



— 经 营 成 就 价 值 —

# 中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

## 接续专项债稳经济 7399亿政金工具投放完毕

NA2

### 机器人“医生”常锋:15年只做一件事

NA3



### 稻盛和夫如何用管理会计系统挽救日航? 商业案例

2010年,日航宣布破产,对正复苏的日本经济造成巨大打击。在此之前,日航已经连续8年负债累累,一直在日本政府的支持下艰难维持。当亏损达到2万亿日元的时候,日航到了无法维持的地步。

在此背景之下,78岁的稻盛和夫在日本首相的邀请下出

山帮助拯救日航。考虑到自己时间上不能百分之百地投入到日航重建中,稻盛和夫提出“零薪”出任日航董事长。

作为一个航空业的门外汉,加上78岁的高龄,所有这些,都让外界对稻盛和夫能否挽救日航充满疑虑,评论认为这是绝不可能完成的事情。然而,仅仅用了一年时间,稻

盛和夫就让这一巨亏的企业重获新生。

稻盛和夫到底是用了怎样的策略让日航起死回生,冲向更高的高度呢?稻盛和夫自称是管理会计,那么,什么是管理会计,它与传统会计有何区别?本期商业案例为您揭秘稻盛和夫如何用管理会计系统挽救日航。

社评

### 持续强化金融服务实体经济能力 为市场信心托底

金融支持实体经济,再迎新利好。12月5日,中国人民银行降低金融机构存款准备金率0.25个百分点(不含已执行5%存款准备金率的金融机构)。本次下调后,金融机构加权平均存款准备金率约为7.8%。据中国人民银行有关负责人介绍,此次降准共计释放长期资金约5000亿元,降低金融机构资金成本每年约56亿元。

降低金融机构存款准备金率,直接增加了金融机构的长期稳定资金来源和资金配置能力,传导到市场层面,也就意味着企业可以获得更多更优惠的贷款支持,实现降本增效。这置于当前巩固经济回稳向上基础的关键时间节点上,无疑正当其时,有利于给实体经济注入新的活力和信心。

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。这也自然要求相关的金融服务要同步跟上。毕竟,金融是实体经济的血脉,为实体经济服务也是金融的天职。而全面降准,作为落实稳经济一揽子政策措施之一,就是要进一步强化金融服务实体经济的能力。值得注意的是,这是央行今年内第二次出手降准,政策的稳健持续也向市场释放了更稳定的预期,即金融对实体经济的支持,会在市场主体有需要的时候及

时出手。

应该看到,面对复杂多变的外部环境和国内发展转型压力,我国实体经济正处于艰难爬坡阶段。一方面,诸如房地产等系统性强、关联性大的行业,受政策周期和市场需求变化等多重影响,面临的流动性压力仍未彻底解除,由此给上下游产业带来的冲击不可小觑;另一方面,无论是战略性新兴产业的发展和突破,还是传统企业的技改和设备更新,也都对金融服务有新的需求。立足这一现实,适时适度运用好降准等货币政策工具,对于帮助各类市场主体渡过难关,进而助力实体经济行稳致远,至为关键。

事实上,降准落地,也有助于其他一揽子助企政策更好发挥实效。比如,今年下半年以来,政策层面对于“稳地产”持续发力,不管是支持民营房企发债融资,还是前不久下发的“金融16条”,“保持流动性合理充裕”,都是确保相关政策落实见效的重要一环。只有各项政策和工具协同发力,才能让金融服务实体经济的效率最大化。尤其是当前正处于“承上启下”的关键节点,金融层面的利好应放尽放,既有助于企业冲刺完成全年发展目标,也利于为来年发展明确预期。

当然,适时适度运用好降

准等货币政策工具,既不搞“大水漫灌”,也不应是“撒胡椒面”。11月22日召开的国务院常务会议明确,要引导银行对普惠小微存量贷款适度让利,继续做好交通物流金融服务,加大对民营企业发债的支持力度。

此前,央行相关负责人则明确表示,稳经济一揽子政策措施,主要是突出对重点领域、薄弱环节和受新冠肺炎疫情影响行业的支持。如要进一步加大对小微企业、个体工商户、货车司机等市场主体的支持力度,按照市场化原则积极支持符合条件的普惠小微企业贷款延期还本付息,主动向实体经济减费让利。可见,此轮降准及其他金融服务政策的出台,有着明确的倾向性和针对性。

应该说,上述要求,首先是着眼于当前实体经济的基本面状况,对于市场主体具体压力和困难的精准回应。如在疫情持续和消费减弱的双重影响下,交通物流、个体工商户、货车司机等行业和市场主体高度承压,而他们本身获取金融支持的能力较低,对这部分行业、群体予以针对性支持,对于畅通经济循环,保障就业、民生,均有极为重要的价值。其次,也是针对金融服务实体经济长期以来所存在的一些结构性难题予以突破。如小微企业、民营企业,本身属

于实体经济中的相对“薄弱环节”,且又长期面临融资难、融资贵的问题,要最大限度拓宽金融服务实体经济的空间,提升服务效率,就必须要在这些“老大难”问题上持续攻坚。

还要注意的一点是,金融服务实体经济既要注重瞄准当下市场主体的难关精准发力,也要具备一定的前瞻意识,未雨绸缪地为实体经济新旧动能转换做好配套的支持。应该看到,一些新兴产业尤其是高技术产业,对金融支持的需求较高,但相关企业在起步发展阶段融资能力又弱。在这样的矛盾之下,如果不能持续创新金融服务,构建多层次的金融服务体系,为不同阶段和类型的企业提供相应的金融支持,它们就很可能面临“巧妇难为无米之炊”的困境,从而影响实体经济创新发展的根基。

这一现实状况要求,金融服务实体经济的过程中,也需要不断推进金融改革和创新,以更好满足日益多元化的实体经济金融服务需求。

经济兴则金融兴,金融活则

### 经济大势

A1~A4

政治局会议定调2023年经济工作: ..... A2  
坚持稳字当头、稳中求进  
刘尚希:构建中国发展确定性 ..... A4

### 营商环境

B1~B16

人民币汇率重回“6时代” ..... B2  
外资加码中国资产  
一揽子“组合拳”盘活纾困 ..... B3  
AMC助力房企保交楼  
国家先进制造业集群“出炉” ..... B5  
银行加大中长期贷款投放  
农业担保入局撬动 ..... B6  
“信贷直通车”通向乡间地头  
山东抢占预制菜制高点 ..... B9  
欲打造万亿元全产业链  
房企打响年末“抢收战” ..... B11  
有楼盘九二折再送宝马X1  
从产品出海到品牌出海 ..... B14  
中国家电进军海外市场  
生物科技企业如何“过冬”? ..... B15

### 智在公司

C1~C8

“钢铁侠”外骨骼机器人赛道趋热 ..... C2  
商业化落地尚待探索  
ChatGPT一夜爆火 ..... C3  
“超强AI”or泡沫泛起?  
新能源汽车补贴退场倒计时: ..... C5  
4S店限时促销 新车型涌入市场  
起底家电巨头的造车棋局 ..... C6

### 消费连锁

D1~D4

宠物产业持续升温 ..... D1  
食品原材料溯源管控成关键  
吉祥物拉伊卜热销 ..... D2  
国内体育IP经营起势

### 本期热词

#### 机构反诈

有支付机构内部人士向《中国经营报》记者表示,去年以来在反诈、反洗钱岗位上的人力投入不断增加,但仍力有不逮。面对诈骗手段花样翻新,机构自身在提高责任意识的同时也需要不断优化技术能力,在这点上,中小机构面临着更大压力。

《反电诈法》落地 机构走向资金链“综合治理”

#### 六折买房

近期,可售型人才住房成为深圳楼市热点话题。售价相当于周边楼盘的六折,深户本科社保累计3年即可申请,不用轮候、积分,这对进入深圳发展的购房者显然有不小的吸引力。

六折买房、申请门槛低 深圳人才房受追捧

#### 芯片裁员

多位业内人士向《中国经营报》记者表示,全球半导体产业正进入另一阶段。在削减成本压力下,很多巨头不得不以裁员应对危机。而在更深层次,裁员也预示着整个行业进入新一轮调整周期。

“硅周期”进入下滑通道 全球半导体巨头裁员降本

#### 世界超市

作为“世界小商品之都”,义乌永远紧跟热点。早在世界杯开始前,关于“世界杯超过一半的周边产品来自义乌”的话题热度飙升,“义乌50天为世界杯赶工10万个足球”的新闻也登上热搜。

“世界超市”的生意经



中经传媒智库



本报官方微信微店



6 942626 144086 &gt;

广告许可证:京海工商广字第0224号

本报常年法律顾问:北京德和衡律师事务所

# 接续专项债稳经济 7399亿政金工具投放完毕

本报记者 杜丽娟 北京报道

2022年度最后一个月，财政政策在增量举措应出尽出的背景下，市场的关注重点转向5000亿元专项债结存限额和7000多亿元政策性金融工具的投放情况。

作为党中央、国务院的一项重要决策部署，今年以来，专项债和政策性金融工具的投放，对引导社

会资本参与并形成有效投资，助力稳定经济大盘发挥了重要作用。

按照国务院要求，5000亿元专项债结存限额要在10月底完成投放，从目前各方发布的数据看，

专项债结存限额已在11月初基本完成发行任务，这使得政策性金融工具成为促进基建投资的重要举措。

11月25日，国家发改委召开

全国基金项目视频调度工作会，其中一项会议内容，是督促指导地方推进政策性开发性金融工具已签约投放项目（以下简称“基金项目”）加快开工建设，尽快形成更多实物工作量。

国家发改委表示，要在11月30日前实现基金工作第二阶段项目全部开工的目标，确保完成好党中央、国务院交办的重要任务。

## 基建增速维持高位

数据显示，1~10月份新开工项目计划总投资同比增长23.1%。

进入四季度，伴随出口受全球经济下行影响而出现的下滑态势，中国经济支撑重点转向基建投资，这加速了基建投资增速重回两位数时代的节奏。

相关数据显示，1~10月，广义基建投资增速同比增长11.4%，较1~9月上升0.2个百分点，较2020~2021年同期两年平均加快9.5个百分点。

粤开证券首席经济学家罗志恒在接受《中国经营报》记者采访时表示，综合看，基建增速出现快速增长主要受项目端和资金端两方面因素的影响。“从统计数据看，我们发现今年以来，项目端呈现了储备足、开工快的特点，资金端则是专项债唱罢、政策性金融工具登台，这为基建增速的持续恢复创造了条件。”罗志恒说。

据悉，今年以来，国家发改委加快了项目前期储备与审批工作，并推动基建项目尽快开工。目前在国家发改委督促下，各级地方政府形成了“储备—开工—建设—竣工”的滚动接续机制，这加快了固定资产投资项目审批速度。

统计表明，1~10月，国家发改委审批核准固定资产项目97个，总投



基础设施投资持续回升，前10个月同比增长8.7%。

视觉中国/图

资14233亿元，主要集中在能源、交通、水利等行业，是去年同期的2.9倍，是去年全年的1.8倍。来自国家统计局的数据显示，1~10月份新开工项目计划总投资同比增长23.1%。

国家统计局新闻发言人付凌晖表示，随着地方专项债发行使用加快，政策性开发性金融工具资金有效投放，交通水利、公共设施等基础设施建设，以及信息技术、大数据等新型基础设施建设加快，基础设施投资持续回升。前10个月，基础设施投资同比增长8.7%，增速连续6个月加快。

光大证券首席宏观经济学家高瑞东认为，下半年以来，广义财政成为发力主角，这在一定程度上助力

了基建持续高增的态势。目前广义财政工具即8000亿元政策性银行信贷、6000亿元政策性金融工具，也包括5000亿元专项债限额，其积极发力为经济大盘的企稳发挥了作用。

“在上述财政举措支撑下，2022年下半年基建增速将维持高位。我们预计，全年基建增速可达10%以上。”高瑞东说。

国家统计局投资司首席统计师罗毅飞在国新办新闻发布会上表示，10月份，各地区各部门把扩大有效投资作为稳经济的关键举措，推动项目尽快开工建设，加快设备更新改造贷款投放，加大项目要素保障力度，积极发挥重大项目牵引和政府投资撬动作用，促进投资平稳增长。

## 增量工具接续发力

截至11月23日，2022年共有2782.6亿元专项债用作资本金，占发行规模的比重仅为6.9%。

然而，伴随新增专项债基本发行完成，下半年国务院充分挖掘增量政策工具，其中颇受市场关注的是政策性金融工具，这成为接力专项债补充重点领域项目资本金的一项措施。

据了解，今年7月底，国务院部署通过政策性开发性金融工具，加大对重大项目融资支持，并成立了由19个部门和单位组成的推进有效投资重要项目协调机制。

国家发改委新闻发言人孟玮介绍，截至11月中旬，7399亿元金融工具资金已全部投放完毕，支持的项目大部分已开工建设，正在加快形成实物工作量。

对于政策性金融工具对稳投资发挥的作用，一组数据也成为佐证。

国家统计局发布的数据显示，1~10月份全国固定资产投资增长5.8%，在房地产投资下降的情况下，基础设施投资持续发力，1~10月份增长8.7%，制造业投资稳定增长，1~10月份增长9.7%。

目前，国家发改委按照“成熟一批、推荐一批、随时推荐”的思路，严格落实项目在投向领域、前期工作、负面清单等方面的管理

要求，迅速组织筛选了一大批备选项目，推荐给国家开发银行、农业发展银行、进出口银行，由银行按市场化原则独立评审、自主决策，从中选取项目投放资金。

以广州为例，目前，广州市签约项目共35个，签约金额超过240亿元，所有签约项目预计11月底前全部开工。

农发行表示，基金第二期重点支持广东、江苏、山东、浙江、河南和四川6个经济大省，投资项目412个，金额676.37亿元，金额占比68%。进出口银行向广东、江苏、山东、浙江、河南和四川投放252亿元，占比50.4%。

国家发改委表示，要加大对重点地区、重点行业、重点项目的日常调度和督促，争取所有项目按期开工，对的确不能按期开工的项目按程序调整，同时要组织开展好“回头看”有关工作，督促基金项目加快开工建设，并了解项目推进实施过程中存在的问题等，有针对性地加以解决。

对于政策性金融工具接续发力支持基建的效果，罗志恒认为，相比于专项债，政策性金融工具的分配更为灵活，可以优先支持农行等金融机构，通过政策性金融工具的运用，能够更好地发挥政策性金融工具的效能，从而更好地支持基础设施建设。

“十四五”规划内的、前期工作成熟、三季度能尽快开工的基础建设重点项目，并将资金资源向经济大省、重点省市倾斜，这会助力相关省份挑起稳经济大梁的重担。

除此之外，相比专项债，政策性金融工具可撬动的资金规模也更大。

一直以来，专项债作为项目资本金的比例最多为25%，且由于要求严格，市场符合标准的项目也较少，截至11月23日，2022年共有2782.6亿元专项债用作资本金，占发行规模的比重仅为6.9%。

罗志恒介绍，相较而言，政策性金融工具定位为重大项目的资本金补充工具，受约束相对较少，加上政策性银行及各商业银行积极推进落实相关项目的配套融资，从实践来看，其发挥的杠杆作用要远大于同等额度的专项债。

伴随着上述两项增量政策工具的相继落地，中央经济工作会议召开时间的临近，这使得市场对新一轮财政货币政策的走向也充满期待，对地方政府来说，2023年增量政策工具将有哪些空间持续释放，也值得更多关注。

## 11月制造业PMI为48% 专家预计12月或将出现边际改善

本报记者 谭志娟 北京报道

11月30日，国家统计局服务业调查中心和中国物流与采购联合会发布的数据显示，11月份，制造业采购经理指数（PMI）为48.0%，比上月下降1.2个百分点，低于临界点，制造业生产经营景气水平较上月有所下降。

### 产需两端继续放缓

在制造业PMI方面，产需两端继续放缓。一方面，从供给端看，11月份，疫情对部分企业生产经营带来不利影响，生产活动有所放缓，产品订货量减少。生产指数为47.8%，比上月下降1.8个百分点，继续位于临界点以下。另一方面，从需求端看，新订单指数为46.4%，比上月下降1.7个百分点，其中新出口订单指数为46.7%，比上月下降0.9个百分点，制造业生产和国内外市场需求均有所回落。

此外，据赵庆河介绍，供应商配送时间指数降至46.7%，部分调查企业反映受物流运输不畅和上下游企业生产活动受限等因素影响，供应商交货时间滞后和客户订单减少等情况有所增加。

### 建筑业继续位于较高景气区间

非制造业景气水平也出现走低。官方数据显示，11月份，非制造业商务活动指数为46.7%，比上月下降2.0个百分点，连续两个月低于临界点。

周茂华认为：“非制造业指数明显收缩，主要是区域散发疫情对服务业构成明显抑制作用，抵消了建筑业活动强劲扩张的表现。”

记者注意到，建筑业继续位于较高景气区间。建筑业商务活动指数为55.4%，连续6个月位于较高景气区间，建筑业总体保持较快增长。其中，土木工程建筑业商务活动指数为62.3%，高于上月1.5个百分点，企业施工进度有所加快。从市场预期看，业务活动预期指数为59.6%，位于较高景气区间，企业对行业发展预期总体保持乐观。

“从高频数据来看，11月石油沥青装置开工率由上月的42.1%回落

不过，红塔证券认为，从后续看，政策有望持续加码，经济增长的积极因素会不断增加，进一步带动供给恢复和需求回暖。

记者注意到，不同规模企业PMI均回落：大、中、小型企业PMI分别为49.1%、48.1%和45.6%，分别比上月下降1.0、0.8和2.6个百分点，均低于临界点。

官方调查结果显示，大、中、小型企业反映资金紧张和市场需求不足的占比均有所上升，其中小型企业的占比分别为46.0%和58.8%，分别比上月上升0.8和1.9个百分点，小型企业生产经营压力更大。

此外，市场预期波动加大；生产经营活动预期指数为48.9%，低于

上月3.7个百分点，制造业市场预期总体有所回落。从行业看，纺织、化学原料及化学制品、黑色金属冶炼及压延加工、金属制品等行业生产经营活动预期指数均低于43.0%，企业信心不足。

“由于需求放缓、散发疫情干扰影响了市场预期，11月企业经营预期指数有所波动。”周茂华说。

赵庆河还表示，本月制造业景气水平总体有所回落，但仍有部分行业保持扩张，其中农副食品加工、食品及酒饮料精制茶、医药、电气机械器材等行业PMI和生产经营活动预期指数继续位于景气区间，市场需求保持增长，企业对行业发展较为乐观。

### 市场企稳回升。

整体上，在周茂华看来：“近两个多月经济活动受到抑制，经济复苏基础仍不够牢固，部分制造业企业、服务业继续面临一些经营困难与挑战，市场预期存在一些波动；接下来政策上需要各地协同，民众积极配合，提升疫情防控质效，更好地统筹防疫与经济恢复，畅通产业链供应链，落实好此前出台的保供稳价、稳楼市、纾困投资等一揽子政策措施，加快政策红利释放，引导金融机构加大对实体经济薄弱环节的支持力度。”

展望未来，周茂华表示：“国内经济活动受散发疫情影响特征明显，随着国内防疫精准、科学落地，散发疫情影响对经济活动的抑制有望减弱；国内纾困助企、稳投资扩内需政策持续发力显效，预计12月制造业与服务业可能出现边际上的改善。”

有业界专家也称，从2000亿元“保交楼”专项借款出台，到扩大支持民企发债，再到股权融资鼎力支持，这“三箭齐发”旨在助力房地产

## 政治局会议定调2023年经济工作：坚持稳字当头、稳中求进

本报记者 谭志娟 北京报道

中共中央政治局12月6日召开会议，分析研究2023年经济工作。会议指出，明年要坚持稳字当头、稳中求进，继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策，加强各类政策协调配合，优化疫情防控措施，形成共促高质量发

展的合力。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华对《中国经营报》记者分析说，“明年经济工作重心还是推动经济恢复，稳增长、稳就业、稳物价和防风险，保持经济运行在合理区间；国内经济工作的‘主线’是扩大有效需求和供给侧结构性改革，也就是实现质的有效提升和量的合理增长。”

东方金诚首席宏观分析师王青还表示，考虑到短期内疫情对宏观经济还可能存在一定扰动效应，房地产行业仍将低位运行一段时间，2023年经济增长动能很可能前低后高；并预计2023年宏观政策仍将保持一定稳增长力度，这尤其会在上半年有明显体现。

### 科技政策要聚焦自立自强

在政策方面，会议提出，积极的财政政策要加力提效，稳健的货币政策要精准有力，产业政策要发展和安全并举，科技政策要聚焦自立自强，社会政策要兜牢民生底线。

中泰证券研究所政策专题组负责人、首席分析师杨畅告诉记者，“财政政策与货币政策会具有比较平稳的延续性。会议提出，‘积极的财政政策要加力提效，稳健的货币政策要精准有力’，预计通过财政政策的适度加力与货币政策的更加精准，再配合疫情防控措施的优化调整，有利于为明年经济更加平稳和修复，创造良好的政策环境。”

周茂华也告诉记者，“宏观政策方面延续积极财政与稳健货币政策，加强政策间协调配合，在宏观调控方面保持政策连贯性和稳定性，宏观政策支持经济恢复的力度不减。”

在财政政策方面，王青则认为，2023年目标财政赤字率将保持在2.8%左右，与今年基本持平。

### 着力扩大国内需求

会议还指出，要着力扩大国内需求，充分发挥消费的基础作用和投资的关键作用。要加快建设现代化产业体系，提升产业链供应链韧性和安全水平。要切实落实“两个毫不动摇”，增强我国社会主义现代化建设动力和活力。要推进高水平对外开放，更大力度吸引和利用外资。

周茂华认为，“消费和有效投资是明年推动内需复苏，国内

在货币政策方面，王青表示，“在经济增速回升背景下，2023年出台新的降息降准措施的可能性不大。但在明年物价形势整体温和的背景下，货币政策转向大幅收紧的概率也较低。预计2023年央行将继续引导市场流动性处于合理充裕水平，宽信用过程也将在上半年持续，这将为财政政策发力以及推动经济回升提供有利的货币金融环境。”

不过，中国民生银行首席经济学家温彬认为，“稳健的货币政策要精准有力”，这与近些年货币政策“松紧适度”“合理适度”的提法截然不同，预计明年货币政策力度将会加大，降准、降息等总量政策将择机推出，各种结构性政策工具也有望加量。

在财政政策方面，王青则认为，2023年目标财政赤字率将保持在2.8%左右，与今年基本持平。

将持续优化防疫措施，更好地统筹疫情防控和经济社会发展，最大限度降低疫情对经济活动的影响；国内对实体经济薄弱环节和受困群体帮扶力度有望加大，推动一揽子保供稳价、稳投资、稳楼市等政策红利释放；同时，稳步推进高水平对外开放，加快建设现代化产业体系，提升产业链供应链韧性和安全水平。要切实落实“两个毫不动摇”，增强我国社会主义现代化建设动力和活力。要推进高水平对外开放，更大力度吸引和利用外资。

在防风险方面，会议提出，要有效防范化解重大经济金融

平，新增地方政府专项债规模也不会明显低于今年的3.65万亿元，这有助于推动经济增速回升。并预计明年财政政策“加力”的重点，或将于今年的支持基建投资提速、实施大规模退税转向全面提振消费。

温彬还预计，“明年的赤字率将会高于今年的2.8%左右，专项债规模也将连续三年3.65万亿元的基础上相应提升。”

对于会议提出的“产业政策要发展和安全并举，科技政策要聚焦自立自强”，杨畅认为，产业发展是必然要求，现阶段更加强调与安全并举，或许突出体现在产业链供应链的安全上。

“科技自立自强在国家发展全局中也具有十分重要的地位和作用，包括基础研究、实验室研发、产业化前期以及大规模推广阶段，都有望得到政策的配套支持。”杨畅对记者说。

杨畅认为，现阶段在防范化解重大经济金融风险上，已经形成了比较好的处理模式和处理方式，针对隐性债务、房企流动性都形成了一系列良好的工作举措，现阶段，进一步强调底线思维，也有望推动具体的政策措施，从防范化解重大经济金融风险蔓延逐步向控制风险演化、化解风险苗头的前端转移。

## 科技研发带头人系列报道

## 机器人“医生”常锋：15年只做一件事

本报记者 陈茂利 张硕 北京报道

走进北京现代汽车有限公司(以下简称“北京现代”)仁和工厂,车间作业的流水线上鲜有工人的身影,倒是一只只巨大的机械手臂忙碌不停。在这里,机器人的数量是工作人员的4倍。在这座以机器人为主的现代化工厂一隅,有一间装满了各式工业机器人的小屋子格外显眼,它就是——常锋机器人创新工作室。

常锋,北京现代汽车有限公司高级工程师,北汽集团专业技术带

## 《机器人故障快速处理手册》的诞生

常锋介绍说:“我给每个工业机器人都做了台账,相当于医生的病历。”

15年只做一件事,从初出茅庐

的技术员,到工业机器人“大拿”,常锋的机器人之旅并非坦途。

“第一次看到自动化车间,特别震撼,也很兴奋。那么大的工厂,几乎看不到人,都是机器人在作业。”2007年,常锋毕业后进入北京现代,成为自动化生产车间保全部一名技术工程师,负责设备运转时的“跟线”保障。

对于大学学习测控专业的常锋来说,进入机器人领域与大学期间的一次比赛有关。在大学期间,常锋参与机器人的舞蹈动作编程,获得了江苏省机器人舞蹈大赛的冠军。

不过,校园与工厂存在不小的差距。北京现代工厂里的工业机器人无论是在体型、结构还是原理上,与他在学校里接触的小型机器人都有着天壤之别。“相当于跨了行,所有的知识、先进的技术在學校都没有学到过,需要从零开始。”

工业机器人属于一种集多种先进技术为一体的高端技术和自动化装备,能够自主动作,广泛应用于不同生产环节,其常配有机械手、刀具等其他便于装配的生产工具。方便快捷进行生产,同时可以代替人在低温、高温、有毒等恶劣环境下的工作,代替人完成繁重、

## 发明“伺服电机维修盒”

这项极大节省成本的发明后来在现代汽车20多家工厂得到了推广,同时还获得了国家专利。

经过对机器人的数次拆装学习和研究,常锋迅速成长。2015年,他发明的机器人伺服电机维修盒,将最常出现的电机故障的维修时间从原来的两三个小时缩短为20分钟,极大优化了设备维修效率,改变了机器人维修需要依赖国外厂家的难题。

这项发明的背后与常锋爱思考、爱钻研的特质有关。“每天拿公司的工资,我经常想,我能做哪些对企业有意义的事。”

一个机器人至少包含六七个电机,每个电机的均价在2万~3万元。遇到电机故障,更换不仅要暂停生产,费时费力,而且成本也是一笔不小的支出。这时,缩短更换时长、延长电机使用寿命成了常锋迫不及待想要解决的问题。

在这种情况下,常锋将更换下来的旧电机进行了拆解,对拆解的各个部分逐个分析,发现旧电机与新电机里面的伺服电机编码器的储存元件是一样的。他查询机器人电子资料发现,该元件具有恢复

头人,在行业内有工业机器人“医生”之称。

与传统印象中浸润在一个岗位多年的“老师傅”不一样,常锋给《中国经营报》记者的感受更像是一位意气风发的年轻人。虽然一毕业就来到北京现代,一干就是15年,但常锋却没有丝毫的“倦怠”感,谈起自己所从事的机器人工作,常锋整个人神采奕奕,眼里闪烁着亮晶晶的光。

“我的日常工作是对机器人进

行维护及管理,公司总共有1800多

台机器人,每台我都熟悉。不光这些,各种品牌的工业机器人,我都能玩儿得转。”常锋表示。

2007年进入北京现代,每天与机器人打交道,常锋积累了丰富的机器人操作、维修、管理经验,熟练应用现代重工、KUKA、YASKAWA、埃夫特、DENSO等日韩、欧美及国产各类型机器人,打破了机器人厂家在北京现代的技术垄断,建立了整套机器人维修体系及人才培养体系,实现了机器人自主管

理、维修、保养,为企业降低了大量生产成本,培养了一批机器人专业技能人才。

通过多年的实践努力,常锋有7项发明获得国家专利(第1专利人),7项改善案例在北京市创新大赛获奖,10余项创新成果在中国节能协会、中国设备工程协会、中国质量协会组织竞赛中获奖,并荣获“北京市劳动模范”“首都劳动奖章”“北京市青年岗位能手”“中国最美汽车人”等荣誉称号。



常锋,北京现代汽车有限公司高级工程师、北汽集团专业技术带头人、“首都劳动奖章”获得者。

本报资料室/图

修的被动局面。“每次维修完成,付钱就行了。至于什么原因导致的故障、怎么预防,技术员是不会告诉你的,这是人家‘看家吃饭’的本领,当时就觉得自己像个‘结账员’。”

为了突破这种困境,常锋开始了自学之旅。“没有任何学习资料,完全是靠自学。”谈起当时自学的经历,常锋表情上带着些许骄傲,“虽然没有资料,但是我是有两台机器人。一套六轴机器人大约由上百个零部件组成,我先对照着说明书,将一个个零件拆下来,再把每块电路板、每个插头、每条电线都做上标记,拍照记录,最后重新组装回去。”

据常锋介绍,拆装一个机器人,要比速度的话,几个小时就可以拆装完成。但是要把它“吃透”,周期就比较长,一般需要2~3个月。

经过多次反复拆解、组装,常锋基本摸清楚了工业机器人的构造和工作原理,编码器是怎么回事、6个伺服电机是如何控制的。

常锋介绍说:“我给每个工业机器人都做了台账,相当于医生的病历。因为经验的积累不能单纯地靠脑子去记,很多故障的情况,我先是记到笔记本上,等故障彻底解决了,再用电脑把故障原因以及解决的办法详细记录下来,包括今天机器人发生怎样的故障,是怎么修的、走了哪些弯路、以后要注意哪些问题等。”

通过经年累月记录遇到的故障、解决的办法,常锋制作了一本《机器人故障快速处理手册》。“现在再出现故障,一翻就能查出来曾经类似的故障是怎么维修的。”

发明了伺服电机维修盒后,常锋在设计的路上一发不可收拾,他逐渐从机器人维修师成长为机器人设计师。这种成长也让一批原本应该退役的机器人得以获得第二次生命。

2017年,北京现代推进了报废机器人改造再利用项目,趁此机会,常锋将报废的机器人重新用于冲压自动化清洗、机器人培训中心建设、机器人舞狮和打乒乓球等各项创新项目,降低了废旧机器人的处理成本及新机器人的安装成本。

“有的机器人使用到一定年限,减速器磨损,精度偏差就达不到造车的要求了。不能用来造车,扔了又浪费,于是,我们想着通过改造老旧机器人替员工做一些比较繁重的工作。比如,我们在清扫模具时,都是靠人背着高压水枪去清洗,同事跟我说特别累,清扫一个模具浑身都是汗。这时我就想起来,能不能用工业机器人来替人洗,因此我们专门建了机器人清扫区域,用机器人清洗模具,又快又干净。”常锋告诉记者。

车6列,单日最高开行10列、发送旅客近8200人次,累计发送旅客130万人次;陆续开通嘎西、孟阿、纳磨等客运站,办理客运业务的车站由开通初期的7个增至10个,实现了动车组与普速列车共线运行。

国铁集团公布的数据显示,中老铁路开通运营一年来,从老挝万象前往北部重要旅游城市琅勃拉邦,85%的游客选择乘坐火车,推动了沿线旅游经济发展。同时中老铁路还推动了沿线资源开发,老挝铁矿石、木薯粉、橡胶等产量分别新增180万吨、200万吨、100万吨。目前,中老铁路跨境货物已覆盖老挝、泰国、缅甸、马来西亚、柬埔寨、越南、孟加拉国、新加坡等共建“一带一路”国家,货物品类由开通初期的化肥、百货等10多种扩展至电子、光伏、冷链水果等1200多种。

目前,昆明至万象最快26小时货运直达。创新“中老铁路+中欧班列”“中老铁路+西部陆海新通道班列”国际运输模式,开行定点、

定时、定线、定车次的中老“澜湄快线”国际货物列车,跨境货物列车由开通初期的日均2列增加到目前的日均12列。

货运方面,中老铁路开通一年来,单月货运量、跨境货运量等指标屡创新高,2022年10月较开通首月分别增长约3.5倍和4倍,发送跨境货物累计超过190万吨。随着万象南站换装场建成,中老泰铁路实现互联互通,全线已开通14个货运站,建成泰国曼谷、林查班和越南胡志明市、海防等城市海外集装箱还箱点。

目前,昆明至万象最快26小时货运直达。创新“中老铁路+中欧班列”“中老铁路+西部陆海新通道班列”国际运输模式,开行定点、

3.17万列,发送货物132.9万标准箱,同比均增长9%。绥芬河、满洲里、二连、阿拉山口、霍尔果斯等铁路主要口岸运量屡创历史新高。

以中国铁路乌鲁木齐局集团有限公司为例,今年以来,该局集团公司两个铁路口岸阿拉山口和霍尔果斯通行中欧班列数量突破1.1万列,同比增长11.2%,中欧班列开行线路通达19个国家和地区。前10个月,西部陆海新通道海铁联运集装箱班列发送货物62.1万标准箱,同比增长21%。

国家铁路货运量方面,今年前10个月,国家铁路货物总发送量32.5亿吨,同比增长5.97%(详见中国经营网2022年10月17日报道《前三季度铁路货运增速超6% 客运量13亿人次下降超三成》)。2022全年国家铁路货运目标为

39亿吨左右,同比增幅5%左右,前10个月国家铁路货运量已经完成了全年目标值的83.33%,实际增速超过了目标增速。

国铁集团人士对《中国经营报》记者表示,国铁集团充分发挥全国铁路集中统一调度指挥优势,克服疫情对运输的影响,当前全路货运保持良好增长势头,2022年铁路货运量增幅有望回升,增长幅度在5%~6%。2017~2021年国家铁路货运量增幅分别为10.1%、9.3%、7.8%、4.07%和4.0%。

中老铁路2021年12月3日全线开通运营。线路北起云南省昆明市,向南经玉溪市、普洱市、西双版纳自治州,过中国磨憨铁路口岸和老挝磨丁铁路口岸,进入老挝北部地区,继续向南经琅南塔省、乌多姆塞省、琅勃拉邦省、万象省,到达老

## “教会徒弟,饿不死师傅”

2017~2021年,常锋工作室的团队成员每年都获得北京市机器人竞赛的第一名。

老话讲:“教会徒弟,饿死师傅。”但常锋却认为,教会徒弟,也饿不死师傅,他的观念是“教学相长”。

在这种观念的指导下,常锋将自己制作的《机器人故障快速处理手册》分享给同事,带着团队一起学习成长。工业机器人发生故障时,即使常锋不在场,他的同事也能根据手册,迅速地解决问题。

当被问及将自己积累多年的经验分享给大家,内心是否会有不舍,常锋直率地说:“我从来不会藏着掖着,我们是一个团队,要解决很多的困难,如果每个队员的工作能力强,那么我这压力反而会更小一点。”

“他会把所经历的事情、处理过什么故障、怎么去分析,认真地跟我讲。”在刘迪眼里,常锋是一个不吝把技术传授给同事的人。

2017~2021年,常锋工作室的团队成员每年都获得北京市机器人竞赛的第一名。实际上,在常锋的认知里,他和团队成员并非传统意义上的师徒关系。

“工业机器人维修工种很特殊,我们拿到一个项目,很多时候都是团队协作,一个人分一个部分。我喜欢带着徒弟一块儿做项目,在项目中,我们都提出自己的想法、自己的解决方案,然后去解决它。通过项目能锻炼人,使大家的编制能力、操作能力、综合能力等都得到提升。”

2015年,为了彻底改变依赖国外机器人企业进行维修、保养的局面,北京现代决定打造一支自己的工业机器人维修团队。

“设定了这个目标后,我们就在北京现代一工厂的一个培训教室建立了两个工位,先摸索编制包含操作和编程的简单维修手册。”常锋告诉记者,“这是工作室最初的雏形,在这个基础上,工作室的职能不断扩展,后来不再局限于工业机器人维修、保养,逐渐扩展到自动化汽车生产线的调试。工作室的人员队伍也在不断地扩大,也添置了不少新的设备。”

2016年,以常锋为技术带头人,北京现代正式成立“常锋机器人创新工作室”。2017年,常锋机器人创新工作室获得了北京市的“工业机器人创新工作室”称号。

“现在,我们这个工作室可以给员工颁发国家认可的工业机器人操作调整工(中级、高级)证书。”记者从常锋处了解到,现在,这类具有培训、颁发证书资质的机器人工作室很稀缺。

事实证明,最初培养一批人非常重要。北京现代途胜是现代汽车旗下最畅销的SUV车型之一,自2005年问世,在全球范围内累计销量已经超过700万辆(统计截至2021年1月)。

2019年10月,北京现代立项决定于2020年10月在北京现代二工厂生产途胜L,需要对工厂生产线进行整体改造。结果,立项没多久,2020年初发生了疫

情,导致外国技术专家不能按约来进行生产线改造。

常锋介绍说:“以前改造生产线的都是国外的机器人企业,由他们来调试,核心的环节不让我们参与。碰上疫情,国外的机器人企业来不了人。当时,公司就提出:‘这个事能不能我们自己来做?’

常锋坦言,因为没有做过工业机器人生产线改造,自己当时也没有把握,但考虑到新车上市节点,公司处在进退两难的境地,他和团队决定迎难而上。“这是一个高难度项目,只能说尽全力去做。”

改造项目于2020年3月启动,在保障原有旧的生产线正常生产汽车的同时,常锋带领团队开始闯关。“十几个人,每天都在不停地、反复地编程、验证和线下测试。学着、做着,克服了特别多的困难。虽然很累,但特别充实,这个项目让我们成长很快。”

“当时,最难的是让机器人互相认识。生产线上有很多机器人,最多同时有5台机器人围成一圈协同作业,一起制造车的整体顶盖,一共48秒把活干完。但如何让它们相互认识,保证谁先干谁后干不发生碰撞?我们用了各种方法来测试,最终导入完全正常,它们保证以0.1秒以内的精度进行协调工作。”常锋谈起生产线的改造眼睛里带光。

历时5个多月,常锋带领团队于2020年9月23日完成测试,同年10月13日设备正式安装和程序导入完成,途胜L汽车如期进行生产。“今后有类似的汽车生产线改造,我们就可以独立完成了。”常锋说。

回忆起那段时间,常锋用“痛并快乐着”来形容:“我们队员都觉得,这个活儿干得值,收获的东西不是能用金钱来衡量的。”实际上,常锋和他的团队不仅成功完成对生产线的改造,而且为企业节省了大量的改造费用。

虽然获得了很多奖项,但常锋并没有满足于眼前的成就而止步不前。“前段时间,我一直在想,工作了这么多年,做了这么多东西,没有一个能拿出手的技术汇总。下一步,我计划着,把我入职到现在做的很多项目收获汇总起来,出几本书。实际上,我现在已经写了两本。”

除了写书,常锋正在自学Python(计算机编程语言),以及人脸识别相关技术知识。“工业机器人只能算是自动化,称不上智能制造。智能制造需要把大数据引进去,引入大数据,就需要扩展更多专业的知识。”

“长风破浪会有时,直挂云帆济沧海。”这是陪伴常锋多年的座右铭,他觉得李白诗中的“长风”就是他自己。在解释这句诗时,常锋多次提到“要做好准备”。“总有一天你会实现自己远大的抱负,但你得做好准备。当机遇来临的时候,把握住机遇,实现自己的理想。”常锋说。

## 中老铁路一周年货运量增长近4倍 将适时开行跨境旅客列车

本报记者 路炳阳 北京报道

12月2日,中老铁路开通运营满一年。一年来,中老铁路累计发送旅客850万人次、货物1120万吨,下一步中国国家铁路集团有限公司(以下简称“国铁集团”)将全面总结中老铁路开通运营一年来的经验,具备条件后开行中老铁路跨境旅客列车。近日,国铁集团发布中老铁路“成绩单”,显示上述内容。

客运方面,中老铁路“复兴号”“澜沧号”动车组成为沿线城市民众出行首选。中老铁路国内段,日均开行客车42列,单日最高开行65列、发送旅客达5万人次,累计发送旅客720万人次;实行多语种服务和计次票、定期票新型票制,在11个车站推出空铁联运产品。

中老铁路老挝段,日均开行客

车6列,单日最高开行10列、发送旅客近8200人次,累计发送旅客130万人次;陆续开通嘎西、孟阿、纳磨等客运站,办理客运业务的车站由开通初期的7个增至10个,实现了动车组与普速列车共线运行。

货运方面,中老铁路开通一年来,单月货运量、跨境货运量等指标屡创新高,2022年10月较开通首月分别增长约3.5倍和4倍,发送跨境货物累计超过190万吨。随着万象南站换装场建成,中老泰铁路实现互联互通,全线已开通14个货运站,建成泰国曼谷、林查班和越南胡志明市、海防等城市海外集装箱还箱点。

目前,昆明至万象最快26小时货运直达。创新“中老铁路+中欧班列”“中老铁路+西部陆海新通道班列”国际运输模式,开行定点、

3.17万列,发送货物132.9万标准箱,同比均增长9%。绥芬河、满洲里、二连、阿拉山口、霍尔果斯等铁路主要口岸运量屡创历史新高。

以中国铁路乌鲁木齐局集团有限公司为例,今年以来,该局集团公司两个铁路口岸阿拉山口和霍尔果斯通行中欧班列数量突破1.1万列,同比增长11.2%,中欧班列开行线路通达19个国家和地区。前10个月,西部陆海新通道海铁联运集装箱班列发送货物62.1万标准箱,同比增长21%。

国家铁路货运量方面,今年前10个月,国家铁路货物总发送量32.5亿吨,同比增长5.97%(详见中国经营网2022年10月17日报道《前三季度铁路货运增速超6% 客运量13亿人次下降超三成》)。2022全年国家铁路货运目标为

39亿吨左右,同比增幅5%左右,前10个月国家铁路货运量已经完成了全年目标值的83.33%,实际增速超过了目标增速。

国铁集团人士对《中国经营报》记者表示,国铁集团充分发挥全国铁路集中统一调度指挥优势,克服疫情对运输的影响,当前全路货运保持良好增长势头,2022年铁路货运量增幅有望回升,增长幅度在5%~6%。2017~2021年国家铁路货运量增幅分别为10.1%、9.3%、7.8%、4.07%和4.0%。

中老铁路2021年12月3日全线开通运营。线路北起云南省昆明市,向南经玉溪市、普洱市、西双版纳自治州,过中国磨憨铁路口岸和老挝磨丁铁路口岸,进入老挝北部地区,继续向南经琅南塔省、乌多姆塞省、琅勃拉邦省、万象省,到达老

挝首都万象市(详见中国经营网2021年12月3

# 刘尚希：构建中国发展确定性

本报记者 杜丽娟 北京报道

伴随国际环境的严峻复杂，“在不确定性中寻找确定性”成为举世瞩目的话题，作为全球第二大经济体，中国的发展不仅关乎14亿人民，更事关全世界。

党的二十大报告指出，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，未来五年是全面建设社会主义现代化国家开局起步的关键时期，在世界百年未有之大变局背景下，中国的繁荣发展也为稳定全球经济及经贸关系提供了强大动能。

中国财政科学研究院研究员刘尚希认为，在经济社会发生深刻复杂变化，不稳定、不确定性显著增加的背景下，稳住宏观经济大盘无疑是一系列决策部署中最为重要的一项，对中国来说，努力增加“稳住”的确定性因素，才能应对经济发展的“不确定性”。

面对严峻复杂的经济形势，今年以来，国家密集出台一系列纾困帮扶政策。在财政政策方面，刘尚希认为，当前可以考虑适当调整年度预算安排，通过财政货币政策的协同，打破财政的“不可能三角”。这个问题，国外已有类似实践。比如在居民收入断流的紧急状态下，可以采取财政货币一体化政策措施。

## “不确定性”风险挑战

全球治理规则正从既有规则下的“波动性变化”转向重构规则过程中的“趋势性变化”。

**《中国经营报》：**随着中国经济进入新常态，“不确定性”成为一个高频词，尤其是在需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力影响下，我国经济发展也面临诸多干扰，基于这样的背景，你如何理解当前中国经济形势存在的“不确定性”？

**刘尚希：**中国经济发展正面临诸多“不确定性”，这是国内外学术界和经济界普遍认同的看法，但在不同语境下，其具体内涵也有所不同。

通常的理解是，不确定性会引发风险，这种风险往往是公共风险，由于市场主体和居民难以识别和应对公共风险，从而会导致预期转弱，并带来经营、投资、消费等行为趋向收缩。结合中国的现实情况看，我国经济当前面临的三重压力，实际上就是高度不确定性条件下的结果。

那么是什么导致了这种不确定性呢？我认为，世界大变局加大了中国经济的不确定性。现阶段世界各方力量正在发生巨变，地缘政治、风险事件不断发生，逆全球政治、经济等方面的一系列动作，也会进

化态势持续强化。因此，有观点认为，由西方国家主导的全球化已经终结，过去形成的全球分工合作的产业体系和供应链也处于重构之中，各国都在想方设法重构自己的供应链，以寻求本国安全。

这种大变局，也影响着全球治理规则，包括经济、金融、贸易、投资等内容的调整。具体来看，就是全球治理规则正从既有规则下的“波动性变化”转向重构规则过程中的“趋势性变化”，这种“趋势性变化”对中国来说，既是机会，也是挑战。

**《中国经营报》：**在新的全球治理规则调整之前，也有观点认为，中国倡导的全球化一定程度上对冲了逆全球化，但尚不足以构建一种新的全球秩序。伴随世界大变局的推进，你如何看待中国所面临的机遇和挑战？

**刘尚希：**我认为，在新的全球政治经济秩序确定之前，全球无序混乱动荡的状态仍将持续，其中以美国为代表的西方国家在政治、军事、经济等方面的一系列动作，也会进



中国财政科学研究院研究员 刘尚希

本报资料室/图

一步加剧全球经济的不确定性。

在此背景下，世界无序发展的状态将不可避免地对中国现有的产业链、供应链和企业成长环境带来深刻影响。这些影响可能短期内并不会很直接，甚至还可能出现逆转，但长期看，将对我国的企业、居民的行为以及全社会预期带来巨大不确定性。

所以，接下来我们需要关注的

是“怎么开放”的问题。一直以来，开放都具有双向和多边的特点。

在动荡的世界格局中，开放代表着“国家能力”，没有足够的国家能力，想开放也很难实现。

当全球“有序红利”不复存在，“无序风险”指数化上升时，中国也需要深度嵌入西方主导的全球化体系中，尤其是在全球动荡的情况下，如何快速提升国家能力，是一

个国家发展的关键所在。

我认为，当前我们必须有一个全局宏观视野，能以超越国家的整体宏观视角来看待大变局下的中国经济发展方向，要努力构建中国可持续发展的确定性，尤其是要提升数字技术的创新能力，实现数据跨境流动，大力增强国际竞争力。没有国际竞争力的综合提升，国家安全将会受到威胁。

## 政策要稳定社会预期

在财政政策方面，当前可以考虑适当调整年度预算安排，通过财政货币政策的协同，打破财政的“不可能三角”。

**《中国经营报》：**微观层面，面对严峻复杂的经济形势，今年以来，国家密集出台一系列纾困帮扶政策，以提升市场主体和居民的信心，从对冲经济不确定性角度看，你认为当前政策的纾困效果如何？

**刘尚希：**统筹发展和安全是“十四五”时期我国经济社会发展的指导思想。将稳就业和稳收入作为宏观政策的重要发力点，也是当下的应急目标之一。

总体看，就业和居民收入关乎社会稳定和基本民生，目前的思路是：一方面，以保市场主体为主，待

市场主体经营好转后，间接保居民收入，但是企业经营状况好转也需要时间，尤其在宏观环境存在较大不确定性的前提下，出台对企业的扶持政策，有利于帮助企业纾困解难，早日走出困境。

另一方面，是通过中央转移支付直达地方财政，对失业和困难群体进行帮扶。比如，我国灵活就业群体已经突破2亿人，现有的低保救济政策并不能覆盖新出现的困难群体。

因此，可考虑在现有政策基础上改进帮扶方式和技术手段，借鉴

疫情防控的方式方法，更加高效、精准地触达目标群体，有效遏制居民资产负债表的收缩和居民生计风险的蔓延。

在财政政策方面，当前可以考虑适当调整年度预算安排，通过财政货币政策的协同，打破财政的“不可能三角”。这个问题，国外已有类似实践。比如在居民收入断流的紧急状态下，可以采取财政货币一体化政策措施。

疫情发生的三年里，很多居民和家庭收入陷入困境，在此背景下，我国也可以考虑类似的政策安排。

**《中国经营报》：**实践中，我们也看到政策将缓解刚性支出压力作为稳民生的重要抓手，在具体落实方面，你认为当前应该如何让政策更接地气，以发挥更好的提质增效作用？

**刘尚希：**面对一些居民就业困难和收入下降的严峻形势，我们需要进一步解放思想、实事求是、拓宽思路，并及时推出新的应急举措，同时要抓住稳就业和稳收入，避免经济风险进一步扩散为社会风险，从而为稳住经济大盘创造条件。

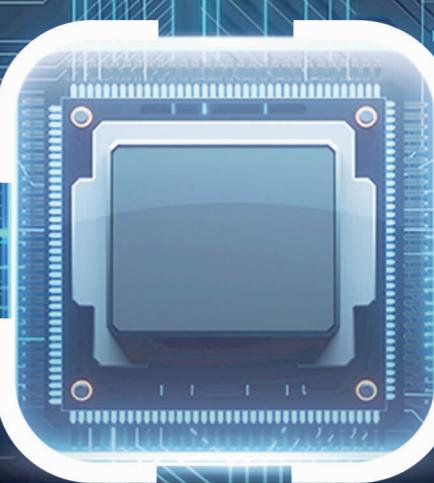
在这个过程中，我们也要加

相关部门之间的协调联动。比如，在政策出台前，相关部门可以先做一些政策实验和模拟评估。在分析评估阶段，要与市场保持良好的沟通和互动，而不是关起门来各自制定政策。

特别需要强调的是，在不稳定、不确定性明显增加的宏观环境下，相关政策的出台需要更加审慎、更加包容，要让市场主体更可预期。只有当政府和市场之间形成良好的沟通和互动，才能更好地稳定预期，共同促进经济的高质量发展。



建行惠懂你



# 打开更多可能

惠 懂 你 3.0 轻 触 一 下 未 来 可 期

建行惠懂你APP  
立 即 下 载





中国建设银行  
China Construction Bank

客户服务热线: 95533  
网址: www.ccb.cn



建行惠懂你APP3.0综合化生态型服务平台

助力小微企业经营成长

广告

# 《反电诈法》落地 机构走向资金链“综合治理”

本报记者 李晖 北京报道

随着12月1日起《反电信网络诈骗法》(以下简称“《反电诈法》”)的正式实施,金融涉诈治理力度持续升级,也给金融机构带来全新挑战。

《反电诈法》的落地,为推动形成全链条反诈、全行业阻诈、全社会防诈的打防管控格局提

供了全面的法治保障。也对银行业金融机构、非银行支付机构账户开设等提出了更严格细致的要求,即在明确主体责任后,机构一旦履责不力,则面临从严处罚。

有支付机构内部人士向《中国经营报》记者表示,去年以来在反诈、反洗钱岗位上的人力投入不断增加,但仍力有不逮。面对

诈骗手段花样翻新,机构自身在提高责任意识的同时也需要不断优化技术能力,在这点上,中小机构面临着更大压力。

“我们公司不久前刚刚引进了行业头部机构的反诈团队,正在重新优化反诈策略,这部分业务肯定是明年的重点。”一位平台金融公司内部人士向记者透露。

《反电诈法》对信息链、资金链、技术链、人员链等环节提出具体举措和明确要求。

事实上,自2021年4月中央高层对打击治理电信网络诈骗工作作出重要批示,强调注重源头治理、综合治理,全面落实打防管控措施和金融、通信、互联网等行业监管主体责任以来,中国人民银行(以下简称“央行”)对反诈投入巨大,持续对机构提出一系列要求。

就在《反电诈法》正式实施当日,主管支付业务的央行党委委员、副局长张青松发表文章阐述了央行在围绕金融反诈、推动“资金链”治理上的工作思路。

张青松指出,电信网络诈骗犯罪由“人员链”“信息链”“技术链”“资金链”等多个环节构成并形成产业化利益链条,对其进行打击治理是一场整体战、持久战。《反电诈法》对信息链、资金链、技术链、人员链等各环节都提出了具体举措和明确要求,清晰界定了各行业各部门的反诈职责。其中,银行业金融机构、非银行支付机构作为“资金链”治理的关键,要切实履行金融治理法律责任,防范金融服务被不法分子用于转移电信网络诈骗资金。

值得注意的是,央行针对反诈“资金链”的整肃力度不断加大,对机构严肃追责问责。今年

11月底,第三方支付机构百联优力因未落实防范电信诈骗风险要求、未落实商户实名制管理要求等4项违法行为被罚没合计约6489.33万元,这也是支付机构首次因未落实防范电信诈骗风险而被处罚。而有北京支付机构内部人士透露,百联优力由于“为不法平台提供支付通道”遭到大量投诉,其中就涉及为网络赌博提供充值和结算通道。

近年来,央行从压实风险防控主体责任、内部组织保障以及严厉追责,再到围堵账户风险,基本使金融机构形成了系统的反诈治理体系。前述支付机构人士透露,近年来中大型机构在监管压力下持续加大金融反诈力度,这也让一些不法业务大量流向中小平台。

根据《反电诈法》中涉及金融治理的相关条例,对金融和非银行支付机构提出的要求包括加强风险识别能力、建立监测及风险防控机制、建立风险管理措施等。

腾讯安全灵鲲反诈团队相关负责人在接受记者采访时表示,这基本针对反诈骗的全链路做了明确的要求,包括事前的风险识别、事中的监测及防控机制、事后的风险管理措施。

嘉联支付方面告诉记者,公司此前已经建立了反电信网络诈骗活动可疑交易专项监测,重点是保证现有反洗钱可疑交易报告制度与之相适应。

该负责人认为,事前环节上,

## 机构反诈持续迎考

市场共识在于,提升反诈意识、遏制电信网络诈骗态势,既需要法律筑牢安全之网,也需要不断的技术应变与革新。

近年来,虽然机构在资金链治理的关键环节上不断加大投入,但由于诈骗手段不断花样翻新,隐蔽性更强,其应对反诈的压力也持续加大。

翼支付相关负责人向记者表示,电信网络诈骗涉及通信、金融、互联网等各个领域,诈骗信息触达、技术提供、电诈实施、资金流转等环节往往是跨机构甚至跨行业的,仍存在数据孤岛和信息割裂,风险溯源和封堵难度大。如何建立监管机构、金融机构、运营商、互联网企业之间的反诈生态体系,实现跨行业、跨机构快速联动识别、协同拦截,应该是未来需要聚焦的重点之一。

事实上,金融机构在处理涉诈交易监测建设时,最大的难点是获悉在此笔交易之前客户发生了什么。对此,很多金融机构是很难感知到的。

上述腾讯安全灵鲲反诈团队相关负责人表示,从涉诈收款卡入手是一条有效路径,但在现阶段,涉诈银行卡是由专业的水房团队(指专门负责将赃款“洗白”的团伙)处理,其通过多种方式和途径获取涉诈银行卡。并且,很多不法分子为了应对银行的风控策略,还会有针对性地跨地区、跨行交易,基本上使用几次之后便更换收款账号。因此,很难做到提前监测和拦截。

市场共识在于,提升反诈意识、遏制电信网络诈骗态势,既需要法律筑牢安全之网,也需要不断的技术应变与革新。

在浙江数字化发展与治理研究中心研究员高艳东看来,技术是最好的反诈措施。此次《反电诈法》亦明确提出,国家支持鼓励企



《反电信网络诈骗法》正式实施,金融涉诈治理力度持续升级。

视觉中国/图

业研发电诈反制技术,用于监测识别、动态封堵和处置涉诈异常信息、活动。企业的积极参与是打赢反诈战役的保障。“站在一线发现新领域的新型诈骗手法,是企业的优势。如果企业能够充分利用自身技术优势,在支付、社交、电商等领域开发先进防诈技术,形成群防群控的反诈格局。”他表示。

事实上,无论诈骗手段如何变化,最后一个环节始终是资金转账,这也是最重要和独立的一环。记者注意到,除了上述用技术阻击骗术和风险点外,一些企业在拦截用户上也进行了探索。

“受骗用户往往是当局者迷,深信骗子的话,钱被转走才会意识到被骗,怎样‘叫醒’他们也是一个难题。”蚂蚁集团安全团队相关负责人向记者直言。据其透露,目前,蚂蚁智能风险感知与响应联合反诈系统中的“主动交互式风控”技术可以实现风控系统与用户之间的全链路、多模态内容交互。

据悉,这一技术已经用于支付宝“叫醒热线”进行反诈——通过AI跟用户电话沟通,了解用户是否被骗被实施劝阻。具体来看,“AI反诈”全链路安全服务包括:10毫秒“预测”判定交易风险水平,90秒风脸“确认期”、15分钟交易“冷静期”、24小时交易“反悔期”。官方数据显示,目前,蚂蚁集团智能反

诈系统对涉诈交易的识别准确率已达95%以上,被骗用户的止付率提升了80%。

腾讯安全灵鲲反诈团队相关负责人也认为,当前平台部门可以做的,一是协助金融机构构建受害者保护识别体系,通过实时的安全分析,实现精准评估涉诈交易,从而针对性地实现资金交易拦截;二是针对涉诈黑卡的分析检测,通过AI算法引擎,将存在高风险租卡、售卡人群构建出来,帮助银行排查存量储蓄卡的涉诈风险,利用技术实现全面的涉诈黑卡甄别及阻断。

据记者了解,翼支付方面目前在反诈治理方面也构建了覆盖账户管理全流程的涉诈风险防控体系,技术投入主要围绕重点问题、突出风险和核心技术提升方面。其相关负责人向记者表示,在技术探索上,首先是构建实时复杂风险决策引擎,从日均亿级数据中快速识别风险,毫秒级拦截止付;其次是自研“侦图”证照鉴伪能力,具体来看,通过5100万多个风险标签,风险识别准确率达95%以上;在聚焦涉诈资金链识别和挖掘上,目前构建了63亿节点+103亿关联关系的反诈图谱能力。此外,通过自研隐私计算的技术在数据安全、合规的基础上,实现通信反诈+金融反诈的有效协同,构建运营商支付机构反诈新能力。

# 城投转型换道:引进社会资本推动混改

本报记者 石健 北京报道

近日,安徽省国有企业混合所有制改革项目推介会在合肥举办。《中国经营报》记者注意到,此次推介会共涉及99个项目,其中公

开推介项目69个、定向推介项目30个,计划引进社会资本约470亿元。在公开推介的项目中,涉及城市开发等领域,不乏城投公司的身影,如黄山城投集团有限公司(以下简称“黄山城投”)、蒙城县城市

发展投资控股集团有限公司(以下简称“蒙城城投”)等。在具体项目方面,涉及产业园、文旅产业等。

实际上,对于引进社会资本参与城投混改,近年来已经有城投公司开始尝试。一位城投公司

负责人告诉记者,“依托三年国企改革的政策利好,以及城投公司自身的转型需要,除了进行业务调整和改革之外,引入社会资本进入已经成为城投转型换道的关键一招。未来,将成为城投公司

转型的普遍做法。”

在现代咨询研究院院长丁伯康看来,“城投公司引入社会资本参与混改,不仅是解决其自身的业务问题,还将在市场开拓、企业管理、成本控制等方面有所帮助,这

也需要城投公司具备相应的能力和优势,改变国有企业经营效率不高的局面。通过混改的引资,实现引制和引智的目标,实现国有企业在产权所有上的‘混’与经营管理方面的‘改’相互促进、相互融合。”

## 提供市场空间

梳理过往,新一轮的国企改革从2013年开始,而国内首家成功完成混改的城投公司为上海城投集团。一位曾经参与混改的行业人士直言,“起初,城投公司实现混改的阻力不小。比如公司可能存在盈利能力弱以及债务规模高的问题,诸如非市场化运作、资产定价困难、资产结构构成复杂、员工构成复杂等,这种经营结构就很难引起社会资本的兴趣。”

不过,上述行业人士也提到,近年来,无论中央还是地方,都在呼吁城投公司进行市场化运作。同时,要减少存量债务。这些举措都是为了给城投改革提供一定的市场空间,使其让市场接纳。

与此同时,不少业内人士认为,城投公司若想引入社会资本,实现混改成功,政府的政策支持也必不可少。

记者注意到,近一年来黄山市的相关动作,就为黄山城投参与混改埋下伏笔。

2021年2月7日,黄山市住房和城乡建设局发布了关于公开征求《黄山市关于促进徽派古建产业高质量发展的实施意见》(征求意见稿)(以下简称“《意见》”)的通告。《意见》提到,要招商引资引进外地强企,支持古建企业与外地文旅集团、文博院、文交所等机构合

作,引进社会资本,建立资产托管、园区落地等合作,深度挖掘地方古建资源,推动古建筑、古村落实现活态化保护利用和文化旅游产业发展。

再如蒙城城投此次发布的项目介绍显示,其所涉行业为文化旅游,内容为“希望引进具备大型文旅类项目运营能力和经验、具有生态修复类项目、具有符合项目实际需求的投资能力、具备商业类项目招商和运营能力”的战略投资者,拟引进一家公司与县城投集团下属企业蒙城县梦蝶文化旅游有限公司成立合资公司,共同投资进行项目建设,由引进的投资者进行项目运营或其负责引进第三方项目运营”。

对于上述项目内容,有业内人士认为,该项目已经明确透露了几个关键信息,即有运营能力、投资能力、市场化运作能力以及相关行业的专业能力,如此引入社会资本完全符合混改的应有之义。

采访中,不少业内人士认为,国有企业混改并非易事,事关“脱胎换骨”式变化。因此,离不开地方政府的支持,完善的配套政策是国有企业混改成功的重要影响因素。

对此,在此次安徽省国有企业混合所有制改革项目推介会

上,安徽省国资委党委书记、主任李中指出,召开本次推介会是深化国资国企改革的重要举措,将助力搭建安徽国有资本和各类资本融合发展桥梁。安徽国资国企将以更加开放的胸怀推进混改,推动国有资本与各类资本开展多种形式的合资合作,积极引入高匹配度、高认同感、高协同性的战略投资者,实现深度融合、协同发展;以更加坚定的决心深化混改,推动混改企业完善法人治理、转换经营机制、强化激励约束,以混促改,提升企业核心竞争力和经营效益;以更加一流的监管服务混改,加大授权放权力度,对混改企业实施差异化监管,尊重和维护各方股东权益,以高质量监管服务保障混改企业高质量发展。

实际上,安徽国资国企近年来大力实施国企改革三年行动,积极稳妥深化混合所有制改革。截至目前,安徽省属企业中混合所有制企业户数占比达71.9%,位居全国前列。混合所有制改革有效激发了安徽省属企业内生动力活力,提高了发展质量效益,放大了国有资本功能,推动省属企业经营发展继续保持全国第一方阵、中部领先和长三角地区比较优势地位。

对此,在此次安徽省国有企业混合所有制改革项目推介会

## 促进国资保值增值

记者梳理发现,此次安徽省发布的项目推介中,城投混改项目涉及产业园、文旅等方面。有业内人士告诉记者,近年来,不乏城投公司在产业园、文旅等重点领域引入社会资本实施混改。

那么,为什么会选择上述领域进行混改?西南某城投公司负责人告诉记者,“公司此前也进行了混改,从过往的成功经验看,一方面很多城投公司依托当地的文旅资源进行了相关布局;另一方面,有不少社会资本也有一定的文旅产业经营经验和资源,两者进行对接则可以实现成功。”

记者注意到,上述西南某城投公司所采取的混改方式为战略重组,即通过增资扩股的形式进行混改。事实上,几年前,中央就对国有企业混改形式做了规定。根据《中共中央、国务院关于深化国有企业改革的指导意见》(中发〔2015〕22号)、《国务院关于国有企业发展混合所有制经济的意见》(国发〔2015〕54号)等混改相关政策文件规定,国有企业混改的主要路径包括股权转让、增资扩股、投资并购、出资新设、上市重组(包括首发上市和上市公司资产重组、发行证券、资产注入、吸收合并)、员工持股等。其中,

国有企业通过股权转让、增资扩股、投资并购、出资新设等方式引入技术型战略投资者是实现国有融资平台业务转型、创新优化、增强市场竞争力、补足短板的有效方式。

不过,也有业内人士认为,虽然有足够的政策支持以及社会资本力量的支持,但是城投公司若想混改成功,自身的“硬件”也需要优化。比如,土地资源是否优质决定了项目是否有吸引力。此外,选择战投也很重要。从事的业务与战略投资者具有较强的相

关性,战略投资者进驻之后,可以快速强化自身集团业务或者开拓新区域。丁伯康认为,“推进混合所有制改革,我们不仅需要通过引进外部中小股东,改变国有股一股独大的局面。同时还需要充分发挥中小股东在市场开拓、企业管理、成本控制等方面的能力和优势,改变国有企业经营效率不高的局面。”

现代咨询研究院研报认为,

城投公司引入社会资本可以实现多方面好处。一是引入战略投资者倒逼国有企业体制改革,建立由“管资产”向“管资本”过渡的国资监管架构,划分政府与企业关系,实现所有权和经营权分离,减少行政化干预与束缚。以劳动、人事、分配三项根本制度为突破口,对整个内部运行体制进行革新。二是引进战略投资者先进的管理经验,进行治理结构、人才机制、管理体制的优化,进一步理清政企关系,完善现代企业制度。通过战略投资者直接参与公司的管理运营,优化经营决策机制,提升城投公司经营活力。三是通过股权合作引入战略投资者,可实现部分领域内国有资产的退出,间接盘活国有经营性资产。通过引进先进的管理经验、技术水平,实现公司与投资者优势互补、协调发展,进一步提升国有资产运营效率,实现国有资产保值增值。四是借助战略投资者的先进技术、资深业务资源和资本运作经验,弥补城投公司业务单一且经营能力不足的缺陷,协助城投公司快速扩展和完善多元化经营领域,提升城投公司在相关产业和业务领域的竞争实力。五是借助战略投资者雄厚的资金支持,借助股权交易盘活资金用于化解城投公司存量债务,缓解其偿债压力。借助战略投资者深厚的信用资质条件,提升混改公司市场化融资能力,优化自身融资环境、拓宽融资渠道。

# 人民币汇率重回“6时代” 外资加码中国资产

本报记者 郝亚娟 张菊红 上海 报道

近期，在岸和离岸人民币对美元汇率均涨破“7”关口。这也是继9月下旬以来，人民币汇率首次回

## 内外因素提振市场情绪

当人民币汇率趋于均衡合理以后，围绕均衡合理水平双向波动、宽幅震荡将会是常态。

继12月5日在岸和离岸人民币对美元汇率双双收复“7”关口后，人民币汇率反弹势头不减。国家外汇交易中心数据显示，12月7日，在岸人民币对美元16:30收盘价报6.9790元。

关于本轮人民币汇率上调的原因，方德金控首席经济学家夏春告诉记者，近期市场分析美国通胀见顶回落，美联储减缓加息，美国明年大概率进入衰退。同时，中国调整房地产行业的“四支箭”（即信贷支持、发债支持、股权融资和内保外贷）政策，以及可预见的中国经济回暖，都令美元指数回落，人民币对美元汇率走强。此外，欧元区目前通胀高于美国，而加息幅度落后于美国，预计未来欧元区加息将带动欧元兑美元汇率走强。

从国内环境看，植信投资研究员高级研究员常冉分析称，国内经

## 人民币资产投资价值凸显

从历史经验看，外资回流和经济复苏有利于资本市场，大类资产上有利于股票和周期类大宗商品。

在人民币汇率走强的同时，多家外资机构加码布局中国资产，相应减持美元资产。目前市场关注的是，人民币升值将吸引更多国际资本流入，对资本市场有哪些影响。

夏春指出，通常来说，美元指数走软，人民币走强利好包括石油、黄金在内的全球大宗商品，以及包括中国在内的新兴市场股票、除美国外的国际市场股票。预计明年美联储大概率将把利率升至5%并维持较长一段时间，在美国将迎来温和衰退前，美元仍然处于相对强势，投资者在明年可以多布局经济回暖、估值较低的A股、港股、中概股，以及新兴市场股市中的周期板块。

“从历史经验看，外资回流和经济复苏有利于资本市场，大类资产上有利于股票和周期类大宗商品，不利

于债券。”上海财经大学中国经济思想研究院研究员岳朔宇如是说。

中信证券明明团队在研报中指出，短期来看，美元疲弱，国内经济预期改善，叠加年底积压的结汇需求，为人民币在利多的集中释放下或将保持强势。一方面，随着美联储加息节奏放缓，欧央行仍在博弈“鹰”“鸽”取向，美元指数的拐点得到确认，其给人民币造成的被动贬值压力趋缓；另一方面，国内贸易顺差的“基石”作用，结汇需求的季节性释放，以及受益于地产利好政策等而改善的市场预期，对人民币汇率的短期走势同样形成支撑。展望未来，随着上述利多因素逐步被市场消化，结汇需求在年底和春节前后集中释放，人民币汇率后续或重回震荡态势，未来经济基本面是

期；美债收益率加速回落，市场风险偏好进一步改善；国内疫情防控和房地产调控政策进一步优化，提振市场信心。

人民币汇率上涨对资本市场

的影响也备受关注。分析人士指出，人民币具有大国货币的特征，越来越具有资产价格属性。并且，此轮人民币汇率反弹有利于股票和周期类大宗商品。



未来一段时期，人民币汇率将企稳，长期呈现回升态势。 视觉中国图

放缓，推动人民币汇率估值修复，2023年，随着通胀回落和经济衰退风险上升，美联储加息步伐有望放缓，未来几次加息幅度将以50个或25个基点为主，2023年政策利率可能处于5%~5.5%区间，促使人民币汇率回升；另一方面，中国经济韧性强、长期向好，国际收支结构稳健，经常账户保持合理规模顺差，人民

币资产具有长期投资价值，促使人民币汇率稳定回升。

管涛认为，当人民币汇率趋于均衡合理以后，围绕均衡合理水平双向波动、宽幅震荡将会是常态。2023年人民币汇率是涨还是跌，不取决于美元的强弱，也不取决于中美利差，而是取决于中国的经济基本面。

持人民币债券资产还需等待。

“在不确定的环境下，2023年中国货币政策大概率仍会稳健略偏宽松，流动性比较宽松，利好股市。考虑到2023年中国经济企稳回升也是市场的一致预期，假定其他因素不变，这对中国经济是利好的。”管涛指出。

管涛同时强调，美国有可能会因为货币过度紧缩导致经济衰退，在这样的情况下，2023年美联储紧缩对中国的影响可能会通过贸易渠道传导，同时也不能低估海外市场产生的传染效应。在美联储紧缩、经济复苏放缓甚至衰退的情况下，美国上市公司的盈利可能下降。在通胀高企、经济下行的“戴维斯双杀”下，美股仍然可能有调整的风险，这有可能会对A股的运行带来传染效应。

## 超4000只银行理财破净 新品市场反而回暖

本报记者 慈玉鹏 北京报道

11月下旬以来，债券市场出现一定幅度调整，导致部分银行理财产品净值出现不同程度回撤，引发客户赎回。

## 市场将趋稳

中国理财网数据显示，截至12月7日，全市场处于存续期的公募理财产品中（剔除无净值数据的产品），有超过4000只银行理财产品单位净值小于1。

普益标准数据显示，由于债券市场近期剧烈震荡，理财产品收益大幅下行，R2级（中低风险）的产品也出现了部分亏损。截至11月末，到期开放式理财产品兑付收益整体创下半年新低。

融360数字科技研究院分析师刘银平认为，四季度以来，净值型理财产品投资收益整体表现不理想，部分中高风险产品出现净值下跌的

迹象，产品业绩比较基准也整体下调。理财公司在权益类资产配置方面趋于谨慎，由于流动性持续宽松，市场利率仍然处于下降阶段。接下来，固收类、混合类、权益类理财产品业绩比较基准都有可能继续下调。

实际上，今年3月及最近的理财产品集中赎回，均是相关资产价格下跌使得净值回撤引发。中金研报显示，债券是银行理财持仓的第一大类资产，所以债券价格的波动对理财产品影响会更大，赎回压力也会更大。但是负债端赎回压力也会因为资产价格的稳定而趋于缓和，通常持续时间相对较短。在此过程

看，目前市场波动不会持续，将逐步回归常态。

业内人士向记者指出，从机构角度看，净值化时代应对资产价格波动带来的短期赎回压力，需加强流动性风险管理，建

立以压力测试为核心的流动性风险管理机制；发行更多封闭式产品，在资产端增加流动性相对较好的资产配置；加强投资者教育、产品差异化竞争而非一味追求高收益率。

支持市场利率大幅上升。同时，在目前我国基本面环境下，债券短期价格下降，相应债券资产配置吸引力上升，也会吸引资金流入。

值得注意的是，债市动荡并未影响理财产品发行。中信证券提供的数据显示，11月理财产品发行市场环回暖，2022年11月新发734款理财产品，环比增加212款，占全市场理财产品发行量的32.38%。截至2022年11月末，全市场存续理财产品共33161款。其中11861款为开放式产品，21300款为封闭式产品，从投资性质来看，固收类产品最多。

资者的误解，产生溢出效应，导致更多的理财产品赎回。理财机构应提前向投资者充分说明这些工具使用的情形和流程，改变投资者的负面看法，斟酌使用时机，充分发挥其减少流动性需求的作用。”上述银行人士表示。

中固收研究团队认为，“银行理财在产品设计和投资方面仍有减小短期集中赎回压力的空间。比如，拉长负债端久期、发行更多封闭式产品、在资产端增加流动性相对较好的资产（同业存单、利率债等）配置等，减小资产价格波动可能带来的短期赎回。”

## 流动性风险管理需强化

2022年，资管新规全面施行，理财业务转型持续深化，理财市场规模整体保持稳步增长态势，但银行理财规模增速放缓，保本理财产品逐步退出市场。

招商证券银行业首席分析师廖志明表示，“在以资管新规为核心的系列监管文件规范下，银行理财整体呈现公募基金化。未来，银行理财应全面摒弃具体数值或区间数值的业绩比较基准，转向以指数为基础的业绩比较基准体系，建立完善的信息披露机制，及时充分且准确地披露相关信息，彻底破除刚性兑付。”

“从投资者的角度看，旧有的预期收益率不再有，理财净值波动加大。真正回归代客理财之本质后，理财收益完全取决于实际投资结果。新形势下，理财收益不确定性上升，投资难度明显加大，理财投资者应选择投研实力较强的理财产品发行的理财产品，并尽量拉长投资周期，减少净值波动对投资收益的影响。”廖志明表示。

净值化时代，银行如何应对市场波动引发的集中赎回？某国有银行人士表示，应严格落实理财产品流动性风险管理要求，提升投研能力稳定客户预期，良好的投研能力

可以为理财产品收益稳定提供保障，抑制客户赎回行为。理财机构要建立稳定的投研团队，加强市场分析研判，通过久期管理、波段操作等方式提高固收类资产收益，挖掘投资价值良好的权益类资产，秉持长期主义，在市场的不确定性中寻找确定性的收益空间，有效控制净值回撤，提升客户投资信心。

“同时，应建立以压力测试为核心的流动性风险管理机制，并合理使用限制赎回等事后管理工具。在市场面临巨大赎回压力时，如果简单粗暴地实施限制赎回、联动定价机制等工具，有可能加深投

## 银行系基金为何偏爱“固收”产品

本报记者 任威 夏欣 上海报道

15家银行系公募基金公司中，有14家的管理规模已突破千亿元。

济安金信基金评价中心研究员刘思妍对《中国经营报》记者指出，银行布局公募牌照相关业务，可以拓宽业务范围，带动业务多样化发展，提升自身的业务协同能力，使银行的销售渠道得到充分利用，更好满足客户的投资需求。同时，业务办理过程中产生的基金管理费等费用，提高了银行中间业务收入，丰富了银行收入的来源。

## 以债券基金为主

“基金业务乃至银行理财在银行中属于财富管理范畴，传统上属于银行中间业务。”爱方财富总经理庄正表示，银行有了公募牌照，就能让客户完成由储户到投资者的转变，通过收取基金管理费、代理申赎费等费用，进一步增厚中间业务收入。

对于中国基金业来说，银行系基金公司在规模上占了非常大的比重，很多储户也借由银行参与到基金投资中去。”刘思妍表示。

“银行作为金融市场重要机构成员，具有资金体量巨大、客户数量多、销售能力等特点。而银行系公募基金可以依托于银行开展业务，会获得更多的银行资源，有利于提升其资产管理规模。”天相投顾相关人士表示。

在刘思妍看来，银行客户群体广泛、资金基础雄厚，银行系基金公司能够充分发挥银行与基金公司的协同效应，利用银行的优势拓展基金业务。因此，银行系基金公司发展迅速，具备竞争优势，管理规模较大。

“银行系基金背靠股东庞大的网点和理财经理队伍，在基金的募集上具备得天独厚的优势。”庄正分析称，截至2022年二季报，我国银行业总资产是344.8万亿元，而整个基金行业的管理规模才27万亿元，只要银行稍微向财富管理业务倾斜一些，基金公司规模就可以快速增长。

## 需加强权益类投研

实际上，权益类产品一直是考量公募基金的重中之重。

“银行系公募基金的发展关键在于全面发展，银行系公募基金往往可以依靠股东渠道在债券基金领域做出一定成

绩，但要实现长久发展，特别是在市场利率中枢不断下行的情况下，加强权益类资产的投研工作将是重点。”天相投顾相关人士表示。

上述天相投顾人士指出，银行系公募基金应该在与银行大股东做好协同的同时，努力拓展与其他伙伴的合作关系。此外，银行系公募基金也应增强市场化发展，不断增强市场化竞争力，引入优秀的权益类投资人才团队，从而实现均衡发展。

刘思妍认为，银行系公募在固收产品上具备优势，但在权益类投资上相对薄弱，因此在发展中应该注重全面、多元化发展。首先要培养权益类投资人才，健全人才培养机制，提高整体投研能力；其次要补充产品体系，丰富权益类产品，更好地满足投资者多样化的投资需求。

在庄正看来，银行系公募基金公司发展的关键是要加强投研团队的建设，包括债券和股票的研究员与基金经理培养、激励，尤其是股票投资投研文化、投研实力的打造。不同的基金公司可以根据重点发展产品线领域，比如固定收益、指数量化等，聚焦某一投资领域，打造投研核心竞争力。

目前，公募市场主要包括券商系、银行系、保险系、个人系等。就前三者而言，天相投顾相关人士分析称，对于银行系公募基金来说，其优势是银行作为大股东通常具有较强的实力，能够为基金公司提供较好的支持，如

在资金、渠道、客户等方面可以为基金公司提供助力；而劣势则是银行系公募基金目前仍以偏债为主，过多依靠作为大股东的银行容易让基金公司业务以偏债为主，发展失衡。

“对于券商系公募基金来说，券商天然更靠近权益类市场，因此这类基金公司在权益类的投研方面可能具有一定优势；而劣势则是除一些大券商以外，小券商无法给基金公司提供过多渠道支持。”天相投顾相关人士表示。

至于保险系公募基金，天相投顾相关人士认为，其优势是保险公司作为大股东同样具有较强的资金实力，能够给予基金公司一定的支持。但由于保险公司的客户群体与购买基金的群体有一定区别，客户转化程度相较于银行处于劣势。此外，保险往往更看重固收类资产，无法给基金公司提供更多权益类资产投研的支持。

在庄正看来，保险系公募基金公司不多，成立时间也偏晚，但保险系基金公司股东在资产管理方面经验较为丰富，部分公司已形成一定投资特色，只是目前优秀的基金经理不多，还需要更多时间证明其投资能力。

刘思妍分析称，券商系公募基金具备丰富的卖方投研资源优势，投研能力较为优秀，具有丰富的权益类资产投资经验，但销售渠道方面相对于银行系等体量较小。保险系公募基金具备保险资金和客户的支持，保险资管的资金较为庞大，且具有相对完善的风控体系和丰富的资金配置经验，资产管理能力较强。但保险资金偏好固收类产品，风险偏好较低，权益类投资经验较为缺乏。

# 一揽子“组合拳”盘活纾困 AMC助力房企保交楼

本报记者 罗辑 北京报道

“保交楼、保民生、保稳定”的首要目标之下，房地产纾困不断推进。

日前，央行与银保监会联合印发《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》，其中，就积极配合做好受困房地产企业风险处置问题提出，鼓励金融资产管理公司、地方资产管理公司（以下统称“资产管理公司”，简称“AMC”）发挥在不良资产处置、风险管理等方面的经验和能力，与地方政府、商业银行、房地产企业等共同协商风险化解模式，推动加快资产处置。鼓励资产管理公司与律师事务所、会计师事务所等第三方机构开展合作，提高资产处置效率。支持符合条件的商业银行、金融资产管理公司发行房地产项目并购主题金融债券。

近日，《中国经营报》记者从多家AMC相关人士处获悉，目前头部AMC正充分运用金融工具全力助推房地产企业风险化解、支持房地产市场平稳健康发展。

据记者不完全统计，截至10月末，中国华融、中国东方、中国信达三大头部AMC机构正在推动中的，以及已落地的房企纾困项目合计或超65个，带动超1500亿元项目复工复产。

## 运用“特色金融工具箱”

头部AMC的“驰援”为受困房企的风险项目盘活、风险出清提供了大量“工具包”。

“AMC在地产类不良资产风险化解和处置方面具有相对丰富的经验和市场运作优势。”惠誉博华金融事业部总监彭立对《中国经营报》记者提及，在政策的支持下，AMC参与度进一步提升，纾困手段持续创新和充实。

截至10月末，中国华融正在推动中的房企纾困项目有16个。“预计相关项目将实现上下游供应商10.74亿元工程款、材料款顺利清偿，并保障22548套商品房按期交付，带动256.89亿元项目复工复产。”据中国华融相关人士介绍，目前中国华融进一步与相关企业签署了纾困重组框架协议，围绕“保交楼、保民生、保稳定”开展深度合作。

与此同时，中国东方相关人士也提及，截至10月末，中国东方已落地房地产风险化解项目29个，投放金额137.47亿元，推动保障1.98万套房产按期交付，协助解决2.32亿

## 助推风险“良性出清”

针对困难房企的资金输血和资产重组是短期内的主要处理手段。

天风证券在研报中提及，引导AMC纾困出险房企底层逻辑仍是希望通过市场化的方式推动地产不良资产的出清。“当前市场化纾困对项目质量要求较高，且大部分优质资产可能已经被市场消化，对于更多资不抵债的项目仍面临重组定价、纾困资金的来源和退出问题。整体来看，地产行业良性出清进展到第二阶段，即在政府部门引导下多方主体合力展开资产的市场化盘活和流动性的恢复，针对困难房企的资金输血和资产重组是短期内的主要处理手段。随着相关压力显现，未来有望加速进入以资不抵债项目的破产重整为标志的第三阶段，不良资产和债务问题

有望得到集中暴露和解决，意味着市场将步入真实出清阶段。”

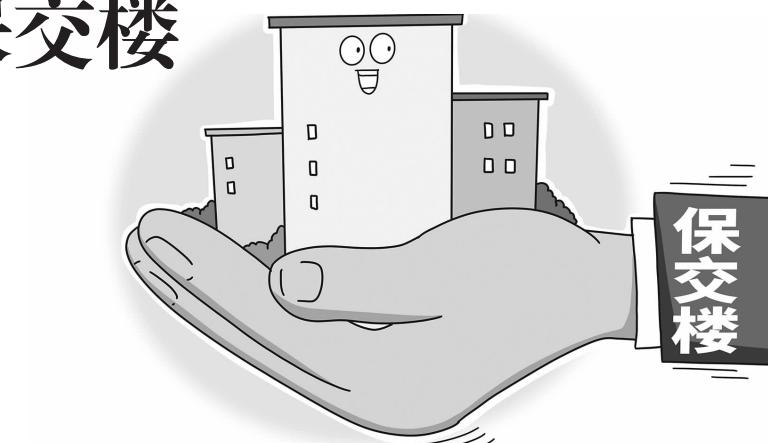
可以看到，在当前房地产市场风险良性出清、“保交楼、保民生、保稳定”阶段，业内人士均对AMC在地产类不良资产风险化解和处置方面的经验和市场运作优势给予了较高关注。彭立提到，“在本轮地产下行周期中，AMC侧重于对‘保交楼’相关项目进行纾困。在政策的支持下，除了传统的债权收购、债务重组、推动债务展期等方式之外，不良资产管理公司参与度进一步提升，纾困手段持续创新和充实。AMC通过参与纾困基金，与地方政府、其他金融机构及央企合作，运用股权和债权等方式撬动更多资金注入房

地公司，并协调各方资源进行资产重组，推动房产如期交付并解决工资和应付账款的拖欠问题，对房地产行业进行逆周期救助，引导资金进入良性循环。”

天风证券分析师以四大AMC中的中国华融为例提到，“目前AMC作为参与方处置不良资产主要有收购处置、重组业务、债转股、基于不良资产的特殊机遇投资、基于不良资产的房地产开发等多种模式。这些模式能从债务化解、流动性释放、资产重组等多方面打通房地产行业资金的正向循环，帮助破产企业及投资方共赢，在当前时点将有利于防止风险扩散、抑制销售下滑。”

不过，彭立强调，在积极助力纾困的同时，AMC“需要关注的是，AMC过往已有较高的涉房敞口，其自身减值压力和盈利难度已然提升，使得本轮纾困中AMC在项目选择上更加谨慎，与自身房产敞口相关的优质项目将首先得到支持。面对房地产行业较大的流动性缺口，AMC的资金救助较为有限，更多的是起到资源整合和进程推动的作用，政策的支持以及地方政府、房地产公司、其他金融机构的配合在纾困中亦十分重要”。

目前，证监会发布施行支持房地产企业股权融资的五项调整优化措施，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



多家AMC积极探索有效纾困模式，通过风险隔离、重组纾困、资源整合、并购出清等方式，帮助其恢复造血功能，助力实现房地产行业风险出清和良性循环，并在保交楼方面取得积极成效。

视觉中国/图

协助重组方对债务人的资产负债进行盘点清理，特别是在账务不全的情况下，配合并参与重组方、中介机构对项目公司资产、负债的清理。

“经过长达一年多的现场办公，目前该项目已全面复工复产，对前期500多户购房者进行保交楼，项目其他区域正在按规划建设中，后续也将陆续对外销售，维护当地经济发展和民生稳定。”上述中国华融方面人士提到。

实际上，凭借AMC机构的特色金融工具箱，问题房企的纾困方案

往往都是量身定制的。中国东方方面相关人士也提到，运用投行化思维为出现流动性困难的多家房企提供一揽子纾困救助方案，“通过深化内外部协同，整合政府、企业等各方资源，综合运用多种产品工具和业务模式，有效发挥资产管理公司专业优势。目前，公司重点参与实施了武汉荷叶山庄、深圳岳盟、重庆南恒共益债等多个‘保交楼’民生项目，为积极稳妥防范化解房地产风险，共同推动房企复工复产、资产盘活和项目纾困贡献金融力量。”

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等。

同时，地方也在积极行动。12月8日，央行上海总部、上海银保监局会同上海证监局、上海市房管局、上海市地方金融监管局，组织辖内金融机构、房地产企业召开上海金融支持房地产市场平稳健康发展座谈会，部署落实落细落地金融支持房地产市场平稳健康发展16条措施、调整优化房企股权融资5条措施等，多措并举做好金融支持房地产市场平稳健康发展工作。据了解，上海证券交易所、3家商业银行、1家证券公司、1家资产管理公司、1家信托公司、5家房地产企业负责人参会。

满在“2022金融街论坛”年会上对中国资本市场建设和发展做了重要讲话，他在讲话中特别指出，要“探索建立具有中国特色的估值体系，促进市场资源配置功能更好发挥”。

# “中字头”板块升温 国企改革主题基金反弹

本报记者 顾梦轩 夏欣  
广州 北京报道

受益于中国特色估值体系的提出，近期，国企央企估值重塑话题点燃市场情绪，“中字头”

股票表现活跃。Wind数据显示，截至12月7日，中证国企指数最近一个月(11月7日~12月7日)上涨6.87%。

与此同时，国企改革主题基金也迎来一波行情，11月，

多数国企改革基金业绩表现突出。

金鹰基金权益投资部总经理、金鹰改革红利混合基金经理韩广哲在接受《中国经营报》记者采访时表示，国企改革板块上

涨，一方面是由于监管发声建立中国特色的估值体系，提升了市场关注度，以及对国有上市企业估值层面的各类因素做进一步的研究和探讨。另一方面，近日上交所将制定完成新一轮《推动

提高沪市上市公司质量三年行动计划》和《中央企业综合服务三年行动计划》，涉及到央企上市公司多方面举措，有利于提升上市公司质量。

11月21日，证监会主席易会

## 中国特色估值体系助力

截至12月7日，国企改革板块80只股票中，有57只股价最近一月(11月7日~12月7日)涨幅为正，股价涨幅超过20%的国企改革股票有6只。其中，徐家汇股价涨幅位列第一，为52.71%，粤传媒位列第二，股价涨幅为47.52%。

易会满在讲话中还表示，我国资本市场具有明显的新兴加转轨特征，上市公司结构也体现出与经济体制演进变化、产业结构转型升级相适应的趋势。目前国有上市公司和上市国有金融企业市值占比将近一半，体现了国有企业作为国民经济重要支柱的地位。“这表

明监管部门对于国企估值重视度进一步提高，国企板块估值中枢也有望抬升。”天相投顾基金评价中心有关人士指出，中国特色的估值体系也将进一步促进市场资源配置功能更好发挥。

除上述原因之外，国企板块近期上涨，还“由于国企上市公司平均估值水平比较低。即使按照行业看，同行业中的国企估值也显著低于民企”。排排网旗下融智投资基金经理夏风光分析，有政策引导，有改革预期，又有低估值作为依托，市场资金的热情彻底被激发起来，从而推动了相关指数的快速上扬。

数据显示，截至12月5日，主动权益基金中，57只国企改革基金最近一月只有17只取得正收益，平均收益仅为-2.14%。

究其原因，天相投顾基金评价中心分析，就主动管理类基金而言，超过30%的基金的业绩比较基准并非是以国企改革相关指数为目标，这有可能会导致这部分基金的配置风格更加均衡，从而与专注于国企改革标的的ETF基金业绩差异较大。

配置不足和仓位没变是主动管理类国企改革基金业绩不佳的主要原因。夏风光从择时和配置两方面分析，主动管理类国企改革基金当前仓位接近84%，处于相对高位，在这一轮行情当中并无明显的增仓，如果考虑到总体市值的上升，还不排除减仓的可能性；在配置上，多数主动管理类国企改革基金仍然集中在赛道股上，对大盘价值风格板块的配置明显低于历史均值。

## 15只主动权益基金业绩翻倍

从主动管理类基金最近一年的业绩来看，英大国企改革主题基金业绩“一骑绝尘”，年内收益高达33.43%，在所有国企改革类基金中排名第一，在所有主动管理类基金中排名第五。

不论是短期业绩还是中长期业绩，英大国企改革主题基金表现都相当不错。根据Wind数据，截至12月5日，英大国企改革主题基金今年以来收益33.43%，同类排名第一；最近一年收益为34.62%，同类排名第一；最近两年收益为46.12%，同类排名第九；成立以来收益为151.52%。

从基金重仓股可以看出英大国企改革主题基金经理张媛、汤戈对传统能源的偏爱。2022年三季度，英大国企改革主题基金的前十大重仓股为：东阿阿胶、上海石化、伊力特、贵州茅台、天润乳业、陕西煤业、启明星辰、潞安环能、广汇能源和中国神华。

英大国企改革主题基金经理张媛在接受本报记者采访时表示，在权益产品投资中，我们坚

持研究驱动投资和价值发现的投资理念，坚持以均值回归的视角来评价企业的阶段性估值情况。

在操作层面，英大基金表示，以自下而上的策略为主，同时兼顾自上而下的策略投资。在自下而上的挖掘中，我们希望选择业绩有亮点、经营有战略并有兑现数据支撑的个股，同时考虑品种的估值。我们依据个别周期股的跟踪，发现拐点的到来，并进而扩展至对行业的判断，应该说自下而上的判断，验证了我们对自上而下的预测，从而做了较稳健的布局。

在各行业配置方面，张媛表示，有一定的权重上限，但可以接受阶段性的偏离。“注重在组合中根据个股的胜率和赔率进行平衡，一方面既要提高资金的效率，降低逻辑兑现的等待时间，另一方面，争取做必要的分散，降低整体风险和回撤。”张媛说。

张媛、汤戈在2022年三季报中指出，基金管理的主要策略是自下而上筛选国企改革主题下因资

政策面出现鼓励市场布局中长期经营管理等估值理念，提升国企经营管理效率，加速深化国企改革，上市国企的低估值情况或将得以持续修复。

2023年A股市场国企改革行情又将如何演绎？

大成国企改革基金经理韩创指出，首先，稳增长主线，明年会有较大改善，因为外部因素在好转，有些股票的盈利弹性很大，恢复会很快。就具体行业而言，韩创认为，工业金属、化工等业绩弹性很

本周期底部扩张推动企业盈利出现较大好转的品种、短期政策对冲受益品种以及疫后经济修复受益的品种等。对于上游能源材料品种的配置继续保持关注，并逐步增加中下游业绩改善、价值低估的优势品种的布局。

谈及持续关注的领域，张媛表示，看好国企改革主题中因疫情修复而受益的下游品种、关键领域的技术创新和攻关，包括如半导体上下游、高端装备制造、信息通讯和信息安全、特种装备等未来存在较大成长潜力的细分领域国企、短期内改革红利持续的能源相关变革，主要围绕新能源、电力系统改革及石油石化等相关领域布局和受益于国家发展战略的主题机会，如碳中和、绿色发展、共同富裕等。

天相投顾基金评价中心指出，从2021年末开始，英大国企改革主题基金重仓持有以煤炭、石油石化为主的周期板块；2022年年中，该基金同样重仓煤炭、石油石化为主的周期板块，占比超过99%。受

益于国际、国内宏观环境，2022年煤炭、石油石化行业相对取得较好的收益，这也是英大国企改革主题基金获得较好收益的原因之一。

从长期业绩看，国企改革类基金整体表现不俗。Wind数据显示，截至12月5日，57只国企改革类主动管理类基金成立以来业绩翻倍的有15只，包括建信改革红利A、华安国企改革A、金鹰改革红利混合基金等。其中，建信改革红利A成立以来收益高高达394.1%，排名第一。

韩广哲在接受本报记者采访时表示，金鹰改革红利混合基金主要布局受益于市场化、经济改革开放、产业政策支撑等方向领域，对新能源、集成电路、消费电子等行业保持着持续关注。“在国企改革主题中，我将关注能够参与到国家经济转型进程中的上市国企，包括工业数字化、安全发展、高端制造等方向”，韩广哲判断，相关企业估值中枢或会随着盈利模式和预期增速的改善而逐步修复。

体、供销社概念等，但缺乏理论支撑，也没有定价的基础，容易泡沫化，更接近于主题投资的范畴，可能不太好把握。

张媛表示，比较看好部分保险个股，更看重产品创新、符合行业规律、叠加品牌优势的正规化运营企业。比较关注煤炭，煤炭企业的涨幅体现了企业的盈利增速，判断是由于供给侧优势中叠加机会和自身发展的变化。当前的节点也不希望去追高，盈利快速上升周期似乎基本接近尾声。

金融高质量发展

学习贯彻党的二十大精神

20

# “数字化+生态化”银行助力数字中国建设

本报记者 张漫游 北京报道

党的二十大报告提出,要加快建设数字中国,加快发展数字经济,促进数字经济和实

体经济深度融合。作为数字经济的有机组成部分和重要支撑,金融行业也在加紧数字赋能。

近年来,银行不断推进科技

转型,加快形成了体系化、生态化实施路径,促进科技与业务加速融合。

今年1月央行发布《金融科技发展规划(2022—2025年)》(以

下简称“《规划》”),明确了金融数字化转型的总体思路、发展目标、重点任务和实施保障。谈及下一步数字化发力的方向,业内人士认为,“数字化+生态化”建

设是重点之一。在数字化基础上兼顾生态化,能帮助银行丰富服务内容,增加客户触达及互动,从而解决获客难、客户维护投入大却见效慢等诸多难题,更

好地服务实体经济,助力数字中国建设。目前,领先金融机构经过不断实践,已经探索出了一条生态战略赋能银行传统业务的成功路径。

## 金融机构数字化进入了新阶段

金融科技发展高效赋能实体经济,为“脱虚向实”提供新思路、新方法、新动力。

党的二十大报告明确提出,经济高质量发展取得新突破、科技自立自强能力显著提升是未来五年全面建设社会主义现代化国家的主要目标任务之一;推进高质量发展需解决科技创新能力不强的制约和瓶颈,到2035年我国要实现高水平科技自立自强,进入创新型国家前列。

过去十年,我国加快推进科技自立自强。中国科学技术发展战略研究院信息显示,全社会研发经费支出从1万亿元增加到2.8万亿元,研发投入强度从1.91%提高到2.44%。在新一轮科技革命和产业变革深入发展的当下,科技环境变化将给银行带来全新的前进势能。

中国金融认证中心(CFCA)董事长兼总经理胡莹在“2022数字金融创新发布周暨第十八届宣传年年度盛典”中谈到,当前数字金融已成为金融业的新发展理念,金融业数字化正从多点突破迈入深化发展新阶段,金融业将以支撑金融供给侧结构性改革为目标,以推进金融机构数字化转型为主线,以“数字驱动、智慧为民、绿色低碳、公平普惠”为原则,加快健全适应数字经济发展的现代金融体系,为构建新发展格局贡献中国金融力量。

展望未来,《规划》着重在解

决金融科技发展不平衡不充分等问题,推动金融科技健全治理体系,完善数字基础设施,促进金融与科技更深度融合、更持续发展,更好地满足数字经济时代提出的新要求、新任务。同时,银保监会也发布了《关于银行业保险业数字化转型的指导意见》,在银行业数字化转型机制、方法和行动步骤等方面给予规范和指导。

党的二十大报告提出,要加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合。中国银行研究院分析指出,这指明了人工智能、场景感知、增强现实、大数据、图计算、机器人流程自动化、智能字符识别、移动物联网、遥感卫星、电子围栏等前沿新技术不断进步,进而与实体经济和金融业务深度融合的发展方向,推动金融服务的无接触转型进一步加速,破除银行金融服务的时空限制。

自此,金融机构数字化进入了新阶段。胡莹认为,金融科技发展高效赋能实体经济,智慧金融服务与生产生活场景深度融合,科技赋能金融资源更为精准地配置到经济社会发展的关键领域和薄弱环节,进一步增强金融服务实体经济能力,为“脱虚向实”提供新思路、新方法、新动力。

## 加快“GBC”生态圈

通过线上平台与线下场景的融合,银行可完成从流量到用户、从用户到客户的转变,更好地助力实体经济发展。

数字化时代下,客户的需求及行为发生了根本性变化,服务诉求亦在不断升级,对产品及服务、营销、渠道等维度均提出了新的要求。

“从内部环境来看,随着经济结构的加速调整,传统银行赖以生存的大企业融资、政府平台融资和房地产融资逐渐失灵,商业银行的零售转型势在必行。”中国金融认证中心发布的《2022中国数字金融调查报告》(以下简称“《报告》”)指出,从外部环境来看,无论是金融行业新进入者对市场的蚕食还是同业头部银行对市场的挤占,均迫使银行寻求新的业务增长模式。

同时,《报告》显示,在产品及服务方面,银行业零售客户结构横跨Z世代到老年一代。基于成长背景、风险偏好、产品偏好等方面差异,不同客群对银行服务的需求大相径庭。如何针对不同客群提供定制化、差异化的产品及服务,是银行需要思考的主要问题。

基于此,在数字化发展的过程中,构建生态化用户经营体系,打造数字生态圈场景平台成了近年来银行关注的重点。各家大型银行都已将生态建设纳入到发展战略中,竞相角逐头部大生态及场景资源。

交通银行网络金融部副总经理钱江认为,开放银行仍旧是

银行数字化转型发展的重要方向之一,其中,开放就是秉承开放合作共赢原则,推动技术开放与业务开放,依托创新场景金融,打造企业、消费者、政府、同业多元联动的生态平台。

谈及银行要整合政府端、龙头企业端、零售客户端资源,形成生态圈的原因,《中国经营报》记者从麦肯锡了解到,打造生态圈一方面可以加强流量转化,在构建银行获客“蓄水池”的同时提升存量客户黏性,提高客户价值贡献;另一方面,通过场景化生态圈,银行可以更好地服务政府机构和行业龙头企业客户,拓展产业链上下游中小企业。

麦肯锡方面指出,目前,单纯

依赖第三方引流,难以创造价值,通过线上第三方平台引流不仅获客成本高,转化质量也不尽如人意,许多区域型银行通过“烧钱”从互联网平台获取流量,但引流质量差、转化率低,难以转化为银行的真正客户并创造价值;同时,银行本地地缘、亲缘优势尚未有效发展到线上平台,尤其区域型银行未能将在当地积累的传统客群优势、地缘优势等转化为数字化优势并进行辐射。

目前,在银行中已经有了比较成熟的实践。以工商银行为例,近年来,该行深入推进数字化转型,加快形成体系化、生态化实施路径,以“数字工行”建设推动“GBC+”(政务、企业、个人)客户生

态协同发展。根据该行2022半年报数据,通过打造客户、资金、信息闭环,做到GBC三端联动相互促进、互为融合,重点发挥G端、B端源头客户合作优势,辐射带动下游资金留存及G端代发业务,报告期内,G端、B端和C端重点场景分别实现获客活客4770户、19.9万户和3080万人,代发引流同比增幅超过22%。

麦肯锡方面认为,建设生态圈的成功之处在于,通过线上平台与线下场景的融合,将非金融类服务接入生态循环,再逐步嵌入金融服务,以及借助互联网思维,银行可完成从流量到用户、从用户到客户的转变,更好地助力实体经济发展。

## 银行加码绿色ABS

本报记者 王柯瑾 北京报道

作为中国绿色债券市场及资产证券化市场的特色组成部分,绿色资产支持证券(以下简称“绿色ABS”)业务受到越来越多银行重视。2022年以来多家银行在绿色ABS领域发力。

近日,桂林银行在深圳证券交

易所发行全国首单贸融类绿色资产支持专项计划(ABS)。经测算,该期ABS基础资产涉及项目每年可减排二氧化碳8.54万吨,节约标准煤32.99万吨,节水85.40万吨,具有显著的环境和社会效益。

《中国经营报》记者在采访中了解到,银行布局绿色ABS主要分为企业发行绿色ABS、银行承

销,银行发行绿色信贷ABS,以及针对市场上公开发行的绿色ABS产品、银行做投资业务。在受访业内人士看来,未来将有更多的银行深耕资产证券化业务市场,发挥资本市场与实体经济的桥梁作用,进一步提升金融支持国家战略、重点领域、地方产业的能力和水平。

## 绿色ABS驶入“快车道”

近日,本报记者获悉,桂林银行在深圳证券交易所成功发行全国首单贸融类绿色ABS。据了解,本期资产支持专项计划绿色资产占比100%,募集资金全部定向用于节能环保领域绿色产业项目,经第三方专业机构评估认证,绿色等级为G1,为行业内最高级。

桂林银行相关负责人在接受本报记者采访时表示,一直以来,该行致力于探索以贸融ABS作为拓宽绿色产业融资渠道的媒介,为绿色低碳项目提供长期限、低成本的融资资金。该行首笔绿色ABS以节能环保领域绿色产业项目创新性地将贸融资产证券化模式引入梧州市循环经济产业,为该领域中小企业拓宽融资渠道、降低融资成本、改善融资效率提供了新方案。

信用评级公司惠誉博华发布

的报告《中国绿色ABS追踪:2021—2022》显示,中国绿色ABS分类主要包括交易所市场绿色ABS、银行间市场绿色ABN和银行间市场绿色信贷ABS。

“而银行涉及绿色ABS的业务主要包括三类,第一类是银行发行绿色信贷资产证券化产品;第二类是企业发行绿色资产证券化产品,银行作为主承销商提供服务,限于在银行间市场;第三类是针对市场上公开发行的ABS产品,银行做投资业务。”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告诉记者。

布局绿色ABS业务对银行而言有积极影响。杨海平表示:“银行发行绿色信贷ABS,能够释放出绿色信贷额度,这些释放出的绿色信贷额度还可以继续支持绿色低

碳领域的主体和项目,相当于利用金融市场提升了绿色信贷投放能力。发行绿色信贷ABS还能够提升自身在金融市场的活跃度和见度,扩大市场影响力。”

“企业发行绿色ABS,银行做主承销商的业务,此类业务有利于绿色经济主体加快资产转速,盘活存量资产,优化资产负债表。对于银行而言,增加了服务绿色经济主体的手段,在特别强调盘活存量资产的现阶段,打开了绿色投行的业务空间,形成了‘商行+投行’协同服务绿色经济的业务格局。”杨海平表示。

此外,中国银行研究院博士后邱亦霖表示,银行发行绿色ABS,通过主动负债,改善资产负债结构,拓宽融资渠道。发行绿色信贷ABS有助于提升银行主动负债能力,实现银行流动性合理安排。

## 未来发展空间巨大

在“双碳”政策推动下,绿色ABS正在快速发展。邱亦霖表示:“多方面推动下,银行积极布局发行绿色信贷ABS。一是绿色债券的标准体系更加完善。绿色信贷ABS的认定标准和业务规范更加完善,标准化信息披露水平逐渐提高,标准体系也在与国际接轨,绿色债券整体的监管体系也更加完善。二是绿色债券的发行利率整体下降。特别是高级别绿色ABS产品整体发行利差相较于非绿色ABS产品具有一定优势。银行等金融机构对绿色信贷ABS的认可提高,通过发行绿色信贷ABS可以实现盘活资产和降杠杆等作用。三是绿色信贷ABS的信息披露水平日益提高。绿色信贷ABS信息披露内容更加丰富,项目的评估体系更加完善,有利于绿色信贷ABS风控机制的加强和完善。”

但就目前来看,银行在布局绿色ABS时还面临一些挑战。“银行发行绿色信贷ABS的难点或挑战主要在于其绿色信贷资产的数量和质量,是否能够筛选出风

控逻辑清晰的入池资产。”杨海平表示。

杨海平认为:“企业发行绿色ABS,银行做主承销商的业务需要相应的业务资质,即具备银行间市场A类、B类主承销商资质。银行作为主承销商需要开展的工作包括交易结构搭建、增信措施设计、现金流归集等,还要组织其他中介机构协同工作。所以,此类业务的难点、挑战是业务资质以及作为主承销商的专业能力、市场影响力和号召力。”

“一方面,目前来看,绿色ABS市场规模有待进一步扩大,种类需进一步丰富。随着我国绿色金融发展,绿色贷款规模不断提升,相比之下,绿色信贷ABS发行规模较小,发展空间巨大。伴随企业绿色低碳转型发展加速,绿色信贷需求增加,叠加政策鼓励的推动作用,银行绿色ABS也将有所增加。同时,绿色信贷ABS的种类有待进一步丰富。除了现有的企业绿色ABS外,随着绿色消费的增加,绿色消费贷ABS、以及

绿色小微贷款ABS等种类都有待进一步丰富,绿色信贷ABS的结构也将优化。另一方面,银行针对绿色信贷ABS的风险识别与风险防控也应进一步强化,包括从源头把控基础资产风险,加强完善内外部增信机制,提高绿色信贷ABS信息披露水平以及项目的跟踪管理等等,全面提升风险的识别水平。”邱亦霖表示。

面对行业的挑战,桂林银行相关负责人表示:“目前,我行已建立起常态化的贸融ABS银企联络机制,为区内实体经济与全国金融市场的精准对接发挥了良好的桥梁纽带作用。未来,我行一方面推动绿色ABS在更大范围内的复制推广,引导符合条件的企业对绿色产品或生产工艺进行贴牌认证,优化在池绿色资产的运营管理,扩大项目储备;另一方面,我行将深化绿色企业对贸融资产证券化模式的了解和普及,帮助企业拓宽其资产负债管理思路,为广西经济低碳转型和高质量发展注入绿色新动能。”

**中信银行信e池2.0**

## 汇聚e池 链享生态

中信银行信e池2.0，汇聚e池，链享生态。

中信银行信e池2.0产品包括：  
 - 信商票  
 - 信e链  
 - 信银票  
 - 信保理  
 - 信融用证  
 - 信理财  
 - 信用证  
 - 结构性存款  
 - 财富管理  
 - 应收账款  
 - 票据池  
 - 基金池

**三大升级 更优服务**

- 一体联通单体池
- 资产管理集团池
- 综合融资集群池

入池资产范围广,融资产品全覆盖  
 团统筹一站式,额度配置更灵活  
 信用传导高赋能,中小企业易融资

全国统一客服热线 95558  
[www.citicbank.com](http://www.citicbank.com)

让财富有温度

# 国家先进制造业集群“出炉” 银行加大中长期贷款投放

本报记者 杨井鑫 北京报道

近日，工信部正式公布了45个国家先进制造业集群名单，覆盖了信息通信、物联网、集成电路、智能制造、纳米材料等多个领域。国家先进制造业集群建设的长远目标是打造一批世界级产业集群，涌现一批世界级领军企业，

## 推进产业集群建设

先进制造业的集群成链发展模式有利于构建大中小企业融通发展的新格局。

先进制造业是现代产业体系的重要组成部分，代表了产业结构中综合竞争力最高水平，也是建设全球经济中心城市的重要支撑。习近平总书记在党的二十大报告中强调，坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，推进新型工业化，加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国。

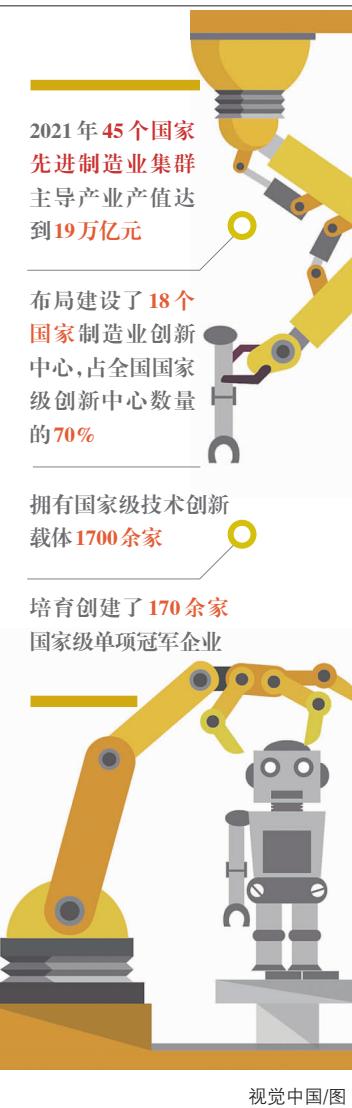
毫无疑问，打造国家级先进制造业集群，乃至世界级先进制造业集群对于经济高质量发展意义重大，不仅有利于突破若干“卡脖子”技术的痛点、堵点，还能在发展未来产业上开辟新赛道，锻造一批具有竞争力的新技术和创新产品。

近日，工信部公布了45个国家先进制造业集群名单。数据显示，45个国家先进制造业集群在

产生一批国际一流技术、标准和产品服务，而工信部明确表示，将完善产业、创新、财政、金融、区域和公共服务等集群政策支持体系，推动集群工作不断上新台阶。

据《中国经营报》记者了解，国家先进制造业集群建设是推动制造业高质量发展的关键，其拥有大量国家级技术创新载体，培

育创建了多个国家级单项冠军企业和专精特新“小巨人”企业，成为银行信贷投放的重点领域。今年以来，监管高度重视制造业的中长期贷款供给，鼓励银行进一步加大对制造业中长期贷款的投放，结合各地方政府的扶持政策，国家先进制造业集群更是银行信贷投放的重中之重。



视觉中国/图

今年6月，深圳市出台了《关于发展壮大战略性新兴产业集群和培育发展未来产业的意见》及一揽子配套政策文件，提出重点发展网络与通信、软件与信息服务、智能终端、超高清视频显示、新能源、海洋产业等产业集群，以及合成生物、区块链、细胞与基因、空天技术等8大未来产业，稳住制造业基本盘，增强实体经济发展后劲，打造经济高质量发展的核心引擎和新动力，加快建设具有全球影响力的科技和产业创新高地。

按照深圳市发展布局，“20+8”产业政策将坚持制造业立市之本，把战略性新兴产业作为实体经济发展的重中之重，将进一步提升深圳先进制造业发展水平，形成一批先进制造业集群，增强在全球价值链上的竞争力。

市场分析人士认为，先进制造业的集群成链发展模式有利于构建大中小企业融通发展的新格局。集聚效应能创造链式发展的整体竞争优势，提高供应链整合及协作配套能力，也能在资源导入上形成优势，创造有利于企业发展的外部环境。“不少地方政府都搭建了专门的银企对接平台，保障产业集群中的企业的融资需求。”

# 银行内保外贷跨境增信支持房企融资

本报记者 王柯瑾 北京报道

“金融16条”发布之后，多家银行积极支持房企盘活资金，助力房地产市场稳定健康发展。

《中国经营报》记者注意到，目

前银行支持房企融资的方式主要包括房地产开发贷款、债券承销与投资、预售资金监管保函、境外融资、内保外贷、房地产并购融资及其配套服务、租赁住房融资、个人住房按揭贷款等方面。

值得注意的是，银行在“总对总”提供意向性融资额度的同时，借助于境外市场帮助房企融资也是多元化服务的重要方向。如中信银行、光大银行等在近期与房企签署的战略合作协议中提到，将内

保外贷作为重要的业务合作方向。业内分析人士认为，近几年房企在离岸、境外融资规模明显扩大，去年房地产市场低迷导致境外融资环境大幅收紧，而境外融资环境改善将是稳楼市一个重要环节。

## 内保外贷成重要合作方向

近日，记者从中信银行了解到，该行分别与中海地产、招商蛇口、绿城集团、建发房产集团、华侨城集团、大悦城集团、龙湖集团、滨江集团、碧桂园集团、美的置业10家房地产企业签订“总对总”战略合作协议。

根据合作协议，中信银行将充分发挥中信集团协同资源，为房地产企业提供综合金融服务，重点围绕房地产开发贷款、并购贷款、债券承销与投资、预售资金监管保函、内保外贷等业务领域，满足企业合理融资需求。

12月1日，光大银行分别与保利发展、大悦城、万科、绿城中国、新城控股、中海发展、碧桂园、中国金茂、金地集团、旭辉控股10家房地产企业举行银企战略合作协议签约仪式，提供意向性融资总额合计2600亿元。

根据协议，光大银行将重点

围绕房地产开发贷款、按揭贷款、并购贷款、债券承销与投资、预售资金监管保函、内保外贷等业务领域，充分发挥资金、渠道、服务等方面优势，与签约房企集团开展全方位、多层次的合作。

此外，浙商银行近期将与浙江省内优质房企建立全面战略合作关系，推进预售资金保函业务，加大房地产内保外贷业务支持力度，在依法合规、控制风险前提下，积极推动优质房企内保外贷业务开展，通过内保外贷的跨境增信支持房企海外融资，积极引导市场预期。

内保外贷是指境内银行为境内企业在境外注册的附属企业或参股投资企业提供担保，由境外银行给境外投资企业发放相应贷款。担保形式为，在额度内由境内的银行开出保函或备用信用证，主动向优惠政策靠拢。

担保，无须逐笔审批，和以往的融资型担保相比，大大缩短了业务流程。

易居研究院智库中心研究总监严跃进在接受本报记者采访时说道：“此类离岸贷款的资金来自境外，且放款的对象也是境外客户，所以更会强调对于离岸债等方面的偿还。其目的也比较清晰，即在债务问题的解决上，既要解决境内的债务问题，也要解决境外的债务问题，其有助于公平和公开透明，对于修复境外投资者的投资预期等具有非常重要的作用。”

“此类贷款依然投放到了优质的房企身上，说明目前优秀房企更容易获得金融政策支持。”严跃进表示，“此类金融政策支持，很大程度上有助于促进房企的进一步趋稳和发展。从实际过程看，其他企业也要积极关注此类贷款政策，主动向优惠政策靠拢。”

## 平衡收益与风险

针对多家银行积极布局内保外贷业务助力房企，光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示：“近几年房企在离岸、境外融资规模明显扩大，由于去年少数房企爆雷，房地产市场低迷导致境外融资环境大幅收紧；房企多是资本密集型企业，整个融资环境恢复有助于缓解房企现金流压力，支持资质好但暂时困难的房企正常运营。境外融资环境改善也是稳楼市一个重要环节。”

“通过内保外贷业务，一方面有助于缓解房企现金流压力，维持政策运营；另一方面银行加大支持力度，将明显提振投资者对房地产复苏信心，有助于改善离岸、境外房地产市场信用环境，促进市场融资功能恢复，助力房地产复苏。”周茂华表示。

不过，内保外贷业务也存在一定的风险。周茂华表示：“内保外贷业务最大风险来自境外主体信用风险；同时，业务涉及境外市

场，可能由于海外市场环境变化对境外借款主体资质也会造成影响等。由于内保外贷涉及境内、外的利率以及汇率波动风险，这都将对借贷双方行为构成不确定性影响。”

“因此，在做内保外贷业务时，银行需要构建和完善内保外贷风险管理体系，建立不同场景下业务风险预警和处置机制，需要加强对境外借款主体的信用资质准入管理等。”周茂华认为。

日前，中国人民银行、银保监会联合召开全国性商业银行信贷工作会议座谈会，研究部署金融支持稳经济大盘政策措施落实工作。在保交楼、稳地产方面，座谈会集中释放了一波利好政策。央行副行长潘功胜在上述座谈会上指出，前期部分金融机构执行房地产金融政策时存在一些问题，比如，商业银行存在过度避险情绪，一些银行对房企的准入和授信“大转向”，把分支机构的贷款审批权限上收到总行。各商业银行

应根据《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》，重新评估各行内部政策，和这一通知精神保持一致。

中国民生银行首席经济学家温彬认为，当前，房地产市场处在筑底和风险化解的关键时期，近期的积极政策对各方主体遇到的问题进行了全面、有针对性的回应，尤其是存量融资展期、保交楼专项借款配套融资等增量措施的出台，对于缓解房企资金链压力、提振购房者信心、增强金融机构债务处置的灵活性具有积极作用，有助于促进“融资—开发—销售”步入良性循环，助力“稳地价、稳房价、稳预期”目标的实现。同时，市场供求仍较疲弱，政策效果显现还需要一定时间，需求侧的回暖是未来市场走出底部的关键。

随着11月份金融监管机构频繁出台支持措施，业内专家表示，市场继续复苏，预计2023年房地产市场将出现转折点。

## 前三季度制造业信贷投放4.2万亿元

先进制造业企业成长性更高，市场竞争力更强，一些头部企业更容易受到银行青睐。

在先进制造业集群的发展中，金融的保障不可或缺。

“目前先进制造业在银行的贷款增速高于制造业贷款增速。从风控的角度看，商业银行也更愿意支持先进制造业发展。”一家股份制银行信贷部人士称，目前制造业整体不良贷款率高于银行平均水平，但是先进制造业的不良贷款率要低很多。

据该人士介绍，先进制造业企业同时具备了高新技术和制造业两个属性，成长性更高，市场竞争力更强，一些头部企业更容易受到银行的青睐。另外，制造业中一批专精特新企业和专精特新“小巨人”企业大多数是银行争抢的客户资源，不少银行还专门为这类企业打造了专属的服务产品。

以中信银行为例，该行一直将专精特新企业纳入授信政策中积极支持的业务推动方向，并在授权政策中给予差异化安排；同时精细化管理，定期下发专精特新“小巨人”企业合作通报，推动分行加快服务力度，精准支持专精特新“小巨人”企业发展。

今年7月12日，银保监会发布了《关于进一步推动金融服务制造业高质量发展的通知》，明确表示了在风险可控、商业自愿前提下，为先进制造业和战略性新兴产业提供长期稳定资金支持。同时，该通知还要求银保监局和银行保险机构优化资源配置，提高服务质效，将金融支持制造业发展的各项政策执行到位，推动制造业中长期贷款继续保持较快增长。

在近期国常会部署的稳经济一揽子政策中，金融支持制造业发展也是其中一项重要内容，明确提出引导金融机构按市场化原则增加制造业中长期贷款，促进

制造业升级发展。

今年制造业领域已是各家银行信贷投放的重点。据统计显示，在政策对制造业的支持下，制造业贷款明显放量，前三季度投放规模4.2万亿元，占全口径企业贷款近三成。制造业中长贷增速保持29%以上的高位，大幅高于企业中长贷增速的13%左右。

上市银行三季报显示，多家银行今年前三季度的制造业贷款增速实现了两位数的增长。其中，工行制造业贷款余额比上年末增加超过8100亿元，增幅为37.5%；中行制造业贷款增长约18%；建行投向制造业的贷款为2.2万亿元，较上年末增加5400亿元，增幅为32%。此外，兴业银行、招商银行、光大银行均达到20%以上的增长。

此外，三家政策性银行在制造业领域的信贷投放增长也很快。农业发展银行日前表示，该行今年加大了制造业中长期贷款投放。截至10月20日，该行已签约项目130个，签约金额444.46亿元；已投放项目25个，投放金额21.02亿元。另外，准备清单外项目227个、年内贷款需求169.13亿元。国家开发银行则表示，今年1~8月，该行发放制造业贷款3300亿元，贷款余额新增1512亿元，同比增长64%。中国进出口银行则表示，截至8月末，制造业贷款余额1.74万亿元，占境内业务比重约47%。

“目前全国各省都在打造产业集群，尤其是科技含量较高的制造业。银行在信贷投放上也逐渐转变了思路，不再聚焦到单个企业的授信上，而是以产业和行业视角进行信贷投放，这有利于通过加强行业研究将产业融资做得更深更细。”上述股份行人士表示。

# 浙江民泰商业银行台州分行： 助企纾困见真章，稳定经济求实效

服务实体经济，是金融行业应有的担当。今年以来，浙

江民泰商业银行台州分行深

质效，持续加大金融服务实体

经济力度，以金融之力，点亮

助企之光。

## 以“信”换“贷”，提振企业发展信心

温岭市某数控设备有限公司是一家集数控机床、电机等数控装置制造、加工的企业。今年以来，受原材料价格上涨影响，企业资金周转压力陡增。

民泰银行新河支行客户经理在与当地税务部门上门拜访时，了解到企业困难，通过电子税务局平台查询到该企业为纳税信用A类企业。

近年来，税务部门为推动纳税信用有效转化为信贷信用，与银行“知产”变“资产”，护航企业阔步行稳

的合作已经屡见不鲜。通过双方的“银税互动”，实现企业涉税数据的共用共享，帮助守信企业获得金融支持，实现“税务促遵从、银行降风险、企业解困境”税银企三方共赢。

“银税互动在助力银行集群化拓展客户、集约化办理业务的同时，也解决了小微信贷融资中信息不对称的问题，从源头把握风险。”

民泰银行新河支行行长介绍，“像他们这种纳税A级企业，不仅能享

受到最高500万元的贷款支持，还有无还本续贷、增值税留抵退税等各类税惠红利，贷款十分优惠。”

“没想到纳税信用还能当钱花！”该企业负责人听到消息后喜出望外，随即要求办理贷款相关手续。经过支行工作人员的全流程辅导，1天后，300万元转贷成功的通知就发到了负责人的手机上，资金的问题迎刃而解。其有感而发：“以后我要做一个合格的纳税人了！”

## 蓄电赋能，提升服务企业质效

台州某贸易有限公司是一家主营汽车轮毂批发销售的公司，目前已有相关产品200多种，业务范围十分广泛。“我们公司主要通过抖音直播、淘宝等渠道销售，这墙上挂着的就是我们要销售的各种款式的汽车轮毂。”该公司负责人带着民泰银行新河支行客户经理参观公司直播间时介绍。

不巧的是，近日企业生产原材料价格上涨，还偏到了公司还民

泰银行80万元贷款的时候，资金面临“断点”。负责人一筹莫展之际，民泰银行横峰支行客户经理来到该企业进行贷后走访，得知企业需要在原先80万元贷款的基础上增加20万元贷款申请。“考虑到该公司经营状况良好，横峰支行客户经理介绍，“公司又恰巧拥有多项商标，所以我们建议试试我行的‘商标专用权’质押贷款。”

“商标专用权”质押贷款是民

泰银行针对具有品牌优势的企业专门推出的，利用注册商标获得资金支持的贷款。能将“无形”的商标转变为“有形”的真金白银，极大畅通了品牌优势企业的融资渠道。

为了保障贷款的顺利发放，民泰银行横峰支行第一时间与当地知识产权局进行对接，2天内完成商标权证手续办理，权证办出后当天完成贷款发放，成功将100万元贷款发放到企业主手中，满足企业资金需求。

## 电子合同签约，短短三天，客户

一次都不用跑，100万元的贷款便成功发放。“民泰银行效率这么高！真不愧咱温岭人自家的银行！”

了解到公司的困境，民泰银行东浦支行立即开展调查评估，结合融资时点存在随机性，且融资周期较短的特点，为其定制绿色信贷服务方案，并开通绿色通道，加快审批速度。

为进一步提升效率，民泰银行东浦支行主动为公司上门开户，从负责人夫妻到其担保人全部采用

了电子合同签约，短短三天，客户一次都不用跑，100万元的贷款便成功发放。“民泰银行效率这么高！真不愧咱温岭人自家的银行！”

一子落，全盘活。只有金融“动”起来，经济才能“活”起来。民泰银行台州分行为帮助小微企业走出特殊时期影响，谋求更好更快发展，以大方案、大行动推动稳经济系列政策落实。自稳经济相关举措开展以来，该行累计为1200余家企业提供超34亿元的资金支持，切实履行了“民泰银行——小企业之家”的责任与担当。 广告

# 农业担保人局撬动“信贷直通车”通向乡间地头

本报记者 郭建杭 北京报道

为解决农民“融资难、融资贵”的问题，农村农业部自2021年5月启动的信贷直通车活动目前在全国已常态化施行。这一活动通过收集全国家庭农场、农民合作社等主体金融服务需求，对接银行发放贷款，打造“主体直报需求、农业担保公司提供担保、银行信贷支持”的直通车服务模式。

近期，农业农村部为加大金融惠农力度，再次组织开展农业经营主体信贷直通车“乡村行”活动。

## 分类提高普惠金融供给

农商行可以充分发挥地缘优势，营业网点的覆盖面广，深入乡村，提升信贷直通车活动的社会知晓度，以及扩大农业经营主体的覆盖面和受益面。

“手机扫二维码即可办贷款。”放在几年前，这是一个听起来有点“不靠谱”的贷款渠道。但在当下，这是全国多数地区新型农业经营主体们都可以在本地的农商行、信用社的大堂里，甚至是村内的金融服务中心里获得由政策性农业担保公司做担保的贷款活动。

在信贷直通车活动覆盖到的地区，新型农业经营主体们扫码后，就会接到本地金融机构工作人员的来电告知，“如果需要贷款，马上就可以通过手机申请放贷”。为了打消农户的顾虑，通常金融机构的客户经理会在第二天上门服务，现场协助农户申请贷款。

位于北京房山区的史家营乡元阳水村某村企负责人表示，“过去需要信贷资金，就得自己联系金融机构。现在有了信贷直通车，直接扫码申请，北京农商银行和北京市农业融资担保有限公司直接电话对接、上门服务，比过去方便多了。”据了解，目前村企负责人通过扫码申请，机构上门对接后三方已经达成了270万元的授信意向。

今年11月8日，农业农村部印发《农业农村部办公厅关于组织开展农业经营主体信贷直通车“乡村行”活动的通知》提到，

目前，已有多个省市落地启动该活动，部分地区的信贷直通车已经走到田间地头。具体来看，11月25日，安徽省信融担保有限公司来到安徽省肥东县石塘镇落实信贷直通车活动；同日，甘肃省白银市的各级乡镇、村也已悬挂起农业经营主体信贷直通车的相关宣讲内容。

《中国经营报》记者注意到，农商行在信贷直通车的活动中也在积极发挥作用。如北京农商银行信贷直通车业务落地户数持续位居北京银行同业第一，入选北京市重点支撑银行，充分展现了市属国企的责任担当。

在北京农商银行平谷支行的营业网点，记者注意到，对于有贷款意向的用户，客户经理在询问贷款用途及贷款人身份后，会进行相关推荐。“如果贷款用于生产经营活动，就可以参加信贷直通车活动，银行与贷款公司电话对接，省时省力，方便快捷。”

某农商行内人士告诉记者，“信贷直通车活动自去年5月开始施行，今年11月开始启动信贷直通车乡村行活动。目前，我行的信贷投放重点放在了今年冬天和明年春天的粮食生产相关的领域。”

## 挂起了信贷直通车活动的宣讲挂图。

此外，记者了解到，自2021年5月信贷直通车活动推出至今，农商行接触到的农业经营主体们，也会有一些独特的金融需求，对农商行是否会结合农业经营主体的实际需求开发专项信贷产品，提升适配性的等问题。

北京农商银行方面表示，“信贷惠‘三农’，蓄力助粮安”，该行着力在保“粮安”上更进一步。结合北京市提高蔬菜自给率、支持设施农业发展的政策导向，整合产品体系，专项出台加大设施农业普惠领域支持力度的举措，对符合政策要求的设施农业项目开辟绿色通道、组建专门团队、一对一服务支持，积极为设施农业的发展提供金融政策和信贷资金保障。

如北京四季阳坤农业科技发展有限公司负责人刘女士存在设施农业资金需求，北京农商银行大兴支行的工作人员多次上门，为其打造了分阶段建设、逐步投产的资金支持方案，并提供集贷款、结算、凤凰乡村游平台为一体的综合金融服务，在不到一周的时间内完成了800万元贷款审批和发放。不仅帮刘女士解决了眼下的需求，而且还解决了其长期发展的资金难题。

## 激活农业担保体系

在落实信贷直通车活动时，部分地区执行了担保费补助政策及央行支农支小再贷款利率优惠。

长期以来，农户收入低、效益不稳定，银行与其合作风险相对较大、回报相对较低，“三农”领域融资难长期以来是顽疾，农民们曾一度选择与商业性担保公司获得担保并获得贷款，但担保费用相对较高，农民们融资贵的问题也难以解决。

事实上，“农业担保+银行+经营主体”这一支持模式由来已久。但受制于信息不对称、中间环节较多等因素，信贷渠道始终未能真正打通。

2021年，农业农村部印发《关于开展新型农业经营主体信贷直通车活动的通知》，组织开展新型农业经营主体信贷直通车活动，助推破解新型农业经营主体“融资难、融资贵”难题；2022年初，农业农村部再次下发了《关于推进农业经营主体信贷直通车常态化服务的通知》，信贷直通车活动在2022年开始常态化实行。

信贷直通车活动提供的信贷模式是，新型农业经营主体在农业农村部开发的H5界面填写信贷需求申请，即可由“新型农业经营主

体信息直报系统”将信贷需求信息共享给各省级农业信贷担保机构；农业担保公司在做好充分调查的基础上，为新型农业经营主体提供担保；同时银行在有农业担保公司的担保下发放相关贷款，农业担保公司的担保减轻了银行贷后管理的压力。

在这个过程中，农业信贷担保体系发挥较大作用，在担保环节的创新和风险控制是撬动信贷支持的关键点。

截至目前，各地农业担保公司贡献担保力量撬动农业信贷支持。公开数据显示，截至2022年10月末，北京市农业融资担保有限公司在保规模48.9亿元，其中在房山区域贷款担保存量为3.3亿元，笔数194笔，合作村集体经济项目3个，支持金额2200万元。

青海省农牧业信贷担保有限责任公司在近日公布的数据也显示，截至11月23日，已累计为2561个农业经营主体提供担保贷款达10.12亿元。

作为农业大省的山东省在农

业担保方面也表现突出，截至2022年8月30日，山东省农业发展信贷担保有限责任公司累计为全省20.8万户农业经营主体提供担保贷款1179亿元，较40亿元注册资本将财政支农资金效应放大了29倍。

记者注意到，在落实信贷直通车活动时，部分地区执行了担保费补助政策及央行支农支小再贷款利率优惠。

重庆市农业融资担保集团党委书记、董事长张浪公开表示，“持续加大农村金融供给，严格按照政策标准和条件，执行担保费补助。去年（注：2021年）10月起整体下调担保费由1.78%至1%，借款人实际平均承担担保费约0.3%，其中担保金额在50万元以下的客户为‘零’成本。”

此外，担保公司在利用金融工具助力乡村振兴的同时，如何规避金融风险，防止出现坏账的情况出现，各地农业担保公司纷纷给出了自己的解决办法，包括健全风险评价机制，引入多项征信数据，破除数据壁垒等。



近期，农业农村部为加大金融惠农力度，再次组织开展农业经营主体信贷直通车“乡村行”活动。目前，已有多个省市落地启动该活动，部分地区的信贷直通车已经走到田间地头。

中新社/图

# 融资租赁下乡 细分市场需求旺盛

## 农机租赁初具规模

本报记者 刘颖 张荣旺  
北京报道

党的二十大报告指出，“全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村。坚持农业农村优先发展，坚持城乡融合发展，畅通城乡要素流动。”

近期，多位融资租赁公司内部人士向《中国经营报》记者透露，公司内部正在探讨进一步拓展农业租赁市场。其中一位人士透露，公司正在探索与养猪设备生产企业合作的可能性。

贵银金租原总裁、现四川小往大来（融资租赁）咨询CEO、竞争力论坛特约研究员罗晓春对记者表示，近年来，伴随着农村劳动力外出务工增加、土地流转加速等，我国农业发展已进入新的阶段，正从传统农户分散经营向集约化、专业化、组织化、社会化相结合的新型经营体系转变。“经营规模的扩大，让新型农业经营主体对大型农机具、高性能、复合型机械的需求越来越旺盛。同时，众多农业合作社面临转型升级、做大做强，增加和更新设备导致资金缺口较大，这让融资租赁公司迎来新的发展机遇。”

## 赋能冷链物流租赁

今年以来，冷链物流租赁迎来了新的发展机遇。

此前，农业农村部、水利部等八部门联合印发《关于扩大当前农业农村基础设施建设投资的工作方案》指出，“对设施农业、冷链物流等市场化程度较高的农业农村基础设施项目，鼓励社会资本合作建设运营”。此外，广东省人民政府发布《广东省推进冷链物流高质量发展“十四五”实施方案》，提出，鼓励银行业金融机构创新金融产品和服务，通过项目贷款、动产抵押、融资租赁、供应链金融等手段拓宽融资渠道，为符合条件的冷链物流企业提供资金

熟练地操作着采棉机，一片生机盎然的景象。这样机械化的场景在过去很难看到。罗晓春告诉记者，过去由于人手不足，每到采棉季都会出现各省采棉工“百万大军”进疆的壮观场面。

但近些年，这种情况发生了翻天覆地的变化。罗晓春告诉记者，近年来新疆开始探索新的土地流转模式，改善营商环境，吸引优质企业落户。随着耕地、灌溉、施肥、用药、采棉等机械设备的引入，当地的棉花产业快步进入智能化发展阶段。

公开信息显示，目前新疆兵团

种植业耕种收综合机械化率95.3%，棉花机采率达94.2%。

农业生产经营方式的转变使得棉农们收益大幅提升。在罗晓春看来，一台采棉机价格高达百万元，绝大多数农民无力购买。大量采棉机的普及使用离不开融资租赁公司的支持。

人民银行2022年3月发布的《关于做好2022年金融支持全面推进乡村振兴重点工作意见》（以下简称《意见》）特别强调要“创新设施农业和农机装备金融服务模式”。《意见》要求，稳妥发展融资租赁等业务，缓解涉农

主体购置更新农机装备资金不足问题。

据悉，北银金融租赁有限公司以2.5亿元助力项目公司向沙雅县投放了780台采棉机。江苏金融租赁股份有限公司与新疆银丰现代农业装备股份有限公司签署合作协议，提供逾百台凯斯采棉机融资租赁服务等。

除采棉机外，融资租赁公司还涉足拖拉机、收割机、插秧机、牧草打捆机等中高端农机租赁。

国银金融租赁股份有限公司于2022年初开始主动谋划、积极

探索助力“三农”发展的业务布局及模式，并于今年上半年落地了首笔超1亿元的农机设备租赁业务。据了解，这批农机设备包括拖拉机、小麦收割机、水稻收割机、玉米收割机以及插秧机等农耕必备类型。

对于农机租赁模式初具成果的原因，罗晓春认为，该模式可以让农户由“直接购买”变为“以租代买”，不仅能大幅度缓解农户购买农机设备的一次性投入资金压力，也能通过农机设备的及时升级换代提高农作效率。

不过，罗晓春也表示，与巨大的农机产销市场相比，我国农机购买力仍显不足，农机设备租赁需求逐年增加。尽管融资租赁模式已广泛应用于多类大型设备购置领域，但农机设备租赁金融服务还存在供给不足等问题。此外，相较于农机设备等商业化程度较高的产后环节，涉足农业产前基础设施建设（如现代化农业基地、农田水利设施）的融资租赁公司较少。事实上，农业租赁项目在融资租赁公司整体业务中占比较低，这与该项目风险高，收益较低有一定关系。

一些融资租赁公司已经开始行动。师帅冷链（839814）近日发布公告，青岛师帅冷链物流股份有限公司全资子公司天津师帅冷链物流有限公司拟与海通恒信国际融资租赁股份有限公司开展融资租赁业务。

对此，罗晓春建议监管部门，给予支持投资大、周期长的农业基础设施建设的融资租赁一定支持，如享受和银行等金融机构一样的财政补贴政策和风险分担政策，降低农民的融资成本，也保证融资租赁公司的收益，从而保证业务的可持续性。另外，建议监管部门将部分构筑物纳入许可经营的领域，如耕地复垦和高标准农田建设中的农田构筑物、农田水利设施构筑物、田间道路等，从而提高农业产业融资的可获得性。此外，建议地方政府进一步完善政策性担保、保险体系，防范自然灾害等带来的经营风险。

# 衍生品不断上新 金融期货环比增58%

本报记者 陈嘉玲 北京报道

我国期货市场交易从11月份开始回暖。

中国期货业协会(以下简称“中期协”)最新公布的数据显示,今年前11个月,全国期货市场累计成交量为61.06亿手,累计成交额为

486.93万亿元,同比分别下降11.74%和9.23%。其中,11月份成交量和成交额环比均出现超50%的增长。

业内人士在接受《中国经营报》记者采访时分析认为,交易时间增加和部分商品板块交易活跃是增长因素之一,而最为重

要的因素在于金融期货品种增长显著和贡献占比有所提升。而交易数据背后的市场扩容尤为值得关注。今年以来,金融衍生品市场整体上新步伐加快。继中证1000股指期货期权后,中金所年内再宣布上证50股指衍生品的新动态。

## 商品期货成交规模降幅收窄

自半年以来,商品期货市场成交规模的下滑情况开始改善。

虽然今年前11个月期货市场总成交规模同比仍然有所下滑,但从逐月数据来看,全年成交量和成交额的降幅在逐步收窄。

从市场成交规模数据来看,2022年以来,国内期货市场活跃度和交易量同比有所降温。但自半年以来,商品期货市场成交规模的下滑情况开始改善。

“对比上半年数据,第三季度商品期货交易规模下滑有所收窄。”申万期货研究所负责人汪洋此前对本报记者分析指出,主要是由于商品期货市场价格逐步进入下降渠道,面对不确定的市场环境,实体企业和机构投资者避险需求增加,逐步参与期货市场交易,预计后期交易规模会有所改善。

## 金融期货增长显著

11月全国期货市场成交量和成交额明显回暖,其中金融期货品种增长显著。

除了交易时间增加和部分商品期货板块表现突出,11月份期货市场总成交环比大增的最重要因素还在于金融期货交易活跃度及贡献占比均有所提升。

11月全国期货市场成交量和成交额明显回暖,其中金融期货品种增长显著。数据显示,中国金融期货交易所(以下简称“中金所”)11月份的总成交量为1839.73万手,成交额为16万亿元,同比分别增长84.51%和71.00%,环比分别增长52.21%和64.70%;前11个月累计成交量为1.4亿手,累计成交额为120.71万亿元,同比分别增长23.58%和11.45%。

与此同时,金融期货市场在贡献占比上也有所提升。以金融期货的成交额为例,11月份的交易额占

进入四季度,降幅收窄的趋势渐趋明显。根据中期协最新数据,11月份全国期货市场(含期权市场)成交量约7亿手,成交额约52.79万亿元,同比分别下降0.83%和增长3.95%,环比分别增长55.68%和58.09%。今年1~11月,全国期货市场累计成交量约61.06亿手,累计成交额约486.93万亿元,同比分别下降11.74%和9.23%,对比10月份12.98%和10.61%的降幅,均呈现收窄趋势。

分板块来看,降幅逐步收窄主要体现在商品期货市场中。化工板块成交量和成交额全年保持大幅增长趋势。此外,从11月份的数据来看,油脂油料、能源化工、有色金属、贵金属和黑色建材等板块中,合计超过80个商品期货和期权品种成

交量环比大幅增长。对于11月份期货市场成交出现环比大幅回升的原因,浙商期货研究员王文科在接受本报记者采访时分析指出,一方面,由于国庆长假10月份的交易天数较少,11月份的交易规模环比增加是正常现象。另一方面,11月份A股低位大幅反弹,金融期货的成交量明显上升,对成交环比大幅上涨作主要贡献,商品期货方面大部分品种也迎来上涨行情,对整体的成交规模上升也有所贡献。

在王文科看来,12月份期货市场环比可能会保持平稳的交易规模,考虑到年底因素,金融期货板块的活跃度仍将保持较高水平,商品期货在预期和现实的博弈之下,活跃度也料将维持11月份的水平。

本改变的影响。美联储政策从加速紧缩转向放慢紧缩速度后,全球市场几乎同步出现阶段性反弹,有助于商品、股市等风险资产表现,也有利于提振市场交易量。另一方面,金融期货本身受到宏观政策影响程度更大,叠加股票现货指数上行走势,风险偏好改善、交易热情提升,提振了股指期货、期权价格和成交量的表现。

东证衍生品研究院宏观分析师也认为,11月份,股债市场弱现实向强预期切换,叠加资金面波动较大,导致股债现货市场波动加剧,从而对衍生品的需求有所提升。“由于债市大幅调整,投资者套保、套利需求激增,国债期货成交量上升明显,5年期和2年期国债期货成交量环比激增数倍。”

全国期货市场成交数据						
时间	成交量(亿手)	同比增长	环比增长	成交额(万亿元)	同比增长	环比增长
11月份	7.00	-0.83%	55.68%	52.79	3.95%	58.09%
前11个月	61.06	-11.74%	/	486.93	-9.23%	/

## 前11个月金融期货成交情况

品种	前11个月累计成交量(万手)	前11个月累计成交总额(亿元)
10年期国债期货	1817.08	182,864.00
2年期国债期货	613.99	124,176.23
5年期国债期货	1044.60	106,112.13
沪深300股指期货	2463.60	306,515.83
沪深300股指期权	2948.34	1,934.94
上证50股指期货	1393.11	117,072.51
中证500股指期货	2449.11	301,949.11
中证1000股指期货	500.55	65,986.01
中证1000股指期权	562.73	495.25
合计	13793.12	1,207,106.01

数据来源:中国期货业协会 整理制表;陈嘉玲

## 金融衍生品上新提速

截至目前,中金所已上市六类权益类金融衍生品。此外,还上市了2年期国债期货、5年期国债期货和10年期国债期货三大利率类金融衍生品。

金融期货成交规模持续提升的背后是市场扩容——今年以来,金融衍生品市场整体上新步伐加快。

7月18日,中金所获批开展中证1000股指期货和期权交易。对此,业内人士分析认为,中证1000股指期货和期权的上市交易有利于更好地为中小盘定价,弥补小盘股指数衍生品的空白,与偏向大盘股的沪深300、上证50指数和偏向中盘股的中证500指数形成互补,为热衷于小盘股的投资者提供风险对冲工具。

最新数据显示,上市近5个月以来,中证1000股指期货累计成交总量约为500.55万手,累计成交总额约为6.60万亿元;中证1000股指期权累计成交总量约为562.73万手,累计成交总额约为495.25亿元。

继中证1000股指期货期权后,中金所年内又宣布了上证50股指衍生品的新动态。12月5

日,中金所发布《关于上证50股指期权合约及相关规则向社会征求意见的通知》。

截至目前,中金所已上市六类权益类金融衍生品,包括沪深300股指期货、中证500股指期货、上证50股指期货4个股指期货品种,以及沪深300股指期权和中证1000股指期权2个期权品种。此外,还上市了2年期国债期货、5年期国债期货和10年期国债期货三大利率类金融衍生品。

具体而言,2个股指期权品种的标的分别是沪深两市最具代表性的股票指数和全市场最有价值的一批中小市值企业股票指数。而根据相关征求意见稿,上证50股指期权合约标的物为上证50指数,即覆盖上海证券市场大市值龙头企业。

业内分析指出,这类公司目前仅有上证50股指期货的线性对冲工具以及上证50ETF期权的

实物交割期权,缺乏相应的指数期权类现金交割的风险管理工具。一位期货业内人士指出,“推出新的上证50指数期权产品,正是弥补这一方面的空白,将提供全新的风险管理工具和更加灵活的风险对冲方案。”

李彦森也分析表示,当前国内市场交易的金融衍生品主要包括4个股指期货、2个股指期权品种,对于全市场主要指数覆盖程度依然有限,尤其是股指期权尚无法满足所有金融机构的不同风险管理需求。此次推出上证50股指期权,将进一步丰富市场交易品种,优化和提高指数期权品种覆盖范围,为金融机构提供更加灵活、匹配的风险对冲工具。

同时,金融衍生品上新步伐加速,也不断为市场提供新风险管理模式与策略,相信未来还有更多的金融衍生品加速上市步伐。这也对发展我国资本市场、促进市场资源配置、完善国内期货市场有重要意义。

# 数字化筑底 保理业务助推供应链稳定发展

本报记者 郑瑜 北京报道

在贯彻新发展理念,加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局背景下,供应链创新与供应链金融的发展备受关注,金融服务全

力以赴保障供应链韧性。其中,保理业务作为赋能供应链的一项重要综合性金融服务,发展迅猛。

日前,中国银行业协会保理专业委员会统计数据显示,2021年保理专业委员会全体成员单位保理业务量为3.56万亿元人

民币,同比增长42.97%。在创新实践经验分享中,中国银行业协会表示,金融科技为保理行业创新发展提供动能,推进实现保理业务线上化、平台化、数字化。

多位受访人士告诉《中国经营报》记者,近年来商业保理取

得的快速发展与数字经济的蓬勃、信息技术的进步以及有关数字技术平台的出现密不可分。相比于过去传统的保理业务,金融科技为客效能提升、数据智能分析、风控管理优化提供了重要依托。



供应链金融服务渗透供应链末端的效率在不断提升。

视觉中国/图

## 注入新动能

利用新兴技术解决传统商业保理业务痛点已经成为当下供应链金融最重要的实践之一。

章法网创始人、中航银供应链学院副院长方保磊告诉记者,企业融资用途,从正常经营的角度,主要分为以下几种:一是接到下游订单,需要采购原材料、设备,进而产生订单融资的需求;二是制造企业为了结构化升级或者扩大生产的需求,有项目融资的需求;三是下游应收账款还未收回,为盘活资产、提高流动性进行融资的需求;四是为应对商品、原材料

涨价的风险,企业进行采购囤货的融资需求;五是企业经营周转暂时遇到困难,需要借新还旧的融资需求;六是在应付上游供应商中,融资支付采购欠款的需求。

有供应链金融科技供应商告诉记者,一直以来,存在于供应链金融的难点之一就是资产真实性风险,如果无法结合多维度的数据与核心企业进行整体验证,就无法确保交易真实性问题,降低风险最重要的就是多个节点验证。

“在银行传统授信模式下,

为了监管需要,银行承兑汇票、流贷等产品虽然进行了受托支付或者票据签收,但还是站在单一方向,资金用途是不是真实,重要的是还款有无保障,还是没形成闭环,资产短借长用、挪做他用的现象比较常见。”方保磊表示,“基于上述情况,为了结合下游的未来回款作为保障,将贷款用于贸易等真实用途,在匹配资金期限、资金用途、风险闭环等方面,形成良性循环,真正结合产业链的上下游,将风险依靠单一主体变成依靠链上群体,分散风险,同时将过去单点服务变

成多点服务,贷款+保理从产业链角度,形成了多种供应链金融产品,包括信用证+保理、商票保贴、结构化保理、订单项下的未来应收账款融资、现货或未来货物质押融资、预付款融资等创新产品。供应链金融平台等服务主体应运而生,形成了特色的产融模式。”

中国服务贸易协会商业保理专业委员会统计数据显示,2021年我国商业保理行业继续保持良好增长态势,全年商业保理业务量约2.02万亿元,同比增长34.7%。

据了解,2016年~2018年间,简单汇为了强化供应链企业间应收债权转让与融资的多方互信,简单汇进行了区块链技术应用研究,开展“金单”(应收账款债权凭证)业务数据区块链上链存证服务,其后陆续上线了银行系统直连融资、贸易单据智能审核、中登批量查重及登记、线上资产证券化项目管理等功能,实现线上反向保理业务的秒级融资。截至目前,其在单笔业务上,平均审核时间从最早的1小

时起压缩到了15分钟。

“传统商业保理,需要大量线下团队,无论是开拓市场还是在贸易背景核实时,都需要大量的人力物力,业务模式呈现迁移整合难度大、成本高居不下的特点,通过数字化技术在供应链金融领域的创新实践,有利于盘活中小企业,更好地提供资金融通业务,让中小企业能够有充足的资金额投入再生产。”北京市社会科学院研究员王鹏表示。

## 破解跨境贸易融资难题

值得注意的是,数字化为国内保理业务进一步提质增效的同时,在国际保理业务上亦有所反映。

中国银行业协会商业保理专业委员会统计数据显示,2021年保理专业委员会全体成员单位保理业务量为3.56万亿元人民币,同比增长42.97%。其中国际保理业务量为481.77亿美元,同比增长32.52%。

11月初,进出口银行首笔“保理E贷”业务在沪落地,进出口银行上海分行通过简单汇供应链金融服务平台向上海精星仓储设备工程有限公司的小微企业供应商发放专项外贸“保理E贷”700万元。

童泽恒表示,2019年,简单汇针对跨境贸易融资中贸易单据线上化难、企业跨境身份认证难、电子签章跨境互认难、应收账款债权转让有效性及跨境客户尽职调查与反洗钱审查难等问题,将在国内成熟的“金单”体系进行了创新延展,推出了支持境外企业认证、债权转让、线上进出口保理融资等为一体的跨境金单业务模式,降低了

企业跨境供应链融资的操作时效,也跨出了保理业务及技术标准向国际贸易推行的第一步。

有上市供应链金融服务供应商副总裁表示,当前公司除了服务国内公司,还覆盖了海外合作银行,以及诸如电商平台等海外合作伙伴,通过跨境云服务,将跨境相关所有业务方案与金融解决方案整合之后,再与海关等相关部门打通单据、进出口业务。“在与海关探索一些贸易无纸化服务过程中,我们并不是孤立布局解决方案,而是根据客户、场景或者产业不同链条进行组合。”

“在过去处理相关贸易单据时,做贸易背景核查需要非常多的人力,现在我们通过人工智能、自然语言识别以及RPA(机器人流程自动化),可以将文档和单据的处理流程大量精简,将劳动密集型的人工流程,转变为科技密集型的业务,现在我们智能识别文档的正确率已经达到99%以上。”上述副总裁表示。

## 提质增效

数字化进程的不断加快带来了保理业务的强劲发展。与此同时,供应链金融服务渗透供应链末端的效率也在不断提升。

方保磊表示,在供应链政策东风、强链补链需要金融支持下,供应链金融发展、供应链金融平台是银行转型数字化、发展线上化的基础设施,金融科技平台主要承担企业线上入驻、与核心企业核心系统对接和全流程无纸化放款等重要职能。

服务客户数量八年增长千倍

## 保险金信托发展提速

本报记者 樊红敏 北京报道

近期,保险金信托方面进展消息不断。

11月30日,上海信托党委书记、总经理陈兵公开表示,该公司保险金信托业务规模已经超过100亿元,服务8家银行近百家分行,覆

### 银保信齐发力

2021年,提供保险金信托服务的信托公司以及对接保险金信托服务的保险公司均已超过30家。

根据《2021年信托业协会专题研究报告》(以下简称《信托业协会报告》),保险金信托是一种创新财富管理形式,其将保险与信托两种财富传承工具相结合,具有保险与信托制度的双重功能优势,可以有效服务高净值客户的财富保护、传承和管理需求。

2014年,中信信托和中信保诚人寿合作落地了国内第一单保险金信托业务,拉开了国内保险金信托的发展序幕。

相关统计数据显示,保险金信托业务启动以来,其服务的客户数量连年增长。2014年保险金信托服务客户数仅10位,2015年已达近百位,2016年达到500位,2017年超过1000位。截至2021年6月底,设立保险金信托的客户已近万人。

2017年,仅有6家信托公司开展保险金信托业务,业务单数1023单。2020年开展保险金信托业务的信托公司高达15家,参与保险金合作的保险公司超过20家,累计设立保险金信托7161单,行业保险金信托规模已突破200亿元。2021年,提供保险金信托服务的信托公司以及对接保险金信托服务的保险公司均已超过30家。

百瑞信托研究发展中心高级研究员孙新宝在接受记者采访时表示,保险金信托加速发展,主要得益于国民财富的增长、保险金市场的

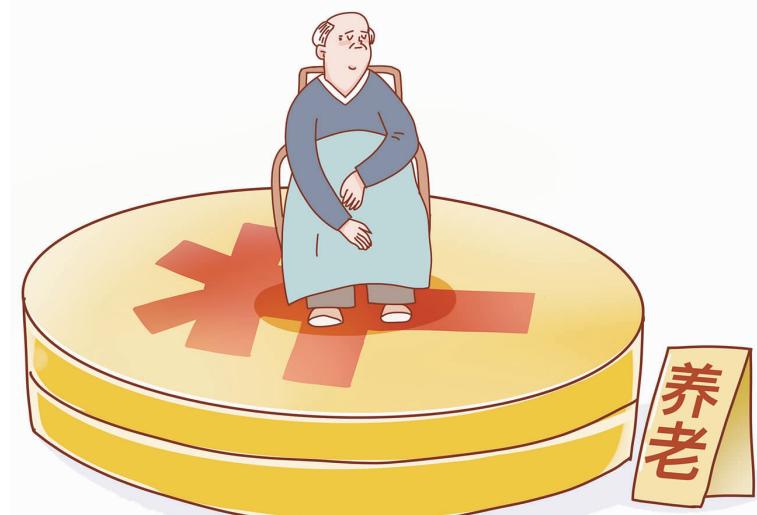
盖近20家保险公司。

《中国经营报》记者梳理发现,在此前后,分别有西部信托、阳光人寿、招商银行等机构推出了保险金信托相关产品。

事实上,2022年上半年,“保险金+信托服务”市场发展势头已经非常迅猛。公开数据显示,截至目前

年6月底,“保险金+信托服务”新增规模62.37亿元,环比增长38.29%。

“一边是各大机构迅速跑马圈地布局保险金信托,一边是充满了无限潜力的市场,保险金信托发展之快超过了大多数人的想象。”日前,平安信托家族信托产品总监赵青在接受记者采访时表示。



保险金信托是利用信托他益功能来保障受益人的养老资金需求。 视觉中国/图

扩大、民众风险意识的提升,以及相关机构的积极推广。

从保险、信托、银行各自发力保险金信托的驱动因素来看,赵青分析认为,从信托公司的角度来看,一方面,监管要求信托公司回归本源、转型发展、积极创新,保险金信托属于信托本源业务,可以充分发挥信托的牌照优势和制度优势,助力信托公司转型。另一方面,借助保险金信托的低门槛,信托公司可以提前锁定客户,为后续升级家族信托或开拓其他信托业务奠定客户基础。此外,在资管行业监管趋严、房地产融资趋紧的大环境下,保险金信托业务不仅能够给信托公司带来大量高净值客户,还会成为新的业务增长点。

对于保险机构来说,一是赋予保单传承功能,助力保单销售,提升保单件均规模,也可以提升销售人员业绩收入。二是可以进一步升级服

务能力,提升销售人员的专业形象,变关系营销为专业服务、变保单销售为解决客户传承需求、变单次销售为全生命周期服务。三是以信托传承增值服务为契机,解决客户大额保单赔付后的顾虑,进一步降低退保率;同时通过信托代缴保费功能,提前锁定客户保费资金,隔离保费风险,降低保单失效、退保风险。

而对于银行来说,在保险金信托业务中,银行发挥着产品供给、服务提供和资源整合的集成作用,既可以满足其高净值客户多样化的金融服务需求,实现对客户财富的全生命周期管理,还可以提高银行中间业务收入,助力银行业转型发展。另外,保险金信托也可以成为银行开展私人业务的获客方法、黏客手段,为客户的财富管理提供产品和服务的升级路径,有利于银行立足当下,谋划长远,抢占高净值客户市场。

### 服务迭代升级

目前市面上已经推出“保险金信托+遗嘱”“保险金信托+养老”“保险金信托+慈善”等多种业务类型。

规模迅速增长的同时,保险金信托服务模式和范围也在不断升级和拓展。

《信托业协会报告》显示,目前市面上普遍用于设立保险金信托的险种是终身寿险和大额年金险,当保险合同约定的给付条件发生时,保险公司将按保险约定直接将对应资金划付至对应信托专户。信托公司依据信托合同的约定对委托财产进行管理、运用和处分,并将信托利益分配给信托受益人。

从上述保险金信托具体的服务模式来看,目前市场上主流的保险金业务模式主要有1.0、2.0、3.0三种。其中,在传统的1.0业务模式下,委托人自行投保并将其持有的保单受益权或保险金作为信托财产委托给信托公司设立信托,经过被保险人同意,将信托公司变更为保单受益人。2.0模式是1.0模式的升级版,与1.0模式的主要区别在于,该模式下,保险产品和信托产品均成立后,经被保险人同意,将投保人、保单受益人均变

更为信托公司,在保单存续期内,由信托公司利用信托财产继续代为缴纳保费。3.0模式之下,委托人则以其自有资金设立信托,委托信托公司购买保险,信托公司同时承担受托人、投保人及保险受益人三重角色。

相较于传统的1.0模式,2.0模式的优势是避免了投保人身故后保单作为遗产被分割或者作为投保人财产被强制退保等风险;3.0则更进一步,将投保品种由传统的人寿保险扩大为所有保险类别,让保险成为信托财产资产配置的组成部分,进一步发挥“家族信托+保单”在实现家族财富保值、增值方面的作用。

此外,保险金信托的服务功能和范围也在不断拓展延伸。据记者了解,目前市面上已经推出“保险金信托+遗嘱”“保险金信托+养老”“保险金信托+慈善”等多种业务类型。

以阳光人寿发布的臻传·保险金信托系列服务品牌为例,据了解,臻传·保险金信托系列共分为“臻传·养老”“臻传·传承”“臻

传·慈善”三大保险金信托服务子品牌,以分别满足客户的养老与健康管理需求、资产传承需求和慈善捐赠需求。

此外,上海信托、外贸信托、五矿信托等公司也在养老类保险金信托方面进行了探索和实践。“保险金信托是利用信托他益功能来保障受益人的养老资金需求,信托和保险功能结合既能发挥保险的保障作用,也发挥了信托的传承分配的功能,双重功能助力养老保障。”上海信托相关人士向记者介绍。

“保险金信托是一个非常灵活的金融工具,理论上来说可以根据委托人的个性化需求实现多种功能的植入,比如说,保险金信托+教育、保险金信托+医疗、保险金信托+健康、保险金信托+公益等。

据记者了解,目前市面上已经推出“保险金信托+遗嘱”“保险金信托+养老”“保险金信托+慈善”等多种业务类型。以保险金信托+医疗为例,信托公司可联合医疗机构或第三方平台,为保险金信托委托人或受益人提供预约就医、就医陪诊、远程问诊等服务,满足客户个性化的医疗需求。”赵青向记者表示。

### 面临多重挑战

服务模式更为完善,资产隔离做得更为彻底的3.0模式在实操中存在“叫好不叫座”的问题。

作为新型信托业务,保险金信托还面临多重挑战。

孙新宝向记者表示,从制度层面来看,保险金信托业务起步较晚,目前还缺乏相关法律法规依据。从业务层面来看,保险金信托在较长时间内资金停留在保险公司而非信托公司,在承保期结束时,保险理赔金不一定能够转化为后续的信托财产。如果是对接终身寿险的保险金信托产品,信托公司必须充分考虑委托人身故之后各种对接问题。这都需要信托公司聚焦客户需求,提升客户黏性,不断提高信托服务水平。

《信托业协会报告》中也提

到,报酬滞后性削弱信托公司业务发展动力。“对于信托公司而言,1.0和2.0模式下,信托公司当期只收取一笔设立费,只有当触发保险理赔机制,信托公司才会实际管理和运用信托资金。理赔后的资金注入开始资产管理业务的业务模式并不能为企业当期带来大规模增量资金,对公司当前业务增长的帮助有限。较少且相对滞后的信托报酬令很多信托公司缺乏动力去推动保险金信托业务的实际落地。”

而据记者了解,服务模式更为完善,资产隔离做得更为彻底的3.0模式在实操中存在“叫好不叫座”的问题。

### 加强经营生态圈重塑

《中国经营报》:具体到业务转型和拓展,中建投信托做了哪些“加法”,取得了怎样的成效,还面临着哪些挑战?

**奚洁:**近年来,信托行业在多个领域持续开展有益探索,积累了宝贵经验。中建投信托顺应行业发展趋势,积极推进前瞻性布局,大力拓展资本市场业务。

聘请专业咨询公司对标的资管信托进行诊断咨询,市场化引入专业团队,充实债券投资、FOF投资以及另类投资专业人员,组建了涵盖宏观研究、债券研究、私募产品策略研究、公募产品风格研究、再融资市场研究以及行业研究的投研团队,定期与客户分享资产配置研究报告,自主开发私募策略量化归因研究程序以及TOF投研及风险管理系统等,在人员、研究、科技等多个层面支持业务转型。在资产管理业务方面,公司业务类型涵盖固收类产品、混合类产品以及权益类产品,在服务信托领域也有家族信托、企业和其他组织财富信托、公益慈善信托、资产证券化服务信托等。特别是资产证券化业务领域,公司三季度资产证券化新增规模跻身行业前十。

至于转型挑战,信托公司还是要坚持内生发展,加强自我革命,强化自身投研能力建设,积极参与到各类投资市场中去。同时,加强经营生态圈重塑,包括加强投资者教育促进投资理念转型等,打破信托行业非标业务传统形象,营造积极、开放的可持续发展环境。

## 分类新规之下:信托业务何往?

访中建投信托副总经理奚洁

本报记者 陈嘉玲 北京报道

随着业务分类改革拉开帷幕,信托业新的发展格局方向日益明晰。

### 鼓励参与资本市场、服务实体经济

《中国经营报》:在当前信托行业转型回归本源背景下,如何解读信托业务分类新规的改革意义?

**奚洁:**近日,多家信托公司陆续收到监管部门下发的《关于调整信托业务分类有关事项的通知》。这应该是除了资管新规以外,对信托行业影响最为深远的变革性文件。《通知》鼓励信托公司规范发展资产管理类信托业务,积极探索资产服务信托、公益/慈善信托业务,并设置5年过渡整改期,以便信托公司有序开展存量业务整改。总体上基本与之前征求意见稿一致,

个别略有微调,即增加了存量业务5年过渡期,增加了家庭服务信托等细化业务。

这是监管部门对信托行业进行重新规划定位的新起点,既体现了信托公司特有的服务信托特点,也对接资管新规,规范了信托业务的发展,同时充分考虑了存量非标融资类业务的整改过渡。过渡期相对较长,这样有利于信托公司稳步推进转型,避免业务转型带来的次生震荡和风险。

可以说,这次分类体现了监管对行业发展的前瞻性,是对信托公

司“回归本源”业务方向的重大指引,也是推动行业走向高质量发展的重要举措。

《中国经营报》:信托业务分类改革正式拉开帷幕。在“高质量发展”的主题下,对信托业态发展的影响和意义是什么?

奚洁:党的二十大报告明确提出,高质量发展是全面建设社会主义国家的首要任务。这次信托业务分类改革,践行金融工作政治性、人民性要求,给信托行业高质量发展创造了新的发展起点。信托公司作为金融行业的一个分支,就是要把

未来发展路径描绘了一张新的蓝图。在高质量发展格局下,如何解读信托业务分类新规的改革意义,对信托公司业务转型升级有何深刻影响,又该如何应对新机遇和新挑

战?近日,中建投信托副总经理奚洁在接受《中国经营报》记者采访时表示,新的监管指导方向让信托公司离开展业舒适区,这也是新发展机遇。未来信托行业将由于自身基

因和转型努力不同而不断分化,信托公司应该积极落实分类新规,做好“业务加减法”,坚持内生发展,加强经营生态圈重塑,服务好国家战略、服务好实体经济。

行业高质量发展落实到服务国家战略、服务实体经济上来。规范资产管理信托业务发展,就是鼓励信托公司将“非标平台+地产”的传统增长模式转型到参与资本市场、服务实体经济的轨道上,信托公司也要作为市场主体积极参与到“健全资本市场功能,提高直接融资比重”上来,通过参与投资非上市公司股权或者上市交易的债券、股票以及REITs等来间接支持实体经济,支持国家建设现代化产业体系和科技创新体系等。同时,从家族信托扩展到家庭

服务信托,也是信托行业体现财富管理服务人民的本质要求。在全国人民努力奔向共同富裕的同时,家庭财富管理的需求不断深入,信托公司特有的信托服务功能结合逐步建立的自主资产管理能力,可以更好服务客户,积极落实党的二十大报告提出的“规范财富积累机制”和“保护合法收入”。同时,对公益慈善信托的业务单列,也是突出运用信托功能,推动落实党的二十大报告要求的“引导、支持有意愿有能力的企业、社会组织和个人积极参与公益慈善事业”。

### 服务居民财富管理多样化需求

《中国经营报》:信托业务分类新规提出回归信托本源、突出差异竞争要求,强调要落实信托公司主体责任。这对信托公司有哪些影响,信托公司应如何应对?

奚洁:信托业务分类新规对信托公司有较大影响,新的监管指导方向让信托公司离开过往信托行业的盈利辉煌期或者展业舒适区,难免会有一定的不适。但从另一个角度看,这次分类改革,也是信托公司发展的新契机。信托公司应逐渐摆脱传统业务依赖,以现有标品、股权投资、资产证券化以及家族信托、慈善信托等业务经验为基础,通过进一步加强自身投研能力、主动管理能力、客户服务能力以及科技服务能力

力等,逐步打造信托公司新的业务支撑体系和核心盈利模式。

积极落实分类新规,信托公司应该坚持有所为和有所不为,做好“业务加减法”。先是做减法,就是在过渡期内逐步压缩非标融资类业务和通道业务等,化解过去因为粗放管理等原因积累的项目风险。同时要根据自身基因和股东资源禀赋做好加法,比如银行股东背景的信托公司,无论资产端还是资金端客户渠道相对通畅,资产管理信托和资产服务信托等新业务相对发展有利。又比如,产业集团背景的信托公司,可以结合产业领域,巩固发展产业投融资能力和业务整合能力,将资产管理信托和资产服务信托融合

于产业发展,服务实体经济更为直接。再比如,已经在标品信托和高净值客户服务方面积累经验的信托公司,可以在原来客户营销和产品以及投研能力基础上,进一步规范发展,抓住市场机会,尽快建立比较竞争优势,扩大市场份额。所以,个人认为,未来信托行业也将由于自身基因和转型努力不同而不断分化,这个努力需要信托公司对照业务分类新规和自身特点进行重点规划,不是面面俱到都要发展,而是要在某一类业务方面做大做强做出特色。

《中国经营报》:作为信托行业转型的本源业务,财富管理业务在新的业务分类改革中受益明显。如何看待信托业务分类新规对信托财富

管理业务的影响?预计未来资管行业竞争发展态势又将如何?

奚洁:未来信托公司发展除了基于自身资源禀赋做出特色外,还要顺应中国财富管理市场的大趋势来发展,不断提升核心资产管理能力和财富管理能力,在财富管理市场竞争中贡献信托力量。随着中国式现代化建设推向深入,我国居民财富会不断扩大,伴随个人或家庭全生命周期的财富管理需求会持续扩大,需求也会不断创新和多样化,比如从简单的投资增值丰富到家庭养老、子女教育、财富传承以及慈善公益等。这些多样化的财富管理需求,通过家庭服务信托账户可以一揽子解决,并利用他益功能进行定

向支付,立足信托账户进行资产配置和资产管理,这是财富管理必然新趋势。所以,个人认为,用足用好信托功能服务居民财富管理多样化需求,是信托公司在未来财富管理竞争中的比较优势之一。

此外,财富管理与资产管理两者密不可分。国内资产管理竞争激烈,银行理财、基金、券商资管、保险资管以及期货资管等机构林立。信托公司做资产管理业务能有一席之地吗?其实答案是肯定的。比较来看,个人觉得信托公司可以定位于获取稳健收益的私募资产管理机构,也就是运用股债商品以及衍生品进行大类资产配置获取稳健收益,目标就是为客户创造绝对收益。

到2025年,预制菜市场主体数量突破1万家

# 山东抢占预制菜制高点 欲打造万亿元全产业链

本报记者 颜世龙 北京报道

继广东省打响预制菜产业第一枪后,山东省也于日前印发了《关于推进全省预制菜产

业高质量发展的意见》(以下简称“《意见》”)。《意见》明确,到2025年,山东预制菜加工能力进一步提升、标准化水平明显提高、核心竞争力显著增强、品

牌效应更加凸显,预制菜市场主体数量突破1万家、全产业链产值超过1万亿元。

《中国经营报》记者了解到,目前,山东省预制菜相关

企业达8400余家,占全国12%左右,为全国拥有预制菜相关企业最多的省份。据行业人士介绍,去年,中国预制菜市场规模达3000亿元以上,未来

三到五年有望成为下一个万亿级消费市场。

新风口之下,预制菜作为贯通一二三产的新兴产业,不仅延长了农业产业链条,

也提高了农产品加工增值,而这更是成为农民增收致富的有效途径。农业大省——山东,能否借预制菜东风更上层楼?

## 由点到面

“一开始是大师做给我们看,之后是我们做给大师看,只有菜品达到大师的口味,我们才能推向市场。”

“我们生产的预制菜一年的产量就达几千吨。”隶属于22城供应链集团的济南活力食品有限公司相关负责人刘鸿一说,公司产品主要分为即烹、即食、即用、即热四大类,根据8大菜系总共自主研发了300多个菜品。

据刘鸿一介绍,22城供应链集团作为专业的餐饮供应链系统性解决方案服务商,投资开发了22城供应链产业园项目,延东部经济带,北起北京南至深圳,依托城市分布,间隔500~600公里布局,计划在全国22个城市建立集研发、生产、仓配、服务于一体的供应链产业园中心。目前,位于济南,占地6万平方米以上的22城供应链产业园中心已建成并投入运营。

“在集采方面,我们通过订单农业按需生产供货,优选知名产地保质保量,同时做到了全球采购,完善食材的可追溯体系,目前全球有1000多个知名合作供应商。”刘鸿一说,“300公里半径内已实现次日达目标,今晚下单,明天送达,新鲜的,才是最好的。”

而在潍坊的山东惠发食品股份有限公司(603536.SH,以下简称“惠发食品”)总部展示厅内,摆放着琳琅满目的预制菜,展览着校园、企业、连锁商超等多个智慧消费场景。

“像麻辣小龙虾、农家蛋饺等系列预制菜品年产量达到3000多吨。”惠发食品相关负责人说,目前



惠发食品预制菜展厅。

本报资料室/图

公司已自主研发预制菜品2000余款。而最让其自豪的是公司推出的一系列“大师菜”,所谓“大师菜”,是各大菜系的名店、名厨通过和惠发食品科研技术人员双向融合,将个性化的大师名菜,以工业化、标准化方式进行步骤拆解和转化,而这个过程极其艰难。

“一开始是大师做给我们看,之后是我们做给大师看,只有菜品达到大师的口味,我们才能推向市场。”这位负责人说,“比如潍坊大酒店特色菜红烧肉,要将其进行工业化转化非常难,因为日常大家做的红烧肉都是用家用高压锅炖煮,但工业化生产过程中没有那么大的高压锅,我们就改为用杀菌锅替代高压锅,虽然耗时都差不多,但是我们一锅可以出600公斤红烧肉。再经过调料包的配比,与名店名厨的菜品一个味道。”

虽然听起来只是在标准化生产中替代了高压锅,但实际上这背后却是大数据支撑着大师和科研人员数以千次的试验。“我们通过大数

据筛选出来,一块五花肉最佳的口感是6瘦4肥,甚至肉的单片重量、盐等调料都要精确到多少克,全部都是标准化数据。前后要经过小试、中试、大试总计几千次的数据模拟和试验。”上述负责人说。

不仅是企业端在发力,多地政府也纷纷出台政策支持预制菜发展。

据了解,潍坊市相继出台了《潍坊市预制菜产业高质量发展三年行动计划(2022—2024年)》《潍坊市支持预制菜产业高质量发展九条政策措施》;青岛市出台《青岛市预制菜产业高质量发展三年行动方案(2022—2024年)》;德州市出台《关于加快推进预制菜产业发展的若干措施》;淄博出台《淄博市预制食品产业发展规划》;日照出台《日照市支持预制菜产业发展八条政策措施》等。

以潍坊为例,今年4月更是提出要打造“中华预制菜产业第一城”的口号,力争到2024年,全市预制菜市场主体数量达3000家,产业链规模突破3000亿元。

## 全省发力

山东省农业农村厅相关负责人表示,山东发展预制菜有四大优势:一是发展起步较早,二是原料供应有保障,三是产业基础雄厚,四是业态模式多样。

在山东,虽然预制菜由点到面全面铺开,但记者在采访中也了解到,不少企业表示,由于行业缺少完善的标准体系,预制菜行业有待进一步规范。“现在行业界限不清晰,几乎什么都可以算作预制菜。”

不过记者注意到,此次山东印发的《意见》中给予预制菜以明确定义:是以农作物、畜禽、水产品等为原料,配以各种辅料,采用现代化标准集中生产,经预加工的成品或者半成品,包括即食、即热、即烹、即配等食品。此外,《意见》中也明确要围绕预制菜产品类别、原料生产、产品供应、加工生产与食品营养及功能等方面,加快预制菜标准研制,支持有关社会团体协调相关市场主体制定团体标准,构建具有山东特色的全产业链预制菜标准体系。

而在产业链方面,《意见》指出不仅要建设标准化原料生产基地,还要培育壮大预制菜加工企业和支持发展冷链物流,推动产业集聚发展。在壮大预制菜企业方面,不仅要支持大型企业集团牵头建设预制菜产业示范园区(基地),打造一批预制菜“领航型”龙头企业。还要强化优质中小企业培育,提高市场竞争力,逐步成为“专精特新”“小巨人”“单项冠军”企业。支持符合条件的预制菜企业上市挂牌

融资、发行债券,对在境内外资本市场上市挂牌的企业,给予最高200万元的一次性奖补。到2025年,培育10家以上百亿级预制菜领军企业,形成优质企业梯度培育格局。

在推动产业集聚发展方面,《意见》提出要优化产业布局,引导各地打造预制菜产业园区,鼓励预制菜企业和上下游配套企业集中入园发展。加快建设中国(青岛)、中国(潍坊)国际农产品加工产业园和中国(德州)农业食品创新产业园等国家级食品产业园。到2025年,全省建设具有山东特色的预制菜产业园30个。此外,在市场和消费端,《意见》提出要开发多元产品,培育预制菜品牌和加强产销对接等。

山东省农业农村厅相关负责人表示,山东发展预制菜有四大优势:一是发展起步较早,二是原料供应有保障,三是产业基础雄厚,四是业态模式多样。

“自上世纪九十年代开始,诸城外贸等食品出口企业就借助食品加工出口优势,开展了肉类、海洋食品半成品等预制菜生产和出口。2017年山东印发《关于进一步促进农产品加工业发展的实施意见》,提出了发展预制菜肴、鲜切菜、调理食品、中央厨房等新产业新业态。今年2月份,在全国率先成立了首个省级

‘预制菜产业联盟’。”上述农业农村厅负责人说。

此外,山东是全国首个农业总产值过万亿元的省份,粮油、果蔬、肉蛋奶、水产品的产量居全国前列,是全国知名的“菜篮子、米袋子、肉案子”,具有优质的源头原料供应能力,可以提供预制菜产业发展需要的优质原料,具备高质量、规模化发展预制菜产业可靠的保障。

在产业基础方面,食品行业规模多年位居全国第一,加工企业及加工能力均居全国前列,培育了得利斯集团、惠发食品、龙大食品、春雪食品等预制菜头部企业。而且配送能力强,拥有全国最大蔬菜集散中心(寿光)和江北地区最大海鲜冷链物流园(诸城),具有全产业链生产能力。

上述农业农村厅负责人表示,下一步还将加大财政扶持力度。发挥省新旧动能转换基金作用,积极向基金管理机构推介优质预制菜产业链相关项目,撬动金融和社会资本投资,按照市场化原则支持全省预制菜产业发展。统筹有关资金,支持预制菜产业集群式发展,创建现代农业产业园、农业产业强镇,打造农产品加工业、畜牧业高质量发展先行县。推动流通企业与制造业企业合作,支持打造一流供应链平台。

# 对接区域协调重大战略 户外运动产业构建“五区三带”空间布局

本报记者 庄灵辉 卢志坤  
北京报道

## 参与人数超过4亿人

随着全民健身与全民健康深度融合,户外运动逐渐成为人民群众喜闻乐见的运动方式,户外运动产业近年来实现快速发展。《规划》指出,“十三五”时期,我国户外运动参与人数持续增加,产品供给与场地设施都日益完善,截至2021年底,全国户外运动参与人数已超过4亿人。

多位专家认为,我国户外运动产业近年的迅速发展得益于需求端,后续高质量发展更依赖于对人

们多元化需求的满足。

“实际上现在露营、骑行等户外运动热潮,都体现着人们消费升级与需求的变化。”中国商业联合会专家委员会委员赖阳认为,随着生活水平的提高,人们对生活品质有了更高的追求,城市生活中对亲近自然的追求愈发强烈,户外运动需求也就愈加旺盛。

“随着整体收入水平的提升以及当前生活工作压力的增加,人们对更加健康地亲近自然,体验休闲

放松的需求明显提升。”北京市社科院研究员王鹏表示,当前露营等户外运动火热,主要原因还是人们生活习惯与观念的改变,叠加疫情等因素,人们亲近自然、休闲放松的需求有所增加。

王鹏还指出,相较聚集于室内,户外运动能进一步促进文化旅游和体育更好地融合,形成一种不仅是面向特定人群,更多是面向公众的体育产业,对于进一步提高相关产业发展水平以及受众面和影

响力等都有重要意义。

广西龙星体育产业有限责任公司董事长管斌斌也认为,随着生活日益丰富,大家对健康越来越重视,户外运动的受众也持续增加。

实际上,《规划》也明确“十四五”时期,我国户外运动产业将迎来发展新机遇,其中指出,在常态化疫情防控形势下,人民群众增进健康、亲近自然的需求将刺激户外运动产品和服务供给。

对多元化需求的满足是相关产业发展的动力源与最终目的,以人为本,需求导向也就顺势成为相关顶层设计的一项基本原则。如《规划》提出要以人民为中心,扩大户外运动覆盖面,推动户外运动产业与相关产业深度融合,不断满足人民群众多层次、多元化的户外运动需求;上述露营旅游发展的相关指导意见也提出,要坚持旅游为民、需求导向原则。

## “五区三带”新格局

除需求导向外,近期的相关顶层设计中,如何促进区域户外运动产业协调发展也颇受重视。

如上述《规划》即提出要深入对接国家区域重大战略和区域协调发展战略,构建“五区三带”户外运动产业空间布局,形成重点项目突出、比较优势显著、区域融合互动的发展格局。

所谓“五区三带”,涵盖了我国北方、华东、中部、华南以及西南等五区,以及黄河、长江与滨海等三

带,根据各地区特点,户外运动产业发展方向也各有侧重。

具体来看,北方冰雪运动引领区建设定位于国际影响力,以京津冀为核心区域,推动东北、华北、西北冰雪运动发展;华东户外运动示范区则侧重长三角户外运动产业一体化发展,要建设若干户外运动用品研发设计、生产制造、市场服务等全产业链的创新高地,发展露营、铁人三项、滑翔伞、滑水、桨板、骑行等项目,辐射带动华东地区。

对于西南地区,《规划》则提出要提升成渝双城经济圈户外运动产业协调发展水平,发展山地越野、定向、登山、攀岩、探洞、溯溪等具有区域特色的项目,辐射带动贵州、云南等省份;中部户外运动体验区则要推动中部地区山水陆空各类户外运动项目发展,因地制宜开发山地自行车、垂钓、航空运动等项目;华南户外运动休闲区建设则是支持粤港澳大湾区发展帆船、

冲浪、海钓、潜水等项目,辐射带动华南地区。

此外,还要促进黄河流域生态价值转换,开展以黄河文化为主题的马拉松、徒步、自行车、汽车自驾等项目,打造黄河文化户外运动带;支持长江经济带利用沿线水域资源发展皮划艇、赛艇、龙舟、漂流等水上运动项目,打造长江水上运动带;支持海南和有条件的东部沿海城市,大力发展战略性新兴产业,发展各类水上运动项目,打造滨海户外运动带。

## 联动上下游产业发展

新发展理念指引下,我国户外运动产业发展中还尤为重视生态环境保护以及创新驱动。

相关顶层设计中,生态优先、绿色发展都被重点提出。上述《规划》即提出要深入贯彻“两山”理念,增强生态环境保护与生态价值转化意识,在保护生态环境的基础上引导户外运动项目绿色开发,推动户外运动产业可持续发展。

“只有保护好生态环境,才能

考虑户外运动的可持续发展。”管斌斌认为,坚持生态优先,在相关项目设置中要兼顾经济效益和社会效益,尽量降低相关项目对生态的影响。

“长期来看,露营等户外运动产业有着充分的发展潜力。”王鹏指出,户外运动更加亲近自然,也更符合未来“双碳”目标以及绿色发展方向,同时能带动周边相关产业,发展潜力较大,但应重视标准

规范体系构建以及与上下游产业的有机联动。

实际上,基于户外运动产业辐射能力等,《规划》也提出了推动户外运动与其他行业融合发展,加快户外运动用品制造业转型升级,同时推动户外运动服务业向数字化、品质化、低碳化发展。

“户外运动产业链长,辐射面宽,既包括运动场地场馆、运动器材装备等硬件设施,也提供咨询、

康养、观光、社交等服务。”吴琦认为,近年来“户外+”新模式、新业态大量涌现,消费产品也日趋多样化,相关产业深度融合以及数字化赋能等或为未来重要发展方向。

吴琦认为,为激发产业发展潜力,各地可借助数字化技术,积极发展“户外+”新业态、新模式、新场景,推进线上线下融合发展;同时加大户外运动基础设施建设力度,加快公共交通、旅游、餐饮、休闲娱乐、康养等消费便利化建设。

“要加快推进产业供给侧改革,提升服务质量和平;同时要破除制约户外运动产业的体制机制障碍和隐性壁垒。”吴琦表示,为破解户外运动产业发展瓶颈,各地要强化户外运动产业的顶层设计,建立健全产业政策体系和标准体系,还应规范行业发展秩序和营商环境,加强安全防护和救援体系建设。

# 押注产品力竞逐下半场 地产行业重塑生存逻辑

本报记者 方超 石英婧 上海报道

随着地产行业进入下半场,高呼践行“长期主义”的众房企,正将“产品力”提升至前所未有的位置。

回望行业发展的20年,房地产业是高歌猛进的,真正回归产品的时间太少,企业规模被更多地关注,这让营销人员冲在一线,产品人则是“默默无闻”地为企业发展、品牌打造付出。

在12月1日由克而瑞举办的“2022中国房地产产品力TOP100发布会”上,易居企业集团CEO丁祖昱同时表示,上述行业发展趋势在“今

## 超四成房企产品定位同比上升

尽管地产行业身处深度调整周期,产品力仍成为不少房企的重要追求目标。

《中国房地产企业产品力TOP100》榜单显示,绿城中国登顶榜首,而龙湖集团和万科地产则分别荣登第二名和第三名,中国金茂、保利发展、中海地产、金地集团、招商蛇口等房企则紧随其后。

引发外界关注的是,位列上述产品力榜单第一的绿城中国,其秘诀何在?

“产品,是绿城的立身之本,也是绿城一以贯之的核心竞争力,只有持续创新,才能维持产品活力。”绿城中国方面强调,在市场面临下行压力的背景下,绿城始终坚持产品研发和创新。

如在2022年,绿城重点侧重归家动线、餐厨优化、园区景观、全屋收纳、新青年画像等专项研发,“春知学堂”“如意盒子”“生活街角”等创新成果在项目落地,助力产品力升级,优化人居体验。

不仅如此,诸多上榜房企产品力层面出现的新变化,也备受外界关注。

“今年,新房市场改善型特征显露。一方面,从成交结构上来看,刚需、首改类产品成交比重全线收缩,尤其是80~100m<sup>2</sup>面积段的刚需产品,较2021年合计下行约2.7个百分点。”

克而瑞同时认为,120m<sup>2</sup>以上改

年有所改变”。

《中国经营报》记者注意到,克而瑞发布的研究数据显示,仅在产品力方面,截至今年10月,约20家规模房企基于自身产品理念及市场环境变化调整产品战略,内容重点集中在交付体系、社区焕新、社区运营等服务升级以及新品落地等产品发布。

“11月的‘三箭齐发’,让行业、企业在较艰难的日子中得到更多鼓励和期望,无论是在信贷、股权融资,还是在发债方面,都为行业点亮了一盏明灯。”丁祖昱表示,未来需让产品力成为中国房地产发展的核心动力。

## 交付力成重要一环

在“保交楼”成为不少房企“头等大事”的情况下,交付力早已成为衡量房企整体产品力的重要指标。

张燕认为,“在交付方面,克而瑞调研发现,今年以来购房者对于交付最关心的问题,主要是质量和延期,房企围绕‘质量’‘时间’‘服务’提升交付力。”

房企高度重视交付力提升的原因何在?

克而瑞认为,首先,“保交付”成为房企存活的命脉,成为企业调整过渡阶段的重中之重;其次,行业回归居住属性,在“保交付”的基础上,房企回归制造业,重拾工匠精神,交付成为展示房企从产品设计、成本预算、工程技法、产品质量到服务能力的重要连接端口。

“较之以往,房企更加注重全周期交付体系的搭建,优化客户交付体验,同时更加聚焦前端建造施工环节,重标准、强品质。此外,将交付体系作为品牌宣传的一部分,塑造鲜活的交付IP,加深品牌印象点。”克而瑞如此认为。

“让业主安心、省心、放心,新城以幸福360°客户服务体系3.0赋能品质交付,从等待期到

入住后,将温暖植入每一个服务细节中。”新城控股方面表示,在业主的等待期,新城控股提供家的成长档案、客户实时推送、工地现场直播、工地开放日等便捷式服务与体验,让交房不再变成“拆盲盒”,每一步都清清楚楚。交付前,新城控股完成客户信息专户专档传递,保障服务的无缝衔接。

无独有偶,融创上海的融创超级交付体系,“是贯穿全产品周期和全生命周期的交付体系”,2022年,融创上海计划为3W+户业主实现美好交付,在长三角更多城市、更多社区落地品质美好,截至11月初,已累计交付26个项目。

梳理可发现,在持续提升交付力的情况下,截至目前,不少房企已交出高分成绩单,如2022年前10个月,绿城自投项目累计交付101批次,交付面积超1000万m<sup>2</sup>;2022年前11个月,旭辉累计于42城112个项目交付约6.4万套新房,其中,“多个社区保质提前交付”。

## 2022年企业交付力TOP10

保利发展

滨江集团

华润置地

金地集团

龙湖集团

绿城中国

万科地产

新希望地产

招商蛇口

中海地产

### 榜单说明

1. 参评企业的交付数据来源为企业公告、公开媒体信息、调研访谈等

2. 排名不分先后,以企业拼音首字母顺序排序

克而瑞发布2022房企交付力榜单。

本报资料室/图

“在‘保交楼’广受关注的背景下,今年围绕交付前、中、后阶段,贯穿全周期的服务力再更

新,房企趋于将服务力朝体系化发展,拓宽服务维度,并细化服务颗粒度。”克而瑞如此分析道。

## 租赁产品创新趋势进一步凸显

在租购并举日益成为行业未来发展趋势的背景下,住房租赁产品的新变化也颇受市场关注。

“本年度克而瑞首度将租赁纳入2022整体产品力报告。”张燕在发言中指出,有数据显示,租房主力已转变为90后的年轻一代,占比达68%。年轻一代对长租的意愿增强,更注重生活品质和仪式感,愿意为更好的居住体验买单。

在市场趋势面前,住房租赁企业又是如何反应、进一步推进产品创新的呢?

“在变化的时代去抓住不变的东西,回到生意最底层逻辑,以客户为中心。”万科长租公寓BU产品负责人黄婷表示。因

此,泊寓在这一轮着重关注的是租房人群在细分领域生活观念的变化。洞察年轻人在消费时代更加注重内在化的选择和品质需求,更加关注与他人的关系。

“领寓在实践中得出租货大社区是既满足社会效益,又满足经济效益的最优解。大社区产品的诞生过程经历了客研、产品、建设、筹开、运营和营销,最终呈现给用户最优的体验,让领寓的产品价值可以落地。”领寓国际CEO张爱华如此表示。

而微领地集团副总经理李

玉则认为,租赁社区面向21~28岁之间的年轻人,要让他们觉得物有所值,同等的服务比价格,同等的价格比服务。在有限的20m<sup>2</sup>里解决他们的住宿、休闲、洗漱、厨卫需求,合理分配格局,又会把一些需求释放到公共空间,包括设置共享厨房、共享客厅、共享餐厅等,采用免费的方式提供,一个租房的钱,拥有更多的服务。

在政策、市场等多重因素催化下,住房租赁市场将迎来新的发展机遇期。

张燕认为:“对于租赁而言,

在整个大保租体系和政策引导下,仍是往规模化发展。在参与主体更为多元化的前提条件下,市场和产品之间相辅相成,进一步推动了产品创新。”

“特别是面临周期下行时,长租公寓在收益稳定性上优于其他物业,租赁板块的收益率具有优势,反哺产品创新,同时公募REITs的发行打通了最后一环,反向对于通过打造产品、形成高溢价的收益率有助推作用,未来高溢价产品会出现在租赁市场当中。”张燕最后如此表示。

# 数字化赋能绿色转型 深圳数字产业迎来发展新机遇

## 数字化绿色化双化融合

本报记者 陈靖斌 广州报道

深圳市作为中国特色社会主义先行示范区,在“十四五”规划纲要中就将数字经济核心产业增加值占GDP比重纳入“十四五”经济社会发展调控指标体系中,因此,深圳市的数字经济发展也一直被视为国内数字经济发展的一个样板城市。

近日,深圳市数字经济产业再次迎来政策利好。中央网信办、国家发展改革委、工业和信息化部、生态环境部、国家能源局联合印发通知,确定在广东省深圳市、河北省张家口市、辽宁省大连市等10个地区首批开展数字化绿色化协同转型发展试点。

据了解,开展数字化绿色化协同转型发展综合试点是贯彻落实中央网络安全和信息化委员会决策部署,建设现代化产业体系,加快发展方式绿色转型的重要举措。

曾在亚洲某知名管理咨询公司担任通信和ICT部门总监的蔡建军向《中国经营报》记者表示,新的政策的出台,将推动深圳“数字化与绿色化”双化融合的深度发展,作为试点城市,必然在新模式、新机制、新业态上有突破性的探索,对于产业壮大、技术创新和人才培养方面都有全面提升。

据了解,按照上述通知内容,试点工作自2023年1月开始,为期2年,重点围绕数字产业绿色低碳发展、传统行业双化协同转型、城市运行低碳智慧治理、双化协同产业孵化创新、双化协同政策机制构建等方面探索可复制、可推广经验。

通知明确,各试点地区要结合本地实际,制定具体实施方案,明确试点目标和任务,细化工作计划,提出可操作、可落地的实施举措。加快推动数字产业绿色低碳发展,推动数字技术赋能行业绿色化转型,发挥行业绿色化转型对数字产业的带动作用,形成数字化绿色化良性循环,带动新的技术进步、引领新的发展方式,为全国提

## 共享数字经济红利

数字经济在推动我国达成“双碳”目标、实现零碳经济的过程中发挥着举足轻重的作用。

在深圳,低碳转型正与数字经济不断“擦出火花”,通过各类场景的打造,构建起了全民参与的碳普惠体系,小微企业、社区家庭和个人通过绿色出行、绿色消费、绿色生活、绿色公益等节能减排行为产生的减排量,均可量化成碳积分。

此外,深圳的数字经济还助力传统企业和行业进行低碳转型。数字化技术与传统产业的深度融合,促进了传统产业和企业减少对资源能源的消耗,实现转型升级与产业链结构的优化。

在多位专家看来,数字化和绿色化都是新时代的国家战略,也成为经济发展的主旋律。

“一方面,各行各业都在推进数

供可复制可推广的路径模式。

事实上,早在2021年12月27日中央网络安全和信息化委员会印发的《“十四五”国家信息化规划》中就已强调,要推动数字化绿色化协同发展。在推进数字化转型过程中实现绿色化发展,大力发展战略智能终端、绿色信息网络、绿色数据中心等,挖掘各环节节能减排潜力。

深圳市的数字化产业更是提前布局,提出了以数字化赋能“生产、生活、生态”,加速数字化推动农业、制造业、服务业等产业的智慧绿色增长。以数字化引领绿色化,以绿色化带动数字化。大力发展数字和绿色的融合新技术和产

业体系,打造高质量发展的新动能,推动生产生活方式的深刻变革,助力碳达峰、碳中和目标实现。

10月28日,深圳市发改委印发《深圳市关于促进绿色低碳产业高质量发展的若干措施(征求意见稿)》,制定提升绿色低碳技术创新能力、鼓励绿色低碳新模式新业态创新发展等八大类共30项措施。

其中,深圳市加快双碳云网综合信息服务平台建设,构建城市级碳监测与评价平台,支撑各行业各领域优化能耗与碳排放表现。汇聚绿色低碳产业情报和行业信息,免费向符合条件的绿色低碳产业企业开放。积极开展碳监测评估试点,并对符合条件的重点企业安

装碳排放在线监测设备的,按不超过建设费用的50%给予补贴,每套最高50万元。

值得一提的是,数字化绿色转型在南方电网深圳供电局也已实践。

今年6月,南方电网深圳供电局数字电网体验中心在南山区落成,全面展现了深圳数字电网发展成果,让用户“零距离”体验数字电网给城市带来的巨大变化。

据了解,数字电网通过数字化技术对传统电网改造,实现电网全要素数字化和虚拟化、全状态实时化和可视化、电网运行管理协同化智能化,通过模拟、监控、诊断、预测和控制,解决传统电网规划、运维、管理等复杂和不确定性问题,

是承载以新能源为主体的新型电力系统最佳形态。

其中,用能监测平台既能促进数字经济技术的发展,还能助力企业享受绿色能源。

“我们挖掘电、煤、气、油等用能数据,实现基于能源大数据的科学分析与决策。”深圳供电局相关负责人介绍,大数据已经发挥大功能,一方面,结合全市8万多栋建筑物的面积数据,测算建筑物能耗强度基准,协助政府部门制定建筑能耗强度标准;另一方面,随着工业园区供电环境综合升级改造深入开展,接入了1000余个工业园区的用能数据,建成园区用能监测平台,将使企业享受更绿色的能源。

王鹏也指出,数字产业发展瓶颈可能存在安全可控类的卡脖子技术,比如光刻机、新材料、大规模集成电路等需要突破;其次就是人才,随着时间推移,人才住房等问题会凸显出来。

蔡建军也指出,未来数字经济或成为引领深圳转型发展和二次起飞的关键因素,但深圳数字经济面临的挑战来自于产业升级、技术突破和人才困境。“在产业方面,深圳的产业受到高端和低端的两头挤压,工业减速对于经济发展带来了冲击;在技术方面,制造业的卡脖子问题非常突出,直接影响产业的供应和生态构建。”对此蔡建军建议,深圳应该发挥科技创新的优势,持续在数字经济关键领域突破,并通过多手段去吸引和培育数字经济需要的中高端人才。

智能,实现数字化转型,同时双碳也是未来发展的重要理念和国家策略。那么在双碳背景下,实际上无论是制造业还是能源,其实都是把智能化、数字化和绿色化、双碳化相结合的点,智能化必然会导致绿色化,绿色化反过来能助推智能化,所以说数字化绿色化两者之间是相辅相成的关系。”

天使投资人、知名互联网专家郭涛也告诉记者,新一代信息技术与绿色低碳产业深度融合是产业发展的新趋势,有利于加速推进新型工业化步伐,构建高质量工业发展体系,使我国加快建设成为制造强国和数字中国。

对于将深圳作为综合试点,蔡建军认为,深圳市作为试点城市,必然在新模式、新机制、新业态上有突破性的探索,对于产业壮大、技术创新和人才培养方面都有全面提升。

郭涛亦称,政策出台后能够推动深圳数字技术赋能行业绿色化转型,发挥行业绿色化转型对数字产业的带动作用,构建数字化绿色化协同发展的新模式。

全力冲刺签约、回款目标

# 房企打响年末“抢收战” 有楼盘92折再送宝马X1

本报记者 方超 张家振 上海报道

“引爆周年庆，买房送宝马。”近日，江苏省徐州市璞樾御珑湖推出了“买房送宝马”活动，“买房送宝马”“iPhone 14”等宣传引发购房者关注。

《中国经营报》记者就此致电璞樾御珑湖营销中心，相关工作人员在确认“买房送宝马”等活动属实的同时亦表示，上述活动时间为11月18~30日，具体优惠包括在92折基础上再送一辆宝马X1等。

这只是诸多房企在年末全力冲刺签约、回款目标的一个缩影，并纷纷打响花式“抢收战”。记

## 花式促销揽客

买房就送宝马汽车一辆(所有权)，数量有限先到先得。

“‘买房送宝马’活动的名额已经用完了，已经全部截止，但是如果确定买房，我们给出的优惠算下来和之前的活动是一样的。”11月30日，记者在“买房送宝马”活动的最后截止日致电璞樾御珑湖营销中心，相关工作人员表示：“因为项目推出了‘买房送宝马’活动，的确有很多客户因此来看房、买房。”

“我们之前给出了8个点优惠，就是在92折基础上再送一辆宝马X1，如果购房者不需要车辆，也可以从房价里把车辆折算价格减下来。”璞樾御珑湖营销中心相关工作人员力邀记者前往看房，并称“买房送宝马”活动虽然已经结束，但可以尝试向领导申请相关优惠，“必须要购房者本人来现场”。

无独有偶，在距离徐州市200余公里的安徽省淮南市，也有房企推出了“买房送宝马”活动。

“作为中国最具知名度的汽车品牌之一，试问谁不想拥有一辆属于自己的BMW，现在就来城房，左手洋房右手宝马，让你即刻进阶圈层人

者梳理发现，除开展传统的降价促销、买房送家电等活动外，多家头部房企还加入了首付分期“大军”，并成立了“卖一买一”专项工作组，以帮助想买新房的客户解决二手房难卖的问题。

在开展花式促销背后，则是房企不得不面对的销售业绩和回款压力。中指研究院发布的统计数据显示，今年1~11月，TOP100房企销售总额为67268.1亿元，同比下降42.1%。“从公布销售目标的15家房企来看，今年1~11月，目标完成率均值为65.4%，低于去年同期的85.7%，完成全年目标的压力较大。”

## 发起“减付行动”

房企推出首付分期活动，主要是为了降低购房者的置业门槛。

除花式促销外，首付分期亦成为不少房企揽客的“法宝”。

“可享最低首付10万分期”，在合肥市某置业微信群中，意禾阅湖登科置业经理刘韬(化名)发布的房源促销信息持续刷屏。刘韬向记者表示：“假如房源需要60万元首付，而购房者现在只有20万元现金，我们售楼部可以先垫资40万元，且不收取利息，垫资时间可以半年至一年间，具体视购房者情况而定。”

事实上，推出首付分期活动正成为诸多房企的共同选择。

“选保利，轻松买慢慢付，5%的买房机会仅限11月。”11月下旬，“保利浙江”官微平台发布信息称，公司以十足诚意，发起“减付行动”，“不同以往的首付30%，此次只要首次支付5%就能用轻松代价买一套央企好房。”

根据“保利浙江”发布的信

## 冲刺全年目标

短期来看，伴随着房企资金面持续改善，“保交楼”资金加快跟进，购房者预期有望继续修复。

据了解，进入三季度以来，就有多家头部房企开始着手准备冲刺年底销售目标。

据媒体报道，早在今年10月底，万科主席郁亮、开发经营本部首席合作人兼CEO张海及各区域负责人就召开了内部会议并强调，今年最后两个月要全力冲刺销售，同时在全国一大批城市加强各类销售渠道的合作力度。

此外，碧桂园也在11月26日推出了“碧桂园现房节”活动，“全国1000+现房楼盘，最大可获75折优惠”。碧桂园方面表示，公司旗下1000多个现房项目遍布全国

息，购房者可在今年12月31日前付齐5%房款，部分商办项目首付从50%降到5%，极大降低了置业门槛，并于2023年补齐20%房款(具体补齐时间以项目案场政策为准)即可，“超长期的首付分期，缓解了开支压力，生活品质不打折扣。”

据介绍，参加上述分期首付5%活动的项目包括杭州保利和颂春风里、宁波保利和颂文华等多个热点城市项目。不过，“保利浙江”方面也强调称，活动仅限保利浙江区域旗下指定项目，具体优惠政策以各案场实际为准。

某TOP30房企苏州区域一位项目负责人也向记者表示，其所在的苏州项目也推出了首付分期活动。“首付分期就是我们和购房者约定，可以先支付一定比例的首期款，剩余款项在一定时间内补齐即可，主要是考虑到部分客



近期，为促进销售回款，多地房企推出了首付分期等活动。图为安徽省六安市未来城项目。

本报资料室/图

户的购房压力比较大。”

“年底将至，开发商的回款任务比较重。”无锡市一位房地产市场人士告诉记者，当地也有楼盘推出了首付分期活动，“部分楼盘可以先付一成首付，然后会购房者两个月、最长半年时间再付剩余首付款。”该市场人士同时表示，购房者也可以多贷款，少付首付款，具体根据购房者的实际情况操作。

“房企推出首付分期活动，主要是为了降低购房者的置业门槛。”在中指研究院华东分院常务副总经理高院生看来，对于一部分想买房、但首付款不够的购房者而言，首付分期可以缓解他们的买房压力。“在当前的房地产市场中，首付分期活动会有一些效果，但不会特别明显。”

克而瑞研究中心则表示，各线城市大概率会重启轮动修复。其中，核心一二线城市有望“保温”，尤其是杭州和成都这类强二线城市，在市场出现走弱迹象时及时优化调整政策，短期有助于提振市场情绪，成交或将延续走稳。

“近期出台的一些政策，对于提振房地产业信心而言会起到比较明显的作用，但真正传导到需求端可能还需要一段时间，建议相关部门接下来在需求端进一步对政策进行优化调整。”高院生表示。

# 文旅行业“破”与“立”：沉浸式业态、国潮国风或成新风口

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

与文化深度融合，探索数字化转型，正成为文旅业“破局重塑”的新风向标。

近日，宋城演艺发展股份有限公司(以下简称“宋城演艺”，300144.SZ)发布公告称：公司及其全资子公司已与湖北交投宜昌投资开发有限公司、宜都市人民政府签署《“宋城·三峡千古情”项目合作协议书》，为其提供包括品牌授权、“千古情”节目编创、规划概念性方案设计、互动体验项目设计、开业筹备等服务，将“宋城·三峡千古情”项目打造成湖北乃至长江黄金旅游带的文化地标之一，总服务费用约2.6亿元。

和宋城演艺培育文化地标的做法类似，文化产业与旅游业的关系如今正愈发紧密，旅游景区中的“中国风”随处可见。在日前开幕的第九届乌镇戏剧节上，每晚都有中外戏剧表演，游客甚至还能在街头巷尾“偶遇”表演嘉年华。

党的二十大报告也为文旅产业发展指明了方向：“健全现代文化产业体系和市场体系，实施重大文化产业项目带动战略。加大文物和文化遗产保护力度，加强城乡建设中历史文化保护传承，建好用好国家文化公园。坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展。”

“党的二十大报告提出‘以文塑旅、以旅彰文’，为当下文旅产业发展做出了方向性的指引，也是文化与旅游融合发展、相互促进的重要契机。不管是对于文化事业还是旅游发展而言，都有着非常重要的推动作用。”IPG中国首席经济学家柏文喜向《中国经营报》记者表示。

## 沉浸式体验受追捧

记者从乌镇景区了解到，第九届乌镇戏剧节包括特邀剧目、青年竞演、古镇嘉年华、小镇对话四个单元，一共启用了9个剧场，包括22部特邀剧目，共计63场演出。

在业内人士看来，与国内外其他戏剧节相比，乌镇戏剧节的一个鲜明特点在于充分结合了乌镇独一无二的人文与自然环境。小镇环境为乌镇戏剧节提供了枕水人家独有的历史底蕴与江南意境。与此同时，戏剧元素也融入了小镇的桥头巷陌，不仅拓展了小镇的文

化内涵，也将戏剧深深嵌入了小镇的文化生活之中。

据了解，位于浙江省桐乡市的乌镇古镇保护与旅游开发工程遵照“保护第一、修旧如旧、以存其真”原则，探索出了独特的“乌镇模式”，并由此成为了国内古镇旅游开发的典范。

清华同衡规划设计研究院副院长霍晓卫表示，旅游具有天生的文化属性，人通过旅游不仅完成了从此地向彼地的位移，也实现了文化认知心理层面从故乡向异乡的

转变，完成了文化交流或文化认同。独特完整、沉浸其中的旅游体验，需要以突出的自然和文化特色为支撑。文化和旅游相辅相成，共同激发着人们的消费需求。

乌镇正是探索文化、旅游深度融合的“先行者”和“示范者”。乌镇戏剧节发起于2013年，如今已成为全国乃至世界知名的文化品牌。与此同时，乌镇当代国际艺术展、木心美术馆等文化元素也已深度融入古镇，让乌镇从“旅游小镇”“度假小镇”逐步发展成为国际化

的“文化小镇”。

“文化和旅游深度融合主要体现在文化作为旅游的IP与驱动力，而旅游又作为文化的载体与传播途径。”柏文喜指出，目前两者的融合度与相互渗透度、互动度显然还不够，在相互驱动、互促发展方面还有很大的提升空间。

霍晓卫也表示，文旅融合的任务与挑战重点在于二者之间需要形成可持续的良性互动。在旅游业规模化、快速化的发展过程中，如何平衡文化事业与旅游产业、社

会效益与经济效益之间的关系，是文旅融合长期存在的难点与挑战。

“例如，古城、古镇、古村因核心范围小、可更新地段与周边环境多有限制要求，可容纳的旅游设施与旅游行为有限，但旅游产业的运营需要在有限的范围内追求最大的产出。”霍晓卫进一步阐释道，突破口在于通过主题串联更大范围内更多的旅游资源，通过设施保障拉长旅游运营活动的空间与时间，通过运营管理创新实现旅游流量的“削峰填谷”。

间特色基础上，尽可能保留原始风貌地块的原真性和完整性，以求每条胡同有味道、每个转角有风景、每幢院落有特色。”拈花湾文旅相关负责人告诉记者。

柏文喜也指出，就旅游景点而言，结合国潮国风可以发掘中国传统文化来形成有吸引力的IP内容与元素，在推动旅游业发展、收获良好经济效益的同时，也促进了文化事业的兴旺与繁荣。

## 创新阐释传统文化

党的二十大报告提出，“增强中华文明传播力影响力。坚守中华文化立场，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象。”

事实上，旅游业也是弘扬中国传统文化的“主阵地”。近年来，各大旅游景点频频与国潮国风IP联动而引发关注。

今年国庆假期，位于黄山市

中心城区的屯溪河街正式对外开放，以国风市集、非遗巡游、街区乐队、流动NPC还原沉浸式徽州生活场景，重现老街烟火气息，让游客沉浸式感受时光穿越的奇妙，开放首日便迎客近十万人。

而位于上海市的海昌海洋公园，同样在国庆期间打造了“国秀、国乐、国娱、国赏”四大主题活动，国风文化与现代科技紧密结合，为游客带来海洋国潮新体验。例如，上海淮剧团、玲珑国乐

带来了“海底民乐大赏”，带领游客在“海底”领略传统国粹之美。

在成功打造出禅意小镇等具有鲜明中国风的文旅标杆项目后，无锡拈花湾文化投资发展有限公司(以下简称“拈花湾文旅”)又在浙江省台州市打造出了以海贸文化为特色的葭沚老街。

据介绍，传统与现代相结合的葭沚老街以台州市海贸文化作为核心IP。在拈花湾文旅董事长、首席产品官吴国平看来，

传统文化的创新阐释与转化对于文旅行业至关重要。“这十年，我们在不断地升级迭代核心文化产品，将场景、艺术、建筑、体验的美学融为一体，让消费者既可以感受到文化的无穷魅力，也能够体验到旅游为美好生活带来的幸福感。”

“比如在建筑上，拈花湾文旅坚持传承地方建筑文化特色、延续本地居民生活形态的理念，在尊重现有建筑肌理和传统空

间特色基础上，尽可能保留原始风貌地块的原真性和完整性，以求每条胡同有味道、每个转角有风景、每幢院落有特色。”拈花湾文旅相关负责人告诉记者。

柏文喜也指出，就旅游景点而言，结合国潮国风可以发掘中国传统文化来形成有吸引力的IP内容与元素，在推动旅游业发展、收获良好经济效益的同时，也促进了文化事业的兴旺与繁荣。

## 数字化赋能转型升级

“今年初，我们出品了国内第一个景区元宇宙作品，通过移动端与景区实际场景相结合，给大家带来了不同的体验感受。”拈花湾文旅联席总经理叶珺表示。

吴国平也分析认为，“沉浸式”体验产业、元宇宙技术赋能是文旅产业的新未来，几乎覆盖了文旅新兴消费的所有领域，有望形成一个千亿元级的产业，正成为文旅产业的“下一个风口”。

与此同时，在数字技术赋能下，原本“高冷”的文物也开始变得有活力、有温度，“文博热”成为旅游业的新风尚。

据了解，早在2021年11月，中央全面深化改革委员会就审议通过了《关于让文物活起来、扩大中华文化国际影响力的意见》并提出：“要加强文物保护利用和文化遗产保护传承，提高文物研究阐释和展示传播水平，让文物真正活起来。”

记者在采访中了解到，湖北省博物馆通过数字化方式，让观众可以在微信小程序上演奏编钟，直观感受先秦时期恢弘的礼乐文明；上海博物馆则上线了自行研发的数字藏品平台——“海上博物”，致力于通过数字化科技手段与跨界融合等方式，实现兼具虚拟与现实相关联，推动中国文化的传承与活化，让历史文物、艺术作品等触手可及，并实现永久收藏和社会共享，带来新的文化体验。

“与‘盲盒经济’类似，数字藏品将成为年轻一代新的生活体验方式。”北京大学博士后研究员张磊告诉记者，在让文物真正“活”起来的过程中，新一代数字技术特别是元宇宙起到了关键的推动作用。“数字藏品通过区块链技术，将藏品在通过数字化手段进行展示之时，还能够作为纪念品向广大受众分发，且其唯一性又使得数字藏品更具收藏价值。”

张磊进一步表示，“文博热”充分体现出广大消费者的自信不断增强，并体现出巨大的经济潜能和市场价值。对于旅游业可持续性发展而言，一方面要有行业合规标准，避免损害行业信誉的不正当竞争和泛金融化问题；另一方面要进一步挖掘多元化场景应用，以实现商业价值。

# 解题新市民住房难 多地“保租房”筹建提前交卷

本报记者 余燕明 北京报道

大力发展保障性租赁住房,是今年全国各大城市在住建领域的一项重点工作任务。

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,各大城市的保障性租赁住房建设和筹集工作加快推进。

据《中国经营报》记者了解,到10月底,全国已开工建设并筹集保障性租赁住房约330万套(间),累计完成投资3334亿元,可解决上千万青年人才、新市民住房困难。

其中,全国40个人口净流入的大中城市已开工建设并筹集保障性租赁住房270多万套(间),完成“十四五”时期目标任务的42%。

目前,嘉兴、杭州、江西吉安、沈阳、汕头等地已经提前完成了全年保障性租赁住房筹建任务,切实在解决新市民、青年人住房困难方面取得了实实在在的进展。

“随着城镇化进程加速,流动人口、新就业大学毕业生等群体构成了规模庞大的租房群体。大幅增加与新市民、青年人租房需求相适应的小户型、低租金的房源,能有效缓解量大面广的新市民、青年人阶段性住房困难。”克而瑞研究中心一位专业人士向记者表示。

“在当前房价高企的背景下,新市民和青年人的居住问题主要靠发展住房租赁市场解决。只有这样,才能让他们在城市里留得下,住得体面。”平安证券一位房地产分析师指出。

## 提前超额完成全年任务

河北省在今年9月底累计筹集了保障性租赁住房4.6万套(间),也提前完成了年度目标任务。

据记者了解,早在今年上半年,浙江省就已筹集建设保障性租赁住房31.9万套(间),提前完成了30万套(间)的年度目标任务。

在这31.9万套(间)保障性租赁住房里,其中新建类项目约14.6万套(间),转化和改建类约17.3万套(间)。据悉,保障性租赁住房主要有新建、改建和转化3种渠道,国家鼓励支持各大城市利用存量土地新建、存量房改建和市场房源转化。

今年上半年,浙江省所属宁波、温州、金华和舟山等4个城市的保障性租赁住房筹建数量已超过了年度计划。截至目前,杭州累计筹集保障性租赁住房项目260个、房源14.5万套(间),超额提前完成2022年保障性租赁住房筹集任务。

去年6月,国务院提出加快发

展保障性租赁住房。浙江省聚焦“住有所居”,将保障性租赁住房建设作为打造“浙里安居”金名片的关键一环,旨在逐步解决住房困难群体的住房问题,在土地、财政、金融等方面加大对保障性租赁住房的支持力度。

虽然浙江省早在今年上半年就已提前完成了全年目标任务,但并不表示保障性租赁住房的筹建工作会减速。“十四五”期间,浙江省的计划目标是建设筹集保障性租赁住房120万套(间),意味着未来当地保障性租赁住房建设还将持续加速。

沈阳市在2022年度计划筹集保障性租赁住房2.5万套,截至今年11月中旬,已筹集25074套(间),提前完成全年工作目标。

去年6月,国务院提出加快发

展保障性租赁住房供给量,沈阳市在原有政府统筹、社会房源转化、企业自建等筹集方式基础上,不断拓宽房源筹集渠道。从2021年以来,沈阳市已累计筹集新增保障性租赁住房4.8万套(间),已投入运营约1.3万套(间),有效解决了新市民、青年人的阶段性居住需求。

河北省在今年9月底累计筹集了保障性租赁住房4.6万套(间),也提前完成了年度目标任务。其中,河北省筹集了1.3万套存量商品房用作保障性租赁住房。

今年以来,河北省持续加大对保障性租赁住房建设任务的资金支持力度,争取中央补助资金5.5亿元、中央预算内投资2.5亿元,发行专项债券4.5亿元,获得贷款

42.6亿元。石家庄市因城镇老旧小区改造、棚户区改造、发展保障性租赁住房成效明显被国务院办公厅予以督查激励,获得中央奖励资金5000万元。

通过深化政银企合作,河北省住建厅与建设银行河北分行签订了发展保障性租赁住房战略合作协议。在4年内,建设银行河北分行将提供不低于260亿元的贷款额度,支持河北省保障性租赁住房建设、改造、运营等融资需求。

不动产投资信托基金(REITs)是有效盘活存量资产、拓宽融资渠道的重要手段。今年以来,河北省积极推动保障性租赁住房(公租房)REITs,指导各地筛选项目。目前,石家庄、唐山、保定、秦皇岛和雄安新区5个保障性租赁住房RE-

ITs项目进入河北省发改委保障性租赁住房REITs意向库,进一步完善保障性租赁住房投融资机制。

“十四五”期间江西省吉安市计划新建(筹集)保障性租赁住房13850套(间),其中2022年4000套(间)、2023年3405套(间)、2024年3360套(间)、2025年3085套(间)。到今年10月下旬,吉安市已认定保障性租赁住房项目25个,建设筹集房源4160套(间),年度任务完成率为103.9%。

还有一些省市正在为完成2022年度保障性租赁住房筹建任务进行冲刺。2022年,国家下达山东省筹建保障性租赁住房任务为8.9万套(间),今年前10个月,山东省保障性租赁住房新开工87487套(间),开工率达到了98.3%。

## 可复制、可推广的经验

这些提前完成全年目标任务的省市,在引导多主体投资、拓宽多渠道供给的保障性租赁住房筹建工作上,摸索形成了丰富的可复制、可推广经验。

作为今年全国各大城市在住建领域的一项重点工作任务,日前,住建部、国家发展改革委、财政部联合下发了《关于做好发展保障性租赁住房情况年度监测评价工作的通知》(以下简称“《通知》”)。

为做好发展保障性租赁住房情况年度监测评价工作,《通知》出台了细致的年度重点监测评价内容及评分参考,并提出要报请省级政府将监测评价结果纳入对城市政府的绩效考核,进一步强化监测评价结果运用,督促指导城市切实加快发展保障性租赁住房。

据记者了解,这些提前完成全年目标任务的省市,在引导多主体投资、拓宽多渠道供给的保障性租赁住房筹建工作上,摸索形成了丰富的可复制、可推广经验,为落实

“十四五”时期保障性租赁住房目标任务打下扎实基础。

“从保障性租赁住房的顶层设计上,目前中央和地方已出台的各项政策,在财税、金融、土地等方面对保障性租赁住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障性租赁住房过程中的发展需求,缓解新市民、青年人的住房困难。”

杭州提出了“定目标、出政策、拓渠道”三步走战略,全面推动落实保障性租赁住房发展工作,形成“多主体投资、多渠道供给、多政策支持”的保障性租赁住房发展新格局。根据杭州市出台的实施方案,明确“十四五”期间力争建设筹集保

障性租赁住房33万套(间),同时进一步确定到2022年底累计筹集保障性租赁住房14万套(间)的目标。

杭州对保障性租赁住房筹集渠道、户型、大小等内容进行了规定,为保障性租赁住房工作指明了发展方向和具体路径。

在国务院政策规定的5种筹建渠道基础上,杭州结合城市实际,创新提出支持利用村级留用地建设、地铁和公交停保基地等上盖物业新(改)建,将闲置或已作为保障性租赁住房用途的政府及国有企事业单位投资的公租房或安置房等保障性安居工程住房等作为保障性租赁住房,进一步拓宽保障性租赁住房筹集渠道,推动建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度。

目前,杭州已率先将符合保障性租赁住房“小户型、低租金”条件的蓝领公寓、人才专项租赁住房转化认定为保障性租赁住房,并积极利用集体土地、非住宅改建、存量住宅转化、新供应宅地新建等渠道筹集保障性租赁住房。

截至今年11月中旬,沈阳市已筹集的25074套(间)保障性租赁住房里,当地结合疫情防控需要,采取“平疫结合”方式,由各区政府国资公司通过建设高标准保障性租赁住房(健康驿站),兼具健康驿站和保障性租赁住房功能。目前,沈阳市通过这种方式,筹集保障性租赁住房11709套(间)。

另外,在原有鼓励企业盘活闲置厂房、住宅、停缓建工程建设保障性租赁住房的基础上,沈阳市还

引导开发企业开展多元化经营,鼓励将滞销公寓转化为保障性租赁住房,全市已实现转化7个公寓项目4683套(间)。结合各地区实际,以需求为导向,支持闲置回迁安置住房转化。经摸排,沈阳市可利用的回迁安置住房2000余套(间),计划通过改造后用于保障性租赁住房。可盘活闲置国有资产,重点解决周边企业职工、引进人才的阶段性住房困难问题。

“从各项政策来看,中央和地方多措并举,全国大中城市的保障性租赁住房筹建工作不断提速。”上述平安证券房地产分析师说,“预计后续保障性租赁住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。”

—— 经营 成就 价值 ——  
中国经营报  
CHINA BUSINESS JOURNAL

金融  
变革

十年来,中国金融业取得历史性成就。我们全面贯彻新发展理念,持续深化金融供给侧结构性改革,稳步扩大金融开放,统筹发展与安全,有力推动经济高质量发展。

2012年至2021年人民币贷款余额年均增长13.3%,高技术制造业中长期贷款余额较十年前增加了近7倍。

十年来,普惠型小微企业贷款、普惠型涉农贷款年均增速分别达25.5%和14.9%。

十年来,债市规模增长444.3%。我国债券市场规模已经跃升为全球第二。

2012-2021年资本市场累计实现股权融资超过12.2万亿元。

(数据来自国务院新闻办、新华网)



扫码了解更多

# 六折买房、申请门槛低 深圳人才房受追捧

本报记者 蒋翰林 深圳报道

近期,可售型人才住房成为深圳楼市热点话题。售价相当于周边楼盘的六折,深户本科社保累计3年即可申请,不用轮候、积分,这对进入深圳发展的购房者显然有不小的吸引力。

12月5日,深圳住房和建设局公示了深圳首批面向人才配售住房公证摇号的结果,此次吸引了16305户家庭认购,终审合格认购申请家庭共计14810户,选4422套房。

土拍市场同样表现出对安居房地块的青睐。11月25日,深

圳进行了第四批次集中供地,两宗安居房用地的总参拍企业数和单宗地的参拍数量都创集中供地以来新高。深圳也正在通过初始建设、竞建设公共住房的方式,增加公共住房供应的数量。

广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉指出,近年来,市民对深圳房价上涨的预期扭转,买商品房的预期下降,同时,大学生和各类人才有转向可售型人才房、安居房的倾向。而这批人才房未来可以出售,这也是深圳给予的长期发展红利。

## 近1.5万家庭获认购资格

深圳人才住房切实落地体现了政府解决住房问题的决心与行动力。

11月29日,深圳首批人才住项目之一的龙华星河开市客环球商业中心现场看房者络绎不绝。“我们通过了审核认购,预约了来看房的。”张先生和他的妻子来深工作8年了,他们告诉《中国经营报》记者,人才房售价仅为周边楼盘的六折,“虽然听说10年后才能卖,但对我们刚需影响不大,很有吸引力。”

此次推出的星河开市客环球商业中心人才房项目位于龙华民治街道,据项目的售房人员介绍,项目配售均价为4.49万元/平方米,对比周边商品房项目中海闻华里,参考均价约为7.3万元/平方米。售房人员同时强调,可售人才房的设计标准和销售条件严格按照住建部门的规定,与普通商品房没有差别。

根据深圳市住建局通告,深圳首批可售型人才住房包括安居君兰湾府、安居鸿栖台、安居玥龙苑、安居颢龙苑、星河开市客环球商业中心、华侨城九樾广场6个项目,共4422套房源。其中,两房户型1957套,三房户型2465套,均价为每平方米2.052万~

4.49万元。

根据住建局最终通告,本次住房终审合格认购申请家庭共计14810户,其中,认购两房户型的有12389户,认购三房户型的有2421户。也就是说,这批经审核合格的认购申请家庭,有近30%的概率买到人才住房。

值得一提的是,认购本批次人才住房的门槛并不算高。中指研究院深圳分院研究主管骆红琴分析指出,不同于深圳的安居房需要轮候、商品房需要积分,申请人只需满足具有深圳户籍,参加社保累计缴费3年以上,且是深圳市认定的人才(包括学历型人才和技能型人才,前者要求全日制本科及以上)等条件,即可申请摇号。

骆红琴补充道,深圳人才住房切实落地体现了政府解决住房问题的决心与行动力。本次人才住房配售出台,将会对深圳房价的居高不下起到一定的缓冲作用,既提升了居民的居住幸福感,又对房价的平稳发展起到了很好的补充作用,最终实现深圳居民各个层次不同的需求。

## 引入增量资金 招商蛇口等房企重启收购

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

融资支持“三箭齐发”,加速推动房地产“保交楼”、风险处置以及收并购。

近日,招商蛇口(001979.SZ)

公告称,公司筹划发行股份购买资产并募集配套资金,拟购买深圳市南油(集团)有限公司(以下简称“南油集团”)24%股权等资产,这一计划曾在2020年因故中止。

无独有偶,格力地产(600185.

SH)也在目前发布将继续推动重大资产重组事项的公告,拟以发行股份及支付现金的方式购买珠海市免税企业集团有限公司(以下简称“免税集团”)100%股权。2020年12月,这一事项亦被摁下暂停键。

时隔两年,重启并购重组的上述房企均提及,契机在于今年11月28日,证监会决定在股权融资方面调整优化5项措施(业内所称“第三支箭”),并自即日起施行。事实上,对此响应最快的房

企为陆家嘴(600663.SH),其在12月1日公告称,拟通过发行股份及现金支付,购买控股股东部分优质股权资产,并募集配套资金。

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。

## 顺势重启收购

随着证监会支持房地产开展股权融资的“第三支箭”射出,多家房企推进定增计划,部分房企率先发起资产并购重组。

12月1日,陆家嘴公告称,接到控股股东上海陆家嘴(集团)有限公司(以下简称“陆家嘴集团”)通知,其正在筹划涉及公司的重大资产重组事宜。陆家嘴拟通过发行股份及支付现金方式,购买陆家嘴集团及其控股子公司持有的位于上海浦东陆家嘴金融贸易区及前滩国际商务区的部分优质股权资产,并募集配套资金。

目前,上述交易正处于积极筹划阶段,交易各方尚未签署正式的交易文件,尚需履行必要的内部审议决策程序,并需经有权监管机构批准。陆家嘴股票自2022年12月2日开市起停牌,时间预计不超过10个交易日。

至此,陆家嘴打响了“第三支箭”落地后房企资产重组的“第一枪”。

继陆家嘴之后,12月2日晚间,格力地产发布拟调整重大资产重组停牌公告称,购买免税集团全体股东持有的免税集团100%股权,同时拟向不超过35名投资者非公开发行股票募集配套资金。

格力地产预计,上述重大资

产重组方案调整将构成对原方案的重大调整,公司股票自12月5日开市起停牌,预计停牌时间不超过5个交易日。

格力地产对免税集团的收购始于2020年5月,彼时,格力地产宣布拟发行股份及支付现金购买免税集团100%股权,并募集配套资金。在原方案中,交易对价约122.15亿元,其中,发行股份的对价约114.15亿元,现金支付8亿元。定增对象仅有1名,为通用技术集团投资管理有限公司。

事实上,自披露重组意向以来,上述收购推进迅速。2020年9月,基本完成对标的的审计工作,评估报告提交国有资产监督管理部门备案;当年10—11月,完成对重组预案、报告书的审议;当年12月,该重组事项获得国家市场监管总局出具的《经营者集中反垄断审查不实施进一步审查决定书》。此外,为配合重组,格力地产期间拿下多宗免税商务地块,涉及珠海、海口等地。

不料,2020年12月30日,格力地产原董事长鲁君四因涉嫌证券市场内幕交易违法行为遭到中国证监会的立案调查。受此影响,2021年2月,格力地产宣布暂停重大资产重组事项。

今年11月,格力地产完成董

事会、监事会换届选举,由陈辉担任公司董事长。日前,格力地产表示,鉴于目前鲁君四不再担任公司董事、监事或高级管理人员职务,上述导致公司重大资产重组暂停的事由已消除。同时,基于对近期“第三支箭”政策进行研判,公司决定重启对免税集团的重组,并调整相关方案。

值得注意的是,选择“搭弓上箭”重启并购重组的不只有格力地产,招商蛇口向深圳市投资控股有限公司(以下简称“深投控”)收购南油集团24%股权事项在两年前告吹,公司近期宣布拟筹划发行股份进行购买,交易价格未定。截至目前,招商蛇口已间接持有南油集团76%股权。

2020年5月,招商蛇口就已计划将南油集团的剩余股权收入囊中,彼时给出的交易对价为70.35亿元,将以发行股份、可转债及支付现金的方式向深投控购买,其中支付的现金部分将通过向战略投资者非公开发行股票的方式募集。该方案后来经过修改,取消引入战略投资者及募集配套资金安排,但最终在2020年11月,招商蛇口决定终止此次交易,原因是“基于目前宏观环境变化等原因,现阶段继续推进后续程序的条件具有不确定性。”

上述房企积极推进资产并购重组背后,房地产行业在“房住不炒”的总基调下告别增量开发,转而进入存量运营阶段,房企比拼“内功”,考验其对市场的前瞻性、对风险的预判能力以及应变能力。

11月28日,证监会披露的《证监会新闻发言人就资本市场支持房地产市场平稳健康发展答记者问》显示,证监会坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署,积极发挥资本市场功能,支持实施改善优质房企资产负债表计划,加大权益补充力度,促进房地产市场盘活存量、防范风险、转型发展,更好服务稳定宏观经济大盘。据此,“第三支箭”正式落地,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。

上述融资新政落地后,首家宣布并购重组的房企陆家嘴表示,此举有利于提高公司资产质量,改善公司资产负债表,加大公司权益补充力度,提升公司可持续发展能力,使公司更深度地参与陆家嘴金融城东扩及前滩国际商务区的开发建设及运营。

2022年半年报显示,陆家嘴在控股股东的支持下进军前滩国际商务区、张江科学城核心区。在前滩,公司落成由最高地标性建筑(280米的前滩中心办公楼)、香格

里拉酒店及太古里组成的城市综合体“前滩中心”。公司表示,下半年将牢牢把握“危中见机”新局面,全面提高区域开发、运营管理、金融服务能力。

而对于格力地产来说,免税业务是其实现产业转型升级的主要抓手之一。2020年开始,公司向拥有以免税业务为特色的消费产业、生物医药大健康产业、房地产业三大板块为核心的上市公司转型。

彼时,格力地产对免税集团的重组事项表示,完成交易后,公司的产业结构将得到进一步优化和升级。同时,通过产业整合和资源优化,强化公司竞争优势和盈利能力,提高公司可持续发展能力。

根据公告,2018—2019年及2020年上半年,免税集团收入分别为22.47亿元、26.6亿元、4.83亿元,净利润分别为6.32亿元、7.23亿元、6555.49万元,其为目前国内唯一一家全资拥有免税、有税、保税(跨境电商)三大业务的企业。

对于近期重启对免税集团收购的举措,格力地产表示,结合公司可持续经营发展实际需要,为深化落实国有企业改革精神,改善公司资产负债结构,助力公司高质量转型发展,公司将继续推动这一重组事项。

今年前三季度,格力地产收入约

27.55亿元,同比减少55.35%,净利润为-6086.56万元,同比减少109.5%。

重启收购对于格力地产而言是转型升级所需,但对招商蛇口来说则是做强主营业务的契机。

公告显示,南油集团主要持有的资产为其通过深圳市招商前海实业发展有限公司间接持有的深圳市前海蛇口自贸投资发展有限公司(以下简称“前海自贸”)股权。前海自贸在前海蛇口自贸区内拥有优质的土地资源,对前海妈湾片区进行开发、建设和运营。2004年经历重组后,南油集团由招商蛇口持股76%,深投控持股24%。

早在2020年招商蛇口筹划收购南油集团剩余股权时,天风证券曾发布研报称,对招商蛇口在前海合资公司持有的土地货值进行估算,按90%可售面积,均价8万元/平方米假设,粗估货值约4032亿元。通过该笔交易,招商蛇口在前海土地合资公司的实益持股将由36.2%提高至41.6%。按上述货值推测,提升的持股比例或增厚招商蛇口20亿元以上的归母净利润。

今年前三季度,招商蛇口收入约894.84亿元,同比增长9.45%,净利润收入约29.57亿元,同比减少53.44%。截至9月30日,公司总资产约9234.98亿元,同比增长7.86%,持有货币资金约773.85亿元。



深圳首批人才住房项目之一的龙华星河开市客环球商业中心售楼处现场。蒋翰林/摄影

年,深圳建设筹集保障性租赁住房4.48万套(间),棚户区改造累计开工6530套。深圳提出,到2035年将新增170万套住房供应的目标。

其中,60%以上为保障性住房,即公租房、安居房、人才房(三种统称公共住房)各占20%,剩余40%为商品住房。

两宗安居房地块分别吸引了28家、17家房企参拍,最终纷纷触及最高地价,通过摇号方式成交。

## 房企“争抢”安居房地块

两宗安居房地块分别吸引了28家、17家房企参拍,最终纷纷触及最高地价,通过摇号方式成交。

人才房受追捧提振了市场预期,2022年下半年的两轮土地竞拍过程中,深圳安居项目受到房企的青睐,竞争情况尤为激烈。

11月25日,深圳第四批集中供地启动,出让位于光明区、龙岗区、龙华区、宝安区以及深汕特别合作区的7宗地块。从出让的结果来看,本次供地成功出让6宗地块,1宗地块流拍,成交用地面积约23.04万平方米,成交总金额约97.27亿元。从总体量、总起拍价来看,为今年内四批次中最少的一次。

此次深圳加大了公共住房供给力度,7宗地块中有2宗为整宗建设安居型商品房,1宗用地建设安居型商品房,占比住宅建筑面积超70%,其余4宗普通商品住房用地,均初始建设一定比例的安居型商品房、竞建设安居型商品房,采取“三限双竞+摇号”规则挂牌出让。

这两宗安居房地块热度最高,其中宝安新安地块吸引了28家房企参拍,龙岗龙城地块吸引了17家房企参拍。最终纷纷触及最高地价,通过摇号方式成交。

宝安新安地块出让面积5425.03平方米,起拍价5.22亿元,最高限价6亿元。根据规定,该地块安居型商品房平均销售价格每平方米不高于4.43万元(不含室内装修价格)、最高售价不高于每平方米4.65万元(不含室内装修价格)。

李宇嘉表示,本质上讲,深圳就是要控制土拍温度,就是要降低过去的过热拿地的情况,从根本上稳定楼市。深圳一直坚持新的出让模式,并向稳定市场预期的长效机制转变,即限地价、限房价、

定或竞配建,将商品住房和公共住房结合起来,保持商品住房回归普通住房主导,从根本上控制楼市的热度。

“安居房受到企业追捧主要原因在于房价上涨的预期流转,购买商品房的预期下降,特别是近年来涌人的大学生和各类人才,有转向可售型人才房、安居房的倾向。”李宇嘉指出:一方面这类房子价格低,购房门槛低;另一方面是这类房产未来可出售,能分享资产价格长期上涨的红利。

# 从产品出海到品牌出海 中国家电进军海外市场

本报记者 蒋翰林 深圳报道

在近年来国内家电需求收缩的压力下,出口外销稳住了行业整体的营收规模,成为家电板块的一道亮丽风景线。根据我国家用电器协会数据,2021年我国家电出口

金额达到1044亿美元,同比增长24.7%,2010~2021年出口金额复合增长率为9.1%。

中国家电企业的“出海”正踏上高质量发展之路。得益于完整的供应链基础,大型家电企业如美的、格力等除了常规的成品出口,

均在海外设立了生产基地以及配套产业链,还有企业通过收购国外品牌,加快全球产业布局。

同时,疫情推动海外线上消费群体扩大,随着跨境电商的兴起,家电企业通过跨境电商、海外线上销售等模式推广自主品牌,又成为

近年来家电出海的新路径。

艾瑞咨询日前发布报告称,中国品牌正迎来以“产业智能化升级、数字化变革提效、全链路数字营销、提升品牌价值”为特点的出海品牌数字化新阶段,而家电行业已成为最具有数字化布局优势的出海细分市场。

## 跨境电商加速国货出海

中国企业出海走过了以中低端生产制造出口贸易为主的“传统制造业出海”时代。

今年“双11”,定居德国的汪凯在跨境电商平台上购买了一台国产彩电,为观看世界杯做准备。“我11月2日下的单,物流显示商品先集中到珠海中转公司,再集运发往德国,世界杯开赛前几天刚好收到。”汪凯告诉《中国经营报》记者。

今年“双11”期间,有不少像汪凯这样的海外消费者在电商平台购买中国家电产品。阿里巴巴旗下跨境电商平台速卖通发布的数据显示,今年“双11”,投影仪、宠物喂食器、按摩椅等家电、家居产品表现突出,登上该平台全球十大热卖榜单。

此外,跨境电商平台Lazada发布的数据显示,11月11日,该平台个护小家电、投影仪等家电、家居产品的销售额均增长显著。京东系的京东全球购、字节系的Tik Tok、拼多多系的Temu等互联网企业旗下跨境电商平台,也在加速推进海外业务。

美的集团董事长方洪波日前在投资者交流会上表示,2021年美的集团的跨境电商和海外本土电商业务的整体收入同比增长近80%,今年有望实现倍数级增长。他指出,2021年美的进入超过10个欧美国家本土电商平台。目前来看,北美、南美、欧洲及中东、亚太市场分别占到美的海外家电业务的20%、10%、30%和30%。方洪波表示,希望在5年内海外销售收入突破350亿美元,2021年为203亿美元。

2022年广交会期间,格兰仕将线下展区打造成品牌秀场和体验中心,通过直播形式带全球消费者逛展。据悉,格兰仕在广东总部设立了10多个直播间,用多种语言向不同国家和地区的消费者进行“全球直播”。另外,格兰仕还利用推



美的集团空调走出国门,为本届世界杯场馆的100个安检中心提供2500套空调。本报资料室/图

特等国外社交平台进行自主品牌的内容营销,推动包括空气炸锅、微蒸烤一体机、套系复古家电等产品的销售。

本月,飞书深诺和艾瑞咨询联合推出了《2022 MeetBrands中国出海品牌价值榜单报告》,其中提到,中国企业出海走过了以中低端生产制造出口贸易为主的“传统制造业出海”时代,如今随着数字技术、国内外市场环境等的变化,中国品

牌正迎来“产业智能化升级、数字化变革提效、全链路数字营销、提升品牌价值”的中国出海品牌数字化新阶段。

报告还指出,纵观中国出海消费品品牌数字化能力的行业分布,家用电器、服装/饰品、手机通讯行业表现突出,分别占比22.2%、18.9%与17.8%,家电行业成为消费品行业中最具数字化布局优势的头部出海细分市场。

## 全球供应链稳定优势凸显

凭借着成熟的供应链优势,我国家电生产制造已成为全球供应链中不可或缺的重要部分。

在市场疲软的影响下,今年国内家电市场的成绩并不理想。奥维云网的统计数据显示,今年前三季度中国家电市场国内零售规模为5103亿元,同比下降6.1%。

工信部披露的数据,2021年中国家用电器行业规模以上企业营业收入、利润总额同比分别增长15.5%、4.5%;全行业实现出口超1000亿美元,同比增长超20%。其中,外销稳住了家电板块整体的营收规模,且占收入比重持续增长,在2021年达到44%。

在2021年较大基数的基础上,海外市场近期也表现波动。海关总署家电出口数据显示,2022年8月,家用电器出口量同比-19%,1~8月累计同比-8.9%,出口金额(人民币)同比-13%,1~8月累计同比-8.3%。

具体到企业来看,今年上半年,美的在海外市场收入达到778亿元,占总营收42.6%。其5.2%的同比增速,略高于国内销售收入5%的增幅。美的集团副总裁王建国在2021年末还曾表示,“希望到2025年,美的海外工厂的制造规模能够达到美的集团海外销售收人的三分之一。”

海尔智家2022年上半年报显示,上半年,海尔智家海外收入达614.81亿元,同比增长8%,经营利润36.34亿元,同比增长13%,创历史新高。格力电器海外自主品牌销售额同比增长16.8%,占海外总销售额的53%。

凭借着成熟的供应链优势,我国家电生产制造已成为全球供应链中不可或缺的重要部分。欧睿数据显示,2021年中国空冰洗产量分别占全球产能的73.7%、54.8%、42.7%,远超海外其他国家。

目前,中国家电行业出海的

方式多种多样,如常规的国内制造成品出口,也有在海外设立生产基地和配套产业链,还有企业通过收购国外品牌实现海外本土化生产和运营等等。而“出海创牌”成为了当下不少家电企业出海的主流。

同时,面对全球贸易壁垒风险、疫情等因素的挑战,家电企业在扩大产能布局。以海尔、美的为首的家电企业,从2016年起纷纷加快了国际化步伐。如海尔在海外建立起研发、制造、营销的“三位一体”模式,截至2021年底,在全球已拥有30个工业园、122个制造中心,在美国、波兰、俄罗斯、印度、菲律宾、伊朗、巴基斯坦等地建有生产基地。

从2021年起,美的加速了海外基地本土制造的布局,从过去的“中国供全球”模式变成了“中国供全球+区域供区域”双保险模式。目前美的全球建设有35个生产基地,其中18个在国外。

华为研究专家、《华为国际化》作者周锡冰指出,我国家电制造在全球拥有绝对优势。趋于完善的全球供应链,是支撑中国制造当前傲立于全球的一个决定性因素。本土供应链的原材料供应、海外原料的供应,以及中国自身的物流系统,都拥有较强的抗压能力,这保证了国内产品能够源源不断地发送到欧美地区。

对于中国家电企业品牌出海,资深产业经济观察家、消费电子行业分析师梁振鹏认为,自主品牌必须要产生品牌溢价,才能够实现高毛利,低端低质的产品是没有办法做自主品牌的,因此企业必须提升创新力度和技术研发水平,提高产品的工艺品质、可靠性、智能化水平。

# 头部物企抱团发声:物管回归本原 行业亟待正名

## 挥手告别高毛利率时代

本报记者 方超 石英婧  
上海报道

“行业需回归本原、呼吁拒绝高毛利。”近日,4家头部物企集体抱团“发声”,为物管行业发展正名。

《中国经营报》记者在采访中了解到,长城物业董事长陈耀忠、绿城服务集团董事会主席杨掌法、万物云董事长朱保全、中海物业执行董事兼行政总裁杨鸥等首次聚在一起签署了《住宅物业服务倡议书》(以下简称“倡议书”)。

《倡议书》提出了“走专业独立自主发展之路才能确保物业服务可持续发展”等五大行业共识,并同时强调:“用专业规范的服务,为行业正名,为千百万物业服务者树立受社会尊敬的城市劳动者形象,是我们共同的责任。”

杨掌法表示:“我们从事的是服务业,为广大业主提供服务,但‘挣’到的都是大家的不理解。我们发出这样的倡议,能够让同行以及社会大众正确理解物业服务的定位、本原。”

“行业好才是真正的好,而不是个别几家好。”朱保全也在现场表示,“如果能让整个行业得到公众、业主的更正确认知,我想这才是对推动中国式现代化、精神文明建设等真正有意义的地方。”

## “根本目的是回归本原”

中指研究院统计数据显示,相较于今年年初,港股物业服务板块截至三季度总市值的跌幅为36.6%。而在市盈率方面,上市物企市盈率也出现明显回落,截至9月30日,港股物业服务板块平均市盈率为6.81倍,低于恒生指数8.29倍的平均水平。

近期,资本市场中的物业板块市盈率回落明显,这也让物管

求过高的毛利率,而是恪守本业,注重口碑和现金流,追求合理的毛利率水平,保持‘长坡薄雪’,万科物业也是做出了这样的选择。”

“追求合理的毛利率水平”“不要让高毛利害了行业”,朱保全关于物管行业毛利率的观点得到共鸣。

“物管行业首先是服务行业,二是劳动力密集型,三是没有太高的门槛,四是也不存在垄断的资源,比如说特许经营。”杨鸥在《倡议书》签署现场表示,“我们做

基础的物业服务,太高的毛利率不太合适。”

对于物管行业此前存在的高毛利率问题,杨掌法认为,是因为外界对这个行业的判断以及我们在自我认知上出现了问题,“主要就是高估了我们自己。”

朱保全则表示:“企业毛利率和行业毛利率是不同的概念,一定要看单纯物业管理这项业务的毛利水平。毛利来自业主在支付物业管理费时公司收取的服务酬金,

而物业管理费是用来做不动产养护的支出。”

“毛利率是客户关系的一种体现,垄断行业或者强知识企业或许存在高毛利情况,但市场会做出调节。”朱保全强调称,“如果物业管理行业真的存在高毛利情况,结果一定是或被业主终结服务,或被竞争者厘清。”

而中物研协总经理杨熙日前也表示,物管行业正告别高毛利时代,“高毛利是不可持续的。”

不仅如此,朱保全日前还发声指出,“物业管理行业更不要被社区增值服务的高毛利蒙蔽自己的眼睛。”

“卖米、卖菜、卖理财,物业服务企业以为自己是平台,但实则未能验证。但我们却忽视了那100万套房子意味着几万亿元的资产,这才是大生意,真正的问题是物业服务企业是否摒弃社区增值服务的诱惑,而花功夫来构建全新的服务不动产的能力。”朱保全如此认为。

## 呼吁为物管行业正名

那么,如何为物管行业正名?在朱保全看来,首先需要厘清甲方主体、乙方主体的关系。

“比如,万科物业、中海物业做得好,在某种意义上是站在开发商售后服务的角度去做物业服务。”朱保全以物管行业发展历程举例称,“之前,大家很少谈甲方主体、乙方主体的关系。而在《物权法》出台后,我们明确了甲方的权利,但对于业主方基于物权的责任和义务并没有明确。”

行业陷入了正在“挤泡沫”的质疑中。

“过去这几年,物管行业讲了很多‘故事’,但行业回归本原才能看到价值。物管行业很受大家关注,讲‘故事’有可能顾此失彼,而不去做这一行业本身需要做的事情。”朱保全表示。

在朱保全看来,物管行业首先是一个“滚雪球”行业。“每年的1月

1日,其他行业需要重新开始,物管行业则是在上一年的基础上继续增长,这便是‘滚雪球’行业。凡是‘滚雪球’行业,至少有15倍以上的市盈率,同时又能形成连锁店,可以在全国复制,这又可以提升市盈率。”

“但前提是有没有好的口碑和模式可以进行复制,有没有好的现金流。我觉得物管行业本身没有

那么多‘花里胡哨’的故事。”朱保全进一步解释称。

“根本目的应该是回归本原。”陈耀忠也分析认为,物业所在的社区是一个“场”,但这个“场”一定是可以影响社会面的。“接下来物管行业以正视听,回归社区管理,这是很重要的出发点。”

陈耀忠同时表示:“这几年,政府相关部门连续出台了关于‘物

业+’的政策,比如‘物业+养老’,等,虽然把物业行业的边界拓宽了,但这更有必要回归本原。”

值得注意的是,由万科物业、长城物业、绿城服务、中海物业4家头部物企联合发起的《倡议书》也呼吁行业回归管理本质。“曾几何时,物业行业畅谈科技与增值服务,而少谈物业管理本质。”《倡议书》表示。

绿色服务。整体来说,物业管理行业恰恰体现了社会价值和商业价值的和谐统一。”

“通过物业企业的不断努力与恪守本质,让千百万从业者的行业形象、社会形象得以改变。”朱保全也表示,物管行业协会也可以在为行业正名方面发挥作用,“在对优秀企业进行奖励的同时,对违规的企业予以处罚,这样才能真正让业主方理解这一行业,才能真正在社会公众面前为行业正名。”

# 生物科技企业如何“过冬”？

本报记者 娄国文 曹学平 北京报道

2022年下半年以来，多家生物科技(biotech)企业将生产基地出售给CDMO(合同研发和生产组织)或暂停运营，准备“过冬”。

11月15日，和铂医药(2142.HK)发布公告表示，苏州产业

化基地交由药明生物(2269.HK)控股子公司药明海德承接。同日，基石药业(2616.HK)也发布情况说明称，苏州工厂已于11月上旬暂停试运营，与CDMO的合作在稳步推进。而在9月19日，还未上市的科望医药发布公告称，苏州工艺开发和中试生产设施将被药明生物

吸纳。

在股市下行的大背景下，自2022年初至12月8日，和铂医药和基石药业股价分别下跌75.74%和47.64%。

面对严峻的资本市场大环境，收缩产品管线、与CDMO合作背后的生物医药企业有着怎样的发展经营规划呢？

12月8日，和铂医药方面对《中国经营报》记者表示，“针对未来的运营及发展，和铂医药制定了明确的发展战略并坚定执行。面对多变的市场环境，和铂医药能迅速做出反应，前瞻性地制定以及很好地执行全面战略，而且看到了不错的效果，这是值得被关注的，这也验证了公司从管理层、科学家团队到业务发展团队强大的判断力、能动性与执行力。”

和铂医药方面表示，“以子公司诺纳生物和莫德纳的合作为例，我们希望通过平台和团队等在抗体工程及发现方面的经验和优势，帮助莫德纳进行创新疗法研发。可以预期的是，我们

不会仅停留在一两个分子的合作，而是保持建立在平台及技术的基础上长期合作，希望开发一系列产品线，共同开拓新药研发的新领域和新方向。我们更愿意把我们这项业务看成是和铂医药原有技术授权的升级版，而非简单定义为CRO(合同研究组织)。”

## 开源节流

多家生物科技企业陆续出售或暂停生产基地。

科望医药成立于2017年，是一家处于临床阶段的、专注新一代肿瘤免疫治疗创新研发且还未上市的生物医药公司。9月19日，科望医药发布公告表示，“苏州工艺开发和中试生产设施将被药明生物吸纳，进一步打造为具备行业一流服务水平的大分子开发和GMP生产服务基地。药明生物将作为独家CDMO合作伙伴提供一体化研发和生产服务，保障科望医药全球创新药管线的开发和生产需求。”

基石药业成立于2015年底，是一家专注于研究开发及商业化创新肿瘤免疫治疗及精准治疗药物的上市生物医药企业。11月15日，基石药业发布情况说明称，考虑到苏州工厂尚处于试运营阶段且近期无大规模生产需求，为降低企业运营成本，基于充分调研和讨论，经公司慎重考虑并决定，苏州工厂已于11月上旬暂停试运营。相关产品的技术转移工作不受影响，仍按原计划与CDMO合作稳步推进。

和铂医药是一家临床阶段生物医药公司，成立于2016年，主要从事研究和开发免疫与肿瘤疾病的差异化抗体疗法，2020年12月在港交所上市。2022年上半年，和铂医药收入为2763万美元，亏损为7308万美元；研发成本为8362万美元，上年同期为4118万美元。

上述三家生物医药企业中，基石药业已有4款产品上市，而和铂医药与科望医药的产品均处于临床研究阶段，尚无产品上市。

11月15日，和铂医药宣布，与



2022年，生物科技企业面临着严峻的考验。

视觉中国/图

药明海德订立资产转让协议，转让有关生物大分子研发创新中心项目的生产厂房，总代价为1.46亿元。

公告显示，和铂医药生产厂房位于江苏省苏州市工业园区，包括一个8649平方米的工业厂房，一间1252平方米的办公室。签订协议时，和铂医药生产厂房正在建设中，卖方须在交付日前继续完成资产转让协议中的相关工程。此次出售生产厂房，将带来损失约6193万元。

对于此次出售生产基地，和铂医药方面在公告中表示，出售事项对公司整体有益且符合最佳利益，也与公司目前实施的全球创新战略一致。同时，考虑到整体市场状况，公司将推动战略优先项目进入临床阶段，这可能减少利用目标资产的项目。出售事项旨在将公司在建资产变现，而由于出售事项运

营成本降低，公司可将其财务及其他资源重新分配至药物开发，在扩大其他业务合作的同时将集团的平台价值最大化，也旨在专注核心能力，投资具备增长前景、可获取更稳定收入的项目。

另外，和铂医药方面表示，“通过上述出售事项及战略合作伙伴关系，本集团拟与买方及其关联人建立长期战略关系，长远来看将有利于本集团创造协同效应并提高本集团的声誉及品牌。此外鉴于近期经济低迷，出售事项将即刻带来现金以支持本集团的运营及药物开发，同时改善财务架构、现金流量及流动资金。出售事项对本集团的业务及营运并无重大影响。”

在多家生物医药企业陆续出售或暂停生产基地，同时纷纷与CDMO分工合作的背景下，初创生

物医药企业是否有必要自建生产基地的问题再次引起业内思考。

据机械工业信息研究院发布的《2022年中国医药CDMO市场研究报告》，2015年，全国十省市试点推行MAH(药品上市许可持有人)制度，将药品上市许可和药品生产许可分离。2017年10月，MAH制度在全国推行。

上述报告指出，新兴生物技术企业多是以首席科学家为核心的初创企业，缺少GMP(药品生产质量管理规范)和规划生产的经验，而且新建GMP厂房需要巨额固定资产和大量时间的投入，因此这类企业在药品研发过程中会更依赖研发和生产外包服务商。对创新药开发而言，资本和时间都非常宝贵，越早上市越能在市场中占有一席之地。

## 业务升级

诺纳生物Harbour Mice平台业务与外界理解的CRO业务不同。

11月14日，和铂医药宣布成立全资子公司诺纳生物，利用Harbour Mice全人源抗体转基因小鼠平台及新一代自主研发的免疫细胞衔接器双抗平台HBICE，发挥在抗体相关领域研发方面的独有优势与丰富经验，以创新商业模式，为合作伙伴提供从发现到临床研究审批(I to I, Idea to IND)的完整临床前药物开发服务。

对于此项业务，和铂医药方面向记者解释称，外界认为的转型CRO是误解，诺纳生物Harbour Mice平台业务与外界理解的CRO业务不同。

“针对临床管线，我们依然会全力推进具有全球竞争力的创新产品，并积极布局前沿技术研发领域，包括ADC(抗体药物偶联物)、NK-Cell(自然杀伤细胞)等，立足全球视野，在国际竞争中处于创新前列。无论市场如何变幻，我们坚信创新是不变的秘诀。”和铂医药方面表示，生物药研发是一个需要长期沉淀、高度积累的事业，需要整个产业链上下游的合作，从而更高效地为患者开发新药，惠及更多患者，这也是全行业的共同目标，诺纳生物的成立也是基于这样的考虑。

和铂医药方面介绍，“我们拥有全球稀缺的全人源小鼠平台专利技术，在包括单双抗、ADC、NK-Cell等前沿研发领

域拥有核心竞争力，具有广泛的适用性。同时，我们在多年自有管线的开发中积累了丰富的经验与技术专长，有能力也希望与更多合作伙伴开发全球创新生物疗法。”

据介绍，诺纳生物致力于为合作伙伴提供涵盖靶点验证和多元化形态药物分子从发现至临床前研发等“I to I”完整服务，提供高度灵活的商业合作模式，可以满足客户个性化的需求，致力于消除行业技术壁垒，赋能行业发展。

和铂医药方面表示，成立仅一个月，诺纳生物就接连与莫德纳、Dragonfly Therapeutics达成合作，这也说明了市场对源头技术创新不变的渴望、对真正有平台优势的一站式临床前研发服务的旺盛需求，也验证了和铂医药在这一商业模式探索上迈出了成功的一步。

“通过诺纳生物可持续的价值创造力与基于专利平台技术及科学家团队的强大造血能力，公司正在短期内获得可观的现金流支持，并在中长期内持续收获平台价值回报，从而保证公司拥有充足的资金支持临床业务的进一步发展。”和铂医药方面表示。

和铂医药方面表示，“尽管当前外部环境充满挑战，但通过我们快速、坚实的战略部署，和铂医药将走得更聚焦、更灵活、更全球化、更创新。”

# 竞争白热化 乳癌用药集采价降至“地板”？

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

## 降幅超过85%

乳腺癌用药注射用紫杉醇(白蛋白结合型)的集采中选价降幅再次刷新纪录。

日前，广东省药品交易中心公布阿比特龙等药品集中带量采购中选入围结果。其中，在紫杉醇(白蛋白结合型)组别，湖南科伦制药有限公司(以下简称“湖南科伦”)、齐鲁制药(海南)有限公司(以下简称“海南齐鲁”)中选，石药集团欧意药业有限公司(以下简称“石药欧意”)入围。

根据此前公示，针对上述品种，湖南科伦、海南齐鲁、石药欧意的报价分别为114.8元/瓶、135元/瓶、148元/瓶，而该品种设定的最高有效申报价为780元/瓶。也就是说，注射用紫杉醇(白蛋白结合型)在此次广东省集采的中选价格降幅最高达85.28%。

值得注意的是，注射用紫杉醇(白蛋白结合型)是国家第二批集采品种，原研药在2020年3月被取消中选资格。至此，这一部分的市场需求量由国内仿制药企承接，同时加剧竞争。截至目前，恒瑞医药(600276.SH)、湖南科伦、海南齐鲁等6家药企拥有生产批文且已过评，双成药业(002693.SZ)、扬子江药业集团有限公司等6家药企报产在审。

对于在集采中大幅降价的考量等相关问题，《中国经营报》记者致函湖南科伦母公司科伦药业(002422.SZ)方面，截至发稿，对方未予以回应。

根据广东省药品交易中心发布的《广东省阿比特龙等药品集中带量采购文件》，此次集采的品种范围为国家第二、第四批集采协议期满的阿比特龙等66个药品的全部剂型及规格，采购周期原则上到2025年12月31日，首年采购期截止至2023年12月31日。

今年9月，广东省药品交易中心公布上述66个药品的广东公立医疗机构首年采购需求量明细。其中，紫杉醇(白蛋白结合型)注射剂涉及5家药企，分别为石药欧意(238508支)、Fresenius Kabi USA(10730支)、湖南科伦(2974支)、海南齐鲁(239支)、恒瑞医药(185支)。另外，广东医保定点社会办

医疗机构、广东定点零售药店对紫杉醇(白蛋白结合型)注射剂的需求意向均只有石药欧意一家，分别为365支、300支。

此外，广东省药品交易中心披露紫杉醇(白蛋白结合型)注射剂的最高有效申报价为780元/支(规格为100mg)，符合申报条件报名产品及申报品规的药企包括石药欧意、恒瑞医药、湖南科伦、海南齐鲁。

上述文件显示，中选企业获得各公立医疗机构报送的首年采购需求量，并获得增量的使用资格；入围企业由公立医疗机构确定是否选择采购使用。

此外，采购年度内，在完成协

议采购量后，公立医疗机构(含未报量的公立医疗机构)优先采购使用中选产品，中选产品按照完成协议采购量后不低于70%比例继续带量采购。

10月31日，相关药企进行线上报价，同时公布紫杉醇(白蛋白结合型)的集采拟中选/拟入围结果。前期获得市场最大需求量意向的石药欧意，其给出的价格是148元/瓶，较最高有效申报价已降低约81%，但仍高于海南齐鲁的135元/瓶，更高于湖南科伦的114.8元/瓶。最终，后两者中选，石药欧意录得入围，恒瑞医药未能中标。

根据上述文件拟定的程序，中选通知发布后，将按照中选/入围

企业及其中选/入围价格在广东省平台上完成挂网工作，交易各方签订购销合同并执行。

据此，湖南科伦的注射用紫杉醇(白蛋白结合型)是否最终将按此前的报价(114.8元/瓶)进行挂网？暂不得而知。

事实上，今年6月，湖南科伦也在豫晋蒙鄂湘桂琼渝贵青宁新兵团十三省(区、市、兵团)药品联盟采购中中选，彼时其给出的注射用紫杉醇(白蛋白结合型)报价为165.8元/瓶，同时中选的石药欧意、海南齐鲁的报价均为148元/瓶，恒瑞医药弃标。根据当时集采文件，湖南科伦仅获得医疗机构的采购需求量，未能获得待分配的采购量。

8月30日，科伦药业在业绩说明会上表示，公司的注射用紫杉醇(白蛋白结合型)进入市场初期为非集采中标品种，通过大力开拓海外市场并积极准入未报量医院，销售收入实现明显增长，叠加下半年十三省集采联盟中选，预期该产品全年销量将达去年三倍以上。

值得注意的是，12月13日，长三角(沪浙皖)联盟地区药品集中采购将进行信息申报，此次集采的品种也包括紫杉醇(白蛋白结合型)注射剂，其最高有效申报价格为1150元/支，首年约定的采购量计算基数为52.86万支。届时，各药企将给出多大降幅的报价，我们将拭目以待。

## 人局者众

在近几轮地方集采被多家仿制药企以低价“拼杀”的注射用紫杉醇(白蛋白结合型)，其此前在国内的中标企业包括原研药厂美国Celgene Corporation(以下简称“新基医药”)。

根据科伦药业披露，注射用紫杉醇(白蛋白结合型)原研药Abaxane由新基医药开发，已在全球30多个国家获批上市，2008年在中国批准进口，用于治疗联合化疗失败的转移性乳腺癌或辅助化疗后6个月内复发的乳腺癌。恒瑞医药公告显示，2016年，Abaxane在中国市场销售额约为3448万美元，全球市场销售额约为10亿美元。

2020年1月展开的二轮国家

药品集采中，恒瑞医药、石药欧意、新基医药分别以780元/支、747元/支和1150元/支的价格，中标注射用紫杉醇(白蛋白结合型)。其中，新基医药负责供应北京、天津、浙江等地区，其采购量累计约4.37万支，而此次集采这一品种的首年约定70%采购量约9.58万支。

不过，2020年3月，国家药监局在对新基医药开展药品境外生产现场检查后，宣布Abaxane部分关键生产设施不符合我国药品生产质量管理的基本要求，故暂停其在中国进口、销售和使用，并取消新基医药的集采中选资格。

上述近期广东省集采所涉及的意向企业Fresenius Kabi USA，即

为新基医药的受托生产企业，但在此次集采并不符合申报条件，未能参与报价。

而注射用紫杉醇(白蛋白结合型)原研药进入中国的这些年，多家药企也展开仿制。2018年2月，石药欧意的“克艾力”获批上市，恒瑞医药的“艾越”紧随其后，在当年8月获批上市。2019年11月，海南齐鲁拿到该药品的生产批文。

2020年8月，科伦药业的注射用紫杉醇(白蛋白结合型)获得药品注册证书，是公司首个获批上市的抗肿瘤药物纳米制剂，也是公司继吉非替尼片、唑来膦酸注射液(4mg/100ml)后第三个获批上市的抗肿瘤药物。

根据科伦药业披露，今年上半年，注射用紫杉醇(白蛋白结合型)的销售收入同比增长115.21%。公司整体营业收入同比增长10.84%，主要原因即包括仿制药的持续放量。

米内网数据显示，2021年，中国公立医疗机构终端注射用紫杉醇(白蛋白结合型)的销售额已接近40亿元，同比增长26.5%，2022年上半年的销售额同比增长超过10%，是抗肿瘤药Top 5产品。而被取消中选资格后，原研药的国内市场份份额快速下滑，到2022年上半年已不足1%，而其在2019年的市场份额超过20%。

与此同时，仿制药企的销售

额迅速增长。根据弗若斯特沙利文统计，2021年，国内注射用紫杉醇(白蛋白结合型)的市场份额由石药欧意、恒瑞医药合计占据约90%。

另一方面，还有多家仿制药企正处于报产在审的阶段。10月25日，江苏康禾生物制药有限公司的注射用紫杉醇(白蛋白结合型)以仿制4类报产获批，视同过评，成为国内第7家获批该产品的药企。

记者同时在国家药监局药品审评中心官网看到，该中心在5月24日承办了新基医药注射用紫杉醇(白蛋白结合型)的补充申请，该公司产品目前处于在审状态。

# 光伏竞争白热化：海外对手觊觎 国内扩产凶猛

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

“今后我们面临的最大挑战是什么？就是竞争越来越激烈，而且是前所未有的。”

## 竞争“前所未有”

在国内外需求刺激下，新一轮光伏市场的争夺战正在打响。

在碳中和目标推动下，光伏产业发展迅猛，态势一如既往地火热。

王勃华表示，2022年1~10月，我国光伏产业新增装机量58.24GW，同比增长98.7%。截至8月底，我国光伏累计装机已达349.9GW，仅次于火电和水电。

应用市场的火爆与近年来分布式光伏市场的发展密不可分。2022年前三季度，我国分布式光伏新增装机35.33GW，占新增装机总量达67.2%。不仅如此，我国以沙漠、戈壁、荒漠地区为重点的大型风电光伏发电基地也陆续开工建设，且储备规模雄厚。

除此之外，国外光伏市场也保持了旺盛需求。2022年1~10月，光伏产品出口呈现量价齐升的态势，其中硅片、电池、组件出口总额440.3亿元，同比增长90.3%。尤其是欧洲对光伏的需求攀升，组件出口到欧洲市场的份额超过总出口量的一半。

在国内外需求刺激下，新一轮光伏市场的争夺战正在打响。

在国内，2022年以来，光伏赛道跨界者陆续涌现，并在产业链各环节展开了新一轮布局。王勃华表示：“各行各业都进来了，包括央企国企等，竞争进一步白热化。”

在资本加持下，新老玩家扩产迅猛。王勃华披露的信息显示，2021年初至2022年11月，据不完全统计，我国光伏规划项目超过480个，其中部分项目为分期建设，未来将视市场变化情况择机启动。

值得一提的是，伴随着全国地方政府积极的招商引资政策，光伏企业陆续到西北、西南和东

近日，在“2022中国光伏行业年度大会暨（滁州）光伏高质量发展高峰论坛”上，中国光伏行业协会名誉理事长王勃华针对我国光伏产业面临的挑战提出了上述观点。

在王勃华看来，竞争来自国内和国外。一边是国内光伏产业呈现的狂热扩产和跨界现象，另一边是大国之间光伏制胜的竞争正在加剧。

《中国经营报》记者从论坛上

获悉，尽管光伏赛道入局者众，看似“狼来了”，但不少老玩家却并没有过多焦虑，而且异常清醒。同时，政府部门也在积极协调和应对海外光伏贸易问题。



在碳中和目标推动下，光伏产业发展迅猛，态势一如既往地火热。图为江苏省常州市武进区前黄镇的渔光互补光伏发电基地。 视觉中国/图

南江浙地区扩产布局。晶科能源副总裁钱晶表示：“以前制造业集中在人才密集、资金充足的东南沿海地区，未来可能要西迁，大部分生产基地会在西北、西南地区，对中国经济发展不均衡态势则会产生一个翻天覆地的变化。”

除国内市场外，在全球推进碳中和目标与能源独立时代背景下，海外市场对本土光伏产业愈加重视，也让竞争变得更加激烈，并且暗藏诸多不确定性。

“十几年来，我国光伏产业变成世界第一后，国外企业整合和破产的消息不绝于耳，但现在不一样

了。”王勃华称，目前一些国家和地区已将发展新能源制造上升到政府层面，而且有目标、有措施、有步骤。“这些国家和地区不仅支持本土企业制造，而且设法掣肘中国产业的发展，特别是美国、欧盟和印度。这应该引起我们光伏行业的密切关注，我们应该在技术创新层面更加努力。”

王勃华还表示：“迫于中国企业在主流赛道难以撼动的优势，国外企业意图通过新技术‘弯道超车’。比如，美国能源部成立‘碲化镉发展联盟’、欧洲重启‘太阳能光伏创新平台’、日本和俄罗

斯企业在加速发展钙钛矿技术，这些都是一些迹象。”

商务部贸易救济调查局副局长王新指出：“展望未来，乌克兰局势深刻重塑了全球能源格局，在确保产业链安全和实现碳中和目标的双重考量下，美国、欧盟、印度、土耳其和澳大利亚等光伏主要海外市场将新能源制造本土化的决心愈加坚定。”

面临严峻而复杂的国际形势，王新表示：“传统贸易摩擦仍将长期伴随光伏海外出口。同时，绿色门槛等新型贸易壁垒成为西方打压中国光伏产业的重要手段。”

## 穿越周期才能走向未来

在新一轮技术迭代的关口，各路玩家也试图通过新技术实现跨越发展。

过去20年，光伏产业发展跌宕起伏，时而狂飙突进，时而陷入低谷。面对碳中和目标下的市场机遇，有的玩家觊觎与狂热，也有玩家保持清醒。

“我们都是‘过来人’了，可能思想比较保守。20多年看下来，行业发展具有一定周期性，大概三四年左右一个小周期，五六六年一个大周期。我建议企业不要过度营销和经营，谨防面临市场增长放缓的风险。”中国光伏行业协会理事长、阳光电源董事长曹仁贤认为，有新玩家进来，肯定会有部分人出局，对于“局中人”还是要加强自身的经营管理与创新能力。

天合光能董事长高纪凡亦表示，真正在光伏行业里走过一二十年的企业，看重行业未来更长远的发展。由于整个光伏行业有自身发展的预期和规律，三五年时间在产品上会发生一次迭代，因此不能过于激进，扩张计划要有节奏。

在高纪凡看来，过去2~3年已经处于供不应求的时期（特别是上游原料），这种局面不会长久。进入一个新的周期时，必然要开启新一轮的调整，这时谁最有竞争力谁就能赢得未来，相信只有能够穿越周期的企业才能够真正走向未来，而不是赶热度。

面对新玩家入局，钱晶表示乐观：“老玩家根本不必焦虑，焦虑意味着并没有看透行业本质。”钱晶称，光伏行业属于生产资料行业，光伏产品不是快消品。光伏制造业不是大家想象中那么低门槛，不是谁都能拿着资本进来，没有那么简单，产品也需要在外部环境条件下经受25年甚至30年的考验。

钱晶还认为，一个产业在供不应求情况下是没有创新的，因为企业生产什么，市场都会吸纳。只有在供大于求的情况下，才会激励企业不断创新。因此，多一些玩家总比行业“寂寞”要好。

在新一轮技术迭代的关口，各路

玩家也试图通过新技术实现跨越发展。不过，借助新技术概念，在资本市场炒作的做法并不被看好。

高纪凡称：“现在很多企业在搞新技术，很快拿到了融资，公司估值就几十亿元了，比如钙钛矿。毫无疑问，行业需要开放创新，但实际上老玩家都在研究钙钛矿，一年投入的钱并不少，并且真正付出了精力，只是没有显现出来而已。”

高纪凡认为，企业不能搞太多虚幻的东西，过度被资本裹挟，它可能短期内尝到了甜头，但长期而言是很有风险的，因为产业还是要持续发展，需要保持持续的竞争力，这才是关键。

对此，阿特斯阳光电力集团股份有限公司高级副总裁张光春表示，技术高低很难评价，但企业更重视产业化的技术。如果技术和产品在度电成本上没有竞争力，技术被说得天花乱坠也没用，还是要被淘汰出去。同时，钱晶也认为，一个技术从实验室转化为产品，竞争力还是要看性价比。

相比国内产业自身的竞争，国外日益激烈的竞争环境与局势更需格外关注。

王新建议，要坚持创新驱动，提升核心竞争力。“低价竞争无疑是饮鸩止渴，海外建厂也只能解一时一地之急。希望光伏企业继续发扬技术创新的优良传统，积极开辟新领域新赛道，不断塑造新动能、新优势。”

与此同时，王新还表示，要秉持互利共赢理念，深化国际合作，利益融合。建立中外光伏民间对话的平台，增进双方交流互信，拓宽合作领域，化解商业纠纷，反对贸易保护，共同维护全球新能源产品供应链稳定。同时，在“一带一路”倡议下加快新兴市场开发力度，不断挖掘出口海外的新增长点。

“面对贸易摩擦，我们要敢于斗争、善于斗争，在案件预警、应诉动员、法人抗辩等方面积极应对。”王新强调，我们要坚决维护自身利益。

# 炼化巨头的新能源“野心”：东方盛虹欲打造锂电全产业链

本报记者 陈家运 北京报道

民营炼化巨头东方盛虹（000301.SZ）正在新能源赛道加码布局。

近日，东方盛虹发布公告称，其二级控股子公司——湖北海格斯新能源股份有限公司拟投资186.84亿元，在湖北省宜昌市宜都化工园区建设新能源材料项目。

东方盛虹人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，上述项目主要聚焦磷酸铁锂领域。锂电池材料作为新能源汽车和电化学储能“核心”的动力电池材料，市场需求较大，公司看好磷酸铁锂在安全性能和循环寿命方面的综合优势，欲打造国内顶尖的锂电池全产业链。

中研普华研究员杨兴杰告诉记者，今年以来，诸多企业纷纷跨界磷酸铁锂行业，主要缘于其市场需求不断增长。近年来，随着磷酸铁锂电池装机量持续攀升，磷酸铁锂已出现供不应求的局面，其产品价格暴涨。不过，随着各个公司产能投产，市场竞争也会加剧，各公司未来需要加强生产成本等方面的控制。

## 赛道持续火热

公开资料显示，东方盛虹是盛虹控股集团有限公司的核心上市公司，后者位列世界500强第241位，主营业务包括炼油、石化、新能源新材料、民用涤纶长丝等领域。

2021年，东方盛虹实现营业收入约516.41亿元，同比增加53.24%；归属于上市公司股东的净利润盈利约45.23亿元，同比增加490.01%。

东方盛虹方面表示，上述拟投资项目将以磷矿为原料，建设从磷矿到磷酸铁锂的全产业链，项目主要包括50万吨/年磷酸铁

装置、30万吨/年磷酸铁锂装置、180万吨/年选矿装置和80万吨/年硫磺制酸装置等。

作为目前动力电池和储能电池正极储能材料——磷酸铁锂综合优势明显，安全性能和循环寿命优势突出，已经成为新能源汽车动力电池和储能电池的首选正极材料。

近年来，新能源汽车产业快速发展，带动了磷酸铁锂电池的需求增长。作为新能源汽车的“心脏”，锂电池占整车成本达30%~40%。

2022年磷酸铁锂赛道持续火

热。中国汽车动力电池产业创新联盟数据显示，今年前三季度，我国动力电池累计装车量193.7GWh，累计同比增长110.5%。其中，磷酸铁锂电池累计装车量116.3GWh，占总装车量的60.1%，累计同比增长159.8%。

储能方面，电化学储能技术具有能量密度高、工作电压大、循环寿命长、充电速度快等特点，已成为新型储能的主流方式。其中，锂电池凭借领先的安全性、高效率、长循环等优势，应用占比逐年攀升，近几年在新型储能中的占比稳定在80%~95%之间。

上述东方盛虹人士告诉记者，本次投资公司看好磷酸铁锂的市场空间，尤其是储能方面。同时，公司基于大化工平台持续赋能与新材料开发多年积累，形成独有的自身资源和技术优势，布局磷酸铁锂全产业链，积极开拓新能源材料市场，促使公司向世界级新能源新材料高新技术产业集群转型。

杨兴杰分析认为，磷酸铁锂是储能电池的首选，在补贴持续退坡的趋势下，新能源专用车企商更关注动力电池的性价比，磷

酸铁锂电池凭借其较低的成本，越来越得到市场的青睐。在后补贴时代，磷酸铁锂电池的成本优势不断显现，尤其是在大宗商品价格不断上涨之下，车企生产成本持续承压，降本需求更加迫切。车企为了控制成本，将更加青睐于价格较低的磷酸铁锂电池。由于磷酸铁锂电池不含钴镍等贵金属，在成本管控方面更有利。另外，磷酸铁锂技术壁垒较低。磷酸铁锂生产目前没有太高的技术壁垒，生产线建设仅需几个月，建立技术队伍较快。

## 行业利润可观

伴随磷酸铁锂赛道持续的高景气度，东方盛虹对该项目建成后的业绩寄予厚望。

东方盛虹方面表示，根据可行性研究报告估算，上述项目可实现年销售收入561.46亿元，年均利润总额33.75亿元。项目达产后，将对公司的经营业绩产生积极作用。

今年第三季度，由于新能源

汽车市场和储能市场需求保持高增长态势，磷酸铁锂正极材料量价齐升，相关上市公司业绩普遍实现翻倍式增长。

10月27日，磷酸铁锂龙头德方纳米（300769.SZ）发布前三季度业绩公告称，2022年前三季度，公司实现营收约144.16亿元，同比增加519.79%，归属于上市公司股东的净利润约18.28亿元，同比增

加628.2%。另外，龙蟠科技（603906.SH）前三季度公司实现营收99.39亿元，同比增长329.27%，归母净利润7.08亿元，同比增长264.62%，扣非净利润6.84亿元，同比增长283.87%；万润新能（688275.SH）前三季度营业收入为74.4亿元，同比增长549.59%，归属于上市公司股东的净利润为7.92

亿元，同比增长332.93%。

据电池网统计，自2021年1月初以来，磷酸铁锂正极材料（动力型）价格从不足3.8万元/吨上涨至今年9月底的15.5万元/吨，涨幅逾3倍。今年1月初，磷酸铁锂价格约10.5万元/吨，目前价格约16.5万元/吨，年内涨幅也有近六成。

同时，由第三方研究机构EVTank联合伊维经济研究院共

同发布的《中国锂离子电池正极材料行业发展白皮书（2022年）》显示，2021年，中国锂离子电池正极材料出货量为109.4万吨，同比大幅增长98.5%。其中，磷酸铁锂正极材料出货量45.5万吨，在连续5年落后于三元材料的情况下实现反超，成为正极材料细分领域出货量最多，且增长速度最快的子行业。

## 警惕“同质化”竞争

磷酸铁锂行业巨大的需求潜力，吸引了一批资本雄厚的上市公司入局。

记者注意到，近年来，磷酸铁锂电池材料行业迎来扩产热潮。包括三元材料领域厦门钨业（600549.SH）、长治锂科（688779.SH）、天力锂能（301152.SZ）、钛白粉领域的龙佰集团（002601.SZ）、中核钛白（002145.SZ）、惠云钛业（300891.SZ），磷化工行业的云天化（600096.SH）、兴发集团（600141.SH），氯碱行业的天原股

产能674万吨，预计远超2025年市场需求。2021年国内磷酸铁锂产能接近97万吨，加上2022年新增产能释放，预计2022年底将达到300万吨，磷酸铁锂产能或将过剩。

记者注意到，东方盛虹本项目建设期为两年。目前完成项目可行性研究报告编制等工作，尚处于前期报批阶段。

杨兴杰告诉记者，虽然磷酸铁锂市场空间广阔，但未来随着各公司产能投产后，市场竞争也会加剧，未来需要加强生产成本等方面的控制。

东方盛虹方面也坦言，上述项目是基于公司战略发展的需要及对行业市场前景的判断，但行业的发展趋势及市场行情的变化存在一定的不确定性。

不过，杨兴杰表示，未来磷酸铁锂将继续改进容量、压实密度、电子导电率、离子导电率等。预计未来十年，磷酸铁锂依旧是主流路线。

杨兴杰认为，近年来，在企业努力下，磷酸铁锂电池性能得到了很大程度的提升，不断获得市场与企业认可，如2020年3月，比亚迪发布

刀片电池，在体积、能量密度上，比传统磷酸铁锂电池提升了50%，成本下降了30%；6月，宁德时代发布第三代CTP——麒麟电池，电池包体积利用率从第一代的55%提升到72%，能量密度达255Wh/kg。未来随着磷酸铁锂电池技术的不断创新，行业规模将持续扩张。

在杨兴杰看来，磷酸铁锂已经确定是未来发展的主流正极材料。从技术来看，磷酸铁锂还有较大的改善空间。不过，避免同质化竞争，仍是业内需要面对的问题。

# “硅周期”进入下滑通道 全球半导体巨头裁员降本

本报记者 谭伦 北京报道

伴随全球半导体市场的低迷，削减成本正在成为多家头部大厂的应对选项，由此引发的裁员潮也在蔓延。

12月3日，全球多家科技媒体报道，晶圆代工商格罗方德将裁员超过800名员工，约占该公司全球逾15000名员工的5.3%，消息随后获格罗方德公司的邮件确认。据悉，此

次裁员将主要集中在非制造业职位，计划在2022年年底之前进行。

而在筹划裁员规模方面，格罗方德的人数并不算多。两个月前，由于个人电脑市场放缓，半导体巨头英特尔也启动了针对上千人的裁员计划。此前，CEO帕特·基辛格曾表示，人员优化将是未来降低公司成本计划的一部分。

同时，芯片设计巨头ARM也身处此次半导体裁员潮的浪尖。

早在今年10月初，《金融时报》指称ARM已将其英国员工人数减少了20%，累计达700人。考虑到ARM在英国以外的全球员工人数也同时减少了550人，此次总裁员规模涉及1250人。

值得注意的是，有些厂商虽未言明裁员，却以另一种形式贯彻降本增效的意图。据台湾地区媒体报道，今年10月，台积电总裁魏哲家在致员工信件时提出，除量产在即的3nm及3nm以下研发制程的相关人员外，鼓励其他员工多与家人相处，休假充电。

业内对此轮半导体巨头裁员有着更为多元的解读。多位业内人士向《中国经营报》记者表示，全球半导体产业正进入另一阶段。在削减成本压力下，很多巨头不得不以裁员应对危机，而在更深层次，裁员也预示着整个行业进入新一轮调整周期。

## 削减成本好过冬

为了做好“过冬”的准备，半导体巨头纷纷祭出了削减成本的举措。

三年新冠肺炎疫情催生出的数字化需求，曾一度令半导体产业经历供不应求的繁荣期。但从2022年开始，市场由产能短缺转为过剩的态势已从传导至半导体全行业。市研机构Omdia发布的调研数据显示，在连续增长8个季度后，今年第二季度全球半导体收入首次出现同比下滑，第三季度则延续颓势，同比下降了7%。

在此背景下，为了做好“过冬”的准备，半导体巨头纷纷祭出了削减成本的举措。其中，作为产业链上游代工领域的龙头，台积电释放

了明确的信号。魏哲家在2022年第三季度的财报电话会上表示，受全球半导体需求疲软以及通胀导致的成本上升等因素带来的产能扩张计划调整影响，台积电预备将2022年的资本支出预期从至少400亿美元下调至360亿美元。

而几乎在同一时期，英特尔也对外公布了削减开支计划。由于2022年第三季度营收较上一财年同期同比下降了20%，净利润下降85%。帕特·基辛格表示，英特尔将努力在2023年实现30亿美元的成本削减，到2025年年底时将年化成本削减和效率增益提

高到80亿美元至100亿美元。

两家巨头几乎一致的反应，也为整个行业做出了注脚。半导体产业分析师季维向记者表示，需求的逆转加剧了市场的不景气，尤其是从2021年年底开始的砍单潮，目前已经影响到设计、制造、封测、设备等所有环节。

“裁员是削减成本最直接的手段。”季维表示，半导体公司的人员配备与市场周期呈现强相关关系，为扩张期而设的人员岗位在市场收缩时期常常存在大量冗余，而市场销售业务部门是最容易遭受裁撤的部门。

除裁员外，季维指出，削减招聘岗位也是常用的办法。以英伟达为例，在遭受了2022年第二季度营收下滑19%的挑战后，公司CEO黄仁勋在内部信中向员工作出保证，即使营收不及预期也不会裁员。但公开信息显示，其招聘的岗位却已大幅减少。

此外，最为柔性的做法则是台积电的休假日“减员”。季维预计，由于仍是代工市场订单最为紧俏的厂商，台积电短期内还不会采取裁员的方式，但如果市场低迷期延续，不排除其未来裁员的可能。

进入2022年后的六个月，全球半导体芯片销售额持续出现放缓，成为自2018年以来增速放缓持续时间最长的一次。

裁员的浪潮汹涌，于行业巨头而言更像是一次应对危机的自我调整。而在更大的产业背景下，也预示了新一轮“硅周期”的再临。

在业内，所谓的“硅周期”是指

半导体业的繁荣与萧条的一轮交替，通常以四年为一个周期。据中金公司统计，近20年来，全球半导体产业经历了4~5轮“硅周期”，而供需关系是造成“硅周期”的主要因素。

在新一轮“硅周期”中，新冠肺

炎疫情（以下简称“疫情”）被认为

是最大的驱动因素，由于远程办公与数字化需求的刺激，全球PC市场迎来爆发，这也带动了半导体市场的崛起。IC Insight数据显示，2020年全球半导体产业增长了约10%，其中PC芯片的市场需求增长是重要的贡献因素。

但随着疫情持续以及地缘冲突加剧，全球经济进入下行周期，由此也导致了智能手机和PC的消费趋冷。Canalys与IDC数

据显示，今年4~6月，智能手机的

“这一轮周期严格算只有不到3年，短于平均周期，主要还是产能短缺拉高了制造侧的预期，使其快速增长增加了产能提前满足了市场的需求。”CHIP全球测试中心中国实验室主任罗国昭向记者表示，这也让提前到来的衰退显得更为急促。

美国半导体行业协会(SIA)发布的报告显示，进入2022年后的六个月，全球半导体芯片销售额持续出现放缓，成为自2018年以来增速放缓持续时间最长的一次。

这也成为造成此轮半导体裁员的深层原因。在罗国昭看来，任何一次“硅周期”的变化，都要伴随产业的自调整。在半导体市场，产能过剩的市场低迷，会最终促使半导体企业减少运营支出，导致人员裁减，而最终让“硅周期”回到新的增长起点。

下半年市场有望恢复正常。

而在微观数据之外，宏观规律会起到更强的作用。“放到近20年看，半导体市场衰退的时间从没超过一年。”季维表示，影响“硅周期”的因素本质还是需求，而随着全球疫情进入收尾期，智能汽车、数据中心正在成为新的增量市场，这些都在加速半导体行业的复苏。

在最近举行的行业会议上，华为首席供应官应为民表示，2021年半导体行业产能供不应求，2022年却因全球经济下滑而出现短暂回落，但从更长周期来看，半导体产业已变成朝阳产业，波浪式创新还会继续推动整个市场发展。

国际机构给出的预测更为乐观，IDC分析师马里奥·莫拉莱斯在今年年中的半导体市场研讨会上表示，在新的增长需求驱动下，世界半导体市场在今后10年内将翻一番，总市值超过1万亿美元。在此背景下，全球半导体市场仍有着积极的前景。



整个半导体行业进入新一轮调整周期。  
视觉中国/图

## 危机之后的机遇

从更长周期来看，半导体产业已变成朝阳产业，波浪式创新还会继续推动整个市场发展。

# 金秋十年

绿色经济

十年来，我国全面建成小康社会，开启了全面建设社会主义现代化国家新征程，新发展理念深入人心，经济社会发展取得了具有里程碑意义的重大成就。

2021年我国国内生产总值达到了114万亿元，人均国内生产总值达到1.25万美元，接近高收入国家门槛。

截至2021年末，中国本外币的绿色贷款余额已经接近16万亿元人民币，同比增长33%，存量规模居全球第一位。2021年，中国境内绿色债券发行量超过了6000亿元，同比增长了180%，余额达到了1.1万亿元，在全球居前列。

（数据来自国务院新闻办）

中国经营报  
CHINA BUSINESS JOURNAL



扫码了解更多

# “钢铁侠”外骨骼机器人赛道趋热 商业化落地尚待探索

本报记者 曲忠芳 李正豪 北京报道

偏瘫的老年人能够每天外出散步、物流快递人员搬运沉重的物品快速上下楼梯、建筑工人轻松完成装卸搬运等现场工作、消防员背起大型抢险设备完成救援任务、残疾人跑完马拉松全程……近年来，外骨骼机器人的出现及应用，正在使这些场景变成现实。

《中国经营报》记者注意到，A股上市公司科大讯飞(002230.SZ)

## 赛道兴起，国产厂商加速布局

国产外骨骼机器人厂商正在产品迭代、商务合作、场景落地方面持续发力，加速布局。

外骨骼机器人，是指穿戴在人类身体外部的一种智能机械设备。它通过生物传感、智能算法、控制等技术来感应人体动作，驱动机械系统，以达到补充、替代或强化部分身体功能的作用。

记者观察到，目前市场上外骨骼机器人的产品多种多样，穿戴部位涵盖上肢、下肢、腰部、膝部、踝关节等，销售价格从几万到几十万甚至上百万元不等。许多第三方研究报告中对于外骨骼机器人从动力、使用部位、行业领域等方面进行了多种分类，如从动力装置来区分，可分为电动、液压、气压等形式。目前，相关产品的应用场景集中于军用、医疗、工业、消费等行业。

北京航空航天大学杭州创新研究院副研究员郑浩告诉记者，外骨骼机器人的研发可追溯至上世纪60年代军用领域。最初是为了设计增强型军用装甲，但受限于电机、能源、控制等技术的发展，设备往往体积庞大且笨重，因而停留在小规模的样机试制阶段。进入本世纪，随着材料领域的发展，具有更高性能电机和电池的研制与普及，促进了外骨骼机器人的适用性，为外骨骼产品的应用甚至普及提供了技术支撑。与此同时，劳动力成本增加、人口老龄化等社会问题日益突出，人们对于提高劳

在2022年10月公开表示，未来将推出自适应行走的外骨骼机器人和陪伴数字虚拟人，帮助老人实现正常行走和运动。随后在11月份，创立于2018年的外骨骼机器人公司傲鲨智能自主研发的两款腰部外骨骼机器人获得欧盟CE认证，为其进军国际市场打下基础；而今年上半年，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。与此同时，国务院印发的《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系建设规划》提出，“加快人工智能、脑科学、虚拟现实、可穿戴等新技术在健康促进类康复辅助器具中的集成应用”。不难看出，在政策支持、资本助力、大厂入局

等多重因素共同推动下，国内外骨骼机器人正步入商用发展的快车道。

外骨骼机器人在哪些领域已落地应用？全球有哪些力量正在外骨骼机器人领域布局发力？外骨骼机器人的商业化探索取得了哪些成果？……针对外界关心的这些热点问题，《中国经营报》记者采访了多名业内人士以及第三方专家。



视觉中国/图

国内外骨骼机器人正步入商用发展的快车道。

动生产效率、安全保护的需求凸显，为外骨骼机器人面向各种场景的应用提供了广阔的市场空间。

综合公开信息来看，业界一般认为日本的 Cyberdyne (7779.T)、以色列的 ReWalk (NASDAQ: RWLK) 以及美国的 Ekso Bionics (NASDAQ: EKSO) 是三家较早入局的外骨骼机器人公司，它们分别于2014年3月、2014年9月和2016年8月上市。记者查阅官方财报发现，Cyberdyne、Ekso Bionics两家公司近三年内的年营收额已达到千万美元以上，ReWalk 在百万美元级别，不过这三家公司均处于持续亏损状态。截至美东时间12月5日收盘时，ReWalk 股价报0.9179美元/股，总市值约5714万美元；Ekso Bionics 报收1.29美元/股，总市值约1695万美元。需要指出的是，就在今年10月17日，ReWalk 公告披露，因收盘价连续30个工作日未达到1美元已收

到纳斯达克的退市警示通知。

国内外骨骼机器人的研究始于2000年前后，最初主要参与力量来自清华大学、浙江大学、哈尔滨工业大学等高校。进入2015年以后，尤其是2017年和2018年，围绕外骨骼机器人的创业热情涌现。郑浩分析道，一方面从技术上讲，机器人技术及其相关的基础元件的发展使外骨骼机器人的商业化已成为可能，美国、日本、瑞士等发达国家已经有相当一批的外骨骼机器人企业成功案例，在此基础上，国内一些高校、研究院通过学习与创新，也积累了很多创新成果，这为技术成果转化，并建立外骨骼企业提供了技术保障；另一方面，受益于国内经济的高速发展，相关的康复、养老、工业自动化等增量市场的应用，为外骨骼企业的出现与发展提供了优渥的土壤。

“目前，无论是国内市场，还是

海外市场，外骨骼机器人都还处于商用发展初期阶段。未来随着技术与市场的成熟，大规模的商用也会伴随而来。”郑浩如是表示。

记者从多方渠道了解到，国产外骨骼机器人厂商正在产品迭代、商务合作、场景落地方面持续发力，加速布局。其中，傲鲨智能创始人、CEO徐振华带领团队从2018年至2021年迅速完成了上肢外骨骼、下肢外骨骼和腰部外骨骼机器人三套产品的研发、测试和对外发布。而今年，第四代外骨骼机器人BES系列面市。徐振华向记者表示，外骨骼机器人的技术、功能、价格等不断走向成熟，市场认知度在不断提升，国内许多工业领域的合作伙伴已经将外骨骼产品纳入到明年预算中。与此同时，傲鲨智能已经在对接欧洲、新加坡、日本等地区的代理商，相关认证逐步完善，明年将开启“出海”。

## 商业化路径仍在探索中

围绕商业化的探索，不同参与力量有不同的思路。

矿山设备维修与安装场景中，穿戴外骨骼机器人能够帮助维修人员、矿工节省一半的生产力，工作效率提升2~3倍，降低作业安全隐患。按照傲鲨智能创始之初的方向，“研发目标就是为了让外骨骼机器人像普通电动工具一样，所有人都用得起”。

2016年成立的大艾机器人于2018年成为国内首个获得CFDA(国家药品监督管理局，现英文简称已改为NMPA)认证的下肢外骨骼机器人公司，拥有200多家合作医院、机构。2015年成立的傅利叶智能定位于康复机器人，今年1月完成了4亿元D轮融资，创下康复机器人领域单轮融资额的最高纪录。

在郑浩看来，外骨骼机器人作为一种人机交互的可穿戴设备，既要考虑舒适安全，又要顾及能源续航，以及人机交互共融。

其中，当人体穿戴外骨骼之后会形成一个人机耦合系统——如何精确地识别人体的运动意图，如何针对不同的应用场景，合理规划人机交互策略，让人机系统实现任务目标。只有在人机交互共融技术上实现突破，才能让外骨骼机器人真正地走进人们的生活。他进一步指出，目前大量的企业聚焦于在医疗领域推进康复外骨骼机器人的产业化应用，但是由于医疗行业的特殊性，对产品本身的可靠性、成本以及性能都有很高的要求。相对来说，在工业领域，由于具备大量的应用场景，有些领域目前已经具备了外骨骼机器人规模化应用的趋势。

据傲鲨智能市场总监张华介绍，目前该公司的产品主要在汽车、航空、电力、矿山、银行、建筑等场景落地。比如，在

矿山设备维修与安装场景中，穿戴外骨骼机器人能够帮助维修人员、矿工节省一半的生产力，工作效率提升2~3倍，降低作业安全隐患。按照傲鲨智能创始之初的方向，“研发目标就是为了让外骨骼机器人像普通电动工具一样，所有人都用得起”。

与傲鲨智能同一年创立的英汉思动力公司，在今年3月完成了5000万元的融资，投资方包括普曼资本、凤翔金控、晨晖创投等机构资本，还有港科大工学院前院长高秉强教授、小米集团联合创始人黄江吉、科大讯飞联合创始人胡郁等投资人。就在去年，英汉思动力宣布实现所有核心零部件国产化，在海外众筹平台完成了全球首个消费级外骨骼机器人项目的众筹，从不同渠道获得了400台设备订单。

英汉思动力创始人、CEO朱瀚琦在接受记者采访时表示，公司的战略是专注于老年助行消费级市场开拓。在朱瀚琦看来，行走障碍对于老年人来说“对生活质量的影响可能比癌症还要高”。与那些用于医院场景内帮助中风急性期、偏瘫截瘫等重度行走障碍患者康复治疗不同，消费级外骨骼机器人类能够在“院外”更广泛的时空范围内助力老年群体行走。“英汉思动力希望通过消费级爆品的打造，率先打开外骨骼机器人在老年助行这一广阔的市场。”

当被问及如何进一步降低价格门槛时，朱瀚琦指出“最重要的是量”。从供应端来看，一台设备万级、十万级与百万级的数量，在成本和销售价格上是完全不同的。之所以做消费级市场，是因为老年人群体规模足够大，只有规模上去了，成本才能降下来。

# 鸿海11月营收同比环比双降 苹果业绩预期受波及

本报记者 陈佳岚 广州报道

受郑州工厂生产调整等因素影响，富士康母公司鸿海精密工业股份有限公司（以下简称“鸿海精密”）业绩承压。

12月5日，鸿海精密公布了2022年11月的营收摘要情况：当月该公司营收为5511亿元新台币（约合人民币1260.70亿元），环比下降29.04%，同比下降11.36%。对于11月环比、同比双双下滑，鸿海精密方面坦承，进入生产淡季以及郑州新冠肺炎疫情（以下简称“疫情”）影响部分出货，虽然11月份营收较前月减少，但下滑幅度约略符合公司预期。

尽管11月份营收受到影  
响，但从整体来看，2022年前11个月累计营收为5.99万亿元新台币（约合人民币1.37万亿元），同比增长13.56%，为历年同期新高（次高为2021年前11个月累计营收5.277万亿元新台币）。与此同时，《中国经营报》记者也注意到，鸿海精密在此次营收摘要中强调，目前疫情整体已经受到控制，11月份是本次疫情影响最大的时期。“我们除了调配不同厂区产能之外，先前已经开始招募新员工，逐步恢复正常产能的方向进行，预估第四季度营运展望将与外界预期大致相当。”鸿海精密方面表示。

## 消费智能产品同比、环比下滑

往年的11月是苹果年度iPhone新机出货高峰期，也是鸿海精密每年营收较出色的一个月，但今年该月的表现略显失色。

从各产品类别表现来看，11月“元件及其他产品类别”营收环比增长；除此以外，“消费智能产品类别”“云端网路产品类别”“电脑终端产品类别”营收均环比下降。但从11月同比情况来看，“电脑终端产品类别”及“云端网路产品类别”维持成长趋势；“消费智能产品类别”及“元件及其他产品类别”则有衰退情形。

受富士康郑州园区遭到的疫情带来的生产调整影响，鸿海精密旗下消费智能产品业务首先受

到冲击。因此，11月份，消费智能产品类别营收月环比、同比表现有衰退情形。

而在此前的第三季度法人说明会上，鸿海精密董事长刘扬伟便表示，集团下调了第四季度展望，但相较第三季仍然会有增长。加上前三季度整体表现优于预期，全年仍然维持“增长”的预期目标。但对于明年的市场情况，考虑到通货膨胀、疫情以及国际政经局势的影响，对ICT（信息与通信技术）业务将会保持“中性看待”预期。

为了减少产能影响，富士康不仅调配了不同厂区进行产能支援，也一直在加大招工力度。

而从政策层面来看，11月29日24时起，郑州已经解除流动性管理措施，复工复产已经展开。然而，郑州iPhone工厂产能目前仍存较大缺口。

天风国际证券分析师郭明錤指出，郑州iPhone工厂11月平均产能利用率仅20%左右，预计12月可改善至30%~40%。

“富士康招工还在继续，仍然有较大缺口。”一位郑州的劳务产业链人士对记者表示，“目前，郑州iPhone工厂已恢复了30%的产能。”

在上述劳务产业链人士看来，郑州工厂产能完全恢复短期内有较大难度。尽管郑州目前已经放开

了，但由于今年春节提前，临近过年一部分工人不愿意出来。此外，仍有部分工人担心疫情。

不过，也有乐观消息指出，郑州工厂能更快恢复产能。路透社援引富士康消息人士的观点，苹果供应商富士康预计，郑州iPhone工厂将于12月底至1月初恢复全面生产。

对于目前郑州工厂产能恢复情况如何，鸿海精密公关人士仅对记者表示，“公司不会对单一厂区开工率、用工人数、营收相关数据对外做公告。”

与此同时，基于ICT的不确定性，加之疫情影响，苹果正打算减少对中国供应链的依赖，富士

康需要找到新的业务增长点，正要在新能源汽车赛道上大干一番。已经退休的鸿海精密创始人郭台铭亲自站台，一年内收购、投资、合作十余起电动车项目，布局范围和投资领域涵盖整车、电池到自动驾驶，鸿海的汽车业务推进不断按下加速键。

据悉，鸿海精密在全球ICT产品市占率在40%~45%。而刘扬伟希望，鸿海精密未来在电动车领域也可以达到同样的水准。根据刘扬伟公布的计划，鸿海的目标是到2025年底，在全球电动汽车市场占据5%左右的市场份额，同时，其希望达到每年代工生产50万~75万辆电动汽车的能力。

竞争对手要能够具备以上能力，其实不容易。”刘扬伟补充道。

值得注意的是，iPhone 14 Pro系列另一大赢家苹果镜头供应商大立光电股份有限公司（以下简称“大立光”）11月表现却较好，大立光公布的2022年11月营收显示，当月实现营收52.31亿新台币（约11.98亿元人民币），环比增长1%，同比增长20%，连续7个月增长，创24个月来新高。

郭明錤还表示，iPhone 14 Pro系列出货低于预期，但零组件供应商普遍没有收到砍单通知，因此零组件库存较正常水平高，但零组件出货在2023年一季度或半年度会有显著的环比及同比衰退。

## 苹果营收预期受波及

事实上，由于郑州厂区产能出现问题，苹果公司11月初便警告，供应链问题将对iPhone的生产产生影响，iPhone 14 Pro和iPhone 14 Pro Max机型在第四季度总出货量预期减少1500万~2000万部；郭明錤还提到，因iPhone 14 Pro系列售价高，苹果在第四季度的iPhone营收可能显著低于市场共识20%~30%或以上。

与此同时，华尔街投资银行Piper Sandler发布报告亦预测称，

由于郑州富士康生产调整带来的预期大幅下滑，目前已经大幅下调苹果截至12月的季度营收与iPhone销售周期，其中包括对“黑色星期五”之中iPhone销量的悲观预计。报告还预测，苹果本季度营收额为1190亿美元，相比之前预测营收额的1730亿美元大幅下调，其中预期富士康11月生产的iPhone 14系列出货量比原计划减少约900万部。

“黑色星期五、圣诞节等西方大促节日产品都需提前备货。由于生产旺季相比大促时间前置，大促销销售情况会受到前期遇到的产能不足的影响。”Counterpoint高级分析师林科宇向记者分析，富士康产能跟不上对iPhone 14

Pro、Pro Max系列产品在“黑色星期五”中促销的供应会产生较大影响。此外，宏观经济带来的整体消费需求减弱、新iPhone创新升级带来存量用户升级需求有限都会影响苹果第四季度的销售情况。不过，林科宇也提到，在郑州富士康产能大幅降低前期，主要渠道、运营商都已提前下单。此外，像中国、部分亚洲地区没有圣诞节促销，一些订单也可优先转向美国、欧洲等市场。目前看来，新iPhone在西方大促节日的同比销售情况应该不会比去年差太多。

“苹果公司在第四季度的营收与每股收益将面临下行风险，富士康也面临结构性竞争挑

# ChatGPT一夜爆火

本报记者 秦泉 北京报道

近期，美国人工智能公司OpenAI发布免费机器人对话模型 ChatGPT（GPT-3.5 系列），模型中首次采用RLHF（从人类反馈中强化学习）方式。模型目前处于测试阶段，用户与ChatGPT之间的对话互动包括普通聊天、信息咨询、撰写诗词作文、修改代码等。功能如此“全面”的ChatGPT被称作“最强AI（人工智能）”，面世5

## 五天用户破百万

ChatGPT火爆的背后，是终于有一款应用，能满足用户去搜索并一次性得到一个接近于满意的答案的需求。

GPT的全称是“Generative Pre-trained Transformer”（生成型预训练变换模型），由人工智能公司OpenAI训练与开发。经历多次迭代，ChatGPT是其为对话而优化的语言模型，处于GPT-3和即将发布的GPT-4之间。

天使投资人、知名互联网专家郭涛向记者解释道，相对以往的人机对话模型来说，ChatGPT可以非常好地模拟人类的聊天行为，理解能力和交互性表现也更强，并能精准地回答用户提问，将大幅提升用户使用体验。

ChatGPT一经面市，其用途便被广泛地开发，有人用其写作文，有人用其作诗，甚至有人让其写代码。由于其富有趣味性，上线5天，ChatGPT的用户即突破100万。特斯拉创始人马斯克也称：“许多人陷入了该死的疯狂ChatGPT循环中。”

安信元宇宙研究院院长焦娟认为，ChatGPT火爆的背后，是终于有一款应用，能满足用户去搜索并一次性得到一个接近于满意的答案的需求。

在《元宇宙》作者李俊翼看来，不久前，AI绘画软件就已经非常火爆，但制作和使用图片依然有比较高的门槛，使用场景和频次实际上非常有限。而文字交流显然比绘画更容易被普通大众感知，对结果更容

便已有超过100万用户使用。多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，ChatGPT-3.5发布之后，5天时间用户破100万，速度确实惊人。但这并不是“初始速度”，而是“再次加速”，两年前GPT-3推出的时候，就已经引发过热议。之所以再次成为网红，除了OpenAI的明星效应之外，核心原因是其进入了一个认知门槛低的领域——文字交流。

易给出客观评价，响应速度也是不能忽视的体验要素。在部分人看来，新的GPT已经基本突破了“图灵测试”的限定，在内心可以把TA当做一个“准人类”看待，这和Siri、智能客服等还是有非常微妙的差异，这种认同不仅形成试用注册行为上的火爆，更能引发强烈的思考意愿和延展想象。

但是记者注意到，在ChatGPT的使用过程中，并不是所有的回答都能够让消费者满意，甚至会出现一些错误的答案。

焦娟向记者分析道，ChatGPT目前的问题，是很难界定好所选取的应用方向，到底是去满足用户的“增量信息”需求还是“重要决策”需求。如，我如果要完成老师布置的作业，探究“人在病毒性感冒后，应该采取什么措施”，ChatGPT能帮我交上去一份非常完美的作业；但如果我真的得了病毒性感冒，ChatGPT的回答，我可能不敢将其用于真实生活中治疗病毒性感冒的决策上。

对此，OpenAI的首席执行官Sam Altman回应称，我们正在试图阻止ChatGPT随机编造，现阶段让其与当前技术保持平衡是很棘手的。随着时间的推移，我们会根据用户反馈来改进它，相信ChatGPT会变得更好。

# “超强AI”or泡沫泛起？

## 商业化为时尚早

只有在实用场景中提供可持续的价值，商业化才有坚实的基础。

不少网友戏称，ChatGPT的优异表现，让文字工作者、程序员等从业者都感受到了威胁，或将取代谷歌搜索引擎等说法不绝于耳。但其商业化的前景目前并不被看好，而且，其上一代产品GPT-3历经两年商业化尝试，也难言成功。

ChatGPT具有广泛的商业化前景，将推动众多行业的快速变革，有望在AIGC（利用AI技术自动生成内容的生产方式）、客户服务、医疗健康、教育、家庭陪护等领域快速落地。但郭涛强调，ChatGPT目前还尚处于发展的早期阶段，存在关键核心技术发展不成熟、算法模型不完善、理解能力不足、回答问题不够灵活和对语料库依赖过多等突出问题，距离大规模的商业化应用还需要很长一段时间。

焦娟也持类似的观点。她认为，在一些局部领域，确实可以去商业化了。这种“局部”领域，对ChatGPT的要求是能有“增量信息”，而非用于重要决策；故在能“锦上添花”的领域，ChatGPT可以去尝试商业化。

不仅如此，商业化就意味着收费。Sam Altman说过因为计算成本实在太高，将来GPT会收费。但从OpenAI开发GPT-3模型开始，到ChatGPT目前都尚处于免费的状态。

据统计，从ChatGPT进化到ChatGPT-3的过程相当烧钱——参数量从1.17亿增加到1750亿，预训练数据量从5GB增加到



ChatGPT-3.5发布之后，5天时间用户突破100万。

视觉中国/图

45TB，其中GPT-3训练一次的费用是460万美元，总训练成本达1200万美元。

不过，在李俊翼看来，即使要求支付低额费用，新的ChatGPT版本依然会非常火爆。但新技术的商业化不是一锤子买卖，这种注册收费并不是有效的商业模式。对于新版本，大众在体验场景下给出了非常高的评价，可以用“惊艳”来形容，但这并不等于在实用场景中对使用价值的“满意”。只有在实用场景中提供可持续的价值，商业化才有坚实的基础，这还要考虑商业竞争环境，

只要有核心玩家坚持免费，直接商业化就无法走通。

李俊翼分析道，大众用户长期享受免费文字聊天服务才是大概率趋势，就像互联网搜索引擎一样，而最终商业模式也会类似，走向广告和深度细分服务等方向。ChatGPT和搜索引擎的技术原理、数据机制等方面有很大不同，无法直接取代搜索引擎的技术生态位置，但流量入口之争已经相当鲜明，确实有可能改变搜索引擎的商业价值生态位置。他举例道，曾经喊过“颠覆教育”的百科、搜索、MOOC，最终都只是

成为教育生态中的普通工具，商业价值到底有多少？网络科技生态已经非常复杂，ChatGPT只有“文字对话”这个单一价值锚点，目前谈论“商业化”还为时过早。放在现实中思考，身边每个人都能聊天，能够无所不聊的，通常都是朋友，而那些能把“聊天”作为商业模式的，都有谁呢？

深度科技研究院院长张孝荣也认为，ChatGPT目前还处于实验室阶段，远远未到商业化阶段。如果该技术成熟，达到了商业化水平，那么人机语言交互问题或将不存在，前景极为广阔。

## 警惕泡沫化风险

“是否会泡沫化不是关键，关键是泡沫化后能否收得了场？怎样收场？”

ChatGPT火爆的背后，其实是大规模预训练语言模型的发展，在这一领域，国内外也出现了一拨投资人，单笔融资金额甚至高达10亿元，其中不乏多家知名投资机构。

郭涛提醒道，当前ChatGPT相关概念已经出现泡沫化现象，

例如相关概念股股票大涨、初创企业估值虚高等，随着ChatGPT、AIGC等相关概念热度的日益升温，短期内或将产生大量的泡沫，行业投资者、创业者以及相关的从业者需要警惕风险。

李俊翼则认为，投资泡沫是必然的，并不可怕，也没有

必要担心。没有泡沫的互联网，死气沉沉；没有泡沫的人工智能，呆若木鸡。这就像人，谁还没有些不靠谱的大梦想呢？只要有一万个人做同一个梦，万一实现了，那就是整个人类的进步。

“这个领域的长足进步，必

须靠泡沫化的投资来支撑。”焦娟也分享了自己的看法，她说：“是否会泡沫化不是关键，关键是泡沫化后能否收得了场？怎样收场？AI在国内，2021年开始进入泡沫破灭期，持续至今，若能有新的技术突破，就收得了场。”

# 花房集团筹备上市 直播进入3.0时代

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

2022年11月30日，由360公司创始人、董事长周鸿祎持股38.21%作为第一大股东的花房集团正式开始香港IPO招股，拟全球发售4600万股股份，发售价为2.80~3.60港元/股。

## 筹备上市

招股书显示，2019年至2022年5月末，花房集团收入分别为28.31亿元、36.83亿元、46亿元、20.87亿元；净利润分别为1.91亿元、-15.25亿元、3.25亿元、1.78亿元。

同时期，来自花椒的营收分别为21.7亿元、28.1亿元、32.5亿元、13.7亿元，占总营收的比重分别为76.5%、76.3%、70.7%及66.1%。

谈及花房集团现在冲刺IPO的缘由，艾媒咨询CEO张毅接受本报记者采访时表示，“娱乐直播这三年处境还是比较尴尬的，过去娱乐直播较吸引年轻人的眼球，但经过过去几年的发展，逐步有下探的态势，天花板非常明显，所以对于娱乐直播来讲，上市恐怕也是对资本的一种回报和解脱。”

招股书显示，截至2022年5月31日，花房集团累计注册

资料显示，花房集团旗下包括花椒直播、六间房、奶糖等直播平台。其中花椒直播和六间房是其主要平台，二者为花房集团贡献了九成以上的营收，花椒直播更是扛起了花房集团营收的大梁。

中娱智库创始人兼首席分

析师高东旭告诉《中国经营报》记者，花椒直播目前在秀场或者娱乐直播企业，还属于第一梯队，但面临着抖音、快手等大流量平台以及酷狗音乐、QQ音乐等垂直类产品直播的竞争。目前上市的目的还是其想从资本层面，尽快实现投资方的变现。

用户达4.15亿，其中花椒注册用户2.21亿、六间房注册用户0.81亿，海外社交网络产品注册用户1.12亿。

根据艾瑞咨询报告，按2021年所有渠道的月活跃用户、月付费用户、月使用时间计，花房集团在中国在线娱乐直播平台中排名前二，同期公司来自所有渠道的收入在中国所有在线娱乐直播平台中排名第三，占2021年中国娱乐直播平台收益总额的约13.1%以及中国音视频社交娱乐市场收益总额的约0.9%。

直播行业最开始发展起来，是为了满足人们娱乐活动的需求，但现在，各直播平台内容量大，却同质化严重，互动感也难以满足当前用户的需求。

数据显示，公司2022年月活用户已经开始出现下滑。2019~2021年以及2022年前五

个月，花房集团的平均月活跃用户分别为4550万名、5010万名、5940万名以及5860万名。其中花椒直播和六间房的付费用户留存率分别为72.2%和67.8%。

此外，平台的主播增量也从2019年的90万减少至2021年的44万及2022年前五个月的16万。根据公司财报，2019年至2022年前五个月，花房集团主播人数分别为958.9万、1041.9万、1086.3万以及1103万。

在张毅看来，目前直播行业主流的方向其实是在带货直播这块，主播的聚焦和转型方向也是往这方面走。原有的娱乐直播在监管政策方面受到限制，所以花房集团冲刺IPO可能还是有一定压力的。

就上市和业绩等相关问题，记者联系采访花房集团方面，截至发稿未获回复。

## 竞争激烈

最近这两年，用户注意力被短视频吸引，短视频平台也有直播，且内容更加丰富。随着时代的发展，越有价值的内容，越经得起考验。

《中国演出行业协会：2021—2022年中国网络表演（直播）行业发展报告》认为，直播行业成长至今已进入3.0时代，行业格局基本稳定，经济价值、社会文化价值与日俱增，新的内容和消费场景不断激活。

2008~2015年，直播互动时代初步崛起，以六间房、YY直播为代表的直播平台兴起，网络主播职业群体出现；2016~2018年，监管规定出台，市场进入盘整阶段，泛娱乐、游戏、体育等垂直内容生态日渐丰富，虎牙、斗鱼、花椒、映客等直播平台发展成熟；2019年至今，直播进入3.0时代，格局基本稳定，头部效应显现，电商直播规模扩大，内容多元价值凸显，社交娱乐平台纷纷推出直播功能，抖音、快手等平台崛起，微信视频号也强势入场。

据艾媒咨询研报，中国直播用户最常使用的娱乐直播平台是YY直播、花椒直播和腾讯NOW；最常使用的电商直播平台分别是抖音、淘宝和快手；最常使用的电竞直播平台是虎牙、斗鱼和企鹅电竞；体育直播平台是腾讯体育、央视体育和PP体育。

对娱乐直播和游戏直播来说，商业模式的局限性较突出。一方面秀场直播受众圈层单一，主要靠网友打赏，且很难整治低



花椒直播扛起了花房集团营收的大梁。

视觉中国/图

俗内容，容易触及监管底线。另一方面，直播形态早已进化，社交、电商、短视频平台的加入，让直播电商成为拉动消费、推动行业数字化转型的重要一环。艾瑞咨询数据显示，预计2023年直播电商规模将超过4.9万亿元，远远超过秀场直播的潜力。

2022年4月，国家广电总局发布《关于加强网络节目平台游戏直播管理的通知》，要求直播平台加强对主播的管理，建立防沉迷机制以保护未成年人，并禁止未成年人充值打赏；6月，国家广电总局及文旅部发布《网络主播行为规范》，对直播平台及主播进一步提出严格要求。

高东旭认为，在直播领域，随着消费者更加理性消费和国家相关政策的监管，单纯的秀场直播已经在走下坡路，助农帮困的电商直播、同城直播，以及演出内容的秀场直播将成为发展方向。花椒直播未来肯定要走多元化直播的道路，更多是如何

去除低俗内容，提升直播内容质量，拓展直播领域，特别是在直播助农和乡村振兴方面。

张毅则称，目前国内市场上做的还不错的公司，比如YY、花椒直播等，大家感觉压力都比较大，因为财务报表里的营销费用越来越大，而且利润会变得更加不稳定，用户的流失或主播的流失，也是现在需要解决的问题。

“所以从未来发展的角度来看，我比较看好的直播主要还是在电商、教育领域，对于娱乐直播我一直比较担忧，主要是因为很难把控，而且娱乐直播对社会的直接贡献可能不是太大。另外，对于娱乐直播如何规范和管理好主播的语言及行为，都是比较大的难题。所以从大方向来讲，对于花房集团来讲，这种转型的压力还是存在的，但是如果想在娱乐创新这块有所建树的话，那未必不是一个比较好的方向。”张毅说。

# 中旭未来冲刺港股 能否再造一个“贪玩游戏”？

本报记者 李哲 北京报道

“大渣好，我系渣渣辉。”2017年，因这句广告语而“出圈”的不只是中国香港知名演员张家辉，还有游戏《贪玩蓝月》。

如今，这款游戏背后的运营商——中旭未来从幕后走向台前，并向港交所发起冲刺。《中国经营报》记者注意到，这家希望成为创造乐趣公司的中旭未来，以贪玩游戏品牌互动娱乐业务运营为核心，其核心竞争力则是精准数字营销、深度运营及品牌孵化。相比其他头部游戏厂商，其研发投入占比相对较小。

招股书显示，2019年至2022年上半年，中旭未来的收入分别为30.08亿元、28.72亿元、57.36亿元、45.36亿元，但研发费用仅分别为1.14亿元、4.72亿元、1.37亿元和7061.8万元。



近日，中旭未来向港交所主板递交上市申请。

## 研发费用占比低于同行

虽然在国内游戏市场短期内触及天花板，但众多游戏公司增加研发投入似乎已经成为共识。

事实上，游戏精品化运营如今已经成为游戏公司发力的主要方向之一。

丁道师表示，“游戏是传播文化的重要方式，我国历史文化悠久，有着大量场景可以运用在游戏领域，从而让全世界更加了解中国，而在从游戏大国迈向游戏强国的过程中，核心仍是游戏产品本身。但是我国自主研发的3A大作似乎还没能与当前的市场体量相匹配。”

根据第三方研究机构伽马数据发布的《2021—2022中国游戏市场企业研发竞争力报告》(以下简称“《研发竞争力报告》”)，从2018年起，国内大型游戏企业在游戏研发上的投入一直保持了较高的增长趋势。据伽马数据估算，2021年市值TOP10游戏企业在游戏业务的研发费用投入超过300亿元。中国游戏企业自主研发网络游戏市场销售收入在2021年也保持了增长趋势，同比增长6.51%。

记者注意到，在2021年财报中，中国游戏公司的研发费用增加成为普遍现象。其中，腾讯、网易两家游戏巨头公司在研发方面的投入均超过百亿元，同比分别增长了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游戏公司的研发费用也呈现不同程度的增长。

此外，中旭未来在报告期内的毛利率分别为87.3%、84.9%、82.6%及74.8%。可见，中旭未来在营收不断增长的同时，其净利润表现出现波动，而毛利率水平则呈现出逐年下降的趋势。对此，记者联系中旭未来方面采访，但截至发稿未获回复。

不过，中旭未来方面在招股书中提到，随着市场竞争加剧，品牌知名度将更为重要。除了提供服务及产品的能力外，成功推广品牌亦取决于营销工作的有效性。需要动用庞大开支以推广品牌，预计该等开支将会增加。但无法保证营销开支会带来消费者增加或收入增加。

2022年上半年，中旭未来研发费用分别为1.14亿元、4.72亿元、1.37亿元和7061.8万元。与同期的营收相比，近两年中旭未来的研发费用占比仅为2%左右。

另外，依靠明星代言、精准营销的方式拓展市场的中旭未来，陷入到侵权诉讼纠纷之中。

招股书显示，截至目前，中旭未来方面存在五宗尚未完结的知识产权相关诉讼。其中，自2017年7月至2019年10月，娱美德有限公司及株式会社传奇IP作为原告在北京、上海、杭州及成都，就中旭未来方面运营的四款游戏分别提起四宗诉讼。原告提出，中旭未来方面营销及运营的游戏产品侵犯其版权；部分游戏存在误导性宣传或不正当竞争。

此外，2021年4月，株式会社传奇IP作为原告向福建省高级人民法院提起诉讼称，中旭未来的一家合营企业和另外两个共同被告之间签订的合作协议和其他附属文件侵犯了原告的著作权。该诉讼目前尚未有结论。

2019年至2022年上半年，中旭未来涉及在审知识产权相关诉讼的游戏收入分别占63.8%、61.6%、27.2%及15.2%。

招股书中提到，如果中旭未来未能成功抗辩或在诉讼中败诉，可能会被禁止使用相关知识产权、面临罚款及处罚，或被要求修改或停止营销及运营的游戏产品，或签订需支付使用费的特许权或许可安排协议，或被迫以不利于其商业条款开发替代产品，这可能对中旭未来的业务、财务状况及经营业绩产生重大不利影响。

## 以营销为核心竞争力

在游戏精品化的大趋势下，游戏公司更应该注重产品品质，这才是核心发力方向。

相比“大渣好，我系渣渣辉”这句广告宣传语，中旭未来或许会让外界略感陌生。

记者注意到，中旭未来通过设立中旭外贸合资公司，并通过独家业务合作协议方式，取得对江西贪玩信息技术有限公司(以下简称“贪玩游戏”)相关游戏产品的运营开发权。

“找回年少时贪玩的你”这句宣传语写在贪玩游戏网页的最上方。提及游戏，游戏体验的好坏是能否让玩家“贪玩”的核心，然而对中旭未来而言，“找回”似乎是比“贪玩”更重要的事。

时至今日，登录贪玩游戏官网不难发现，明星代言产品仍然会被摆放在醒目位置。

记者注意到，中旭未来自2015年成立以来，就开始营销及运营互动娱乐产品。如今，中旭未来已经营销及运营了259个互动娱乐产品，包括225个游戏产品和34个网络文学产品。其中深度运

营9款互动娱乐产品5年以上，以及27款互动娱乐产品3年以上。

谈及主营业务，中旭未来在招股书中提到，其主要以“贪玩游戏”品牌运营互动娱乐业务，并致力于为中国玩家营销、运营及孵化获得授权或由其拥有的互动娱乐产品。

此外，依托于营销、运营能力，中旭未来孵化出“渣渣灰”快餐食品品牌和“Bro Kooli”潮玩品牌。其中，“渣渣灰”2020年底孵化及建立，设计为快餐食品品牌，专注于快餐米粉。Bro Kooli则是一款以西兰花头大叔为形象自主研发的潮流玩具。

一位游戏产业人士曾对记者表示，“此前，一些公司通过游戏产品获取流量，再通过其他产品将流量转化为收益。”从中旭未来的业务布局看，其赖以生存的便是其精准营销及深度运营能力。

中旭未来在招股书中表示，作为一家科技驱动型公司，其致

力于通过精准数字营销、深度运营及品牌孵化能力为客户的互动娱乐产品实现长期价值。

如今，“酒香也怕巷子深”似乎成为游戏行业的共识。在当前国内游戏市场用户规模进入存量竞争阶段，部分游戏厂商通过买量推广来获得优质用户。买量导致的销售费用增长更是成为国内游戏产业的常态。

不过，业内人士认为，在游戏精品化运营的大趋势下，游戏公司更应该注重产品品质，这才是核心发力方向。

“游戏产业发展至今，从未出现一款游戏是通过营销取得空前成功的。”速途研究院院长丁道师向记者说道。

根据中旭未来招股书披露的数据，报告期内(2019年至2022年上半年)，其分别实现收入30.08亿元、28.72亿元、57.36亿元、45.36亿元；利润分别为8310万元、-13.01亿元、6.16亿元

及3.38亿元。其中，招股书中提到，2020年亏损的13.01亿元主要是由于支付雇员的一次性以股份为基础的薪酬18.16亿元。报告期内，经调整非香港财务报告准则利润分别为8310万元、5.15亿元、6.28亿元、3.45亿元。

此外，中旭未来在报告期内的毛利率分别为87.3%、84.9%、82.6%及74.8%。可见，中旭未来在营收不断增长的同时，其净利润表现出现波动，而毛利率水平则呈现出逐年下降的趋势。对此，记者联系中旭未来方面采访，但截至发稿未获回复。

不过，中旭未来方面在招股书中提到，随着市场竞争加剧，品牌知名度将更为重要。除了提供服务及产品的能力外，成功推广品牌亦取决于营销工作的有效性。需要动用庞大开支以推广品牌，预计该等开支将会增加。但无法保证营销开支会带来消费者增加或收入增加。

# 昆仑万维“1+1”投资版图再扩容 3亿元投资控股绿钒新能源

本报记者 李哲 北京报道

12月4日晚间，昆仑万维科技股份有限公司(以下简称“昆仑万维”，300418.SZ)公告披露，其于12月2日召开第四届董事会第三十六次会议，审议通过了《关于增投新能源投资业务板块的议案》，

并斥资3亿元投资控股了一家储能公司。

昆仑万维方面向《中国经营报》记者表示，其决定在原有投资业务板块基础上，增设新能源领域投资业务板块，形成投资板块“1+1”业务结构，即一级市场科技股权投资基金业务和新能源投资业务

并行的业务结构。新能源投资板块由公司董事长金天亲自负责。

谈及此次涉足新能源领域，昆仑万维方面表示，其率先把握新一轮能源科技革命的机遇，增设新能源投资板块，充分发挥在全球的资源和渠道层面的优势，开启新能源领域国际化布局。

## 投资板块“1+1”

作为游戏领域的老“玩家”，昆仑万维的业务板块包括海外信息分发与元宇宙平台Opera、海外社交娱乐平台Star X、移动游戏平台Ark Games和休闲娱乐平台闲徕互娱，主营业务覆盖游戏、资讯、社交、娱乐和投资等。

此前，昆仑万维一直在拓展海外市场，旗下的Ark Games是全球移动游戏平台，也是二次元游戏出海的头部厂商。

2022年三季报显示，海外市场已经成为昆仑万维业绩的主要支撑。2022年前三季度，昆仑万维海外业务营收占比超过70%。尤其是在欧美地区增长显著，收入水平及盈利均有显著提升。

如今，在碳中和目标推动下，新能源赛道成为资本关注的焦点。12月4日，长期聚焦科技、互联网、游戏领域的昆仑万维也将目光投向新能源。

昆仑万维方面表示，为继续提升投资业务回报，公司结合自身优势进入新能源投资领域，形

成投资板块“1+1”业务结构，即一级市场科技股权投资基金业务和新能源投资业务并行的业务结构。

记者了解到，今年前三季度，昆仑万维实现营业收入34.0亿元，净利润7.9亿元。其中，海外业务收入占昆仑万维总营收比重达75%。

谈及增设新能源投资业务，昆仑万维方面表示，这是配合公司当前整体业务规划落地的一环。公司基于多年积累的全球资源和渠道优势，以及业内具有头部竞争力的投资团队，在投资业务板块下增设新能源投资板块，形成一级市场科技股权投资基金业务和新能源投资业务并行的业务结构，一方面有利于继续提升公司投资业务回报，另一方面能够充分利用公司在全球的资源和渠道优势，抓住新能源领域国际化的机遇，助力新能源技术进入国际市场。

昆仑万维方面还表示，其将领导团队做了分工。其中，金天将亲自负责新能源投资板块，从投资业务计划制定到落地实施，聚焦新能源领域优秀的投资项目，确保公司顺利实现投资业务板块“1+1”的业务规划。总经理方汉将继续领导公司的互联网业务板块，领导互联网业务往AIGC和元宇宙方向发展。

在海外开疆辟土、拓展市场是公司最大的优势所在。一方面要推进现有AIGC(人工智能自动生成内容)与元宇宙业务国际化，公司已在内部拟定了AIGC和元宇宙的发展路线图，并计划在五到十年内把业务升级到AIGC和元宇宙时代，用AIGC变革传统互联网内容生成方式；另一方面利用全球资源和渠道优势并通过新能源投资业务，与新能源领域高精尖技术团队合作，将国内新一代的新能源技术带出国门，走向世界，在出海能源领域实现优势互补，为公司长期发展储备新的增长点。

昆仑万维方面还表示，其将领导团队做了分工。其中，金天将亲自负责新能源投资板块，从投资业务计划制定到落地实施，聚焦新能源领域优秀的投资项目，确保公司顺利实现投资业务板块“1+1”的业务规划。总经理方汉将继续领导公司的互联网业务板块，领导互联网业务往AIGC和元宇宙方向发展。



12月4日晚间，昆仑万维发布关于投资并控股绿钒新能源的公告。

视觉中国/图

## 3亿元入局储能

根据昆仑万维公告，其新能源业务的最近一笔投资投向了一家新成立不久的储能公司。

12月4日，昆仑万维公告显示，为继续提升投资业务回报，把握新一轮能源科技革命的机遇，充分发挥公司在全球的资源和渠道层面的优势，其斥资3亿元投资控股了一家储能企业。

根据公告，昆仑万维全资子公司宁波点金股权投资有限公司(以下简称“宁波点金”)及霍尔果斯昆诺天勤创业投资有限公司(以下简称“昆诺天勤”)分别以自有资金2.2亿元人民币和8000万元作为出资，对北京绿钒新能源科技有限公司(以下简称“绿钒新能源”)增资，获得绿钒新能源60%的股权。

记者了解到，绿钒新能源创立于2022年10月，注册资本1600万元，主营业务包括电堆、电池关键材料、储能系统及其零部件的生产制造集成、储能电池管理和储能电站系统设计与集成等。

按照投资计划，宁波点金以1.47亿元认购绿钒新能源新增注册资本586.67万元，取得36.67%的股权；昆诺天勤以5333.33万元认购绿钒新能源新增注册资本213.33万元，取得13.33%的股权。宁波点金以现金形式向绿钒新能源提供7333.33万元可转债投资款，昆诺天勤以现金形式向绿钒新能源提供2666.67万元可转债投资款，未来可以转成10%的股权。

昆仑万维方面披露的信息显示，绿钒新能源董事会成员3名。同时，昆仑万维方面委派金天作为绿钒新能源董事长并担任法定代表人，委派方汉为绿钒新能源董事。昆仑万维方面提到，本次控股投资绿钒新能源，与新能源储能领域高精尖技术团队合作实现优势互补，正是公司开展新能源投资业务的重要一步，为公司在出海能源领域的持续投资打造了范本，符合

公司的经营发展及战略规划，对公司未来发展具有积极推动作用。

此外，昆仑万维方面表示，本次投资并控股绿钒新能源的资金来源为公司自有资金，不影响公司现有业务的正常开展，不会对公司财务状况及经营成果产生重大不利影响，不存在损害公司及全体股东利益的情形，符合公司的经营发展及战略规划，对公司未来发展具有积极推动作用。

记者了解到，投资绿钒新能源并非昆仑万维第一次涉足新能源赛道。在昆仑万维的投资版图中，还包含诸如蜂巢能源、东岳氢能、纤纳光电、星环聚能等新能源企业。谈及未来发展，昆仑万维方面表示，其将继续聚焦核心业务，保持各业务板块协同发展，并结合自身优势，进一步扩大出海业务版图和元宇宙战略，打造领先的互联网平台型企业，持续为公司贡献稳定现金流，探索新的利润增长点。

# 新能源汽车补贴退场倒计时： 4S店限时促销 新车型涌入市场

本报记者 黄麻 赵毅 深圳报道

“新能源汽车购置补贴将于2022年12月31日终止，目前下单还能享受补贴，但2023年1月1日开始比亚迪王朝系列新能源车型售价将上调2000~6000元不等，元PLUS将

## 即将结束的补贴

在新能源汽车补贴即将结束的关口，部分新能源车企正加大促销力度，部分车型热销的新能源车企已明确发布新能源补贴结束后的涨价通知。

在新能源汽车补贴即将结束之际，各家新能源车企4S店推出限时促销或保价。问界汽车销售告诉记者，“当前选购车辆内饰颜色或车身颜色均无需额外支付费用，且整车价格将减免8000元，但仅限12月内下定的客户。”

小鹏汽车广州区域销售则告诉记者，当前购车可享受1元抵5000元车价优惠，以及保底新能源补贴13860元，元旦前提车上牌还可享广州市补贴8000~10000元。

显然，在12月的关口，部分新能源车企正加大促销力度。面对即将结束的新能源汽车补贴，问界汽车自

大约上涨5000元。”日前，《中国经营报》记者在走访比亚迪4S店时，一名销售如是说。

根据财政部等四部门发布的《关于2022年新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》，国家新能源汽车购置补贴政策将于今年12月

31日终止，在此之后上牌的车辆将不再给予补贴。

当前，距离新能源汽车补贴结束仅剩不足一个月的时间，各家车企反应不一。广汽埃安、比亚迪等车企销量增长迅猛，针对即将结束的补贴，这类车企已选择上涨售价；而小鹏汽

车、长安深蓝等车企推出限时保价政策；问界汽车则选择促销减免内饰等选装费用并限时补贴8000元。

与此同时，包括合创A06、比亚迪护卫舰07等多款新能源新车型涌入市场，借力新能源汽车补贴的最后优势，助力车企冲击2022年度销量。

2022年11月24日起追加1万个新能源购置补贴保障名额，并承诺若因问界汽车原因无法在2022年内完成上牌，将按新能源补贴标准提供差额补贴。

小鹏汽车、长安深蓝方面则提出保价方案，并承诺对年内符合新能源补贴的锁单用户，若因上牌时间导致的补贴差额由车企承担。

值得一提的是，问界汽车11月交付量有所回落，为8260辆；小鹏汽车11月交付量为5811辆，较2021年同期有所减少。

除了上述车企，部分车型热销的新能源车企已明确发布新能源补贴

结束后的涨价通知。比亚迪方面表示，将对王朝、海洋及腾势相关新能源车型的官方指导价进行调整，上调幅度为2000~6000元不等，2023年1月1日前已支付排产定金的客户不受此次调价影响。

记者走访比亚迪4S店了解到，今年“双12”期间，比亚迪王朝系列车型优惠约1000元，优惠金额相较于其他新能源车企稍少。

此外，广汽埃安方面表示，受新能源汽车购置税补贴政策到期和电池原材料价格持续大幅上涨两方面因素影响，决定对旗下车型的官方指导价上调3000~8000元不等，2023年1月1日前已支付排产定金的客户

不受此次调价影响。根据2022年11月销量数据，比亚迪当月新能源乘用车销量约22.99万辆（含出口1.23万辆），同比增长136.5%，其中EV车型销量约11.39万辆，同比增长146.9%。1~11月，比亚迪累计销量突破160万辆，已完成2022年度销量目标。

广汽埃安2022年11月销量约2.88万辆，同比增长91%；1~11月累计销量约24.11万辆，同比增长128%，提前实现全年销量翻倍的目标。对比之下，已完成年度销量目标的新能源车企在涨价方面更具话语权。

## 新车型扎堆上市

12月初，合创汽车、比亚迪等车企均推出了新车型或升级车辆智能化功能，以提升销量。

尽管新能源汽车补贴即将结束，但新能源车企仍在12月推出了多款新车。日前，合创汽车首款轿车车型合创A06正式上市，并在广州、杭州两地同步开启首批车主交付。此次合创A06上市共发布550A、630C以及四驱PERFORMANCE三个版本，售价分别为17.98万元、19.98万元以及26.98万元。

具体来看，合创A06 550A版本，CLTC标准续航里程达550km；630C版本CLTC标准续航里程高达630km；四驱PERFORMANCE版搭载前后双电机，最大总输出功率为340kW、峰值扭矩达534N·m，百公里加速约3.7s，预计2023年交付。

此外，比亚迪护卫舰07也已正式上市。今年8月的成都国际车展上，护卫舰07已亮相，车型定位为“大五座超混SUV”，提供100km和200km两种纯电续航版本，搭载比亚迪超级混动技术，主打22万~28万元SUV市场，丰富了比亚迪海洋网的产品矩阵。

比亚迪DM系列一直备受新能源市场青睐，并在11月斩获销量约11.6万辆，同比增长163.8%。此次，比亚迪发布的护卫舰07提供DM-i与DM-p两种动力架构，采用

## 创新成果发布《案例集》叙述“非遗走进现代生活”

“我从十岁开始跟随我的母亲学习黎锦技艺，她也是非遗黎锦项目的代表性传承人，可以说是耳濡目染。”黄翠花表示。事实上，黎锦贯穿了黎族女性的一生，是她们社会亲缘关系的纽带。

“但并不是每个人都能理解黎锦，大部分人没有耐心学下来。有学生觉得学做黎锦难，也有学生认为无法靠黎锦获得收入。他们会问我，为什么要学做黎锦？我就告诉他们，黎锦技艺流传了千年，如果年轻人都不去学，这门技艺就不断送了吗？”黄丽琼表示。

事实上，不仅黎锦如此，诸多的非物质文化遗产都面临着商业化的挑战。在这样的情形之下，BMW在2007年发起了“BMW中国文化之旅”，聚焦中国传统保护，致力于赋能非遗传承人，并以创新思维促进文旅融合。16年的时间，“BMW中国文化之旅”走遍中国24个省及直辖市等，打造出助力“非遗走进现代生活”的可持续性公益平台，BMW成为了中国传统文化的“守护者”之一。

《案例集》是对创新成果的记录归纳。通过传承人分享及导师评述的方式，生动、详实地记录了“设计师+非遗传承人”合作的过程、经验与心得。

## “做中学”模式合作共创 创新基地赋能传统技艺

创新，是非遗传承生生不息的动力，让“老物件”焕发新面貌，才能使非遗文化永远闪耀。

为了推动非遗文化的可持续传承与保护，2016年，创新基地正式成立。其重要任务之一，是遴选富有市场潜力的非遗项目的传承人进入创新基地学习。2019年起，更是有多位非遗传承人在创新基地与清华美院师生以“做中学”的模式共同设计开发非遗文创品，进一步挖掘非遗文化的潜力和文创产品的现实价值。

在此期间，这样的合作模式让很多非遗传承人受益匪浅。牛义贵便是其中之一，他表示：“印象很深

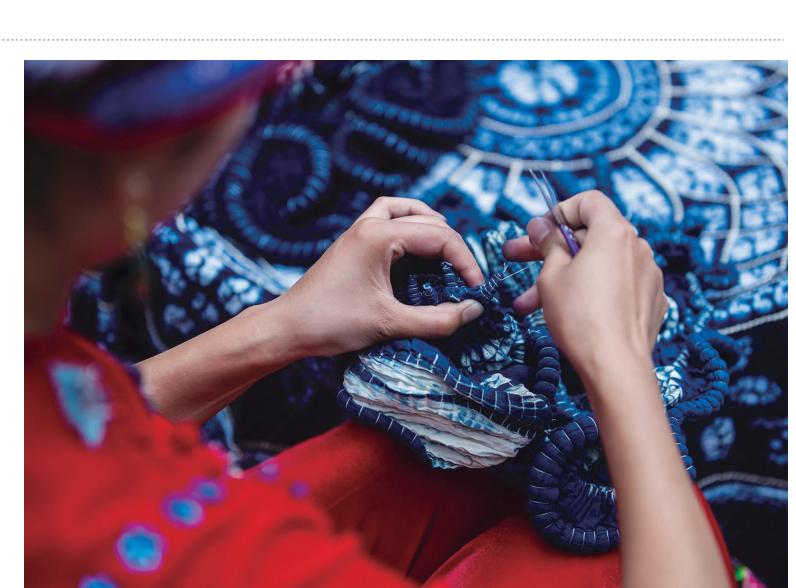
的是清华美院的老师告诉我们，发展非遗一定要结合生活场景的变化做创新，关在家里闷头做是行不通的。我逐渐改变了过去的经营理念，关注市场需求，打造具有文化内涵的品牌。以前一斤茶可能只要二三十元钱，所以农民收入也不高，但是现在高品质的茶能卖到两三千元，农民的收入也提高了。”

除此之外，牛义贵近几年也探索了茶旅融合的方式。“茶园在过去只做卖鲜叶和鲜叶加工，现在我们还发展茶园的旅游观光以及茶叶采摘体验，游客一多，还能够带动北川农产品的销售，比如豆腐、魔芋、土豆等绿色食物。”

在此期间，这样的合作模式让很多非遗传承人受益匪浅。牛义贵便是其中之一，他表示：“印象很深

的是清华美院的老师告诉我们，发展非遗一定要结合生活场景的变化做创新，关在家里闷头做是行不通的。我逐渐改变了过去的经营理念，关注市场需求，打造具有文化内涵的品牌。以前一斤茶可能只要二三十元钱，所以农民收入也不高，但是现在高品质的茶能卖到两三千元，农民的收入也提高了。”

在此期间，这样的合作模式让很多非遗传承人受益匪浅。牛义贵便是其中之一，他表示：“印象很深



黄翠花也在学习中深受启发，她表示：“在以前，我纺织黎锦主要以较为传统的图纹、配色、型制为主，在这次学习中，我接触到许多前沿的信息，于是对我黎锦的审美也发生了改变。在制作作业时，我的指导教师给我安排的任务是完成一幅中等篇幅的黎锦织品，它线条纹路多变、配色鲜艳跳跃。这是我第一次大胆尝试，这次作业让我深刻明白传统技艺也可以大胆地融入现代化元素，这样制作出来的作品在保留传统技艺的基础上，还能够满足现代人的审美需求，进一步提升了织锦的鉴赏和实用价值。”

在此期间，这样的合作模式让很多非遗传承人受益匪浅。牛义贵便是其中之一，他表示：“印象很深

的是清华美院的老师告诉我们，发展非遗一定要结合生活场景的变化做创新，关在家里闷头做是行不通的。我逐渐改变了过去的经营理念，关注市场需求，打造具有文化内涵的品牌。以前一斤茶可能只要二三十元钱，所以农民收入也不高，但是现在高品质的茶能卖到两三千元，农民的收入也提高了。”

在此期间，这样的合作模式让很多非遗传承人受益匪浅。牛义贵便是其中之一，他表示：“印象很深

的是清华美院的老师告诉我们，发展非遗一定要结合生活场景的变化做创新，关在家里闷头做是行不通的。我逐渐改变了过去的经营理念，关注市场需求，打造具有文化内涵的品牌。以前一斤茶可能只要二三十元钱，所以农民收入也不高，但是现在高品质的茶能卖到两三千元，农民的收入也提高了。”

# 起底家电巨头的造车棋局

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

新能源汽车市场的持续火热，吸引了众多企业跨界涌入赛道，其中亦有家电巨头。

近期，青岛卡泰驰汽车科技发展有限公司(以下简称“卡泰驰科

## 海尔加码汽车产业布局

众所周知，造车是项需要巨额资金投入的事业，“海尔造车”的传闻之所以被外界高度关注，与其背后的实力息息相关。

天眼查信息显示，卡泰驰科技的经营范围涵盖新兴能源技术研发；汽车销售；新能源汽车整车销售；汽车零配件零售；汽车零配件批发；汽车装饰用品销售；二手车经纪等。

据了解，卡泰驰科技由青岛卡泰驰车联科技有限公司(以下简称“卡泰驰车联”)百分百持股，而卡泰驰车联则由海尔卡奥斯生态科技有限公司(以下简称“卡奥斯生态科技”)百分百持股，卡奥斯生态科技由海尔卡奥斯股份有限公司(以下简称“卡奥斯”)百分百持股。

卡奥斯则由海尔集团持股51.2%。卡奥斯生态科技和卡奥斯的法定代表人均为周云杰，而周云杰则是海尔集团的董事局主席、首席执行官。

为何一家新成立的汽车科技公司之所以能引发外界诸多的关注，究其原因是因为它是“海尔系”旗下的公司，加之海尔集团此前已经在汽车领域有了诸多的布局。除此之

技”)在青岛成立，根据天眼查股权穿透显示，卡泰驰科技的最终控股者为海尔集团。

上述举措也引发外界对于“海尔造车”的诸多猜想，12月8日，海尔集团相关负责人向《中国经营报》记者表示，“海尔目前依托旗下的卡奥斯工业互联

网平台正在与相关汽车企业共建汽车领域工业互联网子平台，旨在赋能汽车产业数字化转型。”

除此之外，上述负责人还告诉记者，“与此同时，海尔将利用智慧家庭的技术和场景优势，与汽车企业共同建立家、车互联新生态。”



在众多入局汽车行业的家电企业中，创维是个特别的存在，它是为数不多选择直接下场造车的家电企业。

本报资料室/图

技公司；同时基于双方优势，在房车、智能家居等领域，实现联合研发、渠道共享、营地运营的深度融合，构建车家互联新生态。

同年4月，海尔集团与奇瑞集团签署战略合作框架协议。双方将携手打造全球引领的汽车工业互联网

平台，并在“灯塔工厂”建设、智慧工业园区打造以及供应链、采购数字化等领域展开深入合作，共同探索全球引领的汽车工业互联网新生态。

而在2021年8月，海尔集团

海尔集团也只是当下家电企业入局汽车行业的一个缩影。在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、研究员盘和林看来，家电产业已经进入红海阶段，市场以存量博弈为主，因此家电企业有拓展业务多元化的动机。

# 新能源客车加速发展 比亚迪1.66亿元受让 西沃客车100%股权

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

让西沃客车100%股权后，比亚迪将扩大在新能源客车领域的布局，并在西安形成乘用车、商用车、电子、动力电池等相对较为完整的产业链布局。

此外，乘联会秘书长崔东树发文称，今年1~10月新能源客车销量3.2万台，同比增长12%。在国内新能源客车激烈的市场竞争下，新能源客车走向海外成为消化产能的一大方式。比亚迪方面表示，当前，以比亚迪K9纯电动客车为代表的比亚迪新能源车足迹遍及全球六大洲，70多个国家和地区，超过400个城市。

## 加速布局新能源客车

根据新能源商用车市场信息联席会数据，今年9月，新能源商用车销量3.3万台，同比增长95.9%，渗透率达到11.8%，首次超过11%；今年1~9月，新能源商用车销量20.4万台，同比增长80.1%，渗透率达到8.2%，首次超过8%。而2020年该渗透率仅为2.7%，2021年渗透率为4.2%。

随着国内新能源商用车销量增长，车企对新能源客车等车型的布局也在加速。日前，比亚迪以约1.66亿元的价格，成功受让西沃客车100%股权，扩张新能源客车版图。

公开资料显示，西沃客车成立于1994年，由西安飞机工业(集团)有限责任公司与瑞典沃尔沃客车公司共同投资设立，在国内豪华高档客车市场中的市占率曾高达30%。在先后经历创维创始人黄宏生的开沃新能源汽车集团、西安高科集团等股东的股权变更后，西沃客车最终迎来了比亚迪。

比亚迪方面向《中国经营报》记者表示，比亚迪以纯电动“城市公交+道路客车”组合代替传统燃油车辆。至此，比亚迪已在西安形成乘用车、商用车、电子、轨道交通和动力电池等相对较为完整的产业链布局。比亚迪方面向记者表示，截至目前，比亚迪已在陕西累计推广纯电动客车超5500台，推动西北地区公交电动化发展。除了公交车，比亚迪还在西安推广应用渣土车、环卫车、物流车等电动卡车，全面助力“双碳”减排。

## 推动新能源客车出海

当前，新能源客车销量正稳步增长，成为客车市场一大亮点。崔东树发文称，10月的新能源客车销量0.52万台，同比增长54%；1~10月新能源客车销量3.2万台，同比增长12%。其中，比亚迪10月新能源客车销量265台，1~10月新能源客车累计销量4225台，市占率约13.2%。

另据中国客车统计信息网数据，10月，6米以上新能源客车企业销量排名中，宇通客车、中车电动、福田欧辉分别位列前三甲，比亚迪位列第10位。因此，选择已有一定市场基础的西沃客车成为比亚迪提升新能源客车市占率的方法之一。

除了扩大国内新能源客车市场份额，比亚迪的新能源客车同样在谋求出海机会。近期，比亚迪与北欧最大公交运营商Nobina签订64台大巴订单，计划于2023年第二季度交付，在挪威投入运营。另外，比亚迪已携新加坡第一辆刀片电池巴士亮相第四届新加坡国际交通大会暨展览会。

相较今年发力的新能源乘用车出海计划，比亚迪新能源客车的出海计划更早。在比亚迪国际化业务推广的规划中，第二阶段即是以新能源公交等客车产品为主导的商用车出海。以2010年“公交电动化”战略为依托，目前，比亚迪纯电动客车已在20多个国家、100多个城市运营，累计销量超过3300台。已和北美17个州的60多个优质客户合作，累计斩获巴士订单约1000台；在拉美累计获得超过2000台纯电动巴士订单。成功进入日本、韩国和澳大利亚等发达国家，足迹遍布20多个国家和地区的40多个城市，其中在日本纯电动大巴市场上占有率达70%。

值得一提的是，比亚迪日前发布公告称，于近日收到公司持股5%以上的第三大股东吕向阳的函告，获悉其将所持公司的合计263.24万股股份(占公司总股本的0.09%，占其所持股份比例的1.1%)办理质押手续，质押用途为运营需求。本次质押后，吕向阳累计质押公司4060.24万股股份，占其所持股份比例的16.97%，占公司总股本的1.39%。

## 家电巨头扎堆跨界

实际上，海尔集团在新能源汽车市场的布局，也只是当下家电企业进军汽车行业的一个缩影，诸如美的、创维、格力等都已经在汽车领域有了布局。

以美的为例，不久前，美的工业技术在美的第27届科技月现场发布了覆盖新能源车核心部件、工业自动化控制传动与高低压变频器等细分产业的5款新品，其中便包括威灵汽车部件800V SiC12,000rpm高转速电动压缩机。

而在众多入局汽车行业的家电企业中，创维是个特别的存在，它是为数不多选择直接下场造车的家电企业。今年9月，创维汽车推出旗下第二款车型创维HT-i超强混动SUV，并立下2023年要销售10万台

## 零部件领域或成重要切入点

为何大多数的家电企业不选择直接下场造车？

“我们还是在专心做好零部件的方向，把这一块业务做好。”对于未来是否会布局整车业务，美的威灵汽车部件公司总经理陈金涛向记者表示，“美的目前整体重点还是在汽车核心零部件的业务上面，这块业务的市场容量已经足够大。”

陈金涛透露：“我们现在做的产品，单车价值也到了1万元以上。如果按照2025年1000万台，2030年全球2000万台、3000万台的量，已经有好几千亿元的市场。这个市场对我们来说已经非常可观了，把这一块做

整车的“军令状”。

为何众多的家电企业选择入局汽车行业？江瀚表示，当前的家电市场，特别是白色家电市场已经进入成熟阶段，市场发展实际上是相对停滞的，“在这样的情况下，寻找新的增长点就成了最大的趋势，而新能源赛道无疑是较好的发展方向。”

盘和林告诉记者，大多数家电企业进入新能源汽车赛道、进入供应链，主要原因是汽车产业进入新能源时代，产业进入壁垒大幅度降低，锂电池汽车相比于内燃机汽车

在技术上门槛更低，其核心的三电系统已经有成熟的解决方案。

“过去家电企业不敢进入汽车产业，很大程度上是因为汽车制造业有较高的技术壁垒，比如发动机的技术壁垒就很高。而汽车赛道会为汽车产业提供新的增长点，是因为新能源车如今依然在高速增长阶段，市场尚未饱和。”盘和林补充道。

中国国研融合50人论坛副秘书长胡麟牧也表示，这两年来，新能源汽车的消费刺激政策力度远远要大于家电消费。“新能源汽车的产业链很长，

有很多新技术的应用，未来也是在产业链拉动国民经济增长的一个重要增长点，家电企业跨界进入新能源汽车行业，也是看到良好的市场前景。”

胡麟牧也直言：“传统的家电行业发展至今，它们在降低成本和制造工艺提升上，都已经到达瓶颈期。而且家电行业已经是存量市场，单体家电的利润率也在下降，它们需要去寻找新的增量市场，汽车行业在智能化方面刚好有这方面的需求，这些技术在很多方面也是互通的，也都是在物联网的大范畴内。”

不选择直接下场造车？江瀚认为：“不同的企业要做自己擅长的事情，如果在产业链体系没有足够的优势，就需要采用一些相对比较稳健的操作手法，不直接下场就是比较有效的一种方式。”

胡麟牧告诉记者，如果直接迈入到整车制造领域的话，家电企业作为后发者，并不具备很强的技术优势，加上又没有规模经济，这样去做整车制造是有风险的，业务不及预期可能会成为企业发展的负担。

那么，为何大多数的家电企业

选择与汽车行业有共通点的领域切入，去做一个物联网系统的集成商，做系统也更容易形成生态，大家都不会依赖于自己的标准，就不会容易被替代掉，这样客户的黏性就很强。”胡麟牧说道。

盘和林亦告诉记者：“汽车产业对于家电企业是新兴产业，所以以自身擅长的某个领域作为切入点，是比较合适的战略。当然，未来随着家电企业逐步熟悉汽车制造业的产业环境，很多企业会后进入汽车制造领域。”

# 城市NOA进入量产时代 轻舟智航收获数亿元B1轮融资

本报记者 陈茂利 北京报道

虽然今年以来资本市场对自动驾驶赛道投资持谨慎态度，但有实力推动智能驾驶规模化落地的自动驾驶公司还是拿到了融资。日前，轻舟智航(QCraft)宣布完成数亿元B1轮融资

## 资本看好自动驾驶发展前景

无独有偶，11月底，汽车智能自动驾驶解决方案服务商福瑞泰克宣布完成近亿美元B轮融资。融资由混沌投资领投，上汽恒旭、北汽产投、TCL实业等公司跟投。记者了解到，投资背后反映的是资本市场看好以轻舟智航为

代表的自动驾驶公司推动城市NOA(导航辅助驾驶)前装量产的能力。城市NOA是当前各大车企以及自动驾驶公司角逐的重要技术领域，主要解决在城市中开车遇到的场景难题。用户在导航上设置目

的并发起导航后，在可用城市道路上激活功能，车辆就能够完成车道巡航跟车、导航/超车变道、汇入/汇出道路、红绿灯识别起停、路口/环岛/隧道通行、避让其他交通参与者(行人、骑行者)等动态任务。

“当前行业内对于城市NOA是否需要激光雷达仍存争论，我们认为在近几年内，激光雷达对城市NOA来说仍是必需的。但是，轻舟智航的主张是‘不堆料’，而是通过随机应变的高性价比量产方案，满足不同主机厂不同级

顺利完成新一轮融资，不仅说明我们的自动驾驶技术潜力和商业价值被长期看好，也彰显了轻舟智航坚持技术与商业化平衡发展的理念和成果得到了广泛认可。”北京新能源汽车股份有限公司智能网联专家袁盛玥向《中国经营报》记者指出：“当前我国汽车智能化已经进入快速发展的阶段，L0级自动驾驶已成为汽车的标配，L2级自动驾驶功能在汽车上搭载也已成为业内主流，各大车企当前正在L3级和L4级自动驾驶功能方面发力，均在研发高阶自动驾驶功能。”

此外，自动驾驶发展前景可期也是轻舟智航拿到融资的重要原因。据国家发改委预计，到2025年，中国智能汽车渗透率将达到82%，数量将达到2800万辆；2030年渗透率将达到95%，数量约为3800万辆。

别自动驾驶功能的量产需要。”于骞介绍称。

袁盛玥向记者指出，只有把整车成本降低，才会有更多的消费者愿意为自动驾驶功能买单。“如何用更低成本的硬件去实现更高阶的自动驾驶性能，是当前包括车企、Tier1供

应商等行业主体都在思考的一个问题。以前的量产车要具备高阶的自动驾驶功能，可能会搭载多个激光雷达，目前最新的量产车可能只需要搭载单个激光雷达，甚至连激光雷达都不需要搭载，就能实现高阶自动驾驶。”

# 丰田、大众、马自达完善电动化拼图 合资车企加快“触电”步伐

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

2022年即将进入尾声。如果要为2022年中国车市拎出几个关键词,电动化是其中至为关键的一个。《中国经营报》记者注意到,年末岁尾,在造车新势力的角逐仍在继续、传统本土车企发力上攻的同时,一向被业内认为在电动化布局上较为缓慢的合资车企加快了排兵布阵、战略转型的步伐。

近期,包括一汽丰田、上汽通用、马自达、北京现代、大众集团等合资车企不断加快电动化、智能化转型速度。

近日,一汽丰田在其新近落成的新能源工厂宣布,公司第1000万辆汽车下线。值得一提的是,一汽丰田第1000万辆汽车是丰田bZ品牌在中国导入的首款新能源汽车bZ4X。显然,一汽丰田此举向外界

释放了其进行电动化转型的决心。在华处于合资车企第二梯队的马自达近日亦宣布,计划在2030年前拿出日元1.5万亿元(约合人民币775.08亿元)投入汽车电气化进程中。2025—2027年,马自达将在电动化高速渗透的中国市场推出专属纯电车型。

美系老牌合资车企上汽通用也在近日高调宣称将加快电动化转型。在中国市场,通用汽车宣布将于2025年底前推出超过15款基于奥特能(Ultium)平台的电动车型,并于明年推出全新软件平台,全面推进电动化与智能网联化。而在不久前,北京现代宣布正式启动“2025向新计划”也引发关注。北京现代计划在2025年实现燃油车全面混动化,2023年推出专属EV车型,未来3年投放4~5款纯电车型。

在中国,新能源汽车的渗透率

已于今年9月首次超过30%。然而,在新能源汽车早期发展阶段的“缺位”让合资车企的电动化转型倍感吃力。乘联会11月发布的统计数据显示,2022年10月,合资品牌新能源车份额为3.9%,同比下降2.5个百分点,主流合资品牌新能源车渗透率仅为4.6%。

“对于合资品牌而言,其市场的拓展和产品力的提升是很艰难的,因为它们目前未能跻身‘第一阵营’,面对的竞争对手实力更为强大。不过,虽然合资车企在电动化上慢了半拍,但它们均已有了‘得新能源得天下’的认知,正在努力追赶。凭借它们在燃油车时代积累的设计、生产、销售等方面的经验,以及目前新能源汽车相对更高的起点,合资企业追赶的速度不容小觑。”中国汽车市场流通协会专家委员会成员颜景辉对记者表示。

## 合资品牌“掉队”

对于合资车企而言,突破当前在电动车赛道上的困境已是必须要跨过的一道坎。

相对于造车新势力以及自主品牌,曾经依靠燃油车称霸中国汽车市场的合资车企,在目前国内新能源汽车市场上的存在感较低。毫不讳言,在新能源汽车的发展上,合资车企与国内拥有先发优势的造车新势力、自主品牌已存在差距。电动化转型有待进一步推进和追赶,是合资车企面临的共同课题。

根据乘联会近期发布的统计数据,2022年10月,国内新能源汽车零售渗透率为30.2%,较2021年10月18.5%的渗透率提升11个百分点。2022年10月,自主品牌中的新能源车渗透率达52.9%;豪华车中的新能源车渗透率为13.6%;而主流合资品牌中的新能源车渗透率仅为4.6%。

从月度国内零售份额来看,2022年10月,主流自主品牌新能源车零售份额为63%,同比增加2.1个百分点;合资品牌新能源车零售份额为3.9%,同比下降2.5个百分点;造车新势力零售份额为11.4%,同比下降2.9个百分点;特斯拉零售份额为2.5%,下降1.2个百分点。透过这些数据可以看到,合资品牌新能源汽车存在感较弱。

记者注意到,在国内合资品牌

推出的车型中,目前仅大众ID系列表现不俗。根据乘联会发布的统计数据,2022年1—10月,在国内新能源狭义乘用车厂商TOP15销量榜单中,一汽-大众累计交付8.1万辆,同比上涨62.7%,位列第14名;上汽大众累计交付7.2万辆,同比上涨61.8%,位列第15名。其中,在新能源SUV TOP15销量榜单中,仅有ID.4 CROZZ、ID.4 X两款合资车型跻身其中,分别为3.9万辆、2.8万辆,位于榜单第11名、第15名。

相对而言,与大多数合资品牌一样,丰田、本田、日产汽车在新能源赛道缺乏有竞争力的电动产品,对新能源汽车市场的布局起步较晚。

不过,日系车正在试图改写这样的局面。2022年以来,丰田、本田、日产汽车在华合资车企先后推出纯电车型,正式进入中国纯电动汽车市场赛道。

“在新能源汽车发展初期,合资企业大多持观望态度,从观望到入场,合资车企发力电动化、进行电动化转型的时间较晚,因此目前它们在新能源市场上的表现乏善可陈,面临纯电动车积累不足、产业链不强,‘油改电’产品智能化不足等方面的问题。”一位受访业内人士对记者说道。

人士对记者表示。

对于合资车企而言,突破当前在电动车赛道上的困境已是必须要跨过的一道坎。要知道,中国是全球规模最大、竞争也最激烈的新能源汽车市场。

12月7日,中银证券发布研报称,预计2023年我国新能源汽车销量有望达到900万辆,同比增长32.4%,长期趋势明确。乘联会方面则预计,2023年我国新能源车销量可能突破840万辆。

东方证券在其近期发布的研报中分析称,目前新能源汽车仍处于渗透率快速提升的阶段,2022年我国新能源汽车渗透率有望接近30%,其增量主要来自对燃油车的替代。“消费者对新能源车的需求已经从政策、补贴驱动转变为对新能源车本身使用价值优势的认可。”

“从目前国内新能源汽车市场的竞争格局来看,自主及新势力表现抢眼,合资品牌有待追赶。不过,虽然合资车企在新能源汽车方面起步较晚,但相较于造车新势力,其技术底蕴更为深厚,这是它们征战电动市场的难以被忽略的优势之一。”上述受访业内人士对记者说道。



在电动化布局上较为缓慢的合资车企加快了排兵布阵、战略转型的步伐。

本报资料室/图

## 发起冲锋

2023年,集中发力新能源将成为汽车产业共同的选择,新能源赛道上的博弈与比拼远未结束。

上汽通用正不断加大战略投入,在去年宣布投入人民币500亿元规划的基础上,新增200亿元,计划到2025年在电动化、智能网联化新技术领域的总投入将达700亿元,属于上汽通用汽车的电动化、智能化新未来正在到来。”近日,在“2022通用汽车科技展望日”活动上,上汽通用汽车总经理王永清对媒体记者表示,到2025年,上汽通用新能源车型产销将达到100万辆。

官网信息显示,在此前的规划中,上汽通用计划至2025年,基于奥特能电动车平台打造的国产电动车共10款以上。而在11月底宣布的最新电动化转型规划中,上汽通用将这一目标更改为“将于2025年底前推出超过15款基于奥特能平台的电动车型”。

时不我待。当前,新能源汽车的发展已经步入“下半场”,面对造车新势力不断发起冲击、自主品牌向上崛起这一激烈的竞争局面,合资品牌需要快速作出反应,调整电动化战略。

记者注意到,近期一向被指“保守”的马自达宣布,将分三个阶段去实现新的电动化转型目标。其中,在第二阶段,也就是2025—2027年,马自达将引入新的混合动力系统,并计划在此阶段后期逐步投放纯电车型,尤其是在电动化高速渗透的中国市

场推出专属纯电车型。

目前,长安马自达在售车型共有7款。根据乘联会发布的统计数据,2022年1—10月,其唯一的一款于2021年上市的纯电动车型CX-30 EV的销量仅为318辆。

除了上汽通用与马自达外,记者注意到,2022年11月以来,还有大众集团、本田汽车、北京现代等合资车企发力电动化转型。

11月5日,在第五届中国进出口商品博览会上,本田中国高调地宣布,计划到2027年在华投放10款纯电车型。同样是在第五届中国进出口商品博览会上,大众集团宣布,至2024年,将携手在华合资伙伴,在电动出行领域共同投资约150亿欧元,全速推进电动化转型进程。到2030年,大众汽车集团(中国)旗下各品牌车型中,新能源汽车占比有望超过40%。

与此同时,近两年面临业绩增长压力的北京现代,也在急切地书写电动化转型新故事。近日,北京现代营销事业本部副总经理戚晓晖在接受记者专访时表示,从2023年开始,北京现代会把现代汽车新能源方面的产品以及技术引入中国,并计划未来3年在中国市场投放4~5款纯电车型。

此外,一汽丰田近期亦描述了将通过电动化实现“下一个千万”目标的思路。据悉,一汽丰田新落成的新能源工厂坐落于天津市滨海新区中新生态城,是丰田e-TNGA架构下全新建成的工厂,搭载了丰田最新的BEV平台,主攻新能源领域,年生产能力为20万辆,这将为一汽丰田迈进年产百万阵营注入新的力量。

“可以看到,在电动化方面,合资企业正在加速追赶。虽然它们在电动化转型上已经有所滞后,其对新能源产业链的打造整合还需要一定的时间,但在当前较好的新能源汽车消费和制造环境下,合资品牌能够依托传统燃油车的技术积淀以及营销网络,快速推进新能源产品的市场化。与此同时,相较于而言,合资企业更为完善的电动化体系规划也是其发力电动化转型的潜在优势之一。”上述受访业内人士对记者说道。

从当前的发展现状来看,2023年集中发力新能源将成为汽车产业共同的选择。多位业内人士告诉记者,虽然合资车企目前在新能源赛道上仍然是“掉队”的一方,但对于那些敢于跨出转型这一步的合资车企而言,后发制人或也将成为一种可能。毕竟,新能源赛道上的博弈与比拼远未结束。

# 利好因素叠加 12月自主品牌、新能源汽车销量有望持续攀高

## 自主品牌份额持续扩大

本报记者 郭少丹 北京报道

“1—11月累计零售1836.7万辆,同比增长1.8%,环比净增31.7万辆。”全国乘联会统计乘用车市场情况后发布信息。

自购车税优惠政策启动以来,终端需求的释放给市场增色不少,自主品牌和新能源车不仅没有受到影响,反而持续改善超过预期。这在国内主流车企前不久公布的季度业绩报告以及协会统计的数据中都有所体现。据全国乘联会方面分析,自主品牌在新能源市场和出口市场获得明显增量,头部传统车企转型升级表现优异,比亚迪汽车、吉利汽车、长安汽车、奇瑞汽车等传统车企份额提升明显。

12月8日,全国乘用车信息联席会秘书长崔东树在2022中国汽车产业峰会上表示,“去年中国机动车保有量已经达到了3.95亿辆,今年前三季度已经达到4.12亿辆的规模,按照每年4000万辆的更新速度,2021年2700万辆的销量还远远没有达到新车销量峰值,这也意味着未来几年新能源汽车和整个车市必然呈现新一轮爆发式增长。”

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向《中国经营报》记者表示,利好政策刺激、营销方式多元化、年底冲量经销商促销活动力度加大等因素,促进汽车市场有望在年末出现翘尾的良好表现。

为促进汽车消费,支持汽车产业发展。今年6月1日,财政部、国家税务总局发布的《关于减征部分乘用车车辆购置税的公告》正式实施,即对购置日期在2022年6月1日至2022年12月31日期间内且单车价格(不含增值税)不超过30万元的2.0升及以下排量乘用车,减半征收车辆购置税。

在这一利好政策的助力下,使得终端消费需求进一步释放。从主流汽车集团第三季度财报来看,今年大部分车企实现了营收高增长。

比如,上汽集团前三季度营业收入为5102.37亿元,同比下降5.23%,但第三季度上汽集团以营业

## 出口量保持高位水平

世界疫情下的缺货严重,前期中国车市库存恢复到中高位水平是难得成就,为出口和内销奠定稳定局面。由于库存有保障,乘用车出口也在8—11月保持25万辆左右的历史高位。全国乘联会方面如是分析。

海关数据显示,前11个月,我国出口汽车3637.6亿元,同比增长79.3%。据全国乘联会统计,11月乘用车出口25万辆,同比增长54%。1—11月乘用车累计出口210万辆,同比增长56%。

其中,11月自主品牌出口达到19万辆,同比增长52%,环比增长1%。自主品牌对欧美市场和第

三世界国家市场出口全面突破,国际品牌的中国基地出口战略也日益体现。

同时,中国制造新能源产品品牌越来越多地走出国门,在海外的认可度持续提升,市场前景向好。

全国乘联会数据显示,11月新能源乘用车出口8.2万辆。其中,特斯拉中国出口37798辆,上汽乘用车的新能源出口17696辆,比亚迪汽车出口12138辆,东风易捷特出口5243辆,吉利汽车出口2654辆,上汽通用五菱出口1898辆,创维汽车出口1192辆,江淮汽车出口919辆,爱驰汽车出口503辆,东

风小康出口370辆,一汽红旗出口262辆,神龙汽车出口177辆,东风乘用车出口145辆,其他部分车企也有少量新能源车型出口。

“从产品力、性价比等方面看,中国新能源汽车具备明显竞争优势。”张翔表示,海外受到疫情冲击导致供给不足,为中国汽车带来了巨大的出口机会。同时,国内产能的积累需要新的释放出口,走出去也是必然趋势。

全国乘联会秘书长崔东树分析称,从中国汽车出口海外部分国家的当地市场的数据统计来看,中国汽车出口也呈现更加强势良好增长局面。长期以来,汽

车都被视为是工业强国的标志。中国汽车出口已经是世界第二大出口国,未来潜力更是巨大。现在来看,我国自主品牌出口进入了新的阶段,也就是进入了新能源发展的机遇期,以新能源为主的自主品牌出口与燃油车出口发生了巨大的变化。

回顾近几年的数据不难发现,从2016年开始我国汽车出口量增速逐步改善,2020年达到106万辆,2021年中国汽车出口爆发增长达到213万辆。进入2022年以来,中国汽车出口表现更加强劲,1—6月实现出口133万辆,同比增长40%。另外值得关注的是,二手车出

势车企销量同比和环比表现总体仍较强,尤其是第二阵营的哪吒等表现较强,这也是细分市场赛道的优势。

张翔分析称,利好政策刺激、营销方式多元化、年底冲量经销商促销活动力度加大等因素,促进汽车市场有望在年末出现翘尾的良好表现。

全国乘联会方面进一步预测,节前消费高峰与购置税利好政策即将到期等多因素叠加,有望推动12月车市零售更高。同时,随着进入冬季的天气转冷和秋收完成,加之部分外省农民工提早返乡过年,农村地区的购车热情会逐步释放,新能源车和中低端燃油车市场也会逐步升温。

口规模也在逐渐提高。根据中国汽车流通协会统计,今年上半年,中国二手车出口已经突破1.6万辆。加上2021年第四季度与今年1—11月的数据,中国二手车出口预估在4万辆左右。为积极有序扩大二手车出口,推动外贸保稳提质,今年12月6日,商务部等部门联合发布了《关于进一步扩大开展二手车出口业务地区范围的通知》决定新增辽宁省、福建省等地区开展二手车出口业务。

“未来我国汽车出口将保持较高增速。”中国汽车工业协会副总工程师许海东预计,今年全年我国汽车出口将达到300万辆。

抢占智能物流新高地

## 日日顺、中邮科技“触电”资本市场

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

在物流行业“内卷”升级的同时，物流产业链相关企业也正加速“触电”资本市场。

日前，日日顺供应链科技股份有限公司(以下简称“日日顺”)递交更新后的IPO招股书，拟在创业板上市，预计募集资金约27.71亿元，主要用于智能物流中心、仓储

设备智能化、“最后一公里”网络触点建设项目建设。

资料显示，日日顺为海尔集团孵化的子公司。公司成立初期主要服务海尔集团客户，在独立运营后，公司开始承接第三方业务，目前业务已从家电领域拓展至汽车和快消等多个行业。

除日日顺外，中国邮政集团旗下子公司中邮科技股份有限公司

(以下简称“中邮科技”)也于近日通过了上交所IPO审核。招股书显示，中邮科技募集资金将用于信源研发及智能制造基地、研发中心以及智能物流设备前沿技术研发项目等，总计募集资金约为13.45亿元。

在日日顺和中邮科技等物流产业链相关企业加速上市步伐背后，物流企业正不断加大智能物流设备前

沿技术研发力度，提升仓储设备智能化水平，以抢占智能物流新高地。

对此，中邮科技相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示，公司在智能物流系统领域深耕多年，已形成了智能分拣系统与智能传输系统等主要产品，并覆盖了快递物流、电商、机场、烟草等多个行业领域。



随着行业“内卷”加剧，物流企业正不断提升仓储设备智能化水平。图为日日顺在青岛打造的国内首个运动器械智能仓。  
本报记者/图

事实上，除日日顺和中邮科技等产业链公司外，快递物流巨头也在谋求上市。今年11月，中通快递(开曼)有限公司(中通快递，ZTO.N, 02057.HK)发布公告称，公司将寻求香港联交所及纽约证券交易所

所双重主要上市。

中通快递相关负责人表示，公司预期双重主要上市地位将有助于扩大投资者基础及带来新增的流动性，尤其是可触达更多位于中国及亚洲其他地区的投资者。

### 密集拥抱资本市场

除日日顺和中邮科技等产业链公司外，快递物流巨头也在谋求上市。

近期，物流产业链相关企业不约而同地将目光投向了资本市场。

据了解，目前已有多家物流企业通过相关审核准予上市或已递交招股书，正准备上市。以日日顺为例，招股书显示，由于公司发展初期背靠海尔集团，2019年~2021年及2022年1~6月，日日顺来自前五大客户的收入占公司当年营业收入的比例分别为68.29%、57.08%、52.48%和56.44%。其中，来自公司关联方海尔系客户的收入占比分别为42.03%、33.13%、30.60%和32.51%。

不过，日日顺方面表示，公司正不断拓展非关联方业务，海尔系客户及阿里系客户对公司的收入贡献

### 提升“物流快递化”水平

由于“物流快递化”的发展程度不够，导致大件物流等细分市场的增值服务发展程度不高。

在拥抱资本市场背后，快递物流运送途中出现的货物破损、配件丢失、时效慢等问题仍然影响着用户的消费体验。

在惠誉评级中国企业研究联席董事刘晓丹看来，物流企业的运营模式对其提供的物流服务品质有很大的影响。“我国的公路货运快递物流企业可以大致分为直营和加盟两大类型。其中，以京东物流和顺丰快运为代表

的直营物流企业对整个物流服务链条，包括收件、分拣、运输、派件等都有更好的管控，服务质量效率也更高，较少出现货物破损、配件丢失、时效慢等问题。而依赖加盟商的快递物流企业则需要加强对加盟商服务质量的监督，并通过自动化和智能化设备来提升货物服务水平和物流效率。”

中国交通运输协会快运分会副会长徐勇告诉记者，当前“物流快

递化”的发展水平还不够高，C端订单量不足等情况对大件物流的规模化发展也有一定影响。

“首先，由于‘物流快递化’的发展程度不够，导致大件物流等细分市场的增值服务发展程度不高。第二，在保证盈利或者不亏损的前提下，某一地域的订单量不足而采取的集货时间长和转运环节增加会影响时效性。第三，大件物流存在配件遗失等问题，主要是包装

不合规影响了大件物流的完整性。”

对此，中邮科技相关负责人告诉

记者，目前公司的智能传输系统具有柔性化、自动化、可扩展和可调速的工艺特点，可以有效提高输送效率，在运转上也具有高度灵活性，可根据货量实现无级调速、自动休眠，达到绿色环保的目的。“总体而言，公司的智能物流系统较为先进，可有效减少货物破损、丢配件、时效慢等问题。”

物流公司合理安排送货和安装人员，实现送货和安装人员间的联动，以减少上门次数和对客户时间的占用。”刘晓丹表示，因此，“送装一体化”对物流企业的资金和管理能力有一定要求，龙头物流企业在这方面可能会有更多优势。

中邮科技相关负责人告诉记者，经过多年的发展，公司已形成了多项核心技术，并将其广泛应用于智能分拣系统、智能传输系统等，使该类产品拥有较强的竞争力。“凭借先进的技术和产品，公司在消费端通过提高物品传输效率、稳定性及时效性，进一步提升了消费者的购物体验，在供给端能够满足客户多

样化需求，有效帮助下游客户实现降本增效，提升行业竞争力。”

而在徐勇看来，物流行业内各家公司的标准尚未统一，可能会对物流行业效率和业绩提升造成一定影响。“如果没有统一标准的话，物流服务就没有意义，要把增值服务做好，通过标准的操作流程实现物流服务效益的最大化。”

“物流企业是整个生产和消费链条上的重要组成部分，承担着将商品和货物快速有效地从供给端提供到消费端的重要作用。”刘晓丹进一步表示，“同时，物流企业也越来越重视在技术升级方面的投入，以实现降本增效的目标。”

### 布局“送装一体化”赛道

物流企业跨界布局“送装一体化”业务是一次新的尝试。

事实上，作为连接消费者和企业端的桥梁，物流企业也在进一步强化消费者和卖家之间的联结关系。

为此，物流企业已开始通过布局“送装一体化”，着眼于解决大件物流配送和安装等方面痛点。所谓“送装一体化”，即在家电、家居等大件物流领域内实行送货上门和免费安装等服务。

实际上，“送装一体化”已在家电、家居行业存在多年，不过一直以来都是由家电、家居企业主导开展。徐勇告诉记者，目前物流企业跨界布局“送装一体化”业务是一次新的尝试。

“在开展‘送装一体化’业务方面，应由专业的人做专业的事。”徐

勇进一步表示，“归根结底还是要不断满足消费者的需求，如果不能很好地满足需求，还需要家电、家居企业等专业供应商来做评估和建议。”

刘晓丹表示，许多物流企业已开始建立自己的送装队伍，旨在提供更完善的物流服务，提高在行业中的竞争力。“送装一体化”可以满足消费者对家居和建材等商品需要专业安装服务的需求，提高了消费者的消费体验。

“对于物流企业来说，自建‘送装一体化’体系需要在安装师傅的管理和培训方面投入更多的资金和人力。同时，与‘送装分离’服务模式不同，‘送装一体化’服务需要

物流公司合理安排送货和安装人员，实现送货和安装人员间的联动，以减少上门次数和对客户时间的占用。”刘晓丹表示，因此，“送装一体化”对物流企业的资金和管理能力有一定要求，龙头物流企业在这方面可能会有更多优势。

中邮科技相关负责人告诉记者，经过多年的发展，公司已形成了多项核心技术，并将其广泛应用于智能分拣系统、智能传输系统等，使该类产品拥有较强的竞争力。“凭借先进的技术和产品，公司在消费端通过提高物品传输效率、稳定性及时效性，进一步提升了消费者的购物体验，在供给端能够满足客户多

样化需求，有效帮助下游客户实现降本增效，提升行业竞争力。”

而在徐勇看来，物流行业内各家公司的标准尚未统一，可能会对物流行业效率和业绩提升造成一定影响。“如果没有统一标准的话，物流服务就没有意义，要把增值服务做好，通过标准的操作流程实现物流服务效益的最大化。”

“物流企业是整个生产和消费链条上的重要组成部分，承担着将商品和货物快速有效地从供给端提供到消费端的重要作用。”刘晓丹进一步表示，“同时，物流企业也越来越重视在技术升级方面的投入，以实现降本增效的目标。”

## 金旅客车：守正创新30载，自主向上交出亮丽答卷

1992年，厦门金龙旅行车有限公司(以下简称“金旅客车”)在厦门经济特区孕育而生，率先向科技第一生产力改革前行，并在短短的几年时间里迅速成长，从零迈向自主创新新征程，之后在传统客车生产制造、电动化新未来、氢能能源转

型、智能网联自动驾驶等关键核心技术探索中纷纷取得喜人成绩，以强大科技创新力助力中国客车制造实现一项项突破，并加速国际化进程，推动中国制造走向海外，在中国汽车工业史上添上一笔笔浓墨重彩印记。

### 步履坚定，铿锵30载

30年奋进征途，华丽蝶变。

1992年公司成立引入第一台客车；1995年第一台海狮轻客正式下线；1998年金旅考斯特作为国产客车率先服务全国重要会议；1999年汽车技术研发中心成立组建大型客车研发团队；2005年进军城市公交客车生产制造，获得公司第一张海外认证证书，拿下底盘生产资质，结束外购底盘历史，走上自主创新新台阶；2009年获得WVTA欧盟认证，进军欧洲高端市场；2017年领航者惊艳亮相，树立国内高端公路客车新标杆；2017年金旅星辰无人驾驶客车率先实现国内客车在国家智能网联汽车(上海)试点示范区模拟运营测试……金旅客车的30年奋进之路，是一条敢为人先、守正出新的变革之路，是一条薪火相传、继往开来传承之路，

是一条应时求变、勇立潮头的创新之路。搭乘国家改革开放东风和中国经济腾飞快车，金旅客车用更好的发展模式与伟大时代同成长。持续的技术创新是它强有力的动力。历经30年锤炼，金旅客车获批“国家认定企业技术中心”“国家级工业设计中心”“福建省新能源汽车企业重点实验室”，参与多个国家863科技项目，在先进的产品研发体系和严苛试验验证及世界领先阴极电泳等先进制造工艺加持下，让国产客车品质不断站上一个个新台阶。

30年自主向上，金旅客车也让“中国制造从落后到追赶，再到赶超”梦想变为现实，中国客车开始频繁出现在世界各大舞台上，自主品牌客车敲开了欧洲高端市场，令世界刮目的不仅仅是金旅客车的新能源发展成果，还有其在智能网联、自动驾驶领域的极大推



取得了丰硕成果。如今，金旅客车已经成功销往丹麦、挪威、荷兰、芬兰、法国等欧洲市场，新能源销量更是位居欧洲地区前列。研发实力扎实雄厚，不断迭代升级的金旅新能源产品，为世界贡献了更加智能先进的绿色新能源解决方案，也让城市交通在“碳中和”背景下提交出色答卷。

令世界刮目的不仅仅是金旅客车的新能源发展成果，还有其在智能网联、自动驾驶领域的极大推

## 抢跑新能源商用车赛道 德力公司掘金同城物流

本报记者 张家振 安阳报道

节的货厢利用率低等痛点。

为解决快件“最后一公里”配送难题，德力公司从同城物流多样化场景出发，正式对外发布了首款末端配送新品类——大力牛魔王01和智能城市物流车——大力牛魔王03，以革新的产品力引领物流装备、物流产业进阶。

据德力公司CTO、首席技术官王可峰介绍，在技术布局和产品布局方面，德力公司将通过技术创新，为用户提供全新平台的高性价比纯电动汽车解决方案，2025年成为中国城市物流智能电动车领导者。

据介绍，为满足更多的物流场景需求，提高新时代物流人的生产效率，德力公司未来将加快推进小型纯电动汽车、中型增程车型以及氢能中重卡物流车等产品的研发、制造工作，最终实现同城、城际、省际全场景绿色物流解决方案。

德力公司成立于2017年7月，运营总部位于上海，生产基地位于安阳市。成立5年来，德力公司在建成现代化汽车生产工厂的同时，先后获得了纯电动商用车“双资质”和氢能资质，正加速探索新能源商用车发展的新路径。

“随着汽车产业电动化加速、智能化进阶，新技术正驱动新能源汽车呈现发展新格局。”德力公司相关负责人表示，物流链接千家万户，绿色发展正成为时代主旋律，新能源物流车也迎来了“新蓝海”。同时，新时代的物流人需要升级物流装备以满足效能提升、绿色发展的需求，行业正在发生变革。

在“场景定义车型”理念引领下，德力公司当前正聚焦同城物流场景，构建产品布局、技术布局、全新服务三位一体的同城物流新生态；后期将根植于智能化技术在商用车领域的更深入应用，实现绿色智慧物流解决方案在同城、城际、省际的全场景覆盖。

“我们经过广泛深入调研发现，快递物流行业末端配送痛点明显，亟须产品替代。”德力公司相关负责人表示，电动三轮车面临着续航能力不足、受天气影响严重、存在安全隐患、路权受限、产品笨重寿命短等痛点；而微型面包车则面临着购置、运营成本高、车身长、使用场景受限和在末端配送环

“随着公司战略和全新品牌的发布，德力公司正踏上第二阶段新征程，通过重构物流场景、定义全新品类，聚焦同城物流全场景绿色解决方案，以革新的姿态引领新能源物流车行业发展。”德力公司上述负责人告诉记者。

### 守正创新 逐梦智能新未来

对于怎么在科技浪潮涌动中永葆创新力，金旅客车新能源研究所所长胡军说道，“‘守正创新，不忘初心’是金旅客车30年来始终坚持的信念与原则。而拥抱变化、与时俱进，则是金旅客车持续向前的动力和源泉。”

站在30年新起点，金旅客车正在加快蜕变。2022年9月9日，金旅迎来全新一代自动驾驶客车——驰睿平台的正式下线，从而开启了金旅加速迈向智能未来的新征程。在未来，这款产品将牵手蘑菇车联等平台，加速走向市场。

“这是一款为新时代而开发的全新产品平台”，陆军表示，金旅客车已经为自动驾驶新未来做足了充分准备。

更安全，是驰睿全新自动驾驶平台的更深层次思考。“发展智能网联汽车的首要核心一定是安全，我们必须要把安全放在第一位”，为此，驰睿集聚金旅领先智能网联技术，搭建了全新GEA电器架构，并打造底盘域控制器协同控制、多元异构冗余、内生安全等三大防护体系，筑牢安全底线。

更智能，是驰睿全新自动驾驶平台带来的美好体验。车辆配备高品质高性能固态激光雷达，可实现

360度无盲区、超远距离、多重冗余感知；融合GNSS、SLAM和特征定位技术，达到厘米级高精定位。线控底盘采用双重冗余设计，控制率达到毫秒级，横向控制精度0.1度，智能安全更上一个层级。而从简单的机械结构组合到系统深度集成式，实现远程的线控，意味着车辆自动驾驶的感知速度更灵敏、执行力度更强，也更智能，犹如心随我动，使得车辆能够更加安全高效地处理各种复杂城市交通路况，满足各地自动驾驶项目多样化需求，适合在城市公共交通、园区接驳等多场景运营。

更未来，是驰睿自动驾驶全新平台致力打造的智能驾驶新业态。面向未来，让金旅驰睿思考更多，也拥有更未来的自动驾驶技术力量，让未来客车生态加快实现。金旅客车总工程师石添华在多个场合强调，“面对未来，金旅客车要迎接的是一个全新生态的到来。而自动驾驶的应用将进一步打破时间、空间限制，让客车成为出行即服务的上佳载体，让这个移动空间能够更好地服务百姓，更精准匹配未来出行的需求，从而帮助社会创造效益。”

广告

# “世界超市”的生意经

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

“相比从前‘鸡毛换糖’的年代，现在我们更需要关注国际形势。”一名义乌商人对《中国经营报》记者说道。

近日，随着卡塔尔世界杯八强

名单的出炉，摩洛哥成为横空出世的“黑马”。义乌商家告诉记者，最近有来自北非的加急订单，但数量相比被外界看好的巴西队和英格兰队，只是一些小批量订单。

据义乌体育用品协会估算，义乌制造几乎占到世界杯周边商

品市场份额的70%。近日，义乌商家告诉记者，在义乌国际商贸城门店里，堆满了旗帜、喇叭、哨子、球衣、大力神杯摆件等周边产品，摆放位置最突出的球队周边很可能预示着世界杯的最终赢家。业内专家指出，实际上义乌制造

已垄断了好几届世界杯周边，这体现了中国制造的强大竞争力。义乌早期的“鸡毛换糖”（以“敲糖帮”为主的义乌商人走南闯北、走街串巷，以红糖等物品换取鸡毛等废品以获取微利。）模式依赖于高效的供应链体系，一个是响应

快，另一个是成本低廉，所以，响应快和性价比高也成为新时代“鸡毛换糖”的核心。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林认为，义乌国际商贸城作为互联网赋能实体经济的典型，其供需信息高效对接，响应能力的提升让具备国际视角的义乌商人更快地找到商机，更便利地找到海外经销商和需求方，从而能够为产品找到买家，减少库存积压，推进采购、生产、销售等经营环节的良好周转。

## 不断推出各类周边

不仅是世界杯的周边，包括圣诞节、各个国家的特殊节庆，甚至明星们的周边等，都少不了义乌制造。

作为“世界小商品之都”，义乌永远紧跟热点。早在世界杯开始前，关于“世界杯超过一半的周边产品来自义乌”的话题热度陡升，“义乌50天为世界杯赶工10万个足球”的新闻也登上热搜。

不仅是世界杯的周边，包括圣诞节、各个国家的特殊节庆，甚至明星们的周边等，都少不了义乌制造。此前里约奥运会中杨倩小黄鸭发卡、侯志慧夺冠“三件套”和陈梦同款乒乓球项链，都来自义乌。这个拥有7.5万个商铺的国际商贸城，带动了全国20多个产业集群、210万家中小微企业，商品远销233个国家和地区。

义乌制造的产品类别也包括日用百货、户外用品、益智类玩具、节庆用品等。义乌商贸城商户张帅向记者透露，杨倩同款小黄鸭发卡在最火热时一天能卖一万多个。

“作为全球圣诞用品的供应基地，很难想象世界上哪个国家能够赶超义乌。”义乌市圣诞用品行业协会秘书长蔡勤亮表示。据悉，中国每年出口价值61亿美元的圣诞产品，其中约80%来自义乌。

在纪录片《圣诞快乐，义乌》中，工厂从农历年过后的初春，就开始为圣诞节做准备。据了解，每年的3~5月，是询价的高峰期，义乌的商家们每天都在反复向订货商报价。

张帅表示，义乌处于浙江中部，其周边有诸暨、新昌、东阳等各类小商品生产基地，沪昆铁路从义乌穿行而过，也给它带来了极大的交通优势，可以通达萧山、慈溪等更远的商品生产基地，甚至直接通达省外。

得益于地理优势，“鸡毛换糖”的交换传统再次复制到今天义乌的商业模式中。张帅指出，义乌“鸡毛换糖”并非大规模的“小商品生产再销售”活动，本地的工业规模一直到二十世纪八九十年代还

很小，是靠着信息差发展起来的实体经济模式。

张帅举例，“比如在询价阶段，客户是揣着需求找大量厂家报价，最终和报价最低的合作。但如果能够先得到消息，那么也能够主动备货，寻找最有合作需要的客户，从而掌握部分议价权。”

多年以来，义乌作为圣诞商品的源头，供应链上的商人也赚得盆满钵满。比如义乌圣诞工艺品行业的头部企业鑫特安，据其官网介绍，年销售额达1.2亿元。

北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳认为，“薄利多销”是义乌模式的发展特色，这个非常庞大且完善的产业集群的模式是无法简单复制的。他分析道：“义乌能够带动周边区域形成庞大的中小产品产业集群，是因为早期的产品特点就是成本低、利润薄，而这种劳动力相对密集的产业形态，对一些大企业来说可能成本过高。另外多品种、小批量的订单需求需要分工协作完成，依赖于各村各镇不同特色业务的衔接，实现了产业链之间的相互配合，这些交易就在义乌完成，从而逐渐形成了这一系列交易集群。”

赖阳指出，改革开放以来，义乌通过一家一户的家庭发展模式，形成一系列的小微企业、私营企业、民营企业，驱动周边的区域产业分工和产业链的联动。但实际上这些企业不仅在生产上不断地升级优化，部分企业团队也进行了现代化的升级，更有前瞻性地接轨国际标准、扩大规模并形成品牌型企业。

从原材料到生产，不同企业大规模的分工协作，再到汇聚全球采购商。海关数据显示，2022年前三季度，义乌外贸进出口总值超3541.9亿元，同比增长29.9%，其中，出口3222.1亿元，同比增长25.4%；进口319.8亿元，同比增长103.4%。

## 宠物产业持续升温 食品原材料溯源管控成关键

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

宠物行业热度持续。随着天元宠物等企业的上市，近年来饲养宠物群体人数不断上升，宠物经济的现状以及前景引发关注。

宠物产业规模正不断上升。根据艾媒咨询数据，2015年至2020年中国宠物经济产业规

模复合增长率为20.2%。根据京东宠物发布的《2022年中国宠物行业趋势洞察白皮书》，2022年中国宠物实体市场规模将达1158亿元。

根据《中国经营报》记者了解，宠物产业主要分为宠物食品、宠物用品以及宠物医疗与服务行业。连锁经营专家李维华向记者

表示：“宠物产业一直以来都是一个很好的领域。此前肯德基可达鸭、星巴克猫爪杯的火爆都侧面反映了消费者对于宠物的热爱。随着年轻消费者的不断增加，品牌在打造上要遵从更加时尚、更加适配宠物的大趋势。宠物食品领域则要向更加健康、营养等角度去进行打造。”

46%，宠物主粮占比34%，成为最大细分品类。其中，烘焙粮增长速度最快，京东宠物烘焙粮GMV（商品交易总额）同比增长高达96倍。

尾巴生活创始人连姝凝向记者指出，不同类目的价值是有高低的。“类目价值的高低是由消费者的购买能力、频次、复购黏性等决定的。在壁垒方面，主食类目高于用品类目，因为主食是比较注重安全性的类目，长期做主食类目建立的品牌心智的价值会比较强。这是属于比较难建立，但是一旦建立就比较稳固、易守难攻的类目。而宠物用品是属于进入门槛相对较低，同时对于产品创新比如工业设计上的创新有要求。由于准入门槛比较低，行业竞争比较激烈。另外，宠物用品复购频次低，导致长期的黏性和长期的ROI（投资回报率）没有食品类目好。”连姝凝表示。

根据记者了解，从品类上来说，宠物食品行业主要包括主食、各类零食以及功能性补剂等。在用品方面，则包括猫砂、猫窝等以及智能带电类的用品如智能饮水机、智能猫砂盆等。

根据京东宠物发布的《2022年中国宠物行业趋势洞察白皮书》，2022年中国宠物食品份额增至

## 未来空间大

记者了解到，宠物产业目前在供应链端面临挑战。在产能方面，连姝凝向记者指出：“目前宠物产业的供应链处于早期发展阶段。头部的、优质的供应商比较稀缺，这导致这些头部供应商的产能比较供不应求，被一些有订单体量以及合作信任度的头部品牌垄断。”

而以上情况就导致行业里出现一些现象。“对于头部的供应商而言，处于完全不缺订单的情况。这使其没有很强的自身品控以及供应链管理的驱动力，导致出现一些投诉和品控问题。这是3亿元至5亿元规模和体量的品牌绕不开的一点。因此当品牌到达3亿元至5亿元体量的时候，就有动力自己建厂，一方面是为了建立成本优势，更重要的是加强对原材料溯源的管控以及对于供应链管理流程的掌控。”连姝凝表示。

记者注意到，在小红书、知乎等各种社交平台，确实存在部分关于宠物食品品质的投诉。

对此，连姝凝表示：“实际上，很多时候并非产品的品质问题。首先，不同猫的习惯、喜好不同，比如有的猫从小到大只爱吃干粮，有的猫只吃冻干。这导

致它们对于一些品牌的产品会表现出不爱吃的情况。另外，当猫在特需阶段像是换季、温度变化以及敏感期等情况下，在吃某种品牌食物的时候出现软便、便血情况，可能就会出现类似网上对于产品的投诉。当数量多了之后，就可能引发公关危机。而品牌自有工厂可以更容易监控到供应链的每一个环节，给用户一个更透明的追溯。”

宠物行业中国品牌正在崛起。天猫“双11”宠物品牌销售战报显示，根据“双11”品牌累计GMV排名，国产品牌麦富迪排名首位。排名第二、第三的则是美国品牌皇家和渴望。

根据白宁观察，在终端消费市场上，已经从最早期时候的70%到80%由国外品牌占据，到了目前国产品牌占大多数的情况。国产品的市场占比一直在不断提升。

对于目前国外与国内供应链的差异，连姝凝表示：“主要的差距在于两方面。一是在肉源方面，溯源到上游供应链的源头，海外的肉源品质会更好，同时价格反而还会更低。这是在上游供应链的源头上成本和品质方面的差距。而决定一款食品好坏的根本

因素其实就在肉源上。国内整体的肉源在品质、成本上相较于国外优势不够。二是在工厂的管理能力以及品控方面，海外的工厂基本上都是家族企业，对于工厂的安全口碑是非常看重的，在品控上管得非常严。”

在目前的宠物食品市场，国产品牌在低端、中端以及高端各层都是有的。连姝凝认为：“不同的价格定位背后的难度和考验也是不同的。对于中高端定位的品牌，其挑战在于产品力、产品的创新能力、建立品牌与消费者之间的情感链接以及有效传递品牌价值观等。如果品牌是将用户定位在追求性价比的大众群体，其难度就在于搞定成本控制、品控和供应链，来确保品牌能够在合理的成本和定价水平的基础上保证食品安全。”

同时，在连姝凝看来，目前我国的供应链是可以打造出中高端产品的。“以湿粮罐头以及各种干粮食品来说，本身的工艺并不复杂。决定产品好坏的是品牌选择用什么样的成本（原材料等）去做。只要能够给工厂更高的成本空间去选用更好的原材料，同时去做更好的溯源追踪，其实是可以做出中高端产品的。”



浙江义乌国际商贸城的商户整理将要出口的拍手器。

视觉中国/图

# 吉祥物拉伊卜热销 国内体育IP经营起势

本报记者 刘旺 北京报道

“它像是来自《一千零一夜》世界的一位向导，将带领全世界数以十亿计的球迷，暂时忘掉疫情、冲突和经济不景气，来欣赏为期一个月的足球华章。”拉伊卜，

## 神秘的中东吉祥物

这个“馄饨皮”IP在中国的设计、生产和销售，均由本届世界杯大中华区官方特许授权商杭州孚德品牌管理有限公司操办。



视觉中国/图

工人在车间内生产卡塔尔世界杯吉祥物拉伊卜。

跟冰墩墩之间进行了一个无缝衔接，消费者对吉祥物品类已经有一定的消费意识和消费欲望，这对我们来说已经打好了基础；最后，这次拉伊卜本身的造型也很好，并不是一个司空见惯的东西，是中东阿拉伯人头巾的造型，又是卡塔尔王室设计的，代表着财富，又很可爱，所以具备了成为一个网红出圈的潜质。而且目前也没有其他更好的赛事，大家的注意力都集中在世界杯上。综合以上几个因素，形成了拉伊卜火爆的情况。”

作为北京2022年冬奥会吉祥物冰墩墩设计团队负责人，曹雪也认为，体育赛事的吉祥物要能代表举办国或者该地区的一个形象，这个形象需要是当地独有的，也要能引起社会面乃至全世界的共识和共情。“大家想到中东地区就会想到当地的特色服饰，从这个层面来说，拉伊卜就达到了很好的文化宣传效果，让大家记住了这届世界杯。”

郭志浩告诉记者，孚德主要的精力放在了研发和生产上，据了解，除吉祥物摆件和玩具外，此次

一部分，是体育赛事产权及其相关衍生品，也是体育赛事的核心产品。

在我国加快建设体育强国的背景下，我国体育氛围日益浓厚，而体育赛事IP也正在迎来新的发展空间。

## 体育赛事IP市场起势

不过，我国体育赛事IP市场，较国外成熟市场仍有一定差距。

实际上，国内的体育赛事IP市场火爆在今年初就有体现，尤其是在赛事周边上。2月4日，在2022年北京冬奥会开幕式上，冰墩墩一经亮相，便成功引爆全网，呈现出“一墩难求”的热度。

相应的特许生产商和特许零售商获得了良好的销售预期。受利好消息营销，几大企业例如元隆雅图和文投控股在2月7日、8日、9日连续三个交易日收盘价格涨停；王府井、万事利等也集体涨停。

在郭志浩看来，体育赛事IP营销在国内市场空间巨大。“除了世界杯之外，孚德还获得了法国国家队的独家IP，英超的阿森纳队的独家IP，国内的如北京国安、上海申花这些足球队，北京首钢、上海大鲨鱼这些篮球队，还有法网、澳网这些公开赛的赛事IP，都在孚德手里。”

从上述动作来看，我们对整体的体育赛事IP营销非常看好。”

“首先，在疫情期间，大家对体育赛事的精神寄托和消费水涨船高，除了衣食住行外，精神需求无限放大；其次，北京冬奥会也教育了市场，大家对正版官方授权商品的信任和购买的欲望也在提升。体育赛事IP营销在国内属于朝阳行业，而且未来成长空间很大。”郭志浩表示。

不过，我国体育赛事IP市场，较国外成熟市场仍有一定差距。艾瑞咨询发布的《2022年中国体育赛事IP商业化研究报告》显示，中国与其他国家在体育服务业（包括转播、赞助、IP衍生品等）上差距不小，2020年英美两国的体育服务业占体育产

业比重均超过80%，而中国仅为51.6%，且其中绝大多数都来自转播权和赞助。

根据媒体报道，美国NBA球队主场一个周末的销售额轻松可达几百万美元。数据显示，2021年，C罗转会曼联，其7号球衣在开售12个小时后销售额达到3250万英镑（约合人民币2.8亿），创英超历史纪录。

国内市场要想呈现出上述情景，显然还有很长一段距离。上述报告提到，我国体育赛事IP在发展过程中，有必要创新盈利模式，以赛事IP的本土文化价值出发，利用赛事IP和体育明星的影响力，开发自主体育赛事的IP延伸。

而对于体育赛事IP如何实现商业化和持续发展，关键之道体育咨询创始人张庆认为，IP培养焦点应该放在规则和玩法的设计上。

“那些可以走商业化的IP，我们要界定什么是商业化。所谓的商业化是指把无形价值有形化，有形价值价格化。无形价值有形化是说要把体育IP落下来，变成具体产品；有形价值价格化意味着产品本身要满足某一方面的需求，市场愿意为之买单。这是原理，但实际操作过程中，个人觉得，不要急于考虑商业化和商业变现的问题，不要轻易做出打造一个体育IP的决定。IP作为知识资产，是需要创造和积累的，如果没有足够的定力通过长期的积累培养出一个完善的IP，只想赚快钱，这是不可取的。IP长期的培养焦点应该放在规则和玩法的设计以及应用上，要明确自己的特质，把强项发挥到极致。”张庆认为。

# 多猪企布局屠宰食品业务 全产业链模式仍处探索期

本报记者 蒋政 郑州报道

生猪养殖企业向下游屠宰布局的动作仍在延续，并试图延伸至溢价能力更强的食品领域。

两年前以“筹建办”形式出现的温氏生猪屠宰板块，日前正式“转正”成为独立经营单元；做饲料起家的傲农生物，在布局生猪养殖之后，又计划投入5亿元募集

资金建设屠宰和食品项目；牧原股份投产的屠宰场由上半年的8家增至当下的10家，屠宰产业也增至3000万头。

《中国经营报》记者注意到，养殖企业涉猎屠宰业务，其盈利水平并不高。布瑞克咨询高级研究员徐洪志对记者表示，鉴于我国屠宰产能过剩的市场格局，相关企业要做好长期不盈利或毛利

率偏低的准备。

在中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇看来，对于上游养殖企业而言，进入屠宰是一个必然要经历的环节，他们最终目的是要布局食品领域。“养殖企业发展到一定阶段，大多会走全产业链的道路，此举在于降本增效。不过，我国在这一领域仍处初级阶段。”

## 加码屠宰，意在食品？

11月28日，温氏股份发布公告成立广东温氏佳润肉食品有限公司（以下简称“佳润肉食”），为独立经营单元，隶属集团公司管理。（此举）是为进一步提高生猪屠宰加工业务的专业化管理水平，开拓食品业务更为广阔的发展前景。”温氏股份在其官方微博如此表述。

佳润肉食是温氏生猪屠宰业务的平台公司。温氏股份相关人士告诉记者，佳润肉食的前身是晶宝食品筹建办。“公司生猪屠宰业务已经探索了两三年时间，现在慢慢成了体系，就独立出来了。”

记者注意到，早在2017年，温氏就提出向食品企业转型。最早转型的是禽业屠宰的“532”战略目标，即家禽产品的50%以毛鸡销售，30%经过屠宰后冰鲜销售，20%进行熟食加工销售。后又推出养猪业“82”行动计划，即80%的肉猪以毛猪形式销售，20%的肉猪经过屠宰加工后上市。相关数据显示，温氏股份在2021年生猪出栏量为1300万头。

放眼整个行业，这种动作并非孤例。

傲农生物日前拟定增募资不超过18亿元，用于投资6个饲料项目、3个屠宰和食品项目等。其中，食品项目计划投入募资金额5.03亿元，建成之后新增年屠宰加工200万头生猪、4.5万吨肉制品的产能。

傲农生物以饲料业务起家，后逐步向生猪养殖拓展，并在2020年下半年开始经营屠宰和食品业务。

早在多年前就斥资建设屠宰厂的牧原股份，其屠宰产能逐步释放。已经投产的屠宰厂由上半年的8家增至现在的10家，屠宰产能达到3000万头。

一位生猪产业投资人士告诉记者，我国从2021年4月1日起逐步限制活猪调运，除种猪仔猪外，其他活猪原则上不出大区，出大区的活猪必须按规定抽检合格后，经指定路线“点对点”调运。这就给很多位于生猪调出省的生猪养殖企业带来很大的障碍。所以，很多养殖企业的屠宰厂，大多都是配合原有的养

殖场来建设。

徐洪志告诉记者，屠宰食品业务毛利率偏低。其原因在于，生猪屠宰业务多年来一直是产能过剩和微利运行的状态，早已经成为红海。

朱增勇提到，养殖企业进入屠宰是一个必然要经历的环节，但很少依靠屠宰盈利的。他们最终是要进入食品领域，建立自己的猪肉品牌以及提升深加工水平和质量，建立自己的营销网络，才是该类企业的最终目的。

从相关养殖公司披露的发展战略来看，包括新希望、温氏股份、天邦食品、唐人神等企业已经将食品或肉品纳入主营业务当中。傲农生物董秘办工作人员对记者表示，公司未来将是以饲料、养殖、屠宰和食品板块为主，未来是否以深加工为主以及该板块的营收占比，还需根据实际情况来调整。

天邦食品证券部工作人员表示，公司当下处于转型期，未来会以深加工为主，等食品营收占比达到三成之后，会对这一板块做系统统计。



生猪养殖企业布局屠宰业务，向食品领域转型。

## 探索全产业链布局

作为全球最大的猪肉供销市场，我国的生猪产业在养殖、屠宰环节却高度分散，这导致猪周期一直都在困扰着整个产业。

朱增勇说，从产业发展的角度来看，当头部企业的集中度提升，并且发展到一定阶段以后，必然要走全产业链发展的道路。

“全球范围来讲，史密斯菲尔德是从屠宰加工向上游的养殖和下游的食品加工布局，泰森是从养殖端向下游布局。欧洲很多头部企业则是从饲料企业向下游布局。各国情况不同，最终的方式也不尽相同。”朱增勇表示。

国外市场由于屠宰环节的集中度高于养殖，由下游向上游养殖整合是一个特点。国内则是养殖环节的议价能力高于屠宰，所以养殖企业延伸产业链的动作更多。

事实上，目前国内生猪产业链各个环节的企业之间的经营界限正在逐渐模糊。细数头部上市公司，其业务范畴大多已经涵盖饲

料、育种、养殖、屠宰和食品。

傲农、大北农、新希望最早是以饲料业务为主，又经过收购、扩产等形式向下游的生猪养殖环节布局。而推崇自繁自养的牧原，基本已经涉及养殖以上的所有环节，并在此基础上又开始向下布局。

“最为典型的是天邦食品。该公司一开始是以饲料起家，2012~2016年，饲料产品营收占比为68%~79%。但2018年开始，天邦生猪养殖业务连续4年营收占比超60%，一跃成为公司营收主力，此后该饲料企业逐步向养猪企业转型。到了2022年6月，该公司由‘天邦股份’更名为‘天邦食品’，进一步向优质食品供应商转型。

“全产业链布局的目的是降本增效。通过上游的饲料、粮食贸易以及相应的饲料营养方面的研发来降低生产成本，主要包括饲料成本和养殖效率。因为饲料成本基本上占到养殖成本的六成。”朱增

勇说，增效则是从产业的增值，主要指的是食品加工。

记者注意到，尽管很多企业都有在上下游涉猎，但是营收占比仍呈现“一头重”的状态。截至今年上半年，大多数养殖企业的屠宰食品板块营收占比在10%左右。

“目前来讲，国外相关企业在布局时会进行横向和纵向的整合，而我国更多的是直接投资，而非战略性合作。总体来看，我国生猪企业布局全产业链仍是一个初级阶段和尝试的阶段。”朱增勇说。

需要注意的是，布局全产业链对于企业的资金和管理提出很高要求。徐洪志提醒道，在布局全产业链时，需要企业耗费相当长的时间完成业务整合，在布局的过程中要做好预期管理，尽量踏准市场变化节奏，避免扩张业务对主营养殖业务产生不利影响，确保资金链管理不出大问题。2022年以来上市猪企的业绩波动已经证明，这个整合完成的时间节点远未到来。

## 1. 使命

### 无法拒绝的“挽救”

当日本政府向稻盛和夫发出邀请的时候，他本能上并不喜欢日航，但他有另外的思考逻辑。

稻盛和夫为什么会接受日本政府的邀请，以78岁高龄出山重整日航？稻盛和夫进入日航的初衷到底是什么？要知道，在当时，稻盛和夫创立的京瓷集团和第二电电(KDDI)已经成为世界500强公司，他为何还要顶着巨大的挑战去到一个自己从未涉足的航空领域？

“这是一个非常重要的问题，只有明白了稻盛先生的初衷，你才能理解他日后挽救日航的各种措施和行为。”日本立命馆大学经济学部助理教授窦少杰博士告诉《中国经营报》记者。

窦少杰博士长期从事京瓷集团的研究，对稻盛和夫很是熟悉，他告诉记者，“稻盛先生其实并不喜欢日航，在拯救日航之前，稻盛先生出差大多数是坐全日空。日本国内只有全日空、日本航空等几家航空公司，全日空是一个纯私营企业，为了与日航竞争，非常重视服务。稻盛先生也曾坐过日航的航班，但他认为日航的空乘和地面服务比较傲慢，不够亲切。这与日航的公司性质有很大关系，1950年，日航由日本政府出资成立，是一家纯粹的国有企业。虽然1980年代日航进行了民营化改革，但改革并不彻底，成为了一个半官半民的航空公司，官僚主义盛行，直接导致了服务差强人意。”

所以，当日本政府向稻盛和夫发出邀请的时候，他本能上并不喜欢日航，但他有另外的思考逻辑。

“在稻盛先生看来，如果不能拯救日航的话，日本政府的投资就打了水漂，市场上就会失去一个大企业。不仅如此，没有了日航，全日空就会垄断整个高端航空市场，缺少竞争的日本航空业，服务会下降，价格也会增长，国民将得不到实惠。”窦少杰告诉记者。

由此，稻盛和夫提出了三条重建日航的理由来说服自己：第一，要保证日航3万员工的就业，日航破产前员工数量一度达到5万人，现在剩下3万人，这3万人的饭碗涉及3万个家庭的生活。第二，要保证日本航空业的正常竞争，只有竞争才能最大限度地惠及消费者。第三，要对日本经济起到提振作用，大企业的倒闭破产势必会使日本经济雪上加霜。

“正是为了给日本产业界和日本经济带来一些希望，稻盛先生用这三条理由说服自己去重建日航。而上述三个维度的理由，

## 2. 问题

### 日航存在的五大问题

邹志英表示，“在日航破产前，已经存在五大问题，即运营成本高，财务管理落后，企业管理粗线条，责任划分不清，官僚作风严重。”

在邹志英看来，“管理会计是阿米巴的核心，阿米巴经营系统是稻盛先生独创的管理会计系统，它可以及时反映日航各条航线、各个航班的收支状态，通过数字化经营提高日航效益。”

具体来看，阿米巴就是把企业切成最小单位，通过经营哲学建立共同愿景。每个单位都实行自行规划，独立核算以及数字化经营。通过全员培养经营意识，充分授权规则，同心同德实现全员奔跑，依靠全员智慧和努力完成企业的经营结果和目标。

但在实行阿米巴管理会计系统之前，需要找到问题症结，对症下药。

邹志英表示，“在日航破产前，已经存在五大问题，即运营成本高，财务管理落后，企业管理粗线条，责任划分不清，官僚作风严重。”

运营成本高方面，日航体制严重僵化、机构臃肿、管理层长期依赖政府买单，市场意识淡薄，为帮助政府拉动就业，开辟了许多无利可图的航线，导致企

也成为了他重建日航的使命和驱动力，并成为他日后重建日航的三个关键内容。”窦少杰告诉记者。

后来的事很多人都知道，稻盛和夫公布了他接受邀请的三条理由，讲到他在接受这个重任的时候思考了很久，也提到京瓷集团是一个制造企业，KDDI是一家电话公司，自己对航空业完全没有经验，但他用这三条理由说服了自己，也把这三条理由共享给了日航的所有人，让大家感受到这个老人是带着很大的愿景和使命来到日航的。

2010年2月1日，稻盛和夫成为日航的董事长，他说他能带给日航的只有京瓷哲学和阿米巴经营。

京瓷哲学的核心是“利他”，根本思想是“追求全体员工物质和精神两方面的幸福”。稻盛和夫认为，日航重建计划的贯彻落实需要依靠日航全体员工的共同努力，所以必须想办法让日航的管理干部们尽快脱胎换骨，成为优秀的领导者。

由此，在日航建立起“利他”的经营哲学，成为稻盛和夫开启工作的一项重要内容，也是后面阿米巴经营获取成功的重要前提。

事实上，稻盛和夫接受日本政府邀请重建日航的三条理由，恰恰是“利他”精神的典范。然而，带着使命感和“利他”精神而来的稻盛和夫，一开始并没有得到理解，对“利他”精神之于一个企业的重要性，很多人也完全没有认知。

破产前的日本航空，是一个半国有半官方的企业，这里的管理者大多是东大和京大的高材生，有些还是官僚退休后在这里谋个闲职，很多人没有听说过这个老头，感觉自己高高在上。

“在他们看来，一个三流大学出身的老头，整天讲要不撒谎，要诚实，要认真对待自己的工作，要爱上自己的工作等。一开始大家好奇就听听，后来听烦了，就觉得这老头整天絮絮叨叨，像给几岁小朋友讲的内容。”窦少杰向记者讲述当时日航内部的反应。

在稻盛和夫看来，意识决定行动，日航亏损的根本原因在于管理者的思想意识。所以，改革的第一步是以稻盛和夫经营哲学为依据，推进日航内部的意识改革。具体来说，稻盛和夫采取两个关键行动，一是组织学习会，二是帮助全体员工建立起经营意识。在回顾稻盛和夫重建

日航的措施时，资深管理会计专家、原默克制药(中国)CFO、知名财经畅销书作家、《人人都需要的管理会计思维》作者邹志英告诉记者，“稻盛先生先是组织了为期一个月的干部学习会，在会上他强调了以下三大重点，即企业经营的本质，管理会计的重要性，人应该具备的心性。然

后，稻盛先生开始为日航重新建立正确的经营意识，他首先提出的就是要用数据说话，因为数据是进行管理和商业判断的重要基础。他告诉大家，‘企业如果不能用数字掌握现场状况，那么将无法经营。’

由此，稻盛和夫开始着手向日航导入阿米巴管理会计系统。

### 稻盛和夫系列案例之三

## 稻盛和夫 如何用管理会计 系统挽救日航？

**编者按** / 2010年，日航宣布破产，对正复苏的日航造成巨大打击。在此之前，日航已经连续8年负债累累，一直在日本政府的支持下艰难维持，当亏损达到2万亿日元的时候，日航到了无法维持的地步。

在此背景之下，78岁的稻盛和夫在日本首相的邀请下出山帮助拯救日航。考虑到自己时间上不能100%的投入到日航重建中，稻盛和夫提出“零薪”出任日航董事长。

作为一个航空业的门外汉，加上78岁的高龄，所有这些，都让外界对稻盛和夫能否挽救日航充满疑虑，评论认为这是绝不可能完成的事情。然而，仅仅用了一年时间，稻盛和夫就让这一巨亏的企业重获新生。

稻盛和夫到底是用了怎样的策略让日航起死回生，冲向更高的高度呢？稻盛和夫自称是管理会计，那么，什么是管理会计，它与传统会计有何区别？本期商业案例为您揭秘稻盛和夫如何用管理会计系统挽救日航。



2012年9月19日，日本航空公司在东京证券交易所挂牌上市。稻盛和夫是京瓷公司的创始人，也是日本航空公司扭亏为盈的先驱。  
视觉中国/图

日航的措施时，资深管理会计专家、原默克制药(中国)CFO、知名财经畅销书作家、《人人都需要的管理会计思维》作者邹志英告诉记者，“稻盛先生先是组织了为期一个月的干部学习会，在会上他强调了以下三大重点，即企业经营的本质，管理会计的重要性，人应该具备的心性。然

后，稻盛先生开始为日航重新建立正确的经营意识，他首先提出的就是要用数据说话，因为数据是进行管理和商业判断的重要基础。他告诉大家，‘企业如果不能用数字掌握现场状况，那么将无法经营。’

由此，稻盛和夫开始着手向日航导入阿米巴管理会计系统。

拿到的业绩报告竟然是三个月前的经营结果，而且，日航财务无法根据每条航线、每个航班的损益情况出具报告，导致经营者无法做出准确的商业判断。

对此，稻盛和夫指出，“财务是经营的中枢核心，不懂财务就不会经营，日航如果不建立即时反映各条航线、各个航班收支状态的体系，将无法提高公司的整体效益。”邹志英表示。

第三，对于企业管理粗线条，邹志英认为这里面暗藏了很多问题，同时也会造成很大的危害，“比如日航管理粗放，说明领导者的意识有问题；员工士气涣散，说明企业文化有问题；员工做事动力不足，说明企业激励机制有问题；服务质量下降，说明企业不重视管理和培训，员工内心滋生了骄傲自大的情绪。这对企业的生产效率、管理效益、盈利水平、产品或服务质量、员工士气都将带来危害。”

第四，责任划分不清也是日航存在的第二大问题，日航的经营干部们不会用数字说话，做事经

## 3. 系统

### 系统进行“开源”和“节流”

在各种降本增效之后，稻盛和夫开始通过建立分部门、分航线、分航班的核算系统进行“开源”和“节流”。这就是阿米巴经营管理系统。

稻盛和夫认为，要想帮助日航步入正轨、扭亏为盈以及实现永续经营，就必须摸清日航哪条航线赚钱、哪条航线不赚钱。因此，日航必须导入阿米巴管理会计系统，用其核算最小单位，对航线与航班的损益情况做出正确的商业判断。

在《人人都需要的管理会计思维》一书中，邹志英指出，“为了顺利推进财务管理变革，日航必须做好四件事，一是要求会计部门及时出具报表；二是训练管理者用数据做商业判断；三是制定及时止损的决策；四是建立阿米巴经营管理系统。”

事实上，在稻盛和夫刚进入日航时，就发现会计部门提供给经营管理人员的业绩报告严重滞后，经营管理人员无法根据报表判断哪条航线赚钱或不赚钱。

于是，稻盛和夫要求会计部门必须在1个月内提供完整且详细的经营业绩报告，报告要体现各部、各航线和各航班的损益情况。

举例来说，从日本飞往中国台湾共有两条航线：第一条航线是从东京羽田机场飞往台北松山机场；第二条航线是从东京羽田机场飞往桃园的桃园机场。从管理会计角度来审视，日航的经营管理者需要在最短的时间内看到这两条航线的盈亏。在此之后，经营管理者要明确，如果赚钱，可否增加航班；如果亏损，有没有改善的方法。

接下来，要制定及时止损的策略。邹志英用管理会计的思维梳理稻盛和夫整个重建日航的过程发现，稻盛和夫制定了三个及时止损的决策，即停飞亏损航线、卖掉大飞机和裁员。

停飞亏损航线方面，仅在2010年，日航的国际航线停飞率达到了40%，国内航线停飞率达30%。同时，为了大幅降低各种成本，日航卖掉了许多大飞机，购进百余架小飞机，以适应实际的市场需求。

2012年，稻盛和夫离开日航，但日航的利润依然在世界航空业排名第一。2009年，日航进入世界500强排行榜，排名第474位。

## 观察

### 要擅用管理会计工具

从负债2.3万亿日元到世界500强，稻盛和夫依靠阿米巴管理会计缔造了又一个经营神话。

然而，很少有人知道，稻盛和夫一开始在会计上是外行，京瓷的创业和经营上的要求让他必须弄清楚会计是什么。因此，他以“做人何为正确”为原则来考虑会计问题，不拘泥于会计制度规范，而是直逼会计的本质。那就是要用会计的思维来指导企业具体的商业判断和决策行为。

为了让会计数据能够直接指导经营，他摒弃了传统的财务报表，提出要及时看到真实数据，同时要让全员掌握企业的经营情况。随着京瓷的发展壮大，稻盛和夫关于会计的理念和思考，上升为管理会计的思维。

举例来说，稻盛和夫进入日航着手做的第一件事情，就是摸索和总结适合日航经营的财务报表模式和财务报表设计。因为他认为会计是“现代经营的中枢”，但传统报表不能满足现代企业的经营需求。

对于瞬息万变的市场环境来说，传统财务报表的缺陷日益明显，比较典型的问题体现在数据不具有时效性，财务报表生涩难懂等。

比如，财务人员根据会计准则和税法要求编制财务报表，按照规定的会计科目和内在的核算逻辑进行核算。但是多数企业的经营者无法看懂标准的财务报表，而财务人员也很难用通俗的语言将整个报表表述清楚。同时财务报表均是汇总数据，无法反映真实的经营管理工作。

通常，财务数据均是由财务人员在月末通过数据统计和核对，经过10天甚至更长时间才报送给经营者。即使做出了详细的数据分析，但由于时效滞后，意义不大。因为业务活动于上个月发生，但现在的情况与上个月的情况有所不同，数据的严重滞后导致经营者不能在第一时间发现问题、分析问题和解决问题。

清华大学经济管理学院教授、财政部管理会计咨询专家于增彪表

示，“管理会计是资源配置的基础，是业绩评价和奖金分配的依据，具体表现为企业的奖惩制度，即将企业成本、预算及其他非财务指标与奖惩资源相互结合起来，直指企业的战略目标和管理者的决策行为。”

的确，随着全球化时代的到来，现代企业面临的市场环境和内部情境复杂多变。与此同时，面对当前复杂的国内外经济形势，企业需要考虑的变量多达几十甚至上百种。

如何做出正确的决策，考验企业对经营数据的掌握情况。

在这方面，日航的案例堪称典范，稻盛和夫在挽救日航的过程中，做出的一件非常重要的事情就是理清企业经营的真实数据，弄清楚数据之间的关系。

稻盛和夫强调，如果将企业比作天空中飞行的飞机，那么会计不仅是告诉飞行员飞机已经飞了多远、多久，更重要的是告诉飞行员飞机现在面临的状况：高度、速度、姿势、方向、天气、油耗等。这一比喻直指会计数据滞后影响经营的命门。

同时，数据的真实性至关重要。很多企业在日常经营中，钱、物和票据往往不能做到一一对应。小企业还好，企业一旦做大哪怕一丝一毫的“票据操作”乃至“账簿外处理”，都会掩盖整体数据的真实性，进而导致决策者不能掌握真实的经营情况，并导致决策上的误判。

美国注册管理会计师协会全球总裁兼CEO杰弗里·汤姆森也指出，“管理会计思维包括系统性思考、创造性思考、逻辑性思考、多维度思考、问题解决式思考和决策性思考。”

事实上，借助阿米巴打造玻璃般透明的经营模式，实现会计与阿米巴相互支持，把企业成本中心划分为一个个利润中心，正是上述思考模式的应用典型。通过让全员掌握企业的经营情况，培养员工从为“老板干”，转变为“为自己干”，极大地提升了企业的效益，最终为经营神话的缔造奠定了坚实的基础。

(本版文章均由本报记者 屈丽丽采写)

# 西凤酒：在传承与变革中勇毅前行

关中地区是我国最早文明起源的地方之一，有着深厚的文化底蕴和悠久的历史，该地区起源的华夏文明延续至今。西凤酒作为关中地区孕育出的酒文化结晶，传至中国的大江南北。

西凤酒是我国最古老的历史名酒之一，它始于殷商，盛于唐宋，距今已有三千多年的历史。

1952年，西凤酒在全国第一届评酒大会中荣获“中国四大名酒”的殊荣。1992年，中国白酒正式确立了一大独立香型——凤香型，自此，西凤酒成为中国凤香型白酒的典型代表。

纵观西凤酒近年来的发展历

程，经过企业大刀阔斧式改革，创新市场营销、持续提升品质，梳理产品架构、优化经销商队伍，在白酒行业消费升级的浪潮中跟进，形成了高、中、低清晰的产品矩阵，迅速在全国范围内进行产品宣传和渠道扩张，销售规模每年提升20%以上，正在向白酒行业第一梯队发起冲锋。

作为新中国“凤香型”白酒国家标准的制定者之一，西凤酒经过千年时光的沉淀和现代工艺技术的不断升级，已逐步形成非遗传承、古法酿造、酒海秘藏的工艺特点，在中国白酒品类中占据了举足轻重的地位。

## 传承千年的酒文化

“白酒文化”是一种包容性很强的文化，它阅尽人间万象，把人的气质折射得惟妙惟肖、出神入化，亦喜亦悲，亦雅亦俗……合而不同，兼容并蓄。白酒文化同出一脉，是中华文化的重要组成部分。

据《中国酒文化通典》记载：清朝后期，陕西商人利用清政府对川盐实行“计口授盐”“招商承办”的政策机遇，纷纷进入川盐运销，陕商汇集茅台村贩盐，茅台村因大量陕西商人聚集而成镇。其间，陕西商人高绍棠、田荆荣与自贡富商李三畏合办的贩盐商号“协兴隆”总号就设在仁怀县，有字号70余家，分设于从仁怀到贵阳的沿途州县。

由于陕西商人来自西凤酒的故乡，喜好饮酒，一位陕西商人在凤翔柳林铺聘请一田姓酒师，携带西凤酒的配方和工艺技术来到了茅台镇，用优质冬小麦作曲，糯高粱酿造，配以赤水河水，经九次勾调，酿造出佳酿。当时，在茅台镇一度形成“蜀盐走贵州，秦商聚茅台”的盛况。成书于道光二十年（1840）的《仁怀直隶厅志·风俗》对此事也有较为详尽的记述：各省侨寓人民，江右（江西）楚蜀最多，三秦（陕西）及闽（福建）入贸迁于是者，亦所在有之，皆称“客户”。《仁怀直隶厅志·请改直隶同知本末》中记载：川楚游民来到赤水河沿岸主要是“烧窑种菜”，陕西商人到赤水河流域主要是做酒生意。

“西凤酒作为凤香型白酒的典型代表，历史悠久、文化深厚。近几年，我们深度挖掘西凤酒历史文化、工艺文化、地域文化，通过挖掘历史名人、史实典故，不断延伸品牌文化和产品文化的深度和广度。通过开展‘名师带徒’和‘大师评选’活动，注重培养技能传承人。通过编制中国名酒丛书《西凤酒志》，将国家非物质文化遗产的西凤酒酿造技艺流芳百世，传承后。”西凤酒方面如是说。

目前，陕西省是凤香型白酒唯一的优势产区，宝鸡市则是凤香型白酒的最大产地。随着西凤酒快速发展，宝鸡市正在全力打造凤香特色产区。今年年初，宝鸡市还提

出，到“十四五”规划末要建成全国一流白酒产业集群，让白酒产业成为宝鸡市五大千亿产业集群之一，把白酒打造成为宝鸡市经济增长的新引擎。

我国白酒主要产区分布于四川盆地、黄河故道、贵州高原、渭河汾河平原以及东北的松辽平原。西凤酒的产地陕西省宝鸡市凤翔区柳林镇处在东经107°、北纬34°左右，位于凤翔区北山前洪积扇裙部位，海拔约830米，黄土覆盖层厚度百余米，土质属黄绵土类中的壤土，适宜于做发酵池和农作物的生长，柳林镇境内河道属黄河流域渭河水系，独特的产区、微生物、水土环境为西凤酒酿造提供了天然优势，也成就了西凤酒“醇香典雅、甘润挺爽、诸味谐调、尾净悠长”“酸甜苦辣香五味俱全”的典型风格。

近年来，西凤酒参加了第17届中国—东盟博览会等重要国际会议，并连续多年深度参与“一带一路推介会”“一带一路品牌万里行”等活动，携带民族品牌、国货精品

西凤酒走遍俄罗斯、德国、意大利、法国、英国等陆上丝绸之路与海上丝绸之路重要沿线国家，将西凤故事、中国白酒故事讲得更加生动、更加温暖、更加精彩。9月29日，西凤酒亮相第六届国际展望大会，红西凤酒作为首席合作伙伴暨官方首席指定用酒，被印尼总统博物馆和巴厘岛博物馆永久珍藏，彰显了民族品牌的独特魅力。

在名酒复兴的道路上，西凤酒从未停步。近年来，西凤酒不断思考如何创新产品策略，挖掘品牌文化，迈向一流名酒行列。

2022年8月25日，陕西西凤酒文旅产业发展公司盛大揭牌，业界将其视为西凤品牌打造白酒文化高地，推动文旅融合发展的标志性事件。西凤酒积极探索“白酒生产+文旅产业”新商业模式，建立兼具传统与现代生机的文化表达新体系。在西凤酒文化馆基础上，施工建设西凤酒老街、西凤酒博物馆、万吨酒海，再现从古至今酿酒技艺演进过程，让消费者能更直接感受西凤品牌，体验西凤文化。



## 走向全国化的红西凤

在老一辈陕西人心目中，“西凤老绿瓶”是他们不可或缺的白酒，“西凤老绿瓶”因价格平民，口感香醇，成为了老一辈难以抹去的记忆。但时过境迁，在新生代的白酒消费群体中，“红西凤”成为了西凤酒的代表，而这一切都要从西凤酒的高端化说起。

2019年，西凤酒推出全新的高端品牌红西凤。早在红西凤上市之初，西凤酒聚焦红西凤核心价值，提出了“高端化、全国化”的市场发展目标。

对于西凤酒强化和进军高端白酒市场的决心和举措，彼时行业内给予了充分肯定，但对于高端白酒市场，西凤酒是否能够撬开市场大门，红西凤交出了亮丽的成绩单，受到市场关注和欢迎，销量大幅增长，表明了自身在高端市场的建树。2020年~2025年，红西凤在陕西市场，将逐步实现1个亿、3个亿、10个亿的销售体量。

对于红西凤的成功，西凤酒方面表示，自红西凤上市以来，公司方面就将红西凤作为公司的核心战略产品。在2020年红西凤上市一周年之际，红西凤运营团队单独分离，成立陕西分公司红西凤事业部，既表明了红西凤对于西凤酒的

## 西凤的变革与前行

当前的陕西西凤酒股份有限公司前身是创建于1956年的国营陕西省西凤酒厂，1999年改制为陕西西凤酒股份有限公司。在经过2009年和2010年两次增资扩股后实现股权多元化。2010年前后西凤酒启动改制重组，进行了大刀阔斧改革，大举清理贴牌产品，推行瘦身策略，实行产品聚焦，并推动

重要性，也透露出西凤酒高端化的决心和信心。

同时，加强红西凤品牌推广和全方位布局，通过与知名媒体合作，结合圈层营销、跨界营销等多种方式，全力塑造红西凤高端品牌形象，使红西凤的高端品牌形象和价值认知稳步提升。

2021年在红西凤上市两周年之际，西凤酒推出超高端战略产品五星红西凤，在升级品质、荣耀问世后，限产4万瓶，达到了一瓶难求的地步，构建起了红西凤的全新矩阵，开启西凤酒在超高端市场又一增长曲线。2022年红西凤战略研讨会上，西凤酒确立了四大重点工作：一是调供给，稳定产品价格体系；二是拓终端，增加产品销售面；三是强团购，扩大产品消费盘；四是堵漏点，补平产品市场短板。

与此同时，红西凤还将持续推动终端联盟建设，以凤香盛宴、红西凤品鉴包厢等活动强化红西凤高端品牌认知。自红西凤上市以来，在全国多地开展了落地活动及品鉴会，展示了西凤高端产品配套的优质服务，同时也让全国各地的经销商和消费者从视觉、听觉、味觉等多个维度感知、接受红西凤的

## 全国化扩张。

西凤酒方面表示，近年来，西凤酒一直在优化内部管理，2019年营销公司一分为三，成立营销管理公司、品牌运营公司和电子商务公司，坚持“自营、品牌及电商”三轮驱动发展模式，打造样板市场，复制成功经验，加速各类市场及渠道建设，保持根据地市场、核心市场

品牌表达。近百场“红动中国”系列活动火热上演，焕新市场对红西凤品牌价值认知与认同。

白酒高端市场不断扩容，酒企不断提升产品结构、拉升价格带，500~1000元和1000元以上的白酒价格带，已成为全国性龙头酒企及区域白酒品牌的必争之地。针对白酒市场消费的不断升级，和中高端的市场现状，西凤酒以腰部珍藏西凤酒、高端中国红红西凤、五星红西凤多点发力，“增商家、建终端、扩人群、升品牌”实现稳步增长。

“2022年，西凤酒贯彻‘高端化、全国化’的战略要求，以‘抓机遇、调结构、稳提升、扩势能’为发展总基调，围绕‘1134’工程，奏响回归一流集结号。”陕西西凤酒股份有限公司副总经理、营销管理公司总经理周艳花公开表示。

据西凤酒方面透露，目前红西凤系列已经成为西凤酒主销的核心单品，同时，53度珍藏版、酒海陈藏西凤酒等次高端和中端产品也是公司的热销产品。今年以来，白酒行业头部企业在中高端酒领域的竞争进一步加剧，对于这一价格带的竞争格局，西凤酒建立了清晰的产品体系，包括红西凤系列、53度珍藏版西凤酒系列；六年

十五年西凤酒、华山论剑、国花瓷系列；七彩西凤、酒海陈藏、老绿瓶系列等。同时，西凤酒对各系列产品进行品质升级，在此基础上，诞生了五星红西凤和红盖老绿瓶。在2022届“青酌奖”评选中，52度老绿瓶西凤酒（红盖老绿瓶）代表凤香品类成功摘得“青酌奖”荣誉。

西凤酒坚持凤香自信、文化自信、发展自信和道路自信，不断提升品质、拓品牌、优管理、扩市场。一直以来，西凤酒以“行业领跑、国际一流”为目标，坚守“诚信立企、质量至上、坚守工艺、只卖陈酿”，以品质赢得未来。在“高端化、全国化”发展战略下，西凤酒大幅缩减产品条码，建立清晰产品矩阵，对红西凤、旗帜西凤、老绿瓶西凤酒等产品进行了品质全新升级，实施“三品联动”战略，助推西凤酒全国化发展新征程。

白酒行业人士指出，西凤酒选择将红西凤作为战略产品，并取得了有目共睹的成绩，说明了西凤酒在产品的品质把控方面做到了厚积薄发，以高品质的产品获得了市场以及消费者的充分认可，在西凤酒品牌、品质、品类、文化优势不断提升的当下，西凤酒将成为陕酒走向全国的名片。

酒发展的支撑和未来。西凤酒透露，未来将进一步提升优质基酒的产能和储能建设。西凤酒已突破发展瓶颈，建成了其史上最大的“333”优质基酒提升工程。项目从开始到建成，从破土到落地，仅用1年零8个月，创造了令业界瞩目的“西凤速度”，新增3万吨优质大曲、3万吨优质基酒、3万吨储酒能力，同时也创造了西凤酒品质提升的加速度。目前，西凤酒正在内抓管理、外拓市场，强化品牌、提升品质，加速推进10万吨基酒扩建项目。

近年来，西凤酒方面高度重视科技创新工作，先后完成了国家CMA认证、CNAS认证，率先在中国白酒行业采用同位素质谱仪进行酒质、成分分析和基酒年份测定。同时，依托陕西省博士后创新基地、中国酒业协会、中国农业科学院作物科学研究所、国内多所高校，成立了中国酿酒原料及品质安全研究院；与中国工程院院士朱蓓薇及11所高校科研团队建立战略合作关系，推动了西凤酒科技竞争力和技术创新力再上新台阶。

2022年，是西凤酒荣获首届中国名酒70周年，也是其实现“回归一流名酒序列”目标的关键之年。在特殊时期的大考下，西凤酒实现了自我突破。通过持续不断地打基础、控终端、稳价格、拓市场，促进了西凤酒市场快速增长，也让广大消费者看到了“老名酒的时代回归”所爆发出的强劲动力。



优质基酒的产能和储能是名