



中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

敬爱的江泽民同志永垂不朽

—全国各地各族人民沉痛悼念江泽民同志



据新华社

11月30日下午,敬爱的江泽民同志逝世的噩耗传来,大江南北、长城内外,中华大地笼罩在巨大的悲痛之中。全国各地各族人民收听收看告全党全军全国各族人民书,以各种方式悼念这位我党我军我国各族人民公认的享有崇高威望的卓越领导人,缅怀江泽民同志的光辉业绩,颂扬江泽民同志的伟大情操和崇高品质。大家一致表示,要化悲痛为力量,继承江泽民同志的遗志,更加自觉地团结在以习近平同志为核心的党中央周围,为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴而团结奋斗。

江泽民同志的逝世,对我党我军我国各族人民是不可估量的损失

首都北京,天安门广场。12月1日清晨,凛冽寒风中,人们静静肃立。升国旗、下半旗仪式开始。

全场肃穆,国旗护卫队迈着铿锵步伐走来。“向国旗——敬礼!”五星红旗在雄壮的《义勇军进行曲》中升起,升至顶端后,再缓缓降至距旗杆顶三分之一处。

礼毕,人们神色哀伤。

自告全党全军全国各族人民书发布之日起到江泽民同志追悼大会举行之日止,北京天安门、新华门、人民大会堂、外交部和香港中联办、澳门中联办、我驻外使领馆下半旗志哀。

“江泽民同志在任期间,我国改革开放和社会主义现代化建设进程波澜壮阔,我有着切身体会。”特意赶到天安门广场悼念的北京市民任玉河说,江泽民同志带领党的中央领导集体,制定和实施了促进改革发展稳定的一系列方针政策和重大战略,让无数和我一样的普通人有机会改变人生命运。

江泽民同志是我党我军各族人民公认的享有崇高威望的卓越领导人,伟大的马克思主义

者,伟大的无产阶级革命家、政治家、军事家、外交家,久经考验的共

产主义战士,中国特色社会主义伟

大事业的杰出领导者,党的第三

代中央领导集体的核心,“三个代表”

重要思想的主要创立者。

中央和国家机关、各人民团体

第一

时间

通

过

电

视

广

播

网

络

等

形

式

收

听

收

看

告

全

党

全

军

全

国

各

族

人

民

书

以

各

族

人

民

公

认

同

书

的

享

有

崇

高

威

望

的

卓

越

领

导

集

体

的

创

立

者

。

革

，发

展

民

主

义

社

会

制

度

，建

设

社

会

法

治

国

，保

障

人

民

行

使

当

家

的

权

利

，推

进

党

和

人

民

生

活

，实

现

人

民

的

幸

福

，完

成

党

和

人

民

的

伟

业

，完

成

党

和

人

民

的

伟

业

，完

成

党

和

人

民

的

伟

业

，完

成

党

和

人

民

的

伟

业

，完

成

党

和

人

民

的

伟

业

，完

成

党

和

人

民

的

伟

业

，完

成

党

和

人

民

的

伟

业

，完

成

党

</

长三角构建统一大市场提速 行动方案促多要素畅通

本报记者 索寒雪 北京报道

“2021年，上海的PM2.5年均浓度为27微克/立方米，较2013年下降了56%。这是坚持创新驱动

建立人才雁阵

打破户籍、身份、学历、人事关系等制约，加强人才国际交流合作，促进人才跨地区、跨行业、跨领域顺畅流动。

《行动方案》中指出，将提升外商投资和对外投资服务水平，并深入实施外资准入前国民待遇加负面清单管理制度，落实好全国和自由贸易试验区外资准入负面清单。完善外商投资促进机制，进一步做好安商稳商、招商引资工作。健全外商投资企业投诉工作机制，保障外商投资合法权益。加强国际对接合作，打造面向全球的综合服务平台，推动对外投资提质增效。

针对中国的开放合作政策，某国际粮商中国区负责人向《中国经营报》记者表示：“开放合作的大环境、多元稳定的经贸关系是至关重要的，我们很高兴听到中国将更加积极主动对外开放，这对我们外商来讲是无限的商机。”

《行动方案》要求，长三角打造具有国际竞争力的人才高地。加大国际人才招引政策支持力度，健全人才培养、选拔评价、激励保障机制。

《行动方案》强调，推动国际人才认定、服务监管部门信息互换互认。在风险可控领域探索建立国际职业资格证书认可清单制度，加

产业优化升级的成果。”近日，在“第五届长江经济带发展高端论坛暨2022长江经济带绿色创新发展指数报告发布会”上，中共上海市委常委、市政府常务副市长吴

清表示。

不久前，国家发改委公布了《长三角国际一流营商环境建设三年行动方案》（以下简称《行动方案》），其目标是到2025年，长

三角区域资源要素有序自由流动，行政壁垒逐步消除，统一开放的市场体系基本建立。与国际高标准市场规则体系全面对接，协同开放达到更高水平。

什么是全国统一大市场？

南京大学长江产业经济研究院院长刘志彪认为，要按照中央关于社会主义市场经济体制建设目标的要求，理解为以价格机制为基础统一协调和决定资源配置的大市场

如何“立破并举”建设全国统一大市场？

从立的角度

意见明确要抓好“五统一”

- 强化市场基础制度规则统一
- 推进市场设施高标准联通
- 打造统一的要素和资源市场
- 推进商品和服务市场高水平统一
- 推进市场监管公平统一

从破的角度

明确要进一步规范不当市场竞争和市场干预行为



视觉中国/图

鲜菜价拉低CPI涨幅 物价有望继续保持温和

本报记者 谭志娟 北京报道

10月CPI同比涨幅出现回落，PPI同比则由涨转降；11月9日，国家统计局发布的数据显示，10月份，CPI同比上涨2.1%，涨幅较上月回落0.7个百分点；PPI同比下降1.3%，涨幅较上月回落2.2个百分点。

在业界专家看来，本月CPI同比涨幅回落较多，主要源于蔬菜价格回落和基数抬升，抵消了猪肉价格上涨带来的影响，并预计未来物价有望继续保持温和。总体来看，整体价格形势相对稳定，有利于为政策发力创造良好的前提条件。

国家统计局城市司首席统计师董莉娟解读时也表示，“10月份，受节后消费需求回落、去年同期对比基数走高等因素影响，居民消费价格涨幅有所回落。”

CPI同比涨幅回落较多

在CPI方面，从同比来看，CPI上涨2.1%。其中，食品价格上涨7.0%，涨幅比上月回落1.8个百分点，影响CPI上涨约1.26个百分点。

中国银行研究院研究员范若滢日前接受《中国经营报》记者采访时分析说，“10月份CPI同比涨幅回落较多，主要受上年同期高基数等因素影响。食品价格中鲜菜价格同比由涨转跌，非食品价格中国际油价下跌带动国内汽油、柴油价格同比涨幅明显回落。”

PPI同比增速转负

记者注意到，10月份，PPI由上月同比上涨0.9%转为下降1.3%。有统计显示，这是2021年以来首度转负。生产资料价格由上涨0.6%转为下降2.3%；生活资料价格上涨2.2%，涨幅扩大0.4个百分点。

就此，范若滢对记者指出，“10月份PPI同比由涨转降，主要是由于国际大宗商品价格回落、上年同期高基数等因素影响。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华还表示，“10月CPI同比超预期回落，主要是国内散点疫情等干扰导致需求复苏偏弱；蔬菜价格回落和基数抬升，抵消了猪肉价格走高影响。”

记者注意到，10月份，鲜菜价格由上月同比上涨12.1%转为下降8.1%。

“蔬菜价格较9月回落，主要反映极端高温天气影响减弱，国内扩大蔬菜种植加大保供力度，市场供

给增加带动蔬菜价格回落，加之去年高基数，10月蔬菜价格同比明显下降。”周茂华说。

然而，猪肉价格涨幅扩大：本月猪肉价格同比上涨51.8%，涨幅比上月扩大15.8个百分点；在猪肉价格上涨带动下，鸡蛋和禽肉类价格分别同比上涨12.7%和8.3%，涨幅均有扩大。

范若滢告诉记者，“10月份猪肉价格涨幅继续扩大，主要原因在于生猪产能持续恢复、部分生产方

有所扩大。”

“10月份，部分行业需求有所增加，全国PPI环比小幅上涨，但受去年同期对比基数较高影响，同比由涨转降。”董莉娟也称。

调查的40个工业行业大类中，价格上涨的有27个，比上月减少3个。主要行业中，价格降幅扩大的有：黑色金属冶炼和压延加工业同比下降21.1%，扩大3.1个百分点；煤

炭开采和洗选业同比下降16.5%，扩大13.8个百分点；有色金属冶炼和压延加工业同比下降7.8%，扩大3.4个百分点。

周茂华还表示，PPI同比回落影响工业部门整体利润表现，但目前环境下，PPI同比下降，有助于改善上下游工业利润结构，有助于缓解部分中下游制造业生产成本，为数众多的中下游中小微企业盈利

品价格形成向上支撑，但考虑到本轮猪周期相对温和以及翘尾因素影响减弱，预计CPI涨幅将整体平稳，不会出现明显扩大。”

周茂华也表示，“从趋势看，国内物价有望继续保持温和。尽管生猪市场紧平衡、极端气候及季节性因素扰动果蔬价格，但整体国内需求偏弱，生猪供给缺口不大，保供稳价措施支持，工业品供应充足，能源商品价格回落，物价整体温和可控。”

改善，将激发微观主体活力，利好就业和消费。

展望未来，周茂华认为，“从趋势来看，预计PPI同比继续收缩。因为从全球环境看，大宗商品价格仍有望继续回落，国内保供稳价政策措施支持，PPI同比仍有望继续下行。”

范若滢也预计，未来PPI将继续在负值区间运行。

我国首条预留400公里时速条件高速铁路开建

本报记者 路炳阳 北京报道

成渝中线高铁11月28日开工建设。新建成渝中线铁路（含天府南站）四川段授标暨进场工作会议（以下简称“进场会”）当日在成都举行，会上宣布了上述消息。

中国国家铁路集团有限公司（以下简称“国铁集团”）也于同日公布了上述消息，并称成渝中线高铁设计时速350公里，在部分区段预留进一步提速条件。

2021年8月获批的成渝中线高铁可行性研究报告显示，其设计时速为350公里，其中大足石刻至简州段可根据试验需要进一步研究确定曲线半径，引入枢纽地段采用与行车速度相适应的标准，该报告并未提及预留进一步提速条件内容。

不过，四川省公共资源交易信息网2021年1月公布的《新建沪渝

蓉高铁重庆至成都段使用林地可行性报告编制及林木采伐作业设计咨询服务》（以下简称《报告》）透露了成渝中线高铁预留进一步提速条件的详细信息。

《报告》称，成渝中线高铁正线数目为双线，设计速度350公里/小时、预留400公里/小时。成渝中线高铁成为中国首条预留提速400公里/小时条件的高速铁路，这也正是成渝中线高铁备受关注的原因。

就成渝中线高铁预留提速400公里/小时条件，中国铁道科学研究院集团有限公司（以下简称“铁科院”）全资子公司铁科院（北京）工程咨询有限公司总经理于鑫在“进场会”上发言也称，要结合铁科院承担的重大科研项目“时速400公里高速铁路线路基础设施关键技术”及“时速400公里高速列车工程化技术研究与CR450高速动车组研制”，研究时速400公里条件

下基于高速行车性能的路基、简支箱梁和路桥过渡段优化技术，以及线路噪声特性、线路结构振动特性及控制技术；建立满足时速400公里运营需求的CR450高速动车组顶层指标及技术体系。

成渝中线高铁基建项目预留提速条件，装备项目方面高速动车组也要与之配套，就此，国铁集团2021年1月宣布开始组织实施复兴号“CR450科技创新工程”，研发更安全、更环保、更节能、更智能的复兴号新产品。

2022年4月21日，在济南至郑州高铁濮阳至郑州段上，由中国中车股份有限公司（601766.SH，以下简称“中国中车”）旗下长春轨道客车股份有限公司（以下简称“中车长客”）和中车青岛四方机车车辆股份有限公司（以下简称“青岛四方”）分别制造的，两列新型复兴号高速综合检测列车，实现了明线上

单列时速435公里、相对交会时速870公里试验验证，创造了高铁动车组列车明线交会速度世界纪录（详见“中国经营网”2022年4月23日报道《复兴号检测车跑出时速435公里再创纪录 CR450工程全面展开》）。

国铁集团表示，试验的成功完成标志着纳入国家“十四五”规划的“CR450科技创新工程”全面展开，将为CR450动车组研制提供最重要技术支撑和引领，也将为时速350公里安全标准示范线建设提供最重要支持和保障。

国铁集团称，CR450动车组研制先期试验，分别在明线和隧道开展了高速运行和高速交会工况下的动力学、空气动力学、阻力、噪声等60余项科学试验，获取了不同工况下动车组列车及高铁路基、隧道等基础设施的特征数据，探索了列车速度提升相关安全性、舒适性参

数变化规律。

上述两列复兴号高速综合检测列车，是基于京张高铁智能动车组研制的。该车采用中国自主研发的涡流制动、碳陶制动盘、永磁牵引系统，主动控制受电弓等9项新技术，由4辆动车和4辆拖车组成，增强了动车组列车的安全性、可靠性、效能性、经济性。国铁集团称，该车整体性能达到世界领先水平，填补了国内多项技术空白。

就成渝中线高铁预留提速，时任中国铁路经济规划研究院副院长林仲洪在2020年11月9日举行的世界交通运输大会上表示，未来高速铁路要进行科技创新，重点就是以成渝中线高铁为试点，推进中国铁路现代化，进行更高速度铁路装备的科研，包括时速400公里客运专线相关系统的设计、建造和技术创新（详见“中国经营网”2020年12月9日报道《成渝中线高铁将

获批时速400公里动车组研制提上日程》）。

成渝中线高铁自重庆枢纽重庆北站起，向西经重庆市渝北区、沙坪坝区、璧山区、铜梁区、大足区，四川省资阳市、成都市，引入成都枢纽成都站，正线全长292公里，建设工期5年。

成渝中线高铁是中国“八纵八横”高铁网沿江通道的重要组成部分，线路位于已开通运营的成都至重庆高铁和成都至遂宁至重庆铁路中间，路网地位十分重要。项目建成后，将与已建成运营的西安至成都高铁、郑州至重庆高铁和在建的西宁至成都高铁、成都至达州至万州高铁等多条线路连通，推动成渝地区路网结构更加完善，成渝两地旅行时间进一步压缩，对助力成渝地区双城经济圈建设、形成西部大开发新格局，具有十分重要的意义。

打假“小杨哥”背后： 直播行业售假泛滥 漏洞多

本报记者 郑丹 郝成 北京报道

当高调炫富的“小杨哥”，遇到“头铁”的打假斗士王海，催生了接连不断的热搜词条。

“一亿买写字楼的‘疯狂小杨哥’，请再拿一亿退赔消费者吧！”

王海公开打假抖音一哥“疯狂小杨哥”已经持续一段时日，他在微博集中火力，连发几十条微博跟

“小杨哥”被打假始末

破壁机标注功率为300W，实际仅为105W，而绞肉机标注功率300W，实际功率只有120W。

10月初，一位消费者就“小杨哥”售卖的破壁机虚标功率向商家客服投诉，没有得到正向反馈，进而找到了打假人王海。

“客服回复可以退款退货，补偿100元优惠券，这种傲慢的态度，把这位消费者激怒了。我们接到爆料，就把他的设备买下来验证。11月11日，我们在‘小杨哥’那里下单买了两台破壁机，发现确实有虚标功率。”王海告诉记者，依据2013年修正的《消费者权益保护法》，商家需要假一赔三，但消费者多次沟通无果。

11月12日，王海发布微博公开指责抖音达人“疯狂小杨哥”的三只羊直播间售卖的金正破壁机

进“小杨哥”售假事件。

此前，王海也曾公开指责辛巴、罗永浩、李佳琦等多位头部带货主播售卖的燕窝、洗发水、漱口水等商品涉嫌虚假宣传，最终都以售假的主播公开道歉收场。

王海向《中国经营报》记者坦言，自己通常会对消费者影响力大、投诉较多的主播打假。

“这样社会价值才能更大，打假一个小商小贩，没有意义。”王海称，在他接到的消费者举报中，涉嫌直播电商售假的比例占到八成。

“顶流网红带货，基于对自身的保护，本身选品要求会更高，更加严格，也免不了会出现售假。底层主播和腰部主播会更容易带假货，毕竟假货成本

低，利润高。”无锡昊略咨询管理有限公司多年从事维权业务的李朝辉告诉记者。

多位打假人士称，直播售假之所以泛滥，一方面，主播选品把关不严，电商平台对商品监管惩戒力度不够。另一方面，消费者维权成本高，加之整体维权意识薄弱，进一步滋长了直播电商售假的势力。

和绞肉机均为虚标功率。其中，破壁机标注功率为300W，实际仅为105W，而绞肉机标注功率300W，实际功率只有120W。

当天，品牌方就将该破壁机下架。公开数据显示，“小杨哥”所卖的破壁机套餐价格为399元，共售出6.8万单，销售额约2700万元，如果退一赔三，赔偿将超过一亿元。

今年9月，王海就收到消费者的爆料称，在“疯狂小杨哥”直播间购买洗发水赠送的吹风机是三无产品。“他（小杨哥）不承认吹风筒是假货，直播电商这种傲慢的态度，对消费者很不负责任。”

“小杨哥”在直播间回应王海：

“黄鼠狼给鸡拜年，没安好心！别整个打着正义的旗号，搞得自己好像一个大好人一样。你们就是谁的流量大，就去蹭谁……我不敢保证我的产品不出问题，但一旦出现了问题，我一定会负责到底，一定在第一时间做出处理！”

11月15日，破壁机的生产厂家、中山市金正生活电器发布声明称，食品加工器（多功能料理机）、轻音加热破壁机两款产品均符合国家标准，否认虚假宣传。王海质疑质检报告的真实性，并再次发视频称，“疯狂小杨哥”直播间售卖的防水外套涉嫌虚假宣传。

工商信息显示，合肥三只羊网络科技有限公司，成立于2021

年，位于安徽省合肥市。事件发酵后，合肥、中山两地市场监督管理部门介入调查。

11月21日，中山市市场监督管理局南头分局在接受《北京青年报》记者采访时表示，2022年11月16日，中国质量认证中心华南实验室对产品功率项目进行检测，检验结论为：所检项目符合标准要求。合肥产品质量监督检验研究院相关工作人员也称，检测报告是严格按照国家相关标准进行检测的，研究院对出具的检测报告负责。

即使如此，王海仍坚持称，质检报告有造假成分。“20多年，我们打假从来就没有出错过。”

护，对主播自己也是一种保护。”

李朝辉介绍，商家被“打假”的情况主要分为两种：第一，本身产品质量不合格，达不到国家规定的法律法规执行标准；第二种，产品本身质量合格，但广告宣传有虚假夸大成分，给消费者造成一定的误导。

“在产品不合格的背后，还存在一种情形：送检产品和实际销售产品不尽一致。为了检验而检验，为了合格而合格。”李朝辉解释，直播电商通常只有一位或少数几位主播带货，不太可能对每一件产品

都出具检测报告。大多主播团队只看产品批次和生产日期，统一批次，做一个检测报告。

王海向记者补充道，业内将这种情况称为“AB款”。厂家送检时用A款，卖货时用B款，甚至还有AB仓，A仓专门应付检查，B仓专门发货。“这种情况很常见，也很难监管。”

王海告诉记者，以家电产品为例，电商团队在进货验收时，应该看产品的型式检验报告和质量检测报告。直播团队还应考虑到，厂家送给主播的合格样品可

能与实际销售的产品不同，需要找到官方销售渠道或官方授权销售渠道进行市场抽样，进一步确定产品真伪。

“这不是单纯的代言行为，还是销售行为，销售是参与盈利分成的，且具有定价权和分成比例的话语权。”王海认为，消费者是由于主播推荐才做出购买决策，如果电商直播团队被打假后提供不出检测报告，只能说明团队此前进货把关不严谨，事先没有尽到审慎注意义务。“他们应该对消费者负责，先行赔付。”

王海告诉记者，以家电产品为例，电商团队在进货验收时，应该看产品的型式检验报告和质量检测报告。直播团队还应考虑到，厂家送给主播的合格样品可

售假套路AB款

厂家送检时用A款，卖货时用B款，甚至还有AB仓，A仓专门应付检查，B仓专门发货。

“2014年，新《广告法》出台之前，全网商家都自称第一，绝对化用词泛滥，新《广告法》对于虚假宣传的法律责任加重，这种现象才得以改善。”李朝辉说。

2020年，快手头部主播辛巴团队带假燕窝事件又给所有带货主播上了一课。

从那之后，李朝辉发现在自己审查的很多直播带货主播的业务合同中，主播会要求商家提供批次一致和检测报告一致的样品，甚至会自己抽检产品。“这样做会大幅度降低产品的风险，对消费者是一种保

护，对主播自己也是一种保护。”

李朝辉介绍，商家被“打假”的情况主要分为两种：第一，本身产品质量不合格，达不到国家规定的法律法规执行标准；第二种，产品本身质量合格，但广告宣传有虚假夸大成分，给消费者造成一定的误导。

“在产品不合格的背后，还存在一种情形：送检产品和实际销售产品不尽一致。为了检验而检验，为了合格而合格。”李朝辉解释，直播电商通常只有一位或少数几位主播带货，不太可能对每一件产品

都出具检测报告。大多主播团队只看产品批次和生产日期，统一批次，做一个检测报告。

王海向记者补充道，业内将这种情况称为“AB款”。厂家送检时用A款，卖货时用B款，甚至还有AB仓，A仓专门应付检查，B仓专门发货。“这种情况很常见，也很难监管。”

王海告诉记者，以家电产品为例，电商团队在进货验收时，应该看产品的型式检验报告和质量检测报告。直播团队还应考虑到，厂家送给主播的合格样品可

中国主权财富基金将投资国际农业产业链

本报记者 索寒雪 北京报道

中国投资有限责任公司（以下简称“中投公司”）副总经理祁斌在近期举办的一次农业论坛上表示：

需要有韧性的产业链

在第五届虹桥国际经济论坛农业分论坛上，农业农村部副部长马有祥在现场发言时表示：“中国农业对外投资存量达到302亿美元，解决当地就业18万人。”

马有祥还透露，目前国际农业发展面临多重不利因素，尤其今年以来，出现了部分主产国“无路卖粮”、缺粮国“无处买粮”的现象。他呼吁各国加强合作沟通，共同维护产业链韧性。

中粮集团总裁宋成日也透露，中粮集团“坚持打造富有韧性的产业链”。

他表示，中粮集团积极为“一

司按照“共同出资、共同管理、优势互补、合作共赢”的原则，携手各国顶尖金融机构，在过去几年不断恶化的国际形势下，先后落地6只新型双边基金，募集资金逾100亿美元。先后评估约200个项目，最终成功投资20个项目并引入国内落地，涵盖农业食品、先进制造、医疗和消费等领域。

“中投公司作为国家主权财富基金，下一步在农业科技创新、产业链供应链优化升级、绿色转型发展等方面将深化国际投资布局。”

据了解，2017年以来，中投公

司按照“共同出资、共同管理、优势互补、合作共赢”的原则，携手各国顶尖金融机构，在过去几年不断恶化的国际形势下，先后落地6只新型双边基金，募集资金逾100亿美元。先后评估约200个项目，最终成功投资20个项目并引入国内落地，涵盖农业食品、先进制造、医疗和消费等领域。

面对新冠肺炎疫情对全球粮食供应链的冲击，宋成日表示：“我们坚持打造安全畅通的供应链。利用全球布局优势，积极调配不同国家的粮源，想方设法克服物流压力，努力确保国际粮食贸易稳定顺畅。目前，中粮海外年中转能力超过3300万吨、加工能力接近3000万吨，海外年综合经营规模超过1亿吨，为维护粮食供应链稳定畅通作出了积极贡献。”

马有祥认为，解决当前粮食问题，需要高水平的国际合作。

“各方应维护以世贸组织为核心

的多边贸易体制，加强双边良性互动和二十国集团、金砖国家、上合组织等多边框架下的协调，将农业农村发展放在国际议程的优先重点，推动构建更加公平的农业贸易秩序，提高农业投资贸易自由化便利化水平。”

与此同时，世界各国需要共同维护产业链供应链韧性。

马有祥认为，“各国要进一步加强国际分工合作，优化资源配置、强化优势互补，推动全球农业产业链深度融合，打造安全稳定、畅通高效、开放包容、互利共赢的供应链体系。”

6.7亿人处于营养不良境况。

祁斌列举了中投公司未来三大投资领域，“我们将发挥好中投公司作为国家主权财富基金、对外投资主力军和主渠道的平台作用：一是在农业科技创新、产业链供应链优化升级、绿色转型发展等方面不断深化国际投资布局。二是聚焦中国元素、脚踏实地，通过反向需求调研和搜索，以价值创造为抓手，大力引进国外先进产品、装备、技术管理和积极融入我国农业产业升级和消费升级。三是在‘双碳’格局下，紧跟林业碳汇等前沿领域的新发展、新趋势，以对外投资积累国际相关市场的先进运营管理经验和带动和促进国内相关市场的体制机制建设。”

“中投公司作为我国的主权财富基金，是沟通国内外金融市场的桥梁。如何用好中国主权财富基金为中国经济发展和转型升级服务，发挥战略性作用，没有现成的模式可以照搬照抄。”祁斌说。

据了解，在“走出去”方面，中投公司联合隆平高科收购陶氏芭西玉米种子业务，并通过公司治理途径强化公司管理提升经营业绩，帮助企业实现跨越式发展。

在“引进来”方面，中投公司通过长期跟踪，联合境外专业投资机构，逐步形成了在鸡、鸭、虾、动物育种、蔬果育种等项目布局，并在投后管理中帮助被投公司与国内地方政府和龙头企业实现精准对接，制订了明确的国内业务发展计

划，目前正在实施落地，未来将有效助力国内稳定相关基础产能和提升产品品质。

“在关系国计民生的农业领



北京温泉水厂年底开工 扩大“南水”进京供水范围

本报记者 郑丹 郝成 北京报道

源，总占地面积10.7公顷，规划供水能力24万立方米/日。

项目主要建设内容包括取水设施、澄清池、滤池等水处理设施，泵房等配水设施，并同步建设管径0.3~1.4米的配水管线约8公里。

温泉水厂位于北京市海淀区温泉镇，在京密引水渠以北、北清路南侧，是今年北京市重点民生保障工程。水厂自京密引水渠取水，主要为海淀区提供供水服务保障，是海淀北部地区主要南水北调配套工程，以“南水”为主要水源。

根治海淀北清路用水供需矛盾

“2020年，在北京市委市政府、市水务局、海淀区区政府及有关部门的大力支持下，集团采取建设加压泵站、铺设新的供水管线、优化水厂供水调度等一系列措施，有效缓解了北清路地区供水紧张局面。”北京自来水集团有限责任公司相关负责人告诉记者，2021年4月，集团永丰调蓄水厂投入试运行，每日可发挥调蓄能力6.5万立方米，为该区域供水安全又增加了一道保障。

据了解，海淀区北清路一带供水需求矛盾产生已久。北清路东西全长约18公里，地势西高东低，高差达到10米左右。近年来，随着北清路地区科技园区发展和居住小区人口增加，日需水量逐年攀升，很多小区在用水高峰时段出现水压不足、市政供水跟不上问题。

2021年4月，永丰调蓄水厂投

入使用后，在用水量低谷时段，可将水厂生产的自来水通过供水管线输送到永丰调蓄水厂清水池中进行储蓄；在用水量高峰时段，启动水厂配水泵，将清水池中的自来水输送至供水管网，以保障供水压力平稳。

北京自来水集团有限责任公司官网显示，永丰调蓄水厂建设，可满足近几年北清路地区用水需求，而北清路南侧的温泉水厂建成后，将从根本上满足海淀区今后发展的用水需求。

温泉水厂建成后，将替代周边部分小型地下供水厂、自建设施和村级供水站。预计年置换地下水水量可达500万立方米以上，对区域采灌养地下水、改善供水水质、提高供水保证率和城市韧性均具有重要作用。

下转A4

《青少年蓝皮书(2022)》在京发布

季为民：营造清朗网络生态空间 确保未成年人健康安全用网

本报记者 孟庆伟 北京报道

未成年人互联网运用，是关系网络强国和未成年人成长发展的重大战略问题，受到全社会广泛关注。

习近平总书记多次强调，“培养好少年儿童是一项战略任务，事关长远”。也因此，为未成年人营造一个清朗、绿色、健康的网络空间和上网环境是全社会的共同责任。

未成年人互联网运用呈单一化、浅显化、娱乐化趋势

未成年人上网普及率已近饱和，手机在众多上网设备中占首位。

《青少年蓝皮书(2022)》基于项目组开展的第11次全国抽样调查，调查对象覆盖11个地区的近万名中小学生，重点对中国未成年人网络行为、网络社交、网络素养、网络文化等最新情况做了专题研究，对未成年人触网年龄、上网目的、性别差异、短视频使用、网络交友、网络模仿、职业选择、数字反哺、饭圈文化等诸多热点话题进行了细致的探究，并得出了丰富的研究结论。

研究发现：未成年人上网普及率已近饱和，手机在众多上网设备中占首位；休闲娱乐成为未成年人主要上网目的，用网表现呈现性别差异；网络视频类应用成为当下热门，超一半未成年人使用短视频；未成年人互联网运用状况存在区域差异，但与全国水平差异不大；互联网成为未成年人表达自我的重要窗口之一，网络内容生态影响未成年人的认知发展；未成年人网络交往主要以现实关系为基础，结交网络新朋友有限；网络模仿行为较为普遍多样，游戏玩家、明星、网红、“AI高手”等网络职业进入未成年人职业选择范围；互联网“后喻文化”现象盛行，数字反哺成为普遍现象；饭圈文化泛滥盛行，对未

成年人粉丝群体应予以高度关注；网络素养教育不容乐观，城乡未成年人接受网络素养教育比例均较低。

记者了解到，与此前年度的蓝皮书相比，《青少年蓝皮书(2022)》首次对广西、山西、湖南、内蒙古、澳门五个地区未成年互联网运用情况进行调查发布。

调查显示，广西、山西、湖南、内蒙古四个省份未成年互联网运用情况与全国发展运用情况趋势水平相一致，网络素养和网络安全方面均较为欠缺。而相比我国内陆地区，澳门地区未成年人运用互联网的情况呈现了不一样的特点，未成年人上网耗时更长，互联网运用程度整体高于内陆地区，互联网运用形式、功能更加多元，针对网络素养课程设置较多。但同时，澳门未成年人更加沉迷网络游戏，6~11岁和12~17岁打网络游戏群体占比超过八成。季为民认为，对网络沉迷现象应给予高度关注。

未成年人网络素养与网络安全是此次调查重点关注的内容之一。网络素养是一种适应网络时代的基本能力，既包括通晓基本的互联网工具，还包括识别运用各类互联网信息以及主动负责参与互联网生态建构。《青少年蓝皮书

皮书》主编季为民指出，此次调查中，未成年人近半年内的上网率达99.9%，显著高于全国互联网普及率(73%)，网络已成为未成年人成长发展过程中不可分割的一部分。

“通过对过去一年来我国未成年人互联网运用情况进行调查发现，我国未成年人在接入和使用互联网过程中表现出这一群体独有

的特征。”季为民表示，受多方面因素影响，该群体整体呈现互联网运用单一化、浅显化、娱乐化趋势，用网能力受家庭、学校教育熏陶程度以及互联网平台特征影响显著。

据《中国经营报》记者了解，《青少年蓝皮书》是“中国未成年人网脉工程”子项目“中国未成年人互联网运用状况调查”的重要成果之一。自2006年开始，项目组对全

国未成年人连续开展调查，持续梳理与摸底未成年人的互联网运用状况。

中国社会科学院新闻与传播研究所党委书记、《青少年蓝皮书》主编方勇介绍，自2017年中国社会科学院新闻与传播研究所接手该项目以来，已持续出版了四册《青少年蓝皮书》，取得了显著成效，多次获得优秀书奖。



目前，我国城乡未成年人互联网运用差距仍较大，亟须缩小。

视觉中国/图

网络沉迷、网络依赖问题显现，过度用网影响未成年人身心健康。

“从调查结果可以看到，互联网已经渗透到未成年人日常学习生活的方方面面，在未成年人成长发展过程中扮演着重要角色。但是，互联网带来的影响利弊并存，识别其中的负面影响并有效规避，是保障未成年人健康科学合理用网的关键步骤。”季为民表示，这需要家庭、学校、有关决策管理部门以及互联网平台等多主体共同协作互助，发挥各自作用，帮助引导未成年人培养良好上网习惯。

季为民也从制度建设、教育投入、家庭环境以及监管措施四个维度，提出了有针对性的对策建议。

他表示，第一，应关注城乡未成年人互联网使用差异及不平衡问题，进一步推动缩小城乡未成年人用网差距，弥合城乡数字鸿沟；第二，应构建和谐友爱的家庭亲子关系，推动代际在互联网运用层面达成共识；第三，应优化学校网络素养教育内容，有效干预未成年人网络沉迷等问题；第四，应推进夯实网络平台责任的优化和精细化工作，提高政府监管的效度和效率，进一步培育多主体参与、多方协同、多元施策的网络素养提升机制，共商共治，共享共育，不断增强网络文化向上向善的动力，持续为未成年人构筑网络文明，提升其能力素养。

城乡数字鸿沟在扩大

无论是“接入沟”还是“使用沟”“知识沟”，城乡未成年人之间还存在相当大的“数字鸿沟”。

全民全社会数字素养和技能的提升，是夯实我国数字经济发展和社会基础。随着我国数字化发展进程不断提速，缩小群体间的“数字鸿沟”变得愈加重要。

城乡“数字鸿沟”是《青少年蓝皮书》持续关注的问题之一。《青少年蓝皮书(2022)》显示，城乡未成年人之间的数字“接入沟”“使用沟”“知识沟”均在扩大。

《青少年蓝皮书(2022)》称，“接入沟”指的是不同地区、不同层次的人们在物质上接入电脑、互联网的信息差距；而在互联网和数字设备上的使用时长、使用目的、使用技能等方面差异，“使用沟”；“知识沟”，则是指在新媒体技术接入和使用后对知识认知存在差异。

中国互联网络信息中心(CNNIC)的报告显示，截至2022年6月，我国城镇、农村地区互联网

普及率分别为82.9%和58.8%，城乡互联网普及率差异较2021年12月缩小0.4个百分点。这意味着城乡互联网普及程度在小规模提升的基础上仍然存在较大差距。

调查发现：城市未成年人选择“看新闻”、“网络课堂”、“扩大知识量”以及“搜索”占比均高于乡村未成年人；城市未成年人运用新媒体进行创造能力高于乡村未成年人；城市未成年人利用网络搜索解决现实问题占比高于乡村未成年人。

而在使用技能方面，有45.2%的城市未成年人表示自己会使用音频、视频等进行网上创作或发布消息，如发布朋友圈、微博及制作微信公众号、抖音短视频等，而会使用该项技能的农村未成年人仅占36.7%。

《青少年蓝皮书(2022)》称，相比较而言，城市未成年人在使用互联网过程中更加注重对除娱乐应用外其他功能的运用，城乡未成年人

在互联网使用层面逐渐拉开差距。

同样，城乡“知识沟”的差异也较为明显。调查显示，“总是”“经常”利用网络搜索解决现实问题的城市未成年人有30.2%，而乡镇、农村未成年人仅有24.5%和23.7%。可见，乡镇和农村的未成年人利用新媒体形式获取知识的能力依旧有限。

基于上述三个表现层面，《青少年蓝皮书(2022)》认为，无论是“接入沟”还是“使用沟”“知识沟”，城乡未成年人之间还存在相当大的“数字鸿沟”。究其原因，与社会发展、家庭教育等有关系。

就如何进一步推动缩小城乡未成年人用网差距，弥合城乡“数字鸿沟”的问题，季为民表示，可以加强顶层设计，借助乡村数字化战略推动乡村教育数字化；大力实施“互联网+教育”，合理构建互联网学习共同体。

记者注意到，事实上，近年来，国家多部门一直在多措并举地推动城乡数字鸿沟的缩小。目前，在全面实现“村村通宽带”之外，工信部还持续推动网络覆盖水平和质量的提升、资费的下降。而在教育领域，国家智慧教育平台的上线也将有效缩小城乡“数字鸿沟”；教育部等部门通过完善线上教育教学资源建设与应用保障，促进了优质教育资源共享共用。

中国社会科学院大学副校长、教授林维表示，城乡未成年人之间网络使用习惯的差异，会引发一些新的数字不公平的问题。同时，城乡之间的网络教育质量的差异也会因此逐渐加大。“弥合城乡‘数字鸿沟’的基本思路，应该更多地从面向未成年人数字资源的公平分配角度逐渐提升到面向未成年人的网络素养全面发展。”

培养数字好公民

“要提高全民全社会数字素养和技能，夯实我国数字经济发展社会基础。”

该战略的一个关键词。

季琳称，很多未成年人利用互联网开展了一些很好的创新实践活动，比如很多中小学生通过网络工具进行编程、视频剪辑、VR绘画等。在今年上半年上海疫情防控期间，还有一个17岁的中学生担任团购团长，为社区居民解决了实际生活难题。

“这些都是对新时代未成年人的数字素养、互联网运用能力的一个正面反映。”季琳表示，今天的中国少年在多元化的数字世界中，其学习、生活甚至是未来的工作方式都将会有一个非常大的改变。

伴随中国互联网一起成长的一代，不仅是互联网的受益者，也已然成为数字内容的重要创作群体。

以凝聚了大量年轻人的哔哩哔哩(B站)为例，哔哩哔哩政策研究院院长黄林莉表示，根据B站今

年第二季度的财报数据，B站月活用户3.06亿，其中大部分都是年轻人。此外，目前B站月活内容创作者规模达360万，创作出约1320万条视频上传到B站，这其中大约95%的优秀作品都来自于年轻人。

“很大一部分年轻人在使用互联网的时候，是用来学习知识的。”黄林莉表示，B站的一个很大特色就是视频占比非常高，在B站视频的播放量里，知识类视频的占比达到了45%，这很大程度上反映了当代年轻人是发自内心地运用互联网，渴望知识，喜欢去学习，且更愿意接受互联网学习的这种形式。

同时，年轻人也正成为弘扬中国传统文化优质内容的创作者和传播者。

“在B站，我们看到这一代年轻人最自豪的，就是自己是中国人。他们出生在盛世，物质生活和精神

生活都很丰富，文化知识水平也很高，对中国历史和传统文化更加热爱，并且更加具有文化自信。”黄林莉表示，过去一年，有2.7亿用户在B站上观看过传统文化的视频，UP主创作的国风类视频超过348万条，并且这些视频很多都传播到了国外。

在黄林莉看来，这一代年轻人正在成为弘扬中国传统文化的主力，他们也用年轻人的方式让传统文化焕发新生。同时，也可以看到这一代年轻人在互联网普及的大潮中，作为互联网“原住民”的一代，他们整体的视野更加开阔，也能够更加熟练地使用网络应用和技术，进而可以更自由地在网络上进行表达和分享。

事实上，早在2012年“中国未成年人互联网运用状况调查”项目组发布报告时曾提出数字“原住民”概念，彼时，距离互联网进入中国刚好18年。季琳表示，如今10年过去了，数字“原住民”不会自发变成数字公民。

但数字时代，需要有合格的数字公民。也因此，如何让数字“原住民”成长为数字好公民至关重要。

季琳表示，在新时代，如何在保障孩子们数字安全的前提下，去提升青少年的网络素养，帮助他们成为新时代的数字好公民，这是下一阶段《青少年蓝皮书》需要去研究、突破的一个非常重要的课题。

实际上，提升全民数字素养已具有普遍共识，就在不久前召开的“2022年世界互联网大会”期间，国家网信办特别发起《提升全民数字素养与技能倡议》，其中就提出“着力缩小群体间数字鸿沟”“培养具有数字能力和社会责任感的数字公民”。

上接A3

北京市水务局方面回复记者称，温泉水厂项目采用常规混凝、过滤等技术，并将采取活性炭吸附、臭氧消毒和超滤膜处理等国际领先的水处理工艺，使净水链条更加完整，实现工艺单元互补的“多级屏障”，持续加强工艺设防，极大增强了应对原水水质变化的能力，出厂水质各项参数将全部达到新的《生活饮用水卫生标准》(GB5749—2022)要求，让百姓喝上放心、优质的自来水。

完善“一环、两脉、九厂、多点”

2022年7月26日，在北京市工程建设招标投标交易系统平台上发布的温泉水厂工程(全过程造价咨询)招标公告显示，该项目由北京市自来水集团有限责任公司批准，资金来源为国有企业单位自筹资金(地方)，出资比例为政府资金+自筹资金，招标人为北京市自来水集团有限责任公司，招标暂估金额为9008300元人民币。

此前，2022年2月7日，北京自来水集团有限责任公司发布温泉水厂项目公示：温泉水厂项目是扩大南水北调供水范围、压减自备井、提高中心城区外围供水保障能力的重点项目。计划于2022年12月12日开工建设，2022年计划安排市政府固定资产投资5000万元。

北京市发改委相关负责人介绍，按照《北京市国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》要求，“十四五”时期北京市将建成温泉水厂。作为规划中心城区九大主力水厂的最后一座，温泉水厂将与中心城区供水管网实现互联互通，完善中心城区“一环、两脉、九厂、多点”联动的供水设施布局，扩大优质供水覆盖面。

自2014年“南水”进京以来，北京市水资源匮乏的局面得到极大缓解，供水行业迎来了能力建设大发展期，快速提升了城市供水安全保障水平，先后建成投产郭公庄水厂、第十水厂、亦庄水厂等南水北调配套水厂，供水安全系数由1.0提升至1.3。城乡供水从“夯基础、见成效”向“高质量、高水平”发展阔步迈进，逐步实现了从“有水喝”到“喝好水”的升级转变。

温泉水厂的建成将进一步扩大“南水”的供水范围，为地下水压采提供重要的替代水源，持续推进北京市地下水超采综合治理，开展地下水厂替代，推动周边管网覆盖范围内自建设施、村庄水站接入市政供水，不断提升公共供水占有率为，有效涵养地下水水源，改善重点地区水生态环境。

北京市水务局方面介绍，温泉水厂的开工建设，标志着北京市“一环、两脉、九厂、多点”联动的供水设施布局已趋于完善，作为规划中心城区九大主力水厂的最后一座，该工程将与中心城区供水管网实现互联互通，建成后将使海淀区后地区供水紧张的情况彻底成为过去，有力保障城区整体供水安全及经济发展需求。

北京市接纳“南水”的水厂将达到14座，“南水”日处理能力将接近500万立方米，约1500余万市民将饮用到甘甜的长江水，城市韧性进一步增强。

全球“反漂绿”大幕开启 各类解决方案持续推出

本报记者 蒋牧云 张荣旺
上海 北京报道

随着绿色金融的不断发展，

“漂绿”的现象也在全球范围内愈演愈烈。漂绿，指的是企业或机构运用具有误导性或错误的方式，来夸大自己在环境方面的努力。事

实上，高盛、德意志银行、纽约梅隆银行等不少国际知名投资机构均因为“漂绿”行为被监管部门点名。

在采访中，多位业内人士告诉

《中国经营报》记者，由于投资者越来越意识到可持续发展风险会引发深层次金融风险这一问题，因此越来越多的投资者将ESG因子加

入其投资决策中。正因如此，部分机构为了更好地融资，进行了“漂绿”。“漂绿”行为一旦持续，将影响可持续资金运作效率，最终使投资

者可持续投资积极性渐退。

为此，全球“反漂绿”大幕开启，多国监管、相关评级体系等均针对“漂绿”问题提出解决方案。

多家国际知名机构因“漂绿”被点名

市场对于“漂绿”的质疑会误导投资人，影响可持续资金运作效率，最终使投资者可持续投资积极性渐退。

近年来，国际市场上“漂绿”的情况愈演愈烈，包括部分知名投资机构也因“漂绿”问题被监管部门点名。2022年6月，高盛的ESG基金因其可能存在的误导性陈述受到美国证券交易委员会（以下简称“SEC”）立案调查；5月，纽约梅隆银行被指控其某些共同基金在ESG因素考量时做出错误陈述和遗漏，被SEC罚款150万美元等。

其中，纽约梅隆银行是首次因“漂绿”问题被监管处以罚款的案例。SEC的指控显示，从2018年7月到2021年9月间，纽约梅隆银行在各种声明中表示或暗示其管理基金的所有投资都经过了ESG质量审查，而真实情况并非如此，其部分基金并未将ESG因子纳入投资决策中。

“漂绿”为何出现愈演愈烈的趋势？一旦出现“漂绿”现象将带来怎样的风险？

中财绿指首席顾问施懿宸告

诉记者，当前，越来越多的投资者认识到，可持续发展风险会引发深层次金融风险。随着投资人对ESG关注度的不断提升和国际资本加速流入可持续发展领域，一些并不具备ESG投资实力的公司也纷纷涌入，市场出现高质量ESG投资产品与伪ESG产品并存的状态。市场对于“漂绿”的质疑会误导投资人，影响可持续资金运作效率，最终使投资者可持续投资积极性渐退。

在“漂绿”的具体手段与模式方面，有业内人士总结道，主要可以分为3类。其一，是通过包装将非绿项目打造成为绿色项目，却从事与环保低碳、ESG理念的投资业务等。如：一些基金的名称和宣传文件中使用了“可再生能源”“环保类”的字眼，但基金可能实际投资的是石油、煤炭巨头等非绿色企业/绿色项目，仅因为这些高碳企业未来有进行减碳的规划而冠以绿色环保的名称。其二，夸大

项目的绿色属性、绿色环保绩效等以获取资金方面的支持，虚有绿色名称，缺少实质的绿色属性。如：企业事先发布的绿色项目碳数据相关公告（包括净零排放目标等）与事后对实际的碳排放进行计量、报告的水平严重脱节，实际并未达到实现宣传的环保效果。其三，为绿色项目筹集得到的资金在后续没有被用于该项目，而是流入到非绿色领域。

而根据施懿宸观察，ESG基金的风格漂移也属于“漂绿”的现象之一。在施懿宸看来，基金经理因ESG政策引导、市场偏好等因素，投资组合偏向于ESG领域，第二年又因为市场偏好转移，就撤出ESG领域投资，致使投资组合“一年绿一年非绿”。“这种不稳定的风格我们称为风格漂移。基金经理对外宣称自己的基金具备ESG，但实际底层资产并非ESG，因其虚假陈述或遗漏性陈述，而造成投资人的误解，这种行为就是‘漂绿’。”

多管齐下“反漂绿”

关于投资标的是否“漂绿”，也需要留意本土化ESG指标和适配的方法学应用。

“漂绿”往往伴随着信息把控上的难点。

施懿宸表示，以基金产品为例，基金公司或者基金经理人若不具备ESG投资专业知识，无法辨别投资标的是否是“伪ESG”，也将造成“漂绿”行为发生。对于同一个产业、同一个行业评级相同的公司，需要基金公司和基金经理通过尽职调查，进一步确认公司在内控、风控流程中是否合理运用ESG要素，并是否对公司内部优化起到了作用，仅凭评级，无法对标的公司做出准确的判断，可能出现“漂绿”的行为。

特别地，关于投资标的是否“漂绿”，也需要留意本土化ESG指标和适配的方法学应用。由于不同国家的发展阶段不同、步伐不同、能力不同、社会需求不同，在ESG监测和评级上易出现较大的结果差异。

记者注意到，多国监管正在采取措施进行“反漂绿”。比如，2022年5月，美国SEC对ESG概念基金的命名和投资标准信披提出了监管改革方案。基金命名规则方面，根据二十年前制定的规则，基金的名字里如果包含行业、地域或者投资类型，那么资产规模中投资在对应领域的资金不得少于80%。在最新的提案中，SEC也将把ESG概念纳入命名规则，ESG投资因子低于其他概念的基金将不得使用ESG或相关的名头。

此外，SEC也要求相关基金更详细地披露投资决策的过程。例如那些旨在影响董事会改变做法的基金，需要披露如何衡量目标的进展。将ESG作为主要投

资标准的基金，还会被要求填写标准化表格，披露公司持仓股票的温室气体排放情况。

2022年6月，彭博社援引消息人士透露，日本金融监管机构正在研究新的措施，以遏制“漂绿”行为，确保标注为ESG的金融产品具有可持续性。日本金融服务局（FSA）希望加强对与环境、社会和治理问题有关的产品的监督和指导，比如要求提供投资信托服务的资管公司向客户披露更多信息。

国内监管方面，也在加速完善相关政策。2022年3月，人民银行研究局发表的《绿色金融助力碳达峰碳中和》一文中就提到，将强化监督，让绿色金融信息“暴露在阳光下”。文中提到，人民银行正会同有关部门不断完善环境信息依法披露制度，要求金融机构公开披露发放碳减排贷款的情况以及贷款带动的碳减排数量等信息，并由第三方专业机构进行核验，让每一分绿色资金的使用接受社会公众监督，不让“洗绿”行为得逞。

此外，各方都在设法“反漂绿”。近日，中财大绿金院联合建行托管部共同创新开发国内首个全维度的ESG公募基金评级体系。据介绍，这是市场上第一个全流程解决公募基金“漂绿”问题的ESG评级体系。

关于这一评级方法将如何鉴别漂绿，施懿宸告诉记者，中财大绿金院全流程公募基金ESG评级体系包含评估主体的三个关键维度（基金公司、基金管理人、底层资产），通过具有针对性的指标，例如评价基金公司的公司策

略、内控流程、风控流程等是否与ESG相关，是否在ESG上有比较大的投入，是否通过公司管理流程强化投资组合ESG尽职调查的执行，在ESG投资方面基金团队是否具备足够的专业度等，以此确定公募基金是否存在漂绿和风格漂移的行为。

“就该评级体系本身而言，我们认为流程设定后，结果就不会漂移。”施懿宸说道。首先，基金公司制定标的准入门槛，并将相关标准要求纳入内控流程约束基金经理对底层资产的筛选，确保对每一个标的公司进行完整的尽职调查，防止“漂绿”行为的发生。因为公司内控流程具有不可随意变更的特性，减少了人为干预，这也保障了基金经理选择标的风格稳定性，不会出现风格漂移的情况。其次，“漂绿”行为的出现也可能由于基金公司或者基金管理人不具备足够的ESG投资专业知识，无法辨别标的公司是否是“伪ESG”。而公募基金ESG评级体系，将有助于判断基金团队ESG投资的专业能力，为投资人把关，再次减少“漂绿”行为发生。

长期来看，公募基金ESG评级体系除可以有效识别基金公司是否存在“漂绿”行为外，还倒逼基金公司规范自己的ESG投资流程，为投资人获取高质量投资标的提供保障。同时，还能为市场甄别基金风险。一方面有利于ESG属性优质的基金公司，增加影响力，推广自己的基金；另一方面提醒投资人关注ESG风险，有效助力传统基金向绿色转型。



全球“反漂绿”大幕开启，多国监管、相关评级体系等均针对“漂绿”问题提出解决方案。图为当地时间2022年11月2日，埃及沙姆沙伊赫，一名工人在为今年的联合国气候变化年度会议(COP27)准备“绿色区域”。

视觉中国/图

强化债务融资资金用途 城投脱虚向实更进一步

本报记者 石健 北京报道

2022年11月25日，中国银行间市场交易商协会（以下简称“交易商协会”）网站显示，交易商协会印发《银行间债券市场非金融企业债务融资工具募集资金用途

管理规程》（以下简称“募资规程”），明确了债务融资工具募集资金使用的具体要求。

数据显示，2022年前三季度，银行间市场债务融资工具合计发行约7万亿元，同比增长2%，净融资额约1万亿元，同比增加700亿元；截至9月末，债务融资工具存续金额约15万亿元，同比增长10%。

对于如此庞大的数据，有不少业内人士认为，通过对债务融资工具募集的资金进行规范，有助于更好地实现城投投融资业务转型升级，同时服务实体经济，实现城投募集资金脱虚向实。

对于此次文件的发布，一位从事城投债业务的券商业务人员告诉记者，该文件与《非金融企业债务融资工具公开发行注册文件表格体系（2020版）》（以下简称“《公开表格（2020版）》”）和《非金融企业债务融资工具定向发行注册文件表格体系（2020版）》有着关联性。

记者梳理发现，此次对债务融资工具的募资用途明确了几个方面，如对暂时闲置的募集资金的投资产品，要求为安全性高的保本型产品，且必须流动性

好，不影响募集资金使用计划正常进行。

对此，东部沿海地区某城投公司负责人告诉记者，“以往城投在闲置资金投资上，存在一定的风险，即在投资中追逐高成本，致使最终造成投资收益风险。但是，此次募资规程明确提到了对投资项目更加明确的界定，尤其是对‘保本产品’的范围加以明确。结合此前的监管规则，一是城投募集资金需经公司董事会或内设有权机构批准，可将暂时闲置的募集资金进行现金管理，二是投资于安全性高、流动性好的产品，如国债、政策性银行金融债、地方政府债等。”

值得注意的是，在发布“募资规程”前不久，交易商协会公布了一宗违反募集资金用途变更规定的案例。2022年11月，交易商协会就浙江某城投公司因未提前披露募集资金用途变更公告以及2018年至2021年年度报告中关于募集资金使用信息披露不真实、不准确予以自律处

分。其中，对公司予以警告、暂停其债务融资工具相关业务3个月，责令进行全面深入的整改，并对公司法定代表人、董事长亦予以通报批评。

记者注意到，此次募资规程明确，变更募集资金用途除需披露变更后的用途外，还需要按照发行文件的规定履行特别变更程序（如有），譬如募集资金用途备案、通过持有人会议等。对此，前述券商业务人员提示，“还要结合《公开表格（2020版）》等文件的有关规定，‘对于募集资金用途，如在注册或备案环节匡算了明细募集资金用途或募集资金用途大类，且在本次发行中变更了明细募集资金用途或突破了此前匡算的募集资金用途大类的，需就募集资金用途变更事项通知协会完成变更流程’。因此，变更募集资金用途，需注意履行必要的内外部审核程序。”

此外，募资规程还明确企业发行人应该在债务融资工具发行登记完成前签订监管协议。一方面，有关募集资金监管账户

格按照约定用途使用，定期披露信息不真实、不准确等。对于筹来的资金，本身就要规范使用，这次发文再次强调加以明确。这也充分说明，监管层将严防机构募集资金脱实向虚，助力实体经济发展。”

或专项账户的监管协议应在债务融资工具发行登记完成前签订，并在监管协议中明确资金监管的监督、审查职责；另一方面，资金监管行应按照穿透原则履行监管职责（亦适用于债务融资工具存续期），且资金监管行应由银行类债务融资工具承销机构担任。

一位中部地区城投公司融资部负责人告诉记者，这次募资规程明确了很多细节内容，“这次募资规程的出台，是全方位的监管。城投公司应该及时对表，也有助于完善融资平台的合规性。比如，募资规程提到，明确债务融资工具募集资金不能混同，既包括不得将债务融资工具募集资金与其他资金混同存放（设立募集资金监管账户的情形），也包括不能将本期债务融资工具募集资金与其他债务融资工具募集资金及其他资金混同存放（设立募集资金专项账户的情形）。这就有助于城投募集资金能够专款专用，避免出现财务风险。”

推进募集资金管理

一位业内人士告诉记者，“此次出台募资规程正逢其时。梳理此前的监管动态不难看出，近两年来监管主要针对城投发行主体资质准入进行监管收紧。比如发行大公募基金，对城投公司资质要求非常严格，要求股份公司净资产不低于3000万元；有限责任公司净资产不低于6000万元，累计债券余额不超过公司净资产的40%，债券评级必须达到‘AAA级’等。但是，从今年监管披露的处罚情况来看以及出台的相关文件来看，对募集资金使用的监管力度开始加大。”

一位券商人士向记者透露，“以往少部分券商在管理募集资金方面，存在‘重发行轻受托’的现象。虽然有关监管文件明晰了参与各方在公司债券存续期的责任与义务，明确规定受托管理人在内部制度设计时应专人专岗、持续动态监测、风险预警等原则，但是，依然有上述现象出现。如果接下来依然不能按照监管要求进行，则会收到监管函。同时，很可能明年城投发布年报后，会披露一批没有按约定使用募集资金的城投公司。”

此次募资规程中，已经明确了募集资金的使用红线问题。募资规程明确了各类不合规使用募集资金的自律处分方式。不合规的募集资金使用方式包括：一是未按照约定使用募集资金或将募集资金划转给第三方使用；二是未按照规定变更募集资金用途；三是未按照规定管理闲置募集资金；四是未按照规定定期披露募集资金实际使用情况；五是未合规使用募集资金监管银行账户等多种行为。

事实上，从2022年10月以来交易商协会披露的几起自律处分中就可以看出，其已经在实际工作中加

强了对于债务融资工具募集资金使用的监管。10月至今，已有四家城投公司由于募集资金使用问题被交易商协会自律处分。

“不论是实际披露的监管处罚，还是募资规程，募集资金都是要严格按照约定用途使用的。如果进行了募集资金用途变更，需要履行相应的内外部审核流程。债券发行人要严格执行募集资金使用管理，确保募集资金合规使用。如果发生未按照约定使用募集资金的情况，很有可能会面临监管机构的处罚。”一位城投公司负责人对记者说。

记者还注意到，广发证券研报显示，全国发债城投有息债务规模逐年攀升，保持10%以上的同比增速。截至2022年6月末，全国城投有息债务规模达50.2万亿元，相较于2015年的19.1万亿元增长1.6倍。2021年以来在“红橙黄绿”发债政策以及15号文等融资收紧政策约束下，城投有息债务同比增速有所下滑，不过仍保持在10%以上。

面对50万亿元的有息债务，不少城投公司近年来围绕调整平台存量债务、化解债务压力等作出转型和改革。对此，有分析人士认为，“即便存量债务压力较大，但是城投依然要按照监管要求使用资金，尤其是加强资金用途管理和产业政策落实，确保企业发债募集的资金流向实体经济。根据交易商协会要求，企业应按照实需原则将募集资金用于生产经营活动，严格按照募集说明书披露的资金用途使用募集资金，严禁用于套利，严禁募集资金脱实向虚。尤其是在推动基础设施建设方面，要严控隐性债务风险，服务地方实体经济发展。”

万亿个人养老金市场启幕： 专属保险“跑步入场”

本报记者 陈晶晶 北京报道

个人养老金制度是我国多层次多支柱养老保险体系的重要一环，也是关乎老百姓未来养老的重大事项。

首单快速落地

首批个人养老保险产品名单包括6家公司的7款养老保险产品，目前已成功签发首张个人养老金保单。

业界普遍认为，作为中国养老保险的第三支柱，个人养老金制度的快速落地不仅将有助于健全多层次、多支柱养老保险体系建设，而且还将为资本市场带来长线增量资金，助力资本市场健康发展。

“个人养老金制度等于打开了‘一扇门’，巨大的养老资金投资需求将被释放。原先留在个人储蓄上的养老资金，在税收、利率等政策推动下，将通过购买合规理财产品、商业养老保险和公募基金等个人养老金产品的形式，快速进入养老金市场和资本市场。”业内人士表示。

多家券商分析团队预估，未来一个万亿级别的市场即将开启。东吴证券非银团队分析认为，经测算未来个人所得税纳税人数、试点地区放开节奏、个人参与度、缴费抵扣上限等指标，预计2023年当年新增个人养老金缴费为731亿元，2025年为2767亿元，2030年为4970亿元。对应至2025年累计个人养老

突出保障能力

养老保险产品预期收益较为明确，保障功能和抵御风险的能力较强，在个人养老金体系中起到兜底作用。

目前保险、基金、银行、银行理财公司等各类金融机构正在通过不同的方式挖掘个人养老金市场，初步形成跨业竞争格局。

“养老金最终目的是要用于老年消费，最后转化为实物或服务消费。谁能提供更丰富的健康养老服务，谁就会受到青睐。”中国养老金融50人论坛秘书长董克用此前公开表示。

公开信息显示，入围的7款专属商业养老保险产品缴费方式灵活，参保门槛低，适合没有太多闲置

《中国经营报》记者注意到，首批开办个人养老金业务的金融机构包括6家国有大型商业银行、12家股份制银行、5家城市商业银行、11家理财公司、14家证券公司、7家独立基金销售机构

和6家保险公司等。值得一提的是，在上述众多参与力量中，保险业表现较为积极，首批入围的个人养老金保险产品已经快速实现出单。

业内人士表示，保险业提供实体养老服务能力较强，在养老保险产品创设等方面具有综合服务优势，预计将有更多保险产品加入个人养老金赛道。



多家券商分析团队预估，一个万亿级别的市场即将开启。

视觉中国/图

采访了解，上述险企均已成功签发首张个人养老金保单。

根据人保寿险向记者提供的材料，11月25日下午，人保寿险在北京、浙江同时签发了第一张个人养老金保单。材料显示，北京的侯先生今年42岁，离退休年龄还有近二十年时间。考虑单位已有社保和企业年金，侯先生测算自己退休后的养老金替代率约在50%，相当于退休前工资收入水平被“腰斩”。最终，侯先生通过人保寿险合作银行之一的兴业银行顺利开设了自己的个人养老金账

户和资金账户，并完成一次性缴纳保费12000元，成功参保“福寿年年”专属商业养老保险。“选择商业养老保险，我首先考虑的还是长期稳定、安全、专款专用。”侯先生说。

人保寿险方面表示，截至目前，人保寿险36个先行城市（地区）全部省级分公司均已实现个人养老金产品首单顺利落地。从36地个人养老金出单情况看，参保客户通过兴业银行等商业银行开立个人养老金资金账户，投保年龄30~53岁不等，涵盖金融业、事业单位、私企等从业者。

资金的年轻人，以及工作性质比较灵活的新市民。另外，上述产品还设置了进取型、稳健型两种收益模式供选。从6家险企披露的专属商业养老保险首期结算利率来看，稳健型账户2021年年化结算利率在4%~6%之间，进取型账户年化结算利率在5%~6.1%之间。

董克用表示，相较银行理财、公募基金等养老保险产品，养老保险产品保障程度较高。特别是养老保险产品具有预定利率，相对于银行理财产品及公募基金而言，预期收益较为明

确，保障功能和抵御风险的能力较强，在个人养老金体系中起到兜底作用。以国内市场为例，保险业近20年的年化投资收益率基本稳定在5%左右，波动性小。

董克用进一步指出，保险业提供实体养老服务能力较强，起步也最早，预计许多保险公司养老保险产品会整合自身的一些健康养老服务资源，这将是国内养老保险的独有特色，也可以成为极具潜力的发展亮点。

东吴证券非银团队相关研报分

析称，保险公司积累了丰富的长期销售激励考核机制、风险管理机制和较长期限的投资考核机制等，其大类资产配置及相应的全品种投资能力，更有利于客户资金熨平波动、穿越周期、获取稳定收益。此外，保险公司拥有产品组合保障功能，商业养老保险能够满足投保人在安全稳健、长期增值、长期领取等方面的综合需求，并在领取条件、领取方式、收益模式、安全性和流动性安排等方面进行创新，积极探索“产品+服务”模式。

现金管理类理财整改倒计时：替代产品或加速揽客

本报记者 慈玉鹏 北京报道

临近年底，现金管理类理财产品整改过渡期即将到达终点。

据悉，多家银行及理财子公司近日更改旗下现金管理类理财产品规则。民生证券研报显示，

从2022年第三季度情况来看，产品规模、资产配置调整进度已基本达标，预计剩余整改压力有限。短期受风险准备金规模限制，产品规模有所下降。但长期市场需求仍在，整改后的现金管理类产品有望再发力，叠加与货

币基金相比的渠道优势，仍有一定竞争力度。

《中国经营报》记者采访了解到，随着整改的推进，现金管理类产品与货币基金的监管要求基本拉平，两类产品的收益率水平也在逐步靠近，现金管理类

理财产品的吸引力或将下降，其规模快速增长的趋势也将减缓。业内人士指出，银行应探索多类型产品，以此分流目前配置现金管理类产品的客户，例如发行降低流动性提升收益率的短债固收产品等。

冲刺合规

2021年6月11日，银保监会、人民银行联合印发《关于规范现金管理类理财产品管理有关事项的通知》，就现金管理类理财业务的投资范围、估值方法、久期管理、集中度管理、流动性管理等提出了规范性意见。此后，现金管理类理财产品整改不断推进，整改的过渡期将于2022年年底结束。

苏银理财表示，“调整后，现金管理类理财产品投资范围仅限货币

市场工具，投资组合平均剩余期限不得超120天，平均剩余存续期限不得超240天，流动性受限资产不超过10%，杠杆率不超过120%，快赎金额每日上限1万元。”

记者注意到，近一个月来，多家银行相继发布对现金类理财产品规则的调整公告。具体涉及贵州银行“爽得宝一活期”、苏银理财“启源现金1号”、兴业银行“现金宝添利1号”等产品。

同时，部分银行作为管理人，已将现金类理财产品转至理财子公司打理。例如，招商银行朝招金（多元稳健型）理财的管理人，从招商银行变更为招银理财，招银理财仍作为该理财计划的销售服务机构及托管人。此外，亦有银行保留了部分现金类理财产品规则不变直至年底。

民生证券相关研报显示，通过汇总62只现金管理类样本产品季度运作报告发现，现金管理类样本

产品2022年整改加快。一是2022年年初样本产品总体规模明显回缩，而后趋稳，与年初货币基金规模走高的趋势相反，反映出2022年现金管理类产品的积极整改；二是收益率样本产品当前收益率中枢较2021年6月初下行100BP，相对货币基金仍保持60BP利差，但利差较2021年6月初收窄20BP；三是样本加权平均杠杆率一直低于120%且有下降趋势，整改压力较小。

收益回落

市场上多只现金管理产品7日年化收益率已跌破2%。

例如，中邮理财微信公众号日前发文称，中邮理财现金管理产品零钱宝、理财宝、财富月升三种产品近7日年化收益率分别为1.89%、1.83%、1.97%。招银理财微信公众号则发文称，招银理财开放式现金管理产品近7日年化收益率为1.73%~1.94%。

某股份制银行人士认为，“随着整改的推进，现金管理类产品的收益率回落是必然结果。整改开展以前，现金管理类产品在投资久期、资产信用评级、投资范围等方面约

拉长期、增配更多中低信用评级的资产来提高产品收益。同时，产品又可以使用摊余成本法的估值，所以其产品收益比货币基金更高。随着整改的推进，两类产品的监管要求基本被拉平，产品的收益率水平也正在逐步靠近的过程中。”

一位江苏地区银行理财子公司人士表示：“当前，监管部门已参照货币基金加强了现金管理类理财的监管要求，随着过渡期的结束，现金管理类理财产品的吸引力或将有所下降，其规模快速增长的趋势也将减缓。受制于严格的投资范围、投资比例限制，以及基础资产平均加权到期日和久期的约束，现金管理

类理财的收益率将受到一定负面影响，或将逐步向货币基金的收益率趋同。与此同时，此前现金管理类理财可以提供T+0快速大额申赎的优势，也将随着监管规范的落地而逐步消失。受此影响，此前现金管理类理财快速增长的趋势也将逐步趋缓。”

上述股份制银行人士表示，“从境外的经验来看，随着现金管理类理财、货币基金等产品受到严格的监管，其他采用市值法估值、投资范围较广的开放式资管产品或将受到市场的欢迎。在2016年美国货币基金估值方法改变之后，不少投资范围更广、收益率相对货币基金更

高，且具有每日申赎特性的短债基金、超短债基金等规模快速扩张，受到了投资者的欢迎。从我国的实际来看，同业存单指数资管产品、短债基金等近年来的规模也快速增长，随着现金管理类理财规定过渡期的结束，相关产品的规模或还有进一步提升的空间。”

兴业研究大类资产配置策略团队建议，银行应探索多类型产品分流目前配置现金管理类产品的客户。例如发行降低流动性提升收益率的短债固收产品，T+7天相关产品收益率中枢在3%以上，大型银行理财子公司已在2021年下半年增加相关产品并进行主打推荐。

净值化转型叠加市场波动 29万亿银行理财持续迎考

本报记者 王柯瑾 北京报道

与此同时，受国内外多重因素影响，股市和债市价格波动明显，近期理财产品收益也出现下滑。受访业内人士认为，理财产品发行规模及收益要视市场情况而定，但整体来看是在震荡中上升。投资者要培养长期投资、价值投资的理念，选择适合自己的理财产品并理性看待产品的净值波动。

挑战：量价低位运行

银行业理财登记托管中心发布的《中国银行业理财市场半年报告（2022年上半年）》显示，截至2022年6月底，理财产品存续规模达29.15万亿元。

普益标准监测数据显示，2022年10月全市场新发1705款理财产品，环比减少540款。其中，理财公司共新发514款理财产品，环比减少248款。进入11月，全市场新发产品、理财产品新发产品，以及全市场在售产品均环比减少。进入11月，理财产品发行呈波动趋势。

融360数字科技研究院分析师刘银平也表示：“理财产品新发数量呈下降趋势，主要是因为开放式产品增多，封闭式产品期限拉长，虽然新产品数量下降，但产品存续规模实际上仍然在增长。”

刘银平同时指出，固收类产品收益下降主要是因为市场流动性宽松、固收类资产收益下降。而混合类、权益类产品收益下降则与股市低迷、股价下跌有较大关系。

展望未来趋势，吴丹表示：“明年来看，全球经济增速下行，国内经济金融的影响修复仍存在不确定性，偏宽松的货币政策节奏将维持，市场利率有进一步调降的可能，理财产品收益率也将维持低位水平。”

普益标准分析认为，理财产品发行市场降温明显，业绩比较基准下降趋势延续。考虑到利率的阶段性底部尚未形成，理财产品收益率或将持续“被动”下行，各机构向下调整业绩比较基准符合业内普遍预期。

中国银行研究院博士后吴丹告诉《中国经营报》记者：“今年以来，在国内经济下行和宽松货币政策背景下，市场利率普遍下行，包括国债、企业债等在内的大部分固收资产利息收入空间被压缩，导致银行理财产品的投资标的收益率降低。后资管时代，银行理财已完成净值化转型，其收

应对：坚持价值投资

面对市场的不确定性，理财机构投研能力和净值化运作能力将面临更大考验。

对于银行及其理财子公司而言，刘银平表示：“一方面要持续加强投资者教育工作，避免因产品净值大幅波动或下跌导致客户产生不满情绪；另一方面，要提升投研水平，挖掘高收益资产，加强风险保障机制，防止产品净值大幅波动。”

吴丹认为，银行及其理财子公司应更注重优化产品管理策略，关注绿色金融、财富养老等板块，提升投顾服务能力，提高对期限短、收益稳定的债券产品投资比重，保障客户理财收益稳定。

随着近期债市回暖，普益标准分析认为，大部分理财产品收益逐渐回升。因此，投资者应理性看待产品净值受市场行情影响而发生的波动，理财市场仍然整体表现稳健，尤其需避免因“踩踏式赎回”而导致的真实利益受损。

在理财转型叠加市场波动频繁的大环境下，对于投资者而言，刘银平提示：“理财产品净值不会一直涨，也不会一直跌，整体来看是在震荡中上升，投资者要培养长期投资、价值投资的理念，选择适合自己的理财产品并理性看待产品的净值波动。”

吴丹表示：“购买理财产品时，投资者应正确看待理财收益短期走低态势，提高风险中性意识，明确自身的投资目的，合理配置高风险高收益产品与低风险低收益产品，让金融消费者更加客观直观了解理财收益。”

样化配置财富资产。”

值得一提的是，随着我国理财市场回归“代客理财”的资产管理本源，相关政策不断完善，机构运作不断规范，对投资者的合法权益保护进一步提升。

11月29日，中国银行业协会党委副书记、秘书长刘峰在“2022上海全球资产管理高峰论坛”上表示，中国银行业协会正研究制定理财产品信息披露指引，旨在完善并统一理财产品信息披露机制和标准，减少存在于理财产品发售者和消费者之间的信息不对称，增强金融产品和市场的透明度，使消费者更好地做出知情决策，促进金融消费者权益保护。

随着近期债市回暖，普益标准分析认为，大部分理财产品收益逐渐回升。因此，投资者应理性看待产品净值受市场行情影响而发生的波动，理财市场仍然整体表现稳健，尤其需避免因“踩踏式赎回”而导致的真实利益受损。

在理财转型叠加市场波动频繁的大环境下，对于投资者而言，刘银平提示：“理财产品净值不会一直涨，也不会一直跌，整体来看是在震荡中上升，投资者要培养长期投资、价值投资的理念，选择适合自己的理财产品并理性看待产品的净值波动。”

吴丹表示：“购买理财产品时，投资者应正确看待理财收益短期走低态势，提高风险中性意识，明确自身的投资目的，合理配置高风险高收益产品与低风险低收益产品，让金融消费者更加客观直观了解理财收益。”

路博迈公募牌照获批 全球资管大佬看多中国

本报记者 顾梦轩 夏欣 广州 报道

随着中国资本市场对外开放幅度的加大,更多外资机构进军中国,并带来了多元化的投资理念。

路博迈基金管理(中国)有限公司(以下简称“路博迈基金”)日前发布公告称,已获得中国证监会颁发的公募基金业务许可证。这是继贝

深耕中国市场

路博迈看好中国市场由来已久。路博迈基金表示,我们对中国市场一直有着坚定的信心。

莱德基金管理有限公司(以下简称“贝莱德基金”)之后,第二家正式展业的外商独资公募。除了贝莱德基金、路博迈基金之外,富达基金公募牌照也获批。

路博迈基金在接受《中国经营报》记者采访时表示,中国市场是路博迈集团非常重视的具有全球战略意义的市场,从中国的经

济总量、经济活力以及资本市场的募资能力各方面考虑,设立公募基金管理公司有助于我们依托八十余年的投资、基金公司运营、风控等各方面的经验,为中国的资管行业带来新的力量,为国内的投资者提供全球市场的金融服务产品,也能够满足国内众多基民差异化投资需求。

路博迈集团成立于1939年,作为国际老牌资产管理公司,其主要业务是为全球机构投资者、投资顾问与个人投资者管理股票、固定收益、量化投资与多元资产、私募股权、房地产及对冲基金投资组合。截至2022年3月31日,路博迈的资产管理规模为4470亿美元(约3万亿元人民币)。

回看路博迈集团的公募基金发展之路,可谓一路绿灯。中国证监会宣布自2020年4月1日起取消基金管理公司外资股比限制后,路博迈集团第一时间提交了公募基金管理公司设立资格审批申请,同年9月获得证监会受理。一年之后,路博迈集团获准筹建路博迈基金。今年11月25日,路博迈基金已获得中国证监会颁发的公募基金业务许可证。资料显示,路博迈基金由路博

迈集团全资控股。

路博迈基金有关人士在接受本报记者采访时表示,申请公募牌照是由于中国开放政策的鼓励。路博迈集团就是一家一二级市场都精耕细作的资产管理机构,我们的全球管理规模中有近三分之一来自一级市场。未来我们当然希望能够把集团这一特色在中国深耕、发展和壮大。

路博迈看好中国市场由来已

久。早在2008年,路博迈集团进入中国市场。2016年,路博迈投资管理(上海)有限公司(以下简称“路博迈投资管理”)作为WFOE(外商独资企业)在上海自贸区注册成立;2017年,该公司在中国基金业协会注册为私募基金管理人;2018年,路博迈投资管理获得上海市地方金融监督管理局批复的QDLP业务试点资格,设立专注于海外另类投资的子公司——路博迈海外投资基金

管理(上海)有限公司。

路博迈基金表示,我们对中国市场一直有着坚定的信心。对外资开放的政策我们都在第一时间积极响应,所以在WFOE阶段,已经设立了路博迈海外投资基金管理(上海)有限公司,“我们的QDLP业务自2019年发行第一只基金以来发展迅速,已经成功募集的六只基金,主要投资于集团有特色的私募股权类基金。”路博迈基金有关人士说。

外资加速布局

除贝莱德和路博迈,外资巨头纷纷加快布局中国公募基金市场,谋求外资公募基金牌照。

20年前,在改革开放的浪潮下,中国敲开WTO(世界贸易组织)的大门。加入世贸组织的20年,也是金融业蓬勃发展的20年。这期间,中国金融市场对外开放不断按下加速键:如取消QFII(合格境外机构投资者)和RQFII(指人民币合格境外机构投资者)投资额度限制,放宽证券、基金、期货公司的外资投资比例以及取消外资股比限制。

2002年,中国首家合资基金公司招商基金获批成立。在2017年之前的15年里,外资股东始终不能越过49%的持股红线。根据当时相关政策规定,“外资持股比例或者在外资参股的基金管理公司中拥有的权益比例,累计(包括直接持有和间接持有)不超过33%,在我国加入世贸组织后三年内,该比例不超过49%。”即在合资基金公司中,此前外资股东的持股比例上限为49%。

2020年4月1日起,中国在全

国范围内取消基金管理公司外资股比限制。从此,外资加快了在中国布局的步伐。2020年8月,证监会核准设立贝莱德基金。一年后,2021年6月11日,贝莱德基金获批展业,成为首家获批的外商独资公募,同年9月,贝莱德基金发行了公司第一只公募产品。

除贝莱德和路博迈,外资巨头纷纷加快布局中国公募基金市场,谋求外资公募基金牌照。2020年,路博迈、富达亚洲、范达集团、联博香港均先后提交公募基金牌照申请。2021年8月,富达基金获得核准设立批复,富达亚洲控股私人有限公司出资3000万美元持股100%。

记者注意到,股权转让也是外资设立独资公募的另一种方式。2022年11月18日,宏利金融旗下宏利投资管理从天津泰达国际手中收购了泰达宏利基金51%股权,成为泰达宏利基金的全资控股股东。泰达宏利基金也因此成为国内首家合

资转外资控股获批的公募基金。同时,根据证监会官网外资参股基金管理公司一览表,截至2020年9月,44家外资参股基金公司中,17家基金公司的外资持股比例达到49%及以上。

今年4月,证监会发布的《关于加快推进公募基金行业高质量发展的意见》中第四条提出,稳步推进高水平开放。支持对中国资本市场具有长期投资意愿的优质境外金融机构设立基金管理公司或扩大持股比例,鼓励行业积极借鉴境外先进资产管理经验和有益业务模式。

“这有利于提高行业的竞争水平,促使整个行业朝更多元化方向发展。”天相投顾基金评价中心有关人士指出。

上述人士认为,外资持股比例限制正式取消后,外资进入基金行业的组织形式变得更加灵活、自由,既可以在参股的合资公司中谋求控股地位,也可以设立自己独资

的基金公司。“外资公募的出现会对本土基金管理人形成部分替代效应,进而为国内基金行业带来‘鲇鱼效应’,促进本土基金管理人从业务结构、人才培养与激励、科技创新等方面进行改革、优化,以提高市场竞争力。外资的加入对资管行业的竞争格局将会产生深远影响,良性竞争将会提高市场效率。”该人士说。

“向外资开放是全球化的一种趋势所在,随着国内金融体系及汇率制度的逐渐完善强大,吸引外资来华投资是必然趋势。”格上财富金樟投资研究员蒋睿指出。

蒋睿分析,外资公募的投资体系及框架更加系统成熟,风控制度也更加完善,可以与本土基金公司形成“百花齐放,共同进步”的局面。“从资管行业来说,外资公募的出现给投资者提供了更多的投资选择,此外,其完善的风控体系也是国内公司需要去学习的,这有助于资管行业的完善与发展。”蒋睿说。

规避“水土不服”

路博迈希望借鉴海外成熟的投资和产品策略的经验,做出有特色的中国版。

海外资管巨头已将开拓中国资管市场作为战略性的事业。虽然头顶外资光环,但进军中国市场绝非易事,不同的市场环境,难免让来到中国的外资产生“水土不服”的不适。

以已经展业的贝莱德为例,目前,贝莱德基金已发行三只权益类基金和一只“固收+”基金,分别是贝莱德中国新视野混合基金、贝莱德港股通远景视野混合基金、贝莱德先进制造一年持有期混合基金和贝莱德浦悦丰利一年持有期混合基金。根据Wind数据,截至2022年12月1日,成立时间最长的贝莱德中国新视野混合基金A份额和C份额最近一年收益为-18.78%和-19.19%。

对于刚刚展业的路博迈基金,又该如何面对和解决这样的问题?路博迈基金表示,从行业来说,参与机构越多样,市场的开放性、融合性就会更好,投资者会因此而受益。从路博迈本身来说,我们既是一家八十余年历史的老牌华尔街机构,同时在中国的团队几乎都是具有丰富公募基金行业经验的,我们从一开始就尽量避免了“水土不服”这样的问题,在刚进入中国市场

成为外资私募基金管理人开始,我们就和国内渠道及机构投资者有着密切的沟通,当然我们需要学习的地方还有很多,未来我们希望借鉴海外成熟的投资和产品策略的经验,做出有特色的中国版,譬如ESG(环境、社会和公司治理)投资,这也将是我们的核心竞争力之一。

天相投顾基金评价中心上述人士指出,相较于国内基金行业的发展历史,海外成熟的资管公司具有几十年甚至上百年的资产管理经验。完善精细的投资风控体系、专业化的团队、开阔的投资视野等都是外资公募的优势。

该人士提及,由于本身具有庞大的海外资产管理规模,外资公募在中国的经营管理相较于本土公司,受规模和利润的影响较小,能够更加专注地坚持自己的发展路径。但是外资公募对于国内市场环境的熟悉程度远不如国内机构。为了避免“水土不服”的问题,应该加强对国内政策环境、市场规律、交易规则、投资者情况等内容的了解,将中国国情与海外资管经验有效融合。



中国市场业务是路博迈集团的战略之一,中国持续开放的金融市场、日益完善的国际化和法治化营商环境,都进一步增强了路博迈集团的信心。

薛佳妮 冯桔/摄影

平安基金神爱前:放弃短期利益博弈 规避投资“陷阱”

本报记者 易妍君 广州报道

提前考虑风险应对&做投资要纯粹

《中国经营报》:面对今年比较复杂的市场环境,你是如何应对的,是否调整了投资策略?

神爱前:今年的市场充满挑战,我们只能接受,无法回避。作为基金管理人,在投资的过程中,我们会根据市场环境分析风险因素,然后对这些风险因素做一些对冲的考虑。首先,在今年年初,我们就预判今年存在较大的疫情风险,所以加仓了与新冠肺炎疫情相关的医药,进而对冲了后续的疫情风险。其次,基于一季度经济表现作出了比较谨慎的判断,因此在后续的选股过程中,会注重规避业绩预测与经济变量相关度较高的板块,这类板块的不确定性较高。换句话说,今年我们在选择行

新能源、消费、科技创新存机会

《中国经营报》:对于市场接下来的表现,有何判断?你会重点配置哪些行业?

神爱前:对于整体市场环境,我比较乐观。今年影响市场的几大因素比较清晰,外部的乌克兰局势变化、地缘冲突,以及国内的疫情反复、房地产市场下行,对市场造成较大的困扰。但从明年看,外部大环境明显优于今年。首先,乌克兰局势将趋于缓和,冲击性减弱。其次,美国加息周期将在明年接近尾声,对市场影响较小。就内部而言,党的二十大之后的政策安排将逐步落地,针对经济发展的举措将更加积极,稳经济政策力度有望加大。同时,疫情防控也在优化。因此,明年的外部环境都利好

业时,更看重业绩的确定性。由于提早做好了风险对冲,提前考虑了风险应对,我们才能够在市场整体出现回撤的情况下,表现出一定的稳定性。

总体上,我的选股思路(框架)仍然是遵照两大原则,一是审视产业周期、业绩周期,二是在前者的基础上,去判断估值性价比,并做横向比较。

《中国经营报》:从中长期维度来看,你管理的平安策略先锋,持仓相对分散。在持仓相对分散的基础上,如何获取超额收益?

神爱前:我做行业配置时,会避免特别集中或是特别分散。我们通常会选定4~6个行业或方向,同时,持有的前十大重仓股在基金资产净值中的占比维持在40%左

右。需要说明的是,我们在选择行业时并不会为了分散而分散,还是有一定的偏好。在此基础上,判断正确的行业会给基金组合带来一定的“进攻性”。同时,在所选行业的内部选股时,也会精选出行业中表现最优的公司。

《中国经营报》:如何兼顾中长期业绩?

神爱前:我一直比较关心持有人的感受,我管理基金的唯一目标就是给持有人带来良好的超额回报。我也会时刻提醒自己,不要让外界的声音、情绪左右短期的判断和操作。客观地说,短期利益和长期利益会有冲突,往往在市场风险较高时,持有人是最崩溃的,但此时部分个股所蕴含的未来回报或许也是最高的,因此我还是会顶着

短期压力,去坚持做一些有利于中长期的选择。

今年的市场变幻莫测,作为基金管理者,无法做到每时每刻都领先市场或跟上市场,不可避免会出现一些阶段性落后。每当这种时刻,我也总是提醒自己,一定要淡化持有人短期的诉求,比如最近一两周涨得好或者不好。还是要立足中长期业绩估值比较的框架去做投资,才能保证基金中长期的收益水平。如果跟着市场风格左摇右摆,往往无法实现良好的业绩。

《中国经营报》:除此之外,今年还有哪些投资心得?

神爱前:我今年最大的感悟是做投资一定要纯粹。经历了今年的市场波动和市场扰动,反而会更

加提醒自己:投资要纯粹。今年的陷阱太多了,从一季度的稳增长投资,到后来的市场倾向价值风格领先,再到6、7月份抄底医药和消费,而后地产又表现活跃,市场出现一波又一波的“机会”。

每当出现这种短期机会的时候,基金净值也面临短期压力,投资者、机构都希望你能跟上市场。但我们选择回到原本的投资体系,冷静地分析这些“机会”是否符合我们的选股标准,即处于产业上升周期和业绩上升周期,且估值还未明显扩张。如果不符,就会选择性回避。经历了今年反反复复的过程,我对自己的体系也更有信心了。正所谓有得必有失,你需要放弃一些短期利益博弈,才能保护中长期的收益。

理水平。

《中国经营报》:具体谈谈消费板块未来的行情。

神爱前:我们判断,疫情好转之后,消费行业将普遍得到修复,而修复行情之后的趋势性行情将呈现分化。

我比较看好免税、啤酒、餐饮、医美等细分行业,待疫情结束之后,这些行业仍具备较好的成长空间。之所以看好啤酒而不是白酒板块,则出于以下三个原因:一是啤酒的保质期比较短,不容易长时间储存,所以导致在这几年消费不好的情况下,其库存比较少,而白酒企业剩余的库存比较多。二是啤酒仍然处在高端化的过程当中,啤酒的提价还在进行中,但这几年白酒价格上涨

周期已告一段落,其价格弹性逐渐消失。三是啤酒和餐饮场景的相关性特别高,疫情结束之后,餐饮场景的恢复会比较快。

《中国经营报》:如何看待军工、半导体板块未来的机会?

神爱前:从两三年的维度来看,军工板块还是一个不错的选项。首先,需求比较确定,与经济表现的相关性又比较小,因此在做盈利预测时,不需要考虑过于复杂的经济变化;其次,近几年,国际关系错综复杂,我国政府对国家安全、军事安全的考虑也在上升,为行业基本面提供了支持;最后,在行业增长的基础上,有独特增长模式的企业更具吸引力。具体可关注三个领域:一是军工产业链补短

板的环节,军工100%国产化是大势所趋,军工半导体、高精尖材料,面临国产化加速的趋势;二是现代化作战方向带来了结构性增量,像信息雷达、无人机等;三是偏耗材环节。

在半导体领域,与经济增长相关的半导体公司机会更大。今年除了一些国产替代设备之外,其他半导体公司跌得比较多,这个板块具备经济后周期的属性:在经济表现差的时候,容易遭遇“戴维斯双杀”(股价暴跌)。如果明年经济企稳复苏(大概率可能出现在明年下半年),半导体行业则面临更好的业绩弹性和估值弹性,所以需要适当在“左侧”进行一些布局,比如,可以主要集中在一些比较优秀的半导体设计公司。

长尾客群需求显现 银行布局普惠财富

本报记者 秦玉芳 广州报道

今年以来多家银行面向县域市场、普惠小微客群等财富管理细分市场进行业务布局，不仅国

有大行、全国性股份制银行动作频频，地方中小银行步伐也明显加快。整体来看，中小银行越来越重视对大众财富客群的财富管理业务拓展。

积极布局县域等普惠客群市场

银行针对县域乡村客群的资管产品迅速增加，2021年以来有53只乡村振兴惠农或县域主题的理财产品上线发售。

邮储银行全资控股子公司中邮邮惠万家银行今年6月宣布正式开业，将聚焦“三农”、小微等普惠客群，积极推动场景生态协同建设与线上线下渠道融合，重点构建场景金融、普惠信贷、大众财富和数字乡村四大业务平台。

农业银行此前推出农行掌银乡村版，紧扣县域乡村用户的日常需求，重新组织产品和功能，量身定制了惠农专属的理财等金融产品和服务。

融360数字科技研究院分析师刘银平指出，近年来，商业银行普遍重视普惠财富管理业务，尤其是大中型银行已经付诸行动，降低金融产品门槛，吸引更多长尾客户，丰富金融产品体系，加强风险管理及投资者教育，为客户提供专业、精准的财富管理服务。

易观智慧院高级分析师陈晨接受《中国经营报》记者采访时表示，共同富裕的背景下，财富管理开始变得大众化和普惠化，目前有多家国有银行、股份制银行和一些比较领先的区域银行都在积极布局，包括建行、邮储、光大、北京银行等，产品体系上以银行理财和公募基金为主，其中比较热门的是养老理财产品。另外在客户经营上，银行相比其他类型的金融机构，客群的覆盖面也更广泛。

聚焦普惠客群的财富管理产

品渐趋丰富。中银理财董事长刘东海近日在活动中公开表示，理财产品的研发应聚焦几个重点领域，其中之一便是普惠理财产品，做好普惠主题产品设计和布局优化，满足更广大客户特别是县域人群、新市民的财富保值增值需求。

各家银行针对县域乡村客群的资管产品也在迅速增加。据Wind数据显示，2021年以来有53只乡村振兴惠农或县域主题的理财产品上线发售，其中2022年1月至今就有44只。

值得注意的是，中小银行在大众财富客群领域的业务步伐也在加快。

微众银行11月30日正式宣布推出“微众银行财富+”品牌。微众银行行长李南青表示，大力发展战略管理业务，加大普惠理财产品和服务供给，帮助普罗大众增加财产性收入，是金融机构应尽之责，也是普惠金融高质量发展的必由之路。“微众银行全新打造并推出‘财富+’品牌，致力于支持更广泛群体实现财富保值增值，从而为扎实推进高质量发展提供有力抓手。”

浙江银保监局在《关于省政协十二届五次会议第423号提案的答复》中明确表示，浙江农商联合银行系统多年来深耕县域、农村，积累了庞大和扎实的客户资源优势，设立理财子公司，通过与

银行业人士分析认为，随着大众财富客群的财富管理需求释放，普惠型财富管理业务已成银行破局发展重点；不过与大型银行相比，中小银行财富管理业务仍面临多方面

调整，如何将专业的财富管理服务渗透到大众财富客群，尤其是长尾客群，是巨大的挑战；中小银行正在通过数字化能力的升级积极探索普惠型财富管理的新路径。

2022年 乡村振兴惠农或县域主题 理财产品发行统计



数据来源：Wind 及中国理财官网

在高净值客户数量和AUM上具备规模优势，但是中小银行同样具备发展财富管理业务的差异化优势。中小银行长期扎根县域，与本地客户联系更为紧密，因此积累了大量大型银行无法重点兼顾的富裕和大众客群，这为中小银行发展财富管理业务提供了空间。

国信证券经济研究所银行团队研究认为，通过对42家上市商业银行的年报数据进行梳理发现，大型商业银行及股份制银行

依托金融科技赋能和数字增效，大大改善了金融服务生态效率，降低了财富管理业务门槛和交易成本。

扎根县域市场发力普惠财富管理业务布局的同时，中小银行也在面临多方面的痛点和挑战。

刘银平表示，中小地方银行业务一般局限于区域内，人力资源、资产配置、客户服务水平都比较弱，而且有些中小地方银行没有实力成立理财子公司，自营理财方面受到较大限制，当地客户的财富管理理念也比较弱。

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认为，普惠型财富管理对产品安全性、流动性和销售适当性要求更高，这对中小银行产品体系建设来说也是一大挑战。

此外，针对大众财富客群精准度深耕能力不足。刘银平表示，过去财富管理主要针对高净值人群，而普惠财富管理的对象则延伸至

更多普通投资者，对银行来说，这部分客群的人均资金量较低，理财水平和风险意识也不高，投资者教育更加困难；虽然利用数字科技可以对客户进行画像，但是精准度欠缺，针对大众的服务水平远不及高净值人群。

“加强金融科技对财富管理的赋能作用，通过数字技术提高客户触达能力，降低获客和运营成本，提高服务的可得性和便捷性。”陈晨表示。

麦肯锡在《2022中小银行发展报告》中也表示，虽然大部分中小银行已将发展财富管理与交易银行等中收业务提升到全行战略层面，但与大行相比，中小银行财富管理业务在人才团队、资源配置、科技及数据能力等方面均存在挑战，相关业务也尚在学习与经验

累积阶段，无法规模化，能否借助科技和数据打造新型财富管理业务，将成为领先与落后中小银行的关键差异点。

微众银行行长助理方震宇告诉记者，依托金融科技赋能和数字增效，大大改善了金融服务生态效率，降低了财富管理业务门槛和交易成本，可以将财富管理等综合化金融服务覆盖到更多、更广泛的客群，甚至包括偏远地区、特殊人群等，都能享受更好的财富管理金融服务。

刘银平也强调，中小银行不应过分依赖客户经理，而是应当加强数字科技技术，广泛收集客户数据，提供精准的个性化产品及服务；区域性银行在当地网点较多，可以将金融服务深入社区，深层次了解客户需求，并满足客户的财富管理需求。

在陈晨看来，中小银行应聚焦“普惠”的包容性理念，以自身禀赋为导向，发挥中小银行在服务下沉客群上的经验，提供专业、贴心的服务，体现深耕本地客户，小而美的优势；下阶段，银行将会更加注重客户运营的精细化，开发符合普惠客群需求的产品将形成关键优势。

渣打银行发布的《2022可持续投资及个人金融调研》(以下简称“《报告》”)显示，到2030年，预计约8.2万亿美元的个人资金将用于可持续投资，为包括亚洲、非洲及中东地区在内的10个成长型

市场的ESG目标提供支持。其中，中国内地市场预计可调动5.65万亿美元，位居10个成长型市场之首。

不过，对于个人投资者而言，可持续投资仍处在关键攻坚期，仍

宋佐军在撰文中表示，在数字经济背景下，如何把银行的数字化转型做好，如何把财富管理领域线上线下结合好，是一个大课题，需要持续努力探索。

华宝证券分析指出，在大财富时代，监管层面实施“严监管+政策暖风”并行，给金融机构提供更多创新业务机会；在挑战与机遇并存的时代，促使券商资管在内的各类资管机构提升专业化管理，补齐业务短板，不断创新和突破。

在陈晨看来，中小银行应聚焦“普惠”的包容性理念，以自身禀赋为导向，发挥中小银行在服务下沉客群上的经验，提供专业、贴心的服务，体现深耕本地客户，小而美的优势；下阶段，银行将会更加注重客户运营的精细化，开发符合普惠客群需求的产品将形成关键优势。

市场的ESG目标提供支持。其中，中国内地市场预计可调动5.65万亿美元，位居10个成长型市场之首。

不过，对于个人投资者而言，可持续投资仍处在关键攻坚期，仍

要注意到相比传统投资产品，可持续投资还存在一些挑战。《报告》显示，近5成受访者称“准入性”、“可理解性”是影响其可持续投资的首要障碍，反映出市场须进一步降低相关投资门槛、丰富投资渠道，并提升相关信息披露的完整性和有效性。

安永大中华区金融服务可持续发展服务合伙人、ESG管理办公室主任李菁撰文指出：“量化数据匮乏、披露标准不一致等难题，对于投资人来说都是ESG投资面临的挑战。投资人对投资标的的ESG表现评价，需要切实的量化数据支撑，例如考量企业的治理架构、董事会成员组成、员工福利和

激励措施、管理供应链环境和社会风险的能力等。”

其中，投资者对“漂绿”的担忧是当前可持续投资普遍存在的难题。渣打中国财富管理部董事总经理梁伟指出：“可持续投资处在关键攻坚期，亟须解决受访者反馈的各类障碍。我们发现，更高的透明度将有助于缓解投资者对‘漂绿’的担忧、对风险回报的误解；相应地，更健全的信息披露则有助于投资者进一步作出数据驱动的决策。我们相信，随着可持续投资的进一步普及，更多投资者可以匹配适合其可持续投资目标的相关产品。”

下转 B5

财富管理机构蜂拥进入ESG投资赛道

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

近年来，ESG(环境、社会和公司治理)理念在全球范围内普及，个人资金也在加速进场。

投资者关注产品透明度

在“双碳”目标的背景下，资本市场对ESG投资的关注升温。《报告》指出，2020至2030年间，中国内地市场个人净财富的复合年增长率预计约7.9%。由于庞大的市场规模、持续增长的居民财富以及投资者的广泛兴趣，中国内地可调动的个人可持续投资潜力遥遥领先，并将对促进整个亚洲的可持续投资进程发挥重要影响力。

《中国经营报》记者注意到，银行、基金公司纷纷推出ESG主题产品；以保险资金为代表的中长期资金也开始关注ESG投资理念。

国投瑞银总经理王彦杰在公开论坛上表示，很多投资人和金融机构对ESG的认识还停留在价

值主张和政策导向上，并没有将其与投资收益连接起来。实际上，ESG策略可以起到实现显著超额回报并帮助投资人规避风险的作用，ESG投资策略是将投资者期望的财务目标与ESG架构相结合，给投资者带来更好收益的投资方法。

渣打银行指出，与传统银行产品不同，可持续银行产品将成本效益与社会责任或环境可持续性相结合，为个人参与可持续发展提供了更多选择。这些产品的广泛应用，如可持续存款、可持续信用卡和绿色抵押贷款等，将有助于使个人与金融系统的全程互动更可持续化。

不过，也要注意到相比传统投资产品，可持续投资还存在一些挑战。《报告》显示，近5成受访者称“准入性”、“可理解性”是影响其可持续投资的首要障碍，反映出市场须进一步降低相关投资门槛、丰富投资渠道，并提升相关信息披露的完整性和有效性。

安永大中华区金融服务可持续发展服务合伙人、ESG管理办公室主任李菁撰文指出：“量化数据匮乏、披露标准不一致等难题，对于投资人来说都是ESG投资面临的挑战。投资人对投资标的的ESG表现评价，需要切实的量化数据支撑，例如考量企业的治理架构、董事会成员组成、员工福利和

“专精特新”集聚北交所 理财公司研发主题产品

本报记者 张漫游 北京报道

近日，北京证券交易所迎来成立一周年。作为“专精特新”企业的聚集地，一年来我国“专精特新”企业不断迸发出新的活力。

党的二十大报告指出“支持专精特新企业发展”。今年10月，国家知识产权局、工业和信息化部联合印发《关于知识产权助力专精特新中小企业创新发展的若干措施》，及时对“专精特新”中小企业相关知识产权工作举措升级优化，

为“专精特新”中小企业办实事、解难题。为支持“专精特新”企业发展，金融机构正通过多个途径助力科创企业发展，其中理财公司加紧了对“专精特新”理财产品的研发。

不过，业内人士认为，目前理财公司对“专精特新”领域的研究不够深入，产品研发及风险管理能力欠缺。根据创新型中小企业的特点，理财公司需要进一步加强对“专精特新”企业的基本面、资产特性等多方面的投资研究以规避风险。

“专精特新”理财产品潜在回报率高

开源证券北京证券交易所研究中心诸海滨团队认为，北京证券交易所作为“专精特新”“小巨人”企业的主阵地与聚集地，在中小企业融资政策等方面具有先天优势，可以享受到大批“专精特新”企业资本化过程中的发展红利。

挖贝研究院数据显示，今年6月份以来，北京证券交易所新上市公司为企业39家，其中46%为国家级“专精特新”企业。与此同时，金融机构对于“专精特新”企业的支持力度也在不断提升。Wind数据显示，仅11月，便有29家上市公司吸引了41家机构对其进行调研，其中多家被调研企业为国家级“专精特新”企业。

“专精特新”主题理财产品应运而生。截至12月1日，市场上共有27只“专精特新”主题产品存续。参与发行的机构有中银理财、招银理财、交银理财、工银理财，其中，中银理财发行的产品有24只。

东方基金经理陈皓认为，在全球部分制造业产业链体系趋于重构、我国一些关键产业补链强链需求迫切的背景下，部分可担当细分领域研发创新的重要力量、有望成长为“配套专家”的“小巨人”企业或将面临较好的机遇。

交银理财相关负责人分析称，随着“专精特新”产业政策落地以及北京证券交易所鸣锣开市，更多处于成长初期的“专精特新”企业获得融资扩张和发展，预计更多“专精特新”公司在技术创新或盈利方面陆续取得突破，这也必然会催化二级市场主题行情的表现。

提升机构投研实力+丰富投资策略

展望后市，陈皓认为，经济回暖是大概率趋势，短期来看，国内经济复苏的预期形成和兑现是市场的主要着力点，从中期及更长的维度看，随着我国经济从高速增长阶段转向高质量发展阶段，科技创新更有望成为主要的经济增长驱动力，代表硬科技的高精尖技术、制造等领域或将成为重点发力的方向。

不过，王高鹏认为，目前理财公司对“专精特新”领域的研究还不够深入，产品研发及风险管理能力欠缺。“根据创新型中小企业的特点，理财公司需要进一步加强对‘专精特新’企业的基本面、资产特性等多方面的投资研究以规避风险。”

“‘专精特新’企业虽发展潜力大，但同时也伴随着相对较高的风险，部分配置了相关资产的理财产品在震荡市场中可能会发生破净情况。”普益标准研究员王丽婷建议，理财公司可从两方面避免该类产品的破净，一是提升机构投研实力，挖掘稳定性相对较强的“专精特新”企业投资机会，进行分散投资；二是丰富投资策略，采用类CPPI策略、资产内部策略轮动等多种策略，结合市场情况动态调整权益资产仓位，在震荡行情中适当增加国债、高评级信用债等固收类资产的配置，以合理控制理财产品整体风险。

“‘专精特新’产品的风险主要体现在市场波动风险和企业经营波动风险。中银理财一方面在资产配置层面灵活配置债券、非标准化债权等固定收益类资产，

通过股指期货对冲等方式降低波动风险；另一方面在股票投资上既注意通过分散投资避免个股极端风险，也注重发掘重点股票的超额收益，使得客户在风险相对可控的情况下分享‘专精特新’企业的成长红利。”中银理财方面表示。

王高鹏建议，理财公司需要进一步加强投研团队建设，完善投研体系，细分投资领域，深入挖掘“专精特新”领域的投资价值；同时，理财公司应借鉴其他经验丰富的金融机构风控体系建设，取长补短，完善风控措施，加强风险管理能力，稳定投资者信心；加强与优秀券商、公募基金管理机构、信托等资管机构的合作，提升自身的投研能力。

另外，王丽婷提示道，目前已发行的“专精特新”理财产品多为混合类和权益类产品，风险等级均在三级及以上，普通投资者在购买前需明确风险承受能力并仔细阅读产品说明书，充分了解产品特性，选择与自身风险偏好相匹配的该类产品进行投资；另外，该类产品多为封闭式产品，部分产品为全开放式产品，投资者可结合自身流动性偏好和市场行情等综合因素，选择合适的理财产品。“受市场波动影响，部分配置了相对较高权益资产的‘专精特新’理财产品净值波动性也会相对较大，该类产品净值走高或走低时，投资者应坚持价值投资，结合底层资产配置和市场情况进行投资机会判断，避免在波动行情中盲目操作致损。”

省联社改革一省一策:农商联合银行模式获青睐

本报记者 郭建杭 北京报道

省联社改革持续推进,农商联合银行第二单即将落地。

根据《河南日报》消息,“河南农信社改革方案获银保监会批复通过,将通过组建河南农商联合银行的模式,理顺股权结构,完善公司治理,推进系统重塑。”

已组建10家市级农商行

河南农商联合银行的改革方案一直在有条不紊地推进。此前,设立审计中心、化解存量风险、成立地市级农商行都是在为农商联合银行的成立做准备。

公开数据显示,截至2022年3月,河南省联社总资产2.2万亿元,存款余额和贷款余额分别为1.9万亿元和1.1万亿元,市场份额分别为21.8%和16%。根据全国农信系统此前发布的资产规模数据来看,河南省联社的资产规模处于中等偏上水平。在此次河南农商联合银行的改革方案落地后,河南农商联合银行将成为国内第二家农商联合银行。此前,浙江农商联合银行在2022年4月成立,下辖82家县域(市、区)行社,其中包括81家县域农商行以及一家农信社。

记者注意到,目前河南省内已经成立10家省辖市农商银行。

上述农商行从业人士告诉记者,河南农商联合银行的改革方案一直在有条不紊地推进。此前,设立审计中心、化解存量风险、成立地市级农商行都是在为农商联合银行的成立做准备。

对于农商联合银行模式,该农商行从业人士表示,联合银行模式是一种自下而上参股、基层农信机构(包括农商行和农信社等)共同出资组建具备完善法人治理结构

的省级合作银行。因此,辖区内农商行数量少,发展水平相对均衡,更有利于组建农商联合银行。

但此前业内争议较大的一点在于,如果辖区内农商行发展水平不均衡,容易出现成立农商联合银行后,其经营决策由大型农商行把持,而小型农商行的利益无法保证的情况,改革为联合银行后需要考虑如何保证中小农商行的发展。

对于联合银行模式,上海金融与发展实验室主任曾刚此前曾表示,省联社改制为联合银行,省联社由“合作金融机构”转变为商业性金融机构,组建“三会一层”的架构,内部治理能力有所提升,“官办”色彩弱化。

但若按照公司法人治理模式,谁出资额高、持股比例大就该由谁管理,自身实力较弱的基层农信机构是否愿意接受自身实力强的农信机构的管理。倘若管理者由政府指派,则又回到现有模式,省联社与基层农信机构的关系基本未变,仍然存在权责关系模糊、失配等问题。

记者从知情人士处了解到,河南省农信系统早在2017年就已经

《中国经营报》记者了解到,早在2017年,河南省就已启动省联社改革动作。时任全国人大代表、中国人民银行郑州中心支行行长徐诺金在2018年3月接受媒体采访时就曾提到,“河南省正在探索通过联合农商银行的模式,使河南全省的农商银行既可以联合成一个体系,形

成合力,保持整个服务体系的完善,各个农商银行也可以作为独立法人保持自主经营、自主决策。”

某农商行从业人士告诉记者,随着对高风险农村中小银行的处置进入收尾阶段,省联社改革再次提速。“实际上,化解风险的需求是今年省联社改革加速的重要动力。”



省联社改制为联合银行,省联社由“合作金融机构”转变为商业性金融机构,组建“三会一层”的架构,内部治理能力有所提升。
中新社/图

部署动作,撤销省农信联社分布省内的地市级办事处,同时设立审计中心,对审计中心管辖范围内的地方农商行巡回审计。

今年下半年,河南省内成立地市级农商行进程加快。截至2022年9月,在三门峡农商银行挂牌成立后,河南省农信系统搭建起了包括郑州、洛阳、濮阳、许昌、周口、驻马店、济源、平顶山、鹰城、新乡和三门峡在内的10家省辖市农商银行的架构。

虽然河南省农信系统目前未公布成立联合银行后的具体经营方案,但可以参考浙江农商联合银行的相关做法及进展。

据了解,浙江农商联合银行定

位为非存款类金融机构,不具备吸收存款和发放贷款的商业银行职能,同时也没有代销业务资质和托管资质,但可申请相关业务资质和牌照,增强辖内农商行的服务内容和能力,且目前已见进展。

日前,浙江银保监局在答复浙江省政协十二届五次会议第423号《关于帮助中小银行建立财富管理体系,助力共同富裕的建议》的提案时指出,将积极向上争取浙江农商联合银行投资设立理财子公司,指导浙江农商联合银行做好制度研究、框架体系、业务规划、人员储备、系统建设等相关准备工作。这意味着,未来由省联社改革后机构设立理财子公司的愿景有望实现。

地市级农商行组建加速

联合银行模式是目前省联社改革选择较多的模式,组建市级农商行为下一步改革做准备的可能性较大。

2022年,组建市级农商行成为农信系统热点话题。今年以来,农信机构组建市级农商行的步伐明显加速,多地开始组建市级农商行的动作。

11月24日,中国银保监会网站发布关于四川省巴中市、乐山市组建统一法人农商行吸收合并工作的批复,同意巴中农商银行吸收合并南江县农村信用合作联社等3家机构,同意乐山农商银行吸收合并四川犍为农商银行等7家机构。

值得注意的是,巴中农商银行和乐山农商银行在2022年下半年就提出了组建市级统一法人农商行的计划。

9月2日,云南银保监局批复同意怒江农商银行及迪庆农商银行2家地市(州)级农商银行的筹建工作。

此外,自2021年开始,也有多个省份将多家农信社合并重组为市级农商行。如2021年7月,哈尔滨市呼兰区、阿城区、双城区三区联社合并组建了哈尔滨联合农商银行;同年8月开业的四川绵阳农商行,是在原涪城农信联社、游仙农信联社、安州农商银行的基础上合并组建,成为四川全省农信系统规模最大的农商行。

各地积极组建市级农商行是否是在为下一步省联社改革为农商联合银行做准备?在记者采访中,多位专家都指出,联合银行模式是目前省联社改革选

择较多的模式,组建市级农商行为下一步改革做准备的可能性较大,但也要看各省的具体情况。

比较明确的一点在于,组建市级农商行都是农信系统深化改革、化解风险、应对市场竞争的一种方式,有利于进一步提升服务地方实体经济和“三农”能力。

值得注意的是,省联社的另一重要改革目标是,如何化解存量风险,严控增量风险的出现。

2022年中央一号文件明确规定,要“加快农村信用社改革,完善省(自治区)农村信用社联合社治理机制,稳妥化解风险”。其中,“完善治理机制”和“稳妥化解风险”是“加快”农信社改革的两个“核心”驱动力。

实际上,农信社长期存在“历史包袱”:产权不明晰、法人治理结构不完善、内控制度不健全、资产质量差、潜在风险大。

对于未来农信社改革的趋势及建议,光大银行金融市场部分析师周茂华指出,从以往案例及金融机构高质量发展看,农信社改革朝着现代股份制银行方向发展。推进农信社市场化法治化改革,有助于理顺股权结构,完善内部治理,从根本上化解风险,提升经营效率,推动农信社健康可持续发展,预计后续各省会按照“一省一策”的原则推进省联社改革工作。

多元化融资降成本 消费金融公司稳健展业

本报记者 刘颖 张荣旺 北京报道

今年以来,国内持牌消费金融公司融资热情高涨。

近日,杭银消费金融股份有限公司(以下简称“杭银消费金融”)成功发行10亿元个人消费贷款资产支持证券;平安消费金融有限公司(以下简称“平安消费金融”)正式获批进入全国银行间同业拆借市场;重庆蚂蚁消费金融有限公司(以下简称“金美信消费金融”)首次

公开发行ABS,发行金额5亿元。

除上述两家消费金融公司外,近一个月多家消费金融公司有了融资进展。具体来看,河南中原消费金融股份有限公司(以下简称“中原消费金融”)获批注册50亿元资产支持证券;平安消费金融有限公司(以下简称“平安消费金融”)正式获批进入全国银行间同业拆借市场;重庆蚂蚁消费金融有限公司(以下简称“金美信消费金融”)首次

融资方式多元化

从年初截至目前,马上消费金融股份有限公司(以下简称“马上消费”)、重庆小米消费金融有限公司(以下简称“小米消费金融”)等十余家消费金融机构已经通过ABS、银团贷款、股东增资等方式融资超百亿元。

万得数据显示,今年以来,已有7家消费金融公司发行11期消费信贷ABS,发行规模接近130亿元。其中,马上消费今年一共发行了4期ABS,融资共计超过50亿元,发行期数占行业ABS发行总额的近40%,成为发行ABS数量最多、融资金额最大的消费金融公司。

值得注意的是,马上消费在今年9月、10月连续发行两期ABS,属于全国首家连续两个月发行银行

间ABS的消费金融公司。马上消费高级总监安峰表示,发行银行间ABS,一般要经过项目启动、资产筛选包、尽调评级、发行材料准备、投资机构路演审批、簿记发行等多个步骤。此次为实现连续两月发行银行间ABS,马上消费的专业团队协同内部多个部门积极筹备和优化发行准备工作,同时投资机构方面也新增各类金融机构为投资者,投资主体进一步多元化。

据安峰介绍,马上消费ABS的投资机构类型越来越广泛和多元化,已经从国内银行逐步扩容到外资银行、保险机构、券商、基金及其他类型金融机构等。

此外,金美信消费金融首次公开发行ABS,发行金额5亿元。对

称“蚂蚁消费金融”)已完成增资方案的调整,若增资扩股完成,蚂蚁消费金融的注册资本将由80亿元增加至人民币185亿元。其余各家消费金融公司也在今年通过银团贷款、ABS、股东增资等方式补血。

对于消费金融公司积极的融资,冰鉴科技研究院高级研究员王诗强对《中国经营报》记者表示,一方面,消费金融公司自有资金有

限,需要通过外部融资支持业务发展。另一方面,消费金融公司也希望通过发行ABS、股东增资、发行金融债等方式实现资金多元化,降低融资成本。由于其资金主要来自于银行借款,而银行借款一般期限较短,因此,消费金融公司希望通过ABS、联合贷等方式实现贷款期限与资产期限匹配,从而降低期限错配、流动性管理风险。

李菁也表示,如果没有强制披露要求,就容易滋生某些项目或企业的“漂绿”行为,推动投资人强化ESG投资相关的信息披露将有助于减少“漂绿”行为,在这一点上,香港地区的最新政策值得关注和借鉴。2021年香港证监会发布通函,提供更多有关增加ESG基金披露的指引,增加适用于气候相关投资基金的指引,同时发布适用于基金管理公司的有关气候风险管理的新规定。

李菁称,ESG投资能带来利

亟待建设行业ESG标准

与此同时,2022年以来,监管层面不断出台政策支持各类金融机构完善落实ESG理念:4月,证监会在《上市公司投资者关系管理工作指引》中明确将上市公司的ESG信息纳入投资者关系的重要沟通内容;6月,银保监会印发《银行业保险业绿色金融指引》,推动银行和保险机构加快推进对ESG评价体系的应用;7月,深圳证券交易所发布ESG评价方法和ESG指数。

植信投资首席经济学家兼研究院院长连平指出,对于财富管理行业,ESG发展突破口可从以下四方面着手:一是打造健康的市场环境;二是充分承担投资者教育、财富向善的社会责任,一方面是做好高质量的投资者教育工作,向客户传递资产配置知识和长期投资、价值投资的理念,引导社会财富服务实体经济,另一方面,

积极利用平台优势,带动更多社会财富投身于社会慈善事业;三是持续提升公司治理水平,拥有完备公司治理体系的行业头部机构应积极引导行业内部机构不断完善公司治理,引领独立第三方财富管理行业走向更健康的可持续发展之路;四是推动建立行业ESG标准体

系,中国财富管理行业,特别是第三方财富管理行业,亟待建立适合自己的ESG标准和评价体系,打造一套可执行、可追溯的行业ESG征信标准,不断提升行业独立、客观、公正的核心竞争力。

就行业标准而言,李菁指出,目前,我国A股市场监管尚未出台强制的ESG披露框架。统计数据显示,截至2021年末,25.18%的A股上市公司(不含北交所)披露ESG报告(CSR报告或可持续发展报告)。A股市场近三年来一直维持在四分之一的披露比重,急需更多上市公司发布ESG报告。针对已发布的ESG报告分析显示,不少数据在指标定义、统计口径、可靠性方面都面临较大的改进空间。

具体从投资影响来看,王彦杰分析,虽然目前交易所对所有上市公司都有ESG相关的披露要求,但大部分上市公司都仅仅是以达标为目的,以最低标准去做这件事,并没有切实践行ESG投资策略,这使得投资管理难以获得真实信息,在这样的前提下,势必需要市场投入更多的资源和能力,或者通过搭建三方评级机构的方式使ESG相关信息更加公开透明。

践行合规、稳步扩张

业内人士的共识在于,在资产利率下行和成本上升压力下,消费金融公司利润增速下降,资本内源积累放缓,因此,拓宽融资渠道是降低成本的重要途径。

易观分析金融行业高级分析师苏筱芮认为,持牌消费金融公司密集融资是其不断增强自身实力、实现稳步扩张的一个缩影,体现出消金公司积极践行合规,也反映出消金行业整体持续向好的态势:一方面能够提升抵御风险的能力,对于强化其品牌亦有加成作用,夯实资本;另一方面还能在展业、规模空间等方面得到进一步提升。

一位业内专家补充道,多渠道降低融资成本也是消费金融公司

坚守普惠功能定位,特别是践行“惠”的必要条件。

王诗强指出,消费金融公司的贷款利率已经从36%下降到24%以内,但是资金来源成本较高导致其息差收入大幅度下降。加之银行纷纷转型零售,加大消费金融业务投入,因此大量优质客户回流银行,进一步抬高消费金融公司获客成本。因此,低成本“补血”通道成为消费金融公司突围的重要手段。

上述专家建议,监管部门进一步推动消费金融公司多渠道补充资本。如允许其参照商业银行发行永续债,并将消费金融公司永续债列入央行票据互换可接受债券

种类,通过提高二级市场流动性,增强一级市场认购持有意愿;在风险可控前提下,推动取消保险公司等中长期机构投资者投资消费金融公司资本补充债券的限制,扩大投资主体范围;此外,提升审批效率,推动以二级资本债补充消费金融公司资本的政策尽快落地。

值得注意的是,此前广东银保监局批复同意中邮消费金融公司发行不超过18亿元人民币的二级资本债券,并按照有关规定计入公司二级资本。招联消费金融公司发行不超过22亿元二级资本债券获得深圳银保监局批准。不过截至目前,上述二级资本债券尚未落地。

王诗强表示,目前,国内银行业金融机构发行二级资本债要求较为严格,不仅需要地方银保监局同意,还需要中国人民银行审批通过,才可以发行。

此外,11月14日,多名股东发布公告称,蚂蚁消费金融已完成增资扩股完成,蚂蚁消费金融的注册资本将由80亿元增加至人民币185亿元。蚂蚁消费金融的股东将变为12家,其中蚂蚁集团仍持股50%,仍然为第一大股东。

王诗强认为,一旦蚂蚁消费金融增资成功,预计明年持牌消费金融公司总资产、信贷余额、放贷规模等会有较大幅度提升。

存量市场5.6万亿元 多只产品年化收益超10%

高收益债市引关注

本报记者 陈嘉玲 北京报道

11月中旬以来，债券市场出现了较为剧烈的调整，相关指数及大部分债券型资管产品乃至银行理财产品出现了不同程度的回撤。

但亦有例外。11月29日，云南信托披露了三只主动管理债券产品的收益率，其中两只纯债产品的年化收益率分别为5.08%和5.55%，高收益债产品的绝对收益率为7.40%。

《中国经营报》记者11月30日

从私募排排网查询获悉，目前共有1390只债券策略的信托产品，其中48只产品的年化收益率超过10%。“这些产品的底层资产多数包含了可转债、高收益债等。”一位受访信托人士表示。

实际上，在利率中枢整体下行的大趋势下，伴随着房地产行业调整和城投资质分化等因素，我国高收益债市场供给扩容并受到越来越多投资者的关注，成为信托资金的投资标的。

高净值群体偏好

高净值个人、私募基金高净值个人风险偏好较高，较能接受兼具股债属性的高收益债。

在利率中枢整体下行的大趋势下，国内高收益债市场受到越来越多的关注，我国高收益债市场规模亦处于扩容阶段。

相关研究数据显示，以票面利率不低于6%的信用债和中债估值收益率不低于近似期限AA+级中短期票据的存量信用债为标准，截至2022年9月末，存量高收益债共有9439只，规模约为5.6万亿元，约占信用债存量的十分之一。其中，产业债占比达约三分之一，存量约为1.85万亿元，具备较大的市场容量。

持续扩容的市场迎来了一些新的“掘金者”。一位从事高收益债投资的私募机构人士回道：“大概是从2020年底开始，高收益债市场似乎突然间火了。做投行的、做产品的、做销售的，身边一

些朋友开始有意无意地打听和了解这个市场，市场陆续进来一些新的面孔、新的资金方。有的个人投资者，也开始通过私募、通过单一资金信托等，以较小的资金量加入博弈。”

北京地区某信托公司内部人士告诉本报记者，其所在公司部分债券投资类信托产品就是主要投资于高收益债。市面上专门投资于高收益债的信托产品并不多，且在产品发行时面向的主要是一些机构投资者和部分追求高收益的超高净值客户，属于非常小众的私募性质产品。

据本报记者了解到，有的信托公司已经开展高收益债投资，并且有专门的“从券商挖过来的团队”；有的信托公司则针对高收益投资进行课题研究。此外，早在2021年

9月，华宝信托曾开展“揭榜挂帅高收益股债投资”专项赛。华宝信托称，“地产行业加速洗牌，新的投资机会来临。为了深入研究地产行业变化，丰富公司的投资标的，尤其是挖掘短期被市场错杀的一些高收益投资标的，开阔公司投资思路，助推公司转型和发展，所以开展了专项赛。”

“高收益债成为信托资金可考虑的标的，原因有二。”百瑞信托博士后科研工作站研究员魏文臻杰在接受《中国经营报》记者采访时表示，一是降息周期下，利率中枢不断下行，叠加“资产荒”导致债券收益率不断走低；二是高收益债从企业属性角度来看，大多集中在民营地产及尾部城投，这与信托公司传统业务所覆盖的行业高度重合。

资管研究员袁吉伟也对本报

记者分析指出：信托公司参与高收益债的优势在于信托公司一直参与非标市场，对于低评级发行人或者主体较熟悉，诸如低评级城投、房地产债券等，如果能够运用原有的资源优势，可以挖掘这块的投资机会。

华泰证券在研报《从海外经验看高收益债的潜在参与方》中分析指出，随着高收益债市场扩容，更多投资者有望参与其中。高净值个人、私募基金高净值个人风险偏好较高，较能接受兼具股债属性的高收益债。同时，AMC、券商、信托是信用下沉空间较大的国内高收益债潜在投资者。信托方面，非标压降背景下，债券投资类的标品信托成为信托转型方向。信托公司有动力参与高收益债市场，减少收益和成本倒挂风险。

记者11月30日从私募排排网查询获悉，目前共有1390只债券策略的信托产品，48只产品的年化收益率超过10%。

从云南信托披露的信息来看，截至11月25日，开头提到的高收益债产品——“云南信托·云乾1号”，今年以来的绝对收益率为7.40%，年内最大回撤为-0.16%；11月10日至11月25日期间的收益率为2.54%。

与此同时，记者11月30日从私募排排网查询获悉，目前共有1390只债券策略的信托产品，48只产品的年化收益率超过10%。其中包括：国民信托·启航23号债券投资集合资金信托、国民信托·中冀2号债券集合资金信托计划、外贸信托·汇鑫56号结构化债券投资第21期信托单元和安鑫可转债2号证

券投资集合资金信托计划等。

“这些产品的底层资产多数包含了可转债、高收益债等。”一位受访信托人士表示。

以国民信托·启航23号债券投资集合资金信托为例，从投资方向来看，国民信托官网显示，上述信托产品主要投资的基本囊括了全国银行间债券市场及证券交易所上市流通的标准化债券，包括国债、中央银行票据、地方政府债、同业存单、各类金融债（含次级债、混合资本债、二级资本债）、企业债券、公司债券（含公开发行公司债和非公开发行公司债）、非公开定向债务融资工具、短期融资券、超

级短期融资券、中期票据、项目收益债、资产支持证券、资产支持票据、证券逆回购等。

根据私募排排网披露的数据，该产品成立于2021年9月28日，截至2022年11月18日，产品单位净值为1.5746，今年以来收益率为68.68%，成立以来年化收益率为48.83%。

实际上，今年以来，集合信托

产品总体平均收益率略有下降。

根据普益标准最新发布的信托理

财市场周报，本周(2022年11月19

日~2022年11月25日)共有123款

新成立产品公布了业绩比较基准，

平均业绩比较基准为6.81%，环比

回落0.21个百分点，降幅为3.05%。



利率中枢整体下行的情况下，国内高收益债市场正在受到越来越多的关注。视觉中国/图

考验投研能力

高收益债投资信托要强化流动性管理，提高风险预判能力，加强信息披露，才能实现可持续发展。

高收益债往往伴随高信用风险。

在投资者方面，上述信托公司内部人士告诉本报记者，“不面向资金量低于100万元的投资者”，投资于高收益债的信托均属于高风险等级的产品。

在选择高收益债投资标的上，魏文臻杰分析指出：除了考虑主体信用风险本身外，投资高收益债还需要关注几个方面：一是剩余期限，一般短期信用风险相对容易识别，所以投资高收益债一般以短久期为主；二是合理价格，通过测算违约概率，从而进行风险定价；三是安全边际，通过测算违约回收率，推算合理的安全边际。另外，在交易操作时，需要根据实际情况，做波段操作以及制定止损机制。

“一般投资高收益债大多采用自下而上的思路，主要包括：微观的信用量化，中观的景气度预估，宏观的周期性把握等。”信托公司在参与高收益债投资时，魏文臻杰提出要从多个方面构建自身的投研能力。一是构建“信用风险+收益”矩阵，筛选标的。投研人员需要搭建完善的信用风险体系，比如，用价格及安全边际测算的信用风险评价模型、违约回收率测算模型；用于信用风险预警及防范的信用风险预警模型、舆情监测模型等。除此之外，还需要关注线下信息，比如企业调研与同业交

流，能更深入地了解与分析主体信用现状。二是利用宏观周期性与行业景气度采取不同策略，比如：通过宏观经济的信用周期和行业的周期性，来预估信用风险底部，通过景气度预估，来降低中观层面的信用风险等。

在袁吉伟看来，国内的高收益债投资还不成熟，有其独特性，一旦出现风险，风险处置并不容易。因此，高收益债投资信托要强化流动性管理，提高风险预判能力，加强信息披露，让投资者充分了解投资策略和重要投资标的，做好净值化管理，才能实现可持续发展。

中诚信托日前发布的研报也指出：信托公司未来发展资产管理信托业务可关注高收益债市场特点，丰富产品形态，但同时也面临一定的机遇和挑战。因此，信托公司开展高收益债投资业务需重点关注产品设计、风险管理等方面，以提升核心能力建设。比如，在风险控制方面，一是严格限制单独债券集中度以分散投资风险，进而稳定产品净值。二是根据产品风险等级划定下沉尺度并严格执行止损线，提升决策执行力和交易水平，精准把握市场交易机会。三是控制组合久期，高收益债发行人信用风险较高，债券价格受消息面影响较大，短期基本面分析时效性较强，在使用安全策略时尽量缩短组合久期。

逆势获得较高收益

记者11月30日从私募排排网查询获悉，目前共有1390只债券策略的信托产品，48只产品的年化收益率超过10%。

队表示，“针对高收益债产品（云南信托·云乾1号），团队把握了较好的投资时机，更好地挖掘了个券的投资价值，在个别有价值的板块进行了逢低配置，从而规避了债券基础利率的不利影响，产品收益逆势上涨。”

与此同时，记者11月30日从私募排排网查询获悉，目前共有1390只债券策略的信托产品，48只产品的年化收益率超过10%。其中包括：国民信托·启航23号债券投资集合资金信托、国民信托·中冀2号债券集合资金信托计划、外贸信托·汇鑫56号结构化债券投资第21期信托单元和安鑫可转债2号证

券投资集合资金信托计划等。

“这些产品的底层资产多数包含了可转债、高收益债等。”一位受访信托人士表示。

以国民信托·启航23号债券投资集合资金信托为例，从投资方向来看，国民信托官网显示，上述信托产品主要投资的基本囊括了全国银行间债券市场及证券交易所上市流通的标准化债券，包括国债、中央银行票据、地方政府债、同业存单、各类金融债（含次级债、混合资本债、二级资本债）、企业债券、公司债券（含公开发行公司债和非公开发行公司债）、非公开定向债务融资工具、短期融资券、超

级短期融资券、中期票据、项目收益债、资产支持证券、资产支持票据、证券逆回购等。

根据私募排排网披露的数据，该产品成立于2021年9月28日，截至2022年11月18日，产品单位净值为1.5746，今年以来收益率为68.68%，成立以来年化收益率为48.83%。

实际上，今年以来，集合信托

产品总体平均收益率略有下降。

根据普益标准最新发布的信托理

财市场周报，本周(2022年11月19

日~2022年11月25日)共有123款

新成立产品公布了业绩比较基准，

平均业绩比较基准为6.81%，环比

回落0.21个百分点，降幅为3.05%。

对标最高标准 中外19家险企共建再保险“国际板”

本报记者 陈晶晶 北京报道

中国的再保险体系正在加速推进。

《中国经营报》记者注意到，

继2021年10月建设上海国际再保险中心指导意见之后，近日，再保险“国际板”建设规划方案正式落地。

根据规划方案，再保险“国

际板”将以再保险跨境交易痛点为切入点，以国际再保险分入信息和数据全口径统一登记为基础，配套综合交易服务、风险监测、跨境便利、财税支持

和信息披露等功能，提升跨境再保险交易的透明度、规范性和便捷性。

中国银保监会副主席梁涛

表示，再保险在提升行业风险

保障能力、增强风险管理水平方面大有可为。要充分发挥好专业化优势，在推进完善风险评估规则、标准制度，研究开发巨灾保险模型等风险量化工具

时，要从中国视角出发、结合中

国实际、体现中国特色，在对外交流合作中打造自主可控的核心竞争力，更好地为中国社会发展保驾护航。

五大建设重点

一年前，关于推进建设上海国际再保险中心纲领性文件正式出台。

2021年10月26日，中国银保监会、上海市人民政府联合发布的《中国银保监会上海市人民政府关于推进建设上海国际再保险中心建设的指导意见》(银保监发〔2021〕36号)(以下简称“《指导意见》”)明确，上海市人民政府和银保监会将加强联动，统筹各方资源和力量，协调国家有关部门配套出台支持政策，共同推动上海国际再保险中心建设。保险机构、再保险机构和相关保险中介机

构要结合工作实际，主动对接上海国际再保险中心建设需求。

据了解，此次再保险“国际板”对标了国际最高标准、最好水平，上海银保监局、上海市地方金融监管局、上海保险交易所组织了人保财险、大保产险、中再产险、慕尼黑再保险等19家保险机构共建再保险“国际板”，打造再保险全球分入集中登记、交易、清算的数字化新基建，构建链接全球的“双循环”战略节点，扩大再保险规则、制度、管理、标准等制度型开放，推动我国再保

险市场向“双向开发”转型升级。需要注意的是，再保险“国际板”规划方案主要有五大建设重点：一是对融入中国境内的海外再保险相关信息开展集中登记清算，提高市场透明度，并依托登记采集信息和交易履约追溯机制，打造多层次交易看板、风险信息共享和资信体系。二是建立系统化、标准化、规范化的业务规则、交易服务、结算体系，保障交易公正、履约及时。三是配套资金跨境便利、差异化财税支持政策，对标国际一流营商环境，培育开放合作新优势。四是整合核保资源与承保能力，加强与经纪机构合作，试点管理型总代理(MGA)等

机制创新，吸引全球资源、人才集聚上海。五是以数智化手段提升交易效率，更好地监测、识别和防控风险，切实服务好市场、服务好监管。

梁涛认为，要充分认识到保险业制度体系建设与国际成熟市场的差距，精细化、专业化、机械化、数字化能力建设和配套政策还需完善。通过建设上海国际再保险中心，结合国际国内优秀的再保险机构和人才，促进先进的金融要素跨境交流融合，更深层的目标是推进规则、机制、管理、标准等制度体系与国际通行规则相衔接，探索更高水平的制度型开放，共创协调包容、合作共赢的保险业高质量发展新格局。

公司，就“国际板”落地运行相关工作进一步细化落实。

值得一提的是，外资保险机构也对再保险“国际板”建设充满期盼，并计划深度参与建设工作。

慕尼黑再保险大中华区总裁常青表示，慕尼黑再保险将全力支持再保险“国际板”的建设工作，并寄望“国际板”能充分承担发挥中国再保险业务的平台作用，提升交易安全、降低交易成本，服务内外资再保人，切实为中国再保险市场提供服务和便利。慕尼黑再保险也将与各方携手，为打造上海国际再保险中心建言献策、贡献解决方案能力。

利于向“双向开发”转型升级

值得一提的是，在《指导意见》中，要求把国际再保险中心建设放在经济全球化的大背景下来谋划和推动，推进高水平制度型对外开放，促进国际合作，在开放潮流中坚定不移融入世界金融市场体系。这一表述无疑赋予了上海国际再保险中心的重要战略地位。

任春生公开表示，新型风险转移产品的研发落地，有利于推动上海国际再保险中心建设取得新进展，是我国保险业加大高水平开放，深度融入国际市场的重要契机。

实际上，再保险作为风险管理的一项制度型安排，在社会治理、国家灾害管理等方面承担着至关重要的作用。多位业内高管亦认为，建设再保险“国际板”的意义重大。

中再产险相关负责人表示，再保险“国际板”将推进高水平对外开放，深度参与全球产业分工与合作，有利于保险主体对标国际成熟市场，逐步扩大跨境再保险市场规模。

有利于我国再保险市场深度参与全球风险管理，塑造合作新空间。在新发展格局下，坚持“走出去、拿进来”，统筹联动境内境外两个市场，提升中国再保险业的国际竞争力和全球影响力，有效服务国内国际双循环新发展格局。

不仅如此，再保险“国际板”是推动再保险市场向“双向开发”转型升级的创新实践，数字化还将驱动再保险市场第二增长曲线的开启。

梁涛此前表示，未来保险业数字化需求将更加迫切。建设上海国际再保险中心，要发挥后发优势，充分利用数据和技术优势，加大投入，加速科技创新，为行业提供更多基于数字科技的基础设施和公共产品，走出一条具有中国特色高起点建设的国际再保险中心的发展道路。

中再集团党委书记、拟任董事长和春雷表示，中国再保险发展仍处于重要的战略机遇期，但机遇和挑战有了新的内涵。再保险正从承保能力提供者和风险分散参与者的角色，向综合风险管理解决方案提供者转型，从单一风险补偿，向风险减量全过程治理转型。

“再保险业要充分发挥自身保险业的数据资源聚合和跨行业数据连接优势，提供行业新型数字化的基础设施和公共产品，引领数字化转型，以生态圈建设增强服务能力，以风险量化促进风险的减量管理，以客户为中心重塑交易模式，开启再保险第二增长曲线。”和春雷说。

外资充满期盼

打造再保险“国际板”，是上海国际再保险中心建设迈出的重要一步，得到了多家保险机构的支持。

中再产险相关负责人表示，公司将结合自身业务经营发展，进一步助力上海国际再保险中心建设。在全球再保险专家咨询会的平台上，中再产险将继续与行业伙伴一道，围绕上海国际再保险中心建设的主题积极出谋划策，对接国际再保险中心建设的需求。

“限游令”成效显现： 未成年人游戏时长、充值双降

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

一年前，国家新闻出版署下发《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》，这被业内称为史上最严“限

时长、充值双降

游戏企业建设防沉迷系统主要围绕实名认证展开，同时结合人脸识别、适龄提示、家长监管平台等多项举措。

《报告》显示，在“限游令”的作用下，每周游戏时长在3小时以内（包括已不玩游戏）的未成年人占比从67.76%上升至75.49%，每周花3至6小时玩游戏的未成年人占比从23.12%下降至17.65%，游戏时长在6至12小时的下降至5.43%，12小时以上的下降至1.43%。

未成年人游戏消费进一步下降：近三成未成年人游戏相关消费减少，出现未成年人私自充值现象的家庭占比从28.61%降至15.43%。对于已经充值的钱款，61.11%的家长成功要回，14.20%未能成功要回，剩余的家长未考虑追回。追回钱款的情况下，家长主要

游令”。该政策施行一年后，成效如何？

近日，中国音数协游戏工委、中国游戏产业研究院联合第三方研究机构伽马数据共同发布的《2022中国游戏产业未成年人保护

进展报告》（以下简称《报告》）显示，未成年人游戏时长与充值都大幅减少，未成年人游戏沉迷问题已得到进一步解决。

《报告》显示，多家企业在落实

“限游令”的同时，采取多种技术、措施，严防未成年人绕过监管措施登录游戏。但是，人脸识别等技术手段对中小企业而言客观上存在壁垒，短时间内难以普及。



视觉中国/图

“限游令”出台后，头部游戏企业接入防沉迷系统，表示孩子玩游戏的时长有明显下降，超五成家长认为孩子将时间用在了更有意义的事情上。

家长普遍认为，可以在不影响学习与健康的前提下允许孩子进行

游戏。《报告》显示，超过85%的家长允许孩子在自己的监护下进行适度游戏；认为孩子的游戏行为不对日常生活产生影响的家长占比已上升至72%。

企业多举措“防沉迷”

腾讯通过“腾讯成长守护”平台触达父母端和老师端，目前有近6000万家庭接入。

“限游令”出台后，头部游戏企业接入防沉迷系统，并各自公布了取得的成果。

腾讯(00700.HK)2022年三季度财报显示，其未成年人保护计划已符合法规要求，并营造了更为健康的行业环境。2022年7月，未成年人游戏时长同比下降92%，未成年人在腾讯本土市场游戏时长的占比为0.7%，《王者荣耀》及《和平精英》的整体收入减少。

在电话会议上，腾讯首席战略官詹姆斯·米歇尔坦言，未成年人保护措施等因素对游戏行业构成一定影响。不过就未成年人保护措施对现金流的影响而言，已经不是很大。

此外，就该政策对业绩的影响，腾讯公司人士回复《中国经营报》记者称：“预期未成年人保护措施对收入的影响将于2022年下半年全面消化。”

《报告》显示，腾讯游戏利用AI判断实际游戏用户是否为未成年人，并通过AI人脸识别技术进行二次核验，减少了未成年人冒用成年人身份注册账号进行游戏的情况；此外，该企业将AI用于内容审核，过滤不雅、暴力等内容。

另外，腾讯通过“腾讯成长守

护”平台触达父母端和老师端，目前有近6000万家庭接入。

网易游戏自2021年起将旗下主要产品陆续接入人脸识别系统，目前已超过百万账号发起人脸识别验证，并将疑似未成年人账号有效纳入防沉迷限制。在未成年人行为识别方面，该公司基于网易游戏产品数据，运用AI技术对玩家的实名真实性进行检测。

截至2022年上半年，盛趣游戏自营平台未成年注册用户占比从2021年的0.9%下降到0.05%；未成年注册用户充值占比从0.009%下降到

0.0005%，未成年玩家充值金额占总流水的比例不到十万分之一。

此外，中手游(0302.HK)将未成年玩家最低付费限制由基础要求的8周岁上调至12周岁，进一步减少未成年人非理性消费概率。中手游财报显示，2022年上半年，未成年用户消费占比降至0.0029%，相较去年同期的0.026%，降幅接近90%。冰川网络(300533.SZ)则主动将《远征》《龙武》等多款端游设置为未成年人不可游玩，《超能世界》《远征2》等多款移动游戏设置为16周岁以上用户才可进行游玩。

游戏价值重估：代码可否敲出更广阔应用场景

本报记者 李哲 北京报道

游戏产业的价值正在被重估，其被视为“数字试验场”“文化产业黏合剂”。

近日，欧洲议会表决通过了

一项关于电子竞技和电子游戏的决议，旨在通过制定长期的电子游戏产业发展战略，挖掘该产业背后的经济、科技、文化和教育价值。

速途研究院院长丁道师向《中

国经营报》记者表示，游戏产业会提升云服务、网络、硬件设备等技术的发展，这些技术也可以广泛应用于其他领域。

“代码不单单能敲出游戏，更能敲出更广阔的应用场景。”世纪

华通方面向记者表示，其在近年来致力于挖掘游戏技术的集成效应，以游戏科技促进传统实体产业降本增效、突破边界，目前围绕算力基础建设、虚实共生内容两大维度进行布局。

挖掘游戏背后价值

数字技术带来的变革正在深刻影响着经济和社会发展。

上述欧洲议会表决通过的关于电子竞技和电子游戏的决议(resolution on esports and video games)由欧盟文化和教育委员会发起，旨在敦促欧洲委员会和欧盟理事会制定长期的电子游戏产业发展战略，提供更多更全面的资金和政策扶持，挖掘该产业背后的经济、科技、文化和教育价值。

决议指出：电子游戏是重要的文化创意产业(Cultural and Creative Industry，以下简称“CCI”)，2021年在欧洲市场的规

模已经达到了233亿欧元，是新冠肺炎疫情期间少数几个营业额实现增长的CCI产业之一。

韩国文化产业振兴院发布的《2021年下半年及年度内容产业趋势报告》显示，在内容出口方面，2021年韩国内容产业年出口额预计约为135.8亿美元，其中游戏行业的出口额为94.3亿美元，占比约为69.5%。

荷兰调查公司纽祖发布预测称，2022年全球游戏市场规模将维持在1844亿美元的水平。在游戏产业中，多数从业企业是中小型企业，巨大的市场空间将带来大量的就业岗位。

并且，通过游戏产业的辐射带动作用，还可对影视、人工智能、虚拟现实等其他领域产生推动作用。当前，游戏科技在助力5G、芯片产业、人工智能等先进技术、产业发展中起到了重要的作用。

记者注意到，美国、日本等全球主要游戏市场，正在演变出更多游戏形态。其中，在元宇宙推动下，游戏产业正在经历快速变革。游戏产业分析机构Sensor Tower发布的《元宇宙概念下的移动游戏市场洞察》（以下简称《元宇宙市场洞察》）中提到，2022年上半年期间，全球元宇宙应用已

获得1.7亿次下载，其中游戏应用下载量高达1.1亿次，占比67.3%。2022年上半年，元宇宙应用总营收6.5亿美元，其中游戏应用收入占比高达94%。

随着Meta、微软、英伟达等公司相继在元宇宙领域布局，当前美国市场成为元宇宙概念接受度最高的地区。《元宇宙市场洞察》中提到，美国市场元宇宙相关游戏整体下载量自2019年起一直领跑全球。2022年上半年，美国市场元宇宙游戏下载量近1400万，较第二位巴西高出250万。美国市场同样是元宇宙游戏最主要的收入来源。

产业政策遍地开花

从国内市场来看，上海、杭州、成都等地也纷纷出台政策，扶持游戏等相关产业的发展。

11月25日，杭州市发布《关于推进新时代杭州动漫游戏和电竞产业高质量发展的若干意见》，这是杭州自2005年以来推出的第六轮动漫产业支持政策，并首次将电竞产业纳入其中。

根据上述政策，杭州将锚定打造国际动漫之都、电竞之城的目标，重点推进动漫精品打造、游戏生态建设、电竞弯道超越、产业融合发展、出海平台构建、专业人才引育等六大工程。杭州计划每年划拨1亿元专项资金支持推动动漫游戏和电

竞产业与相关产业深度融合、互促发展。预计到2025年，杭州全市动漫游戏和电竞产业年度总营收将超过600亿元。

成都则将目光聚焦在元宇宙领域。11月22日，成都市发布《成都市培育元宇宙产业行动方案(2022—2025年)(征求意见稿)》，提出元宇宙作为数字技术最巨量的应用集成和数字经济最丰富的应用场景，是未来城市经济社会发展的新大陆、新蓝海。根据该方案，成都力争到2025年元宇宙产业体系初具雏形，构建起完整的成都元宇宙产业链，研究掌握一批核心技术、引进培育一批优质企业、融合打造一

批特色应用场景、开发储备一批城市IP，对城市治理、产业转型升级形成引领带动作用，推动元宇宙以虚促实、以虚治实的价值实现。

丁道师表示，“元宇宙包括了人工智能、大数据、物联网、区块链、3D引擎、通讯技术、VR/AR技术设备等诸多技术或者产品，涉及到产业链上下游的诸多机构和企业。元宇宙的概念不局限于游戏领域，而游戏原本的虚拟属性，天然容易与元宇宙联系起来。游戏产业正在成为元宇宙发展的突破口。目前，在元宇宙发展的早期阶段，游戏占了绝大部分的份额、产值和投资额。”

此前，上海市发布《上海市培育“元宇宙”新赛道行动方案(2022—2025年)》（以下简称《上海元宇宙方案》），明确提到到2025年元宇宙相关产业规模达到3500亿元，带动全市软件和信息服务业规模超过15000亿元、电子信息制造业规模突破5500亿元。

其中，游戏作为当前元宇宙发展初期的重要阵地，在《上海元宇宙方案》中也被多次提及。在该方案发布当天，上海市经济信息化委员会主任吴金城公开表示，元宇宙是未来虚拟世界和现实社会交互的重要平台，是数字经济新的表现形态，潜力巨大。

“人证合一”难实现

在压实平台责任后，家长（监护人）也会增强自身的责任意识，由此把保护未成年人健康上网真正落到实处。

就游戏防沉迷而言，尽管游戏企业已经基本落实了实名认证，但如何保证未成年玩家“人证合一”仍然存在难题。

21世纪教育研究院院长熊丙奇对记者表示，只有严格执行实名认证，才能压实平台的责任，比如将人脸识别技术应用到游戏平台中，“对游戏玩家进行实名认证，并不会影响成人玩家，因为在注册账号时，有关信息已经被平台收集，只不过增加一道识别程序。但是此举却可以最大限度实施对未成年人的网络保护”。

《报告》显示，部分头部游戏公司引入了基于大数据的用户行为识别与人脸识别功能，对疑似未成年人进行二次认证。但对于中小游戏企业来说，人脸识别等技术手段在技术开发、用户信息保护、运行成本等方面存在客观壁垒，短时间内难以普及。

《报告》显示，部分头部游戏公司引入了基于大数据的用户行为识别与人脸识别功能，对疑似未成年人进行二次认证。但对于中小游戏企业来说，人脸识别等技术手段在技术开发、用户信息保护、运行成本等方面存在客观壁垒，短时间内难以普及。

《报告》显示，不少家长对孩子玩游戏表现出较为宽容的态度，在现存未成年游戏用户的家长中，35%以上允许孩子用自己身份证件注册账号。

熊丙奇认为，在压实平台责任后，家长（监护人）也会增强自身的责任意识，由此把保护未成年人健康上网真正落到实处。

不过，不少未成年人放弃游戏后，仍然会将时间投入在互联网中。《报告》显示，当前仍具备游戏习惯的未成年人中，65.54%在游戏受限后将时间投入短视频，48.02%转向网络视频、网络聊天和浏览社交网站也是排名靠前的游戏替代品。选择将时间投入学习、阅读、户外活动的未成年人占比分别为39.55%、27.12%以及22.03%。

2022年，我国19岁以下网民规模已达1.86亿人，占网民总数的17.6%。其中9岁及以上未成年人手机持有率达到97.6%，手机设备的普及让未成年人得以更早、更便捷地接触到互联网。因此，净化未成年人网络娱乐环境已成为所有网络娱乐企业的一项重要工作内容。

北京师范大学艺术与传媒学院教授何威表示，未成年人保护不应止步于限制其游戏时长和消费金额，避免其接触不良内容，更应积极提升全民游戏素养，充分认识到并利用游戏在教学、心理、创意方面的巨大潜力，帮助未成年人健康成长与全面发展。

恺英网络、乐元素等多家公司提出，未成年人保护是需要公司、家长、学校、社会等多方面参与的工作，仅通过强制性措施不能彻底解决未成年人的沉迷问题，应加强与未成年人的沟通，疏堵结合。

超越“玩”的价值

长期以来，游戏的娱乐属性总会使人忽视其背后的科技意义。实际上，游戏从诞生起就与前沿科技密不可分。凭借蓬勃的发展态势，游戏产业也助力多个产业释放数字经济新动能。

2022年7月，中国科学院自然科学史研究所王彦雨课题组发布《游戏技术——数实融合进程中的技术新集群》（以下简称《数实融合报告》）。《数实融合报告》提到，游戏和技术互相促进，在彼此共生中形成新的社会生产力。该报告首次提出了跨领域的科技进步贡献率量化测评方法，经测算，游戏技术对于芯片产业、高速通信网络产业、AR/VR产业分别有着14.9%、46.3%、71.6%的科技进步贡献率。

IDC发布的《全球增强与虚拟现实支出指南》(IDC Worldwide Augmented and Virtual Reality Spending Guide)预测数

据显示，2021年全球AR/VR总投资规模接近146.7亿美元，并有望在2026年增至747.3亿美元，五年复合增长率(CAGR)将达38.5%。其中，中国市场五年CAGR预计将达43.8%，增速位列全球第一。

目前，多家游戏厂商已在VR、元宇宙等领域探索布局。其中，凯撒文化、恺英网络等公司向记者表示，当前公司在VR领域已有一些尝试和技术积累。

此外，完美世界方面表示，公司看好元宇宙的未来前景，正在积极探索现有优势与未来技术结合应用于元宇宙

领域的多种可能性，并已在目前的游戏研发中融入元宇宙相关元素。

联合光电方面表示，该公司作为元宇宙国内首批硬件制造商之一，深耕AR/VR领域，拥有集零部件与整机组装的一体化能力，且已储备AR/VR相关硬件产品的核心技术，如光波导、菲涅尔透镜、pancake等技术。其中，在pancake技术方面，公司已具备pancake光学镜头设计制造能力以及一体机量产能力，且已有合作客户；使用该技术的VR产品处于小批量试产阶段。

“公司一直相信，代码不单单能敲出游戏，更能敲出更广阔的应用场景。”世纪华通方面向记者表示，其在近年来致力于挖掘游戏技术的集成效应，以游戏科技促进传统实体产业降本增效、突破边界，目前围绕算力基础建设、虚实共生内容两大维度进行布局。

丁道师表示：“因为玩家对游戏效果的需求逐渐提升，对包括云服务、网络质量、硬件设备的要求也随之增加。这无形中刺激了相关产业的发展。而这些技术同样可以应用在其他领域。现在腾讯在元宇宙领域的探索可以与游戏相辅相成，相互促进，探索一些新的场景。”

世纪华通方面提到，其借助多年沉淀的内容+人机交互设计、大规模UGC(用户生成内容)运营等经验和成功案例，正逐步加大数字文化、旅游、商业综合体的“元宇宙化”，旨在构建沉浸式、跨终端、多元体验的新一代数字文旅。

“锂佩克”呼声再起 全球锂供应体系深刻变局已开启

本报记者 范阳阳 吴可仲 北京报道

酝酿十余年的“锂佩克”再次引发外界关注。

近日,据《环球时报》报道,阿

落地仍存诸多困难

“锂佩克”预计短时间内难以形成,即使形成,也面临重新解体的风险。

锂被誉为未来的“白色石油”,随着近年全球新能源汽车产业的爆发而成为各国关注的焦点。

同钴、镍、石墨、稀土永磁等新能源汽车上游关键原材料一样,锂的战略价值已逐步被全球产业界和政府机构所认同,在美国、中国、日本、欧盟等全球主要的新能源汽车终端市场,以及智利、澳大利亚、加拿大、刚果金等资源国,锂均被列为关键矿产资源。

信达证券研报显示,据美国地质调查局(USGS)数据,截至2021年底,全球已探明锂矿储量2200万吨,折合碳酸锂当量约为1.2亿吨。同时,全球锂矿分布区域高度集中,智利(920万吨)、阿根廷(570万吨)、澳大利亚(220万吨)、中国(150万吨)和美国(75万吨)5国的锂矿资源储量总和为1935万吨,占全球储量之比高达86%。

该研报提到,就资源量而言,全球56%的锂资源集中分布于玻利维亚、阿根廷、智利交界区域的“南美锂三角”地区。

阿根廷、玻利维亚、智利3国正在展开谈判,以推动建立“锂佩克”联盟(类似石油行业的“石油输出国组织”——欧佩克),从而在锂矿价值波动的情况下达成“价格协

议”,掌握锂价定价权。

电池百人会理事长于清教向《中国经营报》记者表示:“从储量看,‘南美锂三角’是全球锂资源最丰富的地区。在共同利益驱动下,‘锂佩

克’理论上是可行的。但实际操作中可能还面临较多的困难,例如相关政府在矿产中控制权的强弱、各国利益与定价机制的分歧等。”

独立国际策略研究员陈佳则

表示,锂资源市场定价权是当前全球产业链战略竞争的核心之一。一旦锂业欧佩克联盟建立,或将深刻影响中国新能源产业链的全球布局。



据报道,近日,阿根廷、玻利维亚、智利正在展开谈判,以推动建立“锂佩克”联盟。图为位于智利安托法加斯塔的一处锂矿。 视觉中国/图

像50年前那样新成立一个产业联盟的难度很高。此外,南美3国经济实力远不如中东诸产油国,国内政局不稳也拉低了其全球政治影响力,且在内部协调生产工艺和产业政策存在实际的技术与政策障碍。

于清教亦表示,不太看好“锂佩克”的进程,预计短时间内“锂佩克”难以形成。即使形成,也面临重新解体的风险。

值得注意的是,在锂资源供

给中国,2021年,澳大利亚以23.39万吨,占比近四成的供给量稳居全球第一。因此,其对“锂佩克”的态度同样是各方关注的焦点。

平安证券研报显示,11月25日,澳大利亚财政部长吉姆·查默斯(Jim Chalmers)在悉尼举行的澳大利亚关键矿产峰会上表示,与其封锁供应链并试图为关键矿产建立类似欧佩克的机制,不如通过多元化、全球化和更具弹性

的供应链来加以应对。

吉姆·查默斯还表示,澳大利亚是锂、稀土等能源转型关键矿物的主要供应国,通过鼓励盟友投资建设其矿物加工业可以获得更多收益,未来将更加谨慎地为其不断发展的关键矿产行业选择投资方。“当符合澳大利亚利益时,外国投资是一件好事,但随着投资兴趣及投资来源的增长,需要更加鼓励符合我们国家长期利益的投资。”

“‘锂佩克’前景存在诸多的不确定性。”陈佳表示,首先,目前锂资源尚未达到石油资源的战略权重,加之近期能源危机在短期内抑制了新能源产业链的布局。同时,国际格局已经今非昔比,要

国在锂资源产业链的中下游相对强势,但在上游则处于劣势地位。如“锂佩克”建立,或许能够对锂资源稳产起到一定作用,但也可能会导致“锂价狂飙”成为常态,影响中国新能源汽车产业链总体成本,并削弱其全球竞争力。

“供求关系摆在那里。”纪雪洪表示,在相当长时期内,新能源汽车带来的锂需求增量都会比较可观,而锂资源上游产能短期内难以快速释放,必然会造成供应紧张。

纪雪洪认为,在此背景下,中国需加强本土锂资源的开发,增加对盐湖提锂等关键技术的

投入,同时重视废旧锂电池的资源回收再利用,从而形成多元化的锂资源供应体系。此外,如钠离子电池等替代产品的研发和量产,也会在一定程度上降低对上游锂资源的依赖。

于清教告诉记者,中国在锂盐加工领域的龙头地位稳固,头部企业在积极布局海外矿产资源的同时,也开始重视国内锂资源的开发及回收利用。不过,不可否认的是,随着新能源汽车、储能等需求市场的急速扩容,锂资源的战略地位愈发凸显,某种程度上这也会加重行业的危机感,并进一步推涨企业的“抢矿热潮”。

锂价或将维持高位?

“如‘锂佩克’建立,或许能够对锂资源稳产起到一定作用,但也可能会导致‘锂价狂飙’成为常态。”

“锂是自然界中标准电极电势最低、电化学当量最大、最轻的金属元素,是天生的电池金属,因而具备长期需求刚性。”上述五矿证券研报表示。

该系列研报显示,全球锂资源量充裕,可支撑远景大规模的动力和储能应用,但资源量充裕并不等于即期产能充裕,优质锂资源依旧稀缺,且全球分布不均。同时,2021年,动力电池需求占锂终端需求比例升至47%,整体锂电池的需求占比已高达75%,锂已经成为拥有高需求强度的纯粹“电池金属”。

海关数据显示,10月,中国锂辉石精矿进口量为21.5万实

物吨,其中19.6万实物吨由澳洲进口,占比91%;碳酸锂进口量为8287吨,其中向智利进口6684吨,向阿根廷进口1408吨,占比合计达98%。

五矿证券研报显示,2021年,中国锂原料的对外依存度约70%,下游锂产能除供中国本土外,亦供应全球市场。

“如南美3国形成类似于欧佩克的供应联盟,自然会维护锂资源国家的利益,锂价将可能维持在高位。中国是全球最大的锂电池生产国和终端产品消费国,相关产品的成本会因此被抬升。”纪雪洪表示。

纪雪洪进一步表示,如果

“锂佩克”形成,将可能通过减产、控制产能开发和释放等方式来平衡供需。这将有助于稳定锂价,防止其出现前些年的大起大落。

陈佳表示,参照欧佩克的“锂佩克”如能顺利建立,该组织的名义宗旨或是反对西方国家的产业金融资本剥削和控制;短期目标或是尽快成为全球最大的锂价格垄断联盟,通过定价权来迫使中下游产业链向上游让利;长期愿景或是借助新能源的高速发展,借势扩大成员国及其全球影响力。

陈佳向记者表示,作为全球新崛起的新能源产业链大国,中

国在锂资源产业链的中下游相对强势,但在上游则处于劣势地位。如“锂佩克”建立,或许能够对锂资源稳产起到一定作用,但也可能会导致“锂价狂飙”成为常态,影响中国新能源汽车产业链总体成本,并削弱其全球竞争力。

“供求关系摆在那里。”纪雪洪表示,在相当长时期内,新能源汽车带来的锂需求增量都会比较可观,而锂资源上游产能短期内难以快速释放,必然会造成供应紧张。

纪雪洪认为,在此背景下,中国需加强本土锂资源的开发,增加对盐湖提锂等关键技术的

投入,同时重视废旧锂电池的资源回收再利用,从而形成多元化的锂资源供应体系。此外,如钠离子电池等替代产品的研发和量产,也会在一定程度上降低对上游锂资源的依赖。

于清教告诉记者,中国在锂盐加工领域的龙头地位稳固,头部企业在积极布局海外矿产资源的同时,也开始重视国内锂资源的开发及回收利用。不过,不可否认的是,随着新能源汽车、储能等需求市场的急速扩容,锂资源的战略地位愈发凸显,某种程度上这也会加重行业的危机感,并进一步推涨企业的“抢矿热潮”。

供暖季LNG储备充盈 市场价格不涨反跌

本报记者 陈家运 北京报道

今年供暖季,国内LNG(液化天然气)市场供应充足,价格不涨反跌。

金联创数据显示,11月22

日,国产LNG出厂均价跌至5105元/吨,较2022年均价下跌22.8%,较10月7日以来的高点下跌2410元/吨,累计跌幅32.1%。

金联创天然气分析师杨燕在接受《中国经营报》记者采访时表示

示,10月以来,受保供政策影响,LNG市场供应平稳,上游气源充足,而终端需求不足,在诸多因素共同作用下,LNG进入低价通道。自10月7日以来,LNG价格下探,跌幅32.1%,市场拐点尚未明确。

此外,隆众资讯数据显示,10月,内蒙古、陕西、山西的LNG产量分别为44.38万吨、37.48万吨、25.17万吨,同比增幅分别为11.59%、19.9%、30.55%。

此外,在供暖季到来之前,上游资源进口准备充足。金联创数据显示,11月全国LNG接收站接船量达90余艘,较10月到船量增幅20%,同时接收站库存已储备至高位水平。截至2022年9月底,我国LNG接收站储罐总罐容达1378万立方米,较去年底增加44万立方米;地下储气库设计工作库容达274.5亿立方米,较去年底增加16.74亿立方米,储气能力进一步提升。

近日,国家发改委新闻发言人孟玮在新闻发布会上表示,今冬供暖季我国天然气资源供应总体上是有保障的,高峰时段、部分区域受持续寒冷天气等影响可能出现供需偏紧情况。

杨燕向记者表示,进入冬季,国内天然气储备充裕。一方面国家发

需求下降

尽管已进入传统的供暖旺季,但从近期的市场表现来看,由于需求下降,LNG的价格不涨反降。

“虽然北方于11月15日已全面进入供暖期,但由于气温和,导致消费量迟迟未达预期。另外,车用需求持续疲软,新冠肺炎疫情多点扩散,行业运行整体低迷,对LNG需求更难提振。”杨燕表示。

在杨燕看来,进入冬季后,多省市启动重污染天气Ⅱ级应急响应,各地工业需求不同程度受到影响,对LNG需求小幅削弱。

金联创数据显示,截至2022年11月22日,国内LNG出厂均价跌至5105元/吨,较2022年均价下跌22.8%,较10月7日以来的高点下跌2410元/吨,累计跌幅32.1%。

国家统计局及海关总署统计数据显示,2022年1~9月,国内天然气表观消费量为2677亿立方米,同比下降1.3%。金联创预测称,2022年天然气表观消费量约为3631亿立方米,同比下降1.1%。

杨燕表示,若LNG持续高价会损害下游用户的积极性,对比管道气及液化石油气(LPG)等替代能源,其经济性优势就会减弱。从近段时间来看,进入供暖



从市场供需形势来看,今年我国天然气保供情况好于往年。图为甘肃酒泉“西气东输”四线天然气管道工程五标施工现场。 视觉中国/图

挂的现状。

隆众资讯统计数据显示,截至11月16日,西北LNG直供管道气工厂平均利润为62元/吨,在LNG价格涨跌频繁的情况下,利润倒挂千元的情况并不罕见。

杨燕认为,目前LNG市场基本面尚未出现实质性改善,价格或难以出现较为明确的止跌信号。不过,短期内伴随着液化气及海气竞价快速下跌后,库存压力或可得到部分缓解,供方下探意愿或将收紧,市场不乏出现窄幅试探推涨的可能,但仍需进一步关注需求及供应的实质性改善情况。

“保交楼”支持力度再加码

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

自今年7月28日中央政治局会议定调后，“保交楼、稳民生”已成为房地产行业重要议题。

专项借款取得阶段性进展

今年8月，住建部、财政部、中国人民银行等有关部门针对“保交楼”问题出台举措，通过政策性银行设立2000亿元专项借款，支持全国已售逾期交付的住宅项目完成建设交付。

11月底，河南省漯河市首批“保交楼”项目之一——天润府的业主们顺利拿到房本，此前因担心新房烂尾而一直悬着的心终于落得踏实。

据了解，这是河南省首批“保交楼”项目中第一个实现“交房即办证”的项目。项目在获得“保交楼”专项借款资金后，短短50天就完成了竣工备案。

此前，为了完成“保交楼、稳民生”工作，漯河市专门成立了“保交楼”工作专班。工作专班的一项重要任务即是筛选整理上报“保交楼”项目，积极争取国家专项借款。据了解，漯河全市第一批共有22个项目（共9200套房屋）获得国家专项借款。

当地“保交楼”工作专班对外表示，22个借款项目已于10月初全面复工。截至11月24日，22个项目申请的9.2亿元“保交楼”资金，累计拨付使用资金约1.6亿元。

今年8月，住建部、财政部、中国人民银行等有关部门针对“保交楼”问题出台举措，通过政策性银行设立2000亿元专项借款，支持全国已售逾期交付的住宅项目完成建设交付，前两年利率为2.8%。据了解，专项借款采取城市统借统还模式，由各地政

三季度以来，中央和地方纷纷出台相应纾困举措。政策性银行设立2000亿元“保交楼”专项借款，各地自主设立纾困基金，积极推进楼盘复工并提振楼

市信心。

《中国经营报》记者梳理了解到，进入11月，政策对于“保交楼”金融服务，鼓励金融机构提供配套融资支持。此外，一系列对优质房企融资支持的措

发布“金融16条”支持房地产平稳健康发展，强调积极做好“保交楼”金融服务，鼓励金融机构提供配套融资支持。此外，一系列对优质房企融资支持的措

施加速落地，企业流动性获得改善，为承担“保交楼”义务提供保障。

统计局数据显示，截至10月份，全国房屋竣工面积已连

续三个月降幅收窄，10月单月环比增长41.5%。业内预计，伴随着“保交楼”相关政策和资金持续落地，行业交付力将持续提升。

房企流动性获持续支持

监管部门明确提出要引导募集资金用于政策支持的房地产业务。

值得注意的是，自11月以来，地产纾困政策更加向房企主体倾斜，业内认为这一思路较之前有明显调整。

11月14日，银保监会、住建部与中国人民银行联合发布《关于商业银行出具保函置换预售监管资金有关工作的通知》，允许商业银行按市场化、法治化原则，在充分评估房地产企业信用风险、财务状况、声誉风险等基础上进行自主决策，与优质房地产企业开展保函置换预售监管资金业务。

广东城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉指出，保函置换预售资金适用于未售、未开发项目。“后续再加上专项借款、纾困基金以及配套融资等，将未售乃至未开发的部分动起来、循环起来，源头活水能四两拨千斤，从而实现整个项目的循环。如果在政府牵头下，同一城市内能将进度不同的各个项目协调起来，甚至能将项目之间、城市之间、省级之间联动起来，资金盘活和‘保交楼’的效果会更好。”

在房企融资方面，11月8日，中国银行间市场交易商协会发布消息，提出要继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具（“第二支箭”），支持包括房地产企业在内的民营企业发展融资，预计总支持规模2500亿元（后续可扩容）。截至

目前，中国银行间市场交易商协会受理融资规模近千亿元，近百家民营房企申请。11月29日，龙湖集团20亿元中期票据完成簿记登记，民企债券融资支持工具首单成功发行。

11月28日晚，证监会在房地产领域推出“第三支箭”，对房企股权融资政策进行调整优化，主要包括恢复涉房上市公司并购重组及配套融资，恢复上市房企和涉房上市公司再融资，调整完善房地产企业境外市场上市政策（H股与A股政策保持一致），进一步发挥REITs盘活房企存量资产作用。

此前，出险房企涉及的金融投资机构、投资者、地产在建项目、上下游建筑企业、施工单位以及供应商非常多。根据中指研究院此前的调查，针对交付问题，多数房企指出，合作方或自身遭遇流动性问题，是导致项目进展停滞或停工的一项重要影响因素。

中指研究院企业事业部研究负责人刘水指出，“第三支箭”的落地，将缓解房企流动性紧张局面，防范房企风险继续扩大。预计后续未出险民营房企将是再融资的主力。

据了解，监管部门对于恢复上市房企及涉房上市公司再融资，明确提出要引导募集资金用于政策支持的房地产业务，包括与“保交楼”相关的房地产项目，经

济适用房、棚户区改造或旧城改造拆迁安置住房建设。

近期，包括六大行在内的10余家银行已与30多家房企签署战略合作协议，截至11月30日已公布的数据显示，银行给予房企意向性融资总额已超过2万亿元。据了解，这些意向性授信额度投向基本一致，涵盖房地产开发贷款、个人住房按揭贷款、房地产项目并购融资、保函置换预售监管资金、债券承销与投资、供应链融资等业务，均为“金融16条”的重点支持方向。

多家券商研报指出，当前的纾困思路已经从“救项目”扩展到了“稳房企”，随着对优质房企融资支持的加速落地，房企流动性将得到改善，从而更好地承担“保交楼”责任。

统计局数据显示，今年1~10月，全国房屋竣工面积46565万平方米，同比下降18.7%，其中，住宅竣工面积33771万平方米，下降18.5%。

虽然同比仍是下降趋势，但下降幅度已经连续三个月收窄。其中，10月份单月房屋竣工面积为5686万平方米，较9月份环比增长41.5%。业内认为，伴随着“保交楼”相关政策和资金持续到位，后续房屋竣工面积将有望延续修复态势。

成都双流区“放管服”改革升级 营商环境激活市场动力

本报记者 党鹏 陈雪波 成都报道

跨区域创新：打通跨省快捷通道

近日，成都市双流区航空港片区的一家民办幼儿园的园长需要为园里的食堂变更食品经营许可证。在以往，这是很麻烦的一件事情，因为涉及不同部门的实地勘验。但让她出乎意料的是，在双流区行政审批局的协同沟通下，相关部门约定同一天时间，来到幼儿园进行现场勘验，让整个流程大大缩短，为她节省了很多时间和精力。

党的二十大报告提到，要支持中小微企业发展。深化简政放权、放管结合、优化服务改革。从1.0版到4.0版，成都的营商环境持续迭代升级，特别是近年来，成都持续坚持建圈强链，完善产业体系，加快建设区域经济中心，以先进制造业做强支撑，推动新经济赛道加快布局，着力提升创新策源能力。

身处成都的双流区也聚焦市场开放、办事体验、项目建设、监管机制创新、法治保障五大领域，同步开启了营商环境建设4.0版。在多方努力之下，双流区的营商环境屡获殊荣。双流区已经连续四年荣获中国营商环境百佳示范县市，2021年全国排名升至第14位；连续两年在成都市营商环境考核中位列全市第5，跻身优异档次。

正是基于营商环境的进一步优化，激活了市场主体，越来越多的企业主动落户双流区。《中国经营报》记者了解到，截止到今年10月31日，双流区市场主体已经达到16.58万户，其中企业4.9万户，占到市场主体总量的29.65%，较2021年底提升了2.23个百分点。

服务大厅。如此一来，周学梅足不出双流，就顺利地拿到了盖有重庆市忠县市场监督管理局电子印章的营业执照。

今年8月29日，国务院召开第十次全国深化“放管服”改革电视电话会议。会议强调，持续深化“放管服”改革，不断打造市场化、法治化、国际化营商环境，培育和壮大市场主体，更大激发市场活力和社会创造力。双流区已经将“放管服”改革落实到了服务企业的细枝末节。

在双流区，像周学梅这样深刻体验到“简洁版”办事流程的人，不在少数。在贯彻落实省市签署的311项“川渝通办”事项任务基础上，双流区又与重庆渝北区、忠县实现了27项政务服务事项“川渝通办”。

西南财经大学西财智库CEO、首席经济学家汤继强在接受采访时指出，像“川渝通办”这些为企业服务的利好措施，是建设成渝地区双城经济圈走深走实的一些具体的改革手段。通过这些措施，川渝地区在省级的一些服务又像回到了一个大家庭，这

办”。依托一体化政务服务平台和通办实体政务服务大厅，开辟审批服务“绿色通道”，设立“川渝通办”专窗，利用“金牌管家”帮代办进行兜底，全面推进全程网办、异地代收代办、多地联办三种办理方式并存，用“快递跑”取代了“群众跑”。自2021年成都市与重庆市实现“川渝通办”以来，双流区已经有311项事项可与重庆市实现“川渝通办”。

机制，真正将企业服务到位，双流区从体制机制、顶层设计、服务质量、市场秩序、政企关系等角度入手，采取了一系列“放管服”改革举措。比如，双流区出台了《成都市双流区落实〈四川省深化“放管服”改革优化营商环境2022年工作要点〉重点任务分工表》《成都市双流区推行“证照分离”改革全覆盖进一步激发市场主体活力工作方案》等文件，将权力事项、监管事项进行分类改革。



成都双流区深化“放管服”改革，已经连续四年荣获中国营商环境百佳示范县市。图为双流区政务服务大厅。党鹏/摄影

对行政效率来说是一个极大的提升。与此同时，市场主体也能够

感受到体制优化改革给他们带来的便捷体验。

顶层设计变革：从“最后一公里”到“最后一米”

“我们在‘企业咖啡时’的沟

位小朋友。

“企业咖啡时”是双流区为政企沟通搭建的一个交流平台，这个活动今年已经开展了175场，其中主活动5场，子活动170场，累计收到企业诉求592件，办结率100%，满意率达到98.64%。此外，双流区还通过“市民茶话吧”“科创菁英汇”等形式来推动政企、政民沟通，实现了面对面、“零距离”的无障碍交流。

为了进一步完善服务企业的

沟通很顺畅，企业反映的需求和建议也非常受重视。正是因为政府提前给予了很多细致指导，我们到正式办手续的时候才能那么顺畅。”上述幼儿园园长曾是双流区“企业咖啡时”的体验者，受益于双流区推出的“证照联办”改革服务，她的幼儿园在今年5月份招生时间到来之前办齐所有手续，随后通过宣传推广在9月份顺利迎来了第一批140多

户”。李可介绍，双流区在营商环境的顶层设计方面做了很多功课，为了打造营商环境4.0版，双流设计了225条深化改革任务，到今年11月底任务已经完成了88.9%。以此来为市场主体铺路，激活市场主体。

“政府体系下放到基层以后，很多流程都提速了。为企业、群众服务，就是要做到快办、就近办。现在准生证、老年

证这些证件，在社区就可以办理了。”李可举例称，政务服务大厅的很多服务已经下沉到了社区，让服务来到“最后一公里”，但这些依然没有让提升服务效率的脚步慢下来。一些商业综合体开业的时候，双流区就将服务台前置到商场里，为商家办理营业手续，这些举措很受商家欢迎。如此一来，双流区的政务服务水平又进一步提升到了“最后一米”。

激活市场活力：布局长远改革战略

落户双流区的一家知识产权公司的负责人表示，双流区坚持以企业需求为导向，打造对标国际的一流营商环境，通过平台化、市场化等手段助推新基建、新经济可持续发展，为企业提供了很好的成长环境。

但如何将双流区的营商环境

持续提升，吸引更多企业入驻、留下，依然是一个长期挑战。为了将“放管服”改革落到实处，双流区对下一步的工作进行了详细规划，其中包括了完善工作机制凝聚更强大合力、推动“放管服”改革取得更大突破、推进政务服务效能实现更大提升、推进营商环境建设实现

更高目标。值得一提的是，双流区即将制定营商环境5.0版政策。以更具双流特色的5.0政策，打造市场化、法治化、国际化一流营商环境典范城区。

政务服务没有终点，双流区的营商环境打造依然有很多路要走。汤继强指出，在“放管服”改革

的过程中，政府还要厘清管理的边界，提升服务水平和能级，做到仔细倾听、对症下药，为企业提供更优质、急需的服务。

2021年，双流区生产总值达到1120亿元，较2016年增长67.4%，主导产业产值突破2200亿元。社会消费品零售总额达438亿元，外

贸进出口达900亿元，分别是2016年的2.5倍、3.6倍。随着空中客车飞机全生命周期服务项目等一系列重大项目的陆续落地，双流区的航空、先进制造、电子信息、生物医药等产业正在优秀的营商环境的培育下，借助平坦的跑道，迎风加速起飞。

股权融资箭在弦上 福星世茂等房企“搭弓射箭”

本报记者 杨让晨 张振 上海报道

在中国证券监督管理委员会(以下简称“证监会”)射向房地产行业的“第三支箭”落地后,房企股权融资已箭在弦上。

11月29日,湖北福星科技股份有限公司(以下简称“福星股份”,000926.SZ)在披露的《关于筹划非公开发行股票的提示性公告》中表示,为积极响应相关政策,满足公司业务发展需要,进一步优化资本结构,提高盈利能力及综合竞争力,公司拟向不超过35名特定投资者非公开发行股票,募集资金拟用于公司房地产项目开发。

就在前一天的11月28日,证监会宣布在股权融资方面调整优化5项措施以支持房地产市场平稳健康发展,其中重点提出了恢复涉房上市公司并购重组及配套融资、恢复上市房企和涉房上市公司再融资等政策。

在业内人士看来,股权融资成为继信贷融资和债券融资之后助力民营房企融资的“第三支箭”。福星股份也由此成为证监会调整优化股权融资措施后首家公开再融资方案的A股上市房企。此后,世茂股份(600823.SH)、北新路桥(002307.SZ)、建发国际集团(01908.HK)、大名城(600094.SH)和新湖中宝(600208.SH)等多家上市房企也纷纷披露了股权融资方案。

对于股权融资计划和募集资金使用等问题,《中国经营报》记者致电福星股份董秘办,截至发稿未获具体回复。中指研究院企业事业部研究负责人刘水表示,一些上市房企再融资将补充流动性,缓解偿债压力。由于是权益类融资,会优化资本结构,也将改善房企资产负债表。

多家房企宣布股权融资计划

除福星股份外,世茂股份、北新路桥和建发国际集团等多家房企也宣布拟筹划非公开发行股票等事宜。

相关资料显示,福星股份是湖北省本土房企,在成立之初的主营业务为钢帘线、PC钢绞线、钢丝、钢丝绳等产品。2000年前后,福星股份转型进入房地产行业,并注册成立了全资子公司福星惠誉控股有限公司,核心业务涵盖住宅开发、商业及物业管理、产城融合、生态农业、文旅产业等领域。

不过,房地产业务是福星股份目前的绝大部分营收来源。根据福星股份2022年半年报披露的数据,今年上半年,房地产收入占公司营业收入的比重为92%,收入达到75.48亿元,较2021年同期增加228.73%。

受房地产行业下行等因素影响,福星股份的盈利能力也在变弱。相关资料显示,在2019年~2021年的三年间,福星股份实现归属于上市公司股东的净利润分别约为5.98亿元、3.06亿元、1.71亿元,分别同比下降47.32%、48.73%、44.25%。

根据公告,福星股份拟向不超过35名特定投资者非公开发行股票,募集资金拟用于公司房地产项

目开发。本次非公开发行拟发行的股票数量不超过本次发行前公司总股本的30%,最终发行数量以证监会核准的发行数量为准。本次非公开发行股票事项不会导致公司控股股东和实际控制人发生变化。

对此,福星股份董秘办相关负责人在接受《支点》杂志记者采访时表示:“作为湖北区域性地产龙头企业,发布定增计划是公司积极响应政策号召、满足公司业务发展需要之举。具体募资金额和细节将在之后的方案中披露。”

记者梳理发现,截至11月30日,除福星股份外,世茂股份、北新路桥和建发国际集团等多家房企也宣布拟筹划非公开发行股票等事宜。

世茂股份在公告中表示,为满足公司业务发展需要,优化资本结构,缓解流动性困难,稳定公司财务状况,“公司拟向不超过35名特定投资者非公开发行股票,募集资金拟用于公司‘保交楼、保民生’相关的房地产项目开发、偿还部分公开市场债务本息,以及符合上市公司再融资政策要求的补充流动资



福星股份全资子公司福星惠誉控股有限公司开发建设的武汉东湖城项目。 本报资料室/图

金等”。

建发国际集团方面也发布公告称,拟以先旧后新方式进行配股,配股所得款项总额及所得款项净额(经扣除所有成本及开支)分别约为8.09亿港元及8亿港元。“所得款项净额的80%或6.4亿港元将用作偿还借款,约20%或1.6亿港元将用作一般营运资金。”建发国际集团方面表示。

大名城12月1日公告称,为满

足公司业务发展需要,加大权益补充力度,优化资本结构,公司拟向不超过35名特定投资者非公开发行股票,募集资金拟用于公司与“保交楼、保民生”相关的房地产项目,棚户区改造或旧城改造项目开发建设,以及符合上市公司再融资政策要求的补充流动资金、偿还债务等。

对此,易居研究院智库中心研究总监严跃进分析认为,上述企业的动作充分说明再融资政策具有非常好的导向,具有较好的覆盖面,有助于各类上市房企积极拓宽融资渠道。“此类企业的融资资金用途比较清晰,尤其是涉及到保交楼、偿还债务、改善经营状况等,对于确保房企经营稳定具有积极作用。”

“非公开方式定向增发是上市企业再融资的重要渠道之一,而A股上市房企的定向增发审核一直比较严格,难以发挥融资作用。”中指研究院也表示,此次政策“松绑”为上市房企打通了一条再融资渠道,不过,资金用途主要以保民生项目为主,以及补充流动资金、偿还债务。

地方房企迎来融资新机会

此次发布的“第三支箭”政策在于注重应用资本市场功能,改善优质房企资产负债表,解决当前面临的主要问题。

监管部门此次宣布恢复上市房企再融资工作,也标志着支持房企融资“三箭齐发”的格局正式形成。

在刘水看来,证监会此次发布5项措施,允许上市房企以非公开方式再融资,这是时隔12年来监管部门允许上市房企在资本市场进行再融资,将打通上市房企股权融资的通道。

据了解,今年下半年,相关部门开始陆续出台支持房地产行业发展的利好政策,以促进房地产市场平稳、健康发展,降低风险因素。

11月23日,瞄准房地产市场的“第一支箭”射出。中国人民银行和银保监会联合印发的《关于做

好当前金融支持房地产市场平稳健康发展的通知》明确提出,将稳定房地产开发贷款投放。

该政策也被业内称为“金融16条”。此后,六家国有银行宣布向优质房企提供1.2万亿元的意向授信额度。天风证券研报分析认为,“第一支箭”针对行业风险偏好反转,满足行业合理信贷需求,平稳行业出清节奏。

与此同时,“第二支箭”也落地债券市场。中国银行间交易商协会官网发布消息称,将继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具,由央行再贷款提供资金支持,预计

可提供约2500亿元民营企业债券融资,后续还有望扩容。

最后,“第三支箭”也应声落地。在证监会日前公布的支持房地产企业股权融资方面调整优化5项措施中,除恢复上市房企和涉房上市公司再融资外,还包括恢复涉房上市公司并购重组及配套融资,允许符合条件的房地产企业实施重组上市;恢复H股上市房企再融资;发挥REITs盘活房企存量资产,推动保障性租赁住房REITs常态化发行等政策。

中指研究院分析认为,此次发布的“第三支箭”政策在于注重应

用资本市场功能,改善优质房企资产负债表,解决当前面临的主要问题。“政策支持房企股权融资,改善优质房企资产负债表,主要解决的问题是化解房企风险、防范房企风险、盘活存量和支持转型发展。”

“在上市房企中,特别是部分未出险的民营房企,将是再融资的主力,这些企业很多会有再融资的意愿。”刘水表示,未来一段时间,房地产行业或将迎来更多上市房企再融资案例。

在严跃进看来,“从房企融资的‘第一支箭’和‘第二支箭’来看,普遍都是圈定在优质企业上。而

这次释放的股权融资政策对于一些规模小的区域房企也有积极帮助,可以无门槛获得融资,地方房企迎来了融资新机会。”

尽管股权融资时隔多年再度重启,但对于房地产企业而言,类似的再融资计划仍具有一定的不确定性。严跃进表示:“企业一定要读懂政策,尤其是和特定投资者做好协调和沟通,防范资金投入面临不确定性问题,同时抓住政策窗口期,积极确保再融资工作顺利推进。另外,对于资金的投放领域一定要科学评估,确保融资工作和经营工作有序衔接。”

压缩限购区域 西安优化二手房交易政策

本报记者 王登海 西安报道

日前,西安市再次出台楼市新政,正式解除了临潼等外围区域的限购条件。同时,新政还放宽了新落户、外地置业者购买二手房的条件。

《中国经营报》记者观察到,今年以来,西安市对房地产市场的

整政策发力点主要集中在二手房市场方面,从今年5月28日政策的放松限售,到此次政策的放宽限购,西安市不断优化二手房市场的调控政策,促进二手房流通。

易居研究院智库中心研究总监严跃进认为,西安的政策属于“以二手房交易来带动一手房交易”的操作。

限售政策,同时降低了首次申请住房公积金贷款的首付比例,提高了公积金贷款额度。

在之后的8月份,西安又借鉴长沙、成都等地的政策,实施了“以租换购”的政策,即在限购区内,自愿申请将存量住房纳入保障性租赁住房,住房被纳入保障性租赁住房管理并正式签订租赁合同后,出租人家庭可在限购区域获得新增购买一套住房的资格。

“西安市连续出台了宽松的楼市政策,将对西安楼市产生积极作用。”王圣学表示,由于多方面的因素,今年以来西安房地产市场的投资销售都不是很景气,西安市应该对当前的经济形势做出更准确的预判,继续调整政策,特别是放松限购限贷限价限售的限制。

为此,王圣学建议,西安市应该继续加大政策力度,全面取消限购限贷限价限售条件,同时要刺激购房者需求,给有刚性需求的购房者相关的优惠,激活房企积极性,继续减免相关税费。

另外,王圣学还表示,就陕西层面来讲,西安市的房地产市场规模占了陕西省的60%以上,高峰时达到了70%,因此,要确保西安市房地产市场的平稳、健康发展。

促进二手房流通

今年以来,西安市对二手房的政策调整从未间断,屡次调整政策的重点都集中在二手房市场。

在5月28日发布的政策中,西安市放松了对二手房的限售政策。政策明确,住房限购区域内,已购买或新购买的商品住房,房屋产权人取得《不动产权证书》满2年,或商品房买卖合同网签备案满3年且取得《不动产权证书》的,可上市交易;已购买或新购买的二手住房,房屋产权人取得《不动产权证书》满2年的,可上市交易。

在此之后,西安市还取消了二手房指导价,并且还借鉴其他城市的政策,推行了二手房“带押过户”政策。

“随着5月28日政策的落地和二手房指导价取消,西安二手房得到了释放,为西安二手房市场提供了大量的刚需房源。”西安当地的一名房地产人士告诉记者,西安放松了二手房的限售条件后,二手房挂牌量上涨,但是成



今年以来,西安市多次出台楼市调控政策,促进楼市健康发展。图为西安市莲湖区高楼林立。 王登海/摄影

成交量却不断下滑。

记者了解到,今年8月份起,西安市开始公布二手房的成交数据。数据显示,2022年8月,西安市二手房成交量6472套,9月份6085套,10月份下跌至4390套。

或许正因为此,此次政策调整中,西安市又放宽了二手房限购条件,从西安市外迁入西安市,且在住房限购区域无住房的居民家庭,落户西安即可在住房限购区域购买首套二手住房;在住房限购区域无住房的非西安市户籍居民家庭,只要持有西安

市《居住证》,且在购房之日起6个月内西安市连续缴纳社会保险或个人所得税的,可购买1套二手住房。

在调整之前,限购条件为,新迁入西安市户籍者,须在购房前落户满1年;非西安市户籍购房前2年需在当地连续缴纳社会保险或个人所得税。

“在限购区域放松二手房的限购条件是西安市此次政策最大的亮点,一方面要确保限购区域的基调不发生大变化;另一方面,通过二手房的限购放松有助于促

进房东房源的流通和盘活。”严跃进认为,西安市的政策属于“以二手房交易来带动一手房交易”的操作。

“西安市房地产市场相对全国其他城市表现相对好,但由于二手房交易偏弱,所以需要盘活二手房。”严跃进表示,西安市此次的政策有助于促进市区二手房的交易流通,其对于一手房不会有太大的炒作影响,另外也使得房东出售二手房后,有能力去购买新房,达到了改善性住房需求的释放。

保租房迎来发展强劲动能

在不断为商品房市场解绑的同时,西安市保障性租赁住房也迎来发展强劲动能。

近日,西安市住建局和国家开发银行陕西省分行、建设银行陕西省分行、中国银行陕西省分行、招商银行西安分行、民生银行西安分行、兴业银行西安分行、西安银行7家银行签订了《发展保障性租赁住房战略合作协议》。

西安市住建局介绍,“十四

五”期间,上述7家银行承诺将对西安市保障性租赁住房提供贷款、债券等各类金融支持不少于2100亿元。今年,7家银行已累计对保障性租赁住房建设经营企业提供授信额度350.23亿元,审批贷款153.87亿元,发放贷款72.26亿元。

记者了解到,“十四五”期间,西安市计划建设筹集保障性租赁住房30万套(间),总建筑面积约2470万平方米。

业内专家在接受记者采访时表示,西安市住建局和各大银行的合作,将有助于更好完善保障性租赁住房的融资环境,促进保障性租赁住房领域的健康发展,对于完成“30万套”保障性租赁住房的目标提供了坚实的资金保障。

西安市住建局局长解宁元表示,此次战略合作协议的签订,标志着西安市保障性租赁住房工作迎来新的发展机遇,“十四五”期

间,西安市的保障性租赁住房项目将会充分得到银行的资金支持,西安市住建局还将和银行持续拓宽合作的广度和深度,为加快发展保障性租赁住房打牢坚实基础。

此外,记者从西安市住建局了解到,当前,西安市已筹集保障性租赁住房项目108个、房源11.22万套,发放项目认定书60份。目前已完成年度工作任务的102%。

“三箭齐发”支持房地产 上市房企再融资开闸

本报记者 余燕明 北京报道

日前,证监会决定在股权融资方面调整优化措施,通过资本市场支持房地产市场平稳健康发展。

这标志着支持民营房企融资的“第三支箭”正式落地,时隔多年后,监管层恢复了上市房企和涉房上市公司再融资。

证监会关于支持房地产企业

股权融资政策出台后,福星股份(000926.SZ)、世茂股份(600823.SH)、建发国际集团(01908.HK)等上市房企在第一时间抛出了非公开发行再融资计划。

监管层支持房企融资的“第一支箭”,针对行业风险偏好反转,满

足行业合理信贷需求,平稳行业出清节奏;“第二支箭”针对金融机构短期的过度反应,支持优质民企债

券融资,控制出清主体范围。

“此次‘第三支箭’的出台进度略超市场预期,有利于巩固行业的抗风险能力,加速民企不良资产出清,盘活存量资产,稳定行业投资预

期和信心,行业迎来系统性支持和资产负债表优化。”一位券商分析师向《中国经营报》记者表示,“行业政策目标逐渐从容出清,到定向稳定信用预期,过渡至稳定地产系统。”

房企融资支持政策密集落地

今年,监管层支持民企融资的“三支箭”射向了房地产市场,并在近期密集加速落地。

2018年,针对部分民营企业遇到的融资困难问题,经国务院批准,央行会同有关部门,从信贷、债券、股权三个融资渠道采取“三支箭”的政策组合,支持民营企业拓展融资。

今年,监管层支持民企融资的“三支箭”射向了房地产市场,并在近期密集加速落地。

11月下旬,央行与银保监会联合下发了《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展的通知》,为精准支持房地产融资出台了16项金融政策(以下简称“金融16条”),其中包括稳定房地产开发贷款投放、支持个人住房贷款合理需求、支持开发贷款及信托贷款等存量融资合理展期等。

建设银行、工商银行、农业银行、中国银行、邮储银行、交通银行等六家国有大行迅速响应落实“金融16条”,向中交建、首开股份、越秀地产、万科、龙湖集团、美的置业、合生创展、金地集团、中海地产、华润置地、碧桂园、金辉控股、绿城中国等17家房企提供了合计多达1.2万亿元授信额度。

在银行信贷层面,国有六大行向优质房企提供万亿规模授信额度,就是监管层支持房企融资射出的“第一支箭”。

为支持民营企业健康发展,在央行的支持和指导下,交易商协会在最近继续推进并扩大了民营企



日前,证监会决定在股权融资方面调整优化五项措施,通过资本市场支持房地产市场平稳健康发展。 视觉中国/图

业债券融资支持工具(“第二支箭”),支持包括房地产企业在内的民营企业发展融资。“第二支箭”由央行再贷款提供资金支持,委托专业机构按照市场化、法治化原则,通过担保增信、创设信用风险缓释凭证、直接购买债券等方式,支持民营企业发展融资。

民营企业债券融资支持工具作为“第二支箭”,有力引导市场机构改善对民营企业的风险偏好和融资氛围,有效缓解了民营企业信用收缩问题,促进了民营企业融资恢复,降低了民营企业融资成本。根据交易商协会预计,“第二支箭”可支持约2500亿元民营企业债券融资,后续可视情况进一步扩容。

交易商协会组织中债增进公司积极开展了部分民营房企债券融资增信工作,取得了良好成效。目前,龙湖集团已完成了200亿元中期票据注册,交易商协会还受理了美的置业150亿元中期票据储架

式注册发行、新城控股150亿元储架式注册发行,万科和金地集团也分别报送递交了280亿元、150亿元储架式注册发行的意向或申请。

据记者了解,近期中债增进公司在民企债券融资支持工具(“第二支箭”)政策框架下,出具了对龙湖集团、美的置业、金辉集团三家民营房企发债信用增进函,首批分别支持三家房企发行20亿元、15亿元、12亿元中期票据,后续将根据房企需求提供持续增信发债服务。

“第二支箭”政策支持力度加大,预期将更为明显地作用到民营房企流动性改善上,目前正在加速落地。”克而瑞研究中心一位分析人士指出,“尽管政策支持对民营房企的资质要求并未有明显放松,但优质房企将率先受益。对于尚未违约、资信良好、基本面相对稳健的民营房企来说,抓住融资窗口,可以有效改善短期流动性,率先企稳,步入经营正轨。”

增厚权益资本实现降杠杆

受此重大利好消息提振,A股、港股市场地产股掀起了涨停潮,房地产板块大幅上涨。

日前,在支持房地产企业股权融资方面,监管层射出了“第三支箭”。

证监会决定积极发挥资本市场功能,支持实施改善优质房企资产负债表计划,加大权益补充力度,促进房地产市场盘活存量、防范风险、转型发展,更好服务稳定宏观经济大盘。

证监会主要在股权融资方面调整优化了五项措施。

证监会在优化措施中提及,恢复涉房上市公司并购重组及配套融资。允许符合条件的房地产企业实施重组上市,重组对象须为房地产行业上市公司。允许房地产行业上市公司发行股份或支付现金购买涉房资产;发行股份购买资产时,可以募集配套资金;募集资金用于存量涉房项目和支付交易对价、补充流动资金、偿还债务等,不能用于拿地拍地、开发新楼盘等。建筑等与房地产紧密相关行业的上市公司,参照房地产行业上市公司政策执行,支持“同行业、上下游”整合。

同时,恢复上市房企和涉房上市公司再融资。允许上市房企非公开方式再融资,引导募集资金用于政策支持的房地产业务,包括与“保交楼、保民生”相关的房地产项目,经济适用房、棚户区改造或旧城改造拆迁安置住房建设,以及符合上市公司再融资政策要求的补充流动资金、偿还债务等。允许其他涉房上市公司再融资,要求再融资募集资金投向主业。

此外,证监会也提出要调整完善房地产企业境外市场上市政策。与境内A股政策保持一致,允许以房地产为主业的H股上市公司再融资;允许主业非房地产业务的其他涉房H股上市公司再融资。

不动产投资信托基金(REITs)也将起到重要作用。证监会明确,进一步发挥REITs盘活房企存量资产作用。会同有关方面加大工作力度,推动保障性租赁住房REITs常态化发行,努力打造REITs市场的“保租房板块”。鼓励优质房地产企业依托符合条件的仓储物流、产业园区等资产发行基础设施REITs,或作为已上市基础设施REITs的扩募资产。

不仅如此,证监会还提出要积极发挥私募股权投资基金作用。开展不动产私募投资基金试点,允许符合条件的私募股权基金管理人设立不动产私募投资基金,引入机构资金,投资存量住宅地产、商业地产、在建未完成项目、基础设施,促进房地产企业盘活经营性不动产并探索新的发展模式。

受此重大利好消息提振,A股、港股市场地产股掀起了涨停潮,房地产板块大幅上涨。“第三支箭”落地后,福星股份、世茂股份、建发国际集团等上市房企立即抛出了非公开发行再融资计划,募集资金将用于房地产项目开发、偿还部分公开市场债务本息以及补充流动资金等。

近期股价连续上涨反弹过后,截至11月30日收盘,福星股

份每股价格约为5元,总市值约50亿元;世茂股份已涨至3元/股,总市值约113亿元。建发国际集团目前在港股的市价约18港元/股,总市值288亿港元,它将通过“先旧后新”的方式,按照每股17.98港元的价格,配售发行4500万股,分别占发行前后总股本的2.82%及2.75%,募资8亿港元。

根据证监会发布的《上市公司证券发行管理办法》《上市公司非公开发行股票实施细则》等相关规定,上市公司申请非公开发行股票的,拟发行的股份数量原则上不得超过本次发行前总股本的30%;发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票均价的百分之八十。

据记者了解,今年10月下旬,在确保股市融资不投向房地产业的前提下,证监会已对存在少量涉房业务但不以房地产为主业的上市企业再融资开闸。现在,证监会则进一步恢复了上市房企和涉房上市公司再融资。

“对房企来说,有了股本增加的去杠杆,才是健康的去杠杆。”一位私募基金及资产证券化业内人士向《中国经营报》记者表示,“第三支箭”当中提及的进一步发挥REITs盘活房企存量资产作用、积极发挥私募股权投资基金作用等政策内容,在盘活房企存量资产、经营性不动产方面有着巨大价值,能够有效增加房企权益资本,补充流动性,实现去杠杆及加快风险出清。”

研究指老年人房屋交易“围着子女转” 全款购房比例超8成

本报记者 余燕明 北京报道

看重医疗配套、离子女近

根据国家卫健委的数据,到2021年底,全国60岁及以上老年人口达到了2.67亿,占总人口的18.9%;65岁及以上老年人口达到了2亿以上,占总人口的14.2%。

“十四五”时期,预计全国60岁及以上老年人口总量将突破3亿,占比将超过20%,进入中度老龄化阶段。2035年左右,60岁及以上老年人口将突破4亿,在总人口中的占比将超过30%,进入重度老龄化阶段。

大规模老年人口的出现,同样孕育着新的机会与可能。老年人不只是“弱势群体”“被照顾者”“医药高频消费者”,同样也是“经验丰富的劳动者或管理者”、“资产持有者”与“代际支持者”。

老年人还是房产交易中不可忽视的群体,积极培育支持老年住房交易市场,对推动我国社会经济高质量发展具有重要意义。

近期,中国人民大学劳动人事学院白晨副教授团队与贝壳研究院组成了一个联合课题组(以下简称“研究团队”),调研了当前我国老年群体住房交易的现状及其行为特征,以此揭示老年人在我国资源配置与居住需求释放中所扮演的重要角色及其发挥出的关键作用。

研究团队尝试提出了一个理解国内老年人群体住房消费行为的新框架,“老年住房交易‘双驱动’模型”。

所谓的“双驱动”指的是影响老年人参与住房交易的两个基本动因,一个是“居住改善”,即因居住条件“适老化”水平不高所产生的住房改善意愿;另一个是“代际支持”,即传统家本位文化影响下老年人以住房为纽带的“代际支持”意愿。

“老年人买房仍然要围着子女转,与子女就近居住,既能方便子女照料,同时也方便帮助子女照料孙辈。”白晨带领的研究团队表示,通过调研来看,“代际支持”型的老年人住房交易占比更高,方便子女照看,或卖房为子女的生活提供支持成为不可忽视的重要因素。

研究团队选取上海、北京、南京、武汉、合肥等14个城市开展了问卷调研,总共回收了有效老年问卷5928份,中青年问卷3539份。

此次调研老年人群以本地城镇老人、70岁以下低龄老人为主,且多为空巢或独居老人,与子女或孙子女多代同住的相对较少。从家庭收入来看,买房及卖房老年家庭月收入在3000元~5000元比例最高,接近四分之一。

调研结果发现,不同于中青年群体,老年群体住房交易参与度随年龄增长而下降,大城市老年二手房交易群体主力年龄段为60岁~65岁,买房和卖房的占比均在一半左右。

老年群体选择买卖两居室的比例均在一半左右,其次为三居

受“二元驱动性”影响

随着中国住房市场正逐步从“增量发展”转入“存量优化”,改善居住条件成为存量时代推动住房消费的“新刚需”。特别对老年人而言,“适老化”居住需求成为撬动其“二次”住房消费的重要杠杆之一。

一方面,城镇老人对改善居住或周边条件,提升老年生活品质的需求,无疑将成为推动老年住房消费的重要力量。

另一方面,在居住属性外,住房对老年群体同时也具有财产属性,是老年人维系家庭关系的重要纽带。中国老人有着较强的“家本位”观念,房产是他们给予子女乃至孙子女提供“代际支持”或者从子女那里获得“代际支持”的重要保障。

这种“代际支持”需求可能有多种表现形式,有为与子女就近

老年二手房交易群体在户籍地本地化,以及工作单位在“体制内”的特征更为突出。其中,老年买房和卖房群体中本地户籍占比分别高出中青年群体13.9个、9.4个百分点;买房群体中,在政府机关或事业单位工作的老年人比例相对较高,较中青年群体高出了9.2个百分点。

老年群体大多偏好面积在70平方米~90平方米的两居室。区位上,无论是买房还是换房,老年人为了获得更好的交通医疗服务及周边配套,也与中青年群体一样,偏好在市中心及主城区买房。同时,老年住房资源呈现向中青年群体流动的趋势。

老年群体选择买卖两居室的比例均在一半左右,其次为三居

室;而中青年群体买卖两居室的比重明显低于老年人。

整体来看,老年群体买房或卖房的户型面积要小于中青年群体,老年人买房在住房面积上选择70平方米~90平方米居多,且老年人选择购买50平方米~70平方米或50平方米以下面积住房的比例,明显高于中青年群体。

多数老年人买房仍在市中心或主城区,其中选择在市中心买房的比例略低于中青年群体,选择在非市中心但仍在主城区买房的比例要高出中青年群体7.1个百分点。老年人在城郊区买房的偏好较低,独居老人选择在市中心买房的比例明显更高。

从老年人出售房屋的区位来看,大多以市中心或非市中心的

房为纽带的“代际支持”意愿。该因素属于“代际驱动型”,在这里老年人的住房成为维系其与子女(及孙子女)代际联系的纽带与保障。

受此驱动,一方面,老年人买房或换房往往是出于能够与子女就近居住以便得到子女更好的照料或帮助子女照料孙辈;另一方面,房产作为多数老年人最值钱的资产,卖房变现成为老年人支持子女买房(成家、换房、孩子上学等)或者给子女提供现金支持的主要手段。

问卷调查显示,超9成的老年人买房用于自己居住。在买房用于自己居住的老年人中,出于改善居住条件而买房的老年人最多,占比接近4成;改善住房周边配套(如生活、医疗或交通条件)的次之,约12%左右的老年人为

主城区住房为主,占比均超过4成,其中出售市中心住房占比高出中青年群体近10个百分点。而中青年群体卖房区位以非市中心主城区居多。

老年人买房看重小区的交通便利和就医条件。就小区周边而言,老年群体与中青年群体均看重“交通及日常生活便利度”。不同的是,老年群体更看重小区周边就医条件、是否能与子女或亲友就近居住,选择“有大医院、就医近”“与子女或亲友离得近”的老年群体比例,较中青年群体分别高出29.4个、10.6个百分点。

老年人出售的住房更多流向了中青年群体,其中30岁及以下青年群体占比达到了29.7%,30岁以上至45岁中年人群占比最

高,达到了52.1%。

另外,受贷款政策以及老年群体观念影响,老年人全款买房的占比高达83.2%,高出中青年群体58.6个百分点。

老年群体买房首付资金主要来自个人积蓄、房产本金(卖房所得)的比例均超过4成,其中老年人以房产本金作为购房款的比例要显著高于中青年群体。老年人依靠子女(父母)支持支付首付款的比例略低于中青年群体,亲友借贷的比例略高于中青年群体。

在买房过程中,老年人中能做到独立决策的比例较中青年群体低5.9个百分点。老年人买房决策受子女影响较大,其次受配偶影响。中青年群体买房决策受父母或配偶影响相当。

相比之下,低龄老人对改善周边配套的需求更强。

“高龄和低龄老人在买二手房的动因上存在差异。”白晨带领的研究团队指出,“低龄老人由于行动能力尚可,换房时更注重小区周边生活便利度及医疗可及性;高龄老人由于行动相对困难,换房时往往更关注居住条件本身的改善,以及是否与子女就近居住,便于子女照料自己。”

调查还显示,大城市二手房交易中,老年群体卖房主要是以支持子女为目的,占比近一半。变现支持子女买房的老年人占比近3成,高出变现给子女分配财产或清偿债务12.3个百分点。其中为子女卖房的老年人,主要支持子女“以小换大”改善居住和为子女购置婚房,有8.4%的老年人是为了让子女和自己就近居住。

70岁以上高龄老人买房动因更突出地反映在改善居住条件及与子女就近居住方面,整体高于70岁以下低龄老人6.4个百分点。

房企发起年底冲刺 促进销售回款

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

“百日冲刺倒计时50天,为荣誉而战”“倒计时40天,全力争峰”“倒计时35天,火力全开”……

距离2022年结束还有不足一个月时间,房企年底抢收气氛浓烈。其中,某一华南房企发起上

花样营销“打法”

除了降价、升级服务,在优质项目的供应上,房企的步伐也明显加快。

今年“双11”期间,已于7月开盘的东莞保利阅江台项目(备案名:保利阅江花园)再次推出购房促销措施。根据保利(东莞)房地产开发有限公司官方微信公众号,该项目推出“每天1套特价房”“成交客户年终大抽奖,最高可获得一套住宅”等限时优惠,力度之大引人注目。

根据克而瑞研究中心统计,今年以来,保利营销动作节点多、力度大、活动类型丰富,涉及价格折扣、全民营销等,在市场去化压力较大的区域果断选择促销。从5月开始,保利的营销活动力度加大,其中,在湖南区域推出500套特价房;“双11”期间在河北区域联动6个项目推出1111套特价房。

无独有偶,据记者了解,日前万科在深圳入市的两个新盘也推出打折促销、线下带客等营销手段。根据克而瑞研究中心监测,万科从今年下半年开始已进行范围较大的折扣活动,7月~8月的成交均价均出现同比约10%的下滑。7月~10月,万科楼盘的销售均价分别约15561元/平方米、15286元/平方米、15293元/平方米、16147元/平方米,分别同比减少7%、9%、3%、1%。

而在售前服务方面,部分开发商也为此花费了一番心思。汕头碧桂园官方微信公众号显示,针对近期因疫情无法到现场看房的客户,相关项目开通线上购房并设置居家礼包。其中,线上购

述“百日冲刺”营销活动,联动全国超过50个楼盘项目,推出“一口价房源”、限时折扣、促成交返佣等措施。年关将至,力度加码。

近段时间以来,多项房地产供给端利好政策落地,房企融资获支持的节奏明显加快。与此同时,市场“造血功能”即需求端的

修复、企业销售回款的改善,成了促进房地产行业平稳健康发展的另一重点。

日前,《中国经营报》记者从一位知情人士处获悉,今年10月底,万科在一次内部常规业务会议中提及,广泛调动各类渠道进行销售,如贝壳、安居客等合作渠

道。据了解,过往万科更加倡导培养自有渠道拓客的能力。如此看来,头部房企也开始对全年销售业绩发起总攻。

根据中指研究院统计,今年前11个月,百强房企销售总额约67268.1亿元,同比减少42.1%,降幅较上月收窄1.3个百分点。



日前,万科在深圳入市的两个新盘也推出打折促销、线下带客等营销手段。

本报资料室/图

房客户可享“15天无忧退房”,另有购买优惠券抵扣房款的促销措施。对于预约到访客户(提前登记车牌号信息),万科会为其预留专属车位,看房过程中为其提供食物、饮料等。

除了降价、升级服务,在优质项目的供应上,房企的步伐也明显加快。

以华润置地为例,深圳华润城项目在经历2021年8月加大力度推盘后,在今年3月、4月、7月分别进行了新的加推。根据克而瑞研究中心统计,该项目在年前10个月累计销售金额约240亿元,单价约13.2万元/平方米。另外,截至目前,招商蛇口在北上广深的销售热盘合计达18个,其中,深圳招商玺家园项目在今年1月~

10月累计销售金额约113亿元,单价约11.99万元/平方米。今年前10个月,越秀地产在广州的越秀和樾府项目累计销售约137亿元,金地集团在上海的丰盛道项目累计销售约76亿元。

综合来看,上述项目推出的价格折扣力度不大,但在今年下半年以来,集团型营销活动类别增多。加大对核心城市的优质项目供应力度,同时搭配积极的营销策略,上述开发商旗下项目的累计销售均价相较去年有所上涨。

克而瑞研究中心监测数据显示,今年前10个月,华润置地、招商蛇口、金地集团、越秀地产的累计销售均价分别为21956元/平方米、27093元/平方米、22553元/平方米、28802元/平方米,分别同比增长26.3%、17.5%、6.9%、6.2%。

房企如此卖力并非只为年底抢收。惠誉评级在研报中指出,“新房销售额的全面复苏,仍是房地产市场流动性实现持续向好的关键。”

克而瑞研究中心统计数据表示,今年11月,百强房企中约有4成实现单月业绩环比增长,其中环比增幅超过30%的有19家。TOP30房企表现优于行业整体,仅1家企业的单月业绩环比降幅高于50%,其他企业的环比降幅均在30%以内。

具体来看,今年1月~11月,碧桂园以全口径4412.9亿元的销售额排名第一,保利、万科名列第二、第三,销售额分别为4001.1亿元、3767.7亿元。

市场企稳可期

《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》指出,支持个人住房贷款合理需求。

房企积极抢抓倒计时,其年度销售目标的完成率也逐渐明朗。

根据克而瑞研究中心统计,截至11月底,滨江集团、越秀地产、招商蛇口今年的业绩目标完成率分别为89%、83.5%、75.6%,其年度业绩目标分别为1500亿元、1235亿元、3300亿元。整体来看,截至11月末,在已公开披露年度目标的规模上市房企中,多数企业的目标完成率不及80%,部分房企完成率不足70%。“12月,房企的货值供应、销售去化压力进一步放大。”克而瑞研究中心分析指出。

预期缓慢温和修复、市场正在筑底回升的同时,近期房地产供给端亦出台了一系列支持性举措,旨在拓宽优质房企的融资渠道,并加大对受困开发商及项目的信贷扶持力度。惠誉评级认为,此类措施若成功落地实施,或在一定程度上缓解房企的流动性压力。

11月28日,中国证监会新闻发言人表示,将积极发挥资本市场功能,支持实施改善优质房企资产负债表计划,加大权益补充力度,促进房地产市场盘活存量。

证监会决定从即日起,在股权融资方面调整优化5项措施,通过资本市场支持房地产市场平稳健康发展。

具体而言,包括恢复涉房上市公司并购重组及配套融资;恢复上市房企和涉房上市公司再融资;调整完善房地产企业境外上市政策;进一步发挥REITs盘活房企存量资产作用;积极发挥私募股权投资基金作用。

而在此前,“第二支箭”持续推进并扩大,即由中国人民银行再贷款提供资金支持,委托专业机构按照市场化、法治化原则,通过担保增信、创设信用风险缓释凭证、直接购买债券等方式,支持民营企业发展融资。

截至11月23日,“第二支箭”扩容首批民营房企落地。中债信用增进投资股份有限公司出具对龙湖集团、美的置业、金辉集团三

家民营房企发债信用增进函,拟首批分别支持三家房企发行20亿元、15亿元、12亿元中期票据,后续将根据企业需求提供持续增信发债服务。

中国人民银行、中国银保监会指出,当前,做好金融支持房地产市场平稳健康发展工作的主要重点在于保持房地产融资平稳有序、积极做好“保交楼”金融服务、积极配合做好受困房地产企业风险处置、依法保障住房金融消费者合法权益、阶段性调整部分金融管理政策、加大住房租赁金融支持力度。

11月30日,上海农商银行与宝龙地产等公司签署战略合作协议,为其合计提供200亿元意向性综合授信额度。另外,中国工商银行一口气与万科、金地、碧桂园等12家房企以总对总方式签订战略合作协议,提供意向性融资总额达6550亿元。

从目前出台的政策来看,克而瑞研究中心分析认为,就传导效应而言,国企、央企和少数优质民企或将优先受益,当前房企仍面临较大的偿债压力,运营的改善核心在于销售端。

就在11月23日,中国人民银行、中国银保监会发布《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》,指出支持个人住房贷款合理需求。支持各地在全国政策基础上,因城施策实施好差别化住房信贷政策,合理确定当地个人住房贷款首付比例和贷款利率政策下限,支持刚性和改善性住房需求。

上述文件表示,鼓励金融机构结合自身经营情况、客户风险状况和信贷条件等,在城市政策下限基础上,合理确定个人住房贷款具体首付比例和利率水平。支持金融机构优化新市民住房金融服务,合理确定符合购房条件新市民首套住房个人住房贷款的标准,多维度科学审慎评估新市民信用水平,提升借款和还款便利度。

推进现代化城市建设 广州黄埔城市更新提速

本报记者 陈婧斌 广州报道

城市建设是现代化建设的重要引擎。

党的二十大报告提出,坚持人民城市人民建、人民城市为人民,提高城市规划、建设、治理水平,加快转变超大特大城市发展方式,实施城市更新行动,加强城市基础设施建设,打造宜居、韧性、智慧城市。

今年下半年以来,广州市黄埔区加快推进未批未过会城市更新项目方案审批,广州的现代化城市建设也将提速。据了解,近期,黄埔区连续正式批复了珠江村、双沙村、汤村五福堂一二社、洋田村等4个城市更新项目实施方案。

事实上,今年以来,黄埔区就已多次释放城市更新提速的信号。

现代化建设提速

今年下半年以来,广州黄埔的城市更新项目全面提速。

据记者不完全统计,近期黄埔已有10余个城中村改造项目实施方案(片区策划)完成过会、批复。

近日,黄埔区更是连续正式批复了珠江村、双沙村、汤村五福堂一二社、洋田村等4个城市更新项目实施方案。

记者了解到,今年以来,黄埔区积极探索运用异地平衡、用地置换、片区统筹、“留改拆”并举、精细化设计、分期实施等系列举措,千方百计疏通城市更新项目数据确认、上会审议、方案批复等关键环节的堵点卡点。

上述项目实施方案批复后,将按“灵活分片、动态调整”的原则,优先将涉及重点拆违整治和复建安置物业、公建配套设施、重点产业项目建设的地块划入先行实施片区,实现签一片、建一片。

事实上,今年以来,黄埔区就已多次释放城市更新提速的信号。

推动城市建设高质量发展

事实上,城市更新一直以来是广州市黄埔区的重点工作,也是推动黄埔区城市高质量发展,打造新经济走廊、总部经济带的重要保障。

2022年1月21日,广州市黄埔区区长银崧在广州市黄埔区第二届人民代表大会第二次会议上作《政府工作报告》时指出,黄埔区将分片分类分步推动城市更新,紧紧围绕城市高质量发展,坚持“分片分类分步、科学平稳有序”总体思路,持续深化省“三旧”改造改革创新试点政策成果,重点推进复建回迁房、公共服务设施建设,新增动工面积

2月8日,广州市发改委公布了《广州市2022年重点项目计划》和《广州市2022年重点建设预备项目计划》。数百个项目中,关乎城市更新的共计54项(含6个预备项目)。

在此文件推动下,各区开始纷纷制定对应的城市更新开发策略。而黄埔区政府,也在文件的推动下,持续提速城市更新工作。

6月,黄埔区城市更新局召开“实施信任筹建方案,加快安置房建设”专题会议。会上确定了“分区分类分步、平稳有序推进”的城市更新工作总体思路,并将推动实施《广州市黄埔区广州开发区信任筹建工作方案(2022第一版)》。

今年7月,《广州市城市更新工作领导小组关于印发广州市2022年城市更新项目年度计划的通知》(穗更新办[2022]3号)正式印发。据了解,2022年,广州市将推进城市更新项目合计224个,其

中计划实施123个城市更新项目,并启动101个城市更新项目的前期工作。其中,旧村庄项目数量最多,共118个。而在这其中,黄埔区计划为2022年城市更新重点工作推进92个项目。

8月中旬,黄埔区城市更新局召开项目实施方案审批推进督办会,全面、系统地梳理了当前正在推进的未批未过会项目方案审批的堵点难题,要求千方百计疏通城市更新项目数据确认、上会审议、方案批复等关键环节的堵点卡点,确保高质量完成全年各项任务目标。

8月底,广州开发区城市更新局再度印发《广州市黄埔区旧村改造村集体经济组织决策事项表决实施指引》的通知。主要针对改造意愿、实施方案等事项的表决比例做出说明。

值得一提的是,该指引最大的改变是,由原来的到会人数需达半数以上、成员代表大到会代

部经济带。

黄埔区还通过城市更新来统筹规划建设中小户型租赁性复建回迁房,重点保障产业园区职工租住需求,全年筹建保障性租赁住房(含人才公寓)2800套。紧盯历史文化传承,推进老旧小区微改造、传统村落保护,大力完善城市功能,补齐配套短板,最大限度保留原有空间格局、街巷肌理和景观环境,打造城市品质示范带、绿色生态宜居带;重点建设萝岗香雪、镇龙上境、九佛墟特色文化街区等示范项目,实施12个老旧小区微改造



广州城市更新提速,图为黄埔区升龙旧改项目建设已逐步完工。

陈婧斌/摄影

表2/3以上通过,统统改成80%的比例。

9月底,广州开发区城市更新局官网发布了一则《区城市更新局召开中层以上干部会议传达贯彻落实全区涉城市更新工作有关问题会议精神》的工作动态。

该动态明确表示,要强化担当意识,抓好统筹落实,正确面对城市更新道路上的迂回曲折,坚定信心信念,坚持系统思维,统筹组

建重点领域、关键环节工作专班,持续完善部门协同机制,推动城市更新各项工作转“危”为“机”。

此外还要强化创新意识,实现改革创新再出发,继续自我加压、自我革命,加快编制出台城市更新3.0创新政策,试行分期分片、容缺审批等创新手段,坚定实施“首开先建”,力争以“先行先试”的开发区精神再次杀出一条血路。

目数据确认、上会审议、方案批复等关键环节的堵点卡点。

尽管如此,黄埔区的城市更新发展仍任重道远。

“城市更新的前提是旧城已经老旧,城市功能已经满足不了需要,对城市经济繁荣、居民生活更好已经有影响。黄埔区加快城市更新,是主动的,也是情势所迫。”朱晓红告诉记者,今年以来,黄埔区积极探索运用异地平衡、用地置换、片区统筹、“留改拆”并举、精细化设计、分期实施等系列举措是积极的,目的就是要疏解城市更新项

目数据确认、上会审议、方案批复等关键环节的堵点卡点。

朱晓红还认为,对于地方的城市更新工作,不只是改头换面,而是更要注重内涵发展、功能完善。“城市更新不等同于旧城改造,不要局限于旧貌换新颜,更不能只是改头换面,而是要注重内涵发展、功能完善,要从宜居、宜业、宜教、宜游、宜养、宜医等多方面统筹规划,并顺序渐进。难点是舍土地财政,痛点是要办的事很多,可用的钱很少。此时此刻,要有重点的突破,要有做‘前人栽树,后人乘凉’的姿态与格局。”

以临床价值为导向 中药创新迈向新时代

本报记者 晏国文 曹学平 北京报道

从1160点到1706点,2022年9月底至11月底,中药板块(BK1040)走出了一轮连续上涨的行情。火热行情的背后是一系列利好中药产业发展的政策以及市场对中药产业健康发展的信心。

11月11日,国家药监局综合司再次对《中药注册管理专门规定(征求意见稿)》(以下简称《专门规定》)公开征求意见。公开征求意见时间已于11月25日截止。

作为中药现代化和国际化的代表性企业,12月1日,天士力医药集团方面向《中国经营报》记者介绍,中医药是中华五千年文明的智慧结晶,是认识人体生命规律及人与自

传承创新发展

《专门规定》强调促进中药传承创新。

2008年,原国家食药监局发布了《中药注册管理补充规定》(以下简称《补充规定》)。2020年4月,国家药监局就《专门规定》首次向社会公开征求意见,并根据征求反馈意见进行了修改完善。

随着中药审评审批机制改革工作不断深入,2022年11月,国家药监局综合司再次对《专门规定》征求意见。

《专门规定》起草说明指出,10多年来,《补充规定》的实施对中医药事业的发展起到了积极的推动作用,其中关于古代经典名方复方制剂的管理思路已被《中医药法》所吸纳。

然而,随着经济社会和中药产业的发展,公众对中医药有了新期待,党中央、国务院对中医药事业提出了新要求。新时代发展中医药,尤其是在如何做好守正创新,如何推动中药产业高质量发展等方面需要有新思路、新举措。因此,在《补充规定》的基础上,将其修改、完善成中药注册管理的专门规定显得十分紧迫和必要。

《专门规定》强调促进中药传承创新,坚持以临床价值为导向,坚持中医药理论的指导,改革、完善审评证据体系,要求建立中药资源评估机制,强化中药研制全过程的质量控制。

然之间健康平衡关系的思想与科学,是承载“健康中国”战略、具有中国特色的技术体系。

天士力医药集团方面分析称,总体来看,《专门规定》相比2008年的版本更加丰富、系统,更加符合新时代中医药发展的需求与趋势,突出了当前中医药行业发展的现状与关键点,遵循了中医药研究规律,体现了中医药特色。

《专门规定》以支持中药传承和创新为原则,基于中药自身特点,将药品安全、有效、质量可控的一般性要求及注册管理的一般性程序,与中药自身的特殊性相结合,并对中药注册管理的各项要求进行细化和明确,充分体现了国家中医药理论、人用经验和临床试验“三结合”的审评证据体系。

传承创新发展

《专门规定》强调促进中药传承创新。

据了解,天士力医药集团致力于推进中药现代化、国际化,在继承发挥中医药以人为本、复方配伍等原创优势的基础上,推动现代中药创新发展,获批科技部“创新中药关键技术国家重点实验室”,打造了复方丹参滴丸等多个“药效明确、深受好评”的中药大品种。

“如何应用中医理论指导中药研发一直是业界思考的核心。此次《专门规定》从创新方面明确提出,鼓励运用现代科学技术研究开发中药,并支持研制对人体具有多靶向系统性调节干预功能等的中药新药,鼓励用科学原理阐释中药的作用机理。”

《专门规定》另一个突出的主题就是突出中医药的临床疗效特点与临床价值,全文共有9条反复

提到临床价值。尤其是第三条强调了“中药研制应当坚持以临床价值为导向,重视临床价值评估,发挥中医药防病治病的独特优势和作用。”第七条强调了“中药的疗效评价应当结合中医药临床治疗特点,确定与中药临床定位相适应、体现其作用特点和优势的疗效结局指标。”

中药板块



9月底至11月底,中药板块走出了一轮连续上涨的行情。

视觉中国/图

对此,天士力医药集团方面对记者分析称,《专门规定》特别突出的主题是强调中医药的人用经验、注重临床实践,全文有25款条款都提及人用经验。这充分表明了《专门规定》守住了中医药来自临床实践、发展于临床实践,并提升临床实践与服务能力的创新发展规律。同时《专门规定》又反复强调鼓励运用现代科学技术和传统中药研究方法研究开发中药,鼓励用科学原理阐释中药的作用机理。

《专门规定》另一个突出的主题就是突出中医药的临床疗效特点与临床价值,全文共有9条反复

提到临床价值。尤其是第三条强调了“中药研制应当坚持以临床价值为导向,重视临床价值评估,发挥中医药防病治病的独特优势和作用。”第七条强调了“中药的疗效评价应当结合中医药临床治疗特点,确定与中药临床定位相适应、体现其作用特点和优势的疗效结局指标。”

“由于传统随机对照临床试

验的有效性和安全性评价体系存在诸多缺陷和限制,真实世界研究是未来的趋势。中药现代化和国际化遇到两大关键突破点,一是得到现代科学和全世界认同的安全有效评价;二是得到有效控制其天然差异性的系统方法。其中第一条如果按现有的临床评价方法对企业和社会都是巨大的资源投入。”天士力

医药集团方面表示。

天士力医药集团方面表示,使用真实世界证据科学评价中药(方剂和成药),是有效和高效的解决途径,是中医药去伪存真,走向世界得到广泛认同的路径。真实世界证据研究以患者为中心,体系繁杂,关键技术有待解决,宜从国家层面予以统一规划和推动。

以患者为中心

从以产品为中心向以患者为中心转变。

据了解,长期以来,部分中药说明书中“禁忌、不良反应、注意事项等尚不明确”,这是社会对中药关注较高的地方。此次《专门规定》对此问题作了详细要求和严格规定。

《专门规定》第七十七条规定,中药说明书“禁忌”“不良反应”“注意事项”中任何一项在申请药品再注册时仍为“尚不明确”的,不予再注册。

据记者了解,针对部分中药说明书的上述问题,国家药监局早在2022年1月就发布了《已上

市中药说明书安全信息项内容修订技术指导原则(试行)》。

上述文件指出,部分中药虽已上市多年,但其说明书安全信息项内容仍存在不足或缺失,影响安全合理用药,亟需修订。药品上市许可持有人是药品说明书修订的责任主体,应在药品上市后主动开展研究,及时对药品说明书安全信息项内容进行修订。

《专门规定》起草说明也指出,说明书是载明药品重要信息的法定文件,对保证药品上市后

在临床的正确使用具有重要作用。由于历史的原因,目前诸多已上市中药说明书还不完善,许多上市多年的产品仍存在说明书安全性事项“尚不明确”的情况。

对此,天士力医药集团方面对记者表示,《药品管理法》第四十九条明确规定:“药品包装应当按照规定印有或贴有标签并附有说明书。标签或说明书应当注明药品的通用名称、成分、规格、上市许可持有人及其地址、生产企业及其地址、批准文

号、产品批号、生产日期、有效期、适应证或者功能主治、用法、用量、禁忌、不良反应和注意事项。”其中明确了“禁忌”“不良反应”“注意事项”为药品包装应当注明的事项。

此次《专门规定》第七十七条将促进中药企业持续不断地进行上市后再研究,这对中药企业而言,是从以产品为中心向以患者为中心转变的契机。这项规定更体现了监管层对于推进上市中药产品在安全性和数据完善方面的信心和决心。

迪安诊断入主IVD产品代理商

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

资本腾挪

五年前的那场收购折戟,并没有就此阻断迪安诊断(300244.SZ)的念想。

日前,迪安诊断公告称,拟以自有资金5940万元收购广州迪会信医疗器械有限公司(以下简称“迪会信”)6%股权。收购完成后,公司合计持有迪会信53%股权,后者将成为公司子公司。

事实上,迪安诊断对迪会信的收购意图始于2017年9月。彼时,迪安诊断拟发行定增,募资约9.98亿元用于收购迪会信的64%股权。不过,定增预案后来剔除了该笔收购的募投计划,导致这一重大资产重组最终也未能实施。

此后三年,迪安诊断看似与迪会信再无交集,但其多个关联方频繁进出迪会信,该标的估值也水涨船高。直至2020年12月,迪安诊断第二次出手时,迪会信的估值达到约17.82亿元。但到近期,迪安诊断对其发起收购时,其估值大幅缩水至约10亿元。

在实施控股前,迪安诊断是否参与策划了上述关联方与迪会信的相关交易?公司是否将进一步收购迪会信的剩余股权?针对此类问题,《中国经营报》记者致函迪安诊断方面,截至发稿,对方未予回应。

11月25日,迪安诊断公告称,董事会审议通过《关于收购广州迪会信医疗器械有限公司6%股权的议案》,交易对手为自然人喻惠民,交易事项不构成关联交易,也无需提交股东大会审议。

工商信息显示,喻惠民个人持有迪会信6%股权,其实际控制的广州市执信医疗科技有限公司(以下简称“广州执信”)对迪会信持股37.5%。上述收购完成后,迪安诊断将实现对迪会信的控股。

上述控股得以实现,基于迪安诊断在2020年12月收购了迪会信的25%股权,加上之前公司通过合并报表范围内的宁波梅山保税港区卓奇股权投资基金合伙企业(有限合伙)(以下简称“卓奇产业基金”)持有

的22%的迪会信股权。因此,迪安诊断在此前已对迪会信合计持股47%。

而在2017年9月,迪安诊断曾计划通过一次性收购,直接控股迪会信。

根据公告,迪安诊断与杭州迪桂股权投资管理合伙企业(有限合伙)(以下简称“杭州迪桂”)及相关方签署附生效条件的股权转让协议,从杭州迪桂手中收购其持有的迪会信64%股权,该项作为公司定增所募投的项目之一,拟投入资金占募集总额约42%。

2016年1月,杭州迪桂以7.93亿元的价格从喻惠民处设立的两家有限合伙企业手中受让了迪会信64%的股权。

值得注意的是,杭州迪桂为迪安诊断参与发起的产业基金,专项

投资于与迪安诊断业务扩张密切相关的投资、经营、管理等体外诊断(IVD)产品产业的公司。彼时,迪安诊断对杭州迪桂的出资比例约5%。因此,上述收购构成关联交易,且需提交股东大会审议通过。

不过,2018年4月,迪安诊断将收购迪会信64%股权的募投项目剔除,而上述股权转让协议生效的先决条件之一包括收购事项需经中国证监会审核通过,因此,该笔收购未能履行,迪安诊断也未披露具体原因。

故事未完。两个月后,复星医药(600196.SH)对迪会信出手,以4.06亿元收购杭州迪桂持有的28%股权。因复星医药执行董事、董事长陈启宇兼任迪安诊断董事,且迪

安诊断能够对杭州迪桂实施重大影响,故该项构成关联交易。

记者注意到,迪安诊断控制的卓奇产业基金也在这时进入迪会信,对其持股22%。

公告显示,2016年11月,迪安

诊断以自筹资金认缴出资1.05亿元参与设立卓奇产业基金,后者将投资于医疗大健康领域相关的投资、经营、管理及其相关供应链等产业公司。在迪会信之前,卓奇产业基金在其成立次月便入股睿昂基因(688217.SH),其历史上也仅有这两笔对外投资。

2020年8月,在对迪会信持股

两年后,复星医药选择退出,将其所

持有的迪会信全部28%股权出售予

广州执信、北京执信瀚博投资管理

有限公司(以下简称“北京执信”)。2020年12月,迪安诊断随即从广州执信、北京执信手中合计接盘迪会信25%股权,作价约4.46亿元。

值得玩味的是,2021年5月,卓奇产业基金退出迪会信,并在当年9月进行注销清算。

另一方面,迪安诊断表示,其与喻惠民、北京执信之间的股权转让不构成关联交易。但记者从工商资料查阅到,这三方关系颇有渊源。北京执信的实际控制人为朱勇平,其与迪安诊断旗下全资子公司共同参股若干家医学检验公司;喻惠民与迪安诊断同时为北京联合执信医疗科技有限公司的股东,而该公司又与朱勇平控制的北京执信共同成立了一家医疗设备公司。

估值缩水

公告显示,迪会信成立于2015年8月,主要从事进口IVD产品的代理。根据迪安诊断披露,迪会信与罗氏诊断、希森美康、碧迪、西比利亚等全球多家IVD产品供应商建立了紧密的合作关系,其主要经销产品覆盖广东省内主要大型三级、二级医院等医疗机构。

值得注意的是,在迪安诊断于2017年发起定增计划收购时,罗氏诊断、希森美康也是其2015年至2016年及2017年前9个月的五大供应商之二。迪安诊断及迪会信均对罗氏诊断存在一定的依赖性,对其的采购占比均超过50%。

迪安诊断表示,通过2017年拟

定的那次重大资产重组,公司将借助迪会信进一步推进对华南市场的深耕细作,推动公司在当地的实验室业务布局和市场渗透,以“服务+产品”一体化策略在华南市场实现产业链融合发展。

在2020年的第二次收购中,迪安诊断表示,收购迪会信股权是公司看好广东省广大IVD市场的潜力,以及国家对粤港澳大湾区建设带来的新发展机遇,加码参股项目的份额,分享未来收益。

2016年至2017年,迪会信收入分别为约9.1亿元、10.34亿元,净利润分别为约1.61亿元、1.7亿

元。2019年及2020年前9个月,其收入分别为约11.87亿元、7.06亿元,净利润分别为约1.6亿元、5107.56万元。

公告显示,截至2017年7月31日,迪会信股东全部权益的评估值为15.6亿元,较合并报表归属于母公司所有者权益的增值率为199.8%,较母公司账面净资产评估的增值率为343.89%。

迪安诊断披露称,截至2019年12月31日,迪会信股东全部权益的评估值为17.82亿元。因此,其在2020年12月向北京执信收购的14%迪会信股权的交易价格为约2.5亿元,向广州执信收购的

11%迪会信股权的交易价格为约1.96亿元。

根据迪安诊断近期对迪会信6%的股权收购价格计算,迪会信的估值约为10亿元。相比过往,这一标的估值有所下滑。

值得注意的是,根据Wind数据统计,自2018年以来,迪安诊断共计完成26起并购事件。截至2022年三季度末,公司的商誉累计约12.79亿元。2019年,迪安诊断的商誉在近五年来达到高峰,至16.94亿元。2020年,公司计提商誉减值准备约4.46亿元;2021年,公司并未计提任何商誉减值准备。

年报显示,迪安诊断的主要业务涉及医学诊断服务、诊断技术研发、诊断产品生产及销售、CRO(Contract Research Organization,委托研究机构)、司法鉴定、健康管理等领域。2019年至2021年,公司的诊断服务收入从28.09亿元增长至约66.2亿元,占比从33.23%增长至50.6%。2022年上半年,该项业务收入为约69.51亿元,同比增长154.1%,毛利率为48.39%,占公司总收入比例进一步增长至64.65%。

今年前三季度,迪安诊断收入为约156.3亿元,同比增长7.37%;归母净利润为约24.28亿元,同比增长96.94%。

中国汽车驶入卡塔尔 汽车出海展现智能制造新实力

本报记者 杨让晨 张振 上海报道

中国汽车产业正借助世界杯等热点赛事打开海外市场“新世界”。

随着2022卡塔尔世界杯(FIFA World Cup Qatar 2022)开幕,来自中国的新能源汽车也驶入了赛事主办地卡塔尔国。而这只是中国车企实现汽车出海的一个缩影。

据中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)最新统计数据,今年10月,中国汽车出口创下新高,当月汽车企业出口达到33.7万辆,环比增长12.3%,同比增长46%。今年1~10月,中国汽车出口245.6万辆,同比增长54.1%。“这个数字已经超越德国,仅次于日本,位居全球第二。”中汽协副总工程师许海东预计,今年中国汽车出口总数有望突破300万辆。

《中国经营报》记者从宇通客车股份有限公司(以下简称“宇通客车”,600066.SH)方面获悉,宇通客车为今年的世界杯提供了约1500辆赛事服务用车,其中包括

800余辆电动客车。“这是新能源客车首次作为主力服务世界杯赛事,也是国际大型体育赛事中首次大批量引入中国新能源客车。”宇通客车方面表示。

此外,包括解放卡车、中国重汽和上汽红岩等在内的多个自主品牌,也在借助世界杯等热点话题造势营销。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,世界杯可以为车企带来流量。“对于车企而言意义比较重大,世界杯的采购价相对较低,车企愿意通过‘薄利’等方式将产品通过世界杯这一舞台展现给世界。”

惠誉评级亚太区企业研究董事杨菁则告诉记者,多数中国汽车品牌在海外尤其是发达国家市场发展需要面对的第一道坎便是品牌知名度不高。近期,热点赛事也是车企高调进入海外市场的营销手段之一,主要目的是打响品牌知名度,在潜在消费者群体心中占据一席之地。

组团亮相卡塔尔

赞助世界杯和参赛球队以及借助世界杯话题开展营销,也是中国企业扩大影响力的重要途径之一。

卡塔尔世界杯正成为中国车企和汽车走向世界的窗口之一。

据了解,宇通客车提供了约1500辆客车为世界杯赛事提供人员通勤服务保障,其中包括888辆纯电动客车。

“为确保服务保障任务顺利进行,针对卡塔尔首都多哈复杂的公共交通出行需求,宇通提出了‘干线公交+支线微循环+长续航客旅团’的纯电动综合解决方案,更好地服务与赛事相关的7000多名工作人员、志愿者以及超过140万名球迷,为从全世界聚集而来的游客提供更全面、更优质的出行体验。”宇通客车相关负责人告诉记者。

值得注意的是,除了提供运营车辆外,宇通客车还向卡塔尔派出了由126名工作人员组成的经营服务团队,负责赛事保障车辆的PDI检查、日常维护保养、故障诊断、技术指导、远程支持等车辆全生命周期管理。

除宇通客车外,位于江苏省苏

州市的金龙海格客车也为本届世界杯提供了交通保障车辆。资料显示,金龙海格客车针对卡塔尔的路况、高温炎热和沙尘气候,在隔音、隔热、空调制冷、发动机进气、车辆防腐蚀、车载智能网联、夜间行驶等多个方面持续进行产品适应性优化和改善,此次还针对卡塔尔世界杯需求,专门定制了动力、内饰、座椅等配置。

此外,赞助世界杯和参赛球队以及借助世界杯话题开展营销,也是中国企业扩大影响力的重要途径之一。记者梳理发现,上汽集团旗下品牌名爵MG就赞助了世界杯参赛球队之一的威尔士队。

资料显示,名爵MG作为英国知名的百年运动汽车品牌,于2005年被南京汽车集团有限公司收购,2007年收归上汽集团。在英国,名爵MG具有广泛的影响。上汽名爵MG曾赞助过威尔士联赛杯,并在2019年正式成为威尔士队的官方合作伙伴。

宇通客车方面介绍,针对此次世界杯的赛事专项服务保障措施,宇通客车做了详细的详细规划,技术和服务团队制定了全面的培训和试运营计划,并在赛前进行了充分演练。

“截至今年6月,我们先后给客户培训了200多名维修人员、2000多名司机,让他们提前熟悉电动车的构造,了解电动车和柴油车的不同之处,帮助他们在驾驶过程中把电动车的优势发挥到极致。”宇通客车相关负责人告诉记者。

此外,以达成“四个零”的保

障为目标,宇通客车海外驻点直

线服务团队也已完成配件储备工作,

及所有车辆的保养和预防性维修

检查工作。在卡塔尔世界杯开幕

前,宇通客车还联合卡塔尔运营

M公司进行多次模拟保障演

练,做好各场景的联动保障。目

前,宇通客车已参与到卡塔尔政

府对公共交通全面电动化的规划

制定中,并且还成功签订了1002

辆客车的销售合同。

杨菁告诉记者,随着中国新

能源汽车品牌出海步伐加快,欧

洲及其他部分地区电动汽车市场

也存在一定缺口,中国新能源汽

车品牌出口会对整体汽车出口带

来支撑。

得益于技术实力和性价比等的加持,我国汽车出海未来或许还将加快步伐。

划在明年进军澳新、中东、墨西

哥、南美等国家和地区,加速名爵

出海进度。”上汽名爵MG相关负

责人表示。

此次保障卡塔尔世界杯赛

事的宇通客车,在新能源技术研

发方面也颇有造诣。相关资料



卡塔尔从宇通客车采购了888辆新能源客车,为世界杯赛事提供通勤绿色出行服务。图为宇通客车行驶在卡塔尔街头。 本报资料室/图

MG在欧洲的销量已超过4.5万辆,并跻身瑞典、挪威等国纯电动

汽车市场TOP10,在今年7月达

成了累计销量100万辆的目标。

“MULAN作为上汽名爵MG

投向全球市场的全新产品,将在

今年四季度抢滩欧洲市场,并计

划在明年进军澳新、中东、墨西

哥、南美等国家和地区,加速名爵

出海进度。”上汽名爵MG相关负

责人表示。

此次保障卡塔尔世界杯赛

事的宇通客车,在新能源技术研

发方面也颇有造诣。相关资料

显示,宇通客车目前已掌握了纯电、混动和氢燃料电池三大新能源技术。早在2016年,宇通客车的电控技术就获得了国家科技进步奖,“三电”(电池、电机和电控)系统防护做到了行业最高等级。

政治等因素影响。

事实上,已有车企在海外建厂方面先行一步。记者从宇通客车方面了解到,宇通客车已和卡塔尔相关部门合资成立了电动客车制造厂,力保在2030年前实现卡塔尔公共交通全面电动化,助力当地新能源交通事业的发展。

在张翔看来,未来一段时间,新能源汽车仍将是我国汽车出海战略的聚焦点。“而在传统燃油汽车领域,我国车企在技术方面还欠缺优势,但我国新能源汽车产业起步较早,应当利用这一优势尽快打开国际市场。”

自研自产、合资建厂 汽车供应链加速重构

本报记者 于典 石英婧

上海报道

在电动化、智能化趋势之下,汽车供应链体系也在加速变革。

随着汽车行业电动化、智能化驶入快车道,越来越多的车企通过自研、自产、合资建厂等方式切入动力电池领域,主机厂瞄准电池的同时,也在加码芯片投资、软件自研等,全产业链垂直整合渐成主流。

以上汽集团开发的魔方电池为例,其创新采用LBS躺式电芯和先进CTP技术,带来更高的整车空间利用率和安全性能。据悉,上汽集团旗下的智己、飞凡、荣威、名爵等品牌后续车型,均有计划选用魔方电池。与此同时,造车新势力中的蔚来、零跑也开始了自动驾驶芯片自研进程。

业内人士指出,车企拿出“真金白银”加码产业链投资,不仅仅是为了应对成本压力,本质上所体现的是汽车供应链关系正在重塑。在新能源领域,车企应当重新审视与供应商之间的关系,能否在核心零部件上掌握话语权,意味着车企在竞争中能否拥有主动权。

车企争夺产业链话语权

与下游的车企相比,产业链上游的各类企业在利润分配上明显占优。乘联会秘书长崔东树曾表示,“锂矿企业和电池企业上半年业绩总体不错,龙头企业的锂矿业务的利润率在70%左右,电池企业的利润率在8%左右,而整车企业的利润率在5%左右甚至更低。”

事实上,芯片短缺、原材料价格上涨等是全行业面临的共同问题,车企分化反映出整车企业在供应链把控、零部件话语权等方面存在一定差距。而随着汽车行业智能化、电动化加速,产品竞争激烈,转型慢的车企或会面临逐步被淘汰出局的风险。

面对发展道路上的新挑战,整

产业链整合渐成趋势

除了“贵电”,“缺芯”也同样成

为影响新能源汽车行业关键因

素。随着汽车智能化的快速发展,

芯片对于汽车行业的重要性不言

而喻。

根据汽车行业数据预测公司AutoForecast Solutions的最新数据,截至11月27日,受芯片短缺影响,今年全球汽车市场累计减产约411.76万辆。

东方证券研报指出,芯片国产化是智能汽车关键部件供应链自主可控的关键一环,近年来国际关系的不稳定使得“缺芯少核”的痛点持续暴露,这也让主机厂意识到芯片供应链韧性的重要性,汽车芯

片也迎来国产替代的窗口期。

值得注意的是,由于芯片行业的重资产属性,无论是人才的集聚还是高端制造业的引入,都需要大量的前期投入和建设。未来,资源优势、产业优势、地域优势带来的整合优势或将促进汽车产业集群式发展。

在近日举办的中国汽车论坛上,上海市经济和信息化委员会副主任汤文侃表示,上海将全力打造产业规模最大的汽车产业集群,到2025年,上海智能网联汽车年产量200万辆,产值超过5000亿元。

在落实国家战略部署、着力稳住产业链供应链方面,上海将汽车

保障、成本也具有较强的市场竞争力。此外,公司还对新一代锂电池、固态电池等进行前瞻布局,不断提升公司面向未来的长期竞争优势。”

面对成本控制和供应链安全的挑战,车企深入上游产业链保障供应链稳定的同时,也能够进一步降本增效。

“碳酸锂单价每下降10万元,毛利率会提升2%;目前碳酸锂单价在60万元左右,如果能下降到40万元,我们能涨4个点毛利率。”李斌指出,对于大众化市场,如果没有垂直整合能力,达到20%~25%的毛利率会非常困难。

华安证券研报指出,车企向上布局电池领域,旨在增强产业链话

语权,有利于保障电池供应及降本增效。此举一方面印证电动车及锂电行业高景气;另一方面或将加剧行业竞争,头部电池厂有望凭借技术、资金、产能及客户优势应对全球竞争。

值得注意的是,市场格局的转变也使得车企对于产业链的把控和议价有所变化,相较于过去通过选择多个供应商来平衡零部件成本,车企也在越来越重视对于关键零部件的自主研发和产能自建。

“未来整车为王是汽车行业发展趋势必然趋势,整车企业要做产业链链长。新能源车企想有盈利,产业链控制能力非常重要。特别是电池产品,必须掌控在自己的

手上,类似于做燃油车的企业必须要掌控发动机,否则将会受制于电池供应商。电池是电动车最大的成本,其性能结构对充电、放电等关键指标有很大影响。”崔东树指出。

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同样表示:“目前由于原材料的价格波动,电池行业的整体利润较高,车企选择在相关产业链布局也能够分享到部分红利。此外,车企进入上游产业链也能保障自身的供应链更加安全稳定,车企有了投资也就有了话语权。对于电池、芯片这样的关键零部件,车企亲自参与也有助于在市场竞争中掌握主动权。”

上汽集团在互动平台上表示:

“车用芯片类型和需求量与具体车型有关,公司在售主力车型所需芯片种类多、数量大,目前全球车用芯片供应仍有结构性短缺问题,公司已在积极抢抓芯片资源,并加快推进芯片国产化,努力追赶产销进度。”

张翔在接受《中国经营报》记者采访时表示:“近年来出现的‘缺芯贵电’主要由于上下游供需错配导致,各类核心零部件的涨价幅度较高,车企需要深化供应链合作来实现降本增效。与此同时,产业链的重塑也需要综合全面地评估,以免造成产能过剩。”

打造差异化产品 学会做“减法”

自动驾驶企业探索破局之道

本报记者 郭少丹 北京报道

自动驾驶正在带动汽车产业进入下一轮技术变革。近年来，

工信部、发改委、科技部等部委先后出台相关政策，推进自动驾驶汽车法规体系建设、技术创新以及产业协同发展。在利好政策持续

加码下，传统车企、造车新企以及跨行业的科技企业，纷纷围绕自动驾驶产业链展开布局，助推我国自动驾驶商业化进程不断提速。

行业商业化在逐步推进，但仍然面临落地路径、量产成本、法规短板以及数据应用等多方面挑战。

在此背景下，北汽新能源智能网联专家袁盛明、里斯战略定位咨询中国区合伙人何松松、中国农业大学教授、中国农业大学车辆工程

研究所所长王全国近日在《中国经济报》触角直播的“自动驾驶离我们有多远”主题沙龙上分享了对行业焦点问题的思考和解决路径。



今年11月，工业和信息化部会同公安部组织起草文件拟开展L3、L4级自动驾驶汽车准入和上路通行试点。图为全球首款L4级量产自动驾驶巴士百度无人车“阿波龙”。

本报资料室/图

进阶

今年前9个月前装标配L2级辅助驾驶搭载量为395.19万辆。

目前，中国已成为全球智能汽车的主战场。高工智能汽车研究院监测数据显示，今年1~9月前装标配L2级辅助驾驶搭载量为395.19万辆，同比增长69.53%，前装搭载率为27.6%。

“自动驾驶在逐步走向L3级。”在王全国看来，“在不久的将来，高级别自动驾驶技术将会诞生，但真正落地的话还会有一段路要走。”

2022年3月1日起正式实施的《汽车驾驶自动化分级》将驾驶自动化分为从0级到5级，分别为应急辅助（L0级）、部分驾驶辅助（L1级）、组合驾驶辅助（L2级）、有条件自动驾驶（L3级）、高度自动驾驶（L4级）、完全自动驾驶（L5级）。

L3级被视作是从辅助驾驶跨入自动驾驶的“关口”。据记者了解，责任归属是掣肘L3级自动驾驶落地的原因之一。L1~L2级自动驾驶中，人类驾驶员是行动兼责任

主体，系统只是起到辅助驾驶的作用，即便出现交通事故也是人类驾驶员负责。而到了L3级，自动驾驶系统成为车辆的行动主体，同时又要求人类驾驶员适时接管。因此，在出现交通事故时，如果缺乏对车辆实时数据的监管手段，很难论定是人类驾驶员还是系统的责任，这就需要相关法律法规的跟进。

“自动驾驶行业当前正处于大力发展的阶段。我国的自动驾驶技术，尤其是已经量产的自动驾驶功能的技术水平，在国际上属于第一梯队。”在袁盛明看来，国内大众对于自动驾驶技术的浓厚兴趣促使车企加大力度研发高阶自动驾驶功能。

而针对支撑自动驾驶技术最核心的芯片问题，王全国表示，我国芯片已经取得了很大的突破，单颗芯片的AI算力已达到100TOPS，甚至200TOPS，支持L3、L4级已不是问题。

产落地有了参考依据。

“目前，我国L0级自动驾驶已成为汽车的标配，L2级自动驾驶功能在汽车上搭载也已成为业内主流，各大车企当前正在L3级和L4级自动驾驶功能方面作准备和发力，均在研发高阶自动驾驶功能，但是由于受到政策法规等方面的限制，目前还未对外发布。”袁盛明表示。

“自动驾驶行业当前正处于大力发展的阶段。我国的自动驾驶技术，尤其是已经量产的自动驾驶功能的技术水平，在国际上属于第一梯队。”在袁盛明看来，国内大众对于自动驾驶技术的浓厚兴趣促使车企加大力度研发高阶自动驾驶功能。

而针对支撑自动驾驶技术最核心的芯片问题，王全国表示，我国芯片已经取得了很大的突破，单颗芯片的AI算力已达到100TOPS，甚至200TOPS，支持L3、L4级已不是问题。

挑战

数据将是真正影响技术能力和用户体验的重要因素。

自动驾驶向高级别进阶并实现商业化是一个需要集多领域之力协同发展的渐进过程。

“L3级以上自动驾驶功能的量产和落地，不仅需要汽车行业努力，也需要整个行业生态系统各方去协力推进。”袁盛明说，道路基础设施、V2X、交通法规、保险等各个维度均需要针对自动驾驶制定相应的政策，只有各个维度均发力，自动驾驶才能实现商业化落地。

当前，自动驾驶行业一个较为普遍的共识是，数据将是真正影响技术能力和用户体验的重要因素。

袁盛明指出，自动驾驶技术的提升需要依托大量的数据，特别是国内交通环境比较复杂，采

集大量的驾驶数据非常有必要。只有通过采集大量的车辆行驶数据来创建计算模型，才能让自动驾驶变得更智能。

基于此，袁盛明认为，如何能够采集到大量的驾驶数据，数据采集之后如何处理和分析，是当前对于自动驾驶行业而言比较重要的课题。袁盛明称，现阶段许多车企会采用硬件预埋的方式，通过“影子”模式和数据闭环方法论，去提升自动驾驶系统在数据应用方面的能力。可以确定的是，未来拥有更多数据的企业能够在自动驾驶方面抢占先机。

另一层面，自动驾驶在用户应用上还存在一些障碍。

何松松认为，自动驾驶的运

用需要警惕的是技术鸿沟和“心智”鸿沟。从技术创新到产品创新再到品类创新，实际上需要不断跨越鸿沟的。“我们统计的数据显示，超过一半的车主在使用过程中其实是对自动驾驶技术存在安全疑虑的，所以这项技术的使用性和普及率还是偏低。在技术层面，实际上未来几年自动驾驶就可以实现L5级甚至可能更高的级别，但是，要改变目前车辆用户的习惯并且让他们完全信任自动驾驶技术，普及的难度是巨大的。自动驾驶技术的创新和发展一直以来是由供给端不断推动，但是真正转化到用户的使用上还需要很长的时间。”何松松说。

共赢

自动驾驶企业都处在同一“起跑线”上，各有优劣势。

面对挑战，每个参与者都有赢的机会。何松松认为，在当下阶段，已经入局的传统车企、造车新势力以及跨界科技企业都处在同一“起跑线”上，各有优劣势。王全国也表示，车企在自动驾驶赛道中几乎处于同一起跑线，关键在于谁对新技术掌握得更全面。

“不同的车企一定是基于自身的价值网络、能力边界、技术边界来思考怎样构建起在自动驾驶赛道上的核心竞争力。”何松松举例称，互联网企业的优势在于数据能力以及算法能力，传统车企的优势在于车辆产品本身、硬件能力以及底层的架构。那么，未来如何结合这些能力进一步形成差异化，这是企业需要着重思考的问题。

题。在自动驾驶普及的时代到来之前，谁更了解消费者，谁就能跟消费者离得更近，就更容易打造出更有竞争力的产品，也更容易赢得市场。

在此情况之下，何松松认为，车企可以学会做减法。

他表示，不少车企试图让自动驾驶技术的运用范围大而全，因为思考的起点是这项技术必须解决消费者在用车以及道路交通行驶过程全场景的所有问题。但是从用户视角来看，消费者其实是需要逐渐适应自动驾驶技术的，这项技术的普及应是循序渐进的。所以，其实不需要让自动驾驶技术涵盖更多、更全的场景范围，而是聚焦某一个日常交通驾驶场景中，在这个场景之下将能

应用到的自动驾驶技术做到极致。在这个场景之中把应有的算法、硬件的效率、软硬件搭配的效率以及底层的架构不断进行优化。这样做的好处显而易见，比如成本下降、需求明确，给消费者传递的概念更为清晰直观。

同时，车企需要建立反向思维。“目前不少头部车企的市场重心在C端，那车企是否可以考虑从B端起步并进行创新，比如在商用领域，车企能否开拓自动驾驶的新场景。”在何松松看来，通过持续的数据迭代的积累以及技术升级之后，在B端也能建立起良好的品牌影响力，在此基础之上，再思考C端的商业价值也未尝不可。

一汽丰田第1000万辆车下线 新能源战略再提速

本报记者 郭少丹 北京报道

在国内环保“双碳”战略的驱动下，2022年中国汽车市场新能源汽车的增速迅猛。中国汽车工业协会数据显示，10月新能源汽车继续保持高速增长，月度产销再创新高，分别达到76.2万辆和71.4万辆，同比增长87.6%和81.7%，市场占有率达到28.5%。而1~10月，新能源汽车产销分别达到548.5万辆和528万辆，同比均增长1.1倍，市场占有率达到24%。

在此背景下，11月28日，一汽丰田第1000万辆汽车下线。值得注意的是，这第1000万辆汽车是一款丰田全新bZ品牌在中国导入的首款新能源汽车bZ4X，在新近落成投产的新能源工厂下线。

一汽丰田相关负责人向《中国经济报》记者表示，此番新落成的新能源工厂是一汽丰田的第5个整车生产厂，坐落于天津市滨海新区中新生生态城，是丰田e-TNGA架构下全新建成的工厂，搭载了丰田最新的BEV平台，主攻新能源领域，年生产能力为20万辆，这将为一汽丰田迈进年产百万阵营注入新的力量。

业内人士表示，展望2022年，中国汽车工业协会预测新能源汽车总体销量有望超过650万辆。新能源汽车市场在本年度最后一个月冲刺期甚至在未来更长期的赛跑中，竞争激烈，但参与的企业各有优势。在技术持续创新和安全性不断升级的前提下，算好成本账，将是企业在新能源汽车赛道中持久跑下去的重要砝码。

第1000万辆车下线

在国内新能源汽车市场如火如荼的背景下，各大车企根据市场不同需求，在新能源汽车的棋盘上纷纷落子，呈现百花齐放的态势。

2022年11月28日，一汽丰田主题为“千万有你·丰景同行”的第1000万辆汽车下线纪念活动在一汽丰田新能源工厂举行。这第1000万辆汽车是一款丰田全新bZ品牌在中国导入的首款新能源汽车bZ4X，这款车由一汽丰田精心打造，在新近落成投产的新能源工厂下线。

据一汽丰田方面介绍，在一汽丰田新能源工厂下线的首款车型SUV bZ4X搭载了丰田首次采用的e-Axle超级驱动，在提升车

内空间的同时，增加了BEV蓄电池空间，车辆CLTC工况下续航里程最大可达615公里，最低能量消耗仅为每百公里11.6度电（千瓦时），响应国务院在新能源汽车产业发展规划中提到的“到2025年纯电乘用车新车平均耗电量降至每百公里12度（千瓦时）”的要求。

bZ4X拥有丰田25年0事故的安心安全电控技术，独有的外置冷却液结构保障了碰撞时电池组的安全性，有效避免电池自燃等安全隐患。高效的电池温控系统，通过空调、电池、电机集成热管理，来确保动力单元在适宜环境下工作。

一汽丰田相关负责人表示，此番新落成的新能源工厂是一汽

丰田的第5个整车生产厂，坐落于天津市滨海新区中新生生态城，是丰田e-TNGA架构下全新建成的工厂，搭载了丰田最新的BEV平台，主攻新能源领域，年生产能力为20万辆，这将为一汽丰田迈进年产百万阵营注入新的力量。

据记者了解，一汽丰田该新能源工厂占地面积197万平方米，在延续传统造车工序“冲压、焊接、涂装、成型、总装、检查”的基础上导入了“电池”车间，工厂拥有高自动化率、高智能化、高效率、高柔性化的生产线，具备共线生产轿车、SUV、MPV等车型的能力。

新工厂最大的特点之一是大范围引入数字化智能机器人，在

人工作业基础上，借助高科技的力量，每道工序都为用户严格把关，小到智能自适应机器人对关键部件的精准抓取、边生产边检查的精细质量管理，大到先进的激光螺旋点焊、iX静电雾化喷涂等具有前端科技的智能设备及技术的使用，升级了造车方式。

一汽丰田方面介绍，全新的智能化新能源工厂非常“敏”感，这敏锐的感知力与智能机器人的大脑相联动，最大程度为消费者由内而外地量身打造每一个车身冲孔，每一个焊接点，每一平方米的喷涂漆面，每一个螺丝安装的扭力值。

据了解，自动化、数智化、精细化的生产方式不仅带来了汽车

生产质量的提升，生产效率也将随之水涨船高，新能源工厂具备柔性的生产能力，以满足日益增长的市场需求。

不仅如此，一汽丰田将汽车产品生产全流程周期的细节进行缜密考虑，在污染物的处理方面，新能源工厂最大程度降低水污染，VOC趋于零排放，保护生态环境的同时，确保将高品质、高耐久性、高可靠性的产品呈至用户的手中。

业内认为，“千万辆达产”“全新EV工厂落成”“丰田全新BEV平台”“首款bZ品牌bZ4X量产”，从这些信号的释放，可以感受到一汽丰田在新能源赛道新征程上做好了准备。

“中国最重要”战略视角

在利好政策和市场多样化需求的主推下，中国新能源汽车市场发展迅速。中国汽车工业协会数据显示，10月新能源汽车继续保持高速增长，月度产销再创新高，分别达到76.2万辆和71.4万辆，同比增长87.6%和81.7%，市场占有率达到28.5%。而1~10月，新能源汽车产销分别达到548.5万辆和528万辆，同比均增长1.1倍，市场占有率达到24%。在此背景下，11月28日，一汽丰田第1000万辆汽车下线。值得注意的是，这第1000万辆汽车是一款丰田全新bZ品牌在中国导入的首款新能源汽车bZ4X，在新近落成投产的新能源工厂下线。

据一汽丰田方面介绍，在一汽丰田新能源工厂下线的首款车型SUV bZ4X搭载了丰田首次采用的e-Axle超级驱动，在提升车

辆CLTC工况下续航里程最大可达615公里，最低能量消耗仅为每百公里11.6度电（千瓦时），响应国务院在新能源汽车产业发展规划中提到的“到2025年纯电乘用车新车平均耗电量降至每百公里12度（千瓦时）”的要求。

与此同时，一汽丰田自2003年成立以来，已形成“研产销管”一体化的汽车产业集群，员工队伍、经销商、供应商、行业合作伙伴的朋友圈不断扩大，为丰田的中国战略实施发挥了重要作用。

据了解，当前一汽丰田汽车产业链总人数超过75万人。从第一辆威驰下线，到2005年国内率先导入的混合动力普锐斯，再到全球销冠卡罗拉、皇冠、皇冠陆放、旗舰轿车亚洲龙、氢能柯斯达等，车型遍布三厢轿车、两厢轿车、SUV、中型客车，动力覆盖燃油、HEV、PHEV、FCV、BEV等技术。今天前10个月，一汽丰田整车累计产量较去年同比增长10%。

一汽丰田方面称，今天一汽丰田在千万基盘之上，融合了一汽集团先进的管理经验、日本丰田生产与管理精髓和最新注入的丰田e-TNGA基因，使其信心满满开启全新BEV平台，带来全新bZ电动品牌产品，向下一个千万全力进发。根据一汽丰田的规划，2022年将实现“年销百万辆、客户超千万、营业收入过千亿”的目标。

“未来，作为丰田开拓中国新能源汽车市场的中坚力量和战略承接者，一汽丰田将在电动汽车迎来黄金时代的今天，携手合作伙伴落实国家新能源政策，积极践行国家的‘双碳’战略，在传统中融合创新，在传承精益造车技术的基础上焕新技术活力，探索并推进技术更成熟可靠的电动化新能源技术，开拓产品的全方位创新。”一汽丰田方面强调。

中国新能源技术加码世界杯 氢能源汽车引关注

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

当888辆搭载宁德时代动力电池的宇通纯电动客车穿梭于2022卡塔尔世界杯各场馆,中国的新能源技术正受到世界瞩目。随着全球清洁能源转型加速,本届世界杯组委会制定了应对“碳中和”挑战的措施,并获得国内多家新能源产业链企业的支持。

包括宁德时代、宇通客车、海格

客车、福建雪人股份有限公司(以下简称“雪人股份”)等企业,从动力电池、新能源客车、光伏等维度助力本届世界杯。与此同时,氢能电动巴士Elec-city也出现在本届世界杯,引起业内有关氢能源汽车的讨论。

在国内,包括广汽集团、长安汽车等多家车企已对氢能源汽车有所布局。据《中国经营报》记者不完全统计,截至今年10月,氢能源领域

投融资已超过35起,金额超60亿元,主要集中在燃料电池、制氢、储运氢、加氢等方面。

雪人股份证券事务代表向记者表示,公司近期已与日本氢动力公司进行金属极板氢能源的委外研发合作。当前,包括雪人股份、九丰能源、欣锐科技等企业在氢能源汽车产业链上游扩大投入,氢能源汽车发展正驶入快车道。



海格客车助力世界杯

本报资料室/图

助力“绿色”世界杯

在新型能源技术和绿色产品供应链的助力下,卡塔尔世界杯的公共出行工具、场馆建造更为绿色环保。

以世界杯为契机,卡塔尔正迈向绿色低碳发展之路。在公共出行工具方面,卡塔尔世界杯出现了海格客车、宇通客车等国内车企的身影,助力卡塔尔绿色低碳出行。

记者了解到,此次为卡塔尔世界杯服务的宇通纯电动客车涵盖公交车及旅游大巴。除了888辆宇通纯电动客车,金龙汽车集团旗下海格客车同样出现在本届世界杯。记者了解到,本届世界杯组委会推出了快速巴士服务,而快速巴士的制造商即是海格客车。

2021年6月底,海格客车首批新能源客车已抵达卡塔尔,用以支持卡塔尔在筹备世界杯时所提倡的绿色出行计划。

此外,在卡塔尔街头驶过的公交车也有海格客车的身影。2012年,卡塔尔首次引入的天然气公交即来自海格客车;2013年,卡塔尔再次从海格客车购入60辆天然气清洁能源公交车。

在新型能源技术和绿色产品供应链的助力下,卡塔尔世界杯主场馆建设的混凝土浇筑供应商提供了冷却设备。

股份证券事务代表向记者表示,卡塔尔世界杯主场馆等项目采用了雪人股份的混凝土冷却技术解决方案。

具体而言,雪人股份为卡塔尔世界杯的卢塞尔新城计划提供了6套集装箱式冰站和7套集装箱式冷水设备。这也使得卢塞尔新城计划由最初的房地产项目,转变成专为世界杯而建的“绿色之城”。同时,雪人股份中东公司还为卡塔尔世界杯主场馆建设的混凝土浇筑供应商提供了冷却设备。

借新能源MPV破局 自主品牌欲与合资品牌“掰手腕”

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

国内中高端MPV市场迎来“高光时刻”,其竞争格局或将面临重塑。

《中国经营报》记者注意到,2022年以来,据不完全统计,已有岚图汽车、广汽传祺、别克、腾势、极氪、上汽大通、一汽丰田、红旗等车企推出重磅MPV车型,剑指中高端MPV市场。而仅在11月,就有广汽传祺全新MPV M8宗师系列、别克世纪CENTURY、一汽丰田格瑞维亚、极氪009等中高端MPV车型扎堆发布。

中高端产品扩容

长期以来,与新能源汽车发展现状相似,国内MPV市场整体呈现哑铃式增长结构,低端与高端市场两头热销,五菱宏光与别克GL8分别在两头带动着MPV市场发展。

然而,近两年,MPV市场这样的格局正在发生改变。当前国内MPV市场,低端车型在不断萎缩,中高端车型占比在逐年增加。

根据乘联会数据,今年9月,我国MPV市场成交均价环比上涨5.8%,达21.98万元,其中30万元以上车型销量占比达到31%。

与此同时,根据乘联会11月17日发布的统计数据,今年1月~10月高端MPV在整个MPV市场上的占比已达约四成。

记者查阅乘联会统计数据发现,2022年1月~10月,MPV市场累计销量TOP4的车型分别是五菱宏光、别克GL8、赛那和传祺M8,销量分别为13.79万辆、11.05万辆、6.1万辆和4.97万辆。其中,厂商指导价为4.6万元~5.99万元

导价23.29万元~53.39万元的别克GL8长期占据高端MPV车型销量榜首。

中高端MPV市场火热,自主品牌试图分一杯羹。今年5月,岚图汽车旗下首款MPV车型梦想家正式上市,产品售价区间为36.99万元~63.99万元。11月1日,瞄准高端纯电MPV市场、售价为49.9万元~58.8万元的极氪009亦正式上市,引起了业内外诸多关注。可以看到,岚图汽车、极氪等自主品牌凭借电动化和智能化在中高端新能源MPV市场上攻城略地。

一向在中高端MPV市场拥有较高话语权的别克也在11月3日发布了新款MPV车型——别克世纪CENTURY。该款新车共推出四座私享版、四座逸世版和六座蕴世版3款车型,售价区间为52.99万元~68.99万元。别克世纪CENTURY的发布,意味着别克在向别克GL8更高端的MPV市场发力。

从近两年各大车企的动作中可以看到,中高端MPV市场的竞争已经日趋激烈,无论是自主品牌还是合资品牌均想从中分得一杯羹。

“D9在安全性、操控性、智能化方面都超越了百万MPV。”11月20日,腾势汽车总经理兼首席共创官赵长江在社交平台上发文称,腾势D9目前正在加快交付速度,其

决定了广汽传祺将与合资品牌MPV正面较量。记者注意到,23.29万元~53.39万元的上汽通用别克GL8以及23.58万元~35.48万元的广汽本田奥德赛等车型均主攻30万元的MPV市场。

一向在中高端MPV市场拥有较高话语权的别克也在11月3日发布了新款MPV车型——别克世纪CENTURY。该款新车共推出四座私享版、四座逸世版和六座蕴世版3款车型,售价区间为52.99万元~68.99万元。别克世纪CENTURY的发布,意味着别克在向别克GL8更高端的MPV市场发力。

从近两年各大车企的动作中可以看到,中高端MPV市场的竞争已经日趋激烈,无论是自主品牌还是合资品牌均想从中分得一杯羹。

“D9在安全性、操控性、智能化方面都超越了百万MPV。”11月20日,腾势汽车总经理兼首席共创官赵长江在社交平台上发文称,腾势D9目前正在加快交付速度,其

氢能源汽车频频现身

当前,布局氢能源赛道的车企逐渐增多,包括丰田汽车、广汽集团、长安汽车等车企均已着手研究氢能源汽车。

除了上述提及的纯电动客车、天然气公交等新能源交通工具,氢能源汽车同样出现在卡塔尔世界杯。实际上,今年以来,在北京2022年冬奥会、中国国际进口博览会等大型活动中,氢能源汽车频频现身,引起市场关注。

今年北京2022年冬奥会和冬残奥会期间,丰田汽车提供了247辆氢燃料电池汽车。9月,丰田汽车(中国)投资有限公司计划通过广汽丰田将111辆完成北京2022年冬奥会和冬残奥会服务工作的氢燃料电池汽车MIRAI投入社会运营,并计划在今年年末首批进口50辆第二代MIRAI,后续通过广汽丰田渠道在国内进行销售。

当前,布局氢能源赛道的车企逐渐增多,除了丰田汽车,广汽集团、长安汽车等车企均已着手研究氢能源汽车。2021年10月,广汽集团首款氢燃料电池汽

车AION LX Fuel Cell于如祺出行平台开启示范运营。该车型基于广汽GEP 2.0平台开发,百公里氢耗约0.77kg。

目前,氢能源车型的研发主要聚焦氢发动机、氢燃料电池两条路径。除了氢燃料电池汽车,广汽集团也同步研究氢发动机。2022广汽科技日发布的钜浪-氢混动系统即由氢内燃机与广汽机电耦合系统GMC组成,百公里氢耗低于0.84kg。

广汽研究院动力总成技术研发中心副主任祁宏钟此前在接受记者采访时曾表示,目前氢发动机成本在万元左右,若供氢系统和燃料电池产业完全复用,氢能源车辆既可用燃料电池,又可用内燃机烧氢气。

在氢燃料电池汽车动力系统中,氢燃料电池造价约占总成本的三分之二,加上其他氢气储存和配件成本,

制造一辆氢燃料电池汽车的成本几乎是同级纯电动汽车的两倍。

为保障氢能源等新能源技术发展,广汽集团、越秀集团和广州开发区投资集团共同组建“广祺越秀智源产业投资基金”,重点投向氢能源、储能、新材料等领域。此外,广汽集团还与东风汽车、中国一汽、北汽集团等多家车企共同成立联合燃料电池系统研发(北京)有限公司,主要开展商用车燃料电池系统研发等工作。

而长安汽车则推出国内首款量产氢燃料电池汽车,即长安深蓝SL03氢电版,售价逼近70万元。长安汽车日前回应投资者提问时表示,目前长安深蓝SL03氢电版订单符合预期。据悉,长安深蓝SL03氢电版将在年底前集中交付,未来五年内,长安汽车还将推出两到三款氢燃料电池乘用车。

抢占氢燃料电池市场

截至目前,氢能源领域投融资已超过35起,其中与氢燃料电池相关的投融资超16起。

根据中国汽车工业协会数据,2019~2021年,国内燃料电池汽车销量分别为2737辆、1177辆、1586辆。2022年1~6月,国内燃料电池汽车累计销量近1400辆。当前,包括北京、广东、安徽等多个省份均出台了有利氢能源发展的政策,氢能源汽车正加速发展。

企查查数据显示,目前国内氢能相关企业超2600家,其中2022年上半年,国内新增氢能相关企业276家。在“双碳”目标下,作为新型能源之一的氢能源被市场青睐,传统能源企业、拥有制氢技术的企业、车企均有意布局氢能源产业链上游的关键零部

件,尤其是氢燃料电池。

据记者不完全统计,截至今年10月,氢能源领域投融资已超过35起,其中与氢燃料电池相关的投融资超16起。另据华宝证券统计,截至2022年6月,国内现存56只氢能产业基金,募集资金规模达127.9亿元。

雪人股份证券事务代表向记者表示,为加速推进氢燃料电池电堆的产业化与商业化,雪人股份将委托氢动力公司开发利用燃料电池动力系统的金属极板燃料电池电堆。

此外,以液化天然气为主营业务的九丰能源也积极布局氢能源。按照《东莞市加氢站“十

四五”发展规划(2021~2025年》,到2025年前,东莞市共建加氢站29座。

实际上,今年上半年超50家涉氢上市公司营收均有提升,如雪人股份、九丰能源2022年上半年营收分别同比增长8.34%、95.36%。但在营业收入构成中,氢能源板块的占比微乎其微。同时,为上市公司贡献利润的业务也并非来自氢能源板块。这从侧面反映出当前氢能源行业仍处于初期发展阶段。尽管如此,部分涉氢企业已着手谋求上市,如捷氢科技拟科创板上市,亿华通、国鸿氢能均计划赴港上市。

自主品牌与合资品牌正面竞争

长期以来,合资车企牢牢把持着中高端燃油MPV市场,别克GL8、丰田赛那、本田奥德赛及艾力绅等车型是消费者购买MPV车型时的主要选择。自主品牌难以与上述合资品牌的产品展开竞争。

然而,随着汽车行业智能化、电动化转型的逐渐深入,自主品牌嗅到了新的商机。

今年5月,岚图汽车推出MPV车型岚图梦想家。从岚图梦想家36.99万元~63.99万元的价位来看,岚图梦想家将与别克GL8、丰田赛那等传统高端MPV车型展开竞争。

上市之初,岚图汽车CEO兼CTO卢放曾对媒体记者表示,岚图梦想家将建立起电动豪华MPV市场发力,自主品牌正在撬动中高端MPV市场格局。”有业内人士在采访中告诉记者,自主品牌通过从新能源MPV赛道切入,试图与别克GL8、丰田赛那等传统高端MPV车型展开竞争。

平安证券在近期发布的研报中亦分析称,在新能源汽车渗透率日渐走高的大背景下,燃油MPV过往优势或将逐渐丧失,2023年更多自主新能源MPV将上市,高端MPV几乎被合资品牌垄断的局面有望被打破。

记者近期在第12届中国汽车论坛上从赵长江处获悉,过去的几个月,腾势D9的交付有些滞后。不过,赵长江说:“11月份腾势D9的交付量可以突破4000辆,12月份交付量能超过7000辆,并有望达到8000辆,腾势有机会能在中国MPV市场新旧动能转换的过程中占到第一的位置。”

从2023年开始,国内MPV市场将有越来越多的MPV车型迎来量产上市,MPV市场竞争格局仍然待定。不过,多位受访人士告诉记者,在“三孩政策”、汽车消费升级、家庭周末“出游”等需求刺激下,国内MPV市场目前及未来的核心增长点仍然在于中高端市场,中高端MPV市场将继续走热。

式发布上市。极氪009共推出WE版和ME版两种不同配置车型,售价分别为49.9万元和58.8万元,预计将于2023年1月正式开启交付。与岚图梦想家一样,极氪009同样选择从新能源MPV领域切入中高端MPV市场。

从官方的表述中可以看到,极氪009对标的车型是燃油MPV热销车型丰田埃尔法。作为丰田的一款进口车型,埃尔法的厂商指导价为83.9万元~92.8万元。极氪CEO安聪慧在发布会上列举了许多极氪009优于丰田埃尔法的地方,包括车身扭转刚度、续航里程、乘坐空间等方面。

值得一提的是,随着汽车电动化、智能化的发展,更高的智能化配置也能提升MPV车型的产品性能,这也是自主品牌选择从电动赛道切入MPV市场的原因之一。多位受访人士认为,硬件搭载与软件结合的升级,使得自主品牌有了突围中高端MPV市场的可能。

海通国际发布研报称,中国MPV销量前十名目前均为传统燃油车,在新能源汽车渗透率逐渐提高的当下,看好MPV电动车的入局带来的MPV热销车型格局重构。海通国际方面认为,新能源MPV相比传统MPV具有两大飞跃:其一是电气化拉动全车智能设计,其二是电机相较于发动机更平稳静谧的乘车体验。

根据乘联会的统计数据,2022年10月,我国MPV销量为8.2万辆,同比下降6.4%;1月~10月累计销售77.0万辆,同比下降14.3%。然而,值得注意的是,1月~10月纯电动MPV销售2.8万辆,同比增长22.9%;PHEV销售1.7万辆,同比增长211.1%。

量产扩大 应用增多

中国RISC-V产业链快速成长

本报记者 李玉洋 上海报道

“从现在市场上看,包括蓝牙、WiFi等之类的无线连接芯片已经是RISC-V(一个基于精简指令集原则的开源指令集架构)了,所以我觉得这块(RISC-V)已经实现完全的落地。”11月

30日,珠海昇生微电子有限公司CEO阳昕在第二届滴水湖中国RISC-V产业论坛上表示,采用RISC-V架构的无线连接芯片已经量产,由于生态较为封闭,估测在整个珠三角产业链这样的芯片有上千万颗甚至上亿颗。

量产出货尤为重要

“RISC-V有望成为继X86和Arm架构之后新的技术转折,为我国掌握芯片产业的发展主动权提供机遇。”

据了解,2018年7月,上海市经信委在全国率先旗帜鲜明地出台相关RISC-V扶持政策,当年9月,上海市集成电路行业协会推荐芯原股份作为首任理事长单位,牵头建立中国RISC-V产业联盟,当时在短短10天内,包括紫光展锐、华大九天、华米科技、北京君正等50多家公司,复旦大学、上海交大、同济大学、成都电子科大、东南大学、中科大等近10家重点大学,华芯投资上海分公司和上海半导体产业投资基金等机构加入“中国RISC-V产业联盟”。当年10月,“中国RISC-V产业联盟”宣告正式成立。

“2018年7月,RISC-V开始在中国推动。虽然当时产业界已经提出芯片自主的方向,尤其对CPU(中央处理器)类,但中国企业在RISC-V方面相比印度、俄罗斯、欧盟的反应都偏慢。”中国RISC-V产业联盟理事长、芯原股份创始人、董事长兼总裁戴伟民认为,究其原因在于此前CPU架构的发展,大多由某个企业或者某国政府部门支持多年,耗资较大,突然面对一个开源架构,大多数人刚开始可能会有所犹豫——到底RISC-V能不能发展起来?

消除这个顾虑,需从了解RISC-V开始。指令集是集成电路产业发展基石,传统的复杂指令集架构在面对目前万物互联的时代已经不太适应,RISC-V作为一个全球开放的、先进的精简指令集大有希望。

上海市集成电路行业协会秘书长郭奕武表示,RISC-V具有精

电子创新网CEO张国斌对《中国经营报》记者表示,作为一种新兴的精简指令集架构,RISC-V相较于X86和Arm,最大的特点是完全开源没有授权限制,加上自身架构精简、模块化、可扩展等优势,诞生以来便迅速在市场中生根发芽。

业界普遍认为,RISC-V的主要赛道将在AIoT(智能物联网)市场。但实际上,RISC-V的应用远不止这些。“RISC-V和DSP(数字信号处理)的结合,在技术应用上非常好,我认为在工业控制芯片这块也有比较大的应用场景;边缘计算这块因为它的生态

并没有成型,操作系统等其实还没有形成一个业界统一标准,这里更依赖各家芯片厂商以及应用厂商的算法集的积累。”阳昕认为,相对而言,未来RISC-V在工业控制芯片和边缘计算芯片这两个应用领域会更快落地。

RISC-V国际基金会CEO

Calista Redmond则表示:“正如我们所看到的,RISC-V在数据中心、HPC、嵌入式物联网汽车芯片、手机和移动通信等行业都有着强劲的发展势头和潜力。无论是在中国还是在其他地区,这些都是非常重要的创新和机遇。”

RISC-V的进阶之路

“安全可控是产业本身的需求,要把RISC-V产业做起来,云端、终端这两端要同时发力。”

戴伟民指出,由于车规级芯片认证周期较长,部分公司距离大量出货还需一定时间。就车用芯片而言,哪些车用RISC-V芯片最先得到大批量应用?

对此,芯来科技(武汉)有限公司CEO彭剑英表示,汽车里有不同的芯片,不是所有芯片都要通过车规级标准测试,比如娱乐系统,目前还没有任何车规要求,基本上是以消费类芯片用在车上。现在看到很大一类是智能座舱。

彭剑英认为,目前很多的智能座舱越来越像智能手机,业界认为智能座舱对于国内企业是巨大的挑战,“因为高通进来了,高通的整个平台、整个生态,对于新进入或者想现在切入去做智能座舱的半导体公司来说,是非常具有挑战性的。”

“我觉得反而是新能源汽车发展起来后,有一些新的领域比如车载以太网、自动驾驶或者辅助驾驶、雷达这些细分领域还有很多机会。”彭剑英说,这其实和生态、软件有很大的关系,现在汽车行业有一个“软件定义汽车”的趋势,比如智能座舱有很多App,基本是安卓生态,致使高通在该领域有很强的话语权和控制权。

“高通有上千人的团队做了很多年的软件积累,对于一家创业公司,特别是国内的公司,想要切进去非常不容易。”彭剑英表



视觉中国/图

基于完全开源且精简、模块化等优势,RISC-V应用前景广阔。

示,像大算力、智能驾驶、辅助驾驶的软件生态不是统一的,在车载以太网、网联等新应用领域,由于生态没有那么强,所以这对于RISC-V来说是有机会的。

不只是车用芯片,RISC-V在服务器领域也有市场空间。据投资机构ARK invest预测,到2030年,Arm和RISC-V可能成为新的处理器标准,在云业务领域取代英特尔X86架构,Arm+RISC-V的组合所占据的市场份额,将从2020年的零,增加至2030年的71%。

不过,RISC-V蚕食现有主要市场的方式与以往有所不同。北京嘉楠捷思信息技术有限公司副总裁汤炜伟表示,一个新架构

想渗透到一个原来的市场里面去,往往都是“从低向高”渗透的,但这个路线不适合RISC-V。

“Arm是从C端向B端渗透到X86市场的,server(服务器)最

终使用者是B端,而PC(个人电脑)最终使用者是C端,C端的一个特点是软件需求非常多、非常完备、使用非常友好,才能够得到广泛认可,体验足够好。”汤炜伟认为,RISC-V会优先渗透server而不是PC,由于server所使用的软件偏少,只要能在两三种软件取得优势,就能打出一定市

场空间。

RISC-V在高性能应用领域发展的关键驱动因素有很多,汤炜伟认为安全可控是首要的,

“Arm、X86架构集中于少数供应商手里,这对于下游客户来说是一种供应链风险。如果哪天Arm碰到了危机,那么使用该架构的用户怎么办?”

对此,阳昕也认为安全可控很重要。“Arm之所以可以在server上占有一席之地,和它在手机端的高占有率是有关系的,因为手机最终还是要和数据中心连起来。RISC-V在AR(增强现实)这块做起来,也需要有自己的云端。两者连接,才是自主可控的。”阳昕表示,抛掉供应链、地缘政治等因素,安全可控是产业本身需要,要把RISC-V产业做起来,云端、终端这两端要同时发力。

FPGA逆势涨价 国内厂商突破空间何在?

本报记者 秦枭 北京报道

在地缘政治冲突等多重因素的影响下,半导体行业的寒气很快传导至设计、晶圆制造、封测、设备等各个环节。不过,值得注意的

涨价最高25%

在此轮涨价中,AMD方面表示,导致本次FPGA器件价格上涨的重要原因是需要加大对现有供应链的投资力度,而供应商涨价则是另一方面的原因。从2023年1月9日起,Spartan6系列售价增加25%,Versal系列价格保持不变,所有其他赛灵思产品将增加8%。

对此,记者向赛灵思方面求证,截至发稿前未获官方回复。不过,部分行业分销商向记者证实了涨价的消息。

FPGA较少为外界所知,其属于逻辑芯片大类。逻辑芯片按功能可分为四类芯片,即通用处理器芯片(包含中央处理器芯片CPU、图形处理芯片GPU、数字信号处理芯片DSP等)、存储器芯片(Memory)、专用集成电路芯片(ASIC)和现场可编程逻辑阵列芯片。

半导体行业分析师王志伟对记者表示,与其他三类集成电路相比,FPGA芯片的最大特点是现场可编程性。无论是CPU、GPU、DSP、Memory还是各类ASIC芯片,在芯片制造完成之后,其芯片的功能就

是,在消费电子相关芯片价格跌跌不休的情况下,半导体市场近期却传来涨价传闻。

近日,AMD宣布将对旗下赛灵思(Xilinx)品牌的FPGA(现场可编程逻辑阵列)产品进行涨价,部分型

号FPGA器件价格涨幅在8%~25%。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,涨价主要原因是产能紧张。在生产线订单饱满且供应紧张的情况下,厂家借势提价。

已被固定,用户无法对其硬件功能进行任何修改。而FPGA芯片在制造完成后,其功能并未固定,用户可以根据自己的实际需要,将自己设计的电路通过FPGA芯片公司提供的专用EDA(电子设计自动化)软件对FPGA芯片进行功能配置,从而将空白的FPGA芯片转化为具有特定功能的集成电路芯片。每颗FPGA芯片均可以进行多次不同功能配置,从而实现不同的功能。因此,就FPGA芯片公司而言,不仅需要提供芯片,还需要提供FPGA专用EDA软件来对芯片进行配置。所以FPGA芯片公司不仅仅是集成电路设计企业,还必须是集成电路EDA软件企业。

根据全球企业增长咨询公司Frost&Sullivan的预测,全球FPGA需求将从2021年的68.6亿美元增长为2025年的125.8亿美元,年均复合增长率约为16.4%。

不过,深度研究院院长张孝荣对记者说道:“FPGA属于小众市场,规模有限。但市场高度垄断,由赛灵思主导。赛灵思被AMD收购后,相关市场亦受AMD控制。”

资料显示,全球FPGA主要供

应商包括Xilinx、Intel、Lattice和Microchip等海外芯片设计公司,其中,Xilinx和Intel形成双头垄断,Xilinx优势更为明显。根据Gartner统计数据,2021年Xilinx、Intel、Lattice和Microchip的市占率分别达51%、29%、7%和6%。

近两年,随着数据中心建设,人工智能和自动驾驶等新兴市场的加速发展,使得FPGA出现了有别于其他芯片的市场行情。

AMD在给客户的函件中强调,由于供应链的成本上升及投资增加,所以做出涨价的决定。在此之前,FPGA的另一大供应商英特尔在今年7月便告知客户将提高旗下FPGA产品的价格,从10月9日开始执行。

不过,多家国内FPGA供应商表示,厂商暂无涨价计划。

张孝荣分析认为,此次FPGA涨价主要原因是产能紧张。FPGA多用成熟制程28nm及以上工艺制程生产,但由于近两年国外成熟制程生产线遭到削减,而近期FPGA市场需求又有扩大趋势,在生产线订单饱满且供应紧张的情况下,厂家趁势提价。

国产厂商突破空间广阔

与赛灵思此次涨价相比,其背后所蕴含的国产厂商突破机会更值得关注。目前国内主要的FPGA厂商有紫光国微(002049.SZ)、复旦微电(688385.SH)、安路科技(688107.SH)等,2021年占据国内市场16%的份额。

近年来随着国内工业控制、网络通信、消费电子、数据中心、人工智能等新一代信息技术领域的快速发展,中国FPGA芯片市场规模持续上升,半导体行业芯片国产化的发展战略和国内科技企业自主可控的采购战略推动了市场对国产FPGA芯片的需求。

据Frost&Sullivan数据,中国FPGA市场从2016年的约65.5亿元增长至2020年的约150.3亿元,年均复合增长率约为23.1%。随着国产厂商研发进程的进一步加速,预计到2025年,中国FPGA市场规模将达到约332.2亿元,2020~2025年复合年均增长率为16.6%。与此同时,国内FPGA头部厂商也在奋起直追,加速占领市场的进程。以赛灵思此次涨价幅度最大的Spartan 6系列为例,其采用45nm制程,产品逻辑容量覆盖4k~150k,主要应用在工控、汽车信息娱乐系统、消费电子等市场的高级桥接应用。民生证券表示,目前国产厂商如安路科技的ELF及EA-GLE系列等,已完全覆盖Spartan 6系列产品规格,此次涨价为国产



视觉中国/图

厂商带来市场机遇。

紫光国微方面表示,近几年公司特种集成电路业务的收入规模快速增长,其中FPGA是公司重要的产品品类之一,FPGA的收入也在不断增长,目前在公司总收入中的占比在20%左右,收入占比也较大,但还有比较大的增长空间。

据悉,复旦微电也正在积极开展新一代基于14/16nm的10亿门级产品开发,进一步丰富28nm制程的FPGA芯片种类以拓展新的市场。

英特尔可编程方案事业部中国总经理叶唯琛在接受采访时分享道,目前FPGA市场需求旺盛,中国本土创新非常活跃,工业领域正在进行产业升级,数据中心领域亦是方兴未艾,无线和有线通信应用对FPGA的需求都大大增加。

据他观察,中国FPGA市场在今后若干年里至少呈两位数增长。

不过,张孝荣也提醒道,该市场专业程度很高,有非常高的技

术和专利壁垒,国内公司起步较晚,技术和专利积累少,目前无法与赛灵思抗衡。

王志伟也对记者分析道,门槛高、难度大、市场高度垄断,这是FPGA这个行业的特征。当前国内FPGA商用市场仍主要以40nm等工艺制程器件为主。国内企业与美国同行的技术差距最少是两代,甚至两代以上。并且现在整个FPGA行业的垄断特性正在逐渐增强,英特尔多年前便收购了Altera,全球第一FPGA公司Xilinx如今背靠AMD,这对于本来就缺乏资金和技术的国内相关企业来说并不是一个好现象。

虽然当前FPGA国产化率仍处于较低水平,国内厂商在产品丰富度与技术实力方面与海外厂商仍存在差距,但中信建投研报认为,国内厂商的产品认可度不断提升,未来成长空间大,头部企业或将在国产化浪潮中占据先机,有望从中低容量和成熟制程起步不断突破。

再获国资加持 荣耀引发上市猜想

本报记者 陈佳岗 广州报道

两年之前，华为出售的荣耀终端有限公司(以下简称“荣耀”)被深圳市人民政府国有资产监督管理委员会(以下简称“深圳市国资委”或“深圳国资”)牵头的30余家企业联合接手。两年之后，荣耀股东阵容再迎变局。

近期，荣耀完成了新一轮的融资，新增投资方包括京东方科技股份有限公司(以下简称“京东方”，000725.SZ)、国信资本有限责任公司(以下简称“国信资本”)、深圳市宝安区投资管理集团有限公司等有国资背景的

企业。其中，国信资本的大股东国信证券(002736.SZ)，其背后实控人正是深圳市国资委。这也意味着，在荣耀新一轮融资中，深圳国资选择再度加码。《中国经营报》记者梳理后发现，如今荣耀已有十五个股东，其中的九大股东背后都有深圳国资的身影，包括鲲鹏资本、深圳资本、深智城集团等。

从“万(科)宝(能)之争”中出手成为万科第一大股东，到华为遭遇困难之际接盘荣耀，因这些著名的投资案例，深圳国资频频投资多家知名公司而被视为投资界的“扫地僧”。今年以来，深圳

国资在投资界依旧频频加码，不仅举牌中国宝安，还加码增资荣耀。这背后是新一轮国资改革浪潮下，深圳市国资委被确定为全国国资系统改革试点单位后，推动国企并购重组、做大做强的原则持续扩张。

荣耀目前已跻身手机市场主流品牌之列。IDC亚太地区研究经理Will Wong给记者提供的数据显示，荣耀手机2022年第三季度全球出货量为1420万台，同比增长1.3%，排名全球第七。而在国内，今年第三季度，荣耀在中国手机市场出货约1270万台，市场份额为17.9%，排名第二。

就此次融资和新增股东，荣耀方面对记者回应称：“目前收入、利润及经营性现金流稳健增长，多元化股权结构一直是荣耀坚持的发展原则，荣耀也一直坚持开放、协同的原则，致力于联合产业链合作伙伴。”

不过，亦有市场观点认为，这是在手机市场需求明显收缩的大环境下，荣耀在寻求资金缓解风险的动作。香颂资本执行董事沈萌对记者分析说，当前环境下，无论是市场还是企业，都缺少更多投资者兴趣关注，而深圳市国资委这样做是为了保证荣耀免受更多不利影响，持续为荣耀提供资金。

国资再加码

快速发展两年后，荣耀业务产品较多元化，打造核心竞争优势、建造自己的生态圈、实现稳步发展都需要资金支持。

11月16日，工商登记信息显示，荣耀发生了工商变更，新增了6名股东。新增的股东包括京东方、中金祺智(上海)股权投资有限公司(有限合伙)、综改共赢(杭州)股权投资基金合伙企业(有限合伙)、国信资本、深圳市宝安区投资管理集团有限公司、Rosy Fable Asia L.P.，但具体投资金额和比例未显示。另据数据机构IT桔子相关数据，荣耀此次融资额达数十亿元。

此次荣耀新增股东中，有多个国资背景企业。例如，深圳市宝安区投资管理集团有限公司为深圳市宝安区国有资产监督管理局100%控股，国信资本为深圳市国资委间接控股的公司，京东方为北京市人民政府国有资产监督管理委员会间接持股的公司。此外，综改共赢(杭州)股权投资基金合伙企业(有限合伙)也具有国资背景，国新综改企业管理有限公司持有综改试验(杭州)企业管理有限公司49%股份，系其第一大股东，而国新综改企业管理有限公司由国新基金管理有限公司100%持股。

除了新增6名股东之外，荣耀的现有股东还包括深圳市鹏程新信息技术合伙企业(有限合伙)、深圳耀星辰叁号科技合伙企业(有限合伙)、深圳耀星辰贰号科技合伙企业(有限合伙)、深圳耀星辰壹号科技合伙企业(有限合伙)、深圳国资协同发展私募基金合伙企业、深圳市星盟信息技术合伙企业(有限合伙)、深圳市春芽联合科技合伙企业(有限合伙)、深圳市



近期，荣耀完成了新一轮的融资，新增投资方包括京东方、国信资本、深圳市宝安区投资管理集团有限公司等有国资背景的国资企业。视觉中国/图

智信新技术有限公司(以下简称“深圳智信新”)、Smart Interaction Holding Spv Rsc Ltd。

2020年11月17日，30多家企业在《深圳特区报》发表联合声明，宣布深圳智信新已经和华为投资控股有限公司签署了收购协议，正

式完成了对荣耀品牌相关业务资产的全面收购。深圳智信新是由深圳市智慧城市科技发展集团(深圳国资100%控股)与30余家荣耀代理商、经销商共同投资设立。

前述股东阵容变动，是时隔两年后，荣耀启动又一轮融资的结

果。但截至目前，荣耀并未披露此轮融资中各方的持股比例。

在资深产业经济观察家梁振鹏看来，快速发展两年后，荣耀业务产品较多元化，打造核心竞争优势、建造自己的生态圈、实现稳步发展都需要资金支持。

又引上市猜想

荣耀进行进一步融资再获深圳国资继续加持，也被认为是深圳市国资委延续此前的扩张路径之举。

自两年前从华为剥离后市场就没停止过荣耀上市的传闻。这次荣耀获得新一轮战略融资的动作又引发市场对其上市的猜想。不过多家上市公司近日因荣耀上市传闻股票异动纷纷辟谣。

早在2021年8月，荣耀CEO赵明就上市相关问题，曾向媒体回应：“上市是荣耀的一个选项，不排斥在合适的机会上市，至于上市时间等细节，还没有提上议程。”

11月22日下午，在针对媒体问到的几家上市公司近日因为荣耀上市传闻而使各自公司股价涨停的事宜，赵明回应道：“这不是我CEO关注的。”

而深圳国资对荣耀的持续增持，也引发了市场遐想。有市场人士分析认为，深圳国资对荣耀加注投资，或为谋求将其近年来收并购所得资产注入旗下上市公司。

还有市场分析认为，荣耀进一步融资、引入供应链企业京东方战略入股便是为了加速上市重组。该分析指出：“在深圳国资委收购荣耀后，两年时间过去了，但就是不给荣耀进行股改，说明深圳市国资委已经筹划好走资产重组注入上市公司，完成做大做强国企上市公司的任务，同时在2022年左右完成打造第二个1000亿元市值上市公司的重任。”

不过，记者也注意到，2019年获得批复的《深圳市区域性国资国企综合改革试验实施方案》提到了达到2家市值超1000亿元人民币的优势企业集团目标，深圳国资旗下企业万科A(000002.SZ)的总市值常年超千亿元已达标，而国信证券在去年的总市值也都超过千亿元。

至于荣耀3000亿元的估值则是外媒在今年4月报道荣耀在寻求450亿美元的估值进行融资时给出的。而从更早前荣耀出售时的信息来看，华为并未公开这笔交易的具体金额，但当时有消息称，该交易价值约为400亿美元，约合2633亿元人民币。不过，这也是2019年时候的估值。很多相关科技企

业的市值最近两年都有缩水。

记者也试图联系深圳市国资委了解更多增资细节和未来规划，但截至发稿未获回复。

2015年8月，中共中央、国务院印发的《关于深化国有企业改革的指导意见》提出，到2020年，形成更符合我国基本经济制度和社会主义市场经济要求的国资管理体制、现代企业制度、市场化经营机制，国有经济活力、控制力、影响力、抗风险能力明显增强。深圳市国资委被确定为全国国资系统改革试点单位。

深圳市国资委在2016年工作思路中，提出了实施“大国资”战略，开展“走出去”并购重组，推动国企并购重组做大做强。

2019年7月，国务院批复《深圳市区域性国资国企综合改革试验实施方案》。该方案明确指出，市场导向是深圳国资国企综改的一个基本原则，要实施“上市公司+”战略。到2022年，深圳市属国有企业总资产力争达到4.5万亿元，打造1家至2家世界500强企业。

根据深圳市国资委公布的相关数据，截至2021年末，深圳国资资产总额突破4.6万亿元，提前一年实现了“到2022年底总资产达4.5万亿元”的目标。全年实现营业收入8991亿元，同比增长12.6%；上缴税金1094亿元，增长15.3%。

深圳的改革成果还被国务院国企改革领导小组向全国推广，改革经验被相关部门列入47条“深圳经验”向全国推介。

而荣耀进行进一步融资再获深圳国资继续加持，也被认为是深圳市国资委延续此前的扩张路径之举。

在国务院国资委研究中心研究员胡迟看来，深圳国资增持荣耀的原因，是基于对荣耀发展前景的看好及对荣耀价值的认可，支持荣耀扎根深圳，也是国有资本和国有企业做强做优做大的大方向，同时引入其他国资股权方既保持了国有资本占主导地位，也可以改善企业的治理结构。

小米集团业绩有喜有忧 “米冲高”仍为关键挑战

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

近日，小米集团(01810.HK)发布了2022年第三季度财报，本季度总营收705亿元，同比下滑9.7%；

全球手机厂商均下滑

小米集团本季度财务数据下滑，主要受到公司核心业务智能手机下滑的影响。财报显示，第三季度小米智能手机业务总营收为425亿元，同比下滑11.1%，但环比增长0.6%；全球出货量为4020万台，去年同期为4390万台，同比下滑8.4%，环比增长2.8%。

盘古智库高级研究员江瀚在接受记者采访时表示，“我觉得当前不是小米手机一家企业的问题，整个行业其实都面临着巨大的压力，可以看到整个第三季度是全世界手机行业都在大幅度下行。在这样的情况下，不仅是小米，其实各大手机企业都面临这样的问题。”

在财报后的电话会议中，小米集团总裁王翔坦言，“全球通胀、美元加息、汇率波动给我们带来很多不确定性，国内新冠肺炎疫情的反复也对我们造成了很大影响。第三季度业绩好的方面在于智能手机出货量、收入、毛利率环比有些许提升，和去年同期相比，今年手机出货量确实有所下降，但从环比来看，我们还是稳住了局面。”

Canalys数据显示，尽管在2022年第三季度，小米全球智能手机出

经调整净利润为21.2亿元，同比下滑59.1%。

尽管财务数据不尽如人意，但小米集团主营业务——手机向高端市场迈进的脚步并未停歇。小

米集团财报明确表示，小米手机将继续拓展高端市场。《中国经营报》记者注意到，小米集团创始人、董事长雷军也在实名微博上再度表达了探索高端手机市场的决心，

“小米13系列不仅仅是我们的年度旗舰，更是小米高端探索的三年答卷。我相信小米13系列会让大家感受到前所未有的惊艳，甚至从此重新认识小米手机。”



尽管在2022年第三季度，小米全球智能手机出货量同比减少8%，但小米的市场占有率为全球第三，这一数据甚至好于去年。

lytics的数据则显示，2022年“双11”期间，小米以31%的销量份额和13%的营收份额都排名第二，仅次于苹果，并主导了中端市场。

受全球手机市场低迷的影响，手机厂商在今年都面临巨大的去库存压力。不过，王翔在财报后的电话会议上明确表示，小米的库存正在逐步改善，大概在今年年底至明年年初，库存将恢复至正常水平。

货量同比减少8%，但小米仍以近14%的市场占有率为全球第三，这一数据甚至好于去年。此外，OPPO以10%的份额排名全球第四，vivo则以9%的份额排名全球第五。

和其他中国手机厂商相比，小米的全球化程度更高。本季度，来自海外市场的收入在总营收中的占比达到50.5%，业绩表现好于国内业务。

出货量方面，2022年第三季度，小米手机在全球52个市场排名前三，在全球64个市场排名前五。尽管全球手机市场大多处于下行区间，但仍部分市场实现了逆势增长。小米在欧洲、拉美、中东三个重点市场，出货量也都实现了同比提升。特别是在拉美市场，第三季度小米的出货量同比增长14%，成为增长最为显著的地区。

知名商业战略专家周掌柜告诉记者，小米在国外市场比如东南亚、拉美、欧洲，总体要比国内竞争力更强一些。另外，小米在国内的低端手机市场比高端手机市场表现更好，电商渠道要比线下渠道好，所以它其实是一个结构性的状态。

市场研究机构Strategy Ana-

报告。但截至目前，荣耀并未披露此轮融资中各方的持股比例。

在资深产业经济观察家梁振鹏看来，快速发展两年后，荣耀业务产品较多元化，打造核心竞争优势、建造自己的生态圈、实现稳步发展都需要资金支持。

继续冲击高端

2022年3月，小米集团内部召开了一次高端化战略研讨会，雷军将冲击高端表述为“小米发展的生死之战”。毫无疑问，小米13一定是大家津津乐道的“米冲高”(小米冲击高端)的重要构成部分。

影响“米冲高”的因素有很多。智能硬件的毛利率普遍较低，一旦遇到全球半导体短缺、元器件成本价格上升等事件影响，最容易被挤压生存空间的是中低端产品线。为此，向上寻找成长空间成为手机厂商的通用做法。

据了解，“米冲高”的起点是2020年初的小米10系列，当时小米10打破了2000元~3000元价位，直奔4000元而去。今年初的小米高端化战略研讨会上，公司正式组建高端化战略工作组，在“三年手机销量全球第一”战略牵引下，产品和体验要面对标iPhone，三年内拿下国产高端手机市场份额第一。

2021年，小米高端智能手机的出货量同比增长了一倍，在总体手机出货量中的占比为12.61%。

谈及对小米手机冲击高端市场的看法，周掌柜告诉记者，“小米旗舰手机专注对照苹果的数字升级策略，我觉得是没问题的，每一代都集成特定时间的产业链技术能力。不过长期来看，市场更希望看到小米在用户体验上做得更细致一些，并且敢于拉升价格提高配置水平，在品牌塑造上不能仅仅依靠雷军的影响力做广义

品牌，更需要从米粉拓展到高端政商人群。”

Strategy Analytics公布的《全球智能手机收益、ASP和价格段预测：2008—2027》报告则指出，2022年起中高端智能手机(300美元以上价位)将取代低端手机(100美元~199美元)成为销量最高的价格区间，未来五年内高端手机销售量和收益份额占比有望分别达到36%、75%。这说明随着行业的发展，消费者购机观念不再一味追求便宜，而是愈发看重售价和体验层面的均衡。

在周掌柜看来，小米不是简单的互联网基因企业，它做系统软件，并且具备工业级的系统解决方案能力，所以小米切入手机行业这几年，总体来讲发展还是非常成功的。但小米面临的竞争对手非常强大，所以小米在品牌的塑造和战略节奏把控上还是会有一些挑战。

“我个人觉得小米在未来的五到十年大概率会形成一个3:3:3:1的结构，即3/10是手机、3/10是汽车、3/10是智能家电，然后剩下的1/10是IoT(物联网)等其他品类的创新，所以我觉得这个战略结构是它的核心价值。至于小米现在抗风险的能力，从全球角度来看，我认为还是可以的。当然小米和OPPO、vivo这些传统的手机厂商比，在线下的打法上还是会弱势一些，跟荣耀和华为相比也存在一些挑战。但总体来讲我对未来小米的市场表现并不悲观。”周掌柜说。

争夺“第一杯咖啡” 品牌加速下沉进驻高校

本报记者 于海霞 孙吉正 北京报道

咖啡的香气正在向高校弥漫。无论是早八点的课堂,还是备考复习的自习室,抑或是看书的图书馆,总能看到咖啡的身影。

作为提神醒脑的神器,咖啡的受众正在从职场白领人群逐步拓展至大学生人群。从瑞幸咖啡、幸运咖在高校市场初具规模,到星巴克、邮局咖啡、Tims、Manner等品牌陆续跟进,各大高校俨然成为当下炙手可热的市场。

公开数据显示,目前,瑞幸咖

啡校园门店约为300家,幸运咖约有260家,星巴克也已开出不少高校门店,如上海交大店、复旦大学店等,可以看出咖啡品牌的校园争夺战正在打响。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏对《中国经营报》记者表示,品牌争夺高校市场的背后,反映了当下的咖啡市场竞争越来越激烈,品牌门店的布点,越来越朝更精准的细分化市场和场景发展。以前咖啡市场的定位偏向商务休闲,现在的咖啡市场有着更加大众化的趋势。

高校市场潜力大

抢占学生的第一杯咖啡,也成为咖啡品牌战略中的一环。

随着我国高校不断扩招,高校成为一个巨大的消费市场。根据2021年教育事业统计数据,我国高等教育在校生总规模达到4430万人。另据草莓派抽样调查数据显示,2021年,67.5%的中国大学生月均可消费金额为1000~2000元。因此,可观的消费市场、相对集中的区域、一定的消费能力,使得大学生成为咖啡品牌追逐的重要消费群体。

“用一杯奶茶的钱就能买到一杯咖啡,十几元甚至十元以下的价格对学生党来说非常友好,我们很多同学都会选择喝咖啡,尤其是在学习压力大的时候,而且咖啡好像显得更加高级。”东北财经大学研二学生杜欣然对记者说。

抢占学生的第一杯咖啡,也成为咖啡品牌战略中的一环。据了解,瑞幸咖啡率先吹响咖啡品牌进驻高校市场的号角。公开资料显示,2018年,瑞幸咖啡推出并倡导“无限场景”战略,区别于传统咖啡品牌的“社交空间”定位,不断深化无限场景的覆盖和布局。

大学校园便是瑞幸咖啡无限场景战略的一个重要延伸。目前,瑞幸咖啡在全国已有300多家校园店,在北京大学、中国人民大学、复旦大学等众多高校都有布局。在高校相对密集的一线和新一线城市中,南京、广州、武汉、西安四城的高校店在30家以上。

与此同时,蜜雪冰城旗下的子品牌幸运咖也在跟进高校咖啡市场。2017年,蜜雪冰城开始孵化咖啡品牌幸运咖,贯彻“低价策略”,

如何分羹?

文志宏认为,对于咖啡品牌来讲,进驻高校市场有利于培养长期的忠诚客户。

德勤2021年发布的《中国现磨咖啡行业白皮书》显示,中国一二线城市白领的咖啡渗透率升至67%。

上海啡越投资管理有限公司董事长王振东告诉记者,咖啡市场内卷升级,但整个行业的产业分布并不均衡,所以其实各品牌都在寻找下沉市场的机会,选择高校市场显然也是提高企业市场渗透率的一个方法。

“另外,对市场的培育也是各个咖啡品牌非常重要的考量。高校的人才密度很高,和咖啡消费人群的画像高度重合,对于企业来说,进驻高校就是在培养未来咖啡消费的主力军。而且,在高校市场推广的成本比在社会要低,因为高校人群密度较高,推广的有效性更高,所以提前在高校用较低的成本(比如让学生下载好APP,成为各品牌的会员)也可以提高品牌的知名度、渗透率和黏性。”王振东表示。

文志宏也认为,对于咖啡品牌来讲,进驻高校市场有利于培养长期的忠诚客户。消费者容易在最开始体验某个产品,形成好印象后,会对该品牌产生信赖。而且,高校市场比较集中,大学生群体年轻,是一个半封闭市场,也是比较容易培养的市场。

记者注意到,不少进驻高校的咖啡产品的性价比较高。杜欣然告诉记者,在开学季、毕业季以及各种节日,校内的咖啡店会针对性推出不少优惠活动,还会建立校园店微信社群,鼓励产品推荐和拼单,有时候一杯瑞幸咖啡只有不到10元的价格,幸运咖则低至5元左右。

赖阳表示,高校的大学生群体年轻、生活压力较小,对新品、折扣、宣传的敏感度较高。经常做一些优惠活动可能会带来客流的大幅度增长,高校门店的扩张与实惠的价格,也可以让咖啡文化在大学校园蔓延和深化。

值得注意的是,超低的价格虽然能够吸引流量,但能否覆盖成本?

曾做过咖啡店生意的王先



受访者供图

生告诉记者,在成本方面,以拿铁为例,主要包括咖啡豆、牛奶、包材(杯子、杯盖、包装袋等)。通常来讲,咖啡豆便宜的一杯需要1元多,贵的在3元左右。牛奶便宜的一升8元左右,贵的一般在15元左右。包材成本一般在3毛到5毛之间,好一点的在1元多。

“现在咖啡产品的包材使用量非常大,很多品牌都在包装上内卷,以前是一个塑料袋加一个杯子,现在塑料袋换成纸袋,而且还要加一个杯托,相对来说,成本开支增加很多。但对于高校咖啡店的产品来说,其利润也是很可观的。”上述王先生表示。

除了性价比,口感也是年轻消费者的关注点。根据《2018年大学生消费洞察报告》,大学生在食品饮料选择上最注重口感。据了解,加入冷榨生椰浆的“生椰拿铁”,燕麦奶取代了牛奶的“燕麦拿铁”、“海盐芝士厚乳拿铁”等口感香甜的产品是年轻人的最爱。

文志宏指出,抓住大学生这样的年轻群体就要在产品、价格策略等方面下功夫。高校消费市场越来越开放,品牌进入的机会

也越来越多。对企业来讲,首先产品的性价比要高;其次咖啡产品的设计也需要不断研发,符合消费群体的特性,因为通常大学生属于刚刚开始喝咖啡的消费群体,所以产品口味、包装等方面要与人群适合;最后在服务和环境上,要和年轻群体匹配,满足他们自习、看书、约会等诉求。

另外,由于高校市场的特殊性,也有一些痛点。由于高校咖啡市场通常会跟学校的学习周期安排有关联,假期往往是一个淡季,会对咖啡品牌的经营造成一些波动。

因此,品牌在高校市场的经营也要做出相应的调整。王振东认为,高校咖啡店需要结合各个学校的专业课程安排、男女比例、学生作息、师生数量等来做出针对性调整;店员来源上,可能会有更多兼职的学生,能够活用的话,能够降低门店成本,而且能够起到一定的带动作用;支付结算系统也要根据高校的特点进行调整,因为学校会有一套自己的经营体系,比如有些消费要使用校园卡等。

“品牌要考虑除了咖啡本身,

消费者还希望从咖啡上得到怎样的附加值,高校经营的特殊性和优势就在这,高校消费群体的性质是‘铁打的营盘流水的兵’,从大一到大四的周期性很强。比方说在迎新的时候该怎么做?考试周的时候应该怎么做?毕业季应该怎么做?营运和产品的推广,包括定价还是要切合高校的一些特征,不能完全按照社会化的进行。”王振东补充道。

对此,赖阳表示,吸引意见领袖、吸引群体聚集到店里来也是非常重要的。品牌要在自我人设认同感、自我价值认同、自我文化认同的环境、场景、服务等方面下功夫。另外,咖啡消费的社交属性很强,要把特色主题、环境氛围、私域流量做好。

“对于连锁品牌来讲,关键在于如何去打破传统市场标准化的营运思路来契合大学市场,包括瑞幸咖啡有很多大学店是联营店,通过联营的方式可以比较灵活地契合高校的文化。比如说可以和社团活动相结合,做咖啡社和咖啡兴趣小组,利用独特的社群文化增强客户黏性。”王振东表示。

“围炉煮茶”火热 线下茶空间业态如何经营?

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

目前,“围炉煮茶”十分火

热。秋冬季节,在舒适的田园氛围之中,围着烤炉煮茶、烤蔬果的社交方式受到

了不少消费者的喜爱。在此背后,是传统茶文化以及创新社交体验方式对于消费者的

吸引力。

同时,《中国经营报》记者注意到,随着消费者对于第三空间

的要求越来越高,有着优秀环境、氛围的线下茶空间业态的市场需求正在增长。其中,不少经

营线下茶空间的企业,如tea'store、T9Tea、一茶一舍等也获得了资本的青睐。

“围炉煮茶”热度高

近期,记者注意到,在小红书、抖音等平台,关于体验“围炉煮茶”的图文、短视频非常多。记者在各类社交平台注意到,在“围炉煮茶”时,消费者可以围着烤炉进行社交,在煮茶的同时会烤一些蔬果、年糕等食品,与此同时,商家往往可以提供有意境的环境供消费者打卡拍照。

对于“围炉煮茶”火热的原因,连锁经营专家李维华向记者表示:“茶本身的文化、健康、休闲、社交、国潮国货风等属性,使得茶在中国延续几千年而不曾稍衰。”围炉煮茶“更加强化了饮茶的氛围,同时,比如炭火煮的茶,如果是不错的炉子、水的话,同样的茶叶会更有味道。而且煮茶的同时其实还会顺便煮别的东西,比如常见的有年糕、橘子、栗子、红枣、红薯等,边吃边喝,其乐无穷。大家围在一起,煮的时间较长,恰恰符合了消费者要么休闲打发时间,要么有充足的时间进行社交。因此,‘围炉煮茶’的味道、氛围、社交等属性使得其迅速流行起来。”

和君咨询合伙人、连锁产业专家文志宏向记者表示:“对于‘围炉煮茶’火热的原因,主要是因为‘围炉煮茶’能够给顾客较好的场景感、体验感和仪式感,也特别适合在目前的



视觉中国/图

移动互联网时代通过短视频进行传播分享。而更深层次的原因在于越来越多的人对于传统文化以及返璞归真的田园生活的一种向往。”

记者注意到,体验一次“围炉煮茶”性价比并不高。在价格上,体验一次往往要人均花费100~200元,而商家供应的食品一般是一份茶以及一些蔬果等,同时提供合适的环境。在许多地方,消费者体验时有时间限制,当超出规定时间会额外收取费用。

艾媒咨询CEO张毅向记者表示:“如果按照人均100+元来看,‘围炉煮茶’的利润还是相当可观的。目前专门做‘围炉煮茶’的门店不多,主要还是一些咖啡店、餐饮店甚至中餐店会开辟一块空间来推出

相关服务。”

对于“围炉煮茶”的可持续性,李维华认为:“‘围炉煮茶’一直是中国人传统的和风雅之士的选择,随着社会进步,受教育的人群增多,国潮、国风、国货热度的抬头,线下社交的昂头,人们追求更加身心健康的生活方式,‘围炉煮茶’未来的空间也会很大。”

餐饮行业分析师林岳则向记者表示:“‘围炉煮茶’投入较大,需要花费心思去创造器具、桌椅、文化等元素和装饰,然后才能够去打动年轻人去消费。但是‘围炉煮茶’的复购和重复消费的可能性并不高。茶饮、点心、社交等目前有很多替代方案。想要长期火爆下去还有一些挑战。”

线下茶空间升温

在“围炉煮茶”火热的背后,线下茶空间也在不断增长。不少相关企业获得资本的投资。天眼查信息显示,2019年~2022年,tea'store获得4轮融资,单轮融资金额达数千万元;2021年,T9Tea获得数千万元Pre-A轮融资;2021年,一茶一舍获得数百万元天使轮融资。

一茶一舍创始人熊大熊向记者介绍,一茶一舍主打茶空间,目前融合了客单价数十元的类似咖啡馆模式的茶空间,以及客单价在100元~200元的纯茶空间业态。同时,茶空间里还有茶产品零售业务,消费者在店里喝的茶以及茶具可以通过零售的方式购买。除此之外,一茶一舍还有ToB端的业务,有稳定的企业客户并向它们供应茶产品。目前,一茶一舍在上海有4家门店。

记者了解到,目前市场上的茶空间大致可以分为两种,第一种是类似咖啡馆模式,客单价在数十元;第二种是纯茶空间业态,这一类的品牌有隐溪茶馆等,客单价在100元~200元。

对于类似咖啡馆的茶空间

模式,熊大熊表示:“这个模式是比较难的,因为客单价无法提高。与星巴克不同,星巴克在早晨会有大量咖啡外卖的营收。而很多这类模式的茶饮空间无法产生这样的收入。同时,在这种模式下,茶空间里的座位有限,如果要增加面积的话,那就要增加房租以及人力成本。以我的经验来看,如果单纯只做这个模式的话会比较难。”

对于纯茶空间业态,熊大熊认为:“纯茶空间业态目前是一种刚性的需求。当消费者具有商务会谈、朋友聊天等对于私密性空间需求大的消费时,且可选择的地方是不多的,纯茶空间就满足了这样的需求。最近几年上海的茶馆已经越来越多了。以目前的情况来看,纯茶空间在营收和市场空间方面是一个增长的趋势,整体来看业绩是往上的。”

与此同时,纯茶空间的经营也存在挑战。熊大熊认为:“确实这类业态的装修成本投入会比较高,翻台率有限,导致其整体的投资回报会比较慢。同时,茶艺等方面的运营难度也

是较大的。但是如果成本控制得好的话,其实营收是很可观的,因为客单价足够高。比如,在有10个包间的情况下,如果一个包间可以做到一次消费四五五百元,那么,10个包间就是四五千元。如果一天招待两轮,就能有约一万元的收入。在这种情况下,如果员工数量少的话,盈利是不错的。”

对于茶空间更优经营的方式,熊大熊认为:“通过创新来优化人员结构以及增加产品销售收入是非常重要的两点。在人员结构方面,下午2点~5点是茶馆的高峰期,这时候店铺里的茶艺师不一定来得及把客户都服务好。在这种情况下,如何通过一些创新来高效地将客户服务好(就像星巴克等连锁一样)是值得探索的。另外,一定要做茶馆的‘第二条腿’,比如做茶产品的售卖等。茶饮是一个非常好的体验式销售产品,且现在茶行业没有特别大的品牌,在此背景下,商家比较容易与客户建立一个很好的信任度。一旦客户认同商家的产品,那么,非常容易促成茶叶产品的销售。”