



山东潍坊“五指成拳”力擎渤海湾高质量发展

NA2

娃哈哈重回700亿后 宗馥莉改革需闯“两关” ▶D1



专注投资“好到再也回不到过去”的前沿技术



北京跑出了一家超级智驾企业。近日，智驾科技企业地平线(9660.HK)正式于香港交易所主板挂牌上市，募资约54亿港元，成为今年截至目前港股最大的IPO。上市首日，地平线股价一度涨超30%，市值达706.2亿港元(约合人民币647.7亿元)。

创业九年，地平线并非一路坦途。据媒体统计，IPO前，地平线累计融资32轮，共募资23.63亿美元。而在地平线创始人兼CEO余凯接触的第一位投资人线性资本创始

合伙人兼CEO王淮眼中，余凯有着非凡的人格魅力以及过人的远见，而这正是线性资本最重视的企业素质。

成立10周年，王淮和他所创办的线性资本投资关注的方向一直是前沿科技及其给产业带来的改变，也就是王淮所说的，他想要投资那些能给行业带来“好到再也回不到过去”体验的前沿技术。

王淮笃信先进技术和长期主义，相较于纯粹的前沿技术，他更看重那些可以真正落

地给产业带来宏大改变的“星星之火”。2018年，王淮作为投资界的杰出代表入选世界经济论坛“全球青年领袖”。五年前《中国经营报》刊发了《好的投资人都是长期主义者——访线性资本创始合伙人王淮》的报道，在那次交流中，王淮便分享了对余凯这位“创业者”的敏锐判断。近期，王淮再次接受了本报记者的专访，这次，从地平线上市到硬核科技赛道发展，再到AI时代的新选择，他都给出了自己的观察。

与老板对话 ▶D4

社评 ▶

多维度看中国式化债：化债不是消灭债

伴随一揽子增量举措的出台，地方政府的化债思路也在发生根本转变。尽管化债方式仍然是债务置换，但化债资源却是近年来“力度最大”的一次。对市场而言，化债的规模效应值得期待。

不过需要注意的是，化债的目的并不是让债务越少越好，而是要更好地发挥债务在经济发展中的作用。对地方政府来说，规模适度且透明的政府债务，不仅可以为经济健康发展筹措充足的资金，也能完善基础设施，进而提高基本公共服务水平。基于这样的考量，债务置换也在一定程度上为结构性改革留出了更多的空间。

11月8日，全国人大常委会表决通过了《国务院关于提请审议增加地方政府债务限额置换存量隐性债务的议案》，提出增加地方政府债务限额6万亿元，用于置换存量隐性债务，以此为地方政府腾出空间更好发展经济、保障民生。

财政部部长蓝佛安表示，从2024年开始，我国将连续五年每年从新增地方政府专项债券中安排8000亿元，专门用于化债，累计可置换隐性债务4万亿元。两部分相加可以直接增加地方化债资源10万亿元。

除此之外，2029年及以后到期的棚户区改造隐性债务2万亿元，仍按原合同偿还。至此，化债总额

度达到了12万亿元，在这样的规模置换下，地方需要消化的隐性债务总额将从14.3万亿元降至2.3万亿元，化债压力大大减轻。

而对14.3万亿元存量隐性债务的披露，则表明中央对债务管理的态度也从应急状态回归到常态化阶段，中国式化债正在从“在化债中发展”转向“在发展中化债”，这种转变和过往三次债务置换无关。

总结过去三次债务置换，第一次是2015—2018年，置换债券累计发行12.2万亿元，主要是把地方政府债务中部分贷款、企业债券等转化为信用等级更高的地方政府债券。

第二次是2019年财政部开展的“建制县隐性债务化解试点”。这一轮主要发行特殊再融资债券，化债规模为11170亿元，其中6128亿元主要用于建制县区，剩余额度主要用于全域隐债清零试点地区。

第三次是2023年7月的“一揽子化债方案”，截至10月底各地合计发行特殊再融资债券超1.7万亿元。

然而和前三次债务置换不同的是，本次债务置换的意义不仅表现为“力度最大”，更重要的是体现在对地方政府行为的激励效应方面。

具体来看，此次化债主要有三方面的用途：第一，12万亿元的债

务置换实现了大部分隐性债务显性化，未来地方债务管理更加规范化、透明化。

第二，以利率更低、周期更长的政府债券置换举债成本高、周期短的隐性债务，以时间换空间，体现了化债的本质是化解风险。

第三，债务置换减轻了地方政府化债的压力，地方政府能腾出更多的财力和精力用于发展经济和提供公共服务，加大教育、医疗、环保等投入。据估算，五年累计可节约利息6000亿元左右。

对于化债效果，财政部金融司原司长孙晓霞则指出，化债不是要消灭债务，而是保持可持续，要处理好化债与经济稳步发展的关系。

随着地方债务风险持续化解，地方政府需要思考如何努力构建债务长效机制，寻求债务可持续发展，把财政政策促进地方经济增长的作用发挥到最大。

在学界看来，财政政策的空间取决于债务的可持续性。理论上说，只要债务可持续，财政政策的力度就在合理的范围内。随着12万亿元化债额度的公布，中国政府的负债率水平备受关注。

从国际比较看，我国政府负债率显著低于主要经济体和新兴市场经济国家。根据国际货币基金组织统计数据，2023年末G20国家平均政府负债率118.2%，其中：日本

249.7%、意大利134.6%、美国118.7%、法国109.9%、加拿大107.5%、英国100%、巴西84.7%、印度83%、德国62.7%，G7国家平均政府负债率123.4%。

同期，我国政府全口径债务总额为85万亿元，其中，国债30万亿元，地方政府法定债务40.7万亿元，隐性债务14.3万亿元，政府负债率为67.5%。这些数据也表明，中国政府负债仍有较大的提升空间。

不过，判断政府负债水平是否合适，不能简单只看负债，还要结合负债和资产。从举债用途看，我国地方政府债务形成了大量有效资产。

目前，我国地方政府债务主要用于资本性支出，支持建设了一大批交通、水利、能源等项目，很多资产正在产生持续性收益，这成为偿债资金的重要来源。

与主要经济体和新兴市场经济相比，中国政府的资产优势决定了在同样条件下，我国有着更大的负债空间。

基于这些判断，展望后续，预计2025年财政政策仍有较大发挥空间，这将推动投资者对市场预期的改善。与此同时，在更加给力的财政政策支持下，地方政府基本面状况有望得到进一步改善。

本期热词 ▶

航运三连涨

经历三个多月持续下跌，集装箱航运价格终于在10月底开始出现回升。11月8日，上海航运交易所发布的上海出口集装箱综合运价指数连续第三周上涨。在业内人士看来，这波航运价格上涨主要是由于欧美航线大范围停航，以及圣诞前外贸订单出现发货潮，从而导致市场短期供需关系发生变化。

集装箱航运价格三连涨 远洋航线走势逐渐分化 ▶A3

黄金，跌了！

在前期突破2800美元/盎司后，黄金价格近期出现回调。11月14日，COMEX黄金期货价格报2580.2美元/盎司。尽管有所回调，但相比年初仍处于高位。与此同时，高位金价也给黄金企业带来了不小的压力。面对高位金价，企业一方面需要调整经营战略；另一方面则需利用期货工具实现风险管理。

金价大幅波动 黄金企业抗压前行 ▶B6

AI“梦碎”

AI正在成为全球最“烧钱”的一门生意。预计亚马逊、Google、Meta和微软四家公司明年在AI领域的资本支出合计将达到3000亿美元左右。不过对于AI能为企业带来多少实质性回报，当前仍是一个悬而未决的问题。相较于此前市场对AI的憧憬，目前部分企业预期的巨大商机并未如期而至。

AI搜索群雄逐鹿 商业化仍在探索 ▶C3

网红发型师

近日，一名抖音名称为“发型师晓华”的理发师在网络上爆红，其所在的湖南怀化也变成了网红打卡地。发型师晓华偶然爆火，引爆了理发消费者和从业者。在市场看来，这是一次由圈内到圈外引爆的文化现象，而要想成功的抓住这波流量，以及持续不断地吸引更多的流量，需要城市推出吸引游客的特色产品和打卡景点。

“发型师晓华”爆红背后的流量密码 ▶D2

经济大势 ▶

A1~A4

中国供应链韧性逐渐凸显

A3

国际物流巨头加码在华投资

A4

消费市场深度洗牌

A4

中国正步入“第四消费时代”？

营商环境 ▶

B1~B16

10万亿化债“组合拳”

B1

缓释地方隐性债风险

B2

理财市场再现“0费率”

B2

快手金融布阵：加码信贷出海

B7

再战支付牌照

B7

“地产黑马”建发股份提速转型步伐

B10

宝丰能源终止百亿定增计划

B16

自筹资金推进逾400亿项目

C5

智在公司 ▶

C1~C8

手机“双11”：iPhone降价

C2

带动换新潮、安卓旗舰增配涨价

C2

“冰雪”游戏赛道火热：

C4

已从小众题材走向大众

C4

广州车展展现未来出行新趋势：

C5

智能化、豪华化、飞行化

C7

自动驾驶企业竞速下半场

C7

惠及民生 ▶

D1~D4

社会餐饮品牌布局团餐 掘金万亿市场

D2

回到1元时代

D3

包装饮用水烽烟再起

D3



中经传媒智库



本报官方订阅微店



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

向海图强 向海而兴

降成本 要增量 重协同

山东潍坊“五指成拳” 力擎渤海湾高质量发展

本报记者 颜世龙 潍坊报道

当原材料、人工、产业链成本

降无可降，一家企业还能在何处控制成本？当城市在低价土地、优惠政策拼尽后，一地政府又该

如何突破增量市场？在新质生产力不断推进过程中，中国经济发展的潜力在哪里？

放眼渤海湾，下一个万亿城市——潍坊，为各地提供了一种可参考的探索路径。对于“沿海

而不临海”的潍坊而言，其不仅尝到了外向型经济发展的甜，也深知生产型城市的转型难，在以创

新为引领的新质生产力的要求下，挖潜力、要增量、重协同正在成为潍坊发展经济的必由之路。

从陆地到远洋 滨海区成为新增长极

根据潍坊市交通运输局和发改部门的测算，到2026年，潍坊滨海区的涉港企业能达到350家，预计总产值将突破3000亿元。

俯瞰潍坊港，自动化远控岸桥与无人集卡配合得行云流水，4台风力发电机缓缓转动，光伏面板熠熠生辉，在安全生产指挥中心内，寥寥数人却管理和操控着偌大的港区，智能化安防平台、实时气象平台、大数据分析平台……在潍坊港，科技让传统“一装一卸”的码头变得既熟悉又陌生。

作为全国首个“零碳港口”，潍坊港在今年9月30日成为山东省首个并网发电的海上分散式风电项目，年可用发电量超7000万度，可满足整个港区用电量，冗余电量还可通过电网供社会使用。每年节省用电成本约960万元，可节省标煤2.1万吨，减少二氧化碳排放5.7万吨，减少排放烟尘1.5吨，减少其他废气二氧化硫7.0吨、氮氧化合物10.5吨。

始建于1996年，经过近30年的发展，潍坊港已成为国家一类对外开放口岸，山东省综合运输体系的重要枢纽和区域性重要港口，山东省新旧动能转换和高质量发展的重要战略资源。

山东省港口集团潍坊港有限公司党支部书记、总经理孙超在接受《中国经营报》记者采访时表示，潍坊港现有集装箱航线17条，其中外贸航线5条，同时开通6条杂货班轮外贸航线，构筑了内陆和国际物流十字大通道。

据悉，潍坊港对内覆盖山东半岛、环渤海湾以及沿黄流域，对外则辐射日韩、东南亚及远东地区。目前，潍坊港共拥有泊位46个，综合通过能力4466万吨，具备散杂货、液化品、集装箱、滚装四大运输功能，是济南关区唯一水运散货粮食进境口岸，已成为黄三角地区最具

潜力的综合性港口。数据显示，今年1—9月份，潍坊港货物吞吐量3196万吨，集装箱量59.7万标箱，同比增长32.2%。目前，潍坊港已成为全国第二大碳素级石油焦操作港和全国石油焦交易主要港口及混配集散基地，1—9月份石油焦吞吐量突破100万吨，同比增长45.9%。“依托山东港口供应链综合服务优势和港航一体化建设，潍坊港加速由单一港口运营商向供应链综合服务商转型升级。”孙超说。

不仅如此，潍坊港中港区航道当前为3.5万吨级航道，可满足5万吨船型、满载吃水9.6米船舶通航。在政府大力支持下，5万吨级航道建设已纳入政府重点规划项目并成立工作专班，建成后船舶吃水将提升至14米。

然而，作为一个地级城市，潍坊港乃至潍坊却鲜为外界所知。

孙超介绍，一方面是因为潍坊的港口在此前确实比不上青岛、烟台等深水大港，另一方面也和山东人的性格有关，山东人多属内敛型。如今，伴随5万吨级航道的建设，潍坊港将成为山东沿海的另一颗明珠。

潍坊市交通运输局党组书记、局长刘学建在接受记者采访时表示，在过去，有很多企业来潍坊洽谈临港产业，主要是看中了海运的低成本优势。不过因为潍坊港口受航道制约，大船进不来，小船运输成本又不划算，所以很多工业产品被青岛港、烟台港等分流，从潍坊港走得较少，所以不少企业选择了观望。

“现在我们瞄准工业产品的海上运输需求，加快推进5万吨级航道建设，这可以大幅度降低运输成本。”刘学建说。

根据潍坊市交通运输局和发改部门的测算，到2026年，潍坊滨海区的涉港企业能达到350家，预计总产值将突破3000亿元。

港口是沿海城市的一张晴雨表。在潍坊港所在的滨海区，经济持续健康快速发展。目前，滨海区陆域面积541平方公里，海域面积480平方公里、海岸线60公里，不仅区位优越，而且产业丰富、腹地空间广阔。

在区位方面，滨海区可谓是四通八达，区内荣乌、潍日高速穿越而过，益羊、德龙烟、疏港铁路等在此交会，叠加潍坊港海运的地利，实现了互通互融发展。

此外，滨海现有37万亩成方连片待开发用地，能够直接承载5000亩以上的大型项目落地。区内拥有全省最大的综合性化工园区——绿色化工园区，面积达41.53平方公里，以滨海为中心，方圆150公里范围内可实现与周边化工园区互惠互利。

在资源方面，滨海丰富的地下卤水储存量近22亿立方米，溴素、原盐产量一度占到全国的十分之九和四分之一。

“滨海区当前正全力构建以新医药、新材料、新能源为主导的海洋产业基地，海洋产值占GDP比重达到73.5%，现代海洋化工产业集群入选山东省省级支柱型雁阵集群，千亿级新材料产业集群、新成万亩千亿产业园加快建设，新医药、新材料产值分别突破400亿元和600亿元。”滨海区党委书记、管委会主任韩文宏介绍说。

山东省社会科学院党委委员、副院长，山东省海洋经济文化研究



10月19日，“‘向海图强·向海而兴’潍坊渤海湾高质量发展对接洽谈会”在山东潍坊举行。

本报资料室/图

从平面到立体 潍坊交通重新定义“成本”

潍坊的铁路(高铁)、公路通车里程等多个指标分别位居全省前列，可以说陆地交通体系非常完善。

如果说滨海区的发展拓宽了潍坊的增量，那潍坊市正在建设的现代化立体综合交通网络，则以低物流运输成本挖掘出新的增长潜力。

据记者了解，潍坊作为全国公路主枢纽城市，全市公路通车总里程2.98万公里，随着潍青、济潍、明董高速相继建成通车，现有9条高速穿行，形成“三纵六横”的高速骨干网，高速公路里程866.9公里，提前实现“县县通双高速”目标。而普通国省道通车里程达到2589.9公里，农村公路通车里程为2.7万公里。

此外，潍坊境内有13条铁路，形成了“五横一纵两支”铁路网络，通车里程884公里。高速铁路通车里程357.8公里，国家“八纵八横”高铁主通道有3条途经潍坊。

不仅如此，随着潍烟高铁的建成，京沪高铁辅助通道开工建设，潍坊形成了以潍坊高铁北站为枢纽的“米”字形快速铁路网，实现北京1.5小时、上海2.5小时通达。

民航方面，潍坊现有客货运航线10条，通航城市13个。通过大力发展特色空港物流，与顺丰速运、邮政航空合作，形成“日客夜货”的全天候运行模式，打造了环渤海地区航空物流分拨中心和货运枢纽节点机场。

在潍坊高铁北站办理完登机手续后，旅客最快27分钟即可到达青岛胶东国际机场。



10月19日，在潍坊渤海湾高质量发展对接洽谈会后，参会嘉宾在潍坊港调研。 本报资料室/图

机的余力运输，那成本可能会降到每公斤2毛—3毛钱。这就是综合交通运输体系所发挥的综合效益”。刘学建介绍。

在铁路货运方面，虽然潍坊的高铁已经非常完善，但是货运铁路体系仍存在短板，包括与国家铁路网实现互联互通，以及实现疏港目标。

未来港口要实现降低物流成本，除了需要解决水运能力，还要解决货物如何到达港口的问题。

此外，围绕低空经济，潍坊市也做了一系列部署，并由常务副市长

院院长、研究员崔凤祥在接受记者专访时表示，从发展基础看，潍坊的沿海属于淤泥质的海滩，它和基岩质的海滩有明显的区别。一方面，潍坊不能像青岛、烟台、日照等一样建设大的港口。另一方面，从城市布局来看，潍坊不像那种传统意义上的滨海城市可以临海而建，所以旅游、房地产等开发较晚。

也正因此，滨海区在海洋开发利用方面有自己独特的优势。记者了解到，滨海区的地下卤水资源，为海洋化工精细化开发利用提供了充足原料。

此外，潍坊的沿海开发空间大，对生物医药、海洋化工等上下游企业具有较强的吸引力。

对潍坊而言，作为沿海城市，其拥有自己的港口、海岸、海洋，这是经济发展的一大优势，有了港口就可以走向海洋，走向四大洋。

从人才到旅游 多部门协力“五指成拳”

在当下，省钱就是赚钱。伴随交通物流成本、人才成本、合规成本的提升，对企业而言，不能谋一时一地，更要实现交通、人才、旅游、海渔等多方面支撑。

1988年在浙江绍兴创办的新和成，于2007年落户潍坊滨海，累计投入超200亿元，目前已建成6家子公司，其中4家为高新技术企业，涉及新材料、新医药等多个领域。其产品赖氨酸打破国外垄断，实现30万吨的自主产能。

数据显示，今年1—9月份，公司营业收入达114亿元、同比增长50%，税收13亿元、同比增长27%，出口创汇6.5亿美元、同比增长48%，今年预计产值达到140亿元以上。

新和成相关负责人表示，公司现有研发人员2600人，其中博士25人。目前正从战略需求出发加快人才高地建设，特别是对五大类人才的引进与培养，这为公司发展提供了源源不断的人才动力。

事实上，对人才的渴求并非新和成一家。

潍坊市教育局局长王霞表示，在海洋人才培养方面，围绕服务海洋化工、海洋装备、临港物流、海洋渔业等产业领域，重点打造了邮轮运营服务专业群、化工技术专业群等10个市级高水平专业群。

按照潍坊市教育局的安排，目前在人才培养方面，6个海洋装备领域专业，年培养人才1000余名；6个海洋化工领域专业，年培养人才1700余名；5个临港物流领域专业，年培养人才500余名；3个海洋渔业领域专业，年培养人才300余名。

同时，潍坊市还支持学校面向社会开展涉海培训项目，每年培训3万余人次，有效满足了航运企业的用人需求。

王霞介绍，通过搭建产教

对话平台，近年来潍坊校企协同培养了海洋专业人才2500余人。以山东海化集团为例，目前该公司70%以上的新增劳动力来自职业院校。

在产、城、港融合的背景下，旅游作为活跃地方经济的重要途径，对沿海城市的意义不言而喻。

潍坊市文化和旅游局党组成员、副局长宿立军表示，通过狠抓文旅项目建设，沿海三区市30个项目今年已完成投资13.88亿元。

五指成拳，多方发力，如何让潍坊“向海图强·向海而兴”。潍坊市海洋发展和渔业局党组书记、局长李庆华表示，2023年，潍坊实现海洋生产总值1596.8亿元，占全市GDP比重达到21%。在海洋产业方面，经过多年发展，全市已建成海洋特色园区27个、涉海企业近7000家，其中规上企业2500余家。形成了海洋化工、海洋动力装备、海洋生物医药等优势产业集群。

据悉，潍坊陆域面积1.57万平方公里，海岸线158公里、海域面积1300平方公里。在山东发展格局中可以概括为“4321”：GDP总量山东第四，贷款余额山东第三，工业山东第二，农业水平山东第一。

中国国土经济学会理事长、中国宏观经济研究院二级研究员肖金成表示，发展新质生产力主要靠技术创新来推动产业升级，特别是通过颠覆性技术和前沿科技来催生新产业、新模式、新动能。“坚持陆海统筹，加快建设海洋强国”关键要将“陆地”上的资本引导至“海洋”。

对潍坊而言，作为沿海城市，其拥有自己的港口、海岸、海洋，这是经济发展的一大优势，有了港口就可以走向海洋，走向四大洋。

集装箱航运价格三连涨 远洋航线走势逐渐分化

本报记者 孙丽朝 北京报道

经历三个多月的跌跌不休之后,集装箱航运价格终于在

10月底开始出现回升。

11月8日,上海航运交易所发布的上海出口集装箱综合运价指数(SCFI)为2331.58点,

较上期上涨1.2%,这是该指数连续第三周上涨,较10月18日的低谷上涨了约13%。

面对日益复杂的国际贸易

环境,中国出口继续稳定增长,这有利于中国出口集运市场保持稳中向好的局面。

业内人士分析,这波运价上

涨主要是由于欧美航线大范围停航,以及圣诞前外贸订单出现出货潮,导致市场短期供需关系变化。“不过,由于欧美市场需求

较弱,预计后期整体运价上涨行情难以持续,欧洲、美东、美西等远洋航线走势或将逐步分化。”一位市场人士预测。

大范围停航成运价上涨主因

多种因素叠加,停航比例上升,个别航线如华南到欧洲,停航比例一度接近四成。这导致10月中下旬时间内开始出现严重的爆仓和甩柜。

上海航交所11月9日发布的《中国出口集装箱运输市场周度报告》(以下简称《报告》)显示,以美元计价,中国10月出口同比增长12.7%,升至27个月以来的高位。面对日益复杂的国际贸易环境,中国出口继续保持稳中向好的局面创造了条件。

就欧洲航线来看,运输需求保持在高位,推动即期市场运价继续上行。11月8日,上海港出口至欧洲基本港、地中海基本港市场运价(海运及海运附加费)分别为2541美元/TEU(长度为20英尺的集装箱,也称标准箱)和3055美元/TEU,较上期分别上涨4.1%和5.1%。

《报告》指出,从北美航线来看,美国大选尘埃落定,未来需要重点关注美国贸易政策变动对北美航线运输市场的影响。11月8

日,上海港出口至美西和美东基本港市场运价分别为4729美元/FEU(长度为40英尺的集装箱)和5281美元/FEU,分别较上期下跌2.0%、上涨0.4%。

市场层面,10月底,北美、南美、欧洲、东南亚等航线均出现爆仓情况,部分航线爆舱情况蔓延至11月份。

壹航运创始人兼CEO钟哲超对《中国经营报》记者表示,10月份开始的这波上涨行情,主要是欧美航线大范围停航所致。

对于船公司停航,钟哲超解释,一方面是此前运费持续三个多月下跌,船公司有停航动力,且受到欧美部分港口拥堵和罢工等因素影响,部分航线船期不稳定,船公司希望通过停航重新梳理船期;另一方面,12月是欧线长期合同运价谈判时

间,如果即期运价继续下跌,船公司在谈判中将陷入被动,船公司基于货量不足、运费低迷及重新梳理船期等多重因素考量推出大面积停航,短期市场效果明显,稳住了运价持续下跌的颓势。

德路里世界集装箱指数(WCI,以下简称“德路里”)9月29日发布的取消航次跟踪数据显示,从2024年9月30日到11月3日这五周内,主要的东西向主航线——跨太平洋、跨大西洋以及亚洲—北欧和地中海航线已宣布了100个航次取消,取消航次总数占计划693个航次的14%。

“多种因素叠加,停航比例上升,个别航线如华南到欧洲,停航比例一度接近四成。这导致10月中下旬短时间内开始出现严重的爆仓和甩柜。”钟哲超介绍。

德迅物流在11月7日发布的《全球海运市场动态(十一月上旬至十一月中旬)》中,就中美、中欧航线运价趋势分析称,基于目前市场情况,美西南航线维稳中仍有下行的趋势,美西北下行迅速,但船公司整体装载率仍然居高,美东受空班影响,维稳中呈现上行趋势。

对于中欧航线,尽管船公司有挺价举措,并且部分已宣布下半月的推涨计划,但市场接受程度有待观察,受11月上旬停航影响,舱位略显紧张,但整体仍可供应。

股东的净利润381.24亿元,同比增长72.73%。其中,第三季度实现营业收入735.13亿元,同比增长72.00%;归属于上市公司股东的净利润212.54亿元,同比增长285.70%。中远海控表示,业绩增长主要得益于集装箱航运业务效益的显著增长。

德路里显示,截至11月7日,WCI上升7%至3444美元/FEU,比2021年9月疫情高峰时的10377美元/FEU下降了67%,比2019年疫情前1420美元/FEU的平均水平高出142%。得益于历史高位运价的支撑,全球主要集装箱航运巨头2024年业绩均大幅增长。

中远海运控股股份有限公司(以下简称“中远海控”)2024年第三季度报告显示:公司前三季度实现营业收入1747.37亿元,同比增长29.80%;归属于上市公司股东的净利润381.24亿元,同比增长72.73%。其中,第三季度实现营业收入735.13亿元,同比增长72.00%;归属于上市公司股东的净利润212.54亿元,同比增长285.70%。中远海控表示,业绩增长主要得益于集装箱航运业务效益的显著增长。

2023年11月以来,也门胡塞武装多次袭击红海及附近水域船舶,这导致全球运力缩减,运价上涨。

2023年11月以来,也门胡塞武装多次袭击红海及附近水域船舶,全球多家航运巨头无奈暂停了集装箱船在红海及其毗连海域航行,改道绕行非洲好望角,这导致全球运力缩减,运价上涨。

海运市场当前的变化尚未对中欧班列运价产生影响。

一位负责中欧班列的货运代理对记者表示,相比于海运的体量,中欧班列运输量非常小,市场需求也相对较小。目前大部分平台待订舱位都较为富余,成都、西安、郑州等地去往欧洲的班列运价在10月底略有下降,但整体运价比较平稳。

后续增长乏力

对于中欧航线,尽管船公司有挺价举措,并且部分已宣布下半月的推涨计划,但市场接受程度有待观察,受11月上旬的停航影响,舱位略显紧张,但整体仍可供应。

“船公司想继续推涨,但目前来看市场需求无法支撑运价继续大涨,预计短期内市场将处于平稳状态。”钟哲超表示,在2025年中国农历新年之前,预计还会有一波出货高峰。未来外贸和航运市场情况存在多种不确定因素,例如特朗普上台后的关税政策及对红海危机的处理举措等,均将影响后期集装箱航运价格。

上海国际航运研究中心首席信息官徐凯对记者表示,这波集装箱价格上涨主因是市场短期供需关系变化。在圣诞节前期,是欧美传

统进口旺季,海外采购商加大采购。“从未来一个月订舱情况来看,欧线运价比美线更有支撑力,预计短期内欧线运价将延续涨势,美线可能出现相对持平或缓涨的态势。”徐凯认为,随着圣诞节备货期的结束,未来运价终将会回落,但预计不会出现踩踏式下降,而将是稳中有降。

上海一家国际货运公司人士也对记者表示,从收货情况来看,当前市场需求并没有明显增多,远不及去年同期红海危机爆发后火热的市场行情。

德迅物流在11月7日发布的《全球海运市场动态(十一月上旬至十一月中旬)》中,就中美、中欧航线运价趋势分析称,基于目前市场情况,美西南航线维稳中仍有下行的趋势,美西北下行迅速,但船公司整体装载率仍然居高,美东受空班影响,维稳中呈现上行趋势。

对于中欧航线,尽管船公司有挺价举措,并且部分已宣布下半月的推涨计划,但市场接受程度有待观察,受11月上旬停航影响,舱位略显紧张,但整体仍可供应。

运价仍处于历史高位

2023年11月以来,也门胡塞武装多次袭击红海及附近水域船舶,这导致全球运力缩减,运价上涨。

徐凯提醒,从历史运费来看,除了2021年疫情导致全球供应链混乱,运价大涨的情况下,当前运价处于近十年的历史高位,市场总体供大于求,未来运价是否大幅回落主要看红海危机和国际局势等地缘冲突的走势。

德路里显示,截至11月7日,WCI上升7%至3444美元/FEU,比2021年9月疫情高峰时的10377美元/FEU下降了67%,比2019年疫情前1420美元/FEU的平均水平高出142%。

得益于历史高位运价的支撑,全球主要集装箱航运巨头2024年业绩均大幅增长。

中远海运控股股份有限公司(以下简称“中远海控”)2024年第三季度报告显示:公司前三季度实现营业收入1747.37亿元,同比增长29.80%;归属于上市公司股东的净利润381.24亿元,同比增长72.73%。其中,第三季度实现营业收入735.13亿元,同比增长72.00%;归属于上市公司股东的净利润212.54亿元,同比增长285.70%。中远海控表示,业绩增长主要得益于集装箱航运业务效益的显著增长。

股东的净利润381.24亿元,同比增长72.73%。其中,第三季度实现营业收入735.13亿元,同比增长72.00%;归属于上市公司股东的净利润212.54亿元,同比增长285.70%。中远海控表示,业绩增长主要得益于集装箱航运业务效益的显著增长。

季度,马士基实现营收157.62亿美元,同比增长30%,其中海运业务营收同比增长40.6%至111.07亿美元。

2023年11月以来,也门胡塞武装多次袭击红海及附近水域船舶,全球多家航运巨头无奈暂停了集装箱船在红海及其毗连海域航行,改道绕行非洲好望角,这导致全球运力缩减,运价上涨。

海运市场当前的变化尚未对中欧班列运价产生影响。

一位负责中欧班列的货运代理对记者表示,相比于海运的体量,中欧班列运输量非常小,市场需求也相对较小。目前大部分平台待订舱位都较为富余,成都、西安、郑州等地去往欧洲的班列运价在10月底略有下降,但整体运价比较平稳。

中国供应链韧性逐渐凸显 国际物流巨头加码在华投资

加强在华物流网络布局

本报记者 方超 石英婧

上海报道

在中国外贸韧性持续显现、企业加速出海的大背景下,不少国际物流巨头进一步加码中国市场。

资料显示,DHL快递近年来在华投资已累计超过20亿元,11月11日,联邦快递(FedEx)对外透露加密青岛至美国国际货运航线班次,其此前更宣布在上海打造洲际转运中心。

联邦快递高级副总裁、中国区总裁许宝燕在接受《中国经营报》记者采访时表示,升级后的洲际转运中心,将进一步助力上海打造全方位门户复合型国际航空枢纽,推动国际航空货运枢纽建设。

对于物流企业加快在中国布局步伐,申万宏源研报指出,随着企业加速在海外进行生产布局,我国对新兴市场的中间品和资本品出口有望继续保持稳健增长,这不仅缓解了部分制裁压力,还使我国出口结构在全球供应链中更加多元化和富有韧性。

在先前布局北上广深四大一线城市后,国际物流巨头联邦快递按下了在华网络扩展的“加速键”。11月11日,联邦快递对外宣布

加密青岛至美国的国际货运航线班次,并正式启用青岛国际口岸操作中心,进一步加强联邦快递在华物流网络布局。据悉,该航线从青岛

胶东国际机场起飞,经停日本大阪,前往美国田纳西州的孟菲斯。

记者从联邦快递获悉,上述航

班,升级后增至周一至周五运营,每周五个航班,采用B777货机执飞,增加航班使得青岛及山东地区客户出口北美的包裹和重货的运输时间相比以往缩短一天,部分出口美国的货件可实现次日达。

除了推动青岛至美国国际货运航线全面升级外,联邦快递在中国的第五个国际口岸操作中心也正式投入使用。

联邦快递提供给记者的信息显示,已正式投入使用的联邦快递青岛国际口岸操作中心,成为继北京、上海、广州、深圳的国际口岸操作中心之后,联邦快递在中国的第五个国际口岸操作中心。

“该航线的全面升级和青岛国际口岸操作中心的正式启用,将进一步使联邦快递在市场竞争中脱颖而出。”许宝燕表示。

记者注意到,在布局青岛之外,联邦快递近期另一大动作是

宣布在上海升级打造洲际转运中心。10月22日,联邦快递宣布其位于浦东国际机场的上海国际快件和货运中心升级为洲际转运中心。

对于这种安排,许宝燕向记者介绍,作为中国对外贸易与经济发展的重要支点,上海在联邦快递全球网络中起到关键的战略作用,公司将持续拓展在该地区的布局。

早在2004年,联邦快递便将中国区总部设立在上海。2018年投入使用的上海国际快件和货运中心,更是成为联邦快递在亚太地区的重要设施之一。

在许宝燕看来,近年来,上海不断强化开放枢纽门户功能,锚定建设世界级航运航空枢纽的目标。升级后的洲际转运中心,将进一步助力上海打造全方位门户复合型国际航空枢纽,推动国际航空货运枢纽建设。

坚持与中国市场同频共振

助力上海打造国际航空枢纽的背后,联邦快递在中国的布局图也受到市场关注。

公开信息显示,联邦快递是全球最大的快递运输公司之一,服务网络覆盖了全球220多个国家和地区。

联邦快递方面向记者介绍,1984年,联邦快递进入中国市场。目前,联邦快递在中国拥有五个国际口岸操作中心,分别位于北京、上海、广州、深圳以及青岛,拥有近

1.1万名员工和近3000辆配送车,每周进出中国内地的国际航班超300架次。

在中国物流市场加快数字化转型步伐的当下,作为全球物流巨头的联邦快递,也在谋求通过“不断应用大数据、人工智能等创新技术服务于中国客户”。

许宝燕向记者介绍,今年5月,联邦快递在中国内地正式推出“联邦快递进口清关在线申报工具”,

与现有出口在线申报工具相辅相成,利用数字化创新,为中国客户提供更为全面、高效的进出口清关服务。

早在去年10月,联邦快递宣布在中国大陆推出全新智能手机运输解决方案FedEx Ship Manager Lite,并特别集成联邦快递在线出口申报工具,为客户提供便捷高效的无纸化服务。

除此之外,联邦快递还在核心

数据资产上进行部署,结合人工智能和物联网等新兴技术,构建敏捷的物流基础设施,助力中国客户打造弹性供应链,在激烈的市场竞争中脱颖而出。

许宝燕认为,联邦快递能够在中国市场取得长足发展主要有两方面原因。“一方面是联邦快递始终坚持以中国市场同频共振,并通过全球网络、运力及服务优势,将中国市场与全球市场紧密相连;另

一方面是联邦快递将最新科技应用于中国市场,利用数字技术为客户提供高质量运输服务体验,通过数字化运营和智能物流网络,提升货运效率。”

在许宝燕看来,坚持与中国市场同频共振,继续发力物流网络、跨境电商、创新技术、可持续发展等关键领域,在助力中国推动经济社会和对外贸易发展的同时,也可以为全球经贸发展作出贡献。



图为2024年11月11日,联邦快递执飞青岛至美国国际货运航线的B777货机在青岛胶东国际机场受到水门礼迎接。受访者/供图

逆周期政策效果显现 四季度经济有望稳中有升

本报记者 谭志娟 北京报道

9月下旬以来，伴随一揽子增量政策逐步落地生效，主要经济指标明显回升。

2024年11月15日，国家统计局发布的数据显示，10月份，社会消费品零售总额同比增长4.8%，比上月加快1.6个百分点；1—10月，全国固定资产投

资同比增长3.4%，增速与1—9月份持平。

稍早出炉的10月出口增速也超市场普遍预期：以美元计价，10月出口同比增长

12.7%，较9月大幅反弹10.3个百分点。

在业界专家看来，主要经济指标的回升反映出国内一揽子逆周期政策效果显现，消费

和内需复苏动能明显增强，这为实现全年5.0%的经济增长目标创造了良好基础。

国家统计局表示，下阶段，要扎实推进高质量发展，加快

构建新发展格局，加快推进一揽子增量政策落地落实，巩固和增强经济回升向好态势，努力完成全年经济社会发展目标。

消费增速显著加快

未来降准降息、降存量房贷利率、逾10万亿元化债等宏观政策有望接续发力，这对扩内需、稳地产、防风险、促消费具有重要意义。

国家统计局发布的数据显示，10月份，社会消费品零售总额45396亿元，同比增长4.8%，环比增长0.41%。

谈及10月消费增速比上月加快的现象，川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳在接受《中国经营报》记者采访时表示，这主要受益于消费品以旧换新政策效能的持续释放以及“十一”假期的提振。

在消费品以旧换新政策带动下，10月份，限额以上单位家用电器和音像器材类、文化办公用品类、家具类、汽车类商品零售额分别增长39.2%、18.0%、7.4%、3.7%，比上月分别加快18.7、8.0、7.0、3.3个百分点。

民银研究报告指出，10月份，各地围绕消费品以旧换新，依托多元化特色消费场景组织开展丰富多彩的消费促进活动，居民消费潜力加速释放，加之国内迎来长假，居民出行意愿高涨，推动消费市场升温。

据民银研究的统计，10月汽车销售表现较好，1—27日，乘用车市场零售同比去年增长9%，较上月同期增长2%；同时，10月楼市也出现积极变化，新建商品房和二



手房成交总量同比增长3.9%，自今年2月连续8个月下降后首次实现正增长，有利于居住类相关消费改善。

值得一提的是，中国仍然是全球贸易增长驱动力。

中国国际进口博览局副局长吴政平透露，第七届进博会按年计意向成交金额800.1亿美元，比上届增长2.0%。进博会期间，有39个政府交易团和4个行业交易团，共计780个分团到会采购，为历届最多。

光大银行宏观市场部研究员周茂华对记者表示，由于9月以来，国内出台增量逆周期调节政策规模超预期，社会预期明显改善；设备更新与消费品以旧换新存量政策效果在释放，各地消费券派发、商家促销配合，活跃消费市场；再加上房地产呈现企稳迹象，股市回升产生一定财富效应，由此预计年内消费复苏动能有望进一步增强。

国家统计局数据显示，1—10月份，社会消费品零售总额398960亿元，同比增长3.5%，比1—9月份加快0.2个百分点。全

国网上零售额123632亿元，同比增长8.8%。其中，实物商品网上零售额103330亿元，同比增长8.3%，占社会消费品零售总额的比重为25.9%。1—10月份，服务零售额同比增长6.5%。

陈雳认为，未来降准降息、降存量房贷利率、逾10万亿元化债等宏观政策有望接续发力，这对扩内需、稳地产、防风险、促消费具有重要意义。“随着这些政策效能的不断显现，社会消费品零售总额同比有望维持较高增速。”

四季度经济或将稳中有升

业内专家认为，四季度将继续出台一系列稳增长措施。但仍需密切关注国内外经济形势变化，及时应对可能出现的风险和挑战。

除了消费增速的显著加快，一些先行指标也表明经济正在企稳回升。

国家统计局数据显示，10月上旬与9月下旬相比，监测的50种重要生产资料价格有33种上涨、3种持平，只有14种下降；而9月中旬与9月上旬相比，只有18种上涨、2种持平、30种下降。

其中，价格回升有利于企业经营状况的改善。比如钢材价格、化工产品的价格，都出现了企稳回升的积极变化。

由于消费的回暖，一些外资投行也纷纷上调我国四季度与全年经济增长预期。高盛将中国今年第四季度GDP环比折年率增长预期从5.5%上调至7.5%，同时将2024年全年实际GDP增速从4.7%提高到4.9%。

瑞银亚洲经济研究主管及首席中国经济学家汪涛认为，鉴于三季度中国GDP同比增速强于预期，叠加近期政府出台的一系列政策支持，预计四季度GDP环比增速有望进一步上升。

国家统计局副局长盛来运就2024年前三季度国民经济运行情况答记者问表示，前三季度GDP增长4.8%，为实现全年目标打下了坚实基础。“四季度经济会延续9月份已经出现的企稳回升态势，我

们对完成全年目标充满信心。”

北京社会科学院副研究员王鹏在接受记者采访时表示，得益于前期政策效应的持续显现以及一揽子增量政策的出台，预计四季度经济走势稳中有升。

具体来看，四季度财政政策可能加大力度，主要通过调增赤字率、发行特别国债等方式为经济提供更多支持；货币政策或将保持宽松态势，适时降准、降息以降低企业融资成本；针对房地产、制造业等重点领域，或将出台更多扶持政策，促进产业转型升级和高质量发展。

在政策走向上，周茂华认为，目前国内物价处于低位，海外政策转向，国内常规政策工具空间充足。

业内专家认为，四季度将继续出台一系列稳增长措施。但仍需密切关注国内外经济形势变化，及时应对可能出现的风险和挑战。

11月15日，国家统计局官网撰文称，10月份，一系列存量政策和增量政策协同发力、持续显效，消费、服务业、进出口等主要经济指标明显回升，就业物价总体稳定，社会预期持续改善，高质量发展扎实推进，积极因素累积增多，国民经济运行稳中有进、稳中有升。

消费市场深度洗牌 中国正步入“第四消费时代”？

本报记者 黎慧玲 北京报道

不断下沉的市场空间将为未来发展提供稳固支撑。

中国消费市场正经历前所未有的变革。在过往高基数与当下不确定性的双重背景下，行业洗牌加剧，市场正面临新拐点。

2024年11月11日，管理咨询机构Kearney（科尔尼）最新发布的《中国消费趋势报告》（以下简称《报告》）指出，伴随消费者需求结构升级和消费习惯的理性化转型，中国消费市场正逐步展现出与日本“第四消费时代”相似的特征。消费结构从单一多层次扩展，消费者偏好逐步向个性化、体验型和高性价比转变。

“第四消费时代”是对日本消费模式演变的描述，它起源于日本学者三浦展提出的消费社会阶段理论，“低欲望”“舍断离”“基本款”“实用化”是“第四消费时代”的代表词。自2005年以来，随着人口老龄化和低增长经济，日本消费市场逐渐进入“第四时代”。

“中国出现了‘类第四消费时代’特征，但与三浦展提出的概念相差很大。”国内衍生设计服务平台The equal lab创始人明志对《中国经营报》记者表示，得益于中国更广袤的消费市场，以及更开阔多样的销售渠道，中国消费市场的转变或许将走上一条完全不同的道路。

“消费的乐章”还未进入尾声，科尔尼大中华区总裁贺晓青认为。

2024年，中国消费品零售行业发生显著分化。国家统计局发布的数据显示，今年前三季度中国社会消费品零售总额同比增长3.3%。虽仍是经济增长的支柱，但增速对比往年显著放缓。

科尔尼认为，在经济增速逐步稳健放缓的过程中，中国消费市场依然具备韧性，巨大的消费基数和

这从一定程度上带来消费需求分层，中国消费者正逐渐从“刚需”到“享受”层次，形成了需求金字塔。底层消费聚焦于健康安全的必需品，中层消费关注智能家电和家居等实用产品，而顶层消费则在美妆、服饰等品类上倾向于更高层次的情怀化需求。

多元的销售渠道与分层的消费客群，促使线下体验式消费的回归。

从渠道视角看，在国内，电商仍是“超级渠道”，但随着会员店、折扣店等新兴渠道的兴起，线下实体渠道将重新回到市场的聚光灯下，这些已经被国外验证过的店型，在中国进入高速发展期。

沃尔玛旗下的山姆会员商店就是一个典型案例，这家采用会员制的大型超市正受到更多国内消费者的青睐。根据山姆官网公开数据，截至2023年，山姆在国内的会员人数已经超过500万，人均消费超过1.3万元。

这样“线上+线下”渠道融合的会员店，正在吸引大批高消费群体。

10月18日，位于东莞的山姆会员店开业，这是山姆在国内的第50家门店，开业当天人满为患。崔杰在东莞经营着一家电子科技公司，他办理了260元普通会员卡，消费了495元，不到东莞全店会员当日平均消费金额的一半，“只买了5样东西，人太多了走都走不动。”崔杰说，以前想到山姆买东西要开一个多小时车去深圳。

巨大的消费人口基数、未被充分挖掘的下沉市场、完善而敏捷的商品供应链，成熟又充满活力的电商环境——这些中国市场特色的“基本盘”都未改变，贺晓青认为：“中国消费品零售市场距离低欲望的‘第四消费时代’还有很大距离。”

商学院

2025年

打造一座没有围墙的商学院

征订现已开启

全彩印刷 全国发行 邮发代号：2-520 订阅热线：010-88890090 480元/年 每月8日出版

全球视野 中国功夫 以新锐前沿的案例 洞察市场 赋能决策 在技术迭代的碰撞之下 在组织转型的困局之中 找到那一束光 文化导航 战略驱动 在新商业文明的瀚海中 成就新一代企业家

扫码购买

普惠金融改革试验区探路：“试点经验”走向“示范标准”

本报记者 石健 北京报道

如果说普惠金融是一粒惠及民生的种子，那么改革试验区则是一片孕育创新的沃土。经过10年的发展，普惠金融的“种子”已经在多个改革试验区播撒，提升了金融服务可得性，支持了民生持续改善，有效服务了实体经济。

值得注意的是，普惠金融改革试验区不仅着眼于“试点经验”，更注重“示范标准”。日前，浙江省丽水市已先后牵头编制发布和参与起草《基于生态产品价值实现的金融创新指南》等17项金融标准，并联合中国普惠金融研究院构建“普

惠金融高质量发展评估体系”。

人民银行丽水市分行党委书记、行长顾锦杰在接受《中国经营报》记者采访时说：“开展普惠金融服务乡村振兴改革试验区10年来，丽水从实际出发，始终坚持‘需求导向’和‘问题导向’，坚持不懈推进基层探索实践，致力于为全国

探索可复制可推广的普惠金融改革路径。为了更好推广经验，有必要在推进普惠金融改革的同时构建评估体系开展相关评估工作，以此常态化总结回顾、提炼经验、发现问题并找到解决方案，争取形成可复制推广的改革模式，更好推动全国普惠金融改革工作。”

创新金融沃土

随着理财行业竞争的加剧，各大理财公司纷纷降低费用，以期通过更具吸引力的成本结构获得更多市场份额。

丽水莲都夏女士于2022年到贵州省毕节市经营小超市，生意的起步发展阶段资金需求量较大。夏女士通过贵州商会了解到丽水市“两小”创业通平台，在平台上向丽水市的莲都农商银行申请了一笔185万元个人经营性贷款，且贷款利率仅为4.05%，解决了资金上的燃眉之急。2023年，丽水市政府为“两小”创业通平台按照200BP的标准建立了贷款贴息配套政策，2023年年底夏女士收到了2.7万多元的贷款贴息。2024年9月，丽水市政府再次为“两小”创业通平台建立了“外出创业无忧保”配套政策，由财政全额支付保费为“两小”商户提供财产险、第三者公众险和经营户人生意外险等保险保障。夏女士在第一时间选择了参保。目前，夏女士经营着300多平方米的超市，年营业额超400万元，经营已走上了正轨。

顾锦杰告诉记者，夏女士通过“两小”创业通平台获得贷款外出创业的故事，是丽水市近年来通过推进普惠金融与数字金融融合发展，助力区域特色经济发展的一个典型案例。丽水农村居民外出创业开设的小超市、小宾馆超过6万家，覆盖全国31个省份，但长期以来，由于“两小”属于轻资产，经营的超市、宾馆基本上都是租赁资产，不能用于抵押，在经营地以外地人身份申请贷款面临贷款难、贷

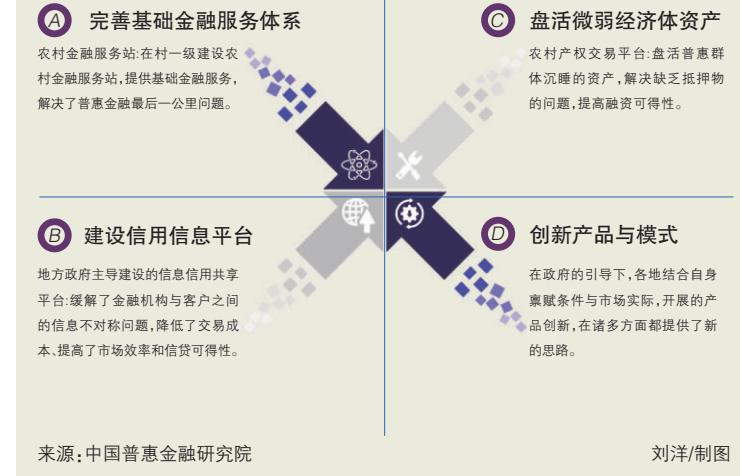
款贵问题；与此同时，丽水本地的银行向“两小”发放贷款过程中，既面临贷前调查、贷后管理成本高，也面临着经营信息无法及时获取带来的高风险。在这一背景下，丽水市政府创新开发上线了“两小”创业通平台，提供商户经营和结算信息共享查询、贷款融资对接、政府政策推动等服务，通过降低丽水本地银行向“两小”商户放贷成本和风险，有效解决了“两小”商户贷款难、贷款贵问题，特别是通过政府配套建立注册奖励、财政贴息和财政全额补助保险的政策，大幅度提升了“两小”商户金融服务获得感和平台可持续运行能力。

目前，平台注册商户已经突破3万户，累计带动资金回流520亿元，既为外出创业丽水人提供了有效金融服务，也有力助推了丽水金融产业发展。

记者了解到，丽水市在普惠金融改革的过程中，创新推出“生态抵押贷”“生态信用贷”“浙丽林业碳汇贷”，以及“两小”创业通平台、“政银保共富体系”、政府性融资担保市域一体化改革等。

在众多普惠金融改革试验区中，除了像丽水这种惠及个体创业主之外，在陕西省铜川市，则创新了“基础金融不出村，综合金融不出镇”的金融举措。铜川一家从事菌种研发、菌棒生产以及深加工于一体的企业，就是铜川市“再贷款+”

普惠金融改革试点提供的经验



模式支持乡村振兴的受益企业。

据了解，中国人民银行铜川中支围绕当地主导产业香菇产业发展，积极探索运用央行政策工具和财政贴息政策，探索现代农业“四全”金融服务模式。尤其是在产业链发展之初，发挥金融顾问制度作用，围绕香菇产业基地建设、技术研发、收购销售等各环节，对企业、农民专业合作社、家庭农场等经营主体分类施策，提供“融资融智”支持，加大信贷投放力度。

中国人民银行铜川市分行副行长陈涛对记者说：“人行铜川中支将紧扣全国普惠金融改革试验区建设安排部署，充分发挥以央行货币政策工具为核心的‘人民银

行+地方政府+银行+经营主体’联结机制作用，深化现代农业产业链条+全周期+全流程+全参与’金融服务模式，力争让该服务模式惠及更多的农业产业链，充分发挥普惠金融作用，为铜川市乡村振兴贡献更多的金融力量。”

前不久，中国普惠金融研究院发布的《2023年丽水市普惠金融改革评估报告》显示，丽水普惠小微贷款增速、涉农贷款增速、绿色贷款增速均超过全国平均水平，农业保险密度也超额完成预定目标。这些量化指标充分表明丽水在普惠金融高质量发展方面的探索和实践，为绿色普惠、数字普惠、社会责任投资等融合创新提供借鉴。

10万亿化债“组合拳”缓释地方隐性债风险

本报记者 秦玉芳 广州报道

日前，财政部发布近年来最大规模地方政府债务化解方案，在增加6万亿元地方政府债务限额置换地方政府隐性债务的同时，新增4

万亿元用于化债的地方政府专项债券。

新化债方案的落地，向市场传递了积极的信号，稳定市场预期。财政部表示，2028年之前，地方需消化的隐性债务总额将从14.3万

亿元大幅降至2.3万亿元。

市场人士分析指出，本次化债思路与以往不同，通过专项债债务置换而非地方政府自身财力化解大部分隐性债务。新化债政策的落地，将释放地方政府财力和精

力，以改善民生、支持创新、促进消费等方面。

不过，债务置换是从隐性转为显性，并未消失，仍需要强化地方政府的债务管理，如何稳定偿债来源仍是难题。

最大力度化债方案出炉

十四届全国人大常委会近日表决通过了全国人大常委会关于批准《国务院关于提请审议增加地方政府债务限额置换存量隐性债务的议案》的决议（以下简称《议案》）。

《议案》明确，增加6万亿元地方政府债务限额，分三年安排实施；6万亿元全部安排为专项债务限额，允许地方用于置换纳入监管范围的各类隐性债务。

同时，财政部部长蓝佛安在全国人大常委会召开的新闻发布会上表示，从2024年开始连续5年每年从新增地方政府专项债券中安排8000亿元，专门用于化债，累计可置换隐性债务4万亿元。

两项措施加持下，地方化债资源将累计释放10万亿元。

这是近年来规模最大的一轮化债。公开资料显示，自2015年以来，已出现了四轮大规模地方政府化债：2015年—2018年，累计集中发行了12.2万亿元的置换债券，以置换非债券形式的政府存量债务；2019年，在债务压力较大的地方选择建制县作为隐性债务化解试点，发行1579亿元新增政府债券用于置换部分隐性债务。2020年—2022年，发行1.13万亿元特殊再融资债，进一步推进隐性债务的化解；2023年—2024年，财政部分别安排2.2万亿元和1.2万亿元债券额度支持化债。

川财证券首席经济学家陈雳

认为，本次债务置换是近年来支持力度最大的政策举措。“一方面，已安排的化债资源达10万亿元，总量大；另一方面，后续财政政策发力空间较大，留给市场的想象空间较为充足。”

市场人士普遍认为，大力度地减轻地方政府偿债压力，刺激经济可持续发展，是推动本轮最大规模化债方案出台的重要原因。

根据《议案》，截至2023年末，全国地方政府隐性债务余额14.3万亿元。按照2023年国内生产总值(GDP)初步核算数126.06万亿元计算，考虑法定政府债务和隐性债务后的全国政府负债率(债务余额/GDP)为67.5%。

中国银行(601988.SH)研究院研究员范若滢指出，当前中国正处于新旧动能转换的关键期，经济下行压力较大，周期性与结构性问题交织。地方政府债务问题是重要风险点，解决地方政府债务问题对推动中国经济持续健康发展具有重大意义。

在西班牙对外银行香港分行亚洲首席经济学家夏乐看来，短期来看，地方政府的偿债压力已成为制约中国经济发展的关键问题。有效减轻这一压力，不仅有助于刺激经济，更是对未来经济增长模式转变的重要一环。

对于地方政府而言，化债意味着能将更多精力投入地方经济发展，同时避免三角债的困扰。

从长远角度看，将隐性债务置换为地方债，可节省巨额利息支出。这将直接促使地方政府在短期内放开手脚，投入更多资源以刺激经济稳定增长，并加快企业回款，对整个经济产生积极影响。”夏乐表示。

中国人民大学应用经济学院教授、中国人民大学社会科学高等研究院全球政策协同研究中心主任安子栋强调，从短期来看，此次化债方案是近期国家加大逆周期调节一揽子增量政策中的“重头戏”。从长期来看，化解地方债务事关我国经济的长期向好发展，也是为未来经济稳增长释放动能、化解风险和减轻负担。

“此次化债政策发力后，能够缓解大部分的地方政府债务压力。”中国人民大学社会科学高等研究院全球政策协同研究中心研究员李海博表示，随着债务风险的化解，地方政府将腾出更多资金和时间投入推动经济发展中去。同时，由于缓解了短期内的预算约束，地方政府能够更好地平衡短期和长期收益，从而更大力度地支持科技创新、培育经济长期增长潜力，推进更长远和更可持续的高质量发展。

陈雳也表示，政策落地后，地方政府的加杠杆能力将得到有效改善，可将受制于化债压力的政策空间腾挪出来，用于更大力度稳增长、促消费、促投资、稳地产，培育经济增长新动能、助力实体

经济高质量发展。

除了10万亿元的超预期化债规模外，化债思路的转变也是此次化债方案备受市场关注的另一个重要原因。

范若滢指出，从这次化债方案来看，当前地方政府债务化解工作思路发生了根本转变，向社会各界释放积极的政策信号，有利于稳定市场预期。

华创证券在最新研报中指出，与过往相比，本轮财政发力化债思路出现了两个明显转变：一是化被动为主动，二是从点状风险防范化解到全面式防范化解。

惠誉评级亚太区国际公共融资评级高级董事孙浩强调，此次化债，通过专项债债务置换，而不是地方政府自身财力，化解大部分隐性债务。

“根据财政部的表述，主要有三个方面的变化：一是从过去的应急处置向现在的主动化解转变，二是从点状化债向整体性除险转变，三是从隐性债、法定债‘双轨’管理向全部债务规范透明管理转变，四是侧重于防风险向防风险、促发展并重转变。”

不过，中证鹏元在研报中分析认为，此次化债方案与前几轮化债形式上虽有不同，但本质上无差异，无论是置换债、特殊再融资债，还是地方政府专项债，均由地方政府发行显性债券置换隐性债券，将隐债放到明面上来，但举债主体是地方政府而非中央。

优化城投资产质量

超预期化债“组合拳”的落地，在化解地方债务风险的同时，也对金融机构城投资产风险化解带来了利好。

惠誉评级亚太区金融机构评级董事徐雯超指出，更大规模的化债，有利于系统性风险在中短期得到缓释。相应地，也有助于推迟并减少银行平台类相关敞口的风险暴露。特别是新增专项债如果用于加快偿还地方拖欠的企业账款，将有助于缓解相关行业的资产质量风险。

范若滢进一步指出，通过债务置换，大部分地方隐性债务将实现显性化，有利于提升银行资产质量，相关资产风险的担忧有望解除。

陈雳还表示，本次化债政策涉及银行贷款、政府拖欠企业账款等。短期来看，商业银行贷款规模将有所下降；中长期来看，化债政策利好实体经济发展，实体经济融资活力的提升，将为银行信贷稳健增长提供保障。

在提升城投资产质量的同时，新化债政策的实施，将对银行息差带来一定负面影响。范若滢表示，化债本质是用长期低息贷款置换短期高息贷款，可能会导致银行息差进一步收窄。

夏乐表示，地方债的资金主要来源于银行，地方政府实际上是通过国有企业或平台间接向银行借款，利率通常较高。若用地方债置换，对银行来说，不仅信贷规模面临缩减，利率也将降低，息差压力进一步上升。

而在陈雳看来，化债政策将大幅减少地方政府的利息支出，短期来看，商业银行息差将有所下降；中长期来看，预计降低银行负债成

本的相关增量政策将陆续出台，助力银行净息差保持在合理区间。

徐雯超也指出，债务置换势必会对生息资产收益率带来直接影响，进而给银行业净息差带来额外的压力，预计监管方面可能进行新一轮降准，帮助缓解银行业负债端压力。

“银行也需要调整业务策略，更多地向技术创新、心智生产力等政策支持方向靠拢，在个人、中小企业以及制造业等领域挖掘新的增长点。”夏乐强调。

安子栋表示，商业银行是地方隐性债务的主要债权方，用低息的专项债置换这批债务，将降低银行息差，减少贷款规模和利息收入。但同时，用信用等级更高的专项债置换各类隐性债，优化了商业银行的资产质量，提高了银行的信用，也减小了银行的风险敞口，增强银行经营稳健性与可持续性。

随着新的化债方案的落地，在城投资产风险缓释的同时，地方隐性债未来走势也受到广泛关注。夏乐透露，除了已公布的14.3万亿元隐性债外，还有部分归类不明确的隐性债务，其后续处理仍值得关注。

此外，债务置换后，如何保证还款资金的来源，也越来越受市场关注。孙浩表示，隐性债务主要投向缺乏实质经营性现金流的公共投资。地方政府需要通过再融资来偿还这些债务，这将增加其杠杆率的结构性压力。范若滢进一步指出，隐性债务转换成显性债务，但债务并没有消失，未来要进一步完善地方政府债务全链条、全流程监管，建立健全债务风险预警和防控机制，严格控制新增债务规模，确保债务规模与经济发展水平相适应。

理财市场再现“0费率”

本报记者 王柯瑾 北京报道

2024年10月以来,在竞争日益激烈、市场波动频繁以及存款利率下调等因素影响下,理财市场也开启了“降费战”。

开启“降费战”

随着理财行业竞争的加剧,各大理财公司纷纷降低费用,以期通过更具吸引力的成本结构获得更多市场份额。

近期,多家银行系理财产品密集公告调整理财产品费率。记者注意到,11月12日,中银理财连续发布了3条关于理财产品费率优惠的公告。以其中一条公告为例,该公司将于2024年11月19日至2025年6月25日对“中银理财一稳富固收增强优嘉(封闭式)2024年040期”产品费率进行优惠,即产品销售服务费率由0.30%(年化)下调至0.15%(年化)。

此外,还有产品在前期优惠的基础上,进一步下调费率。例如,中银理财已于2024年10月17日起对“中银理财一新城惠盈固收(封闭式)2024年040期”产品费率进行优惠,即产品固定管理费费率由0.12%(年化)下调至0.10%(年化)。现又根据产品运作安排,拟于2024年11月8日至2025年1月22日(产品到期日)进一步优惠,即产品固定管理费费率由0.10%(年化)下调至0.05%(年化)。

据记者不完全统计,11月以来,截至11月13日,中银理财共发布了约30条关于理财产品费率优惠的公告。

中银理财的优惠措施只是银行系理财产品的一个缩影。其他理财产品也密集公告费率优惠措施,甚至有产品再现“0费率”。以光大理财为例,该公司于2024年11月5日(含)起开展“阳光金增利稳健天天购定制(60天最低持有)”理财产品(EW2448)费率优惠活动。其中,B类份额销售服务费产品说明书约定(年化)费率为0.15%,优惠后(年化)费率为0%。

当前,理财产品为何要争相

据《中国经营报》记者观察,近期,多家银行理财公司密集宣布下调旗下理财产品费率,费率调整范围覆盖固定管理费率、销售手续费率、销售服务费等,并再现“0费率”现象。

“降费”?

中国银行(601988.SH)研究院行业与综合经营团队主管邵科在接受记者采访时表示,第一,适应日益激烈的市场竞争。伴随着我国实体经济高质量发展、居民收入及财富持续增长、资本市场向好,财富与资产管理业务将迎来重大发展机遇,各类财富与资产管理机构普遍认识到了这一点,市场竞争也日益激烈。

“同时,近期多项利好政策的出台激发了资金进入股市的热情,以固定收益产品为主的理财市场面临资金外流的压力,理财产品试图通过‘降费’的方式来应对市场竞争,促进销售量增长,以量补价带动收入提升,并进一步巩固和扩大市场份额与客户基础,提升品牌价值。”邵科指出。

第二,进一步深化普惠金融理念。当前市场利率下行,固定收益类理财产品的收益水平受到一定影响,为了保护投资者的利益,理财产品主动减让利降低费率,尽力缓解投资者的担忧,增强客户对公司的信任和忠诚度。

第三,顺应服务成本下降趋势。伴随着金融科技的广泛深入运用,理财公司的部分成本已经明显下降,且对客户的服务附加值也相对有限,需要重新审视业务模式,通过调整费率适应市场和技术等变化。

同样,对于“降费”的原因,普益标准研究员屈颖表示,一是市场竞争压力加大。随着理财行业竞争的加剧,各大理财公司纷纷降低费用,以期通过

受访业内人士认为,当前,通过降低费率,理财产品可以吸引更多新客户。此外,近期股市回暖,理财市场存在资金流出压力,理财产品通过“降费”来留住资金,减少资金流失。

而对于投资者来说,有业内人士指出,“降费”并不是购买理财产品的唯一决定因素,投资者还会考虑产品的历史收益、配置策略和逻辑、封闭期长短等多方面因素。

理财降费面面观



降费原因:

1. 适应激烈的市场竞争;
2. 深化普惠金融理念;
3. 顺应服务成本下降趋势;
4. 投资者需求发生变化;
5. 存款利率下调影响;
6. 缓解收益波动压力。

如何看待降费:

1. 审慎看待费率优惠,综合评估理财产品及公司情况;
2. 充分评估内外部因素,做出合理的投资决策;
3. 了解费用结构及透明度,关注“降费”是否可持续。

刘洋/制图

更具吸引力的成本结构获得更多市场份额。为了在同质化严重的市场上脱颖而出,“降费”成为提升产品吸引力、争夺客户的重要手段。

二是投资者需求发生变化。随着投资者越来越注重理财产品性价比,低费用产品正成为市场的新宠。近年来,投资者的理财理念从单纯的收益追求转向了更加注重成本和风险的理性投资,降低费用已成为理财产品满足这些需求的重要方式。

同样,对于“降费”的原因,普益标准研究员屈颖表示,一是市场竞争压力加大。随着理财行业竞争的加剧,各大理财

三是存款利率下调影响。伴随存款利率的下行,传统储蓄的吸引力逐渐减弱,导致部分资金流出银行。为争取这部分流失的资金,理财产品通过降低费率来提高产品的竞争力,吸引更多的投资者参与理财市场。

四是缓解收益波动压力。在当前经济环境下,市场波动频繁,理财产品的收益能力受到压力。理财产品通过降低费用,可减少投资者的成本负担,以缓解收益波动带来的不利影响,提高投资者的投资体验。

目前,理财产品为何要争相

“降费”影响几何?

除了降低费率以外,理财产品也需要在降费和可持续发展之间找到平衡,通过提升管理能力和业绩表现来保持长期竞争力。

理财产品“降费”能给投资者带来多少优惠?融360数字科技研究院高级分析师艾亚文表示:“对旗下产品进行‘降费’,这不仅有助于吸引投资者,降低直接投资成本,还能在一定程度上增厚投资者的收益。”

以固定费率模式为例,投资者每月应计提的管理费可以表示为:理财产品资产净值×年化管理费率/365×30。如果投资者理财产品规模为50万元,投资的理财产品管理费由0.3%下调为0.05%后,投资者每月在管理费方面将节省约103元。

不过,从长远来看,有业内人士认为,“降费”对投资者选择理财产品的影响并不大。“‘降费’虽然可以在短期内吸引投资者,但可能不足以成为投资者选择理财产品的决定性因素。部分投资者更关注产品的历史收益和投资策略,而非费率。”艾亚文表示,“降费”并不是决定投资者购买判断的唯一因素,投资者还会考虑产品的历史收益、配置策略和逻辑、封闭期长短等多方面因素。

那么,在此背景下,投资者在选购理财产品时应该注意哪些问题?

邵科表示:“第一,审慎看待费率优惠,综合评估理财产品及公司情况。投资者在选择理财产品时,要全面审视整体费率及其结构,包括申购费、赎回费、托管费、销售费和管理费等。同时,综合考虑理财产品的收益水平、风险等级、投资标的以及理财公司的投研能力和服务质量等因素。第二,充分评估内外部因素,作出合理的投资决策。投资者应根据个人情况,充分评估持有理财产品的目的、期限以及自身的资产多元化程度、风险承受能力等,并综合考虑宏观经济环境、市场利率、政策变化等外部因素的趋势及影响,作出投资决策。”

屈颖建议投资者:“一是全面评估产品特征。低费用并不等于高收益,投资者在选购产品时需要全面考量理财产品的各项特征,包括风险等级、投资期限、资产配置方向等。应避免单纯看重费用低而忽视产品的实际适配性。二是了解费用

结构及透明度。理财产品的费用结构是否清晰透明是投资者选购时的关键点,投资者应详细了解费用的构成,确保所选产品不存在隐性费用或额外收费,避免因不清晰的收费体系而产生额外负担。三是关注‘降费’是否可持续。部分理财产品可能通过短期降费来吸引客户,但这种降费可能并非长期趋势。投资者需要关注产品费用的调整趋势,避免因费用下降吸引而盲目选择,最终未能享受持续的费用优惠。”

接下来,银行理财产品费率趋势怎样?艾亚文认为:“银行理财产品费率仍有下调空间,不过目前银行理财产品费率水平整体偏低,后续进一步下调的空间有限。”

从理财产品方面而言,“降费”是短期策略,如何能长期、更好地吸引客户则至关重要。“除了降低费率以外,理财产品也需要在降费和可持续发展之间找到平衡,通过提升管理能力和业绩表现来保持长期竞争力。”艾亚文表示。

具体而言,屈颖分析道:“一是提升投研能力,优化投资组合。理财产品应加强对市场的研究和分析,及时调整投资策略,优化投资组合。通过提高投研能力,提供更加优质、具备竞争力的投资方案,增强产品的长期吸引力。二是优化产品设计与客户体验。理财产品应关注产品设计的多元化和用户体验的提升,不仅满足客户的基本收益需求,还要注重资金流动性、风险控制等方面的优势。三是充分评估内外部因素,作出合理的投资决策。投资者应根据个人情况,充分评估持有理财产品的目的、期限以及自身的资产多元化程度、风险承受能力等,并综合考虑宏观经济环境、市场利率、政策变化等外部因素的趋势及影响,作出投资决策。”

屈颖建议投资者:“一是全面评估产品特征。低费用并不等于高收益,投资者在选购产品时需要全面考量理财产品的各项特征,包括风险等级、投资期限、资产配置方向等。应避免单纯看重费用低而忽视产品的实际适配性。二是了解费用

美元存款利率整体下调

本报记者 慈玉鹏 北京报道

利率降低

近期,多家银行调低美元存款利率。

《中国经营报》记者近日注意到,某股份制银行一个月期、六个月期、一年期、两年期美元存款利率分别调低0.5个百分点、0.5个百分点、1个百分点、2个百分点。

某北京地区银行人士表示,目前美元存款利率大多数已不在5%以上,调整幅度较大,主要与美联储降息相关,未来或继续下行。

中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平表示,国内商业银行美元存款利率定价最重要的考量因素就是美国基准利率水平。9月以来,美联储先后两次下调基准利率,美元资产收益率整体下调,是国内商业银行下调美元存款利率的背景和最主要的原因。在美联储降息之后,商业银行统筹考虑本行对美元存款的需求,不同程度地下调美元存款利率,能够在保持美元存款产品吸引力的同时,压降美元存款付息成本。

“预计下一阶段,国内银行美元存款利率会根据美联储货币政策表态及美联储降息节奏继续进行调整,总体呈现逐步下行的趋势。”杨海平补充道。

或进一步下降

从未来趋势看,李佩珈表示,美联储降息政策是影响美元存款利率的主要变量。美联储在2024年已连续两次降息,未来一段时间内仍有降息空间,但降息步伐并不平坦。当前,特朗普与美联储主席的角力加剧,特朗普可能会继续对美联储施压,要求其进一步降息,但预计美联储仍将保持较强独立性,进一步快速下调利率的可能性不大。特别是从美国最新通胀、失业等数据来看,2024年10月,美国失业率维持在4.1%,11月一年期通胀率预期初值为2.6%,低于预期的2.7%和前值的2.7%,无论是通胀压力还是经济基本面,美联储均缺乏进一步大幅下调利率的必要性,但也不排除政治施压、金融脆弱性等因素导致其利率下行。综合各种因素,未来美元存款利率有下行压力但幅度不会太大。

二次降息。业内人士表示,这意味着美国货币政策已经进入了宽松周期。

记者注意到,从10月起,多家银行陆续调整美元存款产品年利率。例如,10月24日,华商银行发布公告称,一个月期、三个月期、六个月期、一年期、两年期美元存款利率分别为4.50%、4.60%、4.65%、2.00%、1.00%。而在8月23日,华商银行曾发布公告表示,上述同期美元存款利率分别为5.00%、5.10%、5.15%、3.00%、3.00%。这意味着,仅

两个月时间,上述同期美元存款分别下调0.5个百分点、0.5个百分点、0.5个百分点、1个百分点、2个百分点。

同在10月,恒丰银行北京分行发布公告表示,1万美元起存三个月期、六个月期、一年期利率分别为4.00%、3.80%、3.70%,相比该行9月公示信息分别下降0.6个百分点、0.85个百分点、0.95个百分点;50美元起存三个月期、六个月期、一年期利率分别为3.2%、3.4%、3.4%,相比该行9月公示信息分别下降0.6个百分点、0.85个百分点、0.95个百分点。

白雪表示,美联储进入降息周期后,市场上的美元存款利率还将继续调降。“从美联储9月会议利率点阵图以及近期经济与通胀数据走势来看,预计美联储今年年内还将在12月有一次25个基点的降息。2025年特朗普就任美国总统后,可能因其政策主张对经济、通胀的影响,而对后续货币政策节奏带来一定扰动,但整体来看美联储仍将继续执行渐进式的降息策略,以保持政策利率在限制性水平。我们判断,此轮降息周期的最终目标可能会将利率降至2.5%左右。这表明,短期内国内美元存款利率可能仍将保持在相对高位的水平,对投资者而言仍具备一定的吸引力。”白雪分析称。

近期美元存款、人民币存款利率整体下行,理财产品规模相应增大。根据华源证券固收团队的数据统计,截至2024年10月末,理财规

模合计29.7万亿元,10月份理财规模环比增长了360亿元,但理财规模增量明显弱于上年同期的0.9万亿元。

普益标准数据显示,截至10月31日,今年以来理财产品发行的低波产品已达518只,较上月增长近50只,显示市场对这类稳健理财产品的市场需求持续增加。在业绩表现方面,当前市场中理财产品发行的低波产品近一年月化收益率达到3.24%,今年以来的年化收益率也已达3.1%。未来,理财产品规模是否会进一步提升?李佩珈表示,人民币存款利率下行背景下,理财产品收益稳定、投资性价比高的特点会进一步显现,理财产品规模可能进一步上升。特别是9月底以来,股市回升为理财产品更多配置权益市场、提高理财产品收益提供了机遇。未来一段时间,居民存款资金

分点、0.85个百分点、0.95个百分点。

从原因上看,中国银行(601988.SH)研究院中国金融团队主管李佩珈表示,美联储基金利率是美元存款利率重要的锚定利率。随着美联储降息政策的开启,金融市场上美元供给增加、成本下降,这使得美国商业银行揽存压力减弱,相应地将下调其存款定价。离岸市场美元存款利率影响则更为复杂,其既受当地利率中枢影响,又受美元在岸存款利率定价影响,还受美元长期国债收益率牵引。一般而

言,美国10年期国债收益率通常是离岸市场美元存款利率的上限值。

东方金诚研究发展部高级副总监白雪表示,银行下调美元存款利率,背后的原因是美元降息、美联储货币政策转向宽松周期。美联储在9月以及11月的两次议息会议上分别降息50个基点和25个基点,当前联邦基金利率已累计下调75个基点至4.5%~4.75%。历史数据表明,国内美元存款利率通常与美联储基准利率同步调整,近年来的调整幅度也趋于一致。

月期的年化利率为4%,相比其6月公告信息降低1个百分点。但11月6日,该产品年化利率被调高0.1个百分点。

对此,李佩珈告诉记者,个别外资银行的调整策略可能与机构负债能力、资产运作能力有关。机构可以通过将吸收过来的存款投资于高风险资产,近期“特朗普交易”背景下,一些高风险资产有相当亮眼的表现。不过,美元存款利率总体仍是下跌态势,尤其表现在国内银行方面。白雪告诉记者,最近美元指数上升,主要是美国大选落地后,“特朗普交易”继续发酵的结果,这种短期因素的影响一般持续性不会太长,美元存款利率从趋势上来看,主要还是受政策利率变化的驱动。只要美联储下调政策利率的方向不变,美元存款利率就仍然会处于下行通道。

瞄准重点产业补链强链 跨界并购日趋活跃

本报记者 郭婧婷 北京报道

近两个月，因重大资产重组事项，多家上市公司停牌，相关上市公司股价应声大涨，并购重组概念股一时间成为资本市场“香饽饽”。

根据Wind数据，截至11月14日，今年以来，共有116家公司涉及并购重组案例。这些案例涵盖

了多种并购重组形式，包括但不限于发行股份购买资产、协议收购、要约收购、增资、资产置换等。并购重组的交易股份占比从2%到100%不等，交易总价值也从数百万到数十亿元人民币不等，显示了并购重组市场的活跃度和多样性。

“政策方面，证监会发布多项并购重组新政，为市场注入活力。监管方面，IPO监管趋严的背

景下，并购重组有助于公司实现间接上市。产业方面，经济仍处于修复阶段，实体经济景气度减弱，一级市场估值承压叠加投资者退出诉求上升，为现金流充沛的公司和上市公司大股东带来较好的战略并购机会。”南开大学金融发展研究院院长田利辉接受《中国经营报》记者采访时分析。

广东金融学院招商引资与并

购重组中心主任胡挺向本报记者表示，A股并购重组活动活跃的内在推动因素，包括企业自身的战略行为，企业通过并购重组获取更多的资源，从而提升能力，实现业务扩张、资源整合和市场竞争优势。外在推动因素方面，国内一系列政策和重要举措的催化作用，化解IPO“堰塞湖”的难题，提升国央企的市场估值。

重组概念股平均上涨62.66%

Wind数据显示，9月24日至11月14日，114只重组股股价平均上涨62.66%，其中21只个股股价翻倍。

证监会发布“并购六条”之后，A股市场对并购重组的热情明显升温。地方政府也积极接力推进相关政策，如上海市发布了《支持上市公司并购重组行动方案(2025~2027年)》，要求并购重组要注重价值引领，向有助于新质生产力发展、有助于重点产业链项目倾斜。

利好政策为并购重组提供了更多的机会和空间。田利辉观察到，近期资本市场的并购重组活动非常活跃。2024年三季

度A股共有57家上市公司作为竞买方披露重大并购重组进展，数量创下自2018年以来的单季度历史新高。

中金公司的研报数据显示，相较于万得全A指数，并购重组的上市公司在1个月内实现了显著的超额收益，平均超额收益达12.9%，中位数为2.0%，较历史水平分别高出9.9和3.3个百分点。这反映出市场对并购重组新政的响应较为积极。

记者梳理后发现，并购重组

活动在多个行业中均有涉及，包括化工、机械设备、电子、医药等传统行业，以及半导体、量子技术、工业机器人等新兴领域。这些并购重组不仅有助于企业整合资源、提升竞争力，还促进了产业的转型升级和高质量发展。

“并购重组最活跃的两大领域是具有一定科技属性的制造业和基础设施类行业。”据田利辉观察，并购重组主要聚焦在生物医药、半导体等高科技领域以及央国企、科创板的产业并购，则以加

速技术突破、产业整合和国际化布局为主题。

Wind数据显示，9月24日至11月14日，114只重组股股价平均上涨62.66%，其中21只个股股价翻倍，银之杰(300085.SZ)、松发股份(603268.SH)、光智科技(300489.SZ)、远达环保(600292.SH)股价分别上涨267%、258%、256%和194%。

双成药业(002693.SZ)在宣布拟跨界收购奥拉股份转型半导体行业之后的31个交易日中，斩获24个涨停板。

新质生产力+产业链整合

未来并购重组将围绕新质生产力和产业链整合两个方向推动现代化产业体系的构建和中国经济的转型升级。

谈及并购对企业发展的意义，受访人士表示，通过并购可以扩大业务规模、进入新市场、实现快速业务转型、锁定上下游资源、获取新技术以及多元化提升利润应对风险。

在胡挺看来，未来并购重组将围绕新质生产力和产业链整合两个方向推动现代化产业体系的构建和中国经济的转型升级。核心科技企业并购重组将推动新质生产力发展，解决关键卡脖子技术问题。

“上市公司通过并购重组支撑其向新质生产力方向转型升级，主要聚焦在高科技、国防军工、生物医药、新能源新材料、先进智能制造业等领域；通过并购

重组支持国央企产业整合，化解产能过剩矛盾，提升资源配置效率，主要聚集在金融机构、资源性行业、公用事业等潜在产业整合领域；科创板、创业板公司通过产业链上下游并购重组进行增强硬科技‘三创四新’的属性，获得第二增长曲线。”胡挺进一步分析。

“当下的并购市场，是上市公司与标的公司的一场双向奔赴。”资深并购从业人士欧阳柳生判断，未来上市公司并购将呈现两大新趋势，一是上市公司将从以市值为中心的并购转变为提升企业内在价值的产业并购。二是上市公司会逐渐从产业的视角，将外延并购放在与内

生增长等量齐观的地位来对待。产业并购将成为上市公司重要的增长模式。

受访头部券商人士提示，收购完成后，还需要通过对收购目标的战略保障体系进行一体化整合，以实现收购目标和充分发挥收购协同效应。“其中，人才保留、文化融合、组织管控调整最为棘手，是关系到其他整合是否能够顺利完成、协同效应发挥的核心。”

谈及并购重组带来的挑战，田利辉指出，并购重组后的整合过程是复杂且充满挑战的。常见的挑战包括文化整合、管理整合、业务协同等。成功的整合需要明确的战略规划、有效的沟通

机制和强有力的执行力。

2024年，竞买方包含中央国有企业在内的项目超70起，交易规模超700亿元，央企战略性新兴产业投资或达2.5万亿元。中信证券宏观与政策首席分析师杨帆在“中信证券2025年资本市场年会”上指出，并购重组正成为央国企增强核心竞争力，加快布局战略性新兴产业的重要手段。

杨帆建议关注央国企并购重组的“加减乘除”四条路径，及其背后的收并购机遇。其中，“会做除法”，破除一级市场“堰塞湖”难题。做好耐心资本，参股“国”字头基金，并在IPO撤否项目中“掘金”，畅通募投管退。

主动投资的权益基金为什么会败给指数基金？

本报记者 顾梦轩 夏欣
广州 北京报道

在公募基金规模屡创新高之际，主动权益基金和被动指数基金的格局却悄然生变。截至今年三季度末，主动权益基金规模只比被动指数基金多3361.41亿元；而2023年二季度末，主动权益基金规模则是被动指数基金的三倍。

从业绩表现看，被动指数基金整体业绩也好于主动权益基金。根据Wind数据，截至11月13日，全市场被动指数基金年内

平均收益大约是主动权益基金的两倍。

对于业绩表现的差距，格上理财旗下金樟投资研究员王祎表示，从9月底开始的这轮由政策转向带动的大幅上涨的行情，被动指数基金表现也好于主动权益基金平均水平，原因在于当前阶段是由预期和情绪主导的贝塔行情，而非基本面主导的阿尔法行情，基于基本面的行业板块或个股投资机会很难把握，所以试图挖掘阿尔法的主动权益基金阶段性无法跑赢贝塔的被动指数基金。

指数基金成本低、透明度高

《中国经营报》记者根据Wind数据统计发现，2024年三季度，受益于9月A股市场大涨行情，主动权益基金和被动指数基金规模都获得增长，但涨幅却相差甚远。主动权益基金规模从二季度的38372.73亿元上升至三季度的40600.72亿元，涨幅仅为5.8%；被动指数基金则从26041.87亿元上升至37239.31亿元，涨幅为43%。

从资金申赎的情况来看，与上一季度相比，三季度被动权益基金净申购份额有所上升，表明交易活跃度有所上升，选择阶段性的市场资金净增长速度有所加快，净申购份额增加。

同时，2024年三季度，被动指数基金二级市场上的成交量与上一季度相比大幅增加，达到29381亿份，其中主要以纯指数股票基金为主，其交易量达到29131亿份，增强指数股票基金三季度的成交量为250亿份。

“成本低廉、透明度高”成为业内对被动指数基金的共识。国联基金方面指出，首先，市场有效

性提升使得被动投资策略越来越受到投资者的认可。随着市场分析和投资研究的信息普及化，投资者逐渐倾向于选择成本低廉、透明度高、风险分散的指数投资，推动了被动基金的需求增加。其次，“新国九条”及配套政策出台，监管层也为指数基金发展提供了支持。此外，本轮权益市场回暖，宽基ETF获得机构中长期资金的大举增持，这也推动了指数基金规模的快速增长。

“近几年，部分明星基金经理高位发行基金产品，下行市场下，产品净值大幅下跌，挫伤了投资者的信心，投资者逐渐偏向于不依赖基金经理选股择时能力的被动投资。”湘财基金有关人士向记者表示。

除上述原因，济安金信基金评价中心主任王铁牛还指出，相比被动指数基金，主动管理基金的申赎、管理费率水平较高，如果业绩没有表现出现明显超额收益，投资者就会更多选择被动的指数基金。

指数基金快速“回血”

从业绩表现来看，相对于被动指数基金，主动权益基金年内表现也略逊一筹。Wind数据显示，截至11月13日，全市场8722只主动权益基金，年内平均收益为8.01%。被动指数基金年内平均收益为17.72%，是主动权益基金的两倍。

对于业绩差异，国联基金指出，被动指数基金复制特定市场指数的成分股构成，实现与市场指数相近的投资回报，有效规避了因基金经理个人主观判断所带来的额外风险与成本。在行情繁荣的环境下，这种策略能更充分地把握市场整体上涨趋势，为投资者带来可观的收益。此外，被动指数基金投资策略相对简单，不需要频繁调整投资组合，管理费用通常较低，这进一步提高了其整体收益。相比之下，主动权益基金虽然具有追求超越市场指数表现的能力，但其管理费用较高，且依赖于基金经

理的投资能力，因此在市场波动较大时可能会面临较大的回撤风险。

仓位也是两种类型基金业绩差异的原因之一。天相投顾基金评价中心有关人士指出，被动指数基金通过复制指数成分股的方式进行投资，股票仓位较高，在市场整体上涨时能够充分享受上涨红利。而主动权益基金的业绩则取决于基金经理的选股和择时能力，如果股票持仓比例不够高或者没有及时跟上市场热点的切换，那么其收益可能会落后于被动指数基金。

天相投顾基金评价中心统计结果显示，被动指数基金三季度重仓前十行业持仓比例合计85.18%，其中食品饮料、电子、非银金融、电力设备、银行持仓比例为前五大重仓行业。主动权益基金三季度重仓前十行业持仓占其股票比例合计76.28%，前

品的发展，不一定会完全复制海外的道路。目前来看，国内主动权益基金依然能够创造一定的超额收益，至于超额收益将会怎样变化，要取决于投资者结构和基金经理投资能力的发展，这将最终决定国内主动产品的市场份额。

作为指数基金的主力军，ETF在近期也持续获得投资者的青睐，天相投顾基金评价中心有关人士指出，ETF除了具备被动指数基金的一般优势，ETF还拥有交易灵活、流动性好等特点，可以像股票一样在二级市场进行买卖，方便投资者进行短线交易和资产配

置，吸引了大量个人和机构投资者参与，进一步加速了被动指数基金规模的提升。

短期表现不及被动指数基金，主动权益基金又该如何“破局”？天相投顾基金评价中心有关人士认为有以下几个方面：一是优化费用结构，二是聚焦于高潜力领域，三是结合量化和主动管理，四是提升透明度与沟通能力，五是主动管理ETF，主动权益基金可以与ETF策略相结合，通过设计主动管理ETF产品，基金公司一方面可以利用ETF低成本及持仓透明的优势，另一方面可

以保留主动管理的灵活性和市场时机把握能力。

“即使是在海外成熟市场，也存在能够持续跑赢指数的主动基金。”李一鸣表示，整体看，在目前国内主动基金整体来说获取超额收益的难度仍然要低于海外市场，基金经理仍然有一定发挥空间。打造符合国内市场的投资策略，提高宏观、中观以及自下而上的投研能力，这些都是主动基金经理持续发力的领域。此外，保持投资策略的定力、风格不轻易跟随市场变化而改变，也是主动基金经理的必修课。

2024年并购重组新政

4月12日，国务院发布《关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》，即“新国九条”
4月19日，证监会发布《关于资本市场服务科技企业高水平发展的十六条措施》
4月30日，沪深交易所正式发布《上市公司重大资产重组审核规则(2024年4月修订)》
6月19日，证监会发布《关于深化科创板改革 服务科技创新和新质生产力发展的八项措施》
9月24日，证监会发布《关于深化上市公司并购重组市场改革的意见》
9月24日，沪深交易所就《上市公司重大资产重组审核规则》公开征求意见

据公开资料整理

明确支持跨界并购

记者注意到，今年以来有多起上市公司跨界并购的案例。

其他运输设备制造业。

“这一跨界并购可以视为同一控制人旗下资产的整合，有助于优化资源配置和提升上市公司的核心竞争力。田利辉指出，跨境并购可以带来技术、市场、资源等多方面的互补，但也伴随着文化差异、法律法规、市场风险等挑战，需要谨慎评估和管理。”田利辉指出。

不过，跨界并购也并非全是坦途。对此，监管早有风险提示。证监会“3·15新政”曾提到，要从严格监管盲目跨界并购。

记者注意到，近两个月，世邦能源(605028.SH)、百傲化学(603360.SH)、联创光电(600363.SH)等多家涉及跨界并购的上市公司都收到了上交所的问询函或监管函。11月14日，世邦能源公告终止并购重组。

跨界并购重组的失败案例或是前车之鉴。

在胡挺看来，跨界并购更有前景的项目可以提升企业增长和活力，推动企业转型升级。旧业务增长潜力有限的传统企业可以通过跨界并购提升关键技术水平、促进资源整合、市场布局形成合力，有助于补链强链和增强公司核心竞争力。

以主营陶瓷业务为主的松发股份(603268.SH)日前公告，其正在筹划重大资产重组事项，拟收购恒力重工集团有限公司(以下简称“恒力重工”)100%股权。恒力重工主要从事铁路、船舶、航空航天和

除“盲目跨界标的失控”，上交所还总结了“内幕交易防控不当”“标的公司财务造假”“蹭热点式重组炒作股价”等典型案例。

截至11月13日，在全部主动权益基金中，排名相对靠后的基金有金元顺安优质精选基金A/C、富荣价值精选A/C、大成动态量化A/C等。记者注意到，排名垫底的主动权益基金投资标的均以小微盘股为主。

今年1月29日至2月7日，小微盘股遭遇重挫，万得微盘股指数在8个交易日内大跌41%，投资小微盘股的主动权益基金在大跌中净值受到重创。大成动态量化基金A份额和C份额、金元顺安优质精选基金A份额和C份额以及富荣价值精选基金A份额和C份额净值下跌幅度均超99%，还有几只业绩靠后的基金在1月29日~2月7日时间段内净值下跌幅度也均超95%。上述基金净值虽然在A股9月24日以后的上涨行情中得以“回血”，但截至目前，这些垫底基金的年内业绩大多仍在负的20%~40%之间徘徊。

以保留主动管理的灵活性和市场时机把握能力。

“即使是在海外成熟市场，也存在能够持续跑赢指数的主动基金。”李一鸣表示，整体看，在目前国内主动基金整体来说获取超额收益的难度仍然要低于海外市场，基金经理仍然有一定发挥空间。打造符合国内市场的投资策略，提高宏观、中观以及自下而上的投研能力，这些都是主动基金经理持续发力的领域。此外，保持投资策略的定力、风格不轻易跟随市场变化而改变，也是主动基金经理的必修课。

金价大幅波动 黄金企业抗压前行

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

11月14日,COMEX黄金期货

价格报2580.2美元/盎司。尽管有所回调,相比年初2062美元/盎司的价格,上涨幅度达到25%,高位金价给黄金企业带来了不小的压力。

金价持续高位

整体来看,金店数量的减少是正常的回调,黄金企业也在重新调整战略。

11月14日,COMEX黄金期货价格报2580.2美元/盎司。尽管近期黄金价格有所回落,但相比年初2062美元/盎司的价格,上涨幅度达到25%。高位运行的金价使得消费者购买需求减少,进而导致一些门店难以维持,甚至被迫关闭停业。

一位金币零售商坦言:“黄金价格上涨得太厉害了,我们也不敢多拿货。”

“很多金店店主缺乏期货保值意识,没办法对冲风险。面对高位金价,店主担心未来金价下跌会导致运营成本上升,而零售单量减少、固定成本上升使利润更加微薄。出于这种担忧,就会选择关闭金店,将黄金库存变现为现金。如果这些金店懂得利用期货工具,例如对50公斤库存进行期货保值,即便金价下跌,也能稳住利润,从而不必担心价格波动影响经营收益。”中国有色金属工业协会金银分会副秘书长、山东招金金银精炼有限公司副总经理梁永慧分析。

世界黄金协会发布的《2024年三季度中国黄金市场回顾与趋势分析》指出,2024年前三季度,中国市场金饰需求同比下降23%降至373吨,主要原因是人民币金价持续高位、消费者信心匮乏等。

谈到部分金店停业的原因,梁永慧认为有三方面原因:一是从消费端来看,金价的大幅上涨使得黄金逐渐被市场视为奢侈品,由于黄金价格大幅上涨,导致消费者的购买量减少,因此黄金的整体需求量也随之下降。二是从零售



今年以来黄金价格高位运行,企业一方面需要调整经营战略,另一方面需利用期货工具实现风险管理。

郝亚娟/摄影

端来看,目前金店数量的减少并非市场需求大幅下滑的结果,而是正常的回调。自2015年以来,金店数量大幅增长,特别是在房地产市场疲软之后,许多房地产商转向黄金市场。出于对黄金的保值需求,一些房地产商选择购入大量黄金,通过开设金店,不仅能存放黄金,还能通过销售获取利息和流通收益。三是从经营层面考虑,自2015年以来,金价从每克216元涨到600多元,一些金店当时囤积了大量库存,但由于缺乏期货保值意识,未能对冲风险。

记者采访了解到,整体来看,金店数量的减少是正常的回调,黄金企业也在重新调整战略。“金价只是影响黄金珠宝消费及我们门店策略的众多因素之一。当前市场情况下,有更多地段店铺可供选择,让我们能策略性挑选更好与消费者互动交流的地段来开店。”周大福珠宝集团发言人告诉记者。

从整个市场来看,《2024年三季度中国黄金市场回顾与趋势分析》指出,在国内居民黄金购买力(可支配收入/金价)持续下降的背

同一日,上海黄金交易所发布通知称,近期贵金属价格持续大幅波动,各会员单位提示投资者做好风险防范工作,合理控制

仓位,理性投资。

面对高位金价,企业一方面需要调整经营战略;另一方面需利用期货工具实现风险管理。《中

国经营报》记者采访中了解到,当黄金价格波动频繁时,企业的库存管理难度加大。如果企业在价格较低时积累了库存,现价虽高

但消费不振,可能会面临库存积压的问题。而如果持续高价回购黄金,则会增加现金流压力,甚至加重财务负担。

管理黄金现货市场价格波动风险

当企业面临的风险较大而不能完全承担时,需要采取一定的措施来分散或转移风险。

面对金价波动,越来越多的黄金企业通过期货工具管理风险。

例如,恒邦股份(002237.SZ)在回复投资者提问时指出,公司为贵金属冶炼企业,为防范价格波动风险,制定了库存套保的套期保值模式,能够保障公司完成年度生产经营计划,有效规避了产品价格波动对公司盈利稳定性的影响。

齐盛期货贵金属分析师丛红梅指出,近年来,因国际地缘局势、美元信用危机、美联储货币政策、通胀控制等因素叠加,黄金价格中枢不断抬升,给黄金企业经营带来较多的不确定性,黄金企业如何在金价震荡中管理风险,是摆在企业面前亟须解决的问题。

那么,期货工具如何助力企业管理风险?广发期货高级黄金投资分析师叶倩宁解释道,期货套期保值的基本原理是基于期货合约与现货市场价格走势的一致性,以及期货合约到期时现货价格与期货价格趋于一致的特点,通过在期货市场进行与现货市场相反的操作,来对冲现货市场价格波动的风险。

“投资者在买进或持有(或卖出)实际货物的同时,在期货交易所卖出(或买进)同等数量的期货交易合同作为保值。简单地说,就是以期货价值的变动去抵销补偿现货全部或部分价值的变动的操作。具体来说,投资者做套期保值时在现货市场持有某种商品或资产,担心未来价格下跌会导致损失,可在期货市场卖出相应

数量的期货合约(空头套期保值);或者预计未来需要购买某种商品或资产,担心价格上涨增加成本,就在期货市场买入相应数量的期货合约(多头套期保值)。”叶倩宁指出。

对于黄金企业来说,从红梅认为,首先,黄金企业可以利用期货套期保值来规避风险,同时关注基差变化情况即可。例如,在基差走强时,卖套保较有利;基差走弱时,买套保较有利。

黄金企业根据自身风险管理需求,结合对基差的相对极值判断,可以使套保效果更好,基本可以实现熨平价格波动风险的目的。

其次,企业可以灵活运用“期货+期权”进行套保,如在慢牛或震荡市中,可以使用期权备兑策略。

企业在持有现货库存的同时将额外获得一份权利金收入,增强收益的同时,还可盘活库存。但需要注意套保风控,如备兑策略需关注行情回落风险,及时做好止盈止损。若企业想提高销售收入,但黄金价格无法达到心理预期,通过价差比较后,可以采取卖看涨期权策略,实现增收的目的。

若企业需要管理采购风险,可采取买看涨期权策略来控制原料价格上涨风险。总之,上期所黄金期权的上市给黄金企业提供了更多的风控工具,企业可以灵活运用期货、期权工具,进行多种策略组合,为企业风险管理提供了更多的选择。

叶倩宁也提到,近期受到美国大选和美联储降息等宏观事件扰动,黄金价格出现高位回调的情况,当企业面临的风

险较大而不能完全承担时,需要采取一定的措施来分散或转移风险,包括资产组合分散化投资和套期保值。比如通过黄金期货或期权等场内衍生品市场转移对冲黄金现货市场价格风险,通过黄金资产与其他资产价格波动的负相关性,对冲价格波动风险。由于期货是双边交易,期货和现货价格高度相关,交易双方入场去持有方向相反、其他都相同的两个头寸,也借此完成风险的转移。

黄金场内衍生品交易采用保证金制度,作为资产配置的手段,可以从结构上优化资产组合,增加资产组合的流动性,降低交易成本,增加收益的同时可以通过套保规避风险。

大华银行相关业务人士表示,该行为某跨国连锁黄金珠宝销售企业提供个性化定制黄金远期产品,实现了黄金库存有效的套期保值策略,这一策略不仅精准匹配了企业的销售周期与黄金价格波动周期,确保了经营计划的稳定性。

前述大华银行相关业务人士表示:“我行根据企业实际需求,量身定制远期合约条款,完美匹配企业黄金原料采购和销售定价基准,有效对冲了未来金价波动风险,为企业的财务安全筑起了一道坚实的防线。大华银行中国也为该企业提供了授信支持,使得企业在无须即时支付大额保证金的情况下,即可完成套期保值操作,极大缓解了企业的资金压力,优化了资金配置效率。”

剑指降本增效 银行收单手续费让利“退潮”

收单手续费调整进行时

本报记者 郭建杭 北京报道

中小银行在经过了“大而广”的收单业务布局之后,已开始实施更为精细化的管理策略,取消手续费“0费率”政策、核实商户身份、取消无交易或风险交易商户的收单服务。

近日,山东广饶农商行发布公告称:“根据业务需要,我行将综合收单商户费率标准进行调整,规则如下:综合收单收款码商户自2024年12月1日起,费率标准统一调整为0.2%。我行针对优质商户已推出新的减免手续费优惠活动,现执行政策自2024年11月30日同步作废。”

《中国经营报》记者注意到,今年以来,已有上百家农商行取消手续费“0费率”政策,上调收单手续费,部分农商行同时对高风险收单签约商户进行规范清理。对于上调手续费的原因,中部省份某省农信联社人士告诉记者:“前期很多农商行是轰炸式布设,成本较高,目前银行通过收费策略淘汰非优质收单商户;此外,中小银行纷纷施行降本增效,增加中间收入,这是调整收单手续费的主要原因。”

公开信息显示,山东吕梁农商行、湖南蓝山农商行、贵州息烽农商行等中小银行都在近日发布上调收单手续费公告。整体来看,各家农商行收单手续费调整后的费率政策并不完全相同,对于超过限额部分按不同比例收取手续费,手续费范围在千分之二至千分之五。

对于中小银行收单手续费上调的原因,博通咨询首席分析师王蓬博对记者表示:首先,银行收单码业务在运营中需要银行投入大量的人力、物力和技术资源,进行系统的开发维护、数据存储处理等,这些运营成本随着交易规模的增加成本也在逐渐增加,收取手续费会在一定程度上弥补成本。其次,银行推出收单码业务的初衷之一是吸引商户的资金沉淀,增加银行的存款。但在此前的实践中发

生商户只是将收单码作为资金的临时通道,没有达到银行预期的资金沉淀效果,那就需要通过调整费率,筛选出业务需求与银行服务匹配度高的优质商户,从而优化客户结构。

此前中小银行为扩大收单市场范围,对商户实行无差别手续费“0费率”优惠的让利策略,但业内也有共识,认为收单业务的让利策略不可长期持续,在通过阶段性让利达到用户扩围目的之后,最终还是会走向收费,通过收费筛选出优质商户,并对优质商户进行交叉营销,提高收单商户的综合贡献度。

上述某省农信联社人士对记者坦言:“很多省农信联社对于基层行社的收单业务拓户量都有考核要求,目前来看对于新增商户的数量考核权重并不大。”

关注商户转换力度

值得注意的是,此前中小银行的支付收单手续费优惠政策是吸引更多的用户而作出的选择。未来费率上调是否会对收单签约商户的数量造成影响?对此问题王蓬博认为,短期内业务量是有可能下降的,收单码费率上调可能会让其他支付机构借此加大市场推广力度,争夺银行流失的商户资源。一些小型商户或利润空间较薄的商户,对手续费成本较为敏感,可能会为了降低成本而选择更换其他机构的收单服务。但一些大的商户可能没有这么敏感,对于商户来说,更换收单服务可能会带

来一定的转换成本,包括重新接入系统、培训员工等。而且如果银行能够提供其他增值服务,如贷款支持、理财服务等,商户也可能会因为综合服务的优势而继续选择银行收单码。

智研咨询研报显示,2023年我国线下收单交易金额91.9万亿元,较2022年增长8.5万亿元;线下收单交易手续费4797亿元,较2022年增长422亿元。随着国内外经济金融环境变化、宏观政策调控、监管日益趋严,收单业务量有所下降,线下收单行业参与机构进一步减少,交易流水基本集中于行业领先第三方

支付机构,竞争格局进一步优化。从已落地的收单业务费率调整的具体政策来看,多个中小银行采取对商户施行动态监管管理的方式。如聊城农商行方面表示:

“根据市场调研及时调整我行费率政策,提升产品竞争力;按照商户活期月日均实行动态评估调整机制,对于满足条件商户给予保底18万元免费收款额度,最高月日均的两倍执行,密切关注同业手续费水平,综合分析商户存贷款等贡献度确定费率,适时、适度、灵活调整,引导商户在我行多走流水,带动商户资金留存率及活跃度。”

福建明溪农信联社对于扫码收单业务交易手续费的调整政策显示:“根据商户贡献每季度进行手续费的返还,并对用户作出分级,如高质量商户、有效户以及低质量商户。对于高质量商户超出

支付机构,竞争格局进一步优化。

对于中小银行收单业务目前面临的市场竞争情况,王蓬博认为,中小银行的收单业务面临多重竞争,如大型商业银行、第三方支付机构等,中小银行与这些机构实际上都存在竞争合作关系。

中小银行的收单业务未来要如何在竞争中突围?王蓬博指出,银行和第三方支付机构既是竞争也是合作的关系,所以整体规模上无法找到确定的边界,但银行确实也面临来自同行的强大竞争压力,以及更高的监管要求,银行需要不断投入研发资金,提升支付系统的

限额部分收取千分之二手续费,有效户及低质量商户,超过部分收取不同额度的手续费。”

随着中小银行对于收单商户的收费政策进行分级处理、对商户实施动态监管的同时,对于部分高风险商户的规范清理也在同步进行。提高使用成本、防范收单业务风险,也是农商行调整费率补贴的原因之一。

在银行收单商户扩围期,“0费率”尽管吸引了大量商户,但这些商户的存款贡献度并不如预期,很多商户都是为了套现、移机、涉赌涉诈等异常行为,导致银行的收益与风险和成本并不成正比。银行机构已经注意到以上风险,并引导签约商户规范操作。

山东多家农商银行近期的公告显示,将开始关停部分收单商户,受理终端、台码连续3个月未发

生交易且无法核实商户身份的POS、聚合支付商户。

沪农商行(601825.SH)在近期也将陆续停止单位结算卡的二维码收付款业务。沪农商行公告显示,自2024年11月21日起,上海农商银行届时以下功能将不可用:银联云闪付App“扫一扫”“付款码”“收款码”“移动支付签约”功能;企业手机银行App单位结算卡中“扫一扫”“收付款码”“单位结算卡签约”功能;上海农商银行企业服务公众号、上海农商银行服务大厅“单位卡移动支付”功能;企业网银、企业现金管理系统单位结算卡“移动支付签约”功能。

未来收单业务机构要根据自身优势资源禀赋以及商业模式的可持续性来综合决策,对于一些并不盈利甚至合规风险较高的小商户,舍弃这部分业务已成共识。

的黏合度。

在具体营销方式上,澧县农商银行党委副书记朱平山在10月29日的行内讲话中指出,要把收单商户拓展作为获客的重要抓手,为2025年“开门红”打下坚实的基础。围绕商圈深入推广,打造收单示范区;有机结合渠道优势,开展业务交叉营销。贵州锦屏农信联社则是制定收单商户业务推广考核方案,将目标任务明确到人到岗;以及摸排存量商户名单,并将其细分为存量有效商户、存量无效商户及非联社商户三大类,逐类制定营销策略,精准施策。

快手金融业务布阵：加码信贷出海 再战支付牌照

本报记者 郑瑜 北京报道

自从互联网金融迈进快速发展时期，流量平台纷纷配备金融业务，短视频平台快手也

不例外。

目前，中国人民银行更新“非银行支付机构重大事项变更许可信息公示”，北京华瑞富达科技有限公司（以下简称“华瑞富达”）股

东变更为成都遂意文化传播有限公司（以下简称“成都遂意”）。天眼查显示，成都遂意为快手集团成员，该公司近期注册资本由1.1亿元人民币增至1.73亿元人民

币，增幅约57.27%。

今年以来，快手关联公司相继收入小贷牌照、保险经纪牌照以及预付卡支付牌照。

有了解上述事宜人士向《中

国经营报》记者表示，快手虽然开始对上述领域有所布局，但都还处于初级阶段。

不过，快手对金融业务布局正在加大力度，快手招聘官网显

示，其近期招聘岗位包括国际化金融人才，不限于金融产品经理、金融风控负责人、金融风控专家、金融运营专家、金融法律合规等。

加码海外信贷业务

国内头部互联网公司在消费信贷市场的优势地位难以撼动，但是海外仍是一片蓝海。

根据官方招聘信息，快手当前还在官网上进行产品、运营、智能等多个品类的国际化金融岗位招聘。

其中，金融风控负责人职位描述为，负责海外信贷模型从0到1的开发，包括但不限于贷前的信息收集和反欺诈校验、贷中的风控模型，评估和识别用户风险等级、贷后的催收和资产管理；关注海外信贷行业及市场信息，监控政府监管政策、市场变动、产品迭代，及时提出针对性建议和解决方案。

任职要求为，金融、经济、会计、统计学、工程或相关领域的

本科及以上学历；5年以上信贷行业风险管理经验，有从0到1搭建风控体系经验的优先；具备英文沟通能力等。

有正在布局海外信贷市场的互联网金融科技公司向记者表示，国内消费金融市场日趋饱和，出海不失为一种选择。国内头部互联网公司在消费信贷市场的优势地位难以撼动，但是海外仍是一片蓝海。“印尼、墨西哥等国家都是目前国内金融科技平台积极申请牌照和开拓市场的选择。”

金融业务的出海计划也与快手在海外的业务增长正相关。根据快手披露的2024年第

二季度报告，截至报告期内，快手平均日活跃用户同比增长5.1%达3.95亿，平均月活跃用户同比增长2.7%达6.92亿；快手海外核心市场的日活跃用户日均使用时长接近80分钟，同比增长5%；海外收入达到11亿元，同比提升141.4%。

在一些新兴市场，快手的市占率快速提升。公开数据显示，快手目前在巴西拥有6000万活跃用户。今年上半年，Kwai（快手国际版）在巴西的日活跃用户同比增长14%；截至今年7月，Kwai在巴西的用户时长占比排名（巴西当地App）第六。

助贷业务起步

今年11月，有消息称快手最新助贷业务余额近50亿元。

事实上，在国内，作为短视频平台，快手涉足金融的脚步被外界认为稍显迟缓。

2024年4月，广州地方金融管理局已经批复快手关联公司收购原广州欢聚小额贷款有限责任公司（现已更名为：广州快手小额贷款有限公司）100%股权，目前该公司注册资本为5亿元。

形成对比的是，2021年10月，深圳今日头条科技有限公司全资收购深圳市中融小额贷款有限公司，截至目前，其注册资本从收购完成时的4亿元已经增至190亿元。

随着快手日活跃用户快速增长，金融变现的速度也在加快。

在快手App钱包里记者看到，“快手借钱”板块下，是快手作

为贷款信息展示服务平台，向用户展示贷款信息，由其他持牌金融机构为用户提供贷款服务。

今年11月，有消息称快手最新助贷业务余额近50亿元。对于该余额，记者向快手尝试了解，截至发稿尚未收到正面回应。

“当前，直播视频App金融变现的逻辑主要依赖于流量变现，平台通过吸引大量用户，形成庞大的流量基础，然后利用这些流量进行广告变现、销售变现以及内容变现。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅向记者表示。

袁帅介绍道，在金融领域，直播视频App可以通过与金融机构合作，推出贷款产品、信用支付产品等，将流量导入金融产品，从而实现金融变现。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示，快手能够吸引的金融流量主要包括其庞大的用户基础和活跃的电商买家和卖家。快手的流量优势和场景优势是其金融变现的根本，资金对这种有场景的平台比较有兴趣。通过提供消费金融和供应链金融服务，快手可以吸引这部分流量来壮大自身的金融业务。

在一位短视频平台从业者看来，市场特色或是决胜的关键因素，快手的客群更多集中在新一线城市（指经济发展趋势良好向上，居民消费水平不断提升的城市，包括广泛三、四线城市，也包括二线城市）。快手发展金融业务应该更加注重适应下沉市场的特点，避免与头部互联网平台的金融产品形成直接竞争。

支付布局仅是“权宜之计”？

由于华瑞富达的业务范围受限，这张支付牌照更像是一种“权宜之计”的过渡性产品，而非根本性的解决方案。

多位业内专家认为，快手加速牌照收购标志着其在金融领域的布局深入，意在打开新的增长空间。

袁帅认为，从快手关联公司获批收购预付卡支付牌照这一举措来看，快手金融的发展可能会朝着多元化与深入的方向发展，加速支付体系的打造，从而加快电商金融在营收中的拉动作用。

也有行业人士告诉记者，或还有出于减少对第三方平台依赖的考虑。“就支付牌照而言，如果使用第三方支付，还要支付渠道手续费，出于省钱考虑也需要有自己的牌照。”

但是，博通咨询高级分析师王蓬博表示，快手此次牌照变更对自身的价值非常有限。首先，华瑞富达是一家主要从事预付卡业务的机构，其业务范围仅限于北京地区，市场覆盖面相对狭窄，限制了其对快手整体战略的影响。其

次，这张牌照并非互联网支付牌照，因此对于快手的线上业务，尤其是在支付领域的应用，实际作用较为有限。

值得注意的是，这并不是快手在支付领域的首次布局。早在2020年，快手赴港上市时，就曾在招股书中披露，计划以8.5亿元人民币全资收购一家支付公司，但此后该收购并无下文。

据了解情况的牌照居间人士透露，主要是快手方面因为战略变化终止了收购。

王蓬博告诉记者，由于华瑞富达的业务范围受限，这张支付牌照并未能有效解决“二清”的风险。

因此，对快手而言，这张支付牌照更像是一种“权宜之计”的过渡性产品，而非根本性的解决方案。

所谓“二清”，即是二次清算。顾客支付的款项先由平台保管，再由平台结算给商户，就形成了央行明令禁止的“二清”模式。

记者以开店商家身份从快手客服了解到，目前用户在快手平台内下单后，其款项会先由快手平台代为保管，在用户确认收货（货款结算）后，再打到商家绑定的银行卡。

“在没有支付牌照的情况下，电商平台无法进行资金的二次清算与分发。然而，电商平台可以通过与具备资质的第三方机构合作，设立资金存管账户来规避这一问题，具体操作方式需视平台具体情况而定。如果平台本身持有支付牌照，则能够有效避免‘二清’风险。”王蓬博表示。

有投资人认为，快手后续可以借助其庞大的用户基数和丰富的数据资源，开发更多差异化的金融服务。

不过，前述了解相关事宜的人士也告诉记者，（当前快手）金融产品尚未形成完整体系，也未正式推出面向C端的产品。

富友支付二次递表港交所 数字服务能否撑起“第二曲线”？

多次谋求上市

本报记者 蒋牧云 何莎莎
上海 北京报道

近日，上海富友支付服务股份有限公司（以下简称“富友支付”）向港交所主板递交上市申请，中信证券、申万宏源香港为其联席保荐人。此前，富友支付曾多次计划A股上市但均未成功。

事实上，自2024年以来，已有多家支付机构成功或拟登陆二级市场。关于这一现象的形成原因，多位业内人士向《中国经营报》记者表示，支付市场竞争的加剧，以及行业洗牌的加速，使得企业希望通过上市实现资本增值，尽快获得投资回报。

此外，在支付行业合规成本不断上升的背景下，富友支付也与多家支付机构一样，选择了数字化服务作为第二增长曲线。不过，多位支付机构人士向记者表示，目前支付机构提供的数字化服务同质化现象较为严重，各家机构也都在通过打造生态圈，构建各自的业务“护城河”，从而形成差异化的竞争。

差异化特色仍待形成

记者注意到，在合规要求愈加严格的当下，更多机构都选择转向真实商户（以下简称“真商”）市场，并提供数字化服务来寻求第二增长曲线。富友支付也通过招股书表示，未来除了提供更多定制化的支付解决方案和服务之外，也将通过深化与现有客户的合作，提供更加丰富和个性化的增值服务，如智能营销服务、账户运营服务等，以增强客户黏性，提高客户生命周期价值。同时，利用大数据分析技术，更好地理解客户需求，为客户提供更加精准的服务。

数据方面，通过招股书可以看到，截至2024年上半年，富友支付的总收入中，综合数字支付服务的

收入占比依旧为92.9%，但数字化商业解决方案的收入占比在2021年、2022年、2023年、2024年上半年分别为3.1%、4.2%、5.3%、6.6%，数据正在不断提升。

对于这一趋势的形成原因，有业内人士向记者表示，线下收单业务未来趋势是会更多地与移动支付、数字人民币等新型支付方式相结合，提供更加便捷、高效的支付解决方案，这推动了收单业务向数字化、智能化方向转型。不过，真商市场中头部机构已经占据大部分市场份额，中小支付机构的品牌号召力有限，所以要具备更高的服务水平、更快的响应速度、更专业的技术能力才能在真商市场博取

一席之地。

需要指出的是，多位支付机构人士向记者坦言，目前支付机构提供的数字化服务同质化现象较为严重。那么，诸多主体参与的情况下出现服务的同质化，是否意味着未来数字化服务的毛利率也会出现整体下行的趋势？

对此，有支付机构人士告诉记者，目前各机构的数字化服务确实存在同质化的现象。不过，一方面基于不同市场、不同场景中企业对于数字化服务的需求还有很多尚未被满足，因此，这一赛道的竞争尚未对行业的盈利水平产生明显影响。另一方面各机构也在通过打造生态圈，构建各自的业务“护

城河”，通过不同合作伙伴间的资源整合，未来各机构可能将分别深耕特定场景下的数字化服务，从而进行差异化竞争。

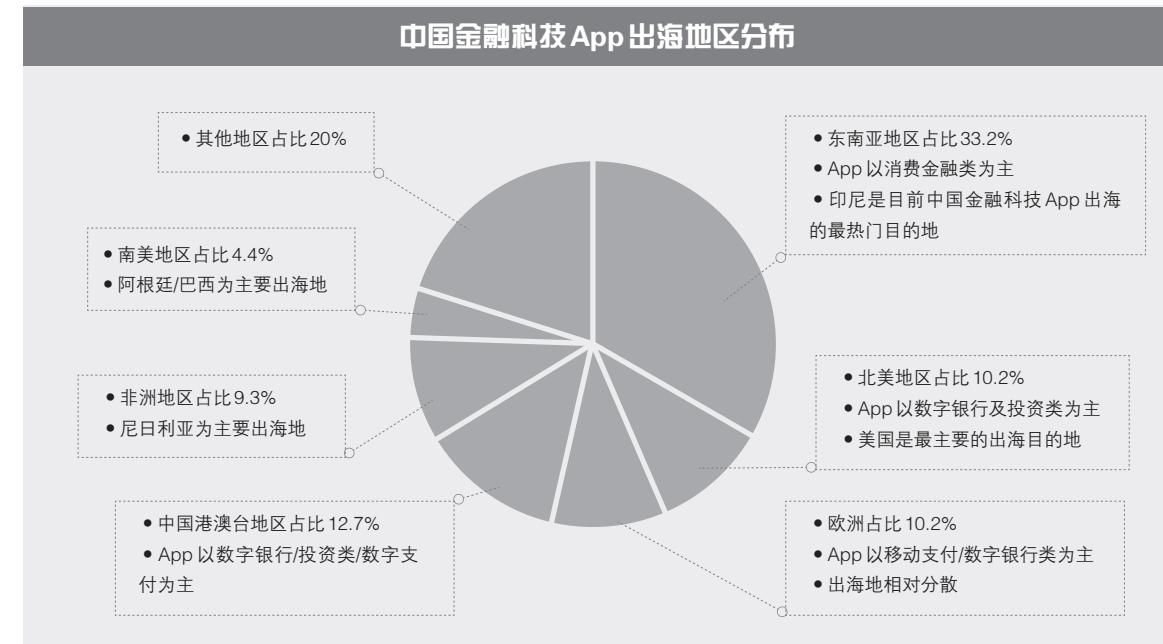
对此，天使投资人、资深人工智能专家郭涛也向记者表示，数字化服务作为新兴领域，各家机构都在探索过程中，尚未形成明显的竞争优势。与此同时，市场竞争的加剧，机构为了抢占市场份额，纷纷推出类似的产品和服务。然而，随着市场的不断发展和完善，未来各家机构将更加注重差异化竞争和创新发展。在他看来，中小机构要形成差异化的竞争力，需要专注细分市场，针对特定行业或客群提供差异化服务，同时，

以及境内支付服务的交易量增加导致收单服务的佣金增加，作为公司加强与渠道伙伴合作的定价策略的一部分，某些渠道伙伴在2023年获得了更高的佣金率。

而关于2024年上半年毛利率的回升，富友支付表示，主要是由于具有较高毛利率的业务——数字化商业解决方案及跨境数字支付服务的收入贡献增加所致。不过细分而言，数字化商业解决方案的毛利率依旧有所下滑，由截至2023年6月30日至6个月的78.9%，降至截至2024年6月30日至6个月的78.0%。主要原因是与2024年同期相比，公司的合作银行于2023年上半年支付了更高的推广费。

加强与产业链上下游的合作，形成生态圈。最后是不断提升服务质量与客户体验。

根据招股书，富友支付也预计，未来几年内，随着技术的不断进步和市场环境的变化，行业将面临更加激烈的竞争。公司计划通过持续的技术升级和创新，开发并不断完善服务及解决方案，以应对市场快速发展的需求。同时，公司还将继续优化和完善服务及解决方案，紧跟移动、互联网、软件、通讯和数据技术的步伐，以满足客户不断变化的需求。此外，公司还将积极应对监管环境的变化，确保业务的合规性，降低潜在的法律风险。



来源：中金公司研报

做好金融“五篇大文章”

普惠保险起步：产品加速落地 评价指标体系待构建

本报记者 陈晶晶 北京报道

作为普惠金融的重要组成部分，普惠保险在多层次社会保障体系中发挥的作用日益重要。

今年6月，国家金融监督管理总局发布《关于推进普惠保险高质量发展的指导意见》（以下简称《指导意见》），提出要在未来五年基本建成高质量的普惠保险发展体系。

在此背景下，今年以来，多地均在加大普惠保险推动力度，提出建立

产品扩容 规模仍不足

我国普惠保险市场在供给端，表现为普惠保险产品“数”量多，发展“亮”点多，规模“量”不足。

《指导意见》发布后，机构在普惠保险业务发展上都出现了一些新变化。

近年来，普惠保险产品类型从最初以农业保险和大病保险为主不断扩充，城市定制型商业医疗保险（即“惠民保”）、普惠家庭财产保险、灵活用工责任保险……普惠保险的服务对象已涵盖中小微企业、老年人、农民、新市民等群体，产品种类也囊括了农业保险、健康保险、意外伤害保险、保证保险等多个险种。

根据毕马威统计数据，截至2024年2月，全国21个省或地区和142个城市有保障期内的惠民保产品，且约83%的城市都在每年持续更新惠民保产品。

以头部保险公司为例，据中国人寿保险股份有限公司相关负责人向记者表示，截至2024年6月30日，公司累计落地惠民保项目已经超120个。

一些机构在组织架构上针对普惠保险业务也进行了重新调整。中国大地财产保险股份有限公司（以下简称“大地财险”）法务客户部/战略部总经理孙森鑫在近期2024普惠保险峰会上透露：大地保险发展普惠保险目前提供了组织体制的保障，包括制定高质量发展普惠保险行动方案以及任务清单、专项机制；总公司、分公司专项机制和工作组、工作人员。

在业务布局上，一些保险机构通过扩大企业财产保险供给和服务，尝试发展适合小微企业、个体工商户的意外伤害保险、健康保险，分散企业运营风险，提升重点人群抗风险能力。

在上述2024普惠保险峰会上，安盛天平财产保险有限公司（以下简称“安盛天平”）团险和普惠保险

工作推进机制，提升普惠重点领域保险保障水平工作措施，强化统计监测。

需要注意的是，多位受访人士对《中国经营报》记者表示，普惠保险目前还存在定义、范围不明确；评价和统计体系模糊；发展不充分；缺乏可持续等一系列问题。新发展阶段对普惠保险提出了更高要求，因此有必要在总结经验、梳理问题的基础上，进一步健全普惠保险体系和完善普惠保险评价指标，推进普惠保险高质量发展。

概念范围、评价指标待明确

虽然监管设立了5%的考核指标，但具体如何细化、业务如何搭建，对很多机构来说挑战还比较大。

值得注意的是，当前社会各界对于普惠保险的认知仍停留在“政策保险”的阶段，对介于政策保险和商业保险、兼具可获得性和市场性的业态，缺乏清晰的制度定位。由于概念、评价体系等关键要素缺失，普惠保险的高质量发展还需要自上而下进行制度建设与市场探索。

大家保险原总经理、上海仁达普惠金融发展研究基金会理事长徐敬惠在接受记者专访时表示，目前制约普惠保险发展的一个现实问题是顶层设计，主要集中在普惠保险的定义和范围不明确、指标与统计不健全。例如不同机构的统计数据口径不一致，连续性较差，导致数据的可靠性、可比性差，归根结底是缺乏统计指标的底座。

他进一步认为，普惠保险和政策保险之间的交叉点也增加了界定的难度。例如农业保险中大部分是财政补贴，而商业性农险占比不高。在大病保险中，既有承保型也有管理型，管理型不计入保费统计。这些交叉点使得普惠保险的定义和范围变得复杂，还需要进一步明确。

根据《普惠保险高质量发展白皮书2024》，从国际范围内来看，普惠保险的发展是一个动态变化的过程。

“目前，很多发展中国家仍然将小额保险作为普惠保险。其实早在2015年，国际保险监督官协会（IAIS）就认为，普惠保险不同于小额保险，它是小额保险的升

级版，是指传统商业保险服务排除在外或没有充分支持的所有保险产品；2023年，国际精算师协会（IAA）总结普惠保险是没有被商业保险充分覆盖的产品和群体，小额保险只是一个子集。”白皮书作者、中国普惠金融研究院研究员邢鹏向记者表示。

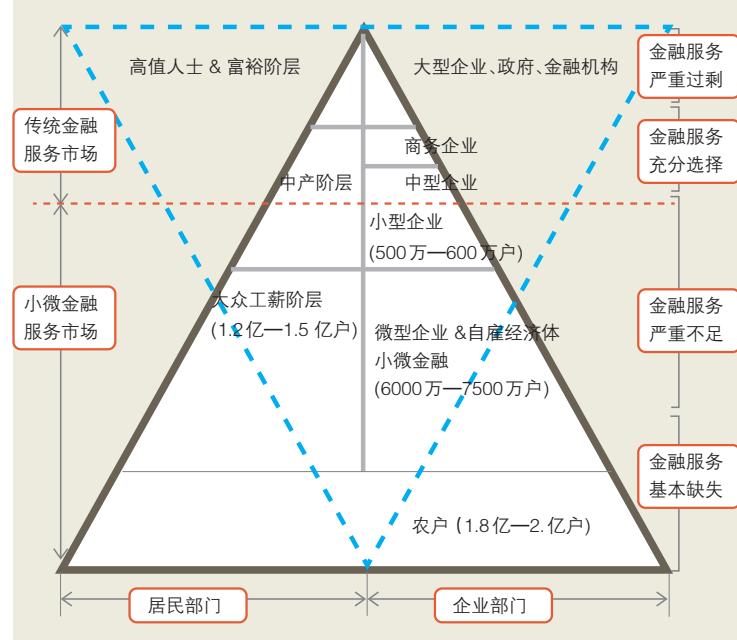
在邢鹏看来，虽然目前上述《指导意见》也没有为普惠保险下清晰的定义，但是以产品罗列和群体归类的方式界定了普惠保险的范围。其实，无论是什么样的概念，普惠保险面对的都应该是此前没有被传统商业保险涵盖或覆盖不足的客群，这对机构锚定服务对象可以提供一定参考。

记者注意到，根据《指导意见》，保险公司要将开展普惠保险、履行社会责任纳入经营绩效考核，比如大型保险公司普惠保险考核原则不低于5%。

徐敬惠对此表示，大型保险公司由于基础较好，通常能够更好地推进普惠保险项目。有些保险公司可能因为缺乏足够重视或资源配置不足，导致普惠保险的推广不够积极。传统的普惠保险业务综合成本高、展业难度大，对很多保险机构来说是个负担。不同特点的保险机构对发展普惠保险的态度也不一样。

“虽然监管设立了5%的考核指标，但具体如何细化、业务如何搭建，是不是要把普惠保险纳入它整个的业务发展战略和年度的预算里面，对很多机构来说挑战

金融(包括保险)服务的“倒金字塔”



来源：《普惠保险高质量发展白皮书2024》

还比较大。”徐敬惠说。

普惠保险除了服务成本很高，服务区域、服务对象很分散外，可持续性问题也是挑战。例如根据上海复旦大学风险管理与保险学系主任许庆团队发布《以退为进：惠民保产品研究与观察》报告，截至2023年11月15日，退出市场的惠民保产品有73款产品，占比约为25.7%。

宁波市金融办副主任周逸斌在上述2024普惠保险峰会上就表示，政府端，一方面是财政投入可持续的问题；另一方面是如何更好体现具体项目绩效评价的问题。市场端，保险公司的

利益、群众的利益、政府的利益，还有第三方机构，各方利益确实也很平衡。

对外经济贸易大学创新与风险管理研究中心副主任龙格向记者分析：“目前普惠保险存在风险识别与定价难题。普惠保险面向的是广大低收入人群和小微企业，这些群体往往缺乏足够的信用记录和财务数据，导致保险公司难以准确识别风险和合理定价。虽然政府出台了一系列支持普惠保险发展的政策措施，但在实际操作中仍存在政策落实不到位、监管力度不足等问题。”

加强跨界协同融合发展

要鼓励跨界协同、融合发展、创新模式，用科技手段来促进普惠金融的发展。

从根本上解决普惠保险可持续经营问题，则需要制度和市场充分给予支撑。

国务院参事室特约研究员胡学好在会上也表示，未来普惠保险发展如何，要看两个关键的因素：一是财政的支持政策，二是商业可持续。

“普惠金融就是‘支农扶弱’‘支小扶散’，这些特定的对象就决定了商业可持续具有一定挑战性，需要进行良好的商业设计和政策体系。”胡学好认为，要从四个方面着手，包括机制可持续、支

持体系可持续、发展节奏可持续、保险激励可持续。

数字经济学家、中关村大数据联盟专家委员高泽龙对记者分析，可以通过完善概念与评价体系，加强政策支持与基础设施建设，推动数字化转型以及加强行业合作与跨界融合等措施，进一步推动普惠保险的高质量发展。

徐敬惠认为，要鼓励跨界协同、融合发展、创新模式，用科技手段来促进普惠金融的发展。尤其是用科技手段助力和赋能普惠保险低成本、高效率运作。如果

没有数字化手段，用传统的方式难以发展。

中国矿业大学（北京）管理学院硕士生企业导师支培元对记者表示，要打造包含经济与社会双重考量的评估体系，辅助决策与监控。

龙格对记者表示，建议完善普惠保险评价体系，涵盖保障范围、服务质量、数据安全等多维度的普惠保险评价体系，对普惠保险的发展情况进行定期评估。通过评估结果，引导普惠保险有序发展，提升服务质量，保障消费者

权益。对在普惠保险领域表现突出的保险公司给予加分奖励，激励更多保险公司积极参与普惠保险的发展。此外，要加快医保数据与商保数据平台的打通，实现数据共享，为普惠保险的精算定价、风险管理等提供有力支持。

徐敬惠进一步提出，要探索建立普惠保险网络，以多种方式去调动各方面的积极性。包括政策的引导、监管的支持、部门的配合，尤其行业协会等机构共同发力，打通堵点，探索模式，形成合力。

“差异性+数字化” 政府性融资担保触角再延伸

本报记者 石健 北京报道

发挥差异性作用

每天早6点到晚8点，14个小时经营、不足2平方米的摊位……这是山东省胶州市辣椒市场日常交易的一个缩影。胶州辣椒市场目前占据了全国70%的份额，年交易量约120万吨，交易总额约160亿元。

“从事辣椒生意的老百姓呈现典型的无担保、无抵押、无信用的特点，对于这类群体，他们的贷款往往存在收取保证金、放款额度不足、贷款利率较高的问题。对此，我们将三户联保逐一解开，对每一户独立授信，首先是增加贷款的可

得性，其次是将贷款成本拦腰‘砍一刀’，现在贷款成本在5%左右，我们服务了300多位业主，累计额度4亿元。”青岛市农业融资担保有限责任公司董事长毕晓政在接受记者采访时说，基于公司近年来聚焦青岛区域的特色农业，制定了一批深度符合农业细分产业特征的担保产品。

在毕晓政看来，作为农担公司，首先就是要明确自身定位，充分发挥与银行的差异性特点，持续服务实体经济。

近年来，政府性融资担保已经

成为引导金融资源支持实体经济发展的主要政策工具。政府性融资担保具有增信、分险、中介功能，通过为金融机构分担风险，为经营主体增信，增强金融机构对实体经济中薄弱环节的放贷意愿，促进资金的有效流动和资源的合理配置。政府性融资担保还有明显的政策导向和公共属性，不以营利为目的，能提供相对较低的担保费率，有利于降低企业的融资成本。

如今，我国基本建成了以政府性融资担保为主的体系，但对政府

性融资担保机构的财务可持续问题仍有一些争议。《报告》认为，政府性融资担保机构不应过分强调财务可持续，因为过分强调可持续性，会让政府性融资担保机构变得比较保守。从国际经验看，财政资金的持续支持是一种常态，应设置合理的年度财政预算。

在台州市信保基金融资担保有限公司副董事长郑强看来，政府性融资担保机构构建多个“化”，以此来助力行业高质量发展。“一是体系化。目前整个行业从国家到地方已经建立了风险分担机制，应该

说，行业业务整体发展快速，只有体系化才能在服务小微企业、‘三农’时，能够实现覆盖面并有制度性保障。”

在我国，政府性融资担保公司多为地方国有企业。郑强认为，规范化是需要建构的第二个体系。“过去行业是‘各自为战’，再到‘个性化’发展，现在需要的是规范化，其中包括审批、风控、内部管理、员工培训的规范化，对于机构来说，最终一定要实现规范化发展，特别是政府性融资担保行业，代表的是政府的形象。”

补强数字化

在信用信息共享方面，《报告》认为，政府所能发挥的基础性功能主要体现在通过广覆盖授信主体，实现基础信用信息的共享；守住数据质量、安全底线，监测信用风险，落实个人信息保护。相比之下，市场的优势是需求驱动，探索新的数据边界、服务模式的边界。

在郑强看来，政府性融资担保公司需要打造优质的数字化。“对于金融机构来说，管理的用户超过一定数量，就称之为极限管理，因此融资担保没有数字化，抑或是业

务线上化，人力是无法将业务做大做强的。包括保后检查、数字风控等环节，仅靠人力走访客户是做不到的。这就需要借助大数据分工系统。”据其透露，其所在公司也开始探索自主研发数字风控系统，通过台州市信用信息共享平台发挥作用，目前数字风控已经取得了一定的特色经验。

东北地区是全国重要的养牛基地。农户在购牛时，需要几十万甚至上百万元的资金，但是金融机构往往不能提前放款，等到交易后

才能放款。对此，东北再担保公司通过打造“吉牛云”平台为农户进行放款。

作为全国唯一一家跨区域的政策性机构，东北再担保公司近年来通过打造数字化平台，将服务的中小企业数据及各省中小企业的数据汇聚到数字化平台上。

柴伟在接受记者采访时表示，因为监管口径不一，普惠金融可以从服务对象、额度等角度来区分，这就需要从不同的角度打造不同的金融产品。“对于我们的产品体

系而言，核心内容是风控模式和项目审核模式。通过大数据，对企业进行画像，对每个企业生成评估报告，实现风险可控。”

在柴伟看来，虽然在数字化赋能之下，普惠金融的覆盖面得以扩大。但是，如何平衡高覆盖率和低风险、低担保率依然是难题。“此外，担保机构还需持续创新风控模式和金融产品，加强产业链和供应链金融服务，实现可持续发展。担保平台要促进全面增收，确保政府、企业和平台上的各方都能获

益，从而形成良性循环，促进经济发展。”

采访中，郑强认为，数字化的意义还在于推动银担协同发展，通过打造银担系统，实现业务线上化，担保业务即到即办。同时，我们还实现了申报智能化，线上的担保实现零接触办法。最后是做到服务移动化。据了解，其所在机构通过借鉴银行的数字化模式，开发了台州信保手机平台，实现快速了解担保额度，同时通知银行中后台，加快了审批速度。

深铁集团投资损失拖累业绩 “地产反哺地铁”模式遇考

本报记者 陈婷 赵毅
深圳报道

盈利十余年，号称“最赚钱的地铁公司”——深圳市地铁集团有限公司（以下简称“深铁集团”）在今年遭遇巨大的财务挑战。

近日，深铁集团发布2024年三季度财务报表，1—9月，深铁集团营收约122.96亿元，同比增长37%，净亏损约80.74亿元，较去年同期亏损增加约75亿元。

从收入结构来看，地铁运营及站城开发业务是深铁集团两大主业，二者收入合计占比在98%左右。其中，站城开发在过去数年间为深铁集团贡献了可观的利润，并有力反哺轨道交通的建设运营。近些年，在房地产领域占据一席之地的深铁集团，亦因其“万科(000002.SZ)第一大股东”的身份备受关注，公司也从这笔投资中获益不少。

但在房地产市场处于深度调整这些年，作为“局中人”的深铁集团难免受到影响。2021—2023年，站城开发毛利率从69.67%持续降至37.4%，今年上半年为36.2%。前三季度，深铁集团投资收益由正转负，亏损约48.53亿元。

11月13日，《中国经营报》记者从深铁集团方面获悉，前三季度，深铁集团轨道交通运营收入同比增长10%，站城开发收入同比增长166%至45.77亿元，“进入四季度，随着房地产市场持续回暖，站城销售显著增长”。但对于万科经营状况对公司业绩的影响及应对措施，深铁集团方面未予以置评。

对万科频频施以援手

近两年，万科经营承压，深铁集团的投资也受到影响。

今年前三季度，深铁集团录得近9年来最大亏损。

Wind数据显示，自2015年以来，深铁集团仅在2017年前三季度、2023年前三季度这两个报告期出现亏损，亏损金额在10亿元左右，但到今年前三季度，亏损规模已扩大至80亿元。

事实上，深铁集团在今年连续三个季度出现亏损，单季度亏损额分别约18.6亿元、19.3亿元、43亿元，除了一季度营收同比出现下降，其余两个季度营收均呈现同比增长。前三季度，深铁集团经营活动产生的现金净流额约22.6亿元，同比下降44.84%。

今年上半年，深铁集团合并报表范围内发生亏损约37.85亿元，其中仅投资收益一项亏损26.25亿元，对联营企业和合营企业的投资收益约-26.34亿元。前三季度，深铁集团投资损失达到48.53亿元，其中对联营企业和合营企业的投资亏损约48.65亿元，去年同期收益约36.74亿元。

深铁集团在公司债券2024年

半年度报告的“重要子公司或参股公司情况”一栏仅披露万科的业绩表现。今年上半年，万科营收约1427.8亿元，净利润为-85.21亿元。截至目前，深铁集团对万科持股27.18%。

事实上，对万科的投资在过去几年曾给深铁集团带来了丰厚的利润。

2017年，深铁集团合计出资约663亿元，通过受让华润集团、恒大集团合计持有的万科29.38%股权成为万科第一大股东，结束了“宝万之争”。深铁集团方面表示，此举“提升了深铁集团的社会影响力”。此后，深铁集团坐上净利润增长的快车，从2016年的约1.6亿元直线上升至2017年的约68亿元。2019年，深铁集团净利润达到约118亿元，当年实现投资收益117.25亿元，其中来自万科的投资收益112亿元。2022年，深铁集团获得来自万科的分红约31.65亿元。

值得注意的是，近两年万科经营承压，深铁集团的投资也受到

影响。2023年，万科营收约4657.4亿元，同比下降7.6%，净利润约121.63亿元，同比下降46.39%。与此同时，万科打破31年的惯例，做出2023年不分红的决策。

今年4月，万科宣布遭遇阶段性经营性困难，上半年仍无分红计划。万科三季报显示，第三季度营收771.2亿元，归属于上市公司股东的净亏损80.9亿元。1—9月，万科收入2198.9亿元，净亏损179.4亿元。对于第三季度出现亏损的原因，万科在三季报中表示，主要是开发业务结算规模和毛利率下滑、计提减值、部分非主业财务投资出现亏损以及部分资产交易和股权转让的交易价格低于账面值等因素导致。

即便如此，作为万科第一大股东，深铁集团仍对万科频频施以援手。

去年11月，万科遭遇“股债双杀”，多只美元债价格发生大幅波动，深铁集团彼时出面表示：“在坚持市场化、法治化的原则下，运用



深圳地铁3号线四期梨园站(施工现貌)

本报资料室/图

一切可能手段和途径与万科共同应对可能风险。”与此同时，深铁集团将通过承接万科在深圳的部分城市更新项目、择机购买万科在公开市场发行的债券等“工具箱”支持万科。

今年5月，深铁集团以挂牌价

开发收入占比曾达70%

过去几年，站城开发是深铁集团收入及利润的主要来源。

不过，剔除万科带来的影响，深铁集团今年前三季度自身归母净亏损亦接近60亿元。

年报显示，深铁集团承担深圳市95%以上的轨道交通建设和运营任务，业务涵盖“三铁”（国家铁路、城际铁路和城市轨道交通）的投资建设、运营维护、站城开发、资源经营，以及轨道产业链相关的生产性服务业。

今年上半年，深铁集团轨道交通建设运营及资源经营的收入约47.8亿元，同比增长7.44%，成本同比下降0.32%，毛利率同比增加9.78个百分点至-25.6%。同期，站城开发收入约44.18亿元，同比增长170.14%，但成本同比增长651.69%至28.2亿元，毛利率同比下降40.87个百分点。深铁集团方面称，主要是成本结转、结构调整的因素导致。

对于前三季度的经营情况，深

铁集团方面对记者表示，今年，深铁集团营收保持稳定增长，经营现金流持续为正，保持良好经营态势。轨道交通运营方面，1—9月，深圳全市567.1公里城轨线网客流达21.06亿人次，客流强度位居全国第一，同比增长16.06%；受益于地铁客流和地铁商圈热度的不断攀升，带动深铁集团的商业、酒店、物业服务等经营性业务收入同比增长20%；站城开发收入同比增长16%至45.77亿元，毛利率较上半年有所提升。

值得注意的是，长期以来，地铁公司并不仅靠卖票维持经营，深铁集团更是发展出“轨道+物业”（R+P）的模式一跃成为全国盈利能力最强的地铁公司之一。过去几年，站城开发是深铁集团收入及利润的主要来源。

深铁集团方面曾披露：“以深圳地铁一期工程为例，按照地铁站

点周围500米半径范围计，深圳地铁一期的建设带来住宅、商场、办公楼价值的增值幅度分别为19.9%、14.7%和11.5%，平均每个地铁站点500米半径范围的地铁上盖物业的增值效益为16.8亿元，共计335.4亿元，为一期地铁总造价的3倍，平均每公里地铁带来周边物业增值15.6亿元，地铁物业增值效益完全可支撑地铁项目建设投资。”

深铁集团亦在财务报表中表示，地铁上盖物业开发属于公司的重点业务之一，创造的收入和利润占比较高。

2019年，深铁集团营收同比增长85.33%，净利润同比增长62.88%，主要是地铁上盖物业板块的营收及利润均较2018年大幅增加所致。2019年1月，深铁集团成立深圳地铁置业集团有限公司（以下简称“深铁置业”），由其负责站城开发业务。2020年，深铁集团地

铁上盖物业开发的营收占比达到71.75%，毛利率为72.02%；2021年，站城开发收入虽有所下滑，但仍是深铁集团的主要利润来源，占比达到221.72%。

2022年，站城开发业务的营收占比从2021年的58.67%再度回升至66.94%，但在2023年又下滑至58.53%。2023年，深铁集团站城开发板块收入147.23亿元，同比下降8.26%，营业成本同比增长26.56%，主要是受经营环境及需求影响，同期销售收入有所下降。今年上半年，站城开发业务的收入占比进一步降至47.51%。盈利能力方面，2021—2023年，站城开发毛利率分别为69.67%、54.62%、37.4%。

深铁集团方面对记者表示，为有效支持地铁线路的建设和运营，深铁集团采用了“轨道+物业”模式，为地铁线路建设和运营提供融资支持及轨交项目财务表现的改

善。近年来，为促进城市轨道交通全生命周期财务平衡，深铁集团创新提出“一链两环”模式，锁定成本可预期、财务可承受、经营可持续“三可”目标，一体化推进项目价值链的全周期管理。

对于站城开发业务今年的表现，深铁集团方面表示，该业务“依旧保持着强劲活力”，收入“继续领衔深圳房企第一阵营”，有力反哺轨道交通。据深铁置业相关负责人介绍，今年1—10月，深铁前海时代尊府、深铁珑境、深铁璟城等项目实现成交金额140.3亿元，已连续10年实现年销售额过百亿。“这主要是得益于深圳市在9月29日发布一系列关于房地产行业的优化新政‘组合拳’，包括首套房首付下降、取消限售、分区放开限购等。”上述政策不仅使深铁集团的楼盘在国庆假期实现火热开局，热度还延续到11月份。

地产行业迎来重磅减税政策 一线城市受影响最大

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

11月13日，财政部、税务总局、住房和城乡建设部联合发布《关于促进房地产市场平稳健康发展有关政策如期落地》。

事实上，在此次政策发布前，财政部部长蓝佛安在11月8日举行的十四届全国人大常委会第十二次会议新闻发布会上就表示，支持房地产市场健康发展的相关税收政策已按程序报批。随后，涉及非普通住房相关税收减免和个税、契税减免等消息相继传出，千呼万唤之下，政策如期落地。

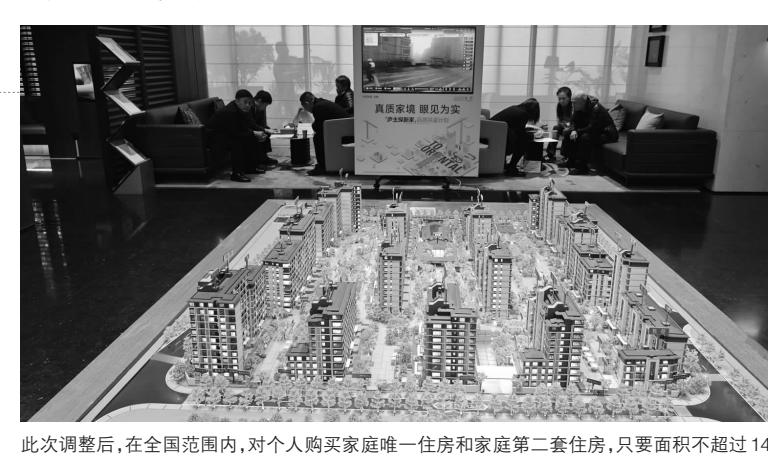
契税方面，本次政策明确将现行享受1%低税率优惠的面积标准由90平方米提高到140平方米，并明确北京、上海、广州、深圳4个城市可以与其他地区统一适用家庭第二套住房契税优惠政策。

调整后，在全国范围内，对个人购买家庭唯一住房和家庭第二套住房，只要面积不超过140平方米的，将统一按1%的税率缴纳契税。面积为140平方米以上的，家庭唯一住房减按1.5%的税率征收契税；第二套住房减按2%的税率征收契税。

据了解，契税是指不动产（土地、房屋）产权发生转移变动时，就当事人所订契约按产价的一定比例向新业主（产权承受人）征收的一次性税。作为一种针对居民端征收的“买

税政策的公告》，明确多项支持房地产市场发展的税收优惠政策。

《中国经营报》记者了解到，此次政策加大了住房交易环节契税、增值税优惠力度，积极支持居民刚



此次调整后，在全国范围内，对个人购买家庭唯一住房和家庭第二套住房，只要面积不超过140平方米的，将统一按1%的税率缴纳契税。图为北京一新房售楼处。吴静/摄影

方税”，此前契税所执行的标准是：普通住宅1%-1.5%，非普通住宅3%（其中，上海、北京按照90平方米标准划分普通住宅与非普通住宅；深圳、广州则按照144平方米标准划分）。

本次政策还明确取消普通住宅和非普通住宅标准衔接的增值税、土地增值税优惠政策，降低二手房交易成本，保持房地产企业税负稳定。

增值税方面，在城市取消普通住宅标准后，对个人销售已购买2年以上（含2年）住房一律免征增值税，原针对北京、上海、广州、深圳4个一线城市个人销售已购买2年以上（含2年）非普通住房征收增值税的规定相应停止执行。

作为针对居民端征收的“卖方

住房和改善性住房需求，一线城市受影响最大；同时，降低土地增值税预征率下限，缓解房地产企业财务困难，对于购房者、房企均将产生实质性利好。

一线城市受影响最大

据中原地产首席分析师张大伟介绍，房产交易环节中，特别是二手房主要有契税和增值税。之前大部分城市在契税、增值税上都已经减免，部分城市甚至已经购房补贴所有契税，因此本次税费政策主要影响的是一线城市。

据了解，四个一线城市中，过去二套房全部按照3%收取契税，新政策发布后，将变成140平方米以内1%，140平方米以上2%，也就是说绝大部分购房者可以享受2%的契税减免。以一套100平方米、第二套房的购房者为例，总价500万元，过去契税按照3%标准为15万元，新政策后将按照1%收取，可以减少10万元。

他指出，此次增值税调整的影响主要在于是否取消普通住宅和非普通住宅。目前来看，一线城市取消的可能性都非常大，目前超过2年的非普通住宅差额收取增值税政策依然存在。后续如果取消普通住宅与非普通住宅标准，将为市场上大量超过2年的购房者节省税费。

以北京一套160平方米的二手房为例，虽然房产持有已经超过2年，但因为是非普通住宅，所以需要缴纳差额5.5%的增值税。如果原来购房价格是100万

元，现在成交价格是1100万元，那么按照差额1000万元计算，就需要缴纳55万元的增值税。但如果取消普通住宅与非普通住宅划分，那么这部分税费将节省掉。

从政策内容来看，广东省城乡规划院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉指出，1%契税率优惠面积标准由90平方米提高到140平方米（无论首套还是二套），其目的就是降低交易成本，促进改善型需求，其对新房销售的利好幅度更大。

土地增值税预征率下限降低0.5个百分点，各地还可以根据实际情况对执行的预征率进行调整，意味着在开发商拿地和开工积极性降至历史低位的情况下，很多地方可能会取消预征。

据中指研究院政策研究总监陈文静介绍，近些年，随着房地产市场的持续调整，不少房地产项目的土地增值税实际税率已经明显降低，企业不少税费资金处于多缴状态，这部分资金如果不能及时退税，将增加企业的资金压力。

李宇嘉指出，一方面，预征额本来比较低，在最终清算周期较长的情况下，地方取消预征刺激房企拿地的积极性很高；另一方面，增值税收入中75%为中央财政收入，25%为地方收入，地方

取消预征的积极性自然增长。他还表示：“取消预征并不是不征，而是推后。目前来看，尽管销售端有所好转，但政策效应从刺激销售端传导至开发拿地端的效果还未显现，也是此次政策的一个出发点。”

陈文静表示，综合来看，本次政策对于购房者、房企均将产生实质性利好，降低购房者置业成本、缓解房企资金压力，有利于进一步稳定市场预期、提振购房者置业信心，10月房地产市场出现了“阶段性回稳”，财税政策接连落地有望进一步强化市场的修复节奏，助力房地产市场止跌回稳。

值得注意的是，随着增量时代转向存量时代，房地产税收政策目标已经从过去的抑制过快流转、房价过快上涨转到促进交易循环。同时，税收调控还注意到了存量房屋和社区养老、公共配套短板的资金需求。

李宇嘉指出，房产税收改革的方向是将流转环节的税负转移到后端保有和维护环节，从而使总的税负不变，但征收环节后移。这样一方面做大了交易的蛋糕，另一方面后端公共服务维护和保养以及房屋养老金也就有了资金保障，居民居住更加舒适，房价也能有所稳定。

持币观望者陆续出手 北京新房销售回升

本报记者 陈雪波 卢志坤 北京报道

“最近看房的人明显增加。”近日,一位北京房产经纪人告诉《中国经营报》记者,今年新政策很密集,

打折促销力度加大

项目销售人员告诉记者,只有部分房源做折扣,并非所有房源都能有这么大的优惠力度。

近期,“李嘉诚打折卖房”的消息冲上热搜。消息称,10月底,备案价超过9万元/平方米的御翠园项目在按照低于8万元/平方米的价格销售,项目附近的地铁、教育、购物配套优势明显。这一降价促销措施吸引了大量购房者前往看房。

目前,记者来到御翠园销售现场,虽然是在工作日,售楼处也有数十位购房者看房,多为家庭成员结伴前往。项目现场有一位50岁左右的女性购房者告诉销售人员,她在北京已经有一套房,准备换一套更大的房子用来养老。此外,项目现场还专门为各房产中介平台设置了咨询区。

御翠园售楼处贴出了每一套房源的备案价,以及部分房源优惠折扣的“惊喜价”。以一套在4号楼的141平方米的户型为例,备案价为9.87万元/平方米,优惠后的“金秋惊喜价”为7.89万元/平方米,每平方米单价降了近2万元,总价降了近280万元。

但项目销售人员告诉记者,只有部分房源做折扣,并非所有房源都能有这么大的优惠力度。可以做参照的是,御翠园旁边的逸翠园近期二手房成交价在8.67

带动效果也非常明显,一些过去拿着钱等待的人,选择在近段时间下手买房。

中指研究院数据显示,今年10月北京新房成交4943套,销售面积

为59.59万平方米,销售面积环比增长59%,同比增长1%;10月北京新建住宅平均价格为45562元/平方米,环比上涨0.27%,同比上涨1.51%。总体实现量价齐升。

记者走访北京房地产市场发现,近期多个售楼处的看房客户众多。业内人士介绍称,近期成交量明显增加。与此同时,今年入市的一些项目,也增加了服务

配套,通过健身房、游泳池等产品打造来吸引购房者的关注。有新房项目负责人在接受记者采访时表示,10月成交量环比增长200%。



在御翠园项目现场,有众多购房者前来咨询项目详情。陈雪波/摄影

抵达看房,向销售人员详细了解项目情况。该项目销售人员向记者表示,在国庆假期,售楼处的客户多到讲解不过来,一位销售人员要同时带三四组客户。“现在首付比例降低了,社保要求也从5年变成了2年,最近很多人来看房子。”售楼处大门旁还展示了近期房地产政策,列出了降低公积金

贷款利率、降低最低首付款比例、增加信贷规模等政策。

北京润府项目公司向记者透露,今年10月,该项目销售额约10.4亿元,提升显著。相比前期,客户决策周期明显缩短,成交节奏加快。系列政策利好一定程度上提振了客户的购买信心。关于近期的售价调整,该公司表示,北

很多购房者只是去看一下,实际购买的人很少,他们有很多可选的新房项目,同等价格的二手房选择就更多了。

虽然御翠园的售楼处数天以来一直热闹非凡,但其实际签约数据并没有如到访量一般火爆。有业内人士透露,御翠园今年曾有几次开盘,售价一路从9万元/平方米降到现在的8万元/平方米左右。

熟悉御翠园的一位房产经纪人告诉记者,该项目虽然价格略有优势,但因为是毛坯交付,入住后3—5年会有装修噪声。更重要的是,

11月13日,该项目数百套取得预售证房源中,只有27套房源处于已签约状态。

熟悉御翠园的一位房产经纪人告诉记者,北京楼市的供求关系比较良性,特别是总价在1000万元左右的房源,新房、二手房都有很多选择。

为了吸引更多的购房者,一些新房项目在产品配套上投入了更多

京润府的产品定价依据政府指导价,根据不同户型、不同楼层位置进行一房一价的制定,这也便于客户根据自己的预算和需求进行选购。

“这轮政策对五环外利好明显。”该公司介绍,政策调整加项目自身的优势,吸引了更多的客户来选购。

打破持币等待魔咒

北京“9·30新政”落地实施后,对刚需和改善性住房需求的释放起到明显带动作用。

今年9月,多地陆续出台了降低房贷利率、降低首付比例等政策。9月30日,北京发布《关于进一步优化调整本市房地产相关政策的通知》,调降购房首付比例,商业性个人住房贷款最低首付款比例可以低至15%。还放宽了购房的资格要求,非北京市户籍居民家庭购买五环内商品住房的,缴纳社会保险或个人所得税的年限,调整为购房之日前连续缴纳满3年及以上;购买五环外商品住房的,缴纳社会保险或个人所得税的年限,调整为购房之日前连续缴纳满2年及以上。

北京市朝阳区一位房产经纪人告诉记者,之前有些有购房需求的人,手里拿着钱一直在观望。他们看到最近发布了很多政策,价格也合适,觉得市场筑底了,就会选择在这个阶段买房。北京润府项目公司也告诉记者,公司对接下来的北京楼市持乐观态度。

中指研究院研究副总监李益峰指出,在中央一揽子政策及北京政策优化推动下,房地产市场预期及购房者信心有所恢复,10月份北京市场活跃度明显提升。北京“9·30新政”落地实施后,对刚需和改善性住房需求的释放起到明显带动作用,10月以来,线上咨询量、案场来访量较9月明显增加,新房、二手房销售均出现明显恢复。若接下来北京进一步优化楼市政策,叠加年底房企冲刺业绩,预计后续北京市场或有望实现止跌回稳。

购房者可选范围扩大

很多购房者只是去看一下,实际购买的人很少,他们有很多可选的新房项目,同等价格的二手房选择就更多了。

因为项目拿地时间早,户型和园林设计比较老旧,而且房屋产权只剩40多年。他告诉记者,很多购房者只是去看一下,实际购买的人很少,他们有很多可选的新房项目,同等价格的二手房选择就更多了。

这位房产经纪人向记者出示了一份御翠园执行大幅优惠后,首个周末的成交数据表:项目总到访量达到612人,但只有16人签约,签约

比例为2.6%。记者多次致电御翠园开发公司和记黄埔地产(北京朝阳)有限公司核实表格的真实性,电话未能接通。记者又向公司发送采访提纲,截至发稿未获回复。记者以购房者身份致电该项目售楼处询问,对方表示“表格不是我们官方出的,有需要可以到现场咨询”。

记者从北京市住建委官网查询到,在不考虑备案延迟的情况下,到

精力。记者在润府看到,项目会所内设置了游泳池、健身房、棋牌室、餐厅等配套设施,销售人员介绍,仅会所打造就花费了将近1000万元。该项目开发公司告诉记者,润府项目通过打造会所及社区园林景观,将客户的活动空间外延,未来业主在社区内就可以拥有丰富的活动体验,这样可以增加产品的附加值。

竞争加剧 家电企业如何破解“增收不增利”难题

本报记者 陈靖斌 广州报道

在各大厨电和家电上市公司纷纷发布的三季报中,尽管以旧换新政策显现出一定效果,但《中国经营报》记者梳理后发现,这些企业的业绩出现明显分化。

相关数据显示,截至目前,A

政策提振下业绩分化

今年前7个月,受房地产市场低迷和消费者信心不足的影响,国内家电市场表现疲软。然而,这一趋势在第三季度出现转机。

随着国家以旧换新补贴政策逐步落实,消费者的换新需求逐步释放,再加上8月高温天气刺激了空调需求,家电行业零售额开始逐渐企稳回升。奥维云网(AVC)数据显示,截至2024年9月,中国家电市场累计零售额为6144亿元,同比仅微降0.2%。从季度来看,今年一、二、三季度的零售额同比增幅分别为4.3%、-8.5%和7.5%。其中,第三季度的7月、8月、9月同比增幅分别为-9.2%、3.7%和28.6%,显示出市场复苏迹象。

然而,家电行业的整体回暖并未在所有公司中平均体现。白电领域的龙头企业如美的集团和TCL智家,受益于政策刺激和企业自身的经营策略,实现了营收与利润的双增长。美的集团在2024年第三季度的财报中披露,其营业收入

股市场家电板块的102家上市公司已全部披露2024年三季度财报。

整体来看,得益于提质增效、以旧换新和创新转型等举措,多数公司在提升经营质量方面取得一定进展,维持了稳健的经营态势。然而,这些企业的成长表现并不一致——仅有44家公司实现营收与归母净利润的双增长,占

比43.13%。

中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜向记者指出,家电行业的业绩分化主要源于市场竞争的加剧及以旧换新政策在不同企业中的实际成效存在差异。除政策扶持外,企业在经营管理水平、产品质量、品牌影响力、渠道建设和研发方

面的不同投入,直接影响了其市场表现。

“面对日益激烈的市场竞争,企业需要优化自身战略,持续加强研发创新,提升产品质量与用户体验,同时拓宽销售渠道,强化品牌建设,以在行业分化趋势中实现稳健增长。”柏文喜建议道。

达到3203.50亿元,同比增长9.57%;归属于母公司股东的净利润为316.99亿元,同比增长14.37%。TCL智家表现也较为亮眼,前三季度的营业收入达到139.45亿元,同比增长23.0%;归母净利润为8.25亿元,同比增长29.6%。这些企业能够在市场回暖的过程中实现双增,表明其在白电市场的竞争力和市场份额仍然稳定。

然而,另一部分企业如格力电器和惠而浦尽管实现了利润增长,但在营收方面却面临下滑。格力电器前三季度实现营业收入1467.22亿元,同比减少5.34%;归母净利润达219.6亿元,同比增长9.3%。具体来看,第三季度格力营收为469.4亿元,同比减少15.84%;而归母净利润则为78.25亿元,同比增长5.47%。惠而浦前三季度的营收为25.24亿元,同比下降14.81%;但归母净利润大幅增长274.98%,达到5307.2万元。不过,扣非净利润却下降43.68%,显示出营收下滑带来的压力。类似的“增利不增收”现象在当前市

场环境下较为普遍,说明这类企业依赖成本控制和内部管理来维持利润,而在市场竞争中面临较大挑战。

在厨电领域,市场表现同样参差不齐。老牌厨电企业老板电器的业绩出现双降,其前三季度实现营业收入73.96亿元,同比下降6.78%;归母净利润为12.02亿元,同比下降12.44%。老板电器第三季度的营收为26.66亿元,同比下降11.07%;净利润为4.43亿元,同比下降18.49%。业绩的连续下滑显示出传统厨电企业在市场竞争中的压力。

相对而言,华帝股份在市场上的表现较为积极,前三季度的营收达到45.76亿元,同比增长3.27%;归母净利润达4.04亿元,同比增长12.28%。华帝股份的业绩增长得益于其在产品创新和品牌营销上的投入,显示出较强的盈利能力。万和电气则出现“增收不增利”的情况,前三季度的营收为52.34亿元,同比增长18.61%;但归母净利润下降18.83%,为4.54亿元。营收增长未能带动利润提

升,表明企业在成本控制和市场拓展上面临双重压力。

与白电、厨电领域不同,黑电市场的表现更加低迷。创维集团和极米科技等黑电企业面临营收和利润双降的压力。创维集团前三季度的数据显示,其营业收入为66.18亿元,同比下降13.24%;归母净利润为2.36亿元,同比下降47.19%。创维的利润大幅下滑,主要受到行业整体需求不足和市场竞争激烈的影响。

极米科技的情况更为严峻,其2024年前三季度营收为22.81亿元,同比减少5.8%;归母净利润亏损4033万元。公司方面表示,亏损的主要原因在于整体收入规模下滑,同时受老款产品去库存的影响,销售毛利率下降,进而导致净利润和扣非净利润显著下滑。极米科技的亏损并非首次出现,其去年第三季度的净利润已亏损656万元,尽管在去年第四季度和今年第一季度盈利回正,但今年第二、三季度再次陷入亏损,分别亏损1022万元和4443万元。

“三重”压力下分化加剧

家电企业业绩在第三季度表现分化,与行业激烈竞争息息相关。

回顾前三季度,中国家电市场经历了1—7月的低迷与激烈竞争,到8月以旧换新政策逐步落实,市场信心得到显著提振,家电企业随之加速布局。然而,尽管企业积极抢占市场,但国内经济下行压力增大,消费者信心指数依然低迷,总体需求疲软。实体经济的内部循环存在障碍,供需两端同时面临挑战。

奥维云网与全国家用电器工业信息中心在《2024年前三季度家电市场总结》中指出,家电行业面临三重困境:“天时”——消费需求低迷;“地利”——房地产市场降温;“人和”——人口增长放缓。行业依然处于存量市场的激烈竞争之中。

此外,尽管以旧换新政策带来了一定消费动力,但其潜力尚未完全激发,家电市场依然面临供需错配的严峻问题。奥维云网数据显示,目前中国家电的保有量超过40亿台,按“七普”的49416万户家庭计算,平均每个家庭的家电保有量超过8台。自2019年中国家电市场零售规模达到8910亿元峰值后,近几年市场表现乏力。需求端的多样化和个性化需求加速发展,但供给端的创新速度却在放缓。当前,家电市场正处于“高标准换新需求”与“技术微创新”之间的供需错配周期中。

针对这一趋势,奥维云网在报告中提出2025年市场发展的三

项建议。首先,家电企业应在2025年第二季度推出与2024年产品明显不同的新品,尤其是与“国补”政策时期的产品有所区别,以平衡消费者的心理落差。其次,建议企业通过让利经销商、加强运营和服务,而非靠单纯降价来吸引消费者。在补贴结束后,行业的核心竞争力将是高价值——包括产品、体验和服务,而非低价

格。能够在“国补”结束后存活的经销商通常具备较强的运营能力,企业应借助它们的优势,扶持其成长,共同达成互利共赢。最后,随着市场的洗牌,明年将有大量小商家退出市场,但新商家也会涌入。企业需要提前规划终端市场的竞争策略,特别是在空白市场和社区周边市场中发挥其专业优势。

柏文喜进一步指出,在面对行业激烈竞争与政策变动时,家电企业应着力提升产品创新水平,增加产品技术含量,开发具有差异化竞争力的产品,以提高市场竞争力。TCL智家和美的集团在营收与利润方面取得亮眼成绩,这得益于其创新举措,包括优化产品线、提升产品质量与性能、加强智能家居与物联网技术的研发与应用,以及提高供应链效率、降低成本等。

“未来家电市场的技术或产品创新趋势包括:智能家居、物联网、绿色节能、健康安全和智能语音交互等。这些趋势将为家电企业带来新的增长机会。”柏文喜表示。

山东华鹏人事格局生变

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

易主将近两年，山东华鹏玻璃股份有限公司(603021.SH,以下简称“山东华鹏”)管理层与董事会迎来密集“换血”。

近日，包括公司实控人杨晓宏及董事长崔志强在内，山东华鹏先后有2名高管与4名董事辞职。相应高管与董事辞职后，该公司近日提名的董事候选人与新任高管均有公司现任控股股东山东东海科控股有限公司(以下简称

“海科控股”)任职经历。

控股股东代表董事与高管人数增加，是否意味着将加强对公司控制？对此，山东华鹏方面回复《中国经营报》记者采访时表示，公司总经理与财务负责人的更换属于正常现象，公司作为独立经营的主体，在业务、资产、人员、机构和财务等方面始终保持独立性。

尽管如此，山东华鹏日前还是因董事、高管辞职有关事项收到监管工作函。

近半董事、高管辞职

11月8日晚间，山东华鹏再度发布公告称，因工作调整需要，包括公司董事长崔志强在内共4名董事申请辞职，辞职后4人均不再担任公司任何职务。

山东华鹏披露2名高管与4名董事辞职事项间隔不足一周。Wind数据显示，该公司目前董事会人员为9人，高管人员有4人。由此来看，该公司近日有半数高管辞职，且有近半数董事辞职。

其中，11月4日，山东华鹏披露称，公司总经理黄帅，副总经理、财务负责人赵颖娴两人申请辞职。相应公告中，这两人辞职均为个人原因，其中黄帅辞职后将不再担任公司任何职务，赵颖娴辞职后将在下属子公司任职。

11月8日晚间，山东华鹏再度发布公告称，因工作调整需要，包括公司董事长崔志强在内共4名董事申请辞职，辞职后4人均不再担任公司任何职务。

其中，董事长崔志强申请辞去山东华鹏董事及董事长、董事会战略委员会委员及召集人、董事会审计委员会委员等职务，董事杨晓宏、张在忠、巩超等3人也申请辞去相应职务。辞职后，上述4人均不再担任山东华鹏任何职务。

值得注意的是，10月底，因约260万元资金被冻结延迟披露，山东华鹏及相关责任人被予以监管警示。其中，被监管警示的相关责任人包括近期辞职的崔志强、黄帅、赵颖娴3人。

具体来看，因山东华鹏与相关方存在合同纠纷事宜，2024年9月26日、10月11日该公司有关资产分别被申请强制执行、被采取保全措施，导致其银行账户基本户及一般户被冻结，涉及冻结资金合计259.86万元，占最近一期经审计净资产的1.29%，占最近一期经审计货币资金的4.05%。

山东华鹏出现上述银行账户被冻结情况后，延迟约1个月才予以披露。基于此，上交所对山东华鹏及崔志强、黄帅、时任董事会秘书李永建、赵颖娴予以监管警示。

相应监管警示是否影响山东华鹏近期人事变动？对此，山东华鹏回复记者采访时表示，公司总经理与财务负责人辞职系个人工作原因，与监管警示无关。

新任高管来自控股股东

海科控股提名刘东广、介保海、门秋辰、陈剑钊为山东华鹏第八届董事会董事候选人。

实际上，去年易主后，山东华鹏董事会及管理层基本保持稳定，除1名独董外，其余8名董事任期均在1年以上；同时除近日辞职的2名高管外，其余高管在该公司任职已多年。

山东华鹏近日辞职的2名高管任期也均超1年，其中赵颖娴自2020年起就任该公司副总经理。

去年易主交易完成前，山东华鹏控股股东舜和资本管理有限公司(现已更名为山东省绿色资本投资集团有限公司)，实际控制人为山东省政府。其中，原控股股东舜和资本为山东发展投资控股集团有限公司(以下简称“山发集团”)全资子公司。

去年易主后，山东华鹏6名非独立董事中，仍有2名来自山发集团，包括副董事长胡磊与董事王自会，且2人不在近日辞职的董事之列。

在近日人事变动中，除仍在下属公司任职的赵颖娴外，山东

华鹏辞职董事与高管也多来自海科控股。近日辞职的4名董事中，杨晓宏现为山东华鹏实控人，2014年3月起任海科控股董事长；崔志强去年起任山东华鹏董事长，其自2016年11月就进入海科控股，现任海科控股董事；张在忠于2014年3月起任海科控股董事、总经理；巩超则至少自2012年起就在海科控股关联公司任职。

另一方面，山东华鹏上述2名高管与4名董事辞职后，近日提名的董事候选人及新任高管均来自海科控股。

其中，上述2名高管辞职后，时任董事长即崔志强提名，山东华鹏新聘任刘东广为公司总经理，并担任法定代表人；聘任介保海为公司副总经理及财务负责人。

简历信息显示，新任2名高管均有海科控股任职经历。其中，刘东广于2014年5月至2016年11月任该公司财务部综合会计，2016年12月至今任该公司财务部经理。



图为山东华鹏厂区。

山东华鹏官网/图

2024年1月至2024年10月任海科控股投资与资本市场部负责人。

上述4名董事辞职同时，海科控股提名刘东广、介保海、门秋辰、陈剑钊为山东华鹏第八届董事会董事候选人。

除新任2名高管刘东广、介保海外，门秋辰、陈剑钊也均有海科控股任职经历。其中，门秋辰于2018年3月至2024年9月任该公公司投资与资本市场部资本运营师，2024年9月至今任该公司战略投资部资本运营经理；陈剑钊于2014年5月至2016年11月任该公司财务部综合会计，2016年12月至今任该公司财务部经理。

不过，由于上述4名非独立董事辞职将导致山东华鹏董事会成员人数不足所定人数的2/3，因此4人的辞职申请将在该公司股东大会选举产生新任非独立董事方可生效。

山东华鹏近日提名的董事候选人及新任高管均来自海科控股，是否意味着控股股东将加强对山东华鹏的控制？“公司总经理与财务负责人的更换属于正常现象。”对于近日新任高管均来自控股股东一事，山东华鹏表示，公司作为独立经营的主体，在业务、资产、人员、机构和财务等方面始终保持独立性。

易主后法定代表人已三度变更

值得注意的是，2022年山东华鹏易主交易期间，曾有知情人士内幕交易该公司股票。

资料显示，山东华鹏是国内日用玻璃行业的企业之一，主营业务为研发、生产和销售玻璃器皿产品和玻璃瓶罐产品。

山东华鹏于2015年上市，上市后业绩表现欠佳。自2017年以来，该公司扣非净利润已连续亏损7年。同时自2021年以来，该公司归母净利润已连续亏损3年，营收也连续3年下滑。今年前三季度，该公司实现营收2.88亿元，同比下降28.35%；归母净利润-0.97亿元，扣非净利润-0.99亿元，同比均有所增长。

业绩未有明显改善的同时，山东华鹏近年来还曾两度易主，实际控制人由自然人张德华变更为山东省政府，随后再度变更为自然人杨晓宏。其中，上一轮易主交易发生于两年前。

2022年10月，海科控股与山东华鹏原第一大股东张德华签署了股权转让协议，拟受让其所持山东华鹏24.33%股份，作价5.52亿元。2023年1月，相应股份转让完成过户，海科控股随之成为山东华鹏控股股东。

上述易主交易完成后，山东

华鹏法定代表人已发生3次变更。2023年3月，该公司法定代表人由胡磊变更为崔志强；此后不到1个月时间，该公司法定代表人变更为黄帅；近日再度变更为刘东广。

值得注意的是，2022年山东华鹏易主交易期间，曾有知情人士内幕交易该公司股票。

近期，山东证监局发布了一则行政处罚信息，自然人郭某伟因内幕交易上市公司山东华鹏股票，被责令依法处理非法持有的证券，没收违法所得565.55万元，并处以1696.64万元的罚款。

根据监管处罚信息，郭某伟与海科控股时任总裁助理关系密切，二人是发小，原来住同村，平常来往较多。2022年6月至10月，二人通话频繁，有时一起聚餐。2022年7月24日、8月15日，海科控股时任总裁助理还分别向郭某伟转账200万元、10万元。

相应内幕交易是否对上市公司产生影响？相关人士目前是否仍在海科控股任职？对此，山东华鹏方面回复称，相应内幕交易事项系个人行为，对公司无影响。

旗滨集团回购去年售出资产

本报记者 陈雪波 卢志坤
北京报道

去年才卖出去的股权，今年又全部买回来？这样奇怪的一幕，近日在A股市场上演。

近日，旗滨集团(601636.SH)发布公告称，将通过发行股份的方式购买控股股东旗下公司旗滨光能28.78%的股权，交易对手方分别是宁海旗滨科源企业管理和咨询合伙企业及16家员工跟投合伙企业。

决定回购售出不久的资产？旗滨集团内部相关人士告诉《中国经营报》记者，关于该项股权转让计划，其实在去年二三月份已经在开展，距离现在有超过一年的时间了。而今年决定回购股权，有一个考虑是可

以更好地发挥公司内部管理的协同效应。

这一举动引发了市场的好奇。为何时隔一年，旗滨集团又决定重新收购这部分股权？

让旗滨集团反复斟酌的标的旗滨光能是一家什么样的公司？资料显示，旗滨光能主要从事光伏玻璃的研发、生产与销售。旗滨集团自身则是一家以玻璃及制品生产、销售为主营业务的上市公司，产品涵盖浮法玻璃、建筑玻璃、光伏玻璃等多个领域。旗滨集团今年前三季度归母净利润同比下滑近半，就是受到建筑玻璃、光伏玻璃市场价格持续下降的影响。

值得注意的是，本次收购通过定向发行股份的方式进行。发行对象为宁海旗滨科源及宁海旗昭、宁海旗富、宁海旗平、宁海旗进等16家员工

跟投合伙企业。但目前标的资产评估值及交易作价均尚未确定。不同于出售股权时的现金交易，本次回购股权旗滨集团以定增的方式推进，无需支付现金。

对于为何时隔一年又要回购已售出的股权，旗滨集团在公告中解释称，本次发行股份购买旗滨光能的少数股权，有利于继续加强上市公司股权管理及公司治理；有利于进一步增强上市公司对旗滨光能的控制，提高旗滨光能生产经营和战略决策效率，提升旗滨光能与上市公司体系内各业务板块及主体的资源协同共享；有利于增强员工与上市公司成长的直接联系，提高团队凝聚力。

与此同时，近一年来旗滨集团也有几次重大人事变动。去年12月，旗滨集团创始人、实际控制人俞其兵决定辞去董事及董事会专业委员会委员等职务，也不再担任公司其他任何管理职务；今年7月，因工作变

动原因，周军也辞去了公司副总裁职务。高层管理人员的变动是否对旗滨集团本次收购决策产生了影响？

对此，旗滨集团方面回应记者称，公司这次资产收购与公司的人事变动无关。而公司业绩波动主要是受到下游房地产、光伏行业的周期性波动影响，同行业公司对比来看，这样的变化趋势是相似的，是正常的波动。

业绩波动受累于下游行业

根据旗滨集团最新公布的今年第三季度财务报告，营业收入为116.00亿元，同比增长3.72%；归母净利润为6.99亿元，同比下降43.77%；扣非归母净利润为6.23亿元，同比下降45.21%。

近年来，旗滨集团的业绩表现出较为明显的波动。从2020年至2023年，该公司营收分别为96.43亿元、145.73亿元、133.13亿元、156.83亿元，归母

历时近7年 康尼机电大额并购仍在“追损”

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

完成大额并购近7年后，康尼机电(603111.SH)仍在对相应并购交易中产生的损失进行追偿。

2017年，康尼机电完成对广东龙昕科技有限公司(以下简称“龙昕科技”)的并购，并依约陆续支付了共计34亿元的交易对价。但此后相应交

易“爆雷”，标的公司原实际控制人因合同诈骗罪被判无期徒刑，康尼机电随之进入漫长的索赔周期。

近日，康尼机电发布公告称，公司收到法院下达的《民事判决书》，终审判决令深圳市泓锦文并购基金合伙企业(有限合伙)(以下简称“泓锦文基金”)返还给康尼机电相应股票并赔偿7325.11万元。泓锦文基金正是

34亿元收购4亿元出售

公开资料显示，康尼机电成立于2000年，于2014年在上交所上市，主要业务为轨道交通门系统的研发、制造、销售与技术服务，主要产品包括轨道交通车辆门系统、站台安全门系统等。

数年前，康尼机电以“轨道交通+消费电子”双主业为目标，收购了龙昕科技100%股权。该笔交易对价共约34亿元，支付方式为非公开发行股份及支付现金相结合，其中现金对价超10亿元。

完成相应交易后不久，康尼机电发现标的公司原实际控制人廖良茂在股

权交割前存在违规担保情形，遂以合同诈骗报案。2022年4月，江苏高院终审判决廖良茂犯合同诈骗罪，判处无期徒刑，责令廖良茂退出犯罪所得约19.33亿元，发还康尼机电。

相应并购交易对康尼机电业绩也产生重要影响。收购次年即2018年，康尼机电对龙昕科技计提大额预计负债及坏账准备10.67亿元，当期归母净利润大幅亏损31.51亿元。近十余年，该公司仅2018年出现亏损，其余年度归母净利润均为正值且多在1亿元以上。

在此背景下，康尼机电于2019

持续“追损”

为减少相应交易实际损失，康尼机电近年来持续向龙昕科技原股东追偿。但数年过去，相应损失仍未完成赔偿。

首先是廖良茂约19.33亿元犯罪所得返还情况。根据2024年三季报，截至该报告披露日，已司法执行追回并注销廖良茂及其一致行动人持有的6494万余股康尼机电股票。

根据此前披露信息，上述交易中，廖良茂及其一致行动人获得总对价为19.73亿元，其中现金对价为8.72亿元、股份对价为11.01亿元，折合股份数量约为7409.74万股。对比来看，不考虑超8亿元的现金对价，相应股份对价也仍未完全返还。

对廖良茂的司法判决还指出，康尼机电在上述并购交易中向龙昕科

技原20名股东实际多支付合计24.2亿元，相应股东也违反与公司签订的资产购买协议的相关规定。

因此除廖良茂及其一致行动人外，2021年，康尼机电还对龙昕科技原17名股东提起诉讼，诉请退还股权转让款及相应利息等，对应股权转让款合计约10.44亿元。

此后于2022年，康尼机电对龙昕科技原17名股东诉求变为部分被告配合康尼机电以1元价格回购康尼机电向其发行的股票约1743.57万股，如不能足额交付上述股票，差额部分按照股票发行价14.86元/股赔偿康尼机电损失；部分被告退还康尼机电股权转让对价11.41亿元及利息；部分被告退还康尼机电向其支付的现金对价6724.92万元；全部被告返还从康尼机电处取得的

2017年度现金分红1238.24万元。

截至2024年三季报披露日，康尼机电对龙昕科技原17名股东的一审民事判决书均已下达，6名股东提起上诉，其中4名股东的二审判决也已下达，均维持原判，2名股东二审正在审理中。17名原股东中有5名股东已履行完毕赔偿义务，目前已累计追回并注销上述股东持有的1558万余股康尼机电股票和现金16.12万元，剩余股东的追偿执行工作仍在进行。

对比超12亿元现金的诉讼请求，康尼机电向龙昕科技原17名股东追偿的16.12万元仍有明显差额。就相应并购交易具体追偿进展等问题，记者致电致函康尼机电董秘办采访。对方表示请示领导后回复，但截至发稿未获回复。

通用型CAR-T疗法或解开百万元一针难题

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

近些年，人们为细胞免疫疗法CAR-T展现出“一针见效”的神奇疗效所惊叹，同时对其动辄百万元一针的价格望而却步。市场普遍认为，被贴上“天价”标签的CAR-T疗法注定无法“飞入寻常百姓家”。但最近一款新药的研发进展让原本“注定”的局面泛起了波澜。

近日，科济药业(2171.HK)公布异体双靶点CAR-T细胞疗法CT0590的一项试验数据。据该公司披露，研究的初步结果表明CT0590的安全性可控，并实现深

度和持久的临床缓解。上述信息发布后，科济药业股价连续三日上涨，其间到达年内最高点。

CT0590是一款通用型CAR-T(uCAR-T)细胞疗法，与自体CAR-T疗法从患者自身提取T细胞不同，通用型CAR-T疗法是从健康供体内(即异体)分离提取T细胞进行批量生产，最终可输入多位患者体内。

值得注意的是，目前获批上市的CAR-T产品均为自体CAR-T。一直以来，生产成本过高、制备时间较长等因素导致自体CAR-T价格居高不下。

初现曙光

“原发性浆细胞白血病是一个超级难治的病，可以说没有‘标准治疗’，只有‘推荐治疗’。”

“我一直认为，药物研发出来后如果不能让更多老百姓用得起，那么意义将会大打折扣。”李宗海说。

11月6日，科济药业宣布CT0590的数据将于第66届美国血液年会上展示。与此同时，该公司在官网披露了CT0590的研究成果。该研究是CT0590在复发/难治性多发性骨髓瘤(RRMM)患者中进行的首次人体(FIH)、开放标签、单中心一期研究，旨在评估CT0590的安全性、耐受性、药代动力学及初步疗效。

在上述研究中，截至2024年4月22日，已有5例受试者入选，包括4例RRMM患者和1例同情用药的原发性浆细胞白血病(pPCL)患者。在安全性表现上，未观察到≥3级细胞因子释放综合征(CRS)，未观察到免疫效应细胞相关神经毒性综合征(ICANS)或移植物抗宿主病(GvHD)，未发生剂量限制性毒性，未发生患者因不良事件导致退出研究或死亡。

在有效性表现上，中位随访时间为16.6个月，有3例确认客观缓解，还有1例已达到部分缓解(PR)但因Covid-19未确认客观缓解。确认客观缓解的3例患者中，有2例达到严格意义上的完全缓解(sCR)，其中1名RRMM患者的反应持续时间(DOR)已达23个月。

(sCR仍在持续中)，另1名pPCL患者的DOR为20个月。在2名达到sCR患者中，CAR拷贝数峰值大于280000拷贝/μg基因组DNA，与靶向BCMA自体CAR-T产品相当。

李宗海对记者表示，上述研究中达到sCR的RRMM患者的骨髓中浆细胞比例为94.5%，属于超高肿瘤负荷(浆细胞比例≥60%为高肿瘤负荷)，在接受治疗的超过300个病例中，多发性骨髓瘤病人中浆细胞比例最高，“如果是采用自体CAR-T疗法，估计需要等待一个月左右，在时间上对病人是一个考验。所以我们的通用型CAR-T想先从这类高危患者用起，目前来看，疗效还是比较好的”。对于另一名达到sCR的pPCL患者情况，李宗海表示：“原发性浆细胞白血病是一个超级难治的病，可以说没有‘标准治疗’，只有‘推荐治疗’”。在使用靶向BCMA自体CAR-T治疗浆细胞白血病的既往报道中，患者的DOR都不超过10个月，最短只有3个月左右，但我们治疗的患者DOR已经达到20个月。”

对于能够实现上述数据的原因，李宗海认为，一方面得益于解决HvGR问题的THANK-uCAR(Target and Hinder the Attack of NK cells on Universal CAR T cells)技术，从而使得CT0590能在

11月12日，科济药业董事会主席李宗海在接受《中国经营报》记者采访时表示，相较自体CAR-T，通用型CAR-T的生产成本可望降低95%以上，批量生产的结果就是患者无须等待，可随时使用。“通用型CAR-T是整个CAR-T领域必须攻克的技术难关。一旦攻克，前方将变成星辰大海。”

尽管潜力巨大，通用型CAR-T疗法也有需要跨过的“坎”。由于该疗法采用了异体来源的T细胞，给药治疗后在患者体内会引起宿主抗移植物反应(HvGR)，导致通用型CAR-T细胞被排异，从而影响疗效。

体内很好扩增；另一方面是THANK-uCAR技术会同时敲除NKG2A(NK细胞表面的一种抑制性受体)，导致CT0590抗肿瘤活性提高。

HvGR是目前通用型CAR-T面临的主要挑战，它影响了CAR-T细胞的存活，导致CAR-T细胞扩增有限，最终关乎药物的疗效。

为了避免宿主T细胞对于同种异体CAR-T细胞的排异，通常会敲除B2M基因，但这又会引起宿主NK细胞对uCAR-T细胞(缺乏B2M基因的同种异体CAR-T细胞)的杀伤。为了解决前述问题，科济药业使用THANK-uCAR技术，将一种能够识别NKG2A的CAR装载到同种异体CAR-T细胞中，以阻止NK细胞的攻击，与此同时，NK细胞可作为uCAR-T细胞的“饲养细胞”，增强uCAR-T细胞的扩增，NKG2A敲除可以进一步增强T细胞功能。

李宗海告诉记者，THANK-uCAR是科济药业独创的技术思路，公司最近一两个月正在推几个产品进入临床，如果临床前的数据能够在临床证实并得到体现，那将具有颠覆性的意义，“现在是看到曙光了。在我看来，没有比患者负担得起、给药治疗后‘一针见效’并能够持久缓解更美好的画面了”。

样本量小

有投资者认为，公司的技术在逻辑上可行，但关于疗效仍需要更多数据验证。

事实上，CAR-T疗法作为一个新领域仍有许多发展空间，但受制于研发、制备、贮存、管理等成本的高昂，该“量身定制”的疗法难以打开市场，可及性不甚理想。

拥有国内首个获批上市CAR-T产品的复星凯特生物科技有限公司方面曾告诉记者，自体CAR-T需要采集每一位患者体内的T细胞，因此每个患者都需要一条单独的生产线，制备完成后的产品也仅限于患者自身使用。在生产制备方面，采集的患者T细胞运达产品制备基地后，将经过600多道工艺、20多位专业的制备工程师完成生产，并需通过严格的质控及质检步骤，以确保符合回输标准、患者获益最大化。“这就是所有CAR-T产品价格较高的原因所在。”

药融咨询提供的数据显示，通用型CAR-T可将耗材总成本从6万美元降至2000美元，将QC(质量控制)费用从3万美元降至1000美元，从而将生产成本从定制CAR-T的95780美元降至4460美元。

基于上述背景，CT0590研究数据发布次日(11月7日)，科济药业股价拉升，截至当天收盘报收6.71港元/股，涨幅41.86%。11月8日，科济药业盘中触及9.2港元/股。不过，资本市场的狂欢在持续三天后趋于冷静。有投资者认为，公司的技术在逻辑上可行，但关于疗效仍需要更多数据验证。截至11月14日收盘，科济药业股价回落至6.19港元/股。

李宗海亦对记者坦言，当前披露的数据基于的样本量较小，研究团队也从这次试验中看到不足之处，部分病人并没有展现理想的治疗效果，“后来我们就检测NKG2A这个标志物，发现它在不同患者NK细胞中的表达是不一



HvGR是目前通用型CAR-T面临的最大挑战。
图片来源：科济药业官网

样的。也就是说，NKG2A的表达水平有可能成为CT0590患者适用的标志物，与疗效相关。由此说明，我们的方向是对的，同时也看到了改善空间”。

记者获悉，为了解决NKG2A表达水平对疗效的影响，科济药业开发了THANK-u Plus平台。相关数据显示，采用THANK-uCAR技术的CT0590在NKG2A表达水平相对较低的NK细胞存在情况下，其扩增在72小时下降，而采用THANK-u Plus技术的CT059X的扩增继续增加；CT059X在面对NKG2A中或高水平表达的NK细胞时，其扩增能力也比CT0590显著增加。

“如果THANK-u Plus技术明年上半年能在临考上获得证实，那么通用型CAR-T技术路径就可以说完全打通了。另外，公司预期在明年下半年启动中国和美国的IND(新药研究申请)。”李宗海表示，公司近期将开展至少三个同种异体CAR-T产品的临床试验，分别用于急性髓性白血病(AML)、多发性骨髓瘤、浆细胞白血病(PCL)、B细胞

肿瘤和系统性红斑狼疮等自身免疫性疾病。

据科济药业方面披露，截至目前，公司异体管线布局包括CT0590、CT059X(用于治疗RRMM和PCL)、KJ-C2114(用于治疗实体瘤)、靶向CD19/CD20异体CAR-T(用于治疗血液肿瘤)、KJ-C2320(用于治疗AML)，后三者将于今明两年内启动IIT(Investigator-Initiated Trials，研究者发起的临床研究)。

财报显示，今年上半年，科济药业收入约600万元，主要来自泽沃基奥仑赛注射液(靶向BCMA自体CAR-T细胞产品，今年3月在国内获批上市)的收入(以出厂价格计算)。公司净利润约3.52亿元，较去年同期亏损减少5200万元。截至2024年6月30日，科济药业现金及银行结余约16.53亿元，较年初减少约1.97亿元。公司预期于2024年年末的现金及现金等价物、存款将不少于13.5亿元，在不考虑后续的现金流的前提下，公司预期将有充足现金进入到2027年。

尚荣医疗拟终止7.5亿元募投项目

六年仅完成六成进度

本报记者 晏国文 曹学平

北京报道

11月8日，尚荣医疗(002551.SZ)发布公告表示，终止高端医疗耗材产业化项目并将剩余募集资金3.6亿元用于永久补充流动资金。

2018年12月，尚荣医疗获准发行7.5亿元可转换公司债券，实际募集资金7.33亿元，用于高端医疗耗材产业化项目。不过，截至2024年10月底，尚荣医疗高端医疗耗材产业化项目投资进度仅为56.1%。

尚荣医疗方面解释称，终止该项目的主要原因是，2018年论证高端医疗耗材产业化项目是根据当时的市场环境、行业发展趋势及公司实际情况等因素而制定的，其目的是实现公司战略布局，提高公司的盈利能力，为公司带来更好的业绩。但在募投项目实施过程中，受项目进度不达预期、市场竞争加剧、集采降价、经营环境变化等因素的影响，项目如继续实施将无法达到预期目标。

《中国经营报》记者注意到，除了高端医疗耗材产业化项目，尚荣医疗还有尚荣医疗健康产业综合体(南昌产业园)、合肥尚荣移动医疗产业基地项目等重大项目进展缓慢，并且脱离原规划目标。就项目发展相关疑问，记者联系了尚荣医疗方面，不过未获回应。

尚荣医疗是一家总部位于深圳的医疗上市公司，主营业务包括三部分：第一，生产销售医疗设备、医疗耗材、医疗软件等医疗产品，比如一次性医用手术包和防护产品等；第二，医疗建设和医院后勤管理；第三，健康产业园区投资运营和医疗护理服务。

医疗产品生产销售是尚荣医疗的主要业务。2023年，尚荣医疗医疗产品销售收入占公司总收入的比重接近70%，医疗建设和医院后勤管理收入占比超过20%，其余业务收入贡献不足10%。

据2024年第三季度报告，尚荣医疗2024年前三季度营业收入为10亿元，同比增长9.1%；归属于上

市公司股东的净利润为1473万元，同比增长9%；而归属于上市公司股东的扣除非经常性损益净利润为342万元，同比下降59.9%。

11月8日，尚荣医疗发布公告表示，终止高端医疗耗材产业化项目，将剩余募集资金3.6亿元永久补充流动资金。3.6亿元资金中，未到期的理财产品余额为2.95亿元。

2019年2月12日，尚荣医疗披露可转换公司债券募集说明书，公开发行可转换公司债券拟募集资金不超过7.5亿元，用于高端医疗耗材产业化项目。项目实施主体为尚荣医疗子公司安徽尚荣，地点位于合肥市瑶海区龙岗综合经济开发区。

截至2019年、2020年、2021年、2022年和2023年年底，尚荣医

据可转换公司债券募集说明书，高端医疗耗材产业化项目包括一次性使用手术包产品(包含一次性吻合器系列产品、医用水胶体敷料系列产品、医用无纺布产品等)。其中，一次性使用手术包及配套手术器械系列产品年产量200万包。

2019年12月12日，尚荣医疗将高端医疗耗材产业化项目一次性吻合器系列产品中的一次性腔镜手术吻合器产业化项目变更实施地点。实施地点由合肥市瑶海区龙岗综合经济开发区安徽尚荣工业园变更至江西尚荣城科技产业园。

截至2019年、2020年、2021年、2022年和2023年年底，尚荣医

疗高端医疗耗材产业化项目投入进度金额分别为2.6亿元、3.4亿元、3.7亿元、3.9亿元和4亿元。可以看出，2020年之后该项目进展明显放缓。

截至2024年10月31日，高端医疗耗材产业化项目已累计投入募集资金4.11亿元，投资进度为56.1%。

在2023年年报问询函中，高端医疗耗材产业化项目进展较慢及募集资金使用的真实性等问题受到问。

在回复函中，尚荣医疗方面回复称，公司募集资金使用及存放严格按照公司募集资金管理制度及相关法律法规，公司的募集资金均用于募投项目及暂时补充流动资

金，使用是真实的，不存在被控股股东、实际控制人等关联方占用或者挪用的情形。

对于此次终止项目对公司的影响，尚荣医疗方面表示，鉴于公司拟终止高端医疗耗材产业化项目并将剩余募集资金用于永久补充流动资金是根据客观经济环境、行业经营环境以及公司经营情况做出的审慎调整，有利于提高募集资金的安全性和使用效率，同时为公司日常生产经营及未来业务的发展提供资金支持，符合公司现阶段的实际情况，不会对公司正常生产经营产生不利影响，不存在损害公司及全体股东，特别是中小股东利益的情形。

疗系统、车载设备及移动救护产品等移动救护产业，为公司赢取最大利润和更大的发展空间。

按照当初的规划，本项目正达产后，预计可实现年均销售收入约为12亿元，年均净利润约为2亿元。

然而，截至2023年年底，合肥尚荣移动医疗产业基地项目进度仅为42.34%。2021年至2023年，该项目收入分别为1013万元、1830万元、1982万元。该项目也主要依靠收租，各类承租方有112家，租金为179万元。

合肥尚荣移动医疗产业基地项目于2015年4月获得审议通过。根据可行性研究报告，该项目建设期为2年。合肥尚荣移动医疗产业基地项目建设的目的是，通过投资合肥尚荣移动医疗产业基地，大力发展无纺卫生材料及移动医

2个项目延期并沦为收租项目

2024年5月30日，深圳证券交易所上市公司管理一部曾对尚荣医疗下发2023年年报问询函，尚荣医疗健康产业综合体(南昌产业园)、合肥尚荣移动医疗产业基地项目进度较慢也是被问询的问题之一。

尚荣医疗2023年年报显示，固定资产投资(在建工程)项目包括尚荣医疗健康产业综合体(南昌产业园)、合肥尚荣移动医疗产业基地项目，涉及行业为医疗设备的生

产、销售、配送及产业孵化，本期投入金额分别为526.1万元、1349.4万元，累计投入金额为5.68亿元、5.89亿元，累计实现收益为1024.1万元、960.38万元。上述两个项目目前仍处于建设期，未到达预期进度，预计收益为0，本期末计提在建工程减值准备。

2012年5月，尚荣医疗健康产业综合体(南昌产业园)获得审议通过。据相关可行性研究报告，尚荣医疗健康产业综合体(南昌产业园)建设目的是，搭建数字一体化手术室及其配套医疗设备产业等相关研发平台，建设上述产品产业化生产线，为公司赢取最大利润和

更大的发展空间。

按照规划，尚荣医疗健康产业综合体(南昌产业园)项目计划建设期为2012—2017年，项目分两期共5年建设完毕。总投资为16亿元，其中建设投资12.4亿元，铺底流动资金3.6亿元。项目达产后，预计每年新增产值13亿元，预计可实现利润总额4.9亿元，静态投资回收期(不含建设期)7.4年，所得税后财务内部收益率为11%。

然而，截至2023年年底，尚荣医疗健康产业综合体(南昌产业园)项目进度仅为46.59%。

在2023年年报问询函中，尚荣医疗被要求说明尚荣医疗健康产业综合体(南昌产业园)、合肥尚荣移动医疗产业基地项目两个产业园收益来源及明细。尚荣医疗方面在回复函中解释称，公司

光伏技术之争:BC巨头“结盟”壮大阵营?

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

近期,A股市场中的光伏BC电池概念受到热捧。截至11月12日收盘,BC电池(背接触电池)概念股隆基绿能(601012.SH)涨幅超过5%;爱旭股份(600732.SH)更是收获三连板,五个交易日累计上涨超过30%。

阵营壮大

英发德耀和金阳新能源被认为旗帜鲜明地加入了BC技术“战队”。

过去一年,光伏行业的主流技术风向急速转变,驶入了TOPCon时代。尽管如此,作为推动BC技术规模化量产的“头雁”,隆基绿能和爱旭股份的举动始终能在光伏圈激起涟漪。

隆基绿能和爱旭股份并不孤单,众多光伏企业纷纷加入BC技术研发储备,甚至搭建了中试线。其中,英发德耀和金阳新能源被认为旗帜鲜明地加入了BC技术“战队”。

按照英发德耀、隆基绿能和宜宾高新区三方签署的年产16GW HPBC电池片项目战略合作协议,三方将加强光伏产业领域合作,在HPBC电池生产、销售以及相关技术领域进行广泛协作,并将于

此前一周,隆基绿能方面与宜宾英发德耀科技有限公司(以下简称“英发德耀”)、宜宾高新区三方达成年产16GW HPBC电池片项目战略合作,以加快高效HPBC电池量产,推动BC技术发展生态构建。

不仅如此,隆基绿能还在两个半月前与金阳新能源(1121.HK)间接

全资附属公司金阳(泉州)新能源科技有限公司(以下简称“泉州金阳”)、福建钜能电力有限公司(以下简称“钜能”)共同成立合资公司生产HBC电池。

备受业内关注的是,由爱旭股份与德国康斯坦茨国际太阳能研究中心联合举办的12th bif PV Workshop 2024 Zhuhai国际峰会将

于11月20日—22日举行。其间,隆基绿能、爱旭股份与TCL中环(002129.SZ)三家公司高管还将共同出席BC高端对话。

有意思的是,上述三家龙头企业不仅存在竞争关系,而且其中两家专利摩擦不断。在这背后,BC技术产业生态正在不断壮大,也让外界揣测其有“结盟”之意。

2025年建设完成首期6GW产能。英发德耀是英发集团旗下英发睿能的子公司,从2016年开始进入光伏电池制造。InfoLink Consulting发布的2024年上半年全球光伏电池出货排名榜单显示,英发睿能与爱旭股份并列第四位。

《中国经营报》记者翻阅资料发现,英发睿能在安徽、四川和印度尼西亚都建有光伏电池基地。在N型电池领域,英发睿能不仅拥有TOPCon产能,并且在HJT、BC和钙钛矿也有一定技术储备。

关于HPBC电池合作,隆基绿能方面向记者表示:“目前,公司正加速推进产业技术的迭代升级,同时也通过技术授权及股权

合作的模式,加快BC产能的建设,不断满足市场对BC系列产品的需求,从而构建BC技术健康发展的良性生态,推动全行业高质量发展。”

2024年9月,隆基绿能子公司隆基乐叶、泉州金阳、钜能共同成立合资公司,用于生产HBC。按照协议,合资公司由钜能、泉州金阳和隆基乐叶分别拥有52.51%、27.31%及20.18%的权益。其中,隆基乐叶以注入资产(注:机器设备)的方式出资1.3亿元。

金阳新能源方面指出,合资公司生产HBC太阳能电池,将隆基乐叶的西安航天产业基地四条PERC生产线升级为HBC生产线。合资公司向隆基乐叶或其

关联公司出售大部分生产的HBC电池,并由隆基乐叶或其关联公司进一步封装成组件销售。

不过,关于产线升级问题,业内人士向记者表示,PERC生产线升级为HBC生产线,设备用不上,但是原来厂房可以升级改造利用。

隆基绿能方面向记者回应称:其与金阳新能源的合作一方面是基于金阳新能源长期研究HJT以及HBC技术,有较好的技术基础,同时金阳新能源和钜能共同给予隆基绿能互利共赢的合作条件;另一方面是隆基绿能也愿意支持行业内企业技术转化。隆基绿能用部分产线设备,帮助这些企业完成量产探索,以验证他们的技术水平。

迭代和扩产

成本一直是BC技术产业化过程中的一个关键要素,它也直接关系到BC技术的市场竞争力。

BC是一种平台技术,可与P型PERC、N型TOPCon和HJT等兼容,形成PBC、TBC、HBC等多种xBC结构。招商证券分析指出,目前TBC产业化进程更领先,如爱旭股份ABC系列,以及2024年隆基绿能新发布的HPBC2.0(HPBC二代)也已升级为N型衬底的技术。

业内人士向记者透露,隆基绿能HPBC二代产品和爱旭股份ABC产品所用BC技术属于TBC。对此,隆基绿能方面向记者表示,不方便透露。爱旭股份方面则向记者表示,ABC是一种综合了多种优势工艺的BC技术,与TBC技术有些类似。

在技术支撑下,爱旭股份和隆基绿能的产品不断更新升级。

从产品布局上看,爱旭股份开发出全场景化的N型ABC产品矩阵——包括户用场景的“黑洞”系列,

工商业场景的“慧星”系列和应对低承载力屋顶的“星云”轻质组件产品系列,以及集中式场景的“恒星”系列,包括应用于地面的“北极星”产品和应用在水面的“天狼星”产品。在2024年SNEC展会期间,爱旭股份还发布了“满屏”ABC组件。

隆基绿能自2023年9月宣布BC技术以来,已连续推出了多个场景化组件新品,从基于最早BC技术而生的Hi-MO 6,到Hi-MO X6防积灰组件、Hi-MO X6双玻耐湿热组件、Hi-MO X6 Max系列产品,再到更高效的HPBC二代技术及以此应运而生的Hi-MO 9和Hi-MO X10产品。

2024年上半年,爱旭股份和隆基绿能的BC产品出货量均取得显著增长。其中,爱旭股份实现N型ABC组件销售量1.62GW,较2023年全年大幅增长232%,实现ABC组

件不含税营业收入17.01亿元;隆基绿能实现BC组件出货约10GW。隆基绿能方面在2024年三季度业绩说明会上透露,明年HPBC二代产品的出货目标力争达到30GW。

从产能建设角度看,爱旭股份和隆基绿能仍在推进扩产。

截至2024年上半年,爱旭股份已经完成了珠海基地首期10GW N型ABC电池及组件产能的建设投产,并完成义乌基地首期15GW N型ABC电池及组件产能的部分建设,其中7.5GW产能已基本完成调试及产能爬坡。同时,该公司已启动济南一期10GW N型ABC电池及组件产能的建设,正打造第三代N型ABC制造基地,预计将于2025年上半年实现投产。而按照规划,预计2025年年底前,隆基绿能BC产能将达到70GW(其中HPBC二代产能约50GW),并计划到2026

年年底将国内电池基地全部迁移至BC产品。

成本一直是BC技术产业化过程中一个关键要素,它也直接关系到BC技术的市场竞争力。

爱旭股份方面在2024年半年报中提及,当前受各新生产基地产能爬坡及阶段性产能利用率影响,N型ABC组件历史生产成本较TOPCon组件仍有一定差距,预计在销售出货增长过程中得以大幅改善,现有珠海及义乌生产基地产能有望与TOPCon单瓦生产成本保持一致。同时,济南基地建成后,生产成本有望进一步下降,实现N型ABC组件在成本端的更显著相对优势。

今年9月,隆基绿能董事长钟宝申在2024年上半年度业绩说明会上表示,BC产品还有很大的降本空间。未来两年,BC组件在成本上将与TOPCon相当。

天合光能探索出海新模式:

资产置换获取美上市公司股份

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

光伏巨头天合光能(688599.SH)在海外的投资模式有了新变化。

11月6日晚间,天合光能发布公告称,其全资子公司Trina Solar (Schweiz) AG 将下属的核心资产 Trina Solar US Manufac-

turing Module 1, LLC(以下简称“TUM1”)出售给FREYR Battery, Inc.(以下简称“FREYR”)。

作为此次交易标的,TUM1成立于2023年6月,法定代表人为天合光能董事长高纪凡,净资产约为5亿元,主要业务为组件生产与制造。交易涉及重组的底层资产为天合光能在美国

建设完毕即将投产的5GW组件工厂。

对于本次交易的背后原因,天合光能方面并未向《中国经营报》记者作出回应。根据公告,天合光能通过本次交易将获得1亿美元现金、面值为1.5亿美元的优先票据以及FREYR普通股0.46亿股。

股新股,该认购行为构成天合光能与关联方共同投资。

公开资料显示,天合光能成立于1997年,是一家全球领先的光伏智慧能源整体解决方案提供商,主要业务包括光伏产品、光伏系统、智慧能源三大板块。2024年上半年,天合光能实现全球光伏组件出货34GW,位居全球光伏组件出货量榜单第三。

受光伏市场环境变化的影响,2024年前三季度,天合光能实现营业收入631.47亿元,同比下降22.16%;亏损8.47亿元,同比下降116.67%。2024年第三季度,公司实现营业收入201.79亿元,同比下降36.41%;亏损13.73亿元,同比下降189.31%。

天合光能方面表示,本次交易预计将实现投资收益,预计2024年利润总额和现金流将有所增加。

6.44亿美元,负债总额0.82亿美元。值得关注的是,2023年和2024年上半年,该公司出现亏损,且营业收入均为0。

根据公告,本次交易完成后,FREYR与天合光能将共同执行多阶段战略合作计划。FREYR产出的组件仍将使用天合光能品牌并和天合光能合作对外销售,以确保美国本土制造产品供给,进一步提升产品竞争力和影响力。

另外,具体相关的合作细节双方仍在洽谈中,包括但不限于技术合作、运营合作、销售合作等。同时,天合光能将通过委派董事、首席运营官、首席战略官等方式更深入地参与FREYR的日常运营。

值得一提的是,吴春艳(高纪凡配偶)控制的Trinaway Investment Second Ltd拟以0.15亿美元认购FREYR定向发行的0.14亿

股新股,该认购行为构成天合光能与关联方共同投资。

公开资料显示,天合光能成立于1997年,是一家全球领先的光伏智慧能源整体解决方案提供商,主要业务包括光伏产品、光伏系统、智慧能源三大板块。2024年上半年,天合光能实现全球光伏组件出货34GW,位居全球光伏组件出货量榜单第三。

受光伏市场环境变化的影响,2024年前三季度,天合光能实现营业收入631.47亿元,同比下降22.16%;亏损8.47亿元,同比下降116.67%。2024年第三季度,公司实现营业收入201.79亿元,同比下降36.41%;亏损13.73亿元,同比下降189.31%。

天合光能方面表示,本次交易预计将实现投资收益,预计2024年利润总额和现金流将有所增加。

置换美企股份

天合光能方面提到,本次交易将通过保留技术、品牌输出,结合交易对方管理层在美国和北欧资本市场的渠道及外部顾问的行业经验及政府关系,推动天合品牌在美国更好发展,从而推进实施公司整体战略布局,进一步优化海外资产配置,提升海外业务的运营效率和盈利能力。

与此同时,天合光能还将通过本次交易迅速回收现金,获得股份和债权,实现投资增值,持续分享美国地区光伏业务高盈利。

作为交易的另一方,FREYR成立于2021年1月,是一家在美国纽交所上市的公司(FREY.US),主要在美国、挪威等地提供电池解决方案,产品主要用于能源存储系统和商业移动领域,包括船舶应用和商用车市场。

相关数据显示,截至2024年上半年,FREYR的资产总额为

美国市场对于天合光能而言极其重要,它与中国、欧洲构成了全球三大光伏应用市场。2023年,天合光能在美国销售额为108.28亿元,毛利率为34.23%。对比不同区域的境外收入,天合光能在美国的销售额位居欧洲之后,境外销售毛利最高。

但近年来,出于保护本土产业的目的,美国、欧盟、印度等国家和地区通过发起“双反”调查、保障措施、关税壁垒或调查程序等方式,对中国光伏企业设置贸易壁垒。

特别是当前,美国将贸易“大棒”挥向东南亚,中国光伏企业在当地的核核心技术扩散和拉长其他厂商掌



近期,隆基绿能在ATP上海劳力士大师赛现场发布了HPBC二代分布式产品Hi-MO X10。

本报资料图/图

专利之争

至于当前爱旭股份与TCL中环之间的关系有何变化,三家公司是否有所合作,这引发外界遐想。

BC专利技术问题是光伏行业绕不开的一个话题。特别是在供需错配的市场环境下,企业之间的竞争已不再局限于价格层面,专利战已成为新的竞争方向。

近一年来,围绕BC技术专利问题,TCL中环子公司Maxeon与爱旭股份的风波不断。爱旭股份2024年上半年报显示,2023年11月,Maxeon向德国曼海姆地方法院起诉爱旭股份2家德国子公司和1家德国客户,认为爱旭股份生产的ABC组件产品未经授权使用了Maxeon在欧洲专利号为“EP2297788B1”的专利。

次月,Maxeon向荷兰海牙地区法院提出请求,要求就与爱旭股份1家荷兰子公司和2家客户的专利侵权索赔启动初步禁令程序。2024年6月,Maxeon向欧洲统一专利法院的杜塞尔多夫地方法院起诉爱旭股份3家欧洲子公司和5家欧洲客户,认为爱旭股份生产的ABC组件产品未经授权使用了Maxeon在欧洲专利号为“EP3065184B1”的专利(“EP2297788B1”专利权的同族专利)。

Maxeon是SunPower分拆后的一家新公司,主要涉及光伏电池组件业务,其拥有IBC电池—组件系列专利、TOPCon电池工艺系列专利、叠瓦组件系列专利,并在全球形成较强的知识产权和相关产品的保护能力。与此同时,爱旭股份也称自身构筑了N型BC的专利布局,并且有望大大延缓行业间的核心技术扩散和拉长其他厂商掌握

的中国光伏企业增加了新的变数。此前,拜登在任期间为应对气候变化危机推出了《通胀削减法案》,涉及超3000亿美元的清洁能源投资、税收抵免项目。但是,在外界看来,特朗普是传统化石能源的支持者,其是否导致美国能源转型变缓值得关注。一位光伏分析师向记者表示,美国方面为保护美国本土制造业,并不希望中国企业从《通胀削减法案》获益补贴。

天合光能此次通过出售资产获取股份的方式,能否稳住甚至增强其在美国光伏市场的竞争优势,有待进一步观察。

新闻记者证人员名单公示

根据《国家新闻出版署关于开展2024年第七版新闻记者证全国统一换发工作的通知》(国新出发函〔2024〕176号)、《新闻记者证管理办法》、《关于期刊申领新闻记者证的有关通知》等相关要求,我单位已对相关采编人员的资格进行严格审核,现将我单位拟换发新版新闻记者证人员和拟领取新闻记者证人员名单进行公示,公示期2024年11月18—22日。监督电话为:010-83138953,88890050。

拟换发新版新闻记者证人员:

《中国经营报》:季为民	李媛	党鹏	李立	杜丽娟	谭志娟	杨井鑫	罗辑	郭建杭
张漫游	顾世龙	李晖	李静	陈家运	孙吉正	张靖超	程维	封莉
郭婧婷	王柯瑾	李哲	陈晶晶	秦玉芳	陈茂利	刘旺	秦泉	蒋政
郑瑜	黄永旭	樊红敏	黎慧玲	陈燕南	石健	慈玉鹏	孙丽朝	王登海
陈佳岚	张硕	何莎莎	赵毅	吴可仲	李正豪	卢志坤	王金龙	李甜
索寒雪	夏欣	张荣旺	董曙光	厉林	张家振	倪兆中	孟庆伟	路炳阳
胡嘉琦	石丹						朱紫云	陈婧斌

拟领取新闻记者证人员:

《中国经营报》:李昆昆	吴婧	尹丽梅	夏治斌	郝亚娟	蒋牧云
张英英	郭阳琛	方超	陈雪波	陈婷	黎竹
顾梦轩	杨让晨	许心怡	吴清	于海霞	闻娜
《商学院》:王雅迪	钱丽娜	吕笑颜	曲忠芳	赵建琳	张悦
《家族企业》:吕丹	吴林璞	郑四方	马新莉	刘青青	黎竹
				闫佳佳	闻佳
				哀佳	
				朱佳	
				张辉	曹学平

宝丰能源终止百亿定增计划 自筹资金推进逾400亿元项目

本报记者 陈家运 北京报道

时隔一年多时间，煤化工龙头宝丰能源(600989.SH)的百亿元定增计划宣告终止。

11月4日，宝丰能源公告披露，终止定增募资不超过100亿元的事项，并撤回申请文件。此前，宝丰能源曾在2023年4月发布定增预案，拟通过募集资金投资“260万吨/年煤制烯烃和配套40万吨/年植入绿氢耦合制烯烃项目（一期）”。

宝丰能源方面在接受《中国经营报》记者采访时表示，目前，相关项目已通过自有和自筹资金基本建设完成。

定增计划生变

宝丰能源上述项目预计总投资478.11亿元，业界普遍关注其现有财务状况能否支撑起该项目，是否会进一步引发财务风险。

成。综合考虑项目建设进度及总体发展规划等因素，经综合评估并与相关各方充分沟通后，公司决定终止2023年度向特定对象发行股票事项，并撤回申请文件。

对于上述项目前景，金联创分析师鲍芳芳向记者表示，近几年煤炭价格相对平稳，煤制聚烯烃利润尚可。据金联创监测，2020—2024年，煤制聚烯烃平均利润为800元—1500元/吨。同时，该项目创新性地融合了绿氢与现代煤化工技术工艺，不仅提升了产能，预计还能显著降低生产成本，增强市场竞争力。

银行借款增加。

宝丰能源上述项目预计总投资478.11亿元，业界普遍关注其现有财务状况能否支撑起该项目，是否会进一步引发财务风险。

财报显示，截至2024年9月末，宝丰能源的总资产为873.68亿元，负债合计为459.99亿元，账面上的货币资金为40.99亿元。2021年至2024年第三季度，宝丰能源总负债分别为136.84亿元、237.04亿元、330.94亿元、459.99亿元；资产负债率分别为30.84%、41.17%、46.2%、52.65%。

一位不愿具名的会计行业人士告诉记者：“对于财务风险问题，一般还是要看公司的资产负债率，60%是预警线。由于负债率反映了公司的偿债能力，因此该指标是评估企业财务风险的重要标准。宝丰能源负债率虽然呈现增长趋势，但还没有触及预警线。”

宝丰能源方面表示，目前，公司生产经营正常，财务状况良好。终止公司2023年度向特定对象发行股票事项并撤回申请文件，不会对公司生产经营造成重大不利影响。

此外，宝丰能源方面还透露，目前内蒙古项目已完成大部分投资，后续还有少量的投资在未来一段时间内完成。

项目前景几何？

近十年来，中国聚烯烃产能处于扩张期，行业竞争日益激烈。

作为国内煤化工龙头，宝丰能源专注于以煤替代石油生产高端化工产品，其中煤制烯烃是核心业务板块。

上述宝丰能源投建的“260万吨/年煤制烯烃和配套40万吨/年植入绿氢耦合制烯烃项目”，市场前景几何？

中研普华研究员李芬珍子向记者表示：“‘绿氢+煤’制烯烃项目是指利用清洁能源技术——绿色氢能源技术和传统煤化工技术相结合，实现高效、低碳、可持续的烯烃生产的项目。项目的原理是将煤转化为烯烃，并在生产过程中使用绿色氢能源代替传统的煤制气和加氢过程中所需的天然气或重油等化石燃料。这不仅有助于减少化石燃料使用量和二氧化碳排放，促进清洁能源转型和环境保护，还具有优质原料资源、良好的市场前景和经济效益等方面的优势。

鲍芳芳也表示，该项目积极响应国家“双碳”战略，推动煤基新材料产业高端化、低碳化、集群化发展，保障国家能源安全。通过利用“风光互补”可再生能源发绿电制取绿氢，直供化工装置生产高端化工产品，实现了以氢换煤、减碳增效的目标。这种绿色转型不仅有助于减少碳排放，还为其他企业提供了可借鉴的绿色发展路径。

鲍芳芳进一步强调，该项目具有引导工业领域氢能替代应用的示范作用。国家在《氢能产业发展中长期规划》(2021—2035年)中提出要稳步推进氢能多元化示范应用，不断提升氢能利用经济性，拓展清洁低碳氢能在化工行业替代的应用空间。该项目的成功推进，将引导合成氨、合成甲醇、炼化、煤制油气等行业由高碳工艺向低碳工艺转变，促进高耗能行业绿色低碳发展。



视觉中国/图

展，还将起到氢能替代化石能源应用的引领示范效应。

宝丰能源方面表示，上述40万吨/年烯烃装置以可再生能源发出的绿电制取绿氢替代煤炭进行生产，是全球单厂规模最大的“绿氢+煤”制烯烃产业基地，在产能规模和技术水平两方面同时创下全球煤制烯烃项目的新标杆。

近十年来，中国聚烯烃产能处于扩张期，行业竞争日益激烈。

烯烃应用广泛，日常生活中部分塑料、保鲜膜均以烯烃为原料，而目前烯烃的制备主要方式是油制烯烃，其次是煤制烯烃。

金联创数据显示，从扩能周期来看，2014—2019年为煤制烯烃集中扩能期，此阶段聚烯烃产能复合增长率为5.91%，煤制聚烯烃产能复合增长率高达15.38%，煤制聚烯烃产能占比逐年增加，2019年煤制聚烯烃产能占总产能的31.02%。自2020年以来，国内聚烯烃进入大炼化集中扩能时期，2020年国内聚烯烃产能增速创新高，年增长率达

17.38%。尽管2020—2024年聚烯烃产能复合增长率仍保持在8.96%，但煤制聚烯烃产能增长放缓，复合增长率仅为2.96%。

对此，鲍芳芳分析，预计截至2024年年底，中国聚烯烃产能为7895万吨，煤制聚烯烃产能为1619万吨，产能占比下降至20.51%。与产能增长相比，终端需求呈现缓增长态势，传统行业增速放缓明显。随着聚烯烃产能持续扩张，国内供应量不断增加，叠加海外资源(尤其聚乙烯)对中国市场阶段性低价销售，中国聚烯烃市场供需矛盾日益突出。

近十年来，中国聚烯烃产能处于扩张期，行业竞争日益激烈。烯烃应用广泛，日常生活中部分塑料、保鲜膜均以烯烃为原料，而目前烯烃的制备主要方式是油制烯烃，其次是煤制烯烃。烯烃应用广泛，日常生活中部分塑料、保鲜膜均以烯烃为原料，而目前烯烃的制备主要方式是油制烯烃，其次是煤制烯烃。

金联创数据显示，从扩能周期来看，2014—2019年为煤制烯烃集中扩能期，此阶段聚烯烃产能复合增长率为5.91%，煤制聚烯烃产能复合增长率高达15.38%，煤制聚烯烃产能占比逐年增加，2019年煤制聚烯烃产能占总产能的31.02%。自2020年以来，国内聚烯烃进入大炼化集中扩能时期，2020年国内聚烯烃产能增速创新高，年增长率达

其中，2024年前三季度，宝丰能源实现营业收入243亿元，同比增长19.0%；归母净利润45.4亿元，同比增长16.6%；扣非后归母净利润49.1亿元，同比增长18.4%。

据了解，宝丰能源目前共有三套烯烃装置，一期聚烯烃(包括聚乙烯和聚丙烯)产能为60万吨/年，二期聚烯烃(包括聚乙烯和聚丙烯)产能为60万吨/年，三期聚烯烃(包括聚乙烯、聚丙烯和EVA)产能为115万吨/年。

宝丰能源方面表示，上述募投项目所在的内蒙古鄂尔多斯地区煤炭资源丰富，产业链原料供给充足、便利，原料成本低；同时，物流运输发达便利，运输成本也相对较低。此外，公司循环经济产业链一次性规划，集中布局，分期实施，形成了超大单体规模的产业集群，上下游生产单元衔接紧密，大幅降低了单体项目投资、公辅设施投资及财务成本。与国内同期同规模投产项目相比，投资成本节约30%以上。

紫金矿业金矿遭掠夺背后：频斥巨资买矿扩张海外版图

接连出海买矿

本报记者 李哲 北京报道

11月14日，关于紫金矿业(601899.SH)金矿遭贩毒集团掠夺的消息冲上热搜，其背后的海外矿产版图受到外界关注。

据外媒报道，紫金矿业位于哥伦比亚的金矿被贩毒集团掠夺，损失超3.2吨黄金，价值约2亿美元。《中国经营报》记者致电紫金矿业方面求证，但截至发稿未获回应。不过，紫金矿业在官网发布情况说明，由于历史原因以及现场条件制约，其控股股东的Continental Gold Inc. (以下简称“大陆黄金”)旗下武里蒂卡金矿被非法采矿组织控制和盗采了浅部部分高品位矿体，给大陆黄金带来了一定的损失，损失的资源确切数量尚需核实。

尽管海外矿产遭遇上述风险，紫金矿业方面表示，由于历史原因以及现场条件制约，武里蒂卡金矿被非法采矿组织控制和盗采了浅部部分高品位矿体，给大陆黄金带来了一定的损失，损失的资源确切数量尚需核实。

事实上，紫金矿业近几年频繁出海“买买买”，海外版图不断扩张，除了金矿之外，还涉及铜、锂等多种矿产。

近一个月内，紫金矿业就宣布计划收购两大海外矿产资源。即拟通过现金及部分权益收购La Arena S.A.的100%股权，收购价约21亿元；拟出资10亿美元，收购纽蒙特全资子公司Newmont Golden Ridge Ltd的100%股权。

但紫金矿业并未停下出海买矿的步伐。

11月7日，紫金矿业发布公告披露，其拟通过境外全资子公司金誉(新加坡)矿业有限公司(以下简称“金誉矿业”)收购Pan American Silver Corp.旗下秘鲁La Arena金矿和二期项目(以下简称“La Arena项目”)100%权益。

公告信息显示，金誉矿业拟收购转让方穿透后合计持有的La Arena S.A. 100%股权。La Arena S.A.的核心资产为其享有100%权益的秘鲁La Arena项目。La Arena项目分为一期和二期。其中，一期为在产金矿堆浸项目，二期为尚在研究阶段的斑岩型铜金矿项目。

记者了解到，此次收购紫金矿业将以2.45亿美元现金，以及二期

项目商业化生产后5000万美元的或有付款和1.5%黄金净冶炼收益的权益金，作为收购对价。

截至2023年12月31日，La Arena S.A.资产总额为3.2亿美元，负债总额为1.55亿美元，净资产为1.65亿美元，年度销售收入为1.9亿美元，净利润为0.1亿美元。

La Arena项目位于秘鲁北部La Libertad大区，处于世界著名的南美洲安第斯山脉秘鲁北部的斑岩型Cu-Mo-Au成矿带上。截至2024年6月30日，一期合计证实+可信级别矿石储量为2260万吨，含金约8吨，平均品位0.33克/吨。La Arena项目二期将开发东北部斑岩型铜金矿床，目前尚处于研究阶段，仍需进一步的补充勘探及开发。

紫金矿业在公告中强调，本次

交易符合其发展战略，有利于进一步培厚资源储备，提升矿产铜和矿产金的产量，助力未来五年规划产量目标的实现。

银河证券研报指出，该矿区基础设施相对完善，当地交通运输和电力供应条件良好，产能有望逐步释放，整体矿山服务期限长，未来预期经济效益显著。此外，La Arena项目与紫金矿业旗下白河铜钼矿距离360公里，具有管理协同效应，La Arena项目的开发亦有助于推动白河项目尽快启动。

此前，10月9日，紫金矿业发布公告称，其境外全资子公司金源国际控股有限公司拟出资10亿美元，收购纽蒙特所持子公司Newmont Golden Ridge Ltd的100%股权。

截至2023年12月31日，Newmont Golden Ridge Ltd资产总额为12.27亿美元，负债总额为5.18亿美元，净资产为7.09亿美元；2023年度实现销售收入5.74亿美元，净利润1.28亿美元。

Newmont Golden Ridge Ltd的核心资产为位于加纳南部的Akyem金矿。该金矿在世界主要黄金成矿带上，目前探明金储量37.8吨、矿石量1060万吨。

在2024年第三季度业绩说明会上，紫金矿业方面表示，该项目对公司未来五年规划产量目标的实现具有重要意义，公司将进一步关注金、铜项目并购机会，在矿业繁荣时期加大自主勘探力度，通过自主勘查和并购实现保有资源储量显著提升。

业务遍及境外15国

紫金矿业官网信息显示，目前，其在中国17个省(区)和境外15个国家拥有重要矿业投资项目。截至2024年6月，按控股企业100%口径及联营合营企业权益口径计算，紫金矿业保有探明、控制及推断的总资源量为铜10467万吨、金3528吨、锌(铅)1212万吨、银28380吨、锂(LCE)1411万吨。

2024年三季报显示，今年前9个月，紫金矿业矿产金产量同比增加8%，矿产铜产量同比增加5%，矿产银产量同比增加7%，矿产锌产量同比下降4%。第三季度，紫金矿业矿产金产量环比增加1%，矿产铜产量环比增加6%，矿产银产量环比增加12%，矿产锌产量环比增加8%。

受益于矿产资源的价格变动，

紫金矿业前三季度实现营业收入2303.96亿元，同比增长2.39%；实现归母净利润243.57亿元，同比增长50.68%；矿山企业毛利率为57.71%，同比增加7.42个百分点；综合毛利率19.53%，同比增加4.37个百分点。

在2024年第三季度业绩说明会上，紫金矿业方面表示，其在前三季度通过激发科技创新动能，发掘全产业链协同增效，以系统管理体系提升内生增长动力，并受益金属价格高位带来的红利，提质控本增效显著，当期利润总额、归母净利润、经营性净现金流均实现大幅增长。

对于未来一段时期内铜价的走势，紫金矿业方面表示，短期铜价预期宽幅震荡。

蓬勃发展，人工智能、电动汽车行业快速推进，新兴经济体铜消费稳中有升，中长期铜供应短缺形势未发生明显变化。

对于金价走势，紫金矿业方面认为，降息预期和地缘政治角力等不确定性因素推升全球避险需求，黄金上行动能仍强劲，短期受美联储降息预期和地缘政治事件干扰，黄金价格预计维持高位震荡。

考虑到全球矿产储存分布不均，中国作为全球最大矿产资源消费大国，但矿产资源禀赋相对贫乏，主要矿产自给率低，缺乏话语权。为此，紫金矿业董事长陈景河呼吁中国矿企到资源最丰富的地区，尤其是有一定风险、开发程度相对较低的地方勘探和开发矿产。

随着新能源的发展，锂金属的

需求量与日俱增。据上海有色金属网预测，2023年至2027年，全球锂需求预计实现15%的复合年增长率。

陈景河曾表示，新能源新材料、AI算力、高端装备等对战略性矿产供应提出了更高要求，特别是新能源革命成为全球矿业持续增长的引擎。锂作为“白色石油”正蓄势待发，从“小金属”一跃成长为“中大金属”。

对于紫金矿业在新能源矿产方面的规划布局，截至发稿，该公司方面未向记者作出回应。

有关数据显示，从2013年到2023年，紫金矿业的矿产产量实现了显著增长。2013年，紫金矿业实现铜产量13万吨、金产量32吨、锌/铅产量8万吨、银产量154万吨、锂

产量为零。2023年，紫金矿业铜产量101万吨、金产量68吨、锌/铅产量47万吨、银产量412万吨、锂产量0.3万吨、钼产量0.8万吨。

今年5月，紫金矿业发布《未来五年(至2028年)主要矿产品产量规划》。根据规划，紫金矿业预计2028年铜产量将达到150万—160万吨、金产量达到100—110吨、锌/铅产量达到55万—60万吨、银产量达到600万—700万吨、锂产量达到2.5万—3.5万吨。

紫金矿业方面在上述规划中表示，矿业板块将继续发力，新能源新材料板块将成为新的增长主力军。其力争提前两年(至2028年)达成原定至2030年实现的主要经济指标。

晶圆需求或增9.5% 预计全球市场2025年重回增长轨道

本报记者 谭伦 北京报道

全球半导体市场回温明显。

日前,半导体行业协会SEMI公布了2024年度全球硅晶圆出货量预测报告。SEMI预计,在2023年大幅下滑14.3%后,今年全球硅晶圆出货量同比跌幅将缩窄至2.4%,为12174 MSI(百万平方英寸),约合1.076亿片12英寸晶圆。

而就在刚刚过去的2024年第三季度,SEMI的报告显示,全球硅晶圆出货量达3214百万平方英寸,相当于2842万片12英寸晶圆,同比实现6.8%增长,环比则提升了5.9%。

环球晶圆副总裁兼首席审计

师李崇伟表示,今年第三季度的晶圆出货量延续了第二季度开始的上升趋势。整个供应链的库存水平有所下降,但总体上仍然很高。其中,对用于AI的先进硅晶圆的需求依然强劲,不过汽车和工业用硅晶圆的需求持续低迷,而手机和其他消费产品用硅晶圆的需求则有所改善。

因此,他认为,2025年可能会继续保持上升趋势,但总出货量预计还不会恢复到2022年的峰值水平。SEMI预计,全球硅晶圆出货量在2025年将重返增长轨道,同比提升9.5%至13328百万平方英寸。

中国市场成绩亮眼

SEMI在今年6月曾估计,中国芯片产能在今年将增长15%,2025年还会继续增长14%。

在此轮增长中,中国的市场表现,成为各方关注的重点之一。DIGITIMES发布的最新研究报告预计,在智能手机需求回温、生成式人工智能基础建设与汽车产业带动下,2024年中国大陆芯片进出口金额较2023年分别增长5.2%和11.4%。

中国的官方数据也证实了这一轮增势。海关总署发布的数据显示,2024年前七个月,中国芯片出口总额达到6409.1亿元,超过汽车、手机、家电等传统出口项目,仅次于船舶,成为国内第二大出口产业。

“中国市场庞大的AI需求拉动了国内芯片的增长。”CHIP全球测试中心中国实验室主任罗国昭向《中国经营报》记者表示,同时,中国半导体产业链也逐步发展,加大了产能,从而为这轮全球需求的增

长提供了足够的供给。

DIGITIMES数据显示,在出口区域方面,中国大陆芯片出口目前主要集中在亚洲,中国台湾、韩国、越南、马来西亚为中国大陆前四大芯片出口地,出口金额比重合计共占70%。而2024年中国大陆芯片出口金额约为950亿美元,芯片出口金额明显增长,为疫情以来次高,反映出中国大陆自主发展半导体已现成效。

截至目前,在7nm以上芯片上,国内已经形成了完整的产业链和配套设施。芯片产业的自给率从十年前的不足10%,提升到如今的25%。

SEMI在今年6月曾估计,中国芯片产能在今年将增长15%,2025年还会继续增长14%,达到每月晶圆1010万片的产能,占全球行业产能的近三分之一。

巨头营收强势增长

英伟达、AMD、英特尔三巨头的订单,也进一步带动了代工市场的繁荣。

区域性的拉动给全球芯片市场的活跃带来了充足动能。而在行业及公司层面,芯片巨头的表现无疑是这轮全球复苏的重要基础。

晶圆制造业的业绩向来是全球芯片走势的晴雨表。各大芯片巨头最新发布的2024年第三季度财报显示,台积电、中芯国际和联电均实现了营收和净利润的双增长。其中,台积电营收规模达到235亿美元,超过其后四家营收的总和。中芯国际营收也创历史新高,达到21.7亿美元。

台积电董事长魏哲家在其后的财报会上表示,AI需求对公司业绩的推动非常重要。同时,随着下游对尖端工艺技术的需求不断上升,台积电正在迎来黄金发展期。

瑞达恒研究院首席分析师王

终端需求回暖

随着全球半导体产品库存逐步回归合理水平,终端市场需求逐步回暖。

随着全球半导体市场需求回升,2025年,也被市场认为将是全球半导体市场经历疫情低迷周期的翻身年。

中国市场的数据仍然是产业关注的重心。对此,TrendForce集邦咨询分析师钟映廷告诉记者,从需求端来看,2024年大多数客户的库存已降至健康水平,逐步启动库存回补,这使得中国晶圆代工厂的产能利用率自2024年后明显复苏。在各类商业活动效应

清霖告诉记者,由于生成式AI在过去两年带来的风潮,各行业对于使用新的AI芯片的需求大幅提升。同时,AI芯片的性能提升需要依靠更先进的制程工艺来实现,而这些芯片的价格普遍更高,这进一步加大了芯片代工业的收入。

综合公开消息,记者注意到,目前,由于工艺升级和代工成本上涨,今年联发科和高通旗舰SoC(系统级芯片)的出货价将上涨15%—20%。其中,联发科9400 SoC的价格目前已上涨至约每片155美元。

分析师郭明錤此前透露,高通骁龙8 Gen 4(SM8750)的报价将上涨25%至30%,单价或达190至200美元,这归因于其采用台积电最新、成本较高的3nm制程。

此外,英伟达、AMD、英特尔



2024年第三季度,全球硅晶圆出货量达3214百万平方英寸,同比实现6.8%增长,环比则提升了5.9%。

视觉中国/图

三巨头的订单,也进一步带动了代工市场的繁荣。据《台湾工商时报》报道,台积电2025年上半年的3nm工艺产能利用率将达到100%,持续满负荷运行,同时,5纳米产能利用率更是将达到超负荷运转的101%。

的高低,是否符合市场的预期。

CINNO Research研报指出,随着全球半导体产品库存逐步回归合理水平,终端市场需求逐步回暖,尤其是智能手机、服务器、汽车和PC等领域的半导体需求增加,以及AI、物联网等快速发展,全球半导体产业景气度将逐步复苏,重新进入稳步增长的发展通道。尽管未来仍存在不确定性与挑战,但对于整体发展前景仍持积极乐观态度。

罗国昭表示,台积电作为龙头,是最先进制程需求提升的受益者,考虑到其市场份额,基本代表了此轮全球需求的风向。随着次先进制程需求的跟进和释放,后续的半导体市场增长也在预期之中。

国产GPU独角兽摩尔线程启动上市辅导

本报记者 李玉洋 上海报道

11月13日,中国证监会官网显示,国产GPU(图形处理器)独角兽摩尔线程智能科技(北京)股份有限公司(以下简称“摩尔线程”)在北京证监局办理辅导备案登记,正式启动A股上市进程,辅导机构为中信证券股份有限公司。

主打全功能GPU

近年来,GPU是一条热门赛道,形成了一股国产GPU的创业浪潮,诞生了寒武纪(688256.SH)、燧原科技、瀚博半导体、芯瞳半导体、天数智芯、壁仞科技、摩尔线程等一批独角兽或“小巨人”公司。

今年8月26日,燧原科技在上海证监局进行辅导备案登记,辅导券商为中金公司。9月11日,壁仞科技在上海证监局办理辅导备案登记,拟在上交所科创板IPO,辅导券商为国泰君安。

官网资料显示,摩尔线程以全功能GPU为核心,致力于向全球提供加速计算的基础设施和一站式解

决方案,为各行各业的数智化转型提供强大的AI计算支持。此外,摩尔线程也是国内仅有的在B端和C端均有布局的国产GPU企业。

事实上,摩尔线程早已被曝出IPO的消息,企查查的数据显示,摩尔线程的注册资本目前发生了变化,由原先的2400万元增至3.3亿元,同时其公司身份从有限责任公司改为股份公司。通常情况下,这样的变化是计划上市的先兆。根据摩尔线程IPO并上市辅导备案报告,公司2024年11月6日签署辅导协议。

作为GPU领域里的新势力,摩尔线程的创始团队来自全球GPU

研究机构Omdia AI行业首席分析师苏廉节对记者表示,国内GPU市场已有点拥挤,容不下这么多竞争者,“需要开始深耕细分市场,不能仅仅满足于技术含量”;留存下来的GPU厂商可以部分参照英伟达的发展路线,聚焦在金融、高性能计算、大数据处理、车载、医疗、元宇宙、机器人等应用领域。

巨头英伟达,其创始人兼CEO张建中曾任英伟达全球副总裁、中国区总经理,任职长达15年,在GPU行业已深耕近20年。辅导报告显示,公司实际控制人为张建中,控制公司44.07%股份。

“(AI芯片)百花齐放是国家鼓励的,所以我相信有很多企业会在不同领域发挥他们的作用。”今年7月,张建中在接受记者采访时指出,这些企业当中有的提供专用芯片,有的在某一些领域里提供专门的行业解决方案,有的做训练,有的做推理,而摩尔线程期望在通用计算方面能做得更好。

在苏廉节看来,国内GPU赛道是热闹的,除了摩尔线程、燧原科技、壁仞科技,还有瀚博半导体、海光、沐曦、海飞科、天数智芯、登临,而海外大厂也就只有英伟达和AMD。

今年8月底,荣获过2024年度重庆市“独角兽企业”称号的象帝先计算技术(重庆)有限公司传出“全员解散”的消息。苏廉节认为,象帝先事件不一定是负面事件,也可能带来行业的整合趋势。

“目前,国内的GPU厂商规模较小,聚焦云市场和云应用会好一些。”苏廉节指出,国内生存下来的GPU厂商可部分参照英伟达的发展路线,而金融、高性能计算、大数据处理这三个领域都是可以考虑的方向,应用规模化的潜能也比较高,“端侧的应用虽然很吸引人,但是非常碎片化,不适合小型的公司”。

可参照巨头发展路线

事实上,摩尔线程不仅是功能和英伟达接近,技术路线也类似。

官网显示,摩尔线程旗下产品分为硬件、软件和智算中心,其中硬件产品又可细分为元计算、娱乐与创作、专业视觉和数字办公系列。

2022年,摩尔线程推出国产游戏显卡MTT S80,被誉为“国产游戏第一卡”,也是国内唯一可以支持DirectX 12的消费级显卡。要知道,英伟达发家就是从游戏显卡起步的。

而随着计算范式的改变,融合了图形和AI计算的GPU已经成为主流通用算力,广泛赋能人工智能、自动驾驶、具身智能等前沿行业。

在这一大背景下,针对大模型训练,摩尔线程落地了全国产的千卡智算集群,并推出了自己的万卡集群方案,目前在国内AI芯片属于第一梯队。

“双十一”祛魅 电商期待新“奇迹”

本报记者 李立 上海报道

如果用一个词概括2024年“双十一”,大概是“寻常”。

消费者在“双十一”开始了很久之后才突然发现,“双十一”已经开始了。这个从10月延续到11月的超级电商购物节,被称为史上最长“双十一”。不止一位淘宝中小商家却说,再也没有从前那种彻夜难眠、不参加亏一年的兴奋。

这一年阿里巴巴停止举办“猫晚”,以往这个为“双十一”特别举办的晚会是狂欢节最直接的助燃剂。没有了晚会助兴的“双十一”,回归了商业本质,更像一个电商促销的本来样子。

消费者一边吐槽,一边仍然在最后时刻来临前下单。商品、价格、服务这些决定购买的根本因素进一步刺激了平台之间竞争。

“尽管‘双十一’逐年走向平淡,价格、销售总金额仍然是业内关注焦点。”艾瑞数智电商业务部负责人孙特说。

截至目前,各家都未公布总交易额,从发布的战报看,增长仍然是关键词。天猫方面宣布,2024年天猫“双十一”成交总额强劲增长,购买用户规模创新高。其中589个品牌成交额破亿元,同比增长46.5%;京东战报则显示,购物用户数同比增长超20%,京东采销直播订单量同比增长3.8倍。

从行业层面看,第三方星图数据发布的阶段性数据显示,截至10月30日,2024年“双十一”全网累计销售额达8450亿元人民币。2023年,星图统计的全网销售总额为11386亿元,同比增长2.08%(10月31日20:00—11月1日23:59)。

销售周期拉长、统计口径差别等多重因素增加了统计难度,不断推高的退货率也让“双十一”总销售额准确率降低。不过战报背后,仍然暗示

了行业竞争的真相与变化。

“双十一”不再是中小商家的狂欢,平台争夺品牌趋于白热化;平台战报集中曝光品牌成交情况;天猫方面表示,平台继续成为品牌成交爆发主阵地,589个品牌成交额破亿元,新品牌的力量也在被强调,天猫表示469个新锐品牌拿下超弱势品类第一名。

作为直播间的观察样本,李佳琦直播间也重点曝光了与品方的合作。今年“双十一”,李佳琦直播间的参与品牌近1700家,品牌数同比增加近两成。

有购买潜力的核心消费者同样是平台争夺焦点。天猫方面透露,截至11月11日零点,88VIP会员下单人数比去年同期增长超50%。另据接近阿里的人士当晚透露,88VIP贡献了超过一半的GMV(数据未经确认)。

此前淘天集团88VIP业务总经理秀珣曾透露,过去一年,淘宝88VIP持续保持双位数增长,“00后”用户数同比增长67%,会员规模超4200万,成为国内最大规模电商付费会员。

争夺品牌与核心用户已然远远不够,低价仍然是撬动购买的核心因素。比如拼多多仍在持续强化其“低价心智”。坚持不设购物车,不搞预售,更强调临门一脚的低价策略一度将整个行业带入自己的节奏。

多位受访消费者认为,超长战期的“双十一”也是一届祛魅的“双十一”。选择渠道变多,复杂的满减营销,花式平台补贴比拼低价,需要更清醒地作出选择。

究竟该怎样衡量“双十一”的成功,《中国经营报》记者曾把这个问题抛给“双十一”的“创造者”——阿里巴巴前CEO张勇。除了主动淡化的GMV,张勇曾透露,他也格外关注商家、用户的参与度,他们用什么方式参与,参与的程度、频率和方式。

此外,张勇也表示,“双十一”对于阿里生态、阿里团队都是一个创新土壤。“每年都要有新东西,每年都要给用户新体验,逼着我们每年都要想新主意。”

但是现在“双十一”已经很难让人们兴奋了。“如今人们一边买买买,一边在这个又爱又恨的日子里,调侃、吐槽、抱怨无数的不完美。”在给媒体的一封信中,天猫潜在回应了这种“寻常”。

不过,天猫方面称“并不感到失落”,当消费者不再将“双十一”看成特定的热闹,而是习惯性地在此时寻找品质和优惠,最初的方向就没有错。

“2009年,首届‘淘宝商城’‘双十一’活动开启,一部分原因是让更多用户认识淘宝商城(天猫)前身。”在一位阿里巴巴前员工看来,天猫“双十一”已经从当年27个品牌,一天创造5000万元销售额,扩张成线上线下共同的超级狂欢节。十六年间,“双十一”见证了互联网用户增长奇迹,完成了电商促销商业模式的不断迭代,既是中国互联网黄金十年的亲历者,也完成了电商基础设施的搭建。从某种意义上讲,“双十一”的历史使命已经完成。

当消费者开始真正对“双十一”祛魅,另一面说明电商业态在中国已然充分成熟。

“双十一”开始之初,线上购物仍是新鲜事物。眼下消费者在线有更丰富的选择,流畅的物流,退换货服务,背后都是电商平台充分竞争、商业模式不断迭代的结果。“但无论是越来越多的竞争对手出现,还是拼多多横空出世,必须承认电商行业的创新已经进入瓶颈,大多数变化是微创新,行业到了重新自我审视的时刻。”一位电商行业长期观察者认为。

当一个商业奇迹开始褪去光环,或许就是下一个奇迹开始之时。

手机“双11”：iPhone降价带动换新潮、安卓旗舰增配涨价

本报记者 陈佳岚 广州报道

“双11”一过，也就意味着一年一度的“手机行业期末考”已经临近。

《中国经营报》记者留意到，2024年“双11”期间，iPhone系列手机依然占据了十分重要的位置，在京东、天猫手机

单品累计销量榜中，排名靠前的多个产品均是苹果的最新型号。

此外，随着今年不少安卓旗舰机提前集中在“双11”期间上市，且售价迎来上涨，也刺激了智能手机市场销售。

“今年‘双11’销售期比去年多卖一周，安卓旗舰机集中

‘双11’期间上市，大部分还都涨价了，所以感觉整体交易额应该是涨的。”IDC中国研究经理郭天翔对记者表示，具体数据还看不到，但今年“双11”期间，手机市场交易额整体应该是涨的，这几年手机的销售额基本是上涨的，也有高端化份额增长推动的原因。

iPhone 16系列降价带动换新热潮

为了借力“双11”大促，包括vivo、OPPO、小米以及荣耀等厂商在“双11”前夕或期间陆续发布了年度旗舰款新机，吸引用户换机。

“双11”一直都是终端厂商的重要节点。

从11月12日最新公布的一系列销量数据来看，整体3C市场保持增长。京东平台方面对记者表示，“双11”期间，3C数码品类迎来全面增长。其中，iPhone 16系列新品迎来果粉们的换新热情，京东Apple(苹果)品牌成交额再破百亿元。此外，“京东11.11”运营商合约手机成交额同比增长超100%。

根据京东“双11”手机竞速榜（数据统计开始时间为10月14日20点）的数据显示，截至11月11日23点59分，累计排名前十的机型依次是：iPhone16 Pro、iPhone16 Pro Max、小米 Redmi K70 至尊版、iPhone16、荣耀 200、iPhone15 Pro Max、荣耀 X60、小米 Redmi Turbo 3、小米 15、荣耀 100 Pro。

小米、苹果、荣耀、vivo/iQOO、华为是京东“双11”手机竞速榜累计榜前五品牌，OPPO/一加、天宇、真我、三星、多亲分列第六至第十位。

而来自天猫的手机热销榜（近7天销量与销售额排序，截至11月12日21点）排名显示，iPhone16 Pro Max、iPhone16 Pro、iPhone16、小米 15、小米 15 Pro、小米 Redmi K70 至尊版、华为 Pura 70 Pro、荣耀 Magic7 Pro、华为 mate 60 Pro、iQOO13这些机型位列前十。

事实上，为了借力“双11”大促，包括vivo、OPPO、小米以及荣耀等厂商在“双11”前夕或期间陆续发布了年度旗舰款新机，吸引用户换机，来抢占更多市场份额。

IDC全球及中国副总裁王吉平对记者表示，随着2024年联发



各手机品牌门店在“双11”期间，推出了系列促销活动。图为上海华为旗舰店，用户在体验手机。

科、高通的处理器提早发布，各家安卓厂商集中在10月产品发布，力求在“双11”之前将产品优势展示给消费者，手机促销节奏提前，也刺激了“双11”期间手机市场。

天猫平台给记者提供的数据显示，3C数码行业，新品首发驱动品牌成交爆发。截至11月11日零点，苹果、小米、华为、OPPO、索尼、富士、大疆、任天堂、小天才、拓智等34个3C数码品牌成交破亿元；vivo、iQOO等成交同比翻倍。天猫稍早前的数据显示，在3C数码类目，自10月21日开卖以来，4000元档以上国产安卓手机旗舰出现了显著增长，成交额同比去年同周期增长57%。“最近推出的旗舰型号，进一步加剧了高端市场的竞争。”Counterpoint研报评论道。

记者也留意到，iPhone16系列各型号以及小米15系列是稳居

各平台累计排名前十的机型，也是今年秋季新发布的机型。

而苹果手机销量表现好也与其新品降价促销不无关系，“双11”来临之际，苹果上市仅1个月的iPhone16全系列便在10月底迎来降价。

Apple Store官方旗舰店公布的天猫“双11”优惠信息显示，iPhone、iPad、Apple Watch、AirPods等系列产品均享受不同程度的折扣优惠，其中，iPhone 16系列产品还可使用天猫发放500元惊喜券。

据京东此前的宣传，10月31日晚8点，购买iPhone 16系列至高补贴2249元。以128G版本的iPhone 16为例，原价5999元，叠加领券立减500元、以旧换新至高补贴1100元福利后，最终到手价低至4399元。再加上额外赠送的价值649元的一年期AppleCare+，相当于补贴了2249元。

值得留意的是，一些区政府

近日，网易发布邮件通报，该邮件显示：Battle事业部与KK事业部原负责人向浪、互娱渠道发行中心原负责人金雨晨、互娱市场中心员工许鳌、互娱渠道发行中心员工赵胜男，互娱市场中心已离职员工吴奕、Battle事业部已离职员工陆承旺、互娱市场中心已离职员工林嘉等人，在职期间涉嫌舞弊贪腐违法，已被公安机关刑事立案，并依法采取刑事强制措施。

此外，与案件相关的多名外部涉案人员也被公安机关依法采取刑事强制措施。

据了解，向浪、金雨晨、许鳌、赵胜男已被公司解除劳动合同，永不录用。Battle事业部员工潘宇罡、沈一鸣，在职期间涉嫌舞弊贪腐违法，已被公安机关刑事立案，并依法采取刑事强制措施。同时潘宇罡、沈一鸣已被公司解除劳动合同，永不录用。

网易相关公关人员近日回应，强调网易内部从严反腐的态度，称反腐从未停止，因案件仍在侦办中，具体信息不便披露，在适当的时候会予以通报。网传的包括洗钱在内的消息纯属造谣，对此网易已经安排报警，并呼吁“不造谣，不信谣，不传谣”。

成本上涨的两面性

今年以来，上游电子元器件价格持续上涨，部分元器件存储、主芯片已经涨到了近一两年内的最高点。

iPhone在中国市场上降价促销的同时，安卓阵营则因上游成本提高，只能相应提价。在存储芯片方面，价格也处于高位。

今年以来，上游电子元器件价格持续上涨，部分元器件存储、主芯片已经涨到了近一两年内的最高点，也推高了“双11”期间部分手机产品定价。

比如，记者曾梳理发现，相比上一代产品，vivo X200全系涨价300元~500元；OPPO Find X8涨价200元~500元；荣耀Magic7起售12GB+256GB版本涨价100元；小米15全系价格涨200元~500元；一加13各版本涨价200元~500元。

真我GT7 Pro各版本相比上一代产品首销价格涨了几百元，今年“双11”促销期间，仅对12GB+256GB这一版本采取首销促销，取消了16GB+256GB、16GB+512GB、16GB+1TB等版本的首销促销。

芯片方面，新一代旗舰芯片研发与制造成本大增，据天风国际证券郭明錤发布的报告，高通骁龙8 Gen4芯片预计上涨25%~

30%，单价升至190美元~200美元，这使得手机厂商采购成本提高，只能相应提价。在存储芯片方面，价格也处于高位。TerndForce集邦咨询发布的最新报告显示，因为存储原厂减产调节库存，2023年第二季度至2024年第一季度的内存价格涨幅超50%。另外，手机行业竞争激烈，厂商为提升性能、影像体验增加研发投入，也进一步推动价格上涨。

郭天翔对记者分析，今年“双11”销售期比去年多卖一周，安卓旗舰机提前集中在“双11”期间上市，大部分安卓机还都涨价了，或将推高“双11”手机市场交易额。

而本轮供应链价格上涨，某种程度也会对年末“双11”大促定价、策略带来一定挑战。面对成本上涨压力，荣耀CEO赵明直言：“压力该扛还该扛，消费者压力比我们还要大。”

一加中国区总裁李杰在一加13新机发布时就对记者表示，刚发布的一加13系列肯定没有“双11”优惠活动，但会参加电商平台的用户推荐类活动。整体策略来看，他

指出，“双11”或“6·18”大促期间会是新老产品组合。一些用户喜欢早买早享受，一些人会选择产品上市一段时间后再买。这是消费者本身的需求，一加的策略就是保证用户在不同大促节点能选到合适的产品。

谈及不少安卓新机价格较上一代普遍上涨，是否将对“双11”期间手机产品的促销成交量带来影响的问题，郭天翔表示，首销看不出来有影响，各品牌都卖得不错，都比自己上一代的产品卖得更好。

Counterpoint Research分析师Alicia Gong则对记者表示，今年的新机型价格有所上调，但这部分消费者往往更注重产品的配置与性能。不过，他也观察到，尽管今年“双11”新机型上市的数量较去年有所增加，各大手机厂商纷纷在节前推出了旗舰新品，以借助这一购物节提振销量。但是，新机在提振销量的同时，也难免会对现有老机型的销售产生一定的分流效应。因此，在“双11”的前半阶段，手机市场的销量与交易额相比去年有所下滑。

“以旧换新”、部分地区“政府补贴”加持

“在今年‘双11’期间，政府发放的补贴主要惠及家电产品，对手机市场的提振作用相对有限。”

除了大促期间来自电商平台和整机厂商先后推出的优惠政策之外，“以旧换新”“政府补贴”相关动作在这次“双11”期间也引起了一些关注。

Apple Store官方旗舰店天猫“双11”优惠中，iPhone 16系列产品除了可使用天猫发放500元惊喜券，还支持天猫平台提供的以旧换新服务至高补贴1100元，叠加以旧换新后购买iPhone 16系列手机至高优惠1600元。记者留意到，相比往年，今年天猫平台支持的以旧换新力度要比往年更大些。

再比如，“双11”活动中，联想联合京东、爱回收，在京东平台上搭建了联想以旧换新的专属会场。购买联想moto手机，以旧换新补贴最高可达1000元。拼多多启动了“超级加倍补”活动，重点补贴手机、数码、家电等类目单品。

值得关注的是，一些区政府

推出了对手机产品的补贴。

10月16日，湖北省开始在支付宝平台投放第二批第三轮“惠购湖北”3C数码产品消费券3000万元，可用于手机、数码相机（含机身、套机，不含镜头等配件）、智能手表、学习机、翻译机、无线蓝牙耳机，统一设置10%的消费立减券，发放时间为10月1日~31日。

广东发布《关于用好超长期特别国债资金加力支撑消费品以旧换新的实施方案》，结合广东实际，特别提出对个人消费者购买手机、平板、智能穿戴设备等3类产品给予补贴，手机补贴标准为产品销售价格的10%，每件补贴不超过1000元。

10月17日，记者实测发现，在京东平台进入政府补贴—广东—深圳地区国补专享—3C类政府补贴栏目下，用户完善银行卡、手机号即可领取买手机、平板、智能穿戴设备产品的补贴资格。

郭天翔表示，“国补”没包含手机，只是深圳、广州等一些广东城市以及武汉涉及手机，其中深圳最积极，但是前两天针对手机的补贴也结束了。对于手机以旧换新，更多也是各厂商或电商平台、二手平台自己开展的补贴，所以全国角度很难说“以旧换新”对手机有促进作用。

王吉平对记者分析，“以旧换新”、部分地区“政府补贴”等动作对智能手机销量有少许促进影响，但对整体大盘的影响还十分有限。相比而言，这些政策对PC市场的刺激作用更大。

“在今年‘双11’期间，政府发放的补贴主要惠及家电产品，对手机市场的提振作用相对有限。”

Alicia Gong同样对记者分析道。

王吉平提到，“以旧换新”的动作需要渠道垫资，其也可能提前透支产品销量，对市场也可能带来负面影响，所带来的影响仍需后续观察。

大厂反腐持续升级

本报记者 李昆昆 李正豪
北京报道

近日，有消息称，网易游戏市场副总裁吴鑫鑫在网易内部系统显示已离职，再往前几日，网易游戏营销总经理张海星也已显示离职。至此，11月7日网上流传的网易贪腐事件的相关截图中，提及的相关人员均已离职。目前网易仍有诸多营销线的员工被调查。

值得一提的是，2024年以来，抖音、腾讯、美团等头部互联网企业均发布了反舞弊通报，涉及数百名员工触犯廉洁红线被辞退、多人涉嫌犯罪被移送司法机关处理。

北京嘉淮律师事务所律师赵占领在接受《中国经营报》记者采访时表示：“互联网企业内部员工腐败行为的发生除了跟个人的贪欲有关之外，也跟企业内部管理制度不完善有一定关系。所以互联网企业反腐既要通过一批个案形成震慑效应，也需要探索建立减少或者防止腐败行为发生的长效机制，包括完善内部管理和监督。”

网易案例

据记者了解，向浪、金雨晨、许鳌、赵胜男已被公司解除劳动合同，永不录用。Battle事业部员工潘宇罡、沈一鸣，在职期间涉嫌舞弊贪腐违法，已被公安机关刑事立案，并依法采取刑事强制措施。同时潘宇罡、沈一鸣已被公司解除劳动合同，永不录用。

网易相关公关人员近日回应，强调网易内部从严反腐的态度，称反腐从未停止，因案件仍在侦办中，具体信息不便披露，在适当的时候会予以通报。网传的包括洗钱在内的消息纯属造谣，对此网易已经安排报警，并呼吁“不造谣，不信谣，不传谣”。

赵占领表示：“根据通报，这些企业员工涉嫌构成非国家工作人员受贿罪。《中华人民共和国刑法》

第一百六十三条规定，公司、企业或者其他单位的工作人员，利用职务上的便利，索取他人财物或者非法收受他人财物，为他人谋取利益，数额较大的，处三年以下有期徒刑或者拘役，并处罚金；数额巨大或者有其他严重情节的，处三年以上十年以下有期徒刑，并处罚金；数额特别巨大或者有其他特别严重情节的，处十年以上有期徒刑或者无期徒刑，并处罚金。”

据悉，网易今年游戏业务较为疲软，其2024年第二季度游戏及相关增值服务净收入为201亿元（28亿美元），较上一季度的215亿元下降6.5%，较上年同期的188亿元增长7%。

游戏业务疲软，利润下滑，也导致网易最近几个月在股市表现疲软。

业内人士认为，在业绩增长乏力的时候，往往也是企业对内“动刀”的时候。

网易相关公关人员近日回应，强调网易内部从严反腐的态度，称反腐从未停止，因案件仍在侦办中，具体信息不便披露，在适当的时候会予以通报。网传的包括洗钱在内的消息纯属造谣，对此网易已经安排报警，并呼吁“不造谣，不信谣，不传谣”。

《通报》显示，上述涉嫌构成刑事犯罪的11人中，1人涉嫌职务侵占罪，5人涉嫌非国家工作人员受贿罪，另有5人未披露具体涉嫌罪名。

根据《通报》，电商前员工徐某某、抖音前员工董某某、企业服务前员工徐某某等，均在采购、竞标环节，或以明显高于市场价的价格采购，或为供应商提供倾向性资源扶持方式，为供应商谋取利益并以此收受好处费。三人均因涉嫌构成刑事犯罪，被公安机关立案侦查。泄露公司保密信息也是《通报》中提及的多发行为，其中王某

某直接向外界售卖公司保密信息，因涉嫌刑事犯罪，已被公安机关立案侦查。

《通报》还披露了近期受到关注的实习生破坏模型训练的事件。《通报》称，2024年6月至7月，商业产品与技术前实习员工田某

近几年，互联网大厂的内部反腐动作持续不断。

据统计，过去五年间，常见的互联网大厂腐败舞弊行为还包括：严重违反公司规定/触犯公司高压线、片区公司欠款/违规套取工资、偷逃税、挪用公款、伪造文书、诈骗、泄露商业秘密、非法经营等。而在过去五年，互联网行业曝光的受聘案例中，高频发生腐败、舞弊的主要为商务和采购岗位。2022年的报告还显示，互联网行业腐败舞弊案中的常见的四大岗位包括商务拓展、采购、销售、运营，这也是近年来“爆雷”最为频繁的岗位。

速途研究院院长丁道师告诉记者：“一个总的原则是，最近几年

互联网越来越多地敢于自揭家丑，企业内部的反腐团队或者说廉洁团队，主动把一些内部的蛀虫和害群之马揪出来扭送司法机关，同时进行通报，让其他人引以为戒，这一点非常好，企业就是要敢于自我刮骨疗毒，才能把一些内部的乌烟瘴气和贪污腐败的不正之风杀下去，企业才能真正意义上走上一条健康合规的发展轨道。这样透明化、公开化的反腐是非常必要的，也值得其他企业参考学习借鉴。”

比如，据美团透露，2023年公司持续开展内外部贪腐打击治理工作，全年协助公安立案侦办涉嫌犯罪的内外部人员共93人。

据了解，为进一步加强内部反腐败工作，字节跳动集团此前将内部调查团队拆分到各个业务线中，包括商业化、电商等。内审调查团队一直以来在抖音集团扮演着重要角色，负责监督和审查集团内部运作，确保各项业务和人员遵守法律法规和内部纪律。这一举措旨在加强业务一线的合规风险管控和审查。

AI搜索群雄逐鹿 商业化仍在探索

本报记者 曲忠芳 北京报道

最近一段时间, AI(人工智能)搜索领域好不热闹。科技大厂争相卡位,再加上AI大模型“新

秀”的下场竞逐,给自ChatGPT诞生便热闹起来的搜索市场又新添了一大把“柴”。一场AI时代的搜索新“战事”正在上演。

AI搜索能给用户带来哪些新

需求旺、抢入口

对于大模型企业来说,AI搜索被视为一个比较容易实现商业化的突破口。

“搜索从传统线性搜索不断跃迁至AI搜索,其本质是用户检索信息方式的不断演进。”谦询智库创始合伙人、分析师龚斌指出,AI搜索技术不仅能够生成内容,还更加注重对语义的理解和个性化推荐。此外,AI搜索技术还能连接不同的互联网服务场景,构建起智能化的产品生态系统。在他看来,无论是科技大厂,还是大模型公司,纷纷推出各自特色的AI搜索产品,其背后是用户对于AI搜索范式下智能总结、主动提供智能化模式的急迫需求。

记者尝试体验了由月之暗面公司于今年10月中旬上线的“Kimi探索版”。当输入关键字或一个问题进行搜索时,主页面显示的是AI生成的总结回答,而页面右侧是“网页搜索”栏,展示了包括图片、AI阅读的网页来源(如新闻报道、百科知识、社交网络等)。

另一家大模型明星企业智谱AI,涉足AI搜索领域是以智能体(AI Agent)的形态“内嵌”于智谱清言大模型内,输入问题搜索时,“AI搜索”结果中会注明“基于X个搜索来源”,总结生成“答案”提供给用户,同时用户也可以点击来源网页。

作为内容社区的知乎,今年10月底在“知乎直答”产品内上线了“专业搜索”功能,目前平台上支持“通用搜索”和“专业搜索”两类功能,前者适合日常学习工作中的快速查询,后者则瞄准需要研究特定领域、分析专业文件或

的体验与价值? AI搜索市场的竞争格局将走向何方?上个时代几近成熟的结果排序算法、在线广告模式,能否“复制”到AI搜索中?当下大模型工具已试水的付

费订阅制,能否扛起AI搜索的商业化“大旗”?……针对这些业界关注的问题,《中国经营报》记者结合国内外搜索现状进行了相关调研与采访。



谷歌、百度、Perplexity、夸克、豆包等国内外搜索巨头和新锐厂商正在不断探索AI搜索的全新形态。视觉中国/图

文献的用户群。

而老牌搜索引擎巨头百度,较早就在传统搜索优势积累的基础上添加甚至置顶了“AI智能回答”的结果。在11月12日举行的“百度世界大会2024”上,百度董事长兼首席执行官李彦宏透露,截至今年11月初,百度文心大模型的日均调用量已超过15亿次,相比一年前实现了约30倍的增长。这一增速“证明了AI技术的真实需求和巨大潜力”。

工信部赛迪研究院今年10月底发布的《AI搜索行业发展报告》显示,谷歌、百度、Perplexity、夸

克、豆包等国内外搜索巨头和新锐厂商正在不断探索AI搜索的全新形态,整体来看,行业呈现出五个明显的趋势,分别是:产品力成为核心竞争力,从信息获取工具向信息一体化处理产品形态跃迁,搜索场景趋向垂直化、细分化和专业化,PC端产品将成为新的入口级应用,AI搜索将重塑搜索行业生态。

AI搜索市场呈现“群雄逐鹿”局面,或许更为重要的原因是,对于大模型企业来说,AI搜索被视为一个比较容易实现商业化的突破口。对此,科技部国家科技专家库专家周迪向记者分析称:

一是市场需求旺盛,智能搜索能够提供更加精准和个性化的搜索结果,满足用户的多样化需求;二是技术创新,生成式AI技术的快速发展,推动搜索引擎向智能生产工具转变,AI搜索应运而生,为搜索引擎行业带来新的增长空间;三是应用场景广阔,随着5G技术的深入应用,AI智能终端的多样化和专业化趋势愈发明显,催生了智能手机、个人电脑、智能穿戴设备、智能家居设备、车载信息系统等新型设备形态,为AI搜索提供了更广阔的应用场景。

订阅制、广告及打赏尝试

在上一轮的搜索引擎大战中,谷歌曾凭借网页排序算法、广告模式脱颖而出,“霸占”全球搜索老大的地位达20年之久。

在当下国内外的AI搜索市场中,Perplexity是在产品商业化方面进展明显较快的一家,这家公司创立于2022年,其搜索引擎产品早在2022年12月就已上线。今年4月,Perplexity推出了“专业版”订阅功能,用户每月支付20美元即可选择除了Perplexity自有大模型之外的包括GPT-4、Claude-3.5、Llama3.1等在内的第三方大模型。

事实上,据记者了解,就订阅会员制来说,国内多家大模型企业在产品迭代升级中也推出了免费账户之外的会员订阅服务,比如文心一言会员包年会员600元左右,智谱清言包年会员约400元等。也有一些大模型工具——比如通义千问,还没有对用户收费,只向B端用户收取API(应用程序编程接口)调用费用。当然,API服务收费模式又包括按量付费模式、包年包月模式等。

值得一提的是,月之暗面旗下的Kimi还将社交网络中的“玩法”——打赏应用其中,打赏不同金额可获得不同天数的高峰期优先使用权。

就在11月14日,据TechCrunch报道,Perplexity将在其平台上试验展示广告,以“赞助的后续问题”作为呈现形式,放置于搜索答案旁,并注明“赞助”字样。从订阅付费到广告,Perplexity在探索AI搜索的商业化方面走在了行业前列。

“广告计划可以帮我们创造收入,并与合作伙伴分享。”Perplexity官方博客中写道,“经验告诉我们,单靠订阅无法产生足够的收入来创造可持续的收入分享计划,而广告是确保稳定且可扩展的收入现金流的最佳方式。”

众所周知,在上一轮的搜索

引擎大战中,谷歌曾凭借网页排序算法、广告模式脱颖而出,“霸占”全球搜索老大的地位达20年之久。时至今日,在线广告收入已成为搜索引擎最成熟的商业模式。随着用户行为的变化,传统基于关键词竞价的广告模式渐趋被智能化、个性化推荐所取代,无论是老牌搜索引擎巨头,还是社交媒体平台,都在利用AI技术优化广告投放,提高转化率。

Perplexity此番在AI搜索中试图“第一个吃螃蟹”——将广告模式“移植”到AI时代的搜索引擎中,能否成功尚待市场的检验。

针对产业界对AI搜索的商业化尝试与探索,周迪指出,AI搜索虽然能够在短时间内找到用户需要的答案,但提供的答案有时并不准确,用户仍需要在AI搜索给出的结果中自行筛选有用的信息。以Perplexity为代表的国外AI搜索引擎已推出订阅服务,国内用户普遍习惯免费的搜索服务,能否接受付费模式还存在很大的不确定性。传统搜索引擎通过广告收入维持运营和创造巨大的现金流,但这种模式在AI搜索中是否完全适用,还有待观察。

龚斌表示,AI搜索正成为“兵家必争之地”,在国内外各大巨头、新锐公司纷纷加入AI搜索的浪潮中,AI搜索或将逐渐形成平台+硬件的双轮驱动格局。AI搜索的商业化探索及产品力的比拼刚刚开始,谁能占据市场制高点、谁能笑到最后还不好判断。但可以确定的是,传统搜索的变革将带来海量的商业机会,向“软件+终端”等多入口、平台型AI搜索与垂直型AI搜索的全新搜索格局演进。

AI生意的理想与现实:to B还是to C?

生态链“失衡”

本报记者 秦枭
北京报道

AI正在成为全球最“烧钱”的一门生意。根据摩根士丹利的测算,仅亚马逊、谷歌、Meta和微软四家公司明年的资本支出合计将达到3000亿美元左右,其中大部分将用于AI领域,这还不包括国内的互联网巨头和一些新兴的创业独角兽。然而,AI能为这些企业带来多少实质性的回报,却是一个悬而未决的问题。相较于此前对AI的过度憧憬,许多企业开始意识到,之前预期的巨大商机并未如期而至。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,当前的AI生态链表现出严重的“失衡”,正在走向“不可持续性”。虽然目前企业都历经了“百模大战”的洗礼,但不能保证已经跨过了“生死线”,现在亟须迅速发掘AI大模型的实际应用场景和商业化的途径,来回馈过去两年的大量投资和高估值。

谷歌、微软以及亚马逊的最新财报显示,上个季度它们在不动产和设备上的支出,达到了500亿美元,同比增长66%。这些投资在美国各地催生了大量的新数据中心,专门针对AI优化,配备先进芯片以支持AI应用的开发与运行。谷歌2025年预计在多个园区进行吉瓦级训练,2026年形成吉瓦级AI训练集群。微软则将凤凰城最大AI训练基地计划扩展至10座建筑,自建24个数据中心。

相较于巨额的投资,AI带来的收益却寥寥无几,就连被誉为“四小龙”的头部AI初创公司Anthropic、Stability AI、Inflection AI、OpenAI也在苦苦挣扎。

估值达到15亿美元的Inflection AI公司目前几乎没有产生收入,

已经终止了其初始业务线;Stability AI公司实施了裁员措施;同时,Anthropic公司正面临每年高达18亿美元的财务赤字,正急切寻求解决方案。

The Information的数据显示,2024年上半年,OpenAI的现金消耗已高达3.4亿美元,现金仅剩10亿美元,公司预计在2023年至2028年期间,总亏损将高达440亿美元。而其中相当一部分支出,预计有60%—80%将用于人工智能模型的训练和运营。

不过,与一众科技公司陷入“烧钱”而不赚钱形成对比,英伟达的芯片供不应求,其业绩更是爆表。2025财年第二季度(截至2024年7月28日),英伟达营收300亿美元,再创历史新高,较去年同期增长122%,营收以成倍的

速度增长。

在国内AI“六小虎”之一的零一万物的创始人兼CEO李开复看来,AI目前形成的这种模式是“不健康的”。他直言:“今天我们看到真正最赚钱的公司,是以英伟达为主的GPU公司。这种‘倒金字塔’现象是技术行业前所未有的。过去PC和移动互联网为什么能产生这么大的价值,是因为最终最赚钱的不是芯片商,也不是平台提供商,而是to B和to C的应用。而如今AI时代,除了英伟达赚得盆满钵满外,其他AI领域的玩家,包括应用开发者和企业,都挣扎在微薄的利润边缘,整个AI生态链表现出严重的‘失衡’。”

某算力服务提供商的一位高管表示:“我们需要关注的事项,过往的智算中心建设发展迅猛,包含

有很多,但不难发现,无论是哪款应用,营收模式都较为单一,国内目前普遍采取的是免费商业模式。实际上,除了订阅费之外,其他收费模式很难推广开来。国内的AI应用也曾尝试收费模式,但效果大多不尽如人意。

李开复认为,如果没有出现贴近用户、贴近企业的应用来创造最终价值,用户是不会甘愿付费的,各个层面都不会赚到真金白银。

一位业内人士表示,之所以采取“免费”策略,是因为在我国市场尚未出现AI超级应用。在无法为用户提供充分的产品体验之前,企业实施收费政策难以取得预期效果,甚至可能产生反作用。对于面向消费者的用户而言,当前的用户



在AI大模型的商业化道路上,企业们逐渐分化为to B、to C两个阵营。视觉中国/图

很多历史因素在内。但无论是政府、投资者还是客户,均未预料到如此巨大的变革。实际上,我们目前所面临的现状和问题,首要的是算力资源利用率低下,导致极大的浪费;其次是硬件先行于软件的现状。我们必须首先关注应用层面,或优先考虑软件。”

此前,金沙江创投主管合伙人朱啸虎曾公开表示不看好AI大模型的商业模式,其表示:“大模型商业模式太差,技术没有差太多的情况下,每一代技术都要投,现在可能3.5版本要投入几千万美元,迭代到4.0版本要几亿美元,到5.0版本可能又要几十亿美元,每一代模型都要重新去投,而变现周期可能就只有两三年。”

路径分歧

巨大的生存压力使得AI企业们不得不走出象牙塔,寻找“变现”的机会。360董事长周鸿祎日前表示:“硅谷已经没有人在卖大模型了,大家都在卖产品。”而在AI大模型的商业道路上,逐渐分化为to B、to C两个阵营。

不过,业内普遍认同的观点是,创业公司更易于在面向消费者的市场(C端)发现机遇,to C应用主要集中在图像生成、AI聊天机器人、写作生成、视频生成、语音和音乐生成、AI设计、AI编程等领域。今年下半年,部分企业也开始探索AI搜索,如百度文心一言在9月正式升级为“文小言”,加码AI搜索,月之暗面也推出Kimi搜索版。

虽然企业在C端产品的花样

流量和数据是至关重要的,只有拥有足够的用户基础,企业才能确保生存并进一步规划发展。

然而,在业内一部分人看来,AI大模型不应该干写诗画画这些事情,真正的应用场景应该是在to B。相较于to C,大模型在B端的盈利模式更为多样和成熟。企业可以通过API接口调用、SaaS(软件即服务)模式、私有化部署或提供行业解决方案等方式来盈利。“但实际的情况是,绝大多数大型模型公司仅提供应用程序接口服务,而不提供小样本微调服务及行业特定解决方案。”上述业内人士坦言。

李开复则表示,以大模型技术为代表的AI 2.0将重塑各行各业的生产力格局,颠覆现有的企业组

织结构和规模。但是目前大模型能力并未在to B应用上释放出全面潜能,只有进入业务核心系统、快速轻量级大批量部署才能最大程度地为企业降本增效。

不过,在中国,to B向来是个拥挤的赛道。各家的打法各不相同,以百度为例,目前,超过六成的央企和大量的民营企业,正在联合百度智能云进行AI创新。百度智能云帆大模型平台已经帮助客户精调了3.3万个模型、开发了77万家企业应用,文心大模型日均调用量超过15亿次。

百度集团执行副总裁、百度智能云事业群总裁沈抖表示,AI应用正率先在B端爆发。由企业级大模型工程平台、异构算力平台组成

的新型AI基础设施,将替代传统云计算,为大模型应用在企业生产力场景中的规模落地提供关键支撑。

零一万物选择的to B路线是AI Infra解决方案、Yi大模型开放平台、“如意”数字人解决方案以及即将正式亮相的“万视”营销短视频解决方案,共同构成从AI Infra到模型、再到应用的面向政企客户的解决方案。

零一万物联合创始人祁瑞峰认为:“今天在大模型领域内,大部分to B项目都集中在私有化定制模型,如何能够真正让大模型进入客户核心业务场景,形成一个大模型赋能下标准化、可规模复制的应用产品,是未来to B的一大挑战。”

“冰雪”游戏赛道火热：已从小众题材走向大众

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

冰雪题材在游戏市场的热度持续火爆。该赛道的代表作

之一为世纪华通(002602.SZ)旗下的《无尽冬日》。11月14日，该游戏在微信小游戏畅销榜位列第1名。

除此之外，《冰汽时代2》在发售后短短几天内也以强劲的销量证明了冰雪题材的巨大市场潜力。仅仅发售3

天，《冰汽时代2》便于9月23日宣布，其销量已经达到35万份，预估收入已经覆盖开发和营销成本。

DataEye研究院负责人刘尊对《中国经营报》记者表示，冰雪题材能受到厂商的青睐，主要因为从海外火到国内

的《无尽冬日》起到了示范作用。在他看来，冰雪题材不再是垂类题材，已经从小众题材走向大众。

冰雪题材走俏

近几年里，在冰雪题材移动游戏、小游戏中最为瞩目的，要数持续火爆的《无尽冬日》。

《冰汽时代2》是一款由波兰游戏公司11 Bit Studios开发的城市建造及生存游戏，背景设定在前作《冰汽时代》的30年后。玩家在游戏中扮演一名领导者角色，要在全球暴风雪肆虐的灾难背景下建造及管理一座城市。

在《冰汽时代》系列游戏中，冰雪不仅是视觉上的设定，也是游戏机制的一部分——在暴风雪降临全球、粮食歉收、大批人口死亡的背景下，玩家要在道德和生存中作出选择。

尽管它并不是第一部冰雪题材的游戏，但它利用冰雪环境来探讨深刻的人类议题，在众多生存类游戏中显得独树一帜。

截至今年4月，该系列的第一部《冰汽时代》发售6周年，全平台销量超过500万份，Steam好评率高达92%。《冰汽时代2》口碑较前作略逊色，Steam好评率仅73%，但在前作品牌的积淀下，其短时间内就凭借销量收回成本，也证明了冰雪题材对玩家的吸引力。

《冰汽时代》也带火了手游领域对冰雪题材的应用。

2018年，网易就与11 Bit Studios围绕《冰汽时代》手游进行合作。根据《冰汽时代：最后的家园》官网，截至11月14日，这款游戏国服预约量已经超过316万。

近几年里，在冰雪题材移动游戏、小游戏中最为瞩目的，要数持续火爆的《无尽冬日》。

2023年2月，世纪华通旗下的点点互动推出《Whiteout Survival》

《Whiteout Survival》(《无尽冬日》的海外版)，在海外至今依然火爆。

世纪华通2023年财报披露，《Whiteout Survival》在2023年成为全球SLG品类手游畅销榜冠军。在这款产品的推动下，点点互动2023年收入同比增长56.96%。

随着2024年三季度财报发布，世纪华通方面表示，《Whiteout Survival》全球下载突破9000万。在《Whiteout Survival》等产品的推动下，该公司海外游戏业务持续快速增长，收入和净利润双冠A股游戏板块。

今年4月，《无尽冬日》上线国内小程序游戏平台。4月29日，《无尽冬日》登顶微信小游戏畅销榜。在游戏行业研究机构伽马数据发布的7—9月移动游戏流水测算榜上，《无尽冬日》位列第7名。11月14日，其在微信小游戏畅销榜位列第1名。

《无尽冬日》之后，其他冰雪题材小游戏陆续出现。

来自途游的《三国：冰河时代》目前在微信小游戏畅销榜位列第7名。这款游戏将“三国”与“冰雪”进行题材融合。在游戏中，玩家将扮演一名县令，带领其他人在严酷的冰雪中生存，同时面对来自四面八方的入侵者。

此外，更多冰雪题材的手游、小游戏还在筹备中——去年和今年分别有《Frost Forge: Dragon's Might》和《Winter Lord》展开测试。这些产品能否为冰雪题材打开更多市场空间，这仍有待观察。

市场为何火爆？

冰雪题材目前只局限于模拟经营、SLG类游戏；而仙侠题材适用于MMO、卡牌、放置、模拟经营、割草等，泛用性较强。

“从业者意识到，冰雪题材不再是垂类题材，已经从小众题材走向大众。”刘尊对记者表示，冰雪题材能受到厂商的青睐，主要因为从海外火到国内的《无尽冬日》起到了示范作用。

“这种得到过验证，且产品较少的题材，往往会引发从业者跟进。用这一题材去套别的玩法，买量价格低，好过尝试风险高的新题材，或者买量价格高的传统题材。”刘尊进一步解释道，“《无尽冬日》的广告素材以及买量思路比较容易模仿、大规模复制，门槛不高。”

关于《无尽冬日》在买量、投放方面的技巧，记者联系世纪华通方面采访，对方未予以回应。此前，世纪华通方面曾对记者表示，是否会持续进行买量投入，需要根据市场情况和公司的市场策略来作出决策，其团队更希望通过产品本身的品质和口碑效应吸引更多用户。

冰雪题材是否能像仙侠等题材一样，成为国产移动游戏、小游



2024ChinaJoy展会世纪华通展区。

视觉中国/图

戏的热门题材？

对此，刘尊认为，尽管《无尽冬日》和《三国：冰河时代》可谓绝对的爆款、热门，但冰雪并不能成为像仙侠一样被广泛采用的题材：

“核心原因是，冰雪题材目前只局

限于模拟经营、SLG类游戏；而仙侠题材适用于MMO、卡牌、放置、模拟经营、割草等，泛用性较强。”

对于市面上涌现的冰雪题材竞品，世纪华通方面对记者表示：“任何产品都不可能避免竞争，我

们所做的就是持续做好产品的内容更新，为用户带来更多新鲜的内容体验。《Whiteout Survival》本身仍然有很大的潜力。我们会持续打磨产品，有信心将它打造成长青产品。”

筛选题材不易

相比于相同题材的《Frozen City》，《Whiteout Survival》的体验更为重度。

“好的题材是稀缺的，要找到并不容易。”世纪华通方面对记者表示，《无尽冬日》题材新颖，但要找到并不容易，“在海外SLG赛道，无论是题材还是风格，几乎已经形成了相对‘稳固’的偏好——三国、战争、奇幻魔法、末日丧尸、历史文明是海外SLG玩家最为青睐的大类题材；现实主义画风、卡通画风等则是海外玩家们最难割舍的风格偏好。但末日与冰雪生存的组合却是近两年才慢慢出现的题材。”

在《Whiteout Survival》之前，点

点互动先推出了《Frozen City》。据世纪华通方面介绍，这款产品在前期做了大量的题材测试，最后该团队选择了冰雪题材，之后再进行玩法的迭代和测试。完成题材+玩法的测试，结果通过验证之后，开发团队再进行全面开发和正式立项。

“《Whiteout Survival》同样如此。相比于相同题材的《Frozen City》，《Whiteout Survival》的体验更为重度。”世纪华通方面表示。

据介绍，相比传统的COK-like (类《列王的纷争》)来说，《White-

out Survival》对重度SLG进行了中度改造，在前期弱化了原本应在SLG中占据核心地位的探险、收割资源等玩法，将更重的笔墨放在了构建“模拟经营+末日冰雪生存”这一生态闭环上。“无论是生存、建造，还是NPC情感需求、随着建筑升级逐渐解锁的内部装饰，都体现了模拟经营游戏的精髓，能够顺理成章地吸引一批模拟经营爱好者。在他们脱离新手期后，又能够体会到后期联盟、资源争夺战斗等带来的SLG体验。”世纪华通方面表示。

据悉，《Whiteout Survival》推出后，在美国、韩国及中国台湾的反响最高，而在德国、加拿大也有不错的表现；其国服版《无尽冬日》上线后，半年内几乎霸榜微信小游戏畅销榜。

对于这款游戏的长线运营，世纪华通方面表示，除了要有恰当的题材，还要有足够的大的故事框架和接地气的本地化运营，“故事框架会影响到用户接受程度以及未来内容的可延展深度，是做长线产品的必备要素”。

实控人变更 电魂网络业绩下滑能否扭转

本报记者 李哲 北京报道

的《一致行动协议》，两人系夫妻关系。

上述权益变动后，电魂网络的实际控制人变更为胡建平、陈芳。一致行动人实际控制电魂网络的股份占比由28.20%下降至20.32%。

实控人变更

电魂网络发布的公告显示，2023年10月26日，胡建平、陈芳、胡玉彪三人续签《一致行动协议》，一致行动期限至2024年10月26日止。根据三人出具的《关于一致行动协议到期不再续签的告知函》，上述《一致行动协议》于2024年10月26日到期后不再续签，各方一致行动关系到期后终止。

根据电魂网络2024年半年报，胡建平、陈芳、胡玉彪分别是该公司第一、二、四大股东，合计持有电魂网络28.20%股权。

原《一致行动协议》终止后，胡建平、陈芳于2024年11月5日签署了新的《一致行动协议》，两人系夫妻关系。

2019年10月26日，电魂网络发布的公告显示，胡建平、陈芳、胡玉彪、余晓亮、林清源于2011年11月15日签订《一致行动协议》，各方达成一致行动人关系。一致行动期限自协议生效之日起至公司经核准首次公开发行股票并上市(2016年10月26日)交易三十六个月届满之日(2019年10月26日)止。经各方友好协商确认，一致行动关系在

2019年10月26日到期后即自动终止，不再顺延。

根据电魂网络公告，胡建平、陈芳、胡玉彪三人自2019年10月26日签订《一致行动协议》。随后的五年时间里，胡建平、陈芳、胡玉彪一直通过续签《一致行动协议》构成一致行动人关系。

至于此次三人为何终止一致行动人关系，电魂网络未在公告中明确说明。截至发稿，电魂网络方面也未向记者作出回应。

记者注意到，电魂网络的股权较为分散。根据2024年半年报，在电魂网络的前十大股东中，只有陈芳持股比例超过10%，为10.70%。在前十大股东中，胡建平、胡玉彪、余晓亮、林清源均是电魂网络创始股东。2024年半年报显示，与2021年相比，上述几人所持电魂网络股票份额有所减少。

2019年，电魂网络实际控制人关系调整后，一致行动人实际控制公司股份的比例由49.09%变更为33.42%。在构成实际控制人的五年时间里，胡建平、陈芳、胡玉彪三人持股比例减少。2024年半年报显示，胡建平、陈芳、胡玉

业绩承压

在实控人变动之前，电魂网络发布2024年三季度业绩报告。

财报数据显示，今年前三季度电魂网络实现营收4.13亿元，同比下滑18.35%，净利润7473.31万元，同比下滑34.62%。而自2021年以来，电魂网络的营收及净利润就持续下滑。

2021年，电魂网络实现营收9.96亿元，同比下滑2.70%，净利润3.39亿元，同比下滑14.19%。彼时，电魂网络方面在财报中提到，这一年，新冠疫情依然在全球肆虐，中国互联网在经历了数十年的高速发展之后，增速逐年放缓，尤其是随着智能手机的普及，移动互联网的红利期逐步消失，给公司的业务发展和经营管理都带来了前所未有的挑战。当年其各项业务运行平稳，但受行业总体增长大幅度放缓趋势的影响，营收和归属上市公司股东净利润有所下滑。

随后，2022年和2023年，电魂网络的净利润表现并未扭转下滑的趋势。其中，2022年电魂网络净利润同比下滑40.66%，2023年则同比下滑71.73%。对此，电魂网络在2022年、2023年财报中都曾提到，受行业总体增长放缓趋势及公司产品周期等因素的影响，其各项业绩指标均有所下滑。

记者了解到，电魂网络的收入来源主要是游戏业务，旗下有客户端游戏《梦三国2》《梦塔防》和移动端游戏《梦三国手游》《江湖如梦》等产品。

太平洋证券研报指出，《梦三国2》为电魂网络的核心产品，其营收占比超60%。近年来，我国电竞产业保持持续增长势头。《梦三国2》曾作为2022年杭州亚运会电

电魂网络《梦三国2》游戏画面。



本报资料室/图

子竞技正式比赛项目登上亚运赛场。电魂网络进而推动电竞产业布局，并推出“文旅+电竞”的跨界新运作模式。

近年来，我国游戏市场呈现出波动增长态势。中国音数协游戏工委发布的《中国游戏产业报告》显示，2021年，中国游戏市场实际销售收入2965.13亿元，比2020年增加了178.26亿元，同比增长6.4%。2022年，中国游戏市场实际销售收入为2658.84亿元，减少306.29亿元，同比下降10.33%。2023年，中国游戏市场实际销售收入为3029.64亿元，增长370.80亿元，同比增长13.95%。

太平洋证券研报指出，2024年三季度，电魂网络营收环比增长4.43%，驱动归母净利润环比增长19.27%。此外，2024年前三季度，电魂网络拟计提各类资产减值准备合计858万元，代理游戏已经上线或者解约、转销或核销减值准备579万元。

从研发投入来看，近年来，电魂网络的研发支出呈下行态势，但占总营收比重维持在20%左右。具体来看，其2021年累计投入研

究开发费用2.10亿元，占营收的21.12%；2022年累计投入研究开发费用1.90亿元，占营收的24.01%；2023年累计投入研究开发费用1.51亿元，占营收的22.31%。2024年前三季度研发费用为9883.96万元，同比下滑15%。

对于游戏储备，胡建平在回应投资者时表示，电魂网络储备了多款重点产品，包括《野蛮人大作战2》《螺旋勇士》《轮回契约》及《修仙时代》。“公司正积极推动研发及测试工作，以确保在正式上线时达到最佳效果。公司将继续专注于提升游戏品质，并努力满足玩家和市场的期望。”

太平洋证券研报显示，《螺旋勇士》《轮回契约》《修真聊天群》计划2024年四季度陆续上线。其中《修仙时代》为国风修仙题材开放大世界游戏，目前已获移动端和客户端版号；《野蛮人大作战2》为魔性竞技+RPG多元化游戏，其已获主机、客户端、移动端全平台版号。此外，在九十月，电魂网络的《大当家之路》《非日常邂逅故事》《龙之宝藏猎手》获批国产游戏版号。

广州车展呈现未来出行新趋势：智能化、豪华化、飞行化

本报记者 陈靖斌 广州报道

被誉为“中国汽车市场发展风向标”的广州国际车展，于11月15日如期启幕。根据组委会的消息，本届车展总参展商达1111家，其中包括78辆全球首发车型、6辆跨国公司首发车型，以及512辆新能源汽车。

《中国经营报》记者从现场了

自主品牌抢占车展先机

无论是小鹏汽车还是比亚迪，均在广州国际车展正式开幕之前就已经亮相，意图抢占市场先机。

2024年的中国车市既充满了惊喜，也面临着前所未有的挑战。价格战仍在持续，各大车企纷纷加大力度，推动新能源产品和智能化技术的创新与应用。对于整个行业来说，下半年智能化的进程已成为共识。以鸿蒙智行和小鹏智能驾驶技术为代表，越来越多的智能化功能赢得了消费者的广泛认可。然而，本届广州国际车展上，国产品牌更加注重“高阶智驾平权”的目标，力求让更多消费者体验到智能化驾驶的先进技术。

其中，小鹏P7无疑是小鹏汽车在智能化领域的重要一步，标志着该公司在智能驾驶“平权”上的里程碑。作为新势力车企中的先行者，小鹏汽车率先将智能驾驶技术带入10万—15万元的市场区间，争夺这一红海市场的份额。今年，小鹏P7+的推出，被视为其在智能驾驶领域的一次战略性突破，旨在将高阶智能驾驶普及到更广泛的消费者群体。与此同时，比亚迪也通过多款新车展示了其在智能化方面的强大实力。继方程豹与华为深度合作后，比亚迪还宣布，地平线

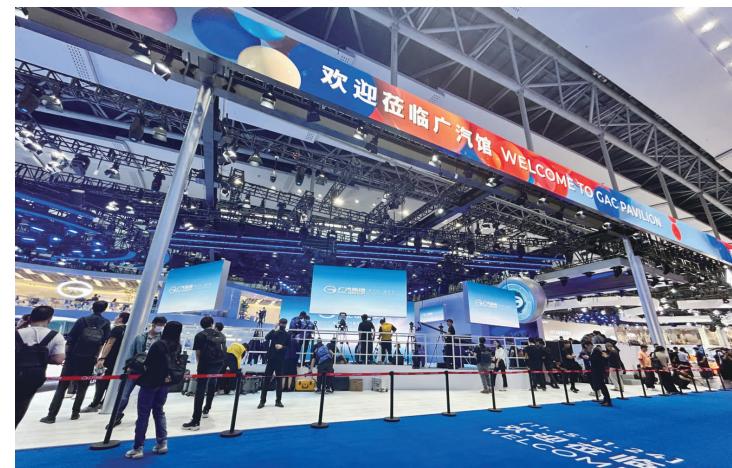
解到，从豪华品牌到主流合资品牌，从自主品牌到新兴车企，各大品牌在本届车展上纷纷亮出旗下的重磅车型，呈现出一场涵盖全行业的汽车盛宴。宝马、奔驰、大众、奥迪等国际主流汽车品牌集中亮相，广汽本田、广汽丰田、东风日产等合资品牌携最新车型参展；与此同时，比亚迪、广汽埃安、广汽传祺、小鹏汽车等新能源汽

车品牌也同台竞技，展现电动化、智能化浪潮中的最新成果。

如今，全球汽车产业正面临一场深刻的变革，电动化、数字化、智能化等趋势不仅推动着行业的转型，也带来了诸多变数和不确定性。然而，正是在这场变革中，更多的机遇与挑战并存。Robotaxi、飞行汽车等新型交通工具，正加速改变着人们的出行

方式和社会结构，对未来的城市生活与交通体系产生深远影响。

自2003年举办以来，广州国际车展已成为汽车行业的重要盛会，凭借其广泛的影响力和专业性，始终扮演着新技术、新理念发布的重要平台。同时，作为每年车市的“收官之战”，车展也成为行业观察来年市场趋势、洞察未来发展方向的关键窗口。



2024广州车展广汽馆 赵毅/摄影

i·上汽荣威iMAX8 DMH 新陆尊、D7 DMH世界冠军版、GT 630激光雷达版等多款车型也在车展前陆续开启预售或上市。

在众多新能源汽车品牌中，广汽埃安带来了全新A0级纯电动两厢车——AY2，并在车展上正式亮相。尽管AY2是一款低价入门车，但其搭载的最新高阶智能驾驶技术使其在同级别市场竞争脱颖而出，成为一项差异化优势。与同级别的比亚迪海鸥、五菱缤果、大众ID.3、吉利星愿等车

型主打座舱实用性不同，AY2的智能驾驶系统为消费者提供了更为前卫的驾驶体验，进一步凸显了智能化对未来的深远影响。

今年的车展还展出了一大批增程/混动新车。广汽传祺亮相了一款全新SUV，搭载了第三代混动技术，腾势品牌也推出了全新大型SUV腾势N9，具有纯电与插电混合两种动力选择。此外，阿维塔品牌也在增程领域有所突破，推出了阿维塔11增程版车型，价格预计低于纯电版车型。

车企转型升级提速

随着技术的不断突破和市场的不断扩展，国产豪车品牌将继续发力，推动中国汽车产业在全球市场的竞争力和影响力不断提升。

在本届广州国际车展上，自主品牌的高端车型成为焦点，比亚迪、广汽集团等品牌推出了多个重磅新车，标志着中国汽车工业在高端市场的快速崛起。

比亚迪旗下的仰望品牌带来了两款重磅车型——仰望U7和仰望U9，分别瞄准百万级豪华D级车和高性能市场。仰望U7定位为高端豪华D级轿车，旨在挑战传统豪华品牌的市场地位；仰望U9则是一款实力不容小觑的高性能车型，展现了比亚迪在豪华车领域的雄心。同时，由华为鸿蒙智行与江淮汽车共同打造的尊界品牌也亮相广州车展，这款车不仅以“尊”为名，定位超豪华市场，预计售价超过100万元，直接对标迈巴赫、劳斯莱斯等顶级豪华车品牌，成为当前华为智选车中最高端的代表。

广汽集团的昊铂品牌也展示了其首款豪华智能旗舰大型SUV——昊铂HL。这款SUV凭借超长轴距、高性能电机和先进的智能科技配置，展示了广汽在高端SUV市场的强大实力，进一步巩固了自主品牌在豪华车领域的地位。

显然，各品牌在车展上展出的高端车型，不仅反映了它们“品牌向上”的决心，也表明中国汽车工业正迎来一次重要的转型。随着消费升级的趋势日益明显，自主品牌正在借助电动化和智能化的契机，逐步打破外资品牌的垄断地位，快速占领高端市场份额。市场数据显示，20万元以上价位段的市场空间正在持续扩展，自主品牌在40万—60万元以及百万级豪车市场的份额也在不断攀升。这一高端化趋势不仅体现在产品性能和技术搭载上，更体现在品牌的整体体验和服务上。尤其是百万级豪车市场的迅速扩容，正是中国汽车工业高端化进程的重要缩影。

值得一提的是，今年以来，比亚迪、丰田、北汽、上汽、小鹏等多家车企纷纷将研发触角延伸至人形机器人领域，预计将来会有更多车企在这一领域进行布局。这些人形机器人已经进入各大车企的生产线上实际应用，业内普遍认为，随着资本的持续流入和车企的深入布局，未来的车展或将新增飞行汽车专区和人形机器人专区，成为展会的新亮点。

随着技术的不断突破和市场的

梅赛德斯-奔驰：为可持续，向前每一步

2024年10月，梅赛德斯-奔驰启用欧洲率先采用集成机械-湿法冶金工艺的电池回收工厂，成为全球率先以自有工厂实现电池闭环回收的车企。这家位于德国南部巴登-符腾堡州库彭海姆的回收工厂实现了真正的循环经济。

11月14日，在相距德国近7700公里的北京亦庄经济开发区，奔驰举办了第12届中国可持续发展对话会，在这场“高开放度”的可持续发展对话会上，奔驰分享了推进“2039愿景”的进展，介绍了最新的可持续生产中的节能减排举措，并就汽车行业脱碳、数字信任、交通安全等热点话题展开了讨论。会上，奔驰宣布与江苏华友能源科技有限公司（以下简称“华友能源”）在福建奔驰汽车有限公司（以下简称“福建奔驰”）开展动力电池梯次利用试点项目，同时发布了《梅赛德斯-奔驰集团中国可持续发展蓝皮书2023—2024》。

梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员，负责诚信经营及法律事务的白韵格（Renata Jungo Brüngger）专程为这次盛会奔赴北京，在会议期间表示，对于梅赛德斯-奔驰而言，可持续发展意味着尽可能多的人创造长期价值，这也是公司致力于实现可持续发展战略的初心。但可持续不能“单打独斗”，奔驰希望与更多的供应链伙伴及各方人士面对面交流，不断寻求持续发展合作共赢的未来路径。

从全球率先以自有工厂实现电池闭环回收的车企到与中国供应链伙伴开展动力电池梯次回收，奔驰致力于提升大幅减少原生资源消耗的开拓精神和创新实力。上述皆用行动说明：企业的长期可持续发展目标不是抵达终点的那一刻，而是每天向前的每一步。



梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、负责诚信经营及法律事务的白韵格（Renata Jungo Brüngger）

行胜于言：未来将北京奔驰太阳能光伏项目在世界推广

行胜于言，“可持续发展不光要说，而且要有非常具体的举措。”谈及奔驰第12届中国可持续发展对话会，白韵格有着自己的理解。“我们不仅要把目前的践行表达出来，更要真切地跟与会嘉宾介绍项目的具体情况。这些‘深耕’是我们脚踏实地的可持续发展路径。”北京奔驰已安装了大规模的太阳能光伏板，覆盖近217790平方米的屋顶面积，相当于约30个足球场。计划到2025年年初，北京奔驰的太阳能发电装机容量将扩展至90兆瓦峰值，能够满足高达20%的生产电力需求。

梅赛德斯-奔驰与华友能源合作在福建奔驰展开“光储充”一体的动力电池梯次利用试点项目，实现电池闭环回收仅仅是一个开始。未来，奔驰将和更多的中国的合作伙伴合作创新。“除中国本土电池供应商外，我们也和中国的大

有助于奔驰实现可持续发展战略。“随着纯电动车在市场上普及，主机厂也肩负着提出和落实电池处理、循环利用解决方案的重要责任。”作为汽车的发明者，奔驰将一次又一次定义汽车，定义美好出行作为长远愿景。而这其中，也一定包括先行者回应时代命题的使命与担当。

资料显示，在动力电池循环利用方面，2023年，梅赛德斯-奔驰中国与宁德时代新能源科技股份有限公司、湖南邦普循环科技有限公司和格林美股份有限公司签署了合作备忘录，共同开展退役动力电池的闭环回收项目。在动力电池数智化管理方面，梅赛德斯-奔驰中国开发了动力电池生命周期数字管理平台。该平台可以实现动力电池状态实时更新、回收订单一键生成、回收电池原材料统计等功能，并利用人工智能算法给出电池处理建议，有助于实现电池价值最大化利用。

与此同时，白韵格亦在强调呼吁：“可持续发展从来不是单打独斗，奔驰希望通过对话会，得到充分的反馈，需要听到各方的声音，与利益相关方达成共识。这种面对面的交流很重要，让大家看到我们在做什么，为什么这么做，未来要如何，然后大家共同携手朝着可持续发展未来前行，这是我们诚信经营的核心价值。”

一群人走更远：与供应链伙伴紧密携手

建立和维护强大的供应链伙伴关系对于企业来说至关重要。这些关系能够提升供应链的透明度、增强风险管理能力，并促进双方的共同成长，为长期的战略目标和可持续发展奠定了坚实的基础。因此，对于任何追求成功的企业而言，投资于建立和维护有效的供应链伙伴关系是实现持续增长和市

示：“我们要想实现‘2039愿景’和‘净碳中和’（净碳中和意味着梅赛德斯-奔驰部分未能避免或减少的碳排放量，将通过已认证的抵消项目进行补偿），就需要打造一个可持续发展的供应链，因为供应链是整个价值链当中非常重要的一部分。碳排放有多个范围，我们的碳中和目标包括所有这几个范围，是真正意义上的全价值链碳中和。”

为了达成上述目标，自2023年以来，北京奔驰和福建奔驰向所有供应商发出了“共同愿景意向书”，明确将供应商碳中和承诺作为合作的前提条件。截至2024年6月底，绝大多数的生产供应商已经签署了《愿景意向书》，承诺向碳中和目标迈进。据白韵格透露，奔驰正在与中国企业合作探索低碳钢和低碳铝在生产中的应用。

“‘共同愿景意向书’并不是单方面把计划强加给他们，而是作为合作的前提条件找到彼此的共同愿景。而且我们会根据具体情况，坐下来跟每家供应商具体沟通，帮助他们找到自己的可持续发展路径。”对于具体执行层面，白韵格解读道。

“所以从梅赛德斯-奔驰角度来说，我们会继续努力，确保绿色原材料能够进入到供应链当中，和供应商协同并进，共同取得进步。志同道合方为谋，在全世界所有地方我们都是以这样的方式和供应商开展合作。”白韵格补充道。

白韵格强调，梅赛德斯-奔驰坚信，只有长期专注可持续发展才能在经济效益上保持成功。所以从这个角度来说，梅赛德斯-奔驰非常愿意以我们的专长，在中欧、中德可持续发展领域的对话和合作方面发挥桥梁的作用。

实现目标价值：中德携手可持续发展

一辆无人挂车正在从货运卡车上提取所需配件，然后按照既定

轨迹回到工厂车间，此前它刚刚从开发区装卸货物的地点“配货”归厂。秋色正浓，北京奔驰工厂生机勃勃。

一面是科技创新赋能下的技术迭代，另一方面则是一整面北京奔驰工厂优秀讲师墙。这里按照授课培训的时长等划分了不同的进阶阶段。给年轻人以盼头和希望。归根结底，“人”是企业可持续发展的“魂”。

作为优秀绿色工厂的范本，北京奔驰基于可持续发展理念，通过利用可再生能源、提升能源使用效率、创新低碳技术等手段，持续提升生产端的减排降碳。2024年，北京奔驰将至少采购3亿度绿色电力。目前，北京奔驰已拥有梅赛德斯-奔驰全球生产网络中规模最大的光伏项目之一。

北京奔驰汽车有限公司总裁兼首席执行官柏睿凯（Jörg Bartels）表示：“作为梅赛德斯-奔驰汽车最大的生产基地，北京奔驰是实现‘2039愿景’的关键支柱。比如我们的低碳技术实验室，就是在通过一举三得地降低成本、碳排放和能源使用来支持这一愿景。在先进技术和本地产业链的支持下，北京奔驰努力成为生产领域脱碳的‘灯塔’，为北京和中国先进制造业发展做出贡献。”

此外，对于在中国市场的发展，白韵格表示：“梅赛德斯-奔驰作为一个知名品牌，我们有责任成为一家促进可持续发展的企业。从市场目前发展状况，以及自身业务角度来考虑，我们保持了一定灵活性，比如在继续销售创新的、电气化的燃油车产品，基于市场及客户群需求，为完全走向电动化做好充分的准备，这一点在欧洲、美国市场尤其如此。同时，我们看到中国市场在电动化方面正在迈出巨大的步伐，取得巨大的进展，这也是我们打造可持续发展未来所需要的。”

最后，白韵格表示：“中欧之间、中德之间将进一步建立创新合作伙伴关系。虽然目前有一些因素，但我们希望双方的经贸关系能够越来越好，我们双方有共同理念，特别是在创新领域仍然有很大的合作空间。这样的合作不仅限于技术创新，产业协同才能实现可持续发展，才能在未来取得成功。当前，虽遇风雨，但奔驰认为笃定可持续发展的大方向不会改变。”

广告

广州车展打响收官之战：国产豪车冲百万 传统品牌焕科技“新生”

本报记者 陈燕南 广州报道

作为年度收官之战，各大车企正在积极备战。

正值各大车企冲刺年终销量目标的关键期，各车企都欲进一

步提振四季度销量，从而为冲刺全年销售目标注入动能。在此背景下，2024(第二十二届)广州国际汽车展览会(以下简称“2024广州车展”)于2024年11月15日至24日举办。

据了解，本届广州车展上共有全球首发车78台，其中跨国公司首发车6台；展车总数1171台，其中新能源车512台。以电动化、智能化为核心的中国新能源汽车已然成为推动汽车行业高质

量发展的新动能。

与去年相比，本届展车数量增加39台，新能源车数量和全球首发车更多，新能源汽车数量占比达四成。与此同时，小米汽车、212越野车等品牌都是首次参与

广州车展。

“今天，汽车市场风云变幻、百家争鸣，关心奔驰的朋友们都在问：行业这么卷，奔驰怎么办？奔驰，何以奔驰？”北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司

总裁兼首席执行官段建军表示。同样在思索的不仅仅是奔驰，还有宝马、现代汽车等传统车企。在今年最后一个A级车展上，传统品牌同样也在焕发科技“新生”。

新品牌持续冲高涌人

自主品牌在40万—60万元以及百万豪车市场的份额也在不断提升。

本次广州车展，一汽奔腾一改汽车厂家常见的布展形式，将展台打造成一个独一无二的活力街区，大家不仅可以近距离体验悦意03与奔腾小马，还能参与到街区的6大特色互动场景中。

在奔腾活力街区，可以撸猫、看电影，打卡小马宝莉乐园，享受City Walk一样的放松和快乐。逛展间隙，还可以去音乐咖啡屋中驻足休息，在香醇的咖啡中享受松驰时光。如果是家庭出行，还能在小马宝莉乐园中来场趣味的亲子互动，在欢腾街心广场和奔腾放映厅休息小憩，体验慢节奏下的生活。

奔腾小马利用差异化的场景吸引眼球，而“国雅”作为一汽红旗高端品牌“金葵花”的豪华大型轿车，则在造型上大放异彩。此次，国雅在广州车展上正式上市。

据了解，国雅搭载一汽红旗自主研发的3.0T/4.0T混合动力总成。在设计上，国雅采用了很多来源于中国传统文化的元素。比如，该车大灯采用“天圆地方”设计，尾灯设计则源于“宫灯”造型，饰条造型取自中式宫殿古建屋檐。

作为极富东方内涵的豪华车，国雅一方面传承了红旗品牌的历史底蕴，另一方面也汲取了中华文化。在海外品牌占据主流百万级市场的背景下，国雅的诞生具有特殊意义。

在业内人士看来，红旗金葵花品牌希望传承民族文化、彰显大国风范。从这个角度而言，国雅在上市后会和奔驰S级迈巴赫、宾利、劳斯莱斯等豪华品牌、超豪华品牌竞争。

目前，中国“品牌向上”的决



广州车展打响收官之战，各家品牌争奇斗艳。

张硕/摄影

心坚定不移，这也成为中国汽车工业发展的重要方向。数据显示，20万元以上价位段市场空间正在持续扩容，自主品牌在40万—60万元以及百万豪车市场的份额也在不断提升。

值得关注的是，小米汽车也是国产品牌冲高的“代表作”。在完成230天下线第10万台汽车的成绩后，小米首登广州车展，同时还带来了刚刚从纽北赛道回国的小米SU7 Ultra的原型车。此前

10月29日，小米CEO雷军在社交平台上公布了小米挑战纽北的最新成绩——小米SU7 Ultra原型车以6分44秒874的成绩创造了纽北赛道史上最快的四门车纪录。

10月29日晚，小米SU7 Ultra量产版在小米新品发布会上正式

发布，并同步开启预售，价格为81.49万元。开启预售仅10分钟，小米SU7 Ultra量产版的下订量突破3680台。

据了解，今年3月小米SU7面世以来，小米汽车的“异军突起”掀起了中国汽车营销的变革。雷军作为亲自下场营销的CEO，成为更多车企竞相模仿学习的方向。除了营销、产品的变革，更多的品牌也在争相涌入汽车赛道。

据统计，有9个全新汽车品牌首次参加广州车展。这些新玩家也频繁制造巨大声量，通过推出新产品、新服务或新形象吸引市场关注，试图在竞争激烈的市场中脱颖而出。除了小米汽车，翼真、212越野车、极石、乐道等品牌都是首次参加广州车展。

目前，中国“品牌向上”的决

传统品牌焕发科技生机

面临油电转换带来的压力，传统品牌正在积极转型。

一位豪华品牌的销售人员告诉《中国经营报》记者：“现在豪华品牌新能源产品的竞争对手很多。虽然豪华品牌在操控性、质量方面有一定的优势，但是现在不少年轻人很重视汽车的智能化程度，所以在这方面确实和国产品牌有一定差距。”

面对日益萎缩的燃油车市场和快速增长的新能源汽车市场，以及自主品牌不断冲高所带来的压力，也让传统车企开始积极转型。

目前奥迪率先拥抱华为，在本届广州车展推出首款搭载华为智能驾驶解决方案的车型奥迪A5L。

这不仅是该车型的全球首秀，也是奥迪在华发展的又一里程碑。作为PPC高端平台的开山之作，奥迪A5L在车身尺寸、材质、数字智能化以及驾控性能上进行了全面革新。另外，车展前夕公布的奥迪新标志“AUDI”字母logo也登上了广州车展。

本次车展，梅赛德斯-奔驰旗下梅赛德斯-奔驰、梅赛德斯-AMG、梅赛德斯-迈巴赫、G级越野车，全品牌29款车型亮相，以覆盖不同细分市场的燃油、插电式混动、纯电产品矩阵，为消费者带来油电同质的奔驰标准、油电同智的驾乘体验。

值得注意的是，就在车展开幕前一天，2024梅赛德斯-奔驰科技创新日于广州同步开启，此次科技创新日围绕“科技奔驰”，全方位展现梅赛德斯-奔驰在电动化、智能化时代，对安全、电动技术、智能架构和全场景智能驾驶等方面布局与思考，呈现最新研发成果。深度解析梅赛德斯-奔驰全新自研架构MB.OS (Mercedes-Benz

Operating System)，作为未来每台奔驰车的“中枢神经”，MB.OS能覆盖车端到云端，实现软硬件解耦，使车成为终身进化的智慧生命体。另外也对豪华品牌首个“无图”L2++全场景智能驾驶进行了深入分享。

宝马集团也在加码科技方面的投入。继在成都车展揭开外观设计的神秘面纱后，全新BMW X3在2024广州车展全方位展示创新内饰及智能座舱，揭示其创新科技赋能驾趣的内核。

据了解，全新BMW X3搭载最新一代BMW操作系统。中央显示屏地图打底，配合灵活小组件，无须进入子菜单，便可显示导航的同时操作驾驶相关常用功能。新车地图升级为更直观的3D视图，助力驾驶者精准把握路况；一线城市更可实现精确到车位的地下停车场导航。

宝马集团方面对记者表示：“科技加持我们的属性，但不会改变我们的基因，宝马的纯粹驾趣和创新理念始终如一。如将驾驶比作参天大树，驱动系统和底盘调校好比树根和树干，而创新智能科技便是让树木更丰满的枝叶。”

“触电”的豪华品牌还有雷克萨斯。作为雷克萨斯旗下的旗舰SUV，LX系列一直备受瞩目，如今这款车将会注入新的活力——混合动力。LX700h搭载了雷克萨斯首次应用的并联式混动系统，这标志着雷克萨斯在电动化技术方面取得重要突破。

现代汽车则打出了差异化路线。本届广州车展最新氢燃料电池概念车INITIUM在中国首秀。作为蝉联2022年、2023年全球销

量前三的车企，现代汽车于本届广州车展为中国消费者带来旗下高性能N品牌一系列车型，包括氢混合动力车型N Vision 74概念车、IONIQ 5 N中国版、全新Elantra N等，以丰富的产品矩阵拥抱用户多元化需求。并致力于在中国推广高性能文化发展，在全国开设N Lounge、N Space+、N Center等N品牌专属体验店，完成N品牌在华用户生态布局。

事实上，以氢能明星产品阵容参展，展现了现代汽车集团氢能技术发展及在华事业布局。

从NEXO中国版到“HTWO广州”，现代汽车不断完善在华氢能事业版图，进一步推进“全方位氢能解决方案”落地中国。

现代汽车方面对记者表示，公司在华以高性能电动车IONIQ 5 N为开端，正式开启在华差异性电动化战略。未来，从2025年开始也将推出针对中国用户专用的本土化电动车型，到2027年构建完整的中国专用纯电产品阵容。

据了解，今年，现代汽车将向国家能源集团交付14台氢燃料电池车NEXO，开始示范运营。HTWO广州于2023年正式开始量产氢燃料电池系统，并于今年开始搭载于物流车、环卫车等多种车型，成功开启示范运营。

截至目前，HTWO广州及H2 Solution协同合作伙伴陆续完成40台4.5吨氢燃料电池环卫车、100+台4.5吨氢燃料电池物流车的生产及交付，车辆累计运行超过36万公里，在减少碳排放方面效果明显。氢燃料电池轻卡MIGHTY Fuel Cell，也已在广州开发区实现运营。物流车于多种物流场景投入运营。

理想拔得头筹、小米猛追零跑 造车新势力竞争趋白热化

本报记者 陈茂利 北京报道

理想一骑绝尘 小米后来者居上

尽管小米CEO雷军在谈及竞争时表示要“良性竞争”“携手发展”，但是小米汽车交付量不断增长还是让友商绷紧神经，毕竟当下的汽车市场竞争渐趋白热化。

近日，造车新势力先后公布10月交付量。10月，理想拔得头筹，零跑紧随其后，小米汽车成为造车新势力阵营中闯出来的“黑马”，提前达成2024年交付10万台的目标。

公开交付量的同时，理想、零跑两家企业发布了第三季度财报。第三季度，理想仍是造车新势力阵营中唯一一家盈利的车企。

至于亚军零跑何时盈利，零跑汽车董事长朱江明在近日媒体沟通会上表示：“此前预计零跑汽车将在2025年后半段实现盈利，现在看来将会进一步提前。”

2025年造车新势力的竞争只会更加激烈。特斯拉计划推出经济型电动车；小米汽车计划推出SU8 SUV；继乐道之后，2025年蔚来第三品牌萤火虫将交付，竞争的战火将蔓延至10万—20万元细分市场，造车新势力与自主品牌、合资品牌将在这场正面交锋。

汽车新四化产业研究者、知行链合合伙人杨继刚在接受《中国经营报》记者采访时指出：“长期来看，并不是所有造车新势力都能‘上岸’，赢家通吃的‘马太效应’法则在汽车行业更明显。未来，很多造车新势力会被淘汰‘出局’。”

造车新势力销量亚军零跑的表现可圈可点，10月，零跑交付达38177台，同比增长109.7%，逼近4万台大关，创下月交付新高。据零跑公布的数据，10月，订单量亦刷新纪录，单月订单量超过42000台，C系列三款车型订单均突破万台。

虽然为造车圈的后来者，但小米汽车却后来者居上，月销量正在逼近零跑、小鹏。

小米汽车10月销量破2万台，交付量创历史新高，这是小米汽车首次单月交付量突破2万台。小米SU7销量20726台，根据易车发布

的数据，小米SU7取得新势力轿车销量第一。

11月13日，小米汽车实现第10万台新车下线。达成这一成绩小米用了230天，创造了新势力车企10万台最快下线纪录。

“小米汽车的快速崛起和三个因素有关。一是‘米链’，即小米供应链管理水平，有了小米手机多年来在供应链领域的成功经验，再跨界复制到汽车领域，对小米而言并不是很难的事；二是‘米粉’的影响力与‘人车家全生态’。小米深耕智能手机与智能家居市场10余年，有广泛的‘米粉’基础，小米汽车的

潜在销量至少在百万量级；三是‘米法’，即小米营销模式的助攻。小米汽车是用互联网的打法在玩汽车赛道，对传统汽车销售模式而言，基本相当于‘降维打击’。”杨继刚分析称。

小米汽车将挑战年底交付12万台目标，完成这一目标最大的挑战是产能爬坡速度。据了解，为了实现单月超2万台的交付量，小米产能利用率已逼近200%。

记者了解到，小米汽车正在扩产能。小米汽车位于北京亦庄的二期工厂正在紧张施工中，计划2025年6月中旬竣工。该厂与一期

工厂相邻，设计年产15万台，完工后将与一期工厂共同达到年产30万台的总产能。

10月，小鹏汽车创单月交付历史新高。小鹏汽车共交付新车23917台，同比增长20%，环比增长12%。其中，小鹏MONA M03上市两个月交付连续过万台。

值得一提的是，自主新势力北汽极狐正在走出销量瓶颈，回归万台俱乐部。10月销量达到1.11万台，前10个月累计销量5.78万台，同比增长218.6%，位列纯电市场新势力TOP6，跑赢行业平均水平。

毛利率增长，其三季度的毛利率达到19.8%，同比增长1.95%，汽车行业毛利润率升至17.1%。

近日，小鹏汽车CEO何小鹏就公司如何在亏损状态下，优化成本及提升产品毛利率等问题分享了自己的看法。何小鹏称：“当前造车新势力中，只有理想汽车实现了较为理想的发展，大部分企业在激烈竞争中面临挑战。”

而对于提升毛利率，何小鹏认为，单纯的规模扩张并非解决之道，成本优化也极为重要。“把规模做好就有更高的利润，这个逻辑在以前成立，在现在的汽车竞争里，阶段性不成立，规模越大不代表你的毛利率就高。”

特斯拉、理想之后，谁将成为第三家盈利的造车新势力，2025年市场会逐渐给出答案。

三季度造车新势力盈利几何？

盈利造车依然是摆在一众造车新势力面前的难题。目前，造车新势力中只有特斯拉、理想跨过了盈亏平衡点。

2024年第三季度，理想营收428.7亿元，同比增长23.6%，创历史新高。其中，车辆销售业务营收实现413.2亿元，同比增长22.9%；当期净利润28.1亿元，同比增长0.3%。连续8个季度盈利。

第三季度，理想营收增速低于销量增速。理想第三季度交付15.3万台，同比增长45.4%；单车均价27万元，同比下滑15.5%。

得益于产品交付量的显著增长及产品销售结构的优化，零跑单季度营收创下新高，其第三季度营收98.6亿元，同比增长74.3%，环比增长83.9%。零跑毛利率持续改善，第三季度毛利率为8.1%，较第二季度毛利率环比增长2.8%。2024年1—9月的平均毛利率为4.8%。

尽管零跑汽车第三季度营收同环比有所增长，但该公司仍处

于亏损状态，第三季度，零跑实现归母净利润-6.9亿元。上年同期和今年二季度的净亏损分别为9.9亿元、12亿元。同环比亏损幅度收窄。

第三季度零跑销量达8.62万台。综合销量、营收数据，可见零跑规模效应逐渐凸显。

杨继刚认为，车企盈利与否是销量规模、研发投入、企业经营管理水平等多个因素共同作用的结果。

他指出：“决定盈利与否第一个很重要的硬指标是销量规模，比如一款车型单月销量能否过万、年销量能否过50万台等；第二是研发投入与经营管理之间的平衡。研发投入过多未必是好事，新势力更需要强大的现金流，这就需要经营管理水平的提升，但如果销售端迟迟没突围，

盈利会很难。反过来，研发投入少，没有核心技术，没有护城河，经营管理水平跟不上，销量照样上不去。”

众所周知，造血能力决定造车新势力能跑多远。通过成本控制、规模效应实现造血是当下很多车企努力的方向。不过，在存量竞争时代，价格战不断上演的2024年，很多车企将成本控制提到了更重要的位置。

谈及成本控制，绕不开特斯拉。第三季度，特斯拉单车销售成本已经创下历史最低水平，约为3.51万美元（约合人民币25万元）。特斯拉首席财务官Vaihav Taneja解释称，这要得益于原材料成本、运费、关税和其他一次性费用降低以及公司降本增效举措的推行。

成本的下降带动特斯拉汽车

超500辆新能源车“出征”广州车展 自主品牌加码插混赛道

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在新能源汽车“唱主角”的第二十二届广州国际车展(以下简称“广州车展”),重磅新品汇聚的“插混军团”成为市场关注焦点。

11月15日,第二十二届广州车展拉开帷幕。公开信息显示,本届广州车展共有全球首发车78辆,其中

“插混军团”持续扩容

在新能源汽车渗透率持续提升的当下,插混车型扮演的重要角色,日益受到市场关注。

乘联会发布的数据显示:10月份,纯电动批发销量77.6万辆,同比增长32.7%,环比增长7.7%;10月狭义插混销量47.2万辆,同比增长116.0%,环比增长19.5%;10月增程式批发12.1万辆,同比增长53.9%,环比增长4.9%。

在10月新能源批发结构中,纯电动57%,狭义插混34%、增程式9%,而2023年10月份,上述三项数据分别为66%、24%、9%,也即纯电动车型与插混车型销量呈现“此消彼长”的态势。

“在我们梳理的132款车型中,按照能源类型分类:纯电车型共71款,占比最大约54%;插混其次41款,占比约31%;增程15款,占比约11%。”天风证券研报认为,2024年插混+增程占比有望进一步提升。

车企对插混市场的感知,无疑更为敏锐。上汽乘用车常务副总经理俞经民认为:“整个市场呈现出混动高速发展的趋势,从今年来看,市场销量的50%是汽油车,30%是纯电动,20%是混动,整个市场的变化趋势是很明确的,混动有巨大的发展空间。”

记者注意到,在本届广州车展上,龙头企业集体推出重磅插混车型,吉利银河星舰7 EM-i、吉利银河星舰7 EM-i、全新福特领睿/领裕插混版、坦克500H4-Z、上汽荣威iMAX8 DMH新陆尊、上汽荣威D7 DMH世界冠军版等明星车型成为全场焦点,吸引诸多观众参与体验。

以吉利银河星舰7 EM-i为例,

跨国公司首发车6辆。此外,本届广州车展展车总数达到1171辆,其中新能源车数量高达512辆。

《中国经营报》记者注意到,在数量庞大的新能源汽车阵营中,龙头企业推出的多款插混(PHEV)新品受到行业高度关注,如吉利银河星舰7EM-i、长城坦克500Hi-4、上汽荣威iMAX8 DMH新陆尊、上汽荣威



多家车企在“2024广州车展”上推出插混车型,图为荣威iMAX8 DMH新陆尊。 本报资料室/图

其作为吉利汽车在本届广州车展的重磅车型之一,受到广泛关注。吉利汽车方面介绍,作为行业首款原生电混SUV,“吉利银河星舰7 EM-i不仅在设计上独树一帜,更树立了新一代原生电混SUV必须具备的架构、动力、电池、安全四大标准”。

如在受到消费者关注的动力层面,据悉,吉利银河星舰7 EM-i首搭吉利全新一代雷神EM-i超级电混,可实现同级最低的3.75L(CLTC)亏电油耗。吉利汽车介绍,该车型在专业实测中取得了3.2L百公里平均油耗的成绩,并且百公里加速只要7.5秒。

除了吉利银河星舰7 EM-i外,本届广州车展上的上汽荣威iMAX8 DMH新陆尊、D7 DMH世界冠军版也颇受外界关注。公开信息显示,在之前的11月8日,上汽荣威iMAX8 DMH新陆尊、D7 DMH世界冠军版双车正式上市,同时对外重申全新DMH超级混动系统技术路线和战略规划。

在竞争愈加激烈的插混赛道,如

D7 DMH世界冠军版等。

车企密集推新的背后,插混车型销量正在持续提升。相关数据显示,今年前9个月,插混/增程式乘用车份额占比高达41.8%,同比提升12个百分点。高工产业研究院更预计,2025年PHEV/增程式(REEV)汽车市场渗透率有望突破45%。



本报资料室/图

何降低油耗备受车企关注。上汽乘用车提供给记者的信息显示,荣威D7 DMH世界冠军版于近期以2208.719km续航和2.49L/100km的平均油耗,打破吉尼斯“插电式混合动力轿车单次满油满电行驶最远距离”世界纪录。

“我们通过自主研发,用科技兑现想象。”俞经民强调。公开信息显示,上汽集团早在2010年就前瞻性地布局插电混动技术领域,并持续深耕。上汽乘用车方面表示,DMH超级混动技术,“通过‘超级融合’‘软硬兼施’,实现了混合动力的最优解”。

在行业人士看来,车企密集推出多种混动车型背后,是中国混动技术崛起的真实反映。

“以前讲混动技术,‘除了丰田就是其他’。但是今天丰田被打得节节败退,因为世界发生了变化,你拿着旧大陆地图找不到新大陆。”在上汽乘用车副总经理祝勇看来,在中国车企插混技术进步的情形下,目前全球“插混市场看中国”。

新品牌加速入局

在插混车型已成不少品牌销量“助推器”的当下,插混赛道越发受到各大车企重视。

公开信息显示,今年10月份,上汽通用宣布其全新一代PHEV智电插混系统定名为“真龙”插混,该系统已经在GL8陆尊PHEV车型上搭载。据悉,该系统可实现综合续航里程达1370公里,零百加速时间为7.8秒。

无独有偶,同样是在今年10月份,吉利汽车对外正式发布全球新一代超级电混——雷神EM-i超级电混。公开信息显示,雷神EM-i超级电混专用发动机的热效率达到了46.5%。

记者注意到,除了持续加码的原有品牌外,一些此前走纯电路线的汽车品牌,近日也传出进入插混赛道的消息,飞凡汽车就是其中的典型案例。

相关信息显示,飞凡汽车原属于上汽荣威旗下的新能源品牌,但在2021年10月,飞凡汽车品牌开始独立运营,三年后,该品牌结束“单飞”,与上汽荣威深

度融合。据悉,飞凡汽车的“R标”未来将会承担荣威品牌高端系列的角色。

“无论‘R标’也好,‘荣威’也好,我们做这样的融合,目标完全是为了给我们的用户提供更好更长期的服务,我们将不断增加渠道网点,坚持长期主义,把品牌下的每款车型做得更好。”上汽乘用车荣威飞凡事业部总经理何明磊表示。

不仅如此,何明磊同时还向媒体透露:“‘R标’将不再局限于纯电这条技术路线,将推出插混或增程车型,但是这个系列不会覆盖纯燃油车型。”

在插混赛道涌入越来越多竞争者的当下,车企如何应对激烈的竞争,越发受到外界关注。

品价比无疑是车企参与市场竞争的“撒手锏”之一。上汽乘用车方面提供给记者的信息显示,荣威iMAX8 DMH新陆尊共推出3款车型,官方零售价

19.99万—24.99万元。在至高3万元基础置换补贴外,针对荣威飞凡老车主推出“以旧换新”置换补贴。“根据拥车时长享5000元/年的置换金,上不封顶(不含陆尊舒享版);同时,为新车主带来3年8折保值回购,拥车成本低至31元/天。”

“如果你有一辆2006年的荣威750,持有到现在,拿这款车置换我们的荣威iMAX8 DMH,18年时间的品牌置换金为9万元,再叠加国补地补等3万元基础补贴,最后算下来,以22.99万元的iMAX8 DMH至享版为例,价格只要10万元出头。”何明磊表示。

“市场进入淘汰赛,车子一定要品质够好,又便宜。”俞经民表示,“从一个集团、一个公司的角度来看,这是一段不可避免的‘价格战’,只有准备好资本,‘卷’国内的同时积极拥抱海外市场,这一段‘卷’总会过去的。”

瞄准海外蓝海市场

“插混军团”亮相本届广州车展的背后,龙头企业瞄准的不仅仅是国内市场,更为广阔的海外插混市场无疑更受关注。

“全球EV+PHEV在2023年销量1409万辆,未来增长可期。”兴业证券研报显示,PHEV目前在欧洲渗透率较低,福特Kuga是2023年销量最好的PHEV。2023年欧洲乘用车销售1376万辆,其中EV/PHEV分别销售198万辆/87万辆,EV/PHEV渗透率分别为14.4%/16.3%。

“从2023年Kuga竞品对比与销量表现看,我们认为欧洲PHEV渗透率较低,不是因为需求问题,而是供给问题,核心影响因素是价格(PHEV和燃油版的价格差)和产品力。如果供给改善,欧洲PHEV渗透率有很大

提升空间。”兴业证券研报认为。

记者注意到,目前,包括上汽集团、岚图汽车等在内的诸多中国汽车企业,正在加速进入全球PHEV市场。上汽集团管理层此前对外表示:“上汽DMH混动技术在实际馈电油耗、驾乘体验等方面具有很强的竞争优势,关键是要加强市场传播,抓住结构性增长机会,实现增量突破。”

“一方面,公司将在欧洲投放适销对路的新能源产品,并计划建设绿色工厂;另一方面,除了欧洲市场外,公司在中东、澳新、南美、东南亚等全球各主要市场均已跻身前列,并将积极开

拓新市场,针对全球不同地区消费者的差异化需求投放相应产品。”上汽集团管理层表示。

“我们在新能源技术方面进行了大量研发工作。例如,我们开发了多动力、高度模块化的ESSA原生电动架构,覆盖纯电、插混、增程三种路线的岚海动力技术。”岚图汽车CEO卢放此前就在受访时强调,“出海”是岚图汽车的重要战略方向之一。岚图“出海”首站就选在欧洲,目前已经进入挪威、芬兰、丹麦、意大利、西班牙等国家,未来还将在中亚、中东等市场完成战略布局。

迎来“资本盛宴”

自动驾驶企业竞速下半场

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

企业扎堆上市,自动驾驶赛道迎来“资本盛宴”。

11月7日,由“大疆教父”李泽湘一手创办的希迪智驾正式向港交所主板递交上市申请。作为中国第二大的商用车自动驾驶企业,过去6年希迪智驾累计融资超14亿元。

《中国经营报》记者注意到,在自动驾驶上下游企业中,黑芝麻智能(02533.HK)、速腾聚创(02498.HK)、地平线(9660.HK)等已经成功上市;小马智行、Momenta、纵目科技和佑驾创新则将目光聚焦港交所。

“自动驾驶企业普遍存在亏损尚未盈利,因此属于高风险企业,往往选择港股和美股上市。同时,自动驾驶企业需要大量资金支持研发,多轮融资后稀释了创始人的股权,而港股和美股都有‘同股不同权’的规定,使公司创始人在公司上市后仍能保留足够的表决权来控制公司。”此前,在“香港数码港2024数码娱乐领袖论坛”上,德勤中国人工智能研究院(香港)院长马培伟向记者分析道。

11月7日,希迪智驾也向港交所主板递交上市申请。招股书资料显示,希迪智驾成立于2017年10月,前身为长沙智能驾驶研究院(简称CiDi),目前是中国领先的商用车自动驾驶技术供应商,专注于自动驾驶卡车及物流车、V2X技术及高性能感知解决方案的研发,并提供以专有技术为基础的尖端产品及解决方案。

驾创新也已开始冲刺IPO;此外,刚刚完成C+轮融资的轻舟智航也计划在2025年推动上市计划。

记者采访多家自动驾驶企业和业内专家了解到,尽管资本市场火热,但由于商业化规模还不够大,众多自动驾驶企业中尚无一家找到盈利之路。但随着国家不断推动“车路云一体化”发展,这一痛点有望得到缓解。“车路云一体化”不仅可以增强单车自动驾驶的认知能力并优化决策与控制,还能降低硬件成本、提高运营效率,从而促进规模化应用。

无独有偶,10月28日,自动驾驶解决方案商轻舟智航宣布,完成C+轮融资。这是继今年6月完成数亿元C轮融资后,轻舟智航在短短4个月内再次获得数亿元的资本支持。

公开资料显示,轻舟智航是中高阶智能驾驶解决方案提供商。自成立以来,轻舟智航已经完成七轮融资,融资金额达到十亿元,资方除了逐鹿聚航基金,还包括联想创投、元璟资本、IDG资本、TCL资本、元生资本、中金汇融、招商局创投、美团龙珠等。

“轻舟智航2019年成立至今5年时间,团队取得的成绩是符合预期的。”轻舟智航相关负责人向记者表示,公司会按照整体战略目标和业务发展的合理节奏来稳步推进上市进程。目前也已有上市规划,2025年会逐步启动。

对于自动驾驶行业出现的“上市潮”,轻舟智航相关负责人认为,自动驾驶是新能源汽车下半场以及当前投资领域的核心赛道,即将迎来大规模商业化落地。同时,自动驾驶企业面向未来的竞争和发展,需要持续的技术研发和运营投入,那么走向资本市场能够获得更多资金支持。

尚未大规模商业化

以黑芝麻智能为例。招股书数据显示,2021—2023年,黑芝麻智能营收分别为6050万元、1.65亿元、3.12亿元,同期净亏损分别为23.57亿元、27.54亿元、48.55亿元,亏损总额约99.6亿元。另据财报数据,2024年上半年,黑芝麻智能营收1.8亿元,但经调整净亏损仍高达6亿元。

纵目科技也是如此。招股书数据显示,2021—2023年,纵目科技营收分别约为2.25亿元、4.7亿元、4.98亿元,同期亏损分别约为4.34亿元、5.88亿元、5.64亿元,年总计亏损近16亿元。

究其原因,主要在于大部分自动驾驶企业的商业化尚

未达到能够扭亏为盈的规模。正如纵目科技创始人及CEO唐锐所说,做演示很容易,做示范也不难,但只有完成了大规模商业化,才可以称为实现了“商业自治”。“商业自治”才能带来网络效应,高级别自动驾驶产业化才能真正驶入快车道。

希迪智驾相关人士告诉记者,相比于乘用车面临的复杂道路和交通环境,处于封闭环境下的商用车自动驾驶应用更为广泛,目前的商业化探索道路更为明朗。希迪智驾共计400多名员工,公司从矿区安全需求出发开发了多种产品及解决方案,涵盖自动驾驶技术,提供自动驾驶矿卡及物

流车。

正因如此,希迪智驾的亏损规模相对较小。招股书数据显示,2021—2024年上半年,希迪智驾营收分别为7738.5万元、3105.6万元、1.33亿元、2.59亿元,期内利润分别为-1.8亿元、-2.63亿元、-2.55亿元和-1.23亿元。

记者从轻舟智航方面了解到,轻舟智航在L4 Robobus领域已经实现盈利。截至目前,轻舟智航已经与厦门金旅、海格客车、中通客车、北汽福田等企业深度合作多年,在北京、苏州、金华、无锡、深圳等全国18座核心城市布局了数百台自动驾驶巴士进行常态化运营,是国内Robobus落地规模最大的自动驾驶公司,累

计服务超过65万人次的低碳出行。

在轻舟智航方面看来,完善的产品矩阵、多样化的合作模式、突出的产品力以及显著的差异化优势,是推动自动驾驶企业商业化落地提速的主要因素。

“现在很多企业在某个可以控制的区域,可以做到完全自动驾驶,因此自动驾驶在商用车领域的发展快于乘用车领域。”马培伟表示,在日常的道路上有很多突发情况,包括恶劣天气、道路施工、紧急事故等。“因此需要解决的不只是车的问题,需要将车辆、行人和道路通过数据‘连接’起来。”

“车路云一体化”加持

吉利控股集团高级副总裁兼CTO沈源告诉记者,今年,国家层面发布了《智能网联汽车准入和上路通行试点》和《智能网联汽车“车路云一体化”应用试点》。在这两大工作试点的指引下,智能网联汽车不仅将带来交通系统的全面升级,还将推动相关产业的发展,从而提升用户体验,提高企业的竞争力。

今年7月,北京、上海、南京、苏州、无锡等20个城市(被确认为智能网联汽车“车路云一体化”应用试点城市)

沈源认为,这一试点使得“车路云一体化”迈入产业规模化建设和应用的新时期,行业也将在规模化应用场景、常态化运营服务和可持续商业模式上加

快探索和实践。

“车路云一体化”的发展,也对单车自动驾驶大有裨益。轻舟智航相关负责人表示,“车路云一体化”实现了系统协同感知。单车自动驾驶系统不再仅仅依赖于车辆自身的传感器,还可以借助路侧传感器和云控平台的数据,从而极大地扩展了感知范围,提高了感知精度。同时,云控平台作为“大脑”,能够收集并处理来自车辆和路侧传感器的数据,提高行驶的稳定性和安全性。

“未来,自动驾驶企业一定是被控的,尤其是在高速公路上不是想开多快就开多快。”中国工程院院士、中国中车首席科学家、湖南大学机械与运载工程学

院院长丁荣军也认为,随着“车路云一体化”技术发展,能够进一步保障自动驾驶车辆的安全问题。

“自动驾驶依赖大量案例数据进行决策。前不久美国发生了一起特斯拉追尾事故,就是前面一个货车把整个车厢涂成了蓝天白云,造成特斯拉的自动驾驶系统识别错误。而发展‘车路云一体化’,其中的一个大课题就是提高感知和障碍检测技术。”丁荣军阐释道。

“‘车路云一体化’还能降低单车自动驾驶系统的硬件成本、提高运营效率,从而促进规模化应用。”轻舟智航相关负责人还表示,随着路侧感知设施逐渐完善,有助于减轻单车系

统对车载传感器的依赖,可以用相对简单的车载传感器实现基本安全,用路端传感器和边缘计算实现智能性。“车路云一体化”还通过优化交通流、减少交通拥堵等方式,提高了道路的运营效率,有助于单车系统更加高效地行驶,从而降低运营成本。

马培伟则进一步表示,“车路云一体化”需要大量的资金投入,涉及更新道路信号灯、摄像头以及安装传感器等,目前各地仍以地方政府投资建设为主。未来,若要提高“车路云一体化”道路的覆盖率,需要地方政府、自动驾驶供应商和整车企业共同努力,探索可持续的建设发展路径。

与大众设立合资公司计划生变 万丰奥威eVTOL项目研发进展受关注

本报记者 方超 张振 上海报道

在筹划9个月后，“低空经济概念股”浙江万丰奥威汽轮股份有限公司（以下简称“万丰奥威”，002085.SZ）取消了与大众汽车（中国）投资有限公司（以下简称“大众中国”）联合设立合资公司的计划。

11月8日，万丰奥威发布公告称，其子公司万丰飞机工业有限公司

调整与大众中国合作模式

最终，万丰奥威方面公布了合作方的名称，但合作方式已发生变化。

与知名车企中国公司成立合资公司，推进eVTOL工作，曾让万丰奥威受到广泛关注。但在市场等待9个月后，这一计划陡然生变。

今年2月5日，万丰奥威对外发布公告，2月4日，万丰飞机与合作方签署了《关于成立合资公司的谅解备忘录》，双方通过战略合作拟共同成立合资公司，将在eVTOL领域开展深度合作。万丰奥威彼时表示，限于合作方保密需求，公告目前无法披露合作方的具体名称。

据悉，万丰飞机与合作方将在eVTOL原型机开发、电池系统、工业设计、航空工程、模具及工装制造、供应链及大规模量产、航空适航认证、品牌力和B2C/B2B销售和售后网络资源等领域深度合作，并为合资公司提供支持。

“双方共同组建项目工作团队，为合资公司成立涉及的商业计划、初步投资需求、初始股比、出资方案等提供支持。”万丰奥威方面彼时表示，“达成该战略合作，有助于公司持续推进eVTOL细分领域业务发展，力争将eVTOL业务打造成公司全新业务增长点。”

值得关注的是，由于万丰奥威并未对外公布合作方名称，且

司（以下简称“万丰飞机”）与大众中国取消成立合资公司的合作模式。今年2月，万丰奥威曾发布信息，万丰飞机与全球知名主机厂——中国公司拟共同成立合资公司，但一直未透露合作方的具体名称。

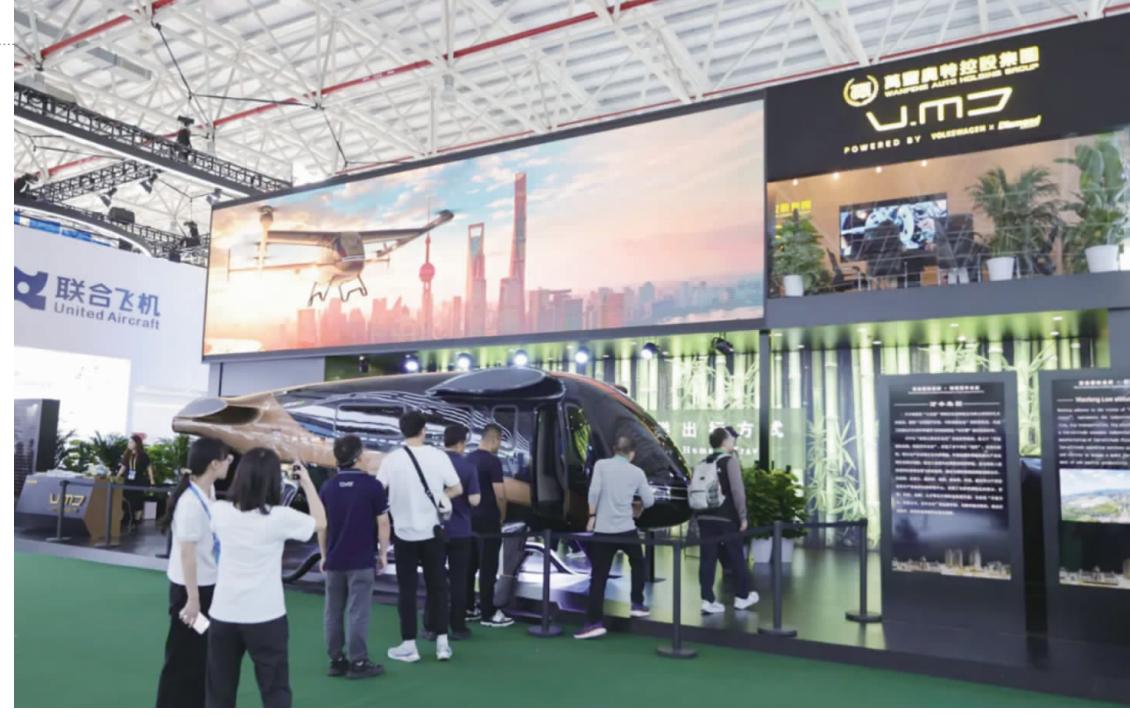
“我们双方也是基于很多方面的考虑，综合判断还是更换合作模式更有利一些。”11月11日，对于合作双方取消成立合资公司的原

因，万丰奥威证券部相关工作人员向《中国经营报》记者表示。

在官宣取消与大众中国成立合资公司的同时，万丰奥威还对外公告称，万丰飞机与大众（德国）签署了《电动垂直起降航空器（eVTOL）领域技术合作谅解备忘录》（以下简称《技术合作谅解备忘录》）。

对此，上述万丰奥威证券部工作人员向记者表示，该《技术合作谅解备忘录》系双方最新签订的，其同时告诉记者，eVTOL项目还处于研发阶段，“我们会抓紧推出的”。

值得注意的是，据万丰奥威母公司万丰奥特控股集团官方消息，11月12日，万丰钻石eVTOL亮相第15届珠海航展，将聚焦低空短途旅行市场，可提供办公室模式、观光模式和放松模式等多种飞行体验。



11月12日，万丰钻石eVTOL亮相珠海航展。



本报资料室/图

在回复投资者时表述不准确，一度引发监管关注。

4月19日，万丰奥威发布公告，收到了浙江证监局出具的警示函。警示函显示，2024年4月18日晚，万丰奥威在深交所互动易平台回答投资者关于“和特斯拉组建eVTOL的公司，进展如何”的提问时，称“与合作方已共同组建项目团队，联动国内外技术、运营、管理团队商讨商业计划、投资方案等”。

浙江证监局认为，万丰奥威“在答复投资者提问时，存在误导性陈述”，并决定对万丰奥威及董监会秘书李亚分别采取出具警示

函的监督管理措施，并记入证券期货市场诚信档案。

记者注意到，在因“存在误导性陈述”受到监管关注后，万丰奥威在回复投资者关于与合作方的进展时更为谨慎。今年8月，有投资者在深交所互动易平台直接提问，“合作进展到哪一步？eVTOL开发有没有眉目？”投资者一直在向公司问询，都是杳无音信。”

最终，万丰奥威方面公布了合作方的名称，但合作方式已发生变化。11月8日，万丰奥威发布公告，万丰飞机与大众中国决定终止成立合资公司。“该谅解备忘录进一步表示。

录其他条款继续履行，双方仍将保持密切联系，在汽车轻量化领域持续合作。”万丰奥威在公告中同时强调。

早在2022年7月27日，大众中国就发布了首款电动垂直起降载人飞行器原型机——V.MO。据悉，该集团原计划于当年下半年通过数轮飞行试验进一步优化方案，改进后的原型机在2023年夏季末进行更高标准的试飞。

“成立合资公司，相当于需要两家公司共同做决定，如果是独资的话，我们会有更强的话语权。”上述万丰奥威证券部工作人员进一步表示。

飞机业务营收占比不足两成

在万丰奥威的营收版图中，汽车零部件业务依然占据主导地位。

与大众中国成立合资公司计划“告吹”背后，万丰奥威在eVTOL领域的布局动作也备受市场关注。

官网资料显示，万丰奥威是一家以先进制造业为核心的国际化公司，2020年正式确立以“镁合金—铝合金—轻质高强度钢”金属材料轻量化应用为主线的新发展格局，实施“双引擎”驱动战略：成为“全球汽车金属部件轻量化推动者”和“通用飞机创新制造企业的全球领跑者”。

财务数据显示，2023年，万丰奥威实现营业收入162.07亿元，同比下滑1.07%；归母净利润7.27亿元，同比下滑10.14%；扣非归母净利润为6.38亿元，同比下滑15.21%。

今年前三季度，万丰奥威营业收入为113.70亿元，同比下降1.97%；归母净利润为5.64亿元，同比增长5.07%；扣非归母净利润为4.99亿元，同比增长3.20%。

记者注意到，在万丰奥威的营收版图中，汽车零部件业务依然占据主导地位。2021—2023年，汽车零部件业务营收占比分别为85.5%、87.7%、82.9%，而飞机制造业务营收占比分别为14.5%、12.3%、17.1%，占比尚不足两成。

近年来，随着低空经济热度持续攀升，包括万丰奥威在内的诸多上市公司也开始纷纷加大在低空经济领域的布局力度。

根据罗兰贝格预测，2030年，全球运营载人eVTOL数量有望达7000架，UAM（城市交通）市场规模有望达20亿美元；2050年，全球运营载人eVTOL数量有望达16万架，UAM市场规模有望达900亿美元。

在万丰奥威方面看来，公司布局eVTOL领域具有诸多优势。今年3月，万丰奥威相关负责人向投资者介绍，eVTOL为技术与资本密集型产业，具备较高的准入门槛。

“万丰飞机在低空领域通航整机设计研发、发动机制造、新

材料开发应用和整机先进制造领域具备全球领先优势，在清洁能源应用领域也拥有较多经验，包含纯电动、混动动力等，eDA40是世界第一架申请EA-SA/FAA Part 23认证的具有直流快充功能的电动飞机。”上述万丰奥威负责人同时表示，公司进军eVTOL领域，在机型开发、航空工程、模具及工装制造、适航认证、安全保障等方面具备显著优势。

在国内外诸多公司加快推进eVTOL研发生产和适航取证情形下，万丰奥威eVTOL产品相关进展也受到投资者密切关注。例如今年8月，就有投资者在深圳互动易平台提问：“各个eVTOL头部公司都在加快速度，贵司进展怎么如此之慢？”

“这个项目还在研发阶段，我们会抓紧推出的。”上述万丰奥威证券部工作人员向记者表示，万丰飞机与大众中国取消成立合资公司计划，目前对公司“还没有什么影响”。

目前，万丰钻石eVTOL已亮相第15届珠海航展。“这是在全球范围内首次面向公众展示万丰与大众汽车集团合作的创新成果，是高端汽车工业与通用航空创新科技的独特融合。”万丰奥特控股集团方面表示。

据介绍，万丰钻石eVTOL机型设计起飞重量2000至2500公斤，可搭载1名飞行员和2—4名乘客，最高巡航速度200公里/小时，最大航程200公里，可广泛应用于城际和城市交通连接，适合商务出行、观光旅游、医疗服务和物流运输等多元飞行需求。

“近年来，万丰努力构建以航空器制造为核心的低空经济新业态，已在混合动力、电动飞机、特种用途、垂直起降等方面取得了众多成果。”万丰奥特控股集团方面进一步表示，未来，万丰将不断探索低空经济产业的新科技、新业态、新模式，为推动全球低空经济高质量发展贡献力量。

市场估值达180亿元 星星充电母公司万帮能源闯关A股IPO

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

近些年，乘着国内新能源汽车蓬勃发展的东风，充电桩运营商也驶入发展“快车道”。根据中国充电联盟公布的数据，2024年1—9月，充电基础设施增量为283.7万台，新能源汽车国内销量739.2万辆，充电基础设施与新能源汽车继续快速增长，桩车增量比为1:2.6。

《中国经营报》记者了解到，新能源汽车产业链发展向好的大背景下，下游的充电桩运营商也纷纷开启IPO冲刺之旅。日前，星星充电母公司万帮数字能源股份有限公司（以下简称“万帮能源”）在江苏证监局进行了上市辅导备案，拟在A股上市，辅导机构为国泰君安。

实际上，早在此次冲刺A股IPO之前，万帮能源在2020年就与国泰君安证券签署过辅导协议，但此后再无相关的进展传出。而后今年年初，万帮能源又被曝出欲在港股冲刺IPO。

对于公司此番重启A股IPO和年初被曝出冲刺港股IPO的相关事宜，11月11日，记者致电并致函星星充电方面，该公司市场部相关负责人告诉记者，目前暂无更多的细节可披露。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜称，万帮能源重启A股IPO，表明公司对资本市场的信心以及对业务扩张和资金需求的战略考量。考虑到公司在数字能源领域的独角兽地位，及旗下星星充电在市场上的竞争力，重启IPO可能是为了进一步扩大市场份额、增强研发能力、提升品牌形象，以及优化资本结构。“此外，选择A股市场，应该与公司对国内政策环境、市场熟悉度以及投资者基础的考量有关，尤其是在当前政策对新能源行业的支持下。”

成立10年冲刺IPO

万帮能源成立于2014年，总部位于江苏省常州市，其专注于电动汽车充电系统和智能微电网系统的研发、制造、运营和服务，旗下拥有星星充电、美丽充、星星能源、国创能源、碳迹等品牌。其中，星星充电是数字能源领域的独角兽，也是万帮能源知名度最高的品牌。

在资本市场，星星充电也受到热捧。2020年9月，星星充电获得8.55亿元A轮融资，这是星星充电首次启动社会化融资。该轮融资由中金资本旗下基金和施耐德电气领投，建银国际、国创中鼎、上海国和、武进高新区平台公司等跟投，摩根士丹利担任独家财务顾问。

而在2021年5月，星星充电宣布获得高瓴领投，IDG、北京

泰康投资、禹达投资、宝龙与远洋地产等跟投的B轮融资，投后估值155亿元，成为亚洲数字能源领域头部独角兽。

值得注意的是，星星充电这些年发展的步伐越来越快。官网资料显示，星星充电是全球60多家知名车企充电生态战略合作伙伴，其中不仅包括梅赛德斯奔驰、保时捷、宝马、捷豹路虎、大众等国际品牌，还包括比亚迪、北汽等国内车企。2019年，星星充电与大众汽车、一汽集团、江淮汽车成立合资公司，创造了大众汽车在中国首次与民营企业合资的历史。

在市场地位上，中国充电联盟数据显示，截至2024年9月，在全国充电运营企业所运营充电桩数量排名中，特来电运营64.0

万台，位列第一；星星充电运营58.4万台，位列第二。

记者也注意到，充电桩行业的竞争日趋激烈。谈及公司具备的核心竞争力，星星充电相关负责人告诉记者：“星星充电具备独特的核心竞争力，这种竞争力体现在充电、能源与资产运营这一核心事业当中。其业务广泛覆盖充电网、微电网、虚拟电厂运营网三大产品板块，实现了应用场景的全面覆盖，拥有最为灵活的应用组合，并朝着三网融合方向持续升级。”

如何保持在市场竞争中的优势？上述负责人告诉记者：“星星充电持续引领行业技术发展，不论是从加快充电速度、优化充电体验，还是保障充电安全等方面，都不断创新突破。”

对于充电桩市场未来的发展规模，曾有机构给出预测，2025年国内充电桩存量市场规模或超过3000亿元。

在这样的大环境下，星星充电除了市场份额的逐步提升外，其估值也越来越高。胡润研究院发布的《2024全球独角兽榜》显示，星星充电估值180亿元，排名第422位。

市场集中度不断提高

对于充电桩市场未来的发展规模，曾有机构给出预测，2025年国内充电桩存量市场规模或超过3000亿元。

在这样的大环境下，星星充电除了市场份额的逐步提升外，其估值也越来越高。胡润研究院发布的《2024全球独角兽榜》显示，星星充电估值180亿元，排名第422位。

充电桩行业未来发展趋势如何？星星充电相关负责人表示，目前充放电一体化的发展趋势越发显著。在充电市场中，充电桩数量正呈现快速增长态势。同时，市场集中度也在不断提高。“从需求端

来看，电动汽车保有量持续攀升，为满足不断增长的充电需求，充电桩数量势必会进一步增加。而且，消费者对充电便捷性和高效性的要求日益提高，大型充电企业凭借资源和技术优势，能够提供更优质的服务，这就使得市场份额逐渐向头部企业聚集。”

“从供给端分析，建设充电桩前期需要投入大量资金用于场地租赁、设备购置安装等环节，并且需要强大的技术研发能力来保障充电速度和安全性。这一情况导致有实力的企业更容易扩大规模，而小型运营商则容易被淘汰或整合，从而进一步提升了市场集中度。”对于行业趋势，上述负责人还表示，“当然，也有一些因素可能会影响这一趋势。比如新的充电技术变革可能会使市场格局重新调整，或者政府出台鼓励中小运营商发展的政策等情况。”

如何顺应行业发展的大趋势？上述负责人表示，要紧密跟随国家政策的指引，积极响应相关号召。在新能源发储送用这一完整的产业链条中，积极参与多个环节，从充电业务拓展至整个能源领域，在全国范围乃至全球范围内展开积极布局。无论是工商业领域、各类园区、工厂

重要位置，场站服务是重点关注内容之一。今年，星星充电推出了“充电无忧”权益，并率先在全国五星充电站启用。当用户充电时，如果因设备问题出现充电启动失败或者充电中断的情况，星星充电会按照订单实际充电量，以阶梯式赔付的方式，为用户提供相应额度的折扣券，从而减少用户的损失。

谈及万帮能源未寻求港股IPO的幕后考量因素，柏文喜表示，万帮能源曾被传出考虑在香港IPO，但最终并未申请或获得中国证监会境外发行上市备案。“放弃港股IPO可能与多种因素有关，包括市场环境的变化、公司战略调整、监管要求以及对不同资本市场的权衡。”

当前充电桩行业的市场集中度较高，头部企业占据主要市场份额。这种竞争格局对新进入者意味着较大的挑战，因为头部企业已经建立了较强的品牌影响力和市场壁垒。

“未来市场集中度可能会因为技术创新、政策调整和市场需求变化而有所变化，但头部企业由于其先发优势和规模效应，预计仍将保持较强的市场地位。”

充电桩行业的市场竞争也愈加激烈。柏文喜直言：“随着新能源汽车销量的增长，充电桩需求将快速增长，企业需要加强风险管理，提高应对能力，以适应市场和技术的变化。”

娃哈哈重回700亿后 宗馥莉改革需闯“两关”

本报记者 孙吉正 北京报道

日前,娃哈哈集团董事长兼总经理宗馥莉再次成为舆论的焦点。一方面,在最新出炉的《胡润百富榜》中,宗馥莉凭借810亿元的财富成为新的中国女首富。另一方面,在娃哈哈集团2024年销售会议上,宗馥莉宣布2024年娃哈哈“成功拉齐了10年前的业绩规模”。公

开数据显示,2014年娃哈哈营收为728亿元。

《中国经营报》记者注意到,自娃哈哈创始人宗庆后逝世以来,围绕娃哈哈的话题和热议始终不断。日前有媒体称,部分地区的经销商在与娃哈哈签订2025年销售合同中,市场经销商调整为与杭州宏胜营销有限公司合作。对于娃哈哈经销体系的改革和变动,记者联系

了娃哈哈方面求证,娃哈哈未做出回应。

在过去的10年时间内,对于娃哈哈的业绩不振,外界有着各种声音的解读。80后的宗馥莉上任后,外界期盼着她能予以娃哈哈新的活力。“娃哈哈的产品、管理方式老化,在很长一段时间内成为老生常谈的话题。宗馥莉上任后,开始了一系列的改革。但2024年娃哈哈

的业绩提振,很大原因还是宗庆后逝世后,大众对于娃哈哈的关注度提高。2025年,保持娃哈哈继续增长是对宗馥莉掌舵的首次大考。在瓶装水竞争进一步红海化的前提下,宗馥莉的内部改革至关重要,无论是大股东还是老职工,都对宗馥莉领导下的娃哈哈有着更高的期盼。”快消行业专家路胜贞说。

取得亮眼成绩单

近日,网络上流传出宗馥莉在集团2024年销售会议后的晚宴上向经销商敬酒的照片。作为娃哈哈的新任掌舵者,宗馥莉在向外界展示出亮眼成绩单的同时,以老练的姿态向外界传达出其掌控全局的态度。

此外,9月份,娃哈哈发生了一系列工商变更,宗馥莉正式接任法定代表人、董事长兼总经理。这一变动后,宗馥莉成为娃哈哈的实际控制人,持股比例为29.4%。

记者注意到,宗馥莉出任娃哈哈董事长之后,在娃哈哈高层全面起用新人,新增的7人大多商业履历简单,仅在娃哈哈集团一家公司任职。天眼查APP显示,其中,洪婵婵现任宏胜饮料集团有限公司(以下简称“宏胜饮料”)财务部部长;王国祥则在“宗庆后时代”一直出任副总经理;费军伟为大股东杭州上城文商旅发展有限公司(以下简称“上城文旅”)的董事成员,为上城文旅的董事代表。

在宗馥莉正式接手娃哈哈之后,有媒体报道称,部分员工对于宗馥莉的分红政策表达出了不

满。随后,在娃哈哈职工代表大会上,宗馥莉明确表示不会取消干股分红政策,但分红将基于个人岗位绩效,而非资历或级别。宗馥莉强调,希望与员工建立“同行者”的关系,共同推动娃哈哈的发展。同时指出了娃哈哈内部存在的思维惰性,鼓励员工不畏艰难、勇往直前。

在娃哈哈集团2024年销售会议上,宗馥莉发布了多项重磅奖励政策,鼓励经销商明年继续深耕市场、做大做强。对于2025年终端建设、新品开发、特通渠道开拓等工作排名前列的经销商予以专项奖励。2024年,娃哈哈针对业绩增长表现突出的经销商,合计发放奖励近亿元,娃哈哈销售人员整体收入增长30%。

“宗馥莉的经营体系改革,较为明显的特征是加大了对经销商的激励力度和制度。”中国食品产业分析师朱丹蓬说,在“宗庆后时代”,娃哈哈对于经销商的管理是较为严格的,且存在激励制度不足的问题,宗馥莉上任之后,可以看到的是她首先在经销商层面予以压力和动力,试图在2025年稳住增长的势头。

上海博盖咨询创始合伙人高剑锋表示:“目前来看,宗馥莉的改革主要针对的是娃哈哈此前存在的‘大锅饭’问题。”

在‘宗庆后时代’,员工持股分红确实在娃哈哈初期予以员工极大的工作积极性,但是随着娃哈哈逐步做大,早期入股员工与后加入的员工在利益分配上出现了差距。宗馥莉上任之后,第一时间就试图改变这一现象。”他认为,从管理层角度来看,娃哈哈需要更为制度化的管理制度,此前宗庆后“家长式”的管理方式将被彻底取代。

对此,香颂资本执行董事沈萌认为,职工持股会是中国改革开放、经济转型过程中的阶段性历史产物,却不是市场化的结果,所以里面的利益分配问题或许是一笔永远无法算清楚的账。所谓职工持股会,基本上都是产自集体所有制经济组织,所以只有先将其改制为企业法人,才可能对应到具体的对象,但集体所有制的历史包袱太重,因此也就一直搁置未解决。因此,宗馥莉在完全执掌娃哈哈之后,必然会对对此进行改革。

值得注意的是,日前有媒体称,部分地区的经销商在与娃哈哈

签订的2025年销售合同中,市场经销商调整为与杭州宏胜营销有限公司合作。天眼查显示,杭州宏胜营销有限公司的法人代表为宗馥莉,成立于今年6月,为宏胜饮料的全资子公司,而宏胜饮料为宗馥莉在娃哈哈集团之外成立和控制的饮品公司。对此,记者联系了娃哈哈方面求证,娃哈哈方面未作回应。

“在6月份,网上流传的宗馥莉辞职风波中,文件中宗馥莉称无法掌控公司因此提出离职,虽然最后以宗馥莉继续担任总经理结束,但也说明了娃哈哈内部此前存在宗馥莉难以推动改革的力量,宗馥莉此举是将娃哈哈的上下游完全掌握在自己的控制中。”朱丹蓬说。

根据公开资料,宏胜饮料自创立以来,长期负责娃哈哈集团部分的上游生产。

“2024年,宗馥莉突破了各个障碍完成了初步的改革路径,明确了分红与业绩挂钩的奖励机制,从宗馥莉的报告和演讲来看,未来娃哈哈的渠道拓展和创新还会继续,也将面临内部和外部的挑战和机遇。”清华大学品牌营销高级研究员孙巍说。

如何赢得新一轮增长

“目前,娃哈哈与农夫山泉予以经销商的经营任务和压力都比较重,虽然还没有完全下压至各级经销商,但是大部分人都感受到了经营压力。”一名分销商告诉记者,“从今年夏季开始,各大品牌的价格战已经展开。现在农夫山泉的550ml纯净水单瓶利润已经低于3毛钱。”

朱丹蓬表示,目前,头部品牌的每瓶瓶装水的整体成本价在4毛左右,如果压缩到极致,可以达到3毛多。记者注意到,在今年“双11”活动中,部分电商平台的农夫山泉的纯净水价格低至5毛钱一瓶。

灼识咨询报告显示,按零售额计,包装饮用水为所有软饮品类中增长较快的细分赛道。

“包装水市场在很长一段时间内都是软饮市场毛利最高的品类之一,但随着头部品牌竞争加剧,包装水市场利润被进一步压缩,在2016年左右兴起的提价潮已经成为过去式,低价成为当下的主流。”孙巍说。

根据娃哈哈方面发布的信息,今年8月,娃哈哈为娃哈哈创意旗舰店代运营服务进行招标,希望该店对娃哈哈新品进行宣传、联动等,产品目标是至少打造3款线上爆款产品,年成交额目标在4500万元。

在集团2024年销售会议上,娃哈哈方面强调,在2025年将重点突破水、茶、五大产品全面均衡发展,实施多渠道网络布局、挖掘多业态销售潜力,集中资源加强终端建设。在会议上,宗馥莉表示,要持续加强终端建设,增加冰柜投放数量和陈列数量,全面提高娃哈哈的终端陈列形象与占有率。

上述报告显示,按2023年的零售额计算,在中国包装饮用水市场中,农夫山泉凭借23.6%的市场份额独占鳌头,紧随其后的是市场份额为18.4%的怡宝,位列季军的是市占率为6.1%的景田,娃哈哈将经受市场的进一步考验。”

则以5.6%的市占率屈居第四。

朱丹蓬指出,娃哈哈在一一线城市的投入相较于竞品来说较少。此次宗馥莉的改革也是在补齐这一块。“对于饮料企业而言,没有冰柜就等于几乎没有销售,冰柜陈列的整个面积、数量、质量决定了最终的销量。宗馥莉当然也深刻地看到了这一点,所以,娃哈哈正试图追赶和补齐冰柜陈列,否则和其他品牌是无法竞争的。”朱丹蓬表示,冰柜在一、二线城市的投资已经趋于饱和,且竞争早已白热化,留给娃哈哈的空间并不多。未来,饮料品牌应当致力于饮品口味、质量升级迭代方面,这才是发展的长久之计。

“可以预测的是,在2025年,一、二线城市将是娃哈哈的重点培育市场,而面对已经向下下达‘死任务’的农夫山泉,以及刚刚完成上市的怡宝,娃哈哈的挑战非常之大。”高剑锋说,包装水市场的价格战已经不可避免,饮料尤其是茶饮饮品的竞争已经从产品创新向同质化竞争过渡,从各个品类来看,娃哈哈在2025年面临的形势依然严峻。

业内认为,想要赢得新一轮的增长,娃哈哈需要完成两条路径的突破。朱丹蓬说:“一方面,需要完成新的单品的突破。2024年,娃哈哈的业绩恢复主要是集中在原有大单品上,新品没有在细分品类中有更亮眼的表现,这也是娃哈哈在很长时间内存在的问题。另一方面,虽然娃哈哈在2024年对经销商队伍进行了改革,但经销体系的改革需要很长的时间,且改革依旧存在一定阻力。”

路胜贞表示:“娃哈哈在2024年取得亮眼成绩的原因是多方面的,有宗庆后对中国饮品市场的影响、娃哈哈的顺势营销、宗馥莉的改革等,但也引起了竞争品牌的警觉,2025年宗馥莉以及改革中的娃哈哈将经受市场的进一步考验。”

突破信息茧房 直达新闻真相 2025年征订已开启

40



码上订阅

广告

周一出版/彩色印刷/全国发行

服务热线: 010-88890120

邮局订阅: 11185

订阅价格: 240元/年

“发型师晓华”爆红背后的流量密码

本报记者 许礼清 北京报道

一个人，一把剪，带火一座城。近日，一名抖音名称为“发型师晓华”的理发师在网络上爆红，

不仅大量网友涌入其直播间，其所在的湖南怀化也变成了网红打卡地。

从发型师晓华爆红于网络，到网友线下打卡、当地政府迅速

反应承接流量，这一系列的操作都似曾相识。实际上，如果将时间线拉长，可以发现，山东淄博、甘肃天水等类似的走红现象正在频频上演。

如今怀化的出圈也再次引发更多思考，这些城市走红的底层逻辑到底是什么？如何变流量为“留量”？参照这些案例，网红城市的模式是否可以复制？著名顶

层设计专家、清华大学爆点战略营销顾问孙巍告诉《中国经营报》记者，发型师晓华偶然爆火，引爆了理发消费者和从业者，这是一次由圈内到圈外引爆的文化现

象。要想成功抓住这波流量，以及持续不断地吸引更多的流量，需要城市推出吸引游客的特色产品和打卡景点，所谓“爆点突破，系统升级”。

爆火的底层逻辑

实际上，从一条视频的引爆再到全网掀起一片热潮，都离不开几个关键环节——内容生产、传播以及互动。

“从来没有这么想去见一个女人”“建议全国巡剪”……最近，一位怀化叫晓华的理发师因为“听得懂话”成为“顶流”。在其抖音视频中，晓华穿着朴素，在聆听需求后剪出了顾客满意的发型。

目前“发型师晓华”抖音粉丝数量已经超过400万，其发布的部分视频点赞量超过百万，直播间观看人数最多时超过10万人。多个相关话题在各大社交平台登上热搜榜，其中“理发师晓华说30元的价格不低”引发热议，其微博阅读量达到7484.6万。

线上热度也在线下迅速蔓延开来。自从发型师晓华爆红之后，怀化市鹤城区这条平凡的小巷热闹非凡，全国各地的游客纷至沓来，排队打卡游玩。怀化非遗、特色美食、农特产品、中医义诊等各色摊位也趁

此契机汇聚于此。据了解，短短七天内，人流量累计超过20万人次。

一个普通的理发师为何能火到这种程度？实际上，从一条视频的引爆再到全网掀起一片热潮，都离不开几个关键环节——内容生产、传播以及互动。而传播链上每个节点都是扩大影响力的关键。

首先是内容生产环节，翻看发型师晓华发布的视频，从今年2月份发布第一条视频至今，已经发布400多个作品。早期，其作品点赞量、转发量都很少，8月份开始有网友关注，直到10月底一条剪头短视频破百万赞才火起来。

多位营销专家告诉记者，量变引起质变，不断发布的视频给爆红提供了内容基础，同时这种大众化的发型师接触大量的顾客，实操性

很强，走红也得益于她自身精湛的技术。

此外，发型师晓华成为“顶流”更得益于当下的互联网传播环境。多位营销专家提到，网友的各种“围观”加大了二次传播，让热度不断攀升。尤其是出圈之后，行业人士的争议性发声，以及明星、网红、同行等纷纷下场应援，使得这场舆论站上流量风口。此外，众多网友前往线下打卡，并分享剪过的发型，以及当地的风俗人情，使得这成为当下年轻人新的打卡游玩和社交方式。

而在场传播中，故事性和冲突性更是给热度添了把火。据了解，发型师晓华最初是为了给丈夫的理发店帮忙便自己学习剪头发，在面对争议时也表示自己的手艺就只值30元。同时，晓华理发店没

有高档的装修，这与爆红的直播间和人山人海打卡的盛景形成鲜明对比。

劲旅网创始人魏长仁表示，大众对于消费中的一些捆绑型消费愈发反感，比如各种办会员卡，发型师晓华一直是30元没涨价，加上她的手艺又能满足消费者的需求。与各种会员套路相比，这种简单直接的方式更受到大众消费者认可。而发型师晓华是普通劳动者现实的缩影，消费者在情绪和心理上能够产生高度的共鸣，从而扩大影响力。

“她朴实低调谦虚的亲民形象引起了老百姓的共鸣，直播间再次放大了这种朴实形象，让全国各地的网友猎奇围观，这反映了当下普通老百姓期望被社会认可和尊重的心理需求。”孙巍说。

这么火，但怀化可以将此当成一次营销事件，在各项基础设施跟上之后，趁此契机树立城市IP。对于这种类型的城市，打造IP的核心就是民风民俗，吸引大家前去的一定是体现当地文化和生活状态的体验。

相比一线大城市，小城市的出圈逻辑有所不同。福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示，近年来每座城市的爆红历程，无论触发点是美食、某个人还是景点，最终都是直击心灵的共鸣。比如淄博烧烤的温度和烟火气，山东的好客文化；丁真意外出圈带火了甘孜的纯净。大众越共情参与度越高，引发更多的共鸣，越能助推价值符号的构建。

模式可否复制？

多位专家提到，参照以往的案例，想要复制网红城市就要了解其“流量密码”，这些走红的城市都具备温暖、真诚、体贴的特质，同时在基础设施上尽力让大众出行更方便。

追溯近年“火出圈”的城市，打造“村超”的贵州榕江，冰雪游的哈尔滨，争相打卡麻辣烫的甘肃天水，“赶烤”的淄博等，它们都成了现象级别的网红城市。不禁让人期待下一个站上流量风口的城市会是谁？这样的网红城市模式是否可以复制？

孙巍告诉记者，吃喝玩乐游是当下的潮流，所以不断地涌现出各种城市亮点在网络爆红。深度挖掘这背后的真相，就会发现它们有三大特征：首先是亲民化的特色，不再是高大上、伟光正的东西，而是和老百姓日常生活密切相关的；此外，吃喝玩乐游的主题，这些都是老百姓日常的需求，价格亲民、容易满足的小快乐；以及主打一个松弛感，消费压力不大、却能获得松弛感，不再迷恋奢华打卡世界景点酒店。

正如上诉所言，近年出圈的无论是人还是美食都很“接地气”。“相对于以往大家崇拜搞钱和娱乐明星的大众文化，如今当下的很多老百姓更加关注身边的生活文化，活在当下、关注生活是大家更现实的选择。”孙巍说。

针对这样的心理转变，打造网红城市的思路也更清晰。多位专家提到，参照以往的案例，想要复制网红城

从爆红到IP打造的进阶

梳理此前类似爆红事件可以发现，越来越多的小城市走进了消费者的视野。

对于爆火的城市，“被看见”只是第一步，如何留住流量，让爆款深度进化成IP，将“网红”变为“长红”是一道现实考题。

梳理此前类似爆红事件可以发现，越来越多的小城市走进了消费者的视野。这次晓华带动怀化的走红，不仅是个人魅力、社交媒体传播、地方政府支持以及消费者的参与和认同的共同作用，更体现出了大众对于“接地气”和“烟火气”的向往和青睐。

“发型师晓华成功不仅仅是个人的技艺，更在于她所代表的市井文化的魅力。她的走红，也在一定程度上反映了人们对于这种简单、

真诚生活方式的向往和追求。”北京社会科学院副研究员王鹏说。

魏长仁告诉记者，因某个事件迅速出圈的网红打卡城市在未来热度下降是必然，但通过这个热度让大众更加了解怀化，同时基础硬件设施、城市知名度和美誉度等都会上一个台阶。如果后续全力去打造一个友好型城市，接下来在热度方面也会有一个好的延续。

正如上述所言，流量背后也是一场大考。面对这场突如其来的关注，怀化当地政府迅速反应来承接这场“泼天富贵”。例如，在怀化高铁南站，有穿着少数民族服装的表演者迎接游客；前往“晓华”理发店

的游客，凭身份证件、入怀交通记录和“打卡”照，即可享受超50个旅游景区优惠和民宿、餐饮、娱乐场馆消费折扣；鹤城区美发美容行业协会搭建了免费剪发展台；免费的“福地怀化文旅号”旅游专线等。

同时，几天时间内，昔日寻常街巷被爆改为新型市集。怀化非遗、特色美食、农特产品、中医义诊等汇聚在此。在晓华理发店门口，芷江鸭、沅陵晒兰肉、新晃黄牛肉、麻阳冰糖橙等各种美食可免费品尝。

而这之中最出圈的还是与“听得懂话理发师”相呼应的那句标语：怀化，一座懂你之城。昭邑文旅学院院长刘晖表示，虽然不可能一直

这么火，但怀化可以将此当成一次营销事件，在各项基础设施跟上之后，趁此契机树立城市IP。对于这种类型的城市，打造IP的核心就是民风民俗，吸引大家前去的一定是体现当地文化和生活状态的体验。

相比一线大城市，小城市的出圈逻辑有所不同。福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示，近年来每座城市的爆红历程，无论触发点是美食、某个人还是景点，最终都是直击心灵的共鸣。比如淄博烧烤的温度和烟火气，山东的好客文化；丁真意外出圈带火了甘孜的纯净。大众越共情参与度越高，引发更多的共鸣，越能助推价值符号的构建。

社会餐饮品牌布局团餐掘金万亿市场

本报记者 蒋政 郑州报道

越来越多的社会连锁餐饮品牌开进了企业园区、高校食堂，并以此切入万亿团餐市场。日前，“海底捞企业火锅”在比亚迪生产基地开启试营业。在此之前，该品牌还在全国50多所高校开出校园

火锅。同时，包括老乡鸡、杨国福麻辣烫、麦当劳、肯德基等餐饮品牌均有类似布局动作。原本相对封闭的团餐市场，正在迎来多个社群玩家。

曾布局校园市场的餐饮连锁品牌负责人崔永强(化名)告诉《中国经营报》记者，定价便宜、具有网

红基因的连锁餐饮品牌在这一市场更具竞争力。“学生消费能力有限。但是又热衷于打卡，具有社交属性的产品会有优势。”

事实上，这也是团餐市场的共性特征之一。目前，我国团餐市场规模虽达万亿，但是整体盈利能力和平价能力较低。

“社会连锁餐饮品牌的竞争压力大，需要寻找第二增长曲线，团餐是一个很好的赛道。但是，团餐场景下的产品价格相对亲民，社会餐饮切入还有一些挑战，需要在菜品、客单价、供应链等方面做出调整。”宸睿资本创始人胡维波对记者说。



位于河南省某高校食堂内的海底捞校园火锅。

仍面临一些挑战

诸多社会连锁餐饮品牌

尽管争相进入，但想要切走团餐市场的蛋糕不容易。受人群构成、消费特点等因素影响，团餐与社会餐饮在运营上具有较大区别，社会连锁餐饮品牌仍需谨慎布局。

一方面是盈利能力较低。《2024中国团餐产业趋势解读》提到，我国团餐行业市场集中度较低，CR4的市场占有率为27.24%，主要包括传统派、餐饮派、预制派，以及众多中小企业和个体经营者。从利润上讲，2023年团餐TOP100企业的平均利润率仅为5.22%，低于2022年的6.3%的水平。63%的企业利润率在5%以下。

江瀚提到，团餐市场面临着成本控制上的挑战。尤其是社会餐饮品牌，在切入这一场景时，更需在菜单创新上做出调整。要加强与学校、园区等合作方的沟通和协调，共同推动团餐市场的健康发展。

另一方面是经营层面的差异较大。海底捞方面表示，校企顾客的用餐需求不同，对其服务期待也不同。比如，在校生追求口感和营养均衡，而企事业单位人员追求高效、便捷的用餐体验。

文志宏提到，团餐更加关注后厨出品，前厅服务基本上不用过多管理。并且，团餐客户就餐人群和时间段非常集中，对于社会餐饮品牌的接待能力和服务能力提出了很高的要求。同时，没有全时段经营，社会餐饮品牌需要考虑自身项目的投入产出效率。

上述多位行业人士还提到，社会连锁餐饮品牌进入团餐领域，最终会相互融合。一方面，团餐场景为社餐品牌开辟第二增长曲线。另一方面，社餐品牌进入之后，会带动团餐的品牌化和连锁化进程。“诸多社餐品牌凭借强大的品牌影响力，能够提升团餐的整体品质和服务水平，推动团餐行业的转型升级。同时，团餐市场的多元化需求也能够促进这些品牌不断创新和优化产品，提升其市场竞争实力。”江瀚表示。

需要在理念上进行调整。

最为重要的是，食品安全问题始终都是团餐市场的重中之重。由于团餐就餐人群较为集中，且具有一定的特殊性，因此多个团餐主流场景一旦出现食品安全问题，就容易卷入舆论漩涡当中。

郑州哪吒餐配相关负责人此前在接受记者采访时提到，某种程度上讲，团餐并未完全市场化，具有一定的福利性。追求利润并不是团餐行业第一诉求，食品安全始终都是第一位。

早在2022年8月成立团餐事业部的双汇食品，在9月22日发布公告称取消公司团餐事业部。而在此前不久，网络上传出该公司旗下团餐公司供餐存在口味和配送不及

人局团餐者众

海底捞企业火锅郑州比亚迪店是该公司布局企业园区的第三家门店。在此之前，海底捞还在50多所高校开出校园火锅。

记者注意到，仅从菜品来看，上述企业火锅门店同园区外保持一致，但在价格上执行88折。而其校园火锅，菜品价格同样执行一定的优惠。

海底捞方面告诉记者，中大型企业、高校的消费者对于餐饮的多元化要求越来越高，公司会专门推出特色菜单和专享价格。

事实上，这并不是孤例。早在今年9月，老乡鸡的首家高校店落户武汉大学。连锁经营产业专家、和弘咨询总经理文志宏日前在江西市场调研时就注意到，杨国福麻辣烫、塔斯汀已经进驻南昌大学的食堂档口。

除此之外，肯德基、麦当劳、必胜客等西式快餐品牌，则在更早之前布局高校生意。

比如麦当劳在2013年进入华中科技大学开设首家校园店，肯德基的校园店布局也覆盖了广东、浙江等地。一位国际连锁快餐品牌相关人士告诉记者，高校如果有合适的项目和机会，品牌方还是非常愿意进入的。

盘古智库高级研究员江瀚认为，高校、医院、机关单位以及企业园区的食堂，都属于团餐市场范畴。我国团餐市场需求持续增长，尤其是在高校、园区等人口密集区

比的品类，都比较适合经营团餐市场，而且进入学校食堂，对于未来顾客群体的培养也有所帮助。

崔永强主导的一个轻快餐连锁品牌已经进入郑州市的部分高校。他告诉记者，主打平价、能打卡、具有社交属性的餐饮连锁品牌，更受年轻的学生群体欢迎。“学生消费能力有限，但是分享欲强。所以社餐品牌应该设置更多互动环节吸引年

轻的消费者。”崔永强说。

据了解，老乡鸡位于武汉大学内的门店开业时，就推出了拾秋专属福利，学生可以通过拾落叶等方式，免费获得门店的招牌菜品；麦当劳位于清华大学澜园餐厅的全国首家CUBE风格高校旗舰店，同样设置多个标志性创新打卡点，以及百余本可供借阅的图书架等，供师生和参观游客体验。

回到1元时代 包装饮用水烽烟再起

本报记者 刘旺 北京报道

“特价景田纯净水(箱装),原价48元一箱,特价几毛钱一瓶,560ml×24瓶,新日期,有需要的联系供应商拿货。”11月13日,有食品饮料行业人士在社交平台发布了这样一条消息。

而就在几天前,叠加“双11”



北京房山区某超市内的瓶装水销售区。

刘旺/摄影

包装水低价战

500ml的瓶装水在整体趋势上已经回归到了1元时代。

今年“双11”的最后一天,记者在北京市的线下超市看到,怡宝555ml×12瓶的整包纯净水,价格已经来到了10元/包,折合单瓶售价不到0.9元;娃哈哈饮用纯净水596ml×12瓶的整箱规格,售价在15元,折合单瓶售价为1.25元;农夫山泉550ml的绿瓶纯净水,12瓶整包价格为13.9元,单瓶价格也在1元左右。

“双11”过后的线上市场,瓶装水的价格依然不高。11月14日,农夫山泉绿瓶纯净水24瓶,售价19.7元;百事可乐纯水乐,最低不足10元就可以买到15瓶550ml的纯净水。此外,雀巢优活、怡宝本优、娃哈哈纯净水、恒大冰泉等多个品牌,500ml左右规格的瓶装水单瓶售价均在2元以内。

显然,在经历了前几年的饮用水高端化风潮之后,500ml的瓶装水在整体趋势上已经回归到1元时代。

如今外界对本轮瓶装水低价

购物节的影响,瓶装水的市场价格出现了进一步下探,在实体商超中,多个品牌500ml规格的纯净水价格单瓶售价已经不到1元。

如果从今年4月农夫山泉推出绿瓶纯净水,并且大搞促销开始算,瓶装水市场的价格硝烟已经弥漫了超过半年的时间。尽管夏季销售旺季已经过去,但瓶装水市场的战事并未停息。

500ml规格产品的单瓶售价均不足1元。

实际上,抛开今年瓶装水价格整体下探不谈,从产品上看包装饮用水行业会发现,整个行业处于混战状态。

市场份额之争

在包装水市场,追求高端是矿泉水绕不开的话题。

实际上,抛开今年瓶装水价格整体下探不谈,从产品上看包装饮用水行业会发现,整个行业处于混战状态。

前几年,整个行业似乎都在冲击高端。华润怡宝曾推出高端饮用水“怡宝露”,该产品350ml×12瓶每箱的售价为180元,折合15元/瓶,不过在电商平台上已经下架;农夫山泉推出一款玻璃瓶的天然矿泉水;中粮可口可乐曾推出单瓶售价超10元的中可·贝加尔等产品;百岁山也推出了旗下高端水品牌“本来”。
在包装水市场,追求高端是矿泉水绕不开的话题。曾有行业人士告诉记者,矿泉水开采自地下深层,无污染,含有矿物质、微量元素,相对更安全、更健康。近年来,消费者健康意识提升,有更多的消费者选择品质更高的矿泉水,矿泉水市场快速崛起。

最为重要的是,矿泉水的利润要比其他品类高。京东超市提供的数据显示,对于矿泉水,60元以上一箱的产品销量最高,而对于饮用天然水,销量最高的价位则是31—40元。
实际上,矿泉水品类的混战一

直存在。2021—2022两年间,除了饮用水行业的巨头们,元气森林、大窑、正大集团、迎驾贡酒股东迎驾集团都推出了矿泉水,以此追求更多的利润。

如今,主攻天然饮用水的农夫山泉时隔20年后,又重回纯净水赛道,将战火烧至了竞争对手的腹地。

盘古智库高级研究员江瀚表示,农夫山泉一方面通过新产品满足了消费者对新鲜感和品质的追求;另一方面利用促销手段直接挑战了竞争对手,相当于在竞争对手的优势领域(即“腹地”)发起攻势,迫使对手做出反应,从而搅动市场格局,为自己争取更有利的竞争位置。

詹军豪认为,农夫山泉此举是主动出击,一方面巩固自身多元产品线,不同价格带都有产品占位,强化品牌整体竞争力;另一方面能引导消费者在选择低价水时优先考虑农夫山泉,重塑低价水领域的品牌关联。

而在这持续不断的混战背后,

实则是市场份额之争。根据灼识咨询报告,2023年,在中国包装饮用水市场,农夫山泉、怡宝、景田、娃哈哈、康师傅的市场份额依次为23.6%、18.4%、6.1%、5.6%、4.9%,五

大品牌霸占了市场的大半壁江山。

但也有声量较大的企业入局,试图瓜分“蛋糕”。如蜜雪冰城、青岛啤酒,还有近年的网红企业东方甄选、胖东来等。于润洁告诉记者,在当下,各个品牌企业纷纷多元化布局,既有市场格局新变化带来的必然性,也有旧格局下多元化的冲动性。

市场格局新变化带来的必然性,指的是新品牌、新品类的迭出,给传统的品牌企业带来了品类竞争的压力,必然需要跟进扩张新品类,来抢占新品类市场,压制新品牌的成长空间。旧格局下多元化的冲动性,是指以渠道为核心仍然是饮料销售的主要竞争模式,良好的渠道关系,仍然掌握在旧格局下的品牌企业手中。依靠良好的渠道掌控,品牌企业扩张的新品类能够快速摆上终端货架,最大化占有货架排面,从而带来直接的市场增量,企业自然有冲动性来扩张新品类。

“多元化的冲动性和必然性相结合,品牌企业的多元化布局只会愈演愈烈,而不会像定位理论里说的那样,一个品牌最好聚焦一个品类,代表一个品牌。”于润洁表示。

扩产之战

水企们纷纷加码扩产,主要基于对行业发展趋势的乐观预期以及市场需求增长的判断。

一面在终端市场争夺市场份额,另一面水企们也在纷纷加码扩产。

的水企,更多的会去做多品牌、多品类、多场景、多渠道、多消费人群的全新布局,淘汰产能也符合这样的布局战略。”

今年以来,农夫山泉在武夷山、黄山和雾灵山三大生产基地都进行了投资扩产产能;娃哈哈投资4.5亿元的年产68万吨智能化纯净水生产项目也已经正式进入施工阶段;8月16日,浙江省温州市生态环境局分局发布的一份环评文件显示,华润饮料拟投资5亿元,建设华润怡宝浙江温州生产基地项目;景田的相关扩产项目也已经开工,其中一期引进5条年产能75万吨纯净水生产线及相应配套的功能设施;今麦郎投资了1.5亿元改扩建今麦郎饮品河源生产基地。

朱丹蓬告诉记者,这是淘汰旧产能,进行升级迭代的动作。“现在

而新生产线对产品创新无疑有着帮助作用,于润洁认为,在大品牌渠道能力难分上下的竞争态势下,瓶装水产品的出圈,一方面需要品类创新;另一方面就体现在品牌竞争上,即与消费者建立个性化品牌连接方式。

江瀚认为,如今水企们纷纷加码扩产,这主要是基于对行业发展趋势的乐观预期以及市场需求增长的判断。

此外,扩产能够增强企业的生产能力,确保在市场需求旺盛时能够有足够的供应量,避免因产能不足而错失销售机会。它们这么做的原因还包括通过规模经济降低成本、提高盈利能力,以及

通过增加市场份额来巩固或提升自己的市场地位。

詹军豪也提到,水企扩产是看好瓶装水长期市场前景,消费需求稳步增长,扩产可保障产品供应稳定性,满足不同渠道订单需求。从市场份额争夺角度看,规模效应能降低单位成本,在价格竞争中有更大优势,通过扩产提升产量进而加大铺货范围、提升铺货密度,让品牌更容易被消费者接触到,从而助力夺取更多市场份额,稳固行业地位,以应对激烈竞争。

“这与市场份额的争夺有紧密关联,因为扩产不仅能够满足现有市场的增长需求,还能够为未来的市场竞争储备力量,通过扩大产能来增强对市场的控制力和影响力,从而在市场份额的争夺中占据更有利的地位。”江瀚表示。

兰州黄河易主 区域啤酒企业寻差异化突围

本报记者 蒋政 郑州报道

昔日啤酒“西北王”兰州黄河(000925.SZ)日前正式易主,二股东的实控人谭岳鑫在蛰伏10多年后成功上位。

按照过往动作,其极有可能将旗下相关资产置入上市公司,最终实现借壳上市。不过,对于新上任的掌舵者来说,首先得解决兰州黄河在今年的盈利问题。在前三季度亏损近4000万元后,兰州黄河必须得在第四季度实现扭亏,才有可能摆脱戴帽。

对于当下仍是以啤酒为主业的兰州黄河来说,近年面临经营业绩萎缩、盈利下滑的挑战。事实上,不少传统区域性啤酒企业都面临类似问题。

啤酒行业人士方刚告诉《中国经营报》记者,在经过巨头跑马圈地之后,区域啤酒企业要想生存下来,必须得有自身特色。产品要么品质过硬,要么品类创新,同时还需开拓新渠道。如果说新产品是种子,渠道就是土地,团队是人,外部环境是气候。“有种子有地,再加上好的气候和人,才能获得好收成。对于兰州黄河以及区域性啤酒企业来说,这些因素都缺一不可。”方刚说。

啤酒“西北王”易主

兰州黄河日前发布公告称,公司控制权拟发生变更。公司二股东的实际控制人谭岳鑫将成为公司新的实际控制人。这也意味着,从2008年至今,兰州黄河大股东和二股东的“爱恨情仇”将画上一个句号。

一般来说,谭岳鑫分三步上位实控人。

首先,谭岳鑫实控的湖南昱成出资2.9亿元向兰州黄河企业集团有限公司指定的天曜实业增持,获得天曜实业51%的股权。

其次,新盛工贸(兰州黄河实

控人杨世江旗下公司)以其持有的新盛投资(兰州黄河第一大股东)50.70%股权转让湖南昱成持有的天曜实业51%股权及湖南昱成持有的新盛工贸45.95%股权。此时,湖南昱成将持有新盛投资100%股权,成为公司间接控股股东。

最后,谭岳鑫实控的新三板公司——鑫远股份,以2.9亿元现金收购湖南昱成持有的新盛投资50.7%股权。交易最终完成后,兰州黄河的实控人将由杨世江变为谭岳鑫。

区域啤酒企业的未来

兰州黄河昔日被称为“西北啤酒王”,巅峰期的2008年营收一度突破10亿元,当时的重庆啤酒体量在20亿元左右。但是,发展至今年三季度末,重庆啤酒营收已经来到130亿元,而兰州黄河萎缩至1.779亿元。

目前,兰州黄河拥有“黄河”“青海湖”双品牌,旗下产品还包括精酿和鲜啤。但是,经过这些年的发展,兰州黄河一直都未走出西北市场,它的主要销售区域集中在甘肃和青海。

财报数据显示,2023年,兰州黄河啤酒生产量和销售量均为5.49万

万吨。“这个体量还不及青岛啤酒在一个地级市的销量。”方刚说。

甘肃地区酒水经销商蒋涛表示,当地市场啤酒主要消费品牌是青岛啤酒和兰州黄河。甘肃省灵台县酒水经销商崔永强(化名)也提到,当地销售最好的是青岛啤酒,其次是华润旗下的雪花系列,之后是黄河啤酒。

他们都告诉记者,兰州黄河虽在西北地区有一定影响力,但是整体产能和销量较小,在全国范围内存在感并不太强。

整体来看,兰州黄河的产品结构与当下啤酒行业的发展趋势并

1985年成立的兰州黄河,由原实控人杨世江的父亲杨纪强创立,有着“西北啤酒王”的称号。它在1999年成功上市,巅峰期的2008年,营收一度突破10亿元。

湖南籍企业家谭岳鑫与兰州黄河的缘分,也是开始于2008年。彼时,谭岳鑫通过旗下公司湖南鑫远进入兰州黄河。当时就约定要对上市公司进行重组,湖南鑫远注入新资产后将控股上市公司。

而在2011年,谭岳鑫控制的湖南昱成受让了兰州黄河9.29%的股

份,成为兰州黄河第二大股东。但是,借壳事宜一直没有推进。

2015年,兰州黄河再次披露称将筹划重大资产重组,谭岳鑫控制的湖南鑫远拟通过定增和资产置换方式实现借壳上市。但这一方案在股东大会上遭到否决。至此,兰州黄河两大股东之间关系交恶。

在此次握手言和之前,双方多次交锋,并互诉不断,部分诉讼一直延续至当下。

记者注意到,鑫远股份日前也

发布公告称,因申请重大重组暂时

停牌,预计在11月29日前复牌。

按照谭岳鑫其实控公司在过往的举动,未来极有可能会将其主营业务注入上市公司,并最终实现借壳上市。

兰州黄河董秘办工作人员告诉记者,目前只是签订一个框架协议,不代表后面一定会(落地),后续还要签订正式性的协议。所以之后他们(谭岳鑫方面)会有哪些动作进展,自己也不清楚。记者同步致电鑫远股份董秘办电话,但该号码因未交电话费无法拨通。

临挑战。

兰州黄河就曾多次在财报中提到,公司销售市场消费动能下降,消费者的消费意愿与能力疲弱,整体市场容量有所萎缩。

方刚认为,全国剩下的区域啤酒企业并不算多。能够活下来的企业大多有自己的特点,第一得是产品过硬和产品创新,比如山东泰山原浆、广东蓝带啤酒、河南金星啤酒等。第二就是要自己独特的销售渠道。

方刚曾多次对记者提到,我国啤酒行业高度集中,五大巨头在经过多轮跑马圈地之后,将诸多区域啤酒品牌揽入怀中,并将其合计市场份额最高值提升至约85%。很多区域性啤酒企业的生存状况面

某一个单一因素就能让其翻身的。”方刚说。

财报显示,今年前三季度,兰州黄河净利润亏损0.39亿元,同步下滑445.3%。而在2022年和2023年,该公司已经连续两年出现亏损。

这意味着,如果今年兰州黄河还不扭亏,公司将面临被戴帽的风险。兰州黄河董秘办工作人员表示,因为当下第四季度还未结算,暂时无法回复公司能否扭亏。

方刚认为,兰州黄河首先是要活下来,之后才考虑突围的道路。它需要在产品、渠道、团队等方面都进行升级。

声音

专注投资“好到再也回不到过去”的前沿技术

——访线性资本创始人兼CEO王淮

北京跑出了一家超级智驾企业。近日,智驾科技企业地平线(9660.HK)正式于香港交易所主板挂牌上市,募资约54亿港元,成为今年截至目前港股最大的IPO。上市首日,地平线股价一度涨超30%,总市值达706.2亿港元(约合人民币647.7亿元)。

创业九年,地平线并非一路坦途。据媒体统计,IPO前,地平线累计

融资32轮,共募资23.63亿美元。而在地平线创始人兼CEO余凯接触的第一位投资人线性资本创始合伙人兼CEO王淮眼中,余凯有着非凡的人格魅力以及过人的远见,而这正是线性资本最重视的企业素质。

成立10周年,王淮和他所创立的线性资本投资关注的方向一直是前沿科技及其给产业带来的改变,也就是王淮所

说的,他想要投资那些能给行业带来“好到再也回不到过去”体验的前沿技术。

王淮笃信先进技术和长期主义,相较于纯粹的前沿技术,他更看重那些可以真正落地给产业带来宏大改变的“星星之火”。2018年,王淮作为投资界的杰出代表入选世界经济论坛

发展,再到AI时代的新选择,他都给出了自己的观察。

决定地平线命运的两次抉择

《中国经营报》:作为见证者,你认为地平线行至今日做对了哪些?

王淮:这几年,我们(我和余凯)大概半年会碰一面,作为投资人,我们不太参与企业的经营细节,我们的交流多围绕企业发展的战略等这些维度。他的分享也经常给我一些启发。在我眼中,如果没有当初“壮士断腕”砍掉其他业务线,聚焦智驾,可能不会有如今的成绩。“战略聚焦”让地平线走得更高更远。在这个过程中我们进行过多次深入的讨论,余凯的判断是清晰准确的。“战略聚焦”是决定企业走向的关键一役。

《中国经营报》:作为最早“挖宝”的投资人,能谈谈你当时选择的思路和看法吗?

王淮:地平线成立伊始,余凯为地平线组建了一个背景豪华的联合创始人团队。而“身怀绝技”的联合创始人基于其业务所长,也让地平线最初的发力点涉猎甚广,四面出击。

“一开始有一些并行尝试的方向,造成赛道有一些不清晰”是彼时不少投资人的感受。早期,我其实对地平线的发散运作方式有不同看法,但我们可以作为投资人看好的项目多,缺乏的是真正实践。Facebook的工作经历教会我认为事情都有很多的试错机会,我们当时做事的宗旨就是Break things and move fast(快速破局),很多事情可能是在多次试错后,找到对的方向,坚持做下去就成功了。这需要投资人和创业者有耐得住寂寞的坚持和信念。

《中国经营报》:那也需要坚持的信念方向是对才行。

王淮:是的,地平线有过很多尝试,包括给空调这类家电提供智能音频软硬件模组,给商业场景提供视觉能力等。而这些发力点也曾为地平线带来盈利。但也正是这种场景过于发

散,让投资人认为地平线的发展路径缺少抓手,目标远大却很难落地。

在我看来,2019年地平线决心聚焦汽车智驾领域和“软硬一体的解决方案”,这在当时需要很大的魄力和勇气,余凯的判断在这个时候特别重要。我们都相信战略聚焦可以助力企业高质量发展,但具体聚焦到哪一块业务,做深做实,这需要创始人和他的团队最终下决定。智驾赛道前期投资大、周期长,这些都会考验企业的定力和耐心。“砍掉挣钱的业务,押注短期内不挣钱的项目”,这不是每个创业者都敢下的决定。事实证明余凯的决定是正确的。

在某种程度上,这种战略上的收缩和聚焦,成就了日后拔得智驾头筹的地平线。如果没经历过企业组织架构的巨大变动也很容易成为一个有效组织。成功的企业组织一定要跟你的战略是适配的。

《中国经营报》:2020年,余凯和我聊道:“短平快的生意是没有护城河的,但是也需要追求护城河和业务的同步成长。有时候慢就是快。”你认为,余凯坚持认为公司到一定阶段,更需要的是战略投资而非财务投资。这对地平线的成功有很大帮助吗?

王淮:德国人严谨、对未来有执行力,美国人充满想象力,富有创新精神和试错能力,而中国创业者恰恰能将这两种优势有机结合。

余凯的忧患意识帮助他在最关键的时候做了最正确的抉择,这种能力是罕见的。2020年前后,科技投资如火如荼,赛道火热,余凯却敏锐地预判到了行业的转折点或将到来。在行业夏天就开始为冬天御寒做准备,他的很多判断和抉择都在为未来做预演。

事实上,不到一年的时间,2020年开始,资本环境出现变化,行业融资开

始收紧,不少此前一路高歌猛进的公司遇到了前所未有的挑战。余凯拥有“在积极的环境中不冒进,在充满挑战的市场中不退缩”的能力。

两年后,地平线与大众汽车集团旗下软件公司CARIAD组建了合资公司,这让地平线的业务客户从中国车企扩展到了国际车企。德国人非常重视汽车电子化跟智能化,而前装是一件特别烧钱的事情,在行业并不是一路高歌的情况下拿到巨头的战略投资,余凯的个人能力和魅力(合作方对其看好)发挥了不小的作用。

《中国经营报》:你认为地平线上市是新一代中国硬科技企业的成长范本,在这个过程中,你认为余凯有哪些变化?

王淮:从科学家到创业者,再到一

名成功的企业家,余凯演绎了一名硬核科技创业者的成长历程。比如,这几年,余凯到上海就开始马不停蹄地见客户,很难约到他的时间,为企业的发展奔波的愿景和使命也让他更加务实和“柔软”。有预测能力也有实践精神,这对于掌舵者格外重要。反而是到了北京,我们才能有时间停下来深入聊一聊。

《中国经营报》:你认为地平线上市背后意味着什么?

王淮:地平线在十年内跑完了从初创、产品验证、规模量产到上市的整个流程,走了一条少有人走的路,打造了硬核科技公司的成长范本。尽管很多选择难以复制,但这给了硬科技赛道创业者很大的信心,这是当下特别珍贵的事情。

坚持下去的项目和事情。我们相信让一个技术人实现商业化,比起让商业人实现技术化要容易得多。如果成功,带来的回报也会大得多。所以,线性资本投的人,必须懂技术。但当我们同时要求,他必须谦逊和肯学习。很多技术大牛不懂得怎么跟人打交道,这很难从创业者走向企业家,谦逊让技术大拿明白这不是一个纯靠技术就能解决问题的简单世界。

《中国经营报》:线性资本当下投资的选择也是基于上述背景吗?

王淮:是的,目前线性资本聚焦三大方向:AI+软件、应用,以智能机器人为代表的AI+硬件,传统领域的技术变革(如生物医疗、材料、能源等)为代表的前沿科技。

《中国经营报》:这些领域目前还没有成为火热的赛道?

王淮:是的,当下挣的都是辛苦钱,不好融资,市场体量和路线还在起

步阶段。但我们经常会形容“走一条少有人走的路”。我们最希望的是,别人一眼看过去,说这个市场好像有点小。太棒了!最好不要来,我们就希望这种人少一点,不要那么热闹。市场需要的钱也是有限度的。钱多了,对一个行业不一定是好事。

早期我们关注地平线也是小众赛道,但我们判断一定是未来。以此,就上述领域而言,中国丰富的能源背景及成本优势是可以推动这个领域进化的。我们非常看重制造业,这是立国之本。所以在这个维度,在环境生态、创新意愿、国家支持等方面,(我们)都有自己的优势。此外,我们认为在这个新旧产能更迭的时代,生产制造的材料都在面临一个技术革新的情况,AI可以很好地赋能这些事情。

有利的。过去几十年的发展积累,我们有很多具备国际化视野和开拓能力的人才,这类人才了解全球化的应用应该如何做、如何运营。其次,互联网、移动互联网让全球范围内直接触达更多用户成为可能。加上全球电子支付的普及,让全世界的人为一个通用型的应用付费成为可能,各市场间的壁垒在虚拟世界中被打破了。随之而来的是,一个基于互联网和移动互联网传播的商业化应用,它从第一天起就有可能成为一个全球化的应用。与此同时,在AI的赋能下,应用可以进行全新的、大幅的升级。

《中国经营报》:所以这是时代赋予的机会吗,尤其是对中国创业者而言?

王淮:可以这样理解。以前实现的是“信息和人的匹配”,更多的是“寻找和匹配”,现在是AI让全世界到目

前为止积累的知识体系压缩在模型中,不再是寻找信息,而是“生成”,所带来的效率和创意都有可能比过去更上一个台阶。因此,我们觉得这是时代赋予的机会。

《中国经营报》:我们常常听到to C应用要实现“赢者通吃”,必须先经历“烧钱换市场”阶段。这也会是AI应用的商业化路径吗?

王淮:我觉得不会, AI应用不是烧钱换市场,也不会出现赢者通吃的局面。第一是成本划不来,原来的to C应用,用户数量到达一定规模之后,服务下一个用户的单个成本并不高。因此需要的是规模化。但是在AI领域,每次服务一个用户,它需要的成本是线性递增的,因为每一次都在消耗token,一开始压缩入模型的世界知识反而固定成本。第二是原来to C应

老板秘籍

1

选择投资对象的方法

简历



王淮

王淮是线性资本的创始人兼CEO,主导投资了包括地平线机器人、神策数据、特赞、酷家乐、若琪和恩灵机器人等在内的创新科技公司。

王淮毕业于浙江大学计算机系,并在斯坦福大学获得管理科学与工程专业硕士学位。在创办线性资本前,王淮是Facebook总部中国籍第二位工程师和第一位研发经理。

王淮多次获得媒体评选的“最佳早期投资人”“最受创业者喜爱的早期投资人”等荣誉。他还是未来论坛青年理事会第一届主席,2018年世界经济论坛“全球青年领袖”获得者。

2

如何选择投资赛道

目前线性资本聚焦三大方向:AI+软件、应用,以智能机器人为代表的AI+硬件,传统领域的技术变革(如生物医疗、材料、能源等)为代表的前沿科技。王淮表示,线性希望被投企业的创新科技应用于各个垂直产业大幅提升产业效率,赋能其解决痛点问题,完成产业升级,通过产业价值的大幅度提升实现商业价值的超额回报。值得一提的是,未来合成生物学、新能源、新材料等交叉学科领域利用AI算法赋能可以孕育很多新的赛道。

记者观察

线性资本的非线性思维

“改变世界”也是前后五年几次采访王淮提及最多的一句话。

王淮是余凯接触的第一位投资人,王淮向余凯介绍了高瓴创始合伙人张磊,张磊又向余凯介绍了五源资本的刘芹。线性也是地平线种子轮融资方之一。相关资料显示,2015年10月,地平线正式完成种子轮融资,完整投资方名单是:五源资本、高瓴、红杉中国、线性资本和金沙江创投。作为最早承诺加入的天使轮投资方,事实证明线性资本具有“懂技术”和“敢下注”的专业判断力。

有时候环境有多复杂,胜利的法门就有多纯粹。

“历史是一个永不会停的钟摆。大部分时候,如果你过于聪明地看到了终点,你很难成为一个全情投入的开拓者,你甚至会觉得无事可做。但如果每个人都因畏惧选择停下脚步,就地等着,韬光养晦,那么只会剩下一片僵死的池水。这个世界从来不是理性蛰伏的产物。”这段话对王淮和线性资本来说是一个很恰当的注脚。

王淮是聪明的投资人,但又不会因为过于聪明,而急于追求当下的收益。他敢对投资人说,线性资本只会做长期投资,而这些投资只给极少数有潜力和有远大梦想的技术型创始人。因为这些人可以通过技术的产品化和商品化,最终解决有巨大影响力的“困难问题”。简单概括就是,投资人如果想赚大钱,就得等一等。

“少年应有鸿鹄志,当骑骏马踏平川。”地平线的成长范本和线性资本的10年路径,让我们看到了当下有“后劲”的企业该有的样子,更是市场变动剧烈时代,硬核科技公司未来发展的坚实底色。