



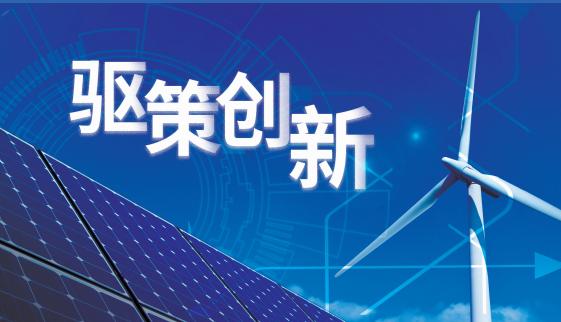
— 经 营 成 就 价 值 —

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

2023新年特刊

远大前程

绘聚蓝图 A1~A4	滋养实业 B1~B16	驱策创新 C1~C8	消费新局 D1~D4
绘聚蓝图 	滋养实业 	驱策创新 	消费新局 

走出新冠大流行阴霾 A2 我国外贸呈现较强韧性 A3 政府持续助企“走出去” 科技与党建并行 A4 央企打造原创技术策源地	牵住资本市场改革“牛鼻子”:... B2 注册制从“试验田”走向“全市场” 普惠金融为民 B4 兼顾安全与可持续 国家级都市圈再扩容 B9 加快城市群协同发展	商用三年半 C2 中国5G发展迈向新征程 中国工业机器人 C3 迎发展机遇期 2022年出口闯关300万辆 C5 “中国造”汽车加速驶向全球	2022酒业高端化扩容 D1 消费复苏助力产业升级 咖啡行业格局重塑: D2 新老玩家角逐市场 赛事大年成绩斐然 D3 体育事业再迎新方向
---	--	---	--

新年献词

勇毅前行的力量

文/本报编辑部

探索把人类文明新形态书写得与众不同:

引发人类命运的终极思考和拷问:

汤加水下火山爆发,全球多国遭遇前所未有的高温干旱,四川芦山、泸定地震,台风“海燕”登陆,东北地区洪涝风雹灾害,津巴布韦洪涝灾害,尼泊尔洪涝灾害,莫桑比克洪涝灾害……全球880多起自然灾害,2万多人死亡,经济损失达1250亿美元,气候问题成为引发全球同此凉热的生存焦点问题。还有,东航MU5735广西梧州坠机失事,韩国首尔梨泰院踩踏事故……2022,苦难刻骨铭心,命运苦涩和阴阳分割引发了人们对原因和责任的无数不解追问,给人间又留下无穷的人生遗憾。

这一年,我们还经历了许多许多生命的逝去,无数的永别:

党的第三代中央领导集体核心江泽民同志在上海逝世,留下了“三个代表”重要思想遗产。“球王”贝利走了,留下了足球的梦想和传奇。当然,还有许多名字值得我们追思怀念,“经营之圣”稻盛和夫,经济学家汪同三,“米业大王”陈经纶,英国戏剧导演彼得·布鲁克,华裔地理学家段义孚,翻译家、文学

理论家柳鸣九,“广告狂人”叶茂中,华为BG总裁丁耘,宁德时代张毓捷,北大光华曹凤岐,作家张洁……特别是,有58位共和国两院院士在这一年写完了精彩的人生故事,又有南京大屠杀死幸存者离我们远去,在册在世者仅剩50人……2022,因此悲壮精彩,人类的发展从来不会缺少精英的绝唱和奉献的欢歌。

这一年,还有许多事件,因为聚焦了普通人生的无助与感动而难以忘怀:

郑州金域核酸检测造假、北京朴石医学检验实验室被查揭开了贪婪人性的红与黑;郑州富士康员工在疫情中徒步返乡的无助和沿途的无偿救助,激发了“疫情无情,人间有爱”的慨叹;“江苏徐州丰县生育八孩女子”和河北唐山烧烤店打人事件提醒社会正义之光还要更加明亮;奥迪小满节气广告事件提示我们尊重比抄袭更能赢得喝彩;人教版小学教材插图引发了全社会对于教育价值观念和导向的追问;还有一些根本不值再提的所谓“明星”“鲜肉”见利忘义、以身试法,势必被良知社会所唾弃……当然,新冠病毒

仍是这一年的主角,它改变了平常人平静的生活,让核酸、健康宝成为普通人每时每刻的日常,“两道杠”的阴阳成为手机镜头前互相关心和幽默对话的底料。我们看到,闪送速递布洛芬的小哥在忙碌,身穿防护服在病人中穿梭的疲惫天使步履蹒跚,还有无数转阴后为自己小生活奔波的朋友们勇敢地面对明天……2022,虽然酸甜苦涩,但这就是我们必须面对的人间苦乐,毕竟美好生活还要继续,奋斗前路依然漫长。

面对这纷乱杂陈、疫情蔓延的2022,难免有暂时的迷惘彷徨。但不要以为,这世界的战乱纷争、生灵涂炭就是人类的苦难宿命,因为,生命的精彩已经历了数十亿年浴火重生的演化,2022的苦难很快将成为这一进程中的过眼云烟。人类社会每一次重大跃进,人类文明每一次重

大发展,都会历经艰难困苦的考验,都要找寻勇毅前行的力量!

作为人类的每一个鲜活个体,面对新时代的机遇和考验,都应该为了美好社会未来不懈追求。社会的发展离不开每一个普通人的努力,我们需要善待每一个为时代打拼贡献着的个人,有了他们,这个充满不确定性的时代才有了书写确定性的可能。这种确定性的美好追求,就是这个国家和民族的希望,是每一个普通个体为着幸福未来勇毅前行的力量!

中华民族向来有着直面困难的勇气和解决问题的智慧。世间一切伟大的壮举总是默默完成,世间一切伟大的壮举又都是深谋远虑。那些我们犹疑的时刻,正是我们需要仰仗坚定的信念彼此信赖的时刻,那时,远大的前程就在前方。



中国经营者俱乐部



本报官方订阅微店



广告许可证:京海工商广字第0224号

本报常年法律顾问:北京京泰律师事务所

走出新冠大流行阴霾

文/本报记者 孟庆伟

历经近三年与新冠病毒的较量，在这个冬天，防控迎来重大变化。

根据疫情防控需要，党中央决定自2023年1月8日起，对新型冠状病毒感染由“乙类甲管”调整为“乙类乙管”。这是党中央在统揽全局、综合研判的基础上，进一步优化防控政策、更好统筹疫情防控与经济社会发展的重大决策。

回望抗击疫情的一千多个日夜，这一调整的实现可谓来之不易。近三年来，通过对新冠肺炎采取“乙类甲管”的严格管理，我国经受住了全球先后五波疫情的冲击，避开了致病力较强的原始株、德尔塔变异株的广泛流行，也为疫苗、药物的研发应用以及医疗等资源的准备赢得了宝贵的时间，有力保护了人民群众生命安全和身体健康，统筹疫情防控和经济社会发展取得重大积极成果。

随着病毒变异、疫情变化、疫苗接种普及和防控经验积累，我国新型冠状病毒感染疫情防控面临新形势新任务，防控工作进入了新阶段。

当前，奥密克戎变异株正在我国各地迅速蔓延，国内疫情处在快速上升期，未来一段时间内，各地将陆续面临疫情的流行和医疗救治的压力，全国疫情防控的工作重心已从“防感染”转向“保健康、防重症”。如何降低流行高峰对医疗系统的冲击，成为当务之急。

这意味着，新冠大流行的阴霾褪去之前，整个医疗系统将迎来一场新的人民生命健康保卫战，但和三年前相比，这场保卫战，我们打的是有准备之仗，这场保卫战，一定会走向春天。

“乙类甲管”调整为“乙类乙管”

2022年末，随着国家卫健委“2022年第7号”公告的发布，“新型冠状病毒肺炎”正式成为历史，取而代之的是“新型冠状病毒感染”。与此同时，经国务院批准，自2023年1月8日起，对新型冠状病毒感染由“乙类甲管”调整为“乙类乙管”。

这是2020年1月20日我国将新型冠状病毒肺炎（以下简称“新冠肺炎”）纳入《中华人民共和国传染病防治法》规定的乙类传染病，并采取严格的甲类预防、控制措施后，疫情防控政策的又一次重大调整。

就更名原因，国家卫健委《关于对新型冠状病毒感染实施“乙类乙管”的总体方案》（以下简称《总体方案》）解读称，当时命名为“新冠肺炎”，主要考虑疫情初期病例大部分有肺炎表现。随着奥密克戎变异株成为主要流行株以后，致病力减弱，仅有极少数病例有肺炎表现。考虑到肺炎仅反映了病毒感染后较为严重的患病状况，不能概括所有感染者临床特征，将“新冠肺炎”更名为“新型冠状病毒感染”，更加符合目前的疾病特征和危害。

“我们密切跟踪病毒特点，研判疫情形势，加快推荐疫苗接种和药物供给，加强医疗救治和防控体系建设，提升应急处置能力等因素，都为我们调整新冠病毒感染的法律归类创造了条件。因此，调整为‘乙类乙管’，我们打的是有准备之仗，而绝不是被动放开。”2022年12月27日，国家卫健委副主任李斌如是表示。

据了解，实施“乙类乙管”后，对新冠病毒感染者不再实行隔离措施，不再判定密切接触者；不再划定高、低风险区；不再对入境人员和货物等采取检疫传染病管理措施。对新冠病毒感染者实施分级分类收治并适时调整医疗保障政策。检测策略调整为愿检尽检。调整疫情信息发布频次和内容。

分类管理一直是我国传染病防控的策略，一直实行动态调整，极

依法科学管理一直是我国应对传染病的基本原则。

国务院联防联控机制特邀权威专家、国家卫健委新冠疫情应对处置工作领导小组专家组组长梁万年在解读时表示，将传染病从“乙类甲管”调整为“乙类乙管”，要具备相关条件。在依法的前提下，根据对病原体、疾病的性质和危害性的认识，根据人群免疫力和卫生健康系统的抵抗力水平，根据疫情现状和未来走向，聚集专家的智慧、借鉴国内外经验，综合考虑各方面的因素才能做出决策。

从病毒变异情况看，国内外专家普遍认为病毒变异大方向是更低致病性、更趋向于上呼吸道感染和更短潜伏期，新冠病毒将在自然界长期存在，其致病力较早期明显下降，所致疾病将逐步演化为一种常见的呼吸道传染病。从疫情形势看，奥密克戎变异株已成为全球流行优势毒株，虽然感染人数多，但无症状感染者和轻型病例占比超过90%，重症率和病亡率极低。

中国工程院院士、著名呼吸病学专家钟南山近日也表示，相比其他新冠病毒株，奥密克戎毒株的变异速度明显加快，导致其传染系数和传播能力越来越强，但致病性大大减弱。

事实上，对新发传染病实行动态管理，在我国已有诸多经验。我国自2003年“非典”、2005年禽流感、2009年甲型H1N1流感等新发传染病应对以来，有效经验做法是第一时间对其采取“乙类甲管”。但后期随着研究与认识的不断深入，治疗手段、疫苗和药物的应用以及有效防控措施积累，曾采取“乙类甲管”的“非典”、禽流感回归乙类传染病管控措施，而甲型H1N1流感则并入流行性感冒，按照丙类传染病监测管理。

防控成果来之不易

回望近三年的抗疫历程，面对百年来全球发生的最严重的传染病大流行，我国经历了一场艰苦卓绝的历史大考。此次我国能主动因时因势优化完善防控措施，也着实来之不易。

疫情发生以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视疫情防控，全面加强对防控工作的集中统一领导，明确了疫情防控的体制机制、策略原则、目标任务、工作要求，为打赢疫情防控的人民战争、总体战、阻击战和做好常态化疫情防控工作提供了根本遵循和科学指引。

我国的疫情防控始终坚持人民至上、生命至上，各地区各部门密切协作、履职尽责，因时因势动态优化调整防控措施，不断提高科学精准防控水平。

李斌表示，近三年来，我们始终坚持把抗疫的战略主动权握在手中，先后遭遇了新冠病毒原始株和多个全球流行变异株的威胁，始终在与病毒赛跑。防控工作经历了突发疫情应急堵围、常态化疫情防控探索、全方位综合防控等不同阶段，坚决打赢湖北保卫战、武汉保卫战、大上海保卫战，有效处置了百余起聚集性疫情，抵御了一波波境外输入疫情的冲击，为疫苗、药物的研发应用以及医疗等资源的准备赢得了宝贵的时间。

据了解，我国疫情流行和病亡数保持在全球最低水平，人民健康水平稳步提升，人均预期寿命从2019年的77.3岁提高到2021年78.2岁，提升了近1岁。

统筹经济发展和疫情防控取得世界上最好的成果，有力彰显负责任大国担当，创造了人类同疾病斗争史上的防控奇迹。

当前，随着病毒变异、疫情变化、疫苗接种普及和防控经验积累，从我国防控基础看，我国目前累计接种新冠病毒疫苗超过34亿剂次，3岁以上人群全程接种率超过90%，目前第二剂次加强免疫接种正在各地积极推进，13款新冠疫苗获批附条件上市或紧急使用，极

大丰富了我们的免疫策略；国内外特异性抗病毒药物研发取得进展，我国筛选出“三药三方”等临床有效方药；广大医疗卫生人员积累了丰富的疫情防控和处置经验，防治能力显著提升。

李斌表示，因时因势优化完善防控政策，将有助于更好地适应病毒变异和疫情形势的变化，有助于把防控资源更加集中到保护患有基础病的老人、孕产妇和儿童等重点人群上来，有助于更好地保障正常的生产生活和医疗卫生需求，有助于最大限度减少疫情对经济社会发展的影响。

因时因势优化调整

近三年来，我国优化完善防控措施采取了“边防控、边研究，边总结、边调整，走小步、不停步”的思路，以防控战略的稳定性、防控措施的灵活性，有效应对了疫情形势的不稳定性。

2022年，我国快速有效处置了吉林、天津、陕西等地的聚集性疫情，打赢了大上海保卫战。同时，2022年也是我国持续提高防控科学性、精准性、有效性关键一年。

受全球第四波新冠肺炎流行的影响，进入2022年，我国外防输入压力陡然加大。新年伊始的那一周，全球累计确诊病例突破3亿例，全球日新增确诊病例超过上一波疫情高峰的2倍，特别是我国周边国家和地区疫情水平快速上升。

而推高全球疫情形势的，正是奥密克戎变异株。从2021年11月9日首例奥密克戎变异株B.1.1.529在南非被检出后，其快速取代德尔塔等其他变异株，成为全球绝对优势毒株，短短两周就波及了60个国家和地区。

相比疫情头两年流行的新冠野生株(WT)和不同变异株(Alpha、Beta、Gamma、Delta)，奥密克戎(Omicron)变异株传播快、传染力强、隐匿性强的特点，为世界各国防控疫情带来了很大难度。

我国也不例外。2021年12月13日，中国内地天津首次发现新冠病毒奥密克戎变异株。此后，仅在2022年开年不久，全国10余省份就相继出现奥密克戎变异株引发的本土聚集性疫情，我国面临了德尔塔和奥密克戎毒株输入疫情的双重挑战。

奥密克戎隐匿传播，到4月时，我国疫情已高位运行，蔓延到31个省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团中除西藏外的30个省份，疫情呈现出点多、面广、频发的特点。其中上海、吉林省在4月底时，报告感染者数占全国总数的95%以上。同时，4月份也创下了我国疫情防控以来的首个感染人数峰值，当月全国累计报告本土感染者超过了55万人。

面对疫情防控新形势，我国始终坚持“外防输入、内防反弹”总策略和“动态清零”的总方针，始终坚持人民至上、生命至上。2022年6月1日，上海进入全面恢复正常生产生活秩序阶段。事实证明，我们的防控策略是经得起考验的。

从2022年1月奥密克戎在我国流行到2022年5月，在抗击奥密克戎的同时，我国疫情防控政策也在逐步走向更科学、更精准。

2022年3月，针对奥密克戎的特点，后来的第九版防控方案的雏形方案已经出来，但并未急于实施，而是采取了一以贯之的审慎态度。2022年4—5月间，国务院联防联控机制综合组在大连、苏州、宁波、厦门、青岛、广州和成都等7个城市开展了为期一个月的新冠疫情防控措施优化试点研究工作，试点的方案正是第九版的雏形，并取得了大量的科学依据。研究发现，奥密克戎变异株平均潜伏期缩短，多为2~4天，绝大部分都能在7天内检出。

结合奥密克戎的特点，特别是上海、吉林等地大规模处理疫情的经验教训，并参考了世卫组织上半



新冠疫情政策调整后，高铁客流量人气快速恢复。图为近日南京火车南站，正在等候乘坐京沪高铁的旅客。

视觉中国/图

年发布的指南，国务院联防联控机制综合组对新冠防控方案进行了修订。

2022年6月28日，《新型冠状病毒肺炎防控方案(第九版)》(以下简称“第九版防控方案”)发布。在此前的两年多时间里，根据疫情形势变化，我国先后制定了八版防控方案和诊疗方案，而第九版防控方案的出台距离第八版已有一年多时间。

相比第八版，第九版防控方案主要针对奥密克戎传播快、致病力减弱的特点，优化调整风险人员的隔离管理期限和方式，将密切接触者、入境人员隔离管控时间从“14天集中隔离医学观察+7天居家健康监测”调整为“7天集中隔离医学观察+3天居家健康监测”，密接管控措施从“7天集中隔离医学观察”调整为“7天居家隔离”。此外，将高、中、低风险地区和封控区、管控区、防控区两类风险区域划分标准和防控措施进行了衔接对应，整合统一使用高、中、低风险区的概念，形成新的风险区划分及管控方案；完善了疫情监测的要求，加密高风险职业人群的核酸检测频次，在基层医疗卫生机构增加抗原检测作为疫情监测的补充手段。方案还明确了不同场景下区域核酸检测启动、终止条件及相应的核酸检测策略。

第九版防控方案出台后，国家卫健委等部门又在2022年7—8月对方案进行了评估。当时，我国主要流行株是奥密克戎BA.5和BA.5.2、BA.2.76。评估发现，密切接触者3天内检出阳性比例是81.4%，4天达到90.1%，5天达到94.5%，7天达到99.7%。此外，次密接的阳性检出率很低，大概仅有3.1/10万。这些动态的研究评估，成为此后国务院联防联控机制综合组发布进一步优化新冠肺炎疫情防控工作的二十条措施(以下简称“二十条优化措施”)的重要依据。

国家卫生健康委副主任雷海潮曾表示，优化和调整疫情防控措施，总的要求就是要落实好“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”的要求，做到既防住疫情，又尽可能减少对经济社会发展和民生服务保障的影响。

2022年11月11日，国务院联防联控机制综合组发布了二十条优化措施。

二十条优化措施从不同层面对于当时的防疫举措进行了调整，比如对于密切接触者，将“7+3”调整为“5+3”；“不再判定密接的密接”；将“高、中、低”三类疫情风险区调整为“高、低”两类，最大限度减少管控人员。同时，高风险区“降级”的时间也被缩短，取消入境航班熔断机制等。

优化之后的二十条措施能够明显缓解当时各地疫情处置当中遇到的一些瓶颈和障碍问题，比如隔离资源相对比较紧张，流调方面人手不足等问题。

国家疾控局副局长常继乐曾表示，减少2天集中隔离，可以节省约30%的集中隔离资源。而不去判定密接，可以节约很多服务保障

的资源。“出台公共政策，就要两害相权取其轻。”

二十条优化措施发布后，各地积极做出响应，国家卫健委也在密切跟踪各地实施效果，结合各地疫情应对过程中积累的经验和面临的突出问题，再提出了十条针对性的优化措施。2022年12月7日，被认为具有里程碑意义的“新十条”出炉。

“新十条”打破了跨地区人员流动的限制，要求对于跨地区流动人员不再查验核酸检测阴性证明和健康码，不再开展落地检；要求除养老院、福利院、医疗机构、托幼机构、中小学等特殊场所外，不再查验核酸阴性证明，不再查验健康码和行程码；明确无症状感染者和轻型病例一般采取居家隔离。

“新十条”是我国持续提高疫情防控的科学精准水平之举，也符合公众的期待，被认为是中国吹响了走出疫情阴霾的决定性号角。

近三年来，我们用科学防控的精神，最大程度保护了人民群众的生命安全，以最小的代价实现了最大的防控效果。如今，大街小巷车水马龙，公路、铁路、民航业有序运行，各地正多措并举推动复工复产，经济社会生活出现了新的气象。

保健康、防重症

当前新冠疫情仍在全球持续流行，而且病毒在持续变异，还存在很多不确定性。

国内疫情也正处在快速上升的阶段，部分地区即将迎来感染高峰。新阶段疫情防控的工作重心，已从此前的“防感染”转向“保健康、防重症”。未来一段时间内，各地将陆续面临疫情的流行和医疗救治的压力，医疗系统也会面临巨大的压力和挑战。

“随着疫情发展进入到不同阶段，各个地方的需求是不一样的，有的地方现在处于疫情进展的过程中，发热门诊的诊疗需求供需矛盾比较突出。有的地方随着重症患者的出现，急诊和重症的救治需求压力是很大的。”国家卫健委医政司司长焦雅辉2022年12月27日表示，国家卫健委采取多种措施，指导地方不断扩充医疗资源，扩大医疗服务供给，满足患者的诊疗需求。

在扩充发热门诊医疗资源方面，首先就是要扩容发热门诊资源，国家卫健委要求二级以上医院和所有基层医疗卫生机构都要开设发热门诊或者发热诊室，应开尽开、应设尽设。同时，简化发热门诊的就诊流程，增加药品配备，提高发热门诊医疗服务效率。

而有一些地方，如北京、上海、安徽、江苏、山东等省份，也通过把方舱医院、体育馆、核酸采样点改造成临时发热门诊的方式，不断满足发热患者的诊疗需求。其他的举措，还包括推行分级诊疗、提供互联网诊疗服务、多渠道增加药

品供给。

记者了解到，为满足群众对退烧止咳类药品的需求，各地加大统筹协调力度，加快涉疫药品的生产和供应，多渠道保障群众用药需求。

相比发热门诊，重症患者救治是当前工作的重点。

焦雅辉表示，“全国重症床位资源总体来看是充足的。当然，目前正在经历重症救治高峰的省份，重症床位的资源已经接近临界值，需要进一步来扩充重症床位的资源，或者是加快重症床位的周转。”

据了解，截至2022年12月25日，全国重症医学床位总数是18.1万张，每10万人有12.8张，其中，三级医疗机构重症医学床位数13.34万张，可转换ICU的床位10.48万张。

对重症的救治，焦雅辉介绍称，首先要扩容全国的重症医疗资源，全国各地按照要求扩容和改造定点医院、亚定点医院，同时增加二级医疗机构的重症资源，重点拓展三级医院的重症医疗资源，包括床位、设备以及人员培训。国家卫健委也建立了日调度制度，随时调度各地医疗资源准备和使用情况。

此外，要关口前移，通过基层医疗卫生机构把合并基础疾病的老年人管理起来，根据他们的健康风险等级来实施分级健康管理。

第三就是要求三级医院要发挥重症救治的兜底保障作用，同时要求医疗机构要扩容急诊的接诊能力，扩容医院床位收治的能力。要求医院要畅通急诊和住院病房收治之间的绿色通道，对于急诊留观的重症患者要实现24小时清零收治，把急诊资源能够更快速地循环和周转起来，能够收治更多的重症患者，提供重症诊疗服务，最大程度实现重症患者的应收尽收、应治尽治。

对重症医护人员的补充，国家卫健委也做出了部署，即按照现在床医比和床护比再额外扩充20%~30%的医疗力量作为重症资源的补充。

焦雅辉强调，所有这些扩容和改造工作，要求各地务必在2022年12月底之前完成。这意味着，扩容和改造完成后，医院重症救治压力或将有所缓解。

另外，对于120的供需紧张问题，国家卫健委也指导各地在扩容120急救电话接听能力的同时，还要提高120急救车辆的响应率，利用多个渠道来解决非急救转运的需求，保证120救护车能够主要承担急重患者的转运。

记者也注意到，近期多地120急救中心日呼入电话量暴增，杭州、深圳等不少地区急救中心紧急招募志愿者。

焦雅辉还强烈建议和呼吁老年人能够加强疫苗接种，预防和降低重症和病亡的发生。

抗疫三年后，面对防控新形势，如何“保健康、防重症”或将是一场硬仗，仍需万众一心，共克时艰，赢得最终的胜利！

远大前程

绘聚蓝图 A3

我国外贸呈现较强韧性 政府持续助企“走出去”

文/本报记者 郑丹 郝成

“已经三年没有出国参展了，拜访老客户时还有点紧张。”

12月10日，林女士带队前往沙特参加为期三天的第八届沙特中国品牌商品智造展。她所在的电子公司，主要向沙特市场销售太阳能板及其应用技术研发技术。

“参展效果还可以，拉到一些订单。随着沙特市场越来越注重新能源，预计2023年我们产品的销量也会慢慢提升上来。”林女士告诉《中国经营报》记者，此次参展，相比收获的订单，更重要的意义在于，政府协助企业走出国门，鼓励外贸企业到当地市场了解实际情况，为公司提供了强大的信心和希望。

随着疫情防控措施的优化，2022年12月前后，我国多省政府组织企业出国拉订单，庞大的阵仗进一步释放出稳外贸的积极信号，为我国经济恢复带来了积极影响。

回顾我国2022年的外贸情况，前11个月，进出口总值38.34万亿元，比上年同期增长8.6%，表明我外贸顶住多重压力，展现出较强的韧性与活力。

“今年的外贸一波三折，压力很大，取得这个成绩来之不易，但并没有摆脱压力。”商务部国际贸易经济合作研究院国际市场研究部副主任白明向记者分析，“从内部来讲，最大的压力是疫情对我国外贸的生产交货带来的冲击。即使没有疫情，我外贸也会面临强大的竞争压力，包括成本上升、转型升级；从外部环境来看，一些国家实施‘去中国化’，以及来自东南亚国家的竞争，给我外贸带来较大压力，失去了国外的部分市场，特别是劳动密集型产品的市场，被别人占据。”

但白明也认为，随着我国疫情政策的优化调整，我外贸经济有望加速恢复。

外贸增速放缓

据海关总署公布的数据，2022年前11个月，我国进出口总值38.34万亿元，比上年同期增长8.6%。其

中，出口21.84万亿元，增长11.9%；进口16.5万亿元，增长4.6%；贸易顺差5.34万亿元，扩大42.8%。

方正证券分析师张伟认为，2022年我国出口和进口均呈现逐步下台阶的走势。出口方面，一至三季度出口同比增速分别为15.5%、12.5%、10.1%，10月出口同比更是回落至-0.3%。从出口份额来看，2022年1~9月，中国出口占全球份额比例为16.2%，较2021年略微回落0.3个百分点。中国出口占全球份额继续处于高位，因而是全球贸易总量收缩带动了中国出口回落。

张伟表示，由于地产持续处于底部，而消费偏弱，使得进口增速也逐步下行。2022年一至三季度进口同比增速分别为10.6%、1.6%、0.9%，并且进口下行更快，使得贸易顺差扩大。

“2022年下半年以来，外贸走势下滑得确实比较厉害，无论是进口还是出口方面，趋势一直延续到现在。”中国人民大学财政金融学院教授赵锡军告诉记者，2023年全球经济或将延续这种压力。

“一方面是货币政策转型对经济增长带来的压力，导致全球主要以美国为首的发达国家消费市场会受到较大影响，对其他国家的出口产生一定的抑制作用。而对发展中国家来说，由于疫情带来的‘疤痕效应’还没有恢复，加之发达国家这一波货币政策急剧调整，所以会受到双重压力影响。”

赵锡军认为，随着全球经济复苏乏力，国际市场会面临较大的考验。除此之外，俄乌局势带来的地缘政治影响，美国和西方国家提出的脱钩断链、建“小院高墙”等做法，使得我国出口面临巨大考验，这对全球贸易，甚至对整个全球化进程会产生逆影响。

对东盟市场出口比重上升

“过去，发达国家是我们主要的市场。但现在可以说，发展中国家，尤其东盟成为我们越来越重要的市场。”赵锡军说。

2022年11月，我国对美国、欧盟、中国香港、东盟、日

本与韩国的出口同比增速分别为-25.4%、-10.6%、-23.9%、5.2%、-5.6%与-11.9%，较10月分别下滑12.9%、1.7%、10.5%、15.1%、9.4%与18.9%。其中仅对东盟的出口增速保持增长。

2022年前11个月，东盟为我国第一大贸易伙伴，我国与东盟贸易总值为5.89万亿元，增长15.5%，占我国外贸总值的15.4%。其中，对东盟出口3.42万亿元，增长22.2%；自东盟进口2.47万亿元，增长7.4%；对东盟贸易顺差9541.4亿元，扩大90.4%。

欧盟为我国第二大贸易伙伴，2022年贸易总值为5.17万亿元，增长7%，占13.5%；美国作为第三大贸易伙伴，贸易总值为4.62万亿元，增长4.8%，占12%；韩国是第四大贸易伙伴，贸易总值为2.22万亿元，增长4.7%，占5.8%。同期，我国对“一带一路”沿线国家合计进出口12.54万亿元，增长20.4%。

分国别看，我国对主要贸易伙伴出口增速均呈下降趋势。分国家和地区看，2022年11月，我国对几个主要国家和地区的出口增速均呈下降趋势，对美国、欧盟、日本的出口增速延续上月下跌趋势，而韩国9~10月小幅回升之后，11月又大幅下降。

“这里面很重要的一点，是国际市场的变化。例如2022年上半年一些发达国家采取疫情补贴政策刺激消费，随着逐步走出疫情，下半年补贴大幅度减少，民众消费能力下降。”赵锡军解释，另一方面，是成本上升。美国和欧洲银行持续不断加息，较急剧、猛烈。“旧的消费能力减弱，新的消费能力还没有形成，导致2022年下半年发达国家消费增长受到较大影响，进而影响到国际市场以及我国的出口量。另外，欧洲国家地缘政治的压力，使得市场波动很大，导致欧盟的消费能力进一步削弱。”

赵锡军补充道，影响出口增速变缓的国内因素也相当明显。“2022年上半年，我国几大经济发达城市都遭遇了严重的疫情。长三角地区是我国出口的主力，由于疫情的影响，供应链受到影响，导致出口能力减弱。”

汽车出口增速成为亮点

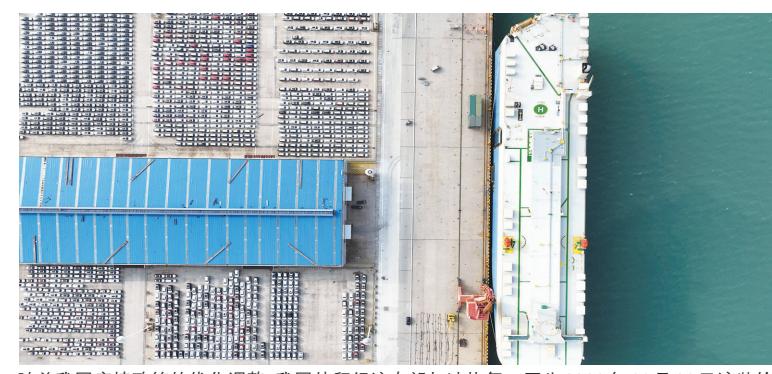
据海关总署数据，2022年机电产品和劳动密集型产品出口均增长。2022年前11个月，我国出口机电产品12.47万亿元，增长8.4%，占出口总值的57.1%。其中，自动数据处理设备及其零部件1.45万亿元，下降1.8%；手机8574.2亿元，增长4.2%；汽车3637.6亿元，增长79.3%。

值得一提的是，汽车的外贸增速成为亮点。白明告诉记者，汽车的外贸突破能带动一大片经济。“它体量较大，不像一般的小家电或其他轻纺产品，即使翻倍差距也不大。但汽车的单位价值高，而且中国目前的汽车出口总量已经占世界第二，能挤到这个位置相当不容易。”

“这是日积月累的成果，这些年我们一直在努力。”白明强调，中国已经多年位居汽车产销量第一大国，但在国际市场上一直没有占据到太有利的位置。“这一两年来，我们将不利化为有利。很多国家伴随着国际产业链供应链的冲击，以及能源价格高企的影响，导致汽车出口量下降。而我国的汽车产业恰好是完整的，对于汽车芯片和电池的需求，我们自己就可以满足。我国汽车特别是新能源汽车这时异军突起。”

近年来，我国汽车特别是新能源汽车产业蓬勃发展，国际竞争力明显提升。2022年1~7月，新能源汽车出口同比增长超过90%，成为外贸一大亮点。此前，商务部同相关部门支持新能源汽车企业加快建设海外营销和售后服务网络，加大品牌宣传推广力度。鼓励有条件的中资银行境外机构提供境外消费金融产品。研究拓宽出口运输渠道，通过中欧班列运输新能源汽车。

国家统计局工业统计司副司长江源也表示，随着汽车产业链供应链快速修复，我国2022年三季度汽车制造业产能利用率达到75.7%，环比回升6.6个百分点，增加值同比由二季度下降7.6%转为大幅增长25.4%，对工业经济拉动作用显著。汽车产量由二季度同比下降8.5%转为增长31.4%，其中新能源汽车产量持续成倍增长，三



随着我国疫情政策的优化调整，我国外贸经济有望加速恢复。图为2022年11月26日滚装轮停靠在江苏连云港港东方公司码头装载出口汽车。视觉中国/图

季度增长113.1%，较二季度加快20.8个百分点；基本型乘用车（轿车）、运动型多用途乘用车（SUV）产量分别由二季度下降3.3%、3.2%转为增长32.1%、38.2%。

政府帮企业“走出去”

外贸是拉动经济增长的重要驱动力。为支持外贸稳定发展，今年以来，我国商务部门持续采取多手段、多措施纾困外贸企业，相关的出口退税政策也紧密出台，为我国出口稳定增长提供有力支持。

2022年4月，税务总局等十部门联合印发《关于进一步加大出口退税支持力度 促进外贸平稳发展的通知》，在助企纾困、优化营商环境、促进外贸平稳发展等方面提出15项措施；2022年5月，国务院办公厅发布《关于推动外贸保稳提质的意见》，提出13条政策措施，助力稳经济、稳产业链供应链。

2022年9月5日的政策例行吹风会上，商务部有关负责人介绍稳经济一揽子政策的接续政策措施，提出了进一步稳定外贸发展的新政策，要从四方面进一步稳定外贸发展。第一，推进外贸新业态、新模式发展。商务部将会同相关部门尽快出台支持跨境电商海外仓发展的政策，支持物流企业、跨境电商平台和大型跨境电商卖家等专业化主体建设海外仓。同时，尽快增设新一批跨境电商综试区和市场采购贸易方式试点；第二，支持新能源汽车等重点产品出口；第三，畅通外贸企业抓订单渠道。商务部将会同相关部门为外贸企业人员出境开展商务活动提供更多便利和支持；第四，增强外贸企业汇率风险管理能力。

早在2022年7月10日，一驾商务包机便从宁波飞往匈牙利布达佩斯参展，36名宁波外贸企业负责人组团开启为期12天稳订单、拓市场之旅。

12月6日，宁波市政府牵头，率团赴阿联酋、印尼和日本进行工作访问，作为专项行动的首发团组出访，为后续带动更多企业走出去打好前站。

自2022年下半年以来，福建省商务厅多次组织当地外贸企业赴境外参展。11月，广州市商务局组织近40家外贸企业百余人包机赴东南亚地区，抢订单、拓市场、建渠道。

2022年12月前后，浙江宁波、嘉兴，江苏南京、无锡，四川等地，纷纷组织商务包机出国参展参会、拉订单。对此，商务部研究院对外贸易研究所所长梁明表示，“如果通过这个月的抢订单可以进一步稳定12月份的订单，甚至可以稳定2023年1月、2月或者一季度的订单，对于2023年外贸的稳定增长也会起到非常大的作用。”

2023年宏观政策有望更加注重协调配合

文/本报记者 谭志娟

2022年12月15日至16日召开的中央经济工作会议分析当前经济形势，部署2023年经济工作。该会议基本延续了2022年12月政治局会议上提出的政策基调。

在宏观政策方面，中央经济工作会议要求，2023年要坚持稳字当头、稳中求进，继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策，加大对宏观政策调控力度，加强各类政策协调配合，形成共促高质量发展合力。

受访经济界专家表示，2022年稳经济力度明显加大，各项政策纷纷出台，我国宏观政策呈现出力度大、支持面广、手段丰富等特点。预计2023年宏观政策将更加注重发挥好现有政策的效果，不断增强货币、财政、产业、科技、社会政策之间的协调配合，形成共促高质量发展合力，助力经济回升到潜在增长水平。

2022年稳经济政策力度明显加大

与2021年相比，在业界看来，2022年宏观政策稳经济力度明显加大，包括财政政策减税降费、扩大专项债结转额度、货币政策降准、推出直达工具、央行上缴利润、政策性金融工具大幅扩容等。

在货币政策方面，中国银行研究院研究员叶银丹日前在接受《中国经营报》记者采访时表示，“通过降准降息、结构性货币政策工具等手段，在支持实体经济、维持金融市场稳定方面取得了积极成效。”

民生银行首席经济学家温彬认为，2022年货币政策总体保持积极基调。首先，在价格方面，1月和8月两次降息，累计下调MLF（中期借贷便利）利率20bp，引导1年期、5年期以上LPR（贷款市场报价利率）报价分别下行15bp、35bp。前三季度，金融机构一般贷款加权平均利率累计下行54bp，高于2020年内48bp的最大降幅。

其次，在总量方面，2022年4月、11月两次降准，累计全面降低存款准备金率50bp。此外，依法向中央财政上缴结存利润1.13万亿元，形成相应规模的基础货币投放。

最后，在结构性工具方面，一是再贷款。央行新增2000亿元科技创新、400亿元普惠养老、1000亿元交通物流、2000亿元设备更新改造再贷款，增加煤炭高效利用再贷款额度1000亿元；二是普惠小微。完成两项直达实体经济的货币政策工具转换，并加大对银行投放普惠小微贷款的资金支持力度（从1%增至2%）；三是房地产领域。2022年5月中旬调降首套房贷款利率下限，9月末对部分压力较大的城市阶段性放开首套房贷款利率下限，同时下调公积金贷款利率。

在财政政策方面，叶银丹对记者表示，总体坚持了“合理适度、不透支未来”的总基调，“财政前置”和“准财政工具的大力使用”是主要特点。为刺激经济，还通过专项债额度增加、政策性银行发债等方式代替发行国债，这些反映了“不明显增加政府杠杆率”“政策可持续性”的政策取向。

温彬还指出，2022年，财政政

策维持积极基调，进一步提升效能，更加注重精准、可持续。一方面，聚焦中小微企业纾困、制造业高质量发展、科技创新，不断加大税费支持力度，规模近4万亿元。另一方面，加快发行和使用专项债，并合理扩大其使用范围，同时运用政策性、开发性金融工具，从而更好发挥对投资的拉动作用，有力托底经济。

由此受访专家表示，由于我国稳经济政策持续发力，2022年GDP增速有望维持在3%以上。

川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳日前接受记者采访时还表示，“2022年以来，我国经济内部有三重压力，外部受疫情冲击、美联储紧缩等影响，经济增长面临下行压力，但也要看到压力之下我国稳经济政策持续发力，财政政策工具箱打开，专项债、税收政策等多举措助力稳增长；与此同时，货币政策释放合理的流动性，充分发挥总量调节和结果调节的双重优势，我国2022年GDP增速仍可维持在3%以上。”

中国银行研究院近日发布研报也称，2022年，面对乌克兰局势、疫情多发散发等因素影响，我国高效统筹疫情防控和经济社会发展，持续加大稳经济政策力度，经济增长触底回升，全年呈现“V”型走势。并预计2022年四季度增长3.8%左右，全年增长3.2%左右。

2023年宏观政策或将更加注重协调配合

展望2023年宏观政策，叶银丹对记者表示，“首先，从宏观政

策力度上来看，由于2022年宏观政策稳增长力度空前，预计2023年增量政策相对有限；其次，从政策空间上来看，2023年也比较难再出现2022这样空前的增量政策规模；最后，从政策实施节奏上来看，2023年宏观政策可能呈现前强后弱走势。2023年上半年为全力支持经济复苏，宏观政策支持力度将相对较大，下半年随着经济恢复，政策支持力度将进行相应调整，为未来处理各类挑战保留政策空间。”

具体到货币政策方面，此次中央经济工作会议指出，稳健的货币政策要精准、有力。要保持流动性合理充裕，保持广义货币供应量和社会融资规模增速同名义经济增速基本匹配，引导金融机构加大对小微企业、科技创新、绿色发展等领域支持力度。与此同时，货币政策释放合理的流动性，充分发挥总量调节和结果调节的双重优势，我国2022年GDP增速仍可维持在3%以上。二是从专项债来看，2016年以来，地方政府债务杠杆率持续上升。2023年从财政发力需要角度来看，地方政府新增专项债规模可能仍然较大，但专项债进一步扩大的空间有所不足，大幅增长的可能性较小。三是从其他财政或“准财政”工具来看，政策性金融工具等有望继续加大力度，同时，按照会议指示精神，2023年可能会通过加大贴息支持来放大贷款规模，从而撬动社会投资。

瑞银证券中国首席经济学家汪涛还预计，央行不会降低政策利率，但得益于央行进一步降准、再贷款等流动性支持，以及银行进一步下调存款利率，LPR有可能小幅

下调5~10个基点。这应有助于推动2023年信贷稳健增长9.8%，略低于2022年的10%。

在财政政策方面，积极的财政政策要加力提效。保持必要的财政支出强度，优化组合赤字、专项债、贴息等工具，在有效支持高质量发展中保障财政可持续和地方政府债务风险可控。

叶银丹认为，2023年财政政策仍是政策发力重点。财政政策将加力提效，优化组合各项工具值得期待。

在叶银丹看来，一是从赤字率来看，“加力提效”这一表述与2018年中央经济工作会议表述一致，2018年会议后次年财政赤字率上调了0.2个百分点。2023年经济下行压力依然较大，需要加大财政支出力度推动经济恢复增长，预计赤字率可能会提高至3%甚至以上。二是从专项债来看，2016年以来，地方政府债务杠杆率持续上升。2023年从财政发力需要角度来看，地方政府新增专项债规模可能仍然较大，但专项债进一步扩大的空间有所不足，大幅增长的可能性较小。三是从其他财政或“准财政”工具来看，政策性金融工具等有望继续加大力度，同时，按照会议指示精神，2023年可能会通过加大贴息支持来放大贷款规模，从而撬动社会投资。

中国首席经济学家论坛理事王军也表示，财政扩张有必要、有空间，有望迎来新工具。“从扩张方式来看，新一轮政策性金融工具的使用仍将继续，

财政直接支持消费的结构性工具也有望创设；从扩张节奏来看，财政支出继续前置的可能性较大；从扩张力度来看，预计2023年财政预算赤字率会再度提高至3%~3.2%左右，专项债规模可能会扩大至3.8万亿~4万亿元，较2022年提高1500亿~3500亿元，重新发行特别国债亦是可能选项。”王军认为。

展望2023年，温彬还预计，通过进一步减税降费、在预算安排上增强力度、改善市场主体信心和预期，持续恢复和增强经济内生增长动力的同时，优化政策实施机制，提高财政资金配置效率和使用效益，更好地发挥积极财政政策的作用。

在温彬看来，这主要包括四个方面：一是适度上调赤字率，预计赤字率目标将比2022年预算调高0.2个百分点，为3.0%左右；二是加强支出力度；三是专项债规模适度调升，预计专项债发行规模约3.8万亿元，发行进度会继续前置；四是加大减税降费力度，预计2023年将减轻企业和居民负担约3万亿元。

在王军看来，2022年底以来的防疫和房地产为代表的若干重大政策调整和变化，为2023年的复苏带来了更多的希望。预计财政、金融、产业等多个维度的宏观经济政策将提升经济需求，提振市场主体信心，供需两端的改善值得期待，市场主体的信心将渐次恢复，经济增长将实现一定程度的均值回归，逐步向潜在经济增速的合理区间靠近。

科技与党建并行 央企打造原创技术策源地

文/本报记者 索寒雪

2022年12月15日2时25分，长征二号丁运载火箭在西昌卫星发射中心点火起飞，随后成功将遥感三十六号卫星送入预定轨道——这是我国长征系列运载火箭在2022年的第50次发射。

中国航天人聚力攻坚解决关键技术“卡脖子”问题，只是央企科技攻坚，打造原创技术策源地的一个缩影。

2022年3月16日，习近平总书记亲自主持审议通过《关于推进国有企业打造原创技术策源地的指导意见》，指出要推动国有企业完善创新体系、增强创新能力。

国务院国有企业改革领导小组多次强调强化创新激励。2020年初，国务院国有企业改革领导小组办公室专门启动实施“科改示范行动”，加快培育一批国有科技型企业改革样板和创新尖兵。

国资委总结，两年多来，“科改示范企业”充分发挥“种子”“头雁”和“尖兵”作用，在改革创新双轮驱动、促进企业高质量发展方面取得了显著成效。

贯通科技创新体系

来自国资委的数据显示，2021年“科改示范企业”研发投入强度达15.4%，远高于中央企业平均水平(2.49%)，也高于科创板上市公司平均水平(13%)。科技人才队伍日益壮大。2021年“科改示范企业”科技人员占比平均达到50.7%，基本形成了一支结构合理、素质优良、创新能力强的科技人才队伍。

截至2021年底，“科改示范企业”累计获得国家科学技术进步奖和国家技术发明奖855项，累计拥有授权发明专利41374件。

国资委2022年6月公布的数据显示，“科改示范企业”两年多来累计实现科技成果转化收入6327.5亿元。2021年“科改示范企业”营业收入、净利润分别较2019

年增长34.5%和45.9%，全员劳动生产率、人工成本利润率分别较2019年提高30.5%和20.8%。

在“科改示范行动”实施之初，国资委就提出要求，“科改示范企业”集团公司在推动科技创新中发挥着不可替代的牵头抓总、承上启下、统筹协调和指导推动作用。

“集团公司要对本领域、本企业关键核心技术是跟跑、并跑还是领跑，做到了然于胸，并在国家相关规划指引下，确定本企业科技创新规划或方案。”国资委人士向《中国经营报》记者表示。

中国航天科技集团人士向记者表示，推动科技创新，首先突出系统谋划，构建上下贯通的科技创新组织体系。“在集团层面，我们组建了中国航天科技创新研究院，从顶层谋划部署基础性、战略性、前瞻性、颠覆性技术研究；系统搭建各类科技创新平台，建成以15个国家级重点实验室为代表的原始创新平台、以23个国家级创新中心为代表的集成创新平台和以9个国家级国际合作基地为代表的引进消化吸收再创新平台；加强了二、三级子企业独立研发机构和专职研发队伍建设，形成各有侧重、协调发展的科技创新组织体系。”

中国机械工业集团有限公司(以下简称“中国机械工业集团”)为了提升创新能力，开始重塑“承上启下”的科技管理体系。

中国机械工业集团相关负责人告诉记者，“我们一方面承接和满足国家重大科研需求，以《国机集团“十四五”科技创新规划》为统领，科技管理办法等基本管理制度为规范，国家创新联合体、国家重大技术攻关项目、技术策源地、产业链链长等重点工作为牵引；另一方面，立足国机集团实际，以企业为支撑，出台‘科创十六条’，针对推动科技创新有关政策与措施进行改革和优化调整，进一步突出科创工作重点。”

在此基础上，中国机械工业集团重塑竞合型攻坚力量体系，改革重大科技项目立项和组织管理方式，实行关键核心技术攻关“赛马”制度和集团层面统筹制度。

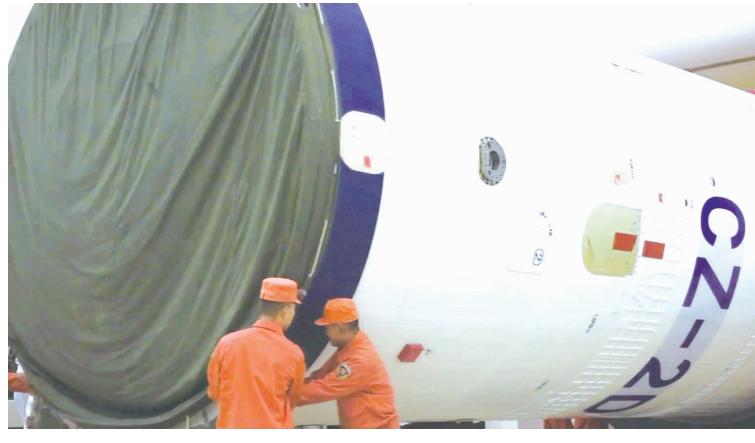
“对于国资委确定的关键核心技术攻关项目，由集团公司签订军令状，采取新增设立专项资金的方式开展；对于集团公司的重大科技专项攻关，每年提供5000万元专项资金，推行‘揭榜挂帅’机制；对于子企业的科研项目，采取企业自主立项、集团跟踪管理的方式。”前述中国机械工业集团人士表示。

筑建人才高地

在“赛马”制度的基础上，中国机械工业集团重塑了科技创新考核评价体系。修订考核分配制度，强化科技引领，实施精准考核。对科技型企业考核增加“科技收入”和“重点研发任务数量”两项分类指标，将科技创新和承担核心技术攻关纳入加分指标，引导科技型企业加强研发投入、重视科技成果产出和转化。

中国航天科技集团人士也透露，该集团持续完善科技创新激励机制，筑牢航天科技人才高地。“我们用专项激励助力重大工程任务完成。设立预研重大项目全生命周期激励机制，对关键核心技术攻关、基础产品研发和应用验证等项目团队工资总额予以单列支持。紧盯型号重大任务发射、关键节点研制、重要产品交付等关键任务、节点，实施重大型号专项奖励。每年拿出近6000万元开展专项人才支持计划，在经费、团队、住房及子女入学等方面给予支持。”他表示。

为了鼓励科技创新，中国航天科技集团坚持薪酬分配向科技骨干倾斜。激励机制包括大力实施股权、分红激励和科技成果转化奖励，受益对象中科技骨干占85%以上，型号“两总”和研发领军人才年收入超过同级行政正职水平。



央企在打造原创技术策源地方面发挥着重要作用。

本报资料室/图

此外，该企业每年投入3000多万元设立航天创新奖等系列荣誉奖项，开展集团技术发明、科学技术进步和十大技术突破评选奖励，对取得突出成绩的科技人才，实行政治待遇、荣誉奖励、推举专家、培训深造、休假疗养“五优先”。

国资委人士向记者表示，我们要求央企实施精准化的分类考核和分配，“对科技型企业的考核周期要考虑研发周期。对周期长、前期投入大、短期见效难的项目，应当对重要节点、阶段性成果及时考核和激励。对意义重大的专利、标准等，要科学考核评价，及时加分奖励。要主动改变惯性思维、敢于打破不利于创新的分配格局，杜绝‘平均主义’，强化创新成效与薪酬双对标，将激励资源特别是增量资源，向稀缺、关键岗位和作出突出贡献的科研人员倾斜。”

中国船舶集团有限公司制定了表彰奖励管理办法、科学技术奖励办法和科技创新突出贡献奖励办法。该企业人士向记者表示，我们针对科技创新关键领域，设置“重大贡献奖”，奖励在重大创新工程中做出贡献的团队和个人，团队一、二、三等奖分别奖励500万元、350万元、200万元，个人奖励30万元/人；此外，还设置“科技创新突出贡献奖”，奖励技术水平达到国际先进、承担责任取得重大技

术突破、创新业绩突出的项目团队，每个团队奖励20万元。

在个人获奖之外，集团公司在工资总额中预留了创新奖励额度，鼓励成员单位加大创新奖励投入，各单位结合实际实施奖励政策。

该中国船舶集团有限公司人士举例，如某子企业设置“科技创新项目奖+创新项目负责人津贴+军品经营研制项目奖”等方式，对科研人员给予有效激励；某研究所设置“创新奖”“所长奖”和“专项奖”，“创新奖”与“所长奖”最高标准均为60万元，最多不超过5人；“专项奖”最高标准为1000万元，分年度足额分配到项目团队。

加强党的领导

国资委人士向记者表示，“需要特别强调的是，要在推动国有企业科技创新工作全过程始终坚持加强党的领导、党的建设。充分發揮好党委(党组)在科技创新领域把方向、管大局、促落实的领导作用，推动党建工作与科技创新深度融合，发挥基层党组织战斗堡垒和党员先锋模范作用，为科技创新提供坚强有力的政治保障。”

据了解，截至2021年年底，在科改示范行动实施两年来，累计获得国家科学技术进步奖和国家技术发明奖855项，累计拥有授权发明专利41374件。

中国建筑集团有限公司建立党组联系服务专家机制。“我们出台了《关于进一步加强高端人才管理工作的意见》，明确集团公司党组和各级党委要高度重视、共同做好高端人才的管理工作，成立人才工作领导小组，建立党组联系服务专家机制，充分发挥专家人才在行业学术交流、重大项目咨询、课题研究等方面的重要作用。”中国建筑集团有限公司人士表示。

河钢数字技术股份有限公司在科技创新过程中，完善中国特色现代企业制度，完成“党建入党章程”，明确党组织的法定地位；厘清党组织与其他治理主体的权责边界，确定了49项需党委前置研究讨论的重大经营管理事项。3名董事会成员同时兼任党委委员，形成“双向进入、交叉任职”领导体制，促进党的领导和公司治理有机统一。

中国核工业集团首先进行的改革就是理顺管理体制。“推进党委领导下的院所长负责制改革，制定科研院所党委领导下的院所长负责制改革工作指引。院所党委发挥把方向、管大局、作决策、促改革、保落实的领导作用，院所长是院所行政议事决策主体。在党委领导下贯彻落实党委会有关决议和部署。院所内设机构实行行政负责制，党组织发挥战斗堡垒作用，支持行政负责人开展工作。”该企业人士向记者表示。

现在，面对百年变局和世纪疫情相互叠加、我国发展外部环境不稳定性不确定性明显增加的复杂局面。“以科技创新畅通循环的重要性和紧迫性前所未有。”国资委人士向记者表示，“特别是在科技创新的部分领域，我国逐渐由跟跑到并跑、领跑，前面没有可复制、可借鉴的经验，创新的风险更大、难度更大。因此，必须以时不我待、只争朝夕的精神，用更大力度、更快速度将科技创新各项工作向纵深推进。”

财政可预期

文/本报记者 杜丽娟

在合理适度、不透支未来的总基调下，2022年积极财政政策靠前发力，通过加大财政支出强度、实施大规模增值税留抵退税、加快专项债发行等举措支持经济平稳运行。

伴随一系列政策红利的释放，稳增长被放在更加突出的位置。然而，在我国经济恢复基础尚不牢固，需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力仍然较大的背景下，中央经济工作会议指出，2023年要坚持稳字当头、稳中求进，继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策，加大宏观政策调控力度，加强各类政策协调配合，形成共促高质量发展合力。

财政政策方面，2023年政策仍然保持积极基调，并强调要加力提效，保持必要的财政支出强度，优化组合赤字、专项债、贴息等工具，在有效支持高质量发展中保障财政可持续和地方政府债务风险可控。

在市场人士看来，2023年作为“党的二十大”的第一年，其财税政策如何加力提效也成为关注重点。

财政前置明显

2022年是我国进入全面建设社会主义现代化国家、向第二个百年奋斗目标进军新征程的重要一年。在积极财政政策强调提升效能，更加注重精准、可持续要求背景下，2022年财政政策的一个显著特点是靠前发力。

作为重要的逆周期调控工具，专项债在2022年的持续发力也值得关注。截至2022年11月23日，2022年新增专项债已发行40155.8亿元，较2021年全年增加4311.8亿

元。相比以往年份，2022年专项债除了总量上的增加，发行和使用进度也有所提升。

来自国家发改委的消息显示，2022年上半年用于项目建设的3.45万亿元专项债基本发行完毕，而2021年同期这一进度为27%。

中诚信国际研究院研究员袁海霞表示，综合看，早发行、早使用是专项债使用的一大特点，这为后续实物工作量的产生提供了保障，从效果看，此举有效支撑了基建投资的增速。

和专项债发力靠前类似，2022年财政收支差口径也在收窄，这有效保障了全年财政支出进度的完成。

财政部发布的数据显示，2022年11月一般公共预算收入为12121亿元，一般公共预算支出为20921亿元，财政收支差额为-8800亿元，相比2021年同期的收支差额-10237亿元收窄，收支压力有所缓和。

不仅如此，2022年1~11月累计，全国政府性基金预算支出95961亿元，比上年同期增长5.5%。单月看，2022年11月政府性基金预算收入为7995亿元，政府性基金预算支出为10116亿元，财政收支差额为-2121亿元，相比2021年同期的-3688亿元有所收窄。

在财税人士看来，无论是专项债发行提速，还是财政支出进度的靠前发力，在经济受疫情影响较大的背景下，政策前置性安排的目的更有利于稳定经济发展，这也符合2022年积极财政政策的定调。

此外，在安排新增专项债限额3.65万亿元的基础上，2022年国务院还提出用好5000多亿元专项债地方结存限额。《中国经营报》记者了解到，5000亿元专项债结存限额已在2022年11月初基本完成发

行任务，这成为拉动基建投资的重要保障。

加大助企纾困

在稳增长被放在更加重要的位置后，加大助企纾困力度，着力稳定宏观经济大盘是2022年财政政策在微观层面的一个重要表现。

其中减税降费是增强市场主体获得感的一个有效举措，截至2022年11月10日，全国税务系统合计办理新增减税降费及退税缓税缓费3.7万亿元，已退到纳税人账户的增值税留抵退税款达23097亿元，超过去年全年退税规模的3.5倍；新增减税降费7896亿元；累计办理缓税缓费6797亿元。

中国社科院财经战略研究院副院长杨志勇认为，2022年以来，党中央、国务院部署实施新的组合式税费支持政策和稳经济一揽子政策措施及接续政策，从效果看，这些政策不仅有力有效，也体现出合理适度的特点，这大大推动了我国经济恢复向好。

在各项税费政策支持下，市场主体的税费负担也大大缓解。从税务部门的监测看，全国10万户重点税源企业每百元营业收入税费负担下降了5.3%，其中装备制造业下降9.6%。此外，根据增值税发票数据，2022年二季度全国企业销售收入同比增长1.1%，扭转了前期下滑局面，三季度以来同比增长3.4%，呈现回稳向好势头。

受此影响，企业发展动能进一步增强。数据表明，2022年1月1日~11月10日，全国企业采购设备投资同比增长4.9%，比上半年加快1个百分点，其中装备制造业采购设备投资同比增长9.8%。

在减税降费政策延续方面，

2022年我国对小规模纳税人阶段性免征增值税，将“六税两费”减免适用范围扩大至小型微利企业和个体工商户，并对小微企业年应纳税所得额100万元至300万元部分，再减半征收企业所得税，使其实际税负降至5%。同时，还加大研发费用加计扣除政策实施力度，将科技型中小企业研发费用加计扣除比例提高至100%，完善设备器具加速折旧等政策。

2022年12月25日，在中国财富管理50人论坛2022年会上，财政部原部长楼继伟表示，2023年的财政政策中，减税降费也应作为一项重要措施，这有利于保住市场主体、保住就业。

财政部数据显示，2022年中央财政就业补助资金安排617.58亿元，增加了51.68亿元，主要用于支持各地落实就业创业扶持政策。同时，财政部还出台了国家助学贷款利息减免及本金延期偿还政策，免除2022年及以前年度毕业贷款学生2022年内应偿还的国家助学贷款利息，免息资金由财政承担。

随着经济逐步恢复，各项稳就业政策逐步落实，城镇调查失业率升高的趋势得到扭转。统计显示，2022年上半年，全国城镇新增就业654万人，全国城镇调查失业率平均值为5.7%，就业形势总体改善。

政策加力提效

“大力提效的一个重点内容是优化支出政策。”在上述论坛上，楼继伟说。在他看来，相比量的增加，质的有效提升更为关键。质的有效提升在经济的需求侧表现为结构合理，这要求消费、投资、进出口符合开放型经济大国的普遍特征。

此前，中央经济工作会议提

出，积极财政政策要加力提效，保持必要的财政支出强度，优化组合赤字、专项债、贴息等工具，在有效支持高质量发展中保障财政可持续和地方政府债务风险可控。

在中国国际经济交流中心举办的“2022~2023年中国经济年会”上，财政部副部长许宏才表示，2023年的财政政策要兼顾当前和长远，筑牢风险防控制度的机制，抓实防范化解地方政府债务风险，强化财经纪律约束和财会监督，不断增强财政可持续性。

对于财政加力提效的内涵，许宏才解释，加力主要体现在三个方面，一是统筹财政收入、财政赤字、专项债券、调度资金等，保持适度支出强度，加强国家重大战略任务财力保障，持续推动财力下沉。

二是合理安排赤字率和地方政府专项债券规模，适量扩大专项债券资金投向领域和用做资本金范围，要持续形成实物工作量和投资拉动力，确保政府投资力度不减。

三是持续增加中央对地方转移支付，做好困难群众失业人员动态建设和救助帮扶，兜牢兜实基层三保底线，为经济运行营造良好的基础环境。

“提效”主要体现在，一是完善减税退税降费政策，增强精准性和针对性；二是进一步优化财政支出结构，加大科技攻关、生态环保、基本民生、区域协调等重点领域投入；三是更好地发挥财政资金引导与撬动作用，有效带动扩大全社会投资和促进消费；四是完善财政资金直达机制，深化预算绩效管理，提高财政资金使用效益和财政政策效能；五是持续创新和完善财政宏观调控，注重加强与就业、产业、

科技、社会政策协调配合，形成高质量发展合力。

多位财税人士认为，受疫情的多点散发和冲击，2022年我国消费低迷，外需回落，投资也不景气，尽管财政前置发挥了巨大作用，但后续仍需要加大政策的支持力度，以此稳定经济预期。

光大证券首席宏观经济学家高瑞东认为，在“积极财政加力提效”要求下，2023年财政政策基调仍将保持积极，政策发力空间也会进一步打开。“从增量资金看，相比2022年可调用额度，2023年的财政资金或将更加紧缺，这需要政府发挥杠杆作用，来稳住支出增速，而增加赤字规模是财政逆周期调节的一个工具。”高瑞东分析。

高瑞东判断，相比2022年初我国经济面临的“三重”压力，2023年经济面临的挑战主要来自需求侧恢复疲弱与外部环境的复杂多变，因此，财政政策发力的重心会有所调整。

按照中央经济工作会议的要求，未来我国将坚持以推动高质量发展为主题，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，增强国内大循环内生动力和可靠性。

杨志勇认为，未来政策发力重点会聚焦在需求侧，而扩大内需将是2023年经济工作的重点内容，从财政政策角度考虑，当前需要着力提升居民消费意愿。

光大证券分析指出，2020年以来，伴随着疫情的持续发酵，居民收入与财产之间差距的加大，成为限制消费复苏的重要原因之一。当前，应该在健全社会保障体系基础上，扩大中等收入群体，强化居民消费的基础，这是未来改革的重点方向。

滋养实业

编者按/实体经济是立国之本。党的二十大报告提出，坚持把发展经济的着力点放在实体经济上。
金融是实体经济的血脉。2022年，我国金融业坚持服务实体经济的宗旨和本源，加大金融资源对国民经济重点领域和薄弱环节的支持力度，“保交楼、保民生、保稳定”工作扎实推进，普惠小微贷款持续实现量增、面扩、价降，以注册制试点为牵引的资本市场全面深化改革开放持续推进，绿色金融“三大功能”“五大支柱”日益完善……
2023年，金融业将着力保障重点领域信贷资金需求，进一步加大对新能源、人工智能、生物制造、数字经济、住房改善、养老服务等方面的关注和支持力度，探索保险资金长期稳定投资股票模式，提升普惠金融发展能级，助力缩小地区差距、城乡差距和收入差距。

直接与间接融资“齐头并进” 金融活水灌溉“实业之田”

文/本报记者 郝亚娟 张荣旺

党的二十大报告提出，建设现代化产业体系，坚持把发展经济的着力点放在实体经济上。

2022年以来，多项金融政策加速落地，通过拓宽企业融资渠道、降低融资成本，助力实体经济平稳发展。其中包括下调LPR，以及金融机构在助力实体直接融资与间接融资领域创新服务等。

中国人民银行发布的《2022年第三季度中国货币政策执行报告》指出，加大稳健货币政策实施力度，搞好跨周期调节，兼顾短期和长期、经济增长和物价稳定、内部均衡和外部均衡，坚持不搞“大水漫灌”，不超发货币，为实体经济提供更有力、更高质量的支持。

金融“组合拳”发力

2022年以来，监管部门引导金融机构加大服务力度，推动增加有效投资和消费，全力支持实体经济，稳住宏观经济大盘。

12月5日，中国人民银行正式降低金融机构存款准备金率0.25个百分点，这是2022年内第二次降准。人民银行表示，这次降准可以保持市场流动性合理充裕，保持货币信贷总量合理增长，加大对实体经济的支持力度，支持经济质的有效提升和量的合理增长。同时，将增加金融机构长期稳定的资金来源。降准可以降低金融机构资金成本每年约56亿元，通过金融机构传导后，可以降低实体经济综合融资成本。

此外，为降低企业融资成本，5年期贷款市场报价利率(LPR)在年内两次下调。中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布的数据显示，2022年12月20日1年期LPR为3.65%，5年期以上LPR为4.3%。中国人民银行发布的数据显



2022年以来，多项金融政策加速落地，助力实体经济平稳发展。

视觉中国/图

示，11月份，我国人民币贷款增加1.21万亿元。2022年1至11月，人民币贷款累计增加19.91万亿元，同比多增1.09万亿元。截至11月末，我国本外币贷款余额218.11万亿元，同比增长10.4%，人民币贷款余额212.59万亿元，同比增长11%。同期，我国社会融资规模增量为343.19万亿元，同比增长10%。其中，对实体经济发放的人民币贷款余额为210.99万亿元，同比增长10.8%。

中国银行研究院研究员梁斯认为，从11月份金融数据看，企(事)业单位新增贷款8837亿元，同比多增3158亿元。特别是中长期贷款增加7367亿元，同比多增3950亿元，已连续四个月同比多增，企业部门信贷需求强劲成为11月金融数据的亮点，特别是企业中长期信贷需求连续大幅多增，12月中旬借贷便利(MLF)也进行了超额续作。因此，在流动性支持上，可通过提供长期限、低成本资金，为金融机构投放中长期信贷提供更多支持，通过加大对金融机构的中长期流动性支持来提升其中长期信

贷投放能力。同时，也可考虑在资本补充等方面给予更多支持，支持金融机构满足监管要求，夯实风险抵补能力。

在发展间接融资的同时，构建多层次资本市场加大直接融资比重，也成为2022年的工作之一。2022年，证监会出台了一系列便利直接融资和民企债券融资的举措，进一步提高了直接融资效率。

根据中国人民银行的统计数据，2022年1—9月，上海证券交易所、深圳证券交易所共有265家企业首次公开发行股票(IPO)，融资金额为4791亿元。

中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏指出，直接融资主要通过资本市场实现，资本市场的市场属性极强，有利于更好发挥市场自我调节作用，发挥市场在资源配置中的决定性作用。直接融资更适宜于服务科技型企业，在通过助推技术创新来进一步促进经济增长的过程中具有优势。

值得注意的是，金融支持实体经济还存在一些堵点。梁斯指出，主要表现为直接融资功能有待进

一步发挥，在注册制改革牵引下，企业股票融资规模明显上升，但股票融资占新增社会融资规模比重较低，仍有较大提升空间；我国尚未完全形成多层次、广覆盖、有差异的金融机构体系；区域结构、行业金融资源分布存在差异，发达地区、城市金融资源集中度更高；商业模式仍有短板，“敢贷、愿贷、会贷”机制有待完善。

服务经济高质量发展

党的二十大报告提出的实现“中国式现代化”目标和“高质量发展”任务，也对金融机构服务实体经济提出了更高要求。

中国人民银行行长易纲在《党的二十大报告辅导读本》中，发表的题为《建设现代中央银行制度》的文章指出，在加快构建新发展格局的背景下，需要进一步深化金融供给侧结构性改革，持续优化金融产品和服务创新，围绕重点人群(如新市民、老年人群以及农村居民等)的生产、生活需求，构建多层次普惠金融生态体系。

上海金融与发展实验室主任曾刚指出，在新形势下，金融机构的发展应聚焦如下方面：

一是服务实体产业升级，助力新发展格局。围绕巩固和壮大产业链供应链环节的优势，以及补齐产业链供应链短板的目标，金融机构应加强对产业链的研究，立足自身能力和禀赋，积极探索支持产业链升级的金融服务创新。进一步加大对科技创新、制造业的支持，提高制造业贷款比重，增加高技术制造业信贷投放。

二是加大支持小微企业，积极探索数字普惠创新。小微企业繁荣发展是解决就业、促进民生的重要途径。从实践来看，随着科创型中小微企业的发展，一些中小企业可能依附于大企业的产业链，继而成为细分领域的“隐形冠军”。此外，我国已经实现了全面脱贫的目标，农村和农户需要的不再只是小额的初期启动资金和流动性资金，大型农场、农民合作社的建立使得农村地区的信贷需求更大、更集中。面对这些变化，各类金融机构应充分发挥自身优势，依托产业数字化金融创新(如供应链金融、产业金融场景等)，增加对优质中小微企业和新型农业经营主体的长期信贷支持力度，并继续向实体经济合理让利，合理适度降低小微企业综合融资成本。

三是践行共同富裕，强化金融服务民生。具体到金融业务上，践行共同富裕理念，就是要坚持以人民为中心的发展思想，深化金融产品和服务创新，围绕重点人群(如新市民、老年人群以及农村居民等)的生产、生活需求，构建多层次普惠金融生态体系。

四是加快绿色金融业务发展，支持低碳转型。在绿色发展的长远目标下，我国经济产业结构转型也将进一步深化。为加强对经济高质量发展的支持，金融机构应将绿色金融纳入公司治理，探索绿色金融业务的特色化发展；加快制度建设，全面推进绿色金融业务。完善相关制度，逐步构建绿色金融组织架构、人力资源配置、风险管理、统计监测、信息披露、尽职免责等绿色金融管理制度；改进信贷政策，按照科学审慎的要求，及时调整信贷政策，明确绿色信贷重点支持、限制和禁止准入领域。

上海新金融研究院副院长刘晓春撰文指出，金融支持实体经济高质量发展，前提是金融自身必须健康和强壮。对此，一方面要大力发展多层次资本市场，除了股票市场，更要制定多种政策支持、引导风险投资等多形式股权投资的发展，支持科技创新和科技成果产业化；另一方面，金融机构要深入研究实体经济的新情况、新发展、新特点，有针对性地创新金融产品、服务方式、风险管理模式。特别是一些新兴科创企业、新兴产业等，它们有许多不同于传统行业的运行特点和风险逻辑。支持这些主体，不是简单地降低风险门槛，而是要认真研究这些行业、产业的运行特点和风险逻辑，在不降低风险管理要求的前提下，创新有效的支持方式和服务产品。

具体到促进直接和间接融资方面，植信投资研究院高级研究员王运金建议，加快推进现代企业制度建设，进一步规范企业财务管理，增强还本付息能力；进一步完善多层次资产市场体系，简化上市融资流程，合理降低企业发债条件限制，尤其是拓宽中小企业直接融资渠道，降低上市融资门槛；指导信用评级机构进行合理评级工作，进一步完善评价框架设计，强化风险预警评价；加快推进金融稳定基金的筹资、设立工作，完善风险处置机制，适度扩大救助范围，增强市场投资信心。

B2 滋养实业

远大前程

牵住资本市场改革“牛鼻子”：注册制从“试验田”走向“全市场”

文/本报记者 罗辑

注册制是全面深化资本市场改革的“牛鼻子”工程，是发展直接融资特别是股权融资的关键举措，也是完善要素市场化配置体制机制的重大改革。

2022年，注册制改革已走过三载。三年多以来，注册制的改革试点从科创板“试验田”，进一步扩大至创业板，一批创新创业企业在资本市场崭露头角，资本市场服务实体经济、服务创新发展的能力进一步提升。目前，注册制改革走向“全市场”，成为注册制改革的“关键一跃”。

“深入推进股票发行注册制改革，突出把选择权交给市场这个本质，放管结合，提升资源配置效率。”2022年12月21日，证监会就贯彻中央经济工作会议精神、更好服务经济整体运转，明确了资本市场五大重点工作，其中“推动全面深化资本市场改革走稳走深走实”成为首要任务。

注册制上市公司总市值逼近10万亿

2022年11月，随着有研硅(688432.SH)在科创板上市，A股迎来注册制下的第1000家上市公司。从最早的25家注册制上市公司到1000家，A股注册制公司已汇聚成总市值约9.4万亿元的创新企业集群。

“以2019年设立科创板为标志，‘两板一所’（科创板、创业板、北交所）实施注册制以来，资本市场对优质企业的吸引力大大提升，其中，受益最大的是中小企业、科创企业，特别是‘专精特新’小巨人企业。”中国上市公司协会副会长孙念瑞公开表示。

数据显示，“两板一所”上市公司的家数已达1831家，占全部上市公司的37%。从2022年的发行节

奏来看，2022年前三季度全市场新增上市公司300家，首发募集资金4800亿元，“两板一所”注册发行公司家数达246家，首发募资达3600亿元，科技创新、新兴产业已成为发行市场的主角。

更细分来看，上述1000家A股注册制上市公司（不含北交所）中，属于战略性新兴产业的企业有952家，分布在高端装备制造、节能环保、生物等九大产业。其中，新一代信息技术产业涉及公司数量最大，达295家；新材料、高端装备制造、生物等三大产业涉及公司数量均超过120家。

绿色金融助推中国式现代化发展

文/本报记者 王柯璇

“中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化。”党的二十大报告进一步强调了经济社会发展与绿色转型的重要性。

发展绿色金融，是推动经济社会发展绿色化、低碳化，实现高质量发展的关键环节。2022年，我国绿色金融发展进入了全新阶段：随着碳达峰碳中和“1+N”政策体系的建立，绿色金融“三大功能”“五大支柱”日益完善，有效地支持了经济社会绿色低碳转型和发展。此外，多层次的绿色金融机构体系以及多元化的绿色金融产品服务日益丰富。目前，我国已经形成了绿色贷款、绿色债券、绿色保险、绿色基金、绿色信托、碳金融产品等多层次绿色金融产品和市场体系。

当前，我国绿色金融发展仍然存在不均衡、不充分的状态，绿色金融发展仍需不断破题。未来，在中国式现代化目标指引之下，我国的绿色金融体系将进一步建设完善，我国绿色金融也将迎来全新的发展机遇。

构筑顶层设计蓝图

党的二十大报告提出，“推动绿色发展，促进人与自然和谐共生。尊重自然、顺应自然、保护自然，是全面建设社会主义现代化国家的内在要求。必须牢固树立和践行绿水青山就是金山银山的理念，站在人与自然和谐共生的高度谋划发展。中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化。坚持可持续发展，坚持节约优先、保护优先、自然恢复为主的方针，像保护眼睛一样保护自然和生态环境，坚定不移走生产发展、生活富裕、生态良好的文明发展道路，实现中华民族永续发展。”

为推动绿色发展实现中国式现代化，2022年我国绿色金融顶层设计进一步强化。在“2022中国金融学会绿色金融专业委员会年会”上，中国人民银行副行长宣昌能总结了人民银行在牵头推动绿色金融发展过程中的主要经验：一是统一完善的标准体系是市场规范发展的重要前提，要高度重视绿色金融标准体系建设和转型金融标准研究等基础性工作。二是要持续完善绿色金融政策和市场体系，在注重政策激励约束的同时，充分发挥市场在资源配置中的基础作用。三是要始终秉持开放态度，积极参与气候环境治理和绿色金融国际合作。

对于人民银行下一步将如何推动绿色金融工作，宣昌能提出四大重点。第一，持续完善绿色金融标准，大力提升碳核算和环境信息披露水平。第二，用好用足金融政策支持绿色低碳转型。第三，切实防范气候环境相关金融风险。第四，深度参与绿色金融国际

融有效衔接，开展环境风险防范和压力测试，推动金融机构和金融业务碳核算工作，为金融支持绿色低碳发展提供依据。

为有序推进碳达峰碳中和工作，2022年6月，银保监会对外发布了《银行业保险业绿色金融指引》（以下简称“《指引》”），要求银行保险机构从战略高度推进绿色金融，将环境、社会、治理（以下简称“ESG”）要求纳入管理流程和全面风险管理体系，促进经济社会发展全面绿色转型。

《指引》还提出，银行保险机构应渐进有序降低资产组合的碳强度，最终实现资产组合的碳中和。而这也将在一定程度上改变未来银行信贷和保险资金的投资方向。

中央财经大学证券期货研究所研究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平向《中国经营报》记者表示：“包括商业银行在内的金融机构需要从战略管理、组织管理、政策制度、能力建设、投融资流程管理、内控管理与信息披露等方面进行对照完善，推动绿色金融向更加体系化方向迈进，实现全面升级。重点是将ESG要求纳入管理流程和全面风险管理体系；

建立有利于绿色金融创新的工作机制，推动绿色金融流程、产品和服务创新；持续加强绿色金融能力建设。”

在“2022中国金融学会绿色金融专业委员会年会”上，中国人民银行副行长宣昌能总结了人民银行在牵头推动绿色金融发展过程中的主要经验：一是统一完善的标准体系是市场规范发展的重要前提，要高度重视绿色金融标准体系建设和转型金融标准研究等基础性工作。二是要持续完善绿色金融政策和市场体系，在注重政策激励约束的同时，充分发挥市场在资源配置中的基础作用。三是要始终秉持开放态度，积极参与气候环境治理和绿色金融国际合作。

党的二十大报告提出，“完善碳排放统计核算制度，健全碳排放权交易制度。”2021年中国人民银行推出的碳减排支持工具和支持煤炭清洁高效利用专项再贷款，是我国绿色金融领域的标志性事件之一，相关贷款在2022年已初具规模。2022年8月，外资银行首次被纳入该工具实施范围，德意志银行（中国）、法国兴业银行（中国）获碳减排支持工具金融机构资格。杨海平表示：“在现有基础上，

杨海平表示：“在现有基础上，

绿色金融持续推进：新政策、新领域成关注重点

文/本报记者 蒋牧云 张茱旺

纵观2022年，“绿色金融”可谓是金融市场的热词之一。

绿色金融自身也始终行驶在“快车道”上。数据显示，截至2022年三季度末，我国绿色信贷余额超过20万亿元，同比增速高达41.4%；绿色债券累计发行达到2.5万亿元，2022年前11个月新发行规模比2021年同期增长了47.8%。

规模快速增长的同时，绿色金融的创新也在提速。多位业内人士向《中国经营报》记者表示，目前我国的绿色金融发展取得了一定成果，政策体系、产品体系都已初步形成，这也是政策与市场双轮推动所带来的结果。展望未来，绿色金融如何与转型金融（指在经济主体向可持续发展目标转型的进程中，为它们提供融资以帮助其转型的金融活动）做好衔接、如何与普惠金融融合发展等问题，将成为监管与市场重点关注的问题。

政策体系加速完善

作为绿色金融发展的基础，2022年，绿色金融政策体系加速完善，这一年发布了包括《中国绿色债券原则》《碳金融产品》等重要文件。那么，具体有哪些细节得到了完善？政策的完善为绿色金融发展带来了什么？

对此，兴业碳金融研究院常务

副院长、绿色金融首席分析师钱立华告诉记者，为了适应我国绿色金融与绿色发展的新阶段，2022年我国绿色金融政策体系得到了进一步完善。比如，银保监会发布《银行业保险业绿色金融指引》，对原《绿色信贷指引》进行升级，从覆盖机构、业务类型、ESG风险类别等方面都有所拓宽，并突出了服务我国“双碳”工作的目标。

此外，我国现有绿色金融市场的发展进一步规范并逐步实现与国际接轨。比如，绿色债券标准委员会发布的《中国绿色债券原则》基本统一了国内绿色债券的发行规范，提出绿色债券的募集资金需100%用于符合规定条件的绿色产业、绿色经济活动等相关的项目，与国际相关要求实现一致。同时，绿色金融发展主体向保险机构等其他非银金融机构延伸，如《银行业保险业绿色金融指引》适用对象增加了保险机构等。

不过，仍处在发展初期的绿色金融，未来仍有许多需要持续深化的方面。从政策体系角度来看，钱立华认为，未来我国的体系建设将围绕中国人民银行提出的绿色金融五大支柱持续推进（“五大支柱”包括绿色金融标准体系、金融机构监管和信息披露要求、激励约束机制、绿色金融产品和市场体系、绿色金融国际合作）。

“在标准体系建设方面，更新

绿色金融基础标准使之与碳中和目标保持一致，并基于基础标准更新各类绿色金融产品标准，注重同类产品标准的一致性和不同类产品间的衔接问题，尽快出台转型金融标准；在碳核算信息披露方面，要加快完善我国金融机构碳核算，并制定相应的碳核算与信息披露制度；在激励约束机制方面，扩展现有结构性货币政策工具支持范围，并积极研究出台监管创新制度激发绿色金融内在动力，如降低绿色资产的风险权重，让绿色债权优先受偿等；在产品市场体系方面，加快推动绿色保险、绿色信托、绿色基金、绿色股权投资等各类绿色金融产品的发展，为市场提供多元化的融资产品与工具；在国际合作方面，持续利用现有国际合作平台，积极参与国际绿色金融框架、规则和标准的制定，掌握绿色金融发展的主动权、话语权，并讲好绿色发展与绿色金融的中国故事。”钱立华指出。

记者观察到，2022年我国多地都成功发放了绿色金融创新产品，具体包括国家核证自愿减排量（CCER）未来收益权质押贷款、湿地碳汇贷款、碳中和债券、可持续发展挂钩债券等。

在文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅看来，2022年我国能有多项创新产品落地的原因，是在政策标准陆续出台、科技相关技术

持续落地的综合作用下，政策和市场双轮推动所带来的结果。如今，已经基本形成了绿色信贷、绿色债券、绿色保险、绿色基金、绿色信托、碳金融产品构成的多层次市场产品体系。

衔接转型金融 融合普惠金融

“虽然我国绿色金融取得长足进展，但在绿色保险、绿色基金等方面，产品规模还是相对偏小，绿色金融标准体系不统一、金融机构专业能力不足、强制信息披露制度不健全、激励机制建设不强等问题尚待进一步完善。”袁帅指出。

未来，绿色金融首先需要深化的重点是什么，具体有哪些方法或方向？对此，海南大学“一带一路”研究院院长梁海明告诉记者，2022年以来，绿色债券的规模不断增加，但发行绿色债券主体的适用对象，更多是“纯绿”的企业。那些不符合发行条件的企业，不得不望“绿”兴叹。也是因为这样，部分企业不惜通过“漂绿”等方式弄虚作假，从而发行绿色债券以获得较低的融资成本。

梁海明表示，这一现象的背后，是绿色债券并没有考虑那些不符合发行绿色债券条件但又有意绿色转型的企业实际需求。事实上，企业从非绿色转向绿色需要较长的过程和时间。在这期间，如果可以推出较具弹性的“过渡性”绿

色债券，例如浅绿债券等绿色金融产品，允许发行企业将这些发债收入，较为弹性地投入到与气候变化相关投资项目中，一方面可以吸引更多传统企业往绿色企业发展，另一方面，也可以减少企业“漂绿”行为出现。

事实上，这样通过金融支持高碳企业向低碳转型的活动，正是近期受到多方关注的转型金融。对此，钱立华认为，未来，转型金融将与绿色金融形成金融支持“双碳”目标的“双支柱”。其表示，为了实现“双碳”目标，推动高碳产业的低碳转型至关重要，因此，近期在国内外关于转型金融的关注度日益提升。

国际上，G20可持续金融工作组不久前发布了《G20转型金融框架》，为国际各方构建自身转型金融政策提供指引。在我国，2022年以来，中国人民银行多次表示，要做好绿色金融与转型金融的有效衔接，这将成为未来金融支持绿色低碳转型发展的政策重点之一。

此外，推动绿色金融与普惠金融的融合发展也将成为重点之一。钱立华表示，过去我国绿色金融的发展不够“普惠”，随着我国绿色低碳发展的深入推进，农业、小微等普惠群体的绿色低碳发展也将至关重要。而事实上，绿色金融与普惠金融发展理念存在一定的内在联系，推动绿色金融和普惠金融融合发展，或能为二者的发展带

来新的动力和创新空间。近来，从政策导向到实践探索，我国绿色金融与普惠金融的融合发展趋势已初步显现。

对此，袁帅也表示认同，他补充道，从宏观层面来看，绿色金融和普惠金融都是我国金融领域改革的重要方向，是我国推进金融回归服务实体经济的重要途径。绿色金融对我国环境改善、应对全球气候变暖、实现资源循环利用有着重要作用，而普惠金融有助于改善中小企业、“三农”扶贫等领域金融资金匮乏、融资难的问题。绿色金融和普惠金融二者具有内在联系，应该协同并融合发展。“让绿色金融更普惠，让普惠金融更绿色”将对促进市场经济转型升级，推进经济社会可持续发展发挥积极作用。

钱立华指出，金融机构的“净零”将从承诺阶段进入到实施阶段。全球范围内作出“净零”承诺的金融机构数量仍在不断增加。而金融机构“净零”目标，如何从承诺走向科学碳目标的设定、实施、核算与披露，也日益受到关注。其中，碳核算与信息披露的重要性凸显。当前，国际财务报告准则（IFRS）成立的国际可持续发展准则理事会（ISSB），其所制定的全球一致的可持续与气候信息披露标准呼之欲出，国内外对于金融机构碳核算与信息披露的要求也在日益强化。



发展绿色金融，是推动经济社会发展绿色化、低碳化，实现高质量发展的关键环节。

贴息等方面加强奖惩，建立有效的激励约束机制，提高商业银行资源投入的‘绿色导向性’。”兴业银行相关负责人指出。

基于以上问题，兴业银行相关负责人建议，拓宽支持绿色发展的资金来源。鼓励金融机构发行绿色金融债券，促进资产负债匹配。优化完善金融机构开展绿色金融业务的激励机制，探索根据银行机构的绿色表现，在监管评价评级、机构准入、业务准入、高管人员履职评价等方面予以激励。在合适条件下，给予降低绿色信贷风险权重、对绿色金融进行定向降准等政策支持。

此外，金融机构发展绿色金融，还需要利用好政府与市场两方面的作用。兴业银行相关负责人表示：“在绿色金融发展中，政府和市场都起着重要作用。一方面，绿色项目和绿色产品具有强外部性特征，金融机构面临着绿色项目期限长、投入大、定价低的问题，这决定了政府作用至关重要；另一方面，商业银行作为重要市场主体，应当按照市场化机制，不断创新绿色金融产品与服务机制，助力绿色与可持续发展。”

兴业银行相关负责人表示：“在绿色金融发展中，政府和市场都起着重要作用。一方面，绿色项目和绿色产品具有强外部性特征，金融机构面临着绿色项目期限长、投入大、定价低的问题，这决定了政府作用至关重要；另一方面，商业银行作为重要市场主体，应当按照市场化机制，不断创新绿色金融产品与服务机制，助力绿色与可持续发展。”

普惠金融为民 兼顾安全与可持续

文/本报记者 郝亚娟

党的二十大报告强调“坚持把发展经济的着力点放在实体经济上”。普惠金融既是服务实体经济的有效路径，也是实现人民共同富裕的重要内容。

2022年，我国普惠金融快速发展：小微企业贷款还本付息政策再获“续签”；LPR下调助力企业降低融资成本；金融机构提高普惠金融精准度……

中国人民银行公布的数据显示，截至2022年三季度末，我国人民币普惠金融领域贷款余额31.39万亿元，同比增长21.6%；结构上，普惠小微贷款持续实现量增、面扩、价降，首贷、续贷和信用贷款推进力度持续加大。当前，我国已全面建成小康社会，经济从高速增长阶段转向高质量发展阶段，如何兼顾安全与可持续成为下一步开展普惠金融的重点。

量增、面扩、价降 建立小微金融长效机制

2022年，受国内外复杂形势影响，我国经济下行压力加大，部分市场主体面临较大困难。在此背景下，监管方面出台多条举措支持普惠金融，金融机构的信贷投放力度和结构也不断优化。

2022年5月召开的国务院常务会议决定，将今年普惠小微贷款支持工具额度和支持比例增加一倍。

2022年11月，人民银行、银保监会、财政部等六部门联合印发《关于进一步加大对小微企业贷款延期还本付息支持力度的通知》（以下简称《通知》）明确，对于2022年第四季度到期的、因疫情影响暂时遇困的小微企业贷款（含个体工商户和小微企业主经营性贷款），还本付息日期原则上最长可延至2023年6月30日。

在监管方面和金融机构的合力

推动下，我国普惠金融领域贷款保持高速增长。中国人民银行行长易纲在“2022金融街论坛年会”上披露一组数据，截至2022年9月末，普惠小微贷款余额达到了23万亿元；授信户数近5400万户，是2017年末的4倍；2022年9月份新发放的普惠小微贷款加权平均利率为4.7%，较2017年同期下降了1.8个百分点。

易纲在前述论坛上提到，人民银行发挥结构性货币政策作用，持续加强对“三农”、小微企业、民营企业等领域的金融服务，推动普惠金融“量增、面扩、价降”。

冰鉴科技研究院高级研究员王诗强指出，目前来看，央行货币政策比较灵活适中，并且引导、鼓励金融机构向小微企业发放贷款。因此，绝大部分小微企业是可以从金融机构获得贷款的，小微企业融资问题得到有效缓解。但是，部分小微企业是通过个人住房抵押或者其他担保措施才从银行等金融机构获得贷款。对于部分无抵押物或者担保品的小微企业，从金融机构获取的贷款依然面临着额度不够或者利率较高的窘境。

在招联金融首席研究员董希淼看来，缓解小微企业融资难问题已经步入深水区，应从追求规模和速度转向追求质量和效能，通过建立小微金融服务长效机制，优化小微金融服务生态，提高金融服务小微企业和个体工商户的有效性、精准性。

董希淼建议，建立小微金融长效机制，重在构建多层次、广覆盖、有差异的小微金融服务体系，重点是明确大中小银行机构的不同定位。他表示，政策性银行、大型银行、股份制银行、城商行、农商行、农信社和消费金融公司等机构，要打破各自为政的局面，以开发包容的精神，逐步构建整体协同、分工明晰的小微金融服务网络。对大型银行，应提升其小微企业和个体工商户“首贷户”的考核占比，降低

因其非市场化过度下沉对中小银行带来的“掐尖现象”和“挤出效应”；对中小银行，应在货币政策、资本补充、资产处置等采取更多的差别化支持措施，支持中小银行稳健可持续发展，鼓励中小银行更好地发挥体制机制灵活、贴近市场和客户等优势，“门当户对”地服务好小微企业和个体工商户。同时，引导和鼓励小额贷款公司、融资担保公司等地方金融组织发挥机制灵活、响应快速等特点，为小微企业和个体工商户提供更全面的服务。

为充分调动银行业金融机构的积极性，《通知》还提出，人民银行综合运用多种货币政策工具，保持银行体系流动性合理充裕；金融监管部门落实好小微企业不良贷款容忍度等差异化政策；各级财政部门在考核国有控股和参股的银行业金融机构2022年经营绩效时，应充分考虑延期还本付息政策的影响，给予合理调整和评价。同时，鼓励政府性融资担保机构对有贷款延期需求的企业延长担保期限，继续提供增信支持。

值得注意的是，开放银行成为发展普惠金融的重要路径。《2022开放银行生态金融白皮书》指出，一方面，开放银行关注到了长尾客群，以API、SDK、综合服务平台等形式，将银行系统与产业平台、企业业务系统连接，将服务触角延伸到中小微企业经营管理的方方面面；另一方面，开放银行降低金融服务的门槛和成本，开放银行要求商业银行将产品和服务“解耦”功能模块，客户可以自主调用银行功能模块，金融服务门槛降低。而开放银行以平台模式批量拓展和服务客户为主，提供集约化服务，单一普惠金融客户的服务成本大为下降。

关注金融健康 促进经济高质量发展

在提高普惠金融可得性的过



数据来源：央行

程中，“金融健康”成为衡量其可持续发展的重要指标。

中国人民银行金融消费权益保护局局长余文建在“2022中国普惠金融国际论坛”上指出，2022年6月，世界银行发布了《2021年度全球普惠金融调查数据和分析报告》（以下简称《报告》），首次在《报告》中设立专章讨论金融健康相关指标，反映出金融健康在全球是一个普遍性问题，也是普惠金融发展中面临的重要问题。

从我国情况来看，余文建分析，当前，我国已全面建成小康社会，经济从高速增长阶段转向高质量发展阶段。在新的历史阶段，不仅要关注发展总量，更要关注发展质量；不仅要关注供给端金融服务的覆盖面和可得性，更要关注需求端每个金融消费者的获得感、幸福感和安全感，也就是关注每一个个体的金融健康。

余文建建议，提升普惠金融发展能级，探索构建金融健康的整体规划和政策框架，在现有普惠金融覆盖面较广的基础上，研究探索宏观、中观、微观相结合的政策框架，多管齐下推进金融健康建设。通过提升农村居民的财务韧性，助力巩固脱贫攻坚成果；通过优化城乡

居民财务状况，助力激发居民的创新创业动力和潜能；通过解决普惠金融发展不平衡、不充分问题，助力缩小地区差距、城乡差距和收入差距。

在金融机构层面，余文建认为，应发挥金融机构主力军作用，为普惠个体提供针对性更强的金融产品和服务。金融机构应不断加强金融能力建设，将提升客户的金融健康水平作为经营的重要目标之一，与金融机构自身的风控环节有机结合，最终实现金融机构稳健经营与客户金融健康的双赢，更好地走出一条普惠金融“成本可负担、商业可持续”高质量发展之路。

在谈到未来普惠金融如何开展时，银保监会普惠金融部党支部撰文指出，党的二十大报告深刻阐述中国式现代化的科学内涵、中国特色和本质要求，对普惠金融工作具有重要指导意义。下一步，将坚持深化普惠金融体制机制改革，坚持服务高质量发展，围绕服务构建高水平社会主义市场经济体制，进一步聚焦实体经济的重点领域和薄弱环节，找准与小微企业、“三农”等普惠金融重点服务对象的结合点，支持科技创新、产业升级、乡村振兴、区域协调等国家战略，用

好市场机制和政策工具，精准有效撬动金融资源发挥好杠杆作用。一方面，强化监管引领和政策引导，完善市场规则，推动构建商业可持续、成本可负担、风险可控的普惠金融服务机制，以高质量发展从根本上防控风险；另一方面，发挥中国特色社会主义优势，强化普惠金融与基层治理协同，在信用信息共享、风险分担补偿等方面发挥合力，缓解信息不对称，降低制度性交易成本，弥补市场机制的不足。

在操作上，董希淼建议，金融机构内部应进一步明确小微信贷业务职责边界并优化执行流程，建立起真正有效的容错纠错和尽职免责机制。监管部门对小微企业和个体工商户贷款的追责和处罚，要慎之又慎。只有这样，才能减少基层组织和员工服务小微企业和个体工商户的顾虑和压力，变“拒贷”“惧贷”为“愿贷”“敢贷”；与此同时，深化金融科技应用，鼓励互联网银行、互联网消费金融公司等机构创新面向小微企业和个体工商户的产品和服务，探索数字小微金融新模式。同时，要注意防范信贷供给过度和资金被挪用等问题。

风控新时代：“监管之剑”与时俱进 表外管控持续升级

文/本报记者 慈玉鹏

随着我国金融事业不断发展，风控难度与挑战逐步凸显。

2022年，金融业风控与与时俱进、不断优化。这一年，银保监会印发《商业银行预期信用损失法实施管理办法》，规范商业银行预期信用损失法实施的内控机制和管理流程；这一年，《银行保险机构公司治理监管评估办法》发布，进一步规范金融机 构公司治理，防范化解公司治理风险；这一年，《银行保险机构信息科技外包风险管理办法》推出，从信息科技外包治理、准入、监控评价、风险管理等方面对银行保险机构信息科技外包提出要求。

2022年，银行机构表外业务风控持续夯实。《商业银行表外业务风险管理暂行办法》推出，针对各类具体表外业务陆续制定了一系列监管制度规定，涵盖传统表外、理财、代理代销等各类业务；《理财公司内部控制管理办法》要求理财公司对各项业务活动和管理活动制定全面、系统、规范的内控制度体系。

中国银保监会主席郭树清2022年11月发表署名文章《加强和完善现代金融监管》指出，必须按照党中央决策部署，深化金融体制改革，推进金融安全网建设，持续强化金融风险防控能力。

风控优化

2022年，银行风险管理能力不断优化。

这一年，银行风控前置加强。2022年5月，银保监会印发《商业银行预期信用损失法实施管理办法》，旨在规范商业银行预期信用损失法实施的内控机制和管理流

程，夯实信用风险拨备管理基础。银保监会方面表示，《商业银行预期信用损失法实施管理办法》重点规范几方面内容：一是明确预期信用损失法实施治理机制；二是夯实预期信用损失法实施基础，同时，该办法规范预期信用损失法实施过程，加强预期信用损失法监管。

方正证券分析师郑豪表示：“《商业银行预期信用损失法实施管理办法》在银行预期信用损失法实施管理层面面对治理体系、授权审批、管理制度、职责分工的明确，为银行建立健全完善的预期信用损失法实施管理机制提供了约束及规范。在实施层面通过列举阶段划分的底线要求，强化了对于信用风险前瞻性、实质性判断的要求。”

“通过引入独立、定期的模型验证机制及强调文档管理，为银行在实施预期信用损失法过程中涉及的复杂模型、具有高度判断的假设提供了解决思路。对银行做实资产质量意义重大。该办法的颁布意味着商业银行在实施预期信用损失法的过程中将有据可依，这将推动商业银行更加精准地度量风险，提升风险抵御能力。”郑豪表示。

这一年，机构治理监管加强。《银行保险机构公司治理监管评估办法》发布，银保监会此次修订是加强和改进银行保险机构公司治理监管的重要举措，有利于进一步规范金融机 构公司治理，防范化解公司治理风险。

银保监会相关负责人表示，《银行保险机构公司治理监管评估办法》修订后，评估对象得到扩展。原评估办法中评估对象仅为商业银行和商业保险公司。在结合前期公司治理评估实践基础上，

此次修订将农村合作银行、金融资产管理公司、金融租赁公司、企业集团财务公司、汽车金融公司、消费金融公司及货币经纪公司纳入监管评估范围。

从内容上看，《银行保险机构公司治理监管评估办法》有效优化了评估机制，所附评估指标更加科学，结合近两年新出台的公司治理监管制度，评估工作聚焦大股东违规干预、内部人控制等问题，进一步丰富党的领导、股东股权、关联交易、董事监事高管人员的提名和履职等方面的关键指标，并优化指标权重、精简指标数量，完善公司治理风险预警体系。

这一年，风控工作与时俱进。银行保险机构近几年积极开展数字化转型，在加大技术创新力度、更好地满足金融消费者需求的同时，对信息科技外包服务的依赖度不断加大。与此同时，部分银行保险机构对信息科技外包风险管理不力，因而导致的业务中断、敏感信息泄露等事件时有发生。

此外，部分领域外包服务提供商高度集中，形成了行业集中度风险。为此，银保监会推出《银行保险机构信息科技外包风险管理办法》，从信息科技外包治理、准入、监控评价、风险管理等方面对银行保险机构信息科技外包提出要求。

2022年，多个监管新规、新法已在“弦上”。这一年，银保监会发布《银行保险监管统计管理办法（征求意见稿）》公开征求意见，该办法明确归口管理要求，明确数据质量责任，强调数据安全保护，同时对接数据治理要求，重视数据价值实现；另外，《中华人民共和国银行业监督管理法（修订草案征求意见稿）》2022年公开征求意见，本次修改工作以防范化解金融风险、提

高监管有效性为总体目标，以弥补监管短板、加大监管力度、明确监管授权为着力点。

表外管控

表外业务是银行风险易发区。2011年3月，原银监会发布《商业银行表外业务风险管理指引》，对商业银行表外业务进行了规范。近年来，随着表外业务快速发展，该指引已滞后于表外业务的监管与管理需要，亟待更新和完善。2022年，银保监会制定发布《商业银行表外业务风险管理暂行办法》，金融管理部门借鉴国际经验，结合我国银行业实际，针对各类具体表外业务陆续制定了一系列监管制度规定，涵盖了传统表外、理财、代理代销等各类业务。

银保监会相关人士表示，《商业银行表外业务风险管理暂行办法》，对表外风险管理框架进行了重塑，在原有风险控制、风险监管等相关内容基础上，重新构建了表外业务风险管理框架体系，在政策制度、限额管理、授权管理、审批机制、关联交易、压力测试、内部控制、会计核算、统计信息系统、合作机构等方面作出相关规定，并对担保承诺类、代理投融资服务类和中介服务类业务提出差异化的风险管理要求。

“同时，该办法对表外业务的审慎经营和监管作出明确规定，要求商业银行按照实质重于形式原则和穿透原则，准确识别、评估和缓释各类表外业务风险，针对相关资产的风险分类和减值准备计提、风险加权资产计量和资本计提、相关风险准备金计提等方面提出明确要求，推动商业银行强化合规意识、做好风险抵补。”上述银保监会相关人士表示。

理财业务是银行机构核心的表外业务之一。截至2022年底，已有超30家银行理财子公司获批筹建，成为银行理财业务发展载体。截至2022年6月末，银行及理财产品合计余额29.1万亿元。其中，理财产品余额19.1万亿元。理财产品作为具备独立法人资格的新型资管机构，有必要尽快构筑全面有效的内控管理制度。

在这种背景下，2022年8月，《理财产品内部控制管理办法》发布，对《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》《商业银行理财业务监督管理办法》《商业银行理财子公司管理办法》等法规原则性要求进行细化和补充，与上述制度共同构成理财产品内控管理的根本遵循。

银保监会方面表示，《理财产品内部控制管理办法》要求理财产品对各项业务活动和管理活动制定全面、系统、规范的内控制度体系，并至少每年进行一次全面评估。一是加强产品设计和存续期管理；二是强化理财业务账户管理；三是完善投资和交易制度流程；四是实行重要岗位关键人员全方位管理；五是强化与母行风险管理隔离。

针对票据业务，2022年，人民银行、银保监会联合修订发布了《商业汇票承兑、贴现与再贴现管理办法》，该办法遵循市场化、法治化原则，着力完善票据市场信用管理框架和市场化约束机制，强化参与主体行为规范，明确监督管理和法律责任，进一步促进票据市场规范健康发展。

江西财经大学九银票据研究院长肖小和表示：“《商业汇票承兑、贴现与再贴现管理办法》

的出台对票据市场意义重大，一是重新定义了商业汇票内涵及期限，为票据市场未来发展重新明确了发展目标及发展路径；二是明确了总体风险管控框架及管理内容，特别是提出了承兑余额及保证金余额等两项风控指标，进一步提升了票据市场透明度，规范了票据市场发展方向；三是明确了基础设施、电票及供应链票据的定位，为票据市场供应链票据及数字化发展奠定了基础；四是拓宽了发展空间，回归真实交易，同时，首次提出发展票据经纪等要求，为进一步服务经济、促进创新、活跃票据市场创造了条件。”

2023年的风控工作重点在哪？郭树清2022年12月主持召开党委会议，要求2023年是贯彻落实党的二十大精神的开局之年，做好经济金融工作意义重大，要坚持稳字当头、稳中求进，坚决防范化解金融领域重大风险，坚持“一行一策”“一司一策”，加快推进中小银行保险机构改革化险；配合化解地方政府隐性债务风险；坚守私募和公募、投资与信贷、股权与债权的区别，严防各类高风险影子银行死灰复燃，及时查处宣扬“保本高收益”的欺诈行为，严厉打击违法违规金融活动。

同时，上述会议强调，将加强和完善现代金融监管，健全金融法治，完善审慎监管规则，遵循宪法宗旨和立法精神，大幅提高违法违纪成本，完善风险预防预警处置机制，严格规范地方金融机构跨区域经营，推动金融机构业务牌照分类分级管理，加快监管数字化、智能化转型，增强数据分析穿透能力，强化金融消费者合法权益保护，督促银行保险机构加强投资者适当性管理。

财富管理战火蔓延：数字化+平台化抢客群

文/本报记者 秦玉芳

从财富产品优选货架到银行开放平台，从个人养老金投资服务到普惠型资管产品体系开发……2022年，对于“轻型化”转型中的商业银行来说，大财富管理正在成为银行逐鹿零售市场战略高地的重要切入点。

随着国家共同富裕战略目标的实施推进，财富管理市场的客户群需求、业务模式等发生着巨大变化。为了更好地满足多元化、个性化的市场需求、赢得零售市场的战略高地，银行纷纷加快了数字化、平台化转型进程。构建数字化开放平台生态，已成为银行财富管理业务发展的大势所趋。

未来银行需要在数字化、平台化基础上更进一步，通过数字赋能提升其客群精细化运营的能力，精准挖掘细分客群的需求，进而构建以客户为中心的全生命周期服务体系。

构建数字化开放平台

随着大众生活消费习惯越来越线上化，金融服务也在全面向线上尤其移动端迁移。以APP为核心构建数字化开放平台，成为当前银行财富管理业务转型发展共识。

2022年，银行密集升级手机银行APP版本500余次。易观千帆用户体验分析系统数据显示，2022年1月至11月，已有70家银行进行手机银行APP版本迭代次数共计529次。

从手机银行APP迭代更新的情况来看，拓展完善财富管理功能服务，强化财富管理开放平台的构建，是2022年手机银行APP升级迭代的关注重点。例如，光大银行上线APP10.0版本，进一步打造财富管理开放生态平台；邮储银行APP8.0版本，重点更新了理财板块的一些新功能；招商银行手机银行11.0版本在提升智能化客户陪伴能力的同时，增设了个人养老金及适老服务等功能；

中信银行上线APP9.0版本，推出全新的“养老账本”服务等；广发银行发布APP8.0最新版本，全面升级财富管理服务，推出“财富号”开放生态平台。

围绕手机银行APP打造数字化开放平台的同时，越来越多的银行也开始强化开放化产品及运营平台的建设。例如，工商银行“财富号”、招商银行“招财号”、平安银行“银基开放平台”、中信银行“幸福号”等财富管理开放平台均上线运营。以招商银行为例，该行在2022年半年报中明确指出，上半年该行零售金融搭建开放的产品平台和运营平台。升级推出“招商银行TREE资产配置体系”，为零售客户构建囊括活钱管理、保障管理、稳健投资和进取投资四类财富管理产品的专业配置方案；通过市场化筛选引入资管机构入驻“招财号”开放平台，内容生态与客户陪伴不断丰富，客户投资体验得到提升。

道乐研究院在研报中指出，截至2022年9月底，已有10家银行开放了财富开放平台，包含工行、建行、交行、中行等国有银行，也包含招行、平安银行等股份银行。

道乐研究院认为，财富开放平台本质上是从产品销售为导向向用户需求为导向的转变；财富开放平台引入了资管机构，让其为用户在投前、投中、投后提供理财资讯、投教内容等，正是满足用户的需求，顺应行业从产品销售到财富管理的趋势。

工商银行副行长郑国雨在刊文中指出，银行推进财富管理转型发展，要“突出平台化，从卖方思维向买方思维转变”。郑国雨表示，坚持“以客户为中心”，强化开放思维，发挥好开放平台作用，建立全市场产品遴选机制，积极引入优质基金、理财、保险、信托、私募产品，探索构建开放式、全谱系、高质量产品货架。加强同业间客户引流、产品互补，形成开放式财富社区，为客户提供更加多元的投资选择。

从手机银行财富管理服务功能的扩展完善到开放式产品及运营平台的搭建，2022年银行财富管理领域数字化转型进程正在进入新的阶段，面向大众客群的数字化开放平台建设步伐正在提速。

在此背景下，中国数字财富市场规模的急速扩容，也为商业银行财富管理业务的数字化、平台化发展奠定了坚实的市场基础。波士顿咨询研究认为，中国数字财富市场过去六年经历快速发展，渗透率从2016年的24%攀升至51%，未来有望进一步提升；预计2030年数字财富管理市场规模将达到358万亿元。

全生命周期运营 将成布局重点

数字化、平台化的业务模式驱动下，银行财富管理目标客群也在向大众客群甚至普惠长尾客群延伸。

波士顿咨询在《2022年中国数字财富管理市场报告》中明确，金融机构致力于通过数字化手段为少数群体提供更为平等、方便、可及的金融服务。

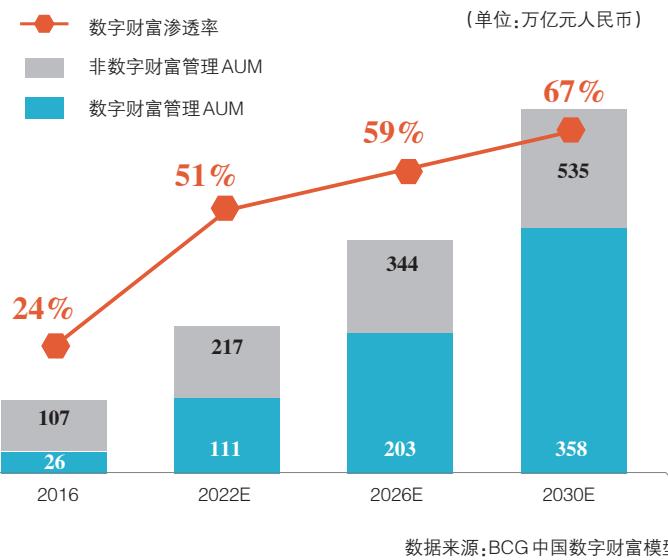
从手机银行APP版本发布情况来看，2022年越来越多的银行针对老年人客群、视听觉残障人士客群、县域乡村区域客群等领域客群推出定制化版本，以拓展金融服务的触达范围。波士顿咨询数据显示，目前约80%的银行已提供无障碍版本的APP。

微众银行行长助理方震宇认为，通过金融科技赋能和数字增效，金融服务生态效率得以大幅提升，财富管理业务门槛和交易成本也得以下降，这使得银行的财富管理等综合化金融服务能覆盖到更多、更广泛的客群，甚至包括偏远地区、特殊人群等。

易观智慧院高级分析师陈晨此前在接受《中国经营报》记者采访时也表示，共同富裕的背景下，财富管理开始变得大众化和普惠化，目前有多家国有银行、股份制银行和一些比较领先的区域性银行



中国零售财富管理及数字财富管理规模



都在积极布局；另外在客户经营上，银行相比其他类型的金融机构，客群的覆盖面也更广泛。

未来随着数字化、平台化转型的持续深入，银行财富管理业务在普惠大众客群运营探索上也将持续发力。

波士顿咨询分析认为，对机构而言，数字化优化了财富管理的流程，进一步释放客户经理的产能；各类机构升级数字化能力，挖掘细分高潜客群价值，加速渗透大众客群。

某股份银行零售业务人士表示，通过客群的精准细分和需求挖掘，构建全生命周期的服务体系，将是银行财富管理业务实现客群精细化深耕的关键；尽管目前不少

银行已经开始进行相应的探索实践，但从整体来看，仍处于起步阶段。下一步还需要在组织架构、数据融通、数据挖掘能力等方面继续努力。

郑国雨在撰文中分析如何推进银行财富管理转型发展时强调，要突出生态化，从销售驱动向全旅程服务驱动转变。

在郑国雨看来，将财富管理服务以组件化的方式融入服务场景，围绕衣食住行、教育、健康、养老、住房以及家族财富传承、跨境财富管理等场景，在产品创新、渠道优化上下功夫，完善“线上+线下”“人工+智能”“推送+互动”的服务模式，打造覆盖全客户、全渠道、全产品、全旅程、全场景的财富管理服务。

务体系。

易观分析金融行业高级咨询顾问王细梅认为，分层、分群的精细化运营，聚焦的就是针对分客群的全旅程、全生命周期服务；下一步银行需要基于客户画像，充分挖掘客户需求，搭建覆盖客户全生命周期的数字化服务体系，把产品及服务有效匹配到客户旅程全周期，从而打造智能化、个性化、高效率、低成本的客户经营模式。

波士顿咨询也指出，以智慧、专业且有温度的财富管理服务为导向，需要打造客户导向的立体式客群经营、智能共生超渠道、买方视角的产品与服务、稳定与敏捷结合的组织能力和数字驱动的运营中台等五大核心能力；其中，客户导向的立体式客群经营要求在传统的客群分层与分群基础上，基于全面的客户洞察及需求识别实现更精准的微客群经营。

展望未来，推进数字化、平台化建设，拓展财富管理客群的全生命周期服务能力将成为2023年银行财富管理业务布局的竞争热点。

对于财富管理机构来说，未来业务发展将更强调客户的全生命周期的服务，通过制定差异化的投资策略和资产配置方案，满足客户不同阶段、不同场景的多样化需求。

而产品作为资产配置的基础，在构建全生命周期服务体系布局中的重要性不言而喻。银行业人士普遍认为，下一步，仍然需要进一步丰富产品，通过数字赋能挖掘细分客群的市场需求，搭建覆盖全生命周期匹配不同风险偏好的产品体系。

总体来看，“平台化”“生态化”将成为行业升级新方向。上海金融与发展实验室主任曾刚认为，数字化能力将成为未来财富管理行业竞争能力的核心。“在他们看来，在金融科技能力、零售金融场景建设以及客群丰富程度方面具有比较优势的机构，在行业竞争升级的背景下，其生态构建能力的优势将随着时间的推移而日渐凸显。”

加大金融科技投入 银行数字化建设按下“快进”键

文/本报记者 杨井鑫

在全球数字化经济崛起和国内“无接触经济”发展的背景下，银行业的数字化转型进入了快车道。随着银行不断加大对金融科技的投入，数字化在改变银行业务模式的同时，也构建起了数字金融新生态。

近年来，金融科技的快速发展为商业银行提供了持续不断的创新动力，数字技术和数据要素正在改变中国银行业的发展轨迹，金融与科技的深度融合持续推动银行业提质增效，数字化转型成为商业银行高质量发展、更好服务实体经济的关键。”中国银行业协会党委书记、专职副会长邢伟表示。

据邢伟介绍，银行业的金融科技整体投入持续加大。超七成银行近三年金融科技投入占营业收入比重超2%。分银行类型来看，大型银行和股份制银行对金融科技的投入最高，农商行对金融科技投入的增速最明显。同时，银行人士关注度最高的三项技术为大数据、区块链和云计算。大数据技术已日趋成熟，且已证明可被广泛应用到银行的业务营销、风险管理、后台管理等多个环节，有助于提升管理水平、降低运营成本、创新业务模式。

国有银行整体在金融科技投入上占据头部位置，金融科技的布局较早且覆盖全面。工商银行通过金融科技赋能打造了开放银行统一品牌“工银聚富通”，面向政务平台、产业平台、消费平台、涉农平台，为平台及平台用户提供多种金融服务。截至2022年上半年，“工银聚富通”服务G端政务平台160余个，B端活跃客户3.5万户，C端

活跃客户556万户。

建设银行于2021年9月发布了金融科技战略规划，规划第一年的工作集中在推进全面云化转型、加快技术中台建设和完善金融科技体制机制等方面。截至2022年上半年，该行“业务中台”共梳理440项标准化能力，已应用于全行49个场景平台。

此外，农业银行和交通银行在金融科技应用上也有诸多尝试。农业银行2022年在区块链技术和信息安全技术方面持续提升科技赋能水平，尤其是推进区块链云服务平台系统建设，并将区块链应用于养老金管理、信贷风控等领域场景。交通银行则在人工智能技术上有规模化应用，统一图像识别平台应用于手机银行、企业网银、小程序和H5页面等主流渠道，服务的业务场景达到167个。

“特色化”发展路径

对于股份制银行来说，在金融科技的投入紧随国有大行步伐。2022年，招商银行构建业内首个零售财富管理业务投研工作平台。按照该行的说法，在财富管理业务中，资产配置背后一定有强大的投研能力，而零售财富管理业务投研工作平台能够整合资本市场各类离散的数据信息，构建起量化筛选、产品池管理、理财产品研究、组合管理、AUM透视等一系列深度赋能总分、支行员工工作的功能模块，将长期积累的专业选品能力、研究成果、研究标准及实践经验进行数字化沉淀，成为财富管理业务独具特色的专业化工具。

面对金融科技的发展，中信银

行则将构建“一流的科技型股份制银行”作为该行发展目标。近几年，该行实现了由科技年投入不足20亿元、总行端科技人员不足300人，向年投入超70亿元、全行科技人员规模超4000人的跨越式发展。此前中信银行瞄准了云计算在数字化转型过程中的重要角色，打造了承载数字化系统的核心平台——信创云。截至2022年6月末，中信银行基础设施云化率达到99.7%，银行生产云、开发测试云、生态云和子公司云“四朵云”布局基本成型。

光大银行金融科技在银行的地位上升到了前所未有的高度。据该行高管称，光大银行2022年全年的科技预算比上年增长5.4%。在人才队伍建设上，年内计划新增科技人员1000人以上。光大银行副行长杨兵兵表示，2022年的重点工作是实施推进2021年制定的五年新一期科技战略规划，包括了业务赋能十大工程、科技治理优化四大工程和基础技术能力提升五大工程，一共涉及到了80个子项目。同时，光大银行对公司金融和零售金融进行了科技驻派工作，包括模型人员一共1430人，大幅提升了需求响应和开发效率。

此外，中小银行对金融科技的重视程度也在不断提升，但是分化较大。对于金融科技的投入和赋能，宁波银行表示将金融科技作为重要生产力，每年将营业收入的5%左右投入到金融科技建设上，在金融产品、服务渠道、营销经营、营运风控四大领域赋能经营，重点为客户提供响应更快、体验更好的全流程、全周期、全场景综合服务。

“与大型银行相比，中小银行开展数字化转型既存在固有的瓶颈掣肘，也存在明显的优势空间。”中国社会科学院金融研究所金融科技研究室主任尹振涛表示。

尹振涛认为，影响中小银行数字化转型的关键就是数字经营理念和数字治理文化尚未形成。同时，由于科技投入及技术更新需要较长的投资周期和较大的资金投入，中小银行在人才基础、技术能力等方面的差距越拉越大。中小银行数字化转型是顺应时代的需要，是应对市场竞争的需要，更是自身发展的需要，必须走出符合中小银行数字化转型的特色之路。

科技赋能谋突围

2022年1月，中国银保监会发布了《关于银行业保险业数字化转型的指导意见》，旨在加快数字经济建设，全面推进银行业和保险业数字化转型，推动金融高质量发展，更好服务实体经济和满足人民群众需要。

“在现代化建设和数字化经济发展的过程中，监管在政策上鼓励银行业加快数字化转型，而金融科技是银行数字化转型的一个重要方面。这也意味着未来行业对金融科技和数字化转型的重视程度会越来越高。”一家股份制银行数字金融部人士称。

该人士认为，金融科技在银行的业务应用非常广泛，不仅涉及到银行产品的个性化、差异化、定制化等方面，还涉及到网络安全、数据安全和风险管理水平等领域。“展望未来中国经济的发展，数字

化经济将是经济发展的一个重要驱动力量，而银行在服务实体经济助力经济高质量发展过程中，数字化转型也是不可或缺的。”

按照他的说法，银行传统业务的同质化较严重，行业的竞争激烈。在银行数字化过程中，金融科技的实力和业务方向存在一定差异，落到实际业务中，银行的获客能力、客户体验等方面都是有差别的，这也就会形成竞争比较优势。

艾瑞咨询发布的一份报告显示，预计银行业技术投入规模未来将保持20%左右的速度增长，到2024年将达到4328亿元。

另外，金融科技对银行业务的赋能能够有效地降低银行运营成本，这成为银行加大科技投入和加快数字化转型的动力。2022年12月26日，毕马威发布《2022年中国银行业远程银行发展白皮书》称，远程银行建设有效帮助银行触达85%的长尾客户，在客户服务体验、客户经营能力方面有显著提升，而远程银行经营成本只需要传统银行的四分之一，极大地降低了银行的运营成本。超过50%被调研的银行在智能技术创新与科技赋能平台投入资金高于500万元，其中有40%以上的银行投入超过1000万元。

“每一家银行的数字化转型成熟度是不同的。尽管金融机构越来越认识到银行数字化转型战略的重要性，并积极为未来做准备，但是要通过数字化实现业务的迅速扩张，银行仍有大量的工作要做。”上述股份制银行人士称。

“三社”融合促“三农” 开启助推乡村振兴新篇章

文/本报记者 郭建杭

供销社重构零售体系的步伐越来越快,而农商行(农信社)+供销社+农民专业合作社的“三社”融合在2023年也将碰撞出更绚丽的火花。

回顾2022年,各地农商行与供销社之间的合作数量升级。

2022年8月,天津农商银行与天津市供销合作总社签订了全面战略合作协议,开启了农商行、市供销总社、农村集体经济组织“新三社”携手助推乡村振兴的新篇章。2022年5月,重庆市供销合作总社与重庆农商行在长寿区云台镇举行“三社”融合战略合作签约仪式。此外,农商行与供销社的合作也更加密切,如2022年5月,福建省晋江市青阳街道阳光社区股份经济联合社投资入股晋江农商银行,晋江农商银行在全省农信系统中首家实现供销社、经联社“双入股”。2022年11月,福建省三明市沙县区供销社入股沙县农商银行,做实生产、供销、信用“三位一体”综合合作,形成政银村企农融合发展的长效机制。

对于农商行与供销社的合作,嘉禾农商银行党委书记、董事长向卫平对《中国经营报》记者表示,“新时期供销社”已不再是当年一个个小商店,而是“实体店+网上服务”的立体模式,从农资、土地、金融、营销等多角度全面介入乡村振兴。

对于涌现出的“农商行+供销社+农民专业合作社”的合作情况,中国农业大学经济管理学院金融系主任何婧表示,“三社”融合服务乡村振兴是打造一体化农村服务体系的有效途径,也是中央政策倡导的方向。2021年中央一号文件就提出,要“深化供销合作社综合改革,开展生产、供销、信用‘三位一体’综合合作试点,健全服务农民生产生活综合平台”。在实践中,目前也有多种形式开展深入合作。具体来看,有一些地方通过股权融合的方式开展,如供销社入股成为农商行股东;更多地方是通过

业务融合的方式展开,如通过业务深入交叉,在数据资源、客户渠道等方面强化联系,将金融服务嵌入农业生产销售环节,实现深入融合。相对来说,股权融合需要考虑其他股东的股权转让意愿和转让价格是否合理等诸多因素,业务层面的合作开展则更具有灵活性。

多主体协调 探索深度融合

2022年,湖北、宁夏、重庆等地陆续恢复供销合作社的建制。2022年10月26日,中华全国供销合作总社发布招聘公务员的通告,在全国恢复供销社的消息引发全民关注。在恢复供销社建制的浪潮下,对于供销社与各地农商行、信用社的合作关系方面,也有相关政策出台。

早在2017年中央一号文件中就已提出,农民专业合作、供销合作与信用合作“三位一体”的农村新型合作体系;在2021年,全国供销合作总社、中国人民银行等四部门联合发布《关于开展生产、供销、信用“三位一体”综合合作试点的指导意见》,再次指导三者之间的合作方向。

2022年,各地农商行、信用社认真贯彻落实上级文件精神,切实发挥链接金融机构与新型农业经营主体的桥梁纽带作用,以金融活水助力乡村振兴提速。从目前已有的多家农商行合作的情况来看,三者合作主要围绕建设农产品生产、农产品供销流通、农民信用体系等“三位一体”为农服务体系来展开。

但值得注意的是,由于地理、环境及体制等原因,三者之间此前存在各自为政,难以形成服务“三农”的合力。

某家已经与供销社签订合作协议的农商行内部人士告诉记者,“目前双方签订了框架协议,合作暂时围绕农技培训课程、金融知识讲座、金融服务进乡入户等浅层的营销宣

讲活动。”对于未来还会有哪些可能的合作展望,对方认为,“未来可能开展的合作是对供销合作联社及下属经营主体、农民合作社、种养大户、家庭农场、农业企业等新型农业经营主体的金融支持力度上。同时,这些合作都需要建立在互联互通、合作共赢的基础上。”

未来“三社”融合的前景会怎样发展?哪些因素将影响“三社”融合的发展走向?

何婧认为,“三社”融合是构建一体式综合化的农村服务体系、促进一二三产业融合和深化农村金融服务的重要途径。此外,“三社”融合的有效开展还需要注意两点。其一,供销社、合作社和农商行(农信社)分别属于不同的主体,隶属不同的监管部门,属于外部合作,面临着多主体协调的问题,需注重构建利益共同体,体现各方利益,实现互利共赢。且不同主体的发展水平处在不同层次,在融合的过程中需考虑规模差异性较大的主体如何有效融合。整体来看,农民专业合作社规模较小,较多合作社还面临内部治理有待完善、财务规范性亟待提升等问题。而农商行作为地方金融法人,发展最为规范,在当地也具有较大的影响。其二,各主体之间的业务可能存在一定交叉,因此在融合过程中,需探索发挥各自的优势,实现深度融合。如部分地区的供销社依托合作金融,已经开展了供销社领办的合作金融服务,部分农民专业合作社也开展了合作社内部的资金互助。需因地制宜,设计个性化的服务方案,将内部的金融合作与外部的农商行(农信社)提供的金融服务有效衔接,提高金融服务深度。

从政策方面来看,在既有的农村服务体系框架之内,地方性的政策助推是重要的影响因素。地方政府牵头将农商行、供销社和农民专业合作社有效融合,能一定程度上解决多主体协调难的问题,提高“三社”融合效率。



“三社”融合服务乡村振兴是打造一体化农村服务体系的有效途径,也是中央政策倡导的方向。各地农商行、信用社认真贯彻落实上级文件精神,切实发挥链接金融机构与新型农业经营主体的桥梁纽带作用,以金融活水助力乡村振兴提速。
中新社/图

在农商行领域内,重庆农商行对于“三社”融合探索较多。2022年2月召开的全市实施乡村振兴战略行动计划动员会议对重庆推动“三社”融合发展提出了明确要求:推进供销社、信用社、各类农民专业合作社完善功能、相互支持、融合发展,以“三社”促“三农”。

重庆农商行相关负责人对记者介绍道,该行携手重庆市供销合作总社推进“三社”融合发展,正是贯彻落实中央及市委市政府部署的实际行动。按照协议,双方将在支持乡村特色产业发展、乡村一二三产业融合发展、乡村休闲旅游业发展、乡村脱贫攻坚及供销“五大服务体系”建设等方面,开展全面战略合作,共同服务和促进全市“三农”发展。同时,双方将利用各自网点多、人员数量多、服务客户范围广等优势,以及互联网、大数据、金融科技等手段,依托“线下+线上”两个渠道,共同加强业务合作和信息共享。

提升金融服务能力

从目前已有的“三社”融合合作内容来看,围绕党建服务、农村商贸流通体系提供资金支持等业务开展合作的较多。

例如:山东省潍坊市寒亭区供销合作社、德州市临邑县供销合作社分别与当地农商行举行党建共建活动,并签署战略合作协议,约定农商行为供销合作社构建农业社会化服务体系和农村商贸流通服务体系提供资金支持;寒亭区供销合作社将在同等条件下优先选择对方作为金融业务的主要合作方,潍坊农商行寒亭支行对对方提供账户开立、资金结算和信贷支持等金融服务。

再比如,江苏省常熟市供销合作社与常熟农商行进行党建共建,并签约战略合作。双方约定将推进在农产品产销对接、金融信贷服务、党组织联建共建上有有效联系、深入互动,实现共同发展,共同推动乡村振兴和农业农村现代化。同时,常熟农商行在农资产品上与供销社实现联动,供销系统农产品入驻“常银生活”计划,虞盛大米、勤川菜籽油、金唐市水产、长虹大闸蟹等数十种供销系统品牌农副产品入驻“常银生活”,为农户提供更多更优质的线上宣传销售渠道。

此外,部分农商行与供销社的合作中在金融信贷领域也有涉及。如嘉禾农商行通过推出“福祥·

供销社员卡”,强化对供销社员的金融信贷支持;创新信贷支持项目,强化对供销社系统的产业发展金融信贷支持。向卫平提出,在供销部门发展、供销企业发展、供销社员发展以及农资、农化服务、农业产业发展等方面创新信贷支持项目,同时根据农产品收购季节、春耕前农资采购等不同资金需求,制定具体措施,提供相应金融服务。

在重庆农商行与供销社、农民合作社的具体合作中,重庆农商行可为重庆市供销合作总社提供优惠利率涉农信贷资金,支持该社及其所属公司推广农民专业合作社小额贷款业务和涉农融资担保业务等。

对于“三社”融合将对农商行传统的业务方式和业务手段会带来哪些改变等问题,何婧认为,第一,“三社”融合有助于提升金融服务能力。农村金融服务难推进的重要原因是信息不对称严重。在“三社”融合的过程中,通过资金结算、渠道融合、业务互通和信息共享等方式,农商行能够增进对供销社、农民专业合作社的生产和经营情况了解,本地政务系统的加入更能丰富数据信息来源,最终降低金融服务的信息不对称,强化金融服务能力,降低了信贷风险,拓展金融服务广度和深度。第二,“三社”融合有助于场景金融的开展。“三社”融合将农业生产、销售和信贷环节深入融合,依托具体的生产和经营场景,将金融服务融入农业生产生态体系,提供全流程的金融服务。第三,“三社”融合有助于创新平台服务能力,形成平台联动优势。农民专业合作社是农业新型经营主体的重要组成部分,主要专注农业生产,供销社在销售平台方面具有较强优势。“三社”融合可将生产端、销售端的各类数据有效整合,供销社的农特产品生产销售平台可与农商行线上金融服务平台有效对接,实现农村电商与农村金融服务的合二为一,提升对农业经营主体的综合服务水平。

个人征信巨变:线上信贷链路重塑进行时

文/本报记者 李晖

贷公司、数据服务商在业务流程和行业角色上面临巨变。

首当其冲是拥有数据源和充沛流量的互联网平台。2022年12月初,涉及13家从事金融业务的网络平台公司的个人信息“断直连”试点工作进入冲刺阶段。13家平台公司之一的某机构内部人士向记者透露:试点验收主要是选择几家合作业务量大的重点金融机构,切换系统,把“断直连”的模式跑通。

另一13家平台之一的公司人士向记者直言:“我们没有参股任何持牌征信公司,此前也给银行输出一些数据类产品。但现在,涉及征信的业务肯定不能做(比如多头借贷),一些反欺诈的业务还没有明确规定,业内的观点也不太一样。”

据记者了解,线上信贷公司大规模开展合同换签是贯穿2022年以来征信业务整改的核心环节。

一位上海国资背景数据公司高管告诉记者,自2021年下半年以来,金融机构开始密集进行合同换签,即把原来数据源和直接客户签的合同,更换成数据源和征信机构、征信机构和直接客户的两两协议或三方协议。“不过由于市场上持牌征信机构仅有两家,僧多粥少,业务进度缓慢。”

据记者多方了解,在2022年12月初合同换签和13家验收节点之后,目前尚未有进一步监管检查,行业处于观望中。但据一位知情人士透露:自2022年年底以来,一些平台公司和银行已经出于合规考虑停止了与传统第三方数据公司续签新合同,这也直接导致某些金融机构必须收缩消费贷款规模,“因为没有数据培养准确的风控模型了。”该人士称。

从此次个人信息“断直连”的

出发点看,监管主要强调三点:一是互联网平台不能输出信用评分用于金融业务;二是数据收集不能直接应用;三是银行业自主风控。

前述城商行内部人士向记者直言:银行自主风控是行业发展的明确趋势,但确实有一部分银行“替代数据”能力有限,需要通过互联网平台或者第三方数据公司进行风控,否则一些消费贷业务不敢推进。“此前数据服务市场竞争比较充分,十几家金融科技公司追着我们服务,挑选余地很大,现在只能对接两家持牌征信,成了我们追着人家。”前述城商行内部人士说。

从市场上仅有的两家持牌个人征信机构的业绩数据看,征信新规的要求明显加快了机构的业务推进速度。以判断征信机构经营规模和市场影响的重要指标“产品调用量”为例,2022年上半年,百行征信累计调用超过38亿笔,同比增长351%。另一家朴道征信截至2022年11月底的累计上调用数据超过45亿次(这一数据在2022年初仅为6亿次)。

《银行科技研究社》针对近两年银行征信数据服务采购项目的86个项目统计显示,总计中标入围127人次,百行征信中标44次,朴道征信29次,其他数据服务商基本在个位数。

当前,缺乏自有生态的传统第三方数据类服务商最为焦虑。据记者了解,一些传统数据服务公司此前虽然公开宣布了与百行征信、朴道征信达成战略合作,但实质性数据层面工作进度缓慢。前述知情人士向记者透露:持牌机构非常谨慎,缘于其中涉及合规挑战较大。

该人士进一步解释称:因为这些公司的数据模型合规性难以保

证,征信机构想接入就要审核模型,最大程度降低风险。但征信机构不是监管单位,与第三方数据公司有竞争关系,审核模型相当于动了别人“吃饭的根本”,因此很长一段时间都卡在这一环节。

重塑经营模式

从模式上看,“断直连”打破了业已形成的助贷机构与商业银行之间的合作模式,数据经纪商、互联网企业与金融机构的合作模式将被重塑,“数据平台—征信公司—金融机构”成为替代数据分享的新发展方向。

清华大学五道口金融科技研究院指出,征信机构作为中间环节介入将切断金融机构与科技平台等的原有直接信用数据联系,有利于从数据采集端廓清市场上的“黑数据”和“灰色产业”,真正做到正本清源、合规致远,降低金融机构经营的合规监管风险。

但在这一过程中,此前形成的市场格局必然受到冲击,各方利益洗牌,市场地位重构。

一位互联网银行高管认为,首先,助贷机构无法直接提供海量客户数据给金融机构,自身具备的科技优势和市场服务权重减弱。其次,商业银行需要快速提升风控内功、加大研发投入,一定程度收缩放贷量,信贷成本有可能被部分抬高。最后,传统第三方数据公司最难,由于其此前商业模式与征信机构的交集最多,定位相似度最高,因此未来如何重新定位最具挑战。

据记者了解,虽然过渡期结束仅有半年,但在实操过程中,各家机构对政策的理解并不一致,在某些方面还需要监管部门进一步明确。

“比如是否所有接入数据都算作征信数据?有些机构嫌麻烦,统一通过持牌征信公司接入;有些实力强的助贷平台不想交那么多维度数据,就分一些场景、选一部分和授信相关的数据,避免‘一刀切’。”前述上海数据公司人士透露。

全联并购公会信用管理委员会常务副主任、北京信用学会副会长刘新海向记者表示,征信数据“断直连”,监管目标非常复杂。将征信替代数据和助贷业务全面纳入征信业务监管,虽然与目前的个人信息保护、数据安全和金融系统性风险强监管的趋势一致,但面临的挑战是空前的,涉及多方利益、业务复杂,中间环节多,而且很多业务模式还未成熟。

在他看来,这一整改的挑战主要在于作为金融基础设施的个人征信机构的定位——承担如此繁重的征信“断直连”的重任,对于目前成立时间不久的两家持牌个人征信机构来说,从IT系统运营到业务合规审查都要面对重重考验,稍有不慎,就会影响整个信贷市场。同时,作为市场化机构,两家机构如何处理和这些征信替代数据公司的利益冲突也异常棘手。

世辉律师事务所合伙人王新锐向记者表示,“断直连”推进难度较大,一个数据保护相关立法推出后,征信机构对涉及个人信息均非常慎重,在数据源接入的过程中,会进行严格审核。另外是从“数据源—金融机构”的直连模式,到“数据源—征信公司—金融机构”的模式,数据链路复杂得多,中间涉及很多技术问题和商业谈判,会花费较多时间。

不确定因素仍在

长期来看,随着《办法》落地,

“断直连”持续推进,市场整体将进入一个有序、合规、健康的新发展轨道,逐步实现监管期待的构建起金融机构、征信机构、互联网平台公司、金融科技公司合作共享的征信生态圈,使得征信在数字经济发展过程中发挥更大作用。

但需要看到的是,数字金融监管在全球范围内都是新生事物,《办法》落地实施同样会面临一些需要进一步细化的问题。目前来看,《办法》部分内容仍有待进一步细化。

清华五道口金融科技研究院指出,围绕“断直连”后具体展业模式仍有不清之处。在制度层面,需要进一步建立健全信用评估行业相关法律法规;数据层面,应科学且细致地划分信用评估相关数据类别,并进行差异化管理;在机构层面,探索适当增加个人征信公司数量,营造良好市场竞争氛围;在定价层面,如果不再增加持牌个人征信机构数量,则目前市场上仅有的两家个人征信公司容易通过合谋形成寡头垄断,那么理应按照垄断企业的管理原则进行政府定价。

有机构高管向记者直言,未来这些细则在具体展业中弹性较大,监管是否会引入新的管理思维尚有不确定性。

刘新海向记者表示,随着进一步扩大内需,发展消费经济,个人征信及相关业务的地位越来越重要,需要更加灵活、务实、有效的监管,例如加强行为监管,替代将机构监管作为唯一目标;对数据服务商分级分类监管,既加强了数据安全和隐私保护,又可以鼓励创新;同时倡导行业自律,寻求完善合规和促进发展的平衡之路。

远大前程

滋养实业 B7

城投的2023:从转型到升级

文/本报记者 石健

党的二十大报告指出,全面建设社会主义现代化国家的重要任务就是建设现代化经济体系。要优化基础设施布局、结构、功能和系统集成,构建现代化基础设施体系。这为基础设施的发展质量、行业领域结构、发展协同作用等各方面指明了方向。

建设现代化国家的号角已经吹响,城投亦进入转型提档期和高质量发展的关键时期。

回顾2022年,展望2023年,未来城投发展有哪些机遇可以抓住?现代咨询研究院院长丁伯康在接受《中国经营报》记者采访时说,“虽然2022年受到多重因素影响,但是,对城投行业而言,在城市更新、乡村振兴、县城城镇化‘两新一重’等重点领域仍有发力的空间,预计呈现更多亮点。”

围绕诸多发力领域以及亮点,不少业内人士认为,这些重点领域都将围绕构建现代化基础设施建设体系进行,城投快速融入现代化基础设施建设体系,将有利于城投业务发展、转型升级,也是城投“换挡升级”的绝佳时期。

融入现代化基建大格局

记者注意到,随着三年国企改革行动进入收官阶段,诸多城投已经在“强筋壮骨”上面实现了一定的改革和突破。

进入“十四五”下半场,丁伯康认为,预计在2023年,化解隐性债务风险的监管工作将会继续收紧,同时债务管控也会持续加强,融资限制也会增多。“在这样的背景之下,更需要做大做强国有企业,预计各级城投企业的改革将逐步深化。具体表现为,整合评级节奏将逐渐加快;以‘人才’相关改革为重点的三项制度改革将成为转型热点和突破口;同时,对标世界一流加快建设,管理提升将成为主要抓手。在此过程中,部分城投企业将解锁智慧城市综合服务运营商职能,城投数字化转型也将取得实质性进展。”

如何解锁智慧城市综合服务运营商?一直以来,不少城投公司通过找准定位、对接资源、业务转型等方式实现智慧城市综合运营商的目标。不过,亦有不少城投人士认为,未来城投的发展还是要融入国家的发展战略之中,融入现代化基础设施体系战略之中。

对于如何换挡升级,国家发展改革委投资研究所研究员、博士生

导师吴亚平认为,应该找准目前基础设施建设的发展定位。现阶段,我国基础设施仍处于投资高强度时期,总体投资需求很大。近两年,基础设施投资占GDP比重超10%,投资强度相对比较高,潜在投资需求很大,但也呈现出新的特点,可以总结为“三缺”。“一是缺好的收益项目,投资难度很大,收益好的项目在传统基础设施领域比较缺乏;二是缺好的融资模式,政府财力短缺、严控政府隐性债务监管不放松、规范政府融资平台政策频出,很多原有的融资模式难以持续;三是缺好的投资主体,作为基础设施投资主力的城投公司,一般资产负债率高、缺乏好的项目,收益比较差,自然主体信用就会比较差。而主体信用是融资的主要因素,主体信用差使得投资主体的融资能力差,即使有好的投资项目也做不了。”

面临“三缺”和政府隐性债务等历史问题,吴亚平认为,构建现代化基础设施体系应紧握两大抓手,“一是统筹存量盘活和增量建设,形成投资存量和增量的循环,也可以作为化解隐性债务的一种方式。基础设施权益性公募REITs就是一种既可以盘活存量,同时能收回资金用于增量建设,并助力地方政府减轻债务负担的金融工具。二是统筹传统和新型基础设施发展。在传统基础设施领域补短板、强弱项的同时拓展新型基础设施投资空间,创造新型消费,提高投资收益”。

吴亚平同时建议,在党的二十大提出构建现代化基础设施新的形势和新的要求下,城投公司需要更好地服务于现代化基础设施体系,更好地发挥城投公司的重要作用。具体来看,“一是做好项目谋划和可行性研究论证。创新商业模式,提高项目收益尤其是经营性收入,提高可融资性。二是引入综合开发投资模式,将经营性和非经营性项目捆绑开发,提高项目收益包括政府性基金和经营性收入。三是用好地方政府专项债券资金。根据项目属性和收益分类,合理确定政府专项债使用方式;合理确定收益和债券期限错配问题,从降成本的角度来看,不是越长越好。四是研究编制发展战略规划和投融资规划。规划引领,从时间和空间上统筹相关资源要素配置,统筹非经营性项目和经营性项目建设,实现可持续融资。重点领域有区域综合开发、网络型基础设施、流域综合治理、乡村振兴等。

五是高度重视人才引进培养。对于城投公司人才短缺的现状,需高度重视专业技术人才、项目管理人才、投融资人才、企业管理人才等各类人才引进与培养。”

记者在采访中了解到,2022年以来,国家层面出台了大量提振县域经济发展的政策文件,其中,不乏相当一部分针对如何实现城投转型升级的相关内容。在中国城市发展研究会区县城投联合发展工作委员会副主任、秘书长赵远看来,城投的“联盟”作用将会日益凸显。“2021年我们成立中国城市发展研究会区县城投联合发展工作委员会,希望能够做一下增值的工作。眼下,我们计划组建一个千亿元的资金池。首先能够为联盟内的成员提供数款基金,比如发债等;其次是帮助城投平台做产业引导基金,当城投有好的项目、好的产业时,以它为母基金,结合当地的资金渠道一起来实现产业的转型升级;再次是通过收并购上市公司的方式来为当地做招商引资;最后是和上市公司进行合作。”

强调综合运营能力

在融入现代化基础设施建设体系的过程中,城投应该如何加强自身建设?丁伯康认为,城投行业将重点聚焦混改和市场化经营机制、科技人才、并购重组等发力点,通过对前期政策的整合以及系统性地扩大应用范围,逐步释放改革红利。

Wind显示,截至2022年12月,全国城投债发行1678只,发行规模14406亿元。

不少业内人士认为,2022年在持续严防债务风险的同时,以市场化为核心的城投融资改革在持续推进,融资工具和模式也在持续创新。“在这一背景下,预计城投企业2023年的融资行为将更加理性、规范,融资结构也将持续得到优化。”谈到未来的融资环境,丁伯康表示,权益性融资将成为债务化解的有效手段,直接融资将逐渐成为行业融资的主流。同时,融资改革与创新步伐不断加快,ABS资产证券化、基础设施公募REITs、供应链金融等融资工具持续创新和拓展,将助力更多城投企业实现资产盘活和拓宽融资渠道。

值得注意的是,2022年以来,不少城投公司还寻求通过整合等方式来适应资产规模以及发债要求。对此,丁伯康建议,“应该以此为契机,从强化内部管理、提高经营管理水平和经济效益目的出发,结合国资委系统开展的对标一流

政府债务及城投主要监管政策梳理		
日期	政策文件及会议	核心内容
2022年11月	关于贯彻落实《国务院关于支持山东深化新旧动能转换推动绿色低碳高质量发展的意见》的实施意见	健全政府债务管理体系,加强债务风险评估预警结果应用,有效防范风险防控关口。指导山东逐步降低高风险地区债务风险水平。
2022年11月	文章《健全现代预算制度》	1.防范化解政府债务风险,坚持高压监管,坚决遏制隐性债务增量,妥善化解存量,逐步实现地方政府债务接统一规则合并监管;2.加大违法违规举债查处力度,完善问责闭环管理和集中公开机制;3.加强地方政府融资平台公司治理,打破政府兜底预期。
2022年10月	《对今年以来预算执行情况报告的意见和建议》	1.加强省级统筹,坚决遏制新增地方政府隐性债务;2.这两年一大批地方政府债务陆续到期,按时偿还有难度,建议有关部门提早谋划,形成预案;3.规范地方政府专项债,坚持保有压。
2022年10月	《关于支持深圳探索创新财政政策体系与管理体制的实施意见》	1.加大中央财政城镇保障性安居工程补助资金对深圳公租房、保障性租赁住房和老旧小区改造的支持力度;2.健全地方政府债务管理制度,对深圳新增地方政府债务限额给予积极支持,着力促进稳投资补短板;3.探索建立政府偿债备付金制度,防范地方政府专项债券兑付风险。
2022年9月	关于印发《支持贵州加快提升财政治理能力奋力闯出高质量发展新路的实施方案》的通知	在落实地方政府化债责任和不新增地方政府隐性债务的前提下,允许融资平台公司在与金融机构协商的基础上采取适当展期、债务重组等方式维持资金周转,降低债务利息成本。
2022年7月	《财政部关于地方政府隐性债务问责典型案例的通报》	牢固树立底线意识和“红线”意识,坚决杜绝新增隐性债务;持续加强融资平台公司管理,严禁与地方政府信用挂钩,严禁新设立融资平台公司,持续清理“空壳类”融资平台公司,加快剥离融资平台公司政府融资职能。
2022年5月	《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》	支持符合条件的企业发行县城新型城镇化建设专项企业债券。有效防范化解地方政府债务风险,促进县区财政平稳运行。引导社会资金参与县城建设,盘活国有存量优质资产,规范推广政府和社会资本合作模式,稳妥推进基础设施领域不动产投资信托基金试点,鼓励中央企业等参与县城建设,引导有条件的地区整合利用好既有平台公司。
2022年4月	《关于做好疫情防控和经济社会发展金融服务的通知》	要在风险可控、依法合规的前提下,按市场化原则保障融资平台公司合理融资需求,不得盲目抽贷、压贷或停贷,保障在建项目顺利实施。

资料来源:财政部官网、全国人大官网、华创证券

管理工作,不断把城投企业的管理能力和提升,向纵深推进。预计进入后疫情时代,城投行业的管控体系、制度建设等将逐步走深走实,科技创新的激励机制、人才引进机制、人才培养考核机制、人才的中长期激励等各类关于“人才”相关的改革将成为热点和突破口。”

记者梳理发现,2022年以来已有越来越多的城投公司将主业聚焦在城市更新、保障房和新基建以及智慧城市上面来。

一位东部地区城投公司负责人告诉记者,“这三项工作是构成现代化基础设施建设的重要组成部分,而且2022年以来已经有相关的利好政策出台。在国企改革以及土地政策的加持之下,如期做好这三项工作实际上就是城投在潜移默化地推动市场化转型,深化新型国有资本投资运营平台建设,做大做强企业,提升经营能力。”

不少业内人士预计,到2023年,城投保障房、资产运营、产业升级“三业并存”将持续升级。首先,为谋求新的利益增长点,城投向城市综合运营商转型的势头更加明显。其次,围绕主营产业链的上下游精准“延链、补链、强链”,城投企业将持续推动产业升级。最后,市场化产业园投资运营平台将成为重要转型方向之一,城投的园区综

合开发运营能力将逐步提升。

党的二十大报告提出,“坚持把发展经济的着力点放在实体经济上”。报告为城投推动实体化发展,提供了方向指引。对此,丁伯康提示,预计2023年,城投投资并购步伐仍将加快,而发达省份将继续引领收购兼并大潮,城投行业整合重组的深度和广度将进一步加大。同时,围绕数字中国建设、创新驱动发展、“双碳”战略实施等国家战略,更多城投企业将继续谋划大数据、新能源等战略性新兴产业的投资布局。整体来看,城投企业针对新产业的投资布局将逐渐常态化。

在丁伯康看来,现代化基础设施建设体系不仅要聚焦现代化,还应该聚焦在“绿色”发展上。“党的二十大报告指出,‘推进美丽中国建设,协同推进降碳、减污、扩绿、增长,推进生态优先、节约集约、绿色发展’。预计2023年,城投企业将继续聚焦能源、交通、建筑三大领域,深入推进绿色低碳转型发展,不断增强以静脉产业园投资运营、垃圾焚烧发电与垃圾分类综合体,以及建筑垃圾回收及再制造为代表的绿色低碳产业投资。同时,发挥生态治理开发优势,持续参与土壤修复、水生态环境综合治理等领域,特别是EOD项目(生态环境导向的开发模式)将成为生态价

值实现的重要模式,也将是城投参与环境开发治理领域的新增重点。”

记者注意到,随着新型城镇化建设的推进,产城融合、产融结合已成为趋势,多地政府正在主导打造国企平台,使之成为推动城市新兴产业及支柱产业的投资引导者和产业发展的推动者。丁伯康认为,城投公司通过强化好自己的功能定位,未来需要履行好政府赋予的五大职能,即按照国家调控经济和产业布局要求,积极引导政府投资的方向,履行好政府投资导向的职能;对已经授权经营管理,包括控股、参股的企业实施好股权管理,规范好企业经营,提高投资效益,确保国有资产的保值增值,履行好国有资产和股权的管理职能;通过并购重组、资产、股权转让等多种形式,实现存量资产的活化和增值,履行好城市资源和国有资本的经营职能;通过采用PPP、ABO(即授权Authorize—建设Build—运营Operate)、F-EPC(即有融资的工程设计、采购、施工总承包)和债券、基金、信托等方式,拓宽融资渠道,创新融资手段,履行好为政府项目建设筹措资金的操作职能;通过实施城市规划建设项目,将市场化和公益性有机结合,打造好优势主业,加速资本扩张,提高自身盈利水平,履行好为财政减负、增加税收的职能。

供应链金融变阵:深度数字化+产融生态圈

文/本报记者 郑瑜

一直以来,中小企业融资难、融资贵都是实现高质量发展过程中亟待解决的问题之一。2022年以来,国家不断优化供应链金融服务,在一系列扶持中小微企业供应链金融发展的政策之下,供应链的价值和作用正在受到各方高度重视。

市场对供应链的数字化发展也提出了更多新要求。作为行业连接器,金融科技公司正在尝试从多个维度帮助供应链市场健康发展。在线上、线下场景中究竟如何更好地降低供应链企业由于资金短缺引发的风险?如何在支撑实体发展过程中,找到契合自身特点的发展路径?这无一不是数字经济时代下,供应链金融科技平台需要深思的问题。

“线上化”成为关键词

供应链金融,指的是站在供应链产业链整体布局角度,综合运用前沿金融科技,整合物流、资金流、信息流等信息,在真实交易背景下,构建供应链中占主导地位的核心企业与上下游企业一体化的金融供给体系和风险评估体系,提供系统性的金融解决方案,以快速响应产业链上企业的结算、融资、财务管理等综合需求,降低企业成本,提升产业链各方价值。

新时期,面对新形势,持续打造安全、韧性的供应链是摆在实体经济面前的重要挑战。

上述课题在港航业尤为明显。2022年上半年受到疫情影响,集装箱吞吐量同比微降,但是需求仍然存在。“我们利用区块链技术实现了线上化放货平台应用,缓解了码头堆存紧张问题。”某从事港航业人员对《中国经营报》记者表示。

围绕小微企业开展供应链金融服务的重庆小雨点小额贷款有限公司(以下简称“小雨点小额贷款”)告诉记者,2022年以来,供应链金融市场的一大重要变化是实体产业融资需求呈现更快、更简的特征,小微企业市场对于融资的便捷性和时效性提出了更高的要求。“我们尝试为小微经济体提供全线上的供应链金融服务。从总体来说,放款量相比上年增加大约80%。”

数据显示,供应链金融具有广阔的市场空间和现实需求。

二十国集团(G20)倡议成立的全球中小企业金融论坛测算指出,2020年我国中小微企业的融资缺口高达1.89万亿美元(约13万亿元人民币),超过40%的中小微企业面临融资限制。中国服务贸易协会供应链金融委员会结合上市公司应收账款、预付账款和存货三个供应链业务场景的测算指出,2020年中国供应链金融市场规模约为15.86万亿元,2022年将进一步提升到19.19万亿元。

综合匹配更多资金渠道

对于小微企业主而言,2022年上半年显得有些特别,疫情的反复对线下融资以

及现金流提出了考验,供应链核心企业为了降低风险、进一步降低库存,在交易链条对“挤占”中小企业的运营资金的情况抬头。

一家长期给基建行业中核心企业供货的钢筋供应商的企业主告诉本报记者,传统银行需要核心企业的保证,依靠核心企业出具的确权函或兜底函,利用核心企业的信用才可以提供融资。而这个融资的节点往往相对靠后,通常都是到了接近结算,已经临近付款期的阶段。“但是从订货到结算其实中间有几个月的时间差,中小企业的实际融资需求很早就产生了,并不是在最后节点才出现的。”

“在对方收到货或者对账单的阶段,就已经有资金需求了。但是核心企业是很难给我们做确权的。虽然像我们这样的供应商在最后结算的缓解可以拿到确权,但是在对方收货、对账、发票的过程中,我们也需要资金,这个融资需求的空缺是行业一直以来的痛点。”上述企业主补充道。

同时,作为链接实体与金融服务的科技平台也注意到了市场的需求。

TCL(集团)旗下供应链金融科技服务商品简单汇信息科技(广州)有限公司(以下简称“简单汇”)方面告诉记者,2022年,制造业等实体产业在经营上承受了不少的挑战。而通过简单汇业务数据角度分析,可以发现两个特征,分别是应收账款账期同比基本不变和融资比率有所提高。“其中,

应收账款账期的取值主要是指平台‘金单’,和供应链票据的加权平均账期,2020~2021年分别为100.32天、142.14天,而2022年全年的数据预计在150天左右。融资比率的取值是指平台全年累计融资规模与累计应收账款确权规模的比值,2020~2021年分别为34.6%、42.68%,而2022年全年的数据接近50%。这两个数值的变化代表着持单企业更加注重持有现金。”

“针对企业有更多的将应收账款转换为现金的需要,简单汇补充了综合金融科技服务方案,帮助企业匹配更多资金渠道和定向创新设计产品。一方面,引入更多的金融服务机构直接增加信贷供给,饱和供给推动‘稳链、固链’,这可以称为‘引流’;另一方面,深度挖掘供应链交易信息产生的交易信用,并以此创新设计金融服务方案,例如2022年推出了‘银单’,就是以经销商订单数据为抓手,为经销商定向采购提供银行资金支持,这属于‘开源’。”简单汇方面表示。

多维度助推实体经济

在供应链整体和局部企业数字化速度提升背景下,供应链金融服务的模式也在不断发展,正在从传统模式进一步向链条式的数字化产融生态圈发展。

根据简单汇方面介绍,2022年,其针对涉及民生的重点行业,比如农牧、快消、医药等,一方面加大了线上线下客户服务资源投入,为重点供应链企业配置了线下专

属客户经理和线上专属客服座席;另一方面加深了对具体交易场景的技术应用研究,围绕行业供应链特点增加了系统定制开发的投入,通过提高业务办理和审核的自动化和智能化,进一步提升服务质量。“同时,我们还扩大与金融服务机构的合作范围,研究和探索新的融资模式,拓宽资金渠道来降低企业融资成本;并且成立了政策研究组,积极研究和借助政策资源,协助金融机构通过再贴现、再贷款以及地方政府财政奖励、贴息等方式,帮助企业降本。”

“2022年上半年实体企业受疫情影响,融资需求相对有所下降,产业经营者对未来的不确定性导致了观望情绪。进入下半年以后,融资需求逐渐增强,快速复苏。”小雨点小额贷款方面介绍道。

与此同时,县域经济也开始成为小微信贷服务的重点。

小雨点小额贷款方面表示,“2022年下半年的变化原因主要在于两大方面,一方面是经营者的信心开始恢复,另一方面是市场需求开始复苏。在这些需求中,主要是以实体经济尤其是县域经济为主的实体经营者的融资需求特别旺盛。对于这些实体经济而言,面对的压力来自厂商的发货需要现金结算,下游销售在2022年上半年的环境中赊销增加,所以现金流短缺问题相对明显。此外,在普惠业务进展方面,目前以服务小微企业为主,重点入局绿色、可持续发展的产业,例如农业机具、绿色出行、消费品、物流等行业。”

保险资金向何处去?

文/本报记者 陈晶晶

“如何花钱”是保险行业贯穿2022年全年的思考。

从监管出台的文件来看,2022年以来,《保险资金委托投资管理办法》《关于保险资金投资有关金融产品的通知》《关于加强保险机构资金运用关联交易监管工作的通知》《关于进一步推动金融服务制造业高质量发展的通知》等一系列改革措施接连出台,“持续扩大保险资金运用范围”“进一步增强保险资金长期投资能力”等说法也频频出现。

据中国银保监会披露的最新数据,截至2022年10月末,保险资金运用余额为24.5万亿元,其中投向各类债券的配置余额为10.1万亿元,配置占比增至41.16%,创2014年以来的新高。

临近年末,银保监会表示,正在抓紧研究谋划2023年银行业保险业服务实体经济一系列监管政策措施。在有序推进优化保险资金运用方面,银保监会将引导保险资金发挥长期优势,为实体经济提供差异化融资服务。

“放管服”政策升级

自2020年起,我国在保险资金运用方面进行了“大踏步”改革,不仅扩大了保险资金运用范围,也对保险资金运用和保险机构投资管理监管进行了深入优化,有效完善了我国保险资金监管体系。在“放管服”总基调下,2022年银保监会继续保持政策的连续性、稳定性,保险资金运用保持稳中向好的发展态势。

《中国经营报》记者注意到,2022年年初,银保监会工作会议指出,“要努力促进国民经济良性循环。按照稳字当头、稳中求进的要求,全力支持稳定宏观经济大盘。合理增加融资供给,做好‘十四五’规划重点领域和重大项目融资保障。支持适度超前开展基础设施投资。”显然,提升服务实体经济质效是2022

年保险资金投资的重要目标。

据记者梳理,这一年,银保监会出台了保险资金支持稳经济一揽子政策和接续政策措施,继续扩大保险资金运用范围,引导保险资金依托多元化投资方式和工具,直接对接基础设施、重大项目、战略性新兴产业、绿色发展等领域,助力畅通实体经济融资渠道。

例如,优化保险资管产品登记流程,加大对重点项目和领域的投资支持力度。银保监会印发《关于请做好有关政策措施落实工作的函》,推动有关政策靠前发力,引导保险资管业协会和中保登公司优化产品登记流程,对于募集资金投向水利、水运、公路、物流等基础设施建设和重大项目的债权投资计划、股权投资计划、保险私募基金等产品,建立产品绿色登记通道,对于符合条件的产品予以优先受理和登记,更好服务重大项目和国家重大战略融资需求。

据悉,在推动保险资管产品创新创设方面,提升了股权融资支持力度。监管部门引导行业机构和自律组织积极稳妥开展股权投资计划、保险私募基金等业务创新工作,提升保险私募基金市场化运作水平,支持保险机构综合运用各类股权产品,以更加灵活的方式参与中小企业和重点领域企业股权投资。

2022年8月,银保监会深化保险资金运用市场化改革,提升保险资产管理公司服务实体经济综合能力,印发《保险资产管理公司管理规定》,构建体系相对完备、特色更加鲜明的保险资管公司机构监管制度框架,引导保险资管公司夯实长周期投资、稳健投资、价值投资能力,为实体经济高质量发展对接更多优质中长期资金。坚持市场化导向,进一步优化业务经营规则,提升综合服务能力,为保险资金、企业年金、职业年金等长期资金投资运作提供更加全面、优质、高效的服

务,助力提升直接融资比重。

此外,监管部门积极引导保险

资金加大对大盘蓝筹股票的投资,加大对新经济、民营企业股票和债券等的投资支持力度,将理财产品、债权投资计划等纳入保险资金投资范围,进一步拓宽保险资金支持实体经济和资本市场发展的渠道。

花样输血实体经济

需要注意的是,保险资金在通过银行存款、购买债券股票等方式参与实体经济间接融资和直接融资的基础上,还通过各项保险资管产品对实体经济进行支持。

如险资通过配置债券,为地方政府以及企业提供融资,服务国计民生、服务实体经济;通过股权投资计划、资产支持计划、战略配售、公募REITs等方式,为区域协调发展、现代产业体系建设、战略新兴产业发展、“双碳”战略实施等重点领域提供中长期资金支持。

据了解,“中国人寿—云南国企改革发展股权投资计划(首期)”首笔90亿元资金以股权直接投资的模式,为滇中引水工程建设提供资金保障。“华泰—中国商飞债权投资计划”发行规模30亿元,资金用于支持国产商用大飞机项目;“平安—渝资光电基础设施永续债权投资计划”发行规模68.8亿元,投向属于国民经济和社会发展规划重点发展产业的京东方平板显示产品生产线。2022年12月15日,中信保诚资产管理有限公司与中信银行成都分行共同推进的“中信保诚—四川港投基础设施绿色债权投资计划”正式设立,资金主要用于岷江龙溪口航电枢纽项目建设。

中国保险资产管理业协会(以下简称“保险资管协会”)数据显示,2022年1月1日至10月31日,协会共登记债权投资计划、股权投资计划、保险私募基金404只,规模7867亿元。截至2022年10月底,债权投资计划、股权投资计划和保险私募基金共登记(注册)2757只,规模超6万亿元。

需要注意的是,保险业一直践

行绿色投资的理念,积极参与风电、光伏等绿色投资。

平安人寿方面向记者提供的材料显示,截至2022年上半年,平安人寿通过资本市场、非资本市场投向绿色、普惠、社会责任投资(ESG)的累计规模约6480亿元。2020年以来,平安人寿通过“深圳能源项目”“中国广核项目”“国电投黄河项目”等项目投资超130亿元,支持风电、光电、水电等清洁能源产业快速发展,助力实现能源绿色低碳转型。近期,中国人寿总规模100亿元的国寿金石华舆风光股权投资基金完成基金设立和首笔出资,未来将主要投资于中车集团风电、光伏等清洁能源项目。

保险资管协会党委书记、执行副会长兼秘书长曹德云表示,多元化的产品模式大力促进了保险资金与优质重点项目的良性互动,在商用大飞机、新一代信息技术产业、绿色节能环保、区域协同发展、乡村振兴、保障住房等领域,形成了一批有特色、有口碑、有影响力的产品线和明星工程。

值得一提的是,在盘活基础设施存量资产方面,特别是公募REITs试点启动以来,越来越多的保险机构参与REITs投资。

公开数据显示,自基础设施公募REITs试点以来,保险机构通过战略配售、网下配售、二级市场交易、发行组合类保险资管产品等多种渠道参与公募REITs投资,深入践行保险资金服务实体经济的理念。截至2022年10月末,共有66家保险机构参与公募REITs一级市场认购,总投资金额约100亿元,约占同期公募REITs募资总额的16%。

银保监会有关负责人表示,“基础设施基金以基础设施项目作为底层资产,项目运营周期较长,强制派息分红,能够提供长期稳定的现金流,和保险资金长周期属性相匹配。保险资金投资基础设施基金,既能更好满足保险资产长期配置需求,又能拓宽参与我国基础设施建设的投资渠道,服务国家战略发展。”

保险资金运用情况

保险资金	2022年	2021年	同比幅度
银行存款	2.85万亿元	2.61万亿元	增长9%
股票与证券投资基金的配置余额	2.91万亿元	2.95万亿元	减少1.3%
各类债券的配置余额	10.10万亿元	9.07万亿元	增长11.35%
保险资金运用余额	24.5万亿元	23.2万亿元	增长5.6%

数据来源:中国银保监会 制表:本报记者 陈晶晶

注重“专精特新”

2023年,保险资金服务实体经济的发力点将在何处?

2022年12月20日,银保监会首席检查官王朝弟公开表示,2023年做好经济金融工作至关重要。

王朝弟进一步表示,为2023年提供强有力的金融支撑,要做好四项重点工作,包括扛起高质量发展的金融使命,助力现代化产业体系建设。加大制造业支持力度,持续增加制造业中长期贷款投放,更好服务“专精特新”企业。

众所周知,中小企业是国民经济和社会发展的生力军,发展“专业化”“精细化”“特色化”“新颖化”的中小企业,是建设现代化经济体系、推动经济实现高质量发展的重要保障。

记者梳理发现,多地银保监局已发文明确助力“专精特新”企业高质量发展。

例如,深圳银保监局联合人民银行深圳市中心支行、市工信局和市金融局印发《深圳银行业保险业支持专精特新中小企业高质量发展实施意见》,从健全服务体系机制、加大薄弱环节支持、创新金融产品和服务、强化创新要素支撑、打造良好外部生态和保障机制等六个方面出台20条具体措施。

江苏银保监局在官网发布《引导银行保险机构参与推动“专精特新”中小企业高质量发展》称,积极参与省促进中小企业发展工作领导小组,联合出台文件,明确健全梯度培育机制、拓宽企业融资渠道、强化保险服务等支持措施。

11月22日,在2022金融街论坛年会上,中保投资有限责任公

司(以下简称“中保投资”)党委副书记、总裁贾飙表示,近年来,保险资金按照创新引领、市场导向、统筹协调、风险可控的原则,为实现高水平科技自立自强提供有力的资金支持。目前,从支持“专精特新”企业发展来看,保险资金监管还有进一步优化调整的空间:一是借鉴国际惯例,允许符合条件的保险资金保留一定比例进行自主投资,进一步提升保险机构的投资自主权;二是适度放松保险资金运用政策里的相关技术性指标;三是险资内部要尽快提升投资能力。

“中保投资主要以三大类投资支持‘专精特新’企业发展:一是通过战略配售,参与科创板IPO项目,例如华大制造、巨一科技、高凌信息;二是通过股权投资,即通过PE的方式投资专精特新‘小巨人’,包括融通高科、如鲲新材料;三是通过投资股权基金、创投基金以及S基金等,引导保险基金、社会资本更多地投资专精特新企业。”贾飙进一步称。

“未来,在对接实体经济融资需求过程中,保险资金要更加精准地发力,重点支持高端芯片、航空航天、基础软件等先进制造,新型基础设施建设、新型城镇化建设及交通、水利等重大工程建设,人工智能、工业互联网、大数据等数字技术,以及节能环保、清洁能源等绿色产业,当好服务构建新发展格局的‘稳定器’和‘压舱石’。”曹德云认为。

显然,在高质量发展时代,险资作为服务实体经济、提高机构资产配置效率的重要手段,未来将发挥更重要的作用。

信托业重塑向“实”

文/本报记者 陈嘉玲

2022年的信托业改革,始于“一个会议”,终于“一份文件”。

2022年初的信托监管工作会议上,银保监会相关负责人提出,业务分类改革将作为2022年信托行业重点工作推进;年中的中国信托业年会上,中国银保监会信托部主任赖秀福提到,信托业转型趋势已然明朗,但前路依然艰辛,全行业要坚定信心、持续努力,把准信托业的角色和定位。同时,要摆脱历史发展的陋习,摒弃影子银行通道和非标资金池等传统业务,主动探索创新求变,发展既要体现信托制度本源,又对经济社会有利的真正的信托业务,努力在服务实体经济、提升社会治理能力、推进要素市场化改革等领域有所作为。

2022年10月,《关于调整信托业务分类有关事项的通知》(以下简称《通知》)正式下发,信托业务被重新定义,划分为资产管理信托、资产服务信托和公益/慈善信托三大类。

事实上,仔细思索不难发现,回归本源虽是众望所归,但终是口号式的“务虚”,如何回归,归到何处,才是信托业改革的终极目标。而在整个改革过程中,信托机构的应对与升级成为了贯穿2022年到2023年的行业焦点议题,也为未来几年信托业务模式和服务方式的重塑拉开想象空间。

锚定新方向

正如监管所希望的那样,信托行业在回归本源、转型创新过程中,正试图迅速迎上宏观经济调整,顺应发展大势,找到服务经济

社会的切入点和发力点。

《中国经营报》记者注意到,2022年以来,各家信托公司多管齐下,多方位精准助力实体经济发展。首先,“服务实体经济”成为年报披露的重要主题,多家公司重点阐述了“做实体经济的助推器”“发挥金融服务实体经济高质量发展功能定位”等相关内容。其次,在贯彻落实国家政策方针的同时,各家信托公司在服务实体经济的规模、领域以及模式等方面都呈现出一定差异。比如,平安信托2022年持续践行ESG责任投资理念,聚焦中西部民生项目、健康、环保及现代农业等重点行业,投入实体经济规模超4400亿元。此外,立足本地、服务所在地区经济发展也是多数信托公司的一大举措。例如,云南信托近三年来支持云南省实体经济发展的资金规模超过650亿元;山西信托2022年前十一个月服务山西省实体经济459亿元,占其管理信托规模比重达72%,是2021年同期的1.1倍。

当谈及服务实体经济的具体领域和方向,业内观点普遍认为,要实现长足发展,应将眼光投向未来的支柱性产业,契合更好地服务实体经济、支持国家重大战略项目建设和科技创新。

结合近期中央农村工作会议提出“建设农业强国”“加快推进农业农村现代化”等政策动向,有业内人士认为,信托公司应积极带动更多资源走向“田间地头”,比如通过设立投资基金、慈善信托、发行资产证券化产品、股权投资、土地流转信托等,支持贫困地区重点企业和龙头企业,持续在促进乡村振兴、促进共同富裕上下功夫。

对于持续提升服务实体经济能力,中国信托业协会特约研究员王玉国认为,在加快构建新发展格局的背景下,进一步深化供给侧结构性改革的大局中,信托业要找准定位,充分发挥连接产业、货币、资本三大市场的独特制度优势,提升信托专业服务能力,创新信托业务和产品,积极为中小微企业提供金融支持,引导社会资金更多投向普惠金融、绿色金融、科技金融等重点领域;深化产融结合创新,发挥各自股东及自身的行业资源禀赋优势,通过证券化、供应链金融、PPP、产业基金等形式,深度参与资产盘活和产业结构升级优化,助力现代产业体系建设;大力发展资本市场业务,通过资产管理信托业务等积极参与多层次资本市场,提升直接融资比重,为实体经济发展提供更多金融支持。

“服务”见功夫

对于贯穿整个2022年的信托业务分类改革,百瑞信托博士后科研工作站研究员朱峻萱分析指出,它指引了信托业在回归本源的定位上,提高专业能力,合规经营,提升受托人价值。信托公司可通过发展股权投资和证券投资业务,提升资产管理能力,提高服务实体经济的深度;发展资产服务信托业务,提升服务实体经济的效率;发展公益/慈善信托业务,促进共同富裕,支持社会经济发展薄弱环节。

从《通知》可见,监管部门对资产服务信托的定义最为“丰富”“壮大”。对此,中国信托业协会特约研究员和晋予分析认为,信托业务分类改革丰富了资产服务信托的内涵,强化了信托业务在服务新发

展格局中的功能优势,比如通过资产证券化受托服务信托,可以发挥盘活存量、降低融资成本的功能;通过预付类资金管理服务信托,可以保障消费者权益、助力扩大消费;通过各类财富管理服务信托,可以为服务实体经济提供中长期资金支持;通过风险处置受托服务信托,有利于重大经济金融风险的防范化解。

“随着现代信托制度的逐步建立,信托机制在慈善、基层社会治理、预付类资金监管、市场化重组及破产重整等领域的应用不断拓展,彰显了信托业服务实体经济的巨大潜能。”中国信托业协会党委书记、专职副会长(常务)漆艰明表示,应进一步支持和鼓励信托公司开展资产证券化、标品投资业务,为企业提供直接融资支持,帮助实体企业降低融资杠杆,分散金融市场风险。延伸服务链条,积极拓展非金融企业债券融资工具承销等新业务领域,将债券承销与投资业务联动,降低企业融资成本,为企业提供综合化、多元化的金融工具。积极发挥信托公司在长期财产管理方面的功能优势,广泛汇集社会资金,拓展股权转让、房产、知识产权、有价证券等非货币性财产收入,使之转化为支持实体经济的长期资金,为经济高质量发展提供长期动力。

一位资深信托人士分析指出:资产服务信托的展业重点在于“信托服务+”,即以信托服务作为切入点,通过制定业务标准、提升业务能力,形成新的业务链条,继而挖掘一个个新的商业场景,最终与信托公司传统业务经验和资源禀赋相结合,形成新的业态。

国民信托董事长肖鹰此前接

受本报记者采访时也曾强调:“得益于信托的制度特点和优势,信托机构能够以多种方式服务于企业发展的全生命周期,但其背后的核商业逻辑仍是机构自身的专业水准和服务能力。”

机构正变革

“不经一番寒彻骨,怎得梅花扑鼻香。”

近几年来,处于艰难转型的信托业透露着一丝迷茫和些许悲观的寒意。2022年,伴随着业务分类改革开启、差异化监管蓄势待发,信托业有了更为明确的转型路径,信托机构的业务重塑和组织变革之路也正在拉开帷幕。

不可否认的是,信托公司的转型发展不仅是业务的转型,更是组织的变革,归根结底是人的转变。创新业务和服务模式的发展需要从认知和思维的转变切入,才能带来行为的转变。

对此,业内人士分析指出:“没有了‘预期收益率’的加持,研究能力、投资能力、配置能力、管理能力等综合能力将成为信托公司的‘新卖点’。”要想抢占业务先机,就要搭建好相应的“基础设施”,比如建立与创新业务相适应的体制机制、IT系统、风险合规审批及运营体系等。”

在这些方面,头部信托公司率先“出手”。比如,中航信托从2020年初就开始启动加速业务转型和组织变革,根据信托业务转型方向,依托数字化运营和管理中台,开展敏捷组织变革和人才能力优化,完善项目评审和业务标准化,强化风险处置和管理能力,提升公司治理水平。

本报记者还注意到,2022年7

月,陕国投信托曾召开第六轮深化机构改革动员大会,全面启动公司新一轮机构改革工作。在持续深化机构改革的同时,陕国投信托还进行了多方面的改革和调整。例如风险管理体系建设方面,以风险管理文化、风险管理体系建设和风险管理质量提升为节点,构建起与公司发展战略、业务领域和业务模式相匹配的全面风险管理与内控体系;并且,围绕转型发展推行管理体制、激励约束机制、内控与全面风险管理体系建设、创新机制等一系列改革。

除了创新业务方面,也有信托公司在服务实体经济的机制体制变革上下功夫。光大信托便是经典案例之一。2022年以来,光大信托为支持稳定宏观经济大盘作出了多方面的部署和安排。其中两大亮点颇值得注意:一是成立服务实体经济和“国家区域战略”工作领导小组,由总裁担任组长,并明确实体经济目标,还建立了定期统计报告机制,印发工作方案,推出5条重点举措,常态化督导跟进服务实体经济工作进展;二是对信托业务部门及人员绩效考核方案进行优化,将“服务实体经济占比”作为重要考核指标。

“为提升服务实体经济的质效,信托公司应该进行三方面的重要变革。”晋予分析指出,一是专业化变革,重点是专业化的业务组织架构、投研能力、风险管理以及运营支持;二是财富管理变革,重点是强化财富管理业务的资产配置与服务功能,使财富管理与资产管理业务协同发展,提升财富管理业务的价值贡献;三是金融科技变革,重点是加强数据治理、提升风控手段、提高管理效率与服务水平等。

国家级都市圈再扩容 加快城市群协同发展

文/本报记者 黄永旭

2022年12月8日,《武汉都市圈发展规划》获得国家发改委批复同意。这是继南京、福州、成都、长株潭、西安、重庆都市圈规划之后,国家批复的第7个都市圈规划。

近年来,中央多次强调,要发挥中心城市、都市圈、城市群的带动引领作用。“十四五”规划提出依托辐射带动能力较强的中心城市,提高1小时通勤圈协同发展水平,培育发展一批同城化程度高的现代化都市圈。

《中国经营报》记者梳理发现,已批复的7个都市圈,主要分布于我国中西部地区和长江经济带。除了南京和福州都市圈外,其余5个都市圈位于中西部地区,而除了福州和西安都市圈外,其余都市圈都处于长江经济带。

IPG中国首席经济学家柏文喜表示,从地域分布格局看,国家层面希望能够以都市圈作为区域发展极来推动中西部地区的社会发展,而长江经济带人口与经济基础较好,发展资源与条件也比较好,都市圈更是成为推动长江经济带崛起重要施力点和政策、规划抓手。长江经济带的崛起,对于推动中国腹地和中西部社会经济的发展与进步,促进中国经济与人口布局的平衡发展,乃至对于未来中国经济社会的可持续发展都意义重大。

7大都市圈的获批,是城市发展步入新阶段的鲜明信号。未来,随着现代化都市圈格局更加成熟,势必会形成若干具有全球影响力的都市圈。

“抱团成圈”成趋势

随着新型城镇化进程的加速推进,城市发展进入新阶段,我国多个地方提出都市圈发展规划,“抱团成圈”已成为现代城市发展的必然趋势。

为进一步发挥都市圈对经济发展的带动作用,国家出台了一系列支持和引导政策。2019年,国家发改委印发了《关于培育发展现代化都市圈的指导意见》,明确提出培育发展一批现代化都市圈,也被视为国家助推都市圈建设的元年。

2022年3月,国家发改委发布《2022年新型城镇化和城乡融合发展重点任务》(以下简称“《重点任务》”)提出,培育发展现代化都市圈,健全省级统筹、中心城市牵头、

周边城市协同的都市圈同城化推进机制。

戴德梁行大中华区副总裁、策略发展顾问部主管陶汝鸿认为,都市圈正成为带动中国经济发展的新增长极,城市正步入区域协同发展时代,人口和产业将继续向大都市圈集聚。

中央政策引导下,多个地方立足自身发展实际,相继推出都市圈发展规划。2021年,南京、福州、成都3个国家级都市圈发展规划获得批复,率先晋级“国家队”。进入2022年,国家级都市圈再度扩容,国家发改委先后批复了长株潭、西安、重庆、武汉4个国家级都市圈发展规划。

2022年2月,《长株潭都市圈发展规划》正式获批,长株潭都市圈成为2022年首个获批的都市圈发展规划,也是中部地区首个、全国第四个获批的都市圈发展规划。

2022年3月,《西安都市圈发展规划》正式获得国家发改委批复,成为国家批复的第五个都市圈发展规划,也是目前西北地区乃至北方地区唯一获批的都市圈发展规划。

2022年6月,《重庆都市圈发展规划》正式获得国家发改委批复,成为国家批复的第六个都市圈发展规划,也是国家发改委批复的第一个直辖市都市圈。

2022年12月,《武汉都市圈发展规划》正式获得国家发改委批复,成为全国第七个、中部地区第二个获批的国家级都市圈。

根据批复,《武汉都市圈发展规划》实施将积极推动武汉辐射带动周边城镇共同发展,加快推进基础设施互联互通、产业专业化分工协作、公共服务共建共享、安全风险联防联控,建立健全同城化发展体制机制,建设现代化都市圈,为长江中游城市群一体化发展提供坚强支撑,更好助推中部地区高质量发展,更好服务长江经济带发展。

柏文喜表示,从目前获批的7个国家级都市圈来看,它们能突破重围,率先晋级,是因为这些都市圈中心城市自身都有较大的经济和人口体量,同时在区域发展中也有较高的城市首位度和发展极的带动作用,能够带动周边中小城市取得快速发展。

优化空间布局

近年来,国家支持发展现代化

都市圈的政策导向更加明确,因此跻身“国家队”意味着政策红利更大、资源倾斜更多,多地陆续编制各自都市圈规划,但有研究表明,在都市圈发展中衍生出诸如同质化、大城市病等问题,亟待解决。

《重点任务》中明确,要持续优化城镇化空间布局和形态,促进大中小城市和小城镇协调发展,推动形成疏密有致、分工协作、功能完善的城市化空间格局。

陶汝鸿认为,打造一个成功的都市圈需要重点从两方面着手。一方面,都市圈需要有一个很强大的中心城市,比如省会城市,在一定区域范围内的经济、科技、人口、服务等多维度表现都非常优秀;另一方面,中心城市在发展强大后,要用自己的力量辐射、拉动周边中小城市发展。

“成功的都市圈建设过程中,应该包括两大方向,即中心大城市的辐射带动和周边城市的融合互通。”柏文喜说,中心城市发挥带动辐射作用主要通过人口、产业外溢效应以及与周边中小城市的产业分工来推动人流、物流、资金流和

信息流的交互与交流,从而推动都市圈内发展资源、产业结构、人口分布的合理化布局与重构,最终形成都市圈可持续发展能力的提升和区域竞争力的提升,实现都市圈更快和更高效的发展。而周边城市则需要从基础设施的互联互通、要素市场的开放流动以及社会治理与政府服务的互认互助等方面来更好地实现协同融合。

总览已经获批的7个国家级都市圈,不难发现,配置都是“一个中心城市+若干周边城镇”模式,除了福州都市圈,其余6个都市圈所依托的中心城市中,成都、重庆是我国超大城市,城区常住人口1000万以上,南京、武汉、长沙、西安都是特大城市,城区常住人口在500万到1000万之间。

近日,中共中央、国务院印发了《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》要求,推进超大特大城市瘦身健体,严控中心城市规模无序扩张。完善大中城市宜居宜业功能,支持培育新生中小城市。健全城镇体系,依法依规加强城市生态修复和功能完善,合理确

定城市规模、人口密度、空间结构。因此,在上述都市圈发展中,破除“大城市病”,中心城市“瘦身健体”是必要之举。

柏文喜认为,中心城市需要持续推进自身产业升级和城市服务功能的提升,并将部分中心城市的功能和发展要素、发展资源、产业基础乃至人口资源等向都市圈内的中小城市疏解和输送,在中心城市实现自身功能提升的同时也能推动都市圈的产业布局融合发展和动态调整与优化。

完善交通互联

对于都市圈而言,交通是城市之间相互连通的基础,交通“硬联通”是城市群融合的重要支撑。

“十四五”规划指出,建设现代化都市圈要依托辐射带动能力较强的中心城市,提高1小时通勤圈协同发展水平,培育发展一批同城化程度高的现代化都市圈。以城际铁路和市域(郊)铁路等轨道交通为骨干,打通各类“断头路”“瓶颈路”,推动市内外交通有效衔接和轨道交通“四网融合”,提高都市圈基础设施连接性贯通性。

《重点任务》也明确,支持有条件的都市圈科学规划多层次轨道交通,统筹利用既有线与新线发展城际铁路和市域(郊)铁路,摸排打通国家公路和省级公路“瓶颈路”,打造1小时通勤圈。

记者梳理发现,已获批的7个都市圈规划中,对城际铁路和轨道交通网的完善,都被视为优化城市空间布局,促进产业链条的延伸,拉近都市圈城市间的时空距离的基础。

以西安为例,目前1号线三期、2号线二期、8号线等三期建设规划项目已全面进入大干阶段。在建7条线路163公里,均按计划稳步推进。到2025年,西安将建成开通12条地铁线路,运营里程将达422公里,轨道交通对全市公共交通分担率将达到60%。

四川天府健康产业研究院首席专家孟立联认为,都市圈建设、城市群一体化,都要以便捷互联的交通为前提。构建完善的交通体系,利于都市圈内资源、要素的流通互动,不同城市可以发挥各自的比较优势,形成协调发展、相互成就的高质量发展格局。

7大都市圈获批时间表

都市圈名称	获批时间	范围	内容
南京都市圈	2021年2月	南京都市圈包括:南京、镇江、扬州、淮安、马鞍山、滁州、芜湖、宣城和常州的溧阳、金坛,包含33个市辖区、11个县级市和16个县,总面积6.6万平方公里。	南京都市圈地跨苏皖两省,在吸收部分江苏省外,又纳入部分安徽城市,其实质是以南京为中心形成一个经济区域带,在这个区域带里共同发展,共同做强做大,即以一个城市为龙头来带动一大批城市及周围城镇发展。
福州都市圈	2021年5月	福州都市圈包括:福州、莆田两市全域,宁德市蕉城区、福安市、霞浦县、古田县,南平市延平区和建阳区、建瓯市部分地区,及平潭综合实验区。	福州都市圈以福州市为中心,推动福州与周边城市协调联动、提升都市圈整体发展水平为方向,以基础设施、产业与创新、公共服务、生态环境等领域协同为重点,建设具有重要影响力现代化都市圈,实现共建共治共享、同城化同家园,有力支撑福建全方位推动高质量发展。
成都都市圈	2021年11月	成都都市圈包括:成都市,德阳市旌阳区、什邡市、广汉市、中江县,眉山市东坡区、彭山区、仁寿县、青神县,资阳市雁江区、乐至县。	成都都市圈以落实成渝地区双城经济圈建设总体部署,充分发挥成都辐射带动作用和德阳、眉山、资阳优势,推动一体化、同城化发展,全面推进基础设施互联互通、现代产业协作共兴、对外开放协同共进、公共服务便利共享、生态环境共保共治,加快建设具有全国影响力现代化都市圈,为推动成渝地区双城经济圈建设提供强劲动力和坚实支撑。
长株潭都市圈	2022年2月	长株潭都市圈包括:长沙市全域、株洲市中心城区及醴陵市、湘潭市中心城区及韶山市和湘潭县。	长株潭都市圈规划建设长沙至宁乡、长沙至浏阳、绿心中央公园线等项目。到2026年,都市圈建成融城干道,新增通车里程130公里左右,达到450公里左右,“半小时生活圈”“一小时交通圈”基本实现。
西安都市圈	2022年3月	西安都市圈包括:西安市全域(含西咸新区),咸阳市秦都区、渭城区、兴平市、三原县、泾阳县、礼泉县、乾县、武功县,铜川市耀州区,渭南市临渭区、华州区、富平县,杨凌农业高新技术产业示范区。	西安都市圈以西安都市圈为发展核心,统筹整合区域产业布局与功能分工,形成围绕西安逐步向外辐射的四个功能圈层:功能核心圈、功能强化圈、功能辐射圈、功能扩散圈,然后凭借两区两园两基地实现功能与产业协调发展。打造中国西部经济中心和关中一天水经济区的核心区。
重庆都市圈	2022年6月	重庆都市圈包括:重庆市渝中区、大渡口区、江北区、沙坪坝区、九龙坡区、南岸区、北碚区、渝北区、巴南区、涪陵区、长寿区、江津区、合川区、永川区、南川区、綦江区、万盛经开区、大足区、璧山区、铜梁区、潼南区、荣昌区21个区和四川省广安市。	重庆都市圈以“一小时通勤圈”为基础,利用企业资金互投、手机信令、通勤率、客货运交通流等大数据,从经济联系强度、人口流动范围、交通可达性、产业合作等方面进行分析;到2025年,重庆都市圈发展能级迈上新台阶,同城化发展取得重大突破,特色优势更加彰显,区域带动力和国际竞争力明显增强,初步建成国际化、绿色化、智能化、人文化现代重庆都市圈。
武汉都市圈	2022年12月	武汉都市圈包括:武汉和周边约100公里半径范围内黄石、鄂州、孝感、黄冈、咸宁、仙桃、天门、潜江九市构成的城市联合体。	武汉都市圈将建设成为长江经济带的脊梁,发挥核心引领作用;在中部地区,武汉要成为中部崛起的战略支点;在全国,武汉要成为国家中心城市。武汉自我定位:在全球,要成为世界城市发展中的亮点城市。

本报资料室 / 表

建设海内外企业来粤投资集聚区 广东优化营商环境在路上

文/本报记者 陈靖斌

营商环境是企业生存发展的土壤,“土质”优劣直接关系到市场主体活力和经济发展动力。

2022年以来,随着优化营商环境的政策在广东省不断加码完善,机制持续创新优化,广东省成为了更具吸引力的投资兴业强磁场。

据了解,在广州市、深圳市等13个地级以上市,广东自贸试验区联动发展区纷纷设立,率先复制推广了62项改革创新事项,涉及投资便利化、贸易便利化、金融创新和法治服务等4个领域,进一步便利外商外资来粤投资。

北京市社会科学院研究员、中国人民大学副教授王鹏向《中国经营报》记者表示,广东省优化营商环境的评估标准,在省内各城市之间仍有差异。对此,王鹏建议要通过法治化、标准化的方式方法来统一调配各种资源,从而实现大湾区范围内的一盘棋。

未来,广东省还将站在“两个一百年”奋斗历史交汇点上,接续奋斗、埋头苦干,奋力在全面建设社会主义现代化国家新征程中走向全国前列、创造新的辉煌。

优化营商环境“多点开花”

为了完善产权保护、市场准入、公平竞争、社会信用等市场经

济基础制度,优化营商环境,近年来,国务院办公厅先后印发《关于进一步优化营商环境降低市场主体制度性交易成本的意见》《关于复制推广营商环境创新试点改革举措的通知》等多份相关文件或通知。

2022年以来,广东省也陆续出台了政策优化营商环境。2022年3月1日,《广东省外商投资权益保护条例》正式实施,成为全国首个地方版外商投资权益保护条例。条例的实施为营造稳定、透明、可预期和公平竞争的市场环境提供了有利条件,为保护外商在粤投资合法权益提供了坚实的法律保障。

2022年6月30日,广东省召开了全省优化营商环境现场会。广东省制定出台了《广东省优化营商环境三年行动方案》。同时,广东省全力支持广州市、深圳市国家营商环境创新试点城市建设,打造一批营商环境综合改革示范点,以高新区、经济开发区、综合保税区和具备条件的县(市、区)为单位,在省内分批有序推进改革示范,打造营商环境标杆,建设一批海内外企业来粤投资的首选地和集聚区。

2022年7月1日,《广东省优化营商环境条例》正式实施。据了解,该《条例》将近年来广东省在推进“放管服”改革、促进民营经济经济发展、数字政府改革等方面制定出台

的行之有效的政策措施上升为法律规范,从全面推进市场化改革、深入推进“放管服”改革、推进市场监管公平统一、激发市场主体活力和创造力四个方面,营造高效便利的政务服务环境,打造稳定透明可预期的法治化营商环境,推动构建高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场,为投资兴业营造良好生态。

2022年11月,广东省人民政府办公厅发布了《广东省人民政府办公厅转发国务院办公厅关于复制推广营商环境创新试点改革举措的通知》(以下简称“《通知》”)。《通知》指出,2021年,国务院部署在北京、上海、重庆、杭州、广州、深圳6个城市开展营商环境创新试点,形成了一批可复制推广的试点经验。经国务院同意,决定在全国范围内复制推广一批营商环境创新试点改革举措。

另外,《通知》称,复制推广的改革举措共涉及8大方面50项具体措施。涉及的内容包括进一步破除区域分割和地方保护等不合理限制,健全更加开放透明、规范高效的市场主体准入和退出机制,持续提升投资和建设便利度等。

该《通知》还表示,广州市、深圳市要抓住建设国家营商环境创新试点的契机,加大先行先试力

度,为全国和全省优化营商环境工作探索更多创新经验。

事实上,广州市、深圳市也确实在营商环境方面因地制宜“先行先试”。2022年1月,广州市印发了《广州市建设国家营商环境创新试点城市实施方案》,共提出40项重点改革任务、299项改革举措,以制度创新为核心,着力破除阻碍市场主体投资兴业的体制机制障碍,更大力度激发市场主体活力和社会创造力。

与此同时,深圳市也制定了《深圳市建设营商环境创新试点城市实施方案》,正式开启了营商环境5.0改革,从市场环境、法治环境、开放环境、政务环境4个方面提出了12个领域的任务内容,并明确要在今年落地实施的首批200项具体改革事项。

大湾区建设“成绩单”亮眼

在营商环境的持续优化下,粤港澳大湾区建设也提交了亮眼的“成绩单”。2021年粤港澳大湾区经济总量约12.6万亿元,比2017年增长约2.4万亿元,拥有世界500强企业25家,比2017年增加8家。

2022年,粤港澳大湾区的广深佛莞智能装备集群、深广高端医疗器械集群等七大先进制造业集群入选工信部公布的全国先进制造

产业集群决赛优胜者名单,进一步向世界先进水平“冲刺”。

未来,广东省还将进一步加快新兴产业集群培育,聚焦优势领域打造若干新的万亿级产业集群。其中包括集成电路、新能源汽车、智能装备等在内的多个产业集群。

王鹏告诉记者,营商环境进一步优化,对广东省来说非常重要。“第一,广东省本身经济发展水平高,民营经济发达,营商环境发展好了,对大量的民营经济提供良好的土壤,可以促进经济发展;第二,广东省利用外资程度高,招商引资成果丰硕,营商环境进一步优化,可以提高对外资的吸引力,引进国外先进的技术、经验,引进国际品牌,从而进一步搞好广东省的经济;第三,广东省在优化营商环境方面,好的经验做法可以在全国推广,更有利于大湾区区域经济的推进,有利于区域内相关产业链、价值链和供应链的协同。”

河南泽槿律师事务所主任付建则认为,为优化营商环境,相关部门需要形成有效的监督体系,营造公平公正的法治化营商环境,以解决营商环境中体制性、政策性等问题。同时,坚持立法先行,做到改革于法有据,保障各市场主体平等的权利。并且市场主体应当遵守法律法规,维护市场秩序,履行法定义务,承担相关的社会责任。

权力和市场的创造力,从而促进经济的高质量发展。

“比如区块链技术的运用、实行破产案件处理的优化、跨部门综合监管等,其中大多数经验已经在全国进行复制推广。目前国务院下发的文件,已经明确指出复制推广关于投资和建设、创新发展、跨境贸易、知识产权、监管机制等方面的改革举措,加大先行先试先行的力度,同时也将为全国优化营商环境积累更多的工作经验。试点经验的推广需要因地制宜,由此才能跟进当地产业、业态的发展变化,从而有效防范市场风险,维护市场秩序和消费者权益。”付建表示。

王鹏认为,优化营商环境的评估标准,在广东省内各城市之间仍有差异。“我觉得还是要通过法治化、标准化的方式方法统一调配各种资源来实现大湾区范围内的一盘棋。”

而付建则认为,为优化营商环境,相关部门需要形成有效的监督体系,营造公平公正的法治化营商环境,以解决营商环境中体制性、政策性等问题。同时,坚持立法先行,做到改革于法有据,保障各市场主体平等的权利。并且市场主体应当遵守法律法规,维护市场秩序,履行法定义务,承担相关的社会责任。

B10 滋养实业

远大前程

2022房地产调控政策持续优化 行业向新模式过渡

文/本报记者 吴静 卢志坤

2022年,整个房地产行业经历了诸多深层次变化,调控政策在年内几乎应出尽出。

在需求端,伴随着两次中央政治局会议,地方因城施策空间逐步打开。年内实现两度降准、三次降息以及阶段性放宽房贷利率下限,居民购房成本进一步降低。

在供给端,监管部门从2022年初开始针对房企融资问题多次发声,逐步收回前期收缩性政策。2022年四季度,随着“金融16条”的发布,政策端向“保主体”层面转变,满足行业合理融资需求、支持优质房企改善资产负债状况。

2022年年底,高层频繁为房地产定调,再次肯定其“国民经济的支柱产业”地位,明确住房消费是我国扩大内需战略的重要抓手。中央经济工作会议提出,要研究推动房地产业向新发展模式平稳过渡。业内认为,伴随着政策持续优化调整,房地产开发投资和销售将逐步向稳定状态趋近。

因城施策空间逐步打开

自2021年下半年以来,房地产市场进入深度调整阶段,中央多次强调支持刚性和改善性住房需求。

2022年年初时,全国范围内二手房及新房按揭贷款发放速度已逐渐恢复。一季度,地方房地产政策继续试探性放松,但力度相对有限,大多是放宽公积金等弱刺激政策。

2022年3月,以郑州为代表的省会城市率先开始调整“认房又认贷”政策,打响了核心二线城市政策大幅优化“第一枪”。随后,多地楼市政策调整频率和力度明显增加,范围扩散至更多热点城市,比如南京4个月内两度调整限购政策。

2022年4月底的中央政治局会议强调,要“支持各地从当地实际出发完善房地产政策,支持刚性和改善性住房需求”。这次会议被业内看作第一个政策转折点,即中央已看到房地产不稳定导致的风险,鼓励各地因城施策。5月份,各地楼市政策调整进入高峰期。

彼时,从部分城市开始的“断

供”风波逐渐向全国蔓延,市场情绪受此影响变得愈加低迷。7月底的中央政治局会议提出,要“稳定房地产市场,坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位,因城施策用足用好政策工具箱,支持刚性和改善性住房需求,压实地方政府责任,保交楼、稳民生”。据了解,这是“保交楼”首次被写入中央政治局会议文件。

2022年下半年,各地需求端的调整政策持续进行。一线城市亦有部分松动,地方政府有意通过优化限购等来保障居民的自住需求,比如北京于11月份宣布划归北京经济技术开发区管理的通州区台湖、马驹桥地区商品住房不再执行“双限购”。

自2022年11月开始,广州、杭州、成都、西安、武汉等热点城市陆续宣布下调购房首付比例、贷款利率、取消限购区域、上调公积金贷款限额等放宽限购、限贷政策。典型如杭州宣布二套首付降20%,且对首套首付三成的认定条件由“认房又认贷”调整为“认房不认贷”;南京进一步取消外地户籍购房限制,将二套商贷首付比例调整为四成。

在各地需求端调整政策应出尽出的同时,2022年9月末,央行、银保监会决定阶段性调整差别化住房信贷政策,符合条件的城市政府可自主决定在2022年年底前阶段性维持、下调或取消当地新发放首套住房贷款利率下限。财政部、税务总局还发文支持居民换购住房个人所得税退税。

在“保交楼”方面,自2022年下半年以来,中央层面陆续推出2000亿元专项借款和2000亿元再贷款支持“保交楼”工作,郑州、南宁、湖北等地政府加强房地产问题项目风险化解力度,成立地方层面专项纾困基金,随着各级政府及企业对于“保交楼”的重视,居民置业信心缓慢恢复。

不过,叠加前期疫情影响,截至目前,全国楼市销售情况并未明显好转。2022年前11个月,全国商品房销售面积12.1亿平方米,同比下降23.3%。

2022年末时,高层频繁为房

地产定调,指出“房地产是国民经济的支柱产业”。中央财办相关负责人在答记者问时同样指出“要充分认识到房地产行业的重要性”。12月中旬,中央经济工作会议召开,明确提出“当前我国经济恢复的基础尚不牢固,需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力仍然较大”。因此,实施扩大内需战略是当务之急,而住房消费即是扩内需战略的重要抓手。会议强调要“支持住房改善、新能源汽车、养老服务等消费”,其中,支持住房改善消费放在首位。

业内普遍认为,接下来房地产的稳定对于宏观经济的稳定恢复至关重要。2023年,改善性住房需求将是房地产政策发力的重要着力点和侧重点之一,相关政策也将进一步完善。

中指研究院指数事业部市场研究总监陈文静指出,目前需求端政策在降低购房门槛、降低购房成本方面仍有进一步调整的空间。比如,在降低购房门槛方面,目前一线城市的“认房认贷”等限制性政策执行仍较为严格,后续有望从特定人群着手,如从人才、多孩家庭、产业人群等方面进行更精准的调整优化,降低首付比例、局部调整限购政策,释放更多购房需求。而二线城市的降低首付比例、调整“认房认贷”界定范围等方面尚有较大优化空间,未来或将进一步调整优化。

陈文静指出,当前部分城市普通住宅认定标准较高,大部分住房属于非普宅范围,调整核心城市普通住宅认定标准亦有利于降低购房者置业门槛。

在降低购房成本方面,2022年央行实行3次降息,5年期以上LPR共下调35个基点。2022年9月底,政策层面再现房贷财税刺激,但业内普遍认为这一刺激力度明显不及2014~2015周期的“9·30”和“3·30”。目前,热点城市二套房贷利率仍有较大调整空间,部分城市二套房贷利率仍高于4.9%,同时各城市在降低交易税费,如个人所得税、契税、增值税等方面也存在调整预期。

据克而瑞的统计,从房企融资环境的改善程度来看,2022年1~11月,百家典型房企融资总量为7189亿元,同比减少43%。业内普遍认

申港证券研报指出,受2022年支付能力弱与低置业意愿影响,居民真实需求有所积累,存在滞后释放的空间。而经历了一年的缓冲,购房者置业意愿的新平衡点将逐步形成,伴随着需求逐步释放、支付能力回升,购房意愿有明显支撑。

陈文静认为,允许基本面较好的城市市场热度回升,产生示范效应,或是带动整体市场预期恢复的重要方式。随着核心一二线城市优化政策落地及显效,叠加疫情形势逐渐好转,核心城市市场信心或逐渐修复,市场亦有望逐渐进入恢复通道,全国销售市场企稳最快或在2023年二季度实现。

供给端向“保主体”转变

受前期行业信用风险持续发酵等因素影响,从2022年一季度开始,监管部门针对房企融资问题多次发声。

据克而瑞观察,2022年前10月,针对房地产融资的调整政策主要落脚点在于对前期收缩性政策的回收和调整。比如2022年1月,政策明确并购贷不再计入“三道红线”;2月份,明确保租房贷款不纳入房地产贷款集中度管理。

2022年3月16日,国务院金融委表示,对于房地产市场要及时研究和提出有力有效的防范化解风险应对方案。同日,央行、银保监会、证监会、外汇局、财政部等多部委围绕强化并购贷款业务、加快不良资产出清等方面密集表态。随后,5月份,碧桂园、龙湖、美的置业、旭辉、新城控股5家民企被监管机构选为示范房企,陆续发行人民币债券,同时创设机构还将发行包括CDS或CRMW在内的信用保护工具;8月份,中债信用增进公司对房企发行的中期票据开展“全额无条件不可撤销连带责任担保”,涉及6家示范民企;9月份,监管部门指示银行新增6000亿元房地产融资;10月份,政策层面允许少量涉房企业A股融资。

据克而瑞的统计,从房企融资环境的改善程度来看,2022年1~11月,百家典型房企融资总量为7189亿元,同比减少43%。业内普遍认

为,前三季度的融资支持主要使个别优质企业受益,覆盖面有限。

与此同时,2022年下半年,行业风险仍在释放,甚至波及此前的优质民企。在销售市场未出现明显回暖的环境下,不少房企仍处于煎熬之中。

进入11月份,多部委相继表态,通过信贷、债券、股权等方式综合协同,“三箭连珠”,执行层面的可操作性大幅提升,政策端向“保主体”层面演绎,满足行业合理融资需求,支持优质房企改善资产负债状况。

截至2022年年底,“三支箭”已初显成效。据中指研究院企业事业部负责人刘水介绍,在信贷支持方面,随着“金融16条”发布,六家国有银行迅速行动,率先与万科、绿城中国、龙湖等17家龙头企业建立战略合作,随后股份行和各地

的城农商行跟进。截至2022年年底,已有60余家银行机构向100多家房企提供授信,总额度4万亿元左右。获得授信企业从全国性龙头企业扩容至地方房企,甚至部分出险房企也在其中。

在债券融资支持方面,2022年年底,已有龙湖、美的置业、新城控股、万科、金地、金辉、旭辉、绿城中国等多家房企提出储架式发行申请,总额达到1210亿元,并且龙湖等首批发行已经落地。

股权融资方面,据刘水介绍,自2022年11月28日证监会宣布调整优化5项涉房企股权融资政策以来,已陆续有超过30家A股/H股上市房企发布股权融资计划,其中包括民企和国央企,既有规模房企,也有出险企业,而且碧桂园、雅居乐、建发国际、新城发展等再融资已经落地。

2022年房地产相关政策概览

三次下调 LPR	2022年,央行三次下调贷款市场报价利率(LPR)。1月20日,1年期LPR为3.7%,下调10个基点;5年期以上LPR为4.6%,下调5个基点。5月20日,1年期LPR维持3.70%不变,5年期以上LPR下调15个基点至4.45%。8月22日,1年期LPR为3.65%,下调5个基点;5年期以上LPR为4.3%,下调15个基点。
“五限”调整	据中指研究院统计,2022年截至12月23日,全国已有超300省市(县)出台政策超千条,政策优化频次达到近年峰值,限购、限贷、限价、限售、限商为主的“五限”持续优化调整。
一人购房 全家帮	多个城市推出“一人购房全家帮”公积金政策,该政策除了可提取本人及配偶公积金外,还可同时提取夫妻双方父母或子女的住房公积金账户余额。
金融 十六条	11月,央行、银保监会联合发布的《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展的通知》,涵盖了6大方面内容,涉及房地产开发贷款、个人贷款、存量融资展期、信托融资、债券融资、保交楼专项借款、保护个人征信、延长贷款集中制、住房租赁金融等共计16条措施。
“三箭”齐发	2022年,对房企融资端的支持政策不断出台。央行、银保监会、证监会、银行间市场交易商协会等机构均发布政策,在信贷融资、债券融资、股权投资融资等方面予以房企支持。
二手房 “带押过户”	2022年多个地方试行“带押过户”,探索二手房交易、过户等环节的制度创新。“带押过户”即存在抵押的房产,不用提前还清贷款就可以完成交易、过户,并发放新的贷款。
“卖一买一” 可退个税	9月30日,财政部、税务总局发布“关于支持居民换购住房有关个人所得税政策”的公告,自2022年10月1日至2023年12月31日,对出售自有住房并在现住房出售后1年内在市场重新购买住房的纳税人,对其出售现住房已缴纳的个人所得税予以退税优惠。

本报资料室/表

“工具箱”不断扩容 2022“保交楼”成效初显

文/本报记者 夏晨翔

近期举行的中央经济工作会议明确指出,要确保房地产市场平稳发展,扎实做好“保交楼、保民生、保稳定”各项工作。

《中国经营报》记者注意到,2022年,“保交楼”是房地产行业贯穿全年的关键内容,从中央到地方,相关政策举措及配套资金持续落地。

特别是2022年11月以来,支持房地产市场融资的政策“工具箱”不断扩容,信贷、债券、股权“三箭齐发”,助力房地产市场平稳健康发展。

“本次中央经济工作会议明确提出‘扎实做好保交楼、保民生、保稳定工作’,可见‘保交楼’仍然是重中之重,也将是房地产政策出台的重要着力点之一。2023年,专项借款及配套资金将继续加快落地,‘保交楼’有望取得更多实质性进展,促进房地产市场预期修复。”中指研究院指数事业部市场研究总监陈文静分析指出。

复工进行时

“保交楼”专项行动的实施,让啟福城的业主丁先生又重新燃起了希望。

位于河南省郑州市中原区西三环旁的啟福城项目,曾是郑州市著名的烂尾楼。公开资料显示,该项目是郑州市密闭村改造项目,建设内容包含安置房、商品住宅、公寓等多种业态。

2015年,丁先生通过内部团购

的方式购买了该项目一套住宅,彼时,项目承诺于2018年左右交房。但是时至2020年,项目仍未建成,并进入了停工状态。

2022年9月,郑州市印发了《郑州市“大干30天,确保全市停工楼盘全面复工”保交楼专项行动实施方案》,要求10月6日前,实现全市所有停工问题楼盘项目全面持续实质性复工,并从压实企业主体责任、政府全力纾困、做好破产重整等多个方面,给出了具体实施意见。

该文件还特别强调,严禁出现弄虚作假、进行表演式复工或者阶段式象征性复工,一经发现,严肃处理。

随后,郑州市开始对全市范围内使用“保交楼”专项借款的项目开展全面审计工作,啟福城项目赫然在列。

丁先生告诉记者,据其了解,在8月底时,该项目续建主体进行开标,中建七局成功中标。中标后,中建七局的工人、设备便开始陆续入场。根据协议,中建七局将续建啟福城(福苑、慧苑、观澜苑)主体未完工程、安装工程和装饰装修、绿化、地面、围墙等工程,工期为自签订合同之日起两年。

“只要能够复工,保证交房,再等两年也行。”丁先生表示。

记者注意到,为了纾困房地产行业,推动市场回归健康发展轨道,郑州市在“保交楼”专项行动中打出了一套“组合拳”。

其中主要包括申请中央专项借款。据了解,目前郑州市首批专

项借款项目获批60个,借款总额70亿元已全部到位,涉及“保交楼”套数7万套。第二批专项借款申报项目97个,借款总额140.5亿元,涉及“保交楼”套数7.5万套,已报住建部审核。

在协调银行配套融资方面,郑州市先后对接15家银行72个分支机构,目前已批复项目12个,筹集资金32.69亿元,已落地5个项目、18.45亿元。

此外,河南省及郑州市还分别设立了总规模100亿元的地产纾困基金,从问题楼盘项目台账中选取拟收并购项目,达到盘活一个、激活一批的杠杆撬动效应。目前,拟使用纾困基金项目80余个,已落地7个,总投资约33亿元。

与此同时,郑州市还督促房企通过处置优质资产、盘活有效资产等方式“瘦身自救”,目前已筹集“保交楼”资金130亿元。

在各项金融政策的共同作用下,郑州市“保交楼”项目实质性复工95%以上,新增建成安置房2426万平方米,15万群众回迁新居。

统计数据显示,2022年前9个月,郑州市商品房累计销售916万平方米,9月当月商品房销售103万平方米,环比增长24.7%;前9个月,二手房屋交易面积538万平方米,同比增长2.85%,9月当月二手房屋交易面积76万平方米,同比增长33.46%。

“房地产市场经历2022年的深度调整后,当前购房者置业情绪、企业端市场信心均尚未扭转,确保房地产市场平稳发展的目标下,提

振供需两端市场信心仍是当下解决问题的关键。”陈文静分析称。

陈文静指出,近期核心一二线城市持续优化楼市政策,对当地市场情绪起到了积极带动作用,2023年核心城市限购、限贷、限价等政策或继续优化,特别是核心二线城市,政策优化空间较大,将为市场释放更多有效购房需求。

“三箭齐发”

事实上,自2022年11月以来,房地产市场利好消息不断,中央层面在信贷融资、债券融资、股权融资等方面给予极大的政策扶持,“三箭齐发”为急需纾困的房地产行业打下一针强心剂。

11月21日,央行提出“保交楼”贷款支持计划,至2023年3月31日前,央行将向商业银行提供2000亿元免息再贷款,支持商业银行提供配套资金用于支持“保交楼”,封闭运行、专款专用。

11月23日,央行和银保监会正式发布《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展的通知》,被称为“金融16条”,要求积极推动金融机构加大对房地产相关合理融资的支持力度。

随后,国有六大银行迅速行动,率先与万科、绿城中国、龙湖等17家龙头房企签订合作协议,提供房地产开发贷、并购贷、债券投资、保函置换预售监管资金等多元化融资服务,意向性综合授信额度超过1.27万亿元。

记者了解到,工商银行向12家

全国性房企提供意向性融资总额已达6550亿元,邮政储蓄银行向5家房企提供意向性融资总额达到2800亿元。

11月8日,交易商协会发布《“第二支箭”延期并扩容 支持民营企业债券融资再加力》。其中提到,交易商协会继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具(“第二支箭”),由人民银行再贷款提供资金支持,支持包括房地产企业在内的民营企业发展融资。

记者注意到,此类民企债券融资支持工具可以追溯到2018年,不过彼时主要用于解决民营企业,特别是中小微企业融资难、融资贵的问题。而本次面向的主体更多,除此前优质房企外,一些经营稳健的民企和混合所有制房企也被纳入融资“白名单”之列。

“2018年年底的民营企业座谈会和民企债券融资支持工具推出后,企业融资在2019年出现显著好转,市场信心也得到提振,权益市场迎来拐点。本次央行再次推出‘第二支箭’等一系列政策,一定程度上拓宽了融资主体,助力政策支持的稳健运营房企补充流动性,对扭转房地产市场预期,对房地产市场救助具有标志性意义。”中信证券研究部FICC首席分析师明明分析称。

2022年11月28日晚间,证监会宣布在股权融资方面调整优化五项措施支持房地产市场平稳健康发展,放宽了对于并购重组、再融资、境外融资、REITs以及私募股权基金的限制,被业内解读为射

2022热点城市楼市样本观察：

武汉楼市迎“年底大促” 自住改善需求人群或将加速入市

文/本报记者 杨让晨 张家振

“楼市政策调整的利好在2022年12月底就要结束了。”一位武汉市东西湖区某楼盘的销售人员日前告诉《中国经营报》记者，项目正在推出精选特价房活动，并且已售出多套特价房。据其提供的特价房源表，面积约为110平方米的房源均价已降至约8200元/平方米，总价约90万元，较此前售价下调了10万元左右。

在政策优化调整、房企降价促销等利好刺激下，武汉楼市在2022年底迎来了一波翘尾改善行情。据诸葛找房数据研究中心统计数据，2022年第51周(12月13日~20日)武汉市共成交新建商品住房2788套，环比上涨21.43%，而此前的第50周(12月5日~12日)，新房成交量同样增长明显，环比上涨97.08%。

这得益于“第39届武汉市房交会”(以下简称“武汉房交会”)期间推出的优惠促销活动及配套利好政策。据了解，本届武汉房交会吸引了武汉全市204家房企、210个主要在售楼盘的5.8万套优质房源供市民挑选。

武汉市同时宣布，在武汉房交会期间，政府将对参展项目成交房源的购房人给予奖补，给予家电家具数字消费券或购房贷款贴息数字消费券，以及通过提供住宅专项维修资金奖补等方式降低购房人负担，支持刚性和改善性需求。

中指研究院华中市场研究中心主任李国政在接受记者采访时表示，对于有自住需求的购房者而言，最近一段时间无疑是购房、换房的好时机。“2022年，武汉市多次出台较为宽松的利好政策，例如二套房贷款利率、首付比例等皆有所降低。同时，在武汉房交会期间，武汉市二环外限购政策也已‘解禁’，对有改善性住房需求的家庭而言，窗口期效应或将更加明显。”

动态优化调整政策

2022年底，武汉楼市再度迎来

了更为宽松的动态优化调整政策。

“最近这段时间都卖得比较好。”位于武汉市武昌区的福星惠誉某楼盘销售人员向记者表示，尽管项目所在区域仍然限购，但已经售出了多套特价房。“最近，项目推出了清盘特价房，每种户型都有几套特价房源，130平方米左右的户型总价相比之前下降幅度超过30万元，在售房源总价430万元左右。目前，1号楼是最后一栋还剩有特价房源的楼栋，之前推出的特价房源都已卖完了。”

位于武汉市东西湖区的新城桃李郡销售人员也告诉记者，最近项目推出的优惠活动力度较大，均价最低仅为8400元/平方米左右，同时也不受限购政策约束。

此外，位于东湖高新区的旭辉千山凌云销售人员也表示，项目在2022年底推出的优惠折扣力度不小，部分户型仅剩少量房源在售。

在业内人士看来，武汉楼市近期反弹趋势明显或与目前举办的武汉房交会有一定关系。据中指研究院统计数据，武汉房交会于2022年12月8日正式开幕，效果立竿见影。在12月9日~21日短短的12天时间里，武汉市商品住房成交量就达到了5781套，相较之下，12月1日~8日的成交量仅为1467套。

这不仅源于武汉房交会提供了诸多优质房源，还得益于武汉市相关部门出台了一系列配套利好政策。资料显示，在本届武汉房交会期间，武汉市在延续之前多孩家庭增加购房指标、亲属投靠购房、金融信贷支持以及住房换购退税等利好政策基础上，还动态调整了全市住房限购范围，将二环外的区域限购政策进行优化调整，同时优化购房资格办理方式、全面推行二手房“带押过户”以及武汉房交会购房优惠等政策，进一步释放利好。

李国政告诉记者，本届武汉房交会及其配套政策提振楼市信心的效果显著。“2022年5月以来，武汉

市就频繁优化调整楼市政策，试图为楼市松绑，但收效甚微，武汉市商品住房2022年11月的成交量仅为5801套。而武汉房交会开幕以来的成交量明显上升，提振作用显著。”

中指研究院方面也分析认为，武汉市适时推出武汉房交会，并在此期间阶段性调整购房政策，鼓励房企结合自身实际情况调整营销策略，有利于促进观望需求人群及时入市，带动武汉楼市企稳复苏。

“小步快跑”成新常态

事实上，武汉楼市政策在2022年一直朝着更为宽松和因地制宜的方向“小步快跑”。

资料显示，除本届武汉房交会期间出台的配套政策外，武汉市2022年以来已多次优化调整楼市政策。当年5月，武汉市宣布包括江夏区、东西湖区、武汉经开区和黄陂区在内的四大远城区全部解除限购，同时宣布对父母至武汉投靠子女或子女来武汉投靠父母的本市户籍居民家庭，且在武汉市已有两套住房的，在限购区域可新购买一套住房。

此外，对符合国家生育政策生育二孩或三孩的武汉市户籍居民家庭，且在武汉市已有两套住房的，在限购区域可新购买一套住房；对限购区域内首次购买普通住房的非武汉市户籍居民家庭，在武汉市缴纳社会保险或个人所得税年限由两年调整为一年。

除缩小限购区域范围、扩大购房群体等政策外，武汉市的购房利率也连续下调。此外，二手房“带押过户”等政策也开始逐步推广。

李国政分析认为，赋予地方政府更大的调控自主权使得当地在楼市调控方面更加谨慎，通过“小步快跑”的方式不断试探政策宽松的边际临界点。

不过，从目前的房地产市场运行环境看，仅依靠市场的力量或难以真正推动房地产市场复苏，还需要政策进一步助力。李国政进一



2022年底，在阶段性政策利好推动下，武汉楼市迎来了“翘尾”行情。图为福星惠誉月亮湾壹号规划效果图。

本报资料室/图

步表示：“类似武汉市在此次房交会期间推出的‘月度新政’预计不会延续太久，但商业贷款利率、二套房首付以及限购区域等政策在2023年可能还会延续动态调整趋势。”

克而瑞方面也分析认为，武汉市在未来一段时间内或将进一步优化调整楼市政策。“不管是出于响应中央释放的空前信号跟进必要的配套政策，还是结合武汉楼市当前所面临的压力‘因城施策’，都预示着武汉市大概率会跟进更高、更深层次的需求端刺激政策，阶段性释放合理的刚性和改善性置业需求，对冲波动下行的市场态势。”

或将利好自住改善需求

在业内人士看来，武汉市在2022年底再度阶段性优化调整楼市政策，或将进一步满足购房群体中的自住需求。

中指研究院最新统计数据显示，2022年11月，武汉市住宅新增供应89.4万平方米，环比增长72%；但成交量数据已连续下降4个月，11月的成交量仅为64.92万平方米，呈明显的供大于求趋势，市场

观望情绪浓厚。

同时，武汉市房地产市场分化也较为明显。具体来看，主城区依旧是成交的主力区域，销售套数占比62%。在2022年5月调整限购政策的四大远城区中，黄陂区销量占比最高，达到了517套。

而在去化率方面，2022年11月仅有位于江岸区的武汉天地云廷三期加推售罄，位于东西湖区的万科翠湖隐秀、武昌区的福星惠誉月亮湾壹号、汉阳区的城投融创国博城开盘去化率在5成以上。其他众多项目的开盘去化率低于50%，其中有9个项目不足两成。

在李国政看来，在多次优化调整楼市政策的情况下，武汉楼市仍举步维艰，背后主要有两大原因：一是，目前房地产发展模式本身存在一定问题，出险爆雷房企增加，影响了行业发展信心，导致购房者观望情绪浓厚；二是，受疫情等外部因素影响，市民的购买力和消费意愿有所降低。

不过，随着武汉房交会开幕及配套政策落地，购房者的观望情绪或将得到缓解。李国政告诉记者，

武汉市推出的多重优化政策利好自住需求，特别是有改善置换需求的购房者。“目前，武汉市二套房首付比例和房贷利率均已降低，部分较为热门的区域也阶段性解除了限购，对于有换房需求的家庭而言，窗口期效应更为明显，原本受限购等政策影响只能购买远城区住房的购房者可以不断走进中心城区地段，购买更加心仪的房源。”

这种趋势也在武汉楼市最新成交量数据中得以体现。据克而瑞统计数据，2022年12月第2周(12月12日~18日)，武汉市商品住房成交面积达到32.23万平方米，较上周环比增加22%。其中，江岸区、东湖高新区、汉阳区成交量位列中心城区前三名，分别成交559套、337套和245套。

不过，克而瑞方面也分析认为，武汉楼市短期内下行的预期仍较难扭转。“目前，武汉楼市政策拐点已出现，现已出台的上下两级政策相辅相成，所形成的叠加效应或逐步显效，然而市场拐点尚未显现，置业信心和能力仍需时日恢复。”

从“拆改留”到“留改拆”

沪上历史风貌区变身商业消费高地

文/本报记者 郭阳琛 张家振

站在上海市淮海中路与武康路的交叉口，一座清水砖墙装饰的大楼吸引诸多路人停下脚步，拍照合影。这便是建于1924年的武康大楼，也是上海市最早的外廊式公寓建筑之一。

而在武康大楼西南方，便是沪上炙手可热的潮流高地安福路。过去一个多月，多家新能源汽车品牌店悄然进驻这条充满历史文化底蕴的街道，蔚来ET5、凯迪拉克LYRIQ等热门车型随处可见，并与网红品牌共同开展联名活动。

历史沉淀与现代风情在冲突中兼容，正是上海这座国际化大都市的魅力所在。《中国经营报》记者在現場采访中了解到，近年来，武康路和安福路所在的衡复风貌区，在保护历史文化建筑的基础上加快城市更新，为保留原有风貌元素更新工作，甚至精细到单栋建筑，因而成为潮流品牌与各类首店的集中地。

“衡复风貌区保护规划至今已见成效，其成功之处也在于维护了城市的烟火气，保持了区域的动人魅力。”同济大学原常务副校长伍江表示，从“拆改留”到“留改拆”，标志着城市规划思想观念的转变，需要持续思考与关注在城市发展过程中如何延续历史这一议题。上海市是一座有意思、有魅力的城市，在多年的现代化发展进程中，沉淀了这座大都市的多样性和复杂性。

树立城市更新标杆

面积仅7.75平方公里，却囊括

了武康大楼、宋庆龄故居和巴金故居等诸多优质建筑，这便是上海市著名的衡复风貌区。风格迥异的中西式精美建筑，记录着数不胜数的名人轶事，蕴藏着上海市近现代历史和文脉。

相关数据显示，仅在衡复风貌区徐汇部分，便有优秀历史建筑约950幢，保留历史建筑1774幢、一般历史建筑2259幢、其他历史建筑1424幢。这些历史建筑以花园住宅为主，在1949年前建造的房屋中就有花园住宅1451幢，建筑面积约65万平方米，约占上海市全市的4.6%。

记者注意到，早在2007年，衡复风貌区便成为上海市首批以立法形式认定和保护的12个历史文化风貌保护区之一。作为全国城市更新的标杆项目，衡复风貌区在今年9月入选上海易居房地产研究院发布的“沪上10大城市更新案例”。

“城市更新应解放思想，创新路径，从大规模的城市建设走向高品质的更新发展，从增量型发展走向存量型发展。”伍江分析认为，衡复风貌区遵循“慢工出细活”的规律，强调城市精细化管理，实现城市的有机更新。同时，要尊重房屋历史形成差异性，鼓励设计创新，切忌大尺度成片统一的更新模式，延续衡复风貌区的空间多样性。

例如，在2018年，以武康大楼这一地标性优秀历史建筑为“试验田”，围绕“三减三增”的基本理念以及“打造全球城市衡复样本”的总体目标，徐汇区通过精品项目建设探索衡复风貌区的精细化管理工作。

上海市文物保护工程行业协

会相关负责人告诉记者，修缮武康大楼主要使用修补、替换、重做等施工技术，确保所有修缮部位修旧如旧。同时，参考了大量的历史照片并对大楼建筑的诸多细节进行考证研究，根据历史原样复原，在保证外观美观、内部实用的同时，保留了历史建筑的可识别性。

“此次‘微更新’遵循的原则是‘中药调理，不做西医的外科手术，更不下猛药’。”上述协会负责人表示，针对老建筑漏水多、环境差、管线乱等问题，工作人员通过绿化景观提升、电梯更新、厨卫综合改造、走道管线梳理等方式提升了老百姓的获得感；而针对大楼外立面附着物一再增多问题，修缮工程狠做“减法”，将二楼的空调机架全部移至内天井，并将二楼以上所有空调机架位置进行了规整，做到“横平竖直”，同时将外立面雨棚、晾衣架全部拆除。

首店经济澎湃动能

随着城市更新持续推进，衡复风貌区凭借独特的历史文化底蕴成为上海市新的商业消费高地，Aesop、lululemon、Ralph's Coffee 等众多国际知名品牌纷纷落地于此。从2022年8月官宣将中国内地首店落户衡复风貌区东平路，到11月底正式开业，澳大利亚护肤品牌Aesop东平路首店的进展一直备受关注。

“从东京、首尔再到上海，Aesop的门店通常都选择在城市中最能体现当地特色的地方。”第一太平戴维斯中国区商业及零售服务部高级董事钟芳芳告诉记者，东平

路坐落着十余座花园洋房，曾聚集了几代风云人物，其中的魅力和价值无法复制。“Aesop的融入也将为东平路带来新的活力，为街区商业增光添彩。”

无独有偶，加拿大运动品牌lululemon选择与Aesop比邻而居，在东平路开出了在上海市的第16家门店，也是首家街区独栋门店。

第一太平戴维斯中国区交易及顾问业务主管、高级董事招启怡表示，在过去，lululemon等国际品牌大多数会将门店选址在购物中心。2020年后，经过与这类品牌的互相沟通，他们开始将重心更多地转移到历史风貌区。

究其原因，在上海易居房地产研究院副院长、上海房产经济学会副秘书长崔霁看来，伴随着前些年中国房地产业的快速发展，商业地产也得以快速扩张，以致在部分地区出现结构性过剩现象。“一方面，从总体上看，在我国商业地产总量已不存在普遍缺乏的现象，商业项目竞争相当激烈；另一方面，随着人民生活水平不断提高，也存在着现有商业业态无法完全满足人民对高品质生活的需求。”

崔霁指出，近年来，商业业态更新提升的案例不断涌现，许多商场由传统的零售业态向体验业态方向升级更新。集中连片式开发对于发展旅游、商业、地产等业态，推动经济发展的效果明显，以衡复风貌区为典型代表的历史文化风貌区也成了地区名片，商业价值正不断凸显。

在招启怡看来，老上海的经典

建筑和深厚的文化底蕴与国际前沿品牌融合，让衡复风貌区与品牌之间相互成就。同时，国际前沿品牌在离开同质化的购物中心后，也能在社区间与消费者产生更多的互动，甚至承担更多的社会责任。

车企入局“抢戏”

“现在的车企越玩越出圈。前几天在武康路逛街偶遇智己L7在做活动，一路往安福路走设有多个打卡点，只需要集齐3个不同颜色的盖章，就能领到一个单肩包。”上海市民陶先生感慨道。

陶先生告诉记者，智己L7外观造型比较犀利，特别是大灯设计很激进，回头率很高，还可以自定义投影图案，增加了人与车互动，而侧面和尾部线条也比较优雅，“在近距离体验后，我最终决定到门店进行试驾。”

智己汽车相关负责人表示，智己汽车以智己L7为媒介，在武康路和安福路区域开展的系列活动，旨在倡导智己汽车“智能科技与人文艺术交融”的美学，以人文、艺术、有趣、友好的方式，推广一种更美好、更值得向往、属于智能时代的生活。

在江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔看来，消费者在看车的同时可以欣赏历史文化美景，这符合现代人追求效率的生活习惯。车企能够在进一步吸引人流量的同时，增加产品的曝光度。

据介绍，智己生活节包含智己咖啡日、IM Chauffeur、IM Inspiration智己灵感限时特展等9大活

动。其中，在IM Chauffeur活动中，智己L7巡游车队将穿梭于上海市历史风貌街之间。

“在充满历史风情的武康路上，人们更能感受现代科技与深厚人文的相融与碰撞，从全新的视角看见智己带来的多元改变，更多层次地理解人与人、人与城市、人与汽车之间产生的联结，更深刻地感受到智己汽车以人为本、充满温度的科技。”上述智己汽车负责人进一步表示。

无独有偶，过去一个多月，蔚来ET5和凯迪拉克LYRIQ等热门车型也纷纷驶入武康路、安福路等“梧桐区”。

记者从蔚来汽车方面了解到，来自世界各地的天空融汇成ET5车身9种颜色，而HARMAY 话梅作为一家以工业风空间为底色、集合无数种全球彩妆护肤好物的美妆零售店，原本就汇聚了超多色彩元素。因此，蔚来将ET5的色彩灵感融入其中，将这里变成了一个限时快闪店。

而智己汽车则选择与武康路、安福路的集雅Gathering、Plusone 和老麦咖啡店等知名独立咖啡馆联名企划，通过推出智己限定美式咖啡，让消费者更多地感受智己品牌的生活态度。

“汽车品牌与网红快消品牌联名举办活动，也是为了互相引流。”张翔认为，流量是当下汽车营销的关键之一，在流量提升后，成交率和订单量也会水涨船高。随着汽车逐渐成为刚需产品，让消费者看到、了解汽车品牌也变得越来越重要。

B12 滋养实业

远大前程

2022各地“保租房”建设提速 租购并举大步向前

文/本报记者 余燕明

大力发展保障性租赁住房(以下简称“保租房”),是2022年全国住房建设的一项重要工作任务。

根据住建部的最新数据,2022年前10个月,全国保租房已开工建设并筹集233.6万套(间),占年度计划的98.8%,完成投资1750亿元。

至此,从2021年6月以来,全国共已开工建设并筹集保租房约330万套(间),可解决近1000万新市民、青年人的住房困难问题。

当前,保租房已成为我国住房政策支持的最新发力点,预计未来两年将迎来建成高峰,并将长期影响我国住房供应体系。

“十四五”时期,全国40个重点城市初步计划新增保租房650万套(间),预计可帮助解决近2000万人的住房困难。尤其是北京等一线城市,都大大提高了新增保租房的供应占比,普遍占新增住房供应量的40%~45%以上。

2022年,通过政府给予土地、财税、金融等政策支持,充分发挥市场机制作用,引导多主体投资、多渠道供给,全国各地保租房建设和筹集工作加快推进。

作为新发展阶段住房保障工作的重中之重,当前各地区、各部门推动发展保租房取得了初步成效,为顺利完成整个“十四五”时期目标任务打下良好基础,并形成了一批可复制、可推广的经验。

“2022年是全国保租房迅速发展的一年,各地都在积极完成保租房的筹集和建设任务。杭州、沈阳、武汉、郑州等多个大城市提前完成了保租房的年度筹建目标。”中指研究院指数事业部研究副总监徐跃进告诉《中国经营报》记者,

“已有超过90个省市出台了推动保租房发展的地方性文件,从筹建方式、财政补贴等全方面提供政策支持。”

筹建给谁住?

华北电力大学的博士毕业生周光阳,最近和同事一起入住了北京东三环一处保租房青年公寓,这套90平方米的两居室,是全新精装修交付,周光阳租住的主卧每月租金4100元。

近期,这个青年公寓把出租对象扩大到近3年内毕业、在京工作的青年人,周光阳很幸运地成为了其中一位受益者。

2022年10月,近1000名应届毕业生入住了北京首批毕业生公寓试点项目。据了解,2022年,北京市在城市多个核心地段筹集房源,作为保租房面向应届毕业生出租。

2022年从北京工业大学毕业的秦一博,目前在一家互联网公司从事设计类工作。2022年6月,秦一博从学校得知了北京朝阳区毕业生公寓项目的招租信息,一番比较过后,她以每月3400元的价格与两位室友合租了一套面积约100平方米的三居室。

不仅租金更优惠,在这处保租房里设施也很完善,配备了食堂、健身房、洗衣房等,距离最近的地铁站步行仅需7分钟,只需要乘坐两站地铁就能到达北京国贸地铁站。

在北京大兴生物医药基地,两栋闲置的写字楼被建设银行旗下的住房租赁基金收购,改造成单间公寓及多人间宿舍,面向园区企业职工出租。

据了解,该基金已募集300亿元资金,用于存量房屋的收购和改造,目前已与十余个存量项目签署

收购协议。

住房问题是民生问题,关系人民安居乐业。党的二十大报告提出,要“加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度”。

在河南省,为着力解决新市民、青年人等群体住房困难问题,当地明确任务、制定方案、下达专项计划、开展监测评价、实施重点督导,多措并举强力推进保租房建设。

截至2022年10月底,河南省已筹集、开工保租房7.98万套,完成年度计划的91.7%,其中郑州5.23万套、完成率100%,南阳11309套、完成率95.77%。自2021年启动保租房建设以来,河南省已开工(筹集)保租房11.49万套,使5.1万新市民、青年人实现了安居梦。

2022年初,河南省政府办公厅印发了《关于加快发展保障性租赁住房的实施意见》,成为指导保租房建设的指导性文件。此后,郑州、洛阳、南阳成立领导小组,并相继出台实施方案、相关配套政策和项目认定办法,其他城市也正在加快推进。

河南省保租房建设实现了良好开局,自2021年启动保租房建设以来,全省认真落实住建部和省委省政府关于加快发展保租房的工作部署,以郑州、洛阳、南阳为重点,坚持政策引领,加大宣传力度,调动引导各类社会主体多渠道参与保租房建设,有效增加保租房供给。

2021年6月,国务院办公厅印发了《关于加快发展保障性租赁住房的意见》(以下简称《意见》),国家发改委、财政部持续为保租房及配套设施建设提供奖励、补助资金,央行、银保监会也出台了相应的信贷支持政策。截至2022年10月底,金融机构已向全国784个保

租房项目授信2865亿元,发放贷款1217亿元。

目前,全国已开工建设并筹集保租房约330万套(间),累计完成投资3334亿元,可解决近1000万青年人、新市民住房困难。其中,40个人口净流入的大中城市已开工建设并筹集270多万套(间),完成“十四五”目标任务的42%。

地从哪里来?

加快发展保租房,解决“土地从哪里来”是关键。

在人口净流入大城市,尤其是中心城区地段,土地资源稀缺、拿地成本高,容易推高房价和租金;郊区地块成本相对低,但通勤距离又较远。

2021年,大学毕业的林波搬入龙湖冠寓天津市南开区王顶堤店,看中的就是通勤便捷:“走路去公司上班差不多10分钟,最近的地铁站大约600米远,周末出门玩也很方便。”

两年前,这里还是一家闲置许久的集体宿舍,如今却焕然一新,出租率保持在97%以上。“刚接手时,这里的房间设施老化,有的屋顶还漏水。改造成保租房项目以后,既盘活了低效闲置资源,也能减少企业的投资成本,一举多得。”公寓有关负责人介绍,项目正在申请执行民用水、电、气、热价格,未来可以进一步降低企业运营成本和租客支出负担。

根据《意见》,保租房主要利用集体经营性建设用地、企事业单位自有闲置土地、产业园区配套用地和存量闲置房屋建设,适当利用新供应国有建设用地建设。

例如,利用非居住存量土地和非居住存量房屋建设保租房,取得



2022年保障性租赁住房计划建设筹集240万套。根据住建部的最新数据,2022年前10个月,全国保租房已开工建设并筹集233.6万套(间),占年度计划的98.8%,完成投资1750亿元。

视觉中国/图

保租房项目认定书后,水、电、气价格按照居民标准执行;可将产业园配套用地面积占比上限由7%提高到15%等。

近期,位于北京市丰台区的龙湖冠寓试点项目,将面向近3年毕业大学生开展保租房配租。此次,龙湖冠寓项目共计推出129套房源,面积23~38平方米不等,月租金约2600~4600元左右。

据记者了解,该项目原为北京京投轨道交通置业开发有限公司打造的京投港·西华府,原规划用途为办公物业。2022年3月,京投港·西华府项目通过北交所公开挂牌出租交易,龙湖冠寓成功摘牌,并通过改建的方式打造成为保租房项目。

“十四五”时期,北京市力争建设筹集保租房40万套(间)。北京市在相关政策中进一步明确,重点功能区及现状轨道站点周边,在符合规划、权属不变、落实建筑规模增减挂钩要求、满足安全要求的前提下,鼓励利用现状建筑改建保租房。

北京大力发展的保租房,主要

用于缓解在本市无房的新市民、青年人等群体住房问题,重点保障新毕业大学生等群体。政府组织搭建平台,面向新毕业大学生试点对接住得下、住得起的租赁住房,缓解毕业生走出校门后的阶段性住房问题,吸引应届大学毕业生留京就业,为建设高水平人才高地提供支撑。

“从保租房的顶层设计上,目前中央和地方已出台的各项政策,在财税、金融、土地等方面对保租房市场建设给予了全面支持。”一位国家智库的研究人士表示,“政策覆盖了多种筹建模式,只要因城施策地推进落实下来,就能够适应和满足市场主体在筹建保租房过程中的发展需求,缓解新市民、青年人的住房困难。”

“从各项政策来看,中央和地方多措并举,全国大中城市的保租房筹建工作不断提速。”平安证券一位房地产分析师说,“预计后续保租房供给量有望大幅增加,推动加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度。”

2023融智创新 勇毅前行!

洞察政策走向
前瞻全球战略

解读经济规律
助推商业发展

在中国社会科学院的智慧支持和战略指导下,《中国经营报》社有限公司发起成立了中经传媒智库。智库汇聚了中国社会科学院及知名机构专家资源,是集专家、机构、平台、媒体资源于一体的媒体融合型智库。中经传媒智库整合旗下《中国经营报》、《商学院》、《家族企业》、中国经营网及两微一端等平台,具有5000万+的全媒体传播影响力。智库利用自身媒体平台开拓整合资源能力和广泛平台优势,为企业家和经营管理者提供全方位的信息服务和智慧支持。

中经传媒智库
官方网站

中经传媒智库
官方微博

中经传媒智库
官方公众号

远大前程

滋养实业 B13

优质房企突围2022：逆势拿地 融资“储粮”

文/本报记者 陈婷 赵毅

2022年，房地产行业持续深度调整。在坚持“房住不炒”的总基调下，相关监管部门多次出台利好政策，从需求端、供给端持续调整优化，地方同时“因城施策”释放空间，房地产重回支柱产业地位。

特别是下半年以来，围绕“保交楼”，房企获得融资支持、个人合理购房需求获得信贷支持，相关政策及资金加速落位，引导市场预期及信心回暖。

根据中指研究院数据，2022年1—11月，百强房企销售总额约67268亿元，其中销售金额为1000亿元以上的“第一阵营”共有19家房企，销售额均值约2030亿元；百强房企拿地总金额约11621亿元，头部房企的投资向核心城市聚焦，同时强化城市和区域深耕。

具体到房企个体，越秀地产、华发股份、建发房产等在保持较高销售增速的同时，维持较高的拿地强度。另一方面，万科、龙湖集团、华润置地等紧抓融资窗口，为下一个春天积极“储粮”。

克而瑞研究中心分析指出，2022年，部分优质房企通过稳健的财务运营、布局热点城市及积极推盘去化，表现出较强的抗周期韧性。预计2023年，房地产将在扩内需、稳预期的方针下完成“软着陆”，“保交楼”将是多数房企的主要工作，而销售及投资规模将继续缩量。

换仓提质

国家统计局发布的数据显示，2022年1—11月，全国房地产开发投资123863亿元，同比下降9.8%，其中，住宅投资94016亿元，同比下降9.2%。

事实上，2022年以来，重点城市的集中供地发生了较大变化。在供应方面，部分城市采取预公告、推介会等方式提前摸底房企

拿地意愿，同时，对土地出让保证金缴纳比例、土地价款支付期限等要求给予利好，土地出让门槛进一步宽松，集中供地批次也由2021年的三批增加至四批、五批甚至六批。

其中，根据克而瑞研究中心数据，受上海等一线城市供地质量提升的影响，2022年全国300城的土地成交楼板价上涨至3266元/平方米，全年溢价率为3.7%。截至2022年12月7日，全国300城的土地成交建筑面积约11.8亿平方米，较2021年同期下降37%。

从时间节点上看，2022年全年拿地意愿最高时期为第二、三季度，与2021年保持一致。百强房企的投资节奏与集中供地时间高度相关，房企拿地销售比（即拿地支出金额与合同销售金额的比例）最高的两个季度即是集中供地出让量最高的第二、三季度，房企的投资意愿也随着第四季度集中供地出让量的下降同步减少。2022年，百强房企的拿地销售比有所上升。

在这一轮行业调整周期，多数优质房企保持合理的土地补充力度，但也不乏部分房企大幅扩张，集中投资优质地块，实现“换仓”。

智研咨询研报显示，2022年前11个月，华发股份累计权益拿地金额为267亿元，同比增长110.24%（同时超过2021年全年145亿元的拿地金额），累计权益拿地面积约96万平方米；建发房产累计权益拿地金额为544亿元，同比增长5.63%，名列榜单第四位；滨江集团累计权益拿地金额为403亿元，同比增长5.77%，位居榜单第七，较2021年排名上升8位；越秀地产累计权益拿地金额为304亿元，较2021年排名上升4位。

克而瑞研究中心指出，2022年，百强房企在一、二线城市的新增土地储备面积占比较2021年分别提升14.9%、11.1%至21.1%、59.3%。房企深耕城市群、聚焦核



房地产(申万)指数概况走势图(截至2022年12月29日,来源:Wind)

心一、二线城市是投资上策。未来长三角、粤港澳、京津冀、长江中游、成渝等五大城市群将成为新一轮发展高地，市场份额稳中有升。

补充流动性

除了通过新增的优质土地以期带动整体销售的回暖，部分房企抓住政策机遇期补充、改善流动性。

2022年11月8日，中国银行间交易商协会率先放出“第二支箭”（民营企业债券融资支持工具），支持包括房地产企业在内的民营企业发债融资，预计可支持约2500亿元民营企业债券融资，后续可视情况进一步扩容。

2022年11月28日，证监会宣布在股权融资方面调整优化5项措施，支持房地产市场平稳健康发展，被业内称之为“第三支箭”。具体而言，包括恢复涉房上市公司并购重组及配套融资；恢复上市房企和涉房上市公司再融资；调整完善房地产企业境外市场上市政策；进一步发挥REITs盘活房企存量资产作用；积极发挥私募股权投资基金作用。

截至2022年11月23日，“第二支箭”扩容首批民营房企落地。中债信用增进投资股份有限公司出具对龙湖集团、美的置业、金辉集团三家民营房企发债信用增进函，拟首批分别支持三家企业发行20亿元、15亿元、12亿元中期票据。

据《中国经营报》记者不完全统计，截至目前，已有约30家房企宣布配股或发行定向增发计划，如碧桂园、雅居乐等，央国企、民企、混合所有制企业均有参与。

与此同时，陆家嘴、招商蛇口、格力地产发起重大资产重组事项。国金证券房地产首席分析师杜昊旻分析指出，房企通过发行股份购买控股股东或其他企业优质资产，在不增加杠杆的情况下获得优质土地资源，支撑其未来发展，增强其后期拿地能力，也提振行业整体信心和预期，促进估值的稳步修复。

中指研究院提供的数据显示，2022年1—11月，房企非银融资总额为7796.3亿元，同比下降51.7%。从融资结构上看，信用债占比54.6%，同比提升22.5个百分点；海

外债占比为2.3%，同比下降14.1个百分点；信托占比11.7%，同比下降16.9个百分点；ABS(Asset-Backed Securitization, 资产证券化)占比31.5%，同比提升8.5个百分点。

值得注意的是，根据浙商证券数据，2023年，房企到期债务规模约8925亿元，其中1月、4月为2023年债务到期量的两个高峰期，规模分别为1124.1亿元、1155.28亿元。

穿越周期

随着多项行业融资政策出台，融资渠道、融资规模及受益主体等方面也迎来明确指导。

中指研究院指出，2022年末，在策略上，房企的首要任务应是抓住融资窗口期，积极作为，最大限度补充流动性，同时恢复“造血”功能，实现可持续发展。核心城市的市场或率先企稳，房企应积极营销加速回款。2023年，房地产市场仍将处于“去库存”阶段，房企应以销定投，积极运用数据工具科学决策，优选城市、优选项目，实现“换仓”，通过深耕价值城市穿越行业周期。另外，“保交楼”已成为行业当下核心关注点，房企交付力亦

变得愈发重要。

国家统计局发布的数据显示，2022年1—11月，商品房销售额为118648亿元，同比下降26.6%，其中，住宅销售额同比下降28.4%；商品房销售面积约12.13亿平方米，同比下降23.3%。

2022年12月15日—16日，一年一度的中央经济工作会议在北京召开，对2023年经济工作作出全面部署。对于2023年房地产市场调控方向，会议再次定调“要坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位。”

与此同时，据新华社报道，国务院副总理刘鹤在第五轮中国—欧盟工商领袖和前高官对话上发表书面致辞，其表示，“房地产是国民经济的支柱产业，针对当前出现的下行风险，我们已出台一些政策，正在考虑新的举措，努力改善行业的资产负债状况，引导市场预期和信心回暖。”

克而瑞研究中心分析指出，上述表述肯定了房地产行业的经济支柱地位，该提法最早可追溯到2003年国务院发布的《关于促进房地产市场持续健康发展的通知》，也由此开启房地产行业的“黄金时代”。从实际情况上看，2022年房地产行业的经济支柱作用依然突出。2022年上半年，房地产增加值占GDP比重接近7%，前11个月的房地产开发投资占固定资产投资比重达23%以上，地产业周期消费占限额以上单位商品零售额的比重接近8%。

中共中央、国务院印发的《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》亦提及，促进居住消费健康发展；完善住房保障基础性制度和支持政策，以人口净流入的大城市为重点，扩大保障性租赁住房供给；支持居民合理自住需求，遏制投机性需求。

克而瑞研究中心指出，“预计2023年，政策将继续发挥托底作用，重点在于全面落实保交楼、引导房地产市场底部修复。”

打造“第二增长曲线” 房企竞逐数字化转型新赛道

文/本报记者 方超 石英婧

从不动产开发到运营、从住宅数字化拓展到多业态数字化……近年来，不动产领域数字化进程正在快速提升。

“大部分TOP50房企目前处于从信息化到数字化递进的过程中。”近日，易居企业集团执行总裁、克而瑞集团CEO张燕在第五届CIOC不动产数字化峰会上透露，其中最关键的一个环节是实现ERP、财务等内部系统和数据的贯通，2022年接近五成的TOP50房企已经完成了这一阶段的建设。

《中国经营报》记者注意到，除了不动产开发侧数字化进程引发关注外，在上述峰会上发布的《2022不动产数字化转型发展报告》（以下简称“报告”）显示，在大不动产领域，尽管商办和物业目前数字化建设成熟度较高，但依然面临多系统难融合、数据质量不高等诸多痛点。

在张燕看来，2022年行业的巨变，“使得我们对于数字化的应用有了新的视角，从单一住宅开发到不动产多业态的并行，从大开发到大运营的双轮驱动。虽然数字化发展在这个过程中会遇到波折和瓶颈，但是我们依旧看到，数字化应用在不动产行业变革当中，扮演着越来越重要的角色。”

而艾瑞咨询《2022年中国房地产数字化转型研究报告》也显示，房地产数字化转型目前仍处于发展初期，“预计未来三年房地产数字化的市场规模会保持较低位的

增长，2021—2024年的复合增长率约为4.9%。”

数字化营销创造新规模

在地产行业处于深度调整周期的大背景下，2022年的房企数字化转型呈现何种变化备受市场关注。

“受行业环境影响，TOP50房企整体数字化投入在经历了连续的增长以后，2022年首次出现了下降，幅度接近10%。其中，央国企投入保持微增长、头部民营房企投入放缓、中部民营房企投入明显缩减。”张燕如此透露。

而在此情况下，TOP50房企数字化转型的年度目标也呈现显著变化。

“2021年TOP50房企数字化战略目标”图显示，“提升内部运营效率，实现降本增效”所占比例为88%，高居第一，但在2022年，该项指标退居其次，“提升客户服务力”的重要性上升至第一位。

除此之外，房企投资数字化建设也面临数据瓶颈，超过八成TOP50房企投资模型亟待升级优化。

进一步梳理报告可发现，“TOP50房企超过一半以上布局智慧工程管理，建造数字化标杆实现降本增效”“TOP50房企数据管理系统建设突破70%，62%TOP50房企通过数字化大运营降低重大经营风险”等也成为2022年房企数字化转型的新亮点。

展望2023年，复地产发&复星蜂巢CDO、蜂高科技总裁皮人伟分享称，房地产市场存量、增量需求下降，精细化运营时代，高质量

发展成为共识，2023年将在4个点上寻找机会，“一个技术项，弱依赖和研发效能提升工具；三个业务项，分别是资产管理和经营分析模型、智慧空间运营和流程自动化、大宗退出及招商转化。”

中海科技总经理李红卫日前表示，房地产行业本身是一个金融属性比较强的行业，对管理要求比较高，“我相信未来数字化将会改变行业的发展模式，成为企业的核心竞争力。我认为数字化不仅仅能减轻现在面临的三重压力，应该是能够彻底地治疗各种各样的压力。”

“数字化营销创造新规模，行业整体对房地产数字化营销理解会升华，单纯的工具数字化不代表房产营销的数字化，数字化营销带来的销量占比将会不断提升。”安居客副总裁赵彤阳日前如此表示。

商业数字化转型提速

除了住宅开发领域外，在房企近年来打造的诸多“第二曲线”中，商业数字化转型的进度也引发市场关注。

“TOP50房企智慧经营系统建设达五成，68%的TOP50房企将社群运营作为商业数字化主要营销模式之一。”张燕认为，在商业数字化场景中，2022年智慧经营系统应用增长显著，覆盖率达到50%。例如，通过精准客流系统赋能商铺经营，深化会员营销管理，数据分析赋能商场精细化运营管理。

此外，报告显示，作为商业数字化主要营销模式之一，社群

运营模式2022年的应用率同比增长48%。

报告显示，2022年有68%的TOP50房企通过这种方式提高会员活跃度和消费黏性。如2022年上半年中报显示，宝龙商业会员总数上半年较去年底提升约31%，个别标杆项目会员消费占比超25%；印力集团月度活跃会员数量达到211万，同比增长13%；华润万象生活会员数量达到2804万，同比增长15.3%。

不过，对于如何打通多业态，实现内部积分、权益规则流转等关键点，报告认为，目前依然尚未形成行业共识。

张燕表示，截至目前，仅约10%的头部房企大会员体系达成了业态互通，实现终端客户跨业态引流。在已经打通的业态中，商业、长租和酒店等有大量活跃存量客户的业态打通的覆盖率较高。

报告认为，龙湖目前搭建了较为成熟的会员体系，用户拥有统一账户，可以通过积分实现商场购物、缴纳物业费、买新房等场景消费的抵扣。“尤其是在2022年新房销售承压的市场环境下，龙湖通过大会员体系的贯通互通，为新房的销售反向赋能，这可以看作是未来房企在构建大会员体系中的一个经典案例。”

梳理可发现，不仅仅是龙湖，新城控股商业也因数字化转型受到外界关注。

相关信息显示，新城控股旗下南京建邺吾悦广场基于自身会员数字化能力，打造了全新会员幸福成长体系以及对应的尊享会员权

益服务内容。同时，南京建邺吾悦广场贯彻“双会员”概念，通过将广场会员与品牌会员进行协同营销，从导客、刺激消费等几个方面进行推广。

园区智能化市场或超2000亿元

在商业板块外，物业领域的数字化转型，呈现出发展相对成熟，但面临数据基础薄弱、物企数字化投入下滑等难题。

如在数字化投入方面，张燕解读称，从数字化投入来看，2022年TOP50物企受整体行业影响投入增速有所放缓，其中头部企业的数字化投入保持持平，部分央国企依然保持快速增长，而中部企业数字化投入则大幅减少。根据调研，超五成TOP50物企计划2023年数字化投入减少超10%。

尽管如此，不少头部物企依然在加码数字化建设。

“数字化对物业的一个巨大的价值是可以降低沟通的成本，让沟通变得更简单。数字化是一个围绕着‘数据’进行的建设，它不是建立一个单一的系统，更多的是研究如何在实践中产生和利用数据，如何让数据发挥更大的价值。”旭辉永升服务集团首席数据官李川如此表示。

李川在上述峰会发言中指出，旭辉永升服务的数字化转型，以流程工具化、业财一体化、决策数据化、平台生态化、服务智能化的“五化”为原则，不断丰富内涵。

不仅仅是物业行业，作为带动区域经济发展的重要载体之一，产业园区的数字化转型进程近年来

也日益受到外界关注。相关信息显示，《“十四五”数字经济发展规划》就明确提出“全面深化重点产业数字化转型”“推动产业园区和产业集群数字化转型”，而上海、浙江等地也出台了相关指导意见，如上海市发布《关于加快推进本市智慧园区建设的指导意见》。

中电光谷数字园区首席架构师方琪介绍称，中电光谷产业园区数字化的核心是用数字治理的逻辑，帮助政府在产业组织初期占据制高点，实现产业发展过程治理。

那么，目前产业园区的数字化进程究竟如何呢？相比于2021年，2022年产业园区信息化占比已接近80%，整个产业园区信息化的发展稳步推进。产业园区智能化渗透率占比仅达35%，未来还有较大的发展空间。”张燕解读称。

张燕同时认为，从整个产业园区智能化行业的市场规模来看，产业园区智能化发展速度将逐步加快，受宏观经济因素影响，2023年园区智能化发展速度预计将有所放缓，大约为3.69%。2024年和2025年的情况较为乐观，增速预计超过10%，2025年产业园区智能化行业市场规模预计超2000亿元。

“面对不确定的外部环境，数字化将继续为不动产行业的发展和前行提供重要支撑。”张燕最后表示，数字化将“推动行业创新，提高企业核心竞争力，加快建设更完善更全面的不动产数字化生态体系。”

从坚硬到柔软 爱空间打造“口碑”家装服务



2020年以来，也是产业大转折的三年，爱空间的成长肉眼可见，2021年北京单店营收8亿元，2022年北京单店营收10亿元。

重构“场”思维

用“不合理”的商业设计来实现用户美好的初始体验

在逛爱空间展厅的时候，可以纯粹从直觉、非专业的层面，来感知爱空间的体验馆。体验馆，是家装公司与用户更直观的互动场域，是协助消费者决策的场所，这种直观舒服感是非常重要的。

三层楼逛下来，给了我们几个直观的答案：

第一种感觉，就是觉得整体的美，有一种空灵的感觉；

第二种感觉，就是自由，在这里，就像一个自由闲逛的商场，进来，可以仅仅为了逛一逛；

第三种感觉，就是安全、放松，随处都可以找到依靠、休息的位置；

第四种感觉，就是产品的陈列，美观，漂亮，不仅是挑选的产品漂亮，而是产品的整体，不是堆砌式陈列，而是一种生活的样式。

为什么爱空间体验馆能给我们这样一种特别好的直观感受？在听完爱空间设计师分享的两个重要观点之后，就能找到答案。

他的第一个观点，这个体验馆的设计就是要设计眼睛看不见的设计。在爱空间的体验馆中，那些不经意的结构和空间，让消费者去参观和休息的时候，自然而然产生一种与家人独处的空间感，安静下来，

不被打扰，同时，这些空间会形成一个间隔，把其他空间区分开来，但也没有封死，空气都是流动的状态，人也可以自由出入，但是从实际效果上来说，门里和门外是两个不同的空间。

在规划的时候，不是单纯地打造一个家的空间，而是去打造一个让家人们可以更加自由的、更加欢畅的对话、交流的空间。

在参观的过程中，设计更加突出的是商品本身，让商品非常有质感，看起来非常舒适，顾客在这个空间里感受也会更好。设计师说，希望不要做过多的设计，最理想的是弱化设计的存在，让顾客进到这个空间里，觉得很舒服，但是不会把注意力过多地放在设计本身上，而更多地关注到商品本身，这是最理想的状态。

第二个观点，就是要做“不合理”的设计。爱空间的展厅设计了一个广场一样的空间。所有的展厅都布局在广场的周围，形成环绕式设计。所以当你累了，你可以在广场稍作休息，如果你想看，可以前后左右进入到你想看的任何空间。而且这个广场也担负着作为交流、对话的场所。类似于广场一样的空间，每到周六日，很多人都



爱空间高级合伙人闫佳

会蜂拥而至，聚集在这个场所。

设计师就是不希望去强加给顾客任何想法，不想去限制他们的行动，希望通过这样的方式，让用户可以自由地去选择，去商量，去看什么地方，或者你累了，你也可以随时坐下来休息，一切都是按照

顾客自主的意愿，所以空间有非常多的使用可能性。

我们先逛了展厅，再听到设计师的分享，爱空间展厅的设计目的达到了，这个展厅的感觉，也是温润如玉，消费者与展厅互动的过程，也是十分舒服。

重构用户：从信息到资产 让口碑真正成为装企的主要流量

未来真正优质、健康的装企，都要实现主流用户，大部分来自于口碑，这样才能大幅降低营销成本，才能将过去大幅的获客成本，转化为投入更有价值的服务打造，才更有未来。

这里的初心，就是要重构用户运营模式，让用户成为未来可反复触达的资产，这就需要构建一套信

结语：

爱空间今天的成长，也不仅限于此，而是综合进化的结果，未来的赢家，都是全能选手，同时又拥有秘决。

闫佳说，这么些年来，爱空间死磕服务，再加上做系统，慢慢就形成了比较独特的竞争力。爱空间的展厅和产品进化，产品的整合、重构，相当于把所有的材料不是堆砌在一起，而是整个重构构成一个空间的解决方案。接下来还会在所描述的从客户到构

建用户资产下功夫，构建一个低成本、大规模获客的能力，那就会变得更加强大，在未来的产业零售格局中，成为重要的零售一极。

从扩张低谷，到成为如今的规模，爱空间差不多用了三年时间，这三年时间，是特殊时期行业发展面临挑战的三年，但爱空间，反倒获得了高速增长，爱空间的成长，正好印证了那句话：最好的竞争力，就是自我成长。

重构“产品”逻辑

爱空间的成长也是产品不断实现用户价值的过程

爱空间八年的发展过程，也是不断升级产品的过程，爱空间高级合伙人闫佳在发布会上说，“爱空间始终是以产品来实现用户价值的公司”。

爱空间产品进化，关键有几个阶段：

初创阶段的2014年，互联网思维的风口，爱空间在“专注、口碑、快”的互联网思维影响下，将家装套餐产品化、标准化，用大牌优质简单的套餐产品，获得了一批年轻拥趸，不到一年时间，就成为北京家装市场的新兴力量。产品口号，就是“699元/平方米，20天”。闫佳说，“我们相信简单，快，我们希望给

客户提供简单、优质性价比的产品。”“699元/平方米，20天”，就是爱空间的第一代家装产品。

2017年，爱空间推出了“确定的幸福”新一代产品，解决装修不确定性对消费者带来的焦虑心理。为了杜绝“不确定”，爱空间要做到五个确定，即确定的价格、确定的品质、确定的效果、确定的工期和确定的服务。

2017年爱空间的产品逻辑，就是希望为消费者带来确定性的价值。2019年，则开启了丰富选择的时代。“光有确定够吗？似乎也不够。”闫佳回顾历史时说，于是爱空间在2019年，推出了多元的产品，也就是在确定性的基础上增加了

更多更丰富的选择。

前面的产品逻辑，就像一个学武的充满旺盛生命力的年轻人，拳法以刚猛为主，菱角分明，实物产品属性很强。

2020年的产品发布，应该有划时代的意义，因为这一年特殊时期到了，大家都不得不更多回到家里。也恰恰因为回到了家里，爱空间对于家，对于家装，对于装修，似乎也有了不一样的认识。爱空间突然发现，其实装修应该是生活方式的表达。也自2020年起，爱空间就以生活方式提案为表达，开始了全新的家装进化之路。

2022年的这次产品发布，则是

集大成，是爱空间过去八年的总结、升华、升维，是在全新升级了一万平米大型体验馆的发布，产品与环境的融合，给人更多的想象和体验空间。

闫佳说，对于新中产家庭，对于理想生活的理解，就像一个公式一样，家是万千美好的加乘。乘在一起是什么，就是每一个人心中对于装修的理解，也就是爱空间持续努力为用户打造向美而居的新生活。“向美而居”的Home-X产品，“X”，可以代表未知，也可以代表无限。全系列产品实现了全屋整装的全系列打通，也就是你可以选择你喜欢的风格，选择你喜欢的颜色，让你的家可以呈现一以贯之的好看。



远大前程

滋养实业 B15

从“制药大国”迈向“制药强国”

文/本报记者 陈婷 曹学平

从“0”到“best in class”(同类第一),中国创新药用了约10年时间。

2022年12月14日,第64届美国血液学会(ASH)年会上,百济神州(688235.SH)以一组全方位胜出的数据宣布,其自主研发的BTX(布鲁顿氏酪氨酸激酶)小分子抑制剂泽布替尼对比伊布替尼取得优效性结果。

此次泽布替尼所挑战的伊布替尼,为全球首个获批上市的BTX抑制剂,由强生、Pharmacy-clics合作开发,主要适应症为慢性淋巴细胞白血病(CLL),约占白血病新发病例的25%,这也是全球BTX竞争格局中最关键的适应症领域。

近日,百济神州总裁、首席运营官兼中国区总经理吴晓滨博士在接受《中国经营报》记者采访时表示,2012年,公司BTX项目立项,目标是做出一款靶点抑制更专一、活性更强的BTX抑制剂。尽管头对头研究风险高、难度大,且需要持续投入,但要和全球实力强劲的大药进行比较,证明泽布替尼是一款更好的药物,进行头对头研究是最好的选择。

泽布替尼的成功“攻擂”,反映了中国创新药在实现“量的提升”同时,向“质的跨越”奋进。《构建中国医药创新生态系统(2021—2025)》报告显示,在2020年,中国对全球医药研发的贡献跻身“第二梯队”前列,对全球研发管线产品数量贡献率跃至约14%,全球排名第二。

在强有力的监管推动和引导下,我国从“制药大国”加速迈向“制药强国”。

头对头试验挑战

作为ASH年会备受瞩目的环节之一,汇聚血液学领域最新前沿研究的“最新突破摘要”(Late-Breaking Abstracts,以下简称为“LBA”)在2022年迎来了泽布替尼的汇报。

据百济神州披露,此次泽布替尼与伊布替尼的头对头研究为

ALPINE试验,是一项随机、全球3期临床试验研究,旨在评估两者用于治疗既往经治的复发或难治性(R/R)CLL/小淋巴细胞淋巴瘤(SLL)患者的效果。

上述ALPINE试验最终无进展生存期(PFS)分析结果显示,泽布替尼对比伊布替尼取得了优效性结果,表现出更具优势的心脏功能相关的安全性特征。这些数据在ASH年会上通过LBA的口头报告进行展示,同时刊载于《新英格兰医学杂志》。

公告显示,泽布替尼是一款由百济神州科学家自主研发的BTX小分子抑制剂,目前正在全球进行广泛的临床试验项目,作为单药和其他疗法进行联合用药治疗多种B细胞恶性肿瘤。

吴晓滨表示,泽布替尼的设计旨在最大化BTX靶点占有率、最小化脱靶效应,通过更高的选择性,减少第一代BTX抑制剂由于脱靶效应带来的相关毒性,从而改善患者的治疗获益。

2014年,泽布替尼进入临床阶段后,我们陆续看到一些非常积极的数据,证明它对靶点的抑制持久,且耐受性非常好,这两点在临床中也转化为更好的疗效数据。因此,我们对泽布替尼的潜力有了更充分的信心,基于全球临床数据的支持,我们相信这款药有潜力成为一款全球性大药。为了充分证明它的治疗优势,挖掘国际化的潜力,我们在2017年、2018年先后启动两项全球性3期的头对头研究。”吴晓滨说。

新药研发是一个系统性、漫长的过程,尤其是走国际化路线,更需要从一开始确立正确的战略方向。产品疗效过硬是其一,坚定、持续的投入与战略定力亦不可或缺。

在泽布替尼立项早期,百济神州从药物研发阶段开始便为其在全球上市制定研发计划。2014年启动临床试验之初,公司选择在澳大利亚进行,截至目前,泽布替尼已在全球开展35项临床试验,覆盖超过30个国家和地区。为更有力量支持产品的全球开发,公司构建

一支超过2600人的内部临床开发与医学事务团队,包括上述ALPINE试验在内,目前公司正在或已开展的超过110项临床试验中,超过60%为国际性多中心的临床研究。

“ALPINE试验的优效性结果,使得泽布替尼成为全球首个且唯一头对头对比第一代BTX抑制剂,取得PFS和客观缓解率(ORR)优效性的BTX抑制剂。这是一个里程碑式的突破,强有力地证实了泽布替尼‘同类最优’的治疗优势。”吴晓滨说。

“出海”争夺市场

事实上,泽布替尼“里程碑式

的突破”还包括其于2019年11月

在美国获批上市,实现中国抗癌创

新药“出海”的“零的突破”。

截至目前,泽布替尼已在全球超过60个国家和地区获批上市,包括美国、中国、欧盟、英国、加拿大等。截至2022年三季度末,泽布替尼在全球范围内有超过40项药政申报正在审评中。其中,美国FDA已受理泽布替尼的CLL/SLL新适应症上市申请,FDA目标决议日期是2023年1月。2022年前三季度,泽布替尼全球销售额约3.89亿美元,美国市场的销售额约占70%。

吴晓滨表示,在商业化布局方面,截至2022年三季度,百济神州在全球范围内拥有一支超过3400人的大规模商业化团队,覆盖中国、美国、欧洲、澳大利亚等,该团队基本上为当地人才,既拥有全球化视野,又对当地市场非常熟悉,能快速进入到业务当中。以美国为例,公司拥有一支近300人的团队,基本覆盖美国血液科的重点医生及临床中心。

事实上,包括百济神州在内,中国创新药“出海”的势头从2020年开始不断升温,2022年热度依旧。

根据医药魔方(NextPharma)数据库,2019年~2021年,中国药企License Out(对外许可)交易数量累计达100项,交易金额累计超过240亿美元。截至2022年12月

《关于改革药品医疗器械审评审批制度的意见》提出,启动药品审批改革



随着2015年药改的启动,医药创新迎来高潮。

人民视觉/图

17日,2022年中国创新药新技术License Out总交易金额达到历史新高,为174.2亿美元,较2021年的141.86亿美元增长22.8%,交易数量较2021年增加6项至48项。从项目类型上看,创新药项目占比最高,达71.4%。

不过,中国创新药“出海”并非总是一帆风顺。2022年上半年,信达生物(1801.HK)、和黄医药(0013.HK)、君实生物(688180.SH)旗下创新药的上市申请先后遭到FDA驳回。

东北证券发布研报指出,递交申请的新药是否满足临床未被满足的需求,设计试验是否对北美人群和北美医疗实践具有普遍适用性,相关临床试验是否从开始到结束全阶段与FDA积极沟通,以及是否针对同一适应症与已上市药物进行头对头试验等,都将成为创新药“出海”需要考虑的因素。

新药研发贡献提升

“出海”征途难免遭遇波折,但

不可否认的是,中国创新药产业在过去10年取得了量与质的提升。

据记者不完全统计,截至2022年12月27日,2022年在国内获批上市的16款1类新药中,有12款为国产。

吴晓滨表示,10年前,我国患者尚未能用到具有本土自主知识产权的创新药,当时几乎所有的原研药均以全球最高价格进口。随着2015年药改的启动,医药创新迎来高潮。目前,中国对全球研发管线产品数量贡献率跃至第二,正在为全球医药事业的发展贡献力量。

“在政策、资本、人才等多项因素的助推下,中国医药创新生态系统已初步形成,国内创新药企的发展也已渐入佳境,与跨国制药企业同台竞技、并驾齐驱,越来越多来自中国的研究、数据相继登上国际制药界的舞台。”吴晓滨说。

中国创新医药行业经历了黄金十年,正在开启第二个新周期。值得注意的是,在投入极大热情催

化发展后,创新药靶点同质化、研发扎堆内卷等现象同时存在。

2022年,关于医药生物行业如何“过冬”的讨论从未间断过。这一年,投资者变得愈加谨慎,创新药企融资难度增加;上市公司市值缩水,新股频繁破发。

对于资本“寒冬”,吴晓滨表示,创新药是一条机遇与风险并存的赛道,结合国内外政策出台、宏观环境变化等因素,从整体上看,中国创新药市场存在巨大的发展空间,当前我国新药研发与全球的差距也正逐步缩小。在行业发展的过程中,拥有更强的研发布局、商业化实力、全球化视野的创新药企将能更好地迎接机遇,应对挑战。

“2022年对于众多企业而言是不容易的一年,产业存在诸多不确定性与挑战。但近段时间以来,我们也欣喜地看到,整个生物制药行业慢慢有一些回暖的迹象。作为企业,我们希望这一趋势能够继续,为产业注入更多的发展信心。”吴晓滨说。

传承创新 中医药产业迈向现代化

文/本报记者 岑国文 曹学平

党的二十大报告提出,促进中医药传承创新发展。2022年12月14日,中共中央、国务院印发的《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》指出,积极发展中医药事业。

2022年,中医药行业发展获得多项政策支持和推动。在3年新冠疫情防控中,中医药发挥了特色优势,提供了坚实保障。

日前,就中医药传承与创新的探索与实践,天士力医药集团方面接受了《中国经营报》记者采访。天士力医药集团方面表示,中医药是中国五千年文明的智慧结晶,是认识人体生命规律及人与自然之间健康平衡关系的思想与科学,是承载健康中国战略具有中国特色的技术体系。公司致力于推进中医药现代化、国际化,在继承发挥中医药以人为本、复方配伍等原创优势的基础上,推动现代中医药创新发展。

传承精华,守正创新。展望2023年,在诸多利好政策指引和巨大市场需求驱动下,中医药传承创新能力将持续增强,中医药人才建设将加快推进,中医药产业发展将实现更高质量。

瞄准创新

国务院办公厅2022年3月发布的《“十四五”中医药发展规划》指出,正确把握继承与创新的关系,坚持中医药原创思维,

坚持创造性转化、创新性发展,注重利用现代科学技术和方法,深入发掘中医药精华,在创新中形成新特色新优势,促进中医药特色发展。

中医药是反映中华民族对生命、健康和疾病的认识,具有悠久历史传统和独特理论及技术方法的医药学体系。中医药既是传统的,又是现代的;既是中国的,又是世界的。

如何实现传统中医药现代化?天士力医药集团方面向记者介绍了三方面的具体实践,第一,立足于满足未被满足的临床需求,坚持国内外同步研发,建立一套创新中药精准研发模式。第二,创建以质量数字化为核心的中药智能制造技术体系,实现以疗效为导向的中药质量精准控制、以效能为导向的高效低耗中药智能制造双目标。第三,解析中医药现代化“数字”技术,挖掘中医药大健康数字经济价值,打造中医药大健康生态圈。

人才支撑

人才是产业发展的第一要素。为加快推进中医药人才工作,建设高质量中医药人才队伍,为中医药传承创新发展提供坚强的人才保障,2022年10月,国家中医药管理局印发《“十四五”中医药人才发展规划》(以下简称《规划》)。

近年来,中医药人才规模总量稳步增长。2020年,我国医疗卫生机构中医药人员总量达到82.89万人。“十三五”期间,我国医疗卫生

机构中医药人员数增长35.3%,中医药人才素质不断提高。

截至2020年,中医类别执业(助理)医师本科及以上学历占55.1%。中医药人才结构分布不断优化。

截至2020年,全国中医医疗机构中卫生技术人员占比达到85.5%。区域分布方面,东、中、西部地区中医类别执业(助理)医师占比分别为43.1%、27.0%、29.9%,中医药人才服务能力显著提升。中医总诊疗人次从2016年的9.6亿人次提升到2020年的10.6亿人次,诊疗量稳步提升。

成绩之外,中医药人才队伍也面临比较严峻的形势。《规划》指出,经过近年来的不懈努力,中医药人才队伍建设取得长足发展,但与党中央、国务院对中医药振兴发展的要求以及人民群众对中医药振兴发展的期盼相比,中医药人才还存在总体规模不够,结构布局不够优化,人才分布不均衡;具有国际影响力的中医药领军人才、创新团队不足;基层中医药人才总量质量不能充分满足人民群众就近享受优质中医药服务的需求;符合中医药特点的人才发展体制机制尚需健全完善等相关问题。

中药企业是中药产业发展的核心主体和重要支撑。在中药企业,中医药人才如何实现“引得来”“留得住”呢?对此,天士力医药集团方面对记者介绍,在中医药人才“引得来”

上,企业主要从以下四个方面开展:第一,结合各地政府给予人才引进的政策支持,为人才引进提供良好的环境;第二,企业品牌与企业文化对人才的吸引;第三,公司良好声誉对人才的吸引;第四,建立良好的人才引进机制,注重精准引才。

在中医药人才“留得住”上,要多维度多措施并举,助力企业核心人才“留得住”。从组织机制、氛围等宏观维度上构筑企业留人的组织环境,实现员工个人成长与公司事业发展的双赢。建立体系化的岗位标准,为优秀人才提供更广泛的发展平台,以及可提升的岗位空间,从而满足员工对职业发展前景与幸福感的双重期待,助力事业留人。

高质量发展

过去10年,中医药产业发展取得了长足进步。根据全国医药工业统计数据,中药工业主营收入由2012年的5156亿元增长到2021年的近7000亿元。

据2022年7月发布的《2021国家中医药监管蓝皮书》,2021年,受理中药注册申请共1375件,完成审评的中药注册申请共1354件。2021年批准上市中药新药12个,是近5年来获批中药新药最多的一年。

近年来,中药质量大幅提升。中药饮片整体合格率由2016年的77.7%上升到2021年的98.4%。中成药质量自2019年以来

来有明显提升,合格率均保持在99%以上。

针对如何实现中药产业高质量发展,2022年12月7日,中华中医药学会特聘副会长孙晓波在由火石创造举办的“数据驱动中药产业高质量发展论坛”上指出,“中药产业高质量发展有三个关键环节:第一,中药材品质是中药行业高质量发展的基础。中药产业链很长,建立从‘地头’到‘床头’全过程质控与可追溯是必须的。药材的道地性是关键。第二,中药临床价值评价是中药高质量发展的核心。建立符合中药特点与规律的评价方法和技术体系是关键。第三,中成药上市后再评价与创新药物研发是中药高质量发展的动力。”

孙晓波表示,当前,中医药产业迎来重大发展机遇。第一,国家高度重视中医药发展。中医药学是中华文明的瑰宝,中西医结合、中西药并用是疫情防控的一大特点。要用现代科学原理把中医药治病原理说清楚、讲明白。第二,中医药有巨大的疾病诊疗市场需求。第三,中医药有巨大的健康市场需求。如何迎接挑战,抓住机遇,推动中医药产业高质量发展是全行业共同关注和需要进一步解决的重大课题。

孙晓波指出,中医药产业要有高度的文化自信和产品自信。要加强科学研究,加强行业自律,在自信、自律的基础上,中医药产业才能自强不息地发展。

争夺“白色石油”：“锂资源焦虑”何解？

文/本报记者 范阳阳 吴可仲

近年来，伴随终端新能源汽车市场的全面爆发，上游锂资源供给持续偏紧，锂价涨幅势如虹。

上海有色网(以下简称“SMM”)价格信息显示，国产电池级碳酸锂现货均价由2020年7月末约4万元/吨的谷底，攀升至2022年11月中旬近57万元/吨的峰值，不足两年半时间上涨逾14倍。

《中国经营报》记者注意到，身价飞涨的锂，在制造“资源焦虑”的同时，亦成为制约产业发展的瓶颈，并带动产业链利润整体向上游偏移。Wind数据显示，2022年前三季度，A股27家锂电池上市公司毛利率在-7%~46%之间，包括宁德时代(300750.SZ)在内的多家头部企业均出现下滑；而天齐锂业(002466.SZ)等9家锂资源上市公司毛利率则高达39%~92%，皆大幅提升。

与此同时，锂作为新能源汽车及储能行业的关键上游原材料，在全球应对气候变化的大潮中和地缘政治风险加剧的背景下渐成焦点。

蔓延的“资源焦虑”

“此轮锂价大涨，主要是因下游新能源汽车需求的爆发。”北方工业大学汽车产业创新中心主任纪雪洪向记者表示。

中汽协数据显示，我国新能源汽车销量，于2015年突破10万辆、2018年突破100万辆；2019年小幅回落后，2020年下半年开始重拾升势，2020年、2021年和2022年1~11月销量分别高达137万辆、352万辆和607万辆。

纪雪洪讲道，2021年中国新能源汽车产销增速高达160%，2022

年预计也将近100%，如此高增速急剧放大了对上游原材料的需求。但受限于上游锂矿扩产周期较长，产能增长跟不上下游需求的步伐导致了锂价大涨。

SMM信息显示，国产电池级碳酸锂现货均价由2020年7月和8月的3.98万元/吨，一路上涨至2022年3月和4月的50.3万元/吨，小幅回调后于2022年11月中旬攀至56.75万元/吨的高点，两年零4个月上涨近14.3倍。其间，氢氧化锂、金属锂等锂产品价格也全线上扬。

供需错配是主要原因。“电池百人会理事长清教向记者表示，持续反复的全球性新冠病毒感染影响锂、钴、镍等原材料的开采与运输，伴随地缘政治因素，增加了供应的不稳定性。同时，新能源汽车及储能市场需求高速增长，企业备库需求增加，叠加市场炒作等因素，造成了原材料价格飙涨。

纪雪洪表示，其实当前困扰汽车行业“缺芯”与“贵电”问题有相似之处，都是因产业链之间未形成共识，下游需求爆发超出上游预期所致。追溯来看，由于行业产业链较长，上下游沟通在相当长一段时间内不够顺畅和透明，这也加剧了资源的紧张。

伴随锂价的飞涨，行业内弥漫着“资源焦虑”。

IPG中国首席经济学家柏文喜表示，产业链的“资源焦虑”最早是因锂价的持续快速上涨，同时这也推动了国内企业的“抢矿潮”。

“2021年下半年，锂价有过一轮急速拉升，造成当时众多业内企业措手不及，之后‘资源焦虑’便开始蔓延。”行业研究人士张晓文告诉记者，谷底4万元/吨的锂价本就属非理性价格，后来在下游

需求强劲推动下又快速摆向另一极端。宁德时代曾几度放话要“暂停采购”“暂停扩产”和“缩减规模”。

五矿证券研报表示，2020年下半年至2022年一季度，下游终端需求爆发遭遇上游资源供应弹性缺失，将锂价推至高位。而2022年第二季度以来，资源端现有项目开始扩能响应，但新项目的进展显著慢于预期，供需烈度支撑第四季度锂价创出新高。

“澳洲锂矿已由初创矿商走向新兴巨头时代，供给侧高度集中。同时，澳大利亚锂矿巨头皮尔巴拉在2021年7月引入铁矿石拍卖模式，用零散的拍卖量撬动了数十万吨级的锂精矿长协市场，这也促成了上游价格的快速上调。”该研报强调道。

上游的好日子

纪雪洪介绍道，新能源汽车锂电池产业链大体包括四个环节，从上游向下游分别为：锂矿和锂盐、锂电池材料(正极、负极、隔膜、电解液等)，电芯和电池系统(动力电池)、新能源车辆。

“资源端是当下产业发展的瓶颈，上游企业这两年的日子非常好。”纪雪洪表示。

Wind数据显示，2022年前三季度，A股27家锂电池上市公司毛利率区间为-7%~46%；9家锂资源上市公司则高达39%~92%；19家正极材料、5家负极材料、8家隔膜和10家电解液相关上市公司分别为8%~34%、19%~36%、14%~50%和5%~51%。

值得注意的是，从2020年至2022年前三季度的毛利率变动情况来看，锂电池公司整体出现显著下滑，如宁德时代由28%降至19%，

亿纬锂能(300014.SZ)由29%降至16%；而上游的锂资源公司均大幅提升，天齐锂业由41%增至86%，赣锋锂业(002460.SZ)由21%增至56%；正负极材料、隔膜和电解液领域公司的变化则不显著或不一致。

“整体来讲，越靠近上游利润越高，越靠近下游利润越低。目前，下游整车环节总体不盈利；中下游电池环节会好一些，宁德时代、比亚迪、亿纬锂能等头部企业毛利率大体保持在20%左右；中上游电池材料环节，维持着同电池环节相近的毛利率水平；最上游资源环节的毛利率则非常高。”纪雪洪讲道。

张晓文表示，锂价暴涨使得整个产业链的利润显著地向上游倾斜。而增加的成本，部分被产业链各环节企业消化，部分由终端消费者承担。“不过由于整个市场处在快速增长中，产业链企业虽然毛利率下降，但利润绝对值并未减少。”

张晓文认为，短期内由于价格传导机制不顺畅，上游锂价大涨确实对某些环节的盈利能力造成了伤害。然而，随着传导机制逐渐理顺，新增成本将在整个产业链重新分布，终端产品的价格涨幅较上游会少许多，消费者也会坦然接受50万元/吨碳酸锂价格下的新能源汽车。

于清教指出，新能源汽车产业已走上市场化之路，在竞争加剧、利润下行的大环境中，互利共赢方能持久，上游超额利润或难以长久维持。

五矿证券研报表示，资源为王和本土资源战略重估将持续演绎。上游具备扎实权益资源量的企业，业绩将继续充分释放。而依靠外购精矿的锂盐厂，

盈利将从2022年下半年开始逐季度面临压力。

至于未来锂价走势，该研报表示，中期将难以再回到过往低谷。展望2023年，短期锂价将维持高位震荡，走出“圆顶”或是“尖顶”的核心分歧，在于对终端需求增速的判断。

“传统汽车近年产销持续萎缩，新能源汽车需求近两年已被充分挖掘，2023年我国汽车市场整体不会特别乐观。”纪雪洪表示。

纪雪洪分析道，从2022年下半年情况来看，新能源汽车市场中已经形成一定量的库存，同时考虑到2023年各项政策的退坡，加之需求或受宏观经济形势影响，因此，站在2022年超600万辆的基础之上，预计2023年新能源汽车市场仍会保持增长，但增速将显著回落。

争夺“白色石油”

作为未来“白色石油”的锂，是能源转型的关键矿物，在多国被定义为战略性关键矿产资源，近年世界范围内对其展开的争夺也趋于白热化。

于清教表示，其实“锂资源焦虑”最早从2015年底就已经开始，业内的“抢矿潮”也一直都在。近年来，除上游资源企业外，下游车企、电池厂商等也开始下场抢矿。

在全球范围内，2021年以来，法国埃赫曼集团重启的阿根廷Centenario-Ratones盐湖项目，成为欧洲企业运营的第一个大型锂资源项目；矿业巨头力拓集团以8.5亿美元获得阿根廷Rincon盐湖项目，成为其又一重量级锂资源项目；紫金矿业(601899.SH)、华友钴业(603799.SH)等国内头部矿企，也纷纷斥巨资加入锂资源“争夺战”。

能源矿业研究员、智能矿山推

进会会长张立宽告诉记者，加拿大政府收紧对于外国企业投资该国关键矿产的安全审查。2022年11月初，加拿大即要求3家中国公司剥离对其相关锂矿商的股权投资。

同时，平安证券研报显示，2022年11月下旬，澳大利亚财政部部长吉姆·查默斯表示，澳是锂、稀土等能源转型关键矿物的主要供应国，鼓励盟友投资可以获得更多收益，因此未来将更加谨慎地为其关键矿产行业选择投资方。

张立宽还提醒道，在近日联合国《生物多样性公约》第15次缔约方大会(COP15)上，美国、加拿大、澳大利亚等7国正式结成“可持续关键矿产联盟”，该联盟对关键矿产材料的生产和购买制定更高的环境及劳工标准，并计划未来对锂、镍、铜、钴等领域实施同样标准。

五矿证券研报指出，全球分工正在由效率优先转向安全优先。从美国的《通胀削减法案》(IRA)到加拿大的《加拿大投资法》(ICA)，再到澳大利亚外国投资审查委员会(FIRB)的“零门槛审核”及南美三国关于“锂佩克”的讨论，世界锂资源供应体系的深刻变局已拉开序幕。

“中美博弈下，海外关键矿产投资的风险扰动将陡然增加。”五矿证券研报建议，对于中国锂资源的战略保供，首先要加大本土优质资源的勘探、开发力度，并为出海资源企业的股权、债权保驾护航，夯实“资源板”；其次要提高收率和生产效率、打开资源丰富度，重视“技术板”；此外，需同时培育规模化、模式清晰、高质量的循环回收生态。

中国石化锚定“双碳”目标 全力增强绿色能源供给

在碳中和背景下，面对我国“富煤、贫油、少气”的资源禀赋，全力增强绿色能源供给，加快全产业链绿色转型，已成为能源企业的重要之重。

2022年12月28日，中国石化江汉油田涪陵页岩气田焦页12号平台18口气井全部完井，投产气井16口，采收率达44.3%，一举创下我国页岩气开发平台井数最多、井组采收率最高两项纪录。自2012年底实现我国页岩气重大勘探突破，十年来，涪陵页岩气田累计缴纳税费82.94亿元，累计探明储量近9000亿立方米，产气532亿立方米。

涪陵页岩气田取得的勘探突破，是中国石化增强绿色能源供给的一个缩影。“十四五”期间，中国石化积极发展以“氢能供给、清洁供热、清洁能源供给”及“新能源业务与现有业务绿色发展相融合”“新能源业务与新科技新模式发展相融合”为架构的“四供两融”业务，努力为经济社会发展提供更安全、更洁净、更多元的能源保障。

页岩气“十年磨一剑”

21世纪初，页岩气革命推动美从能源进口国转变为出口国，一举改变世界能源和政治格局。中国具有“富煤、贫油、少气”的资源特点，长期是油气进口大国，页岩气的勘探开发对于当时的中国能源格局具有重要战略意义。中国石化积极承担起为国找气的责任，终于在2012年底，焦页1HF井成功试获20.3万立方米高产工业气流，至此，我国页岩气商业化开发的序幕被拉开。

我国页岩气藏与美国不同，地质条件更复杂、埋藏更深，开采难度大。中国石化从零起步，探索形成南方海相页岩气“二元富集”理论，创新集成以页岩气地质综合评价技术、开发设计与优化、水平井组优快钻井、长水平井高效压裂、采气工艺配套、绿色开发为主的六

大技术体系。同时，充分发挥全产业链优势，自主研发网电钻机、全电压裂机组等装备工具，打破国外技术垄断，关键设备全部实现国产化，有力支撑引领我国页岩气产业高质量发展。

中国石化江汉油田分公司副总经理路智勇表示：“开发初期，我们打一口井需要100多天。现在，在井深不断增加的情况下，气田目前平均钻井周期45天左右，钻井综合成本降低约50%，目前，我们的页岩气第三代钻井技术正在稳步推进。”

自2012年底实现我国页岩气重大勘探突破，十年来，涪陵页岩气田已累计探明储量近9000亿立方米，产气532亿立方米。

涪陵页岩气田开发区域位于长江、乌江交汇之处，是长江经济带上游重要的生态保护区。中国石化坚持贯彻长江大保护指示精神，坚持资源开发与生态保护并重，全面推行“减量化-再循环-再利用”清洁生产方式，构建企业自主监督、第三方监督、政府监督、社会监督“四位一体”环保监管机制，做到水体保护有效、废水重复利用、污水达标排放，率先投运国内页岩气产出水处理工程，废水处置合格率100%；坚持无害化处理、资源化利用油基钻屑，处理后的钻屑含油率在千分之三以下。

布局氢能一体化产业链

为加快构建“一基两翼三新”的产业格局，中国石化还抢抓氢能发展的重大战略机遇，把氢能作为公司新能源业务的主要发展方向，逐步培育并壮大氢能产供销一体化产业链，致力于打造“中国第一氢能公司”。

2022年3月，《氢能产业发展中长期规划(2021—2035年)》(以下简称《规划》)明确氢能是战略性新兴产业的重点方向，是构建绿色低碳产业体系、打造产业转型升级的

新增长点。《规划》为我国氢能中长期发展指明了方向。

中国石化顺应大势，适时提出氢能发展战略构想，提出打造“规模最大、科技领先的中国第一氢能公司”的目标，重点聚焦交通和炼化两大领域，远期目标是“成为世界领先的氢能公司”。

如今，中国石化距离这一目标更进一步。2022年12月7日，中国石化茂名石化氢燃料电池供氢装置成功产出99.999%高纯氢。该项目日产能达6400公斤，每年可向社会供应高纯氢2100吨。

中国石化方面表示，作为粤西地区目前唯一的供氢项目，该供氢中心为打通茂名、阳江、江门至佛山和广州等大湾区核心城市的“氢走廊”打下了坚实的基础。

上述项目一期配备3000立方米/小时氢气纯化装置和3000公斤/天加氢母站，生产出来的氢气将陆续供应佛山等大湾区城市，先期可满足当地氢能公交车的用氢需求。项目二期将适时再增加一台充装压缩机和两台加氢柱，可供应10个加氢站、满足约400辆公交车或物流车的用氢需求，助力粤港澳大湾区氢能产业快速发展。

在加快打造“中国第一氢能公司”目标的推动下，中国石化燕山石化、天津石化、齐鲁石化、青岛炼化、高桥石化、上海石化、广州石化、海南炼化及茂名石化在全国先后建成9个氢燃料电池供氢中心，引领我国氢能产业链高质量发展。

此外，镇海炼化是中国石化最大的炼化一体化企业，年产氢气能力约40万吨。中国石化方面提到，镇海炼化正加快推进加氢示范站二期项目建设，届时将打造成为浙江省大型的一体化加氢中心，进一步优化加氢充装工艺，改善氢能用户体验，丰富氢能源应用场景，推动华东乃至更大区域氢能源产业链持续完善，不断促进能源清洁低碳高效利用，奋力打造“世界领先、



涪陵页岩气田压裂工厂航拍

高科技、一体化”绿色石化基地。

根据中国石化的规划，“十四五”期间，其计划建成1000座加氢站，对氢能全产业链进行系统布局，让加氢像加油一样方便。在中国石化的规划中，加油站将逐步向“油氢电服”综合加能站转型。

践行绿色低碳发展

2022年是我国生物航煤开启规模化生产和应用的“元年”。2022年12月19日，中国内地使用可持续航空燃料的商业货运航班完成首飞。该航班使用的是中国石化镇海炼化生产的生物航煤，这是我国航空物流绿色发展上的重要实践与突破，为航空物流业深入推广可持续航空燃料应用奠定了基础。

中国石化方面表示，镇海炼化充分发挥中国生物航煤工业装置的产业带动力，推动生物航煤规模化生产。在首批次空客(中国)天津总装制造基地的基础上，相继在国内航线及国际货运航线投用，实现从制造基地到商业飞行、从客运航空到货运航空、从国内航线到国际航线的三层跨越，标志着我国自主研发生物航煤从规模化生产走向规模化应用，产业链

得到空前拓展和延伸。

多年来，中国石化一直积极践行绿色低碳发展战略。2009年，中国石化石科院成功开发出具有自主知识产权的生物航煤生产技术，利用中国石化镇海炼化下属生产基地改造建成一套生物航煤试验装置，推动生物航煤在2013年、2015年、2017年相继完成首次试飞、首次商飞和首次跨洋飞行，中国成为继美国、法国、芬兰之后第四个拥有生物航煤自主研发生产技术的国家。2022年5月，10万吨/年生物航煤工业装置在镇海炼化进行首批规模化试生产，并获全球RSB生物质可持续航空燃料认证证书。

中国石化方面表示，公司将继续在全国乃至全球范围内推动生物航煤全产业链的完善，引领带动全产业链向绿色低碳转型。

此外，在取得高质量的发展成果之时，中国石化还积极将经济社会发展同生态文明建设统筹起来。2022年12月13日，在《生物多样性公约》第十五次缔约方大会(COP15)第二阶段会议中国角边会活动期间，由世界可持续发展工商理事会、商业自然联盟、世界自然基金会等多家机构联合编制的

《企业生物多样性保护案例集》发布。其中，《中国石化：孕育生物多样性效益的园区建设》便详细介绍了中国石化孕育生物多样性效益的两个代表性企业案例：镇海炼化白鹭栖息地、燕山石化“达标排放的工业污水处理+湿地自然生态修复系统”生态型工业污水处理实践。

燕山石化从2017年6月开始对牛口峪水库进行升级改造，创新化工企业污水净化和重复利用的方法和理念，将污水处理厂打造成湿地公园，不仅实现工业污水达标排放，还涵养了生态环境。目前，湿地公园有野生鸟类140多种，珍稀鸟类50多种。国家一级保护濒危鸟类黑鹳也在此现身。

镇海炼化则立足整个生态系统，在厂区内部开展栖息地优化，构建核心区、拓展区和辐射区的“三区”生态，并将核心区面积从2200平方米提升至12000平方米。园区水质和空气质量良好，保留了天然食物链，拥有良好的生物多样性。2022年6月，中国石化正式上线全景式白鹭全球慢直播平台“i-EGRET”(爱白鹭网站)，让全球公众沉浸式地体验到人与自然、能源与环境和谐共生的生态之美。

广告

驱策创新

编者按/科技兴则民族兴，谋创新就是谋未来。党的二十大报告提出：“必须坚持科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力，深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略。”“加快实施创新驱动发展战略，加快实现高水平科技自立自强。”在时代风云不断变幻，困难和挑战日益增多的今天，我们比任何时候都更渴求科技和创新的引领和突破。

过去一年，我们感受到新冠病毒感染带给我们的各种不确定，体会到“后摩尔时代”的芯片等产业突破极限的困难，也看到互联网科技、消费电子产业增长的乏力和艰难蜕变。但我们更看到，芯片、面板等产业的自立自强，消费电子企业加大原始创新投入和积极向上突破，5G的逐步推开和各种工业、辅助机器人的蓬勃发展，各种线上消费、线上办公、直播带货的兴起，元宇宙发展虽有周折却火热依旧，AI作画、AIGC等各种新概念层出不穷……而所有这些正是理念、模式、技术、产业等的创新带给我们的发展机会。

元宇宙的今天和明天：应用加速和脱虚向实

文/本报记者 李玉洋

元宇宙在2022年依然火热，就连“元宇宙”(metaverse)这个词本身，也入选为2022年《牛津词典》的年度词汇。

2022年以来，无论是Roblox、Meta、微软等推出的各种产品，还是AR/VR(增强现实/虚拟现实)、脑机、NFT(非同质化通证)……元宇宙概念和产品层出不穷，元宇宙刮起的商业旋风，正从上游加速传导至下游，在细分的商业赛道上竞相落地。

而在元宇宙概念渐趋火热的同时，行业虚火也悄然产生，元宇宙风光无限之下也难掩泡沫之忧。事实上，元宇宙的产业生态尚未形成，概念本身也还处于讨论和争议之中。2022年，元宇宙行业发生了哪些标志性事件或创新之举？展现出什么样的发展特征？未来又会往哪些方向发展？《中国经营报》记者就此联系采访了众多的业内人士，把脉这个目前火爆概念的当下和未来。

从独唱走向大合唱

“如果说2021年是元宇宙元年，那么2022年就是元宇宙引起各界广泛关注的一年。”北京社科院研究院研究员王鹏表示，2022年以来，关于元宇宙的投融资不断增多，与之相关的上市公司的股价也在攀升。从一个新生技术或者新生事物角度来看，2022年是元宇宙发展中的关键一年，这一年元宇宙的概念开始向市场和大众普及。

中泰资本董事王冬伟也表示，经过2021年的概念落地和普及后，2022年毫无疑问是元宇宙相关产业迎来井喷式发展的一年，这体现在产业链、资本、企业等多个层面上。“从产业链看，内容和技术密集型企业已经成为搭建元宇宙概念的核心；资本市场也是风起云涌，



在2022年9月举行的中国国际服务贸易交易会上，工作人员现场体验奇妙的“元宇宙”。

视觉中国/图

2022年投资元宇宙事件层出不穷。此外，百度、阿里巴巴、腾讯等互联网大厂也纷纷展开深入布局。”他说。

行业发展，标准先行。2022年6月，首个元宇宙国际标准联盟——元宇宙标准论坛正式宣告成立，其由全球30多家科技巨头组成，不仅包括Meta、微软、英伟达等国际厂商，也有华为、阿里巴巴达摩院等中国企业的身影。

“元宇宙是当前数字科技的发展前沿，而数字科技领域是一个高度依赖共同标准的领域，因此，该标准联盟的成立让元宇宙的发展迈出了关键一步。而标准联盟的成立将推动相关应用场景落地，加快元宇宙产业链成熟的进程。”中国社会科学院数量经济与技术经济研究所副研究员左鹏飞表示。

“元宇宙应该被放到行业去看，每个行业都有自己的特点，元宇宙能提供的解决方案不尽相同。”亿欧咨询分析师车佳伟表示，比如文旅、教育、游戏等行业天然具备优势，盈利很容易，行业本身

商业模式很成熟，与元宇宙技术表现形式结合，会很容易适配。

而在中国移动通信联合会元宇宙产业委员会执行主任于佳宁看来，2022年元宇宙领域发生的标志性事件主要有：一是以冬奥会为代表的数字孪生技术的迭代和有效落地，二是虚拟数字人等应用场景不断拓展。

“在北京冬奥会中，VSS场馆系统成为了奥运历史上首次采用数字孪生技术来服务奥运会的运行设计平台，用孪生的虚拟三维世界辅助现实世界的运行。”于佳宁认为，数字孪生技术的完美应用，未来将彻底改变大型赛事组织方的运行规划模式，也将为元宇宙的发展提供更多的技术基础。

“2022年虚拟数字人产业迎来大爆发，无论是以虚拟主播、虚拟偶像为代表的身份型虚拟数字人，还是可替代诸多服务行业社会角色的身份型虚拟数字人，在企业和消费者层面的接受度都得到了很大提高，虚拟数字人的应用在更多场景进一步扩展。”于佳宁指出，虚拟数字人是人工智能

技术在元宇宙中的重要应用，也是元宇宙的重要组成部分。

值得关注的是，国内相关部门和各级政府也纷纷引导元宇宙赛道，出台了诸多支持元宇宙产业发展政策。

王冬伟说：“2022年3月30日，工信部印发了《推进工业文化发展实施方案(2021—2025)》，明确提出将筹建工业元宇宙服务平台。在工信部政策引领下，各地纷纷出台规划助力元宇宙产业的发展：4月，粤港澳大湾区首个元宇宙专项扶持政策出台；6月，上海市发布了《培育‘元宇宙’新赛道行动方案(2022—2025年)》，目标是到2025年，相关产业规模达到3500亿元。此后，武汉、北京、河南等地相继出台了未来几年推动元宇宙产业创新发展的实施方案。”

与此同时，产业界和民间也迅速作出了积极回应。2022年8月，两场全球性元宇宙大会分别在上海和北京召开；9月初，上海还举办了2022世界人工智能大会元宇宙博览会；10月28日，工业元宇宙协同发展组织在北京正式成立。

“元宇宙概念从科技互联网公司的独唱，到目前出现在多个城市的发展战略规划中，整个元宇宙在中国的走势，也跳出了国外偏重于消费互联网的小池塘，进入工业互联网的大视野，这种战略定位的提质意义重大。”互联网和游戏产业观察者张书乐说。

把元宇宙往“实”推

张书乐还指出，多地出台元宇宙支持或扶持政策，意味着这不是科技互联网公司的独角戏，而是要融入到更深层面，尤其是要做工业互联网概念下的工业元宇宙，这就和此前元宇宙大体只是泛娱乐的科技互联网生态，有了极大的分别。

2022年10月，微软宣布成立新团队“工业化元宇宙核心”，计划帮助客户创建新的软件界面，以操控发电厂、工业机器人和交通网络背后的工业控制系统。

如果说在Meta愿景中，元宇宙是一个3D虚拟世界，消费者可以通过虚拟现实和增强现实等设备畅游元宇宙，那么微软则认为，与其做沉浸的虚拟世界，不如让数字技术与现实工业结合，真正促进实体经济高效率发展。而微软从云计算、云服务等企业服务的赛道切入，正在构建自己的工业元宇宙或者工业元宇宙操作系统。

对此，张书乐表示：“元宇宙在全球消费互联网领域，都还处在游戏化的阶段，从Meta到BAT，更多还只是在试错和进行技术积累，还远没达到技术大爆炸和直面消费者层面的颠覆式体验阶段。但在工业互联网上，元宇宙驱动的数字孪生正在萌芽。而在国内，北斗系统和元宇宙概念之间的强联系也开始形成。”

王冬伟也认为元宇宙应从虚走向实。“在2022年，元宇宙领域的发

展业搭建设角度为元宇宙场景的最终形成打好基础，地方政府非常重视技术、应用场景建设。”他说，无论地方政府还是行业组织，都在往“实”的方向推动元宇宙相关产业的发展。

比如，上海市2022年6月发布的《培育“元宇宙”新赛道行动方案(2022—2025年)》中提出，要围绕城市数字化转型，打造50个以上垂直场景融合赋能的创新示范应用，推出100个以上引领行业前沿的标杆性产品和服务。

于佳宁表示，从发展状态上看，中国在元宇宙领域的整体进展相对稍落后于海外，部分硬件细分领域起步较晚；在元宇宙的场景化应用上，中国企业经验较为丰富，当下也已经开始持续发力。“元宇宙未来的发展，短时间内想要实现软硬件的大规模突破难度很大，但在某些特定领域会有一定发展，比如工业领域。”王鹏说。

据张书乐的乐观预测，工业互联网层面的元宇宙，距离真正意义的“商用”还有五到十年。

“从互联网发展趋势看，元宇宙发展上半场是消费互联网唱主角，下半场必然是工业互联网唱主角，再考虑到国家提出过‘中国制造2025’计划，所以，今后工业元宇宙一定会成为元宇宙发展的重中之重。”王冬伟说，目前国际环境已发生根本性变化，国家高层反复提出要将底层核心技术掌握在自己手中，元宇宙的底层技术包括软件和硬件两部分，我国在硬件芯片的制造上落后于发达国家，其实在工业软件和工业互联网领域，也同样如此。

“展望未来，相信国家会出台更多优惠政策，扶持深耕于元宇宙底层技术的企业，无论软件和硬件。相比之下，那些试图借元宇宙概念蹭热点的企业，发展空间将非常有限。”王冬伟表示。

C2 驱策创新

远大前程

商用三年半 中国5G发展迈向新征程

文/本报记者 谭伦

随着2022年落幕,中国5G建设也迎来了商用三年半的里程节点。

这三年半间,中国5G的部署一直领跑全球。工业和信息化部(以下简称“工信部”)发布的《2022年1—10月份通信业经济运行情况》显示,截至2022年10月末,国内5G基站总数达225万个,比2021年末净增82.5万个,占移动基站总数的20.9%,占比较2021年末提升6.6个百分点,中国5G基站数量占全球比例超70%。

《中国经营报》记者注意到,根据年初工信部所设定的目标,2022年国内5G基站建设的预期总数为200万座。这也意味着,目前我国5G基站部署已提前完成全年目标,规模持续称雄世界。

与此同时,我国三大运营商移动电话用户总数达16.82亿户,较2021年末净增3947万户。其中,5G移动电话用户达5.24亿户,比2021年末净增1.69亿户,占移动电话用户的31.1%,占比较2021年末提升9.5个百分点。截至2022年9月,中国5G用户数占移动用户总数的30.3%,占全球60%。

此外,在最受产业关注的5G应用领域,我国也已进入规模发展黄金时期,5G正在工业、医疗、教育、交通等多个行业领域发挥赋能效应,形成多个具备商业价值的典型应用场景,已覆盖国民经济97个大类中的40个,5G应用案例累计超过2万个。

正如中国电信首席专家、中国电信研究院专家委员会主任毕奇评价,中国已成为世界上最大的5G部署国。与过去换代部署节奏相比,5G商业化进程及用户数字增长在加速。

网络共建共享 规模引领全球

运营商既是中国5G发展的受益者,也是中国5G建设的领军者。5G商用三年半以来,包括中国移动、中国电信、中国联通以及中国广电在内的四大运营商通过共建共享,降低网络基础设施建设

和运维成本,不断推动我国5G建设迈向新的里程碑。

中国电信在最近的2022年第三季度财报会上公布了最新建设数据。目前,中国电信已携手中国联通累计开通5G共享基站99万站,实现了重点乡镇基本连续覆盖。且在共建共享的基础上,开通4G共享基站155万站。

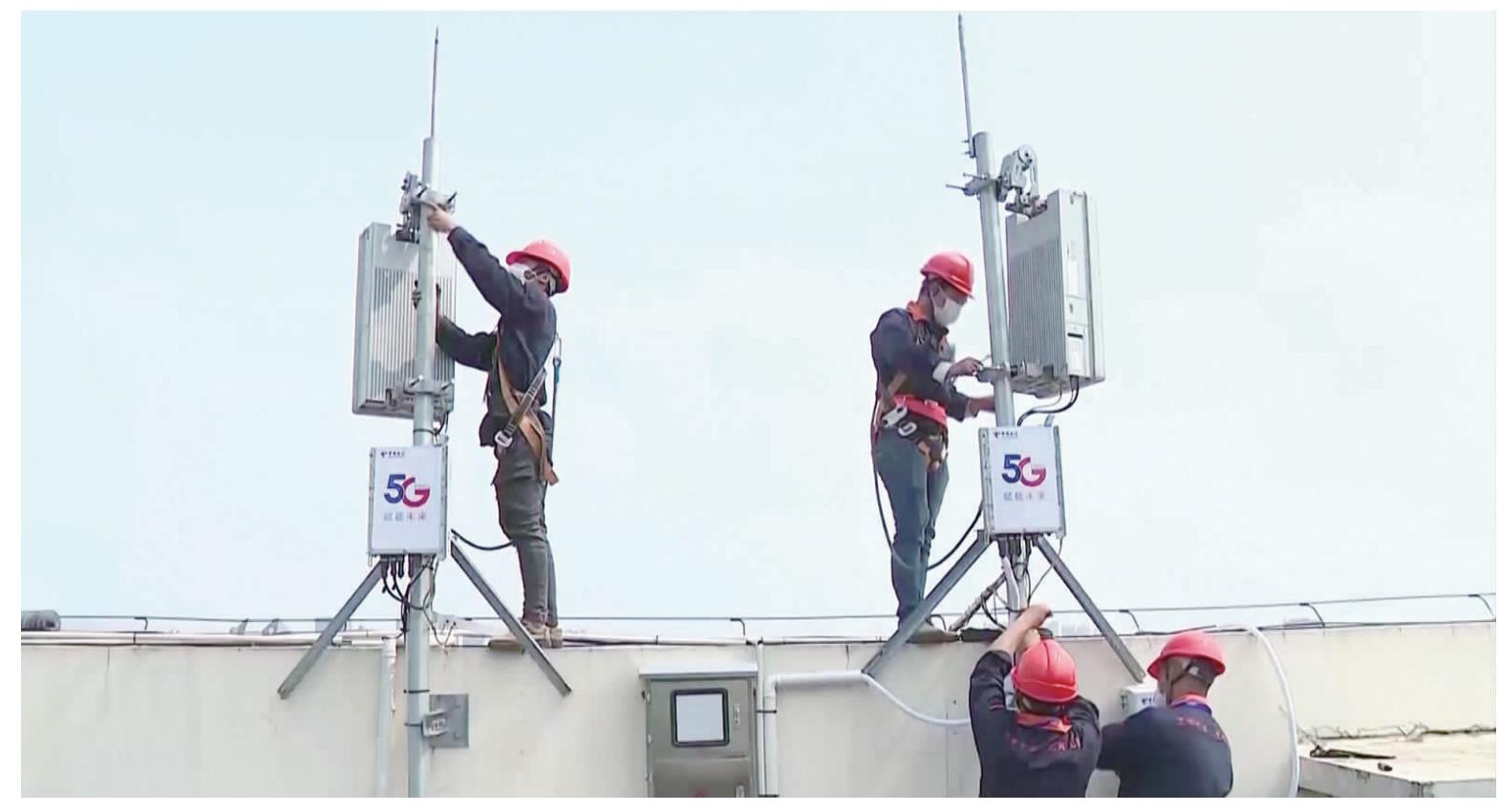
而作为我国2.6GHz与4.9GHz频段覆盖的主要承建者,中国移动则一直深入推进与中国广电的5G网络共建共享,着力打造700MHz基站。截至最新统计,中国移动5G基站已开通量累计超过127万站,其中中国移动与中国广电已共建共享5G基站85万个。

值得注意的是,2022年6月,中国广电5G正式放号,并在全国31个省市区全面开通5G网络服务。中国广电董事长宋起柱表示,当前中国广电5G已从规模建设期走向运营发展期。在网络建设方面,中国广电实际可用4G、5G基站总量达360万个,迎来了中国广电新的发展阶段。

在此背景下,我国5G网络支撑能力迎来跨越式发展。中国信通院发布的《中国宽带发展白皮书2022》显示,目前全国5G基站密度为15.7个/万人,达到2021年同期的1.9倍,北京、上海、天津、浙江5G基站密度突破20个/万人。同时,我国5G移动电话用户规模也居全球首位。

此外,共建共享也大幅节约了运营成本,实现了产业高质量发展。以中国联通与中国电信4G/5G网络共建共享为例,据统计,双方累计节约投资2400亿元,每年节约运营成本超200亿元、节电超100亿度、降低碳排放600万吨,产生了巨大的经济和社会效益。

“5G等新型基础设施具有显著的乘数效应,在扩大有效投资、增加有效供给、稳定经济增长等方面的作用巨大。”工信部副部长张云明在日前举行的2022中国信息通信大会指出,未来将加快基础设施建设,进一步畅通经济社



中国已成为世界上最大的5G部署国。

视觉中国/图

会信息“大动脉”。

应用生态壮大 场景渐趋丰富

不同于4G,5G具有大带宽、低时延、广连接的三大特性,自诞生之初起就令业界对其将在行业领域发挥的巨大作用抱以期待。而随着5G商用进程加速,工业、能源、医疗、教育、交通等场景中已经有了越来越多的5G应用。

据中国信通院不完全统计,在全球范围内已经开展的应用试验或落地部署达644项。而截至2022年9月,我国5G商用案例同比增速超百分之百,较前两年总和翻番,5G专网业务收入超过20亿元,同比增长140%,5G带动数字化信息通信服务相关收入超过250亿元。

在业内看来,政策起了最好的先导作用。2021年7月,工信部联合九部门印发《5G应用“扬帆”行动计划(2021—2023年)》,重点推进5G在工业互联网、金融、教育、医疗等15个行业的应用。为了更好地推进文件落地,加快5G规模

化应用,全国多地相继出台针对性政策,5G的赋能作用逐步凸显。

公开信息显示,目前我国5G在行业应用中呈现“多点开花”的特征。《5G应用创新发展白皮书(2022年)》指出,工业互联网、智慧矿山、智慧医疗、智慧港口等行业已进入快速发展阶段,文旅、物流、教育等行业正在探寻行业用户需求,明确应用场景,开发产品并形成解决方案。智慧城市和融合媒体等行业需求正在逐步清晰。金融、水利等行业正在积极进行技术验证。

“2022年5G应用发展处在规模复制关键期。我国5G应用在部分行业已开始复制推广,且今年(即2022年)已有近4000个项目实现解决方案可复制,相比去年(即2021年)增长113%。”白皮书指出。

中国信通院对5G行业应用发展的问卷调研显示,八成企业认为5G应用能提质降本增效,提升安全可靠性。5G已成为支撑我国行业转型升级的重要驱动力,助力企业在提质增效、节约成本、提升安全可靠性、节能减排等

方面实现突破。

挑战机遇并存 应用仍是焦点

虽然建成了全球最大的5G网络,但专家指出,我国5G在覆盖的广度和深度上仍需要进一步提升。目前,我国5G建设还处于规模建设阶段,仍将坚持适度超前的建设原则,实现以建促用,建用结合。

中国工程院院士邬贺铨认为,目前我国5G基站的数量还不到4G基站的三分之一,因此5G基站的建设距离完备尚有距离。根据工信部制定的计划,2025年我国要有80%的行政村能通5G,因此未来5G的一个重要发展方向是继续完成覆盖。

据工信部信息通信发展司司长谢存在2021年底的“十四五”信息通信行业发展规划新闻发布会上介绍,在已经建成全球规模最大的光纤和移动宽带网络基础上,“十四五”时期我国力争建成全球规模最大的5G独立组网网络,力争每万人拥有5G基站数达到26

个,实现城市和乡镇全面覆盖、行政村基本覆盖、重点应用场景深度覆盖,其中行政村5G通达率预计达到80%。

与此同时,根据2022年初工信部制定的计划,进一步扩大和丰富应用场景,做好推广和引领示范,将是未来我国5G发展的一项重要内容。

2022年9月,工信部组织编制印发了《5G全连接工厂建设指南》。文件提出,“十四五”时期,主要面向原材料、装备、消费品、电子等制造业各行业以及采矿、港口、电力等重点行业领域,推动万家企业开展5G全连接工厂建设,建成1000个分类分级、特色鲜明的工厂,打造100个标杆工厂,推动5G融合应用向纵深发展。

在邬贺铨看来,从长远观察,我们应对5G的未来充满信心,特别是当前我国正在大力发展数字经济。随着5G和实体经济各行业的融合程度加深,5G将促进各类要素资源的优化配置,产业链和价值链融会贯通的优势和潜力会进一步显现。

手机行业韧性成长 折叠屏手机逆势飞扬

文/本报记者 陈佳岚

2022年,智能手机市场在等待着复苏。根据国际数据公司IDC发布的最新数据预测,全球智能手机市场的复苏周期将更为漫长,预计2022年出货量将下降9.1%,并且较此前的预测下降2.6%,这意味着全球智能手机出货量水平还将倒退。与此同时,市场调研机构Counterpoint的市场展望分析显示,2022年智能手机出货量较先前预测调低至12.4亿部,2022年手机换机周期将达历史最长,为43个月。

2022年是手机行业面临多重挑战的一年,同时业界也看到了高端产品给市场带来的希望和更多可能性;以国内手机终端厂商为主的安卓高端阵营正在逐步缩小与苹果为代表的高端iOS阵营的差距;折叠屏手机在寒冬中逆势而起;国产手机厂商开始更加注重底层技术创新,并在芯片、系统级创新上持续加大投入。

高端市场逆势上扬 安卓阵营缩小与苹果差距

过去一年,尽管智能手机市场寒风凛冽,但高端市场受到的影响却有限。

以2022年第二季度(Q2)为例,Counterpoint提供的数据显示,全球高端智能手机(批发价大于等于400美元)的平均销售价格(ASP)同比增长了8%,达到了Q2创纪录的780美元。

此外,从IDC发布的第三季度数据也可看出,虽然中国智能手机

市场整体呈现低迷状态,但600美元以上高端市场受到的影响较小,整体份额达22.4%,同比增长1.9%,环比同样增长2.3%。

IDC表示,得益于多个品牌多款新品集中上市,处于高端市场的折叠屏手机保持了高速增长趋势。CINNO Research数据显示,2022年第三季度中国市场折叠屏手机销量同比增长114%,前三个季度国内折叠手机销量均高于上年同期。IDC的数据则显示,2022年第三季度,国内折叠屏手机出货量超过了100万部,同比增长约246%,创下了有史以来最大的单季出货量。

从出货量的增幅来看,折叠屏手机有望进一步普及开来。2022年,也被业内视为折叠屏手机的规模化元年。

除了市场销量带来的惊喜之外,这一年,也是折叠屏手机产品突破的一年。

在产品形态上,除了传统的横向折叠之外,市场上出现了越来越多的竖折方案折叠屏手机。2022年8月,三星Galaxy Z Flip4竖向折叠屏手机发布;11月,华为推出了其第二款竖折折叠屏产品华为Pocket S;12月,OPPO也发布了其首款竖折折叠屏产品Find N2 Flip。而小米、vivo研发的首款竖向折叠屏智能手机已经在路上。

关于折叠屏的未来发展,OPPO产品经理周意保对记者表示,可以参照友商在海外的情况。在海外折叠屏手机出货已达千万部,小折叠(竖向折叠)和大折叠(横向折叠)产品的比例是2:1;国内

疲软智能手机市场的一抹亮色。折叠屏手机正在成为多家手机厂商争夺的一个焦点。

IDC表示,得益于多个品牌多款新品集中上市,处于高端市场的折叠屏手机保持了高速增长趋势。CINNO Research数据显示,2022年第三季度中国市场折叠屏手机销量同比增长114%,前三个季度国内折叠手机销量均高于上年同期。IDC的数据则显示,2022年第三季度,国内折叠屏手机出货量超过了100万部,同比增长约246%,创下了有史以来最大的单季出货量。

从出货量的增幅来看,折叠屏手机有望进一步普及开来。2022年,也被业内视为折叠屏手机的规模化元年。

除了市场销量带来的惊喜之外,这一年,也是折叠屏手机产品突破的一年。

在产品形态上,除了传统的横向折叠之外,市场上出现了越来越多的竖折方案折叠屏手机。2022年8月,三星Galaxy Z Flip4竖向折叠屏手机发布;11月,华为推出了其第二款竖折折叠屏产品华为Pocket S;12月,OPPO也发布了其首款竖折折叠屏产品Find N2 Flip。而小米、vivo研发的首款竖向折叠屏智能手机已经在路上。

关于折叠屏的未来发展,OPPO产品经理周意保对记者表示,可以参照友商在海外的情况。在海外折叠屏手机出货已达千万部,小折叠(竖向折叠)和大折叠(横向折叠)产品的比例是2:1;国内

大折叠手机整体会比小折叠手机多很多,相信这两者未来会慢慢走向1:1的比例。另外,据国金证券预测,2025年以及2026年全球的折叠屏手机市场会突破5000万部。

为了保证折叠屏产品的品质和体验,各家终端厂商不断攻坚技术难题。

例如,荣耀在折叠机Magic Vs上更新了铰链技术,从92个零部件下降到只有4个;华为发布的Pocket S则宣称采用多维联动升降水滴铰链,解决了折叠状态下的机身缝隙问题;vivo X Fold+采用了六重航天级材料,对于提升屏幕平整度、手机折叠寿命提供了有力帮助;而OPPO为了减轻Find N2的重量,采用航天级MIM超韧合金以及“黑色黄金”多层次碳纤维材料作为屏幕的支撑骨架,使最新机型的重量降至233g。

周意保表示,折叠屏和直板手机在相当长时间内会共存。如果直板机是家用轿车,大折叠手机就是SUV,在办公效率等方面有直板机无法得到的体验;小折叠手机更像Mini cooper、911跑车,非常时尚。

当前,几乎所有的安卓厂商都将折叠屏手机作为冲击高端市场的重要抓手,寄望通过这一创新产品与苹果在高端市场形成差异化竞争,打开市场空间。

展望未来, IDC中国指出,短期内来看,智能手机发展难有大的创新突破。但是厂商会加强与供应链的深度合作,推出更多定制化产品,尽可能吸引消费者。例如,新形态的折叠屏手机市场仍将保

持快速增长。

勇闯深水区 芯片、系统进一步落地

2022年,也是几家主流国产手机厂商的自研芯片技术纷纷开花结果的一年,小米12S Ultra同时搭载了自研电池管理芯片澎湃G1与快充自研芯片澎湃P1。努比亚红魔游戏手机7内置独立游戏芯片红芯1号。OPPO Find X5 Pro搭载了自研的马里亚纳X芯片。

vivo在2022年一年内分别推出了V1+、V2两款自研芯片,与此同时,在X80系列、X90系列搭载了自研芯片V1+、V2;而OPPO也发布了其第二款自研芯片马里亚纳MariSilicon Y,在影像芯片之外,继续将芯片需求痛点瞄向了音频领域。上述做法的背后是企业满足消费者对高品质音频体验的期待和实践。

除了芯片之外,过去一年,国内安卓手机厂商也不约而同对操作系统、中间件等底层软件技术加大投入,从底层系统入手,寻求更多的差异化竞争优势。

荣耀将操作系统的研发重点放在了系统的兼容性上,并借助四大核心技术“Magic Ring信任环、Magic Live智慧引擎、Turbo X系统引擎、Magic Guard”实现了传统操作系统下的闭环体验。OPPO发布了面向未来的智慧跨端系统潘塔纳尔;OS底层改造已被列入vivo要建立的第二大战略控制点,vivo从计算、存储、显示三个维度深度定制和改造OriginOS的内核,目前

OS团队约有3000人。

vivo执行副总裁、首席运营官胡柏对记者表示,高端突破必须在长期赛道上坚持投入,没有捷径可走。高端突破本质上是不断种“因”,vivo通过底层技术创新,让高端用户看到vivo在OS、芯片等底座上的实力,从而逐渐实现让消费者认可、喜爱vivo的品牌的“果”。

在整体市场环境不佳、消费电子行业出现创新瓶颈的大背景下,中国手机品牌并没有停下创新的步伐,而是选择持续深耕核心技术,继续在新方案、新概念、新技术、新系统和软件上寻求新的突破方向。

“今天的竞争变成资金密集型、技术密集型、人才密集型的重资源投入竞争,门槛越来越高,风险越来越大,大投入和技术趋势的多变,必须让竞争着眼长远,提前布局,才能确保投资的确定性。”胡柏山表示。

OPPO产品创新团队负责人李明阳对记者说道,虽然现在手机行业有一个名词叫“卷”,中国的手机市场厂家特别卷,但其实还有另外一个现象,每个用户都希望有更好的产品,永远去追求最好的产品。“从这个角度看,不是说这个行业做得很好了,而是这个行业创新或者满足用户需求的东西还是做得不够的,这也是推出折叠机等新形态产品的原因,某种意义上讲也是为了满足用户更高层面需求的问题。所以创新其实不是说停止了,而是还不够,我们应该尽快寻求一些突破,用户追求更好产品的愿望是永远没有改变过的。”

远大前程

驱策创新 C3

落地加速、新赛道涌现

中国工业机器人迎发展机遇期

文/本报记者 曲忠芳 李正豪

近日，国际机器人联合会（IFR）发布的2022年世界机器人报告显示，全球制造业机器人密度在2021年的平均值为每万名员工141台工业机器人，中国则以每万名员工322台工业机器人的密度跻身世界第五位。工业机器人密度是衡量制造业自动化程度的关键指标，2021年全球制造业自动程度最高的5个国家分别是韩国、新加坡、日本、德国和中国。美国的工业机器人密度在2021年为每万名员工274台，排名第九。

机器人被誉为“制造业皇冠顶端的明珠”，其研发、制造、应用是衡量一个国家科技创新和高端制造业水平的重要标志。自《“十四五”机器人产业发展规划》擘画了产业蓝图以来，我国机器人产业发展进入快车道。

在前不久举行的“2022高工机器人年会”上，高工机器人董事长张小飞介绍说，预计2022年中国工业机器人整体销量将达30.3万台，同比增长约16%，相比2021年近54%的全年增速有较大下滑。国产企业工业机器人销量达13.2万台，同比增速高于行业整体水平，国产工业机器人市场占有率保持在约40%的水平。

《中国经营报》记者从产业上下游了解到，受多种因素叠加影响，机器人产业增长在2022年受到一定程度影响，增速相比较2021年放缓，但产业上下游在技术突破、国内外市场拓展方面积蓄力量，不仅应用的广度及深度进一步加强，而且新兴细分赛道兴起。高工机器人方面预测，2023年中国工业机器人产业增长速度在20%~25%之间。

2024年市场规模预计超110亿美元

据IFR综合调研数据测算，预计2022年全年，中国工业机器人市场规模将达87亿美元，到2024年这一数字有望超过110亿美元。

中国银河证券研究院在研报中认为，推动工业机器人发展的三大底层驱动因素，包括人口结构改变、用劳用工成本的增加以及下游应用产业的突出需求。工业机器人产业链主要由零部件（上游）、机器人本体（中游）、系统集成（下游）以及行业应用等几个环节组成。在成本结构中，上游技术壁垒较高的核心零部件占比较高，伺服系统、控制器与减速器成本占比超70%，其中减速器占到一半，本体制造约占15%。近年来，随着工业机器人、高端数控机床等智能制造领域的快速发展，谐波与RV（旋转矢量）减速器已成为高精密传动领域广泛使用的精密减速器。随着国家对智能制造领域的大力投入，我国核心零部件的研究领域取得了一定成效，涌现出了一批快速进步的精密减速器制造企业，它们作为工业机器人产业链上的关键，或将带动工业机器人产业链一起再次成长。

无锡数字经济研究院执行院长吴琦指出，发展机器人产业有利于打造我国制造新优势、推动工业制造业转型升级，对于打造制造强国、改善人民生活水平具有重要意义。随着我国人口老龄化程度的逐步加深，制造业成本不断增加，制造的各个环节都将用到工业机器人，而这将有助于解决劳动密集型企业用工难的问题。

记者从上奇产业通平台获悉，2022年以来，包括上海、北京、浙江、江苏、广东、福建、山东等经济大省纷纷依托机器人产业进行制造业转型升级，推出了一系列鼓励支持机器人产业发展的政策及举措，比如高端产品服务认证奖励、典型应用场景征集、举办相关技能大赛等等。与此同时，机器人概念股也受到海内外行业机构的关注，近期被机构调研的A股上市公司，重点集中在机械设备、医药生物、电子、电力设备等行业，其中包括埃斯顿（002747.SZ）、拓斯达（300607.SZ）等工业机器人企业。

在“2022世界机器人大会”期间，工业和信息化部副部长辛国斌表示，机器人产业正迎来一个创新发展、升级换代的重要机遇期。中国机器人产业的应用广度深度加速拓展。“机器人+”行动稳步实施，应用领域加速拓展，助力各行业数字化转型、智能化升级，传统行业应用不断深入。工业机器人已在60个行业大类、168个行业中类得到应用，广大企业持续深耕细作并逐步迈向高端应用市场。以工业机器人为核心的智能制造系统已成为制造业数字化转型的重要内容。

新兴赛道涌现 产业图景扩大

在市场规模持续增长的同时，记者注意到，工业机器人涵盖众多细分赛道，随着应用场景的加深与拓宽，细分赛道也在持续扩充，《“十四五”机器人产业发展规划》提及，工业机器人包括焊接机器人、真空（洁净）机器人、民爆物品生产机器人、物流机器人、协作机器人、移动操作



在2022年8月举行的“2022世界机器人大会”上，参观者在观看机器人表演。

中新社/图

机器人等。这些细分领域已吸引了众多大厂与投资机构的关注与加入，相关参与力量也逐步向产业化发展。由此，推动工业机器人产业全景图进一步拓展丰富。

高工机器人产业研究所所长卢瀚宸告诉记者，协作机器人作为工业机器人的补充，虽然诞生时间不长，但无疑是当前最热的赛道之一。从发展前景看，协作机器人可以满足工业和服务多个场景的应用需求，具备广阔的发展前景。该领域内，国产与外资厂商的技术差距逐渐缩小，并且在国内市场，国产厂商的份额占比在70%左右，目前处于快速发展阶段。

就在2022年7月下旬，国家级专精特新重点“小巨人”企业节卡机器人完成了D轮约10亿元人民币融资交割，成为协作机器人领域融资轮次最多、融资规模最大的企业。节卡机器人副总裁常莉在接受记者采访时指出，协作机器人目前仍是一片蓝海市场，未来的增长动力来源于多方面，包括非结构化生产环境

催生需求、用工成本增加对自动化设备替代人工的迫切需求等。

除了协作机器人之外，人形机器人、四足机器人、外骨骼机器人等新兴领域同样获得产业界及投资界甚至社会大众的关注与期待。2022年10月初，特斯拉推出了旗下首款人形机器人Optimus原型机。按照特斯拉方面的规划，第一批产品主要用来自填补劳动力缺口，执行那些危险、无聊、重复和人们不愿意做的工作。而在特斯拉之前，国产厂商科大讯飞（002230.SZ）、优必选科技等已开始在此领域布局。2022年上半年，包括程天科技、英汉思动力、傅利叶智能等多家外骨骼机器人相关企业纷纷完成了新一轮股权融资。俗称为“机器狗”的四足机器人，同样开始走出实验室，进入商业化场景中发挥作用。据云深处科技负责人透露，2022年7月其与宝钢股份达成合作，旗下四足机器人将被应用在皮带机通廊巡检工作中，另一家宇树科技方面则介绍称，其产品瞄准B端应用场景集中于工厂巡检、园区安

防、勘探救援、快递物流、科研教育等，而C端主要是娱乐酷玩、陪伴看护等。

《“十四五”机器人产业发展规划》提出的发展目标是，到2025年，我国成为全球机器人技术创新策源地、高端制造集聚地和集成应用新高地。一批机器人核心技术和服务产品取得突破，整机综合指标达到国际先进水平，关键零部件性能和可靠性达到国际同类产品水平。机器人产业营业收入年均增速超过20%。形成一批具有国际竞争力的领军企业及一大批创新能力强、成长性好的专精特新“小巨人”企业，建成3~5个有国际影响力的产业集群。制造业机器人密度实现翻番。到2035年，我国机器人产业综合实力达到国际领先水平，机器人成为经济发展、人民生活、社会治理的重要组成部分。

中国银河证券研究院在研报中指出，在核心零部件厂商不断进步的过程中，机器人上下游产业链协同发展，互惠共赢、增厚盈利的成长期将不日到来。

互联网大厂“数实融合”成效渐显

文/本报记者 李静

“数实融合”之下的数字化是一场波澜壮阔的变革，是护航实体产业“穿越风浪”的重要抓手。

我国“十四五”规划纲要和《“十四五”国家信息化规划》中都明确提出，要加快数字经济、数字技术的发展，进而推动整个数字中国建设进程的加速。

互联网公司是数字经济的主力军，近几年各大互联网公司积极响应党和国家的号召，从向消费者服务为主，拓展至助力实体经济的数字化发展。从三一重工、国家电网、宝钢股份等行业龙头的数字化转型，到广布全国的中小企业的数字化实践，不少都能看到来自腾讯、阿里、百度、京东等众多互联网企业的身影。

《中国经营报》记者了解到，截至2022年底，腾讯We-Make工业互联网平台连续三年入选国家级双跨平台，服务42万家制造企业、覆盖26个行业、开放超过4900个工业APP、设备连接数量297万台；百度智能云已经与汽车、电子、能源电力、钢铁、化工、水务等超过22个行业的300多家标杆企业建立合作，并且为超过18万家工业企业提供服务；京东的“三网通”供应链体系已经服务了超过800万家活跃企业客户。

将业务从To C拓展至To B，互联网企业探索着属于各自的实现路径；在助力实体经济，

助推数字中国建设时，互联企业也给自己新添了一条增长曲线。

角色转变

当互联网从To C行业巨头转变为To B的数字化赋能者时，无论是用户、业务，还是经营思路都发生了巨大变化，特别是To C和To B业务从技术研发到产品销售和售后服务都有大不同。

例如过去百度的业务主要面向C端消费者，所以此前的研发资源集中在北京、上海、深圳这些一线城市，但服务于企业的百度智能云开始进入工业领域的时候，负责百度智能云业务的百度副总裁李硕发现：“研发资源只覆盖这几个城市是不够的。工业企业董事长或者企业家有一个心理上的距离——我的供应商应该在我的50公里范围之内”。为了拥抱行业的这个特点，这两年百度将运营下沉，陆续在很多工业园区附近建百度智能云的平台，来快速得到客户信任。

虽然京东是从实体中长出来的企业，但客户群从C端消费者变成B端企业或G端地方政府，向客户售卖的东西从商品变成了解决方案或者系统软件，在经营理念、销售策略上和To C的业务完全不同，这对京东来说也带来不小的挑战。

京东零售云供应链优化团队负责人王旭东表示：“企业服务的挑战来自两个方面：一方面是客户资源，另一方面是打磨产品。To B业务对京东来说是一

个新业务，在客户资源积累方面不如To C业务；另外，To B业务开展时需要不断地在企业之间寻找可以合作的机会点，需要不断地加深团队成员的专业性，更需要不断地打磨我们的产品。”

在过去几年的探索过程中，腾讯投入到非常多的行业做数字化解决方案，由于扩张的步伐太快，最终也影响到了整个To B业务的利润率。

“过去从项目最早的对接，到产品的研发以及后期的交付和售后，一揽子全部都是腾讯自己做。2022年开始，腾讯只保留自己从事核心研发工作，研发之后由服务于不同行业的合作伙伴来负责交付给具体行业的具体企业。”腾讯集团高级执行副总裁、云与智慧产业事业群CEO汤道生曾在接受记者采访时如是说。

自我调整

在中国互联网公司中，百度是最早开始探索业务转型的企业之一。如今，百度智能云正在成为百度的第二条增长曲线。2022年第三季度百度非在线营销收入为人民币65亿元，同比增长25%，主要受云及其他AI驱动业务的推动。百度方面表示，新冠病毒感染给云业务的落地推进带来挑战，但智能云依旧保持了积极健康的增长势头，营收同比增长24%。

2022年百度智能云做了一个重要的动作——从低利润率项目转移到高利润项目。

而腾讯在产业互联网上的

转型其实和业务的健康发展有关。改变过去追求收入规模的做法，主动砍掉一些利润率不高的业务，同时基于自主研发产品做集成的工作，对于腾讯来说利润也更好。

“2022年CSIG（腾讯云与智慧产业事业群）是在健身，让我们的肌肉更扎实。”汤道生说，“我宁愿做一个150斤的强壮个体，也不想要200斤的虚胖。之前追求收入规模的做法，其实不一定适合腾讯。”

在2022年第三季度，腾讯来自金融科技及企业服务的收入达到448亿元，占总营收的32%，超过了游戏收入。腾讯金融科技及企业服务收入已经连续六个季度占总收入比重超30%，成为腾讯第一大收入来源。

与腾讯有所不同的是，京东则是围绕供应链大力度投入，推进从单点到链网融合的产业链链接，促进整个供应链产业链提质增效。

起初，京东以自营零售的方式赋能实体。后来，随着业务范畴扩大至物流、科技、自有品牌等，京东打造出并不断完善货网、仓网、云网“三网通”的供应链基础设施及解决方案，在服务于实体经济中创造价值。

京东零售CEO辛利军认为：“供应链不仅是实体经济重要的组成部分，数智化社会供应链更会在实体经济发展中发挥独特的价值。”

融入产业

全国工业百强区江苏泰州

海陵区有上万家企业，当地正在以新能源产业园为起点逐步推进“零碳城市”的建设。对零碳园区管理者来说，亟须建立一个可以全面收集、分析、管理各类能源数据的统一平台。腾讯发挥在云计算、大数据和物联网等方面的技术优势，携手港华能源共同打造了“港华智慧能源生态平台”，该平台能够打通园区内各企业的用能数据，通过智慧管理系统进行数据分析，从而对整个园区的用能进行精准调配，最大程度地实现降碳。目前该平台已经在泰州海陵区顺利上线。

这是如今腾讯在产业互联网中的一个典型案例，围绕千行百业的数字化需求，腾讯选择和生态伙伴一起深度合作共同发展。

“腾讯今天很清楚，我们要做平台软件厂商，所以我们所做、我们所打造的是有技术含量的产品，以产品作为积累的载体，随着时间推移，通过服务于不同行业客户，凝练出来行业信任，一些可靠的能力就会慢慢展现出来。”汤道生说道。

京东以链网融合为核心织起的“三网通”供应链体系，服务了超过800万家活跃企业客户，为医疗、制造、能源等领域的企业提供专业供应链服务。2022年11月，京东自有品牌还启动了产业带“百大质造工厂计划”。

京东集团高级副总裁、京东自有品牌业务负责人王笑松表示：“我们是通过产品定义的数字化、生产制造的智能

化、库存管理的线上化以及渠道销售的精准化，进而推动制造业供应链的全流程现代化，帮助产业端降本增效提质的同时，为消费者带来更好的产品和服务体验，把供应链打造成价值链。”

百度智能云则是形成了一套“芯片—框架—大模型—行业应用”的智能化闭环路径，构建端到端的解决方案。李硕曾对记者解释道：“百度智能云一开始就是单纯贩卖数字化产品。在和企业谈合作时往往以解决具体的问题为导向、以帮助制造业降本增效为主要抓手去提供解决方案。”

百度智能云产品的诞生基本上有两条路径：第一条产品路径是通过帮助一家企业解决一个问题，进而形成一个行业通用的云上解决方案，让更多的企业可以使用。第二条产品路径是把一个园区、一个区域汇集的共性需求进行解决来形成通用的解决方案。这种模式对百度而言，意味着有足够的订单能够支撑百度的投入产出比。对于园区、区域的中小企业，意味着他们可以“用云不建云”，虽然投入不多但也可以享受到“区域定制”的云端解决方案。

对于工业领域的数字化，李硕认为，绝对不会出现一家通吃的情况，所以百度智能云选择开放平台，和OT（运营技术）厂商、工业软件厂商一起合作帮助企业完成数字化。

2022年全球游戏玩家达32亿 版号发放重振行业信心

文/本报记者 许心怡 吴可仲

在过去的2022年,游戏行业面临来自新冠病毒感染后时代的变化:宅经济红利减少、全球宏观经济震荡、供应链中断……

在国内,国产游戏版号时隔8个月重新发放。近期,进口游戏版号也在停发一年多以后重启。尽管整体数量上较往年有所减少,不过,信达证券传媒互联网及海外首席分析师冯翠婷认为,游戏版号常态化后供给稳定,游戏板块估值有望重回2021年8月前位置。

游戏技术及其背后的潜力在过去一年也被频频提起,一定程度上修正了游戏在舆论中的形象。华鑫证券传媒新消费首席分析师朱珠对《中国经营报》记者表示,尽管技术不断迭代,但对游戏产品而言,做好内容才是核心,技术门槛可以通过资金投入拉平。

全球玩家达32亿

近日,市场调研机构Newzoo发布的《2022年全球游戏市场报告》(以下简称《报告》)显示,2022年全球游戏玩家达到32亿,预计为游戏市场创造1968亿美元收入,同比小幅增长2.1%。

其中,移动游戏是增长的主力。2022年来自移动市场的收入预计达到1035亿美元,占全球游戏市场的53%,同比增长5.1%。PC游戏与2021年基本持平。《报告》显示,来自数字版/盒装PC游戏的收入同比增长1.6%,将达到381亿美元,占全球游戏市场的19%。

2022年主机游戏的收入将同比下降2.2%至529亿美元,占全球市场的27%。《报告》分析认为,PC游戏市场增长几乎停滞,主机游戏市场开始下滑的原因有:尽管新冠病毒感染初期给游戏行业带来宅经济红利,但也给游戏创作带来挑战;供应链中断、半导体芯片短缺仍然影响GPU和其他PC部件的供应。至少到2023年底,这一局面仍难以得到扭转。

不过,不同游戏平台的发展情况也体现在不同的地区上。

北美游戏市场在2022年同比略微增长0.5%,达到513亿美元;而欧洲市场则微降0.03%,跌至341亿美元。这些地区仅能依靠移动游戏市场的强劲增长以及PC游戏市场的小幅增长,来缓冲整体市场的急剧下滑。

以移动游戏为主要驱动力的地区将实现稳健增长。2022年,中东和非洲的游戏市场收入将达到71亿美元,同比增长10.8%;拉丁美洲的游戏市场收入将达到87亿美元,同比增长6.9%;在全球市场占比达49%的亚太地区游戏市场收入也将同比微增2.7%,达到956亿美元。

多家主机游戏公司近期的财报也显示,公司业绩均受到上述宏观环境的影响。

索尼2022年二季度财报显示,7月1日~9月30日,其游戏及网络服务业务录得销售收入7207亿日元,较上年同期增长12%;营业利润为421亿日元,同比下跌40.5%,主要由于游戏软件开发成本的上升、收购Bungie的费用、包括附加内容在内的非第一方游戏销售的下降等,汇率的积极影响和硬件损失的减少抵消了部分上述影响。

任天堂的硬件销售受到供应不足影响。其财报显示,2022年4~9月,其硬件销量为668万套,同比降低19.2%,原因是半导体短缺;同期,任天堂旗下软件销量为9541万套,同比微增1.6%。

微软财报显示,2022年7月1日~9月30日,其收入为501亿美元,同比增长11%;净利润为176亿美元,同比下降14%。其中,Xbox内容和服务收入下降3%。

中国游戏行业方面,最大的游戏公司腾讯在2022年一至三季度的本土游戏市场收入分别为330亿元、318亿元、312亿元,呈现持续下跌状态。相比之下,腾讯国际市场游戏收入则实现增长,前三季度分别为106亿元、107亿元和117亿元。

网易三季度游戏业务则表现尚可,其在线游戏服务净收入为187.0亿元,同比增长9.1%。对于游戏及相关增值服务毛利润增长

的原因,网易方面称,主要得益于在线游戏净收入增长,其中包括《梦幻西游》系列和《无尽的拉格朗日》等现有游戏和一些新游戏表现较好。

国产游戏版号重启

2022年中国游戏行业的一个重大政策转变是版号发放的重启。4月,停发8个月的国产游戏版号恢复发放。12月28日,“12月国产网络游戏审批信息”公布的同时,新一批进口网络游戏审批信息也被放出,这距离上一次进口游戏版号发放已有548天的时间。

此次过审的84款国产游戏中,有来自腾讯的《重生边缘》,网易的《巅峰极速》;获批进口游戏中,有腾讯的《宝可梦大集结》《无畏契约》《大航海时代:海上霸主》,网易的《幻想生活》《突袭:暗影传说》等。此外,吉比特、创梦天地、心动公司、中手游,以及字节跳动旗下朝夕光年等大厂,都有产品过审。

冯翠婷对记者表示,停摆了548天的进口版号重新下发,表明国家有序推进游戏行业稳步发展的目标不变,鼓励更多优质的游戏投入到市场,推动游戏产业走高质量发展之路。

冯翠婷指出,2018年、2019年、2020年、2021年、2022年进口游戏版号发放数量分别为50个、185个、97个、78个、44个,进口游戏版号数量虽有所下降,但本次版号中不乏腾讯、网易等头部产品,对目前低迷的游戏市场有提振作用,“本次版号来自韩国和美国的游戏数量有所增加,包括拳头游戏公司Riot的重磅产品《无畏契约》及韩国IP游戏《冒险岛:枫之传说》等,有益于国内外游戏文化氛围的交流碰撞,提升国内游戏生态的多元化发展。”

2022年,国家新闻出版署共发放7次国产游戏版号,共有468款国产游戏版号过审,与往年相比,2021年、2020年、2019年分别有679款、1316款、1570款国产游戏获得版号。



2022年,游戏行业及其背后的技术被一再提起。图为腾讯游戏裸眼3D超高清动画亮相上海2021 Chinajoy展。

视觉中国/图

此前,腾讯内部员工大会内容曝光,腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾在会上提及版号问题,称国内游戏市场的版号不会像过去那么容易拿到,腾讯游戏要聚焦精品,不要浪费任何一个版号的机会。

冯翠婷认为,游戏版号审核在2022年4月常态化后供给稳定,估值有望重回2021年8月前的位置。

游戏技术价值重估

2022年,游戏行业及其背后的技术被一再提起。

2022年7月,中科院研究团队发布的报告《游戏技术——数实融合进程中的技术新集群》称,游戏技术是在电子游戏中首次实现规模化应用,以丰富和提升人的交互体验为主要目标的功能性技术集群。因为其可交互、高仿真、强沉浸、精渲染等技术特性,游戏技术正在被逐步应用到社会经济多个领域,成为推进数实融合发展的重要技术工具箱。该报告显示,游戏科技正在助力5G、5G、CPU、显卡芯片的需求,应用到AR/VR、人工智能等方面的技术,应用性广泛,不仅能促进游戏产业的发展,还可助力数字经济和产业数字化转型,运用到数字文保、工业仿真、智慧城市、影视创作等越来越多不同的领域中。

欧洲议会通过上述决议后,人民网发表《深度挖掘电子游戏产业价值机不可失》一文,指出电子游戏早已摆脱娱乐产品的单一属性,

而电子游戏行业已成为对一个国家产业布局、科技创新具有重要意义的行业,值得重视和深度挖掘其潜在的价值。

不过,目前游戏领域的发展主要集中在移动端。上述Newzoo《报告》显示,移动游戏市场占据全球游戏市场的半壁江山;PC、主机游戏市场碍于供应链以及创作不足等方面的问题,在2022年止步不前或有所下滑。AR/VR游戏更是对设备有一定要求,如必须配备VR头戴式显示器,目前应用范围并不广。

朱珠对记者表示,对于游戏而言,核心在于内容,技术门槛可以通过资金投入拉平,“AR/VR、云游戏等,不管什么技术的迭代,核心是符合新时代用户需求,产品内容好,技术只是辅助手段。”

关于游戏技术的外溢,易观资深分析师廖旭华对记者表示,游戏引擎在其他领域的广泛应用还需要很多工作来适配作业需求,除非各个领域的具体内容制作和播出逻辑都向游戏发展,但是这可能性非常低,“游戏引擎只能支持一部分工作或者一些简单项目,对于绝大部分其他领域团队而言,其能力是非常有限的。”

游戏厂商阵地前移 海外市场成必争之地

文/本报记者 李哲

2022年,随着市场红利褪去,国内市场逐渐触碰到增长天花板,众多游戏公司纷纷将目光投向海外。

与此同时,海外市场也在悄然生变,全球主要经济体正在围绕元宇宙、AI(人工智能)等新技术加码布局。作为新技术的“超级试验场”,游戏产业在海外市场风起云涌。

《中国经营报》记者采访获悉,在“出海”大潮中,部分游戏公司通过并购等方式将阵地布局到海外市场。三七互娱(002555.SZ)方面表示,加强“出海”布局是目前国内原创游戏持续发展的一大突破口,公司未来将坚持“因地制宜”的策略,通过多元化的精品游戏开拓全球市场。

“出海”成为共识

“刚接触智能手机的时候,里面安装的游戏主要是《愤怒的小鸟》《神庙逃亡》等。如今,《原神》《王者荣耀》《和平精英》成为玩家在手机上的‘常客’。”一位游戏玩家向记者说道。

在玩家游戏更迭之间,我国自主研发游戏也随着移动互联网的发展历程得到了长足发展。记者注意到,《愤怒的小鸟》由芬兰Rovio公司开发,《神庙逃亡》则由美国Imangi Studios公司开发。如今,腾讯(00700.HK)、米哈游等游戏公司自主研发的手机游戏《王者荣耀》《和平精英》《原神》等相继成为爆款并

逐渐占领了众多玩家的主页面。

国产原创游戏研发能力增强,特别是移动游戏的市场份额不断攀升,让游戏“出海”成为众多游戏公司的共同目标。此外,随着国内游戏市场逐渐触碰到增长天花板,海外市场成为国内游戏公司新的业绩增长点。

昆仑万维(300418.SZ)CEO方汉表示,经过近30年的高速发展,中国互联网正从蓝海走向红海。在增长压力及多方因素驱使下,“出海”谋生成为越来越多互联网企业的共同选择。

国内游戏巨头腾讯此前公布的2022三季报中,将游戏业务拆分为本土和国际两个市场分别披露。其中,国际市场游戏收入为113亿元,同比增长20%。

在2022年一季度业绩财报电话会议上,网易(NASDAQ:NTES)CEO丁磊提到,网易游戏海外市场营收占比达10%以上,希望未来这一数据能达到40%~50%。

此外,包括三七互娱、完美世界(002624.SZ)在内的多家游戏公司纷纷表达了围绕海外市场布局的发展战略。三七互娱在与投资者互动中提到,加强“出海”布局是目前国内原创游戏持续发展的一大突破口,公司未来将坚持“因地制宜”的策略,通过多元化的精品游戏开拓全球市场。

记者注意到,自2008年创立之初便将目光投向海外的昆仑万维,如今业务遍及全球100多个国家和

地区,累计月活跃用户近4.5亿。昆仑万维2022年三季报显示,其海外市场收入贡献超过75%。

昆仑万维方面表示,过去几年,其沉淀了大量成功的中国互联网商业模式,积累了成熟的数据分析、产品开发运营及用户洞察能力,作为第一批“出海”的中国互联网企业快速切入海外市场,为全球用户带去更优质的产品和服务。

速途研究院执行院长丁道师向记者表示:“游戏是输出中国故事的一个很好载体。在这方面当前无论是音乐、戏曲还是漫画,都没有游戏在全球范围内更有渗透力。”

海外并购加剧

在国产原创游戏走向海外的同时,海外市场也在悄然发生变化。

2022年11月,欧洲议会表决通过了《关于电子竞技和电子游戏决议》(Resolution on Esports and Video Games)。该决议指出:电子游戏是重要的文化创意产业(Cultural and Creative Industry,以下简称“CCI”),2021年在欧洲市场的规模已达233亿欧元,是少数几个营业额实现增长的CCI产业之一。此外,美国、日本等成熟游戏市场已经展现出游戏产业对经济的带动作用。

丁道师向记者提到,海外游戏一定是游戏公司实现业绩增长的突破口。海外市场空间广阔,但同时竞争压力也同样存在。记者注意到,

2022年以来,海外游戏巨头正在加速整合。2022年1月,微软宣布以687亿美元收购动视暴雪;2月,索尼宣136亿美元收购《命运》系列开发商Bungie,8月,索尼再次宣布收购芬兰手机游戏开发商Savage Game Studios。微软Xbox游戏主管曾公开表示,该公司对进一步收购持开放态度。

三七互娱在投资者互动中提到,全球游戏增速大盘放缓,“出海”成为国内几乎所有游戏厂商的趋势,海外竞争一定会加剧。

记者注意到,我国游戏公司纷纷通过并购或设立海外公司的方式将阵地前移。其中,腾讯在2022年9月初通过收购育碧股东Guillemot兄弟公司49.9%股权的方式,进一步投资育碧。中信证券研究报告显示,自2012年以来,腾讯至少耗资978.67亿元投资了33家海外游戏公司,包括开发《英雄联盟》的拳头公司、开发《皇室战争》的Supercell。

米哈游和莉莉丝等国内头部游戏公司纷纷选择在海外成立独立的发行品牌。2022年2月,米哈游旗下全新品牌HoYoverse公布,旨在通过各类娱乐服务为全球玩家创造和传递沉浸式虚拟世界体验;莉莉丝则在2022年4月宣布,将在新加坡成立发行公司Farlight Games,总部设于新加坡,为莉莉丝游戏的全球发行提供支持和服务。

“‘出海’要成为中国所有游戏公司的最优先战略,中国游戏公司在手游研发、发行和运营方面的投入均超过百亿,同比分别增长33.12%和35.75%,此外,包括米

哈游、金山、完美世界、三七互娱在内的多家主要游戏公司研发费用呈现不同程度的增长,哔哩哔哩、IGG的研发费用同比增长更是超过了80%。

持续的研发投入让更多精品游戏走向海外。其中,米哈游出品的现象级游戏《原神》在海外市场收获颇丰。SensorTower统计数据显示,《原神》在2022年11月蝉联“出海”手游收入榜冠军,海外收入环比增长21%,并位居增长榜榜首。此外,包括腾讯旗下《使命召唤手游》、三七互娱旗下《Puzzles & Survival》、莉莉丝旗下《万国觉醒》等游戏均在海外市场表现不俗。

同时,更加清晰地感知海外市场,将有助于企业更好地开展业务。记者注意到,在昆仑万维的营收中,75%来源于海外市场,早早将目光投向海外也让其积累了相当的“航海”经验。

昆仑万维方面表示,“出海”过程中不可避免地会遇到文化、政策、法规等多方面的差异,以及渠道资源匮乏、推广难度较大、运营成本较高多重挑战,这就要求企业进一步提高运营的精细程度,熟悉并牢牢把握当地用户的风俗习惯与喜好禁忌,在不同的市场践行好本地化运营策略,服务好当地用户。此外,为满足用户丰富多样的社交需求,产品在基础的传统社交功能上不断开发添加新的玩法,丰富社交场景,才能更好地承接各类型用户。

远大前程

驱策创新 C5

2022年出口闯关300万辆 “中国造”汽车加速驶向全球

文/本报记者 夏治斌 石英婧

“走向国际，深度参与全球化，是中国汽车做大做强的重要机遇，也是实现汽车强国的必经之路。2022年前11个月，我国汽车出口278.5万辆，预计全年出口将突破300万辆，超越德国成为全球第二大汽车出口国。”2022年12月26日，在中汽中心主办的“中国汽车产业发展国际论坛2022年度之声”中，奇瑞控股集团党委书记、董事长尹同跃如是说道。

尹同跃进一步表示，奇瑞是最早走出国门的中国汽车品牌之一，也是最早尝到了海外市场甜头的企业。2022年奇瑞出口汽车将突破45万辆，占总销量的35%左右，有望连续20年保持中国品牌乘用车出口领先。

作为中国汽车品牌出海的代表之一，奇瑞已取得了诸多亮眼的成绩。2022年1~11月，奇瑞出口汽车累计40.7万辆，同比增长70.9%，再度刷新中国品牌乘用车出海新纪录。

《中国经营报》记者注意到，奇瑞只是国内汽车品牌出口海外的一个缩影，上汽集团、江汽集团等主流车企都已经成为全球汽车市场不可忽视的中国力量。除此之外，蔚来、爱驰等造车新势力也在海外征战中崭露头角。

中科院院士、清华大学博士生导师欧阳明高曾预计，2022年中国汽车出口有望超300万辆。“汽车出口标志着中国汽车的高质量发展，而正在成为中国制造业的新名片。”

对于国内汽车近两年来的出口表现，乘联会秘书长崔东树撰文称，2021年以来，中国汽车产业链韧性较强的优势充分体现，中国汽车出口市场近两年表现超强增长。

国内车企组团扬帆出海

“海外每卖出3辆中国车，就有一辆是上汽造”。2022年1~11月，

上汽集团海外销售汽车88.3万辆，同比增长46.4%。其中，自主品牌在海外整体销量中的占比超过65%。

作为上汽集团的全资子公司，上汽大通MAXUS 2022年海外表现也捷报频传，“万辆级市场”纷纷以高销量实现“破局”：澳新市场累计销量突破1.8万辆，南美市场突破1.6万辆，欧洲同比增長近80%，中东地区更同比大增近200%，另外在北美墨西哥地区，上汽大通MAXUS 入局首年销量便迅速破万。

截至目前，上汽大通MAXUS 海外业务已布局全球73个国家和地区，累计总销量突破20万辆。上汽大通MAXUS 方面表示，在澳大利亚、新西兰、英国、挪威、智利等发达国家持续畅销，出口发达国家占比达到80%。

江汽集团相关负责人告诉记者，截至目前，江汽集团已经在亚洲、非洲、拉美等130多个国家和地区建立营销网络，拥有超过1100个海外营销网点，并建立了19家海外KD组装工厂，累计出口超80万辆，并在多个海外市场成绩斐然，深得消费者的信赖。

江汽集团2022年的海外布局也取得不俗的成绩，公司相关负责人告诉记者，2022年11月，江汽集团实现出口1.25万辆，同比增长79.32%。2022年1~11月，累计出口突破10万辆，同比增长超50%。

与此同时，江汽集团在2022年也有多笔大单落地。以2022年9月19日为例，江汽集团在阿联酋迪拜斩获5000辆乘用车订单，这是江汽集团JAC品牌进入阿联酋市场以来达成的单笔最大订单，极大提振了江汽集团对于国际业务开展的信心。

除了传统的主流车企外，国内造车新势力也将海外汽车市场

作为布局的重点方向。以爱驰汽车为例，截至2022年12月，爱驰已实现远销海外超20个国家和地区。不仅如此，爱驰还在2022年11月，与泰国菲尼克斯EV签署了合作协议，并一次拿下了15万辆采购大单的好成绩，这是迄今为止中国造车新势力在海外的最大合作计划。

“中国汽车和中国的手机、家电一样，正迅速成为全世界用户的新选择。”尹同跃指出，“我们认为这背后主要有三大原因，一是中国汽车的体系能力显著提升，特别是质量的极大提升，让中国汽车的品质越来越好；二是中国汽车布局新赛道的速度堪称全球领先，不仅新能源汽车跑得最快，还源源不断去融合车联网、大数据等新技术，让汽车像快消品一样快速迭代；三是随着中国国家形象、中国制造口碑的持续提升，今天的中国汽车品牌在海外市场已经不是过去廉价低端的形象，而是拥有了绿色、智能化、高品质的新标签。”

新能源成重要增长引擎

新能源汽车成为国内汽车出口新的增长引擎。2022年11月，新能源汽车出口9.5万辆，同比增长1.5倍。2022年1~11月，新能源汽车出口59.3万辆，同比增长1倍。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔告诉记者，“一方面，中国新能源汽车经过十几年的发展，已经处于全球领先地位；另一方面，中国新能源汽车的产业链具备成本低、性价比高、智能化程度高等特点。”

记者从江汽集团采访了解到，海外燃油车持续热销的同时，新能源车发展更为强劲。目前，JAC新能源汽车产品已覆盖轿车、SUV、轻卡、小卡和轻客，是唯

一个覆盖全系新能源汽车产品出口的中国品牌。

据悉，2022年1月，JAC MOTORS作为墨西哥电动汽车行业的引领者，实现可口可乐、拉美地区龙头出行公司BEAT、墨西哥当地保险GNP及大型连锁租车公司BUDGET等5家大客户订单交付，品牌影响力空前。

除了上汽集团外，2022年1~11月，上汽集团海外销售汽车88.3万辆，同比增长46.4%。其中，新能源车销售14.8万辆，同比增长148.8%，在全球打响“中国智造”。据悉，上汽集团正加快步伐，力争成为中国汽车行业首个海外市场、新能源汽车市场“双百万辆企业”。

2022年11月，上汽大通MAXUS携旗下全尺寸豪华智能纯电MPV MIFA 9、高端纯电皮卡T90 EV、纯电动轻客标杆EV90以及全尺寸新生代智能MPV G90等重磅车型的右舵版强势登陆澳洲。据悉，MIFA 9率先叩开了澳洲高端纯电MPV之门，成为澳洲纯电高端MPV市场中的首款产品；T90 EV则成为澳洲市场上首款纯电皮卡，同时也是中国首款征战澳洲的电动皮卡；EV90同样成为了澳洲市场上首款中大型纯电VAN产品。

竞逐汽车工业的发源地

欧洲作为汽车的发源地，也成为国内汽车企业海外布局的重点区域。2022年2月，上汽集团提出要全面发力欧洲市场，要将欧洲市场晋级成为“上汽首个10万辆级海外区域市场”。

在欧洲，2022年前11个月，MG品牌销量突破10万辆大关，提前实现打造“上汽首个10万辆级海外区域市场”的年度目标。其中，欧洲大陆销量突破5万辆，同比增长160%；英国销售近5万辆，同比增长64%。除此



2022年9月，“中国汽车工业首款全球车”MG4 Electric正式登陆欧洲市场。 本报资料室/图

之外，“中国汽车工业首款全球车”MG4 Electric（国内定名为MG MULAN），在近30个欧洲国家正式上市，每月新增订单超过1万个。

值得一提的是，MG4 Electric还荣获ENCAP五星安全认证，用实力证明其毋庸置疑的高水准安全保障。上汽集团方面表示，欧洲市场的积极评价坚定了MG4 Electric征战全球的信心和步伐，2023年预计将进入全球超过80个国家。

记者了解到，目前，MG品牌已在欧洲建设超过790家门店，未来将进一步扩展销售网点，丰富产品矩阵，提高服务质量，满足更多欧洲消费者的需求。

欧洲市场也是上汽大通MAXUS在海外长期瞄准的“头号目标”。从首批出口欧洲的轻客产品V80扬帆出海至今，上汽大通MAXUS在欧洲这一汽车工业发祥地持续深耕。

上汽大通MAXUS方面表示，“如今，欧洲绿色浪潮强势席卷，上汽大通MAXUS EV80、EV90、EV30已然领军纯电轻型商用车市场，成为欧洲乃至全球物流、商超等领域‘巨头首选’，并被认为是欧洲市场上‘最佳新能源技术’的代表品牌之一。”

记者了解到，目前，上汽大通MAXUS 在欧洲已覆盖传统燃油和纯电动的中小型、中大型商用车，家用、高端豪华电动MPV，以及电动SUV、电动皮卡等市场，并进入英国、爱尔兰、挪威、德国、意大利、西班牙、法国等20个欧洲市场。

值得注意的是，国内车企在欧洲市场的溢价能力也得到显著提升。以爱驰汽车为例，相比国内21.99万元的售价，欧版爱驰U6售价高出约68%，减除物流、汇率、息费、本地化行销等费用带来的成本因素后，品牌价值至少可为爱驰U6提供20%左右的溢价空间。

“欧洲市场对‘中系车’的认知在逐年改变，根本原因就在于‘中系新能源’品牌近年来在高速增长之下，形成了中国品牌综合实力全面提升的局面。因此，中国汽车品牌对欧洲市场的溢价率就是品牌价值的直观体现。”爱驰汽车副总裁李辉说道。

“个人认为2023年中国汽车出口增幅会超过30%，达到接近400万辆的水平。”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、研究员盘和林对2023年中国汽车出口充满信心。

多地锚定产业链 氢能汽车发展“乘风起”

文/本报记者 于典 张家振

在“双碳”（碳达峰、碳中和）战略机遇下，氢能汽车在实现净零排放方面发挥着重要作用，是实现绿色低碳转型的重要载体。研究表明，氢燃料电池汽车每使用1kg氢气替代汽柴油可减排10~15kg二氧化碳，同时可满足重载、低温环境启动等苛刻条件要求。

2022年以来，我国氢燃料电池汽车产业正驶入发展的快车道。在2022年北京冬奥会期间，超1000辆氢燃料电池汽车投入运营，来自丰田汽车、北汽集团、福田汽车和宇通客车等车企均积极参与其中，助力绿色低碳出行。

与此同时，各地也在积极抢抓机遇培育氢能产业链，频繁布局从氢气制备到储运等氢能产业商业化发展的重要基础设施领域。目前，我国在氢能加注方面已累计建成超过250座加氢站，约占全球总数的40%，加氢站数量居世界第一位。

上海骥翀氢能科技有限公司（以下简称“骥翀氢能”）相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示：“2022年，全国‘3+2’燃料电池汽车示范城市群运行已满一年，在政策的强力撬动与信心提振下，城市群内的氢能上下游产业链逐步完善，氢燃料电池汽车集中交付和推广动作接连不断，氢燃料电池产业正迈入‘爆发期’。”

政策利好驱动产业发展

“开氢能源汽车最直观的感受就是跑起来更耐久，运行起来也不会有太多噪声，在气温低的

时候开起来比燃油车都顺手。”一位氢能源物流车司机在接受记者采访时表示。

记者注意到，2021年8月和12月，财政部、工业和信息化部、科技部、国家发展改革委和国家能源局等五部委联合发布《关于启动燃料电池汽车示范应用工作的通知》《关于启动新一批燃料电池汽车示范应用工作的通知》，划定京津冀氢燃料电池汽车示范城市群、上海城市群、广东城市群、河北城市群、河南城市群等五大城市群作为试点。

一年多时间以来，我国氢燃料电池汽车产业取得了显著的发展成效。中国汽车工业协会统计数据显示，2022年11月，我国燃料电池汽车产销分别完成300辆和400辆，同比分别增长51.9%和149.7%。1~11月，燃料电池汽车产销均完成0.3万辆，同比分别增长159.1%和150.9%。

业内人士分析认为，2022年是氢燃料电池汽车示范城市群政策落地的第一年，未来，随着氢燃料电池汽车在物流场景规模化运营和乘用车市场不断开拓，氢燃料电池汽车市场规模有望迈上新台阶。

回望2022年，氢燃料电池汽车进一步实现大规模运营与推广，核心原因在于国家和各地密集出台了一系列扶持政策。

2022年3月，国家发展改革

委、国家能源局联合发布《氢能产业发展中长期规划（2021—2035年）》，明确了氢能产业的战略定位和绿色低碳的发展方向，从战略层面对氢能产业发展做出顶层设计。

事实上，大力发展氢能产业，实现“双碳”战略早已成为行业共识。我国是世界上最大的制氢国，年制氢量约为3300万吨，应用市场潜力巨大。根据规划，到2025年，我国将初步建立以工业副产氢和可再生能源制氢就近利用为主的氢能供应体系，氢燃料电池车辆保有量约5万辆。

与此同时，各地也因地制宜，纷纷推出了一系列氢能产业发展规划和指导政策。

例如，上海市陆续出台了《上海市氢能产业发展中长期规划（2022—2035年）》《关于支持中国（上海）自由贸易试验区临港新片区氢能产业高质量发展的若干政策》等文件，并明确提出，到2025年，上海市氢能产业规模将突破1000亿元，建成3~5家国际一流的创新研发平台，培育5~10家独角兽企业。

郑州市出台的《郑州市“十四五”战略性新兴产业发展总体规划（2021—2025年）》也提出，将以发展氢燃料电池客车为重点，逐步形成多车型、多规格、系列化的产业链条，高水平推动氢燃料电池汽车整车产业集中、集聚、集群发展。巩固氢燃料电池客车技术先进性和行业龙头地位，加快氢燃料电池环卫车、卡车等商用车研发和产业化。

近年来，我国氢燃料电池汽车产业已初具雏形，正处于规模化、商业化发展前夕，并已在氢燃料电池系统等关键零部件领域实现自主发展，部分性能指标达到国际先进水平。

以郑州市为例，其在整车集成和多场景应用方面拥有基础优势，尤其是以宇通集团为代表的整车生产企业，在燃料电池电堆混合动力系统、车载供氢系统和电堆等领域进行了探索，整车性能能处于国内领先水平。

在宇通集团副总裁曹建伟看来，氢能产业的发展是一个长跑过程。“氢燃料电池汽车产业从现在的交流和应用来看，无论是上游、中游、下游都拥有不少机会，需要全国合作，乃至整个产业链的合作。”

中泰证券研报也指出，氢燃料电池汽车发展将与纯电动汽车形成互补发展格局。氢燃料电池汽车具有零排放、高效率、长续航、大载重、加注快等显著优势，发展早期在固定路线、中长途运输以及高载重三类场景相较于纯电动车有明显的比较优势。

近年来，随着氢气制备和储运成本的下降，车企也在乘用车领域积极探索，以进一步开拓新的应用场景。

此前，上汽大通MAXUS“MIFA氢”正式上线享道出行平台，首批投入使用的80辆汽车主要投放在上海区域。而“MIFA氢”实现大批量市场化运营，也标志着氢能源汽车产业进一步落地发展、渐入佳境，也为国家“双碳”目标的实现注入更多信心。

“从2022年8月初批量交付用户，到如今实现规模性的市场化运营，上汽大通MAXUS‘MIFA氢’让我们看到氢能车应用的节奏正在加速。”对于未来氢能源汽车的进一步推广计划，上汽大通MAXUS 方面表示，未来，上汽大

通MAXUS仍将紧抓新能源化、智能化的产业发展趋势，面向真实的用户需求，推动旗下产品加速实现新能源化转型，并持续在智能化领域深耕。

“筑巢引凤”抢占高地

值得注意的是，为了提升氢能能在本地新能源产业中的比重，多地不仅在能源规划中对氢燃料电池汽车保有量做出了规划，更是对氢能产业规模、加氢站数量等指标提出了明确要求，通过打造氢能全产业链生态，全力抢占氢能产业新赛道。

以武汉市为例，武汉市经信局为支持氢能产业发展于近日出台政策，提出以技术突破和产业培育为主线，打造创新研发、装备制造、示范应用协同发展的中国氢能枢纽城市。到2025年，武汉市氢能产业链年营业收入将达到500亿元，规上企业达到100家，燃料电池汽车推广量达到3000辆，建成加氢站35座以上。

在各地积极推出“筑巢引凤”政策扶持下，氢能产业腾飞在即，产业链上下游企业也在抢占发展高地。

近日，武汉格罗夫氢能汽车有限公司（以下简称“格罗夫汽车”）宣布，拟与十堰市在构建氢能汽车产业生态、氢能基础设施建设、氢能应用场景等领域开展全方位合作，打造氢能产业化基地，项目总投资50亿元，全部投产后可实现年产值100亿元、税收6.2亿元。

对此，格罗夫汽车相关负责人告诉记者：“公司早在2014年就开始布局氢能业务，在技术领域

领先，已进入全球氢能源汽车产业第一阵营。公司将联合武汉中极氢能源，与省属基础设施建设企业、能源央企等氢能产业生态伙伴，共同推进氢能制、储、运、加项目，助力湖北省、十堰市打造氢能产业生态高地，抢占氢能产业行业制高点。”

国家电投集团氢能首席专家柴茂荣此前也指出：“氢燃料电池车从大巴车向乘用车领域拓展运用，已成为各个城市竞相追逐的赛道。武汉市作为全国重要的氢能汽车产业示范基地，无论是当地产业配套基础，还是科研力量、企业规模，都具备独特的发展优势，将成为武汉市打造‘中国氢能汽车之都’的有力支撑。”

与此同时，新能源产业的快速发展离不开人才的集聚和培育。上海市发改委、经信委等多部门联合印发的《上海市氢能产业发展中长期规划（2022—2035年）》同样提出，将加强氢能产业人才队伍建设作为重点工作，提出鼓励高校培育氢能相关学科专业，建设一批绿色低碳技术学院。

上海市发改委副主任裘文进表示，上海市下一步将重点做好三方面工作：“一是强化关键核心技术攻关；二是强化供氢基础设施建设；三是推动氢能产业集群化发展，打造‘南北两基地、东西三高地’的空间布局，支持金山、宝山建设氢气制备和供应保障基地，支持临港、嘉定、青浦打造氢能产业集聚发展高地，全面支撑上海市提升绿色低碳未来产业的发展能级。”

C6 驱策创新

远大前程

动力电池迎扩产大年 加速“出海”计划

文/本报记者 黄琳 赵毅

随着新能源汽车销量节节攀升，动力电池需求量不断上涨。2022年，包括宁德时代、欣旺达等各大动力电池厂商持续在国内、国外扩产，并成立关联子公司，寻求与上游锂矿企业进行合作。

在动力电池原材料价格不断上涨的大环境下，动力电池厂商逆势而上。2022年，动力电池厂商营收、利润上涨明显。基于此，包括中创新航、蜂巢能源等动力电池厂商或顺利上市或计划上市。同时，各大动力电池厂商加大研发投入，包括固态电池、钠离子电池等新型电池技术层出不穷。

此外，在国内动力电池产能不断扩充之际，动力电池厂商“出海”的步伐也随之加速。国内动力电池厂商通过整装出海、在外建厂等形式拓宽国际市场份额。同时，动力电池厂商也加速在欧美等地区布局万亿级储能赛道。

2022年，动力电池厂商在“扩产潮”中实现营收、利润双增长。同时，在“扩产潮”的影响下，动力电池厂商加速获取海外市场份额，觅得储能赛道新风口。展望2023年，在新能源汽车销量带动下，动力电池需求量仍旧稳步上升，新型电池技术也将陆续出现，而储能市场将延续高增长态势。

动力电池厂商扩产忙

2022年12月下旬，山东时代新能源电池产业基地项目、宁德时代1.1GW渔光互补国家级大型光伏发电基地项目、宁德时代济宁首座重卡换电站项目同时开工奠基。其中，山东时代新能源电池产业基地项目总投资不超过140亿元，将建设动力电池系统及储能系统生产线。

作为当前全球动力电池出货量最大的动力电池厂商，宁德时代已在济宁、厦门、洛阳等多个城市投建动力电池项目。同时，宁

德时代在印度尼西亚、匈牙利等国家也计划投建海外动力电池产业项目。

据CleanTechnica官网公布的全球新能源乘用车销量数据，2022年1~10月，全球新能源汽车累计销量为775.07万辆，市占率约13%。另据市场研究公司EV Volumes最新数据，截至2022年第三季度，全球电动汽车电池装机量达到338GWh。

在新能源汽车、动力电池需求量逐渐增多的同时，各大动力电池厂商争相扩产。2022年，比亚迪陆续在包括襄阳、长春、盐城、南宁等7个地方签约项目，新增规划产能超187GWh。除了宁德时代、比亚迪（弗迪电池）等第一梯队动力电池厂商，中创新航、亿纬锂能、欣旺达等动力电池厂商也陆续在国内或国外加速扩产计划。

据记者不完全统计，2022年动力电池扩产规模已超5000亿元，动力电池领域投资项目超60个。大规模的动力电池“扩产潮”让行业开始思考产能过剩的问题，而这也促使动力电池厂商向海外市场扩张。中国汽车动力电池产业创新联盟发布的数据显示，2022年11月，国内动力电池出口量达22.6GWh；2022年1~11月，国内动力电池出口量累计已超过127GWh。

而在动力电池厂商忙于扩张规模之际，车企对动力电池的自主研发能力以及生产线把控也在逐步提升。为此，动力电池厂商加大与车企之间的利益捆绑，包括入股、战略合作等。

宁德时代先后投资爱驰汽车、阿维塔、奇瑞汽车等车企，谋得发展新路径。具体而言，宁德时代以308.155万元投资爱驰汽车；注资阿维塔，最终以23.99%的持股比例成为阿维塔第二大股东；宁德时代全资子公司宁波梅山保税港区问鼎投资有限公司入股奇瑞汽车母公司奇瑞控股集团

有限公司，持股比例为3.7252%，成为第七大股东。

营收、净利双增长助上市

尽管动力电池原材料价格水涨船高，但是动力电池厂商及时调整价格，加之需求量稳步上升，在多家动力电池上市企业的2022年三季报中，营收、利润双增长的情况频频出现，相较于新能源车企，动力电池厂商收获颇丰。

宁德时代2022年三季报显示，报告期内宁德时代营业收入973.7亿元，同比大增232.5%；归属于上市公司股东的净利润94.24亿元，同比增长188.42%。综合毛利率为19.3%，较2022年上半年的18.7%继续提升。2022年前三季度，宁德时代实现营业收入为2103.4亿元，同比增长186.72%；净利润为175.92亿元，同比增长126.95%。

亿纬锂能2022年三季报显示，报告期内亿纬锂能实现营业收入93.57亿元，同比增长91.43%；实现归属于上市公司股东的净利润13.06亿元，同比增长81.18%。同时，亿纬锂能陆续发布新产品560Ah大电芯LF560k、全新一代储能电池LF560K等多个动力电池新技术，技术加持提升市值。

新型电池技术的研发成为动力电池厂商获得更多资金支持的方式之一，也成为动力电池板块股价逆势而上的原因之一。诸如宁德时代的钠离子电池技术、M3P电池技术；欣旺达的超级快充电池SFC480等新型电池技术正处于研发阶段。

2022年12月中旬，宁德时代2022年度第一期绿色中期票据发行完毕。根据公告，“22宁德时代GN001”计划发行总额为50亿元，实际发行总额50亿元。宁德时代表示，100亿元绿色中期票据所募集资金将全部用于锂离子电池生产项目运营。具体为其下属的年产147亿Wh新能源锂离子动力

及储能电池等4个项目生产经营所需的原材料采购，包括原材料购置及偿付购置项目原材料开具的银行承兑汇票。

而欣旺达选择发行GDR（指在全球公开发行，可在两个以上金融市场交易的股票或债券）并在瑞士证券交易所上市。此次，欣旺达海外发行共募资近4.4亿美元（约合31亿元人民币），为2022年国内企业在瑞士规模第二大的IPO项目。欣旺达表示，所募资金将主要用于公司全球业务发展和国际化布局、研发投入等，公司将进一步拓展国际市场，提升品牌国际化竞争力。

在营收、净利双增长以及新技术的加持下，动力电池厂商上市热情高涨。2022年10月，中创新航在港交所正式挂牌交易，获得包括小鹏汽车、天齐锂业在内的15名基石投资者认购超5成发售股份。2022年11月，蜂巢能源科创板IPO申报稿获上交所受理，正式开启上市之旅。

“出海”谋求新机遇

韩国市场研究机构SNE Research公布的数据显示，2022年10月，全球动力电池装机量排名中，宁德时代和比亚迪装机量分别达到了18.1GWh和7.8GWh，市场占有率为37.6%和16.2%。

而在国内，宁德时代、比亚迪（弗迪电池）、中创新航形成的三足鼎立市场格局已相对稳定，且国内动力电池装机量前五名的厂商市占率已超过80%。同时，在国内“扩产潮”的推动下，动力电池厂商更愿意走向海外探求新发展赛道，而拥有万亿市场规模的储能赛道则是多数动力电池厂商共同选择的新发力点。

海外户储需求的增长为储能行业的发展带来了重要的推动力，全球户用储能市场迎来快速发展。2022年12月22日，宁德时代与英国新能源投资商Gresham-House储能基金公司达成近

7.5GWh长期供货意向协议。双方根据市场需求，将合作规模扩大至10GWh，共同推动公用事业规模储能的应用落地。

宁德时代在回应投资者提问时表示，宁德时代大储和户储业务需求旺盛，均呈现快速增长态势。当前，宁德时代主要向集成商等客户群体销售储能产品。

比亚迪储能销售中心常务总裁尤国在2022年高工储能年会上透露，比亚迪储能产品已覆盖全球6大洲、70多个国家和地区，储能系统累计出货量超6.5GWh。2022年以来，比亚迪储能全球订单总量超14GWh。记者了解到，为解决电化学储能电池的安全问题，比亚迪正考虑将刀片电池运用到储能系统。

在2022年高工储能年会上，高工储能董事长张小飞预测，2022年全球储能电池出货量约为125GWh，2025年预计全球储能电池出货量将突破390GWh。而2021年全球储能电池出货量约为48GWh，其中电力储能、户用储能、便携储能分别为29.1GWh、5.5GWh和1.3GWh。

浙商证券研报显示，2021~2025年储能市场四年预计复合年均增长率达68%，全球储能市场高景气度发展，电力储能、户用储能、便携储能为三大重要应用场景，加速推进储能市场需求放量。

在资本市场，2022年11月，储能板块超10只个股涨停。恒泰证券认为，在全球大力发展清洁能源的理念引导下，储能行业受到了多国政府的激励。近年来，储能市场快速增长，主要集中在美、中、欧，市场潜力巨大。2021年以来受全球能源紧张的影响，预计未来多年储能需求将保持高增长。

展望2023年，平安证券研报指出，储能赛道成长确定性强，预计2023年仍将维持较高的景气度。国内大储市场将是未来全球储能市场的重要增长极之一。

2022动力电池行业大事记

1. 动力电池原材料价格持续上涨

2022年，动力电池原材料价格再度上涨。电池级碳酸锂价格持续上涨，3月突破每吨50万元大关，8月再次上涨，11月逼近每吨60万元，目前价格约为每吨57万元。较2020年每吨4万元左右的价格，电池级碳酸锂价格暴涨逾10倍。

2. 动力电池厂商收益颇丰

相较于新能源汽车企业，动力电池厂商效益不俗。宁德时代2022年三季报显示，报告期内宁德时代营业收入973.7亿元，同比大增232.5%，归属于上市公司股东的净利润94.24亿元，同比增长188.42%。综合毛利率为19.3%，较2022年上半年的18.7%继续提升。

3. 动力电池厂商涌现“上市潮”

2022年，动力电池厂商在营收、净利双增长的情况下，出现“上市潮”。2022年10月，中创新航在港交所成功上市，获得天齐锂业、小鹏汽车等15位基石投资者认购超5成出售股份；2022年11月，蜂巢能源科创板IPO申报稿获上交所受理，正式开启上市之旅。

4. 动力电池厂商入局储能新赛道

海外户储需求的增长为储能行业的发展带来了重要推力，全球户用储能市场迎来快速发展。2022年，宁德时代、比亚迪、鹏辉能源等多家动力电池厂商扩大对海外储能市场的探索，并陆续与国外企业达成合作。拥有万亿市场规模的储能赛道成为多数动力电池厂商共同选择的新赛道。

5. 动力电池厂商加速“出海”

中国汽车动力电池产业创新联盟发布的数据显示，2022年1~11月，国内动力电池出口量累计已超过127GWh。除了电池整装出口，2022年，动力电池厂商在海外建厂的步伐也随之加快。宁德时代计划在印度尼西亚、匈牙利投资建厂；亿纬锂能计划在匈牙利、马来西亚投资建设电池项目等。

6. 主机厂下场造动力电池

随着动力电池原材料价格及产品价格不断上涨，主机厂开始规划自造电池，加大对产业链的把控。2022年10月，蔚来电池科技（安徽）有限公司成立，注册资本20亿元，而蔚来汽车创始人李斌也表示：“汽车厂商做电池是正常的战略。”

产业链迎来IPO热潮 2022长三角新能源汽车发展按下“快进键”

文/本报记者 于典 石英婧

得益于新能源整体市场规模的持续增长，产业链相关企业享受行业红利的同时，2022年集体加速增资募股冲击IPO。

在政策利好和市场化驱动的叠加作用下，2022年11月国内新能源乘用车市场再创历史新高。据《中国经营报》记者不完全统计，自2022年10月以来，新能源产业链已有超过20家相关公司IPO取得最新进展，所属产业链包括动力电池和新能源汽车核心零部件。

与此同时，梳理近期赶考IPO的电动汽车企业不难发现，近半数位于长三角地区。公开资料显示，全球前十大零部件集团的中国总部有九家位于上海，分别是博世、采埃孚、麦格纳、现代摩比斯、爱信、大陆集团、法雷奥、李尔、弗吉亚。

对于近期电动汽车产业链集体赶考IPO，江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔在接受记者采访时表示：“资本的进入有助于提升汽车产业上下游的行业集中度，让优质企业规模更大，通过募资扩大生产规模和研发能力。从长期来看，电动汽车产业链实现规模效应后，有望降低新能源整车成本，减轻消费者购车压力。”

销量新高激活产业链

近年来，在“双碳”战略以及诸多政策红利的影响下，我国新能源汽车在全球市场表现遥遥领先。

中国汽车工业协会数据显示，2022年11月，新能源乘用车市场创历史新高。2022年1~11月，新能

源汽车产销分别完成625.3万辆和606.7万辆，同比均增长1倍，市场占有率达到25%。仅11月新能源汽车产销就分别完成了76.8万辆和78.6万辆，同比分别增长65.6%和72.3%，市场占有率达到33.8%，保持较快增长。中国乘联会预计，新能源汽车市场有望实现前期提出的全年650万辆的销量预测。

罗兰贝格全球高级合伙人兼大中华区副总裁、汽车行业中心负责人郑赟表示：“中国消费者对电动汽车发展的推动日益强烈，2022年新能源乘用车销量占汽车总销量的25%以上。此外，在中重卡领域，部分场景的总体拥有成本(TCO)优势已经凸显，我们认为新能源领域将迎来黄金发展期。”

市场规模持续扩大的同时，也带动新能源汽车产业链整体迎来发展红利期。各类关键零部件和智能驾驶相关企业竞逐资本市场，积极谋取募集资金用于扩产能、搞研发、拓市场。

据记者不完全统计，自2022年10月以来，新能源产业链已有超过20家相关公司IPO取得最新进展，多集中于创业板及科创板，所属产业链包括动力电池和新能源汽车核心零部件。

以苏州华一新能源科技股份有限公司（以下简称“华一股份”）为例，公司创立于2000年，是一家专注于锂离子电池电解液添加剂研发、生产和销售的企业，是国内锂电池电解液添加剂重要生产企业之一。

据悉，公司核心产品为碳酸亚乙烯酯(VC)和氟代碳酸亚乙烯酯(FEC)，是锂电池电解液的主要添

加剂，主要应用于新能源汽车、3C产品、电力储能等领域。华一股份本次拟投资项目的投资总额为10亿元，拟投入8亿元用于年产11.65万吨新能源锂电池电解质及添加剂项目。

近年来，随着新一轮科技革命和产业变革兴起，我国新能源汽车产业快速发展，并逐步成长为世界新能源汽车领域的创新高地。自2015年起，我国新能源汽车销量连续7年位居世界第一。

中国汽车工业协会副秘书长柳燕告诉记者：“当下，中国汽车产业在机遇与挑战中开启了高质量发展的新征程，正在加速构建中国式智能网联汽车产业融合生态，加速践行‘双碳’战略落地实施，建设供应链新体系。”

加快打造万亿级汽车产业强市

电动汽车产业链密集IPO的同时，产业链上下游的业绩分化也成为市场关注的焦点。有观点认为，相较于短期的收益表现，在电动化和智能化技术变革的浪潮中，我们更应该坚持核心技术领域的长期主义。

招股书显示，2019年度、2020年度、2021年度、2022年1~6月，华一股份实现归属于母公司股东的净利润分别是479.98万元、1382.00万元、1.80亿元、8204.93万元。报告期内，华一股份的主营业务毛利率分别为16.12%、24.24%、55.02%、44.62%，公司主营业务毛利率呈上升趋势，在销售量价齐增的情况下，使得公司利润水平增长较快。

对于毛利率的快速提升，华一股份方面表示：“报告期内，公司综合毛利率显著增长，主要系2020年下半年以来新能源汽车市场迎来爆发式增长，对上游锂电池原材料需求增加，由于锂电池电解液添加剂行业产能有限，造成了市场供需失衡，导致公司主要产品碳酸亚乙酯和氟代碳酸亚乙酯的价格涨幅较大。”

与营利双增的上游材料企业相比，专注智能驾驶的纵目科技（上海）股份有限公司（以下简称“纵目科技”）在盈利表现方面并不尽如人意，尚未实现盈利。对于未能实现盈利的原因，纵目科技将其归结为在研发方面的投入。“主要系报告期内产品研发投入较大、部分产品的研发周期较长，同时部分定点车型项目尚未进入量产阶段。”

值得注意的是，短期内的业绩分化并不会影响行业前景，一方面产业链上下游的业绩分化主要受到原材料价格波动等多方面影响，另一方面智能化仍将是未来汽车产业发展的主要趋势。

在中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋看来，近年来在电动化、网联化、智能化，以及“双碳”战略指引下，我国汽车行业正在加速转型升级步伐，迈向高质量发展新征程。“新能源汽车的零部件技术含量比较高，利润回报也较高，产业链转型和发展都较为迅速。而产业集群的发展模式使得产业链能够互相配套，优质供应商普遍位于长三角，进一步提高了行业运行效率。”

新能源、智能网联方向适应转型，把传统零部件优势共性资源延伸到新领域，与苏州电子信息、人工智能等产业形成耦合发展态势，形成新的更大发展优势。”

中国信通院发布的《中国车联网白皮书》数据显示，2020年全球智能汽车市场规模约为6600亿元，中国智能汽车市场规模约为2000亿元，预计到2025年中国智能汽车市场规模将接近万亿元，2020~2025年6年产业复合增速将达36.85%。

张翔同样表示：“在新能源汽车发展的初期，部分资源存在供需错配等情况。未来产业链稳定之后，整体新能源汽车上下游的利润分配将会更加平衡。”

产业集群动能强劲

与此同时，梳理近期汽车产业IPO的发布情况不难发现，2022年近半数冲击IPO的产业链公司，均位于长三角地区。

在张翔看来，长三角一直是汽车产业的聚集地，基础积累丰富，进一步深化新能源转型。“新能源汽车的零部件技术含量比较高，利润回报也较高，产业链转型和发展都较为迅速。而产业集群的发展模式使得产业链能够互相配套，优质供应商普遍位于长三角，进一步提高了行业运行效率。”

近年来，长三角锚定行业发展趋势，持续推动汽车产业“换挡”绿色化，提速智能化。以上海为例，人工智能作为上海落实国家战略部署重点发展的三大先导产业之一，自动驾驶是人工智能的重要应用。政策方面，上海同样加大支持

力度。2022年9月，上海发布《上海市加快智能网联汽车创新发展实施方案》，其中明确提出，到2025年，初步建成国内领先的智能网联汽车创新发展体系，产业规模力争达到5000亿元。

在政策引导和广阔市场前景的共同利好下，企业也积极布局智能化领域。

日前，在上汽享道Robotaxi临港开城暨上汽自动驾驶生态共建活动上，上汽人工智能实验室（上汽AI LAB）及享道出行联合宣布，搭载了上汽AI LAB自研高级别自动驾驶出租车（Robotaxi）在上海临港正式投入运营，市民通过享道出行App即可叫车体验。

在2022年8月完成超10亿元的B轮融资后，享道出行方面表示：“B轮融资的顺利完成，标志着享道出行可持续、可盈利、高质量发展的商业模式已跑通。本轮融完成后，享道出行将在坚持全合规前提下，推动全场景业务持续爆发式增长，力争达成合规率和市占率双第一的企业发展目标，并将适时启动IPO计划，争取成为‘全场景出行平台第一股’。”

中国乘联会秘书长崔东树表示：“智能电动汽车产业集群超越了一般汽车或电子产业范围，形成中国最重要的经济圈内的多个产业相互融合、众多类型机构相互互联的共生体，构成长三角智能电动汽车的世界级的强大竞争优势。随着智能电动汽车的单品牌规模优势的形成，全国汽车产业的集中度会大幅提升，新的一年长三角的汽车品牌集群会有更大的发展。”

远大前程

驱策创新 C7

汽车“经济压舱石”作用显现 智能新能源汽车加速产业变革

文/本报记者 尹丽梅

从汽车产业发展的视角来看，2022年是极不平凡的一年。2022年，中国汽车工业经历了疫情冲击、芯片短缺、动力电池原材料涨价等不利因素的影响，不过，即便处在多重考验之下，中国汽车产业仍然展现出了顽强的韧性。

2022年12月27日，中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）发布2022年1月至11月汽车制造业数据情况。根据中汽协整理的国家统计局数据，2022年1月至11月，汽车制造业利润4763.0亿元，同比增加0.3%，增速高于规模以上工业企业3.9个百分点，占规模以上工业企业利润总额的比重为6.2%。可以看到，2022年1月至11月，我国汽车制造业利润实现同比小幅增长。

“2022年以来，我国汽车产业经受住了供给冲击、需求收缩以及预期减弱三重压力的考验。中汽协数据显示，2022年前11个月，中国汽车销量达到2430.2万辆，同比实现了3.3%的正增长，新能源汽车以及汽车出口再创新高，中国汽车品牌乘用车份额持续提升，中国汽车产业以强大的韧性发挥了经济‘压舱石’的作用。”近日，在“2022中国汽车产业高质量发展论坛”上，中汽协副秘书长柳燕表示，中国汽车产业正处于从“跟随”向“引领”跨越的关键阶段。

当前，中国车市正处于百年未有之大变局，产业变革加速，电动化、智能化为汽车行业发展注入了强劲动能。

根据中汽协2022年12月中旬发布的统计数据，2022年1月至11月，我国新能源汽车产销分别完成625.3万辆和606.7万辆，同比均增长1倍，市场占有率达到25%。2022年11月，我国新能源汽车继续保持快速增长，产销分别达到76.8万辆和78.6万辆，同比分别增长65.6%和72.3%，市场占有率达到33.8%。

随着汽车产业价值链在变革期被重塑，汽车产业已经进入一个由电动化+智能化定义的全新发展周期。“在汽车板块，比亚迪已形成王朝、海洋、腾势以及高端品牌仰望组成的多品牌矩阵，并将在2023年推出一个极具专业性、个

性化的全新品牌。”近日，比亚迪汽车品牌及公关事业部总经理李云飞对《中国经营报》记者分享了比亚迪对于新能源汽车赛道的战略布局新动向。

一个较为普遍的看法是，智能网联汽车是未来汽车产业决胜下半场竞争的关键。北汽新能源公关总监王芳对记者表示，“在汽车智能网联和自动驾驶技术的发展中，软件成为未来汽车智能化的基础。随着市场进入存量竞争，主机厂和供应商共同构建生态圈，加快技术创新的同时抢夺价值高地，软件定义下的智能网联汽车将成为车企乃至整个产业链转型突破的关键赛道。”

数据已成汽车产业新命脉

在汽车行业加快转型的背景下，近年来，相关车企加大布局力度，抢占优质赛道，以期在未来的竞争中占据有利位置。记者注意到，今年以来，政策加大对智能网联汽车产业的支持力度，智能网联正在重塑汽车产业价值链体系。

“2022年一个明显的变化是高阶自动驾驶已开始逐步落地。与此同时，伴随着L2+级领航辅助驾驶的量产落地，越来越多的企业开始将‘用户体验’作为一个重要的衡量标准，企业开始用体验去定义软件，用软件来定义汽车。”地平线智能驾驶产品规划与市场总经理吕鹏告诉记者，智能汽车要想真正实现普及，就不能只局限在高端市场上，为广大消费者提供普惠型智能汽车产品才是行业应该努力的方向。

值得注意的是，伴随着汽车智能化的加速发展，行业预计，数据规模也将可预见地极速扩大，包括数据在内的软件价值正上升至越来越重要的地位。

“软件正在定义汽车。软件所产生的数据对于未来汽车来讲非常重要，随着智能化的不断提升，数据也会不断地产生，而数据涉及非常多的应用层面。”利氪科技创始人兼总裁惠志峰对记者表示，数据对于移动出行非常重要，无论是从目前的传统驾驶场景来看，还是从未来的智能驾驶角度来看，数据的保存和使用，都将是不可或缺的一环。



随着汽车产业价值链在变革期被重塑，汽车产业已经进入一个由电动化+智能化定义的全新发展周期。

本报资料室/图

在亚马逊云科技汽车行业总

监杭瑜峰看来，数据能够为汽车行业带来巨大的价值。未来，在智慧出行行业，数字化技术在“云、管、边、端”这四大层面将进行迭代和多维升级。“我相信，云端一定是未来智慧出行行业升级通道中的一环，智慧出行中的一部分功能和设想将以云端为基石搭建，主机厂、自动驾驶厂商、底盘厂商应与云计算厂商携手合作，把‘云、管、边、端’四大块打通，构建起一些新的发展模式，推动汽车出行行业的发展。”

智能汽车被认为是汽车行业真正的游戏规则改变者，为汽车产业提供了前所未有的新机遇。王芳认为，如果说2022年是智能网联电动汽车的元年，那么2023年将看到智能网联电动汽车如雨后春笋般地涌现，不断地走入千家万户。“巨变才刚刚开始，未来已来，

大家都需要做好准备”。

新能源汽车成增长“主引擎”

2022年中国车市最大的亮点是新能源汽车的发展。根据中汽协的数据，2022年1月至11月，我国新能源汽车的市场占有率达到25%。这一数字已超越《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》中明确的“在2025年新能源汽车市场渗透率达到20%”的目标。

国内汽车行业一个越来越明显的趋势是，燃油车市场空间逐渐萎缩，新能源汽车发展已成为推动车市增长的“主引擎”。

“我国新能源汽车经过10余年的发展，已经形成引领全球汽车产业转型升级的新优势。新能源汽车的快速发展，对燃油车生产企业提出了严峻挑战。这两年新能源汽车快速增长，每年减少几百万辆燃油车的产销，汽车产业的产业变

革势在必行。”工信部原副部长苏波在第七届中国制造强国论坛上表示，相关企业要有紧迫感，绝不能再等待观望。一定要保持战略定力，紧紧抓住汽车新赛道的新机遇，完善相关政策措施，充分发挥领先优势，加快新能源汽车发展，推动我国汽车行业实现弯道超车，尽快建成汽车强国。

如何使新能源汽车保持高质量发展，是行业备受关注的话题。在王芳看来，良好的客户体验无疑是关键。“电动车冬季掉电，往往是车主最为担心的问题。对于这个问题，北汽新能源已经通过全气候电池技术实现了突破，我们的电池在冬季的功率仍能保持在90%以上。”

除了续航里程衰减难题，我国新能源汽车的发展还面临一些新的考验。

清研精准联合创始人兼CMO

陈超对记者表示：“这些考验包括，智能网联汽车、新能源二手车交易，如何评估残值？投了保险之后，一旦发生事故，应如何去评判？譬如，如果一辆新能源汽车安装了AEB自动紧急制动，一旦发生事故，责任主体是驾驶员、车企还是相关零部件的供应商？新能源汽车的发展，带来了很多我们以前完全没有意识到的问题，有些可能是法律问题，有的是道德层面的问题。这些问题不仅需要汽车行业站出来，也需要包括法律界、保险界和一些制定法律法规的相关机构、权威专家等共同来探讨应对之策。”

值得一提的是，业内认为，2023年我国新能源汽车有望延续高增长态势。华创证券预计，2023年新能源乘用车批发销量为989万辆，同比增长51%，渗透率将提升至40%。中汽协预计，2023年新能源汽车将达900万辆，同比增长35%。

自主品牌市场份额超50%背后：新能源汽车全面发力 自主车企格局生变

文/本报记者 尹丽梅

若将时间线拉回至两年前，业内鲜有人预料到，2022年自主品牌汽车将在中国车市中占据半壁江山。彼时，中国品牌汽车的市场份额曾跌至2006年以来的最低水平：2020年自主品牌市场份额仅为38.4%。即便是将时间线拉长十年，自主品牌的市场占有率也从未达到过50%，而是多年徘徊在40%的水平线。

进入2022年，自主品牌的市场份额几乎是一路攀升，风头无两。根据中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）12月20日发布的统计数据，2022年11月，中国品牌乘用车销售112.9万辆，同比增长9.8%，占乘用车销售总量的54.4%，市场占有率为2021年同期提升7.6个百分点。2022年1月至11月，中国品牌乘用车共销售1047.9万辆，同比增长24.2%，占乘用车销售总量的49.2%，市场占有率为比上年同期提升5个百分点。

在这样的背景下，延续多年的以长安汽车、吉利汽车、长城汽车组成的“自主三强”市场格局被打破，作为今年车市最大的亮点，比亚迪将稳坐2022年自主车企销量头名。

在乘联会披露的狭义乘用车零售销量TOP15榜单中，2022年1月至11月，比亚迪、吉利汽车、长安汽车、长城汽车、奇瑞汽车分别

以158.09万辆、110.83万辆、110.65万辆、71万辆、63.53万辆成为自主品牌阵营“五强”。

多位业内人士在采访中告诉《中国经营报》记者，凭借在电动汽车领域建立起来的技术创新、商业模式、产业生态等先发优势，自主品牌的崛起再次接下了“快进键”，我国车市的竞争格局正在重构。可以预见，掌握着新能源汽车市场主要份额的自主品牌市场份额将继续增长。

自主品牌占“半壁江山”

与合资车企遭遇重挫相反，2022年以来，自主车企整体表现强势，市场份额持续维持高位。

根据中汽协近日披露的统计数据，11月，中国品牌乘用车市场占有率为54.4%，延续了不断提升的态势，本月份额继续超过50%达54.4%，前11个月累计份额接近50%。

记者梳理发现，2006年至2021年，中国品牌乘用车年度市场份额最高未超过45.6%。而在2022年11月，根据中汽协数据，中国品牌乘用车市占率已经逼近55%，已占据中国乘用车市场半壁江山。

自主品牌经历国内竞争的洗礼，品牌实力显著增长，近几年车型表现强势，市场份额持续提升。根据我们统计的汽车之家数据，头部自主品牌新车上市积极，当年上市的新车/改款车型，在2019年至

2022年间，稳定在58款左右，较2015年至2018年区间（32~43款）提升显著。并且新车入门款指导价也持续上行，销量结构持续改善。”2022年12月21日，国盛证券在最新发布的研报中如是表述。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，自主品牌在新能源市场和出口市场方面获得明显增量，头部传统车企转型升级表现优异，比亚迪、吉利、长安、奇瑞等主流车企份额提升明显。

根据乘联会披露的统计数据，2022年11月新能源车厂商批发渗透率35.9%，较2021年11月19.9%的渗透率提升16个百分点。11月，自主品牌新能源车渗透率51.9%；豪华车中的新能源车渗透率40.6%；而主流合资品牌新能源车渗透率仅有5%。

记者注意到，在2022年1月至11月的新能源狭义乘用车厂商零售销量排名TOP15榜单中，有11家都是自主品牌车企。其中，比亚迪凭借超157.6万辆的累计销量独占鳌头，吉利汽车、广汽埃安、奇瑞汽车、长安汽车、哪吒汽车、长城汽车、理想汽车、小鹏汽车、蔚来汽车、零跑汽车的累计销量均超10万辆。

而在出口方面，乘联会统计口径下的11月乘用车出口（含整车与CKD）25万辆，同比增长54%，环比下降4%。值得关注的是，11月，自主品牌出口达到19万辆，同比增长

52%，环比增长1%；合资与豪华品牌出口6.2万辆，同比增长60%。

“无论是在新能源汽车方面还是在出口方面，自主品牌的表现均为其市场份额的持续提升提供了强劲的支撑。”一位资深业内人士告诉记者，持续不断的技术研发与丰富的产品布局，以及新能源转型响应积极，是自主品牌市场份额不断提升的重要原因之一。

阵营格局生变

长期以来，在自主品牌阵营，长城汽车、吉利汽车、长安汽车并称“自主三强”。进入2022年，这一格局已然生变。

根据乘联会披露的数据，在11月狭义乘用车零售销量TOP15榜单中，当月，比亚迪的零售销量为21.76万辆，同比增长125.1%，超越一汽-大众和上汽-大众销量之和，问鼎销量榜首。而在2021年11月，比亚迪仅以9.7万辆的成绩位居榜单第五。2021年1月至11月，比亚迪累计销量仅为62.59万辆，位列榜单第13位。

在2022年11月狭义乘用车零售销量TOP15榜单中，吉利汽车以12.64万辆的销量成绩紧随其后，力压一汽-大众位居榜单第二。一汽-大众则以11.66万辆的成绩位于榜单第三。长安汽车、长城汽车、奇瑞汽车分别以10.15万辆、5.82万辆、5.42万辆，位于榜单第4、第9、第11位。

坦克均将采用双品牌运营的模式，可以理解为1套渠道、1.5套组织、2个品牌，进一步集中优势资源，全面提升运营效率和协同。更好应对2023年更趋激烈的竞争，做好全球化、高端化、新能源。”长城汽车副总裁傅小康对媒体记者表示。

与此同时，2022年11月，奇瑞汽车在社交平台公告称，奇瑞集团根据战略规划和经营需要，进一步整合自主乘用车业务。奇瑞、星途、捷途三大品牌将聚焦各自定位，强化协同，一体化经营，共同做强自主乘用车板块。

“我们要面向新赛道来构建技术优势，未来几年我们会集中投放19款全新的智能电动产品，同时还将在加码对火星架构、鲲鹏动力、雄师智能、银河生态四大核心领域技术的建设，以及推动全球化的发展。”近日，奇瑞控股集团有限公司副总经理王琅在2022全球智能汽车产业峰会上表示。

值得注意的是，通过对新能源汽车进行持续加码投入，以比亚迪、吉利汽车、长安汽车、长城汽车、奇瑞汽车为代表的自主品牌的表现持续向好，推进我国自主品牌迈向新高度。然而，多位受访人士表示，在自主品牌市场份额持续攀升、市场竞争日趋激烈的背景下，自主品牌也面临着持续向上发展的考验。接下来，继续推动品牌成长，持续提升品牌竞争力是竞争的关键。

C8 驱策创新

远大前程

中汽协副秘书长柳燕：打造“中国汽车”大品牌形象刻不容缓

文/本报记者 尹丽梅

“打造‘中国汽车’大品牌势在必行。中国汽车作为一个整体品牌，它的形象是所有中国汽车品牌的公共标签和品牌特质的集中呈现。品牌对企业而言具有经济价值、民生价值和社会价值，而在全球竞争的舞台上，它更有着超越以上层面的国家价值。强大的品牌和品牌集群直接代表了国家形象，体现国家的软实力。当前，中国汽车产业正处于转型升级中‘弯道超车’的阶段，正处于从‘跟随’向‘引领’跨越的关键阶段。打造‘中国汽车’大品牌形象，既生逢其时，又刻不容缓。”近日，中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)副秘书长柳燕对《中国经营报》记者表示。

随着汽车“新四化”的持续推进，依托新旧动能转换，以及长期的积累和蓄势，中国汽车品牌从过去的“跟随者”摇身一变成为现在的“领跑者”。不过，在取得骄人成绩的同时，我们也应看到，挑战仍然横亘在中国汽车品牌面前。

在柳燕看来，在汽车工业百年发展的历程中，各强国品牌都形成了自身的国家品牌形象标签。中国车企由于起步晚，起点低、早期竞争力差，长期被廉价、劣质山寨等口碑包围。随着电动化、智能化转型升级与换道超车，产品竞争力有显著提升，但品牌形象滞后于产品实力；各品牌单打独斗，各自为战，未形成合力，缺少具有国家品牌价值的大品牌建设与打造。

柳燕认为，打造世界级企业和品牌是我国实现汽车强国的必经之路。当下，中国汽车产业在电动化、智能化新赛道上弯道超车，在品牌高端化进程上，中国汽

国品牌军团集体出海势头正劲，全球化进程持续提速，这个阶段是重塑具有国家价值的“中国汽车”大品牌形象的关键窗口期。

“中国汽车品牌向上”成效有目共睹

在经历了原始积累和“新四化”战略转型之后，中国汽车品牌已经步入全面发力的新阶段，甚至在国际舞台上展现出了新的姿态。

根据中汽协披露的统计数据，2022年11月，中国品牌乘用车销售112.9万辆，同比增长9.8%，占乘用车销售总量的54.4%，市场占有率达到上年同期提升7.6个百分点。2022年1月至11月，中国品牌乘用车共销售1047.9万辆，同比增长24.2%，占乘用车销售总量的49.2%，市场占有率达到上年同期提升5个百分点。

与此同时，国产汽车加足马力征战国际市场。根据中汽协统计数据，2022年前11个月，中国汽车出口278.5万辆，同比增长55.3%，全年出口量预计将达到300万辆。值得一提的是，在出口量不断攀升的同时，中国汽车产品出口也已从过去的低端车型升级为高端车型。

“经过近年来的发展，中国汽车品牌向上已经取得了长足的进步，表现在品牌价值提升、市场份额提升、高端化突破、全球化提速等多个方面，成就有目共睹，可圈可点。”柳燕说道。

柳燕指出，从近两年发布的全球品牌价值榜、最具价值中国品牌榜等全球第三方权威榜单上看，中国汽车品牌价值不断提升，上榜品牌增多且增长速度高于全球平均水平。

在品牌高端化进程上，中国汽

车品牌近几年已实现了实质性的突破，推出大批高端品牌车型，国内消费者对国产高端电动汽车的接受度也越来越高。

在柳燕看来，中国汽车产业在高质量发展方面已经迈入了新阶段，在转型中锤炼出来了强大的韧性。2022年以来，产业经受住了供给冲击、需求收缩以及预期减弱三重压力的考验。中汽协数据显示，前11个月，中国汽车销量达到2430.2万辆，同比实现了3.3%的正增长，新能源汽车以及汽车出口再创新高，中国汽车品牌乘用车份额持续提升，中国汽车产业以强大的韧性发挥了经济“压舱石”的作用。

打造中国汽车品牌“正当其时”

当前，中国车市正处于百年未有之大变局，以电动化、智能化为代表的产业变革加速推进。站在迎接百年新局面的时间节点上，中国汽车产业在迎来巨大的机遇的同时，也面临重大挑战。

“我们必须清醒地看到，中国汽车要成为汽车品牌强国，成为世界级品牌，仍然任重道远。中国作为超大规模市场，汽车品牌价值与市场规模长期背离，中国汽车产业大而不强的特征仍然非常明显。中国汽车本土乘用车市场份额近两三年稳步上升，但最高位仍在50%上下，与强国市场本土份额仍有差距。在2022年最新发布的全球百强品牌榜单中，有15个汽车品牌，中国汽车品牌无一上榜。”柳燕表示，在百年汽车发展史中，强国汽车均形成了自己的国家品牌形象标签，中国汽车起步晚、起点低，没有统一形象建设，早期形成的模仿、抄袭等口



中汽协副秘书长柳燕认为，打造世界级企业和品牌是我国实现汽车强国的必经之路。
本报资料室/图

汽车产业发展规划(2021—2035)》，再到《关于新时代推进中国品牌建设的指导意见》，国家对于中国品牌的发展均作了特别强调，国家领导人更是提出了‘一定要把民族品牌搞上去’的明确要求。而在产业链层面，新能源和智能网联汽车的快速发展为中国汽车品牌向上提供了千载难逢的机会，持续推出的产业利好政策和日益完备的产业链布局，以及核心技术的不断突破，均为汽车产业的发展形成了利好条件。”柳燕说道。

柳燕进一步谈到，在企业层面，中国汽车品牌在技术创新、品牌焕新、生态建设等方面均取得了长足的进步和发展，并且在产业链协同发展和用户运营等一些方面已经有领先国外品牌之势。

在市场层面，中国连续13年成为全球最大的汽车市场，特别是在新能源汽车销量方面领跑全球，2022年前11个月，中国新能源汽车销量已超过600万辆，进入了规模化、生产化的发展快车道。

而在用户层面，随着国潮文化的兴起，消费者对中国品牌更加信任，对新能源产品接受度更高，特别是随着Z世代成为消费主流，中国汽车品牌迎来了最好的崛起时机。

发挥“桥梁”作用 中汽协推动中国品牌整体向上

要解决“在新一轮竞争中，中国汽车品牌如何实现‘品牌向上’”这一问题，需要各方的协同努力。

柳燕向记者分享了中汽协为行业组织，近两年来在推动品牌向上方面的重点工作：

一是在工信部指导下，连续两年开展了中国汽车品牌向上发展专项行动，其中以“看见中国汽车”

为主题的品牌巡礼全国行，每年由5家主流企业接力完成，是业内首个多家企业在同一主题下的联合活动，提升了“中国汽车”作为一个整体的大品牌形象，展示了中国品牌发展成就，开启了中国汽车品牌携手向上的全新局面。

二是成立了中国汽车企业首席品牌官联席会(简称“CB20”)，作为行业与企业间的沟通平台，凝聚品牌官的力量和共识，推动中国汽车品牌整体向上发展。

三是完善了协会对外的专业化媒体沟通模式，媒体合作提增效，定期举办媒体沟通会，加强了与主流媒体的互动，传递协会声音与行业正能量，为中国汽车品牌发展营造健康的媒体环境。

四是创建了学习交流平台，充分利用行业论坛和品牌直播云课堂等机会，探讨品牌发展的重点话题。

五是中汽协近期与清华大学联合启动了中国汽车品牌强基工程课题，将基于我国典型汽车企业和品牌在燃油车时代及智能电动汽车时代成长发展的深度研究，补齐中国汽车品牌成长原创理论缺失的短板，为汽车强国建设提供理论体系支撑，为行业和企业品牌发展提供指导，为国家培育世界级品牌提出建议和对策。

“中国汽车品牌向上需要各方参与和携手努力。下一步，中汽协在推动中国汽车品牌整体发展方面，将继续开展更多务实高效的工作，发挥好行业组织的桥梁和纽带作用，与各参与方一起，共同打造‘中国汽车’大品牌形象，助力中国汽车品牌‘走上去’‘走出去’‘走进去’，汇聚行业力量，携手推动汽车强国目标的实现。”柳燕说道。

**建设成世界一流现代化企业
攀登全球高端装备制造产业珠峰**

To build modern world-class enterprises and peak at the global high-end equipment manufacturing industry

徐工徐工 助您成功
FOR YOUR SUCCESS

客服热线
400-110-9999
www.xcmg.com

广告

消费新局

编者按/世界百年未有之大变局正在加速演进。作为拉动经济的“三驾马车”之一，消费成为推动经济高质量发展的主要动力。纵观2022年，中国消费行业处于稳健前行中。这一年，我们见证了酒行业稳中向好、稳中有进的快速发展，白酒行业消费结构不断升级，展现了产业极强的韧性和发展活力。啤酒产业结构也发生了深刻的变化，高端化成为行业高质量发展的引擎。这一年，中国体育产业成绩斐然，北京冬奥会的成功举办推动实现了“3亿人上冰雪”。“促进群众体育和竞技体育全面发展，加快建设体育强国”更为体育产业发展指引了新的方向。这一年，软实力竞争成为乳企的共识，纷纷加大对技术研发的投入。这一年，咖啡赛道风起云涌，新老品牌展现出非凡的竞争力，本土品牌如雨后春笋，强势崛起……

党的二十大报告提出，“必须坚持在发展中保障和改善民生，鼓励共同奋斗创造美好生活，不断实现人民对美好生活的向往。”站在新的起点，不断扩大的消费市场将谱写出新的篇章。让我们一起回顾2022年的风云变幻，展望新一年的趋势和动向。

2022酒业高端化扩容 消费复苏助力产业升级

文/本报记者 党鹏

“春节前需要再去一次茅台镇，看看年末生产的进展情况。”作为诗婢家酱酒品牌运营负责人，从成都到茅台镇对张皓然来说已经是轻车熟路。

在张皓然看来，2022年到茅台镇的散户明显少了，不仅是投资客户，还包括消费客户。“茅台镇的挤出效应明显，尤其是环保监管的加强打击了低质和假冒伪劣酱酒，使得茅台镇产区开始呈现高质量、上规模发展，是产区升级的重要一年。”

行业观察人士蔡学飞认为，在2022年酱酒发展降速之后，白酒行业更加的务实与理性，产区概念逐渐成熟，加快了相关区域的产业升级。“稳定增长、强分化、高库存、常态化、产区时代、结构升级……这些都是2022年白酒行业的关键词。”

啤酒行业也是如此。在啤酒专家方刚看来，2022年行业呈现“稳”发展，高端化、资本、扩产等成为行业发展的“关键词”。

《中国经营报》记者注意到，随着国家针对拉动消费出台的一系列措施，酒类消费场景正“烟火归来”。“白酒在消费市场扮演着重要角色，对消费起着强大的拉动力用。企业应该抓住机遇，迎接即将到来的这一轮消费复苏。”中国酒业协会理事长宋书玉强调。

“稳”字当头的高端化路径

在方刚的印象里，2022年啤酒行业的亮点之一，就是出现了千元价格带的啤酒。

记者注意到，自2021年华润啤酒推出定价999元/盒(2瓶)的超高端系列啤酒“醴”后，2022年以来，青岛啤酒推出了1399元/瓶的“一世传奇”，百威亚太则推出了1588元/瓶的“大师传奇”。

“在此之前，大家都不会想到



随着国家针对拉动消费出台的一系列措施，酒类消费场景正“烟火归来”。

视觉中国/图

啤酒会触及千元价格带这个高度，2022年各大巨头推出超高端的产品，意味着啤酒的高端化达到了一定的高度。”方刚说。

重庆啤酒总裁李志刚表示，从中国五大啤酒公司的业绩来看，即使在受疫情影响的近3年里，普遍都有良好的业绩表现，有的指标还优于行业发展良好的2013年。“这是因为中国啤酒行业的发展质量更高了。”

“疫情3年未阻断啤酒行业高端化升级趋势，啤酒高端化将迎来‘最后一战’，中国高端啤酒的竞争格局面临重塑。”华润雪花啤酒(中国)有限公司董事长侯孝海公开强调。

与此同时，白酒的高端化仍是主流。中研普华研究院《2022—2027年中国高端白酒行业市场深度调研及投资策略预测报告》认为，“长期来看，宏观经济稳健增长、中产及以上阶级人群扩容、消费升级趋势延续共同推动高端白酒需求侧扩容，而供给侧高品质白酒产能稀缺意味着高端白酒价格带仍有上移空间，预计未来高端白酒行业保持稳健增长态势。”

行业的韧性。”宋书玉分析说，“中国酒业稳中向好、稳中有进的趋势没有改变，产业向名酒产区、名酒品牌集中的格局没有改变，仍然延续结构性繁荣的长周期，整体效益持续提升，具有极强产业韧性和发展活力。”

方刚认为2022年中国啤酒市场的特点可以用“稳”字形容。他判断2022年的啤酒行业总量大概是一个持平的状态，销量微下滑，但利润大幅度上升，总体态势相对比较稳定。

“中国啤酒市场已进入了高端化、产销两旺的红利期。在红利期的持续推动下，啤酒行业的产业结构、消费结构都在发生深刻的变化，这对于产业端、渠道端、消费端来说，都是一个非常好的消费周期。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示。

资本助力下的新一轮扩产

自2022年以来，包括贵州茅台、五粮液、泸州老窖、山西汾酒在内的多家企业，相继宣布了新增投资及相关产能扩张计划。其中，五粮液计划投资27.5亿元、泸州老窖计划投资47.83亿元、今世缘计划投资90.76亿元、山西汾酒计划投资91.02亿元。

“与以往不同，这一轮扩产的酒企从一线名酒品牌如酱、浓、清各品类代表，到区域省级强势名

酒如苏酒今世缘、舍得酒业等，大多数集中于产区名酒和品类名酒品牌，它们都已经完成或正在进行产品结构的高端化。”蔡学飞表示，归根到底还是因为目前白酒行业消费结构升级，次高端与高端扩容明显，“未来白酒的竞争价格带是次高端和高端市场，如果没有高品质的基酒做储备，将无法支撑产品结构升级以后的产品高溢价。”

同时，蔡学飞注意到，白酒行业资本化依然活跃，但从投机转为对酿酒产业的长期布局，一定程度上推动了酿酒行业的产业升级；张皓然认为，头部酒企开启新一轮的扩产，是产业资本对长期主义的坚守，产业资本和头部企业看好白酒行业未来的发展。

在啤酒行业，新一轮的扩产也是如火如荼。2022年以来，百威亚太宣布在福建莆田产能1万吨的精酿啤酒工厂正式投产；重庆啤酒日前宣布将追加投资，总投资近30亿元在广东佛山新建生产基地；燕京啤酒与青岛啤酒披露了多项建厂和改造工程；珠江啤酒总投资7.3亿元的扩建工程正在推动。

朱丹蓬表示，此番扩产意味着中国啤酒行业已进入从量变到质变的阶段，许多原有的工厂硬件设施无法适应新阶段的要求。特别是在高端化和年轻化的趋势下，许多企业不断调整革新以顺应趋势。

跨界带来行业新格局

2022年，茅台与冰淇淋结合，将白酒跨界再次推上热搜榜。实际上，在白酒领域，这样的跨界早已开始，比如泸州老窖跨界香水、五粮液跨界茶叶等。但2022年白酒圈子的跨界，正在开启行业营销和品牌传播的新格局。

2022年1月初，“青花汾酒30

月，洋河股份举办海之蓝升级·元宇宙发布会；9月，泸州老窖新酒业公司“百调酒馆”在成都开业，聚焦“轻酒、轻咖、轻食”。

消费品营销专家肖竹青认为，为满足“Z世代”消费人群对低度、健康、时尚、果味等口味潮流消费需求，传统酒厂创新推出低度、新潮酒类新品，满足了市场求新、求变、个性化、时尚化的需求，获得了广大消费者的欢迎。白酒的年轻化也需要引进年轻化的品牌策划人才，以新的传播方式与年轻人建立互动交流。

除了营销跨界，更重要的是资本跨界。2022年10月25日，华润啤酒发布公告称，其间接全资附属公司华润酒业控股拟以123亿元收购贵州金沙窖酒酒业有限公司55.19%股权。记者注意到，自2018年以来，华润啤酒多次涉足白酒领域，已先后投资山西汾酒、景芝白酒、金种子酒。

方刚认为，目前国内啤酒市场存在天花板，人均消费量已到达瓶颈，啤酒企业采取多赛道布局是对未来战略的探索和补充。华润集团频频落子白酒领域，一方面由于白酒行业利润率更高，一方面由于啤酒市场增量有限，本质上是啤酒企业在白酒领域发起的“跑马圈地”行动，后续可能会有更多啤酒企业投资白酒企业。

此外，2021年以来，盒马、海底捞等零售、餐饮商切入精酿赛道。2022年，精酿啤酒更是受到各路资本的青睐，轩博啤酒、新零啤酒等品牌分别获得大额融资。

“从宏观上讲，这是消费端倒逼产业端创新升级以及迭代的一个具体表现，并从规模效应上往高质量发展。”方刚认为，从中观去看，细分赛道高端化是未来很重要的一个趋势；从微观去看，行业的集中度会进一步往头部企业倾斜，强者更强，弱者更弱。

行业复苏消费强劲

“国内啤酒将在2023年经历第一季度春节前后的低潮，以及春节期间假日增长后，将在第二季度迎来春节后的筑底和补偿增长，到第三季度实现旺季较快增长，待第四季度完全放开后，实现高速增长。”在2022年12月21日举行的酒业创新与投资大会上，侯孝海预测道。

侯孝海认为2023年国内啤酒消费将总体保持前低后高、全年中高增长的趋势，表现出“不均衡高增长、规模和质量双驱动增长、品牌化增长、头部效应突出、年轻消费和升级消费先行”的特点。

国泰君安发布研究报告称，即饮渠道2023年有望双位数修复性增长，与非即饮渠道同时驱动行业结构升级。“传统中高档大单品销量修复的同时，价格更贵的升级产品增长势头更强，健康、好喝、新鲜成为日、美疫后啤酒升级的共同趋势，精酿、无醇、低度、鲜啤产品畅销。”

“2022年，虽然受到疫情等影响，但中国酒行业，特别是名酒企业依然在规模与利润方面持续高增长，这说明中国酒结构性增长的态势没有变化。”蔡学飞认为，随着疫情的结束，未来白酒品牌化与品质化消费的趋势明显，中国名酒在宴席、礼品与商务等市场的需求依然旺盛。

蔡学飞强调，随着消费者个性化与健康化需求的发展，小众酒快速生长，成为行业新增量市场，基于酒庄、社群、数字化等的体验营销与新技术营销模式不断成长，中国酒的未来发展依然值得肯定。

张皓然认为，2023年在消费复苏的带动下，白酒消费也将迎来复苏：仍将呈现强者恒强、大鱼吃小鱼、酱香挤压浓香、浓香挤压其他香的局面。白酒是典型的长周期产业，基建和外贸的增长都会拉动白酒的市场增长。

咖啡行业格局重塑:新老玩家角逐市场

文/本报记者 钟楚涵 蒋政

2022年,是咖啡行业快速发展的一年。这一年,本土咖啡品牌Manner、挪瓦咖啡不断扩张,还有一些企业实现了非常明显的正向发展。9月,Tims咖啡正式上市;而瑞幸咖啡在这一年获得盈利,实现了业绩和门店的双增长。

同时,更多的企业跨界进入了咖啡行业。李宁、特步、华为、蔚来汽车等知名企业家都相继进入咖啡领域,这些都从侧面体现出咖啡行业的巨大空间和热度。

赛道持续火热

2022年,咖啡市场本土品牌崛起。3月,本土咖啡品牌Manner宣布在10座城市200+新店齐开。根据Manner官网信息,目前Manner已有500多家直营门店;5月,M Stand官微宣布20+新店开业;11月,挪瓦咖啡宣布120家店齐开,至今在全国已经累计超过1700+门店。

以上部分本土咖啡品牌在2022年的扩张与它们在2021年获得资本投资存在关系。天眼查信息显示,2021年Manner咖啡获得三轮融资,其中一轮的融资高达数亿美元;M Stand咖啡2021年获得二轮融资,金额达数亿元;2021年挪瓦咖啡获得三轮融资,最后一轮融资于2021年12月,金额达2亿元。

对于本土咖啡品牌崛起的原因,连锁经营专家李维华向《中国经营报》记者表示:“本土品牌迅速崛起的原因主要有五方面:在星巴克的市场教育下,关于咖啡、咖啡店等的知识已经逐渐普及;随着经济的发展以及文化教育层次的普遍提高,百姓对于咖啡的接受度明显提升;大多数人都掌握了连锁经营的知识和技法,尤其是威力更强大的特许经营的商业模式,现在的商界人士基本都认识到了其重要性;资本的背后推动;快速增长市场的巨大吸引力。”

在本土品牌的差异化与竞争力上,李维华表示:“和国际大牌相比,本土品牌在模式上各种各样的都有,有强调第三空间的,有主打性价比的,有做精品咖啡的……在单店形式上,有大店类的第三空间,也有只做外带外卖的小微店;既有做线下为主的,也有做线上为主的;既有强调技术和品味的现做咖啡,也有直接冲泡的袋装或胶囊装等。本土品牌的竞争力主要体现在这几个方面:国潮、国货、国风概念尚未熄火,所以很容易受到国人欢迎;以性价比揽客;线上的玩法更熟悉;在资本运作上能力强等。本土咖啡品牌的兴起是必然的趋势,未来空间也会很大。”

在整体行业方面,艾媒咨询数据显示,2021年中国咖啡市场规模约3817亿元,预计行业保持27.2%的增长率上升,2025年中国咖啡市场规模将达1万亿元。

根据天眼查方面的信息,近年来咖啡相关企业年注册量持续增长。截至2022年8月17日,2022年新增咖啡相关注册企业1.9万家,同比增长26.6%。

在投融资端,2022年咖啡产业的热度依然持续。6月喜茶投资少数派咖啡;5~6月,歪咖啡、八福咖啡、小洋桥等多个咖啡品牌获得融资。咖啡的热度还存在于产业链中。2022年6月,智能咖啡机品牌咖啡之翼宣布完成1亿元融资;5月,咖啡供应链公司乐饮创新获得近5000万元A轮融资。

同时,在2022年有部分知名企业在取得非常明显的成绩。9月,在进入中国市场三年多之后,Tims中国正式登陆纳斯达克。截至2022年10月,Tims咖啡门店数量突破500大关;发展迅速的还有瑞幸咖啡,瑞幸2022年第三季度财报显示,净利润为5.29亿元,而2021年同期的数据为净亏损2350万元。截至2022年第三季度,瑞幸咖啡门店总数达到7846家。

对于2022年的咖啡行业,上海

啡越投资管理有限公司董事长王振东向记者表示:“我们可以看到中国咖啡文化的形成已经非常清晰,大量具有中国本土特色的咖啡品牌和产品不断在市场出现,而且市场的认可度非常高。另外,2022年延续了2021年对于咖啡项目的投资热潮,品牌们在2021年拿到的钱,用于门店拓展的部分都需要在2022年完成,所以即使在疫情影响下,一些咖啡行业连锁品牌的门店拓展还是相当不错的。”

多企业跨界进入

2022年,继续有企业跨界进入咖啡行业,并且引发热度。2022年上半年李宁申请注册“宁咖啡 NING COFFEE”商标,此后在北京、广东、厦门等地区的部分门店销售咖啡;6月华为也被曝注册咖啡相关商标;8月特步申请注册咖啡相关商标,包含“特咖啡”商标以及“XTEP COFFEE”商标;11月的消息称,上海蔚来汽车有限公司申请注册4枚“NIO COFFEE”商标。

实际上,早在此前几年,已经有不少企业比如同仁堂、中国石油、中国石化等跨界卖咖啡。

在和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏看来,不同企业跨界进入咖啡行业的原因是不同的。“一类企业是把咖啡作为一个新业务,非常重视地去推动,比如邮政、中石油等。另一类是像李宁、特步等,是为了在现有主营业务上来优化前端的门店体验或者优化产品结构,为顾客提供更好的体验和服务。比如李宁、特步等在全国有数千家营业网点,在门店端提供咖啡服务有助于提升客流量和增加顾客的黏性。”

对于以上企业跨界进入咖啡行业的竞争力,百联咨询创始人庄帅向记者表示:“通过咖啡业态提升用户进店的理由,同时也为已经进店的用户提供更加休闲的体验增加停留时间。他们的优势是具有规模很大的现成实体店资源,以



截至2022年第三季度,瑞幸咖啡门店总数达到7846家。

视觉中国/图

及能形成关联销售。挑战在于需要重新构建咖啡业态的组织和流程,当然也可以通过委托专业的第三方进行管理。”

对于以上企业跨界进入咖啡行业的挑战,李维华也指出:“进入咖啡市场依旧是需要具备强大的供应链、专业的团队等。虽然有些企业有不少的既有店面,但是实际上其中一些门店可能并不适合做咖啡店,比如在选址特性上和咖啡店的位置并不符合。”

未来如何?

对于目前中国咖啡行业的市场格局,文志宏表示:“首先,目前咖啡市场有外资、本土品牌,其中本土品牌这几年发展非常迅速;其次,从咖啡产品的角度来看,有现磨的、精品速溶等。其中,精品速溶咖啡这几年发展速度很快,因为它们比较容易在线上、线下同步发力。此外,麦当劳、肯德基这类餐

饮连锁以及7-11等便利店连锁也是咖啡市场不可忽视的力量,因为它们的网点本身就非常多,同时咖啡产品往往性价比非常高,我认为这些企业在咖啡市场占有举足轻重的地位。”

除此之外,王振东指出:“从市场格局来看,咖啡在一、二线城市市场的渗透率已经非常高,甚至已经超过了茶饮。换而言之,所有品牌在一、二线城市进一步提升市场渗透率、打开新的市场局面的机会已经不多。大家要去寻找新的战场。可以看到,包括像社区店、大学店以及三、四线城市的市场竞争都越来越激烈。对于品牌来说,如果要进入这些市场,不仅仅要形成价格优势,同时产品要真正符合消费者的需求,之后再实现较高的复购。”

目前,已经有咖啡品牌表达出对于进入下沉市场的意愿。在2022年的21世纪消费峰会上,挪瓦

咖啡创始人郭星君表示,下沉市场年轻人的购买力是超乎想象的,未来两年更多的重心会放在非一线城市。

对于未来,王振东认为:“我们的市场已经开始进入到一个自主创新的阶段。往后大家都会围绕着‘怎么去做一杯中国人喜欢的咖啡’这一主题去做市场。除此之外,对于咖啡行业来说,运作资本的能力是一个重要的竞争力,未来资本对于行业的作用依然会很大。对于企业来说,当在供应链以及创新上具有更强能力的时候,会在资本市场形成一定的吸引力。”

文志宏则认为:“未来几年,咖啡毫无疑问依然会处于一个快速发展的阶段。但同时,对于咖啡品牌来说也存在挑战。如果自身没有足够的特色、差异化、规模以及品牌力,就有可能在行业快速增长的过程中被淘汰。”

乳企加大研发技术投入 细分市场成增长触角

文/本报记者 孙吉正

2022年,乳行业并没有如同上一年出现一波新的合并和收购事件,整体来看,乳企为了增强综合竞争力,在2022年选择了继续加大对研发的力度,以技术优势获取更强的综合竞争力。

从数据来看,国内婴幼儿奶粉呈现出全盘中高端化的趋势,与此同时,成人奶粉愈发被消费者所重视,开始出现巨头企业纷纷加码入场的现象。

独立乳业分析师宋亮向《中国经营报》记者指出,目前诸如特殊人群的乳制品消费可观,“可以预测的是,未来婴幼儿、儿童以及老年人,将是乳业消费的重点群体。”

加大技术投入

2022年,整个乳行业的上游原奶价格处于逐步下滑的趋势。根据农业部官网公布的数据,2022年7~9月,10个主产省生鲜乳平均价格维持在4.13元/公斤左右。总体来看,第三季度10个主产省生鲜乳平均价格比较稳定,同比下降4.9%,环比下降0.7%。

宋亮认为,受国际原奶价格以及饲料成本上升的原因,国内的上游产业也受到相应的影响。因此,需要我们提高竞争力与稳定奶源自给率。另外,我国牛乳养殖的饲料、土地等投入成本高于其他国家,只有通过技术进步获得更高的生产效率才能够扭转竞争劣势。

因此,2022年,众多乳企纷纷加大对技术研发的投入。



2022年,奶酪依旧成为整个乳行业发展最快的领域。

岁及以上的人口有2.54亿人,占总人口的18.1%,并且随着居民健康消费意识的不断增强,成人奶粉发展潜力巨大。

“由于当下中老年人的健康成为重点话题,因此成人奶粉的发展在2023年可能会迎来井喷式的发展。”宋亮说。

此外,奶酪依旧成为整个乳业发展最快的领域。Euromonitor数据显示,2017~2021年,中国奶酪行业市场规模从49.92亿元增长至122.7亿元,年均复合增长率达25%。

尼尔森的数据显示,2021年上半年,我国液态乳品市场零售额同比增幅9%,婴幼儿及成人配方奶粉市场零售额同比增幅为7.7%,而奶酪市场零售额同比增幅高达35.3%。根据乳协公布的数据来看,预计到2025年全国奶酪产量将达到50万吨,全国奶酪零售市场规模突破300亿元。

中北蓝海COO王子恒告诉记者,婴幼儿奶粉市场目前所呈现出的竞争态势从开始营销到科研全方位展开,我们可以看到的是品牌方只要在某一环节稍显落后,就立刻会被后来者追上。但同时价格战在2022年开始趋于缓和,因此可以说整个行业进入到良性竞争的环境。

与此同时,成人奶粉也在2022年继续快速发展,众多企业纷纷入局加码成人奶粉。2022年,君乐宝、美赞臣等企业纷纷宣布入局成人奶粉,蒙牛、伊利、飞鹤等知名国内品牌都在积极布局成人奶粉市场。

雅士利、贝因美等老牌奶粉在近些年入局成人奶粉后,成人奶粉业务均呈现出快速增长的态势。在受众群上,成人奶粉的潜在用户远高于婴幼儿奶粉。目前我国60

看,2022年乳业的整体增长较上年是放缓的。”宋亮说,但从细分领域来看,婴幼儿奶粉、成人奶粉以及奶酪依旧维持着快速增长。

相关数据显示,截至2021年10月,我国奶粉产量为76.2万吨,同比2020年1~10月下降2.19%,但平均价格依旧维持着增长趋势,2021年我国国产品牌婴幼儿奶粉价格为211.58元/公斤,2020年平均价位为204.33元/公斤,2016年平均价位为166.28元/公斤;国外品牌2021年婴幼儿奶粉价格为257.79元/公斤,2020年平均价位

“虽然奶酪产品在西方国家是比较常见的消费品,但受制于饮食习惯,国人对于奶酪的食用和消费也是近几年才开始逐步兴起,此前奶酪主要还是用于烘培等餐饮渠道。”宋亮说,“可以预测的是,奶酪在2023年会继续维持高增长的态势,且会继续有更多的玩家入场抢夺奶酪市场。”

远大前程

消费新局 D3

赛事大年成绩斐然 体育事业再迎新方向

文/本报记者 刘旺

2022年对中国体育来说，意义非凡。北京冬奥会、女足亚洲杯、世乒赛等各大赛事上，中国运动健儿给我们留下了太多震撼和感动。

让我们引以为豪的是竞技体育取得的非凡成绩。国家体育总局竞技体育司2022年12月27日发布《2022年我国运动员取得成绩报告》，中国体育健儿共在21个项目上获得93个世界冠军、创11项世界纪录。

不仅如此，群众运动也在蓬勃发展。体育场馆、公共设施数量大幅增长；安踏、特步等体育公司纷纷连续多年投入小型赛事的举办；飞盘、腰旗橄榄球等新兴运动崛起；群众健身运动意识高涨，体育健身走向“云端”。党的二十大报告提出“促进群众体育和竞技体育全面发展，加快建设体育强国”，则为体育事业指引了新的发展方向。

竞技体育成绩非凡

北京冬奥会上，中国代表团以9金4银2铜的战绩高居金牌榜第三位，创下参加冬奥会以来历史最佳战绩；2月6日，中国女足3比2逆转韩国女足，时隔16年再夺亚洲杯冠军；7月4日，中国队在国际泳联世锦赛中斩获18金并列金牌榜第



2022年12月28日，平谷第十六届冰雪季在渔阳国际滑雪场开幕。

视觉中国/图

首，其中，中国跳水队包揽全部13枚金牌，中国花样游泳队创历史最佳成绩。

女排精神、冬奥精神、女足精神，都成为了努力、坚持与不放弃的代名词，为我国竞技体育的发展注入了精神力量。

根据国家体育总局竞技体育司发布的数据，2022年我国运动员共在21个项目上获得93个世界冠军，其中，奥运世界冠军51个，非奥运世界冠军42个。射击、举重、游泳项目7人4队11次创11项世界纪录，其中，奥运4人1队5次创5

项世界纪录，非奥项3人3队6次创6项世界纪录。

北京体育大学中国体育政策研究院执行院长鲍明晓曾认为，竞技体育是体育强国的高光领域和显性指标，是体育强国的战略支点，这个支点任何时候都不能松。“当前，我国竞技体育整体上处于高位爬升阶段，优势项目保持的难度加大、潜优势项目整体突破的动能不足、落后项目特别是集体球类项目发展水平仍在低位徘徊，竞技体育高质量发展仍然面临诸多困难，但我们必须毫不动摇，并想尽一切办法巩固和强化竞技体育

发展水平这一战略支点。”

群众体育蓬勃发展

“推动3亿人参与冰雪运动”，北京冬奥会的美好愿景显然已经成为了现实。根据《中国体育报》报道，自申冬奥成功至2021年10月，全国居民参与过冰雪运动的人数达到3.46亿，冰雪运动参与率达24.56%。

近日，第九届全国大众冰雪季启动仪式在哈尔滨举行，这也是北京冬奥会后举办的首次全国大众冰雪季系列活动。据了解，本届全国大众冰雪季主会场设在哈尔滨，并在北京、天津、河北、吉林、上海等地设立分会场，其间将组织和引导全国各地有重点、多层次地开展一系列群众性冰雪赛事活动。

卡宾滑雪(838464.NQ)董事会秘书尹磊曾对记者提到，我国冰雪运动呈现区域性增长态势。

在2017年、2018年，中国每年新建滑雪场在七八十家。在2020、2021年，因受疫情影响出现一定停滞，但2022年又重新火热起来。

实际上，不仅仅是走上冰雪，群众运动也开始走向线上。2022年以来，“云健身”已然形成了千亿元的市场规模，用户激增、创作者激增，相关产业配套也在蓬勃发展。灼识咨询曾发布的报告显示，线上健身市场主要包括健身会员及课程、物联网、装备及服饰、健康食品。

关键之道体育咨询CEO张庆认为，这其中最重要的还是线上健身的普及作用，受影响更多的是小白人群，对运动有初步的兴趣，但不会花很高的价钱去消费，因此一些瑜伽垫、速干衣等产品销量爆发。“入门级的基数是庞大的，但是要转换成中度或者重度健身人群，还有赖于更多方面的持续努力。”

此外，还有飞盘、腰旗橄榄球等现象级的运动项目兴起。“飞盘无需购置大量不菲装备，只需要一块场地和飞盘便可进行；规则上不允许身体对抗，对力量偏弱的女性来说，也能够参与竞技；在比赛中，需要团队配合，天然地需要与别人进行交流；而在社交平台上，飞盘爱好者也成为了具备社交货币价值的符号。如今人们都在寻找一些新的解压方式，同时可以分享这种运动项目。而飞盘恰好符合这一特性。”张庆认为。

体育事业迎新方向

2022年，正在繁荣发展的体育事业再一次迎来了新的指导方向，党的二十大报告提出“促进群众体育和竞技体育全面发展，加快建设体育强国”。钟秉枢表示。

首都体育学院原院长、博士生导师、教授钟秉枢表示，“群众体育的全面发展要求进一步解决健身不便捷的问题，以人民健康为中心，从全民健身大处着眼，从全民健身小处着手，发挥新型举国体制优势，形成党委领导、政府主导、社会协同、公众参与、法治保障的群众体育发展新格局，围绕全民健身‘六个身边’工程，建设国家社区体育活动管理服务系统和国家、省、地（市）三级全民健身互联网信息平台，竭力满足人民日益增长的美好健身需要，筑牢健康中国的体育之基。”

钟秉枢认为，“竞技体育的全面发展要求进一步解决奥运项目与非奥项目、夏季项目与冬季项目、个人项目与集体项目发展不平衡，新兴项目发展不充分的问题，完善和发展新时代竞技体育举国体制，构建体育系统、教育系统、社会组织多元投入、体教融合的新型竞技体育人才培养体系和新型竞赛体系，全面提升竞技水平，提高为国争光能力。”

“竞技体育和群众体育的全面发展要求进一步解决群众体育和竞技体育发展不平衡问题，从人文价值、隐性价值、综合贡献和潜在收益的视角认识群众体育和竞技体育蕴含的对国家、社会、区域、家庭、个体发展的意义，以全体人民的需求来统筹群众体育和竞技体育的发展，实现群众体育和竞技体育发展由政府独轮驱动向政府、社会、市场、民众四轮驱动的转变。”钟秉枢表示。

另外，钟秉枢认为，体育承载着国家强盛、民族振兴的梦想，体育强则中国强，而“加快建设体育强国”中“加快”两字凸显了体育强国建设的时代感和紧迫感。

重庆啤酒总裁李志刚：打造“硬核”乌苏 持续推进高端化

文/本报记者 党鹏

“继续在中国取得成功。”作为重庆啤酒(600132.SH)总裁的李志刚，在接受《中国经营报》记者专访时强调。

记者注意到，重庆啤酒在实施“扬帆22”战略的过程中，中国市场已发展成为嘉士伯在全球最大的市场；下一个5年计划中，大城市计划、新零售等仍将是嘉士伯“扬帆27”的增长动力来源。

在李志刚看来，中国啤酒市场消费升级已不仅是现象，而是持续的趋势。“消费者希望能够喝到更高品质的啤酒，愿意为好的品牌、好的产品买单，即使在疫情期间，这一趋势也没有改变。”因此，“高端化已成为中国啤酒行业高质量发展的引擎。”

《中国经营报》：嘉士伯的“扬帆22”战略对于重庆啤酒，嘉士伯在中国的本土化、全国化具有什么样的意义？

李志刚：2016年，嘉士伯集团推出面向2022年的“扬帆22”战略，要在中国成为成功、专业、具有吸引力的啤酒公司。在此期间，重庆啤酒已成长为中国第四大啤酒公司，拥有26个酒厂组成的生产网络和覆盖全国的市场网络。销量、收入和利润等三大指标，从2018年起就保持了持续、全面增长。

同时形成了6+6的品牌组合，国际品牌有嘉士伯、乐堡、1664、格林堡、布鲁克林、夏日纷等，本地品牌有乌苏、重庆、山城、西夏、大理、风花雪月等，可以满足消费者在不同场景对高品质啤酒的需求。

在取得总体市场份额快速增长的同时，细分渠道也实现突破。以电商和现代渠道为例，2022年上半年对比2017年，市场份额分别增长了5倍和3.6倍。我们还推出了大城市计划，从最初的9个，发展到目前的76个，有力地推动了公司业绩提升。

《中国经营报》：根据“扬帆27”战略，下一个5年里，您认为哪些方面是重庆啤酒的增长动力来源，将如何布局并与其他啤酒巨头实现差异化竞争？

李志刚：面向2027年的“扬帆27”战略是建立在“扬帆22”战略的坚实基础之上。此前很多被证明

是行之有效的重点举措，将继续实施。比如，下一个5年里，大城市计划、电商、新零售、产品高端化等方面仍然是增长动力来源，会继续布局、持续推进。同时，“扬帆27”战略提出了一系列新的重点，也会在中国落地。有些工作在2022年已启动，持续进行新品的研发，推出了夏日纷果味酒等。

在实施“扬帆22”战略的过程中，中国已经发展成为嘉士伯在全球最大的市场。因此，“继续在中国取得成功”也成了“扬帆27”战略的重点之一。

《中国经营报》：您认为乌苏的成功有着什么样的内在逻辑？在重庆啤酒的子品牌中，乌苏是否具有可复制性？

李志刚：乌苏是一个有差异化的品牌。这首先体现在乌苏的品牌形象——“硬核”，代表着不屈不挠、必赢之心，让乌苏与其他品牌区别开来，也得到了消费者的认可。

关于乌苏的工作，围绕着“硬核”展开，不断强化乌苏的“硬核”形象。

在营销方面，以2022年为例，邀请吴京作为代言人，与乌苏的“硬核”形象高度契合。五一期间，乌苏啤酒和徐工集团硬核跨界，用“乌苏徐工硬核庆功宴”致敬劳动者。在产品方面，乌苏推出了一系列新品，2021年有乌苏楼兰秘酿，2022年又推出“绝世楼兰”漠上仙人掌风味啤酒，都有鲜明的特点和风味，进一步强化了乌苏的“硬核”形象。

实际上，打造乌苏品牌的方式，和打造其他品牌的方式是一致的。我们拥有一个“国际高端品牌+本地强势品牌”的品牌组合，针对不同品牌的调性，打造出鲜明的品牌形象，满足消费者在各个消费场景的消费需求。每一个品牌都有不同的定位。

《中国经营报》：精酿啤酒是2022年的热词之一。您如何看待精酿赛道的发展潜力，有哪些对应的举措？未来在健康的概念上，公司如何更好地从产品品质、形象进行展示？

李志刚：在啤酒消费者之中，精酿啤酒的消费者有明显的特点：更加注重品牌和品牌背后的文化。

近三年，由于疫情影响，消费

者开始习惯在家里喝酒。相比餐饮等社交消费场景，居家饮酒更多是一种享受型消费，愿意尝试价位更高、品质更好、品牌更个性的啤酒，这是精酿啤酒的发展机会。

消费者对健康的重视，也是我们的业务发展机会。同时，啤酒和其他品类酒饮的边界变得越来越模糊，消费者的需求也变得越来越细分，越来越多元。为此，我们把“发展啤酒以外品类”列为重点之一，比如尝试推出了夏日纷果味酒，并形成了系列口味。

《中国经营报》：新冠疫情让国内啤酒的消费场景发生了诸多变化。您如何看待这些变化，在新零售方面，围绕新的消费场景开展了哪些工作？

李志刚：持续近三年的疫情，让消费者习惯了更加个人化的居家饮用消费场景。消费者喜欢拥有更多元的选择，更喜欢尝新。在这方面，新零售发挥着重要的作用。

但要增加消费黏性，让消费者在新场景下尝试新品之后，还能做到重复、长期购买，还需要构建新的渠道。因此，在继续做好现饮渠道的同时，通过多种方式，加大、加快非现饮渠道建设。除了传统的商超渠道之外，加快在主流电商平台的开店速度，并通过O2O、电商、直播、外卖平台、社区合伙人等多种方式，在吸引消费者下单购买的同时，提升消费者购买的便利性，拓展到达消费者的新的渠道。在疫情下，我们还在不断丰富产品矩阵，推出多款适合家庭、聚会、休闲等消费场景的产品，并积极开拓啤酒以外的品类。

《中国经营报》：您如何看待2023年的啤酒消费市场复苏趋势？行业的竞争压力和机遇、信心如何？

李志刚：我们对中国经济的发展前景非常有信心。相信在疫情防控政策优化调整之后，随着消费的复苏，中国啤酒行业将迎来新一轮发展机遇。行业竞争的压力和挑战是永远存在的，我们要做的，就是在嘉士伯集团“扬帆27”战略指引下，结合中国市场的实际情况，持续推进各项业务举措，通过满足消费者对更高品质啤酒的需求，来实现公司的高质量发展。

2023年01月新刊抢先读

广告

商学院

BUSINESS MANAGEMENT REVIEW 终身学习 智慧经营

总第21期 2023.1

zào

造

2023年中国新“zào”牌运动

理解中国文化何以铸魂中国品牌

22 新造牌运动，要“zào”进消费者心智

37 华为管理之变：天行而变，制天命而用之

45 E-bike：中国制造可否领跑新赛道

73 爱马仕：用“上下”之道诠释中国文化

QR

中国式现代化是具有全球意义的原创性伟大人民实践，是党和国家实现对人民美好生活向往的具体践行与表达。中国社会科学院工业经济研究所副所长、《商学院》杂志总编辑季为民认为，当前，面对复杂严峻的国内外经济形势，作为产业发展前沿主力军的中国企业亟需中国特色经济学理论创新指导实践，中国企业家尤其需要重新思考经营哲学、文化建设的底层逻辑，重构文化价值观，从而更好投身于中国式现代化的历史进程。

中华优秀传统文化蕴含的天下为公、民为邦本、为政以德、革故鼎新、任人唯贤、天人合一、自强不息、厚德载物、讲信修睦、亲仁善邻等价值观念，是中国人民在长期生产生活中积累的宇宙观、天下观、社会观、道德观的重要体现。中国的发展离不开优秀的企业和企业家，我们要培养一批有眼光、有执行、有战略、有定力的企业管理者，他们熟悉了解自己的国家和人民，并深深植根于中国的文化、社会与环境中。正是这批优秀的企业和企业家将带领中国企业从“做强、做优到做价值”，而中国优秀传统文化，将是他们创新与发展的底层之魂，换句话说，中国新“zào”牌运动的号角已经吹响。

•热点 HOT NEWS •

22 新造牌运动，要“zào”进消费者心智

37 华为管理之变：天行而变，制天命而用之

45 E-bike：中国制造可否领跑新赛道

73 爱马仕：用“上下”之道诠释中国文化

73 爱马仕：用“上下”之道诠释中国文化

79 “辣条第一股”卫龙的磨难与挑战

83 网易&暴雪“分手季”幕后

117 上海制皂，打开的“复活季”

89 重拾游戏，B站回归？

99 伊梅尔特：如何打造逆境领导力

117 上海制皂，打开的“复活季”

订阅

《商学院》杂志全年订价480元

本期零售价40元

邮发代号：2-520

订阅咨询电话：010-88890090

mall_id=543690507

在线零售

淘宝：<https://zjyd.taobao.com/>拼多多：https://mobile.yangkeduo.com/mall_page.html?mall_id=543690507

纸质刊订阅 商学院APP

D4 大事记

远大前程

2022年国内大事记

1 北京冬奥会成功举办

2022年2月4日~2月20日、3月4日~3月13日,第24届冬奥会、第13届冬季残奥会在北京成功举办。冬奥会上,中国代表团以9金4银2铜的佳绩,首次进入金牌榜前三。冬残奥会中,中国代表团取得18金20银23铜共61枚奖牌,历史上首次位列冬残奥会金牌榜和奖牌榜的双榜首。同时,本届冬奥会全部39个冬奥场馆,首次实现100%绿色电能供应,200多项科技成果得到应用。

2 女足夺得亚洲杯冠军

2022年2月6日,中国女足第九次夺得亚洲杯冠军,时隔16年再次站上亚洲之巅。中国女足守门员朱钰获得“金手套奖”,前锋王珊珊荣膺“最佳球员”。

3 世界最大潮流能发电站成功运行

2022年2月24日,世界最大单机容量潮流能发电机组“奋进号”在浙江舟山秀山岛成功下海,经试运行两个月后,于4月29日正式并入国家电网。该潮流能发电站装机容量将达3.3兆瓦,连续运行时间和发电量均居世界前列。

4 平台公开账号IP属地

2022年3月,新浪微博上线展示用户“IP属地”功能。进入4月,百家号、今日头条、抖音、快手、知乎、微信公众号、小红书陆续宣布“公开账号IP属地”。一时间,各种“人在美国”“人在日本”的网红无处遁形。平台称,此举意在进一步打击仿冒搬运、造谣传谣等行为。

7 博鳌亚洲论坛

2022年4月20日~22日,“博鳌亚洲论坛2022年年会”在海南博鳌举行。4月21日,习近平总书记以视频方式出席开幕式并发表《携手迎接挑战,合作开创未来》的主旨演讲,提出促进世界安危与共的全球安全倡议。

6 神舟十三号载人飞船返回地球

2022年4月16日,在太空站组合体工作生活183天后,神舟十三号返回舱在东风着陆场成功着陆。神舟十三号载人飞船打破多项纪录、实现众多“首次”:刷新了我国航天员单次飞行任务太空驻留时间纪录;实现首次径向交会对接;首位执行出舱任务的女航天员;首次利用空间站机械臂操作大型在轨飞行器进行转位试验;首次通过手控遥操作完成货运飞船与空间站组合体的交会对接……神舟凯旋,标志着我国空间站关键技术验证阶段的最后一次飞行任务,同时也顺势拉开了中国空间站建造阶段的大幕。

5 建设全国统一大市场

2022年3月25日,中共中央、国务院印发《关于加快建设全国统一大市场的意见》,提出加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场,全面推动我国市场由大到强转变。

8 京杭大运河全线通水

2022年4月28日,随着位于山东德州的四女寺枢纽南运河节制闸开启,京杭大运河实现了近一个世纪以来的首次全线通水。6月28日,水利部召开的京杭大运河全线贯通补水新闻发布会称,水利部4月至5月联合北京、天津、河北、山东四地政府,统筹南水北调东线一期北延工程供水、四地本地水、引黄水、再生水及雨洪水等水源,向京杭大运河黄河以北707公里河段进行补水,总补水量达5.15亿立方米,相当于37个西湖的水量。

9 以县城为重要载体的城镇化

2022年5月6日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》,要求科学把握功能定位,分类引导县城发展方向;培育发展特色优势产业,稳定扩大县城就业岗位;提高县城辐射带动乡村能力,促进县乡村功能衔接互补;深化体制机制创新,为县城建设提供政策保障。

10 内外贸一体化试点

2022年5月9日,商务部、国家发改委、财政部等14部门印发《关于开展内外贸一体化试点的通知》,希望力争用3年时间,建立健全促进内外贸一体化发展的体制机制,为促进内外贸融合发展发挥示范带动作用。2022年以来,内蒙古、河北、天津、江西、甘肃、江苏、广西、福建、安徽等地先后印发了促进内外贸一体化发展的措施或方案。

13 第三艘航母“福建舰”下水

2022年6月17日,我国第三艘航空母舰福建舰举行下水命名仪式,至此,中国海军已经进入三航母时代。经中央军委批准,我国第三艘航空母舰命名为“中国人民解放军海军福建舰”,舷号为“18”。福建舰是我国完全自主设计建造的首艘弹射型航空母舰,采用平直通长飞行甲板,配置电磁弹射和阻拦装置,满载排水量8万余吨。

12 稳经济一揽子措施

2022年5月23日,国务院常务会议进一步部署稳经济6方面33项一揽子措施。5月25日,国务院召开全国稳住经济大盘电视电话会议,李克强总理讲话。8月24日,部署再实施19项接续政策。8月24日至9月18日,国务院先后派出3批稳住经济大盘督导和服务工作组,就稳经济一揽子政策措施和接续政策措施贯彻落实开展督导和服务。

11 共青团成立100周年大会

2022年5月10日,庆祝中国共产主义青年团成立100周年大会举行。习近平总书记强调,共青团要坚持为党育人,始终成为引领中国青年思想进步的政治学校;自觉担当尽责,始终成为组织中国青年永久奋斗的先锋力量;心系广大青年,始终成为党联系青年最为牢固的桥梁纽带;勇于自我革命,始终成为紧跟党走在时代前列的先进组织。

14 问天实验舱发射成功

2022年7月24日,中国空间站首个科学实验舱问天实验舱,发射任务取得圆满成功。7月25日,神舟十四号航天员乘组顺利进入问天实验舱。这也是中国航天员首次在轨进入科学实验舱。

15 新版反垄断法施行

2022年8月1日,修改后的《中华人民共和国反垄断法》正式施行,这是反垄断法自2008年施行以来的首次修改。针对近年来迅速发展的平台经济等业态,修改后的反垄断法规定,经营者不得利用数据和算法技术、资本优势以及平台规则等从事本法禁止的垄断行为。同时,反垄断法也对安全港规则做出了进一步明确规定,并增加了对个人隐私和个人信息保护方面的有关规定。

16 解放军“环岛军演”

2022年8月2日,针对美国国会众议长佩洛西窜访我国台湾地区,外交部、全国人大常委会发言人、中共中央台办、全国政协外事委员会、国防部新闻发言人分别发表声明或谈话,强调中国政府和中国人民在台湾问题上的立场一以贯之,中方必将采取一切必要措施,坚决捍卫国家主权和领土完整,由此产生的一切后果必须由美方和“台独”分裂势力负责。8月2日晚开始,中国人民解放军东部战区在台岛周边开展一系列联合军事行动。8月5日,中国外交部宣布对佩洛西及其直系亲属进行制裁并对美方采取8项反制措施。8月10日,《台湾问题与新时代中国统一事业》白皮书发布。8月16日,中共中央台办发言人受权宣布对列入清单的一批“台独”顽固分子等人员实施制裁。

20 防疫政策优化

2022年12月7日,国务院发布新冠防疫最新十条防疫优化政策。“新十条”打破了跨地区人员流动的限制,要求对于跨地区流动人员不再查验核酸检测阴性证明和健康码,不再开展落地检;要求除养老院、中小学等特殊场所外,不再查验核酸检测阴性证明,不再查验健康码和行程码;明确无症状感染者和轻型病例一般采取居家隔离。

19 党的二十大胜利召开

2022年10月16日~22日,中国共产党第二十次全国代表大会胜利召开,大会通过了关于十九届中央纪律检查委员会工作报告的决议、关于《中国共产党章程(修正案)》的决议。中国共产党第二十次全国代表大会是在全党全国各族人民迈上全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的关键时刻召开的一次十分重要的大会。

18 女篮获得世界杯亚军

2022年10月1日,中国女篮在2022年女篮世界杯决赛中不敌美国队,获得亚军。这是中国女篮自1994年世锦赛(后改为世界杯)获得亚军之后,再度在该项赛事中闯入决赛。

17 发现“嫦娥石”

2022年9月9日,国家航天局、国家原子能机构联合宣布,中国科学家首次在月球上发现新矿物,并命名为“嫦娥石”。该矿物是人类在月球上发现的第六种新矿物,我国因此成为世界上第三个在月球上发现新矿物的国家。

— 经营成就价值 —
中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

科技创新

科技 这十年

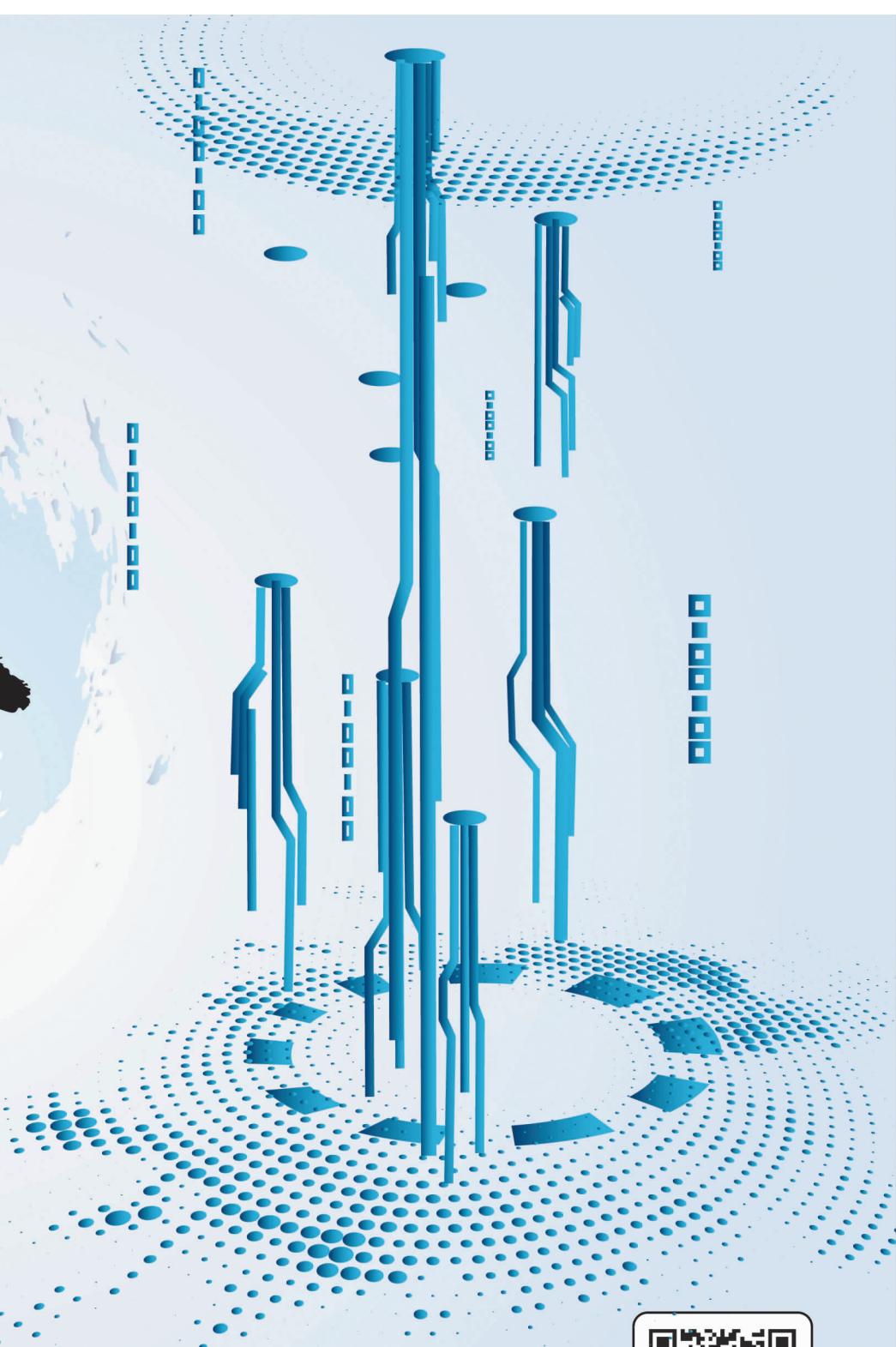
十年来,在全国科技界和广大科技工作者的共同努力下,我国科技事业发生了历史性、整体性、格局性重大变化,成功进入创新型国家行列,走出了一条从人才强、科技强到产业强、经济强、国家强的发展道路。

十年来,全社会研发投入从2012年的1.03万亿元增长到2021年的2.79万亿元。

世界知识产权组织发布的全球创新指数排名,中国从2012年的第34位上升到2021年的第12位。

2012~2021年,我国高技术产业营业收入从9.95万亿元增长到19.91万亿元。

(数据来自国务院新闻办)



扫码了解更多