



# 中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

## 八部门发布25条举措 助力民营经济发展壮大

NA2

### 荣耀确定国内IPO 未来重心是全球多元化发展 ▶C1



#### 科技不是炫技 为用户增值才是真谛

2023年,中国车市风云激荡,在多重挑战和压力下,奔驰依旧实现高质量的增长——今年前三季度,梅赛德斯-奔驰在华累计交付超过57.87万辆新车;与此同时,1—10月保险数据显示,在前20大豪华品牌燃油车市场、前20大豪华品牌插混市场、100万元以上及150万元以上的市场中,奔驰均拔得头筹,问鼎“四料冠军”。

近日,2023(第21届)广州国际汽车展览会(以下简称“广州车展”)成功举办。梅赛德斯-奔驰以全品牌31款车型产品矩阵“驶向”羊城。其中,Vision One-Eleven概念车中国首秀,全新长轴距E级车开启预售,全新CLE轿跑车中国首秀,3款中国首秀、11款上

市的重磅产品阵容,令其备受关注。

在广州车展期间,梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、大中华区业务负责人唐仕凯与《中国经营报》等媒体记者就产品与定位、价值与价格、市场与发展等话题进行了深入的交流。在中国工作、生活12载,唐仕凯一直为深化中德合作做努力,亦是持续向世界“讲好中国故事”的一员。他表示:

“我一直坚持我的判断,不断强调中国市场的巨大潜力。在过去十多年的时间里,我始终对于中国经济的长期发展保持乐观。对我们来说,最关键的是,不是为了炫技而开发技术,而是致力于新技术能为客户带来更多附加值。”



就在广州车展开幕几天后,权威品牌咨询公司Interbrand发布“2023全球最佳品牌”榜单,梅赛德斯-奔驰连续8年入选“全球最佳品牌”,排名升至第7位,蝉联“全球

最具价值豪华汽车品牌”。与2022年相比,梅赛德斯-奔驰品牌价值提升9%,达到614.14亿美元。

日前,《中国经营报》记者专访了唐仕凯。

#### 与老板对话 ▶D4

#### 社评 ▶

### 支持民营经济“25条”:重在落实和协同

民营经济发展又迎来新支持。日前,中国人民银行、国家金融监督管理总局等八部门联合印发《关于强化金融支持举措 助力民营经济发展壮大的通知》(以下简称“25条”),提出支持民营经济的25条具体举措。这些措施,共包括持续加大信贷资源投入,助力民营经济发展壮大;深化债券市场体系建设,畅通民营企业债券融资渠道;更好发挥多层次资本市场作用,扩大优质民营企业股权融资规模;强化正向激励,提升金融机构服务民营经济的积极性等七方面内容。

金融是实体经济的血脉,支持民营经济发展、完善金融服务体系是其中非常重要的一环。当前中国经济仍处于疫后复苏的关键阶段,强化金融对民营经济的支持力度,无论是之于民营经济高质量发展,还是之于全国经济大盘的恢复企稳,都来得正是时候。

关于民营经济的重要性,有一个“56789”的说法,即民营经济贡献了全国50%以上的税收、60%以上的国内生产总值、70%以上的技术创新成果、80%以上的城镇劳动就业和90%以上的企业数量。但是金融对民营经济的支持力度,与其贡献有着明显的落差。如一个具有参考意义的数据是:截至2023年9月末,

上市企业贷款规模仅有4.39万亿元,占上市企业贷款规模的比重为24.45%。在这一现实之下,此次“25条”明确提出,银行业金融机构要加大对民营企业的金融支持力度,逐步提升民营企业贷款的占比,可以说具有非常强的现实针对性。

当前阶段民企对于金融支持的强需求有一个非常现实的背景,那就是受内外部发展环境变化及市场调整的影响,一些民营企业陷入了困难之中,尤其在资金链上出现紧张。对这些企业及时伸出援手,有利于留住经营主体的“青山”。“25条”中专门提到,要主动做好资金续服务,对暂时遇到困难但产品有市场、项目有发展前景、技术有市场竞争的民营企业,按市场化原则提前对接接续融资需求,不盲目停贷、压贷、抽贷、断贷。这种安排,应该说让很多处于困难中的企业看到了新的希望。值得注意的是,“25条”还特别提到,保持信贷、债券等重点融资渠道稳定,合理满足民营房地产企业金融需求。这对于整个房地产市场的发展而言,都不啻为一个积极信号。

不过,尽管“25条”在着力解决民企金融困难方面具有较强的“应急”色彩,但是也不能忽视于长远角度,要为化解民企长期以来所面临的融资难、融资贵问题,在金融服务机制方面进行更多的优化。众所周知,相

比于国有企业,民营企业尤其是科创型企业缺乏合适的抵押品、完整的财务数据以及政府信用,这与以抵质押和担保为主的传统贷款模式天然不匹配。那么,要真正解决好企业在贷款上的难题,就必须建立与民企特点相适应的新的金融服务机制。“25条”提出要强化科技赋能,开发适合民营企业的信用类融资产品,推广“信易贷”模式,发挥国家产融合作平台作用,持续扩大信用贷款规模;完善民营企业信用信息共享机制,健全中小微企业和个体工商户信用评级和评价体系等,这些工作不能只是一时的改进,而是要有长远的谋划部署及推进,从根本上缓解民企在金融需求方面的后顾之忧。

提振民企发展信心、护航民营经济健康发展是一个系统工程。今年7月,《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》发布后,相关部门积极行动起来,推出了一系列配套举措,囊括了民营经济发展环境、涉企服务、法治保障等诸多方面和维度。这一次的“25条”实际上是在金融方面的跟进完善。同时,中央编办还正式批复在国家发展和改革委员会内部设立民营经济发展局,作为促进民营经济发展壮大的专门工作机构。今年以来,相关部门也多次召开与民营经济发展相关的座谈会。这些全方位的政策和行动,应该说释放的信号不言而喻,社

会也对此充满期待。

但还是要看到,短时间内大量政策出台,一方面,要保障好实施的质量,真正把政策所允诺的红利,及时输送到企业的手中,让它们真切感受到实质性的利好。事实上,政策的实施,本身也是一个与经营主体“互动”的过程,到底哪些政策还需要加强,哪些政策可能还不够“精准”,不妨对效果进行跟踪评估,并及时听取来自市场的反馈和建议。如此,才能让政策不断趋于科学、完善,实现效果的最大化。毕竟,民企对支持政策的需要,更多在乎的是质量而不是数量。另一方面,则要注重各个维度政策的协同发力。影响民企信心的因素很多,有效提振信心,切不可“眉毛胡子一把抓”。其中,最基础的是,要加快破除民营经济发展中的各类隐性壁垒,实现对不同经营主体的真正平等对待,构建法治化营商环境,依法保护民营企业产权和企业家合法权益,强化他们对稳定发展的预期。所有的支持政策,都应该围绕这些基础重点发力。

信心比黄金更重要。支持民营经济发展的各类利好政策密集出台,相信能够让更多企业“敢干、敢闯、敢投”,从而形成政策与企业的“双向奔赴”,为经济社会发展注入更多信心和活力。同时,各类政策也要在实践中不断检验、调整、完善,形成对民企和民营经济的持续助力。

#### 本期热词 ▶

#### “法拍贷”

鉴于购置新房和二手房交易流程与法拍房交易流程的差异,以往很少有银行为该交易提供贷款,购买方必须全款进行交易,提升了交易的门槛。然而,面对法拍房挂牌量的不断增多,很多地方法院、交易所为了顺利撮合交易,与银行尝试合作“法拍贷”,这令法拍房在交易上更有吸引力。

网上拍卖日趋完善 众多银行布局“法拍贷” ▶ B2

#### 数字员工

近期,多家银行在打造数字员工方面取得新突破。百信银行App上线了行业首个数字人直播服务;广发银行官宣其首位数字员工上线并开启了有奖报名活动……据分析,到2030年,数字化劳动力将形成一片价值1.73万亿美元的蓝海。

数字员工“出圈” 银行深挖超万亿蓝海市场 ▶ B6

#### 年终车市

“是否会延长发放免费牌照需要等待下半年新的政策通知,请关注经信委官网文件的发放,耐心等待。若到今年年底截止发放,则需在2023年12月31日前完成资格审核和车辆信息确认办件的申请并通过。”上海市经信委表示。

车市年终冲刺:内卷加剧 消费者观望情绪浓厚 ▶ C5

#### 羽绒涨价

羽绒服这一赛道被越来越多的企业和商家盯上,近年来关于其价格的讨论也时上热搜。据中華全国商业信息中心数据,2015年到2020年间,中国的羽绒服均价已经从438元升至656元,大型防寒服的价格突破千元,其中接近七成价格在2000元以上。

羽绒服涨价背后:防寒赛道加速多元化创新 ▶ D1

#### 经济大势

A1~A4

积极推动“政策找人” ..... A2  
税总已发布70份税费优惠政策

PPP新机制配套措施征求意见 ..... A3

#### 营商环境

B1~B16

北交所政策利好频出 ..... B3  
基金埋伏“一鱼三吃”

完善跨境投融资便利政策 ..... B5  
数字化助力企业“走出去”

分级管理促专业提升 ..... B8  
300万保险代理人再临优化

推动长江经济带高质量发展 ..... B9  
沿线省市共建区域协调“样板间”

国资金隅集团22亿元入股居然之家 ..... B11  
1+1能否大于2?

政策力度持续加大 房企融资获进展 ..... B13

冲击创业板生变 ..... B14

丽珠集团子公司欲转道北交所

#### 智在公司

C1~C8

业绩增长放缓 新华三管理层集体降薪 ..... C2

“清理”一台电视机 搅动多条利益链 ..... C3

算力租赁价格暴涨 玩家涌入赛道拥挤 ..... C4

一月内价格“五连跳” ..... C6

“鲇鱼”特斯拉年底掀起车市波澜

专访宾利汽车安睿轲: ..... C8  
老牌车企不能完全倚仗品牌的力量

#### 消费连锁

D1~D4

探索“书店式文化空间”破圈新路径 ..... D2

大窑进军华南市场 ..... D3

汽水品牌加速“跑马圈地”



中经传媒智库



本报官方微信



广告许可证:京海工商广字第0224号  
本报常年法律顾问:北京德和衡律师事务所  
总机电话: (010) 88890000 发行征订电话: (010) 88890120 广告热线: (010) 88890020 监督电话: (010) 88890050

# 八部门发布25条举措 助力民营经济发展壮大

本报记者 谭志娟 北京报道

我国民营经济发展再获政策支持：近日，中国人民银行、金融监管总局、中国证监会、国家外汇局、国家发展改革委、工业和信息化部、财政部、全国工商联八部门联合印发《关于强化金融支持举

措 助力民营经济发展壮大的通知》(以下简称《通知》，提出支持民营经济的25条具体举措。

就此，中国银行研究院研究员叶银丹日前在接受《中国经营报》记者采访时分析说，“近期，针对解决民营企业痛点、难点的政策举措连续出台，积极回应民

## 逐步提升民营企业贷款占比

支持更多社会资本投向重点产业、关键领域的民营企业。

《通知》明确金融服务民营企业的目标和重点。总量上，通过制定民营企业年度服务目标、提高服务民营企业相关业务在绩效考核中的权重等，加大对民营企业的金融支持力度，逐步提升民营企业贷款占比。结构上，加大对科技创新、“专精特新”、绿色低碳、产业基地再造工程等重点领域以及民营中小微企业的支持力度。

易居研究院研究总监严跃进对记者表示，此次提及“银行业金融机构要制定民营企业年度服务目标，提高服务民营企业相关业务在绩效考核中的权重，加大对民营企业的金融支持力度，逐步提升民营企业贷款占比”，这方面有非常大的创新。此前一些金融政策和工具在这两年也都有所提及，但市场反馈是不解渴或流于形式。此次这个规定具有非常好的导向，“凡事预则立，不预则废”，唯有确定此类精准的量化指标，尤其是明确要加大权重，才能促进相关工作有目标、有步骤、有思路，确保金融支持到位。

## 畅通信贷、债券、股权等多元化融资渠道

“充分发挥民营企业债券融资支持工具作用”“加大对民营企业债券投资力度”“探索发展高收益债券市场”。

在融资方面，《通知》强调要从民营企业融资需求特点出发，着力畅通信贷、债券、股权等多元化融资渠道。

叶银丹告诉记者，“未来政策将着力打造更为多元的融资环境，在加大对民企信贷、债券融资支持的基础上，逐步提高直接融资的比例，加强直接融资和间接融资机构之间的沟通配合，形成直接融资与间接融资接续为企业提供全生命周期支持的融资体系，使得各种发展阶段和

数据显示，当前金融支持民营企业亮点突出：截至三季度末，普惠小微贷款余额28.74万亿元，同比增长24.1%，增速比上年末高0.3个百分点，高出整体贷款增速13.2个百分点。

东方金诚首席宏观分析师王青认为，这表明近期金融对以民营企业为主的小微企业支持力度持续处于高位。

王青预计，本次《通知》发布，意味着未来一段时期普惠小微企业贷款余额同比增速将继续保持在20%以上，显著高于整体贷款增速的水平。

《通知》还提出，“发挥政府资金引导作用，支持更多社会资本投向重点产业、关键领域的民营企业。积极培育天使投资、创业投资等早期投资力量，增加对初创期民营中小微企业的投入。”

王青认为，《通知》提出，要“增加对初创期民营中小微企业的投入”，这意味着伴随“首贷”扩面，小微企业信贷可及性也将进一步提升，信贷成本则也将延续稳中有降

## 提升金融机构服务民营经济的积极性

银行内部考核中也将加快落实尽职免责机制，解决“不敢贷”的问题。

《通知》提出，要综合运用货币政策工具、财政奖补和保险保障等措施，提升金融机构服务民营经济的积极性。加强部门合作，完善信用信息共享、融资担保、便利票据贴现、应收账款确权、税收等配套政策和机制，增强民营经济金融承载力。

叶银丹认为，未来，随着《通知》中提到的货币政策工具、财政奖补和保险保障等措施逐步落地，将有助于从多个方面提高金融机构支持民金融资的积极性，助力缓解民金融资难融资贵

营企业的重点关切，体现了国家对民营经济的高度重视，传递出促进民营经济发展壮大的明确信号。”

叶银丹还进一步指出，“本次《通知》内容覆盖民营企业三个主要融资渠道，即银行贷款、债券融

资和股权投资，体现了全面改善民营企业融资环境的政策取向，释放出民营企业融资支持政策持续优化、支持力度不断加大的积极信号，不仅有助于解决民金融资实际难题，还有助于稳定市场预期，提升民营企业信心。”



伴随“首贷”扩面，小微企业信贷可及性也将进一步提升。 本报资料室/图

势头。

王青还表示：“接下来的重点是强化落实。特别是要加大财政部门与金融机构的协调配合，将财政激励效应向银行、政府性融资担保机构充分传导，有效解决金融机构不敢贷、不会贷问题。同时，监管层还要加大与小微企业的沟通

力度，通过定期或不定期圆桌会议等方式，第一时间掌握小微企业在融资过程中出现的难点、痛点，及时跟进调整相关政策措施。最后，对各地政策执行效果，不仅要看普惠型小微企业贷款余额等具体数字指标，还要将当地小微企业主观感受反馈纳入评估过程。”

在探索发展高收益债券市场方面，《通知》称，“研究推进高收益债券市场建设，面向科技型中小企业融资需求，建设高收益债券专属平台，设计符合高收益特征的交易机制与系统，加强专业投资者培育，提高市场流动性。”

不过，王青同时指出，“市场培育需要一段时间，当前还可以尝试通过各级政府性融资担保机构提供担保等方式，直接支持民营小微企业发债融资。这不仅是对现有民企债券融资增信工具的补充，还能在短期内有效扩大民企债券融资规模。”

在探索发展高收益债券市场方面，《通知》称，“研究推进高收益

债券市场建设，面向科技型中小企业融资需求，建设高收益债券专属平台，设计符合高收益特征的交易机制与系统，加强专业投资者培育，提高市场流动性。”

叶银丹还指出，“在各类政策大力支持下，预计未来有望逐步缓解民金融资难题，逐步达到一视同仁，推动民企经营恢复、发展壮大、持续升级，不断增强民企市场竞争力，培育出更多小而美企业、‘专精特新’企业、小巨人企业等。”

央行也称，下一步，中国人民银行等部门将指导金融机构抓紧落实《通知》要求，制定具体实施细则，同时，加强统计监测和政策效果评估，确保政策惠及民营企业。

优化担保流程，以提高担保效率等。其次，在债券融资方面，预计银行一方面将在政策引导鼓励下，加快完善内部信贷风险评估机制，针对民营企业的特点和行业特征，设定有效风险评估、监控指标，减少对抵押品的依赖，加大信用贷款发放力度；另一方面银行内部考核中也将加快落实尽职免责机制，解决“不敢贷”的问题。此外，政府性融资担保机构可能会进一步加大对民营企业信贷融资的支持力度，包括增加担保额度，

求，税务部门通过向法定代表人、财务负责人、办税人员分类进行推送，以及“事前、事中、事后”分时进行提醒相结合的方式，开展了全流程、递进式、差异化推送工作，这进一步提高了政策推送精准度。

今年以来，面对复杂严峻的国际环境和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务，党中央、国务院审时度势，部署实施一系列延续、优化、完善的税费优惠政策，进一步稳定市场预期、提振市场信心、激发市场活力。

比如在聚焦支持做强做优实体经济方面，政策在优化、完善的基础上，将涉及小微企业和个体工

# 前10个月减负达12386亿元 民营经济成主要受益对象

本报记者 杜丽娟 北京报道

而制造业及与之相关的批发零售业是享受优惠占比最大的行业。

据了解，为确保政策能落到实处，税务部门充分发挥税收大数据优势，自8月以来持续开展政策精准推送超过5亿次，从“政策找人”到“政策落地”全环节提升税务行政效能，助力各类经营主体轻装上阵。

## 提振民企发展信心

民营经济是国民经济和社会发展的生力军。国家税务总局重点聚焦以民营企业为主体的广大中小微企业和个体工商户，今年8月有针对性地推出第五批“便民办税春风行动”28条促进民营企业发展壮大的便民办税举措，并指导各地税务部门推出配套服务举措，切实为民营企业纾解困难。

重庆小面作为个体工商户的代表之一，在重庆沙坪坝杨梨路开了十多年的勤琼面馆，每天人流量超200人次，在各项举措支持下，该店也成为税费优惠政策的受益对象。

勤琼面馆老板樊普勤表示，今年以来政府对小店经营非常关注，截至10月底，面馆的税费共减免了约2万元，这抵得上一个员工好几个月的工资。

为支持小微企业和个体工商户发展，我国2023年年初明确了继续对月销售10万元以下的增值税小规模纳税人免征增值税，对适用3%征收率的增值税小规模纳税人减按1%征收率征收增值税。

8月1日，按照国务院部署，将上述政策执行期限延长至2027年12月31日，这进一步稳定了市场预期，也提振了小微企业发展信心。

## 税收大数据精准推送

在多项支持民营经济发展的政策出台后，税务部门也把精准推送税费作为贯彻落实党中央、国务院重大决策部署的重要举措。

《中国经营报》记者了解到，目前税务总局建立了“总局统筹一省局主责一市局细化一县局补充一分局兜底”五级联动的工作运转机制，让“政策找人”真正落到实处。

国家税务总局纳税服务司司长沈新国介绍，根据不同行业、地域、企业类型、人员身份等，税务部门依托税收大数据自动识别、匹配和推送相应的政策内容，综合采取事前告知、事中提醒、事后跟踪的方式，进行“线上+线下”全流程递进式的推送，尽可能帮助每一个符合条件的纳税人缴费人都能够享受到政策红利。

在西藏，该地税务部门通过税收大数据后台筛选、部门间信息共享等措施，精准筛选符合优惠政策条件的企业，形成政策精准推送清册，实现从“人找政策”到“政策找人”，从“海量搜索”向“一键获取”的转变。

“打开电子税务局，就能看到税务部门推送的税费政策提醒，

一键点击就能获取，对纳税人来说这个操作非常方便。”西藏日喀则市强瓦机械租赁有限公司财务负责人介绍。

而千里之外的江苏省，税务部门在充分依托税收大数据精准推送的基础上，还通过“税收网格员”模式进行兜底服务。

江苏省无锡市惠山区的税务人员介绍，通过税企交流群、征纳互动平台等渠道，税务部门加强了各类税费新政宣传和操作辅导。统计显示，今年以来已累计开展政策精准推送96批次，覆盖约43万户次。

“每当国家新政策出台，税收网格员就会第一时间推送并辅导我们操作，比如个体工商户应纳税所得额减免从100万元提高到200万元政策，上半年就帮助企业及时享受7.5万元的税收优惠。”惠山区海景壹号海鲜酒店财务负责人介绍。

国家税务总局有关负责人表示，通过优化税费优惠政策精准推送流程，税务部门确保了政策红利能精准直达经营主体，这极大地释放出政策激励效应，推动了经济高质量发展。

# 积极推动“政策找人” 税总已发布70份税费优惠政策

本报记者 杜丽娟 北京报道

优惠政策汇编(2023年版)》(以下简称《汇编》)，并对相关政策进行全面梳理，以推动政策直达快享。

按照优惠政策、政策解读、即问即答、相关文件四部分，《汇编》收录了2023年公布的税费优惠政策文件70份、相关征管公告6个、政策解读6篇、即问即答10组，其中还包括33份往年相关政策文件。

结合具体情景，《汇编》在全面梳理各项税费优惠政策基础上，对重点优惠政策的出台背景、减免税计算、享受优惠程序等作了详细解读，同时对纳税人缴费人普遍关注的实际问题进行了解答。

比如，8月31日，在国务院发布三项个人所得税专项附加扣除标准政策后，税务部门马上通过个人所得税APP向符合条件的纳税人精准推送了政策信息，全力做到“政策找人”。

国家税务总局总会计师罗天舒在此前的新闻发布会上介绍，在前期已经制定《税费政策精准推送优化升级方案》和《税费政策精准推送工作规范(试行)》的基础上，税务部门又专门制定了精准推送“一政策一方案”。

根据企业不同身份人员以及他们在不同时段的差异化政策诉

求，税务部门通过向法定代表人、财务负责人、办税人员分类进行推送，以及“事前、事中、事后”分时进行提醒相结合的方式，开展了全流程、递进式、差异化推送工作，这进一步提高了政策推送精准度。

今年以来，面对复杂严峻的国际环境和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务，党中央、国务院审时度势，部署实施一系列延续、优化、完善的税费优惠政策，进一步稳定市场预期、提振市场信心、激发市场活力。

比如在聚焦支持做强做优实体经济方面，政策在优化、完善的基础上，将涉及小微企业和个体工

商户的到期税费优惠政策统一延续到2027年年底，以进一步稳定市场预期。此外，还降低了失业和工伤保险费率，减征残疾人就业保障金，减轻用人单位负担。

而在聚焦促增收、扩消费方面，一是提高3岁以下婴幼儿照护、子女教育、赡养老人三项个人所得税专项附加扣除标准；二是延续全年一次性奖金单独计税；三是换购住房个人所得税退税等优惠政策，切实减轻居民税收负担，增强居民消费能力。

对于这些优惠政策，纳税人可以在国家税务总局网站查询，同时

结合自身实际情况，纳税人缴费人可以对照适用的税费优惠政策，充分享受政策红利。

国家税务总局税费优惠政策落实工作领导小组办公室负责人表示，在全面推进税费优惠政策落实过程中，税务部门不断优化推出个性化、精细化服务举措，帮助纳税人缴费人对各项政策应知尽知、应享尽享。

下一步，税务部门还将继续抓好政策落实“最后一公里”，推动“政策找人”更快、更准，更加高效地把税费红利送到纳税人缴费人手中，为经济高质量发展贡献税务力量。

# PPP新机制配套措施征求意见

鼓励民企参与特许经营项目

本报记者 杜丽娟 北京报道

在国务院转发财政部、国家发展改革委关于政府和社会资本合作(PPP)新机制相关指导意见后,近日国家发展改革委发布了相关配套工作的修订征求意见

## 降低政府债务风险

“修订工作在规范市场的同时,也为PPP的重启提供了可能性。”

据悉,基础设施和公用事业特许经营主要是指,政府采用公开竞争方式选择法人或者其他组织作为特许经营者,通过协议明确权利义务和风险分担,约定其在一定期限和范围内投资建设运营基础设施和公用事业并获得收益,提供公共产品或者公共服务。

2015年,国家发展改革委、财政部、央行等6部门发布《办法》,共有八章六十条内容,并于2015年6月1日正式实施。彼时,PPP不论是规模还是项目入库都处于快速增长阶段,该《办法》的出台也为PPP规范运行发挥了积极作用。

时隔8年,《办法》迎来首次修订,按照国家发展改革委的解释,此次修订是为了规范实施政府和

稿,其中对PPP项目回报机制、项目类型及期限等内容作出调整。

国家发展改革委在通知中指出,为规范实施政府和社会资本合作新机制,国家发展改革委对《基础设施和公用事业特许经营管理办法》(以下简称《办法》)进

行了修订,形成《基础设施和公用事业特许经营管理办法(修订征求意见稿)》(以下简称“征求意见稿”)。自2023年11月28日至12月28日,向社会公开征求意见。

一位PPP从业人士在接受



重庆某污水处理工程PPP项目地上城市公园绿意盎然。 视觉中国/图

时应当按照协议约定提供符合质量效率要求的公共产品或者公共服务,并依法接受监督管理。

同时,政府鼓励并支持特许经营提升效率、降低成本,增进社会公众福祉,禁止无法律法规依据擅自增设行政许可事项以及以此为由向特许经营者收费,增加公共

《中国经营报》记者采访时表示,从征求意见稿具体内容看,其对PPP模式在实践中的实施细则作出进一步规范,未来不排除PPP新机制将全部采取特许经营模式。

一位PPP从业人士在接受

《办法》为准。

此外,征求意见稿还明确,鼓励民营企业以独资、控股、参股等方式积极参与特许经营项目。实施机构应当根据国务院发展改革部门制定的支持民营企业参与的新建及改扩建特许经营项目清单,结合项目实际情况,确定民营企业参与的具体方式。

对清单所列领域以外符合条件的传统及新型基础设施和公用事业项目,可以参照清单精神,探索采取特许经营模式,以适宜方式积极鼓励民营企业参与。

中国民营经济50人谈成员、

中国社会科学院研究生院党委委员张苑洛表示,从民营经济指数来看,近年来我国民营经济发展乏力,表现为信心低位运行、创业精神与发展质量都加速下滑,创新精神在2022年虽然出现上升情况,但总体仍然呈现下滑态势。

基于此,张苑洛从化解城投债助力民营经济发展的角度建议,对提供地区公共产品而形成的债务,在当地政府无力还本付息的前提下,可以通过发行国债和省级政府一般债的方式进行置换。

2023年2月前相关规定与该《办法》不一致的,都将以本《办法》为准。

根据财政部PPP中心《全国PPP综合信息平台管理库项目2022年11月报》,2014年至2022年11月,全国PPP综合信息平台管理库累计使用者付费类项目投资额1.6万亿元,占管理库的9.5%;累计可行性缺口补助类项目投资额11.7万亿元,占管理库的69.6%;累计政府付费类项目投资额3.5万亿元,占管理库的20.9%。

来自明树数据《2022年中国PPP市场年报》也显示,2022年年底,我国PPP存量项目规模为20.92万亿元,其中使用者付费项

目规模2.67万亿元,总体来看,使用者付费项目的占比为12.7%。

基于这样的规模,市场也出现了关于PPP的各种讨论,其中一种观点认为,PPP大规模上马,使地方政府隐性债务持续增加。与此同时,这些项目重工程轻运营等问题也导致项目后续风险在加大,这也成为PPP模式被诟病的重要原因之一。

根据征求意见稿,2023年2月前有关政府和社会资本合作以及有关特许经营政策性文件相关规定与该《办法》不一致的,都将以本

# 工业企业利润连续3个月正增长 原材料制造业贡献大

本报记者 谭志娟 北京报道

我国工业企业利润连续3个月保持正增长。11月27日,国家统计局发布的数据显示,1~10月份,全国规模以上工业企业利润同比下降7.8%,降幅较1~9月份收窄1.2个百分点。其中,10月份工业企业利润同比增长2.7%,连

续3个月实现正增长,工业企业效益持续改善。

数据还显示超七成行业利润出现改善:1~10月份,在41个工业大类行业中,有30个行业利润增速较1~9月份加快或降幅收窄、由降转增,利润回升面达73.2%。

就此,川财证券首席经济学家陈雳在11月27日接受《中国经

营报》记者采访时分析说:“规上工业企业利润连续3个月正增长,表明市场需求在持续恢复,工业企业的经营情况明显好转,企业生产的积极性进一步提高,呈现出恢复向好的态势。”

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华对记者表示:“10月规上工业企业营收、利润双增长,反

映10月工业企业部门整体经营状况延续修复改善态势。从行业看,超过七成行业净利润明显改善,反映国内经济复苏更加广泛,经济内循环不断畅通。其中,装备制造业等高技术制造业营收、净利均保持较快增长,为工业企业利润改善提供支持,国内制造业延续转型升级态势。”

## 原材料、消费品行业利润持续改善

周茂华认为:10月工业企业经营状况改善,主要因为近几个月工业品市场需求修复动能增强,工业品价格逐月改善以及去年基数有所回落。

周茂华解释说,一方面,国内经济恢复常态,企业和消费者信心稳步修复,一系列促消费、企业纾困、支持政策效果持续释放,市场需求持续回暖;另一方面,随着企业去库存进入尾声,终端需求回暖并向中上游传导,工业品价格延续边际改善,带动工业部门盈利改善。另外,去年四季度工业企业利润基数有所回落。

记者注意到,10月主要特点体现在以下几个方面:一是工业企业累计营收转为增长。1~10月份,规上工业企业营业收入同比增长0.3%,由1~9月份同比持平转为增长。其中,10月份规上工业企业营业收入同比增长2.5%,增速较9月份加快1.3个百分点。

与此同时,1~10月份,消费品制造业利润降幅较1~9月份收窄0.8个百分点。其中,10月份消费品制造业利润增长2.2%,连续3个月增长。于卫宁表示,受益于扩内需促消费政策效果持续显现,消费市场逐步回暖,消费品行

业利润持续恢复。

三是装备制造业利润持续增长。

今年以来,制造业高端化、智能化、绿色化深入推进,装备制造业持续发展壮大。

数据显示,1~10月份,装备制造业利润同比增长1.1%,继续保持增势,增速高于规上工业平均水平8.9个百分点。

装备制造业利润占规上工业的比重为35.1%,同比提高3.1个百分点。

分行业看,电气机械、铁路船舶航空航天运输设备、通用设备行业利润均实现两位数增长,分别增长20.8%、19.1%、10.4%;汽车行业利润增长0.5%,增速较1~9月份加快0.4个百分点。

就此现象,陈雳对记者指出:

“装备制造业利润保持较快增长,表明了我国制造业发展态势良好,整体水平在持续提高。我国对科技创新的投入支持力度不断加大,产业结构不断优化,相关政策落地呈现出较好的效果,同时

市场需求有序恢复,汽车、机械设备等行业快速发展。”

周茂华还对记者表示:“这主要是由于我国制造业持续转型升级,技术不断取得进展和突破,高端装备制造业产销两旺,并且这些行业创新技术含量相对高、销路好,市场议价能力较强,利润相对厚实;加上我国通过财税、金融等政策积极支持等。整体上,高技术行业盈利保持高增长。”

四是不同类型企业利润均有改善。随着各项助企惠企政策落实落细,经营主体活力不断增强。1~10月份,规上工业企业中,国有控股、私营、外商及港澳台商投资企业利润同比降幅较1~9月份分别收窄1.6%、1.3%和0.3个百分点;大、中、小型企业利润降幅分别收窄1.0%、1.2%和1.9个百分点。

于卫宁指出:“企业营收持续改善,规模效应不断增强,助力企业单位成本下降、利润率提高。”

## 未来改善态势有望延续

展望未来,周茂华告诉记者:“未来几个月工业部门经营状况改善态势有望延续,主要是国内经济向潜在水平回归,消费修复仍有较大空间;终端消费需求逐步向中上游传导,工业品销售和价格整体有望持续改善,高技术制造业保持良好表现,房地产企稳复苏带动链上

企业经营边际改善;以及未来数月基数正向效应带动。”

周茂华还称:“从历史经验看,工业品出厂价格PPI底部一般领先工业品库存底部5~8个月。参考历史经验,本轮PPI脱离底部已经近5个月,预计明年初工业部门补库存动能将明显增强。”

陈雳也对记者表示:“预计宏观政策的效果将在今年年底持续显现,11月和12月的工业企业利润仍将同比增长,并且增速有望高于10月份。”

于卫宁还表示:“总体看,1~10月份工业企业利润持续恢复向好。下一阶段,要继续深入贯彻

落实党中央、国务院决策部署,有效发挥金融资源促进科技创新、先进制造、绿色发展和中小微企业作用,着力扩大国内需求,激发经营主体活力,推进传统产业改造升级,培育壮大新兴产业,塑造工业经济发展新优势,推动工业经济高质量发展。”

# 央行发布三季度货币政策执行报告 准确把握货币信贷供需规律和新特点

本报记者 谭志娟 北京报道

11月27日,央行发布的《2023年第三季度中国货币政策执行报告》(以下简称《报告》)指出,总体来看,今年以来货币政策精准施策、持续发力,为实体经济提供了更有力的支持。

在业界专家看来,相比二季度,本次《报告》新增提法基本是10月30日中央金融工作会议、9月25日三季度央行货币政策委员会例会等近期一系列会议精神的延续和具体部署,同时也有不少新关注点,包括对信贷有更多要求、进一步要求稳地产等。

在经济形势方面,《报告》表示,当前我国经济保持恢复向好态势,增长动能不断增强,转型升级持续推进,同时也面临世界经济复苏不均衡,国内经济稳定回升基础

不稳固等挑战。但我国经济长期向好的基本面没有改变,发展的韧性和潜力和活力不断彰显,要持续用力、乘势而上,扎实推动经济高质量发展。

华泰期货认为,此次《报告》对于未来经济形势的判断积极:一方面,在外部环境上,从加息的外溢性转向复苏的不均衡,外部的压力趋于缓和;另一方面,在内部环境上,从需求不足、经营困难、风险隐患较多转向“稳定回升基础不稳固”,内部的阶段性压力也有所改善。

民生银行首席经济学家温彬表示,在国内经济延续复苏和海外约束减弱环境下,下一阶段政策总思路将延续中央金融工作会议要求,长短兼顾,强调“推进金融高质量发展”“加快建设金融强国”,以金融服务实体经济、扩内需、稳外资外贸,推动经济社会高质量发展。

## 更加注重做好跨周期和逆周期调节

在下一阶段货币政策主要思路上,《报告》表示,稳健的货币政策要精准有力,更加注重做好跨周期和逆周期调节,充实货币政策工具箱,着力营造良好的货币金融环境。准确把握货币信贷供需规律和新特点,加强货币供应总量和结构双重调节。综合运用多种货币政策工具,保持流动性合理充裕,保持货币供应量和社会融资规模增速同名义经济增速基本匹配。

在受访专家看来,货币政策基调的新增表述基本是中央金融工作会议的延续和具体部署。

东方金诚首席宏观分析师王青认为,“准确把握货币信贷供需规律和新特点”,意味着接下来信贷投放不能片面强调新增规模,要更加注重精准投放、盘活存量信贷资金。

中国银行研究院研究员梁斯日前在接受《中国经营报》记者采访时也表示:“整体来看,中国经济正在向常态化回归,但还不等同于经济已经实现了常态化运行。所以相关资金主体的需求和金融机构的供给应该做到有效匹配和衔接,金融机构应该根据经营主体的资金需求节奏和期限要求来匹配相应的资金供给。准确分析和研判实体经济恢复期的一些新的需求模式和特点,以更好适应实体经济需求。”

此次《报告》还强调“更加注重做好跨周期和逆周期调节”,在王青看来,这意味着经济下行压力最

大的阶段已经过去,但货币政策也不会退坡转向。

王青解释说,与二季度报告主要强调“逆周期调节”不同,本次《报告》再度将跨周期和逆周期调节并列,而且明确要“更加注重”。这主要源于三季度宏观经济复苏动能转强,“预计全年5%左右的增长目标能够顺利实现”,宏观经济背景发生了变化,稳增长需求相应下降。但当前经济回稳向上的基础还不牢固,特别是房地产行业仍处于调整过程,接下来为推动“经济将继续向常态化运行轨道回归”,货币政策还将保持稳增长取向,继续用力。

“考虑到经济下行压力最大的阶段已经过去,下一步政策上会更加注重精准发力,重点支持小微企业、房地产行业等薄弱环节,以及科技创新、先进制造、绿色发展等重点领域,坚决避免大水漫灌,为将来留下高通胀及金融风险隐患。这也意味着2024年再现今年迄今‘两次降息+两次降准’的可能性很小,但在物价水平持续偏低的背景下,明年货币政策退坡转向的概率也不大。”王青说。

由此王青预计,为支持增发国债发行,预计年底前央行有望再实施一次全面降准;为引导实体经济融资成本稳中有降,特别是引导居民房贷利率进一步下调,以及“统筹协调金融支持地方债务风险化解工作”,2024年政策利率和存款准备金率也有小幅下调空间。

## “聚焦重点、合理适度、有进有退”

在结构性货币政策工具方面,《报告》指出,结构性货币政策工具“聚焦重点、合理适度、有进有退”,落实好调增的再贷款再贴现额度,实施好存续工具,优化资金供给结构,把更多金融资源用于促进科技创新、先进制造、绿色发展和中小微企业,做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融“五篇大文章”,引导金融资源进一步向这些领域倾斜。

今年以来,在政策驱动和银行集中加力下,制造业、基建、绿色、普惠小微等重点领域维持较高投放强度。民银研究数据显示,三季度末,本外币绿色贷款、工业中长期贷款、普惠小微贷款、基础设施中长期贷款余额增速分别为36.8%、30.9%、24.1%、15.1%,较整体信贷增速高25.9%、20.13.2%和4.2个百分点。

梁斯对记者表示:“我国货币政策兼顾总量+结构的调控模式。近期中央金融工作会议提出的‘五篇大文章’,仍是未来结构性货币政策工具重点支持的领域和方向,这些领域事关中国经济增长长期动能的形成,事关人民群众的福祉,事关经济高质量发展,所以还需要结构性工具更好地支持这些行业的发展,更好满足民生和社会发展的需要。”

华泰期货认为,结构性政策工具是货币政策的关注重点。三季度结构性方向更为明确,一方面围绕科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融“五篇大文章”;另一方面关注对民营小微企业政策倾斜。

王青认为,《报告》提及的“充实货币政策工具箱”,主要是指结构性货币政策工具有可能进一步

“扩容”。下一步为重点支持国民经济薄弱环节、重点领域,做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融“五篇大文章”,引导金融资源进一步向这些领域倾斜。

今年以来,在政策驱动和银行集中加力下,制造业、基建、绿色、普惠小微等重点领域维持较高投放强度。民银研究数据显示,三季度末,本外币绿色贷款、工业中长期贷款、普惠小微贷款、基础设施中长期贷款余额增速分别为36.8%、30.9%、24.1%、15.1%,较整体信贷增速高25.9%、20.13.2%和4.2个百分点。

温彬指出:“后续,在推进金融高质量发展要求下,‘5+3’领域将成为金融业重要的展业方向。‘五篇大文章’和三大工程(‘平急两用’公共基础设施、城中村改造、保障房建设)领域的加大发力,将加快推动经济发展动能转变,助力房地产业新模式构建,也符合央行提出的盘活存量资金、提高资金使用效率的大方向,为经济高质量发展注入新动力。”

王青还表示,总体上,在“稳健的货币政策要精准有力”原则下,未来结构性货币政策工具将受到进一步倚重,这也是推进金融供给侧改革的一个重要抓手。

# 推动京津冀产业链、供应链融合

三地政务服务标准将统一

本报记者 索寒雪 北京报道

2023年11月29日上午,中国国际供应链促进博览会暨全球供应链支持一链一策

习近平总书记指出:“维护全球产业链、供应链韧性和稳定,是推动世界经济发展的重要保障。”

当今世界新一轮的科技革命和产业变革深入发展,近年来新冠病毒感染严重影响人类健康,而且冲击全球供应链。构筑安全稳定、畅通高效、开放包容、互利共赢的产业链、供应链体系,是各国面临的重大机遇,也日益成为共识。

中共中央政治局委员、北京市委书记尹力在致辞中表示:“北京作为首都,我们将自觉发挥一核辐射带动作用,共同推进北京‘新两翼’建设,唱好京津双城记,构建现代化首都都

## 加快推进京津冀政务服务标准统一

国家发展改革委副秘书长袁达表示,国家发展改革委会同有关部门推动解决区域协同发展中的难点问题,从三方面部署推进重点任务落实落地:

一是推动区域协同发展取得新突破,坚定不移疏解北京非首都功能,有利有序推动北京“新两翼”建设,高标准、高质量建设雄安新区,高

应链创新发展论坛“2023京津冀产业链供应链大会”在北京顺义国展(主会场)举行。

京津冀是引领全国高质量发

市圈,全面促进京津冀产业链、供应链空间聚集和链条对接。我们将强化创新协同,共同建好京津冀国家技术创新中心,推动更多科技成果在区域内转化,以创新链赋能产业链、供应链。我们将加强产业协作,支持链主企业和供应商在京津冀区域布局发展,一链一策,促进上中下游衔接,大中小企业融通。着力打造世界级先进产业集群,我们将聚焦打造对外开放高地,加强区域营商环境一体化建设,吸引更多的高端要素资源,在京津冀区域聚集,共享京津冀协同发展,国家重大战略的良好机遇。”

河北省委副书记、省长王正谱表

展的三大重要动力源之一,京津冀产业链、供应链深化融合备受关注。

京津冀三地联合举办大会,旨

示:“河北牵头新能源、智能网联汽车和机器人两个产业链,河北在新能源和智能网联汽车领域有一定的优势,拥有新能源整车生产能力的企业7家,年产能108万辆。汽车产业链条比较完整,从设计研发、核心技术到生产制造,都拥有全国领先的知名企业。长城汽车连续7年销量超过百万辆,河钢集团是全国第二大汽车用钢的供应商,中信戴卡铝制轮毂连续15年全球销量第一。”

目前,河北牵头绘制了两大产业链的图谱,分别制定了含金量高的支持政策,大力推动延链补链强链和区域产业协同。今年1—10月,河北新

院校、科研院所共建一批产学研创新实体,共建京津冀国家创新中心,着力攻克一批产业链共性技术和关键核心技术。推动更多的北京科技创新成果在京津冀区域内应用落地,构建布局合理、梯次发展的产业链条。

三是推进区域开放水平,实现新提升。加快推进京津冀政务服务

在构筑面向全球招商推介与资源聚合平台,对推动京津冀产业链、供应链深化融合,促进产业协同发展不断迈上新台阶具有重要意义。

能源汽车产量同比增长67%,机器人产业营业收入同比增长20%。

天津市委副书记、市长张工表示:“近年来我们立足天津实际,夯实基础,增动能,深耕信创、集成电路、绿色石化、生物医药、新能源、新材料等12条重点产业链,扎实推进补链延链深链建链,空客2期、联想创新产业园、中石化大一期、中芯国际大二期等一批牵引带动力强的项目落地。中科曙光、天士力、凯莱英医药等一批高质量企业成为国家级的链主。链群生态体系持续优化,产业配套完整性竞争力稳步提升。为我们服务经济,推动协同发展提供有力支撑。”

标准统一,资质互认,区域通办,深化货物通关一体化管理,提高货物通关效率。在知识产权保护、普惠金融支持等方面,持续深化改革。进一步完善投资环境,助力企业高质量发展,加强与国际高标准经贸规则的对接,吸引集聚产业链、供应链高端人才、资金等,打造全国对外开放高地。

协同发展重点领域关键核心技术攻关,加强与国家高新区对接合作,畅通创新成果协同转化和产业化渠道。支持天津、河北国家高新区扶持推广中关村先行先试经验,推动中关村成果转化机构,在天津、河北高新区设立更多分支机构,带动提升区域内产业科技创新整体功能,加快形成新质生产力。

辛国斌还建议,应整体推进京津冀地区高水平创新载体系

# 首届链博会聚焦“车、能、农”

参展企业多来自三大供应链中心

本报记者 索寒雪 北京报道

首届中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)于2023年11月28日至12月2日在北京举办。这是全球首个以供应链为主题的国家级展会。

《中国经营报》记者获悉,大量共建“一带一路”国家处于国际供应链的上游,向供应链中心国家提供原材料、供应初级产品,所以这些供应链国家对于本届展会的举办充满热情。

从全球角度看有三个供应链中心集群,即以美国为首的北美,以德国为首的欧洲,以中日韩为首的亚洲。

中展集团董事长林舜杰日前表示,“如果把共建‘一带一路’国家作为一个群体来看的话,在参与链博会的积极程度、参与热情方面,和其他供应链中心、世界三大供应链中心比毫不逊色。”

“这次供应链国家参展的数量,占到境外参展商总数的将近一半。”林舜杰说。

据了解,首届链博会作为开放型国际合作平台,在美国企业中引起热烈反响,美国参展商数量远超预期,占境外参展商总数的20%,5链1展区都有美国企业参展,亚马逊、埃克森美孚、苹果、联邦快递、特斯拉、通用医疗、英特尔、惠普、高通、霍尼韦尔等一批世界500强和跨国公司都派了高级代表参会。此外,众多美国企业把链博会这个平台当作产品首发阵地、创新阵地、合作阵地,展示了系列新产品新技术新服务。

十年以来,共建“一带一路”从理念转化为行动,成为推动构建人类命运共同体的重大实践平台。链博会为“一带一路”共建国家展示产业链供应链的优势提供了重要窗口,也为“一带一路”共建国家企业融入全球产业链供应链提供了有效

平台,充分展示了开放性和包容性。

据了解,首届链博会参展商涉及55个国家和地区,其中包括近40个“一带一路”共建国家,共建国家参展商数占到了境外参展数量的近一半。智能汽车链、清洁能源链、绿色农业链是共建国家关注的焦点。

作为一个负责任的大国,中国既是全球供应链融合发展的受益者、维护者,也是构建全球供应链新生态的探索者、建设者,在全球制造和供应链体系中举足轻重。

自今年年初以来,中国贸促会已接待上百位跨国公司高管访华,大家普遍表示看好中国市场,相关企业将加大在华投资。这说明中国市场对外资繁荣“磁吸力”不断增强。

中国积极提出中国方案,增强全球产业链供应链韧性。

自2014年以来,习近平主席在多个国际场合提出维护全球产业链供应链稳定畅通的重要倡议。2022年,中方担任金砖国家轮值主席国,推动金砖国家发起加强供应链合作倡议,提出促进产业链供应链互联互通的12条具体举措。去年中方举办产业链供应链韧性与稳定国际论坛期间,同印尼等6国共同发起产业链供应链韧性与稳定国际合作倡议,呼吁各国构建更具平等性、包容性和建设性的产业链供应链伙伴关系。今年9月,国务院总理李强在第26次东盟与中日韩领导人会议上倡议举办10+3产业链供应链对接大会等,推动建设更加稳定、畅通、基于比较优势的区域产业链供应链体系。

“习近平主席在11月17日举行的亚太经合组织领导人非正式会议上再次强调维护全球产业链供应链稳定畅通,中国工商界深受鼓舞、倍感振奋,很多企业纷纷表示将以实际行动深化产业链供应链合作,为维护全球产业链供应链稳定畅通贡献力量。”中国贸促会副会长张少刚说。

## 深化产业链和产业集群带动

工业和信息化部党组成员、副部长辛国斌建议,应着力深化产业链和产业集群带动,充分发挥重点产业链和先进制造业集群对产业链协同发展的牵引作用。他建议,优化区域产业分工和生产力布局的支持作用,聚焦集成电路、网络安全、生物医药、电力装备、安全应急装备等重点产业链,加强针对性政策支持,合力补齐短板,拉长长板,锻新板,聚链成群。建立集群跨区

域协同培育机制,优化产业分工定位,强化区域联动和政策协同,加强产业链、供应链协作,合力培育世界级先进制造业集群。

此外,辛国斌表示,还需要着力强化科技创新与产业创新对接,推动北京国际科技创新中心建设与京津冀产业协同发展深度融合,充分发挥中关村国家自主创新示范区先行先试改革的引领作用,推

动京津冀地区高水平创新载体系

协同发展重点领域关键核心技术攻关,加强与国家高新区对接合作,畅通创新成果协同转化和产业化渠道。支持天津、河北国家高新区扶持推广中关村先行先试经验,推动中关村成果转化机构,在天津、河北高新区设立更多分支机构,带动提升区域内产业科技创新整体功能,加快形成新质生产力。

辛国斌还建议,应整体推进京津冀地区高水平创新载体系

一盏路灯,一点光亮  
乡村振兴,一片光明  
路灯照亮民生,善建美好生活

建行“善建家园”乡村振兴公益项目

光能量,明未来

「一盏光」  
「一片明」

建行“善建家园”

#乡村振兴公益项目#



中国建设银行  
China Construction Bank

客户服务热线: 95533  
网址: www.ccb.cn



广告

# “支持民企25条”:多维度破解融资难题

本报记者 郝亚娟 张漫游  
上海 北京报道

民营经济是我国社会主义市场经济的重要组成部分。自今年以来，支持民营经济发展政策持

## 股、债、汇全方位支持

支持和发展民营经济是科学应对当前经济形势的必然举措。《通知》中金融政策导向更加清晰，即全方位、多层次、接力式支持民营经济。

《通知》从信贷资源、债券市、资本市场、外汇市场、考核激励、配套措施、组织保障七个方面，提出了持续加大对民营经济的金融投入，从直接融资和间接融资两方面着手，支持民营企业发展。

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、研究员盘和林表示：“之前政策主要指向民营经济待遇问题，是全方位的、宏观的支持。而《通知》是金融领域对民营经济放宽限制，为民营企业增信，是单一领域、具体的政策面支持，这次的25条具备可执行性。”

一直以来，金融在支持民营经济发展中扮演着重要角色。全国工商联发布的“2023中国民营企业500强”榜单和《2023中国民营企业500强调研分析报告》显示，近七成500强民营企业认为融资环境有所改善。具体来看，在获得融资支持方面，454家实际填报的500强企业中，有336家认为融资难、融资贵状况有所改善，较上年增加42家，占填报企业比例的74.01%，占500强企业比例的67.20%。

《通知》明确：在融资方式方面，进行股、债、汇全方位的金融支持，包括持续加大信贷资源投入，深化债券市场体系建设，更好发挥多层次资本市场作用；在融资渠道方面，引导银行金融机构、保险公

续加码。

继《关于促进民营经济发展壮大的意见》发布后，近日，中国人民银行等八部门联合印发《关于强化金融支持举措 助力民营经济发展壮大的通知》（以下简称“《通知》”），提

出支持民营经济的25条具体举措。

多位银行业人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，银行金融机构在促进民营经济发展壮大中应大有作为，下一步应持续加大对民营经济领域信贷资源投入，加强

业务创新能力，适应民营经济灵活多变的商业模式。同时，要有效联通境内外，便利民营企业的跨境金融服务，为民营企业“走出去”提供国际结算、汇兑、套期保值等金融服务便利。



即全方位、多层次、接力式支持民营经济。“自2023年以来，我国国民经济运行平稳，各项经济政策成果显著，但经济复苏中存在的问题也不容回避。根据国家统计局数据，2023年前三季度，民间固定资产投资同比下降0.6%，降幅逐步收窄；民营企业进出口同比增长6.1%，占全部进出口总额的53.1%；

民营经济具备持续复苏向好的基础。在此背景下，《通知》的发布在深入贯彻党的二十大精神和中央金融工作会议要求的同时，也向市场释放了金融支持民营经济发展的信号，对进一步激发民营经济信心、营造公平公正的营商环境具有十分积极的作用。”叶怀斌如是说。

## 提升民营企业发展信心

民营企业发展面临着不少挑战和困难，部分民营企业投资方向不明，投资意愿不强且动力不足，发展信心不足，各方面经营成本高企，现金流吃紧。

融资问题是大多数民营企业的

心病，《通知》亦围绕融资问题给予诸多建议。

谈及目前民营企业面临的融资难题，IPG（环亚投资集团）中国首席经济学家柏文喜分析称，民企融资的难点主要有两方面：一是融资渠道单一，主要是依赖银行贷款，但银行更倾向于提供流动资金而非固定资产投资；二是信用等级相对较低，信息透明度不高，增加了金融机构的风险控制难度。“为解决这些问题，金融机构从直接融资和间接融资方面着手：直接融资方面，金融机构可以通过发行债券、股票等方式为民营企业提供更多的资金来源；间接融资方面，金融机构可以通过贷款、担保等方式为民营企业提供资金支持。此外，金融机构还可以通过优化贷款流程、提高审批效率等方式，提高对民营企业的服务效率。”

在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看来，融资难点的

解决有助于民营经济恢复发展信心。民营企业融资难点来自多个方面：一部分民企融资难点问题是民营经济发展难点的折射，例如民企发展的“隐形门”仍在一定程度上存在；一部分民企融资难点问题与民企发展状况有关，民营企业中90%是中小企业，民营中小企业中存在一定比例抗风险能力较弱的主体，大型民营集团又存在杠杆率偏高的问题；还有一部分民企融资难点问题与金融机构资产配置策略和产品适配性有关。

星图金融研究院高级研究员

付一夫也提到，民营企业发展面临着不少挑战和困难，部分民营企业投资方向不明，投资意愿不强且动力不足，发展信心不足，各方面经营成本高企，现金流吃紧。因此，有必要大力支持民营企业，提振民营企业信心并稳定预期，在改善其经营困境的同时，进一步激发市场主体活力，继而为国民经济的回暖提供动力支撑。

“破解民营企业融资难、融资贵问题，除了政府层面的支持之外，还需要各方的共同努力。首先，传统金融机构要着力进行金融创新，可以考虑设立中小微企业专门金融服务部门，缩短中小微企业融资链条，为中小微企业打造‘量身定制’的融资产品，降低企业融资成本；其次，要不断完善中小微企业信用体系，通过增信解决问题；最后，要加快中小微企业直接融资渠道建设，包括完善多层次资本市场、设立国家和各地方政府中小微企业发展母基金、引导社会资本共同支持中小微企业发展等。”付一夫指出。

为进一步破解民营企业融资难题，杨海平建议金融机构从三方面推进创新。“其一，在创新型中小企业梯度培育体系之下，大力推进科创金融服务，借鉴合肥、深圳等城市的经验证明，以股权投资为核心，提升对民营科创企业的金融服务。其二，强化投行金融服务，加快存量资产盘活，通过兼并重组优化资产负债表，优化破产重整金融服务。其三，利用金融科技最新成果，积极探索推进产业数字金融服务，在产业链供应链金融解决方案框架内，破解民营中小企业融资难题。”

# 从“卷”参数到“卷”应用 大模型直击金融业务“最后一公里”

本报记者 李晖 北京报道

## 对大模型的“理解误区”

波士顿咨询（BCG）在2023年8月发布的《银行业生成式AI应用报告（2023）》（以下简称“《报告》”）中指出，银行业应用生成式AI主要遵循两大类价值创造逻辑：一是替代人工，即接受大量重复性、简单基础的任务，以释放运营类人力资源；二是赋能人工，利用生成式AI的“对话”和“创造”能力，以AI为助手放大关键节点“人”的产能，赋能专业内容形成和基础管理环节。生成式AI的应用场景可以贯穿于银行全产业链的各个环节中，包括营销、获客、投研、风控等。

《报告》认为，未来生成式AI在银行业的落地进展，一方面取决于中文通用大语言模型的发展，另一方面基于通用大模型针对银行业务的适配与优化。

自今年以来，国内大模型市场已经经历了从基础大模型、行业大模型到大模型应用的“三连跳”。腾讯研究院今年7月末的一项调研数据显示，国内参数在10亿规模以

## 机构路径选择分化

大型企业倾向从上到下提供一揽子解决方案，行业中小机构则倾向通过生态合作来实现自己的大模型解决方案输出。

具有清华技术背景的北京智谱华章科技有限公司（以下简称“智谱AI”），过去一年推出了多种量级的ChatGLM大模型，以适配不同市场需求。在智谱AI总裁王绍兰看来，大模型不是天生就可以拿来赋能行业，需要大量的行业生态合作伙伴一起做工程开发。

以中关村科金为例，其选择通过与优秀的底层通用大模型企业合作，通过领域知识库注入领域知识，在开源的通用大模型基础上微

调出适合金融等行业的领域大模型。在具体的业务产品构建上，通过企业知识大模型，支撑平台领域大模型工厂、领域知识库工厂完成“行业化”过程，继而输出智能营销、智能服务、智能运营、超级员工四类产品。

中关村科金技术副总裁张杰向记者透露，大模型价值的根本在于多样化业务场景的实际应用，且成本可负担、安全性可控、业务深耦合。他倾向认为，企业应用大模型不一定用千亿级别的规模参数非常大的模型，关键是依据每个企业的高频需求让企业可以用上，并且成本可负担。

都想去追求大参数、大size，觉得越大越好。但他的团队在实践中发现，很多场景中动辄一两千万元的成本不是每家企业都能承受的，必须考虑ROI（投资回报率）。

以金融业务中重要的智能识别技术（OCR）为例，金融行业的票据、单据处理需要大量非结构化的信息进行专业的处理，传统OCR深度学习模型需要有大量的定制，要做票据的检测、识别、程序化，错误率非常高。

邱跃鹏透露，OCR的一站式学习平台和大模型可以解决上述问题，但在参数选择和精调程度上要求很高。“如果把识别出来的文字灌到大模型中去做更好的图像理解、文字内容理解，不一定是高效的解决办法。当我们在实践中把参数适当降下来后发现它对算力要求降低了却能很好解决场景问题。”他表示。

记者调研采访了解到，当前金融机构部署大模型主要有三种方

式，除了极少机构有能力进行独立自研，更多采用的是与第三方合作

形式，其中包括与通用或行业大模型合作再进行微调，也包括从云端调用接入大模型API（应用程序编程接口），完成私有化部署。而科技背景的平台型公司作为输出技术的主力军，通常在母公司的通用大模型基础上开发新的行业大模型，金融机构在实践中通常可以根据不同细分场景的业务需求，灵活选择各类大模型，降低大模型使用成本。目前，基于百度的文心一言、阿里的通义千问、腾讯的混元大模型，都有面向金融行业构建生态合作伙伴的部署。

以腾讯云为例，其推出的金融行业大模型解决方案包含四层架构——算力层、平台层、大模型层以及应用层。在大模型层，通过模型商店MaaS，支持接入腾讯混元大模型、金融行业大模型及20多个主流开源模型。在应用层，基于金融行业大模型的能力，结合金融行

业前中后台业务场景，打造一系列智能应用。

腾讯云副总裁、腾讯云智能解决方案负责人王麒在接受媒体采访时表示，不同的金融企业可以根据自身的投入成本以及场景复杂度，选择在不同的点切入自己的金融行业大模型，在效能比方面寻求一个最优的选择。

他还透露，在上述OCR技术使用场景中，通过领域精调和训练，实现了参数和场景适配的较好效果——将交易的票据提升了到95%，同时降低了人力的成本，单张单据的处理时间从以前的五分鐘降到了五秒。

一位国有大型银行研发中心负责人在近期谈及大模型发展原则时也表示，数据是核心，但数据不是越多越好，高质量训练数据才是关键；算力是基础，算力瓶颈是挑战也是机会，开源节流才是关键；场景是关键，但场景建设也需要合理布局。

次、技术三个维度进行整体的选择，如营销、客服、风控等需求频次多、价值大、技术成熟度高的场景可先进行试点，而舆情监控、智能投顾、投研以及代码助手则可作为第二优先级。

至于此前被认为大语言模型较难被突破的风控环节，胡利明也透露，腾讯云基于行业大模型以及金融风控的经验，通过大量的预训练和知识蒸馏形成Level 2的风控模型。“我们和某头部股份制银行合作的信用卡风控场景，在它的活动周期内贷款环节查询量有500万次，最终查到5万次的诈骗行为，帮助客户避免了超过亿元的损失。”

# 网上拍卖日趋完善 众多银行布局“法拍贷”

本报记者 杨井鑫 北京报道

法拍房(即“法院拍卖房产”),因存在“捡漏”的机会而备受市场

关注。今年以来,法拍房的挂牌量和成交量均有所增长,更多的购房者将目光投向了法拍房,成为不少人购置房产的一条捷径。从市场

层面看,由于处置房产和购置房产两者均有需求,银行也看到了其中的机会,以提供“法拍贷”等金融服务参与其中。

据《中国经营报》记者了解,鉴于购置新房和二手房交易流程与法拍房交易流程的差异,以往很少有银行为该交易提供贷款,购买方必须全

款进行交易,提升了交易的门槛。然而,面对法拍房挂牌量的不断增多,很多地方法院、交易所为了顺利撮合交易,与银行尝试合作“法拍贷”,这

令法拍房在交易上更有吸引力。同时,银行对于法拍资产放款和抵押时的风控要求更为严格,这也侧面避免了其中存在的一些风险。

## “捡了个便宜”

目前法拍房的挂牌数量不断上升,这也给了不少有心“捡漏”的人更多选择空间。

近日,家住北京通州的孙宇(化名)通过交易所拍下了一套法拍房,这让他很得意捡了个便宜。

“一般情况下,法拍房会有一个评估价格,与市场价格相当,而起拍价格是低于评估价格的。”孙宇表示,这其中的差价可能就有几百万元。

他告诉记者,刚刚买下的这套房产属于二拍(指在一次法拍房拍卖未能成交后,根据相关法律规定,再次进行的拍卖)资产,房产评估价格是1400多万元,实际成交价格为810万元。当时保证金交纳了160多万元,后续将首付款打到指定的账户就可以,其他的直接向银行申请贷款。

“由于是属于换房,按照政策上属于首套房,首付一共300多万元,贷款400多万元。”孙宇称,现在银行的房贷利率已经降下来了,这也让他减轻了不少压力。

事实上,在没有任何经验的情况下,为了拍下这套房子,孙宇此前跑去看了很多次。“大家都比较担心法拍房的风险,也去实地看的房子。看看房内有没有租户,房屋有没有瑕疵,是否欠了物业费、水电费,找小区物业和周边邻居问了一下房子情况,甚至还向交易所问了情况。”

据他介绍,以往很多的案例都说法拍房有坑,这让很多购房者对“捡漏”敬而远之。但正规平台的交易其实风险是能够提前规避的,这需要花一点精力去做了解。“我此前找熟人给交易所平台的工作人员打电话,询问拍卖房是否会存在各种各样的问题,对方回复说‘从来没有过’,只要做好实地调研就问题不大。”

记者了解到,不同交易所和

平台的规则存在一定差异,对应的风险也有所不同。一些平台只提供拍卖房的相关信息,不对交易有任何的保障和承诺,一些平台则要求竞拍后保证房产顺利过户,这也避免了标的没有房产证等风险。

“保证金和后续的资金在竞拍后是打到指定的账户,包括银行的贷款。如果房产没有顺利过户,这个资金是不会给到拍卖方的。”孙宇表示。

孙宇向记者透露,目前北京法拍房的交易还是很有市场的,一些中介公司也盯上了这些拍卖房。“可能一些人会认为通过中介有保障,但实际上是一样的,中介提供的只是相关服务,也不可能对交易有保障。另外,一些标的在中介带看后会被炒得比较高,价格上反而贵了。”

“我是在网上拍的,与购买二手房相比可以省中介费,这也是一笔近10万元的费用。”孙宇认为。

“省钱的代价就是多操心。”他坦言,不否认法拍房会有风险,也有一些人吃了亏。但这其中的风险是要提前考虑到的,尽量去避免。

针对银行贷款的情况,孙宇表示,北京交易所对于拍卖房产的贷款与银行有固定合作,尽管合作的银行也就是指定的四家,但是在贷款审批上没有问题。“平台上有一键贷款,选择银行后,银行的工作人员会主动联系,都不需要去找银行。”

事实上,与孙宇一样通过交易所购买法拍房的还有很多,毕竟价格上的优势是实实在在的。况且,目前法拍房的挂牌数量不断上升,这也给了不少有心“捡漏”的人更多选择空间。

## “法拍贷”入局

在法拍房的竞拍者越来越多的时候,对于这部分的贷款需求也在增加。同时,一些法院和地方政府也有处置资产的需求。

中指研究院发布的2023年三季度全国法拍市场监测报告,前三季度各物业类型法拍房挂牌量创新高,为58.4万套,较上年同期增长32.7%。与法拍房挂牌量同向增加的还有法拍房成交绝对总量,较上一年也实现了增长,不过这一增长量主要集中在头部省市地区。虽然绝对总量实现了上涨,但法拍房成交率不增反降。

统计数据显示,2023年前三季度,各类法拍房源成交量接近10.9万套,住宅共成交7.29万套,占成交量的77.1%,成交总金额1128.5亿元,占成交总金额的50.4%,法拍住宅项目占有量进一步提升。

“当挂牌数量接近60万套,成交量超过10万套,法拍房也成为购房者的参考标的的重要一环。”一家中介公司人士认为,法拍的住宅相比之下产权很明晰,大多可能存在隐患问题也一眼可见。更重要的是,一些制度逐渐完善,这让购房者在竞拍中也更放心。

一家国有银行人士表示,在法拍房的竞拍者越来越多的时候,对于这部分的贷款需求也在增加。“以前拍卖的标的不会获批贷款,需要全款支付。但是,现在拍卖房产挂牌越来越多,同时,一些法院和地方政府也有处置资产的需求。”

他表示,北京、上海等一线城市对于法拍房的贷款很早就有了,这部分都是与拍卖平台合作的。其他城市这类产品现在也越来越多,这与拍卖市场的发展有关,而银行也看到了其中的机遇。

记者从北京产权交易所了解到,其与工商银行、建设银行、微商

银行和南洋商业银行等银行有拍卖房的贷款合作。而各家银行的贷款政策也有一些差异,体现在首付和贷款比例上。

据悉,邮储银行、建设银行等银行的法拍贷业务已经在各地持续推进。11月24日,邮储银行永修支行、建设银行永修支行与永修县人民法院举行“法拍贷”签约仪式,致力于合作解决司法拍卖融资难问题,并指出,引入法拍贷业务,不仅能提高法院拍品的成交率,更能惠及群众,让更多购房刚需的群众参与进来,有效解决资金瓶颈问题。

9月13日,邮储银行大理州分行与大理市人民法院举行“法拍贷”业务合作签约仪式。签约仪式上,双方就“法拍贷”合作事务范围、各方工作职责等方面达成一致意见,就业务推广和合作流程等内容进行了深入讨论,共同签订了

### 《关于司法拍卖房产按揭备忘录》。

7月中旬,中国银行武汉江岸支行与武汉市江岸区法院举行“司法拍卖金融服务签约仪式”,在全市推出“司法拍卖+金融服务”江岸新模式,引入法拍贷为符合条件的竞买人参与司法拍卖提供信贷支持,助力法拍执行降本增效。

与法院签订合作框架的同时,银行法拍贷的投放也在陆续落地。9月27日,邮储银行郴州市分行成功发放该行首笔“法拍贷”贷款,贷款金额70万元;8月15日,富滇银行大理分行首笔“法拍贷”130万元顺利发放。

上述国有银行人士表示,法拍贷的业务模式如今已经比较成熟,但与传统的住房按揭贷款在流程上存在差异。传统按揭贷款是交易双方签订买卖合同后,将房产先行过户,房主将房产抵押之后由银行将贷款资金打到卖主的账户,流程上是银行先将房产抵押再放款。然而,法拍贷是需要购房者全款支付房款后才能取得房产,也就是银行必须先做贷款,购房者拿到了房屋产权才能给予银行做抵押。

“这项业务需要银行与法院、交易所、担保公司进行合作来执行,将资金形成闭环,银行单独投放贷款是存在风险的。”该国有银行人士称。

对于法拍贷的风控,银行也在信贷投放中格外重视。“银行对于法拍房的尽调会很重视实地的调研情况,避免后续的纠纷。如果购房者最终拿不到房产或者存在一些纠纷,很可能也不会偿还银行的房贷,那就相当于房产砸在银行手上了。”上述国有银行人士称,银行在与外部合作时,也会要求对方加强目标的信息披露和风险控制。否则,“事故”多了合作也不会长久。

## 银行调整信用卡规则 不同人群匹配不同权益

本报记者 秦玉芳 广州报道

近期,多家银行信用卡中心密集调整产品的权益服务。

《中国经营报》记者采访发

现,在不限次道路救援、航空延误险理赔等权益缩水的同时,银行越来越强化对高端权益的优化升级。

银行业务人士分析认为,随着

息差不断下降,信用卡降本提效压力上升,对权益资源的优化配置趋势凸显,很多产品的权益配置缩减,权益资源向更高价值的客群偏移。

记者了解到,在存量深耕的精细化运营阶段,权益体系建设依然是银行信用卡业务布局的重中之重,但如何进行权益与用户的精准匹配是关键,也是挑战。

11月以来,多家银行信用卡中心相继发布权益变动规则公告,2024年起对旗下部分信用卡的权益服务做出调整。

浦发银行(600000.SH)信用卡中心发布的公告显示,浦发美国超白金信用卡、美国运通白金信用卡、VISA御玺信用卡、万事达无价世界尊享信用卡等部分2023年高端信用卡权益活动到期后将不再续期,权益调整范围包括里程积分兑换、航班延误险、生日礼遇、星级酒店健身、SPA服务等。

民生银行(600016.SH)近日发布的《关于“非凡礼遇—机场贵宾服务”权益调整的公告》也明确,2024年1月12日起对非凡礼遇—机场贵宾服务权益做调整。其中,纯积点的含休息室的快速安检、机场贵宾休息室等服务价格均有提高。

邮储银行(601658.SH)也将鼎致白金信用卡(财富版)专家号预约服务权益次数,由在有效期内的6次调减为2次,并取消了部分信用卡的羽毛球、游泳或健身等服务。

此外,上海银行(601229.SH)也宣布,标准钻石卡将不再参与2024年交易达标享积分兑换年费活动。同时,自2024年1月1日

起,高端信用卡航班延误险理赔规则变化,于航班计划时间2小时前通知的航班时间变更涉及的延误,不纳入理赔范围。

对于各银行信用卡纷纷进行权益缩减的原因,资深信用卡研究专家董峥表示,最近信用卡权益缩水的现象比较多,或取消某些权益,或积分兑换比例提高,其原因与近年来信用卡业务发展模式转变有根本关系。

在董峥看来,信用卡权益体系与发卡银行的业务发展有着密切关系,附加各类权益是信用卡业务重要的市场营销手段,之前很多银行通过高权益模式以期达到获客、活客的目的。而权益设计既要考虑对用户申请信用卡的吸引力,也要考虑发卡银行的营销成本,因此需要设置必要的门槛,来选择用户对权益的使用,以提高用户的活跃率。

“但随着去年信用卡‘新规’的发布,信用卡业务处于调整期,而发卡银行也从过去‘重拉新轻留存’的模式向‘留存要效益’的模式转变。银行通过调高权益门槛,或取消部分权益的方式,降低营销成本,优化权益配置结构,让信用卡权益出现了缩水现象。”董峥如上表述。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇也认为,年初以来,在利率下降和消费金融息差缩减影响下,银行需要采取成本控制的策略,可能为了维持盈利水平而削减了一些高成本的权益。

某股份制银行信用卡中心业务人士向记者表示,整体来看,银行的息差下降,控制成本的压力则在上升,叠加还款容差调整、不良率上升等情况,使得我们对权益资源的布局也需要相应调整,把更多的权益资源偏移向更高价值的客群。

对此,IPG(环亚投资集团)中国首席经济学家柏文喜也表示,由于利率下降,银行的利润空间减少,因此需要通过减少一些高成本的权益来控制成本。

信用卡行业专家葛亮也强调,随着业务经营从粗放式发展转向精耕细作,银行信用卡的利润考核成为最关键指标,当银行精算卡收益覆盖不了获客、积分权益等成本时,多半会取消该卡种的发行或逐步退出权益兑现。在葛亮看来,降本增效是当前环境下信用卡业务维持利润稳定的重要手段。

而对信用卡持卡人而言,部分权益的缩水,是否会影响其对信用卡的使用热情?董峥认为,权益是

与营销挂钩的,是银行为了在同质化竞争中赢得客户关注、认可而配置的,一般不需要用户支付费用,甚至很多用户办卡后从未使用过配置的权益。“因此,减少权益服务,对用户来说本身并没有多少损失,只是吸引力减弱而已。”

安光勇也指出,持卡人对信用卡权益的使用和关注程度可能因近期调整而有所改变。“部分持卡人可能感受到权益的减少,降低了他们对信用卡的使用欲望。依赖某些特定权益的持卡人可能对调整产生不满,影响其对银行的忠诚度。整体而言,权益的调整可能会导致持卡人对信用卡产品的认可度下降,影响其实际使用和对信用卡的忠诚度。”

不过,北京易观智库网络科技有限公司(以下简称“易观分析”)金融行业高级咨询顾问苏筱芮表示,近年来,一些高端权益逐步限制到仅限持卡人本人使用,且拥有严格的触发条件,一些美食等权益的使用时效(即天数)日益缩短。“从客户角度来看,持卡人对信用卡权益关注的是使用范围、使用时效及市场价值,实际上,现在一些信用卡的权益对很多持卡人来说已经逐渐成为鸡肋,吸引力也下降了。”

## 权益精准匹配是关键

缩减权益配置的同时,银行信用卡针对高端信用卡用户的权益也在持续优化升级。

民生银行信用卡在公告中明确,将钻石卡纯积点携带嘉宾数量由每日1名调整至2名,并将快速安检服务由80积点调降至50积点/人次,并新增多家贵宾厅服务的机场。邮储银行信用卡也增加了鼎致白金信用卡代驾、CIP通道(快速安检通道)服务等权益的次数。

在安光勇看来,当前银行信用卡权益体系呈现出差异化的调整。一方面,银行取消了一些基础权益,如不限次道路救援、限制航空延误险理赔范围等;另一方面,对高端信用卡进行了升级,增加了一些高级别权益。这反映了银行对客户精细化运营的布局倾向。

苏筱芮也指出,存量客户深耕时代,权益配置对于信用卡吸引新客、留存老客以及客户分层运营都具有重要意义。权益的优化升级,越来越成为商业银行对存量客群精细化运营的关键。

董峥也强调,当前对于银行来说,最重要的是如何将权益精准地匹配到有需求的客户。“近年来,各家银行都很重视权益的布局,通过各种权益配置吸引客户,但很多高权益不够精准,比如很多信用卡都有贵宾厅服务,但真正使用相关权益的客户能有多少?很多权益都是浪费的,将权益配置给了不需要的客户,而客户真正需要的权益却没有。”董峥如上指出。

董峥进一步透露,进入存量深耕的业务发展阶段,金融机构也开始注重权益配置的精准性,通过缩减或减少权益,将错配的用户剔除,并对目标用户的权益

服务进一步优化升级,提高目标用户的信用卡使用黏性。

上述股份制银行信用卡中心业务人士指出,当前业务的重点是对存量的活跃客群进行深耕细作,对客群进行更精准的细分,针对目标客群的实际需求,进行针对性的产品研发,匹配满足需求的权益,是我们考虑的重点。

不过,董峥也指出,对商业银行来说,要实现权益的精准匹配是一大挑战,需要银行在信用卡产品设计上更懂用户。目前,不少银行已经在进行细分客群运营策略的转变,但总体来看仍处于初阶段,大多对目标客群的需求挖掘仍不够精准、深入,且基于客户需求的产品权益、服务配置也难以满足客户多元化的需求。

商业银行也在持续强化对细分客群精细化运营的探索布局。苏筱芮表示,近来,银行对信用卡的权益体系建设持续加码,两方面趋势愈加凸显:一是与线下门店服务场景的结合,二是碳账户与信用卡权益进行关联,将绿色低碳理念融入到信用卡的使用中。

此外,银行信用卡在年轻客群、用车客群等细分客群的权益生态布局愈加深入。

董峥表示,长远来看,对于商业银行来说,满足刚性消费需求的产品是信用卡进行存量客群精细化深耕的基础,这就需要银行信用卡业务团队转变理念,从产品设计之初就要精准识别客户需求,并能根据客户不同阶段的需求具体配置相应产品和权益服务。这不仅需要产品体系的构建,还需要服务模式的转变。



# 北交所政策利好频出 基金埋伏“一鱼三吃”

本报记者 顾梦轩 夏欣  
广州 北京报道

在北京证券交易所(以下简称“北交所”)迎来成立两周年之际,北交所上市公司股价也迎来了久违的反弹。Wind数据显示,11月以来,北证50指数已经上涨29.78%。与此同时,今年以来,北交所主题基金的业绩表现十分亮眼。

《中国经营报》记者注意到,多位基金经理曾在三季报中发声,看好北交所股票行情,当下的反弹其实早有伏笔。

广发北证50成份指数基金经理刘杰将北证50指数反弹原因归纳为两点:一是北交所新证券代码号段发布,点燃了游资的投资热情,叠加十家做市商获批,市场涌入了新进资金,流动性得以提

升;二是11月20日~11月24日沪深市场无新股发行,而近期北交所新股IPO存在较为可观的打新收益率,赚钱效应吸引了一些相关投资机构,带来了整体关注度的提升。

不过近几天北交所市场步入调整模式,11月28日、29日两个交易日内,北证50指数累计下跌逾11%。

## 北交所主题基金业绩表现

基金简称	今年以来(%)	同类排名	成立以来(%)	成立日期
华夏北交所创新中小企业精选两年定开	36.45	1/3511	-9.74	2021-11-23
汇添富北交所创新精选两年定开A	21.02	22/3511	-13.42	2021-11-23
汇添富北交所创新精选两年定开C	20.60	23/3511	-14.11	2021-11-23
景顺长城北交所精选两年定开A	20.44	24/3511	14.07	2022-08-23
景顺长城北交所精选两年定开C	19.89	25/3511	13.34	2022-08-23
万家北交所慧选两年定开A	17.26	33/3511	-12.22	2021-11-23
广发北交所精选两年定开A	16.91	35/3511	-4.57	2021-11-23
万家北交所慧选两年定开C	16.72	37/3511	-13.10	2021-11-23
广发北交所精选两年定开C	16.48	39/3511	-5.34	2021-11-23
南方北交所精选两年定开	13.17	62/3511	-7.46	2021-11-23
中信建投北交所精选两年定开A	7.42	108/3511	6.67	2022-08-16
中信建投北交所精选两年定开C	7.04	118/3511	6.13	2022-08-16
嘉实北交所精选两年定开A	2.05	229/3511	-35.32	2021-11-23
易方达北交所精选两年定开A	1.57	248/3511	-10.34	2021-11-23
嘉实北交所精选两年定开C	1.49	252/3511	-36.10	2021-11-23
易方达北交所精选两年定开C	1.12	266/3511	-11.24	2021-11-23
大成北交所两年定开A	-7.24	982/3511	-25.54	2021-11-23
大成北交所两年定开C	-7.58	1031/3511	-26.14	2021-11-23

截至日期:11月29日

数据来源:Wind

## 流动性有所改善

相较以前,整个北交所的流动性已经有了非常大的改观。

“北证50指数在11月份的大涨行情可以分为两个阶段来看。”天相投顾基金评价中心有关人士表示。一是11月17日及之前,北证50指数走势主要呈现小盘股的风格,区间上涨8.5%,与中证2000走势类似;二是11月17日北交所发布《关于北交所启用新证券代码号段有关工作安排的通知》,以贯彻落实《证监会关于高质量建设北京证券交易所的意见》(以下简称“北交所深改19条”的相关部署,增强市场辨识度,该通知受到市场广泛关注,交易资金积极参与,北证50指数后续大幅上涨。

同时,北交所提出以推出IPO为牵引+投资端建设为主线,

优化转板上市机制,加强与区域性股权市场的互联互通,与香港交易所合作推出“北+H”两地上市安排。

11月9日,北交所与恒生指数公司签署指数编制行情信息使用许可协议,标志着北交所市场国际化水平进一步提升;此外,北交所配合上交所开展北交所证券纳入中证跨市场指数全网测试等。

此外,近期中国证券投资基金管理业协会发布《公募基金行业支持北京证券交易所高质量建设倡议书》,引导公募基金行业积极参与北交所市场投资,系统规划北交所市场投资业务发展与产品布

局,加大资源投入,助力创新型中小企业健康发展等。

广发基金指出,北交所落实“北交所深改19条”,启用独立920代码,可以提高股票辨识度,彰显了交易所的独立地位,或许符合条件的企业直接IPO政策不久将会落地实施。

华夏北交所创新中小企业精选两年定开混合发起式基金(014283)基金经理顾鑫峰指出,客观来讲,从绝对值看,目前北交所市场的流动性依然不算好,还有很大的提升空间。但如果动态来看,可以发现,相较以前,整个北交所的流动性已经有了非常大的改观。

## 政策利好频频

政策的密集发布,对整个市场构成中长期利好。

记者注意到,北交所主题基金业绩今年以来的整体表现远好于长期业绩(成立以来)。根据Wind数据,截至11月29日,全市场18只北交所主题基金(份额分开),有16只今年以来收益为正,其中,收益最高的是华夏北交所创新中小企业精选两年定开基金,该基金年内收益36.45%。紧随其后的是汇添富北交所创新精选两年定开基金A/C(21.02%/20.6%),以及景顺长城北交所精选两年定开基金A/C(20.44%/19.89%)。

天相投顾基金评价中心有关人士表示,从择时选股的角度来看,顾鑫峰有很强的选股能力,远超同类基金,四大超额指标排名均在同类前5%。

不过,顾鑫峰在三季报中分析了基金业绩回撤的原因:一是北交所跟创业板、科创板均属于新兴成长板块,涨跌方向上有一定的联动,科创板、创业板的波动往往带动了北交所股票的波动,

大方向上呈现同涨同跌的趋势;二是北交所成立之初,投资者期待较高,运行后部分公司的流动性可能不达预期,造成了部分投资者的撤出。但是这些情况目前均出现了边际的变化。从政策来看,去年四季度以来北交所出了不少政策利好,包括发布《北京证券交易所股票做市交易业务细则》和《北京证券交易所股票做市交易业务指引》,下调部分交易费率,北交所上市公司将纳入中证、国证跨市场指数体系,北证50指数11月份正式上线等。

今年9月1日,“北交所深改19条”开启了北交所加速发展的新纪元。政策的持续发力使得顾鑫峰对于北交所整个市场后续的走势更加有信心。他的信心来源于四方面:第一,北交所公司目前估值已经非常便宜了,我们测算前几大重仓股的平均估值在20倍以内,切换到2023年估值在15倍以内,这个估值水平对于具

备“专精特新”特性的中小成长型企业而言是非常具有吸引力的。第二,从业绩表现来看,我们发现很多北交所公司今年以来依然延续了较快的增长速度,整体发展是符合预期的,业绩的持续增长进一步消化了估值。第三,政策的密集发布,对整个市场构成中长期利好。第四,北交所目前新挂牌的上市公司较多,其中不乏优质的个股。供给上来了,给我们增加了筛选的范围,尽管短期可能由于供给增加对整个市场的流动性造成一定的扰动,但增加优质供给是市场长期发展的基石,这使得我们选择优质中小“专精特新”企业的难度是相对降低的。“上述原因共同促成了我们今年以来净值的回升,在今年公募主动权益基金整体收益率并不理想的背景下,北交所主题基金的收益率排名靠前,可圈可点。”顾鑫峰在三季报中如是表示。

## 整体估值水平提升

投资北交所可以“一鱼三吃”,可以挣到三方面的钱。

业内人士认为,从宏观经济周期的角度来看,本轮经济周期底部或已显现,即便缺乏强刺激的外部条件,经济自身的去库存周期也至尾声,经济或可自然见底并且缓慢复苏。此外,从政策面来看,或已进入右侧阶段。从股票位置来看,与指数关联度较高的大盘价值蓝筹股的估值水平处于历史长期水平的底部区间。因此,综合基本面、政策面和股票市场价格来看,市场见底上行的概率较高,四季度是较好的做多指数窗口期。

此外,该业内人士指出,北交所上市公司目前估值显著低于同行业的沪深交易所相关公司,具备明显的估值优势。随着“北交所深改19条”的颁布,改革措施有望不断出台,流动性状况有望持续改善,转板政策的明朗或将有利于北

交所市场整体的估值修复。叠加看好后续宏观周期向上带来的股票市场整体震荡向上,在当前时点,看好北交所市场转板机制优化带来的股票估值修复和部分优质公司高成长的投资机遇。未来在北交所的投资上,该人士将以低估值、高成长的“专精特新”行业龙头企业为主要对象,重点布局新材料、高端制造、TMT等方向,中长期价值持有,力争获取股票估值修复和优质公司高成长带来的收益。

顾鑫峰指出,投资北交所可以“一鱼三吃”,可以挣到三方面的钱。  
第一,赚到流动性持续改善、整体估值水平提升的钱。  
第二,赚企业业绩成长的钱,这是最重要的。作为一个新兴的市场,北交所有很多公司处在新兴行业的蓬勃发展的阶段,所处的行业现在依然还是蓝海,成长速度比较快。

第三,赚跨市场转板的钱。北交所的优质公司,未来有可能转到科创板或创业板。由于北交所的平均估值水平跟沪深两市有比较大的差距,如果某家北交所公司成功转板到沪深交易所,就可以赚到跨市场估值套利的钱。“当然,这有一定的不确定性,但这个机会是一定存在的,这也是我们接下来要重点挖掘的投资机会。”顾鑫峰说。

# 2023年信托关键词:换“帅”换“将”换高管

本报记者 樊红敏 北京报道

信托公司更换“掌舵人”的步伐正在不断加快。

11月10日,华鑫信托董事长朱勇任职资格获得监管核准批复;11月14日,紫金信托高晓俊的董事长任职资格获得监管核准批复。此外,据媒体报道,杭州工商

信托总裁江龙已辞去总裁一职。

据《中国经营报》记者根据监管方面公开披露的信息不完全统计,今年以来,已有21家信托公司新任董事长或总经理(总裁,下同)获得监管任职资格批复,其中,董事长更替的信托公司有11家,更换总经理的信托公司有10家。另外,还有多家信托公司董

事长、总经理职位或尚未确定人选,或人选已确定但尚未获得监管批复。

业内专家分析认为,信托公司高管变动的原因较为多样,比如,正常的人事调整、股权变更、重大风险问题问责等,但从行业整体来看,业务转型需求是信托公司高管变更的最主要驱动因素。

记者根据监管部门公开信息不完全统计,截至11月30日,今年内获得监管部门董事长任职资格批复的信托公司有厦门信托、华润信托、华宸信托、中原信托、华融信托、杭州工商信托、国投泰康信托、华能信托、长安信托、华鑫信托、紫金信托,共计11家;获得监管部门总经理任职资格批复的信托公司有百瑞信托、大业信托、中信信托、长城新盛信托、昆仑信托、渤海信托、陕国投A(000563.SZ)、建元信托、中海信托、陆家嘴信托,共计10家。

此外,还有多家信托公司董事长、总经理职位或尚未确定人选,或人选已确定但尚未获得监管批复。比如,雪松信托今年7月发布公告表示,经董事会审议,公司总裁李楠因个人原因辞任总裁职务,由该公司副总裁陈健代为履任。中航信托今年10月发布消息,因工作调整原因,周祺不再担

任公司总经理职务。在监管部门批复同意中航信托新聘任总经理人选任职资格前,其副总经理何唐兵代为履行总经理职责。北京信托官网今年3月发布的文章显示,瞿纲作为公司党委副书记、总经理(拟任)在北京信托2023年工作会议上作了工作报告等。

除此之外,信托公司副总经理、董事、监事等高管人员的变更,更是不胜枚举。

对比来看,2022年全年共有20家信托公司经历了“换帅”,其中,9家信托公司董事长更替,11家信托公司更换了总经理。中国信托业协会此前的调研报告显示,信托公司高管职务变动原因主要包括正常人事交接、股东变动影响及市场化离任竞聘等,其中正常交接占比最高,具体包括到龄退休、股东集团内部调动、公司内部升任、信托公司外部选聘等,这类变动对公司整体管理格局和生态影响相对较小。但

部分信托公司发生经营风险、监管托管问责、高管人员违纪违法等负面原因引起的高管频繁变动,将对公司长远发展目标、战略发展规划和市场特色化定位造成不同程度的影响。

业内人士向记者进一步分析表示,信托公司正常的人事调整,包括:集团或公司内部调换、提拔、换届、退休等;大股东变更,高管层来自新晋股东派驻;具备高管推荐权中小股东的退出。此外,在严监管背景下,信托业罚单频出,并且“双罚”(即同时对机构和涉事人员进行处罚)现象不断,越来越多相关业务负责人、高管人员,因合规性问题被问责,这也成为信托公司高管变动的一大原因。

“经济下行压力下,信托产品风险暴露,项目延期频发,股东对公司经营有要求,调整高管也是正常措施。”某央企信托公司内部人士向记者表示。

## 银行老将受青睐

从信托公司新晋高管的履历来看,多个细节值得关注。比如,信托公司更倾向从公司内部或所属集团内部升迁调度,更青睐银行系统“老将”。公开信息显示,芦苇曾任中信银行党委委员、副行长,同时兼任中信银行深圳分行党委书记、行长及阿尔金银行董事;历任中信银行总行营业部(现北京分行)副总经理、中信银行计划财务部总经理、资产负债部总经理、董事会秘书、公司秘书、授权代表、业务总监、香港分行筹备组副组长及中信百信银行股份有限公司董事。

2月1日,华融信托宣告重组完成,中国信托业保障基金有限责任公司(以下简称“信保基金”)受让原股东中国华融(02799.HK)所持有的76.79%股权,并由信保基金公司党委委员、副总裁李勇锋兼任华融信托新一任党委书记。又如,国投泰康信托新任董事长李樱,是从国投资本(600061.SH)“空降”到信托公司的。再如,长城新盛信托新任总经理徐永乐,来自长城新盛信托股东方中国长城资产管理股份有限公司旗下控股子公司、港股上市公司长城环亚控股(0583.HK)。

另外,华润信托董事长刘小腊、华能信托董事长孙磊、百瑞信托总经理陈立军、昆仑信托总经理江昱洁等均属于信托公司内部升迁。

业内人士认为,内部提拔或来自于大股东的高管更替,对公司治理和业务布局的影响较小,更有利

于长期稳健经营。值得一提的是,信托公司“新帅”多是金融系统的“老兵”,信托业尤其偏爱银行老将。

新任中信信托总经理芦苇是一名在银行业深耕20余年的老将。公开信息显示,芦苇曾任中信银行党委委员、副行长,同时兼任中信银行深圳分行党委书记、行长及阿尔金银行董事;历任中信银行总行营业部(现北京分行)副总经理、中信银行计划财务部总经理、资产负债部总经理、董事会秘书、公司秘书、授权代表、业务总监、香港分行筹备组副组长及中信百信银行股份有限公司董事。

另外,中原信托董事长曹卫东、陕国投信托新任总裁解志炯、华宸信托新任董事长邢爱泽等也曾在银行系统工作多年。

此外,值得关注的是,随着严监管及监管精细化,具有风控合规经验或监管背景的专业人士也受到重用和提拔。比如,陈立军在百瑞信托有着丰富的合规风控业务经验。陈立军曾任百瑞信托合规风险管理部总经理、合规风险部总经理、合规总监、业务总监、党委委员、首席风险官、工会主席等职。大业信托新任总经理鲁以亮则长期在大业信托大股东中国东方资产管理股份有限公司(以下简称“中国东方”)任职,曾任中国东方内控合

规部总经理、中国东方江西省分公司总经理等职。今年4月获批准任职资格的渤海信托总裁章全明则曾经担任过原中国银监会北京监管局副局长。

金乐函数分析师廖鹤凯向本报记者分析表示:一方面,随着信托业务新分类的推进,信托公司发展方式正在发生重大转变,发展思路也有较大调整,信托公司角色面临转换,“买方”角色强化,资产管理业务会是未来较长时间信托公司的主要盈利来源,而诸多业务面临金融科技的介入和转换以适应金融行业高度科技渗透的新时期发展需求;另一方面,近年来监管趋严,政策指引越发细化,处罚力度和深度不断加强,合规经营得到各家信托公司前所未有的重视。

“这些因素均成为近年来信托公司高管任命的重要考量因素。任命有银行系统工作经验的资深老将为信托公司高管人员,可以为信托公司注入稳定经营理念,高效指引公司适应监管合规要求,推进公司规范化经营,完善公司团队合规体系建设,避免合规问题带来的损失和处罚,保持稳健持续经营。同时,还可以更好地整合金融行业资源,提升风险管理能力和业务拓展能力。”廖鹤凯称,信托公司重用合规人才和具备监管背景的人才也是基于同样的考量。



# 完善跨境投融资便利政策 数字化助力企业“走出去”

本报记者 张漫游 北京报道

11月27日,中国人民银行等八部门联合印发《关于强化金融支持民营经济发展壮大的通知》(以下简称“《通知》”)。其中提到,加大外汇便利化政策和服务供给,为民营企业提供线

上化、便利化的融资结算服务,支持民营企业“走出去”“引进来”。

今年以来,监管层多次强调提升跨境便利化水平。在此背景下,日前,多家银行积极服务于跨境贸易便利化,其中更是积极利用了数字化技术。

数字化赋能跨境贸易便利,

但需注意风险。国家外汇管理局亦强调,要强化开放监管能力建设,提升监管科技水平,优化系统监测指标,提高预警效率,加强协同监管。金融机构则需加强金融产品和服务模式创新能力以及数据安全保障能力,打击犯罪与欺诈。

在今年助推跨境贸易便利化的政策中,提升数字化、科技赋能,是重要方向之一。

业进出口同比增长6.1%,在全部进出口总额同比略有下降的情况下,民营企业进出口保持了增长,占全部进出口总额的53.1%。

强调对民营企业的跨境贸易便利,是推动整体外贸活动企稳回升的重点突破。”叶怀斌说。

记者梳理发现,在今年助推跨境贸易便利化的政策中,提升数字化、科技赋能,是重要方向之一。

《通知》中关于“完善跨境投融资便利化政策”详细指出,要优化外汇账户和资本项目资金使用管理,完善资本项目收入支付结汇便利化政策,支持符合条件的银行业金融机构开展资本项目数字化服务。

这与近期人民银行、国家外汇管理局下发的《关于提升银行办理资本项目业务数字化服务水平的通知》相呼应。

资本项目是指国际收支中引起对外资产和负债水平发生变化的交易项目,包括资本转移、直接投资、证券投资、衍生产品投资、贷款以及非生产、非金融资产的买卖或者放弃等。自2021年6月以来,国家外汇管理局陆续批复同意招商银行(600036.SH)、浙商银行(601916.SH)、宁波银行(002142.SZ)、兴业银行(601166.SH)和交通银行(601328.SH)等5家银行开展资本项目数字化服务试点。

记者了解到,传统资本项目业务需提前准备材料并完成内部审批,如遇问题还需多次往返银行,增加成本;而数字化资本项目行,

服务简化了外债资金结汇流程,降低了财务人员压力,节省时间。

除此之外,近年来,银行机构也加紧了对跨境贸易便利化的科技赋能。如为推动跨境汇款全流程再造,2022年初中国银行便推出了“中银跨境汇款直通车”,改变了一直以来跨境汇款需客户临柜处理的传统模式,通过参数化数据赋值、智能化信息校验、模板化路径定制,实现了进口付汇全流程自动化处理以及出口收汇秒级入账,开启了中国银行为企业客户提供双方向、全币种、自动化、智能化跨境汇款服务模式,有效提升跨境贸易投资便利化水平;

交通银行国际业务Easy系列线上“汇、兑、存、贷、证”业务,实现了跨境支付、跨境结算、贸易融资、结售汇等业务覆盖,跨境汇款业务实现了批量化、无纸化办理,信用证及融资业务电子化、线上化提用等功能,打破了时间与空间的限制,极大提高业务时效。

国家外汇管理局科技司发布的专栏文章《科技赋能深化跨境金融服务平台建设》提出,下一步,要提升跨境结算及投融资便利化水平。即做好科技金融、数字金融相关外汇工作,探索新的应用场景,支持完善企业汇率风险管理服务,进一步便利市场采购等贸易新业态业务办理,着力打造以跨境信用体系为核心、以单证核验为补充的应用生态,推动企业跨境结算及投融资更加高效便利。

在此方面,银行也积极展开了实践。招商银行推出的“跨境E招兑”聚焦企业汇率风险管理,积极帮助企业树立汇率风险中性理念,协助企业建立及优化汇率管理制度,提升财务稳定性。在产品建设上,据了解,招商银行整合平台资源,打通渠道,实现外汇交易全流程线上化,覆盖境内外、全时段的外汇交易场景。通过网上自助结汇、购汇锁价、网上外汇避险等产品,帮助企业实时掌握汇市动态,瞬间完成结售汇操作。

“在享受数据高效处理、利用带来的便利的同时,相应的数据安全防护能力却没有同步提升上去。”隆峰提示道,“如人工智能技术在与客户对话过程中可能会收集大量个人隐私信息,如果这些信

## 谨防数据流动风险

数据跨境流动在带来诸多便利的同时,也带来数据安全合规风险和隐私保护问题。

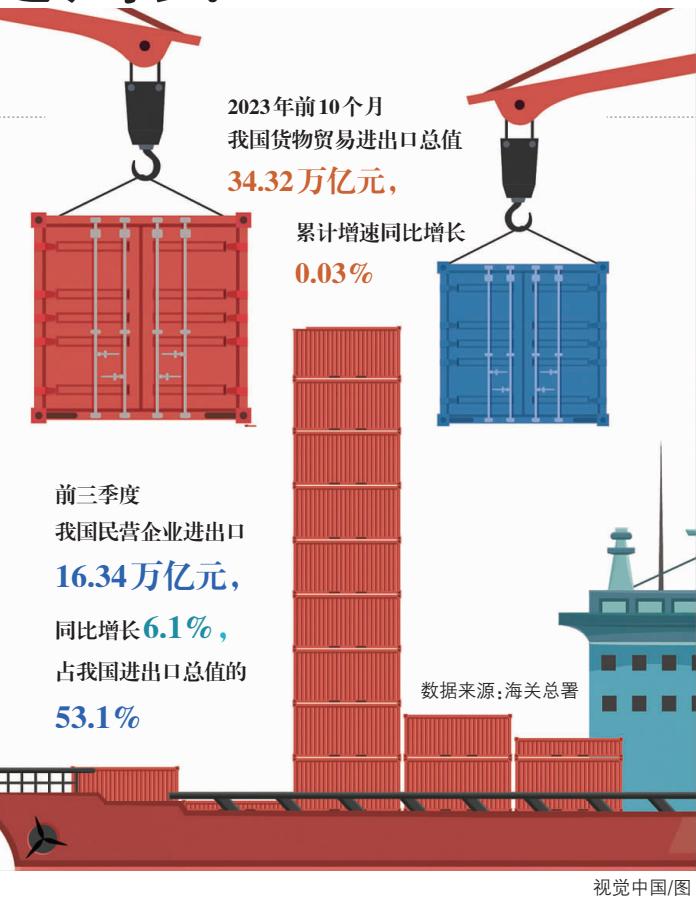
值得注意的是,在数字化赋能跨境贸易便利的同时,也需要提防其背后的风险。

此前,国家外汇管理局发文指出,下一步要强化开放监管能力建设。即坚持统筹金融开放和安全,将风险防控与推进改革、扩大开放一体谋划、一体推进;健全事中事后监管工作机制,探索创新监管方式方法,提升监管科技水平,优化系统监测指标,提高系统监测预警效率;加强协同监管,强化部门间沟通协作。

中国金融认证中心(CFCA)创新部数据安全主管隆峰谈到,随着出境旅游增加,跨境贸易融资、结算等增加,跨境电商越发繁荣,利用非法途径窃取个人信息进行刷单走私、制卡盗刷、电信欺诈等违法行猖獗。金融机构需不断加强金融产品和服务模式创新能力以及数据安全保障能力,以便能及时有效监控安全风险,保障支付与交易安全,打击犯罪与欺诈。

在此方面,银行也积极展开了实践。招商银行推出的“跨境E招兑”聚焦企业汇率风险管理,积极帮助企业树立汇率风险中性理念,协助企业建立及优化汇率管理制度,提升财务稳定性。在产品建设上,据了解,招商银行整合平台资源,打通渠道,实现外汇交易全流程线上化,覆盖境内外、全时段的外汇交易场景。通过网上自助结汇、购汇锁价、网上外汇避险等产品,帮助企业实时掌握汇市动态,瞬间完成结售汇操作。

“在享受数据高效处理、利用带来的便利的同时,相应的数据安全防护能力却没有同步提升上去。”隆峰提示道,“如人工智能技术在与客户对话过程中可能会收集大量个人隐私信息,如果这些信



动规定(征求意见稿)(以下简称“《征求意见稿》”),旨在保障国家数据安全,保护个人信息权益,进一步规范和促进数据依法有序流动。

中国银行深圳市分行大湾区金融研究院高级研究员曾圣钧认为,《征求意见稿》明确了跨境数据管理的重点,对企业和监管部门都提出了相应要求。

“数据跨境流动越发频繁,在带来诸多便利的同时,也带来数据安全合规风险和隐私保护问题。各国都充分重视数据这一重要资产和主权阵地,纷纷出台相关法规、标准要求,对数据的跨境流转进行密切监管,中国企业因数据安全违规问题被国外处罚的事件也屡见不鲜。全球对重要数据保护立法不断加强与收紧,也给中国开展数据安全立法与监管提出了严峻挑战,如何在国与国之间平衡数据流通与安全问题、数据保护边界问题、数据主权问题,成为当前亟须解决的问题。”隆峰表示。

9月底,国家互联网信息办公室曾发布《规范和促进数据跨境流

台,运用大数据为企业精准画像,让“数据多跑路、企业少跑腿”。目前,福建“金服云”平台已吸引130多家金融机构入驻,注册用户达34万户,提供融资累计近3000亿元;“兴业普惠”平台已与全国超过820个外部场景平台实现系统及业务对接,解决融资金额超2000亿元。

此外,近年来,园区作为经济发展的重要载体,在推动产业转型升级、实现经济高质量发展中发挥着关键作用。兴业银行将园区作为数字化运营的试验田,开发上线园区金融生态服务平台,打造园区金融数字化服务底座,一方面在园区运营、园企服务等领域加强数字化赋能,另一方面搭建“产业大脑”模块,助力地方政府和园区运营商精准招商。截至今年9月末,该行园区生态服务平台已上线交付162个,已签约待上线48个,合计对接系统平台210个。

数据是发展数字经济的关键。金融机构应如何激发数据这一核心生产要素,释放更大价值?

以兴业银行的实践为例看,该行一方面与福建省大数据集团签署战略合作协议,计划在“十四五”期间,通过综合金融服务为福建省大数据集团及其子公司和上下游客户提供意向性融资规模不少于300亿元;另一方面,协助建设运营福建“金服云”平台,推出“兴业普惠”平

# 银行谋篇布局 谱写数字金融大文章

## 金融机构在数字经济时代的“必答题”

本报记者 王柯瑾  
北京报道

近期的中央金融工作会议把数字金融作为“五篇大文章”之一,我国将进入数字金融快速发展阶段。

自中央金融工作会议以来,多家银行深化数字金融布局,进一步助力国家加快培育发展新优势。近日,《中国经营报》记者从多家银行了解到数字金融创新方向、待解难题以及数字金融未来发展方向等。

招联首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼向记者分析:“发展金融科技、加快数字化转型,对金融机构而言不是一道选择题,而是数字经济时代的‘必答题’,未来还可能成为‘抢答题’。”

中央金融工作会议将数字金融的高度再次提升。那么,什么是数字金融?

兴业经济研究咨询股份有限公司(以下简称“兴业研究公司”)分析认为,数字金融实际上是数字经济在金融领域的映射,发展数字金融是金融服务经济和社会数字化转型的必然要求。从广义来看,数字金融应是一个兼容并包的概念,其主要包括三个方面:一是在资源运用层面,是数据要素价值的重点开发;二是在技术运用层面,是金融体系对金融科技的深度应用;三是在展业模式层面,是数字化金融业务模式和渠道的全面创新。

目前,建设银行(601939.SH)行长张金良在“2023金融街论坛年会——第五届成方金融科技论坛暨第三届全球金融科技大会”上表示,金融机构必须增强金融支持数字金融发展的使命感和责

任感,利用数字化理念和手段创新金融产品和服务模式,持续加大对数字经济核心产业和传统行业转型升级支持力度,助力国家加快培育发展新优势。

张金良就建设银行以金融数字化助推数字经济高质量发展分享了三点思考:一是全面推进自身的数字化转型,构筑数字经济时代的竞争新优势;二是积极助推数字技术与实体经济深度融合,推动产业链数字化转型;三是坚持底线思维,切实提升防范数字经济背景下的新型金融风险能力。

11月27日,记者从浙商银行(601916.SH)了解到,为了抓住数字化浪潮下银行转型发展的机遇,该行正在构建数智浙银新生态。一方面,强化数字金融在用电、用气、用油等领域的运用,创新“电费证”等产品,并给予利率优惠;另一方面,深化数字化授信审批机制运

优势将得到更加明显的体现并具有较好的发展前景。”

娄飞鹏认为:“银行等金融机构做好数字金融这篇大文章,除了要加大人员和资金投入,利用好数字技术积极推进数字化转型外,还需要在经营发展理念、商业模式构建等方面适应数字经济发展需要积极开展探索。”

光大银行(601818.SH)金融市场部宏观研究员周茂华亦看好数字金融未来发展空间。“数字金融在提升金融服务效率,满足消费者体验感、推动金融普惠发展方面具有重要作用;同时,我国数字经济发展迅速,随着技术进步,数字金融将向各个细分领域渗透发展。”

用,充分挖掘税务、人行征信等内外部数据,推动大数据风控模型建设,创新供应链上下游客户授信审批机制,提升服务效能。

此外,近日记者还从兴业银行(601166.SH)了解到,该行将数字化转型作为生死存亡之战,推动全行转理念、促改革、增投入、强人才、夯底座、建平台、搭场景、扩生态,积极“构建连接一切的能力,打造最佳生态赋能银行”,答好高质量发展的“算”“数”题,探索数字金融服务新模式、新生态。

据了解,兴业银行将数字化转型纳入整体战略规划,坚持“企业级、标准化”方法论,推动业务架构和企业架构重塑,营销、财富、投行、风控、运营五大企业框架工程基本竣工;顺应“东数西算”战略,实施上海、福州、贵州三地算力规划,算力供应逐步扩大,基础设施“云化”转型加快;抢占数据先

机,初步建成2.1万项企业级数据字典标准,上线大模型产品ChatGPT,以科技力量推动转型,赋能经济社会高质量发展。

兴业研究公司分析认为,从数字金融所涵盖的内容来看,数据资源是数字金融的基础,金融科技运用是数字金融的重要支撑,而金融业务模式的创新则是数字金融呈现在居民和企业等各类主体面前的最终表现。

数据是发展数字经济的关键。金融机构应如何激发数据这一核心生产要素,释放更大价值?

以兴业银行的实践为例看,该行一方面与福建省大数据集团签署战略合作协议,计划在“十四五”期间,通过综合金融服务为福建省大数据集团及其子公司和上下游客户提供意向性融资规模不少于300亿元;另一方面,协助建设运营福建“金服云”平台,推出“兴业普惠”平

根本的原因在于组织和体制的掣肘。因此,如果要在这场时不我待的“大考”中交出满意的答卷,金融机构必须自上而下开展组织变革,以此破除制约数字化转型的体制藩篱。”

在董希淼看来,组织变革需要四个方面的保障,即数字化战略、数字化领导、数字化人才、数字化文化。“金融机构应基于自身发展定位和核心客户需求,制定企业级的数字化转型战略,明确数字化转型方向、目标、重点和路径。在此基础上,对大型金融机构来说,应对直线职能制组织结构进行优化甚至重构,打造跨部门、跨层级的浅尝辄止,投入较多但进展缓慢,科技与业务协同组织,提高产品和

服务创新迭代的效率,提升对市场和客户需求响应的速度。中小金融机构要发挥机构层级少、决策链条短等特点,推动全组织敏捷转型,增强持续的创新力、快速的响应力、强大的执行力。金融机构还可以以金融科技子公司、独立法人直销银行、理财子公司等为“试验田”,加快探索更加市场化的公司治理、薪酬激励等机制。总之,无论是大型金融机构还是中小金融机构,都应开展一场所有组织、全部员工深度参与的组织变革,通过全面深刻的变革与再造,培养形成以敏捷、开放、包容、创新为底色的组织模式和数字文化,以此来适配金融科技发展和数字化转型。”

# 数字员工“出圈” 银行深挖超万亿蓝海市场

本报记者 王柯瑾 北京报道

伴随着虚拟数字人技术的逐渐兴起,越来越多的银行热衷于打造数字员工。

## 为行业带来真正价值

部分银行实现了由数字员工独立参与交易场景的自助应答、业务办理等全流程服务,形成从应用场景到业务交易办理之间的闭环。

近日,当客户使用广发银行手机银行和发现精彩两款App时,会偶遇一位笑容甜美、亲和力强的女生,为客户介绍金融产品、回应业务疑问。App里的这位女生正是该行历时近两年打造的首位虚拟数字员工。

根据广发银行介绍,除了上述两大App,该数字员工的工作地点还包括线下网点,任职岗位为该行首席智慧客服、数字财富推荐官、数字云柜员、网点小助手。

与此同时,行业首个数字人直播服务正式上线百信银行App,用户登录首页点击“AI直播”按钮,即可进入24小时全天候直播间与百信银行数字员工AIYA进行实时互动。

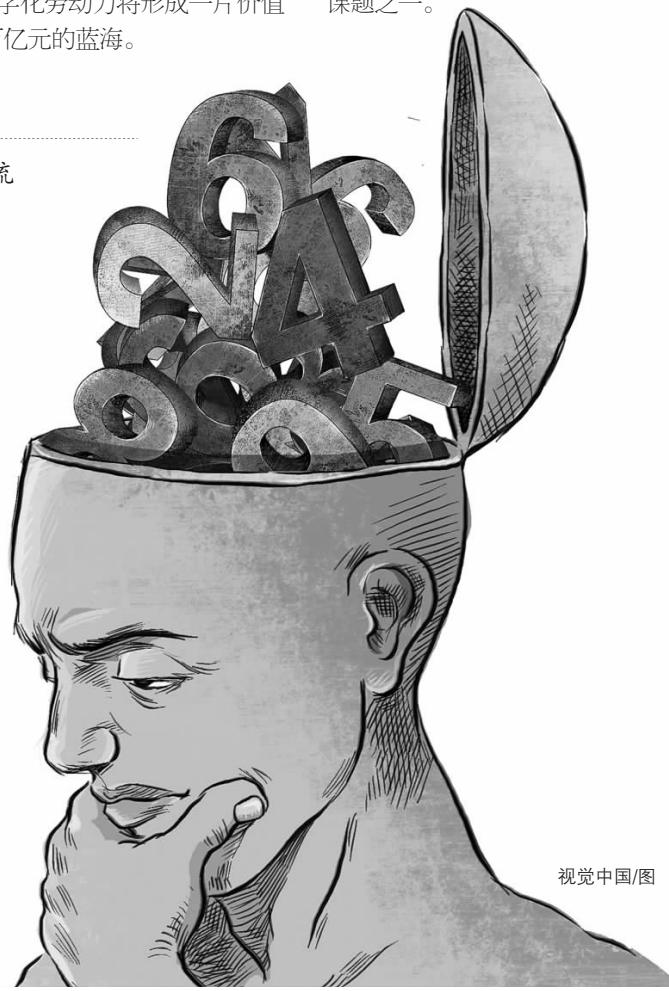
据百信银行方面介绍,此次数字人直播服务上线是人工智能与数字人技术深度融合的尝试。“首先,数字人直播服务实现了全天候、24小时不间断直播,用户可以随时随地获取金融资讯和产品信息。其次,数字人主播具备高度智能化和互动性,能够实时回答用户问题,提供专业、个性化的建议。最后,直播内容聚焦年轻人关注的热点话题,通过更活泼、沉浸式的方式实现与用户的品牌心智对话。”

近日,国际数据公司(IDC)举办的数字化转型年度盛典公布了“2023IDC中国未来企业大奖”优秀案例获奖名单,平安银行虚拟数字人项目上榜。在该行看来,前沿技术的快速迭代将拓展金融科技发展的广度和深度,银行正从人人交互、人机交互,发展到如今的人“人”交互,虚拟数字人有望成为金融数字化转型的新引擎。

近期,多家银行在打造数字员工方面取得新突破。百信银行App上线了行业首个数字人直播服务;广发银行官宣其首位数字员工上线并开启了有奖征名活动……

据麦肯锡编制发布的《数字化劳动力——全力激活人效,助力企业行稳致远》白皮书分析,到2030年,数字化劳动力将形成一片价值1.73万亿元的蓝海。

在此背景下,数字员工如何突破IP形象“噱头”,真正为行业带来有效价值成为金融机构破解的课题之一。



视觉中国/图

成本,也能够通过机器学习、模型更新、算法升级、系统连接等技术手段,保障服务的高效性、精确度。另一方面,数字员工的应用和普及有效提升了用户体验,是商业银行坚持“以客户为中心”经营理念的重要路径。从交互方式来看,数字人技术包含了AR、VR、投影等技术的综合体,通过画面、音频等多项感知技术扩展人机交互方式,为用户营造基于真实社会的虚拟世界,同时也形成了更加温馨的沉浸式交互体验;从服务内容来看,数字员工能够通过大数据技术丰富和创新服务内容,充分发挥银行的数据资源禀赋优势;从服务质量来看,数字人技术能够为客户提供差异化服务,满足客户的个性化需求,达到精准高效的服务效果。”刘晨表示。

江苏苏宁银行金融科技高级研究员孙扬告诉记者:“银行布局数字员工,可以降低运营成本,提升对客户的全天候服务水平,通过数字员工让银行服务更好地融入蓬勃发展的数字经济环境。数字员工可以在客户服务、财富顾问、贷后管理、运营管理等领域帮助银行实现数字化。”

“从目前应用来看,数字员工已经广泛应用于智能营销、智能客服、数字风控、业务培训等领域,部分银行实现了由数字员工独立参与交易场景的自助应答、业务办理等全流程服务,形成从应用场景到业务交易办理之间的闭环。此外,有银行在积极探索数字员工的其他创新应用方式,例如在党建工作、创新研究、文化建设等场景进行试点。”刘晨表示。

## 以用户需求为导向

商业银行应整合银行专属数据库资源,通过元宇宙技术推动更多应用场景开放,优化客户在虚拟环境中与虚拟人物的交互体验。

整体来看,数字员工目前在银行业务场景覆盖广阔,但参与程度有待深化,应用的网点大多还处于试运营阶段。未来,随着技术进步和成本降低,数字员工可以更加深入地参与到银行业发展中。

刘晨认为,当前银行数字员工发展面临的挑战主要有三点:

一是客户整体体验仍有待提升。目前智能客服和智能营销领域的数字员工服务内容相对范式化, AI技术框架和语料库的单一,导致数字员工只能面对较为简单的环境、解决较为基础的问题,在场景切换或面对多轮对话时可能出现答非所问或陷入死循环的情况,制约用户体验。事实上,新型渲染等技术的出现让数字员工皮肤纹理相对真实,突破了物理层面的“恐怖谷效应”,但是如果交互体验始终与真人存在明显差异,可能进一步引发心理方面的“恐怖谷效应”。

二是技术应用成本高企。虽然数字员工的应用能够创造规模收益,但是商业银行提供金融服务渠道众多,不同渠道涉及的软硬件平台及性能差异巨大,目前缺乏统一的技术方案能够综合满足跨平台技术需求。同时,自主研发可能面临高昂的成本投入,与第三方合作可能面临数据泄露风险,数字员工深入推广普及能否取得预期收益也存在较大不确定因素。

三是可能引发部分社会和法律问题。智能算法持续优化下,数字员工迈入“强智能”阶段,是否会具备某种价值、伦理倾向仍需关注;数字员工的广泛使用可能导致失业问题,对生产生活产生一定冲击;目前对于数字员工和人类之间的法律关系尚未清晰界定,配套公共管理办法也存在空白。

孙扬表示:“银行数字员工赖以存在的数据基础还比较薄弱,银行部分现有业务流程数字化程度还比较低,数字员工在监管合规方

面还有待更加完善。银行需要不断提升数据基础建设水平,推动业务全流程数字化水平,扩大人工智能技术在业务中的应用范围,要增加语音、视频等拟人化的水平,在数字员工开发中引入监管合规考量。此外,银行数字员工的建设要成体系地规划和发展。”

因此,金融机构也在持续创新实践,探索行业痛点的破解之道。

例如,在对数字员工的具体应用场景研究过程中,平安银行发现当下虚拟数字人的在线应用存在一定的局限性,如并发限制、实时方案系统复杂维护成本高、网络延迟、带宽限制、安全性等。为解决上述问题,该行研发了离线实时混合方案,并正式投入使用。通过离线、实时视频流自动切换,网点CTM设备、“平安数字口袋”手机App、大屏分辨率自适应,实现高并发场景下用户体验不受影响,避免了网络延迟和带宽限制等问题,从而使虚拟数字人扩大应用范围。同时,混合方案中视频生成使用的语料均经过人工审核,确保不包含客户敏感信息,且视频生成后数字人交互仅与银行服务连接,缩小了网络攻击的覆盖范围,提高了服务的安全及稳定性。

对于银行而言,良好的虚拟数字人形象不仅可以有效提升用户的好感度,增强用户互动的兴趣,也在一定程度上代表了商业银行的对外形象,是商业银行的专属IP。

因此,刘晨认为:“数字员工设计开发的根本宗旨是要以用户需求为导向。商业银行应当结合业务优势,充分考虑用户需求,整合银行专属数据库资源,同时提升虚拟人的交互性,注重实时渲染、光学捕捉、三维重建、智能人机交互等新兴技术与自然语言处理、语音识别、计算机视觉等人工智能底层技术研究和应用,通过元宇宙技术推动更多应用场景开放,优化客户在虚拟环境中与虚拟人物的交互体验。”

# 手机银行再升级 释放财富管理新势能

## AI赋能财富管理

本报记者 张漫游  
北京报道

近年来,财富效应推动客户投资理财需求提升,商业银行等金融机构积极发力财富管理。作为主要触客渠道,手机银行正在加速布局财富管理平台,提升用户体验,构建场景服务。

日前,交通银行(601328.SH)、光大银行(601818.SH)、民生银行(600016.SH)等银行的手机银行再次升级,财富管理板块升级成为重点之一。

《中国经营报》记者梳理发现,本轮手机银行财富管理板块的升级突出了“以客户为中心”和数字化赋能。业内人士认为,后续手机银行升级的方向是以数字化提升用户体验。

江苏苏宁银行金融科技高级研究员孙扬总结称,近期手机银行升级,不单一强调线上化,而是突出“人+数字化”的概念,同时推动财富管理服务的线上线下融合,让财富管理能力能够赋能客户经理服务好客户。

以交通银行为例,近日该行推出个人手机银行8.0版本,以借助金融科技手段更好地满足客户多层次的财富管理需求。交通银行网金部总经理李肇宁告诉记者,该行在2022年7.0版本推出“金融频道”的基础上,8.0版本把“为客户创造价值”放在了更重要的位置,深入打造财富金融、普惠金融特色,为客户提供全方位一站式智慧金融服务,满足客户越来越多元化和个性化的财富管理

需求。

民生银行手机银行8.0版本在财富管理板块进行了五方面创新:一是打造全新的资讯频道,构建“热点、财富、宏观、科技、生活”五大资讯服务,提供内容标签引导,方便客户快速查找自己喜欢的资讯;二是优化跨境金融专区,清晰呈现了跨境金融12个核心产品,提供外币存款、外币理财、外币牌价等外币服务,为客户提供一站式跨境金融服务;三是升级民生磐石专区,布局旗舰产品,打造磐石专栏,充分发挥专业优势,为客户严选多样化的产品,支持随心挑选绩优经理,助力客户降低投资风险,将优选理念深入人心;四是推出产品自选功能,打造投资理财“购物车”服务,通过产品自选功能,客户可灵活使

用资金,选择更适合自己的财富产品;五是提供全面的产品解读,整合专业公司的陪伴服务资源,在各类财富产品的详情、持仓等页面展示产品解读、趋势分析等内容,让客户购买和赎回产品都有据可依。

日前光大银行推出了手机银行App 11.0版本,对“首页”“看点”“财富”“活动”“我的”这五大主页全面焕新升级。其中在财富方面,光大银行扩容财富产品货架,升级数字化服务能力,并推出“收益账单”“账本”服务,让投资者全面了解自身财富投资情况。

中国金融认证中心(CFCA)日前发布的《2023中国数字金融调查报告》指出,随着金融服务需求多样化,用户不再仅仅是为了办理业务而选择打开手机银行,还会浏览

其他功能,使用习惯更灵活,其中超六成用户使用过生活服务,其次是理财业务。各类新型业务的推出,有效提升了用户的使用黏性。

“近期手机银行升级提升了AI技术的应用,包括基于AI生成基金产品解读、基于AI对客户持仓分析和提出建议等。”孙扬表示。

李肇宁介绍,在投资理财方面,交通银行个人手机银行8.0版本依托AI大数据能力,深入投资全旅程,提供丰富、好用的投资工具。比如在投前选品环节,通过海量信息中提炼出多维度视角,推出维度丰富的基金大数据榜单,并将榜单结果渗透到产品解读中,助力客户进行投资决策。在投后管理环节,通过多维度数据透视和诊断分析,对客户整体持仓基金进行

全方位扫描,提供配置优化建议,帮助客户实现科学持仓。此外,8.0版本还通过优化AI算法,进一步提升了资产持仓和收藏产品的行情监控和异动提醒能力,帮助客户时刻把握财富动向。

“手机银行作为银行业务全面数字化转型的主要阵地,承担着商业银行构建智慧金融平台的核心职能。在数字化转型背景下,手机银行正朝着从1到N的智能化、平台化和生态化方向发展,这也是各银行重视手机银行的客户体验与数字化经营的原因。”易观分析金融行业高级咨询顾问苏筱芮表示,当前各家银行数字生态“战役”已经打响,手机银行在版本迭代中持续升级,是银行根据市场需求不断完善服务和加强数字化竞争力的重要表现。

## 财富管理板块仍有优化空间

谈及近年来财富管理板块成为手机银行升级的重点领域的原因,孙扬认为,财富管理是目前商业银行的新型业务,是重要的增长点,也是客户选择银行服务的重要参考维度。“随着银行息差收入增长率达到瓶颈,增加以财富管理为主要产品的非息收入,成为商业银行的重要战略,因为增加以财富管理为主要产品的非息收入,可以增大商业银行的中间业务收入,增强抗周期的能力,也可以增大轻资本业务的比重,减轻资本方面的压力。”

中国电子银行网联合贝塔数据发布《AIGC时代 手机银行财富管理能力建设白皮书》就目前各家手机银

行的发展现状进行展望,称财富管理板块仍有较大的优化空间。具体来看,产品教育体验待优化,目前存在产品基础数据和信息缺失、产品货架搭建智能化不足、产品购买旅程有断点等问题;策略及陪伴支持待优化,现在投教形式化,存在难懂和枯燥是两大痛点;缺少投后陪伴,部分手机银行搭建和运营的思路均是以产品为出发点,手机银行沦为带货的工具;客群差异化考虑待优化,如今养老场景建设日益迫切,Z世代用户的个性化需求有待满足。

苏筱芮认为,未来手机银行App在精细化运营层面有两个重要思路:一是围绕银行常用功能进行增减迭代、打造差异化竞争优势;二是聚焦手机银行用户体验,可以

通过与外部专业第三方机构进行合作,助力银行实现“以客户为中心”的数字化运营转型发展。

李肇宁表示,未来手机银行升级有以下几个方向:

一是提升数字化客户服务体验。重点提升支付和账户管理核心功能,运用AI能力、音视频能力等推动常用功能化繁就简,增强交互式、陪伴式服务。同时利用数据洞察能力,打通流程断点和堵点,提升客户服务体验。

二是优化数字化客户服务能力。持续提升房、车金融场景的移动端化、数字化能力,进一步丰富民生、政务类服务,切实增强网络金融服

务的便利性和可得性。

三是强化数字化风险管理能力。强化线上业务智能化风控体系,运用大数据、机器学习、知识图谱等技术实施智能预警,增强对开户、转账、营销活动等风险的实时识别预警拦截能力,全力守好人民群众钱袋子。

四是深化数字化渠道协同服务。通过断点续接、伴随服务等协同手段打通渠道壁垒,整合渠道资源,持续丰富“线上预约、线下办理”应用场景,打造无边界的全渠道金融服务能力。运用跨渠道数据完善客户标签,发掘服务线索并有效应用,通过数据驱动智慧化协同服务。

# 公共数据市场化配置加速 农商银行积极提升“用数”能力

本报记者 郭建杭  
北京报道

随着数据要素市场化配置改革加速,多个地区推动公共数据赋能实体经济的步伐也在加快。与此同时,多地农商银行紧抓时机,加强自身数据资产管理水平,提升数据治理能力,以便更好地应用公共数据服务金融场景。

今年下半年以来,多地开展公共数据授权运营,数据资源开放提速。近期,农村金融机构作为数据的需求方纷纷参与到各地公共数据开放工作中。公开信息显示,11月20日,内蒙古包头市医疗健康数据工作专班组织应用场景调研座谈会,围绕金融企业在公共数据方面需求展开讨论,关注金融行业对数据要素市场的需求,推动数据供给与需求有效衔接。其中,内蒙古包头市南郊农村信用联社股份有限公司参与座谈;11月25日,福建省泉州市普惠金融数据治理中心揭牌,同时,福建省农村信用社联合社泉州审计中心与泉州市数字泉州建设办公室签订战略合作框架协议,旨在进一步深化政银合作。依托泉州市普惠金融数据治理中心,双方将合力探索大数据金融应用场景。

《中国经营报》记者在采访中了解到,多个地区的农信联社不断提升数据治理质效,并且已经初步具备了数据管理的基础能力。

## 对公共数据需求旺盛

在公共数据开放链条中,农村金融机构作为数据需求方和开发利用方,此前已经通过多种方式参与到与政府部门、公共服务部门、行业协会等各方的数据连接工作中。

当前,银行机构已经成为公共数据的主要需求方。《2023公共数据金融应用白皮书》显示,在上海大数据普惠金融应用2.0版本的33家试点金融机构中,有27家金融机构为银行,其占比超过80%。事实上,银行的参与推动了公共数据在金融行业更广泛的应用,如在信用评估、贷款审批、资产管理等关键环节的应用,提高了金融服务的效率和质量。

在银行机构中,农村金融机构对于数据的需求程度向来较高。华控清交信息科技(北京)有限公司高级研究员张嘉熙指出:“截至2023年8月,我国已有226个省级和城市的地方政府上线了数据开放平台。其中,大部分开放给了农商银行。”

多个省份政务服务管理局领导的公开谈话中都表示,在数据要素市场开放后,“将重点围绕推动高质量发展,聚焦服务实体经济的需求,推动数据供给与需求有效衔接。其中,内蒙古包头市南郊农村信用联社股份有限公司参与座谈;11月25日,福建省泉州市普惠金融数据治理中心揭牌,同时,福建省农村信用社联合社泉州审计中心与泉州市数字泉州建设办公室签订战略合作框架协议,旨在进一步深化政银合作。依托泉州市普惠金融数据治理中心,双方将合力探索大数据金融应用场景。

《中国经营报》记者在采访中了解到,多个地区的农信联社不断提升数据治理质效,并且已经初步具备了数据管理的基础能力。

招商证券在11月29日的数据

济。”在具体业务中,农村金融机构通过服务实体经济,能够同时连接多个金融场景。

在公共数据开放链条中,农村金融机构作为数据需求方和开发利用方,此前已经通过多种方式参与到与政府部门、公共服务部门、行业协会等各方的数据连接工作中。在此基础上,农村金融机构围绕获得的政府采购数据、工商税务数据以及海关数据等进行信贷产品的开发,开发出诸如政采贷、公积金E贷、纳税易贷、关税E贷等多个信贷产品,为企业和个人的金融需求创造了便利条件。

今年以来,多个省市公布了公共数据管理的相关条例,上海市更是率先成立了上海数据交易所,公共数据高质量开放持续加速。农村金融机构如何将公共服务数据更进一步地用于市场化资源配置?农村金融机构又该如何让融资企业真正享受到数据要素开放所带来的业务价值?种种问题,

都成为摆在农村金融机构面前的“考题”。

记者了解到,农商银行在应用政府公共数据方面已有颇多进展。

近期,部分省份的农商银行纷纷积极推广由政府主导开设的综合融资服务平台。如山西省内的各农商银行在近半年的工作中,都在推广“三晋贷款码”融资服务平台,通过整合政务类公共数据资源,搭建以大数据技术为支撑的全省统一的融资服务平台,提升金融机构的服务效率和政府机关的服务效能。据了解,该融资服务平台重点聚焦于普惠金融信贷产品,为全省小微企业和个体工商户提供融资服务。不仅如此,在一些中型城市中,如济南市在近期推出的“泉融通”综合融资服务平台上,也有多家金融机构入驻。11月27日济南市政府公布的数据显示,“泉融通”综合融资服务平台上已入驻92家金融机构。



数据来源:《2023公共数据金融应用白皮书》

某数据交易所高管人士告诉记者,目前在金融领域的数据产品中,公共数据应用产品占比在50%~60%。当前,数据产品在银行业机构中的应用主要有两个方

## 提升数据治理能力

具体来看,农信社在数据治理方面存在数据治理顶层设计缺失、组织架构与制度体系不完善、数据质量低且历史数据问题突出、数据应用的技术支撑不足等几个方面。

随着未来海量公共数据的开放,农村金融机构该如何在海量数据中挖掘出有效数据?农村金融机构又该如何判断数据的价值?

上述数据交易所高管人士告诉记者:“对于数据价值的判断,需要考虑数据的完整度和数据获取的范围。甚至时间点等要素,在某种程度上都会影响数据的价值。不过,判断数据价值首先要基于应用场景来看。使用数据在金融场景里产生的价值越高,数据产品的价格也越高。例如在普惠金融的风控场景下,应用数据产品对风险的识别率高,准确率上升,最终降低了信贷风险,降低了机构的成本,那么这类数据产品的价格就会较高。”

要素专题报告中指出,金融机构应用公共数据主要通过公共数据增强风险管理、信用评估和市场分析的能力。该专题报告中提出:“以场景驱动的运营模式对数据流通有更强的提质增效,可作为未来公共数据运营价值创造的风向标。从理论上看,数据价值的发挥主要是在应用端,而应用端是根据使用场景来驱动的。”

对于目前农村金融机构的数据治理现状,某农信联社信息部人士告诉记者,部分农信机构在发展初期的信息系统建设较为滞后,各部门数据独立存在,形成“数据孤岛”。同时,这些农信机构在发展初期对数据管理不规范,对数据质量把控不严,导致历史数据质量问题较为突出。此外,由于缺乏大数据平台等基础

设施,跨部门、跨业务的内外部数据难以进行统筹汇聚、融合管理,导致农信系统的数据应用工作长期停留在满足监管数据报送层面,数据应用不深入。

从此前监管对农信机构的处罚中也可以看到,部分农商银行在数据治理方面存在的问题。

2023年第二季度的银行处罚情况显示,在农商银行被处罚的缘由中,“数据治理与报送”排在第三位,仅次于“贷款业务”和“内控管理”。其中,报表数据与事实不符是最主要的事由。

河北省联社首席信息官郭光认为,与国有大型银行和股份制商业银行相比,农信社信息科技发展起步较晚,基础较为薄弱,近年来虽然通过加大科技投入、积极提升信息科技软硬件水平、借

鉴同业先进经验等举措在数据治理能力方面实现了突破,但距离现代化金融对信息科技应用水平的需求还有一定差距。农信社在数据治理方面任重道远,具体来看,存在数据治理顶层设计缺失、组织架构与制度体系不完善、数据质量低且历史数据问题突出、数据应用的技术支撑不足等几个方面。在具体实践中,数据治理工作存在业务条线与科技或数据条线配合度低、权责不清、跨部门沟通成本高、决策链冗长等问题。

对于如何更好地提升数据治理能力,以便做好准备未来更好地应用公共数据来服务用户等问题,部分农信社人士在采访中表示,建立“数业协作”机制是关键。

广西壮族自治区农村信用社联合社(以下简称“广西农信社”)

数据管理部总经理李冬泳指出,数据治理标准先行,但数据标准并非一成不变,须随着业务的发展和变化进行调整优化,并将标准落地到实际业务中。构建多层次、互衔接的数据流通机制,保障数据应用、共享、开放各环节的畅通,促进内外部数据融合应用,将资金业务流、数据信息流与乡村产业链结合,实现“双链联动”和“双向赋能”,以“产业互联网”思维探索创新助力乡村产业振兴。

公开信息显示,广西农信社创新建立并上线运行了“桂数耘”金融数据标准共享平台,以涉农数据标准化为基石,围绕数据“采、建、管、用”推进数据治理与管理,建立数据采集、传输、存储、处理、使用、删除、销毁等于一体的全生命周期管理机制。

# PPP新风向:存量项目可申请专项债 优先民企参与

本报记者 石健 北京报道

近日,国务院办公厅转发了国家发展改革委、财政部《关于规范实施政府和社会资本合作新机制的指导意见》(以下简称

## 项目重启

根据财政部项目库信息,自2014年正式引入我国后,PPP模式展现出了蓬勃的生命力,并对我国基础设施建设起到了积极促进作用,2016年至2017年纳入项目库的PPP项目数量和投资金额呈快速增长趋势。为了防控地方债务风险,确保财政可持续性,财政部将PPP支出责任纳入监控体系,严控财政承受能力10%的红线,即每一年度地方PPP项目需要从预算中安排的支出责任,占一般公共预算支出比例应当不超过10%,对占比7%至10%的地区进行风险提示,对超过10%的地区暂停新PPP项目入库。2018年至2019年,入库项目数量和投资金额出现下降,2020年以来呈小幅增长趋势,增速明显放缓。截至2022年末,全国已落地PPP项目1.4万个,投资总额20.9万亿元。

目前PPP项目主要分为三类,政府付费类、可行性缺口补助类和使用者付费类。截至2023年2月,三类项目总投资额占比分别为20%、67%和13%。

云南一家城投公司负责PPP项目的负责人介绍说,从地域来看,中西部省份更多使用PPP模式。“东部地区更热衷政策性开发性金融工作,但是中西部地区则在PPP项目投资更多。”该负责人表示。

正如该负责人所言,数据显

示,贵州、四川、河南位列全国PPP项目累计投资额前三位,云南、广西、河北、新疆等吸引PPP项目投资总额也位居全国前列。

不过,从今年2月全国PPP项目清理核查以来,财政部PPP项目管理库已经暂停入库8个多月。根据《关于2022年中央预算执行和其他财政收支的审计工作报告》披露,PPP项目存在入库环节审核不严、履约环节不尽诚信、建设运营环节不当推责揽责等问题。

对此,知情人士表示,暂停入库有出于防范新增隐性债务风险的考虑。如湖南省审计报告,就提出存在异化PPP模式问题,“省属国有企业参与PPP项目成为市县人民政府融资渠道,增加隐性债务风险”。对于清理核查前已完成招标采购程序的政府付费类及可行性缺口补助类存量项目,建设运营或面临一定制约。

闫彦明告诉《中国经营报》记者,伴随《意见》出台落地,PPP项目入库将正式重启。值得注意的是,近期,已经有地方通过发行新增专项债用于支持PPP项目建设。10月下旬,中国债券信息披露的2023年内蒙古自治区政府专项债券(十五期)中,有5个项目为PPP项目,项目投向领域包括市政建设、文化旅游、生态环保、交通运输等。对

成招标采购程序的项目以及后续新实施的项目,均应按照新规执行。

中诚信国际研究院研究员闫彦明在接受《中国经营报》记者采访时表示,伴随《意见》出台落地,

PPP项目入库将正式重启。记者注意到,此次《意见》的发布,不仅利好城投公司,就“优先选择民营企业参与”来看,还有利于促进国企和民企强强联合,实现技术、管理、合同等方面创新。

此,闫彦明分析称,后续或有更多省份进行相关探索。

闫彦明认为,符合条件的存量未开工PPP项目申请专项债资金,有利于减轻项目资金到位压力,加快推动开工建设、正常运营,同时也在一定程度上有助于缓解专项债资金闲置、挪用等问题,对于提高项目运营效率、提升专项债资金使用效率、支撑基建投资具有积极意义,但同时需关注项目收益质量和社会资本角色转换问题。

事实上,PPP模式和专项债是两种不同的投资模式。现行规定下,PPP项目申请专项债资金后将成为专项债项目,不再具有PPP性质,社会资本方也可能顺势成为专项债项目承建主体。专项债项目要求具有一定收益,而可行性缺口补助PPP项目收益相对使用者付费项目较低。不过,闫彦明提示,各地在申请专项债支持PPP项目时需谨慎评估项目收益能力,严格落实专项债“具有一定收益”的要求,防范项目收益不及预期风险。同时,还需关注社会资本方的角色转换问题,警惕由原“风险共担、收益共享”机制转变带来的潜在风险。

今年以来,不少城投公司通过获取特许经营权的方式来实现盘活资产、扩大经营。此次《意

见》中也提到了如何选择特许经营者的办法。项目实施机构应根据经批准的特许经营方案,通过公开竞争方式依法依规选择特许经营者。应将项目运营方案、收费标准、特许经营期限等作为选择特许经营者的评定标准,并高度关注其项目管理经验、专业运营能力、企业综合实力、信用评级状况。

对此,东部一家城投公司负责人告诉记者:“《意见》对特许经营进行了规范,比如提到了专业运营能力和信用评级状况,这也意味着城投在获取特许经营将更加规范,而不是依靠政府背书等形式获取。同时,也会促进城投走向市场化,只有自身在市场上具备一定的竞争力,才能够获取特许经营权。”

此外,《意见》还规定,选定的特许经营者及其投融资、建设责任原则上不得调整,确需调整的应重新履行特许经营者选择程序。根据国家有关规定和项目建设投资、运营成本、投资回收年限等,合理确定特许经营期限,充分保障特许经营者合法权益。特许经营期限原则上不超过40年,投资规模大、回报周期长的特许经营项目可以根据实际情况适当延长,法律法规另有规定的除外。

## 撬动社会资本

闫彦明表示,《意见》提到,新机制将聚焦使用者付费项目、全部采取特许经营模式、优先选择民营企业参与,并强调“不得通过可行性缺口补助、承诺保底收益率、可用性付费等任何方式,使用财政资金弥补项目建设和运营成本”,此举旨在鼓励民营企业参与,推动PPP模式回归本源,切实发挥撬动社会资本作用。

对于PPP项目要优先选择民营企业参与,不少行业人士认为这是《意见》的一大亮点,明确提出要坚持初衷、回归本源,最大程度鼓励民营企业参与政府和社会资本合作新建(含改扩建)项目,并制定了《支持民营企业参与的特许经营新建(含改扩建)项目清单(2023年版)》。《意见》具体提到,市场化程度较高、公共属性较弱的项目,应由民营企业独资或控股;关系国计民生、公共属性较强的项目,民营企业股权占比原则上不低于35%;少数涉及国家安全、公共属性强且具有自然垄断属性的项目,应积极创造条件、支持民营企业参与。对清单所列领域以外的政府和社会资本合作项目,可积极鼓励民营企业参与。外商投资企业参与政府和社会资本合作项目按照外商投资管理有关要求并参照上述规定执行。

记者注意到,最近,有多项政策提出要支持民营企业发展,如中国人民银行等八部门联合印发《关于强化金融支持举措助力民营经济发展壮大的通

知》,其中提到对民营企业金融方面的支持。无论是在产业层面还是从金融层面,政策层面均对民营企业给予了支持。

对于为什么优先民企参与,或与PPP项目投资增速放缓有关。从PPP项目成交情况看,2018年至2021年,国内PPP项目成交数量及规模连续4年下滑。从PPP在库项目看,自2017年财政部开始对PPP项目库持续加强管理,集中清理以后,财政部PPP在库项目数量及累计投资金额的同比增长率已分别从2017年初的69.86%、65.44%降低至2022年末的3.3%和1.6%。有分析认为,PPP走入低谷的原因,则在于商业可持续性弱、存量资产盘活困难、地方政府履约不力及融资约束等多方面。

“比如县域城投公司,一般都会参与所在区域的市政、水利、环保等项目,但由于这些项目属于非营利性,PPP项目的回报率较低,甚至需要依赖政府补贴才能维持经营。”谈到PPP项目现状,河北一家县域城投公司负责人直言,“未来,民营企业参与进来之后,可以实现优势互补,甚至可以实现商业模式的创新,实现双赢。现在很多城投公司提出要智慧赋能,比如很多城投公司都在承接固废资源化类项目,这类项目需要较高的技术和管理支撑,不少城投公司会出现专业缺位的情况,但通过民营企业的加入,就会实现技术攻关,实现跨领域合作。”

# 分级管理促专业提升 300万保险代理人再临优化

本报记者 陈晶晶 北京报道

近300万人身险行业保险代理人站在了大变革风口。近日,酝酿已久的保险代理人分级管理制度建设向前迈出了实质性步伐。

继今年9月国家金融监督管理总局发布《保险销售行为管理办法》(以下简称“《管理办法》”)并明确产品分类、销售人员分级之后,《中国经营报》记者从业内采访获悉,中国保险行业协会(以下简称“行业协会”)已面向部分保险公司发布了《个人保险代理人销售能力资质等级标准(人身保险方向)(讨论稿)》(以下简称“《等级标准(讨论稿)》”)。这意味着,代理人分级管理大幕即将正式拉开。

实际上,近几年来,一些头部险

## 提高门槛:拟划分四大等级

本次《等级标准(讨论稿)》对保险代理人实行分级管理可以理解为恢复此前从业资格考试,旨在提高保险销售人员门槛。

据了解,为全面提升保险销售从业人员(以下简称“销售人员”)专业能力和职业素养,建立健全销售人员销售能力资质分级体系制度规则,在国家金融监督管理总局的指导下,行业协会研究起草了《等级标准(讨论稿)》,将个人保险代理人能力等级划分为四级,从低到高依次分别为四级(初级)、三级(中级)、二级(高级)、一级(特级)。综合各等级要求,对相应级别的个人保险代理人建立职业画像。

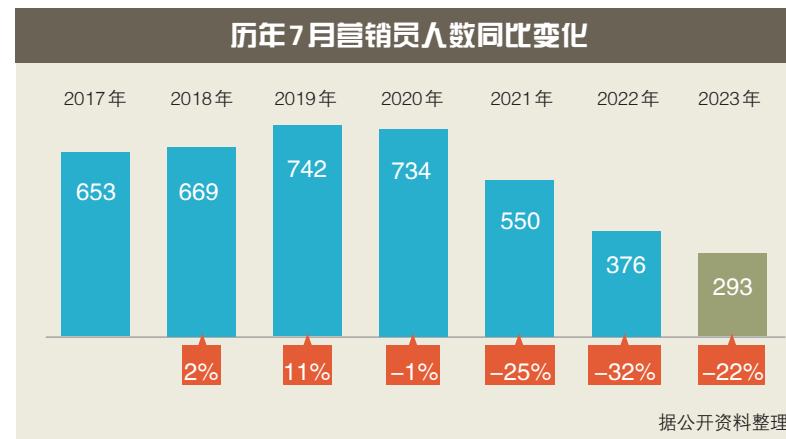
具体来看,四级,也就是初级,需要具备基础保险知识和专业技能,能在指导下以产品为导向开展保险销售业务,协助订立保险合同及提供相应的客户服务。

三级,即中级,具备丰富的保险专业知识和基础金融专业知识,能识别评估客户个人和家庭的各类风险、启发客户保险需求,熟练掌握保险销售专业技能,独立开展保险销售业务并产生持续稳定绩效。

二级为高级,具备全面深入的保险专业知识和丰富的金融专业知识,能从财富管理的角度分析客户面临的风险并启发保险需求,精通保险销售专业技能,能指导低级别

企已经率先进行了代理人队伍的“清虚”工作,更加重视培育和留存,提升代理人的专业水平。最新行业交流数据显示,截至2023年7月,人身险公司约有293万名代理人,相较高峰期的上千万人下降近700万人。

业内人士表示,此次推动代理人分级管理,旨在建立保险代理人分级销售体系的行业规范,有利于提升代理人专业水平和社会形象,长期来看利好保险行业健康发展。



人员开展保险销售业务,绩效水平良好。

一级是特级,需要具备全面的金融专业知识,同时精通各项专业技能,能组织团队培训和销售管理,能合规开展非保险金融业务,能分析评估客户需求,设计财富管理方案并协助执行,绩效水平优秀。

《等级标准(讨论稿)》还规定,各能力等级的申请应当具备一定的申报条件,包括综合学历、从业年限、诚信记录等基础要素,符合条件的个人保险代理人可以直接申请三级,三级以上则需要逐级取得。并且四级(初级)和三级(中级)的鉴定方式以考试为主,而二级(高级)和一级(特级)的鉴定方式是考试与综合评审相结合。

一位保险中介公司高管对记者表示分析表示,“本次《等级标准(讨论稿)》对保险代理人实行分级管理可以理解为恢复此前从业资格考试,旨在提高保险销售人员门槛,让专业的人做专业的事。曾经‘只要是个喘气的都能卖保险’等鱼龙混杂的现象,以后应该不会再出现了。”

## 形成六项能力:真正重视客户需求

以后不管是将保险代理人销售资质与学历、从业年限、培训学时、专业知识相关联,还是根据销售能力实行差别授权,均意在引导代理人群体从销售导向转向以客户为中心。

需要注意的是,《等级标准(讨论稿)》主要是根据《管理办法》来制定的,与其内容和方向一致。《管理办法》明确规定保险公司、保险中介机构应当支持行业自律组织发挥优势推动保险销售人员销售能力分级工作,在行业自律组织制定的销售能力分级框架下,

售能力资质实行差别授权,明确所属各等级保险销售人员可以销售的保险产品。

这就意味着,对代理人销售能力进行分级,还要与保险产品分级管理制度相衔接,区分销售能力资质从而实行差别授权保险产品。例如初等级的代理人可销售的保险产品范围小,且产品相对简单、风险相对较低;而等级高的代理人可以销售分红险、万能险、投连险等相对复杂的保险产品。

值得一提的是,《等级标准(讨论稿)》明确,个人保险代理人独立完成人身保险销售工作应当具备的主要专业能力,包括客户发展能力(建立、维护良好客户关系的能力)、需求分析能力(收集、识别和分析客户需求的能力)、保险规划能力(制定全面、合理、可行的保险方案并协助实施的能力)、客户服务能力(为客户提供售后服务的能力)、财富管理能力(为客户提供财富规划、投资管理和风险控制的能力)以及业务指导能力(培训、教育以及指导他人或团队开展保险销售业务的能力)等六项。

据保险协会相关人士介绍,推动保险代理人销售技能发生三

大转变是《等级标准(讨论稿)》基本思路之一,包括以保险产品为核心的销售向以客户需求为核心的顾问式营销转变,由保险推销向全生命周期的风险管理服务转变,由保险规划向全面的财富管理服务转变。

一些保险公司高管向记者分析,以后不管是将保险代理人销售资质与学历、从业年限、培训学时、专业知识相关联,还是根据销售能力实行差别授权,均意在引导代理人群体从销售导向转向以客户为中心。

而《等级标准(讨论稿)》也多次强调,保险代理人要以客户为中心:以客户为中心,识别分析客户及家庭的人身和财产风险,聚焦五大核心需求,注重风险评估、需求分析和方案设计能力建设,能为客户提供全生命周期的保险规划、风险与财富管理服务。

实际上,保险消费者也更在意保险营销员是否从自身需求角度出发制定保险计划。此前在波士顿咨询做过的保险客户调研中,当问客户喜欢什么样的营销员时,中各线城市的客户均普遍提及的首要特征包括“客观实在、产品服

务优缺点如实相告”“最懂客户需求”“服务意识好”等。

近年来,多家保险公司针对客户需求,亦推出了高质量保险代理人团队,如平安人寿的“平安最具价值保险代理人(MVP)”、人保寿险的保险财富规划师(IWP)、前海人寿的医养规划师(HECP)队伍等。

11月14日,北京大学汇丰商学院风险管理与保险研究中心、保险行销集团保险资讯研究发展中心联合发布的《2023中国保险中介市场生态白皮书》(以下简称“《白皮书》”)显示,随着竞争加剧,多元化发展正成为提升业绩的新方式,随之而来的必然是对保险营销员业务能力精进的要求。在保险市场高速发展阶段,客户成为关键。而在保险市场走过粗放增长阶段,竞争趋于饱和、经营趋于精细化时,最重要的能力就是认识客户需求、精准服务。由于保险产品的复杂性,客户甚至不完全清楚自身需求。引导客户走出迷雾,找到最适合的解决方案,是对营销员专业技能极高的、综合性的考验,这也是营销员独特的竞争优势所在。

司一方面推出“优增”计划,在年龄、前份工作经历、学历等方面提升增员标准,不断通过存量置换来改善代理人队伍结构;另一方面,推出高品质代理人专项计划,希望通过搭建这类代理人队伍带来新的业绩增量。如平安人寿持续升级“优+”政策,引导以优增优,2022年新增人力中“优+”占比同比提升14.1个百分点。

业内人士普遍表示,代理人队伍中人员质量的提升,有助于增强保险行业的规范性、提升保险行业代理人职业的社会认可度,最终有利于保险行业健康发展。

# 财富管理紧盯高净值人群 险企抢设“家族办公室”

本报记者 陈晶晶 北京报道

作为全球第二大财富管理市场,中国超高净值客群体量增长迅速,需求日益多元,这也推动家族办公室行业迎来腾飞的窗口。《2022意才·胡润财富报告》显示,中国未来10年,将有19万亿元财富传给下一代,未来20年,将有51万亿元财富传给下一代,未来30年,传给下一代的财富则接近100

万亿元。这一系列数字,给家族办公室带来了无限的想象空间。

《中国经营报》记者注意到,已有越来越多的保险公司和保险从业者选择了“家族办公室”这种财富管理形态作为服务高净值人群的方式。

近日,记者从大家人寿保险股份有限公司(以下简称“大家人寿”)获悉,大家人寿已新成立家族办公室孵化中心,计划用2年至

3年时间孵化出一批高质量、以客户需求为中心的家族办公室合伙人,逐步在北京、上海、广州、深圳等一线城市布局,利用3年至5年时间,孵化出100个多元化的中国式特色家族办公室。

在此之前,如中信保诚人寿保险有限公司(以下简称“中信保诚人寿”)、中宏人寿保险有限公司(以下简称“中宏人寿”)、太平人寿保险有限公司等机构已推出

了家族办公室,为用户提供财富管理、家族信托、法税咨询、教育规划等服务。此外,保险中介机构也在2023年布局家族办公室,如泛华保险销售服务集团推出高端业务品牌“泛华家族办公室”,同期,立足粤港澳大湾区,泛华广东公司还启动了“泛华(湾区)家族办公室”。

这不禁让人思考,险企“一拥而上”的底气是什么?

“保险公司内嵌式家族办公室里存在两个分支,一个是保险公司类家族办公室,另一类是保险中介类家族办公室。对于这两种类型而言,保险公司类家族办公室得益于自身平台的规模,在提供家族办公室服务的时候会存在一个标准化的模式,服务核心依旧是围绕保险公司的产品开展的,非保险类项目的提供更多是起到一个维持高净值客户存量、增加黏度的作用。而对于保险中介类平台,更多的是提供服务,相对来说有更大的自由度,在为高净值客户提供服务的时候能更多考虑到客户的个性化需求而提供有针对性的提供方案。”上述《报告》显示。

据记者了解,在模式方面,保险公司家族办公室平台专门设立了“1+N”模式,即1位高净值客户,对接1位咨询顾问或保险代理人,搭配保险金信托服务、法律咨询、税务筹划、高端医疗、高端艺术品投资等领域来自外部专业机构团队服务,即通过保险代理人

或咨询顾问将高净值人群财富管理需求迅速高效“传递”给外部专业机构团队去执行。

大家人寿家族办公室孵化中心(以下简称“大家人寿孵化中心”)总经理邓含珠介绍称,目前大家人寿孵化中心已初步构建“传承服务、法税服务、慈善服务、增值服务、境外服务、投资服务”六大服务体系,可满足客户在“个人投资和生活、家庭财富和传承、企业经营和发展、社会公益和慈善”四大方面的需求。

“搭建家族办公室服务平台,保险公司需要联合律师事务所、继承人培育、会计师事务所、税务咨询等机构,一方面解决高净值人群在房地产、艺术品、企业股权等资产风险隔离与传承方面的税收法律困惑,另一方面还要着手帮助高净值人群后代树立继承家族企业的理念、做好家族企业接班人。这些工作都很复杂,需要在实操中不断积累服务经验。”上述保险公司产品部负责人表示。

## 亟须建立独特竞争力

不过,业内人士表示,保险公司局家族办公室,面临着不小的竞争压力。

一位资深保险系家族办公室从业者刘女士对记者表示,家族办公室不能只是一个营销“口号”。

“我个人认为,保险公司做家族办公室,需要转变立场,不能以卖出保险产品为最终目的。专业建议对客户至关重要,一味地硬塞自己的产品给客户,对方失去信赖后就很难再扭转。同时,对于家族办公室的外部服务团队,保险公司亦不能将其作为销售某种特定保险产品的一个关键环节。因此,保险从业者需要在客户角度上,以资产配置的顾问式方式,来为客户提供服务,通过专业、理性的分析驱动客户买单。”刘女士如是说道。

上述《报告》亦显示,对于保险代理人,跳出原有的服务范畴、拓展服务外延,真正为客户提供了专业的全生命周期服务。

在这个过程中,保险人应当从卖方角色转变到买方角色。在过去,保险人提供的是产品,对于不同平台的代理人而言,他们为客户提供的是最终价值在于保险产品;但是在整个家族办公室服务体系中,代理人更多的是处于一个中间人的地位。除了自身产品外,代理人需要更多地联合外部机构去为高净值客户提供服务。”上述刘女士说。

除了思维转变,还有一个重要的因素就是如何打造保险公司自身家族办公室特色竞争力。

公开资料显示,目前,各家保险公司不管是内部组建服务团队还是服务外包,其资源及整合能力、人员专业化配置均较高,即通过打造“架构咨询团队+资产管理能力”,旨在做到一站式定制化服务。

不过,据家族办公室从业人员透露,不少第三方家族办公室与保险公司家族办公室在服务内容上做着类似的业务布局,且资源配置都是业界领先,各自的业务品质基本保持在同一水平上。此外,第三方家族办公室还有一项特殊竞争优势,就是可以联系海外家族信托服务商,围绕高净值人群的境内外资产实际情况,定制出更广泛的家族财富传承方案,但目前国内绝大多数保险公司尚未涉足这项业务。

“搭建家族办公室这个平台,能让高净值人群认识到‘你是谁’,吸引这类人群来咨询,但是如何获取这类高净值人群的信任,从而接受保险公司的家办服务,这就要回答‘为什么选你’‘你的独特优势是什么’等问题,这些都是需要保险公司慎重考虑和统筹规划清楚的。赢得一时掌声只是暂时的,要看长期服务情况。”上述刘女士说。

## 基本形成“1+N”模式

公开资料显示,超高净值客户对于家族办公室的诉求主要分为两大类,第一是资产管理。比如对资产情况做全面管理,包括资产项目确权、风险识别、投资和投后管理。第二是家族事务管理。比如家族成员健康管理、教育规划、保险规划,完成二代接班等家族事务的需求等。

同时,保险公司经营观念的转变,以及服务意识、竞争意识、效益意识和发展意识的提升,进一步促成保险公司布局家族办公室领域。

据记者采访了解,在家族办公室市场上有三类常见的资产传承金融工具,第一类是大额保单,包括年金险和终身寿险,第二类是保险与信托组成的保险金信托,第三类是家族信托。而在这些工具中,保险产品因为结构逻辑容易解释清楚、收益测算清晰等原因,受到高净值人士的欢迎。

据记者不完全统计,行业内已有十多家寿险公司相继成立

家族办公室,如泰康保险集团推出的“天行健一家族创富、地势坤一家族守富、人长久一家族传富,致远一卓越人生”四大泰康家族办公室,中信保诚人寿成立的“康达”家族办公室,中宏人寿的“宏运世家”家族办公室,友邦人寿保险有限公司的“传世”家族办公室等。

北京的一家合资寿险公司产品部负责人对记者表示,保险公司设立保险家族办公室的目的很明显,就是为超高净值客户提供全方位的解决方案,既能赚保费又能赚口碑;为团队中的高素质人才搭建高净值客户服务平台,与高产能、高素质营销人才进行深度捆绑。

根据家办标准研究院发布的《中国保险系家族办公室洞察报告(2022年)》(以下简称“《报告》”),目前保险系家族办公室中有两大群体,一种是保险企业内嵌式家族办公室,另一种是资深保险代理人创设的家族办公室。



## 高质量发展谋新篇

## 推动长江经济带高质量发展 沿线省市共建区域协调“样板间”

本报记者 郭阳琛 杨让晨 张家振  
上海报道

在长江下游,江浙沪两省一市水上交界处,全国首个跨三个省级行政区的标志性建筑——方厅水院正在加速建设。从发展基础薄弱的省际边界,到一片欣欣向荣的开发热土,长三角生态绿色一体化发展示范区实现逆袭仅用了4年时间。

这只是推动长江经济带区域

## 上下游协同 左右岸联动

通过上下游协同、左右岸联动,长江经济带已逐步形成了汽车、电子、装备制造等支柱产业集聚区。

长江既是黄金水道,也是区域创新链融合、推动产业链供应链现代化的桥梁。

中央政治局会议提出,要坚持以科技创新为主动力,积极开辟发展新领域新赛道,加强区域创新链融合,大力推动产业链供应链现代化。

创新要素正在长江经济带加快集聚。相关资料显示,长江经济带已集中了全国1/3以上的高等院校和科研机构,各类国家级创新平台达到500多家。

长三角地区作为中国经济发展的“龙头”,也是拉动长江经济带高质量发展的主引擎。相关统计

融合与高质量发展的一个缩影。11月27日,习近平总书记主持召开中央政治局会议,审议《关于进一步推动长江经济带高质量发展若干政策措施的意见》。会议指出,长江经济带发展战略实施以来,思想认识、生态环境、发展方式、区域融合、改革开放等方面发生了重大变化,发展质量稳步提升,发展态势日趋好。

在基础设施互联互通、区域融合打破行政边界等方面取得一系

列成绩的同时,“同饮一江水,共护母亲河”的绿色发展理念也更加深入人心。就在不久前,《长三角生态绿色一体化发展示范区先行启动区国土空间总体规划(2021—2035年)》(以下简称“《总体规划》”)获得江浙沪三市人民政府联合批复,标志着示范区“1+1+N+X”跨省域法定国土空间规划管理体系构建成型,实现“一张蓝图管全域”。

南通大学江苏长江经济带研究院日前发布的《长江经济带协调性均衡发展指数报告(2023)》(以下简称“《报告》”)认为,要切

实发挥长江经济带中下游整体优势,实现创新链、产业链、资本链、供应链的四链深度融合、联动发展,加强区域之间的分工协作,有效促进长江经济带发展和共建“一带一路”融合,培育全方位开放新优势。

南通大学江苏长江经济带研究院

院长兼首席专家成长春表示。

## 支撑和服务中国式现代化

长江中游城市尽管正积极参与高水平对外开放,但和地处长江经济带下游的沿海地区相比,进出口规模还有较大的增长空间。

“长江经济带发展所展现的中国式现代化五大特征,突出强调了人的现代化是中国式现代化最根本的价值取向,体现了协调性特质。因此,必须以长江经济带协调性均衡发展助推中国式现代化。”

南通大学江苏长江经济带研究院

院长兼首席专家成长春表示。

不过,“流域发展不平衡不协调”仍是当前长江经济带面临的主要问题,也是沿线11省市关注的焦点。《报告》指出,目前,长江经济带还面临着包括区域协同融合态势有待深入、产业集群竞争

能力亟须提升、人民基本生活水平差距尚显、综合交通网络体系仍需完善、生态环境共保联治力度不足等问题。

为更好地推动长江经济带发展,中央政治局会议提出,要坚持省际共商、生态共治、全域共建、发

展共享,提升区域交通一体化水平,深化要素市场化改革,促进区域协调发展;要统筹抓好沿江产业布局和转移,更好联通国内国际两个市场、用好两种资源,提升国内大循环内生动力和可靠性,增强对国际循环的吸引力、推动力等。

对此,彭智敏表示,和地处长江经济带下游的长三角地区相比,中游地区地处内陆,国际市场和对外开放是其短板。以湖北省为例,未来要借助国内、国际两种资源,将一些先进产业、技术以及产品等通过“一带一路”、西部陆海新通道、武汉航运中心等推向世界,强化和世界经济的联系,提升发展水平,扩大参与国内外双循环的规模和层次。

在长江经济带高质量发展智库联盟秘书长、长江技术经济学会专家委员会副主任委员、长江经济带发展战略研究院执行院长秦尊文看来,以武汉市为代表的长江中游城市尽管正积极参与高水平对外开放,但和地处长江经济带下游的沿海地区相比,进出口规模还有较大的增长空间。“不

过,长江中游城市也有自己的发展特色,例如武汉市的桥梁等建造业在全球影响巨大,可以通过这一突破口带领本土制造业‘走出去’。”

目前,长江中游地区共谋进一步合作发展也已提上日程。记者注意到,11月29日,2023年长江中游三省协同发展座谈会以视频形式在南昌、武汉、长沙和国家发展改革委会场同步举行。

会议提出,地处长江中游的江西省、湖北省、湖南省三省要扣紧“协同”和“高质量”,在既有合作基础上,持续深化战略对接、设施互联、产业互补、生态共保、服务共享等重点领域合作,有力推动三省基础设施互联互通、产业发展互促互进、资源要素互补共享、人文交流互惠共融,不断开创协同推动高质量发展新局面。

此外,三省相关部门及市县在会前还签署了《长江中游三省商务协同发展合作协议》《长江中游三省反不正当竞争协调联动机制合作协议》《长江中游三省防震减灾合作协议》等10项合作协议。

成长春则分析认为,以长江经济带协调性均衡发展更好支撑和服务中国式现代化,要以优化重大生产力布局支撑协调性均衡发展,各大发展战略在突出各大板块优势特色的同时,需统筹兼顾、协调联动;要紧紧围绕“流域发展不平衡不协调”等重难点问题,在协调性均衡发展中实现共同富裕。

上述《报告》进一步分析称,要坚持以产业绿色化、集聚化、高级化发展为导向,以数字经济和能源革命为依托,有效落实负面清单和产业结构调整目录,积极改造提升传统产业,发展壮大战略性新兴产业,加快发展现代服务业,大力发

展特色效益农业和生态旅游业,打造多极支撑的现代产业体系。同时,加强上中下游产业分工协作和主导产业集群互嵌衔接,促进流域产业高质量协同发展。

## 均衡发展水平不断优化

长江经济带协调性均衡发展水平持续向好,协调度、均衡度和融合度均有不同程度提升。

在打破行政区划边界、实现交通等基础设施互联互通等方面,长江经济带“龙头”长三角地区也正走在在全国前列。

今年6月下旬,江苏省苏州市地铁11号线正式开通运营,与上海市地铁11号线在花桥站通过3条空中连廊实现无缝对接。这也意味着,沪苏两地间的轨道交通实现了正式“牵手”。

如今,市民仅需乘坐地铁便可实现“中午在苏州阳澄湖吃大闸蟹,晚上在上海迪士尼看烟花”的愿景。同时,沪苏两地也在地铁运输组织、客运服务、安检互认、应急

发布等方面实现了深度融合。

与此同时,经过4年持续推进,长三角生态绿色一体化发展示范区建设如火如荼,昔日江浙沪省际交界发展薄弱区域已展现出高质量、一体化发展的崭新面貌。随着《总体规划》获得两省一市政府联合批复,示范区“1+1+N+X”跨省域法定国土空间规划管理体系已构建成型,共建区域协调发展“样板间”。

曾刚表示,规划区域内各地基础条件、面临的问题、奋斗目标并不完全相同,需要处理全局综合效益与局部利益之间的关系,公平分配两省一市的责权利,建立跨地区的规划落实保障体系。

这也正是长江经济带沿线省市相向而行、共谋协调发展的缩影。《报告》显示,2022—2023年,长江经济带协调性均衡发展指数

平均值为0.892,相较上一年度提升了4.87%,110个城市的变异系数和极比分别下降了0.03和0.53,“表明长江经济带协调性均衡发展水平持续向好,协调度、均衡度和融合度均有不同程度提升,内生发展动力明显增强”。

《报告》进一步指出,长江经济带的均衡发展水平不断优化,由上一年度的0.8625上升至本年度的0.8726,增幅为1.17%。从不同流段的指数情况看,长江下游地区协调性均衡发展水平最高,其次是长江中游地区,再次是上游地区。

## 江浙占据半壁江山 苏州包揽前三名

## 透视投资竞争力百强县“龙虎榜”

本报记者 方超 张家振 上海报道

在加快推动县域经济高质量发展的大背景下,投资竞争力正成为外界观察县域经济成色的重要指标之一。

《中国经营报》记者日前从赛迪顾问方面获悉,其近日对外发布了《2023中国县域投资竞争力百强研究报告》(以下简称“《研究报告》”),其中,东部地区上榜城市达到70座,江浙两省共占48席,占据了榜单的近乎半壁江山,苏州市下辖的昆山市、常熟市、张家港市则包揽了全国前三名。

在投资竞争力领跑全国背后,江浙两省县域在优化投资环境层面正持续发力。以居全国县域投资竞争力第一的昆山市为例,该市此前发布了《昆山市深化“昆如意”营商环境2023年创新行动方案》,提出打造“营造运营成本最低、办事效率最高、贸易投资最便利、发展预期最稳定的国际一流环境”的目标。

“2022年,江苏省作为全国GDP排名第二的省份,继续走在高质量发展前列,优化营商环境成为推动经济高质量发展的重要举措。”赛迪顾问方面认为,近年来,江苏省持续打造市场化、法治化、国际化的一流营商环境,成为中国营商环境的改革先行者之一,市场主体满意度和获得感不断提升。

## 昆山连续多年蝉联全国第一

东部地区上榜城市达到70席,浙江省上榜数超四分之一,苏州一市包揽前三甲,投资竞争力百强县榜单受到外界广泛关注。

相关资料显示,赛迪顾问发布的《研究报告》从服务效能、投资活力、要素吸引能力等五个维度构建县域投资竞争力评价指标体系,对全国(不包括港澳台地区)除市辖区、特区和林区以外的1864个县级行政区划单位投资竞争力进行评估。

在多维度比较下,东中西部区域分布不均匀、江浙两省领跑,成为投资竞争力百强县的显著特点。

投资竞争力百强县呈现“区

域不均,东部地区优势明显”的特征。《研究报告》分析认为,中国县域经济的区域分布极不均衡。2023年投资竞争力百强县东部地区占70席,中部地区占20席,西部地区占6席,东北地区占4席。

与2022年相比,不同区域进入投资竞争力百强的县域数量波动较小,其中,东部地区上榜县域数量增加2位。

而在投资竞争力百强县的省域分布中,浙江省、江苏省领跑全国,上榜数量分别为27席、21席,也即江浙两省就占据了全国的近半壁江山。记者梳理赛迪顾问近三年的投资竞争力百强县榜单发

现,2021—2023年,浙江省上榜数量均为27席,而江苏省分别为22席、21席、21席。

对于浙江省上榜数量领跑全国的原因,《研究报告》显示,2023年,浙江省《政府工作报告》把持续优化营商环境作为“一号改革工程”。在此大背景下,浙江省县域营商环境加速优化,今年上半年,浙江省县域固定资产投资平均增速为15.3%,高于本省9%的固定资产投资增速,3.8%的全国县域固定资产投资增速。

“浙江省县域营商环境优化取得的显著成效得益于其在数字化改革、‘地瓜经济’、分类评

价等方面的努力。”赛迪顾问分析认为。

以位居全国第四、浙江省第一的宁波市慈溪市为例,2023年,慈溪市《政府工作报告》显示,当地开展市政府领导挂联协调服务,召开系列政企座谈会,精准出台稳进提质“产业18条”“人才强企6条”等一系列“政策包”,实施“企业暖心、我们同行”助企活动,解决问题5000余个,营商环境评价位列宁波市首位。

除浙江省外,纵观投资竞争力百强县榜单,包揽前三名的苏州市也备受瞩目。《研究报告》显示,在2023年投资竞争力百强县榜单中,

苏州市下辖的昆山市、常熟市、张家港市位居全国前三名。除昆山市蝉联全国第一外,其余两地皆在近年来实现了排名提升,如自2021—2023年,常熟市从全国第五上升至第二,而张家港市则上升至全国第三。

公开信息显示,2023年是常熟市“优化营商环境服务提升年”,当地发布了《常熟市“六不五优化”营商环境专项行动方案》,全面对标上海市等先进地区,通过对标分析、学习借鉴,推动常熟市政策优化升级,“打造市场化、法治化、国际化一流营商环境”。

秀外资企业、民营企业、平台企业输出经验和产品,带动中小企业开展数字化转型,完成数字化改造项目1200个,新增省级智能工厂(车间)9家。

不仅如此,《研究报告》还认为,县域城市需要“建立长效服务机制,打造一流投资环境”。

“打造一流投资环境需要长期坚持有效的优化措施,建议继续建立和完善常态化机制化服务体系,聚焦市场主体关切,强化服务能力,创新服务手段。”《研究报告》建议,要形成长效服务机制,为有效打造县域一流投资环境提供助力。

## 营商环境需做“加减法”

除了上榜城市名单变化外,县域投资环境呈现的新趋势也看点十足。

《研究报告》分析认为,县域投资环境创新正呈现出“大、加、整、长”的总体趋势,即数字化应用从“小”向“大”转变、政务服务从“减”向“加”转变、要素资源从“单”向“整”转变,以及服务机制从“短”向“长”转变。

如在政务服务从“减”向“加”转变方面,《研究报告》表示,县域在做“减法”的同时,也要做好服务的“加法”,紧紧围绕企业全生命周期的难点问题,依托县域地方比较

优势和特色产业群,在信用信息服务、融资服务、融合监管服务等方面主动作为,持续为企业营造良好环境。

其中,此次投资竞争力百强县榜单排名全国第六,2022年跃升至江苏省全省营商环境评价第二位,苏州市各县市第一的太仓市,在优化投资环境方面的做法颇具代表性。

“一位企业家曾向我表达过烦恼,‘现在惠企政策太多,企业很难在短时间内挑选出与自身匹配的政策’。从企业角度来看,办事繁、问询难、多头跑、来回跑,这些‘说大不大、说小不小,就是办不成事’

的服务短板,最易打击企业的投资兴业预期与热情。”太仓市委书记汪香元在此前接受采访时曾公开表示。

汪香元认为,当地正从企业的视角看问题,调整最优资源配置模式,给企业带来真正所需的服务。例如,太仓市近年来在全国首创了“三线平行”审批模式,并在江苏省率先实现了企业开办“七合一”。

在县域投资环境创新出现“大、加、整、长”四大新趋势的情形下,赛迪顾问方面认为,县域投资需优化“推进‘数字+’赋能”“提

升公共服务能级”“推动要素升级”和“建立长效服务机制”等四大抓手。

《研究报告》指出,在当前数字经济和实体经济加速融合发展的大背景下,县域城市需推进“数字+”赋能,提升数字经济竞争力。“针对县域产业数字化转型,建议县域深入推进数字化、网络化、智能化应用的广度和深度。”

作为全国第一个GDP突破5000亿元大关的县级市,昆山市正加速数实融合步伐。2023年昆山市《政府工作报告》显示,当地加快产业数字化、数字产业化,鼓励优

# 加快建设农业强省 河南推动中原农谷起高峰

本报记者 夏晨翔 郑州报道

从小麦、水稻、玉米等作物种子,到植保无人机、高标准农田沙盘,再到包装精美的预制菜产品,在位于河南省新乡市平原示范区的中原农谷展厅里,一件

件展品背后,正是河南省从“国人粮仓”到“世人厨房”的蝶变之路。

《中国经营报》记者了解到,一直以来,河南省始终牢记扛稳粮食安全这一重任,全面落实藏粮于地、藏粮于技战略,聚焦种子

和耕地两个要害,谋划建设中原农谷这一农科“芯”城,探索走出了一条具有河南特色的农业农村现代化之路。

中国工程院院士、河南省农业科学院院长张新友指出,中原农谷将巩固河南小麦、玉米、

花生等领域育种优势,打造汇聚南北方、覆盖粮蔬果、贯通产学研的创新链,为打好种业翻身仗,攥紧中国种业“芯片”,端稳中国饭碗,实现种业科技自立自强、种源自主可控作出河南贡献。

## 聚焦种子“芯片”

一方案、一意见、两个规划,为推动中原农谷建设擘画出清晰的路线图。

“新麦26号是新乡市农业科学院培育的超强筋半冬性中熟多穗型小麦新品种,是国家科技支撑计划项目研究成果。该品种抗寒性好,抗倒伏能力强,穗多穗匀,结实性好,抗旱抗逆性强,不仅品质已达国际强筋小麦主要指标,且稳产性与丰产性极其突出。”中原农谷相关负责人介绍。

种子是农业的“芯片”。河南省是农业大省、粮食生产大省,同时也是育种大省,种子市场规模位居全国第一。

聚焦国家种业、粮食安全重大需求,2022年4月,河南省政府印发了《“中原农谷”建设方案》。同年11月,河南省出台《关于加快中原农谷建设打造国家现代农业

创新高地的意见》,并首次提出打造“南有航空港、北有中原农谷”的发展格局。

今年6月-7月,河南省与新乡市政府又接连发布《中原农谷发展规划(2022—2035年)》和《中原农谷核心区建设规划(2022—2035年)》。

一方案、一意见、两个规划,为推动中原农谷建设擘画出清晰的路线图。

按照规划,中原农谷将聚焦建设国家级、国际化农业创新高地,围绕产业链部署创新链、围绕创新链布局产业链,加快构建一流创新生态,大力发展生物育种、现代种养、农副产品加工、生物技术产品、农机装备制造、现代农业服务等产业,全力打造“四大中

心、两个示范区”。

其中,“四大中心”为国家种业科技创新中心、现代粮食产业科技创新中心、农业科技成果转移转化中心、农业对外合作交流中心;“两个示范区”为农业高新技术产业示范区以及智慧(数字)农业示范区。

围绕“四大中心、两个示范区”功能定位,中原农谷总规划面积1612平方公里,涉及一核、三区、四县。“一核”即新乡市平原示范区全域,共342平方公里。核心区瞄准世界前沿,聚焦粮食作物、油料作物、果蔬、花卉苗木、畜禽、水产六大育种方向,打造具有全球重要影响力的农科“芯”城。

“三区”分别是以新乡市下辖

的新乡县、获嘉县部分区域约473平方公里为主的西区,打造高新技术转化集成地。以延津县部分区域约498平方公里为主的东区,打造粮油产业经济集聚地。以原阳县部分区域约298平方公里为主的南区,打造食品加工产业示范区。

一粒种子促振兴,中原农谷起高峰。如今,中原农谷培育的郑麦379、郑麦1860、百农4199、新麦26、百农207五个品种,推广面积均居全国小麦前10名,入选2023年农业农村部农业主导品种。

其中郑麦379和郑麦1860,位居河南省小麦种植面积前两位;新麦26推广面积约612万亩,位居全国超强筋小麦领域推广种植面积第1位。



在近日举办的中原农谷农业科技成果转化展上,参展人员正在向嘉宾介绍仿生四足机器人。

夏晨翔/摄影

## 打造农科“芯”城

中原农谷高标准农田建设要重点推动生物技术、装备技术、数字技术以及绿色技术的研发应用。

“打造中原农谷,是河南省在推进现代化进程中,实现农业强省目标的重要举措,聚焦农业科学技术,通过集聚资本要素、劳动力要素和数字要素,使农业产出量最大化。”中国农业风险管理研究会会长张红宇告诉记者。

张红宇建议,中原农谷高标准农田建设要重点推动生物技术、装备技术、数字技术以及绿色技术的研发应用。

“生物技术是指分子育种、基因技术,通过实施种业革命,提升单产水平,进而实现总量提升。装备技术可以提高劳动生产效率,通过农业装备的研发应用,叠加卫星遥感、地面传感器等数字技术,实现精准施肥、撒药、播种,最大限度节水节肥节药。而绿色技术主要是化肥农药的使用上、动物粪便的处理上,要注重生态安全。”张红宇表示。

对于如何推动中原农谷种业高质量发展,河南省高标准农田示范区建设工作顾问、中国产业集聚研究专家杨建国同样给出了建议。

杨建国指出,种质资源是支

撑农业科技原始创新和育种创新的物质基础。经过多年努力,目前河南全面完成农业种质资源普查收集,新收集农作物种质资源7565份、居全国前列,建成国内一流的省级农作物种质资源库,省畜禽和水产遗传资源基因库建设有序推进。

对此,杨建国建议,中原农谷可加快种质资源数字化,充分利用河南数字技术的基础和优势,聚焦育种信息化、种子检验实验室数字化、制种基地现代化提升、数字种业综合监管实时化等多场景,为种业成果转化落地提供服务。

此外,要加快建设种业检测的河南标准。

杨建国指出,近年来,农作物制种产业取得了长足发展,但种子检疫和健康检测体系不完善,种子安全风险增加,限制了产业规模的进一步扩大,种子检疫检测机制、平台亟须加强。

因此,建议中原农谷加强种子检疫科技支撑,建立种子检疫与病虫害控制中心、农药与生物技术产品检验检测研发等平台,在全国叫响中国种业检测的河南标准。

## 建设高标准农田

河南省发文提出,2022—2025年建设1500万亩高标准农田示范区,增加粮食产能15亿公斤以上。

“我们生产的水电肥药一体化智能测控系统可以帮助生产者很方便地实现水电肥药一体化智管理。整个系统可根据监测的土壤水分、作物种类的需肥规律,设置周期性水肥计划实施轮灌。”中原智慧灌溉装备制造产业园相关负责人告诉记者。

据介绍,施肥机可以按照用户设定的配方及灌溉过程参数,自动控制灌溉量、吸肥量、肥液浓度、酸碱度等水肥过程的重要参数,实现对灌溉、施肥的定时、定量控制,充分提高水肥利用率,实现节水、节肥,改善土壤环境,提高高作物品质的目的。

如今,类似于上述水电肥药一体化智能测控系统的智能设

备,已在新乡市打造的100万亩高标准农田上屡见不鲜。

2022年,河南省发文提出,2022—2025年建设1500万亩高标准农田示范区,增加粮食产能15亿公斤以上。其中,2022年在新乡“中原农谷”建设100万亩高标准农田示范区。

按照要求,高标准农田示范区要全面推广使用机电一体化泵站、水肥一体化灌溉设备、机电井首部集成化设施,不断提高农田生产管理设备的机械化、自动化、集成化。推进物联网、大数据、云平台、移动互联网、智能控制等信息技术在高标准农田示范区建设中应用。

随后,新乡市推动下辖的辉县市与北大荒集团、中国农业科

学院农田灌溉研究所(以下简称“灌溉所”)、新乡国资集团“四方合作”,全力打造中原智慧农业产业示范园和中原智慧灌溉装备制造产业园。

其中,产业示范园集中展示13种高效节水灌溉技术与模式,为高标准农田示范区建设提供技术参考和示范样板;装备产业园吸引国内10余家农灌设备行业龙头企业、上市公司入驻,为高标准农田示范区建设提供智慧灌溉装备支撑。

“以数字化为特点的信息技术正加速驱动灌溉科技创新发展,引领农业生产模式的深刻变革。”灌溉所副所长王景雷介绍,“通过运用大数据、人工智能、物联网等信

息技术,智慧系统、农机能实现更精准的灌溉管理,极大提高水肥资源利用效率,支撑高标准农田建设和农业可持续发展。”

党的二十大报告和今年中央一号文件都提出,要牢牢守住十八亿亩耕地红线,逐步把永久基本农田全部建成高标准农田。

而作为农业大省、粮食大省,河南一直处于全国高标准农田建设“第一方阵”。

数据显示,近年来,河南省已累计投入财政资金1155亿元,支持建成高标准农田8330万亩,同步发展高效节水灌溉面积3000万亩,有力支撑了全省粮食产量十九连丰,自2017年以来,连续6年持续稳定在1300亿斤以上。

# 甘肃聚焦新材料产业 构建“4+5+N”产业体系

本报记者 黄永旭 西安报道

当前是国家推进新型工业化、推动传统产业转型升级的关键期,也是我国由新材料大国迈向新材料强国的重要阶段。各地纷纷出台政策措施,

结合地方实际和产业优势,力争建设新材料产业创新策源地和发展高地。

日前,甘肃省印发《甘肃省新材料产业发展规划》(以下简称“《规划》”),明确到2030年建成国内重要、西部领先的新材料产业

集群,新材料产业总产值超过3000亿元。

《中国经营报》记者了解到,近年来,甘肃省将新材料产业与新能源产业、数字经济、生物医药等作为战略性新兴产业的重点领域进行培育打造,推行产业链链

长制,先后制定出台多项政策措施,加大政策支持力度,产业集聚效应初步显现。

甘肃省发展改革委副主任段晓斌表示,甘肃省矿产资源种类丰富,特别是有色和贵金属优势明显,镍、钴等12种战略性矿产

储量位居全国第一,具有发展新材料产业的独特优势。展望到2035年,力争打造特色鲜明、拥有核心竞争力的国内一流新材料产业创新发展高地,新材料产业成为甘肃经济高质量发展的重要支撑。

## 基础新材料领衔

今年以来,甘肃省新材料产业规模不断扩大,产业创新能力持续提升,新材料产业进入蓬勃发展的加速期。据统计,2022年,甘肃省新材料产业产值达770亿元,产业规模居西北第二。

《规划》指出,甘肃省将构建“4+5+N”的新材料产业体系,“4”是围绕有色金属、石油化工、钢铁、无机非金属等4个最具优势的先进基础材料领域,推动产业集群化发展;“5”是聚焦新能源材料、半导体新材料、稀土新材料、高性能纤维及复合材料、同位素新材料5个重点培育的关键战略材料领域,打通成果转化通道,实现突破性发展;“N”是超前布局增材制造材料、超导材料、液态金

属、高熵合金等若干前沿新材料领域,探索发展路径,积极谋划发展,实现跨越式发展。

甘肃省提出要大力发展先进基础材料,首先就是有色金属新材料。以金昌、嘉峪关、白银、兰州等地为重点,依托金川集团、酒钢集团、白银有色集团等“链主”企业,加快重点项目推进速度。

重点研发镍基、铜基、铝基、钛基、锌基、贵金属、碳基等类型有色金属新材料,促进有色金属新材料产品多元化、高端化、特色化发展。推进有色金属新材料产业链,打造千亿级有色金属产业集群。

有色金属新材料,是经济建设和国防建设不可或缺的基础

材料。甘肃省金昌市境内镍、铜、钴等有色金属资源得天独厚,拥有世界第三大硫化铜镍矿床,是中国最大、世界领先的镍钴生产基地和铂族金属提炼中心,具备发展有色金属新材料产业的优势。

金昌市委宣传部介绍,目前,依托金川集团现有产业基础,金昌市有色金属新材料产业链已培育了镍、铜、钴、稀贵金属、钛材料5个细分产业链,形成3家链主企业引领,10余家规上企业协同发展,形成千亿级有色金属产业集群。

在金川集团镍合金有限公司,有一款镍带产品薄如蝉翼,厚度只有0.05毫米,可以轻松手撕。而镍带产品常用于电池的极

片和高端耳机的震膜等。“手撕镍带”也成为金川集团以创新为驱动,增强竞争力的明确标识。

金川集团镍合金有限公司董事长苗承鹏表示,镍带越薄越能降低成本,减少资源消耗,但是这项技术难度大,只有掌握高性能真空熔炼技术、综合加工技术和优良装备水平,才能产出高性能、高强度的镍带。这就要求从事作业的工人必须有“大国工匠”的责任与担当,在反复淬炼中掌握最佳的工艺和方法。镍带在拉伸的过程中高温达900℃,状态呈现软态,如果有空气进入出现小泡则前功尽弃,由此对各方面加工技术要求极高。

事实上,依托金昌市丰富的

有色金属矿产资源和先进技术,近年来,金昌市提出千亿新能源电池产业计划,大力发展储能电池产业。

甘肃金宏翔新能源有限公司技术研发部负责人凌安璋表示,金昌具有锂离子电池生产的优势条件,目前项目50%~60%的原材料来自本地,比如铜箔、镍带等,在“双碳”背景下,金昌新能源电池产业前景无限。

甘肃亿镍新能源产业研究中心常务副院长张伟波说,金昌市储能产业大有可为。因为储能资源和市场都在眼前,生产储能电池的材料在金昌及周边几乎能满足,大西北将是新能源储能的大市场。

## 布局前沿新材料

今年以来,全国多地纷纷出台政策措施,锚定未来网络、新型储能、细胞和基因技术、通用智能等重点方向布局一批前沿性未来产业。甘肃省紧跟步伐,提前布局一批前沿新材料。

据统计,今年1—9月新材料产业总产值超过5万亿元,保持两位数增长。目前建立7个新材料领域国家制造业创新中心,建设三类35个新材料重点平台,一批重大关键材料取得突破性进展,涌现出高温超导材料、钙钛矿太

阳能电池材料等一批前沿技术。

作为战略性、基础性产业,新材料是未来高新技术产业发展的基石和先导。甘肃省提出要主动把握新材料技术与信息技术、纳米技术、智能技术等融合发展趋势,重视原始创新和颠覆性技术创新,面向国家战略和新兴科创产业重点,关注国家发布的前沿新材料产业化重点发展指导目录,找准赛道提前布局一批前沿新材料。

记者了解到,未来,甘肃将聚焦高性能气凝胶隔热材料、增材

制造材料、超导材料、智能仿生材料、液态金属、高熵合金、量子信息材料等前沿新材料细分领域,开展新材料前沿与交叉技术研究,通过研发一批、储备一批、应用一批,探索发展路径,实现跨越式发展。

在液态金属新材料布局方面,甘肃省明确要重点发展镓基合金、铋基合金等液态金属产品。推动液态金属向生物医疗、体育用品、电子材料、柔性机器、高效散热领域拓展,特别是5G通

信、电缆连接、充电桩等新基建领域,推动产品和技术规模化发展。

超导材料布局则是重点围绕高温超导材料低成本制备、高温超导磁体、超导电机、超导限流器、高压电力设备超导材料等应用产品研发,重点发展高温超导薄膜技术,钇系列超导电缆材料,加快新兴产业培育。

甘肃省科技厅副厅长谢正团介绍,发展前沿新材料产业,离不开科技创新的支撑引领作用。为

此,甘肃省将打造一批高标准科技创新平台,引进和培育顶尖人才和创新创业团队,进一步促进科技成果转化。

谢正团表示,下一步,我们将依托现有的科创平台,着力构建以兰州为核心,以河西走廊为联动发展带,以庆阳、天水、武威、陇南、定西、平凉等市州为节点的“一核一带多点”发展格局,持续加大支持力度,全面提升甘肃省新材料创新能力,引领产业高质量发展。

## 谋定规划促发展

《规划》对甘肃省新材料产业发展思路目标、规划布局、重点领域、重大工程、推进举措等进行了统筹谋划和全面部署。提出到2030年建设成为国内重要、西部领先的新材料产业集群,全省新材料产业总产值超过3000亿元,年均增速20%左右。

在提出构建“4+5+N”的新材料产业体系之外,《规划》还明确依托发展基础和资源优势,以工业园区和产业基地建设为重要载体,引导新材料产业聚集发展,构建“一核一带多点”的新材料产业发展格局。

段晓斌介绍,“一核”是充分发挥兰州新材料产业科研资源、人才优势和产业基础,以兰州为核心,联动兰州新区和白银,打造全省新材料产业研发创新核;“一带”是依托金昌、张掖、酒泉、嘉峪关等地国家和省级开发区,以及金川集团、酒钢集团等重点企业,形成分工明确、优势互补、错位支撑、协同联动的发展体系,构建河西走廊新材料产业联动发展带;“多点”是以庆阳、天水、武威、陇南、定西等市州为节点,作为“一核”“一带”的重要支撑,形成布局合理、重点突出、特色鲜明、共同发力的产业格局。

此外,《规划》明确提出创新基础能力提升、关键核心技术攻关、重点优质企业引育、重大项目推进建设、传统产业“三化”改造、产业成链聚群打造、产业园区高质量发展、公共服务平台建设、对外开放交流合作等九个重大工程,以重点突破带动全局发展,努力在推进量的合理增长上取得成效,在质的有效提升上实现突破。

# 国资金隅集团22亿元入股居然之家 1+1能否大于2?

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

继今年年初建发收购红星美凯龙之后，家居行业又一龙头企业迎来国资入股。

近日，北京市属大型国有控股产业集团——金隅集团(601929.SH)与家居卖场龙头居然之家(000785.SZ)相继发布公告，前者以22.32亿元对价收购后者10%股权。股权转让之后，金隅集团将成为居然之家第三大股东并进入居然之家董事会。

## 国资成第三大股东

据此计算，通过此次转让股份，创始人汪林朋个人将套现约20.98亿元。

11月17日晚，居然之家发布其控股股东——北京居然之家投资控股集团有限公司(以下简称“居然控股”)及其一致行动人汪林朋、慧鑫达建材与金隅集团签署的《股份转让协议》。

根据协议，居然控股拟将其持有居然之家的6.29亿股无限售条件流通股转让给金隅集团，转让股数占公司总股本的10%，转让价格为3.55元/股，转让总价为22亿元。

双方在公告中表示，本次股份转让价格是以二级市场交易价格为参考。据了解，居然之家在公告之日的股价为3.56元/股。

转让完成后，居然控股对居然之家的持股比例从原来的36.22%下降至26.22%，与其一致行动人慧鑫

达建材和汪林朋合计持股43.51%。

天眼查信息显示，汪林朋在居然控股最终受益股份达94.014%，据此计算，通过此次转让股份，创始人汪林朋个人将套现约20.98亿元。

据了解，居然之家第二大股东为阿里系资本，合计持股14.22%，其中包括阿里巴巴直接持股9.18%，以及其一致行动人杭州瀚云新领股权投资基金合伙企业(有限合伙)和阿里巴巴(成都)软件技术有限公司分别持股4.59%和0.45%。此次入股之后，金隅集团将成为居然之家第三大股东。

金隅集团为北京市属大型国有控股产业集团和A+H整体上市公司，主业为新型绿色环保建材制造、贸易与服务及房地产业。



金隅集团斥资超22亿元入股居然之家，持股10%，为第三大股东。

视觉中国/图

## 18城土拍重回“价高者得” 房企谨慎投资下市场分化加剧

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

随着房地产市场供求关系发

生重大转变，土地出让政策亦随之调整。

自10月以来，多数城市已着手

取消地价限制。截至目前，22个采取“两集中”土地出让方式的城市已全部发布涉宅用地公告，

其中18城恢复“价高者得”。

在取消地价限制后，部分重

点城市核心区地块溢价率有所提

升，一定程度上提升了当地土地市场信心。不过，不同城市和区域之间的分化进一步加剧，在住

## 多城取消地价限制

据《中国经营报》记者了解，土地限价这一规则可追溯至2016年，当时全国多数重点城市土地市场火热，“地王”频出，当年30多个重点城市刷出约340宗单价、总价地王。

以郑州为例，当年土地市场诞生16个“地王”。为防止“地王”不断出现引起房价上涨恐慌，郑州市于当年9月14日出台“郑九条”，9月19日开始实施，对市内五区及高新区、经开区、郑东新区三个开发区的住宅用地出让引入熔断机制。随后，10月31日，熔断实施细则出台。

除了郑州以外，当年苏州、南京、北京、杭州、天津等热点城市也相继对土拍价格进行限制。随后，全国主要重点城市均对土地价格设置合理上限。

2021年，自然资源部宣布在全国22个重点城市对住宅用地实施“集中挂牌、集中出让”的“两集中”供地方式。同年8月，自然资源部对实行“两集中”供地的城市进一步提出，单宗地溢价率不得超过15%。

随着“房住不炒”“租售并举”“四限(限购、限售、限价、限贷)”多管齐下，集中供地政策在稳地价、稳房价、稳预期方面发挥了重要作用。根据市场机构克而瑞统计，集中供地之后，各城市“抢地”情况大幅减少，2022年全国300城土地成交溢价率超过10%的土地占比仅为14%，为近7年低点，甚至回到2016年之前水平。

至去年四季度时，在市场不断遇冷的情况下，土地供应政策发生转折，各地纷纷加大“因城施策”力度，对集中供地模式作出局部调整。多个城市将集中供地批次增加

到了四批次甚至更多，向“少量多次”转变。

今年年初，自然资源部办公厅正式发布《关于进一步规范住宅用地供应信息公开工作的通知》，对集中供地政策进行优化，提出各市、县自然资源主管部门要根据年度供地计划，分批次公开未来一定时间段内拟出让地块的详细清单；每次公开详细清单对应的拟出让时间段内不少于3个月；对住宅用地出让公告不再要求“全年不超过3次”。

随后，在优质地块供应增多、供应采取少量、多频之下，今年以来，核心城市热度率先回暖。不过，与此同时，三四线城市土拍市场行情则进一步下滑。

今年9月底，土拍政策进一步调整。据媒体报道，今年9月底时，自然资源部给各省市自然资源主管部门下发文件，内容包含：建议取消土地拍卖中的地价限制、建议取消远郊区容积率1.0限制等。

自10月以来，包括成都、合肥、济南、重庆、厦门、长沙、南京、福州、武汉、苏州、青岛、无锡、天津、长春、杭州、沈阳、郑州和广州18个此前实行“两集中”供地的城市已取消地价限制。其中未官宣但新地块未明确限价的城市有14个，明确取消的城市有3个，部分取消的城市有1个。

截至目前，北京、上海、深圳及宁波尚未取消地价限制。不过，深圳11月16日挂牌的一宗宅地已取消商品住房销售价格限制；宁波在11月20日挂牌的2宗涉宅地块中作出了调整，地块不再设置毛坯限价，封顶溢价率从此前的15%提高至30%。

## 市场热度如何

在重回“价高者得”模式后，部分城市土拍市场信心有所提振。

10月30日，济南市迎来取消土地限价后的首场土拍。除终止出让的2宗涉宅地块外，所出让的10宗宅地全部成交，其中4宗溢价成交，6宗底价成交，成交总价约41.5亿元。

在这场土拍中，竞争最为激烈的为凤凰北路以西、商贸城路以南组团地块，吸引了中海、华润、保利置业、瑞马、建发、中电建、海信、保盛共8家企业报名，最终经过241轮竞拍，被中电建以总价6.95亿元收入囊中，溢价率53.1%。

除该组团地块外，位于旅游路以北、蟠龙路以西的彩石地块经5家房企236轮竞价，最终由保盛以总价7.0642亿元摘得，溢价率50.17%。

尽管部分城市在取消限价后热门地块出现较高溢价率，但从整体来看，当前土地市场仍处低位。

根据市场机构中指研究院的统计，今年前10月，300城推出规划建筑面积同比降31%，成交规划建筑面积同比降34%，推出楼面均价同比涨4.4%，成交楼面均价同比涨14.4%，土地出让金同比降25%。

10月份，全国主要城市土地市场热度延续低温，流拍率有所回落但仍处历史高位，溢价率再

率50.17%。

11月2日，合肥迎来取消限价与摇号，恢复“价高者得”的首次土拍，市区出让5宗地块，总成交金额约77亿元。其中，竞争最为激烈的为滨科城BK202305号地块，据了解，该地块吸引了保利、合肥城建、越秀、安徽高速、招商、安徽置地、皖投、伟星、华润、中海、金隅共11家企业报名，最终被安徽高速以总价33.88亿元竞得，溢价率44.9%。

11月15日，成都7宗宅地成功出让，成交总金额约57亿元。据了解，这场土拍是成都“9·26新政”出台后的第二场土拍。此前，成都已于10月26日的土拍中取消了清水房限价。

这7宗地块均未设置最高地价限制，同时未设置可售商品住房清水最高销售均价，在成都实施近

度下探创下年内新低。

从参拍房企类型来看，重点城市拿地企业几乎清一色为财力雄厚的央国企，以及部分财务健康的民企，中小房企逐渐退场。

分区域来看，一线、二线、三四线城市热度分化明显。在销售端尚未有明显起色之前，房企依然对投资拿地持谨慎态度，投资继续向核心优势城市聚集。

根据克而瑞的统计，自2021年以来，全国300城土地溢价率大于10%的地块成交占比逐年下滑，近三年比例不足两成。而今

三年的“限房价、限地价”政策彻底终结，重新回到“价高者得”。

从土拍结果来看，有3宗地块溢价成交，其中，青羊区蔡桥街道万家湾地块、成华区槐树店地块溢价率均超15%。青羊区蔡桥街道万家湾地块竞争尤为激烈，在经过多达46轮的竞拍后，最终由华润以18.4亿元竞得，溢价率甚至高达30%，楼面价高达2.08万元/平方米，成为成都楼面价最高的地块之一。由于该地块溢价率较高，从而使得本次土拍整体溢价率高达11.1%，较三季度各轮次集中土拍溢价率有明显提升。

11月29日，苏州第八轮集中供地收官，当天所出让的6宗地块中最受关注的园区奥体04地块明确要求精装标准不低于5000元/平方米，经过两个半小时120轮的拼杀，最终由北京国企金隅

集团以总价28.97亿元竞得，溢价率30.09%，刷新了园区最高成交楼面价纪录。

也有部分城市在取消地价限制后未引起土拍市场波澜。比如11月中旬，青岛年内第三批次预公告中首宗地块成功出让，由当地平台企业青岛高实置业联合体底价竞得。自2021年至今，青岛市高新区共出让3宗涉宅用地，受让方均为青岛高实置业。

据了解，在房企布局倾向城市核心区背景下，像这类位置偏远、周边配套相对欠缺的地块已少有人问津。该地块曾于2021年2月上市，因无人出价而流拍；今年2月，青岛市对该宗地块规划进行调整，用地性质由商住综合用地调整为纯住宅用地，建筑密度由25%调整为20%，建筑限高由100米调整为54米。

此前，一位房企人士告诉记者，地块自身素质和周边配套情况已成为当前房企参与竞拍的主要考量因素。比如今年北京所出让的多宗地块中，规模小、利润空间充足、所需资金少、周转快、难度低的地块成为众多房企争夺的热门。

据了解，今年以来，各地纷纷增加优质地块供给，比如成都在11月15日出让的7宗地块，均位于主城区，且五个老主城区均有供地。另外，从单宗地块规模来看，都具有“小而精”的特点。

## 双方业绩均承压

近两年，地产行业持续下行，使得家居家装、建材等上下游企业均面临较大的业绩下滑压力。

据了解，此次金隅集团入股居然之家，成为年内又一家头部家居企业引入国资的案例。

早在今年1月份，厦门国资建设发展股份和家居龙头红星美凯龙共同发布公告，建发股份计划以不超过62.86亿元，收购红星美凯龙13.04亿股A股股份，占红星美凯龙总股本的29.95%。该交易于6月份完成，建发股份成为红星美凯龙第一大股东。

对于该项收购，当时建发股份表示，红星美凯龙与公司主营业务有明显的协同效应，此收购后有助于为公司提供新的利润增长点。

而在更早之前，去年10月底，保利资本宣布收购皮阿诺20%股权。据了解，后者完善了前者在定制家居产业链上的布局。

近两年，地产行业持续下行，使得家居家装、建材等上下游企业均面临较大的业绩压力。

金隅集团营收主要来自于以水泥为主的建筑材料销售以及房地产开发业务。过去五年，其房地产开发业务占比一直维持在30%左右，2022年这一比例下滑至25.14%。

受国内新建住宅增长放缓影响，2023年上半年，金隅集团实现营业收入491.4亿元；归属净利润4.1亿元，同比减少77.7%。其中，新型绿色建材销售业务实现营收387.2亿元，同比减少0.8%，实现利润2.4亿元，同比减少111.6%；地产开发及运营业务实现营收109.9亿元，同比减少33.2%，实现利润6.6亿元，同比减少50%。

从三季报来看，其业绩数据

仍未好转，今年前三季度公司营收约725.95亿元，同比减少8.77%；归属净利润约1061万元，同比减少99.54%。此外，公司前三季度应收账款、应收票据均增长超过35%。

此外，家居行业近两年也普遍面临增收不增利甚至收入利润均下滑的困境。居然之家虽然今年上半年业绩首次超过红星美凯龙，成为国内家居卖场龙头，但其增长情况也不容乐观。

2023年前三季度，居然之家实现总营收97.44亿元，同比增长3.33%；归属净利润11.51亿元，同比下滑24.99%；经营活动产生的现金流量净额29.47亿元，同比下降17.45%。

三季度，居然之家实现营收约

33.4亿元，同比增长6.15%；实现净利润约2.84亿元，同比下降41.3%。

卖场出租率承压是其营收和净利润下滑的重要原因。据了解，过去几年，随着房地产行业快速发展，国内家居卖场进行了一系列扩张。如今地产供求关系逆转，家居卖场也因有效需求减少而陷入困境，出租率明显下降。

此前，居然之家卖场出租率长期在95%以上，但自去年以来，以居然之家、红星美凯龙为代表的家居龙头纷纷缩减门店布局，今年上半年，居然之家卖场门店数量不增反减，新开加盟店4家，关闭直营店5家(其中3家转加盟，1家划分至购物中心)，关闭加盟店12家。至三季度末，卖场出租率仅为90%。

店开业，两年多时间公司整装业务营业额已突破12亿元。

双方在合作协议中约定，将推动各自整装业务融合发展，共同壮大整装业务总体规模，强化内在联系，合力提升整装业务、装修一体化产业链。

同时，在资产盘活方面，双方约定，居然之家在家居商场及购物中心、仓储物流等业务布局扩张过程中，将优先考虑利用金隅集团在全国各地的土地、房产等资产，提高金隅集团土地、房产的使用效率。

据了解，截至2023年年中，金隅集团土地储备面积约660.4万平方米，较多为闲置工业用地，当前多项大型商业综合体项目有闲置资产可满足居然之家业务扩张。

一套房最高优惠超百万元

## 多地押宝以旧换新购房模式

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

“出售二手房置换招商滨江、公园道两项目的客户，可在市场均价的基础上对原有房屋进行让利出售，让利部分将由项目方进行补贴，最高补贴额度20万元。再叠加政府各类补贴以及项目给出的优惠，目前的让利幅度非常大。”11月29日，位于江苏省南通市的招商公园道置业顾问李维（化名）向《中国经营报》记者表示。

为进一步推动房地产市场活跃度，以旧换新购房模式正成为各地刺激楼市消费的重要手段之一。据记者不完全统计，今年以

### 组团加码以旧换新

南京市政策要求“优先卖、放心买”服务周期保持在30~90天时间内。

相关资料显示，最早实施以旧换新政策的是徐州市。早在今年7月1日，徐州市相关部门出台规定，对今年自2月27日至12月31日止在徐州市主城区出售商品住房，并自7月1日起至12月31日止在主城区购买新建商品住房的个人，90平方米及以下的补贴合同价的0.8%，90平方米以上的则补贴1.2%。

而真正让该政策引发广泛关注的则是南京市。9月7日，南京市发布促进房地产市场发展的六项举措，除打响核心二线城市解除限购“第一枪”外，同样推出了以旧换新补助政策；对出售自有住房并购买90平方米以上新建商品住房的，额外给予不低于合同总价0.5%的补助。

与此同时，南京房地产业协会、房地产经纪行业协会联合开发企业、重点经纪机构推出了“换新购”服务，搭建“换新购”超市，超市

来，已有江苏省南京市、徐州市、南通市、浙江省宁波市和山东省青岛市、济南市等近20座城市积极推进房产以旧换新购房政策。

据了解，地方政府虽然会给予购房者一定的以旧换新补贴，但主要还是依靠房企和中介企业集中资源加快二手房销售，从而缩短置换周期。由于不同城市楼市基本面不同，政策的实施效果也不尽相同。

正因如此，江苏省连云港市、太仓市等地以地方国企平台作为“桥

梁”，限期收购业主“卖旧”的房屋作为保障性住房和人才房使用，使得购房者可以更快地置换到新房。

克而瑞研报分析称，整体来看，多座城市密集跟出台以旧换新服务或政策，在一定程度上可以帮助有置换需求的客户快速卖房。“通过出售‘旧房’获得财政补贴，购房者可以降低购买新房的成本，提高购房意愿。该服务可以盘活存量房，提高市场活跃度，进而促进城市的房地产市场平稳健康发展。”



近期，全国近20座城市推出以旧换新购房政策，以进一步提振楼市活跃度。图为位于江苏省南通市的招商公园道项目营销中心挤满了前来看房的购房者。

本报资料室/图

房源价格不高于案场销售最低价，通过“优先卖、放心买”保底交易服务，缩短二手房出售和新房购买周期，加快满足居民住房改善需求。

值得一提的是，南京市政策要求“优先卖、放心买”服务周期保持在30~90天时间内。若二手房在约定时间内未售出，则开发企业按约定退还新建商品住房认购金，购房者无须承担违约风险。

一周后，南通市也跟进执行以旧换新政策。按照规定，对出售南通市主城区范围内自有住房，并在今年9月16日至次年3月31日期间购买主城区范围内首套或第二套新建商品住房的，再给予所购新建

商品住房购房款总额0.5%的购房补助。

南通市住建局相关负责人表示，鼓励由房地产企业委托房地产经纪机构帮助有购买新房意向的居民出售旧房。居民可与房地产企业签订认购意向书并在一定期限内锁定新房源，待售出旧房后售房款抵作新房购房首付；如在期限内旧房未能售出，居民可解除认购意向书且无须承担违约责任。

此后，以旧换新政策在全国多地推广开来。10月20日，宁波市也开展“换新购”活动，基本做法与南京市相似，首批共有34个楼盘、23家经纪机构参与。

### 助力市场复苏

以旧换新政策有利于提升二手房流动性，加快房屋置换效率。

李维告诉记者，为了让顾客能够快速售出手头的二手房，招商蛇口在南通市的两大项目专门出台了“旧房折让补贴”，政策没有太多的限制条件，很轻松就能拿到20万元的补贴。此外，招商蛇口还开通了“好赞”渠道，承担1%“好赞”费用，最高补贴额度3万元。

据了解，招商公园道项目位于南通市房价最高的中创区板块，均价约3万元/平方米，主推127~330平方米的大户型房源，是典型的改善型产品。

“目前，项目本身的优惠力度也很大，一套127平方米的房源，原价约370万元，折后价格仅需320万元左右，综合优惠达50万元。政府以旧换新政策还有共计1.5%的补贴，硕士和博士还可分别获得15万元和30万元的一次性补贴。换算下来，一名博士生购买这套房的最高优惠额度超过51%和10%。”

其中，10月，南京市新建商品房认购量约为72万平方米，环比增长2.4%、同比增长12.7%，持续保持增长态势；二手房成交量约82万平方米，环比增长13.9%、同比增长32.2%，其中二手住宅日均成交约270套，持续保持高位水平。

中指研究院市场研究总监陈文静分析认为，以旧换新政策有利于提升二手房流动性，加快房屋置换效率，从而加快一、二手房的联动效应。同时，在此过程中，多地发放换房补贴也为购房者降低了置业成本。

“对于开发商而言，以旧换新购房者提前签订新建商品住房认购协议，提高了房屋销售的确定性，有助于降低房企的销售压力。”陈文静表示。

克而瑞研报分析指出，南京市和南通市的模式归根结底属于“联合帮卖”的轻资产模式。一般来看，政策的初衷主要在于购房者借助开发商资源，集中优势资源对旧房进行销售。但在当前新房去化难，二手房挂牌数量高、成交量未见起色的情况下，淄博市、海宁市等众多城市推行该模式未见较大的效果。

### 地方国企充当“桥梁”

太仓市的做法更加务实和精准，使得以旧换新交易比较容易实现。

11月24日，江苏省太仓市第二批商品房以旧换新活动报名结束，当地市民可以将符合条件的二手房出售给当地国企，再置换国企指定的新房。

据记者了解，太仓市城投集团、太仓市城发集团两大国资公司联手，推出商品房以旧换新第二批房源，可供置换新房的小区共有8个，共计800个名额。

而在此前举办的2023太仓金秋房地产博览会上，太仓市推出的首批以旧换新房源备受欢迎。彼时，凡在太仓市市域范围内建筑面积小于144平方米的存量普通商品住房，满足置换条件的可置换太仓市城发集团分批次推出的在售商品住房。具体置换条件为，一套存量商品住房只能置换一套新建商品住房，且存量商品住房置换总价不得高

于所购新房总价的60%。

针对第二批以旧换新房源，太仓市还完善了车位和车库置换的方法，即“车位或车库与存量商品房在同一产证下，可用车位或车库等量置换新建商品房项目车位”。

太仓市住建局相关负责人表示，实施以旧换新政策，一方面是为了支持改善性购房需求，另一方面也可以丰富人才公寓和保障房供给种类。“因为将购回的旧房改造为人才公寓或者保障房后，房源分布面将更广，可供市民选择的余地也更大。”

“太仓市的做法更加务实和精准，使得以旧换新交易比较容易实现。”易居研究院研究总监严跃进表示，很多城市在二手房处置方面一般只是“给出承诺或积极把二手房出售”，这样就会产生

不确定性。

事实上，越来越多的城市开始推动地方国企入局，以期盘活以旧换新棋局。例如，连云港市承诺，由国企平台限期回购“卖旧”的房屋作为保障性住房和人才房使用，保障“换新”者无后顾之忧；扬州市则由扬州新能源房屋开发公司提供两种选择方式，分为“直接置换”和“委托置换”，其中的“直接置换”模式即由国资房企回购购房者存量房，购房者无须等原有房屋卖出即可购得新房。

“类似的做法都为盘活二手房提供了一个非常好的思路，二手房不再出售给普通刚需群体，而是通过国资系统改造为人才公寓和保障房。这其实扩大了二手房潜在的消费群体，对全国各地盘活二手房提供了很好的启示。”严跃进进一步表示。

中国经营报  
CHINA BUSINESS JOURNAL

# 提质增效 低碳绿色发展



扫码了解更多

# 政策力度持续加大 房企融资获进展

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

近段时间以来,房企通过资本市场融资陆续获得新进展。

11月28日晚间,万科(000002.SZ)公告称,拟开展商业房地产抵押贷款支持券(CMBS)业务,向6家子公司提供14.35亿元的借款,已于11月27日获得深交所关于该事项的无异议函。此举是为满足公司业务发展需要、利用存量

资产拓宽融资渠道。此前,万科旗下中金印力消费REIT(不动产投资信托基金)获批注册,成为国内首批3只消费基础设施REITs产品之一。

值得注意的是,金融监管机构近期密集召开重要会议,提出“要一视同仁满足不同所有制房地产企业合理融资需求,对正常经营的房地产企业不惜贷、抽贷、断贷。继续用好‘第二支箭’(民营企业债券融资支持工具)支持民营房地产企业发债融资。”

## 民营房企获进一步重视

继续用好“第二支箭”支持民营房地产企业发债融资。

日前,中国人民银行、金融监管总局、中国证监会联合召开金融机构座谈会,研究近期房地产金融、信贷投放、融资平台债务风险化解等重点工作,其中指出:“一视同仁满足不同所有制房地产企业合理融资需求,对正常经营的房地产企业不惜贷、抽贷、断贷。继续用好‘第二支箭’(民营企业债券融资支持工具)支持民营房地产企业发债融资。”

11月24日,美的置业公告2023年度第五期中期票据的发行情况。公告显示,本期票据分为两个品种同步发行,品种一“23美的置业MTN005A”,发行总额2亿元,期限2年,票面利率4.6%;品种二“23美的置业MTN005B”,

## 房地产融资开闸

11月26日,中国证监会官网披露,1只保障性租赁住房REIT及首批3只消费基础设施REITs获得准予注册的批复。

除了“一视同仁满足不同所有制房地产企业合理融资需求”,眼下的房地产市场还亟须构建新的发展模式。就在近期,监管部门持续加大构建房地产发展新模式的融资支持力度,包括加大支持保障性住房建设等“三大工程”股债融资、出台资本市场支持保障性住房建设实施方案、推动消费基础设施REITs发展等。

11月26日,中国证监会官网披露,1只保障性租赁住房REIT及首批3只消费基础设施REITs获得准予注册的批复。

公告显示,此次获批的国泰君

发行总额8亿元,期限2年,票面利率5.16%,兑付日均为2025年11月23日。

从发债模式来看,上述中期票据由中金信用、华夏银行、交通银行联合创设信用风险缓释工具(CRMW),搭配部分信用品种,引导机构积极参与投资。募集资金用途为补充流动资金以及用于项目开发建设。

据悉,这已经是“第二支箭”第三次为美的置业融资提供增信支持。4月,作为“第二支箭”支持的首批房企,美的置业成功发行12亿元中期票据,是首家获得中金信用、交通银行和中信证券等3家机构创设CRMW的民营房企;8月,美的置业再次成功发行9.2亿元中

期票据。

半年报显示,截至6月30日,美的置业净负债率为39.8%,剔除受限制现金的现金短债比稳定在1.49,扣除预收款后的资产负债率为67.9%;持有现金总量238亿元,银行授信额度1517亿元,加权平均融资成本为4.68%。

同样作为民营房企,卓越集团近期融资端口也有新动态。据卓越集团披露,11月21日,卓越集团旗下深圳市卓越商业管理有限公司(以下简称“卓越商管”)簿记发行5亿元中期票据,债券期限3年,利率4.5%。至此,卓越集团自2022年以来已累计发行四期共25亿元中期票据。

据卓越集团披露,自去年以

措 助力民营经济发展壮大的通知》专门提及“民营房地产企业”,其受重视程度进一步提升。

而就在不久前,民营房企美的置业(3990.HK)成功发行2023年度第五期中期票据,发行规模为10亿元;卓越集团成功发行5亿元中期票据,由中金信用增进投资股份有限公司(以下简称“中金信用”)提供全额无条件不可撤销的连带责任保证担保。

《中国经营报》记者从卓越集团相关负责人处获悉,公司高管近期参与了交通银行举行的房企座谈会。

此外,据建设银行披露,其召开的支持房地产企业合理融资需求银企座谈会上,银企双方深入探讨了房地产市场形势、业务发展机会和未来发展方向,出席会议的包括美的置业、万科等6家房企代表。



深圳一项目正在抓紧建设。 本报资料室/图

## 房企自身造血功能是关键

目前,楼市复苏动能不足,企业仍需加强供应和营销力度以提振成交去化。

根据克而瑞提供的数据,10月,80家典型房企的融资总量为213.6亿元,环比下降41.5%,同比下降51.9%。从全年累计数据看,1—10月,80家典型房企累计融资总量为5127.58亿元,同比下降23.48%。

针对行业风险化解及房企融资需求,近期多家银行陆续举行银企座谈会。

据建设银行11月27日披露,龙湖集团、万科、新城控股、滨江集团、美的置业、大华集团6家房企代表在座谈会上分享了市场形势、困难挑战以及企业的应对策略。

与会企业表示,国家近期出台了一系列支持政策,银行等金融机构积极响应、快速行动,逆周期调节正在发挥作用,融资环境逐步改善;房地产市场仍有结构性机会,对未来的坚定信心。

目前面临阶段性困难、流动性紧张,市场预期有待进一步稳定,下一步关键在于提升精细化管理水平和产品力。对此,建设银行表示,将认真吸收研究与会房企提

出的建议和诉求,持续优化产品服务。

惠誉评级表示,此次相关融资支持政策的实际落地效果将取决于银行的执行力度,但其认为银行实际提供的支持力度存在不确定性。克而瑞研究中心表示:

“通过国有银行增加对房企贷款,未解决当前销售端疲软的问题,获得贷款的房企虽能‘喘口气’,但债务风险仍未完全化解,仍需积极去化偿还贷款。”

对于房企而言,债权股权融资只是外部输血,解决资金链问题的关键还在于其自身造血功能——销售端企稳回升。克而瑞统计数据显示,1—10月,百强房企实现销售操盘金额45634.6亿元,同比下降12.8%,年内累计业绩降幅继续扩大。目前,楼市复苏动能不足,企业仍需加强供应和营销力度以提振成交去化。一家近期获得融资的房企相关人士对记者表示,当下销售仍是“头等大事”,其认为:“只有市场好才能纾困。”

# 广州拟出台全国首个城中村改造条例 改造规划已有成功样本

本报记者 陈靖斌 广州报道

广州针对城中村改造立法工作近日有了新的进展。

11月22日,广东省广州市人大常委会发布《广州市城中村改造条例(草案修改稿·征求意见稿)》(以下简称“意见稿”),向社会各界公开征求意见,拟于12月下旬进行第三次审议并交付表决。据了解,这是广州市首次针对城中村改造进行的立法工作,也是全国首个将出台的专门针对城中村改造的地方性法规条例。

对于立法目标,意见稿提出,立法为了满足公共利益需要,推进和规范城中村改造,优化城市空间布局,改善人居环境,促进产业转型升级,提升城市品质和城市发展质量。

中国城市发展研究院·农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅告诉《中国经营报》记者,广州出台全国首个城中村改造条例具有重要的示范意义。“这有利于规范城中村改造工作,保障各方权益,也为全国其他城市的城中村改造提供了借鉴。该条例的制定和实施,将有助于规范和推动城中村改造工作,改善城市环境,提升居民生活质量,同时也有助于提高城市规划和管理水平。”

## 立法规范城中村改造

记者了解到,对于改造方式,意见稿明确,广州市住房城乡建设行政主管部门应当会同市规划和自然资源部门制定城中村改造拆除新建、整治提升、拆整结合工作导则,分别确定适用条件和改造内容清单并报市人民政府审定。

其中,拆除新建指除法律、法规明确规定需要保留的以外,拆除全部或者大部分城中村原有建筑物、构筑物及其他地上附着物,并按照城市标准规划、重新建设和管理的全面改造。

整治提升则指的是对不具备

拆除新建条件的城中村,在维持现状建设格局基本不变的前提下,按照文明城市标准进行建筑局部拆建、改变功能、整饰修缮、完善公共设施和消防设施等微改造;拆整结合则是以拆除新建和整治提升相结合的混合改造。

在产业转型升级方面,意见稿明确市人民政府应当对城中村产业情况开展调查,统筹考虑产业规划和产业发展需求,先行安排产业转移承接园区,有序疏解城中村集聚产业,坚持异地迁移与就地改造相结合,按照合理布局、区域平衡的原则,保障产业

用地需求或者配置一定比例的产业用房。而各区人民政府可以根据项目用地规模、亩均产值、单位能耗、排污强度、劳动生产率等指标对用地效率进行分等定级,提供一定规模比例的低成本创业空间,保障小微企业和个体户的创业需求,并在用能、用电、用水、排污权等方面实行差别化配置。

值得一提的是,意见稿还明确城中村改造应当先行安排安置房项目供地和建设,加强安置房规划设计和建设管理,确保安置房在合

理工期内建成,安置房品质不得低

于商品住房水平。

此外,本次意见稿还对保障房建设提出明确要求。城中村改造地块除安置房外的住宅用地及其建筑规模应当按照一定比例配置保障性住房,可以综合交通、公共服务配套设施、产业布局等因素按区域统筹。城中村改造控制性详细规划明确的建设量较自身改造建设量有节余的,优先配置保障性住房。

个人可以将自有产权的房屋委托专业住房租赁机构作为保障性租赁住房进行整体运营。城中村改造建设和筹集的保障性

住房,按规定享受产业发展、土地供应、金融和税费减免等优惠政策。

值得注意的是,意见稿还强调公众参与以及改造意愿征询。

其中,在公众参与层面,市、区人民政府应当建立城中村改造公众参与机制,畅通利害关系人以及公众的意见表达渠道。改造意愿征询方面,纳入城中村改造计划的项目,由区人民政府组织开展改造意愿征询,经改造项目所在村农村集体经济组织三分之二以上成员和三分之二以上村民同意的,方可启动改造。

## 进入法治化、专业化轨道

据悉,在广州多年的城中村改造实践中,已形成了多个成功改造并实现产业转型升级的案例典范。

沙步项目位于广州市黄埔区东部,广州“东进”战略发展轴,改造前户籍人口近万人,总占地面积约1.58平方公里,总体量约400万平方米。该项目2019年开始改造,是广州黄埔区在建的大型城市更新项目之一,是黄埔东路沿线旧改速度最快的项目,也是万科集团最大的“城市更新+综合住区+综合商办”类项目。

而在产业转型升级方面,项目内规划总建面约100万平方米商业综合体,全面升级当地村集体产业,打造足以支撑10多万就业及居住人口的服务配套,12月初,该项

目将开放以社区精神领地和烟火生活聚场为定位的小镇中心,陆续引入麦当劳、华润万家等品牌入驻,社区居民很快即可享受日常美好与便利。据悉,该项目将于12月每个周末举办“绿榕音乐节”,古村持续激发新活力。

而位于广州番禺的海伦堡创意园,作为海伦堡城市更新项目的经典实践案例,属于综合整治和拆除重建相结合的城市更新项目。

相关负责人介绍,海伦堡在不改变传统格局和街道肌理的前提下,对园区的功能和业态进行腾龙换鸟,改变了区域产业低端和土地利用低效的现状,实现了由单一旧工业区向复合式产业业态的华丽转变,是广州番禺产业转移首个百

亿级项目。

经过前期产业研判及与街道、区政府的多轮沟通,确立了创意设计产业与大信息产业两大产业体系。在产业招商方面,构建产业图谱,引入与产业定位相匹配的龙头企业。资料显示,该园区入驻率达95%以上,累计进驻企业逾300家,包含百度、阿里巴巴、浙江正泰、德国德克、三雄极光、九牧商用等数十家上市名企。

作为广州市规划和自然资源局甄选出的“广州城市更新经典案例”——广州市天河区第二棉纺厂地块更新改造项目,由广州无线电集团、广州轻工集团两大市属国企对二棉厂地块进行合作开发,重点布局人工智能核心产业和科技金融配套产业,打造具有国际竞争力

的人工智能产业集聚区。

据了解,该项目更新改造完成后,将实现西侧现代产业组团和东侧历史建筑群高度融合发展,以功能创新和历史文化资源利用激活片区发展活力,打造成天河区创意更新改造名片。项目建成后5年内,预计项目及园区入驻企业合计将实现总产值约1160亿元,税收贡献约128亿元,吸引就业人口约3万人。

中国房地产数据研究院院长陈晟告诉记者,广州公布首个针对城中村相关的条例有着积极意义。“广州的城中村改造率先在条例上进行拔高,大家在执行过程中相应遵循,然后再根据反馈在立法上进行优化和调整。这也为特大型城市的城中村和存量房改造提

供了很好的法律依据和样本。对北京、上海等特大型城市的城中村改造,都将起到积极的示范作用,这也预示着城中村改造进入到法治化、专业化的轨道。”

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力也指出,本次公示的意见稿对广州城中村改造将产生多方面影响。“一方面为广州的城中村改造提供了明确的法律框架和指导原则,使改造工作有法可依、有章可循。另一方面明确了改造的目标和流程,有助于确保改造工作的顺利进行。同时规定了政府在城中村改造中的职责和征地补偿等内容,有利于保障村民的合法权益,减少改造过程中的矛盾和纠纷。”

# 冲击创业板生变 丽珠集团子公司欲转道北交所

本报记者 苏浩 曹学平 北京报道

筹划近三年，丽珠医药集团股份有限公司(000513.SZ，以下简称“丽珠集团”)子公司创业板IPO最终还是未能如愿。

近期，丽珠集团发布《关于终止筹划控股子公司分拆至创业板上市并申请在新三板挂牌的公

告》(以下简称《公告》)称，终止筹划控股子公司珠海丽珠试剂股份有限公司(以下简称“丽珠试剂”)分拆至创业板上市，并申请在新三板挂牌。

与此同时，为了进一步增加对控股子公司的控制权，提高管理决策效率，11月17日，丽珠集团决定使用自有资金共计6552

万元收购丽珠试剂8.00%股权，截至11月21日，丽珠试剂股权已完成交割，丽珠集团对丽珠试剂的持股比例由39.425%增加至47.425%。

11月30日，丽珠集团方面在接受《中国经营报》记者采访时表示，丽珠试剂为丽珠集团专注于诊断试剂及设备制造的独立业务

运营平台，其业务领域、运营模式与公司其他业务板块保持较高独立性，丽珠试剂在新三板挂牌后，仍是公司合并报表范围内控股子公司，本次挂牌不会影响公司对丽珠试剂的控制权，不会影响公司独立上市地位，不会对公司财务状况、经营成果及持续经营构成重大影响。

## 上市计划宣告终止

“公司综合考虑资本市场环境变化、自身经营情况及未来业务战略定位，最终决定终止控股子公司丽珠试剂分拆至深圳证券交易所创业板上市事项。”

丽珠试剂自1989年成立至今，一直专注于诊断试剂及设备的研发、生产及销售。

《公告》显示，早在2020年10月，丽珠集团在第十届董事会第四次会议上就审议通过了《关于分拆所属子公司珠海丽珠试剂股份有限公司至深圳证券交易所创业板上市方案的议案》。次月，丽珠集团在股东大会上审议通过了上述分拆上市议案。

随后，丽珠试剂于2020年11月在中国证券监督管理委员会广东监管局办理了辅导备案登记，截至《公告》披露日，丽珠试剂共提交了十二期辅导工作进展报告。

但三年过去了，子公司丽珠试剂上市计划突然宣告终止。

对于此次终止筹划丽珠试剂创业板上市的具体原因，丽珠集团方面告诉记者，作为服务创新型中小企业阵地，北交所健全了多层次资本市场，加快完善了中小企业金融支持体系，有利于创新型中小企业驱动发展和经济转型升级。公司综合考虑资本市场环境变化、自身经营情况及未来业务战略定位，最终决定终止控股子公司丽珠试剂分拆至深圳证券交易所创业板上市事项。

在终止分拆上市后，丽珠集团方面称，在符合相关法律法规政策和条件成熟的前提下，丽珠试剂拟聘任具有相应资质的主办券商，申请在新三板挂牌并进入创新层。



丽珠集团旗下丽珠试剂拟申请在新三板挂牌并进入创新层。 视觉中国/图

“未来公司还将在符合相关法律法规政策和条件成熟的背景下，积极响应国家号召，把握市场经济发展机遇，根据资本市场环境及战略发展需要，择机寻求在北京证券交易所上市。”丽珠集团方面表示。

值得一提的是，在2022年11月，针对有关创业板上市公司业务和收入涉及核酸检测，深交所新闻发言人在答记者问中强调，高度关注相关企业的可持续经营能力。依据创业板发行上市条件和审核标准，对有关公司的申请进行了认真审核，重点关注了其核酸检

测相关业务与主营业务的关联性、相关收入的可持续性，以及剔除该等业务收入后公司是否仍满足发行上市条件等，要求公司进行了充分披露。

彼时，深交所表示，将继续认真贯彻落实党中央、国务院决策部署和证监会工作要求，坚守创业板定位，严把市场准入关，审慎推进相关企业发行上市工作。市场也将其解读为核酸检测企业上市政策收紧的信号。与此同时，市场对于新冠检测所带来的业绩是否具有可持续性也持

怀疑态度。

而丽珠试剂放弃冲击创业板是否也受到上述事项影响？对此，丽珠集团方面表示，丽珠试剂产品线涵盖了重大传染病、呼吸道感染、肿瘤标志物、药物浓度监测、自身抗体检测、生殖健康、过敏原检测及血液安全等众多领域。其中，与疫情相关的主要为抗体及抗原检测试剂产品，占整体营业收入的比重较小。相关决策是公司综合考虑自身业务发展、资本市场环境情况所做出的选择。

## 业绩经历“过山车”

“目前，在IVD行业集体创新迭代、加速国产替代以及国际化进程的背景下，公司将积极把握市场机遇，深耕主营业务发展，助力业绩实现稳健增长。”

事实上，在新冠疫情暴发后，丽珠试剂凭借抗体及抗原检测试剂产品，其业绩也迎来大幅突破。

据丽珠集团2020年年报，丽珠试剂2020年全年的营业收入达到13.93亿元，同比增长84.5%；净利润为4.69亿元，同比增长346.67%。

“2020年上半年，海外新冠疫情大面积爆发，新冠检测试剂产品出口市场需求大幅增加，为本集团整体业绩增长提供了重要支持。”丽珠集团指出，2020年年底，丽珠试剂新冠抗原检测试剂盒(乳胶法)，丽珠试剂新冠抗原检测试剂盒(免疫荧光法)两款新冠检测产品又获CE认证，丰富了新冠病毒检测试剂类型，扩大了新冠病毒检测试剂的供应，进一步服务全球疫情防控的需要。

也正是在这一年，丽珠试剂提交了创业板上市申请。

但公司业绩高增长没能持续。2021年，丽珠试剂业绩急转直下，营业收入降至7.29亿元，同比下降47.67%；净利润也降至5859.47万元，与2020年相比下降约87.42%。

2022年，丽珠试剂实现营业收入7.43亿元，净利润为7212.12万元，业绩出现小幅回升。再到2023年上半年，丽珠试剂的营业收入和净利润分别为3.01亿元和2581.21万元。相比于疫情前，其营业收入和净利润双双不及2019年同期水平。具体来看，2019年上半年，丽珠试剂营业收入为3.66亿元，净利润为5291.62万元。

刨除新冠疫情影下的业绩偶发性增长，影响丽珠试剂如今业绩不及疫情前同期水平的主要因素有哪些？对此，丽珠集团方

面表示，同期，净利润水平变化的主要原因是公司近年来对创新研发的重视程度持续提升，不断增加研发投入所致。

而对于丽珠试剂未来业绩提振，丽珠集团方面称，丽珠试剂自成立至今一直专注于诊断试剂及设备的研发、生产及销售，经多年深耕发展，已构建了涵盖酶联免疫、胶体金快速检测、化学发光、多重液相芯片技术、核酸检测等在内的多方位技术平台，在呼吸道感染、传染性疾病、药物浓度监测等领域的市场影响力，部分产品占有率居于国内领先地位。公司将以重点标杆客户为基础，以点带面扩大客户群体，建立多省份区域性的标杆客户，并持续做好销售管理工作，提升客户层面对品牌与产品的认可。

“目前，在IVD行业集体创新迭代、加速国产替代以及国际化进程的背景下，公司将积极把握市场机遇，深耕主营业务发展，助力业绩实现稳健增长。”丽珠集团方面说。

随着体外诊断试剂企业间的同质化竞争愈发加重，丽珠试剂未来发展方向又在哪里，为此，丽珠集团方面告诉记者，丽珠试剂以临床患者为需求，未来也将继续聚焦自身免疫性疾病、呼吸道疾病、分子诊断全自动一体化平台、结核病防控等优势战略领域。依托多重数码液相芯片、酶联免疫吸附试验、化学发光检测、PCR分子检测等重点技术平台，一方面持续投入研发，持续针对战略病种领域与科室的布局进行深耕，开展多类病种检测试剂的开发。另一方面

# 派林生物三大股东“握手言和”

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

完成公司控股股东及实际控制人变更仅过去一个月后，派林生物(000403.SZ)董事会格局再度洗牌。

日前，派林生物公告称，董事会全数13个席位中的4名董事、2名独立董事及1名监事辞职，上述人员均由派林生物控股股东共青城胜帮英豪投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“胜帮英豪”)此前提名而来。同时，公司第二大股

东哈尔滨同智成科技开发有限公司(以下简称“哈尔滨同智成”)提名补选3名董事候选人、2名独立董事候选人、1名监事，公司第三大股东深圳市航运健康科技有限公司(以下简称“深圳航运健康”)提名补选1名董事候选人。

候选人中包括派林生物前董事长付绍兰，其在一个月前公司董事会换届中“出局”。

3月份开始，派林生物筹划控

股股东及实际控制人变更，期间经历重要高管悉数辞职、股东与上市

公司对簿公堂等情节，引起不少关注。此番人事变动，在部分投资者看来是股东各方“握手言和”的结果。“和为贵，期待公司股东齐心协力让公司走向正轨。”一位投资者在互动平台上留言道。

针对派林生物日后经营管理如何实现平稳过渡等问题，《中国经营报》记者致函胜帮英豪方面，胜帮英豪相关人士表示将回应相关问题，但截至发稿，对方未予以答复。派林生物董秘赵玉林没有回应记者的采访需求。

物完成董事会换届选举，胜帮英豪控制派林生物董事会全部董事席位，以付绍兰为代表的二股东、三股东“出局”。

结合胜帮英豪持股情况及公司董事会席位构成，10月25日，派林生物公告称，公司控股股东变更为胜帮英豪，胜帮英豪为陕西煤业化工集团有限责任公司(以下简称“陕煤集团”)控制的合伙企业，陕煤集团为陕西省国资委100%持股的企业，所以派林生物实际控制人相应变更为陕西省国资委。拥有陕煤集团背景的李昊被选举为派林生物董事长。

就在外界认为派林生物控制权之争告一段落之际，近日，公司一连发布12份公告，涉及二股东、三股东提名补选董事、独立董事等议案。届时，派林生物的董事会格局将再度洗牌。

根据公告，哈尔滨同智成提名付绍兰、杨莉、闫磊为董事候选人，章金刚、刘俊为独立董事候选人；深圳航运健康提名王庆生为

董事候选人。上述议案均已获公司董事会审议通过。11月24日，哈尔滨同智成提名宋玉立为监事候选人的议案获公司监事会审议通过。

与此同时，派林生物拟修订公司章程及相关公司制度，其中包括拟设置联席董事长，派林生物称，这是出于公司已变更控股股东和实际控制人的考虑。根据公司章程，联席董事长由公司董事担任，由全体董事的过半数选举产生和罢免。董事会议事规则显示，董事长在拟定重大事项提案前，应当征求联席董事长意见。

至此，上述全部议案将在12月11日举行的派林生物2023年第四次临时股东大会进行投票表决。

而在最近6名董事辞职后，胜帮英豪在董事会中控制的董事席位降至7个。对于此次人事变动是否将影响胜帮英豪的控股股东地位？股东三方经历了怎样的磋商？记者就此采访胜帮英豪方面，但没有得到回应。

## 业绩恢复增长待考

事实上，付绍兰等人在此番人事变动中重回派林生物董事会“牌桌”具备现实原因。

目前，派林生物主要依靠两家全资子公司——广东双林生物制药有限公司(以下简称“广东双林”)、哈尔滨派斯菲科生物制药有限公司(以下简称“派斯菲科”)进行业务开展，二者均具备二十多年的血液制品生产和销售经验，而付绍兰目前仍为派斯菲科董事长兼总经理。值得注意的是，此次提名为派林生物董事候选人的杨莉、闫磊同样为派斯菲科董事。

据派林生物披露，派斯菲科作为东北三省唯一三大类产品齐全的血液制品高新技术企业，拥有19个单采血浆站，已在采单采血浆站14个，在建及待验收单采血浆站5个。上半年，派斯菲科营收约1.56亿元，占派林生物整体营收比例约22.3%，净利润约1874.9万元，占比约13%。8月及9月，派斯菲科下属巴彦浆站和庆安浆站分别收到黑龙江省卫生健康委员会签发的《单采血浆许可证》，取证之日起可正式采浆。

对于血液制品企业而言，浆站数量及采浆量是重要的发展逻辑。2022年，派林生物采浆量超过800吨，截至今年6月底，派林生物浆站数量合计达到38个，位居行业前三，公司预计2023年采浆量预计将超过1000吨，进入千吨级血液制品第一梯队。

2022年，派林生物采浆量超过800吨，截至今年6月底，派林生物浆站数量合计达到38个，位居行业前三，公司预计2023年采浆量预计将超过1000吨，进入千吨级血液制品第一梯队。

队因此，自派林生物实际控制人拟变更以来，资本市场对其在血液制品行业的发展前景充满期待。派林生物亦在半年报中指出，这样“更有利于增加公司浆站数量，采浆规模有望跻身血液制品行业第一梯队前列”。

浙商证券指出，血液制品行业的核心能力在于采浆量，不同股东对企业获批新浆站的赋能效果差异较大，实际控制人的变化对于血液制品企业的成长性有着较大影响。其中，浆站资源获取能力强的企业能够获得行业红利，加速成长。

事实上，派林生物所处的血液制品行业近年来不断吸引各方入局。

6月初，卫光生物(002880.SZ)实际控制人深圳市光明区国资局与中国生物技术股份有限公司签署合作协议，协议实施后，卫光生物实际控制人将变更为中国医药集团有限公司，后者由国务院实际控制；同月，上海莱士(002252.SZ)收到公司第一大股东Grifols, S.A.的通知，后者正在筹划涉及公司股权变动的重大事项，截至目前公司未披露相关进展。此前于2021年，博雅生物(300294.SZ)控股股东变更为华润医药控股有限公司，企业性质从民营变更为国有。另外，目前位于行业第一梯队的天坛生物(600161.SH)也是国有控股企业。

浙商证券指出，过去几年，

血液制品经历了行业整合及股东变化，底层逻辑是血液制品行业的资源品属性和稳定现金流能力。

光大证券发布研报指出，各类血液制品均是临床治疗的刚需产品，随着防疫政策优化之后，院内常规客流量复苏，血液制品的需求因此受到持续拉动。根据PDB国内样本医院市场数据，2023年第二季度，人血白蛋白销售额同比增长12%，静丙销售额同比增长18%，血液制品市场整体销售规模增长10%。“随着原料血浆供给能力的持续提升，血液制品行业的产品销售有望受益于需求扩容，迎来黄金发展期。”

不过，派林生物的浆站数量虽然位居行业前三，但其前三季度业绩有所下滑，公司营收约13.75亿元，同比下降7.95%，净利润同比下降6.68%至3.26亿元，经营活动产生的现金流量净额为2.26亿元，同比下降18.45%。

同期的血液制品生产企业均实现不同程度的业绩增长。前三季度，天坛生物营收约40.22亿元，同比增长38.09%，净利润同比增长47.69%至8.87亿元；上海莱士营收约59.35亿元，同比增长19.87%，净利润同比增长21.9亿元，同比增长5.17%，净利润同比增长10.95%至4.64亿元。

## 大股东让出6个董事席位

11月23日晚间，派林生物发布公告称，公司近日收到公司董事刘致强、董事聂群、董事周乔、董事冯皓、独立董事张雨田、独立董事马骏、监事张素平递交的辞职报告。与常见的“出于个人原因”的辞职理由不同，派林生物在公告中称，刘致强等人的辞职之举是“为优化公司治理结构”。

根据派林生物的公司章程，董事会由13名董事组成，行使负责召集股东大会，并向大会报告工作；执行股东大会的决议；决定公司的经营计划和投资方案；决定公司内部管理机构的设置；聘任或者解聘公司总经理、董秘等职权。因此，董事会席位的变动于公司经营发展的影响程度可见一斑。

据此前披露，此次辞职的6名董事及1名监事的提名议案均在派林生物10月25日举行的2023年第三次临时股东大会上获审议通过。一同获通过的还有胜帮英豪给出的4名董事、3名独立董事、2名监事的提名议案。至此，派林生

# 龙佰集团的资本新局：拟分拆国钛股份上市

本报记者 陈家运 北京报道

近日，龙佰集团(002601.SZ)披露子公司分拆预案，拟将其控股子公司云南国钛金属股份有限公司(以下简称“国钛股份”)分拆至深交所主板上市。国钛股份为龙佰集团2019年发起设立的钛业务

## 拟分拆子公司上市

分拆完成后，龙佰集团股权结构不会发生变化，且仍将维持对国钛股份的控股权。

龙佰集团(除国钛股份及其控股子公司)主要从事钛白粉、锆制品、锂电正负极材料等产品的生产与销售，而拟分拆的子公司国钛股份则专注于海绵钛生产与销售。钛白粉与海绵钛产品属于钛矿产业链两条不同的分支，产品应用领域及下游客户类型具有明显的差异。

海绵钛为制造钛材的重要原材料，已被广泛应用于航空、航天、生物医疗、化工冶金、海洋工程、体育休闲等领域，并被誉为“太空金属”“海洋金属”“现代金属”和“战略金属”。

自2017年以来，在高端化工、航空航天、船舶和电力等行业需求的带动下，我国钛材需求持续攀升，进而也拉动了海绵钛的需

求增长。

在此背景下，2019年9月，龙佰集团与其控股子公司禄丰新立共同出资3亿元成立国钛股份，二者分别持股99%和1%。

随后在2020年，龙佰集团将下属子公司海绵钛业务全部整合到国钛股份，并通过国钛股份下属子公司甘肃国钛收购金川集团铁厂资产，将国钛股份打造成为其钛金属业务的统一平台。

根据龙佰集团在11月21日披露的分拆预案，龙佰集团拟将其控股子公司国钛股份分拆至深交所主板上市。本次分拆完成后，龙佰集团股权结构不会发生变化，且仍将维持对国钛股份的控股权。

中研普华海绵钛研究员邱

核心子公司，主营产品为海绵钛。

经济学家宋清辉在接受《中国经营报》记者采访时表示，分拆通常能对子公司业务实现价值重估，使投资者对上市公司的部分业务有更好的理解。此外，这样的策略能增强子公司的融资能力，推动其加速发展和盈利，并减

少对母公司的资金需求。

化工原材料交易平台涂多多分析师齐宇向记者表示，近年来，海绵钛价格整体向上，下游钛材需求不断增加，吸引多家海绵钛龙头企业加速布局。但今年由于新增产能的大量释放，行业出现阶段性产能过剩，导致海绵钛价格开始回落。

晨阳告诉记者，随着2018—2022年海绵钛需求的快速增长和行业竞争的加剧，海绵钛业务的上市不仅可以加快融资以扩大产能，甚至还可以延伸产业链，从而在未来的竞争中持续扩大优势。

龙佰集团方面表示，在全球钛材消费结构中，商用飞机与民用飞机占比达到56%，而中国航空航天用钛材消费占比目前仍不足20%，这一差距主要反映了我国历史上大飞机国产化率较低的事实。近年来，我国航空装备制造业迅速发展，大飞机的国产化率不断提升，为钛材带来了较大的下游市场增量，同时也推动了海绵钛产品的需求增长和结构优化。

## 警惕产能过剩

行业供给上升趋势明显，使得海绵钛市场面临一定的压力。

近年来，我国海绵钛的产量和需求量呈现出快速增长的态势。据统计，自2017年以来，我国海绵钛产量稳步上升，且行业集中度出现提升，行业内主要的生产商大部分都有产能扩张计划。

招商证券方面指出，龙头企业正在持续扩张产能，其现有及规划产能达40万吨。

据百川盈孚数据，截至2022年年底，国内海绵钛企业设计产能约24.14万吨，以2022年产量17.5万吨计算，2022年产能利用率约72.5%。进入2023年，包括宝钛华神、朝阳金达、双瑞万基、攀钢钛业、新立钛业等在内的多家企业都在进一步扩大产能，截至2023年9月，国内海绵钛总产能已达到25.7万吨。

不过，行业产能的快速增长也带来了一些问题。龙佰集团公告显示，其计划在云南、甘肃等地增至8万吨产能，新疆湘晟规划新增3万吨产能，攀钢也规划将产能增至5.5万吨，行业供给上升态势明显，现有及规划产能预计达40万吨。

行业供给上升趋势明显，使得海绵钛市场面临一定的压力。

据齐宇透露，2023年上半年，海绵钛市场运行稳中有弱，市场延续2022年年末下跌行情，终端市场需求恢复相对缓慢，在市场供应过剩后，上半年海绵钛价格持续下滑。具体而言，1—4月价格缓慢下行，5—6月价格下跌幅度较快。年初一级海绵钛市场价格为7.2万元/吨，受市场现状影响，价格持续

下跌至7月初的5.8万元/吨，市场传闻还有更低价格存在。这意味着价格累计下滑了1.4万元/吨，跌幅达到19.44%。

齐宇表示，由于上半年受市场价格持续下跌影响，海绵钛企业运行承压，钛原料和镁锭价格维持高位，半流程企业生产压力较大，企业盈亏平衡，多减产停产，市场需求不佳，出货压力较大，全流程企业也有所压力。

百川盈孚数据显示，2023第三季度海绵钛均价为5.37万元/吨，环比下降22.62%。

龙佰集团方面也表示，如果未来海绵钛需求量增长不及供给增长，则可能出现供过于求的情形，对于产品销售产生不利影响，可能造成产能浪费和盈利能力下降。

## 拓宽融资渠道

近年来，龙佰集团通过资本运作和资源整合，快速发展成为集钛、锆、锂等新材料研发制造及产业深度整合的大型多元化企业集团。

“上市公司分拆是资本市场优化资源配置的重要手段之一。对于分拆子公司上市的目的，主要是利用上市平台增强资金实力，拓宽融资渠道。”宋清辉表示，这能够避免子公司受到母公司资金紧张的影响，快速吸收战略股权投资，集中发展其核心业务，实现营收和盈利的快速增长。

龙佰集团方面表示，此次分拆上市有助于国钛股份通过独立上市扩大资金实力、拓宽融资渠道，在继续巩固和发展海绵钛业务，进一步增强市场竞争力的同时，选择合适的时机将产业布局向直接关联的下游延伸。

近年来，龙佰集团通过资本运作和资源整合，快速发展成为集钛、锆、锂等新材料研发制造及产业深度整合的大型多元化企业集团。

时间回溯到2016年，钛白粉行业发生了重大收购事件。当时的龙佰集团名为佰利联，其钛白粉产能位居行业第二，不过却完成了对钛白粉产能第一的四川龙蟒钛业

的收购，大幅提升了钛白粉产能且拥有了自己的矿山资源。

2019年5月，龙佰集团收购云南新立钛业巩固氯化法钛白粉地位，将海绵钛纳入产品组合，同时矿山资源拥有量进一步提升。同年9月成立国钛股份。

此后，龙佰集团于2020年收购金川集团海绵钛资产扩大海绵钛产能。同年，东方锆业定向增发8500万股新股全部由龙佰集团认购，后者进而成为其控股股东。同时，为加快扩张步伐，龙佰集团当年又非公开发行股票募集资金总额22.65亿元投资年产20万吨氯化法钛白粉项目。

自2021年开始，龙佰集团新增和收购相关公司，再次宣布进军新能源材料领域。截至目前，该公司已经拥有磷酸铁锂、磷酸铁产能5万吨/年、10万吨/年，以及石墨负极和石墨化产能。同年10月25日，继续加速扩张的龙佰集团发布公告，拟投资建设20万吨氯化法钛白粉及钒钛等稀有金属综合回收示范工程(配套100万吨高盐废水处

理项目)。

然而，快速扩张也带来了财务压力。财报显示，截至2023年9月末，龙佰集团的短期借款为68.73亿元、一年内到期的非流动负债26.25亿元、长期借款111.76亿元，债务合计为206.74亿元，较2022年年末的136.74亿元增长70亿元。这也使得龙佰集团前三季度的财务费用由上年同期的1442.32万元增长至1.91亿元，增幅高达1220.98%。

截至2023年三季度末，龙佰集团在建工程为78.20亿元，主要系海绵钛、新能源、钛精矿升级等项目投入增加。

龙佰集团方面表示，本次分拆有助于公司专注发展钛白粉业务，发展低成本、成熟的大型氯化法钛白粉技术，着力满足趋严的产业及环保政策对钛白粉生产能耗提出的更高要求，进一步提高公司市场份额；龙佰集团本次分拆有利于双方专注于各自细分市场领域并突出主业，有利于上市公司进一步增强独立性。



近日，龙佰集团披露子公司分拆预案，拟将其控股子公司国钛股份分拆至深交所主板上市。图为中国国际涂料博览会龙佰集团展台。

视觉中国/图

# 监管部门多次出手“打铁” 铁矿石价格高位回落

本报记者 李哲 北京报道

在钢铁行业的传统淡季10月，上游铁矿石价格却一度飙升，于11月14日突破990元/吨关口。

这引起了监管部门的关注。国家发展改革委等部门近日就铁矿石价格波动问题接连开会调研，以维护市场健康有序发展。

## 价格波动引发关注

自2023年5月以来，铁矿石2401期货合约价格持续上升，从650元/吨开始上涨。特别是在钢铁行业的传统淡季10月，铁矿石价格自820元/吨一路飙升，于11月14日突破990元/吨关口，价格达到近两年来的高点。

铁矿石价格波动引起了国家相关部门的高度关注。11月15日，国家发展改革委价格司派员赴大连商品交易所，共同研究如何加强铁矿石市场监管工作。随后的11月23日，针对近期铁矿石价格出现连续过快上涨的异动情况，国家发展改革委价格司、市场监管总局价监竞争局、中国证监会期货部组织部分铁矿石贸易企业和期货公司召开会议，了解有关企业参与铁矿石现货和期货交易情况，要求有关企业依法合规经营，不得捏造散布涨价信息、故意渲染涨价氛围、囤积居奇、哄抬价格、过度投机炒作、操纵期货市场。

另外，11月24日，国家发展

值得一提的是，在2021年铁矿石价格就曾出现疯长。并且，我国对铁矿石存在较高的对外依存度。2022年，中国钢铁工业协会(以下简称“中钢协”)向相关部委上报“基石计划”，即通过国内新增铁矿开发、境外新增权益铁矿、废钢资源的开发，实现对铁矿石供给和价格的话语权。

目前，我国作为全球最大的钢铁生产国，对铁矿石的需求量巨大，但对外依存度较高。

中国冶金矿山企业协会总工程师雷平喜在全国铁矿企业生产经营座谈会上表示，随着前期停产矿山开始复产和矿山新建、改扩建项目的投产，预计2023年国内矿山铁矿石产量继续保持稳定增长，全年国产铁精矿约为2.95亿吨，同比增加950万吨左右，增长3.0%左右。从国外矿山情况看，四大矿山年度发运目标保持不变，部分矿山

## 对外依存度较高

铁矿石是钢铁工业不可或缺的基础原材料，是关系到我国钢铁产业链、供应链安全的关键因素。

目前，我国作为全球最大的钢铁生产国，对铁矿石的需求量巨大，但对外依存度较高。

中国冶金矿山企业协会总工程师雷平喜在全国铁矿企业生产经营座谈会上表示，随着前期停产矿山开始复产和矿山新建、改扩建项目的投产，预计2023年国内矿山铁矿石产量继续保持稳定增长，全年国产铁精矿约为2.95亿吨，同比增加950万吨左右，增长3.0%左右。从国外矿山情况看，四大矿山

## 积极应对市场挑战

目前，我国钢铁产业正在经历新一轮的深度调整。

中钢协统计数据显示，1—10月，全国累计生产粗钢8.75亿吨，同比增长1.40%，累计日产287.73万吨；生产生铁7.45亿吨，同比增长2.30%，累计日产244.98万吨；生产钢材11.44亿吨，同比增长5.70%，累计日产376.38万吨。

然而，今年钢铁行业整体形势仍不容乐观。中信特钢方面提到，今年以来，钢铁行业下游需求恢复不及预期，钢价呈低位震荡行情，企业盈利空间受到挤压。

今年以来，国内钢材需求不足问题依旧突出，我国钢铁生产企业

存在年底冲量预期，预计2023年我国进口铁矿石11.51亿吨，同比增加4400万吨左右，增长4.0%；全年铁矿石消费量约为14.25亿吨，同比增长1.9%。

由此可见，如何提高铁矿石自给率，降低对外依存度，成为我国钢铁产业面临的重要课题。

《中国经营报》记者了解到，我国的铁矿资源品位低、杂质多、粒度细；分布广泛、规模较小、开采难度大。同时，我国最近10年几乎没有海外铁矿资源开发项目，且之前已获得的项目大部分建设和生产成本较高，竞争力偏弱。海外铁矿资源供应占比大而且过于集中，高度依赖澳大利亚和巴西的四大矿山

的经营利润受到影响。中钢协统计数据显示，今年上半年，重点统计会员钢铁企业利润总额同比下降68.76%；利润率1.03%，同比下降2.1个百分点，亏损面达到44.57%。进入三季度以来，利润下滑趋势稍有放缓。今年前三季度，中钢协重点统计企业利润总额621亿元，同比下降34.11%，亏损面约40%。

进入10月后，铁矿石价格再次对钢铁企业造成冲击。华菱钢铁方面表示，自10月以来，原料价格出现上涨，但钢价仍然震荡偏弱，行业月度亏损面进一步扩大，预计四季度行业内各钢企间盈利

公司。此外，我国废钢产出量尚未达到高增加期，而且废钢加工企业整体水平参差不齐，回收利用体系不健全，行业技术和装备水平、废钢加工质量都有待提高。

因此，虽然我国需要大量进口铁矿石来满足钢铁产能，但却缺失定价话语权。进口铁矿石价格的剧烈波动，给国内钢铁企业生产带来巨大影响。事实上，由于铁矿石的定价权缺失，2021年，我国便经历过一轮进口铁矿石价格疯狂上涨。彼时，铁矿石价格一直攀升至1337元/吨的高位。

为了缓解我国铁矿石对外依存度较高的现状，2022年1月，中钢协向国家发展改革委、工信部、

自然资源部、生态环境部四部委上报了“基石计划”，即通过国内新增铁矿开发、境外新增权益铁矿、废钢资源的开发，实现对铁矿石供给和价格的话语权。

具体而言，“基石计划”提出用2—3个“五年计划”时间改变我国铁资源来源构成，从根本上解决钢铁产业链资源短板问题。力争到2025年，实现国内矿产量、废钢消耗量和海外权益矿分别达到3.7亿吨、3亿吨和2.2亿吨，分别比2020年增加1亿吨、0.7亿吨和1亿吨。

据中钢协副会长骆铁军介绍，目前国内重点铁矿项目中已开工10多项，新增铁精矿产能约5000万吨。

对于目前钢铁行业所处的境地，骆铁军表示，我国钢铁行业已经进入深度调整期，呈现出“高产量、高成本、高出口、弱需求、低效益”的运行态势。骆铁军认为，尽管当前我国钢铁行业的发展遇到一系列困难与挑战，但应充分认识到，钢铁产业在国民经济中的支柱地位没有变，仍是实体经济保持稳定增长的“顶梁柱”和“压舱石”。

华菱钢铁方面认为，目前虽然钢铁行业仍然处于磨底阶段，但相信随着中国经济转型逐步迈向成功，钢铁行业尤其是头部企业仍然有望保持稳定向好的发展态势。

# 朝夕光年收缩度冬：字节游戏为何难“跳动”？

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

字节跳动突然裁撤游戏业务的消息，如同一道惊雷，在游戏圈掀起阵阵波澜。在外界看来，字节跳动旗下游戏品牌——

朝夕光年今年刚刚推出两个爆款游戏，前景可期。此时裁员匪夷所思。

公开信息显示，字节跳动于2019年入局游戏业务，并在这一领域砸入大量资金，短短5

年内就有产品进入畅销榜前10。《中国经营报》记者从知情人士处获悉，为了字节跳动今年发布的《晶核》和《星球：重启》，有的开发人员连续数月凌晨三四点睡觉。

据悉，字节跳动将寻求出售已上线游戏项目。

不过，多款产品团队对玩家发布公告称，资本层面的变动对项目影响有限，游戏将稳定更新。

## 裁员引爆游戏圈

在业绩进步迅速、产品挤入头部行列之际，字节跳动选择此时调整游戏业务，令外界愕然。

11月27日，字节跳动游戏业务裁员的相关词条登上微博热搜，并冲上脉脉热搜榜第一。

据悉，字节跳动旗下游戏业务朝夕光年，将进行大规模业务收缩——对已上线且表现良好的游戏，会在保证运营的情况下寻求剥离；对还未上线的项目，除少量创新项目及相关技术项目外，均会关停。

朝夕光年方面对记者表示，确实会有业务方向和组织调整，将更加聚焦部分创新型游戏及相关技术的探索。但同时，也会做好已上线产品的持续运营，充分保障玩家的权益。

朝夕光年成立于2019年，是字节跳动旗下的游戏研发与发行业务品牌。其在海外发行的《RO

仙境传说：新世代的诞生》及漫威IP卡牌手游《MARVEL SNAP》均获成功，其中《MARVEL SNAP》荣获2022年TGA最佳移动游戏奖项。

在国内市场，朝夕光年于今年7月上线的《晶核》在暑期成为一匹黑马。移动应用数据分析平台七麦数据披露的信息显示，《晶核》上线首周在iOS平台流水就达到近7000万元，并在App Store游戏畅销榜前十霸榜近一个月。

此外，第三方机构伽马数据8月流水测算榜显示，《晶核》上线一个月后流水环比明显上涨，位列第5名，与之比肩的是来自腾讯、网易和米哈游的产品。

朝夕光年近期上线的科幻题

材生存RPG游戏《星球：重启》，在上线首周新增用户破千万，目前位于畅销榜TOP10、免费游戏排行榜TOP5。

在业绩进步迅速、产品挤入头部行列之际，字节跳动选择此时调整游戏业务，令外界愕然。

接近字节跳动的人士透露，该决策由业务负责人严授和字节跳动CEO梁汝波反复讨论很久。梁汝波认为，虽然游戏业务取得了一定成绩，但过去几年字节游戏追求“大而全”，项目不聚焦，资源分散，应该把精力和资源投入到更基础、更创新、更有想象力的项目。

在此之前，字节跳动的游戏业务并不出圈。很多玩家在裁员消息曝出后才知道自己游玩的是

字节跳动旗下的产品。在长期服务型游戏成为主流的当下，不少玩家表达了对游戏“跑路”的担忧。

不过，朝夕光年旗下多款产品发表公告表示，公司、资本层面的调整对项目和团队影响有限。

《晶核》方面透露，不久之后将开启海外版本的技术测试；《星球：重启》团队称已经储备了将近两年的版本内容，一直持续制作新内容和按玩家的反馈更新，多个耳熟能详的IP联动内容已完成签约。

《花亦山心之月》方面表示，游戏研发与内容都在正常筹备中，已对2024全年的游戏版本和内容进行规划。



11月27日，字节跳动游戏业务裁员的相关词条登上微博热搜，并冲上脉脉热搜榜第一。图为上海字节跳动ByteDance大楼。

视觉中国/图

## 关联平台已成重要买量渠道

如今，字节跳动旗下的抖音、西瓜视频、今日头条已成为游戏产品重要的买量渠道。

在字节跳动开展游戏自研业务之前，早已注意到游戏所能带来的流量。

2018年1月，西瓜视频上线游戏直播功能；6月，今日头条上线“今日游戏”；7月，抖音推出“抖音游戏中心”。如今，字节跳动旗下的抖音、西瓜视频、今日头条已成为游戏产品重要的买量渠道。

在字节跳动人局游戏行业之际，其与游戏大厂腾讯就出现过交锋。2019年1月，腾讯起诉字节跳动旗下西瓜视频，称其招募游戏主播直播《王者荣耀》游戏内容的行为未获得授权许可。最终，法院判决，西瓜视频等三家头条

系公司立即禁止直播《王者荣耀》游戏内容。而这只是腾讯和字节跳动交锋的一个缩影。

今年以来，腾讯和字节跳动之间似乎开始有了缓和的迹象。

DataEye-ADX数据显示，今年4月，《重返帝国》开始在今日头条、西瓜视频上进行效果广告投放，这两个平台是7天(4月3日—10日)内该游戏素材量投放占比最高的两大渠道。

关于字节跳动剥离游戏业务后如何补足内容平台相关空缺、游戏项目的出售进展等问题，记者联系字节跳动方面采访，对方表示不予回复。

## 专注核心业务

在2023年初字节跳动年会上，梁汝波曾提出，新一年的目标是“聚焦”和“务实”。

在短短5年间，字节跳动的游戏业务在流水表现上跻身行业前列，靠的是大手笔的资金和人力投入。

一名接近朝夕光年的人士对记者表示，今年推出的两款产品《晶核》和《星球重启》是员工们“玩命发的”，铺设了大量内容，用数量对抗算法，硬做到今天的高度，“都是凌晨三四点睡觉，持续几个月”。

字节跳动游戏业务始于2019年，朝夕光年品牌成立之际。字节跳动曾开启重度游戏自研“绿

洲计划”，收购和成立了多个游戏工作室。2021年，朝夕光年品牌官网正式上线。同一时期，字节跳动以40亿美元全资收购沐瞳科技，用于开展出海业务。根据第三方研究机构data.ai发布的中国游戏厂商出海收入排行榜，截至2023年10月，沐瞳科技位列第8名。

根据多家媒体报道，字节跳动内部分享的财务报告显示，该公司2021年经营亏损70亿美元以上，此后该公司在各个方面削减成本。2022年，字节跳动的销售

和营销支出、研发支出、一般及行政支出分别较2021年下降了23%、40%和46%。成本收缩取得了效果，字节跳动于2022年实现营业利润超过200亿美元。

不过，字节跳动2022年的收入同比增速为38%，与多年来超过80%的增速相比明显下滑。今年一季度，字节跳动的收入增速为34%，失速的趋势持续。

2021年，字节跳动在大举进军游戏业务的同一时期，还高调收购了虚拟现实创业项目PICO。多方消息曝出，目前PICO

也逐渐被剥离，部分员工被裁或主动离职。一名知情人士对记者表示，对于PICO项目被砍，内部早有预料，VR游戏合作项目不易展开，“从北京飞过来看我们项目组的负责人也不是很熟悉业务”。

在2023年初字节跳动年会上，梁汝波曾提出，新一年的目标是“聚焦”和“务实”。对于主营业务信息平台与电商，要加大力度；对于游戏、教育、PICO等新兴业务，则“要有想象力，保持平常心”。

# 游戏市场内卷 价格战引流能否持续？

本报记者 李哲 北京报道

“双11”“双12”“黑色星期五”接踵而至，部分游戏厂商通

过一系列的打折促销活动吸引玩家。

不过，游戏产业时评人张书乐在接受《中国经营报》记者采访时

时表示：“通过游戏内虚拟装备的价格战，在‘双12’从其他游戏中拉新引流，意义不大。”在他看来，只有真正玩法体验

独特的游戏，才能撬动游戏格局的改变。

相比之下，海外的一些3A大作则在悄然提价。对此，张书乐

表示，国外单机买断制游戏、网游时长付费模式是主流，而国内主要是道具付费模式，是在免费游戏的过程中，通过设置障碍来诱

导玩家付费购买道具，加速游戏角色升级和提升游戏体验“两种不同的模式决定了国外涨价、国内降价，都是一种营销行为”。

## 打折引流

“双12”即将到来，网易旗下《梦幻西游》手游推出了免费转换门派的大礼包。

“在《逆水寒》游戏中，就连‘呼吸’都是要收费的。”曾经体验过《逆水寒》电脑版的玩家感叹道。

然而，《逆水寒》转移到手机端之后，似乎显得“厚道”了不少。记者注意到，《逆水寒》手游上线之前，曾多次提及在游戏行业掀起价格战。上线之后，《逆水寒》在游戏内售卖6元的小额礼包，随后将一件标价68元的时装降价到6元，面向所有会员销售。

薄利多销上《逆水寒》频频登上

畅销榜。《2023年7月游戏产业报告》显示，6月底上线的《逆水寒》由端游改编而来，此前已积累较多核心用户，手游版本上线后热度较高，上线起至7月结束，一直保持在iOS游戏畅销榜TOP5以内。7月iOS渠道下载测算榜TOP10中，《逆水寒》登上榜首位置。

“免费畅游、道具付费模式下的价格战是个伪命题，一些不影响游戏平衡或曾经神装的道具，价格下调后，变成人人可拥有，除

了让免费玩家心动付费之外，也让人民币玩家为了追求更好的道具加持而选择加大付费力度。本质上，这是一种在游戏内‘拉仇恨’的营销打法。”张书乐表示。

如今，“双12”即将到来，网易旗下《梦幻西游》手游推出了免费转换门派的大礼包。作为一款上线8年的游戏，其核心玩家已经积累了相应的等级，按照《梦幻西游》网站信息，100—139级的玩家转换门派需要消耗3000仙玉，约合人民币300元。

此外，这样的促销方式在其他游戏大厂的游戏产品中同样存在。腾讯旗下《白夜极光》通过游戏内购小额礼包的方式刺激玩家消费。而米哈游的《崩坏：星穹铁道》的新手卡池，10连抽打8折，50发保底一个5星角色的方式来促进新手玩家消费。

“或许会有更多游戏公司加入其中，目的是激活更多玩家成为人民币玩家，并加大消费。”张书乐说。

将逐步分化。

记者注意到，随着用户规模的进入增长趋势，游戏的买量成本正在增加。中国音数协常务副秘书长敖然表示，2023年买量激活率有望回升，主要由头部企业近期上线的高质量新品带动，而对于更多中小型企业而言，缺乏具备显著竞争力的产品储备，激活率下降的趋势或将延续。

张书乐表示：“单个玩家的月游戏花费是相对恒定的。一旦网易、腾讯等头部公司的大量免费玩家因为价格战而选择付费，自然降低其在其他游戏中的付费可能，腰部游戏公司的利润确实可能受到影响。”

对于更加看重“疗效”的中小游戏公司，小游戏以及“短剧+游戏”的纳新模式或许更加奏效。

“小游戏的买量成本是比较低的，无论是抖音还是微信端。从去年到今年上半年来看，在国内比较内卷的游戏市场中，小游戏确实是一个比较好的增长机会。”业内人士说。

敖然提到，未来或涌现更多App+小游戏双版本发行的游戏。

某游戏公司将目光投向“短剧+游戏”领域，原因之一同样是出于成本考量。该公司人士表示，“依托成熟的影视作品，可以直接和游戏进行互动，这样极有利于影视剧的推广，同时可以极大地降低游戏的开发成本。”



“双12”“黑色星期五”接踵而至，部分游戏厂商通过一系列的打折促销活动吸引玩家。视觉中国/图

## 海外3A大作涨价

海外游戏大厂已经悄悄地将新上线游戏作品价格进行调整。

与国内“双12”同期而至的，还有海外游戏打折促销季——“黑色星期五”。

记者注意到，包括Xbox、PlayStation、Steam在内的多个游戏平台的产品加入到打折促销的特卖活动之中。《怪物猎人：崛起》《荒野大镖客：救赎》等经典IP游戏产品均在打折促销之列。而在玩家沉浸在“黑色星期五”游戏促销之时，海外游戏大厂已经悄悄地将新上线游戏作品价格进行调整。

其中，CDPR旗下的经典RPG游戏《巫师2：国王刺客》加强版《巫师3：狂猎》在Steam国区迎来了价格上涨。任天堂旗下《塞尔达传说：王国之泪》发售之后，对比其前作《塞尔达传说：旷野之息》也出现了价格上涨。此外，在Steam平台中，索尼同样提高了部分游戏的售价。而对于追求性价比的玩家来说，选

## 或将殃及腰部公司

这样的价格战对于游戏市场的增量空间似乎意义不大。

《2023游戏半年度报告》显示，2023年1—6月，中国游戏用户规模达6.68亿，同比增长0.35%，达到历史新高点。然而，2023年版号恢复常态化发放，前10个月，国家新闻出版署官网共公布国产游戏版号总数达到785个，超过2022年的512个和2021年的755个。

与此同时，游戏的研发成本也在同比增加。《2023游戏半年度报告》中提到，在整体市场规模承压的背景下，中国游戏企业的研发费用仍然在提升，据统计，2022年中国主要上市游戏企业研发投入同比上升12.82%，达到964.26亿元。新游戏数量激增、研发支出

# 荣耀确定国内IPO 未来重心是全球多元化发展

本报记者 陈佳岚 广州报道

继小米、传音上市之后，国产手机品牌荣耀亦在加速上市布局。

近日，荣耀终端有限公司发布公告称，为实现公司下一阶段的战略发展，公司将不断优化股权结构，吸引多元化资本进入，通过首发上市（即首次公开发行股票，英文简称IPO）推动公司登陆资本市场。这一公告既辟谣了此前不绝于耳的借壳上市传闻，也明确了荣耀IPO

## IPO背后的考量

尽管公司尚未公布具体的上市时间表，但已确定了上市方式和相关的管理团队调整，这也被认为是为了加快荣耀的上市进程。

荣耀已经确定了其上市方式，将通过首发上市的方式登陆资本市场。这意味着荣耀将以公开募资的形式在证券市场上发行股票，筹集资金以支持其业务扩张和发展。

在荣耀方面发给记者的荣耀三周年采访资料中，荣耀CEO赵明表示，荣耀会在中国IPO，IPO的具体计划会由股东和董事会来定。在未来走向资本市场的过程中，会按照上市公司以及监管机构的相应要求不断完善董事会的结构和运作，而他作为CEO主要还是做好经营。

除确定IPO动作之外，公告中还披露了荣耀的人事调整。作为深圳国资代表的吴晖将担任荣耀公司董事长，原董事长万飚担任副董事长。此前，吴晖曾担任深圳市水务（集团）有限公司董事长。而业内也就此猜测，吴晖可能是带领荣耀上市的关键人物。

“之前传闻荣耀借壳上市，真的给股民和老百姓带来非常大的影响。”赵明坦言，董事会发布该声

上市的决心。

“荣耀自与华为分离以来，一直在战略上推进上市工作，这不仅是增加资本投资的重要一步，也是实现投资者投资组合和全球品牌认知多元化、降低未来地缘政治风险的重要一步。”Canalys分析师Runar Bjrhovde在接受《中国经营报》记者采访时表示，荣耀IPO的关键部分将是展示其在各个市场的潜在能力。在中国市场上，荣耀已经证明了其竞争力，尽管在2023年第三季度成为中国智能

手机市场的最大供应商（并非首次成为中国市场的第一名）。然而，它还必须展示海外市场的潜力，通过展示其增长和夺取市场份额的能力来实现这一点。欧洲和拉丁美洲市场一直是荣耀的核心市场。

记者亦注意到，当前，荣耀已经确定了将欧洲作为“第二本土市场”的目标，“而在拉丁美洲，荣耀在第三季度成为第六大供应商，市场份额已很接近甚至超过第五名的苹果的销量。”Runar Bjrhovde指出。



在西班牙举行的2023年世界移动通信大会上，游客体验荣耀magic V折叠屏手机。视觉中国/图

明，就是表明要IPO上市，减少借壳上市传闻产生的影响。

尽管公司尚未公布具体上市时间表，但已确定了上市方式和相关的管理团队调整，这也被认为是为了加快荣耀的上市进程。

目前，已上市的国内手机品牌包括小米和传音。而对于手机厂商上市而言，未来的市值和股价表现与其市场表现密切相关。遗憾的是，当前智能手机行业并不景气，这不是厂商上市的好时机，因为上市时机的选择会影响公司估值。Counterpoint预测，到2023年，全球智能手机市场的出货量仍将下降5%。

“除了目前行业不景气并非手机厂商们上市的最佳时期外，手机企业没有较大的创新，很难做出差

异化，为此在上市的时候也不好讲故事，也是当前手机厂商上市面临的挑战。”通信专家马继华对记者说道，“我们看到，除苹果之外的其他上市的手机企业市值都很低，标杆也不够高，所以此时上市其实是比较难的一件事儿。”

从目前整个市场来看，手机整体出货量连年下滑，对任何一家手机品牌来说都是严峻的挑战。不过，这并不影响外界对荣耀上市的关注。

业内人士表示，除了与荣耀脱胎于华为、自带光环属性有关外，外界对荣耀的关注还得益于荣耀重返手机市场以来市场份额迅速增长及其在折叠屏手机市场的良好表现。

## 国内重返第一全球仍在前五之外

“荣耀在中国的份额已经非常高，增长空间有限，如果需要持续保持增长，就要在海外市场进击。”

记者留意到，赵明在华为时，就曾历任华为意大利代表处代表、华为西欧地区部副总裁等职位，对欧洲市场有一定市场推广经验。“荣耀可以借助华为的渠道实现自己的销售。”马继华亦对记者分析，荣耀虽然从华为脱离出来，但是华为的品牌影响力在欧洲很大。在欧洲，很多人还是会把荣耀看成与华为有着密切联系的品牌，这对荣耀市场推广有帮助。

近期，IDC、Canalys和Counterpoint三大市场分析机构先后发布的统计报告都显示，第三季度，荣耀出货量份额占比位列中国市场第一。此外，市场调研机构Omdia的智能手机市场监测报告亦显示，今年第三季度，荣耀以28%的市场份额夺得中国折叠屏智能手机市场出货的第一名。

值得留意的是，“随着华为的回归，大部分主流品牌都会受到竞争压力。”Counterpoint高级分析师林科宇对记者分析，荣耀在中国的份额已经非常高，增长空间有限，如果需要持续保持增长，就要在海外市场进击。这个需要时间，需要投入，同时品牌成长也需要一个过程。

而在全球智能手机市场中，荣耀尚未挤进全球前五。Canalys公布的第三季度全球五大智能手机品牌包括三星、苹果、小米、OPPO、传音。Runar Bjrhovde表示，“全球多元化是荣耀未来向投资者展示潜力的关键。”

荣耀在全球市场的野心实际上早已显现。赵明曾多次在公开场合喊话苹果，不畏惧与头部品牌竞争。

近日，赵明指出，2022年是荣耀全球市场布局的元年。三年前荣耀开始独立创业，当时荣耀在海外市场将近有18个月没

有发货，从零售体系到市场体系渠道几乎全部归零。而“过去两年，荣耀在海外市场处于高增长状态，且未来5年都看不到增长的天花板。”赵明还透露，荣耀的目标是把欧洲市场打造成荣耀的“第二本土市场”，核心战略就是要在欧洲打造高端品牌，与苹果、三星进行竞争。

根据市场调查机构Counterpoint Research报告，2023年第三季度欧洲智能手机市场出货量同比下降了11%。而该季度荣耀也是欧洲市场唯一正增长的主流品牌，同比增长了8%，林科宇对记者表示，荣耀的产品逐渐在欧洲市场渠道铺开，正在替代淡出的中国品牌，譬如之前的OPPO和vivo。

记者亦注意到，由于与诺基亚之间的专利战，OPPO、vivo近期在欧洲市场表现差强人意，尤其是德国、法国两大市场。

而同时，荣耀却在加大与欧洲运营商的联系，Runar Bjrhovde亦对记者表示，荣耀是第三季度欧洲智能手机市场增长最强劲的参与者之一，该季度也是荣耀在欧洲市场迄今为止表现最好的季度。荣耀在法国投入了大量资金，特别是专注于与SFR（法国电信公司）等网络运营商的联合营销以及在芬兰地区市场份额也得到了提升。

“荣耀拥有丰富的市场理解和开拓经验，这些经验源于其华为的底蕴，特别是在运营商主导的分销渠道方面。”林科宇表示，从目前来看，荣耀的产品在欧洲市场发展不错，同时荣耀也极力在不断增强产品的差异化和黏性。

“结合当前战略来看，荣耀上市还是要追求发展规模，一些上市厂商如小米和传音规模都非常高。”Canalys高级分析师朱嘉弢亦分析表示。

## OpenAI事件后续：组建多元化董事会 算法Q\*惹争议

本报记者 曲忠芳 北京报道

OpenAI的“宫斗”大戏随着山姆·奥特曼（Sam Altman）回归CEO职位而落下帷幕，但围绕“宫斗”原因的猜测仍未休止，尤其是一个只有名字、没有产品的所谓超智能算法Q\*更是在业内引发了轩然大波。

在这一背景下，11月30日，OpenAI在官网更新博客，公布了两则分别以CEO奥特曼、董事会主席布莱特·泰勒（Bret Taylor）为落款人的讯息。核心信息包括OpenAI领导团队持续沿着研究路线推进工作，并进一步投资全栈安全工作；将建立一个由杰出人士组成的一个合格、多元化的董事会，加强OpenAI的治理结构。值得注意的是，OpenAI的董事会中将包括一名无投票权的微软观察员。

关于在OpenAI“宫斗”事件中扮演重要角色的核心人物、首席科学家伊利亚·苏茨克弗（Ilya Sutskever），奥特曼表示“对他的恶意为零”，尽管苏茨克弗不再担任董事会成员，但奥特曼“希望继续和他的合作关系，并正在讨论他如何继续在OpenAI的工作”。

针对苏茨克弗是否会继续留在OpenAI，微软以“无投票权观察员”身份加入董事会是否只是一个过渡等业界关注的焦点问题，《中国经营报》记者通过电子邮件、社交平台联系OpenAI方面核实，但截至发稿暂未获得回应。

### 首席科学家的去留和微软的角色

在社交平台X上，身处舆论焦

点的苏茨克弗第一时间转发了OpenAI的官方公告，但并未做出评论。苏茨克弗在业界拥有良好的口碑与顶尖的专业水平，带领并主导了GPT的重大技术迭代，可谓是今年最火爆的ChatGPT的“缔造者”。

在OpenAI董事会罢免奥特曼CEO职位的事件中，苏茨克弗被认为担当了“主导者”的角色，不久又发生180度态度转换，加入支持奥特曼回归的力量之中。

值得一提的是，就在今年7月，苏茨克弗在接受美国媒体采访时透露，在ChatGPT成功之后，自己的工作重心转向防范AI失控，成立一个新的研究团队，计划未来4年投入20%的算力解决超智能AI对齐的问题。所谓“对齐”，简单理解就是用AI监督AI，建立一套针对超级人工智能的安全程序，保障未来超越人类智能的超级AI体能够与人类的世

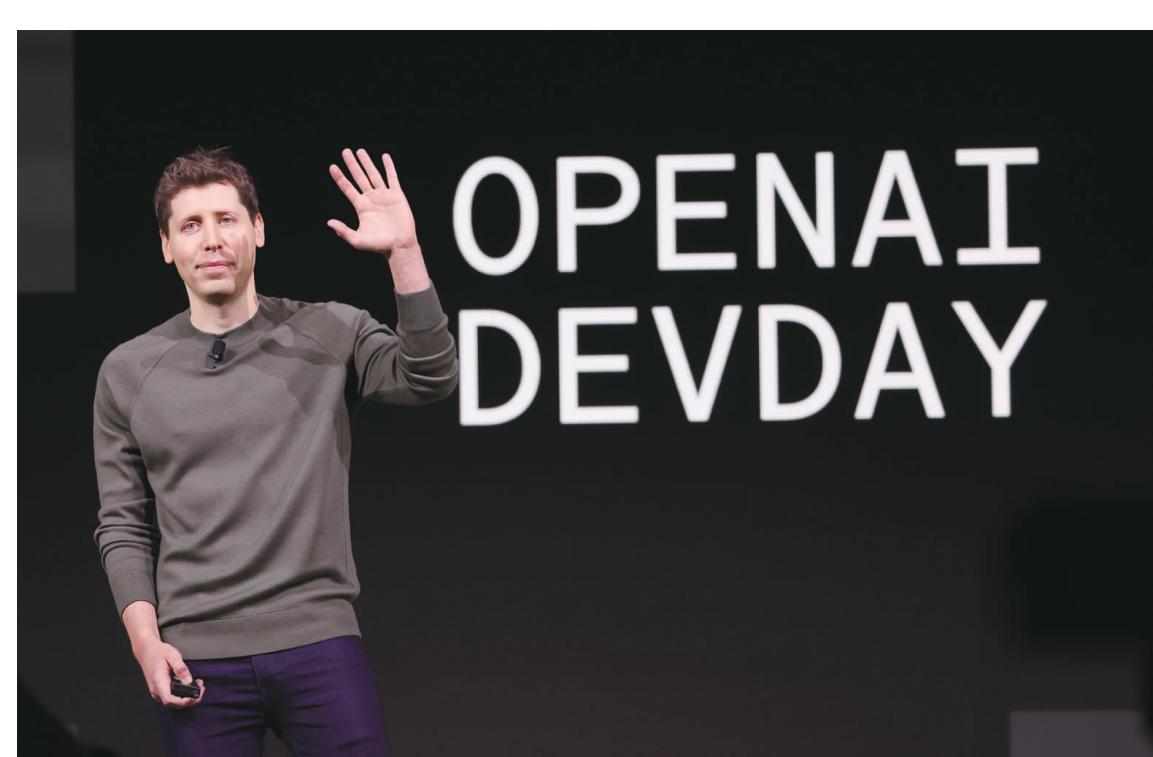
界观、价值观及整体利益一致。

从OpenAI此番更新的公告中来看，苏茨克弗是否继续留任OpenAI显然还存在一定的变数。

除了苏茨克弗的去留问题之外，OpenAI最新公告中另一个引人关注的无疑是微软。微软公司作为OpenAI的投资方而且在OpenAI“宫斗”事件中表现活跃，将以无投票权的观察员身份加入董事会。对此，奥特曼表示：“我们显然做出了与微软合作的正确选择，很高兴新董事会将微软作为无投票权的观察员。”

需要指出的是，新的董事会初始成员共有3名，分别是Salesforce公司原联席CEO布莱特·泰勒、美国著名经济学家劳伦斯·萨默斯、问答社区Quora联合创始人亚当·德安杰罗。泰勒表示，OpenAI新的董事会成员将专注于建立一个合格、多元化的董事会。不过，

种观点，认为Q\*很可能是两种人工智能算法，即Q-learning和A\*Search的组合。前者是深度学习中强化学习的一种，通过奖励理想结果来训练AI做出更好的决策，比如在2014年火爆全球的AlphaGo中已应用；后者则是一种经典的启发式搜索，在规划从一个点到另一个点的路线时，通过高效计算找到到达目的地的最佳路径。按照卡拉诺夫斯卡的分析，如果大语言模型GPT结合这两种算法，或将提升数学推理、规划等能力，由此当下生成式AI所被诟病的“幻觉”（指AI对于生成的内容，哪怕是不合逻辑、错误的内容都无比自信）问题有望解决，由此距离通用人工智能



11月6日，OpenAI CEO奥特曼在OpenAI开发者大会讲话。视觉中国/图

OpenAI方面并没有具体说明董事会将增加几个席位及哪些成员。

泰勒还表示，OpenAI将进一步稳定组织架构，以便继续履行“构建有益的AGI”的使命，稳定的措施包括召集董事会独立委员会来监督对

近期事件的审查。与此同时，OpenAI还将加强治理结构，“让所有利益相关者——用户、客户、员工、合作伙伴、社区开发者等都能相信OpenAI将继续蓬勃发展”。

记者注意到，OpenAI的最新

声明似乎达成了一种“大团圆”式的美好结局——奥特曼对于此前罢免事件中的涉事各方都表达了致意。然而事实上，关于事件发生的真实原因，猜测与质疑仍充斥在舆论场中。

的安全？这已经成为摆在OpenAI在内的所有AI玩家面前的拷问。OpenAI方面在公告中也提到，OpenAI现在比以往任何时候都更加重要，ChatGPT让人工智能成为数亿人日常生活的一部分，其普及使得人工智能——无论机会，还是风险——成为几乎所有有关政府、企业和社会未来对话的核心。

最新消息，11月30日晚间，据美国媒体The Verge报道，奥特曼在最新采访中首次回应了Q\*。他表示：“对于这次不幸的泄密事件没有特别评论，但我们一直在说，这项技术将继续快速进步，而且我们希望继续努力找出如何使其安全和有益的方法。”

### 围绕超级人工智能的观点争锋

“在我研究人工智能的十年里，我从未见过一个让这么多人幻想的算法。只是一个名字，没有论文，没有统计数据，没有产品。”11月25日，英伟达资深AI科学家Jim Fan在社交媒体上这样写道。他所提到的“让这么多人幻想的算法”指的就是Q\*，它最早由路透社、The Information等美国媒体援引消息人士报道，称在OpenAI罢免CEO风波出现之前，一些OpenAI的员工向董事会发生警告——Q\*可能预示着通用人工智能的出现，由此成为罢免事件的导火索。

美国人工智能培训公司Tronomero联合创始人索菲亚·卡拉诺夫斯卡（Sophia Kalanovska）提出一

更近了，这一观点受到了不少业内人士的采信。

然而，业界同样出现另一种声音，即质疑Q\*是否只是炒作和危言耸听，不少业界专家提出了自己的观点。2018年图灵奖得主之一、Meta首席AI科学家Yann Le-Cun在社交平台直言：“请忽略Q\*的大量废话，提升大语言模型可靠性的主要挑战之一就是用规划取代自回归预测，几乎每个顶级的AI实验室都在致力于此项研究。”他还介绍，自从2016年以来，他一直倡导建设深度学习架构。此外，纽约大学心理学、神经科学教授加里·马库斯（Gary Marcus）等也对所谓的Q\*提出了质疑，认

为其表现有可能被严重夸大。

事实上，记者观察到，围绕人工智能的安全性、意识觉醒和独立人格等的讨论经久不衰，在各种观点争锋中还分化出诸多派别，如传统的乐观派与悲观派、“末日论”，以及新兴的“有效加速主义”“超级对齐”支持者等。就在2022年中——彼时OpenAI的ChatGPT尚未公开发布，谷歌AI伦理部门的一名员工称谷歌的LaMDA已产生意识，引起了业界的热烈讨论。而在ChatGPT诞生这一年，大语言模型使生成式AI加速跃进，渗透到社会生产生活中，由此产生的关于AI安全性的讨论热度更是居高不下。如何保障AI加速发展过程中

# 业绩增长放缓 新华三管理层集体降薪

本报记者 谭伦 北京报道

受制于业绩增长放缓，国内ICT头部企业之一新华三日前启动降薪机制。

11月23日，新华三总裁兼CEO于英涛的一封内部全

员信在社交媒体平台上曝光。于英涛在信中宣布，受行业整体形势影响，公司业绩增长出现了放缓的情况，经过公司管理层审慎评估，为进一步降低运营成本，更好地保障企业可持续发展，

公司将采取一些有针对性的管理举措。

具体举措方面，于英涛表示，公司个人职级17级(含)以上的干部与员工将主动降薪20%，个人职级16级干部与员工、15级干部将主动降薪10%，

执行期自2023年12月1日起至2024年12月31日止，公司将根据经营情况决定是否提前终止或延长。

截至发稿，《中国经营报》记者从新华三多位内部员工处确认了该消息的真实性。但对

于增长放缓的具体业务及原因，相关员工表示并不知情，记者就此致电新华三方面也未获得回复。

在全员信末尾，于英涛表示，未来公司管理层有信心与全员一起，通过持续聚焦核心

业务、不断优化运营效能，更好抢抓市场机遇、积蓄发展动能，让公司业绩尽快重回高速增长轨道，同时也确信，未来公司业绩持续好转，也将带给公司员工更好回报，让其共享企业发展红利。

## 降薪早有迹象

对于此前一向以亮丽业绩领跑行业的新华三而言，增长态势突然放缓，也引发市场对其运营现状的猜测。

因财务压力进行降薪，在商业领域并不少见，全球百强企业亦有过诸多先例。但对于此前一向以亮丽业绩领跑行业的新华三而言，增长态势突然放缓，也引发市场对其运营现状的猜测。但有多位通信业内人士向记者表示，从今年早前的资本收购遇阻开始，新华三业绩增长不及预期或已有迹象。

公开信息显示，新华三正式成立于2016年，其身为2003年11月创立的华为3Com，由华为与3Com合资共建，其中华为与3Com分别持股51%和49%。2006年，3Com收购华为3Com全部股份后，于2007年4月将其更名为杭州华三通信技术有限公司，简称华三通信(H3C)。

2009年，惠普收购3Com，华三通信也随即成为惠普全资子公司。2015年6月21日，清华控股旗下紫光集团旗下子公司紫光股份(000938.SZ)宣布收购华三通信51%的股权。其后一年，华三通信与中国惠普企业集团合并，正式变成如今的新华三。

此后，新华三逐步发展为紫光集团旗下核心企业与业绩担当，在财务上与A股上市公司紫光股份并表。截至目前，新华三拥有计算、存储、网络、5G、安全、终端等全方位的



图为2023上海世界移动通信大会上的新华三展台。视觉中国/图

数字化基础设施整体能力，提供云计算、大数据、人工智能、工业互联网、信息安全、智能联接、边缘计算等在内的一站式数字化解决方案，以及端到端的技术服务。

紫光股份公布的财务数据显示，在过去2021财年与2022财年中，新华三的营收分别达到443.5亿元、498.1亿元，净利润也高达34.34亿元、37.31亿元。而2023年上半年，新华三也延续了营收、利润的双增长态势，其中营收达249.9亿元，同比增长4.9%；实现净利润18.2亿元，同比增长2.6%。

良好的财务表现，也让紫光股份尝试进一步收购新华三剩余的49%股份，使之变成旗下全资子公司。今年5月26日，紫光股份发布多份公告称，拟通过全资子公司紫光国际，以支付现金的方式向HPE开曼购买所持有的新华三48%股权，以支付现金

的方式向Izar Holding Co.购买所持有的新华三1%股权，合计收购新华三49%股权，标的资产作价35亿美元，约合人民币近247亿元。

但在今年9月底，紫光股份却突然宣布终止此次重大资产重组相关事项。紫光股份在公告中表示，终止原因是为顺利推进向特定对象发行股票及本次交易的实施，经慎重评估，公司决定先完成向特定对象发行股票的工作，再推进重大资产重组相关事项。因此，目前公司先终止重大资产重组相关事项；待完成向特定对象发行股票后，公司再推进本次交易的重大资产重组相关事项。

值得注意的是，就在紫光股份公布的今年第三季度财报中，虽然公布了新华三375.70亿元的营收数据，但已不再披露新华三前三季度的净利润指标。

## 复苏需待利好

破除业绩增长困境的一大利好是看是否有创新增收点，考虑到当前AIGC带来的新一轮增长，以算力作为主营业务之一的新华三，也有着更多积极的向好面。

在业内人士看来，新华三遭遇的增长放缓难题，虽然有其自身原因，但并不都是企业自身的问题。当前整个ICT行业的不景气，也在很大程度上导致了与企业数字化转型紧密相关的产业出现增长下滑趋势。

日前在接受机构调研时，紫光股份相关负责人承认：一方面，受到外部经济形势影响，业绩增长承受了较大压力；另一方面，公司业务主要为to B/to G，在收入确认上存在季节性特点。

“今年以来，以政企作为主体市场的行业企业，都受到了不同程度的冲击。除了像新华三为代表的通信设备商外，包括公有云、网络安全领域，其实都出现了不同程度的增幅放缓。”C114通信网主编周桂军向记者分析表示，由于宏观环境的冲击，今年政企市场的整体IT预算都有较大幅度的缩减，这成为许多行业低迷的原因之一。

国内CIO发展中心发布的《2023年中企业IT需求趋势调研》数据显示，相比2022年，45.1%的企业IT预算有所下降。

以公有云为例。记者注意到，国际数据公司(IDC)日前发

布的《中国公有云服务市场(2023上半年)跟踪》显示，2023年上半年，中国公有云IaaS+PaaS市场同比增长15.9%，创下近三年来同比增速新低。报告明确指出，企业IT预算增长不及预期，成为市场不振的首要原因。

对此，IDC中国企业研究部研究经理崔婷婷向记者指出，随着疫情后各方面业务需求逐步恢复，企业对于预算的制定、支出和使用更加谨慎，降本增效需求进一步提升，这在一定程度上阻碍了市场增速。

需求侧的规模缩减，也使得企业在应对上更多选择降本增效的策略。Omdia电信战略高级首席分析师杨光向记者表示，在下行周期，降薪裁员是科技企业最常使用也是最直接见效的方案。“从企业员工利益的角度出发，高阶岗位率先降薪是相对争议较小的一种选择，但如果后续保持财务压力，裁员一般也会在预备的选项内。”在分析新华三降薪后的未来走向时，杨光表示。

但对于新华三的未来前景，业内人士仍然保持相对乐观。杨光表示，虽然产业环境存在不利因素，但通信行业的周期涨落此前已出现过多次，很多老牌设备商都具备应对的经验，同时考虑到疫情后我国宏观经济环境也在逐步恢复，企业的IT支出也有望回涨。

在周桂军看来，破除业绩增长困境的一大利好是看是否有创新增收点，考虑到当前AIGC带来的新一轮增长，以算力作为主营业务之一的新华三，也有着更多积极的向好面。

对此，IDC中国企业研究部研究经理崔婷婷向记者指出，随着疫情后各方面业务需求逐步恢复，企业对于预算的制定、支出和使用更加谨慎，降本增效需求进一步提升，这在一定程度上阻碍了市场增速。

财务数据显示，2023年上半年，新华三国内企业业务营业收入为186.61亿元。国内运营商业务营业收入为52.36亿元，同比增长30.79%。国际业务营业收入为10.94亿元，同比增长20.94%。其中，2023年1~7月，新华三新签订单同比增长超过50%，其中人工智能相关新签订单同比增长超过95%。

此外，值得注意的是，对于是否会继续收购新华三的事宜，紫光股份董秘办工作人员也曾在今年9月向媒体公开确认，将会先完成向特定对象发行股票的工作，再推进重大资产重组，对于资产重组推进的事宜是“完全可以确定的”。

# 台积电带头降价 行业影响几何？

本报记者 李玉洋 上海报道

现阶段，晶圆代工行业的日子不太好过。哪怕是作为行业大哥的台积电，也不得不采取降价或变相调价策略，以缓解产能利用率下滑的状况。

根据中国台湾媒体近日报道，台积电将对7nm制程降价，降幅5%~10%左右；之前还有消息称，台积电明年针对部分成熟制程恢复价格折让，折让幅度约在2%。此外，《中国经营报》记者注意到，此前联电、世界先进和力积电等成熟制程大厂也降低了2024年第一季度订单报价。

作为晶圆代工一哥，台积电的动作向来可视作一种行业信号：如果以上消息属实，那么意味着这波晶圆代工降价潮已经开始从二线厂向一线大厂蔓延，从成熟制程向先进制程扩散。就相关问题，记者联系采访台积电，截至目前，暂未回应。

“foundry(晶圆代工厂)代工价格过去都会因制程迭代而每年给予价格折让，但由于目前展望2024年整体需求仍偏保守，各foundry将维持往年的价格折让措施，或在部分竞争较激烈的制程给予优惠价格以确保投片。”市场调研机构TrendForce集邦咨询分析师钟映廷对记者表示。

只不过，家大业大的台积电，可能会将友商们引入“窘境”。一位就职于国内一家半导体咨询机构的分析师表示：“台积电的血厚，降价促销让竞争对手很受伤。”目前，半导体成熟制程产线主要分布在中国大陆和中国台湾。

“中国大陆foundry积极扩充成熟产能，使得总体产能供给增加，且成熟制程平台与产品重叠度较高，又使得foundry竞争加剧，造成成熟制程价格的下行压力。”钟映廷说。

## 明年首季代工价或降10%~20%

根据此前的报道，台积电明年将对部分成熟制程恢复价格折让，折让幅度在2%左右，但当时

代工价格并未调降，价格折让主要是光罩费用折抵；紧接着，台积电7nm制程也被曝降价，降幅

依据客户投产量决定。

而来自韩国电子产业媒体The Elec的消息显示，韩国8英

寸晶圆代工行业迎来降价潮，当地Fabless公司正在要求晶圆代工厂降价，一些公司已收到10%的降价通知。不仅如此，联电、世界先进及力积电等多家晶圆代工厂也已着手下调明Q1价格，降幅约在一成左右，以提高产能利用率，在行业回暖时尽早掌握订单。

“foundry代工价格过去都会因制程迭代而每年给予价格折让，疫情期间则因产能过度缺乏而取消折让并涨价，属特殊情况。”钟映廷指出，随着缺货缓解、市况走弱，2022年下半年至2023年初起，各foundry就开始应市况反转而祭出折价、抵免工程款或免费晶圆等方式，激励客户维持或增加投片。

记者注意到，不同于以往的销售折让，这次晶圆代工厂向IC设计公司提出了“多元化”让利接单新模式，包括量大降价、绑量不

绑价、展延投片量、机动议价及wafer bank等变相调价策略。

比如，绑量不绑价指下订单维持一定规模，随着市场情况变化，价格略有弹性空间；展延投片量指原有投片量可以展延一年，甚至更长时间延后拉货，减轻IC设计公司下单压力；wafer bank则是将晶圆做成半成品，放在代工厂中，需要时再进行拉货封装。

据了解，台积电以先进制程为营收主力，成熟制程并非其营运重点，但仍是市场关注的焦点之一。最新的财报显示，今年第三季度，台积电包括7nm及更先进制程营收达全季晶圆销售金额的59%。

有IC设计厂商估计，指标厂率先降价，其他厂商极大可能会跟进，虽不同产品与制程幅度不同，但预计明年首季晶圆代工价格平均降幅在10%~20%左右。

## 成熟制程复苏动能受限

“基于全球总体经济风险、区域冲突与市场复苏缓慢等因素，除AI相关服务器领域外，其余各终端对2024年展望态度皆保守，使得foundry成熟制程(尤以8英寸为甚)复苏动能受限。”钟映廷表示。

在疫情期间，一股缺芯潮席卷全球，特别是8英寸成熟制程的产能紧张，导致了电池管理芯片、显示驱动芯片等芯片的价格一时间暴涨。而在过去一年多时间里，由于整体经济不景气，很多IC设计公司在清库存，整体投片量也并不乐观，很多客户下单量只恢复到疫情前40%的水平。

其中，主营8英寸成熟制程的晶圆代工商“受伤最深”，一

边是库存水位仍有待去化，一边是部分产品已转投12英寸，导致8英寸晶圆代工厂产能利用率近期一直维持在低位，比如力积电今年第三季度产能利用率仅60%左右。

根据TrendForce集邦咨询统计，2023~2027年全球晶圆代工成熟制程(28nm及以上)及先进制程(16nm及以下)产能比重大约维持在7:3。TrendForce集邦咨询认为，中国成熟制程产能陆续开出，针对Driver IC、CIS/ISP与Power Discrete等本土化生产趋势将日渐明确。

事实上，中芯国际(688981.SH, 00981.HK)、华虹公司(688347.SH, 01347.HK)作为中国

大陆晶圆代工行业双雄，均在大力扩产能。

数据显示，今年第三季度，中芯国际资本支出环比增长约26%至153.10亿元，并将今年全年资本开支上调到75亿美元左右，同比提升约18%。根据中芯国际2022年半年报，该公司资本开支主要用于产能扩充和新厂基建。

与此同时，华虹公司也在致力于提升整体产能。今年9月，华虹公司使用募集资金向全资子公司华虹宏力增资126.32亿元，主要用于华虹宏力向华虹制造(无锡)项目的实施主体华虹半导体制造(无锡)有限公司增资，其余将用于8英寸厂优化升

级项目、特色工艺技术创新研发项目等。

“展望来年，我们看到市场已趋于稳定，对成熟代工的需求会随着库存下降而增长，但没有大幅成长的动力和亮点，仍需等待全球宏观经济复苏。”中芯国际联合首席执行官赵海军在Q3财报电话会上表示，紧缩了三年的汽车产品相关库存也开始偏高，引起主要客户对市场修正的警觉并对下单迅速收紧。

而从另一方面来看，晶圆代工厂的新一轮降价，广大IC设计公司是乐见此事的，这能给它们提供更多的腾挪空间。

晶圆代工厂的业绩是半导体

行业的一个风向标，而从台积电、中芯国际和格芯这三家头部晶圆代工厂最新的财报看，2024年上半年业绩整体回暖很值得期待，这是为数不多的积极信号。

台积电方面，今年第三季度营收同比下降10.8%，环比增长13.7%，净利润同比下降25.0%，环比增长16.0%。中芯国际方面，第三季度营收同比下降15%，环比增长3.9%，第四季度营收指引方面，环比增长1%~3%。格芯方面，第三季度营收和利润都优于华尔街分析师预期。

综合来看，这三大晶圆代工厂的营收同比下滑、环比增长，反映出当下的产业状况虽然依旧低迷，但已呈现出持续回暖态势。

# “清理”一台电视机 搅动多条利益链

本报记者 张靖超 北京报道

以前看电视，只要一个遥控器，按下按钮，就会出现直播画面；但如今要拿两个遥控切换使用，开机后想进入直播频道，不仅要等待漫长的开机广告，操作步骤也较为复杂。此外，通过电视机观看部分节目需要额外收费，但在提醒用户收费的同时，却将部分免费服务内

容层层“遮盖”。

以上种种乱象已经被用户诟病已久，但这些乱象正在被清理中。

11月27日，国家广播电视台（以下简称“广电总局”）发布了《有线电视业务技术要求》《IPTV业务技术要求》《互联网电视业务技术要求》等三项标准文件，要求自发布之日起实施。

《中国经营报》记者翻阅上

述文件，发现针对开机时间、播放窗口、用户界面模式、页面切换时间、付费提示、免费业务入口专区、开机显示呈现等多个方面进行了详细规定，直指上述乱象。

一位长视频平台的人士向记者表示，近几个月，广电总局一直加强治理电视“套娃”收费和操作复杂的问题，相信今后会改善广大用户观看电视时的体验。同

时，由于电视“套娃”收费和操作复杂的问题涉及广播电视台、有线网络公司运营商、电信运营商、IPTV（交互式网络电视）集成播控平台、互联网电视集成播控平台、电视机生产厂商、内容提供方等多方利益，监管部门并未采用“一刀切”的方式禁止广告、内容收费等商业行为，这也让上述各方都留有正常、合规开展业务的余地。

## 新规将提升用户体验

广电总局表示，到今年年底，要在全国范围内实现“开机看直播、收费包压减50%、提升消费透明度”的目标任务。

今年8月21日，广电总局就曾联合工业和信息化部、国家市场监管总局等单位在北京召开治理电视“套娃”收费和操作复杂工作动员部署会。会议要求在今年年底前，开展试点和专项整治，电视“套娃”收费现象得到明显改观。

在此之后，监管部门动作不断，尤其进入11月后，更是多次发文通报工作进展，明确行业细则规范。

首先是11月3日，广电总局在治理电视“套娃”收费和操作复杂试点工作总结暨全国推广工作部署推进会上，通报了工作进展情况和成效。广电总局表示：“经过两个多月的大力推进，电视‘套娃’收费和操作复杂问题得到有效整治，人民群众获得感、满意度大幅提升。治理电视‘套娃’收费方面，7家试点单位1.29亿有线电视、IPTV、互联网电视终端完成整改，收费包压减50%以上，最高达79%，收费行为更加规范透明。治理电视操作复杂方面，全国范围内80%的有线电视终端、85%的IPTV终端已实现开机看直播。开机及开机广告时长得到规范，除老旧机顶盒外，有线电视和IPTV机顶盒开机时长（含广告）均减少到不超过35秒。同时，免费内容供给也在逐步增加，全国20家省级有线电视网络推广开设‘重温经典’免费专区。中国消费者协会开展的用户满意度调查显示，八成以上消费者认为电视操作更加便利了，看直播更简单了；七成以上消费者感觉

到收费项目减少、收看免费内容更容易了。通过专项治理工作，还拉动了用户回流、行业发展，收视率呈现明显提升态势，实现社会效益和经济效益双丰收。”

在此次会议上，广电总局再次重申：“到今年年底，要在全国范围内实现‘开机看直播、收费包压减50%、提升消费透明度’的目标任务，使全国范围内电视‘套娃’收费和操作复杂现象得到显著改观。”

到11月10日，广电总局再次发文，宣布与工业和信息化部、国家市场监督管理总局、中国消费者协会开展电视收看“明白卡”提示工作。自2023年11月起，各电视机生产厂商要将制作完成的《电视收看“明白卡”》装入电视机包装箱内的说明材料中，同时在电商销售页面、线下实体销售和厂商入户安装电视机过程中，将“明白卡”内容向用户明确展示，并告知用户只有开通有线电视或IPTV方可收看电视直播频道节目。

记者注意到，“明白卡”主要有两点内容，一是告知用户“只有开通有线电视或IPTV才能收看电视直播频道节目”，二是指导用户如何一开机就能直接收看直播电视频道并进行切换。

在最新发布的三项标准文件中，广电总局要求有线电视机顶盒与IPTV终端，包含开机画面在内的开机时间不得超过35秒，互联网电视宜小于3秒，不得超过5秒；



电视“套娃”收费和操作复杂的问题涉及多方利益。 视觉中国/图

对于播放窗口，有线电视机顶盒与IPTV终端的交互页面应在屏幕中设置直播频道播放窗口，窗口面积不应低于屏幕面积的40%；对于用户界面模式，有线电视机顶盒、IPTV终端、互联网电视宜向老年、未成年等用户群体提供特定服务模式，并提供便捷切换入口；对于页面切换时间，有线电视机顶盒、IPTV终端的所需时间不得大于两秒；在付费提示方面，要求有线电视机顶盒、IPTV终端对于业务的订购或退订等相关操作，均应在用户提示界面上提供明确的提示说明和流程操作说明，且应提供确认付费或取消付费的明确操作步骤，不应设置“一键付费”相关操作，对于任何业务的定期或连续扣费，均应在扣费前明确主动提示用户；对于免费业务专区入口，以上三者的交互页面应设置显著、便捷的入口，从交互页面默认焦点到免费业务专区入口的操作次数不宜超过3次；对于开机显示呈现，则要求有线电视机顶盒与IPTV终端应提供“开机进入全屏直播”和“开机进入突出直播频道的交互页面”两种开机模式选项，系统默认设置应为“开机进入全屏直播”。

# 约60部影片同台角逐 贺岁档有望冲击50亿票房

本报记者 张靖超 北京报道

当时间进入11月的末尾，电影行业正式进入贺岁档时间。

公开资料显示，在贺岁档的带领下，在首个周末（11月25日~26日），内地电影市场共报收3.16亿元，自国庆档后陷入持续低迷的大盘热度也终于有所回升。此外，据

《中国经营报》记者不完全统计，截止到11月29日，已有约60部影片定档2023年贺岁档。

作为电影市场一年中最后一个长档期，贺岁档包含了圣诞节、跨年夜等小型档期，实力不容小觑。从过往的成绩来看，贺岁档多次实现超过40亿元的票房成绩，2017年更是达到56亿元，为历

史最佳成绩。此外，2020年至2022年的贺岁档分别实现41.66亿元、30.68亿元、16.48亿元的票房成绩。

灯塔专业版数据分析师陈晋表示，今年贺岁档影片阵容丰富且颇具实力，预计有望冲击50亿元票房，期待能诞生多部票房爆款。



作为电影市场一年中最后一个长档期，贺岁档不容小觑。

视觉中国/图

## 待映影片类型丰富

多位业内人士告诉记者，贺岁档的时间范围一般是从11月最后一周开始，到12月底结束，其间包括了圣诞节、跨年夜、元旦档等特殊档期或节日。

贺岁档曾经是全年最炙手可热的档期，2010年、2011年、2012年国产片票房冠军均在贺岁档上映，分别为《让子弹飞》《金陵十三钗》《人再囧途之泰囧》，2013年《西游·降魔篇》获得当年国产片票房冠军，此后全年票房冠军均产生于春节档、暑期档和国庆档。

“从历年11月24日—12月31日的票房走势来看，2017年以来贺岁档票房体量有一定下滑，不过也诞生了《送你一朵小红花》《误杀》《拆弹专家2》《叶问4：完结篇》《误杀2》《海王》《阿凡达：水之道》等多部票房破10亿元的爆款影片。”陈晋告诉记者，早期的贺岁档，主要是以冯小刚导演的《甲方乙方》《大腕》《非诚勿扰》等多部影片为代表的喜剧片，此后徐峥导演的喜剧片《人再囧途之泰囧》更是成为2012年最大黑马；2018年《地球最后的夜晚》开启了跨年档，情侣跨年的仪式感也成为观影潮流，情侣喜爱的爱情片、

青春片自此也占据贺岁档一席之地，如《送你一朵小红花》《宠爱》《只有芸知道》《想见你》等，今年也有《一闪一闪亮星星》属于这一类型；悬疑片作为近年来票房爆款频出的类型，2019年贺岁档，悬疑片《误杀》横空出世斩获13亿元以上票房，其续作《误杀2》在2021年相同档期上映，也获得了11亿元以上的票房佳绩，今年也有《涉过愤怒的海》《三大队》等悬疑片；港片也是贺岁档的主要参与者之一，2020年12月24日上映的《拆弹专家2》斩获了13.14亿元票房，刷新港式动作犯罪片最高票房纪录，今年刘德华主演的两部犯罪悬疑类影片《潜行》《金手指》都将在贺岁档上映。

在已定档今年贺岁档的影片中，国产片《涉过愤怒的海》《三大队》《潜行》《金手指》《一闪一闪亮星星》《年会不能停！》目前整体热度较高，进口片中则有《海王2：失落的王国》《拿破仑》《名侦探柯南：黑铁的鱼影》等。其中，《涉过愤怒的海》上映7天，累计票房已达到2.91亿元，连续5天的排片占比超过30%；《海王2》的前作《海王》曾在2018年贺岁档获得20亿元以上的高票房；《名侦探柯南：黑铁的鱼影》此前在日本的本土票房超138亿日元（约合人民币6.69亿元），大幅刷新柯南剧场版票房纪录。此外，还有《爱乐之城》等经典影片也将在今年贺岁档重映。

## 年轻人“狂欢”的档期

灯塔专业版的数据显示，2014年—2022年，贺岁档的影片数均在50部以上，2019年时甚至达到93部；在观影人次方面，在疫情前均在1亿人次以上，2017年后达到1.67亿次，此后有所下降；但在放映场次上，2014年~2019年却持续走高，即使在疫情期间的2020年和2021年，放映场次均达到约1200万场。

但在传统认知中，每年12月是许多行业冲击年度业绩目标、总结全年工作的时间，也是学生群体准备公务员、研究生以及期末考试的最后阶段。这恰恰与贺岁档的时间高度重合。那么，贺岁档作为全年最后一个热门档期，谁又是主力观影人群？

陈晋告诉记者，贺岁档的年

## 上市公司谁将得利

热门电影档期背后，往往聚集了数十家甚至上百家出品公司。从目前定档贺岁档的重点电影来看，每一部电影背后都有数家出品方，除了传统的影视制作公司之外，互联网电影公司和新锐电影公司均在出品名单中现身。

老牌影视制作公司中，《刀尖》背后出品方主要为博纳影业（001330.SZ），继《无名》《别叫我“赌神”》之后，《刀尖》是博纳影业今年四季度的重点项目。此次贺岁档，除《刀尖》以外，博纳影业还联合英皇影业出品了《爆炸点》。

虽然博纳影业过去几年靠着布局新主流电影而表现亮眼，但上市以来出品的电影大多表现平

## 利益格局如何重塑？

IPTV与OTT背后的产业链已经十分庞杂。

从最近一个月的密集发文来看，无论是“明白卡”，还是3项技术标准文件，都指向有线电视、IPTV、OTT（互联网电视）。其中，有线电视是传统的电视收看渠道，而IPTV与OTT作为近十年来迅速崛起的业态，背后的产业链已经十分庞杂。

记者从华经产业研究院了解到，IPTV行业的产业链条主要包括内容制作方、内容和服务提供商、集成播控平台、运营平台、传输渠道运营方和终端设备生产方。内容制作方主要包括中央及各省市广播电视台、版权内容生产商；内容和服务提供商有中央及各省市广播电视台、盛世骄阳与华视网聚等内容分销商；集成播控平台运营方则包括播控总平台“爱上电视”，以及取得业务许可的省级IPTV集成播控分平台，如芒果超媒；传输渠道运营方主要是三大电信运营商；终端设备生产方则是机顶盒厂家和电视机厂商。

OTT的产业链条则可以概括为内容产出方、牌照方、内容媒介。其中，内容产出方主要包括传统电视台和网络视频平台；牌照方主要是国广东方CIBN、银河互联GITV、百视通BesTV、华数TV、南方传媒、芒果TV、未来电视（IC-NTV）等传统广播电视台；内容媒介则主要分为小米、海信、创维等电视机硬件厂商，和优酷、爱奇艺、腾讯视频、芒果TV等应用软件方。

这两大业态在收入方面，IPTV的收入来源已经从基础收视服务费，拓展到付费、广告、电商、应用等业务；OTT由于无法提供电视频道直播，则以广告和剧集、综艺、电影、音乐、游戏等内容产品为主要收入方式。

但值得注意的是，这些面向最终消费者的收费都会以不同比例进入到上游每一环节的相关公司的口袋中。“不单单是视频网站或电视厂商某一方的问题，其背后是

层层嵌套的各方利益群体之间的商业博弈。”中国国家电网总编吕盛华对于电视“套娃”收费和系统操作复杂的乱象这样说道。

根据QuestMobile方面的数据，截至2023年8月，OTT应用的日均活跃为4292万，过去一年日均活跃稳定在4000万台以上，从用户接受度上看，四大头部视频平台依靠剧集、综艺处于第一梯队，云视听极光（腾讯视频）、银河奇异果（爱奇艺）、CIBN酷喵影视（优酷视频）、芒果TV（芒果TV）活跃设备量分别为1.16亿、1.11亿、0.92亿、0.9亿。在OTT内容媒介的广告收入方面，云视听极光、银河奇异果、CIBN酷喵影视、芒果TV分别获得收入5745.2万元、5384.4万元、4968.2万元、4409.5万元。

而对于智能电视的硬件设备商，QuestMobile指出，当前智能电视存量市场集中度仍较为分散，前3名的品牌份额合计不足50%，小米电视以超5000万台的活跃设备量居首位，其次则是传统国产品牌海信与创维电视。

而从广电总局制定的目标和三项技术标准文件的具体细节指向来看，影响最直接的是传统有线电视，和依靠系统层广告和内容层广告赚取收入的硬件厂商、系统集成、付费内容提供商。其中，开机直接观看电视频道直播的硬性要求无疑让传统有线电视成为受益者之一。而限制开机时间、对播放窗口及开机页面呈现等作出明确要求，对于广大观众来说，会提升观看体验，但对于依靠广告赚取收入的公司而言，将面临营收压力。

“这意味着在一定程度上减少影响用户体验的广告位。”上述人士说，“在付费提示和免费服务专区入口方面，则意味着IPTV和OTT的内容服务提供方可能会面临付费用户减少的情况，但从另一角度来看，这也倒逼着大家提升内容产品的质量，而不是靠各种‘花招’来‘哄骗’用户付费。”

轻观众（24岁及以下）相较于春节档、暑期档整体更突出，有不少情侣观众更乐意在圣诞、跨年夜结伴观影，“近年来电影市场整体年轻观众占比有一定下滑，我们希望贺岁档市场能够爆发强劲的活力，从而拉动年轻观众加速进场，这对电影行业可持续发展有重要意义”。

“贺岁档包含平安夜、圣诞节、跨年夜以及元旦假期的前几天，而这些节点往往是年轻情侣、学生们喜欢扎堆度过的时间，所以相比于春节档主要是家庭集体观影、暑期档多有大人带小孩观影的情况，贺岁档的年轻人其实更多一些。”一位院线公司人士说。

多位业内人士告诉记者，年轻观众是电影行业近年来主要争

取的群体，主要是年轻观众的消费潜力较大，如果能够让他们形成线下观影习惯，则能够让市场获得“新鲜血液”，进而保持市场活力。

不过，记者注意到，虽然贺岁档的年轻观众占比比较多，且在观影人次、放映场次、定档影片数量等方面表现亮眼，但在上座率方面，自2015年开始便持续走低。灯塔专业版显示，2015年—2022年贺岁档的上座率分别为18.6%、13.9%、12.5%、9.6%、11.4%、7.7%、5.5%、3.9%。

与此同时，贺岁档的电影票价也处于持续“通胀”状态，2016年的平均票价为32.38元，此后一路上涨，至2022年贺岁档，已高达45.64元。

误杀系列均取得了亮眼的票房成绩，此次《三大队》同样由陈思诚监制，也让外界对这部影片的票房表现充满期待。

此外，光线传媒（300251.SZ）作为《照明商店》的主控方也将加入贺岁档的“战局”。今年春节档，光线传媒主控的《深海》收获9.19亿元票房，《坚如磐石》以13.49亿元成为国庆档票房冠军。

除了上述两家传统行业龙头之外，猫眼（01896.HK）、淘票票等以互联网票务起家的公司，已经成为电影发行领域的主力，两家公司均出现在《涉过愤怒的海》的出品方名单中；此外，爱奇艺影业出品的《热搜》《怒潮》《瞒天过海》也将在今年贺岁档上映。

# 算力租赁价格暴涨 玩家涌人赛道拥挤

本报记者 秦枭 北京报道

随着互联网企业以及科技企业纷纷在大模型参数上不断刷新榜单，以及传统企业对于数智化转型需求的增加，导致算力需求大幅上涨，但与此同时，由于高端芯片获取难度大、公共算力建设不足，算力租赁进入新一轮

**涨价** 此次算力集体提价并非短期波动，而是在开启中长期的涨价潮。

“算力租赁”里的“算力”指的是对数据的计算能力，“租赁”就是将算力、存储、网络等资源统一封装，以服务的形式（如API）进行算力交付。区别于算力基础设施，算力租赁可以满足多种类型企业的需求，用户根据自己的需求选择适合自己的服务器或虚拟机来完成大规模的计算任务，无需自己再去花大量时间、成本和精力研发计算模型。

王杰（化名）是一家聚焦智慧交通的企业负责人，平时主要负责视频数据的算法开发，服务于智能交通、城市治理等领域。他对记者表示：“现在很多企业标榜自己是人工智能公司，但本身是没有计算研究能力的，只能租用其他公司的大模型进行计算。还有一种情况是，人工智能公司不只从事一种业务，业务研究过程中需要用到多种计算模型，但这需要消耗的资金等方面的成本也随之变大，对于中小企业来说是无法承受的。我们是以嵌入式

涨价周期。其中，并济科技、中贝通信（603220.SH）、汇纳科技（300609.SZ）等公司宣布算力服务收费大幅上涨。

《中国经营报》记者在采访中了解到，从GPU性能、组网能力、软件生态等维度来看，国内的算力建设并没有适配目前算力需求的增长速度，算力供需紧张，算力租赁价格也随之

水涨船高。为了解决算力供不应求的问题，国内多地政府出台了政策增加算力供给，或降低算力使用成本。

不过，国盛证券指出，在AI应用加速迭代等各方面因素作用下，此次算力涨价还会持续扩大。

在此背景下，算力供给缺口也被投机者盯上。一位智算中心的负责人向记者表示：“现在很多大张旗鼓准备做算力租赁的企业只是说说而已，想要赚快钱。算力租赁更像是公共服务，其实并不是一门好生意。”



国内的算力建设并没有适配目前算力需求的增长速度。视觉中国/图

涨价，A100算力资源持续紧张，即日起A100算力服务收费拟上调100%。

汇纳科技在公告中称，由于内嵌英伟达A100芯片的高性能算力服务器算力需求大幅增加，相关高性能运算设备持续涨价，算力资源持续紧张，公司拟将所受托运营的内嵌英伟达A100芯片的高性能算力服务器算力服务收费上调100%。

此外，润建股份（002929.SZ）、青云科技（688316.SH）等算力服务商也都在公共平台表示过近期涨价的意愿。

11月14日，并济科技公众号发布通知，由于高性能运算设备持续

值得注意的是，近日有消息曝出，某互联网巨头已暂停A100服务器出租业务。虽然该公司没有正面回应，但也同样暴露了国内算力租赁市场供需失衡并不是空穴来风。

国盛证券也在研报中指出，算力涨价潮即将开启，火山引擎、腾讯云、微软Azure的A100租赁零售价相较此前的市场平均价均有不同程度上涨。在AI应用加速迭代等各方面因素作用下，此次算力集体提价并非短期波动，而是在开启中长期的涨价潮。

除此之外，各省份也在降低算力使用成本和门槛，算力券成为一种“流行”模式。

具体来看，今年1月12日，成都印发《成都市围绕超算智算加快算力产业发展的政策措施》，提出每年将发放总额不超过1000万元的“算力券”；7月31日，杭州印发《杭州市人民政府办公厅关于加快推进人工智能产业创新发展的实施

意见》，提出全市每年设立总额不超过5000万元的“算力券”，重点支持中小企业购买算力服务；7月11日，北京表示将推出首期不低于4000万元的算力券补贴，支持搭模型企业降低训练成本；贵州省则提出每年发放总额不超过8000万元的算力券，支持省内外企业、高校、科研机构等购买贵州算力服务时抵扣一定比例服务费用。

与此同时，也有地区对算力租赁进行了“打折”。上海对租用纳入本市统筹调度的算力进行大模型研发的本市主体，经评估按算力集群规模和成果水平给予最高10%的租用补贴。福建对符合条件的人工智能企业购买算力服务年度总额达到30万元（含）以上的，按照当年实际服务费第一年50%、第二年40%、第三年30%，每年给予最高50万元补助。

## 一门不错的生意？

看似门槛不高且一片蓝海的算力租赁，吸引了众多玩家涌入。

基础设施相关企业呈逐年高速增长态势。2020年、2021年、2022年分别新增47.85万家、76.97万家、80.14万家，同比增长52.62%、60.85%、4.11%。天眼查数据显示，截至目前，今年我国算力基础设施相关企业注册量达86.66万家，已超去年全年注册量，其中今年前10月新增80.27万家，同比增长20.48%。

不仅如此，一些其他行业的上市公司也纷纷宣布跨界，试图在算力租赁行业“分一杯羹”。但实际上，从事该等业务所需的行政审批和准入资质，包括IDC经营许可证，智算机房大机电和主要产品的质量认证也都需要得到验证。

“如果没有早期的积累，以及政府的扶持，入局算力租赁并不赚钱。”上述智算中心的负责人对记者坦言，“从单纯的成本和营收来看，纸面上确实好看，如果加上后期的运维等事宜，与同等规格的GPU服务器硬件售价大致相当，所以算力租赁并不是一门好生意。因为算力服务更像是公共服务，并不是简单的算力租赁，很多客户都是初创企业，用户更需要的是可行的解决方案。”

而且，据相关公司预计到2030年，全球通用计算(FP32)总量将达3.3ZFLOPS，相较2020年增长10倍，AI计算(FP16)总量将达105ZFLOPS，相较2020年增长500倍。

“AI算力有望超越普通算力服务市场，2023年格局分散。AI算力租赁市场规模有望超过普通算力服务市场，规模达到数千亿元。”东吴证券指出。

看似门槛不高且一片蓝海的算力租赁，吸引了众多玩家涌入，数据显示，近十年，我国算力

广告

# 商学院

BUSINESS MANAGEMENT REVIEW 终身学习 智慧经营

## 一座开在你身边的 没有边界的商学院

### 2024年

### 征订 现已开启 · 全年订阅价格：

二十载风雨，我们共走时光的长廊；初心始终，似烛火般微弱却坚定。

感激岁月的徜徉，感激每一个为我们奉献的读者。

二十年，是时间的积淀，也是我们不变的信仰。

这段历程是青春的宝藏，是梦想的翅膀，与您共同书写的篇章永远闪耀。



不忘有你。  
感恩初遇。  
二十载时光，  
同你共度。

邮发代号：2-520  
邮局订阅：11185  
全彩印刷 全国发行  
每月8日出版

# 车市年终冲刺：内卷加剧 消费者观望情绪浓厚

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

进入2023年的最后一个月，车企年底冲量也进入最后的冲刺期。而在上海汽车消费市场，免费绿牌政策收紧的消息也在盛传，不少新能源销售顾问更是将此消息作为宣传用语。

为何会传出上海免费绿牌政策收紧的消息？上海市此前发布的《上海市鼓励购买和使用新能源汽车实施办法》显示，今年12月31日前购买上海新能源车，可享受免费绿牌待遇。

“恭喜最近订车的用户，赶上

免费沪牌末班车。与其无畏地赌，不如落袋为安。”11月26日，一位上海的新能源销售顾问在其个人社交媒体发文道。而这样的销售话语并非个例。

上海免费绿牌政策是否真要收紧？11月10日，上海市经济和信息化委员会在其官网发布的《关于新能源牌照申请事宜的咨询》中提出：“是否会延长发放免费牌照需要等待下半年新的政策通知，请关注经信委官网文件的发放，耐心等待。若到今年年底截止发放，则需在2023年12月31日前完成资格审核和车辆信息确

认办件的申请并通过。”

《中国经营报》记者注意到，在上海市经济和信息化委员会的回复中，并未明确新能源牌照申请的截止发放时间。有媒体向有关部门了解到，2024年度的绿牌政策，近日将正式发布。

而上海部分新能源顾问之所以将免费绿牌政策收紧的消息作为宣传用语，或为年终冲量。众所周知，“内卷”无疑是今年车市的关键词之一。因此在年终冲量阶段，各家车企依旧是延续“卷”的特征，譬如限时降价优惠、购车补贴等促销“组合拳”层出不穷。

## 车企铆足劲儿冲销量

在年末冲量阶段，多家车企都推出了限时优惠的政策。

“5000定金抵扣25000车款”“11月感恩有礼”“驾驭先机限时购车权益”等广告标语，摆放在上海百联购物中心各大汽车品牌的门口，不时有消费者驻足，向销售顾问询问。

记者注意到，在年末冲量阶段，多家车企都推出了限时优惠的政策。11月2日，零跑汽车对外宣布，当月下定零跑T03、零跑C01、零跑C11等全系车型，便可限售金融贴息、选装基金等多重购车福利。“我们上个月就交付了18000多辆，这个月还有望能够突破这个数字。”11月23日，零跑汽车联席总裁武强向记者表示。

领克汽车也在11月15日推出11月购车优惠指南，以领克08为例，凡在11月1日到11月30日期间完成全系任一车型的大定锁单，且于12月31日前提车，即可享受6000元购车补贴，免费升级哈曼卡顿23扬音响包，至低享0.88%费率的24期或36期的金融方案。

而更早前的10月16日，极氪便开始了优惠活动，极氪X最高优惠

可达5.1万元。10月16日，便有极氪的销售顾问告诉记者，极氪车主增购可以有额外5000元补贴，或者6000元的置换补贴。选装基金也从8000元提高到16000元，且还有3年免息。

“我们这个限时政策都是到今年12月31日结束。”上海百联购物中心的阿维塔销售人员向记者表示。门店的广告牌写有“1+1+1遥遥领先上市礼”，分别是定金膨胀，限时享受；个性化选装基金，限时赠送；前排双零重力座椅，限时赠送，三者优惠额度都是10000元。

具体来看，凡在11月10日到12月31日成功支付定金的阿维塔12用户，可享受3倍定金膨胀礼，即5000元定金抵扣15000元车款；用户可享受价值10000元的个性化选配基金，适用全部可选配置；用户购买“700三激光后驱奢享版”或“650三激光四驱性能版”车型，限时免费升级价值10000元的前排双零中立座椅。以综合续航700公里的三激光后驱奢享版为例，其售价为300800元。(3倍)定金膨胀礼是

直接减10000元，也就是290800元。”销售顾问告诉记者，“10000元的选装基金指的是外观、内饰、轮毂等，10000元以内都是减免的。”

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔告诉记者：“现在国内很多车企都是上市公司，他们的销量都是要公布的。尤其到了年末，为了提高自己的市场占有率，让公司业绩好看些，很多车企都会通过降价的方式，这是企业用了很多年的方式。”

惠誉评级亚太地区企业研究董事杨青告诉记者，今年一些品牌设定了较激进的全年销量目标，所以会在年底采取降价冲量的策略，但也有一些品牌会选择将子弹留到明年。

杨青称：“由于目前大多数车企更关注市场份额，因此价格竞争会具有传染性质。现在车企也担心消费者形成长期降价预期、进一步影响需求，所以会采取限时折扣和优惠的方式。此外，部分传统品牌的年底促销通常由经销商主导，主要是为了季末或全年的销售返利。”

## 拿下欧美订单，加快海外建厂

# 中国汽车零部件产业“出海记”

本报记者 郭阳琛 石英婧  
上海报道

“两周前和一家主流电动汽车企业‘二把手’吃过餐，他们公司表达想要在东欧设厂的愿望，我直接说‘这是好消息，京西已经在那边等你了’。”京西集团全球CEO郑洁亮近日在接受《中国经营报》记者采访时感慨道。

记者了解到，京西集团在欧洲设有3座工厂、2座研发中心，其中在波兰各有一座工厂和研发中心。就在3个月前，京西集团拿下价值16亿元的欧洲订单，其中的1-Box产品由中国团队本土研发、生产。

这正是中国汽车零部件企业积极拓展海外市场的一个缩影。相关数据显示，2022年，我国汽车零部件出口金额956.88亿美元；今年1—8月，这一数据为585.63亿美元。

中国贸促会机械行业分会会长周卫东表示，零部件企业国际化对汽车产业的意义同样重要。一方面，国内市场已进入存量市场，企业的发展需要新的增量，开拓海外市场是必然的选择；另一方面，全球汽车产业链格局正在进行重新配置，有助于国内企业进入跨国公司采购链。

## 把汽车零部件卖到欧美

今年8月，京西集团斩获欧洲知名汽车企业1-Box和2-Box线控制动系统订单，总金额高达16亿元。这是京西集团自德尔福时代至今逾百年历史中，首次实现控制制动产品登陆欧洲。

“此次欧洲订单主要产品为1-Box线控制动系统，是由我们中国技术团队在中国本土研发的。”京西集团高级工程师吴剑是该项目的负责人，他告诉记者，1-Box线控系统的优点在于没有传统的液压系统，从

而大大减小了体积更加集约化。

吴剑表示，1-Box产品研发周期为两年，将在明年第一季度率先在中国“落地”，2025年开始将产品向全球推广，欧洲订单也将在2025年量产交付。“该产品所有的零部件、软硬件开发、安全验证、生产制造等供应链全部都在中国进行。”

同时，京西集团在国内研发的电子稳定控制系统(ESC)已从今年第三季度开始装备于北美主流汽车厂商的量产新车型，使国内制动力

品成功重回北美主流汽车市场。

过去，欧美车企采购时，对于制动系统等核心技术往往更倾向于采用欧美供应商，如今为何欧美车企开始采用敢用中国本土开发的产品呢？

在郑洁亮看来，一是京西集团是一家有着100年历史的公司而非初创公司，有着很长的技术积累；二是集团的2-Box产品已经用在在全球最快的电动超跑上，而1-Box产品是基于2-Box很多已经得到

验证的工作方法开发出来；三是京西集团在欧洲已经与该车企客户在悬架方面有所合作，为拿下线控制动系统订单铺平道路。

除了传统汽车零部件，“中国制造”的动力电池同样热销欧美。10月，在斩获宝马年初对外招标的160GWh订单中约90GWh的订单后，蜂巢能源持续发力。全球第四大汽车集团Stellantis将向其增加采购总规模近5.48GWh的PACK电池包，用于加快推动其电动化战略

的落地。

亿纬锂能也在今年连续收获“大单”。6月14日，亿纬锂能发出子公司与美国头部储能集成企业Powin签订10GWh供货协议的公告，双方同意亿纬动力根据约定向Powin生产和交付10GWh方形磷酸铁锂电池；一天后，亿纬锂能又宣布，公司与美国客户ABS签订供货协议。根据约定，亿纬锂能预计将向ABS生产和交付13.389GWh方形磷酸铁锂电池。

海外业务营收占比超过70%。

“全球化布局带来的竞争优势明显。”均胜电子方面表示，一方面，在全球市场率先实现占位可以根据不同国家本地市场需求，更加迅速做出反应决策，来提供相应的创新产品满足差异化需求；另一方面，全球化布局的先发优势对均胜电子的业绩及利润推动不容忽视，包括供应链跨区域优化、运输成本优势，同时还能避免地缘政治引起的供应链风险。

## 拓展海外本土化供应链

10月中旬，国轩高科宣布，拟委托公司全资子公司美国国轩与伊利诺伊州政府及其他第三方签署相关协议，拟斥147亿元投资建设锂电池生产线项目；半个月后，国轩高科再度赴美投建产能，宣布拟在美国密歇根州建设电池正负极材料项目，计划总投资额为23.64亿美元。

记者注意到，早在9月，国轩高科位于德国哥廷根的首条电池生产线投产，这也是该公司在海外的

第一座电池工厂。据悉，哥廷根工厂总计产能规划为20GWh，预计分四期完成，全部完成后，有望实现20亿欧元(约合155亿元人民币)的年产值。

随着电池包产线的正式打通和运营，国轩高科已经在欧洲实现本地化生产与供应。据国轩高科国际业务板块首席运营官兼德国国轩总经理Peter Willemsen介绍，目前，哥廷根工厂已经接到了大量

欧洲订单需求，从10月开始向欧洲客户供货，预计到2024年中工厂实际产能可以达到5GWh。

之所以乐衷于供应链本土化，源于这是汽车零部件企业拓展市场的“底气”。以京西集团为例，其在欧洲设有3座工厂、2座研发中心，在美国和墨西哥也有2座工厂和2座研发中心。

郑洁亮告诉记者，汽车工业是需要及时供货的产业，反应速度要

快，一般不会横跨大陆或是洲际供货，这样风险很高库存压力会很大，给客户的反应速度也会变慢，所以我们每个大区的工厂只服务于那个当地的市场。

均胜电子早在12年前就开始了全球化布局，并已成为一家全球性汽车零部件巨头，在欧洲、北美及日本等主要汽车生产、消费地区有生产研发基地布局。财报数据显示，截至今年前三季度，均胜电子

## 跟随特斯拉“出海”

作为汽车产业“龙头”，特斯拉对于零部件企业有着天然的吸引力。

记者了解到，特斯拉上海超级工厂已在上海、苏州、宁波、南通等长三角地区形成了汇聚电池、汽车芯片、自动驾驶系统、汽车内饰、精密加工等新能源汽车零部件的全生态链，还打通了全国汽车产业链市场。

如今，这一模式又将在墨西哥复制。2023年3月，特斯拉宣布将在墨西哥新莱昂州建立汽车工厂。而在特斯拉宣布墨西哥建厂

之前，特斯拉产业链的中国伙伴早已有所布局或有意向建厂，其中包括宁德时代、拓普集团、东山精密、三花智控、模塑科技和旭升集团在内的20多个厂家。

10月18日，墨西哥新莱昂州州长塞缪尔·加西亚(Samuel Garcia)在上海之行期间表示，特斯拉的两家中国供应商将在墨西哥北部新莱昂州投资近10亿美元(约合人民币73亿元)。

拓普集团是特斯拉上海超级

工厂轻量化底盘等零部件的核心供应商之一。早在去年9月，拓普集团已宣布将在新莱昂州设立全资子公司并投资建厂。

拓普集团方面表示，为获取更多订单，向战略客户提供更有力支持，公司拟在墨西哥新设全资子公司——拓普集团墨西哥有限公司，并投资建厂，预计总投资额不超过2亿美元(约合人民币14.6亿元)。

今年3月，拓普集团还曾对外表示，其于2022年9月宣布在墨西

哥投资建厂，未来有望在配套特斯拉方面形成一部分新的海外收入。

金力永磁是特斯拉的磁钢供应商，其也于去年9月宣布拟投资约1亿美元(约合人民币7.3亿元)，在墨西哥新莱昂州蒙特雷市建设废旧磁钢综合利用项目，计划建设期3年。

此外，7月15日，特斯拉铝合金精密压铸件供应商爱柯迪也宣布，拟定增12亿元，主要用于在墨西哥生产新能源汽车结构件及三电系统零部件，将助力公司扩张北

美市场份额、完善海外新能源汽车产业供应体系。

东方证券研报分析称，随着零部件公司持续对海外工厂进行协同优化、销售规模提升后规模效应和本土化供货优势逐步显现，预计海外工厂将在投产后逐步实现盈利能力提升。墨西哥建厂有助于国内零部件企业未来将有更大概率进入Cybertruck和北美车企其他新能源车型配套体系，成为全球化配套零部件企业。

“搅局者”特斯拉逆势多轮涨价

与国内车企采用降价等手段冲量相反的是，特斯拉在一个月内多次涨价。

10月27日，特斯拉宣布Model Y高性能版售价上调1.4万元至36.39万元；11月9日，Model 3长续航焕新版和Model Y长续航版起售价分别上涨1500元和2500元；11月14日，Model 3及Model Y后轮驱动版上调起售价。11月21日，Model Y长续航版售价上调2000元至30.44万元。

对于特斯拉1个月内4次涨价的考量，杨青告诉记者，特斯拉采取的是以订单交付周期为基准的动态定价体系，价格的上调反映特斯拉近期车型焕新之后中国市场订单量与产能间的关系变化。“明年的新能源购置税政策对于30万元以上车型会有所调整，导致最终落地购置成本小幅上升，也不排除一些车企可能会采取先涨价后降价的方式来稳定明年年初的销量。”

张翔告诉记者：“特斯拉在汽车行业拥有极大的影响力，其采用直营模式、价格调整起来比较方便。特斯拉上半年的降价策略，可能没有达到很好的效果。涨价或是特斯拉的另一种策略，想让消费者产生恐慌心理，尤其是铁粉，让他们以为后面还会涨价。”

11月22日，特斯拉上海的一位销售人员告诉记者，涨价是因为特斯拉始终坚持成本定价。“后

面还要再涨的，去年这时候这个车子卖31万多元的，现在1000元下定可以锁定价格。”

为何不将价格一次性调整到位？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、研究员盘和林称：

“特斯拉的定价其实是在销售、库存、产能三方面进行调节，目标是实现库存最小化。如果产品卖得好，则采取涨价策略，提高产能效益；如果库存积压，则通过降价来提高销量，减缓库存。所以，特斯拉的涨价不可能一步到位，而是随行就市。”

江瀚则告诉记者，特斯拉采用挤牙膏式、频繁的涨价方式，可能是为了逐步提高价格，而不是一次性大幅度涨价，以避免对消

费者的过度冲击。“此外，特斯拉可能也在考虑市场反应和竞争对手的定价策略。”

对于特斯拉涨价给国内其他车企带来的影响，申万宏源研报指出，随着年底各家国内车企冲击销售目标、抢占市场，叠加目前特斯拉涨价，国内新能源车企第四季度销量有望实现快速增长。

江瀚告诉记者，特斯拉和国内新能源车企限时段优惠的情况，可能会影响消费者的购车决策，但具体影响取决于消费者对特斯拉和其他品牌的偏好和需求。“对于国内新能源车企来说，这是一个机会，可以通过推出优惠政策和提升产品竞争力来吸引消费者。”

## 终端促销边际效益递减

今年受到新能源汽车价格竞争的影响，消费者对于价格进一步下行形成预期。

11月现象也有体现。”

“今年都在比较各种车型，现在很多车企都在降价。万一年底或者明年再降价呢？”11月22日，家住上海市区的陶涛(化名)告诉记者，“感觉现在价格不坚挺，索性再等等。”

与陶涛有着类似想法的消费者并非个例。杨青表示，新能源车技术的快速迭代和二手车市场价值的变化会让消费者形成观望情绪。“在期待下一代智驾系统大幅提升驾驶体验、

拉动购车需求的同时，我们也需要关注消费者对技术贬值速度的担忧。”

杨青进一步指出：“今年受到新能源汽车价格竞争的影响，消费者对于价格进一步下行形成预期。但其实大多数新能源汽车品牌在目前的市场价格上都难以盈利，除非上游成本大幅压缩，进一步降价空间有限。明年我们可能会看到更多元化的促销手段，但整体价格竞争、价值竞争仍会比激烈。”



本报资料室/图

# 一月内价格“五连跳” “鲇鱼”特斯拉年底掀起车市波澜

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

临近年底，“鲇鱼”特斯拉连续涨价再次掀起车市波澜。

11月28日，特斯拉宣布旗下Model Y长续航全轮驱动版售价上调2000元，调整后的价格达到30.64万元。《中国经营报》记者注意到，这是特斯拉自10月底以来的第五轮涨价。10月27日，特斯拉旗下车型Model Y高性能版率先选择上

调价格，较此前大幅上调1.4万元，在调整后售价达到36.39万元。至此，特斯拉旗下产品已在一个月内涨价5次。

事实上，今年以来，特斯拉在价格方面已反复横跳多次。今年年初，特斯拉宣布国产车型大幅降价，彼时Model 3的起售价格降至22.99万元，而Model Y的价格则降至25.99万元，创下特斯拉在中国市场上史新低，降幅在6%至13.5%

不等。而在今年年中，特斯拉的多款车型又多次调价。

日前记者也走访了特斯拉位于上海兴业太古汇的旗舰店，特斯拉的销售顾问对记者表示，产品涨价最开始是长续航版和高性能版涨价，然后是长续航后轮驱动版涨价。“部分产品一定会再涨的，但我们不清楚是什么时候涨价以及幅度是多少，这次涨价之前我们也一直跟客户说要涨价，要买的话抓紧。”

特斯拉涨价这种逆向操作造成了消费者的紧迫感。这种心理战术可以刺激消费者的购买意愿，提高销售量。

消费者提供了更多福利，推动着旗下产品持续热销，进一步推动智能绿色出行走进千家万户。”

面对如此频繁的涨价，特斯拉的销售顾问对记者表示，如果下定金后再涨价与已付定金的客户无关，如果下定金后出现了降价，特斯拉则会给予已付定金的客户补差价。

为何本应在旺季降价促销的特斯拉如今反而开始涨价？江瀚告诉记者，特斯拉近来一改之前的降价策略，开启涨价策略，向市场展示了特斯拉的自信和底气。“在竞争激烈的市场环境下，特斯拉敢于逆市涨价，这无疑向消费者传递了一种‘特斯拉的产品值得信赖，不怕市场竞争’的信号。”

江瀚进一步表示，特斯拉涨价这种逆向操作造成了消费者的紧迫感。这种心理战术可以刺激消费者的购买意愿，提高销售量。



特斯拉自今年10月底以来已对旗下多款产品进行涨价。

本报资料室/图

这也印证在销量数据中得到印证。据乘联会数据，今年10月，特斯拉中国批发销量达72115辆，在厂商批发销量排行中位列第二，仅次于比亚迪，其中Model 3销量达到约2.5万辆，环比增加近20%。

年同期的25.1%减少7.2个百分点。但价格战也并未促使特斯拉的交付量提升，第三季度，特斯拉在全世界新车交付量达到约43.51万辆，较第二季度下降6%。

不过，马斯克此前也曾多次强调，特斯拉的发展战略并非以短期利润为主，而是致力于推动电动汽车技术的进步，并扩大其在全球范围内的影响力。

江瀚对记者表示，马斯克是一个极具远见的企业家，他的目光往往超越了眼前的财务数据和股价表现，而是将重点放在了如何改变行业格局，塑造未来市场上。“因此，特斯拉的一些决策可能在短期内会引起争议或者面临挑战，但从长远来看，它们有可能会成为引领整个行业发展的关键因素。”

## 行业价格战或将延续

“鲇鱼”特斯拉在搅动中国汽车市场的同时，也影响着汽车行业价格战的节奏。

今年年初特斯拉官宣降价以来，引发了国内汽车市场诸多汽车品牌跟进降价。但如今特斯拉“五连跳”涨价，国内的造车新势力们仍选择了降价。以零跑汽车为例，记者注意到，零跑汽车今年3月、8月、11月分别宣布降价。

其中11月2日，零跑汽车宣布全系产品降价，零跑汽车方面表示，在11月1日至11月30日期间，用户下定零跑T03、零跑C01、零跑C11等车型，均可享受金融贴息、选装基金等多重购车福利，最高金融贴息能够达到1万元/辆。此外，在11月，上汽大众的ID系列也通过推出“限时成交价”抢占市场，旗下ID.3、ID.4、ID.6 X的优惠幅度在3.3万至5万元不等。

记者注意到，极越汽车在11月30日宣布了旗下车型极越01全系价格下调3万元，最低起售价仅21.99万元。对此，极越CEO夏一平表示，这是由于极越01上市迄今，公司收到了用户和市场的积极反馈做出的调整。

“我们深知加速推动‘科技平权’对用户和汽车产业的重要价值，为此极越成立了专项组，认真分析、快速迭代，制定了全新型售价和权益方案。‘性价比’已经成为过去式，‘智价比’才是进行时，相比遥遥领先，我们更希望让高阶智能人人可用、人人可享。”夏一平表示。

此外，上汽飞凡、领克汽车等也宣布了优惠政策。领克汽车日前就宣布，在11月完成领克08大定锁单并且在年底之前提车，能够获得6000元的购车补贴优惠。而在日前举行的广州车展上，上汽飞凡的最新SUV车型2024款飞凡R7也较上一年度发布的车型降价10万

元左右。

同时，记者注意到，尽管特斯拉价格“五连涨”，但也推出了相应的限时低息金融、限时保险补贴政策。根据该政策，特斯拉的Model 3/Y后轮驱动版现车补贴后的价格优惠8000元，而该政策的活动时间为11月28日至12月31日。

对此，惠誉评级中国企业研究董事杨菁在接受记者采访时表示，中国的新能源汽车品牌因为近年来的发展趋势投资了大量的产能，随着燃油车与新能源车的产能供给叠加，汽车市场呈现出供给过剩的状态。在这样的情况下，整个市场的竞争格局稳定下来之前，车企要做到理性定价比较困难。

在业内人士看来，汽车行业价格战火或许将蔓延至2024年，并且会更加激烈。杨菁指出，目前中国整体乘用车消费需求没有特别大的增量，今年下半年和明年推出的车型数量增加会使明年的市场竞争更加激烈。“一般而言，车企在这样竞争激烈的市场当中，会将成本的节省让利给消费者，通过一系列的降价促销，来达成销量和市场占有率的提升。”

而在惠誉评级亚太区企业部评级联席董事王锐看来，价格战对于新能源车企的盈利水平的确会有一定的影响，但是也需要结合上游的成本端来进行综合考量。“中国车市明年依旧会保持激烈的竞争，主要原因一方面是合资品牌和豪华品牌为加速的电动化，这可能会导致新能源车型供给的进一步增加。另一方面，预计明年更高级别的自动驾驶系统继续发展，可能会催生出新一轮的置换需求。”

## 价格反复横跳

特斯拉涨价这种逆向操作造成了消费者的紧迫感。这种心理战术可以刺激消费者的购买意愿，提高销售量。

记者注意到，在今年年初特斯拉宣布降价后，随即5月特斯拉宣布上调旗下Model S及Model X的售价，均上调1.9万元。7月，特斯拉又宣布了用户购买全新的Model S/X两款车型现车，即可享受3.5万元至4.5万元的福利优惠。

进入8月，特斯拉再度宣布旗下Model Y长续航版、Model Y高性能版两款高配车型迎来售价调整，调整后起售价分别为29.99万元、34.99万元，均下调1.4万元。9月初，特斯拉在Model 3焕新版推出之际，对旗下的Model S与Model X全系车型进行价格调整，下调幅度达11万元—22万元。

彼时，特斯拉方面表示，Model 3将和Model Y一起，把特斯拉“打造人人都买得起的智能电动车”愿景加速落地。“除了创新的产品技术、透明的直营模式，特斯拉也为消

## 或为提高毛利率

事实上，此次特斯拉连续涨价或许也是为了进一步提高其毛利率。

据此前特斯拉发布的三季度报数据，今年第三季度，特斯拉营收约为234亿美元，较上年同期增长9%，但仍低于此前预期的243亿美元，为3年来最低增速，而今年前三季度，特斯拉在中国的汽车销售收入达到23.18亿美元，较上年同期的14.45亿美元同比大幅增长60.4%。

不过，今年第三季度特斯拉的

净利润下滑44%，达到约18.53亿美元。对于净利润的下滑，彼时特斯拉方面表示，净利润下滑是由于新工厂利用率不足，即将推出的电动皮卡Cybertruck导致运营费用增加，以及人工智能和其他项目支出导致。

同时，今年以来在价格上的反反复跳等也使得特斯拉的毛利率创下近4年来新低，仅为17.9%，较上

年同期的25.1%减少7.2个百分点。但价格战也并未促使特斯拉的交付量提升，第三季度，特斯拉在全世界新车交付量达到约43.51万辆，较第二季度下降6%。

不过，马斯克此前也曾多次强调，特斯拉的发展战略并非以短期利润为主，而是致力于推动电动汽车技术的进步，并扩大其在全球范围内的影响力。

江瀚对记者表示，马斯克是一个极具远见的企业家，他的目光往往超越了眼前的财务数据和股价表现，而是将重点放在了如何改变行业格局，塑造未来市场上。“因此，特斯拉的一些决策可能在短期内会引起争议或者面临挑战，但从长远来看，它们有可能会成为引领整个行业发展的关键因素。”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

# 汽车巨头相继加入换电朋友圈 蔚来激活换电“一池春水”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“一周前，我们在重庆和长安汽车签署了换电合作协议，揭开了蔚来换电网络和蔚来能源云向全行业开放的序幕。长安和吉利，分别是汽车行业头部央企和头部民企的代表，两大车企的加入，将加快推动换电标准的统一，为智能电动汽车产业的高质量发展贡献力量。”

11月29日，吉利控股与蔚来签署换电战略合作协议，蔚来创始人、董事长、CEO李斌在蔚来官方App中如是发文道。据悉，双方将在换电电池标准、换电技术、换电服务网络建设及运营、换电车型研发及定制、电池资产管理及运营等多个领域展开全面合作。

《中国经营报》记者注意到，在与吉利控股合作之前，蔚来已经在11月21日与长安汽车签署换电业务合作协议。李斌曾在内部讲话中表示，除了长安汽车之外，还有4—5家在谈。

在与长安、吉利“联姻”后，有报道称，蔚来换电业务的下一个潜在合作伙伴或为江淮汽车。11月30日，对于江淮是否会入局蔚来换电朋友圈，记者联系蔚来汽车方面，相关负责人告诉记者，“(换电业务)对所有车企都是开放的。目前没有(江淮入局)的相关信息。”

在江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔看来，新能源汽车的电池本身成本就高，且换电站需要储备大量不同型号的电池，这就使得换电站全国铺设的成本很高。“行业布局换电业务的企业不多。蔚来的换电业务也一直没有盈利，换电站在全国铺设需要大量的持续的资金投入，蔚来需要对外开放合作，需要有这样的联盟，不能再单打独斗。”

## 吉利加入朋友圈

在国家政策鼓励推动下，换电网络覆盖越来越广，换电模式越来越受到电动汽车用户的青睐。

据悉，蔚来“可充、可换、可升级”的服务体系为私家车用户创造了全行业最好的加电体验，吉利控股旗下易易互联也在营运车换电市场深耕多年，并在更多城市加速拓展服务。

吉利和蔚来此番合作出于哪些考量？双方对外披露的信息显示，双方是基于战略高度认同、共享开放的原则，在各自现有业务

基础上优势互补，开展全方位换电战略合作。

记者了解到，根据协议内容，双方将通过“共投、共建、共享、共运营”模式，携手打造“私家车”和“营运车”两大换电标准体系，加速推动车端、站端、电池端、运营端连通协同，扩大换电网络规模，为不同需求的用户提供更便捷、更安全、更完善的服务。

除此之外，双方还将建立高效的电池资产管理体系，建立统一的换电运营管理体，合作研

发适配双方换电体系的换电乘用车。此次合作符合国家新基建、新能源的发展方向，将加速换电技术标准化、换电网络规模化的过程，助力汽车行业低碳转型。

对于双方合作，李斌表示：“蔚来和吉利对换电模式都有深刻的理解，在过去几年中分别围绕私家车和营运车换电技术与网络坚决投入，积累了丰富的换电服务运营经验。作为中国汽车市场的领军企业，吉利控股在新能源领域的快速发展令人印

象深刻。”

在李斌看来，此次战略合作将推动换电模式进一步普及，让更多的用户获得优质便捷的换电体验，为智能电动汽车产业的高质量发展贡献力量。“接下来，我们将继续推进蔚来用户专属换电网络的建设，持续提升蔚来用户的加电体验，并将与合作伙伴一起开启用于多品牌共享的换电网络建设。”

吉利控股集团董事长李书福表示：“绿色可持续发展和碳中和

已成为全球共识。作为新能源汽车重要补能方式之一，换电模式的高质量发展需要全行业各方携手、共同推进。”

李书福表示：“吉利易易换电在全国多个城市的运营取得了良好效果，并继续发展。通过此次换电战略合作，双方将加强换电产业链合作、加速推动换电模式标准化、通用化，共建换电补能新生态，共同助力汽车行业低碳转型高质量发展，为用户创造更大价值。”

## 换电生态开放

“从充换电业务开始的第一天，蔚来就决定向全行业开放。与互联网云服务基础设施一样，蔚来换电网络和蔚来能源云也是走了一条基建先行、内部闭环、全场景验证、对外开放的道路。”11月21日，蔚来在全国已累计布局2113座换电站，其中高速换电站651座，完成了7纵4横9大城市群高速换电网络布局。换电服务方面，相关数据显示，截至11月20日，蔚来累计为用户提

供了超过3200万次换电服务。

据悉，长安汽车是中国汽车四大集团阵营企业，拥有161年历史底蕴、39年造车积累，全球有12个制造基地、22个工厂。作为中国汽车品牌的典型代表之一，长安汽车旗下包括长安启源、深蓝、阿维塔、长安引力、长安凯程、长安福特、长安马自达、江铃等品牌。

长安汽车与蔚来双方将在推动

换电电池标准建立、换电网络建设与共享、换电车型研发、建立高效的电池资产管理机制等方面展开合作。

中信建投证券研报指出，换电网络具有较强的规模效应，蔚来现建设运营超2100家换电站，生态开放有望实现双方共赢。“中长期来看，换电和高压快充技术有助于缓解纯电车型的里程焦虑，从而加速纯电车型渗透。”

## 亟待行业标准

近年来，国内新能源汽车始终保持着高速增长的态势。中国汽车工业协会数据显示，2023年1—10月，新能源汽车产销分别完成735.2万辆和728万辆，同比分别增长33.9%和37.8%。

而在新能源汽车行业快速发展过程中，补能体系建设是一项极为重要的工作。记者了解到，在现今的市场上，新能源汽车的补能方式分为慢充、快充，以及换电模式。

在充电方面，中国充电联盟数据显示，2023年1—10月，充电桩基础设施增量为274.4万台，其中公共充电桩增量为72.8万台，随车配建私人充电桩增量为201.7万台，同比上升29.4%。截止到2023年10月，全国充电桩基础设施累计数量为795.4万台，同比增加68.9%。

换电模式作为另一大补能方式也日趋向好。譬如在2020年10月，国务院办公厅发布《关于印发

新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》，明确鼓励开展换电模式推广应用。

2021年10月，工信部办公厅印发《关于启动新能源汽车换电模式应用试点工作的通知》，决定启动新能源汽车换电模式应用试点工作。

实际上，除了蔚来外，国内也有其他车企在布局换电业务。以上汽飞凡为例，根据计划，飞凡汽车将在2023年年底

前，完成北京、上海、广州、成都、杭州、苏州、南京、郑州、武汉、长沙、海口等10余座城市，50余座换电站落成，满足更多用户便捷换电需求。

记者注意到，虽然换电模式整体向好，但其目前仍面临着一定的发展瓶颈。譬如缺乏统一的行业标准则是阻碍其发展的重要原因之一。不过，上述行业痛点也备受政府及企业的重视。

今年6月9日举办的世界动力电池大会开幕式上，工业和信息化部副部长辛国斌在发言中提到，研究编制换电技术标准体系，推动换电电池尺寸、换电接口等标准统一。

张翔向记者直言，“充电现在是各个汽车品牌都广泛接受的模式。换电总体上虽然是比较好的一项技术，但如果行业不推广，大部分车企不接纳的话，它就很難发挥它的作用。”

# 深入实施“三大计划” 长安汽车携手华为深耕新能源赛道

本报记者 陈靖斌 广州报道

近日,长安汽车智能化、电动化转型的“捷报”频频传来。

11月17日,在2023第二十一届广州国际汽车展览会(以下简称“广州车展”)现场,长安汽车以社会价值引领科技应用为方向,发布长安汽车电池规划。

继发布全新电池规划、长安“金钟罩”电池品牌发布7天后,11月24日,长安“金钟罩”首款标准电芯即于时代长安工厂正式下线。全新电池规划加速落地,为长安汽车立足新阶段、进军新赛道注入全新动能。

与此同时,11月21日,长安汽车与蔚来在重庆签署换电业务合作协议,双方将在推动换电电池标准建立、换电网络建设与共享、换电车型研发、建立高效的电池资产管理机制等方面展开合作。

而在智能化方面,11月25日,长安汽车更是携手华为签署《投资合作备忘录》,并与华为的智能汽车解决方案业务的核心技术和资源整合新公司。

事实上,长安汽车一系列的“捷报”背后,与长安汽车的“三大计划”密不可分。长安汽车相关负责人告诉《中国经营报》记者,长安汽车持续推进第三次创业——创新创业计划,深入实施新能源“香格里拉”、智能化“北斗天枢”、全球化“海纳百川”计划,布局长安启源、深蓝汽车、阿维塔三大智能电动品牌,形成满足不同细分市场需求的新发展格局,全力向智能低碳出行科技公司转型,向世界一流汽车品牌迈进。

## 智能化、电动化转型提速

在电动化的浪潮中,长安汽车也迎来产业规划与技术的突破。

11月25日,长安汽车牵手华为引爆了国内的汽车圈。

根据备忘录,华为拟将智能汽车解决方案业务的核心技术和资源整合至新公司,长安汽车及关联方将有意投资该公司,并与华为共同支持该公司的未来发展。

据了解,长安汽车与华为成立的新公司将致力于成为世界一流汽车智能驾驶系统及部件产业领导者,并作为服务于汽车产业的开放平台,对现有战略合作伙伴车企及有战略价值的车企等投资者开放股权,成为股权多元化的公司。新公司将继续高质量服务好客户,并与伙伴共同推动智能汽车技术创新和领先、促进汽车产业繁荣发展。

长安汽车董事长、党委书记朱华荣表示:“长安汽车与华为双方发挥各自优势资源,并与战略伙伴车企携手,深度协同和战略合作,将加速智能化技术大规模商业化落地,让全球用户都可以享受一流智能化体验,推动中



长安汽车在广州车展发布“金钟罩”电池。

本报资料室/图

国智能汽车产业向规模化、集约化、共享化发展,提升汽车产业链、供应链韧性,推动中国汽车产业链高质量发展,推动核心技术突破引领,推动中国汽车品牌迈向世界一流。”

华为常务董事、智能汽车解决

方案BU董事长余承东亦表示:“我们一直认为,中国需要打造一个由汽车产业共同参与的电动化、智能化开放平台,一个有‘火车头’的开放平台。我们与长安深化合作,同时还会与更多战略伙伴车企一起携手合作,不断探索开放共赢的新

模式,共同抓住汽车行业电动化、智能化转型的机遇,实现我国汽车产业崛起的梦想。”

事实上,在电动化的浪潮中,长安汽车也迎来产业规划与技术的突破。

长安汽车相关负责人介绍,在技术创新方面,在刚刚结束的广州车展,长安汽车发布了电池规划,分享了进军新能源动力电池行业的技术、产品、体系规划。

据了解,长安汽车将打造国际领先的自研电池品牌长安“金钟罩”,通过电池与整车的内外兼修,全面解决用户在能量密度、充放电效率、循环寿命、低温性能等方面的焦虑,带给用户“长寿命”“真安全”“超高效”“快补能”的全新体验。

11月24日,长安汽车首款标准电芯在时代长安工厂完成下线仪式,这是继广州车展发布全新电池规划之后,长安汽车进军动力电池领域的又一里程碑事件。

长安汽车相关负责人介绍,长

安汽车通过“快离子环石墨”“超高等级电解液”“多梯度分层极片”“电芯温控技术”等多项前沿技术的加持,使电芯具备了高质量、超快充、长循环、真安全等多项“技艺”。

此外,11月21日,长安汽车与蔚来在重庆签署换电业务合作协议,双方将在推动换电电池标准建立、换电网络建设与共享、换电车型研发、建立高效的电池资产管理体系等方面展开合作。

朱华荣表示:“在国家大力发展战略性新兴产业的背景下,蔚来换电模式的落地,具有里程碑意义,长安汽车和蔚来此次换电业务合作,将推动新能源汽车产业进一步高质量发展,意义重大。未来,长安汽车将不仅仅在换电领域与蔚来合作,也将与其他平台性、基础性生态领域,从能源、充换电、整车、生态等方面,持续加强和蔚来的合作,共同推动产业高质量发展格局的构建,形成共创共享、互利互惠的良性生态。”

掘潜力,强化实力,焕发第二春。有利于强化长安汽车品牌形象,强化企业盈利能力,强化企业对外合作主导权,促进企业高质量可持续发展。”宋向清表示。

国研新经济研究院创始院长朱克力则表示,长安汽车自主品牌的技术路线和市场竞争力,将推动新能源汽车电动化与智能化的产业链发展。通过自研电池规划,长安汽车有望引领电池技术的进步,提高整个行业的技术门槛。同时,与蔚来、华为等企业的合作,将有助于推动相关产业链的协同创新,加速智能化、电动化技术的普及和应用。这种产业链合作模式,将提升整个新能源汽车产业的竞争,推动中国新能源汽车产业向全球领先地位迈进。

# 传统车企转型之路:坚定“油电并重”战略

本报记者 陈茂利 北京报道

## “油电并行”推进转型

“仍有70%的客户选择了燃油车”“新能源汽车盈利具有一定挑战”“坚持‘油电并重’战略”。

尽管“向电动化转型是大势所趋”已经在传统车企中形成共识,但向电动化转型,传统汽车公司更倾向于采取“油电并重”策略,多种技术路线并行推进。

近期,有多位传统车企高管谈及采取“油电并重”战略背后的原因,《中国经营报》记者了解到,这类战略选择是由市场、消费者、业绩、新能源业务研发投入等多种因素共同作用的结果。

“燃油车是包括大众、丰田、宝马、奔驰、通用等传统汽车巨头的基本盘,基本不牢、地动山摇。在新能源车型推进还未达预期,第二增长曲线刚刚起步的情况下,保证燃油车的基本盘,为新能源业务发展提供现金流保障,这对于传统车企转型至关重要。”“汽车新四化”产业研究者、知行韬略合伙人杨继刚在接受记者采访时表示。

当被问及奔驰如何平衡燃油车以及新能源车的发展态势?梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、负责大中华区业务的唐仕凯(Hubertus Troska)向记者指出:“毫无疑问,我们希望在2024年继续推动纯电车型在华销量的增长,与此同时,仍会在2024年推动我们在燃油车领域的增长。无论是电动车还是燃油车,我们都致力于把最优秀的产品交付给客户。”

大众是跨国车企中向电动化转型最为激进的一家车企,但这并不意味着大众放弃燃油车业务。基于更为现实的考量,大众在面向“电动化”这一终极目标时,选择践行“油电并重”的战略。

“新能源汽车盈利具有一定挑战,我们在燃油车方面的积累能够为我们继续投入新能源汽车,推动新能源销量(增长)和(为)研发奠定扎实基础。所以,大众汽车坚持‘油电并重’战略,一方面在燃油车市场

继续巩固优势;另一方面,我们正在加快电动化转型。”近期在广州车展上,大众乘用车品牌中国CEO孟侠在接受媒体采访时坦言。

不仅大众,奔驰也选择“油电双行”战略,“奔驰在迈向电动化的过程中,践行着‘全面电动’的承诺,但不可忽视的是,当下仍有70%的客户选择了燃油车。因此,我们在‘油电双行’的产品布局下,向不同需求的客户提供相对应的产品。”北京梅赛德斯-奔驰销售服

务有限公司高级执行副总裁张焱指出。

丰田也是多种技术路线的拥趸者。丰田汽车社长佐藤恒治在11月初的日本移动出行展上表示:“也许大家会心怀疑虑,是不是丰田纯电不行才强调多路径,丰田做纯电动车能行吗?没问题的。而且不仅仅是纯电动车没问题,氢燃料电池和混动、插电混动也没问题。丰田在电动化、低碳化上始终坚持多路径发展,因为市场需求是

多样的,我们会在全球推动多路径发展,这点是一直不变的。”

韩系车一直都主张多技术路径实现“低碳环保”。北京现代常任副总经理吴周涛在公司举办的Hi-Tech超级技术日上表示:“北京现代内部已经确认了坚决向电动化、智能化转型的发展思路,但同时北京现代目前仍是以油车为主,‘油电双行’是目前北京现代的主要发展策略。”

“别被新能源车型的快速增长

迷失双眼,真正的‘大头’依然是燃油车。根据乘联会发布的数据,2023年10月中国乘用车市场零售销量为203.3万辆,新能源车零售销量为76.7万辆,渗透率为37.73%,而燃油车占比依然高达62.27%。如果再将视角扩展到国际市场,除了新能源领域高歌猛进的中国市场外,无论是美国、欧洲还是日本,九成以上依然是燃油车,这也是诸多传统车企坚持‘油电并重’的战略底气。”杨继刚分析称。

## 离不开燃油车“反哺”

“油电并重”战略选择背后有多方面的考量,除了燃油车仍具有可观的市场规模,消费者对汽车产品的需求多元化等原因,很关键的一点是,燃油车业务是传统汽车公司“稳利润”的压舱石。

翻看汽车公司的财务报表可以发现,目前,传统汽车公司仍依赖燃油车业务来保持公司整体的盈利水平,为尚未实现盈利的新能源业务输血。

## 插电式混动成“香饽饽”

“油电双行”并不意味着只单纯地推出油车和纯电动汽车(BEV)两类车型,插电式混动(PHEV)的车型被越来越多的车企认为是新能源赛道的增长点。

乘联会数据显示,今年1~10月,BEV、PHEV零售销量分别为336.27万辆、107.26万辆,增速分别为19.2%、82.6%。从数据来看,

“我们将充分发挥自身在燃油车市场上的优势。尽管燃油车市场总体规模在缩小,但集团凭借自身规模和成本优势,仍保持可观的盈利。这将为集团在华智能网联汽车业务发展提供必要的资金支持。”大众汽车集团(中国)董事长兼首席执行官贝瑞德在2023年中国汽车论坛上表示。

目前,大众电动车业务未能实现可观盈利。上汽大众一名高管曾在接受采访时表示,大众ID.3目

前仍处于亏损状态,降价前每辆车的亏损为2.7万元,降价后每辆车的亏损超过4万元。

受电动汽车业务影响,梅赛德斯-奔驰第三季度利润率不及预期。对此,梅赛德斯-奔驰首席财务官哈拉尔德·威廉(Harald Wilhelm)在第三季度财报电话会议上表示:“公司仍致力于实现电动汽车目标,但如果电动汽车的利润率低于此前预期,可能会通过燃油车产品组合

带来的回报来提高整体回报率。”

反观丰田虽然一直被质疑在电动化方面“慢半拍”“犹豫不决”,但其利润和销量却没有被“转型慢”拖累。丰田2024财年上半年总营收为21.98万亿日元(约合人民币10703.6亿元),同比增长24%;净利润为2.65万亿日元(约合人民币1290.47亿元),同比增长117.1%。

2024财年上半年,丰田全球累计销量为517.24万辆,同比增长

9.07%,其中,丰田纯电车型销量仅为5.9万辆。从销量结构来看,燃油车业务是丰田净利润增长引擎。

不仅跨国车企困顿于“电动车业务回报率低”,梳理国内上市车企半年报也可以发现,除比亚迪、理想外,一些尚未在新能源销量上形成规模效应的车企只是“赔本赚吆喝”。甚至是卖得越多,亏得越多,很多车企开展新能源业务仍处于烧钱阶段。

PHEV虽然销量不及BEV,但增速远超后者。

良好的市场前景,促使头部车企加速研发、推出PHEV车型。2021年1月,比亚迪发布DM-i超级混动技术,带动了PHEV车型销量一路高歌猛进。看到市场“红利”,随后长安、长城、吉利、奇瑞等车企开始加速追赶,打造插电式混动系统,近两年

来,相继推出数款PHEV车型。

除了自主品牌,以及在混动领域深耕多年日系品牌外,德系代表大众、宝马、奔驰也开始重视PHEV赛道。

“我们认为,在纯电市场保持快速增长的同时,插电混动车型的需求不减,市场体量增速迅猛,它将成为新能源市场增长的重要贡

献力量。”张焱表示。

“我们已经对插电混动市场进行了非常深入的研究,因此,我们会继续倾听用户声音,推出更多插电混动车型,加快布局。这也是我们工作的重点之一,相关工作正在有条不紊地开展中。”孟侠表示。

TrendForce(集邦咨询)发布的2023年第二季度全球主要PHEV

厂商销售市场份额显示,比亚迪PHEV市场份额占比最高,为36.5%,形成绝对领先,理想汽车紧随其后,占比9.9%,沃尔沃、奔驰、宝马占比分别为4.6%、4.3%、4%。

虽然市场格局未定,但可以预见随着更多车企进入插电式混动赛道,市场蛋糕会越来越大,竞争也将更加激烈。

# 专访宾利汽车安睿轲：老牌车企不能完全倚仗品牌的力量

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

“我们不能完全仰仗品牌本身的力量，而应在既有品牌的基础上

不断创新。”近日，宾利汽车中国内地及香港、澳门执行总经理，大众汽车（中国）销售有限公司集团总经理安睿轲（Kim Airey）在接受《中

国经营报》记者专访时如是表态。

当前，电动化、智能化、网联化已经成为汽车产业的转型趋势。在产业转型频被提及，造车

新势力这条“鲇鱼”在消费者中不断激起水花的背景下，传统车企包括超豪华车企正在重新审视其产品开发逻辑与发展战略。

在安睿轲眼里，中国市场客户群体有着不同于全球其他市场的需求和偏好。作为宾利汽车在中国内地及香港、澳门的执行总

经理，安睿轲向记者详解了宾利汽车当下的产品战略与创新路径，从而清晰地勾勒出宾利汽车在华下一步发展的行动路线图。

## 持续创新以保持产品的鲜度

不断满足市场需求、持续创新是宾利赖以穿越产业和经济周期的“法宝”。

“宾利车主平均拥有4台座驾，因此当谈到‘老牌车企如何吸引更多欠缺品牌忠诚度的年轻客户’这一议题时，我们的回答是，客户选择购买一个品牌的汽车不完全出于忠诚度，而更多的是出于各种不同的需求考虑。”安睿轲认为，基于此，宾利一方面要维持品牌的影响；另一方面也要持续创新以保持产品的新鲜度，保证每款新产品在市场上都具有足够的影响力。

在100多年的发展历程中，不断满足市场需求、持续创新是宾利赖以穿越产业和经济周期的“法宝”。

中国超豪华车的消费群偏年轻化，是超豪华品牌在中国市场的普遍感受。安睿轲告诉记者，目前，中国市场宾利车主的平均年龄大约为40岁，而全球其他市场宾利车主的平均年龄均在50岁以上。

“我在中国第一段任期期间，宾利汽车的中国客户群体就已经是全球最年轻的客户群体了。我一直密切关注整个中国客户群体的变化。如今，他们不仅仅是宾利品牌在全球最年轻的客户群体，并且呈现越发年轻化的趋势。中国经济的蓬勃发展给更多年轻人带来了成功的机会，许多客户都年轻有为。”安睿轲对记者表示，此外，宾利方面也观察到中国市场

宾利的女性客户在逐步增加。根据宾利掌握的在华注册车主数据，宾利汽车的女性客户占比约30%。

在安睿轲看来，中国市场这些新的趋势和变化与宾利汽车在华发展互相作用，已然形成良性发展生态。“多年来，在中国市场上，宾利汽车一直致力于产品和服务的创新，以满足不断变化的客户群体的需求。”

“添越车型便是最好的例证。添越车型于2015年问世，开创了全新的超豪华SUV细分市场。此后数年间，宾利品牌基于添越车型不断创新、迭代产品。”安睿轲表示，一方面中国客户呈现越发年轻化、多元化的趋势；另一方面宾利汽车在产品方面不断创新迭代，使得宾利拥有一群非常稳固的年轻客户群体。

记者关注到，在近期举行的2023广州车展上，超豪华品牌宾利携全系车型阵容亮相。其中，宾利品牌超豪华旗舰新作添越长轴距MULLINER版上演中国首秀，超豪华运动旅行座驾欧陆GT、欧陆GT敞篷版、宾利飞驰雅度版与添越车型在广州车展的舞台上亦吸引了诸多目光。

“在2023广州车展上完成在华首秀的添越长轴距MULLINER版，正是基于我们持续创新的理念孕育而生。这款车型



宾利汽车已将碳中和理念融入到原材料采购、汽车生产制造以及销售等全流程。  
本报记者/图

对我们而言非常特别，因为添越长轴距版就是宾利品牌专为满足中国客户对更大型、更奢华SUV的期待而推出的。”安睿轲说道。

当前，全球范围内在奢侈品市场的定制化、个性化方面需求均在激增，超豪华汽车市场亦如是。安睿轲告诉记者，添越长轴距MULLINER版在奢雅风范和个性化定制增项方面均为宾利汽车的巅峰之作，从可选的配置、套件，到更富有个性表达的皮革颜色、缝线、饰面等要素，均提供大量的个性化定制选择。

在安睿轲看来，宾利客户的购买动机并非出于代步的刚需，而是相当于购买奢侈品，更多的是满足内心的渴望和需求。因此，对于宾利而言，最重要的是持续创新，不断提升产品和服务质量。

## 新能源MPV市场成未来趋势 广汽传祺下好“先手棋”

当前，随着三孩政策的开放，MPV车型成为家庭出行“新宠”。汽车之家CTO发布的《2023中国新能源汽车消费洞察》报告显示，MPV的市场关注度近年来快速攀升，2022年关注人数占比突破了10%，2023年1—8月高速增长至16.3%。其中，新能源MPV更是未来趋势。国泰君安编写的《MPV市场行业专题报告》指出，新能源MPV目前在市场上的渗透率相对较低，但随着消费者环保意识的提高和政府对新能源车型的扶持政策，需求转换有望加速。

在这一市场中，精准判断、提前布局、快速“转身”者，将掌握先发优势，下好发展的“先手棋”。广汽传祺，就是其中代表。

广汽传祺自2017年起，便着力布局MPV市场，推出多款车型，



以技术和口碑赢得中国MPV市场

认可。今年，广汽传祺持续发力，于刚刚结束的广州车展，推出了重磅的超级多用途家用车——传祺新能源E8，并于今年广州车展正式启售。作为“家庭”新风向，且更懂中国家庭的超级MPV广汽传祺

### E8成为家用优选，广汽传祺更懂中国家庭

作为“中国MPV专家”的广汽传祺推出E8，搭载了三电i-GTEC，成为25万元以内家用车的优选之一。以给心灵带来舒适，给家人带来安宁的“齐家方墅”引领着中国家庭出行新方式。

空间上，定位为全新智电舒享大平层的传祺新能源E8，超大5.20平方米车内空间、灵活多变的座椅

组合、二排双侧超级零重力座椅，让车内瞬间化身移动起居室，给孩子一个足够宽敞的玩乐空间，甚至在车厢中能享受搭积木、移动影院的乐趣。

此外，传祺新能源E8配备了多项全能的ADIGO PILOT超智能驾驶系统，能够实现L2级的智能驾驶辅助。

### 一切以用户需求为中心，广汽传祺“敢为人先”

事实上，传祺新能源E8赢得了市场青睐，与广汽传祺高质量发展轨迹密不可分。

广汽传祺秉持着“敢为人先”的精神和勇气，闯出一条独特的路。在多样化的汽车市场下，“一切以用户需求为中心”始终贯穿广汽传祺品牌的发展历程，令其能迅速洞察先机，不断开发出匹配新时代下消费者的进阶用车需求，实现了轿车潮起步，抓住SUV潮流腾

飞，通过MPV拓展细分市场边界。

截至目前，传祺MPV家族已收获超50万用户的信赖，今年连续9个月销量破万。同时，传祺MPV位居中国MPV品牌前列，目前市占率超过20%。此外，传祺豪华MPV的订单量、批发量、终端量更是节节攀升，均破万台，形成了强大的口碑护城河。

今年上半年，广汽传祺承载集团在新能源赛道上向新的重任，宣

警辅助、TJA交通拥堵辅助、AEB-P行人识别及保护等10项驾驶辅助功能的“助攻”下，在长途自驾游中随时随地“保驾护航”。

把家搬进车里，传祺新能源E8装下家的多种可能，化身一家七口的“移动城堡”，智能化搭配丰富多样的空间变换玩法，带给家人温馨陪伴。

布进入“XEV+ICV”双核战略2.0时代，推出E系列新产品更是助力传祺持续向高端化迈进，由“中国MPV专家”进化为“中国新能源MPV专家”，成功向新能源赛道转型。

在瞬息万变的市场大环境下，广汽传祺还将持续布局清晰、稳步向前，通过不断升级迭代技术、产品和服务，真正实现高质量转型，成为中国车企向新能源赛道切换的范本。

## 计划实现包括全产业链在内的全面碳中和

2023年的市场具有一定的挑战，这与整体的经济环境紧密相关。

当前，“双碳”目标已经成为全球共识，越来越多的整车厂商制定了碳中和时间表，并将碳中和理念融入到汽车生产制造的全过程。

安睿轲告诉记者，宾利汽车计划实现全面碳中和，这不仅是指在汽车动力总成方面的电动化转型，也包括从材料采购到整个生产流程和工艺全产业链发力，以及与经销商网络共同合作来实现全面碳中和。

在电动化转型方面，宾利设定了几个关键节点：计划在2025年前为全系车型推出插电混动版选择，并预计在2026年推出首款宾利纯电动车型。到2030年，实现全系车型的纯电动化。

2020年，宾利发布了“Beyond100”商业战略，由此勾勒出宾利汽车转变成为一个致力于引领可持续发展理念的超豪华汽车制

造商的发展蓝图。

“宾利品牌在践行可持续发展理念方面，做了一些不容易被大家看到的努力：比如在位于英国克鲁的宾利汽车总部工厂，有相当于9个足球场面积的太阳能面板（共36418块，占地60911平方米），可满足宾利汽车总部工厂平均75%的日间电力需求，最高时可100%供应工厂用电，每年可实现约407477吨二氧化碳减排；其他供应工厂的能源也完全实现可再生，从而确保工厂百分百地实现绿色能源供应。”安睿轲说道。

与此同时，宾利也在产品端致力于减碳。“添越长轴距MULLINER版的座舱内饰采用了首次应用于汽车行业的橄榄鞣质皮革。一般而言，皮革的处理过程都会经历鞣化以打造奢华柔软触感，但这道工序本身并不环保。为了解决这个问题，宾利采用橄榄油工业的有机副产品来实现全程可持续的皮革鞣化，同时做到不影响鞣革的奢华触感。”安睿轲表示，车内的绒面地毯也采用天然纯羊毛和回收尼龙材质，以符合可持续理念的方式制成。

在经销商层面，宾利要求官方授权经销商网络实现碳足迹完全绿色，目前宾利品牌聘请了第三方独立评估机构对经销商做全面评估以达到要求。

2023年，车市内卷加剧，赚钱难成为车企共同的感受。安睿轲在专访中告诉记者，2023年的市场具有一定的挑战，尤其是与创下优秀销售纪录的2022年相比的确略有下降，但这与整体的经济环境紧密相关。“我们相信经济是有起有落、具有周期性的。总体而言，宾利在华整体业务表现仍然非常出色，接下来预计会按照预期走完今年。”

## 地平线张玉峰：“内卷”传导至供应链 智驾产业成本压力较大

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

智能驾驶产业行至中期，各细分量产场景均面临价值创新和商业成本的双重挑战。

“2023年，智能驾驶产业的竞争更加白热化。L2+及以上智能驾驶配置应用方案下沉，从30万元+车型价位区间向20万元—30万元价位区间渗透较为明显，最近几个月也出现了20万元出头的车型标配了中高阶智能驾驶。这给行业带来压力，在展开‘军备竞赛’的同

时还要承担很大的成本压力。”近期，地平线副总裁兼智能汽车事业部总裁张玉峰在接受《中国经营报》记者专访时频频提及“成本”二字。他认为，行业在提升智能驾驶体验的同时，也要持续优化BOM成本（原始物料成本）以及开发成本等系统成本。

诚然，当“价格战”“内卷”成为2023年汽车行业屡被提及的关键词后，务实和高性价比亦成为眼下智能驾驶产业角逐的关键。

而将于2024年第四季度完成

### 打造系统成本更优的智能驾驶方案

尹凌冰在专访中告诉记者。

尹凌冰对记者表示，在统一芯片设计理念的牵引下，地平线征程6系列具备统一的软硬件技术特性，包括统一硬件架构、统一工具链、统一软件栈三个层面，提供平台化的系列计算方案，助力客户降本增效，缩短智驾系统开发周期。

其中，征程6旗舰专为新一代

城区高阶智驾打造，算力高达560TOPS，对BEV、Transformer等先进模型的支持效率为业界领先。

“在高阶上，征程6旗舰版的思路更多的是面向复杂场景进行突破。在中阶以及低阶系统上，面向普惠智驾的场景，如何以相对更确定性的场景和更确定性的体验，把整个系统的性价比最到最优，这是地平线在征程6系列上的思考。”地平线芯片产品规划与市场总经理

地平线征程6系列是统一架构，附着的软件生态和开发工具有一致性，开发团队也是以统一团队覆盖高、中、低阶产品的设计，否则一个割裂的架构下，开发成本和迁移成本会成倍增长。”张玉峰告诉记者，当前无论是消费者抑或是车企，均很关注系统级成本的性价比。基于这个前提，从计算方案的设计开始，地平

线就秉承实现系统级芯片最优的性价比这一理念。

地平线征程6旗舰具备的CPU、BPU、GPU、MCU“四芯合一”功能，以及更强的片上通信系统、片上总线等设计理念均是为了让整个系统级芯片设计更简单，更有成本上的优势。

征程6推出之后，地平线将迎来更为丰富的产品体系。张玉峰告诉记者，地平线在售的征程2、征程3、征程5芯片生命周期还很长，公司不同产品定位会有所差异。一方面，地平线会持续在行业中推广前述在售产品，持续投入资源，提供产品升级以及售后，希望在ADAS前视感知方面，将征程2做到市场份额第一，持续引领行业发展；另一方面，征程6中阶版会与征程5在性能、成本上错位，避免直接竞争。

机一样，一代一代的芯片推出，一代一代产品体验的提升，需要有相当长的时间去实现，要找到最适合当前阶段市场需求的计算方案。”张玉峰说。

芯片量产是极为复杂和系统的工程，只有实现百万片出货规模，才能从产品技术、供应链、流程质量、运营等多个维度完成对一个芯片公司的量产考验，芯片公司才能真正积累起可持续交付的大规模量产能力。

地平线是国内率先且实现最大规模前装量产的车载智能芯片公司，截至目前，地平线三代征程芯片均迈入量产轨道，累计出货量增长至近400万片，与超过30家国内与国际主流车企签下了超过150款车型前装量产项目定点，已有50多款量产上市车型。

### 高阶智驾应回归理性

眼下，城区NOA（领航辅助驾驶功能）已然成为智能驾驶的全新竞争高地，但目前仍未实现真正的大规模量产以及良好的用户体验。

在尹凌冰看来，高阶智能驾驶的大规模量产普及必须基于技术重构实现，征程6旗舰在实现强大且全面的产品性能的同时，更加秉承回归理性，以极致的计算效率优化系统综合成本，助力车企和生态伙伴打造城区高阶智驾杀手级应用，引领城区NOA的大规模量产普及。

地平线方面认为，目前L2++城区NOA还存在技术挑战，基本上几十公里就需要接管一次，在研发上至少需要3年时间才会有较快的进展，预计到2025年高速NOA仍会是量产主力。

“当下，真正的产品目标是把高速NOA、环线NOA这种封闭道

路的自动驾驶体验，在合理的性价比下做到更加顺滑，同时积极投入资金、时间，把城区NOA真正做到‘可用’，实实在在为用户创造价值。”地平线方面认为，未来10年电动汽车将标配自动驾驶系统，每10万公里接管一次，通勤效率比人快10%，舒适度达到五星，同时通勤范围可以覆盖99%的道路。

在张玉峰看来，城区高阶智能驾驶仍然处于从0到1的发展阶段，未来其对算力和算力利用率的需求会越来越高，征程6旗舰是最适合当前这个阶段城区高阶智能驾驶的芯片，目前的关键是要把计算效率、开发效率等提上去。

“城区智能驾驶还需要很多年的努力，需要整个行业不断地去扩展场景，扩展体验和性能的上限，这也是我们奋斗的动力。就像手

# 羽绒服涨价背后： 防寒赛道加速多元化创新

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近日，“国产羽绒服涨价”“你能接受千元以上的国产羽绒服吗”等话题在社交媒体上引发热议。

《中国经营报》记者注意到，羽绒服这一赛道被越来越多的企业

和商家盯上。近日新晋羽绒服品牌“SKYPEOPLE 天空人”因其推出近7000元的羽绒服冲上热搜。

据中华全国商业信息中心数据，2015—2020年，中国的羽绒服均价已经从438元上升到656元，大型防寒服的价格突破千元，其中接近七成价格在2000元以上。

资深品牌管理专家、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄指出，羽绒服市场规模在不断扩大，不同品牌应根据自身定位进行差异化竞争。刚性需求的市场份额同样不容忽视，企业应形成高、中、低端互补的市场氛围。

## 新玩家加入赛道

多位业内人士指出，今年羽绒服的整体价格相比去年同期上涨30%左右。

据央视财经报道，今年受原材料价格上涨影响，羽绒服的拿货价普遍也有所上涨，进价大概上涨了3%—5%，拿货价每件大概上涨20多元，高一点的30多元。

多位业内人士指出，今年羽绒服的整体价格相比去年同期上涨30%左右，究其原因，一是原料鸭绒和鹅绒价格上涨；二是2022年新的羽绒服装标准对羽绒品质要求有了提升。

程伟雄认为，涨价背后，虽然有消费水平提高、消费分级的托举，部分企业高端化、奢侈品化运营策略的助推，但最根本的还是市场需求的上升。

虽然中国气象局国家气候中心预计，今年冬季大部地区气温接近常年同期或偏高，但近期寒潮来袭，断崖式降温的情况在多个城市出现。随着天气越来越冷，一件保暖、舒适的羽绒服成为刚需，羽绒服市场也随之迅速升温。

业内专家指出，当下我国羽绒服市场呈现“高增长、低渗透”

的特点，国内羽绒服市场潜力巨大。一方面，市场处于快速发展阶段，中国服装协会数据显示，2016—2021年市场规模年均复合增长率为12.73%，预计2024年市场规模将达到1950亿元。

2022年中国羽绒服市场规模达到1692亿元左右。另一方面，行业渗透率有望进一步提升。从羽绒服普及角度来看，目前我国羽绒服市场渗透率仅约10%，远低于发达国家30%—70%的水平。

因此，羽绒服正在成为企业争相布局的赛道。天眼查数据显示，我国有近一半羽绒服相关企业成立于近10年内，今年1—10月新增注册相关企业260余家。

当下，亦有科技企业盯上这块蛋糕。前段时间，网易严选推出的一款定价千元左右的羽绒服卖断货。

此前，我国羽绒服市场的参与者主要分为户外运动品牌、专业羽绒服品牌和大众快时尚品牌三类。根据记者不完全统计，其中有李宁、安踏、雪中飞、优衣库

等定价在千元左右的大众品牌羽绒服，也有始祖鸟、迪桑特、加拿大鹅、Moncler等定位于中高端的品牌。

“羽绒服作为具备一定功能性的季节性产品，本身就需要企业具有一定的工艺能力和研发能力等，有品质的羽绒服产品不会是一件低价产品。实际上刚性需求的市场份额较大，同样不容忽视，企业应该形成高、中、低端互补的市场氛围。”程伟雄如是说。

事实上，在羽绒服这个多元化的市场，其受众涵盖了全年龄段、各消费层级，如何形成差异化、建立品牌壁垒，是每一个入局者都要面临的课题。

盘古智库研究院高级研究员江瀚指出，国产羽绒服厂商应该注重技术研发和设计创新，推出更具竞争力的产品。通过提高产品的功能性、时尚性和舒适度，满足消费者对个性化和多样化的需要，从而增加产品的附加值。

## 多元化场景创新

记者发现，面对“羽绒服自由”的成本上涨，“三合一冲锋衣”成为今年年轻人的新选择。

业内专家指出，我国既是全球羽绒生产、羽绒服制造的主要国家，也是羽绒产品的消费大国。羽绒服从“单一保暖”走向“保暖+时尚”“保暖+运动”，适用场景不断扩大，这赋予了羽绒服更多元的使用场景与细分意义，运动羽绒服、商务羽绒服、国潮羽绒服、舞蹈羽绒服等层出不穷，羽绒服消费随之增长。

近几年，露营、徒步、滑雪等户外活动的火爆为相关行业带来了新的机遇，户外运动市场规模的持续扩大，也让羽绒服向户外多元化场景拓展，不断实现产品创新。

记者发现，面对“羽绒服自由”的成本上涨，“三合一冲锋衣”成为今年年轻人的新选择。相关数据显示，主打户外场景的羽绒产品近

一年的总销售额达到41.7亿元，同比上升46.6%。

据悉，根据市场需求变化，骆驼、波司登、蕉下也在积极布局“三合一冲锋衣”。其中骆驼冲锋衣是这一类目下的爆款，在天猫平台累计销售量超过20万件。波司登则推出了“会呼吸”的冲锋衣鹅绒服，采用科技防护面料，进一步拓展使用场景。

此外，有淘宝商家向记者表示，随着绗缝外套成为时尚圈秋冬季节不可或缺的单品，今年他们也开始设计类似产品，并向内充绒，纹样主要还是经典菱形格。

从某种程度来说，多元化的消费需求也推动了羽绒服的涨价。服装行业分析师马岗认为，消费者需求决定价格。如果有高端消费需求，自然会出现高价格带的产品。

根据公开资料，加拿大鹅在2018年正式进入中国市场，随后在中国市场受到了消费者的追捧。业内认为，以加拿大鹅为首的高端羽绒服品牌打开了中国高端羽绒服市场，后续也有品牌不断展开高端市场的战略布局。

程伟雄则指出，随着产业升级、品牌发展等，高端化是企业长远发展的重要举措。

11月27日，波司登发布2023/24财年中期业绩公告。财报显示，截至2023年9月30日止6个月，公司实现营收74.72亿元，同比增长20.9%；净利润实现9.19亿元，同比增长25.1%，连续6年创历史新高。从目前的结果来看，波司登的高端化布局助力了其中高端品牌形象的拓升。此外，鸭鸭、雪中飞等平价品牌也开始向上拓展。

## 终端渠道重建

记者观察到，波司登在北京王府井大街街头设立展览，旁边是其登峰主题概念店。

使消费者得以身临其境地体验产品性能，使其夏季也能销货。

据悉，此前波司登一直将二、三线市场作为主要阵地，众多的经销商、门店组成了波司登庞大的渠道体系。但在波司登正式公布了其重返一线市场的计划后，即在上海、天津、北京等开设专卖店。在2020财年—2021财年，波司登新开设了1000多家门店，关掉了2000多家门店，其中，新开的门店主要集中在上海及各大省会城市。

记者观察到，波司登在北京王府井大街街头设立展览，旁边是其登峰主题概念店。据媒体报道，波司登品牌创始人、波司登集团董事局主席兼总裁高德康表示，希望通过这一门店和雪屋快闪的首店、首秀、首发，让更多消费者近距离感受国货的品质。

业内专家指出，门店作为品牌营销的主要渠道，一定程度上反映了品牌升级的诉求。集中在一二线城市，计划在主流商圈和核心地段开出高质量的门店，是多个品牌升级的主要策略。

此外，江瀚还指出，良好的售后服务和消费者体验是重要的因素。国产羽绒服厂商应建立健全售后服务体系，提供贴心的服务和保障，让消费者购买后有更好的体验和使用感受。这样可以增强消费者的忠诚度，促使其愿意为高价羽绒服买单。

程伟雄提醒到，商品的性价比是真正品牌力、产品力、服务力去体现的，本土羽绒服品牌理应清晰自身的品牌定位和所处的市场环境。高端品牌需要对科技和创新的真正投入以及时间的沉淀。

# 中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

# 2024

## 年征订已开启

1

周一出版

2

彩色印刷

3

全国发行

广告



## 经营成就价值

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，报社始终秉承“终身学习、智慧经营、达善社会”的理念，洞察商业现象，解读商业规律，助推商业文明。服务于中国的商务管理阶层、企业经营管理者，为读者提供全方位的资讯产品。《中国经营报》遵循“重要、有用、深入、可读”的新闻理念，立足经济前沿，捕捉财经资讯，挖掘商业价值，记录和见证中国经济的发展，是国内领先的综合财经媒体服务商。

订阅  
价格  
240  
元/年

读者服务：  
010~88890120  
邮局订阅：11185



# 探索“书店式文化空间”破圈新路径

本报记者 许礼清 北京报道

“一杯咖啡一本书一下午”正在成为越来越多年轻人的周末写照。

随着消费结构上的升级，消费者对于精神层面以及情绪价值的需求越来越明显。将文化体验、物质消费以及休闲日常融为一体的空间新业态正在成为新宠。而众多消费品牌也瞄准这

一变化，纷纷开始打造线下沉浸式体验空间。其中，“书店式文化空间”备受青睐。

《表现力指数·2023年度商业地产表现报告》显示，尤其是高端消费品牌与书店、咖啡业态的跨界成为热点。可以看到，泛“书店”的文化体验空间成为了链接消费者与品牌的中介，而如何从文化上占领消费者心智，打破圈层，用文化赋予品牌内

涵，是众多消费品牌正在探索的方向。

贝恩公司全球商品战略顾问总监潘俊告诉《中国经营报》记者，高端消费品牌、咖啡馆、茶饮店、服装品牌等都适合打造线下阅读文化体验空间。这类品牌对品牌形象的规划往往是以文化为核心，以体验为导向，因此通过打造独特的消费场景，可以更好地传达品牌的理念和价值。

## “书店式文化空间”出圈

“书店+”模式成为品牌占领消费者心智的新路子。

以书为入口的文化综合体验空间正在不断增多。此前，一众“最美书店”在各大社交平台和朋友圈刷屏，这种被植物、精致的装修以及艺术气氛包围的全新、复合式阅读空间受到年轻消费群体的青睐。

瞄准这一趋势，“书店+”模式也成为品牌占领消费者心智的新路子。例如，奈雪的茶就以“书屋”为主题开设PRO门店，在店内放置书柜和书籍。此前，奈雪的茶通过与BranD杂志合作，在深圳、广州、上海等地打造快闪书店。

女性内衣品牌ubras在今年世界读书日之际，联合18家出版单位及独立书店，以“她的书桌”为主题，开启女性友好限时书店；女装品牌ICICLE之禾打造有机织

物主题书店，此外还联合茑屋书店打造了2023年“中国人的衣橱”限时体验空间，将着装日常沉浸在阅读日常；无印良品的部分门店也设有MUJI BOOKS区域。

而高端消费品对于泛“书店”概念的运用更加广泛和深入。例如浪琴在成立190周年之际，开展了一场“190限时书店”；今年6月，路易威登(LOUIS VUITTON)与MANNER咖啡品牌在上海打造快闪书店。同期，高端香氛闻献开设了社区书店愚园书室。

对于消费品牌争先探索泛书店的线下文化体验空间，盘古智库高级研究员江瀚表示，当前消费人群和需求的变化，让许多消费品牌注重搭建线下体验场景，融合场景的品牌复合空间新

业态正在成为新宠。这类空间可以为消费者提供更多元化的消费体验，增加消费者的黏性和忠诚度。而“书店式文化空间”这样的形式，可以为消费者提供阅读、休闲、社交等功能，满足消费者对文化、艺术等方面的需求，同时也可以为品牌方带来更多的营销机会和品牌知名度。

咨询机构Co-Found智库研究负责人张新原也认为，“书店式文化空间”这样的形式能够融合多种消费场景，提供一种文化氛围，同时也能够作为品牌宣传的窗口，吸引消费者前来体验。而这一类品牌往往是比较注重品质生活、文化内涵的品牌，意在向消费者传递品牌价值理念以及生活方式等。



书店开进售楼处，打造新式社区书坊。

## “卖的不是书”

消费品牌则是以“书店+”的形式，侧重以自身品牌宣传为主，品牌印记和理念随处可见。

记者注意到，消费品牌打造的例如书店式的文化体验空间，与传统的书店有所区别。在“书店+”模式的探索下，不少书店在卖书的同时搭售咖啡、文创等产品扩大销售，同时将书店朝着城市“网红打卡地”的方向运营。此外，也有一些书店更注重打造空间概念，提供自习、阅读甚至会议的空间功能，还开展一些书展、读书会等相关活动。

而消费品牌则是以“书店+”的形式，侧重以自身品牌宣传为主，品牌印记和理念随处可见。例如在奈雪书屋里，每本书都会附上“奈雪书屋”腰封；路易威登与MANNER咖啡联合打造的快闪书店中，消费者购买两本书即获赠LV帆布袋一个，根据相关报道，活动当天下午售价较低的书籍便已经售罄。

而装修和图书的选择也有侧重。比如奈雪的茶在之前的快闪书店中，推出与BranD杂志的联名款，店内陈设包括奈雪杂志、设

计墙、BranD杂志墙以及联名周边；闻献打造的愚园书室同样如此，除了阅读书籍外，书室深处设置了产品体验区，摆放着品牌系列产品。

比如之禾打造的有机循环主题的极简风格书店，采用原木装修风格，以及没有塑封的书籍等，都体现出品牌环保的理念。而像无印良品的MUJI BOOKS设置在其他商品货架旁边，以“衣、食、住、行、育、乐”为主题划分区域，传递出无印良品对于生活方式的理解。

而国际品牌在文化空间的打造上契合度更高、更深入。例如在GUCCI书店里，除了品牌自己出版的书籍之外，还存放着与出现GUCCI新闻的老报纸，独立经营的出版物、甚至绝版的旧书籍，以及记录过去的老报纸，都清晰地见证了品牌的发展历程。

潘俊表示，消费品牌打造的“书店式文化空间”与传统复合型书店的区别在于，前者更注重品牌形象的呈现和消费体验的打造，后

者则更侧重于图书本身的销售和阅读功能以及其他服务体验。瞄准的是对生活品质有要求，注重精神享受的消费人群，体现出当代消费者追求个性化、多元化、深度体验的消费需求和心理。

而商业品牌所打造的书店式文化空间，更多地承载了文化沟通、生活方式推介的作用。张新原表示，消费品牌打造的“书店式文化空间”实际上是一种文化沟通方式，品牌方想要通过这种方式提高品牌的知名度和美誉度，增强品牌与消费者的互动，提高品牌的影响和竞争力。同时，传递品牌的文化内涵和价值观，提升品牌形象和价值。

“书店式文化空间以宁静、书香给读者以精神和心灵上与品牌沟通的机会，从而占领消费者心智。这种差异化文化营销，能够提升品牌的精神价值，从而能为品牌带来溢价，并成功塑造差异化。”顶层设计专家、清华大学品牌营销顾问孙巍说。

## 文化破圈

利用文化破圈，深入年轻消费圈层，是众多消费品牌正在探索的方向和路径。

新兴消费群体已然崛起，在个性化时代，圈层消费已成为新的消费趋势。多位消费领域专家都谈到，如今目标消费群体不再简单地以地域、年龄甚至性别等去区分，而更多地是以共同兴趣爱好、文化价值理念等形成不同圈层。

基于此，利用文化破圈，深入年轻消费圈层，是众多消费品牌正在探索的方向和路径。例如当下最广泛的就是消费品牌借音乐、电影、艺术、书籍等文化IP跨界联名营销。通过文化IP的影响力，使消费者为品牌产生的溢价买单。例如，茶百道与手游《未定事件簿》联名，这对IP的受众群体就有很大的吸引力，也就打破了客群壁垒，拓宽了消费者边界。

正如鲍德里亚曾在《消费社会》中就提到的一个观点，人所消费的不再是商品本身，而是商品上铭刻的符号和文化意义。

孙巍告诉记者，当下消费者

要购买的是“完整的产品”，“完整的产品”包括品牌、产品及体验的总和，因为商品本身是功能性的价值满足，而品牌代表的是文化、是认知、是身份的象征。消费者要的不仅仅是功能满足，更是精神层面的满足，这就需要品牌方赋予产品的文化价值，即品牌所倡导的价值主张，品牌符号，以及品牌背后的文化母体所组成的品牌文化体系。通过给品牌赋予文化，从而完成了和消费者认知的“共鸣”。

因此与消费者进行文化沟通、赋予品牌更深的文化内涵的重要性不言而喻，而类似书店式的文化空间叠加了文化内涵和沉浸体验多重服务，满足了消费者物质与精神层面的多重需求。

不过，在打造类似线下文化体验空间也需要考虑与品牌调性、价值理念的契合度。中国青年剧作家、导演向凯表示，书店式的文化空间重点不在书店，而是延伸文化

以及延伸产品的消费，书店只是一个引子，这样的文化空间可以装很多各式各样的内容，变成一个新型消费体验空间，品牌方再通过这种文化沟通赋予品牌更多的文化内涵，吸引消费群体。但品牌和营销方式的匹配度、契合度很重要，品牌不要盲目为了文化而做文化空间，文化空间只是外在表现形式，其内核是与品牌相契合的内容，良好的文化内容输出可以更好地赋能品牌。

潘俊也认为，要做到文化赋能品牌，首先要深入挖掘和传承自身的文化底蕴，将自身独特的文化元素融入空间设计和消费体验中，同时要关注消费者的需求，提供丰富多样的文化活动和互动体验，让消费者在享受消费乐趣的同时去感受文化的魅力，受到潜移默化的影响最终占领消费者心智。另外，持续的文化创新和传播，以及推出具有文化内涵和创新性的产品和服务也非常重要的。

# 烘焙赛道洗牌加速 行业逐步回归理性

本报记者 刘旺 北京报道

烘焙行业的车轮翻滚了一圈。

就在不久前，各类高端烘焙品牌、网红烘焙品牌，如雨后春笋般创立，并大规模开店，受到消费者的不断追捧。但如今，烘焙行业品牌墨茉点心局退出北京市场、虎头局关店的消息引发行业热议。

## 烘焙行业加速洗牌

烘焙行业尤其是新中式烘焙，不管是在市场端还是资本端，都备受追捧。海通证券曾发布研报认为，新中式烘焙契合年轻人消费需求，以新式茶饮打法，通过健康新鲜、快速创新、爆品化、零食化方式提高产品力，通过线上引流、高势能点位、增强设计感方式提高品牌力。

但近日，墨茉点心局关停了其在北京的全部门店受到了广泛关注。

行业有声音认为，这是“挤泡沫”的表现之一。红餐品牌研究院发布的《新中式烘焙品牌持续增长策略研究报告》就指出，经历了粗放式的快速发展期后，近年来，新中式烘焙赛道进入了“挤泡沫”阶段。一些品牌或出现拓店速度放缓或关店退守甚至破产的情况。

实际上，2023年以来，不少烘焙品牌都出现了闭店的情况。对

此，盘古智库高级研究员江瀚认为，在烘焙行业，无论是新晋网红品牌，还是老网红品牌，其本身的逻辑就是网红制造热度的逻辑，通过爆品形成自己的市场优势，通过这些优势不断地提升自己的市场竞争力，如果能够持续打造出属于自己的爆品品牌，自然而然就很容易实现市场的快速增长。

“然而，大多数网红品牌在创立之初要么仅仅依靠一个好的点子，要么则是通过借鉴企业的成功模式进行试水，而依靠这些构建起的商业品牌形象是有限的，如果没有持续打造明星品类的能力，无法长期满足消费者的需求和期待，品牌形象和市场影响力也会迅速衰减。”江瀚表示。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏也告诉记者，烘焙产品是非刚需产品，购买频次并不像其他网红产品那样高。

## 行业回归理性

在过去很长的一段时间，烘焙行业在新消费赛道都是资本的宠儿。中国烘焙食品行业2021年投融资事件数量和投融资金额均达到高峰，分别为19件和65.8亿元。

彼时，虎头局、墨茉点心局、泸溪河等中式品牌，借助资本的力量开始迅速扩张。虎头局在2021年定下了一线核心区域开出100家直营门店的目标，而墨茉点心局在2021年年末进入北京市场之后，同时开店7家。

江瀚表示，在烘焙行业，网红品牌的崛起过度加杠杆几乎已经成为常态。网红企业往往会选

择大额资本扩张的玩法，但是一旦经营管理出现问题，资本扩张速度过快就会引发反噬。在商业模式已有成效的情况下，如果企业过度依赖在增长阶段就开始大规模融资扩张，那么，很容易导致企业内部的财务、人才、管理等各方面资源分散，资源调配不当，最终产生竞争力下降和运营困难的问题。

“与此同时，过度依赖外部资本还可能带来较大的风险和压力。在资本大量流入的同时，资本市场也会对企业股价等方面进行高额要求，企业必须保持快速增长的态势以回报投资人的期

待，这种压力使公司创造价值的能力变得脆弱起来。”江瀚认为。

而从资本的角度来看，经历了前两年的融资热，今年以来，资本对烘焙赛道的态度已经走向理性。

《新中式烘焙品牌持续增长策略研究报告》中提到，在资本方面，从近年来新中式烘焙品牌融资事件数的变化情况可以明显发现，资本对其的热情在逐渐下滑。与高峰期的2021年相比，2023年新中式烘焙的融资事件数在逐年减少。

前瞻产业研究院数据显示，中国烘焙食品行业2021年投融资

事件数量和投融资金额均达到高

峰，分别为19件和65.8亿元。截至今年8月16日，2023年中国烘焙食品行业投融资事件为4件，投融资金额为6.5亿元。

香颂资本执行董事沈萌告诉记者，烘焙融资环境是与当时的社会与经济环境有关，疫情期间烘焙产品的需求激增，但疫情防控措施全面放开后，烘焙这样不易复制的消费模式，无论是成长性、还是收益率都开始表现出一定的弱势，不如其他消费品类更具有“高成长、快复制，扩大规模去上市”的套路。

## 连锁化的行业畅想

整体来看，烘焙行业拥有着一定的发展前景，行业规模也在持续扩大。艾媒咨询数据显示，2022年中国烘焙食品行业市场规模达2853亿元，同比增长9.7%，预计2025年市场规模将达3518亿元。

但值得一提的是，当前烘焙行业市场格局相对分散，连锁化程度较低。美团餐饮发布的《2022烘焙品类发展报告》显示，我国近68%的烘焙品牌仍为单店模式，目前尚未出现门店量超过千家的品牌。红餐品牌研究院指出，近70%的品牌的经营范围在三个区域以内，烘焙企业跨区域

发展仍存难点。有赞联合维益也曾发布报告显示，烘焙行业头部企业难以形成品牌优势，2021年TOP5企业市场份额仅占全行业的10.8%。

对此，和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏指出，目前烘焙行业的连锁化程度不高主要与行业市场的发展阶段、特点有关及企业的能力有关。“首先是烘焙行业的连锁化起步较晚，晚于餐饮等行业；其次是烘焙消费属于休闲食品类消费，不算特别刚需；另外是企业产品力、品牌力、系统化管理的能力还需提升；最后是

资金的支撑。”

而不少网红品牌迅速崛起而后衰退的经验，也似乎在说明烘焙行业连锁化不容易实现。餐饮行业分析师、凌雁管理咨询首席咨询师林岳认为，“烘焙赛道面临来自不同餐饮模式的冲击，比如预制菜、方便食品、卤制品等，这些都是休闲时段可以填饱肚子的。茶饮咖啡还自带社交属性，烘焙品类本身具有一定局限性，没有饮品作为搭配，则很难加入社交属性，就算产品研发和创新特别好，充其量也就是提升品牌口碑，很难实现大规模扩张。”

文志宏告诉记者，从整个烘焙行业来看，连锁化仍然是一个发展趋势。“在这个过程中，品牌的定位很重要。定位要有层次，要么定位在大众，要么定位在中等，高端定位的话想要做大规模连锁的挑战性是很大的。然后就是围绕着定位，去进行相关产品、品牌模式、管理、供应链等方面，组合成很好的模型，这是非常关键的。”

“其次是要先在一个区域站稳脚，然后再去考虑多区域、全国性发展的问题。根据上述模型来看，是否能够在全国市场跑通。”文志宏表示。

# 大窑进军华南市场 汽水品牌加速“跑马圈地”

本报记者 党鹏 成都报道

远在内蒙古高原的汽水品牌大窑，正在加速“征战”华南市场。

近日，大窑官微宣布将开启“北商南援”计划——即扶持大窑在北方的优秀经销商，在华南地区开发市场，从而迈出大窑实现全国化战略的步伐。

公开数据显示，大窑目前已

经在全国31个省、自治区、直辖市完成了市场布局，拥有百万余家终端渠道的构建。

在汽水赛道，同时“跑马圈地”的还有华洋汽水、武汉二厂、北冰洋、冰峰等，这些主打“情怀”的老品牌，期望能够在当前的汽水市场中分得蛋糕。根据前瞻产业研究院数据，未来碳酸饮料市场规模将以每年8.58%的速度增长，到2027年，我国碳酸饮料市场

规模将达到1622亿元。

“目前来说，中国的汽水体量小，利润低，不足以和外资竞争，但未来会形成以大窑、北冰洋、武汉二厂等几个龙头企业为主的格局。”中国食品行业研究员朱丹蓬认为，汽水单靠打情怀牌不足以支撑可持续发展，“未来企业需要更多地在品质、渠道、产品线、产品矩阵、产品组合，以及整个经销商层面发力”。

## “北商南援”，大窑进军华南市场

大窑选择向华南市场布局，而这里正是汽水老品牌华洋的根据地。

华南市场，历来是饮料行业的兵家必争之地。长期居住广州的朱丹蓬表示，广东的区位优势、季节优势、消费优势，以及外来人口的红利优势，在最近十年得到进一步释放，给很多饮料品牌带来了巨大的发展空间、增长空间以及扩容空间。从目前来说，华南是中国饮料市场竞争最激烈的一个制高点。

对此，定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊表示，广东气候宜人，加上一亿人的消费，构成了一个非常大的集中战略性市场，一直都是国内外各大汽水、可乐、凉茶等相关饮料争夺的战略制高点。

此次，大窑选择向华南市场布局，而这里正是汽水老品牌华洋的根据地。

“南方对于大窑而言是潜力市场，我们经过在北方地区多年的发展沉淀，已经形成了一些成熟的、行之有效的经验模式。此次我们从北方标杆市场的重点经销商中甄选了一些有经验、有意愿、有能力的优秀代表，去南方打造样板市场，助力快速高质量地拓宽市场边际。”大窑汽水方面向《中国经营报》记者表示，“北商南援”计划是由公司的全国化战略所指引。在全国化进程中，品牌能力、渠道能力、供应链能力与消费者需求的匹配度，是全国化战



大窑汽水加速“跑马圈地”。

视觉中国/图

略需要系统考量的重点问题。

据了解，大窑的第一批“北商南援”计划中的13名经销商已经完成华南地区的市场选定，正式进入了团队组建阶段，计划于12月正式执行铺市工作。

就此，朱丹蓬认为，大窑已初步建立起全国化的布局，在华南的运营依托北客南拓，如果从投入产出以及风险来看，相对具有优势；但如果从整个市场层面、渠道层面以及消费端层面来看，北方的经销商可能会对于南方的消费思维、消费行为的理解认知是不够透彻的；而在大窑方面看来，华南地区饮料市场呈现品质化、

个性化和多元化的特点，与大窑的市场布局思路契合。大窑方面表示，公司始终专注于产品品质，并根据消费者多元需求开发碳酸产品、果汁饮品、植物蛋白饮料以及能量风味饮料四大品类，让华南的消费者感受到大窑“劲爽大气”的独特风格。“大窑的全国扩张是高效、迅猛、快速的，作为全国化的汽水，它的独特定位和差异化就是用啤酒瓶装汽水带来的高性价比，这就是它的一个核心定位。”徐雄俊表示，但全国化的扩张需要把工厂快速地布局到长江以南，这样才有更大的竞争力。

# 从种子到餐桌 食品企业共促生产方式绿色转型

本报记者 刘旺 北京报道

当前，国际形势复杂严峻，新一轮科技革命和产业变革深入发展，绿色低碳转型成为时代潮流。近日，首届中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)绿色农业专题论坛召开，多位嘉宾围绕绿色农业发展、农业现代化等话题，从农业产业链、供应链等方面展开了深入讨论。

发展绿色农业是促进农业高质量发展、推动绿色发展的必然要求，

## 中国书写的“绿色答卷”

“当前，我国正在由农业大国向农业强国迈进，推动绿色农业、循环农业、低碳农业等发展模式，引领资源节约型、环境友好型新时代农业革命，加快实现农业领域碳达峰碳中和，是建设农业强国的内在要求。”论坛上，农业农村部贸易促进中心副主任宋聚国表示。

宋聚国认为，我国不仅依靠自身成功解决了14多亿人口的吃饭问题、书写了亮眼的“绿色答卷”，而且为促进全球粮食安全与供应链稳定作出了重要贡献。

首先是加快转变农业绿色生产方式，稳步提升粮食供给能力。宋聚国表示，中国政府坚决守住18亿亩耕地红线，累计建成10亿亩高标准农田，化肥农药施用量连续6年下降，畜禽粪污、秸秆综合利用率和农膜回收率稳步提高，农业科技进步贡献率达62.4%。粮食生产实现“十九连丰”，总产量连续8年稳定在6.5亿吨以上，口粮自给率100%，谷物自给率95%以上，真正做到了谷物基本自给、口粮绝对安全。

其次是坚定践行农业绿色发展承诺，多措并举推进节粮减损。前年国际粮食减损大会顺利召开，大会取

得包括行动、机制、生产、流通、消费等方面的十项减损共识，发布《国际粮食减损大会济南倡议》，提出各国加强粮食减损的重点领域和合作方向，为推进碳达峰碳中和目标、实现可持续发展提供重要途径。中国政府将坚持开源与节流并重、增产与减损共抓，大力推进全环节全链条减损，系统化降低粮食损失和浪费。

最后是持续发展农业绿色贸易往来，保障农产品供应链韧性。2001年—2022年，中国农产品贸易额从279亿美元增至3343亿美元，年均增长12.6%；农产品出口额年均增长9.1%，进口额年均增长15.4%。2022年，中国农产品进口2361亿美元、出口981亿美元，稳居全球农产品第二大贸易国、第一大进口国、第五大出口国。

宋聚国表示，全球对农产品供应链可持续发展的诉求越来越强烈，对进口农产品的要求也越来越严格。中国、欧盟、美国等国家和地区都出台了一系列推动农林业绿色可持续发展的政策，国际多双边场合也提出了诸多关于保护森林土地、应对气候变化等约定，中国作为世界最大农产品进口国，在这一进程中将发挥重要作用。

## 推动农业生产方式绿色转型

宋聚国认为，当前全球粮食供应链稳定和农业绿色发展依然面临严峻挑战，极端天气频发，农田牧场退化，地区局势严峻，出口限制多样。

联合国粮农组织驻华代表处临时代办张忠军表示，根据粮农组织最新统计，2030年可持续发展议程进程已经过半，但是与粮食相关的目标停滞不前，甚至出现倒退。2022年全球7.35亿人面临饥饿，预计到2030年全世界可能仍有近6亿人深陷饥饿状况。

张忠军表示，全球粮食安全在处于零饥饿发展目标十字路口，面临挑战。挑战一方面来自农业粮食体系所面临的长期的系统性的压力因素；另一方面来自日益频繁的极端天气、地缘冲突、出口限制等冲击性因素。全球粮食体系急需系统性变革，向着更加高效、更加包容和

韧性可持续道路转型，以提高资源使用效率，提高粮食消费效率和公平性。

“绿色农业恰恰是推动和实现这一转型的重要着力点。”张忠军表示，绿色农业意味着将绿色发展议程纳入农业粮食体系中，通过降低外部投入，提高循环效率，从而减少对自然资源消耗和对环境的压力。从根本上而言，绿色生产是确保农业和粮食系统可持续转型的核心。

不仅如此，张忠军认为，绿色农业需要贯穿于整个农业产业链全过程，无论对于传统型粮食供应链、过渡型粮食供应链，还是现代型粮食供应链而言，从生产、加工、保存、贮存到向消费者运送，再到最终摆上餐桌都必须保证措施，每个环节当中有效利用资源，以改善社会环境和经济的可持续性。

“长远来看，绿色农业可以帮

助建立韧性的农业生态系统，从而使农业粮食体系具备扎实的预防、预判、消化、适应和转型能力。能抵御任何破坏农业寿命，必须确保人类消费安全理念。”张忠军表示。

“中国愿与各方加强合作，共同推动农业绿色发展，共同维护全球粮食安全与供应链稳定。”宋聚国表示。

宋聚国表示，首先是建设开放、透明、包容和非歧视的多边贸易体系。与世贸成员一道，争取尽早推动粮食安全公共储备等发展中成员广泛关注的议题取得积极成果，共同反对将粮食问题政治化、工具化和武器化，减少非必要出口限制，维护全球粮食产业链、供应链稳定畅通。共同建立更加平衡的WTO国内支持规则体系，推动全球农业向绿色可持续发展转型，以更加公平、稳定的国际市场环境实现全球粮食安全

保障。

其次是深化绿色农业领域的国际科技交流合作。科技创新是推动农业绿色发展的动力，是保障粮食可持续供给的重要支撑。愿与各方在数字农业、农机装备、生物育种和质量安全等领域开展务实合作，协同推进降碳、减污、扩绿、增长，推动农业生产、加工、销售等全链条各环节上的绿色转型，共同建立起更高效、更包容、更有韧性和更可持续的粮食系统。

最后是打造多双边开放共享合作平台。搭建政策对话和信息共享平台，分享农业绿色发展技术、经验，深化农业绿色发展政策交流、对接；搭建投资和贸易合作平台，推动农业绿色投资，加强项目对接，促进绿色、有机、地理标志农产品贸易，引导消费者绿色消费，推动农业生产方式绿色转型。

系，在引领农业食品产业链发展中也起着至关重要的作用。

“绿色农业可以为餐饮行业提供更加健康、更加安全、更加可持续的食材。”汉堡王(中国)投资有限公司首席执行官博涛(Atakan Bozkurt)表示，目前，汉堡王餐厅使用的餐具，包括所有的早餐盒、吸管和非塑料勺子都是用可降解材料制成。这些变化和创新的需求，促使了中国本土的包装供应商去使用环保材料。此外，汉堡王还在通过完善餐厅经营管理机制，减少粮食浪费，确保粮食安全。

## 企业共话绿色农业

在推动农业生产方式绿色转型过程中，企业扮演着极为重要的角色，发挥着引领作用。

中信农业科技有限公司总经理刘志勇表示，在农业的科技链上，中信集团依托农业的科研优势，联合30多名院士专家，800余家产学研单位长期开展合作。立足全球50余个研发中心和育种站，自主研发一批绿色优质的水稻、玉米突破性新品种，在国内建有70万亩国家高标准制种基地，在巴西设有3个规模种子加工厂，6个种子储备冷库，为种植户提供优质、高产、安全种

子，构建覆盖中国、巴西等主要市场的推广渠道。

先正达集团中国总裁刘红生也表示，先正达聚焦农产品创新链，依托遍布全球的创新网络和超过6000名的科学家，面向全球农业产业链持续做好优质高效农业投入品的保障供应。不仅推出了更加绿色的农药，也持续推出更优质的种子，利用中国种质资源优势，将高产、节水、早熟的水稻推广到东南亚和非洲。

在种植业之外，奶业具有产业链条长、基础性强的特点，要想

声音

# 科技不是炫技 为用户增值才是真谛

访梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、大中华区业务负责人唐仕凯

2023年,中国车市风云激荡,在多重挑战和压力下,奔驰依旧实现高质量的增长——今年前三季度,梅赛德斯-奔驰在华累计交付超过57.87万辆新车;与此同时,1—10月保险数据显示,在前20大豪华品牌燃油车市场、前20大豪华品牌插混市场、100万元以上及150万元以上的市场中,奔驰均拔得头筹,问鼎“四料冠军”。

近日,2023(第21届)广州国际汽车展览会(以下简称“广州车展”)

## 智能绝不是电动车的专属

移动出行的未来是全面电动,但同时,我们也将为客户提供丰富的选择,包括燃油车型、插电混动车型以及纯电车型,因为无论油电,都很奔驰。

**《中国经营报》:**本次广州车展梅赛德斯-奔驰带来了哪些亮点车型?未来还有什么重要的产品推出吗?

**唐仕凯:**本次车展我们携全品31款重磅车型亮相,打造“无论油电,都很奔驰”的多元出行矩阵。中国是全球最具创新活力的汽车市场,通过本土研发和生产的紧密协同,我们致力于打造“最懂中国”的梅赛德斯-奔驰座驾。E级车正是我们本土化征程的最佳例证,不仅包括2005年首款国产车型,也包括2010年首款中国专属长轴距车型,而全新长轴距E级车则将中国主导研发、专属中国的智能科技带给中国客户。我们将持续在华投入,以中国创新,定义当代全球风潮。

参展的亮点车型中,除了大家熟知的全新长轴距E级车外,还有CLE轿跑车、GLC轿跑SUV、AMG S 63 L E Performance等众多明星车型。

移动出行的未来是全面电动,但同时,我们也将为客户提供丰富的选择,包括燃油车型、插电混动车型以及纯电车型,因为无论油电,都很奔驰。

**《中国经营报》:**在电动化、智能化的背景下,梅赛德斯-奔驰怎么理解经典和创新的关系,又是怎么去做的?

**唐仕凯:**中国汽车市场是全世界最生机勃勃的市场,充满了各种各样的技术创新,客户的需求也非常多样化,同时有众多品牌可供客户选择。对于梅赛德斯-奔驰来说,为满足客户的需求,无论是过去还是现在,我们的核心始终是在豪华品质、舒适、安全和科技创新等维度不断前行。

以Vision One-Eleven概念车为例,其搭载由YASA开发的创新轴向磁通电机,这表明我们始终致力于把最先进的、最前沿的电机技术应用到我们的产品中,以实现卓越

展”)成功举办。梅赛德斯-奔驰以全品牌31款车型产品矩阵“驶向”羊城。其中,Vision One-Eleven概念车中国首秀,全新长轴距E级车开启预售,全新CLE轿跑车中国首秀,3款中国首秀、11款上市的重磅产品阵容,令其备受关注。

在广州车展期间,梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、大中华区业务负责人唐仕凯与《中国经营报》等媒体记者就产品

与定位、价值与价格、市场与发展等话题进行了深入的交流。在中国工作、生活12载,唐仕凯一直为深化中德合作做努力,亦是持续向世界“讲好中国故事”的一员。他表示:“我一直坚持我的判断,不断强调中国市场的巨大潜力。在过去十多年的时间里,我始终对于中国经济的长期发展保持乐观。对我们来说,最关键的是,不是为了炫技而开发技术,而是致力于新技术能为客户带来更多增值。”

就在广州车展开幕几天后,权威品牌咨询公司Interbrand发布“2023全球最佳品牌”榜单,梅赛德斯-奔驰连续8年入选“全球最佳品牌”,排名升至第7位,蝉联“全球最具价值豪华汽车品牌”。与2022年相比,梅赛德斯-奔驰品牌价值提升9%,达到614.14亿美元。

日前,《中国经营报》记者专访了唐仕凯。



梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、大中华区业务负责人唐仕凯

在充电领域的投入,除为用户提供家充之外,奔驰积极布局公共充电桩。截至2023年10月底,一站式互联互通的公共充电服务覆盖全国超340个城市及“十纵十横两环”高速公路快充网络的超50万根公共充电桩。2023年10月,奔驰在华首批超级充电站在成都落成并投入使用,充电功率可达480kW,并可根据车辆充电需求,智能分配各充电桩之间的功率,减少车主充电等候时间。其余站点也将于年内陆续登陆包括北京、深圳等核心新能源

汽车市场。除了补能投入外,数字化生态投入也必不可少。目前奔驰建成了包括手机应用、官方网站、微信平台及在线展厅、车机互联在内的多个数字化触点,已有超720万中国用户创建了梅赛德斯-奔驰账户(Mercedes me ID),体验多个梅赛德斯-奔驰官方数字平台提供的数字化服务。

此外,奔驰用户可通过Mercedes me APP一键互联,实现超级充电全旅程数字化便捷体验,并专享包括充电桩预约、即插即充等一系列专属充电权益。

## 把未来发展的命运掌握在自己手中

对于梅赛德斯-奔驰这样的豪华品牌来说,在豪华汽车细分市场中,我们有自己的历史传承和强大的创新力,我们必须将未来发展的命运掌握在自己手中。

**《中国经营报》:**梅赛德斯-奔驰有比亚迪(腾势)和吉利(smart)这样的伙伴。但是梅赛德斯-奔驰在电动化和智能化方面是否也会面临一些挑战?

**唐仕凯:**我们和比亚迪的合作起步很早,我和王传福先生也是很好的朋友,每当比亚迪取得成功我都会向他表示祝贺。我们和吉利

集团合作发展smart新奢纯电动汽车品牌,进展也很不错。我们从中国合作伙伴身上学到了很多东西,这种学习和合作仍在持续推进中。在中国有这些优秀的合作伙伴,我感到非常高兴。

但是,对于梅赛德斯-奔驰这样的豪华品牌来说,在豪华汽车细分市场中,我们有自己的历史传承

和强大的创新力,我们必须将未来发展的命运掌握在自己手中。也就是说,在电动化转型中,我们会在很多领域与中国本土伙伴们合作,但是我们会一直坚持自有纯电平台的开发。

我们将在不久的未来推出搭载自有操作系统MB.OS的车型,我们也很期待届时市场对MB.OS操

作系统的反馈。对于梅赛德斯-奔驰来说,我们不会把我们的技术和产品开发直接建立在其他厂商现有的平台之上,这样只会引发客户对于梅赛德斯-奔驰品牌价值的质疑。所以,一方面,我们会和越来越多的中国企业开展合作,另一方面,在核心的纯电架构方面我们也会坚持自己的方向。

## 不打价格战

作为豪华品牌,我们的策略是以富有竞争力的全新产品来吸引客户选择梅赛德斯-奔驰,而不是参与价格战之中。

**《中国经营报》:**今年整个汽车行业最大的特点就是竞争激烈,“价格战”、消费、经济形势等因素也波及了豪华品牌,你觉得明年的汽车市场是否会再次出现这种情况,梅赛德斯-奔驰会怎样去应对?

**唐仕凯:**年初,很多人预计整个汽车市场将会有强劲的反弹,但实际进展还是比较有挑战性的。今年前三季度,我们的销量同比增长了3%,对此我们还是比较满意的。

们对未来进一步增长的潜力充满信心。我们的策略是继续为客户提供丰富的选择。值得一提的是,目前在汽车市场中竞争最激烈的细分市场是单价30万元以下的车型。作为豪华品牌,我们的策略是以富有竞争力的全新产品来吸引客户选择梅赛德斯-奔驰,而不是参与价格战之中。

**《中国经营报》:**今年是竞争特别激烈的一年,你怎么看待未来中国

汽车市场的发展前景?

**唐仕凯:**在过去十多年的时间里,我始终对于中国经济的长期发展保持乐观。为此,我们在中国持续扩大本土投资,我一直坚持我的判断,不断强调中国市场的巨大潜力。

在中国市场,我们要确保交付的每一辆车除了具备安全、舒适、豪华、精湛的工艺、至臻的材质等这些奔驰特质外,还要不断推出更多的创新科技,给客户带来全方位的体

## 老板秘籍



1

**梅赛德斯-奔驰如何平衡燃油车以及新能源车的发展态势?**



简历

唐仕凯先生是梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员,负责大中华区业务。自2012年12月13日起,他成为戴姆勒股份公司(现“梅赛德斯-奔驰集团股份公司”)董事会成员。同时,唐仕凯先生还担任梅赛德斯-奔驰(中国)投资有限公司董事长兼首席执行官,负责梅赛德斯-奔驰集团在华所有战略和运营业务。2021年12月1日,他加入了梅赛德斯-奔驰股份公司董事会。

唐仕凯先生在梅赛德斯-奔驰任职30余年,其间先后担任梅赛德斯-奔驰集团股份公司总部及全球多个业务领域的管理职务,工作经历涵盖美国、墨西哥、土耳其等六个市场。在负责大中华区业务之前,唐仕凯先生曾任梅赛德斯-奔驰卡车全球负责人、梅赛德斯-AMG有限公司总裁及梅赛德斯-奔驰汽车集团产品营销负责人。

2

**如何应对价格战?**

年初,很多人预计整个汽车市场将会有强劲的反弹,但实际进展还是比较有挑战性的。今年前三季度,我们的销量同比增长了3%,对此我们还是比较满意的。我们对未来进一步增长的潜力充满信心。我们的策略是继续为客户提供丰富的选择。值得一提的是,目前在汽车市场中竞争最激烈的细分市场是单价30万元以下的车型。作为豪华品牌,我们的策略是以富有竞争力的全新产品来吸引客户选择梅赛德斯-奔驰,而不是参与价格战之中。

## 深度

# 越是水大浪大 越要保持战略定力

汽车行业身处分化的时代,上升和下沉,几乎同时在发生。

“有一种远见超越你的未见。”“汽车发明者”、有着137年历史的梅赛德斯-奔驰近期就给出了一套行业“教科书”式的打法。越是水大浪大,越要保持战略定力。战略决心是最珍贵的果实。而在这套生态体系里,有三样东西最重要:产品、创新、营销。

我们看到,本届广州车展,奔驰把以往主打品牌豪华调性的“奔驰之夜”,换成了“奔驰科技创新日”,用一场穿越历史时空的对话,通过Vision One-Eleven概念车中国首秀、C 111实验车的展示以及全新长轴距E级车的亮相,讲述奔驰品牌的百年峥嵘,砥砺与前行,更包含对行业变革和技术创新的思考。

尤为值得关注的是,在此创新日上,奔驰带来了性能强大的YASA“轴向磁通电机”。在与同类产品功率一样的情况下,身材仅为其三分之一。简而言之就是“更小、更轻但更强大”。按照奔驰的相关规划,轴向磁通电机未来将实现落地应用,并率先量产搭载于奔驰AMG、EA纯电平台的车型上。从奔驰的角度来说,轴向磁通电机技术将是奔驰高性能车电动化的未来。

伴随创新浪潮与智能化商业应用的持续落地,今天的商业世界也越来越接近其追求效率的本质,在“卷”智能座舱、“卷”自动驾驶等的行业当下,奔驰一方面用新产品的实力证明其在上述维度“毫不逊色”,一方面坚持打造新时代引领行业的坐标系。给电动时代的高性能出行以“答案”,助力行业迈向更加高质量的全面可持续增长。

诚如唐仕凯在采访中所说,“对我们来说,最关键的是,不是为了炫技而开发技术,而是致力于新技术能为客户带来更多附加值。”

专注长处是企业保持基业长青的底层逻辑。我们看到,优秀的企业用判断力,坚持做高价值、有优势的事情。作为有着百余年厚重积淀的豪华品牌,无论是技术创新日还是轴向磁通电机展示出来的强大的技术积淀,都展现出奔驰对于当下和未来技术的把握和判断,这背后与其强大的体系力及企业战略定力密不可分。

当下,中国品牌纷纷冲高,传统巨头面临新的挑战。梅赛德斯-奔驰也在应答更多新时代的“考题”。中汽协数据显示:今年1—10月新能源汽车市场占有率为30%,新能源市场仍是当下最具活力的赛道;其中,1—10月插混车型累计销量同比增长超过80%,插混市场体量增速迅猛,成为新能源市场的又一极。对此,奔驰方面表示,梅赛德斯-奔驰提速“全面电动”的战略愿景不变,但不是为了变革而变革,而是以客户需求作为通往“全面电动”愿景的指南针。奔驰坚持打造“无论油电,都很奔驰”的产品矩阵。对此,唐仕凯反复强调“智能不是电动车的专属”。奔驰会将未来发展的命运掌握在自己手中,坚持在华投入,用中国创新,引领当代全球风潮,并将在消费者关注的混动车型领域,加强研发投入。

“把选择权还给客户,坚持拥抱周期,坚持长期主义,以此打造穿越周期的定力和韧性。”也许这就是奔驰在137年历史里,始终在奔驰中超越奔驰的“不二法门”。

本文文章均由本报记者张硕采写