经营成就价值

WWW.CB.COM.CN 2024/9/30

新浪微博 weibo.com

本报官方微博 本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

总2573期/每周一出版/本期32版

新闻热线:(010)88890000

中国社会科学院主管

中国社会科学院工业经济研究所主办

《中国经营报》社有限公司出版

社长、总编辑/季为民

零售价/ RMB5.00

中国轨道交通企业出海布局 机遇与挑战共存

A2

金融“组合拳”提振信心 逆周期调节加码

B1

做中国半导体厂商走向海外的推动者

与老板对话 D4

在半导体产业链中,芯片分销商与代理商作为关键环节,紧密联结着芯片原厂与终端客户。他们不仅负责芯片的采购、仓储与分销,还承担着市场推广、技术支持及售后服务的全方位职能。随着市场需求的多样化与产业链分工的精细化,这两者的作用愈发关键。而随着人工智能、物联网、新能源汽车等前沿技术的迅猛崛起,相关芯片需求呈现井喷式增长态势,为分销商与代理商开辟了广阔的“新市场蓝海”。

创立于1921年的安富利(股票代码:AVT),经过一个世纪的不断变革发展,已然成为全球领先的技术分销商和解决方案提供商。通过与系统集成商、电子元器件供应商、设备制造商、连接器提供商、服务提供商、云/数字平台提供商等产业链中的合作伙伴合作,安富利构建了广阔的互联生态系统,成为众多行业和应用的关键赋能者。

在全球半导体产业快速发展的浪潮中,中国企业正以前所未有的速度和决心,在多个领域实现突破。安富利将在中国市场扮演什么角色?与此同时,继电动化之后,以智能驾驶为代表的汽车智能化趋势已经渐成主流,如何在这股潮流中觅得更好的发展机会?近日《中国经营报》记者采访了安富利中国区总裁董花。

社评

改善需求是提振消费的“良方”

每逢节假日来临,消费都是市场热门话题。马上到来的“十一”黄金周,也令人期待。商务部近日表示,将通过“消费促进年”系列活动,进一步优化消费供给,创新消费场景,营造消费氛围,更好满足居民节日消费需求。

受政策驱动,假日经济对消费的带动作用逐渐明朗。以刚刚过去的中秋节为例,根据文化和旅游部数据中心测算,2024年中秋节假期,全国国内出游1.07亿人次,按可比口径较2019年同期增长6.3%,国内游客出游总花费510.47亿元,较2019年同期增长8.0%。

短短几十字,折射出的消费概况备受关注,其中两个数字格外醒目,一个是1.07亿的出游人次,另一个是510.47亿元的花费金额。按照三天假期计算,500多亿元的消费能力也体现出市场的活力,然而从人均消费来看,中秋三天假期的人均消费金额为477元。

对比2024年上半年数据,国内旅游人次为27.25亿,国内游客出游总花费为2.73万亿元,人均消费金额为1002元。

站在更高维度去观察,中秋假期的消费动力似乎并不充足。虽然目前官方尚未披露三季度更多消费数据,但整体看,消费走弱似乎已成当前共识。

在这样的背景下,改善需求和刺激消费作为经济政策中的重要议题受到各方关注。立足新发展阶段,我们认为,改善需求、恢复市场信心才是提振消费的关键,也是加快推进“双循环”的根本之策。

改善需求,通常指的是消费者对现有产品或服务的改进需求。比如,在房地产市场中,改善性住房需求就是指那些对现有居住环境不满意,希望通过购买更好的房产来改善生活质量的人群的需求。

今年以来,从中央到地方均提出一系列改善需求的举措。以房地产市场为例,在一、二线城市,比如北京、天津和厦门,这些城市的改善性需求明显高于刚需,改善群体的交易量甚至超过刚需交易量的1.5倍。

为更好满足居民在住房方面的改善需求,一些城市取消了普通住宅和非普通住宅标准,这不仅减轻了部分购房者的税收负担,也进一步释放了改善性住房需求。

除此之外,政府和开发商也采取了多种措施。例如,通过优化住房公积金政策,加大个人住房公积金贷款支持力度,以帮助购房者更好地实现改善性住房需求。同时,一些城市推出了“以旧换新”政策,通过集中收购二手住房、契税优惠和发放补贴等方法,激发居民卖旧买新的意愿。

9月27日,中国人民银行发布公告,自2024年9月27日起,下调金融机构存款准备金率0.5个百分点(不含已执行5%存款准备金率的金融机构)。本次下调后,金融机构加权平均存款准备金率约为6.6%。

事实上,早在9月24日国新办新闻发布会上,“一行一局一会”三大金融部委就释放了一系列利好政策。比如:通过降准刺激银行放贷款;降低二套房最低首付比例以刺激居民购房;降低存量房贷以降低居民利息支出压力,同时刺激消费;保障性住房再贷款提升央行支持比例,来降低银行承担的风险,促进住房再贷款发放。

政策出台的目的就是要对冲市场下行风险,进而稳定整体预期。仍以房地产市场为例,今年以来,我国房地产市场出现的阶段性调整成为市场关注热点。

根据国家统计局发布的数据,1—8月份,新建商品房销售面积60602万平方米,同比下降18.0%,其中,住宅销售面积下降20.4%。新建商品房销售额59723亿元,下降23.6%,其中,住宅销售额下降25.0%。

从趋势看,在供需关系发生重大变化的背景下,我国房地产市场出现了阶段性调整,市场观望气氛较浓,住房需求释放不足,因此,新建商品住房价格仍在下降,投资、销售额同比仍在下降。

基于这样的逻辑,如何改善需求成为当务之急。我们认为有三方面的举措:

首先,提高居民收入是增强消费意愿的关键。当前,消费动力不足的一个主要原因是口袋没有钱,因此政府可以通过多种方式增加居民收入。例如实施就业优先政策,帮助困难群体就业,推动低收入群体进入中等收入行列,从而提高居民的消费能力。

此外,还可以通过调整收入分配格局,提高劳动报酬在国民收入中的比重,以增加居民的可支配收入。

其次,优化消费环境和条件也是提升消费意愿的重要手段。

政府可以通过完善基础设施建设,如交通、能源和水利等,来改善居民的生活质量,从而激发消费潜力。同时,改善消费环境还包括加强市场监管,维护公平竞争秩序,创造安全放心的消费环境。

最后,要丰富产品供给和创新营销策略从而有效刺激消费。例如,通过个性化推荐系统和直播带货模式,可以更好地满足消费者的个性化需求,提升购物体验,从而提高购买意愿。

事实上,消费是一种个人偏好。如果个体拥有足够的收入和对未来的稳定预期,那么无须外界刺激,大家也会自然消费。基于这样的事实,监管部门接连出台政策,也对稳预期与增信心发挥了重要引导作用。

日前召开的中共中央政治局会议指出,当前经济运行出现一些新的情况和问题。要全面客观冷静看待当前经济形势,正视困难、坚定信心,要抓住重点、主动作为,有效落实存量政策,加力推出增量政策。

我们坚信,随着各项政策举措的落实落地,消费市场的信心会得到提振,而中国经济在四季度企稳回升的信号也逐渐明朗。

本期热词

短剧出海

“不出海,就出局”,如今出海热潮正在席卷短剧市场。事实上,从2022年起,多家中国短剧企业开始布局海外市场,并取得亮眼成绩。其中多款国产短剧应用在欧美、东南亚等市场下载量与内购收入屡创新高,中国短剧出海迎来跨越式发展机遇。

短剧出海 乘风破浪正当时 A3

存量利率下调

存量房贷利率下调涉及银行38万亿元住房按揭贷款投放,将为1.5亿人减负,这引发了市场高度关注。政策的出台进一步稳定了市场,提振了信心。对市场而言,此举不仅减轻了老百姓的房贷偿还压力,也在支持房地产行业回暖的同时拉动了消费。

存量房贷利率下调 1.5亿人减负 B2

视频大模型

自今年年初OpenAI的Sora惊艳亮相之后,视频生成大模型就备受业界关注。近日,字节跳动旗下火山引擎发布两款大模型,目前模型已经面向企业市场开启邀测。市场人士分析,大模型在B端市场的落地将具有重要意义。

字节跳动推出两款视频生成大模型 C2

跨界收购

名创优品以63亿元收购A股上市公司永辉超市29.4%的股权。交易完成后,名创优品将成为永辉超市第一大股东。此前,以胖东来为主要代表的一批国内超市曾掀起结构性改革的浪潮,未来,永辉能否在变革中脱颖而出值得期待。

63亿元入股永辉 名创优品“押宝”线下零售 D1

经济大势 A1~A4

降准降息同时落地 …… A3
货币政策助力稳增长

老年人困在“便宜”中 …… A4

营商环境 B1~B16

美联储降息 人民币汇率稳中有升 …… B3
美元理财还“香”吗?

“十一”黄金周倒计时 …… B5
银行“冲刺”假日消费

自然灾害频发 …… B7
巨灾保险保障走向机制化

元宇宙与AI融合加速 …… B8
产业亟待一体化监管

雄安雄心:蝶变向新 …… B9

拿地强度下降近四成 …… B11
地产“黑马”建发股份放缓逆势扩张步伐

智在公司 C1~C8

巨人迟暮 …… C2
英特尔是否还有“第二春”

中国LCD独占鳌头 …… C3
高世代玻璃基板国产化仍不足

布局20多个海外基地 …… C5
轮胎厂商出海应对“双反”

挑战Model Y 蔚来的品牌下沉“阳谋” …… C7

闪送再度冲刺IPO …… C8
即时配送江湖已变天

消费连锁 D1~D4

高途佳品停播 …… D2
流量之下商业如何良性闭环

茅台打出多张“稳价牌” …… D3
回购股份与稳价策略并行

告读者

本报10月7日休刊,10月14日(总2574期)正常出版。祝广大读者节日快乐!

本报编辑部

中经传媒智库 本报官方订阅微店

6 942626 144086

广告许可证:京海工商广字第0224号

本报常年法律顾问所: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

国内统一连续出版物号/CN 11-0151 邮发代号/1-76 社址:北京市海淀区玉泉山路23号院北区7号楼 邮编:100097 海外发行总代理:中国国际图书贸易总公司 海外发行代号:1613D 印刷:人民日报印务有限责任公司(北京市朝阳区金台西路2号)

中国轨道交通企业出海布局 机遇与挑战共存

本报记者 孙丽朝 柏林报道

2024德国柏林国际轨道交通技术展览会（InnoTrans 2024，以下简称“柏林轨道交通展”）9月24—27日举行。该展览是世界轨道交通行业规模最大、影响力最广的展览会，被称为轨道交通行业的“奥林匹克”盛会。

今年展会上，包括中国中车、华为在内的约200家中国企业参展，他们向世界展示了中国轨道交通领域的技术与成就，并谋求更多向海外市场走出去的机会。

“现在我们公司业务海外和国内市场各占一半比例，我们积极参与海外展会，向世界展示和宣传马钢轮轴，争取让全世界各国、各地区都用上马钢的轮轴产品。”展会期间，宝武集团马钢轨交材料科技有限公司（以下简称“马钢交材”）高级副总裁李翔在接受《中国经营报》记者采访时表示。

作为轨道交通装备生产大国，经过二十多年的发展，中国拥有了完整的轨道交通产业链，并在轨道交通设备生产、线路建设和运营领域积累了大量的技术、经验和产能。随着国内轨道交通市场需求增速的放缓，越来越多的中国企业将目光瞄准海外市场。

出海中的“中国队”

“对于众合科技来说，拓展国际市场是企业经营的一个重要任务，除了跟随国家项目走出去，企业还要在相关合作伙伴配合下，持续布局相关海外业务。”

在全球化背景下，企业面临着打造行业影响力和触及供应链及客户等诸多变革，企业出海似乎已是必然。

浙江众合科技股份有限公司（000925.SZ，以下简称“众合科技”）副总裁许明在接受《中国经营报》记者采访时表示，“一带一路”倡议提出十年多来，众合科技跟随中国轨道交通领域几家央企一起，在埃塞俄比亚、尼日利亚等地拿到了三个信号系统项目。

“对于众合科技来说，拓展国际市场是企业经营的一个重要任务，除了跟随国家项目走出去，我们还要在相关合作伙伴配合下，持续布局相关海外业务。”许明称。

对华为交通团队来说，海外市场同样重要。

华为交通智慧化军团副总裁王国钰对记者介绍，近年来，华为与全球的客户和伙伴紧密合作，持续参与和推动全球交通行业的数智化发展。截至目前，华为已服务全球300多条城轨线路、18万公里铁路里程。

王国钰表示，全球轨道交通行业正加速进入宽带化、云化、智能化时代，华为也推出了一云一网N枢纽的解决方案。高质量的下一代铁路移动通信系统（FRMCS），具备大带宽、广覆盖和低时延的特点，是轨道交通宽带化发展的关键支撑。

铁路是南非的国家“大动脉”，承担了南非近80%的客运运力。

但近年来，南非铁路基础设施老化、机车更新慢、保养维护投资不足等问题日益突出，有着百年历史的南非客运铁路网已跟不上经济社会快速发展的需求。

在这样的背景下，智能化成为南非客运铁路局（PRASA）的必然选择。

2023年年底，南非客运铁路局携手华为上线铁路周界智能防护解决方案，实现全流程的智能检测与安全防护。

“方案包含周界光视联动、集成地图显示和集成安全管理平台，可进行安全事件的检测、上报及确认，完成铁路周界安全系统的业务闭环。近零漏报和极低误报的技术优势，将原来每月上百起的铁路光缆失窃事件降低了80%”。王国钰介绍。

柏林轨道交通展门口，最大的广告来自中国中车。 孙丽朝/摄影

“走出去”的挑战

由于信号系统属于高端装备，在部分海外市场，大家更青睐于欧洲或美国企业，让海外用户了解和认可我们需要一个过程。

不可否认，海外广阔的市场给中国企业带来了众多新机遇。但在“走出去”的过程中，中国企业也需要不断面临新任务、克服新挑战。

中车长客海外事业部中东及非洲区域副总经理刘志民向记者介绍，目前的海外市场是一个国家一个标准，这对企业来说，需要随时根据市场情况不断调整思路。

以轨道车辆防火为例，沙特项目选用BS标准（由英国标准协会British Standards Institution制定的标准），美国项目则选用NFPA标准（由美国消防协会National Fire Protection Association制定的标准）。此外，两个国家的防火标准不同，因此系统和元器件选择也会不一样，这使得相关设计、材料、实验等全套都要改动。

不仅如此，除了各国国情和行业标准不同外，由于中国轨道交通行业属于后发赶超者，也面临着海外客户不了解、不信任所带来的挑战。

许明对记者表示，由于信号系统属于高端装备，因此在部分海外市场，大家更青睐于欧洲或美国企业。

在许明看来，让海外用户了解和认可我们需要一个过程，国外企业对于中国轨道交通技术水平了解并不多。“目前，很多人对中国轨道交通技术的认知还停留在很多年前，但实际上我们的技术已经非常成熟和发达。”

采访中，中车长客海外事业部拉美区域总部副总经理刘杨也表达了这样的感受。他表示，开拓新的海外市场初期，当地业主对中国企业可能会有疑虑或不信任。“对我们来说，努力消除这种不信任是开展工作的第一步，我们希望让更多客户了解并信任中国企业，这样才能逐步打开海外市场。”

海外市场认可度提升

随着中国国际影响力的提升和中国企业技术水平的不断进步，中国企业的海外市场空间也会越来越大。

刘杨回忆道，2009年，中车长客海外团队在与巴西业主进行技术交流时，有巴西客户问：“你们在中国是不是每天骑着单位统一发放的自行车，穿着统一服装在工厂里工作？”原来这位巴西业主对中国的印象还停留在上世纪六七十年代。

随着合作的推进，为了让客户了解真实的中国，打消客户疑虑，刘杨邀请这位巴西业主来中国监造。这位巴西人来到中车长客后，参观了工厂，并与产线工人进行了面对面交流，还乘坐了高铁，中国装备制造业的先进水平与中国产业工人的面貌让他深受感染，双方的信任得以建立。

许明也表示：“我相信，随着中国国际影响力的提升和中国企业技术水平的不断进步，中国企业的海外市场空间也会越来越大。”

中国中车董事长孙永才此前在接受记者采访时表示，近年来，中国中车坚持“一核三极多点”业务“走出去”，实施精准化的市场策略，深耕国际市场，强化“五本模式”落地，即本地化生产、本地化采购、本地化用工、本地化售后服务和维修、本地化管理，取得了较好经营成果。

对于未来海外市场的布局，孙永才表示，中国中车将以实现双赢多赢为目标，加强全球业务布局，聚焦“产品+”“系统+”模式，推动实施重点项目和示范工程，高质量推进“一带一路”重大合作项目，为世界提供基于数字化、智能化、绿色化、全生命周期服务的系统解决方案。

众合科技许明：中国轨道交通更新改造市场空间巨大

本报记者 孙丽朝
柏林报道

“目前，中国城市轨道交通运营里程已超过1万公里，如此体量支撑下，仅看更新改造市场，也有很大的空间，因此，我对行业总体未来发展保持积极乐观的看法。”浙江众合科技股份有限公司（000925.SZ，以下简称“众合科技”）副总裁许明对《中国经营报》记者表示。

众合科技是中国轨道交通信号领域的先锋企业之一，行业市场占有率长期处于全国前三，也是中国轨道交通数字化与智能化转型的重要力量。

就轨道交通未来发展增长点和轨道交通信号企业缘何积极拓展低空领域等热点问题，许明在2024德国柏林国际轨道交通技术展览会（InnoTrans 2024）期间接受了记者专访。

“低空经济”的商业价值

《中国经营报》：近两年，低空经济成为发展热点，许多轨道交通信号企业都在布局低空经济。众合科技也在研发低空空域管控系统和低空服务管理系统，目前公司在低空经济方面的具体进展如何？众合科技在轨道交通信号和调度指挥系统等领域拥有的先进经验、技术和市场，这对于公司未来进入低空经济领域有哪些帮助？

许明：众合科技这两年一直在积极研究并布局低空经济领域，今年公司投资了空域管理系统提供商——北京鸢飞科技有限公司，并积极对接飞行器领域相关企业。与此同时，众合科技自主研发的，适用于高端飞控系统的三余度安全计算机也将发布。

近两年，许多轨道交通信号企业都在瞄准低空经济市场，主要因为轨道交通信号和低空经济管控系统有较高匹配度。轨道交通线网的管理目标是让车辆安全行驶、不冲突，空域管理也是同样道理，我们在轨道交通领域的很多经验，都可以推演到低空领域。

《中国经营报》：你认为，低空经济的市场空间究竟有多大，未来可能有哪些商业应用场景？

许明：低空经济市场空间虽然很大，但现在尚不明确，且落地的商业模式也不多，现在主要应用领域是以政府服务为主，比如政府巡视巡检。在商业应用上，低空快递业务因为运行成本过高，目前还没有形成气候。

现在有城市提出了“低空+轨道”的探索模式，特别是地面线路，利用站点、段场等相关资源，可以为低空无人机提供停泊服务，也可与轨道交通共用相关资源，如土建、供电、维护维保等。这些站点本身也是城市的经营支点，可打通客流和相关物流。

许明
浙江众合科技股份有限公司副总裁

未来，低空经济发展仍然要不断拓展商业价值，并能覆盖设备采购和运营成本，这样市场和客户才会买单。

以往一些新生事物诞生时，大家刚开始也会迷茫，但随着时代和技术的变革，这一事物可能很快腾飞，比如智能手机的定位功能，刚开始大家不知道其应用场景有哪些，后来定位功能带动了手机打车、外卖等服务快速发展。

和上述情况类似，未来随着低空技术的发展，其商业模式也会逐渐明晰，对我们来说，要以开放的态度对待和拥抱新事物。

信号系统更新改造市场增长

《中国经营报》：随着中国城市轨道交通项目审批门槛的提升和铁路网络铺设逐步完善，中国轨道交通市场将逐步结束高增长阶段。你认为未来轨道交通软硬件领域的增长点在哪里？

许明：目前，轨道交通新批新建项目明显压缩，工程类订单少了，这对土建类企业影响较大。但对于信号企业来说，虽然新建市场在减少，但老旧线路的更新改造市场正在崛起。

随着四网融合、绿色化、数字化要求的提出，轨道交通信号系统当前处于变革阶段，客户需要也在不断提升。众合科技的轨道交通信号领域长期位居行业前三，售检票系统稳居全国前二，我们希望让技术更好地匹配市场需求。

未来，信号系统改造和设备更新换代需求会不断增加，这对我们来说是一个稳健的新增市场，所以对于未来发展，我们并不悲观，只要技术能不断匹配行业和客户需求，公司就能保持良好发展态势。

《中国经营报》：基于你的观察，你判断未来轨道交通信号领域新建和更新改造市场占比会发生怎样的变化？

许明：现在信号系统新建市场高于更新改造市场，预计未来两三年，占比可能会达到1:1，而后更新改造市场将逐步大于新建市场。

对于准一线城市来说，当城市轨道交通规划获批到第四期时，大概率已拥有10条以上地铁线路，地铁网络已覆盖城市主要区域，地铁大规模建设已基本完成。

目前，机电电子类设备的使用周期通常是15年。15年之后，设备的可靠性会降低，故障率也会不断提升，而机电设备在整个地铁投资中占比较低，所以其更新改造对于地方政府和地铁公司来说，资金压力并不大，特别是国家提出了“以旧换新”政策，未来市场会形成相对确定并具备连续性的有效需求。

《中国经营报》：2024年1月24日，众合科技开始进行东南亚市场的投资布局，注册新设海纳新加坡公司，未来公司发展有何规划？

许明：除了交通领域外，半导体也是我们的重点产业，公司的前身就是1970年成立的浙江大学半导体厂。海纳股份在新加坡成立分公司，主要是想更好地辐射东南亚市场。

我们的交通和半导体等几大板块是联动发展的，目前来讲，在东南亚市场是半导体先行，未来我们也将积极推动轨道交通产品在东南亚市场落地。

降准降息同时落地 货币政策助力稳增长

本报记者 谭志娟 北京报道

国庆假期前夕，央行连发数个大招：降准、降息、下调存量房贷利率。

9月24日，央行行长潘功胜在国新办发布会上宣布，将下调7天期逆回购操作利率0.2个百分点，下调存量房贷利率及房贷首付比例、下调存款准备金率0.5个百分点。

受访业界专家认为，此次央行宣布一揽子宽货币、稳地产、稳经济的增量政策，力度超出市场预期，这将有效提振市场信心，改善社会预期。“预计未来财政政策有可能出台更多增量政策，并和货币政策形成合力，形成惠民利企的政策效应。”一位市场人士对此分析。

提振总需求

本次央行宣布降息降准，体现出稳市场预期的积极信号。二季度以来，受楼市持续调整、国内有效需求不足、新旧动能转换等影响，我国经济运行稳中偏弱，物价水平延续低位，逆周期调节举措需求上升。

虽然此前市场对降准降息早有准备，但此次央行发布的政策力度远超市场预期。

9月24日，央行宣布，近期将下调存款准备金率0.5个百分点，向金融市场提供长期流动性约1万亿元，这是今年2月以来的再次降准。

降准政策实施后，银行业平均存款准备金率大概是6.6%，与国际上主要经济体的央行相比，中国央行目前仍有一定的下调空间。

在业界看来，本次央行宣布降息降准是对7月中央政治局会议部署的具体落实。7月30日中央政治局会议提出“宏观政策要持续用力、更加给力”“要综合运用多种货币政策工具，加大金融对实体经济的支持力度，促进社会综合融资成本稳中有降”。

央行相关负责人称：“到年底之前还有3个月时间，我们也会根据情况，有可能进一步再下调0.25—0.5个百分点。”

据民银研究统计，这套组合拳释放的流动性最高可达2万亿元，这将推动银行负债成本下降80亿元左右。

东方金诚首席宏观分析师王青对《中国经营报》记者表示，本次央行宣布降息降准，体现出稳市场预期的积极信号。“二季度以来，受楼市持续调整、国内有效需求不足、新旧动能转换等影响，我国经济运行稳中偏弱，物价水平延续低位，逆周期调节举措需求上升”。

在降低政策利率方面，央行表示，将7天期逆回购操作利率下调0.2个百分点，从目前的1.7%降为1.5%，预计本次政策利率调整之后，将会带动中期借贷便利（MLF）利率下调大概在0.3个百分点。

民生银行首席经济学家温彬认为，以7天逆回购利率为基准，促进利率谱系的同步下调，也进一步疏通了由短及长的利率传导路径，这会助力新的货币政策框架逐渐完善。

随着政策性降息和LPR下调，实体经济的融资也有所下降，这有利于加快全年经济增长目标的实现。

王青表示，本次央行宣布降准降息，将对提振宏观经济总需求发挥重要作用。因为融资成本下调将直接刺激消费和投资需求，推动经济增长动能改善。“此外，降准降息也可以缓解当前宏观经济‘供强需弱’的局面，进而推动物价水平温和回升。”

促居民消费

综合考虑最近4年的房贷政策，100万贷款本金、30年等额本息的按揭贷款，其月供累计已经减少了870元。通过合理调整存量房贷利率，降低居民按揭月供幅度或负债压力，也有助于释放消费综合效应。

在国新办举行的新闻发布会上，中国人民银行回应了近期老百姓最关心的存量房贷利率下调的话题。

潘功胜表示，为落实中央关于促进房地产市场平稳健康发展的决策部署，央行会同金融监管总局出台了五项房地产金融的新政策。

央行宣布，降低存量房贷利率和统一房贷最低首付比例，引导商业银行将存量房贷利率降至新发放房贷利率附近，预计平均降幅在0.5个百分点左右。统一首套房和二套房的房贷最低首付比例，将全国层面的二套房贷款最低首付比例由25%下调至15%。此前5月17日，首套房最低首付比例下调至15%。

与2023年9月存量房贷利率调降政策相比，本次政策在适用范围和调降幅度上均有所加强。重点调整了二套房贷利率，这有助于进一步降低购房门槛和刺激多样化的改善性住房需求。

上海易居房地产研究院副院长严跃进对记者表示，央行此次政策，覆盖存量房贷和新购房需求，覆盖面广，惠及力度大，为购房成本降低、持续增强购房信心、持续降低存量房贷风险发挥了积极的作用。

据严跃进测算，综合考虑最近4年的房贷政策，100万元贷款本金、30年等额本息的按揭贷款，其月供累计已经减少了870元。也就是说，对于贷款100万元的家庭来说，每个月银行卡其实可以少支付870元。

华创证券分析称，本次存量房贷利率调降惠及5000万户家庭、1.5亿人口，平均每年减少家庭利息支出总数在1500亿元左右，人均利息支出减少约为1000元。

据悉，最近几年，央行不断完善房地产金融宏观审慎政策，从供需两端综合施策，多次调降个人住房贷款的最低首付比例、降低贷款利率、取消利率政策下限，设立保障性住房再贷款支持收购存量商品房等系列政策来促进房地产市场平稳健康发展。

光大银行宏观市场部研究员周茂华表示，央行通过引导金融机构合理调降存量房贷利率，避免新旧房贷利差扩大，稳定了银行业务；同时，通过合理调整存量房贷利率，降低居民按揭月供幅度或负债压力，也有助于释放消费综合效应。

在市场人士看来，本次调降存量房贷利率政策，预计将进一步降低居民端的资产，这有助于稳银行资产规模，同时改善居民端消费活力。

王青认为，房地产市场未来有进一步下调房贷利率的空间，同时政策可能会对房地产行业实施定向降息，这对稳定房地产预期有重要指导作用。

2020年以来降息降准统计

降准日期	降准幅度	降息日期	降息操作	降息幅度	降准形式
2024-02-05	-0.50%	2024-07-25	1YMLF	20bp	全面
		2024-07-22	7d逆回购、1YLPR、5YLPR、隔夜SLF、7dSLF、1MSLF	10bp	
		2024-02-20	5YLPR	25bp	
		2024-01-25	1Y支农、支小再贷款和再贴现	25bp	
2023-09-15	-0.25%	/	/	/	全面
2023-03-27	-0.25%	2023-08-21	1YLPR	10bp	全面
		2023-08-15	7d逆回购、隔夜SLF、7dSLF、1MSLF:1YMLF	10bp、15bp	
		2023-06-20	1YLPR、5YLPR	10bp	
		2023-06-15	1YMLF	10bp	
		2023-06-13	7d逆回购、隔夜SLF、7dSLF、1MSLF	10bp	
2022-12-05	-0.25%	/	/	/	全面
2022-04-25	-0.25%	2022-08-22	1YLPR、5YLPR	5bp、15bp	全面+定向额外
		2022-08-15	7d逆回购、1YMLF、隔夜SLF、7dSLF、1MSLF	10bp	
		2022-05-20	5YLPR	15bp	
2021-12-15	-0.50%	2022-01-20	1YLPR、5YLPR	10bp、5bp	全面
		2022-01-17	7d逆回购、1YMLF、隔夜SLF、7dSLF、1MSLF	10bp	
		2021-12-20	1YLPR	5bp	
		2021-12-07	1Y支农、支小再贷款	25bp	
2021-07-15	-0.50%	/	/	/	全面
2020-04-15 2020-05-15	分别 -0.5%	2020-07-01	再贴现利率	25bp	定向
		2020-04-20	1YLPR、5YLPR	20bp,10bp	
		2020-04-15	1YMLF	20bp	
2020-03-16	-0.5% 至-1%	2020-04-10	隔夜SLF、7dSLF、1MSLF	30bp	定向
		2020-03-30	7d逆回购	20bp	
2020-01-06	-0.50%	2020-02-20	1YLPR、5YLPR	10bp、5bp	全面
		2020-02-17	1YMLF	10bp	
		2020-02-03	7d逆回购	10bp	
		2019-12-31	隔夜SLF、7dSLF、1MSLF	5bp	

数据来源：华福证券、Wind。 制表/刘洋

短剧出海 乘风破浪正当时

本报记者 倪兆中 北京报道

“不出海，就出局”。当出海热潮的风吹到短剧市场，又会掀起怎样的浪花。

《中国经营报》记者梳理发现，从2022年起，多家中国短剧企业开始布局海外市场，并取得亮眼成绩。多款国产短剧应用在欧美、东南亚等市场下载量与内购收入屡创新高，中国短剧出海迎来跨越式发展机遇。

随着内容生产和制作的上下游产业链日渐完善，中国短剧产业持续发展和扩容，短剧出海也成为新的增长点。

短剧出海规模空前

艾媒咨询数据显示，2023年国内短剧市场规模为373.9亿元，电影市场总票房超549亿元。从数据上看，短剧已经达到了电影市场近七成规模。

短剧在国内蓬勃发展的同时，海外市场开拓也在如火如荼地进行中。在2022年，就有部分企业开始布局海外市场，如中文在线在2022年8月面向欧美市场推出Reel Short，安悦网络在2022年10月面向泰国市场推出Flex TV。

不过，真正的集中出海是从2023年9月开始。Sensor Tower数据显示，近一年的时间里，中国已有多达40多款短剧应用试水海外，短剧应用的累计下载量近5500万次，内购收入达到1.7亿美元。

海外短剧当前主要收入模式有两种，即IAP（In-App Purchase，应用内购买）付费短剧和IAA（In-App Advertisement，应用内广告）免费短剧，两种方式都需要将观众引入自己的短剧App内，通过看广告或直接付费完成商业变现。

据点点数据预估，2024年上半年，短剧应用端ReelShort全球双端内购收入约为5034万美元，而在2023年全年，该收入为2888万美元。SensorTower数据显示，今年2月，短剧应用端DramaBox在美国市场的双端收入达到600万美元以上，整体上涨82%。

ReelShort母公司Crazy Maple Studio（枫叶互动）副总裁南亚鹏表示，海外短剧目前是蓝海市场，今年一季度对比去年同期，整个行业市场收入呈现10倍增长。今年3月份总收入为六七千万美元，现在的单月收入已经过亿美元。

一位短剧从业者告诉记者，中国短剧出海有着得天独厚的优势，因为很多短剧都是由网文改编而来，而中国网文已在海外推广多年，拥有相当数量的粉丝，而且这些粉丝还有一定的中文阅读能力，对短剧的接受度自然更高。

柠萌影视联合创始人、执行副总裁周元谈及短剧出海时表示，过去国内内容出海都还依赖奈飞、HBO、迪士尼等美国大平台，自从短剧出现之后，中国企业找到了一个新领地，可以跳过迪士尼、奈飞，将国内的内容直接输送到海外，这是非常让人振奋的一件事。

题材众多市场广阔

事实上，中国短剧出海，在短短两年时间就实现了从最初的尝试到如今的规模化、系统化运作。当下热门的海外短剧App的集中上线时间是在2023年，海外短剧市场也在这期间迎来暴涨。

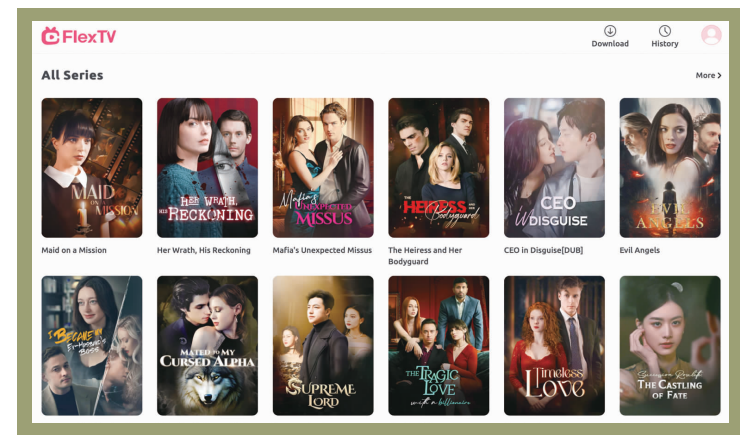
南亚鹏介绍，海外短剧App主要有两种类型：一是受众国本地的自制剧，其中也包括一些改编自国内的爆款剧；另一种就是国内的头部平台将国内的一些优秀短剧翻译和配音之后，推向海外市场。

据记者了解，布局海外的企业，主要是国内短剧的头部玩家。目前在海外短剧的头部序列中，包括中文在线旗下的ReelShort，点众科技旗下的DramaBox，九州文化旗下的ShortMax，新阅时代的GoodShort。其中，ReelShort的实力尤为不俗。

中文在线日前发布了2024年业绩中报，显示ReelShort的母公司枫叶互动在报告期内，营收达10.86亿元，同期净利润达到2293万元，均超过2023年全年的表现。而报告期内，中文在线自身的营收只在4.6亿元，尚不及子公司枫叶互动的一半。

从题材上看，出海的短剧类型主要包括霸总、复仇、言情、玄幻等，这些类型在海外市场颇受欢迎。不同地区也有不同喜好，例如，狼人、吸血鬼等超自然题材在欧美市场有较高的接受度，而在东南亚市场，家庭伦理类、豪门恩怨等题材更受欢迎。而国内大火的“赘婿”题材，在海外鲜有人关注。

从地域上看，出海短剧覆盖面比较广阔，包括北美、东南亚、南美、欧洲、日本等，但这其中差别也非常明显。南亚鹏表示，目前欧美平台竞争激烈，但诸如中东市场、东南亚市场等，都还没有大平台出现，有巨大增长空间。



安悦网络在2022年10月面向泰国市场推出Flex TV。 图片来源：Flex TV官网

值得一提的是，在海外市场中，美国市场是重点区域。Sensor Tower数据显示，头部短剧应用总收入的60%—70%来自美国市场，主要原因在于美国用户拥有更强的付费意愿和消费能力。

中文在线的海外短剧产品ReelShort和点众科技的海外短剧产品DramaBox都主要面向北美市场。ReelShort和DramaBox在美国市场的平均单次下载付费是其他市场的6倍。

其他市场中，也有企业表现不俗，比如嘉书科技的出海短剧应用TopShort在日本市场表现突出，目前已成为日本市场收入和下载量最高的短剧应用。

挑战与机遇并存

随着全球互联网用户数量的增多，以及未来全球互联网用户娱乐付费意愿增强，站在新的起点，中国短剧出海将会获得更为良好的市场环境。但与此同时，中国短剧出海也面临着一些困难与挑战。

尽管目前诸多出海企业营收颇丰，但部分企业也面临成本高、回款慢等问题，海外的拍摄成本和作业模式与国内不同，渠道会抽走的流水远高于国内。同时，腰部和尾部公司盈利困难，海外的短剧商业模式虽然和国内趋同，但回款速度慢，国内内购回款一般在一周，而海外的回款则在3个月左右。

而且各国网络监管规制差异悬殊，不同国家与地区在数字内容的监管措施上存在差异，这使得微短剧出海内容的落地流通面临一些不确定性。

比如，在北美地区，对于短剧内容的审查标准较为严格，涉及版权、内容适宜性等多个方面。在东南亚地区，各国的监管政策也不尽相同，有的需要考虑法律问题，有的则需要考虑民俗和宗教问题。

与此同时，短剧出海的利润空间巨大，势必会吸引更多玩家入场。比如以直播起家的映客更名为映宇宙之后，也涉足短剧领域，目前已推出两款海外短剧App，针对北美和东南亚市场。专注于海外市场的赤子城科技，也孵化App开启短剧业务，将会专注于中东市场。

尤为值得关注的是，国内一些例如阅文之类网文巨头，目前还未在短剧出海方面发力，如果这类企业布局海外市场，现有格局或将受到极大冲击。还有一些海外企业也开始关注短剧，比如德国、乌克兰甚至印尼的一些企业也已推出了相应的短剧App，国产短剧出海将面临更为激烈的市场竞争。

总体上看，中国短剧出海前景广阔，但也需要面对诸多挑战。只有通过行业共同努力，不断创新和完善，才能在海外市场建立起更具竞争力的产业生态。

老年人困在“便宜”中

本报记者 颜世龙 北京报道

伴随老龄化时代的到来，“银发经济”本该是一个拥有巨大潜力的市场，但一些商家却利用老人“贪小便宜”的心理对此进行了“围猎”。如同外卖骑手困在“时间”系统里，农村老年群体也陷在这些“便宜”中。

“最近我妹妹回农村老家发现家里安装了一台荣事达牌净水机，后来才知道是母亲花了2680元安装的，是商家开车把同村几位老人拉到市区参加活动，还免费送了鸡蛋、洗衣粉、鞋子等礼品。”近日，江苏省泰州市的陈先生向《中国经营报》记者表示，而这台2680元的净水机公司拿货价，只有五六百元。

资深法律专家、北京劭和明地律师事务所律师李超认为，商家通过举办类似促销产品说明会方式进行营销，本身并没有违法，但如果营销过程中存在误导销售、夸大宣传等情况，则可能会违反相关法律法规。

2680元安装的净水机

陈先生拨打了泰州市12345进行了投诉，荣禹电器经营部最后也退款了，但只退了2250元，因为还被扣了430元的耗材费用。

陈先生介绍，平时他和妹妹都在市区工作，所以对母亲买净水机的事也不知情。“我们泰州市水质不差，都是使用自来水，没必要安装这种净水机，关键价格高得离谱。”陈先生说。

从记者获得的陈先生母亲与商家的购销合同来看，这台价值2680元的净水机型号为RSD-RO75型，产品名称为荣事达水质处理器。

其中温馨提示上写明：老年人购买产品需同亲属商议，无异议后方可购买安装。商家落款为合肥荣事达净水设备有限公司泰州特约经营部海陵区荣禹电器经营部（以下简称“荣禹电器经营部”）。

天眼查显示，荣禹电器经营部是一家个体工商户，成立于2024年4月，注册资本50万元，主要从事家用电器安装和销售。

为此，陈先生拨打了泰州市12345进行了投诉，随后泰州市海陵区市场监管部门与其取得联系，并详细了解了事情经过。对于荣事达净水机价格畸高问题，市场监管部门工作人员表示，商品价格主要根据市场来定。另外，也要看商家愿意定什么价格，由商家自主决定。

“合同上注明老年人购买要与子女商量无异议方可购买一项，从法律关系上来说并不能作为法律依据。我们之前也去过商家‘会销’现场，劝阻过老年人，他们口袋里有些钱不容易，在购买之前要先和子女商量。”市场监管部门人员称。

对此，荣禹电器经营部负责人在接受记者采访时称：“陈先生母亲购买的净水机已经退货退款，属于7天无理由退货范围。我们是合肥荣事达水工业设备有限责任公司（以下简称‘荣事达公司’）的特约经销商，以大卖场为主售卖净水机，但并未组织老年人线下参加会议营销，也未给他们发鸡蛋这些礼品。因为我们最近在搞家电以旧换新活动，等老人们来到现场后才发放了洗手液或旅游鞋。”

陈先生称：“商家（荣禹电器经营部）确实退款了，但只退了2250元，因为还被扣掉了430元的耗材费用。”

泰州市海陵区市场监管局相关业务科室工作人员则向记者表示，已经跟商家联系，商家也同意退款。随后，记者致电海陵区市场监管局办公室，工作人员表示采访回复需要走流程。但截至发稿前，记者未获得回应。

营销“话术”

对于农村潜在消费人群，招商经理表示，农村的销售模式无非就是把老人拉过来“忽悠”。主要还是靠赠送鸡蛋、洗衣液等小礼品把他们吸引过来，送些用得到但是又不值钱的东西。

据记者了解，陈先生母亲所安装的荣事达牌净水机是由荣事达公司生产制造。其官网显示，公司于2005年2月成立，坐落于中国合肥荣事达第六工业园，该款RSD-RO75型号产品全国建议零售价为4680元。

天眼查显示，荣事达公司法人为支郁新，注册资本认缴3600万元，其中雷鸣持股95%，支郁新持股5%，2023年年报显示两人共实缴850万元。合肥荣事达科技发展有限公司（以下简称“荣事达科技公司”）曾持股荣事达公司25%，后期退出，而荣事达科技公司股东为合肥市科创集团有限公司，股权穿透后最终实际控制人为合肥市国资委。

为进一步了解净水机销售模式，记者以代理商的身份向荣事达公司进行了咨询。该公司一位负责招商的经理告诉记者，陈先生家买的净水机属于老旧款式，拿货价在五六百元，一般农村使用该款式比较多，它是放在桌面上或者挂在墙上的，缺点是比较占空间，而面向城市的新款产品一般都放在洗碗池下面。

“像我们公司的产品，如果高端一点的拿货价也才1000多元，中高端款式拿货价在800元左右，便宜点的在500—600元。”上述招商经理表示。

当记者表示“自己不懂营销”时，该招商经理向记者介绍起了“经验”：主要方式就是向大家介绍居民用水、桶装水的安全问题，而且装上净水机后用水方便快捷，成本低。

“如果是面向城市居民，宣传点是现在使用的管道自来水水质相对较差，另外，后续可以与物业沟通好后可进小区宣传。比如还可以在现场做一些实验，把净水机净化后的水、自来水和市面上卖的矿泉水作对比，让他们直观地了解到自来水没有达到直饮标准，就算烧开后，也会有水垢之类的杂质，只能靠自己的身体来过滤这些杂质，然后再去引导他们进行消费。”该招商经理解释道。

对于农村潜在消费人群，该招商经理说：“农村的销售模式无非就是把老人拉过来‘忽悠’。主要还是靠赠送鸡蛋、洗衣液等小礼品把他们吸引过来，送这些用得到但是又不值钱的东西。”

当记者表示自己没有讲师资源时，该招商经理说：“首先公司会先帮代理商做培训，培训完成后如果自己销售人员具备讲师能力，可自己来讲，如果讲不好，公司会推荐讲师。一般而言，讲师的收费模式有两种，一种是买断制，需要负责讲师的吃喝住行，然后谈好一天需要多少费用；另一种是卖机器提成制，但要承担讲师的来回路费。”

“我只是负责招商的，具体培训由公司市场部来负责，他们会有更多更详细的宣传资料和培训素材、‘话术’，签约后他们会负责和你对接。”上述招商经理告诉记者。

不过，当记者再次致电荣事达公司官网电话并表明记者身份后，招商部门工作人员随即挂断了电话，此后多次拨打再无人接听。记者致函公司官网提示的传真号码亦无人接听，遂将采访请求发送至公司工商资料登记邮箱，但截至发稿前未获得回应。

荣事达冷热一体机官网建议零售价4680元。　图片来源：合肥荣事达水工业设备有限责任公司官网

陈先生提供的购销合同显示，荣事达净水机售价2680元。　颜世龙/摄影

被质疑的“会销”

会议营销本身是一种正常且常见的销售手段，单纯从形式上来说没有违法的地方，但商家在运作过程中往往会存在一些违反国家法律法规、侵害消费者权益的情况。

现实中，陈先生所反映的农村老年人在销售人员引导下高价购买净水机的情况并非个例，甚至有不法商家被警方列为诈骗。

据沸点视频2023年7月报道，在浙江省宁海县桑洲镇坑口村，有推销人员在村里售卖价值5600元的荣事达净水机，而被推销的对象都是村里的老人。

视频中一名年轻男子质问推销人员：“你告诉我这东西到底值不值5600元？”事后，当地村委会对此回应称，销售活动由村里的老人协会负责组织，村委并不知情，净水机并没有卖到5600元，而是2800元，最后卖出去了五六台。

另外，浙江省绍兴市上虞区市场监管局执法人员在虞南偏远山村发现，有一伙人打着“安全饮水促进身体健康”的旗号，在农村大张旗鼓搞起了净水机“会销”。这伙人利用老人鉴别能力较差的特点，辅以小礼品进行引诱，加之宣传话术，将一些进价几百元的廉价净水机和滤芯，以2680元的高价销售给农村留守老人。

对此，上虞区市场监管局对该团伙进行立案调查，发现该净水机销售模式主要分三个步骤。首先，在农村广场搭棚，营造所谓“送家电下乡”的氛围，通过现场宣讲水质对身体健康的重要性，并赠送小礼品，诱骗农村老人产生认知认同。其次，通过现场过滤演示，打造出浑浊的水质明显变清澈的效果，以此吹嘘产品的性能。最后，通过购买净水机和滤芯赠送电视机、冰箱等优惠方式，让老人产生不买就亏的心理，再辅以其他赠品进一步吸引老年人下单。

根据相关规定，净水机不允许添加功能性材料，也不允许宣传除净水作用外的其他功能，包括有任何治疗疾病的功效。

据《现代快报》此前报道，江苏盐城市阜宁县警方成功打掉一涉嫌诱骗老年人高价购买廉价净水机的犯罪团伙，抓获犯罪嫌疑人28名，扣押尚未安装的某品牌净水机29台，初步查明非法获利20万余元。

此前，阜宁警方根据消费者反映的情况，通过近两个月的研判分析，该团伙组织架构及作案规律也渐渐清晰。阜宁办案民警董道旭透露道：“这是一个以安徽省庐江县人杨某为首的团伙，该团伙两三人一组分头作案，长期活动于四川省乐山市和江苏省扬州市、盐城市、泰州市兴化市等地，专门针对农村地区老年人。”

“该团伙鼓吹自己是大品牌净水机的业务员，并提供加盖品牌业务专用章的收据、购销信用协议书、售后服务卡等材料，让老年人打消内心顾虑，心安理得购买净水机。”董道旭说。

记者查询发现，阜宁警方查处的净水机外包装显示，该款净水机品牌为“QIAN YE 千野”，由广东千野电器实业有限公司生产。

多位市场监管系统工作人员也告诉记者，类似这种会议营销经营活动在2018年前后是重点打击的对象，为此开展过一系列保健品市场专项整治。

据悉，会议营销本身是一种正常且常见的销售手段，单纯从形式上来说没有违法的地方，但商家在运作过程中往往会存在一些违反国家法律法规、侵害消费者权益的情况。比如一些商家甚至都没有取得营业执照，或者存在销售的产品质量不合格、仿冒侵权、虚假广告宣传等情况。

“之前，也有部分商家高价卖磁疗床的案例，宣传可以治未病，但实际上并不具备这样的功能。会议营销方式，在保健食品、保健用品等产品销售领域比较常见。从执法角度而言，主要途径是依靠外界举报，如果发现有违法情况，市场监管部门会进行调查处理。如果涉及非法集资之类的情况，我们还会联合公安部门进行执法协作，比如之前非常盛行的消费返利。”上述工作人员说，“总体来看，类似的情况主要是经销商层面在操作，生产厂家参与其中的案例比较少见。”

治理需多管齐下

当前，市场监管部门应该进一步加大对老年消费者的保护力度，对老年人群消费的堵点、痛点、难点进行疏导，提高老年人的消费自我保护意识，防范落入虚假宣传甚至诱骗的圈套。

事实上，商家通过会议销售模式专门赚老年人钱的案例，仅仅依靠市场监管部门呼吁似乎远不够，这需要全社会一起关注。

“我认为这是他们在专门骗取老年人的养老钱。如果正常的青壮年被骗了还可以再赚回来，但是老年人已经没有了劳动能力，一旦被骗可能会遭受身心两方面的打击。”陈先生说。

李超则表示，如果老年人在购物消费时并非受胁迫欺诈、乘人之危等情况，且该老年人神志清晰，并非法律意义上的无民事行为能力人或限制行为能力人，消费的项目和金额也在日常生活所需的范围之内，的确可以不经过家人的同意自行决定是否购买。

“当前，市场监管部门应该进一步加大对老年消费者的保护力度，对老年人群消费的堵点、痛点、难点进行疏导，提高老年人的消费自我保护意识，防范落入虚假宣传甚至诱骗的圈套。”李超表示。

全球数据要素50人论坛专家、清雁科技（北京）有限公司CEO张英伟在接受采访时表示，执法机构对隐秘的“会销”模式也并非全无办法，完全可以参考过往通过大数据之类的技术手段定位传销窝点的经验，对此类“会销”模式进行预警和干预。

“但前提条件是要有数据源，目前这些数据大多在公安部门、电信运营商和各类商用App手中。这就需要政府部门来牵头，在保证信息安全和用户隐私的情况下，通过算法和模型来分析研判类似的‘会销’风险。算法和模型是比较简单的，最主要的是由政府相关部门来牵头并监管，同时解决信息源的问题。目前来看，从全国层面做类似的预警监测可能性不大，一般都是地方政府根据自身需求来使用，只不过要看各地方政府的关注点和关注程度而已。”张英伟说。

一位资深心理咨询和老年人问题专家在接受采访时说，老年人之所以容易被营销，主要是因为这一群体比较孤独，还有就是老人都有想长寿的朴素愿望，但可能又跟不上当前社会发展步伐。一些商家正是认准了这一点才钻空子。

该专家建议，从子女角度而言，要多关心关爱老年人，经常与他们交流。从社会和政府角度来说，一是要经常面向老年人群体开展防骗及其他各类知识讲座，提高他们的识别能力；二是社区、村委以及基层部门要多开展各类文娱活动，将老年人的时间和精力“占用”起来，鼓励老年人老有所乐、老有所为、老有所依；三是老年人自己也要健康和开朗，主动寻求与社会多接触的机会。

“我们应该让老年人退休后依然可以在社会上发光发热，有自己的事情可以做，可以继续工作、照顾孙辈，也可以参加各类学习、旅游、跳舞等活动。针对农村老年群体，可以由基层政府或者社区、村委组织一些手工艺编织类的零工，既可以补贴家用，又可以让他们融入社会。”上述专家表示。

金融支持经济高质量发展

编者按/日前，中国人民银行联手国家金融监督管理总局、中国证券监督管理委员会宣布了降准、降息、降存量房贷利率、创设新货币工具支持股票市场发展等金融支持经济高质量发展政策。政策对提信心、稳预期的作用明显。业内人士预计，随着上述政策逐步落地，将有效拉动内需和稳定信用水平，助力经济稳固回升。

B1~B2

金融“组合拳”提振信心 逆周期调节加码

本报记者 秦玉芳 广州报道

近日，中国人民银行联合中国证券监督管理委员会（以下简称“证监会”）发布金融政策组合拳，创设两项新型结构性货币工具、推动长期资金入市，对资本市场支持力度显著超出市场预期。

超预期政策的落地，使得股市短期内“翻红”，上证指数一跃回升至3000点以上、沪深300也维持在3700点以上，大幅提振市场信心。

业内人士指出，在经济压力加大、市场信心不足的大背景下，金融政策组合拳的重拳出击，提升了逆周期调节力度，将有效提振股、债市场，在短期内为市场情绪筑底，有望支持经济的稳定增长并改善市场预期，后续还需要对政策走向及信贷工具的融资成本等持续重点关注。

一系列金融政策支持经济高质量发展

1. 降低存款准备金率和政策利率，带动市场基准利率下行。
2. 降低存量房贷利率，并统一房贷的最低首付比例。
3. 创设新的货币政策工具，支持股票市场稳定发展。
4. 加快投资端改革，推动构建“长钱长投”的政策体系。
5. 多措并举活跃并购重组市场。
6. 畅通私募股权创投基金“募投管退”各环节循环。

据公开信息整理

稳定市场流动性

新工具增强非银机构资金获取能力，同时限定投资于股票市场，有利于发挥证券、基金、保险公司的稳定市场作用。

9月24日，中国人民银行行长潘功胜在国新办举行新闻发布会上宣布3项货币政策调整：降低存款准备金率和政策利率，并带动市场基准利率下行；降低存量房贷利率，并统一房贷的最低首付比例；创设新的货币政策工具，支持股票市场稳定发展。

其中，针对股市的证券、基金、保险公司互换便利和股票回购、增持再贷款两大超预期货币政策工具，备受资本市场关注。

潘功胜表示，将支持符合条件的证券、基金、保险公司使用自身拥有的债券、股票ETF、沪深300成份股作为抵押，从中央银行换入国债、央行票据等高流动性资产，机构通过这个工具获取的资金只能用于投资股票市场。此外，中国人民银行还将创设股票回购、增持专项再贷款工具，引导银行向上市公司和主要股东提供贷款，支持回购和增持股票。

平安证券在研报中指出，新工具增强非银机构资金获取能力，同时限定投资于股票市场，有利于发挥证券、基金、保险公司的稳定市场作用。目前，互换便利细则还未出台，抵押资产的来源和范围、参与机构的资质与经营状况等具体要求尚不明确。考虑到非银机构具有杠杆经营特点，资金运用限制较多，出于谨慎性考虑，预计抵押证券资产限制于自有资产的可能性较大。基金、保险机构证券投资资金主要来源于客户资金，机构净资产规模相对投资总规模不大，预计影响相对有限。证券公司以自有资金进行自营证券投资，或将率先受益。

西班牙对外银行香港分行亚洲首席经济学家夏乐认为，此次的货币政策工具，在央行层面进行了重大突破，打破了以往审慎管理对商业银行资金流入股市的限制。

在市场操作层面，川财证券首席经济学家陈雳表示，证券、基金、保险公司的互换便利工具允许这些机构通过资产质押从中央银行获取高流动性资产，从而增强其资金的流动性和股市的增持能力；股票回购增持专项再贷款工具则引导银行向上市公司和主要股东提供贷款，支持其回购和增持股票，这有助于稳定公司股价，增强市场信心。

市场分析认为，两项金融工具的核心都在于解决当前市场的流动性紧张问题。夏乐表示，目前，中国的存款总量在迅速增长，这反映出大众风险规避情绪持续上升，对股市的配置意愿低，导致股市缺乏新的流动性注入。因此，尽管今年各种改革措施频出，但股市表现依旧低迷。

“创新的货币政策可以在维护资本市场的稳定、提振投资者信心的同时，也通过提供流动性支持，增强金融机构的资金获取能力，提升其对资本市场的投资和增持能力。”陈雳认为。

浙商证券研报分析称，央行结构性货币政策工具往往围绕支持普惠金融、绿色发展、科技创新等国民经济重点领域和薄弱环节，本次新设针对资本市场工具，足见对资本市场稳定性的重视。

夏乐表示，潘功胜行长在讲话中多次提及的数千亿元规模，无疑在暗示这两个工具具有巨大的潜力和活力。这不仅是对中国资本市场的重大利好，更有可能在短期甚至中期内带来显著的提振效果。“考虑到中国资本市场已长期处于超跌状态，这些政策所带来的提振作用将更为明显。”

新的货币政策工具的落地，在为证券、基金、保险公司等金融机构提供更多资金支持和市场机会的同时，也给金融机构带来了新的挑战。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示，如何有效运用货币政策工具，适应市场变化，提升自身的风险管理能力等，都是当前金融机构需要面对的。当前环境下，金融机构需要提升风险管理能力、加强市场分析和预测、积极寻找新的业务机会，做好重点业务布局。

在夏乐看来，对于非银行金融机构，如证券、保险和基金而言，其首要任务可能是寻找合适的投资标的。无论是通过再贷款还是互换操作获得的资金，都需要精心策划如何有效使用。这些资金的成本相对较低，选择合适的投资标的将有助于机构赚取更大的利润。在具体的布局方面，高股息股票无疑是一个重要的考虑方向。

提振股市债市

本轮一系列的措施应能在短期内为市场情绪筑底，后续细化措施以及信贷工具的融资成本可能是投资者需关注的重点。

在央行宣布创设新的货币政策工具支持股票市场稳定发展的同时，证监会也明确将落实引导长钱入市、活跃并购重组等政策，支持资本市场稳定发展。

证监会主席吴清明确表示，近日印发《关于推动中长期资金入市的指导意见》（以下简称《意见》），着眼于“长钱更多、长钱更长、回报更优”的目标，进一步促进中长期资金入市。

吴清表示，当前资本市场中长期资金总量不足、结构不优、引领作用发挥不够充分等问题依然比较突出，“长钱长投”的制度环境还没有完全形成。《意见》要求，将大力发展权益类公募基金、完善“长钱长投”的制度环境、持续改善资本市场生态。

在吴清看来，中长期资金投资运作专业化程度高，稳定性强，对于克服市场短期波动、发挥资本市场“稳定器”“压舱石”作用有着非常重要的意义。

东吴证券研报认为，在国内利率中枢调整背景下，结合内外部经济政策环境，以及A股估值仍处于历史低位，恰逢中长期资金入市的有利时机。“从中长期资金发挥的功能来看，一是当前股票市场需要助力核心技术自主研发，助力解决‘卡脖子’难题。二是中长期资金入市有利于市场环境的稳定。三是资本市场的蓬勃发展将是新阶段居民资产财富效应的来源，有助于促进居民消费信心。”

同时，资本市场并购、回购等，系列措施也已“在路上”。为进一步激发并购重组市场活力，证监会已研究制定了《关于深化上市公司并购重组市场改革的意见》。吴清还透露，证监会近期还将就市值管理指引公开征求意见，会同相关部委推动建立上市公司股份回购的市场化激励约束机制，激发上市公司大股东、高管等相关主体的内生动力，进一步提升上市公司投资价值。

国盛证券方面分析认为，此次一揽子政策“组合拳”的落地可谓“诚意满满”，既有着眼当下的“放水”，也有布局长远的制度安排，还有直面问题的“对症下药”，短期应有助于各方面信心的修复。“建议高度重视后市投资机会，后续要紧盯各项政策的落地细节，也要紧盯可能的扩赤字等其他增量政策的出台情况。”

夏乐指出，当前，在基本面并未显著恶化的情况下，股市的估值已经被过度压低。如今，在系列政策工具的刺激下，我们有理由相信，股市在短期至中期内将迎来显著的修复和提升。不过，股市的最终走向将取决于多个因素的共同作用，包括但不限于政策刺激、经济基本面以及投资者信心的恢复，还需要进一步观察政策的走势以及宏观经济的具体表现。

在陈雳看来，A股是否进入走出“低谷”的转折点，需要结合更多的市场信息和经济指标来判断。

瑞银中国股票策略研究主管王宗豪强调，本轮一系列的措施应能在短期内为市场情绪筑底，后续细化措施以及信贷工具的融资成本可能是投资者需关注的重点。

萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊也表示，在创新货币政策工具的政策红利影响下，股市短期内出现反弹，后期还需看有无后续的结构性改革政策。

激发资本市场活力 并购重组迎政策暖风

本报记者 罗辑 北京报道

日前，一揽子重磅金融政策公布，释放出金融支持经济高质量发展的强烈信号。

在资本市场方面，超预期的政策供给、从资金到制度的“政策工具箱”全面开启，以及配套细则的迅速出台，不仅及时回应了市场关切，打通资本市场功能发挥的堵点，持续完善资本市场生态，更进一步激发出市场活力，对稳定市场预期、提振投资者信心起到关键作用。

9月24日晚，中国证券监督管理委员会（以下简称“证监会”）发布了《关于深化上市公司并购重组市场改革的意见》（以下简称“并购六条”），交易所也对相应的规则修订公开征求意见。

对此，多位受访人士表示，“并购六条”明确提出支持合理的跨行业并购、支持并购优质未盈利资产、提高监管包容度等内容，这将有助于推动并购重组市场活跃，释放资本市场促进资源有效配置的重要功能，从而推动产业整合、提质增效和顺应新质生产力发展方向的转型升级。

并购重组时代来临

“并购重组是资本市场的大事。通过支持企业并购重组进一步促进资源有效配置，是资本市场一项非常重要的功能。特别是在当前全球产业变革加快推进、我国经济结构转型升级加快推进的背景下，亟须发挥好企业并购重组的关键作用，助力产业整合和提质增效。”证监会主席吴清提到。

在此背景下，为活跃并购重组市场，此前新“国九条”已作出重要部署。而为进一步激发市场活力，证监会在前一阶段广泛调研、听取各方意见的基础上，研究制定了“并购六条”。“并购六条”聚焦在助力新质生产力发展、加大产业整合支持力度、提升监管包容度、提高支付灵活性和审核效率、提升中介机构服务水平和依法加强监管等六个方面，推出诸多实效举措。

具体来看，最受市场热议的主要是助力新质生产力发展的相关举措。围绕这一改革领域，证监会除了明确支持科创板、创业板上市公司并购产业链上下游资产外，还对市场广泛关注的“跨界并购”和收购未盈利资产的问题提出：支持运作规范的上市公司围绕产业转型升级、寻求第二增长曲线等需求开展符合商业逻辑的跨行业并购；支持上市公司结合自身产业发展需要，在不影响持续经营能力并设置中小投资者利益保护相关安排的基础上，收购有助于补链强链、提升关键技术水平的优质未盈利资产。此外，对私募投资基金投资期限与重组取得股份的锁定期限将实施“反向挂钩”，促进“募投管退”良性循环。

川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳指出，支持围绕战略性新兴产业、未来产业进行包括跨行业并购在内的并购重组，有助于推动上市公司朝新质生产力发展方向转型升级；允许收购符合补链强链和提升关键技术水平的优质未盈利资产，亦将提升被收购资产的后续发展空间；“反向挂钩”制度的引入，则有助于激发私募机构对并购重组市场的热情。

陈雳同时提到，监管和支付、审核制度方面相关改革举措的推出，则是“并购六条”的另一大亮点。围绕这一部分，证监会提出，对重组估值、业绩承诺、同业竞争和关联交易等事项，进一步提高包容度；支持上市公司根据交易安排，分期发行股份和可转债等支付工具、分期支付交易对价、分期配套融资，提高交易灵活性和资金使用效率；建立重组简易审核程序，对上市公司之间吸收合并，以及运作规范、市值超过100亿元且信息披露质量评价连续两年为A的优质公司发行股份购买资产（不构成重大资产重组），精简审核流程，缩短审核注册时间。

对此，多位业内人士向《中国经营报》记者指出，该举措旨在通过坚持市场化方向改革，将让不少行业的整合并购得以借力，提升资源整合效率。“以电子行业为例，截至9月24日，申万行业分类下电子行业市值百亿元以下公司占比超七成，市值千亿元以上公司占比约2%。通过建立重组简易审核程序，将有助于疏通产业并购整合渠道，进一步完善产业整合规范。而并购整合有望合理提升行业集中度，引导行业从‘内卷’低效率竞争转向有序竞争，推动竞争目标从产品价格战转向创新研发，提高竞争效率，进而增强上市公司核心竞争力，增强电子行业整体国际竞争力。”万联证券电子行业分析师夏清莹提到。

“在新‘国九条’严监管脉络下，证监会本次对并购重组提出‘提高监管包容度’之类的表态，对并购重组的重视程度毋庸置疑。”招商证券首席策略分析师张夏指出，考虑到去年中央经济工作会议再次提及产能过剩问题，而并购重组或是资本市场支持化解产能过剩的重要手段。因此，资本市场方面，具有并购机会的相关板块，包括预期较高的国企改革以及并购重组惠及的券商等大金融板块，或都将迎来发展机遇。

“从宏观层面看，随着国内经济逐渐复苏，企业对资本的需求回升，并购重组成为提升企业营运效率的重要手段。此时，国家政策的不断落地实施可以鼓励资本市场活跃，增强资本的流动性，推动市场健康发展。由此，市场信心也在逐步恢复，有利于未来并购重组活动持续活跃。接下来，随着监管力度不断加强，企业并购行为将更加合规并风险可控，进一步促进资本市场良性发展。”陈雳表示。

5月以来重大重组案例近50单

事实上，今年，顺应经济规律，以及受益于资本市场改革创新坚定推进，并购重组需求释放，并购活动正在加快。尤其是进入9月，A股市场上重磅并购消息不断。

其中，国泰君安（601211.SH）、海通证券（600837.SH）于9月5日晚公告筹划重大资产重组，成为中国资本市场史上规模最大的A+H双边市场吸收合并、上市券商A+H最大的整合案。

9月18日，A股上市公司有史以来规模最大的吸收合并交易预案出炉——中国船舶（600150.SH）与中国重工（601989.SH）发布公告称，将由中国船舶通过向中国重工全体股东发行A股股票的方式换股吸收合并中国重工。两大千亿元市值的“巨轮”合并，交易总价将超1100亿元。

对当前并购活动的活跃，吴清在上述会议上也提到：“资本市场改革创新坚定推进，更好发挥并购重组作用，今年5月以来全市场披露重大重组案例近50单，市场反响比较积极。”

据中金公司统计，年初至今涉及上市公司的并购重组完成额达4158亿元，2023年全年规模为11509亿元。此外，Wind数据显示，今年第一季度到第三季度境内并购活动活跃度不断提升，且单起并购案的金额在第三季度迅速放大。

“并购重组制度的市场化改革，有助于进一步激发并购重组市场活力，强化并购重组资源配置功能，发挥资本市场在企业并购重组中的主渠道作用，适应新质生产力的需要和特点，支持上市公司注入优质资产、提升投资价值。”中金公司研究部首席国内策略分析师李求索表示，并购重组进入新周期。

值得关注的是，相较2014年前后的“并购潮”，此次并购市场产业链上下游整合、产业横向集中度整合、科创类企业并购案例所占比例正大幅增长。Wind数据显示，今年以来并购金额排名前三的行业分别是工业、金融和信息技术。十年前的同一时间段，这一排位则是工业、金融和房地产。

“并购浪潮与产业发展需求密不可分，产业发展到一定阶段必然将进入追求质量和效率的整合期。同时，监管政策的支持对于并购重组市场的发展也很重要。近年来，监管积极推动并激发并购市场活力，例如取消部分行政许可事项、优化重组上市监管要求、推出重组‘小额快速’审核机制等。随着近年来监管部门不断完善相关制度，持续深化市场化改革，并购市场生态已经发生了实质性变化。”中金公司投资银行部全球并购业务负责人陈洁指出。

从投行的角度来看，国金证券投行相关负责人表示：“可以看到，开拓同行业或上下游、与主营业务具有协同效应的产业并购是长期鼓励方向。跨行业并购未来将是上市公司产业转型升级、寻求第二增长曲线的良好机遇。审核效率提高将有助于业务快速推进，提高交易成功概率。整体而言，‘并购六条’对使用多种评估方法、多种支付方式、自主协商承诺安排等提高了包容度，有助于提高审核效率，提高交易成功概率，也极大刺激了投行开拓业务的积极性。”

金融支持经济高质量发展

存量房贷利率下调 1.5亿人减负

本报记者 杨井鑫 北京报道

为了加大金融支持经济高质量发展的力度，多项重磅政策于近期推出。

政策涉及国有大行补充资本加大信贷投放、国有大行AIC股权投资试点扩围、降准降息降存量房贷利率、优化小微企业无还本续贷政策、中长期资本入市等方面。其中，存量房贷利率下调涉及银行38万亿元住房按揭贷款投放，将为1.5亿人减负，引发了市场高度关注。

据《中国经营报》记者了解，监管多项政策的出台旨在稳定市场、提振信心，以支持经济高质量发展。其中，国有大行AIC股权投资试点扩围将对科创企业融资形成实际利好；加大小微企业金融政策扶持则有利于改善企业主体融资环境，帮助小微企业在当前经济形势下能够稳定持续性经营；存量房贷利率的下调，不仅减轻了普通老百姓房贷偿还压力，还能在支持房地产行业回暖的同时拉动消费。

将惠及5000万户家庭

预计这一项政策将惠及5000万户家庭，有助于促进扩大消费和投资，也有利于减少提前还贷行为，还可以压缩违规置换存量房贷的空间。

9月24日，在国新办举办的新闻发布会上，中国人民银行行长潘功胜表示，在货币政策的总量上，综合运用下调存款准备金率、降低政策利率、引导贷款市场报价利率下行等多种货币政策工具，营造良好的货币金融环境。在货币政策的结构上，着力于高质量发展的关键环节，设立科技创新和技术改造再贷款，加大对科技创新和设备更新改造的金融支持。降低按揭贷款首付比例和按揭贷款利率、下调公积金贷款利率，并设立保障性住房再贷款，用市场化的方式加快推进存量商品房去库存。

潘功胜表示，对于降低存款准备金率和政策利率，央行近期下调款准备金率0.5个百分点，向金融市场提供长期流动性约1万亿元；在今年年内还将视市场流动性的状况，可能择机进一步下调存款准备金率0.25—0.5个百分点。降低中央银行的政策利率，即7天期逆回购操作利率下调0.2个百分点，从目前的1.7%调降至1.5%，同时引导贷款市场报价利率和存款利率同步下行，保持商业银行净息差的稳定。

对于市场一直呼吁降低的存量房贷利率，潘功胜表示，监管将引导商业银行将存量房贷利率降至新发放贷款利率的附近，预计平均降幅在0.5个百分点左右。同时，统一首套房和二套房的房贷最低首付比例，将全国层面的二套房贷款最低首付比例由当前的25%下调到15%。将5月份人民银行创设的3000亿元保障性住房再贷款，央行的资金支持比例由原来的60%提高到100%，增强对银行和收购主体的市场化激励。

统计数据显示，今年8月新发放的个人住房贷款利率为3.35%，比去年同期下降了78个BP，处于历史地位。多个城市新发放首套房利率降至3.2%附近，部分银行的个人住房贷款利率甚至在3%以下。但是，2023年以前的存量房贷利率仍普遍在4%以上，尤其是北京、上海、深圳等一线城市，存量房贷的加点负担比较高，新发放贷款与存量房贷的利差较大。

“银行下调存量房贷利率，有利于进一步降低借款人房贷利息支出。我们预计这一项政策将惠及5000万户家庭，1.5亿人口，平均每年减少家庭的利息支出总数大概1500亿元，这有助于促进扩大消费和投资，也有利于减少提前还贷行为，还可以压缩违规置换存量房贷的空间，保护金融消费者的合法权益，维护房地产市场平稳健康发展。”潘功胜称。

针对存量房贷下调的进度情况，一家国有大行人士对记者表示，在监管正式公布相关政策后，银行将以公告的形式跟进。“一旦监管政策出来，银行会第一时间响应。”

“此前存量房贷利率下调已有预期，银行内部已经提前做好了准备。在实际操作层面上，要等到监管的通知下发，银行才能落实执行，相信很快就会有具体措施出来。”江苏一家城商行人士表示。

记者了解到，在国新办新闻发布会召开之后，购房者向银行咨询房贷利率调整情况的也越来越多。北京地区一家国有大行网点人员向记者表示，银行暂时没有统一的执行政策出来，也都在等通知。

民生银行首席经济学家温彬认为，存量房贷利率调整能全面助力稳存量和促增量、稳信用和促销费。估算当前存量房贷规模为38万亿元，平均存量房贷利率为4.27%，较新发放房贷利率3.4%偏高87个BP。叠加明年年初LPR重新定价的35BP降幅，从稳存量视角来看，平均调降存量房贷利率约0.5个百分点，将有效带动存量房贷利率逼近新发放房贷利率水平。同时，对银行而言，预计银行业净息差拖累约6.98BP，带动营收降幅约2.9个百分点，利润降幅为7.3个百分点。

他表示，本次调降存量房贷利率政策，预计将进一步缩小居民的资产、负债收益缺口，缓解提前还贷潮，以“价降”换“量稳”，有助于稳银行资产规模，同时改善居民端消费活力。

支持科创、小微企业

对于小微企业的政策支持，主要通过优化续贷政策，缓解中小微企业的融资压力，涉及续贷对象、续贷风险分类等多方面。

在金融支持实体经济的政策“组合拳”中，除了下调房贷利率政策之外，对于科创企业和小微企业的支持也是近期金融政策的亮点。

国家金融监督管理总局局长李云泽表示，大型商业银行是我国金融体系中服务实体经济的主力军，也是维护金融稳定的压舱石。当前，大型商业银行经营发展稳健，资产质量稳定，主要的监管指标都处于“健康区间”。为巩固提升大型商业银行稳健经营发展的能力，更好地发挥服务实体经济的主力军作用，国家计划对六家大型商业银行增加核心一级资本，将按照“统筹推进、分期分批、一行一策”的思路，有序实施。

对于科创企业融资，李云泽表示，我国社会融资总额中，间接融资仍然占据主体地位，这也意味着我们需要走出一条具有中国特色的科技金融尤其是科创投资的发展之路。前期，大型商业银行下设的金融资产投资公司已在上海开展股权投资试点，探索了路径，积累了经验，也锻炼了队伍，已经具备扩大试点的条件。

9月24日，国家金融监督管理总局正式发布了《关于做好金融资产投资公司股权投资扩大试点工作的通知》和《关于扩大金融资产投资公司股权投资试点范围的通知》两份文件。文件明确表示，充分发挥金融资产投资公司在创业投资、股权投资、企业重组等方面的专业优势，加大对试点区域范围内科技创新的支持力度，促进科技型企业成长，为培育新质生产力、实现高水平科技自立自强、塑造发展新动能新优势提供有力支撑。对于科创企业的支持形式，文件强调通过附属机构发行私募股权投资基金形式开展股权投资。

国家金融监督管理总局有关司局负责人表示，与上海试点相比，此次政策的调整主要集中在适当放宽股权投资金额和比例限制和进一步完善尽职免责、绩效考核体系两个方面。将金融资产投资公司表内资金进行股权投资的金额占公司上季末总资产的比例由原来的4%提高到10%，投资单只私募股权投资基金的金额占该基金发行规模的比例由原来的20%提高到30%。同时，按照股权投资业务规律和特点，落实尽职免责要求，完善容错纠错机制，建立健全长周期、差异化的绩效考核体系。

对于小微企业的政策支持，国家金融监督管理总局则发布了《关于做好续贷工作提高小微企业金融服务水平的通知》，主要通过优化续贷政策，缓解中小微企业的融资压力。该政策涉及续贷对象、续贷风险分类、续贷尽职免责制度等多方面的政策调整。

国家金融监督管理总局有关司局负责人表示，监管支持银行业金融机构丰富续贷产品，优化贷款服务模式，完善续贷产品种类，明确小微企业流动资金贷款和小微企业主、个体工商户及农户经营性贷款等均可以续期。贷款到期后仍有融资需求，又临时存在资金困难的所有小微企业，均可向银行业金融机构申请续贷支持。银行业金融机构按照市场化、法治化原则，自主审批办理续贷，通过新发放贷款结清原贷款等形式，允许小微企业继续使用贷款资金。

李云泽表示，小微企业联系千家万户，是稳定经济、促进就业、改善民生的重要力量。截至今年8月末，全国普惠型小微企业贷款余额达到了31.9万亿元，较2017年年末翻了两番，平均利率也累计下降了3.5个百分点。

针对小微企业的续贷政策，市场普遍关注是否会掩盖真实的不良情况。一家券商分析师向记者表示，监管部门对于掩盖不良的行为一直是从严打击，而续贷政策主要落脚在此前一直经营正常、短期存在资金困难的情况。“众所周知，一般银行流动性贷款周期很短，也就一年期限。很多底子薄的企业最害怕的就是银行抽贷。正常经营企业尚且如此，何况遇到暂时性困难的企业。这项政策的出台让很多小微企业能够缓一口气，能够将经营延续下去。”

降低存量房贷利率和统一房贷最低首付比例

◆引导商业银行将存量房贷利率降至新发放贷款利率的附近，预计平均降幅在0.5个百分点左右。

◆统一首套房和二套房的房贷最低首付比例，将全国层面的二套房贷款最低首付比例由当前的25%下调到15%。

◆将5月份人民银行创设的3000亿元保障性住房再贷款，中央银行资金的支持比例由原来的60%提高到100%，增强对银行和收购主体的市场化激励。

◆将今年年底前到期的经营性物业贷款和“金融16条”这两项政策文件延期到2026年年底。

据公开信息整理

中长期资金入市：30万亿保险资金候场

本报记者 陈晶晶 北京报道

国家金融监督管理总局（以下简称“金融监管总局”）披露最新数据，截至2024年上半年，保险公司资金运用余额为30.87万亿元，同比增长10.98%。保险资金作为长期、稳定的资金来源，对于资本市场的健康发展具有重要意义。

9月26日，中共中央政治局会议强调，要努力提振资本市场，大力引导中长期资金入市，打通社保、保险、理财等资金入市堵点。

9月24日，国务院新闻办公室“金融支持经济高质量发展有关情况”发布会上，金融监管总局局长李云泽表示，将扩大保险资金长期投资改革试点，支持其他符合条件的保险机构设立私募证券投资基金，进一步加大对资本市场的投资力度。

“保险资金规模大、期限长、来源稳定，天然具有耐心资本的属性，必将成为支持资本市场健康持续发展重要的价值投资者。”李云泽说。

对外经济贸易大学创新与风险管理研究中心副主任龙格对《中国经营报》记者表示，金融监管总局在支持保险资金加大入市力度方面采取了一系列积极有效的措施，这些措施有望为资本市场的健康发展注入新的活力。

开辟投资渠道

资本市场对金融稳定和经济发展无疑都具有重要作用。李云泽在发布会上称，金融监管总局一直高度重视资本市场，积极引导银行、保险和资管机构维护资本市场稳定。

“经国务院同意，我们推动中国人寿、新华人寿开展试点，共同发起设立私募证券投资基金，募集保险资金投资资本市场。该基金注册资本500亿元，已正式开始投资运作，目前进展顺利。”李云泽介绍说。

公开资料显示，中国人寿（601628.SH）和新华保险（601336.SH）分别各出资250亿元联合发起的私募证券基金全称为鸿鹄志远（上海）私募投资基金有限公司（以下简称“鸿鹄基金”），已于2月29日成立，注册地上海市浦东新区，并于3月1日在基金业协会完成备案，基金存续期限为10年。

据新华保险公告披露，鸿鹄基金的投资范围包括上市公司股票，投资方式包括但不限于连续竞价、认购非公开发行股票（A股）/配售（港股）、配股（A股）/供股（港股）、与单一或组合交易对手间的大宗交易或协议转让、可转债优先配售、转融通证券出借等；货币市场基金、银行存款、国债逆回购等现金管理类投资品种。

华西证券非银研报分析称，与此前保险公司所设立的私募股权基金不同，该私募证券投资基金是我国保险公司直接投资的首个私募证券基金。此前也存在保险资金投向私募证券基金的情况，但往往是通过投顾方式等“间接”实现。相比私募股权投资基金主要投向一级市场非公开发行及交易的股权，私募证券基金主要投向二级市场公开交易的股票、债券、期货、基金等。

上述研报进一步分析指出，设立私募基金进行投资，一方面可以放大资金规模；另一方面，考虑到两家公司各出资50%，在报表上将被认定为长期股权投资并采用FVOCI计量（以公允价值计量且变动计入其他综合收益），有望熨平投资业务受市场波动对利润的影响，从而避免险企因单纯考核年度目标突增业绩而进行短视投资，进一步提高险资入市的积极性。

华西证券非银团队预计，未来会有更多类似基金设立，发挥好保险长线机构投资者的积极作用，加大保险资金参与资本市场的力度，实现保险资金与资本市场的良性互动、共同发展。

龙格进一步对记者表示，扩大保险资金长期投资改革试点，支持其他符合条件的保险机构设立私募证券投资基金，有利于优化资本市场投资者结构。保险资金具有长期性和稳健性的特点，其加大入市力度有助于改善资本市场的投资者结构，增加长期价值投资者的比重，减少市场的短期波动，提升市场稳定性。保险资金更倾向于价值投资和长期投资，不会因短期波动而频繁买卖，这有助于稳定市场波动，增强市场的韧性。保险资金入市后，可以通过股权投资等方式支持实体经济的发展，特别是具有成长潜力和创新能力的企业，从而推动产业升级和经济转型。

中国人保（601319.SH）旗下人保资产相关负责人对记者表示：“人保集团将积极践行金融央企责任担当，紧扣国家政策鼓励方向，围绕服务‘五篇大文章’，通过项目投资参与基础设施建设、盘活存量资产，进一步支持经济稳定增长。坚定高质量发展转型，创新发展ABS业务。用好政策工具，适当增加股票整体配置规模。积极落实长期考核导向，体现保险资金耐心资本定位。”

中国人寿集团方面表示，坚持落实党中央决策部署和委托方投资指引的“双线配置”投资方法论，实现党中央决策部署与投资决策部署“双维落地”，推动担当好政治责任、经济责任和社会责任。持续强化对宏观经济、国家战略和资本市场自上而下的研究，深刻把握发展新质生产力、做好金融“五篇大文章”对投资工作的要求，持续推动完善大类资产配置，探索融合国家战略方向、实体经济融资要求、居民资产配置意愿的有效路径，引导保险资金流向国家最需要的重大发展战略、重大改革举措、重大工程建设等领域。

此外，中国保险资产管理业协会发布2024年第三季度保险资产管理行业投资信心指数，共向189家保险机构发放并回收问卷调查。调查结果显示，2024年第三季度，保险机构对权益投资和固定收益投资的信心较强。

增量资金可期

金融监管总局数据显示，截至2024年二季度末，人身险公司和财产险公司的股票与证券投资基金的合计投资比例分别为12.48%和15.31%。从数据来看，险资入市还有较大空间。

记者采访获悉，在当前长期利率中枢下行的背景下，多家保险公司明确表示，考虑适当增加权益类投资的配置。如今年以来，险企举牌上市公司次数明显增多。截至目前，年内险企共举牌11次，举牌11家上市公司，举牌次数和举牌的上市公司数量均创下近4年新高。

记者梳理发现，政策方面也在进一步加大支持力度。自2023年以来，监管多次释放“推进险资长期入市”的政策信号。如2023年9月，金融监管总局下发《关于优化保险公司偿付能力监管标准的通知》，通过调低部分风险因子等措施，鼓励保险公司将资金更多地用于长期投资。2023年10月，财政部发布《关于引导保险资金长期稳健投资加强国有商业保险公司长周期考核的通知》，明确将国有商业保险公司经营效益类绩效评价指标“净资产收益率”由当年度考核调整为“3年周期+当年度”相结合，拉长考核周期。

在前述发布会上，李云泽明确表示，督促指导保险公司优化考核机制，鼓励引导保险资金开展长期权益投资。

中国证监会主席吴清也在该发布会上表示，打通影响保险资金长期投资的制度障碍，促进保险机构做坚定的价值投资者，为资本市场提供稳定的长期投资。

需要注意的是，9月26日晚间，中央金融办、中国证监会联合印发《关于推动中长期资金入市的指导意见》指出，着力完善各类中长期资金入市配套政策制度。建立健全商业保险资金、各类养老金等中长期资金的三年以上长周期考核机制，推动树立长期业绩导向。培育壮大保险资金等耐心资本，打通影响保险资金长期投资的制度障碍，完善考核评估机制，丰富商业保险资金长期投资模式，完善权益投资监管制度，督促指导国有保险公司优化长周期考核机制，促进保险机构做坚定的价值投资者，为资本市场提供稳定的长期投资。

李云泽还表示，金融监管总局坚持标本兼治，以改革破难题、以制度促规范，不断增强行业可持续发展能力。推动出台保险业新的“国十条”，及时完善资管规定，持续强化非银机构治理，优化夯实信贷基础管理，推动解决制约行业持续健康发展的深层次问题。

对于未来如何进一步优化保险权益投资环境，业内人士提出了诸多方法。其中，优化险企偿付能力计量标准以及相关的权益投资余额分类监管政策被多次提及。

东吴证券非银金融分析师葛玉翔公开表示，优化权益风险因子偿付能力标准，如对超过一定股息率和持有超过一定期限的股票资产给予风险因子认定优惠。同时，适度下调各档权益投资限额对应的偿付能力充足率要求，以激发险资权益投资热情，加大入市力度。

“通过优化保险公司偿付能力监管标准，降低部分风险因子的计算比例，提高保险公司的资本使用效率，从而间接释放权益资产的配置空间。”龙格对记者说。

美联储降息 人民币汇率稳中有升

美元理财还“香”吗？

本报记者 张漫游 北京报道

一边是美联储时隔4年首次降息，一边是中国人民银行一系列金融政策出台，美元资产投资迎来新变化。

自2022年3月以来，以美元存款为主要投资标的的美元理财走俏，收益率逐渐攀升，近1个月年化收益率的平均水平、近3个月年化收益率的平均水平均在4%以上。

而在上述双重因素影响下，美元指数、汇率等都会受到影响，美元理财是否还能保持高收益、投资美元理财将面临哪些风险，成为投资者关注重点。

收益率回落幅度不大

从三季度以来的收益表现看，美元理财产品的收益表现整体呈上升趋势，最近收益表现有所回落，但回落幅度不大。

美联储降息伊始，美元理财吸引力犹在。《中国经营报》记者从普益标准获得的数据显示，截至2024年9月22日，现金管理类美元产品的7日年化收益率、非现金管理类产品的近1个月年化收益率的平均水平和近3个月年化收益率的平均水平分别为4.61%、4.85%和4.77%。

对比同期理财市场的平均收益水平，普益标准数据显示，截至9月22日，全市场存续开放式固收类理财产品（不含现金管理类产品）的近1个月年化收益率的平均水平和近3个月年化收益率的平均水平分别为2.15%和2.28%；全市场存续封闭式固收类理财产品的近1个月年化收益率的平均水平和近3个月年化收益率的平均水平分别为2.63%和为2.96%；全市场存续现金管理类理财产品近7日年化收益率的平均水平、近1个月年化收益率的平均水平和近3个月年化收益率的平均水平分别为1.72%、1.74%和1.78%。

不过，美联储降息的影响已经显现。

“今年4月末以来，随着美国通胀和劳动力市场降温，市场已经开始交易美联储降息预期，2年期和10年期美国国债收益率，从4月末高位分别累计下行近150和100个基点，以美元定价的美元债券收益率和存款收益率同步下行。该背景之下，近期美元理财产品整体利好，但不同类别美元理财产品所受影响略有区别。”记者从光大理财方面了解到，存款类资产占比较大的产品由于前期锁定了存款利率，收益率下行对该类产品净值影响较小，投资者仍可获取较高且稳定的收益回报。但随着存款逐渐到期，新发产品业绩基准预计也将进行相应下调。

普益标准研究员李振宇表示，从三季度以来的收益表现看，美元理财产品的收益表现整体呈上升趋势，但受到美联储9月19日降息50基点的影响，最近收益表现有所回落，但回落幅度不大。

普益标准的数据显示，截至2024年9月22日，现金管理类美元产品的7日年化收益率、非现金管理类产品的近1个月收益率和近3个月平均收益率分别较2024年9月15日变动0.62BP、-4.90BP和0.78BP。

李振宇认为，后续美元走势如何，要观察美联储降息后美国经济、就业数据表现等，这也决定了美联储下一步的降息行动。如果美国经济、失业率等没有较大改善，美国通胀也没有出现明显反弹，美联储下一步降息的可能性较大，美元理财的收益表现可能进一步回落。

谈及美元理财收益率将如何变动，中国银行（601988.SH）研究院中国金融团队主管李佩珈提示称，美元理财收益率主要受美国联邦基金利率及美元底层资产收益率影响，美联储货币政策及美国股市、债市、大宗商品运行状况均对美元理财收益率产生影响。考虑到境内美元理财主要配置于固收类金融产品，美联储货币政策是影响美元理财收益率最主要变量。

“9月点阵图显示，2024年至2026年美联储将合计降息250BP，这对全球经济与金融市场具有强烈的信号意义。与此同时，近日中国央行出台的包括降准、降息在内的政策组合拳，有助于提振市场对于中国经济企稳的信心。”惠誉博华工商企业部副总监唐大千告诉记者，“双重效应叠加推动人民币兑美元汇率回升凌厉，（人民币兑美元）汇率单向贬值压力基本消散并已然进入趋势性上升通道。如果未来数月美国就业与零售数据有超预期表现，使得美联储采取更为保守的降息路径，美元仍存在短期脉冲性走强的可能。”

美元理财及全市场理财产品收益情况

	7日年化收益率	近1个月年化收益率	近3个月年化收益率
现金管理类美元理财	4.61%	—	—
非现金管理类美元理财	—	4.85%	4.77%
开放式固收类理财	—	2.15%	2.28%
封闭式固收类理财	—	2.63%	2.96%
现金管理类理财	1.72%	1.74%	1.78%

截至2024年9月22日 数据来源：普益标准 张漫游/制表

是否还值得投资？

美联储降息或引发美元汇率的波动，投资者需从自身实际情况出发，考虑是否继续持有美元币种。

在目前市场状况下，美元理财是否还值得持有？

从投资者情况看，融360数字科技研究院高级分析师艾亚文分析称，美元理财产品的受众主要包括寻求多元化资产配置的投资者、对冲汇率风险的需求者以及期望在美元资产中寻找相对稳定收益的个人和机构。尽管降息影响美元理财产品的收益率，但在当前全球资产配置荒的背景下，美元理财仍具有一定的吸引力。特别是对于那些持有美元或有需要使用美元的投资者，美元理财可以在汇率波动中锁定收益。

“美元理财产品的受众主要是持有闲置美元资金的投资者。在美联储降息背景下，利好债券类美元理财产品，而当前存款类美元理财产品收益率也仍维持在较高的水平，美元理财产品仍值得持有。但需要注意的是，美联储降息或引发美元汇率的波动，投资者需从自身实际情况出发，考虑是否继续持有美元币种。”光大理财方面表示。

汇华理财方面建议，当前美联储刚刚开启降息周期，对于手中持有美元的投资者来说，可以考虑通过美元定期存款或主投美元存款的理财产品来争取尽早锁定美元资产的相对高息优势。即便后续美联储降息进程推进，在调整过程中，美元资产或仍具有相对较高的吸引力。

光大理财方面认为，对于长期持有美元的投资者来说，美元理财产品是当前国内外币投资较好的选择，且需关注理财产品的利率风险和信用风险。但对于短期持有美元或尚未持有美元的投资者而言，需根据个人实际情况，评估汇率波动对投资收益的影响，谨慎选择外币或美元理财产品。

从产品收益情况看，李佩珈分析称，未来一段时间，考虑到美国劳动力市场不振，美联储仍有进一步降息的可能性，这加大了美元理财产品收益下探压力。美国利率期货市场预测，美联储明年还有100个点的降息空间。

“持有美元理财产品的收益率取决于利率、汇率及风险因素的相对比较。从名义收益率角度看，美元理财产品收益率平均水平约在5%以上，高于境内理财产品收益率。但如果考虑到汇算因素，其收益率将会明显下降。”李佩珈告诉记者，8月以来，受美联储降息预期升温及落地等影响，境内人民币大幅上涨，截至9月24日，人民币兑美元即期汇率达到7.0385，较今年年初已升值1.33%，这意味着相对较高的美元理财产品收益率会被汇率风险所抵消。此外，相比境内理财产品，美元理财产品的手续费也相对更高。因此，持有美元理财产品收益率并没有想象中那么高，且将随着美联储新一轮降息周期的开始进一步下调。

底层资产配置或调整

为规避美元理财的投资风险，银行及理财公司预计会在投资标的上作出调整，比如美元债券、QDII基金、境外证券投资基金等。

面对当前市场环境，业内人士对美元理财投资给予了风险提示。

李振宇提示道，在投资美元资产时需要注意以下风险：一是汇率风险，随着美联储降息预期的进一步增强，美元指数走弱，美元存在贬值风险，会进一步削弱美元理财收益，是目前投资美元理财最主要的风险；二是流动性风险，很多美元理财产品有较长的投资期限，如果美联储降息节奏较快，投资者很可能无法及时赎回资金；三是宏观市场风险，美联储降息的重要原因是近期美国经济表现低于预期，如果美国经济数据持续不佳，或将对美股、美债等各类资产的收益预期产生冲击。

“美元理财不仅要考虑利率、汇率风险，还要注意理财产品的底层资产风险。”李佩珈认为，8月以来，各界对美联储加息政策走向出现分化，这也使得美国金融市场波动明显加大，美国标准普尔500波动率在8月5日曾创下38.57的阶段性高点，仅次于2020年3月疫情之初的部分时段。美国股市波动必将对美元理财产品收益产生连锁影响，进而不利于保值增值。

为规避美元理财的投资风险，银行及理财公司预计会在投资标的上作出调整。

艾亚文建议，美元理财产品设计时可以增加对冲工具，配置多元化资产等，比如美元债券、QDII基金、境外证券投资基金等在内的多元资产配置，以分散单一资产类别带来的风险。当然，还要注意风险管理。

光大理财方面表示，从最近的情况看，持有一定比例债券类资产的美元理财产品，受益于收益率下行的资本利得，近期表现亮眼。往前看，根据当前市场预期，美联储今年预计还将降息50至75个基点，2025年降息约100个基点，美元债券收益率仍将维持下行趋势，对持有美元债券的理财产品的净值形成持续支撑。

“随着美联储降息政策的推进，美元指数会进一步走跌，但以黄金为代表的大宗商品由于与美元指数具有负相关关系，其价格反而有上行动力。预计相关美元理财产品或将调整其底层资产配置，更多投向于黄金及其他大宗商品市场。”李佩珈说。

挂钩“收益平滑基金” 养老理财多元化探新路

本报记者 秦玉芳 广州报道

2024年至今，多家理财公司旗下逾10只养老理财产品进行收益分红，进入三季度以来分红更为密集。但与去年相比，今年以来养老理财产品扩容及分红力度减弱趋势凸显。

业内人士分析指出，受利率持续下行和股市、债市波动影响，今年以来以固收类资产为配置主力的养老理财产品整体业绩表现弱于去年，分红能力也受到影响。当前，养老理财产品的供给与投资者实际需求之间仍存在较大差距，理财机构面临多元化产品创新和风险管控能力的挑战。

未来，随着收益平滑基金之类风险保障机制的完善，理财机构在丰富养老理财产品体系方面或将释放更大的空间。

年内逾10只产品宣布分红

进入三季度，理财公司密集发布针对养老理财产品的分红公告。

中银理财、建信理财、光大理财、中邮理财、交银理财等多家机构均对旗下部分养老理财产品进行收益分配。据公告初步统计，年初至今4家理财公司逾10只养老理财产品发布分红公告，其中部分产品年内分红多次。

在股市、债市宽幅震荡的背景下，相比破净率频频升高的普通理财产品，养老理财稳健性优势愈加凸显。

Wind数据显示，披露最新单位净值的养老理财产品（包括个人养老金理财）有73只，单位净值均超过1。其中，累计单位净值增长率大于3%的超过60只。

济安金信养老金研究中心主任闫化海博士认为，今年养老理财产品整体表现比较稳健，为投资者提供了相对稳定的收益，主要得益于养老理财产品以固收类产品为主，风险等级多为中低风险的产品设计。

普益标准研究员李霞强调，在产品设计上，养老理财多为“固收+”产品，在收益稳健的基础上，兼顾收益灵活性，且产品期限相对较长，并设置最短持有期限。

在配置策略上，试点的养老理财产品与个人养老金理财产品的资产配置方面既有一定的共性，又有较大的差异。中国银行研究院研究员杨娟指出：在共性方面，两者均主要配置资管产品，同时均不直接配置金融衍生品类资产；在差异方面，相比于试点的养老理财产品，目前存续的个人养老金理财产品不直接配置权益类资产和非标准化债权。

进入2024年，股市、债市波动加剧，养老理财产品也在加大配置策略调整，以稳固收益。

在闫化海看来，与去年相比，养老理财在产品类型和设计理念上并未发生显著变化，均强调稳健性和长期性。但随着市场的变化和投资者需求的多样化，部分产品可能在投资策略和资产配置上进行了微调，以更好地应对市场波动和满足投资者需求。

杨娟表示，今年试点的养老理财产品倾向于减少权益类资产和非标准化债权的配置比例，增加银行存款和资管产品的配置比例。理财类个人养老金产品倾向于减少资管产品的配置比例，直接增加固收类资产的配置比例。但从穿透后的效果来看，个人养老金理财产品对资管产品和固收类资产的配置比例均有所下降。

对存款、固收等稳健型资产配置力度的增强，使得年初以来养老理财整体业绩表现优势更为突出。普益标准研究员杨颀指出，养老理财产品的主要目标是为投资者提供长期稳健的收益，因此目前养老理财的大部分资金（通常达到九成左右）倾向于配置固定收益类资产，以提供相对稳定的利息收入，符合养老理财对安全性和稳定性的要求。

闫化海还强调，在股市、债市波动加剧的背景下，今年的养老理财产品更加注重风险控制。通过动态调整组合久期、适度配置可转债以及股票、基金等权益类资产提升收益水平，并围绕收益目标和波动控制动态管理配置比例，增强净值稳定性。

闫化海指出，今年新增的个人养老金理财产品业绩比较基准率相比去年有所下调，这反映出在利率下行和资本市场波动加大的背景下，理财机构对产品收益的预期更加谨慎。

丰富产品供给仍是关注重点

尽管今年以来养老理财产品业绩表现持续稳健，不过相比2023年，2024年养老理财产品分红力度仍有减弱趋势。

在闫化海看来，利率持续下行和股票市场波动对理财产品的分红和收益影响较大。债券市场中长期债券收益率的下降，及理财主要投向债券市场的特性，导致养老理财产品的收益受到较大影响。权益市场的波动也增加了养老理财产品的投资风险，进一步影响了产品的收益表现。

截至2024年9月24日，处于存续状态的养老理财产品合计77只（含51只试点养老理财产品和26只个人养老金理财产品）。其中，试点养老理财产品业绩表现整体弱于去年，剔除2023年才成立的1只养老理财产品，其余50只产品2024年的平均年化收益率较2023年平均收益率低0.41个百分点。

与此同时，年初以来养老理财产品发行速度也在下降。根据普益标准数据统计，在新发和募集规模上，2023年共新发24只试点养老理财产品，募集规模为36397.42万元。2023年1—8月发行21只，募集规模为33544.73万元。相比之下，2024年1—8月新发6只试点养老理财产品，募集规模仅为568.77万元。

“与去年对比，今年产品发行呈现出放缓趋势，这与资本市场变化、业绩压力以及投资者需求变化等因素有关。”闫化海表示。

李霞也指出，今年以来，由于市场利率下行、“资产荒”等原因，理财产品收益整体欠佳，养老理财产品发行速度有所放缓。

杨娟进一步强调，试点养老理财产品与个人养老金业务均处于试点阶段，养老理财产品的发行节奏与相关试点政策推广直接相关。目前，能发行试点养老理财产品和个人养老金理财产品的机构只有11家，开展养老理财产品试点的城市有10个，开展个人养老金业务试点的城市有36个。可以预期，随着个人养老金制度向全国推广，养老理财产品发行也将迎来新的高峰。

“大部分理财机构成立时间较短，对养老金融业务的开办经验尚有不足，目前仍在探索开发能够满足养老储蓄需求的长期养老理财产品。”杨娟表示。

从市场供给来看，当前存续和新发的养老理财产品与投资者实际需求之间仍然存在较大差距。

闫化海指出，当前投资者不再满足于单一的养老理财产品，而是希望有多种类型、多种风险收益特征的产品可供选择，以满足其个性化的养老配置需求。且随着投资者金融知识的增加，他们对养老理财产品的风险有了更清晰的认识，更倾向于选择风险与收益相对平衡的产品，而不是盲目追求高收益。

“现有产品同质化严重，难以满足投资者多样化的需求。同时，受市场环境影响，部分养老理财产品的收益率波动较大，影响了投资者的信心和购买意愿。部分养老理财产品投资期限较长，且提前赎回条款较为严格，导致投资者在需要资金时难以灵活支取。”闫化海进一步强调。

杨娟指出，投资者需要市场上的养老理财产品呈现长期性、稳健性、普惠性的特征，并应满足投资者生命周期的理财需求。目前，养老理财产品尚难满足各类投资者的生命周期储蓄需求。“不同年龄段群体由于距离退休年限不同导致养老金积累期不同，但目前养老理财产品（含个人养老金理财产品中）尚未细化出满足不同年龄段群体养老理财需求的产品。”杨娟表示。

在杨娟看来，金融机构应在供给端和渠道端加大养老理财产品布局。理财机构要注重挖掘优质可投资资产，扩大养老理财产品投资范围，开发长期性养老理财产品，并在养老理财投资者和市场不断成熟的基础上，针对不同年龄段投资者开发满足要求的养老理财产品。

闫化海也强调，理财机构需要根据投资者的不同需求，推出多种类型、多种风险收益特征的养老理财产品，满足投资者的个性化需求；同时在符合监管要求的前提下，不断探索新的产品设计思路和方法，提升产品的创新性和竞争力。

增强收益与风险的平衡，也正在成为理财机构产品布局关注的重中之重。普益标准研究员杨国忠表示，在现有框架下理财机构主要是关注产品本身的风险控制，确保收益稳定，以匹配投资者对个人养老金账户稳定增值的期望。

市场普遍认为，未来养老理财产品与“收益平滑基金”的挂钩，将大大增强产品的稳健运营能力。国家金融监管总局资管司8月披露的文件明确要求，试点理财公司坚持养老理财产品审慎投资运作，包括但不限于采取科学合理、成熟稳健资产配置策略，审慎投资非标准化债券类资产，完善收益平滑基金等风险保障机制，促进养老理财产品稳健运行。

激活影视不良资产 网络微短剧站风口

本报记者 郭婧婷 北京报道

一分钟瞬间入戏，两分钟剧情跌宕反转，三分钟演尽爱恨情仇。具有“短、平、快、爽”的网络微短剧在盘活影视行业不良资产处置方向被赋予了新寓意和方向。

近日，大连金融资管协会会长刘毅向《中国经营报》记者介绍其所在协会在不良资产处置方面正在进行的三个创新探索方向。“一是康养产业不良特殊资产管理价值的提升；二是个贷不良方面，助力溯源治理以及后续的贷后的不良资产的处置；三是微短剧激活文化影视传媒方面的不良资产的管理与处置。”

记者从影视业人士处了解到，过去几年，受多重因素影响，以及国家广播电视总局（以下简称“国家广电总局”）对劣质艺人的管控，一批影视作品无法正常上映，形成了超1000亿元规模的不良资产。

与上述大制作影视作品面临的尴尬境遇不同，近两年，网络短剧爆火全网，成为资本新风口。

据iiMedia Research（艾媒咨询）发布的《2023—2024年中国微短剧市场研究报告》（以下简称《报告》）显示，2023年我国网络微短剧市场规模为373.9亿元，同比增长267.65%。《报告》预测，到2027年，这一市场规模有望达到1000亿元。

影视业不良资产待“消化”

影视业不良资产可以创新再利用，也可以与其他行业跨界合作。

“因为某一个人的原因会影响整个创作制作团队的创作，目前这也是影视圈亟须重点解决的难题。”一位影视圈内人士告诉记者。

从事影视业不良资产管理的人士告诉记者，传统的广电公司经营过程中往往会产生一些不良资产，同时，他们还拥有网络微短剧制作和发行需要的“牌照”资源，这就为通过微短剧盘活影视业不良资产处置打开了新窗口。

据康德智库专家、上海市光明律师事务所律师邱平介绍，影视行业不良资产主要来源于因多种原因无法正常发行上映的影视作品。这些作品可能是因为政策调整、内容违规、市场变化、投资失败等多种因素造成其无法上映。比如，国家广电总局对劣质艺人的管控导致一批影视剧无法正常播出，从而形成不良资产。

“由于问题艺人、演艺人员违规行为等原因，导致拍摄制作的作品无法播出，很多影视公司甚至一夜倒闭。”谈及不良资产来源，中国青年剧作家、导演向凯在接受记者采访时指出两个情形：“制作公司资金断裂，导致项目无法完成”“艺人失德或者出现违法乱纪导致影视剧无法播出”。

受访人士表示，与其他行业不同，影视业不良资产具有价值不确定性、规模庞大、社会资源浪费等特点。具体来看，不良资产的价值往往难以准确评估，因为它们无法在市场上流通变现，并且不良资产可能涉及大量作品，总规模高达数百亿甚至上千亿元。这些作品凝聚了创作人员和投资人的大量心血和资金，无法正常发行上映则意味着这些资源的浪费。

谈及无法播出剧集过往的处置方式，邱平表示，一般采取直接报废、版权转让和政策重新评估后上架等三种处置办法。

影视业不良资产又有哪些可期待的未来？受访人士提出，可以创新再利用，比如通过创新方式重新利用不良资产，如将其改编为网络微短剧、有声读物等形式进行分发；也可以跨界，与其他行业合作，探索影视业不良资产在其他领域的应用价值。

“对于无法修复或价值极低的不良资产，可以直接报废处理。将不良资产的版权转让给其他机构或个人，获取一定的经济回报。”邱平进一步阐释，随着政策环境的变化，一些原本被禁的作品也可能有机会重新评估并上映。

网络微短剧迎新机遇

在不良资产处置过程中，如何通过网络微短剧行业实现广电、影视剧价值重塑以及资产活化，成为大家关注的焦点话题。

受访人士表示，不良资产处置与网络微短剧行业的结合具有广阔的发展前景和重要的现实意义。通过创新利用不良资产资源推动网络微短剧行业的创新发展，不仅有助于减少社会资源浪费，还能为投资者带来新的商业机会和价值。

在邱平看来，随着观众对多元化、碎片化内容需求的增加，网络微短剧市场将呈现出蓬勃发展的态势，这也为不良资产的处置和再利用提供了广阔的市场空间和发展机遇。

“理论上，可以将无法发行上映的影视剧素材进行改编和再创作，制作成适合网络微短剧形式的内容进行分发。这样不仅可以减少资源浪费，还能为投资者带来新的收益来源。”谈及通过盘活微短剧来激活影视业不良资产路径，受访业内人士如是分析。

“现在有一些影视传媒公司也在与我们对接，希望协会能参与到公司文化类的不良资产的处置。当下爆火的微短剧，为这个行业不良资产处置提供了一些新的方法和手段。”刘毅表示。

近年来，随着互联网和新媒体的崛起，传统广电的市场份额不断下降，高昂运营成本和沉重的债务使得广电企业“勒紧裤腰带”维持经营。

如此情形下，在不良资产处置过程中，如何通过网络微短剧行业实现广电、影视剧价值重塑以及资产活化，成为大家关注的焦点话题。

今年4月，国家广电总局发布《关于微短剧备案最新工作提示》（以下简称《文件》）。根据《文件》内容，从6月1日起，未经审核且备案的微短剧将不得上网传播，这标志此前“裸奔”的微短剧，正式进入“强监管”阶段。

《文件》还要求，要对微短剧实行“分类分层审核”，总投资额达到100万元及以上的“重点微短剧”由国家广电总局统一备案公示管理；总投资额度在30万元（含）—100万元之间且非重点推荐的“普通微短剧”由省级广电部门进行规划备案审核和完成片审查；总投资额低于30万元且非重点推荐的“其他微短剧”由播出或为其引流、推送的网络视听平台履行内容管理的职责，负责内容审核把关与版权核定。

“所有播出、引流、推送的网络微短剧均须持有《网络剧片发行许可证》或完成相应上线报备登记程序。节目上线前必须在片头按相应格式要求标注《网络剧片发行许可证》号或节目登记备案号。”《文件》规定。

另据记者了解，在备案环节中，微短剧还需要相应“牌照”（即发行许可证）。近几年，全国各地广电业务备受冲击，由此也产生了一些不良资产，而他们手握的微短剧“牌照”则是发行必不可少的条件之一。

如此一来，“牌照”将广电公司和微短剧制作公司联系起来。

众所周知，“微短剧制作动辄牵扯大规模的制作人员、演员和资金。广电公司微短剧制作水平和微短剧制作公司有很大的差距。”向凯进一步表示，盘活广电不良资产难度很大，头部电视台可以尝试，市级县级电视台还不具备相应的能力与财力。

记者注意到，今年以来，多家广电公司宣布入局微短剧赛道。

4月，浙江卫视（中国蓝新平台）加快精品短剧赛道布局，启动精品微短剧新生态共建计划。6月，江苏广电总台在新闻发布厅举行了荔枝微短剧“潮计划”启动暨项目发布活动，宣布发展微短剧采取“谋定而后动，厚积而薄发”的策略。同月，陕西广电网络在微信平台推出小程序“西部短剧”。

近两年，网络微短剧爆火全网，成为资本宠儿，也被认为是影视行业的新质生产力。

本报资料室/图

7月，湖南广播电视台（以下简称“湖南广电”）举办的芒果短剧“星火计划”暨编剧大神研讨会上，湖南广播影视集团（湖南广电）总经理、副台长蔡怀军在活动中表示，今年将微短剧发展上升到集团战略高度，做强芒果TV大芒计划，升级“新风芒”，大力推动芒果短剧“星火计划”。

会上，芒果TV和风芒传媒短剧负责人与上海恒璨文化传播有限公司、东阳行庸影视文化有限公司、杭州剧好玩文化科技传媒有限公司、上海祥麟锦书文化有限公司、江苏雪漫舍影业有限公司签订年度战略合作协议，提前锁定微短剧行业一线创作者和优质剧本，抢占内容、人才和创作先机。

毋庸置疑的是，近年来相关监管部门加强了对网络视听节目的内容审核，以及加大了版权保护力度，为网络微短剧行业的健康发展提供了有力保障。若通过微短剧盘活影视业不良资产路径可行，那么从政策角度上说，国家相关部门能够给予哪些支持？受访人士建议，希望符合条件的文化创意产业项目（包括网络微短剧）可以享有税收优惠政策。

在不良资产处置过程中，投资微短剧行业可能面临的风险和挑战是什么？

“如今微短剧受众向银发群体转移，剧情内容低质且同质化严重，发展赛道越来越窄。”向凯一针见血地指出。

邱平表示，投资微短剧或将面临内容合规性风险：不良资产中可能存在内容违规或敏感元素需要谨慎处理以避免触犯法律法规。市场竞争激烈：网络微短剧市场竞争激烈，需要不断提升作品质量和创新能力以吸引观众和投资者。资金和技术门槛：不良资产处置过程中投资微短剧业需要一定的资金和技术支持，对于部分机构和个人来说可能存在一定的门槛。

证监会整治“伪市值管理”乱象 破净股迎估值修复

本报记者 郭婧婷 北京报道

“提高上市公司质量和投资价值”是证监会工作重点之一。9月24日，证监会就《上市公司监管指引第10号——市值管理（征求意见稿）》（以下简称《指引》）公开征求意见。

《指引》对主要指数成份股公司披露市值管理制度、长期破净公司披露估值提升计划等作出专门要求。券商研报提示关注破净股估值修复。

过去十几年间，市场对“市值管理”一直存在不同理解和处理措施，甚至“市值管理”一度成为“不合规干预”的贬义词，如今市值管理有了明确的界定，A股市值管理正式进入政策支持与规范发展的新阶段。

南开大学金融发展研究院院长田利辉向《中国经营报》记者表示，过去存在一些“伪市值管理”乱象，主要是因为一些上市公司通过不正当的手段，如操纵信息披露、内幕交易等违法违规行为来影响股价，而非通过提升公司的经营业绩和内在价值。《指引》出台之后，监管机构监督上市公司进行“合规”市值管理的挑战在于，如何在有效识别和打击“伪市值管理”行为的同时，保护投资者的合法权益。

记者注意到，政策一发布随即引爆了市场，破净股应声大幅上涨，金融街（000402.SZ）、中南股份（000717.SZ）等十多只股票掀起涨停潮。

中信证券研报指出，证监会先后落地《指引》、上市公司并购重组意见等文件，延续了此前资本市场改革“1+N”的政策思想。文件重点针对主要指数成份股公司和长期破净公司做出要求，考虑到目前长期破净公司市值占比超过20%，预计相关公司市值管理动作或继续加快。

指明市值管理路径与方向

今年以来，监管多次提及市值管理，A股上市公司对市值管理的重视度与践行度提升。

1月24日，国务院国资委相关负责人在新闻发布会上表示，将把市值管理成效纳入对中央企业负责人的考核。随后，证监会召开2024年系统工作会议，会议强调推动将市值纳入央企国企考核评价体系。

今年4月，《国务院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》（以下简称“新国九条”）中明确提出，要推动上市公司提升投资价值，制定上市公司市值管理指引。

随着政策端对上市公司市值管理的支持加强，年初以来上市公司对市值管理的重视度与践行度提升，上市公司通过分红、回购、股权激励、增持、并购重组等多种方式探索市值管理。

第三方平台数据显示，今年以来在投资者互动平台上提及“市值管理”关键词的询问上千条，有1000家上市公司回复了关于市值管理的提问。

日前，证监会公布数据显示，今年以来，95%以上的上市公司召开了业绩说明会，股份回购家数和金额以及现金分红金额均创历史新高，中期分红家数增长近三倍。

“但实践中仍然存在部分上市公司投资价值未被合理反映等问题，一定程度上影响了投资者信心和资本市场稳定。”谈及《指引》起草背景，证监会如是表示。

记者梳理文件，《指引》共十四条，明确市值管理的定义、相关主体的责任义务、两类公司的特殊要求和禁止事项。

上市公司市值管理发展路径是什么？《指引》绘出了方向，并购重组、股权激励、现金分红、投资者关系管理、信息披露、股份回购等方式都是可行发展路径。

记者关注到，《指引》充分考虑投资者以及媒体关切，要求董事会秘书应当加强舆情监测分析，密切关注各类媒体报道和市场传闻，发现可能对投资者决策或者上市公司股票交易产生较大影响的，上市公司应当根据实际情况及时通过发布澄清公告、官方声明、协调召开新闻发布会等方式回应。

市值管理的目的是否为了提升市值而提升市值？

对此，田利辉表示，市值管理并不意味着简单地追求股价上涨或市值增加，而是要在保证公司长期稳健发展的基础上，实现股东价值的最大化。所以，市值管理指引将引导市场更加注重公司的长期发展和内在价值，促进市场的健康稳定发展。

如何衡量市值管理效果？

“通过对比股价表现、财务指标、市场占有率、股本机构这四个指标，可以观察上市公司市值管理成效。比如，净资产收益率、毛利率、净利润增长率等财务指标可以反映公司的业绩表现，从而衡量市值管理的实际效果。然而，值得注意的是，这些量化指标并不能完全反映市值管理的全部成功与否，还需要考虑其他因素，如公司声誉、投资者关系、企业社会责任等。”科方得智库研究负责人张新原在接受本报记者采访时分析。

在田利辉看来，衡量市值管理成功与否的量化指标包括：公司市值的增长情况、股价相对于同行业的表现、投资者关系管理的质量、信息披露的透明度和及时性、股份回购和分红的实施情况等。此外，股价表现、盈利能力、资产质量、股东回报和市场认可度相关指标也可以从不同角度观察公司市值管理的效果。

指数成份股和破净股被重点关注

值得一提的是，《指引》第八条明确，主要指数成份股公司应当制定并经董事会审议后披露上市公司市值管理制度，并要求主要指数成份股公司应当就市值管理制度执行情况在年度业绩说明会中进行专项说明。

《指引》规定，披露的市值管理制度要明确负责市值管理的具体部门或人员、董事及高级管理人员职责、上市公司内部考核评价方法、对上市公司多个指标行业平均水平的具体监测预警机制安排、上市公司出现股价短期连续或者大幅下跌情形时的应对措施等。

那么，哪些为主要指数成份股公司？《指引》明确主要指数成份股公司，包括沪深300指数成份股公司；科创50、科创100指数成份股公司；创业板指数成份股公司；北证50指数成份股公司。

“长期破净公司应当制订并经董事会审议后披露上市公司估值提升计划，包括目标、期限及具体措施。应当至少每年对估值提升计划的实施效果进行评估，并根据需要及时完善，经董事会审议后披露，并且应当就估值提升计划执行情况在年度业绩说明会中进行专项说明。”《指引》第十条载明。

“连续20个交易日内上市公司股票收盘价格跌幅累计达到20%；上市公司股票收盘价格低于最近一年股票最高收盘价格的50%。”对于长期破净公司的定义，证监会如是界定。

“对指数成份股和破净股做特殊要求是因为这些公司在市场上具有较大的影响力和代表性，其市值管理行为不仅影响公司自身，也对整个市场产生影响。特别是破净股，由于其市场价格低于净资产，可能会引起市场对公司价值的误解，因此需要特别关注和提升其市值管理能力。”田利辉强调。国泰君安策略团队认为，央行首创针对资本市场的两大结构性货币政策工具，有望推动股市的风险评价下调。其中创设股票回购增持专项再贷款，对于具有市值管理要求的央地国企和ROE稳定的民营蓝筹而言具有重要意义，提供其增持股票的能力。考虑资产负债率要求，破净央地国企以及流通市值不大公司的股价估值弹性或更为受益。

记者查询Wind了解到，截至9月26日，A股共有741余只个股股价跌破每股净资产。上述741家破净股中，有超200家上市企业规模过百亿，国企占比较高。

受《指引》《关于深化上市公司并购重组市场改革的意见》等文件影响，近两日破净股出现大幅上涨。在田利辉看来，这是因为市场对新政策的反应积极，他认为这将有助于提升破净股的市场价值和投资者信心。然而，股价的短期波动也受到多种因素的影响，包括市场情绪、基本面变化等，因此需要理性看待。

此外，《指引》还明确上市公司及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员等切实提高合规意识，禁止以市值管理为名实施的违法违规行为，如操纵市场、内幕交易、违规信息披露等，以保护中小投资者的合法权益。

受访业内人士介绍，市值管理服务市场的供给则包括证券公司、财经公关机构、咨询管理公司等，它们通过提供专业的市值管理策略和服务，帮助上市公司实现价值最大化。

“在实际操作中，上市公司可以通过优化内部治理结构、调整财务策略、改善投资者关系管理等手段来进行市值管理。同时，上市公司还可以通过股份回购、现金分红、股权激励等金融工具来提升公司的投资价值。”前述业内人士表示。

在张新原看来，“伪市值管理”乱象的争议点主要集中在于上市公司是否过度关注市值增长而忽视了公司的基本面，以及是否存在一些不正当手段来提升市值。在新《指引》下，监管机构如何界定和监管违规行为，杜绝上市公司因过度追求市值而损害公司以及投资者的长期利益。

“十一”黄金周倒计时 银行“冲刺”假日消费

本报记者 王柯瑾 北京报道

随着“十一”黄金周的临近，银行业正积极备战假日消费市场。

在中国人民银行2024年下半年工作会议“把着力点更多转向惠民生、促消费”的政策指引下，各大银行纷纷调整策略，加大对消费领域的金融支持。

《中国经营报》记者了解到，通过优化信用卡服务、推出消费贷款优惠政策以及加速数字人民币的普及应用，银行机构力求以假日契机为消费者提供更加便捷、高效的金融供给，从而有效激活假日消费潜力，进一步提振国内消费市场。

业内分析认为，这一系列举措不仅是针对“十一”黄金周的短期策略，更是银行业构建助力消费长期生态的重要一环。银行业正通过不断创新金融产品和服务模式，加强与线上线下商户的合作，打造涵盖购物、餐饮、旅游等多个领域的消费生态体系，以满足消费者日益多样化的需求，持续激发市场活力。

花式手段+多场景覆盖

随着技术的成熟和消费者习惯的适应，数字人民币有望成为消费市场的重要组成部分。

记者从多家银行了解到，为了抢抓“十一”出游季，信用卡花式营销再现。

比如邮储银行（601658.SH）信用卡联合携程旅行、飞猪旅行、中免海南线下指定门店等推出国庆出游超值优惠活动，持卡人使用邮储银行信用卡支付订单，可获得最高立减200元的优惠。

工商银行（601398.SH）针对假期出游持卡人，推出酒店、机票、火车票等订单支付满500立减50元的优惠活动。

农业银行（601288.SH）则在积分上“做文章”吸引客户。9月15日至10月7日，该行信用卡主卡持卡人累计消费满1万元，即有机会领取权益券，积分加倍，最高可额外获赠20万积分。

“十一”长假让出境旅行时间更从容。建设银行（601939.SH）龙卡Visa适时推出返现、拍卡、结算、出行、优惠、护卡等一条龙活动。比如，消费结算时，刷龙卡Visa畅享MUSE卡，和收银员说明使用当地货币结算交易币种为中国建设银行受理的国际货币，均直接兑换人民币入账，还可以免货币转换费。

除出行外，“十一”长假也少不了购物。中国银行（601988.SH）信用卡联合微信支付、京东支付、抖音支付、美团支付、拼多多支付等，推出多种绑卡制度满减活动，例如美团支付首绑至高减66元。

9月也是电子产品发布的高峰期，各大科技公司纷纷推出自己的新产品，这一趋势已经成为科技行业的惯例。比如，华为和苹果公司在9月举行了新品发布会，多款新品问世，不仅吸引了消费者的关注，也带动了相关产业链的发展，形成了所谓的“消费电子月”。

各大银行信用卡瞄准机会，推出相应活动。比如在工银e生活App使用工商银行信用卡购买Apple产品可享至高12期免息分期；使用农业银行信用卡在天猫Apple直营品牌旗舰店购买iphone16系列可享最长24期免息分期。

除信用卡之外，消费贷也成为众多银行力推的业务。记者观察发现，9月24日前后，多家银行消费贷年利率在3%左右，但会通过发放优惠券的方式，在一定期限内灵活调节消费贷产品的利率水平。

9月23日，记者登录某股份行手机App，该行某款消费贷产品显示年利率（单利）低至3.4%，额度为30万元。该行北京分行某客户经理告诉记者，申请贷款时使用优惠券，年利率可低至2.88%。

融360数字科技研究院高级分析师艾亚文分析认为：“当前信用卡十分注重多元化和细分市场，针对不同时点和消费群体，开发差异化产品或推出相应活动，持续满足特定群体的个性化需求，不断加强场景创新。”

通过数字人民币红包发放的消费券，不仅增强了民众的花费意愿，还促进了特定行业的消费复苏。 视觉中国/图

近年来，数字人民币应用场景不断扩展。在中秋假期期间，多家银行便开展了关于数字人民币支付的丰富活动，例如使用数字人民币享受阶梯满减优惠，进一步激发公众对数字货币支付的兴趣和参与度。

中国银行研究院研究员李一帆表示：“一方面，数字货币具有更高的安全性和便捷性，为广大消费者在消费过程中提供一种新的货币选择，从而为消费者带来新的使用体验。另一方面，区块链和数字加密等技术在数字货币中的应用，有助于保护消费者的交易隐私和资产安全，提高消费者权益保护工作的质效，从而长期营造更加稳健有序的市场生态环境。”

艾亚文认为：“数字人民币通过发放消费券的形式，直接刺激消费者的购买力，通过数字人民币红包发放的消费券，不仅增强了民众的花费意愿，还促进了特定行业的消费复苏，数字人民币的使用简化了支付流程，提高了支付效率从而提升整体消费体验。数字人民币的推广对消费市场的影响是多维度的，涉及支付效率、市场波动、监管环境、技术创新以及消费者行为等多个方面。不仅改变了支付方式，提高了交易效率，还促进了金融创新，增强了市场透明度，但同时也带来了监管挑战和市场波动的风险。长远来看，随着技术的成熟和消费者习惯的适应，数字人民币有望成为消费市场的重要组成部分。”

持续构建消费生态

银行应持续关注消费者行为的变化，灵活调整产品策略，确保创新产品能够真正满足市场需求。

今年，随着国家促消费政策的深入实施，各大银行积极响应，持续构建多元化、场景化的消费生态，进一步激发经济活力。

近日，上海银行（601229.SH）启动了“消费焕新季”系列活动，以线上支付、线下商圈、汽车、家电、文旅、适老六大重点消费领域为着力点，通过九项举措助推消费提升。其中，推出假日主题活动，支持双卡线上消费升级。联合各大核心支付渠道及电商场景，结合即将到来的国庆、“双十一”等线上消费大促时点，推出丰富的借记卡和信用卡首绑立减、支付满减等活动，促进市民线上品质消费。

持续构建消费生态，场景拓展十分关键。李一帆表示：“当前，在消费场景嵌入和拓展方面，银行在一定程度上面临同业激烈竞争和较高科技能力要求的考验。未来，银行在稳妥推进数字化转型的基础上，应充分发挥自身比较优势，通过自建场景、与互联网平台合作拓展场景等不同模式，进一步挖掘新场景展业，围绕文化旅游、娱乐体育、健康服务、智能家居、绿色减碳、体育赛事、国货‘潮品’以及低空飞行等细分场景，提供更贴合相关市场主体需求的金融产品和服务。同时，强化科技赋能，通过优化指纹支付、刷脸支付等无接触式支付方式提升客户体验，聚焦银行卡受理、现金支付、外币兑换、移动支付、账户服务等领域，提高对市场主体金融需求的响应、审批及办理速度，最终通过拓展消费场景化、数字化服务，实现消费金融客户和业务规模化增长。”

支持消费提升，对金融而言机遇与挑战并存。艾亚文认为：“挑战是多方面的。比如中小银行普遍遭遇新客户获取的难题，以及现有客户活跃度低、客户黏性弱问题。银行需要不断优化客户体验，增强客户忠诚度，可能需要大量的资源投入和技术支持。”

在艾亚文看来，银行应持续关注消费者行为的变化，灵活调整产品策略，确保创新产品能够真正满足市场需求，不仅要紧跟市场趋势，还应注重长期战略规划，平衡风险与收益。“考虑到消费市场中服务消费的增长和大宗消费品以旧换新的趋势，银行可创新消费分期产品，提供灵活的信用额度和还款方式，促进消费升级。鉴于消费者对环保意识的增强，银行可创新绿色金融产品；面对人口老龄化趋势，银行应开发更多健康管理和养老服务相关的金融产品等。”

“在金融场景生态建设中，银行应处理好金融业务与非金融业务之间的风险隔离，确保符合监管要求，保护好消费者权益、提升平衡审慎性与服务便利性。归根到底，银行需要加强内部技术能力建设、深化与外部伙伴的合作，优化客户体验设计和强化风险管理机制等，克服这些挑战以实现可持续发展。”艾亚文表示。

展望未来，李一帆表示，银行可以依托数字化转型和金融科技赋能，在监管合规前提下对接有关部门，围绕征信机制建设持续进行探索，推动长尾客户群体的征信白名单建设，逐步挖掘潜在客户拓展空间，提高金融服务的可得性与便利度。同时，在发掘传统消费业务增长点的基础上，稳妥发力数字消费、绿色消费、健康消费等新型消费，打造爆款消费贷款和信用卡产品，形成具有较大市场影响力和知名度的明星单品。此外，结合不同客户差异化消费需求，开展针对性产品及服务推介，实现业务扩张和着力支持扩大消费的目标。

“强监管”与“促发展”并重 金融助力地方经济转型升级

访国家金融监督管理总局宁波监管局局长孙世重

本报记者 郝亚娟 张荣旺 上海 北京报道

宁波作为中国东部沿海重要的港口城市，一直以来都是我国对外开放的重要窗口之一。2024年上半年，宁波GDP总量达到人民币8207.9亿元，跃居全国第11位。在“十四五”规划的指导下，宁波加快了产业结构调整和转型升级的步伐，积极推动战略性新兴产业的发展。在此背景下，金融如何服务实体经济发展？“五篇大文章”怎样助力当地产业结构转型？近日《中国经营报》记者专访了国家金融监督管理总局宁波监管局局长孙世重。

孙世重表示，宁波监管局始终坚持强化监管引领，推动辖内银行保险机构持续优化金融产品和服务，为科技型企业提供全生命周期的多元化、接力式金融服务，助力新质生产力高质量发展，与宁波产业机构转型同行共进。

监管引领服务实体经济

《中国经营报》：宁波经济有哪些特点？需要金融机构提供哪些支持？

孙世重：外贸经济、制造业经济和民营经济，是宁波经济的三大亮点。

从外贸来看，宁波作为中国第六座“外贸万亿之城”，全国首个跨境电商零售进口破千亿城市。宁波监管局引导辖区银行保险机构重点做好四方面工作：一是坚持和完善“大数据+名单制”数智金融服务。推动机构针对外贸实效企业实行清单制管理，加大信用保险和授信支持力度，实现清单内企业对接全覆盖。二是助力巩固拓展外贸新业态新优势。指导银行保险机构落实好支持跨境电商出口金融政策，着力为“新三样”出口提供更有针对性服务。三是拓展提升增值型外贸金融服务能力。鼓励机构充分利用自身优势和资源，加大对外贸企业资信服务支持，加强外贸领域反诈宣传。四是协同支持内外贸一体化试点。支持机构稳妥发展国内贸易信用保险业务，推动多险种联动支持企业开拓国内国际市场，积极支持扩大有效需求。

从制造业来看，宁波制造业历史悠久，门类齐全，具有明显比较优势，位居2023年先进制造业百强城市第四。宁波监管局推动银行保险机构深化金融支持，持续增加信贷投放、创新金融产品、提升服务水平，支持制造业企业发展壮大；围绕打造“大优强、绿新高”现代化产业体系，加大先进制造业、战略性新兴产业等重点领域金融支持力度，推动金融资源更多向中高端、智能化、绿色化制造业倾斜；支持专精特新中小企业、单项冠军企业发展，实施“一企一行”主办行（司）机制，提供“一对一”管家式服务；创新制造业小微园区“伙伴银行”模式，建立需求对接、融资会诊、合作互评等十项机制，实现金融服务“一园一策”，为入园企业提供全生命周期、全方位的金融服务，为全市164个园区3000家小微企业授信300亿元。

从民营经济来看，宁波作为民营经济大市，民营企业发展起步早、基础好、活力足、潜力大，已成为宁波经济发展“金名片”，宁波监管局引导金融机构强化金融服务保障，助力民营经济高质量发展。一是高效精准服务民营经济发展。印发稳增长稳就业提升民营经济金融服务工作意见“12条”、优结构提能效支持高质量发展的工作意见，配套建立18项金融服务高质量发展指标体系，推动银行保险机构把更多资源用于支持民营经济，健全“敢贷、愿贷、能贷、会贷”长效机制落地落实，跟进季度通报、审慎会谈等措施，推动各项政策措施落到实处。二是提升民营企业贷款可得性。强化监管外评引导，开展民营经济金融服务情况大评估大排查，要求全辖机构按照民营企业贷款“两个一致”要求，坚持对各类所有制企业一视同仁、平等对待，满足民营企业合理融资需求。推动金融机构将民营企业服务目标作为专项指标纳入绩效考核体系，通过内部转移价格优惠等方式将融资成本保持在合理水平。

《中国经营报》：为做好金融“五篇大文章”，监管部门将重点从哪些方面突破？

孙世重：在做好科技金融大文章方面，宁波监管局始终坚持强化监管引领，推动辖内银行保险机构持续优化金融产品和服务，打造“专业+集约”的体制机制，完善“全周期+个性化”的产品体系，探索“共建+共享”的服务模式，促进“知产+资产”的深度融合，构建“增信+补偿”的分险机制，为科技型企业提供全生命周期的多元化、接力式金融服务，助力新质生产力高质量发展。

在做好绿色金融大文章方面，宁波监管局指导宁波市银行业金融机构积极贯彻落实中央金融工作会议精神，坚定不移地践行金融工作的政治性、人民性，持续发力绿色金融领域，多措并举创新绿色产品，以高质量金融服务赋能经济社会高质量发展。

在做好普惠金融大文章方面，宁波监管局始终坚持普惠金融工作“一盘棋”的发展理念，加大与政府部门、行业主管单位的互联互动，推动金融政策与产业政策、财税政策有效协同、政务数据与金融数据共享共用，共同打造专注实体、深耕小微、精准供给、一体推进的“宁波模式”；始终坚持聚焦宁波经济结构和产业特点，推动金融资源更多向重点领域、薄弱环节集聚倾斜，持续增强普惠金融的可得性和获得感；着眼打通惠企政策传导的“最后一公里”，创新构建“大数据+名单制+场景化”的数智金融服务模式，以名单制为抓手，以场景应用为依托，实现金融政策措施靶向发力、穿透落地、精准兑现的全过程管理，提升普惠金融支持实体经济的有效性；探索将数字政务与数字普惠有机结合，推动银行机构积极对接政府公共信息平台，通过大数据不断完善金融产品和服务，减少抵押物依赖，满足小微企业个性化需求。

在做好养老金融大文章方面，宁波作为共同富裕先行市、国家保险创新综合试验区和全国首批开展专属商业养老保险试点的城市，近年来宁波保险业充分发挥行业优势，在服务社会保障体系建设，发展第三支柱方面取得一定成效。宁波监管局健全完善保险监管体制机制，抓好保险监管专业化精细化数智化能力建设，推进从单一功能监管向机构监管和功能监管有机结合的综合监管转型，积极探索差异化、精细化、专业化监管方式，根据机构经营特点、风险程度实施分类监管，实现风险监管的系统性和精准性。

在做好数字金融大文章方面，宁波监管局引导金融机构加快发展数字金融，充分发挥数字技术和数据要素的双轮驱动作用，赋能金融服务提质增效，积极推动数字经济与先进制造业深度融合，助力全市数字经济创新提质“一号发展工程”实施。

保障金融系统稳健运行

《中国经营报》：党的二十届三中全会指出，要统筹好发展和安全，落实好防范化解房地产、地方政府债务、中小金融机构等重点领域风险。在防范化解风险方面，监管部门有哪些举措？

孙世重：防控风险是金融工作的永恒主题。宁波多年来持续保持高风险机构和重大涉稳涉众风险“零发生”的良好态势。2024年7月末，全市银行业不良贷款率为0.67%，区域金融风险收敛可控。今年以来，宁波监管局强化逆周期监管，督导银行机构严格贷款分类，加快不良贷款处置，提高行业抵御风险的能力；强化中小法人机构风险防控，督促机构强化资本约束，通过适当控制分红、股东增资扩股、发行资本债等方式补充资本，推动风险化解；强化风险防控和非法金融活动打击。

在防控重点领域金融风险上，宁波监管局坚持“稳”字当头，把握好时度效，健全中小机构金融风险处置常态化机制，推动形成风险管控合力、辖区风险进一步收敛，严防发生“爆雷”事件；引导金融机构完善定位和治理，努力实现高质量发展；全力配合做好“保交房”工作，推动城市房地产融资协调机制更好发挥作用，促进金融与房地产良性循环；指导金融机构积极配合化解地方政府债务风险。

在落实强监管严监管要求上，宁波监管局严格落实市场准入管理，立足监管实践，紧盯实质风险，严肃惩处违法违规行为，提升执法效能；健全风险“四早”实现路径，加快监管数字化智能化转型，形成“上下贯通、责任清晰、执行有力、高效有序”的监管体系，切实将“四级垂管”优势转化为金融监管效能；积极主动加强央地监管协同，配合做好地方金融组织监管，更好实现同责共担、同题共答、同向发力，共同助力“平安宁波”建设。

在优化金融生态环境上，宁波监管局以农村中小金融机构为依托，组建千人金融网格指导员队伍，推动金融风险防控和打击非法金融活动协同建设；协同开展打击非法集资活动专项行动，合力推动“平安金融”创建工作；深化关键节点跨部门协作，打造全覆盖宣防责任体系；联合公安经侦部门定期召开案情线索研判会，配合人行等部门推进打击治理洗钱违法犯罪三年行动。

同时，做好金融助企纾困帮扶工作。宁波监管局严密盯测区域信用风险发展态势，坚持“快进快处”，继续加大不良资产处置核销力度，保持辖区不良率处于合理水平；强化大户集团和小微企业、个人经营性贷款风险防控，引导银行机构对出现短期财务困难、具有一定发展前景的韧性企业给予流动性支持，帮助企业渡过难关；落实“一指减负”要求，助力企业精准降本减负。

防控流动性风险 银行调整“零钱组合”

本报记者 慈玉鹏 北京报道

近日，有多家银行对“零钱组合”理财产品进行调整。

交通银行（601328.SH）日前公告表示，将两款理财产品快速赎回的每日最高限额下调至1万元。《中国经营报》记者注意到，上述两款产品属于“零钱组合”类理财产品。

记者采访了解到，近期多家银行调整“零钱组合”业务，主要出于对合规性风险以及流动性风险两个方面的考虑，“零钱组合”是突破快赎上限的组合类产品，可为投资者单日提供数万、数十万元的快赎额度，存在一定流动性风险。

2022年年底现金管理类理财产品相关政策实施后，设定快赎上限为1万元。此次“零钱组合”业务调整，亦是对相关政策的进一步落实。值得注意的是，随着监管趋严、债券收益率走低等因素影响，今年现金管理类理财产品的收益率和规模不断下滑。普益标准数据显示，截至9月25日，现金管理类理财产品存续规模为7.80万亿元，相对1月末已收缩0.4万亿元。

快赎额度下调

原有业务规则下，客户单日快赎额度较大，集中赎回对银行理财产品流动性管理造成较大考验，可能造成风险积累或市场的异常波动。

近日，交通银行发布公告：“为优化服务功能，平稳实施服务改造，我行将于2024年10月19日更新《交通银行活期盈客户服务协议》，更新了快速转出（快速赎回）及支付转出最高限额。”

记者查阅相关材料发现，交通银行下调了该理财产品的快速赎回和支付转出的每日最高限额，具体为“单只产品每自然日最高快赎额度为1万元。单个投资者每自然日累计快速转出及自主发起的支付转出交易如转账汇款、刷卡消费、取现、在线支付的总额的限额为1万元”。

交通银行相关客服人员告诉记者，此次调整主要是“活期盈”“活期富”两款理财产品，其中，“活期盈”底层资产有10只基金，过去单日最高快速赎回限额为10万元，“活期富”底层资产有6只基金，过去单日最高快速赎回限额为6万元，目前两只产品单日最高限额均改为1万元。

此次并非上述两款“零钱组合”产品首次调整。交通银行此前曾发布公告称，为优化客户体验，平稳实施服务改造，自2024年3月16日起，该行暂停向新客户提供“活期盈”“活期富”签约服务，已签约的客户可继续正常使用。

今年以来，已有多家银行对于“零钱组合”理财产品进行调整，调整内容包括下调快赎额度、关闭智能转入或转出服务等。

例如，宁波银行（002142.SZ）3月发布《关于日日宝功能变更的公告》，表示“单客户单自然日最大快赎额度调整为1万元，普通赎回功能不受影响。针对大额赎回需求，您可采用普通赎回交易，赎回款T+1到账”“取消智能转入转出功能，您可自主选择持有的日日宝货币市场基金产品卖出”。

中国银行（601988.SH）今年公告表示，对活钱宝服务的自动赎回和快速转出功能作出调整，包括“暂停新客户开通活钱宝自动赎回服务”“快速转出功能将由原来一次交易支持多只产品快赎的模式调整为仅支持一只产品快赎”。

近年来，“零钱组合”走俏主要是因其风险低、流动性强同时兼顾收益等特点。普益标准研究员张翘楚告诉记者，2022年年底现金管理类理财产品相关政策实施后，对现金管理类理财产品的快赎额度上限以及申赎确认时间都做了一定的调整，这让不少投资者一时难以适应，而随后推出的“零钱组合”服务通过增加底层产品数量间接提升了快赎额度上限，同时部分产品可直接进行消费转账服务，无须赎回资金，提升了投资的便捷化体验。在“破净潮”后，市场整体对理财的风险偏好相对较低，“零钱组合”能很好地满足投资者对于低风险和高流动性产品的偏好，同时较活期存款又有较高的收益，因而受到了市场的广泛欢迎。

张翘楚表示，经种种调整举措后，或将对“零钱组合”吸引力带来一定影响。短期来看，在各家机构下调“零钱组合”快赎额度、限制转账额度以及取消智能转入转出功能等举措下，“零钱组合”产品的相关优势将受到一定程度的削弱，产品金融服务便捷性体验也有所降低，对投资者的吸引力整体可能会有所下降，对于已经习惯使用较高快赎额度的投资者而言，或将通过主动投资多个现金管理类理财产品来代替此前“零钱组合”产品的效果。

中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平表示：“‘零钱组合’业务实际上就是现金管理类理财产品的组合投资。当前商业银行对‘零钱组合’业务规则进行调整的主要原因是：其一，降低理财产品流动性管理难度，减少市场波动。原有业务规则下，客户单日快赎额度较大，集中赎回对银行理财产品流动性管理造成较大考验，可能造成风险积累或市场的异常波动。其二，满足合规管理要求。原有零钱组合业务规则，可能存在变相突破现金理财产品快赎限额的问题。”

流动性风险隐患

随着监管趋严、债券收益率下滑等影响，今年以来，现金管理类理财产品存续规模不断收缩。

2022年年底正式实施的《关于规范现金管理类理财产品管理有关事项的通知》提出，商业银行、理财公司应当审慎设定投资者在提交现金管理类产品赎回申请当日取得赎回金额的额度，对单个投资者在单个销售渠道持有的单只产品单个自然日的赎回金额设定不高于1万元的上限。

为满足监管要求并兼顾市场需求，多家银行陆续推出“零钱组合”理财产品，实质是通过增加底层产品数量，提高提升快赎额度上限。例如，某股份行推出“零钱+”服务，每日最高实时可用额度为30万元，“活钱+”相对每日最高实时可用额度50万元。其中，“活钱+”由50只货币基金构成，具有低风险、高流动性、灵活支取的特点。

苏商银行高级研究员杜娟告诉记者，银行推出“零钱组合”，通过将客户理财资金分散投资到一揽子现金管理类理财产品中，规避单只产品单日赎回上限。这样虽然对单只理财产品的流动性风险有所管控，但从多只类似产品组合来看，仍然需要防控风险，也引发监管关注。此次多家银行调整“零钱组合”理财产品，也主要从满足监管要求、防控流动性风险等角度出发。

张翘楚表示，近期多家银行调整“零钱组合”业务，主要是出于对合规性风险以及流动性风险两个方面因素的考虑。首先是合规性方面，2022年年底现管类产品相关政策实施后，设定快赎上限为1万元，而“零钱组合”实际上是一种将多种现金管理产品整合在一起的产品服务，通过增加底层产品数量提升产品组合整体快赎额度上限，各机构调整该业务或有一定的合规性考量。其次是流动性方面，“零钱组合”这种突破快赎上限的组合类产品，最高可为投资者单日提供数十万甚至上百万元的快赎额度，但此类产品也存在着显著的流动性风险，一旦遇到突发事件导致大量赎回时，大量的快速赎回额度或将为金融机构带来较大的赎回压力以及流动性压力，甚至可能影响金融市场整体的运作秩序。

随着监管趋严、债券收益率下滑等影响，今年以来，现金管理类理财产品存续规模不断收缩。普益标准数据显示，截至9月25日，现金管理类理财产品存续规模为7.80万亿元，存续占比为26.16%，相对今年1月降低0.4万元，存续占比降低5.19个百分点；现金管理类理财产品近3月平均年化收益率为1.78%，相对1月降低0.51个百分点。

杜娟认为，现金管理类理财产品主要投资于存款、大额存单、债券等低风险资产，近期存款利率下行、禁止“手工补息”等影响，债券收益率也持续走低，影响现金管理类理财产品的收益率。

杨海平告诉记者，今年以来现金管理类理财产品规模有所下降的原因是现金管理类理财产品的收益率下降。一般而言，现金管理类理财产品主要投向存款以及债券类资产，底层资产收益率呈下行趋势，导致现金管理类理财产品收益率下降，影响了产品的吸引力。当然，类似于“零钱组合”业务规则收紧等调整，也可能会导致现金管理类理财产品吸引力下降，从而引发部分客户重新考量理财投资方向。

值得注意的是，现金管理类理财产品、货币基金一般被认为是现金管理工具，用于打理“活钱”，现金管理类理财产品规模下行同时，货币基金相对有所增长。据中基协发布的公募基金市场数据，截至今年6月底，货币基金的规模约13.19万亿元，与2023年年底的11.28万亿元相比增长约1.91万亿元。

“原因有三方面：一是银行压降存款利率凸显理财产品优势，所以近期银行理财整体规模上升，一些银行理财会投资于货币基金，拉升其规模；二是货币基金可通过互联网平台等多元化渠道销售，相较于银行现金管理类理财产品主要通过银行渠道销售，其平台覆盖客户规模更大，销售表现更强；三是同样作为现金管理类产品，银行现金管理类理财、货币基金存在一定的替代效应。”杜娟说。

杨海平表示，目前商业银行发展现金管理类理财产品，一方面要注重与投资者沟通，充分理解现金管理类理财产品收益率下行的必然性；另一方面，增加产品投资的便利性，适度考虑费率调整。

今年以来现金管理型理财产品变化情况

截止日期	最新存续规模（亿元）	最新存续规模占比（%）	近3月平均年化收益率（%）	今年以来平均年化收益率（%）
9月25日	77968.5635	26.16	1.7762	1.9700
8月31日	77461.6771	26.16	1.8118	2.0004
7月31日	77606.1139	26.3	1.8636	2.0374
6月30日	74847.446	26.7	1.9298	2.0798
5月31日	82921.7346	28.58	2.0205	2.1321
4月30日	85752.4348	29.83	2.1386	2.1830
3月31日	76609.8168	29.22	2.2238	2.2308
2月29日	84973.505	31.34	2.3099	2.2712
1月31日	82034.2574	31.35	2.2902	2.3050

数据来源：普益标准

角逐货币市场数字蓝海 AI颠覆传统交易模式

本报记者 王柯瑾 北京报道

随着科技的飞速发展，人工智能正逐步渗透至金融的各个角落。本币货币市场作为金融市场的重要组成部分，近期密集迎来人工智能技术的深度应用。多家银行巨头纷纷推出基于人工智能的交易机器人和智能系统，旨在通过技术创新提升交易效率、降低操作风险，为银行间货币市场注入新的活力。

本币货币市场呈现交易量巨大、交易对手多、交易频率高等特点。《中国经营报》记者注意到，针对市场特点，近期包括建设银行（601939.SH）、邮储银行（601658.SH）在内的多家国有大行，聚焦本币货币市场交易实现技术创新突破。如建设银行与中国外汇交易中心（以下简称“交易中心”）首家联合试点开发的本币货币市场交易对手限额管控数据交互项目成功上线，邮储银行推出货币市场交易机器人等。

“随着人工智能技术发展，目前部分金融机构在一些交易中引入人工智能技术辅助，发挥其在信息处理能力和交易效率高、低交易成本、减少操作风险等方面优势。”光大银行（601818.SH）金融市场部宏观研究员周茂华分析认为，“随着人工智能技术的进一步发展与普及，未来可能会有更多具备条件的金融机构加入，这个趋势已初见端倪。”

AI交易机器人能改变什么？

近期，邮储银行正式推出货币市场交易机器人“邮小助”。该行依托交易中心iDeal平台，应用人工智能技术使“邮小助”具备了质押式回购交易在线智能询价与应答能力，突破了交易前进行授信额度预检查、预占用的难题，为交易员解决了询价过程中最复杂、最耗时的环节。

据了解，邮储银行推出的货币市场交易机器人融合了多项机器学习及自然语言处理技术，能模拟交易员市场询价场景，实现人机交互智能对话、在线智能询价交谈。交易员每日设置好交易计划后，“邮小助”便可替代交易员进行智能询价应答，通过识别交易对手对话意图及交易要素，将资金需求与交易策略和交易计划进行实时匹配，自动生成询价意向单推送给对手方，达成意向后转为待确认订单。

货币市场交易机器人可以实现全流程风险管理。智能询价期间，“邮小助”能实时联动交易系统风控模块实现事前交易对手准入校验、事中风控检核、事后询价内容分析全流程一体化风控，人工可随时干预。在询价意向达成后，“邮小助”会自动将询价订单与正式交易订单进行关联匹配，实时追溯查询，满足合规管理要求。一方面，其能进行实时授信检查，同步联动授信管理模块，支持询价期间对存单质押业务进行实时授信预检查、预占用等，并支持为交易对手推荐额度充足的发行人。另一方面，询价交谈期间，其可对每一笔询价对话内容进行实时监控与查询，实时统计汇总当前询价次数、询价量、成交量等交易信息并可视化展示，方便交易员随时查看机器人整体询价情况，并支持人工干预异常对话。

邮储银行方面表示，货币市场交易机器人显著减轻人工作业压力，发挥机器并行处理优势，实现同时与多个交易对手根据自定义计划进行差异化询价。试运行期间，“邮小助”共受理来自300余家机构的询价，询价总量近万亿元，实现降本增效。下一步该行将继续深入探索“金融科技+金融市场业务”的创新应用新模式，充分挖掘应用场景，提升精细化管理水平，充分履行做市商职责，助力银行间本币市场高质量发展。

在金融“五篇大文章”的指引下，去年以来，国有大行深化数字转型，加强金融市场业务的数字化赋能。去年工商银行（601398.SH）亦上线本币货币市场人工智能AI交易机器人，交易对手广泛覆盖银行、证券、财务等各类银行间市场参与机构，并与市场同业机器人自动达成了交易意向，实现了对人工及机器人询价的灵活对接。

工商银行方面认为，本币货币市场人工智能AI交易机器人的推出是对现有人工双边询价模式的有益补充，有利于提高交易规模、扩大交易半径、增强客户黏性，保障业务高效连续运行，助力传导货币政策。

“此类AI交易机器人的深化应用确实意义深远。”素喜智研高级研究员苏筱芮认为，其意义具体体现在三个方面：“一是能够大幅缩短原先复杂、耗时的业务环节，从而为传统本币货币市场交易提质增效，二是能够顺应当下金融数字化转型的潮流，加速金融市场业务交易的数字化转型，三是能够在整个市场中打造示范效应，形成良好的科创氛围及环境，为进一步推动银行间货币市场的智能化运行奠定优良根基。”

对于人工智能在金融领域的深入应用，招联金融首席研究员董希淼分析认为：“金融是人工智能大模型最重要的应用领域之一。但大模型尚在快速发展之中，开发机构应从技术、安全、开放生态、隐私保护等多方面继续改进和提升，增强大模型赋能金融的能力。”

加速破解业务痛点

据了解，近年来，交易中心致力于打造以本币交易系统（CIB-MTS）为核心，以电子化接口、iDeal、开放式机构旗舰店为延伸的银行间交易生态圈。

交易机制创新对银行间货币市场健康发展可以起到积极的促进作用。本币货币市场交易常面临询价耗时长、操作风险高及交易对手管理复杂等痛点。AI交易员的出现，通过自动化询价与应答、实时风控及智能数据分析，显著提升了交易效率，降低了操作风险，并简化了交易对手管理流程，为货币市场带来了革命性的变革。

除AI交易员外，近期，建设银行与交易中心首家联合试点开发的本币货币市场交易对手限额管控数据交互项目成功上线，这标志着建设银行货币市场交易对手风险管控功能进一步升级、交易自动化程度进一步提升，有效助力银行间货币市场技术创新。

记者从建设银行了解到，该行作为银行间市场最主要交易商之一，2023年交易量近183万亿元，其中，质押式回购匿名点击业务（以下简称“X-Repo”）交易量近30万亿元、交易笔数约1.79万笔，积极发挥了货币政策“传导器”和货币市场“稳定器”作用 。

X-Repo交易时效性要求非常高，市场机构在交易中心平台以匿名方式竞价成交，为防控风险需事先在交易中心平台维护交易对手限额信息进行校验。然而，手工维护X-Repo交易对手限额信息，操作量大、操作风险较高，对交易量大、交易对手多的银行间市场主要机构而言，操作压力就更加突出。

为解决业务痛点，建设银行作为全市场首家试点机构，经过与交易中心研讨合作、需求讨论分析、系统开发及系统联测和验收等环节，历时近一年正式上线本币货币市场交易对手限额管控数据交互项目，上线后限额数据传输运行平稳。

建设银行方面表示，该项目实现了交易中心系统与该行内部系统之间交易对手限额数据的交互传输功能。该行可通过数据接口由系统将交易对手限额信息批量自动上传至交易中心平台，由此前的手工维护方式升级为自动批量维护，进一步降低操作风险、提升交易和风险管控效率，缓解交易人员操作压力。同时，由于交易和风险管控效率的提升，可进一步扩大X-Repo交易对手范围，为更多中小金融机构提供流动性支持，提高长尾客户服务能力。

下一步，建设银行方面表示，将持续践行业务创新与科技创新融合，不断优化提升货币市场交易全流程系统自动化和智能化水平，提高交易操作和风控效率，以提升科技生产力推动金融市场业务高质量发展。

自然灾害频发 巨灾保险保障走向机制化

本报记者 陈晶晶 北京报道

9月，台风频繁侵袭我国沿海地区，带来巨大经济损失。以强台风“摩羯”的保险赔付为例，官方信息显示，截至9月16日12时，保险业对于强台风“摩羯”累计接报案9.2万件，估损金额约35亿元，已赔付和预赔付金额为14.8亿元。

这也让市场将目光再度投向防范化解灾害风险的巨灾保险制度建设。

《中国经营报》记者注意到，近日国务院发布《关于加强监管防范风险推动保险业高质量发展的若干意见》（以下简称“《若干意见》”），提出丰富巨灾保险保障形式。坚持政府推动、市场运作原则，探索建立多渠道多层次巨灾保险保障机制。

专家分析认为，从全球平均水平看，重大灾害事故的损失补偿中40%左右是由保险业来承担的，而我国目前这个比例刚刚达到10%，发展巨灾保险正当其时。

探索构建多层次体系

近年来，各地正在积极构建涵盖基础层、扩展层、补充层在内的多层次巨灾保险保障体系。

公开资料显示，自2015年4月中国巨灾保险制度探索迈出第一步以来，截至2023年年底，城乡居民住宅地震巨灾保险累计为全国2134万户次家庭提供了7918亿元的巨灾风险保障，累计赔付逾1亿元。

2024年3月，巨灾保险制度迎来升级。国家金融监督管理总局、财政部印发《关于扩大城乡居民住宅巨灾保险保障范围进一步完善巨灾保险制度的通知》，扩大了城乡居民住宅巨灾保险的保障范围，在地震灾害的基础上，将台风、洪水、强降雨、滑坡等灾害纳入保障范围，并实现基本保险金额翻倍。

据了解，近年来，我国保险业一直在持续推动构建“多灾因、多年期、多层次”的巨灾保险保障体系，各地也正在积极构建涵盖基础层、扩展层、补充层在内的多层次巨灾保险保障体系。

上述城乡住宅巨灾保险保障制度即属于基础层。

在扩展层，自2013年开始，保险业配合各地政府探索开展适合当地实情的地方性巨灾保险试点。由地方给予政策补贴、增强巨灾保障。

目前，已有福建、浙江、江苏、山东、海南等15个省份74个地市结合自身地域风险特点开展了巨灾保险试点。从各地巨灾保险试点情况看，巨灾保险保障由单一灾因向多灾因扩展。保障的灾因除了扩展到台风、洪水、泥石流等，部分地方巨灾保险还为人身伤亡提供相关责任保障。

图为广东省雷州市某工程项目财物灾后受损现场。 太平财险/供图

以自然灾害风险较高的广东省为例，2016年就开始在湛江、韶关、梅州等10个地市先行先试巨灾保险。截至2023年，广东省20个地市（不含深圳市）已全部开展巨灾指数保险。

中国平安财产保险股份有限公司（以下简称“平安产险”）相关负责人向记者介绍称，2023年，平安财险共参与广东省16个地市巨灾保险项目。广东省巨灾保险的创新和特色在于指数保险的应用，投保人和被保险人为政府，保障对象为地方财政，赔付依据为降雨强度、台风风速指数，当降雨强度和台风风速达到或超过预设的阈值时，保险公司不需要查勘定损而即刻将保险赔款支付给相关地市政府，由政府统筹用于灾害救助和重建。

保险公司近年来在巨灾保险的产品数量、定价、技术服务创新等方面也持续加大投入力度。中国保险行业协会党委委员、副会长王玉祥公开披露，2017年到2024年间，保险业在中国保险行业协会注册平台累计注册165个巨灾保险产品，其中在售的产品98个，全国性的产品33个。

中国财产再保险有限责任公司（以下简称“中再产险”）方面对记者表示，公司研发的暴雪—极温指数保险产品，通过联合直保公司，实现了全国首款非农暴雪指数保险和极端温度指数保险落地。

在补充层，保险业正在积极探索商业性巨灾保险。此类保险通过商业化运作，鼓励保险机构开发保障个人财物和利益的险种，消费者根据需求自主投保。目前，已有多家大型险企推出了商业巨灾保险产品，主要有财产综合险、财产一切险等，保障范围主要包括暴雨、洪水、地震、台风、暴雪等巨灾。

通过多层次、广覆盖的巨灾保险，为灾害事件应对提供更多更有力的资金支持，实现合理调动使用保险资金，减少了政府财政波动和对社会民生的影响。

实施巨灾风险转移机制

此次最新《若干意见》增加了关于巨灾保险风险转移的表述，如提出研究探索巨灾债券，合理运用再保险分散风险。

在覆盖面扩大、保费增长的同时，巨灾保险承担的损失赔偿比例也在持续提高。

瑞再研究院发布的数据显示，2023年全球142起自然灾害创历史新高，累计保险损失达1080亿美元。据其预测，随着全球气温升高，极端天气事件发生的频率和强度都会进一步上升，在未来10年间，保险损失可能会翻倍，风险缓释和适应措施需要进一步跟上风险的变化。

成熟的巨灾保险制度需要通过妥善的再保险安排来有效地分散风险、扩大承保能力、稳定经营成果，使巨灾风险变得可保、敢保。与此同时，还需要用到巨灾基金、巨灾债券等新型的风险转移的机制来保障。

记者注意到，此次最新《若干意见》增加了关于巨灾保险风险转移的表述，如提出研究探索巨灾债券，合理运用再保险分散风险。

今年4月份，国家金融监督管理总局发布的《关于推动绿色保险高质量发展的指导意见》也提出，运用再保险有效分散风险，研究探索通过巨灾债券等新型风险转移方式拓宽风险分散渠道，推动形成多层次多维度的巨灾风险分散体系，提升行业巨灾风险承担能力。

公开资料显示，巨灾债券作为保险相连证券（ILS）品种之一，是根据约定巨灾损失的发生情况决定利息支付和本金偿还的特殊债券，旨在转移自然灾害风险并减轻潜在损失。

据悉，中再产险2015年曾在百慕大发行了中国首只巨灾债券，迈出了中国的保险风险对接资本市场的第一步。2021年，中再产险在中国香港发行了巨灾债券，主要保障标的为国内台风风险，募集金额为3000万美元。此次巨灾债券发行后，相当于国内台风风险在再保险端加厚了资金保障。

中再产险对记者表示，发行巨灾债券，搭建多渠道、高效率的巨灾风险分散体系对于做好公司巨灾风险管理、保持巨灾保险业务长期可持续快速发展均具有重要的现实意义。

截至目前，中国香港市场一共有5只巨灾债券发行，发行人除了中再产险，还包括鼎瑞再保险、人保财险，以及世界银行分别为智利地震和牙买加风暴发行了2只债券，累计发行规模在7亿美元左右。

最新数据显示，全球巨灾债券的收益也在走高。以上述港交所上市的2只巨灾债券来看，票息率（浮动）分别达10.375%、12.525%。

另外，今年以来，以巨灾债券为代表的保险连接证券（ILS）市场活跃度持续攀升。根据保险相关证券数据汇编机构Artemis的数据，2024年上半年，巨灾债券和ILS市场发行量达到126亿美元。其中，2024年第二季度，巨灾债券和相关ILS发行在单季度首次超过80亿美元，达到84亿美元。

推动顶层设计和法律制度落地

建议吸收国内试点及国外先进经验，推动国内巨灾保险立法以及产品开发、定价、理赔制度标准化建设，为巨灾保险提供政策基础和制度保障。

平安产险相关负责人对记者表示，目前我国巨灾保险发展仍存在难点，主要包括巨灾保险覆盖面不足、各方对巨灾风险认知不统一等。

“一是巨灾保险地域覆盖面不足，风险无法全面转移。目前，我国巨灾保险试点工作主要集中在广东、云南等巨灾风险集中的少数南方省市，地区覆盖率不足30%，不利于社会巨灾风险的全面转移。二是灾害气象数据共享互通不足。巨灾产品优化进而实现长期高质量发展需充分的气象数据、灾害损失数据支撑，而这方面各地与保险行业共享互通存在不足。”平安产险相关负责人对记者表示。

对此，该负责人进一步对记者称，根据巨灾发展的难点及痛点，建议从完善巨灾保险顶层设计、统一巨灾风险认知、加强社会宣传等方面进行推进，完善巨灾保险体系。

王玉祥也公开表示，应加快推进巨灾保险立法工作，将巨灾保险制度的发展、支持和规范纳入国家法律体系内。

“在完善巨灾保险顶层设计方面，建议吸收国内试点及国外先进经验，推动国内巨灾保险立法以及产品开发、定价、理赔制度标准化建设，为巨灾保险提供政策基础和制度保障。同时建议各省市政府设立巨灾保险专项财政资金，并建立与巨灾保险回归期匹配的长周期考核评价机制。”前述平安产险相关负责人说。

对于未来巨灾保险如何进一步扩大承保范围，中再产险方面对记者称，一方面，将巨灾保险制度的发展、支持和规范纳入国家法律体系内；推动中央、地方财政通过财税政策激励巨灾保险市场；处理好灾害保障的时空侧重，跟踪时空迁移趋势及年际变化建立与之相适应的保障体系；建立起完备的巨灾保险产品供给体系，覆盖多种灾害类型，满足差异性需求。

另一方面，发挥保险业在风险减量的优势，提升服务质量。把巨灾保险服务渗透到灾前、灾中、灾后全流程中，通过风险减量服务提升民众和政府对巨灾保险的获得感，从根本上释放巨灾保险的需求潜力。

金租划定10亿元“门槛”

本报记者 石健 北京报道

为了更好适应金融租赁业务发展的新情况和需求，《金融租赁公司管理办法》（以下简称《办法》）近期再迎修订。

其中，《办法》特别对主要出资人制度作出较大幅度的修订，具体包括提高金融租赁公司最低注册资本金，适当提高主要出资人的总资产、营业收入、注册资本等市场准入标准以及最低持股比例要求等。在注册资本规定上，金融租赁公司注册资本为一次性实缴货币资本，最低限额为10亿元人民币或等值的可自由兑换货币。

上述修订内容也预计对市场机构产生深远影响。《中国经营报》记者梳理发现，在70余家持牌的金融租赁公司中，尚有4家注册资本未到“最低门槛”。采访中，金租行业人士普遍认为，一定的注册资本及资产规模将有利于金租公司行稳致远发展。

4家尚未“及格”

此前，《金融租赁公司管理办法（征求意见稿）》针对过渡期已经规定，不满足条件的金租公司将需要在办法施行之日起12个月内向监管递交补充资本或修改章程的申请，以满足上述监管要求。

但记者梳理发现，目前尚有4家金租公司注册资本不足10亿元。这4家公司分别为：中煤科工金融租赁股份有限公司（以下简称“中煤科工金租”）、吉林九银金融租赁股份有限公司（以下简称“九银金租”）、甘肃兰银金融租赁股份有限公司（以下简称“兰银金租”）和广融达金融租赁有限公司（以下简称“广融达金租”）。

天眼查平台显示，中煤科工金租目前的注册资本为9.8亿元，分别由天地科技股份有限公司持股40.8163%，人福医药集团医疗用品有限公司持股39.7959%，天津东疆港产城投资集团有限公司持股8.1633%，中国煤炭科工集团有限公司持股4.0816%，天津东疆发展有限公司持股4.0816%，天津东疆港城文旅集团有限公司持股3.0612%。

九银金租目前注册资本为5.25亿元，分别由吉林九台农村商业银行股份有限公司持股60%，长春国信投资集团有限公司持股14%，吉林省投资集团有限公司持股10%，吉林榆树农村商业银行股份有限公司持股8%，吉林省隆源农业生产资料集团有限公司持股8%。

兰银金租目前注册资本为5亿元，分别由兰州银行股份有限公司持股60%，北京天星世纪投资有限公司持股20%，兰州兰石集团有限公司持股10%，大禹节水集团股份有限公司持股5%，三川智慧科技股份有限公司持股3%，酒泉奥凯种子机械股份有限公司持股2%。

广融达金租目前注册资本为5亿元，分别由上海东昌企业集团有限公司持股49.9%，永鼎集团有限公司持股30%，中国巨石股份有限公司持股20.1%。

由于《办法》将于2024年11月1日起施行，这也意味着上述4家公司尚有1个月的注册资本调整时间。

除了提高注册门槛之外，《办法》还提出，金租公司主要出资人持股比例要求由不低于30%提高至不低于51%。针对该项，记者注意到中煤科工金租、广融达金租均未达到修订《办法》的要求。记者就此致电上述两家公司，截至发稿均收到回复。

针对提高注册门槛，金融监管总局有关负责人在针对《办法》答记者问中表示，这一修订主要有三点考虑：一是从近年监管实践来看，提升主要出资人持股比例有利于压实股东责任，更好发挥股东资源优势，促进股东积极发挥支持作用。二是有利于提高决策效率，避免由于股权过度分散导致公司治理失效失衡等问题。三是有利于明确金融机构的大股东和实际控制人，防范股东通过代持、隐瞒一致行动关系等方式规避监管、违规操控甚至掏空金租公司等问题。

同时，为避免出现大股东违规干预金租公司经营管理一类问题，《办法》专门增加了公司治理、股东义务、关联交易等方面的监管要求，形成金租公司内部和外部的有效制约和良性互动。

记者梳理发现，2024年，已经有7家金租公司完成注册资本变更，或取得监管增资批复，增资金额合计110.62亿元。其中，一些金租公司自身注册资本已经达到10亿元，仍进行了增资。

事实上，年初发布《金融租赁公司管理办法（征求意见稿）》时，就明确提出了将注册资本以及实缴资本的门槛提高至10亿元。亦有金租公司在此次《办法》修订前完成注册资本的准入门槛。8月23日，厦门监管局批复同意厦门金融租赁有限公司（以下简称“厦门金租”）注册资本由7.9亿元增至10亿元，泉州交通发展集团有限责任公司入股厦门金租，出资比例15%。

经营状况不一

根据今年7月中国银行业协会发布的《中国金融租赁行业发展报告（2024）》，截至2023年年末，金融租赁公司总资产规模达4.18万亿元，同比增长10.49%；租赁资产余额为3.97万亿元，同比增长9.27%。上述4家公司在行业中规模较小，处于腰部以下，近年来经营状况也出现下滑趋势。

中煤科工金租发布的2023年年报显示，公司的营业收入为1.96亿元，同比下降12.9%；净利润为2290万元，同比增加14%。其中，中煤科工营业收入2021年下滑2.12%，2022年下滑12.2%。净利润也在2022年同比下滑78.01%。

近年来，金租公司持续比拼资产规模，多家金租公司资产规模超千亿元。记者注意到，中煤科工的总资产持续在较低水平，截至2023年年末，公司资产规模为54.86亿元。

兰银金租发布的2023年年报显示，公司的营业收入为2.3亿元，同比减少0.87%；净利润为1.22亿元，同比增加22.91%。截至2023年年末，兰银金租的总资产为65.35亿元。

广融达金租发布的2023年年报显示，公司营业收入为3120.1万元，同比减少5.73%；净利润为495.88万元，同比减少15.63%。广融达金租的营收及净利润均未过亿元。截至2023年年末，公司的总资产仅为5.35亿元。广融达官网显示，公司的主要业务为汽车金融、中小科创等。

九银金租发布的2023年度信息披露报告显示，截至2023年年末公司资产总额为33.25亿元，其中融资租赁资产余额为26.78亿元，负债总额为26.03亿元，所有者权益总额7.22亿元，当年实现净利润0.38亿元。

根据该公司2023年度社会责任报告，九银金租2023年全年新增投放主要集中在制造业、批发和零售业、采矿业等行业，其中中小企业数量占比69.57%，投放金额占比56.92%。

九银金租官方公众号显示，公司曾披露多笔重大关联交易信息。2024年9月23日，公司公布与关联法人辽源农村商业银行股份有限公司（以下简称“辽源农村商业银行”）开展的1笔同业借款业务，交易金额为5000万元。2024年8月2日，九银金租发布重大关联交易信息，与关联法人乾安惠民村镇银行有限责任公司开展1笔同业借款，交易金额为2300万元。

对此，记者向九银金租邮箱发送采访提纲，截至发稿尚未得到回复。

在多位行业人士看来，此次调高金租公司发起人或主要投资人投资占比，目的也是在于能够规范行业发展。

根据中国外资租赁委员会的数据，截至2023年3月底68家金租公司中，以控股方式设立的数量最多，共37家，占金租公司总体数量的54%；以独资方式设立的金租公司共12家，占比为18%，以参股方式（即公司股东有多家、均持股50%以下）设立的金租公司共19家，占比为28%。

对于上述4家公司普遍存在注册资本不及门槛、资产规模较低的问题，有业内人士认为，金租公司作为持牌的非银机构，经过多年来的发展及行业监管，已经成为信贷的有益补充，尤其是高质量服务了中小企业。一定规模的注册资本及资产规模将有助于金租公司稳定地开展业务，但就资产规模而言，金租公司同时不应盲目追求资产规模扩张，以避免资产负债过高的风险。

走近科学家

编者按/科技兴则民族兴，科技强则国家强。在经济发展范式转移与产业迭代的进程中，科学技术的价值有目共睹。科学家作为新一轮科技革命和产业变革的重要推动力量，总能前瞻性地发现某一领域运行中的新规律、新价值。本报特推出《走近科学家》系列报道，与科学家对话，走进其思想深处，在了解技术发展前沿方向的同时，有助于我们在纷繁喧嚣的行业发展中发现先机、把握规律、洞察本质、坚定信心。

对话肖仰华：机器智能的天花板在哪里？

本报记者 郑瑜 北京报道

人工智能（AI）逐渐成为各行各业转型升级的重要驱动力。

但硬币总有两面。随着AI大模型的加速渗透，数据质量、模型“幻觉”（指大模型生成的内容表面上合理，但实际上是错误的内容）以及如何有效利用私域数据等问题逐步浮现，正在成为决定市场发展进程和天花板的关键因素。

大模型是越“大”越好吗？如何在数据的存储、流通与消费上找到平衡？怎样进一步开发庞杂而敏感的私域数据？最终，机器智能的天花板又在哪里？

复旦大学计算机科学技术学院教授、博导、上海市数据科学重点实验室主任肖仰华长期专注于知识图谱、知识工程、大数据管理与挖掘等领域研究，他在近期与《中国经营报》记者谈及上述问题时表示：发展AI首要原则是以人为本，科技的尽头是人文。人不仅仅是万物的尺度，也是AI先进技术的尺度。

事实上，技术的每一次进步都有可能带来人的某种能力的倒退。在肖仰华看来，随着技术的不断进步，人类应该更加关注对技术的治理，AI是否能够真正实现通用人工智能（AGI）的终极目标，仍然是一个值得关注的前沿课题。

大模型要“吃饱”也要“瘦身”

大模型瘦身的过程本质上是一种“遗忘”的过程，这与人类知识的发展过程非常相似。这个遗忘的过程，实际上是在提炼和沉淀真正重要的知识。

《中国经营报》：现有的大模型在实际应用中，数据的使用效率似乎较为“低下”，你能否详细解释一下这一现象的原因？

肖仰华：这一问题从根本上来讲源于其训练过程的不透明性，整个训练过程仍处于“黑盒”阶段，我们对大模型训练的内在过程和机制缺乏清晰的理解。

尽管我们认识到大模型的工程本质是数据工程，但对于具体哪些数据能够发挥什么样的作用，对哪些能力起着决定性的影响，认知还较为初级。同时，对数据之间的关联性、数据分布的形态、数据类型与大模型能力之间的关系也缺乏全面的认识。以金融大模型为例，选择什么样的金融语料才能训练出一个胜任金融工作的大模型，我们所知甚少。

如何通过特定的数据和训练过程来激发和形成大模型的特定能力。这些问题的复杂性和不确定性，反映了我们在理解和优化大模型训练过程方面仍然面临的巨大挑战。我们需要更深入地理解大模型的训练过程，探索数据、训练方法与模型能力之间的关系，以期在未来能够更有针对性地提升大模型的性能和应用效果。

《中国经营报》：你提到过大模型的发展过程中将经历“水分”挤掉的阶段，能否进一步解释这个过程？

肖仰华：大模型的发展可能会经历几个关键阶段。首先是一个“吃饱”甚至“撑得太饱”的阶段。在这个阶段，我们用海量的数据和语料来训练模型，可能会产生拥有千亿甚至万亿参数的大模型。然而，这样训练出来的模型往往显得臃肿，容易出现各种问题。

接下来，我们就需要进行“瘦身”，让大模型变得更加精炼。从学术角度来看，这个瘦身的过程本质上是一种“遗忘”的过程，这与人类知识的发展过程非常相似。这个遗忘的过程，实际上是在提炼和沉淀真正重要的知识。

对于大模型来说，那些相对琐碎的知识完全可以放到外部的数据库或知识库中，让模型能够按需检索。真正智慧的系统不应该用自己的“认知载体”去存储琐碎的信息，而是用来沉淀高度精华的智慧。

更深层次的做法，是逐步将大模型的多种能力进行解耦与剥离。例如，将认知能力和事实知识进行分离，或者将逻辑推理和直觉推理进行分离。目前的大模型参数和神经网络结构实际上是将知识与能力糅杂在一起。未来，我们可能会通过一些技术手段，将大模型的能力相互剥离和拆解，从而能够根据需求组装出具有特定能力组合的大模型。这有点类似于人脑的不同区域完成不同功能的方式。

如果某个应用场景只需要部分能力，我们就可以只组装相应的大模型功能模块，而不需要启用参数规模巨大的完整模型。

《中国经营报》：私域数据在各行业的深度应用，被认为是未来AI模型突破的关键，你认为目前行业在利用私域数据时最大的挑战是什么？

肖仰华：在利用私域数据时，行业面临着诸多挑战，包括技术层面的和生态层面的挑战。生态层面的挑战在于当前数据要素市场尚不健全，使得私域数据的汇聚和交易流通也面临诸多困难。如何完善数据要素市场建设，让数据供得出、流得动，仍然缺乏制度保障。

技术挑战从根本上讲仍是因为大模型自身能力不足。首先，大模型对专业性与复杂性数据的理解不足。私域数据有着较强的私有性和专业性，对大模型理解数据进而利用数据造成了困难。比如很多金融信息系统有着各自行业数据编码标准、行业分类标准，大模型难以理解这些私有化的表达；如果没有背景知识的支撑，大模型也难以理解专业性极强的数据（比如会计审计中各项数据）。其次，大模型难以理解复杂数据结构。数据库的复杂表结构、数据库的复杂数据模型、非结构数据库的复杂数据建模，均给大模型理解背后的数据带来了巨大障碍。

肖仰华

复旦大学计算机科学技术学院教授、博导、上海市数据科学重点实验室主任

“协同”才能解决“幻觉”

协同是一种解决幻觉非常有效的思路，甚至可能是根本思路。

《中国经营报》：面对大模型对数据的“贪婪”需求，如何在数据的存储、流通与消费上找到平衡？

肖仰华：大模型在数据方面面临的根本挑战在于我们尚未建立起大模型的数据科学。

具体来说，我们还不清楚在大模型的训练和优化过程中到底需要什么样的数据，需要怎样的数据配方，需要怎样的学习课程。数据和模型能力之间的因果关系尚未建立，这是根本性的问题。

大模型的训练同样应该遵循类似的原则。如果我们希望训练出的大模型具备相对高级的认知能力，就必须对其“喂养”的数据进行精心选择。

我们需要建立起大模型的数据科学。这包括几个关键方面：数据的分类机制：我们需要了解不同类型的数据对模型能力的影响；数据的筛选机制：建立标准来选择高质量、有价值的数据；数据的配比机制：研究不同类型数据的最佳组合比例；评测评价标准：建立科学的评估体系，衡量数据质量和其对模型能力的影响。

只有建立起这样的数据科学，我们才能避免大模型训练过程中的盲目性，也才能避免数据使用上的过度或不足。这将使得大模型的训练更加精准和高效。

《中国经营报》：生成式大模型的幻觉问题一直备受关注，你能解释一下这个问题的本质和可能的解决方案吗？

肖仰华：生成式大模型的幻觉问题从表面上看，源于其本质是一个概率生成模型。模型在生成过程中，本质上是在预测下一个词的生成概率，在整个词表空间计算概率分布，选择概率最大的词输出。这种基于概率计算的本质决定了它有一定概率会出错。

从深层次原因来看，幻觉的本质与大模型的训练数据有关。大模型是通过我们能够收集的语料、文本或各种数据来训练的统计模型。然而，我们能够收集到的所有数据，包括我们能够表达的所有可能的思维过程等数据，从概率分布上来讲总是有偏差的，很难精确表达或还原真实世界。

大模型训练出来的模型多多少少被认为是有偏差的，会受到样本分布偏差的影响，带来结果预测的不准确，在特定情况下产生所谓的“幻觉”问题。

解决幻觉问题的一个思路是给模型构造足够长的上下文，这也是RAG（检索增强生成）技术要解决的主要问题。因为给模型提供的上下文提示越丰富、越合理，它预测的概率就越准确，从而缓解幻觉问题。比如我们可以把最新的金融行情信息作为检索来源，增强大模型对实时金融行情的认知，从而缓解大模型幻觉现象。

另一个思路是认识到大模型自身能力的局限性，让它与其他人工智能组件协同工作，包括知识图谱和小模型。从成本和经济效益考虑，这种协同方案可能更具经济性。

大模型参数量大，推理和训练成本高，而且不可控、不可编辑、不可理解、不可解释，存在诸多缺陷。而这些缺陷恰恰是小模型和知识图谱的优势所在。小模型参数量低，训练代价低，可控可理解可解释；知识图谱的知识可编辑，表达更精炼。因此，协同是一种解决幻觉非常有效的思路，甚至可能是根本思路。

金融行业是信息化与数字化基础较好的行业，已经建立大量的金融小模型与金融知识图谱，将其与大模型有效协同，而非简单丢弃不用，是未来金融智能化的主要实现途径之一。

技术治理应该未雨绸缪

AI的发展一旦踩上加速的油门，是有可能让我们的刹车失灵的。对于这种可能性，我们应该保持高度警惕。

《中国经营报》：你强调AI技术的发展仍要“以人为本”，能否详细阐述对“机器取代人类”这一观点的看法？

肖仰华：发展AI要加持的首要原则就是以人为本，科技的尽头是人文，科技的终极目的是人文关怀。人不仅仅是万物的尺度，也是AI等先进技术的尺度。

我们要有所为有所不为，但凡伤害人之为人之本性的AI应用，我们要谨慎，要加以限制。事实上，技术的每一次进步都有可能带来人的某种能力的倒退，比如说汽车普及了，我们的四肢功能就要靠健身才能保有；键盘普及了，我们很多人就提笔忘字了。

当通用人工智能与脑机接口日益成熟，机器和工具将大量代替人类从事脑力劳动，脑力实践活动的减少，会不可避免地带来人类智力水平的下降。如果人类智力退化为猿猴，人还是人吗？所以说AI的大规模滥用是可能损害人之为人的本性的。

在AI应用过程中，尤其要注意保护我们的下一代。当某个人发展出某种能力之前，应该谨慎应用AI的相应能力。当我们的儿童还处在认知发展过程中，当我们的学生还在学习某项技能，当我们的助理还未成为专家，如果滥用AI相应能力，势必会对AI等工具形成依赖，那么我们的儿童如何成长，我们的学生如何实践？

其次，我们要重视技术治理，并将治理提前考虑，要做到未雨绸缪，不能再像传统互联网发展那样，先发展再治理。这一波AI先进技术是足以对人之为人的根本产生负面影响的，人的本质倒退是人类文明所无法承受的。

我们要从根源弄清楚某一项AI技术的大规模应用，对人类社会所能造成的长远影响。AI的发展一旦踩上加速的油门，是有可能让我们的刹车失灵的。对于这种可能性，我们应该保持高度警惕。

《中国经营报》：展望未来，你对下一代万亿级参数模型以及AGI的实现有哪些预期和想法？

肖仰华：这个问题的回答本质上需要首先澄清：机器智能的天花板在哪里？目前，我们已经看到人工智能实现了类似人类大脑系统一的直觉思维，并初步具备了系统二的理性思维或“慢思考”能力。一些乐观的观点认为，这已经预示着人工智能正在全面超越人类智能水平，也就是所谓的实现AGI。

我倾向于认为，人类独具的高级认知能力是当前甚至是未来机器智能难以达到和超越的。人类高级认知能力中自省、反思、ToM（Theory Of Mind，也就是对他人持有信念的理解能力，比如“我知道别人知道什么”“我知道别人知道我知道什么”），是当前AI难以实现的。

如果不断剥离上述高级认知能力的表层，我们就会触及人的根本认知能力：自我意识。人类的自我意识具有递归性。比如我可以认识当下的我在思考，进一步我也能对我在当下的思考状态进行思考，如此循环往复。这种递归性的反思能力是人类能够不断超越当前提升自我的根本所在。自我超越的能力似乎只有人类能够具有，目前AI在自我完善、提升、超越仍在研究阶段，即便AI具备形式上此类能力，它仍然缺乏人类的内在动机。

元宇宙与AI融合加速 产业亟待一体化监管

本报记者 蒋牧云 何莎莎 上海 北京报道

随着AI技术的不断成熟，元宇宙呈现出与AI深度融合的发展趋势。

《中国经营报》近期从多位产业人士处了解到，基于AI数据需求的不断增加，相关数据资产的需求井喷，有元宇宙科技公司正以高仿真的3D数字资产库为核心发力方向。

多位业内人士告诉记者，在AI技术的加持下，元宇宙能够提供更加真实的体验，并实现虚拟与现实的无缝连接。

不过，受访业内人士也指出，不论是元宇宙商业模式，还是元宇宙技术以及监管框架等都有待进一步完善与优化。由于元宇宙技术应用连接和产品服务非常广泛，涉及传统政策及监管部门较多，业内也在期待一体化的监管框架。

深度融合已成发展趋势

作为上海科创中心的重要发展方向之一，元宇宙产业正在获得更多资源倾斜。

记者近期了解到，为落实《上海市培育“元宇宙”新赛道行动方案（2022—2025年）》的具体任务，上海数字文创暨元宇宙产业联盟正通过构建产业研究体系、产业联动生态和项目落地机制，促进各市场主体交流合作，市区联动推动产业集聚和项目落地。

据悉，该联盟通过开展常态化的元宇宙项目路演活动，吸引众多投资人、企业家及行业专家参与，包括政府产业基金、上市公司战投、文化集团公司战投以及风险投资机构，已累计为多家企业进行股权融资服务。

近期，上海市科学技术委员会根据《上海市“元宇宙”关键技术攻关行动方案（2023—2025年）》，发布了上海市2024年度“科技创新行动计划”元宇宙项目指南，为研究与开发相关关键技术或产品的企业提供非定额资助。

在技术路径上，元宇宙则正在加速与AI融合。

汇付天下元宇宙研究院院长迟轩告诉记者，AI技术是构建元宇宙底层技术的关键，包括图形图像、感知交互、数字孪生和数据可信流通等领域。这些技术使得元宇宙能够提供更加真实的体验，并实现虚拟与现实的无缝连接。AI技术可以自动化地生成元宇宙中的内容，提高内容创作的效率。

上海数字文创暨元宇宙产业联盟相关负责人也表示，AI能够为元宇宙提供更加智能化的服务和功能，如智能推荐、自动化管理、内容生成等，从而提升用户体验和元宇宙的整体效能。同时，元宇宙也为AI提供了丰富的数据和场景，有助于AI技术的进一步发展和优化。例如，AI驱动的数字人、虚拟角色的交互能力得到大大提高，除了具有不同外貌、性格和行为模式之外，AI能够理解用户的意图并给予回答和反馈，让用户体验更加自然。

两者的融合，也催生出更多应用场景。不久前，上海银行正式发布了市场首家元宇宙银行。该银行借助元宇宙、区块链及AIGC技术，以全新的虚拟数字空间为载体，使得金融消费者获得更好的个性体验、情感认同、社交满足和隐私保护。

迟轩也告诉记者，汇付天下也在相关场景中探索元宇宙技术的应用，例如，为了确保商户的知识产权和数字金融安全，公司打造了“区块链+链上可编程支付”解决方案，支持数字文创、版税分配、数字权益证明及发放、会员及积分体系、游戏、元宇宙等Web3.0多元消费场景。

上海数字文创暨元宇宙产业联盟副秘书长蔺青认为：从虚拟环境的精细打造到智能角色的创造，再到沉浸式交互的实现，人工智能作为其核心驱动力，正在重构元宇宙体验。

技术、监管框架等仍待优化

蔺青同时也指出，在全国范围内，上海的元宇宙综合指标仍有提升空间，需要不断加强商业模式创新、提升用户体验、丰富场景和内容。

该联盟相关负责人进一步向记者表示，一方面，元宇宙产业技术成熟度还不足，尽管VR、AR等技术已经取得了一定的进展，但目前的设备仍面临显示清晰度、算力不足、重量较重等技术问题，在提供沉浸式体验方面仍有不足。另一方面，在商业模式上，大多数企业仍处于探索阶段，这一领域的资金投入也具有一定的不确定性，而这些原因都限制了元宇宙优质内容的生产。

迟轩则告诉记者，除了技术成熟度不足将影响应用的稳定性和用户体验之外，监管合规以及用户接受度都需要不断完善与加强。监管方面，元宇宙的跨界特性使得监管变得更加复杂，需要新的法律框架和监管机制来适应这一新兴领域。接受度方面，目前用户对新技术持观望态度，对元宇宙中的金融交易安全性和便捷性仍然缺乏信任。

从监管的复杂性角度，万商天勤律师事务所合伙人、上海区块链技术协会智库专家和科技评价专家张烽具体向记者阐述到，由于元宇宙技术应用连接和产品服务非常广泛，涉及传统政策及监管部门非常多，因此，需要建立相应的协同监管框架，以明确相应职责、加强跨部门协作，从而形成合力。

张烽进一步指出，要形成元宇宙各部门监管一体化，需要采取相应措施构建产业监管一体化。他建议，基于现有监管机构组织职能、流程和运行，在元宇宙产业发展战略指导下，结合其产业体系构建要求，根据各相关机构定位划分为产业发展决策层、产业发展执行层、产业发展平台层和产业发展保障层，形成一个浑然一体的产业发展组织体系，因而从根本上形成监管合力。

从企业的角度，迟轩则告诉记者，为应对前述的发展挑战，汇付天下在加大对元宇宙相关技术研发投入的同时，也在积极与监管机构合作，探索适应元宇宙特点的法律和监管框架，确保合规运营。与此同时，也将通过相关教育引导用户正确使用相关服务。

多位受访的业内人士均认为，元宇宙将与数字经济互相促进。

迟轩表示，元宇宙为数字经济提供了新的应用场景、商业模式和技术发展方向，比如支付就是元宇宙最重要的基础设施。

前述联盟相关负责人也表示，元宇宙作为一个由人工智能、虚拟现实、区块链等技术构建的虚拟世界，为数字经济提供了新的平台和机遇，而数字经济则为元宇宙的发展提供了坚实的基础和动力。

他认为，近年来，元宇宙相关项目在上海出现了现象级的火爆，参与的上下游单位不断增加，产生了新的消费模式和经济增长点。同时，元宇宙在多个行业的应用，可以为传统产业提供数字化转型的新路径和新手段。

奋进强国路 阔步新征程

雄安雄心：蝶变向新

本报记者 庄灵辉 卢志坤 雄安报道

“推进科技成果挂牌、交易、转化不是等来的，而是要跑出去。”

中秋假期后，雄安国创中心科技有限公司（以下简称“雄安国创中心”）总经理助理孟佑桐被临时安排接待一组考察团。尽管没有事先准备，孟佑桐仍如数家珍般对雄安科技成果展示中心超280件创新成果进行了介绍。之所以如此了解这些创新成果，引用孟佑桐以上表述，核心就在于“跑出去”。

设立七年有余，雄安新区创新工作进展如何？科技成果转化取得哪些成绩？新兴产业链如何构建？哪些领域已发展出具备新区特色的新质生产力？

《中国经营报》记者近日实地走访了雄安新区多处创新园区及多家企业，与孟佑桐的表述类似，七年来，雄安新区创新氛围已日渐“活”了起来。

跑出去

虽然挂牌专利多来自于疏解高校及企业，雄安新区这一成绩却并非等来的。

雄安科创中心坐落于雄安新区启动区西北部，紧邻中央绿谷生态公园，是新区科技创新和成果转化的集聚区。该中心由三栋主体建筑组成，涵盖了雄安科技成果展示中心、雄安科技成果交易和转化中心以及雄安知识产权保护中心。

据介绍，雄安科创中心的两大运营主体分别是雄安科学园和雄安国创中心。其中，国创中心主要推进颠覆性创新技术挖掘及转化，以及运营雄安科技成果项目挂牌、交易、转化等工作。

除不时接待络绎不绝的考察团外，孟佑桐及其团队最主要的工作还是对接科技成果转化的供需双方。

“平时都是专职讲解员接待，我们的主要工作是对接并促进科技成果转移，帮助其对接需求方，同时也从需求方出发，对接供给方进行针对性研发。”孟佑桐告诉记者，目前新区交易中心已挂牌1600余项科研成果，其中1200余项都是疏解高校的存量专利，还包括一些引进央企的科研专利。

虽然挂牌专利多来自于疏解高校及企业，雄安新区这一成绩却并非等来的，更得益于新区相应团队能够“跑出去”。

所谓“跑出去”，用孟佑桐的话说就是招聘一批既懂技术研发又懂产业需求的技术经理人，由他们去对接供需双方，从双方需求出发，推进科技成果挖掘、推广、交易等工作，同时也反向推进科研成果培育、孵化等。

实际上，不久前召开的党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》就曾专门提出，要深化科技成果转化机制改革，加强技术经理人队伍建设。

一般而言，科技成果转化和产业化过程中，技术经理人除推进上述工作外，还会从事科技成果熟化、评价并提供专业金融、法律、知识产权等服务，被誉为科技与产业间的“红娘”。

如何扮演好这一“红娘”角色，正是雄安新区推进科技成果转化的一项主要着眼点。

据介绍，雄安新区自去年就成立了新区首家“技术经理合伙人事务所”，通过多方面激励机制汇聚并留住职业技术经理人。同时，近年来围绕创新主体、创新园区、创新人才、创新生态、创新平台等，雄安新区还出台了一揽子支持政策。如去年发布的“雄才十六条”就对科技人才提出专项支持措施，提出允许高校、科研院所等国有企事业单位科技人才按规定在雄安兼职兼薪、按劳取酬。

坐得住

对于不少企业尤其是中小企业来说，科研设备购置投入较大，短期内比较难有等价产出。

主动“跑出去”的同时，创新工作也离不开“坐得住”的研发精神。

作为一座“未来之城”，雄安新区规划之初就已带着“创新”基因，发展高端高新产业也成为其主要功能定位之一。据悉，为鼓励原始创新，雄安新区近年来重点围绕新一代信息技术、现代生命科学和生物技术、新材料三大主导产业，持续组织引进大科学装置、全国重点实验室、顶尖科学家团队等国家级创新平台。

在雄安科创中心地下车库，一项基于北斗卫星导航系统的地下精准定位技术示范验证正在推进。该项技术通过伪卫星基站装置将北斗导航信号引入地下空间，用户可通过智能手机导航软件精准找到地下车位、楼栋电梯及出入口等。据悉，该项技术由卫星导航系统与装备技术国家重点实验室（以下简称“导航国家重点实验室”）创新研发，目前由雄安国创中心城市安全与时空研究所推进成果转化。

“与我们所名称相同，目前我们主要推进两方面工作：一方面是基于北斗卫星导航，另一方面则是低空经济领域。”雄安国创中心城市安全与时空研究所副所长羡春辉告诉记者，北斗导航方面主要依托导航国家重点实验室，目前该实验室已在雄安建立了工作站，将在雄安开展北斗领域技术规模化应用和大规模试验。

此外，雄安科学园还在推进北斗卫星导航相关的公共研发平台建设，主要服务于雄安新区的北斗及低空经济相关产业。

“对于不少企业尤其是中小企业来说，科研设备购置投入较大，短期内比较难有等价产出。因此相关产业如果有研发实验需求，都可以到我们公共研发平台来。”羡春辉介绍，该研发平台具备公益性，初衷是服务新区产业发展，支持相应领域高校、科研院所、中小企业研发创新，后续也会增加一定科研助理相关人员服务。

支持企业科研需求的同时，羡春辉表示，雄安国创中心城市安全与时空研究所还将与导航国家重点实验室开展系列课题研究在内的合作，帮助新区企业精准推进科研和产业转化工作。

“后续还会逐渐尝试在新区建立一个导航国家重点实验室的分室，以便导入更多的科技创新资源来促进新区空天信息技术与产业的高质量发展。”羡春辉介绍，2023年年底，雄安国创中心已与安新县共建赵北口镇数字淀乡北斗低空经济融合示范区，在北斗规模化应用及低空无人巡检两个领域投入应用先进技术成果。目前该示范区已获得省级区域示范场景称号，后续会投入更多相关技术应用，以支持新区相应产业发展。

雄安新区创新氛围已日渐“活”了起来。 庄灵辉/摄影

更活跃

除共享各类硬件与技术设施外，雄安科创中心还会主动为入驻企业提供多方面服务。

除创新平台、大科学装置等硬件设施持续完善外，雄安还颇重视引进并服务好各类科创企业这一创新主体。

数据显示，2023年，雄安新区实现高新技术企业入库数量较上年增长47%，国家级科技型中小企业入库数量较上年增长206%。今年以来，雄安新区持续推进物联网、人工智能、6G、IPv6等领域快速发展，精心组织未来之城场景汇，落地或意向落地企业超100家。

引进来的同时，雄安也在花更多心思服务好相应企业。除共享各类硬件与技术设施外，雄安科创中心还会主动为入驻企业提供多方面服务。

不久前，雄安科学园“检察护企服务站”揭牌成立。据悉，该服务站主要为入驻企业的科技创新提供法律支持，并致力于畅通雄安检察分院和园区企业之间沟通交流的渠道。

此外，雄安科创中心还常设企服窗口、知识产权信息自助查询机、自助办税机，面向服务对象耦合服务内容，并力推“现场能办立刻办”机制；该中心还会组建专门的服务团队，面向企业上门宣讲各类支持政策，协助企业做好项目申报、成果报奖等工作。

资金支持方面，面向各类企业成果转化需求，雄安新区分别设立了雄安科技创新种子基金、天使基金、科技创新成长性企业投资基金、重大科技成果转化基金等。

“获得各类基金支持的基本前提是要符合新区的产业导向，并且要到新区来，以新区为主体去发展。”雄安科技产业园开发管理有限公司副总经理王坚表示，目前各类基金基本是瞄向业内处于领先地位的企业，或者拥有独一无二技术的企业。前期投资完成后，除了一些常规运营维护及给予一定政策或上市方面的支持外，后续企业基本以市场化发展为主。

据介绍，上述基金最早成立于今年3月份，目前仍有相应基金在备案过程中。尽管成立时间不久，目前已有几项投资案例。

“近期在推进的是一家主营机器人视觉模组业务的企业，该企业主要客户是国内外机器人厂商，且有大概一半的市场来自国外。”王坚表示，当前机器人视觉模组业务模式已相对成熟，该企业主要客户也是行业内较头部的几家企业，目前向该企业投资额约为1亿元。

值得注意的是，上述基金投资方向整体面向全产业链。目前主要侧重雄安新区三大主导产业，更加关注低空经济、人工智能、商业航天、医疗器械、能源材料、显示材料等细分赛道的投资机会。

链起来

雄安新区投资促进服务中心建立了楼宇经济多元化发展机制。

引进与培育科创企业后，更重要的一步是围绕重点产业构建相对完善的产业链，从而实现“链主”企业带动，各类企业分层发展的创新态势。在此方面，雄安新区也在推进各项体制机制建设并陆续推出多项支持政策。

据悉，为统筹推进产业招商、产业链构建及企业服务等工作，雄安新区投资促进服务中心建立了楼宇经济多元化发展机制，并在持续推进完善。在该机制下，新区陆续打造了空天信息、智能网联、软件信创、机器人创新中心等27个主题楼宇，并持续创新主题楼宇运营模式。

“主题楼宇的主要运营模式是通过链主引领集聚上下游企业，通过专业孵化驱动科技创新，通过行业协会助推产业集聚，通过赛事平台导入优质企业。”雄安新区投资促进服务中心产研组负责人姜霖淼指出，在该机制下，楼宇运营主体会协助链主企业吸引并整合其产业链上下游的配套企业入驻楼宇，其中智慧能源大厦主题楼宇为主要代表。

此外，依托专业孵化器完善的硬件设施和专业的服务团队，雄安中关村科技园、空天信息联盟产业孵化平台大厦等则在构建以专业孵化器为主导的入驻模式，并为入驻企业提供资本市场、人才资源和政策的扶持。

智能网联大厦、安全应急装备大厦、机器人大厦等以赛事平台为引导，健康传播大厦则充分利用行业协会组织的积淀与网络，各自吸引相关企业入驻。

雄安威赛博智能科技有限公司（以下简称“威赛博智能”）2020年成立以来业务定位就瞄向了智能装备领域，主要服务对象则瞄向各行业中小企业。

近四年来，威赛博智能已形成智能终端、智能检测、智能装置等三大硬件产品线，整体产品覆盖基础自动化、工业控制、边缘计算、工业视觉、机器人。除雄安新区外，目前该公司服务范围已覆盖河北省内多座城市。

“目前威赛博智能主要面向各行业中小企业提供科技创新及转型降碳等方面的服务。”威赛博智能雄安负责人杨扬告诉记者，目前该公司是雄安新区工业诊所之一，为相应企业提供免费的政策咨询，并免费为企业诊断，解决企业转型方面的各类问题，推进企业降本增效和智能化、绿色化、服务化、协同化转型发展。

“威赛博智能主要为企业科技创新、绿色低碳、品牌设计等方面提供服务，面向电商、金融、钢铁、矿业、制药、光伏、化工、装备制造等重点行业提供数字化解决方案，旨在帮助工业企业快速实现数字化、智能化转型升级。”杨扬表示，由于雄安新区侧重发展高端高新产业，后续公司在新区也将重点跟进高端高新产业的科技研发。

再向新

见微知著，与新区内各类企业一样，雄安新区也在持续推进各项建设及创新工作。

此次走访过程中，雄安新区不少企业均向记者提出“国产化”突破这个关键词。

“公司产品均为自主研发和生产，软硬件全部实现国产化。”北京普龙科技有限公司（以下简称“普龙科技”）相关负责人告诉记者，目前该公司巡检机器人产品主要应用于电力、军工、航空航天、铁路、煤炭、石油、科研院所及高校实验室等领域，由于公司产品软硬件已全部实现国产化，巡检过程保障客户权益的同时，对客户及国家信息安全等也能够提供充足保障。

据介绍，普龙科技是一家专业从事AI巡检机器人产品研发、生产、销售及技术服务于一体的“专精特新”企业、国家高新技术企业。

“公司坚持技术立业，自身研发团队与中科院、华北电力大学等均有较紧密合作。”上述负责人表示，普龙科技成立于2013年，于2019年主动落户雄安新区，目前主导制定了雄安新区综合管廊巡检机器人、电力配电房巡检机器人两项标准。

值得注意的是，目前普龙科技主力产品轨道式AI巡检机器人定位精度已达到毫米级，即误差不会超过1毫米，意味着该机器人对自身定位更加精准，结合高效的视觉识别算法，检测准确率能够提升至99%以上。

据介绍，普龙科技这款挂轨式AI巡检机器人不仅在电力行业配电房、高压室、低压室、数据机房等室内场景得到了广泛应用，还应用在了军工、航天、铁路、地下管廊、科研院所和高校实验室、印钞厂、化工厂、汽车制造厂等多场景巡检。

另一家重视“国产化”突破的企业是雄安百信信息科技有限公司（以下简称“雄安百信”）。该公司于2023年8月在雄安新区注册成立，立足新区信创产业，拓展智慧城市、智慧交通等领域，主要生产自主可控的整机设备，包括服务器、计算机、AI算力基础设备等。

雄安百信智能制造基地分为上下两层，占地面积约7000平方米。在雄安百信智能制造基地，记者看到其物流分拣、测试、仓储等多数生产工艺已实现无人化。该基地二层主要为服务器、计算机等产品组装、测试、老化、包装等生产工艺，数字化、智能化应用随处可见，如该层地面布满二维码，以便为搬运机器人进行导航。

“包括搬运机器人在内，目前公司生产车间内的设备已完全实现国产化。”雄安百信相关负责人告诉记者，目前其公司产品核心硬件已经实现全面国产化，并且通过产品不断升级，用户使用体验感明显提升；下一步雄安百信将通过加大研发力度、完善适配能力等，推出更加优质的整体解决方案。

见微知著，与新区内各类企业一样，雄安新区也在持续推进各项建设及创新工作。

作为北京非首都功能疏解集中承载地，目前雄安新区已构建起科学完备的承接疏解政策体系，华能总部、中化总部主体结构封顶，中矿总部、4所高校和北大人民医院加快建设，央企在新区设立各类机构近300家，各类新功能也在加快配置。

高端高新产业发展方面，雄安新区仍在积极申设雄安国家高新区，加快科创中心、中试基地等10余个产业平台建设，并已通过各类活动及引才政策，成功吸引3万余名高校学生到雄安研学求职，这座未来之城仍在持续向新而行。

记者手记

雄安新区：忙碌与创新的交响曲

文/庄灵辉

今年中秋假期前后，记者两度走访雄安新区感受到，“忙”字几乎贯彻到新区的细枝末节。

宏观数据上，目前，雄安新区383个重点项目累计完成投资7614亿元，开发面积覆盖190平方公里，总建筑面积达4521万平方米，4251栋楼宇拔地而起。

承接疏解方面，近日，中国星网总部办公楼项目已顺利完成竣工验收，星网数科、星网共享、星网易联供应链3个二级子公司已完成注册；航天科工集团旗下航天数字、航天爱信诺等子公司和创新业务板块先后注册落位；雄安空天实验室、北京邮电大学雄安空天信息研究院等一批空天领域创新平台也纷纷入驻当地主题楼宇；中国科学院农业智能技术团队也已落户新区，并在陆续推进农业智能技术成果转化相关工作。

投资工程日新月异，大型央企落户陆续推进，新区同时也在关注更具活力的中小企业。

“有大树也要有灌木小草，除了链主企业、大型央企外，我们对中小企业及初创型科创企业也很重视，这些企业创新能力也很强。”雄安国创中心城市安全与时空研究所副所长羡春辉表示，中小企业虽然规模相对较小，但往往具备自身技术亮点，且更具创新活力，因此在招引大型企业的同时，雄安科创中心对相应产业领域中小企业也给出了颇具吸引力的招引条件。

与新区建设的忙碌场面类似，现场走访可以看到，无论是疏解机构还是中小企业均充满“忙活”氛围。雄安空天信息研究院多间办公室案头堆满要处理的文件，工作人员在办公区往来不断；尽管已过下班时间，多家中小企业的无人化产线仍在运行。

忙碌的同时，“新区人”也有自己的闲暇时间。不少受访人士目前仍是“雄漂”状态，平时在雄安忙工作，周末和假期则会回到北京、石家庄等地的家中。

“有在新区安家的想法，但短期内子女家人来雄安还有困难，只能两地跑，趁着假期兼顾下家庭。”有受访人士告诉记者，相较家乡城市，雄安新区的宜居及智慧城市建设标准更有吸引力，企业内不少员工都有落户当地的计划。

与这些“雄漂”不同，不少雄安人对闲暇的体悟可能更深。走访期间，尽管“秋老虎”仍在发威，还是有不少人在当地生态公园里体验暖阳与凉风。

“闲”字门中有木，本义门闩、栅栏。《易经》有言，“闲有家”，其原义是插上门闩守护家院。

与“闲”字释义的发展类似，后续“闲有家”也被赋予多种涵义。但无论何种演变，在“齐家”思想影响下，国人对家庭的重视始终带着互相帮扶的色彩，也因此，家庭往往是人们沉淀后再出发的起点。无论是否“雄漂”，相信雄安人都与新区一样，在忙碌与沉淀中持续向新。

中央首次定调 促进房地产市场止跌回稳

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

9月26日，中共中央政治局召开会议，分析研究当前经济形势，部署下一步经济工作。会议强调，要促进房地产市场止跌回稳，对商品房建设要严控增量、优化存量、提高质量，加大“白名单”项目贷款投放力度，支持盘活存量闲置土地。要回应群众关切，调整住房限购政策，降低存量房贷利率，抓紧完善土地、财税、金融等政策，推动构建房地产发展新模式。

《中国经营报》记者关注到，当天午后，绿地控股（600606.SH）、保利发展（600048.SH）、阳光股份（000608.SZ）、空港股份（600463.SH）、金地集团（600383.SH）、首开股份（600376.SH）、金融街（000402.SZ）、福星股份（000926.SZ）、万科A（000002.SZ）等十余股涨停。

据了解，此次中共中央政治局会议召开之前，9月24日，中国人民银行行长潘功胜在国新办发布会上宣布要引导LPR下行、下调存量房贷利率、降低二套房贷比例、增加中央资金对保障房再贷款支持、支持收购房企存量土地等房地产金融新政。

中指研究院政策研究总监陈文静指出，整体来看，本次央行释放多个重磅利好，对宏观经济和房地产市场均将产生积极影响。其中，降准、降息通过释放资金流动性、降低资金成本来提振经济，经济预期好转有望修复居民收入预期；降低存量房贷利率也将进一步稳定购房者置业预期，修复市场观望情绪；降低7天逆回购利率将进一步引导10月5年期以上LPR下行，将继续降低购房成本；降低二套首付比例最低水平，将明显降低居民购房门槛，多项举措齐发力，有望稳定房价，加速房地产市场筑底企稳。

另外，央行本次亦扩大了保障性住房再贷款央行资金支持比例，有助于提升商业银行贷款规模，对于地方收储将产生一定积极带动作用。但值得关注的是，当前地方收储进程较为缓慢，收储价格撮合难度大、地方国企收储资金成本较高、供需错配等是关键影响因素。当前央行降息一定程度上也可以降低国企收储成本，而收储价格、供需错配等因素，短期或仍需要更多配套政策支持，帮助地方政府加速收储进程。

除此之外，研究出台盘活存量土地的增量政策、延长“金融16条”、经营性物业贷款的文件期限，进一步加大企业端资金支持力度，对于当前稳定企业预期、提振市场信心也将发挥重要作用。

陈文静指出，9月26日中共中央政治局会议中，针对房地产的内容和提法也较为积极，将房地产政策放在了更加重要的位置。首次在政治局会议中指出要“促进房地产市场止跌回稳”，进一步表明了当前稳定房地产市场对于稳定宏观经济的重要性，房地产市场止跌回稳，才能更好地为宏观经济平稳运行提供支撑。

此外，对于调整住房限购政策的提法，据陈文静介绍，当前仍有限购政策的城市仅包括北上广深、天津和海南部分地区，预计未来北上深的限购政策将进一步优化调整，广州等其他地区限购政策有望全面放开，北上深更大力度优化限购政策也有助于发挥大城市带动效应，提振市场信心。

在“白名单”项目贷款投放方面，据国家金融监管总局9月24日公布，截至目前，商业银行已审批“白名单”项目超过5700个，审批通过融资金额达到1.43万亿元，支持400余万套住房如期交付。未来仍有望加大力度、深入推进，更好地发挥项目融资“白名单”的作用，改善企业资金环境，保障项目交付。

在支持盘活存量闲置土地方面，据了解，此前自然资源部、国家发改委已经发文，提出4个方面18项举措妥善处置闲置存量土地。

据陈文静介绍，近期，广州越秀成功退地回收120亿元，均以票据形式补偿；武汉今年以来已有超10宗地块申请调规，申请将商办用地改为住宅用地。未来预期会有更多城市参考广州、武汉相关做法推进“退地”“调规”，而与之配套的政策也有进一步优化和落地预期。

此外，她还指出，9月26日中共中央政治局会议上对于“商品房建设要严控增量、优化存量、提高质量”的提法，整体与此前消化存量和优化增量提法有所不同，在增量上更加强调要严格控制，也就意味着未来各地土地供应量、住房供应量等均将结合城市自身实际需要推进，不能盲目扩大各类住房供给量，或将以住房的真实需求为基准；在存量上要优化存量，对现有的存量住房进行升级改造、改规划盘活利用等或是重要方向；进一步提高商品房建设质量，“好房子”建设或已经是基本要求，促进“好房子”建设的配套政策有望继续落地。

成都一企业宣布楼盘涨价2% 独家回应：希望能帮助稳定市场预期

本报记者 陈雪波 卢志坤 成都报道

近日，一则成都的楼盘涨价2%的通知引起了众多购房者关注。

一家名为“成都嘉禾兴房地产开发有限公司”（以下简称“嘉禾兴地产”）的公司近期发布了《关于嘉禾兴地产集团旗下所有在售住宅项目价格上调的公告》，宣布公司旗下的5个项目从10月1日起房源单价整体上调2%。

据国家统计局最新数据，今年8月成都新房价格环比降低1.2%，同比降低3.2%。在房价跌势依然明显的背景下，嘉禾兴地产为何突然宣布涨价？涨价的底气来自哪里？抑或只是个营销噱头？

《中国经营报》记者近日走访了嘉禾华府、嘉禾宸府、鑫宸壹品等公告中提及的项目了解到，此前多数项目售价已经实施了多重促销优惠。在售楼处，有一两组购房者在了解楼盘情况，但并没有出现涨价前的抢购场面。

嘉禾兴地产相关负责人在接受记者独家采访时回应称，价格上调通知发布后，让一些已经在观望中的购房者加速了下单的速度。发布这样的信息，也是希望能帮助稳定市场预期和信心。

“实在没有利润了”

“我们不会降价，还要涨价的！”在嘉禾宸府售楼处，项目置业顾问滑动手机屏幕向记者展示了项目涨价的通知文件。从文件上可以看到，该项目将从10月1日起涨价，为“综合考虑当前成都房地产市场动态及开发建设成本等因素”的结果。涨价涉及的项目包括嘉禾华府、嘉禾滨湖颂、金沙壹品、鑫宸壹品、嘉禾宸府5个楼盘。文件还要求“对于尚未完成购房的意向客户，各项目公司以及营销团队需积极履行告知义务，耐心细致地做好解释工作”。

在涨价通知图片之外，置业顾问还向记者展示了该项目宣布涨价后，多个媒体进行报道的网页截图。“公司都发红头文件了，肯定要涨价。”他表示。

但在10月1日之前，购房者依然能够按照目前优惠后的价格来买房。记者了解到，嘉禾宸府项目此前有多条优惠政策，包括：交5万抵10万、9月活动优惠2%、按揭优惠3%、七日签约优惠2%、自然到访客户优惠2%等。

比如，一套备案单价在16400元/平方米的房子，多项优惠后房源单价已经降至13300元/平方米。记者了解到，此前的中秋假期，在这里购房还可以享受到赠送一年物业费的优惠。

嘉禾宸府置业顾问介绍，这样的优惠政策即将被部分收回。他告诉记者，10月1日之后，上述的“9月活动优惠2%”应该会收回。如此一来，一套当前单价13300元/平方米的房源会上涨至13600元/平方米左右，一套122平方米的房子总价将上涨3万多元。置业顾问表示，可以赶在涨价前购房，保留更多的优惠。

多数新房项目仍在降价促销，嘉禾兴地产为何涨价？位于青羊区非遗片区的鑫宸壹品项目置业顾问向记者解释称：“实在没有利润了。”

他为记者算了一笔账：我们项目拿地成本为14300元/平方米，建安成本3000元/平方米，园林成本1000元/平方米，税费2000元/平方米，装修成本2000元/平方米，这些成本总和已经达到22000元/平方米左右，还没有加上销售、前期物业等成本。但项目售价只有23000元/平方米，每平方米的利润只有几百元，利润太低了。

有趣的是，记者查询发现，嘉禾华府项目曾因“大幅降价”被周边居民投诉。今年1月，在问政四川平台，有网友投诉嘉禾华府项目“恶意大幅降价。该楼盘精装备案售价18000元/平方米—19000元/平方米，现在大幅度降价，开盘100多套，单价13000元/平方米—14000元/平方米砸盘”。

成都市温江区住房和城乡建设局对此回复称：网友反映的降价问题是开发企业在首次开盘期间开展的优惠促销，根据《商品房销售管理办法》第十七条之规定，商品房销售价格由当事人协商议定，故并不构成恶意降价行为。

就价格上调2%一事，记者以购房者身份致电成都市住建局，对方表示，项目售价只要没有超过公布的预售挂牌价，一般都是合规的。

“不融资不贷款”

嘉禾宸府置业顾问向记者介绍，虽然嘉禾兴地产不是国企，但资金实力很强，不会烂尾。“我们之前也开发过像温江的洲际健康城那样的项目，只是原来名字不叫嘉禾兴。”

天眼查信息显示，嘉禾兴地产成立于2019年12月10日，至今不到5年时间，注册资本800万元。嘉禾兴地产的实控人为严兴桃，他持有嘉禾兴地产90%的股权。在嘉禾兴地产之外，严兴桃还在8家企业担任高管或股东，包括成都八益国际家居博览城管理有限公司、四川兴恒利房地产开发有限公司等。这两家公司分别开发了成都市温江区的洲际健康城和内江市的甜城国际社区等住房项目。而八益国际家居博览城也是成都目前规模较大的家居卖场之一。

上述这些公司的股东积累的财富，或许成为嘉禾兴地产近两年连续拿地的基础。在鑫宸壹品项目大门处竖立着一块硕大的信息公示板：“坚持不融资不贷款 自有资金开发项目”。

公示板信息表明，仅在2023年，该公司就在成都拿下了四宗土地：4月20日，温江永宁街道地块约41.74亩，耗资2.6亿元；7月19日，青羊区康和街道地块约32.43亩，耗资7.7亿元；8月10日，双流怡心湖街道地块约86.7亩，耗资14.4亿元；12月22日，温江永宁街道地块约98亩，耗资6.6亿元。四宗地总面积约259亩，总金额超过30亿元，是近两年来为数不多仍在成都连续拿地的民营企业，成为当年成都土拍市场的一匹黑马。

进入2024年，嘉禾兴地产拿地的步伐没有停止。7月26日，嘉禾兴地产联合空港兴城继续竞得双流区东升街道两块宗地；7月30日，该公司又拍下成都市新都区天府总部商务区东区地块，耗资3.5亿元。

“因为我们是全款拿地，哪怕卖得慢一点也没关系，但利润可以好一点。”当被问及项目涨价会不会减缓项目的销售速度，嘉禾华府置业顾问向记者解释，自持资金保证了项目慢慢卖都可以，不急于快周转。

嘉禾宸府项目案场，购房者在了解项目情况。 陈雪波/摄影

“期待明年下半年市场”

对于这次发布价格上调2%的通知，嘉禾兴地产相关负责人在接受记者采访时表示，其实是收回了原来的一些价格优惠。现在项目已经是以成本价在销售了，没什么利润。前期价格一直下跌，市场没有信心，客户也不敢买房，发布价格上调信息是在尝试稳定市场预期。正好最近美联储降息，房贷利率方面也有很多利好信息，所以借这个时间点来发布价格上调信息。

而对于公司数十亿元的自持资金是从何而来的问题，这位负责人介绍，公司的项目开发资金来自十余位股东，但没有体现在公开的股权关系上。他们多是之前房地产市场的参与者，以类似联盟的方式集中打造了嘉禾兴和鹭岛这两个品牌，嘉禾兴及鹭岛两家公司的股东交叉持股。

他告诉记者，接下来，公司还将继续在成都拿地。他预测，在各项利好信息释放后，房地产市场复苏也还需要至少半年的时间，期待明年下半年的市场表现。

值得一提的是，嘉禾兴地产调价公告发布的同一天，贝壳在成都以42.19%的溢价率拿地。9月20日，锦江区金融城三期H12地块挂牌出让，土地起拍价为19200元/平方米，有14家开发企业报名参拍，经历80多轮举牌之后最终贝壳旗下的贝好家（成都）置业有限公司以溢价42.19%、总价10.76亿元拿下，引起热议。贝壳方面表示，项目将采用C2M（从消费者到制造者）的模式进行开发。

不过，从数据上来看，成都整体的土拍市场依然没有回到景气区间。中指研究院数据显示，今年前8个月，成都累计供应土地72宗，合计3639亩，同比下降38%；累计成交64宗，合计3210亩，同比下降43%。

一位在成都房地产市场深耕多年的业内人士向记者分析称，贝壳在成都以如此之高的溢价拿地，是因为宗地优势明显，而且贝壳有自身的战略发展布局，所以才有信心拿地。而嘉禾兴地产宣布涨价，则有可能是一种营销动作，不具有代表性，其他项目应该不会这样做。9月份成都市场表现几乎是近3年来的最低点了，近期还是处于一个很艰难的状态。

战投到位后兑现承诺 万达31.42亿元回购碧桂园服务所持股份

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

9月25日，碧桂园服务控股有限公司（06098.HK，以下简称“碧桂园服务”）公告称，下属子公司将以约31.42亿元的价格出售珠海万达商业管理集团股份有限公司（以下简称“珠海万达商管”）1.49%的股权。

此次交易的买方为珠海万赢企业管理有限公司（以下简称“珠海万赢”）和大连万达商业管理集团股份有限公司（以下简称“大连万达”）。

《中国经营报》记者了解到，此次交易源于2021年万达集团商管板块轻资产平台——珠海万达商管冲刺IPO之时。

当时，计划赴港上市的珠海万达商管引入腾讯、阿里、碧桂园、PAG（太盟集团）等22家投资者，共获得约380亿元的融资。

其中，碧桂园方面通过两个公司主体参与到此次投资，分别为金逸环球（碧桂园间接全资附属公司）和碧桂园服务，各自持股1.7945%，入股总对价均为32.3亿元。

根据当时的对赌协议，若珠海万达商管2023年年底前未能成功上市，22家投资者可要求万达按照8%的年收益率回购部分或全部股权。

去年12月12日，就在上市“对赌”大限将至之际，万达集团方面对外宣称，与此前的投资者PAG签署新投资协议。随着PAG牵头的投资团队入场，围绕着“万达系”的投资者联盟迎来新一轮“洗牌”。

作为此前的投资者，碧桂园于当年12月13日发布公告称，碧桂园、大连万达及珠海万赢订立协议，金逸环球有条件地同意向珠海万赢或万达指定方出售珠海万达商管1.79%股权，代价为30.68亿元。

根据当时公告披露，若不考虑8%的利息，该交易中，碧桂园较初始投资成本亏损1.62亿元。不过，当时由于万达方面“对赌”协议到期后，新一轮的战投金额尚不明确，碧桂园认为出售事项能提前锁定较为合适的交易价格和退出路径，以规避未来退出时点与金额的重大不确定性，有效保障公司战投股权资产变现的价值。

对于当时出售股权所得款项，碧桂园方面表示，由于集团正积极寻求整体方案以全面解决当前境外债务风险，金逸环球根据协议收到的目标股份出售款项净所得将用于境外重组。

就在宣布金逸环球出售股权的同一日，碧桂园服务与万达方面、珠海万达商管还签了一份补充协议，约定万达方面应不晚于2024年12月31日自行或指定第三方收购碧桂园服务所持的珠海万达商管股权，收购代价为当初的股权转让款加上年化8%的收益。

据了解，PAG携其他投资者对珠海万达商管进行再投资之时，于今年1月成立了新的投资平台——大连新达盟商业管理有限公司（以下简称“大连新达盟”）。新老股东们在大连新达盟进行股权重新分配，后续珠海万达商管将成为大连新达盟旗下的子公司。

今年3月底，大连万达与PAG、中信资本、Ares Management旗下基金Ares、阿布扎比投资局（ADIA）旗下全资子公司Platinum Peony和穆巴达拉投资公司（Mubadala Investment Company）正式签署投资协议，5家投资方联合向大连新达盟投资约600亿元，合计持股60%，大连万达商管持股40%。

不过，在3月底签署完协议后，有知情人士透露，该笔资金预计在今年二季度到账，但至6月底时资金尚未到账，其间，大连新达盟的股权也曾多次被冻结。

市场曾一度猜测此次投资恐存在变数。但今年9月2日，大连新达盟发生工商信息变更，公司注册资本由162.1亿元变更为约405.17亿元，投资总额变更为513.15亿元。企业类型从其他有限责任公司变更为有限责任公司（外商投资、非独资）。

此外，公司股东在原有的大连万达和大连万裕企业管理有限公司之外，还新增PAG、中信、阿布扎比投资局，以及苏州国资旗下的晨兴资本等。企业法定代表人、董事长也从万达高管肖广瑞变更为太盟投资合伙人兼太盟中国总裁黄德炜。

随着战投资金到位，万达集团的流动性危机暂时得到缓解，也使得前期的投资者看到退出的希望。碧桂园服务公告称，此次出售股权是集团战略聚焦和财务性投资规模收缩的一部分，有助于集团回笼资金，聚焦核心业务。

据了解，碧桂园服务此次出售珠海万达商管1.49%股权，若对比26.8亿元的初始投资成本，预计可录得收益约4.61亿元。此次出售完成后，碧桂园服务仍持有珠海万达商管2210.94万股，持股比例约为0.31%。

拿地强度下降近四成 地产“黑马”建发股份放缓逆势扩张步伐

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

近日，建发股份（600153.SH）召开2024年半年度业绩说明会，公司新任董事长林茂首次公开亮相。

据了解，建发股份在9月初发生工商变更，掌舵公司4年之久的郑永达卸任法定代表人、董事长，改任副董事长；原董事林茂接任法定代表人、董事长。

在换帅的同时，建发股份房地产业务正放缓逆势扩张步伐。财报数据显示，2024年上半年，建发股份营收为3190.15亿元，同比下降16.80%；实现净利润16.66亿元，同比下降48.23%；净现金流为28.65亿元，同比下降85.07%。

与此同时，建发股份在土地市场中的表现也开始降速。相关数据显示，今年1—8月，建发股份旗下房地产开发主体建发房产和联发集团合计拿地强度下降37.12%。据林茂透露，建发股份坚持“以收定支、以销定投”的拿地策略，会根据市场情况和库存规模进行适当补充，以保持风险在可承受范围内。“今年下半年，如果市场需求不足，公司也可能会放缓补库存的速度。”

对于房地产业务放缓原因和后续拿地计划等问题，《中国经营报》记者致电建发股份董秘办公室，相关工作人员表示，具体信息以财报和业绩会披露内容为准。

近年来，建发股份房地产项目集中于一、二线核心城市。图为上海保利建发印象青城项目。

本报资料室/图

部分区域销售进度不及预期

2023年拿地的项目由于市场情况变化，实际利润率可能略低于预期。

相关资料显示，建发股份主营业务包括供应链运营、房地产开发和实业投资。其中，房地产开发运营主体包括建发房产和联发集团，建发股份分别持有54.65%和95%股权。

林茂在业绩会上透露，2023年，建发股份房地产业务分部贡献上市公司归母净利润1.91亿元；2024年上半年，公司房地产业务分部贡献上市公司归母净利润1.55亿元。

相关数据显示，2024年上半年，建发股份实现合同销售金额742.68亿元。其中，建发房产实现合同销售金额660.03亿元，位列全国第7名，较上年同期提升2位。

据建发股份副总经理兼董事会秘书江桂芝介绍，2024年上半年，建发股份在一、二线城市的全口径销售金额占比近80%，全口径销售额超20亿元的城市数量达到9个。截至2024年6月末，公司累计已售未结金额达到2620.30亿元，较2023年年底增长6.55%，创下历史新高。

林茂强调，公司在2022年拿地的项目大部分已经销售完毕，实际利润率略高于预期；但2023年拿地的项目由于市场情况变化，实际利润率可能略低于预期。

记者注意到，2024年上半年，建发股份计提各类资产减值准备24.09亿元，将减少公司归母净利润12.98亿元。而从2022年至今，建发股份计提各类资产减值准备139.47亿元，减少归母净利润约61.75亿元。

此外，依据存货成本与可变现净值相比较的方法，建发股份及控股子公司2024年上半年拟对存货计提跌价准备14.87亿元，其中对房地产业务计提存货跌价准备10.82亿元。

建发股份方面表示，2024年上半年，房地产行业的政策环境相对宽松，但外部市场形势持续严峻，居民的消费信心不足，行业整体规模继续下滑，受此影响公司部分区域销售进度不及预期。公司根据不同区域的市场环境采取了积极的销售策略和管理措施，部分存货出现减值迹象。基于谨慎性原则，公司对该部分存货计提了跌价准备。

江桂芝在业绩会上回应称，在计提存货跌价准备方面，建发股份一直都是以很严格的态度去对待减值。公司根据会计准则要求定期对各项目进行跌价测试，对出现跌价迹象的项目审慎计提存货跌价准备，因此并非所有项目都是亏损项目，且部分项目计提减值准备后并未导致全案亏损。

“目前，公司历史库存相对较少，减值压力也较小。未来，公司将保持较好的库存周转和合理的库存规模，以应对市场波动带来的压力。”江桂芝进一步阐释道。

尽量维持市场占有率

公司中长期的销售规模，取决于市场的复苏进度和恢复状况。

实际上，作为建发股份的新掌舵人，林茂是一名“老建发人”。

公开资料显示，林茂此前曾在建发股份母公司建发集团财务部任职。加入建发股份后，历任公司证券部经理、董事会秘书、总经理等职务。截至目前，林茂持有建发股份641080股股票。

作为建发股份旗下房地产开发业务主力，建发房产业务遍及全国70余个主要城市，并形成房地产开发、物业管理、城市更新改造、商业管理、代建运营、工程与设计服务、关联产业投资七大业务板块。

目前，建发房产控股建发国际（01908.HK）、建发物业（02156.HK）、建发合诚（603909.SH）三家上市公司，构成了完整的房地产开发配套产业链。

不过，房地产业务在前几年经历快速扩张后，建发股份也明显感受到了财务压力。财报数据显示，截至2024年6月30日，建发股份的净现金流为28.65亿元，同比下降85.07%，其中，经营性现金流-221.12亿元，投资性现金流-44.91亿元，融资性现金流292.66亿元。

林茂认为，2024年下半年，整体房地产市场情况仍不明朗，虽然上半年有降首付、降利率等利好政策，但二手房市场的挤压效应仍然严重。七八月份是传统淡季，市场表现不佳。房地产市场与预期相关，近期市场边际上没有再继续恶化，但也没有明显的市场回暖信号。

林茂进一步表示，总体来讲，公司的目标是尽量维持市场占有率，公司具备资源和能力去形成更大的经营规模。但公司中长期的销售规模，取决于市场的复苏进度和恢复状况，公司会根据市场变化情况来实时调整。

而对于拖累建发股份利润的联发集团，林茂指出，除了打磨产品和降本增效，一方面会积极盘活各类资产，梳理持有的各类投资资产，通过出售转让等方式弥补损失；另一方面将加强投资测算精准度，谨慎拿地。

记者了解到，2024年上半年，建发房产和联发集团获取土地17宗，全口径拿地金额合计约387.62亿元，新增地块的全口径货值约686亿元，一、二线城市拿地金额占比达98%。截至2024年6月末，公司在一、二线城市的权益口径土地储备（未售口径）货值占比约76.85%，较上年年末提高3.27个百分点。

“今年下半年，如果市场需求不足，公司也可能会放缓补库存的速度。”林茂表示，房地产行业正在朝改善型需求的导向发展。建发股份将继续提升产品竞争力，保持产品创新、不断迭代，做好包括诗意东方、海派、第四代住宅等新产品的迭代和精细化管理。同时公司将结合社区服务，关注主流客群需求与人居体验，提供有温度的服务陪伴，并提升居住舒适度。

深圳三季度住宅供求面积环比回落 政策发力有望改善成交

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

9月24日，中国人民银行行长潘功胜在国务院新闻办公室举办的新闻发布会上表示，人民银行会同金融监管总局出台五项房地产金融的新政策，包括引导银行降低存量房贷利率、统一房贷最低首付比例至15%等，积极回应了社会预期。

当前，房地产市场继续处于调整中，上一轮楼市利好政策——“5·17”新政（指人民银行、金融监管总局于5月17日联合发布的一系列房地产政策）提振效应也有所减弱。

在深圳，多数区域在第二季度多项政策利好悉数释放后的成交热度有所下降，供应规模持续收缩。据第一太平戴维斯统计，第三季度，房企在深圳的推盘节奏继续保持低位，截至2024年9月18日，深圳一手住宅供应面积环比下降35.6%，全市成交面积环比下降12.4%。

第一太平戴维斯华南区市场研究部负责人谢靖宇对《中国经营报》记者表示，鉴于市场仍面临需求疲软、信心偏弱等问题，深圳住宅市场仍有显著的政策优化空间。“随着政策端的持续发力，深圳市场在年内剩余时间成交活动有望逐步改善。”

新房市场仍在深度调整

深圳楼市在经历3月“小阳春”及“五一黄金周”等节点后进入传统销售淡季七八月。

据乐有家研究中心统计，7月，深圳一手住宅新增预售面积为20.7万平方米，环比下降53%，新增预售1737套，环比下降54%；一手住宅预售成交2616套，环比下降11%，同比下降17%。8月，深圳全市成交2537套住宅新房，环比下降3%，同比增长15%。新房市场呈现持续小幅下滑态势，但相对去年同期，交易量有一定增幅。

眼下，楼市已来到“金九银十”传统销售旺季，但进入9月，整体市场活跃度不及预期。第一太平戴维斯提供的数据显示，第三季度，深圳一手住宅供应面积58.1万平方米，同比下降64.5%，成交面积同比下降6.7%至81.9万平方米。该季度内，部分位于核心区域的高价项目推出且去化迅速，推动深圳全市住宅成交均价结构性回升。截至2024年9月18日，深圳第三季度住宅成交价格环比增长5.7%至64264元/平方米，同比下降6.4%。

据克而瑞统计，截至9月22日，深圳新房网签量已连续7周下跌。9月16日—22日，深圳新房网签492套，成交面积约48993平方米，环比下降22.9%；整体成交均价约44340元/平方米，环比下降8.3%。其中普通住宅网签297套，成交面积约30433平方米，环比下降28.1%；成交均价约59743元/平方米，环比下降1.5%。

谢靖宇表示，短期内，深圳一手住宅市场仍将处在深度调整阶段，同时，二手房市场更大范围的以价换量将对新房定价策略产生一定冲击。在此背景下，深圳年内全市住宅成交均价或小幅下降。

二手房市场持续以价换量

值得注意的是，二手房整体成交表现优于一手房是今年楼市较为明显的趋势之一。

据乐有家研究中心统计，7月，深圳全市二手住宅过户量4573套，环比增长10%，同比增长102%；8月，深圳二手住宅过户量3804套，环比下降17%，同比增长57%。从3月开始，深圳全市二手住宅过户量连续6个月保持在4000套左右。乐有家门店数据显示，8月，深圳全市二手房平均成交价格5.9万元/平方米，环比下降0.34%；业主挂牌价6.73万元/平方米，对比7月仅减少100元/平方米。

深圳市房地产中介协会方面表示，今年看似较为稳健修复的二手房市场，除了一路以来政策持续利好的支撑外，主要还是因为今年业主端对价格的让步程度相较于去年发生了巨大变化，以价换量成为当前支撑二手房市场月度相对“高位”的根本原因。

根据公开在售二手房源量数据统计，截至2024年9月23日，深圳全市共有63871套有效二手房源在售，较9月18日增加108套。

自人民银行会同金融监管总局出台五项房地产金融的新政策后，市场各方对新政充满期待。据介绍，人民银行拟指导银行对存量房贷利率进行批量调整，将存量房贷利率降至新发放贷款利率的附近，预计平均下降幅度在0.5个百分点左右，将惠及5000万户家庭、1.5亿人口，平均每年减少家庭的利息支出总数大概1500亿元；全国层面的商业性个人住房贷款将不再区分首套房和二套房，最低首付比例统一为15%。

多地出生人口数量反弹 激励政策及时兑现

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

“龙年生龙子”期盼下，今年以来我国出生人口有所反弹。

近期，广东、青岛、宝鸡、大庆、天门等多省市官宣，今年上半年当地出生人口数量增加，并预测全年出生人口有望实现同比增长。

多位受访人士告诉《中国经营报》记者，近期多地出生人口数量反弹，与属相偏好及政策激励等因素有关。但中长期来看，出生人口数量仍与社会经济发展及婚育观念变化等因素有关，预计后续全国出生人口数量将呈现波动修复趋势。

“人口变化是一个经济社会综合现象。今年以来多地出生人口增长，想要个龙年宝宝这种心理诉求可能是因素之一，但不是主要因素。”中小城市研究院院长、中国社会科学院研究员牛凤瑞认为，近年来我国出生人口下降主要与适龄婚育人口数量下降及婚育观念等因素有关，但出生人口增降不会呈直线式发展，后续仍有望出现修复。

多地出生人口小幅增长

今年以来，业界多有声音预测我国出生人口可能迎来“小阳春”。

近来多方数据验证了这一预测。从近期宣布出生人口反弹的省市情况来看，有人口大省广东及经济较发达的青岛等，也有已出现人口外流的大庆、天门等中小城市。

其中，据当地媒体近期报道，广东省妇幼保健院副院长刘风华指出，今年1—6月，广东全省活产数比去年同期略有增长，增幅为1.4%。

青岛市卫生健康委党组成员、市计划生育协会常务副会长杜维平近期在一期访谈节目中介绍称，根据人口监测数据，今年1—6月份，青岛市人口出生数出现可喜变化，户籍人口出生数为22669人，同比增长5.93%，扭转了连续两年同比下降的趋势。

同时，据其介绍，结合青岛全市“母子健康手册”建册数据，预产期在今年7—12月份产妇早孕建册数量，推测同期出生户籍人口约为2.5万人，预计青岛市2024年出生人口将与去年持平或略高于去年。

中小城市方面，内蒙古阿拉善盟卫生健康委员会近期发布消息称，今年上半年，该盟出生人口出现小幅喜人局面。根据妇幼年报数据统计，全盟共出生735人，出生人口较上年同期增长50人，同比增长7.30%。

陕西宝鸡市统计局近日发布的调研简析则显示，据其调研，2024年上半年，该市出生人口呈现增长态势，其调查的4个县区5家医院和助产机构2023年上半年接生新生儿3223人，2024年上半年接生新生儿3569人，同比增加346人，增长10.7%。

另据当地媒体报道，湖北天门市出生人数8年来首次由降转增，截至8月14日，该市今年出生人数达到4232人，比去年同期多431人；大庆市也表示，当地上半年出生人口数量明显上升。

值得注意的是，上述多地自2016年以来均出现出生人口持续下降情况，人口大省广东也在经历明显上升后出现持续下降。多地相关人士分析称，今年以来当地出生人口增长与生育政策及属相偏好等因素有关，同时预测后续仍将维持较低生育水平。

杜维平在访谈中表示，目前青岛市人口出生数量有所增加可能有以下几个原因：一是育龄妇女结构性增加，参与生育的人数增加较多；二是群众的属相偏好。今年是龙年，符合大部分群众的属相偏好；三是青岛市出台了鼓励生育的各项支持政策，也是提高育龄群众生育意愿的原因。

而据上述报道，刘风华认为，上半年广东省出生人口增长与三孩政策以及农历“龙年生龙子”有一定关系，也可能预示着出生人口下降趋势略微出现缓解。大庆、宝鸡、天门等地也提及政策激励因素。

波动修复

除上述因素外，生育观念也是一项重要影响因素。

“除龙年宝宝这类心理预期外，影响出生人口变动的因素还涉及生育观念、政策及养育成本等。”牛凤瑞认为，尽管近年来我国婚育群体生育观念发生较大变化，持有不婚不育观念的群体较此前有所增长，但主流生育观念还是倾向于成家立业。

“养儿防老不仅指经济上的支持，更多还有精神上的陪伴，无论当下还是未来，人各方面始终是最宝贵最有价值的。”牛凤瑞表示，当前养育成本较高是个普遍现象，也是亟待解决的问题，但随着经济社会发展，相应问题并不会一成不变。

从全国数据来看，自2017年以来，我国出生人数已持续7年下降。同时，2022年以前，我国出生人数始终保持在1000万人以上，2022年降至约956万人，2023年进一步降至902万人。

今年以来多地出生人口数量出现反弹，能否扭转此前下降趋势？后续能够持续多久？对此，受访人士表示，短期内我国可能仍将延续较低生育水平，但后续仍有望出现波动修复。

“近几年我国出生人口下降，主要是因为此前独生子女较多，导致当前婚育适龄人口较少，同时也受到不婚不育观念因素影响。”牛凤瑞表示，当前我国正处于经济社会剧烈转型期，各领域可能会出现一些较极端的现象，但不会一直持续，预计后续我国出生人口仍有可能缓慢回升。

“人口变动规律需要长期观察，短期会受到很多偶然因素影响，比如龙年宝宝这种心理预期。”牛凤瑞认为，人口增降不会是直线式发展，如果后续经济发展持续向好，人们生育压力下降，收入预期提升，我国出生人口数量将出现适度回升。

值得注意的是，本世纪初，我国出生人口数量也经历了持续8年的下降，但于2005年扭转，此后还经历了数年增长。

同时，为有效鼓励生育，牛凤瑞认为，各地支持政策应及时有效兑现，同时更重要的是推进基本公共服务均等化及增加居民收入等工作。

“许多适龄婚育人群外出打工，如其子女不能随父母就地接受教育，而是形成留守儿童、空巢家庭等两地分居情况，无疑也会影响他们的生育意愿。”牛凤瑞表示，随着经济社会发展，人们的生活品质也应有所提升，住房方面的户型设计应更加适合多子女家庭，同时更应该重视推进农业转移人口市民化及通过改革有效增加居民收入。

“全球首款”宣传惹争议 杉川机器人“硬怼”科沃斯

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

两家企业陷入“全球首款”宣传之争，折射出扫地机器人行业对新技术的重视和科技争夺战的激烈程度。

日前，深圳市杉川机器人有限公司（3irobotix，以下简称“杉川机器人”）旗下品牌“3i科技”在微博、微信公众号等多个社交媒体平台发文称，科沃斯机器人股份有限公司（以下简称“科沃斯”，603486.SH）相关产品涉嫌虚假宣传，已向深圳市光明区人民法院提交起诉状。

在起诉状中，杉川机器人方面请求法院确认，科沃斯方面发布的包含“全球首款恒压活水洗地机器人”“滚筒活洗、行业革命”等广告词的宣传行为，构成不正当竞争的虚假宣传行为，并要求科沃斯立即停止使用并销毁、删除和撤换包含上述表述的产品包装和所有媒体广告。

针对“虚假宣传”指控，科沃斯也迅速进行了反击。9月25日，科沃斯相关负责人在回应《中国经营报》记者采访时表示，杉川机器人的起诉没有被受理，是小品牌“碰瓷”科沃斯。“针对杉川机器人的‘碰瓷’营销，公司已采取法律手段维护自身合法权益。就杉川机器人涉嫌诋毁的行为，公司以商誉侵权为由，9月24日向苏州工业园区法院提起诉讼，要求对方立即停止错误行为、道歉，并赔偿科沃斯损失50万元。”

科沃斯被诉“虚假宣传”

对于后续是否会就杉川机器人指控事项提起专利诉讼，科沃斯相关负责人表示，公司内部还在判断过程中。

杉川机器人和科沃斯间的争议风波，缘于两家企业对于“恒压活水洗地机器人”的“全球首款”宣传之争。

在起诉状中，杉川机器人方面表示，公司在2024年3月上市了型号为HOME-F1的3i品牌清洁扫拖一体机器人，“上述产品已使用滚筒技术，且具备恒压、活水的特征及洗地的功能”。

“科沃斯于2024年9月5日发布的DEEBOT X8PROPLUS产品宣传中，声称其产品为‘全球首款恒压活水洗地机器人’‘滚筒活洗、行业革命’。”杉川机器人方面表示，该广告词明显忽略了杉川机器人此前推出的同类产品，与事实不符，构成《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条所禁止的虚假宣传行为。

“被告（科沃斯）的行为误导了消费者，对原告（杉川机器人）的商业信誉和经济利益造成了严重损害，破坏了市场公平竞争的秩序。”杉川机器人方面在起诉状中表示。

对此，记者多次致电杉川机器人官网联系电话，试图获取进一步信息，但一直无人接听。

杉川机器人相关负责人日前就上述诉讼事项回应媒体称，科沃斯在9月5日发布新品后，公司意识到与其之前发布的产品相似，经过知识产权、法务方面的评估，9月6日向法院递交了起诉状。“目前，法院对此次起诉还没有正式受理。”

科沃斯相关负责人向记者表示，公司品牌商品的详情页会严格按照法务要求做最小范围的声明。“公司在市场营销层面强调，科沃斯X8是全球首款恒压活水洗地机器人，杉川机器人的产品不满足恒压活水洗地的基本要求，他们（杉川机器人）的污蔑是毫无根据的。”

科沃斯上述负责人进一步表示，目前，公司产品的活水洗地方案还处于从洗地机移植到扫地机器人产品上的初期阶段。“公司对于‘恒压活水洗地’的定义就是洗地机的定义。第一是恒压活水，第二是活水洗地，第三是滚筒结构。”

不过，对于后续是否会就杉川机器人指控事项提起专利诉讼，科沃斯相关负责人表示，公司内部还在判断过程中。“因为处理侵权问题如果都用专利诉讼方式，对行业发展也会带来一定的负面影响。”

在国家知识产权局中国专利信息中心主办的专利之星检索系统上，记者通过查询发现：在此次争议涉及的专利中，科沃斯的专利包括专利号为CN114983290B的发明专利和专利号为CN217524978U实用新型专利；杉川机器人则分别为CN216776888U和CN218606412U两个实用新型专利。

从时间上来看，科沃斯部分专利的申请和授权时间早于杉川机器人。其中，科沃斯发明专利CN114983290B的申请日期为2019年5月14日，授权公告日为2023年6月27日。

一位不愿具名的法律人士告诉记者，一般而言，同一种专利不会重复授权，并且发明专利保护的技术更加底层。“发明专利强调高创新性，要求技术新颖、有创造性与实用性，显著超越现有技术，对科技进步和产业发展至关重要。而实用新型专利则关注产品的形状、构造，或结合的新技术方案，虽然创新性较低，但注重实用性和经济效益，广泛应用于日常生活和工业生产。”

科技竞争趋于白热化

在行业增长大势之下，不少新技术开始密集应用在扫地机器人上。

事实上，包括扫地机器人在内的清洁电器行业间的科技竞争正趋于白热化。

一方面，清洁电器领域的技术“内卷”正在加剧。有清洁电器行业人士对记者表示：“差不多半年时间就有新品发布，类似扫地机器人这样的清洁电器技术迭代更加迅速，每次都会有大量新技术亮相，这也给企业研发带来了不小的竞争压力。”

据奥维云网（AVC）推总数据显示，2024年上半年，国内清洁电器销售额达到约165亿元，同比增长9.8%，销量为1241万台，同比增长13.6%。其中，扫地机器人“一马当先”，新品拉动效应显著，领跑清洁电器行业，销售额和销售量均实现两位数增长，分别同比增长18.8%和11.9%。

在行业增长大势之下，不少新技术出现密集应用在扫地机器人上。“从产品端来看，扫地机器人的性能在升级，最为明显的就是吸力表现，旗舰机型已经从10000Pa起步。”奥维云网方面表示，目前，扫地机器人还在针对毛发缠绕、热水洗拖布、双机械臂等用户痛点做进一步升级。同时，AI大模型也逐步应用在扫地机器人方面，交互能力得到提升。

记者从追觅科技方面获悉，追觅科技已经在最新的扫地机器人产品中应用了仿生机械足越障技术，通过双节摆臂系统可以模拟人类大腿和小腿的协同工作，使得机器人能够轻松跨越障碍物，再搭配专属的爬坡垫，越障的最高高度可以达到6厘米。

此外，激光雷达也开始进入扫地机器人领域。例如，追觅科技最新产品搭载了LDS全自升降全景激光雷达。“通过LDS自升降激光雷达智能判断环境，扫地机器人可以灵活调整雷达高度，以应对不同场景的需求。”追觅科技方面表示。

此外，科技竞争升级也直观反映在企业的研发资金投入上。2024年半年报数据显示，今年上半年，科沃斯的研发费用较上年同期增长14.36%，达到4.46亿元。其中，研发材料及测试费同比增长13.04%，达到0.77亿元；专利费用及认证费同比增长53.33%；装备调试及试验费同比增长143%。

另一家清洁电器企业石头科技（688169.SH）的研发费用也增长显著。据2024年半年报数据，今年上半年，石头科技研发费用达到4.1亿元，较上年同期增长52%。其中，设计开发及检测费用同比增长73%，达到0.45亿元；研发材料及试制费用同比增长35.29%，达到0.46亿元；专利及知识产权费用同比增长57%，达到0.11亿元。

2024年柏林国际电子消费展科沃斯（IFA）展台。 本报资料室/图

需加强专利保护意识

清洁电器企业为了扩充市场份额，通过侵犯竞争对手的专利来获得利益的情况屡见不鲜。

在多位业内人士看来，清洁电器行业竞争日趋激烈，进入者越来越多，行业爆发“科技战”不可避免。

中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜告诉记者，随着清洁电器行业快速发展，市场竞争日趋激烈，企业为了维护自身的市场地位和利润空间，选择通过专利来保护自身的技术和产品优势。“技术创新是推动企业发展的关键，专利作为一种知识产权保护手段，正被企业用于保护技术创新成果。”

资深产业观察家梁振鹏也对记者表示，清洁电器市场竞争激烈，企业开始通过各种方式争夺市场，新技术、新专利只是手段。“这表明清洁电器市场竞争正在升级。行业在发展初期会比较粗放，但随着市场不断扩大，竞争态势也在升级，从营销、概念、价格竞争步入技术竞争阶段。”

不过，技术竞争对于行业发展而言是一把“双刃剑”。柏文喜告诉记者，专利竞争可能会激发企业加大研发投入，推动技术创新，但专利纠纷也可能导致市场格局重新洗牌，优质企业可能通过“专利战”巩固市场地位。频繁的专利诉讼也会增加企业的法律成本，影响企业的财务状况。

梁振鹏也对记者表示，清洁电器企业为了扩充市场份额，通过侵犯竞争对手的专利来获得利益的情况屡见不鲜。“清洁电器行业的规范发展需要企业注重专利意识，踏踏实实靠技术研发获得专利，而不是通过模仿、抄袭竞争对手获得不正当利益。这样行业才能长远健康发展。”

GFK中怡康相关报告指出，到2030年，我国包括扫地机器人在内的清洁电器市场规模有望达到600亿元，清洁电器市场将释放出更为巨大的潜力。“相较于发展成熟的大家电品类，清洁电器普及率相对较低，目前清洁电器的百户拥有量约为24台，市场正处于普及发展的初期阶段，扫地机器人和洗地机的市场渗透率更低，分别仅为5.1%和1.5%。”

GFK中怡康方面进一步分析认为，扫地机器人作为家庭服务机器人领域的重要品类之一，未来或可作为一种重要的智能硬件，在智能家居系统中将发挥日益核心的作用。

关联交易占比超三成 海螺材料二度闯关港交所

本报记者 方超 张家振 上海报道

在招股书失效两个月后，安徽海螺材料科技股份有限公司（以下简称“海螺材料”）再度闯关港交所。9月19日，港交所官网显示，海螺材料递交上市申请。这已是公司在不到一年时间内二度冲刺港交所上市。

《中国经营报》记者注意到，作为一家以生产及销售水泥外加剂、混凝土外加剂等产品的细分市场龙头公司，海螺材料因低价开拓第三方市场、毛利率持续下滑、产能利用率不足等引发市场关注。例如，在主要产品水泥外加剂产能利用率方面，海螺材料2021年披露的数据为68%，而在今年上半年已大幅下滑至32.6%。

在国内房地产市场持续低迷的背景下，海螺材料正将目光投向海外市场。海螺材料方面表示，由于若干发展中国家对水泥及混凝土外加剂的需求预期增长，拟在乌兹别克斯坦及印度尼西亚开拓业务。

“继续深耕细作，提高母液、混凝土外加剂市场占有率，全力开发功能性聚醚单体及母液，保障销量实现两位数增长，推动公司首个海外项目规划落成。”海螺材料总经理陈烽在海螺集团2024年工作会议上公开表示。

成立五年“火速”冲刺港股IPO

在成立短短五年后，背靠“水泥大王”海螺集团的海螺材料，开启了港股上市冲刺之旅。

公开资料显示，海螺材料是海螺集团下属安徽海螺科创材料有限责任公司（以下简称“海螺科创”）控股子公司，是一家生产及销售水泥外加剂、混凝土外加剂及其相关上游原材料的精细化工材料供应商。

根据弗若斯特沙利文数据，按2023财年水泥外加剂销量和收入计算，海螺材料在中国排名首位，市场份额分别约为28.3%及32.3%。同期，海螺材料混凝土外加剂销量约占中国混凝土外加剂总销量的0.8%。

事实上，海螺材料的诞生，与海螺集团业务扩张密不可分。

据“安徽国资”微信公众号文章介绍，2017年11月，海螺科创前身安徽海螺投资有限责任公司成立。“公司刚成立，便将水泥外加剂和混凝土减水剂行业作为投资公司第一个发展目标。以集聚国内技术和市场资源为原则，通过多轮商务谈判，成功收购了在水泥外加剂行业国内排名前列的山东宏艺科技公司和鑫统领集团。”

在此基础上，海螺科创组建了海螺材料前身“海螺新材料”。

企查查显示，在海螺材料股东中，海螺科创为第一大股东，持股48.62%，湖北鑫统领股权投资有限公司持股24.1%，临沂海宏新型材料科技有限公司持股16.87%，另有多家股东持股比例低于5%。

记者注意到，在成立约4年时间后，海螺材料就着手进行上市准备工作。皖江江北新兴产业集中区官网2022年2月21日发布的一篇文章介绍：“为拓宽企业融资渠道，海螺新材料启动上市计划。目前已完成上市辅导保荐机构、会计审计机构和法律服务机构三家中介机构的公开招标选聘。”

2022年8月12日，皖江江北新兴产业集中区官网介绍，辖区重点上市后备库企业海螺新材料完成股改，正式更名为海螺材料。“此次股改完成，标志着海螺材料上市筹备进入实质性阶段。”

港交所官网显示，在股改完成一年多后的2023年12月28日，海螺材料正式递交上市招股书。不过，在向港交所递交招股书届满六个月后，状态显示已失效。

仅在两个多月后，海螺材料再度于9月19日向港交所递交招股书，冲击港股上市。

记者注意到，海螺材料曾确立了明确的上市时间目标。海螺材料时任总经理许庚友在2022年接受采访时曾表示：“在IPO规划方面，公司将进一步加快IPO申报步伐，力争在‘十四五’末，实现公司首发上市。”按照该规划目标，海螺材料距成功上市仅剩下一年多的时间。

业绩依赖海螺系企业

二度冲击港股上市，海螺材料业绩表现也受到市场关注。

招股书显示，2021年至2023年及2024年上半年，海螺材料营收分别为15.38亿元、18.4亿元、23.96亿元及11.03亿元，同期净利润分别约为1.27亿元、0.92亿元、1.44亿元及0.6亿元。

在业内人士看来，海螺材料业绩较为稳健，或与海螺系企业的“协助”密不可分。

记者注意到，在报告期内，海螺水泥一直为海螺材料的最大客户，而海螺集团持有海螺水泥36.4%股权。海螺材料也在招股书中坦言：“自2018年下半年以来，海螺材料一直是海螺水泥的外加剂产品供应商。”

相关数据显示，2021年至2023年及2024年上半年期间，来自海螺水泥的收入分别占海螺材料总收入的约52.5%、41.6%、31.8%及30.7%。海螺材料董事认为，不久的将来，来自海螺水泥成员的销售收入，“将持续占我们总收入的相对较大比例”。

海螺材料与海螺系企业的紧密联系并不局限于此，海螺材料向关联方客户销售的毛利率明显高于其向第三方客户销售的毛利率。2021年至2023年及2024年上半年期间，海螺材料向关联方客户销售的毛利率分别为32.7%、36.5%、42.1%及45.4%，同期向第三方客户销售的毛利率分别为23.1%、31.7%、34.0%及40.2%。

对此，海螺材料方面解释称，公司向关联方客户销售的毛利较高，主要是由于关联方客户对产品质量要求较高，及提供长途送货服务及配套服务等增值服务。

为了拓展第三方市场，海螺材料则选择低价销售。海螺材料方面表示，考虑到无须向第三方客户提供全国范围的支持，且为能与其他小规模水泥外加剂供应商竞争，“我们通常为第三方客户提供更具竞争力的价格”。

记者注意到，对于业绩依赖海螺系企业的风险，海螺材料方面表示，海螺水泥的业务营运、经营业绩及前景并非公司可控制，无法确保海螺水泥能够维持其业务规模并保持对海螺材料产品的需求。

海螺材料方面同时直言，若海螺水泥的业务或其所在行业发生任何重大变动，公司无法保证海螺水泥的需求一定会达到预期。“这可能会对我们的业务、经营业绩、财务状况及前景产生重大不利影响。”

核心产品产能利用率下滑

除了业绩对海螺系企业存在较大依赖外，海螺材料也深受外部环境影响。

“我们的成长取决于混凝土及水泥行业各种下游应用对我们的水泥外加剂及混凝土外加剂的稳定需求，而混凝土及水泥行业又依赖于中国经济。尽管水泥外加剂及混凝土外加剂的需求有所增长，但该增长率未来可能不会保持不变或增加。”海螺材料也在招股书中表示。

值得注意的是，近年来，海螺材料核心产品产能利用率也呈下滑趋势。

招股书显示，海螺材料目前分别拥有21条、23条、16条、5条及46条生产水泥外加剂、混凝土外加剂、醇胺产品、聚醚单体及聚羧酸母液生产线。在2021—2023年，海螺材料水泥外加剂产能利用率分别为68%、43.6%、36.3%，混凝土外加剂产能利用率分别为70.7%、15.8%、18.3%。

对于未来发展策略，海螺材料在招股书中表示，将优化产能布局。“同时有效扩大我们在中国及若干海外国家的地理覆盖范围，以巩固我们作为中国领先的精细化工材料供应商之一的地位。”

记者了解到，在中国建材企业“出海”大背景下，海螺材料也在筹划海外业务。早在2022年，海螺材料方面公开表示：“公司紧跟海螺集团‘一带一路’倡议同步规划‘海外基地’。”

印度尼西亚、乌兹别克斯坦是海螺材料主要出海目的地。以乌兹别克斯坦为例，海螺材料在招股书中表示，到2028年，乌兹别克斯坦水泥外加剂的消费量预计将达到7700吨，2023年至2028年的复合年增长率约为6.2%。

对于再度申请港股上市的原因和如何开拓海外第三方客户等问题，记者致电致函海螺材料，相关工作人员回复称：“目前，公司正处于上市申请进程中的静默期，出于合规要求暂不便作过多信息披露。”

“离婚费”3.5亿元 科达制造董事长不再受限“持股5%以上”

本报记者 陈雪波 卢志坤 北京报道

又一A股大股东离婚！近日，科达制造（600499.SH，以下简称“科达制造”）发布公告称，公司董事长、股东边程与关琪通过协议方式办理了解除婚姻关系手续。因边程与关琪解除婚姻关系进行财产分割，导致边程持有公司股份的比例将减少至2.573%，关琪持有公司股份的比例将增加至2.573%。

从近期业绩表现来看，今年上半年科达制造增收不增利，公司营业收入54.94亿元，同比增长15.74%；扣非净利润4亿元，同比下降66.95%。科达制造的股价也较3年前跌去了近七成。

《中国经营报》记者注意到，边程与关琪二人是北京航空航天大学同学。关琪虽然从未参与过科达制造的公司经营，但其成立的教育机构对科达制造的员工来说却非常熟悉，该机构10年前就进入科达制造组织了员工子女夏令营活动。

5%关键节点

持股5%以上的股东在减持时需要遵守更加严格的规定。

根据公告，财产分割前，边程持有科达制造9869.96万股股票，占公司总股本的5.146%。按照近期股价计算，市值约为7亿元。如此一来，关琪能够分得约3.5亿元市值的股票。

不过，虽然股份被分割，为保障公司的稳定经营，关琪称自愿将其因财产分割获得的全部股份的表决权在内的相关权利委托给边程。本次非交易过户完成后，关琪构成边程的一致行动人，边程可支配的表决权对应的公司股份数量不会发生变动。边程与关琪还承诺，自上述股份办理完毕非交易过户手续之日起的12个月内，不以任何方式减持所持有的公司股份，包括承诺期间因公司发生资本公积转增股本、派送股份红利、配股、增发等产生的股份。

据多家媒体报道，边程与关琪同为北京航空航天大学1981级航空发动机专业本科毕业生。二人的校友身份在毕业三四十年后依然常能体现，2012年，边程、关琪向母校捐赠100万元设立校友励志奖学金；2022年11月7日，边程出席了以夫妻二人名字命名的“边程关琪校友经管学院发展基金”捐赠仪式。此外，边程还是北京航空航天大学佛山校友会会长。在北京航空航天大学一些学生的眼里，边程与关琪是“事业上的榜样，爱情上的楷模”。

此外，记者还发现，根据科达制造公告中披露的边程、关琪二人的身份证号前6位数字，可以推断出二人原来同为河南省郑州市金水区人。也就是说，二人不仅是大学同学，也是老乡。

虽然关琪很少与边程同时出现在公众面前，但边程与关琪为对方的个人事业给予过很多帮助。边程于1998年加入科达制造（曾用名“科达洁能”），2012年8月至今任公司董事长，科达制造的主营业务为陶瓷机械。在边程加入科达制造两年后的2000年5月，关琪就成立了佛山市盈瑞建材科技有限公司，这同样是一家围绕陶瓷产品开展业务的公司，不过，这家公司随后被注销。

2001年10月，关琪转向教育事业，成立了佛山市东西方教育咨询服务有限公司，从事教育咨询方面的业务。2013年3月，关琪又成立了佛山市南海区东西方文化培训中心（以下简称“东西方文化”），主营外语培训及文化艺术交流。东西方文化成立次年，科达制造的员工就享受到了它的服务。2014年7月，东西方文化成为科达制造员工子女夏令营的协办单位。

2016年2月，科达制造首个海外投资项目在肯尼亚破土动工。2018年，东西方文化发布的国际慈善夏令营项目中，就选择了肯尼亚作为目的地，科达制造是那次夏令营的协办单位，研学项目对外收费标准为人民币29999元/人。

这些针对科达制造的活动已经延续了10年。在2019年7月22日科达制造的官方微信公众号中，记录了科达制造与东西方文化一起组织的第七届员工子女夏令营开营仪式。在今年6月，关琪还以高考志愿填报专家的身份进入科达制造，为高考生家长做免费咨询辅导。科达股份及东西方文化的员工均向记者确认，东西方文化的负责人关琪确为边程妻子。

共同设立奖学金、合作组织员工夏令营，尽管夫妻双方在事业上有较多交集，但令人意外的是，边程与关琪在花甲之年突然宣布离婚。

从边程一人持股变成二人各自持股，如此的调整可能会带来哪些变化？中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜指出，通过离婚财产分割，边程的个人持股比例从5.146%降至2.573%，这可能会使得他在减持股份时受到的监管限制有所减少。根据中国证监会的规定，持股5%以上的股东在减持时需要遵守更加严格的规定，包括预披露和减持比例的限制。因此，持股比例降低后，边程在减持股份时可能会更加灵活。

记者查询《中华人民共和国证券法》注意到，持有5%以上股份的股东，将其持有的该公司的股票或者其他具有股权性质的证券在买入后6个月内卖出，或者在卖出后6个月内又买入，由此所得收益归该公司所有，公司董事会应当收回其所得收益。但如果持股在5%之下就没有这项要求。

此外，投资者持有一个上市公司已发行的有表决权股份达到5%后，其所持该上市公司已发行的有表决权股份比例每增加或者减少1%，应当进行报告和公告。但如果持有的表决权在5%之下，就不再受这个要求的限制。

记者注意到，近年来，科达制造股价持续下跌。在2021年12月该公司股价曾一度达到22.22元/股，到今年9月26日收盘价只有7.46元/股，不到3年时间里股价跌去近七成。

投资收益拖累业绩

科达制造向记者解释称，扣非净利润大幅下滑主要系投资收益下降所致，也即对蓝科锂业的投资收益减少。

科达制造的主要业务为建筑陶瓷机械及海外建材的生产和销售，战略投资以蓝科锂业为主体的锂盐业务，另有锂电材料及装备、液压泵、智慧能源等培育业务。

在2024年上半年，科达制造实现营业收入54.94亿元，同比增长15.74%；归母净利润4.54亿元，同比下降64.16%；扣非净利润4亿元，同比下降66.95%，延续了增收不增利的趋势。其中，扣非净利润已经连续6个季度同比下滑。

从主营业务建筑机械来看，科达制造的业绩表现相对较好。今年上半年，公司建材机械业务实现营业收入27.05亿元，同比增长约28.97%，其中陶瓷机械业务国内外接单与收入金额同比均实现较好增长。海外市场方面，受益于公司持续深耕新兴市场、开拓高端市场，公司陶瓷机械业务海外接单占比超60%。

那为何上半年公司扣非利润大幅下滑？科达制造向记者解释称，扣非净利润大幅下滑主要系投资收益下降所致，也即对蓝科锂业的投资收益减少。

蓝科锂业是一家生产碳酸锂的企业。科达制造在2017年开始持有蓝科锂业43.58%股权，并在起初的几年时间里取得了丰厚的回报。在随后，科达制造追加了对蓝科锂业的投资。

今年上半年，蓝科锂业实现碳酸锂产量约1.89万吨，销量约2.03万吨，库存量0.13万吨，产销量同比均实现超过30%的增长。然而，碳酸锂市场销售价格从2023年同期超20万元/吨的均价，到今年上半年价格下滑至10万元/吨左右波动，导致蓝科锂业业绩亦实现大幅下滑。

蓝科锂业实现的业绩较上年同期大幅减少超80%。一方面系碳酸锂价格大幅下滑，另一方面蓝科锂业的控股股东盐湖股份需进行资源税补缴，导致蓝科锂业相关税率调整、回溯调整确认前期成锂卤水采购金额，因此蓝科锂业于今年上半年增加营业成本约4亿元，导致其对科达制造净利润影响与上年同比减少超7亿元。

接下来，科达制造的投资方向是什么样的？在2024年上半年业绩说明会上，科达制造介绍，建材机械方面，国内投资目前已基本完成布局，未来会有部分海外基地的建设，并会关注一些产业链并购机会，但这些项目的资本开支相对有限。海外建材方面相对有更多资本开支，主要是一些建材项目的建设，将通过业务板块盈余资金以及IFC或海外银团等贷款渠道解决。锂电材料方面，相关产能建设进度有所放缓，相应的资本开支不会太大。

科达制造董事长离婚的财产分割引发关注。图为该公司的机器设备。 公司官网/图

5亿元募集资金未经审议进行现金管理 恒立液压急补“漏洞”

本报记者 方超 张家振 上海报道

在未经审议授权的情况下，有“液压一哥”之称的恒立液压（601100.SH）将5亿元闲置募集资金进行现金管理，直到4个月后才紧急公告并补上了“漏洞”。

9月21日，恒立液压对外发布公告，追认使用部分闲置募集资金进行现金管理情形。公告显示，恒立液压在今年4月26日将5亿元闲置募集资金用于购买结构性存款，5月17日赎回至募集资金专户。

《中国经营报》记者注意到，恒立液压在今年8月26日披露的《关于2024年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告》（以下简称“《专项报告》”）中仍然强调：“本报告期内，公司不存在对闲置募集资金进行现金管理，投资相关产品情况。”

“上市公司选择购买结构性存款，本质上显现出对募集资金安全的责任态度，恒立液压事后也在程序上进行补全，尽可能减轻了事件带来的影响。”上海市光明律师事务所律师陈铁娇向记者分析，该事件仍体现出上市公司在财务管理方面存在缺失。

“到期的产品本金和收益已赎回至募集资金专户，因此未对公司的募集资金投资计划造成不利影响，亦不存在改变募集资金用途或损害公司和股东整体利益的情形，不会影响公司主营业务的正常发展。”恒立液压方面表示。

或存在财务管理缺失问题

公开资料显示，2021年9月，恒立液压对外披露非公开发行预案，拟通过定增方式募集资金不超过50亿元。在扣除发行费用后，募资净额将用于投资恒立墨西哥项目、线性驱动器项目和恒立国际研发中心项目等。

2022年12月，恒立液压发布《非公开发行A股股票发行情况报告书》称，公司已完成定增募资计划。据了解，恒立液压此次非公开发行A股股票价格为56.40元/股，发行股数约为3546.1万股，募集资金总额约20亿元。

不过，仅在一年多时间后，恒立液压出现了未经审议授权而使用部分闲置募集资金进行现金管理的情形。

9月21日，恒立液压方面表示，经公司自查发现，由于相关业务的操作人员对银行产品存在认知偏差，误将结构性存款产品理解为一般存款，相关操作人员按照公司内部购买一般存款的财务和审批流程进行买入操作，致使出现了闲置募集资金进行现金管理的情形。

保荐机构也认为，恒立液压存在未经审议授权而使用部分闲置募集资金进行现金管理的情形。

“公司于2024年9月20日召开第五届董事会第十一次会议、第五届监事会第十次会议和第五届董事会独立董事第三次专门会议，对于上述未经审议授权使用部分闲置募集资金进行现金管理的情形进行追认。”恒立液压方面表示，公司已对上述具体情况进行了详细梳理和排查，对存在问题进行了认真分析，将相关情况及时向公司董事、监事及相关部门人员进行了通报、传达，并组织相关部门就募集资金现金管理的相关法律法规进行专项培训，切实纠正其理解和认识偏差问题，确保未来不再有类似事项发生。

记者注意到，在今年8月26日对外披露的《专项报告》中，恒立液压方面表示，募集资金专户在2024年6月30日的余额合计为6.88亿元。“在报告期内，不存在对闲置募集资金进行现金管理、投资相关产品情况。”

“根据《上市公司募集资金管理办法》第13条、14条规定，暂时闲置的募集资金可进行现金管理。本条目明确规定，投资标的必须符合安全性及流动性的要求，且同时应当经上市公司董事会审议通过，需附独立董事、监事、保荐机构的同意意见，并在2个交易日内公告披露。”陈铁娇向记者分析称。

陈铁娇进一步表示：“恒立液压作为上交所主板上市的公司，应当自觉维护上市公司募集资金安全，不得参与、协助或纵容上市公司擅自或变相改变募集资金用途。”

在陈铁娇看来，上述事件中体现出恒立液压在财务管理方面或存在缺失，相关财务人员对金融产品缺乏理解，可能导致在后续资本运作中出现其他管理失误。“在4个月后，恒立液压经自查发现问题，并补充披露相关信息，这在程序上是必要的。虽然此次事件并没有对募集资金安全造成实质影响，但仍然值得大众关注。”

墨西哥工厂建设进度不及预期

作为“液压一哥”，恒立液压业绩也颇受外界瞩目。

据了解，恒立液压总部位于江苏省常州市，经过30多年发展，已从液压油缸制造发展成为集液压元件、精密铸件、液压系统等产业于一体的大型综合性企业。下游客户包括卡特彼勒、日本神钢、日立建机、久保田建机、三一集团、徐工、柳工等世界500强和全球知名主机客户。

Wind数据显示，2021—2023年，恒立液压分别实现营收93.09亿元、81.97亿元、89.85亿元，归母净利润分别为26.94亿元、23.43亿元、24.99亿元，业绩存在较为明显的波动。

而在今年上半年，恒立液压营业收入为48.33亿元，同比增长8.56%；归母净利润12.88亿元，同比增长0.71%。不过，恒立液压扣非净利润为12.40亿元，同比下降0.23%。

记者注意到，在工程机械市场仍处于筑底阶段的背景下，恒立液压正持续开拓海外市场。2023年，恒立液压海外收入达到19.27亿元，同比增长9.95%，占总营收的比重为21.45%。

“在稳定国内市场的同时，公司积极开拓海外市场，持续推进海外产能布局。报告期内，公司海外营收实现同比增长15.29%。墨西哥工厂建设已进入尾声，为深入开拓美洲市场打下了坚实基础。”恒立液压在2024年半年报中表示。

不过，开拓海外市场并非一片坦途。今年8月8日，恒立液压对外发布公告称，墨西哥当地时间2024年8月5日15时30分左右，全资孙公司HENGLI DE MEXICO,S.A.DE C.V.（以下简称“恒立墨西哥项目”）在建厂房发生局部火灾事故。目前，该厂房尚处于施工建设过程中，未竣工移交。

“事故发生后，公司立即启动应急预案，迅速采取措施疏散人员，全力配合当地消防部门实施现场灭火救援工作。在当地消防部门及公司共同努力下，相关火情及时得以控制并最终扑灭。经初步排查，本次火灾事故系施工方操作不当所致，具体原因有待进一步调查。”恒立液压方面表示。

事实上，作为募投项目之一的恒立墨西哥项目推进过程也难言顺利。在2022年年报中，恒立液压对该项目进展情况描述为：“厂房预计于2023年5月交付使用，2023年第四季度投产。”而在2024年半年报中，恒立液压仍表示：“墨西哥工厂建设已进入尾声。”

“近年来，公司加快了国际化战略的实施步伐，加大在欧洲、北美、东南亚等海外市场的开发力度和投资力度。但由于国际业务受政治、文化、技术、品牌、人力资源等诸多方面因素影响，公司的海外业务和海外投资仍具有一定程度的不确定性和风险。”恒立液压方面表示。

对于未经董事会审议授权而使用部分闲置募集资金进行现金管理的原因、墨西哥工厂投产延期等问题，记者多次拨打恒立液压证券部电话，但未能接通，此后发送采访提纲至恒立液压2024年半年报披露的邮箱，并联系恒立液压总经办相关工作人员，截至发稿未获得进一步回复。

医保监管之困：“莆田系”骗保为何频发

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

连日来，一场对无锡虹桥医院涉嫌骗保行为的“围追堵截”持续引发舆论热议。

9月24日，无锡市医保局发布情况通报称，目前无锡虹桥医院骗保情况基本查实，其医保定点资格被取消，医院法定代表人、院长等15名涉案人员已被采取刑事强制措施，该民营医院现已停业。

工商信息显示，无锡虹桥医院具有莆田系背景，其第一大股东上海美迪亚医院投资集团有限公司（以下简称“美迪亚投资”）由陈国兴创办。莆田系医院有“詹、林、陈、黄”四大家族之说，陈国兴即来自莆田系陈氏家族。

近年来，莆田系医院屡陷骗保风波。2022年，由莆田系陈氏家族陈建煌控制的北京前海股骨头医院因骗保被罚超1.4亿元。在近期发生的天津15家民营医院疑似医保重大违法违规事件中，涉事的天津河北现代和美医院曾是莆田系林氏家族资产。

莆田系医院何以频发骗保？这其中，属地监管或难辞其咎。

回溯无锡虹桥医院涉嫌骗保事件的发展走向，起点于医生实名举报，重大转折点出现在媒体曝光之后，接着是一系列处理措施落地。

针对无锡虹桥医院涉嫌骗保事件的来龙去脉，《中国经营报》记者尝试联系采访江苏省医保局、无锡市医保局，但其办公室或新闻发言人电话一直无人接听。

重拳出击

这位医生怀疑，涉事患者的病历被多次修改，这是在伪造病历，骗取医疗保险。与此同时，朱姓医生还发现多名患者和他人影像高度雷同、1分钟内做2次核磁共振检查、影像与诊断左右方向对应错误等诸多问题，后来，这些“问题病历”被设权限已无法查看。

同一张CT片出现在不同患者的病历中、没做过影像检查的患者病历里却有“根据影像做出的诊断”的表述，发生在无锡虹桥医院中的种种异常现象引起了社会广泛讨论与关注。

据央视新闻报道，无锡虹桥医院放射影像科朱姓医生实名向其反映，从去年起，医院系统内出现了一些根本没在他们科室做过影像检查的患者病历，他们既没在医院拍过片子，也没有放射影像科归档的影像号，病历里却有“根据影像做出的诊断”。这些病历全都由医院体检中心陈姓医生完成，而这名医生并没有操作放射影像科CT、核磁共振仪的权限。这位医生怀疑，涉事患者的病历被多次修改，这是在伪造病历，骗取医疗保险。

据上述实名向媒体反映的医生透露，从去年7月开始，他在查看过往病历时就发现一些患者的病历中没有影像号，也没有计算机断层扫描的影像学图像，但这些病历中有根据影像诊断的相关内容。近半年来，他就上述情况多次向无锡市医保局实名举报，但在等待调查结果的过程中，他举报的这些病历补上了影像号和影像片子。

与此同时，朱姓医生还发现多名患者和他人影像高度雷同、1分钟内做2次核磁共振检查、影像与诊断左右方向对应错误等诸多问题，后来，这些“问题病历”被设权限已无法查看。

上述媒体报道发布（9月21日）后，9月22日凌晨，无锡市医保局就近期媒体报道无锡虹桥医院涉嫌骗保一事发布情况通报称，前期，无锡市医保局已根据举报线索受理调查、初步查实，并于8月30日行政立案。目前，该局正会同公安、卫健等部门进行全面彻查，将依法依规严肃查处。

9月23日，国家医保局发布消息称，针对近期网上举报的无锡虹桥医院涉嫌欺诈骗保问题，国家医保局派出飞行检查组，于当日上午进驻该院开展专项飞行检查。随后，据央视新闻报道，无锡市医保局已与无锡虹桥医院解除医保服务协议，当地公安机关已立案侦查，医院有关人员已被控制。记者于9月23日从无锡虹桥医院方面获悉，医院正常开诊但不能使用医保卡支付，原因是“医院的医保系统正在维护升级”。

9月24日早间，无锡市医保局再次通报称，近日，该局会同公安、卫健等部门继续对无锡虹桥医院涉嫌骗取医保问题进行全面调查，目前该医院骗保情况基本查实。自9月24日起，无锡虹桥医院停业。与此同时，该医院官网的医院介绍、医师团队等详情页已无法显示。

工商信息显示，无锡虹桥医院成立于2005年，注册资本为1000万元，目前实际控制人是王为民。记者此前浏览无锡虹桥医院官网获悉，该院为一家二级甲等综合医院，位于无锡市新吴区，建筑面积2万余平方米，开设床位160张，是无锡市医保定点单位。医院现有职工500余人，各类医技护人才300余人，医院设有20余个医疗临床和医技科室，开设有妇科、产科、不孕不育科、儿科、骨科等。医院年门急诊量20余万人次，年出院万余人次，该院重点学科为产科和骨科。

值得注意的是，今年9月初，无锡虹桥医院因提供的患者病历未能做到客观真实准确及时完整规范，被无锡国家高新技术产业开发区（无锡市新吴区）民政和卫生健康局处以警告和罚款1.4万元。

呼吁提高准入门槛

医保基金是人民群众的“看病钱”“救命钱”，相关部门对欺诈骗保行为重拳不断。

无锡虹桥医院虽已停业，但由其涉嫌骗保行为引起的后续调查仍在进行。

据媒体报道，参与飞行检查相关工作的浙江某医保局基金监管处负责人透露称，2023年无锡虹桥医院使用医保基金结算1.3亿元。医保专家表示，对无锡虹桥医院的飞检是国家医保局成立以来首次直接对三甲以下的中小型医院进行专项飞行检查，之前这种体量的医院均以属地监管为主。

与此同时，与无锡虹桥医院隶属同一股东及同一法定代表人、此前被曝“最低消费”问题的昆山虹桥医院正在接受全面检查。

8月初，昆山虹桥医院被曝光要求医生确保每位患者的消费不低于7000元。8月28日，昆山市卫健委发布通报称，该院存在涉嫌未遵守相关诊疗规范、未按规定填写病历资料、抗菌药物使用不规范等违法违规行为。9月5日，昆山虹桥医院因诊疗活动未严格遵守诊疗相关规范、常规等，被处以警告和罚款11.35万元。

除了上述两家医院，国家医保局同时指导江苏省医保局，派出20个检查组进驻无锡市下辖所有区县，对100多家定点医药机构开展全面检查。据央视新闻报道，江苏省医保部门联合卫健部门采取省市联动的方式，组成20个检查小组，对无锡市定点医院和药店进行检查，并针对曝光的问题在全省范围内开展全面排查，发现一起，严惩一起。

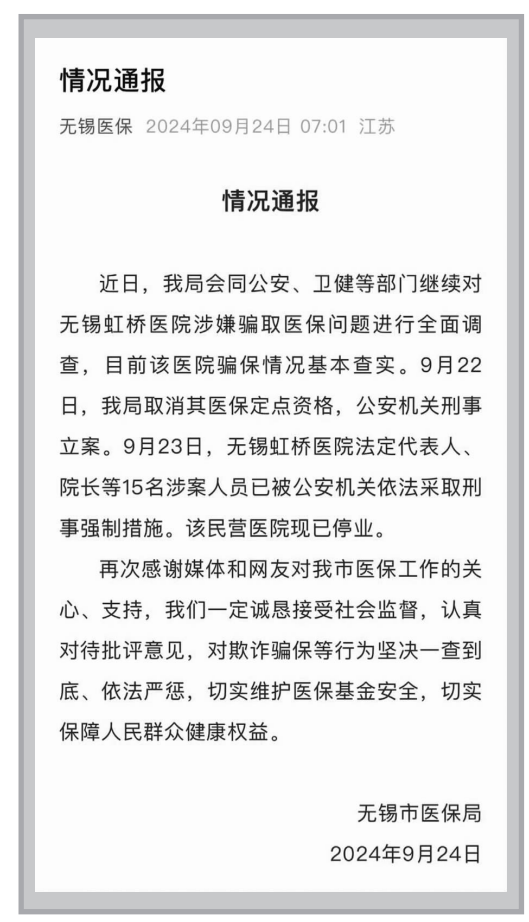
医保基金是人民群众的“看病钱”“救命钱”，相关部门对欺诈骗保行为重拳不断。根据《2023年全国医疗保障事业发展统计公报》，2023年追回医保基金186.5亿元，国家医保局组织飞行检查34组次，查出涉嫌违法违规资金9.2亿元。在被检查医药机构中，通过协议处理拒付及追回资金134.07亿元，收取违约金14.47亿元，拒付及追回资金涉及定点医药机构19.87万家。据国家医保局方面介绍，今年以来，国家医保局重点抓好三方面工作，包括坚持严打严查；坚持宽严相济、用好自查自纠；坚持标本兼治。截至目前，各级定点医药机构已退回医保资金约30亿元。

中国非公立医疗机构协会常务副会长兼秘书长郝德明对记者表示，无锡虹桥医院涉嫌骗保事件给行业敲了一个警钟，“医保基金的使用必须要规范，这是我们行业的红线和底线。医疗机构要加强自律，行业协会要加强监督，社会舆论要加大曝光力度。打击骗保需要多方协作参与，相关部门对骗保行为要从重从快从严处理，对涉事主体的产业链一查到底，坚决杜绝‘害群之马’”。但郝德明也指出，医疗机构数量众多、违规行为隐蔽等原因增加了监管的难度。

据国家卫健委发布的《2023年我国卫生健康事业发展统计公报》，2023年年末，全国公立医院为11772家，民营医院26583家。近十年来，民营医院数量逐年增长，并在2015年后持续高于公立医院数量。

今年2月，国家卫健委、国家医保局等十部门联合发布《关于加强医疗监督跨部门执法联动工作的意见》，其中指出，规范民营医院发展，“落实对医疗机构的日常运营和服务质量的监督和抽查，规范民营医院依法执业。依法打击损害人民群众健康权益的违法违规行为，净化执业环境，促进民营医院守法经营、依法执业”。

郝德明认为，在申办医院准入资格方面，相关部门要严格控制审批，加强对医院投资人员的审核。



情况通报

无锡医保　2024年09月24日 07:01　江苏

情况通报

近日，我局会同公安、卫健等部门继续对无锡虹桥医院涉嫌骗取医保问题进行全面调查，目前该医院骗保情况基本查实。9月22日，我局取消其医保定点资格，公安机关刑事立案。9月23日，无锡虹桥医院法定代表人、院长等15名涉案人员已被公安机关依法采取刑事强制措施。该民营医院现已停业。

再次感谢媒体和网友对我市医保工作的关心、支持，我们一定诚恳接受社会监督，认真对待批评意见，对欺诈骗保等行为坚决一查到底、依法严惩，切实维护医保基金安全，切实保障人民群众健康权益。

无锡市医保局

2024年9月24日

从去年起，医院系统内出现了一些根本没在他们科室做过影像检查的患者病历，他们既没在医院拍过片子，也没有放射影像科归档的影像号，病历里却有“根据影像做出的诊断”。这些病历全都由医院体检中心陈姓医生完成，而这名医生并没有操作放射影像科CT、核磁共振仪的权限。9月24日，无锡市医保局发布情况通报称，目前无锡虹桥医院骗保情况基本查实。

图片来源：无锡市医保局

平台促销 锦波生物再发声明为保价？

本报记者 张悦 曹学平 北京报道

近日，山西锦波生物医药股份有限公司（832982.BJ，以下简称“锦波生物”）再度剑指平台。

9月20日，锦波生物发布致广大消费者的声明。声明显示，近日锦波生物发现在美团平台医学美容板块推出的活动（如“百亿补贴”）中，薇旖美被列入“水光补水”促销活动，但参与该促销活动的部分商家未取得锦波生物授权认证，也未从锦波生物授权渠道购买。上述商家涉嫌从非正规渠道购买并未经授权线上销售，构成虚假宣传、侵犯公司的商标权及消费者的合法权益。

今年4月，锦波生物曾指出另一互联网平台新氧违规低价宣传其核心产品薇旖美，扰乱市场价格。目前，锦波生物公众号中4月发布《关于维护市场环境、保护消费者合法权益的严正声明》已经删除。

就双方的沟通情况，《中国经营报》记者分别联系锦波生物和美团方面。截至发稿，美团方面对此未作回应。

锦波生物方面表示，通过非正规渠道购买薇旖美产品存在购买到假冒伪劣产品的风险，此外非正规渠道购买的产品也无法保证产品在运输、储运、使用等方面是否合规，将严重损害消费者的合法权益及消费体验。敬请消费者谨慎消费，同时提醒广大消费者切勿盲目相信电商平台低价诱惑和消费误导。由于薇旖美在生产、运输、储运、销售、使用等方面均有较高的要求，符合《医疗器械监督管理条例》要求的医疗器械注册人、备案人对医疗器械全生命周期管理的规定，为保证消费者的消费体验和合法权益、产品全生命周期管理，公司通过线下正规医疗机构进行销售，从未授权任何网络平台和自媒体销售该产品。薇旖美仅在正规医疗机构开放产品供应，产品一盒一码。

平台售价和“指导价”相差悬殊

2021年，薇旖美获批上市，属于三类医疗器械。公开信息显示，其官方建议价约6800元/瓶（4mg/瓶）。薇旖美上市后，成为锦波生物的业绩支柱，目前锦波生物毛利率超过90%。

价格方面，以北京市为例，美团平台中不同医美机构的4mg薇旖美标价存在一定差距，价格从近1300元—8000元以上不等。在不同平台，部分医美机构券后价格可达到1200元以下。

公开资料显示，2022年，薇旖美的出厂价为711.51元/瓶。

锦波生物在声明中表示，薇旖美作为重组人源化胶原蛋白的III类医疗器械，为保障其有效活性和安全性，必须在2—8℃下恒定低温运储、保存。

有市场声音认为，部分机构售卖薇旖美可能属于医美行业内的“窜货”。锦波生物表示，公司有严格的防窜货管理制度及系统，坚决反对任何形式的跨地区销售或窜货行为。公司始终将消费者的权益放在首位，致力于为消费者提供高质量的产品和服务。

对医美机构而言，是否只有经过锦波生物的授权才能售卖薇旖美呢？对此，北京德和衡律师事务所合伙人庞珊珊律师向记者介绍，并非只有通过生产商的授权认证才能售卖产品，具有资质的医美机构售卖并不违法，但是由于违反了厂家的渠道协议或者政策，与厂家签署合同的渠道商将会承担合同约定的违约责任。同理，医美机构具备销售医疗器械的资质，医美机构之间进行销售的行为虽不违反法律规定，但与厂家签署合同的渠道商将会承担合同约定的违约责任。而医美机构如果不具备相应的销售资质，则其窜货的行为可能会被行政处罚。根据《医疗器械监督管理条例》相关规定，销售医疗器械需要具备相应的资质。根据《条例》第八十一条规定，未经许可从事第三类医疗器械经营活动会被处以行政处罚。实践中存在不具备销售资质的医美机构因窜货行为受到行政处罚的案例。

锦波生物方面介绍，公司已主动向平台多次沟通，期待未来与平台方一起，建立起有效的审核机制，确保每一位消费者都能用上正品、真品，确保消费者权益得到充分保护，共创一个以消费者权益为导向的市场。

庞珊珊律师认为，对于平台方而言，根据《医疗器械网络销售监督管理办法》，医疗器械网络交易服务第三方平台针对入驻商家具有质量安全监测、交易安全保障、网络销售违法行为制止及报告、严重违法行为平台服务停止等义务。对于在平台上的商家，若具备相应的经营资质，即使未获得生产商的授权认证，其销售医疗器械的行为也不属于违法行为。如果医美机构所销售的产品是厂家生产的合格产品，通常不会侵犯消费者权利。

对于消费者而言，除了关注价格，也应当关注低价背后的“风险”。庞珊珊律师表示，锦波生物在声明中提到了为保障产品的有效活性和安全性，需要恒定低温运储、保存。从未被授权的渠道购买产品，若未能按照规定运储、保存，存在侵犯消费者权利的可能。比如，根据《消费者权益保护法》，消费者有权要求经营者提供的商品和服务符合保障人身安全的要求，因此类产品的特殊性，如果未能按照规定运储、保存，是否会给消费者带来人身安全的问题？如果消费者在非授权渠道购买产品，并不知晓产品未能按照规定运储、保存，是否会侵犯消费者的知情权？

下游价格战频发

锦波生物两度“喊话”平台背后，也反映出下游机构为拓客而做出的努力。

对于医美行业的低价现象，一位医美厂商人士赵羽（化名）向记者表示，互联网平台一定程度上压缩了部分行业利润空间，比如化妆品行业的投入产出比变得越来越低，医美行业下游也承担着比较大的压力。在价格下降、机构利润压缩的背景下，效果好、已经“出圈”的产品机构依然会继续推广；对于部分热门的“概念性”的产品，破价后便可能不再会被医美机构所选择。对于行业上游未来发展而言，产品力、厂家的运营能力等均有一定考验，不是简单的价格导向结果。

锦波生物方面表示，低价引流确实是互联网平台中常见的现象，不仅限于美容产品，还涉及许多行业，这种做法在短期内可能会吸引大量消费者。但医美行业较为特殊，既是消费行业，更是医疗服务行业，对医疗技术及合规产品有着很高的要求，过度的低价，仅仅考虑到了短期吸引客户的经营性需求，但有可能破坏对于医疗质量的高标准、严要求，从而损害消费者权益，破坏消费者对于行业的信任度。

医美机构人士徐芸（化名）向记者表示，价格战，从任何一个业态看都是不正常、不鼓励的，很难有质量的保证。市场经济发展一定有竞争，价格策略只是市场竞争表现中的一部分，但是盲目价格战、不计成本地导入市场、低价引流会造成一定的混乱，也可能会给消费者带来价格上的误解。医疗美容的核心还在于医疗，尽管有消费的属性，但医疗才是根本，医生的诊疗和治疗才是关键，不是买一个产品、药械那么简单，消费者也要学会选择，不能盲目。

在4月份发布、目前已被删除的声明中，锦波生物曾指责另一平台违规低价宣传薇旖美，扰乱市场价格。锦波生物本次的声明属于“控价”吗？庞珊珊律师表示，根据相关法律规定，医药生产商不能直接限定医疗器械产品的价格，若是生产商对医美机构售价有明确规定的行为，该行为可能会违反上述法律规定。但是根据目前事实及锦波生物本次的声明函，并未有明显证据显示锦波生物存在固定价格的行为，若锦波生物不存在固定价格的行为，就不被认定为“控价”。

根据锦波生物2024年半年报，公司实现营业收入6亿元，较上年同期增长90.59%；净利润3.1亿元，较上年同期增长182.88%。其中，销售医疗器械实现收入5.3亿元，较上年同期增长91.84%；毛利率为94.43%，较上年同期增长1.70%。不过，相较于2023年半年报营收105.15%的同比增幅，2024年上半年锦波生物的营收同比增幅下滑14.56个百分点。对于未来的业绩表现，锦波生物方面表示，公司始终相信，技术创新、为消费者提供优质产品才是未来锦波生物持续增长的原动力。未来将包括但不限于持续加大研发投入、积极研发新产品、努力开拓市场、严格把控产品质量、提供优质售后服务推动业绩增长。

光伏银浆“双雄”逆势增长 应收账款风险何解？

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

当前，光伏行业正处于深度洗牌调整期，其主产业链各环节的波动直接影响辅耗材企业的生存质量。

光伏电池之于光伏银浆即是如此。9月19日，光伏银浆龙头聚和材料（688503.SH）人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，2024年上半年，由于个别客户（含润阳股份）面临被收购或重组的情况，聚和材料按照会计准则对于逾期账款进行了相应的资产减值计提。

这只是2024年上半年光伏行业供需错配危机引发的一个连锁反应。由于光伏行业供需错配导致产品价格大幅降低，叠加技术迭代提速，相关主产业链企业自2024年一季度以来便出现大面积亏损、裁员、停产或减产现象。在此背景下，光伏银浆企业悲喜各不相同。

其中，位于头部的聚和材料和帝科股份（300842.SZ）在2024年上半年逆势增长，而苏州固锝（002079.SZ）和天盛股份（838547.NQ）则出现业绩下滑。一位光伏银浆企业人士向记者表示，光伏银浆市场的集中度逐渐提高，二、三线企业与头部两家企业正在拉开距离。

在业内人士看来，下半年银浆板块表现还相对比较稳定，但并不能明确判断明年的情况。另外，企业应收账款回款风险问题仍值得进一步关注。

业绩分化

尽管光伏行业正处于低谷期，主产业链各环节普遍出现亏损，但是头部银浆企业仍走出了独立行情。

银浆是光伏主产业链电池环节的核心辅材之一，其上游主要为银粉（占比约90%）、玻璃体系、有机载体等原材料，下游为光伏电池和一体化组件。作为光伏电池制造封装的关键材料，银浆直接影响电池的光电转换效率。

过去很长一段时间，光伏银浆依赖进口，特别是正面银浆（以下简称“正银”，主导产品）。自2016年以来，我国银浆企业逐渐崛起，银浆产品性能、稳定性和价格优势逐渐凸显，国产银浆市占率日渐提高。

根据中国光伏行业协会的调研，国产正银市占率已经从2021年的61%提高至2023年的95%以上。在全球正银市场中，前五家企业销售规模合计占全球市场需求75%以上。

其中，聚和材料、帝科股份占据主导地位，行业集中度高。华创电新分析指出，2022年聚和材料和帝科股份全球正银市场份额占比分别为41.4%和21.7%，合计超过60%。

SNEC第十七届国际太阳能光伏展聚和材料展台。 视觉中国/图

从2024年上半年数据看，两家企业的光伏银浆销量差距并不大。聚和材料光伏银浆销量为1163吨，同比增长38.14%，其中N型TOPCon电池银浆产品出货占比为70%。帝科股份光伏银浆销量为1132.05吨，同比增长76.09%。该公司的N型TOPCon电池全套导电银浆产品实现销售988.03吨，占比87.28%。

自2023年以来，光伏电池技术迭代加速，逐渐从PERC向TOPCon电池技术方向转换，银浆市场也被认为迎来量价齐升行情。

华创电新方面分析指出，TOPConN型电池快速渗透，驱动银浆用量高增。N型银浆加工费更高，激光辅助烧结技术（LECO）新型银浆有望支撑溢价。

光伏行业观察者、光伏猿辅导创始人袁超告诉记者，光伏银浆产品价格一般由银点价格和加工费构成，加工费的高低影响银浆企业的盈利能力，并且TOPCon电池所用银浆的加工费要高于PERC。而一般情况下，银点价格越高，银浆产品毛利率越低。

尽管光伏行业正处于低谷期，主产业链各环节普遍出现亏损，但是头部银浆企业仍走出了独立行情。2024年上半年，聚和材料实现营业收入67.65亿元，同比增长61.79%；实现归母净利润2.99亿元，同比增长11.08%。同期，帝科股份实现营业收入75.87亿元，同比增长118.3%；实现归母净利润2.33亿元，同比增长14.89%。

对于上半年业绩保持增长的原因，帝科股份方面表示：“随着N型TOPCon电池的快速产业化，公司凭借TOPCon技术和产品性能的持续领先性，实现了应用于TOPCon电池的全套导电银浆产品出货量的快速增加。”同时，聚和材料人士向记者表示，除了银浆出货量提高外，银点价格和加工费也出现上涨。

前述银浆企业人士向记者表示：“相较于PERC电池，适用于N型TOPCon电池的光伏银浆价格高，用量大。另外，聚和材料和帝科股份的市场占有率变得更大，同时其他小企业出货量更小了。”

苏州固锝和天盛股份展现了上半年光伏银浆市场的另一面。

2024年上半年，苏州固锝实现营业收入27.72亿元，同比增长61.74%；实现归母净利润0.11亿元，同比下降80.08%。其中，苏州固锝全资子公司晶银新材的银浆产品共实现销售收入22.78亿元。同期，天盛股份实现营业收入5.65亿元，同比下降26.78%；实现净利润0.16亿元，同比下降56.08%。

袁超告诉记者：“随着光伏电池技术由PERC向TOPCon方向迭代，LECO大规模应用，有的银浆企业动作慢，不能满足客户需求，则逐渐丢失了市场份额。因此，有的企业业绩出现下滑，也有的甚至关闭了银浆业务。”

“受下游成本控制及同行业竞争加剧影响，对公司报告期经营业绩影响较大。”天盛股份方面称。

对于未来市场表现，聚和材料人士向记者表示：“下半年，公司整体情况比较稳定，明年究竟什么情况并不好判断。”

袁超告诉记者，目前电池组件企业普遍经营困难，承受巨大压力，这种情况下则会向辅材企业施加压力以降低成本。同时由于银浆企业之间竞争加剧，加工费可能也会有所让步。

回款风险

除了应收账款回款风险，光伏银浆企业的经营活动现金流量净额为负值也一直引人关注。

覆巢之下，焉有完卵。受光伏主产业链供需错配影响，电池和一体化组件企业出现减产、关停等现象，叠加PERC电池技术向TOPCon电池技术迭代加速，光伏银浆企业也在承受压力。

受此影响，光伏银浆企业对于存在减值迹象的相关资产计提了相应的减值准备。

2024年上半年，聚和材料计提减值损失1.17亿元。其中，信用减值损失0.82亿元（含应收账款和其他应收款的减值），资产减值损失0.35亿元（存货跌价损失）。帝科股份在2024年上半年计提信用减值损失和资产减值准备的资产主要为应收票据、应收账款（0.70亿元）、其他应收款、存货，计提信用减值损失和资产减值准备共计0.71亿元。

聚和材料人士向记者解释，2023年下半年开始，光伏电池技术由PERC向TOPCon方向转变，随之公司进行了相应的减值损失计提。同时，由于个别客户（含润阳股份）面临被收购或重组的情况，聚和材料按照会计准则对于逾期账款进行了相应的资产减值计提。

光伏银浆企业的应收账款回款风险是业内较为担忧的。

2024年上半年，帝科股份的应收账款期初余额为29.33亿元，期末余额为32.58亿元，后者占据营收的比重为42.94%；聚和材料的应收账款期初余额为18.24亿元，期末余额为27.99亿元，后者占据营收的比重为41.37%。

袁超表示，光伏产业链正在重新洗牌，围绕PERC电池技术的产业链已出现关停。并且，当光伏主产业链倒闭潮开始，辅料企业也将面临收款难的问题。现在电池组件企业经营困难，不管是光伏银浆头部企业还是二、三线企业，都可能出现回款逾期或收不回的风险。

聚和材料方面在2024年半年度业绩说明会上表示，目前聚和材料下游客户回款尚未出现异常，整体逾期情况与往常相比变化不大，但也确实存在个别小客户面临破产重组情况，因此公司二季度针对已出现财务困难的客户计提信用减值损失。公司未来将密切跟踪回款情况，同时更加聚焦优质客户。

针对应收账款回款问题，截至发稿，帝科股份方面未回应记者采访，但其在2024年半年报中表示：“公司应收账款余额增长较快，主要与公司销售规模扩大和结算周期相关。如果经济环境、下游行业发生重大不利变化或客户经营不善，将导致公司应收账款回收风险增加，从而对公司经营业绩和运营效率产生不利影响。公司建立了严格的应收账款管理体系，将继续强化回款管理。”

值得一提的是，除了应收账款回款风险，光伏银浆企业的经营活动现金流量净额为负值也一直引人关注。

记者注意到，聚和材料和帝科股份长期年度经营活动现金流量净额为负值。截至2024年上半年，聚和材料经营活动现金流量净额为-5.26亿元，去年同期为-11.22亿元；帝科股份经营活动现金流量净额为6.38亿元，去年同期为-4.93亿元。

帝科股份方面表示：“公司给予客户一定账期且客户主要以银行承兑汇票回款，而公司向供应商采购银粉需全额预付或较短账期内支付货款，销售收回的现金通常滞后于采购支付的现金。另外，随着业务规模的扩大，公司提前备货支付的货款增加。”

2024年上半年，帝科股份通过供应链公司采购部分银粉，采购付款账期延长，经营活动产生的现金流量净额为正。聚和材料通过上下游结构优化，对往来款项的严格管控，实现经营活动产生的现金流量净额增加。

帝科股份方面表示：“如果未来公司业务规模快速增长，继续采用目前的业务结算方式且不通过供应链公司采购部分银粉，公司将存在经营活动现金流量净额为负的风险，将面临营运资金短缺的压力，从而影响公司的偿债能力和盈利能力。”

水发燃气溢价183.97%并购关联方资产

本报记者 李哲 北京报道

近日，水发派思燃气股份有限公司（以下简称“水发燃气”，603318.SH）公告披露，其拟以现金方式收购胜利油田胜利动力机械集团有限公司（以下简称“胜动集团”）持有的山东胜动燃气综合利用有限责任公司（以下简称“胜动燃气”）100%股权。而水发燃气此次对胜动燃气的收购，存在183.97%的溢价，同时构成关联交易。

谈及此次溢价收购，水发燃气方面在回应《中国经营报》记者采访时表示，收购胜动燃气后，有利于公司整合优势资源，充分发挥与胜动燃气的收入协同、业务协同及经营协同效应，创造新的利润增长点。

水发燃气方面表示，交易定价公允，系双方根据收益法评估结果协商确定。

“本次交易为关联交易，为确保上市公司及其中小股东的权益得到充分保护以及确保业绩补偿的可实现性，交易对手方胜动集团做出相关业绩承诺，水发燃气集团有限公司（以下简称‘水发燃气集团’）作为胜动集团的间接控股股东，同意对胜动集团的业绩补偿义务承担连带责任保证。”水发燃气解释称。

并购整合

公开信息显示，胜动燃气成立于2004年1月，是胜动集团旗下专注于可燃气体综合开发利用、综合能源服务等领域的投资、建设、运营为一体的分布式能源综合服务商。

截至目前，胜动燃气共运行各类发电站54座，机组总数量408台，装机总规模282.2MW。其中，合作电站10座，机组数量79台，装机规模52.6MW；保运电站44座，机组数量329台，装机规模229.6MW。

水发燃气在2024年中报中提到，其经过多年发展，围绕天然气行业形成城镇燃气（含长输管线）、LNG生产销售、高端装备制造、分布式能源四大业态。2019年，水发燃气的控股股东变更为水发众兴集团。2024年上半年，水发燃气实现营业收入12.10亿元，比上年同期减少3.84亿元，下降24.09%；归属于上市公司股东净利润4395.60万元，比上年同期增加576.59万元，增长15.10%。

对于发起此次并购的动机，水发燃气方面在回复记者采访时提到，收购胜动燃气后，有利于公司整合优势资源，充分发挥与胜动燃气的收入协同、业务协同及经营协同效应，创造新的利润增长点。

水发燃气方面表示，本次收购胜动燃气100%股权是补齐分布式能源业务的重要举措。据悉，该业务板块是水发燃气的四大发展方向之一。

水发燃气方面表示，在2022年参与胜动集团破产重整时，即发现胜动燃气业务与其分布式能源业务发展方向吻合，故经过两年业务培育，待满足上市条件后，有了如今的收购举措。

溢价183.97%

公告显示，上述交易经双方协商后，确定交易价款总金额为3.46亿元。

根据第三方评估机构中联评估出具的《资产评估报告》，以2024年3月31日为评估基准日，采取收益法的评估结果作为最终评估结论。胜动燃气截至评估基准日的净资产账面价值为1.22亿元，评估后的股东全部权益价值为3.46亿元，评估增值2.24亿元，增值率183.97%。

对于高溢价收购，水发燃气在回应记者采访时表示，交易作价系双方根据《水发燃气拟并购山东胜动燃气综合利用有限责任公司项目资产评估报告》（中联评报字[2024]第2677号）收益法评估结果协商确定，交易定价公允。

事实上，如果按照资产基础法对胜动燃气进行评估，测算出的净资产价值为1.34亿元，收益法测算出的净资产价值则为3.46亿元，两者相差2.12亿元。

对于为何采用收益法进行资产测算，水发燃气在公告中提到，评估师经过对胜动燃气财务状况的调查及经营情况分析，结合评估目的、评估对象、价值类型等，经过比较分析，认为收益法的评估结论更能全面、合理地反映企业内涵价值。

此外，水发燃气方面表示，收益法评估结果较净资产账面价值存在一定增值，主要原因有两方面：一、收益法评估是对企业未来业务发展和获利能力等因素进行综合判断和预测，并按特定的折现率估算企业在评估基准日的市场价值，更能反映标的资产整体的真实价值；二、胜动燃气系轻资产的服务企业，净资产较少，但随着其服务电站数量的增加，盈利能力将持续改善，因此收益法更能公允地反映胜动燃气的价值。

关联交易

此次交易还涉及到关联交易。公告显示，胜动集团的控股股东东营胜动股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“胜动合伙”）是水发燃气持有29.9252%出资比例的联营企业，同时胜动合伙的执行事务合伙人为水发燃气集团，后者为水发燃气间接控股股东水发集团有限公司的全资子公司。因此，胜动集团属于水发燃气关联方。本次交易构成关联交易。

对此，水发燃气方面表示，本次关联交易系市场行为，遵循了公开、公平、公正的交易原则，且履行了必要的审批、决策以及回避表决程序。为确保上市公司及其中小股东的权益得到充分保护以及确保业绩补偿的可实现性，交易对手方胜动集团做出相关业绩承诺。

记者了解到，胜动集团承诺，胜动燃气2024—2026年实现的经审计的合并报表中，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的税后净利润分别不低于2647.27万元、2877.51万元和3049.59万元（以下简称“承诺净利润”），累计承诺净利润不低于8574.37万元。

公告中提到，2023年胜动燃气实现营业收入1.27亿元，净利润2712.90万元；2024年1—3月实现营业收入3515.09万元，净利润443.96万元。

水发燃气方面表示，胜动集团对上述业绩做出承诺的同时，水发燃气集团作为胜动集团的间接控股股东，同意对胜动集团的前述业绩补偿义务承担连带责任保证。

对于上述业绩承诺，水发燃气方面表示，截至目前，胜动燃气共运行各类发电站50余座，机组总数量约400台，装机总规模近300MW。胜动燃气为客户提供稳定分布式电能服务，目前各个电站运营稳定，有中长期合同支持，发电量和收费均有保障，完成承诺业绩相对有保证。

*ST红阳重整在即 近29亿元资金被占用

本报记者 陈家运 北京报道

9月17日，ST红太阳（000525.SZ）发布公告，宣布江苏省南京市中级人民法院（以下简称“南京中院”）已裁定受理公司破产重整申请，公司即将开展重整。

《中国经营报》记者注意到，这源于ST红太阳无法偿还南京太化化工有限公司（以下简称“南京化工”）的债务，被后者向法院申请其破产重整。对此，ST红太阳证券部相关人士向记者表示，尽管公司主营业务一直运行正常，但大股东及其关联方占用公司资金，成为公司面临的主要问题，后续进展以公告为准。

ST红太阳发布的公告显示，截至2024年8月31日，其控股股东南京第一农药集团有限公司（以下简称“南一农集团”）及关联方对ST红太阳非经营性资金占用余额为28.83亿元。

重整进行时

南京中院于2022年11月9日决定对ST红太阳启动预重整程序，并指定江苏世纪同仁律师事务所担任ST红太阳预重整管理人，并明确管理人职责。

经历两年的漫长等待，ST红太阳事件终于迎来实质性进展。

9月17日，ST红太阳公告称，已于2024年9月13日收到南京中院送达苏01破20号《民事裁定书》，裁定受理申请人南京化工对公司的重整申请。同时，ST红太阳股票将于9月19日被实施退市风险警示处理，股票简称变更为“*ST红阳”，股票代码不变。

早在2022年9月16日，ST红太阳收到南京中院送达的（2022）苏01破申62号《通知书》及《重整申请书》。南京化工以ST红太阳不能清偿到期债务，且明显缺乏清偿能力，但仍具备重整价值为由，向南京中院申请对ST红太阳进行重整，并申请先行启动预重整程序。

此后，南京中院于2022年11月9日决定对ST红太阳启动预重整程序，并指定江苏世纪同仁律师事务所担任ST红太阳预重整管理人，并明确管理人职责。

进入2023年，ST红太阳的重整工作更进一步。7月28日，经遴选确定湖北同富创业投资管理有限公司为ST红太阳预重整战略投资人。同年11月29日，经遴选确定共青城胜恒投资管理有限公司、国厚资产管理股份有限公司、深圳市招商平安资产管理有限责任公司、北京博雅春芽投资有限公司为ST红太阳预重整财务投资人。

不过，在2024年2月21日，ST红太阳披露了《关于变更预重整战略投资人的公告》，宣布重整战略投资人变更为曲靖高新技术产业开发区建设投资有限责任公司（以下简称“曲靖高新”）。

2024年2月23日晚间，ST红太阳又披露了《关于签署〈重整战略投资意向协议书〉的公告》。根据该公告，ST红太阳已与曲靖高新及预重整管理人签署了《重整战略投资意向协议书》。

在上述协议中，曲靖高新承诺作为意向战略投资人参与ST红太阳的重整程序，并在满足重整投资前提的情况下对ST红太阳进行战略投资，战略投资金额约为6亿元，帮助ST红太阳解决相关债务及历史遗留问题，实现可持续高质量发展。

此外，曲靖高新还将提供投资资金支持ST红太阳解决重整中的相关问题。而重整投资的前提是，ST红太阳同意在云南省曲靖市沾益区进行产业招商引资项目，即“曲靖红太阳生命健康产业园项目”的投资、建设、经营。

资金被占用

在ST红太阳2023年年报披露后至2024年8月31日期间，经ST红太阳财务部门核实，红太阳集团有限公司（南一农集团关联方）已向ST红太阳偿还132.70万元的占用资金。

事实上，导致ST红太阳无法偿还到期债务的主要原因是账上逾28亿元资金被挪用，并难以追回。

经审计，截至2024年4月29日，南一农集团及其关联方占用ST红太阳的资金余额为28.84亿元，占公司最近一期经审计净资产的328.17%。

在ST红太阳2023年年报披露后至2024年8月31日期间，经ST红太阳财务部门核实，红太阳集团有限公司（南一农集团关联方）已向ST红太阳偿还132.70万元的占用资金。

值得注意的是，南一农集团目前已进入破产重整程序。

对此，ST红太阳方面表示，公司持续关注南一农集团重整计划执行情况，了解和跟进南一农集团及其关联方的资产、负债和经营情况，通过定期发函或现场问询等方式，督促南一农集团及其关联方落实还款方案，催促其尽快按期清偿占款，消除对公司的影响。目前，南一农集团重整计划已经法院裁定，正处于执行阶段，相关方正在积极整改中。

同时，ST红太阳还表示，公司及董监高、预重整管理人目前正积极推进司法重整各项工作，将通过债权豁免、债权抵偿以及重整投资人现金代偿等可行方式，彻底解决资金占用问题。

第二十四届中国国际农用化学品及植保展览会南京红太阳股份有限公司展台。　本报资料室/图

业绩回暖

随着全球经济的复苏，需求恢复性增长叠加环保等因素，中国农药行业正呈现出“价量齐涨”的局面。

虽然面临债务危机和运营压力，但ST红太阳作为老牌农化企业，仍展现出一定的“造血”能力。

ST红太阳是一家专注绿色农药及其上下游“三药”中间体科研制造的上市公司，主要产品包括吡啶碱、百草枯、敌草快。

回顾历史，2019年至2021年，ST红太阳遭遇了连续三年的归母净利润亏损，其中2021年亏损额高达37亿元。

然而，值得一提的是，ST红太阳在2021年仍实现营业收入46.83亿元，同比增长16.44%，实现扣非后归属于股东的净利同比增长5.54%。

对于2021年的亏损，ST红太阳方面分析称，公司计提各项资产减值准备及预计负债合计35.29亿元（其中：计提控股股东及其关联方资金占用导致的其他应收款减值准备18.79亿元，应收账款减值准备0.49亿元，长期应收款信用减值准备0.40亿元，存货跌价减值准备0.54亿元；计提关联担保与未决诉讼导致的预计负债15.07亿元）。

不过，到了2022年，ST红太阳业绩出现较大幅度回升。当年，ST红太阳实现营业收入64.40亿元，同比增长37.51%，归属于母公司股东的净利润7.32亿元，同比增长119.56%。

2023年，对于ST红太阳来说又是充满挑战的一年。受市场持续低迷、地缘政治冲突加剧以及现金流危机等多重因素影响，其业绩再度受挫，净利润亏损3.89亿元。

一位农化上市公司人士向记者表示，国内市场面临压力，供给端新一轮产能扩张进入投产期，加之前两年的行业高景气吸引了部分跨界投资入局，导致2023年规模化产能放量，竞争激烈。此外，印度农药制造业在近两年快速崛起，出口份额持续扩大，给国内企业及相关产品带来挑战。

然而，从2024年上半年开始，ST红太阳再次展现出复苏势头。财报数据显示：当期其实现营业收入约16.42亿元，同比增加2.49%；归属于上市公司股东的净利润约为2123万元，同比增加17.81%。

ST红太阳方面解释称，营收净利双增长主要得益于公司主业农药销售的稳健增长，也体现了公司在复杂市场环境下持续经营和盈利能力的提升。

上述ST红太阳证券部人士告诉记者，目前，公司主营业务运转正常。

对于当前的农化市场竞争格局，卓创资讯分析师刘欣指出，高壁垒企业优势明显，低端产能出清加速，技术创新及差异化竞争成为发展趋势。对此，刘欣建议，农化企业应努力提升技术和产品质量，在细分市场差异化发展。

展望下半年行情，刘欣预计，多数原药需求或存向好预期，市场需求量或增加，成本端支撑力或增强。持货商盼涨意愿较浓，原药市场行情或稳中偏强，盈利情况有望得以修复。

ST红太阳方面也表示，随着全球经济的复苏，需求恢复性增长叠加环保等因素，中国农药行业正呈现出“价量齐涨”的局面，反映出我国农药行业已进入整体景气向上的趋势，市场前景看好。

ST盛屯管理层“大换血” 三名“80”后上位

本报记者 李哲 北京报道

在被监管部门公开谴责、罚款之后，盛屯矿业集团股份有限公司（以下简称“ST盛屯”，600711.SH）的管理层来了一次“大换血”。

9月20日，ST盛屯发布公告称，公司收到董事长张振鹏、总经理周贤锦、董事翁雄、董事会秘书邹亚鹏的书面辞职报告。与此同时，聘任金鑫担任公司总裁；聘任林举担任公司董事会秘书，同时拟补选熊波、金鑫、龙双为公司董事会非独立董事候选人。其中，金鑫、林举、龙双三位“80”后在ST盛屯承担了更加重要的角色。

对于上述高层管理人员变动，ST盛屯方面在接受《中国经营报》记者采访时表示，本次董事和高管调整不属于集体辞职，而是将原有的梯队培养和任用计划适当提前，实现了新老携手、治理层平稳过渡，更加年轻化、专业化，能够带领公司实现进一步发展。公司目前各项业务稳步推进，经营状况良好。

高管接连请辞

根据ST盛屯公告，其于近日收到公司董事长张振鹏、总经理周贤锦、董事翁雄、董事会秘书邹亚鹏的书面辞职报告，因工作调整原因，张振鹏申请辞去第十一届董事会董事长、董事及董事会战略发展委员会召集人、审计委员会委员，以及环境、ESG委员会主任委员职务；周贤锦申请辞去第十一届董事会董事、社会及治理（ESG）委员会委员、总裁职务；翁雄申请辞去第十一届董事会董事职务；邹亚鹏申请辞去第十一届董事会秘书职务。辞职自辞职报告送达董事会之日起生效。

辞去上述职务后，张振鹏将不再担任ST盛屯董事长、董事、董事会专门委员会职务；周贤锦将不再担任董事、专门委员会委员、总裁职务；翁雄、邹亚鹏将继续担任副总裁职务。

同时，ST盛屯于9月19日召开第十一届董事会第十三次会议，审议通过了《关于董事辞职及补选董事候选人的议案》，经董事会提名委员会进行资格审核，董事会提名，拟补选熊波、金鑫、龙双为第十一届董事会非独立董事候选人，同时聘任金鑫担任总裁。

对于上述高层人事变动，ST盛屯在公告中提到，上述董事的辞任不会导致公司董事会人数低于法定最低人数要求，不会影响公司董事会的正常运作。

而谈及上述人事变动对公司日常经营及业务开展的影响，ST盛屯方面回应记者称，第一，公司近期人员变动主要系工作调整原因，属于正常的员工流动，部分人员依然在上市公司担任管理岗位，只是分工更加细化，翁雄继续担任副总裁，负责内审合规、成本管控工作，邹亚鹏继续担任副总裁，负责矿山板块的管理工作，经人员调整和补充完善后的团队将更好地为公司发展保驾护航。第二，变动的新接任董事、高管均为盛屯集团体系内从业经历丰富、能够独当一面的管理干部，熟悉企业基本情况、团队人员和企业文化，人员变动不会对公司的日常经营管理产生不利影响。第三，在人员补充方面，公司9月19日召开第十一届董事会第十三次会议，拟补选熊波、金鑫、龙双为公司董事会非独立董事候选人；同意聘任金鑫担任公司总裁；聘任林举担任公司董事会秘书。

记者注意到，金鑫1982年出生，2017年3月开始在ST盛屯旗下公司任职，在担任总裁前曾任ST盛屯总裁助理、执行董事兼总经理、副总裁等职务。龙双1984年出生，2010年至2022年期间曾长期在株洲冶炼集团股份有限公司工作。林举出生于1981年，2008年9月至2021年11月期间在国海证券股份有限公司工作。

对于上述三位“80”进入ST盛屯管理层，ST盛屯方面表示，公司将原有的梯队培养和任用计划适当提前，实现了新老携手、治理层平稳过渡，更加年轻化、专业化，能够带领公司实现进一步发展。

信披违规被处罚

值得一提的是，上述辞职的部分高管中，曾因ST盛屯信披违规问题而遭到处罚。

8月5日，ST盛屯公告披露，其收到中国证监会厦门监管局出具的《行政处罚决定书》（〔2024〕3号）。《行政处罚决定书》显示，ST盛屯于2021年12月至2023年上半年在与有关客户开展钴湿法冶炼中间品销售业务中，存在货物交付给相关客户时控制权并未实质转移而确认收入等行为，导致2021年年报多计营业收入3.59亿元，多计利润总额1.94亿元，分别占当期披露金额的0.79%、7.15%；2022年年报多计营业收入8414.90万元，少计利润总额1.39亿元，分别占当期披露金额的0.33%、18.20%；2023年半年报少计营业收入7818.83万元，少计利润总额2295.69万元，分别占当期披露金额的0.59%、5.22%。2024年4月23日，ST盛屯发布《关于会计差错更正的公告》，对涉及上述业务影响的相关定期财务报表数据进行了更正。

根据《行政处罚决定书》，ST盛屯被责令改正，给予警告，并处以300万元罚款；相关涉事人员张振鹏、陈东、翁雄也被给予警告，并分别处以150万元罚款；对周贤锦给予警告，并处以100万元罚款。

对于因信披违规导致的行政处罚，ST盛屯在公告中提到，其各项生产经营活动正常有序开展。对于《行政处罚决定书》中涉及的前期会计差错事项，已进行深刻的自查自检。

至于上述事件是否与几位高管同一时间离职有关，记者就此联系ST盛屯方面核实，对方回复称，在受到上述处罚后，公司确实承受了一定压力，原有的梯队培养和提拔任用计划适当提前，通过工作调整，公司领导班子形成新老管理层共同携手的局面，有利于团队更好地实现各项发展目标，取长补短，加强内部管理，提升核心竞争力，促进企业健康可持续发展。

公开资料显示，ST盛屯立足有色金属资源的开发利用，尤其是新能源电池等所需有色金属资源，重点聚焦于钴、镍、铜、锌等产品，主要业务类型为金属冶炼及深加工业务，有色金属采选业务，有色金属贸易等。

尽管经历高管离职、被监管部门处罚风波，ST盛屯在2024年上半年的净利润呈增长态势。财报数据显示：ST盛屯2024年上半年实现营业收入114.14亿元，同比减少14.28%；归母净利润11.18亿元，同比增长524.14%；扣非净利润12.43亿元，同比增长544.35%。

从外部环境来看，今年上半年，新能源汽车产业仍然保持增长态势，由此带动铜价呈上涨趋势。国际LME铜价在5月创下历史新高，达11104.5美元/吨，较年初低点8127美元/吨上涨约36%。尽管后续有所回调，但仍处于历史较高位。

2024年上半年，ST盛屯实现铜产品产量8.07万金属吨，钴产品产量0.8万金属吨，镍产品产量2.23万金属吨。受到铜价提升带动，ST盛屯的能源金属业务实现营收68.80亿元，毛利率31.32%，由此带动其利润实现增长。

TCL华星108亿元收购LGD广州工厂

本报记者 陈佳岚 广州报道

TCL华星光电技术有限公司(以下简称“TCL华星”)整合LGD广州LCD面板与模组厂动作又有新进展。

9月26日晚，TCL科技(000100.SZ)发布公告称，拟通过控股子公司TCL华星收购乐金显示(中国)有限公司以下简称“LGDCA”)80%股权、乐金显示(广州)有限公司(以下简称“LGDGZ”)100%股权，以及LGDCA、LGDGZ运营所需相关技术及支持服务，基础购买价格为108亿元。

LGDCA为8.5代大型液晶面板厂，主要产品为电视及商显大尺寸液晶面板产品，设计月产能为180千片大板；LGDGZ为模组工厂，主要产品为液晶显示模组，设计月产能为230万台。LGDCA及LGDGZ均位于广州市黄埔区。

在TCL科技看来，收购LGD广州面板厂及配套模组厂，能够实现对面板资源的整合，优化行业格局，促进显示面板领域的良性竞争。

LGD则表示，通过出售和缩小液晶面板业务，推进以OLED面板业务为中心的事业结构重组，预计交割日期为2025年3月31日。

行业人士对《中国经营报》记者表示，随着LGD广州工厂出售加速、夏普日本堺工厂正式关停，行业集中度将进一步提升。

收购LGDCA股权份额上升

TCL华星拟收购的LGDCA股权份额由70%变更至80%。

8月1日，TCL科技与LGD曾发布公告，TCL华星被确认为LGDCA 70%股权、LGDGZ 100%股权竞买的优先竞买方。LGDCA为LGD广州面板厂，主要是8.5代LCD(液晶)面板工厂，2023年营业收入为63亿元，净利润为6亿元；截至2023年12月31日公司净资产为118亿元。彼时披露，LGD直接和间接合计持有其70%股权，广州高新区科技控股集团有限公司持有其20%股权，深圳创维—RGB电子有限公司持有其10%股权。LGDGZ为模组厂，2023年营业收入为119亿元，净利润为5亿元，净资产28亿元。LGD持有其100%股权。

在TCL科技看来，本次TCL华星成功收购LGD广州面板厂及配套模组厂，能够实现对面板资源的整合。 视觉中国/图

随后的9月13日，创维集团又发布公告称，其全资子公司深圳创维—RGB与LG Display子公司乐金显示(广州)有限公司(LGDGZ)订立出售协议，深圳创维—RGB同意出售合资企业乐金显示(中国)有限公司(LGDCA)10%股权，现金代价为人民币13亿元。出售完成后，创维集团将不再持有乐金中国的任何股权，就此，LGD直接和间接合计持有LGDCA 80%股权。

TCL科技9月26日的公告则确认了TCL华星拟收购的LGDCA股权份额由70%变更至80%。该公告还披露本次交易拟以现金方式支付，资金来源为TCL华星的自有或自筹资金；本次交易股权转让价款支付采取分期付款方式。

不过，TCL科技仍提醒，最终收购金额根据过渡期损益、交割时点等因素会有调整。

行业集中度进一步提升

从长远来看，整体市场供应集中度会进一步提升，并使格局趋稳。

作为面板行业百亿级并购项目，LGD广州工厂的归属一直备受关注。实际上，LCD产业已经迈入相对成熟的发展阶段，持续的产业链整合也成为了行业发展的趋势。

集邦咨询分析师先前给记者提供的数据显示，2023年，大尺寸LCD面板市场占有率(出货面积)中，京东方、TCL华星和惠科(HKC)排名前三，中国前三大LCD面板厂商在全球大尺寸LCD产能中占比为62%，其他厂商分别为群创、友达、LGD、彩虹、夏普，而LGD和夏普的市占率分别为7%和8%。

“若华星光电顺利取得LGD广州厂产能，则有望策略性加速推升市场电视面板尺寸，从更广泛的角度来看，TCL集团品牌也有望在获得更多资源的情况下，进一步扩大市场占有率。然而，TCL华星在取得乐金显示广州厂后，如何维持广州厂现有客户、寻求更多客户资源，将成为其首要挑战。”TrendForce集邦咨询分析师陈巧慧对记者分析，由于乐金显示广州厂为其生产电视的大本营，这项收购案若顺利完成，将有助TCL华星提升市场话语权，并拉抬前三大厂的LCD电视面板供给面积市占率至近70%。

除了LGD之外，今年，夏普已正式宣布位于日本的Gen10代线工厂将于今年第三季度开始停止生产。

这也意味着韩国和日本都将降低LCD面板的份额，中国大陆在全球LCD电视面板市场份额还将提升。

陈巧慧也提醒道：“夏普Gen10产线将关闭，TCL华星上述收购案若顺利完成，也需要一段时间整合，而这都有利于明年重整产业秩序。”

而群智咨询(Sigmaintell)大尺寸事业部副总经理张虹则认为，并购落地后，LCD TV面板市场恐陷入短期震荡，厂商间的策略也有走向分化的可能，或许会对各个面板厂的经营和盈利带来风险。但从长远来看，整体市场供应集中度会进一步提升，并使格局趋稳，对市场周期性由强转弱有积极推动作用，将有助于平抑行业的波动性，稳定行业整体的盈利能力。

目前，夏普位于广州还有一条重点生产、研发超高清8K电视的10.5代线(广州超视界G10.5代线)。早前，业界也传出夏普该工厂将被出售给国内面板厂，不过，夏普广州10.5代线今年7月份曝出新增投资80亿元，广州超视界G10.5代面板产线计划在现有厂房内进行扩产。

产业协同效应

据第三方预测，完成并购后，2025年，TCL华星LCD TV面板产能面积将达到28.9%，同比上涨7.3%。

TCL科技在公告中指出，本次收购亦有利于公司发挥规模及产业协同效应。收购完成后，LGDCA将与同在广州的TCL华星T9产线组成“双子星”工厂，有利于优化资源配置，降低运营成本，提高运营效率，提升产线竞争力与公司长期盈利能力，也有利于公司深化国际客户的战略合作。

据第三方预测，完成并购后，2025年，TCL华星LCD TV面板产能面积将达到28.9%，同比上涨7.3%。

TCL科技的主要业务包括半导体显示业务、新能源光伏及其他硅材料业务、产业金融及投资平台和其他业务。

TCL科技2024年中期财报成绩单显示，上半年，TCL科技实现营业收入802.24亿元，同比下滑5.78%，实现归母净利润9.95亿元，同比增长192.28%。

其中，半导体显示业务营收同比增长40.39%至498.77亿元；净利润同比改善61.45亿元至26.96亿元，尤其是第二季度，实现净利润21.57亿元，环比增长超过300%。第二季度面板价格上涨推动面板业务净利润提升。

而随着TCL华星收购LGD广州LCD面板厂，及面板行业集中度更高，也意味着头部企业对LCD面板市场的控制力增强，能够更有效地平衡供需关系，从而稳定价格。

中国电子视像行业协会秘书长董敏对记者表示，从价格影响上看，未来大部分产能和出货量集中在中国厂商手里，使得头部厂商更容易形成共识并进行以销定产策略，未来液晶面板的价格波动可能会比往年来得更稳些，淡旺季周期波动可能也会缓和些。

拥抱开放自动化浪潮 施耐德电气加速迈向未来工业

本报记者 谭伦 上海报道

距离经济学家威廉·拉佐尼克提出“历次工业革命都起源于车间”的17年后，现代工业在2024年又一次来到变革前夜。随着5G、边缘计算、人工智能等前沿技术融入车间制造产线，现代工业控制系统再度迎来一场巨变，而这次的关键词，则是——开放。

过去50多年来，以自动化为核心技术的工业控制系统一直在制造领域扮演关键角色。借助于现代计算机与信息技术的参与，工业企业的生产进入了精简高效的数字化时代，但与之而来的是，由专用的自动化控制器及有线网络和通信设备组建的传统工控系统生态也在逐步变得固化，构建一个开放的自动化系统正在成为全球工业界的共识。

“这正是我们所畅想的未来工业的愿景之一。”9月24日，“CIIF 2024中国国际工业博览会”在上海拉开帷幕。会上，施耐德电气高级副总裁、工业自动化业务中国区负责人丁晓红向《中国经营报》记者表示，软件定义、开放的工业自动化以及由之推动的绿色可持续，正在成为未来工业演进形态中的重要特征。

作为成立于1836年的全球能源管理、工业自动化和数字化解决方案巨头，施耐德电气一直致力于帮助全球工业企业打造面向未来的新型竞争力，这也促使其成为最早思考并积极拥抱未来工业的践行者。丁晓红表示，今天，5G、人工智能、数字孪生等前沿创新技术的发展，使得打造软件定义、开放的自动化工控系统，并实现工业企业效率提升、持续优化和可持续性成为可能。

而这一理念，也与我国大力倡导推进新质生产力发展和新型工业化的政策相契合。记者注意到，继党的二十大报告明确提出，到2035年要基本实现新型工业化的目标后，今年多地《政府工作报告》都将2024年锚定为培育新兴产业、未来产业的关键一年，聚焦发展新质生产力，培育产业新动能，成为我国加速迈向未来工业的重要驱动力。

在此背景下，本届展会期间，施耐德电气也在2023年推出《5G+PLC深度融合解决方案白皮书》的基础上，再度携手信通院等伙伴发布了《工业蜂窝网赋能的开放自动化解决方案》，分享其在工业蜂窝网与边缘算力赋能开放自动化的应用实践，为业界提供了迈向未来工业的创新思路。

丁晓红

施耐德电气高级副总裁、工业自动化业务中国区负责人

打破壁垒：自动化由封闭走向开放

长期以来，PLC(可编程逻辑控制器)作为工业自动化的核心控制器，成为工控厂家争夺市场的利器。但由于传统PLC功能和性能与其硬件紧密相关，不同厂商之间的软硬件难以互换和移植，这也使得工控厂商围绕PLC形成了一个封闭的软硬件生态圈。

而纷繁复杂的工业通信协议，则加剧了传统工控系统架构下的这一壁垒。传统工业网络不同层级间的网络协议各不相同，进一步增加了产线工业设备互联的限制。据统计，目前工业通信协议的国际标准已超过30种。随着万物智联、海量数据和多样性应用需求的不断增长，传统工业控制系统算力灵活性短板日益凸显。“这也使得减少对特定硬软件依赖、建立一种更开放的工控系统架构，成为工业企业的迫切需求。”丁晓红认为，采用软件定义的新型开放自动化架构，已成为工业产学研界的共识。

为此，作为产业一方，施耐德电气以更为积极的先行者角色参与了这一研发进程，并收获成果。2023年，施耐德电气成功推出了5G+PLC产线改造实践，通过引入5G网络，率先将传统PLC南向连接变成无线，首度开启了通向开放自动化的标志性进程。

到了今年，这一进程更进一步，加入工业蜂窝网为开放自动化赋能。丁晓红介绍，今年成果的最大特征之一，就是将硬件控制的PLC换成了软件平台，也就是软件定义的自动化。

这套软件定义的自动化方案，即施耐德电气EcoStruxure开放自动化平台，是开放自动化系统架构的一个实例。它由基于IEC 61499标准的各种即插即用的自动化软件组件组成，无须依赖底层硬件基础设施就能实现控制功能，通过对硬件和软件全生命周期的解耦，带来可移植、可配置、互操作等开放自动化系统的所有特征。

据了解，自2020年发布以来，EcoStruxure开放自动化平台以3—6个月为一个周期持续迭代，至今已经更新至V24.0版。最新版本在易用性、高可靠、广泛通信连接、系统与规模扩展、原生集成AI功能等五个方面得到了强化。截至目前，该平台已经在交通、基础设施、水、物流、厂务系统、离散工业生产线、数据中心等多个行业得到广泛应用。

收益几何：一条工业产线的蜕变

一个基于软件定义的开放自动化系统，将如何给工业企业带来实际收益？位于上海市普陀区绥德路的施耐德电气工厂内一条柔性产线的升级提供了力证。

在这条针对接触器的全自动柔性装配线上，磁悬浮轨道配合机械手有序递送着需要装配的产品元件。AI视觉与虚拟化控制技术相结合，对相机拍摄的产品图片进行预测分析，准确筛拣出存在质量缺陷的产品。

这条装配线过去传统方案的整体信息流冗长复杂，工业AI相机也价值不菲、运营复杂。经过改造后，施耐德电气将工业蜂窝网与开放自动化平台相结合，将模型训练算法、推理算法分别部署在AI引擎和边缘算力平台中，从而节省了单独部署AI相机以及软件所需的成本。

丁晓红告诉记者：“系统中的视觉、机器人控制、I/O以及文档管理等功能融合一体，打破了原有的分层壁垒。这一方面大大降低了成本，另一方面由于使用自身的视觉算法，设备调试周期大幅缩短，效率也得到更大的提升。”

在另一台用于将银触点铆合到接触器上的全自动铆银机上，实体PLC硬件设备已被虚拟PLC取代。由于这台铆银机传统所用的PLC已经运行10年以上且已停产。一旦出现故障，维修或替换将面临困难，甚至可能造成生产线的长时间停顿，影响生产计划和交货周期。而更令人头疼的是，实体PLC与软件程序一对一的绑定关系使程序不能复用，设备改造升级成本高，同时由于老旧的PLC缺少相关的一些通信功能，数据采集也十分困难。

为了解决这些问题，施耐德电气采用工业蜂窝网+虚拟PLC的方式对原有系统架构进行改造。通过这套方案的核心——EcoStruxure开放自动化平台，工业蜂窝网实现了与I/O系统的交互，并将原有的硬接线以无线方式取代，提高了产线的柔性。而开放自动化平台则实现了软硬件解耦，提高了软件的可重用性。

该系统已于2024年3月正式进入商用环境下运行，成功验证了工业蜂窝网赋能的开放自动化方案可以在高速设备(CT<5s)上使用，改造前后设备产品质量保持一致。据测算，10台自动铆银机可降低改造成本高达75万元，柔性产线改造后产品上市时间缩短了64%。

三位一体：通向可持续的未来工业

“这种改变，也意味着工厂不再需要为每个工站配备一台实体PLC，大大降低了产线的投资成本，并实现了控制功能的集中化。”在提及工业蜂窝网赋能的开放自动化所带来的最大收益时，丁晓红指出，这种改变能给企业带来实实在在的效率提升，并为工业的可持续转型打下坚实基础。

记者注意到，这家施耐德电气上海工厂始建于1996年，在2018年被工业和信息化部评为国家级“绿色工厂”，该工厂从减排到低碳，再从低碳到零碳，经过多年努力，如今已成为施耐德电气在华的“零碳工厂”和先进智能工厂代表。截至目前，施耐德电气在中国的30家工厂和物流中心中，已有19家“零碳工厂”，15家工信部认定的“绿色工厂”，14家第三方认证的“碳中和”工厂。

“借助工业软件，可以实现工艺流程的优化和能源效率的提升；而在自动化系统的助力下，优化流程、能源和资源利用都将有的放矢。”丁晓红强调。更为重要的是，作为业界耳熟能详的“能源管理专家”，施耐德电气能够通过能源的精准管理、优化和脱碳，创造可观的生态效益，最终帮助企业迈向可持续发展。在这一过程中，工业软件、自动化系统和能源管理缺一不可。

丁晓红透露，根据施耐德电气项目实践，通过能源与自动化的融合，将工艺性能和电能消耗进行整合管理，企业的资本支出将减少20%、停机时间减少15%、碳足迹减少7%—12%，同时盈利能力增加3%。

“作为可持续践行者，施耐德电气自身在这方面的努力从未停歇。”丁晓红在工博会上强调，碳排放既是全球话题，也是目前国内各行各业的关注重点。施耐德电气一直致力于帮助客户降碳，甚至通过诸如“零碳计划”等行动来帮助供应商降碳。这也是施耐德电气未来工业三大愿景之一——工业可持续的重要内容。

值得注意的是，就在今年8月，中共中央、国务院印发《关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》，首次对加快经济社会发展全面绿色转型进行系统部署。意见提出，到2030年，节能环保产业规模达到15万亿元左右，同时，围绕构建绿色低碳高质量发展空间格局、加快产业结构绿色低碳转型、稳妥推进能源绿色低碳转型。

丁晓红表示，作为行业赋能者，施耐德电气始终致力于帮助中国企业打造面向未来的绿色竞争力。截至目前，施耐德电气可持续影响力收入在全球总营收中的占比增至74%，帮助全球客户减少或避免了6.05亿吨碳排放，到2025年这两个数字将分别达到80%和8亿吨。

“对于今天的工业伙伴而言，可持续发展的目标正变得越来越迫切，其重要性也在企业的竞争力和影响力中愈加凸显。工业领域的创新不仅仅要着眼于当下的经营目标，还需要为未来的可持续挑战做好未雨绸缪的准备。”面向未来，丁晓红强调，施耐德电气希望真正以创新为驱动，与更多生态伙伴携手，共同打造迈向未来工业的可持续影响力。

巨人迟暮 英特尔是否还有“第二春”

本报记者 秦枭 北京报道

截止到9月25日收盘，“66岁”的英特尔市值为1007亿美元，不及“65岁”的AMD一半的市值，仅为“31岁”英伟达市值的3%。

近几年在半导体领域，英特尔在制程工艺上疲态尽显，尽管其仍以“巨头”自居，但出现了亏损百亿美元、拟裁员万余人、AI“掉队”等情况，被一些业界人士认为已渐入“中老年”期的英特尔正在沦为他人的收购对象。近日，据彭博社报道，美国私募巨头阿波罗全球管理公司提出向英特尔投资数十亿美元。除这项尚不明朗的投资计划外，英特尔近期还传出更多资本动作。路透社的消息称，高通近期已与英特尔接洽收购事宜，潜在交易将面临反垄断审查并需要剥离资产，此次收购将成为自2018年博通试图以1420亿美元收购高通之后科技行业最大的收购尝试。《中国经营报》记者就上述传闻向英特尔方面求证，对方表示不予置评。记者从多位业内人士了解到，英特尔目前的局面是CPU与GPU在市场竞争中逐渐势弱的缩影。过去几年里，市场拥抱AI成为压垮英特尔的最后一根稻草。而在这种趋势愈加明显的情况下，英特尔仍然“固执”地选择晶圆代工这样的重资产项目，令其积重难返。

风光不再

如果说，英特尔与AMD目前的竞争仍然可以用“平分秋色”来形容，那么与“小弟”英伟达的竞争则输得彻彻底底。

过去数十载，英特尔的霸主地位让别人难以望其项背，偶有挑战者也几乎都铩羽而归。

英特尔与AMD同样脱胎于仙童半导体，后被称为“集成电路之父”的罗伯特·诺伊斯和提出了“摩尔定律”的戈登·摩尔在1968年成立了英特尔。翌年，被戈登·摩尔拒之门外、在仙童半导体曾经负责销售的杰里·桑德斯成立了AMD。二者不约而同地都选择了CPU这一赛道，长达数十年的博弈也就此拉开了帷幕。

虽在这场博弈中，AMD偶有高光时刻，但大部分时间均处在英特尔的压制之下。数据显示，AMD的全球份额在2016年时已不足10%。尤其是在更强调性能的服务器市场，英特尔巅峰时全球市场占有率高达99%，AMD则不足1%。如今，这种优势正在被AMD蚕食。

根据CPU市场追踪机构Mercury Research的数据，2024年第二季度，AMD服务器CPU市场份额达到24.1%，环比增长0.5%，同比增长5.6%。相应地，英特尔服务器CPU市场份额下降至75.9%。

尽管市场份额依然悬殊，但金额差距很小。第二季度，英特尔从服务器CPU销售中获得了30亿美元的销售收入，而AMD获得了28亿美元。

如果说，英特尔与AMD目前的竞争仍然可以用“平分秋色”来形容，那么与“小弟”英伟达的竞争则输得彻彻底底。1993年，英伟达成立，6年后在纳斯达克上市。英伟达在公司创办的前25年，基本靠着游戏显卡挣“小钱”。

在过去两年AI的风口下，英伟达成为最大赢家，凭借着在AI处理器领域超过八成的市场份额，英伟达是股价累计上涨了超过550%。英伟达的市值也一度突破了3万亿美元大关。

独立研究公司CFRA Research的资深行业分析师安杰洛·齐诺（Angelo Zino）表示：“过去两到三年里，市场向AI的转变成了压垮英特尔的最后一根稻草。他们就是没有适当的能力来制造AI芯片。”

在英特尔2024财年第二财季财报公布后，这种颓势一览无余。在第二财季，英特尔的营收为128.3亿美元，同比下降1%；净利润亏损16.1亿美元，远超过市场预期的亏损5.4亿美元，不仅如此，英特尔方面作出预测，下一季度亏损或将继续扩大。

与财报一起公布的还有英特尔的裁员计划，英特尔CEO帕特·基辛格在给员工发出的备忘录中宣布了裁员计划：公司将实施一系列“重大成本削减措施”，旨在2025年前节约100亿美元成本。而该计划的核心内容正是裁减约15000个工作岗位，占公司员工总数的比例约15%。

IDM2.0步履蹒跚

研究机构TrendForce集邦咨询数据显示，到2024年第二季度，英特尔并未进入全球晶圆代工厂营收前10名。

面对困局，英特尔不是没有考虑过转变。“英特尔重振业务的列车即将离开站台，我希望你们都已经上车。”2022年，帕特·基辛格上任英特尔CEO一年后在美国旧金山举办的投资者大会上表示。

帕特·基辛格所驾驶的这辆“列车”第一站就是IDM2.0。作为IDM（集成设备制造商）模式的典型代表，英特尔在芯片领域以自给自足闻名，从设计到制造，再到封测，已经形成了闭环。但IDM模式对研发能力、资金实力和技术水平都有很高的要求，于是以台积电为代表的Foundry（晶圆代工）模式兴起，再加上专注设计的Fabless（无工厂芯片供应商模式）企业，芯片产业开始由IDM模式转向Foundry+Fabless合作模式。

英特尔IDM2.0中的重头戏就是加快建设各地的晶圆代工厂。为此，英特尔公布了在欧洲、美国等地的建厂计划，总投资额超600亿美元（约4200亿元人民币）。

为此，英特尔专门成立了一个新的独立业务部门“英特尔制造服务部”（Intel Foundry Services，IFS），英特尔未来计划成为美国、欧洲客户的主要晶圆代工、封装服务供应商之一，IFS将为客户提供晶圆代工及封装服务。值得注意的是，其不限于自家的X86，还提供ARM、RISC-V等多种IP组合的代工服务。

不仅如此，2023年英特尔还试图以54亿美元收购高塔半导体公司（Tower Semiconductor）。

看似每则消息都足够重磅，但最终效果却不尽如人意。收购高塔半导体公司最终未获监管部门的批准。各地的建厂计划也出现推迟的情况。

研究机构TrendForce集邦咨询数据显示，到2024年第二季度，英特尔并未进入全球晶圆代工厂营收前10名。在过去一年里，英特尔曾经在2023年第三季度短暂上榜，市场份额为1%。

近期的德意志银行会议上，帕特·基辛格表示：“代工业务比预想的更具挑战性，其他芯片公司似乎愿意继续与亚洲制造商合作，而不是将他们的产品送到我们在美国的工厂。我想说，这令人惊讶，也令人失望。”

值得注意的是，由于英特尔代工产业还在持续投入期，仍处于亏损之中，第二季度代工业务运营亏损28亿美元。

英特尔首席财务官David Zinsner表示：“Foundry的运营亏损为28亿美元，环比恶化。预计第三季度的运营亏损将继续以大致相同的速度持续，超过85%的晶圆量仍来自EUV前节点，具有不具竞争力的成本结构和电源、性能和面积缺陷，反映在基于市场的定价中。我们在爱尔兰工厂的Intel 4和Intel 3设施的持续扩展，以及支持我们领先技术快速发展的研发和启动成本的上升，也将对盈利能力产生影响。”

不过，英特尔的代工产业并非一无是处，起码为英特尔带来了巨额的补助。今年3月，美国商务部宣布，将通过《芯片与科学法案》给予英特尔85亿美元的补助以及110亿美元的贷款。

错失AI

从市场角度来看，目前AI对PC销售的实质性推动作用相对有限。

重金押注晶圆代工并不能在短期内取得收益。据帕特·基辛格所言，该业务直到2030年才能实现盈利。作为曾经全球最大的芯片制造商，在晶圆代工过多的投入，也让英特尔错失了AI的风口。

反观曾经的“小弟”，ChatGPT的爆火和AI（人工智能）时代的到来，让英伟达和它的掌舵人黄仁勋成为最大赢家。数据中心GPU领域，2023年英伟达出货量达到376万片，占据全球近98%的市场份额。

当地时间8月29日，英伟达发布的最新财季的财报显示，截至6月28日的2025财年第二财季，公司实现营收300.40亿美元，同比上涨122%，净利润同比增长168%至166亿美元。

值得注意的是，由戈登·摩尔提出的摩尔定律也被英伟达CEO黄仁勋认定：“摩尔定律死了，它结束了，结束得很彻底。”

摩尔定律的核心内容为处理器性能大约每两年翻一倍，同时价格下降为之前的一半。而英伟达直接将GPU架构的更新频率从两年一次更新加速到一年一次。

与英伟达All in人工智能芯片不同，英特尔选择在自己擅长的PC领域发力AI。帕特·基辛格直言：“我们相信，AI PC是未来数年PC市场的关键转折点，我们的每一款产品都会集成AI。”

不过，从市场角度来看，目前AI对PC销售的实质性推动作用相对有限，众多用户更多的是出于对PC本身的需求进行付费，而非直接为AI技术买单。

帕特·基辛格也坦言：“我们对AI PC类别的定义和推动投资将在短期内给利润率带来压力。我们的收入增长未达预期，且尚未充分受益于AI的强劲趋势。我们的成本高昂，利润率低下，亟须采取更加果断的措施加以解决，尤其是在考虑到2024年下半年及未来前景比预期更为艰难的情况下。”

不过，在内外交困之际，英特尔频传利好。据悉，美国私募巨头阿波罗全球管理公司已向英特尔公司提出数十亿美元的投资计划。

与此同时，英特尔的代工业务也迎来进展，将为亚马逊代工定制款AI芯片，双方就产品和晶圆达成数年的合作框架。英特尔和亚马逊云服务部门AWS将共同投资用于人工智能计算的定制半导体，这项工作将依赖于英特尔的18A工艺，这是一种先进的芯片制造技术。

不过，美国银行分析师Vivek Arya在一份报告中表示：“英特尔已经为AWS提供CPU很长时间了，所以定制化并不是什么新鲜事，而人工智能架构（网络）在18A上的胜利可能只会从2026年开始发挥作用。”

除此之外，近日，英特尔也正式推出了全新的Xeon6处理器和Gaudi3AI加速器，这两款产品旨在增强公司在人工智能（AI）和高性能计算（HPC）领域的竞争力。

Evercore分析师马克认为：“这些更新是积极的，但还不足以让我改变对英特尔发展轨迹的看法。”

伯恩斯坦研究公司的分析师斯泰西·拉斯贡表示：“英特尔的未来取决于下一代芯片制造技术的成败，该技术预计将于明年投产。英特尔希望至少在技术上超越竞争对手，重回技术领先地位有助于提高利润率，增强客户信心。”

不做“期货”，节后开测

字节跳动推出两款视频生成大模型

本报记者 李静 深圳报道

自今年年初OpenAI的Sora惊艳亮相之后，视频生成大模型就备受业界关注。虽然Sora至今尚未对外公测，但在中国国内却因此掀起了一波不小的视频生成大模型的竞赛，一些大厂和创业公司纷纷加入其中。

9月24日，字节跳动旗下火山引擎在深圳举办AI创新巡展，同时发布了豆包视频生成PixelDance和豆包视频生成Seaweed两款大模型，目前已经面向企业市场开启邀测。

早在此次火山引擎发布两款豆包视频生成大模型之前，字节跳动旗下的文生视频产品Dreamina（隶属于视频剪辑产品“剪映”）在今年5月改名为“即梦”，改名的同时产品做了一次更新，普通用户即可使用AI文生视频工具生成3秒的短视频，VIP用户可以生成6秒的短视频。

火山引擎总裁谭待在接受《中国经营报》等媒体采访时表示，剪映对视频的理解对于豆包视频生成大模型有很大帮助。与此同时，即梦的内测版已经在使用最新的豆包视频生成模型——Seaweed。

同时，谭待还表示：“豆包视频生成大模型不是‘期货’，已经在内测API和应用，（国庆）节后会放出更多公开API。”

值得关注的是，此次火山引擎不只发布了两款视频生成大模型，还带来了多款垂类大模型，包括新发布音乐模型、同声传译模型，升级通用语言模型、文生图模型、语音模型。“垂类大模型产品的发布，对于大模型在B端市场的落地具有重要意义。”北京大数据协会理事、北京融信数联科技有限公司CTO张广志对记者说道。

破解多主体互动和一致性难题

此前国内已经发布了多款视频生成大模型。从效果来看，目前对外公测或者开放使用的视频生成大模型在运动平滑度和成像质量方面表现出色，但整体来看，大多数只能完成简单指令，并且仍存在一些稳定性问题。例如，某些模型在生成过程中，生成质量不够稳定。

豆包视频生成大模型在活动现场展示的视频生成效果则有令人惊艳之处。效果显示，豆包视频生成模型已经能够实现自然连贯的多拍动作与多主体复杂交互。有创作者在抢鲜体验豆包视频生成模型时发现，其生成的视频不仅能够遵循复杂指令，让不同人物完成多个动作指令的互动，人物样貌、服装细节甚至头饰在不同运镜下也保持一致，接近实拍效果。

从技术实现路径来看，OpenAI推出的文生视频大模型Sora，其背后采用的是融合架构DiT（Diffusion Transformer）和原生多模态技术路线。

据介绍，豆包视频生成模型也是基于DiT架构。不过，豆包视频生成模型通过高效的DiT融合计算单元，让视频在大动态与运镜中自由切换，拥有变焦、环绕、平摇、缩放、目标跟随等多镜头语言能力。全新设计的扩散模型训练方法攻克了多镜头切换的一致性难题，在镜头切换的同时保持主体、风格、氛围的一致性。

“豆包视频生成大模型能攻克指令遵循、运镜（多镜头下主体一致性）等难题，背后有技术上的突破和全栈能力的优势，还有抖音、剪映对视频理解的优势。”谭待说道。

张广志对记者表示，国外的视频生成大模型可能在算法优化、模型训练、生成效果等方面更加成熟和稳定。然而，国内企业也在不断努力追赶和超越。通过加大研发投入、优化算法模型、提升数据处理能力等措施，使得国内企业在视频生成大模型领域也取得了显著成果。

据字节跳动方面介绍，经过剪映、即梦AI等业务场景打磨和持续迭代，豆包视频生成模型具备专业级光影布局和色彩调和，画面视觉极具美感和真实感。深度优化的Transformer结构，则大幅提升了豆包视频生成的泛化能力，支持3D动画、2D动画、国画、黑白、厚涂等多种风格，适配电影、电视、电脑、手机等各种设备的比例，不仅适用于电商营销、动画教育、城市文旅、微剧本等企业场景，也能为专业创作者和艺术家们提供创作辅助。

目前，新款豆包视频生成模型正在即梦AI内测版小范围测试，未来将逐步开放给所有用户。

谭待表示：“视频生成有很多难关亟待突破。豆包的两款模型会持续演进，在解决关键问题上探索更多可能性，加速拓展AI视频的创作空间和应用落地。”

新款豆包视频生成模型正在即梦AI内测版小范围测试，未来将逐步开放给所有用户。

本报资料室/图

不过，目前豆包生成视频大模型的定价还没确定。谭待透露，视频模型和语言模型应用场景不同，定价逻辑也不同，要考虑新体验、老体验、迁移成本等问题，最终能否广泛应用取决于是否能比以前提升更多的生产力ROI。

多款垂类大模型亮相

此次，豆包大模型不仅新增视频生成模型，还发布了豆包音乐模型和同声传译模型，全面覆盖语言、语音、图像、视频等全模态，可以满足不同行业和领域的业务场景需求。

今年5月，字节跳动正式发布豆包大模型时，定价只有0.0008元/千tokens，低于行业99%，带头把大模型的价格打到了“厘时代”，掀起了国内大模型的降价潮。

张广志对记者指出，价格战直接降低了B端企业使用大模型的门槛，使得更多企业能够负担得起大模型的费用，从而促进了AI大模型在B端市场的普及。

“以前大模型的调用成本是大规模应用创新的阻碍，经历了降价潮后，大模型的价格已经不再是阻碍。”谭待说道。

据火山引擎方面披露，截至9月，豆包语言模型的日均tokens使用量超过1.3万亿，相比5月首次发布时增加了10倍，多模态数据处理量也分别达到每天5000万张图片和85万小时语音。

谭待认为，随着企业大规模应用，大模型支持更大的并发流量正在成为行业发展的关键能力。据介绍，业内多家大模型目前最高仅支持300K甚至100K的TPM（每分钟token数），难以承载企业生产环境流量。例如，某科研机构的文献翻译场景，TPM峰值为360K，某汽车智能座舱的TPM峰值为420K，某AI教育公司的TPM峰值更是达到630K。

“接下来要做的是在价格基础上，提高大模型质量和性能。质量就是让模型能力更强、更多元；性能方面，就是解锁更多场景。”谭待说道。

豆包大模型此次推出视频生成模型、音乐模型和同声传译模型，深意也是通过垂类大模型打开不同行业不同的场景需求。

“目前，大模型市场正在从通用大模型向垂类大模型发展。”张广志对记者说道，这主要是因为通用大模型虽然具有广泛的应用场景，但在解决特定领域的专业问题时往往存在局限性。相比之下，垂类大模型能够针对特定领域进行深度优化和定制，提供更加精准和高效的解决方案。“需要强调的是，通用基座和垂直应用，分别属于不同的生态位，有各自差异化的技术迭代和商业化路径。”

谭待说道：“解锁大模型的新场景，其实需要的能力更强。所谓新场景，比如从聊天到群聊的场景，从解小学数学题到解高中数学题的场景。解决新场景的背后成本是关键，成本高无法起量，成本降低也不一定起量，更重要的是需要提升能力。我们认为在大模型使用量增长的同时解锁新场景、新能力更有价值。”

中国LCD独占鳌头 高世代玻璃基板国产化仍不足

本报记者 李玉洋 合肥报道

滑动手机刷抖音、打开平板玩吃鸡、用智能手表检测心率……用户每一次与这些电子产品的亲密接触，背后都脱离不了一种物质的助力——玻璃。

虽然玻璃如今随处可见，但应用于手机上的基板玻璃可不一般，有着玻璃产品“皇冠上的明珠”之誉。近20年来，基板玻璃技术被美日等少数国家的企业把持，价格高居不下。曾几何时，液晶（LCD）电视也是老百姓不忍“剁手”购买的高奢品。

《中国经营报》记者从彩虹显示器件股份有限公司（以下简称“彩虹股份”，600707.SH）了解到，自从2020年1月该公司G8.5基板玻璃实现量产后，产品价格从上千元/片降低到两三百元/片，为中国面板企业节约采购成本逾千亿元。由此，我国高世代基板玻璃实现了从0到1的突破。

近日，三折叠手机华为Mate XT非凡大师销售火热，凯盛科技（600552.SH）被普遍认为是这款三折手机的UTG（超薄柔性玻璃）独家供应商。据了解，UTG的生产工艺极其复杂，涉及一次成型法和二次成型法两大类，前者包含溢流下拉法、狭缝下拉法和浮法，后者主要通过化学或物理方法进一步减薄玻璃厚度。

记者从彩虹股份获悉，其研发的高温玻璃能为面板厂商生产折叠屏提供助力。“目前有一条产线正在开发，计划明年可以生产，届时月产能在7万多片，维信诺（002387.SZ）、天马（000050.SZ）、华星光电都是目标客户。”彩虹（合肥）液晶玻璃有限公司总经理程肇琦表示。

高世代国产供给率不到10%

中国LCD面板产能全球占比超70%，但纯国产8.5及以上世代LCD面板的基板玻璃供给率仍偏低。

据了解，液晶显示逐步成为显示行业2000年之后的技术主流，“三明治”结构的显示面板是核心组件，其中两片“面包”就是基板玻璃。

作为核心关键原材料，基板玻璃对于显示面板的重要性就相当于硅晶圆在半导体产业中的地位。需要指出的是，基板玻璃也被京东方、维信诺、华星光电等显示面板企业叫作“玻璃基板”。

“玻璃基板是一种由硅酸盐复盐等组成、表面极为平整的薄玻璃片，具有高熔点、化学稳定性好、绝缘性强等物理化学特性。”彩虹股份国家工程研究中心电子玻璃工程院副院长张涛表示。

随着技术的演进，进入21世纪后，玻璃基板已经从G4.5及以下世代发展到G8.5及以上世代。比如，康宁（Corning）全球最大的10.5代玻璃基板约为3米×3米，比两张特大号双人床垫还大。玻璃基板生产是技术密集型产业，需要较高的技术水平和研发投入。长期以来，基板玻璃被国外厂商高度垄断。

东方证券研报指出，当前玻璃基板行业主要由美日厂商垄断，该现象在高世代线尤为突出。以8.5代玻璃基板市场为例，市占率前三的康宁、旭硝子（AGC）、电气硝子（NEG）占据70%以上的市场份额。

我国玻璃基板行业主要厂商有彩虹股份、ST旭电（000413.SZ）、凯盛科技（600552.SH）以及中材国际（600970.SH）等。市场研究机构迪思普研（DSR）数据显示，目前，国产基板玻璃企业已建立了4.5代—8.5代玻璃窑炉，国产化比例逐步提高。

2020年1月12日，中国首片自主设计、自主建设、拥有自主知识产权的溢流法G8.5+基板玻璃在彩虹股份合肥基地成功下线。据介绍，目前，彩虹股份已成为全球第4家、中国第1家有能力量产高世代基板玻璃的企业。

然而，即使中国LCD面板产能全球占比超70%，但纯国产G8.5及以上世代LCD面板的基板玻璃供给率仍偏低。根据迪思普研的数据，面对2023年国内8.x代LCD面板玻璃的强大需求，纯国产供给率只有6%，加上中外合资厂商的供给，也还有近一半的进口需求。

彩虹股份合肥产业基地生产线员工正在确认设备参数。 本报资料室/图

数据显示，2023年中国大陆显示面板的营收规模为575亿美元，全球市场占比55%，显示面板出货面积1.76亿平方米，居世界首位。中国科学院院士欧阳钟灿指出，在关键材料、高端装备等领域发力不足，仍是我国新型显示产业要面临的三大挑战之一。

G8.5+基板玻璃累计销量约千万片

基板玻璃有着料方壁垒、设备壁垒、工艺壁垒三大壁垒。

据了解，基板玻璃有着料方壁垒、设备壁垒、工艺壁垒三大壁垒。以彩虹股份G8.5代基板玻璃为例，其尺寸为2200mm×2500mm，相比G6代面积大了两倍，薄度降到了只有一张牛皮纸厚度的0.4毫米，但技术难度呈几何式增长。

“作为基板玻璃制造三大壁垒之一的装备壁垒，是基板玻璃技术突破重要的‘卡脖子’环节。”张涛指出，基板玻璃制造装备要具备在高温下长时间运行、不可触摸等特点，比一般设备设计制造要求更高、更难，而窑炉通道装备与溢流法成型装备是其中两大核心设备。

张涛还表示，经过多年的技术积累，彩虹股份在液晶基板玻璃关键核心装备方面的技术日趋成熟，特别是在G8.5+液晶基板玻璃核心装备方面取得了突破，使我国具备了自主实现更高世代液晶玻璃核心装备的设计与制造能力，设备稳定性以及产品良率均达到国际先进水平。

数据显示，近四年，彩虹股份共建设高世代基板玻璃生产线12条，累计出货量超亿平方米，2023年高世代产品出货面积超2600万平方米。

“公司建有咸阳、合肥、成都等产业基地，目前运营13条基板玻璃生产线，年产能5100万平方米，产品涵盖G5到G8.5+，其中G8.5+基板玻璃累计销量约1000万片。”彩虹股份总经理徐剑表示，该公司合肥基地共有10条生产线，其中4条做G6代产品，6条做G8.5+代产品，目前正在进行最高世代G10的研发冲刺，计划在2—3年内形成产业化能力。

此外，彩虹股份不仅是京东方、维信诺、华星光电等面板商的供应商，还下场直接生产面板。

那么，彩虹股份如何看待与面板企业的竞合关系？对此，徐剑向记者表示：“对面板（业务）来说，我们毕竟只有一条线，还是跟随国内现在的龙头企业（京东方、华星光电和惠科）有差距，特别是大尺寸上，它们处于领导地位。根据产业的发展情况来看，前些年行业的波动太大，随着这两年产业的聚集程度提高，实际上对产业整个的良性发展是有好处的。”

他还表示，目前中国面板产能（主要是液晶面板产能）在全球比例已超70%，几个龙头企业按需生产或有计划地供应，有默契让市场良性发展，减少市场的波动性，“我们只有一条线，肯定会根据业界这种发展的需求去配合。”

而从玻璃基板角度来看，徐剑认为这块业务是要大力发展的。“因为现在的国产化替代的空间还很大，几个龙头企业都是我们的用户，从国产化这种产业链的协同来说，我们从市场策略包括服务上采取的都是一个标准。”

玻璃基或为下一代先进封装关键技术

相比硅以及有机材料，玻璃基材料在电学性能、物理性能、化学性能等方面均处于优势地位，热学性能和机械性能也优于有机材料，可适用于各种高要求的电子封装领域。

除显示领域外，芯片封装是基板玻璃未来应用一大趋势。

今年上半年，“玻璃基板”概念横空出世，不少个股掀起涨停潮。原因在于摩根士丹利曝出，英伟达最新AI芯片GB200采用的先进封装工艺将使用玻璃基板，这是全球第一个使用玻璃基板来封装的芯片。

据了解，相比硅以及有机材料，玻璃基材料在电学性能、物理性能、化学性能等方面均处于优势地位，热学性能和机械性能也优于有机材料，可适用于各种高要求的电子封装领域。

除了英伟达，近年来，一些半导体大厂也加快了玻璃基板在芯片领域应用的研究步伐。比如，英特尔在2023年9月发布了一款基于下一代先进封装技术的玻璃芯基板（GCS，Glass Core Substrates，又称玻璃基板）处理器，并计划在2026至2030年间实现其量产。

今年5月，三星电机也宣布与三星电子和三星显示器等子公司合作，共同推进玻璃基板的研发，并计划于2026年启动大规模生产；另外，苹果公司据悉也在与供应商积极探讨将玻璃基板技术应用于芯片开发的可行性。

中金研报指出，GCS核心壁垒主要在于玻璃通孔（TGV）工艺。玻璃基板在加工过程中与ABF载板相同采用SAP工艺，需对玻璃进行大量TGV通孔后进行填孔处理，其中核心难点在于：高深宽比的TGV结构制造、通孔中微裂纹的产生、热应力管理以及通孔的金属化。

中国硅酸盐学会电子玻璃分会理事长、中建材玻璃新材料研究总院首席专家张冲表示，国内现在有很多公司都在研究芯片封装玻璃，但技术的路线还不太明确。

比如，沃格光电掌握了包括玻璃基板微电路蚀刻技术、巨量通孔技术、厚铜镀膜技术以及超薄玻璃技术等难点技术。

张冲指出，要根据不同的芯片类型，选择不同的玻璃材料。“玻璃材料虽然有它的优势，但也有相对以前封装材料不足的地方要改善。”

“通孔也有不同的技术方式，通过激光诱导通孔，好像是现在做得比较多的。它将来是不是一定能够占据主流，这个我们还在看。”张冲表示。

高性价比“国庆黄金周”来袭 各地争夺“行走的流量”

本报记者 李立 上海报道

作为年内最后一个长假，文旅行业对即将到来的国庆黄金周充满期待。

与往年不同，今年国庆黄金周消费趋势正在发生变化。9月开始，多家OTA平台的预测数据显示，2024年国庆黄金周将成为近年性价比最高的一届。

携程此前发布《2024国庆旅游预测报告》表示，从预订情况看，“十一”旅游或将出现“量涨价跌”的态势，机票（含税）和酒店价格双降。去哪儿最新数据显示，国庆热门机票和酒店的平均支付价格较去年均有两成左右降幅。

机票、酒店价格出现下跌的背后是消费者正在变得越来越理性：抢跑、延后（出行），错峰游、捡漏低价机票趋势明显。多位网友告诉《中国经营报》记者，鉴于以往机票“跳水”的经历，这次将等到最后一刻再订票。

不过，去哪儿方面提醒，“十一”出行去程相对分散，9月30日、10月1日出行集中度降低，但返程仍相对集中在10月6日、10月7日，建议提前购买返程票。

出游更讲性价比

2023年长达8天的“超级黄金周”，刷新2019年以来多项出行纪录。与此同时，错峰游也开始兴起，不少旅行者开始避开人流高峰，寻求更低的价格和更好的体验。

今年国庆黄金周假期，性价比成为优先考虑因素，错峰游进一步兴起。

携程方面对记者表示，由于高基数、出境游平抑国内游价格等原因，“十一”旅游或将出现“量涨价跌”的态势，机票（含税）和酒店价格双降，旅客可以省更多，对于打工人来说，“十一”后销年假价格更划算。

国内游方面，携程旗下市场洞察平台FlightAI数据显示，国内机票均价同比去年下降20%；跨境游方面，航班运力的恢复大大降低了出游成本，日本、泰国、韩国、澳大利亚、美国等出境游TOP10目的地中，机票均价（含税）全部下降超20%，其中日本、英国、新加坡机票均价（含税）降幅超30%；全球酒店均价也呈现出下降趋势。从综合成本来看，东南亚国家出游花费将低于部分国内目的地。

刚从日本休假归来的吴用（化名）告诉记者，上海往返大阪机票含税约在2000元，错峰游更划算，在国庆高峰之前购物扫货体验也更好。有业内人士告诉记者，9月暑期游结束后，迎来了一拨错峰游的好时机。相比8月人流明显下降，机票价格明显下降。记者查阅订票APP发现，截至9月26日，上海飞乌鲁木齐的航线仍有低至两折的经济舱座席。

假期前后的价格差拓展了出游思路，性价比成为人们出行的重点考虑因素。记者注意到，从去年开始，多家OTA平台都开始根据预订数据，为出行人群规划性价比高的出行方案。

今年捡漏趋势预测更受欢迎。“返程高峰选择中转或错峰出行性价比更高，中转航班最高可节省花费六成以上。”同程旅行建议。

同程旅行平台数据显示，今年“十一”假期最后一天（10月7日）的国内机票均价比假期首日（10月1日）高出近3%，热门线路的全价票占比也相对更高。

消费者选择错峰返程或者中转出行，不仅可以节省交通花费，还可以获得相对更好的出行体验。例如，部分民航出行人群选择9月28日出发，10月4日返程，完美避开假期前的出发客流高峰和假期后半段的返程高峰，仅往返机票人均花费相对于高峰时段就能节省600元以上，少花费40%以上。

对于从拉萨、三亚、大理等热门旅游目的地返回北京、上海等一线城市的消费者，选择中转航班比选择直达航班也能节约一大笔钱。例如，10月6日拉萨飞往北京的直达航班机票价格约为9700元，而经郑州中转的航班最低票价不到2000元，中转航班节省了六成以上的机票费用。

去哪儿的最新监测数据则显示，国庆热门机票和酒店的平均支付价格较去年均有两成左右的降幅。重庆到三亚，成都到丽江、武汉，上海到深圳、广州，南京到张家界、深圳，都有裸价200多元的便宜机票在售。

谈到即将到来的国庆黄金周旅行消费的变化，同程研究院首席研究员程超功对记者表示，与2023年相比，2024年国庆假期与中秋节分离，中短途的节日探亲的刚性需求提前在中秋节释放，国庆假期则主要以长线出行及旅游度假为主。

“从客均支付费用维度看，国际机票的客均支付费用较2023年同期有一定幅度的增长，主要是因为长线出行比例的提升。”程超功进一步指出，“国内机票呈现出‘量增价微跌’的态势，总体客流量与去年同期（去除中秋节）相比仍有明显增长，机票价格与过往年度相比也并不是最低的（2024年国庆假期的机票价格水平略高于2019年同期）。”

文旅PK留客

在多位业内人士看来，由于今年国庆期间机票和酒店价格较去年同期均有较为明显的降幅，今年国庆出游性价比更高，对临时出游的群体也更加友好，有希望带动新一轮消费浪潮。

与以往的静态景观游览不同，去哪儿大数据研究院分析，越来越多的年轻消费者还渴望有参与感强、互动性更高的文旅体验，文旅活动将显著提升消费者在目的地的停留时间和文旅消费金额。

通过举办赛事、演唱会及各种文化活动，各地文旅大PK，争夺行走的流量，延长游客在当地的停留时间。

从目前去哪儿平台的预订情况来看，今年国庆最热门的Top10城市是北京、成都、重庆、上海、长沙、南京、杭州、西安、武汉、青岛，酒店提前预订量跑赢全国。

公开数据显示，截至今年10月中旬，全国将举办超过3600项、约2.4万场次文旅活动。国庆假期，各地均举办多项文旅活动促消费。长沙将举办85项文旅活动迎客，杭州在国庆期间又将迎来陈奕迅演唱会并举办131场文旅活动，成都表示文旅活动将超过350场，重庆则报出将有750场活动。

“跟着文旅活动、赛事去旅行，成为一种新的旅游趋势。”去哪儿大数据研究院研究员蔡木子分析，从国庆热门城市看，都是自然景观+人文活动+商贸消费较为发达的城市。

去哪儿大数据显示，文旅活动给许多非旅游资源型城市带来“逆袭”可能。例如，7月草莓音乐节在石家庄举行，去哪儿平台上该周末石家庄酒店预订量较上一个周末环比增长了31%；8月，陈奕迅在宁波开唱，（演唱会期间）宁波酒店预订量就增长27%。根据测算，一场高质量的文旅活动对当地文旅消费的综合拉动性可达到3—5倍。

“从文旅部公布的统计数字看，今年上半年客均旅游花费突破了1000元/人次，高于2023年和2019年同期，为近五年来新高。”程超功对记者表示，2024年上半年国内的交通、住宿市场呈现出“量增价跌”的走势，核心原因在于2023年的价格“高基数效应”。

在程超功看来，在新的增长周期里，优质供给依然是拉动文旅消费的关键所在，尤其是优质文化产品与旅游的融合创新，是激发消费的重要驱动力。其中，“旅游+”和“+旅游”是两个重要的切入点。在旅游消费大众化时代，优质文化是优质旅游产品之“芯”，各地应充分挖掘当地文旅资源，开发契合当前消费潮流的创新文旅产品，在质量上做“加法”。

不过景鉴智库创始人周鸣岐也特别提醒，各地兴起文旅活动争夺流量吸引游客，可以在短期内一定程度上拉动消费。但是从长远看，边际效应将逐渐递减。从行业长期发展看，始终是有丰富旅行资源、“有内容”的地方持续成为热门目的地。

“无论是网红城市还是传统优质旅行目的地，势必在市场消费环境、营商环境、投资环境三方面持续用力，才能实现良性发展。”周鸣岐进一步指出。

《炉石传说》回归服务器爆满 预下载次数超350万

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

继《魔兽世界》之后，又一款暴雪游戏《炉石传说》国服重启。

9月25日，《炉石传说》国服正式回归。在服务器重开的头两天，玩家进入这款游戏频繁遭遇排队、匹配时间异常、掉线等问题。据悉，在该游戏回归前一天，其预下载次数就超过了350万。

《炉石传说》运营方解释，在国服缺席的版本中，暗藏着许多只有玩家数达到国服量级时才会出现的问题。而如今，国服回归，大量玩家涌入，这些问题集中爆发，导致了排队、匹配时间长，游戏掉线等情况。其表示，国服团队正不断进行技术配合与问题反馈，暴雪的技术团队一直在对问题进行修复。

7月28日，《炉石传说》国服回归消息在ChinaJoy上公布，大量玩家围绕在暴雪游戏舞台周围。 《炉石传说》官微/图

BUG集中爆发

“炉石传说致歉”词条冲上微博热搜。

《炉石传说》国服回归首日，出现服务器爆满，玩家长时间无法匹配成功的情况。在游戏相关评论区，不少玩家反馈，进入游戏需要等待，进入游戏后匹配成功也需要等待10—20分钟。

当日，《炉石传说》运营方发布公告称，服务器出现不稳定情况，可能会导致掉线、匹配失败或商城购买延迟，“我们已经第一时间同步暴雪开发团队，现正在修复中……我们正在全力调整服务器资源，以保证游戏环境的稳定运行”。

9月26日傍晚，《炉石传说》微博发布公告称，关于玩家游玩《炉石传说》可能遭遇排队与匹配时长异常、无法进入商城、游戏中掉线等问题，是因为“目前国服真的遇到了非常棘手且繁杂的问题”。

“在过去的近40个小时中，暴雪的技术团队一直在对问题进行修复，国服团队也不断进行着技术配合与问题反馈。除了炉石开发团队与战网技术团队外，已经有更多团队加入技术支援之中。”《炉石传说》方面表示，“截至公告成文时，问题正在逐步解决，但非常抱歉，技术团队仍无法给出预期完全修复的时间。”

其进一步解释道，《炉石传说》国服这些问题的发生与其此前的缺席有关——游戏大量补偿的发放产生了一些问题；在国服缺席的版本中，暗藏着许多只有玩家数达到国服量级时才会出现的BUG（漏洞），这些BUG的集中爆发更加剧了当前的情况。

“当前不佳的游戏体验并非由于国服的服务器配置与硬件投入不够，排队也并非服务器容量限制导致。”《炉石传说》方面表示。

当日，“炉石传说致歉”词条冲上微博热搜。

《中国经营报》记者联系网易方面询问《炉石传说》国服回归后玩家数量等相关情况，对方未予以回复。

7月28日，在ChinaJoy展会上，《炉石传说》执行制作人NATHAN LYONS-SMITH来到暴雪游戏舞台，公布了《炉石传说》国服回归的消息。同时，他还公布了回归补偿方案：玩家可以免费获得2023年全部错过的卡牌，共计2154张，包括1077张金卡和97张金色传说；此外，玩家还可获得多种奖励，包括卡牌包、角色、皮肤等。

当日，记者在现场看到，暴雪游戏舞台前围绕着大量玩家，几乎占据整个通道。游戏回归和补偿方案公布后，现场玩家爆发出欢呼声。据《炉石传说》官方微博，当日因现场人气高涨，展区周围过道被堵塞。

据《炉石传说》方面消息，其8月30日开启预约通道，8月31日预约人数就突破100万；到了9月18日，其预约人数超过500万；9月24日，其预下载次数超过了350万。

退出与回归

如今，重拾与暴雪娱乐的合作，对网易带来的商业利益几何？

在退出中国市场之前，《炉石传说》在卡牌领域占据极大份额，并且这一市场地位很大程度上由中国玩家促成。

游戏产业调研公司Sensor Tower发布的《2022年全球卡牌游戏市场洞察》显示，2022年，《炉石传说》营收在全球卡牌市场位列第3名，且最大市场是中国。当年，全球卡牌对战手游畅销榜TOP20合计营收6.9亿美元，中国占比26.9%，位列第2名。

在《炉石传说》赛事方面，中国玩家也表现得得心应手。2018年暴雪嘉年华的《炉石传说》世界杯决赛中，中国队3:0横扫巴西队，成功夺得世界冠军。

《炉石传说》还曾一度被选为杭州亚运会电子竞技比赛项目。但是，由于当时暴雪与网易未能成功续约，运营团队及服务器处于终止状态，已不具备列入杭州亚运会电子竞技项目的前置条件，最终该项目被取消。

2022年11月，暴雪和网易长达14年的合作宣告破裂。次年1月，《炉石传说》和其他数款暴雪游戏在中国大陆终止运营。

记者曾联系暴雪和网易方面询问合作终止的原因，未能获得明确答复。

2023年1月17日，就在暴雪游戏国服停止运营的前一周，暴雪再次出乎意料地向网易发出责难。其表示，与网易方面接触、探讨，将2019年定下的协议顺延6个月，以使玩家不受干扰地继续游戏，也让暴雪继续探寻在国服地区合理而长远的发展道路，但遭到网易拒绝，“因此我们将不得不遵照网之易停服公告于1月23日中止国服游戏服务”。

网易方面当日发文回击：“同期暴雪与其他公司的谈判全部是基于三年的合同期。考虑到合作的不对等、不公平和其他附带条件，因此最终双方未能达成一致。”其将暴雪的行为斥为“予取予求、骑驴找马、离婚不离身”。

由于彼时暴雪游戏国服是否会回归仍是个未知数，不少主播和玩家对国服停服表示灰心。《炉石传说》主播“王师傅”曾表示，自己在游戏官服后有两个选择：一是转向外服继续直播《炉石传说》，但这或许会遭遇观众数量下降的问题；二是直播游玩别的游戏，但将面临内容趋同的问题，“主机区也在面临这个问题——好不容易找到一款适合直播的游戏，整个区都在播这个游戏。如果炉石区并到主机区，会直接导致竞争和内卷的加剧”。

由于大量暴雪游戏主播骤然“失业”，不得不寻找其他游戏内容，一定程度上促成狼人杀游戏《鹅鸭杀》在那时期的爆红。由于帮助带火了游戏，“衣锦夜行”“异灵术”“赤小兔”“孙一峰”“黄旭东”“月夜枫YYF”等暴雪主播还获得了《鹅鸭杀》定制皮肤。

今年4月10日，暴雪游戏阔别中国市场443天。在动视暴雪被微软收购后，微软、暴雪娱乐、网易三方的高管共同现身，宣布暴雪旗下游戏将于2024年夏季开始重返中国大陆市场。

根据公告，更新后的游戏出版协议将涵盖：《魔兽世界》《炉石传说》，以及《魔兽争霸》《守望先锋》《暗黑破坏神》《星际争霸》的系列游戏。

当日，网易游戏雷火伏羲招聘公众号发布启事，开放了《魔兽世界》《炉石传说》《守望先锋》运营策划、品牌营销，以及运维开发工程师、项目管理等岗位。

今年6月底，《魔兽世界》国服率先回归。由于人气高涨，运营方发布公告称，登录游戏时出现困难，工作人员正在紧急处理中。

尽管此前暴雪游戏突然退出中国市场给玩家带来负面印象，另外，其在中国再一次出圈。此番回归后，暴雪游戏吸引到不少新玩家。

在网易2024年第二季度财报电话会议上，网易集团高级副总裁胡志鹏披露，《魔兽世界》回归玩家数据超出预期，这款游戏在持续吸引老玩家的回归和新玩家的加入，其中新老玩家的新增比例为4:6。他表示，游戏的回归无疑会增加公司在端游方面的收入。

“暴雪其他游戏也将陆续回归，我们和每个产品的暴雪团队都建立起了密切的关系和共识……本次回归之后，暴雪和雷火研发团队之间直接建立起了点对点的深度合作。”胡志鹏介绍。

此前，暴雪游戏与网易切割时，网易方面称代理暴雪游戏对网易在2021年以及2022年前9个月净收入和净利润的贡献仅占个位数百分比。如今，重拾与暴雪娱乐的合作，对网易带来的商业利益几何？这仍待时间的检验。

凯撒文化因涉财务造假被“ST” 股价“跌跌不休”

本报记者 李哲 北京报道

自9月19日以来，连续5个交易日，ST凯文（002425.SZ）的股价“跌跌不休”。截至9月25日收盘，其股价距离最高点已经跌去九成。

《中国经营报》记者了解到，在ST凯文股价持续下跌之际，其因财务造假受到了证监会处罚。9月19日，ST凯文发布公告，因2021年财报中虚增利润1524.67万元，ST凯文被中国证监会广东监管局（以下简称“广东证监局”）出具的《行政处罚事先告知书》（广东证监处罚字〔2024〕24号）。连同ST凯文及其六位涉事高管，合计处罚金额1300万元。

对此，ST凯文工作人员向记者表示，公司生产经营管理及业务活动一切正常。公司本次收到的为广东监管局《行政处罚事先告知书》，最终结果以其后续出具的《行政处罚决定书》为准。处罚对公司业绩的影响，以公司披露的财报为准。

合计被罚1300万元

9月25日，ST凯文发布股价异常波动公告，自9月19日以来，连续5个交易日，ST凯文的股票收盘价格跌幅偏离值累计超过12%。截至9月25日，ST凯文的股价已经来到2.05元/股的历史低点，相较于22.69元/股的历史高位，股价已经跌去90.97%。

对于股价的异常波动，ST凯文工作人员向记者表示，公司在密切关注股价的表现，至于提振股价的操作，如果有会在第一时间进行公告。

事实上，近日，股票市场受到政策利好的不断提振，呈现出普涨态势，9月24日上证指数出现了四年来单日最大涨幅。尽管如此，ST凯文股价却仍然跌势难止。

这背后，与其9月19日发布的一份公告不无关联。当日，ST凯文公告披露，其于9月13日收到广东证监局出具的《行政处罚事先告知书》（广东证监处罚字〔2024〕24号）。

《行政处罚事先告知书》显示，经查明，ST凯文为减少应收款的坏账损失，在与供应商开展业务过程中，将资金从公司或子公司经供应商流转至指定客户，相关客户按要求向公司或子公司回款。ST凯文将收到的回款用以冲销应收款，2021年少提坏账准备1524.67万元，虚增利润1524.67万元，占当期披露利润总额的15.55%。ST凯文2021年年度报告存在虚假记载。上述违法事实，有公司公告、相关银行账户资金流水、记账凭证及原始凭证、情况说明、询问笔录等证据证明。

广东证监局认为，ST凯文2021年年度报告存在虚假记载的行为涉嫌违反《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）的相关规定。同时，ST凯文涉案期间有关董事、高级管理人员涉嫌违反《证券法》的相关规定。其中，时任董事长郑合明，知悉并放任ST凯文使用自有资金进行应收款虚假回款，时任董事、副总经理孔德坚，组织相关人员并参与实施使用自有资金进行应收款虚假回款，二人是上述信息披露违法违规的直接负责的主管人员。时任董事、总经理何啸威，时任财务总监刘军，时任董事会秘书彭玲，时任独立董事、审计委员会主任马汉杰，未勤勉尽责，是上述信息披露违法违规行为的其他直接责任人员。

公告显示，责令ST凯文方面改正，给予警告，并处以400万元罚款，同时对郑合明、孔德坚等六位ST凯文时任高管处以250万元至50万元不等的罚款，并给予警告。合计处罚金额1300万元。

对于此次处罚的影响，ST凯文工作人员向记者表示，公司生产经营管理及业务活动一切正常。公司本次收到的为广东监管局《行政处罚事先告知书》，最终结果以其后续出具的《行政处罚决定书》为准。处罚对公司业绩的影响，以公司披露的财报为准。

受此影响，ST凯文股票在9月19日开市起被实施其他风险警示，股票简称由“凯撒文化”变更为“ST凯文”，股票交易日涨跌幅限制5%。同时，ST凯文的股价自9月19日已连续5个交易日跌停。

净利润连续5年下滑

在因财务造假受到证监会处罚的背后，ST凯文的业绩表现已经长期处于下行态势。

财报数据显示，ST凯文的净利润已经持续5年下滑。上一次净利润同比增长还要追溯到2018年。当年，ST凯文实现净利润2.78亿元，同比增长9.30%。

记者了解到，2017年ST凯文在时任董事长郑合明的掌舵下，将主业由服装转向了文化产业。随后，经过3年的打磨，2020年ST凯文逐渐形成了基于精品IP泛娱乐战略的产业链布局，也构建了成熟的业务模式。

2022年，郑合明因身体健康原因卸任董事长，董事长职位由其女郑雅珊接任。正是在2022年，ST凯文的净利润由盈转亏，当年净利润同比下滑904.47%，而到了2023年，亏损幅度进一步扩大。2023年财报数据显示，ST凯文实现营业收入4.31亿元，同比下滑30.65%，净利润亏损7.95亿元，同比下滑21.20%。值得注意的是，ST凯文在2023年第三季度末归母净利亏损1.31亿元，而到了第四季度末，净利润亏损幅度已经来到了7.95亿元。

对此，ST凯文方面表示，公司需要对IP、在研产品、对外投资、投资性房地产、商誉等进行减值或公允价值变动测试，减值和公允价值变动测试后的结果，是造成第四季度亏损的主要原因。

记者注意到，截至2024年6月30日，ST凯文旗下深圳市酷牛互动科技有限公司、杭州幻文科技有限公司、四川天上友嘉网络科技有限公司合计商誉账面原值为22.35亿元，占净资产的63.64%，上述三家企业商誉减值准备为6.96亿元。

而对于公司业绩的持续下滑，ST凯文在2023年财报中提到，受制于公司大部分存量游戏产品已进入生命周期的后半程，游戏流水下滑，加上部分游戏新产品未能如期上线或上线运营时间较短，公司收入明显下降。

对此，ST凯文工作人员表示：“那个时候没有什么新产品。上线有一段时间的产品，没有出现大幅度的下滑，流水方面多多少少会出现一定程度的回落。公司在今年8月、9月陆续上线了新产品，上线后相关的游戏排名都还是比较靠前的。接下来也会上新产品，目前公司在按照节奏上线。”

进入2024年以来，ST凯文在上半年的业绩表现稍有起色。2024年半年报数据显示，ST凯文实现营业收入2.39亿元，同比增长33.89%，净利润亏损4667.47万元，同比增长51.69%。

游戏产业时评人张书乐表示：“ST凯文过于依赖外来IP推动游戏，用IP不断给既有游戏玩法换皮，最终造成玩家的审美疲劳，是IP游戏公司的一个硬伤。在游戏精品化的时代，要想长期俘获玩家，还是要在玩法创新上做文章。”

谈及下半年扭亏的信心，ST凯文在回应投资者时表示，公司已上线产品流水情况在预计范围内，今年将以降本增效、强化内控、利润导向为经营方针，整体业绩将呈现逐期向好的趋势。

记者了解到，8月21日，ST凯文在国内上线了《圣斗士星矢：重生2》。ST凯文方面提到，这款游戏的数据表现符合预期，目前正在积极准备年内上线港澳台地区，由易幻网络代理发行。今年还确定会上线《镇魂街：破晓》，《遮天世界》《全明星觉醒》为2025年储备项目。“随着公司重点项目陆续上线，并且公司在AI技术的积累和运用上不断深化，公司正有效地实现降本增效。”

“我们正对既有产品进行技术迭代升级，融合新技术，但要实现公司业绩的持续增长，关键在于不断推出新产品来驱动市场。”ST凯文工作人员向记者说道。至于具体这些新产品对公司业绩带来哪些影响，该人士表示：“目前新产品的上线周期还不算太长，这个还不太好判断，需要游戏跑一段时间才能确定。公司的游戏产品大多是以长生命周期为主。”

布局20多个海外基地 轮胎厂商出海应对“双反”

本报记者 陈茂利 北京报道

“墨西哥、印度尼西亚、塞尔维亚……多个大厂公布了海外建厂计划，可见今年全球轮胎产业的热度。”一位轮胎行业资深人士在和《中国经营报》记者聊起轮胎厂商布局海外生产基地时表示。

据不完全统计，已有海外工厂的中国轮胎企业有12家，另有9家企业规划或在海外建工厂，其中包括中策轮胎、赛轮轮胎、玲珑轮胎、森麒麟等轮胎头部公司。目前，已建成投产的海外工厂有15个，规划或在建中的海外第二工厂（或以上）共有6个。

采访中，记者了解到，国内轮胎企业出海建厂与欧美等国家和地区对我国轮胎企业征收高额“双反”税（反倾销税、反补贴税）有关。在靠近橡胶产地的东南亚建厂既能规避贸易壁垒，又能降低生产成本。

中国轮胎商务网行业分析师蔡娜在接受记者采访时指出，综合原材料成本、用工成本以及出口税率计算下来，在以越南为首的东南亚国家生产制造轮胎综合成本较国内工厂低10%—20%。

“公司2024年上半年积极推进柬埔寨、墨西哥、印度尼西亚等轮胎生产项目建设，在提升产能的同时，有效分散贸易壁垒等因素带来的风险。”赛轮轮胎表示。信达证券在研报中指出：“出海建厂是企业规避贸易壁垒的方式，海外工厂成为企业盈利的主要来源。”

记者就出海建厂的驱动因素，如何应对欧美“双反税”以及品牌建设等问题采访赛轮轮胎、玲珑轮胎。不过，截至发稿未得到回复。

轮胎企业积极求变。图为绿色低碳环保轮胎。 张硕/摄影

海外“跑马圈地”

今年上半年以来，我国轮胎企业公布多个出海建厂项目。

今年上半年以来，我国轮胎企业出海步伐加快，公布多个出海建厂项目。

9月17日，A股上市公司赛轮轮胎印尼项目在印度尼西亚中爪哇省佳腾工业园区正式奠基。这是继越南、柬埔寨和墨西哥后，赛轮轮胎的第四个海外生产基地。

中国轮胎企业海外建厂始于2012年。赛轮轮胎是第一个在东南亚建厂的中国轮胎企业，该公司的海外版图起航于越南胡志明市。

除东南亚外，赛轮轮胎正在向北美扩展海外版图。计划投资2.4亿美元（约合人民币16.9亿元），赛轮轮胎与墨西哥Tire Direct公司合资的年产600万条半钢子午线轮胎项目于今年5月在墨西哥瓜纳华托州举行奠基仪式。

中国第一、全球排名第九大轮胎制造商中策橡胶墨西哥工厂于8月6日正式奠基。据悉，该工厂总投资5亿美元（约合人民币35.3亿元）。值得一提的是，中策橡胶印尼工厂正在建设中，将于今年10月生产第一批产品。

不甘落后，轮胎行业头部公司玲珑轮胎正在筹划建设第三个生产基地。在塞尔维亚兹伦贾宁的工厂批量生产启动仪式上，该公司董事长王峰透露，墨西哥成为潜在的候选地点之一。

玲珑轮胎在启动仪式上宣布，计划向塞尔维亚兹雷尼亚宁工厂投入46亿元人民币进行扩建，预计到2030年将新增110万条子午线轮胎的生产能力。

200多亿元市值的森麒麟正在稳步推进摩洛哥智造项目投产，力争于今年四季度投产运行。项目建成后将具备1200万条半钢胎产能。值得一提的是，由于摩洛哥与欧美签有自贸协定，从该国出口的轮胎至欧美享受零关税。

森麒麟管理层在投资者交流中坦言：“海外产能扩充是中国轮胎全球化发展的必由之路，公司泰国一期及二期智能制造基地已顺利投产运行，并已成为核心盈利引擎。”

通用股份方面，公司泰国基地二期今年已经投产，柬埔寨工厂二期于8月份也实现了首胎下线，海外产能快速提升。

应对“双反税”

泰国、越南等东南亚国家建厂具有原材料成本低、用工成本低等优势。

“鉴于欧美发起‘双反’的主要考量或在于‘轮胎进口量占比较高的国家或地区’，因此中国胎企全球化建厂将比较有效地应对‘双反’及国内需求下降带来的波动。”民生证券在研报中分析。

为规避欧美“双反”调查是国内轮胎大厂选择在东南亚建厂的重要原因。据了解，2015年，美国便开始对部分中国轮胎企业征收高额“双反”税，征收的反倾销税从14.4%到87.9%不等，反补贴税从20.7%到100.8%不等。2017年，欧盟也开始对来自中国的全钢胎征收“双反”税。

以泰国为首的东南亚国家在出口美国市场的税率具有明显的优势。例如，森麒麟泰国公司适用的美国对泰国乘用车和轻卡车轮胎反倾销税率仅1.24%，泰国玲珑适用4.52%的复审终裁税率。

除了出口税率低，在泰国、越南、柬埔寨等东南亚国家建厂具有原材料成本低、用工成本低等优势。

公开资料显示，原材料的采集和生产成本占轮胎生产制造成本的80%。轮胎生产主要原材料包括橡胶、炭黑、钢丝帘线以及各种化学原料。在轮胎生产中，原材料成本大约占80%，其中天然橡胶成本占比最大，占比为41.6%，合成橡胶占比为11.8%，钢丝帘线占比为16.0%，炭黑占比为8.3%，化工辅料占比为9.6%，其他费用占比为12.7%。

蔡娜分析：“在以越南为主的东南亚国家，轮胎生产制造成本与中国相比有较明显差异。原材料成本方面，越南拥有丰富的橡胶资源，主要原材料成本较低，但也有一些材料依赖进口，算下来成本与中国相差不多。用工方面，越南的劳动力成本比中国低30%—40%，尤其是在工厂运营中具有显著优势。出口方面，由于越南与欧美签订了多项自贸协定（如欧盟—越南自由贸易协定‘EVFTA’），出口税率相对较低，出口至欧美市场成本更具竞争力。总体而言，越南工厂的综合成本较国内工厂低10%—20%。”

记者关注到，除了在东南亚布局，国内厂商也开始进军欧洲。玲珑轮胎的塞尔维亚工厂建设动力之一便是全球第二大轮胎市场欧洲市场对轮胎需求量逐年增长。

大而不强

中国轮胎设计软件在高端设计、智能化应用方面仍需进一步发展。

2023年全球轮胎销量17.85亿条，同比增长2.3%。作为全球第一大轮胎生产国，2023年，中国橡胶轮胎外胎产量达到9.88亿条，同比增长15.3%。

需要注意的是，中国虽然是全球最大的轮胎生产国，掌握着全球超50%的轮胎生产量，但中国轮胎产业却“大而不强”。

记者关注到，尽管中国生产全球近50%的轮胎，但中国头部轮胎公司销售额与世界知名品牌相去甚远。以米其林和赛轮轮胎（轮胎上市公司中市值第一）为例，2023年，米其林全年销售总额283亿欧元（约合人民币2194亿元），业务线营业利润达到36亿欧元（约合人民币156亿元）。赛轮轮胎2023年营收仅260亿元，净利润约22亿元。

“虽然中国轮胎的产销量是全球第一，但是国内轮胎厂商的利润却不高。”上述轮胎行业资深人士指出。比亚迪执行副总裁何志奇发文表示：“中国制造这么强悍，但现在竟然还没有一流的世界轮胎企业和一线轮胎品牌，归根结底是因为中国缺少世界顶级的本土汽车品牌。”

“中国尚未诞生一流轮胎品牌，我认为有三个方面的原因，第一是品牌建设不足，多数企业以低价策略为主，缺乏品牌溢价能力，品牌认知度和忠诚度不高。第二是研发投入不足，与国际大牌相比，中国轮胎企业在技术研发和创新方面的投入相对较低，产品技术含量不足。第三是市场定位问题。大部分企业专注于中低端市场，缺乏针对高端市场的明确战略。”蔡娜称。

值得关注的是，国产轮胎存在多项技术卡脖子情况。一款轮胎从何而来？设计软件是第一道门槛，在轮胎设计软件领域，一直是外资的软件产品在引领。

比如，轮胎设计常用的软件Unigraphics NX（为用户的产品设计及加工过程提供了数字化造型和验证手段）是Siemens PLM Software（西门子）公司出品的，设计软件Pro/E是美国参数技术公司（Parametric Technology Corporation）的产品。

蔡娜表示：“中国轮胎设计软件正在逐步缩小与国际水平的差距，尤其是在基础设计功能和应用场景的适配上取得了进展，实现可部分进口替代。但在高端设计、智能化应用、综合性能测试等方面仍需进一步发展。”

轮胎生产设备也是企业轮胎生产制造的关键。据了解，轮胎生产涵盖混炼、截断、成型、硫化等工序，这些设备大部分也掌握在外国公司手中。

一家轮胎原材料贸易公司相关负责人指出：“顶级的轮胎成型机VMI是荷兰的，裁断设备费舍尔（FISCHER）是德国的，炼胶设备企业三菱重工（MITSUBISHI）是日本的，硫化工序的设备神户制钢（KOBELCO）也是日本的。”

百人会副秘书长师建华：醇氢电动汽车进入快速发展期 年产业价值将超百亿

本报记者 尹丽梅 张硕 北京报道

商用车是汽车和交通领域减排降碳的重要突破口，商用车保有量仅占汽车整体保有量的12%，但其碳排放量的占比超过55%，商用车的新能源化对能源结构转型起着很大的作用。商用车单车燃料消耗量、使用频率、行驶里程均高于乘用车，是我国目前道路交通中柴油消耗的主体。从现阶段来看，我国商用车新能源化发展落后于乘用车，商用车产业应积极把握电动化、智能化、网联化、低碳化的趋势，提升全球化的竞争力。

相关数据显示，过去10年，中国新能源汽车推广成效显著，今年1—8月渗透率达41.5%，其中新能源乘用车销量占比为45.6%，新能源商用车渗透率仅为15.1%。

商用车电动化转型进展缓慢，亟须多元技术路线推动绿色转型，有着“中国能源”之称的醇氢电动汽车受到产业界青睐。醇氢电动汽车技术路线是否已经成熟？它面临哪些“梗阻”？

就相关问题，近日，在“2024醇氢电动汽车发展论坛”期间，中国电动车百人会副秘书长师建华，清华大学车辆与运载学院教授、清华—壳牌清洁交通能源联合研究中心主任帅石金，远程新能源商用车集团首席科学家、醇氢生态公司总经理刘汉如接受了《中国经营报》记者的专访。

走至台前

《中国经营报》：与乘用车相比，商用车新能源渗透率明显更低，其中的原因是什么？

师建华：商用车新能源转型阻力不小：首先使用场景复杂，对功能、性能和可靠性要求高，现有电动化方案难以满足；其次经济性要求高，电池、氢气价格及相关成本制约市场化；最后是补能设施不完善，且对重型商用车支持不足仍为明显。因此，为加快商用车和物流领域的绿色转型，需探索更为多元化的电动技术路线。

在新能源发展初期，业内转型的方向是以电动化为主，彼时相关动力电池技术还不能完全满足商用车的需求，因此虽然在初期推广时与新能源乘用车的政策没有任何区别，但是商用车的特殊性决定了它相较于乘用车更不容易实现电动化。乘用车是消费品，重量轻、体积小，在早期的示范运行中更容易推广。

而且，商用车是大体量交通运输工具，早期由于动力电池技术不成熟，导致商用车新能源化的技术路线不清晰。到今天，商用车新能源化仍然是天然气、甲醇、电动、氢燃料电池等多种技术路线并存的状态。

要提高商用车新能源渗透率，还需要很长的时间。氢燃料“制储运加用”各环节目前还不能很好地支撑长途干线运输的需求，因此商用车新能源化的速度相比乘用车更慢一些。与此同时，商用车充电所需的时间更长、充电基础设施的不足，都使得商用车在推广过程中不如乘用车发展得快。

《中国经营报》：醇氢电动汽车与氢燃料汽车、纯电动汽车的本质区别是什么？有哪些优势？

刘汉如：醇氢电动汽车是在电动化的基础上，把甲醇作为液态的氢直接替代传统的氢燃料电池系统用于发电供电，实现了纯电动车辆充电补能方式更便捷、更经济实用的升级发展。为什么要去推广醇氢电动汽车？我们认为醇氢电动技术路线比传统内燃机技术更节能，而且碳排放更低、环保性更好。

醇氢电动车型经过严苛的测试，无论是在燃油车动力衰减的高原地区，还是在纯电动汽车续航缩水的高寒地区，都展现出了极为稳定的性能表现。醇氢电动汽车的高效率增程器在线补电可解决里程焦虑、电池自重问题，同时可以降低整车成本以及大幅度降低碳排放。与国六柴油车相比，醇氢电动汽车PM污染物、一氧化碳以及氮氧化物分别可以降低98%、88%和82%。

甲醇燃料与甲醇汽车发展已经历经40多年，我国政府已经陆续出台了多项标准，甲醇燃料标准化体系已经建立。目前，搭载醇氢电动动力的远程新能源商用车，已经可以覆盖从漠河到吐鲁番，从平原到高原等中国所有的使用场景。实践证明，醇氢电动汽车是新能源商用车最佳的动力解决方案。经测算，如果全国一半的货运卡车能够用甲醇代替汽柴油，不但可以大大降低环境污染，而且每年可以减少石油进口1.25亿吨，减碳2.15亿吨。

师建华：醇氢电动汽车具备超长续航的特性，可以上绿牌，用车成本相对较低，而且动力很足、加注比较方便，同时也具备较高的低温适应性。醇氢电动汽车产品的可靠性、安全性以及适用性已经得到验证，目前多家商用车企业正在加快发展醇氢电动汽车，产品覆盖了商用车整个系列，醇氢电动汽车已经进入快速发展期。醇氢电动技术路线特别适用于商用车领域，能满足用户对多拉快跑、低碳运营、降本增效的要求，实现商用车场景运营的全覆盖。

醇氢电动汽车产业规模化将促进产业升级及技术创新应用。考虑到商用车年产量约400万辆规模，如果醇氢电动汽车在商用车中有5%左右规模的替代，将促进产业链上下游企业的营收，每年可产生的产业价值将超过百亿元。

帅石金：甲醇是一种非常好的燃料，常温常压下为液态，几乎找不到比它更便宜的液态燃料，而且它储存、运输非常便利。对于中国而言，能源绿色转型是不可逆的，我们正在积极主动地去解决能源安全问题。未来，低碳化、零碳化、电动化是发展趋势，在这一背景之下，绿色甲醇具有很大的发展前景。我们要把赛道切换到绿色甲醇方向上来，未来要致力于降低绿色甲醇的成本。

“梗阻”待解

《中国经营报》：醇氢电动汽车目前推广的难点是什么？

师建华：醇氢电动汽车的推广难点在于，目前醇氢电动汽车还没有被列入新能源汽车序列，还不能完全享受到新能源汽车所能享受的政策。在目前的政策环境下，醇氢电动汽车加注站的建设也会受到影响。作为一种生产资料，醇氢电动汽车需要有经济性的支撑，如果享受不到国家政策倾斜的话，会影响到相关方推广的积极性。

未来，推动醇氢电动汽车发展需要从以下几个方面发力：明确醇氢电动汽车的新能源汽车定位，使其能够享受国家新能源汽车发展的相关政策；明确甲醇加注站主管部门，加快基础设施建设，以保障醇氢电动汽车的发展；完善和优化相关标准体系，使其更加规范，能够进入良性、有序、健康发展轨道；加大绿色甲醇产业的支持力度，在条件成熟的地区开展试点示范工作，通过试点带动醇氢电动汽车产业的发展。

刘汉如：醇氢电动汽车目前发展的痛点主要是甲醇加注站的建设。现阶段，氢燃料是由住建部牵头管理，汽柴油燃料供应与管理则归口商务部，甲醇属于新型液体燃料，加注站建设审批在国家层面还没有明确的主管部门对口管理，这给醇氢电动汽车的推广应用带来较大的困扰。未来，我们要明确甲醇加注站主管部门，加快基础设施建设，以保障醇氢电动汽车的发展。

稳定的醇源供给是醇氢电动汽车高效运营的关键，甲醇加注站的建设需要政府政策的有力引导以及全行业的积极参与。只有这样，才能推动补能基础设施建设与醇氢电动汽车发展更好地相适应，为经济社会全面绿色转型发挥重要作用。

《中国经营报》：像加氢站一样，甲醇加注站的建设成本也比较高，这会造成没人愿意投资的现象。你如何看待这一现象，远程新能源在这方面将如何进行布局？

刘汉如：早期，醇氢电动汽车因为腐蚀性、冷启动等问题，在美国、欧洲等地未能走通，但在中国却取得了成功，这是因为中国有着巨大的市场和丰富的使用场景。光伏、风能发电、风光发电也有着类似的发展路径。目前，我国是全世界光伏以及风能技术最先进的国家，同时也是成本最低的国家。在新能源汽车以及动力电池技术方面，日本、韩国、欧洲等国家和地区此前也比我们发展得更好，但是我国的动力电池技术这几年发展得非常快，成本也很低。

因此，对于醇氢电动汽车的成本问题，我的看法是，一旦规模起来了以后其成本自然也会大幅降低。

在甲醇加注站这一基础设施建设方面，远程新能源商用车集团早就进行了相关布局。两年前，我们成立了醇氢生态公司，为解决“有车却没有办法给车加注”的问题，我们决定亲自入场去推动甲醇加注站的建设。目前的做法是，在地方政府推出相关政策后，我们与各地的加油站、加注站（包括一些民营加注站），以及中石油、中石化展开相关合作。同时，在绿色甲醇的制备方面，我们也特地设立了一个公司去进行布局。未来预计我们将在这条技术路线上投资100亿元。

亚星客车主动退市 昔日明星走向“陨落”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“请问我的股票过了申请期该怎么办?”

9月11日,一位关心扬州亚星客车股份有限公司(600213.SH,以下简称“*ST亚星”)的投资者在上交所互动平台上向公司如是问道。

时间回拨至8月10日,*ST亚星发布公告称,公司拟以股东大会决议方式主动撤回其A股股票在上交所的上市交易,并转而申请在全国中小企业股份转让系统转让。

9月19日,*ST亚星发布公告称,公司收到上交所《关于受理扬州亚星客车股份有限公司股票主动终止上市申请的通知》,上交所决定受理公司关于股票主动终止上市的申请。

至此,这家上市25年的老牌客车制造企业正式步入退市阶段。*ST亚星主动退市后,中小股东的利益也得到合理保障,即以现金选择权6.42元/股将股票出售给控股股东。

针对公司主动退市背后的考量,以及未来的发展规划,《中国经营报》记者致函并致电至*ST亚星证券事务代表处,相关工作人员表示会查看采访函,但截至发稿,尚未有回复。

在北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔看来,如果*ST亚星不主动退市,它的股价还会继续下跌;现在它主动申请退市,中小股民将股票卖给大股东也能拿到现金赔偿。

为何*ST亚星会行至主动退市的境地?张翔告诉记者,纵观整个客车行业,现在是产能过剩,竞争激烈。“*ST亚星的产品创新不够,此前也没有快速转型,错失了发展良机,因而在整个行业的竞争中败下阵来,曾经客车行业第一名的位置,也被宇通客车所取代。”

昔日“客车霸主”行至退市

2000年前后,*ST亚星曾取得过连续7年保持客车全国销售第一的成绩。

相关资料显示,*ST亚星成立于1998年9月,是由江苏亚星汽车集团有限公司(以下简称“亚星集团”)作为主发起人,联合扬州江扬船舶集团公司、扬州经济技术开发区开发总公司、江苏扬农化工集团有限公司、扬州冶金机械有限公司共同发起设立的股份有限公司。

1999年,*ST亚星在上交所上市,成为客车制造行业的上市公司。2011年,亚星集团将持有的公司51.%股权无偿划转给潍柴(扬州)投资有限公司[以下简称“潍柴(扬州)”]。

2022年,公司向特定对象非公开发行股票6600万股,由潍柴(扬州)认购,其持股比例变更为62.31%。截至目前,潍柴(扬州)持有*ST亚星62.31%股权,是公司的控股股东。

记者注意到,作为江苏省扬州市的首家上市公司,*ST亚星旗下有“亚星”“丰泰”“扬子”等子品牌,产品涵盖5—18米各型号长途客车、校车、高端旅游客车、城市客车、团体客车、豪华房车和特种专用车等环保节能型客车,在整个客车行业也曾有过辉煌的过去。

2000年前后,*ST亚星曾取得过连续7年保持客车全国销售第一的成绩。但在辉煌过后,*ST亚星市场表现逐渐不乐观,直到2011年,潍柴集团旗下的潍柴(扬州)入主*ST亚星。

“*ST亚星后面转让给山东重工旗下的潍柴集团,但山东重工旗下还有其他客车公司,即中通客车,该公司与*ST亚星存在部分业务重合的情况,存在一定的同业竞争情形。山东重工对*ST亚星也不够重视。”张翔告诉记者,“此外,由于历史的原因,*ST亚星的生产成本很高,一些零部件必须要到固定的供应商那里去采购,*ST亚星整个的负担就很重。”

中国汽车流通协会商用车专业委员会秘书长钟渭平也告诉记者,*ST亚星作为一家传统的客车上市企业,其转型和发展过程中面临的困难很多。“从简单的合资到被潍柴集团控股,这背后就有很多挑战。潍柴集团作为一家传统发动机领域的龙头企业,它更多的是希望潍柴集团能够在客车整车上有很多的发动机销售,但客车领域恰恰是新能源化步伐发展最快的板块之一。”

8月2日,*ST亚星披露,基于当前市场环境及公司情况,潍柴(扬州)提议公司以股东大会决议方式终止公司股票上市;8月26日,其主动退市议案在临时股东大会获得通过。

钟渭平表示,*ST亚星主动退市的背后,一是*ST亚星现有的上市结构或者股权结构,已经不再适应公司的发展;二是*ST亚星近几年都是处于亏损状态,股票已经ST且带星。

身处亏损泥潭难以自拔

昔日客车行业的霸主为何要选择主动退市,*ST亚星对外给出答案。

昔日客车行业的霸主为何要选择主动退市,*ST亚星对外给出的答案是,2023年度经审计的期末归属于上市公司股东净资产为负值,公司股票已被上交所实施退市风险警示。而根据相关规定,若公司2024年度经审计的期末净资产为负值,公司股票将被上交所终止上市。

记者注意到,2020—2023年,*ST亚星的净利润仅在2021年为正数,当年该公司实现净利润189.16万元。此外,2020年、2022年、2023年,*ST亚星净利润分别为-1.58亿元、-1.96亿元、-3.37亿元。2024年上半年,*ST亚星继续亏损,净利润约为-1894.22万元。

“现在*ST亚星的年销量2000辆出头,达不到规模效应,产能得不到利用,且多年亏损,企业也没有足够的资金去做研发投入,现在主动退市,不失为一个明智的举措。”张翔说道。

钟渭平告诉记者:“从上交所的要求来看,*ST亚星面临的压力很大,在横竖都是退市的情况下,不如给小股东一些补偿,选择主动退市,况且主动退市也总比勒令退市要好一些。”

记者注意到,*ST亚星的主动退市,其控股股东潍柴(扬州)也将真金白银地回购中小股东的股份。8月29日,*ST亚星披露了《关于本次终止上市事项现金选择权申报公告》。

9月12晚,*ST亚星披露本次终止上市事项现金选择权的申报结果。根据中国证券登记结算有限责任公司上海分公司提供的申报原始数据,在本次现金选择权申报期间(9月6日、9月9日、9月10日),共有4993个证券账户进行了申报,申报股份数量为9621.32万股。

经公司根据有效申报的原则进行筛选核对,剔除无效申报后,共有4988个证券账户申报有效(含部分申报有效的股东),有效申报的股份数量为9608.68万股。据悉,现金选择权的行权价格为6.42元/股,这也意味着现金选择权提供方潍柴(扬州)需准备6.17亿元。

对于*ST亚星主动申请退市给行业带来的启示,钟渭平认为,*ST亚星主动退市对整个行业都有非常重要的警醒作用。“任何商业模式都有它的历史使命,完成了这一历史使命,企业必须要实现转型和跨越,依靠原有的‘一招鲜吃遍天’的模式肯定走不通。如何去转型、升级,这是全世界所有客车企业面临的相同课题。比如国内的宇通客车,它转向新能源的卡车、专用车领域,这是因为与客车相比,卡车和专用车领域有着更为广阔的市场。”

9月19日,*ST亚星公告称,公司主动终止上市申请获上交所受理。图片源自企业官微

降本增效或为发展重点

*ST亚星还表示,公司要降低运营成本,提升经营效益。

*ST亚星的主动退市并不意味着客车行业整体衰退。钟渭平告诉记者:“客车行业仍有很多发展机会,只是规模可能会受到影响。此外,产品、能源动力、结构也可能受到影响,但市场需求依旧存在,一年近40万辆的市场销量,足以说明市场规模依旧较为庞大。”

实际上,主动退市也不意味着公司就此躺平。据悉,*ST亚星股票在上交所终止上市后,会转而申请在全国中小企业股份转让系统转让。*ST亚星已履行了现阶段必要的审议程序。

对于终止上市后的经营发展计划、并购重组安排、重新上市安排,*ST亚星也有着自身规划,公司将积极开拓国内外市场,提升产品销量,优化订单质态,提升公司盈利能力。

“现在国内长途客运逐渐被高铁取代,客车市场规模在萎缩,这个对亚星的打击也是客观的。”张翔补充道,“新能源汽车的补贴退坡,也给客车行业发展带来挑战,这就意味着以前适合客车企业发展的机遇在逐步消失。*ST亚星也没有抓住出海的发展机遇,像宇通客车现在的出口量在逐年增加,海外市场的拓展给宇通客车带来很多正向推动力。”

*ST亚星还表示,公司要降低运营成本,提升经营效益。公司将围绕“开源节流提效益、降本增效促发展”的管理方针,以解决重点难题为工作导向,加大成本管控,加强内部控制,把好审批流程,有效降低公司运营成本,增强抗风险能力,促进主营业务的可持续发展。

对于公司终止上市后,是否有并购重组安排、重新上市的安排,*ST亚星此前也对外披露,目前,公司无筹划重大资产重组的安排,也无终止上市后重新上市的具体时间计划。

除了转型升级外,钟渭平称,客车企业应不断加码全球化布局,提高自身的核心竞争力。“如何在当下关税壁垒的背景下,将国内的产能优势逐步转移到海外市场,将国内的KD模式引入国外等,都值得所有企业去好好思考。客车企业过往的发展模式,是基于产品组合或者产品加工,但在现在充分竞争的市场环境下,这样的整合模式肯定走不长久。”

钟渭平称:“在行业充分竞争的环境下,客车企业不仅要有核心的技术能力,还得有综合服务能力,这种能力不仅体现在卖车过程中,更体现在产品的整个生命周期过程当中。客车企业不仅要提供好的产品,同时还要具备优质的服务能力,给客户带来更多的附加价值。”

亿纬锂能融资扩产之路:是战略机遇还是过度冒险?

本报记者 陈靖斌 广州报道

近日,亿纬锂能(300014.SZ)披露了第六期限制性股票激励计划草案,计划向包括总裁刘建华和董事会秘书江敏在内的619名员工授予不超过7065万股限制性股票,授予价格为22.76元/股,较公告日收盘价低近30%。

该草案指出,激励计划的股票来源于二级市场回购及/或向激励对象定向发行。据悉,亿纬锂能于2024年2月5日审议通过了回购方案,计划回购金额在1亿—2亿元。截至2024年8月31日,公司累计回购股份64.91万股,耗资约2484.43万元。此前,2023年9月12日—10月11日,亿纬锂能还回购了318.96万股。

《中国经营报》记者注意到,此次激励计划的业绩考核目标仅包括出货量,而未涉及利润和销售收入等关键财务指标,这引发一些投资者对其合理性的质疑。此外,亿纬锂能发布该激励计划的背景,却是锂电市场供需失衡,导致多家企业的产能利用率持续下降,而亿纬锂能的股价和业绩也因此受到压力。

面对外界对激励计划合理性的质疑,亿纬锂能将如何回应?在当前股价和业绩承压的情况下,亿纬锂能为何认为这一激励计划对企业的长期发展有利?记者已联系亿纬锂能证券事务代表,但截至发稿尚未收到进一步回复。

“出货量”作为考核目标引质疑

在亿纬锂能的最新限制性股票激励计划中,考核期被缩短至两年,涵盖2024年和2025年。该计划将业绩考核指标聚焦于出货量,设定目标为2024年和2025年动力电池与储能电池合计出货量分别不低于71GWh和101GWh。值得注意的是,如果两个年度的出货量实际达成率分别未达到80%和70%,当期激励将会失效。

与以往第三、四期非限制性股票的考核指标不同,后者关注的是净利润、加权平均净资产收益率和营业总收入等重要财务指标。这也引发了投资者对新计划考核目标宽松性的质疑,一些股东在亿纬锂能股吧中甚至直言:“不把利润作为考核目标,就是耍流氓。”

亿纬锂能对此回应强调,基于宏观经济环境和行业竞争的复杂性,公司面临许多不可控因素,这对收入和利润的实现产生了影响。在激烈的市场竞争中,公司认为,增加销售数量和扩大市场份额是推动增长的关键策略。通过设定明确的销售目标,亿纬锂能不仅展现了在动力和储能领域追求扩张的决心,还旨在激励员工积极性和团队合作精神,以实现长期发展目标。

在当前锂电池产业价格战的背景下,亿纬锂能此举并不难以理解。作为国内主要锂电池制造商之一,亿纬锂能在2024年上半年的动力电池出货量为13.54GWh,同比增长7.03%;而储能电池的出货量为20.95GWh,同比大幅增长133.18%。尽管合计出货量已达到34.49GWh,但距离71GWh的目标仍有36.51GWh的差距。同时,相应产品的营业收入却在下降,表明市场竞争加剧所带来的压力。

新金融专家余丰慧在接受记者采访时表示,亿纬锂能的新激励计划只关注出货量,忽视利润和销售收入等关键指标,可能会对公司的长远发展带来负面影响。他指出,利润和销售收入是衡量企业盈利能力的重要指标,投资者对此十分关注。忽视这些指标,可能导致公司过于关注短期业绩,而忽略长期发展,从而影响公司的声誉和市场地位。此外,这种忽视还可能削弱员工和团队的积极性,进而影响整体绩效。

实际上,亿纬锂能在2024年上半年的整体业绩确实面临压力。根据财报数据,2024年1—6月,公司实现营业收入216.59亿元,同比下滑5.73%;归母净利润为21.37亿元,同比微降0.64%。在过去三年中,亿纬锂能的营收和净利润增速已连续两年下降。

从具体产品来看,亿纬锂能的主营业务涵盖动力电池、储能电池和消费电池,今年上半年的营业收入分别为89.94亿元、77.74亿元和48.49亿元,同比增幅分别为-25.79%、9.93%和29.75%。其中,毛利率也出现不同程度的下滑,动力电池和储能电池的毛利率分别下降2.66%和1.25%,而消费电池的毛利率则下降7.01%。

在一季度的业绩会上,亿纬锂能管理层表示,公司计划在2024年将储能出货电量目标设定在50GWh以上,相较于2023年有了显著增加。考虑到海外市场的需求占整体储能需求的60%—70%,公司正加大海外业务拓展力度。例如,今年7月,亿纬锂能的子公司计划投资32.78亿元在马来西亚建设储能电池及消费类电池的制造项目。

尽管如此,半年报显示,亿纬锂能来自境外的收入为54.43亿元,同比下滑26.69%;毛利率为21.73%,同比下降2.46%。而来自境内的收入为162.17亿元,同比增长4.28%;毛利率为16.48%,同比增长2.7%。

募资扩产被深交所问询

亿纬锂能不仅面临业绩压力,其持续扩产的策略和频繁融资也引发了市场的关注与质疑。特别是在此次推出的限制性股票激励计划中,将出货量作为考核指标,已经引发一些争议。

然而,出货量考核的争议并不是公司唯一的挑战,记者注意到,亿纬锂能不仅在努力达成业绩考核目标,还在加紧进行融资和扩产。

9月9日晚,亿纬锂能发布了创业板向不特定对象发行可转换公司债券的募集说明书修订稿,并回应了深圳证券交易所(以下简称“深交所”)对其融资计划的问询。此次可转债计划拟募集50亿元,主要用于“23GWh圆柱磷酸铁锂储能动力电池项目”和“21GWh大圆柱乘用车动力电池项目”。

深交所对亿纬锂能的再次融资提出了质疑,要求公司解释在此前的募投项目尚未全部完成、产品毛利率持续下滑、手握大量货币资金与交易性金融资产的情况下,短期内为何再次融资扩产,以及该行为的合理性与必要性。

对此,亿纬锂能在回复中解释称,全球动力及储能电池市场的需求正迅速增长,预计到2027年,公司此次募投项目将释放约39.23GWh的产能,占同期全球动力及储能电池需求的1.19%;而包括所有在建和拟建项目在内,公司的总产能将达到328GWh,占全球需求量的9.91%。这使得公司认为,在当前阶段扩产是必要的,以确保在激烈的市场竞争中占据一席之地。

此外,亿纬锂能也坦言,公司现有资金无法满足全部项目的投资需求,通过股权融资进行扩产有助于缓解资金压力,优化财务结构,从而保证公司的扩展计划得以顺利进行。其还强调,此次融资并非过度融资,且符合企业长远发展的规划。

值得注意的是,亿纬锂能近年来频繁进行再融资。自2019年以来,亿纬锂能已通过多次定增和可转债筹集了大量资金。其中,2019年4月,亿纬锂能通过定增募集25亿元;2020年10月再次定增募集25亿元;2022年11月则募集了90亿元。而截至2024年6月30日,公司期末现金及现金等价物余额为81.5亿元,交易性金融资产为62.89亿元。

尽管手握大量现金和资产,亿纬锂能仍面临投资进度缓慢的挑战。

根据公司2024年8月22日发布的《2024年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》,2022年募投的多个项目并未按计划完成。以乘用车锂离子动力电池项目为例,该项目的承诺投资总额为33.74亿元,但截至2024年6月30日,实际投入资金仅为19.2亿元,使用进度为56.91%,原计划于2024年9月30日达到预定可使用状态。而HBF16GWh乘用车锂离子动力电池项目的承诺投资总额为26亿元,实际投入金额仅为14.14亿元,使用进度为54.4%,项目原定于2024年11月30日完工。

这些未按计划推进的项目让投资者对亿纬锂能的资金使用效率产生疑虑。亿纬锂能虽然通过再融资筹集了大量资金,但多个募投项目的进度不及预期,这不仅影响了公司的扩产计划,也让投资者对公司未来的收益和发展前景产生担忧。

余丰慧对此表示:“亿纬锂能在融资和扩产的过程中,需要更加谨慎地平衡短期资金需求与长期发展目标。企业应该合理规划资金使用,确保资金集中用于关键项目,避免因过度扩张导致财务负担过重。同时,公司应加强与投资者的沟通,明确融资用途和发展规划,以提升市场对其长期发展潜力的信心。”

挑战Model Y 蔚来的品牌下沉“阳谋”

本报记者 郭阳琛 石英婧
合肥 上海报道

“总之一句话爆单了。我特别叮嘱服务器要扩容5倍，但还是有一点儿卡。”9月20日，在乐道L60上市发布媒体沟通会上，蔚来创始人、董事长、CEO李斌忍不住嘴角上扬。

《中国经营报》记者了解到，作为蔚来全新品牌乐道的首秀，乐道L60起售价20.69万元。若采用BaaS电池租用服务，乐道L60价格低至14.99万元，叠加创始版权益每月租电费用只需480元。

对于乐道L60的市场竞争力，李斌充满期待。他表示，作为一辆20多万元的纯电SUV，希望乐道L60能够与Model Y进行比较。而在采用BaaS模式后，乐道L60下沉至15万～20万元的市场，希望能成为传统合资品牌油车的挑战者。

与李斌的思路相似，9月以来诸多车企纷纷拿出冲量车型围攻特斯拉Model Y，9月10日开启预售的智界R7，9月20日上市的极氪7X和smart精灵#5，9月26日上市的新款智己LS6和阿维塔07等。上述车型均为纯电中型SUV，售价在20万～30万元。

除了换电和BaaS模式，网感是乐道的另一大优势。早在乐道L60上市前，便进行了为期36天2万公里、途经73个城市的直播实测；上市发布会后第2天，李斌又和蔚来高级副总裁、乐道汽车总裁艾铁成进行了一场两小时的直播，直面用户的“灵魂提问”。

乐道首秀“爆单”

9月19日，蔚来全新品牌乐道的首款车型——乐道L60正式上市。

9月19日，蔚来全新品牌乐道的首款车型——乐道L60正式上市，售价20.69万元起，比21.99万元的预售价低了1.3万元。相比特斯拉Model Y后轮驱动版，更是足足便宜了4.3万元。

值得一提的是，采用BaaS电池租用服务，乐道L60价格低至14.99万元，电池租用月费最低只需599元。若加上创始版权益，每月租电费用只需480元。而根据蔚来的经验，选择BaaS模式的购车车主占比超过80%。

李斌直言，油车和电车一直很难做价格定位，过去电车相当于把好多年省的油钱先提前付了买电池。“我们采用BaaS模式的价格，方便油车用户定位（比价），这就是把车和电池分离以后的好处。”

“平均一名油车用户，一个月需要一箱半到两箱油。而乐道L60每月的电池租用费，相当于92号汽油加满一个60升油箱的价格。再加上每个月一两百元的充电费，实际上乐道的电池使用成本相比油车日常加油成本更低。”艾铁成具体阐释道。

李斌进一步表示，在15万～20万元的市场，每月油车销量有十几万辆。即使不考虑购置税优惠，希望乐道L60也要比传统合资品牌更有竞争力，成为本田CR-V、丰田RAV4、大众途观这些热门中型SUV油车的挑战者，这是乐道L60承担的使命。

尽管定价十分具有竞争力，但仍确保乐道有一定的利润空间。按照李斌此前的说法，一旦产能达到期待量之后，乐道品牌有机会做到15%左右的毛利率。

李斌透露，乐道在全力以赴增产。按照计划，今年10月乐道L60产能将达到5000辆，12月达到1万辆；而明年1月产能至少为1.6万辆，3月则提升至2万辆。

在扩大产能的同时，乐道也在进一步布局补能体系和渠道终端。按照计划，至2024年年底，乐道可用换电站将超过1000座，加电体系已接入超过2.3万根自建超充桩，100多万根第三方充电桩，实现换电、充电县县通。渠道方面，乐道计划建设200多家门店，接入350家服务中心。

作为首个推出第二品牌的造车新势力，蔚来与乐道之间会相互竞争吗？李斌认为，两者品牌定位不同。乐道专为家庭打造，而蔚来偏向高端商务个性市场。“从行业经验来看，双方会相辅相成，不会互相抢份额。比如丰田和雷克萨斯、大众和奥迪，互相之间的客群是分开的。”

“各大门派”围攻Model Y

除了乐道L60，诸多车企也拿出冲量车型围攻特斯拉Model Y。

近日，蔚来子品牌乐道首款新车乐道L60正式上市，以较高性价比吸引大量消费者。 本报资料室/图

“今年新车销量中，30万元以上的高端市场占比下降了一些，宝马、奥迪等高端品牌迫于市场压力将价格降至30万元以下。同时，在20多万元区间有非常多不错的电动车，包括特斯拉Model Y，还有理想、极氪的一些车型，在25万元左右的价格段形成新的引力中心。”谈及今年的车市，李斌感慨万千。

除了乐道L60，诸多车企也拿出冲量车型围攻特斯拉Model Y，在2024年成都国际车展“出圈”的极氪7X便是最为典型的例子。记者注意到，从8月31日开启预售到9月20日正式上市，极氪7X在这20天内的订单已经突破5.8万单。尽管如此，极氪依然将新车售价下调1万元至22.99万元起售。

“从事汽车快30年，经历过的产品定价也有上百次，这次的定价的确是最难的。”对于此次调价，吉利控股集团总裁、极氪智能科技CEO安聪慧表示，考虑到用户的期待和市场的竞争环境，最终集体决策确定下调价格，“我们认为是非常合理、有竞争力的”。

安聪慧进一步表示，在纯电SUV时代，简单跟随造一台比Model Y更Model Y的车并不费力，中国车企有这个工程能力和成本优势，但这不是极氪的选择。极氪7X的目标是成为纯电SUV细分市场的标杆，不论是技术、安全、销量还是财务表现，都要成为标杆。

与此同时，9月20日，号称smart品牌“史上最大”车型的精灵#5正式开启预售，预售价格为24.5万元起。

一直以小而精的特质示人的smart品牌，之所以选择造“大车”也考虑到市场因素。smart品牌全球公司CMO张明霞向记者表示，中型SUV是更主流的车型，smart品牌需要有更大的市场，让品牌在市场上保持声量。smart精灵#5会对整个销售带来非常重要的拉动作用。

可以预见，20万～30万元的乘用车市场将迎来一场大混战。天风证券研报分析称，这一价格段的新车越来越多，一方面，部分原30万～40万元价格带车型降价至30万元以下；另一方面，国产新能源车在技术和消费者心智等方面逐步有赶超国外某车厂趋势。

“20万～30万元价格带业务规模前五名公司所占市场份额集中度由2023年76%下降至2024年5月的69%，新能源车厂在定价压力下促使这一价格带竞争明显加剧。”天风证券研报进一步表示。

“人气主播”李斌

在上述激战中，李斌和乐道的一大优势便是善于利用互联网接近用户。

在乐道L60上市前，新车1号车主、乐道汽车用户与服务运营负责人夏庆华开着乐道L60首台量产车，开启了为期36天2万公里、途经73个城市的直播实测。9月19日下午，夏庆华即将收官回到合肥，李斌特意出城60公里远迎并参与直播。

而在此两天前，9月15日—17日，李斌还远在新疆。推进充电县县通和换电县县通计划的落地，李斌开着ES8前往新疆喀什周边县区并进行直播。在此期间，李斌还与老朋友新东方创始人俞敏洪在雪山下进行了一场“围炉夜话”，直播畅谈成长经历、创业感悟乃至人生规划。

李斌表示，蔚来这几年一直都在风口浪尖上，很多人也会消费自己，所以开玩笑说CEO现在也叫“首席娱乐官”。“但我今年也发生了一些变化，我原来是不会做社交媒体的，朋友圈、微博都是广告。从今年3月份，我也开始做直播。”

“我想明白了，虽然世界不欠我们一个理解，但不管是企业还是我们所做的事情，也是需要跟大家交流的，让大家了解一个真实的蔚来，了解一个真实的李斌，也是我的一个责任。”李斌感慨万千。

记者注意到，如今，夏庆华还会在每天晚上八时准时开启“乐道问必答”的直播，花费一小时为用户答疑解惑。在首场直播中，BaaS模式正是用户最关心的问题。

对此，夏庆华当场提出建议：如果车辆使用时间在七年以内，更建议用BaaS模式；如果使用超过七车，则建议买断电池。同时，现在某些城市带电租的二手车甚至比不带电租买断的二手车折价率更低，所以不存在蔚来和乐道的车不带电没人收。

此外，定期高频的直播，也让蔚来和乐道能对舆论快速直接地进行回应。特别是乐道L60前悬架系统采用双球节麦弗逊式设计，而非同级别竞品中较为常见的双叉臂独立悬架。

蔚来助理副总裁、乐道产品负责人俞斌在直播中回应称，乐道L60定位是家庭舒适导向，在城区开操控需要灵活和大空间，双球节麦弗逊是非常好的选择。“硬件是底线，调校才是上限，大家不要只看数据，真正实实在在地试一下乐道L60，用事实说话。”

而李斌在接受记者采访时直言，直播并没有占据自己太多的时间。对于直播，也并不期待有太大的传播效果，更多的是为拉近与用户的距离。

降本增效 多家汽车零部件巨头谋“瘦身”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

今年以来，多家汽车零部件巨头相继举起降本增效大刀。

汽车零部件供应商博世CEO Stefan Hartung（史蒂凡·哈通）于当地时间9月21日表示，尚未排除关闭德国北部Hildesheim电动汽车工厂的可能性，也没有排除进一步裁员的可能性。公司与员工代表们开会，讨论如何确保竞争力。

博世此前已有过一些裁员计划。对于上述工厂关闭和裁员实施的可能性，博世中国相关负责人向《中国经营报》记者表示：“关于Hildesheim工厂，正如哈通博士在采访中提到的，公司目前尚未做出任何决定。管理层目前正与员工代表进行交流，以确保该厂的竞争力。”

虽然博世Hildesheim工厂的关闭和进一步裁员尚无确定的消息，但上述消息也反映出博世当下所面临的挑战并不小。

实际上，博世所处的境况只是欧洲汽车零部件巨头的一个缩影。据记者不完全统计，今年以来，已经有博世、采埃孚、法雷奥等零部件巨头都对外宣布过裁员计划。但值得注意的是，面对中国市场，这些汽车零部件巨头都在选择继续加码布局。

汽车行业分析师任万付告诉记者，像博世、采埃孚等传统的零部件巨头，他们的优势主要在电子电控，包括变速器等方面，而这些主要都与传统的燃油车相关。“随着全球掀起的电气化浪潮，尤其以中国的造车新势力和美国特斯拉为代表的车企带来的电气化革命，这些汽车零部件巨头的优势没以往那么大了，因为全球的燃油车销量在下降，这是不争的事实。”

巨头们的“瘦身”举措

据新华社报道，大众汽车集团2日发布声明称，公司正考虑首次关闭其在德国的一家汽车制造厂和一家零部件厂，并终止自1994年实施的就业保护协议，以进一步削减开支。

除了大众外，此前也有报道称，为增加新款雪佛兰Bolt EV的产量，通用汽车公司宣布，将暂时解雇美国堪萨斯州费尔法克斯装配厂三分之二的工人，直到2025年中期恢复生产。

这种裁员潮也蔓延至汽车供应链。今年7月下旬，为了提高竞争力，应对电动汽车领域的变化，采埃孚集团对外宣布，到2028年年底，德国员工人数将陆续减少约1.1万人至1.4万人。采埃孚集团目前在德国有5.4万人，这意味着德国员工总数的四分之一将受到影响。

实际上，博世在1月份就宣布，计划在2026年前裁员1200人，其中950人在德国本土。记者了解到，博世集团此番宣布的裁员计划主要集中在智能驾驶与控制系统事业部（XC）。

盘古智库高级研究员江瀚告诉记者，今年多家汽车零部件巨头采取的“瘦身”举措，反映了行业在面对经济不确定性、市场需求变化以及技术转型压力下的应对策略。“他们这么做的背后考量主要包括：一是为了降低成本，提高运营效率，以应对全球经济放缓和汽车行业波动带来的挑战；二是优化资源配置，集中力量于更具增长潜力和竞争力的业务领域，如智能驾驶与控制系统等；三是加速转型，适应电动汽车和自动驾驶等新兴技术的发展趋势。”

“这样的‘瘦身’举措能让企业在短期内减轻财务负担，提升盈利能力；长期则有助于实现业务结构的优化和技术的领先。但也存在一定的弊端，如员工失业带来的社会影响、企业文化和团队稳定性的破坏，以及转型过程中可能遇到的技术和市场风险等。”江瀚说道。

“与其他公司一样，艰难的经济环境和持续的行业转型给博世带来了重大挑战。如此情况下，我们必须保持竞争力。与此同时，我们需要进行前瞻性投资，并为未来发展做好准备。”对于当下的市场环境，博世中国相关负责人表示：“当前的经济形势充满变化和挑战，我们也在不断评估我们在各个市场和领域的业务发展。博世的目标仍然是通过新产品和广泛的再培训计划尽可能地保留工作岗位，但当前的环境也意味着我们可能无法避免裁员。博世希望任何必要的人员调整都尽可能地以合情合理的方式进行。针对智能出行业务，我们承诺遵守2023年夏季签订的工作协议，并保证在2027年年底之前，德国的智能出行集团不会裁员。”

该负责人称，2024年全球汽车产量预计将与上一年持平。尽管市场环境充满挑战，如果最后一季度业务表现良好，公司预计博世智能出行集团2024年的销售额将取得小幅增长。

坚定加码在华市场

值得注意的是，在各大汽车零部件巨头对外宣布的裁员计划中，都没有涉及中国市场。不仅如此，面对中国这一潜力巨大的汽车消费市场，各大汽车零部件巨头更是不断加码投资。

过去10年，博世在华累计投资超500亿元。截至2023年年底，博世在华设有34家生产基地和26个技术中心，拥有员工近5.8万名。中国是博世除德国本土外，拥有员工人数最多的市场，研发人员就超1万名。2023年，博世在华研发费用达110亿元（约合14亿欧元）。

对于中国市场的重要性，博世中国总裁徐大全称：“中国不仅是巨大的消费市场，也是重要的创新基地。稳健的业绩增长为博世在中国持续深化本土创新和布局提供坚实的基础。”

中国市场也反馈亮眼。以2023年为例，虽然受到诸多不利因素的影响，但博世在华业务仍保持了增长，达到1390亿元（约182亿欧元），同比增长5.2%。其中，智能出行业务成为主要增长引擎，其在华销售额实现了8.2%的增长，达到1121亿元人民币（约合146亿欧元）。

不仅是博世，采埃孚也十分重视在华的发展。近年来，中国已经成为采埃孚全球产品和技术率先推出的重要基地之一和创新中心。在智能底盘领域，采埃孚整合后的新底盘解决方案事业部将数个研发重点项目放在中国，紧跟中国速度，高效为客户提供先进技术与产品。

这些零部件巨头不断深化本土化。不久前，吉利远程新能源商用车集团与采埃孚签署合作备忘录，宣布扩大双方的战略合作伙伴关系，其中提到了“双方还将共同推出逐步迭代的智能化解决方案，实现技术的互联协同，推动商用车向高阶智能驾驶和智能网联方向发展”。

对于与吉利远程的合作，采埃孚相关负责人告诉记者，通过双方的合作，采埃孚不仅能够加强其在全球商用车智能化领域的战略布局，还能推动整个行业的技术进步和产业升级。

上述负责人解释道，作为商用车领域领先的一站式解决方案供应商，采埃孚专注于融合技术专长与开放式创新路径。通过与远程合作，采埃孚将其在传动技术、电驱动系统等领域的创新能力，结合远程在商用车行业醇氢和电动赛道的优势，共同打造具有全球竞争力的以醇氢和电动为核心的全系列新能源商用车产品，推动整个商用车行业的智能化和可持续发展。

据悉，采埃孚在中国全方位深化实施本地化战略。近年来在上海、张家港、广州、沈阳、武汉、威海、日照和十堰兴建了新的工厂和技术中心，项目覆盖EPS、方向盘、安全气囊、安全带、电驱动、IBC、后轮转向系统（AKC）、线控转向以及X-Link底盘模块新品等领域。

轮胎巨头普利司通也在不断加码在华布局。今年6月，普利司通中国宣布，集团将继续加大在华投资力度，预计未来3年内投入约5.62亿元，重点用于加强生产基地建设，提升高端乘用车轮胎生产占比。其中作为重点投资项目，普利司通集团计划在2024年向普利司通（无锡）轮胎有限公司投资2600万美元（约合人民币1.9亿元），扩大高端乘用车轮胎生产能力。

谈及汽车零部件巨头深耕中国的种种举措，任万付告诉记者：“现在能源革命或者说技术革命的主动权已经不在这些零部件巨头手中了。现在汽车工业的发展中心已经向中国转移，中国市场既有保有量，又有发展潜力，还有领先的技术高地，深耕中国肯定是明智的决策。”

江瀚也向记者分析道，中国作为全球最大的汽车消费市场，其巨大的市场潜力和持续增长的需求为汽车零部件巨头提供了广阔的发展空间。这些企业不断加码中国市场的举措，展现了对中国市场长期发展前景的坚定信心。“他们看到了中国消费者对高品质、高科技含量汽车产品的需求不断增长，以及政府在推动新能源汽车产业发展方面所做出的巨大努力。”

闪送再度冲刺IPO 即时配送江湖已变天

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

筹谋四年，如今，BingEx Limited（闪送必应有限公司，以下简称“闪送”）上市事宜终于有了新进展。

今年7月份，证监会官网披露了赴美上市的备案通知书。9月13日，闪送正式向美国证券交易委员会递交招股书，计划登陆纳斯达克。

《中国经营报》记者了解到，此前，闪送所提供的一对一专送服务曾备受投资机构青睐，公司于2020年透露上市计划，但之后被达达集团（DADA）捷足先登。

如今，即时配送市场已发生深刻变化，即时配送服务边界不断模糊，竞争者众多，缺少巨头背景和稳定流量入口的闪送面临多重挑战。

规模大、挣钱难

招股书显示，2021年、2022年，闪送分别净亏损2.91亿元和1.8亿元，2023年依靠政府补贴勉强实现盈利，与经营状况有关的营业利润为0.11亿元，当年净利润率仅为2.43%。

闪送是一家同城即时配送服务提供商。据了解，同城即时配送业务是随O2O（线上到线下）而生的物流模式，可达到1小时左右的配送时效，重要文件、餐饮等近场电商是同城即时配送市场的主要服务对象。

从用户规模来看，艾瑞咨询数据显示，2014年到2020年间，我国即时配送的用户规模从1.24亿人增长至5.06亿人。另据沙利文报告统计，2023年中国即时配送行业订单规模达到约408.8亿单，同比增长22.8%，预计到2028年，市场规模将达到813.1亿单，未来5年保持年均14.7%的两位数增长。

与餐饮外卖、商超、生鲜批量化的即时配送需求不同，闪送专注于提供“小而精”的一对一专属快递服务。

如果具体到该市场，根据艾瑞咨询的数据，按2023年收入计算，闪送在中国独立的一对一专送快递服务市场约占33.9%的份额。不过，从整个即时配送市场规模来看，一对一专送服务占比仅为4.6%。

2021年、2022年、2023年以及截至2024年6月30日的六个月内，270万的骑手给闪送分别带来了1.59亿单、2.13亿单、2.08亿单以及1.38亿单的订单量，相应的营收分别为30.4亿元、40亿元、45亿元和22.84亿元。

不过，如此规模的闪送暂未显现出规模效应。招股书显示，2021年、2022年，闪送分别净亏损2.91亿元和1.8亿元，2023年依靠政府补贴勉强实现盈利，与经营状况有关的营业利润为0.11亿元，当年净利润率仅为2.43%。

这与闪送依赖大量人力资源的劳动密集属性有关。据了解，其采用“众包”模式从第三方雇佣骑手，这类骑手相当于在闪送“兼职”而非“全职”。这虽有助于灵活应对市场需求波动，但也带来了骑手忠诚度与流动性管理的挑战。为了确保能够迅速响应零散的客户需求，闪送一般需要提供更高的佣金，才能吸引更多骑手接单，因此付出的成本也更高。

招股书显示，骑手成本是闪送最重要的成本支出，2021—2023年以及今年上半年，闪送支付给骑手的报酬和激励金分别占其收入的90.5%、90.3%、87.8%和85.4%。期间毛利分别为1.89亿元、2.59亿元、3.95亿元和2.57亿元，毛利率分别为6.2%、6.5%、8.7%和11.3%。

入局者众

2021—2023年，尽管闪送订单量从1.59亿笔上升至2.71亿笔，但同期单笔订单平均收入却从19.1元下降至16.7元，今年上半年则进一步下滑至16.6元。

闪送成立于2014年，当时即时配送市场尚处于萌芽阶段，消费者对这种新兴的配送方式并不熟悉。彼时，这种创新模式依然受到投资者的关注。在本次递表前，闪送已完成八轮融资，投资方包括经纬中国、鼎晖投资、SIG海纳亚洲、顺为资本等明星资本。

2020年，业务模式逐渐成熟的闪送向市场透露上市计划。然而受当时市场环境、公司自身财务状况、监管政策以及激烈的行业竞争等因素影响，当年上市未果。反而是达达集团于2020年6月在纳斯达克成功上市，成为“即时零售第一股”。之后，顺丰同城（9699.HK）也于2021年12月在港股上市。

上市遇挫后，2021年3月，闪送获得了一笔1.25亿元的D++轮融资，投资方包括顺为资本、五岳资本、SIG海纳亚洲等。当时的投后估值超20亿美元，这也是闪送递表前的最后一轮融资。

招股书显示：目前创始人薛鹏持股22.7%，拥有74.6%的投票权；联合创始人茹海波持股4.8%，拥有1.6%投票权；执行总裁于红建持股1.6%，拥有0.5%投票权。此外，薛鹏及其家人另通过Snoweagle-s Limited信托持股20.7%。

机构股东中，SIG海纳亚洲持股最多，达9.7%，同时有3.2%的投票权；CDH Venture Capital（鼎晖投资）持股为8.9%，有2.9%的投票权；顺为资本持股为7.8%，有2.6%的投票权。

对于此次募资，闪送在招股书中表示，IPO募资额主要用于扩大客户群并增加市场渗透率、打造品牌形象、技术研发以及用作一般公司用途。

然而，从2020年至今，即时配送市场已发生巨大变化。

从业务场景来看，据艾瑞咨询发布的《2022年中国即时配送行业趋势报告》，即时配送品类已经从早期的餐饮外卖，拓展到生鲜宅配、商超零售、鲜花蛋糕、医药配送、服装鞋帽、3C电子、美妆等品类，即时配送行业获得强力推动，业务场景不断丰富。

其中，餐饮外卖是即时配送需求的主力军，市场份额约70%；商超便利、生鲜宅配等占比超过20%。

这类高频且刚需的服务也为相关企业带来了稳定的现金流，比如今年一季度，美团核心本地商业收入为546.26亿元，同比增长27.4%，其中配送服务贡献收入为210.65亿元。

而闪送的一对一专人直送服务场景则相对单一，且在整体即时配送市场中占比较小，需求亦存在季节性波动。以往，更高的客单价、更快的配送体验曾让闪送被称为即时配送领域的“顺丰”。但如今随着消费需求变化，消费者是否还愿意为体验买单存在较大不确定性。

此外，随着业务场景的增多，越来越多的玩家进入，即时配送市场竞争愈加激烈。

去年，货拉拉宣布上线跑腿业务，涵盖了餐饮外卖、同城物品取送、代购和代理事务办理等场景需求。滴滴利用其在出行领域的品牌影响力和运力资源，推出了滴滴跑腿服务。高德地图宣布与多家即时配送企业合作，通过其平台提供跑腿服务。哈啰利用其在共享单车和助力车领域的运营经验和用户基础，拓展即时配送服务。电商平台东方甄选亦宣布，为提升用户购物体验，通过与第三方配送平台合作上线即时配送服务。此外，抖音、快手也在加速试水即时零售。

除了新入局者外，此前的主要企业也在不断加强与总部的合作力度，以寻求更稳定的流量。比如，作为京东即时零售业务的配送承接方，达达集团的业务今年进一步融入京东生态，原即时零售品牌京东小时达、京东到家全面整合升级为“京东秒送”，承诺最快9分钟送达。

闪送近期正式向美国证券交易委员会递交招股书，但如今的即时配送市场已发生深刻变化。
视觉中国/图

顺丰同城则与顺丰集团总部继续加深合作，双方共同搭建了一张新的配送网络。此外，顺丰同城还持续加强与抖音、阿里、微信、美团等流量平台和多个头部连锁客户的合作。

随着多方入场，即时配送领域的价格战在所难免。今年7月份，菜鸟宣布升级其同城快递服务，推出了“半日达”服务，这一服务首先在广州上线，面向小批量服装调货、鲜花和生鲜水果销售等场景的商家，在当天14点30分之前的订单均可保障当天送达，首重收费6元，续重1元1千克，价格相当于打了5折。

“需求是存在的，只不过消费者需要更加实惠的价格。”在今年的中期业绩会上，顺丰同城管理层表示，今年公司在价格方面预期还会有一定程度的下跌。

面对价格战，高客单价的一对一专送服务也无法独善其身。招股书显示，2021—2023年，尽管闪送订单量从1.59亿笔上升至2.71亿笔，但同期单笔订单平均收入却从19.1元下降至16.7元，今年上半年则进一步下滑至16.6元。

在激烈的竞争下，闪送也在逐步扩大业务范围，开始为本地餐厅、花店和超市等商家提供配送服务，比如2022年12月，抖音外卖官宣的合作机构中，就包括闪送。

据了解，已经上市的即时配送企业中，达达集团至今尚未实现盈利，今年二季度实现总营收23.5亿元，同比下滑9.5%，净亏损1.42亿元，目前股价较发行价已跌超九成。

顺丰同城则在去年才首度实现全年盈利，今年上半年实现营收68.8亿元，同比增长19.6%，公司拥有人应占的净利润约6217万元，超过了2023年全年的净利润水平。但目前，公司股价也已较发行价跌超三成。

作为“后来者”，闪送如何在激烈的竞争红海中占据优势，仍待市场进一步观察。记者就如何拓展更多业务场景、提高配送效率以及如何面对价格战等问题联系闪送方面，其表示目前处于静默期，不便回复。

从农村公路到低空飞行 交通运输打通每一处“毛细血管”

本报记者 陈燕南 北京报道

9月25日—9月26日，一场交通运输领域的重磅会议——全球可持续交通高峰论坛（2024）在北京召开。《中国经营报》记者在现场了解到，众多嘉宾围绕着如何打造公平普惠的农村交通体系、构建有韧性的全球物流供应链、打造低空经济新增长引擎、加快全球交通绿色低碳转型等话题展开了讨论。

中共中央政治局委员、国务院副总理何立峰出席开幕式并致辞。他指出：“交通是经济的脉络和文明的纽带，当前形势下加强全球交通合作比以往任何时候都更加重要和迫切。中方愿同各方一道，提升交通基础设施建设和养护水平，维护国际物流供应链稳定畅通，支持贫困地区提升交通运输能力，促进交通物流企业恢复发展，改善提升交通运输服务，保障交通运输安全。”

纵观世界历史，从古丝绸之路的驼铃帆影，到航海时代的劈波斩浪，再到现代交通网络的四通八达，交通推动经济融通、人文交流，使世界成了紧密相连的“地球村”。今天，可持续发展是人类社会繁荣进步的必然选择，推动全球交通可持续发展、促进全球互联互通，对于保障全球物流供应链稳定畅通、推动世界经济发展具有重要意义。

记者注意到，目前交通运输行业多渠道落实建设资金，加快完善国内综合立体交通运输网络的同时，也在稳步推进“一带一路”交通运输互联互通高质量发展。

《中国可持续交通发展报告》显示，2023年，我国完成交通固定资产投资39142亿元，比上年增长1.5%。其中铁路、水路、民航分别完成投资7645亿元、2016亿元和1241亿元，比上年分别增长7.5%、20.1%和0.8%；公路完成投资28240亿元，比上年下降1.0%。公路建设投资中，普通国省道、农村公路投资比上年分别增长1.0%和0.7%。

“要想富，先修路”

交通运输部副部长王刚表示，农村公路对于推动减贫脱贫，实现共同发展具有重要的基础性、先导性、支撑性作用。

据其介绍，目前，中国建立了规范有效的农村公路治理体系，健全了有路必养的农村公路管养机制，完善了便捷高效的农村交通运输服务体系，谱写了加快建设交通强国农村公路新篇章。

交通运输部公路局局长周荣峰则介绍，截至2023年年底，全国的农村公路达到了460万公里，相当于“绕赤道115圈”，取得了巨大成就。目前通城畅乡的农村交通网络基本形成，农村公路从“走得了”向“走得好”高质量发展路径转型。

“从2014年至今十年以来，持续推动‘四好农村路’高质量发展，建设了新改建农村公路250余万公里，集中整治了755个乡镇，6.9万个建制村通硬化路，提前实现了具备条件的乡镇和建制村通硬化路的目标。”周荣峰表示。

据了解，“要想富，先修路”是我国改革开放四十多年的成功经验。因此，农村公路的建设也成为关注的重点。

王刚表示：“中国农村公路事业实现了跨越式发展，取得了历史性成就，走出了一条具有中国特色的农村交通发展道路，实现了具备条件的乡镇和建制村通硬化路、通客车、通邮的‘三通’目标。”王刚表示。

王刚进一步表示：“我们创新了农村公路融合发展的模式，路源经济蓬勃兴起，盘活了农村地区产业、旅游、文化等特色资源。优化了村镇布局，改变了乡村面貌。有利促进了农村地区因路而兴、因路而富、因路而美。”

不过在迈向交通强国之际，依然存在着挑战。中国工程院院士、公路养护技术国家工程研究中心主任郑健龙指出，农村公路的养护缺资金、缺技术、缺专业化养护队伍。

“我国公路总里程540多万公里，其中农村公路460万公里，占比85%以上。每年我国公路养护经费的投入近3000亿元，其中农村公路养护经费为970多亿元，占比约37%。按每公里养护经费计算，高速公路养护投入的单价为32万元/公里左右，国省道为16万元/公里左右，农村公路为2.3万元/公里左右。”郑健龙表示。

他进一步指出，在这种养护投资下，高速公路的路况优良率高达99%以上，国省道的优良率为78%左右，而农村公路的优良率仅为62%，显然，农村公路的养护存在着明显的投资不足的问题。在欠发达地区，上级拨付的养护资金还经常被县乡财政挪作他用。因此，农村公路基本采取“以改代养”的模式来保证基本的通达能力。

因此，他建议，应通过立法明确农村公路养护资金的来源、资金拨付渠道、方式及政府监管部门。农村公路可参照国省干线公路，由专业化的养护企业，通过招投标的方式，明确合同责任期的养护任务、养护责任、质量要求及相应的权益。由政府下属的公路管理部门负责，组织招投标和履约期内养护质量的评定，评定结果作为下一个责任期投标与评标的依据，并计入企业信誉评级，对社会公布。

周荣峰则表示，接下来，交通运输部将实施好新一轮农村公路提升“八大行动”。

一是路网提升行动。最主要的是推进农村公路骨干路网的提档升级，基础路网的延伸完善，使更多的项目向进村入户倾斜。二是安全提升行动。最主要的是推进农村公路，包括桥梁隧道安全隐患的排查诊治，推动农村公路质量安全监管长效机制建立。三是运输提升行动。最主要的是促进城乡客运均等化水平的提升，同时推进客货运的融合发展。四是治理提升行动。进一步完善政策法规，特别是要推进农村公路数字化转型，促进农村公路高质量发展。五是出行服务提升行动。一方面，要加强养护投入，提高农村公路路况，使大家走得更舒适、更便捷；另一方面，要不断完善农村公路沿线的服务、充电、停车等设施。六是和美乡村提升行动。进一步深化美丽农村路建设，使路域环境更加洁化、绿化和美化。七是助力产业提升行动。大力发展“公路+”模式。八是就业增收提升行动。通过农村公路，实施好管护领域促进就业，以及以工代赈的推广力度。总体是希望农民群众能够就地就业、增收。

低空不低 未来已来

如果说，农村道路的持续建设是我国交通正在深入的“毛细血管”，那么低空飞行则是下一个经济增长的“新引擎”。

科技创新是促进生产力发展的关键变量，正日益成为交通运输领域的重要驱动力，以人工智能为代表的新一代信息技术对世界交通现代化进程产生了革命性影响，正在深刻改变着人们的出行方式、效率和体验。随着科技的创新，万亿级低空经济正在“起飞”。

中国民用航空局局长宋志勇表示：“中国高度重视交通运输创新驱动发展，不断促进人工智能与交通运输领域深度融合，推动自动驾驶、智能交通管理、智慧物流、智慧建造、低空飞行等关键技术取得突破。”

他认为，无人机及其他低空领域新技术不断拓展应用场景，低空经济进一步向无人化、智能化、协同化、绿色化方向发展。

“人工智能会发挥关键的作用，因为可以实现实时决策、优化飞行路线、预测潜在风险。”国际运输论坛（ITF）秘书长金营太表示。

金营太还表示，目前这些人工智能赋能的飞行器要扩大使用就要求监管部门以新的方式来管理更加复杂、更加密集的低空空中交通流量，而且也要以合理和公平的方式分配低空空间，尤其是在城市地区。

“智能交通大模型，包括空域态势计算演化与节奏分析，对低空交通非常重要。”中国工程院院士、北京理工大学党委书记张军认为，低空交通，需要创新发展。

张军透露，美国、欧盟、国际民航组织对低空交通均有一系列发展计划。要突破低空交通发展障碍，必须解决安全风险、运行效率、绿色低碳、便捷运输等四大问题。比如，安全问题包括碰撞和坠落，效率问题包括拥堵和延误。

“低空飞行器系统也要创新，包括机载感知系统、通信导航系统以及低空飞行动力与飞控系统。”张军认为，低空交通智慧赋能之后，会使整个低空经济产生革命性变化。

据了解，近两年，关于低空经济的政策红利不断释放。2023年12月，中央经济工作会议把低空经济列入了战略性新兴产业；今年低空经济作为“新增长引擎”，被首次写入《政府工作报告》，随后各地的产业促进政策火速跟进。据不完全统计，截至2024年6月，全国已有20多个省份、100多座城市发布了200多部有关低空经济的政策性文件。

“我国低空经济发展方兴未艾，特别是新能源、无人驾驶、先进航空制造等领域的技术创新加速迭代。物流配送、城际通勤、遥感探测等应用场景日益拓展，产业降本增效和商业化进程持续加速。”安徽省副省长李中表示。

李中认为，我国低空经济已进入密集创新和高速发展的战略机遇期、黄金窗口期。“2023年，我国低空经济规模超5000亿元，预计2026年突破1万亿元，2030年达2万亿元。”

63亿元入股永辉 名创优品“押宝”线下零售

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

9月23日，名创优品发布公告，以63亿元收购A股上市公司永辉超市29.4%的股权。交易完成后，名创优品将成为永辉超市第一大股东。

名创优品创始人叶国富在电话会议上进一步阐释了投资永辉超市的意义。“中国线下超市正面临着20年一遇的结构性机会。如今，线下超市正面临着结构性的供给侧出清，同时我们正见证以胖东来为主要代表的一批国内超市掀起的变革，我们认为这场变革将重塑线下超市格局，而永辉有巨大的潜力在这场变革中脱颖而出。”

值得注意的是，从叶国富在电话会议上的表述中不难发现，其描绘以及想象的未来美好蓝图实现的基础在于永辉超市在未来能够调改成功。但作为大卖场业态的永辉超市，其转型之路不乏挑战，尚待时间检验。

收购永辉超市29.4%股权

业内热议之余，不禁让人思考，名创优品和永辉超市这两种有所差异的业态缘何能结合在一起？

名创优品方面向《中国经营报》记者道出了收购永辉超市的原因。“以胖东来为代表的一批中国超市正在重塑行业格局。在胖东来的调改下，永辉超市在销售额、客流等多个维度实现突破。抓住革新机遇，相信永辉超市在胖东来的帮扶下，一定能成功转型，进一步满足顾客对美好生活的向往。”对于此项收购，记者也向永辉超市邮箱发送采访提纲，截至发稿未获回复。

据介绍，永辉超市成立于2001年，2010年在A股上市。自2007年至2020年疫情前，永辉超市收入规模从37亿元增长到930亿元，归母净利润从1.3亿元增长到17.9亿元。自2021年开始，公司经历亏损，根据永辉超市财报，2021年至2023年，公司归母净利润分别为-39.4亿元、-27.6亿元和-13.29亿元。

根据中国连锁经营协会发布的“2023年中国超市TOP100”，永辉超市以855.5亿元的销售规模、1009家门店数量排名第二。

中国商业联合会专家委员会委员、北京商业经济学会常务副会长赖阳表示：“名创优品入股永辉超市有两方面原因。首先，永辉遇到发展困难在找各种各样的投资，会跟所有有可能投资的企业、投资人接触。显然叶国富也是被努力游说的对象之一。其次，名创优品在发展到一定高度时，仍想继续发展，在这时候看到了永辉超市，如果名创优品的很多强势商品可以进入到永辉超市的体系中，将会有更多的推广机会。随着名创优品的发展，其供应链体系的资源越来越丰富，也希望可以有更多的规模化输出平台，这对于名创优品和上游合作方的谈判也更有利。”

一名资深零售行业人士告诉记者：“从店铺经营资产的角度，永辉超市前些年在很多城市布局的位置都非常好，格局空间也够，足以做很多文章。这就相当于名创优品得到了一批便宜且位置很好的店铺。而名创优品为了完成自身的增长，非常需要有位置、有价值的网点，永辉超市的很多店改一改调性可能就适合。另外，胖东来对企业的调改也让人看到一种趋势，未来零售业会从‘二房东’转向真正的价值，除了店铺本身的商品价值外，还有零售文化的转型，体现在对顾客、员工、供应商会更好。胖东来对于永辉超市的调改在未来能产生多大助力以及调改热度能持续多久不好说，但至少从现在看，这笔交易都有抄底的价值。”

上述零售行业人士同时表示：“实际上，永辉超市除了‘二房东’以及生鲜做得不错外，其余创造的价值并不多。而名创优品一直在创造各种适合年轻人的产品，且是自己开发，有一套很强的开发流程、技巧和技术，以及具备对客户特别是年轻客户消费倾向的把握能力。”

在收购价格方面，艾媒咨询CEO张毅表示：“63亿元收购永辉超市29.4%的股权，相当于每股5.45元。从目前的行情来看，这是有一定溢价的。因此，对于永辉超市原有投资者的退出来说还是相对划算的。但目前永辉的整体市值处于历史上的低位，在最高时永辉超市股价达到每股11.89元。从长期来看，未来一旦赋能成功，永辉未来的股价和市场价值将大幅提升，这对于投资者来说有比较强的吸引力。”

但也有观点认为，价值是动态的。赖阳指出，从未来战略上看，如果这个业态能够走上坡路，目前的价格一定是个很好的价格。如果持续下行，恐怕就是一个包袱。

记者注意到，2015年，京东通过参与定增的方式以43亿元获得永辉超市10%的股权，此后多次加持，累计出资超过54亿元。但今年以来，京东多次减持永辉超市。“京东此前一直想在生鲜供应链体系上加强。这种情况下，会希望和在这方面有影响力和优势的企业合作。但随着行业的发展，线下超市的趋势不被看好，同时京东的战略目的已经达到，所以必然会通过减持来降低风险。”赖阳表示。

叶国富指出，收购后两者的战略协同主要会在渠道升级和供应链方面。“永辉超市在全国占据了许多很好的位置，随着永辉超市的调改成功，它将成为商业地产吸引客流的主要品牌，名创优品可以借助永辉超市的这一优势来升级我们的渠道，和永辉超市一起拿店，在更多的商业地产中获得同类业态最好的位置，为名创优品的持续成功提供帮助。”在供应链方面，“入股后，我们将利用在自有品牌产品开发上积累的资源、经验和优势，协助永辉团队开发更好的自有品牌生活用品。”

张毅认为：“毫无疑问，名创优品可以通过这次收购扩大自身影响力。从短期来说，可以扩充供应链方面的优势，从而实现供应链的收益。从长期来说，有望为名创优品培育第二曲线形成助力，意味着当永辉超市调改到一定阶段后，完全可以通过并表及其他方式将永辉作为自己的另外一条支撑线，扩大企业版图。对于永辉超市来说，名创优品的入驻将在资金和管理创新上给永辉超市带来新的发展契机。另外，名创优品在全球化布局上比较成功，在此背景下，未来永辉超市在国内完成调改后能够有海外拓展的机会。”

在资本市场上，当地时间9月23日，名创优品美股下跌16.65%。9月24日，名创优品港股股价下跌23.86%，但在之后股价有所反弹，25日，26日，名创优品港股股价分别上涨7.98%、10.35%。而永辉超市在9月24日至26日，连续收获三个涨停。

“从股票的价格来说，永辉超市未来的上升空间是很大的。另外，永辉超市作为一个A股上市公司，也存在资本运作的空间。对于港股市场上名创优品的表现，实际上由于港股市场机构投资者较多，他们会更多地看到风险。”上述零售行业人士表示。

“此次收购，后续两者面临着管理团队的融合、经营模式的融合以及人心的交流和融合。整个消化时间可能不止需要2—3年，有可能需要5年以上的时间。如果能够融合好，那么价值非常大，如果融合不好就会减分。”上述零售行业人士指出。

复制胖东来模式？

随着互联网的发展，线下大卖场业态受到冲击。赖阳多次指出：“在云消费时代，消费打破时间、空间、地域障碍后，网上购物成为主流。在生活必需品的消费上，厂家从网上直接将产品提供给消费者。在跨越了一切中间环节的情况下，电商平台上的价格进入了一个接近完全竞争的市场。因此，传统实体零售企业对于生活必需品的销售模式失去了根本性的竞争力。”

然而，从叶国富的表述中可以看出，他对于国内线下零售依然十分看好，尤其看好胖东来模式。“胖东来模式是中国超市唯一的出路。与山姆和Costco相比，胖东来模式的相同之处是对产品力的高度重视。而不同之处在于更加重视顾客体验，更加尊重员工，而且没有会员制。”

事实上，在零售行业的激烈竞争中，胖东来确实以其独特的经营模式和卓越的服务质量吸引了广大消费者的目光，并且成为当下中国零售商超炙手可热的学习对象，比如永辉超市、步步高都宣布接受胖东来的调改。

近日，业内有消息传胖东来方面将停止帮扶。9月26日，胖东来创始人于东来回应称，“关于帮扶企业行动、帮扶联商学员企业和永辉步步高（调改）还将持续两年左右时间，这些企业基本都能自己进行调整。为了胖东来员工正常的工作和生活，胖东来只是不再派团队到新的企业进行帮扶。”

零售行业专家胡春才此前向记者指出：“胖东来成功的核心是给员工的工资高。通过高工资可以在许昌挑选到很优秀的人才，由这些人组成的团队，相比其他团队更具有竞争力。这是胖东来成功的核心秘诀之一。此外，胖东来商品运营能力强，能够为顾客挑选到好的商品。胖东来利用自己在许昌、新乡甚至在全国的影响力，能够从供应商那里拿到最时尚、最新的品牌。这些厂家也愿意给胖东来大力的支持。”

但同时，胖东来模式能否被全国化、规模化复制也存在一定争议。“胖东来一直规模不大、没有走出新乡和许昌的原因是，模式走通的前提是在局部市场形成垄断。一般而言，在一个市场有50%以上的市场占有率就算垄断，即拥有了定价权，定什么价同行就得跟着。”胡春才表示。

赖阳认为：“胖东来有很多超越其他竞争对手的优势，包括多年来在供应链上的耕耘、围绕消费者打造的自有品牌，以及不追求一些绩效考评指标，而是把消费者的体验放在非常高的考核维度上。和国内很多企业相比，胖东来有战略优势，在思想层面具有超越性。但这些优势在本质上无法抵抗业态生老病死的基础规律。另外，胖东来调改企业对胖东来是一个利好，因为产品可以放到调改企业的渠道里卖，扩大自有品牌的销售。而永辉超市在调改初期可以得到一定的关注度，提升客流量，但从长期来看，无法解决大卖场生存的根本问题。”

下转↘D2

高途佳品停播 流量之下商业如何良性闭环

本报记者 许礼清 北京报道

近日，在东方甄选“小作文”事件收获“泼天富贵”的高途佳品宣布停播。9月21日，高途集团创始人陈向东在个人号直播时对高途佳品停播一事作出回应：“我们做得没有那么好，（高途佳品）有几个月从商业上讲没法真正自负盈亏。”

《中国经营报》记者注意到，目前高途佳品抖音账号视频更新停留在9月5日。记者从高途相关负责人处了解到，高途佳品目前确实已经暂时停播，不过高途旗下另外一个账号“高途佳品快乐成长”依然在正常直播。该账号粉丝数为52.1万。

从2022年试水直播带货，到2023年年底因东方甄选“小作文”事件的舆论受到巨大关注，再到恢复平静和停播，高途佳品后续该如何重新调整备受关注。

多位业内专家告诉记者，高途佳品在直播电商的投入不够。直播电商的本质依旧是促进交易，直播团队要围绕促进交易去做全方面投入，比如供应链的搭建、服务体系的建设、特色好产品的开发等，绝不能单纯地依靠流量。此外，降低成本、提高转化率等也要进一步学习和探索。

“成功难以复制”

同样是教育公司转型做直播带货，高途佳品和东方甄选在发展方向上有些类似，比如同样都是教育机构的背景、知识型带货的直播风格。

近期，高途佳品宣布停播引发外界关注和讨论。记者从直播间客服处了解到，高途佳品在针对直播进行创新调整以及内容升级，具体复播时间尚不可知。高途相关负责人也告诉记者，高途现在各教育业务的直播还在做。对于直播团队的变动和规模，对方表示具体信息尚不清楚。

记者发现，目前高途佳品已清空抖音直播间与微信小程序商城橱窗所有商品。其直播间粉丝数为242.9万。根据灰豚数据，近30天高途佳品掉粉3.2万。

对于停播的具体原因，陈向东在9月21日的直播时表示：“高途佳品停播的原因蛮简单的，我们发现，高途佳品在真正的创新性上，在真正提供更好的产品和服务上，在真正做一个商业（闭环良性运转）让自己活下来这方面，目前还面临很多的挑战。”

他坦言：“在做（高途佳品）的过程中，其实没有达到我们的预期。（高途佳品）有几个月从商业上讲没法真正自负盈亏。”

同样是教育公司转型做直播带货，高途佳品和东方甄选在发展方向上有些类似，比如同样都是教育机构的背景、知识型带货的直播风格，在选品方面都聚焦在生鲜、农产品、零食等多品类。同时在2023年高途佳品也开启了溯源专场直播活动。

但在直播数据方面仍有很大差距。飞瓜数据显示，高途佳品直播间近30天（8月12日—9月10日）的直播场次为32场，场均观看人次10.9万，直播总销售额250万—500万元，场均销售额10万—25万元。与之相对比，东方甄选近30天的场均观看人次是760万，最高观看人次达3821.4万，直播总销售额过亿元。

零售电商行业专家、北京百联咨询创始人庄帅告诉记者，高途佳品本身在直播带货的投入力度比东方甄选小很多，无论是直播数量、场次、供应链投入、直播嘉宾邀请等差距都很大。另外，内部组织上，东方甄选从庞大的名师队伍里进行主播筛选。同时对农产品的投入也很大，包括选品、走访基地、溯源等，甚至承担一些采购和仓储上的风险。还有包括直播间的投流、直播话术、开播的时长、做独立App、准备开线下店等，甚至将新东方在线改名为东方甄选，基本上就是宣告整个公司转型到直播带货电商领域，可以看出俞敏洪的决心有多大和多坚定。

“新东方转型做直播，作为俞敏洪的‘创业和再创业过程’也是一个励志的故事。这一典型案例本就是其他企业没有的商业资本。”北京工商大学商业经济研究所所长洪涛教授说。

众所周知，东方甄选的快速崛起还得益于董宇辉强大的影响力。事实上，高途佳品也有打造自己的主播团队，例如同样教师背景的核心主播浩天被寄予厚望，在直播间亦能引经据典。记者注意到，目前浩天已经推出“浩天的语文”账号，橱窗商品多为学习教育类，包括打印机、教辅图书、台灯等。

事实上，很长一段时间里，在董宇辉的影响之下，知识型带货被认为是直播带货中的一股清流，尤其是教育公司纷纷转战直播间，这种在网友看来“有文化的”、专业详细又不嘈杂的带货方式掀起一番热潮。但放在其他人身上，为何不奏效了？

易观电商高级分析师陈涛表示，无论是哪个行业的成功都是偶然性和必然性的结合。当然董宇辉本身很努力和有才华，但是时机也很重要。在他之前，这个行业缺乏这样一个风格和形象的主播，董宇辉刚好又是这个类型中的佼佼者，满足了一部分消费人群对于知识型带货的需求。后续再想专门打造一个这样的超级大IP太难。

如何破局？

陈涛认为，直播电商的本质还是电商，直播是促进高效交易的一个方式。主播和直播间就是将关注转化为流量，将流量转化为交易。

实际上，高途佳品也曾有过高光时刻。2023年12月，一场围绕东方甄选“小作文”事件的舆论风波，让高途佳品获得了巨大的关注度。

根据媒体报道，彼时，高途佳品直播间被东方甄选主播董宇辉粉丝刷屏，当天有60万人涌入高途佳品直播间，而该直播间前一天的人气只有2.7万人。据新榜旗下抖音数据工具新抖数据，一场直播带货500万—750万元，相比一周前带货成绩暴涨500倍。其抖音账号粉丝数一度停留在30万+，在该事件影响下，其粉丝数一路狂飙，短短几天内突破100万。

但流量狂欢之后终将归于平静。灰豚数据显示，近3个月内，高途佳品粉丝量共减少5.8万，累计开播105场，场均销售额在23.8万—47.6万元。而这样的业绩表现也未能支撑高途佳品持续盈利增长。

陈向东在直播中表示，现阶段，团队在思考高途佳品到底该怎么定位、怎么重新出发、怎么有更长的发展。

记者注意到，专注于教育类的直播也并不好做。抖音账号“高途高中图书”已于近期开播，销售产品主要为高中教辅资料。该账号最早一条视频内容是今年9月6日发布的全红婵跳水视频，宣布高途成为中国国家跳水队在线学习合作伙伴，目前粉丝数不到2000个。而浩天已经推出“浩天的语文”账号，粉丝数为14.5万。

实际上，除了东方甄选，其他转型的教育机构在直播带货领域也未能“掀起大风浪”。这就不得不让人思考一个问题：离开了巨大的流量红利后，直播带货的路该如何跑通？

陈涛认为，直播电商的本质还是电商，直播是促进高效交易的一个方式。主播和直播间就是将关注转化为流量，将流量转化为交易。但背后更深层次的是整个供应链的支撑，只有具备过硬的供应链体系才能避免过度依赖流量。现在已经有很多MCN机构在供应链搭建上已相对完善，他们有一套成熟招商体系、品控体系等，包括跟上游工厂合作推出自有特色产品。

郑州经开区的高途办公大楼。 视觉中国/图

多位业内专家也都提到，直播带货护城河低，必须特色化、差异化。实际上参考传统零售企业就能发现这个道理，以长期屹立的山姆会员店为例，其核心优势之一便是自有品牌，目前已经占比30%左右，同时还寻求一些独家供应产品，追求差异化创新。

而当下直播带货环境已经出现了明显变化。陈涛告诉记者，从2016年算起，直播电商在不到10年的时间已经发展到万亿元规模，但是到达一定阶段后增速必定放缓。在高速发展期，很多机构和主播可以相对容易地获得流量和关注以及消费者的支持，但在增速放缓过程中，消费者的注意力、平台的关注度等的获取成本更高、更难。自然在其他方面就要下更多功夫。

艾瑞咨询发布的《2023年中国直播电商行业研究报告》显示，2023年中国直播电商市场规模达到4.9万亿元，同比增速为35.2%，预计2024—2026年，中国直播电商市场规模的年复合增长率将达到18%。

在这样的背景下，部分用户的消费习惯慢慢地回归到货架电商上。直播电商的爆款促销特性与货架电商的日销复购形成互补，因此融合势在必行。庄帅告诉记者，直播电商是一个附属商业模式，无法去取代甚至超越独立的商业模式，它会有一个增长的瓶颈。所以需要货架电商与直播电商进行融合，比如做独立的商城。

因此，对于想要寻求长期增长的直播带货领域企业，多渠道、多形式、多矩阵的发展很有必要。庄帅告诉记者，企业要培养多主播做直播矩阵、多品类发展、做自有品牌、做实体店、做货架电商、多电商平台发展、品牌商家代运营和提供营销服务等。无数案例证明，做直播电商很明确的一点：除了流量，商品、价格、体验等同样重要。

网红张大奕关店 线上竞争进入存量搏杀阶段

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

近日，知名网红张大奕宣布关闭旗下10年网店“吾欢喜的衣橱”，引发热议。据悉，作为初代网红的张大奕，凭借出色的图文带货能力在市场上崛起，其背后的公司如涵控股更是在2019年4月上市，成为网红经济第一股。

经过几年的时间，互联网流量平台上不断涌现出新的风口和模式，同时消费者喜好也在不断发生变化，线上商家对于流量的竞争不断加剧。值得一提的是，在市场快速更迭下，顶流网红也无法抓住每一次的流量风口。对于现状以及未来计划，《中国经营报》记者向如涵控股邮箱发送采访提纲，同时在张大奕微博上发送了采访需求，截至发稿未获回复。

关闭淘宝店铺

公开资料显示，“吾欢喜的衣橱”在2014年成立。根据媒体报道，“吾欢喜的衣橱”曾经在2016年“双11”销量破亿元。记者在淘宝平台注意到，目前“吾欢喜的衣橱”淘宝店铺拥有1241万粉丝。

张大奕指出，闭店的原因是因为时代的需求、运营工具的迭代，团队不得不庞大；内容（视频平面文字）各平台直播、主播、模特、后台、设计、仓储等隐性成本越来越高。其同时指出，网红电商很美好，但它就适合小而美、小而精致，否则就是流水线的商品。不想对不起粉丝做流水线的东西。

在微博平台中，张大奕叙述了其个人近年来的变化：“2019年上市完，感觉提前把我的精力消耗，整个人蛮疲惫的。体力感觉33岁后断崖式下降……这两年大家明显看到我步伐变慢了，我经历了身边人的背叛，经历了重大舆论的洗涤、身体的调整。”

一直以来，与张大奕紧密关联的公司就是如涵控股。公开资料显示，2014年如涵控股创始人冯敏与张大奕共同推出网店“吾欢喜的衣橱”，此后张大奕在淘宝相继开设内衣店、彩妆店。凭借张大奕强大的带货能力，如涵控股快速崛起，并于2019年4月成功在美股上市，之后于2021年退市。根据Wind数据，2019财年（2018年4月—2019年3月）至2020财年，如涵控股净利润一直处于亏损状态。

对于如涵控股如今面临的局面，中国商业联合会直播电商工作委员会副会长、网经社电子商务研究中心主任曹磊表示：“目前如涵控股的优势在于KOL资源丰富；供应链管理能力较强，包括运营、产品设计和采购到订单履行、售后服务等各个环节；品牌合作广泛。劣势主要在于过度依赖头部KOL，虽然竭力地在培养新的网红，但仍困于公司超大部分的营收由头部创造，其他网红们创造的营收比例还是太少。而且主营电商业务极大地依赖于旗下几名网红。这意味着，大笔资金押注在不确定的个人身上，风险很高。一旦遇到同行挖角或KOL负面传闻，对企业的影响会很大。”

实际上，在张大奕关店的背后，互联网市场的竞争始终激烈。例如，在疫情期间薇娅、李佳琦通过直播带货成为顶流。根据当时海豚智库发布的《直播销售排行榜》，在2020年“双11”，李佳琦、薇娅的直播销售额分别达到70.6亿元、87.6亿元，而张大奕的这一数据仅仅为2.4亿元。

曹磊指出：“张大奕错过的风口主要是直播带货，或许是由于如涵控股对直播带货模式的认知不足、资源投入不足，导致他们在直播带货风口初期并未及时跟进，错过了这一机遇。”

“无论是受众触达的方式还是消费上的偏好都是瞬息万变的，流量的竞争也进入到存量搏杀的阶段。如何适应市场的变化是主要问题，以直播为主要带货模式的这一波达人没有抓住机会，韩风服饰在中国也不再是主流服饰。”上海财经大学数字经济系教授、电子商务研究所执行所长崔丽丽表示。

网红带货面临转型挑战

据了解，张大奕的店铺经营平台主要是在淘宝。在转型方向上，张大奕否定了转换平台的空间。她指出：“随着互联网平台的发展，我们经历了不能转也不敢转平台，真想转了，又没有这样的勇气，怕捡了芝麻丢了西瓜。”“淘系目前为止我没有看过任何一家转平台成功的。因为服装这个品类微薄的毛利率支撑不了各项运营成本。转平台都亏，且退货率都高于淘系。”

张大奕认为，网红电商的核心价值其实就应该是小而美，扁平化管理、网红做前线。现在电商盛极而衰的终极问题就是公司化、流程化，都想往正规军、实体去靠，反而是走了很多服装传统企业的老路。

对此，崔丽丽表示：“同意扁平化管理，小而美应该专注于某个品类或者方向的观点，网红在前线需要进一步细化，即网红在前线做什么，是拍照做模特还是下场做运营？从目前的头部主播趋势来看，网红在前线应该聚焦打造专业内容，做有一定品类专业能力、懂行又能输出内容、具有鲜明个人特色的专家型网红。但我并不太同意公司化、专业化和正规军的观点，一个企业如果不能通过这些动作实现标准化的运营，那说明其走红是一时幸运并没有实现真正的市场化经营。”

崔丽丽同时指出，未来能胜出的是能够适应市场变化，专注于某个品类或方向，有稳定的输出能力（内容与供应链）的网红电商。网红电商应该要扮演的角色实际上更多的是渠道品牌，依托于优质内容，为消费者在依托专业能力筛选、“贴牌”（增加信任度与消费者链接）以及价格谈判几方面增加价值。

记者注意到，在流量平台上，网红的更替速度非常快。在张大奕之后，薇娅、李佳琦、董宇辉等都相继走红。

但与此同时，网红电商的发展也面临多重挑战，曹磊指出：“对于网红电商来说，电商本身是一个很重资产的业务，需要在平台运营、供应链体系建设、用户维护、商家供零关系、履约服务方面下很大的功夫，这是一个持续的过程。随着行业门槛和专业性的不断提升，以及用户对直播形式的逐渐免疫，行业开始优胜劣汰。一方面，流量换销量的形式不再奏效；另一方面，部分没有核心竞争力的MCN会遇到经营危机甚至倒闭。”

“未来，用户的购买行为可能会更向内容驱动转变。网红电商需要注重内容的质量和深度，通过品牌故事、用户评论等多种方式与消费者建立更深层次的关系。还可以借助人工智能、大数据、虚拟现实等技术提升运营效率、优化用户体验、降低运营成本等。网红电商会更加注重品牌化和专业化发展，入局企业需提高服务水平，增强自身竞争力。”曹磊认为。

上接↖D1

但在叶国富看来，将胖东来模式复制到永辉超市门店无疑有巨大空间。据了解，在过去一段时间，叶国富曾多次走访胖东来帮扶的永辉超市调改门店，叶国富指出：“永辉超市正在进行的调改项目让我无比激动。虽然它擅长的品类更多的是像生鲜和食品这类必选消费品，但零售的本质是相通的，永辉超市改革的特点是回归零售本质，回归消费者，回归初心，必将获得成功。”

根据叶国富公开的数据，永辉超市的调改首店——郑州信万广场店经过19天闭店调改后，恢复营业首日销售额达到188万元，是调改之前日均销售额近14倍；人流近1.3万，是调改之前日均客流的5.3倍。

连锁产业专家、和弘咨询总经理文志宏也曾前往胖东来调改的永辉超市门店考察，他告诉记者，在顾客层面可以直观感受到的变化主要有三方面：一是卖场的布局更加宽敞和便捷；二是商品的结构发生很大变化，有差异化、高性价比、有吸引力的商品会比较多；三是在服务方面的感受会更好。在这些变化的背后，是对门店人员的薪酬结构、激励机制进行了调整。

而在赖阳看来，这种复制非常具有挑战性。“胖东来现在调改永辉超市的这些门店本身也是位于和许昌的环境、消费习惯有类似性的地区。而永辉超市在全国那么多店，并非全都直接通过胖东来模式进行调改就可以，比如在一、二线城市，要复制这种模式，需要支付极高的人力成本才可以实现高的服务水平。”

“将胖东来现有的水平复制过来不太可能，但打个折扣是可能的。比如说将胖东来的一些元素嫁接、复制过来后，达到的水平是胖东来的70%，但可以让原本不盈利的门店盈利了，让本身盈利的门店盈利更多了，那也算是成功。”胡春才指出。

茅台打出多张“稳价牌” 回购股份与稳价策略并行

本报记者 阎娜 孙吉正 成都报道

今年以来，飞天茅台的价格回落多次登上热榜，引起市场广泛关注。同时，伴随酒价的波动，贵州茅台（600519.SH，以下简称“茅台”）的股价亦受到影响，曾一度跌破1300元/股。

在此背景下，茅台打出了组合拳：一方面通过回购股份等优化市值管理，进而稳定股价，另一方面通过大箱茅台停供、废除拆箱令等政策的调整稳定酒价。

白酒行业专家蔡学飞告诉《中国经营报》记者：“当前处于行业调整新周期，茅台酒的价格波动是综合原因造成的。随着市场面的改善以及茅台企业相关改革措施的不断落地，预计茅台将很快进入新的增长周期。”

飞天茅台价格回落

在业内看来，茅台价格起伏与高端白酒需求有密切关系，随着茅台各项调控手段实施，未来酒价有望逐步企稳。

白酒行业重要的销售节点中秋节已告一段落，受市场供需影响，近期茅台批价产生波动。记者注意到，第三方平台“今日酒价”的报价显示，中秋节过后，飞天茅台散瓶的批价持续回落，从9月18日的2365元/瓶降至9月26日的2240元/瓶。

不只飞天茅台，主打文创属性的龙年茅台近日的价格也受到影响。据“今日酒价”数据，9月26日，龙年茅台的批价为2490元/瓶。

河南的白酒批发商向记者证实：“今年中秋节前后，飞天茅台价格持续回落，目前散飞的调货价已跌破2300元大关。不仅飞天茅台，旗下产品价格已出现倒挂，现在龙茅价格比发售价2499元低50元，其他茅系产品如金王子等价格也在跟着降。”

“作为高端名酒的价格锚点，茅台价格的涨跌也会影响其他名酒的价格。中秋节后，已有多款名酒价格下降。”该批发商补充道。

飞天茅台批价持续回落也在股市中产生连锁反应，中秋节前后，9月12日、13日、18日三个连续的交易日，茅台股价连续下跌，击穿1300元/股。

事实上，在今年6月，茅台市场批价就曾经出现过回落，飞天茅台的市场批价一度跌至2000元/瓶左右。

品牌管理专家、九度咨询董事长马斐对此表示：“茅台价格的波动是正常市场经济的反应，同时也可以看到6月的价格波动和中秋节后的波动有着本质区别。6月的波动缘于黄牛带动下的市场恐慌，由于茅台出台措施，价格又有所回升；中秋节后的波动是节日消费后的震荡调整。茅台自我调节和市场调节能力相对较强，预计批发价会稳定在2200—2300元之间。”

在业内看来，茅台价格起伏与高端白酒需求有密切关系，尽管零售价回调，主要是溢价泡沫的挤出，随着茅台各项调控手段实施，未来酒价有望逐步企稳。

广科咨询首席策略师沈萌认为：“当前经济环境下，茅台需求中的金融属性部分有明显减弱，使得茅台酒的市场供需平衡有一定修正，所以导致茅台酒的价格逻辑出现变化。金融属性需求或大于饮用属性需求，所以当金融属性需求减弱势必会对销售造成压力，但茅台的刚性消费需求仍然存在。”

蔡学飞表示：“从最近这段时间的震荡来看，茅台价格已经在筑底阶段，下半年随着白酒饮用季和节庆的增多，价格将逐渐趋于稳定，并进入新的增长周期。”

上海某证券分析师则分析指出：“批价回落的根本原因是供需关系，其次是公司的调控节奏。在复杂的市场形势下，短期供需矛盾仅靠调节投放量和投放节奏只能解决‘术’层面的问题，价格依然存在下行压力，解决供需适配痛点问题的转型势在必行，价格软着陆是公司的相对优选。”

重新聚焦经销商

根据茅台集团2024年市场工作会议，今年计划量为4.5万吨。

无论是茅台还是其他白酒企业，其酒价的波动与当前白酒市场库存高企不无关系。国内白酒行业进入新一轮深度调整期，线下市场整体动销放缓。

东方财富Choice数据显示，21家白酒上市公司上半年合计存货金额同比增长10.29%，达1574.70亿元。中国酒业协会发布的《2024中国白酒市场中期研究报告》提及，2024年酒类消费市场进入转型期，酒业发展也进入冷静期。

今年以来，茅台频频出手进行控量稳价。 本报资料室/图

根据茅台集团2024年市场工作会议，今年计划量为4.5万吨。自茅台酒销量突破4万吨之后，叠加高端白酒动销减缓，茅台酒的真实社会库存也成为关注的焦点。

瑞银近期研报指出，从2016—2021年年初，飞天茅台的批发价格大幅上涨，鼓励投机者和终端消费者积累社会库存。估计2016—2023年茅台酒销售中14—15个月的货量为囤积的社会库存。业内认为，随着茅台的逐年扩产和白酒市场动销放缓，若茅台价格体系产生波动，容易影响其社会库存的稳定，进而影响到茅台酒的价格和茅台业绩。

不过，部分酒商依然对茅台怀有信心。“大量的社会库存已经存在很久，但并未影响多年来茅台酒价的坚挺。”一位山东的酒商如是表示。

蔡学飞也表示：“长期来看，茅台的有限产能在中国商务与礼品市场依然是稀缺的，茅台在社会消费中依然具有不可替代性价值。”

对于茅台而言，经销商对其稳价起到重要作用。自今年4月茅台新帅张德芹上任后，多次对外传递出看重经销商的信号。在首次对外调研中，张德芹就表示：“经销商是茅台的家人，是茅台成长路上的重要支撑。”

8月8日，茅台还披露了现金分红规划：2024—2026年度，茅台每年度分配的现金红利总额不低于当年实现归属于上市公司股东的净利润的75%。

蔡学飞认为：“经销商不仅发挥着茅台移库与打款的现实作用，从历史上来看，经销商群体对于茅台的品牌宣传与品质推广功不可没，所以，重新聚焦经销商可以稳定茅台的销售体系，提高茅台在目前调整周期下的抗风险能力，经销商利益的维护对于茅台的稳步增长发挥着重要作用。”

多措并举稳价

9月20日，茅台发布公告，将以自有资金斥资30亿—60亿元注销式回购股份。

今年以来，茅台频频出手进行控量稳价。6月份，茅台出台了多项稳市政策，包括收紧部分省份1499元直营团购供应，以及取消12瓶装飞天茅台投放和开箱政策，暂停部分15年陈年茅台、精品茅台的发货等。

因此，在7、8月份，散瓶飞天茅台的价格有所回升。8月6日，2024年散瓶飞天茅台的批价一度回升至2420元/瓶，原箱则突破了2700元/瓶。

9月20日，茅台发布公告宣布将以自有资金斥资30亿—60亿元注销式回购股份，这是公司上市23年以来首次注销式回购。业内认为，股份回购注销后，公司股本将减少，财务指标如每股收益、每股净资产回报率等将随之提升，这有利于投资者收益的改善。

沈萌表示，顶格60亿元的回购规模相比茅台1.6万亿元的市值约占0.375%，总量微乎其微，更多是以此希望向市场传递管理层的信心，同时也在一定程度上优化自身的现金资产收益。

受到近日回购策略及多项利好政策的影响，9月24日茅台股价大涨8.8%，以1372.6元/股收盘，截至27日收盘，茅台股价已收复1600元/股关口。

上述证券分析师预计：“受到多项政策的利好，预计茅台股票短期内会持续上涨，此后应该会在一定的价位区间维持稳定。”

马斐也表示：“茅台股价短期大幅度反弹或不会持续很长时间，这种走势预计会在国庆节前后有所变化，不会一直上涨，也不会大幅度下跌，会在调整区间浮动。”

尽管股价、酒价出现波动，但贵州茅台的基本面并未改变。张德芹曾在2024年半年度业绩说明会上表示，茅台酒市场稳定，将确保年度营收增长15%。下半年茅台是度过本轮行业调整的关键期，在复杂市场形势下，解决供需适配痛点问题的转型势在必行。

对于茅台后续如何继续稳定股价及酒价以及下半年的战略发展等问题，茅台方面未予以回复。不过在近期召开的市场工作会上，茅台明确了向“新商务”转型的战略方针，做到客群、消费场景、服务的三个转型。

具体而言，首先是客群转型，从过往房地产等传统行业向新能源、生物科技等新兴产业寻找新消费群体；其次是消费场景转型，针对潜力行业开发商务消费的同时，要开发亲友聚会等场景；最后还将推动服务转型，服务理念从“卖产品”到“卖生活方式”转变。

白酒营销专家肖竹青指出：“茅台希望能够培养高净值人群在更多的朋友聚会、家人聚会过程中，形成消费茅台酒的习惯。如果能将商务宴请消费场景培育转型为高净值人群个人生活的消费场景，对贵州茅台酒的稳定和可持续发展意义重大。”

同质化“内卷”显现 新茶饮激战白热化

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

纵观今年的新茶饮赛道，行业竞争异常激烈。瑞幸咖啡、星巴克、绝味食品等品牌纷纷挤进新茶饮赛道，试图抢占市场蛋糕。

跨界者不断增多的同时，《中国经营报》记者注意到，今年二季度整体行业加速扩张后，新茶饮拓店速度持续放缓。据壹览商业统计，今年8月，书亦烧仙草之类的25家新茶饮连锁品牌的新开门店数量与上月相比减少568家，新开门店总量环比减少22.48%。

近日，喜茶向事业合伙人发布了主题为《为用户创造差异化的品牌和产品》的内部信。信中指出，当前消费需求的增长与茶饮行业整体供应的增长并不同步，而面对有限的消费需求，行业内又普遍选择了趋同的产品与品牌策略，以至于陷入日益胶着的同质化竞争中。

面对这种同质化的“内卷”，新茶饮品牌们何以破局？业内始终认为，供应链优势是一条坚固的护城河，但堤坝修建绝非一日之功，伴随着跨界者的加入，品牌该如何满足新茶饮消费者的新需求？

行业竞争激烈

近日，消费者小圆发现，瑞幸咖啡上新了轻乳茶，喜爱尝新的她按捺不住买了一杯品尝。“味道都差不多。”小圆评价道。

记者注意到，8月11日，瑞幸咖啡官宣开启了“上午咖啡下午茶——送你1亿杯9.9元下午茶”活动。此外，9月10日，星巴克推出轻乳茶系列产品，一杯最低售价29.9元，仅支持外送。

事实上，新茶饮头部品牌均有布局轻乳茶产品。在2023年实现扭亏为盈、营收突破40亿元的霸王茶姬，其当家产品正是轻乳茶。喜茶、古茗、沪上阿姨、茶百道、益禾堂、甜啦啦等新茶饮品牌都已在菜单中加入轻乳茶类产品。饿了么数据显示，今年4月以来，推出“原叶茶+牛奶”轻乳茶的品牌数量同比增长近1倍，外卖量同比增长超过740%。

可见，“同质化竞争”成为新茶饮品牌的一道待解题。

在兵立王研发总监戴建波看来，产品创新是重要的破局方法。“对新茶饮赛道来说，产品创新是最低成本投入、最高回报的一条路，因为无论是卷营销还是卷服务，最终都会产生高昂的成本，而差异化的产品就是从‘以小博大’的维度解决问题，尤其是喝奶茶的消费者，消费行为就是追逐新鲜。每家产品都差不多的情况下，如果某家产品有一点不一样，那就能够增加客流、增加进店率。”

记者注意到，当下各大品牌的上新速度都很快。根据红餐大数据公布的茶饮品牌上新数据，2023年下半年共上新1066款产品，2024年1—7月茶饮品牌共上新971款产品，平均每个品牌每个季度约上新11个产品。但根据相关数据调查，头部品牌销量TOP5产品中，依旧以招牌产品为主。

这也从侧面印证了新茶饮行业的竞争激烈，为了维稳“江湖地位”，品牌需要不断创新以刺激消费者。

值得一提的是，新茶饮品牌激战的同时，外来的跨界者逐渐增多。9月23日，“绝味开始卖奶茶了”登上百度热搜。记者登录小程序查询后发现，“绝味奶茶”目前有两款产品，均售价7元。而社交媒体上的图片显示，部门绝味鸭脖门店横幅上有“11.9元购3杯原叶奶茶券”字样。

大消费行业分析师杨怀玉认为，绝味的参战与瑞幸咖啡、星巴克不同，选择奶茶进行品类扩充是一种低成本打法，并提到经过这几年新茶饮赛道对细分领域的供应链资源的盘活，相比搭配啤酒、精酿，奶茶的供应链要“多得多、更好找”，因为其上中下游的厂商都愿意接触外部的跨界合作。

杨怀玉还指出，“当下奶茶行业在去库存”，对于这一说法，接受记者采访的其他业内人士均未表态。

如何规模化？

在新茶饮品牌跑马圈地的同时，行业洗牌也在加速。据窄门餐饮今年8月公布的数据，过去一年，“奶茶饮品”细分市场新开门店数量达到167347家，但实际净增长数量仅为35518家，这意味着有超过13万家店铺在过去一年中选择关门结业。

书亦烧仙草相关负责人表示，当下正在对门店进行精细化运营，希望能够对店铺进行迭代升级，“我们之前在一、二线城市开出了一些特别大的门店，这类门店以彰显品牌形象为主，但是目前这类店型租金和人力成本都较高，经营压力也较大，就会慢慢做一些收缩”。

不仅如此，此前古茗、茶百道、沪上阿姨等品牌都在奋力冲刺万店，占领更多的市场份额。但规模化的扩张之后如何健康运营，也是当下品牌面临的挑战。

业内人士李明（化名）告诉记者，数字化体系的搭建对新茶饮品牌来说非常重要，某头部品牌70%的订单都是线上（自家小程序和外卖平台）完成的，也由此，“pick-up”的小店型反而坪效更高。

在2023年“咖啡奶茶化”的市场背景下，瑞幸咖啡、库迪掀起的“9块9”低价大战也使咖啡与新茶饮之间的次元壁不断被瓦解，对新茶饮市场形成一定冲击。和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏从咖啡价格战中观察到，虽然能够通过创新品类、联名等方式扩大消费客群，但“低价”仍然是目前国内快消领域最有效的拉新方式。

记者还了解到，目前奶茶行业在进行联名及其他大促活动时，通常会给加盟商“每杯2—3元”的补贴。一些品牌加盟商因为没有总部补贴而需要对活动作出支持，经营压力大就闭店了。

多位业内人士告诉记者，在面对价格战时，拥有自己或者独家的供应链才可能形成成本优势。

例如，蜜雪冰城的4元爆款柠檬水之所以便宜，除了享有“万店规模”带来的议价权之外，还花了6年的时间稳定其原料供应体系。据悉，蜜雪冰城在柠檬产地四川安岳设立了收储基地，降低了成本支出的同时也对外部品牌开放，获取一定收益。

根据壹览商业的统计来看，蜜雪冰城、古茗的开店速度并未减缓，而这两个品牌也恰恰是业内公认的供应链建设更完整的品牌。从品牌现存门店情况看，排名第一的是蜜雪冰城，国内现有门店32403家。排名第二的是古茗，国内现有门店9543家。

值得一提的是，在上述数据中，蜜雪冰城7月开店674家，8月开店745家，创近一年单月开店量新高。第二名为霸王茶姬，8月新开店209家。在业内看来，霸王茶姬很会寻求供应链上的资源合作。

企查查信息显示，2023年11月23日，四川茶本元新材料科技有限公司成立。该公司由霸王茶姬旗下国潮信息科技（东台）有限公司与茶百道霸王茶姬合资公司四川容尚佳合科技有限公司共同持股。据悉，茶百道旗下的环保包材工厂“森冕工厂”2023年产能达到13952吨，并于2022年开始就对外部客户销售。

健康化趋势

当下，随着整个社会的健康意识的提升，消费者对新茶饮产品健康的诉求与日俱增。多位业内人士认为，新茶饮创新的原动力始于原料升级，从茶粉到茶叶再到名优茶，从奶精脂质末到纯奶再到鲜奶，从果味粉到浓缩液再到讲求产地的新鲜水果。随着新式茶饮行业规范化发展，“牛奶、鲜果、现泡茶”逐渐成为新茶饮的升级特征。

基于上述背景，新茶饮品牌纷纷打起了“健康牌”。比如一点点在产品选择方面可以加3块钱换A2奶，近日古茗则在门店开启“买一杯奶茶就送一瓶牛奶”的活动。

戴建波告诉记者，他所在的品牌从2020年开始就全面使用了纯牛奶，在果茶中也采用了鲜果。“我认为纯奶的升级对消费者来说是利好，但这个成本应该通过规模化做到的，而不是让消费者承担。”他注意到，当下区域性地方手作奶茶品牌的兴起就是基于消费者对新鲜口感和真材实料的追求。

除了新茶饮的原材料，消费者还关心热量、咖啡因含量等方面。对此，霸王茶姬直接显示出每杯产品的卡路里，喜茶则在小程序页面将饮品中的咖啡因含量划分为四个级别。但如何在好喝与健康之间平衡，可能也是未来新茶饮行业的一个破题方向。

据悉，书亦烧仙草在去年对产品进行了升级，并提出了植物基新茶饮的理念，把动物蛋白替换成植物蛋白等，但部分消费者对此也有口感差、味道寡淡的反馈。值得一提的是，书亦烧仙草的爆款产品无法调节甜度。

书亦烧仙草的相关负责人表示：“消费者的健康意识在提升，但目前在植物基底这一块的认知心智还需要培养，出于口感上的考量没有推出三分糖或零糖的选项，未来在果茶和鲜奶茶的产品中会持续调整。”

中国经营报 CHINA BUSINESS JOURNAL 编辑/张辉 美编/吴双 校对/张国刚 zhanghui@cbnet.com.cn 2024.9.30

声音

做中国半导体厂商走向海外的推动者

访安富利中国区总裁董花

在半导体产业链中，芯片分销商与代理商作为关键环节，紧密联结着芯片原厂与终端客户。他们不仅负责芯片的采购、仓储与分销，还承担着市场推广、技术支持及售后服务的全方位职能。随着市场需求的多样化与产业链分工的精细化，这两者的作用愈发关键。而随着人工智能、物联网、新能源汽车等前沿技术的迅猛崛起，相关芯片需求呈现井喷式增长态势，为分销商与代理商开辟了广阔的“新市场蓝海”。

创立于1921年的安富利(股票代码：AVT)，经过一个世纪的不断变革发展，已然成为全球领先的技术分销商和解决方案提供商。通过与系统集成商、电子元器件供应商、设备制造商、连接器提供商、服务提供商、云/数字平台提供商等产业链中的合作伙伴合作，安富利构建了广阔的互联生态系统，成为众多行业和应用的关键赋能者。

在全球半导体产业快速发展的浪潮中，中国企业正以前所未有的速度和决心，在多个领域实现突破。安富利将在中国市场扮演什么角色？与此同时，继电动化之后，以智能驾驶为代表的汽车智能化趋势已经渐成主流，如何在这股潮流中觅得更好的发展机会？近日《中国经营报》记者采访了安富利中国区总裁董花。

百年企业“植根”中国市场

自1995年进入中国市场，已经深深“植根”中国本土，2006年安富利开始成立中国汽车事业部，不断优化自身的芯片供应体系，经过多年发展，形成了适应汽车行业的一整套芯片供应模式。在此过程中，安富利探索出针对汽车行业供应的更好服务方式，即供应链服务+技术服务的模式。

《中国经营报》：芯片代理商，与传统意义上的芯片买卖有何不同，在整个半导体产业链中，安富利的自我定位是什么？

董花：在芯片原厂、中间商、客户链条上，中间商大致分为代理商、贸易商、方案商以及目标分销商几种。

而芯片代理商和贸易商的主要区别在于是否获得原厂的正式授权、产品线多样性、是否受原厂管控、技术服务支持能力、供应链支撑能力、以及资金规模和风险控制能力。代理商通常提供正规的产品来源和客户服务，技术支持服务以及供应链的支持，实现产品的全生命周期管理，并配合原厂策略，做更多的产品市场导入及市场开发工作。而贸易商则更加灵活但可能面临产品质量和来源的不确定性。

安富利作为全球领先的技术分销商和解决方案提供商，从构思到设计，再从原型创建到生产，安富利可在产品生命周期的每个阶段为客户提供支持。安富利在整个技术价值链中处于中心位置。这种独特的地位让安富利能够在产品开发过程中加快设计和供应速度，从而帮助客户尽快实现营收。

《中国经营报》：此前在中国本土化运营方面，安富利提出要深耕中国市场，目前进展如何，是否达到了安富利的预期目标？

董花：随着业务规模的扩大，我们的客户群在不断扩展。以汽车产业为例，就本土车厂和Tier 1(车厂一级供应商)客户而言，他们遍布一、二、三线城市。跟随着这些本土企业的设计需求，我们多年前就已快速投入相关的技术和设计资源。我们把汽车业务部的现场应用支持人员的布局下沉到这些城市，更贴近客户，了解他们的需求和问题，以便快速拉通研发、现场调试，高效解决技术问题。

安富利已在全国26个城市开设办事处，服务长三角、粤港澳大湾区、京津冀城市圈、中部都市圈、川渝都市圈、东三省都市圈等。在北上广深一线城市之外，我们看到苏州、武汉、南京、青岛等城市群发展尤其迅猛。我们也希望在国内高端制造和半导体产业快速发展、聚焦前沿技术的大趋势下，更好地配合客户的发展，继续扩大服务客户的广度以及深度。

《中国经营报》：而对于中国芯片原厂，安富利也一直在关注。是否有考虑做更多的国内芯片原厂的代理？

董花：不仅仅是关注，我们是一直在支持。从分立器件到第三代半导体，从模拟器件到车规芯片，从计算到存储，我们在各个领域都与国内原厂开展了合作。这几年涌现出来了一批批的国产芯片原厂，结合全球其他区域行业的发展经验，国产芯片必将有自己的一席之地。

国内芯片原厂出海，如何做好本地客户开发以及本地技术支持这两个关键要素？通过代理商在当地的人员布局，现成的业务网络，能够迅速帮助原厂打开局面，如果原厂考虑自建当地销售服务网络，也将是一个极佳补充。

支持中国多行业高端产业的蓬勃发展，是安富利长期坚持的企业承诺，也是安富利中国的安身立命之本。随着国内头部半导体原厂的业务规模及市场不断扩大，我们会持续关注这些企业的产品路线和企业发展策略，扩展我们代理的国产产品线品类，通过服务更多的国内芯片原厂和客户，做好在中国的长远布局和发展。

深耕新能源汽车

安富利中国在汽车行业耕耘近18年，成立了专门的汽车业务部门，从最初给国际Tier 1企业提供供应链服务开始，延伸到本土车厂和Tier 1，不断加深与众多国内车企及Tier 1企业合作。

《中国经营报》：如果新能源发展并形成稳定的状态，与燃油汽车将会是怎样的关系，会是对立的关系吗？

董花：随着渗透率的提升，中国的新能源汽车发展已经跨越了鸿沟，进入高速发展的时期，并逐步走向世界。整个过程中贯穿前赴后继、惊心动魄的故事，最后格局初现，走向共同发展的道路。一些头部客户会积极出海，开辟国际市场，新势力车企会整合产业链的资源，建立更加紧密的关系。

提及燃油车，有些人会加上“传统”两个字，两者之间有先后之分，更有对于技术使用和汽车功能定义之分。新能源汽车作为后来者，它能打破燃油车长期的市场主导地位，除了依托产业政策的长期布局支持、产业生态从车厂到Tier 1到供应链逐步完善外，更多的是各品牌在功能安全和技术创新的积极投入和迭代创新。

目前的困境是，全球汽车市场增量放缓，行业发展依托的是存量市场。尤其是对于新能源汽车行业，从车厂到Tier 1，企业为了保住现有市场份额，追求功能进步的同时必须进行降本才能存活下来，比起燃油车，新能源汽车的盈利挑战更大。燃油车的技术成熟可靠，具有成熟化产品的成本优势，同时在很多偏远、高温严寒或者特定的场景，燃油车更是占据主导地位不可替代，加之多年形成的品牌效应，燃油车依然是有着雄厚的客户基础的。

所以两者之间的关系，我们倾向于认为是更长时间内的共生关系，大家共同立足市场相互竞争。可以预见到行业面临的持久战和再次洗牌，这个持久战能打多久，取决于双方的供应链优势、盈利能力、市场策略、产品定位和技术创新。

《中国经营报》：影响汽车价格的主要是供应链，安富利作为供应链中的一环，如何看待国内供应链的变化，安富利在这当中又起到了什么作用？

董花：我们认为影响汽车价格的主要是价值链，供应链只是中间的一环。国内汽车行业的激烈竞争和新势力车企的跨行业进入，成为影响汽车价格的主要因素之一。而我们电子元器件代理商作为价值链中的重要一环，在其中起到不可替代的作用。以安富利为例，我们作为全球最大的电子元件、计算机产品和嵌入技术分销商之一，在价值链条中扮演着至关重要的角色，提供相应的增值服务。在智驾、电驱等领域及下一代超算平台等应用中与相关汽车企业展开深入合作。通过这种合作，安富利不仅提供元器件，还提供全面的技术服务和支持，帮助整车厂及其上下游合作伙伴优化供应链管理。

在应对国内供应链变化的过程中，安富利也有不可替代的价值定位。公司不仅提供元器件物料，还提供驻场人员、方案咨询和技术服务、供应链创新等多维度的增值服务。我们在汽车行业提供的价值链增值服务，确保了我们在激烈的市场竞争中保持领先地位和业务成长。

中国汽车市场已成为全球竞争最激烈的市场之一

《中国经营报》：车企智能智驾的行业发展如火如荼，安富利如何看待，如何支持？

董花：智能驾驶，是最近最热门的话题之一，对于这个热点，我们予以积极关注和参与。

目前有多家联合体进入L3级智能网联汽车准入和上路通行试点。而自动驾驶，在某些高速干线物流以及出租车行业开始试运行，车路云协同的城市建设已经展开，不少地方政府也积极颁布措施推动智能智驾的发展。

针对智能驾驶，大众首先考虑的是安全性问题。AI技术的运用，在什么场合下可以代替人驾驶。其次是网联化必然涉及网络及信息安全问题，个人信息如何保护。最后是车路云协同实现智慧交通需要更多的政策与资金支持。

任何新事物的发展，都会存在技术突破和落地难题，但正如新能源车在发展初期遇到的质疑一样，续航里程、充电难、电池成本高、安全性差等，最终这些难题都可以通过技术解决。同样对于智能智驾，我们是有信心的，需要先行者到真实的应用场景中去磨合，去检验技术路线，去发现问题，再一一找到方案。

安富利在智能驾驶方向也扮演着先行者的角色，以积极的态度拥抱行业的发展。安富利是最早组织专业团队参加ISO26262功能安全认证的半导体代理商之一，针对安全性问题，我们努力从架构和理念上与行业需求保持一致。

安富利的车载智能网关，在传感器、平台、算法等方面充分考虑应用场景的需求，选择国内外技术领先的原厂，搭载安富利自主设计的摄像头及毫米波雷达等多传感器模块及融合算法，融合TSN技术(时间敏感网络)，推动并加速先进技术在智能驾驶领域的应用。

《中国经营报》：国内汽车行业竞争激烈，新势力车企也加入内卷。如何看待这种现象？

董花：随着新能源汽车市场的高渗透率和相关技术的不断进步，中国汽车市场已成为全球竞争最激烈的市场之一。

中国汽车行业产销量日益增加，显示了市场的巨大潜力，但也预示可能面临的市场波动造成的产能过剩及市场消纳减缓的风险。

另外，新能源车企间日益激烈的价格战，以及众多新势力品牌的兴起，既带来了活力和创新，也进一步加剧了市场竞争。多数车企用降价保市场，降本压力增加带来了运营层面的挑战和困难。

从技术层面看，以汽车电动化和智能化为特征的技术变革进一步改变了汽车产业的技术基础和市场格局，也进一步打破了由传统油车企业主导的产业格局，为国内汽车产业链带来了根本的变化，也会逐步影响未来世界汽车的发展和变革。

另一方面，中国汽车企业也面临产品同质化严重的问题，差异化竞争仍然是保证中国汽车产业良性健康成长需要探讨的重要课题。一些优秀的汽车品牌也确实在这方面体现了他们独到的战略和眼光，并获得越来越多的市场回报。

在政策和市场层面，新能源汽车国补政策的逐渐退出，以及政府对产能过剩风险问题的关注，也间接影响企业对产业投入及扩产的决策，让社会资源能进行更有效的配置。

综上所述，国内汽车行业的竞争和内卷，倒逼车企不断考虑创新，提高竞争力，通过差异化、产能优化、降本增效来实现可持续性盈利和市场成长，促进汽车行业整体的健康可持续发展。作为价值链上的重要一环，安富利也会和上下游的伙伴们一起，为中国汽车行业的健康有序发展而努力。

老板秘籍

1 如何“植根”中国市场？

随着业务规模的扩大，我们的客户群在不断扩展。以汽车产业为例，就本土车厂和Tier 1(车厂一级供应商)客户而言，他们遍布一、二、三线城市。跟随着这些本土企业的设计需求，我们多年前就已快速投入相关的技术和设计资源。我们把汽车业务部的现场应用支持人员的布局下沉到这些城市，更贴近客户，了解他们的需求和问题，以便快速拉通研发、现场调试，高效解决技术问题。

支持中国多行业高端产业的蓬勃发展，是安富利长期坚持的企业承诺，也是安富利中国的安身立命之本。随着国内头部半导体原厂的业务规模及市场不断扩大，我们会持续关注这些企业的产品路线和企业发展策略，扩展我们代理的国产产品线品类，通过服务更多的国内芯片原厂和客户，做好在中国的长远布局和发展。

2 在汽车供应链中，如何更好发挥安富利的作用？

与相关汽车企业进行深度合作，签署战略合作协议，安富利展示了其多元化的支持模式。在智驾、电驱等领域及下一代超算平台等应用中展开深入合作。通过这种合作，安富利不仅提供元器件，还提供全面的技术服务和支持，帮助整车厂及其上下游合作伙伴优化供应链管理。

在应对国内供应链变化的过程中，安富利也有不可替代的价值定位。公司不仅提供元器件物料，还提供驻场人员、方案咨询和技术服务，供应链创新等多维度的增值服务。我们在汽车行业提供的价值链增值服务，确保了我们在激烈的市场竞争中保持领先地位和持续业务成长。

简历

董花

董花在电子行业已深耕近三十年，其于1999年加入安富利，曾在销售、产品营销和业务运营等领域担任过多项重要职务。目前，董花全面负责安富利在中国区市场的业务战略和未来发展，涵盖销售、客户和供应商关系、市场营销、公司运营流程、本土化人才培养，多元产业布局合作和模式创新等。

在她担任安富利中国区总裁期间，安富利中国区在多个方面得到快速发展，在汽车、工业、医疗等市场展现出雄厚的实力。她和她的团队领导安富利中国区获得众多奖项，其中有来自核心半导体制造商颁发的包括最佳年度代理商在内的一些奖项，也有来自众多关键行业客户授予的年度优秀供应商伙伴和最佳合作伙伴等奖项。

记者观察

以全球视野提升本土供应链韧性

在地缘政治紧张、供需波动等外部环境变化带来的不确定、不均衡因素增多的形势下，增强产业供应链弹性，提升供应链效率，成为各产业上下游企业的共同选择。半导体产业亦是如此，自外资半导体企业进入中国市场以来，代理商始终承担着连接厂商与客户之间的桥梁及缓冲作用。伴随着国际芯片巨头本土化战略的实施，以及国产芯片的持续发展与崛起，芯片代理行业的生态环境和竞争规则正经历着不断的演变。

尤其是在新能源汽车市场份额和渗透率不断提高的背景下，车规级芯片作为汽车产业核心关键零部件，决定着未来汽车市场的走向。

如董花所言：“无论设计出多么优秀的产品，都需要实现及时交付，所以供应链管理极为重要。”

作为一家在全球市场深耕百年的企业，从构思到设计，再从原型创建到生产，安富利可在产品生命周期的每个阶段为客户提供支持。安富利在整个技术价值链中处于中心位置。这种独特的地位让安富利能够在产品开发过程中加快设计和供应速度，从而帮助客户尽快实现营收。

供应链一旦出现问题，牵一发而动全身。整个汽车市场都会受到影响。如今，面对日益增长的中国市场，作为一家百年历史的企业，安富利将“全球经验”带到了中国，其非常注重本地化运营，已经在中国组建了完整独立的本地人员架构并且坚持本地人才培养，积极地将业务触角下沉到新兴城市，目前已经在诸多城市布局了前线人员。在这些城市，除了投入前线技术和研发人员以外，安富利将后端支持人员也投放在这些三、四线区域，从而实现对于三、四线城市新兴产业集群的更好支持和服务。未来，安富利也会根据中国市场的发展，不断调整和新增新兴城市布局。安富利也正在着力打造有韧性的透明化的供应链，有意识地针对一些特定的客户提供特制的“平台”，依托EDI、IT等多部门的支持，单独为这些客户开发专属的系统，客户可以借此与安富利的系统对接，及时了解排单情况、库存情况，实现全流程透明。

安富利的这种全球经验切入中国实际和需求的探索和经历，给行业带来新的供给的同时，也提供了一些好的借鉴和启示。

本版文章均由本报记者秦枭采写