



本报官方微博

本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

“双碳”制度创新 企业减排实现低成本清缴履约

NA2

美国科技企业裁员潮再起 AI成“背后推手”? ↴C1



造车竞争不是“短跑”

访北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官段建军

“对于2023年,可以用一句诗来表达我的心境:‘风物长宜放眼量’。这句诗表达的是,要放开眼界,以宽阔的胸怀观量万事万物。在时代发生剧变、市场边界被打破、行业竞争充满不确定性时,需要始终保持勤奋的创业初心和热忱的探索,以更加敏捷的反应和开放的姿态,积极洞察和拥抱未知与变化。对于奔驰品牌亦如

此。作为一个拥有138年历史的品牌,面对时代变局和市场竞争,我们相信,坚持做难而正确的事情,发挥和守住自己的优势,保持战略定力,是取得最终胜利的定海神针。”

上述表述来自北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官段建军。段建军是一名从业近30年的汽车行业“老将”,也是奔驰在华首位中

国籍“掌舵人”。

2024年,奔驰这个百年车企如何打造穿越周期的势能?中国汽车市场正处于深度电动化变革之中,面对电动化、智能化的时代浪潮,奔驰又将如何描绘转型“路线图”?

对于上述问题,近期,《中国经营报》记者专访了段建军。段建军在专访中作出了详尽的回应。

社评 ↴

以进促稳方能活跃资本市场

2024年1月份,我国综合PMI产出指数为50.9%,制造业PMI回升至49.2%。其中生产指数为51.3%,比上月上升1.1个百分点,升至近4个月以来的高点。反映外部需求的新出口订单指数比上月上升了1.4个百分点,市场内外需求景气度都有所改善。从行业看,医药、专用设备、汽车、铁路船舶航空航天设备等行业生产经营活动预期指数高达56.0%以上的较高景气区间,显示企业对近期发展预期更为乐观。

经济持续走好且预期也向好,但A股市场却走出近乎反向的足跡。公布上述数据的1月31日,A股市场沪、深、北三大指数齐齐下跌,不仅如此,深成指竟然创下新冠疫情以来的新低。

问题出在了哪里?

短期来看,决定资本市场走势的关键因素是资金,这包括经济运行层面的整体资金宽松度和资金进出资本市场的意愿。

1月31日,央行以利率招标方式开展了5440亿元7天期逆回购操作,中标利率为1.8%。Wind数据显示,当日4630亿元逆回购到期,因此单日净投放810亿元。近日存款类回购利率(DR001)则跌到了1.6%附近,为近三周来新低。从长期资金角度看,国有和主要股份制银行一年期同业存单最新成交在2.365%左右,处于走低态势,且机构预测后续两个月降息降准可能超预期。从长中短期和预期来看,资金面都倾向于宽松,股市上涨才符合常理。这些事实说明,A股市场与经济活动走势相背离的原因是资金对资本市场用脚投票。

截止到2024年1月31日,A股共

有5358家上市公司,总市值71万亿元,这与中国2023年GDP126.06万亿元差距甚远,按照巴菲特的标准,当总市值低于GDP的八成就可以认为股市处于低估值状态,可见A股市场处于极度低估的状态。

估值极低却仍然跌跌不休,显然是市场预期出现了偏差。这种预期偏差通过市场内部一般难以纠正,因为资本市场存在一种现象:自我实现的预期。意思是说,资本市场一旦形成涨或跌的一致预期,那么它一定会涨或跌,而且是预期涨就会涨到涨无可涨,预期跌也会跌到跌无可跌。

个股起落都很正常,即使大起大落也不会影响大局,但对市场形成的一致预期则必须加以纠偏,而且需要大力度纠偏。

事实上,中国A股市场也有过改变市场一致预期的案例,那就是2015年的“杠杆牛市”和其后形成的暴跌预期。

当时通过组织21家券商不低于1200亿元投资蓝筹股ETF等操作手法最终改变了市场的大跌预期,不过当时是直到下跌预期和做空资金耗竭才大规模入场并带动场外资金入场的,这种模式虽然耗资不多就可以成功改变预期,但市场成本巨大。

当前的市场规模和格局,恐怕不允许我们等到市场自己形成大底,才入市改变预期了,毕竟资本市场迫切需要深化改革,而深化改革又必须坚持以进促稳,这样才能用上涨化解矛盾,用增量改变存量问题,从而达到稳中求进的改革预期。

近日,国务院国资委表示,将进一步研究把市值管理纳入中央企业负责人业绩考核。考核体系的优化,有助于引导央企负责人更加重视所控股

上市公司的市场表现,及时通过运用市场化的增持、回购等手段来传递信心,稳定预期,加大现金分红力度来更好地回报投资者。这一政策虽然在短期引发了国企上市公司的一轮上涨,但没过几日就又掉头向下了。

可见当前市场形成的一致预期,未能识别出政策的长效利好。不过,对于纠正这种非理性偏差,国际上不乏成功案例。

1997年下半年,美国著名金融家索罗斯旗下的对冲基金在亚洲各国和地区发起了连番狙击,并获得了极大的成功,使泰国、马来西亚、印度尼西亚等国家和地区几十年来积存的外汇一瞬间化为乌有,由此引发了“二战”后对这些国家的政治、经济和社会生活各层面冲击最大的亚洲金融危机。

1998年7月底,索罗斯带领的国际炒家开始向香港股、汇、期三市发起进攻,他们通过对冲基金接连不断地狙击港元,以期推高短期拆借利息和利率。与此同时,国际炒家在证券市场上大手笔沽空股票和期货,大幅打压恒生指数,使恒生指数从10000万点大幅度跌至8000点,并直指6000点。炒家们再通过大肆造谣,扬言“港元即将与美元脱钩,贬值40%”,“恒指将跌至4000点”等扰乱人心,导致市场迅速形成了下跌的一致预期。

代行中央银行职权的香港金融管理局,决定直接入市干预期货和股票市场。中央政府明确规定,将会全力支持香港特区政府捍卫港币稳定,这对香港无疑是一种强心剂。最终,香港市场改变了当时形成的一致暴跌预期,开始慢慢恢复上涨。香港

金融管理局通过强力救市成功维护了市场的稳定和繁荣。

香港救市的案例告诉我们,应对资本市场形成的一致预期,既要高调喊话,更要有真金白银入场行动。这也是最近市场强烈呼吁成立平准基金并入市的原因所在。平准基金不仅需要及时成立,而且需要看起来规模巨大,至少背后应该有央行的强大信用背书,这样才能彻底扭转市场预期。

如果说股市与经济活动短期内的背离是资金问题,这个问题可以通过资金入市化解,那么二者长期处于背离状态就说明资本市场需要深化改革。自2016年以来,我国资本市场总市值与GDP的比例基本保持在八成以下,按照巴菲特的标准是长期处于低估状态。由此可见,我国资本市场迫切需要进一步深化改革。

当前资本市场最需要深化改革或者呼声最高的莫过于退市制度和严刑峻法。资本市场高质量发展的源头是上市公司的高质量发展,上市公司的高质量发展需要投资者精准识别优质公司和僵尸企业。如果资本市场“只进不出”,不能通过退市制度有效剔除僵尸企业,那么高质量上市公司很难获得足够的资金支持,场外优秀的企业也很难及时进入市场融资到资金。目前,排队IPO的企业众多,上市审核不可谓不严,但依旧屡屡出现造假和欺诈上市者。市场认为:对欺诈者非严刑峻法恐怕难以遏制,只有让造假者成本远远大于其造假收益才能让其收手。

总而言之,只有深化改革才能活跃资本市场,只有市场稳定才能逐步化解投融资双方的矛盾,只有改变预期形成上涨态势才可能以进促稳。

本期热词 ↴

支付便利

“2023年夏天来北京时,我发现没有软件很难叫车,终于打到一辆出租车后发现,司机只通过支付宝、微信支付渠道收钱,不接受现金找零。”德国学者Max向《中国经营报》记者表示。

疏通境外来华人士支付“最后一公里” ↴ B1

牵手春晚

当2024龙年春晚又一次将分会场设在西安的时候,足以展现西安这座城市的魅力以及春晚对西安的青睐。作为古丝绸之路的起点、“一带一路”的重要节点城市,西安拥有丰富的历史文化底蕴、深厚的人文气息、蓬勃的科技创新活力,正积极建设国家中心城市。

三次牵手春晚 西安打造文旅“顶流”城市 ↴ B13

网约车

据悉,曹操出行、享道出行、T3出行等网约车平台一方面纷纷联合车企推出定制车,在降低成本的同时为司乘提供定制化服务;另一方面从更长远的考虑提前布局Robotaxi(自动驾驶出租车),这也被认为是网约车行业破局的方向。

网约车行业驶入“十字路口” ↴ C7

富豪掼蛋

多位业内专家认为,掼蛋本就具备广泛的群众基础,无论是身家400亿元富豪会长的上任,还是金融圈的游戏,都让大众期待其成为如篮球、足球等具备成熟商业化的体育项目。但在聚光灯下,掼蛋如何能最大程度地促进产业化发展,仍需探索。

身家400亿富豪执掌协会 毙蛋能否下“金蛋” ↴ D1

经济大势 ↴ A1~A4

调研显示: A2

民企对营商环境转变有明显“获得感”

黄奇帆:消费互联网需向产业延伸 A3

营商环境 B1~B16

避险需求叠加“春节效应” B2

黄金投资持续升温

“日切”套利漏洞: B4

同一笔资金当日重复计息

对标国际监管要求 B6

中行、农行官宣TLAC发行计划

解构城投“名单制” B7

首登3万亿台阶 重庆经济“新”中谋“质” B9

解码迈瑞医疗66.5亿元大并购 B14

智在公司 C1~C8

美国AI禁令再打补丁 C2

亚马逊AWS、微软Azure受影响

5G带动万亿经济产出 C3

深度覆盖将成下阶段重点

车企开启电池自研潮 C5

宁德时代如何突围?

兰博基尼CEO史蒂芬·温科曼: C8

2024年所有产品线将实现混动化

消费连锁 D1~D4

直播带货“卷”出海 D2

预制菜争夺春节市场 D3

企业加速创新升级

告读者

本报2月12日、19日休刊,2月26日(总2542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



本报官方微信



广告许可证:京海工商广字第0224号
 本报常年法律顾问:北京德和衡律师事务所
 广告征订电话:01088890120
 广告热线:0108889020
 监督电话:01088890050

“双碳”重要制度创新启动 企业减排实现低成本清缴履约

本报记者 杜丽娟 北京报道

在“双碳”目标提出三年多后，中国碳交易体系逐渐完善。作为碳达峰碳中和目标的重要制度创新，全国温室气体自愿减排交易市场近日启动，该交易主要通过市场机制控制和减少温室气

优化减排手段

“和碳配额价格相比，CCER在价格上具有一定的优势。”

伴随“双碳”目标的提出，社会各界对启动全国温室气体自愿减排交易市场平台高度关注。

2023年7月，生态环境部制定《温室气体自愿减排交易管理办法（试行）》（以下简称《管理办法》），3个月后，《管理办法》正式发布，按照生态环境部的要求，在市场实现稳起步、稳运行后，按照“成熟一个，发布一个”的基本原则，逐步扩大自愿减排市场支持领域，强化市场功能。

在《管理办法》审议通过3个月后，2024年1月22日，全国温室气体自愿减排交易市场正式启动。生态环境部应对气候变化司司长夏应生表示，启动自愿减排交易市场有利于支持林业碳汇、可再生能源、甲烷减排、节能增效等项目发展，这可以激励更广泛的行业、企业参与温室气体减排行动。

目前市场上碳交易的产品主要有两种：一种是碳配额，是政府分配给重点排放单位的规定时期内的碳排放额度，即碳排放权；另一种是CCER，这个产品遵循自愿原则，企业可以自由选择是否购买。

史伟伟介绍，在碳排放权交易市场中，如果控排企业的实际碳排放量低于政府分配的配额总量，富余的配额可以对外出售，这能获得相应的收入；相反，如果企业实际

碳排放，它的启动将助力“双碳”目标的实现。

统计显示，全国温室气体自愿减排交易市场启动首日总成交量约为37.5万吨，总成交额约为2384万元。

大唐碳资产有限公司总经理史伟伟在接受《中国经营报》记者

采访时说，由于国内纳入碳排放权交易体系的控排企业有碳排放履约要求，而全国温室气体自愿减排交易市场的启动，CCER（核证自愿减排量）可作为抵消机制参与碳市场，可以为控排企业的履约清缴提供更多的选择。

“目前全国碳市场交易有两种

交易产品，一种是碳配额，另一种是CCER，对控排企业来说，温室气体自愿减排交易市场启动后，企业可以选择购买CCER来履约，由于CCER的价格普遍低于配额，因此企业使用CCER不仅可以降低成本，也是对全社会减排举措的引导和鼓励。”史伟伟说。

“和碳配额价格相比，CCER在价格上具有一定的优势。”

伴随“双碳”目标的提出，社会各界对启动全国温室气体自愿减排交易市场平台高度关注。

2023年7月，生态环境部制定《温室气体自愿减排交易管理办法（试行）》（以下简称《管理办法》），3个月后，《管理办法》正式发布，按照生态环境部的要求，在市场实现稳起步、稳运行后，按照“成熟一个，发布一个”的基本原则，逐步扩大自愿减排市场支持领域，强化市场功能。

在《管理办法》审议通过3个月后，2024年1月22日，全国温室气体自愿减排交易市场正式启动。生态环境部应对气候变化司司长夏应生表示，启动自愿减排交易市场有利于支持林业碳汇、可再生能源、甲烷减排、节能增效等项目发展，这可以激励更广泛的行业、企业参与温室气体减排行动。

目前市场上碳交易的产品主要有两种：一种是碳配额，是政府分配给重点排放单位的规定时期的碳排放额度，即碳排放权；另一种是CCER，这个产品遵循自愿原则，企业可以自由选择是否购买。

史伟伟介绍，在碳排放权交易市场中，如果控排企业的实际碳排放量低于政府分配的配额总量，富余的配额可以对外出售，这能获得相应的收入；相反，如果企业实际

碳排放量超过分配的配额，那就需要从市场上购买配额，履行碳配额清缴义务，如果企业未清缴将面临处罚。

从履约角度看，自愿减排市场启动后，企业可使用CCER抵销年度碳排放配额的清缴，这有助于引导控排企业选择成本最优的减碳手段。

根据《碳排放权交易管理办法（试行）》，重点排放单位每年可以使用核证自愿减排量抵销碳配额的清缴，抵销比例不得超过应清缴

碳配额的5%。“和碳配额价格相比，CCER在价格上具有一定的优势，因此重点排放单位选择购买CCER可以实现低成本清缴履约。”史伟伟说。

CCER主要是对于重点排放单位之外的其他主体，按照政策要求，政府鼓励大家按照国家规定的方法，自愿开发和实施减排项目，推动可再生能源、林业碳汇、甲烷减排、节能增效等领域发展，减少温室气体排放、增加碳汇。

据悉，当前碳市场的配额交易

以大宗协议居多，交易总额达到3.7亿元，超过总成交量的80%，主要原因在于全国碳排放权交易市场只有电力行业控排企业参与，因此交易对手方均为电力行业控排企业。

对此，普华永道中国ESG可持续发展市场主管合伙人倪清表示，自愿减排交易市场的启动将纳入更多参与方，包括非控排企业、中介机构、甚至是个人，这将进一步提升国内碳市场的活跃度，同时提振公众对于国内碳市场的信心。

2021—2023年全国碳市场年度成交情况

年份	成交总量 (万吨)	成交总额 (亿元)	挂牌成交量 (万吨)	挂牌成交额 (亿元)	大宗协议 成交量 (万吨)	大宗协议 成交额 (亿元)
2021年	17878.93	76.61	3077.46	14.51	14801.48	62.10
2022年	5088.95	28.14	621.90	3.58	4467.05	24.56
2023年	21200	144.44	3499.66	25.69	17700	118.75

数据来源：上海环境能源交易所

资金向低碳、零碳技术的转移，这和政策鼓励支持方向相吻合，因此从长远看，对“双碳”实现具有重要作用。

不过，CCER市场建设和完善也是一个循序渐进的过程。

倪清表示，从供给侧角度看，由于CCER注册签发有一定的周

期，所以短期内CCER的供给会比较有限，未来随着更多方法学的陆续公布，CCER的供给也会随着减排项目的增加而更加充足。“同时，随着我国自愿减排交易不断走向成熟，未来市场上有望出现CCER远期交易等多元创新性碳金融衍生品。”倪清透露。

引导企业转型

自愿减排交易市场启动后，各类社会主体可以根据有关规定要求，自主自愿开发温室气体减排项目。

“度。”倪清说。

具体来看，自愿减排项目业主通过出售CCER可以获得一定的收入，而高排放企业可以使用CCER履行碳减排义务，相比配额价格，CCER的价格具有一定优势。此外，企业和机构可以购买CCER抵销碳排放，实现产品和重大活动碳中和，践行低碳承诺。

史伟伟举例说，以光热和海上风电为例，“双碳”目标提出后，政策明确要求扶持可再生能源的发展，这是我国产业调整、能源结构调整的一个必经之路，在这样的背景下，自愿减排交易市场的启动为企业减排提供了更多选择，CCER在一定程度上实现了

中集协：集装箱市场或将出现阶段性短缺

本报记者 孙丽朝 北京报道

中国集装箱行业协会常务副会长李牧原表示，过去一年，集装箱市场空箱严重过剩，港口空箱堆积已成常态。但因红海危机出现，空箱在快速被消耗，虽然目前没有出现缺箱情况，但如果红海危机持续无法解决，集装箱船舶绕航好望角，班期增长，空箱回流周期拉长，未来是否会呈现类似2021年的“一箱难求”局面目前还无法断言，但预计将来会有阶段性集装箱短缺。

李牧原是在2024年2月1日召开的行业形势暨红海危机对集装箱供应链影响分析线上宣讲会上作出上述表态的。她表示，春节前是集装箱海运市场传统旺季，中国外贸企业集中出货，空箱需求进一步增长。

一位集装箱行业人士也对《中国经营报》记者透露，相比红海危机爆发前，目前中国集装箱市场需求多、库存少、供不应求，价格也水涨船高。他举例称，目前中欧线路40HQ（40英尺高箱）的用箱费用从原来500—600美元上涨到超1000美元，部分区域甚至达到2000美元，且随着红海危机的持续，集装箱紧缺现象可能会更加严重。

但李牧原同时提醒，外需市场预期依然偏弱，集装箱运力和箱源过剩的局面没有变。当前集装箱供应链表现是红海事件叠加春节期间出货高峰等多重因素作用下的短期反应。长期来看，集装箱供应链需求面预期依然偏弱。

李牧原预计，如果红海危机短期内能解决，会出现部分船舶绕行好望角，部分船舶不绕行，港口作

业计划将被打乱，出现船舶集中到港的情况，这种恢复可能需要2—3个月时间。

“如果红海危机持续无法解决，绕航成为常态，会在未来几个月造成亚欧航线集装箱运力持续紧张，甚至出现运力短缺，同时也会影响集装箱供应链带来持续影响，预计2024年5月中旬将出现集装箱较为短缺的情况。”李牧原表示。

为什么是5月中旬，李牧原解释称，春节前，远东至西北欧、地中海航线班期较为完整，装载率95%以上。航线空班出现在2月中下旬，但是春节期间和节后出货需求较小，影响不大。绕行好望角后，远东至西北欧航线往返时间为13周，如果红海危机短期内得不到解决，那么5月中旬将会再次出现航线空班，影响港口空箱箱源补充。

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

红海航道与苏伊士运河共同构成“欧亚水上通道”，是世界上最繁忙的水道之一，全球近12%的贸易都要经过这里。对于全球能源、物资等供应链来说，红海是一条“生命线”。

船舶选择绕航非洲好望角，通行时间将大幅增加。全球数字化物流服务商运去哪相关业务负责人对记者介绍，以上海洋山港出发到以色列海法港为例，原航线里程为2700多公里，约22天就能抵达。受红海局势影响，就近从新加坡绕道好望角，整个航程大约35天左右，预计延迟10多天，成本也会随之上升。

调研显示：民企对营商环境转变有明显“获得感”

本报记者 索寒雪 北京报道

信用修复对于企业和个人都十分重要，一旦有处罚信息，企业和个人在贷款、招投标、获得荣誉称号等方面会受到影响。

近年来，国家市场监督管理总局（以下简称“市场监管总局”）积极创新制度机制，大力开展经营主体信用修复，助力经营主体提升信用水平和市场竞争力。这一举措也是激发经营主体活力、助力经济高质量发展的重要内容之一。随着营商环境的不断改善，企业的获得感更加显著。

信用修复“一网通办”

前述蔡女士向记者表示：“冰场的负责人也说了自己因为有失信记录，坐高铁、飞机等方面都受到了限制。”

据了解，信用修复并非简单地删除或掩盖组织的失信记录。通常是通过第三方信用机构按照公开透明的程序，对已经改正失信行为、获得失信行为受害者的谅解，并承诺不再犯的失信人进行证明的过程。

信用修复不仅意味着失信人展现出诚信的意愿，还代表他们已经获得了受害者的谅解。当不良信用记录经过信用修复后，这将被视为当事人对诚信的重新尊重。从社会信用体系建设的角度来看，企业信用的修复机制可以让失信企业在受到惩罚后有机会重生。

在相关主管部门和行业协会的协助下，这些企业需要主动补缴税费、偿还债务、纠正失信行为，并恢复企业名誉。通过企业信用管理中介的考核与评价后，就能解除失信行为的公示及市场准入限制。

据了解，市场监管总局正在指导地方市场监管部门建立完善与国家发展改革委“信用中国”网站信息共享和互认机制，推进实现信用修复结果互认和同步，助力构建全国统一大市场。

截至2023年12月底，全国市场监管部门累计为各类经营主体修复行政处罚信息85万条，修复经营异常名录信息496万余条，修复个体工商户经营异常状态1776万户。依法解除这些经营

主体在招投标、投融资、授予荣誉称号等方面的限制，释放经营主体活力，营造市场化、法治化、国际化的营商环境。

目前，市场监管总局制定出台《市场监督管理信用修复管理办法》《严重违法失信名单和行政处罚公示信息信用修复管理程序规定（试行）》，构建分级分类管理、梯次退出的信用修复格局。

2024年1月31日，市场监管总局副局长、国家认证认可监督管理委员会主任蒲淳向媒体表示：“依托国家企业信用信息公示系统，指导地方建设完善线上信用修复系统，实现全国各地信用修复‘一网通办’，为经营主体提供高效便捷的信用修复服务。”

他介绍：“各地市场监管部门创新修复机制，不断提升服务能力和平水平。”

山东、江西、云南、西藏建立了“两书同达”机制，同步送达行政处罚决定书和信用修复告知书，及时告知失信主体信用修复途径和方式。

北京、云南缩短信用修复办理时限，高效助力经营主体重塑信用。江苏开展信用修复“一对一”提醒服务，提升信用修复服务水平精细化水平。

安徽探索实施“承诺容缺”“承诺免查”“即申即办”三种信用修复模式，以承诺助力信用修复，同时设立“信用修复驿站”，提供“注册登记”“信用修复”一站式服务。指导地方创新工作机制，提升修复效率。

政府向服务层面转变

信用修复是市场监管总局激发经营主体活力、助力经济高质量发展的重要内容之一。

据了解，市场监管总局连续五年开展涉企违规收费专项整治，通过监管执法清费、治乱，共检查收费单位32万家，退还企业超过180亿元。

“近期，我们赴部分科技创新和制造业企业，开展针对性调研，全面了解企业面临的涉企收费问题，提高涉企收费治理工作的针对性和有效性。”市场监管总局登记注册局局长任端平在国务院新闻办向媒体表示。

他补充道：“调研中，企业反映，经过多年持续治理，感觉营商环境得到明显改善，乱收费情况得到明显遏制。但科技创新和制造业企业对降费减负仍有期待。”

他形容：“政府对民企的态度有了质的改变，之前民企去地方，当地的投资支持力度和政府觉悟都很低，办事难。现在，改变非常大，我们去青岛投资，他们会用政府整合资源的能力来帮助你。”

他能切身感受到，无论是国家发展改革委还是监管层面的部门，都在向服务层面转变。

“我对未来市场营商环境抱有非常大的希望，对经济形势走势、人均GDP的增长都抱有很大期待，我觉得未来10年到20年，中国民营经济会进入一个飞速发展期。”孙建伟说。

超700亿融券业务阶段性收缩 绕道减持套现遭痛击

本报记者 吴婧 上海报道

如果从2010年3月我国股票市场正式推出融资融券开始算起,融资融券业务快要走过14个年头了。一位资深金融从业人员对《中国经营报》记者感慨,遥想当

年,融券业务的开展补齐了我国股票市场交易机制最大的一块短板,标志着我国股票市场成立30年来仅能单边买入历史的终结。

时至今日,市场参与者对卖空交易的看法仍然存在较大分歧,尤其是在股价经历快速下跌时,卖空

机制究竟是起到稳定市场的作用还是加速市场下跌的作用,讨论愈发激烈。

2024年1月28日,证监会官网发布通知,为贯彻以投资者为本的监管理念,加强对限售股出借的监管,证监会经充分论证评估,进

一步优化了融券机制。具体包括:一是全面暂停限售股出借;二是将转融券市场化约定申报由实时可用调整为次日可用,对融券效率进行限制。因涉及系统调整等因素,第一项措施自1月29日起实施,第二项措施自3月18日起实施。

全面暂停限售股融券

国内采用限制报价作为融券报价机制。

2023年10月,证监会取消上市公司高管及核心员工通过参与战略配售设立的专项资产管理计划出借,并限制其他战略投资者在上市初期的出借方式和比例。

证监会机构司司长申兵在答记者问时透露,新规发布后,证监会通过加强穿透式管理、现场检查、监管处罚等方式督促证券公司严格落实新规要求。“总体来看,政

策落实效果符合预期。”

证监会发布的数据显示,截至2024年1月19日,融券余额较新规实施之初降幅达23.4%;战略投资者出借余额降幅更大,达到35.7%。

“新规发布后存在高管战略投资者的新股上市,上市初期均未发生出借。”申兵认为,“这说明新规的落实效果是良好的。”

2024年1月25日至26日,证监会召开2024年系统工作会议,表示要突出以投资者为本的理念,重点完善发行定价、量化交易、融券等监管规则。海通证券非银金融首席分析师孙婷预计,更多以投资者为中心的投资端改革实质性措施将会加速出台,实现投资者长期回报的持续提升。

时隔三月,融券机制再度优化。



投资端改革持续推进

融券业务在两融业务中占比较小,暂停限售股出借和限制融券效率对于券商两融业务利息收入影响有限。

中信建投证券非银金融与前瞻研究首席分析师赵然认为,新规实施以来,战略投资者出借余额降幅近四成,取得良好效果。

本次全面暂停限售股出借,进一步加强了资本市场逆周期调节,有利于维护市场稳定运行;而转融券交易机制由“T+0”改为“T+1”则降低融券效率、制约机构优势,有助于营造更公平的市场秩序,体现优先保护投资者特别是中小投资者的合法权益,保持了制度的透明度、稳定性、可预期性。

平安证券金融与金融科技行业首席分析师王维逸认为,此次融券机制的优化直接回应了投资者对近期限售股出借融券问题的关注,体现了监管以投资者为中心、维护资本市场公平性的原则,将助力打击绕道减持、利益输送

等不当套利行为,是资本市场制度建设的查漏补缺。

前述券商人士坦言:“近年来,市场针对A股的制度性‘老大难’进行了广泛的讨论,转融通、首发IPO、大股东减持和退市是其中较多提及的几个问题,很多市场化资金把暂停限售转融通视为监管正视顽疾的重要信号。”

王维逸认为,在资本市场行情波动较大的背景下,限售股暂停出借、限制融券效率的优化措施在一定程度上也是资本市场逆周期调节的一环,有利于维护市场稳定运行。融券业务在两融业务中占比较小,暂停限售股出借和限制融券效率对于券商两融业务利息收入影响有限。

截至2024年1月26日,市场融券余额为701亿元,占两融余额

比例为4.38%,A股市场限售股票市值为9.01万亿元,占A股总市值的12.2%。2023年上半年,证券行业利息净收入281亿元,占总营收12.5%。在孙婷看来,考虑到行业利息收入还包括货币资金及结算备付金利息以及质押式回购利息,限售股融券业务收入占券商营业收入不足0.07%。

前述资深金融从业人员认为,“将转融券市场化约定申报由实时可用调整为次日可用”的政策主要影响券商的券池运营,券商需要结合市场行情,提前搜集客户用券需求,并对用券需求提前预测,券商可能因囤券产生一定的沉没成本。

2024年1月,广发证券、中信建投等券商官网宣布将禁止投资者通过融资买入的证券偿还融券合约。孙婷认为,融券规则的持

续调整,体现了此轮资本市场投融资平衡改革向着深入细化的方向逐步落实。2023年10月13日至2024年1月26日,市场融券余额从876亿元下降至701亿元,下降20%;转融券余额从1199亿元下降至953亿元,下降20.5%,业务规模出现阶段性下滑。

在王维逸看来,中央金融工作会议强调更好发挥资本市场枢纽功能、再次明确资本市场对于实体经济的重要性,券商肩负着连接资本市场和实体经济的重要使命,在金融体系中的重要性仍有较大提升空间。近期证监会、央行、国资委等监管机构联合发力,监管频繁发声向市场释放稳预期信号,叠加降准、融券优化等政策组合拳,有利于权益市场和证券板块的信心修复。

年终奖计税方式仍可选择 中高收入群体更宜采取单独计税

本报记者 杜丽娟 北京报道

随着春节假期临近,很多单位也开始陆续发放年终奖,对于纳税人来说,2024年度年终奖的计税方式是纳入综合所得计税还是采取单独计税,近段时间也成为大家普遍关注的话题。

《中国经营报》记者了解到,根据《财政部 税务总局关于延续实施全年一次性奖金个人所得税政策的公告》(财政部 税务总局公告2023年第30号),居民个人2027年12月31日之前取得全年一次性奖金,可以继续选择享受单独计税优惠政策。同时,也可以选择并入当年综合所得计算纳税。

全年一次性奖金,俗称年终奖。简单说就是,纳税人在2024年度取得的年终奖可以采用单独计税,也可纳入综合所得计税,两者可任选其一,不过从以往案例看,收入较高的群体年终奖采取单独计税的优惠更大一些。

在计算方式上,如果纳税人将

全年一次性奖金不并入当年综合所得,主要以全年一次性奖金收入除以12个月得到的数额,按照按月换算后的综合所得税率表,确定适用税率和速算扣除数,单独计算纳税。

举例来看,假如张先生月薪20000元,每月有3000元的专项扣除,2024年度的年终奖为80000元。按照单独计税,将80000元平均到12个月后,其适用10%的税率,综合来看,张先生的年度纳税金额为:[(20000-20000×22%-5000-1500)×3%×2+20000×3%]=600元。纳入综合所得计税后,李先生的纳税金额为:(8000×12+20000-8000×22%×125000×12-1500×12)×3%=506.4元。

比较来看,李先生将年终奖纳入综合所得比单独计税要少缴94元,因此对李先生来说,年终奖并入综合所得计税更划算。

如果纳入综合所得计税,那张先生的年度纳税金额为:(20000×12+80000-20000×22%×12-5000×12-3000×12)×10%-2520=14600元。对比来看,综合所得计税比单独计税多缴2520元,因此对张先生来说,单独计税更合适。

现实中,如果纳税人的月薪收入并不高,那单独计税是否还适合?根据实际情况,我们以另外的

案例来分析综合所得和单独计税的差异。

假设李先生月薪8000元,每月有1500元的专项扣除,2024年的年终奖为20000元。那么在单独计税背景下,李先生的年度纳税总额为:(8000-8000×22%-5000-1500)×3%×2+20000×3%]=600元。纳入综合所得计税后,李先生的纳税金额为:(8000×12+20000-8000×22%×125000×12-1500×12)×3%=506.4元。

比较来看,李先生将年终奖纳入综合所得比单独计税要少缴94元,因此对李先生来说,年终奖并入综合所得计税更划算。

对此,中国社科院财政税收研究中心主任杨志勇分析,从上述两个案例可以看出,对于大部分中低收入纳税群体来说,在扣除专项扣除、专项附加扣除等项目后,将年终奖并入当年工资综合所得计税后,纳税人会出现无须缴税或缴纳很少税款的情况。而对于收入较高的群体来说,把年终奖单独计税

似乎更合适。

当然,现实中上述案例的测算结果并非一成不变,对于纳税人来说,如果对个人收入和纳税情况有疑问,本人也可以在个人所得税App手机终端,分别采用综合所得和单独计税两个不同的方式进行实地测算,然后对比结果,以此决定最适合哪一个方式。

此外,根据财政部和税务总局发布的公告,2024年1月1日至2027年12月31日居民个人取得的综合所得,年度综合所得收入不超过12万元且需要汇算清缴补税的,或者年度汇算清缴补税金额不超过400元的,居民个人可免于办理个人所得税综合所得汇算清缴。

其中,居民个人取得综合所得时存在扣缴义务人未依法预扣预缴税款的情形除外。目前个人所得综合所得计税按照累计预扣预缴的方式,从全年看,累计预扣法不会额外增加纳税人的税负,对纳税人来说,该方法可以让纳税人享受到“递延纳税”的红利。

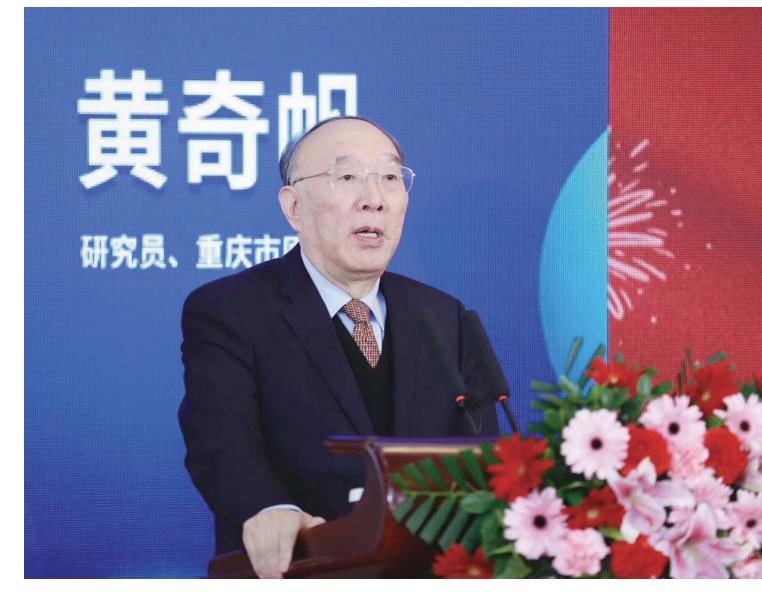
黄奇帆: 消费互联网需向产业延伸

本报记者 索寒雪 北京报道

“过去10年,消费互联网就摸着天花板了。”重庆市原市长黄奇帆近日向《中国经营报》记者表示。

黄奇帆认为:“消费互联网从2000年开始在中国发展得风生水起,中国数亿人都进入了这个消

费互联网,规模之大是世界第一。在2000年到2010年,包括淘宝、拼多多、百度、京东、腾讯等消费互联网企业在中国取得了巨大成功,市场规模出现了爆发式增长,但是近十年,消费互联网的发展已经接近天花板,未来需要寻找新的发展方向。”



重庆市原市长黄奇帆。

本报资料室/图

消费互联网不是和商场竞争

黄奇帆认为,未来消费互联网的发展需要寻找新的突破口。他指出,美国的一些大公司已经从消费互联网转向产业互联网,实现了更大的市值。因此,他也呼吁中国的互联网公司能够转型到产业互联网的发展方向。

产业互联网是什么呢?黄奇帆解释说,一个制造业或产业包含了六个环节,包括市场需求分析、产品设计、制造、物流配送、销售和售后服务等。而通过大数据、云计算和数字技术,产业互联网则是对这些环节进行深度整合和优化,提高整个产业的效率和竞争力。

黄奇帆认为,这是未来互联网发展的一个重要方向。

2010年以后,黄奇帆曾反复地说消费互联网的天花板到了,因为可以提升的空间已经很小了。“我们每年的商业零售值是五六十万亿元,商业互联网已经抢占了40%份额,约十几万亿元,行业可以提升的空间已经非常小了。”黄奇帆说。

黄奇帆分析,亚马逊之所以能取得如此巨大的成功,主要是因为它在这十年间成功转型为产业互联网平台。虽然起初,亚马逊和中国的淘宝网一样,主要业务是销售商品,但随着时间的推移,亚马逊逐渐将重心转向了产业互联网。

产业互联网,相比于消费互

联网,其影响范围更广,深度更强。它不仅局限于商品的销售,而是深入到制造业、产业链的各个环节。

亚马逊通过转型为产业互联网平台,实现了从销售到全方位服务、从单一环节到全产业链的转变。它不仅提供商品销售服务,还为各类企业提供设计、制造、物流等全方位服务。这种转变使得亚马逊能够更好地满足消费者的需求,同时也为各类企业提供了更广阔的发展空间。

产业互联网的发展前景广阔,未来将有更多的企业加入这个领域中来。对于中国来说,发展产业互联网是一个重要的机遇。通过不断创新和完善,相信中国的产业互联网也能取得巨大的成功。

黄奇帆举了一个例子,每年,亚马逊会在上海浦东举办一场盛大的年会,吸引五六千人参加,导致周围的宾馆总是被预订一空。在年会中,有十几个产业互联网系统展示他们的成果,涵盖了服装、化妆品、家电、家具、建筑材料等多个领域。

每个产业互联网系统都具备完整的6个环节,每个环节都紧密相连,形成了一个完整的产业链。通过人工智能和云计算等技术,这些系统为整个产业链提供全方位的服务,助力各环节的高效运作。

向产业互联网转型

黄奇帆认为,现在对于一个城市来说,想要成为金融中心或贸易中心,仅仅靠招商引资已经过时了。真正重要的是,谁能吸引未来的产业互联网平台入驻。这个平台带来的不仅仅是贸易、金融清算、物流等方面的增长,更是为各种研究开发提供了途径。

最近10年,黄奇帆欣喜地看到一批新的产业互联网模式崭露头角。他以广州番禺的快消服装平台SHEIN(希音)公司为例,该平台在去年一年内出口了价值300亿美元的服装。“这相当于整个中国服装出口额的10%。这个平台不仅带动了10万多家中小企业和100万人的就业,还为各种制造业、配套企业和物流企业提供了大量的机会。”黄奇帆指出。

另一个产业互联网的案例就是拼多多。

“拼多多,我说它就是卖便宜货,信用一直不太好,但大家要注意,在这一年多,拼多多忽然醒悟不应该去卖人家的大堆便宜货,而是应该原创,所以它根据市场分析,然后自己研究开发,跑到了农村,找了一堆乡镇企业帮它原创性地制造,形成了产业链集群。”黄奇帆说。

总而言之,产业互联网的发展对于中国至关重要。这不仅仅关乎销售和制造,更关乎整个产业链的协同和发展。

养老保险基金结余6万亿元 养老金可按时足额发放

本报记者 索寒雪 北京报道

2024年2月1日,国务院新闻办公室举行新闻发布会,财政部相关人士介绍了2023年全年财政收支情况。

中央财政补助1万亿元

“截至2023年年底,全国企业职工基本养老保险基金累计结余已接近6万亿元,养老金按时足额发放是能够保证的。”

我国人口老龄化加快发展,老有所养是一项重要的民生工程。养老金的发放,关系到千家万户,关系到百姓福祉。

“2023年,中央财政安排基本养老保险补助资金约1万亿元,重点向基金收支困难的中西部地区和老工业基地倾斜;地方各级财政也积极落实相关支出责任,确保及时足额发放基本养老金。”财政部资产管理司司长侯俊明介绍。

记者采访东北一位退休职工,他向记者表示:“养老金一直按时发放,每年7月,养老金还会上涨,社保的工作人员会把我们加入一个微信群,在群里公布调整养老金的情况。”

据了解,中央财政安排基本养老保险补助资金是为了确保基本养老保险制度的正常运行,提高基本养老保险的保障水平,满足人民群众的基本养老需求而设立的财政专项资金。该资金主要用于补助企业职工基本养老保险、城乡居民基本养老保险和机关事业单位基本养老保险。补助资金的具体使用范围和标准由国家财政部门会同有关部门制定。

近年来,随着中国老龄化程度的加深和养老保险制度的不断完善,中央财政安排基本养老保险补助资金。

发展银发经济

“让老年人有了‘养老钱’,还能够享受买得起、用得好的养老服务。”

同时,按照党中央、国务院决策部署,财政部还安排专门资金,支持实施居家和社区基本养老服务提升行动、经济困难失能老年人集中照护等养老服务项目,出台一系列支持养老服务业发展的税费优惠政策,大力支持银发经济发展。

财政部:已提前下达部分2024年新增债务限额

本报记者 杜丽娟 北京报道

“受益于经济回升向好,加上2022年实施大规模增值税留抵退税拉低基数等因素影响,2023年财政收入呈现恢复性增长。全国一般公共预算收入突破21万亿元,增长6.4%,其中全国31个省份财政收入全部实现正增长。”2024年2月1日,财政部副部长王东伟在全国新办举行的2023年全年财政收支情况新闻发布会上做上述通报。

2023年,按照积极财政政策要加力提效、注重精准、更加强持续的要求,财政部进一步突出前瞻性、连续性、精准性,对到期的税费优惠政策该延续的延续,该优化的优化。同时,聚焦特定领域、关键环节,精准实施一批新的税费优惠政策,实打实支持企业纾困发展,推动国民经济持续恢复,总体回升向好。

财政部表示,2024年,我国经济回升向好、长期向好的基本趋势没有改变。从财政收入看,随着宏观调控政策效应持续释放,高质量发展扎实推进,这将为财政收入增长奠定坚实基础,财政收入将会继续恢复性增长。从财政支出看,将继续保持必要强度,对地方的转移支付也将保持一定规模。

财政部数据显示,全国一般公共预算支出2023年达到27.46万亿元,同比增长5.4%,其中社会保障和就业支出增长8.9%,教育支出增长4.5%,科技支出增长7.9%,农林水支出增长6.5%,城乡社区支出增长5.7%。

支情况。

《中国经营报》记者了解到,截至2023年年底,全国企业职工基本养老保险基金累计结余已接近6万亿元,能够保证养老金按时足额发放。

2024年,财政部将重点做好两方面工作:一方面,进一步加大中央财政补助力度,深入实施养老保险全国统筹制度,健全相关体制机制,管好守好人民群众的“养老

钱”;另一方面,进一步加大对养老服务的支持力度,健全机构、社区和居家养老服务网络,推动养老事业和养老产业协同发展,促进养老服务提质增效。

**2024年2月1日
财政部资产管理司司长侯俊明表示**

截至2023年年底,全国企业职工基本养老保险基金累计结余已接近6万亿元,养老金按时足额发放是能够保证的

为确保养老金按时足额发放,近年来各级财政部门积极发挥职能作用,重点从三个方面发力



一是不断加大财政补助力度

2023年,中央财政安排基本养老保险补助资金约1万亿元,重点向基金收支困难的中西部地区和老工业基地倾斜



二是实施养老保险全国统筹

按照中央部署,这项制度自2022年起开始实施,在全国范围内对各地基金结余进行合理调剂



三是加强养老保险基金管理

配合有关部门,规范各地基金收支行为,促进筹资和待遇政策更加公平合理,推动养老保险制度更加公平、更可持续



视觉中国/图

助资金的规模不断扩大。

此外,备受关注的养老保险全国统筹制度也取得了进展。“按照中央部署,这项制度自2022年起开始实施,在全国范围内对各地基金结余进行合理调剂。2023年全国统筹调剂资金规模达到2716亿元,有效解决了地区间养老负担和基金结余分布不均衡的问题。”侯俊明介绍。

养老保险全国统筹能够打破

地区间的利益分割,消除各地政策差异,使不同地区、不同群体、不同年龄段的劳动者都能够享受到平等的养老保险待遇,实现养老保险制度的公平性。

全国统筹能够实现养老保险基金的集中管理和使用,优化资源配置,提高基金的使用效率。同时,能够实现养老保险制度的可持续发展,避免因地区经济差异导致的养老保险基金收不抵支的情况

发生。

财政部还配合有关部门,规范各地基金收支行为,促进筹资和待遇政策更加公平合理,推动养老保险制度更加公平、更可持续。

“通过落实上述措施,近几年基金收支状况得到有效改善。截至2023年年底,全国企业职工基本养老保险基金累计结余已接近6万亿元,养老金按时足额发放是能够保证的。”侯俊明介绍。

目前,没有老年人向他反映送餐价格贵,“但是,总吃快餐,老年人会觉得口味不合适。”

侯俊明解释补贴的重要性,“让老年人有了‘养老钱’,还能够享受买得起、用得好的养老服务。”

2024年,财政部将进一步加大中央财政补助力度,深入实施

养老保险全国统筹制度,健全相关体制机制,管好守好人民群众的“养老钱”。

此外,“进一步加大对养老服务的支持力度,健全机构、社区和居家养老服务网络,推动养老事业和养老产业协同发展,促进养老服务提质增效。”侯俊明介绍。

他表示,送餐服务也有一定的补贴。

养老驿站负责人向记者表示,该驿站在送餐服务、上门洗澡等方面,无论老人户籍是否在北京,待遇都是一样的,“如果住在驿站,政府会给本地户籍人口一定的床位补贴。”

他表示,送餐服务也有一定的补贴。

目前,没有老年人向他反映送餐价格贵,“但是,总吃快餐,老年人会觉得口味不合适。”

侯俊明解释补贴的重要性,“让老年人有了‘养老钱’,还能够享受买得起、用得好的养老服务。”

2024年,财政部将进一步加大中央财政补助力度,深入实施

“对于2024年具体的财政支出预算安排,财政部正按照党中央、国务院的部署来细化完善,后续按照程序报全国人大批准之后才能对外公布。但可以肯定的是,2024年将持续保持必要的财政支出的强度。”

李先忠说。

中央经济工作会议明确指出,

2024年要强化宏观政策逆周期和跨周期调节,积极的财政政策要适度加力、提质增效。

作为财政支出强度的一个重要表现内容,专项债的发行节奏也是舆论关注热点,特别是2024年财政部是否还会提前下达部分新增债务限额,备受关注。

对此,李先忠表示,2023年12月,财政部依法履行审批程序后,已经向各地提前下达了部分2024年的新增地方政府债务限额,支持重大项目建设,推动形成实物工作量,

充分发挥地方政府债券对经济的拉动作用。

《中国经营报》记者了解到,

统计显示,从2019年该项制度建立以来,到2023年的5年时间里,

经国务院批准,财政部分别向各地

提前下达新增债务限额为1.39万亿

元、2.85万亿元、2.36万亿元、1.79

万亿元和2.62万亿元,5年合计超

过11万亿元。

在财税人士看来,财政部对全

国人大审查批准的国债余额限额内,

采取的靠前安排发行,为保障必

要的支出强度提供了支撑。

不仅如此,随着债券规模的增

加,债券政策效能也在进一步提升。

以2023年专项债为例,2023

年我国安排地方政府专项债券

规模为3.8万亿元,其中明确指出

将优先支持成熟度比较高的项

目和在建项目,聚焦重点,不“撒胡

椒面”,这扩大了专项债券的投资领

域。

根据财政部的统计,2023年专

项债投资领域扩大到11个,除此之

外,专项债用作项目资本金范围也

扩展至15个方面,有力推动了一批

交通、水利、能源等利当前惠长远的

重大项目建设。

财政部表示,下一步将坚持稳

中求进、以进促稳、先立后破、

统筹扩大内需和供给侧结构性

改革,统筹新型城镇化和推进乡

村全面振兴,统筹高质量发展和

高水平安全,加大财政宏观调控

力度,实施好积极的财政政策,巩

固和增强经济回升向好态势。

对于2024年的经济预期,市场

也表现出相对乐观的情绪。

2024年2月1日,澳洲会计师

公会华北区委员会会长彭飞在接

受采访时表示,2023年一系列稳

预期、稳增长和促消费政策的发

力见效,推动了中国经济整体稳

健复苏。“通过调查,我们发现商

界对2024年中国经济将保持稳中

有进的良好发展势头保持看好态

度,并认为这将持续驱动全球经济

的复苏。”

在他看来,中国巨大的市场

规模和增长潜力,对其他地方的

企业和投资者充满吸引力,调研

数据显示,有近八成的受访者预

计未来3年将在中国内地拓展商

业活动。

彭飞表示,虽然短期看,在全

球经济增速放缓、地缘政治风

险不断、贸易增长乏力和气候风

险加剧等不确定风险和因素的影

响下,企业仍然面临许多挑战和考

验。但从中长期来看,包括人工智

能在内的一系列前沿技术,已经开

始在推动和催生一系列新兴的产

业模式,其中以科技创新和绿色低

碳发展为代表的一系列发展新能

力正在涌现,这会为经济发展提

供支撑。

评论

躬身服务是最长情的告白

文/索寒雪

位业主看到了这个“盛世”,激动得流着泪表示,苦苦等待3年,一朝得以释放,感谢全国人民对哈尔滨的喜爱。这段视频再次成为抖音的爆款。

曾经有一句话叫做“投资不过山海关”,形容东北营商环境让投资者望而却步。

更有两个关于营商环境的经典故事。东部沿海省份的基层领导汇报工作时常说“我服务了很多家企业”,而内陆省份的基层领导会说“我管理了很多家企业”。服务与管理的字面差别犹如主仆之分,这也是政府部门对自身的姿态定位。一直被贴上“思想陈旧”

和“老工业基地”等标签的东北,在过去10年,经济增速持续下行,人口外流,引发各界高度关注。

作为“共和国的长子”,为新中国建设提供石油、建设了最完整的重工业体系、一度是中国经济引擎的东北,逐渐走向落寞。

然而,哈尔滨“出圈”后,让人们看到了东北的希望、东北的热情,流量经济为东北带来了无限的可能,人民群众已经开始用脚“投票”,一些“南方小土豆”看到哈尔滨政府的服务能力、东北人的热情,已经开始在哈尔滨投资房产。

最近一次当地政府与消费者的互动是,1月24日,黑龙江省商务厅回复网友,关于向南方游客提供“小份菜”的建议。商务部门已经指导各市(地)商务主管部门督促餐饮经营单位以醒目方式提示消费者适量点餐,主动提供“小份餐”和餐后打包等服务,杜绝诱导超量点餐行为。

冰雪总有消融时,再过两个月,随着春季的来临、温度的上升,享誉海内外的“冰雪大世界”就将闭园,“南方小土豆”带来了繁荣,也将留下空白。

有很多疑问将留给哈尔滨,文旅繁荣该如何持续?政府如何运筹帷幄走向下一次胜利?商业是否会持续升温?在“火热”的冬季过后,是否在春、夏、秋只能陷入等待?

等待,不如着眼当下,老工业基地的文化还在,传承还在,哈工大及其他科研院所的科研能力还在,与黑龙江接壤的俄罗斯,还有源源不断的石油和天然气经过东北这片土地,这里还有大片的良田,是全国人民的天下粮仓。

“哈尔滨出圈”只是个开始,躬身入局的政府服务让我们看到了东北营商环境的前景。如果政府部门能长期躬身入局服务群众、服务企业,那么东北振兴的繁华恐怕很快就会到来。

疏通境外来华人士支付“最后一公里”

本报记者 李晖 北京报道

“2023年夏天来北京时，我发现没有软件很难叫车，终于打到一辆出租车后发现，司机只通过支付宝、微信支付渠道收钱，不接受现金找零。”德国学者Max向《中国经营报》记者表示。

疫情结束后，人员往来恢复正常化，但境外人士在移动支付高度发达的中国却遇到了支付“落差”——刷卡场景稀缺、扫码绑卡

烦琐、现金找零遇阻。

上述问题已经引发高层与监管部门的高度重视。新年伊始，中国人民银行及多地分支机构均在2024年工作重点中提到提高境外来华人士支付便利性。2023年年底，中国人民银行副行长张青松就透露，人民银行正会同有关部门，按照“大额刷卡、小额扫码、现金兜底”的解决方案，有序推进各项工作。

记者了解到，在中国人民银行与多部门的协同推进下，卡组织、

银行、支付机构、商圈、景区等均开始行动，进一步打通境外人士在华支付的堵点。

多位支付行业人士向《中国经营报》记者表示，支付是境外人士来华一系列活动的“最后一公里”，在多元支付发展的同时，也需要保证有全球通行的方式兜底让境外消费者按照习惯完成支付。此外，在努力疏通该环节的同时，也需要用政策组合拳解决境外人士入境、出行等一系列前置障碍。

支付难从何而来

过去几年伴随移动支付高覆盖，存量POS机持续下滑。而境外人士减少引发的需求不足，也加剧了供给端的服务萎缩。

“在外国游客到中国之后，如果连基础的支付都不能正常进行，他会有什么友好的感觉？”上海市政协委员、上海文化出版社总编辑姜逸青在近期地方两会政协会议的分组讨论时直言。

自2023年下半年以来，在我国扩大免签、放宽签证条件等一系列政策措施加持下，来访境外人士数量进一步增长。这些人发现在数字化高度发达的中国，出行、购票、住宿、支付多需要手机软件完成，找到接受刷卡和现金的商家不容易，不懂扫码几乎寸步难行。

据记者了解，境外持卡人在中国境内通常可以通过三种途径使用外卡进行支付：刷卡/拍卡（NFC）；绑定外卡至微信支付、支付宝等电子钱包进行扫码支付（即外卡内绑）；在支持外卡的ATM机取现。其中第二种途径，是卡组织拓展目前增长最快的渠道。

事实上，过去几年伴随移动支付高覆盖，存量POS机持续下滑。而境外人士减少引发的需求不足，也加剧了供给端的服务萎缩。根据国家移民管理局数据，2023年全国边检机关共查验出入境人员4.24亿人次，是2019年的63.28%。

“在商业新陈代谢的过程中，此前曾经支持外卡的商业更迭，新

商户更多选择了移动支付方式。如果一个商圈每天接待不了几位外籍人士，收单机构和商户显然都没有动力去布设和保留相应的支付方式。”一位收单机构内部人士向记者直言。

Visa方面在接受记者采访时表示，在海外市场，收单机构通常鼓励所有商户开通受理所有卡片（本地发行及境外发行的卡片）；而在国内，只有部分收单机构具备外卡受理能力。

“即使在疫情前，外卡收单也是有门槛的。能使用外卡收单的商户比较优质，要具备较高风控能力。”前述收单机构内部人士告诉记者。

美国运通（AXP.N）四年前在国内通过合资方式获得清算牌照，其中国境内合资公司——连通（杭州）技术服务有限公司（以下简称“连通公司”）通过与国内20多家银行和非银行支付机构合作拓展国内受理商户版图，已完成上千万商户受理终端入网，并通过与六大移动支付头部平台合作实现了移动支付端全覆盖。

连通公司方面在接受记者采访时表示，在与银行和非银行支付机构的收单业务合作中发现，POS机支付相对条码支付操作较繁琐、各卡组的要求及规则不统一、商户收银人员流动频繁培训

难，以及一些大型商户收银设备、地铁闸机的改造要求颇高等因素，都多少影响了商户受理外卡的意愿。

除了上述因素，一个关键的卡点在于，相对于内卡，外卡受理费率较高，一些商户拒绝开通受理。据了解，目前内卡线下移动支付交易费率为0.3%~0.6%，但境内刷外卡的手续费率对标国际水平在3%左右，如果不是高频涉外场景，通常商户积极性不高。

2023年8月，上海市政府委托课题组在全市范围内外籍游客出现频率高的商圈、地标中选取401家商户开展的实地抽样调研显示，外籍游客最希望使用刷卡和现金支付，而401家调研商户中安装外卡POS机的仅有183家，占比45.39%。

虽然很多商户更愿意引导外籍游客使用支付宝和微信支付，但在此方面，除了境外电话号码此前绑卡步骤较为繁琐外，也存在一些习惯和隐私上的实际困难。

Max就告诉记者，绑卡实名制的相关要求会让一些境外人士感到顾虑。“我的朋友只是短途来旅行，出于隐私考虑不希望同步自己的护照、银行卡信息给支付宝或微信等平台，很多服务就无法使用，甚至连景区都无法预约。”

三大解法如何落地？

目前，便利来华支付已经被政府层面关注并集中力量推动，预计将取得高效改观。但长远来看，市场的问题，最终仍需要以市场的方式去解决。

事实上，前述“大额刷卡、小额扫码、现金兜底”的解决方案，已经在一些城市得到较为系统的实践。

以接待境外人士较多的上海为例，根据2023年11月官方信息，上海已开通外卡POS机超3.6万台，实现商业、文旅、机场车站三大场景重点商户全覆盖。全市已有超8000台ATM机可受理外卡支取人民币现金。

但在更多一、二线城市和旅游城市，上述问题还需要地方政府牵头多个有关部门协同解决。

Visa方面在接受记者采访时表示，在供给端，建议赋予所有收单机构外卡受理能力，并倡导收单行、收单机构转变策略，鼓励商户受理所有卡片；针对现有存量POS机，建议探索“先开放受理外卡，再补签合约”模式，从而节约大量的人力物力。

连通公司方面也认为，在现有存量POS机上开通外卡受理的可行性高于安装支持外卡的新POS机。

而在较为敏感的费率方面，据记者了解，此前也有卡组织与收单行进行过一些优惠减免探索，但向商户端传导的效果可能不大。

连通公司方面向记者透露，目前已经在通过与监管机构及合作收单机构沟通协作，积极推进通过适当调低外卡受理费率，提升场景商户愿意开通外卡。

记者注意到，目前银行占据了外卡收单受理的七八成，而第三方支付机构对于上述市场参与积极性很高。

第三方支付机构随行付



在中国人民银行与多部门的协同推进下，卡组织、银行、支付机构、商圈、景区等均开始行动，进一步打通境外人士在华支付的堵点。
视觉中国/图

CMO孙慧告诉记者，作为收单机构，随行付已直联Visa、MasterCard、连通等主流国际卡组织，已在积极部署外卡收单多落地，以提供更多场景和产品支持。

随行付方面表示，收单机构更多需要用产品创新去解决问题，比如通过系统远程升级实现存量智能收款设备外卡受理，可以大幅提升线下终端的改造效率。在场景布设上，重点在出租车、高端民宿、自动售货机等主要涉外场景尝试率先落地。

在扫码支付上，记者注意到，自2023年7月以来，支付宝和微信支付已经在大幅降低境外人士绑卡的手续难度。

据支付宝方面透露，目前已实现境外人士通过“下载支付宝App后绑定境外银行卡”（外卡内绑）以及“直接使用境外电子钱包扫支付宝二维码”（外包内用）两套方案在境内完成支付。此外也在试点境外用户可以有一定免身份认证的支付额度。

微信支付方面告诉记者，目前已尝试在部分入境口岸、一线城市等区域，以灰度方式逐步降低境外用户登录时出现各类验证的频率。但其也强调，在方面的优化，仍需要在安全合规与方便之间探索平衡。

据了解，目前在绑卡流程上，用户仅持有外卡的情况下，持港澳台身份证件用户的微信支付认证流程已经与境内用户一致。“对持国际护照注册的用户，我们也在探索更精准的认证方式，争取

在合规的前提下，逐步实现与境内用户开通认证的体验一致。”微信支付方面表示。

在现金兜底上，中国人民银行近年来持续加大对拒收现金行为的处罚力度，同时也在探索通过数字人民币解决境外来华人士的支付难题。2023年9月，数字人民币App上线外卡“先充后用”功能，境外来华人士在使用境外手机号注册并开通数字人民币钱包后，可以先通过Visa和MasterCard的境外卡为钱包充值，再进行支付。

目前，便利来华支付已经被政府层面关注并集中力量推动，预计将取得高效改观。但长远来看，市场的问题，最终仍需要以市场的方式去解决。

前述收单机构内部人士告诉记者，银行由于业务类型丰富，通常对该业务的盈亏并不敏感。但对收单机构而言，持续亏损的业务很难有生命力。

此外，也有银行人士担心在政策驱动下，在一些不具备条件的场景强推外卡收单业务。“外卡（受理设备）的布放确实需要门槛，其复杂的风控要求决定了其费率水平，也决定了其不可能是‘应放尽放’。”该人士表示。

在移动支付网主编慕楚看来，解决境外人士在华支付难无法一蹴而就，需要给市场一些时间。“商户的最终目的是赚钱，错失一笔生意商家并不敏感，如果有十几个境外人士光顾却支付不成功，商家自然都会寻找解决办法。”

2024金融监管定调：防风险与强监管并重

防范“三大风险”

本报记者 杨井鑫 北京报道

1月30日，国家金融监督管理总局（以下简称“金融监管总局”）召开了2024年工作会议，在总结了2023年工作的同时，部署了2024年重点工作任务。其中，全力推进中小金融机构改革化险被置于“八个工作目标”的首位，同时提及的还有积极稳妥防控重点领域风险、全面强化“五大监管”、统筹做好“五篇大文章”等。

据《中国经营报》记者了解，2024年防范风险仍是金融监管的第一要务，包括了中小金融机构风险、房地产行业风险和政府地方债风险。

而防范风险与强监管是相辅相成的。此次监管继续突出了“五大监管”的重要性，并提出了央地监管的协同，平稳有序地完成机构改革任务。同时，在精准高效服务经济社会发展中，将统筹做好“五篇大文章”作为重点，以更好地服务新质生产力发展和现代化产业体系建设。此外，对金融机构明确提出了聚焦主业、苦练内功、降本增效，以及强化合规性要求。

2023年是金融监管总局成立之年。这一年，金融监管的重点工作涵盖了监管架构体系建设和制度完善，一边应对各类风险的挑战，一边在服务实体经济方面助力经济高质量发展。在总结2023年的工作时，金融监管总局归纳了六个方面，其中“落实中央金融工作会议各项部署，举办系统专题研讨班，出台25项配套制度文件”放在了首位。同时，金融监管总局提到了稳妥周密做好机构改革相关工作，科学制定总局“三定”规定，顺利完成总局和省市派出机构挂牌，机关内设司局调整和干部调配平稳落地。

金融监管总局表示，2024年是监管“长牙带刺”。为了有效防范风险，强化监管是不可或缺的。在金融监管总局2024年工作会议中，全面强化“五大监管”也被放在了重要位置。金融监管总局明确表示，坚决落实强监管要求，全面强化“五大监管”，严把准入关口、严密风险管理、严肃早期干预纠正。

1月30日，金融监管总局发表评论员文章《目标导向强监管事不避难勇担当》，其中提到：“长牙带刺”、有棱有角，这是党中央对金融监管提出的明确要求，也是总局系统立下的军令状。金融监管必须严格执法、敢于亮剑，严肃查处“关键事”“关键人”“关键行为”，真正做到快处快罚，切实提高处罚的时效性。

实现“十四五”规划目标任务的关键一年，也是金融监管总局全面履职的第一个完整年度。监管将锚定金融强国建设目标，坚决做到监管“长牙带刺”、有棱有角，牢牢守住不发生系统性金融风险底线，扎实推进金融高质量发展，坚定不移走中国特色金融发展之路。

金融监管总局2024年工作会议明确要求，要紧紧围绕金融监管总局年度重点任务目标，以责任定目标、以目标抓考核、以考核促落实。“监管工作的思路是比较明确的，侧重点放在了执行和落实上，强调了强监管严监管的持续性。”接近监管人士表示。

记者注意到，2024年的金融监

管重点工作分为八大目标。其中，前两大目标是针对中小金融机构风险、房地产行业风险和政府地方债风险三大风险的防范。具体来看，全力推进中小金融机构改革化险被置于首位。监管明确提出了把握好时度效，有计划、分步骤开展工作。健全金融风险处置常态化机制，落实机构、股东、高管、监管、属地、行业六方责任，推动形成工作合力，而这也是监管首次提出六方责任。

业内人士认为，2024年中小金融机构改革化险工作的步伐将会加快，与中小金融机构有关的重组、合并事件可能会比较密集。在这次监管工作会议上，中小金融机

构改革化险重点明确了责任，中小金融机构本身（含机构、股东与高管）要承担第一责任，监管责任紧随其后，地方政府则承担属地责任，配合化解风险。

对于积极稳妥防控重点领域风险，金融监管总局表示，加快推进城市房地产融资协调机制落地见效，督促金融机构大力支持保障性住房、城中村改造等“三大工程”建设、落实经营性物业贷款管理要求。配合防范化解地方债务风险，指导金融机构按照市场化方式开展债务重组、置换。

据了解，针对城市房地产融资协调机制，住房和城乡建设部与金融监管总局于1月26日相继召

开部署会，全国性银行、城商行以及省农信联社也参加了其后的工作部署会议，这意味着该项工作将涉及全国性银行和地方中小金融机构。部署会议上明确了能够进入“白名单”的项目条件，而2024年1月30日重庆的第一批“白名单”项目已经出炉，达到314个，融资需求约830亿元、涉及22家融资机构。

业内人士认为，此次对于政府地方债务的化解正式提出了通过债务重组、置换的方式化解，方向十分明确。化解地方债务重组将意味着债权人的让利，其中会涉及债务的展期、降息，甚至可能是部分债务的减免。

信贷市场司。信贷市场司的工作重点就是抓好“五篇大文章”，促使信贷资金能更加精准、高效地服务于实体经济的发展和转型升级，推动中国经济的持续健康发展。

业内人士认为，“五篇大文章”明确了未来金融业在助力经济结构优化过程中的发力点，是提高金融服务实体经济质效的针对性部署，对于切实加强对重大战略、重点领域和薄弱环节的优质金融服务，着力为经济社会发展提供高质量金融服务，具有重要意义。做好“五篇大文章”，监管需要强化金融宏观调控，为高质量发展营造稳定适宜的货币金融环境，不断优化融资结构，完善金融机构体系、市场体系、产品体系，合理配置金融资源。

记者了解到，1月24日在国务院新闻办发布会上，中国人民银行行长潘功胜表示，人民银行将设立

避险需求叠加“春节效应” 黄金投资持续升温

本报记者 郝亚娟 张菊旺
上海 北京报道

随着龙年春节临近，黄金消费市场表现“火爆”。与此同时，黄金投资的热度持续走高，银行贵金属产品、黄金ETF等受到广泛关注。

分析指出，黄金具有消费和

投资属性，每逢春节都会迎来销售旺季。从投资角度来看，在预期美联储政策转向、地缘政治风险影响和全球央行增购黄金等多重因素支撑下，黄金价格有望上涨。

世界黄金协会发布的《全球黄金需求趋势报告》(以下简称“《报告》”)指出，预计2024年持续

不断的地缘政治风险以及世界各地即将展开的领导人选举，可能促使投资者转向黄金投资。

对于个人投资者而言，黄金投资具有保值、分散风险的作用，但也存在价格波动大、机会成本高等缺点。对此，投资者需保持投资组合的多样性，坚持长期投资理念。

确定性增加的背景下，黄金价格曾多次出现快速上涨。但由于市场对美联储货币政策的预期变化，黄金价格也经历了一定的回调。”安光勇指出。

叶倩宁也提到，尽管处于高利率环境，黄金却受到多重因素影响全年呈现区间偏强震荡。在美债收益率一度涨至数十年来高位时，导致金价出现大幅回撤至每盎司1800美元附近。然而，全球央行购金需求维持旺盛，又使黄金价格在美元指数和美债收益率维持在高位时仍有一定的溢价，叠加出于对美国经济的不信任，投机交易者在出现金融危机、地缘战争等“黑天鹅”事件时有“抢跑”交易的现象，因此2023年内金价多次出现快速拉升行情。

《报告》显示，2023年全球央行需求达1037吨，冲至历史第二高位。中国人民银行发布的数据显示，我国已经连续14个月增持黄金。截至2023年末，我国黄金储备达2235.41吨，较11月末增加9.02吨，全年净购金225吨。

中国黄金协会公布的数据显示，2023年第三季度国内金币、金条的需求量累计达222.37吨，高于过去几年同期水平，三季度单季度增长76.06吨，较前一季度增幅更大。

值得注意的是，尽管黄金价格总体上涨，但短期波动幅度也很大。“近一年来，黄金价格显示出较强的波动性。在全球经济不

黄金为何越涨越买？

全球政治经济的不确定性为黄金的上涨提供了土壤，在这种大环境下，黄金的避险属性得到充分体现，成为投资者关注的焦点。

1月30日，纽约商品交易所黄金期货市场交投最活跃的4月黄金期价收于每盎司2044.6美元，较前一交易日上涨0.42%。

谈到黄金价格上涨的原因，广发期货高级黄金投资分析师叶倩宁在接受《中国经营报》记者采访时表示，在全球经济承压叠加地缘政治风险频发的情况下，金融市场动荡加剧，黄金的避险保值属性始终获得投资者的认可。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力指出，2024年美联储可能会进入降息通道，这一预期意味着长期压制黄金价格的“大山”有望移除，因为在降息环境下，持有黄金的成本降低，而黄金作为避险资产的吸引力则相对提升。此外，全球政治经济的不确定性也为黄金的上涨提供了土壤。在这种大环境下，黄金的避险属性得到了充分体现，自然成为投资者关注的焦点。

“市场上流行黄金‘买涨不买跌’的说法，2023年全年金价涨幅超过13%，临近年底还刷新纪录高位(逼近2150美元/盎司)，在贵金属中一枝独秀。”渣打中国财富管理部首席投资策略师王昕杰指出，黄金属于零息资产，加息意味着持有黄金的机会成本升高，黄金投资

有助于改善投资组合

黄金与传统的股票和债券市场表现的相关性较弱，有助于降低整体投资组合的风险。

从投资的角度来看，黄金具有避险、分散风险的优点，但也存在持有成本高、价格波动大等缺点。

安光勇表示，投资黄金的优点包括黄金具有良好的避险属性，在经济不确定性增加、货币贬值时，可以保值增值，即黄金资产流动性好，全球黄金市场交易活跃，容易买卖。同时，投资黄金也存在缺点。一是不产生现金流，与投资股票或债券相比，黄金没有股息或利息收入；二是价格波动较大，受多种因素影响，包括美元利率、汇率以及市场情绪等。

“黄金不产生任何直接的收益，这意味着，持有黄金有着不小的机会成本。”西南财经大学中国金融研究院常务副院长罗荣华补充道，作为重要的大宗商品，黄金价格的波动亦不容忽视。

就分散风险而言，罗荣华分析称，黄金与传统的股票和债券市场表现的相关性较弱，从而为投资者提供了一种有效的多元化投资工具，这种低相关性使得通过在股票组合或股债组合中加入黄金配置，有助于降低整体投资组合的风险。如果买入一个资产组合并静

态持有，最优选择是在一个股票组合中加入约10%的黄金配置。

那么，如何看待未来金价走势？投资黄金需要注意什么？

“从外围情况来看，随着美欧等国家货币政策发生转向，加之中东、红海等地缘政治风险刺激，以及部分大国迎来大选之年，金价在2024年稍后时间可能试探新高。从国内来看，未来数周，随着季节性消费旺季过去，金价可能走弱。”王昕杰说。

叶倩宁告诉记者，一方面，如果全球经济继续下行，尤其是中国经济增长放缓，且地缘政治紧张局势未缓和，黄金作为避险资产的需求可能会继续增加。另一方面，美联储的货币政策走向，尤其是利率变化，将对黄金价格产生重大影响。如果美联储降息，可能会推动黄金价格上涨，同时，要警惕市场情绪和投机行为对黄金价格的短期影响，黄金市场的波动可能会加大。

对于个人投资者而言，兴业研究公司商品高级研究员付晓芸指出，黄金的可投资标的包括实物金条、积存金、挂钩黄金的结构存款、黄金ETF、黄金期货等品种，部分

产品兼具生息以及黄金价格上涨所带来的资本利得的双重收益，也可以关注。

叶倩宁指出，个人投资者投资黄金的好处在于能较好地保值，由于黄金价格与其他资产价格相关性较小，当市场出现“黑天鹅”事件、资产价格出现波动时，黄金的避险功能可以充分发挥。需要注意的是，个人投资者更倾向投资黄金实物，这往往存在手工费溢价，其变现方式亦较为繁琐。因此，建议通过黄金ETF、积存金等方式，或其他金融衍生品进行投资，也能获得稳定的收益。

付晓芸指出：“黄金长期收益优异、能够改善投资组合收益、应对高通胀。根据我们的研究，高风险偏好组合最优黄金配置比例为38%~40%。基准组合中股票配置比例越高时，需要配置的最优黄金比例也越高，加入黄金对组合风险收益的改善空间也越大。对于高风险偏好客户来说，在资产组合中添加黄金十分必要，添加黄金后能够在收益基本不变或者收益大幅增加的同时，极大减小最大回撤。”

安光勇建议，投资黄金需注意以下四点：一是根据个人风险偏好合理配置黄金资产；二是注意风险管理，不要过度投资于黄金，保持投资组合的多样性；三是关注市场动态和宏观经济指标，合理预判黄金价格走势；四是考虑到黄金价格波动较大，应有长期投资心态，避免短期投机行为。

跨境理财通2.0：释放多元分散配置需求

跨境理财通2.0落地

本报记者 秦玉芳
广州报道

近日，《粤港澳大湾区“跨境理财通”业务试点实施细则》(以下简称《实施细则》)修订并发布，并将于2024年2月26日正式实施。

新阶段跨境理财投资业务变化备受投资者关注，在准入门槛、产品范围等进一步优化的同时，资本市场波动加剧环境下投资者对分散风险的资产配置需求也明显上升。

业内人士分析认为，当前投资者对全球大类资产配置的需求日渐高涨，但绝大多数选择中等风险以下，稳健投资甚至保守投资是其主基调，这就对金融机构在产品设置过程中的风险管控能力提出了更高的要求。在跨境理财通2.0阶段，投资者将大幅扩容，多元化、多样化配置需求也将持续凸显，试点金融机构正在积极拓展可投资产品体系，以满足投资者配置需求。

近日，中国人民银行广东省分行、中国人民银行深圳市分行等部门联合发布新修订的《实施细则》，结合各方参与主体关注的焦点问题、银行等金融机构反映的难点问题，对进一步优化，并将于2024年2月26日正式落地。由此，跨境理财通将进入2.0阶段。

《实施细则》进一步调整了“南向通”业务的内地投资者参与条件，降低参与门槛，新增内地投资者“近3年本人年均收入不低于40万元”的可选条件，并将单个投资者的投资额度从100万元提高至300万元。同时，扩大业务试点范围，增加证券公司参与试点，并将内地销售银行的人民币存款产品和“R4”风

聚焦产品扩容和服务升级

产品扩容和服务升级，正在成为当前金融机构布局跨境理财通2.0阶段的关注焦点。

从投资者层面来看，一直以来，南向通与北向通投资者配置需求差异化明显。上述外资银行相关业务人士透露，以往北向通项下主要为理财产品和基金产品，南向通项下主要是基金、债券和存款产品。但现在南北向投资者通过跨境理财通业务进行资产配置时，都呈现出多样化和产品类型多元化的趋势。

王巍强调，在理财产品中，受美元加息及境外存款利率高于境内的双重影响，南向通存款产品最受投资者欢迎，余额由2023年年初的3.94亿元上涨到2023年12月末的48.28亿元。跨境理财通2.0版本上线后，上述产品吸引力将进一步提升，投资客群及业务规模将上新的台阶，加速推动大湾区金融互联互通及跨境理财市场的不断发展。

上述外资银行相关业务人士进一步指出，相比南向投资者，北向投

资者更偏好内地的债券，以及一些风险相对高的股票型基金。“跨境理财通2.0阶段，投资产品弹性范围进一步扩大，我们也会顺应投资者需求，增加南向通的基金甚至涵盖中高风险的股票基金，以满足投资者多元化的配置需求。”

“大湾区是高净值客户最密集、增速最高的区域之一，这些高净值客户对全球化资产多元配置的意愿较强。跨境理财通2.0的落地，提升了个人投资者的投资额度，也进一步拓宽了参与机构、可投资产品的范畴，使得投资者对多元化资本配置更加灵活。”上述外资银行相关业务人士补充道。

普益标准研究员赵伟也表示，随着“R4”等级证券投资基金被纳入可投产品范围，投资者将获得更多产品选择，特别是高风险权益类产品，这将推动他们更加多元化地配置资产，根据市场表现和风险偏好进行灵活投资。

对于金融机构的产品及业务布

名投资者参与试点，累计办理相关资金汇划128.1亿元。

中国银行深圳市分行大湾区金融研究院王巍也透露，截至2023年12月末，跨境理财通个人投资者较全面恢复通关前增长66.4%。其中，港澳投资者4.54万人，增长53.16%；内地投资者2.38万人，增长99.28%；跨境理财通市值余额达到51亿元，增长668%。

某外资银行相关业务人士向《中国经营报》记者透露，随着粤港澳大湾区恢复通关，大湾区居民对跨境资产配置需求旺盛，跨境理财通业务需求也在大幅增长。而跨境理财通2.0相关细则的优化升级，将会大大提升投资者参与跨境理财通

业务的范围和便利性，未来使用该工具进行资产配置的投资者数量及投资规模增速将更快。

王巍也表示，“《实施细则》综合考虑了跨境理财通在前期试点运行中投资者反馈较多的诉求，对业务准入门槛、投资者个人额度、扩大试点范围等方面进行优化调整，进一步便利大湾区居民跨境投资。

普益标准研究员黄轼刻也指出，“扩容”成为跨境理财通修订新规的重点内容，将进一步扩大投资者数量和市场容量，对跨境理财通业务起到正向推动作用。

随着《实施细则》生效日期的临近，试点银行纷纷发布业务优化公告，对投资者个人投资额度、投资者

参与投资门槛及可投资产品范围等进行优化调整。例如，大新银行在公告中明确，将积极响应，升级产品与服务，在新的优化措施下，该行南向通业务将为客户提供更多的产品选择，进一步满足大湾区投资者便捷投资本地及海外资产的需求。

中国银行广东省分行方面表示，《实施细则》生效后，粤港澳大湾区居民参与跨境理财通业务试点将更加便利，参与渠道更加多元，可购买的理财产品更加丰富。跨境理财通业务试点优化将进一步提升湾区居民资产配置的吸引力，更好满足湾区居民跨境投资和跨境理财需求，有效促进大湾区民生融合，推动大湾区建设高质量发展。

做好投资者教育、风险提醒，针对客户的风险偏好提供更多的产品和工具。

在产品扩容的同时，金融机构也在积极推进服务能力的提升。赵伟认为，专业团队和服务的建设也是一个显著趋势。一些银行设立了专门的跨境财富管理中心，提供专业的服务和产品选择，以满足客户的需求和提高客户满意度和转化率，并降低销售成本，为客户提供更好的跨境财富管理体验。

不过，对于试点金融机构而言，随着《实施细则》的实施，大湾区金融机构的客户开拓和存量客户转化将成为下一步展业的重点和挑战。

黄轼刻指出，跨境理财通准入门槛在修订新规中新增了“近3年本人年均收入不低于40万元”的条件，与内地资管行业的重要文件资管新规定义的合格投资者类似，这一类客群往往具备一定的财富规模，与各银行定位的中高净值客群接近，客户资源基本已被各金融机构掌握，新客拓取的难度加大。

局而言，黄轼刻认为，《实施细则》对可投产品的范围做了进一步的放宽，银行机构可发挥银行业独有的优势，在人民币存款产品上下功夫，通过不同的期限和结构设计，满足更广大的客群。

王巍也指出，跨境理财通2.0要求银行等试点机构进一步提升服务及创新能力，试点机构应抓住政策机遇，持续丰富跨境理财通产品货架，如配套推出“北向通”存款类产品。同时，应不断提高产品的运营管理能力，更好地回应投资者的投资回报诉求。

不过，普益标准研究员邓皓之也表示，当前跨境理财通的产品供给与投资者实际需求之间存在一定的不匹配问题，需要不断优化和改进产品设计和投资策略，以满足不同投资者的需求。“同时，跨境理财通涉及跨境投资，需考虑到不同国家和地区的法律法规、监管政策、市场环境等因素，机构也需要加强监管和合规管理，确保产品的合规性

和风险控制。”

在上海交通大学上海高级金融学院副教授李楠看来，随着财富管理市场的逐步发展成熟，投资者对资产配置以实现财富保值增值和风险分散的需求正在快速释放，尤其对境内外资产的组合配置，已经越来越成为投资者分散风险的重要选项。

“跨区域的大类资产配置对投资者的风险管控要求更高。一方面，要求金融机构在跨境理财通产品设计中，对产品的风险管控能力进一步提升；另一方面，因为投资者对境外市场缺乏了解，其更需要通过专业的财富管理或投资顾问机构进行配置策略的制定。”李楠表示。

强化金融监管，也是投资者在跨境理财通业务实现多元资产配置过程中，进行风险管控的关键举措。李楠强调，金融监管当局应该明确境外金融产品的准入门槛，特别是需要禁入所有与虚拟货币和加密资产相关的金融产品。

李楠认为，大湾区金融机构也要

在全球经济承压叠加地缘政治风险频发的情况下，金融市场动荡加剧，黄金的避险保值属性始终获得投资者的认可。

视觉中国/图



个人养老金制度疾进：获客转化率亟待提升

本报记者 顾梦轩 夏欣 广州 北京报道

个人养老金制度又传重大利好。近日，人力资源和社会保障部表示，个人养老金制度将推进

开户到购买转化率23%

当前个人养老金普及率高购买率偏低，国内居民对个人养老金制度的了解度达80%，但实际购买率仅为8%。

人力资源和社会保障部数据显示，目前开立账户人数超过5000万。

根据天弘基金自主调研，超七成用户对相关政策有所了解，一线城市的客户入金购买意愿相对较强，主力人群集中在35到45岁的中青年。

天相投顾基金评价中心有关人士表示，首先，个人养老金制度将推进全面实施，这将为投资者提供更多的投资机会和选择，促进个人养老金的保值增值。其次，个人养老金理财产品投资范围广泛，包括银行理财、储蓄存款、商业养老保险、公募基金等，投资者可以根据自己的风险偏好和收益目标选择适合自己的投资产品。此外，个人养老金理财产品投资收益免税，可以降低投资者的税收负担。

不过，个人养老金制度在实施过程中也暴露出一些问题。《麦肯锡

全面实施。

天相投顾基金评价中心有关人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，个人养老金制度的全面实施将增加投资人的养老保

障，提升其未来的养老待遇。随着养老保险体系的不断完善，将会有更多的资金流入资本市场，为资本市场提供长期稳定的资金来源，促进资本市场的健康发展，

为投资人提供更多的投资机会和收益。此外，个人养老金制度的全面实施还将促进养老保险基金的管理和运作，提高养老保险基金的抗风险能力。

个人养老金制度将推进全面实施

个人养老金开立账户数超过5000万人
全国基本养老、失业、工伤保险参保人数分别为10.66亿人、2.44亿人、3.02亿人

全年三项社会保险基金收入7.92万亿元，
支出7.09万亿元，
年底累计结余8.24万亿元

截至时间：2023年底
数据来源：人力资源社会保障部



视觉中国/图

胜率，用最大的概率实现稳健的养老金替代的目标。因此产品线的供给应该更加强调方案化、组合化，而不是做工具化的基金超市”，张晓龙表示，除了提供目标日期、目标风险等全球比较通用的养老金产品外，

还应增加养老方面的金融投教服务，比如现在的含权类基金波动比较大，需要为基金公司提供统一的养老服务输出平台，让金融服务直达客户，降低金融服务的传输和摩擦成本。

商业养老保险产品收益占优

2023年结算利率的16款专属商业养老保险中，稳健型账户的结算利率在2.1%至4.15%之间，进取型账户的结算利率在2.5%至4.25%之间。

《中国居民养老财富管理发展报告(2023)》显示，银行业、基金业、证券业和保险业可通过提供个性化、专业化的专属产品及产品组合，满足不同年龄层次、收入水平、家庭结构、投资目标、风险偏好的客群在养老财富积累与财富管理方面的需求，形成差异化的养老金产品特色，构建基于居民全生命周期的养老金融产品线。同时，养老投顾与全生命周期养老解决方案的深度绑定，可以推动养老投资者在践行长期投资理念的实践中获得长期收益，并形成正循环。

国家社会保险公共服务平台公布的数据显示，截至2024年2月1日，个人养老金产品合计已有739只，含465款存款产品、181只基金、

70款保险产品、23款理财产品。

晨星(中国)基金研究中心总监王蕊介绍，个人养老金账户的合格投资产品大致可以分为两类：一类是风险型，包括养老理财和养老基金；另一类是稳健型，包括养老储蓄和养老保险。

允泰资本创始合伙人、首席经济学家傅立春指出，个人养老储蓄、养老保险产品、个人养老金公募基金和个人养老金理财产品都是金融产品，但是它们的性质、风险、收益情况均有不同。个人养老储蓄产品只有定期存款，由于利率固定，安全性和稳定性相对较高；

个人养老理财产品有的是银行代销，有的是银行自营，产品种类比较丰富，收益具有一定波动性，但

波动较低，收益也相对稳定。商业养老保险期限相对较长，收益也相对稳定。

以专属商业养老保险为例。人力资源和社会保障部近日在新闻发布会上披露的2023年结算利率的16款专属商业养老保险中，稳健型账户的结算利率在2.1%至4.15%之间，进取型账户的结算利率在2.5%至4.25%之间，均较2022年有所下降。但相较于其他类型的部分个人养老金产品，仍具有一定优势。

作为养老投资管理的“主力军”，公募基金在个人养老金业务发展中发挥着非常重要的作用。

王蕊指出，首先，公募基金为个人养老金提供了多样化的投资

选择。公募基金投资于不同的资产类别，如股票、债券等，可以根据个人的风险偏好和投资目标选择适合的基金产品。这样，个人养老金的投资组合可以更加多元化，降低了风险，提高了收益的潜力。其次，公募基金由专业的基金管理人进行专业的投资管理。基金经理和团队会根据市场情况和投资策略，对基金资金进行有效配置和管理，以追求更好的投资回报。个人投资者通常难以获得与专业基金管理人相媲美的投资能力和资源，因此选择投资于公募基金可以受益于专业的投资管理。再次，公募基金的监管最为严格，且信息披露制度完善，一定程度上降低了投资者信息不对称的问题。

机构跑马圈地家庭服务信托

本报记者 樊红敏 北京报道

刚突破10亿元，第二梯队的规模在3亿元—5亿元。

中信信托私行客户服务部负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示，目前主要通过自营渠道、商业银行、证券公司和保险公司等渠道提供家庭信托服务，落地业务规模近亿元。

“我们对家庭服务信托未来的发

展持谨慎乐观态度。乐观是基于需求客观存在，服务客群规模大，万亿市场规模值得期待。谨慎是距离产能爆发，信托公司除了需要提供低波动稳定保值增值的资管产品外，还需要零售服务的技术系统与审批流程重塑、信托公司运营人员配置、估值核算电子化程度及频率等多方面基础设施的完善。”上述人士表示。

掌握、资本市场标品的投资表现等因素。”上述中信信托私行客户服务部负责人向记者表示。

在发展趋势上，中建投信托预计(家庭服务信托)是一个先快后慢再加速的态势。“从短期看，家庭服务信托的推广难度不如家族信托，短时间内会有一个热点效应。家庭服务信托沿承于家族信托业务，是它的细分品类，所以信托公司发展家庭服务信托是有基础的，事实上在短短半年内就有接近30家信托推出这项业务。由于早期规模基础低，增速会较快。但后续能否保持这样的增长趋势，有赖于市场的接受度、渠道的接受度。对此，我们保持谨慎乐观，这需要行业的共同努力，也需要资本市场的行情配合。

从长期看，伴随着财富管理服务理念和家庭财产信托账户的深入人心、资本市场的逐步转暖，渠道的广泛对接与推广、资产服务信托政策力度逐步加大等利好因素的不断叠加，量变导致质变后，其规模的复合增速大概率会超越家族信托，预计10年内至少有万亿级别的家庭金融财产会转移到家庭服务信托，为广大居民实现风险隔离与财富传承。”

规模：先快后慢再加速

2023年3月，《关于规范信托公司信托业务分类的通知》(以下简称“三分类新规”)正式落地。家庭服务信托业务被明确列入“资产服务信托”的第一大子类别“财富管理服务信托”项下，初始设立时实收信托要求不低于100万元，期限不低于5年。

相较于门槛较高的家族信托，家庭服务信托显著降低了设立门槛，但同样具有家族信托具备的财富隔离、传承、规划、分配等各类功能，极大地拓宽了其能够服务到的客户群体。

实际上，在三分类新规征求意见阶段，信托公司已开始纷纷布局家庭服务信托，三分类新规落地之后，该业务更是受到信托行业乃至整个财富管理市场的热捧。

中信信托风险管理部副总经理周萍在2023年10月份发布的研报中提到，截至2022年末，共有12家信托公司已落地家庭服务信托，存续规模为27亿元。2023年，家庭服务信托受到热捧，约15家信托公司发行首单家庭服务信托服务产品，仅2023年9月，就有5家信托公司与证券公司、基金公司合作，首单发行不同场景的家庭服务信托产品。

盈利模式或成软肋

服务：从多方面优化提升

家庭服务信托的投资范围限于同业存款、标准化债权类资产和上市交易股票为最终投资标的的信托计划、银行理财产品以及其他公募资产管理产品。

随着家庭服务信托规模增长，信托公司也在不断拓展提升其服务的场景功能。

以中建投信托为例，其家庭服务信托的服务场景功能主要体现在财产风险隔离、分配方案设计和增值服务方面，财产风险隔离是信托账户的特有功能，也通过他益安排，实现家庭财富的代际传承与守护。分配场景覆盖了受益人生命周期中重要事件，包括覆盖中学以上的求学、婚恋、育儿、置业、医疗、养老、继承等，同时支持定期分配和临时分配等多种分配模式。在增值服务方面，为客户提供投顾、法税、留学等专业咨询服务，对接外部养老资源、医疗保险资源，并通过积分商品兑换服务福利回馈客户。

收益：不能以牺牲盈利为代价

在家庭服务信托收入方面，孙阳在前述研报中提到，家庭信托收费的起点并不高，在诞生之初的通行收费标准是0.2%，且普遍存在打折甚至免费的优惠政策。比如购买公司自营的产品可以免收账户费，或者前三年免费，或者在某短时间内免费开户等。

记者也注意到，某财富公司

托、银行、券商、基金等不同金融机构的业务，是综合性较强的业务，涉及协调跨监管体系的诸多合规性问题。期待看到监管机构给予更大的支持与政策协同。

二、底层投资范围是否可以合理扩大，满足更多的投资管理需要。特别是以风险管理为目的的对冲工具的引入。现有的投资范围相对狭窄，一定程度上会制约业务发展。三、信托登记方式的优化改良，特别是针对具有系列化和标准化特征的家庭服务信托，建议尽快推广批量登记模式，提高产品备案效率，有利于更快推广这项普惠性和人民性较强的信托业务。

四、探索将家庭服务信托与养老场景和养老服务相结合。“目前行业内对于家庭信托账户功能的优化提升主要包括四个方向，包括多元资产装入、分配中的代理支付、灵活高效的投资管理以及特色化的增值服务。”孙阳在上述研报中提到。

上，该类业务需要强大的科技系统、受托管理能力以及优质的增值服务体系支持，不收费的模式显然不可持续。在长周期的信托存续期间，如果信托公司为受益人提供优质的受托管理服务是免费的，此种商业模式将难以维系。

下转 B4

探索个人养老金与其他养老保障制度衔接

天相投顾预计，未来政府可能会出台相关政策，推动个人养老金与金融市场的深度融合。

对于个人养老金的发展前景，天弘基金表示，未来，个人养老金主要将向三点发力：

一是提高服务中长期资金的能力和水平，力争在个人养老金产品的投资运作上给予客户较好的体验感；二是加强对各类型养老产品和不同金融机构间的合作探索，完善产品布局，以期满足不同风险承受能力客户的养老需求；三是推动更加有效务实的个人养老宣传推广，提升养老金融教育程度，帮助更多投资者了解个人养老金制度和适合自己的产品，尽早做好养老规划。

天相投顾基金评价中心有关人士指出，未来，将推动个人养老金与金融市场的深度融合。个人养老金市场的发展离不开金融市场的支持。他们预计，未来政府可能会出台相关政策，推动个人养老金与金融市场的深度融合。

张晓龙建议，对于普通投资者，第一，先准确定位自身需求，再寻找匹配产品。是否适合自身投资理念、风险承受能力、资金使用期限等，才是最重要的事情。由于养老金投资时间较长，投资产品的时候更要定期评估自己的风险承受能力，选择风险度相匹配的产品。一般情况下，基金合同中可投资标的构成、业绩对称、投资理念、权益投资比例等，可以在一定程度上反映一只基金的风险程度。第二，遴选真正重视养老金业务、具有长期高质量运作产品的机构平台。要选择养老金投资运作经验多、养老金业务重视程度高、投研团队实力强、产品运作稳健的机构。第三，关注养老目标基金本身的效果及基金经理情况，选择既往业绩稳健、回撤控制能力强的产品，基金经理投资从业时间较长的基金经理，另外也要关注基金规模、费用等方面的因素，以便更好地实现自己的投资目标。

第四，投资方式上，可以每个月1000元定投，也可以每年一次12000元的方式进行投资。

“日切”套利漏洞：同一笔资金当日重复计息

本报记者 慈玉鹏 北京报道

阿来(化名)在广东从事资金中介工作多年，主要做银行资金冲

量。他告诉《中国经营报》记者，“日切”是给银行冲量的一种操作手法，具体是根据不同银行的记账时点差异，实现一笔资金在多家银

行转存，被多家银行确认为日终存款。“日切”因为资金停留时间短，利率一般低于普通的冲量单，但以数量取胜，能够获得更大利益。

记者采访了解到，“日切”冲量会导致银行相关经营指标、监管指标失真，在一定程度上推高银行负债成本，易引发金融风

险。近年来随着监管强化存款偏离度管理，银行临时资金冲量行为得到一定遏制。

针对资金“日切”的行为，监管

部门已经采取行动。目前，国家金融监督管理总局河北监管局通知各银行机构全面开展排查，要求调整“日切”时间，堵塞套利漏洞。

利用“计息时点差”牟利

存款在短短数小时内不同银行之间游走，只要“日切”后，银行相关报表已经记录在案，这样同样一笔钱就可以做多家银行季末的冲量存款。

2024年1月31日，是银行网点存款月底冲量的重要时刻。一整天，阿来都特别忙碌，他一边将银行资金需求及利率、存储时间发到资方群中，一边与资方对接确保资金到位，“我有一个近400人的群，基本都有过合作。”截至当天下午3点，阿来一共发布了94个银行需求，主要是国有银行的网点需求。

他告诉记者：“我的工作内容简单说就是帮助银行员工寻找资金，来应对单位业绩考察。业务具体分为日均单、冲量单，其中日均单指一定期限内，平均每日在银行资金保持一定额度，而冲量单集中在月底、季度底、年底。一般来说，日均单利率低于冲量单，因为冲量单资金需求更紧迫。”

“正常情况下，冲量单要资金当天进入银行账户后，第二天再取出，比如月底31日跨月1日出。”阿来告诉记者，“所谓‘日切’即当天存入、当天取出，主要依靠银行计息时间的不同来操作，一天之内资金可以辗转几家银行，获得多次收益，一般只有熟手才会操作。”

记者采访了解到，“日切”操作的根本逻辑是利用银行计息时点不同而牟利。例如，A银行计息时点是当晚22:00，B银行计息时点是23:00，只要资金在计息时点之前存入，计息时点之后取出，就可

被认定该行当天拥有该笔存款。利用上述时间差，资方可以做到一笔资金一天之内多次操作，从而满足多位机构人员的资金需求。

金融监管专家周毅钦告诉记者：“如果临近季末不同的银行都有揽储目标，且每家银行核心系统的‘日切’时间不一样，并非统一于24:00，其中就有操作空间。存款在短短数小时内不同银行之间游走，只要‘日切’后，银行相关报表已经记录在案，这样同样一笔钱就可以做多家银行季末的冲量存款。”

操作流程上，阿来告诉记者，进行冲量操作首先要准备好资金并开户备用，他推介给记者多篇开户攻略，以某国有银行为例，“A行开户时不能绑定A行一类卡，需要绑定其他银行一类借记卡，若绑定A行一类卡将无法输入网点代码，开户成功后再换绑A行一类卡即可。资金按照规定时间点存入该行网点账户，超过计息时间后转出，然后截图发中介可领取收益。”

一位资方冲量人员向记者透露，资金掮客主要是挣差价，即“银行人员给出的资金利息”减去“掮客与资方利息”的差额，一般事

后通过微信转账。天津地区某股份行人士告诉记者，目前由于业绩考核的原因，每到月末、季度末，有些银行员工

甚至需要去市场上临时拉资金，自己贴息付款。不过，现在监管趋严，“日切”冲量资金一旦被发现会被要求退回，并且会被监管处罚。

具体到利率，阿来告诉记者，冲量单利率都是变化的，主要看资金额度和时间紧迫性，一般而言，月末、季度末、年末最后一天，愈临近计息点，银行给的利率越高。例如，某月25日之后，月底冲量单子逐步发出，中介发给资方客户的单子利率一般是万3(0.03%)一天，但当月30日18:00之后，利率逐步上涨到万5(0.05%)一天，当月30日22:00之后，利率会再度上涨，有些单子的利率一度超过万8(0.08%)一天。相对来说，冲量若使用“日切”方式，资金停留时间缩短所以利率相对较低，主要以次数取胜。

记者假扮银行员工身份联系到一位资金掮客，他告诉记者，冲量利率要看实际情况，他最高曾在月末临近24:00接过万60(0.6%)一天的单子。

值得注意的是，并非只有冲量单才能“日切”。记者与另一位资金掮客取得联系，表示需要一个月800万元的资金支持，上述资金掮客告诉记者如果不“日切”，利率需要给到万1.3(0.013%)一天，如果可以“日切”，利率则需要万0.9(0.009%)一天。

存款乱象全面排查整治

这类资金掮客和银行机构内部人员联合进行套利，容易隐匿案件风险，在一定程度上反映出相关银行的反洗钱监控及内控管理出现了一定的问题。

国家金融监督管理总局河北监管局近日通知当地机构，其在非现场监管中发现全省存款总量呈季末上涨、次月下降规律，不排除部分机构存在冲时点行为。同时发现部分存款人存在“日切”套利行为，即利用不同银行核心系统每日记账时点的时间差，通过短时间内在多家银行间“踩点”“接力”转存，实现同一笔资金同日在多家银行同时被确认为日终存款的行为。“日切”套利导致监管数据失真、推高银行负债成本、易引发案件风险。

周毅钦告诉记者：“‘日切’套利实际上就是利用不同银行‘日切’时间不统一这个漏洞。实际上，要完成类似操作需要同时满足两个条件：一方面，少数银行分支机构存款指标完成不好，愿意自掏腰包补贴存款人；另一方面，‘日切’时间也是银行内部重要信息，要能够完美完成这种‘极限操作’，资金掮客需要和银行机构内部人员相配合。”

周毅钦表示：“上述这类‘形式主义’揽储只为了账面数字好看，对银行业务没有任何指导意义，反过来导致其相关经营指标、监管指标失真，一定程度上推高了银行负债成本。更重要的是，这类资金掮客和银行机构内部人

员联合进行套利，容易隐匿案件风险，在一定程度上反映出相关银行的反洗钱监控及内控管理出现了一定的问题。”

对于冲量套利，监管早已有所重视。记者注意到，早在2014年、2018年，原银监会和原银保监会分别发布《关于加强商业银行存款偏离度管理有关事项的通知》和《关于完善商业银行存款偏离度管理有关事项的通知》，对银行机构设定存款偏离度指标，致力于增强商业银行存款稳定性管理，约束月末存款冲时点行为，同时督促商业银行完善绩效考评体系。

记者注意到，监管对于月底冲时点完成任务行为一直关注，一旦查实立即做出处罚。2023年11月，国家金融监督管理总局云南监管局对某农商行人员进行处罚，原因是该行员工利用“按日贷”冲时点，虚增存款规模。

记者采访了解到，近年来随着监管强化，资金中介冲量业务开展有时并不顺利。一位资金

掮客告诉记者，2023年9月底的季末存款冲量，某国有银行网点开始出现大量退单，随后退单潮扩散至其他个别银行，据了解问题根源是存款的偏离度考核强化。所以当月月底，整个冲量市场冷淡。

同时，国家金融监督管理总局河北监管局指出，各银行机构应切实加强业务规范和员工行为管理，做实做细员工行为排查，防范个别员工“日切”存款揽存、内外勾结、账外交易返佣等行为引发的案件风险。

记者注意到，监管对于月底冲时点完成任务行为一直关注，一旦查实立即做出处罚。2023年11月，国家金融监督管理总局云南监管局对某农商行人员进行处罚，原因是该行员工利用“按日贷”冲时点，虚增存款规模。

记者采访了解到，近年来随着监管强化，资金中介冲量业务开展有时并不顺利。一位资金掮客告诉记者，2023年9月底的季末存款冲量，某国有银行网点开始出现大量退单，随后退单潮扩散至其他个别银行，据了解问题根源是存款的偏离度考核强化。所以当月月底，整个冲量市场冷淡。

上述天津地区某股份行人士告诉记者，防范冲量，本质上应该优化考评体系、业绩设置体系，强化存款日均贡献考评及月末存款偏离度管理，并且根据实际情况设置业绩任务，如果业绩考核不科学，冲量问题将难以根除。

裁员降薪VS招兵买马 信托业调整组织架构深化转型

本报记者 樊红敏 北京报道

岁末年初，信托公司人员变动愈加频繁。

2024年开年以来，一方面，部分信托公司忙着招兵买马，引入与业务转型方向相匹配的人才，从招聘的岗位设置来看，主要围绕标品业务、财富管理及信息科技等；另一方面，多家信托公司被传降薪、裁员，其中，传统业务团队成为被

裁重点，个别公司财富团队也是被压缩的对象。

业内人士向《中国经营报》记者表示，过去信托公司组织架构主要是围绕传统非标融资业务，并围绕非标的销售构建财富团队，现在则需要围绕“三分类”新规（《关于调整信托业务分类有关事项的通知》）明确的业务方向来调整组织架构，这就必然涉及人员的结构性调整。

围绕转型业务招聘

记者注意到，开年以来，华融信托、厦门信托、苏州信托、西藏信托、百瑞信托等多家信托公司在官网或第三方平台发布招聘广告，招兵买马。

从上述信托公司发布的招聘信息来看，岗位需求主要集中在标品信托业务、财富管理业务及信息科技领域等。

具体来看，标品业务方面，华融信托岗位需求包括标品信托业务部总经理/副总经理、债券信评岗、债券交易员、标品投资风控等多个岗位；厦门信托在招聘交易岗，该职位负责跟踪债券市场的动态和趋势，根据市场分析和投资策略执行买卖债券及资金的交易等，并要求应聘者具有2年以上债券交易经验，熟悉证券投资与资金交易操作流程等；苏州信托则在招聘资产配置部投资助理。

财富管理业务方面，百瑞信托在招聘财富顾问、高级财富顾问等；西藏信托在招聘财富管理中心分部负责人、财富顾问以及家族办公室经理；苏州信托在招聘财富管理总部理财营销经理及助理；华融

信托在招聘财富管理与家族信托部总经理、副总经理。

另外，厦门信托、华融信托、苏

州信托等多家信托公司同时还发布了信息科技岗位。记者注意到，部分信息科技岗也明确围绕标品、财富管理等转型业务方向。比如，厦门信托在招聘财富管理及服务信托方向、资产管理方向的研发工程师；苏州信托在招聘信息化办公室产品经理/助理，并明确备注了“标品系统方向”。

金乐函数信托分析师廖鹤凯在接受记者采访时表示，随着“三分类”新规的推进，信托公司发展方式正在发生重大转变，发展思路也有较大调整。与此同时，信托公司角色面临转换，“买方”角色强化，“资产管理业务”会是未来信托公司的主要盈利来源，财富管理服务信托业务也是在“三分类”新规下最具前景性的转型赛道之一。

据百瑞信托统计，2022年共有47家信托公司进行组织架构调整，其中多数公司是增加资产服务信托业务部及资产管理信托业务部等。而2019年、2020年新增

压降传统业务人员

值得关注的是，在部分信托公司忙着招聘的同时，也有一些信托公司被传降薪、裁员。

近期，关于“多家头部信托公司开启降薪裁员”传言的讨论增多，据记者了解，卷入舆论的信托公司包括五矿信托、平安信托等四五家机构。

对于裁员、降薪风波，五矿信托方面对外回应称，近期“五矿信托大幅裁员”的相关言论不客观，目前公司经营一切正常，各项工作平稳有序。公司作为央企背景信托公司，始终严格落实监管、国资委的各项要求，为深入落实2023年原中国银保监会发布的《关于调整信托业务分类有关事项的通知》要求，加快业务转型，加上落实监管部门关于信托公司异地展业部门数量限制的整改要求，近期公司对组织架构进行了重塑，进行了人员的合理调整及团队合并。

平安信托方面也对外表示，相关裁员的传闻不属实，公司近

记者注意到，“组织架构重塑”“架构调整”成为五矿信托、平安信托强调的关键词。实际上，随着信托业转型的推进，近几年信托公司组织架构的调整优化也在不断推向深入。

据百瑞信托统计，2022年共有47家信托公司进行组织架构调整，其中多数公司是增加资产服务信托业务部及资产管理信托业务部等。而2019年、2020年新增

期离职人员主要为与架构调整相关的业务团队人员，以及同比例缩减的中后台人员，且不存在所谓降薪情况。目前公司经营管理正常，业务发展稳健。

值得注意的是，本轮裁员、降薪风波中，除了传统业务人员之外，财富管理人员同样也成为被压缩的重点之一。

“过去支撑信托行业高速发展的业务主要是房地产、政信类信托等高报酬率的非标融资类业务，随着这些业务的减少，导致信托公司的利润出现下降。信托公司必然会裁减从事传统业务的人员，实现降本增效。”北方地区某信托公司财富管理部主管向记者表示，个别信托公司财富团队过于庞大，且在财富管理服务信托业务利润微薄的情况下，自然会缩减财富人员，以压缩成本。

据百瑞信托统计，信托行业人均净利润自2012年首次突破300万元以来，2013—2017年均稳定在300万元以上。受监管加剧

部门主要是标品类投资部门，2021年主要是家族信托办公室、慈善信托办公室、服务信托业务部及股权投资业务部等。

另外，2022年共有8家信托公司进行事业部调整，与2021年调整事业部的信托公司数量持平。其中有3家公司新增事业部，5家公司取消事业部。新增的事业部主要开展的是资产管理信托业务和特殊资产业务。

“现有的组织架构（包括前台和中后台架构）以及人员能力匹配，与‘三分类’下未来的发展模式存在错配。目前行业正在不断调整人才结构，同时加强前台和中后台专业化能力建设。”麦肯锡全球资深董事合伙人、中国区金融机构咨询业务负责人曲向军近期撰文提到。

甘肃省金融学会常务理事袁吉伟在接受本报记者专访时也表

示，信托公司过往主要是围绕非标建立的能力体系，未来其对于投资、财富管理、资产服务等方面的能力要求一定会更高。在能力体系重构过程中，必然涉及人员的重构，信托公司应该给予现有人员学习和培训，帮助其适应新业务发展的能力需求。同时，这也需要信托从业人员要尽快适应转型发展要求，否则可能会面临被分流或者被淘汰。

不只是普通员工，信托公司高管同样变动频繁。据统计，以监管批复时间为口径，2023年，共35家信托公司高管变动，占67家信托公司总数的52.24%。其中，22家公司的“一把手”（董事长、总经理或总裁等）更迭，占比32.83%。而2024年以来，在不到一个月的时间里，就有中原信托、平安信托等多家信托公司的高管发生变更。

百瑞信托相关研报也提到：“经过前期大力布局财富中心，2022年信托公司布局财富管理力度有所放缓，有3家信托公司新增财富中心。”

公开数据显示，截至2017年末，35家信托公司成立了财富中心，不同地区财富中心机构数量合计204家，2017年新成立的财富中心机构数量超过20个。截至2018年11月，有近50家信托公司成立了近350个财富中心，较2017年末增加了100多个。

2024年全行业信托产品到期情况

时间	个数	规模	其中：集合	单一	财产权
2024年1月	844	3475	1797	818	859
2024年2月	636	2213	1010	699	505
2024年3月	926	3796	1888	988	920
2024年4月	913	2885	1710	674	501
2024年5月	904	2669	1503	726	440
2024年6月	1081	5016	2860	1026	1130
2024年7月	1019	4419	3216	542	661
2024年8月	941	2885	1654	594	637
2024年9月	1152	6564	3167	1070	2328

截止时间：2023年三季度末

数据来源：中国信托业协会
2019年各板块岗位人员占比

基本保持稳定，其中业务岗位从业人数由45.6%降至41%，财富岗位从业人数由19.9%升至21%。

百瑞信托相关研报也提到：“经过前期大力布局财富中心，2022年信托公司布局财富管理力度有所放缓，有3家信托公司新增财富中心。”

不只是普通员工，信托公司高

管同样变动频繁。据统计，以监

管批复时间为口径，2023年，共35家

信托公司高管变动，占67家信

托公司总数的52.24%。其中，22家

公司的“一把手”（董事长、总经理或总裁等）更迭，占比32.83%。而

202

融资政策“三箭齐发”力促金融与地产良性循环

本报记者 王柯瑾 北京报道

信贷、债券、股权被称为支持房企融资的“三支箭”。2023年年

底,中国人民银行、国家金融监督管理总局、中国证监会联合召开金融机构座谈会,“三支箭”政策被再次提及,重要性可见一斑。

2024年开年以来,《中国经营报》记者注意到,银行业聚焦“第一支箭”(信贷)和“第二支箭”(债券)不断创新发力。如加快建立房地

企贷款审批绿色通道、创新推出提供地产债双边报价的篮子、承销房地产企业资产担保债务融资工具等。

与此同时,为促进金融与房地产良性循环,2024年1月以来包括《关于建立城市房地产融资协调机制的通知》《关于做好经营性物业贷款

管理的通知》等在内的引导政策密集出台。业内分析认为,后续支持房地产融资的政策效果逐步显现,将进一步促进房地产市场平稳健康发展。

政策“春风”

房地产融资协调机制的建立,有序推进房地产项目正常开发建设,促进房地产市场平稳健康发展。

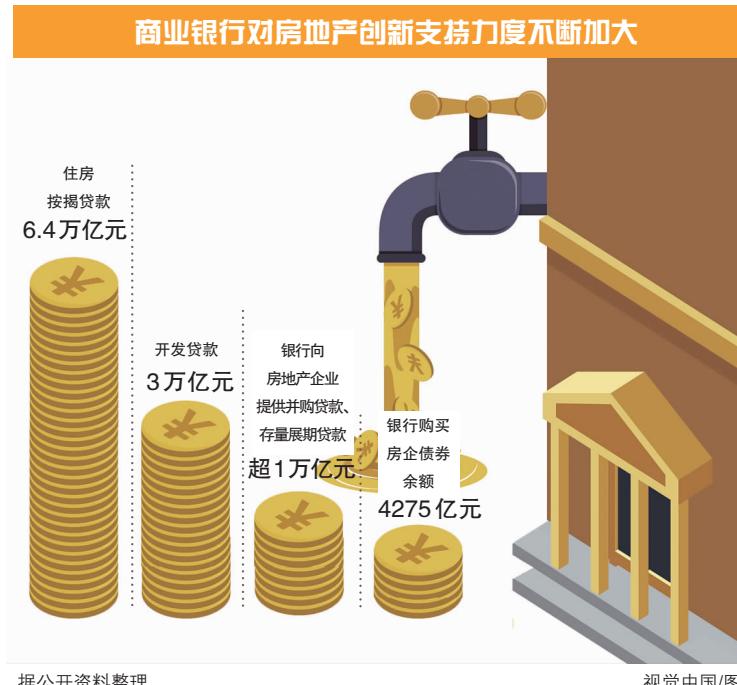
中央金融工作会议强调,促进金融与房地产良性循环,健全房地产企业主体监管制度和资金监管,完善房地产金融宏观审慎管理,一视同仁满足不同所有制房地产企业合理融资需求,因城施策用好政策工具箱,更好支持刚性和改善性住房需求,加快“三大工程”建设,构建房地产发展新模式。

中央金融工作会议对房地产融资的表述,奠定了2024年金融支持房地产领域的总基调。

中央金融工作会议后,2023年11月,中国人民银行、国家金融监督管理总局、中国证监会联合召开金融机构座谈会强调,一视同仁满足不同所有制房地产企业合理融资需求,对正常经营的房地产企业不惜贷、不抽贷、不断贷,继续用好“第二支箭”支持民营房地产企业发债融资,支持房地产企业通过资本市场合理股权融资。

2024年1月初,住房和城乡建设部联合国家金融监督管理总局出台了《关于建立城市房地产融资协调机制的通知》。

1月26日,国家金融监督管理总局召开会议,部署推动落实城市房地产融资协调机制相关工作时强调,金融机构要高度重视,加强组织领导,建立内部机制,明确工作规则。对符合授信条件的项目,要建立授信绿色通道,优化审批流程、缩短审批时限,积极满足合理融资需求。对开发建设暂时遇到困难但资金基本能够平衡的项目,不盲目抽贷、断贷、压贷,



据公开资料整理

视觉中国/图

通过存量贷款展期、调整还款安排、新增贷款等方式予以支持。同时,金融机构要加强资金封闭管理,严防信贷资金被挪用。

中国人民大学中国资本市场研究院联席院长赵锡军表示:“房地产融资协调机制的建立,充分考虑到当前房地产运行特点及面临的困难,从制度设计、机制保障、资金融通、信息沟通、主体责任、风险防控等多个方面进行布置,从解决问题入手,标本兼治、精准施策。这一机制的建立,有助于明确区分单个房地产开发项目的运营风险与某些房地产企业的总体风险,更加精准支持房地产开发企业合理项目融资需求,有序推进房地产项目正常开发建设,促进房地产市场平稳健康发展。”

此外,为贯彻落实党中央、国务院关于促进房地产市场平稳健康发展的决策部署,充分发挥经营性物业贷款作用,满足房地产

企业合理融资需求,1月24日,中国人民银行办公厅、国家金融监督管理总局办公厅联合印发《关于做好经营性物业贷款管理的通知》,明确2024年年底前,对规范经营、发展前景良好的房地产开发企业,全国性商业银行在风险可控、商业可持续基础上,除发放经营性物业贷款用于与物业本身相关的经营性资金需求、置换建设购置物业形成的贷款和股东借款等外,还可发放经营性物业贷款用于偿还房地产开发企业及其集团控股公司(含并表子公司)存量房地产领域的相关贷款和公开市场债券。

易居研究院研究总监严跃进分析认为:“在此前‘金融16条’和‘三个不低于’的政策下,此次将经营性物业贷款纳入房地产贷款范畴,使得房贷的投放范围更广,在解决房企融资需求的同时还有助于防范化解相关潜在风险。”

完善金融服务长效机制

2023年末,银行购买房企债券余额4275亿元,比2022年增长了15%;发放开发贷款3万亿元,住房按揭贷款6.4万亿元,两项共计近10万亿元。

2018年,中国人民银行会同有关部门推出“三支箭”的政策组合。其中,“第一支箭”是民营企业信贷支持,“第二支箭”是民营企业债券融资支持工具,“第三支箭”是民营企业股权融资支持工具。

近期,在“第一支箭”和“第二支箭”领域,商业银行创新支持力度不断加大。

在“第一支箭”方面,2024年1月25日,国家金融监督管理总局副局长肖远企在国务院新闻办公室新闻发布会上介绍称,2023年分别发放开发贷款3万亿元,住房按揭贷款6.4万亿元,这两项加起来将近10万亿元。2023年末,银行购买房企债券余额4275亿元,比2022年增长了15%。此外,银行在2023年向房地产企业提供并购贷款、存量展期贷款,合计超过1万亿元。

兴业银行(601166.SH)方面表示,将一视同仁满足不同所有制房地产企业合理融资需求,持续推动完善房地产金融服务长效机制,进一步优化房地产健康发展专班机制,系统性推出八大类工作举措,涵盖优化授信与授权政策、加大非国有房企传统信贷支持力度、公私一体化优化按揭政策、支持民营房地产企业公开市场融资、优化信贷产品,支持“保交楼”与风险化解、落实“三大工程”项目建设、推动构建房地产新模式等房地产企业最为关心的业务领域,促进金融与房地产良性循环。

中国银行(601988.SH)方面表示,将坚决落实“保交楼、保民生、保稳定”工作要求,积极推动构建房地产发展新模式。一是坚持市

场化、法治化原则,配合当地政府及主管部门,加大对保交楼金融支持力度;二是着力租赁住房领域,制定配套金融服务措施,助力加快建设多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度;三是主动调研、提前布局,做好保障性住房、超大城市城中村改造、“平急两用”公共基础设施等“三大工程”建设的金融支持服务。

在“第二支箭”方面,创新案例亦加速落地。

2023年12月,中国银行在与房企交流时表示,持续支持民营房企发债融资。自房企融资“三支箭”政策实施以来,中国银行已承销龙湖集团、新城控股、美的置业等民营房企债券20只,融资总额超200亿元,均居同业前列。

近日,记者从浙商银行(601916.SH)了解到,该行正式推出了地产债篮子,并独立主承销发行首单房地产企业资产担保债务融资工具。通过一系列创新举措,该行为地产债提供市场流动性、精准支持地产企业,在满足投资机构交易需求的同时,提振地产企业的市场信心,助力其融资需求。

债券篮子是中国外汇交易中心面向机构投资者推出的创新产品,市场机构可以通过交易一篮子债券组合的形式实现策略交易或跟踪指数等目的,旨在为市场丰富做市手段、提升交易效率。

据介绍,浙商银行此次推出的地产债篮子是目前全市场唯一一只提供地产债双边报价的篮子,该行优选房地产企业债券,为市场投资机构提供有效点击报价,帮助实

现地产债的批量买卖。

浙商银行资金营运中心相关负责人表示,“该只地产债篮子的推出是我行在金融服务房地产业的一次全新尝试,上市首日,银行、券商、基金等各类机构对该只篮子积极询价,当日即有基金点击报价实现首笔落地成交。”

在首发地产债篮子的同时,浙商银行还创新推出了房地产企业资产担保债务融资工具。该行独立主承销发行的华远地产股份有限公司资产担保债务融资工具(CB),总规模2.9亿元,期限2年。据悉,此次发行的资产担保债务融资工具,以其独特的资产担保模式,盘活了企业在北京、长沙、广州三地的资产,实现了风险的有效分散。募集资金全部用于住宅地产的项目建设,对于完成“保交楼”任务起到了关键作用。同时优化了企业的资本结构,为企业的可持续发展和战略转型奠定了坚实的基础。

值得一提的是,该笔业务是浙商银行通过投行工具箱精准支持地产企业的创新实践,为全国首单房地产企业资产担保债务融资工具,有望为房地产行业提供新的融资思路。

接下来,浙商银行方面表示,将继续用好政策工具箱,为企业提供更加多元化、个性化的融资服务,更加精准支持房地产企业合理融资需求,同时进一步做好对地产债流动性的补足,推动房企与金融机构精准对接,为房地产行业平稳发展及转型贡献金融力量。

“资金+资产”双管齐下 私行打通财富传承“任督二脉”

访交通银行私人银行部总经理金旗

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

随着中国经济的快速发展和

居民收入的增加,财富管理市场在中国迅速兴起。

一方面居民财富管理需求日益旺盛,另一方面财富向善已成为主

流价值。当前,国内财富管理市场呈现哪些变化?作为中国财富管理市场重要参与主体之一的私人银行机构将有哪些作为?近日,《中国经

营报》记者就相关问题专访了交通银行私人银行部总经理金旗。

金旗指出,家族财富传承需求开始集中释放,主要有财富保值增

值和企业发展的需求。这意味着,私人银行的优势和发展方向将是

融合财富管理与资产配置,打通资金端和资产端,将不同风险和收益

特征的资产与投资者多元化的资金相匹配,更好地满足居民和企业的投融资需求,这也是活跃资本市场的发力点之一。

财富向善助力共同富裕

《中国经营报》:站在当前时间点,你如何看待中国私人银行业所面临的机遇和挑战?

金旗:中国经济增长推动财富管理市场持续扩容、金融资产配置重要性凸显将助推私人银行业务快速发展。然而,净值化转型考验、财富管理机构的专业服务能力将是私人银行需要进一步加强的关键内容。

从机遇来看,主要有两方面:一是伴随着中国经济的快速发展,居民收入提升、财富持续积累,高净值人群对财富保值增值和财富传承的需求日益增强,推动财富管理市场扩容。据国家统计局数据,2022年我国人均GDP达1.27万美元,已接近世界银行高收入国家的标准。据中国银行业协会数据,截至2022年年底,我国高净值人群数量达619万人,同比增长超20%。高盛数据显示,2020年我国居民个人可投资资产总规模达到了31万亿美元,2016年—2020年间年均复合增长率达11%。另据毕马威预测,2021年—2025年,我国居民个人可投资资产规模将继续保持两位数的增长,2025年将达50万亿美元。

产的比例将进一步提升,催生财富管理和资产配置需求。中国房地产市场持续多年保持高速增长,展望未来,政策环境、人口周期等因素将推动我国居民资产配置由实物资产向金融资产转移,给我国财富管理及私人银行市场带来巨大的发展机遇。

私人银行面临的挑战来自三个方面:一是净值化转型正在重塑传统的投资和理财模式。2022年银行理财正式开启全面净值化,传统意义上“固收类产品等于固定收益”的现象已不复存在。前几年市场关注度较高的“固收+”策略在2022年—2023年权益市场回调背景下业绩表现也低于投资者预期。投资者长期以来熟悉的单一固收资产投资模式面临挑战,如何有效降低市场波动对客户收益的冲击,是所有财富管理机构面临的考题。

二是财富管理市场面临资产选择的挑战。市场无风险利率下行,加上经济周期的影响、资管新规的深入推进,近几年财富管理市场各类风险事件陆续浮出水面,市场已回归“不可能三角”,高收益、低风险、高流动性三者无法兼得,资产配置的难度加大。

三是财富管理服务急需专

业支撑。一方面,做好资产配置对财富管理机构的专业服务能力提出了新挑战。从宏观及大类资产市场研判,到产品策略适应性分析和具体产品优选,再到针对客户需求制定资产配置服务方案,以及对资产配置方案进行持续跟踪维护,每一环节都对投研服务的专业性提出了极高要求。另一方面,市场波动无处不在,财富管理机构能否为客户提供专业、有效的陪伴服务,直接决定了客户的投资体验。比如,在市场下跌时如何协助客户战胜恐惧、理性看待短期亏损?在市场上涨时又该如何引导客户克服人性的贪婪、避免追涨的陷阱?加快提升财富管理机构投研实力是当务之急。

《中国经营报》:国内当下经济步入高质量发展阶段,企业面临转型和传承的压力增大。高净值客户在传承方面有哪些需求?这对私人银行提出哪些要求?

金旗:近年来,随着“创一代”年龄增大,家族财富传承需求开始集中释放。中国银行业协会发布的《中国私人银行发展报告(2023)》调研数据显示,50岁以上的创富者占比56%,较2022年下降7%,二代继承者及退休人

士占比均有所增加,我国高净值人群的传承需求进入集中爆发期,企业接班、财富继承等需求旺盛而迫切。高净值客户在传承方面有如下需求:

一是财富保值和增值。高净值客户对财富的保值和增值十分关注,需要专业的财务规划和投资管理,以确保家族财富能够在经济变化和市场波动中稳健增长。二是企业发展。中国经济步入结构转型升级阶段,企业如何应对挑战、保持稳健持续经营,对家族财富的管理和传承具有重大影响。根据中国银行业协会发布的《中国私人银行发展报告(2023)》的调研结果,以上两项需求是受访者最为看重的方面。其他传承需求还包括家族治理(家庭成员的内部关系)、家族社会声誉(慈善)以及下一代继任者的财务教育和管理能力培训等。

私人银行除了要积极应对这一新趋势,满足高净值人群的传承需求外,还可以引导财富向善,搭建慈善信托服务平台,通过常态化发行慈善信托产品,引导企业家群体、家族成员等积极参与,汇聚客户慈善的涓涓细流,为实现共同富裕添砖加瓦。

士占比均有所增加,我国高净值人群的传承需求进入集中爆发期,企业接班、财富继承等需求旺盛而迫切。高净值客户在传承方面有如下需求:

一是财富保值和增值。高净值客户对财富的保值和增值十分关注,需要专业的财务规划和投资管理,以确保家族财富能够在经济变化和市场波动中稳健增长。二是企业发展。中国经济步入结构转型升级阶段,企业如何应对挑战、保持稳健持续经营,对家族财富的管理和传承具有重大影响。根据中国银行业协会发布的《中国私人银行发展报告(2023)》的调研结果,以上两项需求是受访者最为看重的方面。其他传承需求还包括家族治理(家庭成员的内部关系)、家族社会声誉(慈善)以及下一代继任者的财务教育和管理能力培训等。

私人银行除了要积极应对这一新趋势,满足高净值人群的传承需求外,还可以引导财富向善,搭建慈善信托服务平台,通过常态化发行慈善信托产品,引导企业家群体、家族成员等积极参与,汇聚客户慈善的涓涓细流,为实现共同富裕添砖加瓦。

二是财富管理与资产管理



金旗
交通银行私人银行部总经理

资产配置与财富管理融合

《中国经营报》:居民资产配置意识提升,对私人银行的发展模式带来哪些影响?

金旗:随着居民资产配置意识提升,这意味着:一是市场竞争越发激烈。随着居民家庭对金融资产多元化配置的需求上升,各类不同收益风险特征的金融产品供给迅速增加,财富管理市场参与者群体在不断扩容。2021年多家银行正式宣布了大财富管理战略,以财富管理业务为主线进行战略转型;近几年券商、第三方财富等平台型机构以及公募、私募、信托等资管机构也纷纷入局,财富管理市场已经呈现百花齐放的竞争格局。

三是各类机构越发重视打造自身核心能力。不同机构的能力圈存在一定差异,比如银行提供的财富管理产品种类全、服务精细化,并且在存贷款、信用卡、各类金融及非金融服务等方面具备优势;券商整合市场研究与产品代销业务,通过基金投顾服务协助客户进行产品组合投资;互联网金融平台主要通过低费率、快捷交易服务长尾客群。总之,激烈的市场竞争环境下,各类型机构都在思考如何聚焦自身主业、打造核心能力。对商业银行而言,提供高品质的综合型服务,就意味着需要具备高水平的综合服务能力,因此商业银行急需打造投研驱动能力、大类资产配置能力、客户综合服务能力、买方投顾服务能力、系统和数据支持能力、全面风险管理能力等,积极应对发展过程中的各项挑战。

下转 B6

对标国际监管要求 中行、农行官宣TLAC发行计划

本报记者 张漫游 北京报道

自2021年12月1日中国人民银行会同原中国银保监会、财政部制定的《全球系统重要性银行总损失吸收能力管理办法》(以下简称“《管理办法》”)正式实施后,我国首单总损失吸收能力(TLAC)债务工具终于要面世。

2024年1月26日晚间,中国银行(601988.SH)披露了关于TLAC非资本债务工具发行计划的董事会决议公告,称拟分批次发行减记型总损失吸收能力非资本债券,发行总额不超过500亿元人民币或等值外币。

两大行公布2000亿元规模的TLAC发行计划

通过TLAC债务工具实现内部纾困而非依赖外部救助,这将进一步提升国有银行的总损失吸收能力和稳健性。

TLAC是指全球系统重要性银行进入处置阶段时,可以通过减记或转化为普通股等方式吸收损失的资本和债务工具的总和。TLAC非资本债券是指全球系统重要性银行为满足总损失吸收能力要求而发行的、具有吸收损失功能、不属商业银行业务的金融债券。

关于具体的发行步骤,以中国银行为例,根据该行公告,将自股东大会批准之日起分批次发行减记型总损失吸收能力非资本债务工具,有效期至2025年8月29日。

在光大证券(601788.SH)金融业首席分析师王一峰看来,下一步,银行将提请股东大会授权董事会,并同意由董事会授权管理层,根据相关规定和审批要求,在此次董事会审议通过条款和条件的基础上,决定发行的具体条款及办理所有相关事宜(包括向相关监管机构报批,确定发行时间、发行批次、发行定价等)。结合过往二级资本债发行节奏看,中国银行TLAC非资本债券首次发行规模或在400亿—600亿元。预估在2024年上半年完成首单发行概率较高,最快或于2024年第一季度末左右发行。

谈及国有银行发行TLAC非资本债券的意义,中国银行及农业银行均表示,减记型总损失吸收能力非资本债务工具,符合《管理办法》相关规定,可用于补充商业银行总损失吸收能力。

资本债务发行计划的董事会议案。董事会同意分批次发行减记型总损失吸收能力非资本债务工具,发行规模不超过1500亿元人民币或等值外币。这也是我国首家公布TLAC非资本债务工具发行计划的系统重要性银行。

随后,1月31日,农业银行(601288.SH)发布董事会决议公告,称拟分批次发行减记型总损失吸收能力非资本债券,发行总额不超过500亿元人民币或等值外币。

亿元人民币或等值外币。

市场方面预测称,作为新兴市场经济体G-SIBs(全球系统重要性银行),工商银行(601398.SH)、建设银行(601939.SH)、交通银行(601328.SH)也将陆续公布TLAC非资本债券发行计划。

不过,业内人士认为,本轮TLAC非资本债券发行规模已经充分考虑市场承载量,不会影响债券市场平稳运行。

通过TLAC债务工具实现内部纾困而非依赖外部救助,这将进一步提升国有银行的总损失吸收能力和稳健性。



我国全球系统重要性银行的风险加权比率应于2025年年初达到16%、2028年年初达到18%,杠杆比率应于2025年年初达到6%、2028年年初达到6.75%。
视觉中国/图

中国银行研究院院长陈卫东近日撰文称,从2022年欧美银行业危机中多家银行的处置过程来看,提升问题机构损失吸收能力,对提高处置效率、缓解风险外溢、避免金融系统性风险的发生具有重要意义。

惠誉评级亚太区金融机构评级董事薛慧如认为,TLAC非资本债券的发行将建立新的损失吸收层,以实现在资本工具不足以吸收损失时,通过TLAC债务工具实现内部纾困而非依赖外部救助,这将进一步提升国有银行的总损失吸收能力和稳健性。从监管角度来看,TLAC债务工具的推出将使得银行债务工具体系进一步丰富完善,推动国内监管框架向国际标准靠拢。

在《管理办法》正式实施后,总损失吸收能力监管体系建立。同

时,其中明确了TLAC合格工具的类别,既包括普通股、优先股、永续债、二级资本债券等资本工具,也包括非资本TLAC债务工具。

薛慧如告诉《中国经营报》记者,与其他一级资本工具和二级资本相比,TLAC非资本债务工具的受偿顺序更高。根据《管理办法》,当全球系统重要性银行进入处置阶段时,监管可以强制要求对外部总损失吸收能力非资本债务工具进行减记或转股,但TLAC非资本债务工具应在二级资本工具之后吸收损失,所以其他一级资本工具和二级资本债可以为TLAC非资本债务工具提供一定的保护。但是,由于TLAC非资本债务工具受偿顺序更高,因此从收益率来看,可能略低于二级资本债和其他资本工具。

对债市影响有限

与普通金融债相比,由于TLAC非资本债券有减记或者转股的损失吸收条款,预计收益率会更高。

作为新兴市场经济体G-SIBs,工商银行、农业银行、中国银行、建设银行需要在2025年年初实现TLAC监管第一阶段达标;由于交通银行为2023年首次入选,需要在2027年年初实现TLAC第一阶段达标。

根据《管理办法》,其中要求我国全球系统重要性银行的风险加权比率应于2025年年初达到16%,2028年年初达到18%,杠杆比率应于2025年年初达到6%、2028年年初达到6.75%。

“考虑到审批流程需要一些时间,我们预计四大行年内可能都将适量发行TLAC债,后续交通银行预计也将发行TLAC非资本债券。”招商证券(600999.SH)银行业首席分析师廖志明表示。

王一峰表示,根据《管理办法》,我国G-SIBs的总损失吸收能力主要由三部分构成:巴塞尔Ⅲ认可的受监管资本,即扣除缓冲资本(储备资本、逆周期资本和系统重要性附加资本)后的监管资本;TLAC非资本债务工具;存款保险基金可计入部分。

谈及TLAC的发行缺口,薛慧如指出,根据测算,假设未来四大行风险加权资产增速8%、净利润增速5%、分红率维持在30%,到2025年1月和2028年1月资本工具或者TLAC合格债务工具的发行需求将分别达到1.7万亿元和6.3万亿元。

薛慧如提示称:“其中有两点值得注意,首先,这样的缺口测算没有将存款保险基金纳入考量。根据《管理办法》,存款保险基金可以计入全球系统重要性银行的外部总损失吸收能力,但是监管机构尚未明确,存款保险基金在计入总损失吸收能力时是按实缴金额计算,还是按照2.5个百分点(总损失吸收能力风险加权比率不低于16%)和3.5个百分点

(上述比率不低于18%)的上限来计人。其次,交行作为首次入选的全球系统重要性银行,有三年的达标过渡期,因此可以于2027年初达到总损失吸收能力与加权风险资产的比率不低于16%的要求。”

中信证券首席经济学家明明团队研报称,虽然银行资本补充缺口有限,但考虑银行净息差收窄问题,仅仅依靠银行内生增长以及到期资本工具续发,很难完全满足考核,需要外部力量提供支持。此外,随着2024年《商业银行资本管理办法》落地及监管部门可能提高存款保险基金认定比例,银行资本补充压力还将减轻。

“与普通金融债相比,由于TLAC非资本债券有减记或者转股的损失吸收条款,预计收益率会更高。”薛慧如表示。

展望TLAC非资本债券发行趋势,王一峰预计,2024年我国将启动TLAC非资本债券发行,但年内供给压力或许较小。我国TLAC非资本债券主流期限预计为3年到5年。除银行自营资金外,银行理财、保险资金、大型企业财务公司等将是TLAC债券的重要投资者。其中,理财资金或许对三年期TLAC非资本债券有一定主动需求。

廖志明分析称,在TLAC非资本债券落地后,大行可能减少二级资本债及永续债的净发行规模,比如,主动赎回永续债后转而发行TLAC非资本债券,从而有效地降低达标成本。这将使得银行资本债更加稀缺,可能进一步压低银行资本利差。资本工具额度批复有效期为2年,且额度为上限管控,可以不完全用完。

“本轮TLAC非资本债券发行规模已经充分考虑市场承载

量,不会影响债券市场平稳运行。”陈卫东表示,本轮TLAC非资本债券发行规模充分考虑市场的流动性和接受能力,既满足了TLAC非资本债券补充需求,又能保证债券市场平稳运行。TLAC非资本债券利率水平预计将低于二级资本债,但高于优先高级债,对投资者有一定吸引力。

薛慧如认为,静态来看,在市场容量既定的前提下,TLAC非资本债券的发行可能会分流一部分其他债券的市场需求,尤其是与TLAC非资本债券收益率、资本消耗以及久期相似的债务工具,预计银行会根据达标要求、市场需求、监管导向、利率环境、发行成本等因素,来综合确定资本工具和非资本债券的发行计划。动态来看,未来随着TLAC非资本债券的制度框架和基础设施的逐步完善,银行债务工具的流动性和吸引力有望增强,市场容量有可能进一步提升。

值得一提的是,为了助力TLAC非资本债券的发行,2022年4月29日,中国人民银行、原银保监会便联合发布了《关于全球系统重要性银行发行总损失吸收能力非资本债券有关事项的通知》。为何直至近期G-SIBs才公布TLAC非资本债券发行计划?

薛慧如分析称,一个全新的债务工具从创设到最终的发行,本身就是一个循序渐进的过程。2021年出台的《管理办法》已经从制度或者债务工具的属性上形成了整体的框架,但是真正落地发行的过程中,一些具体的发行条款、存款保险基金如何计入、配套的审批规则、合格投资者的定义、如何明确损失吸收触发事件、触发之后如何吸收损失,均有待进一步明确。

从1000万元到2000万元 普惠金融提额扩展

本报记者 杨井鑫 北京报道

2024年1月24日,中国银行行长潘功胜在全国新闻发布会上公开表示,将对普惠小微企业贷款认定标准从单户授信不超过1000万元提高到2000万元,支持普惠小微贷款的实施。

据《中国经营报》记者了解,此次对普惠小微企业贷款的认定标准调整是普惠小微金融的一次扩面,能够将更多中小微企业纳入政策之中,将提升企业的市场需求,彰显出政策服务的持续性。同时,普惠小微贷款认定标准

将这类企业归类到小微企业中,但是这些企业的贷款需求可能得不到满足。

“在2013年之前,银行支持中小微企业是有层次的。股份制银行服务的对象以中小企业为主,当时授信额度2000万元的企业很多,也是有政策支持的。中小城商行和农信社的客户群体更下沉一些,贷款的金额相比较小。”上述国有银行人士告诉记者,银行此前在授信标准上有一定的灵活性,能够根据企业的规模和需求来投放贷款。

该国有银行人士表示,2013年国家将普惠金融的发展提升至国家战略层面,微型金融受到了前所未有的重视。普惠金融的核心是筛选,以便政策调整之后能够及时与企业沟通增加授信。“一些小微企业合作已经很多年了,授信额度达到1000万元之后很难进一步加大支持。实际上,企业发展壮大之后,企业有更多的信贷需求,银行也愿意投放更多的信贷资源。”

该普惠金融部负责人表示,普惠金融发展至今,银行对于小微企业的抢客日趋激烈,而小微企业金融服务的可得性已经非常高了。“换句话说,银行对于小微企业客户的挖掘已经比较充分了,将小微企业单户授信额度进行调整之后,相当于该业务的客群扩展了,有利于普惠金融的进一步发展。”

标准调整也有助于缓解风险,解决一些贷款机制上的疏漏点。目前,该政策在市场暂未落地,但是各家银行的筹备工作已经在推进中。

降趋势。

一家券商银行分析师表示:“在普惠金融政策之下,一些规模稍大的企业会向多家银行申请普惠贷款或者通过不同企业主体申请普惠贷款,以解决银行授信额度上的不足,这也是没有办法的选择。只要企业资质没有问题,抵押资产足额,银行贷款也不会有障碍。”

该分析师称,在央行表态将普惠小微贷款认定标准从单户1000万元调整到单户2000万元之后,银行普惠金融的覆盖面会更广,尤其是能够惠及更多中小企业。这不仅会让普惠小微贷款的投放进一步快速增长,也是金融支持实体的又一有力措施。

更重要的是,该普惠金融部负责人认为,大行和中小银行发展应该更加差异化,客户群也需要更有层次。“这几年,大行的客户群持续下沉,行业内卷严重,中小银行的生存也更艰难了。”

前述券商银行分析师认为,监管对于普惠小微贷款单户授信认定标准的调整可能还会对风险有缓释作用。部分小微企业可能有抵押资产,但是贷款金额受到了限制,企业流动性成为一个最核心问题。“在普惠贷款实现提额之后,在一定程度上能缓解企业流动性问题,有利于帮助企业在经营上渡过暂时困难。”

上接 B5

总的来说,在金融服务实体经济的宗旨指引下,中国金融市场各类机构的融合将进一步加深。从产业链位置看,投行、资产管理是财富管理的上游。券商投行挖掘优质底层资产,基金公司、理财子公司等资产管理机构通过各类标准化产品(例如公募基金、理财产品等)投资于这些资产,财富管理机构(例如银行、券商、第三方基金销售公司等)运用各类产品匹配客户需求。根据《管理办法》,存款保险基金可以计入全球系统重要性银行的外部总损失吸收能力,但是监管机构尚未明确,存款保险基金在计入总损失吸收能力时是按实缴金额计算,还是按照2.5个百分点(总损失吸收能力风险加权比率不低于16%)和3.5个百分点

性安排、投资偏好等因素,先做好家庭的现金管理、财富保障安排,确保家庭的现金流流动性支撑需求和财富保障需求已经得到了合理安排,在此基础上,再针对投资增值目标制定规划,追求财富的稳健增长,构筑坚实的家庭资产分布图。

二是分散配置低相关性资产,提升资产配置方案的抗风险能力。一方面,从国内环境看,全面净值化时代已经开启,高净值人群长期以来熟悉的非标固收类资产无法继续提供固定收益,传统概念里稳健、安全的产品收益波动也在加大,已经没有任何单一资产可以为投资者带来稳定的高收益。另一方面,从全球视角观察,海外地缘政治冲突频发,扰动市场情绪,新冠疫情以来,海外主要经济体大起大落的货币政策也使得全球资产价格波动加大。在此环境下,做好分散配置,可有效降低组合波动风险,让客户的投资理财更容易坚持。

三是在不确定性中寻找确定性,在全球范围把握长期胜率较高的配置机会。美联储货币政策已经迎来转向,虽然何时开始降息仍存在较大不确定性,但从中长期来看,美债收益率震荡下行的趋势相对清晰,因此投资者可以关注美债收益率下行背景下胜率较高的资产,比如美债、黄金等。同时,受益于美债利率回落,新兴市场资产的估值压力将有所缓解,而且随着美联储结束加息,美元上涨动能将有所减弱,也有利于全球配置型资金回流新兴市场。

银行备战

在央行放出调整普惠小微贷款认定标准消息之后,目前政策是否落地呢?记者在部分银行网点了解到,时下银行的普惠小微贷款上限暂时尚未调整,但是筹备工作已经在推进。

一家股份制银行人士向记者表示:“普惠金融部都在忙着这件事,政策上还没有落地,银行内部在进行风险梳理。”

按照该股份制银行人士的说法,政策落地之后,银行对于普惠小微贷款的产品也会有相应的调整,这都需要提前做好充分准备。

杭州一家地方银行普惠金融部负责人表示,该行对客户进行提前

解构城投“名单制”

本报记者 石健 北京报道

“一方面在债务管理上要控增量、盘存量，另一方面则是提升自身非政府来源的‘造血’能力。”近期，在谈及“名单制”话题时，不少城投公司给出了回复。

根据知情人士透露，2023年6月，各省份曾向国务院提报了融资平台名单。2023年9月，财政部向交易所、交易商协会下发了地方政府融资平台名单，涉及近

4000家主体。在融资方面，名单内的主体仅能够借新还旧发债，不能新增融资。对于名单外的国企，需要进一步穿透公司股权，并结合公司业务、当地债务风险等級等情况确定融资用途：如果被认定为城建企业且城投企业财务指标较差、处于高风险区域，则只能发债用于借新还旧，未处于高风险区域且财务指标较好优先用于借新还旧，同时也允许新增债券发行；如果被认定为普通国企，则可以新增融资。

《中国经营报》记者在采访中了解到，面对2023年末流出的这份只能借新还旧融资平台名单，很多城投公司在积极寻找应对之策，以期畅通融资渠道，实现平台健康发展。

“名单制”背后，城投公司如何在化解债务的同时兼顾融资畅通？城投公司满足哪些特征可以退出“名单制”？上述问题值得关注。

非政府来源“造血”

在强化非政府来源“造血”功能方面，各地亦存在差异。存量资产盘活，仍然是很多城投公司寻求突破的关口。

“等是解决不了问题的，只能想方设法打造新的产业化主体。”谈到“名单制”的问题，河南一家城投公司负责人说出了内心的想法。

方达咨询相关研究员亦表示，针对无法新增融资的地区，名单内有着官方借新还旧的政策支持，重点以存量债务化解为主。

对于城投公司而言，这既是难题，又是突破。在多位城投公司负责人看来，如果自身在名单之中，未来在融资方面确实有所限制。但是，这也同样倒逼城投公司通过转型来实现非政府来源的“造血”功能。

在新乡国有资本运营集团有限公司（以下简称“新乡国资集团”）有关负责人看来，非政府来源“造血”功能即加快经营性、产业性的业务布局。“在资产、收入、利润三方面满足‘335要求’。具体来说，非经营性资产（城建类资产）占总资产比重不超过30%；非经营性收入（城建类收入）占总收入比重不超过30%；财政补贴占净利润比重不得超过50%。”该负责人表示。

不过，在强化非政府来源“造血”功能方面，各地亦存在差异。存量资产盘活，仍然是很多城投公司寻求突破的关口。

最近，公共数字资源资产化成为很多城投公司关注的热点。其中，南京市城市建设投资控股（集团）有限责任公司全资二级集团南京公共交通（集团）有限公司（以下简称“南京公共交通集团”）于2024年1月成功完成约700亿条公共数据资源资产化并表工作，成为江苏省首单城投类公司数据资产评估入表案例。

对此，南京公共交通集团有关负责人说，“加快存量国有资产清查盘活，除了传统资产外，更加注重创新型资产包装整合，以及特许经营权盘活，从‘资产端’‘收入端’综合强化平台公司财务指标，提升市场化融资能力和可持续经营能力。”

自2024年以来，地方国企整合重组的脚步仍未停歇。山东省烟台市启动市属企业新一轮优化整合，提出市管一级企业数量由19家调整压减至“9家市管+3户市直”，并将组建烟台交通集团等新国企。这是自2019年之后，烟

台再度对国有企业进行的大规模整合。2024年1月29日，珠海市国资委召开珠海市属国有企业重组整合大会，宣布启动新一轮国企重组整合行动。按照重组重整计划，珠海市属国企将由13家减少至10家。

对此，方达咨询有关研究人员表示，通过2023年以来的一系列监管动作和政策形势变化，可以看出，城投公司的融资环境趋紧，不少城投公司的融资难度进一步加大。尤其是“名单制”下发后，哪些城投公司在名单内成为大家关注的焦点。名单内的城投公司无法新增融资，只能借新还旧；名单外的城投公司需声明为市场化经营主体，风险自担，而且面临“闯四关”、资产收入结构调整、从严审批等多项要求。加上各地严控城投公司的融资成本，优化融资结构，规范甚至禁止金交所产品、信托、融资租赁等各类非标业务，城投公司的融资难度进一步加大。故此，城投转型、拓展新的板块已经迫在眉睫，只有通过强化非政府来源“造血”功能，才能实现城投公司的健康运营。

新旧名单

监管机构可通过“名单制”，摸排地方债务情况，对高风险平台进行重点监控，同时设立完备的动态调整机制，根据实际情况调整名单，跟踪退平台主体的后续发展情况。

事实上，“名单制”已非首次出现。

2018年8月，中共中央、国务院印发《关于防范化解地方政府隐性债务风险的意见》（中发〔2018〕27号）要求地方政府在5年至10年内化解隐性债务。

有业内人士表示，基于以上背景，监管部门开始了新一轮的新增地方政府隐性债务摸底化解工作。经过两轮的地方政府存量债务甄别认定工作，逐渐形成了财政部口径下的“融资平台名单”，此名单的设置旨在理清地方政府与融资平台的关系，动态收集融资平台债务和政府中长期支出事项等相关信息，通过对融资平台进行名录管理和中长期支出事项风险评估，以有效控制地方政府债务。

2021年7月，原中国银保监会发布《银行保险机构进一步做好地方政府隐性债务风险防范化解工作的指导意见》（银保监〔2021〕15号），进一步明确了政府融资平台认定标准为财政部口径下的名单而非银保监会口径下的名单。文件提出“银行保险机构向地方政府相关客户提供融资前应查询财政部融资平台公司债务及中长期支出事项监测平台，根据查询结果实施分类管理”，并指出“各级监管机构不再受理原银监会融资平台名单查询和调整事宜”。

2023年下半年，我国开启新一轮地方隐性债务化解工作。7月24日，中央政治局会议提出，要有效防范化解地方债务风险，制定实施一揽子化债方案。9月，国务院下发《关于金融支持融资平台债务风险化解的指导意见》（国办发〔2023〕35号），拟对地方国企及融资政策进行分类管理、区域与品种进行差异化约束。文件要求金融机构支持化解存量风险，同时明确



资料来源：中泰证券研究所

了重点省份及融资平台名单。

多个政策、文件密集出台之后，一份新的名单出现。

对于新旧名单的差异，有业内人士指出，由于此前很多名单已经转型宣布退出政府融资平台，加之很多城投公司完成了重组等工作，致使这份名单和此前原中国银保监会口径下的融资平台名单以及财政部口径下的地方政府融资平台债务及中长期支出事项监测平台名单存在差异。

在多位城投公司负责人看来，名单中的城投公司，新增融资会有一定约束，发债限于借新还旧，但是也会进一步推进不符合要求的城投企业市场化转型、符合要求的城投企业隐性债务显性化。

中泰固收研报显示，截至2023年12月31日，共有2151家主体发布“退平台”公告，2015年和2023年融资主体退平台数量达到高峰，分别为823家和677家。从省份来看，江苏省、浙江省和山东省披露为退

平台主体数量较多，约占整体的46.68%。对此，业内人士认为，未来或将迎来新的“退平台”潮。

采访中，不少城投公司关心“名单制”的更新频率，为此，有业内人士向记者透露，参考此前的隐性债务名单，按年度更新进出的可能性比较大，且名单中的发行人数量大概率会随着化债政策的推进越来越少。

不在名单中的公司呈现哪些特点？记者梳理发现，一是债券募集资金用途中借新还旧占比较低的主体，特别是募集资金用途还能用于补流或项目建设的，大概率不属于名单内的城投。

二是已披露退出融资平台的主体。自2022年以来发布公告退出融资平台的主体，尤其是一揽子化债方案后公告退出融资平台的主体，都不属于化债新形势下的名单内城投。三是集说明书披露为市场化经营的主体。形式上已不是名单内城投，但因交易商协会认为其业务、资产仍具城投属性，要求发行人在募集说明书中声明为市场化经营主体，资金用途也优先用于借新还旧。此类主体短期再融资风险可控，但实际上地方政府不对其债务有偿付责任，要对其进行信用资质判断，还是要看主体的经营偿债能力。

碳金融资产扩容 市场期盼期货产品

吸引更多金融参与者

本报记者 蒋牧云 何莎莎

上海 北京报道

碳金融市场活力正在不断增强。

随着全国温室气体自愿减排(CCER)交易市场重启，不少金融机构跃跃欲试。比如，中金公司在重启首日参与了交易。中信证券也发布消息称，作为获准参与该市场的首批交易机构，已挂牌买入5000吨CCER。同时，申万宏源证券也于近期公布了其已落地首个农业类CCER项目。除交易外，多家券商还发力招聘碳金融人才，透露出相关机构的业务布局动向。此外，诸多银行机构也在近期落地CCER相关业务。如兴业银行落地CCER重启后全国首批CCER项目开发挂钩贷款，用于鼓励和支持企业开发CCER项目。

公开数据显示，CCER重启后的交易首日，CCER市场总成交量为37.5万吨，总成交额为2383.5万元，平均每吨价格约63.5元。

在采访中，多位业内人士向《中国经营报》记者表示，CCER的重启将为碳金融市场注入活力，一方面排控企业可以通过碳信用交易获得收益，另一方面也可以为投资者提供更多的投资机会和风险管理工具。不过，也有业内人士指出，目前国内仍然是以排控企业参与为主的现货市场，金融服务对接程度相对较低。接下来，除了吸引更多元的碳金融参与者之外，期货、远期产品也十分重要，通过此类产品的交易可以规避现货价格波动的风险，并促进市场活力，进一步完善碳金融市场。

CCER作为碳排放配额交易(CEA)的重要补充，在2015年首次启动交易。但试行2年后，国家发展改革委因“温室气体自愿减排交易量小、个别项目不够规范”等原因，暂停了新增CCER项目和减排量的备案签发。此次CCER重启时隔7年，受到了不小的关注。

值得注意的是，碳资产的扩容也给碳金融带来不小的影响。中国城市发展研究院农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅表示，CCER的重启对碳金融市场产生了积极的影响，为市场注入了新的活力。CCER是一种减排认证机制，通过为企业提供减排认

证，促进企业积极参与碳减排行动。同时，CCER也为碳金融市场提供了更多的投资机会和风险管理工具，吸引了更多的投资者参与其中。

“比如，企业可以通过参与CCER项目获得减排认证，进而获得碳信用。这些碳信用可以在碳金融市场上进行交易，为企业带来经济利益。”袁帅谈道，“这不仅可以促进企业积极参与碳减排行动，也可以为投资者提供更多的投资机会和风险管理工具。同时，CCER的重启也有助于推动碳金融、绿色金融的发展和完善。随着越来越多的企业参与CCER项目，碳金融市场的规模将不断扩大。”

碳金融产品仍待创新

值得注意的是，黄达飞在采访中讲道，目前国内碳交易市场是排控企业参与为主的现货市场，金融服务对接程度相对较低。实际上，市场对于CCER远期、期货交易一直呼声很高。我们应该如何看待远期、期货交易在碳金融中扮演的角色？对此，蔡晓颖表示，CCER远期和期货交易是为企业碳资产管理工具、降低企业成本和风险的一种创新型交易产品，有助于弥补碳现货市场由于配额交易过度集中、流动性不足造成的价格非理性波动，有助于降低交易成本、规避远期风险，有助于各类碳金融产品创新，进一步扩大碳市场规模。

袁帅也表示，CCER远期、期货交易可以为投资者提供更多选择和灵活性。通过远期、期货交易，投资者可以提前锁定未

来的价格，避免因市场价格波动而产生的风险。同时，这些产品也可以促进现货市场的流动性，提高市场的交易效率。具体而言，CCER远期交易是指买卖双方约定在未来某一日期按照约定的价格和数量进行的契约交易。这种交易方式可以帮助买方或卖方提前锁定未来的交易条件，规避价格波动风险。而CCER期货交易则是一种标准化的远期交易方式，买卖双方在期货交易所通过公开竞价的方式达成交易，并按照规定的程序和要求进行清算和交割。

远期、期货产品与现货市场能产生怎样的联动？袁帅表示，CCER远期、期货交易与现货市场之间可以产生不小的联动效应。首先，这些交易方式可以为现货市场提供更多的交易机会和流动性，促进市场的活跃度和

大，市场的交易规则、监管机制也将不断完善。这将为投资者提供更加透明公正的市场环境，保障市场的健康发展。”

碳金融市场的完善，也吸引了金融机构参与其中。

比如，在CCER重启后不久，中信证券发布消息称，作为获准参与该市场的首批交易机构，已挂牌买入5000吨CCER。不久前，上海农商银行、成都农商银行也分别落地CCER质押贷款业务。

中金公司固定收益部执行总经理黄达飞告诉记者，中金公司也参与了重启首日的CCER交易。在他看来，金融机构参与碳交易、碳金融具有重要的战略意

义。首先，“双碳”战略下，开展碳排放权交易是金融机构服务实体经济的重要一环，通过发挥交易能力和专业的产品创设能力，能够为实体经济提供更多低碳转型解决方案，切实提升金融服务实体经济的深度和广度。其次，伴随着CCER的重启，各类碳金融产品的创新开发与应用将会变得更加广泛，包括碳现货、碳远期、碳期货、碳资产证券化等碳市场交易工具、碳质押、碳回购、碳托管等碳市场融资工具，以及碳保险和碳指数等相关的碳市场支持工具。通过丰富多元的碳金融市场，帮助企业拓宽融资渠道，以市场化机制推动中国“双碳”目标的实现，助力全球应对气候变化风险挑战。

普华永道中国ESG可持续发展主管合伙人蔡晓颖也指出，CCER交易的参与方较为多元化，这可以进一步提升碳市场的流动性、市场性和交易活跃度，有利于完善我国碳市场建设；其次，伴随着CCER的重启，各类碳金融产品的创新开发与应用将会变得更加广泛，包括碳现货、碳远期、碳期货、碳资产证券化等碳市场交易工具、碳质押、碳回购、碳托管等碳市场融资工具，以及碳保险和碳指数等相关的碳市场支持工具。通过丰富多元的碳金融市场，帮助企业拓宽融资渠道，以市场化机制推动中国“双碳”目标的实现，助力全球应对气候变化风险挑战。

综合而言，为进一步推动碳金融持续发展，未来还有哪些探索方向？黄达飞认为，主要有两方面。一方面希望能尽快引入更多元的市场参与者，包括非发电的重点排放行业以及金融机构，通过提供不同的风险偏好、市场预期和交易策略，促进价格发现，为市场注入流动性；另一方面是通过金融创新，围绕碳价设计多种金融产品，引导金融资源按照绿色贡献配置，用好绿色金融工具，支持实体经济可持续发展。

从机构自身的角度来看，各家也在进行探索，以普华永道为例，蔡晓颖告诉记者，普华永道中国已经拥有超过600人的ESG可持续发展咨询团队，在碳资产管理领域，提供碳资产开发评估、碳排放与碳减排核算、碳资产项目尽调、碳交易咨询等一揽子服务。特别地，普华永道还开发了具有自主知识产权的“温室气体排放追踪系统”。

致力于提升企业的碳排放和碳资产管理能力。该平台遵循国内外核算标准，可满足企业按需采用不同标准框架的要求。利用RPA(机器人流程自动化)技术，该平台能实时追踪、计算排放数据，支持多种数据格式导入，与企业ERP无缝对接，帮助企业高效管理减排措施和实施净零战略。

消保亟须深化 非金融持续提质

本报记者 郑瑜 北京报道

“自动扣费不知具体项目是什么?”“卡内有余额但是自动还款失败。”这些金融消费者常见的咨询,在互联网金融越来越普及的当下,反而存在困难。

支付、消金等多方推进

通过构建全方位的消费者权益保护机制,可以更加有效地保障消费者的合法权益,促进金融市场的健康稳定发展。

2023年3月,国家金融监管总局(以下简称“金融监管总局”)统筹金融消费者权益保护工作,将中国人民银行有关金融消费者权益保护职责和中国证监会的投资者保护职责划入金融监管总局。

日前,金融监管总局金融消费者权益保护局(以下简称“金融消保局”)以专栏形式刊登文章表示,金融消保局作为统筹金融消费者权益保护工作的职能部门,深入贯彻落实中央金融工作会议对金融工作的各项部署,深刻把握金融工作的政治性、人民性,以构建金融消保新机制,建设“大消保”工作体系为工作重点,坚持人民至上,站稳人民立场,把握人民愿望,奋力推动金融消保工作迈上新台阶。

在监管不断推进金融消费者权益保护工作完善的过程中,各个经营主体已经积极投身金融消费者权益保障工作,争先创优,为开创金融消费者权益保护工作新局面贡献自己的一分力量。

微信支付“消费者保护”公众号在2023年正式运营,向用户普及产品使用和风险防范等金融知识。

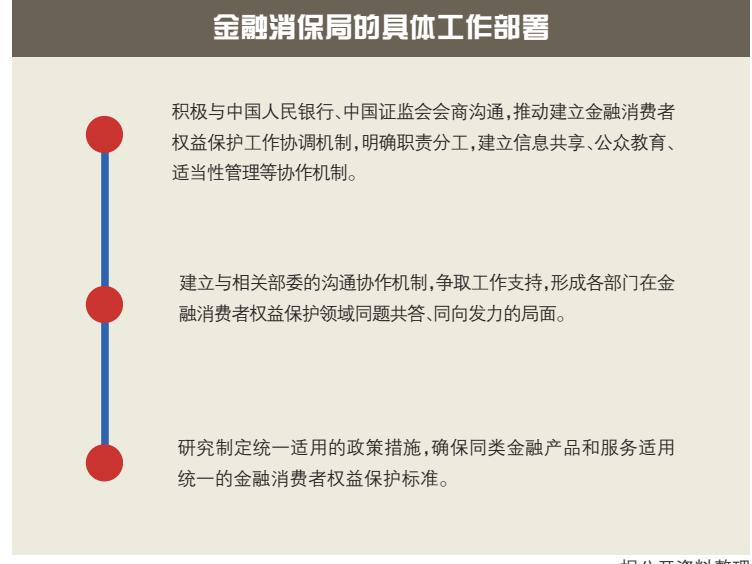
当前在微信支付钱包页显眼位置已经上线“消费者保护”专门

随着普惠金融的快速发展,以网络支付、消费金融为代表的互联网“新金融”不断普及,互联网的快捷方便让越来越多的消费者切实感受到了金融服务的提质增效。但在信息流通更方便的互联网金融领域,因为服务方与消

费者并非在线下直接沟通,对于产品信息、定价、服务内容公示的披露,无法直接面对面进行,信息流通的安全性以及个人信息的保护都成为金融消费者权益保护领域的突出问题。

近年来,越来越多的机构开

始进行消费者权益保护深化,满足更加多元化的金融需求。当前,《中国经营报》记者注意到移动支付包括微信支付在内,以及新型金融包括持牌消费金融的各个经营主体,都在紧锣密鼓地开展消费者保护工作。



的效果。”

可以看到的是,除了支付领域外,消费金融公司也在不断推动消保工作升级。

据了解,河南中原消费金融股份有限公司(以下简称“中原消费金融”)为了持续提升金融消费者投诉处理工作质效,已经建立金融消费者投诉举报流程和标准体系,成立客户体验团队,分层受理客户投诉;由专属团队跟进,保障和解率及问题解决率,并自主研发服务

站场景和智能机器人,实现业务自助办理。完善监控分析体系,从运营过程、投诉处理、投诉诉点等指标建立可视化报表。针对投诉案件进行专项监控、溯源投诉录音、深挖问题,建立动态监测、合理管控、持续治理的长效机制。

记者从中原消费金融处获悉,当前其已经将消费者权益保护部独立为公司一级部门,搭建起维护消费者权益的决策系统、监督系统、执行系统。

持续完善

近年来,微信支付保护团队即在内部发起了“无障碍优化行动”,通过“人工+机器”收集、发现问题,并不断完善解决。

“因为周转困难,申请延期减免利息,但遇到电话骚扰暴力催收。”这是一位在互联网投诉平台上的用户对于某互联网金融信贷的投诉,这名用户与第三方催收机构沟通无果,又联系不上放款的金融机构。纵观该投诉平台,其自身在互联网金融领域的投诉已经多达17万件。

金融消保局在本次专栏文章中也重点提到,金融消费者权益保护是金融工作中最贴近人民、与人民联系最为紧密的领域,必须始终把人民对金融的需要、群众对金融的关切放在心上,把暖民心、惠民生的事办好。金融消保局将紧紧围绕金融消费者关心的重点问题,有效回应人民群众关切,全面提升人民群众在金融领域的获得感、幸福感、安全感。具体而言,一是梳理完善金融消费者权益保护领域制度体系;二是持续提升金融消费者投诉处理工作质效;三是全力构建金融消费纠纷多元化解机制;四是有力打造消费者金融素养提升工程。

王鹏告诉记者,近年,互联网金融在消费者权益保护上最显著的变化就是消费者权益保护机制的完善。

以中原消费金融为例,记者了解到,中原消费金融通过官网、App、微信公众号、支付宝生活号等多渠道向社会披露咨询和投诉处理方式,设立投诉监督电话和线下投诉受理中心,明确专人负责做好投诉事件的记录、转办和跟进工作,确保用户反馈得到高效妥善处理。并建立涵盖一线座席、专家岗、用户关怀、客户升级投诉处理的层层递进式反馈处理人员分层制度,

保障问题处理时效和用户满意度。

微信支付消保业务负责人也告诉记者,结合消费者权益保护不断深化发展的大背景,近年来,微信支付保护团队即在内部发起了“无障碍优化行动”,通过“人工+机器”收集、发现问题,并不断完善解决。目前已针对残障用户使用过程中可能涉及信息填写、银行卡绑定、实名认证、生活缴费等环节出现的无障碍体验难点,完成了近300项产品优化。同时,为视障人群设计了客服专线服务,用户拨打95017热线后,无须按键即可直接快速接入人工专属客服。

上述负责人补充表示,“自立小店”助力行动帮扶残障群体创业。开展残障群体“自立小店”助力行动,为“自立小店”免费提供提现额度、无障碍经营物料、商家关爱保障、顾客分享推荐小店、专属客服、经营指导课程等六大专属关怀,解决残障人士经营后顾之忧。持续落实支付降费让利政策,支持实体经济发展。

有华北地区持牌消费金融公司告诉记者,消保工作不单单是对消费者权益保护和监管政策的积极响应,还是对于公司经营而言意义重大的优化战略。“消保工作可以助推服务品质提升。在公司治理、企业文化建设、经营发展战略及日常经营管理等各环节中全面贯彻落实消保的监管要求,可以确保金融服务的质量和稳定性。通过手机App、微信公众号、客服电话、消保专线等平台,构建全天候、全生命周期的金融服务体系是提高售后服务的自动化水平、智能化水平的重要抓手。”

行业评论

构建金融消费者权益的保障机制

文/何莎莎

金融市场涉及大量的金融产品和服务,而消费者往往缺乏专业知识和信息。没有适当的监管和保护措施,消费者可能会面临欺诈、虚假宣传、高风险投资等风险,导致财务损失和信任危机。

完备有效的金融监管体系对防范化解金融风险、确保金融业稳健运行有着重要的现实意义。消费者保护在金融监管中的重要性不言而喻,业已成为金融监管有关政策制定

需要考虑的重要问题之一。

2015年11月13日,国务院办公厅发布了《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》,明确了金融机构消费者权益保护工作的行为规范,要求金融机构充分尊重并自觉保障金融消费者的财产安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、受教育权、信息安全权等基本权利,依法、合规开展经营活动。这是首次从国家层面对金融消费者权益保护进行具体规定,强调保障金融消费者的八项权利。

2020年9月1日,《中国人民银

行金融消费者权益保护实施办法》经中国人民银行2020年第6次行务会议审议通过,自2020年11月1日起施行。2022年12月30日,原中国银保监会发布《银行保险机构消费者权益保护管理办法》,自2023年3月1日起正式实施。

法律层面面对金融消费者权益保护进行的规范和明确,标志着我国对于金融消费者权益保护正式拉开了序幕。

金融监管机构的改革和完善对于消费者保护同样至关重要。

2023年3月,中共中央、国务院印发《党和国家机构改革方案》,组建国家金融监督管理总局(即“金融监管总局”),统筹金融消费者权益保护工作,将中国人民银行有关金融消费者权益保护职责和中国证监会的投资者保护职责划入金融监管总局。

这一改革安排为金融消费者权益保护提供了更加统一和协调的监管机制,有助于提高监管效能和效果。

不久之前,全新组建的金融监管总局金融消费者权益保护局(以下

简称“金融消保局”)首度发声,加快构建“大消保”格局是落实金融体制改革要求的重要举措。

可以看到,我国的金融消费者权益保护已经迈上了新台阶,这也意味着我国金融监管体系的进一步完备。事实上,在强化行为监管中的“双峰”监管理念,就是包括维护金融体系稳定及保护消费者合法权益。

因此,保护好金融消费者的合法权益,对提升金融消费者信心、防范化解金融风险,维护金融安全与稳定、促进社会公平正义和社会和谐具有重要意义。

做好金融消费者权益保护工作是强化行为监管的重要内容。加快构建“大消保”格局是落实金融体制改革要求的重要举措。

在构建“大消保”格局的进程中,加强金融消费者权益保护不仅成为监管部门的重中之重,也成为各类金融机构完善客户服务场景和手段、全面提升服务质量的关键一招。

金融消费者权益保护工作非一日之功,幸而已然成为金融业的战略共识。

一线调研

探索退役军人保险保障广覆盖

本报记者 陈晶晶 北京报道

“感谢你们今天来看我,辛苦你们走这一趟了!不用担心我,我现在有低保和‘惠军保’保障,生活负担没有以前重了。”家住浙江省杭州市萧山区的退役军人俞先生用一口不太流利的普通话对中国经营报记者说。

记者在走访调研中获悉,俞先生已确诊恶性肿瘤,在中国科学院大学附属肿瘤医院就医,目前需要

通过用药缓解病痛。而他口中所说的“惠军保”,是一项为退役军人及其家属打造的专属商业保险,包括“防癌抗癌专属保险卡”及“退役军人家庭一年医疗费用保险卡”,旨在为退役军人群体提供更加完善的保险保障服务。

中国人寿财产保险股份有限公司天津市分公司“惠军保”项目负责人对记者表示(以下简称“该负责人”):“为重点解决退役军人家中有人患病或住院接受

治疗的医疗费用等问题,按照社保基本、商险保全面、公益做补充的思路,国寿财险联合多家央企保险单位推出‘防癌抗癌专属保险卡’及‘退役军人家庭一年医疗费用保险卡’,多家公益组织还联合设立‘配套公益救助基金’,形成全年医疗费用保险与配套公益救助基金相结合的保障模式,在基本社会保险基础上,解决退役军人及家庭成员大病医疗费用问题。”

居民基本医疗保险和医疗救助、医疗补助的保障渠道和经费来源。强调对符合城乡医疗救助资助参保条件的优抚对象,其户籍所在地医疗保障部门,要通过城乡居民医疗救助基金对其参加居民基本医疗保险的个人缴费部分给予补助,对个人医疗费用负担较重的优抚对象,按规定享受城乡医疗救助和优抚对象医疗补助,更好保障和落实优抚对象医疗待遇。

该负责人对记者介绍称:“2022年8月经过充分市场调研,深度聚焦低保、特困退役军人保险保障缺失的现状,推出了‘惠军保—防癌抗癌专属保险卡’,产品

“惠军保”项目自上线以来,已累计为全国超过900余万退役军人及其家属提供了风险保障,其中,为全国超25.5万人次的低保、特困退役军人免费提供了风险保障服务,筹集善款1015万元。项目运行两年来,得到了广大退役军人群体的广泛认可。我们也在为退役军人的服务中,深切地感受到保险为民的责任与担当,进一步坚定了做好“惠军保”项目的信心。”该负责人表示。

军人及家属等有现实医疗需求的人群,也能享受到商业医疗保险保障。需要注意的是,在获得社会基本医疗保障及“全年医疗费用保险卡”保障后仍有困难的退役军人,还可申请公益救助基金。对于符合条件的退役军人,每人每年可一次申请医疗救助补贴7500元,从而助力其形成抵御疾病风险的多维度保障。

据了解,像俞先生这种是家里顶梁柱,但因为大病治疗和康复期间无法工作而产生的收入损失和经济压力的情况,不光可以获得保险保障,后续还可申请救助基金。

扩大覆盖范围持续升级服务内容

“惠军保”项目产品受众广、服务链条长、专业要求高,对保险公司专业服务能力提出了更高要求。

记者采访调研获悉,该产品涉及承保、理赔、服务等多个环节,合作各方沟通协调工作量大。为了保证广大退役军人能尽早了解“惠军保”并及时获得保险保障,公司组织专业精干力量,组建专班、强化培训、借力借势、整合资源,全面提升专业化线上线下服务水平,为退役军人提供专业保障服务。为了进一步加强基层共建联建,中国人寿财险各级机构将与基层退役军人服务中心(站)开展“共建结对子”活动,依托双方资源优势,联合开展形式多样、内容丰富的党建共建和困难退役军人慰问活动。加强党建引领,突出对英雄模范、优秀退役军人的宣传,积极在全社会营造浓厚的拥军崇军氛围。

“面对庞大的客户群体,我们的服务、理赔工作还有一定的滞后性,亟待在后续工作中改善。‘惠军保一期’产品推出时,对既往症有免赔额(1万元)限制,保险责任中涵盖的可报销药品种类还不够丰富,这方面我们已经对产品方案进行了全面升级,进一步

扩大了保险责任、延展了保障范围、丰富了增值服务内容。”该负责人表示。

记者获悉,为持续深化“惠军保”项目,下一步中国人寿财险天津市分公司将坚持问题导向,采取有力举措,加强与监管部门、政府主管部门汇报沟通,努力推进该项目取得新的实效:一是优化升级产品供给。对产品进行全面升级,取消低保、特困退役军人免赔额度,将Car-T疗法增加至三种,国内外特药使用种类由120种扩大至150种;升级增值服务方案,增加癌症早筛、基因检测、恶性肿瘤门诊绿色通道等内容。二是重点帮扶困难退役军人。公司将逐步为每一位患病低保、特困退役军人建立独立医疗档案,会同当地退役军人服务中心定期上门探望。重大节日周期间,联合退役军人服务机构共同组织“登门走访送温暖”主题活动。三是做好公益工作。重点围绕长期患有重大疾病家庭遭遇突发变故、就业创业遇到困难的退役军人开展“情暖老兵”关爱帮扶活动,着力解决老兵急难愁盼问题,进一步织密织牢困难退役军人兜底保障网络,积极为退役军人服务保障工作贡献央企力量。

退役军人及家属专属保险保障

公开资料显示,近年来,针对退役军人就业安置、教育培训、困难帮扶、烈士褒扬、抚恤优待等一些重点问题,国家出台了一系列创新举措。

2022年6月,退役军人事务部、财政部、国家卫生健康委、国家医保局等4部门联合印发《优抚对象医疗保障办法》(以下简称“《办法》”),将享受国家定期抚恤补助的在乡复员军人、参战退役军人、参试退役军人、带病回乡退役军人、烈士遗属、因公牺牲军人遗属、病故军人遗属等人员确定为优抚对象。

据悉,《办法》明确了优抚对象参加职工基本医疗保险、城乡



高质量发展谋新篇

首登3万亿台阶 重庆经济“新”中谋“质”

本报记者 庄灵辉 王金龙 重庆报道

2023年,我国GDP万亿级、2万亿级以及3万亿级城市全面扩容,城市竞争起点再度刷新。

日前,重庆市公布其2023年经济运行情况。数据显示,2023年,重庆市GDP首次登上3万亿元台阶,

达到30145.79亿元,比2022年增长6.1%,成为我国中西部地区首个GDP超过3万亿元的城市。2023年,与重庆一同晋升GDP3万亿元俱乐部的城市还有广州,至此,包括上海、北京、深圳在内,我国GDP超3万亿元的城市已扩容至5个。

作为中西部地区首个GDP超

3万亿元的城市,2023年重庆的经济增速也高于全国0.9个百分点,经济发展稳中有进,“新”中有“质”。2023年重庆经济发展动力何在?GDP3万亿元的突破对全国发展格局有哪些影响?后续重庆GDP如何摸高4万亿元?相应课题引发各方探讨。

何以3万亿?

重庆的发展优势是几十年积累下来的,在诸多良好发展基础上,通过多方奋进建设新重庆,才取得如今GDP超3万亿元的成绩。

2023年,除GDP超4万亿元的城市阵营仍为北京、上海两席外,我国GDP万亿元以上的城市阵营全面迎新。其中,常州、烟台GDP突破1万亿元,杭州、武汉GDP首登2万亿元,重庆、广州则新晋3万亿元。值得注意的是,这6个新晋城市中,只有武汉、重庆地处中西部,其余4席均处东部地区。

面对严峻挑战和困难,这一成绩取得尤为不易。作为中西部地区首个GDP超3万亿元的城市,2023年重庆经济发展动力也成为各方关注焦点。

“作为集大城市、大农村、大山区、大库区于一体的直辖市,重庆起步时以大城市带动大农村面临诸多困难。通过多年的产业布局,特别是拳头产业强链以及发展战略性新兴产业,才构成当前比较好的产业体系。”城市化与区域创新极发展研究中心秘书长、重庆大学国家级特聘教授姚树洁告诉《中国经营报》记者,重庆的发展优势是几十年积累下来的,

在诸多良好发展基础上,通过多方奋进建设新重庆,才取得如今GDP超3万亿元的成绩。

除产业基础外,姚树洁认为,重庆市区域发展相对协调,同时重视绿色发展与内陆开放,加强现代化交通体系建设,才能在后发优势中谋得如今的新发展。

“重庆的区域发展相对比较协调,不同地区在同时发力,才使得重庆发展相对平稳且持续。”姚树洁表示,作为山城,重庆市近年来在交通基础设施尤其是桥水建设方面变化很大,通过现代化的交通体系和互联网+建设,为此前闭塞的山城构建了一个良好的现代化格局。

“地处‘一带一路’与长江经济带联结点,水运、航空、班列等内畅外联的‘大交通’体系日益完善,近年来重庆内陆开放高地建设也有声有色。”姚树洁认为,重庆素来重视绿色发展,“两中心两地”建设取得一定成绩,使得重庆的发展更有可持续性。

重庆工商大学副校长李敬则认为,2023年重庆经济实现腾飞增长主要与重视发挥成渝地区双城经济圈牵引作用、现代化产业体系构建以及内外需挖掘等因素有关。

“2023年重庆将推动成渝地区双城经济圈建设定位为‘一号工程’,在这一国家战略牵引作用下,川渝两地基础设施建设、产业协同发展等方面取得了不俗的成绩。”李敬表示,除成渝地区双城经济圈建设牵引作用外,2023年重庆贯通培育3大主导产业、3大支柱产业、6大特色优势产业和18个“新星”产业,制定实施新一代电子信息制造业、先进材料等14个产业集群行动计划,现代化产业体系构建也为重庆经济集合了发展动能。

数据显示,2023年,重庆规上工业增加值增长6.6%,高于全国平均2个百分点,列全国第11位;制造业投资增长13.5%,高于全国平均7个百分点;战略性新兴产业增加值占规上工业比重的32.2%。

甘肃康县:“外来媳妇”的乡村振兴之路

本报记者 王登海 兰州报道

“从春天的野菜到秋天的野果,还有村民自己在田地里种的蔬菜,拿到我这里都能换成钱。”甘肃省人大代表、陇南市康县岸门口镇朱家沟村“五福临门”民宿负责人曹艳向《中国经营报》记者介绍起她的民宿来滔滔不绝。

乡村旅游的“领头雁”

陇南市康县地处甘肃东南部的秦巴山区、西秦岭南侧陇南山中,是甘肃、四川、陕西三省交界地带,自古以来就是进陕入川的重要通道,是我国西南通往西北茶马古道北线通道的必经之地。

距康县县城8公里的朱家沟村是一座古村落,因村内村民大多为朱姓,故名朱家沟。

在曹艳来到朱家沟村之前,她就听朱彦杰讲过不少朱家沟村的故事,村里的古道、古宅、古泉和村口那棵1800年的麻柳树是曹艳来之前对朱家沟村的初步印象。

回来之后,朱家沟村还是老样子。那棵千年麻柳古树犹如擎起的一把绿色巨伞,耸立在村口,村子也基本没有发生太大的变化,“村内基础设施落后,下雨时,村里的道路泥泞不堪,村前清澈的燕子河自西向东流向嘉陵江,河面没有桥,把这个村子和外面的世界隔离开来。”

事实上,在返回康县之前,曹艳和丈夫早已事业有成,他们都供职于沈阳市铁西区中心医院。

但是为了照顾年迈的母亲,2006年,朱彦杰决意返乡,曹艳也跟随丈夫回到了康县。

2016年3月,康县县委、县政府决定把朱家沟村列为乡村旅游示范村,明确提出以“保护发展传统村落、传承弘扬红色文化”为主题,开展美丽乡村建设。

“然而,3月初开了建设朱家沟美丽乡村村民启动大会,到4月初整整一个月,只是村内几家临时柴房

曹艳是东北铁岭人,10多年前,她跟随丈夫朱彦杰来到康县,成了村里的“外来媳妇”。自此之后,她和丈夫扎根农村,带领村民将一个原本交通不便、破破烂烂的小村庄,变成一个全国乡村旅游重点村,走出了一条资源盘活、村民就业、增收致富的乡村振兴之路。

拆除,而村口道路上的几个厕所依旧无法协调。”曹艳告诉记者,在朱家沟村美丽乡村建设之初,就遇到了村民的不配合。

此时,朱彦杰对曹艳说:“如果我们不参与的话,这个村庄就会被埋没了,就会像其他很多非常普通的村庄一样,没有亮点、没有特色,也不可能持续发展。”

在此情况下,朱彦杰加入了村民协调小组。后经镇党委的同意,朱彦杰还兼任朱家沟村建设的协调小组副组长。

为了打消村民的顾虑,曹艳夫妇还自掏腰包带领村社干部和村民先后到陕西袁家村、汉中诸葛古镇学习乡村旅游发展经验。

通过考察,村民们解放了思想、开阔了眼界,坚定了发展乡村旅游的信心,才使得朱家沟村美丽乡村的改造得以顺利进行。

朱家沟村美丽乡村的建设,不仅改善了当地的人居环境,还深入挖掘村庄历史和红色文化,依托生态自然资源和红色文化资源优势,打造了朱家沟麻柳广场,改造了朱家沟龙门楼,建设了“朱子八德”广场、“乡村舞台”、室外农耕用具展示区“归朴园”、打铁体验区“炼炉坊”等,还在2016年入选“全国第四批传统古村落”保护名录。

经过改造之后,朱家沟村又组织村里的家庭主妇做起了地道小吃,打铁老艺人重新开起了铁匠铺,村里还请来一批老艺人弹起土琵琶,唱响了毛山歌……

甲级民宿

随着入选“全国第四批传统古村落”保护名录,朱家沟村很快名声鹊起。同时,朱家沟村旖旎的山水风光、古朴的特色民居和深厚的文化底蕴,也吸引着越来越多的游客来这里休闲观光旅游,也有不少游客表达了留宿村里的意愿。

“我们就想着开设民宿,让村民也参与进来。”曹艳表示,在完成美丽乡村建设后,他们开始思考,如何把美丽乡村升级为乡村旅游的旅游村,让村民吃上旅游饭,从拿锄头变成拿算盘。而民宿不仅可以留住游客,还可以销售村民自家种的特色农产品,正式打开发展乡村旅游的那扇窗。

2017年,曹艳流转了5户村民的旧屋,开始改造民宿。她用“采菊”“东篱”“扶犁”“鸟啼”等富有诗意的词语为每一间客房命名,但是给民宿起了一个在她自己看来都没有文艺范儿的名字

摸高4万亿

要实现2027年GDP突破4万亿元的目标,重庆市近几年的年均经济增速都要保持在6%以上。

GDP站稳3万亿元后,重庆还在谋划进一步发展,将2024年经济增长目标定在6%左右,此前还曾提出到2027年GDP迈上4万亿元台阶。

回顾历史,重庆市GDP从1万亿元跨上2万亿元用时7年,如今新晋3万亿元用时6年。对比来看,北京和上海GDP3万亿元之前的两个万亿级跨越用时均为5到6年,3万亿元到4万亿元的跨越用时为3到4年。按照既定目标,重庆GDP从3万亿元到4万亿元计划用时约4年,从后进到直追向上,重庆这一目标设定可见其发展决心。

“要实现2027年GDP突破4万亿元的目标,重庆市近几年的年均经济增速都要保持在6%以上。”李敬认为,要实现后续经济发展目标,重庆还需在投资、外贸、消费这“三驾马车”的挖掘与稳定上做文章,其中消费仍是一个重头戏。

谋求制造业高质量发展

与广州相比,重庆的发展腹地较大,土地空间、人口密度等具有一定优势。

2023年和重庆共同晋级GDP3万亿元城市的还有广州,多位专家认为,与广州相比,重庆的发展优势在其广阔的发展腹地,同时在人才和资本吸引、产业与科技创新,以及开放优势打造等方面还需继续提升。

“与广州相比,重庆的发展腹地较大,土地空间、人口密度等具有一定优势。”姚树洁认为,与广州这些东部发达城市相对比,重庆还要在产业、科技、人才这三个方面发力补足,通过科技创新来提升传



2024年1月29日,重庆永川,“永川造”长城坦克300型越野车驶往火车专列。 视觉中国/图

带经贸、经贸带产业的效用,为内陆开放提质增效。

姚树洁则认为,在汽车、笔电、新材料以及诸多战略性新兴产业支撑作用下,重庆发展成为全国重要的制造中心,这是重庆的发展基础,也是重庆后续要发挥的优势。

“要实现后续经济发展目标,重庆还需发挥传统优势,并在新的领域不断聚焦发力。”姚树洁表示,重庆的发展优势在绿色发展及广大的腹地,要重视区域协调发展,强化渝西地区与川南地区联动发展,做大做强渝经济走廊,通过在科技、创新、高等教育等方面持续发力,以及体制机制改革等提升重庆和成渝双城地区的后发优势。

除“三驾马车”思路外,李敬认为,为实现经济发展目标,重庆还应继续做深做实成渝地区双城经济圈建设,通过科技创新促进产业创新,同时注重高水平建设西部陆海新通道,实现通道带物流、物流

与广州相比,重庆的发展腹地较大,土地空间、人口密度等具有一定优势。

2023年重庆固定资产投资比2022年增长4.3%,低于GDP增速,有效投资对经济的支撑较弱。”

李敬表示,从三大领域看,2023年重庆工业和基础设施投资均实现

正向增长,且增速均高于GDP增

速,但房地产开发投资出现两位数

的下降,说明2024年重庆要发力稳

定房地产开发投资,促进房地产消

费,“推动房地产投资回暖”也写入

了2024年的《政府工作报告》中。

“要实现后续经济发展目标,

重庆还需发挥传统优势,并在新的

领域不断聚焦发力。”姚树洁表示,

重庆的发展优势在绿色发展及广

大的腹地,要重视区域协调发展,

强化渝西地区与川南地区联动发

展,做大做强渝经济走廊,通过在科

技、创新、高等教育等方面持续发

力,以及体制机制改革等提升重庆

和成渝双城地区的后发优势。

“要实现后续经济发展目标,

重庆还需发挥传统优势,并在新的

领域不断聚焦发力。”姚树洁表示,

重庆的发展优势在绿色发展及广

大的腹地,要重视区域协调发展,

强化渝西地区与川南地区联动发

展,做大做强渝经济走廊,通过在科

技、创新、高等教育等方面持续发

力,以及体制机制改革等提升重庆

和成渝双城地区的后发优势。

“要实现后续经济发展目标,

重庆还需发挥传统优势,并在新的

领域不断聚焦发力。”姚树洁表示,

重庆的发展优势在绿色发展及广

大的腹地,要重视区域协调发展,

强化渝西地区与川南地区联动发

展,做大做强渝经济走廊,通过在科

技、创新、高等教育等方面持续发

力,以及体制机制改革等提升重庆

和成渝双城地区的后发优势。

“要实现后续经济发展目标,

重庆还需发挥传统优势,并在新的

领域不断聚焦发力。”姚树洁表示,

重庆的发展优势在绿色发展及广

大的腹地,要重视区域协调发展,

强化渝西地区与川南地区联动发

展,做大做强渝经济走廊,通过在科

技、创新、高等教育等方面持续发

力,以及体制机制改革等提升重庆

和成渝双城地区的后发优势。

“要实现后续经济发展目标,

重庆还需发挥传统优势,并在新的

领域不断聚焦发力。”姚树洁表示,

重庆的发展优势在绿色发展及广

大的腹地,要重视区域协调发展,

强化渝西地区与川南地区联动发

展,做大做强渝经济走廊,通过在科

技、创新、高等教育等方面持续发

力,以及体制机制改革等提升重庆

和成渝双城地区的后发优势。

“要实现后续经济发展目标,

重庆还需发挥传统优势,并在新的

领域不断聚焦发力。”姚树洁表示,

重庆的发展优势在绿色发展及广

大的腹地,要重视区域协调发展,

强化渝西地区与川南地区联动发

昆山、江阴GDP达5000亿左右 县域经济“江苏军团”为何这么强？

本报记者 方超 张振 上海报道

在常州市官宣成为江苏省第五座GDP“万亿之城”之时，县级城市无锡市江阴市也已站在了GDP“5000亿俱乐部”的门口。

2024年1月29日，江阴市对外发布的2023年经济运行情况显示，2023年，江阴市完成地区生产总值(GDP)4960.51亿元，按可比价格计算同比增长5.9%，距离跨过5000亿元大关仅差“临门一脚”。此外，同为县级市的苏州市昆山市早在2022年就已成为全国首个GDP突破5000亿元的县级市。这也意味着，最迟在2024年，江苏省将拥有两座GDP超过5000亿元的县级城市。

除了“领头羊”昆山市和江阴市外，被外界称为“狼群模式”的江苏省县域经济，在全国堪称“一枝

独秀”。2023年，江苏省有23个县进入全国百强县排行榜，其中，21个县跻身“千亿俱乐部”。

赛迪顾问县域经济研究中心主任邓传林在接受《中国经营报》记者采访时表示，坚持产业兴县、科技创新和开放协同是江苏省县域经济发达的重要原因。“不过，苏南苏北县域间的发展差距及各县市城乡间的差距还有待缩小。”

“县域经济发达是江苏省实现高质量发展的鲜明特征和重要基础。”南京信息工程大学江北新区发展研究院执行院长、江苏省城市经济学会副会长丁宏也向记者表示，“在当前国际形势错综复杂、技术加速迭代、产业竞争更加激烈的新时代背景下，‘苏南模式’亟待重生，找到高质量发展的新动能和突破口。”

21县迈入“千亿俱乐部”

在江苏省内，作为县级市的昆山市、江阴市可以排在多座苏北地区地级市前面。

在一众二、三线城市冲刺GDP“万亿之城”“2万亿之城”的同时，冲击GDP“5000亿俱乐部”的江苏省县级城市也颇受瞩目。

“2023年，GDP总量实现4960.51亿元，净增206亿元，按可比价增长5.9%，增幅好于全省、全国平均水平。”江阴市委宣传部相关负责人日前向记者提供的信息显示。

作为江苏省县域经济“领头羊”，昆山市GDP总量已率先突破5000亿元大关。公开数据显示，2022年，昆山市全年完成地区生产总值(GDP)5006.7亿元，按不变价格计算同比增长1.8%，成为全国首个GDP突破5000亿元的县级市。

记者注意到，在江苏省内，作为县级市的昆山市、江阴市可以排在多座苏北地区地级市前面。例如，2022年，宿迁市、连云港市GDP分别为4112亿元、4005亿元。

“一个县级市GDP突破5000亿元，一方面意味着其经济体量可以比肩一些地级市，”邓传林向记者表示，“另一方面，意味着县级市产业基础深厚扎实，科技创新水平领先，综合承载力强，未来发展潜力更足，是全国县域经济发展的‘排头兵’、各县市学习的榜样。”

“2023年，昆山市、江阴市GDP领跑江苏全省，居于第三位的张家港市GDP尚未达到3500亿元，其他县市均低于3000亿元。”邓传林向记者分析，综合考虑张家港市、常熟市等县市近几年的经济发展态势，预计江苏省再新增一座GDP5000亿元规模的县级城市，将至少需要5年时间。

尽管GDP“5000亿俱乐部”扩容周期拉长，但以全国百强县、GDP千亿元县等指标衡量县域经济发展水平，江苏省的优势极为明显。

赛迪顾问此前发布的《2023中国县域经济百强研究》显示，在2023年百强县排行榜中，江苏省、浙江省和山东省入围数量分别为23个、16个、13个。其中，江苏省包揽了百强县前四席，GDP超5000亿元的昆山市蝉联全国第一。此外，江苏省有21个县级城市GDP突破了千亿规模。

丁宏向记者表示，2023年，江苏省已拥有5座GDP万亿级城市、2个5000亿元左右的县级市。“这说明江苏省经济实力迈上了新台阶，区域发展更加均衡，城市竞争力更加强劲，在推动高质量发展和中国式现代化江苏新实践进程中走在前、做示范引领的意义更加明显。”

县域经济“江苏经验”如何复制推广？

本报记者 方超 张振 上海报道

“县域活，全盘活。”作为国民经济基本单元的县域经济，直接关系到全国经济大棋局如何实现更高质量发展。而坐拥21个GDP千亿元县的江苏省，在县域经济发展壮大过程中的探索无疑具有风向标意义。

2024年江苏省《政府工作报告》提出：“更好支持县域经济高质量发展。”在当前复杂且多变的全球经济形势下，多年来持续走在全国前列的江苏省县域经济如何实现更高质量发展？发展壮大的“江苏经验”对全国其他地区有哪些借鉴意义？对于这些问题，《中国经营报》记者日前专访了赛迪顾问县域经济研究中心主任邓传林。

《中国经营报》：对于一个县级城市来说，GDP接近或突破5000亿元意味着什么？将对县级市发展带来哪些影响？未来，江苏省会有更多县级市迈入GDP“5000亿俱乐部”吗？

邓传林：一个县级市GDP突破5000亿元，一方面，意味着其经济体量可以比肩一些地级市。2023年，昆山市及江阴市GDP均高于江苏省淮安市和连云港市两座地级市，在全国近300座地级市中排名60位左右；另一方面，GDP达

到或接近5000亿元，意味着县级市产业基础深厚扎实，科技创新水平领先，综合承载力强，未来发展潜力更足，是全国县域经济发展的“排头兵”和各县市学习的榜样。

GDP达到或接近5000亿元，对于县级市发展而言将带来以下有利影响：首先，GDP迈入“5000亿俱乐部”是县级市最具“含金量”的地区品牌之一，将进一步提升两个县级市的“显示度”和影响力；其次，有助于两个县级市进一步提升在全国乃至全球范围内优质创新资源的“议价能力和集聚能力；最后，县级层面的领先优势将赋予其更多发展机会，承担“原发性创新”历史使命，这种创新不仅是科学技术或产业发展层面的，更多的是制度和文化层面的创新。

但盛名之下两个县级市也面临着一些发展挑战：与同等经济体量的地级市相比，两地将更快触及基础要素的“天花板”，在日益趋紧的土地、人力等资源要素限制下，其转变发展方式的紧迫性更甚于同等经济体量的地级市。同时，经济规模持续扩大将带来“规模不经济”的诸多问题，在交通、环境、城市建设等方面矛盾将更加突出。

2023年，昆山市及江阴市GDP领跑全省，居于第三位的张家港市GDP尚未达到3500亿元，其他县

持续夯实制造业“压舱石”

在昆山市，当地为发展产业“拆笔记本电脑招商”的故事一直流传至今。

百强县数量位居全国第一、两地GDP总量达5000亿元左右，江苏省县域经济领跑全国的“秘诀”何在？

“制造业是江苏省县域经济发展壮大的‘压舱石’‘定盘星’。”邓传林分析称，2022年，江苏省21个千亿元县中有20个县市的工业增加值占GDP的比重超过30%。其中，14个县市占比超过40%，昆山市和江阴市分别达到48.4%、47.9%。

以连续19年位居全国百强县首位的昆山市为例，坚守实体经济、发力制造业是昆山市经济总量不断提升的“密码”之一。在昆山市，当地为发展产业“拆笔记本电脑招商”的故事一直流传至今。

“昆山市在产业链招商方面有一个经典案例，就是把一台笔记本电脑拆开，在1000多个主要零部件中按照‘缺什么补什么’的原则，一个环节、一个环节地招商，持之以恒，招来的企业数越来越多，规模越来越大，档次越来越高，产业链越拉越长，最终形成了一条完整的产业链。”昆山市相关负责人表示。

尽管GDP“5000亿俱乐部”扩容周期拉长，但以全国百强县、GDP千亿元县等指标衡量县域经济发展水平，江苏省的优势极为明显。

赛迪顾问此前发布的《2023中国县域经济百强研究》显示，在2023年百强县排行榜中，江苏省、浙江省和山东省入围数量分别为23个、16个、13个。其中，江苏省包揽了百强县前四席，GDP超5000亿元的昆山市蝉联全国第一。此外，江苏省有21个县级城市GDP突破了千亿规模。

丁宏向记者表示，2023年，江苏省已拥有5座GDP万亿级城市、2个5000亿元左右的县级市。“这说明江苏省经济实力迈上了新台阶，区域发展更加均衡，城市竞争力更加强劲，在推动高质量发展和中国式现代化江苏新实践进程中走在前、做示范引领的意义更加明显。”

“在昆山市、江阴市两地经济发展过程中，也有一定的共通之处，都是以‘强势政府’和‘有



2023年江阴市GDP达4960.51亿元，即将迈入GDP“5000亿俱乐部”。图为江阴市风光。

江阴市委宣传部/图

电子信息业也早已成为昆山市两大千亿元产业集群之一。统计数据显示，2022年，昆山市电子信息产值达6015.46亿元，同比增长7.4%；另一大千亿元产业——装备制造业实现产值2896.41亿元，同比增长2.0%。

有“中国制造业第一县”之称的江阴市，同样是依托制造业实现了“发家致富”。

“发轫于‘苏南模式’，以制造业为立市之本、强市之基的江阴市，从来不缺乏产业的厚度。依照国家标准划分的工业经济3

个门类行业、41个大类行业中，以制造业为主的工业经济，江阴市企业均有涉足。”江阴市委宣传部相关负责人告诉记者。

江阴方面提供的统计数据显示，目前，江阴市已建成高端纺织服装、金属新材料、石化新材料、高端装备制造等4个千亿元产业集群。2023年，江阴市完成规上工业产值7014.1亿元，规上工业增加值同比增长8%，高于江苏全省、无锡市平均水平。

“聚焦打造具有国际竞争力的先进制造业基地，把坚守实体

经济、构建‘345’现代产业集群作为强市之要，以强链补链延链为新突破，擦亮‘中国制造业第一县’的特色品牌。”江阴市相关负责人表示。

邓传林在接受记者采访时认为，坚持“产业立县、工业强县”是江苏省县域经济保持全国领先的主要原因之一。“江苏省各市县积极推动产业转型升级，大力发展高新技术产业和战略性新兴产业，完善产业链条，建设产业集群，推动产业向高端化、智能化、绿色化方向发展。”

江苏县域如何更进一步？

“对于江阴市而言，培育新质生产力正成为塑造发展新优势的‘关键一招’。”

在以“苏南模式”为代表的县域经济领跑全国之时，外贸依存度高、产业亟待转型升级等难题，亦成为江苏省县域经济当前面临的挑战。

丁宏以昆山市、江阴市为例分析称：“这两地的发展路径并不完全一样，昆山市更多是以和上海市接壤的区位优势以及以上海为代表的开放型经济为依托，经济发展的‘外生’动力作用更强。而江阴市经济更多是由乡镇企业、集体经济发展的民营经济支撑，民营经济‘江阴板块’全国知名，经济发展的‘内生’因素作用更大。”

“在昆山市、江阴市两地经济发展过程中，也有一定的共通之处，都是以‘强势政府’和‘有

效政府’为基础，以工业化带动城镇化实现快速成长。该模式在取得成功的同时，也逐渐暴露出产业技术含量低、外贸依存度高、土地环保资源消耗严重等弊端。”丁宏分析认为。

在此情形下，江苏省县域经济应该如何实现更高质量的发展？丁宏告诉记者：“需要发挥江苏省城乡一体化程度高、工业体系完整、科教资源雄厚的优势，把‘县域经济’理念上升为‘都市圈经济’理念，深度融入长三角区域一体化发展战略，持续吸引创新高端要素，推动‘科产城人’融合发展，从依赖资源投入向依靠创新驱动进行转变，推动新旧动能转换和产业提档升级，加快形成县域经济的新质生

产力，适应新一轮科技革命和产业变革的方向性要求。”

记者注意到，在推动科技创新和产业发展深度融合方面，江阴市和昆山市等江苏省县级城市已走在全国前列。

“2023年，江阴市全面深化‘科创江阴’建设三年行动，持续加强政策体系创新、协同开放创新、科技服务创新‘三项重点’，出台了《打造具有全国影响力的先进制造业科创中心行动方案》及其他近10个政策文件，进一步营造浓厚科创氛围。”江阴方面向记者提供的信息显示。

根据江阴市工信局统计数据，2023年，江阴市新增各类智能制造标杆282个（国家级12

个、省级218个），兴澄特钢成为全国特钢行业首个“灯塔工厂”，海澜智云、兴澄特钢入围“2023中国工业互联网500强”，新增9家五星级上云企业、入围数列无锡市第一。与此同时，江阴市成功入围江苏省制造业智改数转成效明显地区。

“对于江阴市而言，培育新质生产力正成为塑造发展新优势的‘关键一招’。”江阴市委宣传部提供的信息显示，2023年以来，江阴市以打造“具有全国影响力的先进制造业科创中心”为目标，着力优化创新创业生态，深入推进“智改数转”步伐，全面提升产业发展科创动能，加速把更多科技成果转化为新质生产力。



赛迪顾问县域经济研究中心主任邓传林
受访者/图

市GDP均低于3000亿元。同时，昆山市及江阴市两地均经过了近7年的努力，GDP才实现从3000亿元迈向近5000亿元的大关，综合考虑张家港市、常熟市等县市近几年的经济发展态势，预计江苏省新增一座5000亿级县市至少需5年的时间。

《中国经营报》：江苏省同时拥有两个5000亿级县级市的原因有哪些？如何看待昆山模式与江阴模式之间的区别？

邓传林：江苏省同时拥有两个5000亿级县级市的原因有以下几点：一是昆山市和江阴市基于区位优势，主动融入长三角区域一体化发展战略，辐射和带动效应显著；二是两地乡镇企业起步早，培育出了一批优质市场主体，奠定了坚实的经济发展基础；三是园区经济发达，两地建立了一批省级以上的高能级园区载体，为产业发展提供了有力载体和支撑；四是长期引领全国县域经济发展，形成了强大的发展动力和竞争优势，并在全国范围内形成了“全国第一”的品牌效应。

昆山模式与江阴模式的主要区别在于，昆山模式是以“外向型经济为主导、内向型经济为支撑”的发展模式，昆山市早期依托台资及美资、德资、法资等外资企业起

江阴市借力金融资本助推经济做大做强，拥有“华夏A股第一县”称号，且近年来不断加快“走出去”步伐。

《中国经营报》：截至2022年年底，江苏省40个县(市)中共有21个跨过了GDP千亿元门槛。江苏省县域经济在全国长期保持领先优势的原因有哪些？制造业在江苏省县域经济发展壮大的过程中起到了什么样的助推作用？

邓传林：江苏省县域经济长期保持领先优势的原因主要体现在以下三方面：一是坚持产业兴县、工业强县，各县市积极推动产业转型升级，大力发展高新技术产业和战略性新兴产业，完善产业链条，建设产业集群，推动产业向高端化、智能化、绿色化方向发展；二是坚持科技创新，各县市持续强化企业创新主体地位，打造高能级创新载体及创新公共平台，不断优化创新生态；三是坚持开放协同，各县市在发展外向型经济的同时，深度融入城市群、都市圈建设，推动产业、创新等多领域协同发展。

制造业是江苏省县域经济发展壮大的“压舱石”“定盘星”。2022年，在江苏省21个千亿元县中，有20个县市的工业增加值占GDP比重超过30%，其中，14个县市占比超过40%，昆山市和江阴市占

比分别为48.4%、47.9%。

《中国经营报》：未来，江苏省县域经济进一步做强做大的“突破口”有哪些？还需要补齐哪些“短板”？

邓传林：江苏省县域经济进一步做大做强的“突破口”有以下几个方面：一是加强科技创新，以创新驱动产业升级；二是聚焦新型工业化，加快推动传统产业转型升级，培育壮大新兴产业，前瞻布局未来产业；三是高水平推进对外开放，加强区域产业合作；四是持续深入优化营商环境。

需要补齐的“短板”在于，苏南苏北县域间的发展差距及各县市城乡间的差距有待缩小。

《中国经营报》：放眼全国，江苏省县域经济堪称“一枝独秀”。对于全国其他区域而言，有哪些“江苏经验”值得借鉴？可复制、推广的前景如何？

邓传林：发展壮大的县域经济“江苏经验”主要有以下方面：一是牢牢抓住实体经济，以制造业支撑县域经济发展；二是着力打造产业生态，形成产业链条，培育特色的产业集群；三是大力支持民营经济健康发展。

全国其他区域在推动县域经济发展过程中要扬长避短，结合本地资源禀赋和优势特色，在学习借鉴江苏省县域经济发展经验的同时，走出各具特色的县域经济发展之路。

放开120平方米以上住房限购 广州楼市争抢“豪宅”购买力

本报记者 陈婷 赵毅 广州报道

“业主有点急啊！看新政出来了，想快点卖掉手里的房子好去其他地方再买。”2024年1月27日，房产中介周豪（化名）代理的一套广州市荔湾区面积约121平方米的二手房挂牌价从600万元调低至498万元，降价幅度超100万元。“业主留意到新政后决定降价，想快点置换，且当前价格还有降价空间。”周豪对《中国经营报》记者说。

周豪口中的“新政”，是指广州市自2024年1月27日起正式取消120平方米以上住房限购。“快过年了，广州楼市大礼包也来了。”有业内人士如此形容道。

事实上，自2023年下半年以来，广州楼市松绑始终走在一线城市最前沿，连开“认房不认贷”，番禺、黄埔等区域放开限购等数道

闸。如今，政策的优化调整开始触及广州限购区域内的住房需求。

硬币总有两面。政策反映到市场上，有人大幅降价，也有人趁机涨价。记者查询链家网挂出的一套天河区近200平方米的三居室，其在2024年1月27日涨价200万元，总价来到3750万元。不过，该房源此前已有过两次降价，最初在2023年8月的挂牌价为4030万元。“现在120平方米以上不限购，意味着客户有很多选择。涨价是因为业主觉得有市场，就看客户买不买单了。”周豪对记者解释道。

而眼看挂牌房价起落，正考虑在广州买房安家的刘小雨心态依旧平稳，“新政对我的影响不大，因为120平方米以上不是我的首套房目标，并且以目前政策密集出台的趋势来看，未来两年内可能还会有放宽的空间，所以还是先观望一阵子。”

打出“组合拳”

《通知》还提出，继续加大住房保障力度、精准支持房地产项目合理融资需求、加强房地产市场监管等措施。

2024年，广州楼市以“王炸”开局。

根据广州市人民政府办公厅发布的《关于进一步优化我市房地产市场平稳健康发展政策措施的通知》（以下简称《通知》），广州进一步优化调整限购政策，包括在限购区域内，购买建筑面积120平方米以上（不含120平方米，下同）住房，不纳入限购范围。依据相关规定，广州住房限购区域目前包括越秀、海珠、荔湾、天河、白云（不含江高镇、太和镇、人和镇、钟落潭镇）、南沙。

对于原先执行限购政策的番禺、黄埔及白云北部四镇等区域，广州已于2023年9月宣布全面放开限购。

广州市住建局发布的政策解读显示，此次优化调整限购政策，在限购区域内进一步支持刚性和改善性住房需求。居民家庭和个人（不分是否为广州市户籍），新购买建筑面120平方米以上住房（包括新

建住房和二手住房），不纳入限购范围；名下已有的建筑面积120平方米以上住房，不计入名下已拥有住房套数核算。与此同时，新政支持“租一买一”“卖一买一”。

《通知》还提出，继续加大住房保障力度、精准支持房地产项目合理融资需求、加强房地产市场监管等措施。据广州市住建局披露，广州市2024年计划筹建配售型保障性住房1万套、保障性租赁住房10万套。

对此，华南城市研究会常务副会长姚育宾表示：“此次广州楼市新政积极响应中央号召，特别是在住建部充分赋予城市房地产调控自主权的前提下，因地制宜，优化本地楼市政策。特别是120平方米以上住宅放开限购，通过精准调控，在确保刚需置业的同时，适应市场实际需求，满足改善型群体置换，提振楼市信心，有利于房地产交易筑底企稳。”

2023年成交额超3000亿元 全国法拍房市场“堵漏洞”

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

2024年1月26日，深圳市豪宅项目半岛城邦一套约140平方米的法拍房源，最终以2414万元的价格成交，高出评估价近200万元。在2

月2日，该项目还有7套房源开拍，起拍价约为966万—1354万元，约为当前市场价的6—7折。

《中国经营报》记者了解到，2015年，线上法拍交易开始起步，法拍房逐步进入大众视野。由于早期

法拍房不受限购政策约束，其成交价格通常低于市场价，部分投资者在法拍房市场成功“捡漏”。但如今受政策收紧、市场观望情绪加重等因素影响，法拍房市场挂牌量虽然增加明显，但成交率有所下滑。

尽管成交量有所增长，但法拍房成交率却有所下降。中指研究院统计数据显示，2023年，全国法拍房市场整体成交率为18.4%，同比下滑3.3%。其中，住宅类法拍房成交率为25.4%，土地类法拍房成交率23.5%，商业类法拍房成交率为12%，均较2022年明显收窄。

《报告》指出，2023年，即使在头

中指研究院日前发布的《2023年全国法拍市场监测报告》（以下简称《报告》）指出，2023年，全国法拍市场挂牌各类法拍房源79.6万套，同比增长36.7%；成交量14.9万套，较2022年仅增加2.02万套；

成交总金额3004.1亿元，基本与2022年持平；整体成交率为18.4%，同比下滑3.3%。

事实上，如今的法拍房市场正逐步趋于成熟和理性。“法拍房成交量占二手房市场的比例较小，目

前政策基调仍是‘堵漏洞’。”多位业内人士表示，购房人在购买法拍房时，最好不要抱有“捡漏”的心理，而是需要根据自己的实际需求，综合考量房屋的客观情况和可能存在的风险，防止出现“踩雷”风险。

成交集中于发达省市

近年来，除新房、二手房外，法拍房源逐步开始被大众所接受。也正是从2020年开始，上海市居民李维（化名）开始关注法拍房，并在当年年底购入了一套位于上海市徐汇区的法拍房。

“相比于新房和二手房，最早知道法拍房的人很少，因此有不少‘捡漏’的机会，以市场价7—8折买房是家常便饭。”李维告诉记者，不少城市并未将法拍房源纳入限购政策，上海市在2021年1月之前也是如此，因此法拍房受到不少没有购房资格客群的青睐。

既是“馅饼”也存“陷阱”

2024年2月2日，深圳市豪宅半岛城邦7套房源在阿里法拍开拍，起拍价约为966万—1354万元，折合单价10.74万—11.77万元/平方米。这一单价与2019年项目四期开盘价持平，约为当前市场价的6—7折。

记者了解到，半岛城邦项目目前已开发四期，分别于2006年2月、2009年1月、2016年4月和2019年4月开盘，四期开盘时曾刷新深圳市场单盘销售金额纪录，项目销售总金额超过300亿元。

目光转向上海市，“捡漏”法拍房的案例也并不鲜见。2023年10月，位于上海市浦东新区的世茂滨江花园一套335.64平方米的高层

江景房以近3000万元的价格成交，折合单价仅8.9万元/平方米。值得一提的是，这套房源并没有任何法律纠纷和租房占用情况，同户型房源挂牌价高达4500万元。

而在号称“沪上第一豪宅”的华洲君庭，2023年8月，一套建筑面积1300.84平方米的法式独栋花园别墅被以2.85亿元的价格拍下，该幢别墅的评估价达3.16亿元。

王玉臣告诉记者，有些法拍房价格和税费在购房人可承受范围内，并且产权、户口、房屋质量等均不存在问题，低成本且“零风险”，因此对于购房人来说可能是“馅饼”。

但从实践来看，法拍房也存

在诸多“陷阱”。“比如有些法拍房被原房主的债权人或家人占有使用、拒不配合移交和过户；有时为了尽快变现，可能不会对房屋产权做周密调查，法拍后购买者可能面临无法办理产权的风险。”王玉臣表示。

王玉臣进一步指出，对于存在多重查封、抵押情况的房产，尤其是不同地域法院实施的，可能会有协同不一致的问题，拍卖成交后如果有查封或抵押没有解除，也无法顺利办理产权证。同时，法拍房可能还拖欠大量税费以及暖气费、物业费和水电费等，产生新的麻烦和成本。

此外，随着法拍房市场逐步成

熟，市场“捡漏”机会相比早年间有所减少。以深圳半岛城邦项目为例，2024年1月26日，一套约140平方米的房源起拍价1819万元，共有531人设置提醒、11人报名参拍，最终成交价达到2414万元，相比评估价还高了近200万元。

正因如此，在2020年购入首套法拍房后，李维也一直在关注法拍信息，希望能再次找到合适的低价房源，但最终事与愿违。

“一方面，法拍房纳入上海限购后，相比普通住宅不再具有决定性优势；另一方面，随着各类机构关注到法拍房，市场公开性相较过往明显提高，‘大便宜’越来越少，还要承担各种风险。”李维感慨道。

能否成为楼市政策松绑“新切口”？

记者注意到，随着楼市调控越发深入细致，不少城市也将政策拓展到了法拍房领域。

根据最新公布的《南京市住房公积金贷款购买法拍房实施细则》（以下简称《细则》），购买法拍房的买家，可在人民法院支持以贷款方式购买法拍房且未付清购房全款前，申请办理公积金贷款。该政策于2024年2月1日开始实施。

时间拨转至2023年11月，江苏省高级人民法院、江苏省住建厅和中国人民银行江苏省分行联合发布《关于做好住房公积金个人住房贷款购买法拍房业务的实施意见》，允许符合公积金个人住房贷款条件的法拍房买受人，在未付清全款前办理住房公积金个人住房贷款。此次南京市发布的《细则》，对公积金贷款支持购买法拍房进一步明确了详细规范。

与此同时，在楼市过热阶段，以北上广深为代表的全国一线城市将法拍房纳入了限购范围。如今，随着限购政策不断放松，法拍房能否成为楼市政策松绑的“新切口”？

2024年1月30日，上海市住建委、市房管局联合印发《关于优化本市住房限购政策的通知》（以下简称《通知》）规定，自1月31日起，在上海市连续缴纳社会

保险或个人所得税已满5年及以上的非上海市户籍居民，可在外环以外区域（崇明区除外）限购1套住房，以更好满足居民合理住房需求，促进区域职住平衡、产城融合。

此前，1月27日，广州市政府发布《关于进一步优化我市房地产市场平稳健康发展政策措施的通知》，提出在限购区域范围内购买建筑面积120平方米以上（不含120平方米）住房，不纳入限购范围。

中指研究院上海数据总经理张文静表示，在住建部明确“充分赋予城市房地产调控自主权”后，广州市和上海市快速响应，同时也为其他城市政策调整提供了参考方向。“未来，预计一线城市都有望针对特定人群、因区优化限购政策，以进一步促进房地产市场修复。”

“就上海市而言，法拍房本身就是一个小众市场，只占二手房交易量的不到2%。”上海中原地产市场分析师卢文曦认为，法拍房对于整体市场成交影响并不大，政策调控应首先切实满足刚需和改善需求。“法拍房原先的政策基调是‘堵漏洞’，现在这一市场与正常市场的区别不大，‘钻空子’的人也越来越少，所以没有必要优先调控法拍房政策。”

多位准备在广州买房的年轻人也对记者表示，目前仍处于观望楼市的状态。



临近过年，广州一居民楼小区房产中介门店到访客户稀少，店内中介预计年后客户将增多。

本报资料室/图

秀地产广州区域在其官方微信公众号评价新政为“重大突破”，认为其打开了外地人在广州购买改善型住房的通道，“这是买入一线城市十分难得的窗口时机。”该房企顺势推出“全民营销”、购房折扣等营销措施，为春节置业期抢收蓄力。

不过，政策利好仍需时间发酵。“这两天过来的客户还是以咨询为主，而且到访数量也

不多，毕竟临近过年，有些人还想等政策细则出台后再看看。我预计春节后应该会达到一个峰值，因为每年年后都会有一波‘小阳春’，到时看房买房的都比较多。”广州市荔湾区德佑地产一名中介对记者表示。

在周豪看来，“新政主要利好手上有钱没名额及外地的购房者，但对于改善型刚需的群体影响比较小，后者现在大多卡在必

须‘卖一’才能‘买一’的资金门槛上。另外，现在降价的房子只是把价格调回正常的市场均价，真正愿意‘割肉’的业主比较少。”

多位准备在广州买房的年轻人也对记者表示，目前仍处于观望楼市的状态。“新政应该不会有太大的效果，除非全部放开限购，把120平方米以下住房限购也取消。”在广州工作五年正考虑“上车”的潘静（化名）对记者说。

北京新房成交持续走高 房企积极备战“小阳春”

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

北京楼市近年来优化力度最大的政策出台至今已一月有余，政策落地后，市场反应和成交走向备受业内关注。

《中国经营报》记者在1月下旬走访市场了解到，在利好政策刺激下，新房市场置业情绪有所提升，

新房置业情绪提升

近期，北京住建委官网再次挂出了朱辛庄附近两宗预申请地块，销售指导价已至6.6万元/平方米，每平方米涨了近4000元。

1月下旬的一个周末，位于昌平区沙河高教园板块的新盘项目——梧桐星宸售楼处内门庭若市。

记者在售楼处看到，并不算宽敞的展厅内挤满了到访的客户，其中有不少正在签约的年轻群体，当天签约的客户可参与砸金蛋。

一位在当天已接待了多组客户的置业顾问告诉记者：“今天来的人还不算多，我们最忙的是年前。”

据了解，2023年12月14日，为了更好满足居民刚性和改善性住房需求，促进房地产市场平稳健康发展，北京继9月初出台“认房不认贷”政策后，又推出了多项重磅优化措施。

调整后，不论普宅或非普宅，首套房首付比例统一降至30%，二套房首付比例最低为40%；此外，商业银行新发放房贷利率政策下限也随之调整，按当年11月贷款市场报价利率（LPR）计算，首套房贷利率最低为4.2%，居民购房门槛和成本大幅降低。

政策落地后，北京置业情绪有所提升，周成交量环比持续走高。根据中指研究院的统计，新政落地后的两周内，北京新房成交了4443套，同比增长28.4%，日均成交261套，较新政前两周日均增长120.0%。

部分新房项目在年底开盘并迎来集中网签是重要因素。从供给端来看，2023年12月北京批准上市面积为85.4万平方米，环比当年11月增长25.8%，较2022年同期增长51.2%。

作为政策落地后首批入市的新盘之一，上述梧桐星宸项目12月18日首次开盘，半小时即卖出318套，按首批取证374套房源计算，首开去化率约85%。

根据中指研究院的监测，新政

周成交量环比持续走高。

据了解，2023年9月份“认房不认贷”政策落地后，前期积压的需求迎来一波集中释放。2023年12月中旬再次发布新政时，购房客群决策更加理性，政策作用效果有所减弱。

业内认为，近期上海四大郊区接连取消单限购政策，广州宣布

取消120平方米以上住房限购，未来北京政策仍有进一步优化空间和预期，在政策刺激以及优质项目供应增加等因素影响下，北京房地产市场有望逐渐企稳恢复。

眼下，虽是传统销售淡季，但为抢占“小阳春”先机，不少房企加快公布案名、开放售楼处并开盘抢跑，同时在各渠道加强营销力度。

近期，北京住建委官网再次挂出了朱辛庄附近两宗预申请地块，销售指导价已至6.6万元/平方米，每平方米涨了近4000元。

发布后，从整个市场来看，2023年12月北京新建住宅开盘当天平均去化率为71%，较11月提升7个百分点。新开项目中，昌平的梧桐星宸、大兴的中建·玖玥府和延庆的住宅山澜樾府3个项目开盘当天认购率超过80%，市场去化相对较好。

在新政之前刚刚开盘不久的北京国贤府售楼处，记者看到，项目作为板块内目前少有的改善型新盘，以大户型、落地窗、智能家居系统等卖点吸引了不少市区内客户的关注。据项目相关营销负责人介绍，12月份，一方面受新政影响，另一方面开盘后热度持续，北京国贤府到访和成交基本与11月份持平。在成交结构上，改善型客户比例提升约10%，约三成客户购房资格为二套，对于首付比例的咨询明显增多。

位于朝阳区的改善型项目中建璞园的相关营销负责人告诉记者，此前曾有部分客户因首付压力对其项目有所观望，12月新政落地打消了他们的顾虑，进而迅速签约。据了解，该项目在北京新政发布后仅1小时就热销7套，成交超5000万元。叠加年底钜惠活动，项目在2023年年底最后2周迎来一波成交小高峰，平均日成交量约8套，最高单日成交10套。

价格方面，根据中国房地产指数系统百城价格指数，2023年12月受部分改善项目入市影响，北京新房价格环比上涨0.17%，为2023年月度最高涨幅，涨幅较当年11月提升0.11个百分点，同比上涨0.69%，涨幅较11月扩大0.22个百分点。

刚需楼盘在新政后流量提升更加明显。以上述梧桐星宸为例，项目开发商之一越秀地产北京地区相关营销负责人告诉记者，该项目临近地铁、户型包括从59平方米到127平方米6种选择，一栋层

高从5层到14层。在北京对于首付比例做出调整后，项目小户型首付100万元左右即可“上车”，吸引了许多以自住需求为主的客户，也有客户受新政影响提升了目标房型面积段。

同一天，在通州新盘万科东庐售楼处，情况亦是如此。记者注意到，尽管当天刮着大风，依然有很多上班族前来售楼处咨询看房或签约。

据了解，该项目地块是万科在阔别北京土地市场几年后，于2023年8月份在通州区运河附近获取的一宗宅地，周边配套完善，临近地铁，项目的目标客群为首次置业或首次改善置业的青年群体。

值得注意的是，部分项目去化良好，在当初拿地时就已是大概率事件。据了解，北京在2023年土地出让中，对地块的房地价差设置已较此前市场火热时期有所增加，同时减少了“竞报”类条件。

比如在上述梧桐星宸地块开盘之前，同板块内，位于朱辛庄地铁站附近的越秀星樾、大华启辰府项目也在开盘后得到了快速去化。据了解，大华启辰府项目所对应的朱辛庄二期0028地块，在土拍时受到42家开发商竞逐，最终被上海大华摘得，成交楼面价35475元/平方米，期房销售指导价为6.2万元/平方米，上下浮动5%。

近期，北京住建委官网再次挂出了朱辛庄附近两宗预申请地块，销售指导价已至6.6万元/平方米，每平方米涨了近4000元。

实际上，自2023年以来，“规模小、利润高、资金少、流速快、开发难度低”的地块，成为房企竞逐热点，其所对应的项目也在开盘后连续多周抢占销售榜单前几名。12月新政落地，进一步刺激刚需客户加快购房决策。

市场走向何方？

眼下，虽然是传统的销售淡季，但各家房企已开始积极备战“小阳春”，加快公布案名、开放售楼处并开盘，同时在各渠道加强营销力度，以期抢占先机。

据了解，2023年9月，北京曾出台了“认房不认贷”重磅政策，彼时已为市场带来了一波成交量的集中释放。

一位央企营销负责人告诉记者，12月的新政主要释放了改善性购房需求，但在9月份“认房不认贷”释放了一部分存量后，第二次新政置业的客户，短期内虽有购房预期的信心提升，不过，他们的选择也更加理性，更加看重产品品质与自身需求的匹配性。

据中指研究院统计，2023年12月，北京新房成交6106套，合计建筑面积68.4万平方米，环比分别增长38.5%、36.7%，政策对市场的提升幅度小于9月“认房不认贷”放开后（9月成交套数、建筑面积分别环比增长42.9%、41.1%）。

2024年前两周，新房成交量有所下滑，周均成交量与新政前一周相比已基本持平。直至第三周受部分共有产权房项目集中网签影响，成交量才有所增长。

据了解，在北京“认房不认贷”政策落地后，许多改善需求的客群首付比例由原来的八成变为四成，不少业主纷纷将手中房源挂牌，以期抓住这次换房机会。而当年12月发布的政策，则进一步降低了改善性需求的购房成本。

另外，从供给端来看，改善型楼盘供应量也在提升。从批准上市面积来看，2023年，北京商品住宅供给中，小户型产品占比呈下降趋势。根据中指研究院统计，2023年，北京90—144平方米住宅批准上市套数同比下降11.8%，占比超50%，较上年提升5个百分点；90平方米以下产品批准上市套数同比下降37.0%，占下降7个百分点。

但从实际成交来看，北京市场“卖一买一”客群占比过半，一位国企营销人员告诉记者，自2023年9月下旬以来，由于挂牌量增加等因素，北京二手房市场买卖双方博弈持续，使得许多二手房业主置换“链条”被卡，进而也影响到了新房市场的成交量。

记者从二手房中介处了解到，在几番僵持之后，部分着急出售的业主在2023年10月至11月



1月下旬，北京昌平区梧桐星宸项目售楼处，前来咨询、签约的客户络绎不绝。 本报资料室/图

旬期间选择继续降价，进而带来了一波成交量的提升。至2023年11月下旬，北京二手房成交价格已逐渐趋于稳定，12月新政后价格也几乎没有变动。

据中指研究院监测，在12月新政落地后的前两周，北京二手住宅成交7557套，日均成交445套，较新政前两周日均增长23.5%。2024年前两周，二手住宅成交量先降后升，总体上保持一定活跃度。

“置换需求由于存在‘卖一买一’的过程，进入市场也需要一定时间。”中指研究院市场研究总监陈文静表示。

她认为，目前较为宽松的政策环境为需求释放创造了良好条件，未来北京政策仍有进一步优化空间和预期，在政策带动以及优质改善项目供应增加等因素影响下，北京房地产市场有望逐渐企稳恢复，市场“小阳春”行情仍有一定预期。

据了解，北京市场在2023年年初时迎来了久违的“小阳春”，彼时，二手房成交量迅速突破2万套，新房市场也在“横盘”许久之后迎来了一波“升温”，热门区域部分楼盘到访量和成交量骤增。

眼下，虽然是传统的销售淡季，但各家房企已开始积极备战“小阳春”，加快公布案名、开放售楼处并开盘，同时在各渠道加强营销力度，以期抢占先机。

越秀地产北京地区相关营销

负责人告诉记者，2023年以来，北京市场需求端的客群进一步分化，公司在前期蓄客和营销方面根据项目的特点、价格和目标客群等因素，进行了精准的市场定位和适配的产品设计。同时，采用多种创新的营销手段和渠道，如数字营销、社交媒体推广、常态化直播等，以提高项目的知名度和曝光率。

上述央企营销负责人表示，在当前的楼市周期下，客户愈加挑剔，产品的品质力是新政影响下的核心置业因素。针对不同的客群，满足差异化的需求才是房企竞争突围的关键。据了解，其旗下位于朝阳的某改善型项目后续将借助主力99平方米以及限量125平方米下跃、88平方米户型加推，适配差异化的需求。

记者在走访中也发现，不少房企在户型设计上增加面宽，扩大房子采光面，并通过提供智能家居系统、智能中控等，增强住房的舒适性和智能体验。

在市场化愈发明显的趋势下，近期已有多个位于核心区域的改善型项目开盘。1月18日，位于东四环十八里店的保利·朝央和煦开盘。项目方公布，当天有344人参与线上抢房，10分钟内签约额达29.7亿元。

1月24日，位于望京区域奶西板块改善型项目望京·国誉府开盘，可售期房房源234套，当天签约81套，去化率35%，签约额14.58亿元。

成都二手房存量仍处高位 挂牌价下调

本报记者 陈雪波 卢志坤 成都报道

据研究机构的数据，2023年成都二手房成交量超过上海，达到22万套，位居全国第一。但二手房存量依然持续增加，同样达到了22万套的历史峰值。

业内人士指出，春节期间购房需求不如其他假期，但春节后市场或许会有升温。此外，成都新房、二手房的分化会更加明显，市场对改善型产品的要求也会更高。

“春节档”备战如何？

2023年曾是成都房产界寄予厚望的一年，开年的楼市表现也确实给了很多人惊喜。不过，也如全国其他城市的走势那般，在开年成交火热后成交量不及预期，全年高开低走。“2023年后面的市场不好，只希望2024年能好一点儿了。”一位置业顾问向记者表示。

但在一些热门的购房区域，也有房产经纪人十分忙碌。“周末我们店里十多个人都在外面忙着带买房客户，只留一个人在店里做租房业务。”成华区二八板块的房产经纪人劳小辉（化名）介绍，临近春节，一些从外省回到四川的人也会来成都看房子，甚至不乏来自“新西兰”——新疆、西藏、兰州的客户。一些客户准备年后结婚，也会在这段时间买房。

为了迎接春节购房客，一些楼盘放出了春节特惠房。龙泉驿区十陵片区的玺宸和著售楼处，挂出十余套春节“一口价”特价房，其中有一半被“已售”的红胶带覆盖。但更

居住梯级消费体系渐显

在劳小辉看来，相比于2022年，2023年不再受制于疫情，也能做更多的单子。他回忆起有位同事在2023年成交了一套1400万元的房子，个人佣金就拿了不少。在他看来，2023年的客户分布在两头：要么买200万元、300万元以上的大房子，要么买几十万元的老破小二手房，100万—200万元的房子反而很少有人看。

劳小辉自己也选择在2023年为自己买下了第一套房。“现在房贷利率低，价格也没那么高，适合

网红盘褪色

中原地产数据显示，2023年成都二手住宅成交22万套，套数占整体住宅成交套数的60%，较2022年高出8个百分点。不过，成都的二手房库存量不降反增，已经涨至22万套。

1月29日下午，武侯区的房产经纪人祁桦（化名）告诉记者，最近二手房市场远不及2023年年初，价格也降了不少。以伊甸阳光小区的一套18年房龄的同户型房子为例，在2022年还能卖到180万元，但如今挂牌价只有164万元了。即便如此，来看房子的人也不多。

近日，贝壳找房App上恢复显示了成都二手住宅小区的成

交价格。一些近几年的“剪刀差”网红盘的成交价格也让外界颇为关注，但这些曾经的网红盘最新的二手房价格已经不如当初那么耀眼。

比如南城都汇（山河玖璋）项目曾数次引发万人疯抢，2021年其新房价格为1.7万元/平方米，二手房价格就达到了3.4万元/平方米，妥妥的“大剪刀差”网红盘。但近期这个小区的实际成交价格已经回落到了2.4万—2.6万元/平方米，与新房的价差大缩小。

再如，万达华府也曾以网红盘的身份在成都傲立多年，每期开盘都有数倍于套数的购房者报

买房，但不太适合卖房。”他这样总结了成都最近一年的楼市。中指研究院四川分院方面表示，从成交结构来看，成都的新房、二手房分化明显。2023年新房套均面积133平方米，中心城区接近140平方米，二手房95平方米。2023年新房成交约14.6万套，二手房成交约22.0万套，是新房的1.51倍。2022年新房成交约14.3万套，二手房成交约15.1万套，是新房的1.06倍。这些数据也验证了居住梯级消费体系正在加速形成。

从新房市场来看，刚需产品占比下降，100平方米以下占比同比下降近6个百分点；120—150平方米、200平方米以上占比同比提升。低总价产品占比继续下降；300万—500万元产品同比提升近7个百分点，中高端产品在成都市场持续发力。

近期购房者心态更加理性，在2023年“9·26”新政后，10月、11月出现了一波高总价项目的热卖，进入12月，总价高于500万元的项目销售开始出现明显分化，高品质产品持续热销，但

部分项目的成交节奏开始变慢。与此同时，更多的客户开始考虑什么样的产品才是真正的改善型产品。不过业内人士表示，市面上依然缺乏相应的改善型产品匹配。

记者注意到，成都新楼盘在产品品质方面更加用力。“电梯入户”“水乡园林”“小区健身房”在现在成都多数小区的介绍中都能看到，开发商2800元/平方米的精装标准也已经可以把地暖、空调、新风系统“三大件”包含在内。

新房市场寻找首次置业产品的可能性下降，从而转移目标关注二手房市场，带动二手房市场成交量上行。

中指研究院四川分院方面认为，随着“卖旧”动作顺利进行，改善性需求在卖房资金支持下在新房市场进行置业动作，支撑了新房市场改善型产品的销售保持稳定。新房、二手房市场的同步繁荣，资金的顺利流动，是支撑成都市场韧性的关键因素。从人口增量、人口结构、历史住宅产品结构来看，成都刚性需求旺盛，改善性需求近年才得以畅通释放，能够继续支撑成都新房、二手房市场的持续放量。

三次牵手春晚 西安打造文旅“顶流”城市

本报记者 王金龙 西安报道

1996年,央视春晚首次在西安设立分会场,呈现了三地相声:《一样不一样》,三地小品:《一个钱包》,三地歌组合:《神州大对歌》节目。

自此之后,西安与春晚结缘。2016年,西安再次成为春晚分会场,并成为当时唯一一个两次成为分会场的城市。

当2024龙年春晚又一次将分会场设在西安的时候,足以展现西安这座城市的魅力以及春晚对西安的青睐。西安市委常委、宣传部部长姚

牵手春晚

春晚分会场相关城市,能迅速带动当地文旅业发展,有的甚至成为城市和景区“地标”。

“宫廷玉液酒,一百八一杯”在1996年春晚上赵丽蓉老师的这句话成为当年春晚的记忆。

时年,西安首次与春晚牵手,参与了三地相声;《一样不一样》,三地小品:《一个钱包》,三地歌组合:《神州大对歌》节目。王佩元、李琦、句号、孙浩大众熟知的陕西籍演员参与了表演。

“西安的年味很浓,进入腊月就是年。”一位陕西籍的演员向《中国经营报》记者表示,西安有千年的文化传承,有随处可见的文化古迹,1996年,西安春晚分会场的精彩演绎让西安名声大噪,成为当时最具吸引力的旅游城市。

2016年,西安再次当选为春晚分会场。作为当年春晚四个分会场面积最大的分会场,西安城墙景区南门瓮城内以灯光演绎的形式展示了丝绸之路各国美景和我国传统文化民俗,完美呈现盛唐神韵及丝路情怀。

除了灯光秀之外,2016年西安春晚分会场将陕西民俗、丝路、唐乐、榆林腰鼓、韩城行鼓等陕西元素集中起来,为观众呈现了一台美轮美奂的节目。

2024年,龙年春晚再次邂逅西安,这使得西安成为全国唯一一个三次承接春晚分会场的城市。

“春晚作为全国最大的舞台,如果一个演员能多次登上春晚,那就说明这位演员是当下文

立军表示:作为古丝绸之路的起点、“一带一路”的重要节点城市,西安拥有丰富的历史文化底蕴、深厚的人文气息、蓬勃的科技创新活力,正积极建设国家中心城市,成为全国综合性科学中心和科技创新中心。

这一次春晚,将通过精彩的演绎与千年的历史相融合,呈现一场新春文化盛景,让人们感受最浓厚的长安年味儿和最浓郁的城市烟火气。

那么,西安又一次被春晚选中,其背后的成功逻辑到底是什么?

打造“西安年”文化IP

“西安年”目前已经成为西安一个重要的文化IP,在国内旅游城市中有很高的辨识度,每年春节期间,都会吸引大量的游客在西安过年。

记者从西安文化和旅游局获悉,“西安年·最中国”2024年西安市新春文化旅游活动已于近日正式官宣。“6大主题,9大系列活动,为全国各地游客献上独具西安特色的文化年、欢乐年、团圆年、幸福年,开启52天“春节嘉年华”。

近年来,“西安年”文旅活动已经成为西安的文旅名片。其钟鼓楼景区、西安城墙、大明宫国家遗址公园、大唐不夜城、大唐芙蓉园等地标性景区已经成为各地游客来西安必游之景。

据了解,城墙、大唐芙蓉园的新春灯会已经入选全国十大灯会,城墙灯会携“盛唐天团”,甚至登陆纽约时代广场纳斯达克大屏,让“西安年”文化IP吸引了全球目光关注。

“现在城市生活节奏快了,很多人觉得年味越来越淡了,不过,西安反倒是年味越来越浓了。”家



进入腊月便是年,西安旅游热门打卡地大唐不夜城迎来大批游客。

王金龙/摄影

住曲江的张翔告诉记者,西安年是从腊月开始的,现在已经有浓浓的年味了,全国各地的游客已经陆续抵达西安,即便是深夜十二点,对于曲江来仍然是客流高峰期。

那么,为什么西安年味越来越浓,春晚屡屡将西安设为分会场,其背后的成功逻辑到底是什么?

陕西师范大学教授、硕士生导师崔彬向记者表示,西安是中

国历史上最为辉煌的古都之一,作为十三朝古都,曾是古代中国政治、经济、文化的中心。具有得天独厚的文化与历史古迹资源,拥有秦始皇陵、兵马俑、华清池、大雁塔、明城墙等世界级的文化遗产,这些古迹不仅是中华民族的瑰宝,也是西安打造旅游产业的重要资源,更是全人类共同的宝贵遗产。每年吸引着大量的国内外游客。

另外,作为古丝绸之路的起点、“一带一路”的重要节点城市,西安历史文化底蕴丰厚、人文气息深厚浓郁、科技创新活力迸发、现代化产业蓬勃发展,具有打造文旅顶流城市的潜质。

事实上,“西安年”目前已经成为西安一个重要的文化IP,在国内旅游城市中有很高的辨识度,每年春节期间,都会吸引大量的游客在西安过年。

加速文旅融合发展

陕西省规划到2026年,力争文化旅游综合收入超过1万亿元、旅游人数超过9亿人次。

长期以来,西安在旅游产业上颇有创意,几乎每年都能打造一个现象级的文化IP。

2023年,西安因为一部动画电影《长安三万里》,在全国范围掀起唐诗潮、长安潮,拓宽了西安文旅商融合发展之路。

事实上,近年来,西安已经打造了一批旅演艺IP,例如《长恨歌》《驼铃传奇》秀、《西安千古情》等。

西安文旅崛起背后,离不开陕西文旅政策的支持。在2022年9月,陕西省文旅厅印发的《陕西省打造万亿级文化旅游产业实施意见(2021—2025年)》就明确提出,要打造万亿级文化旅游产业集群。其中涉及到多个和西安有关的重点文旅项目。

近期,陕西省政府办公厅印发《陕西省关于加快文旅产业发展的若干措施》,再次重申“深化融合,打造万亿级产业集群”,内容包括做精一批旅游景区、打造一批品牌旅游线路、壮大文娱演艺产业等。

记者了解到,为了保证陕西省文旅项目顺利推进,陕西省专门成立了万亿级文旅产业集群高质量发展工作领导小组。规划到2026年,力争陕西省文化旅游综合收入超过1万亿元、旅游人数超过9亿人次。

除了省级层面对文旅产业的支持之外,陕西省各市也纷纷出台政策发展文旅产业。西安市在近期出台了《西安市促进文化旅游体育产业高质量发展若干

措施》。

据了解,此次共发布10条措施,核心是激发市场主体活力,支持企业发展,进而提升企业发展规模质效,推动产业集聚发展、结构优化升级。

发展“万亿级”文旅产业,对于西安来说是难得的机遇,上述西安文化和旅游局受访人士表示,西安作为“一带一路”重要节点城市和服务国家向西开放的重要门户,这些政策优势为西安文旅产业蓬勃发展奠定了坚实的基础。

另外,西安在经济方面也是势头正猛,生产总值连续多年破万亿元,常住人口已达1300万人,这些强有力的数据背书,给西安文旅产业带来很多新机遇。

“作为历史名城,西安具有大量的历史文化元素,如古代建筑、历史事件和名人故事等。”崔彬表示,借助丰富的文化与历史资源,西安的旅游产业有着巨大的发展潜力。只要采取科学的发展策略和有效的举措,通过深入挖掘文化内涵、优化资源配置、突出特色、协同发展、创新旅游产品、加强国际合作、提升服务质量、创新营销策略和推动文旅融合发展等,西安定能构建起独具特色的文旅发展新格局,让更多的人了解和欣赏到这座千年古都的独特魅力。

另外,西安在经济方面也是势头正猛,生产总值连续多年破万亿元,常住人口已达1300万人,这些强有力的数据背书,给西安文旅产业带来很多新机遇。

旅企业绩普遍预增 趁热打铁迎战春节旅游高峰

本报记者 陈雪波 卢志坤 北京报道

对于多数旅游企业来说,2024年终于可以过个好年了。

近日,多个上市旅游企业发布了业绩预告。长白山(603099.SH)、丽江股份(002033.SZ)、三峡旅游(002627.SZ)、祥

源文旅(600576.SH)等上市旅游公司纷纷预告2023年业绩预增,扭亏为盈已经板上钉钉。

2024年的旅游市场已经一片火热,临近的春节假期就是一次“战役”。机构数据显示,春节期间旅游订单同比增长超

7倍,一些城市的增长更是超过10倍,如武汉同比增长近11倍,西安同比增长近13倍,哈尔滨同比增长近14倍,泉州同

比增长15倍。春节假期是2024年第一个旅游高峰,这也将成为一些旅游企业在2024年的“开门红”之战。

意料之外的“淡季变旺季”

长白山自己都没有预料到,这个冬天的东北会如此火热。在长白山2024年1月5日发布的一份向特定对象发行A股股票募集说明书(申报稿)中尚提到,我国大部分地区(尤其是东北三省、西藏、新疆)旅游目的地的客流集中在4月至10月的“旅游旺季”,11月至次年3月属于“旅游淡季”。

但大批“南方小土豆”的到来,让东北地区始料不及,也带动了长白山在1月的十几个交易日里股价从15元/股冲高至40元/股。当月,长白山已经连续发布多次股票异常波动公告。

为何2024年东北旅游热度如此高涨?新时代文化旅游研究院院长、中国社会科学院旅游研究中心特约研究员吴若山告诉《中国经营报》记者,东北旅游的走红与独特的体验、旅游政策支持、媒体宣传、交通改善都有关系。东北地区拥有丰富的冰雪资源,为游客提供了独特的冬季旅游体验。游客可以参观各种冰雪景观,如冰雕展、雪雕展等。这些活动为游客带来了全新的旅游体验,吸引了大量游客前来东北旅游。近年来,国家对旅游业的发展给予了政策支持,鼓励各地发展特色旅游。东北地区也积极响应政策号召,推出了一系列具有地方特色的旅游产品和服务,吸引了大量游客前来旅游。

除长白山之外,还有很多旅游企业业绩预增。如丽江股份预计2023年盈利2.15亿元—2.40亿元,比2022年同期增长5735.10%—6413.60%;三峡旅游预计2023年盈利1.3亿元—

1.7亿元;祥源文旅预计公司2023年度实现归属于上市公司股东的净利润为1.45亿元到1.65亿元;天目湖(603136.SH)预计2023年度实现归属于母公司所有者的净利润1.40亿元到1.55亿元。

旅游市场高歌猛进之时,旅游企业趁机开始了新一轮募资。1月5日,长白山发布定增公告。公告中募资用途提及长白山火山温泉部落二期,这个项目在2017年就曾首次融资,但种种原因下时隔多年仍未建成。长白山通过向特定对象发行A股股票募集5亿元,其中将有3.5亿元用于这个项目的建设。另外有1亿元用于长白山旅游交通设备提升,0.5亿元用于补充流动资金。大连圣亚(600593.SH)则在近期向上海浦东发展银行股份有限公司大连分行申请流动资金借款展期业务,金额为人民币2400万元。

南方的旅游企业同样没有闲着。峨眉山(000888.SZ)即在开年换帅,1月22日,王东申请辞去公司第五届董事会董事长、董事职务,公司提名许拉弟为公司第五届董事会董事及董事长候选人。黄山旅游(600054.SH)则宣布拟投资1.5亿元建设黄山国际大酒店升级改造工程项目。新年伊始,各家旅游企业就大刀阔斧地开始了新的工作。

春节旅游发令枪已响

“宽窄巷子2024年新春灯会活动举行在即,现面向社会公开招募2024新春灯会活动冠名商和赞助商若干家……”早在2023年11月15日,成都的宽窄巷子景区就发布了2024年春节灯会招商公告。从公告信息来看,总冠名合作席位的赞助金额达到了200万元/席。

2024年春节,又将是一场旅游大战。携程于近日发布的《2024春节旅游市场预测报告》显示,春节期间旅游订单同比增长超7倍。春节期间,国内热门目的地为北京、上海、广州、深圳、哈尔滨、成都、西安、杭州、三亚、昆明。哈尔滨2023年末进入前十,2024年则攀升至第五位,旅游预订量同比增加超14倍。

飞猪平台上,2023年春节期间的酒店、租车、邮轮、跟团游等多个类目均已远超2019年同期,其中酒店预订量同比2019年增长1.6倍,跟团游同比2019年增长34%。

面对来势汹汹的春节旅游高峰,旅游企业已经在积极备战。大连圣亚在回应记者关于春节假期的安排时介

绍,公司会在春节期间推出相应的新产品,同时加大宣传力度。

此外,中青旅(600138.SH)也在投资者互动平台上表示,为了迎接春节假期,中青旅旗下乌镇、古北水镇景区充分挖掘景区内特色资源,推出长城冰雪嘉年华、冰屋火锅、冬日泡汤、跨年派对、篝火狂欢等主题活动及针对春节假期的各类特色套餐产品。

春节期间的餐饮是很多旅游企业的发力点。首旅酒店(600258.SH)在投资者互动平台上表示,针对龙年春节,公司中高端酒店将大力开展产品和营销创新,在餐饮经营方面推出不同种类的中式、西式新春家宴与新年套餐,以及各种年货类食品。

春秋旅游同样推出了“年夜饭+住宿”的套餐,采取“4或5间房+一桌餐”的形式。此外考虑到目前小家庭数量的不断增加,在套餐人数上设置了4—10人等不同人数需求,入住天数也增加了可选范围。截至目前,年夜饭相关预订量已超2019年同期200%。

旅游企业在春节期间如

何吸引并留住更多的游客?吴若山对此建议,旅游企业可以推出春节主题线路和产品,根据春节的传统习俗和文化特色,设计具有吸引力的主题线路,如“欢乐春节游”“团圆家庭游”等,线路和产品中可以融入春节的元素,如红包、对联、年画等,营造出浓厚的节日氛围。还可以利用社交媒体、短视频等新媒体平台进行宣传推广,通过创意营销活动吸引更多游客关注和参与。例如制作春节主题的短视频、图片或文章,通过社交媒体分享给更多人。

此外,吴若山表示,旅游企业还应该加强外部的合作与资源整合,与航空公司、酒店、景区等相关企业合作,共同推出春节旅游套餐或联合优惠活动,实现资源共享和互利共赢。服务质量同样不能掉档次,在春节旅游高峰期,旅游企业需要特别注重提升服务质量,提供优质、贴心的服务,加强员工培训,提高服务水平,优化旅游流程,减少游客等待时间,加强与游客的沟通,及时解决游客问题。

解码迈瑞医疗 66.5亿元大并购

本报记者 苏浩 曹学平 北京报道

迈瑞医疗(300760.SZ)再度开启并购战车。

2024年1月28日,迈瑞医疗发布公告称,拟通过“协议转让+表决权”的方式,使用66.5亿元自有资金实现对科创板上市医疗器械公司惠泰医疗(688617.SH)控制权的收购,快速布局心血管领域细分赛道。

迈瑞医疗方面认为,通过本次交易,公司将以此进入心血管领域相关赛道,并将利用其在医疗器械领域的积累和人才储备,助力标的公司提升研发能力、优化产品性能。同时,迈瑞医疗将充分利用全球市场营销资源覆盖优势,推动电生理及相关耗材的业务发展,提升标的公司业务的全球化布局,促使标的公司实现从国内领先至国际领先的跨越。

《中国经营报》记者注意到,截至2023年9月末,迈瑞医疗货币资金余额为196.67亿元,此次交易额约为账面资金的三分之一。同时,该笔收购也受到资本市场高度关注。2024年1月29日,申万医药行业板块整体下跌2.41%,迈瑞医疗收跌5.39%。截至2月2日收盘,迈瑞医疗报2.67.43元/股,下跌2.11%,总市值较收购消息披露前一日(即1月26日)累计蒸发超过204亿元。

针对上述交易,迈瑞医疗方面在接受本报记者采访时表示,持续扩充产品线、不断进入新的业务领域是公司快速发展的主要路径。公司坚定看好心血管领域未来的发展潜力,进入心血管赛道也将使得公司的可及市场空间大幅提升,对于帮助公司实现长期业绩的快速增长有着重要意义。

为何并购?

迈瑞医疗方面表示,公司此次收购的是惠泰医疗的控制权,而溢价收购控制权是资本市场的常见操作。

公开资料显示,惠泰医疗成立于2002年,于2021年登陆科创板,公司在电生理、冠脉介入与外周介入均有布局,从事相关医疗器械的研发、生产和销售。

2008年,惠泰医疗取得心脏射频消融导管注册证,后于2016年起冠脉介入产品线在中国、欧盟等市场陆续上市,是国内心血管领域的细分龙头企业。

根据公告,迈瑞医疗拟通过全资子公司深圳迈瑞科技控股有限公司(以下简称“深迈控股”)以协议转让方式收购惠泰医疗21.12%股份,转让金额合计为66.52亿元,惠泰医疗实控人成正辉仍将持有惠泰医疗18%股份并承诺放弃所持10%股份的投票权。

同时,深迈控股拟受让晨壹红启(北京)咨询有限公司持有的珠海彤昇投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“珠海彤昇”)全部0.12%的普通合伙权益,珠海彤昇目前持有惠泰医疗3.49%的股份。

此次交易完成后,深迈控股及其一致行动人珠海彤昇合计持有惠泰医疗24.61%股份,惠泰医疗控股股东将变更为深迈控股,实际控制人将变为李西廷和徐航。

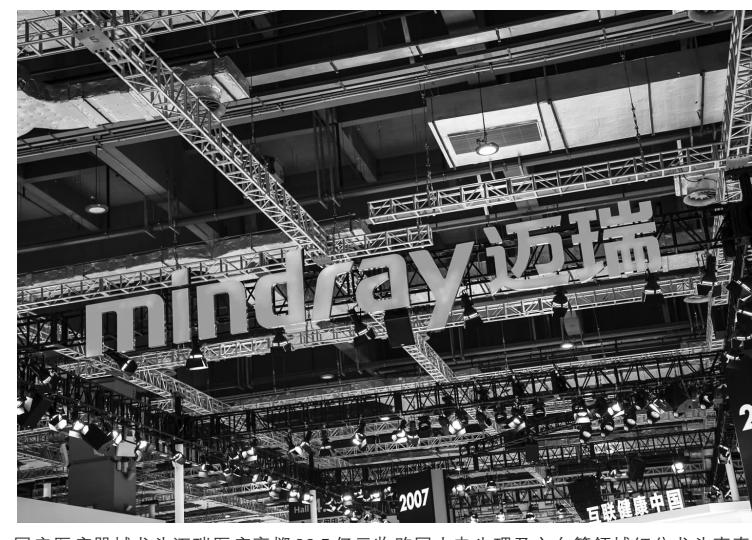
国产医疗器械龙头迈瑞医疗豪掷66.5亿元收购国内电生理及心血管领域细分龙头惠泰医疗,该笔并购案一经出炉,可谓是赚足了眼球。

迈瑞医疗为何会选择收购惠泰医疗控制权?惠泰医疗有哪些

优势吸引并促成此次交易?对此,迈瑞医疗方面告诉记者,持续构建和丰富耗材型业务布局一直是公司的重要发展战略方向之一,为此公司积极寻找全球优秀标的进行并购整合,内外协同发展。

长期以来,惠泰医疗在心血管赛道深耕多年,在心脏电生理、冠脉通路、外周血管介入领域拥有国内领先的技术创新能力,以及覆盖全产业链的耗材研发、生产能力和工艺,产品在客户端享有良好的评价,是国内心血管领域的细分龙头企业。

通过本次交易,迈瑞医疗将以此进入心血管领域这片蓝海市场,推动电生理及相关耗材的业务发展,与惠泰医疗一道在研发、



国产医疗器械龙头迈瑞医疗豪掷66.5亿元收购国内电生理及心血管领域细分龙头惠泰医疗。

营销、生产制造等多个环节协同发展,携手成长。

值得一提的是,本次交易合并估值为302亿元,转让价格471.12元/股,对应惠泰医疗1月26日收盘价溢价25%。

对于溢价收购的原因,迈瑞医疗方面表示,公司此次收购的

是惠泰医疗的控制权,而溢价收购控制权是资本市场的常见操作;公司收购惠泰医疗控制权的出发点和时间点均是基于公司对于未来战略发展方向和节奏来考虑的,目的是以产业方的角色去进入心血管赛道,而不是基于资本市场的行情去做的财务投资。

如何协同?

“希望未来通过逐步的整合、协同,双方将发挥各自优势,触达更大的市场。”

据EvaluateMedtech报告估算,在全球医疗器械市场规模排名中,心血管相关领域排名第二,仅次于体外诊断,且保持高速增长。在中国,心血管领域产品如电生理市场规模大、渗透率相对较低。

国内电生理市场由于国产品牌上市晚于外资品牌,且国产厂家在技术上与进口厂家有一定差距,导致国内市场高端产品仍以外资品牌为主。

近年来,在国家政策推动下,行业也迎来加速发展。国产厂商技术实力发展较快,正逐渐缩小与外资厂商的差距。

目前,电生理市场的主要外资厂商为强生、雅培、美敦力和波士顿科学,国产厂商为微电生理(688351.SH)、心诺普医疗、锦江电子及惠泰医疗。

据了解,自上市以来,惠泰医疗就在强调国际化布局,出海成为其战略发展的重要方向。不过,2022年惠泰医疗海外业务收入仅为1.36亿元,海外占公司营收比重仅为11%;2023年三季度,惠泰医疗的海外业务增长超90%,当季度海外市场营收占比约16%。

这也似乎与迈瑞医疗不谋而合。2022年,迈瑞医疗更是将技术创新和并购整合两条路径写进公司未来发展战略中,并提出国内外均衡布局,力争在未来成为世界级领先的医疗器械企业。

“根据公司测算,电生理全球可及市场空间超过100亿美元,冠脉通路和外周血管介入产品全球可及市场空间超过200亿美元,数倍于国内市场,进入这些领域可以极大地拓宽公司的可及市场空

间。”迈瑞医疗方面如是说。

迈瑞医疗方面表示,目前公司已布局的业务领域的市场份额,中短期来看仍足以支撑公司业绩维持快速增长,但长期来看海外市场份额仍然较低。同时,出海也一直是惠泰医疗战略发展的一大重要方向。希望未来通过逐步的整合、协同,双方将发挥各自优势,触达更大的市场。

而此次迈瑞医疗花费重金切入心血管赛道后,双方公司在业务协同方面将如何发挥1+1>2的优势?对此,迈瑞医疗方面称,心脏电生理领域的设备和耗材强相关,尤其是在三维电生理领域,设备与耗材是配套使用的。公司在这些相关专业有着较深的技术沉淀,这些能力和经验将有效地赋能惠泰医疗,帮助其快速提升产品性能。

而惠泰医疗则在耗材方面显著领先,能实现从原料到生产工艺的完整覆盖,在保障产品质量的同时有效控制成本。

短期来看,公司将与惠泰医疗在研发方面互相协同,为其赋能;中长期来讲,凭借公司深度的全球市场覆盖和惠泰医疗性能稳定的产品供应,双方将在营销方面协同发力,更快地触达全球更多客户,共同推动业务增长。

而针对未来迈瑞医疗在心血管领域的进一步动作,迈瑞医疗方面表示,未来公司将继续围绕战略发展方向加速并购步伐,其中主要从主营业务补强、全新业务探索、海外发展支持等方向着手。

“通过并购的方式快速整合全球范围内的全产业链前沿技术,提升现有业务在高端市场的

综合竞争力,加快成长型业务的发展速度,同时在全新业务领域不断进行探索,寻找长期更大且可持续的增长空间,并结合海外市场的需求和特点,加快海外市场本地化运营平台建设。”迈瑞医疗方面说。

招银国际在1月30日发布的研报中也指出,目前迈瑞医疗的核心业务已涵盖IVD和医疗影像设备领域,收购完成后,迈瑞医疗得以迅速拓展第三大医疗器械细分市场。此外,惠泰医疗三季度海外业务增长超90%,海外收入占比约16%,拥有较强的出海潜力。通过此次收购,迈瑞医疗将充分利用全球市场的资源优势完善惠泰医疗的全球化布局,实现强强联合,提升迈瑞医疗在全球市场的综合竞争力。

万店竞争盈利微 连锁药房疯狂融资再扩张

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

益丰药房(603939.SH)正在朝1.5万家门店发起冲刺。

2024年1月31日,益丰药房公开发行可转债募集说明书注册稿(以下简称“注册稿”),

公司拟投入募资约12.85亿元新建连锁药店3900家。截至2023年三季度末,益丰药房门店总数达到12350家。益丰药房在注册稿中表示,公司亟须加快门店扩张速度,提高市场份额。

实际上,大额融资计划在连锁药房上市公司之中并不罕见。不过,投资者口中“500米距离就有3家门店”的大参林(603233.SH)近日却按下融资拓店方案的“终止键”。

据公告,大参林终止2023

年度向特定对象发行股票事项并撤回申请文件,该事项已筹备约一年时间,是大参林自2017年上市以来发起的首次定增,其间曾调低募资金额。按照最新一版预案,大参林拟使用16.38亿元开设3600家医药

连锁门店。其在预案中表示:“项目建设与行业发展需要相匹配,与公司业务目标相一致,具有必要性。”

定增突发终止随即引来市场关注。1月30日,大参林证券部相关负责人对《中国经营报》

记者表示,公司综合考虑了行业和资本市场环境的变化,决定终止定增,后续是否重新启动以届时公告信息为准。Choice数据显示,大参林股价在2023年内震荡下跌,跌幅为23.38%。

益丰进、大参林退

公告显示,2024年1月23日,益丰药房收到证监会出具的批复,同意公司向不特定对象发行可转换公司债券。1月31日,益丰药房提交了更新过后的注册稿。

顺利推进可转债融资的益丰药房,其筹备历时比大参林更长,可追溯至2022年8月,其间经历4次融资预案修订以及延长发行方案有效期。2023年11月,益丰药房将募集资金从25.47亿元调整为17.97亿元,减少的金额对应被砍去的“补充流动资金项目”,其他募投项目的拟投入金额保持不变。

注册稿显示,益丰药房新建连锁药店项目拟投入的募资金额最多,约12.85亿元。

具体而言,益丰药房拟在湖南、上海、江苏等9个省市合计新建连锁门店3900家,项目建设期为3年。

截至2023年9月30日,益丰药房门店总数12350家(含加盟店2788家)。

事实上,益丰药房近年来通过“新开+并购+加盟”的模式一直大举开店。2017—2022年,公司门店数量年复合增长率达37.9%,并在2022年实现1万家门店的突

破。趁势而上,若此次新建3900家连锁药店成功实施,益丰药房门店数量将超过1.6万家。

同样迈入“万店俱乐部”的大参林,其筹划的定增融资计划却未能如期实施。

就在益丰药房公告可转债申请获证监会批准的当天,大参林发布终止向特定对象发行股票事项并撤回申请文件的消息。此前于2023年7月,上交所已经对大参林出具其定增申请“符合发行条件、上市条件和信息披露要求”的审核意见,此时距离完成审批流程只差“临门一脚”。

但就在2023年8月,证监会发布统筹一二级市场平衡、优化IPO、再融资监管安排,包括对于金融行业上市公司或者其他行业大市值上市公司的大额再融资,实施预沟通机制,关注融资必要性和发行时机;引导上市公司合理确定再融资规模,严格执行融资间隔期要求。审核中将对前次募集资金是否基本使用完毕、前次募集资金项目是否达到预期效益等予以重点关注。由此,大参林遭遇再融资趋紧的市场环境。

大参林在公告中表示,公司终止定增并撤回申请文件,是在综合考虑市场环境情况、结合公

司发展规划等诸多因素作出的决策。

根据原先提交的定增预案,大参林拟募资不超过18.97亿元。其中,医药连锁门店拟投入的募资金额最大,约16.38亿元,大参林拟在广东、广西等地选址投资开设3600家医药连锁门店,实施周期为3年。截至2023年三季度末,大参林门店数量为12993家。

与益丰药房情况相同,大参林经修订的定增预案也砍去补充流动资金项目,原先该项目拟投入募资9亿元,叠加大参林一号产业基地(物流中心)的募资下调约2.28亿元,大参林最终的定增方案拟募资金额从起始的30.25亿元缩水至18.97亿元,按照公司截至2022年年末的总股本约9.5亿股计算,此次向不超过35名特定对象发行的股票数量为不超过2.85亿股。

按大参林发布终止定增当天的收盘价(23.97元/股)计算,公司总市值约273亿元,依据定增方案中发行价格不低于前20个交易日股票交易均价(25.05元/股)的80%计算,即发行价格不低于20.04元/股。要想完成18.97亿元的募资目标,定增股票数量只需不到1亿股。

扩张“后遗症”显现

随着药品零售行业的发展,连锁经营成为大势所趋,一场开店竞赛也在连锁药房之间激烈展开。这背后除了对资金的渴求越来越大,对企业的运营管理能力也提出了更高要求。

据益丰药房披露,公司2020年发行可转债所投资的新建连锁药店项目在2021年、2022年及2023年上半年的实际效益均为亏损。

益丰药房对此解释称,2021年及2022年属于建设培育期,其间销售收入处于爬坡期,各类费用比偏高,同时由于筹办期间开办费直接计入当期损益,减少了新开门店开办期间的利润,新开门店因此整体处于亏损状态。针对规模扩张后的管理和运营如何跟上的问题,记者致函益丰药房方面,对方仅表示以公告文件信息为准。

而为解决资金需求,大参林宣告终止定增的同时,公告部分核心员工拟通过设立员工持股平台间接参股河南大参林连锁药店有限公司(以下简称“河南大参林”)、福建大参林药业有限公司(以下简称“福建大参林”)等9家子公司。

公告显示,大参林设立的员工持股平台为广州集芸智投资服务合伙企业(有限合伙),注册资本为7150万元,参与对象包括公司监事

陈智慧,高管柯国强、谭群飞、陈洪等7人及12名其他核心业务人员,资金来源为参与对象的合法薪资收入和其他自有或自筹资金。

大参林在公告中表示,上述9家子公司是经营状况亟须提升或新进入尚需加强拓展的区域。截至2023年9月末,这些子公司占大参林总资产8.25%,净资产占比2.19%。

其中,成立于2009年的河南大参林,其2022年的销售收入为5.4亿元,净利润仅有0.06亿元,处于微利状况,尤其在郑州、濮阳、安阳和信阳布局仍较为薄弱。福建大参林在2022年销售收入2.3亿元,净利润为-0.08亿元,处于亏损状态。与此同时,大参林于2015年年底通过并购进入的江西市场情况同样不理想,江西大参林药业有限公司在2022年销售收入3.25亿元,净利润为0.004亿元,也处于微利状态。

大参林寄希望于规模扩张带来运营成本降低、整体收益率提高的“理想局面”并未显现。

从前次募投项目实现的效益情况来看,截至2022年末,大参林2019年可转债募投项目直营连锁门店建设项目累计实现效益-2997.72万元,未达预计效益。2020—2022年及2023年上半年,大参林直营门店数量分别为5705

家、7258家、8038家、8902家。大参林在定增预案中已经坦言公司存在持续扩张的风险,“如果公司在持续扩张的同时不能有效提升精细化管理水平、后台支持能力和服务水平,将可能面临新开门店无法顺利、及时达到盈利预期的风险;如果公司扩张或升级门店所在区域的市场需求或业务拓展效果不及预期,将有可能面临过度扩张导致部分门店短期无法实现盈利的风险,进而影响公司未来的发展及经营业绩”。

Wind数据显示,2020—2022年及2023年前三季度,大参林的毛利率维持在37%—39%,但净利率始终低于8%,其中2021年仅有4.8%。上交所在审核大参林提交的定增申请文件时,曾对其2021年营收增长的同时净利润下滑的原因及合理性发出问询。大参林对此回复称,2021年,公司营收同比增长14.92%,但净利润同比下降25.73%,主要原因包括新增门店数量较多,新开门店需要一定时间培育,开业当年的收入较小,但前期刚性费用投入较大,导致销售费用增长。2020—2022年,大参林的销售费用从34.72亿元增至51.6亿元,占营收比例维持在25%左右。

光伏产业链“冷热不均”：谁亏谁赚？

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

在旺盛的市场需求下，光伏产业链不同环节企业业绩走向分化，亏损有之，利润翻倍亦有之。

截至1月31日，光伏上市企业的2023年业绩预告已相继出炉。其中，晶科能源(68223.SH)、天合光能(68599.SH)、协鑫集成(002506.SZ)、东方日升(300118.SZ)等预计业绩大增，净利润最高增幅达406.56%；海优新材(688680.SH)、天洋新材(603330.SH)、明冠新材(688560.SH)、安彩高科(600207.SH)等预计亏损，最高亏损达2.4亿元。

产业链“冷热不均”

在全球光伏装机规模预增的同时，业内人士仍对2024年的市场表示担忧。

光伏产业链主要包括多晶硅、硅片、电池和组件四个制造环节。由于受供需关系变化和竞争激烈等因素影响，光伏产业链价格呈现全面下降态势，因此多晶硅(大全能源)、硅片(TCL中环)、弘元绿能(京运通等)和电池(爱旭股份)的企业遭遇业绩“滑铁卢”。

具体来看，大全能源预计2023年归母净利润为57亿—58亿元，同比下降69.67%—70.19%；TCL中环预计归属于上市公司股东的净利润为42亿—48亿元，同比下降29.6%—38.4%；弘元绿能预计2023年归母净利润为7.3亿—8亿元，同比减少73.62%—75.93%；爱旭股份预计2023年归母净利润为7.35亿—7.75亿元，同比减少66.71%—68.43%。

众所周知，2022年多晶硅价格高位运行，吸引了大量投资者跨界，同时老玩家也纷纷扩产。2023年，受产业周期性库存消耗以及新增产能陆续释放影响，多晶硅供给量大幅增加，导致价格快速回落。这也是造成多晶硅企业业绩下滑的主要原因。

TCL中环方面表示：“2023年光伏产业链整体呈波动下行态势，第四季度主要产品价格快速下跌至非理性区间，公司主营业务盈利能力承压；同时，产品价格快下行及参股公司股权的处置带

绿能(603185.SH)、京运通(601908.SH)和爱旭股份(600732.SH)等则预计业绩下滑，扣除非经常性损益的净利润最高降幅达110%。

光伏辅耗材环节的企业业绩表现也有所不同。其中，欧晶科技(001269.SZ)、石英股份(603688.SH)、帝科股份(300842.SZ)等预计业绩大增，净利润最高增幅达406.56%；海优新材(688680.SH)、天洋新材(603330.SH)、明冠新材(688560.SH)、安彩高科(600207.SH)等预计亏损，最高亏损达2.4亿元。

来的一次性账面亏损对公司第四季度业绩产生较大负面影响。”

近两年，爱旭股份持续进行战略调整，不仅延伸了组件环节，而且在技术迭代中选择了N型BC技术方向。爱旭股份方面在解释业绩下滑原因时表示，在推进N型ABC电池及组件产能投建与运营带来管理费用增加的同时，全年光伏产业链价格整体处于震荡下行区间，第四季度行业竞争尤为激烈，产品价格快速下跌。公司的主营业务电池及组件产品价格下跌、计提的固定资产减值准备和存货跌价准备，对第四季度业绩带来较大影响。

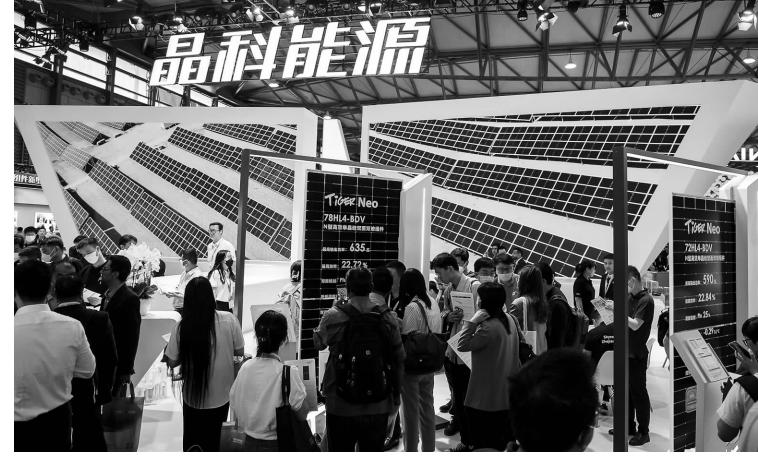
相比之下，垂直一体化的组件企业成本抗压能力较强，国内外品牌和渠道优势明显，叠加N型电池技术红利，因而在激烈的市场竞争中能够展现出较强的竞争力。

业绩预告显示，晶科能源预计2023年归母净利润为72.5亿—79.5亿元，同比增长146.92%—170.76%；天合光能预计2023年归母净利润为52.73亿—58.28亿元，同比增长43.27%—58.36%。

晶科能源方面表示，随着新产能加速迭代，行业供需关系的变化，终端产品价格呈总体下降趋势。面对激烈竞争，公司凭借N型TOPCon技术和产品的持续领先，以及全球化运营和一体化产能等

1月29日—1月31日三个交易日，光伏概念股普遍震荡大跌，并打开多个跌停板。在此背景下，隆基绿能(601012.SH)和通威股份(600438.SH)相关方抛出增持计划，拟分别增持1亿—1.5亿元和10亿—20亿元，以表示对公司发展前景的坚定信心以及对公司长期投资价值的认可。

SMM光伏首席分析师史真伟



截至1月31日，光伏上市企业的2023年业绩预告已相继出炉，产业链不同环节企业业绩走向分化，亏损有之，利润翻倍亦有之。图为第十六届国际太阳能光伏和智慧能源展会晶科能源展台。

视觉中国/图

方面的优势，实现N型组件出货快速增长，带动业绩同比大幅增长。

天合光能同样受益于N型技术和产品，且自产N型硅片产能的逐步释放进一步降低了公司组件产品的综合成本。天合光能方面表示，尽管在2023年下半年面临行业供需关系变化和产业链价格整体波动下行，公司持续发挥了全球化品牌、渠道优势以及在经销分销市场的优势，经营业绩进一步提升。

史真伟向记者表示：“垂直一体化企业业绩预增，一方面得益于全球装机量大增带动了出货，另一方面企业2023年前三季度的业绩支撑了全年利润，并且在2023年部分时段由于成本下降，利润水平并不低。”

值得一提的是，在全球光伏装机规模预增的同时，业内人士仍对2024年的市场表示担忧。

隆基绿能近日在接受调研时称：“第一季度是市场需求淡季，第二季度全球市场需求开始逐渐放量，预计会对产业链价格形成支

向《中国经营报》记者表示，2023年光伏产能出现全面过剩，产业链价格持续下降，使得企业盈利能力高度承压，大部分企业业绩下滑，垂直一体化企业则相对更具竞争力。预计2024年上半年，光伏市场仍不乐观，企业盈利能力将继续承压。隆众资讯分析师方文正也告诉记者，预计2024年光伏市场将呈现“低价低盈利换市场”的局面。

史真伟看空2024年上半年的光伏市场。他向记者表示：“上半年，光伏企业盈利能力将普遍承压。从价格上看，预计2024年光伏产业链的价格仍保持低位运行。以多晶硅为例，即使每千克上涨10元—20元已经不错了。”

方文正认为，2024年预计光伏市场将呈现“低价低盈利换市场”的局面。企业之间比拼的不仅是市场占有量，更是综合实力的较量。目前有一些小厂便已经停产放假，2024年年订单能接多少都是个问题。即便是龙头企业也要谨防暴雷风险。

辅耗材市场“盈亏互现”

相比光伏胶膜和玻璃，高纯石英砂及其下游石英坩埚、光伏银浆的市场表现则相对强势。

光伏胶膜、玻璃、石英砂、银浆等辅耗材市场在2023年呈现出“冰火两重天”的态势。有的企业赚得盆满钵满，有的则陷入亏损。

过去两年，由于下游光伏市场需求比较旺盛，硅片环节大幅扩产，带动了石英坩埚的需求，进而又扩大了石英坩埚原材料高纯石英砂的需求。

对于业绩增长的原因，石英股份方面提到，光伏领域用石英材料市场需求同比大幅增长，产销两旺。欧晶科技方面表示：“受下游市场需求旺盛及原材料上涨的因素影响，石英坩埚价格普遍上涨，同时受下游客户硅片大尺寸化的影响，价格较高的大尺寸石英坩埚数量及占比不断提升，带动了公司经营业绩大幅增长。”

海优新材方面表示：“由于主要原材料EVA树脂的价格持续波动向下以及市场价格竞争等因素，导致胶膜销售价格下调，产品毛利率明显下降并期末计提存货减值损失，公司净利润出现了亏损。”

针对业绩变化，安彩高科方面表示，一是公司主要产品光伏玻璃受市场行情影响，价格较

2022年同期下滑，光伏业务盈

利能力下降；二是浮法玻璃需

求持续下行，超白浮法玻璃产

品价格下降，并计提存货跌价准

备约2000万元，浮法业务利润较上

年同期大幅减少。

一位光伏玻璃企业的高管向

记者表示：“上游组件企业承

压的同时，也会施压于光伏玻

璃降价，这时成本管控就很重

要，因此不同企业的盈利表现

也不同。”

相比光伏胶膜和玻璃，高纯

石英砂及其下游石英坩埚、光

伏银浆的市场表现则相对强

势。

业绩预告显示，高纯石英砂制

造商——石英股份预计2023

年归母净利润为47.5亿—53.3

亿元，同比增长351.44%—

406.56%；石英坩埚制造商——

欧晶科技预计2023年归属上市

公司股东的净利润为6亿—6.9

亿元，同比增长151.69%—

钧达股份拟赴港上市 谋划全球制造版图

谋划新融资平台

本报记者 张英英 吴可仲

北京报道

“全球造、全球卖”。中国光伏企业正蜂拥出海，构建海外制造版图。

光伏电池厂商钧达股份(002865.SZ)便是其中的一员。1月19日，钧达股份公告披露，将筹划发行H股在港交所上市，所募资金将用于高效电池海外产能建设、海外市场拓展及海外销售运营体系建设等。

钧达股份副总经理郑洪伟称：“当前，海外光伏装机增速已超国内，海外市场迎来较大发展机遇。”在他看来，海外厂商投资重点大多瞄准组件环节，该环节增长最为迅速。伴随海外光伏组件产能快速增长，电池需求随之提升，专业化光伏电池厂商迎来较大出海发展机遇。

至于海外建厂的区域选择，1月23日，钧达股份方面向《中国经营报》记者表示，目前尚未具体确定。业内人士告诉记者，中东、美国和东南亚等地区和国家都有可能，需要与组件企业形成互补。同时，电池厂商出海建厂有利于降低来自国内的内卷压力，利润也相对较高。

钧达股份原是一家主营汽车塑料内外饰件制造的公司，于2017年登陆资本市场。

受疫情及汽车行业下滑的影响，钧达股份的业绩一度出现下滑甚至亏损，需要寻找新的利润增长点。由于看好光伏行业，2021年2月，钧达股份向上饶捷泰新能源科技有限公司(以下简称“捷泰科技”)，曾用名为江西展宇新能源有限公司，以下简称为“江西展宇”)旗下公司上饶弘业增资1.5亿元，开始布局光伏产业，试图转型升级。

捷泰科技是一家专业化的光伏电池制造商，在很长一段时间内其电池出货量位居全球前五，但一度也被挤出该榜单。InfoLink Consulting发布的2023年上半年电池片出货排名显示，捷泰科技位居通威股份、爱旭股份、润阳股份和中润能之后，排名第五。

不仅如此，2021—2022年，钧达股份还通过一轮重大资产重组

扩大海外制造版图

历经20余年的发展，中国构建起了全球最健全的光伏产业链体系，多晶硅、硅片、电池、组件的产能占据全球比例80%以上，个别环节甚至达到97.9%。除了中国外，全球光伏产能的其他分布区域主要集中在东南亚的越南、马来西亚和泰国等国家。

近年来，基于全球贸易壁垒和持续增长的海外市场的需求，叠加国内光伏市场内卷严重，加快全球化布局便成为众多光伏企业的重要选择。

记者注意到，过去一年，晶科能源、天合光能、隆基绿能、晶澳科技、阿特斯、协鑫科技和TCL中环等光伏企业纷纷宣布或计划在美

动作，完成了主营业务向光伏电池制造的转变。2021年9月，钧达股份收购捷泰科技51%股权，正式进入光伏行业。次年6月，钧达股份将原汽车饰件业务置出，并于同年7月底完成对捷泰科技剩余股权的收购，全面聚焦光伏主业。

钧达股份在进行重大资产重组期间，恰逢新一轮光伏技术迭代变革。其在2022年实现N型TOPCon电池大规模量产，占据了先发优势。

钧达股份援引InfoLink Consulting数据显示，2023年上半年，光伏行业排名前五电池厂商的N型TOPCon电池累计出货约10.5GW。而钧达股份N型TOPCon电池出货6.56GW，排名第一。

在此背景下，钧达股份业绩扭亏为盈，呈现飙升之势。

2022年，钧达股份归属于上市公司股东的净利润为7.17亿元，同比增长501.35%。2023年前三季度

度，钧达股份归属于上市公司股东的净利润增长至16.38亿元，同比增长近300%。

钧达股份的股价也水涨船高。相比2021年初的12.67元/股，钧达股份的股价在2022年年底已经变为133.14元/股，上涨了9倍左右。

值得一提的是，在垂直一体化和跨界的汹涌浪潮下，通威股份、爱旭股份和润阳股份等同行纷纷宣布延伸上下游产业链，而钧达股份则坚持电池专业化道路的战略。

钧达股份方面表示，未来光伏电池的技术壁垒是产品转率、良率、非硅成本的综合竞争壁垒，只有掌握光伏电池核心研发与生产能力的企业，才能在市场竞争中保持领先地位。

钧达股份方面表示，未来光伏电池的技术壁垒是产品转率、良率、非硅成本的综合竞争壁垒，只有掌握光伏电池核心研发与生产能力的企业，才能在市场竞争中保持领先地位。

2023年半年报显示，钧达股份现有上饶基地9.5GW P型PERC产能、滁州基地18GW N型TOPCon产能、淮安基地26GW N型TOPCon产能(一期13GW已投产，二期

泰科技的前身)的实际控制人王祥云与晶科能源实际控制人李仙德为同乡挚友。前者到江西省上饶市投资建设江西展宇由李仙德介绍引入。钧达股份相关公告显示，2020年、2021年和2022年1—9月，捷泰科技向晶科能源(或晶科集团)的销售收入分别为16.78亿元、19.93亿元和20.75亿元，分别占比52.15%、40.12%和28.76%，为第一大客户。

某光伏技术专家告诉记者，企业之间的光伏技术差距实际并不大，但钧达股份具有晶科能源背书，这样产品销售便有了保障，现金流也不再是大问题。重要的一点是，钧达股份布局TOPCon技术较早，享受到了技术红利。

2023年半年报显示，钧达股份现有上饶基地9.5GW P型PERC产能、滁州基地18GW N型TOPCon产能、淮安基地26GW N型TOPCon产能(一期13GW已投产，二期

示，相比国内，海外的产品利润要高不少。现在国内竞争非常激烈，国外则会好很多。

一位光伏电池企业市场负责人告诉记者：“国内太卷了，海外组件产能逐渐发展起来，所以电池出海也是必要的，是一个机遇。国内太卷，卷下去也没意义。”

钧达股份则更关注海外市场增长的光伏电池需求。在与投资者交流期间，该公司方面称，当前海外厂商投资重点大多瞄准组件环节，该环节增长最为迅速。伴随海外光伏组件产能快速增长，光伏电池需求随之提升。未来，其将积极构建全球销售体系，服务全球市场客户需求。坚持专业化道路，通

13GW正建设中)。这意味着，钧达股份的N型电池产能预计突破44GW，总产能预计突破53.5GW。

但过去三年，收购捷泰科技和光伏电池业务规模的快速增长，使得钧达股份对资金的需求提升。

2023年上半年，钧达股份通过定向增发募资27.76亿元，主要用于支付收购捷泰科技49%股权，补充流动资金和偿还银行贷款，以及N型电池研发中试项目。这在一定程度上，缓解了资金压力，降低了公司资产负债率。

进入2024年，承受资金压力的钧达股份进一步布局海外电池产能。

对此，钧达股份1月19日宣布，其拟在境外发行股份(H股)并申请在香港联交所主板挂牌上市，募集资金将用于高效电池海外产能建设、海外市场拓展及销售运营体系建设，全球研发中心建设及补充营运资金。

持续加强研发投入，不断提升光伏电池核心技术能力，持续保持市场竞争优势。

据了解，2023年前三季度，钧达股份实现海外销售从0到4.66%的增长。2024年，钧达股份制定了海外销售额占比达10%以上的目标。

至于去海外何地设厂，钧达股份方面向记者表示，目前尚未具体确定。上述专家认为，去东南亚、中东或美国都有可能，这需要与组件企业形成互补。

业内人士表示，出海建厂并非一件简单的事情。除了当地政策和法规因素外，光伏企业还需要考虑贴近市场需求、配套设施、人才招录等因素。

锂电市场“剩者为王” 电解液“双雄”殊途同归

本报记者 李哲 北京报道

在剧烈震荡的碳酸锂市场中，电解液“双雄”多氟多(002407.SZ)和天赐材料(002709.SZ)亦未能独善其身。

近日，两家公司相继发布的2023年业绩预告显示，其净利润

合力推动国产电解液增长

在锂电池市场领域，两家公司分别选择了截然不同的发展路径。

电解液作为锂离子电池四大主材之一，在锂电池正负极之间充当离子传输的载体和电荷传递的介质，起到传导输送能量的作用。当前，电解液约占锂离子电池芯成本的13%左右。在国内市场，天赐材料、多氟多、新宙邦(300037.SZ)占据了较大的市场份额。

回溯历史，自1991年索尼发布商用锂离子电池以来，电解液便是锂电池产品中的重要组成部分，在当时的电解液市场中，日本电解液公司占据了绝对的市场主导。2000年前后，韩国锂电池企业崛起。2009年，韩国超过日本成为全球电解液第一生产大国。

据多氟多董事长李世江回忆，在多氟多成功实现六氟磷酸锂的国产化替代之前，这一关键原料的制造技术完全被国外垄断，每吨售价在百万元以上。

2010年前后，我国电解液市场伴随锂电池的快速发展而逐渐实现突破。彼时，以氟化工起家的多氟多率先实现了六氟磷酸锂的国产化替代。随后，2014年，天赐材料登陆A股。

如今，经过多年发展，我国电解液的产能已经在全球占据主导地位。研究机构EVTank联合伊维经济研究院共同发布的《中国锂离子电池电解液行业发展白皮书(2024年)》显示，2023年，全球锂离子电池电解液出货量达到131.2万吨，同比增长25.8%，其中中国电解液出货量为113.8万吨，同比增长27.7%。中国电解液出货量持续攀升，全球占比高达86.7%。

在锂电池市场领域，两家公司

均呈现不同程度的下滑，究其原因主要为上游原材料价格波动所致。

《中国经营报》记者注意到，依靠氟化工优势，多氟多率先实现了锂电池电解液核心原材料六氟磷酸锂的国产化替代，并试图延伸产业链至整车市场，最终在造车失败后

将目光专注于电解液领域；以日化起家的天赐材料则在上市之后逐渐确立锂电池主业，并跃升为国内电解液龙头。

尽管发展路径不同，但面对当前产能过剩的锂电池市场格局，两家企业都不约而同地将提升市场占有率指标作为应对之策。



近日，多氟多与天赐材料两大电解液巨头相继发布2023年业绩预告，其净利润均呈现不同程度下滑。图为天赐材料厂区。

视觉中国/图

分别选择了截然不同的发展路径。

2015年受到补贴政策的刺激，新能源汽车得以快速发展，多氟多收购红星汽车，进而将触角向整车市场延伸。然而，红星汽车似乎并未给多氟多带来更多收益。财报显示，2016—2019年，红星汽车的营业收入分别为0.09亿元、2.09亿元、1.87亿元、0.08亿元，净利润则为-0.48亿元、0.065亿元、-0.48亿元、-2.77亿元。最终，造车梦醒的多氟多在2020年9月完成对红星汽车的剥离。

目前，在多氟多锂电池产品线构成中，包含了“萤石—高纯氢氟酸—氟化锂—六氟磷酸锂—锂电池”的产业链。事实上，六氟磷酸锂是正极材料和电解液的生产原料之一。而多氟多在锂电池方面的生产则需要外采正极材料和电解液。

据一位熟知多氟多的人士透露，多氟多在氟化工方面拥有深厚积淀，在六氟磷酸锂的制备方面具备相应的原材料优势。此前，该公

务是多氟多很早就在布局的板块，目前也取得了相应的成果，因此一直保留这块业务的发展，主要还是希望专注于熟悉的领域，在六氟磷酸锂方面没有继续向正极、电解液方面渗透。

多氟多内部人士表示，公司在锂电池板块的核心业务还是在六氟磷酸锂、锂盐领域。

天赐材料则在2014年上市之后，逐步提升公司在锂电池产品方面的营收。上市之初，在天赐材料营收中占据主力地位的是个人护理品材料。2013年财报显示，个人护理材料占其总营收达60.35%，锂离子电池材料则为23.23%。随后天赐材料逐渐拓展锂离子电池材料，2015年，天赐材料加入到宁德时代的供应链体系中。同年，其锂离子电池材料业务超越个人护理品材料业务，在天赐材料的总营收中占据首位。2022年，锂离子电池材料在其营收中占比达到93.3%。

天赐材料内部人士王博(化名)表示，公司锂电池业务很简单，围绕着电解液做深入的一体化以及横向的业务协同，并不希望去跨主业。

业绩受累于碳酸锂价格

面对上游原材料价格的不稳定，两家公司都在积极寻求解决方案。

2023年，两家公司的经营业绩双双受累于上游碳酸锂价格的下滑。

多氟多发布的2023年业绩预告显示，2023年预计实现净利润5.6亿—6.2亿元，同比下滑68.17%—71.25%。

多氟多在公告中解释称，公司业绩同比下降，主要原因是受原材料价格波动，行业竞争加剧及下游客户需求不及预期等因素影响，公司新材料产品六氟磷酸锂的售价大幅下降，产量和销量虽正常增长，但由于产品整体毛利率下降，导致公司盈利能力降低。

与此同时，天赐材料也在近日发布了类似的业绩预告。公司预计2023年实现净利润1.8亿—2.0亿元，同比下滑68.5%—65%。对于净利润下滑的原因，

天赐材料方面表示是因为中上游材料竞争加剧以及碳酸锂等原材料价格的大幅波动。

面对上游原材料价格的不稳定性，两家公司都在积极寻求解决方案。

上述多氟多内部人士表示：“六氟磷酸锂和碳酸锂的价格之间有紧密的关联性。2024年的电解液行业发展需要视新能源汽车的行情而定。随着新能源汽车的普及率不断升高，其增长势头有所放缓，锂电池市场也面临着去库存的压力。一般来说，一季度是新能源汽车市场的传统淡季，即便有行情，也要到二季度才会显现。”

王博则表示，2023年碳酸锂的价格波动比较明显，从稳定性角度来看，2024年预计波动幅度

不会像2023年那样剧烈。

记者了解到，为了缓解上游原材料波动带来的影响，天赐材料在2023年开始向上游延伸。

王博透露，天赐材料持续在做一体化业务，向上游延伸，因为公司此前并没有涉足碳酸锂，所以即便一体化一直在做，但是也并没有稀释碳酸锂价格波动带来的影响。公司在2023年下半年陆续布局了上游碳酸锂冶炼、锂矿方面的资源，这样后续或许会抵消一定的原材料波动带来的影响。

王博表示，天赐材料并不是资源型企业，布局上游的核心意义在于保障电解液的原材料供给。这样做，一方面希望在保障原材料价格波动的局面下原材料的稳定供应，另一方面是希望从成本控制方面进一步提升竞争力。

瞄准市占率与技术护城河

在追求市占率的同时，两家公司均意识到新技术研发对于提升护城河的重要性。

自2023年以来，随着锂电池产能过剩加剧，电解液市场也无法独善其身。“剩者为王”的态势愈加明显，为了在内卷的市场中活下去，多氟多与天赐材料两大电解液巨头逐渐走出了相似的发展路线。

“在未来的一段时期内，公司很重要的一个目标就是不断提高海内外的市场占有。”多氟多公司内部人士指出，“六氟磷酸锂的应用广度和深度在未来应用市场前景广阔。利润表现往往随行就市，然而，如果企业的市占率提高了，产品的产量、出货量自然会水涨船高。这将为我们带来更大的利润空间，并进一步提升我们的议价能力和行业地位。值得一提的是，公司的市占率从2021年至今已经有了一个较为显著的增长。”

多氟多内部人士进一步表示，公司的利润空间相对2022年有所下滑，但出货量同比增长。从2023年来看，下半年的出货量

相较于上半年有所增长。公司2023年的利润下降，更多的是受累于行情的影响。预计2024年新增1万—2万吨的产能，至于最终的达产效果，还需要根据市场行情来确定。目前的开工率相对2022年虽然有所下降，但依然在80%左右。

天赐材料方面亦表达了类似的观点。王博说：“从行业的角度来看，锂电池行业在持续增长，如果市占率没办法达到我们预期的区间内，公司发展也就无法达到预期。包括公司在做的一些海外布局，也是在围绕这个目标。为提高市占率，公司更加关注客户结构以及客户群体的规模。目前来看，一些二线的电池厂商也在持续增加产能。公司希望可以扩展一些客户，不局限于诸如宁德时代这样的巨头电池厂，进而提高市场占有。”

在追求市占率的同时，两家公司均意识到新技术研发对于提升护城河的重要性。当前的锂电

池市场中，固态、钠电池、快充、大电流等技术成为重点发力的方向。

其中，为了顺应新能源汽车对快充的需求，LiFSI(双氟磺酰亚胺锂盐)电解液产品受到市场关注。目前，天赐材料在国内LiFSI方面的出货量领先于同行。而多氟多也规划了1万吨LiFSI新增产能。

某锂电池企业人士表示，LiFSI作为一款新兴锂盐具备一定的市场门槛，目前主要集中在头部几家公司生产。生产LiFSI的设备需要具备一定的耐腐蚀性，同时原材料方面也会有相应的调整，而在制造工艺方面，国内主要采用三步法方式，对工艺流程的收率要求比较高，不然最终的良品率会受到影响，这些因素都会最终体现在价格方面。

此外，在钠离子电池领域，多氟多已布局正负极研发规划；天赐材料则仍然聚焦在电解液领域。目前，天赐材料在六氟磷酸钠电解液已经具备相应的解决方案。

磷肥市场高开低走 磷化工企业盈利承压

业绩普降

本报记者 陈家运
北京报道

受市场供需波动及产品价格下滑影响，2023年磷化工企业业绩普遍承压。

近日，磷化工巨头川发龙蟒(002312.SZ)公布了2023年度业绩预告，报告期内归属于上市公司股东的净利润为3.3亿元—4.3亿元，同比下降59.59%—68.99%。此外，兴发集团(600141.SH)、云天化(600096.SH)等公司的业绩也预计出现不同程度的下滑。

中研普华研究员李芬珍子在接受《中国经营报》记者采访时表示，市场低迷和主流产品价格下跌是多家磷化工企业业绩下滑的主要原因。

卓创资讯分析师肖莉也告诉记者，磷肥企业虽然经过多年的产业结构调整，但整体产能过剩仍然较为明显。2023年磷肥市场呈现高开低走趋势，其中磷酸一铵市场均价为3047元/吨，较2022年同期下跌12.34%。

受景气周期下行、供需错配等不利因素影响，2023年磷化工行业诸多产品价格均有所下滑。

以磷肥为例，2023年其价格持续下滑。卓创资讯数据显示，2023年磷肥市场呈现高开低走趋势。其中，磷酸一铵市场均价为3047元/吨，较2022年同期下跌12.34%。2023年其价格最高点出现在11月，最高价为3442元/吨，最低价出现在7月，为2506元/吨，价格最大波动幅度936元/吨；2023年磷酸二铵市场均价为3895元/

吨，较2022年下跌3.54%。其价格最高点在1月，为4070元/吨，最低价在7月，为3605元/吨，价格最大波动幅度465元/吨。

肖莉向记者分析，磷肥价格受原材料价格波动影响明显。卓创资讯磷酸一铵毛利率模型显示，2023年55%粉状磷酸一铵平均原料成本约2445元/吨，较2022年同期下滑483元/吨，平均毛利率为19%，较2022年提升1.65个百分点。

2023年磷酸二铵市场价格整体波动幅度小于磷酸一铵，原因在于除

供应国内市场外，企业出口增加，供应维持偏紧状态。虽然春季用肥结束后价格有所下滑，但秋季支撑稳定，企业毛利率与2022年相比较好。

卓创资讯磷酸二铵毛利率模型显示，2023年64%磷酸二铵平均原料成本约2848元/吨，较2022年同期降低551元/吨，平均毛利率为21.67%，同比上涨7.59个百分点。

肖莉表示，从中长期来看，磷肥市场上游资源支撑较强，供给端去产能化，国家严控磷铵新增产能，而需求端则关系到粮食安全问

题，下游存在刚需。磷矿石作为资源性产品，高品位矿石供应量逐年减少，因此拥有矿石资源的企业利润优势将愈加明显。

具体从企业业绩层面来看，2023年的盈利能力普遍承压。

其中，兴发集团预计2023年度实现归属于上市公司股东的净利润为13.6亿—14.6亿元，较2022年同期减少约43.92亿—44.92亿元，同比下降75.05%—76.76%；云天化预计2023年度实现归母净利润45亿元左右，与2022年同期(法定披露

数据)相比预计减少15.21亿元左右，预计同比减少25.27%左右。

兴发集团方面表示，报告期内受宏观经济及市场供需变化影响，公司农化板块及有机硅板块市场景气度明显下行，草甘膦原药、有机硅DMC等产品销售价格、产销量同比亦出现不同程度下滑，导致板块盈利水平明显下降。但自2023年三季度以来，农化板块市场行情逐步回暖，产品盈利能力有所增强，带动公司经营业绩连续两个季度实现环比明显增长。

业，建设3个左右特色突出的先进制造业集群，大中小融通、上下游协同发展的产业生态不断优化，鼓励“云贵川”立足资源能源禀赋、产业基础条件、环境承载能力等，以化工园区为载体，以产业链、创新链、生态链融通发展为路径，打造若干特色优势鲜明、产业链条完整、创新要素集聚、专业化协作配套水平好的先进制造业集群。

到进一步保障，有利于提升公司盈利能力和平等竞争力。

李芬珍子表示，随着全球经济的快速发展，对磷资源的需求日益增长，尤其是在农业、工业以及新能源等领域，磷资源的利用价值正在不断提升。通过扩大生产规模，龙头企业可以在市场上占据更大的份额，从而提高其在行业中的竞争地位。

政策引导

2024年1月3日，工业和信息化部、国家发展改革委等八部门发布《推进磷资源高效高值利用实施方案》(以下简称《方案》)，旨在加强全产业链统筹规划，引导磷化工产业加快转型升级，提升磷资源可持续保障能力和高效、高值利用水平，实现高质量发展。

《方案》提出，严格控制磷铵、黄磷等行业新增产能。促进磷肥

保供稳价，优先保障磷肥企业磷矿需求，引导企业科学排产、维持合理库存、稳定市场预期，支持骨干企业做强，积极发展新型高效磷肥品种。扩大湿法净化磷酸及黄磷精深加工生产能力，延伸发展功能性磷酸盐高附加值磷化学品，推动产业发展方式由规模扩张向精细化、专用化、系列化的服务型制造转变。

2024年1月5日，招商证券方面认为，《方案》的发布有助于国内磷资源产业集中度提升。《方案》的目标是到2026年，磷资源可持续保障能力明显增强，磷化工自主创新能力、绿色安全水平稳步提升，高端磷化学品供给能力大幅提高，区域优势互补和联动发展能力不断增强，产业链供应链韧性和安全水平更加稳固。李芬珍子也表示，《方案》的推

出将对我国磷化工行业带来深远的影响，通过推广高效、高值利用技术，可以降低磷资源的浪费，提高其利用效率，从而实现磷资源的可持续利用。同时通过优化资源配置，推动产业升级，可以实现磷化工行业的结构优化，提高其整体竞争力。招商证券方面表示，《方案》提出要形成3家左右具有产业主导力、全球竞争力的一流磷化工企

高端化转型

在政策的推动下，多家磷化工上市公司由传统磷铵产品向高端化、精细化、高附加值方向转型升级。

2024年1月27日，贵州江山——瓮福新材料及电子化学品项目签约仪式在贵州磷化集团举行。江山股份(600389.SH)与瓮安县政府、瓮福(集团)有限责任公司三方签订投资协议，打造磷化

工循环一体化产业链项目。该项目位于瓮安县经济开发区精细化工园，占地面积约6000亩，预留发展用地4000亩，由瓮福集团、江山股份共同投资约220亿元，项目建成后年产值将超过400亿元。据悉，江山股份主导的磷资源综合利用项目，以贵州江山作为主体投资建设，总投资约36亿元，占地800亩，项目将分三期建设，建

成后年可实现营收52亿元。

江山股份董事长薛健指出，此次江山股份与瓮福集团的合作既有利于双方强强、延链、补链，打造磷化工循环一体化完整产业链，实现资源循环利用，降低运营成本，提升竞争力，也有利于瓮安政府打造全国示范性千亿级高端绿色工业园区，进一步招引磷化工下游高端精细化工投资，实现磷资源梯级

美国科技企业裁员潮再起 AI成“背后推手”?

本报记者 曲忠芳 北京报道

美国在线简历制作平台 Resume Builder 曾在 2023 年 12 月对 906 名企业领导人进行了一项调研，结果显示，38% 的受访者表示 2024 年所在企业可能会裁员，52% 的受访企业领导人表示所在企业可能在 2024 年实施招聘冻结。

当时钟拨到 2024 年 1 月 31 日，该项调研结果的预测正变成现实。《中国经营报》记者从美国科技企业裁员监测网站 Layoffs.fyi 了解到，仅 2024 年 1 月份，已有 103 家科技企业采取了裁员措施，其中不乏微软、谷歌、Salesforce、亚马逊、PayPal 等知名大型企业，总共裁减员工规模将近 2.9 万人。

需要指出的是，Layoffs.fyi 统计数据显示，美国科技企业自 2022 年 5 月至 2024 年 1 月这 21 个月里，几乎每个月的裁员总数都在 5000 人以上，其中 18 个月里涉及裁员的企业数量超过 100 家。与 2023 年 1 月共 277 家科技企业裁员近 9 万人的规模相比，2024 年 1 月实施裁员的企业数量、员工规模似乎“小巫见大巫”，但实际上这是继 2023 年下半年裁员现象短暂缓解后达到的一个新的小高潮，涉及裁员的很多企业是 2023 年年初、2024 年年初两次裁员高潮的共同参与者。更为重要的是，在此轮裁员中，作为 2023 年最为火热的生成式人工智能(AI)技术是否扮演了一个“推波助澜”的角色，引发了业界较大的讨论与争议。

“羊群效应”：裁员重组、降本调整

三成以上的受访企业领导人反映 2023 年所在企业已经采取了减少或取消奖金、降低或停止节日福利或奖金的举措来降低成本。

记者观察到，2024 年 1 月采取裁员举措的科技企业涉及广泛，既包括初创型的科技企业，又不乏行业巨头，覆盖消费零售、软件、能源科技、金融服务、广告营销、媒体等多个细分领域。

就在 2024 年 1 月 25 日，微软游戏业务裁减 9%，约 1900 名员工，被裁员工主要集中在 2023 年 10 月完成收购的动视暴雪及 Xbox 游戏工作室的游戏研发团队 ZeniMax。1 月 29 日，被称为“扫地机鼻祖”的 iRobot 宣布裁减 31% 的员工，涉及 350 人，因未获得监管机构批准，iRobot“卖身”亚马逊的交易以失败告终。根据 iRobot 披露的数据，预计 2023 年全年营收为 8.91 亿美元，同比下降 25%，亏损在 2.65 亿至 2.85 亿美元之间。另据 TheVerge 报道，谷歌在 1 月中旬确认在包括 Pixel、Nest、Fitbit 等部门分别裁掉了“几百个职位”，裁员规模超过 1000 人。随后不久，谷歌旗下流媒体服

务平台 YouTube 部门裁减约 100 名员工。同时，《华尔街日报》于 1 月 26 日援引知情人士消息称，CRM 软件巨头 Salesforce 将在全公司范围内裁员约 700 人。2024 年 1 月初，视频游戏软件服务商 Unity 在一份监管文件中披露将裁减约 25% 的员工，影响约 1800 个工作岗位，预计到 2024 年 3 月底完成，成为 Unity 有史以来规模最大的一次裁员。除此之外，金融支付公司 PayPal 于 1 月 31 日被曝裁员约 9%，约 2500 名员工受到影响。PayPal 首席执行官 Alex Chriss 在致员工的信中表示，此举意在“通过直接裁员和取消空缺职位来调整公司的规模”“裁员将使公司以满足客户需求和推动盈利增长所需的速度前进”。值得一提的是，获得 OpenAI 投资以及微软合作支持、因推出可穿戴的 AI Pin 备受关注的 AI 初创企业 Humane 也是此轮裁员潮的参与者，解雇了 4% 的员工作为

削减成本的措施之一。

正如华盛顿大学福斯特商学院教授 Jeff Shulman 所说，“科技行业存在‘羊群效应’”“裁员有助于科技公司的股价上涨，这些公司没有理由停止(裁员)这件事。”需要指出的是，此轮裁员潮中的参与企业同样是 2023 年裁员潮的参与者。当一家大型科技企业裁员之后，同行业的竞争对手公司的董事会、高管层往往也会跟进采取同样的做法，一方面是为了行业性的普遍现象能够为自身的裁员提供“掩护”；另一方面往往也是为了弥补因盲目扩招、投资失误等决策失误而采取的一种手段。

事实上，据 Resume Builder 调研数据，三成以上的受访企业领导人反映 2023 年所在企业已经采取了减少或取消奖金、降低或停止节日福利或奖金的举措来降低成本；还有 12% 表示企业在一定程度上降低了员工工资，涵



美国科技企业自 2022 年 5 月至 2024 年 1 月这 21 个月里，几乎每个月的裁员总数都在 5000 人以上。
视觉中国图

盖中层管理者、高级管理人员以及初级员工。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林指出，美国科技公司数量很多，裁员实际是正常现象，一方面是这么多科技公司中总会有掉队的企业；另

一方面也是因为科技公司本身处在动态变化的行业领域中，裁员重组也是企业主动调整战略及策略的表现。以微软对收购的动视暴雪为例，近几年来动视暴雪的游戏作品乏善可陈，与其“躺在历史功劳簿”上，不如通过裁员来激发组织活力。

AI 技术在裁员潮中扮演了什么角色？

生成式 AI、AI 大模型的热潮在“替代”甚至“消灭”部分职业岗位的同时，也在催生一些新的岗位需求。

在过去的一年里，由 Chat GPT 引领的生成式 AI、AI 大模型成为全球科技领域最为火热的技术，以迅雷不及掩耳之势席卷各个产业，2024 年被业界视为 AI 大模型、生成式 AI 全面落地的一年。处在技术变革期，企业从组织、人力、战略等进行全面的调整变革，自然会带来员工及岗位的大变动。与此同时，关于 AI 替代、取代人类劳动力的讨论一直以来不绝于耳。那么，AI 技术浪潮在美股科技企业裁员潮中究竟扮演了什么样的角色？

记者观察到，裁员的大多数企业并未明确提到 AI 浪潮是其裁减员工的主要原因，而是将持续的裁员作为其近两年来削减成本、保持良好利润和现金流运转、保障业务高效运转的普遍性措施之一。当然，也有部分企业明确提

到了 AI 对于招聘、裁员等的影响。比如美国联合包裹运输公司 UPS 在 2024 年 1 月 30 日宣布裁员 1.2 万人，称用工成本的上涨和物流需求的下降导致其 2023 年营收及 2024 年业绩预测数据不及预期。该公司公开表示，人工智能及其带来的自动化将顶替不少被裁掉的岗位，哪怕日后物流的市场需求恢复上升，这些岗位也不会回来了。ERP(企业资源计划)软件巨头 SAP 在 1 月 24 日发布财报后不久宣布，2024 年启动一项耗资约 20 亿欧元的重组计划，约 8000 个职位受到影响。财报显示，截至 2023 年年底，SAP 全球共有 10.76 万名员工。SAP 首席执行官 Christian Klein 对外表示：“2024 年，SAP 将进一步加大对关键战略增长领域的关注，特别是商业 AI。展望未来，这将使我们在创

新领域保持领先地位，同时提高运营模式的可扩展性。”

在前不久举行的 CES(国际消费电子展)2024 上，著名 AI 科学家李飞飞、吴恩达在对话中一致认为，2024 年将会是 AI 技术继续深化的一年，同时也会覆盖到更多行业，成为下一次数字革命或工业革命真正的变革性驱动力。这次由大模型引发的 AI 浪潮，并不会像 7 年前那波 AI 热潮一样，热闹几年后就进入“冰河期”。基于此趋势，无论是科技巨头，还是中小型企业都纷纷加大在 AI 领域或者向 AI 方向转型的投入力度。生成式 AI、AI 大模型的热潮在“替代”甚至“消灭”部分职业岗位的同时，也在催生一些新的岗位需求，美国创业孵化器 Y Combinator 在官网更新称，由其投资的、位于旧金山湾区的 69 家 AI 初创企业正在积极

开展招聘工作。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇认为，因 AI 新技术的迅速兴起，且在人员编制和预算都有限的情况下，一些科技企业通过裁掉其他非核心领域的研发人员，把省出来的钱投入到 AI 领域。尽管 AI 技术导致了某些职位的消失，但它也在创造新的就业机会。特别是在 AI 和机器学习领域，这些岗位的薪资普遍较高，需求量也在持续增长。因此，即使 AI 在某种程度上推动了裁员浪潮，但它也在技术产业中创造了新的就业机会和发展方向。

在科技部国家科技专家库专家、方融科技高级工程师周迪看来，AI 技术的广泛应用提高了生产效率，在许多行业中，AI 已经成为提高生产效率和降低成本的必要手段。通过自动化和智能化生

产，企业可以减少对人力的依赖，提高生产效率和质量。这对于企业来说是一个重要的竞争优势，也是裁员潮背后的重要原因。其次，AI 技术可以帮助企业优化人力资源配置。通过 AI 分析员工数据和业绩表现，企业可以更好地了解员工的技能和优势，从而更好地配置人力资源。这种优化配置可以使企业在人员数量减少的情况下，仍然保持生产和创新的效率。AI 在裁员潮中起到了多重作用，在对现有的就业岗位产生冲击作用的同时，大量需要 AI 的应用将产生，这会创造一大批的就业机会和就业岗位，因此它也具有利于就业的一面。“我们改变不了科技进展的形势，只能去接纳它、拥抱它。在人工智能时代不断地提高自己，适应这个时代。”

多地公布“强芯”政策 确定发展目标

本报记者 秦枭 北京报道

集成电路市场在 2023 年依然未能摆脱下行周期的束缚。Gartner 的数据显示，整个半导体行业市场规模在 2023 年下降了 11.1%，总额降至 5330 亿美元。

然而，在当前春寒料峭之时，2024 年伊始，全国各地关于集成

多地目标确立

记者梳理发现，国内各地“强芯”政策涵盖了产业链的各个环节，包括设计、制造、封装测试等，部分地区将集成电路产业规模目标定在千亿元。

其中，2023 年 12 月 29 日，山东省人民政府发布《关于加快实施“十大工程”推动新一代信息技术产业高质量发展的指导意见》(以下简称《指导意见》)提出，加快“芯机联动”，支持整机龙头企业联合省内外集成电路设计企业，开发适配一批配套芯片，力争到 2025 年，全省集成电路产业规模过千亿元。

重庆市人民政府印发的《重庆市集成电路设计产业发展行动计划(2023—2027 年)》(以下简称《行动计划》)提出，到 2027 年，重

庆市集成电路设计产业营收突破 120 亿元；新增集成电路设计企业 100 家以上，其中营收超过 5 亿元的企业 1 家以上、营收超过 2 亿元的企业 4 家以上。

北京社科院副研究员王鹏认为，近期全国多地密集出台集成电路鼓励政策的原因是多方面的。首先，集成电路是现代信息社会的核心基础产业之一，对于提升国家经济实力和科技水平具有重要意义；其次，随着全球信息化和智能化的加速发展，集成电路市场需求持续增长，各地希望通过鼓励政策推动本地集成电路产业发展，抢占市场先机；此外，集成电路产业具有高投入、高风险、高回报的特点，政府通过出台鼓励政策可以引导社会资本投入，降低

受访表示，集成电路作为现代信息社会的关键基础产业，具有高投入、高风险和高回报的特性。政府通过实施激励政策，可引导社会资本投入，减轻企业负担，推动产业发展。但这些政策的陆续出台是否意味着国内集成电路发展有了明确目标和路线图，还要看如何落地实施以及市场如何响应。

企业风险，促进产业发展。

“近期，全国多地纷纷出台针对集成电路产业的鼓励政策，这一动作背后有着多重原因。”中国信息协会常务副理事长、国研新经济研究院创始院长朱克力表示：“一方面，随着全球科技竞争日趋激烈，集成电路作为核心信息技术的战略地位愈发凸显，在此背景下，各地意识到要在未来科技版图中占据一席之地，必须加大对集成电路产业的扶持力度。另一方面，集成电路产业发展还能带动相关产业链上下游的协同发展，对提升地方经济实力、优化产业结构具有重要意义，为此各地纷纷出台政策，旨在通过优化产业环境、提供资金支持等方式，推动集成电路产业高质量发展。”

路径逐渐清晰

除确定目标外，相较于以往，各地的政策涵盖了产业链的各个环节，旨在推动集成电路产业高质量发展，提高自主创新能力和服务竞争力。

例如《指导意见》提出，大力推动 EDA 设计工具、专用设备、关键材料等产品。支持济南市瞄准新能源汽车、5G、光电等市场需求，构建碳化硅、氮化镓等第三代半导体全产业链。

广东省工信厅在 2024 年主要工作计划中更是指出了具体项目的规划，要深入推进“广东强芯”工程，推动芯粤能、新锐光掩模等产业链爬坡满产，粤芯三期、华润微、增芯科技等新建项目顺利投产，在宽禁带半导体、智能传感器、装备零

部件等领域布局引进更多项目，持续扩大有效产能供给。

王鹏表示，相较于此前的政策，此次地方密集出台的相关政策明确了发展思路及路径，这确实意味着国内集成电路发展有了更明确的目标。过去，中国在集成电路领域的发展相对分散，缺乏整体规划和明确目标，导致资源利用效率不高。现在，各地政府通过出台政策，明确了集成电路产业的发展重点和方向，有助于引导企业、研究机构和资本等各方力量形成合力，共同推动中国集成电路产业实现高质量发展。

在全联并购公会信用管理委员会专家安光勇看来，此次地方密集出台的相关政策明确了发展思

2023 年中国芯片进出口“双减”

实际上，不止是 2024 年，自 2000 年以来，我国便陆续出台政策促进国内集成电路产业发展。

在市场需求拉动和政策支持下，中国集成电路产业虽起步较晚，但产业规模迅速增长，自给率也在不断提高。2023 年，国内集成电路进口数量和进口都在减少。

国家统计局于 2024 年 1 月 17 日公布的数据显示，2023 年中国的集成电路产量为 3514 亿块；据海关总署公布的数据，2023 年全年中国集成电路(芯片)进口数量为 4795.6 亿颗，同比减少 10.8%；进口金额为 24590.7 亿元人民币，同比减少了 10.6%。如果将进口金额以美元计算(3490 亿美元)，与

2022 年相比更是下降了 15.4%。

市场分析认为，出现这种结果的部分原因在于，美国对中国半导体产业的限制刺激了中国芯片企业的成长，以及中国厂商对于供应链安全的考量加大了对于国内半导体供应链的采用比例。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛分析认为，根据海关总署公布的数据，中国集成电路进口数量和金额的减少，确实可能与国产替代增加有关。这一变化反映了中国集成电路产业自主创新能力的提升，以及国内市场对国产芯片接受度的增加。随着国内企业在关键技术上的突破和产能的扩张，国产芯片在

路及路径，并在一定程度上意味着国内集成电路发展有了明确的目标。在经济下滑、地方债务危机和房地产行业暴雷的背景下，国内外企业变得保守，投资意愿降低。在这种情况下，地方政府出台明确的发展政策，旨在为企业提供明确的发展方向和稳定的政策环境，吸引企业投资，推动集成电路产业链的完善和技术创新，从而促进经济复苏和转型。

不过，朱克力提醒道：“是否意味着国内集成电路发展有了明确目标和路线图，还要看这些政策如何落地实施以及市场如何响应，发展目标的实现离不开政府、企业、科研机构等多方的共同努力与持续投入。”

性能和成本上逐渐具有竞争力，能够在一定程度上替代部分进口产品，满足国内市场的需求。此外，全球供应链的调整也可能影响到进口数据的变化。总体来说，进口减少是国产集成电路产业发展积极向好的一个重要信号。

深度科技研究院院长张孝荣表示，国产替代增加可能是导致 2023 年中国集成电路(芯片)进口数量同比减少的原因之一。但是，进口金额同比减少的原因可能还包括国际市场变化、贸易环境等因素的影响。因此，需要综合考虑各种因素，才能准确判断进口金额下降的原因。

美国AI禁令再打补丁 亚马逊AWS、微软Azure受影响

本报记者 李玉洋 上海报道

在进一步限制高性能AI芯片对华出口后，美国相关部门又祭出新招数。

近日，美国商务部公布了《采取额外措施，以应对重大恶意网络活动的国家紧急状态》(以下简称“《额外措施》”)的提案，该提案要求微软Azure、亚马逊AWS等美国云厂商在提供云服务时，要收集验证外国用户的身份和IP地址等信息，限制外国用户对美国云服务产品的访问。

而美国商务部长吉娜·雷蒙多在接受路透社采访时表示：“我们不能允许中国或其他我们不希望的玩家，使用我们的云服务训练他们的模型。我们引入了芯片出口禁令，但那些芯片正在被美国的云计算数据中心使用，所以我们需要考虑关闭这些渠道，以避免潜在的恶意行为。”于是，“美国将阻止中国用户使用AWS、Azure等训练大模型”这个说法开始广泛传播。

《中国经营报》记者注意到，这份38页的提案没一处提到“中国”，虽然这种说法有些夸大、标题党，但多位采访对象均表示该提案明显指向中国，将对中国大模型公司产生一定影响。不过，这种影响不是太大，因为中国大模型公司大部分使用的是国内云厂商。

“暂时没有。”大模型创业者刘付江对记者表示，这个提案还未影响公司的模型训练。亚马逊云科技中国(宁夏)区域的运营公司西云数据的一位员工表示，公司还没有通知相关消息，“具体情况不是很清楚，目前这应该不是正式的政策，还不会影响国内正常使用服务的用户”。

对于如何看待美国商务部这份提案以及这份提案是否会影响未来其在华开展业务，记者联系亚马逊AWS方面，截至发稿未获答复。“我觉得影响应该不会特别大，大部分的中国企业在使用中国的云厂商。”调研机构Omdia人工智能首席分析师苏廉节建议，那些使用国外云厂商的中国大模型公司可以尽早更换供应商。

限制或将延伸到云层面

这或是美国政府于2023年10月17日出台进一步限制高性能AI芯片对华出口后，对华AI封锁令的“补漏洞”行为。

根据《额外措施》这份提案，美国政府将要求美国云计算公司根据“了解你的客户计划或客户识别计划”，验证那些为了使用美国云计算服务而注册或维护账号的外国人身份；还将设定识别外国用户身份的最低标准，并要求云计算公司每年进行合规认证。

而所谓“重大恶意网络活动”则包含了使用美国基础设施服务(IaaS)厂商的云计算来训练AI大模型。该提案明确要求微软Azure、亚马逊AWS等美国云服务厂商在提供云服务时，要收集验证外国用户的身份和IP地址等信息，限制外国用户对美国云服务产品的访问。

据悉，该提案的意见征询期将于2024年4月29日结束，美国将根据征求意见最终修改确定该提案。这或是美国政府于2023年10月17日出台进一步限制高性能AI芯片对华出口后，对华AI封锁令的“补漏洞”行为。

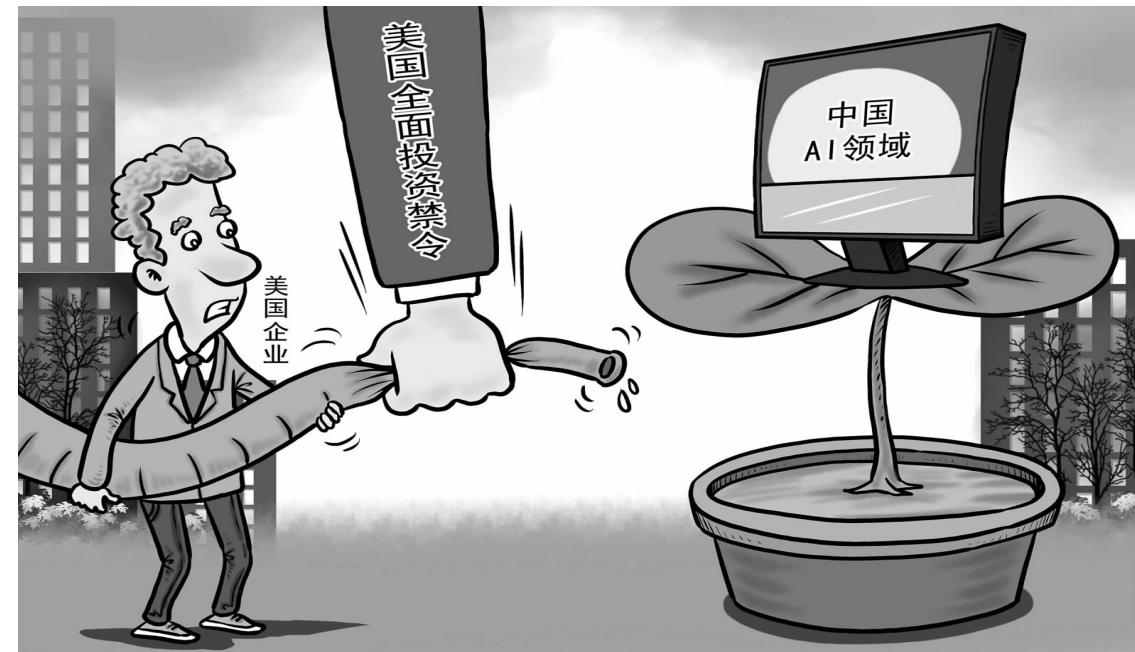
根据市场研究机构Gartner的数据，2022年全球计算基础设施服务(IaaS)市场达到了1203亿美元，相比2021年的928亿美元增长了29.7%。从相关厂商的全球市场份额来看，亚马逊AWS和微软Azure这两家美国云服务厂商的市场份额分别高达40%和21.5%，阿里云虽排第三，但收入落后于前两者较多。

“从该征求意见稿中‘了解您的客户计划或客户识别计划’，这点其实落实在细节里就是要验证身份，国内的客户就会被在各个环节被限制使用。”上海正策律师事务所律师董毅智指出该提案虽未提中国，却明确指向中国。

盈科律师事务所律师瞿琨认为，美国政府要求云计算公司验证外国用户身份，这是一种网络安全管理的措施，但同时也可能引发一定程度的国际争议。

“这一提案针对性强，对中国大模型公司可能会产生一定影响。

因为在实际操作中，外国用户在注册和使用美国公司云计算服务时，可能需要提供更多身份验证信息，这会增加中国大模型公司的运营成本和复杂性。”瞿琨指出，这一提案也可能影响到中国企业在海外市场的拓展，进一步限制它们获取先进技术和全球资源的机会。



视觉中国/图

美国对中国AI领域的限制不断升级。

对于相关问题，外交部发言人表示，人工智能发展治理攸关全人类命运，需要的是群策群力、协调应对，而不是脱钩断链、围栏筑墙。我们敦促美方不要违背科技发展的客观规律，切实尊重市场经济和公平竞争原则，为加强人工智能领域的国际协调合作创造良好条件。

大部分模型跑在国内云平台上

亚马逊AWS和微软Azure在中国云计算市场占有一定的份额，特别是在中国企业出海业务这一领域。若相关限制实施，将影响AWS和Azure在中国云计算市场的业务推广及运营。

某国内云厂商代理商谢川辉表示，在A800/H800芯片对华被禁之后，有一些国内大模型公司通过API的方式接入亚马逊AWS来训练模型。一名前亚马逊云科技中国公司覃姓员工表示，中国大多数大模型公司使用的是国内云厂商，那些想要开拓海外市场的企业才会使用AWS、Azure等国外云厂商。他还提到，国内某家大模型独角兽使用AWS训练模型，每月费用在40万—50万美元，但这种情况很少。

也就是说，中国大模型公司如果站在国际视角，要像米哈游、莉莉丝等游戏公司赢得海外市场，他们才会选择亚马逊AWS等。据了解，亚马逊AWS和微软Azure在中国云计算市场占有一定的份额，特别是在中国企业出海业务这一领域。若相关限制实施，将影响AWS和Azure在中国云计算市场的业务推广及运营。

而亚马逊AWS在国内云计算市场份额并不大。IDC中国2023年《中国公有云服务市场跟踪》数据显示，亚马逊AWS目前在中国的市场份额为8.6%，排在阿里云、华为云、天翼云和腾讯云之后，位列第五。而微软Azure甚至排不出该榜单前五名。

从AI算力供给方的视角来看，大模型是打破云市场现状的变量。在“2023云栖大会”上，阿里巴巴集团董事会主席蔡崇信表示，目前全国80%的科技企业和超过一半的AI大模型公司跑在阿里云上。

自2023年以来，阿里云、华为云、腾讯云等国内多家云厂商均已发布自研的AI大模型平台，根据各厂商的表述，相关大模型的训练工作均在国内的算力平台完成。

有投资者在互动平台向万兴科技提问，公司天幕大模型是否使用AWS、Azure等海外云服务进行训练？对此，万兴科技指出，公司目前未使用投资者提及的海外云服务进行大模型的训练，公司天幕大模型的训练是在国内算力和服务器基础上进行的，相关禁令对公司影响不大。

“大部分的中国企业在使用中国

的云厂商，一来便宜，二来本地化。”苏廉节表示，目前来说该提案对中国大模型公司还不会产生直接影响，而那些使用了国外云厂商的少数派需提早更换供应商。

而申万宏源计算机团队则认为，中国主流大模型训练算力基本在本地部署，加大云端限制对中国大模型迭代没有直接影响。若2024年国产大模型达到GPT 4水平，单个集群算力要求或达到万P级别，昇腾/海光算力集群组网成功的可能性最大。

2023年扭亏为盈 “指纹芯片一哥”汇顶科技困局已解？

本报记者 陈佳岗 广州报道

在下游消费电子需求的回暖下，产业链回暖趋势愈加明显，部分产业链公司也在陆续摆脱亏损泥潭。被称为“指纹芯片一哥”的

深圳市汇顶科技股份有限公司(603160.SH)预计2023年能扭亏为盈。

近日，汇顶科技公布2023年业绩预告，显示去年盈利1.32亿元到1.82亿元。

走出困境？

汇顶科技是一家基于芯片设计和软件开发的整体应用解决方案提供商，主力产品为指纹识别芯片和触控芯片，主要面向智能终端、物联网及汽车电子领域提供领先的半导体软硬件解决方案，其中屏下光学指纹产品在高端手机市场表现强势。

过去几年，受主要产品竞争加剧，出货量与销售价格承压以及消费电子需求疲软的影响，汇顶科技从一家高盈利公司陷入亏损，总市值也从巅峰时期近1800亿元跌至目前的不足300亿元。汇顶科技2022年全年归母公司的净利润为-7.47亿元，归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润为-8.6亿元。

2024年1月29日，汇顶科技发布2023年业绩预告，预计期内实现营业收入44.05亿元左右，同比增长30.2%左右；归属于母公司的净利润为1.32亿元到1.82亿元。预计归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润为1.01亿元到1.51亿元。

关于去年能够实现扭亏为盈的原因，汇顶科技方面表示，主要受终端客户需求增加及库存结构调整影响，外加OLED软屏的加速渗透，公司指纹、触控产品依托产品优势实现市场份额的进一步提升，同比上年同期出货量实现大

幅增长，库存大幅降低，收入实现30.2%的同比增长。

此外，公司结合市场需求及自身实际情况，调整和优化了相关研发项目，合理分配研发资源并积极提升研发效率，成效明显；同时，公司加强管控销售费用和管理费用，2023年公司销管研费用合计金额同比减少约5.38亿元，同比下降26.5%左右。

而屏下指纹芯片的出货量回暖也与手机市场大环境在2023年下半年开始改善、手机OLED屏占比持续提升不无关系。

根据各家市场调研机构的数据，中国智能手机市场第四季度出货量开始回暖。IDC发布的报告显示，2023年第四季度，中国智能手机市场出货量约为7363万台，同比增长1.2%，在10个季度连续同比下降后首次实现反弹。市场需求逐渐好转，但整体表现仍低于预期。

CINNO Research资深分析师刘雨实向记者提供的数据显示，2023年，国内智能手机屏下指纹识别占比43%，同比上升10个百分点，主要源于小米、荣耀、华为等主流品牌屏下指纹识别手机销量增长的带动，其中小米同比增幅最大，达129%，荣耀、华为同比分别增长48%和42%。

2023年第三季度，国内OLED智能手机渗透率已提升至67%，出

这是汇顶科技在2022年业绩亏损后重新扭亏为盈，《中国经营报》记者注意到，汇顶科技能够重新盈利，离不开上游智能手机市场在回暖以及OLED手机占比提升的因素。不过，对于汇顶科技而言，这并不意味着已经摆脱市场竞争加剧、毛利率下滑以及迎来新业务未实现较快增长的困局。而业绩预告发布后也未能提振汇顶科技股价，截至2024年1月31日收盘，公司股价连日下跌。



近年来，屏幕指纹识别加速向手机、电脑等渗透。

视觉中国/图

货量同比增长23%。在OLED智能手机出货量同比增加的情况下，屏下指纹识别搭载率呈持续上行趋势占比创历史新高，达45%，而侧边指纹识别占比同比下降12%，后置指纹识别占比下降至1%，前置指纹已淡出国内智能手机指纹识别市场。

事实上，不仅是汇顶科技，欧菲光(603160.SH)日前披露的业绩预告显示，2023年第四季度，中国智能手机市场出货量约为7363万台，同比增长1.2%，在10个季度连续同比下降后首次实现反弹。市场需求逐渐好转，但整体表现仍低于预期。

CINNO Research资深分析师刘雨实向记者提供的数据显示，2023年，国内智能手机屏下指纹识别占比43%，同比上升10个百分点，主要源于小米、荣耀、华为等主流品牌屏下指纹识别手机销量增长的带动，其中小米同比增幅最大，达129%，荣耀、华为同比分别增长48%和42%。

2023年第三季度，国内OLED

力供应商之一。

值得留意的是，汇顶科技也是华为Mate 60系列的指纹识别芯片供应商。随着华为手机恢复供应，相关产业链供应商也在泥潭中复苏。

刘雨实向记者分析：“汇顶科技业绩回暖一方面得益于OLED折叠屏下指纹识别渗透率的上升和汇顶科技主力客户华为在智能手机市场强势回归的带动，另一方面也得益于汇顶分散手机业务风险，开展多元化经营，车载业务规模不断壮大。”

天风国际分析师郭明錤认为，汇顶科技是被低估的国产替代赢家，预估2024年在光学指纹业务会出现强劲增长，并且为OPPO、vivo等公司提供相关产品。

多元化发展情况待观察

尽管受益于消费电子市场正在复苏，汇顶科技的业绩正在回暖，但摆在汇顶科技面前的低毛利和业务依赖性仍是待解决的问题。

2018年，汇顶科技最大的竞争对手思立微被上市公司兆易创新(603986.SH)收购，随后随着光学屏下指纹技术成为安卓手机市场上的主流，思立微、神盾股份(TWO: 6462)、联咏科技等第二梯队厂商开始强势追赶，虹软科技(688088.SH)等新玩家也于2020年下半年入场，不仅让指纹识别芯片行业竞争加剧，也让汇顶科技的毛利率从2019年第三季度的60.79%一路下滑，到2023年上半年，公司综合毛利率已降至41.40%，低毛利率问题仍无法解决。汇顶科技董事长张帆2023年6月曾直言：“指纹芯片技术发展成熟，市场竞争激烈，厂商之间的价格战，也影响了汇顶科技毛利率，从而进一步压缩了利润空间。”

此外，从业务构成来看，在业绩增长陷入困局后的汇顶科技一直在寻求转型机会，但截至2023年上半年，汇顶科技仍有近八成的业务(指纹识别芯片和触控芯片)依赖下游智能手机、平板电脑等消费电子产品。

而2023年上半年，汇顶科技曾因“2023年第二季度，重要客户突然关停所有芯片产品的研发，导致TWS项目的验证工作终止”而陷入亏损，业内认为，背后是汇顶科技上市以来，其前五大客户集中度高带来的风险。

财报数据显示，汇顶科技自上市以来，即2016年至2022年，其前五大客户销售额占年度销售额的比例分别为：70.66%、54.31%、65.54%、80.46%、84.34%、60.62%、52.92%。前五大客户销售额占比

在减小，但仍超过五成。

为了分散风险，汇顶科技近年来也进行产品多元化，积极向汽车领域拓展。日前，汇顶科技向投资者介绍，车规级触摸屏芯片可支持小、中、大尺寸全系列中控屏，已规模商用于日产、三菱、上汽、广汽、比亚迪、理想等众多海外、合资及自主品牌，并覆盖日韩、欧美及中国市场。车规级触摸按键芯片于2023年二季度在知名汽车品牌商用，未来公司还将不断增加触摸按键MCU新品类，引领人车交互创新潮流。

有投资者询问汇顶科技是否研发AI芯片，汇顶科技方面表示，公司一直致力于为客户提供芯片以及完整解决方案，即芯片硬件、软件和算法。公司的指纹产品带有深度学习的AI算法，有助于客户产品的性能不断提升；手机音频软件业务Voice-Experience、AudioCapture，以及车载音频软件业务CarVoice，都是基于AI技术并采用了业界先进技术，来实现产品的智能化和对环境的自适应。

在2023年年报中，汇顶科技并未披露新业务具体营收贡献，仅表示，研发项目优化调整，新产品蓄势待发，以期未来打开新的业务增长点。

从目前来看，汇顶科技的股价已然与昔日高光时刻相去甚远，而对于新业务具体贡献如何，何时能迎来高增长，以及公司什么时候能摆脱低毛利率的局面，记者联系采访汇顶科技方面，截至目前尚未给出回复。

5G带动万亿经济产出 深度覆盖将成下阶段重点

本报记者 谭伦 北京报道

回顾过去一年助推数字经济的要素,5G仍然承担着我国信息通信产业发展的重任。

在近日国务院新闻办公室召开的2023年工业和信息化发展情况新闻发布会上,工业和信息化部(以下简称“工信部”)副部长辛国斌表示,在信息通信业方面,2023年电信业务收入同比增长

6.2%,电信业务总量同比增长16.8%,成为赋能经济增长的一个重要支撑。

其中,截至2023年年底,我国已累计建成5G基站337.7万个,5G移动电话用户达8.05亿户,5G网络接入流量占比达47%,全国行政村通5G比例超过80%,具备千兆网络服务能力的端口达到2302万个。同时,移动物联网终端用户占移动网络终端连接数的

比重达到57.5%。随着技术产业创新发展,5G定制化基站、5G轻量化技术实现商用部署,推出全球首款卫星通话智能手机、6G、量子通信、人工智能等创新能力大幅提升。在此背景下,辛国斌表示,5G带来的赋能效应持续凸显,5G应用融入71个国民经济大类,“5G+工业互联网”项目数超过1万个。

据中国信息通信研究院(以

下简称“信通院”)测算,预计2023年5G将直接带动经济总产出1.86万亿元,直接带动经济增加值约5512亿元,分别比2022年增长29%、41%;间接带动总产出约4.24万亿元,间接带动经济增加值约1.55万亿元,两项数据均比2022年增长22%。随着5G逐步迈入规模发展期,5G对我国经济社会高质量发展的带动效应进一步增强。

5G基站“进化”

三大运营商自2022年起陆续启动5G小基站集采,并在小基站的技术创新上加大投入。

2024年是5G商用的第五个年头,5G建设也整体迈入“下半场”。作为我国移动通信网络建设的底座,5G基站也在其中发挥了关键作用。

工信部最新数据显示,2023年年底我国已完成全国所有地级市、县城城区的5G网络覆盖,年度新建5G基站数超额完成。其中,2023年1—10月我国新增5G基站90.3万座,提前完成60万站的年新增目标,5G基站在全国基站总数占比近三成,每万人基站数达22.8座,已达到《“十四五”信息通信行业发展规划》目标的87.7%。

但与此同时,规模化带来的成

本与耗能问题受到公众关注。对此,Omdia电信战略高级首席分析师杨光告诉《中国经营报》记者,5G基站主要包括宏站与小站两类,前者体积更大,成本更高,耗能更多。“5G建设早期,基站主要以宏站部署为主,但随着我国5G网络进入精细化覆盖阶段,部署重心正在让位于体积更小、需求定制化的小站。”杨光表示。

此外,中国移动研究院无线与终端技术研究所副所长李勇认为,5G小站还具有支持云化、智能化及与边缘计算等技术结合的能力,可为工业互联网等垂直行业提供整体解决方案,在行业5G专网建设中

将扮演重要角色。

受此推动,记者注意到,三大运营商自2022年起陆续启动5G小基站集采,并在小基站的技术创新上加大投入。2023年2月,中国电信首次成功研发了5G扩展型小基站国产化远端射频单元,芯片和器件国产化率达100%,实现了小基站产品国产化研发的首个里程碑,推动了小基站设备国产芯片的应用和发展。

2023年6月,中国移动发布了包括5G工业云基站、5G矿山基站、5G游牧站在内5G智简行业基站产品。中国移动相关人士向记者表示,该系列基站可在公网

通用基站基础上进行网络和业务能力按需叠加和裁剪,快速敏捷升级为行业专用基站,具备能力定制、部署敏捷、使用简便、成本可控等优势。

而在节碳耗能方面,工信部总工程师赵志国近日透露,5G网络正加快向集约高效、绿色低碳发展,将充分利用存量站址资源、公共资源和社会杆塔资源等建设5G基站,积极推动通信杆塔资源与社会杆塔资源双向共享。

“目前90%以上的基站实现共建共享。5G基站能耗持续下降,5G基站单站能耗相较于商用初期降低超20%。”赵志国表示。

5G轻量化普及

5G RedCap将从2024年开始大规模采用,该技术将成为5G设备的中速率连接解决方案。

在网络基站更新迭代的基础上,5G技术如何更快地与商用市场融合,也成为当前产业市场聚焦的方向。

“在推动行业融合应用的基础上,5G的轻量化是决策层和产业端都形成的发展共识。”杨光向记者表示。

5G的轻量化,也称5G RedCap,直译为“5G降低能力(版本)”,该技术标准由全球5G标准制定组织3GPP定义,旨在通过减少终端带宽、收发天线数量、降低调制阶数等方式,降低终端成本和功耗,以便更利于5G的普及应用,因此,5G RedCap也在业内被广泛理解为“轻量化5G”。

记者注意到,早在2022年年

底,我国IMT-2020(5G)推进组完成5G RedCap各项关键技术试验,华为、中兴、中信科移动、紫光展锐等我国产业链企业相继完成关键技术功能和外场性能验证,为随后的推广奠定了技术基础。

2023年以来,我国5G RedCap芯片、模组、终端的商用进展进入加速期,围绕电力、工业、视频监控等重点行业完成了多项5G RedCap试商用现场验证。同年10月,工信部发布《关于推进5G轻量化(RedCap)技术演进和应用创新发展的通知》,文件提出,到2025年,全国县级以上城市实现5G RedCap规模覆盖,5G RedCap连接数实现千万级增长;推动5G RedCap芯片、

模组、终端等产业关键环节成本持续下降,终端产品超过100款。

据记者不完全统计,当前,中国移动、中国联通、鼎桥、移远通信、广和通等国内企业已经相继发布了5G RedCap模组。

全球电信市场研究机构Omdia在最新的研报中预计,5G RedCap将从2024年开始大规模采用,该技术将成为5G设备的中速率连接解决方案,4G则将在2030年之后逐步淘汰。Omdia方面认为,2024年将是5G RedCap增长的关键一年,中国将成为出货量最大的市场。

该研报同时指出,2023年,超过60%的物联网模块出货量来自亚洲和大洋洲地区,约占物联网连接

数的80%。此外,汽车行业成为一个关键驱动力,由于对集成5G连接的智能汽车的需求不断增长,汽车行业的模块出货量将不断增加。

值得注意的是,就在近日,工信部联合交通运输部等五部委联合开展智能网联汽车“车路云一体化”应用试点工作,试点期为2024—2026年。相关通知要求,实现试点区域5G通信网络全覆盖,部署LTE-V2X直连通信路侧单元(RSU)等在内的C-V2X基础设施。

杨光认为,目前中国车联网市场的智能化趋势还处于早期阶段,这也意味着5G RedCap会在未来成为最有潜力的网络连接市场之一,而这正是我国大力推行5G轻量化的原因。

三大运营商2023年12月运营数据公告显示

单位:亿户



视觉中国/图

消费市场增势向好

2023年,我国净增5G移动电话用户2.44亿户,净增量较上年高出3840万户。

行业融合应用市场规模化的同时,我国5G消费级市场也在过去一年持续扩大。

终端方面,依托我国完备的产业链供应链和大市场优势,我国5G手机出货量规模已占到全球市场四成的份额。据中国信通院统计,截至2023年10月,国内5G手机机型累计达895款。在全球5G手机出货量2.856亿部中,我国厂商市场份额占比达43.1%;在全球5G手机出货量TOP10中,我国厂商占据八席。

此外,国内5G非手机终端同比增长59.2%,超过同期5G手机新机型数量。新上市终端除无线CPE、网关、平板电脑车载终端等传统类型外,5G摄像头、直播平板、医疗专用终端、5G音视频执法记录仪等创新产品不断涌现。

对于消费级5G终端产品繁荣的原因,赵志国认为,5G移动电话用户持续增长、5G流量消费快速提升,促进了裸眼3D、云手机等新兴业务蓬勃发展,有效拓展了移动通信市场的发展空间。

“虽然目前还没有出现所谓杀级的5G消费级应用,但固有的换机周期,加上行业和

家居智能化联网的势头,在一定程度上推动了用户更新5G终端的进程。”杨光表示。

记者从工信部获悉,2023年,我国净增5G移动电话用户2.44亿户,净增量较上年高出3840万户。截至2023年年底,中国移动电话用户规模达17.27亿户,移动电话用户普及率达到122.5部/百人,较全球平均水平(107部/百人)高出15.5个百分点。其中,5G移动电话用户数达8.05亿户,在移动电话用户中占比46.6%,是全球平均水平的2.5倍。

对此,工信部有关负责人指出,我国5G网络规模和质量已是世界领先,下一步,为了更广泛、深入、安全地挖掘5G潜能,网络建设还必须进一步加快,主要集中于推动偏远地区补盲覆盖、重点场景深度覆盖、5G行业专网发展等方面。

此外,赵志国强调,加强政策引导、加快应用拓展、提升创新能力,将是工信部下一步的重点工作。“工信部将同产学研用各方,加强跨部门协作,持续推进5G应用规模化发展不断取得新成效,为推动经济社会高质量发展提供坚强保障。”他表示。

全球半导体格局生变:英特尔重夺王座 英伟达跻身前三

格局生变

本报记者 吴清 北京报道

半导体行业波动下行中,市场格局悄然生变。

2024年1月30日,《中国经营报》记者从市场调研机构Counterpoint Research处获悉,2023年,全球半导体行业营收5213亿美元,同比下滑8.8%,同时英特尔超越三星成为世界上最大的半导体芯片公司。

数据显示,2023年,三星电子半导体芯片部门的营收从2022年的702亿美元跌至2023年的434亿美元,同期英特尔半导体业务虽然有所下滑,但跌幅更小,以营收505亿美元登顶。

Counterpoint Research榜单上其他的半导体芯片公司分别是:英伟达、高通、博通、SK海力士、AMD、德州仪器、英飞凌和意法半导体。值得一提的是,由于AI大模型的火爆,作为AI金矿旁卖铲子的英伟达业绩大涨,首度跻身全球半导体收入前三。

三星电子是全球最大的DRAM(动态随机存取存储器)制造商,产品广泛应用于智能手机和电脑等设备。

一段时间以来,全球半导体市场经历了持久的下行调整,2023年上半年,存储器价格延续2022年下半年的下降趋势,DRAM价格较最高点下跌超过60%。

半导体部门一直是三星电子的主要利润来源,巅峰时曾贡献了该公司近八成的利润。不过在全球半导体处于行业谷底的背景下,过去一年却拖累了业绩。2023年全球消费电子需求持续疲软,对智能手机和存储芯片的需求仍

然低迷。

三星电子日前公布2023年第四季度财报显示,受半导体部门业绩不佳影响,三星电子营业利润连续第六个季度下滑,四季度利润同比减少35%。2023年营业利润为6.54万亿韩元,同比减少84.92%。

Counterpoint Research榜单上其他的半导体芯片制造商包括:英伟达、高通、博通、SK海力士、AMD、德州仪器、英飞凌和意法半导体。

得益于人工智能的蓬勃发展和对用于云服务器的强大GPU的需求激增,全球芯片行业几乎只有英伟达一家实现了收入增长。

2023年,英伟达的收入从2022年

的163亿美元飙升至303亿美元,增幅高达86%,排名也从2022年的第十位跃升至第三位。

高通排名第四,2023年收入为302亿美元,比2022年的363亿美元下降了17%。博通则凭借300亿美元的收入保持了第五的位置。

三星在内存芯片市场上的最大竞争对手SK海力士的收入为236亿美元,比2022年的350亿美元下滑33%。AMD的收入从2022年的236亿美元小幅下降4%至2023年的226亿美元。德州仪器排名第七,收入从2022年的200亿美元下降12%至2023年的175亿美元。

实际上,过去一年,大部分半

导体巨头都遭遇了业绩的下滑。根据Counterpoint Research的数据,2023年,由于企业和消费者支出放缓,全球半导体行业营收同比下降了8.8%,下降至5213亿美元。

这在其他机构的相关数据也得到了佐证。根据市场调查机构Gartner初步统计结果,2023年,全球半导体营收总额为5330亿美元,同比下降了11.1%。

Gartner发布的排名同样显示,2023年,英特尔超过了三星,排名第一。Gartner方面分析认为,英特尔之所以能占据榜首,是因为三星和SK海力士受到了内存组件疲软的打击。

AI领域动作频频,2024年有望实现稳健增长。

Counterpoint高级分析师William Li表示:“我们认为人工智能(AI服务器、AI PC、AI智能手机等)将继续成为2024年半导体行业的主要内生增长动力,同时还有内存行业因供过于求状况正常化和需求复苏而出现的反弹。同时汽车行业可能成为市场的另一个驱动力,这已经是英飞凌和意法半导体在2023年的主要收入驱动力。”

半导体各领域的复苏、表现仍待观察,这也意味着,未来全球半导体行业格局变动将依然持续。

不过好消息是,对于半导体行业而言,最坏的时刻正在过去。美国半导体行业协会(SIA)近期表示,2024年半导体销售额有望摆脱萎缩转为增加,预计将增长13.1%。世界半导体贸易统计组织(WSTS)不久前也上调了2024年全球半导体市场销售预测,其预计2024年全球半导体营收将达5883.64亿美元,其中存储芯片的营收将大幅增长44.8%,成为推动半导体营收增长的主要动力。

记者从半导体供应链人士处获悉,多家半导体芯片厂已向终端厂商发送涨价函,消费电子将进入新一轮涨价周期。三星早在2023年第三季度,即对DRAM存储进行了涨价。此外,包括铠侠在内的多个厂商目前也对产品进行了涨价。

“半导体行业的集体减产提价,对消费电子产业影响巨大,加上汽车电子的需求依然强劲,预期2024年智能手机、电脑等消费电子将进入涨价周期。”上述供应链人士对记者表示。

当前,智能手机、笔记本电脑与平板电脑等消费电子产品尚未彻底走出低谷,但已出现复苏势头,同时AI开发热潮也给存储芯片制造商带来新的机会。为了配合算力要求极高的AI服务器,高密度存储(HBM)

芯片成了“新宠”。据悉,HBM是一种处理数据速度更快的芯片,可以加快训练AI模型的数据处理速度。

为此,多家半导体企业正在扩张HBM专用线,大幅增加HBM生产线产能。据半导体研究和咨询公司SemiAnalysis测算,HBM的价格大约是标准DRAM芯片的5倍,利润丰厚,预计HBM占全球内存收入的比例将从目前的不到5%增长到2026年的20%以上。高附加值产品是否能给半导体企业带来业绩反弹,值得期待。

尽管三星半导体业务在2023年表现低迷,但展望2024年,该公司预计年营业利润将增长4倍以上,达到33万亿韩元,年收入有望接近302.7万亿韩元。

业内认为,随着内存芯片需求的增加,加上内存芯片的价格较2023年上涨,预计三星电子的营收将在2024年有所改善。这可能会帮助该公司从英特尔手中夺回桂冠,再次成为全球最大的半导体芯片公司。

同时,虽然由于芯片限制,中国业务存在不确定性,但AI浪潮的持续,将继续推动英伟达业绩和排名的攀高。而英特尔的营收虽有下滑,但2023年在代工业务和汽车电子业务等进展迅速,在

腾讯押注游戏出海背后

出海承压

资本退潮对国产游戏造成压力是全方位的，出海是其中一面。

“对于策划来说，出海肯定变难了。品质越来越卷，玩法越来越卷。”供职于国内一家专攻SLG厂商的游戏策划胡静（化名）表示。

国产游戏出海收入已连续两年出现下降。《报告》显示，2019—2021年，国产游戏在海外市场的销售收入增速分别达到20.95%、33.25%、16.59%；2022—2023年，情况急转直下，收入同比下降3.70%、5.65%。

三成企业认为，出海业务面临的最大挑战是：出海赛道竞争激烈、流量获取成本上升、缺乏本土化人才。

对于目前的出海业务，胡静表示：“玩家见过的SLG品类游戏越多，对品质、玩法要求越高。玩家更容易流失，留存更难做。”海外玩家变得挑剔，让制作者不得不打起精神做好产品服务，“常态就是永远都在调。”

破局之道

在海外市场急剧扩张的时代暂告一段落后，中国厂商思考的是如何守住当前阵地。

成熟市场仍是游戏出海主要方向，预计未来中国游戏企业仍将深挖这些地区。

《报告》显示，中国移动的出海收入主要集中在美国、日本、韩国、德国等国家。2023年，美国、日本、韩国市场为中国出海游戏提供了超过五成的海外收入。

在日本、韩国游戏市场，国产游戏的收入由2022年的负增长转为正增长，但在美国、德国、英国市场，仍然持续下滑。

腾讯“最大希望”

腾讯海外游戏收入的快速增长大大增加了行业以及投资者的信心。

尽管如此，全球最赚钱的手游大厂腾讯仍然选择继续押注游戏出海。在1月29日的腾讯年会上，腾讯CEO马化腾将游戏称为“公司的王牌业务”，并表示游戏出海是腾讯出海国际化的最大希望。

Showlo对记者表示，市场饱和、获客成本高、制作成本高都是游戏出海压力变大的原因。此外，外界投资减少，影响行业内循环，也导致了游戏出海活力衰退。

2020年疫情期间，游戏产业受益于居家红利带来的“宅经济”效应，投资者一度十分看好游戏市场，国产游戏出海也由此迎来一波热潮。如今，游戏市场投资的活跃度出现下降，游戏出海告别急剧扩张时代。

伽马数据《2021中国游戏市场投融资调查报告》显示，2019—2021年的中国游戏领域投资事件数量逐年翻倍，分别为57起、117起、209起；《2022年非上市游戏企业竞争力报告》显示，2022年上半年，游戏企业投融资数量同比减少了78.2%。

资本退潮对国产游戏造成的压



在1月29日的腾讯年会上，腾讯CEO马化腾表示，游戏出海是腾讯出海国际化的最大希望。图为2023ChinaJoy展腾讯游戏展台。 视觉中国/图

力是全方位的，出海是其中一面。

“如果中国游戏厂商是一个池子的话，没有新鲜的水蓄进来，向外输出就会变少。厂商在出海方面就会选择保守一点。”Showlo说道：“一些厂商蓄不起来，就要裁员、倒闭。游戏行业大环境的遇冷，从这两年游戏行业裁人、优化就可以窥

探一二了。”

《报告》显示，在国产游戏出海收入进一步下降的同时，全球市场开始显现复苏迹象。2023年，全球游戏市场规模11773.79亿元，同比增长6.00%；其中全球移动游戏市场规模约为6062.67亿元，同比增长1.98%。《报告》提及，虽然全球市场

规模有所提振，但也需要考虑到通货膨胀、全球货币政策等宏观要素。市场取得实质性复苏依然有赖于全球经济的进一步上行。

Showlo告诉记者，游戏产生利润的周期会慢一点，一部分研发商和发行商利润萎缩，短期没有破局机会。

TikTok等向来是中国游戏企业海外大量获客的主要布局阵地。而游戏企业开始着眼于新兴的方式，如通过KOL（意见领袖）推广、短视频、直播等，来直接将内容传递给受众，或者与海外受众熟知的IP联动，以此获得受众的关注。

《报告》认为，出海产品本地化是最关键的因素。出海企业不仅要关注内容的本地化，还应深入研究当地的支付渠道、流量渠道。

从中国游戏企业海外业务的分

布来看，日、韩、中国港澳台、东南亚等邻近地区是中国游戏企业布局海外游戏业务的首选。同时，中国游戏企业围绕距离较远的市场展开布局，除美国、欧洲等经济发达地区外也尝试挖掘巴西、沙特等市场的潜力。

《报告》指出：“需要注意的是较远地区与国内用户游戏偏好差异较大，在布局侧一方面需要选择用户偏好度比较高的品类，另一方面需要基于市场特质做好本地化或定制化开发产品。”

国际市场游戏收入。

中娱智库创始人兼首席分析师高东旭指出，在国内游戏市场增长见顶的情况下，腾讯海外游戏收入的快速增长大大增加了行业以及投资者的信心，这也是前几年腾讯在海外资本上布局收购的结果显现。

《幻兽帕鲁》爆火至服务器崩盘 游戏上云前景几何？

本报记者 李哲 北京报道

2024年首款现象级游戏《幻兽帕鲁》横空出世。随之而来的幸福的烦恼。由于大量玩家涌入，致使服务器不堪重负，影响了游戏体验。

阿里云、腾讯云迅速嗅到商机，相继推出帕鲁专属服务器。这再次将游戏上云话题推到台前。

当前全球云计算市场快速发

展，而云游戏仍然如同一个“小透明”隐身在手游的背后。

一位游戏公司人士向《中国经营报》记者表示，云游戏和VR、AR、5G等技术是有依存关系的。现在的云游戏基本上是以现有游戏进行云化之后的产物。记者采访获悉，当前多家游戏公司的主要精力仍然集中在移动端游戏市场，布局云游戏“试水”的意味更浓。

服务器崩盘

1月19日，《幻兽帕鲁》在游戏平台Steam上架抢先体验版，上架8小时内销量破100万份，5天就卖出700万份的超高销量，在线人数更是最高达到186万人，创下Steam平台历史第二的好成绩，仅次于2017年火爆的现象级游戏《绝地求生》。

在《幻兽帕鲁》爆火之际，遭遇一件尴尬的事情。该游戏开发商Pocketpair作为一个初创公司，面对大量玩家的涌入显得有些力不从心。《幻兽帕鲁》是一款可以多人联机的游戏，由于太多玩家涌入，在游戏过程中，官方服务器遭遇高负载，多人模式和服务器出现了连接问题，给游戏体验带来了延迟和卡顿。

对此，国内云服务厂商迅速给出了自己的解决方案。

1月28日，阿里云发布专属《幻兽帕鲁》的服务器配置，宣称“不到1分钟，就搭建好了一台帕鲁专属服务器”。通过定制化的服务包，玩家几乎可以实现一键上云。按照官网信息，支持4—8人游戏的服务器资源包月价格为32.25元。腾讯云的解决方案紧随其

众多“玩家”入局

在云计算的加持下，游戏市场也迎来了新发展。

移动游戏发展至今，逐渐形成分化局面。一方面小游戏平台兴起，通过微信、抖音、支付宝等平台型App运营，将移动游戏App的概念弱化，进而降低游戏玩家游玩的门槛。另一方面，大制作游戏产品为了提供更好的游戏体验，安装包不断增加，使得手游端动辄10G的游戏已经并不鲜见。

一位游戏公司开发人士表示，硬件性能的不断提升，为游戏公司提供了更多可施展空间。

玩家对爆款游戏始终充满热情，但是，各玩家之间的硬件配置却并不相同。针对这一痛点，云平台应运而生。

记者了解到，云游戏是以云计算为基础的游戏方式，在云游戏的运行模式下，所有游戏都在服务器端运行，并将渲染完毕后的游戏画面压缩后通过网络传送给用户。

“试水”意味更浓

纵然云计算为云游戏市场发展铺设了良好的硬件基础，但当前仍然是移动游戏的天下。

伽马数据发布的《2023年中国游戏产业报告》显示，2023年我国移动游戏市场实际销售收入2268.60亿元，增长338.02亿元，同比增长17.51%，创下新的纪录。2023年，我国移动游戏实际销售收入占游戏市场总体规模的比例为74.88%。

“从目前情况来看，玩家倾向于在自己的游戏硬件上玩游戏仍

然增长13%，在出海手游发行商收入榜上名列米哈游之后，位列第二名。

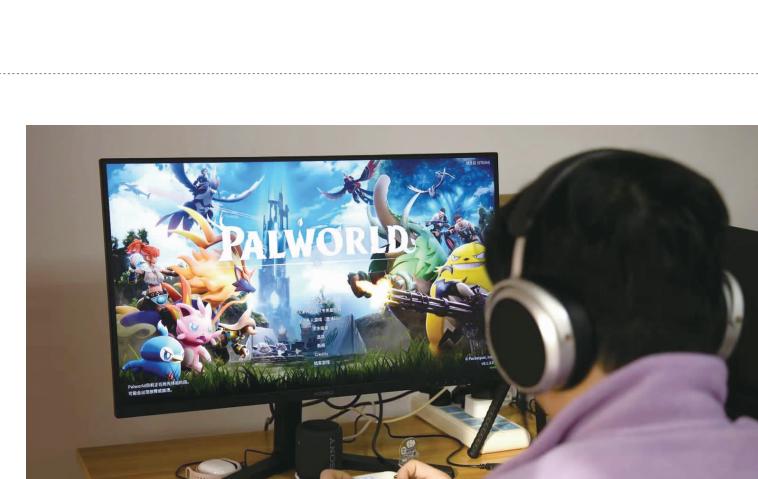
2023年第三季度，腾讯增值服务业务（以游戏为主）同比增长4%至757亿元，收入占比49%。

其中，国际市场游戏收入增长

14%至133亿元，已连续三个季度实

现双位数增长。增长因素包括《PUBG Mobile》收入回升，《胜利女神：妮姬》、《VALORANT》和《Triple Match 3D》作出了高贡献。

2021年12月，腾讯游戏推出全新海外品牌Level Infinite；2021年第三季度起，腾讯在财报中单独披露



2024年首款现象级游戏《幻兽帕鲁》横空出世。图为玩家在电脑前体验游戏《幻兽帕鲁》。 视觉中国/图

在客户端，用户的游戏设备不需要任何高端处理器和显卡，只需要基本的视频解压能力就可以了。

通过云端计算的方式运行游戏，成功解决了传统大型游戏与手机游戏的局限性问题，并融合两者优势，集便捷与体验于一体。

2022年以来，就有多款适用于

不同终端设备的“云+游戏”版本推出市场。例如《云·原神》《云·天涯明月刀》等，通过对终端适配、云计算架构等核心技术的优化使得用户在移动端便能体验到端游的游戏效果，在提高云游戏用户黏性的同时带来了可观的增量市场。随着技术的不断发展和市场的逐渐

成熟，云微端商业模式的前景将更加广阔。同时，iOS生态系统对云游戏的开放程度逐步提升，多端入口的发展趋势进一步拓宽了游戏的分发渠道。

近日，苹果公司宣布App Store开放云游戏应用的上架许可。同时，微软公司更是在不遗余力地推动云游戏市场发展。此外，腾讯旗下的START云游戏平台目前已经上线包括《英雄联盟》《命运方舟》在内的多款游戏产品。

《全球云游戏产业深度观察及趋势研判研究报告2023》（以下简称《报告》）显示，2022年，中国云游戏月活人数已达到8410万人，同比增长35.21%。到2025年预计增至1.8亿人左右。据中国信通院统计，2022年，中国云游戏市场收入已达63.5亿元，同比增长56.4%。预计中国云游戏市场收入的增长将随市场规模的扩大逐渐趋于稳定，至2025年将增长至205.1亿元。

区氛围可以满足用户更深层次需求。

在部分玩家来说，虽然云游戏可以降低玩家设备的性能要求，但由于其并没有与手游形成差异化，玩家大多将云游戏定位在体验式游玩的层面。

“游戏上云之后对网络质量的要求更高，特别是出门的时候，如果遇到4G网络环境，卡顿就比较明显。同时，云游戏持续的包月服务也是一笔支出。”一位《云·原神》玩家来说。

车企开启电池自研潮 宁德时代如何突围?

本报记者 陈靖斌 广州报道

1月30日晚,宁德时代新能源科技股份有限公司(300750.SZ,下称“宁德时代”)发布业绩预告,预计公司2023年净利润425亿—455亿元,同比增长38.31%—48.07%。扣除非经常性损益后的净利润为385亿—415亿元,同比增长36.46%—47.09%。

行业产能过剩

产能过剩成为动力电池行业面临的严峻问题。

得益于国内外新能源行业保持较快增长速度以及动力电池及储能产业市场持续增长,宁德时代业绩上涨。此外,宁德时代的新技术、新产品陆续落地,海外市场拓展加速,客户合作关系进一步深化,产销量较快增长的同时,也实现了良好的经济效益。

从装车量来看,中国动力电池产业创新联盟数据显示,2023年宁德时代装车量为167.1GWh(吉瓦时),市占率为43.11%,在国内市场排名第一。从全球来看,韩国研究机构SNE Research(下称SNE)的数据显示,2023年前11个月,宁德时代全球装车量为233.4GWh,同比增长48.3%,市场占有率为37.4%。

尽管如此,产能过剩成为动力电池行业面临的严峻问题。

SNE在一份研究报告中称,由于全球经济不景气和高利率现象持续、前期的电动汽车购买力兑现、主要国家的补贴额减少或废除,全球电动汽车市场增长速度放缓,对于动力电池的需求也有所下降。

中国汽车动力电池产业创新联盟数据显示,2023年上半年,我国动力电池累计装车量152.1GWh,累计同比增长

尽管宁德时代2023年有所盈利,但其股价“预期”却屡屡遇挫。自2023年11月初的反弹结束后,宁德时代股价已经跌去近五分之一。而纵观过去的2023年,宁德时代的市值在2023年1月30日创下年内最高,达11495.69亿元。相较2024年1月30日的6192亿元,宁德时代一年内在二级市场共蒸发总市值近

5300亿元。

在业绩股价表现不一背后,是动力电池竞争日渐激烈,甚至产能出现明显过剩的表现。借此机会,车企也纷纷开启了自研电池潮。在此背景下,宁德时代又该何去何从?《中国经营报》记者就相关问题致电致函宁德时代,截至发稿未获进一步回复。

38.1%。但同期我国动力电池累计产量约293.6GWh,同比增长36.8%。即,2023年上半年动力电池的产量接近装车量的两倍,产量高于市场需求。

长安汽车董事长、党委书记朱华荣在2023中国汽车重庆论坛上指出,预计到2025年中国需求的动力电池产能约1000GWh,目前行业的产能已经达到4800GWh,产能出现严重过剩。

在此背景下,为稳住车企信心,2023年2月中旬,宁德时代针对理想、蔚来、华为、极氪等多家战略客户推行一个“锂矿返利”计划。

核心条款是未来三年,一部分动力电池的碳酸锂价格以20万元/吨结算,签署这项合作的车企,需要将约80%的电池采购量承诺给宁德时代。

此后在多个场合,宁德时代及公司董事长曾毓群表示,“锂矿返利”计划的推出,公司不是降价,而是获取一些矿产资源后不想赚取暴利;与长期战略客户分享,正推进与长期战略客户的沟通。”

尽管宁德时代不承认降价,但碳酸锂的价格实际上确是在一路下滑。

其中,自2022年年底,碳酸锂

价格一路下滑,从最高位的60万元/吨左右下跌至如今的10万元/吨附近,锂矿企业纷纷遭受业绩重创。1月30日,生意社商品行情分析系统显示,电池级碳酸锂基准价为10.08万元/吨,与本月月初相比,再度下降了2.14%。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力向记者指出,锂电池产能过剩对以宁德时代为代表的动力电池企业带来的影响是显而易见的。

“市场竞争加剧,产品价格下行压力增大,将直接压缩企业利润空间。宁德时代等动力电池巨头在面临庞大产能和库存时,需更灵活调整生产与销售策略,以应对市场需求波动。同时,产能过剩也可能导致行业洗牌加速,优胜劣汰,那些无法适应市场变化的企业可能面临被边缘化甚至淘汰的风险。”朱克力表示。

另一方面,朱克力则表示:“产能过剩也为企业发展转型升级契机。宁德时代等领军企业可借此机会加大研发投入,加速产品迭代,提升产品性能和质量,从而巩固与扩大市场份额。此外,还可积极拓展新的应用领域和市场,如储能、电动船舶、电动飞机等,以实现多元化发展。”

自研电池冲击

2021年的“电池荒”也确实让车企吃尽了苦头。

事实上,在动力电池产能过剩的周期,车企对宁德时代的“锂矿返利”并不买账,并纷纷开启了电池的自研潮。

从12月中旬开始,短短两周之内,埃安、极氪、蔚来三家造车新势力就相继发布自研电池。同时合资、外资企业也纷纷在电池自研上下功夫。宝马、大众、福特、丰田、本田等车企也推出了自研电池的计划,部分厂商甚至直接将目标定位为更先进的固态电池,希望在不同赛道“弯道超车”,摆脱对宁德时代的依赖。

有布局自研电池的车企人士向記者坦言,受前几年锂矿价格供不应求的影响,导致锂电池供应也受到一定影响,在吃过供应链紧张的教训后,使他们不得不坐下来思考,为什么我们不能通过自行购买锂矿以及自研电池来稳定供应链?

广汽埃安总经理古惠南在此前接受媒体采访时表示,由于如今技术变化很快,广汽埃安要通过自主研发来保证自己的竞争力。“你自己都没有核心科技了,这个企业走着走着就流向平庸、大众化,完全没有差异化的竞争优势。”

事实上,2021年的“电池荒”也确实让车企吃尽了苦头。

小鹏、蔚来、特斯拉等新能源车企在2021年不约而同指出:电池供应将成为2021年下半年的“瓶颈”。此前,为了能顺利拿到电池,小鹏汽车CEO何小鹏被曝在2021年二季度亲自在宁德时代蹲守了一周。虽然此事后来被何小鹏否认,但也从侧面印证了“电池荒”的存在。宁德时代董事长曾毓群更是在当年5月下旬召开的股东大会上表示,客户最近催货“让



记者走访广东一家电池生产车间,目前,许多车企自研自产动力电池。陈靖斌/摄影

他快受不了”。
以降低对宁德时代的依赖性。其次,车企自研电池可能会降低宁德时代的市场地位和影响力,因为车企可能会选择与自己有更多合作关系的电池供应商。最后,车企自研电池可能会加速动力电池市场的份额和盈利能力产生负面影响。”

朱克力则指出,对锂电池市场的依赖问题,以宁德时代为代表的动力电池企业需积极寻求转型之路。

“首先,可通过拓展业务领域来实现多元化发展,比如进军储能市场、电动交通工具市场等,这些领域同样对高性能、高安全性的动力电池有着旺盛需求并且市场潜力巨大。其次,加大研发投入和创新力度是关键,宁德时代等企业应继续深耕动力电池技术领域,不断推出更具创新性、更高性能的产品来满足市场需求。同时还可积极探索新的电池技术以及材料体系,如固态电池、钠离子电池等前沿技术,以寻求突破性发展。”朱克力表示。

——经 营 成 就 价 值——
中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

提质增效 低碳绿色发展



扫码了解更多

举起降本增效大刀

多家跨国零部件巨头裁员“瘦身”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“这是最好的时代，这是最坏的时代。”新能源汽车蓬勃发展的大背景下，行业竞争也日趋白热化，为提高企业的综合竞争力，汽车产业的上下游企业纷纷举起降本增效的大刀。

电动化转型阵痛期

传统内燃机向电气化出行转型的过程中，所需的岗位数量在减少。

1月19日，博世集团宣布，计划在2026年前裁员1200人，其中950人在德国本土。记者了解到，博世集团发布的裁员计划主要集中在智能驾驶与控制系统事业部(XC)。

对于上述裁员，博世中国相关负责人表示：“准确的数字将会受到尚未协商的措施和谈判影响，将在谈判结束后宣布。博世将会以‘负有社会责任’的方式来推进这个过程。”

相关资料显示，博世集团是世界领先的技术及服务供应商，有约42.1万名员工(截至2022年12月31日)。数据显示，博世集团2022财年创造了882亿欧元的销售额。博世业务划分为4个领域，涵盖智能出行、工业技术、消费品以及能源与建筑技术。

新兴领域或成第二增长极

罗兰贝格研究指出，从现在到2030年，汽车零部件行业的增长将主要来自不同于以往的新兴领域。

实际上，博世、采埃孚、法雷奥当下的现状，也在一定程度上折射出传统零部件行业所面临的共性问题。

罗兰贝格发布的《2023年全球汽车零部件供应商研究》指出，在历经连续三年的疫情挑战之后，全球汽车市场的复苏之路进展缓慢且尚不稳定。“零部件供应商仍面临诸多挑战：增长乏力、监管加刷、原材料价格和劳动力成本持续上涨、资本收紧与融资成本增加，以及随之而来的利润下滑。尤其对于传统零部件供应商而言，在应对全球颠覆性变革并在势不可挡的技术转型浪潮中找到自身定

位变得困难重重。”

相关数据显示，在诸多因素影响下，零部件供应商的息税前利润率结构性地下滑了近3个百分点，从大约7.5%下降至不到5%。据悉，上述利润率结构性下滑体现为如今更高的利润来自不同于以往的新兴领域。不同零部件领域表现分化加剧，喜忧参半。

具体来看，各类型零部件的利润率均呈现显著下滑，但数字化趋势及智能网联、自动驾驶等新兴功能使得汽车电子和信息娱乐系统的供应商能够维持较好的盈利水平。轮

的冲击，这些传统的汽车零部件供应巨头面临的经营压力剧增，迫切需要降低成本。

对于上述汽车零部件供应巨头的裁员举措，罗兰贝格全球高级合伙人郑泽告诉记者，电动化的转型、智能化的迈进，正在逐步打破过去由欧洲建立起来的汽车规则和体系。

郑泽进一步告诉记者：“电动化和智能化的转型过程中，前期所需的投入非常大。此外，电动汽车业务相较于传统的内燃机业务，盈利能力也比较低，加上全球车市不是特别景气，整车企业的订单数量在减少，多重负面因素的叠加，使得汽车零部件供应巨头倍感压力。”

前这些计划对于中国的业务和岗位不会带来任何影响，因为这两个市场的情况是不同的。”与此同时，博世中国相关负责人亦表示，这是汽车行业从内燃机时代转型电动化时代的一个阵痛期，对中国市场目前没有什么影响。

博世集团宣布裁员计划之前，采埃孚也对外表示，公司或于未来六年内在德国裁减1.2万个工作岗位，相当于德国所有员工数量的四分之一。对此，采埃孚集团发言人表示：“我们不对工会所言的相关数字发表评论，这些数字只是设想，并不是具体的计划。”

记者注意到，法国汽车零部件巨头法雷奥也在近期宣布将在全球范围内裁员1150人，其中235个位

于法国，735个位于欧洲。对此，法雷奥表示，裁员是为了提高集团在汽车电气化背景下的竞争力和效率，希望通过建立一个更加灵活、连贯和完整的组织来加强竞争力。

“在业务方面，曾经在驾驶辅助、AEB等方面领先中国公司的博世、大陆也已经有明显的危机感了。”郑泽补充道，“包括像采埃孚过去的一些竞争优势，在电动化时代也不是特别稳定，而这些都是让博世、采埃孚、法雷奥在本质上做大做强优化的根本原因。”

郑泽告诉记者：“在电动化的浪潮下，汽车零部件供应巨头需要做好断舍离，比如一些传统的内燃机业务需要剥离或者出售，它们投资也需要更加聚焦。”

2030年，汽车零部件行业的增长将主要来自不同于以往的新兴领域。

“随着传统燃油动力技术的持续衰退及机械部件的进一步通用化，软件、电子和电池技术将成为主要的增长动力。来自亚洲的新兴电动车主机厂将是需求的主要来源。除增长速度超乎想象的特斯拉之外，比亚迪等中国本土主机厂是目前唯一不断推动持续增长的企业。”罗兰贝格研究指出，“至关重要的是，如果北美和欧洲的传统动力系统供应商维持现有的产品组合，则几乎没有机会深度参与这一增长过程。”



1月19日，博世集团计划在2026年年底前裁员约1200人。图为博世中国总部。

本报资料图

将继续加码在华布局

2023年，各大汽车零部件供应巨头还纷纷加码在华布局。

中汽协数据显示，2023年，我国汽车产销量均突破3000万辆，分别完成3016.1万辆和3009.4万辆，同比分别增长11.6%和12%，其中2023年汽车出口491万辆，同比增长57.9%。

罗兰贝格指出，中国本土品牌市场份额的持续增长，为那些能够与快速增长的新兴品牌建立稳定合作关系的零部件供应巨头带来了新的增长机遇。

根据目前公开的信息可知，博世、采埃孚、法雷奥等汽车零部件供应巨头的裁员计划均未涉及中国市场。不仅如此，2023年，各大汽车零部件供应巨头还纷纷加码在华布局。

以博世集团为例，中国是博世的重要市场。智能出行集团在中国区的销售额占全球比例超过四分之一，同时还引领着技术创新、生产和应用。为此，博世持续加大在中国对关键领域本土研发制造能力的投入。例如，2023年3月，博世在苏州投资人民币约70亿元建设新能源汽车核心部件及自动驾驶研发制造基地，一期工程将于今年

年完工；2023年11月，博世氢动力系统(重庆)有限公司新工厂正式投入使用，加速推动氢能技术的产业化。

除此之外，博世华域烟台四期项目也于2023年下半年投产，该项目投资额达人民币7亿元，规划新增9条产线生产电动助力转向系统。面向未来，博世智能出行集团中国区董事会总裁王伟良表示：“我们将持续在电驱、氢燃料电池、新型制动系统、半导体、软件、车载计算机等关键技术领域深化本土布局，为客户提供更多有竞争力和价值的技术和服务，支持中国汽车产业的智能化和可持续出行发展。”

对于中国市场的重要性，博世中国总裁徐大全告诉记者：“中国对博世来说是非常重要的市场，在全球销售额的占比不断提升，2020年开始成为集团在全球最大的单一市场。博世对中国的支持以及对未来的发展完全看好。博世集团董事会主席史蒂凡·哈通一直在说要对中国市场加大投入，根植中国，全面服务好中国客户。”

昔日家居卖场“一哥”偿债压力递增

红星美凯龙另起炉灶入局汽车业务

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

昔日家居卖场“一哥”红星美凯龙家居集团股份有限公司(以下简称“红星美凯龙”，601828.SH)在2023年净利润为负的情况下，近日另起炉灶入局“卖车”。

资金困境未解

红星美凯龙在实控权易主后债务问题有增无减。

记者注意到，在2023年，建发股份(600153.SH)完成了对红星美凯龙的收购，成为红星美凯龙的新实控人，而红星美凯龙的董事长车建兴则被委任为总经理，董事长一职则由建发股份董事长郑永达担任，这并未扭转红星美凯龙债务升高的局面。

据红星美凯龙最新公告，截至2023年12月31日，公司及其子公司新增到期未能偿还的债务总额为4.11亿元，相关债务涉及多笔借款，包括质押借款和抵押借款，逾期原因则主要为未按期兑付。

具体来看，此次违约债务共涉及三笔，其中最大一笔债务超2亿元，债务人为厦门红星美凯龙影视文化娱乐有限公司，违约时间分别为2023年12月17日和23日，并且本息均逾期。

事实上，在2023年被收购前，红星美凯龙的债务就已开始升高。在2022年第三季度，红星美凯龙的总负债一度达到约760亿元。而截至2023年第三季度，有息负债已经达到了327亿元，其中一年内到期的规模占比约22%，逾期债务总额已达12.35亿元。

目前，红星美凯龙于上交所发布了2023年度业绩预告。该业绩预告，在2023年红星美凯龙的扣非净利润约为-13.9亿元至-10亿元，较2022年减少约262.2%至325.5%。

《中国经营报》记者注意到，

在2024年1月22日，红星美凯龙旗下的多只债券就已停牌。对此，红星美凯龙方面表示，这是由于重大事项存在不确定性，为保证信息披露公平，维护投资者权益。

实际上，近年来，红星美凯龙

一直为债务问题所困，一方面通过出售子公司资产等多种方式筹措资金还债，另一方面则开始另觅盈利新途径。记者注意到，2024年1月初，红星美凯龙与建发汽车共同合作的首家中空空间在成都开业。

据了解，中空空间业务是双方共同搭建的汽车经销业务，建发汽车方面表示，该业务将依托建发汽车专业运营经验，以及红星美凯龙全国数量最多、覆盖最广的家居卖场资源，将助力智能汽车品牌方快速复制，渗透至五

线城市，达成“空间百城百店”与“当月签约、当月运营”的发展愿景。

记者日前致电、致函红星美凯龙方面，希望采访了解相关情况，但截至发稿尚未收到进一步回复。

跨界入局汽车业务

事实上，红星美凯龙也在通过各种方式避免债务违约，但收效甚微。

记者注意到，2024年伊始，建发股份旗下的百强汽车经销商建发汽车的一则新闻显示，目前红星美凯龙已开始涉足汽车经销业务。据了解，双方合作的首家汽车经销门店“空间”已经在成都开业。

红星美凯龙执行总裁兼大营运中心总经理朱家桂此前在接受媒体记者采访时表示，作为红星美凯龙入局卖车的核心优势在于能够把展示中心、交付中心、营销活动中心、体验中心一体化。“消费者只要进入我们的场景，就可

以进行多个品牌的汽车体验、试驾等。”

在柏文喜看来，红星美凯龙跨界进军汽车经销业务可能会对其业绩产生积极影响。“这一举措不仅拓展了公司的业务范围，增加了收入来源，而且借助原有的家居卖场资源和渠道优势，红星美凯龙可以更好地整合资源，提供更全面的服务体验。”

江瀚则对记者表示，汽车经销业务与家居业务在运营模式、客户需求等方面存在较大差异，红星美凯龙需要在汽车经销业务中积累经验，逐步完善运营体系。

实际上，除了被建发股份收购

之后推出新业务，近年来红星美凯龙就已通过多种方式筹措资金试图解除偿还负债的燃眉之急。

在2021年，红星美凯龙将旗下7家物流子公司以23.12亿元的价格出售给远洋资本。同年，红星美凯龙将红星地产70%的股权转让给远洋集团和远洋资本，售价40亿元。随后红星美凯龙又将美凯龙物业80%的股权转让给旭辉集团旗下永升服务，涉及资金约6.96亿元。

此外，红星美凯龙还将旗下资产作为抵押贷款发行债券用以偿还负债、补充公司流动资金等。在2023年10月，红星美凯龙

方面表示，子公司新伟置业拟将所持物业上海全球家居1号店南馆作为底层资产，通过向投资者发行资产支持证券的方式募集资金并设立资产支持专项计划，规模不超过人民币40.01亿元，期限不超过8年。

记者日前走访了位于上海市普陀区的红星美凯龙上海全球家居1号店发现，尽管是工作日，该家居卖场仍有不少顾客前来，而入驻品牌方面囊括了包括欧派家居、老板电器、索菲亚、火星人集成灶等家居、家电头部品牌，不过也有部分门面处于装修或招商围挡状态。

上表示，已经在业务端同建发股份展开合作，“公司已与建发汽车及国内最大的中高端二手车平台卡乃驰达成战略合作，将与建发股份共同加快在汽车领域的开拓”。

不过，目前红星美凯龙面临的债务压力仍然不小。记者注意到，“红星美凯龙在此前公告停牌的多只债券将于2024年兑付利息，其中在3月10日，红星美凯龙将支付‘H21红星1’债券超过1亿元的利息；在2024年，红星美凯龙共需支付债券利息合计超过2亿元。”

除了以各种方式还债外，红星美凯龙自身的盈利能力也在进一步下降。记者注意到，在2023年1月，建发股份披露收购意愿时，红星美凯龙的净利润率尚为正值，但在2023年第三季度报告中，红星美凯龙的净利润率就已降至-6.46%。截至2024年1月24日，红星美凯龙在A股的总市值约为157亿元，已经较2023年初跌去30%，较市值最高位已跌去约80%。

市值下跌背后是红星美凯龙营收的下滑。据第三季度经营数

据，2023年1—9月，红星美凯龙自营及租赁板块收入约为51.94亿元，同比下降15.9%。红星美凯龙方面在回复上交所下发的《信息披露监管工作函》中表示，这主要系受国内经济环境波动影响，家居建材行业面对需求收缩、供给冲击双重压力，商场出租率出现阶段性下滑。“公司为了支持商户持续经营，对符合条件的商户给予租金及管理费优惠所致。”

江瀚告诉记者，红星美凯龙可以通过持续优化家居业务，调整产

从价格战到转型加速

网约车行业驶入“十字路口”

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

网约车行业或正驶入“十字路口”。

《中国经营报》记者在采访中了解到,随着网约车行业订单量的快速增长,行业活力日益增强,越

来越多的人加入网约车司机的队伍,由此带来行业内卷的加剧。司机的不断增加带来日均营收的下滑,不少司机反映为了保持收入需要工作更长时间。

而从企业端来看,过去几年,各大网约车平台为争夺市场份额

一度打响价格战。如今,随着聚合平台的入场行业内卷加剧,不少网约车订单“两头收佣金”,这进一步放大了司机们的营收困境。

正因如此,不少网约车企业也通过加速转型实现降本增效,从而谋求长期可持续的发展。据悉,曹

操出行、享道出行、T3出行等网约车平台一方面纷纷联合车企推出定制车,在降低成本的同时为司机提供定制化服务;另一方面从更长远的考虑提前布局Robotaxi(自动驾驶出租车),这也被认为是网约车行业破局的方向。

争议的“抽佣比例”

目前网约车行业平均抽成比例为25%—27%,但的确有一些订单抽成比例较高,超过30%。

“我和一个同乡在闵行区浦江镇租了一间屋子,放了一张上下铺床,分摊下来每人月租500元。但我们平时都在中心城区或者火车站、机场接送客人,很多时候就直接在车上睡觉过夜了。”李兵(化名)已在上海开网约车多年,他向记者说道。

平日里,李兵最不喜欢的就是来自聚合平台的订单。他告诉记者,聚合平台订单相比于网约车企业自营平台订单,差不多的路程司机到手收入会少20%左右。“但很多乘客又很喜欢在聚合平台叫车,一方面能同时叫几十个平台,叫车速度快;另一方面聚合平台优惠幅度往往更大。”

定制网约车涌现

一些网约车平台正发力定制车方向,寻求降本增效新路径。

2023年12月18日,享道出行宣布与上汽通用五菱达成战略合作,正式宣布推出全新网约车定制车型——享道定制版。据悉,新车基于共享化的运营场景定制,计划于2024年年初率先投放南宁、柳州、桂林等广西核心城市。

在享道出行方面看来,面对出行市场发展新趋势,网约车的定制开发和制造正是核心环节。通过“享道定制版”,享道出行不仅可以直接提升司乘体验,还将借此进一步迈入精细化运营的新阶段。

无独有偶,2023年3月,曹操出行正式发布共享定制车品牌曹操汽车,同时推出旗下首款定

“订单结束后乘客实付98.11元,但司机端却显示乘客只付了71.46元,中间凭空消失了26.65元,但司机实收仅有52.17元。”无独有偶,近日,东南大学交通法治与发展研究中心执行主任、中国城市公共交通协会网约车分会会长顾大松晒出了一份网约车订单截图。

记者注意到,以司机端的订单数据计算,上述订单抽成比例为27.06%,在30%的警戒线内。但从乘客端的数据来看,实际抽成比例却高达46.82%。

北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪告诉记者,交通运输部“阳光行动”要求网约

车平台抽成比例不能超过30%。网约车企业和聚合平台是合作关系,正常情况下聚合平台抽成比例为14%,剩下再由网约车企业进行抽成。

“我们调研发现,目前网约车行业平均抽成比例为25%—27%,但的确有一些订单抽成比例较高,超过30%。抽成比例超过40%的订单应该是个别情况,但会给司机带来特别不好的感受。”纪雪洪阐释道。

由于司机数量越来越多,整体订单量和收入都有所减少,为此李兵甚至准备了3台手机,在多个平台同时接单。在他看来,从2023年下半年的“一口价”模式到现在

的“抽佣比例高”,网约车行业爆发的一些舆论热点归根究底都源于司机收入的普遍下降。

交通运输部数据显示,截至2023年12月,中国网约车司机注册量达657.2万人,首次突破650万人。据此测算,12月中国新增网约车司机14.2万人,整个2023年新增148.2万人。

“此次‘抽佣比例’问题广受关注,核心问题还是收入下降。”纪雪洪调研发现,目前,有50%的网约车司机每小时收入为30—45元,如果取中位数38元计算,10小时的收入为380元,扣除各类相关成本,该收入属于中低收入。

时间仅需60秒,能够极大地帮助司机节约时间。

享道出行有关负责人也指出,考虑到网约车司机对车辆灵活驾驭、成本控制的需求,“享道星光定制版”通过降低能耗,让运营成本更具性价比。

针对乘客体验,记者了解到,在吉利·曹操60上,每名乘客都可以通过曹操出行手机App或小程序掌控车内各项智控功能。除了一键换气、智能控温功能,还有摇一摇寻车、免费Wi-Fi、智能语音助手、音乐随心听等智能化服务,上市以来获得良好口碑。

此外,采用定制车也是网约车

平台降低成本的重要路径。享道出行CEO倪立诚表示,网约车平台可以向整车厂提供运营车辆特性需求,整车厂则可以通过定制车来降低成本并提供支持。因此,整车厂和出行平台之间的紧密合作,是实现产品适配性、降低成本并推动产业发展的关键。

在纪雪洪看来,采用定制车最主要的就是能够提高司机和乘客的舒适感,同时利用换电技术能够降低运营成本。还可以在车上放置小冰箱之类的附加产品,让乘客在坐车场景下产生一些购物需求。总体来看,定制网约车还是有一定的想象空间。



此前,曹操出行正式发布共享定制车品牌曹操汽车,同时推出旗下首款定制车吉利·曹操60。本报资料室/图

谋局自动驾驶

网约车平台应当加强技术创新,提高服务质量和效率,布局Robotaxi便是最主要的方向之一。

在经济学家余丰慧看来,网约车行业抽成比例高,与市场竞争激烈、盈利模式单一密不可分。为应对这些困境,网约车平台应当加强技术创新,提高服务质量,布局Robotaxi便是最主要的方向之一。

T3出行副总裁李京峰表示,自动驾驶大规模商业化落地,不仅需要技术的不断迭代,还需要地方政府推动相关政策法规的落地,自动驾驶公司、出行平台、车企等各方密切合作,用场景化数据对算法进行训练。T3出行愿意在政策法规允许的情况下,联合车企、算法公司等“盟友”,在各个城市落地自动驾驶场景。

曹操出行同样加快自动驾驶领域的合作布局。据了解,2022年,曹操出行先后与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、吉咖智能科技、朗歌地图等达成一系列技术与战略合作;2023年,又与中信科智联、Innovusion、云驰未来、黑芝麻智能、中智行等多家企业签署战略合作协议,覆盖高精地图、激光雷达、芯片、智能座舱等多个领域。

曹操出行致力于推进Robotaxi打造开放式商业智驾出行平台,与中智行合作的Robotaxi已经在苏州高铁新城落地运营。”曹操出行相关负责人表示,未来,曹操出行还将利用自身平台型企业的特点,为各类智能驾驶企业提供标准化商业运营赋能,实现高阶智能驾驶的规模化商业落地。

曹操出行致力于推进Robotaxi打造开放式商业智驾出行平台,与中智行合作的Robotaxi已经在苏州高铁新城落地运营。”曹操出行相关负责人表示,未来,曹操出行还将利用自身平台型企业的特点,为各类智能驾驶企业提供标准化商业运营赋能,实现高阶智能驾驶的规模化商业落地。

二线豪车市场交战正酣 英菲尼迪在华“掉队”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“这里房租高,我们要搬到其他地方去。”2024年1月26日,在上海市闵行区吴宝路789号的英菲尼迪门店内,销售顾问向《中国经营报》记者如是说道。而在门店外,英菲

尼迪品牌的英文标志已被拆除。

近期,二线豪华汽车品牌英菲尼迪因经销商退网的风波,成为汽车行业被关注的重点车企。公开报道称,目前英菲尼迪全国门店仅有58家,并且其中一部分已将大店换成了小店。而在2018年,英菲尼

迪全国拥有131家店和122家售后,是其在华销售网络的顶峰。

超半数的经销商退网,也使得外界猜想英菲尼迪是否会选择退出中国市场。针对上述报道,英菲尼迪方面也通过媒体回应称跟事实有很大出入,个别经销商退网是

市场自然现象。

事实上,尽管英菲尼迪承诺将坚定不移地深耕中国市场,但是近年来中国汽车产业得到迅猛发展,自主品牌强势崛起,英菲尼迪在华发展“掉队”已成为不争的事实。英菲尼迪在华也曾有过高光

时刻。盘古智库高级研究员江瀚表示,作为一家豪华汽车品牌,英菲尼迪曾在中国市场上取得了一定的成功。“2017年4.8万辆的销量成绩,是英菲尼迪在中国市场的巅峰,但这个巅峰并未持续多久,主要还是英菲尼迪的品牌力不足。”

2024年1月30日,对于英菲尼迪目前在华的门店具体数量,以及企业电气化转型等相关问题,记者发邮件至英菲尼迪官网邮箱进行联系,但截至发稿,尚未收到企业回复。

在华陷发展窘境

作为二线豪华汽车品牌,英菲尼迪入华的时间并不短。2007年,英菲尼迪初入中国市场;2010年7月,英菲尼迪中国公司成立;2014年9月,由东风汽车集团有限公司和日产汽车公司共同设立的东风英菲尼迪正式成立,由其全面负责管理英菲尼迪品牌在中国的业务。

2013年,湖南卫视推出亲子互动真人秀《爸爸去哪儿》,受益于节目的高收视率,参加节目的五组嘉宾纷纷爆火。而作为上述节目的官方合作伙伴,英菲尼迪也跟着“火了一把”。

此后,英菲尼迪在华销量也步入上升期。相关数据显示,2015年,英菲尼迪在中国市场(不含香港、澳门及台湾市场)销量为40188辆,同比增长33.8%,成为唯一增速超过30%的豪华车品牌。2016年,英菲尼迪在华全年累计销量达到41590辆,同比微增3.4%。

而后在2017年,英菲尼迪销量为48408辆,同比增长16.4%,销量达到巅峰。此后,英菲尼迪在华销量连年下滑。公开数据显示,英菲尼迪2023年在华销量已不足6000辆。

除了销量滑坡外,英菲尼迪

在华的声量也大不如以前。2021年3月15日,英菲尼迪进口车型QX50、2024款QX60、全新QX55。但记者了解到,英菲尼迪只有QX60、QX55、QX50在实际销售。

“英菲尼迪在上海总共有3家门店,我们店开了十几年了。”吴浩告诉记者,“Q50L已经卖完停产了。QX55现在卖的也是库存车,我们的新车型现在也没有(上市)的通知。”

吴浩所说的新车型指的是QX80。2023年10月24日,英菲尼迪宣布将推出4款全新车型,其中一款便是QX80。根据规划,QX80会在2024年上市,但目前尚未有相关信息。

记者注意到,在上述实际销售的车型中,QX60则是英菲尼迪的宣传重点。无论是门店外墙悬挂的广告牌,还是店内展车上摆放的优惠宣传牌,QX60都是当之无愧的“主角”。在吴宝路789号的英菲尼迪门店,QX60同样是宣传的重点,因为在店内的两辆车均为QX60。

“我们没有听说经销商(大规模)退网的事情,英菲尼迪的品牌还是在做。”2024年1月30日,在上海市宝山区的英菲尼迪门店,销售人员吴浩(化名)向记者如是说道。

在上述门店内,摆放了4辆英菲尼迪,分别是两辆QX60、一辆QX50、一辆QX55。英菲尼迪官方微信公众号显示,其在售的车型仅有4款,分别是Q50L、2024

款QX50、2024款QX60、全新QX55。但记者了解到,英菲尼迪只有QX60、QX55、QX50在实际销售。

“英菲尼迪在上海总共有3家门店,我们店开了十几年了。”吴浩告诉记者,“Q50L已经卖完停产了。QX55现在卖的也是库存车,我们的新车型现在也没有(上市)的通知。”

吴浩所说的新车型指的是QX80。2023年10月24日,英菲尼迪宣布将推出4款全新车型,其中一款便是QX80。根据规划,QX80会在2024年上市,但目前尚未有相关信息。

记者注意到,在上述实际销售的车型中,QX60则是英菲尼迪的宣传重点。无论是门店外墙悬挂的广告牌,还是店内展车上摆放的优惠宣传牌,QX60都是当之无愧的“主角”。在吴宝路789号的英菲尼迪门店,QX60同样是宣传的重点,因为在店内的两辆车均为QX60。

“产品线的局限性也是制约英菲尼迪发展的重要原因。当前英菲尼迪在中国销售的车型数量仅为4款,相较于竞争对手丰富的产品矩阵,消费者的选余地较为有限。”江瀚说道。

近年来,国内新能源汽车发展迅猛。中汽协数据显示,2023年,我国新能源汽车产销量分别达958.7万辆和949.5万辆,同比分别增长35.8%和37.9%,市场占有率达到31.6%。

行业发展向好的大背景下,新能源汽车也成为各家车企争相布局的重点赛道,豪华汽车品牌自然也不例外,但英菲尼迪却进展缓慢。

“店内暂时没有电动车型。”吴浩向记者说道。

早在2018年,英菲尼迪宣布要进行电动化转型。2019年上海车展,英菲尼迪方面表示,英菲尼迪深耕中国市场的决心从未改变,专为中国市场打造的首款电动汽车将在中国投产。

此后鲜有电动化产品的新动态传出。2023年10月,在英菲尼迪新曙光之夜,英菲尼迪首款纯电概念车Vision Qe开启全球首秀。英菲尼迪方面还称:“电气化未来序幕已拉开,向着新曙光出发!”

而在2018年到2023年,中国的新能源汽车市场发生了翻天覆地的变化,汽车产销规模逐年扩大,2023年更是突破3000万辆。行业既有造车新势力快速崛起,又有百度、小米、华为等互联网巨头“跨界入局”,还有传统主流车企积极孵化“创二代”。

一些有代表性的二线豪华汽车品牌也纷纷加速电动化转型。以沃尔沃汽车为例,为践行沃尔沃电气化战略,其宣布在2025年实现旗下产品中纯电车型占比50%,并计划在2030年成为纯电豪华车企。

江瀚表示:“在新能源汽车逐渐成为行业发展趋势的大背景下,英菲尼迪的电动化转型滞后,未能抓住电动汽车市场的先机。新能源车型的研发和推广不力,使其在科技感、环保性能等方面落后于市场主流,丧失了一大批寻求高科技、低碳出行解决方案的潜在客户。”

沃达夫数字汽车国际合作研究中心主任张翔告诉记者,首先,英菲尼迪作为二线豪华汽车品牌,在中国市场的知名度并不是很高。其次,目前整个汽车行业都朝着新能源转型,豪华汽车品牌也不例外,但相较于BBA(宝马、奔驰、奥迪),英菲尼迪新能源转型并不积极。

“不仅如此,英菲尼迪的车型都比较大,发动机的排量也比较大,会导致车辆的油耗比较高,所以企业的负积分就会比较多,这就需要企业去购买正积分进行抵扣,这部分的成本支出很大。”张翔直言,“这就导致英菲尼迪在中国市场基本很难盈利,发展日趋边缘化。”

实际上,英菲尼迪在华发展的现状,也从侧面反映出国内二线豪华车

市场的激烈竞争,新势力为争夺市场交战正酣。中汽协数据显示,2023年国内生产的高端品牌乘用车销量为451.6万辆,同比增长15.4%。

从市场份额来看,二线豪华汽车品牌的市场份额不及三成。此外,在国内车市日益内卷的当下,一线豪华车品牌价格下探、自主新能源品牌加速冲高的双重影响下,二线豪华汽车市场也在加速洗牌,如何在激烈的市场中寻求突围,成为各家车企的重要任务。

中汽协数据显示,2023年,国内生产的高端品牌乘用车销量为451.6万辆,同比增长15.4%。若以15.4%的行业增速作为基准,则2023年超过行业增速的仅有捷豹路虎一家。

数据显示,2023年,二线豪华汽车品牌在华销量前三位分别是凯迪拉克、雷克萨斯、沃尔沃,销量分别是18.3万辆、18.1万辆、18万辆。捷豹路虎以10.6万辆的销量位居第四。

“二线豪车品牌在竞争加剧的环境下,如果不能积极应对市场变化,快速适应消费者需求,特别是在技术创新、品质保证、服务优化以及新能源战略等方面保持持续投入和领先优势,就很可能在日趋激烈的市场竞争中被边缘化,甚至有濒临退市的风险。”江瀚说道。

兰博基尼CEO史蒂芬·温科尔曼：2024年所有产品线将实现混动化

本报记者 陈茂利 张硕 北京报道

成立于1963年，致力于制造世界上最受追捧的超级跑车的兰博基尼(Automobili Lamborghini)正在加速向电动化转型。

2019年，兰博基尼首次在Lamborghini Sián FKP 37车型上引入了混合动力技术。2021年，兰博基尼发布“向金牛座之心前进(Direzione Cor Tauri)”电动化规划，2024年，兰博基尼计划实现所有产品线的混动化。与此同时，兰博基尼还将提升车辆数字化水平。

在数字化方面，中国市场发展迅速，比如配备的大尺寸的仪表显示，这一点欧洲汽车品牌尚不具备。兰博基尼对于未来车型的考量不仅包括电动化，而且包括数字化。我们生产的每一台车都很特别，我们为全球市场提供的车型都

要考虑电动化和数字化。”近日，兰博基尼汽车公司主席兼首席执行官史蒂芬·温科尔曼(Stephan Winkelmann)在接受《中国经营报》等媒体记者采访时表示。采访中，史蒂芬·温科尔曼就兰博基尼在电动化方面的规划，未来中国超豪华车市场的走势，以及超豪华车市场消费行为的变化等问题分享了自己的观点。

记者了解到，2024年，兰博基尼电动化进程将包括推出超级SUV Urus的首款混合动力车型，以及兰博基尼车型系列中第二款HPEV(High Performance Electric Vehicle)车型，以替代Huracán。2028年，兰博基尼计划推出首款纯电车型，其概念车Lanzador已于2023年的蒙特雷汽车周进行了展示。2029年，兰博基尼将推出首款纯电超级SUV。

2023年销量大幅增长

兰博基尼车型的电动化由品牌基因所驱动，其特点是即使在当前深刻变革的背景下，也具有将挑战转化为机遇的内在能力。

《中国经营报》：2023年，兰博基尼全球交付量首次超过1万辆，创下品牌纪录。过去几年，兰博基尼全年交付量均保持增长，你认为兰博基尼销量稳定增长原因有哪些？

史蒂芬·温科尔曼：这是个很好的问题。对我来说，核心因素包括兰博基尼的品牌吸引力，极具辨识度的创新设计，以及我们围绕品牌做的全方面的精心工作，比如二手车的价值、订单库管理，以及车辆整体的质量等。另外，我们的团队不断推出多种品牌活动，以上所有因素促使我们保持增长。

当然，还有非常重要的一点就是兰博基尼推出全新车型。比如Urus，这款车型开创了全新的细分市场，第三款车型推出之后销量大幅提升。

还有一点，随着全球整体经济的发展，有越来越多的人有足够的经济条件来拥有一台兰博基尼，比如有些客户在比较年轻的年纪，就可以购买兰博基尼。

《中国经营报》：2023年，部分超豪华品牌出现了销量下降的情况，你认为未来中国超豪华车市场整体走势是怎样的？

史蒂芬·温科尔曼：2023年中国市场的确实出现了一些波动，当然影响因素有很多。可以明确的是，作为全球最大的汽车市场，中国市场保持了持续增长的趋势。就超级跑车市场而言，中国市场与其他市场相比，仍然有较大的发展空间，所以潜力很大。整体而言，中国市场的机会和潜力明显大于其制约因素。

《中国经营报》：兰博基尼发布的“向金牛座之心前进(Direzion Cor Tauri)”电动化规划得到了公司60年历史上最大投资计划的支持，为什么兰博基尼会有这么大的决心向电动化转型？

史蒂芬·温科尔曼：通过“向金牛座之心前进(Direzion Cor Tauri)”电动化规划，我们希望在公司的发展中迈出重要的一步，进一步提高我们的盈利能力，继续在所处市场中保持最佳水平。在对整个汽车行业产生深刻影响的变革时期，我们通过重大创新切实体现我们的承诺。

兰博基尼车型的电动化由品牌基因所驱动，其特点是即使在当前深刻变革的背景下，也具有将挑战转化为机遇的内在能力。

实现所有产品线的混动化

“2024年，我们将继续推进既定的战略规划，完成该战略的第一步，即实现所有产品线的混动化。”

《中国经营报》：兰博基尼在电动化方面的规划具体是怎么样的？

史蒂芬·温科尔曼：我们此前已经发布了“向金牛座之心前进(Direzion Cor Tauri)”电动化规划。2024年，我们将继续推进既定的战略规划，完成该战略的第一步，即实现所有产品线的混动化。另外，我们已经着手研发第四款车型——一款纯电动车型。

《中国经营报》：除了产品，我们了解到，“向金牛座之心前进(Direzion Cor Tauri)”的电动化规划还包括“碳中和”方面的目标，请你分享一下。

史蒂芬·温科尔曼：“向金牛座之心前进(Direzion Cor Tauri)”电动化规划是我们迈向产品电动化和实现脱碳的路线图，不仅涵盖位于圣亚加塔·波隆尼的总部工厂，而且涉及整个价值链——这是我们全球环境可持续战略的整体举措。

到2030年，整个价值链中每台车的二氧化碳排放量较2021年将减少40%。为实现这一目标，电动化规划涵盖企业的方方面面，从生产到供应链和物流，再到产品使用阶段，覆盖整个产品生命周期，并使公司全体人员参与

客户对人车互动需求增加

“我们也必须考虑数字化这一明显的发展趋势，中国市场也许正在引领这一趋势。”

《中国经营报》：据你观察，影响电动产品普及的因素有哪些？

史蒂芬·温科尔曼：目前我们还没有进入纯电动车市场，所以我只是大体分享对整个趋势的观察。在我看来，对于整体市场而言，影响纯电车型购买行为的因素有四个，首先是续航里程，其次是充电站的密度，第三是充电时间，第四是与燃油车相比，电动车型的驾驶感受。目前部分消费者对于纯电车型心存疑虑或保持观望态度。当然，在有些市场中，政



兰博基尼汽车公司主席兼首席执行官史蒂芬·温科尔曼

本报资料室/图

实现减排目标的共同承诺中。

《中国经营报》：在超豪华品牌阵营，相比目前市场上已经销售的纯电或插混性能车型，兰博基尼的产品会体现出哪些优势？

史蒂芬·温科尔曼：兰博基尼的优势主要体现在三个关键词——设计、性能、创新。在这些方面，兰博基尼一直都是无与伦比的终极超级跑车，也是业界的标杆，这些关键词将延续到兰博基尼未来所有的产品规划之中。

《中国经营报》：电动化时代，

兰博基尼是否会传承燃油车时代的操控体验，会有怎样的不同？

史蒂芬·温科尔曼：我们在规划混动(产品)的过程中，重量功率比是首要的考量因素，我们致力于让车辆拥有最出众的重量功率比。在性能方面，包括操控表现和整体的驾驶感受，所有新车型都要比上一代更加出色。说到纯电车型，只有确保我们的纯电动车型优于市场上的其他车型时，我们才会推出。

这意味着操控表现是兰博基

尼区别于其他品牌、与众不同的核心因素之一。操控表现不只是与性能相关的数据，更重要的是驾驶者在驾驶过程中对于性能的真实体验和感受。

《中国经营报》：在平台方面，大众集团内部是否有更多资源共享，是否与其他车企有新的合作？

史蒂芬·温科尔曼：作为大众集团的一员，集团内部会共享部分资源，产生协同，特别是对于一些相对标准化的流程，这样兰博基尼能够更加关注于自己独有的优势部分。

《中国经营报》：随着电动化时代的到来，超豪华品牌购车群体的消费行为和消费特质是否发生了变化？

史蒂芬·温科尔曼：与过去相比，中国客户与自己的爱车进行了更多的互动，而汽车厂家也已经关注并考虑到这一特点。亚洲、欧洲和美洲客户的消费行为存在差异，但我相信未来的发展趋势正是目前中国市场所经历的。所以，未来的客户对于人车互动的需求会增加，人工智能新技术可能也会介入。

2023年单车平均收入超14万元 长城汽车扣非净利润增至46.82亿元

本报记者 陈茂利 北京报道

“很多人实际上不太了解扣非归母净利润(以下简称‘扣非净利润’)的含义，这项数据显示的是企业主营业务的经营状况。它的增长表明，长城汽车(601633.SH)的主营业务经营质量不断提高。”

长城汽车发布2023年业绩快报后，该公司总裁穆峰在社交平台上发布了这么一段话。

长城汽车业绩快报显示，2023年，长城汽车营业收入1734.10亿元，同比增长26.26%；归母净利润70.08亿元，同比下滑15.22%；扣非净利润46.82亿元，同比增长4.58%。

营收同比增长26.26%至1734.1亿元

2023年，长城汽车营业收入同比增长26.26%至1734.1亿元。

对于营业总收入增长，长城汽车在业绩快报中指出，报告期内本公司全面向新能源、智能化、全球化转型，成效显现，2023年公司坚持在新能源及智能化领域加大投入，同时加速在新能源领域的渠道及品牌建设。随着新品上市，车型结构持续优化，单车售价及销量持续增长，带动营业收入增长26.26%。

同期，长城汽车总资产也逐季提升，达到2019.30亿元，同比增长8.94%。2023年第一、二、三、四季

为什么长城汽车会重点强调“扣非净利润”？汽车十三行创始人王鑫在接受《中国经营报》记者采访时表示：“扣非净利润指的是一家企业的主营业务利润，许多车企会通过财务手段提升净利润，因此净利润和扣非净利润的差距往往很大。相比2022年，2023年长城汽车这两个数据之间的差距大幅缩小，表明长城汽车的利润质量大幅提升。在目前大环境不景气下，长城汽车敢于对外强调此数据，说明长城汽车对2023年经营质量有很强的信心。”

在智能电动时代，盈利对于产品创新非常重要。罗兰贝格原

资深项目经理、西蒙顾和原合伙人陆盛麟指出，面对行业“价格战”，车企应该更多地关注消费者需求，而不是竞争对手。如果消费者想要更好的产品，就需要给企业一定的利润去迭代它下一代产品。

根据此前公布的信息，2024年，长城汽车将挑战销量190万辆，净利润72亿元。对于长城汽车这一增长目标，有分析机构认为，2024年长城汽车销量有望延续高增长势头。也有分析机构认为不可能实现。里昂发布研究报告称：“预计随着海外市场和(坦克)Tank系列需求的增加，2024年的销量将增至145万辆以上。”

度分别为1780.98亿元、1842.23亿元、1913.54亿元、2019.30亿元。

2023年，长城汽车单车平均收入有不小的提升，单车平均收入14.09万元，相比2022年提升1.23万元。算下来，单车平均收入提升近10%。2023年第一、二、三、四季度，单车平均收入分别为13.20万元、13.68万元、14.36万元、14.70万元。

对此，有业内人士指出，在“价格战”贯穿全年的大背景下，长城汽车单车平均收入实现增长着实不易。

长城汽车单车收入提升，与

新能源汽车产品向上以及销量提升有关。民生证券分析师崔琰在研报中表示：“随着公司新能源产品的逐步上量，长城汽车单车ASP(平均售价)呈现持续上升趋势。我们认为，2024年长城汽车有望在坦克Hi4-T的驱动下，发力硬派越野市场，带来销量和利润的双重提升。”

2023年，随着品牌向上见成效，长城汽车高价值车型占比也有所提升，长城汽车20万元以上车型销售22.58万辆，占比达18.34%，比上年同期提升了3.07个百分点。

身家400亿富豪执掌协会 摆蛋能否下“金蛋”

本报记者 许礼清 北京报道

“饭前不掼蛋，等于没吃饭。饭后不掼蛋，等于白吃饭。”近期，掼蛋风靡金融圈势头不减，成为顶流。

2024年1月27日，上海市掼蛋

运动协会成立，东方财富(300059.SZ)董事长其实当选第一届理事会会长。随后，“身家400亿元富豪任上海掼蛋协会会长”的话题登上微博热搜，“掼蛋何以风靡金融圈”“掼蛋口诀技巧”等也成为大众讨论的焦点。

《中国经营报》记者注意到，近年来，随着掼蛋的流行和普及，国家体育总局棋牌中心相继发布掼蛋竞赛规则，推动开展竞技掼蛋运动。掼蛋相关赛事已经陆续开展。

多位业内专家认为，掼蛋本就具

备广泛的群众基础，无论是身家400亿元富豪会长的上任，还是金融圈的游戏，都让大众期待其成为如篮球、足球等具备成熟商业化的体育项目。但在聚光灯下，掼蛋如何能最大程度地促进产业化发展，仍需探索。

掼蛋出圈

2024年1月28日，“身家400亿元富豪任上海掼蛋协会会长”的话题一跃冲上热搜，成为社交媒体关注的焦点。

近期，在不少人茶余饭后的谈资中，掼蛋总能占有一席之位。掼蛋秘籍、教学歌曲甚至网络课程层出不穷。

据了解，掼蛋是发源于江苏省淮安的一种棋牌游戏，掼蛋二字的原意就是“扔炸弹”，由地方的扑克牌局“跑得快”“八十分”“斗地主”发展演化而来，两副牌、四个人、两两结对，以输赢升级的方式进行游戏，在江浙沪的群众基础最为广泛。

2024年1月28日，“身家400亿元富豪任上海掼蛋协会会长”的话题一跃冲上热搜，成为社交媒体关注的焦点。

热搜话题中的这位身家400亿元的富豪会长，正是东方财富董事长其实。企查查显示，其在东方财富的持股比例为19.31%，按东方财富目前的市值计算，其身家超过400亿元。

领悟时代数字研究院首席研究员唐树源表示，从传播角度看，一个资产高达400亿元的富豪担任掼蛋协会会长，无疑为这项运动带来了极大的关注度。这种高层次的关联，不仅吸引了媒体和公众的目光，也使得掼蛋得以跨越原有的社交界限，进入更广泛的社会讨论中。

“新会长的到来不仅提高了掼

蛋的知名度和影响力，也引发更多人对掼蛋的兴趣和参与，为掼蛋的发展积累了更多的潜在用户。”知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪说。

随着掼蛋的持续火热，“掼蛋风靡金融圈”“掼蛋募资”等话题相继刷屏，将掼蛋推上舆论风口，这项原本寻常的运动一时间成了“资本的游戏”，被网友戏称为“金融圈新型社交货币”。而在一个月前，“高铁一等座为什么总有人打掼蛋”的话题便引发过热议，结合当下的舆论，更加增添了大众对于掼蛋的好奇。

“从产业发展角度来看，新会

长这种高资产背景人物的加入，可能会为掼蛋带来更多的投资机会，提升其商业价值和市场潜力。同时，其社交影响力和资源网络也会促进掼蛋的商业化进程，吸引更多赞助商和商业合作伙伴。”唐树源表示。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜也认为，新会长上任也显示了产业层面对掼蛋的重视程度。这意味着，掼蛋有望得到更多资源投入，包括资金、人才和技术等，从而推动掼蛋的普及和竞技水平的提高。同时，这也可能吸引更多企业和个人投资掼蛋产业，进一步推动其发展。

记者注意到，掼蛋已成为江苏省淮安市独有的非物质文化遗产。

面对不断扩大的群众基础，掼蛋能否借助大众热情，不断挖掘商业化价值，走向产业化发展也被期待。公开数据显示，目前，仅在江苏和安徽两省就有超过2000万人经常参加各类掼蛋活动，全国掼蛋爱好者已达1.4亿人。

作为十几年老玩家，盘古智库高级研究员江瀚对掼蛋的发展持乐观态度。“掼蛋在长三角地区已经形成趋势。掼蛋本身也需要有一定的技术，现在国家也制定了相应的竞赛规则，为掼蛋的产业发展提供了基础条件。在一定程度上，我认为掼蛋能够成为一项具备商业价值的运动项目。”

事实上，参照不少老玩家的说法，掼蛋(在江浙沪等地区)主要是亲朋好友在茶余饭后、逢年过节的消遣，正如川渝好麻将、湖北斗地主。

而这张“游戏牌”正逐步成为“体育牌”和“文化牌”。此前，“亚海杯”全国掼牌(掼蛋)公开赛总决赛仲裁委员会主任兰国伟就曾表示，掼蛋实际上是可以展示中国文化、中国特色、中国原创的体育项目。



江苏省淮安市市民在公园玩“掼蛋”游戏。

视觉中国/图

如何挖掘商业价值？ 跟掼蛋相关的周边也逐渐增多。

资本能为掼蛋助力，但掼蛋的发展不能仅限于高大上的特定圈层。在多位业内专家看来，掼蛋目前很有话题性，但相对于商业化成熟的传统体育项目，其产业化道路显然还很远。

不过，掼蛋正在逐渐迈向竞技体育运动项目。例如日前国家体育总局棋牌运动管理中心主办的2023年全国掼牌(掼蛋)公开赛总决赛、2024年迎新春精英邀请赛启幕；2023年掼蛋被列为第五届全国智力运动会表演项目，并与象棋、桥牌、五子棋等传统项目一同进入网络大赛；2022年年底，国家体育总局棋牌运动管理中心为竞技掼蛋项目制定了全国统一的竞赛规则。此外，上海、江苏、贵州、海南、北京等省市都已经成立了省级掼蛋单项协会。

国家体育总局棋牌运动管理中心党委书记、主任朱国平此前表示，掼蛋在根本属性上不同于其他体育项目。掼蛋具有强烈的产业属性，有很强的带动和促进消费的能力。

在产业链条上，跟掼蛋相关的周



扫码了解更多

中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

产业融合 赋能乡村振兴

直播带货“卷”出海

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近日,东方甄选(01797.HK)在临时股东大会上透露,可能会与TikTok进行合作,特别是在海外供应链方面。对此,《中国经营报》记者联系了东方甄选公关,其表示出海相关事宜会在合适的时机对外公布。

近几年来,直播出海成新热潮,大主播们将海外市场视作直播带货的新蓝海,期待能够复制国内的成功。根据艾媒咨询数据,2023年中

国跨境直播电商市场预计规模为2845.8亿元,同比增长率高达155%;2025年市场规模将达到8287亿元。

出海营销咨询机构上海自由士CEO陈榕榕指出,当下国内电商平台直播带货的竞争趋于白热化,发力海外市场可以讲好“第二增长曲线”的新故事。她提醒道,面对不同的市场,需要清晰本地市场规则和政治相关的风险预警,关注“人”这一重要因素,研发相关的可视化产品。

头部玩家各有侧重方向

记者留意到,近期频上热搜的东方甄选也在招兵买马。

“主播们一进入,今年的跨境电商会更‘卷’。”跨境销售主管阿莉(化名)判断道。

阿莉告诉记者,她所运营的产品曾达到过该品类北美市场市占率的第一名,但近期商品销售率在美国市场首次出现未增长,往年1月会有20%的增长,“大把的资金准备来抢我们的市场,搅动这一池春水”。

2024年1月17日,主播“疯狂小杨哥”背后的三只羊TikTok事业部(官方账号)发布了出海第一站新加坡的成绩单,一周后又发布预告称,将出海的第二站选在了马来西亚。

记者留意到,近期频上热搜的东方甄选也在招兵买马。平台的人才招聘显示,需要包括“内容运营管理(TikTok)”“TikTok海外店铺运营”“商务经理(TikTok)”等相关岗位的人员,月薪在2万—4万元。

值得一提的是,虽然各家都瞄准了海外市场,但具体的思路不尽相同。

据悉,2023年5月,辛选集团启动了国际出海计划,第一站登陆了泰国。彼时辛巴表示,未来辛选集团将开启日本、新加坡、马来西亚等地的专场直播带货。

而交个朋友的海外业务开始得更早。据报道,在2017年5月,交个朋友就孵化了印度尼西亚的海外本土公司,次年开始打造东南亚KOL(关键意见领袖)矩阵,到了2020年,又成立了美国公司。

陈榕榕认为,直播带货出海目前分为“卖货”和“卖水”,“卖水”即包括主播培训、为品牌方代运营等业务模式,交个朋友就属于这种模式。

据了解,三只羊与新加坡本地

达人@shop with sasax合作进行了首场带货直播,卖的大部分是中国本土品牌产品。据悉,该场直播创下了TikTok电商板块在新加坡地区的带货新纪录,直播间登顶了销售GMV(商品交易总额)排行榜第一名。记者发现,此次直播中,三只羊自营品牌“小杨臻选”是力推的货盘之一,主推的化妆品是和三只羊关系密切的娇润泉。

对此,陈榕榕认为,小杨哥本身就是IP,他的方法是把带货经验传授给海外达人,利用当地的KOL资源赋能品牌,有助于快速扩大品牌在当地的影响。

陈榕榕进一步分析道:“比如新加坡这一站,就是先跟本地达人合作,让本地达人先带第三方品牌,也许未来会主推自有品牌。因为本地达人的销售量肯定有保证,且售价也不低,但自有品牌的利润和盈利更高。”

就卖货而言,辛选集团官方数据显示,在2023年的首场直播中,辛巴及团队上架了水果、护肤品、乳胶枕等几十款产品,全场带货总销售额破8.3亿元,总订单量超678万单。

截至发稿,记者在TikTok平台尚未查询到东方甄选官方账号,目前“yuhuitongxing”账号存在董宇辉相关视频,但尚无销售相关信息。

事实上,东方甄选早已瞄准海外市场。

天眼查显示,2023年年初,东方甄选的母公司“北京新东方迅程网络科技有限公司”申请注册多枚“EAST BUY”商标,其中国际分类涉及方便食品、网站服务、科学仪器等。

种种动作表明,国内直播带货市场逐渐饱和,竞争已进入了白热化阶段。而放眼望去,海外市场天地广阔。

天时地利人和

近年来,我国跨境电商进出口保持快速增长,助力产品通达全球,成为外贸发展的重要动能。

在多位业内人士看来,如果出海企业因地制宜,做好本土化团队建设,那么机遇或许就在此刻。

近年来,我国跨境电商进出口保持快速增长,助力产品通达全球,成为外贸发展的重要动能。据海关测算,2023年我国跨境电商进出口总额为2.38万亿元,增长15.6%,其中出口总额增长近20%。商务部透露的最新数据称,跨境电商主体超过10万家。

中央经济工作会议提出,“要加快培育外贸新动能,巩固外贸外资基本盘,拓展中间品贸易、服务贸易、数字贸易、跨境电商出口。”

直播带货成为跨境电商的好抓手。农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅表示,通过直播带货的形式将中国制造的产品推向世界,可以为中国经济发展注入新的动力。TikTok拥有庞大的用户基数和广泛的传播渠道,可以为东方甄选、三只羊等企业提供更广阔的市场和更多的商机。

TikTok作为面向海外市场的主流视频社交平台,在海外商业化渗透加速,东方甄选启动的相关岗位招聘也被解读为“借力TikTok出海”。不过,这并未得到东方甄选和TikTok的官方证实。

或许平台和主播们都明白,“人”在直播带货中至关重要,于是在开拓海外市场时,选择双向奔赴,渴望掀起一番经济新浪潮。

陈榕榕指出,在直播带货领域,海外的创作者和运营方都“没有中国人玩得那么溜”,东方甄选、三只羊具有人才优势,其团队可以直接复制经验。但不同的是,东方甄选凭借双语带货直播大热,教师出身的主播往往具备“语言+演讲”的双重能力,本身也有海外的文化基因,人才具有核心优势。毕竟“做海外直播的人



东方甄选在临时股东大会上透露,可能会与TikTok进行合作。

视觉中国/图

本身不多,懂外语的就更少了,董宇辉本身就是一个非常好的标杆案例。”

商业专家产业空间研究院主任潮成林认为,对于东方甄选来说,借助TikTok的影响力,可以更好地传播其品牌理念和产品,进一步扩大其市场份额。同时,TikTok也在积极布局海外电商市场,大主播的加入也会为直播带货提供更多的可能性。

陈榕榕也认同这一观点,“目前,国内的直播市场相对饱和,东方甄选作为上市公司需要讲一个新的故事,去海外市场寻找新的增长点是必然。东方甄选可以把国内成功的运营经验复制到海外。从平台本身来看,海外市场卖家的量级和国内卖家比起来就是九牛一毛,扶植大玩家或可以提高直播间的转化率。”

有商家对记者表示:“前两年海外电商成为风口,只要注册直播平台账号,进去就能赚钱。”据了解,他们所采取的方式是半无人直播和无人直播,前者即主播在镜头外口播带货,直播重点展示商品,并配有讲解和互动;后者即在AI工具的辅助下,播放录制

视频、没有互动。上述商家反馈道,无人直播的方式对业绩增长的作用有限。

相关电商平台的海外业务人士告诉记者,长时间无真人出镜、无人讲解、无人互动,属于“挂机直播”,其实是不被平台支持的。从流量算法的角度而言,肯定倾向于分给转化率好的直播间,这样可以获得更多的平台收益和广告费用,因此大主播切入这条赛道可能成为转折点。

在陈榕榕看来,海外市场不是一个整体市场,可以将其分为新兴市场跟发达市场。对于新兴市场来说,消费者需要的是“极高性价比”的货,但海外仓供应链上的物流成本不低,而且东南亚地区对供应链的管理仍有一定难度;发达市场则不缺好的产品和品牌,因此直播带货仍需要发挥主播的魅力。

对于国内头部主播或机构来说,出海之路仍然漫长,“本地化”是他们面临的最大挑战。

北京社科院副研究员王鹏认为,直播出海需要深入了解目标市场的文化背景和消费习惯,确保产品和服务能够符合当地消费者的需要;还要关注当地的法律法规和政策环境,确保企业的合规经营。

阿莉指出,直播出海需要尊重目标国家的用户习惯、宗教信仰、节日活动等,对前端直播呈现思路和优惠活动设置进行合理的规划。

陈榕榕提醒道,海外市场复杂程度和变化程度更高,在政治因素和平台规则方面的风险也会比国内更大,“以美区市场为例,1月份平台封了很多店,其中包括在海外仓存了几百万元货的大卖家,因此主播和企业都要具备‘因地制宜’的能力”。

陈榕榕告诉记者,可视化的商品非常适合在短视频平台演绎,这在海外市场也一样行得通。尤其是像东方甄选、三只羊作为渠道商,需要将选品和营销渠道深度绑定,不管是自己直播还是找达人合作,都需要直接亮出卖点。因此,从营销渠道倒推产品的研发,也是出海必备招数。她还透露,当除了南美市场和中东市场的市场增长较快,加拿大跟澳大利亚的市场也值得关注。

春节档消费全面释放 多样化需求催生新趋势

餐饮市场持续火热

本报记者 孙吉正 北京报道

随着龙年春节的日益临近,国内旅游消费异常火热,南方人北上哈尔滨更是热度不减,而这背后则体现了不同区域的人对于其他地区人文、地理探索的渴望。在此前提下,龙年春节档消费也呈现出多样化消费需求的特点。

《中国经营报》记者注意到,诸多餐饮企业和快消品企业针对春节档消费提供了多样的解决方案,以满足消费者的需求。记者从多家餐饮企业和酒店处了解到,虽然今年春节来得较晚,但置办年货的工作早在元旦期间就已开始,针对年夜饭,企业方为消费者提供的年夜饭解决方案也更为多样。

“春节档消费是上半年消费经济中最重要的消费热点,从人口流动来看,今年春节档的人口流动数量和频率要远高于往年,因此今年春节必将成为企业商业竞争最重要的时间点,伴随着旅游经济的复苏,商家们必将呈现出更为多样化的竞争方式。”和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏告诉记者。

在过去的一年中,我国餐饮消费潜能持续释放,餐饮业消费增速明显。统计局数字显示,2023年全年社会消费品零售总额为471495亿元,比上年增长7.2%。其中,餐饮全年收入为52890亿元,增长20.4%,其中,限额以上单位餐饮收入13356亿元,同比增长20.9%,餐饮业在社会消费品零售总额中,增速领跑其他类型。

此外,旅游市场的快速复苏也在一定程度上助推了餐饮消费。元旦期间,我国旅游消费超越往年,实现了开门红。全国国内旅游出游1.35亿人次,同比增长155.3%,按可口径较2019年同期增长9.4%;实现国内旅游收入797.3亿元,同比增长200.7%,较

2019年同期增长5.6%。

海底捞方面提供的信息显示,今年元旦假期,全国海底捞跨年日共计接待顾客超过240万人次,创下了2019年以来单日客流的新高。北京、上海、西安三地海底捞2023年12月31日当天客流均突破10万人次。同时,“网红城市”的海底捞门店也迎来了空前的客流高峰,长沙、无锡等多地海底捞翻台率突破10次。据统计,哈尔滨海底捞2024年跨年日的客流较去年同期大涨约85%。

老乡鸡方面告诉记者,从全国门店的供应情况来看,伴随着春节的临近,全国门店的消费也出现逐步增长,但具体的数字需要在春节档之后才能完成统计。

值得一提的是,虽然今年元旦

与春节间隔时间较长,但元旦之后,春节档的餐饮消费需求已经开始释放。

某酒店的餐饮部经理告诉记者,今年的年夜饭预订情况较去年有不少的增长,仍不及2018年、2019年的水平,但近几年预订年夜饭到家的数量有不少增长。对于酒店来说,面临的主要问题是餐饮部人手不足,尤其是在大年三十、大年初一,订单配送上有人力缺口,“有很多厨师接受了上门做饭的预订,虽然价格不菲,但早在元旦后就已经全部预订出去了”。

针对厨师上门做饭这一现象,记者也早有观察。尤其是在一线城市,很多高级餐厅放低身价,加入了年夜饭的配送和出售中。对此,

文志宏认为,2024年春节是餐饮消费完全复苏和释放的一次节日,目前,商家都在探索“餐饮+供应链+零售”的新模式,这也是未来连锁化餐饮品牌可以探索的新路,但具体的运行情况还需要市场进一步检验。

此外,记者注意到,酒类消费的变化也可以反应出今年春节档的消费情况。据了解,五粮液在2月1日宣布,从2月5日零点开始,上调第八代五粮液出厂价,由现行的969元/瓶调高50元至1019元/瓶。

华东某五粮液经销商告诉记者,今年春节档白酒的出货需求确有猛增,正是在需求增长和库存下降的前提下,厂家宣布了普五的提价。

海底捞方面告诉记者,今年春节档将有超600家海底捞门店、超400个外送站点在除夕夜和大年初一持续营业。目前,全国各地的海底捞门店已经开启了春节档的预订。从统计来看,很多二线城市的预订异常火爆,郑州、沈阳等多个门店的预订年夜饭已经爆满。此外,海底捞社区营运于1月19日上线2款春节限定套餐,可供5—8人亲友聚会。

“从目前来看,今年是餐饮消费表现形式最为丰富的一年,传统的餐饮企业在延续年夜饭传统项目之外,也在尽可能地为消费者提供上游产品以及预制菜,而新兴的预制菜企业则希望以春节档为契机,打开预制菜在节日档的消费。”文志宏说。

消费呈现多样化

伴随着春节的临近,快消品的消费也进入冲刺阶段。记者了解到,包括三只松鼠、良品铺子等在内的休闲食品企业,纷纷开始了春节档的促销活动。三只松鼠、良品铺子方面表示,今年年货的规划与往年相比准备得较早,且根据目前的统计数据来看,较2023年均有增长。

根据良品铺子相关数据,高品质年货礼盒成为今年春节档当仁不让的年货顶流。从渠道上来看,社交电商、团购渠道增幅最大。其中,良品铺子团购渠道年货礼盒1月15日全部售罄,比计划提前15天,销售额同比增长115%。

三只松鼠方面表示,随着“高端性价比”战略的推进落地和成果渐显,2024年货节期间,三只松鼠礼盒/礼包类产品在线下分销各渠道热销均远超预期,截至1月10日,分销全系列标品礼盒/礼包产品已全线售罄。

对此,中国食品产业分析师朱丹蓬表示:“2023年,休闲食品企业在产品定位上进行了改革,中国消费品市场对于高端快消品的需求热情降温,消费者逐步回归理性消费。今年春节档将是这些企业进一步打开理性消费的突破口,为此,所有企业都在尽可能地拥抱更多消费者。”

此外,记者注意到,在消费选择方面,以年轻人主导的消费市场凸显出新的特点。电商平台数据显示,很多有创意的食品十分受年轻人欢迎,如活字乱刷汤圆、辣条口味水饺、螺蛳粉火锅等,纷纷被年轻人选入年夜饭的餐桌。

日前,京东超市暨老北京年货大集启动仪式在全国农业展览馆举行。在联展活动中,京东采销直播团队探展,向消费者介绍了甘

肃花牛苹果、大凉山草莓等近千款价格实惠的特色商品。

从上述企业的动态来看,今年春节档,企业致力于为消费者提供了多样化、跨区域的消费选择。对此,朱丹蓬认为,从元旦到春节期间,旅游消费的火爆带动了跨区域的消费者,探索不同地区的消费。可以看到,各大企业提供了多样化的消费方案,这也成为今年春节档消费能够释放的原动力之一。

预制菜争夺春节市场 企业加速创新升级

本报记者 党鹏 成都报道

“盒马居然卖凉拌折耳根。”临近春节，成都市民翁女士打算在盒马采购一些预制菜，囤积起来以便春节招待亲朋。凉拌折耳根，这个深受西南地区人民欢迎的凉拌菜，成为盒马预制菜系列中的新品。

《中国经营报》记者注意到，一场春节市场的预制菜争夺战，在盒

马、山姆以及大型商超之间展开。此外，产业链上游的三元食品、全聚德、金陵饭店等龙头企业纷纷创新升级，为龙年春节奉上预制菜大餐，尤其是积极拥抱年轻人，争夺他们的年夜饭。

艾媒咨询发布的《2023年中国新春礼盒消费者行为洞察报告》显示，预制菜首次成为中国消费者新春礼盒十大选择类型之一，有26.91%的受访用户选择购买预制

菜作为年货。

“2024年年夜饭订单的火爆，进一步推动了预制菜的应用场景、范围、频率。”中国食品产业分析师朱丹蓬认为，整体来看，预制菜受产业端追捧的原因，首先，可以降本增效；其次，后厨管理的难度也会降低；另外，出菜率会更高，成本会更低。至于年夜饭，无论是餐饮店还是家庭，都有很大的应用空间。

瞄准春节市场

记者注意到，近一周盒马半成品年菜销售环比增长20%。

据悉，沃尔玛、家乐福、麦德龙等零售商超都在力推预制菜。其中，针对消费者的年夜饭需求，盒马推出“让年菜先到家”的包邮服务；京东、淘宝等平台推出年夜饭专题，佛跳墙等一些菜品的销售超过了4万+。

“春节期间的盒马年菜半成品，主要的品类是海鲜、鱼、鸡鸭等硬菜，减少了大家买回去处理烹饪的难度。”盒马西南公司相关负责人介绍，2024年的趋势是消费者喜欢购买一些大菜、硬菜，为年夜饭餐桌增彩，例如帝王蟹半成品卖得很好，能做到7分钟成菜，免去了帝王蟹买回家加工、烹饪等繁琐环节。

记者注意到，近一周盒马半成品年菜销售环比增长20%。其中，黑松露芝士帝王蟹腿、金汤佛跳墙、鲍鱼花胶鸡最受欢迎。此外，已经有不少准备回家过年的消费者，通过盒马云超把年菜先买回家，这类订单中上海占比最高，达35%，其次是北京，达31%。

盒马半成品年菜负责人毛瑞超表示，在小年后会迎来半成品年菜的销售高峰，小年后至春节期间的半成品年菜占比将达70%。盒马已提前准备好了商品和供应

链，保证热销菜品供应充足。

就此，记者注意到，预制菜龙头企业已纷纷加码春节市场。

金陵饭店方面表示，其全资子公司食品科技公司打造了涵盖特色面点、经典卤味、招牌预制菜、地标小吃、礼盒五大系列产品。公司目前招牌预制菜主要包括金陵大师菜、经典淮扬菜、家常菜等系列。

三全食品方面向记者介绍，随着消费市场的不断变化，预制菜行业在品类及规模方面日益扩大并逐步规范。公司结合自身特点积极探索相关产品的开发与推广，基于应用场景和现有业务延展性，从预制食材切入，在肉制品及米面类产品上均有布局，同时也储备了多款预制菜肴类新产品。

与此同时，随着预制菜细分赛道的不断内卷，一些企业则根据自身业务发展的需要进行了调整。记者注意到，2023年10月，海底捞推出“开饭了”系列新品，销售16款半成品菜肴，包括宫保虾球、辣子鸡丁等。但临近春节，海底捞在各大电商平台的预制菜已经收缩，品类减少。

“感觉现在预制菜的挑战还是

很大。”海底捞相关负责人表示，“开饭了”只是此前的一个尝试，2024年春节没有特意做预制菜方面的规划，“实际上，春节期间的家庭聚会流行现炒，讲究锅气，预制菜还需要创新。”

此外，金龙鱼近日在投资者平台上称，预制菜是公司央厨项目产品中的一部分，目前占公司总体营收比例很小。公司央厨产品以供应B端客户为主，面向C端消费者推出了红烧狮子头、锅烧肉、丰厨家宴礼盒、无菌米饭等预制菜产品，部分产品可以在山姆及其他渠道购买。

“选择什么样的赛道，什么样的产品都是企业主动的战略选择，基于自身资源能力以及投入产出的综合考量。”赛迪顾问消费经济研究中心高级分析师郝振凯认为，春节是全国性的节日，对国人来说意义重大，但节假日型消费模式存在明显的周期性和特殊性，部分春节产品可能不适用于日常性消费，为此专门投入的人力、物力、设备较难为企业持续性带来利润，或者相对于常规产品投产比并无明显增加，这可能是部分企业选择退出的原因。

拥抱年轻客群

目前预制菜的主销渠道是B端，在C端尤其是针对年轻人的消费市场仍处于培育期。

《天猫年货节2024年味新趋势》显示，目前，淘宝购买年货的下单用户中，95后占比已超过一半。95后正在成为家庭年货的决策人，从“逃避过年”逐步转向“愿意参与”甚至“主导年夜餐桌”。

“主动消费、悦己型消费、个性鲜明是当前年轻人消费的主要特征，预制菜是近两年的热点消费品，追赶潮流的年轻人，自然成为预制菜消费的主力。”郝振凯表示。

“拥抱年轻客群，逐步完善品牌体系。”申万宏源研报表示，在食品板块，全聚德加大产品研发力度，有序推进餐饮产品食品化项目，丰富产品矩阵。以全新副



上海杨浦区一超市的预制菜专柜，吸引了顾客驻足挑选。

视觉中国/图

品牌“零研所”进入休闲食品赛道，全方位开启老字号品牌与90后、Z世代消费者的“同频共振”。

但是，目前预制菜的主销渠道是B端，在C端尤其是针对年轻人的消费市场仍处于培育期。赛迪顾问2023年6月的数据显示，预制菜的B、C端消费占比为8:2，这一比例已保持多年。

就此，郝振凯认为，预制菜作为一个既“老”又“新”的赛道，处在新技术涌现、食品产业化加速推进的风口期，整体市场加速增

长。从竞争角度来看，各行业主体正处在业务竞争的关键阶段，如何影响更多消费者，推出更好的产品是企业的当务之急。

郝振凯表示，预制菜ToC业务关键在于两方面：一是流量，多元化的渠道选择是触达更多消费者的前提，线上和线下流量都是宝；二是健康概念，许多消费者认为预制菜没有营养，要进一步普及和教育消费者，让更多人客观认识预制菜，并促进行业的进一步规范。

艾媒咨询发布的《2023—2025年中国预制菜行业运行及投资决策分析报告》显示，2022年我国预制菜市场规模为4196亿元，预计2023年将达5100亿元，并有望在2026年升至万亿元。

“近年来，在国家相关政策的指引下，各地政府纷纷大力支持预制菜产业发展，主要强调的是产业发展与科研结合，但在国家标准方面还存在不足，产业规范化、专业化、品牌化、规模化程度也有待提升。”朱丹蓬认为，2024年，预制菜行业应至少从两个方面改进：一是行业亟待建立统一的国家标准规范；二是要进一步保障消费者知情权，“买得放心、吃得安心”。

产业发展待提升

预制菜年夜饭无疑是一种适应时代变化的有效解决方案。

“我们针对川渝消费者做了夹沙肉、粉蒸排骨、梅菜扣肉、凉拌折耳根等产品。”盒马西南地区相关负责人介绍道。

对此，郝振凯认为，从创新角度来看，预制菜主要的优势在于便捷，使用场景从餐桌延伸至户外，可基本适用于全部就餐场景，预制菜年夜饭作为餐桌场景的重要组成部分，带来的意义是增加了餐桌内容的丰富度，实现了南菜北吃，北菜南吃，饮食文化不再受地域局限。

“年夜饭是中国人在一年中最为‘重要’的团圆饭，但能否接受预制菜年夜饭，这取决于消费者对传统年夜饭制作方式的情感寄托、对食品口味和品质的要求，

以及对便捷性和效率的需求。”天眼查数据研究院认为，如果预制菜品牌能够在保证食品安全的前提下，提供美味可口、品种丰富的产品，并能满足消费者在家享受团圆氛围的愿望，那么，预制菜年夜饭无疑是一种适应时代变化的有效解决方案，也是可以被广大消费者接受的一种新形式。

天眼查数据显示，截至目前，现存与预制菜的相关企业6.4万余家；其中，2023年1—12月，新增注册相关企业5000余家，与2022年同比增长152.9%；从地域分布来看，山东以8200余家位列区域首位；河南、江苏分别拥有5900余家以及5200余家，位居二、三位。

郑钦文成绩再刷新 网球运动商业价值攀升

本报记者 刘旺 北京报道

2024年的中国体坛，网球比赛率先传来好消息。在1月27日进行的2024澳大利亚网球公开赛女单决赛中，21岁的中国网球选手郑

钦文收获亚军。在刷新个人职业生涯最好成绩和最高排名的同时，郑钦文成为继李娜之后，又一位来自中国的女子单打Top10球员和闯进大满贯单打决赛的选手。

《中国经营报》记者注意到，

伴随着个人成绩的提升，郑钦文的商业价值也在不断攀升。此前，《福布斯》杂志公布了其统计的2023年度体坛收入最高的女运动员榜单，郑钦文排名第15位。除了一直以来获得的赛事奖金，

目前，郑钦文已经和耐克、专业网球品牌威尔胜、劳力士手表等品牌签约。

在多位业内人士看来，郑钦文商业价值的提升，代表着整个社会和品牌方体育审美的变化，

运动员代表着一种健康的美，也与大众审美相互影响，进而影响品牌方的选择。

而在上述榜单中，网球毫无悬念地成为女子第一职业运动，在榜单前十名中，有9位运动员是网球选手。而围绕

着网球，中国企业已经开始了品牌营销布局。

事实上，郑钦文的背后，还有一众新生代选手。以郑钦文为代表的中国网球选手，正在证明中国网球已然踏上了崛起之路。

郑钦文背后的竞技与商业

尽管在澳网决赛中，郑钦文输给了白俄罗斯选手萨巴伦卡，但外界认为，郑钦文极有可能是继李娜之后的又一位网球巨星。

回顾郑钦文的竞技之路可以看到，近年来，郑钦文的个人成绩正在直线提升，不断刷新着个人最好成绩。根据公开资料，2002年出生的郑钦文，6岁正式开始学习网球，2022年首次进入澳网正赛，同年就冲入法网十六强。2023年在WTA250巴勒莫站，拿下了职业生涯首冠，更是连续获得2022年最佳新人和2023年进步最快球员奖项。

世界排名方面，2019年—2023年，郑钦文的世界排名分别为649位、324位、143位、25位和15位。而根据2024年1月29日WTA公布的最新世界排名榜单，郑钦文升至个人生涯排名新的第七位，成为李娜之后世界排名最高的中国女网选手。

伴随着竞技成绩提升的是郑钦文的个人财富。2023年12月21日，《福布斯》杂志公布了2023年体坛收入最高的女运动员榜单，郑钦文以170万美元比赛奖金收入和550万美元赞助收入排名

第15位。

据了解，目前，郑钦文已手握耐克、劳力士、斯维诗、麦当劳、佳得乐的代言，在国内，也已经与伊利、蚂蚁集团签了约。

关键之道体育咨询创始人张庆告诉记者，郑钦文能够吸引品牌方，首先源于她的竞技表现。“她所在的网球运动，是国际主流运动之一，郑钦文也是继李娜之后又一位打入大满贯决赛的球员。另外，从个人的性格气质来说，郑钦文非常自信，有着得体谈吐、充满斗志的东方女子运动员形象，英文表达也非常流利，具有国际化属性。场内外都能够站住脚，显然，商业价值的逐步提升也指日可待。”

记者了解到，2022年，伊利成功签约郑钦文作为品牌代言人，之所以选择郑钦文，除了伊利长期对网球赛事的关注和郑钦文的优异成绩，很大程度上也是看中了其优秀的品质。

伊利相关负责人在回复记者采访时提到：“她在2022年横空出世，年仅19岁，一年内连续三大满贯进入32强。她正在以不可估量的速度，在世界网坛占领更重要的位

置。甚至在大满贯被评为‘四位表现令人惊喜的球员’之一。健康的肤色、阳光的笑容、坚毅的眼神、自信的表达，都给人留下深刻印象。”

同样是在2022年，郑钦文成为了蚂蚁集团“追光大使”，彼时，蚂蚁集团方面表示，希望借助优质青年运动员的偶像力量，激励更多年轻人不断挑战自己、突破自己。

而在2024年澳网赛事中，郑钦文的性格再次得到外界的肯定。行业垂直媒体懒熊体育发消息称，更值得被称道的是郑钦文的自信。她会在外国观众干扰比赛时制止对方的行为；会在现场大方地说出“五星红旗真好看”；更会在采访中不断透露着对中国网球的期待；同样也会在自己经期的时候表达出“我不能打出自己的网球，因为我的肚子太痛了。这是女生要面对的事情，第一次总是很难熬。”

沃曼体育创始人侯嘉语就曾表示：“作为女子体育的运营者，我们首先关注的是美，美是人类永恒的追求，这是和男性截然不同的一个视角。品牌商在赞助女性体育运动的时候，也需要从美的角度出发，进行场景和内容的设计。”

中国网球崛起

郑钦文的背后，是正在崛起的中国网球。在澳网观战的国家体育总局网球运动管理中心党委书记白喜林这样评价新生代球员：“中国网球多点开花；新一代球员阳光自信，充满青春活力。”

在本届澳网比赛中，一共有来自中国内地的10名女球员和2名男球员进入正赛。

他们的成绩在中国网球协会的贺信中可以看到，张之臻与搭档坚定果敢、配合默契，先后击败赛会15号种子和3号种子，成为第一位闯入大满贯半决赛的中国内地男选手，刷新了中国男网征战大满贯的纪录；伤愈复出的王雅繁持续展现出良好状态，在击败前美网冠军拉杜卡努之后，与郑钦文联手贡献了精彩绝伦的“中国德比”；19岁小将商竣程闯进男单32强，继续刷新个人大满贯参赛的最好纪录，同时也为自己赢得了与阿尔卡拉斯交手的机会。

值得注意的是，商竣程也是瑞幸咖啡的品牌健康大使；此外，首次搭档征战大满贯赛场的蒋欣玗、郭涵煜，携手闯进女双16强。张庆认为，以李娜的成长为

标志，中国网球开始崛起。“不管是体制的改革，还是指定的青苗计划、压茬计划，网球运动的管理机构是有所作为的，在尊重规律的基础上推动网球事业发展。另外，受李娜成长过程的激励，越来越多的家庭愿意在网球上给孩子投资。社会力量和官方力量的结合，共同推动着中国网球人才的产出。”

“这并不是昙花一现，而是找到了适合中国网球运动的发展道路。”张庆表示。

不仅仅是成绩的提升，成熟的网球商业赛事，也让越来越多的品牌方将视线聚焦在了网球运动上。

《福布斯》杂志2023年度女运动员收入榜前十名中，除了谷爱凌，其余九人都是网球选手。这也说明了作为世界三大商业化球类运动之一，网球显然是当之无愧的女子收入第一运动。而在商业化、职业化程度如此高的运动赛事当中，自然也少不了中国企业的身影。

记者注意到，2024年，瑞幸咖啡成为澳网中国及东南亚官

方独家咖啡合作伙伴；泸州老窖也在2023年年底与澳网完成续约，成为澳网联合赞助商及官方合作伙伴。

除了消费品牌，2023年，海尔成为法网公开赛的官方合作伙伴之一，同时也成为了ATP巡回赛的官方家电合作伙伴；OPPO手机早在2019年就开始和法网和温网合作，成为官方合作伙伴之一。

对于品牌方而言，选择代言人与赞助赛事，最为关键的问题是曝光度。而网球赛事的密集程度和赛事热度刚好解决了这个问题。

此外，网球这项运动本身的特质，也吸引着品牌方的注意。“网球运动的形象是时尚的、优雅的，但是又充满了力量和速度，之所以能够成为主流的运动项目，离不开网球的观赏性。比如观众需要安静的享受比赛，不能干扰球员；网球运动员必须穿白色的衣服；网球运动百年的历史等，这都会给品牌赞助商打上国际范、时尚的烙印。叠加收视率、代言人激活等举措，品牌方的赞助和签约就会得到对应的回报。”张庆表示。

上接D1

张庆表示，一个运动项目商业化成功的关键之一是成为一个高观赏性的媒体产品。比如要求有足够的竞技性，对观众形成视觉冲击，能在镜头前呈现出足够

的美感，进而提高社会影响力，让

该项运动成为高收视率、高互动性、高黏性的运动。这样一来，无论是对版权销售、赞助销售，还是特许经营商品、专业教练等都有

很强的助推作用。柏文喜认为，掼蛋具有一定的群众基础、独特的趣味性和竞技性，以及丰富的市场推广和运营空间，这些都是商业价值潜质的表现特征。但一项相对小众并且区别于传统的运动项目，想要实现商业化和产业化，首先要规范化，确保其公平性和竞技性。此外，普及推广、赛事组织、产业

链建设以及与文旅的跨界合作等都是推动其商业化的手段。

“掼蛋具备一定的市场需求和商业潜力，可以通过政府、企业和社会组织等多渠道筹集资金和资

源，为其商业化提供物质基础。同时，还要建立完善的产业链和商业模式。这需要其产业链进行深入分析和规划，制定可行的商业模式和市场策略。”江瀚说。

声音

造车竞争不是“短跑”

访北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官段建军

“对于2023年,可以用一句诗来表达我的心境:‘风物长宜放眼量’。这句诗表达的是,要放开眼界,以宽阔的胸怀观量万事万物。在时代发生剧变、市场边界被打破、行业竞争充满不确定性时,需要始终保持勤奋的创业初心和热忱的探索,以更加敏捷的反应和开放的姿态,积极洞察和拥抱未知与变化。”

对于奔驰品牌亦如此。作为一个拥有138年历史的品牌,面对时代变局和市场竞争,我们相信,坚持做难而正确的事情,发挥和守住自己的优势,保持战略定力,是取得最终胜利的定海神针。”

上述表述来自北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官段建军。段建军是一名从业

近30年的汽车行业“老将”,也是奔驰在华首位中国籍“掌舵人”。

2023年,汽车市场可谓波诡云谲,市场竞争激烈。面向2024年,汽车行业将在内卷加剧的情境下继续重塑。作为豪华汽车品牌头部企业,奔驰的策略和决定对于整体豪华车市场有着很大的影响。2024

年,奔驰这个百年车企如何打造穿越周期的势能?中国汽车市场正处于深度电动化变革之中,面对电动化、智能化的时代浪潮,奔驰又将如何描绘转型“路线图”?

对于上述问题,近期,《中国经营报》记者专访了段建军。段建军在专访中作出了详尽的回应。



商业本质,健康的业务模式是要可持续发展,能够盈利。只有业务取得可持续高质量发展,一个企业才能更好地为客户和社会创造长期价值。

《中国经营报》:你刚才提到当下市场已经进入“内卷2.0”时代,汽车圈也存在舆论战的情况,在这样的市场环境下,奔驰如何在更长周期内保持自身的战略定力?

段建军:在激烈的竞争态势下,行业可能会出现不理性的声音以及过度的宣传手段,我们始终认为只有沉下心来踏踏实实做事,构建理性、有序的竞争环境,才能助力行业正向发展。

汽车产业已经有100多年的发展历史,赛道足够宽,不会出现一家独大的局面,而是会是百家争鸣。我们要有足够的胸襟和气度,去应对这样的百花齐放和百家争鸣局面。面对市场竞争,奔驰永远会坚持自己的标准、底线、定力和节奏,用高质量的运营和强大的组织韧性来抵御风险,实现业务突破。

面对日益激烈的市场竞争环境,我们要做的就是在尊重商业规律和竞争伙伴的同时,坚持做难而正确的事。

具体来说就是要落实四个方面:一是,以产品为王,立足客户所需,以“奔驰标准”打造标杆性的豪华汽车产品;二是,服务至上;三是,

与合作伙伴紧密协同,携手经销商伙伴实现高质量发展;四是,商责并举,在业务运营和企业社会责任方面始终践行“可持续的发展之道”。

会受到影响,但我们也看到更多新的消费人群正在涌向这个细分市场。持续的经济恢复以及国家针对民营经济提供的相关政策支持,都会给高端豪华市场带来新的发展机遇。

总体而言,高端豪华是一个体量相对窄的市场,也是一个更加追求品质的市场,我们将继续巩固我们在这一细分市场的优势。我们相信,奔驰138年来积蓄的深厚品牌价值,建立的豪华品牌认知,积累的服务豪华客户的经验,将在2024年乃至更长的时间里,助力我们在高端豪华细分市场取得持续增长。

《中国经营报》:近两年,新势力品牌不断深入传统豪华品牌腹地。你是否有一些奔驰客户会转化为新势力品牌客户的焦虑?

段建军:随着新能源汽车渗透率越过“新技术扩散曲线”15%的临界点,用户群体逐渐从早期适用者进入早期主流消费人群,客户需求将逐渐从“价格导向”向“价值导向”转变。车辆安全、制造工艺、驾乘感受、智能科技、豪华氛围、品牌体验和情感共鸣等,都是奔驰体系化竞争力下的长期优势和品牌实力所在,也正在成为豪华新能源细分市场客户购车的主要考量因素。

业内经常有人说,奔驰的客户是最难被转化为其他品牌客户的。对于奔驰而言,最重要的是基于品牌自身的豪华定位,更加敏捷地去洞察和回应市场趋势和客户需求,为中国客户提供丰富的产品选择和不可复制的电动豪华车体验。

《中国经营报》:汽车产业正在进行电动化、智能化转型。智能化主要包括智能驾驶和智能座舱两个方面,奔驰在这方面有诸多布局,是L3、L4“双持证”车企。在豪华品牌中奔驰也是第一家搭载高通骁龙8295智能座舱芯片的车企。未来,奔驰更高等级的自动驾驶如何落地?在智能化上,如何与中国市场结合?

段建军:我们正在借助本土的研发优势,加快推进智能化。目前,我们北京、上海的中国研发中心规模逐步扩大,在华研发团队已经增加至2000人,数量是2020年的两倍。同时,我们的团队还在持续扩招,这在现阶段的主流车企中是很少见的。2023年6月,梅赛德斯-奔驰(上海)数字技术有限公司正式成立,该公司专注于智能互联和自动驾驶研发,它的成立将使奔驰本土研发网络进一步完善。2024年,上海研发中心全新大楼将正式启用,借力长三角科技产业集群优势,奔驰将进一步提速智联、智驾等数字化领域的研发。

在智能驾驶方面,2023年12月底上市的全新长轴距E级车搭载了L2+驾驶辅助系统。它是中国研发团队将奔驰的制造研发经验与中国

本土使用场景相结合,专门研发的奔驰首款L2+系统。这套系统在交付前经历了数以万计的道路实测,测试场景超过了2.3万个,这足以彰显安全底线是奔驰科技进阶的前提。我们不会拿客户当小白鼠,也不会将一个半成品装在车上。

与此同时,作为全球唯一具备L3级有条件自动驾驶、L4级自动无人驾驶泊车“双持证”的车企,2023年我们获批北京市首批有条件自动驾驶(L3级)道路测试牌照,将正式启动在北京指定高速公路的有条件自动驾驶系统实测,进一步提速相关智驾产品在中国市场的落地。

在智能座舱方面,全新长轴距E级车是奔驰首款也是主流豪华汽车产品中首款搭载高通骁龙8295智能座舱芯片的行政座驾。从2024年开始,高通8295芯片也将搭载在更多奔驰车型上。

智能化趋势是行业发展的必然趋势,它影响着汽车行业的每个参与者。智能化的比拼,不应该仅仅是卷数据、卷堆料,我认为更多的应该是卷可靠性、卷以人为本。在中国,我们将积极捕捉客户的智能化体验需求,持续加大本土研发投入。中国研发团队将在奔驰智能化转型上发挥重要作用。

“豪华”品牌不是自己喊出来的

《中国经营报》:2023年,奔驰在100万元和150万元以上高端豪华细分市场再次蝉联年度第一。在这样的成绩下,伴随推出的产品越来越多,奔驰如何实现高端豪华产品矩阵的持续增长?

段建军:作为主流豪华汽车品牌,奔驰的主要目标市场是豪华细分市场。2022年5月,在战略层面我们明确地提出了进一步聚焦豪华品牌定位的战略,并且明确了由高端豪华、核心豪华、新生代豪华三大车型矩阵构成的钻石型业务结构。其中,高端豪华产品矩阵主要包括迈巴赫、G级越野车、AMG、S级等品牌和车型。

最近两年,我们看到“豪华”这个词被频繁使用甚至被乱用,各种定语都往上加。实际上,想让主流

市场真正形成豪华品牌的认知,是需要长时间积淀的,不是凭借一辆车或一代车就能定义豪华的。豪华需要有故事传承,需要表里如一,需要风格永存。“豪华”不是自己喊出来的,更多的是一种沉淀,是慢慢形成的市场认知。

2023年我们高端豪华车型矩阵获得了快速增长,迈巴赫品牌、G级越野车分别实现了21%、22%的增长;在100万元和150万元以上高端豪华汽车市场,奔驰再次蝉联年度第一。这一方面展现了在中国奔驰聚焦豪华品牌定位的战略卓有成效,另一方面也印证了奔驰业务结构的持续优化。

经济恢复是一个波浪式发展、前进的过程。在当前市场环境下,高端豪华市场客户的消费决策可能

会受到影响,但我们也看到更多新的消费人群正在涌向这个细分市场。持续的经济恢复以及国家针对民营经济提供的相关政策支持,都会给高端豪华市场带来新的发展机遇。

总体而言,高端豪华是一个体量相对窄的市场,也是一个更加追求品质的市场,我们将继续巩固我们在这一细分市场的优势。我们相信,奔驰138年来积蓄的深厚品牌价值,建立的豪华品牌认知,积累的服务豪华客户的经验,将在2024年乃至更长的时间里,助力我们在高端豪华细分市场取得持续增长。

《中国经营报》:近两年,新势力品牌不断深入传统豪华品牌腹地。你是否有一些奔驰客户会转化为新势力品牌客户的焦虑?

《中国经营报》:汽车产业正在进行电动化、智能化转型。智能化主要包括智能驾驶和智能座舱两个方面,奔驰在这方面有诸多布局,是L3、L4“双持证”车企。在豪华品牌中奔驰也是第一家搭载高通骁龙8295智能座舱芯片的车企。未来,奔驰更高等级的自动驾驶如何落地?在智能化上,如何与中国市场结合?

段建军:我们正在借助本土的研发优势,加快推进智能化。目前,我们北京、上海的中国研发中心规模逐步扩大,在华研发团队已经增加至2000人,数量是2020年的两倍。同时,我们的团队还在持续扩招,这在现阶段的主流车企中是很少见的。2023年6月,梅赛德斯-奔驰(上海)数字技术有限公司正式成立,该公司专注于智能互联和自动驾驶研发,它的成立将使奔驰本土研发网络进一步完善。2024年,上海研发中心全新大楼将正式启用,借力长三角科技产业集群优势,奔驰将进一步提速智联、智驾等数字化领域的研发。

在智能驾驶方面,2023年12月底上市的全新长轴距E级车搭载了L2+驾驶辅助系统。它是中国研发团队将奔驰的制造研发经验与中国

本土使用场景相结合,专门研发的奔驰首款L2+系统。这套系统在交付前经历了数以万计的道路实测,测试场景超过了2.3万个,这足以彰显安全底线是奔驰科技进阶的前提。我们不会拿客户当小白鼠,也不会将一个半成品装在车上。

与此同时,作为全球唯一具备L3级有条件自动驾驶、L4级自动无人驾驶泊车“双持证”的车企,2023年我们获批北京市首批有条件自动驾驶(L3级)道路测试牌照,将正式启动在北京指定高速公路的有条件自动驾驶系统实测,进一步提速相关智驾产品在中国市场的落地。

在智能座舱方面,全新长轴距E级车是奔驰首款也是主流豪华汽车产品中首款搭载高通骁龙8295智能座舱芯片的行政座驾。从2024年开始,高通8295芯片也将搭载在更多奔驰车型上。

智能化趋势是行业发展的必然趋势,它影响着汽车行业的每个参与者。智能化的比拼,不应该仅仅是卷数据、卷堆料,我认为更多的应该是卷可靠性、卷以人为本。在中国,我们将积极捕捉客户的智能化体验需求,持续加大本土研发投入。中国研发团队将在奔驰智能化转型上发挥重要作用。

“在硝烟最浓烈的阵地呼唤炮火”

《中国经营报》:前段时间有车企高层提到,跨国品牌在新能源汽车赛道不是没有竞争力,而是还没有真正开始比拼。你前面也介绍道,2024年奔驰将推出许多重磅车型,奔驰是否会优先发力新能源汽车市场?有哪些新的举措?如何规划未来新能源产品的发展路径?

段建军:坦诚地说,奔驰在电动化方面还有进步空间。但在主流汽车品牌尤其是主流豪华汽车品牌中,奔驰是最早一批明确提出“全面电动”目标的车企。按照规划,到2030年,奔驰乘用车将在条件允许的市场做好全面电动化的准备;到2039年,奔驰新产品全生命周期实现碳中和,也就是我们提出的“2039愿景”。

2023年年初,我们提出“油电双行”产品方针,这是我们基于对中国汽车市场的洞察,并经过内部反复讨论提出的策略。根据中国汽车工业协会披露的数据,2023年中国新能源汽车渗透率达到31.6%。其中,高端豪华车细分市场新能源渗透率不足30%,这意味着仍有约七成客户选择燃油车。我们之所以提出“油电双行”的产品方针,是想将选择权交给客户。

目前,奔驰已经取得了一些成

《中国经营报》:汽车产业正在进行电动化、智能化转型。智能化主要包括智能驾驶和智能座舱两个方面,奔驰在这方面有诸多布局,是L3、L4“双持证”车企。在豪华品牌中奔驰也是第一家搭载高通骁龙8295智能座舱芯片的车企。未来,奔驰更高等级的自动驾驶如何落地?在智能化上,如何与中国市场结合?

段建军:我们正在借助本土的研发优势,加快推进智能化。目前,我们北京、上海的中国研发中心规模逐步扩大,在华研发团队已经增加至2000人,数量是2020年的两倍。同时,我们的团队还在持续扩招,这在现阶段的主流车企中是很少见的。2023年6月,梅赛德斯-奔驰(上海)数字技术有限公司正式成立,该公司专注于智能互联和自动驾驶研发,它的成立将使奔驰本土研发网络进一步完善。2024年,上海研发中心全新大楼将正式启用,借力长三角科技产业集群优势,奔驰将进一步提速智联、智驾等数字化领域的研发。

在智能驾驶方面,2023年12月底上市的全新长轴距E级车搭载了L2+驾驶辅助系统。它是中国研发团队将奔驰的制造研发经验与中国

本土使用场景相结合,专门研发的奔驰首款L2+系统。这套系统在交付前经历了数以万计的道路实测,测试场景超过了2.3万个,这足以彰显安全底线是奔驰科技进阶的前提。我们不会拿客户当小白鼠,也不会将一个半成品装在车上。

与此同时,作为全球唯一具备L3级有条件自动驾驶、L4级自动无人驾驶泊车“双持证”的车企,2023年我们获批北京市首批有条件自动驾驶(L3级)道路测试牌照,将正式启动在北京指定高速公路的有条件自动驾驶系统实测,进一步提速相关智驾产品在中国市场的落地。

在智能座舱方面,全新长轴距E级车是奔驰首款也是主流豪华汽车产品中首款搭载高通骁龙8295智能座舱芯片的行政座驾。从2024年开始,高通8295芯片也将搭载在更多奔驰车型上。

智能化趋势是行业发展的必然趋势,它影响着汽车行业的每个参与者。智能化的比拼,不应该仅仅是卷数据、卷堆料,我认为更多的应该是卷可靠性、卷以人为本。在中国,我们将积极捕捉客户的智能化体验需求,持续加大本土研发投入。中国研发团队将在奔驰智能化转型上发挥重要作用。

老板秘籍



老板
秘籍



面对汹涌的新能源车浪潮和激烈的市场竞争,奔驰将如何发力新能源汽车市场?

电动车是当下汽车市场竞争最激烈的板块,中国电动车市场的“战火”更为激烈。面对竞争,我们要做的是在硝烟最浓烈的阵地呼唤炮火,因为我们没有退路,唯有继续前进。但是,我们不会一味追求和看重一时的利润率,不会贬低别人来抬高自己,更不会因为一朝一夕、一城一池的得失,而放弃我们对行业的敬畏和对同行的尊重。而是选择回归商业本质,在成本、业务结构、商业模式以及市场环境中寻找势能平衡点,实现长期盈利性增长的战略目标。

业界普遍认为,2024年价格战和“内卷”不会结束,奔驰准备怎么应对?

在激烈的竞争态势下,行业可能会出现不理性的声音以及过度的宣传手段,我们始终认为只有沉下心来踏踏实实做事,构建理性、有序的竞争环境,才能助力行业正向发展。

汽车产业已经有100多年的发展历史,赛道足够宽,不会出现一家独大的局面,而是会是百家争鸣。我们要有足够的胸襟和气度,去应对这样的百花齐放和百家争鸣局面。面对市场竞争,奔驰永远会坚持自己的标准、底线、定力和节奏,用高质量的运营和强大的组织韧性来抵御风险,实现业务突破。

面对日益激烈的市场竞争环境,我们要做的就是在尊重商业规律和竞争伙伴的同时,坚持做难而正确的事。

具体来说就是要落实四个方面:一是,以产品为王,立足客户所需,以“奔驰标准”打造标杆性的豪华汽车产品;二是,服务至上;三是,与合作伙伴紧密协同,携手经销商伙伴实现高质量发展;四是,商责并举,在业务运营和企业社会责任方面始终践行“可持续的发展之道”。

简历

段建军拥有近30年的汽车行业从业经验,曾先后在多个跨国企业担任高级管理职务,在销售管理、市场营销、售后服务等多个业务板块积累了丰富的管理经验,是伴随中国汽车行业发展而成长起来的出色本土人才。

2013年,他加入北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司,担任销售与市场营销执行副总裁,并于2019年升任销售与市场营销首席运营官。2023年5月1日,段建军出任北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼执行官。

作为北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司的核心管理层之一,段建军在过去10多年时间里为奔驰在华的发展做出了重大贡献。段建军格外注重品牌与中国文化和潮流的融合,积极推进奔驰品牌融入中国本土文化语境,并获得年轻消费者的认可。

深度

坚持“长期主义” 耐心打磨产品

如果说,当下的汽车市场充满着不确定性,那么电动化转型就是当下汽车行业变革中最大的确定性。

长期以来,豪华品牌的电动化、智能化转型一直是业内关注的焦点。大象转身难,相较自主品牌而言,豪华品牌转型的步伐更为缓慢。

不过,造车不是短跑,更像是一场马拉松。可以看到,在这场长跑中,奔驰正在按照自己的节奏多点发力,加速跨入全面电动时代。

“在‘油电双行’的产品方针下,奔驰在稳定燃油车、高端豪华汽车市场的同时,正在进一步推进全产品序列的新能源化,持续拓展电动服务生态布局,同时以强大的科技实力赋能新能源产品的持续竞争力。伴随着我们不断推出的全新电动产品,以及基于MMA平台打造的全新电动车型在2025年正式投入国产,我们相信会赢得更多客户的青睐。”段建军如此描述奔驰电动化转型的战略图景。

段建军表示,奔驰不会一味追求速度,而是会对每一款产品负责。无论驱动方式如何改变,奔驰始终坚持交付的每一台车,在车辆安全、豪华美学、驾驶操控、舒适驾驶、智能科技上均符合

“奔驰标准”。长期以来,奔驰牢牢站稳高端豪华市场,在新能源汽车市场上,奔驰也致力于建立豪华标准。

在喧嚣浮躁的汽车市场,奔驰始终践行长期主义,耐心打磨产品,在行业变革期中持续前行。随着公司对新能源车业务的不断加码,以及本土化深耕,奔驰已经拥有完备的新能源研发和技术体系,电动化转型愈加完善。

在长期主义理念下,奔驰持续“聚焦豪华”,提速“全面电动”,坚持“科技领航”,秉持“商责并举”的可持续发展理念。未来,奔驰会持续深耕中国市场,把中国市场做好,并反哺全球业务发展。

“客观来说,100万元以上纯电市场需求目前还不是特别大。很多人认为,电动车的价格就应该比较低,这可能会影响消费决策。但我们相信,随着市场的发展,电动汽车的需求也将从‘价格导向’向‘价值导向’转变。138年来,奔驰笃定坚守豪华之道,市场对于奔驰的豪华认知的形成是长期积淀而来的,是坚实而有韧性的。在可持续业务发展之下,我们可以承诺三年、五年、十年乃至百年后我们仍然在,并且一直坚持为客户带来长期价值。”段建军说道。

本文文章均由本报记者尹丽梅采写