示，“2021年之前，国内不少充电桩企业选择了盲目扩张，‘跑马圈地’建桩拿补贴；2021年之后，充电桩市场进入‘下半场’。”

能链智电方面向记者表示，“未来，充电桩或将形成慢充、快充、超级快充、换电‘四分天下’的局面。”能链智电经营副总裁于翔向记者表示，在未来的技术发展过程中，根据细分场景和占比规模的不同，四种充换电方式都会占有一席之地。

能链智电方面向记者表示，“未来，充电桩或将形成慢充、快充、超级快充、换电‘四分天下’的局面。”

能链智电方面向记者表示，“2021年之前，国内不少充电桩企业选择了盲目扩张，‘跑马圈地’建桩拿补贴；2021年之后，充电桩市场进入‘下半场’。”

能链智电方面向记者表示，“未来，充电桩或将形成慢充、快充、超级快充、换电‘四分天下’的局面。”

能链智电方面向记者表示，“未来，充电桩或将形成慢充、快充、超级快充、换电‘四分天下’的局面。”

能链智电方面向记者表示，“未来，充电桩或将形成慢充、快充、超级快充、换电‘四分天下’的局面。”能链智电方面向记者表示，“未来，充电桩或将形成慢充、快充、超级快充、换电‘四分天下’的局面。”

能链智电方面向记者表示，“未来，充电桩或将形成慢充、快充、超级快充、换电‘四分天下’的局面。”

能链智电方面向记者表示，“未来，充电桩或将形成慢充、快充、超级快充、

# 美国科技企业裁员潮背后:战略转型和周期阵痛

本报记者 曲忠芳 李正豪 北京报道

美国科技企业裁员潮仍在持续。继亚马逊(NASDAQ:AMZN)、Meta(NASDAQ:META)开启万人裁员计划之后,11月23日,惠普(NYSE:HPQ)也在2022财年第四财季报告中宣布计划到2025财年末将在全球裁减4000~6000名员工,此举是惠普节省成本转型计划中的重要内容,该计划旨在

到2025财年末每年至少节省14亿美元。

针对惠普裁员计划是否涉及中国区员工、主要涉及哪些业务部门等问题,《中国经营报》记者通过邮件联系惠普希望做进一步采访,但截至发稿前未获回复。

记者从美国科技企业裁员信息追踪网站Layoffs.fyi获悉,自2022年以来,截止到11月22日,

涉及850家科技企业裁减员工总数达137159人。从该网站统计的月度裁员柱状图来看,美国科技企业早在今年5~8月就曾出现过一波裁员“小高峰”——科技企业整体每月裁员规模超过1万人,尤其是6~8月期间每个月涉及裁员的科技公司数量都超过150家。而11月,随着Meta、亚马逊等科技巨头的加入,裁员规模更是达到了最高潮,该网站综

合美国公开信息统计,11月单月总体裁员规模超过4.5万人。

多名业内人士在接受记者采访时普遍提到了“周期”,互联网经过二三十年的高速发展迎来了增长放缓、创新乏力的阶段,科技企业需要阶段性的业务战略转型与组织变革来应对复杂多变的环境,而在企业架构的结构性大调整中,裁员必然是一个首要选项。

## 科技大厂“推波助澜”

“当行业内很多企业都裁员,那就是一个行业周期性的问题。”

11月以来,“裁员”成为美国科技行业的热门词,与科技大厂的“加入”不无关系。11月18日,据《纽约时报》报道,亚马逊CEO安迪·贾西在给员工的备忘录中写道,未来一年里公司将继续裁员。他表示,“我担任CEO职位已经约一年半时间,毫无疑问,这是我们在这段时间里做出的最艰难决定。”就在数日之前,亚马逊计划裁员约1万人,涉及包括语音助手Alexa在内的设备部门、零售部门及人力资源部门。

而据CNN报道,今年11月初Meta公司CEO马克·扎克伯格在发给全体员工的内部信中明确提出,计划裁掉13%的员工,这意味着大约1.1万人将离开公司,该报道指出这是Meta公司成立18年来首次大规模裁员。扎克伯格还表示,公司将在明年减少招聘人数,除极个别岗位外,招聘冻结期将延长至2023年第一季度。

11月23日,惠普公布了2022财年第四财季业绩,期内营收下降11%至148亿美元,亏损31亿美元。2022财年全年,营收为629.83亿美元,同比降低0.79%;净利润为



Meta等美国科技公司集体裁员。

至现在的2300人。

北京市社会科学院研究员、大数据业务分析师王鹏指出,“如果一家企业裁员,更多的是由自身经营情况产生的,当行业内很多企业都裁员,那就是一个行业周期性的问题。”

谦询智库合伙人龚斌持类似看法,他认为“万物皆有周期”。美国大型科技企业纷纷调整战略收缩“过冬”,面对经济下行、通货膨胀、疫情反复、区域局势紧张等大变局下,既有被动调整的正常逻辑,也有主动的成分,是顺势而为。从科技周期来看,目前正处于上一轮以移动互联网为代表的科技周期结束,与新一轮能源及科技革命开启的交替拐点。“传统”业务进入成熟后期,增长触顶,需要“降本”;而“新兴”业务经历了炒作、泡沫破灭、回落现实,如在虚拟现实、人工智能、智能驾驶等方面,资金从“手松”——巨额投入,到“手紧”——投资放缓,需要更“务实”。因此,科技企业需要阶段性的业务战略转型与组织变革来应对,而在企业结构性大调整中,裁员是一个主要选项。

整个11月,被特斯拉(NASDAQ:TSLA)CEO埃隆·马斯克收购的老牌社交媒体推特,因大幅裁员站在舆论的风口浪尖。11月21日,据Business Insider等媒体报道,马斯克在推特全体员工大会上表示裁员结束,目前正在招聘工程师和广告销售人员。此时,推特员工已经从马斯克接管前的7500人减

32.03亿美元,同比下降40.87%。惠普方面表示,计划未来三年在全球裁减4000人至6000人,也就是5.1万员工中的10%,以节省成本实现转型。据美国证券交易委员会(SEC)官网的文件,截至2022年10月31日,惠普员工总数为5.1万人,记者综合对比往年数据发现,惠普公司实际在2020财年、2021财年里员工规模已经缩减了5000人。

此前的11月16日,据《巴伦周刊》报道,思科(NASDAQ:CSCO)将裁员4100人,占员工总数的3%。不过思科首席财务官科特·赫伦在回复股东和投资人时强调,

## 快速扩张的自然结果

在发展过程中经历了业务快速扩张、雇员激增的阶段。

在写给员工的内部信中,扎克伯格指出,新冠肺炎疫情暴发之初,世界迅速转向线上化,电子商务的激增使得相关收入大幅增长。当时很多人预测,这种增长是永久性的,甚至在疫情结束后还会继续。“我当时也是这么认为的,所以决定大幅增加投资,但不幸的是,事情并没有像我预期的那样发展。”他坦言“我错了,我对此负责”,除了裁员之外,Meta公司将在未来几个月“推出更多削减成本的变革”。

记者查阅Meta公司提交给SEC的文件注意到,Meta公司2019年年底、2020年年底、2021年年底和2022年9月底的员工总数分别是44942人、58604人、71970人、87314人。不难计算,从2020年至2022年9月底,Meta增加了4万多人,而今年前9个月新增员工超过1.5万人。Meta公布的2022年第三季度财报显示,其重点布局的元宇宙核心项目现实实验室(Reality Labs)收入2.85亿美元,同比下跌49%;运营亏损36.7亿美元,去年同期亏损26.3亿美元。今年前三个季度该业务已累计亏损94亿美元,去年亏损超过100亿美元。显然,Meta的元宇宙战略要支撑起业绩增长还有较长一段距离。

从亚马逊提交的公告文件中,同样不难发现,2020年、2021年两年里亚马逊雇佣员工数增加了约81万人,超过以往年份规模。

马斯克接管推特启动裁员之时,推特联合创始人、前CEO杰克·多西公开发文称,对所有员工面临的艰难处境负有责任,

盘古智库高级研究员江瀚指出,美国科技企业的裁员潮其共性特征是随着互联网的高速发展——特别是疫情出现之后线上流量的爆发式增长,科技企业扩招了大量员工,业务快速扩张。而当互联网发展速度明显放缓之时,容易出现人浮于事、员工数量过剩的情况,裁员也就成为必然选择。

在通信行业高级工程师、战略规划专家袁博看来,科技企业裁员是为了提前应对未来产业发展、公司经营的不确定性,这些不确定性包括:4G带来的短视频、社交、电商的流量红利已经见底,5G、AI、大数据预期带来的元宇宙、企业智能化转型步履蹒跚。这导致科技企业先期投入过大,未来的盈利目标又变得不可确定,因此科技企业的重研发投入和预期产出不成正比,科技企业不得不进行结构性裁员。还包括一些国家出现的逆全球化的思潮,让过去全球协作的经济模式遭遇挑战,导致了不少国家产生了经济危机。在经济危机下,全球的消费者、企业的消费趋于保守,更多的考虑从成本出发,打破了过去科技企业依托全球的人口红利、流量红利赚钱的预期。

下转 C3

# 工业互联网驶入快车道 羚羊工业互联网平台以AI支撑工业强国发展

数字经济已成为推动世界和中国经济增长的主要驱动力之一,作为数字经济发展“新引擎”的工业互联网,其产业规模目前已迈过万亿元大关,发展驶入快车道。

在刚刚结束的第五届世界声博会暨2022科大讯飞全球1024开发者节上,工业互联网话题也得到更多关注。科大讯飞董事长刘庆峰在活动现场指出,人工智能(AI)将为工业强国提供重要支撑。

从科大讯飞的开发者大赛也可以看到,工业互联网领域热度高涨。刘庆峰介绍,今年开发者大赛报名团队数量相比去年从22472个增长到了32333个,同比增长44%,其中增长最快的是工业互联网方向的团队,达到10605个。

科大讯飞正在通过人工智能深度参与工业赋能,为传统工业企业提供更多解题思路,在越来越多的应用场景释放人工智能的技术红利。

刘庆峰表示,在工信部及安徽省的支持下,科大讯飞推出了羚羊工业互联网平台,通过AI+大数据精准匹配和技术经理人深度对接,实现海量工业互联网应用和海量需求的精准高效对接,打通企业“研产供销服管”全场景需求,助力企业实现数字化转型。

## 助力企业数字化转型

中国电子技术标准化研究院发布的《中小企业数字化转型分析报告(2021)》显示,我国约有79%的中小企业处于数字化转型初步探索阶段,仅有约12%处于应用践行阶段——“不想转、不敢转、不会转”成为中小企业的共性问题。尽管业内对数字化转型已达成共识,但中小企业“小步慢走”的情况仍普遍存在。

2021年9月安徽省经信部门发布《工业互联网创新发展行动计划(2021年—2023年),工业企业迎来了数字化转型的起势期。在这



样的背景下,由安徽省经信部门和科大讯飞联合打造的羚羊工业互联网平台应运而生,该平台以技术为核心,跨行业、多领域接入优秀生态资源,输出一站式产品服务解决方案,为中小企业和行业龙头企业提供数字化赋能。

羚羊工业互联网平台是以讯飞TuringPlat为能力底座,为企业提供数字化工具包、羚羊“诊断”、工品采购、羚羊科产、羚羊数字金融和羚羊工业大脑六大产品,全面覆盖企业“研产供销服管”各类需求,帮助传统企业跃上云端。

数字化工具包包括通过工业SaaS平台为中小微企业“甄选”经营必需的人(考勤、薪资等)、财(财务、报销等)、物(仓储、设备管理等)、事(生产、供应链管理等)等共性需求,打造低成本、快部署、易运维、强安全的轻量化SaaS产品,提供开办即享的“数字化工具包”。通过集中低价采购、组织本地化培训、统一数据库等可实现快速部署,有效降低了中小企业数字化转型门槛。

其中,羚羊“诊断”可依据工业互联网应用成熟度评估模型,快速准确分析企业工业互联网的应用现状和水平。以食品行业为例,羚羊工业互联网平台与古井贡酒联合进行人工智能场景化应用的问

中小企业数字化转型首先要应势而动,深刻认识工业互联网的定位作用;其次要乘势而上,有效赋能中小企业数字化转型;最后要顺势而为,为中小企业数字化转型做好全面供给。

## 工业六感构建工业互联网底层能力

刘庆峰表示:“羚羊工业互联网平台既可以通过AI以SaaS服务的方式在客户服务、翻译通用的办公管理,在营销场景上助力中小型企业,也可以通过工业SaaS以工业数据包、数字化工具包来连接人、财物、事,让中小企业站在数字化平台上创业创新。此外,对行业龙头企业,工业大脑以人工智能+RPA的方式,通过工业流程自动化来帮助企业减负增效,提供创新能力。”

在此次开发者节上,科大讯飞还提出用AI系统性创新赋能工业场景全面数字化。

科大讯飞融合工业视觉、工业声学、知识图谱和模型训练等方面的人工智能技术,让工业生产过程具备“视听嗅触味思”等智能感知能力,并逐步支持智能决策,解决工业领域设备管理、安全检测、节能降碳等工业生产环节问题,为工业互联网构筑智能底座。



高点,也欢迎大家加盟这个领域,从而推动整个工业互联网的发展。

在工业安全方面,科大讯飞致力于推动人工智能与工业产业全环节的深度融合,借助领先的工业声学、工业视觉、工业知识图谱等AI源头技术优势,打造了讯飞工业听诊器、声学成像仪、工业六感设备卫士、工业AI一体机、工业六感四足机器人等一系列工业智能硬件产品,解决工业安全生产中的难点。

目前讯飞工业智能产品已经在全国10省20余地市部署应用,在电力、矿山、燃气、钢铁等行业打造了一批示范项目。

在电力行业,传统判断设备故障的方法是用人的耳朵去听,但人耳检测的缺点显而易见。人无法24小时集中注意力进行检测,很难对瞬间发出的短促声音进行定格分析,而且受人员经验影响较大。基于领先的声音事件定位和检测技术,科大讯飞工业听诊器可以24小时远程声纹实时监测,定位到异常声音后可智能化预警并可视化呈现。产品已在安徽20多个变电站、风电站、水电站运行70000多小时。

科大讯飞还将机器听觉与视觉融合,可以直接“看”到设备声源位置的声学成像仪。该声学成像仪不仅能精准定位局部放电点,还能检测气体泄漏。在化工厂、加气站等场景发生气体泄漏时,泄漏点会因为涡流而产生声波或超声波能量被声学成像仪捕捉到,并显示在机器屏幕上。

“羚羊工业互联网平台将以数据安全为基础,以工业六感、工业AI平台、工业数据平台为特色,提供场景、政策、技术、金融的全方位赋能,让工业互联网开发者成为未来的领头羊”。刘庆峰介绍道。

目前,羚羊工业互联网平台上已汇聚超过22.6万用户,累计服务企业次数超过45.5万,平台交易总额达29.4亿元。刘庆峰预计该平台到明年1月底用户数可达100万人。广告

# 中国电子云“混改”启动 国资云市场化再提速

本报记者 谭伦 北京报道

央企的云计算业务在近年来的兴起,使得中国云计算市场的竞争多出一股代表力量,而其市场化进程更是受到各方关注。身为其中重要一员,日前官宣启动“混改”的中国电子云成为产业关注焦点。

11月18日,在2022中国电子云峰会上,中国电子云执行总裁马劲表示,继今年3月国资委批准中国电子云成为科改示范行动企业后,今年10月,由中电集团主导,通过了对中国电子云增资的决议,22家集团内企业都将成为中国电子云的股东,这将为中国电子云新一轮的快速发展提供支持保障。

值得注意的是,10月27日,全资控股中国电子云的A股上市公司深

## 闪电“混改”

业内人士普遍认为,在强调安全可控的大环境下,中国电子云的高速发展是符合预期的。

中国电子云方面向《中国经营报》记者表示,在数字经济蓬勃发展的大趋势,以及数据安全、信息安全重要性日益提升的大环境下,此次“混改”将有利于中国电子云进一步提升市场化经营机制,吸引更多高质量科技人才,持续进行研发投入,助力关键技术攻关。

而这并非中国电子云在混改历程上的首次尝试。公开信息显示,中国电子云公司成立于2021年8月20日,注册资本20亿元。同年末,中国电子与旗下子公司中国电子云增资近8亿元入股数字广东网络建设有限公司,成为中国电子云吸纳市场资本的首次大动作。

交易完成后,包括中国电子、中国电子云在内的中国电子系共持股62.84%,成为最大控股股东,而此前的最大股东腾讯的股权稀释至16.72%,成为第三大股东。对于年内完成品牌发布到闪电增资,业内人士普遍认为,在强调安全可控的大环境下,中国电子云的高速发展是符合预期的。

深圳市桑达实业股份有限公司(以下简称“深桑达”,000032.SZ)对外发布公告称,中国电子云将引入由核心团队和骨干人才组成的员工持股平台、中电信创控股(深圳)合伙企业(有限合伙)及外部战略投资人,实施混合所有制改革。

公告显示,中国电子云此次“混改”拟引入资金不超过20亿元,其中员工持股平台及中电信创分别增资不超过8亿元、外部战略投资人增资不超过4亿元,深桑达作为原股东,放弃参与本次增资。

“混改”完成后,员工持股平台、中电信创对中国电子云的持股比例将分别不超过16%,外部战略投资者的持股不超过8%。深桑达的持股降至60%,但仍为控股股东。

## 主攻专属云市场

2021年下半年,中国整体专属云服务市场规模为130.0亿元人民币,同比增长27.2%。

虽然瞄准政企云市场,但传统以公有云、私有云、混合云为划分类型的云市场定位,并不足以精确描述中国电子云的角色。随着政企数字化需求的丰富,介乎于二者间的专属云,成为中国电子云的主战场。

曹心驰表示,与阿里云、腾讯云不同,中国电子云并不是真正去做公有云、对外提供公有云服务,而是以云的技术产品和工具来服务客户,未来会逐渐转化成产品和技术能力赋能到其他云运营商或客户本身。

曹心驰所指的正是中国电子云目前着力打造的专属云。公开信息显示,专属云是面向企业、政府、金融等客户,提供计算、存储资源池以及网络、管控多级隔离的综合解决方案,能够满足企业特定性能、应用及安全合规的需求,为大型政企客户提供可靠便捷的云服务。

在马劲看来,不同于私有云的封闭限制,专属云带有公有云

## 与运营商合作大于竞争

今年中国电子云业务策略调整,更聚焦在产品解决方案上,与运营商的合作关系也将变得更多。

随着“混改”大幕拉开,中国电子云无疑也将加快政企云市场的开拓步伐。而站在其同一领域的运营商云巨头,将成为中国电子云前行方向上的主要竞争对手。

综合最新财报及IDC报告显示,2022年上半年,移动云收入234亿元,同比增长103.6%;天翼云收入280.82亿元,同比增长100.8%;联通云收入187亿元,同比增长143%。其中,天翼云在国内IaaS+PaaS市场排名第四,移动



随着“混改”大幕拉开,中国电子云无疑也将加快政企云市场的开拓步伐。

最新的技术和理念,但又有别于公有云形式上的租用,能在企业自己的掌控范围内,确保技术及心理层面的安全冗余需求。

在本次峰会上,中国电子云正式发布了中国电子云分布式云,及仓海Ceastor分布式海量存储16000系列产品。曹心驰表示,中国电子云将依托云原生分

布式云,打造安全数字基础设施,重新定义云服务方式。

据悉,依托中国电子PKS自主安全计算体系及丰富的网信产业资源,中国电子云构建了涵盖安全防护、IaaS、PaaS、政府应用、企业应用在内的体系化云产品、全栈技术及全方位运营服务,同时提供具备信创能力的公有云服务和专

属云产品。这将成为中国电子云主攻专属云市场的能力保证。

IDC发布的《中国专属云服务市场(2021下半年)跟踪》报告显示,2021年下半年,中国整体专属云服务市场规模为130.0亿元人民币,同比增长27.2%。在此背景下,中国电子云有着巨大的增长空间。

# 斗鱼连续两个季度盈利 战略调整成效初显

11月21日,斗鱼(NASDAQ:DOYU)发布了2022年第三季度财务报告。斗鱼第三季度总营收为17.98亿元。毛利润为2.51亿元,对应毛利率14.0%。非美国通用会计准则下,斗鱼净利润2570万元,同比环均显著提升。斗鱼移动端季度平均MAU为5710万,用户规模保持稳定。

斗鱼表示,该季度,斗鱼延续稳健的发展策略,强化布局精品自制内容,给用户带来了更加优质的内容服务。丰富的互动体验促使斗鱼社区活跃度、用户黏性、付费意愿持续提升。同时,第三

季度斗鱼进一步优化成本结构、创新营收模式,不断提升运营效率,所以再一次实现单季盈利。

斗鱼创始人、CEO陈少杰表示:“未来,我们将继续完善以游戏内容为核心的社区生态,基于游戏特点和深厚的主播资源,加深与游戏厂商的合作,以社区互动为驱动力,持续推进和完善游戏内容建设和互动性功能,坚持执行‘以游戏为核心的多元化内容生态平台’的发展战略,保持国内游戏直播行业的领先地位,探索新的增长点,促进斗鱼的长期健康发展。”

## 降本增效显成效

财报显示,斗鱼2022年第三季度的营收为17.98亿元,调整后净利润为2570万元,2021年同期为亏损7270万元,同比扭亏为盈。

其中,斗鱼2022年第三季度来自直播的收入为17.05亿元,广告和其他收入方面,2022年第三季度为9330万元。

过去一年是斗鱼的战略调整期,在复杂的宏观环境之下,斗鱼通过降低成本的方式提高效益,另一方面积极探索更为合适的业务发展方向。

从成本的角度来看,在第三季度,斗鱼的各项成本都有一定程度的下降。财报显示,第三季度斗鱼收入成本为15.47亿元,同比下降25.2%。具体来看,收入分成费用和内容成本从2021年同期的18.40亿元减少至13.20亿元,带宽成本从2021年同期的1.63亿元下降17.4%至1.35亿元。

斗鱼解释称,其收入分成费的下降超过了直播收入的下降,版权成本也大幅下降。这也使得其2022年第三季度的毛利率从去年同期的11.9%提高到14.0%。第三季度斗鱼的毛利润为2.51亿元。

## 完善内容生态稳增长

斗鱼在内容生态方面不断完善。面对不断走高的头部电竞赛事版权费用,在过去一年的战略调整期中,斗鱼践行选择性采买版权策略的同时,通过打造精品自制赛事和PGC节目,发力大众化赛事等方式来丰富社区内容,保证了斗鱼平台用户规模的稳定。

据统计,三季度斗鱼共计推出了90场自有品牌电竞赛事。包括专业化赛事,如《斗鱼王者荣耀大师赛》《2022斗鱼和平精英秋名山杯第五季》等;主播IP赛事,如Doinb《2022LBL秋季赛》、Gemini《幸运杯》、骚白《木兰武道会》等,充分利用斗鱼头部主播多且质量高等优势,打造主播标杆赛事。借平台办赛实力+主播的影响力实现双赢;大众化赛事,如面向企业用户的《王者荣耀企业联赛S2》、面向女玩家的《穿越火线女神赛》、《永劫无间女神赛》等。用和专业化赛事相同方式、规格运营和包装,提升用户体验;以及校园赛事,如《“摘星杯”高校对抗赛》《CS:GO名

## 营收创新

另外,第三季度斗鱼销售和营销费用为1.62亿元,较2021年同期的2.19亿元降低25.9%;斗鱼2022年第三季度研发开支为8440万,比2021年同期的1.23亿元降低31.5%;总务及行政开支5230万元,与2021年同期的8650万元降低39.5%。非美国通用会计准则下,斗鱼实现净利润2570万元,又一季度同比扭亏为盈。

截至2022年9月30日,斗鱼拥有现金及现金等价物、受限现金、短期和长期银行存款为68.72亿元,而截至2021年12月31日为66.44亿元。

斗鱼财务副总裁曹昊指出:“本季度公司继续保持对优质内容的投资,维持了公司整体直播业务的稳定,同时探索基于游戏的新商业模式。与此同时我们继续进行成本控制和费用优化,本季度公司已经连续两个季度实现了调整后的净盈利。截至三季度末,公司的现金及现金等价物、受限现金和存款余额为68.72亿元,充沛的现金储备赋予了我们在充满挑战的宏观环境下应对挑战和变化的灵活性。在稳定和优化核心业务财务表现的同时,斗鱼将持续探索新的变现方式和运营模式,努力为股东带来长期价值。”

校对抗赛》等,实现了覆盖更多学生用户,提前获取未来游戏和游戏直播的潜力消费者。

从结果上来看,斗鱼推出的自有品牌电竞赛事取得了不错的成绩。例如,面向企业的《斗鱼王者荣耀企业联赛S2》招募了包括搜狐畅游、金山办公、小红书在内的14家企业共51支战队参赛,累计举办了178场比赛,吸引了诸多互联网员工的热情参与。活动期间,主播直播间数据有明显增长,用户观看人数环比上涨近两倍,观看时长环比上涨4.5倍,平台新增用户观看人数环比上涨超过3倍。

此外,斗鱼还打造了数款以女性为核心的赛事。例如,《穿越火线女神赛》和《永劫无间女神赛》等。以穿越火线为例,该游戏拥有批量的赛事用户基数,但女子赛这一形式此前少有。比赛前期,斗鱼通过在各平台的招募宣传,吸引了众多高人气女选手加入。同时赛事邀请了头部主播参赛为赛事引流,增强赛事看点。人气女主播与

能够在“虚拟世界”里沉浸式、破时空地观看赛事、互动社交,还能够实现“万人同屏”以及直播间礼物打赏3D特效。

目前“云观赛”场景已经先后应用到了《CS:GO EPL S16》赛事和《2022 CS:GO Major》赛事中,用户在直播间参与弹幕互动、礼物打赏,或在虚拟场馆内直接付费购买,就可以升级虚拟场馆内的多种玩法,比如升级角色技能、发送3D特效等。付费观众的虚拟形象、礼物特效等都可以在直播中展示,用户参与热情极高。主播则可以在“操作台”中灵活切换虚拟场馆画面和赛事直播流或者调整镜头,并且在OB赛事的过程中与粉丝就赛事内容进行亲密互动或者内容共创。



头部男主播战队同台竞技,舆论热度持续升温。

另外,斗鱼还在打造更具互动性的PGC综艺。第三季度,斗鱼自制综艺超过10款,重点项目包括《光速大逃脱-仙锋队特辑》《最佳玩家》《湖南bangbangbang》《奔跑吧主播6》《陕北一家人》等。

斗鱼打造的不同主题、不同场景的综艺IP,不仅成为传统游戏内容的有益补充,创作团队更基于直播综艺的实时性和互动性,在节目中增加了游戏道具、队友/对手选择权等用户可跨屏参与的互动环节,既增添了内容的趣味性,也实

现了营收手段的创新。斗鱼强化布局精品自制内容,给用户带来了更加优质的内容服务。同时丰富的互动体验促使斗鱼社区活跃度、用户黏性、付费意愿持续提升。基于对细分人群需求的深入理解,斗鱼精细化运营策略卓有成效,成功地稳定了平台的流量。

财报显示,第三季度,斗鱼移动端季度平均MAU为5710万,环比上涨2.5%。这一数据的持续增长,再一次证明用户并未因为斗鱼缺失部分版权赛事内容而流失,平台上优质的精品自制内容和主播内容依旧保有着强劲的市场竞争力。

讲解游戏道具用途、最优配置及使用攻略等,为游戏道具、外装等产品“带货”,拓宽收入路径。用户赠送定制礼物则能够解锁活动获得积分,并使用平台积分兑换游戏道具,极大的增强了用户活跃度和对平台的黏性。

财报显示,在直播收入和广告收入之外,斗鱼2022年第三季度实现其他营业收入为3650万元,而2021年同期其他营业收入为2580万元。

展望未来发展,斗鱼管理层表示,将继续坚持“以游戏为核心的多元化内容生态平台”的发展战略,通过创新产品形态、丰富内容矩阵、技术创新研发来增强平台的核心竞争力,将斗鱼打造成一个持续活跃繁荣的用户社区。 广告

# 长三角欲打造新型科创金融生态圈

本报记者 李玉洋 上海报道

近日,央行、国家发改委、科技部等八部门印发《上海市、南京市、杭州市、合肥市、嘉兴市建设科创金融改革试验区总体方案》(以下简称《总体方案》),以金融支持长三角协同创新体系建设,加快构建广渠道、多层次、全覆盖、可持续的科创金融服务体系,突出金融供给侧精准发力,协同推进原始创新、技术创新和产业创新,推动形成金融供给和需求结构平衡、金融风险有效防范的良好生态,打造科技创新和制造业研发生产新高地。

《中国经营报》记者注意到,一年前八部门就印发了《山东省济南市建设科创金融改革试验区总体方案》,这意味着继济南市成为首个科创金融改革试验区后,科创金融改革试验区再次扩容。

“这是国家金融对科创发展的重磅支持。”清华大学经济管理学院访问学者、中国社会科学院工业经济研究所博士后、贵州财经大学会计学院硕士生导师潘文富告诉记者,融资难、科技成果转化难,长期以来是横亘在科创企业发展道路上的两大难题,《总体方案》的出台会对长三角地区科创企业产生显著促进作用。

而网经社电子商务研究中心高级分析师张周平也对记者表示:“中小微企业融资难、融资贵一直是难题,国家频出对小微企业金融支持的政策。而在金融支持上,近年来,供应链金融尤其是在线供应链金融创新模式得到了快速发展。”

## 科创金融专营机构或将增多

《总体方案》着眼金融、科技和产业良性循环与互动,紧扣科技高水平供给和区域高质量发展。

据了解,《总体方案》着眼金融、科技和产业良性循环与互动,紧扣科技高水平供给和区域高质量发展,从健全科创金融机构组织体系、推动科创金融产品创新、充分利用多层次资本市场体系、推进科技赋能金融、夯实科创金融基础、扎实推进金融风险防控等7个方面提出19项具体政策措施。

《总体方案》在总体目标规划上,提出通过五年左右时间将上海、南京、杭州、合肥和嘉兴5个城市打造成“科创金融合作示范区、产品业务创新集聚区、改革政策先行先试区、金

融生态建设样板区、产城深度融合领先区”。

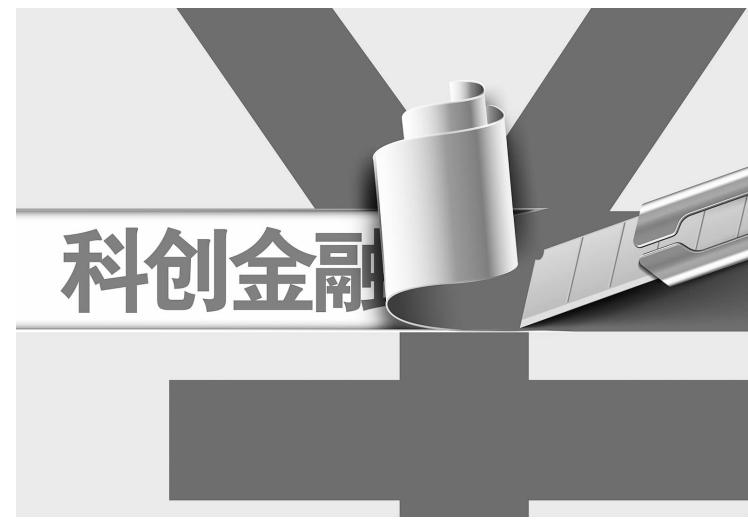
潘文富认为此次《总体方案》亮点不少,“《总体方案》不仅对金融机构提出了创新发展知识产权质押、股权质押、信用贷款等多种类科创金融信贷产品的要求,还针对科技企业无形资产抵押品的估值难、流转难问题提出了‘技术收储机制’的解决方案”。

“《总体方案》提出了以‘远期共赢’利率定价机制解决银行贷款还本付息要求与科创企业收入特征不匹配问题的方案。”潘文富指出,《总体方案》为战略

新兴产业提出多个创新类的债券品种,未来长三角地区具有科创属性的相关债券品种发行量将得到提升,而且发债募资的场所也将由银行间和交易所市场拓展到区域性股权市场。

在进一步畅通股权支持科创企业的渠道方面,《总体方案》还明确鼓励跨境股权投资、支持S基金发展,提出支持区域性股权市场开展私募基金份额登记托管、质押业务的要求,探索通过以上方式解决资管产品投资未上市股权期限匹配、提前设置退出机制等难点问题。

“随着科创金融重要性的提



科创金融改革试验区再扩容。

视觉中国/图

升,为了更专业化地做好科创金融服务,监管部门在多个文件中都鼓励金融机构成立科技事业部、科技金融专营机构和科技支行,未来科创专营金融机构的数量或将进一步增多。”潘文富说。

## 助推科技企业创新发展

“串联各个要素形成一条主线,助推知识密集型科技企业创新发展。”

从中国经济版图和经济地理来看,长三角地区以4%的国土面积,创造了全国约1/4的经济总量。

潘文富认为,《总体方案》的出台对长三角地区科创企业发展的促进作用不言而喻,主要体现在三方面:“首先是长三角一体化将再创新高,以金融、科技、产业推动区域一体化协同发展,将5个城市作为科创金融改革试验区,串联各个要素形成一条主线,助推知识密集型科技企业创新发展。”

其次是探索出一条科创金

融新模式。“通过金融政策的先行先试,探索出一系列有利于我国科创企业发展的新金融业务、新金融产品、新金融模式,进一步提升金融体系支持科技创新的能力,助力产业结构向高质量发展转型升级。”潘文富说。

三是新金融将激发研发投入新活力。“《总体方案》紧扣产业发展要求,持续优化政策引导机制,强化企业创新主体地位,充分运用大数据手段和‘工业云’,融合集聚各方面创新资源,加大科技研发投入,拓展科技创新融资渠道,加强产业关

键共性技术攻关,提升两化融合水平,加快推动试验区新型工业化发展。”潘文富说。

同时,金融是经营管理风险的行业,防范化解金融风险是金融工作的永恒主题,“扎实推进金融风险防控也是《总体方案》中需要关注的重点,《总体方案》明确提出提升金融监管科技水平以及强化科创金融风险联防联控两大要求。”潘文富说。

在强化科创金融风险联防联控方面,《总体方案》指出推动建立科创金融自动化数据采集处理通道和本地化监管数据

资源库,搭建金融风险监测平台;通过加强对跨境资金流动的监测、分析和预警,完善双向开放条件下的宏观审慎管理;围绕科创贷款、科创企业上市、私募股权、创业投资、知识产权等重点环节,定期分析试验区金融风险状况;支持金融机构制定实施科创金融风险处置和内部考核办法,建设与科创产业相匹配的风险管理体系。

比如在线供应链金融模式方面,张周平认为,当前的在线供应链金融模式创新了风险管理与操作,实现了服务在线化、

营销互联网化、工作流程标准化以及风控自动化等,为中小微企业融资拓展了新的渠道。

“综上,科创金融改革试验区的建立在加速科技活动同时,也会带来一定的金融风险,在科技赋能金融、金融支持科技发展的活动中,充分认识新科技存在的潜在风险,提前搭建金融风险监测平台,强化风险监测预警和早期干预,对潜在风险进行预判,在经济取得高质量发展的同时建立维护金融稳定的长效机制。”潘文富表示。

# 世界杯加持 能带火VR体育赛事吗?

本报记者 陈佳岚 广州报道

2022年卡塔尔世界杯于11月21日正式“开踢”,沉浸式观赛成为本届世界杯看球的新趋势,也使得VR(虚拟现实)、元宇宙赛道的机遇在发酵。

随着中国移动咪咕视频、字节

跳动旗下抖音签约成为卡塔尔世界杯转播版权方,支持观众使用VR看世界杯,世界杯的火热也带动了VR眼镜在国内的销量,《中国经营报》记者从京东、苏宁等电商平台获悉,近段时间VR眼镜的销量迎来激增。

事实上,VR/AR(增强现实)沉

浸式转播已成为奥运会、世界杯等重大体育赛事的“常客”了。从2016年里约奥运会到2022年卡塔尔世界杯,VR和体育赛事正在越来越紧密地联系在一起,也让VR成为远程观赛的一部分,进一步在推动VR的普及。不过,当前阶段

“VR+体育”市场渗透率仍较低,观赛体验仍有待进一步改善,商业模式单一,仍有待市场进一步开发。

IDC中国高级分析师赵思泉在接受本报记者采访时表示,VR设备看比赛还面临电池续航时长、屏幕分辨率、家庭成员共享等问题。

艺、网鱼网咖、Nreal等VR/AR眼镜及一体机设备都可通过移动云VR来看世界杯。

“移动云VR观赛,就是球迷们进入Nreal AR空间选择移动云VR,便可享受201英寸AR锐彩天幕看球。”Nreal公司相关人士对记者表示,Nreal的优势之一就是摆脱显示屏的限制,在3D空间中,重新定义体验创新。为了展示这种能力,咪咕不仅为Nreal量身定制了AR视频,推出了全球第一个3屏联动的全新体育观赛效果,同时还特别开发了咪咕快游AR版,让游戏爱好者可以在200英寸的大屏上尽情享受游戏的刺激效果。

景,未来相关的演唱会、赛事直播对消费者购买具有一定助推作用。

不过,当前VR观赛仍有不少问题亟待解决,离大众普及仍有较大距离。比如,一些主流的VR一体机还存在设备太过厚重、分辨率不如大屏电视等体验不足问题。

一位使用了VR眼镜观看世界杯的广东用户在社交平台分享感受称,“用PICO 4 VR眼镜看了下世界杯,巨幕氛围感不错,但分辨率低了点,不如显示器和电视,看个新鲜感。”而另一位来自上海的VR用户也对记者说道,“自己使用的是PICO 3 VR,好玩是好玩,但VR眼镜戴久了头比较晕。”

赵思泉对记者说道:“从VR体育赛事常态化发展来看,转播过程的拍摄、内容的制作等还有提升空间,普及程度也与硬件渗透率密不可分。”

对于到底需要多久VR才能走进千家万户,PICO总裁周宏伟今年9月在接受本报记者采访时坦言,还有比较长的路要走,无论从技术产品、内容还是用户教育上都需要长期投入。

上接 C1

针对美国科技行业的裁员潮,尽管社交媒体上不乏恐慌情绪,但部分业内人士仍对劳动力市场持乐观看法。

11月17日,微软CEO萨帝亚·纳德拉在接受美国CNBC采访时表示,LinkedIn数据表明,数据软件工程师在科技行业以外的工作比在科技行业内的工作更多,所以在某种程度上,目前劳动力市场更具弹性。据CNBC报道,微软在今

## 科技业加速转型

实际上国内的IT互联网企业在近两三年里也在不断调整组织结构,以及战略转型。

谈及中美科技行业在这方面的区别,浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林认为,许多美国科技巨头已发展20年左右,科技创新能力明显弱化,市场竞争局面发生变化。对比国内的科技企业一个明显的区别在于,国内互联网大厂是收缩了一些支线或者不赚钱的业务,而其主业并未受到影响。当然,国内部分互联网企业也面临创新乏力的问题。

天使投资人、互联网行业专家郭涛认为,整体来看,国外科技企业裁员主要是受到经济衰退和企业决策失误因素影响,而国内科技企业如在线教育、游戏等行业企业正面临巨大的转型压力;另一方面,电子商务、人工智能等相关

年10月份宣布了一轮裁员,约1%不到的员工受到影响。

据美国计算技术行业协会11月发布的《科技工作报告》,美国科技行业整体仍有31.7万个职位开放招聘,比2020年的招聘需求还要高了1/3。据TheInformation报道,TikTok正在紧急扩充团队,目前其招聘人员正在与来自Meta、Twitter等公司的被裁员工接触。

## 世界杯带火“沉浸式看球”

今年世界杯在冬季举行,加之新冠肺炎疫情影响,居家看球成为主流,也带火了室内影音娱乐设备。

而对于很多球迷而言,电视也不再是观赛的首选,屏幕更大、音效更棒的智能投影仪,或以“身临其境”“更加具有冲击力”来打造沉浸式“宅家看球”的VR眼镜已成为球迷们的优选了。

据京东方面给记者提供的数据,卡塔尔世界杯开赛首日的11月21日,京东平台上投影仪成交额同比增长240%,投影仪相关页面平均浏览时长同比上涨200%;VR眼镜成交额同比增长430%。

与此同时,由于“双11”大促与世

界杯节点邻近,“双11”期间就提前出现了囤货潮。苏宁方面的数据显示,家用投影仪在过去的“双11”大促销售量同比增长201%,“90后”消费者占比超七成。苏宁易购相关负责人表示,家用投影仪凭借便捷、大屏、智能等特点受到年轻群体的青睐。苏宁易购的数据还显示,11月以来,VR设备销量环比增长了50%。

由于国内两家获得此次世界杯

转播权的新媒体平台——中国移动旗下的咪咕和字节跳动旗下的抖音,都不约而同地加入了元宇宙元素,也使得更多中国观众可以使用VR设备观赛。

此次,字节跳动的抖音上线了

“一起猜世界杯冠军、瓜分千万现金”,还通过去年收购的国内VR行业出货量最大的软硬件研发制造商PICO,上线了“上PICO看世界杯球近了”活动。与此同时,PICO还将上线《DOU来世界杯》等周边栏目及与世界杯相关的VR直播、VR点播内容。

而另一家卡塔尔世界杯转播版权方中国移动咪咕公司也宣布将打造首个世界杯“元宇宙”虚拟观赛互动空间,综合运用5G+4K/8K+XR(扩展现实)+AI等技术,为观众呈现具有即时互动、沉浸体验的“5G云赛场”。

中国移动咪咕公司PR负责人向记者介绍道,使用PICO、NOLO、创维、大朋、华为、HTC、爱奇

艺、网鱼网咖、Nreal等VR/AR眼镜及一体机设备都可通过移动云VR来看世界杯。

“移动云VR观赛,就是球迷们进入Nreal AR空间选择移动云VR,便可享受201英寸AR锐彩天幕看球。”Nreal公司相关人士对记者表示,Nreal的优势之一就是摆脱显示屏的限制,在3D空间中,重新定义体验创新。为了展示这种能力,咪咕不仅为Nreal量身定制了AR视频,推出了全球第一个3屏联动的全新体育观赛效果,同时还特别开发了咪咕快游AR版,让游戏爱好者可以在200英寸的大屏上尽情享受游戏的刺激效果。

景,未来相关的演唱会、赛事直播对消费者购买具有一定助推作用。

不过,当前VR观赛仍有不少问题亟待解决,离大众普及仍有较大距离。比如,一些主流的VR一体机还存在设备太过厚重、分辨率不如大屏电视等体验不足问题。

一位使用了VR眼镜观看世界杯的广东用户在社交平台分享感受称,“用PICO 4 VR眼镜看了下世界杯,巨幕氛围感不错,但分辨率低了点,不如显示器和电视,看个新鲜感。”而另一位来自上海的VR用户也对记者说道,“自己使用的是PICO 3 VR,好玩是好玩,但VR眼镜戴久了头比较晕。”

赵思泉对记者说道:“从VR体育赛事常态化发展来看,转播过程的拍摄、内容的制作等还有提升空间,普及程度也与硬件渗透率密不可分。”

对于到底需要多久VR才能走进千家万户,PICO总裁周宏伟今年9月在接受本报记者采访时坦言,还有比较长的路要走,无论从技术产品、内容还是用户教育上都需要长期投入。

## VR体育赛事发展仍需长期投入

受本届世界杯加持,不少券商分析师也对VR、元宇宙等相关概念给出了较高的期待。

国联证券分析师郑磊认为,从用户体验来看,世界杯直播的“VR化”有望带给观众更强的“临场感”,在疫情期间线下聚集活动受限的背景下,有望为观众提供显著优于2D屏幕的观赛体验;从赛事影响力来看,世界杯是四年的全民体育盛会,据FIFA数据,中国约有6.557亿人(非人次)观看了2018年俄罗斯世界杯,占总收视人口的18.4%。基于差异化的观赛体验,VR直播有望借助世界杯的影响力建立用户心智、实现初步破圈,进而推动VR一体机渗透率提升。

事实上,记者注意到,2018年俄罗斯世界杯便支持三星Gear VR、Oculus Go、PlayStation VR等平

台观赛,2020年的日本东京奥运会也可以支持OculusQuest进行VR观赛,不过由于独家转播权的缘故,当时并没有在国内火起来。而近年来,VR在体育赛事上的应用已经明显增加。

2021年11月14日开始,Facebook母公司Meta的社交VR应用Horizon Venus推出了NBA2021—22赛季系列VR观赛节目,一直持续到了今年的4月8日。今年2月的北京冬奥会,央视视频还推出过首次支持8K的VR沉浸式观赛体验。

可以预见,随着更多体育赛事支持VR观赛,未来VR技术也将成为远程观赛的重要一环。

赵思泉对记者表示,尽管如此,目前VR体育赛事发展仍处于早期阶段,世界杯赛事等对于消费者来说是比较新鲜的VR应用场

大屏电视一样普及开来,走入大众市场还有一定距离。

与此同时,对于企业而言,VR观赛的盈利模式仍难以形成闭环,像Horizon Venus和Pico的VR赛事节目并没有采取收费的模式,主要原因是当前用户量少,仍以市场培育为主。由于目前的用户体量仍不大,还无法支撑起整个VR体育赛事常态化运营的成本。赵思泉对记者说道:“从VR体育赛事常态化发展来看,转播过程的拍摄、内容的制作等还有提升空间,普及程度也与硬件渗透率密不可分。”

对于到底需要多久VR才能走进千家万户,PICO总裁周宏伟今年9月在接受本报记者采访时坦言,还有比较长的路要走,无论从技术产品、内容还是用户教育上都需要长期投入。

行业洗牌加剧,企业业绩增长乏力、亏损扩大,在资本寒冬中难以获得新的投资。

袁博则指出,中美科技企业在当前面临的共性挑战在于为了应对未来经营方面的不确定性而裁员。美国科技企业大规模的裁员“应该仅会是短期事件”。裁员对科技企业来说是战略性的收缩,传统的行业数字化、智能化转型的需求依然存在,像智能汽车一样各种颠覆性的创新依然层出不穷,新技术带来的新产业从长远趋势上依然会到来。科技行业各层次的头部玩家需要依托自己的领域优势,联合推动产业转型升级。

“外部竞争激烈,内部优化改革,内外因共同作用出现裁员潮,科技行业在经历一个周期性的洗牌。”王鹏表示,从长期来看,科技企业经历行业洗牌会催生新的企业、新的业务模式、新的技术及应用。

# 世纪华通追“风口”:能否玩转数字藏品?

本报记者 李哲 北京报道

近日,浙江世纪华通集团股份有限公司(以下简称“世纪华通”,002602.SZ)研发的数字藏品

## 曾火爆一时

“幻核”平台曾在上线近一年的时间里始终位列数字藏品第一梯队。

随着元宇宙的火爆,应用区块链技术的NFT(Non-Fungible Token,非同质化代币)产品在海外迅速传播。数字藏品则脱胎于NFT概念,记者了解到,数字藏品是基于区块链技术,对应特定的作品、艺术品生成的唯一数字凭证,在保护其数字版权的基础上,实现真实可信的数字化发行、购买、收藏和使用。

谈及数字藏品这一品类,速途研究院执行院长丁道师向记者表示:“数字产品是随着元宇宙的火爆而火爆,过去一年以来,大部分的互联网企业都涉足了元宇宙,而且很多互联网企业旗下的体育、游戏、动漫、视频等IP联动,各大机构推出了各种形态不一的数字藏品,今年也曾火爆一时。”

世纪华通方面向记者表示,目前主流的数藏平台内容涉及非遗文化、基于文物的文创、地标建筑、影音等领域,呈现形式多为单一售卖。而“数河”平台利用集团旗下产

平台“数河”上线,并在全平台开放注册。

《中国经营报》记者在“数河”APP上看到,当前APP以限量发行的形式上架了包括“创世星河

42号飞行票”“起航!彩虹岛联盟”两款产品,定价在168元至298元不等。

世纪华通方面向记者表示,当前数字藏品已经度过了问世初的

“野蛮生长期”。

同时,世纪华通方面认为,随着国家相关政策和规范的出台,数字藏品将迈入全新的发展阶段,未来市场有望进一步被打开。



随着国家相关政策和规范的出台,数字藏品将迈入全新的发展阶段,未来市场有望进一步被打开。图为2022北京国际服务贸易交易会展示的NFT数字作品。 视觉中国/图

的出台,以及各地政策予以鼓励和支持,有效推动了整个行业健康、有序发展,这也意味着数字藏品将迈入全新的发展阶段;其次,越来越多的企业事业单位、机构加入这一行

列。据统计,截至今年7月,国内数字藏品平台已经超过700家。这从侧面反映了数字藏品市场的火热程度,未来的数字藏品市场有望进一步被打开。

司认为数字藏品产品未来能够迎来较好的市场环境。二是“数河”平台能够借助公司的研发、发行、运营和IP储备等优势,形成完备的生态模式,并与公司其他相关业务形成“联动”模式。

记者注意到,《上海市数字经济发展“十四五”规划》提出,对标国际自由贸易规则,做强做大数据贸易,培育数字贸易新亮点。支持龙头企业探索NFT交易平台建设,研究推动NFT等资产数字化、数字IP全球化流通、数字确权保护等相关业态在上海先行先试。

在政策支持引导发展的同时,由于NFT所具备的金融属性,在

国内的监管之下,数字藏品所蕴含的金融风险则需要被锁在制度的笼子里。

2022年6月,根据人民网的报道,福建省发布了《福建省清理整顿各类交易场所工作小组关于防范NFT违规风险的提示函》,作出“不得未经批准从事NFT交易、不得违规变相参与NFT活动”等四条提示,引发了业界关注和热议。

世纪华通在“数河”APP公告中称,坚决抵制任何形式的以数字藏品之名,进行虚拟货币相关活动的违法违规行为,仅支持转账给符合条件的“数河”实名用户且需支付1元的转账费用。

74.72%。

世纪华通曾在2022年上半年财报中提到,其在当期面临阶段性的游戏产品迭代调整和局部疫情因素,对净利润的同比变动产生了一定影响。下半年起,随着新游作品陆续上线、前期战略性投入带来的营收增长及成本结构的持续优化,预计公司业绩将稳步提升。

此次推出数字藏品平台能否成为世纪华通向业绩增长的新途径?丁道师认为,数字藏品是一个锦上添花的事情,不会成为主流趋势,甚至大概率会成为昙花一现式的产品。

## 能否提振业绩?

此次推出数字藏品平台能否成为世纪华通向业绩增长的新途径?

对试水数字藏品的世纪华通而言,2022年并不轻松。

中国音数协游戏工委(GPC)与中国游戏产业研究院发布的《2022年1—6月中国游戏产业报告》(以下简称“《上半年游戏报告》”)显示:2022年1—6月,中国游戏市场实际销售收入为1477.89亿元,同比减少1.8%。2022年1—6月,中国自主研发游戏国内市场实际销售收入1245.82亿元,同比下降了4.25%。

《上半年游戏报告》中提到,2022年上半年,在新冠肺炎疫情影响下,我国游戏市场实际销售收入同比有所下降,用户规模也略有缩小。为应对这一局面,游戏产业正努力向精品化、多元化方向发展,继续提升研发、运营能力,以促进信息消费升级、推动消费持续恢复。

而这一趋势在2022年三季度并没有明显好转。伽马数据《2022年第三季度(7—9月)游戏产业报告》显示:2022年7—9月,中国游戏市场实际销售收入597.03亿元,环比同比均下降,环比下降12.61%,同比下降19.13%,环比增长率降幅较第二季度略有收窄,同比增长率相较于去年同期的正增长转为负增长。

沪深两市32家游戏上市公司2022年第三季度合计实现营收207.37亿元,实现归母净利润24.07亿元,同比分别下降7.39%和46.79%。世纪华通没能独善其身。财报数据显示,前三季度世纪华通实现营业收入91.42亿元,同比下滑15.24%,净利润6.90亿元,同比下滑

谈及未来如何提振业

绩,世纪华通方面向记者表示,近年来,公司加快了在虚实交互领域的布局,并围绕内容端、技术端、用户端、平台端等核心领域展开研发和对外投资与合作。目前公司已经形成虚实共生内容生态建设体系,打造了一步到位的五大解决方案,分别为:算力基础与数据增值服务解决方案、虚实共生的文旅元宇宙解决方案、虚幻引擎引领游戏开发解决方案、VR等技术辅助脑疾病治疗解决方案、人工智能提升质量解决方案。

## 市场渐入正轨

在国内的监管之下,数字藏品所蕴含的金融风险则需要被锁在制度的笼子里。

数字藏品这一新鲜事物,在其近一年的发展过程中,并非一帆风顺。

记者注意到,在经历近一年运营后,已经逐渐成长为全国第一梯队的“幻核”平台在2022年8月宣布业务调整,停止数字藏品的发行。此外,包括骏网数藏、予藏在内的多家数字藏品平台宣布关闭寄售市场或关停业务。

与此同时,在众多数字藏品停止业务之际,7月18日,工业和信息化部工业文化发展中心(ICDC)旗下数字藏品展示与交流的官方平台“元数藏”上线公测。7月23日,中国邮政文创数字藏品平台上线试

运行;7月25日,中国网旗下中网艺云数字藏品平台发布上线。

谈及为何选择在此时推出数藏品平台,世纪华通方面向记者表示,选择此时推出“数河”,一是行业发展所驱动,当前随着国内数

字藏品市场逐渐走入正轨,以及多地政策的鼓励和支持,数字藏品领域虽然热度较之前略差一些,但是布局的企业却在逐渐增加。7月份上海市政府发布了《上海市培育“元宇宙”新赛道行动方案(2022—2025年)》中重点提到了数字藏品,表示要逐步完善数字资产、数字艺术品、数字影视版权等内容的合规交易机制,加强风险监管。公

司认为数字藏品产品未来能够迎来较好的市场环境。二是“数河”平台能够借助公司的研发、发行、运营和IP储备等优势,形成完备的生态模式,并与公司其他相关业务形成“联动”模式。

记者注意到,《上海市数字经济发展“十四五”规划》提出,对标国际自由贸易规则,做强做大数据贸易,培育数字贸易新亮点。支持龙头企业探索NFT交易平台建设,研究推动NFT等资产数字化、数字IP全球化流通、数字确权保护等相关业态在上海先行先试。

在政策支持引导发展的同时,由于NFT所具备的金融属性,在

国内的监管之下,数字藏品所蕴含的金融风险则需要被锁在制度的笼子里。

2022年6月,根据人民网的报道,福建省发布了《福建省清理整顿各类交易场所工作小组关于防范NFT违规风险的提示函》,作出“不得未经批准从事NFT交易、不得违规变相参与NFT活动”等四条提示,引发了业界关注和热议。

世纪华通在“数河”APP公告中称,坚决抵制任何形式的以数字藏品之名,进行虚拟货币相关活动的违法违规行为,仅支持转账给符合条件的“数河”实名用户且需支付1元的转账费用。

# 游戏版号发放释放积极信号 或带动行业恢复增长

本报记者 许心怡 吴可仲

北京报道

11月17日,国家新闻出版署发布11月国产网络游戏审批信息,共70款游戏过审,其中有2款客户端游戏、5款客户端兼移动端游戏,其余63款均为移动端游戏。

单机游戏《太吾绘卷》位列名单中令不少玩家意外,此前这款游戏已经达成数百万销量。此外,来自巨人网络(002558.SZ)的《太空行动》在“出海”方面已取得一定成绩;心动公司的《退休模拟器》以独特题材也已获大批玩家关注。

腾讯、网易此次各有一款游戏获得版号,另外还有来自多家上市公司的作品位列版号名单。或许是受版号利好消息拉动,多家游戏公司股价在11月18日冲高上涨。其中,掌趣科技(300315.SZ)上涨11.08%,巨人网络上涨4.04%,恺英网络(002517.SZ)上涨3.57%。然而,对小型团队而言,尽管获得了版号,能否将游戏顺利上线仍是一个未知数。

多家研究机构认为,版号发放为游戏行业释放积极信号,后续厂商业绩有望随着游戏获得版号上线后将逐步得到修复,带动行业恢复增长。

## 多款游戏获关注

过审名单中有一些游戏受到玩家关注,如已在TapTap平台上取得15.9万预约的《退休模拟器》。游戏发行方心动公司人士向《中国经营报》记者介绍,《退休模拟器》是一款体现老年人退休生活的模拟经营游戏,把现代年轻人的时尚生活、网络热梗和退休老人的独特背景结合:“年轻人想做的事情很多,但是没钱;而退休老人则拥有可以无限放飞自我的可能。这种极具反差的对比让年轻一代的游戏玩家可以在游戏中提前‘体验’退休之后的无限自由。”该人士介绍,后续会积极推动《退休模拟器》上线运营,也会对游戏内容持续更新。

由巨人网络研发的手游《太

空行动》此前已走向海外,这次也在过审名单之列。巨人网络人士向记者表示,《太空行动》以“太空杀”为玩法,这种玩法继承了“狼人杀”非对称对抗和社交互动的核心体验,但突破了“狼人杀”纯对话形式,具有可视化、场景化和操作交互性的特点。“太空杀”的游戏场景设计在宇宙飞船或空间站内,玩家被分为不同阵营,主线任务是修复飞船上的各类设施,船员阵营要完成一系列解谜任务,破坏者阵营则密谋破坏。

据悉,《太空行动》具有剧本工坊模式,可供玩家自主创造专属地图、场景、派对玩法。巨人网络人士表示,目前官方在平台内配置了5种风格模板、184种房

间模型,超过300种不同物件,未来将为平台上的创作者持续丰富UGC模式,完善编辑器工具。截至目前,《太空行动》全球UGC剧本作品数超过20万个。

《太空行动》海外版(Super Sus)于2021年11月在东南亚开启测试,在海外上线初期登上Google Play印度尼西亚新游榜、免费榜、热门榜等榜首以及TapTap全球热门榜榜首,长期位列印度尼西亚、泰国、巴西等地Google Play免费榜前三,多次获得Google Play的编辑推荐。

对于《太空行动》之后的计划,巨人网络人士称会尽快启动国内发行,预计游戏不久将在国内市场上线,并将进一步布局海

话会议上,腾讯高管就提及:“相信在不久的将来会进一步发放新的游戏版号,随着更多新游戏的发布,游戏行业局面将会缓解。”该公司还表示,会通过具体措施消化版号限制带来的影响,把资源集中在更少、影响更大的领域,以及投入

资源激活现有的游戏。

其他涉及上市公司的过审游

戏还有,完美世界的《迷失蔚蓝》、恺英网络的《归隐山居图》、凤凰传媒的《失落纹章》、浙数文化的《泡泡龙天天玩》、拓维信息的《方舟:英雄黎明》、中手游的《吞噬星空:



11月17日,国家新闻出版署发布11月国产网络游戏审批信息,共70款游戏过审。 视觉中国/图

外市场,推动游戏在印度、拉丁美洲、中东上线运营。

此外,已经上线4年的《太吾绘卷》此次获得版号,令不少玩家感到意外。《太吾绘卷》是一款以神话和武侠为题材,融合RPG、Roguelike、模拟经营等要

素的单机游戏,由独立团队历时4年开发,后续仍在进行更新,直至今年9月推出最新版本。根据《太吾绘卷》制作方螺舟工作室官方微博,这款游戏上线近一年后的2019年8月,销量就达到200万份。

是个未知数。由HelloMeow工作室开发的《三秋食肆》此次获批版号,该团队今年还有《匿名爱人》和《谍·惊蛰》相继过审。然而,记者从HelloMeow工作室制作人唐一辰处了解到,由于缺少资金,尚不能确定能否将《三秋食肆》上线。

## 腾讯、网易各获一版号

此次名单中,腾讯、网易各有一款游戏获得版号,分别是SNK授权、腾讯天美工作室开发的横版动作游戏《合金弹头:觉醒》,以及网易雷火工作室开发的《大话西游:归来》。

在版号发布前一日的腾讯电

## 版号数量趋于稳定

自今年4月版号重启发放以来,共有6批版号发放,数量分别为45个、60个、67个、69个、73个、70个,每批版号的数量趋于稳定。

11月16日,人民网发布《深度挖掘电子游戏产业价值机不可失》一文,提出游戏的两大价值:游戏

科技在助力5G、芯片产业、人工智能等先进技术、产业发展中起到了重要的作用;游戏可以成为中国文化传承和交流创新的网络工具,在增强中华文明传播力、影响力,推动中华文化更好走向世界的进程中发挥更为重要的作用。

多家研究机构认为,官媒发文以及版号发放为游戏行业释放积极信号。

银河证券表示,对游戏公司而言,随着版号审批步入常态化监管,在行业运行逐渐步入正轨背景下,部分厂商已经基本完成

研发的游戏产品,有待版号审批落地后上线。目前各大厂商储备产品较为丰富,后续厂商业绩有望随着游戏获得版号上线后将逐步得到修复,带动行业恢复增长。

中信证券研报指出,今年以

# 中国动力电池“出海记”

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

近日，在宁德时代全资子公司广东瑞庆时代新能源科技有限公司（以下简称“瑞庆时代”）的仓库中，广州海关所属肇庆海关关员对19个集装箱1000余块锂电池组进行现场查验。查验合格后，这批锂电池组将出口海外，在大型风力发电机拓展海外市场。

## 拓展海外市场

随着新能源汽车出口量上涨，今年以来，动力电池出口量快速增长。中国汽车动力电池产业创新联盟发布的数据显示，1~9月，国内动力电池出口量共计90.6GWh。

当前，构建国内国际双循环相互促进的新发展格局使国内市场和国际市场联通，成为国内企业迈步海外市场的动力之一，外贸出口持续升温，汽车及动力电池出口成为亮点。

根据海关总署发布数据，1~10月，汽车出口总值达3091.7亿元，同比增长72%。另据中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）最新月度数据，1~10月，汽车企业出口245.6万辆，同比增长54.1%。其中，新能源汽车出口49.9万辆，同比增长96.7%。

而随着新能源汽车出口量上涨，产能扩张助推“出海”。

目前国内约有40家动力电池厂商具备供货能力，而国内动力电池装机量前五名的厂商市占率已超过80%，“出海”已成为动力电池厂商消化产能的方式之一。

乘联会最新消息显示，1~10月，国内新能源汽车累计渗透率达24.7%，与此同时，动力电池厂商也加速产能扩张。据记者不完全统计，2022年，动力电池领域投资项目已超60个，金额突破万亿元，但国内拥挤的动力电池赛道能否消化大规模扩张的产能，却是未知数。

在11月中旬的高工锂电年会上，高工锂电董事长张小飞预计，2022年国内动力电池出货量增速将由2021年的183%降至117%，2023年至2025年或将进一步下降。业内关于动力电池产能过剩

储能、通信基站后备电源、家庭储能等领域发挥重要作用。

实际上，瑞庆时代出口锂电池只是当前国内动力电池出口的一个缩影。随着全球新能源汽车快速发展，国内新能源汽车出口量大幅增长，上游的动力电池出口量也随之迅猛增长。《中国经营报》记者从海关总署广东分署获悉

悉，1~10月，广东出口锂离子蓄电池同比增长47.8%。另据中国汽车动力电池产业创新联盟发布的数据，10月，国内动力电池出口量达14.7GWh。

除了整装出口的方式，动力电池厂商开始陆续在海外直接投资建厂或投资电池制造项目。据记者不完全统计，今年以来，已有

宁德时代、欣旺达、亿纬锂能等多家锂电池企业披露海外动力电池工厂项目，累计投资金额超23亿美元。

此外，随着动力电池扩产，储能领域成为消化产能的新竞争赛道。包括宁德时代、比亚迪等动力电池厂商在海外的储能项目也进入快速发展期，产业发展迎来新风口。

今年以来，动力电池出口量快速增长。中国汽车动力电池产业创新联盟发布的数据显示，1~9月，国内动力电池出口量共计90.6GWh。10月，国内动力电池出口量达14.7GWh。以此计算，今年前10月，国内动力电池出口量累计已超过73.4亿欧元。

具体到国内各动力电池厂商，包括宁德时代、亿纬锂能等均已在海外布局电池制造项目或工厂。例如：宁德时代今年4月发布公告称，其控股子公司与印度尼西亚PT Aneka Tambang和PT Industri Bata-

rai Indonesia签署三方协议，将在印度尼西亚投资建设动力电池产业链项目，投资总金额不超过59.68亿美元；8月，该公司发布公告称，拟在匈牙利投资建设匈牙利时代新能源电池产业基地项目，总投资不超过

约为1万件，下一步瑞庆时代将继续拓展海外市场。

得益于动力电池出口量的增长，行业及企业营收也呈现增长趋势。记者从海关总署广东分署获悉，今年前10月，广州海关共监管出口锂电池44.6亿元，同比增长110.8%。宁德时代方面，2019~2021年，境外营收分别约为20亿元、79亿元、279亿元，占营收比重分别为4.37%、15.71%、21.38%。2022年上半年，宁德时代境外电池营收约为222.54亿元，同比增长123.35%，毛利率为15.15%，高于境内毛利率。

除了直接在海外布局电池制造项目或工厂，电池组整装出口也是国内动力电池厂商拓展海外市场的方式之一。

今年9月，瑞庆时代正式在肇庆市落地投产并计划拓展国际市场，瑞庆时代关务负责人尹声昭表示，预计今年11月锂电池组出口量

约1万件，下一步瑞庆时代将继续拓展海外市场。

得益于动力电池出口量的增长，行业及企业营收也呈现增长趋势。记者从海关总署广东分署获悉，今年前10月，广州海关共监管出口锂电池44.6亿元，同比增长110.8%。宁德时代方面，2019~2021年，境外营收分别约为20亿元、79亿元、279亿元，占营收比重分别为4.37%、15.71%、21.38%。2022年上半年，宁德时代境外电池营收约为222.54亿元，同比增长123.35%，毛利率为15.15%，高于境内毛利率。

今年9月，瑞庆时代正式在肇庆市落地投产并计划拓展国际市场，瑞庆时代关务负责人尹声昭表示，预计今年11月锂电池组出口量

约1万件，下一步瑞庆时代将继续拓展海外市场。



2022年前10月，比亚迪新能源汽车动力电池及储能电池累计装机总量约为67.68GWh。  
本报资料室/图

## 布局储能新赛道

目前，海外户储需求的增长成为储能行业发展的重要驱动力，国内有意布局储能赛道的企业纷纷把目光

渗透率突破30%大关

# 开心汽车公牛集团跨界入局 新能源汽车市场“内卷”升级

本报记者 杨让晨 张振 上海报道

市场竞争日趋激烈的新能源汽车生产及充电赛道，依然吸引着各路“新玩家”不断入局。

日前，二手车经销商开心汽车（Kaixin Auto Holdings, KXIN.US）宣布已和 MORNING STAR AUTO INC. 股东签署了并购协议，将增发1亿股普通股收购其100%股权。据悉，后者全资拥有无锡茂林斯达科技有限责任公司（以下简称“茂林斯达”）和河南御捷时代汽车有限公司（以下简称“御捷汽车”），茂林斯达则是朋克电动汽车（POCCO EV）的生产和经销商。

开心汽车方面表示，收购完成

## 各路资本争相入局

在销售火热的大背景下，各路资本也开始加速涌入新能源汽车市场。

在新能源汽车渗透率逐步提高的大背景下，各路资本正进一步争抢新能源汽车市场“蛋糕”。

近年来，我国新能源汽车市场规模不断扩大，渗透率也在稳步提高。乘联会最新统计数据显示，1~10月，我国新能源汽车产销量分别累计达到518.9万辆和443.2万辆，分别较2021年同期增加117.4%和107.5%。

乘联会秘书长崔东树表示，近几年，我国新能源汽车渗透率提升明显。今年9月，渗透率达到31.8%的历史高位，10月则继续保持突破30%的良好状态。

在销售火热的大背景下，各路资本也开始加速涌入新能源汽车市场。日前，开心汽车宣布将转战新能源汽车赛道，投身到新能源汽车整车制造和销售中。

资料显示，开心汽车为国内第二家成功上市的二手车经销企业。早在2021年8月，开心汽车就宣布成立新能源汽车部门，总部设在安徽省宿州市，并组建了新能源汽车研发、生产和营销等团队。

同样是在2021年8月，开心汽

后，开心汽车将拥有朋克电动汽车全部资产和全部业务，实现新能源造车模式的转型。开心汽车董事长兼CEO林明军也表示：“目前，中国电动汽车正处于发展强劲的时间周期，开心汽车必须加速并购和加大投入，以便快速抢占市场份额。”

无独有偶，有“插座一哥”之称的公牛集团股份有限公司（以下简称“公牛集团”，603195.SH）也正加速跨入新能源汽车充电赛道。今年以来，公司旗下的安全直流桩、电瓶车充电桩等已陆续上市。而早在2021年6月，公牛集团就推出了多款安全充电桩、安全随车充等产品。

公牛集团相关负责人在接受《中

国经营报》记者采访时表示，新能源汽车充电桩、充电枪业务本质上属于电连接领域，与公牛集团传统业务的优势高度匹配。“公牛集团将牢牢抓住新能源充电产业发展的黄金时期，将新能源电连接业务上升为集团重要战略并发力布局。”

对此，江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔告诉记者，目前新能源汽车市场虽然竞争激烈，但还是不断吸引着“新玩家”进入。“一方面是由于部分公司原有业务表现不佳，想切换新赛道；另一方面则是因为新能源汽车市场销售火热，也是资本市场关注的热点话题，进入这一赛道后容易获得更多的资源。”

## 战略合作签约仪式

### 茂林斯达&开心汽车

开心汽车与茂林斯达签署全面战略合作协议，以加速实现新能源造车模式的转型。 本报资料室/图

方面表示，将通过发行新股收购御捷汽车100%股权。朋克电动汽车曾是御捷汽车旗下的电动汽车品牌，产品包括朋克多多和朋克美美，主打纯电微型车市场。

而随着并购茂林斯达和御捷汽车100%股权落地，也意味着开心汽车正式进入了新能源汽车造车领域。

此外，公牛集团也早就开始了在新能源汽车充电领域的布局。在日前召开的公牛集团2022年第三季度业绩说明会上，公牛集团方面表示，在新能源汽车充电领域的布局。

盘古智库高级研究员江瀚也告诉记者，当前，新能源汽车行业面临着最大的“风口”，也是各路资本最关注的领域之一。“所以，跨界进入新能源汽车行业的企业会越来越多，都希望抢占新能源汽车行业发展机遇，获得更多的市场机会和盈利空间。”

年的既定目标可以顺利完成；长期来看，市场表现出来的增长态势非常好。新能源作为重要的战略方向之一，公司会继续大力投入和发展。”公牛集团方面表示。

对于各路资本涌人新能源汽车领域的原因，国信证券方面分析认为，目前我国中低端新能源汽车市场空间大、竞品相对较少，伴随着三四线城市新能源汽车加速渗透，将呈现出较大的结构化成长空间。

对于各路资本涌人新能源汽车领域的原因，国信证券方面分析认为，目前我国中低端新能源汽车市场空间大、竞品相对较少，伴随着三四线城市新能源汽车加速渗透，将呈现出较大的结构化成长空间。

盘古智库高级研究员江瀚也告诉记者，当前，新能源汽车行业面临着最大的“风口”，也是各路资本最关注的领域之一。“所以，跨界进入新能源汽车行业的企业会越来越多，都希望抢占新能源汽车行业发展机遇，获得更多的市场机会和盈利空间。”

融资后，岚图汽车将视具体情况启动后续轮次的融资工作。

在核心技术研发方面，岚图汽车方面在此前举办的岚图科技日正式对外发布了具有正向开发、软硬兼修等特点的ESSA+SOA智能电动架构，可为用户提供智慧电动汽车解决方案。对于该架构的核心优势以及未来的技术研发计划等问题，卢放日前在接受包括《中国经营报》在内的记者专访时做了详细解答。

据介绍，本轮融资资金将用于支撑岚图汽车技术研发、营销投入、数字化体系建设、能力建设等与主营业务经营及拓展相关事宜。本轮

最大程度地解决了新能源汽车在电气化和智能化两方面所面临的问题。

中央集中式SOA电子电气架构为岚图汽车旗下车型构建了高级的智能化神经系统，是由岚图汽车自主研发的、行业首个应用中央智慧大脑OIB的中央集中式SOA电子电气架构，但真正做到全域解耦并实现中央集中式的，岚图汽车是国内首家车企。

在硬件形态上，我们的中央集中式SOA电子电气架构和其他车企在行业里是绝对领先的。首先，在物理形态上，岚图汽车的架构由中央集中控制器和四个VIU（区域控制器）组成，可把软件从硬件中完全解耦出来。目前来看，行业里很多人都说自己的架构是SOA架构，比如只在驾驶座舱域做了软件解耦，但真正做到全域解耦并实现中央集中式的，岚图汽车是国内首家车企。

通过这一架构，用户可以自定义一些场景，增加应用程序，带来更个性化的用车体验。岚图汽车将进行更多的开放共创，让更多用户和合作伙伴加入到开发者平台中来，为汽车带来更多的可能性，以促进中国汽车市场进步，为用户提供领先于其他汽车市场的使用体验。

此外，ESSA原生智能电动架构还是一个开放式架构，可以平台共享。开发者生态可以让更多的用户甚至更多的合作伙伴参与到岚图汽车的车型开发中来，甚至是在量产车交付给用户后也能进行共创和开发，真正实现汽车的千人千面、真正实现“软件定义汽车”，把车辆定义权交给用户，助力整个中国新能源汽车行业的发展。

此次募集的资金会有很大一部分用于核心技术的再研发，我们也会根据市场的需

## 跨越资金技术壁垒

资本跨界进入新能源汽车行业还需要面对激烈的市场竞争和较高的技术要求。

在业内人士看来，尽管资本正不断涌人新能源汽车生产制造领域，但对于跨界入局的企业而言，往往面临着较高的资金门槛和技术壁垒。

新入局企业的资金和技术储备如何，对于新能源汽车产业落地而言至关重要。以传统车企布局新能源汽车品牌为例，东风汽车集团有限公司打造的高端新能源汽车品牌岚图汽车和上汽集团（600104.SH）打造的高端新能源汽车品牌智己汽车都投入了大量的资金成本和研发力量。

11月18日，岚图汽车方面宣布已完成A轮引战融资协议签署和交割，本轮融資近50亿元

元，融资后市场估值近300亿元。本轮融資资金将用于支撑岚图技术研发、营销投入、数字化体系建设、能力建设等与岚图主营业务经营及拓展相关事宜。

智己汽车也在今年8月完成了首轮约30亿元的融资。对此，张翔告诉记者，高成本是“新玩家”跨界进入新能源汽车行业领域需要面对的首要问题。“相关企业跨界进入新能源汽车行业，必须要清晰认识到市场竞争非常残酷，未来或许只有少数车企能生存下来。”

除面临较高的资金门槛外，资本跨界进入新能源汽车

行业还需要面对激烈的市场竞争和较高的技术要求。

国信证券研报分析认为，当前汽车智能化（智能驾驶、智能座舱）的落地方式与盈利模式尚未成熟；汽车电动化（电池、电机、电控）的技术原理趋于同质，想要做出差异化亮点需要较高的研发效率、较强的成本控制与较深的技术积累。

江瀚也告诉记者，隔行如隔山。对于跨界入局新能源汽车领域的“新玩家”而言，如果没有足够多的经验和技术优势，也没有足够的市场开拓经验，贸然进入会面临着一定的风险。

相关企业跨界布局新能源汽车充电桩业务，需要持续保持技术创新优势，紧跟技术发展趋势。

在高门槛和激烈的市场竞争等多重背景下，技术实力的创新仍然是影响跨界进入新能源汽车行业成功与否的重要因素。

以公牛集团涉足的充电桩业务为例，目前困扰行业发展核心痛点在于充电速度过慢。资料显示，交流慢充和直流快充是目前新能源汽车充电的主要方式。广发证券研报分析指出，针对新能源汽车交流慢充模式充电慢的痛点，目前除增设充电桩外还有大功率充电桩模式。不过，密集建设大功率充电桩或对国内配电网带来压力。

“电动车的无序充电行为往往与电网日常负荷曲线高度重合，充电负荷和配电网原始负荷早晚叠加形成负荷双高峰。相较普通充电桩，大功率充电桩造成负荷峰值进一步增加，峰谷差进一步

加剧。”广发证券方面进一步表示。

对此，公牛集团相关负责人告诉记者：“公牛集团作为行业的第三方参与品牌，基于多年来在电连接领域积累的技术优势及新能源充电研发能力的不断强化，并利用有效的产品策划方法论对用户需求进行深入洞察，充电桩、桩产品线得到了快速丰富且适配绝大多数新能源车型。同时，公司与行业标委会及协会进行积极交流，为行业发展做出应有的贡献。”

“未来，公牛集团将会继续发挥产品、供应链、营销、品牌等方面综合优势，围绕用户未被满足的需求和痛点进行产品创新，持续构建广泛可及的销售体系。”公牛集团相关负责人进一步告诉记者，“通过自主研发严格把控产品质量，运用精益思想指导供应链与营销各

个环节，我们希望将公牛品牌与过硬的产品送到千家万户，为用户提供安全、舒适的用电体验。”

江瀚告诉记者，公牛集团进军新能源汽车充电桩行业，实际上也是在不断进行尝试。张翔也表示，相关企业跨界布局新能源汽车充电桩业务，需要持续保持技术创新优势，紧跟技术发展趋势。

“跨界进入新能源汽车行业还需要大量的资金投入。公牛集团作为充电桩制造商，需要扩大市场规模，形成规模效应才能在激烈的市场竞争环境中获得更好发展。”张翔进一步表示，如果要专注于充电桩业务，企业需要在交流慢充、直流快充和超高压充电等方面进行全方位布局，一旦这一领域获得相关政策支持，可以迅速抓住市场发展机遇。

# 岚图汽车CEO卢放谈新能源汽车电动架构：“吹牛的多，落地的少”

本报记者 张振 武汉报道

“很多所谓的电动架构，吹牛的多，落地的少。”日前，岚图汽车CEO卢放表示，电动架构是新能源汽车的发展基石，国内开发电动架构的热潮在几年前就开始了，但时至今日，真正搭载全新架构的量产车型依然很少，原因不外乎开发周期长、资金投入大、工作量巨大。

作为“造车国家队”的一员和东风汽车集团有限公司（以下简称

## 把车辆定义权交给用户

《中国经营报》：岚图汽车此次发布的ESSA+SOA智能电动架构和其他车企的平台和架构有什么不同？你刚才提到“很多所谓的电动架构，吹牛的多，落地的少”，岚图汽车ESSA+SOA智能电动架构具体有哪些核心优势？

卢放：岚图汽车此次发布的智能电动架构由ESSA原生智能电动架构和中央集中式SOA电子电气架构组成，拥有非常多的独特性和行业领先性。

比如，ESSA原生智能电动架构是目前行业内唯一一个基于纯电平台开发的兼容多动力系统的架构，可以兼容纯电动、增程电动、智能多模多种动力方案。面向未来，我们还预留了氢燃料电池动力解决方案。

可以说，ESSA原生智能电动架构真正基于电池、电机、电驱动去做架构开发，与传统燃油车的架构和油改电架构相比设计思路完全不同。另外，ESSA原生智能电动架构具备高扩展性，不仅全面覆盖轿车、SUV、MPV、跨界等车型的开发，还能实现同一平台衍生多种造型风格、多种乘坐空间的车型。

## 融资助力核心技术研发

《中国经营报》：ESSA原生智能电动架构的研发投入是非常大的，岚图汽车在技术研发方面的资金和人力投入方面有没有压力？募集资金会有多大比例用于技术研发和相关技术人员的培养？

卢放：岚图汽车是东风公司全力打造的高端新能源汽车品牌，是东风公司科技创新“跃迁行动”的先锋力量，是东风公司向卓越科技企业转型的重要实践。岚图汽车坚持“把创新发展的主动权牢牢掌握在自己手中”的技术发展理念，通过科技创新不断提升发展独立性、自主性、安全性，引领汽车行业电动化、智能化转型升级。

人才是第一资源。目前，岚图汽车研发人员占员工总人数的38%，研发团队所占比例位列新造车企业第一。核心研发领域人员同比去年10月增长了73%，团队平均年龄32.6岁，硕土研究生及以上学历占比38%。

创新是第一动力。从2020年至今，我们在不到三年的时间里，已累计申请专利1771件。其中包括发明专利1450件，已授权308件，平均每年申报专利近600件，专利增长速度处于新能源行业第一位。

此次募集的资金有很大一部分用于核心技术的再研发，我们也会根据市场的需

构建岚图汽车的技术领先地位，进一步带动智能汽车产业的发展。

未来，中国汽车产业一定要“走出去”，“走出去”的核心基础是应用中国自己的核心技术，所以未来我们还会持续加大对自主研发方面的投入。

《中国经营报》：据了解，岚图汽车本轮融資近50亿元，融资后市场估值近300亿元。能否介绍一下具体情况？岚图汽车吸引投资方投资的原因有哪些？

卢放：岚图汽车本轮融資的投资方共有10家，由具有战略协同的央企国家队和大型国有金融机构联合领投，国有资产、地方国资、产业及民营资本积极跟投，东风公司同步跟进。本轮融資后，东风公司持股78.88%，投资者持股12.37%，岚图汽车员工持股平台持股8.75%。

在当前国际经济形势严峻、多种不利因素叠加的复杂环境下，汽车及零部件行业投融资难度增大，但岚图汽车成功融資近50亿元，体现了一级市场投资者对于岚图汽车投资价值的充分认可与充足信心，也说明岚图汽车在高端智能电动汽车这一赛道上具有超强的实力和独特优势。

领先的技实力、完善的产品布局和强大的全球化竞争力也为岚图汽车融资成功提供了强力支撑。在产品布局方面，岚图汽车基于ESSA原生智能电动架构，在不到三年的时间里已形成了横跨SUV、MPV

和轿车三大品类的产品布局，成为中国新能源市场上第一个完成轿车、SUV和MPV全品类布局的品牌。为了满足不同细分市场的需求，我们推出产品的节奏和市场发展情况高度匹配。

《中国经营报》：目前国内新能源汽车市场竞争很激烈，ESSA+SOA智能电动架构主要赋能一些高端产品，未来公司是否会考虑推出一些中低端产品以扩大市场占有率？汽车行业面临的动力电池涨价和芯片短缺等问题，对岚图汽车有哪些短期和中长期的影响？

卢放：岚图汽车是东风公司面向中国汽车行业下一个50年打造的自主高端新能源品牌，在电动化和智能化赛道上具备领先优势。岚图汽车的定位是高端智慧电动品牌，我们希望通过推出高端产品为用户带来更优的智能出行体验。

此外，无论是ESSA原生智能电动架构，还是中央集中式SOA电子电气架构，都可以向行业开放，如果其他品牌想用，我们也可以提供支持。这两种架构都具备高度的灵活性，也能够满足多种级别的开发需求。

关于动力电池涨价和芯片短缺问题，这也是我国新能源汽车产业在蓬勃发展的同时需要解决的问题，供需关系也会受到影响。但这只是暂时性的问题，未来一定会得到解决，在问题解决之后用户也将成为受益者。

# 决战辅助驾驶下半场 极狐、长城、小鹏等车企角逐城市NOA

本报记者 陈茂利 北京报道

“公司继续在智能驾驶业务板块取得重大突破。”日前，百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏在第三季度未经审计的财务报告发布之际表示：“一方面，Apollo汽车解决方案不断获得领先汽车制造商的认可；另一方面，萝卜快跑不断扩大运营规模，在本季度供应超过47.4万单。”

李彦宏的发言以及近期举办的中国汽车论坛会议上多家企业针对自动驾驶发起的讨论将“城市NOA”（Navigate On Autopilot，导航辅助驾驶或称“领航辅助驾驶”）推上热点。

《中国经营报》记者关注到，今年下半年以来，小鹏、极狐、吉利、长

城等车企纷纷推出搭载城市NOA功能产品。高效地推动城市NOA的量产，将有助于各家车企增强其产品竞争力，以智能驾驶抢占消费者心智。

“我们坚信L4肯定会实现，但是作为创业公司可以渐进性地先做城市NOA，在这个基础上不断获得数据的闭环与现金流的闭环，这样才能继续迭代技术，最终实现L4的产品。”自动驾驶公司轻舟智航联合创始人、CTO侯聪向记者指出。

“必须把重点放在自动驾驶上，该领域有巨大的利润和机会。我不会说赢家通吃，但这是一场需要尽早参与的游戏，不能等待。”大众汽车首席执行官Thomas Schafer在接受外媒采访时指出。

## 城市NOA成车企竞争焦点

根据新势力及自主车企的规划，2023年将有多款车型通过OTA推送城市NOA功能。

“上班赶时间就会自己开车，下班想放松地回家就会用城市NGP（Navigation Guided Pilot，导航辅助驾驶），城市NGP让我看到我们越来越接近自动驾驶。”近日，一位小鹏汽车车主在体验了小鹏汽车推送的城市NGP功能后如此说。

现阶段，攻克城市场景已经成为整车厂以及自动驾驶公司实现自动驾驶演进的必经之路。记者关注到，进入2022年下半年，多家车企宣布在其产品上搭载城市NOA。

城市NOA主要解决在城市中开车遇到的场景难题。用户在导航上设置目的地并发起导航后，在可用城市道路上激活功能，车辆能够完成本车道巡航跟车、导航/超车变道、汇入/汇出道路、红绿灯识别起停、路口/环岛/隧道通行、避让其他交通参与者（行人、骑行者）等动态任务。

9月中旬，小鹏城市NGP被陆续推送给广州部分小鹏P5车主，小鹏汽车成为首个让高阶智能辅助驾驶在城市场景中量产落地的汽车品牌。

同月，极狐阿尔法S HI版在深圳推送城区NCA（Navigation

Cruise Assist，智驾导航辅助）功能。据悉，极狐城区NCA是华为ADS智能驾驶辅助系统中的一项重磅功能。

在成都车展上，长城汽车透露，旗下毫末智行进入了城市NOH（Navigation On HPilot，智慧领航辅助系统）大规模量产最后阶段的冲刺，首款搭载量产城市NOH功能的车型摩卡DHT-PHEV激光雷达版将于年内发售。

值得一提的是，小鹏城市NGP、极狐阿尔法S HI版城区NCA，毫末智行城市NOH虽然命名不同，但均指城市导航辅助驾驶（NOA）。

“根据新势力及自主车企的规划，2023年将有多款车型通过OTA推送城市NOA功能。例如，到2023年上半年，小鹏P5、G9城市NGP将支持广州、深圳、上海等城市；长城魏牌、蔚来ET7、理想L9有望在2022—2023年实现城市NOA的OTA推送。2024年后，小鹏希望打通完全自动驾驶，理想计划将训练数据量提升到100亿公里。”西部证券在研报中指出。

## 多技术路线实现城市NOA

侯聪表示，“我们认为，当前最快的实现城市NOA的方式还是高配的方案，至少需要1颗激光雷达。”

就实现城市NOA，各家车企的技术方案不一。目前自动驾驶技术路线分为“雷达+摄像头”路线和纯视觉感知路线，后者的拥趸者是特斯拉。

特斯拉的纯视觉方案，是把自动驾驶置入了“仿生学”的框架中，模拟人类的视觉、感知和信息处理、判断。更形象一点儿，便是自动驾驶有眼睛，也有神经。

与特斯拉不同，国内整车厂商和自动驾驶科技公司更青睐“激光雷达+摄像头”的技术方案。不少业内人士认为，激光雷达由于具备测距远、角度分辨率优、受环境光影影响小等特点，是面向L3以上级别的核心传感器，核心功能就是为了实现城市NOA。

不过，激光雷达的价格不菲。公开资料显示，一颗毫米波雷达的价格在1500~2000元，一颗激光雷达的价格则接近万元。

一份小鹏P5事故维修清单显示，单颗激光雷达价格为8916元，算上工时费、支架材料费用等，维修



城市NOA，可以基于用户设定的导航路线，实现从A点到B点的导航辅助驾驶。

记者陈茂利/摄影

更换一颗激光雷达接近1万元。

尽管单价高昂的激光雷达会直接推高造车成本，但在自动驾驶还在探索阶段，法规和安全度都不够完善，且多次出现事故的情况下，不少车企选择使用可靠性更高、多传感器交叉感知验证的技术方案。

追求安全的同时，行业内也出现了车企“内卷”激光雷达的现象，不少车企以搭载的激光雷达数量来吸引消费者选购。

“智能驾驶不能靠堆硬件，堆硬件堆不出好的体验来。”华为智能汽车解决方案BU COO、智能

驾驶解决方案产品线总裁王军表示，“三年前，我们自己也堆了一堆硬件，3个激光雷达、6个毫米波雷达、13个摄像头。当时我们定义了业界最高的硬件规格，后来大家说华为的智能驾驶系统好，因为硬件配置很高很强，业界开始在硬件比拼，卷起来了，陷入了重硬件、轻体验，特别是弱安全的这么一个怪圈，这是不应该提倡的。”

王军认为，过度搭载传感器会消耗算力。实现城市导航辅助驾驶还是需要强大的软件算法能力和海量测试验证积累。

搭载多少颗激光雷达能够实

现城市NOA？如何更快地把城市NOA做好？可以看一下当前辅助驾驶的主要配置方案。低配（成本）主要在5000元以下，用单目（视觉）的方案解决高速场景的车道保持和自适应巡航。中配，成本会高一些，要将近1万元的成本，以多目视觉为主，解决高速上NOA的功能。高配，增加至少1颗激光雷达，以解决城市NOA的场景，成本会更高一些。”侯聪表示，“我们认为，当前最快的实现城市NOA的方式还是高配的方案，至少需要1颗激光雷达。”

## 城市NOA“造血”反哺自动驾驶

多家自动驾驶企业都将实现城市NOA作为资金快速回流的主要方案。

自动驾驶企业“盈利难”早已是行业的共识。近期，福特与大众汽车投资的L4自动驾驶技术公司Argo AI宣告倒闭，为同行敲响了警钟。

“完全自动驾驶汽车要实现规模化盈利还有很长的路要走，我们不一定自己研发这种技术。”福特汽车首席执行官吉姆·法利在关闭Argo AI时表示。

该公司认为，对完全自动驾驶的投资至少还需要五年多的时间才能看到回报，这意味着还需要数十亿美元的投资。

“技术已经具备，我们正在汉堡和慕尼黑进行自动驾驶测试。

相关汽车的成本仍然令人望而却步，因为生产量太少了，而且总是需要证明该系统比人开得更好。”Thomas Schafer也坦言自动驾驶量产面临难度。

自动驾驶高昂的研发费用以及商用所需要的基础设施投入都需要一定的商业模式来消化，否则很难实现大规模应用。在实现完全自动驾驶之前，押注自动驾驶赛道的公司要怎样活下去？

“在国内想要实现最终的无人驾驶，通过渐进式的高级别辅助驾驶反哺自动驾驶的方式是最务实的一条道路。”侯聪认为，创业公司可以先做城市NOA，通过

城市NOA“造血”来反哺自动驾驶业务。

不只轻舟智航，考虑到城市NOA更容易实现，多家自动驾驶企业都将实现城市NOA作为资金快速回流的主要方案。

毫末智行便是其中一家。毫末智行董事长张凯表示，相对于直接从L2跨越到L4的跃进式技术路线，渐进式更容易获得足够数量的数据，量产时间更早，能够更早地形成规模化。同时，渐进式路线是从用户真实使用场景中获得的高质量数据，相对跃进式定向采集数据方式而言，成本更低、质量更高。

记者注意到，在乘用车领域推动城市NOA量产的同时，毫末智行选择“两条腿”走路，同时推动自动驾驶在末端物流领域的应用。今年9月，毫末智行末端物流自动配送车产品“毫末小魔驼2.0”实现下线交付。

“我们认为，自动驾驶的商业化进程，遵循‘从低速到高速，从载物到载人，从商用到民用’的‘自动驾驶三定律’。其中低速、载物、商用的无人驾驶产品有更强的商用属性和数据获取空间，会最早被商业化。（所以）毫末早早便聚焦这一领域。”毫末智行方面告诉记者。

# 进一步扩大汽车消费 国家将启动公共领域车辆全面电动化城市试点

本报记者 郭少丹 北京报道

## 深挖市场潜能扩大消费需求

在一系列利好政策的扶持下，国内汽车市场恢复态势明显。

中国汽车工业协会发布的产销数据显示，10月，汽车产销分别完成259.9万辆和250.5万辆，同比分别增长11.1%和6.9%。1—10月，汽车产销分别完成2224.2万辆和2197.5万辆，同比分别增长7.9%和4.6%。

据国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司司长付凌晖介绍，10月份，装备制造业同比增长9.2%，明显快于全部规模以上工业增速，其中产业链较长的汽车和电子行业同比分别增长18.7%和9.4%，对上下游行业带动有力。10月份，新能源汽

车、充电桩、光伏电池产品产量同比分别增长84.8%、81.4%和69.9%。

中汽协相关负责人表示，国家稳经济一揽子政策和接续政策措施加快落实，汽车工业主要经济指标持续改善，行业发展环境持续向好，有助于汽车市场实现全年稳增长、稳预期目标。中汽协副秘书长陈士华表示，“预计11月和12月会迎来一波消费高峰，全年汽车产销量有望突破2700万辆。”

为深挖市场潜能扩大消费需求，此次《通知》中再次提出多条有关进一步扩大汽车消费的内容。

例如，《通知》要求，落实好2.0升及以下排量乘用车阶段性

减半征收购置税、新能源汽车免征购置税延续等优惠政策，启动公共领域车辆全面电动化城市试点。

此前，财政部、国家税务总局发文明确，对购置日期在2022年6月1日—12月31日期间内且单车价格（不含增值税）不超过30万元的2.0升及以下排量乘用车，减半征收车辆购置税。

之后，财政部、国家税务总局、工业和信息化部联合发布公告，明确将今年底到期的新能源汽车免征车辆购置税政策，延续实施至明年底。即对购置日期在2023年1月1日至2023年12月31日期间的

新能源汽车，免征车辆购置税。该政策将为消费者让利数千元至上万元。

“利好政策不断叠加，深挖市场潜能，扩大消费需求，提升市场增量，对汽车产业发展起到积极作用。”张翔表示。

另外，此次《通知》还提出，加快推动通过中欧班列运输新能源汽车和动力电池，支持跨境电商、海外仓等外贸新业态发展。在张翔看来，近年来，中国汽车出口表现抢眼，针对汽车出口开辟新的交易和运输途径，有利于提高中国汽车走出去速度和效率，提升中国车企在海外市场

的竞争力。

中国汽车工业协会数据显示，10月，中国汽车企业出口创历史新高，达到33.8万辆，环比增长12.3%，同比增长46%。其中，乘用车出口27.9万辆，环比增长11.6%，同比增长40.7%；商用车出口5.9万辆，环比增长15.5%，同比增长77.5%。新能源汽车出口10.9万辆，环比增长1.2倍，同比增长81.2%。

此外，1—10月，中国汽车企业出口245.5万辆，同比增长54.1%。其中，中国乘用车出口197.5万辆，同比增长57.1%；商用车出口48万辆，同比增长43%。新能源汽车出口49.9万辆，同比增长96.7%。

## 提升产业链供应链韧性

值得关注的是，《通知》中针对汽车产业的发展提出多项要求。

其中，在提升产业链供应链韧性和安全水平方面，《通知》提出要深入实施产业基础再造工程，加强关键原材料、关键软件、核心基础零部件、元器件供应保障和协同储备，统筹推动汽车芯片推广应用、技术攻关、产能提升等工作，进一步拓展供应渠道。

同时，在推动原材料行业提质增效方面，提升战略性资源保障能力，进一步完善废钢、废旧动力电池等再生资源回收利用体系，研究制定重点资源开发和产业发展总体方案，开展光伏压延玻璃产能预警，指导光伏压延玻璃项目合理布局。

《通知》还提出，巩固装备制造

业良好势头，发挥新能源汽车产业协同发展机制作用，突破关键核心技术，构建新型产业生态，完善基础设施建设，推动新能源汽车产业高质量可持续发展。

新能源汽车经过多年积累，在国内市场发展迅猛，正在成为中国制造的一张新名片。

中国汽车工业协会数据显示，10月新能源汽车继续保持高速增长，月度产销再创新高，分别达到76.2万辆和71.4万辆，同比增长87.6%和81.7%，市场占有率达到28.5%。而1—10月，新能源汽车产销分别达到548.5万辆和528万辆，同比均增长1.1倍，市场占有率达到24%。

中国汽车工业协会副秘书长师建华曾在2022世界制造业大会期间表示，我国新能源汽车实现了

技术、产品、市场“三个突破”。

技术突破方面，目前，我国新能源汽车建立了上下游贯通的完整产业体系，突破了电池、电机、电控等关键技术。其中，动力电池技术处于领先地位，与2012年相比，单体能量密度提高2.2倍，成本则下降85%左右；产品方面，新能源汽车续航里程大幅提升，新能源乘用车基本上实现了车联网功能全覆盖，L2级驾驶辅助系统在新能源汽车中达到38%，一些头部企业已经投放了搭载V2X技术的量产新车；市场方面，我国新能源汽车实现了快速发展，连续七年产销量全球第一。目前，我国新能源汽车保有量已经达到1001万辆。

为进一步加快新能源汽车的发展，政策在扶持力度上不断发

力。此次《通知》强调，加强产业政策与金融政策协同，发挥产融合作平台作用，综合运用信贷、债券、基金、保险、专项再贷款等各类金融工具，促进集成电路、新能源汽车、生物技术、高端装备、绿色环保等重点产业创新发展。

“集聚各方力量，压实主体责任，以更大力度、更有效举措进一步振兴工业经济，巩固和拓展回升向好态势，为明年一季度良好开局奠定基础。”工业和信息化部有关负责人表示。

工业和信息化部有关负责人称，《通知》部署的各项政策措施要把握以下原则：

一是坚持聚焦重点、加力提效。既与已出台的各项稳增长政策措施紧密衔接，保持政策连续性

稳定性，又突出重点环节和薄弱环节精准发力，提升政策效能。

二是坚持因地制宜、分业施策。对不同类型地区、行业和企业分类提出目标要求、压实主体责任，特别是工业大省、重点行业和大型企业要勇挑大梁，发挥稳增长关键支撑作用。

三是坚持立足当前、兼顾长远。既针对经济波动及时出手，加强逆周期调节，又久久为功推进补短板、强基础、调结构，促进工业经济行稳致远。

四是坚持底线思维、安全发展。密切跟踪国内外形势，做好风险预见预判预案，切实保障能源和重要原材料安全供应，确保重点产业链供应链稳定运行，牢牢把握发展主动权。

# 上汽集团“谋”与“略”:全面转型高科技企业“换挡提速”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“新能源汽车不仅成为了国内车市的强劲新增长点,也成为了‘中国制造’参与国际市场竞争的靓丽名片。8年前,由习近平总书记亲自描绘的‘汽车强国’愿景,正在一步步变为美好的现实。”在“2022世界新能源汽车大会”主论坛上,上海汽车集团股份有限公司(600104.SH,以下简称“上汽集团”)董事长陈虹如是说道。

时间拨回到2014年5月,习近平总书记视察上汽集团时强调,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,要加大研发力度,认真研究市场,用好用活政策,开发适应各种需求的产品,使之成为一个强劲的增长点。

《中国经营报》记者注意到,近年来,在国家政策、企业创新、用户认可等共同作用下,我国新能源汽车产业迅猛发展。中汽协数据显示,1~10月,新能源汽车产销分别达到548.5万辆和528万辆,同比增长1.1倍。

行业整体向上的背后,上汽集团也交出一份亮眼的“成绩单”。1~10月,上汽集团新能源汽车销售80万辆,同比增长44%,累计销量已超过去年全年水平。其中,10月份新能源汽车销量再次突破10万辆大关,达10.2万辆。

记者注意到,在“新四化”(电动化、网联化、智能化、共享化)的行业浪潮下,上汽集团正紧紧围绕“以用户为中心”,发力新一代电动汽车,加快向技术升级化、业务全球化、品牌高档化、体验极致化的用户型高科技企业转型。

与此同时,围绕“碳达峰、碳中和”国家战略目标,以及“数据决定体验、软件定义汽车”行业变革趋势,上汽集团持续推进创新转型战略,全力冲刺“电动智能网联”新赛道。

## 紧抓“新四化”发展机遇

在电动智能网联这条“全新赛道”上,上汽集团创新业务正在不断加快冲刺。

“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。习近平总书记的重要指示为中国汽车工业的发展和中国车企加快转型升级、实现高质量发展指明了方向。”陈虹说道。

作为国内汽车行业的龙头企业,在电动智能网联这条“全新赛道”上,上汽集团创新业务正在不断加快冲刺,并率先在多个领域实现领跑。

2021年,上汽集团自主品牌销

售285.7万辆(荣威和MG品牌合计销量约80万辆),在总销量中占比达到52.3%。1~10月,上汽集团销售整车427.4万辆,继续保持国内领先地位。其中,自主品牌销量突破219万辆,牢牢占据“半壁江山”。

面对高端化、个性化、场景化等行业发展的结构性机遇,上汽集团以智能电动汽车为主要载体,围绕智己汽车、飞凡汽车、上汽享道Robotaxi、上汽友道智途“5G+L4”智能驾驶重卡等重点项目,积极推

进技术创新不断落地,加快推动技术优势向发展胜势转化。

记者注意到,在首届上汽零束SOA平台开发者大会上,上汽集团正式宣布,“十四五”期间将在智能电动汽车等创新领域投入3000亿元,全面向高科技企业转型。

3000亿元创新投资计划取得了哪些成果?在第二届上汽零束SOA平台开发者大会上,上汽集团副总裁、总工程师祖似杰告诉记者,在产品方面,上汽集团推出



上汽集团以智能电动汽车为主要载体,围绕智己汽车等重点项目,积极推进技术创新不断落地。

本报资料室/图

了智己、飞凡两个品牌的新车型,电动智能网联化创新成果的集中体现。

## 以科技创新构筑发展根基

上汽集团之所以能够在电动智能网联赛道取得亮眼的成绩,背后离不开公司强大的技术实力做支撑。

“工欲善其事,必先利其器”。上汽集团之所以能够在电动智能网联赛道取得亮眼的成绩,背后离不开公司强大的技术实力做支撑。今年3月,上汽集团宣布成立“上汽集团创新研究开发总院”,整合创新研发资源,加快前瞻技术及创新工艺的布局和落地,打造“技术创新、团队创业、个人成长”三者有机融合的研发平台。

不仅如此,上汽集团还聚力

打造“上汽星云”纯电专属系统化平台、“上汽珠峰”机电一体化架构、“上汽星河”氢能源专属架构等三大整车技术底座,以及“蓝芯”动力总成系统、平台化“魔方”电池系统、“绿芯”电驱动系统、“银河”全栈智能车解决方案等四大关键技术底座。

对于上汽集团创新研究开发总院的工作,祖似杰向记者表示,“我们总院实际上做几件事情:一是作为未来的前瞻技术的策源地,不断打造智能汽车新技术、拓展新领域;二是深耕七大技术底座,这是新赛道上汽车的基石;三是也为我们的品牌和海外业务产品工程服务”。

今年6月,“上汽星云”纯电专属系统化平台正式对外“亮剑”。

作为上汽集团“新四化”战略和“云管端”技术的载体,“上汽星云”是加载“魔方”“绿芯”“银河”三大系统“技术底座”的梯度化超

级平台,将派生出不同级别的纯电专属架构,成为上汽集团全面实现电动化的专属主力平台。

祖似杰举例说道:“前段时间出口欧洲的MG MULAN,就是基于星云平台打造的中国汽车工业首款真正意义的‘全球车’,现在订单非常好,这款车在海外市场的需求非常大,特别契合欧洲市场需求。”

此外,上汽集团还借力资本市场加快创新步伐。目前,上汽集团

已培育形成捷氢科技、智己汽车、飞凡汽车、零束科技、友道智途、赛可智能、联创电子等20家“科创小巨人”,通过科技创新赋能产业转型升级,并将积极借助资本市场,推进创新成果的产业化和商业化发展。

祖似杰表示,“电动化上半场,智能化下半场,终极一定是生态化,整个智能网联汽车变成一个大的生态,就像手机一样,手机本身不重要,重要的是手机的生态”。

## 国内国际赛道加速跑

在不断完善国内市场布局的基础上,上汽集团积极探索开拓海外市场,参与全球竞争。

目前,我国汽车出口量已经超过了德国,是全球第二大汽车出口国,而且跟汽车出口量排第一的日本已经差距不大了,这一点对我们汽车人来说非常骄傲,原来都是人家进口到我们国家,现在是我们走出去,而且我们新能源汽车在欧洲卖得比国内贵。”

记者了解到,作为中国汽车龙头企业,长期以来上汽集团坚持“有系统、有规划、成建制”推进国际经营,已经建立了集研发、营销、物流、零部件、制造、金融、二手车等为一体的面向全球市场的汽车产业链。

记者采访了解到,目前,上汽产品和服务遍布全球90多个国家和地区,形成欧洲、澳新、美洲、中东、东盟、南亚6个“5万辆级”区域市场,海外累计销量突破300万辆。2021年,上汽海外市场销售69.7万辆,同比增长78.9%,连续6年夺得国内车企榜首。

2022年初,上汽集团宣布将全面发力欧洲市场,欧洲率先晋级上汽首个“10万辆级”海外区域市场。据悉,今年MG4 ELECTRIC

市场。9月13日,上汽集团旗下全球纯电超能跨界车“MG4 ELECTRIC”全球上市,并发布国内和欧洲市场售价分别为12.98万~18.68万元人民币(补贴后)、31990~37990欧元,至2023年新车将在全球六大洲80余个国家和地区全面发售。

同日,万辆MG MULAN在上海海通码头正式启运,远渡重洋,出征欧洲,积极助力上汽年内建成首个“10万辆级”海外区域市场。

将在国内,以及德国、法国、英国、意大利、西班牙、挪威、瑞典、丹麦、荷兰、比利时、卢森堡等近20个欧洲主要国家同步上市。

上汽集团表示,“2023年, MG4 ELECTRIC将进军澳新、中东、墨西哥、南美等地区,覆盖全球六大洲重点区域市场的80余个国家和地区全面发售。

**中国经营报**  
CHINA BUSINESS JOURNAL

科技创新

# 我和这十年

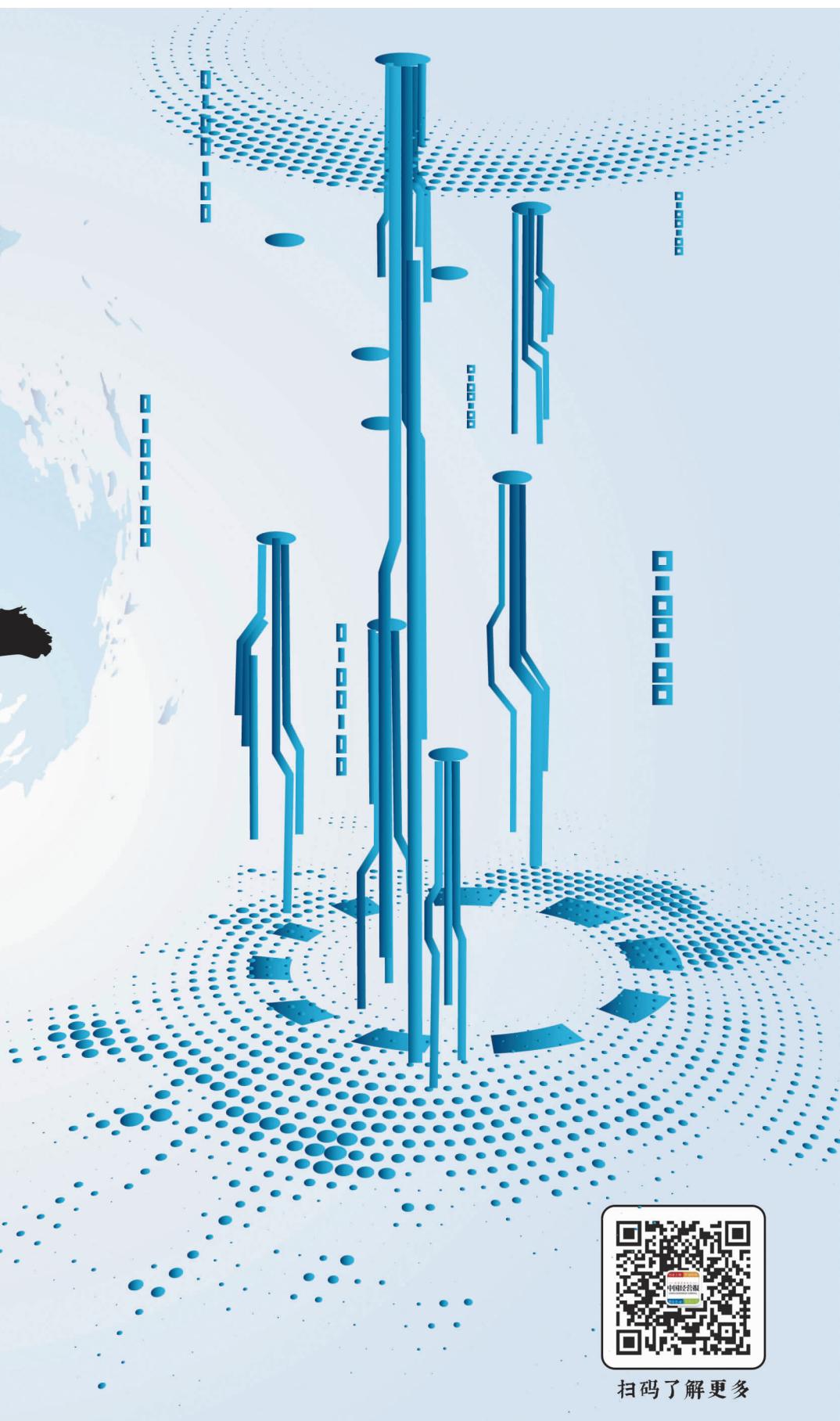
十年来,在全国科技界和广大科技工作者的共同努力下,我国科技事业发生了历史性、整体性、格局性重大变化,成功进入创新型国家行列,走出了一条从人才强、科技强到产业强、经济强、国家强的发展道路。

十年来,全社会研发投入从2012年的1.03万亿元增长到2021年的2.79万亿元。

世界知识产权组织发布的全球创新指数排名,中国从2012年的第34位上升到2021年的第12位。

2012~2021年,我国高技术产业营业收入从9.95万亿元增长到19.91万亿元。

(数据来自国务院新闻办)



# 世界杯背后的商战

## 营销之战

本报记者 孙吉正  
北京报道

2022卡塔尔世界杯酣战正在进行中，中国品牌自俄罗斯世界杯始全面走向世界杯营销的舞台。此后，诸多品牌持续加深与世界杯的营销捆绑，诸如蒙牛、万达、华帝等品牌，在本届世界杯继续成为官方的赞助商。

对于绝大部分品牌来说，世界杯前、中、后期的营销都是一次绝佳时机，这场盛会在全球范围内有着广泛的观众基础，无论是世界杯的官方合作伙伴还是赞助商，大量的品牌均进行着相关的营销，以达到刺激和引导消费的作用。

快消行业专家路胜贞告诉《中国经营报》记者，品牌赞助讲究的是品牌度和知名度，要站在这两个维度上去考量。但目前消费者越来越多元化，体育赞助的成本却在增高，这存在一定程度上的投入产出不对等问题。“因此，运用合理的营销手段获得额外的曝光度，是目前企业营销的侧重方向。”

虽然蒙牛是世界杯的官方赞助商，但对于其他企业来说，没有赞助并不代表与世界杯无缘。

在上一届世界杯中，蒙牛因“天生要强”的宣传口号与签约球星梅西的球场表现产生奇妙的联动而引发中国网络的热议。在本届世界杯中，各个品牌也将赛事与自身品牌进行捆绑以达到品牌曝光度。

“较为单调的品牌赞助形式，仅靠刷屏曝光给品牌带来的价值越发减少了。因此，很多品牌在体育营销中开始注重创意的表达，用内容创意让用户形成主动的‘破圈’传播效应。”路胜贞认为，从此观点来看，蒙牛在世界杯的营销确实达到了“出圈”的效果，虽然这些营销事件有很大的偶然性。据GlobalData数据，本届世界杯仅赛事赞助费用，蒙牛投入就达6000万美元（约合人民币4.28亿元）。

除了硬广宣传外，记者注意到，企业还在私域社群、公众号、小程序、微博等渠道打造适合全民讨论的足球话题和互动游戏，提升用户活跃。其中，蒙牛的小程序就设置了与世界杯相关的游戏活动。用户可以通过完成任务获取“营养值”，培养自己喜爱的球队，达到对应数量可以抽取奖品，包括优惠券、牛奶、官方足球、签名球衣等。

## 体育营销进行时

国内运动品牌的赞助行为实际上正是为了打开潜在的国际市场空间。

运动员的队服赞助一直是体育赛事中非常重要的赞助类型。对于运动品牌的角逐，纪宁告诉记者，对于球队的赞助是非常必要的，一方面可以带动周边产品的热卖，另一方面，可以强调自身运动品牌的属性。“李宁在2008年奥运会后试图从运动转型为青少年潮牌，因而放弃了CBA的赞助，而安踏则顺势而上，这一案例说明在运动品牌领域，无论品牌的大小，围绕赛事的营销必不可少且具有较高收益。”

国内运动品牌的赞助行为实际上正是为了打开潜在的国际市场空

间。根据历年结果，运动品牌赞助运动员的宣传效果，往往能激起非常好的营销效果。其中，最著名的案例是在1980年的莫斯科奥运会上，阿迪达斯通过赞助为苏联运动员提供运动服，使得苏联掀起了“阿迪热”，时至今日，阿迪达斯在俄罗斯依旧是首屈一指的运动品牌。

在本届世界杯上，耐克和阿迪达斯等巨头依旧是众多球队球衣的赞助商。耐克赞助了13支球队，其中，法国队是上届世界杯冠军，克罗地亚队和英格兰队是上届世界杯四强，巴西队是世界排名第一的男



2022男足世界杯分组赛第1轮，蒙牛小球员亮相。

视觉中国/图

之前)就成为国际足联的赞助商。

据《纽约时报》透露，百威为本届世界杯支付了7500万美元(约合人民币5.3亿元)赞助费。另外，百威还推出世界罐和世界瓶包装，瓶身以八个球队颜色为主题，让人一目了然，加强了世界杯元素属性。

啤酒是体育赛事的重要消费品，其中，2018年夏季受第68届世界杯带动，我国啤酒销量结束此前连续3年的持续下滑。中商产业研究院数据库显示，2018年1—4月，中国啤酒行业累计产量为1228.4万千升，同比增长2.4%，仅当年7月销量

就大涨20.8%，当年前7个月更是大涨31%。

啤酒行业专家方刚认为，由于本届世界杯在冬季属于啤酒消费淡季，因此对于国内啤酒消费的提升和影响较为有限。但即便如此，众多啤酒厂家依旧选择了加大营销力度。

根据百威中国方面的消息，百威中国旗下的本土啤酒品牌金士百首次以世界杯赞助商身份，在吉林拉开了啤酒营销活动。同时，青岛啤酒在推出世界杯相关产品外，还将在全国举办超过200场的青岛啤酒“观赛派对”，覆盖北京、广州、深

圳、上海、厦门、武汉、济南、长沙等40多座城市的TSINGTAO1903酒吧、球迷餐厅等。

“如果单从回报率来看，有的传统快消巨头的一些营销手段并不高明，但问题在于如果放弃了，那么竞争对手就会加以利用，对手巨大的宣传效果容易让消费者造成自己影响力下滑的错觉，因而我们看到一个领域的几个巨头在市场投放竞争尤为激烈，实际上并不是双方愿意这么做，而是不容易被对手利用，因而在营销上往往是互相跟进和对标的。”路胜贞说。

列为女性消费者所购买。

“对于运动品牌来说，足球和篮球对球衣和球鞋的拉动作用是非常重要的，因此在世界杯的32支球队中，除了少数足球队采用自己国家的运动品牌，绝大部分足球队均被头部的运动品牌包揽，即便是实力较弱的突尼斯队和哥斯达黎加队，也分别获得了Kappa和新百伦的赞助，这足以说明运动赛事对于运动品牌的重要性，未来伴随着世界杯赛事的进行，各大品牌必然会根据赛事的进行推出各类符合球迷需求的球衣和球鞋。”张庆说。

# 啤酒麦芽市场格局趋稳 向高端靠拢带来新机遇

本报记者 蒋政 郑州报道

啤酒麦芽生产企业永顺泰成功上市，让外界逐渐关注到千亿啤酒市场背后的隐秘赛道。

根据永顺泰招股书以及多位行业人士向《中国经营报》记者透

露的信息，我国啤酒麦芽产量在330万吨左右，包括永顺泰在内的头部5家企业市占率超过65%。除青岛啤酒之外，大部分啤酒集团并未自建麦芽厂，使得头部麦芽企业产销两旺。

只是，啤酒麦芽产业一定程度上依赖国内啤酒产业的发展。

囿于国内啤酒产量趋于平稳并呈小幅下跌趋势，麦芽产业整体在产量上出现增长瓶颈。但啤酒业的高端化转型，正在敦促上游麦芽生产商向高端麦芽、特种麦芽方向靠拢。

多位行业从业和观察人士表示，随着永顺泰登陆资本市场，未

来国产啤酒麦芽产业或将受到更多资本关注。在向高端化转型的过程中，头部企业更具市场竞争优势，整个麦芽生产赛道的行业集中度有望进一步提升。谁能够把握住啤酒产业高端化进程的机遇，谁就有望在下一轮竞争中取得更多优势。

## 精酿带来机遇

### 精酿带来机遇

作为啤酒产业链中的一环，麦芽生产依附于下游啤酒产业并随着变化而调整。啤酒产品结构正在向高端化升级，这也带动着上游的麦芽生产环节。

啤酒行业营销专家方刚告诉记者，2021年是啤酒行业高端化元年。这两年整个行业已经形成统一认知，啤酒量跌价升的趋势明显，高端化是大多数啤酒企业的选择。

中信建投证券投资银行业务管理委员会副总裁刘泉表示，大型啤酒集团的发展方向逐渐由以传统啤酒为代表的压价竞争转向以精酿啤酒为代表的中高端质量发展。因而，啤酒制造客户也对麦芽质量和定制化提出了更高的要求。

永顺泰此次上市募集资金建设项目中，就包括年产13万吨中高档啤酒麦芽项目。该公司计划投资5.22亿元进一步扩张特种麦芽的产能。

南阿磊提到，特种麦芽一般包括结晶麦芽、焦香麦芽、黑麦芽等。中小型企业大多生产基础麦芽，永顺泰在这一领域具有优势。

“从未来的发展趋势来看，高端啤酒以及精酿啤酒不断扩容，会带动特种麦芽的使用量增加。这也将是未来麦芽产业寻求增量的主要突破点。”南阿磊说。

若将视野放置整个啤酒麦芽生

产行业，这几乎是巨头们的统一动作。苏垦麦芽建有15万吨德国进口国际领先全自动塔式和10万吨国产萨拉丁箱式生产线各一条，合计产能规模25万吨。该公司还

结清，并且大多是精酿厂家找上门来。

不过，对于包括永顺泰在内的头部麦芽厂而言，国内头部啤酒集团是其主要客户。永顺泰董秘办工作人员告诉记者，公司主要客户包括百威英博、华润啤酒、燕京啤酒、珠江啤酒、嘉士伯等。

行业集中度高，让头部企业的营收基本盘相对稳定。在2019年至2021年，永顺泰的营收在30亿元上下徘徊。该公司在大陆市场没有设置经销商，直销模式下的销售毛利率在15%上下浮动。

并且，头部企业长期处于产销两旺的状态。永顺泰在招股书中提到，规模较大的麦芽厂商，在近年来均新建或计划新建产能，且基本上每年都可以达到满产状态。

上述啤酒从业人士表示，麦芽生产行业的准入门槛并不算高。但是生产出质量高、稳定性强且具有规模化的产品，对相关企业提出很高要求。啤酒客户从经济性、效率等因素考虑，很少自

## 产麦芽。

近乎于“旱涝保收”的生意，让永顺泰上市之后便受到追捧。

11月16日，该公司在深交所上市，发行价格6.82元/股。开盘首日股价上涨43.99%，收盘价报9.82元/股。17日再度涨停。至11月24日收盘，永顺泰收17.40元/股，较发行价格上涨近2倍。

不过，压力同样存在。

香颂资本执行董事沈萌认为，国内啤酒产量在2013年见顶，其后开始持续下滑，直到2021年才有微量反弹。国内啤酒企业竞争格局趋于稳定，这导致国内麦芽产业难以有较大市场增量。

另一方面，麦芽原材料的进口比例比较高，价格以及汇率的波动会影响企业的盈利区间。“麦芽的原材料主要是大麦，进口国包括加拿大、阿根廷等地。相对来讲，大麦价格波动较为明显，汇率也在调整，但是麦芽生产企业并不能将这种成本波动向下游转移，只能自己消化。”南阿磊说。

山东一位啤酒从业人士对记者表示，对于一些小的精酿啤酒厂和精酿作坊来讲，头部的麦芽厂话语权很强，比如要求现款

## 隐秘赛道的大生意

“麦芽是啤酒的骨架。它决定着啤酒的基础风味，是啤酒生产环节中最重要的原料。”11月23日，河南品源生物科技有限公司总经理南阿磊对记者表示。

南阿磊从事啤酒麦芽产业多年。他所在的公司主要业务是生产啤酒麦芽以及代理国内头部麦芽厂商的相关产品。南阿磊提到，我国成为全球最大的啤酒销售市场后，麦芽产业也获得很大发展。

数据显示，自2002年我国啤酒产量超过美国之后，我国已经连续18年居世界第一，2021年已经超过3562万千升。

按照啤酒酿造每吨添加70千克麦芽计算，近年全国啤酒生产的麦芽需求量在260万吨至300万吨。南阿磊告诉记者，包括永顺泰在内的麦芽生产企业还有出口业务，预估我国麦芽产量在330万吨左右。

相较于各大啤酒集团之间的竞争，啤酒麦芽生产是一个相对冷门的赛道。记者采访多个啤酒品牌负责人，均表示对于麦

# 女子体育赞助升温 品牌打响争夺战

本报记者 许礼清 北京报道

体育领域中的女子体育赞助正在升温。  
赞助数据和广告服务公司

## 女子体育市场崛起

国人也对女子体育表现出了高度关注,首先体现在收视率和上座率方面。

11月13日,美国纽约麦迪逊广场花园人声鼎沸。大洋彼岸的运动场馆内,中国人的身影不在少数。一场UFC终极格斗冠军赛在这里打响,在现场、在网络,无数国人一起见证了中国选手张伟丽重新拿回金腰带。

一周后的泰国曼谷,中国女乒运动员王艺迪在乒乓球亚洲杯决赛当中以4比2击败日本选手伊藤美诚,帮助中国女乒实现乒乓球亚洲杯五连冠。

2022年以来,许多女子运动员的名字给到国人惊喜,张伟丽、王艺迪、谷爱凌、王珊珊、赵丽娜,从足球场到滑雪道再到八角笼,中国体育彰显出了独特的力量。

国人也对女子体育表现出了高度关注,首先体现在收视率和上座率方面。

根据央视官方数据,中国女篮对阵美国女篮的世界杯决赛在CCTV5的收视份额为17.63%,双网收视均位居同时段第一,是央视今年转播的篮球赛事中收视成绩最好的比赛。

而将视线放宽,德勤发布的《女子体育兴起:迈向商业化之路》研究报告称,十年来的诸多案例显示出,女子体育将能创造大量电视观众,为赞助商创造价值,单次赛事便能吸引数以万计的体育迷观看。

提起女子运动,沃曼体育文化发展(上海)有限公司创始人侯嘉语认为,2021年是一个非常重要的年份,它被认为是女性体育新时代元年。东京奥运会作为一场史无前例性别平等的奥

SponsorUnited近日发布了一份名为《2022年女子体育报告》的研究,据估计,2022年女子体育的赞助协议价值同比增长了20%。共有3500个品牌在14个

女子职业联赛和大学运动员的NIL(名称、形象和肖像)权益中购买了总计5650个赞助商或媒体营销资产。

在国内,女子体育同样热度

高涨。中国女足荣获亚洲杯冠军、中国女篮获得世界杯亚军、谷爱凌夺得女子大跳台金牌、中国女乒运动员王艺迪连夺全国锦标赛冠军、亚洲杯冠军等一系列高

光时刻,让女子体育备受关注。商业价值也随之增长。以谷爱凌为例,其手握20多个商业代言,覆盖运动、高奢、乳制品、服饰等多个领域。

同时,女子体育崛起也带动了女子体育装备的热销,运动鞋服企业纷纷布局。可以预见的是,未来,女子运动将顶起体育赛道的“半边天”。

## 品牌方打响争夺战

品牌方们也开始打响了女子体育赞助的争夺战。

在以往,在超千亿规模的体育赞助当中,属于女子体育的部分是极少的。但女子体育正在凭借日益增强的竞技性和收视率改变这一状况。

德勤发布的《女子体育兴起:迈向商业化之路》研究报告称,体育领域的一大趋势为女子体育商业化,未来价值将远超10亿美元。

品牌方们也开始打响了女子体育赞助的争夺战。例如,安踏在谷爱凌知名度不高时,便与其签订了合约,最终成为了北京冬奥会的大赢家。

匹克也在持续加码。6月,匹克宣布与刚刚加入WNBA卫冕冠军芝加哥天空队的中国女篮中锋李月汝正式签约,使之成为旗下首个女子篮球代言人。李月汝也成为继女子马拉松冠军焦安静之后,匹克签约的第二位中国顶级

女子运动员。

而在此之前,匹克还先后赞助了中国女子篮球联赛、中国女子排球超级联赛等多项国内女子顶级赛事,还是澳大利亚女篮和塞尔维亚女排的赞助商。

此外,还有361度,其赞助中国女子水球队,为其提供专业装备。

实际上,女子运动员的代言合作与男子运动员的代言之间,整体上较为一致,但也有所差别。张庆认为,“首先,女运动员在进行广告露出和一些商务活动时,对于她们的形象管理可能需要更注重一些,结合运动美与女性美;其次,在传播的内容当中,更要强调平常心,不要格外去强调性别的差异;最后,在推出相关产品时,更要照顾女性消费者细腻的感受,在细节的处理上更加细心一些。”

孙巍也认为,“近年来,女性

越来越关注健身运动,这增强了女性在运动健身方面的商品购买,女性体育产业已成为一个快速增长的赛道。不同于男性体育刚性品牌营销,女性品牌营销方面要侧重于柔美和健康类运动场景,像瑜伽、慢跑等,同时要关注女性情感营销,这是品牌打动女人心的突破口。”

“作为女子体育的运营者,我们首先关注的是美,美是人类永恒的追求,这是和男性截然不同的一个视角。品牌商在赞助女性体育运动时,也需要从美的角度出发进行场景和内容的设计。”侯嘉语表示。

品牌方也在寻找创新性代言,2020年,张伟丽卫冕MMA世界冠军,这也成为了当年上半年国内运动员代言市场最受欢迎的女子运动员,选择与其合作的品牌当中,

就有雅诗兰黛的身影。

雅诗兰黛相关负责人在接受公开采访时表示,张伟丽作为亚洲首位MMA世界冠军,与雅诗兰黛在中国的美妆品牌领先地位是相符合的,同时她挑战自我的运动精神与品牌所传递的独立自信的女性精神不谋而合。

“雅诗兰黛的做法本身带有这种话题性,引发广泛的的关注和讨论,说明这个营销本身就已经成功了。”张庆认为,“作为格斗女王,张伟丽本身的个性、力量的表述,已为雅诗兰黛品牌涂上了一层特殊的色彩,这种色彩有助于其实现差异化,展现了不一样的力量表达,对于受众来说,会有不一样的印记。这也给其他品牌提供了可以借鉴的地方,去理解体育、理解运动、理解运动员,拓展思路,不被一些固化的思维范式所局限。”

## 女性运动装备爆发增长

实际上,女子运动消费市场正在快速增长。

品牌方寻求与女子运动员的合作,一方面意在品牌形象打造,另一方面,则是通过代言人吸引热爱运动的女性消费者。

匹克体育CEO许志华就曾表示:“随着越来越多的女性参与运动,女子运动市场已成为增长最快的细分市场之一。匹克希望发挥李月汝和焦安静等优秀女子运动员的榜样力量,让更多女孩爱上运动,爱上匹克的高科技、高颜值、高体验的产品。”

实际上,女子运动消费市场正在快速增长。据德国statista数据统计,2021年,全球女性运动服饰市场价值约为1780亿美元。预计到

2029年,该市场将增长超过900亿美元,达到2690亿美元,在2022—2029年的预测期内复合年增长率为5.33%。

品牌方正在紧盯这一快速增长的消费市场,耐克曾发布“Nike Women”战略,把女性定为业绩突破口——2020财年女性产品销售额要从57亿美元增至110亿美元。

而在此前,361度也推出女子系列产品,将结合专业运动与休闲时尚的风格设计,加强高科技面料技术。

更早时,阿迪达斯在北京开设第一家女子专营店,耐克在上海开

设国内首家女子体验店。

实际上,在早些年,男女运动服饰和装备并未细分,专业的女性运动装备发展时间相对不长,从性别区分到功能强化再到外观设计美化,女性专业运动装备仍在发展过程中。

对此,孙巍认为,“品牌方要围绕女性运动细分场景,开发在细节上抓住女性的产品,同时在宣传上抓住女性的情感。”

张庆告诉记者,“由于女性的生理和心理特点是有别于男性的,所以对应的产品在功能性、外观设计上,都可以进一步地细分和优化。女性消费市场不断崛起,值得

品牌给予格外的关注,去‘取悦’女性消费者。”

“实际上人们也期待一些差异化、个性化、功能性的设计,从观赏的角度来讲,运动过程中也是需要把女性的魅力尽情地展现,所以这些都带来了巨大的空间,而且这种空间甚至可以催生一个品类,甚至是一个品牌。例如Lululemon这样以女性瑜伽服起家的品牌,目前市值已超过了阿迪达斯,位列全球第二。纵观整个体育服装市场,800多亿美元的营收当中,270亿元,也就是1/3来自女性服饰。这对品牌商来讲具有很大的想象空间。”张庆表示。

# 披萨“吃”出上市公司 百亿市场迈向差异化竞争

## 披萨“吃”出百亿市场

本报记者 刘旺 北京报道

1990年,必胜客在北京开了第一家分店,披萨开始进入中国市场。30年后,一家专门经营披萨的企业即将登上资本市场。近日,达美乐披萨在中国的特许经营商达势股份(以下简称“达美乐中国”)通过港交所聆讯,即将登陆港股。

上市的光环吸引了众多关注,在其身后的赛道也令人瞩目,随着披萨这一品类在消费者当中日益普及,披萨赛道的参与者越来越多。天眼查数据显示,2010年,我国只有55家注册披萨企业,而到了2020年,这个数据达到了8358家,披萨在一二级城市的普及率逐渐提高。

一个鲜明的特征就是,行业正处于跑马圈地的阶段,不管是达美乐、必胜客、棒约翰还是尊宝披萨,都在进行规模扩张。这其中也有披萨品类本身易标准化的特质,也有相关企业意欲争夺更多的市场空间。

而随着行业发展,如何提供差异化产品和服务,成为了摆在披萨市场参与者面前的共同问题。

## 经营模式各异

披萨这一品类进入中国市场30余年的时间,跑出了几种不同的经营模式。

以必胜客为例,早在2014年,彼时的必胜客中国区总经理罗维仁就表示,“必胜客以后将不采用加盟店经营的模式,而是由百胜总部统筹管理及业务扩张。”

对此,实战派特许经营专家李维华指出,首先,必胜客在中国尚待成熟,时下关键是要提升品牌含金量,而非盲目扩张。其次,必胜客需要掌握直接控制权,建立统一协调的管理体系。再次,叫停特许经营,依靠百胜集团的实力和行业经验,走少而精的路子是正确的。

最后,对于消费者而言,直营方式抛开了中间环节,产品质量会更有保证,价格也更加实惠。“必胜客的经营理念勾勒出的

九德定位咨询公司创始人徐雄俊告诉《中国经营报》记者,披萨近几年取得了比较快速的增长,一部分原因是由于宅经济发达,披萨也是适合外卖的品类,比较短平快而且性价比高,所以现在很多中产阶层消费人群的披萨消费量比较大。同时,披萨品类能够很容易地实现标准化,不像其他餐饮品类那样复杂,这也是其能够快速发展的主要原因。

正如徐雄俊所说,披萨外卖增长迅速,2020年至2025年,比萨外卖细分市场预计以19%年复合增长率上升,2025年将达到374亿元。

而即将登陆港股的达美乐中国也是侧重于外卖披萨,对外宣称“外卖30分钟必达,超时送免费披萨”。

萨券”。

根据弗若斯特沙利文报告,2020年达美乐在国内披萨整体和外送市场销售额排名均为第三。而目前,行业参与者众多,头部企业中,除了达美乐之外,还有必胜客、尊宝披萨、棒约翰、乐凯撒等。

达美乐中国上市步伐加快,但借助资本力量的披萨品牌,其却不是唯一一个。

早在2015年,乐凯撒就完成了天使轮融资;2018年9月,慕玛披萨获得绝了基金、君上资本的战略融资;2020年7月,大师披萨获得吃货大陆、优贝迪集团千万融资;2021年,棒约翰投入了方源资本的怀抱。

徐雄俊告诉记者,在披萨市场

由供应商交付中央厨房,比萨饼及其他食品的制作、加工、分配、储存都在中央厨房完成,再将半成品交予门店。

棒约翰入华后长期采取南北区域分开的运营管理模式。其中,棒约翰北方特许运营业务由美国总部投资的北京棒约翰餐饮发展有限公司运营,南方业务则主要由CFB集团旗下公司负责运营。北方区域属于品牌的垂直管理,南方区域采用特许加盟运营模式。

直到2018年,棒约翰宣布将品牌在北京和天津的全国34家餐厅由直营转为加盟。

而像本土品牌尊宝披萨,已然形成了2000余家门店的规模,但其主要是依靠加盟模式。

徐雄俊认为,相对而言,直营

品牌的管理可能更加规范,更加能够体现品牌的一致性,对食品安全的把控也会更严格。但直营模式的经营成本比较高,扩张会比较慢。加盟模式的优势就在于能够快速扩张,同时降低总部的经营风险。

食品产业分析师朱丹蓬也认为,“如果没有超强的品牌力及资金优势,直营运营是很难的。”

值得注意的是,随着入局者增多,以披萨品类起家的品牌们正在寻找差异化经营。必胜客没有局限于披萨这一品类,而是扩展至意大利面、牛排、汤品、沙拉、甜品等。

同时,推行本地化战略,满足不同地区消费者的需求,精准细分消费者口味。也有品牌选择在产品上进行创新,例如乐凯撒。相关市场报告

中提到,乐凯撒是榴莲披萨的开创者,其还推出过红烧土豆披萨,甚至还有椰子鸡、麻辣火锅披萨等火锅系列。而来自北京的比格比萨,招牌同样是榴莲披萨,广告宣传语都是“比格不只有榴莲披萨”。

朱丹蓬认为,不同的品牌竞争的方向不一样,有些侧重品牌形象,有些侧重口味,有些则侧重服务、价格等,不管如何,都要形成核心的差异化优势,否则难以形成竞争力。

“披萨的竞争越来越激烈,企业最终都要找到独特的差异化定位,要找准一个特性,例如达美乐专门做外送披萨,必胜客侧重服务和精准细分消费人群。总结来说就四点,品类、特性、人群和服务,从中找到自己的差异化定位。”徐雄俊认为。



随着披萨在消费者当中日益普及,披萨赛道的参与者越来越多。

视觉中国/图

声音 ▶

# 以业务视角融入金融数字化浪潮

访神州信息总裁李鸿春

过去30年中,中国金融行业的数字化发展突飞猛进,数字化已经覆盖了金融机构内部各业务条线和前中后台。

在这波轰轰烈烈浪潮之中,金融IT公司作为行业的“送水者”,其在银行机构数字化转型中的推动力量不应被忽视。近年来,银行架构重塑的呼声不断,这种架构重塑不仅仅是IT的系统架构,也涉及数据治理、业务、组织等更深层

次内容。

作为一家与中国金融业一起成长发展的企业,1987年,神州信息(000555.SZ)便进入了金融信息化服务领域,2013年实现A股上市。在30多年的发展中,这家公司经历了多次重要转型升级,在深耕银行核心系统建设的主航道基础上,不断参与到金融场景建设和生态建设中。

站在央行《金融科技规划

(2022—2025年)第二个三年起点,银行IT公司发展迎来又一次重要节点,应该如何看待当前国内金融数字化的现状和挑战?金融IT

公司如何突破自身局限,扩展想象力边界,更深层次融入银行业务升级?近期,《中国经营报》专访了神州信息总裁李鸿春。



## 数字化成为时代关键词

随着2017年以来互联网金融大潮回落,金融市场的主动权再次回到了银行手中,此后金融科技接棒互联网金融,银行从向互联网企业学习、合作到主动出击。

《中国经营报》:过去二三十年中,中国金融行业的数字化进程突飞猛进。作为这种变化的亲历者,您认为这一波金融数字化转型主要呈现了哪些特点?

**李鸿春:**确实,金融行业总是科技创新率先渗透的领域,过去几十年金融数字化的发展就很好地印证了这一点。技术在不同历史阶段发挥作用,重塑着金融行业价值链、发展模式和经营理念。

具体到神州信息服务的银行业,其实是走过了“电算化”、“信息化”到“数字化”的阶段。20多年前,银行是通过用计算机改变手工记账,实现效率提升;到了2000年左右,从“数据大集中”开始的整体信息化建设起步,由此开始金融业务线上化大潮;最近10年,移动互联网技术的普及,使智能手机为代表的移动端成为金融服务的重要载体,不仅打破了传统物理网点服务的时空约束,更带来了实时高效、安全便捷的客户体验。

2012年以来,互联网金融这条“鲇鱼”带来的竞争压力以及移动互联网技术在金融领域的广阔前景,让银行意识到必须跳出舒适圈。随着2017年以来互联网金融大潮回落,金融市场的主动权再次回到了银行手中,此后金融科技接棒互联网金融,银行从向互联网企业学习、合作到主动出击。

在这个过程中,我们也发现了一些变化趋势:在技术方面,一是金融

机构对架构整体规划越来越重视,架构中各系统之间有明确的定位以及清晰的关系,不仅要解决当下的问题,还要规划和有体系地支撑企业和业务的长远发展。二是云原生、分布式、微服务已经普及泛化。这些技术发展有利于银行节约成本、敏捷化服务及业务创新。三是信创加速推动了技术体系的发展与成熟。尤其近三年,为了让关键业务系统充分满足信创底层发展需求,银行等金融机构希望尝试国内创新型的数据库、服务器,以替代以前停滞了十几年的底层技术。

“十四五”规划中明确提出“数字中国,加快推进数字化”目标,用“数字化”代替“互联网+”。今天,数字化已经成为时代关键词,也成为金融机构未来发展的必然目标,通过数字技术重塑业务流程、经营理念和服务模式,实现管理和服务的差异化、个性化、智能化成为行业共识,这也对银行技术支撑能力提出了更高的要求。

《中国经营报》:你们作为输出服务的乙方,在银行业话语权如此强的买方市场,如何及时调整自身的服务策略和发展方向?

**李鸿春:**神州信息作为一家成立30多年、与中国金融业共同发展起来的企业,我们需要及时根据行业发展趋势、技术发展趋势改变自身发展策略,甚至要早于市场做出一些具有前瞻性的业务趋势判断。

神州信息最早以信息集成类业务起家,在逐步把战略聚焦金融科技后,在金融行业主要干了两件事:一是金融信创。因为金融安全既是

政策导向也是市场刚需,作为它的部分组成,金融信创也是金融数字化转型的安全基石与基建保障。二是场景金融。无场景不金融,普惠金融是中国金融业的难题也是机会,而场景金融是普惠金融的必然路径。

作为银行系统建设的技术服务商,首先必须保持自身技术和系统架构理念的前瞻性和实用性。我举个例子,最近10年,神州信息针对银行的“ModelB@nk”应用架

构指引蓝图”已完成了从3.0到5.0的迭代,特别是2021年推出面向未来银行的整体架构ModelB@nk5.0,在业界引起了比较广泛的反响。这套整体架构的思路,是帮助银行围绕场景金融的服务能力建设数字化系统,并将云原生、数字原生作为未来企业数字化转型的核心技术支撑,帮助金融机构创新业务模式和发挥数据价值,更好地服务于实体经济。

## 技术服务融入业务视角

这些具备一定基础的金融机构,普遍缺乏关键系统建设经验,因此需要金融科技能力较全面的服务商,提供包含能支撑未来架构的多个关键性系统在内的整体解决方案(例如,核心系统+信贷系统+数据系统、核心系统+柜面系统+微服务平台等),而非单一的系统建设。

的合作。

其实ModelB@nk5.0就是这种理念下的设计,探索和设计了一套融合生产生活场景建设和金融IT系统建设的多层次多体系的整体架构,其中“场景建设”“旅程服务”“能力输出”“资源积累”“组织管理”五个层次是规划的重点。

举个例子,在神州信息近年来投入比较大的农村普惠金融场景,我们主要通过农银平台开展惠农业务。但在这类业务密集的下沉地区,作为金融毛细血管的地方中小银行甚至信用社,他们中有的机构具备一定金融科技基础,有的可能基础非常薄弱。

这些具备一定基础的金融机构,普遍缺乏关键系统建设经验,因此需要金融科技能力较全面的服务商,提供包含能支撑未来架构

的多个关键性系统在内的整体解决方案(例如核心系统+信贷系统+数据系统、核心系统+柜面系统+微服务平台等),而非单一的系统建设。

《中国经营报》:银行的数字化转型在产业领域还有比较大的提升空间。在这一领域,“技术雷达”怎样进行更好的场景适配,去服务好不同类型企业的融资需求?

**李鸿春:**确实,金融科技在产业领域的渗透和探索相比在消费领域还远远不足。我们近年来把深耕多元场景作为推动金融机构数字化转型的重要打法,选择的切入口,就是三农、中小微融资这些传统金融服务中的薄弱点。

神州信息通过联合金融机构、税务部门、农业部门、互联网企业等各方机构合作,打破传统的服务与

信贷模式,优化与工商、税务等政府部门的信息传递交流,构建专属的评价与风控体系,助力资金流向金融基础设施欠发达的地区和产业,解决三农、中小微企业融资“最后一公里”的难题,在场景金融领域找到了广阔的业务创新空间。

除了刚才提到三农领域的实践,在银税服务领域,依托“SaaS 税票产品”,帮助珠海华润银行在客户授权情况下,无人工环节介入,线上实时获取企业税票数据,通过对底层数据解析、加工,形成结构化风险指标。覆盖基本信息、申报、征收、交易对象、信用等级、违法稽查等经营风险信息,进而为该行信贷业务中的风控解决方案提供补充参考、信息测评和即时监控,极大改善了华润银行信息收集方式,提高了中小微贷款业务处理效率。

## 数据资产化蕴含无限价值

我们认为资产数字化、产业数联、决策数智化和企业无边界是企业数字化转型的四个重要方向。

《中国经营报》:目前,金融机构数字化转型还存在哪些障碍亟待突破?继续深化有哪些路径?

**李鸿春:**一个市场的共识是,金融机构的数字化转型是以客户为中心,变业务驱动为数据驱动,改善用户体验和提升企业运营效率,帮助企业实现业务模式和商业模式的创新,找到新的增长曲线。

以往,银行把主要资源和精力投向“二八原则”中20%的客户,对其余80%客户的潜在需求关注不足。一个好的变化是,我们注意到,在上述规划中已明确将“公平”作为金融行业数字化转型的基本原则之一的背景下,数字技术得到发展与普及,必然驱动银行将业务发展的重点转向80%的巨大客群。客户的需求将促使银行开始转变视角进行

我们自己在实践中也有一些

总结,我们认为资产数字化、产业数联、决策数智化和企业无边界是企业数字化转型的四个重要方向。当前大部分银行所管理的资产,仍然是传统的货币资产,存在价值的上限。而随着金融新基建的推进,数据资产化和资产数据化进程的加深,银行所管理的资产将扩展为全行业的,其蕴藏的价值是无限的。

## 老板秘籍



金融数字化转型有哪些变化趋势?



简历

李鸿春,毕业于北京理工大学电子工程专业,于2003年加入神州控股(00861.HK),曾任职神州信息(000555.SZ)副总裁、常务副总裁,现任神州信息总裁。在IT行业拥有超过20年的营销及经营管理经验,对金融、电信、军工等行业市场具有深刻的理解和敏锐的洞察。凭借突出的业务能力、丰富的管理经验,带领神州信息将新一代信息技术与行业实践紧密结合,创新产品与服务,助力行业数字化转型升级,并在实践中获得市场的检验与认可,也因此获得“2018年度新一代信息技术突出贡献人物”奖。

如何及时调整自身的服务策略和发展方向?

神州信息作为一家成立30多年、与中国金融业共同发展起来的企业,我们需要及时根据行业发展趋势、技术发展趋势改变自身发展策略,甚至要早于市场做出一些具有前瞻性的业务趋势判断。神州信息最早以信息集成类业务起家,在逐步把战略聚焦金融科技后,在金融行业主要干了两件事:一是金融信创。因为金融安全既是政策导向也是市场刚需,作为它的部分组成,金融信创也是金融数字化转型的安全基石与基建保障。二是场景金融。无场景不金融,普惠金融是中国金融业的难题也是机会,而场景金融是普惠金融的必然路径。

深度

## 金融数字化“送水者”的边界之战

根据IDC的研究,2021年中国银行业IT投资规模达到1557.1亿元,与2020年相比,增长了11.8%。其中,IT解决方案市场的整体规模达到589.3亿元,比2020年增长17.3%。

行业的景气度离不开市场参与者的创新推动,也必定带来更充分的市场竞争。

从需求侧看,银行的IT需求源于三个层面:业务变迁、架构创新、硬件更替。从批发信贷到以客户为中心的场景金融、从集中式架构到分布式架构甚至微服务架构的演变、从IOE为主到国产自主可控替代等趋势,对其实现有了更新换代需求。

银行IT建设中有长趋势也有短周期,券商调研显示,银行IT存在7-8年的换代周期,每个周期对应不同的驱动因素。而由上述三个趋势驱动的本轮周期从2020或2021年开始,为金融IT服务商带来业务机遇。

从供给侧看,金融行业进入壁垒高、客户黏性强,传统银行IT厂商具有一定先发优势。但需要看到,与保险、证券等领域相比,银行对IT建设重视程度高、投入大、业务量充足,不仅不少非金融出身但科技实力较强的新玩家开始跻身其中,更有银行金融科技子公司自带后发优势。

这也让该领域的老牌机构面对着持续创新的经营压力——必须不断迭代自身的技术能力和业务布局,甚至不断突破IT服务商传统的刻板印象和服务边界。

回顾银行IT厂商的发展史,有两个时间点较为重要:2000年左右,多家厂商成立;2010年前后,多家厂商登陆资本市场。在很长一段时间内,银行IT行业因重模式的人力投入和分散化的竞争格局并不被资本市场看好。但近年来,随着政策、市场、技术等因素影响,银行IT行业的市场集中度不断提升,龙头公司正在纷纷建立起技术和资源壁垒。

神州信息应该是银行IT发展历史中的一个典型样本。自1987年以来,从集成性业务为主到不断加大软件服务比重,再到近年来持续战略升级,将更多业务融入架构设计。几乎在金融技术变化发展的重要时期内,均有阶段性的典型技术服务输出。特别是在一些难度加大的转型期,与“船小好掉头”的很多后起新秀相比,老牌机构需要更多决心和定力来完成战略迭代和收入结构调整。

根据神州信息财报,截至2021年底,公司已经覆盖超过1200家金融客户,包括央行及3家政策性银行、6家国有银行、12家股份制银行、16家民营银行及直销银行、33家外资银行、140余家城市银行、200余家农商行及农信社、300余家村镇银行等。在IDC等调研中依然保持了中国银行业IT解决方案市场整体排名前三的地位。

机遇和挑战总是结伴而生。当前,金融数字化转型正进入业务与技术深度融合的攻坚阶段,打造新一代金融数字基础设施成为市场最急迫需求。这也让“送水者”业务的边界每年都可能发生变化,保持业务洞察与技术突破的高度敏锐必须成为一种习惯。

毕竟,如果从资本市场数据看,在一个千亿级市场上,银行IT头部上市公司市值处于一二百亿区间,与高度集中化的券商IT巨头公司相比,还有很大成长空间。

(本版文章均由本报记者李晖采写)



2023年《中国经营报》“订阅号”已经启动，

# 您将在哪站上车？

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

## ▶ 报社订阅直通车



全国发行 彩色印刷  
订阅价格  
**240元/年**  
邮发代号:1-76  
服务电话: 010-88890120

▶▶▶ 全国邮局均可订阅

中国经营报  
CHINA BUSINESS JOURNAL