



本报官方微博



本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

总2476期/每周一出版/本期40版

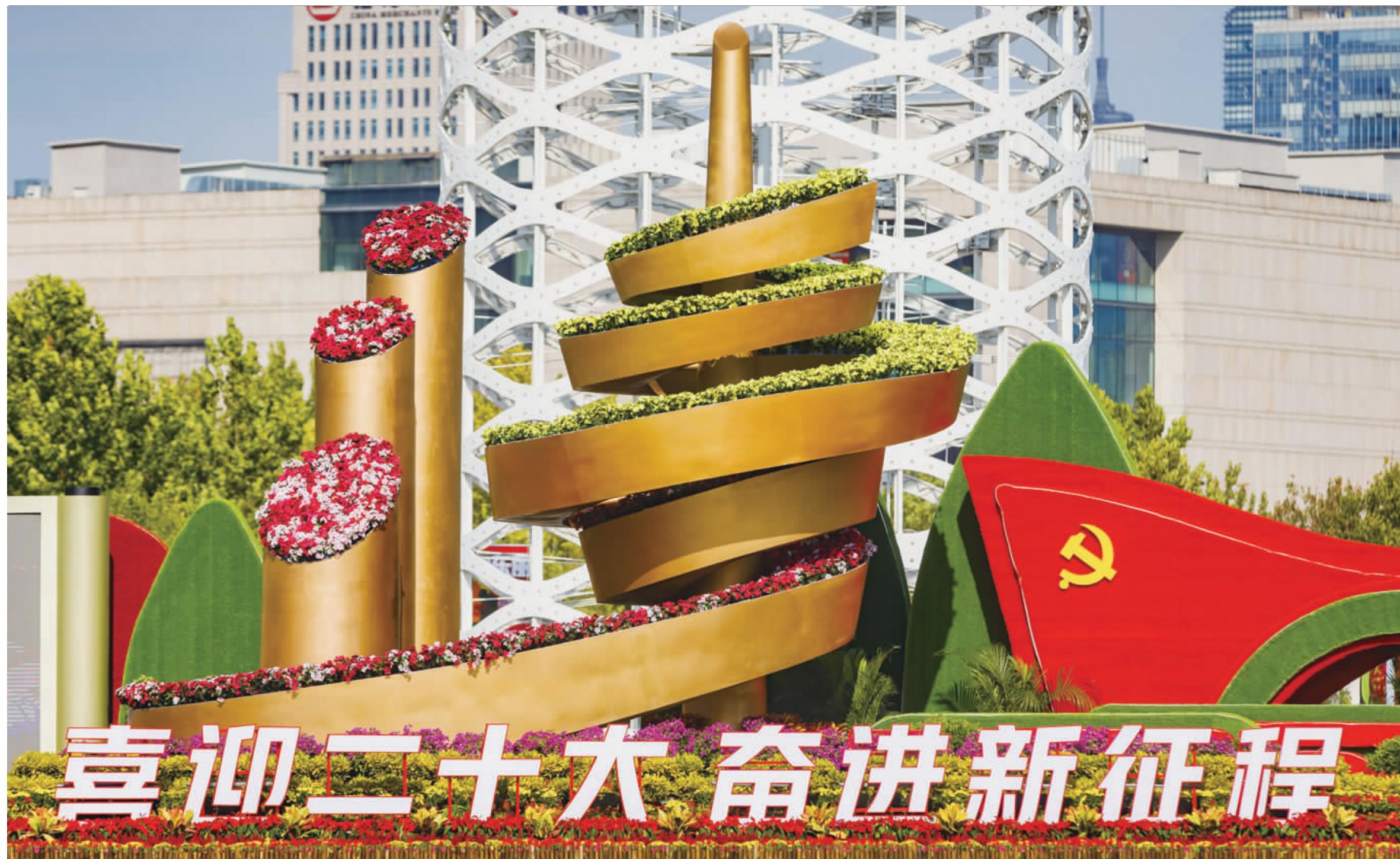
新闻热线:(010)88890030
中国社会科学院主管
中国社会科学院工业经济研究所主办
社长、总编辑/季为民

零售价/ RMB5.00

“千磨万击还坚劲，任尔东西南北风”

——在推进“四个伟大”的进程中践行习近平经济思想

A2~A6



经济大势	A1~A8	营商环境	B1~B20	智在公司	C1~C8	消费连锁	D1~D4
券商多渠道融资 主投资本中介和财富管理	B3	区域协调发展 迈向更高质量更高水平	B9	互联网巨头再加码 跨境电商独立站模式受追捧	C3	“备战”世界杯 新一轮品牌营销战打响	D1
开放共享发展机遇 商业银行稳中求进高质量发展	B6	促消费政策频出 绿色智能化家电逆势增长	B15	国庆本地消费占比七成 OTA力推“即兴出游”产品	C4	双元制助推职业教育 产教融合提速	D2
跨境电商规模五年长十倍 小微外贸的数字化征途	B8	十年人民健康路: 病有所医 医有所保	B16	中国“智造” 汽车征战“全球化”	C5	新需求崛起 炒货行业加快精细化转型	D3

社评

伟大的思想 伟大的成就

伟大时代孕育伟大思想，伟大思想引领伟大征程。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高瞻远瞩、统揽全局、把握大势，提出一系列治国理政新理念新思想新战略，引领我国经济发展取得历史性成就、发生历史性变革，在实践中形成和发展了习近平经济思想。习近平经济思想是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分，是运用马克思主义基本原理指导我国经济发展实践形成的重大理论成果，是新时代做好经济工作的行动指南。在习近平经济思想指导下，全国人民踔厉奋发、笃行不怠，从而谱写出全面建设社会主义现代化国家的新篇章。回望过去，成就是斐然。

这十年来，我们坚持加强党对经济工作的集中统一领导，保证我国经济沿着正确方向发展，中国经济迈上新台阶，经济总量和结构都发生了质的变化。2013年到2021年，我国国内生产总值年均增长

6.5%，高于同期全球经济发展的平均水平。2021年我国GDP达到114.4万亿元，按照不变价计算为2012年的1.8倍，占全球经济的比重由2012年的11.4%上升到18%以上。

2013年到2021年，我国经济对世界经济增长的贡献率总体保持在30%左右，居世界第一，中国成为全球经济最大的引擎。2021年我国人均GDP达到1.25万美元，接近高收入国家门槛。在“三期叠加”、新冠肺炎疫情等背景下，取得这样的成绩，保持综合国力持续提升，是相当不容易的。

这十年来，我们坚持以人民为中心的发展思想，全面建成了小康社会，实现了第一个百年奋斗目标，开启了全面建设社会主义现代化国家的新征程。“民亦劳止，汔可小康”，至2021年底，累计实现9899万农村贫困人口全部脱贫；城镇新增就业1.3亿人；城镇化率由53.1%上升到64.7%；基本医疗保险参保人数从5.4亿人上升到13.6亿人，我们建成了世界规模最大的社会保障体系，人均预期寿命从75.4岁上升到

77.9岁，位居中高收入国家前列。小康，是中华民族自古以来追求的理想社会状态。小康社会的全面建成，为实现社会主义现代化建设宏伟目标和中华民族伟大复兴奠定了坚实的基础。

这十年来，我们坚持以高质量发展为主题，以供给侧结构性改革为主线，以创新驱动发展全面塑造发展新优势，一大批重大创新成果竞相涌现。2019年中国国际专利申请量首次跃居全球第一。2021年我国研发经费支出占GDP比重为2.44%，接近OECD国家的平均水平，我国在全球创新指数中排名第12位。中国制造正在向中国创造不断转变，重点创新领域不断取得重大突破。“奋斗者”号全海深载人潜水器抵达马里亚纳海沟，已完成21次万米下潜，万米深潜次数和人数居世界首位。C919大飞机研制取得重大进展，今年取证交付。全球单机容量最大的百万千瓦水轮发电机组在白鹤滩水电站顺利投产。超大直径盾构机“京华号”顺利投用。

移动机器人、水下机器人、扫地机器人、无人机等技术以及磁共振、超声影像等高端医学影像装备处于国际领先水平。我国是全世界唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家，我国制造业增加值已连续多年稳居世界第一。中国制造正在不断攀上新的高度。

这十年来，我们坚持新发展理念，深入推动生态文明体制改革，自然资源事业发展取得历史性成就，发生了历史性变革，中国走上了生态文明发展道路，“绿水青山就是金山银山”成为全党全社会的共识和行动。2021年全国地级及以上城市的细颗粒物(PM2.5)平均浓度比2015年下降了34.8%，降到30微克/立方米，历史性地达到了世卫组织第一阶段过渡值。优良天数比例达到87.5%，比2015年增长了6.3个百分点，中国已经成为世界上空气质量改善最快的国家。2017年至2021年全国达到或好于Ⅲ类水体比例上升17个百分点，达到84.9%，“净土保卫战”中，全国土壤环境风险得到有效管控，受

污染耕地安全利用率和污染地块安全利用率双双超过90%。天更蓝、水更清、山更绿、土更净、碳更低，我国生态文明建设取得历史性成就，美丽中国迈出了新的步伐。

这十年，我们坚定不移奉行互利共赢的开放战略，积极推动从商品和要素流动型开放向规则、规制、管理、标准等制度型开放转变，形成了更大范围、更宽领域、更深层次的对外开放格局，我国对外开放的广度和深度得到全面的拓展。

十年来，货物贸易进出口量连创新高，从2012年的24.4万亿元增加到2021年的39.1万亿元，增量高达14.7万亿元，国际市场份额也从2012年的10.4%提升到13.5%，连续五年保持世界货物贸易第一大国地位。在规则方面，我国全面实行外商投资准

入前国民待遇加负面清单管理制度，利用外资规模不断扩大。2019—2021年，中国实际利用外资年均增速为10.8%，高于全球9.1个百分点。高标准自由贸易区网络也在加速形成，至2021年底，部署建设了21个自贸试验区和海南自由贸易港，对外签署的自贸协定也由10个增加到19个。全方位、高水平对外开放新格局正在形成。

过去十年，见证奇迹。党的二十大将为我们开启实现第二个百年奋斗目标的新征程，展望新征程，中华民族伟大复兴将进入不可逆转的历史进程。“政贵有恒，治须有常。”要把美好的蓝图变成现实，我们必须坚持不懈地用习近平经济思想武装头脑、指导实践、推动工作。为此，我们将继续奋斗，创造奇迹。



中经传媒智库

6 942626 144086 >
广告许可证:京海工商广字第0224号
本报常年法律顾问:北京德和衡律师事务所

喜迎二十大

“千磨万击还坚劲，任尔东西南北风”

——在推进“四个伟大”的进程中践行习近平经济思想

本报记者 李为民 屈丽丽 索寒雪 杜丽娟 夏晨翔 谭志娟 王登海 曲忠芳 李正豪 李立 颜世龙 杨井鑫 孟庆伟

2017年12月18日，中央经济工作会议第一次提出“习近平新时代中国特色社会主义经济思想”，第一次明确了“一个新发展理念”和“七个坚持”的理论框架；

2022年2月16日，习近平经济思想研究中心在《人民日报》刊文，从十二个方面阐释习近平新时代中国特色社会主义经济思想的丰富内涵；

2022年6月，由中共中央宣传部、国家发展和改革委员会组织编写的《习近平经济思想学习纲要》出版，将习近平经济思想基本内容梳理归纳为十三个方面。

伟大时代孕育伟大理论，伟大理论引领伟大实践。

党的十八大以来，中国特色社会主义进入新时代，我国社会主要矛盾发生新变化，世界百年未有之大变局加速演进。面对波谲云诡的国际形势、复杂敏感的周边环境、艰巨繁重的改革发展稳定任务，以习近平同志为核心的党中央高瞻远瞩、统揽全局，不断探索社会主义经济发展道路，不断探索马克思主义政治经济学在当代中国和二十一世纪世界的发展，不断追求我国经济高质量发展、全面建设社会主义现代化国家的成功道路，根据中国实际创造性地提出一系列新理念新思想新战略，指导我国经济发展取得历史性成就、发生历史性变革，在实践中形成和发展了习近平经济思想。

这一重要思想是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分，为新时代做好经济工作提供了根本遵循和行动指南。

在习近平经济思想指引下，在过去的十年间我们战胜了各种困难挑战，经济社会发展取得历史性成就、发生历史性变革。2012年以来，我国经济增速达年均6.5%，连续多年位居世界主要经济体前列，成为世界经济增长的主要贡献国；经济总量从2012年的53.9万亿元提升到2021年的114.4万亿元，占世界经济的比重从11.4%提升到18%以上，成为



中国共产党第二十次全国代表大会于2022年10月16日在北京召开。

视觉中国/图

世界第二大经济体、第二大消费市场、制造业第一大国、货物贸易第一大国、外汇储备第一大国。现行标准下9899万农村贫困人口全部脱贫，基本建成世界上规模最大的社会保障体系，全面建成小康社会，国家经济实力、科技实力、综合国力跃上新台阶，中华民族迎来从站起来、富起来到强起来的伟大飞跃，实现中华民族伟大复兴进入了不可逆转的历史进程。

习近平经济思想有三个方面的实践来源：一是习近平总书记非凡的个人经历和丰富的从政经验，长期的基层历练为习近平经济思想注入了治国理政的经世智慧；二是新中国成立以来特别是改革开放以来社会主义建设的重大举措和成功经验，中国特色社会主义理论成果为习近平经济思想确立了传承发展的方向体系；三是党的十八大以来中国特色社会主义经济建设的伟大实践和辉煌成就，新时

代的经济社会发展实践为习近平经济思想深刻回答时代之问、人民之问、历史之问铸就了开拓创新的实践基础。这一思想以其广阔的时代背景、深厚的理论渊源和坚实的实践基础，充分体现了理论与实践相结合、认识论和方法论相统一的鲜明特点，以其科学性、人民性、时代性、实践性、开放性的丰富内涵，擘画了新时代中国经济蓬勃发展的新蓝图。

习近平经济思想体系严整、

逻辑严密、内涵丰富、博大精深。这一重要思想的基本内容主要体现为十三个方面：加强党对经济工作的全面领导是我国经济发展的根本保证；坚持以人民为中心的发展思想是我国经济发展的根本立场；进入新发展阶段是我国经济发展的历史方位；坚持新发展理念是我国经济发展的指导原则；构建新发展格局是我国经济发展的路径选择；推动高质量发展是我国经济发

全面领导 领航定向

——加强党对经济工作的全面领导是我国经济发展的根本保证

2013年12月10日，习近平总书记在中央经济工作会议上指出：“党是总揽全局、协调各方的，经济工作是中心工作，党的领导当然要在中心工作中得到充分体现，抓住了中心工作这个牛鼻子，其他工作就可以更好展开。”

时隔不到两年，2015年10月29日，在党的十八届五中全会第二次全体会议上，习近平总书记再次指出：“能不能驾驭好世界第二大经济体，能不能保持经济社会持续健康发展，从根本上讲取决于党在经济社会发展中的领导核心作用发挥得好不好。”

2021年11月11日，党的十九届六中全会通过的《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》(以下简称《决议》)总结的十条历史经验中，坚持党的领导居于首位。

《决议》指出：“中国共产党是领导我们事业的核心力量。中国人民和中华民族之所以能够扭转近代以后的历史命运、取

得今天的伟大成就，最根本的是有中国共产党的坚强领导。”事实证明，党的领导是我国经济取得历史性成就的根本前提，是国家和民族兴旺发达的根本所在，是全国各族人民幸福安康的根本所在。

同时，以习近平同志为核心的党中央深刻总结并充分运用我国经济发展的成功经验，从实际出发，提出一系列新思想新战略，孕育形成了习近平经济思想。

对于“党的领导要在经济工作中得到充分体现”的必要性及其重要意义，中国社会科学院工业经济研究所党委书记、副所长曲永义认为可以从以下几个方面进行理解：首先，经济建设是党的中心工作，经济工作必须依靠党中央把握方向、统揽全局，必须维护党中央权威和集中统一领导。其次，必须坚持和完善党领导经济工作的体制机制，为推动各方面共同做好经济工作提供保证。

“当然，党对经济工作的领导

并不是包办一切，而是要管大事、议大事，做好经济领域重大工作的顶层设计、总体布局、统筹协调、整体推进、督促落实，发挥把方向、管大局、保落实作用。当前，特别要立足于应对国际国内经济形势变化，把领导经济工作的重心转到加快构建经济发展新格局、推动经济实现高质量发展上来。”曲永义说。

在2019年10月28日召开的党的十九届四中全会上，习近平总书记指出，“要在推进国家治理体系和治理能力现代化上多下功夫，切实把党领导经济工作的制度优势转化为治理效能。”2019年12月10日，中央经济工作会议召开。两次会议的精神都强调了要把党的领导落实到国家治理各领域各方面各环节。其中的关键工作之一，就是要把坚持党领导经济工作的制度优势转化为治理效能，决胜全面建成小康社会，开启建设社会主义现代化国家的新征程。

党的十八大以来，我国经济社会发展取得的一系列重大成就，都是党领导经济工作的制度优势转化为治理效能的实践发展结晶。在这方面，脱贫攻坚的全面胜利是党对经济工作全面领导作用的典型例证。

党的十八大以来，始终坚持党中央对脱贫攻坚的集中统一领导，把脱贫攻坚纳入“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局，统筹谋划，强力推进。动员全社会共同参与脱贫攻坚工作，充分发挥政府在脱贫攻坚中的主体和主导作用，着力构建起政府、市场、社会协同推进的“大扶贫”格局。

在扶贫工作推进过程中，中央财政安排专项扶贫资金做好工作支撑。在定点帮扶方面，党统筹加大专项扶贫和行业扶贫的力度，包括东西部扶贫协作、中央国家机关定点帮扶、军队扶贫、民营企业扶贫、社会组织扶贫、公民个人扶贫的中国特色社会扶贫体系

不断丰富发展。政府主导为社会扶贫奠定了基础，广泛动员为社会扶贫提供了动力，各类主体发挥自身优势，提升了社会扶贫的实效。

面对当前国内外复杂的经济形势，更要在习近平经济思想的科学指引下，切实把党领导经济工作的制度优势转化为治理效能，从系统论出发优化治理方式，协调不同部门、不同政策在国家经济治理体系中的定位和功能，加强全局观念，防止顾此失彼，在多重目标中寻求动态平衡，在高质量发展中实现系统优化。

在2020年的中央经济工作会议上，习近平总书记强调，要深化对我国经济发展规律的认识，提高领导我国经济发展能力和水平。面对经济发展的新形势新任务，党领导经济工作的观念、体制、方法也要与时俱进。

习近平总书记指出，“要加强对经济工作的全面领导，就要不断提高贯彻新发展理念、构

展的鲜明主题；坚持和完善社会主义基本经济制度是我国经济发展的制度基础；部署实施国家重大发展战略是我国经济发展的战略举措；坚持创新驱动发展是我国经济发展的第一动力；大力发展战略性新兴产业是我国经济发展的主要着力点；坚定不移全面扩大开放是我国经济发展的重大法宝；统筹发展和安全是我国经济发展的重要保障；坚持正确工作策略和方法是做好经济工作的方法论。

这十三个方面的内容也是践行好习近平经济思想的关键所在，本篇报道也正是围绕这十三个方面的基本内容展开的，我们将从生动的中国特色社会主义经济发展的实践中验证和发现习近平经济思想的实践力量。

正如习近平总书记所强调：“中国特色社会主义政治经济学只能在实践中丰富和发展，又要经受实践的检验，进而指导实践。”习近平经济思想坚持用马克思主义观察时代、把握时代、引领时代，深刻回答了马克思主义经典作家没有讲过、我们的前人从未遇到过、西方经济理论无法解决的许多重大和现实问题。这一重要思想来自实践、指导实践，聚焦发展不平衡不充分的深层次矛盾，聚焦国际环境深刻复杂变化和国内经济运行面临的风险挑战，破解发展难题、增强发展动力、厚植发展优势、推动我国经济高质量发展，在不断解决中国的实际问题过程中焕发出强大的生命力。

当前，在风云变幻、充满极大不确定性的世界经济大潮中，我们更需要正确认识和把握新发展阶段的重大理论和实践问题，切实把习近平经济思想贯彻落实到新时代经济发展实践全过程各领域，提炼总结经济社会发展规律，把这一伟大思想的真理力量转化为推动高质量发展的充沛动能，妥善防范化解重大风险挑战，推动中国经济在更高质量、更有效率、更加公平、更可持续、更为安全的发展之路上行稳致远，推动中国经济航船驶向更加光明的未来。

面对新一轮科技革命和产业变革的蓬勃发展，各级领导干部要围绕经济社会发展重大问题加强学习和调研，提高把握和运用市场经济规律、自然规律、社会发展规律的能力，增强全球思维、战略思维能力。既要从战略高度出发，也要结合经济工作需要来学习，了解新产业、新业态、新模式的最新发展，掌握科学的经济分析方法，认识经济运动过程，把握经济社会发展规律，提高驾驭社会主义市场经济能力，更好地回答我国经济发展的理论和实践问题。

下转 A3

喜迎二十大

上接 A2

发展为要 服务人民

——坚持以人民为中心的发展思想是我国经济发展的根本立场

“时代是出卷人，我们是答卷人，人民是阅卷人。”2018年1月5日，习近平总书记在学习贯彻党的十九大精神研讨班开班式上这样说。

习近平总书记在十三届全国人大一次会议上发表讲话，强调倾听人民心声，汲取人民智慧，始终把实现好、维护好、发展好最广大人民根本利益作为一切工作的出发点和落脚点，让发展成果更多更公平惠及全体人民。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央鲜明提出了坚持以人民为中心的发展思想。在推动高质量发展的过程中，尤其要注重民生、保障民生、改善民生。让改革发展成果更多更公平惠及广大人民群众，使人民群众在共建共享发展中有更多获得感。

在经济发展中，人民有了真切的获得感。民政部的数字显示，发展与保障和改善民生正在同步进行：

十年来，中国特色的社会救助体系年均保障低保人员4000万人以上，特困人员近500万人、临时救助人员1000万人次左右，各类生活无着流浪乞讨人员230万人次以上。1936万建档立卡贫困人口实现了兜底脱贫，同时我们不断健全价格补贴联动机制，实施低保扩围政策，对6200多万低收入人口实施动态监测和常态化救助帮扶，巩固拓展了兜底保障的成果，有力有序衔接了乡村振兴战略。

这一个个数字的背后体现的是对民生的保障，低保标准不断提高，困难人群备受关注。减贫与开发并重，民生与发展兼顾，在经济社会全面发展的同时，也照顾了不同困难人群、群体的利益和需求变化。

2012年至2021年全国城乡低保平均标准分别增长了1.2倍和2.1倍；特困人员基本生活标准达到或超过当地低保标准的1.3倍；集中和分散养育的孤儿平均保障标准分别达到每人每月1728元和每人每月1288元，比2012年分别增长了77.9%和83.1%。

十年来，基本民生保障的覆盖面不断扩大。我国将事实无人抚养儿童纳入保障范围，建立了农村留守老人、妇女、儿童关爱服务体系，构建起未成年人保护体系，建立了困难残疾人生活补贴和重度残疾人护理补贴制度，每年惠及近2000万残疾人。

中国社会科学院社会发展战略研究院院长张翼对记者表示，“改革开放以来，我们党全面推进五位一体总体布局和四个全面战略布局，不断解放和发展社会生

产力，不断改善民生，把推进全体人民共同富裕取得实质性进展作为新的奋斗目标，把中国特色社会主义导入新发展阶段。”

如今，中国已成为世界第二大经济体、第一大出口国、第二大进口国和全球最大新兴市场。当前，中等收入群体持续扩大，农村绝对贫困全面消除。我们谱写了人类反贫困史上最为辉煌的新篇章。在全面建成小康社会的历史进程中，我们党坚守住了初心，也赢得了民心。

在以习近平同志为核心的党中央的坚强领导下，在全面建设社会主义现代化国家的新征程中，我们不仅要续写初心，而且还要完成更加光荣伟大的历史使命。”张翼说。

以人民为中心不是一句简单的口号，需要围绕人民生活不同的需求开展工作，做好让人民群众满意的民生实事。

2021年，国家医保局组织开展人工关节集中带量采购，中选产品平均降价82%。2022年3月底，国家医保局、国家卫健委印发《关于组织高值医用耗材（人工关节）集中带量采购和使用配套措施的意见》，推动人工关节集中带量采购中选结果平稳实施。湖南省临澧县修梅镇观音洞村村民范艳红就是受益人，她今年接受了人工关节置换术，耗材费用降低了八成。

从人民群众关心的事情做起，一件接着一件办，锲而不舍向前走，切实提高基本公共服务可及性和均等化水平，用心用情用力解决好群众“急难愁盼”问题，真正让群众看到变化、见到成效、得到实惠。

今年，我国将完善三孩生育政策配套措施，将3岁以下婴幼儿照护费用纳入个人所得税专项附加扣除，多渠道发展普惠托育服务，减轻家庭生育、养育、教育负担，着力解决群众生育、养育方面的“急难愁盼”问题。

2021年，我国支持建设了6.1万个普惠托位。国家卫健委对托育机构服务质量、安全提出具体要求和指导，保障婴幼儿安全健康成长。

“十四五”期间，我国将继续坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，努力实现全体人民住有所居。从安居到宜居，民生保障更有温度。

对于刚毕业的年轻人来说，租房有一定压力。据《人民日报》报道，今年初，在江苏省无锡市工作的宋铭拿到了首批保障性租赁住房——惠山区国际人才社区的钥匙。该项目总投资约2亿元，拥

有小户型公寓1031间，配备健身房、公共客厅、共享厨房、咖啡吧等设施，可为1500名青年人才提供拎包式入住服务。“在外面租房，月租2000元左右，这里房租只要1000元左右，减轻了我的负担。”宋铭说。

办好就业、教育、社保、医疗、养老、托幼、住房等，不断让群众得到更多看得见、摸得着的实惠。要格外关注、关爱、关心困难群众，时刻把他们的安危冷暖放在心上，少做一些锦上添花、花上垒花的虚功，多做一些雪中送炭、急人之困的工作，在更高水平上实现幼有所育、学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居、弱有所扶。

共同富裕是马克思主义的一个基本目标，也是自古以来我国人民的一个基本理想。

2021年2月25日，习近平总书记在全国脱贫攻坚总结表彰大会上的讲话中宣示：“治国之道，富民为始。”我们始终坚定人民立场，强调消除贫困、改善民生、实现共同富裕是社会主义的本质要求，是我们党坚持全心全意为人民服务根本宗旨的重要体现，是党和政府的重大责任。

2020年10月，习近平总书记在《关于〈中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议〉的说明》中指出，“共同富裕是社会主义的本质要求，是人民群众的共同期盼。我们推动经济社会发展，归根结底是要实现全体人民共同富裕。”

“我们未来要建成的社会，是共同富裕的社会，这不仅是一个经济学概念，而且是一个极富内涵的社会学概念。共同富裕社会，是全面建成小康社会之后的新奋斗目标。共同富裕社会是一个完全不同于以往社会的、具有社会主义时代特征的新社会形态。要共同富裕，首先应强调通过艰苦奋斗富裕起来，而不能走劫富济贫之路，更不能搞所谓的新的平均分配。只有做大蛋糕，才能通过增量改革分配好蛋糕，在保障社会活力与经济发展动力的前提下改善低收入群体的生活境况。既要尊重社会主义市场经济规律，又要发挥好政府的调节作用，这是一枚硬币的两面，不可偏废。只有在满足收入差距不断缩小与人均收入水平持续提升这两个条件下，才能建设好共同富裕社会。为实现这一愿景，少不了科技发展对社会的支撑。技术进步有利于提高生产效率、优化社会结构、促进消费升级、拉动经济增长。”张翼表示。

金秋时节，雄安新区启动区内吊塔林立、机械轰鸣，一批批重点疏解转移项目正在紧张地建设之中。

作为新时代第一个区域重大战略，推动京津冀协同发展，是一个巨大的系统工程。而雄安新区作为北京非首都功能疏解集中承载地，正是推动京津冀协同发展的关键落子。

“京津冀如同一朵花上的花瓣，瓣瓣不同，却瓣瓣同心。”对于京津冀三地关系，习近平总书记曾在2019年1月18日召开的京津冀协同发展座谈会上作出形象的比喻。

截至今年8月底，京津冀三地铁路营业里程达10848公里，其中高铁2369公里，实现铁路对20万人口以上城市全覆盖，高铁覆盖京津冀所有地级市。

在产业对接方面，2014年以来，北京输出到津冀两地的技术成交额累计达到1760.4亿元，

其理念提出的一个重要背景在于，中国要素禀赋和经济发展模式的改变，伴随市场和资源两头在外的国际大循环动能明显减弱，我国外贸依存度大幅下降，这使得内需成为经济增长的主要动力。

中国社会科学院工业经济研究所研究员陈晓东认为，在百年未有之大变局的形成初期，动荡不安的国际形势促使我国进一步深刻

与此同时，随着国家反垄断局的挂牌，这一新成立的机构开启了对市场垄断行为的集中处罚。挂牌两周后共发布46张处罚书，剑指医药、燃气和互联网等行业垄断违规行为。

中国社会科学院大学商学院副院长蒋震认为，强化反垄断和反不正当竞争，为各类主体创造更公平竞争的市场环境，是提升国内大循环效率、构建国内统一大市场的手段之一。

在世界百年未有之大变局下，国际贸易保护主义上升，世界经济低迷，全球市场萎缩，疫情冲击给各国带来更大不确定性。在此背景下，我国以扩大开放为契机，在深度融入世界中锻造竞争新优势。

2013年秋，习近平总书记西行哈萨克斯坦，南下印度尼西亚，先后提出“建设丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的重大倡议。

八一年多时间，我国已与140个国家、32个国际组织签署了合作文件，雅万高铁、中老铁路、蒙内铁路、汉班托塔港等一大批项目扎实推进，我国倡议设立的亚投行、丝路基金等金融机构为基础设施建设拓展资金渠道，在世界百年未有之大变局中，为各国开创出一条通往共同繁荣的机遇之路。

在史丹看来，“一带一路”倡议的实施，在为我国对外开放带来新发展机遇的同时，也有效促进了我国在资金、技术、人才和管理等生产要素方面与其他国家的交流与合作。

除此之外，已经连续举办四年的进博会，也折射出中国从世界工厂到世界市场，从依靠外需到扩大内需的深刻转变。

2022年9月1日，第五届中国国际进口博览会招商路演在南宁举办，并将于2022年11月5日至10日在上海举办。这一由习近平总书记亲自谋划、部署和推动的全

球首个以进口为主题的国家级展会，被外界誉为中国开放的“金色大门”。

“这决不是封闭的国内循环，而是更加开放的国内国际双循环，不仅是中国自身发展需要，而且将更好造福世界各国。”习近平总书记的话语坚定铿锵，道出了我国构建新发展格局“同舟共济”“互利共赢”的深刻涵义。

随着中国经济增长更多转向由国内消费驱动，同时继续扩大开放，中国将为全球经济复苏注入更多增长动能，这不仅在于经济全球化是不可逆转的时代潮流，更表明求合作、谋发展仍是世界各国的共同愿望。

当前，全球新一轮科技革命和产业变革迅速发展，创新成果层出不穷，我国在其中有着重要一席之地。不仅如此，我国市场的吸纳能力、消化能力独一无二，各国都想在我国寻找发展机遇，这个过程中，时与势在我们一边。

“瓣瓣不同”“瓣瓣同心”——坚持新发展理念是我国经济发展的指导原则

我国幅员辽阔、人口众多，长江、黄河横贯东西，秦岭、淮河分界南北，各地区基础条件差别之大世所罕见。坚持新发展理念，统筹区域发展，是“国之大者”应有之义。

党的十八大以来，习近平总书记亲自谋划、亲自部署、亲自推动了京津冀协同发展、长江经济带发展、粤港澳大湾区建设、黄河流域生态保护和高质量发展等区域重大战略，进一步完善支持西部大开发、东北振兴、中部崛起、东部率先发展的政策体系，引领我国区域协调发展取得历史性成就、发生历史性变革。

习近平总书记强调，做好区域协调发展“一盘棋”这篇大文章，不能简单要求各地区在经济发展上达到同一水平，而是要根据各地区的条件，走合理分工、优化发展的路子。不平衡是普遍的，要在发展中促进相对平衡，这是区域协调发展的辩证法。

金秋时节，雄安新区启动区内吊塔林立、机械轰鸣，一批批重点疏解转移项目正在紧张地建设之中。

作为新时代第一个区域重大战略，推动京津冀协同发展，是一个巨大的系统工程。而雄安新区作为北京非首都功能疏解集中承载地，正是推动京津冀协同发展的关键落子。

“京津冀如同一朵花上的花瓣，瓣瓣不同，却瓣瓣同心。”对于京津冀三地关系，习近平总书记曾在2019年1月18日召开的京津冀协同发展座谈会上作出形象的比喻。

截至今年8月底，京津冀三地铁路营业里程达10848公里，其中高铁2369公里，实现铁路对20万人口以上城市全覆盖，高铁覆盖京津冀所有地级市。

在产业对接方面，2014年以来，北京输出到津冀两地的技术成交额累计达到1760.4亿元，

年均增长率超2成，中关村企业在津冀两地设立分支机构累计9000余家。天津滨海—中关村科技园已成为京津两市重要合作平台，累计注册企业突破3000家。

此外，截至2021年末，河北累计承接京津转入基本单位4万个，其中北京转入3.2万个，占比近8成，商务服务业、科技服务业和批发零售业企业合计占比近5成。

“治理黄河，重在保护，要在治理。”黄河流域是我国重要的生态屏障和重要的经济地带，保护黄河是事关中华民族伟大复兴和永续发展的千秋大计。

党的十八大以来，习近平总书记高度重视黄河流域生态保护和高质量发展，走遍了黄河上中下游9省区。2019年9月18日，习近平总书记在河南郑州主持召开座谈会，将黄河流域生态保护和高质量发展上升为重大国家战略。

今年7月，山东省政府宣布，将兑现河南省生态补偿资金1.26亿元。自此，河南努力“治水”得到经济补偿，山东则赢得了水质，这场“鲁豫之约”最终实现共赢。而这也正是新时代黄河流域共同抓好大保护、协同推进大治理的生动实践。

广东，领改革开放风气之先。2012年12月，习近平总书记在党的十八大后首次离京视察就来到了广东，发出“将改革开放继续推向前进”的动员令。

改革开放40周年之际，习近平总书记再次踏上广东这片热土，并强调，“要把粤港澳大湾区建设作为广东改革开放的大机遇、大文章，抓紧抓实办好。”

如今，伴随着多个国家重大区域发展战略相继落地，中国经济新增长极多点开花。京津冀协同发展不断深入，雄安新区建设如火如荼；长江经济带推动沿江11省市联动发展；粤港澳大湾区正在打造充满活力的世界

级城市群，释放出持续强劲的发展动能……

不谋全局者，不足谋一域。在习近平总书记的亲自推动下，区域近邻正在抱团向着更高质量的发展方向迈进，“瓣瓣不同，却瓣瓣同心”的协调之花次第绽放。

2019年5月21日，推动中部地区崛起工作座谈会在江西南昌召开。会上，习近平总书记强调：“人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾成为我国社会主要矛盾。不平衡，就要努力去解决，止于至善。”

3个多月后，在中央财经委员会第五次会议上，习近平总书记指出，我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段，对区域协调发展提出了新的要求。“不平衡是普遍的，要在发展中促进相对平衡。这是区域协调发展的辩证法。”

中国社会科学院工业经济研究所研究员、中国区域经济学会副会长兼秘书长陈耀分析称，我国提出的“区域协调发展”内涵十分丰富，通过多年的实践，“协调”的定义不仅包括区域发展差距的缩小，更强调基本公共服务的均等化，还包括区域之间按比较优势形成立体分工合作格局、生产要素跨区域自由有序流动与市场一体化以及跨区域生态环境保护的联防联控。

在陈耀看来，推动区域协调发展可实现两大目标，第一是追求区域发展均衡协调，避免区域之间差距扩大；第二是优化资源配置效率，强调效率优先，增强整体竞争力。“平衡协调的区域发展是走向共同富裕的条件和要求。”陈耀表示。

如今，在习近平经济思想指引和统领下，区域协调发展呈现出新的格局，全国发展的协调性、平衡性日益增强，神州大地生机勃勃、气象万千。

以我为主 审时度势

“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”，2020年4月，在中央财经委员会第七次会议上被首次提出。

《习近平经济思想学习纲要》(以下简称“《纲要》”)对这一构想作了明确解析，“构建新发展格局，必须具备强大的国内经济循环体系和稳固的基本盘，并以此形成对全球要素资源的强大吸引力、在激烈国际竞争中的强大竞争力、在全球资源配置中的强大推动力。”

在业界专家看来，这是根据我国发展阶段、环境、条件变化，特别是基于我国比较优势变化，审时度势作出的重大决策，明确了我国经济现代化的路径选择，对于推动我国高质量发展、促进世界经济繁荣，具有重大而深远的意义。

北京社科院研究员、中国人民大学智能社会治理研究中心研究员王鹏对《中国经营报》记者分析说，“从辩证唯物主义的角度来看，内因是事物变化的根据，在事物发展中起决定性作用，外因则通过内

因来发挥作用。运用到此处来分析，中国经济的发展首先要依靠自身的基本盘作为基础，只有在巩固良性内部循环的基础上，才能实现经济上的充分独立自主，进而在国际竞争中不受制于人。这一论断紧密把握住了中国经济持续发展的核心要素，通过完善中国经济的正向性，从而吸引全球优质资源要素流入中国市场，使外部力量在良好的内部环境作用下推动经济社会可持续发展。”

下转 A4

顺势应时 全新阶段

——进入新发展阶段是我国经济发展的历史方位

世界经济正处于一个历史的十字路口，面对百年未有之大变局，中国为何能迎难而上实现一个又一个新跨越，这是求解“中国之谜”话题的一个重要观察维度。在国内外形势发生深刻复杂变化的背景下，我国发展重要战略机遇期是否还存在，也引起各方关注。

习近平总书记明确指出，当前和今后一个时期，我国发展仍然处于重要战略机遇期，但机遇和挑战都有新的发展变化，机遇和挑战之大也都前所未有的，总体上机遇大于挑战。“当今世界正经历百年未有之大变局，但时与势在我一边，这是我们定力和底气所在，也是我们的决心和信心所在”。习近平总书记作出的这一重大战略判断，成为中国共产党领导中国人民在新时代取得一个又一个伟大胜利的金钥匙。

在这样的背景下，在“两个一

喜迎二十大

上接 A3

构建新发展格局，必须坚持以国内大循环为主体。国内大循环是国际双循环的坚实基础。大国经济的一个突出优势就是内部可循环。

我国是一个发展中的社会主义大国，坚持独立自主、自力更生，把发展的立足点放在自身基础上，是我们毫不动摇的一贯方针。构建新发展格局，就是要在新的历史条件下走更高水平的自力更生之路。必须牢牢记住，防范化解各类风险隐患，积极应对外部环境变化带来的冲击挑战，关键在于办好自己的事。改革开放以来，我们遭遇过很多外部风险冲击，最终都能化险为夷，靠的就是办好自己的事，把发展立足点放在国内。在当前国际形势充满不稳定不确定性的背景下，充分发挥我国市场优势，不断增强自主发展能力，努力畅通国内大循环，这是实现经济高质量发展、把握发展主动权的根本保障。

《纲要》也指出，“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进，必须立足国内大循环，发挥比较优势，以国内大循环吸引全球资源要素。”

《纲要》同时还称，“以国内大循环为主体，绝不是关起门来

封闭运行，而是通过发挥内需潜力，使国内市场和国际市场更好联通。”

王鹏告诉记者，“中国实行国内国际双循环、以国内大循环为主体，意味着独立自主与对外开放并非一组互斥概念，二者可以并行不悖。历史经验告诉我们，固步自封、关起门来搞建设是不符合经济社会发展规律的。巩固国内大循环的根本目的是发掘内需，充分兑现内部潜力，从而统筹国内外市场资源，促进经济可持续发展和民生质量的提高。在这个过程中，开放国际市场，吸引全球优质资源流入是经济高质量发展的必然选择。预计未来的中国会持续敞开大门，以更开放包容的姿态投身经济全球化浪潮中。”

从我国的经济发展实践来看，举办服贸会就是一个很好的案例，它将激活服务贸易增长动能，更好地促进国内国际双循环，助力加快构建新发展格局。

8月31日~9月5日，备受瞩目的2022年服贸会在北京举办。据了解，中国(北京)国际服务贸易交易会创办于2012年，每年在北京举行，简称“京交会”，2020年更名为“服贸会”，是全球唯一一个专门为服务贸易搭建的国家级、国际性、综合型展会和交

易平台。

来自商务部数据显示，今年1~7月，我国服务贸易继续保持平稳增长，服务进出口总额33922.1亿元，同比增长20.7%。其中，前7个月，知识密集型服务贸易稳定增长与旅行服务进出口继续恢复：知识密集型服务出口7954.7亿元，增长12.9%，远超进口；我国旅行服务进口增长10.8%，超过出口。

服贸会发展的这10年，也是我国服务贸易快速发展的10年。数据显示，2012年以来，我国服务贸易进出口保持快速增长势头，年均增长6.1%，高出全球增速3.1个百分点。我国服务贸易在世界的排名也由第三位上升到第二位，2021年，我国已连续8年稳居世界第二位。

有分析人士指出，过去10年，中国以连续举办10届服贸会为契机，积极促进国际贸易，世界各国合作更加紧密、交流更为频繁，全球服务贸易总额加快增长，国内国际双循环畅通互联，多边贸易体制不断完善，“数字红利”“经济红利”互惠共享，从真正意义上推动实现了中国与世界各国、各国与各国之间在服务贸易、数字创新等多领域的高水平良性互动、开放共建、合作共赢。

——推动高质量发展是我国经济发展的鲜明主题

明晰主线 毫不动摇

“供给侧结构性改革”的提法，最早出现于2015年的中央财经领导小组第十一次会议上。

在推进供给侧结构性改革方面，《纲要》指出，“推动高质量发展，必须坚持以推进供给侧结构性改革为主线。推进供给侧结构性改革，是在全面分析国内经济阶段性特征的基础上调整经济结构、转变经济发展方式的治本良方，是培育增长新动力、形成先发新优势、实现创新引领发展的必然要求。”

有业界专家评论，供给侧结构性改革旨在调整经济结构，使要素实现最优配置，提升经济增长的质量和数量。

《纲要》还指出，“要把推进供给侧结构性改革作为当前和今后一个时期经济发展和经济工作的主线，为经济持续健康发展打造新引擎、构建新支撑。”

公开资料显示，供给侧结构性改革是指从提高供给质量出发，用改革的办法推进结构调整，矫正要素配置扭曲，扩大有效供给，提高供给结构对需求变化的适应性和灵活性，提高全要素生产率，更好满足广大人民群众的需要，促进经济社会持续健康发展。

王鹏对记者分析说，“这指出了供给侧结构性改革在经济发展

中的长期意义。在中国经济社会的长期发展中，形成了一定的惯性基础。我们要进行深层次的改革，培育发展新动能、建立经济发展新模式，绝非一朝一夕之功，而需要持续性努力。”

王鹏举例说明，前沿科技的创新从开发到投入生产，是一个漫长的周期，需要长期的资金投入和人才输送才能完成。因此，“它可以说描摹了我国长期的一项重点战略，通过阶段性的规划落实，深刻地让中国经济实现转型升级，提升经济社会发展质量。”

中国社会科学院经济研究所所长黄群慧在接受媒体采访时表示，供给侧结构性改革要与需求侧管理有效协同，需要从两方面入手：第一，供给侧结构性改革要围绕畅通国内大循环实现供给和需求的高水平动态平衡；第二，供给侧结构性改革要围绕国内国际双循环相互促进实现内需与外需的高水平协调发展。

农业供给侧结构性改革实践可为这方面理论提供典型案例。

据媒体报道，四川省开江县素有“川东小天府”的美誉，这里地处秦巴山区与川东平行岭谷交汇地带，有近百余万亩浅丘、平坝地形，交错分布于平行岭谷山脉之间。辖区海拔相对较高的山

区建有一座中型水库，可为60余万亩耕地提供有效灌溉。但冲沟田种植水稻，坡台地种植玉米、红薯、油菜、小麦的传统产业结构，导致农业效益低，农民增收难，综合种养指数低。

开江县主动适应农业供给侧结构性改革大势，围绕做足涉农资金、种养方式、产业结构、为农服务、新村建设、集体经济“+”等文章，发展“稻田+”有机循环种植示范区1.8万亩，年产大闸蟹、小龙虾和鱼“三个100万公斤”、绿色有机水稻200万公斤，综合产值突破2亿元，实现了开发生产市场化、生产方式绿色化、经营主体多元化、供销方式现代化、集体经济组织化，从根本上解决了“谁来种地、地怎么种”等农业增效、农民增收难题，为推动乡村振兴提供了样板参考。

该改革探索于2021年入选了四川省农业农村改革十大优秀案例。

有分析评价，农业供给侧结构性改革以实施乡村振兴战略为总抓手，聚焦全力推动现代农业建设，扎实推进农村产权制度改革，培育壮大新型农业经营主体，加快构建农业社会化服务体系，形成了农业产能提升、农村加快发展、农民持续增收的良好格局。

坚持和完善社会主义基本经济制度是中国经济发展的制度基础

——坚持和完善社会主义基本经济制度是中国经济发展的制度基础

效率和公平有机统一

2016年5月16日，习近平总书记在中央财经领导小组第十三次会议上的讲话中再次提出，必须完善收入分配制度，坚持按劳分配为主体、多种分配方式并存的制度，把按劳分配和按生产要素分配结合起来，处理好政府、企业、居民三者分配关系。

新一轮分配制度的改革，再次如火如荼地启动。

此前，中共中央政治局2014年8月29日召开会议，审议通过了《中央管理企业负责人薪酬制度改革方案》。其核心内容是，央企高管薪酬将采用差异化薪酬管控的办法，综合考虑国企高管当期业绩和中长期持续发展，重点对行政任命的央企高管人员以及部分垄断性行业的央企负责人薪酬

水平实行限高。

2022年1月23日，中央深改组第二次会议审议通过了《关于提高技术工人待遇的意见》(以下简称《意见》)，围绕技术工人培养、使用、评价、激励和保障等环节提出意见。

《意见》要求提高高技能领军人才的经济待遇，鼓励企业为高技能领军人才制定职业发展规划和年资(年功)工资制度，科学评价技能水平和业绩贡献，合理确定年资起加点和工资级差。试行高技能领军人才年薪制和股权期权激励，鼓励各类企业设立特聘岗位津贴、带徒津贴等，参照高级管理人员标准落实经济待遇。对于参与国家科技计划项目的高技能领军人才，鼓励所在单位根据其在项目中的实际贡献给予绩效奖励。

在改革中，黑龙江省劳动模范、中国一重首席技能大师刘伯鸣感受到了企业对一线员工的薪酬鼓励。他认为，整个企业的价值观都在重塑。

中国一重每年都要有劳动技能比赛——“百合一重杯”，企业拿出100万元奖励给技术人员。再没有一人背井离乡，远走他乡去谋生。在富拉尔基工作生活，就可以获得市场化的、同样优厚的薪酬。甚至，有大学生愿意来中国一重落地生根。

近年，国家发展改革委也出台相应政策，在坚持按劳分配原则下增加劳动者特别是劳动者的劳动报酬，提高劳动报酬在初次分配中的比重，着力扩大中等收入群体规模，抓住重点、精准施策，推动更多低收入人群迈入中等收入行列。

国家发展改革委原副主任宁吉喆曾亮出一组数据：2011至2020年，农村居民人均可支配收入年均名义增长10.6%，年均增速快于城镇居民1.8个百分点，城乡居民人均可支配收入比从2010年的2.99逐年下降到2020年的2.56，城乡之间居民收入差距持续缩小；2011至2020年，收入最高省份与最低省份间居民人均可支配收入相对差距逐年下降，收入比由2011年的4.62降低到2020年的3.55，进入新世纪以来的最低水平；2009

年以来，全国居民人均可支配收入基尼系数呈现波动下降态势，2020年降至0.468，不同群体之间居民收入差距总体缩小。

其中，最让人关注的是城乡收入差距的缩小。另据国家统计局报告，2021年城乡居民人均可支配收入之比为2.50(农村居民收入=1)，比2012年下降0.38。城乡居民收入相对差距的持续缩小得益于脱贫攻坚各项政策和乡村振兴战略的纵深推进。

习近平总书记2017年10月18日在党的十九大报告中提出了乡村振兴战略，此后成为“十四五”规划和2035年远景目标纲要的重要战略目标，并将会给未来中国产生深远影响。

北京师范大学中国乡村振兴与发展研究中心主任张瑞向记者表示，乡村振兴是实现共同富裕的必然选择，要实现共同富裕，必先实现乡村振兴。

“新时代我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要与不平衡不充分发展之间的矛盾。我国发展最大的不平衡就是城乡发展不平衡，最大的不充分是农村发展不充分，这也是实现全体人民共同富裕的最大障碍。”张琦说，“为此，以习近平同志为核心的党中央把脱贫攻坚作为全面建成小康社会的标志性工

程，采取许多具有原创性、独特性的重大举措，组织推进人类历史上规模空前、力度最大、惠及人口最多的脱贫攻坚战。困扰中华民族几千年的绝对贫困问题得以历史性解决。”

他认为，“实施乡村振兴战略，是对新时代我国社会主要矛盾的及时回应，顺应了新时代亿万农民的期待，承载了促进社会公平正义和缩小区域、群体、城乡发展差距的使命，是让改革发展成果更多更公平惠及全体人民的重大战略举措。因此，乡村振兴战略作为解决‘三农’问题的重要战略部署，是解决新时代社会主要矛盾的必然选择，也是实现全体人民共同富裕的必然选择。”

2017年10月18日，习近平总书记在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告中指出，坚持按劳分配原则，完善按要素分配的体制机制，促进收入分配更合理、更有序。鼓励勤劳守法致富，扩大中等收入群体，增加低收入者收入，调节过高收入，取缔非法收入。坚持在经济增长的同时实现居民收入同步增长、在劳动生产率提高的同时实现劳动报酬同步提高。拓宽居民劳动收入和财产性收入渠道。履行好政府再分配调节职能，加快推进基本公共服务均等化，缩小收入分配差距。

区域补强 协同发展

——部署实施国家重大发展战略是我国经济发展的战略举措

今年国庆期间，海拔超过4500米的西藏康马县萨马达乡的9座温室大棚里正开着白色的小花，这种小花下长出了鲜红色的草莓。而在9月份，这些温室大棚就开始采摘青椒、西红柿和黄瓜等蔬菜1000多斤。

“我们今年才启动高海拔大棚种植项目，没想到9月份就实现了产出。”来自山东省寿光市、在西藏高原种菜的农民孟得利说，超高海拔的蔬果种植，一定程度解决当地新鲜蔬菜供应问题，丰富西藏偏远地区高原农牧民的餐桌，也为后续扩大规模奠定技术基础。“9座高原温室大棚预计年产值在70万元左右，并可以带动当地土地流转，同时为农牧民免费提供高原蔬果种植技术服务。”

《中国经营报》记者了解到，像孟得利一样走出寿光，走出山东，走向全国乃至世界各地的寿光人不计其数。这背后实际上是一整套的“寿光模式”在支撑着国人的“菜篮子”，也正是这些菜地，实践出了创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念。

你能想象大数据、AI等高科技的另一头，链接的是寿光人温室大棚里的蔬菜吗？而8000多名寿光人同时也常年在全国各地或建设着大型蔬菜基地，或指导着蔬菜生产。在位于寿光市三元朱村的山东省党员干部现代农艺培训基地里，通过多种形式，已无偿地向全国输出了300万人次的农业人才和技能培训，而据不完全统计，全国的新建大棚，一半以上有“寿光元素”。

而这一切源自创新。上世纪80年代末，寿光试验成功了冬暖式蔬菜大棚并推向全国，改变了中国北方冬季常年萝卜、白菜、土豆“老三样”的历史。事实上，寿光蔬菜产业从改革开放初期至今经历了从试验成功冬暖式蔬菜大棚，推动蔬菜生产走向商品经济舞台；到引领在全国掀起一场“绿色革命”；到搭建起农民与高新技术、农产品与市场对接的桥梁；到向全国输出标准和集成解决方案四个发展阶段。这在全国

开辟了一条以蔬菜产业化为龙头，不断提升农业产业化水平，推进农业高质量发展之路，创造并推广了“寿光模式”。

2018年，习近平总书记在参加全国“两会”山东代表团审议和考察山东时指出，改革开放以来，山东创造了不少农村改革发展经验，形成了诸城模式、潍坊模式、寿光模式，要求山东扎实实施乡村振兴战略、打造乡村振兴的齐鲁样板。

2019年5月16日出版的第10期《求是》杂志发表习近平总书记的重要文章《深入理解新发展理念》提出，协调发展、绿色发展、开放发展、共享发展都有利于增强发展动力，但核心在创新。抓住了创新，就抓住了牵动经济社会发展全局的“牛鼻子”。

山东区域经济学会副会长、山东财经大学乡村振兴研究院院长董长瑞在受访时认为，“寿光模式”之创新不仅仅是技术创新，而是包括管理模式、经营模式等在内的全方位、立体化的创新。

标准、技术、种子、管理、销售、商标、这“六统一”的蔬菜全产业链生产标准，正在被像孟得利一样的寿光人复制到全国乃至世界各地。同时，也有很多的人选择留在村子里做“棚二代”，因为那里有自己的菜地，有自己的梦想。

陈耀表示，寿光实现了从温室大棚到餐桌的全链条协调发展，而这也正是三次产业融合的结果。从寿光能看到新发展理念深刻的实践痕迹，就协调发展而言，寿光不仅打破了本地城乡之间发展不均衡的问题，而且促进了东中西部地区的协调发展。而这也是寿光人奉行走出去和请进来并重，坚持开放理念的必然结果。

习近平总书记在《深入理解新发展理念》中还提出，协调既是发展手段又是发展目标，同时还是评价发展的标准和尺度。

坚持协调发展，必须牢牢把握中国特色社会主义事业总体布局，处理好局部和全局、当

前和长远、重点和非重点的关系。这就需要坚持问题导向，重点促进城乡区域协调发展，全面实施乡村振兴等国家战略，推进以人为本的新型城镇化，坚强城乡融合发展体制机制，建立更加有效的区域协调发展新机制。

“新发展理念中的内涵之一——绿色，实际上这早已是寿光蔬菜的应有之义，不仅仅体现在食品的安全和健康方面，节水、节电、节地等诸方面也已屡见不鲜。”中国宏观经济研究院产业所工业室主任、研究员付保宗说，“寿光通过三次产业融合高质量发展，让城乡居民和农民都实现了很好的一次分配，享受到了产业化红利，而这也让二次分配顺理成章，政府有了税收，便会将更多的资源投入到教育、医疗、养老等方面，而这也是新发展理念中共享的应有之义。”

“创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，是中国经济总的指导原则，我们应该明白中国特色社会主义最根本的问题是我们发展的目的和目标是什么。很多人认为社会主义的本质是解放和发展生产力，但这样的理解并不完整，完整的表述应该是解放和发展生产力，消灭剥削，消除两极分化，最终达到共同富裕。”董长瑞说，“我们发展经济是手段，而非目的，不是为了发展经济而发展经济，人民的幸福才是目的。一味地追求GDP增长，而忽视贫富差距拉大，这将背离初衷。”

付保宗说，新发展理念既是长期的指导原则和发展导向、未来愿景，也是呼应了当前经济社会发展中存在的迫切解决的问题。中国经济已经到了由大到强的阶段，各个产业虽然规模大，但竞争力有待提升，这需要像寿光一样去通过创新来解决和引领发展。

“我们要全面、完整、准确地贯彻好新发展理念。真正做到崇尚创新、注重协调、倡导绿色、厚植开放、推进共享。”陈耀表示。

下转 A5

喜迎二十大

上接 A5

安全是发展的前提，发展是安全的保障。当前和今后的一个时期，我国经济发展面临的国际环境和国内条件都在发生深刻而复杂的变化。世界大变局加速演变的特征更趋明显，全球动荡源和风险点显著增多，传统安全和非传统安全风险相互叠加。在这样一个各类矛盾和风险易发期，我们在国际国内面临的矛盾风险挑战都不少，决不能掉以轻心，必须把防风险摆在突出位置，着力破解各种矛盾和问题，打好化险为夷、转危为机的战略主动战。

事实上，在统筹发展和安全的论述中，维护国家金融安全是重中之重。习近平总书记指出，“维护金融安全是关系我国经济社会发展全局的一件带有战略性、根本性的大事。必须充分认识金融在经济发展和社会生活中的重要地位和作用，切实把维护金融安全作为治国理政的一件大事，在促进金融更好为实体经济服务、防范化解金融风险、深化金融改革过程中确保金融安全高效稳健运行。”

同时，对于防范化解金融风险方式，《纲要》中明确阐述了“要以结构性去杠杆为基本思路，分部门、分债务类型提出不同要求，地方政府和企业尤其是国有企业要尽快把杠杆降下来，稳步实现宏观杠杆稳定和逐步下降”。

早在2018年3月，银保监会主席郭树清在召开银行保险改革领导小组第一次会议上，就将降杠杆作为了一项重要工作。郭树清表示，要坚持稳中求进工作总基调，有序推进降低企业杠杆率、拆解影子银行、严厉打击非法金融活动、遏制房地产泡沫化倾向、配合整顿地方政府隐性债务等工作，加强对各类风险的防范和化解。

复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼表示，高杠杆是宏观经济和金融脆弱性的总根源。当下，我国企业尤其是国有企业负债率仍然偏高，居民部门加杠杆速度过快，政府部门隐性债务大量存在。过高的杠杆率可能引发资产泡沫破裂，触发“明斯基时刻”，甚至引发系统性金融风险。所以，必须坚持去杠杆方向和总体要求不变，下决心将债务水平和杠杆率逐步降下来。

他认为，去杠杆是一个痛苦的过程，不可避免对市场带来一定的冲击。在信用紧缩阶段，迫切需要融资的往往是高风险企业。那些实力较弱、风险较高的企业，出现融资困难，进而退出破产清算，既是市场竞争优胜劣汰的体现，也是结构性去杠杆的应有之义。只有适当收紧信用，倒逼金融资源从低效率的产业和企业退出，才能打赢防范化解重大风险攻坚战，才能真正向高质量发展转变。

对于结构性降杠杆的工作重点，董希淼称仍然是国有企业。他认为，针对国有企业应建立健全企业债务风险防控机制，以强化资本管理和风险管理为准绳，合理确定业务发展规模和速度，推动国有企业形成合理的资产负债结构。要通过严格的财务制度和资本金约束，推动国有企业聚焦主业、做强主业，退出缺乏竞争优势的非主业领域及产业低端环节，严格控制增量债务。

2022年3月，郭树清谈防范化解金融风险攻坚战的工作成效时称，2021年，重点领域风险持续得到控制，宏观杠杆率下

降了大约8个百分点，金融体系内的资产扩张恢复到较低水平，再次回到了个位数。

清华大学国家金融研究院副院长张伟表示，自2017年以来，我国宏观杠杆率增幅总体稳定，杠杆率年均增长约4.8个百分点，比2012至2016年年均增幅低8.6个百分点，政府部门、企业部门、住户部门宏观杠杆率都保持稳定。其中，2017至2019年，企业部门杠杆率稳定在152.2%左右，央企平均资产负债率已由2017年的68.1%降至2020年末的64.5%。

防范化解重大风险是党的十九大确定的三大攻坚战之首，其重点是防范化解金融风险。近年来我国防范化解重大金融风险取得阶段性成果，但防范化解金融风险任重道远，仍需坚持不懈。

按照习近平经济思想的战略部署，对于目前存在的金融风险，一定要胸中有数，未雨绸缪，密切监测，准确预判，有效防范，不忽视一个风险，不放过一个隐患，要把主动防范化解系统性金融风险放在更加重要位置，着力加强风险源头管控，完善金融安全防范和风险应急处理机制。

自2017年以来，银保监会对金融领域的乱象整治持续高压态势，组织开展“三三四十”等一系列专项治理行动，取得了明显成效，金融业资金脱虚向实，服务实体经济的效率和能力不断提升。数据显示，2017年至2018年间，银保监系统的行政处罚决定超过1万份，罚没金额50多亿元，超过了之前十年总和。

2020年6月，银保监会对乱象整治开展了“回头看”，并再次强调了监管“长牙齿”，对违规行为加大震慑力度。据官方统计数据，2020年全系统共作出6581件行政处罚决定，处罚银行保险机构3178家次，覆盖各主要机构类型，处罚责任人员4554人次，作出警告4277家/人次；罚没合计22.75亿元；责令停止接受新业务19家次，责令停业整顿2家次，限制业务范围4家次，吊销业务许可证2家，取消（撤销）任职资格161人次，禁止从业312人。

张伟表示，金融系统处置一批高风险企业集团和高风险金融机构，维护了金融稳定。过去五年来，金融系统累计恢复与处置高风险金融机构600多家，包商银行、恒丰银行、辽宁城商行等部分中小银行风险得以处置或者重组。同时，影子银行规模持续压缩，加大核销银行业不良资产。截至2021年末，高风险影子银行规模较历史峰值压降约25万亿元，商业银行不良贷款余额2.85万亿元，不良贷款率1.73%，较2020年末下降0.11个百分点。

此外，张伟表示，在防范房地产市场存在的风险方面，房地产合理融资需求得到满足，房地产金融化、泡沫化势头得到根本扭转。尽管当前我国房地产业处在深度调整期，但随着房地长效机制不断完善，因城施策效果不断显现，房地产市场不再是短期刺激经济的工具和手段，房地产市场整体保持平稳运行。

他认为，尽管我国经济韧性强、潜力足、长期向好的基本面没有改变，但当前面临需求收缩、供给冲击和预期转弱三重压力，未来一段时期还会出现新的挑战，关键在于集中精力办好自己的事情，关注宏观杠杆率抬升、债券市场风险、房地产市场外溢风险等。

以稳求进 以进固稳

——坚持正确工作策略和方法是做好经济工作的方法论

稳中求进，是习近平总书记多次强调的工作总基调。在2016年12月的中央经济工作会议上，习近平总书记在发表重要讲话时指出：“稳中求进工作总基调是我们治国理政的重要原则，也是做好经济工作的方法论。”

《纲要》指出，稳是大局，关键是保持经济社会大局稳定。当前，稳的重点要放在稳住经济运行上，确保增长、就业、物价不出现大的波动，确保金融不出现区域性系统性风险。进的重点要放在调整经济结构和深化改革开放上，确保转变经济发展方式和创新驱动发展取得新成效。

在推动经济工作中，还要坚持系统观念。

2020年11月，习近平总书记在《关于〈中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议〉的说明》中强调，“系统观念是具有基础性的思想和工作方法。”

《纲要》指出，要从系统论出发优化经济治理方式，运用辩证法，统筹兼顾、综合平衡，突出重点、带动全局，提高统筹谋划和协调推进能力，在多重目标中寻求动态平衡。

目标是奋斗方向，问题是时代声音。《纲要》指出，在推动经济工作中，要坚持目标导向和问题导向相结合。

2019年7月9日，习近平总书记在中央和国家机关党的建设工作会议上讲话时曾鲜明指出，要处理好目标引领和问题导向的关系。加强和改进机关党的建设，既要以目标为着眼点，在统筹谋划、顶层设计上下功夫，以增强方向感、计划性；又要以问题为着力点，在补短板、强弱项上持续用力，以增强精准性、实效性。

当今世界，百年变局和世纪疫情交织影响，国际形势更趋复杂严峻和不确定。今后一个时期，我们将面对更多逆风逆水的外部环境。《纲要》指出，要坚持集中精力办好自己的事。这是把握发展机遇的关键，是应对各种风险挑战的关键，是赢得国际竞争主动的关键。

习近平总书记在2021年12月举行的中央经济工作会议上强调，“无论国际风云如何变幻，我们都要坚定不移做好自己的事情。”

空谈误国，实干兴邦。强调真抓实干，始终是中国共产党的优良传统。《纲要》指出，坚持以钉钉子精神抓落实，要一茬一茬接着干，一张蓝图绘到底。

党的十八大以来，习近平总书记在多个场合都提到“要发扬钉钉子的精神”，用“钉钉子”形象地描绘出了共产党人应有的科学的思想方法和工作方法。

而实际上，早在2006年12月6日，习近平总书记在《之江新语》专栏里发表的一篇名为《抓落实如敲钉子》的短文中形象地指出：“抓落实就好比在墙上敲钉子：钉不到点上，钉子要打歪；钉到了点上，只钉一两下，钉子会掉下来；钉个三四下，过不久钉子仍然会松动；只有连钉七八下，这颗钉子才能牢固。”

2013年2月28日，习近平总书记在中共十八届二中全会第二次全体会议上讲话中也指出：“我们要有钉钉子的精神，钉钉子往往不是一锤子就能钉好的，而是要一锤一锤接着敲，直到把钉子钉实钉牢，钉牢一颗再钉下一颗，不断钉下去，必然大有成效。”

应该如何看待这些策略和方法？

北京大学马克思主义学院副院长、政治经济学研究所教授、博士生

导师王在全向《中国经营报》记者表示：“这些策略和方法都是在马克思主义的方法论基础上，结合我国国情总结出来的，是马克思主义中国化的成果，是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分，用于指导我们各个方面的工作，当然也可以用于指导经济工作，这对于如何开展经济工作提供了方法论，具有重要的现实意义。”

全国政协委员、中国社会科学院马克思主义研究院原党委书记、原院长邓纯东在接受《中国经营报》记者采访时也表示，习近平经济思想是习近平总书记对我国社会主义建设，特别是改革开放以来我国经济发展的实践成就和历史经验进行全面分析和系统总结的一些规律性的认识。习近平经济思想所蕴含的策略和方法，不仅是我国做好经济工作的方法论，也是我国推动经济建设，解决经济发展中遇到的新问题的新思路新方法，是习近平总书记强调的推进整个党和国家各项工作、实现新时代新征程各项目标任务的一个总的方法论。

邓纯东表示，这些“策略方法”是对马克思主义政治经济学思想和观点的创新和发展。

习近平经济思想既有“过河”的任务部署，又有“桥和船”的解决路径，也蕴含着科学思想方法。这其中，坚持稳中求进工作总基调，无疑是最重要的方法论。

著名经济学家、全国政协常务委员、中国人民大学原校长刘伟告诉《中国经营报》记者，稳中求进不仅是我国经济工作的总基调，更是治国理政的重要原则，被提到了很高的层面。

刘伟认为，理解稳中求进，首先要理解其基本含义。稳首先是经济增长要稳，从宏观经济角度讲，经济增长速度要合理，速度控制要均衡，不能大起大落，既积极作为，又稳妥可行。在确定宏观经济指标的时候，首先就是要确定合理的增长区间。

所谓合理增长区间，一方面指它和其他宏观经济目标之间要均衡、相互衔接、不能严重脱节，另一方面指它和历史上前后的经济增长的变化速度比较起来，要符合长期平均经济增长的趋势，围绕长期平均增长速度上下波动，但波动幅度不能太大。此外，还有一个很重要的，就是经济增长速度要和未来中长期目标相衔接，比如“十四五”时期我们要跨越中等收入阶段。

而稳中求进的进，刘伟认为主要指的是改，是深化改革。“我理解，进是指深化供给侧结构性改革，根本转变经济发展方式。”

那么稳和进之间是怎样的关系？《纲要》指出，稳是主基调，要在坚持稳字当头、保持大局稳定的前提下谋进。

刘伟说，稳和进是辩证统一的关系，稳就是静，改就是动，习近平总书记曾指出，“静要有定力，动要有秩序”，也就是说，稳增长要有定力，改革要有秩序。

在刘伟看来，进要围绕一个中心——高质量发展，围绕一个目标——根本转变发展方式，贯彻一个理念——新发展理念，采取新的措施——新发展格局，实现新发展阶段的经济发展方式的根本转变，实现从高速度增长向高质量发展的根本转换。

“稳是在给进提供时间窗口，而进是为经济社会大局长期稳定创造基本条件。”刘伟说。

就如何把握稳和进的关系，王在全表示，“稳就是不要太快，不要大起大落，要有稳定的经济社会环境；进就是也要有一定速度，但这种速度要以高质量为目

标，是以优化经济结构、深化经济改革为基础的速度，是速度与效益结合的稳定。”

“稳是基础，是前提，进才是目标，因为只有进取，才能继续实现第二个百年奋斗目标。同时，经济工作中的稳中有进，还要与党和国家其他各项工作相互协调，相互促进。在这种方法论的指引下，要求政府部门在进行宏观调控时，在制定土地调控政策、扶持产业发展、推动中西部发展等方面，都要贯彻稳中求进，而不是单纯追求GDP的增长。”邓纯东告诉记者。

伟大实践孕育伟大思想。实际上，稳中求进背后有我国成功的历史经验。

王在全表示，我国改革开放四十多年以来，就是走了一条渐进式改革之路，没有采取休克疗法的激进式方式。实践证明，我们的渐进式改革是成功的，习近平总书记把它概括为更加形象精准的稳中求进的工作方法。

那么，如何在经济发展中贯彻稳中求进工作总基调？刘伟认为，主要有三方面要点：一是在政策方面一定要强调协调，主要指各种政策之间的协调。

2021年中央经济工作会议对宏观政策、微观政策、结构政策、科技政策、改革开放政策、区域政策、社会政策七个方面作出了部署，在此前“五大政策”的基础上作了进一步丰富。

会议指出，宏观政策要稳健有效、微观政策要持续激发市场主体活力、结构政策要着力畅通国民经济循环、科技政策要扎实落地、改革开放政策要激活发展动力、区域政策要增强发展的平衡性协调性以及社会政策要兜住兜牢民生底。

刘伟表示，上述七大政策之间一定要相互协调，避免政策上的“合成谬误”，这对经济发展总产能产生负效益，过去这方面的经验教训我们是有的。

“习近平总书记在强调贯彻稳中求进工作时曾强调，政策之间不能强调不破不立，政策上要先立后破。所以说，先立后破政策非常重。”刘伟说，党中央强调“坚持以经济建设为中心”，因此，政策之间要相互协调，不能单纯追求政策本身的目标，一定要让政策形成一个合成、聚焦。目前当务之急就是要做好“六稳”“六保”，稳住经济大盘，各种政策也要紧紧围绕经济建设这个中心工作。

二是要加强统筹。刘伟认为主要包含统筹国内国际两个循环、统筹经济社会发展和防疫、统筹经济社会发展和环保双碳、统筹需求和供给这五方面维度。

刘伟说，国内国际循环不是封闭的，当前内需体系培育是主体，要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。统筹经济社会发展和安全是总书记反复强调的，国内国际各种风险叠加，要高度警惕和切实防范“灰犀牛”“黑天鹅”事件。而在统筹需求与供给方面，在中长期，应坚持以供给侧改革为主线，在当前突出强调的是培育内需体系，有针对性地应对三重冲击（需求收缩、供给冲击、预期转弱）。如果经济下滑，需求、供给会稳不住，那么从短期看，需求问题就上升为首要问题，而供给侧的问题成为了一个中长期问题。

所以中共中央政治局会议提出，“形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。”

“我们会发现，需求与供给是一个有机体，两者之间不能割裂。低水平、落后的经济结构，低质量没有安全感的供给，一定会促成需求的萎缩，让人们不敢消

费，不愿意消费。所以要统筹需求和供给。”刘伟告诉记者，其实，统筹好需求和供给就是统筹经济总量，即统筹经济增长和结构，不能割裂开。

三是做好逆周期和跨周期调节。刘伟表示，其实这是我们这些年宏观调控的一个经验，即在反周期调节时要留有余地，为下一个经济周期的宏观治理降低成本，创造条件。不要在经济冷的时候，让“大水漫灌”过于强烈，“大水漫灌”对短期渡过难关似乎有很快速的效应，但它容易形成大量的泡沫，到下一个经济周期，就会出现要消化这些泡沫等一系列问题。

同时，也要让现在的一些政策尽可能对下一周期的调节有直接的帮助。

刘伟举例说，比如一些中长期的投资，地方债和专项债拉动地方基础设施建设，一些中长期的金融投资投下去，对当期扩大内需有刺激作用，但可能当时刺激作用不大，几年之后它扩大内需的作用才开始更多地显现出来，这就是一种跨周期调节。

“所以，要坚持稳中求进，避免大起大落，在政策上特别是宏观政策上，一定要把跨周期调节和逆周期调节协调好。”刘伟说，我们的体制是有优势的，具有掌控宏观调控、宏观治理这种能力，如果单纯交给市场，很可能就会形成大起大落的格局，尤其是在市场机制不完备的情况下，波动性会更大，尤其是市场主体不理智，不受市场硬约束或竞争力、创新能力不够的时候，靠低利率、放宽壁垒进入市场，容易形成泡沫。

“所以，当竞争市场主体质量不太好、市场竞争机制和秩序不太完善的时候，政府在宏观调控上更好地发挥作用尤其重要，能够处理好逆周期和跨周期的调节。”刘伟表示。

在王在全看来，在稳中求进的工作总基调下，为实现经济持续健康发展，要在多方面下功夫。

“我们下一步的着力点应是积极推进供给侧结构性改革，提升发展的质量和效率；实施创新驱动战略，让创新成为发展的第一动力；深化国企改革，优化经济结构和产业布局，为中国现代化建设打好物质基础；实施乡村振兴战略，实现农业农村的现代化，全国人民走向共同富裕。”王在全说。

长风破浪会有时，直挂云帆济沧海。习近平经济思想是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分，是中国共产党不懈探索社会主义经济发展道路形成的宝贵思想结晶，是运用马克思主义政治经济学基本原理指导新时代经济发展实践形成的重大理论成果，是新时代我国经济工作的科学行动指南。

习近平总书记以马克思主义政治家、思想家、战略家的恢弘气魄、远见卓识、雄韬伟略，指明了中国经济发展、社会进步和民生幸福的总方向、总路径、总方法。建设新时代中国特色社会主义，实现“两个一百年”奋斗目标，在百年未有之大变局中立于不败之地的真理，都在包括习近平经济思想的习近平新时代中国特色社会主义思想当中。

在纷繁复杂的国际大环境下，习近平经济思想回答了中国经济怎么看、怎么干这一重大问题，统一了思想，指引了行动。既为中国经济高质量发展领航定向，也为当前全球治理贡献了中国经验和中国智慧。在推进实现伟大斗争、伟大工程、伟大事业、伟大梦想的革命与建设实践中，学习好、领悟好、运用好习近平经济思想，功在当代，利在千秋。

社保基金详解实业投资

本报记者 陈晶晶 北京报道

作为中国社会保障制度的战略储备基金——全国社会保障基金(以下简称“社保基金”),一举一动备受关注。

近日,全国社会保障基金理事会(以下简称“社保基金会”)发布的《全

国社会保障基金理事会实业投资指引》(以下简称“《实业投资指引》”),明确了社保基金会实业投资中长期发展规划,进一步完善了实业投资管理运营体系。

据悉,《实业投资指引》分为总体要求、基本原则、重点工作和保障措施四个部分,共二十条,在进

一步服务国家战略、加大实业投资力度、优化实业投资策略、创新实业投资模式、强化运营管理、守牢风险底线等方面提出了明确要求。

社保基金会相关部门负责人表示,《实业投资指引》的出台,有助于提升社保基金会规范化、专业化的市场形象,更好履行确保基金

安全和保值增值的主体责任;有助于发挥社保基金长期资金的优势和作用,积极把握中国经济转型升级的新机遇,增强实业投资服务国家战略的新动能;有助于社会各界进一步了解社保基金会实业投资的理念、策略和标准,从而拓宽合作范围,深化务实合作。

直接股权投资年化收益率12%

社保基金会披露的数据显示,截至2022年6月末,直接股权累计投资超过2000亿元,年化投资收益率约12%;股权投资累计投资超过800亿元,年化投资收益率约14%。

实业投资作为社保基金会投资运营的一类重要资产,在服务国家重大发展战略、确保基金安全和保值增值方面发挥着重要作用。

“综合分析国内外形势,当前和今后一个时期,我国发展仍然处于重要战略机遇期。实业投资在加速创新资本形成、支持科技成果转化、培育科技创新企业、促进产业结构升级等方面大有可为,未来发展空间潜力巨大。我们将准确识变、科学应变、主动求变,以全面、长远的眼光谋新篇、布新局。”社保基金会相关部门负责人说。

《实业投资指引》提出了四个基本原则,包括坚持融入和服务国家战略,坚持长期投资、价值投资、责任投资理念,依法依规开展实业投资,积极寻找符合基金投资特征的投资标的和机会,着眼获取长期较好收益进

行布局。

需要指出的是,社保基金会开展实业投资以来,取得了良好业绩,尤其是近十年来实现了跨越式发展。

社保基金会披露的数据显示,截至2022年6月末,社保基金实业投资累计投资规模近3000亿元,取得投资收益超过2400亿元。其中,直接股权累计投资超过2000亿元,投资收益超过1800亿元,年化投资收益率约12%;股权投资累计投资超过800亿元,投资收益超过500亿元,年化投资收益率约14%。

上述社保基金会相关部门负责人称,在直接股权投资中,优选符合国家战略、关系国计民生的投资项

目,以国家管网、京沪高铁和中广核风电为代表,持续加大对清洁能源、基础设施、粮食安全等重点领域的投资布局。在股权投资中,坚持与市场头部基金管理人合作,主要投向先进制造、新能源、新一代信息技术、节能环保、生物技术等为代表的战略新兴产业,占比超过56%;投向民生领域、基础设施领域的占比分别超过15%和12%。穿透来看,股权投资撬动社会资本超过1.6万亿元,为近6000家企业提供资本金支持,覆盖企业员工人数超过660万人,获得国家级奖项40个,投资推动了370余家企业上市,超过A股新上市企业数量的8%,取得了良好的社会效益。

未来加大基础领域的长期股权投资

在加大直接股权投资力度方面,要发挥社保基金会资金优势,加大关系国家安全、国民经济命脉和国计民生的战略性、基础性领域的长期股权投资,持续优化股权投资结构。

需要注意的是,此次发布的《实业投资指引》,对社保基金下一步的重点工作进行了总结,其中特别提到加大直接股权投资力度和扩大市场化股权基金投资规模等方面。

《实业投资指引》明确,围绕“十四五”规划和2035年远景目标纲要,通过开展实业投资支持创新驱动发展战略、区域重大发展战略、可持续发展战略等国家重大战略实施,助力推动关键核心技术攻坚,产业链供应链稳定,粮食能源安全,战略新兴产业、绿色低碳转型和数字经济发展。与此同时,不断优化基金权益资产配置结构,持续加大实业投资力度,提升实业投资在基金资产配置中的占比,进一步发挥实业投资资产收益稳定、波

动较小的重要作用。

在加大直接股权投资力度方面,要发挥社保基金会资金优势,加大关系国家安全、国民经济命脉和国计民生的战略性、基础性领域的长期股权投资,持续优化股权投资结构。挖掘体量大、周期长、分红稳定的新型基础设施投资机会。努力拓宽直接股权投资的范围和领域。扩大市场化股权基金投资规模。结合基金中长期配置需要,构建股权基金二级资产配置体系。全面覆盖综合型、行业垂直、母基金、特殊机会等不同类型管理人,配置创投、成长、并购、不良资产、夹层等不同策略基金,发挥管理人专长及优势,有效分散投资风险,实现多元化、跨周期、长期稳定的投资回报。

公开资料显示,近年来社保基金在国内大型创投基金的前期募资中扮演了重要角色。

第三方信息平台启信宝显示,社保基金投资参股涵盖国内各大一线机构,包括中金资本、红杉资本中国基金、高瓴资本、IDG资本、君联资本、经纬中国、鼎晖投资、弘毅投资、国投创新、中信资本、招银国际、CPE源峰、金浦投资、博裕资本等。

从社保基金作为LP投资的子基金行业来看,科技、医疗、先进制造、新能源、粮食安全等均有涉及。例如今年7月,社保基金完成先进制造产业投资基金二期出资,通过市场化运作支持新能源智能汽车、智能制造、生命科学等尖端领域发展,加快传统企业升级改造。

造,助力培育具有国际竞争力的创新龙头企业。同月,社保基金正式向海富半导体基金进行首期出资。海富半导体基金募集的资金将主要用于投资沪硅产业新增30万片集成电路用300mm高端硅片扩产项目。去年年底,社保基金还出资40亿元投资了中金启元国家新兴产业创业投资引导基金。

此外,《实业投资指引》还提到,要稳妥开展结构化基金、政策性基金、信托贷款投资。聚焦京津冀、长三角、粤港澳大湾区等区域,筛选符合国家战略和产业政策的优质结构化基金、政策性基金,按市场化、法治化原则稳妥开展投资合作,从严防控投资风险。关注信托行业政策导向,审慎开展信托贷款投资。



社保基金近十年来实现了跨越式发展。

视觉中国/图

完善投资管理机制和模式

社保基金会将围绕优化直接股权投资结构、优选股权基金合作伙伴、创新合作模式等方面,进一步完善实业投资管理机制和模式。

对于完善实业投资方式的新举措,上述社保基金会相关部门负责人称,社保基金会将围绕优化直接股权投资结构、优选股权基金合作伙伴、创新合作模式等方面,进一步完善实业投资管理机制和模式。

一是优化直接股权投资结构。加大对战略性、基础性领域的长期股权投资力度,积极挖掘新型基础设施项目投资机会,深化与央企、地方国企合作,通过多种投资方式,积极参与央企、地方国企改制引战、并购重组、非公开发行。二是优选股权基金合作伙伴。按照“业绩优先、综合考量”原则,建立对股权基金管理人的问卷调查、初步评价、高管访谈等管理规范。将国家级基金、市场化绩优团队、产业龙头、优质企业等纳入合作范围。在开展投资合作时,更加注重业绩导向,特别是长期业绩持续优秀、合法合规运营、具有良好市场口碑的投资机构。三是创新合作模式。充分发挥股权基金在支持科技创新和实体经济高质量发展方面的独特作用,借助基金管理人的专业能力、平台优势。

和资源,探索开展跟投基金、独立账户投资,深化与优秀管理人的合作。

值得一提的是,《实业投资指引》也要求,扩大合作范围,优化合作机制。根据基金配置需要,优选股权基金管理人,将国家级基金、市场化绩优团队、产业龙头、优质企业等纳入合作范围。研究制定已合作及拟合作管理人的筛选程序,完善激励约束机制。探索创新投资模式,开展独立账户、跟投基金投资。研究探索股权基金循环投资,加大专项基金投资力度,充分借助管理人的能力和资源,获取优质项目,实现更好收益。

为了进一步保障投资顺利实施,《实业投资指引》还提出了多项措施,其中包括加强信息系统科技赋能。不断完善信息系统,加强数据价值挖掘,更好赋能投资管理决策。坚持用好信息化手段,以信息系统提升组织运行效能,通过授权控制和流程控制防范管理运行风险。在确保信息安全、数据安全基础上,充分发挥信息系统对实业投资的支撑保障作用。

助力居家养老 险企加速布局

本报记者 陈晶晶 北京报道

近日,国家卫生健康委老龄司司长王海东在新闻发布会上表

示,据测算,2035年左右,60岁及以上老年人口将突破4亿,在总人口中的占比将超过30%,进入重度老龄化阶段。根据国家卫健委发

布的数据,中国养老呈“9073”格局,即90%左右的老年人居家养老,7%左右的老年人社区养老,3%的老年人机构养老。居家养

老、共享天伦依然是主流选择。

《中国经营报》记者注意到,近年来,推动社会力量布局居家养老多次在政策层面被提及。目前已

有多家险企正利用自身已有的资金给付、品质服务、医疗健康管理等优势,加快布局居家养老领域。

业内人士表示,公众对保险保

障的需求,已经不再满足于单一的保险给付和理赔,而是更加希望获得涵盖老年护理、疾病管理等增值服务的产品服务一体化解决方案。

“保单+服务”

从现实情况来看,居家养老在我国最受老年人青睐。但是,从老年人个人实际来看,儿女时间精力有限、专业护理人员不足、经济负担沉重等都是客观存在的问题。同时,这一系列问题也从侧面体现了居家养老需求与供给及支付不匹配。

不过,目前各方正积极探索解决居家养老的一系列问题。

公开资料显示,针对老年人生活费用的给付需求,以及身体机能的衰退所产生的医疗照护费用的支付需求,部分保险机构已经设计并推出了加载优质养老服务与健康管理服务的保险产品,通过“保单+服务”模式为解决居家养老难题作出了有益探索。

例如,2022年元旦,中国平安推出的“平安管家”居家养老服务在上海、苏州试点上市。3月份,“平安管家”在北京、广州、深圳等全国20个城市上市。据悉,“平安管家”致力于提供一站式居家养老建议解决方案,包含“三位一体的养老管家”、“10大服务场景”和“1套监督体系”,提供适老化改造、慢病管理、特色体检、专业护理、文娱社交等多项服务。

记者采访获悉,2021年12月1日,阳光人寿就已经推出了“阳光孝无忧”居家养老服务,聚焦居家安全、居家医疗、居家陪伴三个方面,整合多项适老化服务,为居家老人提供涵盖全年家庭医生视频问诊、在线购药、摔倒一键呼救、生病门诊、住院绿色通道、全年定期护士上门基础体检、居家运动健康等多个项目的服务。为此,阳光人寿整合了互联网医院、线下药品仓库与护士服务网络三大板块的资源。

爱心人寿亦曾发布囊括了

一整套完整的居家养老服务系

—“爱+居家养老产品计划”。

10月9日,河北银保监局公

开发文表示,鼓励保险机构创新

开发居家养老责任保险。

“完善养老金融产品。指导银行保险机构满足老年人养老金融产品,针对老年人相对保守、理财需求趋于稳健的特点,为老年人客户提供更多专属金融产品。满足老年人保险需求,支持保险机构研究提高投保年龄上限,适当放宽投保条件,鼓励保险机构创新开发居家养老责任保险。”上述监管文件显示。

险企参与优势

对于险企参与居家养老的原因,众安金融科技研究院刘洪萍接受本报记者采访时表示,主要有三方面原因。首先,保费方面,“保单+居家养老”的模式,目前市面上的保费门槛一般为30万元起,平安达到了100万元,保险公司最原始的动力是获取高额保单,拉动保费的增长。其次,客户方面,首先获取高净值客户,由于目前社会上系统地提供居家养老服务的公司极为稀缺,保险公司通过智慧化居家养老服务,能吸引并获取高净值客户;经营高净

值客户,保险公司通过良好、优质、及时的居家养老服务,增加与客户的触点,更多地赢得客户信任,并黏住客户。最后,数据方面,保险公司是经营风险的公司,提供居家养老服务,一方面可以帮助客户监测健康状况,提升生命的质量和长度,同时可以获取关于疾病、康养等方面的经验数据,反哺保险业务。

值得一提的是,保险公司参与居家养老有天然优势。

阳光人寿相关负责人对记者表示,保险业基于其资金的长期

性、稳定性、低成本性,以及养老客户和准客户的资源储备,天然适合发展养老事业。作为养老事业中重要部分的居家养老领域,可以将保险已有的金融、健康、医疗资源进一步打通。同时,保险公司对已经布局的机构养老和居家养老能够实现功能互补,为客户提供更多选择:即机构养老通常适合完全无法自理或处于重大疾病康复期的老年客户选择,而居家养老更适合有一定自理能力的半失能老人,二者可覆盖不同人群,为老年人提供更多养老选择。

此外,刘洪萍还表示,保险公司参与居家养老意义重大:一是保险公司参与居家养老可部分解决社会现实养老问题,是我国居家养老服务体系建设的重要补充;二是保险公司参与居家养老,可助力居家养老服务网络的完善和优化;三是保险公司参与居家养老有较大的动力发展智慧养老解决方案,为社会释放更多的年轻劳动力;四是培养居民年轻时养老储备的意识,一定程度上支持客户年老时候的支付能力,减轻社会养老压力。

考验资源甄别和整合能力

需要注意的是,区别于过去依靠家人照料的传统养老模式,当前居家养老的老年人需要更多的生活陪伴、日常照料、医疗保障、精神慰藉多层次、多样化的服务。

目前险企布局居家养老尚处于起步阶段,接入养老服务的模式仍主要为严选供应商模式。保险公司需要整合客户健康、医疗、物质、精神等全方位的需求,严选供应商,搭建养老需求供应商体

系,并通过供应商管理及科技平台确保服务供应的及时性、持续性及高品质。与此同时,多样化的服务要求以及良莠不齐的供应商质量也给提供居家养老服务的保险公司提出了客户甄别、供应商甄别以及供应商整合三大能力要求。

“在需要满足大量客户多样化需求的情况下,保险公司应具备较强的数字化客户管理能力,借助科

技手段,基于客户画像、客群细分、动态行为数据及在保险公司平台上交易数据等,精准识别客户需求,为客户匹配精准服务。在甄别供应商服务的能力方面,随着时代的变迁和物质文化生活的丰富,老年群体养老需求逐渐多元化,且老年人需求个性化及差异化较强,养老服务中的类似生活陪伴、日常照料、医疗保障、精神慰藉等供应商大多是规模很小的工商户。这就意味着供应商的服务质量良莠不齐,因此需要保险公司建立并不断优化供应商准入标准、选品原则等,从入口处把控供应商品质。最后,险企需要通过对供应商做数字化改造,建立供应商管理标准和机制,搭建智慧养老平台,把一个个零散的供应商户编织成一个虚拟生产网络,既要保证供给规模,同时保留供给的敏捷性。”刘洪萍认为。

深度、广度和速度：期货市场进阶国际化

本报记者 陈嘉玲 北京报道

白菜籽油和花生期权在郑州商品交易所上市后，我国期货和期权上市品种实现“破百”。截至目前

期货品种日益丰富

从市场规模来看，无论是成交量还是持仓量，我国期货市场均居于世界领先地位。

过去十年，对期货行业而言，是快速发展的“黄金时代”。

厦门大学金融学教授韩乾在接受《中国经营报》记者采访时指出，这得益于从90年代开始进行的几轮针对期货市场乱象的集中整治，以及后续坚持市场化、国际化和法治化建设的发展导向。

据统计，近十年来，我国新上市期货和期权品种73个，是之前二十多年上市品种数量的两倍多。

在快速增长的同时，上市新品种更加注重产业链覆盖和“质”的提升。例如，商品期货产业链品

前，我国期货和期权品种达104个。伴随着上市品种数量的增加，我国期货市场规模和影响力也再上台阶。2022年以来，我国期货市场总资产突破1.6万亿元，总持仓

突破3600万手，均创历史新高。上半年商品期货成交量29.78亿手，占全球商品类成交量的69.07%。

这些数字背后，是我国期货市场近十年取得的发展成效。党的

十八大以来，我国期货市场发展进入新阶段，市场规模体量不断扩大，服务实体经济的深度和广度持续拓宽，“中国价格”的国际影响力快速提升。

提升服务实体经济能力

我国期货市场服务实体经济的能力不断提升，在拓宽服务实体经济的广度和深度上不断迈出新步伐。

某期货公司高管人士认为，期货行业得以快速发展，最主要的原因是在市场参与各方的努力之下，期货市场服务实体经济的功能越来越获得认可。

实际上，无论是特色品种上市，还是中国特色监管制度，抑或是创新业务模式，都能够看出我国期货市场在拓宽服务实体经济的广度和深度上不断迈出新步伐。

例如在特色品种方面，依托我国家完整的工业体系，发掘国民经济重要产业链的中间产品，上市以PTA、燃料油、塑料等品种为代表的中间产品期货25个，其中19个为我国独有上市品种，受到了境内

外市场的广泛关注。特别是甲醇、热轧卷板等品种的成功上市和运行，吸引境外交易所研发上市同类产品。“中间产品期货在服务保供稳价、增强产业链韧性等方面的作用已初步显现。”中国证监会副主席方星海在2022中国(郑州)国际期货论坛上如是指出。

与此同时，期货公司也围绕着实体经济需求，不断创新业务模式和提升服务能力，“保险+期货”“含权贸易”等创新业务模式不断涌现。例如“保险+期货”模式，连续七年被写入中央一号文件，由国内三家商品期货交易所和期货公司、保险公司合作探索，在服务“三

农”、助力脱贫攻坚、乡村振兴等国家战略中发挥着重要作用。

据中国期货业协会统计，截至2022年6月30日，我国共127家期货经营机构通过“保险+期货”模式为脱贫地区提供了价格保障，覆盖天然橡胶、玉米、大豆、鸡蛋、苹果、棉花、白糖等品种，承保货值约547.60亿元；为脱贫地区实体机构或个人提供合作套保、点价、场外期权等风险管理服务方案206个，名义本金约39.99亿元。

韩乾认为，近年来我国期货市场服务实体经济的能力得到了提升，未来还可从多个方面发力。一是进一步完善产品体系，尤其是针

对新能源等新兴产业和行业，结合市场上不断涌现出的风险管理新需求，适时推出相应的期货新产品。二是鼓励实体企业提高风险管理的意识，树立风险管理的科学理念，并提高运用期货品种和期货工具进行风险管理的技能和加强人才储备。三是探索期货品种、期货市场在居民财富管理方面的作用，鼓励相关金融机构推出基于期货品种的理财产品，以满足居民不断增长的财富管理需求。此外，进一步提高国际化的程度，持续扩大中国商品期货价格在国际上的影响力，为企业争取更多的利益。

资产处置迎利好

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

近日，财政部、国家税务总局发布《关于银行业金融机构、金融资产管理公司不良债权以物抵债有关税收政策的公告》(以下简称“《公告》”)，其中提到，对银行业金

融机构、金融资产管理公司接收抵债资产免征契税。

易居研究院智库中心研究总监严跃进分析称，从房产角度来看，“接收抵债资产免征契税”是房地产不良资产处置的重要政策，同时也将鼓励金融机构尤其是银行和AMC积极介入。

提升处置效率

《公告》明确，银行业金融机构、金融资产管理公司中的增值税一般纳税人处置抵债不动产，可选择以取得的全部价款和价外费用扣除取得该抵债不动产时的作价为销售额，适用9%税率计算缴纳增值税。对银行业金融机构、金融资产管理公司接收、处置抵债资产过程中涉及的合同、产权转移书据和营业账簿免征印花税，对银行业金融机构、金融资产管理公司接收抵债资产免征契税。

中证鹏元金融机构评级部副总经理刘志强向《中国经营报》记

鼓励金融机构化解不良资产

近年来，我国不良资产进入处置高峰。今年7月，中国银保监会新闻发言人、法规部主任綦相在国新办就2022年上半年银行业保险业运行发展情况举行的发布会上发言表示，上半年处置不良资产1.41万亿元，同比多处置2197亿元，不良资产处置力度继续加大。

普华永道发布的《2022年中国不良资产管理行业改革与发展白皮书》指出，中国不良资产管理行业迈入3.0阶段，不良资产来源从“两高一剩”等传统行业向更多领域扩展，不良资产处置难度加大、周期拉长。同时，行业“强监管”成为常态，资产管理公司需要持续加强风险管控和内控合规管理能力。

李晔林指出，对传统不良资产处置方式来说，经济压力削弱了部分企业和个人的还款能力，现阶段

者分析称，《公告》将税费优惠范围扩大至所有银行，降低了银行处置抵债资产的增值税负担，解决了抵债不动产无法取得增值税专用发票抵扣，并且需要全额开具销售收入的增值税专用发票的难题。同时，减免契税和印花税等税项目，大幅降低了不良贷款的清收成本。

中国银行研究院博士后李晔林进一步解释称，在以往不良债权以物抵债的实践中，抵债资产从债务人到银行机构或资产管理公司再到其他买受人的过程，往往需要

不良资产处置尤其是现金清收的难度大幅增加。由于贷款核销流程涉及多个部门且完成整套程序耗时长，银行尤其是拨备覆盖率较低的中小银行呆账核销压力较大。此外，司法诉讼周期长、处置变现成本高等问题也直接制约金融机构的处置能力。

“金融机构抵押物大部分为土地及房产等不动产，近年来房地产行业景气度低迷，金融机构还面临抵押物价值下降等不利因素。”刘志强补充道。

为推动金融机构加快不良资产处置，监管部门政策频出。今年1月，银保监会、财政部等相关部门为了创新不良资产处置机制，批准同意单户对公不良贷款转让和个人不良贷款批量转让以试点方式在银登中心开展。

据了解，不良资产处置是金融系统防范化解风险的重要内容，也是监管关注的重点。受访人士建议，对于现有的不良资产处置安排，仍须进一步拓宽处置渠道，包括适度放宽市场准入条件和资产处置范围等，有利于处置盘活存量不良资产，妥善应对不良反弹压力。

重复缴纳多项税费。据测算，不良资产处置的综合平均成本可能被推升至近30%。此外，抵债不动产的相关增值税应税基数较高，以及可能产生的其他突出税负等问题进一步加重了银行负担。

“《公告》的税收政策作用于银行资产接收和处置两个环节，涉及增值税、印花税、契税、房地产税和城镇土地使用税等多个税种，通过免征、减征相关税收等方式直接压降银行和资产管理公司处置不良债权的成本，从而增强处置活力、提升处置效率。”李晔林如是说。

8月，银保监会有关部门负责人表示，为进一步推动中小银行加快不良资产处置，银保监会会同财政部、人民银行认真研究相关支持政策，初步考虑选择6个省份开展支持地方中小银行加快处置不良贷款的试点工作。试点工作将坚持市场化、法治化原则，积极发挥地方政府作用，压实中小银行主体责任，做实资产质量分类，因地制宜、分类施策，进一步加大不良资产处置力度。

刘志强建议，在处置渠道方面，应拓宽银行不良资产处置渠道。银行对不良资产的处置手段相对单一，主要包括清收、核销和转让，不良贷款资产证券化规模也较小，建议适度扩大单户公司类不良贷款转让和批量个人不良贷款转让试点范围。

银行理财看多权益市场

本报记者 杨井鑫 北京报道

尽管前三季度A股市场的走势震荡下行，但是银行理财公司对上市公司的调研热情不减，且对四季度的权益市场投资持较乐观态度。

高频调研

10月以来，上证指数在3000点附近震荡。从前三季度的市场表现看，截至9月末，上证指数年内下跌17%，而两市的4944只股票仅963只上涨，占比不足20%。

市场波动对银行理财的权益投资和“固收+”产品造成了明显冲击。部分银行理财权益类产品收益为负，而“固收+”新产品的发行数量也有所下降。

“银行理财公司的权益投资是根据市场表现和机构预测而定的。在A股市场波动较大的情况下，银行理财新产品的发行选择了比较谨慎的策略。”一家国有大行理财公司负责人称。

均衡配置

进入四季度，多数机构对四季度及明年的权益市场走势持乐观态度。多家银行理财公司表示，经过前期的调整之后，A股具有较高的性价比，在投资上建议均衡配置。

招银理财表示，市场再度回到接近4月的水平，但当前经济预期强于4月，具有较高的配置性价比。

记者在采访中了解到，虽然银行理财公司的权益投资在总投资中占比不大，但是不少银行在投资逻辑和方向上比较明确。有的银行理财公司关注的半导体等高科技板块要多一些，有的银行理财公司则更关注低估值的龙头企业。

“成长性和安全性是两个维

据《中国经营报》记者了解，9月以来，17家银行理财公司调研上市公司总次数达240次。三季度中，19家银行理财公司调研上市公司的总次数超过1060次，这种高频调研与市场的表现及银行理财的权益投资布局均存在紧密联系。

但他同时表示，银行理财公司加大权益类投资是一个大趋势，尤其是在“固收+”产品中，机构会根据市场环境及时调整底层资产配置策略，更好地满足稳健性投资者的需求。

事实上，市场的震荡并没有影响到银行理财子公司对上市公司的调研热情。同时，银行理财子公司的调研领域涉及面较广，包括半导体设备、电气部件、工业机械等行业。

上述国有大行理财公司负责人称，“今年银行理财的调研较去年同期增长明显，这是机构加强投研能力建设的表现，银行理财

子公司也希望能够通过投研能力的强化来实现机构的转型。”

普益标准最新报告显示，截至2022年6月末，股份行理财公司理财产品配置中，权益类资产规模平均占比2.31%，国有大行理财公司的权益类资产规模平均占比则为2.44%。对比2021年的资产规模情况看，银行理财公司在资产配置上加大对固定收益类资产和公募基金上的比重，而权益类资产和其他类比重则有所下降。

“市场行情一旦有所反弹，机构肯定也会把握住机会。”上述国有大行理财公司负责人认为。

如汽车、农林牧渔、公用事业等相对较高。

兴业证券首席策略分析师张启尧认为，大部分指标达到或者接近历史上5次市场底部水平，市场的悲观情绪已经得到较为充分的释放，A股也跌出了性价比，因此当前市场已经处于底部区域。

“对于银行理财公司而言，不少偏好权益类投资的客户会选择去购买公募基金产品，而银行理财的‘固收+’产品才是当下银行理财的竞争力所在。”上述券商分析师称，目前银行理财产品所投资的权益类资产和衍生品资产均是通过间接投资实现的，且单只产品投资的比例很低，部分是通过委外投资配置的权益类与衍生品类资产。



过去十年是我国期货行业快速发展的“黄金时代”。

视觉中国/图

年利率持续下调 金融助力促消费

本报记者 张漫游 北京报道

“十一”假期刚过，“双11”购物节即将开启，金融消费市场亦随之不断升温。

《中国经营报》记者调研了

降低消费信贷成本

从银行的具体实践看，消费贷利率下降有利于拉动居民消费水平，从而达到刺激消费市场的目的。

近日，杨铭（化名）频繁接到自称“银行信贷中心”的电话，称消费贷款利率降到了月息3厘，相当于年利率3.6%，询问其是否有用款需求。

杨铭不知这是否与他去年曾咨询过银行消费贷款的事情有关，但可以肯定的是，消费贷款利率又下降了。“去年我咨询的时候，银行消费贷利率普遍在4%以上，最低的一家是年利率4.4%。”

记者梳理发现，在2022年国庆期间，多款银行消费贷产品的利率都达到了年利率4%以下。如中国银行深圳分行的“随心智贷”年利率低至3.7%，用款期限最长至3年；邮储银行推出的邮享贷最低年化利率可达到3.65%。

中邮消费金融负责人告诉记者：“我们积极履行社会责任，压降贷款利率，降低客户贷款成本。上半年新发放贷款综合定价同比下降1.41个百分点，三季度新发放贷款综合定价继续小幅下降，让利消费者。”

同时，部分银行还推出了贷款利率打折活动，如招商银行“闪电贷”前6期享受7折年利率。

融360数字科技研究院的监测数据显示，2022年第一季度，国有银行个人消费贷产品3月利率平均水平为4.20%，比去年12月底下降了17BP；股份制银行的个人消费贷产品利率则在一季度经历了先降后升，3月平均水平为

解到，多家银行近期推出消费贷利率优惠活动，下调消费贷利率，不少银行消费贷利率已进入“3”时代。

今年以来，多家银行参与获取消费金融牌照，并在消费金融市场

“各显神通”。

麦肯锡相关报告认为，中国消费金融市场将保持稳健发展，预计2025年底市场规模将增至约28万亿元。

金融机构如何在28万亿元市

场中占据一席之地，并更好惠及消费市场和金融消费群体？业内人士认为，在降低客群借款成本的同时，机构应该做好目标客群下沉，精准对接长尾客户需求。其中，新市民便是潜在客群之一。



预计2025年底，中国消费金融市场规模将增至约28万亿元。视觉中国/图

费潜力会逐步得到释放，银行端消费信贷增长乏力的局面亦会有所改善。

值得一提的是，9月底央行货币政策委员会2022年第三季度例会也提到了对个人消费信贷的扶持，包括推动降低个人消费信贷成本，优化大宗消费品和社会服务领域消费金融服务。

招商证券分析指出，上述会议强调“发挥存款利率市场化调整机制重要作用”，并将降低个人消费

信贷成本作为继降低企业综合融资成本之后的新目标，预示“促消费”将是下一阶段货币政策发力的重点。

国泰君安预测称，在发挥“存款利率市场化调整机制的作用”下，政策引导方案是“政策利率—存款利率—贷款利率”，一年期LPR可能发生调降、消费贷利率加点可能压缩，个人消费贷利率进一步下降，进而助力后续居民消费、支持消费复苏。

挖掘新市民客群

针对新市民群体的消费金融需求，银行及银行系消费金融公司强化了产品和服务创新，提高新市民金融服务的可得性和便利性。

消费金融行业持续向好，进一步激发了机构布局的热情。

9月底，建设银行发布公告

称，拟与北京市国有资产经营有限责任公司及王府井集团股份有限公司共同出资设立建信消费金融有效责任公司（以下简称“建信消金公司”）。这也是继中国银行旗下中银消金、邮储银行旗下中邮消金之后的第三家国有银行系消费金融公司。

建设银行称，本次投资是该行为促进和支持消费增长、激发居民消费潜力、增强消费对经济发展的基础性作用所推出的重要举措。围绕居民消费升级需求和新兴消费业态，提供创新产品和服务，满足多样化、多层次的消费需求，践行普惠金融理念，进一步深耕消费金融领域，为集团带来新的增长空间。

此外，中小银行也在消费金融领域积极展开布局。今年3月和4月，宁波银行和南京银行相继通过收购的方式，取得华融消费金融公司（后更名为“安徽宁银消费金融公司”）、苏宁消费金融公司（后更名为“南银法巴消费金融公司”）控股权。

在麦肯锡全球资深董事合伙人曲向军看来，未来5年将是中国消费金融市场的关键转型期。银行、持牌消费金融公司、金融科技公司等机构纷纷入局，将在利润压降、竞争加剧的大环境下重塑市场格局。

如何在新的竞争环境下更好惠及客群，并占据消费金融市场的一席之地？

中邮消费金融负责人认为，一方面要目标客群下沉，覆盖更多长尾用户；另一方面继续推进金融服务场景化、自动化、智能化，不断创新消费金融服务，满足消费者金融需求。

谈及挖掘长尾客户，业内人士普遍认为新市民群体是重点目标客群。

《2021消费金融数字化转型主题调研报告》显示，消费金融用户在新一线城市、二线城市占比较高，三线及以上城市用户占比合计56.9%；从年龄分布看，25岁至35岁年龄段占比达51.4%。由此可见，消费金融的目标客群与城市中的新市民高度契合。今年3月，中国银保监会下发《关于加强新市民金融服务工作的通知》，鼓励金融机构针对新市民在创业、就业、住房、教育、医疗、养老等重点领域的金融需求，扩大金融产品和服务供给。

新市民群体一直是普惠金融下沉的目标，但工作不稳定、缺乏抵押物、资产薄弱等标签，使得新市民群体在获取传统金融服务时频频受阻。针对新市民群体的消费金融需求，银行及银行系消费金融公司强化了产品和服务创新，提高新市民金融服务的可得性和便利性。

南京银行相关负责人介绍称，今年7月，南银法巴消费金融公司便启动了“新市民生根计划”，通过产品创新为新市民提供高效便捷的金融服务，比如在北京、南京、上海、苏州、杭州五地，面向新毕业的“城市新青年”调整部分准入政策，针对指定“人才公寓”新市民住户，享受团办利率优惠等。

中邮消费金融负责人也指出，新市民群体数量庞大，面临着租房买房、孩子上学、老人养老等需求，是经济发展中的重要群体。据悉，8月18日，中邮消费金融在中邮钱包APP上线“新市民助力计划——1亿免息补贴”主题活动，正式推出“新市民贷”，可以循环额度、借还灵活，按日计息、不用收利息。

国信证券：深度研究，创造价值，助力高质量发展

2022年以来，国信证券持续深化“深度研究，创造价值”的研究理念，以专业研究为基础，以客户需求为导向，不断强化产业链研究。

通过创新开展线上线下研究服务活动，大力推进研究业务智能化平

台建设，努力打造智库型研究体系，有效促进了产、学、研融合发展，研究工作效能显著增强。

强调产业深度研究，重视深度报告撰写，力求在梳理产业链全景的基础上挖掘优质公司投资机会，帮助投资者更好把握产业投资脉络。在海外市场研究方面，国信证券前瞻性把握经济周期规律，加强对中国香港地区、美国及全球资本市场的宏观与策略研究工作布局，逐步完善对科技、生物、能源等领域有代表性的海外公司覆盖。

高频和前瞻跟踪，并通过与产业专家的深入沟通，国信证券研究团队敏锐把握产业发展动态，利用大数据、人工智能技术赋能研究业务，力求为投资者全景呈现市场景气度的变化态势。

以新能源产业研究为例，国信证券高度重视“碳达峰、碳中和”国家战略，通过制定专项工作计划，积极参与政策规划设计与产业研究，全方位、多途径满足各级政府、企业的绿色金融研究需求。不断开发和优化绿色金融产品，为科技创新、清洁能源与节能环保等相关产业搭建专业、高效、优质的服务平台，共同打造绿色发展。2021年11月，国信证券专门举办新能源产业峰会，吸引了多位知名新能源产业优秀企业家、十余名来自政府部门和科技企业的产业专家，以及百余家新能源产业上市公司代表参加。峰会围绕“科技创新助推全球能源变革浪潮”“新能源上游材料”“全面平价时代新能源产业创新趋势”“新能源车唱响智能绿色交通的号角”等主题展开深入交流，共同探讨“碳达峰、碳中和”战略目标下新能源产业的发展方向与路径。



强化一二级市场联动，搭建资本市场沟通桥梁

依托投资银行、固定收益、财富管理、多平台投资和集团子公司的协同效应，国信证券不断强化一二级市场联动。借助丰富的上市公司资源和产业专家资源，定期组织召开大型策略会、产业峰会、投资论坛等研究活动，每年邀请近千家上市公司高管和产业专家共话资本市场发展态势。同时通过组织各类调研活动，为专业机构投资者和上市公司搭建了专业、高效的交流平台。

为克服特殊时期影响，今年以

打造智库型研究体系，促进产、学、研融合发展

一直以来，国信证券依托博士后工作站和发展研究中心，持续打造以政策研究、区域（产业）研究、同业研究为核心的智库型研究体系，大力培养和汇集高层次复合型人才，多方位赋能经济社会发展。

今年6月，深圳市出台《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》重要政策文件，培育发展壮大“20+8”产业集群。国信证券充分利用专业优势和地域优势，重点布局20大战略性新兴产业、8大未来产业专题研究。从医药、人工智能、智能制造、电子、通讯、脑科学等领

域，重点分析产业趋势、代表性企业以及投资机会，为加快“双区”建设、推动经济高质量发展注入研究力量。

国信证券多项研究成果也得到了相关政府部门的高度认可。2022年8月，国信证券受邀参加深圳“数字经济”领域重点行业企业工作座谈会，围绕第三代半导体产业发展研究进行探讨；受邀参加深圳市罗湖区关于招商引资业务培训（氢能产业）会议并作专题报告，以专业研究力量支持深圳经济发展。

同时，国信证券持续开展学术研究，不断增强品牌价值。今年以来，国信证券先后完成了《跨越“中等收入陷阱”的理论分析与实证经验》《北交所在多层次资本市场中的地位和券商机遇研究》《深圳金融十四五规划解读——新时代、新征程、新规划》等多项重大研究课题，维持学术成果的高质量输出，不断促进产、学、研融合发展。

未来，国信证券将继续坚守“深度研究、创造价值”的研究理念，立足全力打造世界一流综合型投资银行的发展愿景，扎实提升研究水平，在金融服务实体经济、助力资本市场高质量发展中不断贡献“国信力量”。广告

坚守深度研究理念，洞察经济和产业发展脉络

近年来，国信证券敏锐把握中国经济结构转型、产业升级、能源革命和数字变革时代的机遇，全面优化研究资源配置。围绕深度研究理念，扎根产业深度研究，持续优化细分领域研究框架，探索专业化、产业化、国际化研究方向。

2022年上半年，国信证券经济研究所共对外发布研究报告2411篇，其中深度报告349篇，覆盖上市

公司574家，为机构投资者提供全面的投资决策参考。在总量研究方面，国信证券采取自上而下的分析方式，对国内实体经济变化、宏观金融形势以及政策走向进行细致深入的分析研判，并最终落地于国内大类资产配置以及债券市场策略，为广大投资者提供清晰明确的判断思路与方法逻辑。在行业研究方面，国信证券

围绕大金融、大消费、新能源、科技、周期制造、医药生物六大产

业，国信证券构建了丰富完备的产业研究体系。围绕产业链上下游的



国信金融大厦

券商多渠道融资 主投资本中介和财富管理

本报记者 崔文静 夏欣 北京报道

日前，国联证券发布70亿元定增公告。除国联证券以外，年内国金证券、长城证券、中原证券、国海证券均推出60亿元至85亿元不等的定增计划。其中，国金证券和长城证券已完成定增，募集资金认购比例分别为96.95%和89.98%，募资完成度较去年同期明显改善。

定增以外的上市公司股权融

资两大常用方式(配股和可转债)也备受券商青睐。前者已有财通证券、兴业证券、东方证券、中信证券4家券商完成募集，募资认购比均在70%以上，最高者中信证券达96.76%。后者浙商证券和中国银河分别全额完成70亿元和78亿元的可转债发行。此外，中金公司于9月14日推出配股预案，预计募资270亿元。

《中国经营报》记者采访业内人士发现，今年年内券商股权融

资呈现两大特点：一是募资金额完成比例较2021年明显改善，这在一定程度上与年内募资券商以资金实力与经营业绩排名前列的大型券商为主有关；二是资本中介业务等重资本业务和财富管理业务成为募集资金重要投向，二者均具有降低贝塔属性、平滑业绩、改善收入结构的作用，成为券商近年来重点发力方向，前者又以资本实力雄厚的头部券商更具优势且募资规模更大。

券商股权融资达806亿元

证券公司力求尽快补充扩大资本，为未来的增长空间打好基础，因此更倾向于偏长期的融资，包括长期的次级债券和股权融资等。

继2021年券商股权融资规模降低和募资大缩水之后，2022年券商股权融资情况明显改善。根据Wind数据，2021年全年券商股权融资共579亿元，今年上半年这一数字已达629亿元，截至10月13日，该数字再度攀升至806亿元，包括4家配股、2家定增和2家可转债。

除此以外，一批券商股权融资正在路上。中金公司于9月14日推出的270亿元配股计划；国联证券日前发布的70亿元定增预案；中原证券和国海证券分别于4月推出的70亿元和2月推出的85亿元定增方案。如果上述再融资计划均能在年内完成，2022年券商股权融资规模有望突破1300亿元。

值得一提的是，尽管受资本市场波动影响，年内券商板块整体表现并不乐观，但券商募资完成度却较去年大为改善。彼时，券商再融资实际募资额一度出现不足募资计划四成的情况，但今年截至目前券商实际募资比例最低线为71.62%，且其余券商融资募集资金的认购比例均达到85%以上。

具体来看，目前已有中信证券、东方证券、财通证券、兴业证券共4家券商完成配股。其中，中信证券规模和募资完成度均最高，预案募集资金230.65亿元，实际募资223.18亿元，募集资金认购比例高达96.76%；东方证券和财通证券募集资金认购比例也在85%以上，分别以87.68%和89.34%的募资认购比实募资125.67亿元和71.47亿元；兴业证券募资认购比相对较低为71.62%，但若放在2021年募资情况中则属高位，

实募资100.27亿元。

年内券商募资完成度大为改观原因何在？联储证券投资银行部副总经理刘亮向记者解释道，券商自身的实力及经营业绩是影响投资者投资意愿的重要因素，去年募资额缩水的券商多为中小型券商，而今年参与再融资的券商多为业绩排名靠前的大型券商。

目前，证券行业马太效应愈发明显。券商行业市场化竞争越来越激烈，具有规模效应的公司凭借雄厚的资本实力、扩张的业务规模、充足的人才储备，市场份额进一步提升，盈利能力进一步增强。因此，投资者对头部券商的未来业绩更有信心，对其再融资的投资意愿更加强烈；而对中小券商在激烈竞争中能否找到业绩突破点抱有怀疑和观望态度，因而中小券商的募资额较募资计划大幅缩水。

与此同时，刘亮认为，当下的环境有利于券商再融资计划的推出。一方面，2022年，央行多次运用降准降息等货币政策，释放了大量流动性，目前流动性环境整体宽松。另一方面，A股市场处于低位区间，定增破发风险已经不大；市场行情回暖概率增大，上市公司更愿意在股票预期上涨的时候进行配股，提高发行成功率。

值得一提的是，除股权融资以外，上市公司再融资的另一重要方式——债券融资，年内更是为券商高频使用。根据Wind数据，今年前三季度65家券商发行284只金融债，总面值达5914亿元，系券商股权融资(已发行)总额806亿元的7倍有余。

刘亮告诉记者，两大再融资方式相比较，债券融资具有融资成本低、控制权清晰、起到财务杠杆作用的优势，但财务风险更高；股权融资不存在还本付息的融资风险，亦可补充券商资本金，不过具有融资成本高、削减股东对企业的控制权、导致每股收益和股价下跌的劣势。

某中部券商分析师宋蒙(化名)认为，股权融资和债券融资各有利弊。债券融资发行流程简单、更容易，是券商常态化融资方式，券商债券融资主要通过发行证券公司债、证券公司次级债、短期融资券三种渠道，其中自券商获准公开发行次级债券后(2020年5月)，券商公开发行次级债的意愿较强。股权融资发行流程更复杂，包括董事会审议、股东大会审议、报会审批、注册发行等流程，周期也较长，同时会摊薄老股东权益，但优势是可以补充券商资本金，尤其是衍生品等重资本业务消耗券商资本，为发展该类业务券商亟须补充资本金。

刘亮同时指出，随着券商业务趋向机构化、资本化，券商的资本中介业务、投资与交易业务有确定性的增量，成为券商集中布局的主要赛道。业务结构的优化对券商的资本实力提出了更高要求，为了保障融资稳定性、调整业务资金来源结构、降低业务成本，证券公司力求尽快补充扩大资本，以打破资本瓶颈和约束，为未来的增长空间打好基础。因此证券公司可能更多地倾向于偏长期的融资，包括长期的次级债券和股权融资等。

“从近几年已实施的券商再融资募集资金用途来看，此轮券商密集补血，资本中介业务及投资与交易业务是重要的资金投向。

资本消耗型业务快速发展，券商密集补血

从近几年已实施的券商再融资募集资金用途来看，此轮券商密集补血，资本中介业务及投资与交易业务是重要的资金投向。

纵观券商再融资资金用途说明，其表述较为概括，但资本中介业务等消耗型重资本业务和财富管理转型或是其两大重要投向。

以国联证券为例，其70亿元定增预案中，将不超过40亿元用于扩大固定收益类、权益类、股权衍生品等交易业务，不超过20亿元用于进一步扩大包括融资融券在内的信用交易业务规模。此前其于2020年首发上市时实募的19.38亿元和2021年定增时募集的49.83亿元截至今年6月30日已经使用完毕。前者中的10.55亿元用于补充资本加快融资融券、股票质押式回购等资本中介业务发展，6.15亿元用于增加自营业务投资规模以提高投资回报，2.67亿元用于培育场外市场业务、金融衍生品业务等创新业务；后者中19.74亿元用于扩大包括融资融券在内的信用交易业务规模，30亿元用于扩大固定收益类、权益类、股权衍生品等交易业务，903万元用于其他营运资金安排。

东方证券计划将配股募得的125.67亿元中不超过60亿元用于财富管理与证券金融业务。兴业证券所募100.27亿元将全部用于增加公司资本金，补充营运资金，服务实体经济发展和满足居民财富管理需求。

宋蒙告诉记者，重资本业务如资本中介业务、衍生品等需要消耗资本，若业务发展受到资本金的制约，则对再融资的需求自然较高，这也是今年部分券商，包括头部券商再融资的原因。

“从近几年已实施的券商再融资募集资金用途来看，此轮券商密集补血，资本中介业务及投资与交易业务是重要的资金投向。”刘亮分析，券商补充资本金的需求主要还是基于行业发展趋势的判断。近年来，资本中介业务、投资与交易业务实现了快速增长，对券商业绩的贡献率逐渐提升。这两种业务均属于资本消耗型业务，资本实力在很大程度上制约着券商业务的扩张与发展，补充资本金、夯实资本实力是提升未来竞争力的核心。券商纷纷调整盈利模式和业务布局，行业由轻资产化向重资产化转型的趋势渐显。

他同时提到，在券商重资产运作

2022年券商股权融资情况统计				
再融资类型	证券公司名称	预案募集资金总额	实际募集资金总额	募集资金认购比例
配股	兴业证券	140.00	100.27	71.62%
	财通证券	80.00	71.47	89.34%
	东方证券	143.33	125.67	87.68%
	中信证券	230.65	223.18	96.76%
定向增发	长城证券	84.64	76.16	89.98%
	国金证券	60.00	58.17	96.95%
可转债	浙商证券	70.00	70.00	100.00%
	中国银河	78.00	78.00	100.00%

数据来源：联储证券、Wind

截至日期：10月13日

成为行业趋势的大背景下，部分券商结合自身特点采用轻资产运作。对头部券商而言，自营、资本中介等重资本业务为其归母净利润的高增打下良好基础，更成为其业绩分化的“主战场”。而对于在资产规模等方面相对薄弱的中小型券商而言，其突围路径或许还得从轻资本业务中寻找。

财富管理成为不少中小券商弯道超车的重点赛道。为了发展财富管理业务，分支机构扩张、人才队伍建设和投顾体系搭建、金融科技赋能等均需要一定的资本投入。

值得注意的是，配股和定增的发行往往伴随着股价的下跌。刘亮认为这是由再融资的内在逻辑决定的。配股是上市公司向现有股东按其持股比例配售新发行股票，配股定价一般会低于股票市价，配股上市后，除权效应会使股价相应走低。市场震荡下行情况下，配股对股价利空明显。而定增的价格一般也会低于目前的股票现价，增发后公司股本增加，盈利不变，进而降低了上市公司的每股盈利，股价相应走低。可转债同理，在转换为股票后，股本扩大，每股预期收益和净资产预期收益率因此降低，进而拉低股价。

他同时指出，决定未来股价及降低投资者对股价忧虑的关键在于，券商能否将再融资募集来的资金转化为竞争优势及实打实的经营业绩。要关注上市券商再融资目的、资金到位后的使用以及对未来经营业绩的影响。把钱用在刀刃上，尤其是资本中介业务、财富管理业务等证券行业创新业务发展方向上。

在刘亮看来，投资者通常偏好长期稳定高比例分红的上市公司，高分红给投资者传递出市场景气向好的信号，容易吸引市场中长期稳定资金的关注，从而帮助稳定公司股价。

他建议券商应响应分红提倡并加强股东回报相关的工作：一是建立持续、稳定、科学的投资者回报机制，严格遵守股东回报规划，履行现金分红承诺，提升分红比率；二是制定清晰有效的发展战略规划，提升募集资金使用效率。在扩充了资本金规模后，如何将投资者的钱花在实处，为投资者带来回报，是每家券商必须谨慎对待的事。券商应当下精力增加募集资金向经营业绩的转化，提振经营业绩，做大分红基数，让投资者在陪伴公司发展的过程中享受更高的股东回报。

值得注意的是，尽管目前A股上市公司分红比例较低，但包括证券行业在内的金融业一直是资本市场的分红主力且保持持续增长。

2020年，40家上市券商(不包含2020年刚上市的财达证券)实现盈利1455.66亿元。其中，37家有分红计划，合计分红金额高达481.86亿元，同比增长67.37%。2021年，38家上市券商合计分红金额为598.34亿元，在2020年高基数上增加约50亿元，同比增长11.39%。其中2022年完成再融资的中信证券、中国银河、长城证券、东方证券、国金证券在2021年分别实现了51.21%、40.91%、50.00%、21.49%、23.15%的分红增长率，远超行业整体水平。

长期持有支持实体 公募基金“扫货”定增市场

本报记者 任威 夏欣 上海报道

10月12日，华夏基金旗下基金参加了林微纳(688661.SH)非公开发行A股股票的认购。

当天参与林微纳定向增发的基金公司还包括财通基金旗下产品。

根据Wind数据，10月以来，参与定增的公募基金包括

华夏基金、财通基金、汇安基金、金信基金、前海开源基金等多家公募基金。今年前三季度，公募参与定增成本总额为436亿元。

积极支持实体经济发展

今年二季度公募参与定向增发出现明显低点，三季度迎来强势反弹。Wind数据显示，今年一~三季度公募参与定增的成本总额分别为：112亿元、66亿元、258亿元。

若从上市公司角度看，天相投顾数据显示，2022年前三个季度的定向增发募集资金依次为1113.84亿元、1182.07亿元和2142.48亿元(以完成实施计算)。

对于此前定增市场的低迷状态，财通基金相关人士表示，前一阶段定增项目发行数量较少主要受以下三方面影响：

首先是定价机制。随着市场持续调整，部分待发行定增项目的股价持续低于二十日均价，根据定增发行底价定价机制，导致折扣收敛，削弱了发行市场条件。

其次是价格预期。部分价值原本就被低估的定增项目，在市场及个股持续调整的过程中，会一定程度降低发行人的发行意愿，也会一定程度扩大投资者在择时方面的分歧。

最后是发行规定。一般而

言，3月正处上市公司年报披露较为集中的时间窗口，使得部分待定增项目在上市公司内部优先完成年报相关工作的同时，还需考虑年报前发行流程节点以及年报后向监管机构上报等相关发行安排，也会阶段性影响发行节奏，这一影响目前基本已消除。

“权益市场经历了前两个季度的震荡调整，使得整体估值较低，对基金公司投资的吸引力较大。”济安金信基金评价中心分析师刘思妍表示，三季度权益市场行情逐渐回暖，公募基金参与定增的热情也随之提高；其次，中国人民银行增加稳健货币政策的实施力度，保持流动性合理充裕，加上证监会2020年发布的再融资新规，从多方面降低了企业再融资门槛，整体上提高了企业进行融资的积极性。

博时基金持续保持着对定增市场的高度关注，积极支持实体经济发展，重点关注募投项目的有效性和未来竞争格局的潜在变化。今年已获配科技和新能源行业的多个定增项目，后续将继续加大对优质企业的支持力度。

“A股市场情绪回暖对定增市场影响是正面的。”财通基金相关人士表示，定增投资者与二级投资者还是有比较大的差异。虽然去年四季度在市场高位发行的

部分定增项目面临亏损压力，但今年上半年发行项目减少也变相保护了定增投资者的参与程度。上半年市场调整后，整体来说定增投资者受损不是很大，反而让这些投资者得以保留实力，可能正蓄势待发，投资热情高涨。

在天相投顾相关人士看来，影响投资者参与定增的因素主要有两点：参与定增标的的投资价值和折扣率。

“从投资价值角度来说，经过前期调整，部分标的的估值已经处于性价比较高的阶段，或已经逐渐进入投资者认可的区间。”上述天相投顾人士表示，三季度定增项目平均约18%的折扣率也可以为投资者提供一定的资金安全保障。这是三季度定增市场回暖的原因。

博时基金持续保持着对定增市场的高度关注，积极支持实体经济发展，重点关注募投项目的有效性和未来竞争格局的潜在变化。今年已获配科技和新能源行业的多个定增项目，后续将继续加大对优质企业的支持力度。

定增投资是一种中长期的投资行为，投资收益来自于行业和企业自身价值的增长。

部分定增项目因需要有一定的折扣空间供投资者选择，也会自然出现发行节奏的波动，随着市场震荡上行，在供给充分的背景下，定增也随之回暖，供需双方可更好的达成平衡。整体来看，定增市场充分体现了监管推动的完全市场化特征——重信息披露、轻节奏控制。

已完成定增发行上市公司折扣率14%

公募基金参与定增市场的热情明显高涨。博时基金权益投资二部投资总监助理兼投资经理刘锴对《中国经营报》记者表示，在今年市场波

动较大的背景下，定增因需要有一定的折扣空间供投资者选择，也会自然出现发行节奏的波动，随着市场震荡上行，在供给充分的背景下，定增也随之回暖，供需双方可更好的达成平衡。整体来看，定增市场充分体现了监管推动的完全市场化特征——重信息披露、轻节奏控制。

刘思妍告诉记者，在定增投资中，要规避产能过剩的周期性行业和炒作热点，要对定增投资标的进行深入研究，注重行业和公司基本面的投资价值，基于公司的竞争优势、盈利能力成长潜力，对定增的投资项目进行筛选。

据悉，博时基金在定增投资中坚持执行严格的事前评估机制，重点关注产业周期和企业经营周期的位置和变化方向，基于较为中性的市场大势预期做投资机会判断和潜在收益评估。因此重心和筛选标准并不会实质性变化。

“从折扣率角度来看，2022年已完成定增发行的上市公司折扣率前两个季度平均约为14%，折扣率小于三季度的平均18%，因此投资者获得了更多的折扣率保护，相比之前更加注重标的的投资价值。”天相投顾相关人士指出，随着经济逐步回暖，货币政策实施落实，上市公司有望得到估值的修复，未来基金公司在参与上市公司定增时有可能更加积极，并可对弹性较强的标的增加配置。

“定增对于基本面研究为出发点的公募而言，始终是重要的补充策略，目前市场整体折价在历史上属于吸引力仍强的状态，同时市场整体估值处于历史偏低水平，具备更大的优中选优的空间，但忌讳将追求折价作为投资的出发点，降低项目筛选的标准。”刘锴分析。

天相投顾相关人士判断，今年以来，权益类市场受到国内外宏观因素影响较大，但从长远来看，各项不利因素将逐渐消化；同时，随着国内稳健货币政策的落实和宏观经济企稳预期增强，优质投资标的的吸引力将越来越大；另外，定增策略提供的折扣率保护也能够增加投资的安全性，使得投资者参与的积极性提高。因此，未来一段时间定增市场的参与热情或将持续升温。

财通基金则“以提高安全边际和相对均衡的配置思路关注或参与定增市场”。上述财通基金相关人士分析，定增市场的参与逻辑和配置价值长期存在，特别是平稳向上的A股市场更利于定增市场投资者。合理看待定增市场，通过分散投资降低风险并降低短期收益预期，相信能够帮助定增投资者维持良好的投资心态。

在上述财通基金人士看来，定增市场很多优秀的投资者以长期参与、长期配置的心态，通过合理的投资节奏利用时间平滑价格波动，从而持续捕捉市场贝塔收益及定增折扣收益。

主打稳健配置 均衡型基金热销

本报记者 易妍君 广州报道

近期,A股整体估值来到历史低位,主动权益类基金的业绩也经历了一波回撤。

在此背景下,投资者风险偏好不断下降,使得均衡型、稳健型基金产品的热度有所上升。一般

而言,偏重均衡或稳健风格的基金经理擅长自上而下选股以及行业均衡配置,并具备较强的控制回撤的能力。不过,在实际投资中,无论是掌握均衡配置能力,还是实现稳健收益的目标,对基金经理而言都极具挑战。《中国经营报》记者注意到,基

金名称中含有“均衡”“稳健”字样的主动权益类基金,并非全都具备“牛市能涨,熊市抗跌”的特征。Wind数据显示,截至10月12日,名称中包含“均衡”字样的主动权益类基金中,最近一年业绩首尾相差逾27%。多位受访人士建议,投资者在选购这类基金时,需要仔细甄别。

业绩分化较大

业绩表现方面,即使在同类基金中,这些主打“均衡”“稳健”风格的基金仍然存在较大的业绩分化。

近年来,随着投资者队伍的不断壮大,以及理财需求日趋多元化,基金公司明显加大了对均衡、稳健风格基金产品的布局。

根据Wind数据,截至10月12日,在基金市场上,名称中含有“均衡”字样的基金超过100只(不同份额分开计算,下同);其中,约93%的基金成立于2020年—2022年9月,仅今年年内,已成立了30只“均衡”类基金。同时,还有一种情况是,部分基金产品在基金合同中约定以均衡配置作为投资风格。

此外,截至10月12日,全市场有近400只基金的名称中包含“稳健”字样。其中,有271只基金成立于2020年以后(包括2020年)。从基金类型来看,上述主打“均衡”风格的基金,覆盖了偏股混合型、平衡混合型、普通股票型以及混合FOF等。而除了这几类基金之外,主打“稳健”风格的基金还包括偏债混合型、二级债基以及灵活配置型。业绩表现方面,即使在同类基金中,这些主打“均衡”“稳健”风格的基金仍然存在较大的业绩分化。

以基金名称中含有“均衡”

字样的产品为例,在成立满一年的基金中,最近一年收益率较高的基金为一只平衡混合型基金(收益率-2.83%),其次是一只偏股混合型基金(收益率-3.61%),但也有偏股混合型基金最近一年的净值跌幅超过30%。同期,偏股混合型基金的平均收益率为-17.46%。

就中长期业绩而言,个别名称中包含“均衡”字样的偏股混合型基金也未能取得优于同类基金的业绩表现。Wind数据显示,截至10月12日,有3只“均衡”风格基金最近两年的跌幅超过14%;同期,偏股混合型基金的平均收益率为-7.27%。而表现较好的“均衡”风格基金,最近两年的收益率达到3.16%(同为偏股混合型)。

值得一提的是,在实际的投资操作中,均衡或是稳健风格的表现形式并不统一。不同的基金产品所采取的投资策略也存在较大差异。

格上财富金樟投资研究员蒋睿向记者分析,“均衡配置”或“稳健”风格的基金可以大概分为两部分:一部分是持仓以债券类为主的货币基金、银行理财、债券型

基金等;另一部分为配置均衡的股票型基金。对以债券型为主的稳健风格基金而言,底仓大多是同业存单、利率债、国企大AAA产业债的标的,其次会有一些资质比较好的城投债;对配置均衡的股票型基金来讲,个股和行业方面都会比较分散,以尽量地降低基金所需承担的非系统性风险,而且相对会比较看重估值。

在天相投顾基金分析师杜正中看来,被划归为“均衡配置”或“稳健”风格的基金在持仓上,股债配置较为均衡,如天相基金二级分类中的均衡配置混合基金,其权益类资产的配置比例介于40%至70%之间,只有均衡配置权益类、债权类资产,基金的表现才会相对稳健。

持仓方面,可以看到,并非所有“均衡”风格的主动权益类基金都会表现出行业分散的持仓偏好。并且,行业、个股相对分散也不能等同于“业绩表现更优”。某头部基金公司基金经理目前在一场路演中表示,若要做到均衡投资,需要基金经理具备宏观研究、自上而下选股的能力,要做到对A股全行业的研究覆盖,才能进行行业比较,进而选出性价比更高的个股。

均衡投资≠行业平均化

具备均衡配置能力的基金经理,需要优秀的选股能力,并注重风险管理。

在当前的市场环境下,均衡配置、稳健收益已成为基金产品吸引投资者的“关键词”。但就投资结果而言,能够获取稳健投资收益的基金经理(基金产品)需要具备多重能力,投资者仍需仔细甄别。

根据Wind数据,截至目前,正在等待审批发行的基金中,约有9只基金的名称中含有“均衡”字样;名称中包含“稳健”字样的基金大概有50只。

需要注意的是,虽然均衡风格下的投资形式各异,但这类风格指向的投资目标相对一致。

蒋睿指出,从严格意义上来说,稳健、均衡风格的基金通常具备以下两种风险收益特征:一是风险相对较小,稳健类的产品不是完全没有风险,而是相对于其他基金产品而言,风险更小;二是风险收益比相对较好,基金净值波动较小,震荡市下投资体验感好。

“就均衡型基金而言,有些基金产品有一定股票仓位,相对其他投资产品来讲,个股和行业方面都会比较分散,以尽量地降低基金所需承担的非系统性风险。”她进一步谈到。

杜正中认为,“均衡”代表着基金在大类资产配置上较为均衡,如股债均衡配置的混合基金,而“稳健”表明基金应具有较低的波动性。因此,主打“均衡”或“稳健”风格的基金,在长期收益率上以及波动性方面,应该低于权益类基金而高于债券类基金。

与此同时,从投资过程来看,均衡所代表的含义也不止于字面意思。“谈到均衡投资,大家可能存在两个误区:一是认为均衡就是(行业)平均化,二是均衡就代表了基金风格的飘移。这两种观点都不准确。首先,在投资中,均衡不代表每个行业都买一些,而是在不同的阶段,仍然有相对侧重的行业。这是

最近两年稳健基金业绩前十

基金简称	总回报(%)	同类排名
泰达宏利睿智稳健A	46.88	45/2015
华商恒益稳健	41.01	1/503
招商稳健优选	34.91	31/498
嘉合稳健增长A	25.84	141/2015
金信稳健策略	24.88	153/2015
安信稳健聚申一年持有A	22.46	7/503
红土创新稳健A	17.03	17/503
安信稳健增利A	15.85	21/503
西部利得稳健双利A	15.45	23/509
华商稳健双利A	14.11	28/509

最近两年均衡基金业绩

基金简称	总回报(%)	同类排名
东方红均衡优选两年定开债	5.51	277/503
广发均衡价值	3.16	339/1324
易方达均衡成长	0.94	163/498
招商和悦均衡养老三年(FOF)	0.92	47/162
广发均衡养老目标三年	-1.20	69/162
富国鑫旺均衡养老(FOF)	-3.98	99/162
泰康均衡优选A	-4.22	499/1324
泰康均衡优选C	-5.16	525/1324
上投摩根锦程均衡养老(FOF)	-5.20	107/162
睿远均衡价值三年A	-14.97	815/1324
睿远均衡价值三年C	-15.48	829/1324
汇添富均衡增长	-23.02	1064/1324

数据来源:Wind

提前预判,也会影响投资者的投资体验。

该基金经理进一步谈道,投资时需要对个股进行独立的价值判断,以此来规避风险。

总体上,对投资者而言,市场动荡时配置均衡或者稳健风格的基金是相对较好的选择。而无论是基金的风险收益特征,还是基金经理的投资策略,都能作为判断基金风格是否均衡或是稳健的标准。

此外,蒋睿表示,在选择这类基金时应该注意以下事项:首先,基金的风险收益特征是否与自身风险偏好相符;其次,不论是从行业、区域、个券或个股来讲,稳健或者均衡型基金是否在真正意义上做到了分散;另外,关注市场发生极端情况时,所选基金相对其他产品而言是否真的做到了稳健。

中国人寿寿险公司 推出国寿鑫享未来两全保险

满期领取,安逸无忧

该保险产品的保险期间分为八年和十年两种,投保人在投保时可选择其中一种作为合同的保险期间。被保险人生存至合同保险期间届满的年生效对应日,即可按合同基本保险金额获得满期保险金,安逸无忧。

身故保障,关爱延续

若被保险人不幸在保险期间内身故,中国人寿寿险公司按合同约定给付身故保险金。一份保单,让责任和爱得到延续。

中国人寿寿险公司积极参与健康中国建设,积极应对人口老龄化等国家战略,坚持“以客户为中心”的产品开发理念,着力提高产品创新能力,持续丰富多元产品供给体系。

感恩长相伴,共赴新未来。选择鑫享未来,洞见美好明天,护航幸福生活。中国人寿寿险公司陪伴广大客户七十三载不忘初心,七十三年守护幸福。未来,中国人寿寿险公司将继续深耕寿险沃土,为广大保险消费者提供全面、优质、踏实、放心的保险保障服务,全力护航人民群众幸福美好生活。

中国人寿寿险公司2022年第2季度的综合偿付能力充足率为235.56%,核心偿付能力充足率169.05%,已达到监管的要求。公司最近一期的风险综合评级,即2022年第2季度的风险综合评级结果为AAA。相关数据以公司公开披露信息为准。本文内容仅供参考,具体以《国寿鑫享未来两全保险利益条款》和《中国人寿保险股份有限公司个人保险基本条款》为准。

投保宽泛,惠享大众

该保险产品投保范围宽泛,覆盖人群广,凡出生二十八日以上、七十二周岁以下,身体健康者均可作为被保险人,可让更多客户享受到中国人寿寿险公司的优质保险保障服务,惠及千家万户。

生存给付,尽享价值

该保险产品自合同生效年满五个保单年度后的首个年生效对应日起,至合同保险期间届满前,若被保险人生存至合同的年生效对应日,可按照合同约定,交费方式为一次性交付的,每年可按合同基本保险金额确定的年交保险费的20%领取生存保险金;交费期间为三年的,每年可按合同基本保险金额确定的年交保险费的60%领取生存保险金;交费期间为五年的,每年可按合同基本保险金额确定的年交保险费的100%领取生存保险金。给付确定额度的生存保险金,尽享价值。



本简介仅供参考,具体内容以《国寿鑫享未来两全保险利益条款》和《中国人寿保险股份有限公司个人保险基本条款》为准。

客户服务专线 95519 www.chinalife.com.cn

国寿鑫享未来两全保险

- 投保宽泛 惠享大众
- 生存给付 尽享价值
- 满期领取 安逸无忧
- 身故保障 关爱延续

中国人寿保险股份有限公司
China Life Insurance Company Limited
北京市西城区金融大街16号



“跨境理财通”—— 落地一周年

编者按“跨境理财通”试点一年来,从银行实践看,“跨境理财通”不仅满足了粤港澳大湾区客群的投资需求,也成为银行开拓财富管理市场的新机遇。

“跨境理财通”落地一周年 双向市场潜力显现

本报记者 张漫游 北京报道

2021年10月19日,首批“跨境理财通”业务成功落地,成为继QFII(合格境外机构投资者)/QDII(合格境内机构投资者)、沪深港通、内地与香港互认基金等机制之后,金融市场双向开放的又一重大里程碑。

近年来,粤港澳大湾区居民的个人投资日益活跃,跨境购买低风险银行理财产品需求较大。汇丰公布的一组调查数据显示,超过八成参与“跨境理财通”投资的受访者有意在未来12个月内增加“跨境理财通”投资,并对投资前景抱有信心。

吸引3.56万位投资者参与

“跨境理财通”是大湾区金融领域在整合三地政策、系统、产品和服务优势方面的一次成功尝试。

为促进粤港澳大湾区居民的个人跨境投资便利化,进一步深化粤港澳大湾区金融合作,2020年6月中国人民银行、香港金融管理局、澳门金融管理局决定在粤港澳大湾区开展“跨境理财通”业务试点。

所谓“跨境理财通”,是指粤港澳大湾区居民个人跨境投资粤港澳大湾区银行销售的理财产品。按照购买主体身份,“跨境理财通”可分

为南向通和北向通,前者指的是粤港澳大湾区的内地居民通过在港澳银行开立投资专户购买港澳地区银行销售的合资格理财产品,后者则是指港澳地区的居民通过在粤港澳大湾区内地银行开立投资专户购买内地银行销售的合资格理财产品。

2021年9月10日,粤港澳三地同时发布了《粤港澳大湾区“跨境理财通”业务试点实施细则》,“跨境理

财通”业务试点正式启动,香港、澳门和广东省内9市居民可直接跨境投资粤港澳大湾区内银行销售的理财产品。

不少金融机构和从业者抢占市场先机。2021年10月18日,中国人民银行广州分行、深圳市中心支行在其官网公布了“跨境理财通”首批试点银行名单,其中包括国有银行、股份行以及汇丰、渣打、东亚等外资行在广东

省及深圳的分支机构。2021年10月19日,首笔业务落地。试点一年以来,大湾区已有28家(含深圳)试点内地银行开展“跨境理财通”业务。

央行广州分行最新公布的数据显示,粤港澳大湾区“跨境理财通”业务落地一年以来,粤港澳大湾区3.56万位投资者参与,办理“跨境理财通”业务1.3万笔,金额达14.56亿元。其中,北向通业务

8831笔,金额4.61亿元;南向通业务4227笔,金额9.95亿元。

渣打银行大湾区行政总裁林远栋谈道:“跨境理财通”顺利推出一周年,是大湾区金融领域在整合三地政策、系统、产品和服务优势方面的又一次成功尝试,相信随着区内恢复正常通关,大湾区金融的互联互通将进一步提升,“跨境理财通”南北向的业务量也会有更大规模的增长。

逾八成投资者有意增加投资

大湾区投资者对参与“跨境理财通”兴趣不减,反映了大湾区经济融合正持续驱动区内居民的跨境投资需求增长。

汇丰调查显示,在已参与“跨境理财通”的受访者中,85%的南向通和75%的北向通投资者表示有意逐步增加“跨境理财通”投资,其中计划增幅在5%~10%之间的投资者占比最高。虽然在增加投资方面较为谨慎,大湾区投资者普遍对“跨境理财通”的投资回报感到乐观,98%的投资者都相信有机会实现预期收益。

调查发现,多数受访者倾向于通过“跨境理财通”做中长期投资。约三分之二的南向受访者打算进行中期(6~12个月)投资,四分之一的受访者会长期持有(1年以上);北向受访者打算作中期及长期投资的占比分别为56%及33%。

汇丰中国副行长兼大湾区办公室总经理陈庆耀表示:“尽管过去一年市场存在诸多不确定因素,

大湾区投资者对参与‘跨境理财通’仍然兴趣不减,反映了大湾区经济融合正持续驱动区内居民的跨境投资需求增长。尤其令人鼓舞的是,多数投资者通过‘跨境理财通’实现了理想的回报,也对投资前景充满信心。我们预期,随着‘跨境理财通’的深度和广度不断拓展,将有更多区内居民通过这一机制分享大湾区发展红利。”

谈及下一步的发展计划,央行广州分行相关负责人此前透露道,将在央行总行的指导下,紧贴市场需求拓展“跨境理财通”试点的深度和广度,发挥本外币合一银行账户、FT账户体系等作用,满足更多市场主体多样化需求。

富邦华一银行副行长兼首席信息官王文锋在接受《中国经营报》记者采访时说,从具体实践看,

南向通和北向通客群投资差异较大,后期银行在提供服务的过程中要更多考量客户需求,以投资者更习惯的沟通渠道帮助投资者选择适合自己的理财产品。

渣打中国副行长兼个人、私人及中小企业银行部董事总经理李峰认为,“跨境理财通”提供了一条全新的跨境投资通道,对银行现有的财富管理体系是一个非常重要的补充。

“跨境理财通”考验银行跨境联动能力

访恒生中国副行长秦宜

本报记者 张漫游 北京报道

10月19日,“跨境理财通”落地一周年。

恒生中国副行长兼财富管理及个人银行业务主管秦宜在接受《中国经营报》记者专访时表示,目前,北向交易的参与人数和交易金额

都更高一些,呈现出“南冷北热”的态势,这彰显出港澳投资者渴望寻求多样化的人民币投资渠道的意愿。

“跨境理财通”试点一年,商业银行积累了非常丰富的实践经验和体会。秦宜认为,“跨境理财通”考验银行跨境联动能力,在客户旅程、

产品购买等各方面都需要两地合作银行的协作。

同时,她建议,下一步开展“跨境理财通”业务试点的银行应积极探索流程的优化,通过数字化赋能,在账户开立、产品购买、资讯沟通、客户互动等各方面为客户提供更好的体验。

港澳投资者渴求多样化人民币投资渠道



秦宜
恒生中国副行长兼财富管理及个人银行业务主管

目前“跨境理财通”中北向通与南向通主要涵盖低至中风险、相对

简单的理财产品,从长远看较难满足投资者的深层次需要。随着该创新产品的不断成熟,我们希望进一步拓宽“跨境理财通”的深度和广度,加入更多风险等级的产品,为风险偏好较高的资深投资者提供更多高收益产品选择。

《中国经营报》:经过一年的试点,下一步银行在“跨境理财通”的产品和服务等不同层面可以做出哪些升级?

秦宜:应该看到,“跨境理财通”试点一年后取得了良好的成绩,但由于内外部环境的变化,后续的发展也遇到了诸多挑战。比如,新冠肺炎疫情反复影响了投资者的积极性和业务正常办理;南北向通在试点初期设置的相对简单的中低风险产品已不能满足投资者的进一步投资需求,导致市场整体的资金使用比例仍然偏低。

应对这些挑战,我们希望相应的试点政策可以逐步放开,银行配套以产品和服务的升级,从而更好地满足客户需求,解决客户痛点。

持续优化“跨境理财通”业务流程

《中国经营报》:外资银行在开展“跨境理财通”的过程中可以给投资人带来哪些不同的体验?

秦宜:从客户体验来看,外资银行依托母行在海外丰富的资产管理经验,可以为南向投资者提供品类更丰富的产品,满足大湾区内地客户较强的跨境资产配置意愿。

比如恒生银行属下的恒生投资,是香港最大的ETF供应商,凭借其优异的基金管理能力,恒生可以为大湾区的内地客户提供超过140种跨境理财产品。同时,通过加强外资银行母行与内地子行的联动,将海外市场的香港客户引流到国内市场,使其体验到多元化的人民币产品,亦有助于进一步推动北向通的业务规模。

“跨境理财通”业务考验的是银行

的跨境联动能力,包括在开户流程、客户服务、产品购买等各方面都需要两地合作银行的协作。故在两地都有分支机构,同时又熟知大湾区客户跨境理财需求的银行,能凸显他们的竞争力。从恒生中国来讲,我们的优势在于母行立足香港市场的领先地位,以及我行深耕大湾区多年的丰富经验。

恒生银行在跨境联动方面有多年的经验以及客户基础,同时在大湾区有一支专属客户经理团队,为大湾区客户提供量身打造的解决方案,通过两地销售团队、管理团队的有效沟通和紧密协作,不断巩固和加强恒生银行的核心竞争力,从而推动恒生中国“跨境理财通”南北向业务的持续升温。

《中国经营报》:作为首批“跨境理财通”试点银行,对于接下来拟开展

“跨境理财通”的银行同业,有哪些提示和建议?

秦宜:“跨境理财通”试点一年来,有两点特别值得分享:首先作为一个创新业务,监管政策的导向对业务的发展至关重要。试点机构需要与监管保持顺畅密切的沟通,及时反馈业务发展中遇到的问题,在做好新业务试点风险防范的前提下,寻求业务规模突破在监管政策上的支持。

其次,当前反复的新冠肺炎疫情给投资者造成了诸多不便,开展“跨境理财通”业务试点的银行应积极探索流程的优化,通过数字化赋能,在账户开立、产品购买、资讯沟通、客户互动等各方面为客户提供更好的体验,化危为机,拓宽粤港澳大湾区投资者跨境资产配置的渠道。

多合作伙伴策略拓宽“跨境理财通”市场

访星展中国副行长周邦贵

本报记者 张漫游 北京报道

正值“跨境理财通”落地一周年之际,星展银行(中国)有限公司(以下简称“星展中国”)副行长、个人银行及财富管理业务总经理周邦贵在接受《中国经营报》记者专访时表示,粤港澳大湾区“跨境理财通”业务试点的开展是我国金融市场推

动双向开放、互联互通的重大举措,透过联合具有独特定位和战略优势的中资银行,采取“跨境理财通”多合作伙伴策略”,可以通过打造一系列独特的理财产品,满足粤港澳大湾区个人投资者多元化资产配置需求。

与中资银行合作形成互补优势

《中国经营报》:随着参与“跨境理财通”的银行逐渐增多,银行如何在“跨境理财通”中形成差异化优势?

周邦贵:我们认为,与中资银行合作,通过不同银行的独特定位和战略优势,可以为大湾区客户带来更多的投资机会和优质的财富管理体验。

从我们的实践看,星展银行(香港)有限公司[“星展银行(香港)”]是唯一一家在“跨境理财通”计划下拥有三家南向通合作伙伴的银行,包括中国邮政储蓄银行股份有限公司、深圳农村商业银行股份有限公司和星展中国。

与邮储银行合作,我们透过邮储银行在广东庞大的网络,可以进一步加深在大湾区发展的力度;与深圳农商银行合作,星展作为深圳农商银行非控股的第一大股东,星



周邦贵
星展银行(中国)有限公司副行长、个人银行及财富管理业务总经理

展银行(香港)亦借助深圳农

商银行的本地网络和专业洞察,进一步加速在大湾区的战略布局。

另外,数字化也是银行形成竞争优势的重要途径之一。

《中国经营报》:请详细谈谈在落地“跨境理财通”时数字化给银行带来的竞争优势?

周邦贵:后疫情时代,数字化是财富管理五大新趋势之一。疫情之后,大众客户及高净值客户对财富管理线上数字化互动的需求快速提升,我们更加看到一家银行的数字平台建设的重要性。

从星展的实践看,我们利用自身的数字化领导力,为选用星展银行(香港)南向通服务的投资者开发DBS digibank HK手机App,投资者轻松完成南向通网上开户申请,进行验证后便可于网上随时随地享用跨境理财南向通服务。

看好大湾区财富管理市场

《中国经营报》:结合这一年的试点情况,如何看待“跨境理财通”未来的发展?

周邦贵:随着“跨境理财通”方向产品不断丰富,两地会有更多的投资人加入跨境理财的队伍。

中国财富管理业务的潜力十分巨大,随着中产阶级数量快速增长,包括大湾区“跨境理财通”在内的投资机会,给个人客户提供更加多元化、国际化的财富管理服务。

我们相信,随着“跨境理财通”的日益成熟、覆盖更多的产品,“跨境理财通”计划将不断增长,为未来的发展奠定坚实的基础。

整体来说,“跨境理财通”的发展还需要一段时间,但是大家对此的理解和接受度在不断提高,客户们可以买的产品也会越来越丰富,因此这个业务后续肯定会继续增长。

《中国经营报》:对于粤港澳大湾区的财富管理市场,星展预计将如何发力?

周邦贵:粤港澳大湾区是星展新的增长引擎,未来两地通关之后,跨境理财的需求会被进一步激发。

虽然目前“跨境理财通”的产品主要集中在低风险领域,对应境内R1到R3的产品,即谨慎型、稳健型、平衡型

三类,但随着“跨境理财通”的发展进一步深入,未来产品会进一步丰富。

未来,整个财富管理的趋势会更全球化,即表现为外资走进来、中资走出去。

我们将进一步加速在粤港澳大湾区的战略布局,通过与战略伙伴的合作,深耕大湾区。

星展会继续寻找合适的合作机会,结合星展在亚洲广泛的业务网络及领先的数字银行服务,进一步拓宽粤港澳大湾区投资者跨境资产配置的渠道,为区内个人投资者带来优质、国际化的财富管理体验。



开放共享发展机遇 商业银行稳中求进高质量发展

本报记者 张漫游 北京报道

党的十八大以来,我国扎实推进外贸,贸易高质量发展取得了历史性成就,为国民经济发展和世界经济复苏发挥了重要作用。

海关总署公布的一组数据显示,从2012年到2021年,我国货物贸易进出口量高达14.7万亿元,这个数字接近2009年全年的进出口总值;2021年我国货物贸易规模继

紧随对外开放步伐

我国坚定不移推进高水平对外开放,积极融入世界经济,这背后离不开金融机构的支持。

从提出构建人类命运共同体理念到高质量共建“一带一路”,从亚太经合组织(APEC)北京会议到二十国集团(G20)杭州峰会,从举办中国国际进口博览会到《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)正式实施……党的十八大以来,在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下,我国坚定不移推进高水平对外开放,积极融入世界经济,对外开放取得了一系列突破性进展和标志性成果。

作为拉动经济增长的“三驾马车”之一,数据显示,2021年我国货物与服务进出口拉动国内生产总值(GDP)增长1.7个百分点,对GDP增长贡献率达到了20.9%。我国进口对全球进口增长的贡献率达到了13.4%,有力促进了世界经济的复苏。

这背后离不开金融机构的支持。以中国银行(以下简称“中行”)为例,早在1929年,中行便已走出国门,率先在全球金融中心——伦敦设立分支机构。作为我国银行机构国际化的探路者,无论是我国加入世贸组织、扩大开放、支持“走出去”还是“一带一路”倡议的实施,该行始终紧跟国家战略和对外交往需要,其10年来在跨境金融领域的布局,映射出中国共享世界发展机遇的脚步。

在机构布局方面,2014年末,

接近40万亿元关口,国际市场份额也从2012年的10.4%提升到2021年的13.5%,全球货物贸易第一大国的地位更加巩固,充分体现中国不仅是“世界工厂”,也是“世界市场”。

在此过程中,金融业务起到了重要的支持作用。无论是机构布局还是资金支持,无论是构建良好的外汇市场环境还是促进人民币国际化,都有银行积极布局的身影。

优化外汇营商环境

我国外汇市场韧性不断增强,金融机构为此提供了不少助力。

在跨境贸易发展的过程中,良好的外汇市场环境十分重要。

党的十八大以来,中国经济实现高质量发展,夯实了外汇市场平稳运行的基础。在这个过程中,外汇市场韧性不断增强,成功应对了多轮外部冲击,跨境交易规模明显提升,外汇储备总体稳定,人民币汇率在合理均衡水平上保持基本稳定。

金融机构为此提供了不少助力。今年5月,银保监会相关负责人谈到,面对汇率波动,银行机构可通过多种产品为企业提供支持,如依据企业需求,提供即期、远期、掉期、期权等汇率避险服务,帮助企业对冲汇率风险;为企业外贸应收账款提供福费廷、保理等贸易融资服务,将企业未来应收账款转化为即期现金收入,间接实现汇率风险管理,并可将贸易融资产品与汇率避险产品结合,实现“一站式”服

助力人民币国际化

截至2022年6月末,中行已为116个国家和地区的代理行客户开立跨境人民币同业往来账户1417户。

10年间,我国跨境贸易稳步发展带动了人民币“走出去”,而人民币国际化的脚步加快也进一步推动了我国跨境贸易。

央行网站发布的《2022年人民币国际化报告》(以下简称《报告》)指出,人民币国际化各项指标总体向好,人民币支付货币功能稳步提升,投融资货币功能进一步深化,储备货币功能不断上升,计价货币功能逐步增强。2021年,银行代客人民币跨境收付金额合计为36.6万亿元,同比增长29.0%;人民币跨境收支总体平衡,全年累计净流入4044.7亿元。

《报告》显示,2021年,中国与“一带一路”沿线国家人民币跨境收付金额为5.42万亿元,同比增

长19.6%,占同期人民币跨境收付总额的14.8%;截至2021年末,中国与22个“一带一路”沿线国家签署了双边本币互换协议,在8个“一带一路”沿线国家建立了人民币清算机制安排。

银行业务布局的方向反映出实体经济的需求。以外汇外贸为传统优势业务的中行为例,为满足我国跨境贸易市场的需要,多年间,该行持续丰富结算汇价币种,为企业实现人民币与当地货币结算和风险对冲、投融资利率风险管理提供了交易保障。如今,在中行即期结售汇对客报价的40个货币对中,涵盖22个“一带一路”合作国家货币。同时,中行作为主要做市商,积极参与境内人民币外汇市场人民币对“一带一路”合作国家货币的直接交易业务,目前交易货币包括13个“一带一路”合作国家货币。

在金融市场业务全球一体化



《2022年人民币国际化报告》

显示,2021年,中国与“一带一路”沿线国家人民币跨境收付金额为5.42万亿元,同比增长19.6%;中国与22个“一带一路”沿线国家签署了双边本币互换协议,在8个“一带一路”沿线国家建立了人民币清算机制安排。

视觉中国/图

经营模式下,除了中行总行覆盖的货币品种外,中行海外分行在当地金融市场也可以为“走出去”企业提供汇率保值服务。考虑到许多新兴市场国家货币存在严格的外汇管理要求,为了满足客户

的保值需求,中行还提供了无本金交割远期产品(NDF),提供外汇保值服务。根据客户选择,除了常规的以美元结算的NDF外,还提供了以欧元等其他货币为结算货币的NDF产品。

随后,中行又相继实现了全国首笔跨境人民币项下外保内贷业务、外商投资新政推出后上海市首笔人民币外债资金汇入业务等多项“零”的突破。

目前,该行在全球29家人民币清算行中占13席,并持续支持扩大CIPS全球网络覆盖面,积极研发人民币金融产品,独家办理“沪深港通”,率先开办“债券通”“特定品种期货交易跨境人民币结算”“跨境理财通”等新业务,促进境内外资本市场,服务中国对外经贸往来。

截至2022年6月末,中行已为116个国家和地区的代理行客户开立跨境人民币同业往来账户1417户;推广CIPS、支持人民币跨

境基础设施建设,中行已与573家境内外金融机构签署间接参与合作协议。2022年上半年,中银集团共办理跨境人民币清算是367万亿元,同比增长超18%。

当前,百年未有之大变局与百年未遇新冠肺炎疫情交织叠加,全球产业链和供应链发生了深刻调整,区域经济一体化趋势正加速推进。在此前与全球其他地区互联互通的基础上,2022年RCEP正式实施,为跨境贸易带来了新机遇。更多如中行一样的金融机构将肩负起服务国家对外开放、“稳外贸”的使命,积极支持高质量“引进来”和高水平“走出去”,在畅通“双循环”上发挥更大的作用。

新蓝海效应:数字人民币激发绿色金融价值

本报记者 王柯瑾 北京报道

今年以来,数字人民币试点提速,试点范围、应用场景“全面开花”。

近期,《中国经营报》记者注意到,多家银行落地“数字人民币+绿色金融”场景。比如,兴业银行落地福建省内首笔数字人民币采购海洋渔业碳汇交易;百信银行落

地首个“数字人民币+票据贴现+绿色金融”项目。还有银行在“数字人民币+低碳出行”概念场景等方面不断发力。

“当前绿色化、数字化的融合已经成为中国经济、金融发展的显著特征,数字人民币本身就兼具绿色化与数字化的特征。”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

在接受本报记者采访时表示,“数字人民币的特征不仅与绿色金融精准指向绿色用途的管理要求相一致,还能够助力绿色金融的数字化、智能化创新,大幅度提升绿色金融的效率。”

业内人士认为,下一阶段,数字人民币发展也将更加注重体系标准化建设,以更好地促进数字人民币和绿色金融进一步融合。

与使用途径,精准滴灌实体经济。

据介绍,此次应用是业内首个“数字人民币+票据贴现+绿色金融”的创新案例,打开了百万亿元票据业务应用场景。该项目负责人王斌表示:“数字人民币为我们发展绿色金融提供了新思路、新机遇。未来,我们还将基于企业供应链打造更丰富的数字人民币应用生态,希望能够惠及更多中小微企业,助力产业向绿色低碳转型发展。”

此外,通过数字人民币推动低碳绿色生活方式,也是银行探索的重点领域。比如,通过银行的手机银行客户端实现数字人民币支付优惠购买乘车码,鼓励低碳出行。业内人士认为,因出行场景具有小额高频的特性,且用户群体非常庞大,非常适用数字人民币普及推广,同时还可以助力城市低碳排放。

此前,中纪委官网、《中国纪检监察报》刊发题为《数字人民币:弯道超车》的文章指出,以数字人民币为代表的新技术创新将成为碳

中和进入用户日常生活场景的重要突破口。数字人民币有条件成为绿色金融的重要抓手,在推动绿色低碳生活方面具有价值。

今年7月,在中国人民大学重阳金融研究院主办的“2022宏观形势年度论坛·夏季年会”上,中国银行原行长李礼辉表示,“双碳”目标是宏观的,但落地实施却在微观层面,必须触达企业、产业和市场。在这样的宏观环境下,需要一种金融工具能够穿透宏观与微观,穿透国内与国际,促进ESG的发展和“双碳”目标的实施。数字人民币具备这种潜在能力,“在绿色金融体系中,数字人民币通过开发批发性的功能和全球化的功能,能成为绿色金融的重要抓手”。

“数字人民币无论是用于国内的碳排放交易市场还是用作国际化的绿色金融产品交易的货币工具,都意味着新的机遇,都可能产生新的蓝海效应。有能力的金融机构和企业应该予以关注,提前布局,配置必要的人力、技术、财务等资源,争取发展的机会。”李礼辉说。

发展空间广阔

作为我国政策引导的重点领域,数字人民币和绿色金融将在未来很长一段时期内成为我国发展的重要风向标,银行等金融机构在两者融合发展领域也将持续探索布局。

兴业银行相关负责人表示:“作为国内绿色金融领先者,数字人民币运营机构,兴业银行持续推进数字人民币与绿色金融的深度融合,完善数字人民币在绿色金融领域的场景搭建,为减污降碳、实现‘双碳’目标贡献力量。”

数字人民币在发展绿色金融过程中的推动作用可以体现在多个方面。中南财经政法大学数字经济研究院高级研究员金天告诉记者:“从已有的行业实践看,数字人民币本身是绿色的,其作为一个低碳环保的货币工具,可以节省现钞的发行、运输、存储等成本;推广数字人民币的机构是绿色的,不管是纯数字银行(如百信银行),还是传统银行的数字化业务,或是其他互联网平台和场景化机构,在推动数字人民币的过程中可以降低物理网点、人员等运营成本;数字人民币所涉的业务是绿色的,比如碳汇交易及与碳期货等衍生品相关的其他交易;数字人民币的服务对象是绿色的,比如可以以数字人民币形态为低碳发展的市场主体发放贷款或提供票据融资支持;数字人民币的应用场景也是绿色的,比如可以

为城乡居民的低碳出行提供支付便利等等。”

展望未来,业内人士认为数字人民币与绿色金融之间还将碰撞出更多的火花,未来数字人民币在绿色金融领域的创新将令人目不暇接。

杨海平表示:“商业银行可以探索数字人民币与个人碳账户应用的结合。探索与绿色信贷业务的更广泛结合,包括数字人民币与绿色供应链金融产品、绿色普惠金融产品的结合,可用于人民银行碳减排支持工具项下的绿色信贷投放等。还可以探索数字人民币与绿色资管产品的结合,与绿色金融债券的结合。在绿色低碳成为经济金融发展主旋律的今天,商业银行可以探索推进数字人民币与开放银行服务体系相结合,服务于更广泛的绿色生活场景、绿色生产场景和绿色政务场景。”

值得一提的是,从发展趋势看,数字人民币中智能合约功能的特性和价值还有待于挖掘。“比如可以通过智能合约、智能定价等手段更好地满足绿色场景中约定特殊支付条件的要求,进而推动多层次绿色金融产品体系和市场体系的发育。”金天表示。

杨海平也表示:“数字人民币在绿色金融领域的应用,需要打通数字人民币基础设施与现有金融基础设施、金融机构相关IT系统等,需要国家层面和金融机构共同推进。”

些特征不仅与绿色金融精准指向绿色用途的管理要求相一致,还能够助力绿色金融的数字化、智能化创新,大幅度提升绿色金融的效率。”

“此外,绿色金融可以成为国际金融合作,特别是数字人民币国际化的一个重要抓手,比如在全球碳排放权等绿色金融产品市场中使用数字人民币作为支付和计价工具,促动全球货币金融体系更加协调均衡。在此方面,需要政策进一步鼓励市场主体参与数字人民币的应用和创新,比如在落实绿色金融政策过程中采用数字人民币作为支付工具,引导企业及居民家庭适应绿色金融的激励和约束机制。”金天表示。

不过,数字人民币应用于低碳消费场景面临一定的挑战。

业内人士分析认为,一方面,人民银行、商业银行等机构需要在IT软件及硬件等方面进行更新,人民银行的货币发行系统、运营系统,以及银行的支付系统、清算系统等都需要升级换代;另一方面,数字人民币收付终端的配备,涉及到收付终端的研发设计、生产、安装、维护、更新换代等成本。

杨海平也表示:“数字人民币在绿色金融领域的应用,需要打通数字人民币基础设施与现有金融基础设施、金融机构相关IT系统等,需要国家层面和金融机构共同推进。”

简化信贷流程提效率 长春农商行扶微助小提速

本报记者 郭建杭 北京报道

近期,吉林省工商联第十二次代表大会上公布的数据提到,2022年上半年,吉林省民营企业数量达到55.2万户,同比增长17.5%;个体工商户236.1万户,同比增长15.5%。

吉林省的小微企业正在以较

快的速度稳步增长。有关东北地区经济转型的专家指出,东北三省此前重工业发达,民营经济基础稍有薄弱但增速快,未来民营小微企业的增长空间大。

持续增长的小微企业在发展壮大过程中,会面临融资需求。如何解决他们的融资难、融资贵等问题,是吉林省区域银行的责任。

整合公共资源,优化信贷流程

2022年至今,长春农村商业银行助力小微企业融资5567户,累计发放贷款金额43.64亿元。

长春农商行方面告诉记者,对于小微企业的客户服务将加快实现从“以产品为中心”向“以客户为中心”转变,突出“高风险、长流程,低风险、短流程”的理念。

对方进一步解释道,根据细分行业特色,缩短准入、审查、审批、出账等流程,真正做到以客户为中心进行产品设计和流程改造,尽可能精简环节、加快节奏、提高效率,进一步凸显农商银行地方法人机构决策流程短、业务审批快的体制机制优势。

据记者了解,长春农商行“普惠金融部”作为普惠口径信贷业务的统筹管理部门,目前下设五个团队,集营销、调查、运营、风控、后勤保障等职能于一体,全面提高审批效率、运营效率及风险处置能力。

在优化信贷流程方面,普惠金融部的统筹作用还体现在打破客户经理单人全流程操作模式,以客户为中心将信贷流程按节点切割,分工协作,形成流水线模式的运转机制,实现普惠贷款当天申请当天

发放。

在普惠金融产品与用户的适配性上,则根据细分行业特色进行定制化产品,实现产品和产业的适配。

长春农商行方面告诉记者,在产品匹配方面,原有房e贷、微贷通、小微快贷等特色贷款产品直接对接企业客户,并根据客户实际需求,为客户选择匹配度较高的信贷产品,打造特色金融服务方案,助力企业稳健发展。

此外,对于融资贵的问题,长春农商行为贯彻落实减费让利政策,减轻企业负担,设立抵押登记和公证处办事处,对于借款用户的“短、频、急”的资金需求,还提供“借新还旧”贷款方式,并同担保公司合作,给予客户贴息扶持政策,切实降低客户融资成本。

对于服务小微,长春农商行方面认为,将通过不断探索业务模式,深耕行业细分领域,积极开展信贷工作,尽全力为中小企业提供有力的信贷资金金融支持。

由“单一”转向“链式”

长春农商行提供的数据显示,2022年初至今医药产业服务客户均为小微企业,小微企业贷款比例占比100%。

在普惠金融服务方面,除了用好大数据之外,还要打好组合拳;整合业务系统,围绕消费金融、产业链金融等提供多元化智能化金融服务。

长春农商行在用户服务上目前在逐步由单一企业向链群企业转变。

如以服务医药健康产业为例,针对医药健康产业集群,长春农商行方面表示,目前主要开展了以下工作:一是借助网格化服务走访企业对接相关企业。实现对医药健康产业集群的精准分类,推进产品、机制、流程的改革创新,通过对网格内客户走访全覆盖的方式,累计走访医药相关企业230余户。

二是借助“吉企银通”建立业务合作。借助“吉企银通”平台推送的小微企业专员逐户触达,在服务中实现了业务产品的改进升级,个性化地为客户量身定制信贷金融产品,致力服务于中小微企业,提高医药健康产业集群服务质量效。

三是盘点存量医药企业产业链上下游,包括但不限于原料企业、生产企业、流通企业,尤其是对在疫情期间贡献度较高的医院、物资保供企业等,主动沟通、联动服务,了解风险共性与企业的差异化诉求,全力保障防疫物资供应。



针对医药健康产业集群,长春农商行通过对网格内客户走访全覆盖的方式,累计走访医药相关企业230余户。
视觉中国/图

做出正确、快速反应,不断调整产品模式和服务模式来适应新的企业融资需求。

而对于带动产业发展来说,长春农商行认为,一是有利于畅通企业融资渠道。在主营产业的加持下,小微企业相对风险较低、个性化差异较小,银行加强产品和服务创新,有助于满足小微企业全方位多层次的金融需求,拓展融资渠道。二是可以提供丰富的财政支持。产业的发展需要储备原材料、销售产品、扩大生产规模,金融服务链群企业有助于弥补传统流动资金贷款额度,而且通过上下游企业引入融资便利,自己的流动资金需求水平持续下降。三是有力提高经济效益和社会效益。借助金融服务链群企业的风控、管理模式的创新,链群内整体企业业务往来稳定,会表现出良好的规模经济。

长春农商行方面表示,由于当前国家政策要求,各大行都更加重视普惠类贷款的市场占比,加上其品牌优势、成本优势、科技优势等,对地方性法人机构贷款冲击较大,服务链群企业更有助于把控整体风险水平,加快开拓信贷市场,提高小微企业客户客户群覆盖面。

同时,服务产业链也有利于产品创新和服务升级。链群企业往往是一个地区的主导产业,与地方经济活力息息相关,农商行在业务发展的过程中,针对链群企业的风险水平和产业特点,掌握信息完整,可以很快地对市场

数据“架桥” 供应链金融科技跑出数字经济“加速度”

本报记者 郑瑜 北京报道

实体经济作为一国经济的立身之本,而金融作为其血脉,二者密切相连。

在经济由高速增长转向高质

量发展过程中,如何推动金融资源更广泛在产业领域有效配置也成为重要课题。

“除了头部企业,实体经济中还存在很多数字化水平较低的企业,不单单在生产方面科技利用率

低,在获得银行授信方面也存在着许多困难。”有业内人士告诉《中国经营报》记者。

而供应链金融科技平台的出现,正是始于传统产业数字化需求的涌现。

这些科技平台通过区块链、物联网等新兴技术,将业务信息化、数据化,实现了物流、信息流、资金流的“三流融合”,将资金引入实体,在实体企业与金融机构之间架起“可信数字化”桥梁。

度验证这些中小微企业交易的真实性与合理性,然后在交易的各个环节提供更灵活和便捷的供应链数字金融解决方案,让中小企业可以在更前端的供应链环节中获得资金的支持,比如说订单期间、到货期间、对账期间、账单期间、发票期间。”

在原野看来,盛业在整条供应链的运作里,并没有改变买卖双方原有的模式,而是在上述所提及的节点,为客户匹配与所处阶段相适应的服务。“在基建行业,我们大面积铺设‘智慧工地’,从智能门禁、深基坑监测、塔吊监测、全景视频监控、电子地磅等设备中,实时监控和获取整个工地的施工进度、物料进出、人员动向。这与ERP(财务企业资源计划)系统不一样,ERP系统统计的数据在时效性上是相对滞后的,可能是以月报、季报、年报的形式呈现,无法直接应用于供应链金融,而可实时获取或

随时调阅的称重数据、影像记录、验收入单据、材料区照片,可以让我们非常高效地了解到每一笔底层交易的真实性与合理性,而且减少人工操作的繁琐流程和出错概率。这种交易数据的对接,在效率上的提升是清晰可见的,以前我们的风控专家要到处‘飞’,去到施工现场完成尽调,用户也要填写和上传很多资料,现在都是线上化操作,效率大幅提升。客户可能只用一天甚至当天就可以获得审批。”

今年8月底盛业发布的2022年中期业绩公告显示,盛业在产业互联网板块保持增长态势。截至2022年6月30日,数字金融解决方案收入为3.02亿元人民币,同比增长51%。日均供应链资产余额约83亿元人民币,同比增长约52%。累计处理的供应链资产规模约1456亿元人民币,较去年同期增长27%。平台累计客户数量达11413家,较去年同期增长39%。

以交易数据闭环让金融支持更加“靠前”

不同于第三产业,第二产业中的中小企业数字化程度仍然相对不高,在生产、运输等环节的数据采集率低,这意味着金融机构在面对其授信与风险评估的挑战仍然不小。

“在过去,中小企业获得银行授信的方式主要是通过核心企业确权。如果核心企业不确权,这部分中小企业是很难获得银行的融资的,无论是从积极性还是从确权后资金占用的角度来看,核心企业确权的意愿往往相对不高。”上述行业人士说道。

而在将交易数据转化为信用,减少对核心企业与传统金融模式依赖方面,已经有供应链金融科技公司做出尝试。

“去年,我们服务了一家基建行业的核心企业。这家公司2021年的应收账款规模约2万亿元,这意味着在其供应链上下游有成千上万的中小微企业。这些中小微

企业是供应链中不可或缺的一环,但是金融机构出于风控成本以及数据不足等因素考虑,难以完全覆盖这部分中小微企业的融资需求。而我们的服务路径之一,则是先与供应链中的核心企业达成合作,再通过核心企业为上下游中小微企业提供资金支持,辐射上下游,比如基建工程的材料供应商、提供劳务服务的分包公司。与此同时,我们还会输出产业互联网解决方案。”盛业(06069.HK)合伙人兼首席战略官原野告诉记者。

原野表示,“这些中小企业与我们的核心企业从一开始达成合作意向,会签订合同、采购、发货、签收,再对账、开发票,最后完成回款。但其实,在最开始准备订单的环节,这些中小微企业就已经需要资金投入,有了现金流的压力。而我们所做的事情就是希望通过前期的大数据分析和智能风控,多维

度验证这些中小微企业交易的真实性与合理性,然后在交易的各个环节提供更灵活和便捷的供应链数字金融解决方案,让中小企业可以在更前端的供应链环节中获得资金的支持,比如说订单期间、到货期间、对账期间、账单期间、发票期间。”

在原野看来,盛业在整条供应链的运作里,并没有改变买卖双方原有的模式,而是在上述所提及的节点,为客户匹配与所处阶段相适应的服务。“在基建行业,我们大面积铺设‘智慧工地’,从智能门禁、深基坑监测、塔吊监测、全景视频监控、电子地磅等设备中,实时监控和获取整个工地的施工进度、物料进出、人员动向。这与ERP(财务企业资源计划)系统不一样,ERP系统统计的数据在时效性上是相对滞后的,可能是以月报、季报、年报的形式呈现,无法直接应用于供应链金融,而可实时获取或

随时调阅的称重数据、影像记录、验收入单据、材料区照片,可以让我们非常高效地了解到每一笔底层交易的真实性与合理性,而且减少人工操作的繁琐流程和出错概率。这种交易数据的对接,在效率上的提升是清晰可见的,以前我们的风控专家要到处‘飞’,去到施工现场完成尽调,用户也要填写和上传很多资料,现在都是线上化操作,效率大幅提升。客户可能只用一天甚至当天就可以获得审批。”

今年8月底盛业发布的2022年中期业绩公告显示,盛业在产业互联网板块保持增长态势。截至2022年6月30日,数字金融解决方案收入为3.02亿元人民币,同比增长51%。日均供应链资产余额约83亿元人民币,同比增长约52%。累计处理的供应链资产规模约1456亿元人民币,较去年同期增长27%。平台累计客户数量达11413家,较去年同期增长39%。

有客户供应链中的渗透,存量客户持续实现资产规模增长。联易融通过技术创新及持续迭代,不断为客户升级和改进解决方案,针对不同行业供应链属性特点,持续创新供应链场景及产品形态。例如拓展在供应链金融资产类型的场景创新,从应收账款融资进一步拓展至经销商融资、订单融资及供应链票据。现有产品形态上,联易融积极创新优化以满足客户定制化需求,以应收账款多级流转产品为例,在产品的基础上进一步丰富了包括应收账款质押融资、应收账款池融资及现金折扣类等多元产品形态,令行业应用场景和范围更加完善。

“双链合一”打出普惠“纵深”

事实上,近年来,除了通过科技拓宽金融服务对实体经济中企业的覆盖面,供应链金融业务在赋能深度与渗透力上也在持续创新。

2017年,供应链金融科技解决方案提供商联易融科技集团(09959.HK)推出市场上首个基于区块链技术的多级流转平台——多级流转云,平台能够创建代表一级供应商对核心企业的应收账款的电子凭证,链属供应商可以以此来履行在供应链中的付款责任或向金融机构取得融资。

联易融相关负责人告诉记者,“联易融的核心企业客户中,家电龙头企业创维是一个典型案例。

创维与联易融共同打造供应链金融科技解决方案,将自身的ERP系统与供应链金融科技平台进行对接,将所有的结算电子化、可视化,并迁移到区块链之上。在区块链供应链债权多级流转平台的帮助下,创维可以将其数字债权凭证,流转到最多第十一级供应商,实现数字化供应链管理。”

根据灼识咨询,在中国主要供应链金融科技解决方案提供商中,联易融率先应用区块链科技,提升供应链金融及支付的可追溯性和真实性。

2022年上半年,联易融多级流转云业务处理的供应链资产总量达到人民币266亿元,同比增长

城投发力基建投资年内增速或冲10%

本报记者 石健 北京报道

随着今年以来专项债及保障基建等政策陆续出台,不少城投公司已实现营收增加。《中国经营报》记者在采访中了解到,以专项债拉动基建投资已经成为很多城投今年重点发力的重点方向。

自今年4月中央政治局会议提出“全面加强基础设施建设”“央行23条”等金融政策以来,以专项债为切入口保项目落地、促城投发展已经在多地生根开花,既满足了城投平台的

促进营收增加

国家统计局发布的数据显示,今年1月至8月,基础设施投资同比增长8.3%,比1月至7月份加快0.9个百分点,增速连续4个月持续加快。前8个月,基础设施新开工项目个数达到5.2万个,比去年同期增加1.2万个,比1月至7月增加了7896个。

天风证券研究所固收首席分析师孙彬彬认为,基建作为政策抓手,在上半年始终维持较高增速。7月基建投资累计同比增长9.58%,延续了对经济增长的重要拉动作用。“从城投具体报表来看,城投无形资产科目保持较高增速,印证基建发力。无形资产科目中包括土地开发权、特许经营权、房屋使用权等分项,其中特许经营权占绝大部分。无形资产规模较大的城投平台为交通建设运营类平台,无形资产的增能反映基建项目的支出情况。2022年上半年,无形资产总规模和同比增速均有提升,同比增加31.83%,保持高速增长。可以看出,上半年基建发力,城投平台保持了应有的投资规模及增长趋势,传统公益性业务仍是城投的主要发力点。”

数据还显示,城投公司2022年半年度总资产规模相较于一年度也呈扩张态势,有74家城投公司实现了资产规模正增长,其中,最大增幅为865.3%。公司营收增幅较大的原因,与公司参与的PPP项目进入运营期所带来的收入增加有关。

对此,有业内人士分析认

融资需求,又保障了城投的盈利点。稳增长、促基建已经成为城投行业不可或缺的经营思路之一。

对此,多位业内人士在接受记者采访时分析说,“上半年基建发力,城投平台保持了应有的投资规模及增长趋势,传统公益性业务仍是城投的主要发力点。同时,地方债尤其是专项债发行使用的进度靠前、支出范围有所拓宽,参与相关项目的城投企业融资状况或将边际改善。”

对此,有业内人士分析认为,“PPP即公共基础设施建设中的一种项目运行方式,这也反映出城投在基建方面有重点发力的迹象。”

数据显示,在资产规模排名前100位的城投公司中,有58家城投公司实现了营业收入同比增长,其中最大增幅为865.3%。公司营收增幅较大的原因,与公司参与的PPP项目进入运营期所带来的收入增加有关。

而现代咨询研究院披露的

10 年成就面面观

跨境电商规模五年长十倍 小微外贸的数字化征途

本报记者 李晖 北京报道

从事家居照明市场的广州延讯贸易总经理李大卫在外贸行业已经打拼十年。“我们转型比较早，借助很多数字化手段，可以继续把中国好货推向更多RCEP国交易数字化加速产品出海

跨境电商潮起之下，跨境支付市场也迎来空前爆发。

十年前，还在迪拜做公司外派员工的龙先生看到中国制造在海外市场竞争激烈，意识到“把中国产品卖到海外”可能是一个靠谱的生意。其选择了智能平衡车的赛道，在速卖通上做起了“小生意”。

龙先生生意越做越大时，传统国际电商网络对微外贸企业的“不友好”开始突显——操作困难且资金回收周期较长，尤其对订单小、资金分散的小微外贸成本很高。

当时的中国电商正在“黄金时代”。商务部2013年数据显示，境内通过各类平台开展跨境电商服务的企业超过20万家。2014年，中国跨境电商交易规模为4.2万亿美元，同比增长33.3%。支付宝等第三方支付工具起步，但在跨境结算中仍是外国银行和支付公司的天下。

在龙先生电商生意蒸蒸日上的同期，2014年，有着美国康涅狄格大学数学系背景、曾担任精算师

家(注：签署区域全面伙伴关系协定的成员国家)的新兴海外电商平台。”他向《中国经营报》记者表示。

据海关总署统计数据，中国跨境电商进出口五年增长近十倍，截至2021年规模已经达到1.92万亿元。

陈宇频繁往来于纽约和硅谷之间，一些从事跨境电商朋友的吐槽让他嗅到创业商业——“我们赚到的钱，一大部分利润都被吃掉了。”由于当时国内跨境支付市场被国际支付巨头垄断，一笔跨境款项要收3%-5%的手续费，几乎吃掉近1/3的利润。以一家销售额为1000万美元的企业为例，在跨境收款时服务费就要扣去180万~300万元人民币。

陈宇认为，海量跨境收款需求与“贫乏”的可选工具，造就了供需之间的巨大缺口，参照跨境电商产业的发展势头，跨境支付也将具备长期增长的可能性。2015年，其回国在杭州创立了跨境支付服务的公司Pingpong。几乎在同一时期，连连、空中云汇、派安盈等一批国内外公司开始面向中国外贸商家的跨境交易加大投入，逐步在境外多国获得相关支付业务牌照。

由于国际支付公司的基础架

构、技术设施和服务框架等都是按照大型企业设置的，这套体系很难适配以小额、高频、碎片化交易为特征的中小微企业。因此，对外贸小商家而言，需要从底层技术架构进行革新设计。彼时，通过跨境支付新势力的技术突破和银行、卡组织之间的运作，跨境交易的费率拉低近70%，收款时间也进一步下降到最快几个小时。

跨境电商潮起之下，跨境支付市场也迎来空前爆发。而被卷入浪潮的不仅是支付产业。服务贸易创新发展引导基金显示，自成立以来，其在数字经济和贸易新业态领域已完成半数以上的投资，大多数基金也对数字经济和贸易新业态领域进行了投资。

商务部服贸研究所所长李俊在接受记者采访时表示，外贸数字化的过程中有几个亮点：第一是金融科技，贸易结算数字化，这个环节的革新推动了交易的效率反

之，平均每家出海经营3.5个海外市场，2022年这一数据已增至6.5个。尤其四五月是微型跨国企业全球开店的旺季，25%的人明确表态想去RCEP新市场。

在这种背景下，服务方可以做什么？万里汇中国区总经理丁岩松所透露：今年年初，万里汇推出了一个“全球远航计划”。“这个平台上我们主要想解决三个问题：第一，降低开店门槛。第二，提升商户开店能力和他的意愿。第三，让店铺能够更快的时间开出来，资金能够快速回笼。”他透露，“这项货通全球的计划发布后，今年1~7月客户开店申请数量是去年的七八倍。”

除了卖品场域上的变化，自主品牌建设仍是面临的最重要任务。丁岩松向记者表示：过去几年跨境电商的竞争已经非常充分，利润率被打到3%~8%左右。而那些有自主的品牌，掌握知识产权、对供应链的把控也非常扎实的卖家，在今年大环境动荡期

次征途——在“卖全球，买全球”的浪潮中，数字化技术降低了国际贸易专业化门槛，为全球数字贸易投资注入了新动能。像李大卫这样一大批不会做、做不起、不能做的小微主体成为“赶海”舞台的重要角色。

推动整个外贸产业链数字化进程；第二是智慧物流，全球供应链和物流的数字化发展，数字化管理；第三是数字营销，比如从传统搜索引擎到基于外贸大数据工具、直播带货等方式实现精准营销；第四是数字会展，云上会展等永不落幕的会展形式，也为我国外贸企业开拓国际市场提供了非常重要的渠道。

一笔跨境电商订单背后，往往融合了很多文化、科技以及服务的协同。在坚果资本创始人孙宏达看来，“比如用户在tiktok平台上观看以及下载中国的文化产品，之后产生了相关产品的定制需求，通过中国独立站的卖家，在网站上进行定制、付款以及购买。整个流程分解为多个环节，每一个环节里面都包含了包括云计算、金融科技、智慧物流、数字营销、柔性制造以及SAAS、ERP全方位的服务，这是非常典型的科技领航。”

利润率仍能维持在20%甚至更高。“刚开始什么火就卖什么，打价格战最管用。但近年来行情开始发生变化，海外消费者在网上买‘中国制造’不光看谁便宜了，你还得有自己的东西，包括自己的品牌、自己的设计，建立自己的粉丝群，加大研发投入。从数据看，加大研发投入是有效的，目前我们赚钱的产品其实都是研发的非标品，能占到毛利率80%。”李大卫表示。

跨境电商欣欣向荣，但仍能看到，在整个贸易数字化方面，当前我国仍有巨大发展空间。据李俊透露：2020年，中国的数字服务进出口2940亿美元，其中出口只有1500亿美元，仅为美国的29%，位列世界第六位。和跨境电商为代表的货物贸易相比，服务贸易的数字化仍然有限。未来，这些知识密集型和科技密集型的服务企业持续“走出去”，不断加大海外营收占比，才有利于其国际竞争力的进一步提升。

上接 B7

今年以来，城投开展基建已得到多项政策加持。今年5月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》，提出支持符合条件的企业发行县城新型城镇化建设专项企业债券；银保监会发布《关于银行业保险业支持城市建设和治理的指导意见》，引导银行保险机构支持城市更新项目，支持县城建设及城市基础设施向乡村延伸。

此外，各地也出台保障基建的相关政策文件。6月6日，河北省发展和改革委员会、国家开发银行河北省分行联合发布《关于实施2022年河北省“全面加强基础设施建设”融资专项工作的通知》，效应将有所显现，预计全年基建投资增速有望冲击10%。

专项债撬动作用显现

根据企业预警通的统计信息，2020年至2022年，每年新增的地方政府专项债券(以下简称“专项债”)规模均在3万亿元以上。自2018年首度超过1万亿元以来，专项债已经成为稳投资、稳增长的关键举措。尤其在城投融资方面，实现利好。

江西一家城投公司融资部负责人告诉记者，“随着城投自身业务规模不断发展，传统的代建业务也受到回款、工期等因素的影响存在一定的发展之后，但是通过申请专项债，公司的基建业务将运转的更快。城投通过和地方政府的职能部门进行合作，通过委托代建的模式建设基础设施项目。在这种模式下，城投公司不需要自己进行融资，不会增加公司的债务负担，同时还可以增加公司的营业收入，提升公司的盈利能力。”

公开资料显示，2022年专项债券继续重点用于交通基础设施、能源、农林水利、生态环保、社会事业、城乡冷链等物流基础设施、市政和产业园区基础设施、国家重大战略项目、保障性安居工程等九大领域。不过，有业内人士表示，近期专项债的使用还将继续扩容，将新增新能源和新基建领域，“这也意味着城投在选择专项债上的选择度有所增加，尤其是在新能源和新基建领域，不仅促进项目上马，也有利于推进城投平台转型升级。”

此外，随着专项债涉及领域的扩大，其投入项目的想象空间也在增加。云南一家从事康养业务的城投公司负责人告诉记者，时下，他们正在申请养老托育专项债。“发改委要求大幅提高养老服务质量和扩充护理型床位，配置消防设施和辅助设施，加快建设县级特困人员供养服务设施(敬老院)。引导社会力量发展普惠养老。尤其对于县城来说，外出人口的增加，导致‘空巢老人’增加，通过搭建康养平台，加快康养基础设施建设，一方面有利于公司业务，另一方面力促实现‘十四五’提出的推进以人为核心的新型城镇化建设。”

微众信科：信用经济互联互通，征信只是开始

10月10日，市场监管部门发布最新数据显示，十年来，我国市场主体总量实现历史性突破，净增超1亿户。截至2022年8月底，登记在册市场主体达1.63亿户，相比2012年底的5500万户，年平均增幅12%。其中，企业从1300多万户增

为什么要搞信用经济？

“信用经济”在政策文件中频频出现，引发社会各界广泛关注。什么是“信用经济”？2020年11月国家相关会议明确指出，“市场经济首先是信用经济，信用经济必须是法治经济”“要通过推进社会信用体系建设，加强诚信建设、营造公平诚信的市场环境和社会环境”。

各类市场主体日常商业活动中，存在如赊销、应收账款、预付账款等大量的信用行为，但如果把信用经济当成一个硬币，这些只是其中一面而已，另一面是什么呢？就是赊销出去的，最后能收回；贷款出去的，钱能回来，如果最后形成大量的呆账、坏账，这样的经济肯定不是信用经济，也就是说信用经济的侧重点不是某种经济形态，而是一种经济循环方式。

加至5100多万户，接近美国和欧盟企业数量之和；个体工商户从4060万户增加至1.09亿户，各类市场主体的持续稳定健康增长与发展是夯实经济发展基础，发展覆盖全社会的信用经济，谋划和促进实体经济的发展与金融健康的必要前提。

搞信用经济，一方面是要强调更高的信用渗透率；另一方面是需要配套更加成熟的信用服务市场，更加专业的信用服务机构，而不仅靠金融系统内部的体制机制改革。在信用经济条件下，社会资源配置的领域不仅包括自然资源，还要涉及社会人文资源，主要运用的方式与配置的依据不仅要有实体资本，还要有信用资本。信用成为社会关系、经济运行、管理制度的核心要素之一。

那么，如何推进？要做的事情可能包括但不限于：完善基础信用体系，支撑信用经济发展；加强信用监管改革，优化区域营商环境；创新信用应用机制，推动信用服务实体经济；加快信用产业聚集，培育信用服务市场；深化信用示范创建，打造信用品牌等。

这是市场涌来的潮，征信待解的题

信用经济互联互通，各类市场主体风险管理成为“必答题”。

2021年11月30日，在由南方日报联合微众信科等发起的金融支持实体经济调研启动会上，一家老牌制造企业讲述了自己的“应收账款困境”。该企业是众多国际知名品牌和商超的供应商，拥有数万平方米生产基地，以前主要做出口，特殊时期，出口转内销，平均回款时间要120天甚至150天以上。前一年的应收账款，到现在为止还有近2000万元未回款。与此同时，

近日，《中国普惠金融指标分析报告(2021年)》的发布值得人们重视。它不仅披露了诸多重要的调查数据，也阐述了监管部门对普惠金融的最新关切与展望。其中“金融健康”一词被正式引入，并且出现了5次。

“金融健康”，对金融而言，是从普惠金融的政策制定和制度建设、金融机构的产品研发、金融教育和金融消费权益保护等各方面施力，促进金融可持续；对各类市场主体而言，是关注企业全周期信

工厂要面临7000万元/月的流动资金，一旦现金流不足，工厂就很难支持。因此，订单来了，紧跟而来的是账期。中小企业困在账期里。国家统计部门数据也显示，截至2022年8月末，规模以上工业企业应收账款20.98万亿元，应收账款平均回收期为54.4天，同比增加2.9天。而更多处于产业链条尾端的中小企业，这个天数还需更长。

事实上，融资不是唯一的解决方案，企业管理好自己的上下游是关键，任何企业管理好自己的供

用管理的价值，做好供应链管理，关注运营导向，做好趋势分析，促进实体经济的商业可持续。

换言之，数字经济和信用经济时代，卓有成效的商业信用管理将成为企业本身的竞争优势，当每家企业都有企业征信和风险管控的理念和意识，并且能把数字化风险管理的能力和措施运用到企业甄别客户和风险跟踪，聚焦金融健康，内外合力的作用下，可靠的应收账款将作为一种良好信誉而成

链都是刚需，稳定的供应、稳定的经销管理，企业与企业之间的供应和经销关系就是货物和资金的融通。一面是金融机构输血，一面是企业自己造血，双管齐下才能可持续。在过去，银行跟企业之间的企业与企业之间的信任，均来自于长期的稳定的持续的交流，而实际情况是这种“长期稳定持续”的状态很难，所以必须洞察信用危机，动员信用主体整合新要素、重塑信用关系。这个洞察危机、动员主体、重塑关系的过程

为合理的融资机会，应收账款风险管控的良性循环下，能够加速流转防范风险。正如相关人士指出：对金融企业来讲，除了对企业的融资要讲ESG以外，对个人的融资也应该提倡不能助长个人财务失衡，盲目追求交易量或者是交易收入，也要有ESG的考虑。那么，聚焦金融健康，关注可持续的金融与可持续的商业，便与这一考量相符。

诚然，不仅如此，当信用经济的一声“发令枪响”，建设覆盖全社



洞察信用危机，进行上下游风险管理成为企业可持续发展必答题

程非常重要。当信用主体间都能有一个清晰的上下游风险画像，能够做好应收账款期间的风险跟踪——那么，这便是企业自己可以把控风险的锦囊。

因此，动态的商业信用风险管理，这是征信可以解决的问题。

会的征信体系，提高征信服务质量，推动不同领域、不同平台的个人和企业信用信息共享应用，不同征信系统互联互通与应用，是帮助各类市场主体形成正确征信认知的方式，是增强普惠金融可持续性、提升融资获得率和满足率的基础，是坚持“征信为民”和“信用有价”的理念和实践，更是眼下信用经济各个参与者构建多样化征信市场、多维度征信产品、多渠道征信服务的努力方向。

广告

奋进新征程 建功新时代

·非凡十年

十年来地区差距持续缩小

区域协调发展迈向更高质量更高水平

本报记者 夏晨翔 北京报道

统筹区域发展,是“国之大者”。

《中国经营报》记者了解到,党的十八大以来,随着京津冀协同发展、长江经济带发展、粤港澳大湾区建设、黄河流域生态保护和高质量发展等区域重大战略的谋划部署,西部大开发、东北振兴、中部崛起等政策体系的进一步完善,区域协调发展取得了历史性成就、发生了历史性变革。

区域协同加速推进

正是上述一系列区域重大战略的推进实施,全国区域发展相对差距正在持续缩小。

京津冀协同发展是新时代第一个区域重大战略,设立河北雄安新区,则是深入推进京津冀协同发展、有序疏解北京非首都功能的重要举措。

自2017年设立以来,雄安新区经过5年多的规划和建设,已进入承接北京非首都功能和建设同步推进的重要阶段。

目前,雄安新区100多个建设项目建设加速推进,累计完成投资超过4000亿元。首批标志性疏解项目加快在新区落地,中国星网、中国中化、中国华能等3家央企总部启动建设,中国矿产资源集团注册落地,首批疏解的高校、医院基本确定选址。同时,一批符合新区功能定位的市场化疏解项目落地建设。

黄河是中华民族的母亲河,保护黄河是事关中华民族伟大复兴的千秋大计。2019年9月,黄河流域生态保护和高质量发展正式上升为重大国家战略。

此后,国家层面先后印发了实施黄河流域生态环境保护、水安全保障、文化保护传承弘扬等专项规划,制定出台了黄河流域湿地保护修复、水资源节约集约利用、污染防治、水土流失治理、财税支持、科技创新、城乡建设等政策举措,并出台实施方案支持

国家统计局发布的数据显示,2021年,东部、中部、西部地区生产总值分别为59.2万亿元、25万亿元、24万亿元。按不变价核算,2013~2021年,三个地区生产总值分别年均增长7%、7.5%、7.7%,中西部地区发展速度领先于东部地区。

此外,从居民人均可支配收入看,2021年,东部、中部、西部区域的居民人均可支配收入分别为44980元、29650元、27798元,最高

的东部和最低的西部之间的收入比,由2013年的1.7:1缩小至1.62:1,区域良性互动,相对差距逐步缩小。

“区域重大战略就是协调中小城市和小城镇的关系。通过规划引领、交通完善、加强沟通联系、消除行政壁垒等,最终达到区域和城乡的协调发展。”中国区域科学协会副会长、国家发改委国土开发与地区经济研究所原所长肖金成表示。



2022年4月7日,航拍雄安新区京雄城际铁路雄安站。视觉中国图

宁夏建设黄河流域生态保护和高质量发展先行区。

相关资料显示,今年1~6月,黄河流域地表水I~III类水质断面比例达82.4%,同比上升5.8%。2019年以来,共治理水土流失面积2.4万平方公里,黄土高原植被覆盖度由本世纪初的30%上升至目前的60%以上。雪豹、白唇鹿、岩羊等大型野生动物重现黄河源。

2020年6月,《海南自由贸易港建设总体方案》实施,海南自由贸易港建设正式起航。

得益于自贸港政策的红利,海南外贸外资增速取得历史性跨越。货物贸易方面,2021年增长57.7%,规模首次突破千亿元;今年上半年,同比增长56%,增速快于全国46.6个百分点,居全国第二位。服务贸易方面,2021年增长55.5%,比全国快39.4个百分点。

此外,放宽市场准入特别措施的落地,也使得企业对投资海南自由贸易港热情高涨,市场主体迅速增加。近两年新增市场主

体超过100万户,增速连续28个月保持全国第一,截至今年8月底,存续市场主体已突破200万户。

正是上述一系列区域重大战略的推进实施,全国区域发展相对差距正在持续缩小。

2021年,中部和西部地区生产总值分别达到25万亿元和24万亿元,与2012年相比增加13.5万亿元、13.3万亿元,占全国的比重由2012年的21.3%、19.6%提高到2021年的22%、21.1%。中西部地区经济增速连续多年高于东部地区。

东部与中西部人均地区生产总值分别从2012年的1.69、1.87下降至2021年的1.53、1.68,东西差距持续缩小,区域发展的协调性逐步增强。

此外,2021年,京津冀、长三角、粤港澳大湾区内地9市地区生产总值分别达9.6万亿元、27.6万亿元、10.1万亿元,总量超过了全国的40%,发挥了全国经济压舱石、高质量发展动力源、改革试验田的重要作用。

经济发展协同推进

2013~2021年,黄河流域9个省区投资合计年均增长7.8%。

投资是拉动经济增长的“三驾马车”之一。在国内经济内循环的大背景下,不断拓展深化以“西部大开发、东北振兴、中部崛起、东部率先发展”为主要内涵的区域发展总体战略,使得区域投资协同性不断增强。

统计数据显示,2013~2021年,东部、中部和西部地区投资年均增长分别为7.9%、10.8%和8.9%。2021年,东部地区占全国投资的比重为44.4%,比2012年下降0.7个百分点。中、西部地区占全国投资的比重分别为26.2%和26.3%,比2012年分别提高5.4和1.8个百分点。此外,2020年和2021年,东北地区投资增速分别比全国高1.4和0.8个百分点。

另一方面,在区域重大战略推动下,2013~2021年,京津冀三省市投资年均增长5%。而在推动京津冀协同发展的进程中,产业升级转移也在有序进行,2021年北

京、天津高技术制造业投资同比分别增长99.6%和22.5%,河北信息传输、软件和信息技术服务业投资增长22.8%。

2013~2021年,长三角三省一市投资年均增长8.6%,长三角一体化发展进展顺利,基础设施互联互通水平持续提升,现代化综合交通运输体系基本建成。

2016~2020年,粤港澳大湾区固定资产投资累计超过2万亿元,年均增长11.5%,港珠澳大桥、广深港高铁香港段等重大基础设施项目相继建成。

此外,依托长江经济带发展战略,2013~2021年,长江经济带覆盖的11个省市投资合计年均增长11.4%,增速比全国高1.7个百分点。2021年长江经济带占全国投资的比重为44.3%,比2012年提高8个百分点。

2013~2021年,黄河流域9个省区投资合计年均增长7.8%。随着

黄河流域生态保护和高质量发展战略的深入推进,黄河流域持续优化调整区域经济和生产力布局,2020年和2021年黄河流域投资增速分别比全国高1.1和0.7个百分点。

投资提速也使科技创新成为推动区域协调发展的新引擎。

据了解,北京、上海、粤港澳大湾区三大国际科技创新中心,均跻身全球科技创新集群前10位,不断提升创新能级和国际化水平。而北京怀柔、上海张江、安徽合肥、大湾区四个综合性国家科学中心和雄安新区建设也各具特色,打造了引领未来发展的基础科学平台。

作为区域科技创新资源的聚集地,国家高新技术产业开发区数量已由2012年的105个发展到2021年的169个,区内企业数由6.3万家增加到16万余家,培育壮大了一批优质产业集群,实现与23个自主创新示范区、78个国家创新型城市互动互补、互联互通。

城乡市场共同壮大

以城带乡、城乡融合的流通发展机制持续推进,进一步带动了消费市场的区域平衡性和协调性不断增强。

党的十八大以来,在城乡居民收入稳步增长的前提下,伴随着商品市场供给日益丰富,居民消费能力和消费意愿有效提升。特别是城镇化进程加快推进,进一步带动了城镇特别是城区消费集聚水平和消费潜力不断提高。

在城市,商业布局更加优化,商业资源整合能力不断增强,城区消费品市场保持了良好的发展势头。2021年,城区消费品零售额超过27万亿元,2013~2021年年均增长8.1%。

与此同时,随着脱贫攻坚工作扎实推进以及乡村振兴战略深入实施,农村居民收入增长快于城镇居民,城乡居民收入相对差距缩小。包含镇区和乡村地区的县乡消费品市场活力被有效激发,消费潜力得到进一步挖掘,县乡消费市场发展步伐加快,市场占比明显提升。

2021年,镇区和乡村消费品零售额分别达10.8万亿元和5.9万亿元,2013~2021年年均分别增长10.4%和9.8%,增速分别高于城区消费品零售额2.3个和1.7个百分点;镇区和乡村合计的消费品零售额占社会消费品零售总额的比重由2012年的34%提高至2021年的38%。

而随着区域重大战略与区域协调发展统筹推进,区域发展空间布局持续优化,区域经济联动发展,加之城乡基础设施网络加快建设,以城带乡、城乡融合的流通发展机制持续推进,进一步带动了消费市场的区域平衡性和协调性不断增强。

统计数据显示,东部、东北、中部与西部地区居民人均可支配收入分别从2013年的1.7、1.29、1.1下降至2021年的1.63、1.11、1.07。中

西部地区人均社会消费品零售总额增速快于东部地区。而随着东部产业持续向中西部转移,中西部地区就业机会和吸引力不断增加,农民工跨省迁移数量明显减少。

从各区域增长情况看,中、西部地区消费市场增速较高。2013~2021年,中部和西部地区消费品零售额年均分别增长10%和9.7%,增速分别比东部地区消费品零售额增速高1.6和1.3个百分点。

从各区域占比情况看,区域结构更趋合理。2021年,东部地区消费品零售额占全国社会消费品零售总额的比重由2012年的52.5%下降至2021年的50.6%;中、西部地区消费品零售额占比与东部地区的差距分别由2012年的30.7和33.1个百分点缩小至2021年的26.5和29.6个百分点。

力争到2026年末上市企业数量突破100家

济南打造高质量省会经济生态圈

本报记者 颜世龙 济南报道

速键。

据了解,济南市政府相继印发的政策包括《济南市加快总部经济发展的若干措施》(以下简称“《总部经济措施》”)、《关于进一步推进资本市场服务高质量发展的若干

政策措施》(以下简称“《资本措施》”)、《济南市推进企业上市倍增行动计划》(以下简称“《行动计划》”)等政策。

多位企业负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示,济南此前

一直有相关扶持上市公司的政策,但此次政策力度更大也更全面。横向来看,重视程度非常之大。“从接连印发的几项政策来看,济南一方面在着手引进更大更强的企业落户,另一方面是通过内生力量培养

优秀企业上市,这不仅覆盖了企业,还涉及创投、私募、基金、券商等机构,正在加速构建生态圈。这无疑会让GDP已经过万亿的济南,再上一个新台阶。”一位企业人士评价称。

扭转意识

“我们去年在社保领域开发了一个新的产品,叫作养老金静默认证,现在已经获得全省推广。”山大地纬软件股份有限公司(以下简称“山大地纬”,688579.SH)高级副总裁、董秘张建军说,该产品主要是通过AI等技术解决退休老人在养老金领取时存在的真实性问题。“此前为了核查这个问题一般都会通过打电话的方式,或由社区工作人员上门由老人手持当日报纸拍照,但类似的流程往

往会给老年人留下很不好的感觉。现在我们通过AI等技术,可以通过老人们的家庭用电、用水数据,以此来核查和认证养老金的领取真实性。”

2018年就已入职公司的张建军见证了山大地纬上市前后的变化,伴随公司在2020年登陆科创板后,公司才实现了质的飞跃,由此有更多的精力、资源聚焦主业,开发新的产品和进一步拓展市场。

企业上市倍增计划

记者了解到,此次印发的《行动计划》目标是力争到2026年末,济南新增境内外上市公司50家,年均新增10家,总数突破100家,在全国主要城市中位次明显提升,储备重点上市后备企业500家、后备资源企业1000家。而为了实现这一目标,将具体实施10项措施,其中包括推动更多优质企业通过多层次上市融资;加大后备资源挖掘培育力度;做好上市后备企业精准化服务;实施包容审慎监管,帮助企业扫除上市障碍等针对性较强的

措施。

值得一提的是,在此次《资本措施》中关于组织领导方面,除了市级层面有专项推动企业上市小组,各区县也参照市级小组成立本辖区的领导机制并出台配套措施,就企业对接资本市场过程中遇到的共性及重点、难点问题,按照“特事特办、一事一策”原则解决。此外,还明确了主体责任,资本市场发展工作还成为各区县政府、行业主管部门的“一把手”工程,纳入本辖区、本行业国民经济和社会发展总体规划及主要

议事日程。

金融局相关负责人表示,在进一步完善资本市场发展扶持政策方面,集中了济南对资本市场领域的主要扶持政策,包括促进企业上市、挂牌、股权融资、发行债券和私募股权投资发展等方面。在统筹考虑市场因素、企业诉求和济南市财力的基础上,政策力度总体有所提高,比如将企业上市各阶段补助之和由800万元提升到1000万元,区域股权市场挂牌融资扶持政策上限从20万元提高到30万元,私募股权投资企业

投资济南市企业补助上限从200万元提高到300万元。

其中部分政策为新增政策,比如私募股权投资企业投资济南市种子期、初创期科技型企业两年以上的,按其实际投资额的5%给予补助,再比如对“荷尖”企业给予每家5万元的一次性补助,对获得私募股权投资两年的种子期、初创期“荷尖”企业按融资金额的3%给予最高10万元补助。还有部分政策是在原政策基础上进行了优化提升,比如对上市公司迁入政策与本地企业上市政策奖

补数额拉平,均为1000万元,将首发融资与再融资的补助标准统一,将私募股权投资企业募集资金补助由分段补助改为按募集规模的1%比例补助,最高补助2000万元,同时优化了部分条件要求。

“这些补助虽然对于大公司并不算什么,但是对于中小企业、准上市公司而言,其上市成本是不容忽视的,而这些政府补助则刚好弥补了这项成本支出,虽然不能说0成本上市,但却解决了相当大的心头之忧。”山东当地某私募企业高管说。

招引总部经济

记者注意到,济南除了激发本土上市公司内生力量,对外也进一步加强了总部经济的招引和培育。

《总部经济措施》显示,总部企业认定标准是根据总部企业的类型、能级和经济贡献,将认定标准分为3类。一是世界企业500强,中国企业500强和民营企业、制造业企业、服务业企业500强,山东企业100强和民营企业100强企业,可以直接认定。以上范围涵盖了主要企业类型,且均为高能级企业。二是企业及其分子公司上年度在济南市主要经济贡献2000万元以上;市外分子公司不少于2家或在济南实现的市外业务不低于50%,控股母公司符合规定的,只认定母公司。

三是符合济南市产业发展导向、具有重大产业支撑作用,与市政府签订合作协议,承诺3年内年均主要经济贡献不低于2000万元的新注册成立或新迁入企业。

据了解,2018年济南就已出台相关政策,自2018年《济南市鼓励总部经济发展的若干政策》实施以来,累计落实奖励资金2.9亿元。目前,济南共认定总部企业227家。

从同城化、都市圈再到城市群 长三角一体化跑出“加速度”

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

“长三角地区每座城市承担的功能都不一样，上海市无疑是经济和研发中心，而江苏省苏州市则有很好的制造业基础。我们的很多供应商都布局在这里，并打算在苏州市建设工厂，以此作为制造和研发的重要据点。”近日，蔡司大中华区总裁兼董事总经理福斯特（Maximilian Foerst）在接受《中国经营报》记者采访时感慨道。

今年是长三角一体化上升为国家战略的第四年，并交出了一份成绩斐然的经济“答卷”。相关统计数据显示，2021年，长三角地区GDP在全国占比达到24.1%，研发经费投入在全国占比达到29.8%；进出口总额达到14.1万亿元，占到全国的36.1%，和2018年相比增长了27.7%。

与此同时，长三角地区城市群一体化发展的趋势越来越明显。近日，上海市人民政府、江苏省人民政府和浙江省人民政府联合发布《上海大都市圈空间协同规划》（以下简称“《规划》”）。这也是全国首个跨区域、协商性的国土空间规划，旨在打造具有全球影响力的世界级城市群。

上海市委书记李强在《规划》实

一体化战略催生发展新动能

在长三角一体化国家战略指引下，“沪苏同城化”作为苏州市抢抓发展机遇的具体战略应运而生。

作为全球光学与光电行业巨头，蔡司在中国的发展之路与长三角地区紧密相连。早在1999年，蔡司便扎根上海外高桥保税区，成立卡尔蔡司（上海）管理有限公司（以下简称“蔡司中国”）。2012年，蔡司中国创新与研发中心在上海成立，这也是公司在海外市场布局的首个研发中心。

近年来，在长三角一体化国家战略指引下，“沪苏同城化”作为苏州市抢抓发展机遇的具体战略应运而生。蔡司也在2021年底宣布在苏州市建设新的工业和光学设备研发生产基地。

“之所以选择苏州市作为重要的投资地区和生产基地，是因为它距离上海市特别近，完美贴合蔡司对管理和生产的需求。”蔡司大中华区首席财务官、数字转型官马克

礼直言，随着“沪苏同城化”的持续推进，让蔡司在中国的管理、生产、研发能够更为一体化。在长三角地区，蔡司有非常好的合作伙伴和供应商，有利于整合资源；同时，该地区高校资源丰富，这些高校既是蔡司的客户，也为蔡司输送了大量光学和管理方面的人才。

蔡司蓬勃发展，也是外资企业在长三角地区落地扎根的一个缩影。相关统计数据显示，2021年，长三角地区三省一市（沪苏浙皖）自由贸易试验区货物进出口总额达3.1万亿元，占全国自由贸易试验区的46.2%；实际使用外资总计1042.6亿元，占全国自由贸易试验区的48.9%。

施推进会上指出，上海大都市圈建设是落实区域协调发展战略、推进长三角一体化发展的重要举措。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、研究员盘和林也分析认为：“一体化的核心目的就是要实现高质量发展，同时从根本上缓解区域发展不平衡的问题，上海大都市圈的建设能够在整个长三角地区发挥示范引领作用。”



《上海大都市圈空间协同规划》实施推进会以视频方式举行。

本报资料室/图

双向合作实现互利共赢

协同意味着上海市需要与另外八座城市进行平等的双向合作，从而实现互利共赢。

长三角地区的城市基本都经历了三大发展阶段。一是在我国城市化和工业化之初，城市发展都处于自我成长阶段，城市规模都扩大了好几倍甚至十几倍；二是进入同城化、都市圈发展阶段，这时城市发展遇到瓶颈，需要与周边城市协同发展；三是城市群发展阶段，这与交通通行能力的快速提高密切相关，长三角城市群是建设在高铁网络之上的。”上海社科院原副院长、研究员何建华向记者表示。

陆铭也指出，中心城市及周边的中小城市必然会形成一体化程度最强的都市圈，成为生产要素高效集聚的增长极。围绕核心大城市，在半径几十甚至上百公里的范围内，建成网络化的轨道交通和高速公路，人口、土地、资本等生产要素由市场力量进行配置，都市圈成为日常“通勤圈”。

李强表示，以交通的同城效应为骨架，加快构建城际轨道交通“一张网”，加快构建世界级航运航空枢纽体系；以流量的放大效应为纽带，推动关键资源要素

在大都市圈内高速流动、高频交换、高效增值。

何建华分析认为，上海大都市圈建设的两个关键词是“空间”和“协同”。一方面，上海市过去的发展过于中心化，需要借助大都市圈拓宽生存发展的空间；另一方面，尽管上海市毫无疑问是长三角地区的龙头城市，但协同意味着上海市需要与另外八座城市进行平等的双向合作，从而实现互利共赢。

在何建华看来，建设上海大都市圈对于上海市而言，第一，要加快建设对外联通的基础设施；第二，要分享教育、医疗和公共服务等优质资源；第三，要发挥金融、航运等服务功能；第四，人才资源并非零和博弈而应实现共享共赢。

盘和林建议，长三角地区的经济发达地区应将现有产业链向安徽省和苏北地区辐射，比如宿迁市的客服产业就是长三角其他地区产业链的延伸，通过发展相关配套产业，以此切入到长三角一体化发展国家战略的链条当中。

共建世界级高端制造集群体系

长三角地区不同城市间已经呈现出分工深化、优势互补、梯度发展的格局。

长三角地区的集成电路、生物医药、人工智能和汽车等战略性新兴产业和先进制造业在全国已形成优势产业集群，在全球价值链中的位势也在不断提升。

随着上海大都市圈的推进，长三角地区的产业集聚优势将进一步凸显。正如李强所说，上海大都市圈的空间协同规划，要以创新链、产业链的协同效应为底座，形成高效协同联动的区域创新矩阵，共同打造世界级产业集群。

上海交通大学安泰经济管理学院特聘教授、中国发展研究院执行院长陆铭认为，在制造业内部，

产业的规模化驱使产业链上下游企业在城市群内集聚，同时，服务业和制造业之间也会呈现出深度融合的趋势。在上述经济规律驱动下，长三角地区不同城市间已经呈现出分工深化、优势互补、梯度发展的格局。

根据《规划》，上海大都市圈将共建世界级高端制造集群体系。具体包括加速提升生物医药、电子信息、高端装备制造、新能源四大技术成长型产业集群体系；巩固强化绿色化工、汽车制造两大现状优势型产业集群体系；持续培育航空航天、海洋产业两大未来战略型产业集群体系。

其中，高端装备产业按照常苏甬（常州、苏州、宁波）三核、沪通（上海、南通）为辅、多集群布局的发展思路，全面加强高端智能装备制造的整体实力；新能源产业则形成以上海市、南通市、湖州市为核心的三大基地，重点发展风电氢能装备、储能产业集群，实现绿色循环产业的全面提升。

与此同时，长三角地区的科创协同能力也在不断增强。日前，长三角地区三省一市科技厅（委）共同制订的《三省一市共建长三角科技创新共同体行动方案（2022—2025年）》出台，提出聚焦长三角区域重点产业，从联合开展关键核心

技术攻关、强化重点产业科技支撑力、推广科技成果惠民技术三方面着手，促进创新链和产业链精准对接，实现区域高质量发展，到2025年初步建成具有全球影响力的科技创新高地。

盘和林分析认为，长三角地区应统合各方资源，利用区块经济优势，进行产业间的协同，将产业链上下游和创新链整个价值链条融合起来，从而实现产业协同和创新协同发展。“未来，随着长三角地区供应链更加稳健，抗风险能力更强，创新链更加积极主动，将逐渐形成以创新为驱动力的产业链、供应链发展模式。”

武汉楼市“黄金周”加速去化 政策组合拳或助推成交量回升

本报记者 杨让晨 张家振

上海 武汉报道

“二环的位置，三环的价格。”武汉市某大型连锁房产中介销售人员告诉《中国经营报》记者，国庆假期推出的特价房促销活动目

前还在继续。该中介人员提供的资料显示，上述楼盘在国庆假期推出的13套特价房源还有近一半处于待售状态。

据诸葛找房数据研究中心统计数据，9月份，武汉市楼市新房成交量为7778套，环比下降18.64%，

较2021年同期下降近五成。另据武汉市住房和城乡建设局发布的数据，在刚刚过去的国庆假期，武汉市商品住宅共成交472套，成交面积总计约5.66万平方米，较2021年同期下滑了36%。

事实上，今年以来，武汉市陆

续出台了多项房地产优化调整政策，以进一步提振房地产市场信心，推动市场库存去化。其中，今年国庆节期间，武汉市又降低了公积金贷款利率，并提高了贷款额度。

房地产企业也正积极推出打

折促销等优惠活动，通过“以价换量”的营销策略加快销售去化和回笼资金。以武汉市东西湖区中国铁建某项目为例，该项目近期推出的优惠房源降价幅度接近5000元/平方米，总价优惠达到26万~39万元不等。

对于武汉楼市发展趋势，中指研究院华中市场研究中心主任李国政在接受记者采访时表示，武汉市后续仍会根据市场发展状况适时出台稳定相关措施，支持刚需和改善性住房需求，进而保障经济社会稳定发展大局。

“以价换量”

武汉楼市预期还有待进一步提振。

克而瑞监测数据显示，9月份，武汉市房地产市场供应面积总计133万平方米，环比增加73%。临近“十一”黄金周，多盘集中取证扎堆供货，但因市场需求不足，同比2021年供应量仍下滑45%。成交量方面，武汉房地产市场9月共成交66万平方米，环比减少23%，同比减少45%。

克而瑞方面表示，由于武汉楼市9月下旬压力仍未缓解，部分房企仍在采取“以价换量”的营销策略，“中秋特价房促销普遍，持续性向市场推出特价房”。

诸葛找房数据研究中心数据显示，截至9月底，武汉市新房库存量为156071套，环比上升3.95%，同比下降2.45%。从去化方面来看，9月武汉新房去化周期为13.6个月，较8月份延长了1.1个月。

在经历了“金九”后，武汉市多个房地产项目在“银十”期间加快了抢跑入市节奏。克而瑞监测数据显示，国庆节假期，武汉市新老项目楼盘中的新房供应达到了4729套，在长假首日成交515套，去化率达到11%。

据不完全统计，国庆黄金周期间，武汉市有近20个项目抢跑

入市，不过销售去化率呈现出冷热不均的趋势。其中，位于洪山区的保利城七期云廷自9月29日开盘以来，共推出321套房源，销售230套，其中国庆7天合计去化率达72%；招商武汉城建未来中心在10月7日开盘推出的387套房源中，当天成交去化达100套。

而滨江金茂府和山海观等项目去化率则“挂零”，分别推出的98套和368套房源无一成交。此外，还有复星外滩中心、城投融创国博城、恺德光谷熙园等多个项目去化率不足10%。

值得注意的是，武汉市中心城区的楼盘项目推新意愿较强，部分项目的打折促销力度超出预期。

位于武汉楼市热点板块光谷的旭辉千山凌云就推出了10套特价精装修房源，可以享受9.8折优惠。武汉市汉阳区某楼盘一位销售人员告诉记者，在国庆期间推出了特价房活动，均价由1.8万元/平方米左右下调至1.6万元/平方米左右，并且在国庆假期结束后又立即推出了新的促销活动。“目前最低价降到了1.52万元/平方米，价格比国庆假期的最低价还低，而且还可以选到好一点的楼层和房源。”

此外，武汉市硚口区宗关板

块某项目销售人员也告诉记者，该项目在国庆节期间推出的特价房最大降价幅度达到了近50万元。不过，该楼盘在国庆期间推出的13套特价房源至今仍有半数尚未售出。

除特价房外，工抵房也加入了促销活动中，洪山区某楼盘即推出了10套工抵房，均价2万元/平方米起，比周边新房销售均价优惠了近1万元/平方米。

根据多家房企发布的国庆假期销售“战报”，金地商置武汉4个楼盘在国庆期间共计成交207套，成交金额约3.6亿元；华发股份武汉公司国庆假期销售额为1.7亿元，国庆目标完成率158%（权益）；旭辉集团华中区域公司旗下的旭辉千山凌云则在国庆节期间销售2亿元，“超额达成”预期销售目标。

李国政告诉记者，和其他同类型城市相比，武汉市推出楼市优化调整政策的时间较晚，从5月起至今持续优化相关措施，不断寻找政策宽松的边界，从“因城施策”到“因区施策”，以支持居民的合理购房需求，相关政策在6月和7月起到了一定的提振效果，“但总的来说，政策提振效应持续的时间较为有限。”

为推动房地产市场平稳健康发展，武汉市再度祭出了“因城施策”政策工具箱中的法宝，进一步对房地产政策进行优化调整。下调住房公积金利率、提升贷款额度、下调二套房首付比例，成为了武汉市楼市政策优化调整“组合拳”的一部分。

据武汉市住房公积金管理中心日前发布的公告，自10月1日起，武汉市将下调首套个人住房公积金贷款利率0.15个百分点，调整后武汉市5年以下（含5年）首套个人住房公积金贷款利率由2.75%调整为2.6%，而二套房贷款利率则保持不变，仍为3.575%。

除降低个人住房公积金贷款利率外，武汉市还降低了二套房首付比例。据相关媒体报道，目前武汉市的二套房首付比例已降至四成，而此前武汉二套房（144平方米以内）首付比例为五成，144平方米以上房源的首付比例为七成。

事实上，今年以来，武汉市已多次优化调整相关楼市政策，促进房地产市场平稳运行。记者梳理发现，仅在今年上半年，武汉市就已通过三轮渐进式的政策优化调整打出了政策“组合拳”，通过适当调整房贷利率和落户政策等举措，使得武汉楼市在年中出现了供销

双增长。

尽管武汉市频频打出楼市政策“组合拳”，但落地效果仍有待进一步提升。李国政告诉记者，受宏观经济疲软和新冠肺炎疫情防控等因素影响，上述政策落地的效果受到弱化，提振效果尚未完全显现。“以武汉市公积金个贷率为例，今年上半年该数据达到了96.13%，超过85%的警戒线，流动性相对比较紧张，因此进一步宽松的空间有限。”

与此同时，9月以来，央行下调了5年期以上LPR，同时与银保监会宣布实施阶段性调整差别化住房信贷政策，还有财政部、税务总局支持居民改善住房条件，给予符合条件的纳税人个人所得税退税优惠。

在此背景下，调整个人住房公积金贷款利率成为了促进武汉楼市平稳发展的工具之一。在李国政看来，提高公积金贷款额度能够切实降低购房人的首付成本，有效释放购房需求。而二套房首付降低再叠加商贷利率下调和公积金新政等形成政策“组合拳”，可以持续提振市场信心，10月份武汉楼市成交量有望迎来小幅反弹。

“预计武汉市后续仍会根据房地产市场发展状况，适时出台稳定市场发展的相关措施，进一步支持刚需和改善性住房需求，进而保障经济社会稳定发展大局。”李国政表示。

不过，武汉房地产市场当前仍需解决购房观望情绪浓厚的问题。据克而瑞统计数据，9月份，武汉市单盘来访环比增加10组，单盘成交持平8月，来访转认购比例降低，购房者偏向观望。按季度来看，三季度的来访和认购与二季度相比分别下滑了3%和19%。

有效缓解武汉市购房者的观望情绪，还需要进一步用好政策“工具箱”。李国政表示，今年以来，稳定房地产市场的政策频繁出台，房贷利率进一步降低，加快保交楼专项基金落地，加大复工复产保交楼力度，进一步优化调整限购政策，吸引人口流入等政策工具均能够进一步提振武汉楼市成交量，二手房带押过户、新房交易税费减免等流程优化也能够为武汉楼市库存去化带来一定助力。“未来，在市场有需要的时候或许会有更多政策工具派上用场。”

诸葛找房数据研究中心也分析认为，10月初，武汉市进一步出台了阶段性支持楼市政策，提高了公积金贷款额度并下调了房贷利率，预计随着利好政策逐渐发挥作用，“10月成交有望迎来回升走势”。

房地产市场迎来“定心丸” 广东多举措促市场稳定

本报记者 陈靖斌 广州报道

近日,广东多地相继出台政策来稳市场。9月21日,广东省统计信息网发布2022年1~8月广东房地产市场运行简况。

据了解,1~8月,广东省完成房地产开发投资0.99万亿元,同比下降12.1%。其中,商品住宅投资下降12.2%。分区域看,珠三角核心区房地产开发投资下降8.4%,沿海经济带下降24.5%,北部生态发展区下降35.7%。

《中国经营报》记者了解到,在此背景下,广东市场利率定价

稳定广东市场

广东省统计信息网发布2022年1~8月广东房地产市场运行简况。

数据显示,今年1~8月,广东省商品房销售面积同比下降24.5%。其中,商品房销售面积是指报告期内出售新建商品房的合同总面积,即双方签署的正式买卖合同中所确认的建筑面积。

房地产开发投资方面,今年1~8月,广东省完成房地产开发投资0.99万亿元,同比下降12.1%。分区域看,珠三角核心区房地产开发投资下降8.4%,沿海经济带下降24.5%,北部生态发展区下降35.7%。其中,房地产开发企业本年完成投资是指报告期内完成的全部用于房屋建设工程、土地开发

自律机制成员单位发布《关于调整辖内房地产信贷政策的决议》,按照“因城施策”原则落实首套和二套住房“认房不认贷”政策、河源调整首套房最低首付比例以及阶段性调整首套房利率下限。广州亦推进调整新房备案价以及“带押过户”事宜。

尽管如此,但在中国房地产数据研究院院长陈晟看来,“目前供应和需求端政策释放已经非常充分,包括最近个税安排以及公积金包括利率的下调安排。下一阶段还应出台相应政策,为优秀的企业带来更稳定的预期。”



近日,广东多地相继出台政策来稳市场。 本报资料室/图

工程的投资额以及公益性建筑和土地购置费等的投资。

在陈晟看来,市场整体发展信心不足。“作为改革开放先行地,广东前8月的市场情况,与全国市场的情况也相当类似,同时也体现出‘分城施策’的状态,可以看到,核心区域下降幅度跟沿海经济带的,跟北部生态发展区的下降幅度是不一样的,核心区还是优于其他的部分,这个跟全国的核心区域比周边区域要相对好是相关联的。”

事实上,为了维护市场的稳定与信心。近日广东多地也在“因城施策”地调整房地产政策。

9月30日,广东市场利率定价自律机制成员单位发布《关于调整

辖内房地产信贷政策的决议》,按照“因城施策”原则落实首套和二套住房“认房不认贷”政策、河源调整首套房最低首付比例以及阶段性调整首套房利率下限。

其中认房不认贷政策,对当地认定家庭名下拥有0套住房的,申请商业性个人住房贷款时,利率和首付均按首套房政策执行;而对当地认定家庭名下拥有1套住房的,申请商业性个人住房贷款时,购买普通商品住房的,利率和首付均按首套房政策执行;购买非普通住房的,利率和首付按二套房政策执行。

此外,对家庭有2笔未结清商业性个人住房贷款的,暂停发放商业性个人住房贷款。上述“认

房不认贷”标准从10月1日后开始执行。

值得注意的是,目前,佛山、珠海、中山、江门、东莞、惠州、肇庆、韶关、河源、云浮、清远、湛江等已完成备案工作。这意味着这12个城市是可以按照上面4条执行“认房不认贷”政策。

此外,9月15日,广州市还调整新房备案价,“一房一价”由原来按楼栋均价上下浮动6%,调整为可上浮10%、下浮20%,楼栋均价不能超过项目核定线均价。

9月22日,人民银行广州分行近日向辖内各中心支行及银行机构发布关于鼓励推广二手房“带押过户”模式有关事宜的通知,拟进行二手房“带押过户”推动工作。

重塑信心更需稳定预期

事实上,除了地方政府相继出台政策来维护房地产市场稳定外,社会资本也在释放积极信号以维护房地产的信心。

今年上半年,龙湖集团如期交付76个项目,共计5.25万套品质住宅,100%按期交付,其中超30%项目实现提前一个月以上交付。龙湖集团CEO陈序平在近期业绩说明会上表示,“我们整个开工节奏是通过减少一些未销售、未开工的组团来平衡,对于已经销售、已经开工包括确定交付的,我们会确保如期交付,甚至会提前交付。”

碧桂园计划交付1081个批次,截至6月30日已累计合同交付1070个批次,达到交付条件的产品超25万套、3743万平方米,按期交付率约99%。截至6月30日,碧桂园集团今年有36个区域146个项目165个批次实现“交房即交证”。

今年7月,中国奥园跟绿城首个代建合作项目落地广州云和公馆。目前,绿城旗下总包施工方已经进场作业。

尽管社会资本也在释放积极信号,但在陈晟看来,广东仍需出台更多有力政策,为优秀的企业带来更稳定的预期。“对整体区域里面的人口、产业、资源,包括环境要进行整体的平衡和协调,针对房地产市场的供需关系进行相关的推动和扶持,利用

好税收政策,货币政策以及市场政策,对不同的区域进行推动。”

中国豪宅研究院院长朱晓红则告诉记者,广东还要开诚布公地向房企向全社会表明对房地产行业发展的态度与规划。房企则要在看清大势的前提下,了解项目关联城市发展规划,深入了解房地产行业发展的权重,以及市场的潜力,拿地规模,开发规模要量力而行。

“在建项目,要确保合同中的品质与进度条款兑现。总之,房地产发展的难点:一是对房地产行业认知争议很大,认同感不足,这需要把行业纠纷以及企业自律自救结合起来;二是交楼房企是主体,义不容辞,但地方政府与关联部门,要派员入驻,制定可行可考核的帮扶措施。”朱晓红表示。

独立国际策略研究员陈佳则认为,就地域特色而言,广东在地产开发、房产销售与产融创新方面一向走在前列,辖区房地产企业积极转型现代服务业的尝试也有比较成功的案例。这个势头一定要保持下去,同时要深化产业链转型,推进产行业技术全面进步,不断提高房地产商品的科技人文综合价值。“最后要结合国家当前稳经济大盘,不断推陈出新稳定房地产高质量发展的宏观政策,做好区域政策配套,在促发展的同时做好控风险。”

实探热点城市“带押过户”:有城市已实际执行 交易成本降低1/3

本报记者 蒋翰林 广州报道

官方文件。

多位受访专家表示,“带押过户”是提振楼市,尤其是二手房市场的重要措施。相比此前还清按揭才可解押、过户,“带押过户”可降低成本、缩短周期,有助于新市民购房,也能促进换房需求,预计会有更多城市跟进“带押过户”模式,未来有望能够全面实行。

政策出台,实际落地情况如何?记者于9月25日联系多家国有、股份制银行在广州的支行,银行均表示仍在研究细节,目前没有进一步落实,尤其是抵押权隶属跨行的情况,执行“带押过户”的可能性不大,但行内带押过户转接揭未来应该是没问题的。

深圳首例“公证提存+免赎楼带押过户”

可以将交易成本直接降低三分之一。

9月1日,深圳市坪山区司法局发布《首创!坪山公证处完成深圳首例“公证提存+免赎楼带押过户”二手房交易服务,实践二手房交易新模式!》一文。至此,深圳完成了首例“公证提存+免赎楼带押过户”的二手房交易,成为首个执行“带押过户”模式的一线城市。

据坪山公证处官网消息,该处于6月中旬与交易各方签署“公证安心付”资金监管(担保性提存)服务协议,7月底顺利完成带抵押过户、资金结算及抵押登记注销,并于8月中旬完成房屋交接及尾款结算工作,此次交易涉及十几套房产,4000多万元交易资金。

坪山公证处称,“带押过户”模式免去了赎楼环节,也为交易双方节省了赎楼过程中产生的赎楼资金利息、担保费等赎楼费用,按目前市场一般赎楼费用测算,可以将交易成本直接降低三分之一,对于被查封房产的交易,由于赎楼的费用更高,降低的比例无疑更大。但值得注意的是,该业务目前只针对不良资产和查封房产。

传统的二手房交易需要“先赎楼再过户”,流程较为繁琐,整个周期可长达一个多月。通常的操作流程包括:卖方借款或买方垫资还清银行贷款,进而解除抵押、办理交易过户,再由买方重新设立抵押,一系列流程缺一不可。登记完成后买方银行放款,卖方最终才能拿到剩余的房款。

在这一过程中,卖方往往需要花费大量时间筹集资金、到银行办

热点城市积极探索

专家称“带押过户”缩短了交易的周期,有助于新市民购房,也能促进换房需求。

深圳、广州都对于“带押过户”实施风险进行了政策把控。其中,深圳坪山区司法局提出了引入具有政府信用背书的独立

第三方机构“公证提存+免赎楼带押过户”模式。广州相关政策文件则称,针对跨行间二手房“带押过户”可能产生产权过户

后,银行抵押权落空、交易最终未达成的风险,可引入公证或担保等第三方机构,保障资金安全,防控业务风险。



广州市黄埔区中介门店,中介人员告诉记者,目前“带押过户”还没有操作实例。 蒋翰林/摄影

广州:尚未落地 已在研究细则

记者咨询了广州国有四大行及股份制银行,银行方面均称目前还没有进一步的举措。

多地推出“带押过户”二手房交易模式的背后,是近期二手房交易下降,跌幅甚至大于新房市场的状况。国家统计局数据,8月份,一线二手住宅销售价格环比涨幅由7月上涨0.2%转为持平;二线城市二手住宅销售价格环比跌幅扩大0.1个百分点,为-0.3%。贝壳研究院最新监测数据显示,8月份,重点50城二手房市场活跃度较7月有所减弱,超七成城市二手房成交量环比下降。

不过就广州“带押过户”的执行情况来看,政策尚未完全推开。记者咨询了广州国有四大行及股份制银行,银行方面均称目前还没有进一步的举措。

一位银行个贷经理表示,“目前银行正在研究细则,将会引入合作的担保公司来确保资金安全,过户顺利进行,预计后续将会推出行内的带押过户业务,也就是二手房买方需要在此前卖方该房屋的抵押贷款银行办理贷

款;但对于抵押权隶属跨行的,对方称可能短期内执行尚有难度。”

同时,记者咨询了房产中介机构,对方表示,“我们门店的二手房交易目前交易流程没有变化,也还没有实际操作的案例,我们还是让业主首先还完按揭。”

对此,IPG中国首席经济学家柏文喜表示,最早提出新政的地区银行并没有真正实现贷款规模提升购房情况增加等情况,与此同时客户对“带押过户”这

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示,有公证处的法律权威以及其独立性,能消除各方对风险的担心。比如,卖方拿不到款但过了户,买房给了钱但收不了房,银行担心交易过户了但原债权得不到保障等。“有公证处的‘公证提存+免赎楼带押过户’,将卖方借款或买方垫资、还清银行贷款、解除抵押、办理交易过户、买方重新设立抵押这些流程全部整合起来。”

截至目前,出台“带押过户”新政的多为热点一二线城市。如8月17日,济南市自然资源和规划局协同市住房公积金中心和银行、公证等机构,在全国首次创新推出二手房“带押过户”登记新模式。9月16日,南京市不动产登记中心官方微博“南京不动产”发布消息称,南京市全面推行二手房“带押过户”的模式。9月23日,合肥不动产登记中心称二手房交易可进行“带抵押过户”。

“目前,一二线热点城市不仅换房需求大,刚需也很大。”李宇嘉表示,“带押过户”直接的好处就是免除了赎楼担保的费用,且大大简化了交易流程,降低了信用信息调查的成本、缩短了交易的周期,有助于新市民购房,也能促进换房需求。

此外,李宇嘉还提到,目前,在广州、深圳等热点城市,新房供应存在高房价、大户型化、豪宅化等趋势,小户型、总价可控的二手房是新市民上车的主要选择。这也是为何,热点城市推出“带押过户”的迫切程度会更高。

一方面说明二手房市场本来就尚未回暖而交易过于清淡,对于这个二手房便利措施并不敏感,另一方面也说明行业对此政策的了解仍然有限。

他补充道,多地推出的二手房“带押过户”模式,这种效力应该是长期性的,且能在短期内体现鼓励交易的意图。预计会有更多城市跟进“带押过户”模式,未来可望能够全面实行。

喜迎二十大

山西吕梁打造城市IP “吕梁山护工”成金字招牌

护工脱贫

本报记者 黄永旭 西安报道

“如今翻天覆地的变化，都是当护工之后带来的，未来我将继续做好这份职业，直到我干不动了为止。”在喜迎党的二十大的热烈氛围中，来自山西省吕梁市中阳县武家庄村，曾是建档立卡贫困户的许连红难掩激动。

今年9月，吕梁市打造的“吕梁山护工”特色劳务品牌，立足脱贫攻坚，助力乡村振兴的经验做法受到国务院通报表彰。

《中国经营报》记者了解到，近年来，吕梁市精心打造“吕梁山护工”特色劳务品牌，创新“一个核心、两个保障、三个关键、四个支撑”总体工作思路，在打赢脱贫攻坚战、有效衔接乡村振兴上蹚出了一条富有吕梁特色的崭新路子。

截至目前，吕梁市共培训41期吕梁山护工78452人，实现就业42848人，总体年工资性收入超过10亿元，带动10万贫困人口稳定脱贫增收。

吕梁市委宣传部介绍，如今，许多外出务工纷纷回到家乡，创办了自己的家政公司，积极踊跃投身到助力乡村振兴的事业中来，为吕梁加快实现乡村振兴提供了坚强的人才保障。

过去10年，在中国大地上，一户户脱贫家庭命运改变，一个个脱贫山乡沧桑巨变，书写了波澜壮阔的脱贫攻坚答卷。

“十三五”时期，吕梁市累计免费培训吕梁山护工34期，培训人数63517人，其中贫困人口26153人，实现就业34579人，贫困人口就业13158人。

曾经的吕梁是全国14个集中连片特困地区之一，也是“十三五”时期山西脱贫攻坚的主战场。全市13个县（市、区）有10个是贫困县，其中6个是国定贫困县。全市贫困人口多，贫困程度深，脱贫攻坚任务十分艰巨。

许连红回忆说，“以前我家是建档立卡贫困户，我丈夫生了重病，再加上女儿刚出生，家里支出骤增。我就出来全天候工作，可是再怎么努力，每个月微薄的收入，还是远远无法承担沉重的医疗费用和生活支出，日子过得非常艰难。”

吕梁市委宣传部称，吕梁市决战脱贫攻坚以来，市人社、扶贫等

部门多次走访调研，对贫困劳动力收入长期低位徘徊，以及农村和城区富余劳动力因缺少技能难以快速致富等问题进行深入调查、分析研究。在此基础上，市委、市政府决定在全市范围内实施吕梁山护工脱贫攻坚工程项目。

2015年9月，吕梁山护工培训就业在吕梁市离石区试点先行，2016年4月全面铺开。当时，吕梁市委、市政府提出用五年时间培训吕梁山护工6万人，并制定实施了“三包五免”政策，帮助广大群众获取一技之长，实现就业增收。

对“三包五免”政策，吕梁市吕梁山护工服务中心工作人员解释称，“三包”是指，包吃、包住、包就业。“五免”则是，免学费、资料费、服装费、保险费和体检费。

“2016年9月的一天，丈夫跟我说，政府免费培训护工，你可以去试一下，培训以后也算是有本事傍身，出去打工也能好一点。”许连红说，“免费培训，还管吃管住，当时我是不大相信的。”

不过，“俗话说，穷则思变。

当时全家每个月不到两千元的收入，逼得我不得不做一些改变。就这样，在丈夫以及家人的支持下，我抱着试一试的想法，报名参加了吕梁市2016年最后一期的护工培训”，许连红说。

一个月的培训期间，许连红接受了系统、专业培训，学习掌握了养老护理、病患护理、月嫂、育婴等多项护理技术。许连红说，“我清楚地记得，培训结束已经临近春节，所以2017年2月14日，我坐着火车前往北京，正式开始了我的护工职业。”

“当我到北京之后，北京航空航天大学里边有我们吕梁的护工服务站，他们主动帮我联系找到第一家雇主，是一个85岁的老人，瘫痪在床，我就24小时护理照顾。”许连红说。

凭借着专业的护理水平，认真的服务态度和吃苦耐劳的精神，许连红得到了雇主家人的认可，也收

获了护工生涯第一份工资，共有5000多元。

当时这5000多元的工资，对许连红困难的家庭来说，犹如久旱逢甘霖，生活的希望重新点燃。“当我拿到这份工资的时候，我不觉得苦，也不觉得累，原来打零工一个月最多也就挣1000多元，相比之下，能拿这么多钱，解决家里的燃眉之急，苦和累算不了什么。”许连红说。

记者了解到，仅“十三五”时期，吕梁市累计免费培训吕梁山护工34期，培训人数63517人，其中贫困人口26153人，实现就业34579人，贫困人口就业13158人。目前，吕梁市现行标准下59万贫困人口全部脱贫。

反哺乡村

随着吕梁山护工队伍中越来越多护工返乡创业，这些外出归来的护工成为乡村振兴不可忽视且宝贵的力量。

在吕梁，像许连红这样的护工还有许多。不少护工在大城市务工，不但提高了收入，经过大中城市的锻炼历练，还增长了见识，拓宽了视野和眼界，积攒了人脉。既富了口袋，又富了脑袋，也为护工返乡创业打下了基础。

马金莲原来是吕梁市一名普

通的农村妇女，2016年，为了摆脱贫困，报名参加了吕梁山护工培训，走上了外出务工的路。北京工作期间，马金莲的收入不断提高，眼界也更加开阔。

在经过反复思考之后，她认准了家政培训潜在的商机，决定返乡创业，成立自己的家政公司，并创

办了培训学校，意在帮助更多人脱贫致富。

马金莲先从认识的亲朋好友开始，上门劝说，讲解政策，动员她的爸爸、妈妈、弟弟、嫂子赴京就业。后来，开始有人主动联系她。

仅仅半年，马金莲先后帮助200多人走出大山、走进京城就业。

家政培训的成功，使得马金莲信心倍增，在国家乡村振兴战略的号召下，她再一次投身家乡振兴，报名竞选担任村主任，在村里开展土地流转，带领村民发展起了旱地朝天椒和蔬菜大棚。

随着吕梁山护工队伍中越来越多护工返乡创业，这些外出归来

打响品牌

“吕梁山护工”品牌的形成，首要即是护工培训。

近年来，“吕梁山护工”培训就业工作先后入选国务院扶贫部门精准扶贫典型案例、国家发改委全国政务服务发展典型案例，荣获各级表彰奖励数十项，“吕梁山护工”已成为走出山西、闻名全国、走向国际的一张亮闪闪的金字招牌。

吕梁市委书记孙大文曾表示，狠抓就业培训，加大特色劳务品牌培育力度，持续做强“吕梁山护工”品牌，在全市137个乡镇、15个街道成立152个“就业服务站”。

为了把“吕梁山护工”这条特色路、富民路走下去，实现脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接，进入“十四五”

以来，吕梁市政府印发了《2020年吕梁山护工培训就业行动计划》（吕办发〔2020〕8号）、《吕梁山护工培训就业工作五年规划（2021—2025）》（吕政发〔2021〕8号）、《吕梁山护工“三转五化”实施方案》（吕政办发〔2022〕30号）等文件。

其中，《吕梁山护工培训就业工作五年规划（2021—2025）》明确工作目标，努力用五年时间，完成6万名吕梁山护工初级培训，1万名吕梁山护工技能提升培训，200名赴日介护培训；实现省外就业2万人，本地就业3万，国外就业100人。力争到“十四五”末，年劳务收

入达到25亿元以上。

《吕梁山护工“三转五化”实施方案》要求，通过实施“三转五化”，稳步提高吕梁山护工培训质量，促进吕梁山护工高质量稳定就业。“三转”即从贫困人口向已脱贫人口转变、从农村人群向城市低收入人群转变、从低学历人群向未就业高学历人群转变；“五化”即组织规模化、教学专业化、培训精准化、就业保障化和管理职业化。确保到“十四五”末，实现3.6万名吕梁山护工就业岗位，就业率力争达到60%以上。

“吕梁山护工”品牌的形成，首要即是护工培训。吕梁山护工服

务中心介绍，吕梁山护工培训就业工作开展以来，吕梁市选定了6所公办院校和5所民办学校作为吕梁山护工培训基地。开设了养老陪护、病患陪护、月嫂育儿嫂、家居保洁四大专业，编印了图文并茂、通俗易懂的专业教材，安排1个月时间开展理论学习和实操培训，理论课时占30%，实操实训占70%。

此外，提高培训质量的同时，根据市场需求，吕梁市还开设了精品班、快慢班、校企合作班、医疗陪护定向班等，以满足家政市场用工多样化需求。

面向未来，吕梁山护工服务中

心李勇介绍，吕梁市将邀请全国家政行业的知名专家学者，围绕养老陪护、病患陪护、母婴护理、家居保洁专业，赴日介护、家政管理专业，适时召开吕梁山护工教材修订研讨会，编写高质量教学教材，易于广大学员及时消化吸收。

李勇还表示，吕梁市将不断强化就业保障，力争用两年时间在北京等吕梁山护工就业集中地建设5个就业中转基地，在长三角、珠三角地区新建20—30个就业服务站，同步开展技能提升、就业安置、维权保障等服务，进一步提高吕梁山护工品牌的市场占有率。

“绿水青山”助推广东加快城镇环境基础设施建设

本报记者 陈靖斌 广州报道

近日，广东省人民政府办公厅印发《广东省加快推进城镇环境基础设施建设的实施方案》（以下简称“方案”）。

《方案》中明确表示，到2025年，广东省城镇环境基础设施供给能力和服务水平显著提升，短板弱项基本补齐，构建集污水、垃圾、固体废弃物、危险废物、医疗废物处理处置设施和监测监管能力于一体的环境基础设施体系。到2030年，高效、智能、绿色、可靠的现代化环境基础设施体系基本建立。

事实上，《中国经营报》记者了解到，广东省将通过推进城镇环境基础设施的建设，来打好污染防治攻坚战。

广东省《政府工作报告》指出，广东省将构建减污降碳协同增效

污染防治攻坚

以2025年为时间节点，《方案》制定了详细的分领域目标。其中，在污水处理及资源化利用方面，新增污水处理能力约600万立方米/日，县城污水处理率达到95%以上，粤港澳大湾区内地城市实现生活污水集中处理能力全覆盖；城市生活垃圾资源化利用率不低于60%，一般工业固体废物综合利用率达到80%以上。届时，县级以上城市建成区医疗废物也将全部实现无害化处置。

为实现这些目标，《方案》提出强化能力建设、加强统筹规划、强化技术创新、谋划推进重点工程建设、拓宽融资渠道、完善保障体系六个方面共24项具体举措。

其中，在强化能力建设方面，《方案》提出珠港澳城市要鼓励因

机制，抓好中央生态环境保护督察反馈问题整改。推进水环境治理攻坚，强化重点流域和黑臭水体综合整治，推进河湖“清四乱”常态化，深化非法洗砂洗泥专项治理，

新建城市污水管网1500公里，确保国考断面水质稳定达标。

“广东省加快环保基础设施的建设既有利于进一步拉动经济持续健康发展，又有利于绿水青山

向金山银山的转化，还有助于为百姓提供更好的公共服务，将收获经济、社会、生态等多重效益。”辽宁大学环境资源与能源法研究中心主任刘佳奇告诉记者。



广东正构建集污水、垃圾、固体废弃物、危险废物、医疗废物处理处置设施和监测监管能力于一体的环境基础设施体系。图为广东省广州市福山循环经济产业园的垃圾吊进行垃圾处理工作。

多地提速建设

事实上，广东省多地已逐步推进城镇环境基础设施建设，以补齐短板弱项，构建集污水、垃圾、固体废弃物、危险废物、医疗废物处理处置设施和监测监管能力于一体的环境基础设施体系。

今年4月，广东省清远市发布了2022年重点建设项目计划，2022年清远市共安排市重点项目171个，总投资2287.3亿元，年度计划投资270.9亿元，安排开展前期工作的市重点建设前期预备项目192个，估算总投资2667.0亿元。

其中包含多个生态环保项目，如连州市城西城北城南新区污水管网建设工程、连州市城南污水处理厂建设项目、清远市市区建筑垃圾无害化处理及资源化利用项目、连山壮族瑶族自治县县城污水配套建设老旧管改造项目、阳山县县城污水处理工程项目、连山壮族瑶族自治县县城城乡一体化供水工程、环保装备产研销项目等。

而广东省佛山市也将完成16个镇级工业园“污水零直排区”建设，实现“管网全覆盖、雨污全分流、污水全收集、处理全达标”。并持续开展城市建成区黑臭水体整治成效“回头看”，开展雨污分流及暗涵整治。开展城乡黑臭水体整治效果巡查，推进“长制久清”。完成65条农村黑臭水体整治验收。

佛山市力争年底前印发《佛山市蓝线专项规划（2021—2035年）》。城市规划建设开发要同步规划污水处理设施，为治污设施、河涌治理等留出规划空间。探索流域治理和沿河土地整备、开发利用相结合的综合模式。加强水源涵养林建设，加强湿地生态修复。

此外，佛山市还将通过科技创新智慧治水。将升级佛山市水污

染防治挂图作战管理系统。建设“智慧水务”系统，提高水旱灾害防御、水资源调配、水环境治理、水生态保育和水工程管控的数字化水平，实现涉水数据的部门共享与业务协同。

而位于广东省的韶关乐昌市，近年来纵深推进农村生活污水治理工作，累计建设人工湿地240座，资源化利用站点630个，建设及完善主管网25万米、入户支管网42万米，处理能力达到每日1.8万吨，全市1217个自然村完成了治理任务，农村生活污水治理率达到61.8%。

乐昌市政府介绍，2020年11月，长来镇昌山石头坝新村被选定为国家重点研发计划“绿色宜居村镇技术创新”专项中的“东南产村产镇减排增效技术综合示范”项目，该示范站点于2021年12月投入运行，设计处理规模25吨/日，管网建设3048米，覆盖人口约262人，实现了村镇水环境改善和水资源循环利用预期示范目标。

昌山村的模范治理，展现了乐昌市全面铺开农村生活污水治理的良好成效。

“加强环保基础设施建设有利于提升环保公共服务的水平和质量。在国内大循环体系中，加强基础设施建设又是拉动经济增长的重要内容之一。而在探索创新生态产品价值转化机制的新背景下，环保基础设施建设还是提升生态价值进而实现价值转化的必要基础和条件。”刘佳奇向记者如是表示。

对于广东省加快环保基础设施的建设，刘佳奇认为，此举既有利于绿水青山向金山银山的转化，还有助于为百姓提供更好的公共服务，将收获经济、社会、生态等多重效益。

地区采取生活垃圾焚烧发电与厨余垃圾、污泥处理协同处置等有机结合的综合处理方式，建设资源循环利用基地，努力实现“近零排放”。

在强化技术创新方面，将探索建立环境基础设施一体化智慧监测服务平台，将污水、垃圾、固体废物、危险废物、医疗废物处理处置纳入统一监管。在重点工程建设方面，适度超前建设垃圾焚烧处理设施，积极推进广州、深圳、佛山等废旧物资循环利用示范城市建设。

在拓宽融资渠道方面，《方案》提出，要发挥财政资金杠杆作用，吸引保险资金、银行资金等进入环境基础设施领域；对粤港澳大湾区内地城市首次获得中央

预算内投资并经省认定符合条件的项目，省财政统筹资金按与中央资金一定比例（最高1:1）给予配套；推进基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）等新型融资工具试点，促进基础设施资产证券化。

值得一提的是，《方案》还提出，将建立健全污水处理收费标准动态调整机制，将收费标准调整至补偿污水处理和污泥无害化处置成本且合理盈利的水平；同时大力推行污水排放差别化收费，拉大重污染企业和其它企业的污水处理费差距；还将探索生活垃圾分类计价、计量收费等差别化管理，推行非居民厨余垃圾计量收费，探索居民用户按量收费。

时隔一年成交同比转正 北京楼市吹响回暖号角

本报记者 余燕明 北京报道

经历了漫长的修复期,叠加近期央行、银保监会等多部门连续释放利好政策,北京楼市已率先回暖。

诸葛找房数据研究中心监测数据显示,今年9月,北京新建商品住宅成交量达到了7487套,环比上升了近39%,环比涨幅较8月扩大了约15个百分点;同比上升了1.5%,这是时隔一年后,北京新建商品住宅成交量再度同比转正。

“展望后市,随着房企风险化解

工作取得成效,加之9月末中央连出房贷利率、财税优惠等三条重磅利好政策,为房地产市场注入信心,预计10月北京新房成交量仍有上升空间。”诸葛找房数据研究中心一位分析师称。

除了新房市场成交量环比、同比均已转正,北京二手房市场在今年9月也延续了较高热度。当月,北京全市二手住宅成交量达到了14329套,比今年8月的13920套增长了2.9%,比去年9月的12575套增长了13.9%。而在今年8月,也是时

隔一年后,北京二手住宅成交量实现了同比再度转正。

新房、二手房市场复苏企稳以后,传导并带动了土地市场回暖。今年9月下旬,北京市完成了第三批次集中供地,本轮推出的18宗地块全部成交,无一流拍,整体成交溢价率为6.06%,高于今年前两批次集中供地4.46%、5.35%的整体成交溢价率。

北京楼市率先回暖,受益于改善性需求更为坚挺。根据仲量联行的监测数据,2022年前三季度,北

京高端住宅市场累计成交量创下过去五年以来的最高值。其中第三季度,北京高端住宅市场成交量达到了1709套。尽管经历第二季度的销量小高峰之后,第三季度成交量小幅回落,但较去年同期持续增长,同比增长74.1%。

“随着传统市场旺季的到来,开发商将紧抓销售节点,进一步加大推盘力度,预计高端住宅新增供应将维持高位,并带动市场成交情绪。”仲量联行华北区研究部负责人米阳表示。



2022年服贸会期间,城市高层住宅楼盘和社区绿化休闲广场模型展示。视觉中国/图

显,成交量较上月均达翻倍数。

从各大房企9月在北京市场的销售业绩来看,11家房企销售额突破10亿元。其中,城建发展凭借多个热销高端项目,带动销售业绩领跑,9月实现销售额51.43亿元;华润置地再居榜二,9月实现销售额32.99亿元;首开股份紧随其后,销售额为32.26亿元;中海地产和保利发展的销售表现也较为亮眼,单月销售额均超20亿元,分别以21.57亿元和20.81亿元跻身前五。整体来看,央企、国企9月在北京市场的活跃度较高,且揽金能力较强。

今年9月,北京市有18个商品住宅项目获取预售证,分布在朝阳、丰台、昌平等10个区域。机构数据显示,当月新房批准上市房源数量达到了6883套,环比上月下跌11.4%,同比下跌40.4%。

同时,北京在9月末库存量进一步累积。9月末,北京新房库存量为111065套,环比上升2.05%,环比升幅较上月收窄5.71个百分点;同比上升16.58%,同比升幅较上月收窄4.07个百分点。从去化周期来看,9月末去化周期为19.1个月,较上月延长了0.4个月。

新房市场环同比均已转正

今年“十一”黄金周,北京新房市场热度持续升温,假期中北京主力在售新房项目认购套数达到了1495套。

中指研究院的监测数据同样显示,北京楼市在“金九”上涨显著,当月新建商品住宅成交面积接近67万平方米,环比上涨了39%,同比亦增长了2%。

克而瑞研究中心的监测数据显示,一线城市在今年9月展现出了较强的韧性,尤其是北京延续了较高的市场热度,继续受益于改善性需求相对坚挺,单月新建商品住宅成交面积为79万平方米,环比上涨了37%。

“十一”黄金周,有关机构数据显示,北京新建商品住宅成交面积为2.2万平方米,同比下降了87%。不过,北京新房成交面积在国庆长假期间大幅下滑,主要受备案延迟影响。

根据调研统计,今年“十一”黄金周,北京新房市场热度持续升温,假期中北京主力在售新房项目认购套数达到了1495套,认购面积约为17万平方米,同比上涨了115%,热销项目集中在顺义、昌平、朝阳。

“目前房地产政策持续宽松,市场信心逐渐回暖。”米阳表示,“开发

绿色
经济

中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

金秋三十年

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,接近了高收入国家门槛。

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)

二手房、土地市场轮动复苏

二手房市场与新房市场具有较强的联动效应,今年9月,北京二手房成交量延续了较高热度。

今年9月,部分重点布局在北京的典型房企销售额转入正增长,也佐证了北京新房市场在“金九”已率先回暖复苏。

今年9月,北京二手房市场持续回暖,二手住宅量价双升。当月,北京二手住宅成交量稳步回升,超1.4万套,环比继续小幅增长,同比实现年内首次增长。价格方面,9月北京二手住宅价格环比上涨0.17%,涨幅较8月有所收窄。整体来看,北京二手房市场热度得以延续,购房者信心逐步回归。

“从北京二手房市场的成交走势来看,当前已逐渐由快速修复进入到稳步推进阶段,预计接下来成交量大概率维持稳中有升态势。”诸葛找房数据研究中心一位分析师称。

新房、二手房市场复苏企稳以后,也进一步传导并带动了北京土地市场回暖。

9月下旬,北京2022年度

第三批次商品住宅用地集中出让落下帷幕。本轮推出的18宗地块挂牌起始总价约为471.7亿元,最终全部顺利成交,总成交价款达到了500.3亿元,整体成交溢价率约为6.06%,要高于今年前两批次集中供地4.46%、5.35%的整体成交溢价率。

第三批次挂牌出让的18宗商品住宅用地均顺利成交,无一流拍。北京在第一批次集中供地推出了18宗商品住宅用地,最终1宗地块流拍;第二批次集中供地推出了17宗商品住宅用地,最终14宗地块实现成交,3宗地块流拍。

除了整体流拍率降低、溢价率提高外,房企仍长期看好北京楼市,继续保持了大举拿地布局的投资力度。

“鉴于当前市场信心已有所提振,预计北京楼市在接下来四季度的成交走势将维持向好向稳态势。”诸葛找房数据研究中心一位分析师表示。



扫码了解更多

国庆节假期成交量同比增长38%

释放回暖积极信号 上海房地产市场显韧性

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

原定于10月8日正式开盘的前滩东方悦澜项目，最终选择在国庆节前夕抢跑入市，96.9分的人围积分也一举超越中粮瑞虹海景壹号，创下今年上海市新房入围积分新高，为“金九”楼市画上了一个感叹号。

进入“银十”，上海房地产市场

依旧彰显韧性。克而瑞统计数据显示，今年国庆节期间，全国40座重点监测城市累计成交96.2万平方米，环比下降84%，同比下降26%。而在一线城市中，仅上海市成交量同比实现了大幅增长，涨幅高达38%。

连日来，《中国经营报》记者走访招商虹桥、大华峯荟和东方悦澜等多个项目了解到，上海市房地产

市场正延续分化趋势，外环内保持较高热度，改善类尤其是内环内的项目尤为受购房者关注，但郊区非热门板块开盘去化尚承压。

另外，随着上海市第三批集中供地“落槌”，不仅龙湖集团等民营房企开始回归，1054亿元的成交金额也刷新了上海市历次集中供地的总价纪录，在全国已完成的各试点城市、各批次集中供地揽金排名

中也名列榜首。

中指研究院研究报告指出，9月底，政策层面接连释放重大利好，有望带动房地产市场预期好转。四季度，预计伴随着宏观经济稳定恢复、“保交楼”持续推进以及降低房贷利率、减免税费等相关举措持续落地，购房者置业情绪将会有所修复，房地产市场亦有望底部企稳。

“红盘”入围分再创新高

今年三季度，上海市房地产市场持续恢复，复苏回暖进程领跑全国。

由于项目所处的浦东新区前滩板块住宅供应已接近尾声，前滩东方悦澜由此成为了上海市第四批次新房认购中的“流量担当”。

记者在采访中了解到，前滩东方悦澜项目销售均价11.9万元/平方米，主要包括84~165平方米的高层精装产品，预计于2023年12月交房。在此次推出的481套房源中，共收到1477组有效认购，973组客户最终入围，入围分高达96.9分。

在认购房高企的情况下，前滩东方悦澜项目需要基础分60分（满分）和205个月社保方能达到

入围门槛。同时，由于该项目最高社保缴纳月数为235个月，因此基础分50分及以下的家庭自动失去了入围资格。

“9月7日，我们项目开启认购，第一天的预约名额就满额了。中秋节期间，项目有上千人在网上进行认购，整个假期都在整理、审核客户资料。一直到国庆节前开盘，每天接待的访客都有上百组，我们现在终于能够放假了。”10月9日，前滩东方悦澜项目一名置业顾问向记者感慨道。

“红盘”热销也是上海房地产市场复苏的一个标志。中指研究

院近日发布的研究报告显示，今年三季度，上海市房地产市场持续恢复，复苏回暖进程领跑全国，商品住宅成交面积同比增长了约5成，这一成绩在全国各大城市中颇为突出。

而在国庆节期间，上海市房地产市场热度有所下降，共有6个项目集中认筹，仅碧桂园柏悦前湾和虹桥璀璨公馆触发积分，近郊弱区位、临港无轨交以及远郊项目认筹情况不佳。

中指研究院统计数据显示，国庆期间，上海市新房成交面积为4.14万平方米，较去年同期日均成

交面积下降47%，较2019~2021年同期日均成交面积下降45%。

“9月，上海市新房成交释放比较明显，在连续上冲之后短期会有调整、喘息的需要。”在上海中原地产分析师卢文曦看来，国庆节期间外出游玩的人较多，房地产市场也没有持续上涨的强烈预期，买房并不是最重要的任务。同时，当前推盘采用集中供应形式，推盘节奏和以往也不太一样，项目一旦拿到预售证就可以马上开盘，很难精准“算”在国庆节假期内，因此上海市房地产市场短期交易低迷是正常现象。

改善项目韧性十足

在房地产市场整体低迷的大环境下，改善类项目热销也更加彰显出上海楼市的韧性。

“这几天正值项目认筹，我们经常来不及吃饭，各大平台上的消息有时候都来不及回复。”10月12日晚上10点半，虹口区招商虹桥项目置业顾问李丽（化名）向记者表示。

据李丽介绍，招商虹桥项目位于上海市内环内的瑞虹板块，紧挨着和平公园。项目分为两期开发，一期已在今年上半年售罄，当时推出了379套房源，入围积分达到67.34分。二期累计推出164套房源，将在今年第五批次新房认购中集中上市，项目已于10月11日开启认筹，10月15日截止。

“认筹刚开始两天，确认的客

户数就已突破了300组。”李丽直言，招商虹桥二期的入围分预计将远超一期，“我不建议积分80分以下的客户来‘陪跑’了，第五批次新房中还有不少优质的改善类项目可供选择。”

记者在走访中发现，在房地产市场整体低迷的大环境下，改善类项目热销也更加彰显出上海楼市的韧性。

位于普陀区的大华峯荟项目同样临近内环，计划于11月份推出二期房源。据该项目置业顾问介绍，项目一期共推出了56套叠加房源，均价为13.2万元/平方米，

认购当天便售罄。二期将推出300余套高层和洋房房源，户型面积介于97~106平方米之间，总价预计在1000万元左右。

“这个项目基本是不愁卖的。国庆节期间每天有五六十组的到访量，预计蓄客和销售不成问题。”上述置业顾问告诉记者。

在业内人士看来，上海楼市近年来呈现出“中心热、外围冷”的市场格局，但由于中心城区房源稀缺性凸显，不少近郊的改善项目也受到购房者追捧。

10月3日，位于嘉定区南翔板块的碧桂园·柏悦前湾项目结束认

购，共有390余组客户认购，认购率达到162%，成为上海市第五批次上市新盘中首个触发积分的楼盘；而位于大虹桥板块的虹桥璀璨公馆项目，共推出了537套房源，认购超过1320组，认筹率高达246%。

“国庆节期间，上海市成交前十名的项目均是改善型项目，这与改善产品推盘积极密不可分。”卢文曦分析认为，国庆节前出台了购房退税、公积金利率下调等一系列政策利好，对市场信心起到提振作用，预计国庆节后的交易节奏会稳步恢复，“整个10月份的表现值得市场期待”。



近期，上海市房地产市场持续恢复，复苏回暖进程领跑全国。图为上海市浦东新区热点楼盘前滩东方悦澜效果图。
本报资料室/图

民营房企回归土拍市场

民营房企对上海楼市的信心正在回归，希望这些积极信号能继续为上海楼市反弹提供支撑。

除了楼市释放出积极的回暖信号外，上海市土地市场也在逐步复苏。

根据土地出让公告信息，上海市第三批集中供地推出的35宗涉宅用地全部成交（含1宗招挂复合出让地块及4宗“城中村”改造项目地块），其中24宗地块底价成交，8宗达到中止价进入“一次报价”阶段，收获土地出让金总金额达1054亿元。

值得一提的是，上海市第三批集中供地在一次性竞价环节添加了“新增随机值”的机制，与此前的土拍规则相比，一次性竞价环节的随机性增强，在进入一次性报价环节后，房企能否顺利拿地将更看“运气”。这也成为吸引房企积极参与土拍的重要因素。

作为拿地最为积极的头部民营房企，龙湖集团在此次土拍中竞得了松江区广富林街道一宗纯住宅用地，成交总价为15.41亿元，楼面地价达29035元/平方米，溢价率为7.54%。

“龙湖集团最终竞得一宗住宅地块，或许也能反映出民营房企对上海楼市的信心正在回归，希望这些积极信号能继续为上海楼市反弹提供支撑。”卢文曦表示。

此外，祥源地产和宝华集团

等民营房企也有所斩获。其中，上海本土民企宝华集团以56亿元竞得普陀区桃浦科技智慧城地块，溢价率高达9.46%，这也是上海市第三批集中供地中溢价率最高的地块。

“上海市的土拍规则很公平，企业只要符合要求就可以参与竞拍，参与其中的企业不管规模大小，拿地的机会都是平等的。”卢文曦进一步表示，土拍规则优化也使得在此轮土拍中出现了房企“新面孔”，比如竞得青浦白鹤镇地块的如皋合盛置业有限公司便是一家注册于江苏省南通市的民营企业。

此外，保利发展和招商蛇口分别斩获了2宗和1宗地块，且均以联合体形式拿地。其中，保利发展竞得宝山区顾村和徐汇区龙华的纯住宅用地，拿地金额共计55.04亿元，总建筑面积为12.9万平方米；招商蛇口则以22.6亿元竞得了徐汇区华泾镇地块，总建筑面积为4.5万平方米。

中指研究院土地事业部负责人张凯指出，在上海市此次集中供地中拿地的企业多以联合参拍的形式参与。另外，以象屿地产等为代表的福建省国资房企表现也较为抢眼，在当前房地产市场大环境下正积极外拓布局。

成都“网红盘”热潮渐退 多项目开启深秋大促

本报记者 陈雪波 卢志坤
成都 北京报道

“今年的销售目标还没有完成，最近我们在冲量，能给出一些特价房源，很实惠，每天来看房的人都挺

多的。”近日，成都一楼盘置业顾问告诉《中国经营报》记者，为了达成目标，开发商主动给出了购房优惠。时间进入10月，成都不少为了冲量的售楼处都加大了揽客力度。

如今，成都的“剪刀差”楼盘

越来越少。伴随“网红盘”退潮的是，成都新房交易量的下降。在加大活动力度之下，国庆假期成都的不少售楼处热闹非凡，但从最终结果来看，假期的总体成交量不及去年。

贝壳研究院成都分院院长付跃华在接受记者采访时表示，今年新房成交量确实不如去年，市场上的置换意愿也不是很足，需要进一步降低房屋置换成本来带动交易。



进入10月，成都多个楼盘组织了形式多样的促销活动，吸引不少购房者到访。
本报资料室/图

8月也维持在1.73万套、1.52万套的高位。但如今进入10月，成交量已经回落。一位二手房中介告诉记者，去年国庆假期经他的手办理交易手续的二手房有10多套，今年就只有6套了，买房的人减少得很明显。

付跃华告诉记者，改善需求目前主要集中在新房市场，从数据来看，成都二手房的高端市场是下降的。成都的二手房市场中，70%的购房者是刚需客，对价格敏感。需

要进一步打通一、二手房之间的传导链条，来激活置换需求。

中指研究院数据显示，今年第三季度成都市商品住宅供应388.6万平方米，同比下降45.0%。成交面积为464.1万平方米，同比下降30.2%，环比下降4.4%，降幅明显。截至9月末，成都商品住宅出清周期为14.2个月，较去年同期增加4.2个月，去化速度明显放缓。不过，核心“5+2”区域出清周期为9.8个月，优于全市平均值。

“剪刀差”楼盘隐去

单价1.5万元/平方米，面积段29~153平方米，总价在51万~270万元，位于主城区，这样的楼盘配置，在成都可以称得上“网红盘”，这是今年8月开盘的滨江壹号。但该楼盘的摇号入围条件仅需第四顺位社保+56个月，这对刚需资格购房者来说是很容易达到的条件。

时间回到一年前，当时有诸多新房价远远低于周边二手房价格，这些被称为“买到就是赚到”的楼盘往往能引来动辄上千、上万的购房者报名摇号，也常常需要第一顺位的购房资格。今年上半年，新鸿基悦城项目取证开售时，引发全城关注，售楼处外甚至有网红开启了直播，摇号报名系统一度被挤瘫痪。

但随着早期拿地楼盘的陆续出清，这样带有明显价格“剪刀差”的楼盘虽然尚未消失，但越来越少。一位购房者经历了两年摇号“网红盘”后始终未能“上车”，他告诉记者，最近已经在其工作的新都区寻找合适的顺销楼盘，如果有看中的就准备下手。

9月底，成都发布了年内第三批集中供地的信息，“5+2”区域推出楼面均价区间为1万~1.7万元/平方米，清水房限价超过3万元的土地已经达到7宗。不过，从销售情况来看，多数楼盘的定价远低于土地出让时规定的限价。

付跃华指出，近年来新房、二手房之间的价格倒挂会越来越少，网红盘减少，有些趁利的购房者会暂时退出市场，这部

分人没有转移到其他市场中。在最近的土拍中，清水房限价有所提高，为开发商保留了更大的利润空间。不过，开发商在定价时表现得十分谨慎，因为更高的单价需要更个性化和更有竞争力的产品，这也是一种挑战。

近期，中央层面接连放出利好政策，如9月29日，中国人民银行、银保监会发文提到，部分城市可下调或取消当地新发放首套住房贷款利率下限。9月30日，中国人民银行下调首套个人住房公积金贷款利率0.15个百分点，同日，财政部、税务总局发文支持居民换购住房个人所得税退税。

四川房地产市场也在陆续听到利好消息。在四川省近日印发的《关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的实施方案》中提到，对生育二孩、三孩的家庭放宽购房资格条件。其实5个月前，成都已经发文提出对二孩及以上家庭的限购套数增加一套。

“成都第三季度受高温限电、疫情反复等影响，房地产市场目前仍处于恢复期。作为新一线城市，成都的产业及人口高速发展，市场容量仍十分可观，购房群体基数仍足以支撑市场保持稳定发展。”中指研究院在报告中预测，四季度随着疫情进一步得到控制，以及中央及地方政策效果进一步发酵，成都房地产市场将持续修复，保持平稳发展。

促消费政策频出 绿色智能化家电逆势增长

本报记者 蒋翰林 深圳报道

进入四季度，“十一”黄金周到来，“双11”“双12”等重要促销季也将相继到来，家电市场迎来新一轮消费复苏机遇。实际上，从

家电消费升级新趋势

打价格战的品牌越来越少，增加品牌溢价、技术溢价这样的高价值高利润的高端产品越来越多。



创维电视10月推出智能化高端线新品，受市场关注。

蒋翰林/摄

“十一”假期记者走访深圳多家商场看到，满减、以旧换新等促销活动广告随处可见，商场的人流也较平时周末更多。比如在电视区域，各大品牌利用假期主推高端产品、首发产品，消费者付款时能享受厂家优惠、消费补贴等叠加优惠。店员向记者介绍一款国产彩电，“这款电视厂家优惠价1.1万元，使用消费补贴后9500元，叠加信用卡支付优惠可低至9200元。”

该店员介绍，现在很多消费者有升级换新的需求，他们将目光转向了价格更高的高品质、智能化家电。同时，10月是婚嫁季，新居、新婚人群成为家电消费的主力，消费档次也有明显提升。

“全屋智能家电和高端产品成套购买的订单比平时周末多了将近三成。”与此同时，家电企业将更多的优惠集中在推广绿色家电和高端家电上。店员具体介绍道，像创维、TCL大屏彩电、智控化产品卖得好，格力、美的的中央空调、新风功能空调的订单增多，全系成套购买量也不少。

10月7日，苏宁易购发布2022“十一”消费大数据，国庆长假期间，苏宁易购全国门店订单环比增长168%，绿色节能家电销售环比增长98%，智能家电家居类商品销售环比增长95%，其中智能门锁、智能猫眼、智能晾衣架销售环比增长分别达101%、113%、121%。

家用投影仪、激光电视、75寸以上大屏彩电等升级类产品部分爆款型号有近两倍的增长，集成灶、蒸烤炸一体机、多功能蒸锅等集成化大厨电销售增速超100%。此外，国庆节期间，苏宁易购全国门店一站式以旧换新用户数环比增长121%。

家电行业正在向绿色化、智能化转型发展。7月29日，商务部官网发布了《商务部等13部门关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》(以下简称《通知》)，共提出了开展全国家电“以旧换新”活动、推进绿色智能家电下乡、鼓励基本装修交房和家电租赁、加强废

旧家电回收利用等9条措施。

2022年8月，工信部、住建部、商务部、市场监管总局4部门联合发布《推进家居产业高质量发展行动方案》，方案总体要求，到2025年，在家用电器、照明电器等行业培育制造业创新中心、数字化转型促进中心等创新平台。反向定制、全屋定制、场景化集成定制等个性化定制比例稳步提高，绿色、智能、健康产品供给明显增加，智能家居等新业态加快发展。

多地出台了相关落地政策与措施，如深圳对全屋智能家电、智能家用机器人等新兴家电予以15%的补贴；今年10月份起，上海

受访专家向《中国经营报》记者表示，打价格战的家电商品会越来越少，增加品牌、技术溢价这样的高价值高利润的高端产品正越来越多，而头部家电企业已拥有明显优势。

多地政策利好频出

政府与家电企业推出各类补贴方案，有望成为下半年的重要催化因素。

10月的家电促销、补贴举措并未止步于国庆假期。10月7日，深圳市商务局发布《“乐购深圳”消费电子和家用电器购置补贴使用指引》的通知，明确自2022年10月8日起，分三轮实施“乐购深圳”消费电子和家用电器购置补贴活动。消费者购买指定的消费电子和家用电器，最高将按照销售价格的15%给予补贴且不超过2000元。

据悉，备受消费者青睐的家电品牌涉及格力、海尔、卡萨帝、美的、海信、创维以及华为等多个品牌厂商，均参与本次补贴活动。

实际上，近期多地都出台了促进家电消费的措施。8月31日，广东省出台《广东省加大力度持续促进消费若干措施》，提到开展家电“以旧换新”活动，鼓励各地市在9月1日至11月30日开展家电“以旧换新”活动，省对各地市活动实行奖补政策。

据了解，广东鼓励各地市在9月1日至11月30日期间开展电视机、空调、洗衣机等八大类家电

海、天津等多地发放消费券，预计促进绿色智能家电消费的政策将继续落实。虽然消费行为受多方因素影响，具体拉动效果仍有待观察，但产品上新与“双11”大促有望成为下半年的重要催化因素。

除了政府补贴，不少家电企业也陆续推出补贴方案，包括外部的换新补贴、消费券等持续加码。格力电器9月30日发布的消息显示，“十一”期间将开展“金秋换季”以旧换新福利活动，任意品牌空调、洗衣机、冰箱均可参与，接受多品类互换，线上线下一同发力，免费上门回收新装，新旧机均有补贴。

美的集团此前宣布，将在全国发放总价超1亿元的绿色换新补贴券，购买指定型号绿色智能家电可直接抵扣，享受优惠，而且可与其他优惠叠加使用。如对于参加以旧换新的消费者，用户最终购机优惠价格将是绿色换新券、以旧换新专项补贴、旧机残值3项优惠的叠加。

产业观察家、钉科技创始人丁少将表示，大部分家电品类处于存量市场发展阶段，消费以换新升级性需求为主，高端化、套系化、智能化、场景化成为当前家电消费新动向。对于综合性家电企业来说，要把握AIoT浪潮下智能家居的产业和消费趋势，在智慧场景和生态服务方面做宽、做深。

“对于垂直类家电企业来说，要注重打造技术护城河，在消费者心目中寻求建立‘品牌即品类’的认知。另外，可以把握新冠肺炎疫情背景下海外市场的需求激增的发展机会，实现国内国际两条腿走路。”丁少将指出。

“懒人经济”“宅经济”带动 家电企业抢跑新兴赛道

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

在“懒人经济”“宅经济”等消费热点带动下，家电企业正纷纷发力绿色智能、清洁电器等新兴赛道。

线上渠道则成为各大家电品类的主要增长渠道。冰箱、冰柜、洗衣机、干衣机和空调等大家电以及油烟机、集成灶、洗碗机等厨卫电器线上渠道的表现都优于线下渠道。其中，集成灶线下和线上渠道分别增长43.46%和67.32%。在清洁电器中，扫地机器人、洗地机实现了全渠道销售额同比增长。

另据奥维云网最新数据，2022年第39周，国内线下家电市场销售额同比下降8.02%，销量同比下降4.6%。

“新家电”品类逆势热销

在刚过去的国庆节“黄金周”，集成灶、洗碗机和洗地机等新兴赛道产品成为家电销售市场中的一抹亮色。

目前，记者在实地走访中了解到，上海市各大家电卖场在国庆节期间均推出了优惠促销活动。据上海市某大型连锁家电卖场销售人员介绍，消费者目前在线下门店购买家电产品可以使用“爱购上海”消费券，同时可通过上海市“促进绿色智能家电消费补贴政策”获得相应优惠。

此外，线上各大平台也推出了各品类家电优惠券。“每满300减40，每500用30”的宣传标语被放在了电商平台最显眼的位置。

在优惠补贴力度加大的情况下，部分地区家电市场迎来一波销量小高峰，其中厨电家电和清洁家电品类等“新家电”的增长率较高。据奥维云网数据，上海市、成都市等地国庆节期间的厨电家电品类分别增长了10.4%和7.1%。

值得注意的是，厨电新兴赛道中的集成灶表现抢眼，在今年第39

19.46%，均价同比增加12.5%；国内线上家电市场销售额同比增加20.44%，销量同比增加12.44%，均价同比增加7.11%。

对于洗地机等新兴赛道家电产品受追捧的原因，添可电器有限公司(以下简称“添可”)相关负责人告诉《中国经营报》记者，改善型家电受到追捧其实是用户对更精致、更智能生活追求的体现。“随着居民消费能力提升与主要消费人群改变，消费者的需求不断提升，并且愈发‘具象化、精细化’；‘懒人经济’‘宅经济’得到飞速发展的同时，年轻人也成为消费市场的主力军，越来越追求生活的仪式感、精致感。”

周，集成灶市场规模达到0.1亿元，较2021年同期增长了43.6%。另一新兴赛道洗碗机总体表现欠佳，今年国庆节期间，洗碗机品类在线上及线下销售规模与“五一”劳动节、“6·18”期间相比均出现了不同程度的下滑。其中，国庆节期间，洗碗机线下市场零售规模较2021年同期下降了26%，零售额则同比下降了24.3%。

对于集成灶品类销量在国庆节期间实现大幅增长的原因，杭州老板电器股份有限公司(以下简称“老板电器”，002508.SZ)方面认为，这得益于集成灶等产品开始慢慢被消费者接受和认可。“这是很重要的市场改变，当前多个品牌也在市场端发力营销，所以整个集成灶品类呈现出快速增长的态势。”

国信证券研报也分析认为，集成灶行业近期虽然受到新冠肺炎疫情波及，但行业高景气度有望在疫情好转后快速恢复。“在当前稳增长背景下，厨电行业在疫情好转后的市场需求弹性较大，盈利端有望同步改善。”

瞄准全新市场需求

以集成灶、洗碗机和扫地机为代表的新兴厨电、清洁电器产品销量实现逆势增长，得益于企业端对本土市场需求的深入探索和产品技术的不断优化。

据奥维云网最新统计数据，今年1~8月，洗碗机精装规模套数达到了27.13万套，较2021年同期下降14.9%，但配置率达到了28.5%，较2021年同期增长了10.8个百分点，但配置率整体上仍处于低位。

对此，老板电器方面表示，洗碗机在国内市场的渗透率较低主要是由于国内用户的需求呈现差异化，“既要洗得干净，还能省水省电，又要装得进去，烘得干，能消毒。”

由于洗碗机的特定需求属性，家电企业在产品端也开始着手推进产品更新，更注重国内消费者的需求，这也成了家电企业制胜市场的法宝。“2021年，我们

共推出了5款洗碗机产品，整体市场份额最高达到20%，全年的市场占有率为17%，而此前还只是个位数。”在老板电器方面看来，由于产品符合国内用户需求，公司推出的几款产品改变了整个洗碗机市场格局。“目前，德国友商的市场份额已从原来的60%下降到约40%，整个市场格局变化是非常大的。”

老板电器方面进一步表示，针对国内用户的洗碗机产品要实现差异化竞争，应当聚焦于中国化、强性能和多功能三个方面。洗碗机的产品应当依据中国消费者的需求进行重新设计，并在此基础上完善洗净等性能，同时需具备烘干、储存等多种功能。

除了洗碗机等厨电产品外，清洁家电中的洗地机、扫地机器人等改善型家电也在整个家电品类中脱颖而出，受到消费者追捧。相关统计数据显示，今年国庆节期间，包括洗地机在内的清洁电器销售

低碳智能受关注

家电新兴赛道火热，离不开家电企业在全产业链中倾注的精力。

目前，绿色、低碳、智能是家电行业热议的话题，同时也是消费者关注的重点。据了解，根据上海市商务委、发改委、财政局发布的消息，今年国庆节期间，上海市实施了“促进绿色智能家电消费补贴政策”，补贴总金额为2亿元。

上海市商务委方面表示，此举旨在通过对消费者购买绿色智能家电给予一定补贴，推动家电以旧换新，扩大绿色智能家电的消费规模。

面对政策利好和消费需求的扩大，相关企业也在快马加鞭升级产品。记者从老板电器方面了解到，老板电器在今年8月底发布了数字厨电初代产品。据介绍，该款被称作ROKI的AI数字厨电系统能够使厨电产品变得更加智能化。

老板电器方面表示，“更好地赋能于人”是打造该烹饪系统的初衷，数字烹饪将会大大改变人们的生活方式。

“未来，老板电器将持续研究，不断扩大中式烹饪曲线数据库，加强数字化、智能化等技术在厨电领域的应用，帮助用户实现高端智能节能的厨房体验。”



随着绿色智能等概念的兴起，家电企业正加强数字化、智能化等技术在厨电领域的应用。图为老板电器未来工厂的数字化制造生产线。

本报资料室/图

价格层面。

对此，添可相关负责人告诉记者，我国中产阶级稳步增长带来了经济变革和消费转型，用户的智能化、品质化、高端化需求不断增长为中高端市场带来广阔的空间。“高端化转型是市场的必然选择。”

据介绍，添可已搭建了从清洁家电到健康烹饪等方面的生态体系。“目前，添可已实现人与环境、人与美食、人与美丽、人与健康的生活品质提升，持续成为引领家电行业发展的增长引擎。”添可上述负责人表示。

节能减排的同时，让用户的生活环境减少油烟污染。

添可相关负责人告诉记者，节能环保也是添可食万系列产品的重点，目前添可的IH立体式智能加热技术热效率高达81%，可以有效减少能源浪费，化石能源消耗大幅降低，对于国家碳达峰、碳中和具有深远意义。

“未来，添可将进一步围绕智能清洁、烹饪料理、个人护理、健康生活等场景方向，加速从产品科技向场景科技的跨越，横向打通不同圈层的梦想生活。”添可上述负责人表示。

奋进新征程 建功新时代

·非凡十年

十年人民健康路:病有所医 医有所保

本报记者 张悦 曹学平 北京报道

曾几何时,看病贵、看病难等问题成为压在患者心头的重负。随着三医联动深入推进,分级诊疗、现代医院管理、全民医保、药品供应保障、综合监管五项基本医疗卫生制度全面实施,三明医改经验因地制宜推广……一条条政策为患者不断减负,为万千家庭构筑新的希望。

深秋五点的哈尔滨还是一片漆黑,张得励已经醒来,准备等待医院为透析患者安排的接车。穿上薄棉服出门,患有尿毒症的张得励每周需要三次前往医院,进行四个多

小时的透析。

张得励告诉《中国经营报》记者,近年能够感受到医保对于普通患者的政策倾斜越来越多,自己治疗承担的花费不断下降。由于高血压、糖尿病和高尿酸血症等多种情况都有一定比例引起慢性肾衰,医院需要透析的患者很多,“过年的时候医护人员加班也非常辛苦。”

十年来,在推进健康中国建设不断前行的路上,基层医疗卫生服务能力显著增强、公立医院高质量发展成效明显的同时,患者的就医体验在逐渐变化,人民群众的健康获得感也在不断增强。

肾衰患者“能活命了”

“我们这一部分群体的生存能力大大提高了,延续了生活质量,起码能活命了。”

张得励透析已有十多年,目前,张得励就诊的三甲医院透析费用440元一次,每个月平均十二三次需要5000多元,好在张得励职工医保报销比例可以达到90%。而这在张得励患病之初是完全不敢想象的,十几年前,他的透析费用全部需要自付。

除了透析之外,张得励每个月还需要进行一到两次的血液滤过,该项目正常的费用是每次800余元,目前自付比例仅20%。在用药方面,近年慢性病门诊每个月的用药补助是200元,疾病的相关的降压药、升血药、预防并发症的药物等都可以使用。今年夏天,哈尔滨市特殊疾病用药政策也有调整,张得励使用的铁剂等药物也能按相应住院比例报销。

张得励说,随着优惠政策越来越多,以前收费的左卡尼汀、促红素等药物现在都可以免费。“我们这一部分群体的生存能力大大提高了,延续了生活质量,起码能活命了。十年前一般家庭的收入能有多少,有多少人用不起药,最后卖房卖地,因病致穷直至生存不了。”现在,如果出现并发症或者移植等情况还能启动大病医疗保险,报销上限比一般疾病比例要高。

在报销方面,张得励也感受到

近年报销的便利。张得励表示,以前异地求医都需要先行垫付,不仅手续繁琐,花销还比较大,很难承担得起。而现在都是一次性结算,每次刷卡扣除个人支付的部分,跨省治疗也比从前方便许多,在医院外地有分院的情况下也可以直接刷医保卡结算。遇到需要探亲等情况,每年转诊治疗最长时间能达到180天。

张得励表示,透析时的医用设备近年也有明显提升,“以前用普通管路,现在有高通管、超高等,透析过滤器在不断改进,患者能够有多种选择。过滤效果也比之前要好,毒素清除效果好,透析后身体就没有之前那么难受。”

在没有其他病症的情况下,现在张得励每个月自己大约承担1500元左右吃药和治疗的费用,“以前真的是砸锅卖铁治疗,拿不出钱怎么活,不能透析的话用不上两周一就不行了。但现在生存的质量提高了,能够正常透析就不会有什么大问题。”新冠肺炎疫情后,张得励家附近的小区曾多次被划进风险区,张得励表示,如果患者在高风险区,医院也会安排专车接送闭环管理,和普通患者错开时间进行透析,为患者提供便利。

农民敢看病了

今年5月,胰岛素集采在湖北省落地,李幼贤使用的门冬胰岛素比此前每支70元的价格下降了不少。

2007年,李幼贤在湖北农村第一次交了新农合,缴费30元。

就在此前的2006年,李幼贤因为结肠癌中期前往黄石市中心医院治疗,2万余元的花费全部自付,在当时的湖北乡村,已经是一笔不小的费用。那一年,湖北省城镇居民人均可支配收入仅为9803元。

2016年,李幼贤查出糖尿病酮症酸中毒,转去华中科技大学同济医学院附属同济医院治疗,此后又查出冠心病,装入2个心脏支架并住了4天院。“支架、造影当时不能报销,造影一下子就5000元”,李幼贤的儿子告诉记者。这一次的治疗共花费5.5万元左右,其中医保报销2.8万元,自付2.7万元左右。“但是比起没有新农合前,负担少多了。新农合前,村里得大病几乎是等死。”李幼贤的儿子如是说。

根据湖北省医疗保障局官网信息显示,2017年,湖北省城镇居民医保和新农合进行了整合,2018年1月1日起实施统一的城乡居民医保制度。“新农合”的叫法已经变成“城乡居民基本医疗保险”。

肿瘤患者负担轻了

尽管对住院治疗流程并不熟悉,但是潘晏婷对于大病申请的结果还是觉得很满意。

一个多月前,家住深圳的潘晏婷确诊肾透明细胞癌。她表示,自己工作积极、性格活泼、饮食健康、情绪乐观,在此之前,她几乎没有生过病,唯一的住院经历是二十多岁时生女儿。

在病理报告出来前,潘晏婷抱着希望是良性的,确定是良性后又期待分级不是太高,但发现是三级后内心还是很沮丧。潘晏婷告诉记者,家里的女性寿命都非常高,而且生活质量也很高、离世前

2021年,李幼贤的医保缴费的最新价格是320元。今年,70岁的李幼贤因为肺炎在镇里住了十天医院。包括打吊水、验血糖、拍片子,总计花费1100余元,其中自付部分仅400余元。近日,湖北省2023年度城乡居民医保已开始缴费,年度个人缴费350元/人,年度城乡居民医保财政补助不低于610元/人。

李幼贤患有糖尿病,镇上的医院不能开胰岛素,李幼贤的儿子需要去县里为母亲购买胰岛素。从李幼贤的家里到镇医院需要4公里,到县城需要15公里,此前较为严重的手术,则在更远的黄石市和省会武汉市完成。目前李幼贤十天需要使用一支胰岛素,一次最多能够开六支,对于住在村里的李幼贤和她的儿子来说,胰岛素以及注射针头的购买过程并不十分轻松。今年5月,胰岛素集采在湖北省落地,李幼贤使用的门冬胰岛素比此前每支70元的价格下降了不少。

平日在家中,李幼贤在洗衣做饭之余,还在自家的地里摘棉花出售。李幼贤的儿子表示,在国家新农合之后,最直接的感受就是农民



随着三医联动深入推进,一条条政策为患者不断减负,为万千家庭构筑新的希望。

视觉中国/图

敢看病了。以糖尿病为例,以前农民吃饱都难,“村里哪有这样的病?”随着近年来农民生活条件的改善,有一部分农民还抱着顿顿吃饱的观念,特别是主食碳水摄入过多,很容易诱发糖尿病。有些人可能会认为农村的生活方式和食品安全条件相较于城镇中更好,但实际上并非如此。

对于未来健康中国的期待,

并没有对生活造成影响。

尽管对住院治疗流程并不熟悉,但是潘晏婷对于大病申请的结果还是觉得很满意。潘晏婷本次治疗的费用大约7万元,由于使用达芬奇机器人辅助手术,本次自费部分4.7万元,社保统筹2.3万元。术后潘晏婷恢复得很快,每天能够保持八个小时睡眠,也在积极提高免疫力。因为患有重大疾病,潘晏婷还提取了部分公积金,此外她还购买过深圳重疾险,正在准备申请理赔,全部检查和治疗的费用

(文中人物均为化名)

中国高端医疗器械十年征程:从跟跑到并跑

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

6月20日,一场国家重点研发计划项目子课题结题汇报会在北京大学深圳医院举行。历时5年有余,作为科技部获批的数字诊疗装备研发项目之一的“多功能动态实时三维成像系统”项目通过验收。

撕开裂缝

2016年11月18日,即将宣布一个“好消息”的朱磊,心中却充满紧张与焦虑。

这一天,迈瑞医疗一间会议室坐满了人。受朱磊邀请,来自公司超声事业部逻辑、算法、系统、硬件、探头等专业的资深工程师获悉,公司申报的“多功能动态实时三维成像系统”项目成为首批获科技部批准的国家重点研发计划项目之一。

不过,“好消息”的意义只在一瞬间,随之而来的是在场研发人员即将踏上尚未开拓的未知领域——实时三维心脏超声检测,这其中涉及的技术远比常规超声成像复杂,要求呈现心脏二维结构之外,还需获得实时且高帧频的三维心脏结构与血流信息。

至此,一张为期5年的考卷即将展开,由迈瑞医疗牵头,北京大学深圳医院及中科院先进技术研究院、深圳大学、西安交通大学、清华大学、北京大学第三医院等一众科研人员合力解答。

5年的光阴,散落在项目组的每一次定时碰面中。同一个难题,通过不同的专业视角探讨出可

能的解决方案,这是跨学科、跨专业合作的魅力。讨论也并未随着会议的结束而终止,“对了,上午探讨的问题看看用这个方法是不是可以解决?”一系列巧思妙解在工作群里持续发酵。

期间,核心配件的材料困局,差点成为科研人员过不去的“坎”,而创新,是撕开裂缝的起点。探头是超声设备的核心组件,决定成像质量。而在此次科研项目中,获取实时三维高清成像的单晶面阵探头所需的阵元数是普通探头的近百倍。“这相当于在指甲盖大小的部件上聚集7000余个盲孔,普通材料根本无法承载,海内外拥有加工能力的厂商屈指可数。”迈瑞医疗称。

历时8个月,原先合作的两家美国、日本厂商皆因技术难度宣告放弃。最终经过短时间、大范围的搜寻筛选,科研人员将目光投向先前合作的国内某厂商。

几次沟通后,基于对投入风险及成功率的把握,该国内厂商表现出了担心和犹豫。这一幕,犹如当初项目启动大会上,科研人员面对

料困局,是让所有人仍记忆犹新的一大挑战。”彼时,上述科研项目由迈瑞医疗(300760.SZ)牵头,作为项目负责人,该公司医学影像事业部研发总监朱磊如此回忆道。

“当时大家既期待又怀疑,认为是在做一件很有意义的事,但对于能否实现又不太有把握。探头的材

未知挑战的心情。

迈瑞医疗医学影像事业部总经理何绪金了解到此事,从伙伴的角度出发,向对方承诺公司在开发过程中将提供坚实的技术支持,并把一次性交付的需求改为各阶段成果拆分提交等。听到这儿,对方才渐渐舒展开紧皱的眉头。离开时,口径从先前的一味拒绝转变为“回去后多联系沟通。”

后续一个星期,负责材料相关技术的项目组成员通过线上的紧密沟通,明确目标与分工协作,进一步打消该厂商的顾虑,双方最终成为并肩作战的“战友”。

不过,探头上的难题并非仅此一个。如何控制探头散热量,成为项目研发后期的重点。

待在实验室攻克散热难题的第31天,科研人员林工灵机一动,试图融合其他行业的某项技术,打造一种全新的结构方案制冷。他迅速买来原料并组装调试。测试开始,到了往常发热的时间点,大家不由自主地屏住呼吸。这一次,产品持续运行许久,但温度依然保持在正常范围内。

挺进前三

探头难题的攻克,对于国内较早一批涉足超声的厂家之一开立医疗(300633.SZ)来说,同样深有感悟。

开立医疗方面日前在接受《中国经营报》记者采访时表示,医用超声在全球医疗领域属于一种相对比较成熟的产品,在技术上尤其是高端临床应用方面,国内企业均处于跟随地位。

“公司自主研发超声探头,无需对外采购,降低了公司的经营风险,不会产生‘卡脖子’的情形。公司自成立以来,坚持核心技术的自主可控,从未与其他企业发生过专利纠纷,为公司的稳健可持续发展奠定了较好基础。”

走向海外

根据工业和信息化部发布的数据,“十三五”期间,我国医疗装备产业实现快速发展,市场规模从2015年的4800亿元增长到2020年的8400亿元,年均复合增长率11.8%。

根据赛迪顾问统计,截至今年8月底,年内批准的创新医疗器械数量达39项,已超过2021年全年批准的数量总和(35项)。其中,获批的国产产品占总量的94.2%。医械数据云统计的数据显示,2014年~2022年9月底,进入国家级创新医疗器械产品特别审查通道的项目数量共有420件,获批上市的创新医疗器械产品累计达到178件。

上述成长来之不易。根据《2014年中国医疗器械行业发展蓝皮书》,当时国内高端医疗装备市场中,80%的CT、90%的MR、

开立医疗方面表示。

截至目前,开立医疗的超声技术均为自有知识产权,涵盖主机和探头全方面。其中,探头的技术包括声场设计、晶片切割、焊接工艺以及封装工艺等方面,技术壁垒主要是声学的设计以及工艺的实现方式。公司目前拥有的高端探头包括单晶探头、3D容积探头等。

市场份额方面,根据迈瑞医疗口径,2021年,其超声业务首次超越进口品牌成为国内第二。2022年上半年,公司的超声业务市场份额已站稳国内第二。

上述成果与国内厂商对研发的重视程度密不可分。开立医疗方面表示,公司持续加大在研发

领域的投入,每年研发费用率为20%。迈瑞医疗方面曾对记者称,“公司进行高端突破的主要源动力是自主研发,每年都将营收的10%左右投入到研发中。”

事实上,得益于相关政策,国内医疗器械行业持续受到推动发展。2014年,《创新医疗器械特别审批程序(试行)》出台。2018年,国家药监局修订发布《创新医疗器械特别审查程序》,进一步完善适用情形。其中指出,为进一步鼓励创新,激发医疗器械生产企业的研发活力,考虑到专利的特点与医疗器械研发的平均周期,确定创新医疗器械特别审查申请时间距专利授权公告日不超过5年。

一批厂商同时走向海外。开立医疗方面透露,公司超声产品目前已覆盖全球130多个国家和地区,近几年国内与国外的销售额保持约1:1的水平。在医疗设备出口方面,公司在国内多年保持第二名的位置。

国产基因测序仪厂商华大智造(688114.SH)执行副总裁刘健曾对记者表示,“我相信无论在国内还是国际,产品质量是最重要的竞争力。”

刘健注意到,我国在生命科学行业的部分细分领域起步较晚,而这一行业门槛高,需要与时间赛跑。“目前,在生命科学、医疗器械领域全球排名前十企业中,还没有中国企业的身影,我们希望社会各行各业以及各层面如政策支持、资金支持能够给予这两个领域更多的关注。”

奋进新征程 建功新时代

·非凡十年

千亿级企业达4家

医药流通行业十年变迁：从小散乱到规模化、智能化

本报记者 娄国文 曹学平 北京报道

一盒药从药厂到最终患者手中的流程，经历了怎样的时代变迁？

作为全国最大的民营医药

流通企业——九州通（600998.SH）副董事长，刘兆年至今清晰地记得医药流通行业手工作业时代仓库提货现场常见的一幕。

“过去，客户大都直接到我们

仓库现场提货。我们需要依靠人工分拣数万个品规的药品，拣选准确率不高，发货效率很低。货迟迟发不出来，客户着急，我们更着急。有的客户等了几个小时还提不到货，最后充满抱怨地甚至

骂骂咧咧地走了。”

作为产业链中间环节，医药流通企业的价值在于使上游高度分散的产品能够准确、高效地到达下游高度分散的各类终端。现在，曾经无法高效服务客

户需求的画面成为一种警醒，低效率的手工作业时代已经成为过去式。

10月12日，刘兆年在接受《中国经营报》记者专访时指出：过去的十年乃至二十年，医药流

通行业经历了从“小散乱”到监管不断完善、技术不断创新、效率不断提高、规模不断扩大的发展过程。医药流通行业正进入智能化、数字化、精益化的新发展阶段。

管理迈入数字化

医药流通企业正以精益化的管理方式、标准化的作业流程、智能化的信息技术和物流技术推动服务提质增效。

“过去，药品采购依靠采购员凭经验判断购进，确保库存存在合理范围。但有经验的采购员毕竟是少数，再加上药品数量多，人工作业会让药品库存经常出现过多或缺货断货的现象。”刘兆年回忆说，“当时送货都需要客户当面清点查验，等药品核验清楚，配送车和员工才能走，占用时间很长。而且配送路线缺少统筹与合理规划，司机可能要在不同地区间来回穿梭，有时一天都完成不了20多个客户的订单。”

现在，这些都成为过去式。刘兆年说，“我们利用智能物流管理系统来管理库存，可根据出货历史及销售数据来安排合理购进与仓储，不再依赖采购员。同时，通过线上平台与APP，客户可直接在线下单订货，系统自动安排，精准分拣，高效出货。在配送中，我们引用导航系统，提前统筹规划配送路线，这样半天就能完成二三十单的配送，极大地提高了服务效率，也提高了准确率。数字化系统成为服务上下游客户和赋能员工及管理者的有力工具。”

医药流通行业是连接药品、医疗器械生产厂商与各级医疗机构、药店、患者的纽带，在整个医药产业链中扮演着承上启下的重要角色。刘兆年向记者介绍，医药流通企业正以精益化的管理方式、标准化的作业流程、智能化的信息技术和物流技术推动服务提质增效。

刘兆年介绍，“以药品分拣为例，在我们河南的神州一号物流中心，通过规划设计，建立起货到人的作业模式，利用多层穿梭车，在立体库完成拣货任务后，将拣货箱投放至输送线，直接送至操作台。同时，在拆零分拣区，多层穿梭车&货到人系统设计有4个分区，共13000个货位。在算法上采用订单3级排序，单小时料箱吞吐量可以达到2400箱，单小时拣选条目可达1000条，拣选准确率

达到99.9%，其效率比传统的摘果式零货拣选可提升2倍。”

据刘兆年介绍，与中国医药、华润医药、上海医药分销业务以等级医院为主不同，九州通业务以院外市场为主（超过70%），服务的客户主要分布于基层边远和农村地区，销售以普药和OTC产品为主，附加值较低，客户比较分散，服务难度大。

“作为医药流通四大千亿企业中唯一的民营企业，九州通相较于其他头部企业，我们在经营中遇到的困难要大很多。医药流通行业本身毛利率低，我们的运营成本和服务成本又比较高，如果我们不能有效地控制成本、提高效率，就不能获得生存和发展；如果我们不能让上下游客户获得良好的体验，我们就没有竞争力。”刘兆年说。

刘兆年表示，“二十年前，我们凭借‘快批快配’模式获得了快速发展；在信息化、互联网开始向生活领域渗透时，我们利用这些技术建立起了全国联网的ERP系统；在物联网、云计算、AI技术、大数据等技术被广泛运用时，我们结合业务内容和服务客户对象的不同，运用这些技术建立起了精细化的管理体系、数字化的营销平台、智能化的物流系统、数字化的财务共享中心等。九州通随着技术的发展，从最初的人工走向自动化，从信息化再走向数智化。”

这一历程也是医药流通行业变迁的直观展现。“随着药品集采常态化、互联网诊疗、医药电商业务发展，医药物流服务需求快速增加并呈多样化、订单碎片化、配送末端化等特征，医药物流的地位在医药供应链各环节中进一步凸显。与此同时，医药物流企业更加注重以精益化的管理方式、标准化的作业流程、智能化的信息技术和物流技术推动物流服务提质增效。”商务部《2021年药品流通行业运行统计分析报告》指出。



九州通精准分拣高效出货的智能物流。

本报资料室/图

集中度不断提升

目前，全国医药流通行业基本形成了“4个全国性+多个区域性”的市场格局。

2012年，全国医药流通行业销售额为11174亿元，首次突破万亿元。2021年，全国七大类医药商品销售总额达26064亿元，扣除不可比因素同比增长8.5%。十年间，医药流通行业销售总额增长了1.33倍。

2021年，医药批发企业主营业务收入前100位占同期全国医药市场总规模的74.5%，较2012年增加10.5个百分点。

截至2021年底，全国零售药店门店总数达58.97万家。2021年，零售连锁率为57.2%，与2011年比较，零售连锁率从34.3%提高到57.2%，增加22.9个百分点。

2021年，全国医药流通领域主营业务收入前5名分别为：中国医药、上海医药、华润医药、九州通、中国医药-重庆医药联合体。目前，超5000亿元的医药批发企业有一家，超1000亿元的有4家。排名6至11位的分别为广州医药、南京医药、海王生物、华

东医药、英特集团、嘉事堂，均为上市公司。

目前，全国医药流通行业基本形成了“4个全国性+多个区域性”的市场格局。刘兆年认为，全国性和区域性医药流通企业各有长处且值得互相学习借鉴。区域性的医药流通企业长期深耕当地市场，主要面向当地医院客户，在当地历史久、扎根深、黏性强。而全国性医药流通企业跟厂家谈判的时候可以获得比较优惠的政策，可以在全国实现联动销售，覆盖和触达区域、平台规模、资金、技术、管理等方面更具有优势。

2021年，医药零售企业排名第一的为国大药房，销售总额为242亿元，2~10名分别为大参林、老百姓、益丰药房、一心堂、同仁堂、华氏大药房、漱玉平民、健之佳、众友健康。

据商务部2021年11月21日发布的《关于“十四五”时期促进

药品流通行业高质量发展的指导意见》，药品流通行业总体目标是，到2025年，培育形成1~3家超五千亿元、5~10家超千亿元的大型数字化、综合性药品流通企业，5~10家超五百亿元的专业化、多元化药品零售连锁企业。药品批发百强企业年销售额占药品批发市场总额98%以上；药品零售百强企业年销售额占药品零售市场总额65%以上，药品零售连锁率接近70%。

集中度提升是医药流通行业过去十年的关键词之一。2021年，前四家全国性医药流通企业主营业务收入占同期全国医药市场总规模的44.2%。对比美国和日本等国家同时参照行业总体目标，我国医药流通领域的集中度还有较大提升空间。

刘兆年分析，医药流通行业集中度提升，是医改进入深水区的必然结果，近年来，全国性和区域性的医药流通企业通过并

购重组、强强联合，扩大市场覆盖率，提升集约化程度。在优质资源有限的情况下，从传统的横向扩展转变为纵向下沉，进一步优化了城市与乡镇、发达地区与偏远地区配送的服务网络。同时，集中度提升进一步促使医药流通企业不断探索创新服务模式，针对客户不同需求提供差异化的增值服务，积极探索数字化转型，增强跨区域的供应链物流协调能力。

刘兆年认为，院外市场迎来新机遇。随着“零差率”“带量采购”等政策的实施，二级及以上医院的自费用药处方开始流向零售药店；同时，“双通道”政策的出台，为药店纳入统筹医保报销打开了大门。在以上政策的推动下，未来零售药店市场将逐步放量，市场潜力巨大。随着基层医疗机构用药目录的放开，慢病用药流向基层医疗机构也将成为一个趋势。

恒瑞医药推进研发管理人才专业化年轻化

本报记者 娄国文 曹学平 北京报道

10月10日，江苏恒瑞医药股份有限公司（以下简称“恒瑞医药”，600276.SH）宣布，任命贺峰博士为副总经理，其将承担上海恒瑞研发中心的新药研发和研发管理工作。

今年以来，恒瑞医药高管队伍经历了一系列更迭。4月，恒瑞医药宣布，任命张晓静为副总经理、首席医学执行官（肿瘤），任命王泉人为副总经理。5月，恒瑞医药宣布将在公司供职22年、运营管理经验丰富的副总经理戴洪斌晋升为总经理。

对于此次新高管任命，恒瑞医药副总经理、全球研发总裁张连山表示：“公司继续推进研发领域管理人才专业化、年轻化进程。我们非常高兴贺峰博士进入恒瑞医药高管团队，相信他在新的岗位上将助力恒瑞医药进一步加强研发能力，为公司创新转型带来新的动能和活力，推动公司实现‘专注创新，打造跨国制药集团’的发展愿景。”

相关资料显示，贺峰从事医药研发工作已有20余年经验，其

于2015年加入上海恒瑞医药有限公司任副总经理，2022年担任首席执行官。

贺峰本科毕业于北京大学，后获北京大学有机化学硕士学位，美国布兰戴斯大学有机化学博士学位，并曾在美国哈佛大学化学系从事博士后研究工作。

2001年至2014年，贺峰分别以资深研究员、副总监、总监的职位任职于百时美施贵宝、诺华和艾伯维，从事病毒、癌症、肾病等疾病领域创新药的研究与开发工作。

同日，恒瑞医药通过公告披露，一个重要创新药马来酸吡咯替尼片取得新进展。近日，马来酸吡咯替尼片的药品上市许可申请已获国家药监局受理，申请上市的适应症为：吡咯替尼与曲妥珠单抗和多西他赛联合，适用于治疗表皮生长因子受体2(HER2)阳性、晚期阶段未接受过抗HER2治疗的复发或转移性乳腺癌患者。截至目前，马来酸吡咯替尼片相关项目累计已投入研发费用约为11.48亿元。

马来酸吡咯替尼片相关临床试验研究结果表明，对于复发/转移阶段未接受过任何系

统抗肿瘤治疗的HER2阳性乳腺癌患者，接受马来酸吡咯替尼片联合曲妥珠单抗和多西他赛治疗，可显著延长患者的无进展生存期(PFS)。

作为国内医药创新的龙头企业，长期以来，恒瑞医药坚持科技创新战略，持续深耕医药研发。

2021年上半年，恒瑞医药累计研发投入为29.09亿元，同比增加12.74%，研发投入占销售收入的比重同比提升至创历史新高28.44%。

恒瑞医药半年报介绍，经过多年发展，公司已经打造形成了一支5300多人的规模化、专业化、能力全面的研发团队，先后在中国连云港、上海、成都、美国和欧洲等地设立了研发中心，以满足多个疾病领域管线对新分子实体的发现和开发需求。

上半年，恒瑞医药在研创新药达60多个，在国内外开展260多项临床研究。创新药临床试验进度加快，自主研发的瑞维鲁胺片获批上市，已上市创新药增至11个，位居国内同行业前茅。

一位医生眼中的基层医疗十年变迁

本报记者 苏浩 曹学平 北京报道

李同强是哈尔滨市双城区承恩街道民营个体中医诊所的一名全科医生，作为医改亲历者，从业22年的李同强见证了基层医疗事业日新月异的发展，也感受着国内医疗卫生服务能力的提升。

医疗卫生服务体系是医疗卫生服务的载体，对于全面推进健康中国建设、大力推进卫生健康事业高质量发展发挥着重要作用。特别是党的十八大以来，党中央把人民健康放到优先发展的战略位置上，推进健康中国建设，使我国的医疗卫生服务事业的发展开始了历史的新征程。

过去很长一段时间，李同强所在的基层医疗卫生基础设施薄弱，诊疗能力较为欠缺，患者看病的经济负担较重。十年来，随着国家医疗体制改革不断深入，药品耗材零差价改革再加上国家推行的带量采购，不仅使药品的质量和供应得到保障，而且部分高价药品更加亲民。

“患者就医负担减轻了，就医的选择更多了，就医的条件也提升了。基层医疗卫生服务能力的提升，老百姓都能很直观地感受到。”李同强在接受《中国经营报》记者采访时表示。

据李同强介绍，十年前，由于对

设备的依赖较少，基层诊所还是以常见病、多发病的诊疗为主。但随着互联网技术、远程医疗等新的媒介产生之后，高科技现代化的一些检测手段也可以在基层诊所完成，“老百姓不用再到大医院去做相应检查，医疗服务可及性得到了很大提升。”

十年来，我国基层医疗服务能力不断增强，达到服务能力标准的基层医疗卫生机构占比53%；中心乡镇卫生院配备CT等大型设备，配齐B超、数字化X线摄影系统、全自动生化分析仪等设备；县域内常见病、多发病就诊率超过90%，基层医疗卫生机构的诊疗水平不断提高。

“在诊疗水平和能力提升的背景下，患者就医盲目性得到了有效缓解，对于诊所的功能定位也更为清晰，同时诊所在专业技术上的优势和长处也得以发挥出来。”李同强如是说。

在李同强看来，对于基层医生而言，十年间跨度最大的变化在于，随着医生诊疗能力和水平的逐步提高，达到了自由开诊的门槛后，基层诊所也可以有针对性地发展专科优势和项目。“基层全科医生都能够有独立开诊的环境和条件，这是改善基层老百姓就诊，更多选择的非常大的变化。”

“医改目的是好的，但过程是

艰难的。”据李同强回忆，医改执行初期，由于大量精力前移到预防为主的公共卫生服务，使得基层医疗技术在一定程度上被弱化，基层医疗发展也受到限制。随着国家政策的转变，以及促进公立、民营医疗机构发展政策的出台，基层医疗技术弱化的情形得以改善。

2022年7月12日，国家卫生健康委印发《卫生健康系统贯彻落实以基层为重点的新时代党的卫生与健康工作方针若干要求的通知》，对卫生健康系统贯彻落实“以基层为重点”提出14条要求，包括加强资金投入倾斜、加强县域统筹、加强监测评估等。

其中，围绕提升基层医疗卫生服务水平效果，《通知》提出“两个逐步提高”：一是加快构建分级诊疗就医格局，逐年提高基层诊疗量，基层诊疗量占县（区）域诊疗总量的比例逐步提高。二是人民群众对基层医疗卫生服务的满意度逐步提高。

“不断地提高自身的技术服务能力是基层医疗卫生服务发展的核心要素。”李同强表示，一方面要加强诊所的医疗服务管理能力，适应国家监管政策；另一方面，多一些人文支持，让基层医生也有更多的机会去提升、完善自己的诊疗水平和能力。

《幻塔》出海首月登顶收入增长榜

“开放世界”成热门游戏赛道

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

《幻塔》在国内推出半年多后，于8月正式在海外上线，并取得亮眼成绩。

Sensor Tower数据显示，《幻

出海首月登上榜首

《幻塔》在海外正式上线后，在欧美、日韩、东南亚等近40个国家和地区位列iOS游戏免费榜第一名。

《幻塔》是由完美世界游戏旗下Hotta Studio自主研发的一款废土轻科幻MMORPG游戏，于2021年12月在国内上线。

今年4月，《幻塔》在美国、加拿大、日本、英国和德国进行测试；8月11日，《幻塔》在欧美、日韩、东南亚等全球多地正式上线。据悉，《幻塔》在海外主要地区的发行权被授予腾讯海外发行子公司Level Infinite，韩国地区由完美世界自主发行。

9月20日，Sensor Tower发布的报告显示，《幻塔》8月海外收入突破4400万美元，跻身出海手游收入榜第五名，并问鼎收入增长榜，其中日本市场为这部游戏贡献了约42%的海外收入。Sensor Tower 8月出海手游下载榜显示，《幻塔》自8月11日登陆海外市场以来，下载量已达到855万次，名列第四。

对于《幻塔》正式出海首月取得的成绩，完美世界方面对《中国经营报》记者表示，打算现阶段继续做好项目，不对外发声。

完美世界2022年上半年报显示，《幻塔》在海外正式上线后，在美国、加拿大、英国、法国、日本、韩国、新加坡等近40个国家和地区位列iOS游戏免费榜第一名，并在近30个国家和地区进入iOS游戏畅销榜Top10。

《幻塔》出海成绩亮眼并不令人意外。这款游戏在国内上线之后，就吸引了部分国际玩家的关注。完美世界2022年上半年报显示，《幻塔》报告期内在国内iOS游戏畅销榜上名列第四。并且，《幻塔》在海外正式上线之前，就

塔》问鼎8月收入增长榜，在出海手游收入榜和下载榜上也名列前茅。

《幻塔》与《原神》都有着二次元开放世界的外壳。《幻塔》从面世开始就不断被拿来与《原

神》比较，在海外也是如此。但从玩家的评价反馈来看，这两款游戏不同的内核将使其拥有各自的玩家群体。

伽马数据高级分析师吕惠波向《中国经营报》记者表示，“开放

世界”是目前游戏类型中最热的赛道，不少公司有意尝试这一赛道。

在吕惠波看来，就具体的表现形式而言，每家公司都有自己的产品策略，谈不上对标不对标一说。

与《原神》内核不同

在海外上线一个多月后，玩家们开始认识到《幻塔》与《原神》并不是同一种游戏。

不得不承认，《幻塔》火热的一部原因是受到了《原神》玩家的关注。《幻塔》和《原神》具有相似的外壳，都有着“二次元”和“开放世界”的标签。一些《原神》玩家度过了开荒期，进入“长草”阶段后，难免被风格相似的《幻塔》吸引。

《幻塔》YouTube官方账号的早期视频下，大量评论提及《原神》，甚至有人指出关注《幻塔》的几乎都是《原神》玩家。彼时，一些玩家认为这款游戏将是《原神》的对标产品：“迫不及待想要探索一个新世界了。”“一定要像《原神》一样在全球发行。”“《原神》已‘长草’，可以玩这款换换心情。”

在海外上线一个多月后，玩家们开始认识到《幻塔》与《原神》并不是同一种游戏。

一名海外玩家在YouTube评测视频下评论道，尽管《幻塔》和《原神》视觉上相似，但最终会吸引到不同的群体。这名玩家认为，角色、探索和故事是《原神》的主要内容，因

“开放世界”赛道大热

“开放世界”赛道还正处于蓝海，《原神》和《幻塔》试水在前，使得更多公司想要尝试这一赛道。

开放世界是一种游戏类型，也被称作漫游式游戏，是电子游戏关卡设计的一种。根据第三方研究机构伽马数据发布的《中国上市/非上市游戏公司竞争力报告》中的解释，其是一种游戏属性，常应用于沙盒、ARPG和射击类游戏中，游戏内大量元素有交互设定，代表游戏有《我的世界》《创造与魔法》《原神》等。

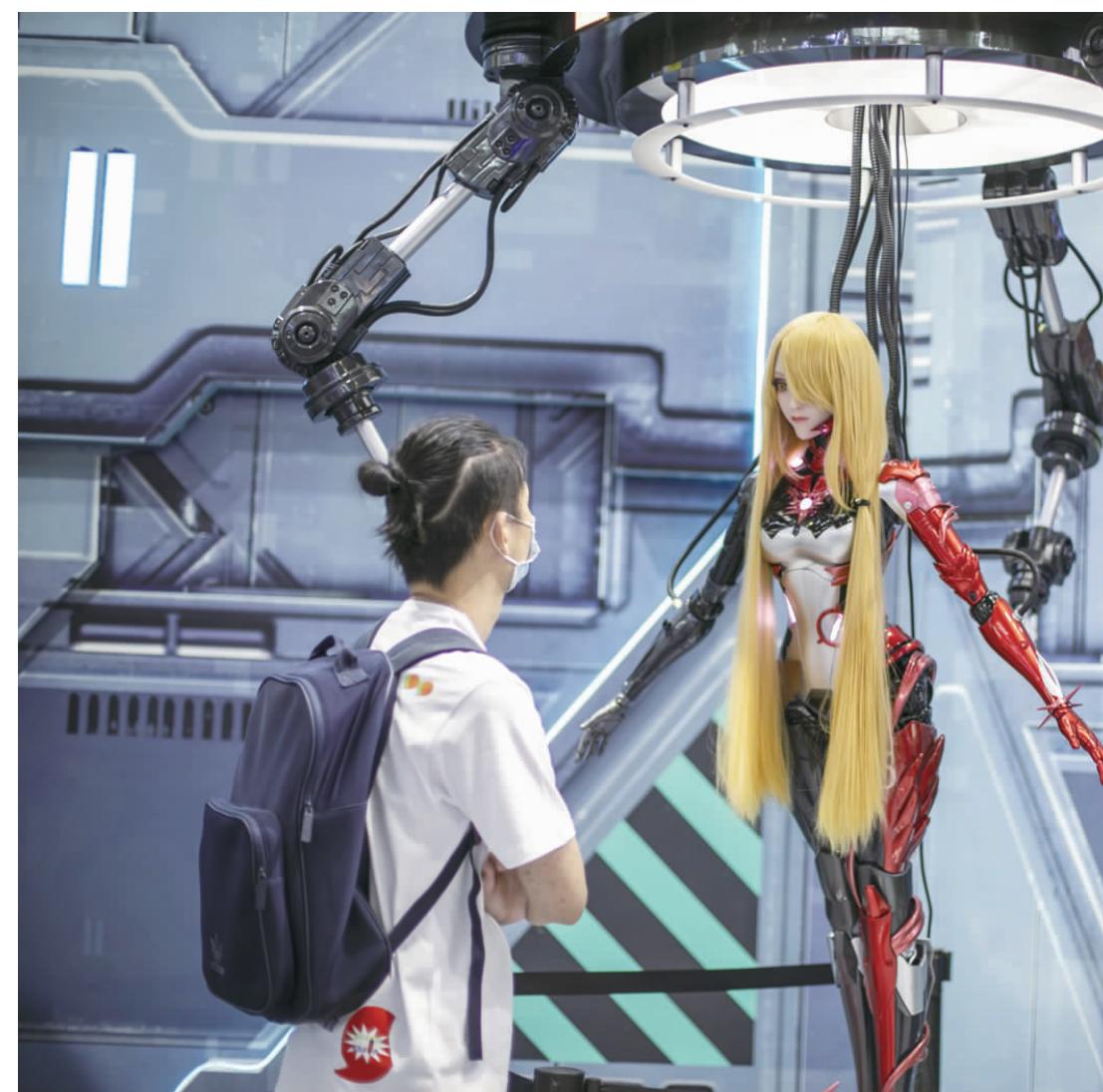
吕惠波对记者表示，“开放世界”无疑是目前游戏类型中最热的赛道，而二次元作为游戏产品的一种表现形式，在这两年获得玩家的认可。但哪种表现形式更受玩家欢迎，还要看市场反馈玩家的投票。

“每家公司都有自己的产品策略，有的做精专，有的做全，有的想要改变，每家公司情况不同，谈不上对标不对标之说。适合自己公司发

展才是最重要的。”吕惠波说。

吕惠波指出，“开放世界”赛道还正处于蓝海，《原神》和《幻塔》试水在前，使得更多公司想要尝试这一赛道。网易今年公布的《燕云十六声》《逆水寒手游》《永劫无间手游》，腾讯方面的《王者荣耀·世界》《代号：致金庸》，均为开放世界类型产品。

吕惠波表示，看好《幻塔》手游未来在海外市场的长线表现，但指出这款游戏的收入和排名情况将根据受众的喜爱程度产生变化。“绝大多数二次元产品是有抽卡机制的，很多产品在新版本上线、新活动开启的时候会出现明显的波峰，而活动结束后收入自然回落，呈现出峰谷曲线变化。从《原神》《幻塔》等产品的曲线走势上也可以看出这一现象。”



“开放世界”无疑是目前游戏类型中最热的赛道。图为中国国际数码互动娱乐展，《幻塔》展台。

视觉中国/图

早早开始预热。

全球广告营销平台广点通披露的信息显示，今年4月，《幻塔》国际版开始在各渠道进行投放测试，但总体数量较少；8月11日，《幻塔》国际版公测，投放量也加大。《幻塔》官方利用游戏

中自带的“捏脸”系统，在游戏上线之前推出捏脸活动，游戏开启下载的6小时内已产生超30万个捏脸形象。另外，《幻塔》方面还邀请YouTuber对游戏进行直播评测，开服期间直播观众达到25.8万人。

根据DataEye研究院的数据，《幻塔》海外上线之前大约提前30天做产品预热，发行方Level Infinite在6月底正式宣布即将上线，随后项目组开启效果广告投放。投放素材最多的日本在8月为这款游戏贡献了近半海外收入。

“羊了个羊”爆火 中小游戏公司在蛰伏中成长

本报记者 李哲 北京报道

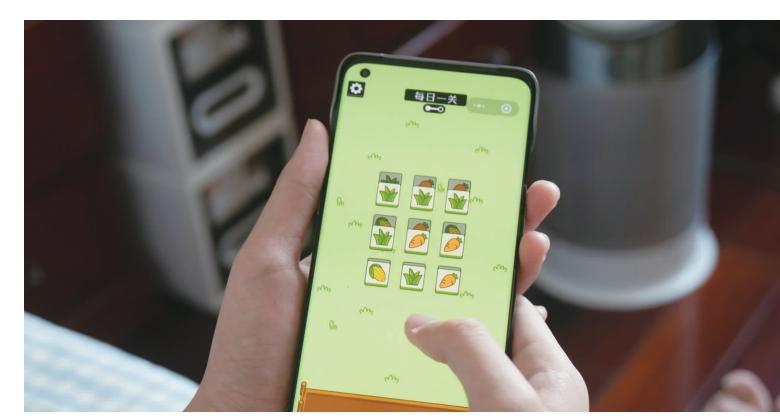
近日，小程序游戏“羊了个羊”火爆，一大批拥趸沉迷其中。

对此，速途研究院院长丁道师向《中国经营报》记者表示：“这是一个以小博大的典型案例，三消和连连看这类游戏已经风靡多年，还能通过微创新，哪怕只有某几个点能进行突破创新，给人耳目一新的感觉实属不易。”

2022年以来，虽然国内市场增速放缓，但是在“羊了个羊”火爆的背后，一大批中小游戏公司正通过微创新保持活力。根据伽马数据发布的《2022年非上市游

企业竞争力报告》(以下简称《游戏非上市公司报告》)，随着国内游戏市场进入存量竞争时代，非上市游

戏企业产品收入占比达到24.4%，为近四年来自高。提升创意，探索更多新鲜玩法成为其谋生之道。



在“羊了个羊”火爆的背后，一大批中小游戏公司正通过微创新保持活力。图为一位玩家体验近期爆火的小游戏“羊了个羊”。

探索更多玩法

“羊了个羊”爆火之后，简游科技创始人张佳旭在接受媒体采访时透露，去年年底是游戏行业环境最不好的时候，公司已经熬了很长时间，看不到希望，不知道路在何方。

事实上，2022年以来，受到新冠肺炎疫情等因素影响，包括美国、日本在内的全球主要游戏市场均呈现出增速放缓的态势。随着用户规模和营收增长放缓，游戏市场进入到存量竞争阶段。这无疑将进一步加大竞争压力。而非上市公司无论在资金、产业规模方面都不及上市公司。

《游戏非上市公司报告》指出，2022年，游戏非上市公司新品玩法类型覆盖MMORPG大型多人在线角色扮演游戏/ARPG动作角色扮演游戏类、模拟经营类、休闲类、卡牌类和策略类多个类型。其中MMORPG类型新品数量最多，但单款产品的平均流水表现处于较低水平；ARPG类型产品流水表现优于MMORPG类型。策略类新品由于上线时间较早、运营时间长，产品上线初期表现较好，因此其流水占比最高。

通过更加灵活的自身优势，当前中小游戏公司正在探索更多新

论在这里更加适用。这从一个侧面反映了创业公司在从事项目研发过程中灵活性，能够及时地面对机会进行创新。”丁道师说道。

“羊了个羊”由北京简游科技有限公司(以下简称“简游科技”)开发，这是一家创立于2021年的初创公司。天眼查信息显示，简游科技创立于2021年1月，注册资本116.96万元，参保人数仅7人。法人张佳旭为其最大股东，持股比例85.50013%。记者就相关问题向简游科技核实，但截至发稿未获回复。

事实上，还有一大批类似简游科技的中小游戏公司在蛰伏中成长。据《游戏非上市公司报告》估算，2022年上半年样本产品中，非上市游戏企业产品收入在样本产品全部收入中的占比达到24.4%，为近四年来自高。

在丁道师看来，这款小游戏迅速爆火是一个以小博大的典型案例。“三消和连连看这类游戏已经风靡多年，还能通过微创新，哪怕只有某几个点能进行突破创新，给人耳目一新的感觉实属不易。木桶理论在游戏行业似乎行不通，而帐篷理

论网络等投资回报率高的标的。整体而言，公司对单一投资标的投資金额较小，目前投资业务的发展符合预期。

事实上，在游戏行业精品化的背景下，对游戏公司在研发和创意等方面提出了更高的要求。某游戏上市公司人士向记者表示，“公司当前保持竞争力，也会在内部进行项目孵化，通过项目组的方式，公司内部会根据项目组的发展情况去考量投资，这样可以保持产品线的同时，提升竞争力。”

在此局面下，如果巨头公司以注资入股等方式推动中小游戏公司向前发展，无疑将实现双赢效果。对此，丁道师表示，小公司如果被更大的公司整合，然后创造出更好的游戏产品，这是一个好事情，在大公司更强大的资本和技术的支持下，让这些游戏更好的发展。“我觉得是个好事情，怕的不是被大公司盯上，而是不被大公司盯上。”

“同时我们也应看到，诸如微软、腾讯等游戏巨头企业，也是经历从初创阶段逐渐发展起来，发展历程中经历了多次合并、收购。如今，我们在看到收购之时，往往担心的是被收购公司无法保持原有的发展理念，进而无法提供优秀的游戏作品。例如，微软对动视暴雪的收购，进入微软的版图之后，会不会把一些经典的游戏，按照微软市场化的方式进行改革，为了迎合新玩法和新玩家而失去了老玩家。”丁道师说道。

煤企三季度业绩“亮眼” 行业高景气度或贯穿全年

本报记者 陈家运 北京报道

在行业高景气背景下，煤炭上市公司三季度业绩延续了上半年的增长势头。

10月9日晚间，广汇能源(600256.SH)披露2022年前三季度业绩预增公告显示，其前三季度预计实现归属于上市公司股东的净利润83.61亿~84.61亿元，较上年同期增加56亿~57亿元，同比增长202.87%~206.49%。此外，煤炭巨头冀中能源(000937.SZ)预计2022年1~9月业绩大幅上升，归属于上市公司股东的净利润为37.50亿~40亿元，净利润同比增长174.34%~192.63%。

中研普华研究员张佳林在接受《中国经营报》记者采访时表示，本轮煤炭行情的核心逻辑是产能周期催化，供需错配带来行业高景气，上

行趋势有望持续。目前，市场原煤产量供给没有完全释放。国内煤炭供不应求，而海外煤炭供需状况则更加紧张。“后疫情时代”，欧美等国家开始进行新一轮经济复苏刺激，而煤炭作为制造业基本能耗，其需求快速上行导致供不应求，价格持续高位波动。此外，乌克兰局势叠加印尼(全球最大的煤炭出口国)出口禁令等因素，进一步加剧了全球能源紧张的形势。

记者从多家煤企了解到，今年前三季度，企业业绩大幅上涨的主要原因是煤炭市场需求旺盛、价格上涨等因素影响。广汇能源董事会秘书倪娟表示，在当前背景下，煤炭作为国家能源安全“压舱石”的重要作用进一步凸显，煤炭消费绝对量预计未来10~15年仍将保持增长，而新疆将是煤炭增产最大潜力区和最大受益区。

业绩大幅增长

除了广汇能源之外，包括中煤能源、山西焦煤、冀中能源等煤炭巨头的三季报业绩也频频预喜。

广汇能源是一家在国内外同时拥有“煤、油、气”三种资源的民营企业，煤炭业务营收占其总营收近三成。

财报显示，公司前三季度煤炭销量同比增长35.65%，销售均价同比增长50.55%。其中，第三季度销量环比增幅约27%。

事实上，除了广汇能源之外，包括中煤能源(601898.SH)、山西焦煤(000983.SZ)、冀中能源等煤炭巨头的三季报业绩也频频预喜。

其中，中煤能源披露的2022年前三季度业绩预告显示，按照中国企业会计准则，中煤能源预计2022年前三季度实现归属于母公司所有者的净利润为183.6亿~202.9亿元，同比将增加65.04亿~84.34亿元，增长54.9%~71.1%。

此外，山西焦煤预计前三季度归母净利润80.93亿~84.62亿元，同比增长54.9%~71.1%。

元，同比增长155%~167%，第三季度归母净利润预计同比增长95%~125%。

对于业绩预增的原因，中煤能源方面表示，前三季度，公司全力增产增供保障能源供给，主要产品价格高位运行；同时，其持续加强精细化管理，科学管控成本费用，以及确认参股企业投资收益增加等使业绩同比大幅增加。

山西焦煤方面表示，其在三季度业绩增长，主要是因为报告期内受煤炭市场需求旺盛、价格上涨等因素影响，公司的煤炭产品盈利同比大幅增加。

记者注意到，在煤炭企业三季度业绩报告“亮眼”的背景下，国庆节后第一个交易日，煤炭股高开高走。其中，安源煤业涨超8%、永泰能源涨超7%、兖矿能源涨超5%，华阳股份、中煤能源等公司也纷纷跟涨。

需求端量价齐升

全国煤炭生产企业不断加大增产保供力度，充分发挥煤炭的兜底保障作用。

张佳林向记者分析，在需求端，进入6月，全国气温明显升高，叠加各地复工复产加快推进，电力和煤炭迎来需求旺季，对煤炭形成强有力的支撑。库存方面，当时时空节点逐步靠近迎峰度夏，港口库存持续累库。供给端，目前整个市场原煤产量供给没有完全释放。国内煤炭供不应求，而海外煤炭供需状况则更加紧张。

“自2021年以来，全球以动力煤为首的能源价格飙涨。世界银行在《大宗商品市场展望》中指出，2022年，预计欧洲天然气价格达到2021年的两倍，煤炭价格上涨80%，接近翻倍。煤炭、天然气价格均创历史新高。当前欧洲部分地区出现天然气紧缺的状况，煤炭供应情况亦不乐观。从驱动因素来看，2022年欧美等国开始进行新一轮经济复苏刺激，而煤炭作为制造业基本能耗，其需求快速上行导致供不应求，价格持续高位波动。此外，乌克兰局势叠加印尼(全球最大的煤炭出口国)出口禁令等因素，进一步加剧了全球能源紧张的形势。”张佳林表示。



在行业高景气背景下，煤炭上市公司三季度业绩延续了上半年的增长势头。图为2022年10月12日，车辆在青岛董家口港装运煤炭。

视觉中国/图

记者注意到，自2020年9月以来，印尼动力煤HBA价格已经上涨569.7%，飙升了近六倍。

在张佳林看来，俄罗斯是石油、天然气、煤炭出口大国，2020年俄罗斯石油出口量占全球11.08%，天然气出口量占全球16.07%，煤炭出口量占全球17.08%。因此，俄罗斯煤炭被实施禁运，直接影响全球

能源供给，导致价格大幅抬高。

一位煤炭上市公司人士告诉记者，今年以来，国内煤炭需求增加主要是国际大宗能源价格高位震荡，能源进口成本增加，我国能源产品进口需求下降。此前国内煤炭进口大约占国内销量的10%左右，今年上半年进口煤炭1.15亿吨，同比下降17.5%。为此，全

国煤炭生产企业不断加大增产保供力度，充分发挥煤炭的兜底保障作用。

海关总署数据显示，2022年1~8月，我国共进口煤炭1.68亿吨，同比下降14.9%。伴随着煤炭进口量减少，国内煤炭价格高位运行。因此，紧平衡是煤炭行业未来几年一个大趋势。

高景气度或延续

近期煤炭价格涨幅较快，供给在政策推动下有所释放，保持供需两旺是四季度的基本态势。

多家机构对煤炭行业景气度表示乐观，欧洲能源危机加剧，煤炭行业四季度业绩或持续坚挺。

广发证券研报认为，近期国际大宗商品价格普遍回升，特别是受OPEC+超预期减产影响，国际原油价格大涨。布伦特原油价格近两周低点累计上涨17%。而国内煤炭行业供需维持平衡略偏紧，需求虽有压力但韧性较强，短期催化剂来自供给收缩、政策对需求的刺激

(基建+地产)以及三季报确定的业绩。继续重点看好盈利能力较强且具备资源优势的煤炭公司。

“北方供暖季临近，政府加强落实冬储，而沿海地区和部分内陆地区库存缺口仍较大，国内保供形势依然紧张，叠加非电企业备料持续，动力煤具备较强的需求刚性。国内煤价易涨难跌，预计后续动力煤价格高位仍可持续。”民生证券在研报中如是表示。

此外，开源证券研报分析认为，乌克兰局势进一步导致全球能源危机局势持续升级，9月底北溪-1和北溪-2管道事故致使欧洲能源短缺进一步加剧，10月5日OPEC+宣布减产200万桶/日，原油价格持续上涨，欧洲的能源短缺尤其是天然气，将使替代性需求快速转向煤炭，煤炭价格将更加坚挺或强势。

张佳林表示，从中长期来看，“双碳”目标背景下，煤炭需要进一步调整结构、减量化、消

费替代等，在未来的5~10年，煤炭的消费应该说在“十四五”时期仍然处在增长期，预计“十五五”时期煤炭达峰之后会逐渐出现下降。

张佳林认为，近期煤炭价格涨幅比较快，供给在政策推动下有所释放，保持供需两旺是四季度的基本态势。今年以来，伴随煤炭价格的上涨，煤炭企业盈利也在逐渐地提升，上半年根据煤炭协会的统计，煤炭企业利润的增幅大概为90%~100%。

钨企业绩普增 光伏用钨需求快速增长

盈利普增

钨是一种高熔点、高比重、高硬度的稀缺金属，其合金和化合物具有一系列优异的物理、化学和机械加工性能，被广泛应用于通用机械、汽车、模具、能源、重工和航空航天领域。

2022年上半年，厦门钨业、中钨高新、章源钨业和翔鹭钨业分别实现营收242亿元、68亿元、17亿元和9亿元，同比增长70%、9%、34%和16%；分别实现归母净利润9.1亿元、2.3亿元、1.4亿元和0.2亿元，同比增长32%、20%、281%和-5%。

其中，除翔鹭钨业业绩再现负增长外，其余3家上市公司均保持正增长。

光伏用钨拉动需求

在众多的下游需求中，光伏领域的钨消费表现抢眼。

据中国光伏行业协会(CPIA)统计，2022年上半年中国硅片产量152.8GW，同比增长46%；光伏组件产量123.6GW，同比增长54%。

厦门钨业在半年报中表示，在钨下游的主要消费领域中，基建、汽车、3C领域需求放缓或下滑，而光伏领域则出现快速增长。未来，随着国内产业结构调整及智能制造、新能源等新产业发展所带来的

作为全球重要的钨冶炼产品加工和钨粉生产企业，厦门钨业拥有钨冶炼、钨粉末、钨丝材业务和硬质合金深加工的完整产业链。该公司钨钼板块业务包括钨精矿、钨钼中间制品、粉末产品、丝材板材、硬质合金和切削工具的生产等。

“公司上半年业绩的上涨，同钨钼业务的表现有一定关系，该板块利润同比增长4%左右。”厦门钨业方面人士向记者说道。

民生证券研报显示，厦门钨业主营的电池材料、钨钼和稀土业务的收入分别为145亿元、64亿元和28亿元，营收占比分别为60%、27%和12%；毛利润为15.8亿元、12.4亿

元和3.6亿元，占比分别为37%、47%和11%；毛利率为9%、25%和13%。钨钼业务营收贡献虽居第二，不过毛利润占比和毛利率水平均列三大主营业务第一。

同时，安泰科数据显示，上半年国内钨消费合计3.06万吨，同比下滑1.4%。其中，硬质合金和钨钢领域消费分别为1.73万吨和10.54万吨，分别下滑1.7%和6.1%；钨材、钨化工领域消费为0.66万吨和10.13万吨，分别增长2.9%和0.8%。

价格方面，上半年，国内黑钨精矿均价为11.5万元/吨，同比上涨21%；APT(仲钨酸铵)均价为17.56万元/吨，同比上涨23%。

中钨高新方面人士向记者表

示，一季度钨市场表现不错，不过二季度下游需求受到一些影响。总体来看，上半年国内钨消费总量出现一定下滑，不过因钨均价上涨及公司产品品质优良等原因，公司业绩保持稳步增长。



在众多的下游需求中，光伏领域的钨消费表现抢眼。图为在第十九届中国·海峡创新项目成果交易会上，厦门钨业展示生产的有关产品。

视觉中国/图

年的环境下，公司积极开拓市场，顺利完成相关销售任务，业绩实现大幅增长。其中，碳化钨粉销量2562吨，同比增长17%；硬质合金销量1000吨，同比增长14%；热喷涂粉销量174吨，较上年同期增长34%。

微米的产品正在市场认证过程中，光伏钨丝细线化进程有望加快。

厦门钨业在2021年12月披露，将投资2.52亿元建设200亿米/年细钨丝产线扩产项目，预计2022年第三季度建设完成；到了2022年1月，该公司又披露将投资8.42亿元建设600亿米/年光伏用钨丝产线项目，预计2023年下半年建成。

据民生证券预计，厦门钨业2024年细钨丝产能将达1088亿米，其中光伏用钨丝845亿米。

总量控制

钨是国民经济和现代国防领域不可替代的战略性金属资源。

章源钨业方面表示，钨是我国的优势矿产，国家对钨矿开采实行“总量控制和配额生产”，不断规范钨矿勘查开采审批管理，允许在矿区范围内进行资源整合，不再新增钨采矿权。

厦门钨业方面向记者表示：厦门钨业方面向记者表示：“钨属于战略资源，因此自然资源部和工信部每年会公布两批开采指标，然后再分配到各省及相关的矿山企业。”

公开资料显示，2022年度全国钨精矿(三氧化钨含量65%)开采总量控制指标为10.9万吨，其中主采指标8.12万吨，综合利用指标2.78万吨。10.9万吨的总量控制指标，较

丝线切割在光伏硅片切割上的应用。今后，随着相关应用渗透率的提升，将为未来的钨消费带来一定增量。

招商证券研报显示，钨丝可用作切割硅片的金刚线母线，在线径和抗拉强度上具备天然优势。其在切割硅片时硅料损耗更少，多产出的硅片价值大于钨丝与传统母线的价差。同时，“大尺寸+薄片化”已成为硅片环节的主要发展方向，这要求金刚线在更细的情况下，具备更高的切割力和破断力。但传统母线的精细化趋近极限，使用过程中线耗快速上涨，因此薄片化与大尺寸成为加快金刚线母线向钨丝转换的催化剂。

“钨丝因可拉伸至更细、强度高等优势，有望成为下一代的金刚石切割线母线。”民生证券研报指出，2022年2月中钨高新披露将建设年产100亿米光伏钨丝产线，该项目建设期仅9个月，预计今年年底投产。且目前公司线径35/34/32

下，具备更高的切割力和破断力。但传统母线的精细化趋近极限，使用过程中线耗快速上涨，因此薄片化与大尺寸成为加快金刚线母线向钨丝转换的催化剂。

“钨丝因可拉伸至更细、强度高等优势，有望成为下一代的金刚石切割线母线。”民生证券研报指出，2022年2月中钨高新披露将建设年产100亿米光伏钨丝产线，该项目建设期仅9个月，预计今年年底投产。且目前公司线径35/34/32

链。公司受托管理范围内的钨资源储量、钨冶炼年生产能力均居行业首位，有力地保障了公司原材料的供应能力。中钨高新方面向记者表示：“公司钨原料的供给有保障，不过钨矿山所有权并不在上市公司体系内，因此对每年获得的具体开采指标并不是太清楚。”

国家电投蝶变：光伏装机全球第一

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

桑日县，位于西藏自治区山南市北部，地处冈底斯山南麓，雅鲁藏布江中游河谷地段，具有典型的“两山夹一谷”的地貌特征。受制于地理条件等因素，用电曾一度困扰着当地居民。

2010年，为解决当地用电难题，国家电投集团黄河上游水电开发有限公司

“从0到1”的突破

经过多年攻关，国家电投在高效光伏电池和组件领域达到国内领先水平，跻身国际先进行列。

国家电投由中国电力投资集团公司与国家核电技术有限公司于2015年7月重组而成，属中央直接管理的特大型国有企业，是我国五大发电集团之一。

目前，国家电投拥有光伏发电、风电、水电、核电、煤电、气电、生物质发电等全部电源品种，是全球最大的光伏发电装机企业。过去10余年，国家电投针对光伏产业链各环节优化创新平台布局，推进关键核心技术攻关，实现了“从0到1”的突破。

早期，多晶硅的生产技术一直由国外垄断，依赖进口，成为我国发展光伏和集成电路产业的瓶颈。历经16年，国家电投黄河公司通过技术消化与吸收，终于实现了电子级多晶硅国产化，成为电子级多晶硅国内市场占有率为第一的企业。

“光伏+”多方共赢

在全球能源革命发展新机遇下，国家电投正在助力我国生态文明建设和乡村振兴走深走实。

随着国家电投光伏产业链的崛起，其下游应用也呈现规模化、多元化发展，应用场景遍地开花。

金秋十月，青海省海南藏族自治州共和县塔拉滩，气温已经走低。落日余晖下，一望无垠的光伏板熠熠生辉，时而结队行走的羊群在光伏板之间穿梭，宛如一道独特的美丽风景，这里便是全球装机容量最大的海南州生态光伏发电园区。

茫茫戈壁滩，漫天飞沙，寸草难觅，这曾是人们对这个不毛之地的最初印象。直到2011年，国家电投

公司（系国家电投集团的控股企业，以下简称“国家电投黄河公司”）在此建设了10MW桑日光伏电站。这也拉开了国家电投建设光伏电站的序幕。此后，国家电投黄河公司将产业链进一步延伸至光伏制造，不断扩充光伏版图。

2016年8月23日，习近平总书记在青海省视察期间来到国家电投黄河水电太阳能电力有限公司西宁分公司

（现已更名为国家电投集团黄河上游水电开发有限责任公司西宁分公司）。他走进太阳能电池生产车间，察看成品展示，了解相关生产工艺。他殷切嘱托：“青海有充足的太阳能光照资源、丰富的荒漠化土地资源，你们有产业优势、技术优势、人才优势、资金优势，一定要将光伏产业做好。”

牢记嘱托，勇担使命。经过不

断地探索发展，国家电投加快产业结构转型与技术创新，已经形成了多晶硅、光伏电池组件、电站建设运营和组件回收的绿色循环全产业链；光伏装机规模实现跨越式增长，连续数年稳居全球第一；率先推广应用水风光互补、渔光农光互补、光伏治沙等模式，开拓出了一条兼顾“绿电、生态和民生”的高质量发展之路。

争创“世界一流”

力争2025年，国家电投光伏装机规模达到8000万千瓦以上。

2020年9月，我国“双碳”目标落地后，国家电投结合“十四五”规划和集团公司实际情况，提出了“2023年将实现国内碳达峰”的目标。

在“双碳”目标指引下，国家电投加强能源结构优化调整，通过能源互补及“源网荷储”一体化模式，推进光伏集中式与分布式协同开发，大力推进重点地区清洁能源大型基地建设，保障国家清洁低碳能源的供应。此外，国家电投适应当前电力供需形势，统筹电源与负荷的关系，聚合分布式能源、储能、绿电交通、生物质能等元素，从需求侧解决能源保供，创新发展综合智慧零碳电厂，使得中国的能源模式更好地适应于未来清洁能源转型发展。

在技术创新方面的领先水平。”长远来看，退役光伏组件回收将是光伏产业链实现全生命周期绿色发展的最后一环，但目前尚未真正实现商业化。不过在这一领域，国家电投黄河公司是退役光伏组件回收商业化重要推动者，也是国内屈指可数开展光伏组件环保处理和回收的关键技术和装备研究的企业。

2021年12月，国家电投黄河公司建成综合回收率超过90%、年处理能力11万片的全国首条组件回收中试线，为降低太阳能光伏产业对生态环境的影响做好技术储备。

按照国家电投的计划，公司将率先开展退役光伏组件回收商业应用，积极探索产业循环新模式，到2025年带动形成回收产业集群。

七个当地牧民在自己园区内放牧，一共养着四五千只羊，每个人每月还可以挣到3500元左右的工资。

经过多年实践，国家电投黄河公司推广的“光伏+生态治理+生态牧业”的模式建设光伏电站，减少荒漠化土地面积达100平方公里。板上发电、板下牧羊，“光伏羊”已成为知名品牌，实现了“绿电+生态+民生”三赢局面。

事实上，“光伏+牧业+治沙”只是国家电投利用“光伏+”模式发展光伏产业的一个缩影。在全国，国

家电投的“光伏+农业”“光伏+渔业”“光伏+旅游”“光伏+建筑”“光伏+综合智慧能源”等应用模式不断涌现。在全球能源革命发展新机遇下，国家电投正在助力我国生态文明建设和乡村振兴走深走实。

国家电投提出，公司将不断创新农光互补、渔光互补、光伏治沙、清洁取暖等零碳负碳生态发展模式，将光伏与县域、乡村优势产业结合发展，打造兼顾光伏产业高质量发展和强国富民、美丽中国建设“多赢”的能源生态发展道路。

万千瓦以上。

立足清洁能源，大力发展光伏产业的同时，国家电投还助力新型电力系统建设，持续迭代“水风光互补”模式，支持特高压外送通道的建设，发展新型储能和抽水蓄能，促进新能源消纳，贡献“国家电投方案”。

为解决好光伏发电间歇性、波动性和随机性的问题，国家电投黄河公司研发了水光互补协调运行的模式，将不稳定的光伏发电转换为安全、稳定的优质电源。早在2014年底，国家电投黄河公司在塔拉滩就建成了850兆瓦龙羊峡水光互补光伏电站。

国家电投黄河公司副总经理黄海兵表示，“水光互补技术实现了水力发电和光伏发电快速补偿，解决了光伏发电的弃光难题和安全并网问题，填补了国际大规模水光互补关键技术的空白，推动了国际大规模水光互补和清洁能源互补技术的发展，为中国后续开展水光风储多能互补的建设奠定了基础。”

2020年，世界首条以输送新能源为主的青豫±800千伏直流特高压直流通道开通，这是世界上首条专为清洁能源外送而建设的特高压通道。“公司负责建设一期工程81%、405万千瓦配套光伏和风电电源点的建设。同期还建设了6座330kV汇集站、5座110kV汇集站、32座35kV汇集站，保障了世界首条清洁能源外送特高压通道输送能力和送电安全。”国家电投黄河公司工作人员向记者介绍。

国产自研大丝束碳纤维投产 实现自主可控

10月10日，万吨级48K大丝束碳纤维工程首套国产在线中国石化上海石化（以下简称“上海石化”）碳纤维产业基地投料开车，并生产出合格产品。

中国石化方面表示，上述项目采用中国石化自主研发的PAN（聚丙烯腈）基大丝束碳纤维从关键技术突破、工业试验生产、产业化，出产产品性能优异，质量达到国际先进

水平。

这标志着中国石化大丝束碳纤维从关键技术突破、工业试验生产、产业化，成功走向规模化和关键装备国产化，真正实现

自主可控。预计项目将分两个阶段实施，计划于2024年全部建成投产，届时将实现2.4万吨/年原丝、1.2万吨/年大丝束碳纤维产能。

国产新材料崛起

今年夏天，北京长安街上经常可以见到三三两两的自行车穿行而过。这样的画面仿佛穿越到了二十年前。彼时，自行车是大众出行的主要交通工具之一，而当下，自行车已经成为一种健身新风尚。

与20年前大为不同的还有骑友们的自行车。目前，在轻量化、高刚性的要求下，碳纤维成为高端自行车车架的关键材料。

碳纤维是一种含碳量在95%以上的高强度新型纤维材料，力学性能优异，密度是钢的四分之一，

强度却是钢的七至九倍，并且还具有耐腐蚀的特性。由于其具备质量轻、强度高、耐腐蚀、膨胀系数小等优异性能，目前被广泛应用于飞机部件、轨道交通原材料、车身制造等，在各行各业有着广泛的应用前景。

而对于这一高端材料，长期以来我国难以实现自主化生产。如今，我国高端新材料正不断崛起。

2022年4月，国家相关部门发布《关于“十四五”推动石化行业高质量发展的指导意见》，提到要提升创新发展水平，加快发展高端

化工新材料产品，积极布局前沿化工新材料。

碳纤维便是我国通过自主创新打破技术壁垒的高端新材料之一。随着上海石化万吨级48K大丝束碳纤维工程国产线投料开车，宣告我国在碳纤维领域打破了大丝束碳纤维的技术壁垒，真正实现自主可控。

中国石化方面表示，在碳纤维行业内，通常将每束碳纤维根数大于4.8万根（48K）的称为大丝束碳纤维。大丝束碳纤维性能优越，被称为“黑黄金”。长期

以来，国内的碳纤维发展在小丝束碳纤维方面实现了突破，但是由于小丝束碳纤维成本高，影响了下游企业应用碳纤维的积极性。

此次上海石化研发生产的大丝束碳纤维，其优势是在相同的生产条件下，不仅可以大幅度提高碳纤维单线产能和质量性能，还可以实现生产低成本化，从而打破碳纤维高昂价格带来的应用局限。目前，该条48K大丝束碳纤维国产线可实现规模化、高品质生产。

11月，建成中试装置；2009年3月，成功研制出12K原丝；2012年9月，采用自行开发的国内领先的NaSCN（硫酸氢钠）湿法工艺、自主知识产权的成套技术工程项目一阶段建成投产，形成了每年1000吨原丝、500吨碳纤维的工业化生产能力。

2021年5月，每年2000吨原丝、1000吨碳纤维的二阶段项目建成投产，产出合格产品。该生产线的国产装备应用率较一阶段项目提升了10%，进一步增强了国内的碳纤维关键核心技术，提升综合竞争力。

2022年10月10日，随着万吨级48K大丝束碳纤维工程首套国产线在上海石化碳纤维产业基地

应用率的不断提升，相关行业将迎来长跨度的高景气阶段，有力助推我国相关产业的快速发展和产业结构调整。

此外，上海石化研发碳纤维的过程，离不开多家科研机构的共同攻关助力，这体现了我国强大的科技攻关协同实力。

中国石化方面表示，公司集中各种资源，奋力攻克碳纤维关键技术，顶层设计，并在上海市政府部门的大力支持下，联合10余家高校、科研院所、企业，走出了一条以企业为主体的“产、学、研、用”相结合的协同创新之路，最终取得技术重大突破，成功试制出48K大丝束碳纤维，并贯通工艺全流程。



技术实现量变到质变

2022年2月，在北京冬奥会上，中国石化生产的碳纤维产品便跟随火炬“飞扬”惊艳冬奥赛场。

火炬“飞扬”的外壳采用了上海石化研发的碳纤维复合材料制成。利用自主研发的产品和技术，采用“黑科技”新材料碳纤维复合材料制作，使“飞扬”集“轻、固、美”等特点于一身，既轻巧又耐高温，能够实现在高于800摄氏度的氢气燃烧环境中正常使用，完美诠释了“绿色奥运”“科技奥运”的理念。

此外，今年2月，上海石化自主研发生产的碳纤维成功应用于广州地铁18号线“湾区蓝”高速列车。广州地铁18号线最高时速可达160公里，通过在车头采用轻质高强碳纤维复合材料，可以使地铁列车在实现同等强度的基础上实现轻量化。

中国石化方面表示，自2019年起，中国石化和中国中车开展协同创新，攻克了碳纤维复合材料在轨道交通领域规模应用关键核心技

术，建立了完整的技术研发体系，形成了世界领先的“一站式”轻量化技术解决方案，最终实现了此次碳纤维复合材料在“湾区蓝”列车上的成功应用。

如今，经过十余年努力，中国石化推动我国碳纤维实现了从12K到48K的重大突破，成功实现研发生产技术从量变到质变的飞跃。

在碳纤维复合材料的研发和应用方面，中国石化同样在积极探索。中国石化方面表示，在未来的碳纤维产业发展中，中国石化将在科研方面继续加大投入，产业方面加快布局，机制体制方面深化创新，应用场景全面推广。同时，坚持走自己的道路，做自己的特色产品。

预计到“十四五”末，中国石化将在多种工艺流程实现通用级、大丝束、小丝束、高性能等产品方面全面突破，进行总体布局，满足国家各个领域的需求，为引领和推动中国碳纤维产业发展作出贡献。

广告

中国厂商领跑全球通信设备市场

本报记者 谭伦 北京报道

新冠肺炎疫情持续三年，世界产业经济整体面临挑战，极度倚赖规模与需求的全球通信设备市场自然也难免被波及。但是，逆势之下，中国厂商仍然交出了一份优异答卷。

日前，市场调研机构 Dell'Oro Group 发布了 2022 年上半年全球通信设备市场的厂商排名。以华为、中兴通讯为代表的中国两大设备巨头表现强势，其中华为仍以接近 30% 的份额排名第一，中兴通讯排名第四，份额较 2021 年的 10.5% 略有提升。

考虑到近年来海外业务遭遇的冲击，华为与中兴通讯的成绩无疑为中国通信业的积极前景增添了

一份有力注解。正是依靠中国本土市场的强力支持，华为与中兴在全市场维持住了领先优势。Dell'Oro Group 数据显示，2022年上半年，华为在中国市场的份额达到了 58%，中兴则达到 32%。

更有力的佐证来自业绩。最新财报显示，2022 年上半年，华为运营商业务收入为 1427 亿元人民币，同比增长 4%；中兴通讯则营收为 598.18 亿元人民币，同比增长 12.71%。

“从新冠肺炎疫情三年的整体表现看，中国设备商不仅没有受到过多影响，甚至获得了更好的业绩。”Strategy Analytics 无线运营商战略高级分析师杨光向《中国经营报》记者表示，这反映了中国通信设备市场增长放缓的主要因素。

中国 5G 强劲需求拉动

公开数据显示，2022 年全球 5G 网络设备市场总规模约为 330 亿美元，占全球通信设备市场份额的 33%。

在衡量全球通信设备市场的各项指标中，5G 无疑是最重要的一项。据 GSMA 研究，截至 2022 年 6 月底，全球共有 79 个国家/地区的 208 家运营商开通 5G 网络，全球 5G 人口覆盖率超过 25%，全球共有 54 个国家/地区的 115 家运营商已经开通或者有意向部署 5G 独立组网模式。

“从 2019 年开始，全球 5G 市场其实就已经开始进入规模增长期。”C114 通信网主编周桂军告诉记者，通信领域的代际升级以通信设备的大规模更换为标志，包括核心网、承载网、接入网三大部分的 5G 设备投资将是一笔巨大的开支。

以 5G 基站为例，周桂军表示，在作为中国 5G 商用元年的 2019 年，仅中国三大运营商 5G 基站建设成本便达到了 585 亿元人民币的规模，几乎相当于一家全球中大型通信设备商的全年营收体量，而随着 5G 建设的深入，此后每年的 5G 设备市场规模都在增长。

Dell'Oro Group 研报显示，在数字经济和新冠肺炎疫情叠加推动

下，全球通信设备市场规模连续四年实现增长，2021 年同比增长 7%，接近 1000 亿美元。其中，中国的通信设备市场规模约为 260 亿美元，约占全球 26% 份额。

而 5G 设备占据了其中的近三分之二。公开数据显示，2022 年全球 5G 网络设备市场总规模约为 330 亿美元，占全球通信设备市场份额的 33%，是通信设备制造企业的主要收入来源。预计到 2025 年，全球 5G 网络设备市场总规模将超过 400 亿美元。

杨光指出，正是 5G 与中国市场的双轮产业利好，催生了中国通信设备巨头的积极势头。据其介绍，全球 5G 通信设备主要包括移动核心网络、无线接入网、宽带接入、路由器、交换机、光传输和微波设备，而这正是华为、中兴通讯的主力产品。

“随着 5G 网络建设的主体部分完成，目前 5G 已经从广覆盖进入精细化覆盖阶段。”杨光指出，这意味着未来包括小型基站在内的网络设备需求将占据主流，而这将成为中国通信设备商新的机会。

应对未来需求放缓挑战

即便需求在逐步下降，Dell'Oro Group 依然对 5G 及光纤市场发展前景持乐观态度。

虽然整体势头依旧看涨，但对于全球通信市场而言，需求正在下滑却是可预见的事实。Dell'Oro Group 在研报中指出，随着 5G 深入推进，全球电信设备市场在持续四年温和增长后，面临增长放缓挑战。

公开数据显示，全球通信设备市场从 2021 年收入增长 7%，放缓至 2022 年的 3%。Dell'Oro Group 指出，除面临 5G 发展的挑战外，组件短缺、美元走强、地缘政治动荡以及部分国家的无线业务活动放缓，都是全球通信设备市场增长放缓的主要因素。

“5G 的大规模设备投入期基本是在前三年。主体网络搭建完成后，会进入一个精细化完善的阶段，这时候设备投入会收窄。”周桂军向记者指出，直至进入应用的爆发期后，5G 才可能迎来一个新的大规模再增长阶段。

电信分析师付亮此前也向记者表示，5G 建设放缓是一个必然趋势，应用侧才是 5G 真正的红利领域，目前 5G 应用以工业和行业领域为主，消费侧尚未明显感受到 5G 应用带来的改变。

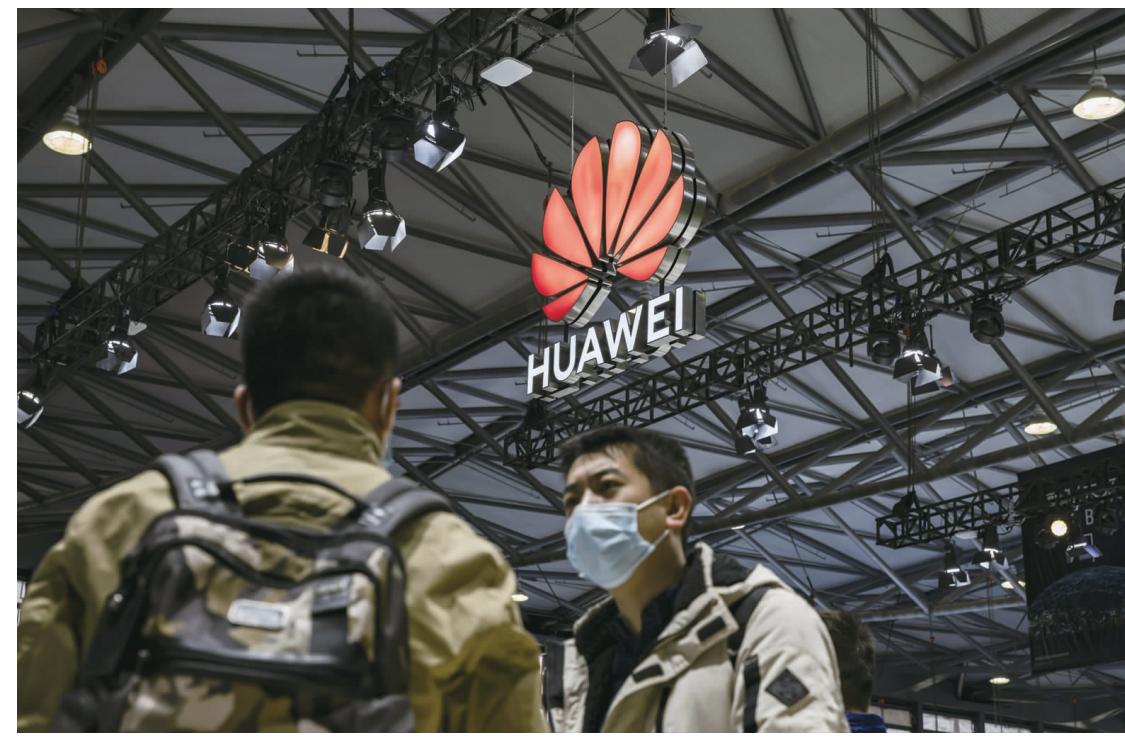
以通信终端领域的主力智能

寻觅新一轮增长点

东数西算等国家战略的实施，以及智能电车等新市场机遇的出现，是近年来中国通信设备厂商维持增长的重要原因。

面对挑战，全球通信设备巨头都在寻觅新一轮的业务增长点，尤其是对以华为、中兴通讯为代表的中国厂商而言，IDC、云计算、大数据正在成为新的重要增长极。

以中兴通讯为例，目前记者从其官方了解到，传统的运营商通信网络设备的业务正被划归公司第一增长曲线，而运营商算力基础设施相关产品、终端、数字能源、汽车电子、5G 行业应用被视为第二曲线。财报显示，2022 年上半年，中兴通讯来自第二曲线



华为与中兴通讯的成绩无疑为中国通信业的积极前景增添了一份有力注解。

视觉中国/图

手机为例，公开数据显示，2022 年我国智能手机出货量预计下降 18.3%，全球 5G 手机出货量下降 2%。有运营商人士告诉记者，除了受整体经济形势影响之外，主要原因是当前智能手机 5G 应用创新不明显，致使消费者换机周期拉长。

杨光认为，产业周期自有规律，在应用创新有大幅进展前，需求放缓将是未来全球通信设备市场呈现的一个主要特点。“运营商和设备商其实对此都早有准备，寻找新的增长点，是目前通信产业的共同任务。”杨光表示。

收入同比增长了近 40%。中兴通讯方面表示，希望未来三年第二曲线收入能够实现更高的增速，以此支撑收入持续增长。

而在华为方面，战略布局智能汽车产业成为新的看点。近一年来，华为先后组建了智能汽车解决方案 BU，投入超过 5000 名研发人员，发布了 Harmony OS 智能座舱、4D 成像雷达、MDC 810、“华为八爪鱼”自动驾驶开放平台和智能热管理系统等解决方案。

公开信息显示，华为第一阶段的

目标是聚焦智能网联汽车产业的增量部件，帮助车企造“好车”，成为智能网联汽车时代的首选部件供应商。

对此，杨光认为，东数西算等国家战略的实施，以及智能电车等新市场机遇的出现，是近年来中国通信设备厂商维持增长的重要原因。“从这个意义上讲，传统通信设备商也在经历并完成转型。”杨光表示。

周桂军则表示，与一些业务细分色彩浓厚的通信设备商不同，华

为与中兴通讯简单说便是“什么都在做”，在通信设备业务近年来遇到打压后，这种定位分散了主要依靠单一业务盈利的风险。

“另外，在海外业务遇到困难后，华为、中兴也展示出了很强的生存韧性，没有轻易认输和放弃，这是中国设备商历经多年磨炼后养成的独特性格。”周桂军表示，在探讨两大中国设备商巨头发展路径与成功的时候，这一点是必须看到的，也是值得其他中国企业学习的。

各方重金布局的“机器狗”是“玩具”还是“工具”？

本报记者 曲忠芳 李正豪 北京报道

最近一段时间，“机器狗”领域好不热闹：继腾讯 Robotics X 实验室仅隔一年就更新了第二代四足机器人 Max 后，联想晨星首款四足机器人 Q1 在前不久的世界制造大会上公开亮相，而科大讯飞方面则在投资人互动平台上透露，将有序推出工业四足机器人、机器宠物、外骨骼机器人、家庭服务机器人等。除此之外，今年上半年，四足机器人企业宇树科技、云深处科技均完成了新一轮股权融资。去年 8 月，小米更是以一款定价万元以内、名为“铁蛋”的产品进入四足机器人领域。

说起四足机器人——俗称“机器狗”，在这一领域耕耘最久的要属波士顿动力公司，其成立于 1992 年，2005 年推出的 BigDog 被业界视为世界上第一款机器狗，后产品几经迭代，终于在 2015 年波士顿动力公司的第一台商业机器狗产品 Spot 面市。需要指出的是，因布局技术前沿与商业化难题，波士顿动力分别于 2013 年、2017 年、2020 年经历了三次“卖身”。自 2021 年 6 月起，现代汽车集团完成了对波士顿动力 80% 股权的收购，成为后者的第一大股东。

与波士顿动力相比，国内对四足机器人领域同样早在上世纪

90 年代就已有初步的创新与探索，但商业化起步稍晚，目前已有多家典型代表宇树科技、云深处科技分别成立于 2016 年、2017 年，小米、腾讯、小鹏、优必选等企业的加入仅是近两年的事情。“小米等更多玩家的参与，提升了四足机器人的认知度与关注度，对于整个行业来说是好事。”云深处科技相关负责人向《中国经营报》记者如是表示。



国内在四足机器人的商业化起步稍晚。

是“玩具”还是“工具”？

近几年里，“机器狗”越来越多地出现在公众视线中，如大型文艺演出中的舞蹈表演、影视剧中的新型“宠物”甚至新式“武器”、消防救援或巡检勘探现场等。机器狗扮演的是一种新式娱乐玩具，还是一种特殊行业的新式生产工具呢？

显然，在回答这一问题时，参与企业给出的答案是不同的。

小米、腾讯、优必选等企业尽管已有四足机器人的相关产品面世，但并没有完全商业化，更多的还是实验室产品或探索版本。

云深处科技自成立以来研发出“绝影”大中小全系列的四足机器人产品，则面向 B 端行业应用。比如今年 7 月，云深处科技与宝钢股份签署合作协议，双方将在皮带机通廊巡检开展深度合作。据介绍，皮带机作业强度大，通廊狭窄、

人员作业有安全风险，通过四足机器人精准建模导航、稳定步态控制、灵活避障等有助于实现智能化、少人化运维管理。云深处方面介绍说，“绝影”系列早在 2020 年上半年就已实现一台机器狗覆盖 2.5 万平方米变电站巡检。

与云深处科技重点瞄准行业应用有所不同，宇树科技则采取 toC 消费级与 toB 行业级“两手抓”的策略。B 端应用场景集中于工厂巡检、园区安防、勘探救援、快递物流、科研教育等，而 C 端主要是娱乐酷玩、陪伴看护等。

“我们在国内与海外的订单量大致呈现相当的状态，包括谷歌、英伟达、本田研究院、Facebook 等多家科技公司、研究院等都已采购云深处科技的机器人产品。”宇树科技负责人如是说道。

商业化仍在探索中

多名受访人士认同，四足机器人当前还处在一个发展的早期阶段，一方面是市场想象空间较大，另一方面是现实与大规模的量产应用甚至普及还有一段距离，这既有技术能力的掣肘，又有市场需求的限制。从技术能力来看，四足机器人的核心部件、运动控制算法、智能感知能力仍有升级迭代的空间。从市场需求来看，沈灏指出，目前机器狗在 B 端领域的应用更广，尤其是应急、消防、运输等已显现出一定的必要性，但在 C 端消费市场，需求并不显著，短期内或许从科创教育角度更容易切入。

龚斌则认为，机器人品类覆盖很广，如工业机器人、移动搬运机

与波士顿动力公司的 Spot 产品相比，国产厂商实力如何？宇树科技、云深处科技方面均向记者表示，其机器狗软硬件均已实现自主研发。

上海人工智能研究院技术总监沈灏向记者指出，国产厂商在机械控制、运动姿态、自适应性、复杂场景下的任务执行等核心技术的积累方面仍需要一段时间的攻关，“能用不代表好用”，“不过从成本来看，国产机器狗显然要比波士顿动力的产品要低许多”。而在谦逊智库合伙人龚斌看来，波士顿动力公司被现代汽车集团收购后，创新速度有所下降，人才也出现流失，国产厂商只要实现更快的迭代升级，不断突破核心算法，以及提升谐波和 RV(旋转矢量)减速机、伺服系统等核心部件，与 Spot 产品的差距正在明显缩小。

Go1 四足机器人已经规模量产并得到较好的市场反馈。未来，随着四足机器人产品综合性能的不断提升，必然会逐步走入万千家庭，成为人们生活中的得力帮手。

云深处科技方面也对记者表示，关于四足机器人的商业化模式、应用场景和落地路径，各家仍处于不断摸索和尝试的阶段。当然，随着人工智能和 5G 等技术发展，将四足机器人与之相结合，让四足机器人具有更强的能力，实现智能化并完成相互协作，使机器人能适应复杂的环境，完成更加复杂的任务。相信随着技术和市场的不断发展，国产四足机器人能够带来更多惊喜。

摩尔定律“生死”之争背后：关乎未来半导体行业发展模式

本报记者 秦泉 北京报道

“Moore’s Law: Alive and Well (摩尔定律活得很好)。”日前，英特尔CEO帕特·基辛格再次公开表示。

“守正出奇”

在最初的40年里，晶体管数量的增长得益于制程工艺的创新，与摩尔定律一直保持着“默契”。

摩尔定律不是一条物理定律，而是戈登·摩尔早期通过观察发现的行业发展规律。

1965年，时任仙童半导体公司研究开发实验室主任的戈登·摩尔为《电子学》杂志写了一篇观察评论报告，在报告中摩尔提到，工程师可以不断缩小晶体管的体积，芯片中的晶体管和电阻器的数量每18个月左右会翻番，半导体的性能与容量将以指数级增长，并且这种增长趋势将继续延续下去。他的这种预测，被称为“摩尔定律”。

技术进步和成本下降

张忠谋、黄仁勋等挑战者更是认定摩尔定律不过是苟延残喘。

虽然在过去数十年，摩尔定律一直在影响着半导体产业的发展，但也伴随着争议，“摩尔定律已死”的说法近十年的时间里从未间断过。

摩尔定律指的是尺寸在逐年变小的同时，芯片上集成的晶体管数量越来越多，性能也越来越强，在这个过程中，一直遵循着摩尔定律推进。如果将其置入到实际消费市场中，就体现为大概每隔两年，新发布的手机或者电脑等电子产品，性能会远比前代的产品高出不少。

然而进入21世纪后，单纯依靠缩小尺寸的做法正走向穷途末路。不过，摩尔定律总能抓住一些“救命稻草”。在90纳米时代，应变硅技术问世。在45纳米时代，一种能提高晶体管电容的新材料推出。在22纳米时代，三栅极晶体管

但前不久，英伟达CEO黄仁勋还在向外界传递摩尔定律已“死”的观点。黄仁勋说道：“今天一个12英寸晶圆的价格不是贵了一点，而是贵了超级多。摩尔定律死了，它结束了，结束得很彻底。”

英特尔与英伟达之间关于摩尔定律的“生死”之争，再度将该定

底。芯片价格会随时间降低的故事已经是过去时了。计算已经不再是个芯片问题，是软件和芯片共同的问题。”

英特尔与英伟达之间关于摩尔定律的“生死”之争，再度将该定

律的“生命年限”问题推至风口浪尖上。多位半导体业内人士对《中国经营报》表示，黄仁勋与基辛格可能都没有对，也都没有错，他们争的并非字面上的摩尔定律，而是未来半导体行业模式。



系统性能提升不再单纯地依赖晶体管特征尺寸缩小。

视觉中国/图

叠加效应

这个世界对于算力的需求是无穷无尽的。

与认为摩尔定律“已死”的人一样，认为摩尔定律还“活着”的人也大有人在。其中英特尔CEO基辛格不止一次地在公开场合重申，摩尔定律在半导体产业依然奏效。

北京时间9月28日凌晨，Intel Innovation 2022开幕活动上，基辛格再次强调：“摩尔定律活得很好。摩尔定律——至少在未来十年里依然有效。英特尔将一往无前，挖掘元素周期表中的无限可能，持续释放硅的神奇力量。”

柏文喜认为：“基辛格认为摩尔定律依然有效，是有依据的，因为技术进步与成本下降并非一直呈线性发展的，而是存在迭代、变轨与叠加的效应，他认为还能存在十年也是有道理的。”

而在陈佳看来，“现在全球芯片产业制程工艺已大幅放缓。无论是移动端还是PC端芯片都没办法做到每隔两年缩短一半制程。这似乎意味着站在全球半导体行业角度，摩尔定律已经失效了，但有意思的是——全球半导体行业依然尊重并利用摩尔定律来定义新的制程工艺，哪怕根本没有达到规定时间减半的能力。举个例子，当前半导体行业最先进制程工艺是3纳米，但实际上不仅三星与台积电的真实制程差异极大，也都远远没有达到物理意义上的3纳

米，这是行规，大家不点破罢了。”

上海社会科学院经济学博士王澔波则认为，事实上，十几年前就有观点认为摩尔定律已经达到极限，然而技术发展则在不断打破极限，台积电的先进制程已经逼近1纳米，断言摩尔定律终结为时尚早。技术发展没有极限，即使物理上受限，仍然可以通过并行计算等其他方式实现计算能力的持续增长。从计算能力而言，摩尔定律可能没有极限，永远

不会终结，这个世界对于算力的需求是无穷无尽的。

周迪补充道：“晶体管盲目发展更小的尺寸这条路的确是不会永远持续下去的，但这并不意味着建设更复杂、功能更强大的电子系统的时代即将结束。世界一定还需要更多智慧器件，数字革命只是刚刚开始，既然没有其他的科技能够取代半导体来做数字功能和智慧器件的基础，那么半导体产业就有长达百年的远景。深度摩尔、超越摩尔、新器件是目前产业的三个大方向。

器件优化重心渐渐地从性能转移到了功耗。系统性能提升不再单纯地依赖晶体管特征尺寸缩小，而是更多地靠电路设计以及系统算法优化。人们正在一刻不停地挑战并推进极限。而且必然总会有一个突破口。”

使芯片性能变得强大。

但值得注意的是，摩尔定律还被附加了经济色彩。除了性能之外，成本/价格的同时下降也被视作参考标准。按照摩尔定律，芯片被要求在18~24个月的时间里，“既让性能翻一倍，又让价格降一倍”。

根据AMD在IEDM会议上的资料，若将生产250平方毫米的45纳米芯片的生产成本基准定为1,14/16纳米芯片的成本将达到2，而生产7纳米芯片的成本将翻倍达到4。

这也是关于摩尔定律的唱衰言论层出不穷的主要原因。中芯国际创始人张汝京在2014年接受媒体采访时表示，摩尔定律极限是14纳米，但是随着相关厂商在封装技术与材料方面的优势，该极限可扩充至7纳米。

张忠谋于2014年也曾公开表示，摩尔定律正在苟延残喘，预计还有5~6年寿命。而在2017年时，他认为摩尔定律现在更多反映经济学定理，即单位晶体管的价格会每两年减少一半，但在2025年就很难达到。

2014年国际半导体技术路线图组织宣布，下一份路线图将不再依照摩尔定律。张忠谋、黄仁勋等挑战者更是认定摩尔定律不过是苟延残喘。

而在此前9月21日的2022 GTC线上大会上，黄仁勋表示：“展望未来，基于摩尔定律的价格曲线已经走到了尽头，继续利用这种趋势的机会已经结束。”黄仁勋表示，“所以，如果你想以一种划算的方法进行大规模计算，经过我们15年、差不多20年来对加速计算的不懈追求，宽泛而言，加速计算是真

正的前进方向。”

IPG中国首席经济学家柏文喜对记者表示，业内认为摩尔定律已“死”的原因是技术进步和成本下降都呈边际递减趋势，认为边际递减效应阻碍了摩尔定律的发展。

“摩尔定律提出的前三十年，新工艺制程的研发并不困难，但随着特征尺寸越来越接近宏观物理和量子物理的边界，现在高级工艺制程的研发越来越困难，研发成本也越来越大。”方融科技高级工程师、科技部国家科技专家周迪对记者分析道，摩尔定律发展到特征尺寸5纳米的时候，继续简单粗暴地缩小特征尺寸会变得很困难。随着特征尺寸缩小，芯片的成本上升很快。这也部分地打破了摩尔定律“投资发展制程——芯片生产成本降低——用部分利润继续投资发展制程”的逻辑。

半导体和IT服务仍最受资本追捧 产业生态圈加速形成

本报记者 陈佳岗 广州报道

TMT行业仍最受资本关注

普华永道最新报告显示，2022年第一季度私募创投市场的投资数量及投资总额环比分别下降18%及37%，第二季度维持一季度的下降趋势，投资数量及投资总额环比分别下降7%及43%。

普华永道中国内地TMT行业主管合伙人高建斌分析道：“疫情的反复对整体经济运行造成了冲击，私募投资市场活跃度受到一定的抑制，同时受投资季节性趋势影响，TMT行业的投资热度下降，导致投资金额和投资数量下跌。”

尽管投资市场热度有所下降，市场观望态势明显，但TMT依然是各个行业中比较活跃、资本比较青睐的行业。

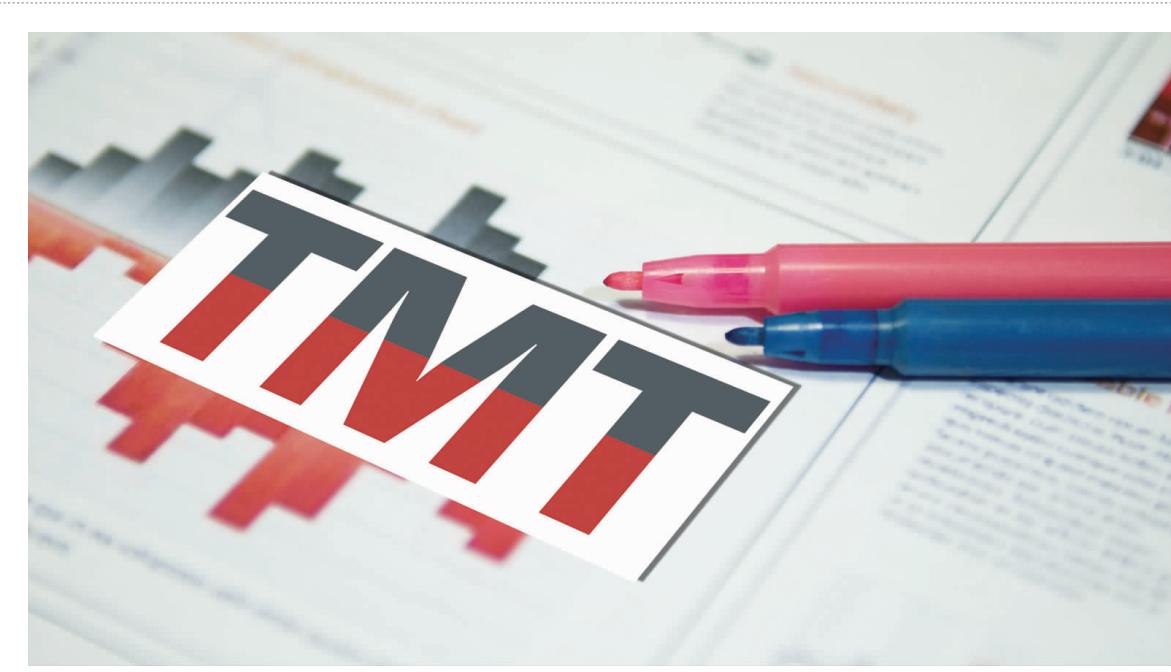
2022年上半年PE/VC在TMT行业投资总量为1655起，环比减少23%，同比减少8%，但依旧占总体行业投资总量54%。此外，根据已披露投资金额的投资项目，TMT行业投资金额为217.47亿美元，环比减少49%，但仍然占总体行业投资总额的45%。

在普华永道相关报告的行业划分中，TMT行业包括科技、互联网及移动互联网、娱乐及传媒、通信四个子行业。而在四大子行业

中，科技行业的私募股权投资热度仍旧稳居第一，2022年上半年投资数量共计1340起，为子行业中最高；投资总额共计166.61亿美元，为子行业中最高。2022年上半年科技行业的投资数量和投资金额环比皆下降，但占比却上升到了81%和77%。科技子行业当中的半导体行业和IT服务业、硬件行业依旧是备受市场追捧。单笔过亿元投资项目有34起，金额为69.60亿美元。细分行业中，半导体行业受到资本持续关注，单笔投资金额前两名均投向了半导体行业。

报告指出，受国家对于科技创新行业尤其是半导体行业的大力支持的影响，上半年半导体行业出现了13家投资过亿美元的企业。2022年8月，美国《2022年芯片与科学法案》的签署实施，对我国半导体等高新技术产业及相关私募创投行业的发展产生了影响：一方面增加了相关行业投资价值实现和退出的不确定性；另一方面，正倒逼中国加速建立自主可控的半导体产业链。

陈建孝对记者表示，半导体依旧是市场投资的一个主攻方向，但由于上市的半导体企业增多，IPO



TMT依然是各个行业中比较活跃、资本比较青睐的行业。

视觉中国/图

价格也会受到市场供应增多的影响，市场退出时间相比以往可能没有那么顺利了。此外，投资人在半导体投资上也会更谨慎些。

在TMT四个子行业中，互联网及移动互联网行业投资数量和投资金额均为过去三年来最低点，投资数量共236起，环比下降40%；投资总额为19.84亿美元，环比下

降78%。通信行业出现投资数量与金额背离的局面，投资数量共计21起，环比下降40%；而投资总额为26.82亿美元，环比上升36%。娱乐传媒行业共有投资58笔，投资总额为4.19亿美元，环比分别下降28%及73%。

“除了投资者出于避险考虑的因素，受到定增在市场发行价格上

的折扣吸引，在整个市场低迷的情况下，私募基金参与到公募PIPE定增市上扬，数量达77笔，达到最近3年来的最高纪录，金额为27.28亿美元，数量和金额环比分别上升35%和2%。”陈建孝分析认为，这也意味着在大环境不好的背景下资本更愿意将投资放在一些更加确定的企业中。

“国家正稳步推进各项TMT行业整体发展的政策，私募股权市场将会重新展现出投资活力。随着注册制度的细化和完善，国内资本市场将持续繁荣发展，未来TMT行业私募创投的表现值得期待。”蔡智锋说。

资本退出季度性回落

2022年上半年整体资本退出市场呈现季节性回落，环比下降51%。在退出类型上，股权转让退出数量占比35%，仍然是资本退出的首要选择。

2022年上半年资本市场在科创板和创业板的带动下，延续了较为活跃的表现。IPO数量虽然环比下降19%，但退出数量占比上升到34%，略低于股权转让退出。

由于在美国上市的监管要求

趋于严格，而国内资本市场受注册制改革深化及北京证券交易所设立的影响，国内A股更受市场青睐，2022年上半年A股IPO数量占IPO总量的96%。越来越多的企业将在国内上市作为第一选择。2022年上半年部分中概股于中国香港市场陆续以介绍形式二次上市以应对美国资本市场监管的不确定性。而受到中美摩擦及上市监管要求等

因素的影响，自2021年下半年以来，赴美上市的数量为零。

记者注意到，相较于往年，今年港交所以介绍形式上市案例数量明显增多。腾讯音乐、蔚来汽车、海螺环保、贝壳、华新水泥、金融壹账通等6家公司已通过介绍方式在港交所上市。

另据报道，港交所对未有盈利的科技企业特别设定的上市要求已有初步方案，且该方案很有可能

将在2022年下半年正式推出。普华永道中国内地媒体行业主管合伙人蔡智锋指出，该方案的推出，将进一步提升中国香港资本市场吸引力。

据央视新闻报道，中国证券监督管理委员会、中华人民共和国财政部于2022年8月26日与美国公众公司会计监督委员会(PCAOB)签署审计监管合作协议，将于近期启动相关合作。蔡智锋也提到，当

下中美已经达成监管协议了，未来有望再出现赴美上市的企业，打破连续多个季度未见到中企赴美的现象。

“国家正稳步推进各项TMT行业整体发展的政策，私募股权市场将会重新展现出投资活力。随着注册制度的细化和完善，国内资本市场将持续繁荣发展，未来TMT行业私募创投的表现值得期待。”蔡智锋说。

互联网巨头再加码 跨境电商独立站模式受追捧

本报记者 李静 北京报道

近两年受全球跨境电商平台亚马逊的封号行动影响，独立站的模式逐渐崛起。

以独立站模式发展的SHEIN（希音）是跨境电商界的新生巨头，胡润研究院发布的《2022年中全球独角兽榜》显示，

SHEIN以4000亿元人民币位列全球第五大独角兽企业。

SHEIN出圈之后，巨大的跨境电商市场除吸引众多的外贸商家，也成为互联网巨头们新的开拓方向。今年9月，拼多多的跨境电商独立站产品Temu正式上线，《中国经营报》记者注意到，字节跳动推出的新款快时尚

跨境电商独立站IfYooou也受到诸多关注。在此之前，针对跨境电商领域，字节跳动还推出了TikTok Shopping、对标SHEIN的快时尚女装平台Dmonstudio以及独立跨境电商平台Fanno等数款产品。

接近字节跳动人士对本报记者表示，严格来说，TikTok

Shopping不是一个跨境电商产品，而是TikTok推出的一系列商贸解决方案，除了电商TikTok Shop外，还包括广告等。“Fanno还是在探索初期的电商产品，Dmonstudio从来没有被正式推出过。而Ifyooou还是测试初期的产品，目前谈Ifyooou为时过早。”

巨头的新方向

无论是拼多多的Temu，还是字节跳动的Dmonstudio和新近推出的IfYooou都被业界认为是对标SHEIN的产品。

新兴互联网巨头们纷纷布局跨境电商独立站模式，与亚马逊针对中国外贸卖家的封号行动有关，也和独立站新秀SHEIN的快速增长有关。

过去很长一段时间，在跨境电商领域，外贸商家主要通过入驻亚马逊、阿里巴巴旗下跨境电商平台进行销售。早期，跨境电商平台为吸引小商家，采取免费甚至补贴的方式，并给入驻商家导流。但当电商平台壮大之后，向平台商家收取广告费成为平台最赚钱的方式。

上海天擎天拓软件技术有限公司（以下简称“天擎天拓”）在海外营销领域深耕超过15年。天擎天拓副总经理王文斌对记者说：“当商家发现在亚马逊等跨境电商站内的流量采购成本越来越高后，开始向站外做流量采购。站外流量采购还有另一个问题，商家只是把流量从站外引到了平台，如果商家以后不在平台开店，或者不购买站内流量，花费十几年做的站内页面价值非常小，在站内做生意相当于为平台打工。”

对没有做独立站的外贸商家，或者严重依赖亚马逊等电商平台的外贸商家来说，平台的任何细小变化都会对其产生重大影响。2021年4月以来，亚马逊封停了大量中国卖家账号。根据深圳跨境电商协会统计，亚马逊上被以违规为由封店或扣押款项的中国卖家超过5万家，预计造成的损失超过千亿元人民币。多家已经上市的中国跨境电商企业2021年和2022年一季度业绩都受到了亚马逊封号行动的影响。

以A股上市公司天泽信息（300209.SZ）为例，其在2021年7

月的公告中称，旗下跨境电商子公司有棵树因涉嫌违反亚马逊平台规则，2021年前7个月新增被封或冻结站点数约340个，占2021年前5个月亚马逊平台存在销售收入的月均站点数的30%左右。由于亚马逊的封号影响，2021年有棵树收入同比下降66.55%，亏损16.7亿元。

在亚马逊封号行动的影响下，坚持走独立站模式的SHEIN不仅没有受到波及，业绩更是翻倍增长。

SHEIN的崛起有多快呢？根据SHEIN公众号披露，2017年~2020年公司收入保持高速增长，复合年均增长率约为180%；2020年实现收入98亿美元，同比增长达300%。2021年SHEIN销售收入约为157亿美元，同比增长60%。2022上半年SHEIN的销售收入超过160亿美元。

截至2021年，SHEIN在PC端的DAU约为200万，移动端注册用户数达1.2亿，DAU超过2000万，占到全球快时尚DAU的市场占有率进一步提升。

移动应用数据分析公司SensorTower的数据显示，2022年第二季度，SHEIN的美国移动安装量超过亚马逊。SHEIN的下载量约为680万次，环比增长13%；亚马逊下载量则为630万次，下降7%。SHEIN正在挑战亚马逊在全球跨境电商的霸主地位，不过，报告同时指出尽管亚马逊App在美国的普及速度可能有所放缓，但其2022年第二季度的平均月活跃用户（MAU）是SHEIN的三倍。

无论是拼多多的Temu，还是字节跳动的Dmonstudio和新近推出的IfYooou都被业界认为是对

标SHEIN的产品。从销售品类来看，Dmonstudio和SHEIN的重合度颇高，而Dmonstudio官网宣布今年2月11日起网站运营关停，距离其域名注册仅一百多天。接近字节跳动人士则对记者表示：“Dmonstudio从来没有被正式推出过。”

不过，数月时间，字节跳动就推出了新的独立站产品IfYooou。“字节对标SHEIN的理念遭遇挫

折，但似乎并未改变其加码跨境电商的决心。”独立国际策略研究员陈佳对记者表示，“IfYooou吸取了Dmonstudio的教训，目前选择跟随SHEIN实行低价策略，定位‘低价产品优质服务’，产品售价在5~20英镑区间，大量单衣定价5磅左右。另外，为了跟SHEIN实现差异化，IfYooou避开了SHEIN主攻的美国市场，选择以欧洲国家为主。”

独立站的技术门槛并不高

由于独立站的技术门槛并不高，以技术见长的国内互联网大厂在跨境电商独立站的战场上优势并不大。

独立站在跨境电商领域占据重要地位，和国外的市场环境有很大关系。从市场大小来说，除了美国以外，欧洲、南美洲、东南亚等地区的国家市场都不大，很难形成大平台一家通吃的情况，即使如亚马逊这样的全球跨境电商巨头，在某些国家不一定比本地电商平台或者品牌独立站有优势。同时，国外市场长期以专卖店形式为主，因此也给品牌独立站的发展提供了市场空间。此外，国外市场流量的采购精准度也对独立站的发展有深远影响。

王文斌告诉记者：“国外的IP地址是固定的，国外互联网公司对人群的定位非常精准，对独立站来说，可以通过服务商非常精准地定位到目标用户群。而在第二代互联网IPv4技术时代，国内市场使用的根服务器大多分布在美国和欧洲，用户重新拨号后IP地址可能就被更换，导致很难把用户数据追踪清楚，如果有企业想在国内做电商独立站，由于用户精准度不高，商家需要投放海量的广告才能获得想要的用户。”

从技术上来说，如今，做出一个独立站对商家来说并不是一件难事。

从建站来说，包括天擎天拓在内的跨境电商线上营销服务商，已经打通了独立站线上的营销环节，只需要一两周的时间就能在独立站完成线上营销的功能布局。随着越来越多的外卖商家从亚马逊等平台退出后产生的独立站建站需求，一大批做跨境电商物流、支付等环节的公司纷纷推出相应的SaaS解决方案，帮助商家更快捷地建好独立站。

“随着中国产业链分工越来越细，众多的服务商已经能够支撑中小外贸商家独立建站做出口贸易，而且商家是以相对较低的运营成本去实现独立站的运营。”王文斌透露，最近两三年，跨境电商行业很多提供独立站建站、运营的SaaS服务公司，客户数量的年增长率大多超过100%。“很多之前做OEM（代工）、来料加工的外贸企业，如今都有做独立站的意识，尤其在细分行业排名前十甚至前一百的公司发展独立品牌的意识越来越强烈。”

跨境电商企业想要走得更远，需要围绕消费者关心的价格、质量和服务这三个核心需求。张周平指出，独立站模式虽然值得借鉴，但更适合有一定体量或者规模的企业，更多的中小企业还是要根据自身的实际情况来布局。“做独立站的必要条件是要拥有自主营销推广、引流的团队或能力。”

不过，SHEIN的成功也不仅仅



跨境电商企业想要走得更远，需要围绕消费者关心的价格、质量和服务这三个核心需求。

视觉中国/图

腾讯疑搁置收购黑鲨 游戏手机只是营销噱头？

本报记者 李玉洋 李正豪 上海报道

一条腾讯放弃收购黑鲨的消息，让黑鲨科技及其背后的游戏手机再次成为用户关注讨论的热点。

据澎湃新闻、科创板日报等媒体报道，黑鲨科技近期正在收缩岗位数量，涉及多个部门，其中VR项目成为了裁减的重灾区，年初招聘的大量VR业务员工被裁掉。有知情人士表示，腾讯搁置收购计

划是黑鲨科技裁员的重要原因。

今年年初，有消息称腾讯有意收购黑鲨科技，作为进军VR市场的入口，而黑鲨科技也对业务重点进行了调整。但在5月，又有消息透露，腾讯已放弃收购黑鲨科技，改为以投资形式与黑鲨科技合作。对此，黑鲨科技CEO罗语周回应称无可奉告。

对于腾讯搁置收购导致黑鲨裁员等情况，《中国经营报》记者联

系黑鲨科技和腾讯方面，截至发稿双方都没有回复，黑鲨科技官方电话无人接听，而罗语周对媒体的回应依旧是无可奉告。资深VR业内人士田浩向记者表示：“不是腾讯想收黑鲨，而是腾讯的平台与内容事业群（PCG）想通过收购来开展元宇宙业务，没收购成功导致黑鲨VR团队基本解散了，应该不会再继续做VR了。”

在一些业内人士看来，黑鲨科

技赖以起家的游戏手机更像是是一种营销手段，多年来也是不温不火。“游戏功能和游戏体验是大部分中高端手机的核心卖点或标配，而黑鲨、红魔这些品牌在国内市场比较小众，差异化竞争能力有限，并没有明显起色。在大众市场，手机的游戏功能是真用户需求，但游戏手机本身更像是营销需求。”市场调研机构Strategy Analytics高级分析师吴怡雯说。

渠道的支持，2018年黑鲨科技第一款产品销量达到几十万台，实现了盈亏平衡。罗语周也透露，在2018年黑鲨基本没有亏损，销量、营收超出此前预期。

紧接着，一股游戏手机热在国产手机圈涌起，努比亚推出了红魔，vivo推出了iQOO，联想拯救者、华硕ROG等游戏手机纷纷登场，荣耀发布的X40 GT也向游戏手机领域试水。可见，在游戏手机赛道上，聚集了一批硬件厂商，竞争变得激烈起来。

当黑鲨科技把业务延伸到游戏领域，自然要和国内游戏巨头腾讯打交道。于是，2020年黑鲨科技和腾讯游戏合作推出了腾讯黑鲨游戏手机3，彼时有评论说：“黑鲨抱上了腾讯游戏的大腿。”

其实，在拥有强大游戏生态的腾讯面前，黑鲨科技可能并没有多少话语权。Canalys的数据显示，2018年第二季度至2021年第一季度期间，各大游戏手机品牌的市场份额前五中，黑鲨排名第四，市场份额占比13%，被后来者iQOO、Redmi和realme追上。

在游戏手机业务被大厂追的情况下，黑鲨科技又将眼光放在VR/AR的新增长曲线上。比如，在去年Chinajoy活动上，黑鲨科技蹭了RokidAir AR眼镜一波热度，称黑鲨4手机搭配RokidAir的重量总共不超过300克，事实上黑鲨产品只是RokidAir生态的一个入口。从去年11月开始，黑鲨科技也申请注册了多个与元宇宙相关的商标，包括“元黑鲨”、“黑鲨元宇宙”、“Black Shark META”、“黑鲨AR”以

及“黑鲨VR”等。

关于“腾讯为何要收购黑鲨”这个问题，此前媒体报道称，黑鲨整体将并入腾讯首席运营官任宇昕主导的PCG部门。“是PCG部门要收。”田浩也表示，黑鲨科技在去年就通过猎头四处挖VR人才了，“我们其实很早就知道收不了，黑鲨科技缺少做VR的能力。”

在产经观察家、钉科技创始人丁少将看来，腾讯看重的是黑鲨科技在硬件领域的研发能力，包括VR设备的研发能力，但整个VR消费市场还处于一个教育普及期。“现在全球经济面临很大的下行压力，腾讯对未来的投资也会更加理性谨慎；况且腾讯切入元宇宙赛道，也不一定非得依靠黑鲨科技这种体量和研发能力的公司。”他说。

游戏手机“退潮”？

黑鲨商城官网显示，目前在售的手机有黑鲨5、黑鲨5 Pro、黑鲨5高能版等，起售价在2500~6000元之间，同时还有散热背夹、真无线蓝牙耳机、游戏手柄、快充充电器等配套产品。

由于越来越多的手机厂商推出针对游戏性能提升的产品，游戏手机市场的竞争越来越激烈，但市场依旧遵循马太效应。前述的Canalys报告已显示，大品牌虽然入局游戏手机稍晚，但凭借品牌和出货优势能迅速赶超黑鲨科技。

正如吴怡雯所说的，游戏功能和游戏体验已经是大部分中高端手机的核心卖点或标配，游戏手机更像是营销的定位。余承东也同样吐槽过：“所有的手机其实都有游戏性能，单纯的游戏手机只是炒作一个概念。”

“游戏手机市场一直以来主要都是在强调与游戏的适配性，以及用户使用时的体验感，所以CPU处理速度、音效以及显示都是宣传的主要方面，同时与游戏赛事的联名或比赛用机也是强调游戏手机属性的手段。”市场调研机构GfK高级分析师孙景辉表示，虽然近几年一些品牌从配件及ID设计（工业设计）上有了一

步进展，但游戏手机市场已经没有新进入的厂商，基本都是以前的厂商在维持，它们也不会投入更大的资源去研发。

“这就造成了一种恶性循环，没有资源就没有创新和差异化，没有差异化就没有销量，没有销量就没有资源。所以，游戏手机市场目前来看也很难有大的发展，只是作为一个垂直细分市场维持相对的用户量级。”孙景辉用不温不火来描述游戏手机多年的市场表现，主要原因是游戏手机一直没有做出自身的独特性，特别是在消费分层的今天，有充足预算的消费者会更倾向于选择全能旗舰机，完全满足所有游戏需求，而没有充足预算的消费者也不会考虑价格相对较高的游戏手机。

而放眼整个手机市场，今年的行情也欠佳。IDC数据显示，2022年第二季度，中国智能手机市场出货量约6720万台，同比下降14.7%；上半年国内智能手机市场出货量约1.4亿台，同比下降14.4%。IDC预测2022年国内智能手机市场出货量约2.8亿台。“目前来看，在没有差异化的情况下，游戏手机很难扩大自身受众。”孙景辉说。

国庆本地消费占比七成 OTA力推“即兴出游”产品

本报记者 李立 上海报道

国庆长假落幕，纷纷出炉的统计数据背后，既体现当下最新的消费趋势，也引导相关企业在新变化中寻找机会。

10月7日，经文化和旅游部数据中心测算，2022年国庆节假期全国国内旅游出游约4.22亿人次，实现国内旅游收入2872.1亿元。

《中国经营报》记者梳理多方数据发现，“十一”黄金周期间本地消费、周边游成为绝对消费主力。美团发布的2022年“十一”黄金周消费数据显示，本地消费占比77.4%，成为激发假日经济新动能的“主引擎”。携程发布国庆出游报告则显示，65%的旅游订单为本地周边游。

受新冠肺炎疫情(以下简称“疫情”)影响，大部分人选择“就地过节”或者“即兴度假”，催生了露营、亲子游、乡村游等新需求。随着周边旅游经济不断被深挖，福建、广东、安徽、浙江等地一批周边新晋小众旅游目的地涌现出来。

本地消费、周边游、小众目的地是否会持续成为下一阶段的消费主流，景鉴智库创始人周鸣岐对记者表示，受到持续散发疫情影响，人们出行将继续集中在本地及其周边，优质的度假地将持续火爆。但需要注意的是，周边游缺乏真正的优质产品，精心打磨的优质产品仍需持续开掘。

本地消费占比七成

携程的报告则显示，本地周边“躺游流派”占比超六成，酒店花费同比增长一成。

美团数据显示，近一段时间以来，用户出行决策时间明显缩短，长假期间的出游“临时化”特征越发明显。以2022年“五一”假期为例，提前三天以内产生的订单比例同比增加约20%，当天预订订单占比最高。基于“临时决策、本地探索、小众玩法”为特征的即兴度假，最大限度激发了本地消费活力，促进本地经济复苏。

值得注意的是，长假期间多地餐饮店重现排队长龙，不断刷新的叫号提示，成为餐饮消费火热的缩影。美团数据显示，假期前5天，到店餐饮订单量较“五一”假期增长47%。本地优质供给助推餐饮消费持续升温，大众点评必吃榜的订单量增长119%。

携程的报告则显示，本地周边“躺游流派”占比超六成，酒店花费同比增长一成。携程方面对记者表示，一二线城市近郊的度假型酒店、高品质乡村民宿及主题乐园周边酒店节前早早满房售罄。值得一提的是，假期末尾的酒店花费相对节前更贵一筹，10月5日至7日的酒店预订均价，相较于10月1日至4日提高26%。

“相比人挤人逛景点，一价全含的目的地型酒店更受垂青。”杭州开元森泊旅游投资有限公司数字营销负责人葛慧敏表示，“9月30日至10月4日，森泊两家酒店的入住率均超85%，平均房价超过2200元，莫干山森泊推出了稻田后备箱市集、乐队live秀、矿坑露营派对等活动，禅意音疗会的沉浸式音乐疗养受到年轻客人的欢迎。”

记者注意到，以酒店住宿为基础，今年国庆“酒店+X”类组合型商品更受追捧。

飞猪平台的数据显示，国庆高星酒店订单量较春节翻倍增长，恢复至去年国庆的九成以上。“酒店+下午茶”“酒店+景点门票”“酒店+SPA”“酒店+健身/瑜伽”等多元化组合类商品更受青睐。

“伴随着各类商业业态升级，人们出游的灵活度和探索欲越来越强，休闲度假和本地生活需求正在走向融合。消费者通过挖掘本地平台的丰富供给，以获取多元化的生活体验，这也对国庆假期的消费形成了有效助力。”中国社科院旅游研究中心特约研究员吴若山说。



2022年国庆节假期全国国内旅游出游约4.22亿人次，实现国内旅游收入2872.1亿元。

视觉中国/图

游和小众旅游线路受到青睐，避开密集人群已成为目的地选择的重要考量。

不过在周鸣岐看来，周边度假产品一方面将继续受到青睐，另一方面也需要提升品质，深挖亲子、情侣等不同主题的细分市场，打造针对性产品，让价格提升的同时做到物有所值。

“即兴出游”崛起

在多位业内人士看来，小众目的地出圈是否能持续走红仍然面临挑战。

除了本地消费火爆之外，小众目的地、玩法继续爆发。

同程旅行数据显示，9月以来，各类轻户外旅行相关搜索热度环比增长均超过150%。citywalk、飞盘、腰旗橄榄球、桨板、骑行、皮划艇等各类轻户外运动成为年轻游客群关注的热门体验项目。

不远行的假期，本地小众玩法，成为年轻人避开人潮、深度探索本地的新选择。受线上脱口秀节目带动，脱口秀线下演出

名。记者注意到，像泉州这样的小众目的地霸榜了携程、飞猪等多个平台。

不过在多位业内人士看来，小众目的地出圈是否能持续走红仍然面临挑战。而伴随着疫情得到控制，国内传统的长线热门旅行地会更快复苏。这都会对小众目的地形成激烈的竞争。

为了迎合“即兴出游”的趋势，多家平台也在产品侧做了调整。同程旅行推出了“出行便利集市”，

帮助用户搜罗平台和航司的出行优惠活动。

同时，疫情影响下出行仍存在不确定性，预订的旅游产品能否无损退订，成为国庆有出行需求的消费者的关注的焦点。为此飞猪宣布，在“疫情安心退”服务覆盖酒店产品之外，保障范围扩大至景区门票及露营产品。通过飞猪预订国内酒店、门票或露营产品，如因疫情原因导致无法成行，包括酒店、景区或营地所在的县

(县级市、区、旗)有国家卫健委公布的中高风险地区，或消费者的健康码/行程卡异常，可免费取消订单。

交通出行方面，为降低行程改变给消费者造成的影响，飞猪火车票、租车及接送机、机票产品均启动了保障响应机制。购买火车票、租车、预订国内机票等带有相关标签的产品，都能享受到无损退改、用车前全额退款等理赔服务。

中经传媒智库·中经参考

2022年10月17日重磅发布

洞察政策走向 解读经济规律 前瞻全球战略 助推商业发展

- 汇聚中国社会科学院及知名机构专家资源
- 依托《中国经营报》社有限公司37年媒体传播平台优势
- 为企业家提供决策参考

观大势 智金融 产业策 智库说

每周为您提供高端的思想智慧和深度解读

中国社会科学院的智慧支持和战略指导、《中国经营报》社有限公司主办、中经传媒智库出品

联系订阅：夏老师 15801223120



中经传媒智库
官方网站



中经传媒智库
官方微博



广告

奋进新征程 建功新时代

抢滩欧洲 破浪出海

中国“智造”汽车征战“全球化”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

中国汽车出口依旧保持增长的姿态。10月11日,中国汽车工业协会公布的最新数据显示,今年9月,汽车整车出口30.1万辆,同比增长73.9%。其中,新能源汽车出口5万辆,同比增长超过1倍。1~9月,新能源汽车出口38.9万辆,同

比增长超过1倍。

在中国汽车加速驶向海外的众多目的地中,欧洲市场被提及的频率越来越高。日前,蔚来在柏林藤普杜音乐厅举办NIO Berlin 2022活动,宣布开始在德国、荷兰、丹麦、瑞典四国市场提供服务。这也是蔚来继去年进入挪威市场之后,进一步在欧洲市

场开展业务。

“为德国、荷兰、丹麦和瑞典用户提供服务,是蔚来实现2025年计划与服务全球更多国家用户目标的重要一步。”蔚来创始人、董事长、CEO李斌表示,欧洲业务的深入开展,标志着蔚来全球发展进入一个新的篇章。

实际上,不仅仅是蔚来,《中

国经营报》记者注意到,岚图旗下首款“性能级智能电动SUV”岚图FREE也在9月26日从武汉出发,正式发往挪威。不久前,上汽集团万辆MG MULAN(海外定名为MG4 ELECTRIC,“MG FOR ELECTRIC”)在上海海通码头正式启运,远渡重洋,出征欧洲。

“中国制造”叩响欧洲市场大门

不仅是岚图,很多的中国车企要在这次变化当中抓住一些机会。

“欧洲现在的街上能够真实看到的电动车其实还是不多的,即便到了挪威这样每年电动车销量占到新车销量差不多80%的国家,从街上跑的车的保有量来看,电动车也比我们想象的少一点;在德国、丹麦这样的国家街上电动车和我们在中所习惯的街头观感来看,我们可以判断它的发展还没有到来,所以我们看到的还都是机会。”日前,在NIO Berlin 2022媒体线上沟通会上,蔚来联合创始人、总裁秦力洪向《中国经营报》等媒体记者们是评价欧洲市场的发展前景。

根据IHS数据,2022年1~8月,世界新能源乘用车销量达到783万辆,中国新能源乘用车占38.6%的市

份额;欧洲为第二大市场,市场份额为27.2%。其中,全球纯电动乘用车销量505万辆,中国纯电动乘用车占46.2%的份额;欧洲为第二大市场,市场份额为21.8%。

记者注意到,欧洲自2020年确定碳排目标,新能源汽车渗透率正在飞跃式提升。2020年、2021年、2022年(1~8月)欧洲新能源汽车渗透率分别为9.9%、16.3%和18.1%;纯电动渗透率分别为5.4%、8.7%和10.4%。

“欧洲对于我们来说是一个新的市场,并不是一个已经被大家分割好势力范围的市场,所以很多电动汽车企业,都开始进入欧洲市场。因为大家都看到欧洲市场未来一定是一个增长潜力非常大的市

场。”岚图汽车CEO卢放表示,我们判断,未来一段时间里欧洲汽车市场格局会发生大的变化。

卢放进一步表示:“不仅是岚图,很多的中国车企要在这次变化当中抓住一些机会。”

记者了解到,岚图本次出海的500辆岚图FREE运抵挪威后,将快速开启用户交付。此前,岚图FREE已获得欧盟整车型式认证(EWV-TA),可在欧盟境内各国家正式上牌注册。挪威不仅是欧洲新能源汽车渗透率最高的国家,也是岚图汽车出海欧洲的首个国际市场。

“挪威应该是目前全世界电动车渗透率最高的国家,超过80%。之所以能够超过80%,因为整个政

府政策和基础设施都非常好,这就天然有利于电动车的发展。”岚图汽车销售服务有限公司副总经理刘展术表示。

根据规划,继挪威之后,岚图汽车计划于2023年起进入瑞典、荷兰、丹麦、以色列等国,并持续扩充出口海外的车型阵容。目前,岚图的第二款产品电动豪华旗舰MPV岚图梦想家已进行欧洲适应性开发,预计2023年正式投放欧洲市场。

记者也从上汽集团方面了解到,今年,MG MULAN(MG4 ELECTRIC)将在国内,以及德国、法国、英国、意大利、西班牙、挪威、瑞典、丹麦、荷兰、比利时、卢森堡等近20个欧洲主要国家同步上市。

因地制宜满足当地消费需求

新能源汽车产品方面要做本土化适应改进的大量工作,这样才能获得较好的满意度。

他举例说道:“我们的车在后拖钩方面做了相应的开发。为了提升整车的拖曳质量,通过仿真分析,重新设计了整车后防撞梁,对车身左右纵梁进行了局部加强,达到两吨的拖车质量,在同类车型中的拖曳质量最大,更加能够满足当地用户的出行需求。”

曾有业内人士告诉记者,对于进军欧洲市场的国内车企而言,除了要面对传统的法规之外,更核心的是要加强对国内外市场不同的认知和理解。“在市场渠道的布设、面向消费者的宣传,尤其是售后服务方面,需要做的事情还非常多,需要成体系、全链条输出。”

“海外每卖出三辆中国车,就有一辆是上汽造。”之所能够做出上述亮眼的成绩,背后也离不开上汽集团对海外消费需求的精准把握。据悉,针对全球消费者差异化的使用环境和偏好,上汽研发团队开展因地制宜的适应性开发,更贴心地满足用户需求。

以MG MULAN(MG4 ELECTRIC)为例,记者了解到,在欧洲,MG MULAN(MG4 ELECTRIC)的内饰风格与国内相比更为简洁,底盘调校则更硬朗;部分欧洲消费者有“乡间飙车”的习惯,MG MULAN(MG4 ELECTRIC)提升了产品底盘稳定性。

记者了解到,为适配欧洲客户对纺织材料的喜爱,领克01出口欧洲的版型,在座椅面料上采用了100%循环可再生的econyl材料。该面料具有与原生尼龙完全一样的品质,同时可以通过闭环回收工艺实现再利用,能大幅减少二氧化碳的排放。

对于进军欧洲市场,卢放表示,“第一批岚图FREE正式发运欧洲,标志着岚图将在全球最成熟的市场上与国际豪华品牌同台竞技,接受海外消费者的检验。岚图出海不仅是商业上的‘走出去’,更是中国高端新能源汽车设计研发生产标准的‘走出去’,是中国文化软实力和中国智造的展现。”

蔚来全球化的“雄心”与“实力”

全体系服务落地欧洲四国 打造以车为起点的用户社区

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“为德国、荷兰、丹麦和瑞典用户提供服务,是蔚来实现2025年计划与服务全球更多国家用户目标的重要一步。”蔚来创始人、董事长、CEO李斌表示,“我们创新的产品与加电服务、灵活的订阅模式,将给欧洲电动汽车市场带来新的面貌。我们欧洲业务的深入开展,标志着蔚来全球发展进入一个新的篇章。”

四国推行订阅模式

“我们订阅模式发布之后,还是有很多争议,整体来说国内的争议大于欧洲的争议,当然欧洲也有一些用户给我留言说:‘为什么没有买的选项?’这是非常有道理的,但从订阅的角度来讲,我们肯定经过非常长期的深入思考。”10月8日,李斌坦言道。

在李斌看来,围绕智能电动汽车领域,从终极的角度来讲,车本身是会变成服务的,虽然这个也许需要很长的时间去实现。“车本身是高价值的耐用消费品,用户以前需要操心的事情挺多的,我们希望

《中国经营报》记者了解到,德国柏林当地时间10月7日晚,蔚来在柏林藤普杜音乐厅举办NIO Berlin 2022活动,宣布开始在德国、荷兰、丹麦、瑞典四国市场提供服务。

据悉,这是蔚来继去年进入挪威市场之后,进一步在欧洲市场开展业务。蔚来三款全新车型ET7、ES7(欧洲市场命名为EL7)和ET5将以创新的订阅模式在上述四国市

场开启预订。蔚来将在这四个国家

市场建立包含产品、加电等于一体的全体系服务,打造以车为起点的用户社区。

上述三款车型即日起在德国、荷兰、丹麦和瑞典开放预订。其中,ET7将于10月16日开启交付,EL7将于2023年1月开启交付,ET5将于2023年3月开启交付。

值得注意的是,上述四国市场的用户将通过蔚来创新的订阅模式获

得简化用户服务的界面,蔚来一直在做各种各样的尝试,车加上服务的订阅模式需要‘天时地利人和’,需要在合适的时机、地点去做这个尝试。”

为何在挪威是卖车,而在德国、荷兰、丹麦、瑞典四国市场推出订阅服务?李斌表示,这是因为税制不一样。欧洲重要的传统是“公司用车”“使用权”,高端车加上订阅的方式已经被大部分欧洲国家理解和接受。“这跟税制、消费习惯有关,成为我们做商业决策的基础。”

不仅如此,李斌还强调,蔚来是一

是作为汽车公司直接向用户提供订阅服务,而不是通过第三方订阅公司或者第三方金融公司、经销商去做的。“我们直接做这个事,减少了中间商。零售中减少中间商,可以带来用户体验的提升,订阅和leasing同样有这样的机会,减少中间商的环节,直接服务用户肯定体

系化效率要高很多。围绕使用权和订阅去做价值创造,提升效率,给用户提供好的体验,还有非常大的空间。”

此外,李斌还表示,订阅服务需

要非常强的运营,所以订阅是一件更难的事情。“卖车的系统很成熟,从订转卖,就是增加一个‘卖’的选项,相当于增加一个永久订阅的服务,这是降维打击。但要从卖车去转订阅,这就太难了。我希望我们团队一上来就能够挑战难的事情。”

“如果从欧洲这几个主流市场角度来看,我们判断差不多有25%或者20%左右的用户执着于要买。我们一上来更关注在80%的用户,会有一点照顾不到这20%的用户,这就是我们商业上的取舍。”李斌补充道。

蔚来还将在欧洲持续增加

取车辆服务。

根据蔚来方面介绍,订阅模式旨在为用户提供足够的灵活性和个性化,车辆订阅期限从1个月至60个月不等。订阅用户除了使用车辆以外,还可以获得安心无忧的服务体验,包括全险、保养、换电服务,以及今后会提供的电池灵活升级服务。

除此之外,订阅用户将成为蔚来用户社区的一员,参与蔚来举办的各类用户活动,使用蔚来中心等。

件更难的事情。“卖车的系统很成熟,从订转卖,就是增加一个‘卖’的选项,相当于增加一个永久订阅的服务,这是降维打击。但要从卖车去转订阅,这就太难了。我希望我们团队一上来就能够挑战难的事情。”

“如果从欧洲这几个主流市场角度来看,我们判断差不多有25%或者20%左右的用户执着于要买。我们一上来更关注在80%的用户,会有一点照顾不到这20%的用户,这就是我们商业上的取舍。”李斌补充道。

蔚来还将在欧洲持续增加

输出全体系服务

“蔚来做事情比较讲体系思考和体系创新,不简单从某项技术、某项服务或者某个特别的事务上去做,我们拥有非常完整的体系。”李斌表示。

“我们到欧洲,也仍然是在一个体系中,不是说简单把车出口到这儿卖掉,从挪威开始,我们就是坚持非常完整的一个服务体系输出。”李斌直言,“我们不是突然心血来潮说要来欧洲,从创立的第一天起,就准备服务全球用户。我们知道,要真正成为有竞争力的公司,只依赖于中国市场肯定不够。”

记者了解到,蔚来将在四国

市场构建完善的加电体系。目前,蔚来已经在欧洲接入38万根充电桩,并可使用蔚来NFC卡片直接访问,蔚来欧洲版充电地图也已经投入使用。截至2022年底,蔚来计划在欧洲建成20座换电站;2023年底,这一数字有望达到120座。

目前,蔚来已经在挪威、德国、荷兰、丹麦和瑞典这五个欧洲国家的主要城市建立了授权服务中心网络。用户还可以通过已经于今年8月上线的NIO App欧洲版,查看车辆数据,通过“一键服务”功能预约服务。

蔚来还将在欧洲持续增加

研发投入。今年7月,蔚来在柏林建立了创新中心,用于智能座舱、自动驾驶以及能源技术的研发。今年9月,蔚来位于匈牙利佩斯州的蔚来能源欧洲工厂的首座换电站下线,该工厂是蔚来加电产品的欧洲制造中心、服务中心和研发中心。

柏林创新中心将和蔚来能源欧洲工厂,蔚来牛津和慕尼黑的研发、设计团队携手开展各方面的研发工作。

对于何时会在欧洲建工厂,李斌表示:“这个主要看欧洲的需求有多大,如果需求大就建,这完全由市场决定。”

对于此次欧洲四国市场落地和接下来的全球化布局,蔚来方面解释称:“首先,对于有进取心的企业来说,全球化应该是startup的基因。要想长远发展,必须占据全球主要市场,大众、丰田、宝马等的成功,印证了这个事实。其次,用户企业理念、生产力、科技创新实力、创新商业模式是蔚来全球化的杀手锏。最后,作为全球第二大新能源市场,欧洲市场是必争之地。商业模式如能在欧洲成功,不仅能为蔚来带来更多收益,更会证明蔚来的价值观和商业模式的普世性。”



岚图旗下首款“性能级智能电动SUV”岚图FREE于近日从武汉出发,正式发往挪威。
本报资料室/图

体系服务助力车企出海“征战”

现在我国自主品牌出口进入了新的阶段,即进入了新能源发展的机遇期。

“我们订阅模式发布之后,还是有很多争议,整体来说国内的争议大于欧洲的争议,当然欧洲也有一些用户给我留言说:‘为什么没有买的选项?’这是非常有道理的,但从订阅的角度来讲,我们肯定经过非常长期的深入思考。”10月8日,李斌坦言道。

记者了解到,蔚来三款全新增车型ET7、EL7和ET5将以创新的订阅模式在德国、荷兰、丹麦、瑞典四国市场开启预订。根据蔚来方面介绍,订阅模式旨在为用户提供足够的灵活性和个性化,车辆订阅期限从1个月至60个月不等。

记者也从上汽集团方面了解到,今年,MG MULAN(MG4 ELECTRIC)将在国内,以及德国、法国、英国、意大利、西班牙、挪威、瑞典、丹麦、荷兰、比利时、卢森堡等近20个欧洲主要国家同步上市。

对于进军欧洲市场,卢放表示,“第一批岚图FREE正式发运欧洲,标志着岚图将在全球最成熟的市场上与国际豪华品牌同台竞技,接受海外消费者的检验。岚图出海不仅是商业上的‘走出去’,更是中国高端新能源汽车设计研发生产标准的‘走出去’,是中国文化软实力和中国智造的展现。”

除了灵活的订阅模式外,在

服务方面,岚图与中国东风汽车工业进出口有限公司以及挪威当地头部经销商Electric Way达成了战略合作,旨在借助海外经销商体系的成熟经验,加快岚图在挪威的服务网络布局,为挪威用户提供高性能的电动车产品和卓越的服务体验。

蔚来在德国、荷兰、丹麦和瑞典将采用直接服务用户的方式,将建立销售和服务网络。蔚来位于柏林的蔚来中心即将开业,同时蔚来正在汉堡、法兰克福、杜塞尔多夫、阿姆斯特丹、鹿特丹、哥本哈根、斯德哥尔摩和哥德堡等城市建设蔚来中心与蔚来空间。领克已经在荷兰阿姆斯特丹、瑞典哥德堡、斯德哥尔摩等开设了共9家线下体验店。据悉,领克汽车在欧洲的每一家体验店,都突破了传统经销商看车、试车的功能,致力于打造“体验式汽车零售社区”。

崔东树表示,在我国自主品牌出口进入了新的阶段,即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发生了巨大的变化。在他看来,燃油车方面,国内技术与欧美国家相比,仍明显处于落后的状态,而新能源技术则明显处于相对先进的状态,因此中国新能源汽车出口有较大的空间。

奋进新征程 建功新时代

新能源汽车销量10年增长300多倍 跻身第二大汽车出口国

“内外循环”开启中国汽车新征程

本报记者 陈茂利 北京报道

“新能源汽车再创历史新高”“汽车出口强势增长”“行业经济效益指标持续改善”，日前，中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）在举办的发布会上用

全年销量有望达到2750万辆

汽车销量同比增加与汽车厂商密集推出更有竞争力的产品直接相关。

“三季度，汽车月产销快速增长，总体呈现‘淡季不淡，旺季重现’的态势，带动行业企稳回升。”中汽协肯定了三季度汽车市场表现。

数据显示，2022年9月，汽车产销分别达到267.2万辆和261万辆，同比增长28.1%和25.7%。2022年1~9月，汽车产销分别达到1963.2万辆和1947万辆，同比增长7.4%和4.4%，增速较1~8月扩大2.6个百分点和2.7个百分点。

其中，中国品牌（自主品牌）乘用车销量出现大幅增长。1~9月，自主品牌乘用车销量816.3万辆，同比增长26.6%，市场份额48.1%，上升4.7个百分点。今年

简短几句话概括了前三季度汽车行业运行情况。

同期，大洋彼岸，蔚来在德国举办发布会，将旗下ET7、EL7和ET5三款车型推向德国、荷兰、瑞典和丹麦四个国家，宣布以“订阅模式”为欧洲用户提

供服务。

对于蔚来的“出海”，《中国经营报》记者关注到，有外媒用“中国特斯拉”“车界苹果”等名称来形容。在同一时间，长城汽车方面宣布，获得德国交通部颁发的国内首张UN R155车辆网络安

全管理体系认证。

将“新能源汽车再创历史新高”与“新能源汽车出口欧洲”放在一起看时，有业内人士指出，现阶段，中国汽车行业在新能源赛道一定程度上实现了“弯道超车”。

“电动智能网联汽车对市场的贡献、对产业发展的带动作用已开始显现。汽车强国远景正一步步变成美好的现实。”

上海汽车集团股份有限公司副总裁、总工程师祖似杰表示。



新能源汽车成为我国由汽车大国走向汽车强国的重要基础。

本报资料室/图

1~5月月均改款或换代车型数量为42款，6月为48款，7月为53款，8月为82款，9月为44款。7~9月部分车型密集完成改款，增配

降价，优化外观并增强智能化，如标配L2辅助驾驶系统、配置智能化座舱等，大幅提升产品吸引力。

对于全年预期，中汽协此前

预测，2022年我国汽车总销量预计达到2750万辆，其中，乘用车为2300万辆，商用车为450万辆，新能源汽车将达到500万辆。

“换道先行”实现“先发效应”

回顾近十年汽车发展史，2014年是一重要节点。

9月，新能源汽车产销再创历史新高，突破70万辆“大关”。当月，新能源汽车产销分别达到75.5万辆和70.8万辆，同比增长1.1倍和93.9%。

2022年1~9月，新能源汽车产销分别达到471.7万辆和456.7万辆，同比增长1.2倍和1.1倍，市占率达到23.5%。

2012年，国内新能源汽车销量仅为1.28万辆。10年之间，新能源汽车销量增长300多倍。

市占率方面，考虑到当前全球新能源汽车销量数据尚未公布。根据8月份数据计算，1~8月，中国新能源汽车累计销量为386万辆，占世界市场份额的66.78%。

“我国新能源汽车正在从市

场培育期迈进市场化的发展阶段，从政策和市场双驱动正在转向市场驱动为主的新发展阶段，也会成为我国由汽车大国走向汽车强国的重要基础。”中国电动汽车百人会理事长陈清泰表示。

中国新能源汽车行业实现如此成绩并非偶然。回顾近十年新能源汽车发展史，记者关注到，

2014年是一重要节点。这一年，习近平总书记提出，“发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路。”

同年，比亚迪在北京车展上首次发布“542”战略，为比亚迪新能源汽车划定了性能指标。5代表百公里加速5秒以内，4代表全时四驱，2代表百公里油耗2升以内。按照比亚迪的计划，今后比亚迪旗下所有新能源汽车都将达到“542”标准。

多年积淀让比亚迪在2022年一举成为新能源赛道中领军者之一。今年1~9月，比亚迪销量约为118万辆，同比增长近250%。9月比亚迪销量20.13万辆，同比增长151.2%。

同一擂台上，吉利汽车、奇瑞汽车、东风汽车、长安新能源汽车销量均实现可观增长，1~9月分别增长383.9%、195.6%、180.0%、130.5%。

新能源汽车销量强势增长离

不开技术创新。工业和信息化部党组成员、副部长辛国斌在2022世界智能网联汽车大会上指出，“智能网联汽车为汽车产业创新发展注入了新的强大动能。”

“在中国，一些跨界的企业、投资者勇敢进入新能源汽车领域，形成了一股‘造车新势力’。他们的进入带来了新的理念、新的思维、新的技术，加速了创新迭代的过程。特别是一些有互联网基因的造车新势力，一开始它们就把互联网思维、网联化、智能化的概念融入产品定义和营销模式之中，使我国较早地把握了网联化、智能化的方向。”陈清泰表示。

电动化只是这场汽车革命的序幕，软件将是未来汽车智能化

的基础和竞争的核心。陈清泰指出，要赢得这场汽车革命，必须超常规地重视电动化、网络化、智能化这三条供应链的建设。

记者关注到，目前，新能源汽车电池、电机、电控、功率半导体、网联化、智能化涉及的芯片、系统软件、计算平台、视频传感器、激光雷达等领域，中国企业不仅在积极布局，而且形成了一定的先发优势。

以电池领域为例，不仅形成了宁德时代、比亚迪、蜂巢能源等优质企业，而且中国电池系统的创新非常活跃，包含结构创新和材料体系创新。有专家指出，全世界正在进入到新一轮电池材料体系创新突破竞争阶段。

造车新势力弯道超车 汽车制造大省逆风翻盘

汽车产业十年“蝶变”：长三角地区何以“汽”势如虹？

本报记者 方超 张家振 上海报道

“奥斯汀、弗里蒙特和柏林的3座工厂将形成良性竞争，但上海超级工厂很难被超越。”在今年8月份召开的特斯拉股东大会上，特斯拉CEO埃隆·马斯克(Elon Musk)对特斯拉上海超级工厂的表现赞不绝口。

“特斯拉当时能那么快竣工投产，就是因为长三角地区拥有完整的汽车产业链，人才资源储备也更为成熟，在其他地方甚至国外这几乎是不可能实现的。”对于特斯拉上海超级工厂的表现，长三角地区一位汽车业内人士如此对《中国经营报》记者感慨道。

特斯拉上海超级工厂取得的成就是因为基础雄厚、生态完善的长三角汽车产业链近十年来发展的一个缩影。相关资料显示，在2012~2021年的十年时间里，长三角地区沪苏浙皖三省一市汽车产量约占全国近四分之一的市场份额，新能源汽车产量占比更是超过了三分之一。

“长三角地区优越的地域环境和政策环境，使得当地汽车产业进入了良性发展轨道，后期的表现会越来越好。”中国汽车工业协会副秘书长师建华分析认为，在多重因素催化下，长三角地区已在我国汽车产业“新四化”（电动化、智能化、网联化、共享化）浪潮中走在前列。

争相“卡位”新赛道

在中国汽车产业版图中，坐拥完整产业链的长三角地区，在过去十年时间里持续上演了汽车产业发展的“速度与激情”。

公开数据显示，2012年，上海市、江苏省、浙江省和安徽省四地的汽车产量分别为202.4万辆、88.7万辆、32.72万辆和104.18万辆，累计达到428万辆，彼时占全国市场的份额为22.2%。

历经十年发展，2021年，上海

市汽车产量达到283.3万辆，位居全国第二，江苏省、浙江省、安徽省的汽车产量则分别为77.6万辆、99.4万辆和150.3万辆，累计产量增长到610.6万辆。另据国家统计局数据，2021年，全国汽车产量为2652.8万辆。这也意味着，长三角地区占比已进一步提升到23.01%。

“过去十年间，长三角地区三省一市的汽车产量份额占比持续提升，这已经算是很大的进

步。”上述汽车业内人士表示。师建华也分析认为，市场份额提升意味着“长三角地区汽车产业的发展较为稳健”。

在市场竞争日趋激烈的环境中，长三角地区汽车产业“汽”势如虹的原因何在？

“长三角地区的汽车产业基础本身就比较发达，像上汽集团等本地龙头企业更是带动了相关产业链的发展。除此以外，长三角

地区的政策环境、交通条件等也较为优越。”一位要求匿名的证券机构汽车行业分析师向记者表示，近年来，除上海市外，安徽省汽车产业也在加速发展。“总体而言，长三角地区的市场份额未来还会有进一步提升的空间。”

不仅如此，在备受瞩目的新能源汽车赛道，长三角地区的劣势也正在进一步凸显。相关数据显示，2021年，我国新能源汽车产量为

354.5万辆，其中上海市、江苏省、浙江省、安徽省的产量分别为63.2万辆、20.5万辆、25万辆和25.2万辆，四地总产量达到133.9万辆，占全国的市场份额高达37.77%。

师建华表示，“新能源汽车属于新事物，长三角地区的政策、经济等环境等要好于其他地区，能给予新能源汽车产业更多的发展机会，新能源汽车产业也会发展得更快、更好。”

汽车名城“蓬勃生长”

“在未来的100年里，电动汽车会点燃新征程。安徽省也具备打造新能源汽车产业的能力，合肥市将在这一新征程中面临着广阔的发展空间。”国轩高科股份有限公司董事长李缜日前表示。

如李缜所述，因精准投资蔚来汽车而被冠以“最牛风投城市”称号的合肥市，早已瞄准全新目标——全力打造“新能源汽车之都”。

据合肥市当地媒体报道，近3年来，合肥市累计签约新能源汽车

产业重点项目158个，总投资额达1411亿元。2021年，合肥市新能源汽车产业实现营收1029.5亿元，产量为14.5万辆，同比增长了148%。

随着合肥市在中国汽车版图中强势崛起，汽车制造大省安徽省“逆风翻盘”的故事也为更多人熟知。

记者梳理相关资料发现，2012年，安徽省全省的汽车产量为104.18万辆，位居全国第八位，此后的2013年、2014年、2018年和2019年，安徽

省曾四度跌出全国前十位，2019年最低产量仅为77.62万辆。不过，安徽省汽车产量从2020年起开始稳步回升，2021年更是达到了150.3万辆，跃升至全国第七位。

值得注意的是，2021年，安徽省全省的新能源汽车产量达到25.2万辆，位居中部地区第一、全国第四位，同比增长140%，占全国的比重为7%。

“坚持高起点规划，安徽省在新能源汽车和智能网联汽车产业发展

方面成立了产业链专班，由常务副省长挂帅。”安徽省经信厅相关负责人告诉记者，安徽省同时推进汽车产业“双招双引”，并出台了多项扶持政策，全力推进汽车产业的发展。

除坐拥合肥市和芜湖市等汽车名城的安徽省外，江苏省常州市和浙江省绍兴市等长三角地区汽车产业新兴城市近年来亦在全力推进新能源汽车产业发展。“坚持高起点规划，安徽省在新能源汽车和智能网联汽车产业发展

方面成立了产业链专班，由常务副省长挂帅。”安徽省经信厅相关负责人告诉记者，安徽省同时推进汽车产业“双招双引”，并出台了多项扶持政策，全力推进汽车产业的发展。

“通过多年持续培育发展，常州市已成为全球知名、国内最大的动力电池产业集聚发展区。”常州市工信局上述负责人进一步表示。

打造享誉全球的中国汽车品牌

当前，中国汽车出口已经进入到快速发展阶段，未来一段时间也都将保持相对快速的增长。

汽车出口量倍增超越德国，仅次于日本，这样的成绩是一年前很多业内人士不敢想的，而最近成为了现实。据中国海关总署统计，今年1~8月，中国汽车出口量同比增长44.5%，达到191万辆，中国跃居全球第二大汽车出口国。

进入9月，中国汽车出口仍然保持了强劲的增长态势。1~9月，汽车企业出口211.7万辆，同比增长55.5%。

除了出口数量大幅提高，中国汽车出口的“质”也有了明显提升。乘联会数据显示，2018年中国汽车出口的均价是1.29万美元，到2022年8月已经达到1.89万美元。

谈及汽车出口增长，中国汽车工业协会副总工程师许海东表示，中国汽车出口已经进入到快速发展阶段，未来一段段时间也都将保持相对快速的增长。

为何2022年中国汽车出口进入快速增长期？许海东认为是多重因素共同作用的结果，比如产品的综合竞争力增强、新能源汽车加速出口拉动基数、中国车企直接投资建设海外工厂、中国车企越来越重视品牌打造。

记者关注到，近几年，中国车企越来越注重在国外顺应当地消费趋势。过去主要依靠当地的代理商去销售汽车，现在开始做营销体系方面的工作。长城汽车多个品牌在海外市场建立了体验中心。蔚来汽车出海欧洲选择入乡随俗在德国、荷兰、丹麦、瑞典欧洲四国开展订阅服务，而非传统意义上的售车。据了解，在德国的高端汽车市场，订阅模式非常普遍。

对于车企出海，许海东指出，“车企海外发展要经历一个持续亏损的过程。投产后不能立马赚钱，当品牌与产品慢慢经过打磨、上量，才能实现盈利。中国汽车出海，需制定以10年、20年为跨度的具体计划，逐步落实，以打造享誉全球的中国品牌，实现国内、海外双边可持续发展。”

剑指世界级产业集群

在经历十年“蝶变”后，长三角地区多地站在世界汽车产业百年变局的历史节点上，正瞄准燃料电池和自动驾驶等新兴领域，谋求打造世界级产业集群。

《江苏省“十四五”新能源汽车产业发展规划》显示，展望2035年，江苏省新能源汽车产业国际竞争力将得到进一步提升，形成一批国际知名龙头企业和品牌。《安徽省“十四五”汽车产业高质量发展规划》也提出：“到2025年，世界级汽车产业群培育取得突破性进展，力争全省汽车产业产值超万亿元。”

“打造世界新能源汽车智能网联汽车之都，我们主要依托合肥市和芜湖市，整车主要布局在这两地。此外，马鞍山市和安庆市也有一些商用车项目。我们既然提出了这一宏伟目标，就要为之奋斗，无论是政府部门还是企业，目前都在协同推进实现这一目标。”安徽省一位汽车业内人士向记者表示。

而作为全球知名的汽车产业高地，上海市亦在谋求“更进一步”。《上海市先进制造业发展“十四五”规划》显示，当地将抓住全球汽车产业变革调整的窗口期和机遇期，推动汽车产业新能源化、智联化、共享化、国际化、品牌化发展，“促进汽车与5G通信、物联网、智能交通等融合发展，实现万亿级产业规模，着力打造世界级汽车产业中心”。

“长三角地区汽车产业已站在一个比较高的位置，今后应该在纵向发展方面更多考虑转型升级，提升发展质量，优化产业结构，使产业结构布局更合理。”师建华分析认为，“同时不要盲目建设、重复投资，而是要保持理性、冷静，否则很容易影响长期可持续发展。”

新能源汽车景气度持续高涨 车企竞速产能扩建

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

“金九银十”的“金九”已落下帷幕，各大车企陆续公布9月销量，新能源汽车销量延续高增长态势，尤其比亚迪汽车当月销量已突破20万台，同比增长151.2%，再创

新高，这也是比亚迪首次新能源汽车单月销量突破20万台。

此外，小鹏汽车、合创汽车、埃安、赛力斯等新能源车企也陆续公布了9月销量。值得一提的是，得益于杭州工厂柔性线改造完成，合创汽车9月交付量达

3011台，环比增长58.2%，这也是合创汽车更名后首次单月交付量破3000台。除此之外，埃安9月销量约3万台，也创下单月销量新高。

除了合创汽车，赛力斯、埃安等新能源车企也陆续扩建工厂，9

月下旬，赛力斯宣布新能源汽车升级项目将入驻重庆两江新区龙兴智能网联新能源汽车产业园；10月初，埃安第二智造中心正式竣工投产，至此，埃安的设计产能从20万台翻倍至40万台。当前，车企的产能扩建仍在加速。

新能源车企月销再创新高

9月，比亚迪、埃安、合创汽车等多家新能源车企销量增长明显，新能源赛道格局正被重塑。

9月，车市迎来传统销售旺季，新能源车企频传捷报。当月，比亚迪新能源乘用车销量突破20万台，达20.10万台（含出口7736台），同比增长154.3%，再次刷新历史最高纪录。目前，比亚迪新能源汽车累计销量已超260万台。

9月，比亚迪宋家族销量约4.65万台，其中出口541台；元家族销量2.35万台，出口6368台。比亚迪的出海计划仍在推进。近期，比亚迪元PLUS已于泰国、老挝上市，比亚迪与马来西亚森那美也正式达成乘用车进口合作协议，同时比亚迪与汽车租赁公司SIXT签署合作协议，后者将在未来6年内向比亚迪采购至少10万台新能源车，包括目前在欧洲推出的元

PLUS。车辆将于今年第四季度开始交付，第一阶段合作市场包括德国、英国、法国、荷兰。

除了稳坐新能源销冠的比亚迪，新能源自主品牌在9月同样收获颇丰。当月，赛力斯新能源汽车销量约1.76万台，同比增长341.33%，其中问界汽车贡献最大，当月交付量超万台，实现连续两个月单月交付量破万台。

此外，广汽集团9月新能源汽车产销均突破3万台，同比增长均超120%。其中，埃安9月销量首次突破3万台，环比增长11%，刷新该车企单月最高销量。今年前三季度，广汽集团累计销量超182万台，其中埃安累计销量约18.23万台，同比增长132.1%。

而造车新势力方面，小鹏汽车却出现9月交付量环比下降11.6%，达8568台。在季度表现方面，小鹏汽车三季度总交付2.96万台，同比增长15%。今年1~9月，小鹏汽车已累计交付9.86万台，同比增长75%。

9月下旬，小鹏旗舰车型G9正式上市，因配置价格问题引起市场热议，同时小鹏汽车股价出现下滑。对此，小鹏汽车董事长何小鹏通过全资持有公司，从公开市场增持小鹏汽车220万股ADS，增持金额约合人民币2.1亿元。此次增持后，何小鹏持股约为20.5%。小鹏汽车对此举回应称，何小鹏对小鹏汽车的前景及增长潜力充满信心，以及其对公司的长期承诺。与此同时，

小鹏汽车注册资本增至300亿元。中金公司最新报告指出，将小鹏汽车今明两年收入预测分别下调7%和17%，至324亿元和692亿元。另今明两年非通用会计准则纯利预测，降至亏损76.6亿元及17.1亿元。中金将小鹏H股股份目标价下调至80港元每股，但评级维持跑赢行业。

当前，造车新势力的股价高光时刻已逝。“十一”期间，尽管A股休市，但特斯拉美股已连续6个交易日下跌，市值缩水超人民币5000亿元；理想汽车美股跌超14%；蔚来汽车美股跌超10%。另据乘联会数据，9月新势力零售份额13.5%，同比下降3.4个百分点，新能源赛道格局正被重塑。

车企加速产能扩建

埃安第二智造中心已于10月初竣工投产，至此，埃安的设计产能从20万台翻倍至40万台。

中汽协数据显示，9月，新能源汽车销量为70.8万辆，同比增长93.9%，市场占有率达27.1%。新能源汽车销量水涨船高，车企对产能扩建的需求也日益急迫。

9月，赛力斯新能源汽车升级项目官宣将入驻重庆两江新区龙兴智能网联新能源汽车产业园，预计于2023年四季度完成建设投产，一期设计产能为30JPH（Jobs Per Hour，每小时产量），未来可实现120JPH，年产能超70万台。

据悉，目前赛力斯两江智慧工厂和赛力斯凤凰智慧工厂的综合产能已达30万辆，问界汽车现售两款车型均在上述两个工厂进行生产。待赛力斯新能源汽车升级项目落成，年产能将超百万辆。

此外，广汽集团官方消息显示，广汽乘用车杭州工厂已于9月完成现有生产线升级改造，实现合创汽车与广汽传祺双品牌，燃油、纯电双车型柔性共线生产，产能20万台，合创Z03也将在此工厂生产。

值得一提的是，9月，合创汽车交付量环比增长58.2%，创下交付量新高。广汽传祺销量则达3.35万台，同比增长46.1%。今年1~9月，广汽传祺累计销量约26.73万台，同比增长20.9%。

同月，恒大汽车天津工厂举行了“恒驰5”车型的量产仪式，恒驰汽车表示，恒驰6将于今年底下线，明年上半年量产；恒驰7将于明年上半年下线，明年下半年量产。与此同时，外界传出广汽集团

有意收购恒大汽车的消息，但随后遭到广汽集团的否认。

日前，广汽集团回应投资者提问时表示，2021年自研电驱已小批量投入使用，而广汽集团旗下的新能源自主品牌埃安第二智造中心已于10月初竣工投产，该智造中心专注于制造AION Y Plus车型，目前，该智造中心第一辆AION Y Plus已下线。

据介绍，埃安第二智造中心可实现多地多工厂数据互联互通，并拥有AI品控系统、深度互动定制的特点，人员效率及生产节拍提升20%。同时，埃安第二智造中心计划全面导入光伏、核电等清洁能源，建成零碳工厂。导入智能照明系统，自适应亮度调节，打造黑灯工厂，并通过热泵余热回收等技

术，实现单车能耗降低12.4%、单车碳排降低27%。

据悉，这是今年埃安第二次完成产能扩建，在多班生产下，埃安产能最高可达60万台，单车制造成本可下降10%，同时电池、电驱等公司可实现核心零部件自研自产，将进一步提升埃安在产业链上的议价能力。

此前，埃安副总经理肖勇在接受《中国经营报》记者采访时表示，埃安第一制造中心的产能利用率已达160%，10月开始，投产的埃安第二制造中心将经历产能爬坡的过程，预计10月第二制造中心能够生产1万台车。

在资本方面，埃安A轮引战增资项目已于9月23日结束报名摘牌，具体的投资者仍有待官方消息。



埃安第二智造中心已于10月初竣工投产。

本报资料室/图

合资车企赛道转型

包括东风日产、广汽丰田、广汽本田等合资车企均在汽车“新四化”的浪潮下转型新能源赛道。

根据《广东省“十四五”节能减排实施方案》，到2025年，广东省新能源汽车新车销量达到汽车销售总量的20%左右。种种利好政策的出台正加速合资车企向新能源赛道转型。

日产汽车公司高级副总裁山崎庄平表示：“随着纯电动跨界SUV车型ARIYA和全新天籁的推出，我们期待公司业务持续复苏。”据悉，日产e-POWER轩逸、ARI-YA、启辰D60EV和启辰T60EV等车型在中国市场相继推出，将进一步加快电驱化战略的实施。而启辰将全面转为新能源汽车公司。

具体来看，东风日产三品牌9月销量约为8.06万台。其中，启辰品牌车型月销再度破万，同比增长114.3%，环比增长33%。今年1~9月，东风日产累计销量约为70.49万台。其中，启辰品牌车型累计销量约为7.28万台，同比增长42.4%。

此外，广汽丰田也于10月初正式发布首款e-TNGA中型纯电SUV车型bZ4X，新车共推出五大配置版本，综合补贴后零售价19.98万元~28.78万元，CLTC工况综合续航里程分别为400km、500km、560km、615km，官方称电池组10年后仍可保持90%容量。

除了纯电动车上市，广汽丰田

在氢燃料汽车赛道同步发力。9月下旬，丰田中国透露，将通过广汽丰田将111台完成北京2022年冬奥会和冬残奥会服务工作的氢燃料电池车MIRAI投入社会化运营。据悉，该批车辆将在广州和北京等地作为首批氢能源网约车。

而丰田第二代MIRAI氢能源豪华轿车将于今年年末以进口车方式，导入广汽丰田渠道开启销售，市场建议零售价为74.8万元起，首批将限量引进50台。

在2022中国新能源汽车发展高层论坛上，广汽集团副总经理郭庆亮提及，要拥抱脱碳赛道，坚持打造绿色产业链供应链。计划于2030年，广汽集团新能源汽车占比达50%，并将于2050年前、挑战2045年，实现产品全生命周期的碳中和。

9月，广汽集团旗下合资车企广汽丰田销量约9.6万台，今年1~9月累计销量约76.48万台，同比增长31.1%；广汽本田销量约6.9万台，今年1~9月累计销量约57.3万台，同比增长4.4%。

当月，广汽本田雅阁系列、皓影系列销量分别约为2.44万台、1.16万台；广汽丰田凯美瑞系列、雷凌系列、威兰达、锋兰达销量分别约为2.42万台、1.72万台、1.3万台、1.13万台，成为广汽集团热销前十车型。

小鹏汇天赵德力：飞行汽车出海 现阶段无同类竞品

本报记者 黄琳 赵毅 广州报道

10月初，小鹏汇天第五代飞行汽车旅航者X2获得在迪拜开展海外首次公开飞行许可，并在当地完成了海外公开首飞。同时，旅航者

X2也在迪拜举办的全球三大科技盛会之一的第42届“GITEX GLOBAL”亮相，这对小鹏汇天飞行汽车出海有着重要的意义。

近年来，随着飞行汽车逐渐成为汽车投资圈的新宠儿，数据显示，

截至2021年，全球已有超过200家企业或机构在研发飞行汽车，整个行业融资在20亿美元左右。而小鹏汇天则在2021年完成超5亿美元A轮融资，投前估值10亿美元，创下亚洲飞行汽车领域的融资纪录。

日前，《中国经营报》记者与小鹏汇天创始人、总裁赵德力深入探讨有关飞行汽车发展的话题，包括投资者对飞行汽车的投资逻辑、飞行汽车核心技术、小鹏汇天与小鹏汽车之间的关系等，揭开飞行汽车的“神秘面纱”。

出海

在更长远规划的第二个阶段，赵德力希望小鹏汇天的产品能够真正在迪拜、欧洲、美国等多地区实现销售。

深秋，旅航者X2在迪拜起飞，吸引一众海内外目光，小鹏汽车副董事长、总裁顾宏地表示：“此次旅航者X2在迪拜进行的飞行展示，是小鹏汇天首次走出国门、真正意义上的海外公开首飞，为我们下一代飞行汽车的出海奠定了坚实的基础。”

在赵德力的规划中，小鹏汇天的迪拜之行不仅将传递“中国智造”的声音，而且将传达给全世界一个信息：小鹏汇天飞行汽车的海外版图正逐步拓展，即将走入全球。

而在更长远规划的第二个阶段，赵德力希望小鹏汇天的产品能够真正

在迪拜、欧洲、美国等多地区实现销售，“在迪拜拿到飞行特许许可，可以帮助小鹏汇天在其他地方拿飞行许可，同时，此次的迪拜之行也将为小鹏汇天日后的产品销售打开一个窗口。”

而实际上，尽管小鹏汇天已经在思索产品销售的渠道等商业化问题，但在许多人眼中，飞行汽车仍是一个陌生的领域。具体而言，飞行汽车关注度与日俱增的同时，新能源汽车正蓬勃发展。2022年上半年，全球新能源汽车销量超过422万辆，与此同时，全球仅有约300~400家企业在探索空中出行。

而小鹏汇天选择的路径是纯电动垂直起降且兼顾路行的飞行汽车，同样涉及电动化技术、自动驾驶技术等纯电动汽车的核心技术，但又有所差异。根据设想，小鹏汇天的飞行汽车约有90%左右的时间在路面开，10%左右的时间可以在天上飞。目前旅航者X2搭配手动驾驶和自动驾驶两种驾驶模式，采用碳纤维结构，空机重量560公斤，可搭载2位乘客，续航可达35分钟，最高飞行高度1000米。

赵德力表示：“从现阶段的一些资料和数据看，目前，这样的飞行汽

车在全球只有小鹏汇天一家在做，没有跟我们同类型的竞争产品。”

如小鹏汇天研发的飞行汽车一般，目前研究eVTOL（即电动垂直起降飞行器）、电动飞机的企业致力于解决的问题是交通日益拥堵，而他们给出的解决方法即是空中出行。

“空中出行实际上对于很多国家还是一片处女地，但如果能落地，则能将传统的燃油航空电动化，降低成本和噪音，提高安全性。”赵德力认为，在未来10年~20年内，空中交通，尤其是电动航空，是一大发展趋势。

融资

谈及投资者对飞行汽车的投资逻辑，赵德力将“信任”摆在重要的位置。

根据摩根士丹利预测，未来20年是飞行汽车的飞速发展期，到2030年，飞行汽车行业将形成3000亿美元的市场规模，并在2024年增长至1.5万亿美元。在此期间，中国或成为全球最大的城市低空交通市场。

空中交通的前景吸引着众多车企入局飞行汽车，包括吉利汽车、大众汽车、广汽集团等。与此同时，9月下旬，谷歌联合创始人拉里·佩奇投资的飞行汽车公司Kittyhawk已宣布倒闭。站在风口的飞行汽车起伏不定，因尚未实现商业化，研发测

试等均需有足够的资金支撑。根据麦肯锡公司今年7月的数据，截至2022年6月，包括eVTOL在内的航空创新领域获得的资金总额为150亿美元，其中今年上半年获得22亿美元。

谈及飞行汽车的投资逻辑，赵德力将“信任”摆在重要的位置，其表示：“投资者早期都是一份信任，A轮融资主要是看方向、团队、过去的产品和过去的成功，小鹏汇天过去已经做了5款产品，投资人看到了我们团队有能力把产品造出来，就相信我们能够把

飞行汽车造出来且卖得还不错。”值得一提的是，小鹏汇天日前入选独角兽企业，对此，赵德力认为：“目前飞行汽车赛道的企业都还没有实现商业化。基于此，评估的维度包括公司研发的实力、公司的规模、资本的投入、公司的产品方向等。而小鹏汇天的产品仍是面向C端的车辆，有无限的发展潜力，所以我认为独角兽是对飞行汽车发展方向和现阶段小鹏汇天的团队规模和资本规模的肯定。”

而今，小鹏汇天正在研发的是第六代飞行汽车旅航者X3，具备电动、

智能、可垂直起降、路空一体、可折叠变形的特性，在陆地行驶时，其更像一款纯电动汽车。根据规划，旅航者X3计划于2024年底、2025年初实现交付。顾宏地透露，在今年“小鹏汽车科技日”上，小鹏汇天将公布下一代飞行汽车的研发进展，包括构型设计、外观设计和空中驾驶方案等。

对于未来飞行汽车的销售，赵德力表示，前期调研时已在思索用户画像，并对标豪华车品牌，“若能在豪华车市场中拿到一点点市场份额，我们就会活得很好，这是有可能的。”

结语

在组建团队、融资、供应链等层面，小鹏汇天不可忽略的一股力量正是何小鹏及小鹏汽车。

9月末，小鹏汽车董事长何小鹏卸任小鹏汇天董事长，同时小鹏汇天注册资本增至3.2亿美元，引起市场关注。对此，何小鹏回应称：“小鹏汇天是集团公司HT Flying Car (Hong Kong) Limited(以下简称“HT Flying Car”)的全资子公司，我在HT Flying Car公司任董事长就可以了，这样可以加快工作效率。”

诚然，在组建团队、融资、供应链等层面，小鹏汇天不可忽略的一股力量正是何小鹏及小鹏汽车。2013年，小鹏汇天的前身东莞市汇天科技有限公司(以下简称“汇天科技”)成立，一直在等待“有缘人”青睐。2020年夏季，何小鹏试飞过汇天科技的飞行器后，正式投资汇天科技，同年12月，“HT Flying Car”以股东身份成立广东汇天航空航天科技有限公司，即小鹏汇天正式成立，成为小鹏汽车生态企业之一。

采访中，赵德力谈及“小鹏汇天与小鹏汽车二者关系”时表示：“小鹏汇天成立初期，需要快速组建团队、跟供应商讲故事，如果没有小鹏汽车，我们要做飞行汽车是没人相信的，但背后的资本是小鹏汽车，人家相信小鹏汽车还不错，就愿意相信我们。若没有小鹏汽车在背后做价值，小鹏汇天的融资也不会这么顺利。所以小鹏汽车在人才招聘、研发人员支持、供应商谈判、技术支持等方面均给予小鹏汇天良好的赋能。”

相应地，赵德力认为小鹏汇天也对小鹏汽车有赋能，二者同属于汽车领域，在品牌调性上，小鹏汇天的飞行汽车能提升小鹏汽车的品牌高度。其次，小鹏汇天在飞行汽车轻量化技术的积累也有助于提升小鹏汽车日后的汽车轻量化技术等。

尽管小鹏汽车对小鹏汇天有一定的赋能，但在技术上，飞行汽车与纯电动汽车并非同一种事物。在小鹏汇天的飞行汽车中，飞控和动力系统是两大核心，但不同于小鹏汽车采用的动力电池，小鹏汇天所需的动力电池需要兼具能量密度高且放电倍率大，同时，由于飞行汽车对重量和体积的要求，小鹏汇天采用的动力电池还需要轻。

赵德力坦言：“在飞行汽车赛道，小鹏汇天基本是全栈自研，唯有‘芯片和电池’是小鹏汇天目前无法覆盖的，我们只能去找供应商。”但在飞行汽车的赛道中，赵德力认为国内处在技术层面的第一梯队。

目前，国内自动驾驶的道路权限正逐渐放开，而对飞行汽车而言，除了自动驾驶的权限，低空空域的试飞权限也尤为重要，包括湖南、四川、海南、安徽、江西等省份正陆续全域开放低空，但在粤港澳大湾区，低空改革仍有待推进。

10年成就面面观

商乘并举做强自主品牌 北汽集团亮10年高质量发展成绩单

本报记者 张硕 童海华 北京报道

日前,北汽集团公布了三季度生产经营数据,亮出了一份高质量发展的阶段性成绩单。2022年三季度,北汽集团跑赢大盘,销量增速高于行业平均水平,营业收入、利润总额均有不同程度的增长,旗下多品牌连月产销双增。

其中,极狐汽车三季度月均销量较上半年提升42%;北汽股份9月实现产销双过万;北京越野连续

三个月超额完成生产任务,9月交付量创历史新高;北汽福田稳居商用车行业第一;北京奔驰月度销量同比大涨;北京现代销量连续四个月环比上升。值得关注的是,融入“双循环”新格局,包括北汽福田、北汽国际等在内,北汽集团1~9月共实现出口8.2万辆,同比增长30%,探索出一条北汽特色的出海之路。

北汽集团方面近期在接受《中国经营报》等媒体采访时表示,作为

坚持新能源为主、多能源互补的自主发展路线

多年来,北汽集团集中优势资源,聚焦整车、零部件、服务贸易三大主业内容。

“我国经济由高速增长转向高质量发展,这是必须迈过的坎,每个产业、每个企业都要朝着这个方向坚定往前走。”

面对复杂严峻的行业竞争形势,唯有不断发展壮大主业,才能站稳脚跟、从容不迫、有力应对各种风险挑战,为高质量发展筑牢根基。

记者采访中了解到,北汽集团集中优势资源,聚焦整车、零部件、服务贸易三大主业内容,坚持乘商两栖、中高端齐进、新能源为主、多能源互补的自主发展路线。

作为北汽集团商用车板块的高质量发展的重要一极,北汽福田进一步聚焦,深耕商用车主业,推动国民经济“生产资料”做优做强。随之而来的是一场企业的深刻变革——

发力研发,投入连续以每年20%的速度增长,实现产品平台迭代,品牌价值突破1900亿元。2020年,疫情肆虐中逆势而上,全年销量

实现68.1万辆,创历史新高;2021年,企业成立25周年之际,跃升为中国第一个突破千万辆级的商用车企,年销量位居行业第一;2022年,在商用车市场整体下行的形势下,上半年实现销量25万辆,市占率达14.7%,同比增长0.5%,跑赢市场大盘,继续保持商用车行业第一。

“发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路。”

北汽集团是国内新能源汽车产业的先行者,“双碳”战略的践行者、北京市“高精尖”发展的推动者。2009年,北汽集团成立了国内第一家新能源汽车公司——北汽新能源,正式拉开了绿色发展的大幕。北汽集团坚持纯电动、燃料电池、混动三条路线齐头并进,构建起围绕新能源乘用车、商用车产品及出行配套延伸服务的新能源汽车生态圈。

与此同时,北汽新能源把握机遇、突围跃升,推动品牌向上,勇闯

开放合作 合资出口“双循环”推进

伴随中国汽车产业的崛起,北汽集团积极推动自主品牌的反向输出。

独行快,众行远。汽车工业作为大工业体系,产业链长,多环节的协同与开放合作才能聚势而强。

在位于北京怀柔的福田戴姆勒数字化超级卡车工厂,按照欧洲卡车制造标准,运用戴姆勒领先的卡车研发生产技术,一辆辆高品质欧曼卡车在这里诞生。

随着2020年底奔驰重卡国产计划的落地,福田、戴姆勒股东双方的合作进一步升华,同步奔驰全球最新一代重卡平台,打造“中国制造、专属中国”的高端卡车产品,首都高端制造再谱新篇。

中国汽车行业骨干力量、首都经济重要支撑,北汽集团积极贯彻新发展理念、坚定推动高质量发展。据悉,在党的二十大召开之际,北汽集团在科技创新、绿色发展、开放合作等方面取得丰硕成果,并探索出“聚焦主业发展、开放合作发展、减量增效发展、改革创新、党建引领发展”的“五个发展”支撑路径,多年来稳居《财富》世界500强行列,在京华大地上书写着高质量发展的生动实践。

高难度赛道,打造高端智能新能源汽车品牌——极狐汽车,陆续推出阿尔法T、阿尔法S、阿尔法S全新HI版等车型。以市场为导向、以用户为中心,极狐汽车销量持续攀升,销量增速在20万~35万元价格区间的纯电动汽车细分市场保持领先。

三电技术是新能源汽车领域的创新核心,北汽新能源拥有高度自主研发的三电技术,包括高性能电机、动力电池、碳化硅电机控制器等核心零部件;打造北汽新能源汽车试验中心;电动汽车三电平台关键技术与产业化项目获“中国汽车工业科学技术奖”一等奖。

以极狐阿尔法S为例:电池,

最高续航里程达到708公里,电池包最高能量密度194wh/kg,行业领先;电机,NEDC动力总成效率高达87.5%,在量产车中表现斐然;电控,不但开发出纯电动全地形模式,还实现了26%的量产车能量回收率,同样行业领先。

同时,北汽拥有正向开发、构建整车平台的体系化能力。北汽新能源以高安全、强智联、高效能为技术特点的整车架构与E/E架构,搭建出首款具备全冗余架构的BE21平台,首次实现技术出海,成为行业唯一一个向汽车发

源产业链建设。面对“新能源汽车+智能驾驶”这个未来汽车产业最大风口,北汽与华为强强联合,共同解决了来自智能电动车软硬件结合的各种难题和挑战。

双方携手推出了全球首款搭载

HI华为全栈智能汽车解决方案的量产车——极狐阿尔法S全新

HI版,在激光雷达布置、5G天线集成等众多方面实现技术首创及

领先。

北汽方面表示,在时代变革

之际,要抓住科技创新这个关键变量,积极抢占未来发展制高点。

实力积淀 科技创新筑发展底气

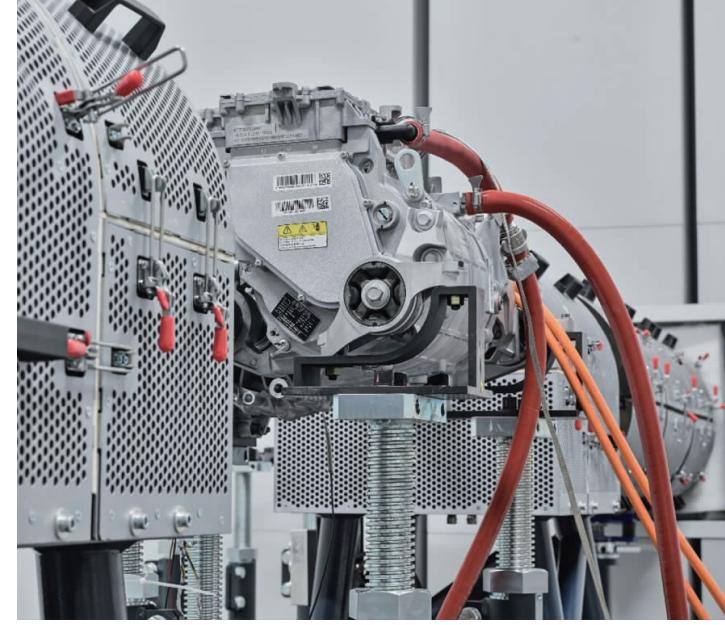
北汽拥有正向开发、构建整车平台的体系化能力。

伟大事业都基于创新,抓创新就是抓发展,谋创新就是谋未来。北汽集团坚定不移走科技创新道路,在新能源汽车关键技术上奋力攻坚、勇攀高峰,不断夯实核心竞争实力。

北汽坚持三电技术自主掌控。北汽新能源拥有高度自研的三电技术,高性能电机、动力电池、碳化硅电机控制器等核心零部件;打造北汽新能源汽车试验中心;电动汽车三电平台关键技术与产业化项目获“中国汽车工业科学技术奖”一等奖。

以极狐阿尔法S为例:电池,最高续航里程达到708公里,电池包最高能量密度194wh/kg,行业领先;电机,NEDC动力总成效率高达87.5%,在量产车中表现斐然;电控,不但开发出纯电动全地形模式,还实现了26%的量产车能量回收率,同样行业领先。

同时,北汽拥有正向开发、构建整车平台的体系化能力。北汽新能源以高安全、强智联、高效能为技术特点的整车架构与E/E架构,搭建出首款具备全冗余架构的BE21平台,首次实现技术出海,成为行业唯一一个向汽车发



北汽一直坚持三电技术自主掌控,北汽新能源拥有高度自研的三电技术及高性能电机。

本报资料室/图

达国家进行专利使用授权的技术输出者。

北汽还是国内最早开始燃料电池汽车研发及产业化的车企。北汽福田通过国内首次氢燃料客车碰撞试验,与清华大学、北京亿华通共同攻关研发的“氢燃料电池客车关键技术及应用”荣获“中国汽车工业科学技术进步奖”一等奖。

同时,北汽拥有正向开发、构建整车平台的体系化能力。北汽新能源以高安全、强智联、高效能为技术特点的整车架构与E/E架构,搭建出首款具备全冗余架构的BE21平台,首次实现技术出海,成为行业唯一一个向汽车发

源产业链建设。面对“新能源汽车+智能驾驶”这个未来汽车产业最大风口,北汽与华为强强联合,共同解决了来自智能电动车软硬件结合的各种难题和挑战。

双方携手推出了全球首款搭载HI华为全栈智能汽车解决方案的量产车——极狐阿尔法S全新HI版,在激光雷达布置、5G天线集成等众多方面实现技术首创及

领先。

大道不孤,德必有邻。北汽持续深化开放合作,与麦格纳、宁德时代、博世等建立了牢固的战略合作伙伴关系,持续推进新能

绿色低碳 中国汽车亮出高质量发展底色

北汽投入数十亿元专项开展节能减排工作,建立健全产品全生命周期的绿色管理体系。

“以践行者的责任与坚持,参与并见证中国‘人不负青山,青山不负人’的绿色低碳转型发展。”绿色发展,北汽不止于技术产品,赋予其更为丰富时代内涵,贯穿于高质量发展的方方面面。

北汽投入数十亿元专项开展节能减排工作,建立健全产品全生命周期的绿色管理体系。已完成17家国家级绿色工厂建设,2家绿色供应链企业建设,数量在业内排名第一。在京企业建设完成分布式光伏发电建设61兆瓦,每年发电约3800万千瓦时,建设

地源热泵9.2兆瓦,可再生能源应用逐步提高。

2022北京冬奥会期间,投入515辆福田氢燃料客车和330辆北京EU7作为交通接驳车,以过硬实力保障了冰雪冬奥的畅行无阻,更以总计减碳765.89吨的成绩获得冬奥会首个车企碳中和证书。截至2020年,北汽新能源汽车总计行驶里程183亿公里,综合节能减排194万吨,相当于植树1137万棵。

绿色使命,步履不停。今年6月,北汽集团发布了“BLUE卫蓝计划”,宣布深入推进全面新

能源化与智能网联化,打造乘用车、商用车全系列绿色低碳产品,通过产品降碳、技术降碳、制造降碳、低碳生态四大行动,全力在2025年实现碳达峰,2050年实现产品全面脱碳、运营碳中和。

北汽集团在聚焦主业、科技创新、开放合作等方面的新变化、新成绩可见一斑。未来,北汽集团将接续拼搏、笃行不怠,落地落实“五个发展”支撑路径,为“汽车强国”建设做出更多贡献,以高质量发展的实际行动迎接党的二十大胜利召开。

车市“旺季重现”:9月销量同比增25.7% 全年销量有望达2750万辆

本报记者 郭少丹 北京报道

在一揽子利好政策刺激下,国内汽车市场“旺季重现”。

中汽协日前发布数据显示,1~9月,汽车产销总量分别达到1963.2万辆和1947万辆,同比增长7.4%和4.4%。其中,9月产销分别达到267.2万辆和261万辆,同比增长28.1%和25.7%,环比实现由负转正。

中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)副秘书长陈士华向《中国经营报》记者表示,今年三季度汽车月度产销量快速增长,总体呈现“淡季不淡,旺季重现”态势,带动行业企稳回升。

“燃油车购置税减半政策对6月份以来的车市推动作用十分明显”。自5月下旬以来有关部陆续出台一系列稳增长、促消费政策,其中购置税减半政策更是极大地激发了市场活力,有效助力汽车行业走出低谷,呈现出恢复增长态势,6~9月汽车市场连续走高,保持较高增速。

记者采访了解到,在市场的积极反馈下,中汽协上调了今年国内汽车总销量增长目标。中汽协副总工程师许海东称,今年国内汽车全年销量有望实现2750万辆,同比增长5%。

乘用车市场保持快速恢复状态

“乘用车市场保持快速恢复状态,拉动汽车市场整体增速进一步扩大。”在分析车市增长驱动因素时,陈士华指出。

中汽协数据显示,9月国内乘用车共销售233.2万辆,同比增长32.7%;1~9月,乘用车共销售1698.6万辆,同比增长14.2%,增速较1~8月扩大2.5个百分点。

伴随“金九银十”传统销售旺季

的到来,新车密集投放上市,对秋季车市起到促进作用。尽管国内多地疫情导致局部静态管理,对终端销售带来一定影响,但在国家购置税减半政策和地方促消费政策的持续发力下,乘用车市场活力依旧。中汽协称,乘用车市场近三个月呈现出“淡季不淡,旺季仍旺”的特点。

值得注意的是,部分高端品牌

的到来,新车密集投放上市,对秋季车市起到促进作用。尽管国内多地疫情导致局部静态管理,对终端销售带来一定影响,但在国家购置税减半政策和地方促消费政策的持续发力下,乘用车市场活力依旧。中汽协称,乘用车市场近三个月呈现出“淡季不淡,旺季仍旺”的特点。

值得注意的是,部分高端品牌

在近三个月也受到了购置税优惠政策的影响,市场恢复明显。9月,国内生产的高端品牌乘用车销量完成38.3万辆,同比增长48.5%。1~9月,国内生产的高端品牌乘用车销量完成275.6万辆,同比增长10.9%。

今年5月31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》提出,对购置

日期在2022年6月1日~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。

按照上述政策,减征部分乘用车车辆购置税政策将在今年年底到期。为此,陈士华提出延期乘用车购置税减半政策的建议,以确保汽车行业平稳发展。

策的再次延期将刺激市场需求,带动经济增长。

中汽协也对新能源汽车市场接下来的发展充满信心。许海东预计,“在稳经济、促消费政策持续作用下,四季度汽车产销将继续保持较快增长,新能源汽车以及汽车出口延续良好发展势头,全年汽车市场将实现稳增长目标。”

新能源汽车持续“快跑”

新能源汽车依然是车市亮点。

中汽协数据显示,9月新能源汽车继续保持高速增长,月度产销再创历史新高,产销分别完成75.5万辆和70.8万辆,同比分别增长1.1倍和93.9%,市场占有率达到27.1%。1~9月,新能源汽车产销分别完成471.7万辆和456.7万辆,同比分别增长1.2倍和1.1倍,市场

占有率达到23.5%。

同时,新能源车企销量涨幅明显。据中汽协统计,新能源汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为373.1万辆,同比增长1.2倍,占新能源汽车销售总量的81.7%,高于上年同期5个百分点。其中,比亚迪累计销量已超过100万辆;与上年同期相比,各企业呈不同程

度增长,吉利销量增速最为显著。

陈士华表示,从目前来看,我国新能源汽车的产品总体上性价比比较高,品种越来越多,今年上市的车里有很多非常有竞争力的新能源汽车,给消费者提供了更多选择,这也是新能源汽车增长的一个重要保证。

今年9月底,本将在今年年底

税政策再次迎来延期,相关公告正

式明确对购置日期在2023年1月1日至2023年12月31日期间内的新

能源汽车,免征车辆购置税。

这进一步增强了新能源汽车行业的发展信心。江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔在接受记者采访时表示,新能源汽车免征车辆购置税政

汽车出口强势增长

中国在全球车市中承担的角色越来越重要。

中汽协数据显示,2022年8月我国汽车出口量达30.8万辆,同比增长65%,是历史上首次超过30万辆。从今年前八个月整体情况来看,我国汽车出口量已经超越德国,仅次于日本。其中,2022年1~8

月,我国新能源汽车累计出口34万辆,同比增长97.4%。

同时,我国汽车出口市场正在向发达国家延伸。中汽协整理海关数据显示,2022年1~8月,我国汽车商品出口金额排名前十的国家分别是美国、墨西哥、日本、比利时、英国、俄罗斯、德国、韩国、澳大利亚和沙特阿拉伯。

进入9月,中国汽车出口仍保

持了强劲的增长态势,同比增长73.9%,达到30.1万辆,连续两个月突破30万辆。1~9月,我国汽车企业出口总量为211.7万辆,同比增长55.5%,其中,新能源汽车出口同比增长超1倍达38.9万辆,占

总出口量的18.4%。具体到企业,

在1~9月整车出口前十位企业中,各企业呈现不同程度的同比增长,其中吉利出口增速最为显著,出口量达14.2万辆,同比增长89.9%。

随着出口总量的强势增长,出口车价格也不断攀升。全国乘联会秘书长崔东树发文称,中国汽车

出口量增长的主要原因是新能源汽车出口暴增,而且出口数量和均价均强势增长,出口汽车均价从2018年的1.29万美元,提升至2022年8月的1.89万美元。

崔东树认为,中国目前已经是世界第二大汽车出口国,未来潜力巨大。

“备战”世界杯 新一轮品牌营销战打响

本报记者 许礼清 孙吉正 北京报道

梅西表情包、法国队夺冠华帝退款……各种2018年俄罗斯世界杯的“梗”至今仍在活跃，2022年卡塔尔世界杯已经到来了。

“史上最贵世界杯”“梅西、C罗的谢幕之战”“首次在北半球冬

季举办”等诸多标签，让2022年卡塔尔世界杯赚足了眼球，围绕着世界杯的品牌营销也进入了冲刺阶段。

实际上，2022年卡塔尔世界杯赞助商中不乏中国品牌的身影。《中国经营报》记者了解到，在本届世界杯当中，万达体育作

为国际足联的官方合作伙伴；蒙牛、海信、VIVO则是世界杯官方赞助商；伊利、盼盼等企业在国家队赞助和球星代言方面有所布局。

世界杯的商业价值自然无需赘述，需要投入的资源也必然不是小数目，越来越多的企业开始投入

到世界杯的营销布局中，营销的竞争和资源的争夺在所难免，但可以看到的是，品牌方的加入共同推动着体育运动事业发展壮大。

同时，要注意的是如何依靠过往案例吸取经验和教训，在大量投入当中获取相应回报，成为了参与者们需要考虑的问题。

世界杯营销大幕开启

实际上，就在2018年俄罗斯世界杯，中国企业刚刚上演了赞助球队成功营销的案例。

足球作为世界上最受欢迎、影响力最大的体育运动之一，足球世界杯的商业价值毋庸置疑。而卡塔尔世界杯的诸多特点，尤其是比赛均在北京时间21点左右的黄金档，更是增添了其在中国市场的关注度。因此，2022年卡塔尔世界杯的品牌营销，成为了各方关注和角逐的重点。

清华大学品牌营销顾问孙巍认为，世界杯作为年度顶级赛事，将是大品牌进行品牌宣传的稀缺机会。可以说，这是2022年快消品企业最重要的一次营销机遇，这也为2023年春节营销做好了预热。

在禹唐体育举办的《世界杯营销案例分享和资源推荐》直播专场上，弘景体育CEO何静娴曾详细解读世界杯的营销资源：“世界杯资源选择主要分为几个不同的层次，位于顶端的是具有世界杯官方身份的赞助商，这里又分为三个等级，分别是国际足联合作伙伴、世界杯赞助商和区域赞助商。”

记者了解到，国际足联合作伙伴可享受国际足联旗下所有赛事的全国广告权与营销权；世界杯赞助商享有与本届世界杯直接相关的赞助商权益；区域赞助商

则分布在欧洲、北美、南美、非洲/中东、亚洲五个区域，平均每个区域最多4个赞助商。但并不是所有企业都有充足的预算成为世界杯的官方赞助商，除了赞助商身份外，还有国家队赞助商和球星代言，从权益范围来看，也分为全球合作伙伴以及中国大陆合作伙伴；接下来一个层级是持权媒体合作，主要方式是直播和节目合作；最后则是创意借势营销，或者称为埋伏式营销，核心方式是借助数字媒体的整合营销，主要适用于那些缺少赞助资源支持的中小企业。

记者注意到，盼盼食品集团&网易与阿根廷国家足球队日前达成合作，聚焦到国内两家乳企巨头，蒙牛连续两届成为世界杯全球官方赞助商；9月29日，伊利集团官宣与德国国家足球队达成战略合作。这是伊利牵手阿根廷国家队、葡萄牙国家队、西班牙国家队之后，签约的第4支国家足球队。

实际上，就在2018年俄罗斯世界杯，中国企业刚刚上演了赞助球队成功营销的案例。彼时，依靠着“法国队夺冠，华帝退全款”的方式将营销推向了高潮，以7900万元“退款”撬动了10亿元销售额。



北京家乐福超市内，摆放着伊利在足球世界杯前赞助葡萄牙国家足球队和阿根廷国家足球队的广告牌。

北京关键之道体育咨询公司创始人张庆分析该案例时表示，“在进行体育营销时，首先要量力而行，根据自己的体量去进行投入，没有必要过度开支。但在成为赞助商之后，如果想要破圈成为一个社会性话题，就不要做一些‘温吞’的动作，就要勇敢地博出位。足球是具有破圈效应的，要针对核心球迷进行深入洞察。”

此外，还有不少企业选择签约足球明星，作为自身的代言人。孙巍认为，世界球星和中国足球应该是最热的话题，容易引起球迷共鸣和全民参与。但这类

营销品牌方最好还是和电视台或网络平台方做好充分合作，才能做到内容好看、参与热烈，所以一定要选好合作方并做好配合。

不过相较于以往世界杯，2022年卡塔尔世界杯对于品牌方来说也有所不同。“过去的世界杯举办时间都是在夏天，是很大一部分快消产品的消费旺季，但今年举办在11月份，在中国大部分区域来说已经进入了冬天，可能在宣传效果上会打一定的折扣。但是如果加以投入的话，就会给竞品以机会，所以很多品牌也是愿意去刷一下存在感。”张庆说。

营销暗战与更迭

实际上，从以上动作来看可以发现，如今的体育营销动作早已不再是单纯的通过硬性广告进行宣传，而是结合体育精神组织话题引起全面参与讨论的形式。

可口可乐与百事可乐的“一生之敌”，在快消行业一直广为流传，二者从产品到营销再到渠道，一直都在竞争中相互成长。而在体育营销层面，我国乳品行业两大巨头，也有各自独特的打法。

这首先体现在球队赞助和球星签约上。极具话题性的是，蒙牛签下了阿根廷球员梅西，伊利则是选择成为阿根廷国家队的赞助商。

2022年卡塔尔世界杯，蒙牛再度与梅西签约，还签约了法国球星姆巴佩；而伊利则是选择了C罗、贝克汉姆、武磊作为代言人，值得注意的是，伊利选择的三位代言人，都是身穿7号球衣。10月13日，伊利正式签约巴西国家男子足球队队长内马尔为品牌代言人。而签约多个球星，显然区别于“押宝式”营销，分担了一定风险。

随着卡塔尔世界杯开幕的时间临近，各方也开始了营销动作。记者从蒙牛方面获悉，在今年4月，蒙牛将其全球Slogan升级为“世界品质，天生要强”，并在此基础上设计了世界杯宣传语“我不是天生强大，我只是天生要强”；10月10日，作为2022年卡塔尔世界杯的官方赞助商，蒙牛发布了12款世界杯历史系列包装，并推出主题TVC广告片，回顾了十二届世界杯的经典场面。

而伊利则是在签约球队时，喊出“有一种热爱叫蓝白”“热爱是斗牛士的战袍”“热爱从不独行”的口号。在签约三位球员时，喊出“热

爱，不曾褪色”“划过青春的那道弧线叫热爱”“热爱，如7归来”的口号，与自身“品质源于热爱”的品牌主张相互呼应。

此外，盼盼食品则精心打造了“一起拼，痛快赢”“一战爆发，助力阿根廷征战世界杯”等世界杯宣传口号与独特产品。

作为2022年卡塔尔世界杯官方赞助商，为了庆祝世界杯，百威推出了以“成为世界英雄”为意义的“The World is Yours To Take”活动。

实际上，从以上动作来看可以发现，如今的体育营销动作早已不再是单纯的通过硬性广告进行宣传，而是结合体育精神组织话题引起全面参与讨论的形式。

张庆认为，“通过这可以看出，体育营销已经进入了3.0时代，这个时代有三个关键词，就是流量、场景和社群，创意变得十分重要，但光有创意话题还是不够的，还需要结合消费者对品类的消费场景做强关联。这种情况下就要捕捉年轻人看球或者讨论运动时的场景。而现在的企业越来越注重投资回报当中能不能带来实际的生意上的转化，这就涉及到社群，例如，足球比赛或者其他运动，就像是永不落幕的电视剧，充满了不确定性，有历史和传承，球迷群体是不会轻易更改的，这就给企业带来了一个机会，这些球迷群体就有机会成为社群的内核。”

下转 D3

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

广告



30年相伴同行
有您的地方，就有《中国经营报》

创建于1985年的《中国经营报》，由中国社会科学院主管，中国社会科学院工业经济研究所主办，《中国经营报》社有限公司出版。本报是以经济活动的参与者为服务对象、以经济新闻为主要产品的综合信息服务平台，见证了中国社会生活与商业生活的变迁，也见证了企业家群体的兴起与发展。

报社订阅直通车：

中国经营报微店、中国经营报小程序、中国经营网、商学院微店、商学院小程序、商学院APP、贝果、拼多多店、淘宝店

彩色印刷 | 全国发行 | 每周一出版

订阅价格：240元/年 邮发代号：1-76

邮局订阅：全国各地邮局均可订阅

客服热线：010-88890120



双元制助推职业教育 产教融合提速

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加强新时代高技能人才队伍建设的意见》(以下简称《意见》)提出,要发挥职业学校培养高技能人才的基础性作用。

随着与普通教育同等重要的地位得到确认,职业教育将肩负起建设与我国经济结构转型需求相匹配的人才供给的重任。新修订的《中华人民共和国职业教育法》(以下简称“职教法”)更是充

实了大量鼓励支持企业参与和举办职业教育的内容,涉及岗位设置、办学经费、教育费附加、税费优惠、政府补贴等方面。

《中国经营报》记者了解到,借鉴德国双元制(要求参加培训的工作人员要通过两个场所的培训合格之后才能上岗工作)教育模式,企业办学正在成为新的发展趋势。而对纳入产教融合型企业建设培育范围的企业兴办职业教育符合条件的投资,可依据有关规定按投资额的30%抵免当年应缴教

育费附加和地方教育附加。北师大未来教育研究中心学术委员马学雷认为,以往“两张皮”的现象主要是因为职业教育的办学体制所致,应进行办学体制的结构性改革,向“政府统筹领导、企业办学、行业指导、社会参与”方向靠拢。同时吸收德国双元制职业教育的精华,以企业为办学主体,让举办者有动力去进行校企合作、产教融合。他还认为,目前一系列利好政策及其相关法律都陆续为产教融合、校企合作保驾护航。



今年以来,职业教育正迎来新的风口。

视觉中国/图

职业教育焕新

业内专家认为,接连出台的相关文件及法律,都彰显了我国发展高质量职业教育体系的决心。

今年以来,职业教育正迎来新的风口。5月1日,新修订的职教法开始施行,明确了职业教育是与普通教育具有同等重要地位的教育类型,强调深化产教融合、校企合作等内容。

7月,人力资源和社会保障部向社会公示了新修订的《中华人民共和国职业分类大典》,围绕数字经济、绿色经济、制造强国和依法治国等要求,专门增设或调整了相关中类、小类和职业,并首次标注了数字职业(标注为S)。

9月,新版《职业教育专业简介》强调全面贯彻新发展理念,服务产业转型升级需要,展现职业教育专业升级与数字化改造的最

新成果,覆盖新版专业目录全部19个专业大类、97个专业类的1349个专业。

此前,教育部职业教育与成

人教育司司长陈子季曾表示,“我

已建成全世界规模最大的职业

教育体系,2021年高职学校招

生557万人,相当于十年前的1.8倍。”

21世纪教育研究院院长熊

丙奇认为,“最大规模的职业

教育体系并不等于是最大规模的

技能人才培养体系。”大力加强

新时代高技能人才建设”,旨在

解决困惑职业教育发展、高技能

人才培养的职业教育与技能人

才的地位和质量问题,提高中国

职业教育的吸引力,推进中国人

才培养结构、质量与社会需求紧

密衔接。”

此外,《意见》中提出要加大技能人才培养力度,到“十四五”时期末,技能人才占就业人员的比例达到30%以上,高技能人才占技能人才的比例达到1/3,东部省份高技能人才占技能人才的比例达到35%。

业内专家认为,接连出台的

相关文件及法律,都彰显了我

国发展高质量职业教育体系的

决心,而职业教育也将实现由参

照普通教育办学向相对独立的

教育类型转变,进入提质培优、增

值赋能新阶段。

业内人士张立指出,借助职

业技能竞赛关注度高、影响力广、

带动性强的特点,发挥其在促进

技能人才工作的“杠杆”效应,

可以撬动起更多资源、力量投入技

能人才工作,达到为经济转型和

产业升级提供强大的技能人才支

撑的效果。

据了解,高技能人才培养模式

还包括校企双制、校中厂、厂中校

等方式,名师带徒、技能研修、岗

位练兵、技能竞赛、技术交流等形

式。“德国职业教育的精髓在于以

企业为主体,学生是跟企业签订合

同,企业有将理论学习部分交给哪

一个学校的选择权,共同来招收学

生。其间学生大多数时间都是在

企业学习,30%的时间才是在学

校。”马学雷表示。大多数职业

教育受访者希望,进一步建立技能

人才继续教育制度,使职业教育也

能够成为终身教育,促进技能人

才的知识更新与技术创新、工艺改

造、产业升级要求相适应。

“十一”城郊民宿火热 第三季度餐饮消费逐步复苏

本报记者 孙吉正 北京报道

国庆七天长假落下帷幕,“十一”黄金周作为下半年最重要的消费旺季,在今年露营项目火热的推动下,相关消费市场呈现出不同的景象。

携程发布的《2022年国庆假期旅游总结报告》显示,今年国庆期间各地倡导居民“就地过节”。本地游、周边游、短途游主导国庆假期旅游市场。国庆7天内,本地、周边旅游订单占比达65%,本地周边人均旅游花费较去年国庆增长近30%。

根据多家商家公布的信息来看,今年国庆期间绝大部分民众选择了城郊游。基于此,今年的“十一”黄金周迎来新一波民宿热潮。《中国经营报》记者了解到,在北京、上海周边的各类旅游民宿,即便涨价超过三成,依旧被一抢而空。相比之下,传统的酒店则依旧延续此前的状态,依旧以餐饮为着力点,以吸引本地居民消费。

“餐饮行业在经历了上半年的低谷之后迎来了反弹,各个品牌方均结束了阶段性战略收缩,开始逐步恢复扩张。从各大品牌的动作来看,在第三季度无论是商家还是消费者都在逐步恢复对市场的信心。”昭邑零售商业咨询总经理刘晖表示。

本土民宿火热

“早在国庆之前,我们的房间已经预约完了。”京郊的一名民宿经理告诉记者,相比之下,今年“十一”黄金周民宿价格有所上扬,平均一套院子价格为3000元每晚,平均涨价幅度超过了3成,但消费者的预约热情依然不减,受限于跨地区旅游的诸多限制,城郊民宿成为今年大众出行的选择之一。另外,今年以来,各地区的省内民宿也迎来了一波热。

途家民宿数据显示,国庆期间,乡村民宿预订量占比近五成。北京市怀柔区、延庆区、大理自治州大理市、丽江市古城区、厦

门市思明区、北京市密云区、上海市崇明区、舟山市普陀区、北京市平谷区、房山区是国庆民宿预订热门地区前十名,其中,北京有5个郊区上榜。

另据上述数据显示,北京地区的乡村民宿预订量同比2021年增长九成,环比9月同期增长近2倍。房型选择上,适合一家老小、朋友聚会的独栋类的民宿开始增多,同比去年增长六成。房车营地为主题的民宿预订环比增长5倍以上,成为新兴的热门出游方式。携程数据显示,2022年国庆假期北京本地周边订单量占比为

76%,本地周边酒店人均花费同比去年增长21%。

“今年国庆虽然以本地周边游为主,但市场上随之也兴起众多本地游新玩法。例如酒店+X系列套餐,景区+X套餐,都是在景区和酒店的基础上叠加丰富的娱乐因素,匹配高质量服务,为消费者带来多层次的旅游新体验,迎合旅客不远行也有新探索的假日旅游需求。此外,短途高铁游、郊野露营、到地参团、当地一日游、轻户外等新玩法,也逐渐成为大众假日旅游的高频选择。”携程研究院行业分析师方泽茜向记者表示。

不少高端酒店、民宿也拥有了目的地属性,对用户的出行决策产生了显著影响。近期,美团平台上酒店套餐的预订量环比提升近2倍,本地周边的住宿搜索热度环比提升约80%,其中,北京四合院、上海老洋房等具有城市特色的民宿浏览热度增长了213%。

根据木鸟民宿节前发布的《2022国庆民宿市场预测报告》数据显示,受休闲度假及探亲访友需求等因素带动,“十一”黄金周民宿市场稳中有升,“十一”黄金周订单预计将达到2019年同期的1.7倍。

此外,假期前一周的数据显示,平台上带有“采摘”“亲子”关键词的民宿浏览量明显增长,搜索热度比上周增长超过170%,受市场供需情况及用户入住时长增加影响,数据显示,平台客单价比上周增长32%。

今年国庆,在周边游趋势带动下,露营经济持续火爆。携程数据显示,国庆期间,露营旅游订单量同比增长超10倍,其中本地订单占比近八成,市外周边订单占比15%。人均露营花费为650元左右,相较中秋露营人均花费贵30%左右。

台支持本轮“爱购上海”消费券核销的商户已超过15万家,和首轮活动一样,美团搭建了“爱购上海”电子消费券优惠专区,上述15万家商户按照外卖、堂食、酒店、门票等分类,并设置50~110元金额不等的优惠包,让消费者可享受折上折的优惠。

“餐饮行业在经历了阶段性的低迷之后,主要还是在于提振商户的信心和积极性,目前各地政府不断出台相关政策还是为了鼓励商户能够重拾对市场的信心。‘十一’黄金周作为今年最后一个消费高峰期,将直接决定今年整个餐饮板块的消费总量,以及之后春节档的消费信心。”刘晖表示。

餐饮消费逐步恢复

除了出行之外,餐饮行业也是“十一”黄金周消费的重头之一。今年上半年,一二线城市餐饮行业受到了不同程度的影响。

根据《2022北京餐饮业观察报告》显示,随着北京地区新冠肺炎疫情防控形势稳定,有序恢复堂食服务,使得餐饮业有所回暖。不仅如此,伴随着7月暑期的到来,餐饮企业们纷纷抓住暑期档进行营销,外加北京发放消费券等举措,起到了拉动消费、提振经济的作用。截至8月24日,建行生活平台参与北京餐饮消费券商户中,正餐、轻餐占比分别是80.84%和19.16%,累计线上外卖优惠券核销超80万张,涉及订单金额约占24.40%;累计线下

堂食优惠券核销超100万笔,涉及订单金额约占75.60%。

另外,上述报告显示,从线下受理商户来看,发放消费券期间,平台参与消费券活动商户品牌在平台交易笔数、金额均为正增长,正餐交易金额占比约65%。

海底捞、呷哺呷哺等餐饮连锁品牌相关负责人告诉记者,目前国内主要的市场均恢复了正常营业,且伴随着“十一”黄金周,翻台率也开始有着明显的上升,但具体数据需要等待三季度报方能知晓。

记者注意到,近一段时间内,诸多餐饮企业开始宣布停止收缩,进一步扩大门店的覆盖范

围。海底捞在9月份宣布停止关店,并开始重启部分已关停门店。老乡鸡也在第三季度宣布将进一步在一二线市场扩张。从上述企业的动作不难看出,国庆档作为第三季度的主力消费时段,餐饮企业均予以看好和加码。据海底捞负责人介绍,国庆前三天全国海底捞门店较上周末同期翻台率提升超30%,接待人次增长超40%。海底捞到家业务的下单高峰就开始了,9月30日到10月7日,全国的海底捞社区营运业务接单超过19万笔,同比去年的增长率超195%。

刘晖告诉记者,餐饮行业在经历了多次曲折之后,绝大部分品牌

均开始设立专门的预制菜、外送部门,以达到两条腿走路的效果。从长远来看,堂食必然是主要的利润来源,但外送业务也是应对不确定性的主要应对手段。

“对于现在的餐饮行业来说,需要抓住政策和形势的机会,进一步扩大营收和利润,以减少上半年带来的损失。”刘晖表示。

记者注意到,在“十一”黄金周前夕,各地为了刺激和鼓励大众消费,相关政府部门均联合当地的零售、餐饮企业推出了10月消费券活动。例如,上海通过各类线上活动,消费者使用消费券可以“满300减100”。

根据美团方面公布的信息,平

新需求崛起 炒货行业加快精细化转型

本报记者 阎娜 党鹏 成都报道

曾几何时，街头炒货摊是不少人购买坚果炒货的主要渠道，敞口机器、炒货的香气成为一代消费者不可磨灭的记忆。

时代变迁，坚果炒货通过商超、网络等渠道进入到万千家庭，消费者对坚果炒货的需求未减。今年上半年，恰恰食品等头部上市公司业绩呈现正向增长，同时，由于坚果炒货赛道不断扩容，各公司在产品创新、渠道等方面不断发力。

新需求催生新趋势

今年上半年，洽洽食品、甘源食品、来伊份、良品铺子、盐津铺子五家公司的业绩均呈现正向增长。

无论是在炒货摊的1.0时代、专营店的2.0时代还是近些年线上店的3.0时代，坚果炒货的需求仍不断增长，这也使得在万亿休闲零食的赛道上，坚果炒货品牌的业绩成为今年上半年较为亮眼的存在。

今年上半年，洽洽食品、甘源食品、来伊份、良品铺子、盐津铺子五家公司的业绩均呈现正向增长。其中，盐津铺子业绩增势较为明显，其上半年营收同比增长13.73%，净利润同比增长达164.97%。具体到坚果炒货的品类中，上半年恰恰食品“葵花子”产品营收同比增长了14.29%，坚果类产品营收同比增长了19.59%；而甘源食品综合果仁及豆果系列的营收同比增长了60.12%。

在快消行业专家路胜贞看来，坚果炒货企业的业绩增长及发展潜力来自于企业自身和行业的增长趋势。“洽洽、盐津铺子、良品铺子等在产品体系和渠道体系的搭建上呈现了稳健推进的态势，使其业绩表现尚佳。此外，近年休闲零食市场年复合增长率均保持了10%以上的速度，随着经

此外，线下现制炒货店也焕发了新活力，各企业纷纷向品牌化、连锁化方向发展，并获得资本青睐，近日，“薛记炒货”“熊猫沫沫”相继获得融资。

中国食品产业分析师朱丹蓬向《中国经营报》记者表示，“近几年炒货行业进入健康良性的发展期，这是消费端支撑和产业链迭代的结果。未来国人对于更健康、更高品质的产品需求持续上升，这为休闲炒货市场的发展增长带来可能。”

江翰表示，线下炒货品牌能获得资本青睐的原因主要为标准化体系的建立及品牌化发展。对线下店来说，如何在市场发展的过程中，由某款爆品走向持续输出爆品及不断实现扩张是企业需要思考的。

正如江翰所言，线下店正在向品牌化不断迈进，通过门店设计、推出爆款产品等强化品牌特色。

在门店方面，不少品牌门店采用统

一标准，如欢喜花生、薛记炒货的门店采用了吸睛的红白色风格设计，前者招牌突出“国民炒货”，后者招牌突出“良心炒货”，由此突出品牌定位特色。此外，线下店的选址也从传统的菜场集市等转移至热门商圈、购物中心、商业街区等。

在不断强化品牌力的同时，线下品牌将持续拓展门店纳入计划。公开资料显示，薛记炒货预计在今年年底突破1000家门店，并在未来5年内计划在全国开设4000家连锁门店。熊猫沫沫计划2022年底发展300家门店，2025年门店数量将达6000家，并向万店品牌冲击。

在产品方面，线下品牌在口味和产品上不断推新，一些品牌还打造出了爆款单品，如琦王花生的五香花生、欢喜花生的核桃花生、薛记炒货的奶枣等在社交媒体等平

台引起了不少讨论。据启承资本，“薛记的奶枣产品目前在其小红书和抖音累计传播量已突破7亿次”。而熊猫沫沫则在口味上有所创新，增加了蜜桃乌龙、樱花蜜桃、茉莉花、芥末、酸奶等新口味坚果。



炒货成为休闲食品市场主力军。

视觉中国/图

或是受租金、产品研发等成本影响，部分线下炒货店的客单价较高。大众点评显示，薛记炒货、琦王花生的平均客单价均为60元左右，远超夫妻店的10~30元。薛记方面表示，售价较高的主要原因在于自

己使用的原材料、工艺成本较高。

顶层设计专家、清华大学品牌营销顾问孙巍认为，“目前发展较好的线下品牌在品类定位上区别于老牌坚果品牌，以新产品打开知名度，此外，他们还在产品创新深加工、新鲜炒制等多方面下了功夫。”

“目前走线下连锁模式机会很大，错位竞争降低了竞争压力，但是在全国化拓展之路上，资金、供应链管理、保障食品安全等多方面的能力还需考虑。”他补充道。

段，全渠道运营是未来趋势，谁率先打通，谁便能率先处于上风。

“线上流量逐渐见顶，线上获客成本也在上升。同时，线下的优质资源也有限，且是重资产模式，未来，渠道争夺战将愈演愈烈。拥有相对完善的线上线下渠道的企业可能拥有一定的优势。”他说道。

孙巍认为，对坚果炒货品牌来说，首先要进一步加强品牌护城河，其次要坚持创新发展。坚持品质和提升效率依然是破局之本。

不同产区的原材料受到地理环境、气候条件等影响，品质差异较大，为提升品质、提升效率，各企业加快了供应链布局，部分企业已加快向上游的渗透。据公开资料，洽

洽食品布局了坚果的上游种植业务，在广西百色种植夏威夷果，在安徽合肥、池州种植碧根果，预计未来种植面积达到5万亩，提供坚果原料1万吨。而薛记炒货在新疆可依托海签订了4万亩瓜子种植基地。

路胜贞表示，“未来市场趋于饱和后，同质化现象也会逐渐凸显，企业要不断加大对产品形态、口味、包装的创新，以快速创新寻找市场机会点。同时，企业还要加大产品研发机制和团队的建设，一是做好创新人才的储备，加大与食品专业团体的合作，二是增加产品研发资金投入。此外，要及时学习引进国外休闲食品发展经验，推动自身的创新速度，迎合引领市场变化。”

段，全渠道运营是未来趋势，谁率先打通，谁便能率先处于上风。

“线上流量逐渐见顶，线上获客成本也在上升。同时，线下的优质资源也有限，且

1. 市场卡位战

高端、创新形象深入人心

从一开始苹果iPhone就没有和其他手机品牌在同一个舞台上PK，它自己开辟了一片广阔的新天地。

售价越来越高，销量却越来越好，这种看似反常的现象首先来自苹果iPhone高端手机市场定位及卡位的成功。比如iPhone14售价5999元起，其售价起点已是大多数手机品牌难以企及的价格高点。

Counterpoint数据显示，2021年，全球手机均价(ASP)突破2000元，其中，苹果手机均价5314元，国产手机品牌中，vivo手机均价1651元，OPPO 1513元，小米1243元，全球销量第一的三星的手机均价也仅1776元，不及苹果手机的三分之一。相当于苹果iPhone以断崖式的优势卡住了价格C位，且以一己之力拉动全球手机均价突破2000元。

换句话说，以实际的成交均价看，苹果是全球唯一一个高端手机品牌。

15年前，乔布斯向世界展示了一款改变了公司也改变了世界的革命性通信设备——iPhone。乔布斯将iPhone描述为三款革命性产品的融合：带触摸控制的iPod、手机和突破性的互联网通信设备。当时乔布斯还自信地说：“苹果公司将重新发明手机。”

的确，在乔布斯推出苹果手机之前，我们印象中的手机还是诺基亚那样的小屏幕和实体键盘的功能机，还有一众山寨机。那时的功能机最核心的功能就是打电话和发短信，偶尔还能听个歌，流量以KB计；如今的智能机成了人手必备的全能终端，阅读、聊天、社交、娱乐，各种功能一应俱全，流量已以GB计。

实际上，现在的智能手机时代正是由乔布斯和苹果iPhone开启的，当诺基亚等众多功能机巨头和山寨机品牌在千元档位厮杀内卷的时候，苹果推出了划时代的智能手机iPhone，售价直接突破3000元，远远高于其他竞争对手。

2. 消费心理学

耐用品和身份象征

一位长期关注手机市场的科技领域分析师告诉记者，同时通过将其最新的创新、技术和功能都放在高配甚至顶配版本上，诱导用户去购买更高价的版本，收获可观的营收和利润。

在很多场合，你挎着一个国际品牌包包和挎着一个普通品牌甚至杂牌包包的感觉是完全不一样的。相对应的是，作为现在人们日常生活片刻不离身的工具，智能手机其实扮演着以前人们名牌包包、首饰、手表等功能。

如今的手机早已不只是通信的移动工具，而是全面覆盖人们吃穿住行的全能终端，工作生活方方面面都离不开它。对于这样一款终端而言，用户是愿意做一定投入的。手机已不仅仅是一个通信工具，还部分代表着使用者的品位、偏好、身份乃至态度。

所以，对于不少果粉来说，苹果高端品牌调性及与众不同的稀缺性，买更高价的iPhone不仅在于实际的体验，还能带来内心的一种满足和愉悦。

与此同时，手机是一种耐用消费品，一用就是几年。用户是愿意多花些钱买一款好用、耐用的手机的，特别是在用户换机周期不断变长的大背景下。Counterpoint发布的数据显示，目前用户的平均换机周期已经超31个月，而早些年这个数据曾是16~18个月。

因此，对于苹果来说，最重要的一点就是要保持产品足够的软硬件生态和好用特性，以及维持住高端、轻奢的品牌形象。2014年，英国老牌奢侈品牌Burberry(巴宝莉)CEO安吉拉·阿伦茨加盟苹果，担任高级副总裁，负责苹果的零售业务，直接向CEO蒂姆·库克汇报。

她给苹果带来的最大的变化之一，就是给这家科技巨头带来了

苹果手机“高端定位”方法论

编者按 每年的苹果新品发布会都会吸引业界和用户的广泛关注，同时也会引发一众的质疑和争议，但最终的现实是：苹果手机越卖越贵，却越卖越好。

从2007年第一代iPhone横空出世，定价499美元(约合人民币3300元)起，此后售价一路上扬，到2022年9月16日发售的iPhone14 Pro Max起售价已达1099美元(国内售价8999元)，顶配版售价高达1699美元(国内售价13499元)，销量也一路猛增。2021年，iPhone13系列更是推动了iPhone创下2.37亿部的年销量纪录。与此同时，越来越高的售价也让苹果的营收利润水涨船高，以其全球仅15%的智能手机市场份额，攫取了全球手机市场75%的利润。

2020年底，东京研究机构Fomalhaut Techno Solutions发布的数据显示，当时热销的iPhone 12 Pro成本价格仅为2665元，而其售价却高达8499元，虽然这里的成本未包含设计、人工、推广等费用，但这样高的毛利率已经足够引来众多同行的钦羡和质疑了。

苹果iPhone越贵卖得越好，有人说这是因为苹果手机用户忠诚度很高，再贵也愿意买单。但如果仔细研究，就会发现如下问题：为何苹果手机用户忠诚度很高？为何很多人在其他品牌手机几百元的涨幅面前锱铢必较，到了苹果iPhone上却无视千元涨幅而一掷千金？苹果iPhone做对了什么？苹果“高价销售”的方法论是什么？



2022年9月17日，南京，新街口苹果旗舰店内，众多消费者在选购发售的iPhone14系列。
视觉中国/图

端手机市场具备得天独厚的优势，只要一款商品在高端市场能站得住脚，它就能持续收割这部分高端市场的用户，并收获高额利润。而从目前来看，iPhone在全球高端手机市场的份额是相当稳固的，这是iPhone高售价背后的

保障和前提。卡住高端品牌形象的好处是不仅手机卖得贵，iPhone的周边产品和苹果的其他产品都可以卖得贵，所以我们看到苹果98元的挂绳和145元的抛光布、848元的充电保护壳也卖得很好。

涨船高。一方面低配版价格下探，抢占其他手机品牌的用户和市场；另一方面高配版价格不断上攻，获取更高额的营收和利润。

以最新推出的iPhone14为例，共有iPhone 14、iPhone 14 Plus、iPhone 14 Pro以及iPhone 14 Pro Max四款，共14个版本机型，其中入门款iPhone 14，售价5999元，顶配版则达13499元。相当于一款手机全面覆盖了5000多元到14000元的市场。

有意思的是，低配版的iPhone 14销量不佳，先是传出黄牛倒贴出货的消息，紧接着苹果iPhone主力代工厂的富士康郑州工厂传出将部分iPhone14生产线调整成iPhone14 Pro的生产线。通俗地说，就是价格低的iPhone14卖得不好，动辄上万的iPhone14 Pro却是热销。

据著名苹果分析师郭明錤透露，苹果将改变其业务战略，只有iPhone Pro机型才配备最新最强的技术，其他细节如新的外观设计也只出现在iPhone 14 Pro上，苹果希望引导用户购买最昂贵的iPhone。

同时购买普通Pro版还不够，你必须花更多的钱来购买最高端的Pro Max系列。而通过这一系列操作，成效也很明显。此前iPhone14线下预购调查显示，中国地区iPhone14 Pro系列占订单分配约为85%，iPhone14 Plus订单分配仅为5%。

“推出阉割版的mini版或标准版iPhone，把成本和价格压下来，一方面去抢占其他手机品牌的市场，另一方面作为一种宣传噱头，吸引更多用户关注讨论，甚

3. 差异壁垒论

人无我有，人有我优

可以说，苹果就是差异化竞争的典范，无论系统生态、硬件、软件、设计等方面，苹果iPhone都有其特有的优势，从技术力、创新力、品牌力等方面，苹果也一直在着力打造iPhone与众不同的特色。

不过说到底，高价的iPhone能吸引果粉们前赴后继、争相购买，只能说明，他们认为iPhone足够优秀和好用，值得花这些钱，也就是“贵有贵的道理”。

对应着高端手机的品牌定位和高昂的售价，从初代iPhone发布至今，无论整体设计和材质配置还有系统生态，iPhone确实都有着自己的一套标准，每代iPhone新品或多或少带来一些创新，在玩家扎堆、内卷严重的手机市场独树一帜。

“竞争战略之父”迈克尔·波特(Michael E. Porter)曾提出“差异化竞争”的概念，指出企业可以基于用户需求及企业现有资源实现差异化定位、用差异化产品打开市场、差异化销售推进市场、差异化服务占领市场，并实现几者之间的互动，获得其他竞品难以企及的竞争优势，并避开市场的同质化竞争。

可以说，苹果就是差异化竞争的典范，无论系统生态、硬件、软件、设计等方面，苹果iPhone都有其特有的优势，从技术力、创新力、品牌力等方面，苹果也一直在着力打造iPhone与众不同的特色。

智能手机本来有两个很高的门槛，一个是芯片等核心硬件，一个是手机系统，而随着早些年芯片代工模式推进，以及谷歌Android(安卓)系统的开源开放，这两个门槛被彻底推平。

这样的结果是，市场上雨后春笋般地涌现了杂牌和山寨品牌手机，大家拼命在千元价位档厮杀；另一方面，手机行业的门槛大幅降低，成本和价格变得很透明，大家更多只能在最新配置及性价比上不断内卷。

这时推出的初代iPhone，不仅有干净、安全的iOS系统及生态，在形态和功能上也对传统手机进行了颠覆，就连手机设计和外观上也别具一格，科技极简的风格及“凹凸有致”的触感，依然让大多数人能一下子认出谁是iPhone。或许也是从iPhone开始，人们才意识到，手机外观不是可有可无的，它不仅仅是工业品，还可以是艺术品。

说到iPhone的特色，人们首先想到的还是苹果iOS系统，在手机市场千篇一律的安卓系统中，优秀的消息推送机制、“墓碑”机制、沙盒机制都在保证iOS系统的安全、流畅，而且相比现在安卓手机系统中预装的各种APP和自带广

告，iOS系统确实足够干净，成为苹果手机的差异化王牌。

不过，经过多年的优化调校，安卓系统已经越发成熟，在很多使用体验上已与iOS系统不相上下，而且在生态丰富度、兼容性等方面更有优势。同时，iPhone的直板大屏外观及设计也被众多品牌借鉴，各个手机品牌的外观设计越来越好，也越来越像。

这样的背景下，苹果也在着力打造其他的差异化优势，比如其他手机目前仍难超越的超大线性马达，先进的大猩猩玻璃面板，出色的SOP封装以及优秀的调校水准等。

而说到苹果这些年打造的差异化优势，最突出的还是芯片，其自主研发的A系列处理器，单核性能与功耗表现都是标杆级的。芯片也成为目前iPhone的最大卖点之一。

与iPhone相似，华为手机是国产品牌中目前为止高端化做得最成功的品牌，甚至可以说，也是近些年来全球手机高端化做得最成功的品牌。在推出首款华为手机14年后，2018年，华为手机全年销量首次突破2亿部，2019年更是增加到2.4亿部，全球第二、中国第一。IDC数据显示，2015~2019年，iPhone销量从2.3亿部逐年缩水至1.9亿部，华为手机销量2019年超越了苹果。与此同时，华为手机是国产手机品牌中第一个卖到5000元的，2020年上半年，600美元以上价位段的国内高端智能手机市场，华为拿下44.1%的份额，苹果44.0%略输一筹。

无论是iPhone还是华为手机，它们能在高端市场站稳脚跟的一个关键原因就是其足够的差异化优势。正如苹果有自主芯片、软硬件生态等方面的优势，在其他安卓手机品牌仍然在堆料和价格PK时，华为手机推出了独有的麒麟芯片、鸿蒙系统以及固有的5G通信技术方面优势。

走大家不愿走的艰难的路，最终证明是对的路。以芯片为例，苹果在2008年4月，便以2.78亿美元收购了IC设计公司P.A. Semi，早早开启芯片的自研之路。而早在2006年，华为海思就已开始着手研发自己的手机芯片，经过多年的摸索和试错，投入数以亿计。

如今，伴随着不断上涨的产品售价和市场份额，苹果市值在今年也成功突破3万亿美元登顶全球，成为特立独行的那个。

观察

“五力模型”中的苹果

波特五力模型由迈克尔·波特于20世纪80年代初提出，是目前最经典的行业企业竞争环境分析的理论框架。这五种力量分别为同行业竞争者的竞争、潜在竞争者的威胁、替代品的威胁、供应商的谈判能力与购买者的议价能力。

首先从同行业竞争者的角度看，目前全球手机市场是典型的头部企业垄断市场，前五大手机品牌合计份额超过70%，份额相对稳定，且苹果的差异化竞争优势明显，竞争并不激烈；从潜在竞争者的威胁角度看，手机产业需要较强的资本、技术、人才积淀及口碑效应，这方面的威胁较少；从替代品的威胁角度看，因为人们的消费习惯，包括电脑、平板等在内的可能的替代品难以形成对手机的替代，在可预见的将来，手机依然是人手一部的最强终端；从供应商的谈判能力角度看，苹果最核心的优势之一就是其供应链把控能力，苹果上下游供应商对苹果依赖性较强，谈判能力弱，甚至可以说由苹果一手掌控；高端手机的溢价能力很强，果粉的忠诚度较高，往往苹果新机发售还会出现一机难求、黄牛加价的现象，用户的议价能力很弱。

所有的这些都促成苹果

iPhone的手机产业具备很高的成长性和盈利能力，这也是这些年苹果市值接连突破1万亿、2万亿、3万亿美元，登顶全球市值榜的背后逻辑，也是iPhone越卖越贵，却越卖越好的底气所在和深层原因。

客观而言，无论是iPhone还是安卓手机，这些年涨价某种程度上也可以理解。毕竟，10多年前的5000元和现在的5000元明显不是一个概念；而且，这些年手机的屏幕、芯片、内存等硬件都经历了飞跃式提升，就比如初代iPhone内存是4GB，现在则以128GB起步。这些年，手机涨价的同时，手机的软硬件件、品质及体验都是在提升的。

但苹果也远没到可以高枕无忧的地步，这同时来自于苹果自身差异化的竞争优势的减弱，以及安卓手机大厂们的不断优化及追赶。

一个不争的现实是，无论是技术创新还是其他差异化优势，苹果都在相对减弱，苹果新品发布会会是一个最好的缩影，以前是一度的科技盛会和满满期待，现在更多变成了各方“挤牙膏式创新”“换壳重生”的吐槽大会。

反之，安卓手机品牌当下承包

了水滴屏、折叠屏、打孔屏以及屏下摄像头等更多的创新，安卓手机系统经过多年优化，用户体验各方面已与iOS系统不相上下，甚至在生态丰富度等方面更优。同时，安卓手机大厂在资金、技术、人才、设计等方面进步迅速，且相对苹果还是有明显的性价比优势。

可能哪天哪家品牌推出像初代iPhone那样的颠覆式产品，或者出现更多强有力的竞争者，都会对苹果现有格局造成强大的威胁。华为手机在短短几年间就对苹果iPhone形成了强有力挑战，就是最好例证。

每次苹果出了什么新品或新闻，人们的讨论总是很激烈，且分成泾渭分明的两派，支持者说苹果生态优势和好用，以及贵有贵的道理；反对者指责苹果高价收割韭菜，交智商税。其实大可不必，因为这本身就没有什么标准答案，每位用户的诉求都有明显不同，苹果和安卓手机也各有特点和优势，谁也很难说服谁，自己用得好、觉得值就好。像一句谚语所说的，“让上帝的归上帝，凯撒的归凯撒”，市场和时间会给出相对最公平的答案。

本篇文章均由本报记者吴清采写