

新型工业化调研:安徽“制造强省”靠什么?

NA2

“中国神船”启航



NB9

与辉同行变“平行”:东方甄选路在何方

快消 ND1



近日,天眼查App显示,与辉同行(北京)科技有限公司发生工商变更,王杰琳卸任财务负责人,由马楠接任。但王杰琳仍在东方优选(北京)科技有限公司、东方甄选(珠海)旅游文化有限公司等多家公司担任监事。

这是否预示着与辉同行进一步与东方甄选脱离联系,财务切割更加清晰?而东方甄选在“分

社评

深化财税体制改革正当时

党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》(以下简称《决定》)明确要求“深化财税体制改革”,并从预算制度、税收制度以及中央和地方财政关系等方面作出具体部署,这为启动新一轮财税体制改革指明了前进方向和行动指南。

第一,为更好发挥财政在国家治理中的基础和重要支柱作用,党的十八届三中全会以来,财税体制改革有序推进,在预算制度、税收制度、事权和支出责任相适应的制度等方面取得了明显成效,现代财政制度框架基本确立,奠定了新一轮财税体制改革的制度基础和实践基础。

然而,改革只有进行时、没有完成时。《决定》擘画了进一步全面深化改革、推进中国式现代化的宏伟蓝图,明确了改革任务书、路线图和时间表。

作为改革“重头戏”之一的财税体制改革,必须对标对表《决定》提出的改革要求,坚持系统观念,既从进一步全面深化改革的全局出发,又立足财税体制自身规律和特点,重在建立健全与中国式现代化相适应的现代财政制度。

笔者认为,健全预算制度,健全有利于高质量发展、社会公平、市场统一的税收制度,以及建立权责清晰、财力协调、区域均衡的中央和地方财政关系,是新一轮财税体制改革的三条主线。

总体来看,改革既着眼于长期以来财税改革发展实践中的焦点难点,如地方财力建设问题、地方债务风险防范与化解问题等,又根据经济社会发展新形势新特点谋划和实施新的改革举措,如把依托行政权力、政府信用、国有资源资产获取的收入全部纳入政府预算管理,研究同新业态相适应的税收制度,规范经营所得、资本所得、财产所得税收政策,实行劳动性所得统一征税,研究把城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加合并为地方附加税等。

这些举措强调了破立并举、先立后破的改革逻辑,彰显了扎实推进、务求实效的改革路径,有助于推动改革可能性、可行性与可操作性的有机结合。

第二,《决定》指出,科学的宏观调控、有效的政府治理是发挥社会主义市场经济体制优势的内在要求。这意味着,新一轮财税体制改革,不仅仅是财税体制本身的改革,也应该是有助于健全宏观经济治理体系的改革。

当前我国经济运行总体平稳、稳中有进,但也面临着外部环境变化带来的不利影响增多、国内有效需求不足等风险挑战。

在此背景下,以改革为动力促进稳增长、调结构、防风险,充分发挥经济体制改革的牵引作用,财税体制的“先行军”角色尤为重要。这表明,新一轮财税体制改革不但要按照《决定》提出的改革时间表完成

相应改革任务,更应服从和服务于进一步全面深化改革的总目标。

通过一收一支,财税体制为经济社会各项事业发展提供了必要的财力保障,也为改革赋予了战略意义。

作为进一步全面深化改革的着力点,《决定》强调要强化“七个聚焦”,这为新一轮财税体制改革以点带面、发挥“铺路搭桥”作用提供了明确指引。笔者认为,新一轮财税体制改革必须立足整个国家经济社会发展大局,从增强改革的系统性、整体性、协同性出发,使自身改革同其他诸多改革一道形成合力,聚力推进中国式现代化。

第三,科学的财税体制是优化资源配置、维护市场统一、促进社会公平、实现国家长治久安的制度保障,也是以高质量发展全面推进中国式现代化的有力支撑。

在新一轮财税体制改革中,我们要正确处理政府与市场、中央与地方、效率与公平、全局与局部、长远与当前等重大关系,着重解决当前财税体制改革运行中的一些矛盾和问题,并面向中长期打造促进财政可持续发展的体制机制。

在健全预算制度方面,要强化国家重大战略任务和基本民生财力保障。具体来看,收入侧要提高以税收为主要形式的财政收入质量,强化财政资源统筹;支出侧则要深化零基预算改革,资金分配更加突出绩效导向,做到“花钱必问效、无效必问责”。实现开源与挖潜并

举,为提升财政政策效能集聚更多财力。

在完善税收制度方面,要增强改革对企业和居民的获得感。一是优化税制结构,完善对重点领域和关键环节支持机制,加大对新质生产力培育力度,激活企业发展内生动力和创新力,提高税收对经济量增质升的促进作用;二是健全直接税体系,通过深化个人所得税、财产税等税种改革,规范收入分配秩序,改善财富积累机制,促进共同富裕;三是推进全面税收法定原则,把改革措施和成效以法的形式加以体现。

在中央和地方财政关系方面,要努力增加地方自主财力。适当加强中央事权、提高中央财政支出比例,减少并规范中央和地方共同事权;同时,以税收为抓手积极拓展地方税源,培植地方财政收入新增长点,优化共享税分享比例,推进消费税征收环节后移并稳步下划地方,适当下沉部分非税收入管理权限等。

此外,还要清理规范专项转移支付,增加中央对地方一般性转移支付,提升市县财力同事权相匹配程度;建立全口径地方债务监测监管体系和防范化解隐性债务风险长效机制,加快地方融资平台改革转型,并以经济的持续稳定增长对冲地方债务风险。

张德勇

中国社会科学院财经战略研究院研究员

本期热词

财政“半年报”

三季度地方专项债券和国家超长期特别国债发行进度有所加快,政府投资力度也在持续加码,投资稳增长的关键性作用得到进一步增强,这为实现全年预期增长目标提供了有力支撑。

财政“半年报”出炉 民生项目支出进度提速 ND3

数据“互认互通”

数据交易的互认互通机制建设不断推进。各数据交易机构通常有不同的入场标准和流程等,这一背景下产生了数据交易互认互通的需求,而交易所之间的交易制度差异、定价机制复杂、数据安全与隐私保护需求等问题则是互认互通过程中面临的主要考验。

数据交易所求解“互认互通” NB8

“果链”巨头

今年,消费电子行业复苏明显,上游产业链多家公司业绩显著回升中。其中,大多是果链公司。果链企业为摆脱对苹果的过度依赖,纷纷加强了公司的多元化业务布局。

“果链”巨头集体走出大客户依赖 NC1

“游戏”全球

8月20日,《黑神话:悟空》在万众瞩目中正式发布后,取得国产单机游戏破纪录的商业成绩。9月5日,根据海外数据分析公司VG Insights的估计,《黑神话:悟空》的总销量已经达到了1810万份,总收入已经超过了8.67亿美元(约合人民币61.55亿元)。从4年前首曝到成为焦点,《黑神话:悟空》给国内游戏厂商带来怎样的启示值得关注。

《黑神话:悟空》:一款游戏何以火爆全球? ND4

经济大势

A1~A4

8月地方债发行放量 A3
有望助力下半年基建稳增长

民间资本迎投资热潮 A4
国家发展改革委推介项目投资额达6.68万亿元

营商环境

B1~B16

北交所“专精特新”成长记 B1
科技创新驱动发力 B3
沪市上市公司“质”“效”双升

信托公司加速处理金融股权 B4
宝盈基金再被抛售?

从“蓝海”卷到“红海” B12
上市物企加速开拓第三方市场

暴利时代终结 B16
光伏巨头如何穿越周期?

智在公司

C1~C8

FTTR 用户突破2000万 C3
运营商增收锚定家庭入口

上半年游戏财报透视: C4
腾讯网易领跑

自动驾驶企业集体亏损 C6
何时迎商业化曙光?

固态电池商业化加速 C7
未来三五年有望与锂电池成本打平

消费连锁

D1~D4

盒马进入新调整阶段 D2
持续探索核心业态

暑期游学市场: D3
需求升级与理性消费博弈



中经传媒智库



本报官方微信



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

高质量发展谋新篇

新型工业化调研：安徽“制造强省”靠什么？

本报记者 孙丽娟 安徽合肥
芜湖报道

“1999年我刚入职奇瑞时，焊接车间内，都是工人拿着焊钳一个个打焊点，随着工业自动化生产线的普及，现在奇瑞工厂焊接自动化率已达100%，这在10多年前简直

不敢想象。”在位于安徽芜湖的奇瑞汽车股份有限公司焊装车间内，奇瑞智造一工厂高级经理王玉辉对《中国经营报》记者感叹。

近年来，安徽省积极推进新型工业化，加快建设制造强省，通过数智技术改造提升传统产业，以自主创新助力工业高质量发展，工业经济快速增长背后的缘由。

自主创新赋能高质量发展

企业创新能力集中爆发的背后，是良好的研发氛围和创新创业环境。

工业是经济发展的压舱石，自主可控、安全可靠的产业体系是新型工业化的前提条件和战略支撑。近年来，安徽通过实施产业链基础能力提升和重大技术装备攻关工程等方式，支持鼓励企业加快技术攻关步伐。

数据显示，1—7月，安徽省规模以上工业增加值同比增长8.5%，高于全国2.6个百分点，居全国第5位，居长三角、中部地区和工业大省第1位。

在“色选机龙头”合肥美亚光电技术股份有限公司（以下简称“美亚光电”），记者看到“大米色选机”快速将大米按照良品和不良品进行分选，并将大米中的病斑米、黄米、石头等剔除。再搭配“大米品质分析仪”，可以实时采集、检测出大米中样品纯度、黄米率、碎米率、留胚粒率等十余项指标，在大米流转过程中，这些数据可实现上下游企业共享，为大米加工全产业链提供精准数据支持。

美亚光电分管研发的副总经理吴明对记者表示，20世纪90年代之前，中国没有色选机技术，所有色选机都需要进口，当时进口价100多万元一台。1993年，美亚光电成立，开始研发自己的色选机，1994年推出中国第一台国产化色选机，随着中国企业技术的成熟和规模化生产，色选机的价格逐渐走低，从最初的六七十万元一台，到现在已降至20万元一台。

吴明说：“我们之所以能成功

将色选机价格打下来，最核心原因是通过自主创新，中国拥有了自己的技术，可以与老外竞争。”

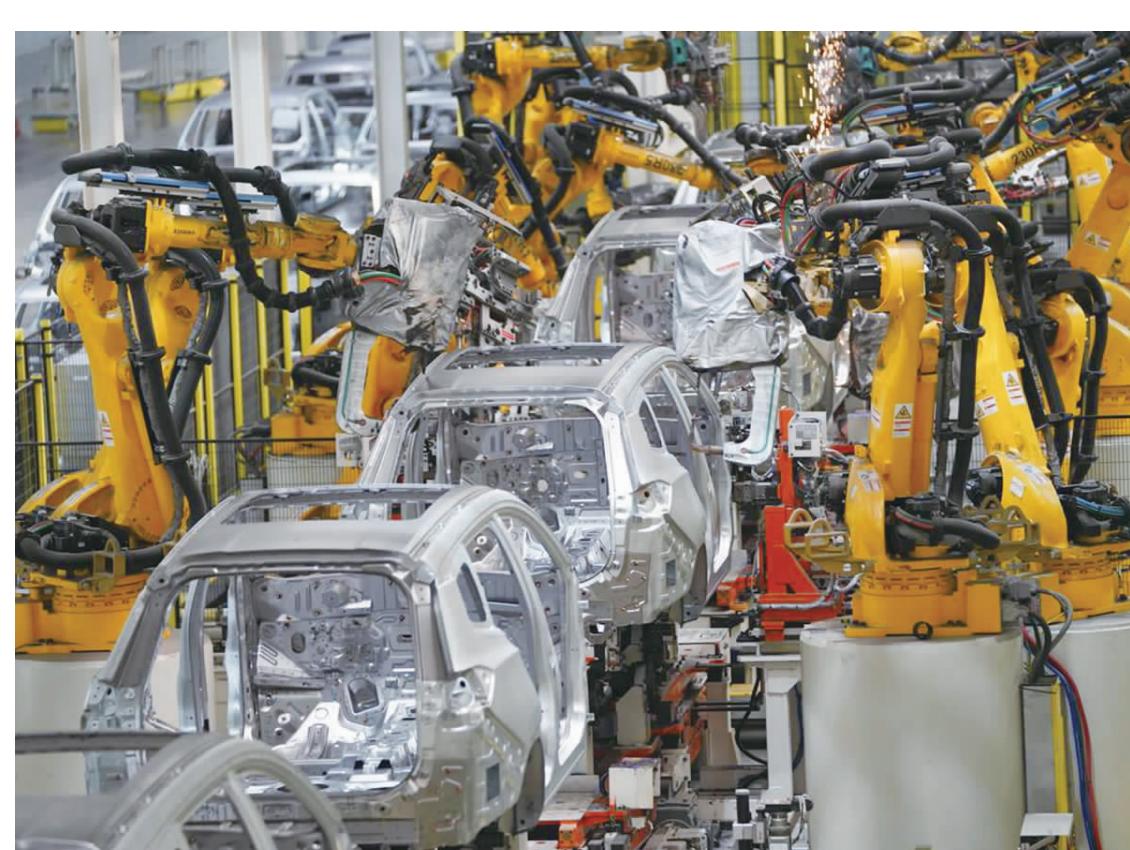
色选机通过识别物料颜色、形状、材质等光学特征的差异，利用光电分选原理，可实现粮食、坚果、茶叶等各类农副产品的智能分选分级。

“现在美亚光电的核心技术全部是自主研发。”吴明自豪地介绍，在20世纪90年代，中国在色选机技术上曾处于跟跑状态，许多技术相对国外较为落后。随着中国研发人员的不断努力和创新，当前我们的基础传感器和光谱识别技术已与国外先进企业达到同一技术层级，我们在软件和人工智能模型等领域已超过国外企业。

“世界水泥看中国，中国水泥看海螺”的美誉广为流传。创新驱动也是全球知名水泥生产商安徽海螺水泥集团有限责任公司（以下简称“海螺集团”）发展的重要战略。

在海螺集团水泥工厂智能控制室，一个巨大的机械手臂忙碌不停，对管道内传来的各种生料、熟料进行取样操作，机器人质检设备助力提高了取样频次、提升了检验精准度。

近年来，海螺集团坚持创新驱动，相继取得了一系列世界级、行业级的科技创新成果——建成了全球首个水泥全流程智能制造工厂、全球首个水泥窑碳捕集纯化二氧化碳项目、全球水泥行业首个露天矿山“矿车无人驾驶项目、行业首个



奇瑞焊装车间机器人正在工作。

受访者/供图

产业向新 安徽大力打造新兴产业聚集地

本报记者 孙丽娟 安徽合肥 芜湖报道

在新一轮产业发展变革中，安徽省围绕汽车、新材料、新一代信息技术等重点领域加快打造新兴产业集群。

2013—2023年，安徽省战略性新兴产业产值年均增长15%以上，占规上工业比重从20.7%提

高到42.9%。“新三样”产品中，全国1/5的光伏组件、1/7的锂电池、1/8的新能源汽车都实现了“安徽造”。

在位于安徽芜湖的奇瑞汽车股份有限公司焊装车间，一幅热火朝天的生产场景映入眼帘：多种类型机器人根据生产指令精准执行焊接、涂胶等工序，电焊火花闪烁不停，

智能化信息显示板实时更新各项生产数据和进度，戴着安全帽和防护镜的工人在各自岗位上忙碌着。

奇瑞智造一工厂高级经理王玉辉告诉记者，一辆车有5000多个焊点，在奇瑞的焊装车间，焊接的自动化率已经达到100%，通过AI的视觉引导，实现了焊接精度的精准控制，保障了产品的一致性。工

人只负责检验和低强度零部件的搬运工作。

近年来，奇瑞集团加快布局新能源、智能网联、共享出行、平台与生态等新赛道，致力于从汽车制造商转型为全方位智慧出行服务提供商。

围绕汽车产业，奇瑞在芜湖总部当地集聚企业1000余家，吸引

前来投资的世界500强企业30余家，整体提供就业岗位20余万人；奇瑞孵化衍生出工业机器人、通用航空、新能源、现代农业装备、智能互联、汽车金融、旅游地产、跨境电商等新兴产业，带动产业链上下游企业打造生机勃勃的“产业链生态圈”。

在位于安徽合肥的科大智能科技股份有限公司（以下简称“科

大智能”）展厅，爬壁机器人、隧道巡检机器人等各种数字工业产品琳琅满目。科大智能相关负责人介绍，公司深耕智能装备、机器人核心技术的研发、应用，龙头企业智能助力机械手在国内市场装机量处于行业第一，广泛应用于汽车、军工等各个领域。

下转 A3



海螺集团芜湖白马山水泥厂二氧化碳捕集纯化项目。

受访者/供图

游等生态资源；第四阶段，从2024年正式开始管理数智化转型规划，全面启动核心运营管理平台、数字化人力资源平台、共享服务平台、管控与决策支持平台、社会化商业平台“五大平台建设”。

吴明表示，美亚光电正在大力推动数智化装备的研发与创新。公司通过运用物联网、大数据、人工智能技术，并接入工业互联AI智慧决策系统，实现了产品运行自动调整、状态实时反馈、异常智能报警等功能，帮助客户实现产品品质精准可控。

不仅如此，安徽省政府层面对于工业数字化发展也有着更深层次的布局。

罗文彬透露，未来，安徽省将加快智改数转网联（即智能化改造、数字化转型、网络化联结）步伐，着力提升重点企业、产业链、产业集群和园区的数字化转型质效，进一步健全服务商支撑体系、网络支撑体系、技术支撑体系、智能装备和工业软件供给体系。

绿色低碳保障可持续发展

安徽的绿色制造，不仅体现在企业的行动上，更体现在政策的积极引导上。

推动工业领域绿色低碳发展是推进新型工业化的内在要求。绿色发展成为安徽新型工业化的普遍形态。

罗文彬介绍，安徽省通过“减污+降碳+扩绿”多举措构建绿色制造体系，一方面促进节能减排，落实重点行业碳达峰实施路径，开展一批重点企业“一企一策”节能减煤降碳诊断，实现高耗能行业重点领域工业节能监察全覆盖；另一方面，发展绿色制造，深化排污权交易工作改革，在全省域开展化学需氧量、氨氮、二氧化硫、氮氧化物4类主要污染物排污权有偿使用和交易。

美的集团厨房与热水事业部绿色制造数字化板块负责人刘锦在接受记者采访时表示，美的芜湖基地正在多措并举发展绿色制造。

在供电结构改革上，园区所有屋顶均覆盖了光伏面板，目前光伏发电占园区用电量的10%，并通过投入储能设备和部署微电网算法，对园区用电进行负荷控制，提高光伏发电消纳率达98%以上。

此外，美的集团还通过购买绿

电提高绿电占比，目前已达15%。同时，加强设备精细化运行，对于高耗能工序，根据产品类型、生产节拍的不同，制定最优节能工艺参数。

除此之外，美的集团还对高耗能设备进行改造升级，引入红外加热技术，实现喷涂线体天然气改电，大幅减少碳排放；对空压系统进行优化，更换高效空压机，改造管网，提高压缩空气利用率。

“环保至上、绿色发展”理念也深植于安徽安利材料科技股份有限公司（以下简称“安利股份”）心中。

安利股份环保总监徐德好对记者介绍，近年来，公司投入超2亿元推动绿色生产、节能减排。一是通过规划布局和工艺技术设备设计，从源头和本质加强环保节能；二是采用先进设备工艺，建设雨水RO膜超滤回用系统、RTO蓄热燃烧系统、生产尾气TNV处理系统等环保设备，实现绿色生产；三是应用水性、无溶剂等先进工艺技术，开发绿色产品；四是加强节能减排和循环发展，建设光伏

发电、储能电站等项目，积极参与绿电交易，2023年公司绿电使用率达63%，在合肥市名列前茅。

安徽省的绿色制造，不仅体现在企业的行动上，更体现在政策的积极引导上。

今年8月，安徽省工业和信息化厅、省发展改革委等7单位联合发布的《贯彻落实加快推动制造业绿色化发展指导意见的实施意见》提出，将通过“调结构、提效率、强供给、树标杆、促循环”等举措，引导全省制造业向产业结构高端化、能源消费低碳化、资源利用循环化、生产过程清洁化、制造流程数字化、产品供给绿色化“六化”转型。到2030年，安徽省制造业绿色低碳转型成效显著，带动工业领域碳达峰目标顺利实现。

安徽工业的蜕变，正如中国经济转型升级的一个缩影。从自主创新到数字化转型，再到绿色低碳，安徽工业正以崭新的面貌，迎接新时代的挑战。这不仅是安徽的故事，更是中国工业发展的新篇章。

8月地方债发行放量 有望助力下半年基建稳增长

多地重大项目集中开工

本报记者 谭志娟
北京报道

适度加力、提质增效实施积极的财政政策,正在为经济社会高质量发展提供必要支撑。8月,地方债发行数量和总额均创年内新高。

Wind 数据显示,8月地方债发行293只,发行总额达11996.23亿元。发行总额环比增加近4900亿元,净融资规模环比增加近6300亿元。从历年地方债发行数据看,年中也是地方债集中发行的高峰。

中国财政学会绩效管理专委会副主任委员张依群接受《中国经营报》记者采访时称,三季度地方专项债券和国家超长期特别国债发行进度有所加快,政府投资力度也在持续加码,投资稳增长的关键性作用得到进一步增强,这为实现全年预期增长目标提供了有力支撑。

当前经济增长趋势总体向好,但为了有效应对国内外诸多不确定因素,加大政府投资仍是目前最重要的政策选项。

每年的三季度都是项目建设的关键期,也是经济发展的黄金季。近期,兰州、长沙、福州、东莞等多地三季度重大项目集中开工。

9月2日,兰州市在兰州新区举行2024年三季度重大项目集中开工活动。此次集中开工亿元以上重大项目28个,总投资123.7亿元,年度计划投资25.7亿元。

8月5日,福州市第三季度重大项目近日集中开工,涉及项目189个,总投资1230亿元。其中,基础设施项目36个,总投资409亿元。

三季度长沙市集中开竣工重大项目371个,预估总投资1491.18亿元,与2023年同期相比,项目个数增加39个,预估总投资增加298.18亿元,分别增长11.7%和24.9%。

对于多地重大项目集中开工的原因,张依群对记者表示,当前

经济增长趋势总体向好,但为了有效应对国内外诸多不确定因素叠加对我国经济稳定的影响,加大政府投资仍是目前最重要的政策选项。

从资金投向看,基建占比上升。作为推动基建投资的重要资金,1—8月发行的用于项目建设的新增专项债中,投向基建领域占比为69.0%,比1—7月回升0.8个百分点。细分投向中,铁路和轨交占比从1—7月的11.6%升至11.9%,排名从第四位升至第三位。

民生银行研究院研究员孙莹认为,这有助于保障重大项目资金需求。同时,专项债投向基建领域占比和用作项目资本金比重均较1—7月有所提高,可以更好发挥专项债券“四两拨千斤”的作用,带动社会投资。

财政部近日发布了《2024年上半年中国财政政策执行情况报

未来基建投资有望较快增长

在市场看来,今年后几个月基建投资将会进入一个较快通道,灾后重建、数字赋能、安全保障等领域也有望成为主要投资领域。

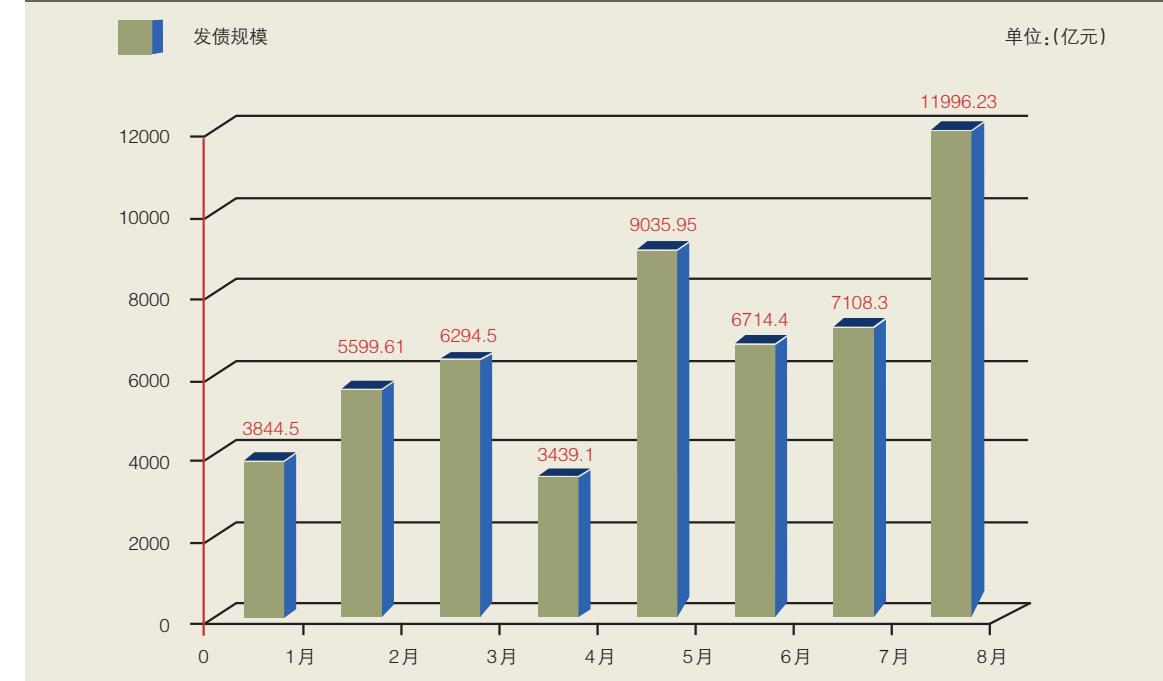
8月地方债发行提速对下半年稳增长有何意义?在受访专家看来,地方债是当前我国政府投资的重要来源,也是宏观调控的重要手段,对推动我国经济稳定增长具有重要意义。

民生银行首席经济学家温彬表示,虽然上半年地方债发行进度偏慢,但这不影响债券资金在年内的使用进度,6月以来各部门、各地区加快部署地方债发行工作,8月地方债发行明显提速。“我们预计,新增地方债剩余额度将在10月底前基本发完,并在年

底前使用完毕”。

根据《政府工作报告》,2024年新增地方政府专项债务限额39000亿元,比上年增加1000亿元,支持地方加大重点领域补短板力度。同时,发行10000亿元超长期特别国债,不计人赤字,专项用于国家重大战略实施和重点领域安全能力建设。

张依群认为,今年以来,各地积极发挥地方债投资作用主动作为,超前谋划项目准备,合理调整债券发行和投资进度,有效冲抵经济增速进一步放缓带来的巨大压



单位:(亿元)

数据来源:财政部、Wind
增速不稳、经济周期波动进一步扩大趋势的背景下,加快地方债券发行进度,适度扩大政府投资规模对冲经济下行压力变得尤为重要。

告。对于财政政策展望,财政部表示,将加大财政政策实施力度,加快地方政府专项债券发行使用,形成更多实物工作量。

在张依群看来,三季度地方

专项债发行提速,一方面意味着地方投资项目需求正在扩大,公共基础设施建设需求有所增加,经济企稳回升向好势头得到进一步巩固;另一方面在下半年经济

建投资将会进入一个较快通道,灾后重建、数字赋能、安全保障等领域也有望成为主要投资领域。

在国家统计局举行的新闻发布会上,国家统计局新闻发言人刘爱华表示,目前“两重”“两新”等重大举措正在加快推进,未来随着超长期特别国债、中央预算内投资、地方政府专项债券以及2023年政府发债项目建设加快推进、加快形成实物工作量,政府投资带动放大效应将持续释放。同时,企业效益的逐步改善也有利于民间投资意愿和能力的不断恢复。

财政“半年报”出炉 民生项目支出进度提速

本报记者 杜丽娟 北京报道

进入三季度最后一个月,积极财政政策的适度加力、提质增效受

重点项目支出得到保障

尽管二季度经济增速不及预期,但上半年国民经济仍延续回升向好态势,财政收入实现可比增长。

根据财政部的统计,上半年,全国一般公共预算收入11.59万亿元,同比下降2.8%,主要是2022年制造业中小微企业部分缓税在2023年前几个月入库抬高了基数,以及2023年年中出台的4项减税政策等特殊因素拉低了收入增幅。

然而,扣除上述特殊因素影响后,上半年全国财政收入可比增长1.5%左右。

在主要税种中,国内增值税下降5.6%,主要受去年同期基数较高、政策翘尾减收等因素影响;国内消费税增长6.8%,主要是成品油、卷烟、酒等产销增长;进口货物增值税、消费税增长0.7%,与一般

延续回升向好态势,财政运行总体平稳,扣除特殊因素影响后,全国一般公共预算收入同比增长1.5%左右;全国一般公共预算支出同比

增长2%,重点领域支出得到保障。

财政部相关部门负责人表示,按照党中央决策部署,财政部将深化财税体制改革,加大财政宏观调

控力度,强化财政科学管理,加强财政政策与其他政策协调配合,提升政策实施效能,推动增强经济回升向好态势。

到市场普遍关注。

根据财政部近日发布的2024年上半年中国财政政策执行情况报告,今年上半年,我国经济运行

位运行。“在财政紧平衡背景下,收入增速放缓会对支出产生一定的影响,但财政政策总基调不会改变。”

政策的传导效应也反映在支出端。

统计显示,今年上半年,全国一般公共预算支出136571亿元,同比增长2%。主要支出领域中,社会保障和就业支出2.27万亿元,增长4.2%;教育支出2.03万亿元,增长0.6%;农林水支出1.15万亿元,增长6.8%;城乡社区支出1.05万亿元,增长8%;住房保障支出3973亿元,增长2%。

财政部解释称,今年上半年,各级财政部门加大财政资源统筹力度,保持必要支出强度,适当加快支出进度,全力保障国家重大战略任务和基本民生资金需求。

《中国经营报》记者梳理发现,近年来,各级财政部门通过合理加快财政支出进度,并保持必要的支出强度,确保了重点领域的资金需求得到满足。

在社会保障和就业领域,2023年全国一般公共预算支出中,社会保障和就业支出增长了8.9%;教育支出中,2023年全国一般公共预算安排的教育支出为4.29万亿元,比上年增长4%;科技方面,近年来,国家财政将科技作为优先保障的重点领域。2018年—2023年,财政科技支出从8327亿元增长到10567亿元,年均增长率6.4%。2023年中央本级科技支出预算达到3708亿元。

杨志勇认为,这些措施不仅支持了国家重大战略任务的实施,也为基本民生提供了坚实的财力保障。

上接 A2

奇瑞汽车和科大智能只是安徽大力发展新兴产业的一个缩影。

安徽省工业和信息化厅党组成员、副厅长罗文彬对记者表示,安徽工业经历自上世纪50年代“铜墙铁壁”到2000年以来“芯屏汽合”“集终生智”的历史演进。

2023年,安徽省汽车全产业链、装备制造营收突破1万亿元;先进光伏和新型储能产业营收分别居全国第3和第2位;新型显示产业营收居全国第2位,显示面板产能约占全国17%、全球10%;晶合集成晶圆代工营收居全球第9位、全国第3位;机器人产业营收居全国第6位。

工业和信息化部办公厅副主任蔡丹也表示,近年来,安徽因地制宜发展新质生产力,在制造业高端化、智能化、绿色化发展作出积极探索,取得突出成绩。

下一步,安徽省将推动产业深度转型升级。坚持链群融合,统筹推进传统产业转型、新兴产业壮大、未来产业布局。安徽省提出,构建以先进制造业为骨干的“4433”万千亿产业:到2027年,培育形成汽车、新一代信息技术、装备制造、新材料4个万亿级产业,先进光伏和新型储能、绿色食品、现代化工、有色金属等4个超5000亿元产业,新型建材、优质钢材、智能家电(居)等3个超3000亿元产业,节能环保、生物医药、纺织服装等3个超千亿元产业。



本报资料室/图

贸易进口增长态势基本吻合。

中国社科院财政税收研究

中心主任杨志勇介绍,总体来看,上半年财政收入整体处于低

“两重”领域资金加快落地

在确保重点领域支出进度的同时,按照党中央、国务院决策部署,财政部还落实党政机关习惯过紧日子要求,推动优化支出结构,加大对地方转移支付力度,支持防范化解重大风险,促进财政平稳运行。

上述报告指出,在执行中,财政部按照全国人大批准的预算,及时批复部门预算,抓紧下达中央对地方转移支付,截至6月末已下达8.99万亿元,具备条件的均已下达完毕。

此外,依托中央预算管理一体化系统,财政部还将常态化开展预算执行监督,分析重点项目

执行进度和绩效目标实现情况,逐步实现对中央部门预算资金和对地方转移支付资金的全面监督,切实提高预算执行的规范性。

在市场看来,随着宏观政策落地见效,经济回升向好态势不断巩固,四季度财政收支形势也有望转好,其中专项债券将发挥基础性、补短板、扩投资等积极作用,这成为经济预期转好的一个重要指标。

财政部最新数据显示,1—7月,各地发行新增地方政府专项债券17749亿元,主要用于市政建设和产业园区基础设施、社会事业、交通基础设施、保障性安

居工程等党中央、国务院确定的重点领域建设。

根据财政部年初预算安排,2024年全年新增地方政府专项债券限额3.9万亿元,这意味着年内还有超2.1万亿元限额规模。

财政部明确,下一步将同相关部门指导督促地方进一步加快专项债券发行使用进度,提高专项债券资金使用效益,带动扩大有效投资,推动尽快形成实物工作量。

粤开证券首席经济学家罗志恒表示,8月以后专项债券发行也逐渐提速,加之超长期特别国债的投入使用,“两重”领域资金有望加快落地。

据悉,专项债券的“两重”,主要指专项债券用于支持的两个重点领域,即基础设施建设和公共服务项目。

根据《政府工作报告》,从今年开始,我国连续几年发行超长期特别国债,专项用于“两重”建设,今年先发行1万亿元。这说明专项债券已经被广泛应用于支持基础设施和公共服务领域的建设项目建设,这将促进经济和社会发展。

根据国务院批复的期限品种结构,财政部按照适度均衡、定期滚动发行等市场化原则,合理安排并及时公布发行计划,组织国债承销团积极参与超长期特别国债承销。杨志勇说。

与此同时,财政部还发布了《个人投资者购买国债问答》,并组织专家权威解读,便利投资者购债。数据显示,上半年累计发行超长期特别国债2500亿元,有力保障“两重”项目落地实施。

杨志勇表示,地方政府专项债券本身就是为有一定收益的公益性项目发行,这些项目通常涉及交通基础设施、公共服务等关键领域,后期主要通过政府性基金或专项收入来偿还本息。“我们认为,专项债聚焦这些领域,除了可以确保项目的可持续性,也能提高财政资金的使用效率,进而保障财政健康运行。”杨志勇说。

民间资本迎投资热潮

国家发展改革委推介项目投资额达6.68万亿元

本报记者 索寒雪 北京报道

民间资本投资将迎来新热潮。

全国投资项目在线审批监督平台信息显示,截至9月4日,国家发展改革委向民间资本推介项目池中的项目累计达7292个,总投资额6.68万亿元。

今年以来,为助力民营企业进入基础设施领域,推动各地拿出更多优质项目吸引民间资本参与,国家发展改革委搭建了“全国向民间资本推介项目平台”,由国家发展改革委组织各地全面梳理拟吸引民间资本参与的项目,通过平台公开推介。

“经综合研究,交通、水利、能源、环保、农业、社会事业、新型基础设施、仓储物流等基础设施领域的民间投资潜力较大、民营企业参与积极性较高。在常态化推介基础上,我们又集中遴选形成400个重点项目推介项目,涉及总投资8159亿元。”国家发展改革委固定资产投资司投融资处负责人说。

政策支持方面,8月30日,国家发展改革委办公厅发布的《关于建立促进民间投资资金和要素保障工作机制的通知》(以下简称《通知》)指出,国家发展改革委在推介项目的同时,将同步开展民间意向投资分析,以进一步发现民间投资需要加力支持的领域。

项目体量达千亿元

国家发展改革委专门建立了向民间资本推介项目的平台,并设立民间投资项目池,从单个项目来看,投资额从几千万元到超过千亿元不等。

“我们给予民间投资非常好的政策,今年以来又组织召开了多次座谈会,希望能提高民间资本的投资意愿。”近日,国家发展改革委相关人士向《中国经营报》记者表示。

一直以来,民间投资作为民营经济的重要组成部分,其活力和增长情况直接影响着中国经济的整体发展。众所周知,民间投资的增加可以带动产业升级、技术创新和就业创造,从而推动经济持续增长。然而,疫情之后,我国民间投资曾陷入困境。

一位世界财富500强企业的创始人曾对记者表示:“近年来民间投资有所下滑,很多民营企业家对经济发展的预期降低,处于谨慎投资、减少投资或者‘躺平’不投资的状态。”他认为,投资下降的主要原因是经济环境波动和居民消费不足,以及对未来的投资预期不明确。

找准投资短板

民企投资应更注重与产业链上下游企业的合作与绑定,通过签订战略合作协议,实现资源共享和优势互补,进而提升企业竞争力和市场地位。

根据《通知》,国家发展改革委将建立重点领域项目常态化推介机制,加大政府投资支持力度。同时,依托全国向民间资本推介项目平台,组织地方政府持续向社会公开推介并严格审核把关,形成滚动接续地向民间资本推介项目清单。

国家发展改革委固定资产投资司副司长赵成峰介绍,在常态化推进基础上,国家发展改革委将对推荐成功的项目优先纳入全国重点民间投资项目清单。“目前已有189个项目进入全国重点民间投资项目清单。”

“当前,民企在投资回报率方面存在一定的顾虑。由于经济转型的不确定性因素较多,很多民企

基于此,国家发展改革委专门建立了向民间资本推介项目的平台,并设立民间投资项目池。记者在在全国投资项目在线审批监督平台上看到,项目池中的多数项目属于仓储物流和制造业领域,还有一些项目涉及教育领域、交通运输、能源、信息化等行业。从单个项目来看,投资额从几千万元到超过千亿元不等。

在项目介绍中,个别项目标注了用地/用海保障比例,这意味着,项目获得了土地和海洋资源的分配支持。据记者不完全统计,在“重点民间投资项目”项下,189个项目全部显示属于“前期手续推动”状态,目前也都在积极推进前期准备工作。

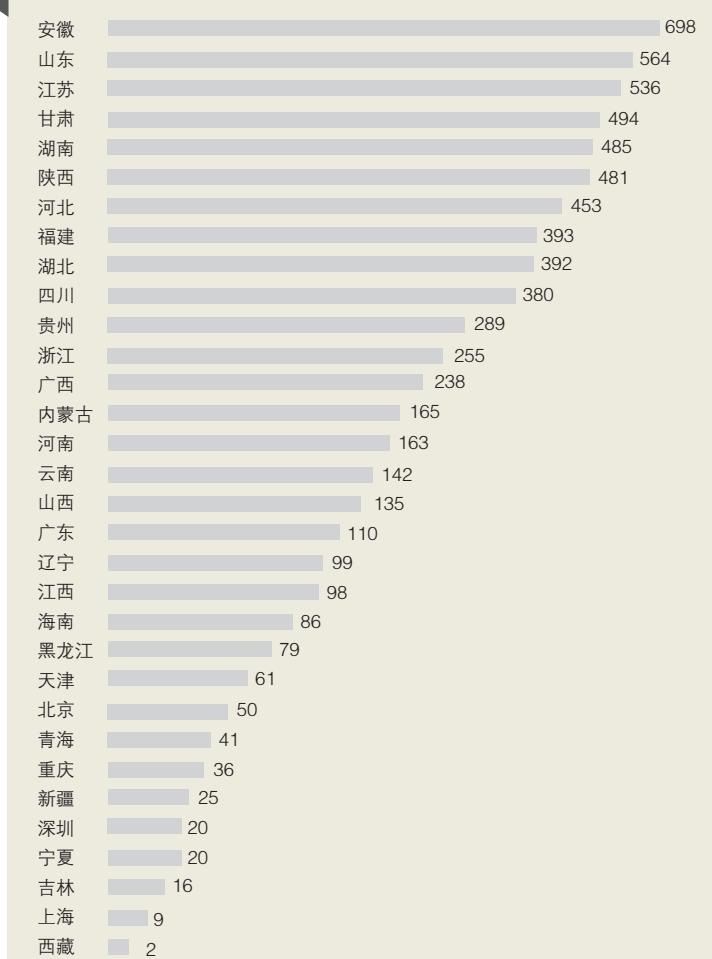
记者注意到,有一个大型投资项目(裕龙岛炼化一体化项目)总投资达到1188.81亿元,远超其他

项目,其规划建设2000万吨/年炼化一体化项目,主要包括2000万吨/年炼油、300万吨/年乙烯、300万吨/年混二甲苯等生产装置及配套公用工程。

统计显示,重点推荐的项目中,与制造业相关的项目占比超过20%,其次是仓储物流。这些反映了当前的投资热点主要在制造业领域和仓储物流,且项目地域分布广泛。所有项目都在积极推动前期手续,显示出积极的投资态度和市场信心。制造业和仓储物流作为主要的投资领域,与当前市场需求、政策支持或行业发展趋势有关。

国家发展改革委表示,对于纳入全国重点民间投资项目库的项目,将会同有关方面加强项目的土地要素保障,强化项目融资支持,推动项目早落地、早开工、早建设。

全国向民间资本推介项目概览



数据来源:全国向民间资本推介项目平台

薛燕娟/制图

了适应市场需求的变化,民企应注重产品的转型和定制化。通过向高端、精细化和个性化方向发展,提升产品的附加值和市场竞争力。”

葛昕表示,政府和企业应共同努力,深化投融资体制改革,优化投资环境,明确投资方向,创新投资方式,推动设备更新和产业升级。这将有助于激发民间投资活力,推动中国经济实现高质量发展。

在支持政策方面,赵成峰表示,为了推动这些项目更好落地实施,国家发展改革委将建立起促进民间投资资金和要素保障工作机制,对重点民间投资项目给予专门的用地用海和融资等支持。

当前,国家发展改革委正组织各地方持续筛选符合政策要求、投资规模较大、示范性较强的民间投资项目,经评估审核后,按程序纳入全国重点民间投资项目库,形成全国重点民间投资项目清单。

此外,国家发展改革委、自然资源部、生态环境部、金融监管总局还共同决定建立促进民间投资资金和要素保障工作机制,未来也将定期召开工作会议,研究解决民间投资项目推进存在的共性问题,共同完善民间投资项目投资、融资和要素保障政策,并加强对各地方的政策指导,切实提升民营企业对相关改革和审批服务的获得感。

京沪高铁营收首次破200亿元 票价收入上涨是主因

本报记者 路炳阳 北京报道

京沪高速铁路股份有限公司(以下简称“京沪高铁”),601816.SH)取得了自上市以来最好的半年业绩。

京沪高铁近日发布的《京沪高铁2024年上半年度报告》(以下简称《报告》)显示,2024年上半年,京沪高铁营业收入首次突破200亿元大关,达到208.62亿元,同比增长8.21%;归母净利润63.57亿元,同比增长23.77%。无论是营业收入还是净利润,均是京沪高铁历史同期最好水平。

京沪高铁于2020年1月上市,截至2023年上半年,各年上半年营业收入与净利润分别为100.46亿元、5.30亿元;150.98亿元、27.43亿元;79.28亿元、-10.3亿元;192.79亿元、51.36亿元。

虽然上半年京沪高铁业绩创历史新高,但同期京沪高铁本线客流出现下降。《报告》显示,2024年上半年,京沪高铁本线列车运送旅客2470.9万人次,较去年同期下降1.1%。京沪高铁对此在年报中称,主要是因为上半年京沪高铁担当列车旅客票价收入和为非担当列车提供路网服务收入较同期增长所致。

中国国家铁路集团有限公司(以下简称“国铁集团”)人士对《中国经营报》记者表示,京沪高铁收入与客流出现一升一降的主要原因是票价因素。目前,京沪高铁已经形成了市场为导向的票价机制,在客流高峰期形成了七档票价浮动方案。



5月15日,京沪高铁列车在泰安站停靠。

本报记者路炳阳/摄影

就具体调价措施,国铁集团人士称,上半年,京沪高铁运行图按时速350公里标尺统一铺画,这增加了优质标杆车的开行密度;同时在京沪高铁本线运输能力不断提高的情况下,争取到更多的复兴号智能动车组运营。

今年上半年,京沪高铁首次举行了复兴号智能动车组技术提升版列车,新列车最大变化是将一等座席升级为优选一等座席。“优质标杆车和更多的复兴号智能动车组,更多的座席选择,都对京沪高铁平均票价提升形成利好。”国铁集团人士说。

该人士进一步称,京沪高铁将统一全线车站服务标准,提供多样化接驳服务,优化常旅客积分兑换,进一步优化旅客出行体验。京沪高铁人士对记者表示,下一步,京沪高铁将全面提升安全管理、设备设施、运营管理、站车服务、经营开发等各业务领域智能化

水平。“争取京沪高铁智能运维管理系统年内全线贯通应用,并推进北斗技术在京沪高铁的应用。”

在京沪高铁本线列车客流减少的情况下,京沪高铁跨线列车运营里程增速明显。

京沪高铁是京沪高速铁路及沿线车站的投资、建设、运营主体,于2020年1月初在A股上市,由国铁集团实际控制。京沪高铁于2020年12月23日起开始实施浮动票价机制,根据列车旅行时间、客座率情况灵活调整票价。调价前,北京南站到上海虹桥站的高铁票价为二等座553元;调价后,北京南站到上海虹桥站高铁二等座票价最低为498元,最高为662元。

货源不足 大秦铁路上半年利润下降超两成

本报记者 孙丽朝 北京报道

2024年上半年,大秦铁路股份有限公司(以下简称“大秦铁路”,601006.SH)实现营业收入366.07亿元,同比下降9.48%;归属于上市公司股东的净利润58.45亿元,同比下降22.58%。大秦铁路8月28日晚发布的2024年上半年报显示上述内容。

铁路货运是大秦铁路主要营业收入来源,2024年上半年,货运收入占公司主营业务收入的73.55%。上半年,大秦铁路完成货物发送量3.38亿吨,同比下降1.30%,占全国铁路货物发送总量25.13亿吨的13.45%;完成煤炭发送量2.92亿吨,同比上涨0.16%,占全国铁路煤炭发送总量14.0亿吨的20.86%。

大秦铁路在财报中称,公司积极应对货源不足、需求不旺等因素对运量的影响,推进现代物流组织体系建设,建立太原、大同物流中心,拓展物流总包业务。积极做好货源摸排和市场分析,推动煤炭中长期合同履约兑现,加大“公转铁”组织力度。通过疏港入晋、白货集运、班列开行、专用线引流等有效举措,提升非煤货物市场份额,努力实现“白”补“黑”。

据悉,大秦铁路运输的货品以动力煤为主,主要承担山西、内蒙古、陕西等省区的煤炭外运任务。运输的其他货品还包括焦炭、钢铁、矿石等大宗货物,以及集装箱、零散批量货物。

公司的核心线路——大秦

线2024年上半年货物运输量完成1.93亿吨,同比下降7.05%。大秦线起自大同,终至秦皇岛,全长653公里,是“三西”地区(指山西、陕西和内蒙古西部)煤炭运往东部沿海地区的主要通道。

大秦铁路称,大秦线运量下降的原因主要有:一是受强监管、弱煤价影响,国内原煤产量下降,特别是公司主要货源地山西省煤炭减产明显,公司有效货源不足,运输组织困难增大。同时,煤炭进口保持较高水平,也对国内煤炭价格、发运等产生影响。

二是清洁能源出力增加、非电需求整体较弱,煤炭消费增长不及预期。同时,2024年上半年,水泥、粗钢产量分别同比下降10%和1.1%,导致钢铁、建材用煤下降。煤炭消费需求偏弱,全社会存煤持续高位,一定程度上对铁路煤炭运输需求形成抑制。

这一情况和国家统计局7月发布的数据相吻合。数据显示:2024年上半年,国内原煤产量22.66亿吨,同比下降1.7%;山西省原煤产量为5.88亿吨,同比下降13.5%;煤炭进口量2.5亿吨,同比增长12.5%。

内蒙古一家大型煤企负责煤炭调运业务的主管高金鑫对《中国经营报》记者表示,由于经济回暖速度较慢,今年煤炭市场需求一直较弱,价格较为低迷,煤炭贸易商和运输企业利润微薄。就目前市场情况来看,由于电力、化工、水泥、建材等行业需

求较弱,预计下半年煤炭运输需求仍然较低,大秦铁路下半年业绩压力仍然较大。

“下半年,如果煤炭价格持续下跌,一直跌到下游可接受的价位,煤炭产量和运输需求有可能出现短暂的繁荣,但由于实际需求不足,这种繁荣难以持续。”高金鑫表示。

8月28日,CCTD环渤海5500大卡动力煤现货价格为843元/吨,比年初下降9.06%。

大秦铁路在财报中表示,下半年公司仍面临一些困难和挑战:一是当前内外部环境较为复杂多变,不确定、不稳定因素增多,煤炭需求好转的基础仍不稳定,区域运输市场竞争加剧,为公司货运增运补欠带来较大不确定性。

二是上半年货运量特别是大秦线运量较日历进度出现较大亏欠,由于铁路运能的不可储存性,加之外部经营环境的影响,大秦线完成年度既定目标的难度较大。

三是折旧、人工成本、安全投入等刚性支出占比比较大,节支降耗进一步压缩空间有限等,也需要公司积极应对、综合施策。

对于下半年的工作,大秦铁路称,要稳定大宗基本盘。紧盯合同协议运量,督导长协履约兑现,做好运输项目开发,推动稳产稳供落地。全面摸排山西规模以上工业企业,结合山西区域特色,构建白货“货源池”。持续开好快运列车,完善班列产品谱系,提升白货市场份额。

北交所“专精特新”成长记

本报记者 郭婧婷 北京报道

9月2日,北京证券交易所(以下简称“北交所”)迎来设立三周年与“北交所深改19条”一周年的纪念日。

“高新技术企业占比超九成”

“战略新兴产业、先进制造业占比近八成”“国家级专精特新‘小巨人’企业占比超一半”“16家公司获国家科技进步奖、国家技术发明奖等国家级奖项”等,这是北交所成立三周年的成绩单。

截至2024年9月2日,共有

近20家公司股价翻番

Wind数据显示,北交所有70多家公司股价较发行价上涨超30%,更有近20家公司股价翻番。

随着2024年中报季结束,北交所半年成绩单随之出炉。Wind数据显示,2024年上半年,北交所上市公司共计实现营业收入784.96亿元。其中,超六成公司实现营业收入增长,14家公司营业收入增幅超过50%;上半年共计实现归母净利润54.00亿元,其中超八成公司实现盈利,超四成公司归母净利润实现增长,30家公司增幅超过50%。

记者从北交所获悉,截至9月

2日,北交所合格投资者数量已突破700万户,北交所累计公开发行股票融资530亿元。

与此同时,机构主体持续布局,中长期资金看好北交所。具体来看,8家基金公司新申报北证50指数基金产品,2只北证50指数基金产品募集成立。社保基金、保险资金、QFII均已入市,累计1000余只公募基金参与到市场投资。目前,公募基金已成为市场净买

入的主要力量,创新资本“募、投、管、退”的市场生态进一步完善。机构投资者对北交所上市公司积极开展调研,126家北交所上市公司接受机构调研4000余次,平均每家32次,同比上升约70%。

股价表现方面,Wind数据显示,北交所有70多家公司股价较发行价上涨超30%,更有近20家公司股价翻番。

“公司通过北交所上市融资

251家公司在北交所上市,总市值约3000亿元,北交所合格投资者数量突破700万户,公开发行募资530亿元,平均每家企业获得融资2.06亿元,再融资募资13.5亿元。

谈及北交所未来发展空间,

国金证券投行相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示,北交所定位于服务广大创新型中小企业,现阶段,北交所相较于沪深交易所而言还有较大的发展空间,新三板也为北交所上市提供源源不断的后备力量。

北交所成立三周年“成绩单”

- ◇ 北交所上市公司总数 251家
- ◇ 总市值 约3000亿元
- ◇ 公开发行募资 530亿元
- ◇ 再融资募资 13.5亿元
- ◇ “专精特新”小巨人企业 129家
- ◇ 新技术企业占比 超过90%
- ◇ 制造业“单项冠军” 10家



本报资料室/图

机构资金深度参与

北交所积极促进与板块定位相契合的各类机构资金的深度参与,包括公募基金、社保基金、保险资金、券商自营及资管资金等。

在去年“8·27”新政发布后,中国证监会紧接着发布了“北交所深改19条”,提出常态化推进北交所市场高质量扩容。从北交所上市情况来看,“8·27”新政以来,不论是IPO新受理数量、上会数量还是发行上市数量,北交所都占据相当的比例。

在开源证券相关负责人看来,依据“北交所深改19条”所描绘的蓝图,北交所在未来3至5年乃至更长远的5至10年内,将致力于塑造一个“以成熟投资者为核心、基础制度坚实完善、产品体系全面多元、服务功能极致发挥、市场监管透明高效,并具备强大品牌号召力与市场影响力”的交易所。

该负责人建议北交所在以下两个方面进一步完善提升:一方面,持续深化北交所的包容性与服务的精准性,在定位和服务群体方面进一步提升与资本市场其他板块的差异,进一步扩大服务的覆盖面;另一方面,紧密围绕自身发展规律与市场需求,加大北交所制度创新、产品创新与工具创新的力度。

为进一步促进创新型中小企业的发展,国金证券投行负责人建议:进一步优化发行上市审核机制和程序,针对不同类型、不同发展阶段的创新型中小企业,制定更具针对性的审核标准和流程,确保审核工作的精准性和包容性;增进北交所与

新三板、区域性股权市场的协同作用,北交所坚持与新三板一体发展,并通过与区域性股权市场制度型对接和上市公司转板机制,匹配不同发展阶段中小企业的需要,进一步完善资本市场支持中小企业创新发展的全链条服务体系;不断优化市场服务,建议进一步增加申报前预沟通咨询的渠道和方式,简化沟通手续,缩短沟通结论等待时间,继续构建和完善北交所的市场制度体系,鼓励企业利用可转债、优先股等新型融资工具进行融资,满足企业不同发展阶段的资金需求。

“北交所应积极促进与板块定位相契合的各类机构资金的深度参与,包括公募基金、社保基金、保险资金、券商自营及资管资金等。通过引导中长期资金入市,提升市场整体流动性,进一步优化市场结构,为中小企业提供更加稳定、可持续的融资环境,助力其实现高质量发展。”谈及增加北交所市场服务效能与吸引力,开源证券相关负责人如是建议。

东吴证券北交所首席分析师朱洁羽表示,从供给端看,新三板挂牌优质公司储备充足,业绩水平持续提升,助力北交所高质量扩容。从投资端看,北交所做市商扩容,增量资金有望积极入场,下半年北交所流动性有望改善。

“专精特新”企业汇集

目前,北交所251家上市公司中,129家公司入选国家级“专精特新”小巨人企业名录,新技术企业占比超九成。

2023年9月1日,中国证监会发布《关于高质量建设北京证券交易所的意见》(即“深改19条”)提出了一揽子针对性举措,加快打造服务创新型中小企业“主阵地”系统合力。2024年《政府工作报告》将“大力推进现代化产业体系建设,加快发展新质生产力”列为十大任务之首。在此指引下,北交所上市公司通过科技创新赋能,加快形成新质生产力。

记者从北交所了解到,目前,北交所251家上市公司中,129家公司入选国家级“专精特新”小巨人企业名录,新技术企业占比超九成,战略新兴和先进制造产业占比超过八成,10家公司或其主营产品被评为制造业“单项冠军”。

创新型中小企业经营向好,离不开“主阵地”加持。

国金证券投行相关负责人表

示,北交所服务于创新型中小企业,在制度设计上专门做了针对性的特色安排,可以归纳为“两个包容”“三个灵活”“四个适度”。两个包容是指发行上市更加包容精准以及上市以后的日常监管比较包容;三个灵活是指持续融资制度灵活、交易机制安排灵活、企业上市路径更加灵活;四个适度是指投资者门槛适度差异化、并购重组方面要求适度弹性、退市制度安排适度柔性以及税收政策适度倾斜。

目前,国家对中小企业发展的关注达到前所未有的高度,相继推出的多项政策与制度框架,旨在深度赋能中小企业,助力其在全面深化改革的大潮中紧抓时代脉搏与政策红利,充分激发资本潜能,实现借力跨越式发展。

国金证券投行相关负责人表

示,三年来,北交所统筹推动服务创新型中小企业“主阵地”建设,积极提升制度的包容性和精准性,为创新型中小企业搭建了一条通往资金与创新成长的重要桥梁。由于中小企业类型纷繁、发展阶段不一,北交所设计了四套上市标准,构建并持续完善涵盖挂牌准入、发行上市、持续监管、再融资和交易等各个环节的特色制度体系,精准支持中小企业走专精特新发展之路。三年来,北交所引导诸多资金向科技创新、先进制造、绿色发展等领域聚焦,北交所上市公司在经营稳健性和研发能力上也展现出非凡实力,已成为推动新质生产力发展的重要力量。

开源证券相关负责人在接受记者采访时分析称,得益于北交所与新三板市场之间高效顺畅的制度衔接,新三板市场成为众多

优质中小企业的“孵化器”和“加速器”,源源不断地为北交所输送上市“潜力股”。这种层层递进的上市路径,不仅为中小企业提供了更加灵活多样的融资渠道,也为其在不同成长阶段获取必要的资本支持创造了有利条件,从而促进了整个市场生态的持续优化和升级。

谈及北交所上市特点,北京社科院副研究员王鹏表示,北交所的上市流程高效、灵活,特别适合创新型中小企业。其特点与优势包括:高效审核流程,一般只需2个月;灵活上市标准,涵盖市值、利润、营收、研发投入等多个维度;较低上市成本,总费用一般在1000万元以下,远低于其他交易所;与新三板协同发展,为企业提供顺畅的上市通道;强化中介机构责任,确保审核公正客观。

相关新闻

北交所二修IPO审核指引 打击上市前突击“清仓式”分红

本报记者 郭婧婷 北京报道

继今年4月沪深交易所修订上市审核规范之后,北交所针对中小企业特点进一步修订审核指引。

“在保持现有审核要求总体不变的前提下,按照固化成熟监管经验、突出制度特色的思路,细化完善了部分规定。相关内容契合中小企业特点,整

体上未增加企业负担。”北交所方面强调。

《中国经营报》记者注意到,新指引对拟IPO企业存在上市前突击“清仓式”分红、最近一年(期)经营业绩大幅下滑等情况作出新规定。

此外,从近日审核情况来看,北交所对申请上市公司业绩持续性的要求亦可见一斑。比如,8月30日上会的江苏天工科技股份有限公司(以下简称“天工股份”)成为年内北交所首家IPO遭暂缓审议企业,上市委要求保荐机构出具企业2024年至2026年的盈利预测报告。

“新指引为未盈利企业提供了一定的灵活性,允许它们根据自身的经营状况进行适当的披露。同时,考虑到中小企业的实际情况,明确了财务内控不规范的整改运行期要求,给予了企业

一定的缓冲时间来改善其内部控制体系。这样的安排有助于保护中小企业的权益,鼓励它们通过合法合规的路径进入资本市场。新指引也细化了未盈利企业的披露与核查要求,为有潜力的未盈利中小企业提供上市融资机会,充分披露信息也保障了投资者的知情权。”南开大学金融发展研究院院长田利辉向记者表示。

“新指引为未盈利企业提供了一定的灵活性,允许它们根据自身的经营状况进行适当的披露。同时,考虑到中小企业的实际情况,明确了财务内控不规范的整改运行期要求,给予了企业

比例超过50%”。

“新指引细化了上市公司子公司申报核查要求,进一步明确‘A’拆‘北’监管细则,更加符合中小企业上市公司与其子公司关系复杂的情况。”受访业内人士分析称。

《公发指引第2号》主要增加了资金流水核查、客户供应商穿透核查等防范财务造假相关核查要求,增加了上市前突击“清仓式”分红的负面情形、财务内控不规范的整改运行期要求,细化了未盈利企业相关披露与核查要求。

就突击“清仓式”分红规定,新指引大致沿用了上述沪深两市IPO的审核判定标准。沪深交易所对拟IPO企业现金分红的限制标准规定条款载明:“对于报告期内累计分红金额占同期净利润比例超过80%的,或者报告期三年累计分红金额占同期净利润比例超过50%且累计分红金额超过3亿元,同时募集资金中补流和还贷

合计比例高于20%的,将不允许其发行上市。”

《公发指引第2号》对突击“清仓式”分红的界定则明确:“报告期内实施的累计现金分红金额占报告期内实现的净利润比例超过80%”“报告期内实施的累计现金分红金额占报告期内实现的净利润比例超过50%且累计现金分红金额超过1亿元,同时募集资金用于补充流动资金和偿还银行贷款占募集资金总额的比例超过20%”的,保荐机构应当审慎推荐。

《公发指引第3号》主要将“关键少数”口碑声誉重大负面情形纳入发行人与中介机构重大事项报告的范围。“发行人最近一年(期)经营业绩指标较上一年(期)下滑幅度超过50%的,如无充分相反证据或其他特殊原因,一般应认定对发行人持续经营能力构成重大不利影响。”新指引中规定。

契合中小企业特点

受访业内人士认为,新指引设计契合中小企业特点。

中国金融智库特邀研究员余丰慧接受记者采访时分析称,新指引中增加了未盈利企业相关披露与核查要求,这符合中小企业中创新型企业的情况,因为这些企业可能没有盈利,但具有很好的发展前景和潜力。

新指引增加了资金流水核查、客户供应商穿透核查等防范财务造假相关核查要求。对此,田利辉认为,此举提高了中小企业上市流程的规范性和透明度,大大增强了对于潜在违规行为的发现能力。这有助于建立一个更加健康、透明的市场环境,增强投资者信心。

“新指引增加了发行人股东信息披露及核查要求,券商在进行尽职调查时需要更加详细地核查股东信息,这可能会增加尽职调查的工作量。但同时,这也提高了发行人的信息披露要求,有助于保护投资者利益,因此对券商来说也是一种挑战和机遇。”谈及新指引对券商在辅导企业上市过程中的影响,余丰慧向记者表示。

“券商需要提升在股东背景调查、财务分析、风险识别等方面的专业能力,以满足新指引的严格要求。同时,需要调整现有的尽职调查流程,建立更严谨的质量控制体系,以适应新的审核标准。”田利辉进一步表示。

那么,新指引是否会增加中小企业上市成本?在田利辉看来,新指引对中小企业上市流程的影响主要体现为,在提高上市

门槛的同时也提供了更加明确的指导,帮助中小企业更好地准备上市材料。虽然短期内可能会增加企业的上市准备时间和成本,但从长远来看,有助于提高上市公司的质量,减少市场泡沫,保护投资者利益。

艾文智略首席投资官曹辙向记者表示,对于增强股东信息披露及核查要求的调整,券商需要调整尽职调查流程,更加深入地了解发行人的股东情况,包括股东的背景、股权结构、资金来源等信息,并进行充分核查和验证。这有助于减少信息不对称,提高市场透明度,也有助于保护投资者的利益,提高发行人的质量。

此外,从新指引的规定亦可体会到其背后的政策导向。

“北交所发布这些新指引,旨在提高中小企业上市流程的规范性和透明度,对于提升整个资本市场的监管水平有积极意义,有助于中小企业上市流程的规范和透明,保护投资者利益。同时,这也对券商提出了更高的要求,促进券商提高服务质量,更好地服务于中小企业。”余丰慧认为。

在曹辙看来,北交所发布这些新指引背后的政策导向是为了进一步完善多层次资本市场体系,提高市场的服务能力和监管效率。通过发布这些指引,北交所能为中小企业提供一个更加规范、高效的上市平台,鼓励更多的创新型中小企业通过北交所进入资本市场。这反映了监管层对于提高市场透明度、打击违法违规行为的决心,反映资本市场环境更加健康和可持续发展的前景。

规范企业上市三类问题

近日,北交所正式发布了《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第3号》(以下简称《公发指引第1号》《公发指引第2号》《公发指引第3号》)。

北交所方面表示,此次修订是北交所对《国务院关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》(以下简称“新‘国九条”))和《关于严把发行上市准入关从源头上提高上市公司质量的意见(试行)》等“1+N”政策文件要求的进一步落实。

据了解,此次是北交所对上市业务规则适用指引进行的第二次修订。北交所上市业务规则适用指引首发于2021年11月,彼时

就上市标准、研发指标、信息披露等多个审核问题进行了规定。2023年2月,适逢A股注册制落地,北交所对审核指引进行了第一次修订。

随着新“国九条”的颁布,沪深交易所于4月修改上市指引。此次北交所发布的最新上市审核业务指引修订,则将此前的一份文件分拆为三份,三个指引分别规范企业上市的法律类、财务类和程序类问题。

具体来看,《公发指引第1号》主要增加了发行人股东信息披露及核查要求、申报前引入新股东与增资扩股、募集资金用途、承诺上市后业绩大幅下滑延长限售等规定,细化了上市公司子公司申报北交所的披露与核查要求。

新指引首次在财务占比指标上给出“A”拆“北”企业明确的限制条件,即“发行人报告期内收入占上市公司同期合并报表收入的

整体“趋冷”局部“高温” 上市公司理财投资分化加剧

本报记者 秦玉芳 广州报道

2024年上半年，上市公司理财投资的差异分化趋势加剧。

《中国经营报》记者采访了解

理财投资局部升温

为了充分使用资金获取收益，企业开始将更多闲置资金进行委托理财，投资领域涉及存款、理财、基金等产品。

近来相继披露的2024年中期业绩数据显示，部分上市公司投资收益占公司净利润比大幅上升。

百大集团(600865.SH)8月20日披露的委托理财公告显示，近12个月公司投资的理财产品共计23个，实际投资额合计17.72亿元，实现实际收益5471.41万元。百大集团在公告中强调，最近12个月委托理财累计收益占最近一年净利润的比重高达403.16%。

理想汽车(2015.HK)2024年上半年财报显示，截至6月末，公司实现净利润16.92亿元。其中，上半年利息及投资收益净额高达14.39亿元，同比增幅为69.5%，主要由于现金状况(包括现金及现金等价物、受限制现金、定期存款及短期投资，以及计人长期投资的长期定期存款及理财产品)增加。

中国银行(601988.SH)研究院银行业与综合经营团队主管邵科表示，2024年上半年，我国市场利率持续下行，债券市场表现良好，固定收益类基金、理财产品的收益水平以及市场估值大幅上升，使得不少A股上市公司理财投资收益大幅增加，个别公司甚至依靠投资理财收益扭亏为盈。

某A股上市公司财务人士透露，近两年尤其2024年年初以来，市场消费需求不足，导致公司业务表现远不及预期。因此，2024年上半年公司生产投资有所缩减，更多现金进行投资理财。一方面保

到，在整体理财配置降温收缩的同时，部分上市公司却在持续加码理财资产的配置，相关投资收益占公司净利润的比重也在明显上升。

证充裕的流动性需求，另一方面也通过理财产品的投资收益平衡公司的营收波动。

上述公司财务人士强调，为了保证资金安全，公司投资的理财产品多是通过定制的银行结构性存款或者稳健型的固收、固收+理财产品，尽管收益率较以前都有下调，但相比普通存款仍有一定的优势。

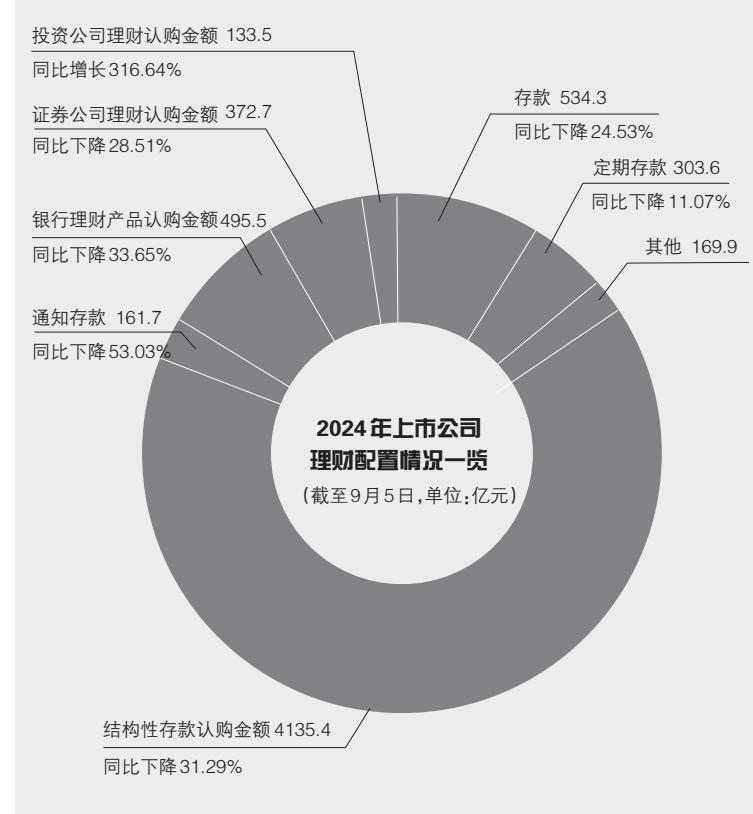
东吴证券(601555.SH)在此前发布的相关研报中也强调，在经济温和复苏背景下，多数企业资本开支相对谨慎，设备、厂房等投资意愿相对较低。为了充分使用资金获取收益，企业开始将更多闲置资金进行委托理财，投资领域涉及存款、理财、基金等产品。

对此，中国企业资本联盟副理事长柏文喜指出，2024年年初以来市场竞争加剧，股票市场和债券市场波动较大，在此背景下，上市公司更倾向于通过投资理财产品来获取稳定的收益。在他看来，理财产品收益相对稳健，加之上市公司闲置资金较多，因此其更愿意将资金投入到理财产品中。

在易观千帆银行理财咨询专家田杰看来，过去两年由于市场利率下滑，导致银行定期理财产品和存款类理财产品收益率下降，上市公司减少了存款类理财产品资金配置，转而购买收益率更高的银行理财和信托类产品，这一转变在2024年上半年尤为明显，这个特

业内人士分析认为，上半年部分上市公司经营压力加剧，对生产运营业务投资减少，个别公司在稳定现金流的同时加大了稳健型理财投资，以平衡收益波

动。不过，当前企业投资者在资产配置领域的偏好正经历深刻转型，这也驱动着金融机构进行多元化、稳健型资产配置策略的调整。



数据来源：Wind 数据 秦玉芳/制表

征和趋势预计未来一段时间还会延续。

从市场表现来看，延续上半年趋势，三季度不少上市公司对理财产品的配置依然较为积极。

Wind数据显示，2024年7月1日至9月5日，435家上市公司进行了理财产品的配置，新增持有理财产品数量1833个，合计新增持有规模1313.4亿元。

仅9月1日至5日，就有53家上市公司认购理财产品74个，合计认购规模62.5亿元。其中，结构性存款和定期存款认购规模52.8亿元。认购金额超过2亿元的上市公司有9家，认购多为结构性存

款和定期存款。

此外，多家上市公司发布大额理财配置计划。汤臣倍健(300146.SZ)日前公告称，同意公司及下属企业使用总额度不超过12亿元的闲置自有资金进行委托理财。本次增加额度后，公司使用闲置自有资金进行委托理财的额度将调整为不超过27亿元，使用期限为自董事会审议通过之日起至2025年3月17日。

明德生物(002932.SZ)此前公告也显示，公司将使用不超过40亿元的闲置自有资金投资安全性高、流动性好、低风险的理财产品或定期存款、结构性存款。

业绩持续下行 现金管理类理财降费“吸金”

本报记者 秦玉芳 广州报道

近日，多家理财公司启动新一轮理财产品费率优惠，密集加码对固收及现金管理型理

财产品的费率优惠。

《中国经营报》记者采访获悉，收益率持续下降是理财机构密集发力费率优惠的关键。

数据显示，截至8月底，现金管理类理财产品近7日平均年化收益率为1.7249%，较上月进一步下调；截至9月5日，存续的千余只现金管理类理财产品中，

区间7日年化收益率均值超过2.5%的不足百只。

业内人士分析认为，降费让利是为了更好地提高理财产品自身产品的市场竞争力，增

加存续规模，但同时，大规模进行费率优惠，也减少了金融机构的中间业务盈利能力。长期来看，现金管理型理财产品尽管符合投资者稳健、流动性的投资

需求，但收益率下降趋势难改，理财公司需要会加大产品创新力度，强化差异化、定制化的产

品开发，进一步提高自身产品的“吸金”能力。

“降费潮”再起

二季度以来，理财公司纷纷发布费率优惠公告，对旗下多款现金管理、固收理财等产品进行费率优惠。

9月4日，南银理财公告称，将自2024年9月5日(含)起对南银理财珠联璧合日日聚鑫现金管理类公募人民币理财产品(内部销售代码：A27001)的销售费进行费率优惠，优惠后费率从0.2%降至0.05%。

华夏理财也在近日相继发布数十份公告，对旗下几十款固收及现金管理类产品进行管理费、销售手续费的费率优惠。优惠后，多数产品固定管理费每年为0.02%—0.05%，部分产品份额的销售手续费率甚至降至0.00%/年。

中银理财也在官网宣布，9月起阶段性下调旗下多款理财产品的管理费和销售服务费，部分产品份额固定管理费率由0.15%(年化)下调至0.10%(年化)、销售服务费率也由0.30%(年化)下调至0.10%(年化)。

近几个月来，已有多家银行理财公司固收和现金管理类产品进行管理费、销售服务费、托管费等费率的阶段性优惠。

普益标准分析认为，此次银行理财公司再度掀起“降费潮”，主要因为近期理财产品的收益表现普遍下降。“银行多次下调存款利率，导致现金管理类及固定收益类产品的收益承压较大，叠加美联储降息预期不断

下降、国内资本市场表现不佳、理财投资‘资产荒’愈加严峻等因素，理财产品的收益表现普遍下降。”

天风证券(601162.SH)在研报中披露，截至8月29日，372只货币基金7日年化收益率均值1.44%，243只现金管理类样本7日年化收益率均值1.67%。

根据普益标准数据统计，截至2024年8月底，现金管理类理财产品近7日平均年化收益率为1.7249%，较上月下降5.41BP。

招商证券(600999.SH)在最新研报中也指出，截至8月15日，现金管理类理财产品7天年化收益率中枢为1.76%，较货基高约28BP；样本中的大行现金管理类平均7日年化收益率为1.70%，股份行为1.76%，城农商行为1.80%。近一个月，各类型银行现金管理类理财产品平均7日年化收益率均有所下行。

仅有少数产品区间7日年化收益率均值超过2.5%。根据Wind数据，截至9月5日，公布最新净值数据的1315只现金管理类理财产品，区间7日年化收益率均值超过2.5%的仅有98只，其中27只超过3%。

市场普遍认为，短期内现金管理类产品收益率下降趋势或将延续。普益标准研究员李霞表示，在存款利率下行、债券收益率走低，叠加“手工补息”禁令影响下，存款及

债券类资产收益欠佳，而现金管理类理财产品主要投向存款、债券等资产，故该类产品收益持续下降。

李霞进一步强调，今年4月以来，现金管理类理财产品的近7日平均年化收益率一直处于2.00%以下，若市场利率仍然下行或监管政策持续收紧，该类产品的下降趋势很有可能延续。

在李霞看来，通过降低费率，理财产品一方面能够提高自身理财产品的市场竞争力，保持用户黏性，另一方面，也是对近期理财产品业绩比较基准的普遍下调的一种收益补偿。

年初以来，理财产品频繁加码对旗下理财产品的费率优惠，以提升产品对个人投资者的吸引力。不过，业内人士普遍分析指出，理财产品的“降费让利”竞争越来越激烈，使得理财产品比较优势凸显的同时，短期内也直接影响了理财机构的营收，压缩了其利润空间。

普益标准方面指出，当前部分理财产品的费率已降至较低水平，受制于盈利能力，理财产品的“阶段性降费”仍会发生，但下调幅度将受限。长期来看，为了弥补因降费造成利润损失，理财产品可能会加大产品创新力度，开发更多差异化、定制化的理财产品，从而提升研发和运营能力。

打造产品差异化优势

尽管8月现金管理类理财产品近7日平均年化收益率继续下跌，但投资者配置热度在经历了上半年的调整后开始缓慢回暖。

银行业理财登记托管中心披露的《中国银行业理财市场半年报告(2024年上半年)》显示，截至2024年6月末，开放式理财产品存续规模为22.78万亿元，占全部理财产品存续规模的79.87%，较年初增加0.84个百分点，较去年同期减少0.08个百分点。其中，现金管理类理财产品存续规模为7.49万亿元，占全部开放式理财产品存续规模的比例为32.88%，较年初减少7.44个百分点，较去年同期减少2.71个百分点。

6月份以来，现金管理型理财最新存续规模连续回升。普益标准统计数据显示，截至9月5日，全市场存续理财规模29.6万亿元。其中，最新存续的现金管理型产品规模7.78万亿元，较8月底新增323.8亿元；现金管理型产品最新存续规模占比26.27%，较8月底增加0.11个百分点。

普益标准研究员杨国忠认为，当前环境下，多数投资者对理财产品的需求没有明显变化，仍然偏向于收益稳定的产品，包括

各种固收产品、打活钱管理概念的每日开放型产品和现金管理类产品更受个人投资者关注。

融360数字科技研究院高级分析师艾亚文也表示，投资者对现金管理类理财产品的配置意愿受到市场利率、产品收益率及宏观经济环境的影响。随着市场无风险利率下降，现金管理类理财产品相较于银行存款和货币基金仍展现出一定的收益优势。

杨国忠进一步指出，虽然从《规范现金管理类理财产品的通知》颁布开始，这类产品经过多次规范，总规模逐步下降。但由于现金管理类产品是短期存款的良好替代品，现在仍然是各机构主打的理财产品之一。

“鉴于产品设计限制比较严格，目前市场上现金管理型理财很难从资产配置上拉开差距，同质化严重。因此，各家金融机构的竞争方向主要是费率优惠和增加产品便利性，例如在周末和夜间也可购买。但也要注意，夜市这类便利性措施对投资者的收益没有本质影响，尤其是金额较小的个人投资者。”杨国忠表示。

如何实现差异化产品竞争，正在成为理财机构现金管理型

理财业务关注的重点。艾亚文认为，现金管理类理财产品向“稳健+灵活”模式转变，理财公司开始探索更多元化的投资组合，平衡风险和收益，提升产品的流动性管理能力，以满足投资者的需求。

艾亚文同时强调，当前投资者对现金管理类理财产品的收益率期望有所下降，风险偏好分化，部分投资者在寻求部分资产的超额收益，促使资产管理人增加理财产品的多样性，推出更多组合式现金管理产品，通过产品创新来吸引和保留客户。

在艾亚文看来，在现金管理型理财产品收益提升空间相对有限的情况下，理财机构还可以从提升服务质量出发，增加客户黏性，费率调整让利于客户，通过规模效应来提升整体盈利能力。

艾亚文还表示，预计受利率中枢下移影响，未来现金管理型理财大概率会延续下降趋势，理财公司仍需在产品和服务上打造差异化。比如，理财公司可以推出组合式现金管理产品，满足投资者对收益稳定与灵活申赎的需求。同时，可以调整下沉策略，搭配一定比例的高收益资产，以保持与货币市场基金的竞争优势。

资产配置结构分化

企业投资者在资产配置领域的偏好正经历深刻转型，表现为对低风险、稳定收益产品的强烈需求。尽管年初以来部分上市公司对理财资产的配置持续增加，但整体来看，相比去年，2024年上市公司对理财产品的配置数量、规模等均呈现萎缩趋势。Wind数据显示：2024年1月至9月5日，进行理财产品配置的上市公司为975家，相比去年同期的1182家，数量减少明显；上市公司认购理财产品的自筹资金规模4550亿元，同比降幅为30.05%；上市公司合计持有理财产品数量为9643个，去年同期为13007个；合计持有理财产品规模6306.67亿元，去年同期为8949.15亿元。业内人士指出，一方面，不少上市公司理财产品的投资收益不断增加；另一方面，整体上市企业对理财产品的配置意愿却在持续降温。在冷热分化趋势下，上市公司对理财产品的配置差异分化正在加剧。

在对理财配置冷热分化的同时，上市公司对不同类型理财产品的配置也呈现结构性的差异。

从产品结构来看，今年以来至9月5日，上市公司理财配置中，除投资公司理财产品认购规模同比增幅超过316%以外，其他理财产品均呈现同比两位数降幅。其中，结构性存款、银行理财产品规模同比下降均超过30%，通知存款产品同比降幅均超过53.03%。

不过，结构性存款依然是上市公司配置的首选。尤其在经历了一段时间的调整后，近期结构性存款越来越受到企业投资者青睐。

2024年以来至9月5日，上市公司配置结构性存款规模达4135.37亿元，占认购总规模比65.57%。其中，7月1日至9月5日，配置结构性存款规模863.62亿元，占认购总规模比65.75%，占比较去年同期上升0.35个百分点。

普益标准研究员屈颖指出，当前，企业投资者在资产配置领域的偏好正经历深刻转型，表现为对低风险、稳定收益产品的强烈需求。在此背景下，货币市场基

金、现金管理类理财产品及部分固收类银行理财产品凭借其独特优势，成为企业投资者的优选。

在屈颖看来，对于因手工补息整治而陷入困境的企业活期存款而言，货币市场基金与现金管理类理财产品凭借其卓越的流动性管理能力，不仅可保障资金的灵活调度，更可以在保持流动性的同时，展现优于传统活期存款的收益潜力。

邵科也表示，整体来看，2024年上半年，受满足监管或主管部门要求、进一步聚焦主营业务、规避防范市场风险、强化市值管理、树立良好企业形象等多方面因素影响，上市公司对理财的配置需求正经历深刻变化。

邵科还强调，当前环境下，上市公司对理财资产的配置过程中，更加关注理财公司的全方位服务能力、产品定制化能力、风险管理能力以及市场口碑。

企业投资者对理财配置需求的变化，一定程度上也影响着理财机构的产品及业务布局策略的调整。

屈颖表示，当前，理财公司在产品设计上更偏向将稳健性置于核心地位，在资产配置策略上也更倾向于精选信用等级高的低风险资产，旨在构建更为稳固的收益防线，确保投资者财富的稳健增长。

柏文喜指出，针对资产配置与收益和风险之间的平衡问题，一些上市公司开始寻求专业的资产配置顾问的帮助，以制定符合自身需求的投资策略和资产配置方案。这些方案通常会考虑上市公司的财务状况、投资目标、市场环境等因素，以实现风险和收益的最佳平衡。

科技创新驱动发力 沪市上市公司“质”“效”双升

本报记者 蒋牧云 何莎莎
上海 北京报道

新“国九条”发布4个月之后的首个财报季，受到了业内的广泛关注。

行业复苏+需求回暖

上半年，约八成公司实现盈利，其中850余家净利润同比增长，近240家净利润增幅超50%，120余家增幅超100%，110余家扭亏为盈。

上交所发布的数据显示，2024年上半年，沪市公司合计实现营业收入24.94万亿元，同比基本持平；净利润2.36万亿元，同比略降1.4%；扣非后净利润2.26万亿元，同比增长0.3%。约八成公司实现盈利，其中850余家净利润同比增长，近240家净利润增幅超50%，120余家增幅超100%，110余家扭亏为盈。

记者查询上市公司财报发现，对于公司业绩增长的原因，多数企业在半年报中提到了行业复苏以及市场需求的回暖。比如，晶圆制造领域，中芯国际等4家公司产能利用率二季度环比上升，带动营收环比增加7%。中芯国际在财报中表

注。近日，上交所发布的沪市上市公司2024年半年报数据显示，沪市公司经营业绩总体稳定，发展之“质”和转型之“效”呈现不少新亮点、新变化，新动能、新产业渐变渐成。

为进一步提升上市公司的投资价值，资本市场正在就上市、交易、退市等关键制度优化完善。在多位接受《中国经营报》记者采访的专家学者看来，资本市场的核心是高质量、良性的

供求关系，为此市场的各个参与方都需要各司其职。未来，市场如何吸引更多中长期资金入市、机构投资者如何提升投资能力、中介机构如何共同维护投资环境都值得市场期待。

上半年，约八成公司实现盈利，其中850余家净利润同比增长，近240家净利润增幅超50%，120余家增幅超100%。

据记者了解，在积极的财政政策作用下，上半年国内的经济总体势头稳定向好，经济各项指标企稳，相应地，企业数据也有所回升。

赵锡军认为，在政策力度持续发力的情况下，下半年的经济情况也将保持积极态势。他指出，除了国内的利好政策外，全球经济动向也需要持续关注，比如，美联储是否降息。如果9月美联储降息，则会释放一部分货币流动性，对于其他经济主体而言也有了跟进空间。

中信建投证券首席策略官陈果也表示，随着9月美联储明确降息预期，国内货币政策有望跟进放松，后续专项债使用进度加速、地产收

储加码以及支持消费等政策亦值得期待。具体到下半年值得关注的行业，陈果表示主要有两大类：一是高景气梯队中将维持高增的细分行业，如电子、光模块等；二是中低景气中业绩稳健或有望触底回升的板块，如汽车、电网设备等。

展望下半年，星图金融研究院副院长薛洪言预计，随着宏观政策继续发力，尤其是随着消费品以旧换新和设备更新相关政策落地，内需有望边际回升，对汽车、家电、机械设备等行业带来支撑。同时，受全球消费电子周期回暖影响，下半年国内消费电子产业链也有望迎来景气上行。

关于上半年各行业业绩回暖的原因，以及下半年这一趋势是否会持续，中国人民大学财政金融学院教授赵锡军在接受记者采访时表示，从数

据上看，在积极的财政政策作用下，上半年国内的经济总体势头稳定向好，经济各项指标企稳，相应地，企业数据也有所回升。

陈果表示，主要是因为下半年经济形势向好，企业信心增强，生产积极性提高，从而带动了业绩回暖。

赵锡军则向记者表示，就资本市场而言，以科创板、创业板为代表的硬科技企业投融资环境将继续改善、优化。

关于上半年各行业业绩回暖的原因，以及下半年这一趋势是否会持续，中国人民大学财政金融学院教授赵锡军在接受记者采访时表示，从数

据上看，在积极的财政政策作用下，上半年国内的经济总体势头稳定向好，经济各项指标企稳，相应地，企业数据也有所回升。

陈果表示，主要是因为下半年经济形势向好，企业信心增强，生产积极性提高，从而带动了业绩回暖。

赵锡军则向记者表示，就资本市场而言，以科创板

信托公司加速处理金融股权 宝盈基金再被抛售？

本报记者 顾梦轩 夏欣
广州 北京报道

在权益市场波动的背景下，公募基金难逃被股东卖出的命运。近日，宝盈基金二股东中国对外经济贸易信托有限公司（以下简称“中国外贸信托”）“清仓”转让其持有的宝盈基金25%股权。

无独有偶，在近期遭遇股权转让的基金公司中，有多家信托系基金公司被股东信托公司转让。《中国经营报》记者注意到，年内还有多家中小型公募的股权被股东挂牌，其中更有个别机构股权多次被股东出售。

在宝盈基金持续盈利的情况下，中国外贸信托为何坚持

“清仓”？对此，记者分别向中国外贸信托和宝盈基金发送采访函，不过截至记者发稿，两家公司都没有回复。

艾文智略首席投资官曹辙在接受记者采访时表示，信托公司转让旗下公募基金股权的原因可能有：第一，信托公司可能认为公募基金业务并不是其核心业务，因此将其股权转让给其他机构，以更好地调整其业务结构。第二，信托公司希望通过股权转让，引入新的资本和资源，以支持其在其他业务领域的发展，如资产管理、财富管理等。第三，信托公司将公募基金股权转让给其他机构可以更好地控制风险，确保其整体业务的稳健发展。

真假二次挂牌？

有业内人士向记者表示，宝盈基金在北京产权交易所挂牌只是拍卖的不同阶段而已，并非二次挂牌。

北京产权交易所官网显示，宝盈基金25%股权在北京产权交易所挂牌，预披露公告期为8月23日起不少于20个工作日。

公开信息显示，目前，宝盈基金共有两位股东，分别为中铁信托有限责任公司和中国外贸信托，两家公司持股比例分别为75%、25%。此次中国外贸信托拟“清仓”其所持的宝盈基金股权。

有媒体报道称，这已是国外贸信托二度出手相关股权。今年6月13日—7月10日，上述股权就曾在北京产权交易所挂牌。在此前接近一个月的挂牌时间里，中国外贸信托并未找到合适的买家。

但也有业内人士向记者表示，宝盈基金在北京产权交易所挂牌只是拍卖的不同阶段而已，并非二次挂牌。

记者登录北京产权交易所网站发现，宝盈基金股权转让的信息有两条，分别发布在综合招商和产权

转让的预披露栏目中，其中综合招商栏目披露的起止日期是2024年6月13日至2024年9月11日；产权转让栏目显示的预披露起始日期是2024年8月23日，公告期是自公告之日起不少于20个工作日。

记者拨打预披露内容中提供的交易机构的项目负责人电话，项目负责人向记者表示，两次信息披露都是招商性质，预披露会更加正式，不是每一个公司的股权转让都要经历这两个环节，之所以二次挂牌，该项目负责人表示“这是转让方的要求”。

在预披露内容中，可以看到宝盈基金最近一段时间一直保持持续盈利状态。数据显示，宝盈基金2023年营业收入是42335.13万元，营业利润是10722.25万元，净利润是8039.55万元。2024年上半年，宝盈基金持续盈利，营业收入为21735万元，营业利润是6184.33万元，净利润4886.29万元。

投研能力持续加强

Wind数据显示，宝盈基金76只权益基金(份额分开)出现一定的业绩分化，年内取得正收益的有19只。

Wind数据显示，截至2024年上半年末，宝盈基金的管理规模为741.15亿元，在199家基金管理人中排名第71。其中，非货基规模为500.48亿元，排名第74。

记者注意到，宝盈基金近年来规模表现不是很稳定。Wind数据显示，2021年末到2022年末，宝盈基金规模从829.51亿元下降到664.77亿元；2023年，宝盈基金规模小幅上涨，从年初的664.77亿元上涨到年末的673.32亿元；但从2023年末到2024年6月30日，宝盈基金规模从673.32亿元上升到741.15亿元。

对于宝盈基金的规模变化，

天相投顾基金评价中心有关人士表示，2021年末到2022年末，宝盈基金规模下降，首先这可能与产品业绩表现不佳有关。在此期间股票基金、混合基金收益率分别为-30.22%、-27.83%，均低于市场同类平均水平，由此可能造成投资者的大量赎回，从而导致公司规模下降。2021年末到2022年末，宝盈基金货币基金和债券基金占其规模的主要部分，权益类产品(股票基金、混合基金)占比不到1/3。主动权益类产品主要通过业绩的提升来吸引基民申购，对比宝盈基金过往在权益类市场上的优

秀表现，这也会影响公司规模的增长。其次，宝盈基金几位优秀基金经理接连离任，人才的不断流失叠加新任基金经理存在经验不足的问题也导致宝盈基金规模扩张举步维艰。

对于今年上半年宝盈基金的规模上涨，天相投顾基金评价中心有关人士指出，公司规模上升较快，首先可能与产品业绩增长有关。2023年末到2024年6月30日，除混合基金外，宝盈基金股票基金、债券基金，以及货币基金和海外投资基金平均取得正收益。债券基金和货币基金占公司规模比例较高，收益率分别为

2.60%和1.04%，股票基金平均收益1.42%。由此可能会激励投资者申购，带来公司规模的增加。

从权益基金业绩来看，Wind数据显示，宝盈基金76只权益基金(份额分开)出现一定的业绩分化，年内取得正收益的有19只。在取得负收益的基金中，宝盈半导体产业A/C、宝盈智慧生活A/C排名靠后，年内收益均跌超25%。

相比之下，宝盈基金债券基金业绩表现较好。Wind数据显示，宝盈基金23只债券基金年内只有两只取得负收益，其余收益均为正，平均收益1.88%。

信托系基金频遭转让

在如今市场低迷的情况下，中小基金公司面临生存压力，长期不能实现盈亏平衡，因此，控股股东选择转让退出。

今年以来，诸多中小基金公司频繁股权转让，其中包括新疆前海联合基金、东海基金、嘉合基金、金信基金等多家中小型公募基金公司。

华林证券资管部董事总经理贾志向记者指出，在如今市场低迷的情况下，中小基金公司面临生存压力，长期不能实现盈亏平衡，因此，控股股东选择转让退出。

记者注意到，在近两年基金公司股权转让案例中，有不少信托公司转让旗下基金公司股权，且多数都是“清仓”式转让，而且不乏基金公司多次挂牌转让。

2024年5月，北京产权交易所公告显示，嘉合基金股东中航信托股份有限公司（以下简称“中航信托”）挂牌转让所持有的嘉合基金8181.82万股股份，参考价格采取面议方式，披露起止日为2024年5月13日至2024年11月1日。记者注意到，中航信托此前就在珠海产权交易中心已经有过

多次挂牌，转让嘉合基金股权，但一直未见接盘方出现。

2024年初，金信基金在安徽省产权交易中心挂牌转让31%股权，转让方为安徽国元信托有限责任公司，也是该机构对金信基金的全部持股，转让底价为3720万元。

在更早的2023年，新华基金、中融基金等信托系基金公司也有过“清仓”式转让股权的情况，其中新华信托股份有限公司破产管理人于2023年7月16日至17日在阿里资产交易平台对其持有的新华基金管理有限公司35.31%股权进行公开拍卖，最终经过三次流拍，新华基金股权最终由北京华融综合投资有限公司及重庆市江北区国有资本投资运营管理集团有限公司合拍拿下，前者拍得30.31%股权，后者拍得5%股权。

2022年6月，中融国际信托有限公司拟以不低于15.04亿元的评估价格公开挂牌转让所持中

融基金全部51%的股权。2023年4月，证监会核准无锡市国联发展（集团）有限公司成为中融基金实际控制人。

信托公司为何频频转让旗下基金公司股权？多数信托公司官方回复一般都是：贯彻落实突出主业、做精专业的监管要求，促进回归信托本源，削减非信托主业投资，凸显信托主业定位。除此之外，是否另有其他原因？

济安金信基金评价中心主任王铁牛表示，中小基金公司频频被转让股权，一方面基金公司头部马太效应明显，加上基金行业整体费率下调，合规风控要求也会更严格，中小基金公司经营压力在持续增加。同时信托公司经营压力也在增加，部分信托公司需要卖出资产补充自身流动性和资产端面临的问题，还有信托公司由于与公募基金业务之间关联不大，协同效果有限，信托公司也在优化资产结构的同时更加关注主业。

贾志指出，信托公司控股的基金公司，如果高管都是股东背景，跨界经营的挑战较大，“信托系基金公司综合实力要普遍弱于券商系和银行系基金公司”。

天相投顾基金评价中心有关人士曾在接受记者采访时表示，信托公司作为专业的金融机构，在资产管理方面具有丰富的经验和专业能力。信托系基金公司可以依托信托公司的这一优势，实现资金的优化配置和风险控制，构建更加稳健有效的投资组合。

与银行系和券商系基金公司相比，天相投顾基金评价中心有关人士表示，信托系基金公司的品牌影响力和市场认可度可能相对较低，这可能导致在吸引投资者和拓展市场份额方面存在一定的困难；信托系基金公司可能缺乏像银行系和券商系基金公司广泛的销售渠道，这可能导致产品营销难度加大，影响公司扩大业务规模、提高盈利能力。

链通上下游 经营好帮手

中信银行经营e贷

就这么容易！

经营e贷

额度高：核心企业最高3000万元（含），借款企业最高800万元（含）

审批速：核心企业和借款企业均是自动审批

范围广：商票、应收账款均可质押

优化链：优化产业链、供应链经营环境
(具体以实际审批为准)



全国统一客服热线
95558
www.citicbank.com

让财富有温度

信贷投放近115万亿元 国有银行担当实体经济“压舱石”

本报记者 杨井鑫
北京报道

国有六大行2024年上半年财报披露落幕。《中国经营报》记者统计数据显示，截至6月末，国有六大行总资产规模达到193.89万亿元，较去年同期增长近14万亿元；贷款及垫款总规模达到114.92万亿元，较去年同期增长超过10万亿元。

但是，国有大行上半年营业收入和净利润的总额分别为1.8万亿元左右和6940.75亿元，均较去年同期规模有所缩水。目前国有大行净息差仍处于探底过程中。由于信贷规模的增速放缓，国有大行“以量补价”的经营策略逐渐转变，银行的资金成本管控对于盈利能力的影响更大。

记者了解到，受宏观经济的影响，银行业上半年资产规模扩张放缓，而国有大行的表现与行业一致。在市场需求不足的情况下，信贷投放增长乏力。同时，银行业息差持续收窄，资产端利率下降仍较负债端利率下降更快，使得国有大行的营收和净利润规模都有不同程度的缩水。资产质量方面，国有大行的不良率表现较为稳定，尤其是房地产行业的资产质量改善较明显。

发挥信贷投放主力军作用

从信贷投向上看，国有大行的贷款均集中在基建、制造业、科技金融、普惠金融、绿色金融等“五篇大文章”相关领域。

2024年上半年 国有银行经营数据

	资产总额 (亿元)	增速 (%)	营业收入 (亿元)	增速 (%)	利息净收入 (亿元)	增速 (%)	非息收入 (亿元)	增速 (%)	贷款及垫款 (亿元)	增速 (%)	净息差 (%)
工商银行	471165.4	5.4	4204.99	-6	3139.5	-6.8	1065.49	-3.6	278375.5	6.7	1.43
农业银行	419845.5	5.3	3668.35	0.3	2908.48	0.1	759.87	0.86	243887	7.9	1.45
建设银行	402943.9	5.14	3859.65	-3.6	2960.59	-5.17	899.06	2.08	246291.9	6.7	1.54
中国银行	339072.7	4.55	3170.76	-0.7	2267.6	-3.09	903.16	5.99	211428.3	5.92	1.44
邮储银行	164135.3	4.37	1767.89	-0.1	1428.76	1.83	339.13	-8.13	86587.62	6.43	1.91
交通银行	141779.1	0.84	1323.47	-3.5	842.34	2.24	481.13	-12.15	82677.34	3.9	1.29

数据来源：银行半年报

行和中国银行(601988.SH)四家国有大行的贷款及垫款总规模都在20万亿元以上，交通银行(601328.SH)和邮储银行(601658.SH)两家银行的贷款及垫款规模也都突破了8万亿元大关。

从贷款增速上看，农业银行上半年的贷款及垫款总规模增长达到7.9%居首位，工商银行、建设银行和邮储银行三家银行的贷款及垫款规模为114.92亿元，较去年同期规模增长10.6万亿元。其中，工商银行、建设银行、农业银

行及垫款增速则在6%以下。而去年同期，农业银行的贷款及垫款增速是两位数增长，交通银行增速最低也达到了6.68%。

从信贷投向上看，国有大行的贷款均集中在基建、制造业、科技金融、普惠金融、绿色金融等“五篇大文章”相关领域。各家大行均明确表示加强对重大战略、重点领域、薄弱环节强化金融服务。以工商银行为例，该行投向制造业贷款增长13.0%，战略性新兴产业贷款

增长14.7%，绿色贷款增长13.7%，普惠贷款增长21.5%，均高于各项贷款平均增速。

相较于对公贷款，上半年零售贷款的市场需求要弱一些。多数银行的零售贷款增速不及对公贷款增速。对于国有大行而言，住房按揭贷款的规模减少对零售贷款的信贷投放影响较大。央行统计数据，上半年金融机构个人住房贷款余额减少0.38万亿元，其中二季度减少0.4万亿元。上半年，六大

行个人住房贷款余额合计减少3118.92亿元。

半年报数据显示，邮储银行是国有大行中唯一一家个人住房按揭贷款仍保持增长的银行，该行个人住房贷款余额较去年年末增加236.18亿元。工商银行、农业银行、建设银行、中国银行和交通银行个人住房贷款余额较去年年末分别减少1230.92亿元、1006.68亿元、764.66亿元、336.11亿元和16.73亿元。

比拼资金管控

在市场信贷需求不足时，银行通过降低贷款利率来冲规模“以价换量”的现象也比较常见，但这种做法存在后遗症。

而在营业收入方面，数据显示，而农业银行的净利润增长了2%。

一家券商分析师认为，净息差是影响银行业利润的一个重要因素。由于银行业净息差持续收窄，包括国有大行在内的很多银行都采取了“以量补价”的策略维持利润的稳定。但是，受到市场需求的影响，今年二季度的信贷投放增长放缓，而净息差仍处在下降通道，这导致了银行的利润缩水。

数据显示，国有六大行上半年的利息净收入1.35万亿元，较去年同期1.4万亿元减少了约400亿元，这也是导致银行净利润下降的关键因素之一。从净息差来看，国有六大行上半年的净息差较去年同期都有明显降幅。

记者发现，国有大行之间上半年的净息差变化有比较大的差异，有的银行净息差降幅超过25个BP，有的银行则是微降，这其中反

映出对资金成本和收益率的管控能力有所不同。

简单来看，总计息负债付息率可以看作是银行吸收存款的资金成本指标。数据显示，今年上半年，工商银行、中国银行和交通银行三家银行的总计息负债付息率分别为2.04%、2.19%和2.36%，而邮储银行的该指标则为1.51%。在存款利率下调的背景下，与去年的数据对比，农业银行、交通银行和邮储银行三家的吸收存款的成本在下降，建设银行和中国银行吸收存款的成本在增加，而工商银行吸收存款的成本则与去年持平。

同样，总生息资产收益率可以看作是银行贷款定价能力指标。数据显示，国有六大行上半年该项指标较去年均有所下降，这与政策降低实体经济主体融资成本的情况一致。但是，国有大行中建设银

行的该项指标在3.5%以上，而部分银行却不到3.3%。

上述券商分析师认为，在银行业市场竞争中，“以价换量”的现象也比较常见。银行通过降低贷款利率来冲规模，也就是所谓的价格战，甚至是恶性竞争，这在市场信贷需求不足的时候尤为常见。但是，“以价换量”的做法存在后遗症，即价格容易下降却比较难提升，特别是对头部话语权较大的企业。

9月2日，邮储银行行长刘建军在2024年半年报业绩发布会上表示，邮储银行将坚持“稳净息、提非息”双管齐下。关于“稳净息”，刘建军明确表示，邮储银行将强化量价均衡。“我们想通过加大寻找缝隙的能力，找到量价平衡的资产，为此我们推出了‘十大缝隙’，指导全行寻找量价均衡发展的客户，这一战略目前已经初见

成效。”

据了解，银行资产质量也是影响盈利的一个关键指标。从上半年国有大行的资产质量看，各家银行的不良率表现比较稳定。其中，五家国有大行的不良率较去年同期都有下降，但是银行拨备覆盖率变化有所差异。截至6月末，农业银行和邮储银行的贷款拨备覆盖率超过300%，两家银行该指标相较去年有所下调；中国银行和交通银行两家银行的拨备覆盖率在200%—210%之间，两家银行今年上半年的拨备覆盖率水平较去年同期有所上升。

“虽然净息差的降幅已经有所收窄，但是下降的趋势仍在持续。国有大行在这种情况下，应该加强资金管控能力，提升综合金融服务能力，开拓中收业务，才能增强银行盈利能力。”上述券商分析师表示。

同业存单认购“低迷”： 部分机构产品低于30%

本报记者 慈玉鹏 北京报道

《中国经营报》记者近日注意到，近期多家银行机构公告显示，其发行的同业存单实际认购率低于30%，远低于计划发行量。

认购率较低

近日，多家银行公告同业存单发行情况显示实际认购率低于30%。具体来说，某城商行发布公告称，该行成功发行2024年第095期同业存单，期限为6个月，参考收益率为1.99%，计划发行量5亿元，实际认购量1亿元，实际认购率为20%。

另一家西北地区某城商行近期发布的公告显示，该行成功发行了第338期和第342期同业存单，但实际认购率分别仅为10%和28%，低于计划发行量。

苏商银行研究院高级研究员杜娟告诉记者，目前银行同业存单实际认购率较低有多方面原因：“一是今年以来，银行加大了同业存单的发行力度，一方面源于存款搬家的影响（规范手工补息、存款利率下调），另一方面也有银行调整负债结构、负债期限、负债成本的考虑。同业存单的供给增加以及政府债发行放量，增加了债券市场可投资标的，投资者对于收益率及发行主体资质的要求更高。二是同业存单一、二

级市场价格倒挂，二级市场存单收益率高于一级市场，投资者更加倾向于在二级市场买入同业存单，所以一级市场认购率低。三是今年境外投资者的同业存单购买热情高，但由于利率已经处于历史低位，进一步下行的进程可能放缓，再叠加汇率升值影响，外资套利套汇购买1年内同业存单的力度可能有降低。”

某城商行银行人士告诉记者，同业存单实际认购率反映了投资者对同业存单的配置意愿不强，近期同业存单实际认购率走低主要的原因可能是三个方面：一是近期国债市场比较火热，吸引了市场上大量资金，影响了其他产品的配置；二是实际认购率低主要是中小银行，投资者对部分中小银行的风险有一些担忧；三是新的《商业银行资本管理办法》实施之后，低档银行投资同业资产，不同信用评级在风险权重上有所差异。对于一些中小银行来说，低档银行要是配置中小银行的同业存单，会有更高的资

尽管市场利率近期逐步上行，但同业存单的发行利率调整滞后，吸引力下降；三是国债市场比较火热，吸引了市场上大量资金，影响配置其他产品。

Wind数据统计显示，近3个月

同业存单实际发行总额逐步递减，8月实际发行总额为20435.20亿元，是今年以来最低值。另外，整体上看，商业银行同业存单备案额度的使用情况明显比往年更加紧张，存单新增空间或相对有限。

率低对银行主要有以下影响：一方面资金来源减少，迫使银行寻找其他融资渠道；另一方面收益降低，影响盈利能力；此外，流动性压力增大，制约资金的灵活运用。”

“为提升认购率，商业银行可以采取以下措施：提高同业存单的发行利率，增强其吸引力；优化发行策略，灵活调整发行规模和时间；加强市场沟通，提高投资者对产品的信心。具体措施包括：密切关注市场变化，及时调整利率；加强投资者教育，增加透明度；提供更多定制化产品，吸引不同风险偏好的投资者；与其他金融机构合作，扩大同业存单的投资市场。这些措施的实施将有助于提高同业存单的认购率，改善银行的资金结构和流动性状况。”陆岷峰建议。

陆岷峰强调，同业存单认购率的低迷现象揭示了银行在现有市场环境下面临的挑战。通过合理调整和应对，银行有望在未来提升同业存单的市场吸引力，实现融资管理和市场竞争力的提升。

陆岷峰表示：“同业存单认购

实际发行额度下滑

Wind数据显示，今年以来同业存单发行利率整体呈现下降趋势。1月，同业存单市场平均发行票面利率为2.435%。而6月，同业存单市场平均发行票面利率今年以来首次低于2%，为1.990%，此后至8月一直低于2%以下，明显低于去年同期。8月当月，同业存单市场平均发行票面利率为1.913%。

记者注意到，近期不少发行的同业存单利率低于1.90%。从个例来看，中国货币网近日公告显示，某信用主体评级为“AAA”的城商行发行2024年第156期实际发行20亿元同业存单，发行收益率仅为1.87%；再例如，某信用主体评级为“AAA”的城商行近期发行2亿元同业存单，发行收益率仅为1.86%。

从实际发行总额看，Wind数据显示，截至8月，今年仅有一个月实际发行总额超过3万亿元，即5月实际发行总额为31970.80亿元，其他月份均低于3万亿元额度，且从5月呈现递减趋势。具体来说，6月、7月、8月的实际发行总额分别为29237.60亿元、24881.70亿元、20435.20亿元。

从发行数量分析，近几个月亦呈现下降趋势。Wind数据显示，今年3月、4月、5月、6月、7月、8月同业存单发行只数分别为2539只、2325只、2294只、2216只、2180只、1896只。

针对利率方面，陆岷峰表示，同业存单利率较低的原因主要有三点：第一，银行出于稳定资金成本的考虑，往往不愿过快提升发行利率；第二，市场对风

险偏好降低，导致对高收益率的追求减少；第三，资金面紧张对流动性的制约，迫使银行在利率调整上显得更加保守。展望未来趋势，同业存单利率可能会随着市场利率的上行趋势有所提升，但具体幅度取决于市场流动性、政策调控以及银行的资金需求变化。

杜娟告诉记者：“同业存单发行利率主要跟随资金利率变动，会受到市场供需情况、其他债券资产定价等方面影响。虽然部分银行同业存单认购率较低，但市场上对于同业存单的需求还在，如同业存单理财产品等受到投资者青睐。”

针对额度方面，中信证券相关研报显示，根据今年8月统计的数据来看，商业银行同业存单备案额度的使用情况明显比往年更加紧张。在可比数据中，超过70%的银行目前的使用额度已经超过去年。期限方面，同业存单发行期限整体有所延长，其中以国有大行表现最为明显，反映其对“长钱”的需求增加。

上述研报观点认为，今年以来，商业银行同业存单备案额度的使用情况明显比往年更加紧张，反映银行负债端对同业存单的依赖程度加强；一方面源于“存款搬家”，另一方面源于政府债发行加快，银行资产负债匹配压力增加。后续来看，存单新增空间有限，理财和境外机构对于存单的配置力量可能边际减弱。从资金面角度来看，同业存单利率易上难下，同时9月降准的必要性也在持续提升，期待央行进一步释放货币宽松信号。

详解A股农商行中报成绩单：投资收益拉动利润增长

本报记者 郭建杭 北京报道

今年上半年10家A股上市农商行投资收益增长迅速，成为拉动银行中报利润增长的重要板块。

《中国经营报》记者梳理A股农商行半年报数据可知，10家上市农商行中除青农商行(002958.SZ)、江阴银行(002807.SZ)投资收益出现负增长外，8家农商行投资收益都实现大幅度增长，其中瑞丰银行(601528.SH)投资收益同比增213.87%，苏农银行(603323.SH)投资收益同比增115.92%，以及张家港行(002839.SZ)投资收益同比增176%。

非息收入高增长

多家农商行中报都提到，上半年营收实现高增的主要原因在于非息收入的高增长。而在非息收入部分中，投资收益的增长更值得关注。

整体来看，10家A股农商行中除渝农商行(601077.SH)外，其他9家农商行营业收入全部实现正增长，其中，瑞丰银行、常熟银行(601128.SH)营收实现双位数增长，同比增长分别为14.86%、12.03%；从净利润的同比变化来看，常熟银行、瑞丰银行以及苏农银行的净利润同比增长最快，分别为19%、15.53%以及15%。

值得注意的是，虽然上市农商行净利润多数实现正向增长，但在利息净收入方面，仅有常熟银行一家实现同比6.1%的增长，其余9家农商行全部为负增长，张家港行利息净收入同比下降11.58%。

对于上半年利息净收入同比减少但业绩出现增长的原因，多家农商行中报都提到，上半年营收实现高增的主要原因在于非息收入的高增长。

从非息收入增长变化来看，苏农银行、紫金银行(601860.SH)、张家港行、江阴银行等非息收入增幅均在50%以上，分别为51.97%、89.37%、95.27%、50.79%。

在非息收入部分中，投资收益的增长更值得关注。

今年1月份农商行加大债券配置规模已经引发市场关注，央行自今年3月以来也已多次发声，提示长债风险。农商行上半年的投资变化在半年报数据中也有印证，多家农商行在投资收益部分都有迅猛增长。

10家A股农商行半年报中多

SZ)、江阴银行(002807.SZ)投资收益出现负增长外，8家农商行投资收益都实现大幅度增长，其中瑞丰银行(601528.SH)投资收益同比增213.87%，苏农银行(603323.SH)投资收益同比增115.92%，以及张家港行(002839.SZ)投资收益同比增176%。

多个业内观点认为，在当前市场面临息差持续收窄、信贷投放放缓的背景下，银行普遍面临贷款规模增长的压力，中小银行加大对金融投资的力度，但也需关注债券市场的波动对投资回报率的影响。债券投资对于中小银行来说具有一定的性价比，债券投资为中小银

行带来了相对较高的收益，虽然债券投资交易能增加收益，但这建立在债券牛市的基础上，一旦债券利率下行也可能面临投资风险。此外，随着市场环境的变化和监管政策的收紧，中小银行单一依赖金融投资拉动利润增长的模式未来也无法长期持续。

10家A股农商行2024年半年报经营数据

银行	营业收入	营业收入同比	净利润	净利润同比	投资收益	投资收益同比
渝农商行	146.73亿元	-1.30%	75.61亿元	6.18%	27.85亿元	159.71%
沪农商行	139.17亿元	0.23%	71.43亿元	-0.11%	14.19亿元	93.94%
青农商行	58.59亿元	4.75%	20.15亿元	5.71%	6.91亿元	-19.09%
常熟银行	55.06亿元	12.03%	18.80亿元	19%	9.17亿元	95.96%
张家港行	25.61亿元	7.35%	9.55亿元	9.43%	6.80亿元	176.34%
无锡银行	25.57亿元	6.53%	13.35亿元	7.94%	6.49亿元	91.07%
紫金银行	23.81亿元	8.08%	9.11亿元	4.62%	3.38亿元	127.25%
苏农银行	22.76亿元	8.59%	11.20亿元	15%	7.04亿元	115.92%
江阴银行	21.74亿元	5.46%	7.27亿元	-0.56%	4.86亿元	-3.50%
瑞丰银行	21.74亿元	14.86%	8.55亿元	15.53%	5.36亿元	213.87%

数据来源：银行半年报

数都提及投资收益的增长情况。如瑞丰银行半年报显示，“报告期内，本行实现非利息净收入6.57亿元，同比增长94.42%，主要为投资收益增加”“本行非利息净收入变动主要为投资收益增加。报告期内，瑞丰银行实现投资收益5.36亿元，同比增长213.87%，主要系处置其他债权投资的投资收益增加”；苏农银行半年报显示，上半年实现非利息净收入8.43亿元，同比增长51.97%，其中，上半年实现投资收益7.04亿元，同比增长115.92%。

规模较大的两家上市农商行中投资收益的增长也较为明显。如意信证券对渝农商行的半年报点评中指出：“上半年非息收入同比增长27.3%，占营收比重为

24.5%，同比提高5.5个百分点。其中，手续费净收入同比下降9.4%，其他非息收入同比高增47.2%，主要是投资收益高增。公司加强成本管控，上半年成本收入比25.23%，同比下降6.0个百分点”。沪农商行(601825.SH)半年报显示，投资收益部分实现同比增长93.94%。

时间拉长到过去三年，投资收益对中小银行的利润影响逐年加大。

以常熟银行为例，常熟银行的营收及净利润增长都较快，投资收益也实现95.96%的同比增长。具体来看，2024年上半年，常熟银行实现营业收入55.06亿元，同比增长12.03%；实现归母净利润17.34亿元，同比增长19.58%。从营收结构来看，利息净收入已经从

2020年的近91%，下降到本期的83.58%，为46.02亿元，同比仅增长6.1%；净息差从2020年的3.18%，下降到本期的2.79%。

相较之下，常熟银行的投资收益逐年增高，2020年—2023年，其持有的金融投资从585.34亿元增长到868.54亿元，2024年上半年，进一步增长到978.6亿元。投资收益从2020年的3.07亿元增长到2023年的9.58亿元，2024年上半年为9.17亿元，同比增幅高达95.96%，占营收的比重为16.65%。

据记者不完全统计，10家A股农商行上半年合计投资收益87亿元，其中前三家银行分别为渝农商行27.85亿元、沪农商行14.19亿元、常熟银行9.17亿元。

应加强业务经营及收入稳定性

金融市场波动较大，如果银行依赖债券投资收益拉动利润实现，那么利润实现的不稳定性将会增强。

从资产负债表来看，银行自营投资资产可以分为交易性金融资产、债权投资、其他债权投资和其他权益工具投资。农商行同比多增的投资收益都投向哪里？多家农商行在半年报中都有所提及，如张家港行上半年投资收益同比增速达176.34%，半年报中指出“主要是处置交易性金融资产及债权投资取得的收益增加”，此外苏农银行、瑞丰银行半年报提到“处置其他债权投资的投资收益增加”。

从具体投向来看，常熟银行半年报披露，截至今年6月末，常熟银行持有的金融投资（主要包括交易性金融资产、债权投资、其他债权投资）规模合计达978.60亿元，其中国债持有规模177.87亿元，占比达18.18%；苏农银行也在半年报中明确指出，非息收入增加主要为投资收益增加所致，报告期内，公司处置交易性金融资产取得的投资收益同比增加421.62%，处置其他债权投资取得的投资收益同比增加383.28%。

另外，苏农银行上半年投资收益同比增长115.92%，该行在半年报中展示了其投资收益的细分项目，其中，处置交易性金融资产、处置其他债权投资取得的投资收益分别为1.76亿元、2.54亿元，同比分别增长421.62%、383.28%。

联合资信金融一部方面指出：“交易性金融资产、债权投资及其他债权投资均属于金融投资科目项下的会计科目，区别在于持有目的和会计处理模式不同。债券、资产支持证券、信托及资管计划等类型的投资资产既可计入交易性金融资产，亦可计入债权投资及其他债权投资科目。该类科目项下的收益为处置债券等金

融资产实现的资本利得。”

江阴银行在今年上半年的投资收益出现同比下降。其半年报显示，2024年上半年，江阴银行的投资收益同比下降3.5%至4.86亿元。对于农商行加大债券投资力度以及未来通过债券投资拉动利润的情况能否持续等问题，联合资信金融一部方面告诉记者：“目前中小银行普遍面临优质信贷资产不足、信贷资产信用风险管理压力上升的情况，在此背景下，中小银行对资产结构进行了调整，加大债券配置力度就是银行资产结构调整的一个表现。金融市场波动较大，如果银行依赖债券投资收益拉动利润实现，那么利润实现的不稳定性将会增强，中小银行应控制债券投资规模，以加强业务经营及收入的稳定性，同时积极拓展中间业务，以增加营业收入的多元化，仅依赖债券投资拉动利润实现是不可持续的。”

对于中小银行要如何优化资产配置结构问题，联合资信金融一部方面指出，对于资产优化配置方面，首先信贷资产方面，中小银行多为区域性城农商行，应利用自身深耕当地市场的人缘地缘优势，对区域性优质实体企业进行信贷支持，尤其是小微企业进行支持，并通过小额分散、加强风险缓释措施等手段控制信贷资产信用风险；其次在投资资产方面，投资资产配置规模大幅增长将使得银行面临的信用风险、利率风险及流动性风险上升；此外，债券投资对从业人员投研能力要求较高，需要有相应的人才及系统配置，中小银行应适度控制投资资产规模，减少市场波动对银行盈利实现及风险管理方面的冲击。

金融“大消保”新格局破题

多措并举捍卫金融消费权益

本报记者 王柯瑾 北京报道

金融消保新格局正在加速构建中。9月1日，国家金融监督管理总局（以下简称“金融监管总局”）、中国人民银行（以下简称“人民银行”）、中国证券监督管理委员会（以下简称“证监会”）联合启动2024年“金融教育宣传月”活动，金融消保再次推向高潮。

今年是消保大年，《中华人民共和国消费者权益保护法》实施30周年，《中华人民共和国消费者权益保护法》第一部配套行政法规《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》正式生效。在金融领域，今年6月，金融监管总局、人民银行、证监会三大金融监管部门联合发布《关于金融消费者权益保护相关工作安排的公告》（以下简称《公告》），标志着我国金融消费者权益保护工作步入“大消保”时代的全新阶段。

金融消保工作是一项长期、复杂的系统性工程。党的二十届三中全会明确提出“健全金融消费者保护和打击非法金融活动机制”的要求。在政策的推动下，《中国经营报》记者注意到，近期多家银行推出具体行动方案，破解金融消保难题、探寻金融消保高质量发展的新路径。

受访业内人士认为，在金融领域，由于信息不对称普遍存在以及专业性、涉众性更强，金融消费者权益保护成为一项不可或缺的基础工作。加强金融消费者权益保护，是防范和化解金融风险的重要内容，也是推动金融业高质量发展的必然要求。

根据《公告》，金融监管总局统筹负责金融消费者权益保护工作，制定相关发展规划和政策制度、完善金融消费者权益保护体制机制、开展金融消费者教育等。金融监管总局与人民银行、证监会建立金融消费者权益保护工作协调机制，加强信息共享和业务协作。

在“金融教育宣传月”活动启

动仪式上，金融监管总局副局长周亮表示，金融监管体制改革一年来，金融消保新格局加快构建，有力查处了一批侵害消费者权益的典型案件，及时推出了一批“为民办实事”的政策举措，人民群众获得感和满意度得到提升。下一步，要切实当好金融消费者权益坚定捍卫者，将从以下四个方面入手：

一是着力提供丰富多样、便捷贴心的金融产品和服务；二是着力打造全面覆盖、精准高效的消费者权益立体保护网；三是着力营造公平规范、诚实守信的金融市场环境；四是着力构建责任清晰、运行顺畅的“大消保”格局。

证监会党委委员、副主席陈华平表示，投资者是市场之本，加强

投资者保护，是资本市场全面深化改革的重要内容，也是资本市场监管工作的重中之重。《证券法》第169条明确规定“依法开展投资者教育”，是证监会的重要职责之一。《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》也指出，要强化中小投资者教育，加大普及证券期货知识力度，提高投资者风险防范意识。

除监管部门发力外，记者获悉，9月1日开始，多家银行已全面启动“2024年金融教育宣传月”活动。

例如，建设银行(601939.SH)此次活动突出“展示金融新风尚，推广为民办实事举措”“强化风险

提示，防范非法金融活动和电信诈骗”“推进行业诚信建设，培育中国特色金融文化”三大活动内容，面向大众客户、一老一少一新、残障人士、少数民族等六大类客群，不断完善金融惠民利民措施，提升金融服务质效。

中国银行(601988.SH)立足“线上+线下”，聚焦消保要点、社会热点，多渠道、全方位开展金融知识普及活动。在线下，将依托“请进来”“走出去”相结合的组合金融教育模式，在营业网点、金融教育基地组织展厅讲座、参观学习等活动。此外，还注重深入农村、社区、养老院、学校、企业、商圈，传播消保理念，提升重点人群金融服务体验。在线上，结合消保原创教

育宣传文案、典型案例，打造精品消保课堂，通过官方网站、微信公众号、手机银行等渠道开展宣传，致力于金融知识普及的常态化、阵地化、数字化、趣味化，让各类群体更好地学金融、懂金融、用金融、用金融。

光大银行(601818.SH)重点面向新市民、青少年、老年人、乡村居民等“新小老乡+”人群，普及征信知识、防骗反诈、理性投资等基础金融知识，开展“展示金融新风尚”“强化风险提示”“提醒防范非法金融活动”“推进行业诚信建设”“培育中国特色金融文化”“担当新使命 消保县域行”等主题活动，营造“学金融、懂金融、信金融、用金融”的良好氛围。

保护的数字化水平。“比如，应用技术手段提高金融消费者权益保护的覆盖面，更方便消费者进行自我保护；以线上线下融合的方式，畅通消费者投诉渠道，丰富处理方式，提高金融消费者权益保护的效果和针对性。”

在机构的实践中，建设银行方面表示，该行纵深推进数字化金融教育，融入百姓生活多场景，推出系列“为群众办实事”的重点举措，时刻关切百姓急难愁盼，强化适当性管理，做好金融消费者和投资者教育；坚持和发展新时代的“枫桥经验”，把问题化解在一线，将消费者权益保护工作融入业务经营管理，以高质量金融服务助力提升金融消费者的获得感、幸福感、安全感。

数字化赋能金融教育

中国人民银行党委委员、副行长陶玲在“金融教育宣传月”活动启动仪式上表示，金融教育的重要意义和作用可以概括为“三个有利于”：一是有利于人民群众“学金融、懂金融、信金融”，在此基础上更好地“用金融”，从而让金融政策举措真正走入千家万户，融入社会生活方方面面，服务于民生改善和经济社会发展；二是有利于提高人民群众的风险意识，提升风险认知能力，识别和远离非法金融活动，有效防范非法集资、金融诈骗等风险，保护自身合法权益，守护好自己的钱袋子；三是有利于增进社会各方对金融的客观认识，增强对金融的了解和理解，敦促金融机构培育诚实守信、以义取利、稳健审慎、

守正创新、依法合规的中国特色金融文化，共同创造良好和谐的社会氛围。近年来，我国金融消保工作取得长足进步。不过，值得关注的是，金融消保仍存在一些难点。光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示：“金融消保工作中，部分机构存在对消费者个人信息保护力度不足，产品服务适当性管理不到位等问题；金融产品的日益丰富、数字金融的发展等，对国内金融消保相关法律制度提出高要求；国内新型电信诈骗防治压力大；消保涉及面广泛，各方协调存在难度；居民整体消费者保护与防范诈骗意识有待提升。”与此同时，异常投诉也是金融

受累信保业务 长安保险密集卖资产

本报记者 陈晶晶 北京报道

面对历史债务问题，长安责任保险股份有限公司(以下简称“长安保险”)正在加紧变卖资产。

公开信息显示，长安保险所持有的汇友财产相互保险社(以下简称“汇友相互”)约16.67%股权，将于2024年9月23日10点拍卖，起拍价7413.7万元，为评估价的七折。

有知情人士向《中国经营报》记者透露，折价出售资产用来偿还旧债，是为解决长安保险信用保证

变卖价值资产

值得一提的是，除了最有价值的汇友相互，目前长安保险还有多项其他资产等待出售偿还债务。

作为我国首批3家相互保险社之一，汇友相互成立于2017年6月，专注于建筑业保险细分市场，主营业务有住建及工程领域的责任保险、信用保证保险；住建及工程领域的企业/家庭财产保险及工程保险；短期健康/意外伤害保险等。

整体看，汇友相互仍处于发展阶段，保费规模并不大。根据年报，2017年—2023年，汇友相互保险业务收入分别为0.05亿元、0.35亿元、0.95亿元、1.57亿元、2.01亿元、1.4亿元、1.29亿元。净利润方面，2017年—2023年，分别为-0.31亿元、-0.22亿元、-0.06亿元、0.14亿元、0.22亿元、0.02亿元、0.11亿元。

最新数据显示，今年上半年，汇友相互实现保险业务收入约0.77亿元；净利润678万元。二季度末，其核心偿付能力充足率为820.05%，综合偿付能力充足率为824.43%，认可资产约10.39亿元，认可负债为4.51亿元，实际资本为5.88亿元，最资本为7133.22万元。

作为股东之一，长安保险对汇友相互的出资额为1亿元，以2024年6月30日为评估基准日来看，长安保险所持有的汇友相互16.67%

保险业务的历史遗留问题。此前，因涉足“P2P”履约保证保险导致合同纠纷，长安保险目前共有4.19亿元及债务利息或相应价值的其他财产被法院强制执行。

记者注意到，除了此次汇友相互股权被拍卖，长安保险旗下还有多项资产已询价评估，以“消化”风险。

上述知情人士表示：今年以来长安保险的经营情况逐渐好转，已连续几个月实现盈利，其增资工作也已有进展。

股权转让

股权转让的评估价为约1.06亿元。

据拍卖公告披露，长安保险持有的汇友相互16.67%股权已处于司法冻结状态，冻结期3年，自2023年5月24日起至2026年5月23日止。

本次拍卖还采取了设有保留价的增价拍卖方式，保留价与起拍价一致。至少需要有一位竞买人报名并出价不低于起拍价，才能达成交易。拍卖活动还设置了延时出价机制，在拍卖结束前的最后5分钟内，若有竞买人出价，拍卖将自动延长5分钟。

值得一提的是，除了最有价值的汇友相互，目前长安保险还有多项其他资产等待出售偿还债务。

根据第三方信息平台企查查，长安保险所持有的芜湖芯厚云智股权投资合伙企业(有限合伙)3%、长安保险销售有限公司100%、上海保险交易所股份有限公司0.45%等股权，以及北京、天津、武汉等地部分房产陆续进行询价评估。

此外，长安保险位于天津市津南区咸水沽镇光明南里2-2-501的不动产，也即将在2024年10月8日10时至2024年10月9日10时被拍卖。

陷入保证保险业务纠纷

关于与金投行小贷合同纠纷，法院对长安保险采取了保全措施：冻结了公司2000万元存款，查封了四处不动产，冻结公司持有的相关机构股权；以3.7亿元为限，还冻结了公司在相关资管计划中的所有款项。

记者采访和调查了解到，长安保险拍卖汇友相互股权还债，主要原因即是与杭州金投行网络小额贷款有限公司(以下简称“金投行小贷”)的信用保证保险业务合同纠纷。

根据浙江省杭州市中级人民法院执行裁定书【(2024)浙01执968号】，因长安保险未履行法律文书确定的义务，权利人金投行小贷申请强制执行，浙江省杭州市中级人民法院于2024年6月3日依法立案执行，执行金额为约4.19亿元及债务利息。

保证保险合同纠纷民事一审裁判书【(2019)苏0591民初12775号之三】、【(2023)浙01执1号】等多份判决书显示，长安保险与金投行小贷开展信用保证保险合作最早在2016年。彼时，双方就互联网投资理财服务业务合作事宜，签订了《业务合作协议》(以下简称《合作协议》)和三份补充协议。

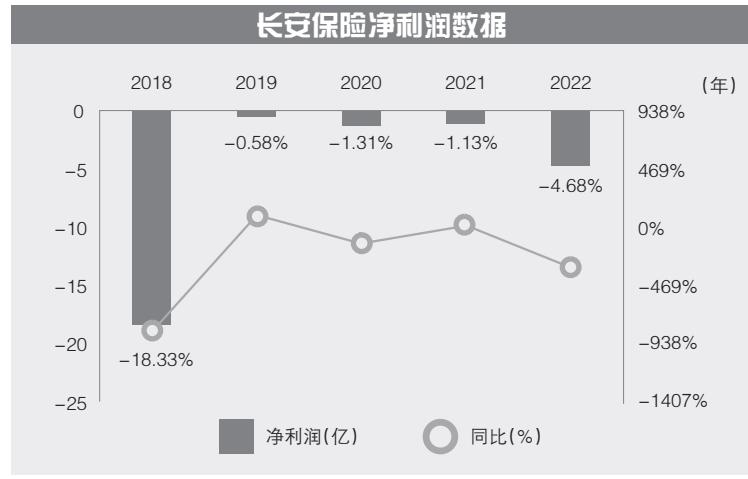
《合作协议》签订后，长安保险及长安保险苏州市中心支公司与金投行小贷开展合作，即由金投行小贷通过其金投行平台撮合借款，长安保险对借款承保履约约

保证保险。

需要注意的是，在赔偿处理方式上，《合作协议》约定，金投行小贷有权根据出借人(即被保险人)在借款协议中的授权，向长安保险发出理赔申请，以启动理赔程序，包括但不限于向保险人申请索赔、签订相关索赔资料以及代收理赔款。同时，在“贷款履约保证保险”责任范围内，长安保险方面不得拒绝足额赔付借款人应偿还但未偿还的融资本金和利息。

法院也认为，金投行小贷与出借人之间就保险理赔问题所形成的是委托关系，即在借款人(融资人)出现违约的情形下，出借人可委托金投行小贷向长安保险主张理赔。

在合作期间，长安保险苏州市中心支公司承保的贷款履约保证保险发生了大量保险事故，根据《合作协议》约定，金投行小贷向长安保险及其苏州市中心支公司送达了保险理赔数据，但长安保险方面未按照《合作协议》约定启动保险理赔程序并及时赔付。据此，金投行小贷将长安保险方面诉至法庭，要求长安保险方面



数据来源：企业预警通

履行赔付义务。

值得一提的是，根据法院判决书，双方在合作期间，还曾调整合作内容与协议。

合同纠纷民事管辖上诉裁定书【(2020)浙01民辖终1号】披露，因监管政策调整，为满足合规要求，长安保险和金投行小贷于2018年3月9日签订了《担保机构责任保险业务合作协议》，对业务模式进行调整，改由担保机构对借款进行担保，长安保险承保担保机构责任保险。

此后不久，由于金投行平台小额借款项目的逾期金额较大，双方于2018年11月13日签订了编号为jtx-ca-201811的《协议》，针对双方合作的全部金投行平台小额借款项目，就逾期项目的借款资金垫付、理赔事宜进行了约定。

《协议》载明：“截止到2018年11月13日中午12点整，甲方推荐的借款项目在金投行平台余额还有八亿元以上”。

对于此事诉讼多年原因以及更多相关违约细节等，金投行小贷相关负责人在接受记者采访时表示：“该事件目前已由人民法院受理，相关情况以公告为准。”

另据长安保险2023年三季度偿付能力报告披露，关于与金投行小贷公司保证保险合同纠纷，浙江省杭州市中级人民法院对公司采取了保全措施：冻结了公司2000万元存款，查封了四处不动产，冻结公司持有的相关机构股权；以3.7亿元为限，还冻结了公司在招商资管睿创FOF57号单一资产管理计划资产管理合同项下的所有款项。

仍在“消化”历史遗留问题

今年1月底，长安保险发布公告称，根据公司实际情况，2023年四季度偿付能力信息将于2024年2月中旬披露。但截至记者发稿，该偿付能力报告尚未披露。

实际上，作为最早一批在互联网进行布局的险企，长安保险曾一度迎来高光时刻，后续却因互联网金融“P2P”违约事件而跌入低谷。

公开资料显示，长安保险是以责任保险为特色的综合性财产保险公司。2016年起开展信用保证保险以后，净利润迅速下滑，2016年净利润为860万元，到了

2017年，净利润由盈转亏，为-1.95亿元。

自2018年起，互联网金融平台违约潮起，受此事件所累，长安保险信用保证保险出现大额赔

付，不得不计提损失，2018年当年净利润出现巨额亏损，达-18.33亿元。

下转 B8

厚积高质量发展新动能 成都银行经营质效双飞跃

业绩亮眼 规模、效益、质量协调发展

近日，成都银行公布2024年上半年业绩，展现出业务规模稳健扩张、经营业绩显著跃升、风险管理水平保持卓越的强劲态势，为未来发展奠定了坚实的基础。

今年上半年，成都银行坚持“服务城乡居民、服务中小企业、服务地方经济”的市场定位，深刻把握金融工作的政治性、人民性，立足助力区域高质量发展、提升核心竞争力两条主线，持续深化经营特质、培养塑造竞争优势，增进组织活力，为做好金融“五篇大文章”、发展新质生产力赋能。在不懈努力下，该行综合实力不断增强，并上榜2024年《财富》中国500强。

展望未来，成都银行党委书记、董事长王晖在2024半年度业绩说明会上表示，该行将按照“巩固既有优势、形成新优势”的总体思路，努力打造具有广阔发展空间的新势能。下一步该行将深度聚焦实体客群行业分析及风控体系搭建、异地分行贡献力量提升、特色财富管理业务顾问服务品牌打造、“消贷超市”特色品牌升级、金融市场业务收益贡献扩大“五大提能方向”，继续打造一批支撑该行可持续发展的“新护城河”，全力以赴增强参与更高水平、更宽领域、更深层次市场竞争的发展能力，向着服务金融强国建设的目标扬帆起航。

今年上半年，成都银行保持战略发展定力，着力提升金融服务实体经济质效，业务规模持续增长，盈利能力持续提升，资产质量不断优化，在规模、效益、质量协调发展中展现出强大的经营韧性。

在规模方面，截至今年上半年年末，成都银行总资产达12003.05亿元，较上年年末增长1090.62亿元，增幅达9.99%；存款总额为8566.72亿元，较上年年末增长10.60%；基本每股收益为1.62元，

同比增长0.13元；加权平均净资产收益率为9.02%。

中国银河证券研报分析认为，成都银行区域优势明显，受益成渝双城经济圈建设，业务发展空间广阔，有助推动业绩持续增长。

资产端，该行对公信贷扩张动能强劲，政信业务护城河明显，资产质量优异；负债端，该行存款增速快、占比高。中间业务有望受益财富管理需求扩容，拓展多元化收入

渠道。在资产管理方面，今年上半年，成都银行不良贷款率为0.66%，较上年年末下降0.02个百分点，拨备覆盖率达496.02%，流动性比例为84.52%，流动性持续充裕。

在2024年半年度业绩说明会上，成都银行党委副书记、行长(代为履责)徐登义表示，该行始终坚守资产质量生命线，坚持管好风险就是创造价值。首先，通过趋势变

化看特点，该行不良贷款率已连续八年实现下降，近两年不良贷款率稳定在0.7%以下的低位区间，总体趋于审慎和稳健。其次，通过关键结构看压力，该行已连续四年(含今年上半年)不良贷款核销小于5亿元，占不良贷款的比例不到10%，占全部贷款的比例不到0.1%，是不良生成维持低位的重要保障，也是信贷成本有条件稳步下降的前置基础。

扎根区域 奋力书写金融“五篇大文章”

稳健增长的业绩成就根植于成都银行前瞻性的顶层设计之中，其战略规划的精准实施与高效落地，是业绩扎实的重要保障。

徐登义表示，上半年该行积极融入国家战略布局和地方发展规划，立足川陕渝沃土，扎实做好金融“五篇大文章”。

具体来看，成都银行积极对接成渝地区双城经济圈建设、成都都市圈建设、公园城市示范区建设等中央和地方重大发展战略，借助成都在西部地区的核心地位和辐射作用，结合川陕渝三地共通的产业优势，积极做好金融支

持和资金要素保障，加大对地方重大项目、重点产业支持，实现与实体经济共荣共赢。在此基础上，成都银行以金融“五篇大文章”为坚实支点，撬动高质量发展的强大杠杆。

在“科技金融大文章”方面，该行以发展新质生产力为重要着力点，践行创新驱动发展战略，紧密围绕成都市产业建圈强链，从机制建设、产品创新、行业研究和队伍建设四方面入手，及时满足专精特新企业、高新技术企业以及科技型中小企业等科技型企业全生命周期和多场景的融资需求。

在“普惠金融大文章”方面，该行加强普惠业务专业化、数字化、精细化发展，从强化组织领导、完善机制建设、优化审查审批、推动服务创新、持续减费让利等方面，进一步提升小微企业金融服务直达性，切实缓解融资难、融资贵问题，促进小微、民营企业融资可持

续发展。

在“养老金融大文章”方面，该行坚持“市民银行”品牌塑造，将“亲民、便民、惠民”作为品牌内涵，形成差异化、特色化的金融服务特质。聚焦“一老一小”客群、代发客群、消费客群、财富客群等类型客群，增强产品服务综合供给。持续优化营业网点适老化硬件设施和服务水平，积极推进老年人支付服务标准化示范建设，建立健全网点老年客户群体优先、优惠、优待金融服务制度，推进关爱设施建设，优化手机银行“适老化”体验。

在“数字金融大文章”方面，该行持续深化金融科技与业务的深度融合，以科技创新为驱动力，全面提升金融服务效率与质量。坚守安全底线，确保科技应用稳健运行，同时聚焦于系统建设和数据运用两大关键领域，为业务发展提供全方位、多层次的科技支持。上半年，该行互联网贷款业务专项工作、综合理财系统升级项目、移动信贷展业优化、中小企业贷款产品对接智慧蓉城建设等重点工作均已完成建设或达到阶段性目标，有效支撑了该行业务发展需求。

聚力创新 固长板、补短板、锻新板

创新无止境。未来，成都银行将不断固长板、补短板、锻新板，持续以高质量金融供给服务高质量发展。

在公司金融方面，进一步提质增效。成都银行将积极融入国家战略布局和地方发展规划，把握成渝双城经济圈建设发展机遇，聚焦成都市产业建圈强链和都市圈建设，全力支持实体经济和重点产业发展，瞄准“优势赛道、基础赛道、未来赛道”企业培育，聚焦企业全生命周期服务需求，量身定制金融服务方案。大力发展战略性新兴产业，丰富绿色金融

服务。成都银行将进一步落实公私联动、本外币联动、线上线下联动、资产负债联动等机制举措，以储蓄存款等业务为重点，加强拓展零售基础客群，不遗余力做大AUM规模。持续优化按揭、消费贷款服务，提升零售业务发展质效。强化代发业务，优化线上客户专区和线下企业服务水平，提高代发户数和规模。有序探索金融场景建设，积极链接客群需求，提升客户活跃度和服务能力。加强数据驱动，实现精准化服务，为客户提供专业、智能、便捷的一站式综合金融服务，丰富养老服务供给，扮演好老年客群生活与金融服务的全能管家，进一步提升服务质量与客户满意度。

此外，成都银行还将纵深推进大零售品牌。网点辐射川内主要城市及重庆、西安区域，客户数量达到千万级，随着数字化、精细化管理手段运用和精准营销有序实施，客群黏性逐步增强，客户价值提升成效明显。异地分行零售业务起势，大零售转型工作指引扎实推进见效，零售产品服务口碑得到进一步沉淀积累，业务贡献稳步提升。

敢于创新、突破自我，成都银行的成长离不开企业文化的有力支撑。该行坚持文化创新与基因传承相结合，文化塑造与健康发展相促进，以特色文化优势坚定企业发展自信，以文化软实力提升企业核心竞争力。接下来，成都银行将秉承社会责任的坚定与永葆企业生机的创新紧密结合，培育更能激发活力和潜能的“创新文化”“工匠文化”“风险文化”和“家园文化”，以先进文化品格彰显国企社会担当，以独具特色的文化底蕴聚合高质量发展的新动能。广告

数据交易所求解“互认互通”

本报记者 蒋牧云 何莎莎
上海 北京报道

数据交易的互认互通机制建设不断推进。

《中国经营报》记者注意到，继24家数据交易机构联合发布《数据交易机构互认互通倡议》，多家大数据交易所参与的全国

数据交易机构需求互通池在近期上线。

多位业内人士向记者表示，各数据交易机构通常有不同的入场标准和流程等，这一背景下产生了数据交易互认互通的需求，而交易所之间的交易制度差异、定价机制复杂、数据安全与隐私保护需求等问题则是互认互通过程中面临的

主要考验。此次需求互通池的上线，有助于提升供需匹配的效率和精准度。

需要指出的是，互认互通提速也给数据交易机构带来新的思考，即随着地方数据交易机构的增多以及数据的互通，未来要如何结合自身特色，来提供真正具有差异化特色的产品或服务？

提升供需匹配效率

在数据交易互认互通的过程中，存在不少挑战。湖州城市集团下属数字集团总经理、书记王震向记者表示，这一过程中主要的挑战来自于，交易所之间的交易制度差异、定价机制复杂、数据安全与隐私保护需求等问题。

2024年5月，在国家数据局推动下，24家数据交易机构联合发布《数据交易机构互认互通倡议》。其中提到，数据交易机构在未来一段时间内推进数据产品“一地上架，全国互认”；数据需求“一地提出，全国响应”；数据交易“一套标准，全国共通”；参与主体“一地注册，全国互信”，推动构建统一开放、活跃高效的数据要素市场。

在此背景下，市场主体的相关探索加速。记者了解到，贵阳大数据交易所在2024年数博会期间，组织召开全国数据交易机构互认互通闭门研讨会，全国20家数据交易机构达成共建互通需求池，并同步上线213个数据需求。

“作为重要的生产要素，数据交易一定要做到与全国互联互通，并通过产业禀赋树立价值，基于标准化的数据资产认定，实现跨资产要素二次融合。”上海数据交易所副总裁徐彦尧在会上表示，数据作为数字经济时代最为宝贵的资源，已成为推动企业数字转型与智能化的重要驱动力。促进数据产品流通交易，需

从供需两侧协同发展。

亦有数据交易机构人士告诉记者，互认互通的需求主要来自各个数据交易机构都有不同的入场标准和入场流程，这对于市场上的数据商来说非常不方便，且无法简便实现全国范围内数据产品和需求上架。

不过，记者了解到，在数据交易互认互通的过程中，存在不少挑战。湖州城市集团下属数字集团总经理、书记王震向记者表示，这一过程中主要的挑战来自于交易所之间的交易制度差异、定价机制复杂、数据安全与隐私保护需求等问题。

为应对一系列挑战，王震表示，接下来将通过沟通协商统一交易规则、研究科学定价机制、强化数据安全技术与隐私保护，并推动技术与标准统一，以促进数据交易的高效与安全。与此同时，也正在推进具有湖州特色的绿色金融、地理信息、绿色低碳等行业专区，并且将各专区与全国相应城市具备行业标签或产业聚集的数据流通平台进行数据互通和产品互认。

此次上线的需求池能否解决相关痛点？据了解，贵阳大数据交易所将为全国数据交易机构提供一个可嵌入集成的互认互通需求池页面及配套的数据管理接口。具体而言，贵阳大数据交易所将协同全国数据交易机构共同梳理的标准化数据需求、规则、合规性审查等录入模板，并向各数据交易场所提供一站式的管理接口，包括应用接入、新增需求等。与此同时，每个机构都将拥有自己的独立应用，确保数据同步的安全性和独立性。

王震告诉记者：“目前我们（湖州市数据交易服务中心）已加入这一重要平台，并上传了数据需求。本次需求主要聚焦在企业经营风险评估和预警方面，希望通过数据流通促进域内企业高质量健康发展。”北京社会科学院副研究员王鹏则向记者表示，通过需求互通池等机制，各交易所汇聚了来自不同领域的数据需求，提高了供需匹配的效率和精准度。这不仅有助于数据资源的优化配置，还促进了数据价值的最大化实现。

北京社会科学院副研究员王鹏则向记者表示，通过需求互通池等机制，各交易所汇聚了来自不同领域的数据需求，提高了供需匹配的效率和精准度。这不仅有助于数据资源的优化配置，还促进了数据价值的最大化实现。

差异化服务能力迎考验

数据要素应用专家李可顺向记者表示：“除了各个交易所的机制设定之外，对交易所而言还有一个顾虑是，当前优质的数据产品稀缺，产品互通后可能对自身的发展造成一定影响。”

除了此次上线的需求池之外，记者了解到，目前各交易所在数据交易互认互通领域已有尝试。

比如，2024年5月，贵阳大数据交易所与浙江大数据交易中心将各自的数据商——南方电网贵州电网公司和国网浙江新兴科技有限公司旗下数据产品，挂牌上市至对方数据流通交易平台。这是国内数据交易场所首次完成跨省电力数据产品互联互通。据悉，除了浙江大数据交易中心之外，贵阳大数据交易所还与深圳数据交易所、华东江苏大数据交易中心、广州数据交易所、杭州国际数字交易中心、海南省数据产品超市等先后达成合作。

北京国际大数据交易所（以下简称“北数所”）首席专家郎佩佩也在前述会议上表示，前期在国家数据局牵头组织下，北数所协同24家数据交易机构发布《数据交易机构互认互通倡议》。上个月在全球数字经济大会期间，北数所发起与郑州、贵阳、深圳、天津、浙江、苏州、长春等八家数据交易机构围绕“一地上架，共同推动第一批互认数据产品196个，为多地数据交易互通及系统链接奠定了基础。

需要指出的是，数据交易的互认互通仍待进一步完善。比如，尽管已有初步的政策指导和倡议，但在实际操作中，各数据交易所在交易标的、数据可用性、交易流程等方面仍存在较大差异。因此，需要制定更为统一和详细的数据交易标准和规则，以确保交易的公平、公正和高效。

业界共识在于，数据交易涉及多个环节和方面，需要建立健全的数据交易标准和规则，以确保交易的公平、公正和高效。

部分省市数据交易场所数据生态建设情况

数据交易场所	入驻主体数量	数据交易场所	入驻主体数量
北京国际大数据交易所	500余家(2023.11)	郑州数据交易中心	352家(2023.08)
贵阳大数据交易所	1078家(2024.08)	湖南大数据交易所	575家(2024.07)
长春数据交易中心	148家(2023.08)	广州数据交易所	超1500家(2023.12)
上海数据交易所	1200余家(2023.12)	北部湾大数据交易中心	211家(2023.12)
浙江大数据交易中心	1622家(2024.08)	海南省数据产品超市	1436家(2024.08)
杭州数据交易所		西部数据交易中心	260余家(2023.09)
深圳数据交易所	3406家(2024.06)	德阳数据交易中心	150家(2024.07)
福建大数据交易所	超500家(2024.08)	苏州大数据交易所	近400家(2024.07)

数据来源：中国信息通信研究院《数据交易场所发展指数研究报告(2024年)》

全的数据交易制度体系来保障其顺利进行。这包括建立健全数据商的市场行为规范、根据市场供需细化数据分类分级、落实数据权属的结构性分置以及鼓励市场主体积极参与数据合规建设等。

针对落地实践，王震告诉记者，湖州数字集团正积极推进实现数据产品的互联互通，不仅从场景共享、技术创新上下功夫，还从行业标准共研、数据领域课题研究、信息化项目推动、白皮书参与制定等方面持续发力。除此之外，他还透露湖州数字集团目前正在完善建筑碳效码建设，构建科学合理的碳效评价体系，探索“一地领先、全国推广”。

值得注意的是，数据交易的互认互通也推动着交易机构对数据要素价值的进一步挖掘。数据要素应用专家李可顺向记者表示：“除了各个交易所的机制设定之外，对交易所而言还有一个顾虑是，当前优质的数据产品稀缺，产品互通后可能对自身的

发展造成一定影响。”他进一步表示，从目前数据交易所发展情况来看，各地都会融合自身的特色与能力来推出产品或服务，比如，北京市的国际化程度更高，贵阳市的算力基础更完备，深圳的高精产业更多等。

不过，当前的差异化产品大多还停留在较浅层次。李可顺认为：“以交通数据为例，观察各交易所的数据产品可以发现，不同的产品仅仅从名称上做了区分，而细看产品的数据内容、来源可能都是一样的。”在他看来，接下来产品的差异化更多要在技术路径、交互上下功夫。比如，在互通了政府数据之后，交易所能否进一步加工更具有价值的数据，或者通过技术升级，来迭代自身的解决方案等。

对此，郎佩佩也在会上表示，随着地方数据交易机构的增多，未来考验数据交易机构发展的，将更多是真正服务市场的能力、服务数据企业的能力、促成数据业务流动的能力。

海量公共数据如何“供得出”“流得动”“用得好”？

专访上海数据交易所副总经理、研究院院长韦志林

本报记者 石健 北京报道

当前，各地政府积极开展公共数据流通利用的制度与产业实践，而公

加快建设合规体系

《中国经营报》：在加快建设数据要素市场的背景下，如何保障包括政务数据在内的海量公共数据“供得出”“流得动”“用得好”等问题？

韦志林：政务数据属于公共数据的范畴，其流通交易受到中央及各地方政府对公共数据开发利用相关法规及政策文件的约束。《关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》（以下简称“数据二十条”）要求“探索用于产业发展、行业发展的公共数据有条件无偿使用”。公共数据有偿利用的条件设置与审查审批，是公共数据有序开放路径建构的重点内容。

在加快建设数据要素市场的背景下，如何保障包括政务数据在内

共数据中涉及大量的个人信息、重要数据，使用、流转过程需要遵守相关的法律法规，确保合法合规。

上海数据交易所副总经理、研

究院院长韦志林近期在接受《中国经营报》记者专访时表示：“通过数据交易机构上架并流通公共数据产品，可以规范公共数据的授权运营

行为，提升公共数据利用行为的安全、合规程度，明确公共数据的来源、流向和使用情况，最终保障公共数据开发利用合规可控。”

的海量公共数据“供得出”“流得动”“用得好”，也被视为激活数据要素价值必须回答的问题。审批机制、数据内容、服务形式与收费标准是公共数据市场化利用规则中应当关注的要点。

这就需要搭建公共数据产品从供给、开发利用到市场交易全链路的合规路径，尤其是公共数据利用的审查审批、信息披露、规范定价与收益分配等要求的落实与审查，系公共数据合规路径构建的重点。

《中国经营报》：在信息披露方面，公共数据的合规流通要求确保数据交易的透明度和可追溯性，这对于维护市场秩序、保护数据主体权益以及增强数据交易各方的信任有哪些积

极意义？

韦志林：公共数据信息披露应至少包括以下几个关键因素：一是数据来源。明确公共数据的来源与方式，包括数据的生成和收集，确保数据来源的合法性。二是数据内容。通过明确公共数据类型、范围、更新频率等数据内容，实现公共数据产品标准化。

三是服务形式。明确公共数据对外提供的具体服务方式。四是交易条件。公开的公共数据定价依据、价格、支付方式等交易条件，确保交易过程的透明性。

《中国经营报》：数据二十条提出，按照“谁投入、谁贡献谁受益”原则，你对该原则如何理解？

韦志林：该原则着重保护数据要

素各参与方的投入产出收益，依法依规维护数据资源资产权益，探索个人、企业、公共数据分享价值收益的方式。财政部《关于加强数据资产管理的指导意见》提出，“探索公共数据资产收益按授权许可约定向提供方等进行比例分成，保障公共数据资产提供方享有收益的权利。”

从产业实践来看，区域内公共数据利用涉及公共管理和服务机构、数据来源方、公共数据授权运营机构、产品开发机构、交易流通机构等多个主体，呈现出多主体参与、横纵交叉的复杂结构，公共数据开发利用后的收益分配需在政府主导下，通过政策引导、法规要求及各方签署的协议进行明确。

《中国经营报》：目前各地采取怎样的举措来保障公共数据的合规利用？出台了哪些政策来推动数据要素市场流通交易？

韦志林：目前，已有部分地区引导或要求公共数据产品进行场内交易。例如，《贵州省数据流通交易管理办法（试行）》规定：“各级大数据主管部门按相关规定，统一授权具备条件的市场主体运营本级政务数据，形成的数据产品和服务，通过数据交易场所进行交易。”“各级政府部门、公共企事业单位涉及数据产品及服务、算力资源、算法工具等的交易，通过数据交易场所开展交易。《深圳市数据交易管理暂行办法》提出，鼓励公共数据经授权运营方式加工形成的、已不具备公共属性的数据产品在数据交易场所内进行交易。《杭州市公共数据授权运营实施方案（试行）》规定，授权运营主体原则上应将审核通过的公共数据产品和服务在杭州数据交易所进行登记管理，按照国家、省、市数据要素市场规则流通交易。

《中国经营报》：上海数据交易所在数据产品交易过程中，为了规范交易行为、保护交易各方权益而制定的规范性文件，旨在引导、促进数据产品的标准化。它详细说明了数据产品的类型、来源、内容、更新频率、质量、使用条件等关键信息，帮助交易各方了解数据产品的特性和价值，促进数据产品的合规交易。公共数据开发利用主体都做了哪些探索？

韦志林：在价格形成机制方面，上海数据交易所结合数据二十条，

上接 B7

长安保险在2018年年度报告中也详细披露称：“截至2018年12月31日，公司净资产-10.22亿元，核心偿付能力充足率、综合偿付能力充足率分别为-185.93%、-185.93%。这些事项或情况表明可能存在可能导致公司持续经营能力产生重大疑虑的重大不确定性。”

从2018年后，长安保险连续亏损。2019年—2022年，长安保险净利润分别为-0.58亿元、-1.31亿元、-1.13亿元、-4.68亿元。

长安保险第一大股东国厚资产管理股份有限公司（以下简称“国厚资产”）公告披露称，2023年，长安保险归母净利润为-7.66亿元，发生重大亏损；净资产为-8.63亿元，已经资不抵债。

2023年三季度偿付能力报告显示，自2023年一季度以来，长安保险风险综合评级评价为D级，主要原因是公司留存收益为负，核心资本不足，可资本化风险大等。

“随着公司偿付能力充足率持续不足，公司业务已受到较大影响；同时，监管将对公司采取相应的监管措施，可能会造成2023年度保险业务进一步大幅下降，保费资金流入也将大幅下降。目前公司投资资产中可变现的流动性资产比例较低，公司2023年度整体流动性风险相比以往年度持续且大幅增加。”长安保险进

一步称。其在偿付能力报告中还表示，公司正积极推进增资扩股工作，同时检视在风险管理工作中存在的不足，不断提升公司偿付能力、风险管理能力，为公司健康发展提供保障。

“对于资本严重不足的保险公司来说，首先需要补充资本，特别是核心资本，主要途径应该是股东增资。”业内人士对记者表示。

今年1月底，长安保险发布公告称，根据公司实际情况，2023年四季度偿付能力信息于2024年2月中旬披露。但截至记者发稿前，该偿付能力报告尚未披露。

值得一提的是，长安保险部分股权仍存在被质押及被冻结的情况。据长安保险披露，截至2023年三季度末，第一大股东国厚资产已经将持有的长安保险31.68%的股权全部质押；股东北京林氏房地产开发有限公司以及江苏省高科技产业投资股份有限公司分别所持有的3.76%长安保险股权亦被质押。

此外，据悉，安徽国元金融控股集团有限责任公司（以下简称“国元金控”）被委以重任，成为牵头方，主导长安保险的风险处置工作。

针对工作进展细节，国元金控相关负责人对记者表示：“因公司签署保密协议，不便向媒体透露。”

“中国神船”启航

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

“南北船”合并五年后，国内将再现两大“巨轮”合并情形。

日前，中国船舶集团旗下两大千亿元级旗舰上市公司同时发布公告称，中国船舶重工股份有限公司(601989.SH，以下简称“中国重工”)与中国船舶工业股份有限公司(600150.SH，以下简称“中国船舶”)正在筹划合并交易，计划由中国船舶通过向中国重工全体股东发行A股股票的方式换股吸收合并中国重工。

《中国经营报》记者注意到，2019年“南北船”合并时，被誉为“中国神

船”，业内普遍认为后续仍将进行系列调整，除集团人事及职能等常规调整外，旗下各大上市公司的同业竞争及具体定位等也需进一步优化。此次两大上市公司筹划合并，正是此前“南北船”合并事项的延续与深化。

“此次不是简单的合并，而是经济布局、结构调整与战略性重组。”国企改革与发展研究专家李锦向记者表示，此次两家企业筹划合并，是央企结构调整的大动作，能够优化上市公司经营结构，增强其在资本市场的影响力，也充分展现了国资央企专业重组整合与资本市场整合的趋势与方向。



当地时间9月3日，在德国汉堡“SMM 2024”船舶制造工业展开幕当天，参观者在中国船舶集团(CSSC)的展台周围。

视觉中国/图

“南北船”合并延续与深化

五年前，“南北船”合并事件引发行业内外广泛关注。

实际上，“南北船”合并也是“分久必合”事项，两家公司是1999年由原中国船舶工业总公司拆分而成。

其中，原中国船舶重工集团公司俗称“北船”，旗下有中国重工、中国动力(600482.SH)、中国海防(600764.SH)、中国应急(300527.SZ)、久之洋(300516.SZ)、中船汉光(300847.SZ)等上市公司；原中国船舶工业集团公司俗称“南船”，旗下有中国船舶、中船防务(600685.SH)及中船科技(600072.SH)等上市公司。

2019年，拆分20年后，“南北船”实施联合重组，两家公司整体划入中国船舶集团。随后两年，上述上市公司悉数纳入中国船舶集团，“中国神船”实力持续增长。

“南北船”合并时，业内普遍认为，“南北船”合并后，除将对集团人事、组织架构及职能部门等进行常规调整外，后续仍将进行系列调整，其中进一步优化各公司定位及同业竞争等问题将是重要方向。因此，此次中国船舶与中国重工筹划的合并事项，业内也认为是五年前“南北船”合并事项的延续与深化。

“两个上市公司均是此前‘南北船’旗下核心上市公司，此次若能成功整合，新公司总资产将接近4000亿元，年收入超过1000亿元，将成为

全球最大的船舶制造上市公司。”标普信评工商企业评级部总监张任远向记者表示，此次两大公司合并是对此前“南北船”合并的延续和深化，若能合并成功，将有利于中国船舶集团更加高效地整合配置集团内资源，强化全球竞争力。

“可以明确的是，此次不是简单的合并，而是经济布局、结构调整与战略性重组。”李锦也表示，此次重组若能成功，存续上市公司产能规模绝对值没有扩大，但调配的可控性加强，这样更加有利于优势互补，优化资源配置，实现做强做优目标。

记者了解到，在重组公告披露前，中国船舶与中国重工股价均出现较大幅度下跌。重组公告发布于9月2日晚间，当天的股票交易时段，两家公司股价跌幅较大。截至9月2日收盘，中国重工股价下跌6.39%，收于4.98元/股；中国船舶下跌9.04%，收于34.90元/股。

对此，中国船舶相关人士回复投资者关注时表示，不太清楚股价下跌的原因，目前公司生产经营情况一切正常；公司上半年业绩良好，主要财务指标同比均有增长。

实际上，当天开盘，“中船系”公司股票就出现波动，上述不少上市公司股价震荡走低。至当日收盘，久之洋下跌5.35%，中船科技下跌4.34%，中国动力下跌5.17%，中船防务下跌6.53%。

再现“强强联合”

五年前，“南北船”合并被称为“强强联合”，由此诞生了中国船舶集团这一“中国神船”。

五年后，两大上市公司是“南北船”合并后中国船舶集团最大的一次资产整合，被外界视为再一次“强强联合”，强化集团资源调配能力的同时，也展现着央企整合的新趋向。

此次筹划合并的两家公司都是市值超过千亿元的大型船舶企业。截至重组消息披露当日收盘，中国船舶和中国重工的市值分别为1560.88亿元和1135.54亿元。

“这是近十年A股资本市场最大规模并购交易。”李锦表示，此次重组完成后，存续上市公司将成为资产规模、营业收入规模、手持船舶订单数均领跑全球的世界第一大旗舰型造船上市公司。

各项数据也验证着这一说法。

今年上半年，中国船舶与中国重工均实现营收净利双增，造

规范同业竞争

与五年前“南北船”事项类似，统强企业竞争力的同时，此次合并还意在规范同业竞争问题。

两家公司在公告中均明确，筹划此次交易是为进一步聚焦国家重大战略和兴装强军主责主业、加快船舶总装业务高质量发展、规范同业竞争、提升上市公司经营质量。

“消除和避免同业竞争实现优势互补，是‘南北船’合并同时也是此次上市公司筹划合并的内在动力。”李锦认为，“南北船”本身在不少领域就存在着重复投资问题，几年下来并没有彻底解决。

“通过类似合并的方式，来完成有关资产和业务的专业化整合，消除和避免同业竞争。”李锦表示，两家上市公司重组也将整合两家企业的优势科研生产资源

国资改革纵深推进

以围绕“中国神船”的各项整合为代表，业内认为后续新经济和传统产业的整合将进一步提速，助力新质生产力发展同时，势必会受到市场更大关注。

“‘南北船’的同业竞争等问题尤其不利于集中力量进行创新突破，形成与发展新质生产力。”李锦认为，此后在新兴产业方面的重组会得到进一步增强。

“自南北两船联合重组以来，中国船舶集团优化科研生产体系和能力布局，对原属两大造船集团的科研与生产资源进行整合。”李锦表示，本次重组旨在解决两大上市公司之间在总装业务领域的同业竞争问题，整合融合科研

和供应链资源，促进修船先进技术的深度融合升级，稳妥推进符合注入上市公司的相关资产及业务整合以解决同业竞争问题。

此前，“北船”偏军工生产，侧重船舶设计与配套；“南船”民品居多，侧重船舶制造，但两者仍存在船舶总装、动力等部门业务领域重合及同业竞争等问题。此次中国船舶及中国重工这两大上市公司的情况也与此类似。

从主业来看，两大上市公司均涉及造船业务，且均涉及军品及民品。

其中，中国船舶的造船业务主要涉及军用舰船、各类特种船舶、大型/超大型集装箱船、液化气船、大型邮轮、散货船、公务执法船等。中国重工的造船业务则主要涉及航空母舰、水面舰艇、常规动

船业务交付及在手订单量也均实现增长。

其中，中国船舶交付的民品船舶数量和单船平均价格同比提升，完工交付民品船舶48艘/403.45万载重吨，较上年同期多交付10艘，吨位数完成年计划的59.87%，同比增长3.20%。

同期，中国重工共承接民船订单68艘/1167.1万载重吨、436亿元，分别同比增长83.8%、230.6%、130.2%；共完工民船26艘、277.3万载重吨(同比下降7.1%)、84.3万修正总吨(同比上涨10.5%)。

截至2024年6月底，中国船舶累计手持民品船舶订单322艘/2362.18万载重吨/1996.39亿元；中国重工海洋运输装备业务手持订单216艘/2878.3万载重吨，手持订单中，中高端、绿色船型占比持续提升。

“此次两家公司筹划合并，分量重，是中央企业结构调整的大动

作。”李锦认为，此次两家公司若能合并，能进一步优化上市公司经营结构，增强其在资本市场的影响力；同时也将实现产业经营与资本运营融合发展，是国有资本注入资本市场的一个新趋向。

“结构调整、重组兼并是新一轮国企改革的主线。我们认为，强化国有资本在股市的影响力将成为一大趋势。”李锦表示，目前中国股市私营力量比重高，国有企业控制力弱，因此股市价值与实际情况相背离，需要强化国有资本的控制力、影响力，使得股市价值合理化。

“央国企通过并购重组实现产业链整合，有助于提升新质生产力发展，或将继续提速，而新经济和传统产业整合未来也有望受到市场更大关注。”李锦表示，截至7月中旬，今年以来央国企重组整合事件数量同比增长120%。围绕优化资源配置深化

改革，预计后续“鼓励上市公司聚焦主业，综合运用并购重组、股权激励等方式提高发展质量”“支持上市公司之间吸收合并”将成为一股潮流。

“此次两大公司筹划合并也符合国企改革的脉络和思路。”张任远表示，从历史上看，国有企业的改革可以分为拆分与整合两个阶段。

“第一个阶段是拆分，即在政企分开的过程中，将大集团拆分为多个国有企业。”张任远指出，拆分旨在增加市场竞争，推动企业市场化经营，提高国有企业竞争力。

“第二个阶段是整合，即把已经成熟运作的业务相同的不同集团整合为更加强大的集团公司。”张任远表示，此举主要是在市场化经营的前提下，更加优化资源配置，减少不必要的同业竞争和“内耗”，进一步推动国有企业做大做强。

示，此次中国船舶与中国重工筹划合并主要涉及船舶总装平台业务的整合，后续可能还将吸收合并中船防务，同时注入接船质量较好的未上市公司沪东中华，并逐步剥离不良资产等。

“动力业务的整合则可能将涉及动力业务的剥离及整体并入中国动力，使该公司成为动力和配套业务的平台。”李锦表示。

“本次重组完成后，存续上市公司将成为资产规模、营收规模、手持船舶订单数均领跑全球的旗舰型造船上市公司。”李锦认为，此次重组后，存续上市公司将凭借强大的科研创新实力、先进的管理水平、精湛的制造工艺、丰富的产品线，抓住行业机遇，提升公司在全球市场的影响力，持续引领全球船舶工业发展。

在牢牢把握深化国资国企改革的总体目标、根本要求、鲜明导向、重点任务及政治原则等五方面贯彻落实相应部署。

其中，鲜明导向方面主要是要加快形成同新质生产力更相适应的生产关系。具体要把握新一轮科技革命和产业变革大势，适应人民群众新期待和市场需求新变化，加快企业组织形态、经营机制、管理体系的变革等。

就此次重组事宜，记者致电中国重工采访，对方表示相应事项均以公告为准。此外记者致电致函中国船舶采访，对方表示已反馈至领导，会尽快回复。截至目前，记者未获回复。

王健林“援军”到场

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

随着新股东的加入，万达集团的“援军”正式到达。

近日，《中国经营报》记者从天眼查信息了解到，9月2日，大连新达盟商业管理有限公司(以下简称“大连新达盟”)发生工商信息变更，公司注册资本由162.1亿元变更为约405.17亿元，投资总额变更为513.15亿元。企业类型从其他有限责任公司变更为有限责任公司(外商投资、非独资)。

此外，公司股东在原有的大连万达商业管理集团股份有限公司(以下简称“大连万达商管”)和大连万裕企业管理有限公司(以下简称“大连万裕”)以外，新增太盟、中信、阿布扎比投资局，以及苏州国资旗下的晨兴资本等。企业法定代表人、董事长也从肖广瑞变更为黄德炜。

从最新备案的高级管理人员名单来看，董事会成员扩充至13人。其中韩旭、黄国斌、何其聪、肖广

瑞、张春远均为万达系高管；董事长黄德炜则为太盟投资合伙人兼太盟中国总裁。

据了解，新达盟成立于今年1月份，是大连万达商管旗下新的资产平台。此前，万达集团曾极力推动旗下商管板块子公司上市。

2014年12月23日，当时还未更名为万达商业在深交所主板挂牌上市。但上市不久，万达集团实际控制人王健林认为万达商业公司被低估，万达集团有意推动其在A股上市。2015年9月，万达商业向证监会递交招股书，正式开启回A之路。

随后，王健林在2016年9月将万达商业私有化。2018年1月，其开始备战A股IPO，当年万达商业也随之更名为大连万达商管。

2021年3月，大连万达商管苦等几年后，宣布撤回A股IPO申请。同时，其对旗下轻资产相关资源进行重组，并于2021年3月下旬成立珠海万达商管集团股份有限公司(以下简称“珠海万达商管”)，

成为向港股冲击上市的新主体。

2021年7至8月，珠海万赢企业管理有限公司(万达商管集团全资子公司)、万达商管集团及珠海万达商管与腾讯、阿里、碧桂园、PAG(太盟投资集团)等22家投资者签订股份转让协议，22家机构投资者合计持股约21.17%，当时珠海万达商管获得约380亿元的融资。

根据当时的对赌协议，若珠海万达商管2023年年底前未能成功上市，22家投资者可要求万达按照8%的年收益率，回购总额300亿元的股权。

不过，因融资环境和房地产市场变化，去年珠海万达商管第4次递交的招股书再次失效。

据了解，去年11月中旬时，据彭博社消息，珠海万达商管拟向投资者在四年内分期偿还300亿元股权回购款，同时提供珠海万达商管超过20%的股权作为抵押。不过，这一初步建议当时并未被投资者采纳。

去年12月12日，就在对赌大限将至之际，万达集团方面对外宣称，与此前的投资者PAG签署新投资协议，PAG携其他投资者对珠海万达商管进行再投资，成立新的投资平台新达盟。

根据当时万达集团对外透露的消息，珠海万达商管上市对赌协议所涉及的约380亿元债务得以暂时化解，但代价是万达集团对商管板块的轻资产管理平台持股比例从超78%降至40%，PAG和数家现有及新进投资人股东总计持股上升至60%。

据了解，新老股东们在新达盟进行股权重新分配，后续珠海万达商管将成为新达盟旗下的子公司。据了解，珠海万达商管是国内最大的商业地产管理公司，目前管理着近500家大型商场。

今年3月底时，大连万达商管与太盟投资集团、中信资本、Ares Management旗下基金(Ares)、阿布扎比投资局(ADIA)旗下全资子公司Platinum Peony和穆巴达拉投资公司(Mubadala Investment Company)正式签署投资协议，5家投资方联合向大连新达盟商业管理有限公司投资人民币约600亿元，合计持股60%，大连万达商管持股40%。

在上述签约仪式上，万达集团董事长王健林并未现身，代表万达集团致辞的高管分别是万达集团总裁齐界、万达集团副总裁何其聪和万达商管集团总裁肖广瑞。若按照3月PAG等投资人的投资额估算，新达盟估值约为1000亿元。

不过，在3月底签署完协议后，有知情人士透露，该笔资金预计在今年二季度到账，但至6月底时资金尚未到账，其间，新达盟的股权也曾多次被冻结。

此外，万达集团今年以来仍在不断出售资产。据不完全统计，自2023年以来，万达集团已累计出售超过20座万达广场，仅今年7月就出售了3座万达广场。

市场曾一度猜测此次投资恐

存在变数。据彭博社消息，尽管大连万达商管通过去年12月的再投资协议暂时避免了支付300亿元股权回购款，但一些投资者仍然希望出售所持股份并退出。今年2月，知情人士称，万达集团已与银行接洽，申请约300亿元贷款。

今年8月，曾有市场消息称，大连万达商管已获得多家银行承诺提供逾100亿元贷款，将用于履行“对赌”协议。

截至今年6月底，大连万达商管在手现金115.8亿元，扣除股权回购款外，一年内到期有息负债接近300亿元。

不过，如今随着新股东的加入，万达集团的流动性危机暂时获得缓解。今年6月份，新财富500创富榜最新榜单显示，王健林、王思聪父子由于拥有大连万达商管46%股权，以1408亿元资产重回前十。

记者就新达盟注册资本及股东变更联系万达集团方面，对方不予置评。

国内小家电加速全球征程 出海寻新增长点

本报记者 陈靖斌 广州报道

上半年,A股22家小家电上市公司实现营收543.22亿元,业绩表现亮眼。这一优异成绩与小家电企业的出海战略密不可分,同时也为未来的业绩增长奠定了坚实的基础。

出海推动小家电业绩增长

虽然国内家电市场面临“需求不振、价格承压”的低迷环境,但出口市场成为行业少数的增长亮点,被视为打破困局的关键。

随着2024年A股上市公司半年度“成绩单”揭晓,《中国经营报》记者发现,家用电器行业上市公司的经营指标显示出积极变化的趋势。

相关数据显示,家用电器行业上市公司上半年营业收入超过8300亿元,同比增长近5.9%;净利润超过618亿元,同比增长超6.5%。虽然国内家电市场面临“需求不振、价格承压”的低迷环境,但出口市场成为行业少数的增长亮点,被视为打破困局的关键。

小家电企业也因出口而业绩显著改善。深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司(以下简称“北鼎股份”)2024年上半年实现营收3.22亿元,同比增长0.22%;归母净利润为3191.76万元,同比下滑15.19%。2024年上半年,特别是二季度,北鼎股份的自主品牌国内收入止住了下滑趋势,而海外业务和代工业务收入则延续增长趋势,使得整体收入小幅增长。

北鼎股份相关负责人表示,自2023年起,“北鼎BUYDEEM”自主品牌海外业务从以直营为主、分销为辅的模式,全面转型为以分销为主、直营为辅的全球多渠道拓展模式。尽管这种调整在渠道和运营模式上对收入结构产生了一定影响,但整体费用得到显著优化。北鼎股份通过经营模式的转变,加快了与各国渠道商和代理商的合作,在北美、日本、俄罗斯等地区取得了实质性订单。

近年来,中国家电出口实现快速增长,不仅在数量上不断攀升,质量也有显著提升。凭借高性价比和技术应用,中国家电企业在国际市场获得广泛认可。海关总署的最新数据显示,今年前7个月,包括电扇、洗衣机、吸尘器、微波炉、液晶电视在内的家电品类累计出口额达4091.9亿元,同比增长18.1%,远超全国出口整体增速11.4个百分点。2023年3月到2024年7月,中国家电出口已经连续17个月实现同比

正增长。

小家电行业也同样受益于这股出海热潮。同花顺iFind数据显示,2021年,小家电上市公司整体实现营收1046.35亿元,2022年这一数字为1045.78亿元,2023年进一步增长至1090.11亿元。



北鼎股份旗下北鼎BUYDEEM国产小家电连锁店。

中国家电全球“圈粉”

事实上,小家电企业正通过品类扩展来满足海外市场的需求。

能够进一步推动业绩增长。

“未来,这些企业可以深耕细分市场,研发符合当地文化和生活习惯的新产品,以差异化吸引消费者。此外,品牌建设和数字化转型也是关键,通过社交媒体营销和电商平台直接触达消费者,增强用户黏性。在市场适应方面,企业应加大研发投入,密切关注全球趋势,快速响应市场变化,推出创新性产品和服务。”詹军豪补充道。

中国机电产品进出口商会数据显示,2024年上半年,中国家电(白电)全球累计出口额达到648.1亿美元,同比增长13.4%。今年以来,我国家电产品的月度出口额屡创新高,自3月起连续4个月突破百亿美元大关。

在监测的六大家电品类中,2024年上半年不仅大家电出口表现乐观,

厨卫电器、生活电器、环境电器和个人护理电器的多数产品出口量增速也均超过20%。这显示出小家电产品在海外市场强劲增长势头。

资深产业经济观察家梁振鹏表示,未来小家电企业的业绩增长将主要得益于品类扩充和海外市场需求的恢复。

“为了持续推动业绩增长,企业

可以考虑开发新的细分市场和产品线,以更好地满足不同地区消费者的差异化需求。同时,通过技术创新和产品升级,提升产品质量和竞争力,从而进一步拓展海外市场。尤其要关注新兴市场和发展中国家的潜力,这些地区的市场增长速度较快,潜力巨大。此外,要加强研发和设计能力,开发具有差异化竞争优势的新产品,也将有助于提升海外业务的盈利水平。”梁振鹏指出。

知名战略定位专家詹军豪向记

者表示:“小家电企业的出海战略对业绩增长的主要贡献在于市场空间的扩展。随着国内市场竞争的加剧,许多小家电企业将目光投向了海外市场,以寻求新的增长点。海外市场不仅为企业提供了更广阔的空间,还带来全新的消费者群体和更高的销售潜力。”

詹军豪认为,随着全球化进程的加速,小家电企业通过品类扩展和迎合海外市场的需求的复苏,确实

事实上,小家电企业正通过品类扩展来满足海外市场的需求。北鼎股份相关负责人表示,公司持续通过拓展品类和完善现有品类的SKU来丰富产品矩阵。例如,近期公司发布了创新型IH多功能分体电饭煲,可拆卸分体设计使其既可作为电饭煲使用,亦可作为多功能电磁炉使用。

“在未来一段时间内,我们将把巩固蒸炖锅和养生壶等传统优势品类的市场地位作为首要任务,加快这些品类中SKU的迭代和渠道覆盖。同时,也会重点关注如不粘锅这类相对较新但已被市场认可的品类,进一步丰富细分产品线和拓宽渠道,培育和发掘新的北鼎优势品类。”该负责人表示。

倍轻松相关负责人也提到,公司多年来致力于通过创新研发满足不同用户群体的健康需求,特别是在智能便携按摩器的驱动、控制、传感、交互、物联及大数据等前沿技术领域。公司已经成功推出一系列智能便携按摩器产品。

“接下来,公司将密切关注市场动态,定期评估消费者需求和市场变化对产品品类和业务模式的影响。通过持续的技术和产品创新、用户洞察以及供应链优化等措施,公司将及时调整产品和服务策略,以确保能够满足市场不断变化的需求,为消费者提供更优质的使用体验。”倍轻松相关负责人表示。

广深楼市:推行“购房即交房、交证” 拿地要求住宅现售

本报记者 陈婷 赵毅 广州报道

楼市进入“金九银十”传统销售旺季之际,市场各方动作频频。

近日,广州市不动产登记中心披露《关于推行广州市新建商品房“购房即交房、交证”工作的通知》(以下简称《通知》),对于广州市范围内的新建商品房,购房人交齐房款,满足交房条件和过户条件的,可以一并办理交房和不动产登记手续,实现“购房即交房、交证”。

“办证难”“办证慢”曾是诸多购房者入手新房的顾虑,如今这一环节正在被加速疏通。据自然资源部方面披露,截至2024年2月底,全国累计2000多个县市实施“交地、交房即交证”改革。

《中国经营报》记者拨打广州12345政务服务热线通过相关工作人员了解到,此次广州出台的“购房即交房、交证”政策仅涉及不动产登记服务,暂不涉及住建层面,也就是说,与楼盘竣工验收尚无直接关联。事实上,相比“证到手”,仍有不少购房者表示,希望有关部门能出台更多保证房屋顺利交付不烂尾的相关政策。

值得注意的是,部分城市正在土地出让阶段作出探索。9月4日,深圳公共资源交易中心挂牌出让A219-0080地块,要求宗地内的普通商品住房需全部实行现房销售,且意向竞买人须承诺提供“交房即发证”服务。这是深圳近年来首宗要求所开发住宅全部现房销售的居住用地。

破解“办证难”

不动产登记涉及千家万户。

《通知》显示,为贯彻落实优化营商环境相关部署要求,进一步优化“交房即交证”工作模式,切实保障“去库存”“保交房”“防烂尾”工作实施,更好方便企业群众购房办证,广州市规划和自然资源局、广州市住房和城乡建设局、国家税务总局广州市税务局联合发文推行广州市新建商品房“购房即交房、交证”工作。

具体而言,对于已办理首次登记的新建商品房,自2024年8月26

日起,买卖双方购房网签后可在线申办增量房转移登记,缴纳相关税费、登记费后,经资料核验通过的直接核发不动产权证书;对于未办理首次登记的新建商品房,在2024年10月底推进对于完成竣工验收、满足交房条件但未办理首次登记的房屋,买卖双方购房网签时可同步在线申办预商品房预告登记,无须缴纳相关税费、登记费,经资料核验通过的直接核发不动产预告登记证明。

记者获悉,办理流程包括购买

房屋、签订合同;缴纳房款、提交申请;交房交证服务等三个环节。其中,购房人向房地产开发企业购买房屋,双方签订买卖合同,可以约定“购房即交房、交证”的日期、地点等内容,交易双方完成买卖合同网签后,住建部门将合同信息实时推送至不动产登记部门和税务部门。9月5日,广州市规划和自然资源局在其官网发布六种具体情况的办理流程图,涉及房屋未办首次登记的两种情形以及房屋已办首次登记的四种情形。

今年以来,广州持续推进不动产登记服务相关工作。3月27日,广州市规划和自然资源局挂牌出让一批居住用地,要求竞买人须承诺配合履行“交房即发证”服务模式,确保购房人在收房的同时即具备申请领取不动产权属证书的条件。这是广州首次将“交房即发证”承诺同时写入土地出让公告及出让合同中。

“交房即发证”指购房者在收房的同时,拿到对应的房屋不动产权证。广州市规划和自然资源局有关

负责人表示,相比以往房产办证模式,“交房即发证”将有力督促开发企业认真履行和落实商品房建设、交付等各环节工作,进一步规范广州房地产市场秩序,既提升市民便利度和获得感,也提高企业信誉,实现市场、政府、市民三方共赢。

4月26日,上述要求竞买人承诺“交房即发证”地块之一——天河区大观路以东、奥体路以北AT1003009地块由越秀地产以总价约14.55亿元(底价)竞得,折合楼面价47488元/平方米。

土地端调整

同是在土地出让阶段,深圳的做法更进一步。

9月4日,深圳市规划和自然资源局委托深圳公共资源交易中心挂牌出让A219-0080地块,该地块位于宝安区航城街道、福永街道,土地用途为“二类居住用地+公园绿地+交通用地”,土地面积约18.16万平方米(其中居住用地面积约9.87万平方米),建筑面积约29万平方米,挂牌起始价为66.65亿元,将于10月8日进行拍卖。

出让条件显示,上述地块出让

按照“价高者得”的原则确定竞得人,住宅部分为普通商品住房,且需全部实行现房销售,意向竞买人须在申请确认竞买资格时提供《关于“交房即发证”的承诺函》,承诺提供“交房即发证”服务,确保购房人在收房的同时即具备申请领取不动产权属证书的条件。

记者从A219-0080地块规划设计要点获悉,该地块新建规定建筑面积约29万平方米,其中,住宅建筑面积约27.25万平方米,若按照套均面积为90平方米计算,预

计该地块将供应不少于3000套现房住宅。

事实上,深圳在去年8月曾挂牌出让首宗“竞现房销售建筑面积”地块——宝安区新安街道A001-0212地块。根据公告,该宗土地规定住宅部分面积约为7.1万平方米,现房销售最高限制建筑面积约为3.56万平方米,即约为整体住宅部分的一半。这是深圳第一次在住宅用地竞拍阶段采取“竞现房销售建筑面积”的方式,而以往的土地出让规则仅涉及竞

地价、竞自持的租赁住房建筑面积、竞自持的保障性租赁住房建筑面积等。

记者注意到,深圳是全国较早试点“现房销售”的城市之一。2016年,深圳推出首宗现房销售试点地块——龙华A816-0060号地块,要求在该地块上建设的商业、住宅等建筑物不能进行预售,而必须在竣工并取得不动产权证书后,以现售形式对外销售。据不完全统计,2016年至2020年,杭州、南京、苏州、中山、成都等地先后作出

尝试,在土地端设置现房销售相关条件。

今年8月,住房和城乡建设部有关负责人在回答加快构建房地产发展新模式相关提问时公开表示:“有力有序推进现房销售,指导地方选择新的房地产开发项目,在土地出让时就约定实行现房销售,结合实践制定配套政策。”根据华泰证券研报,过去三年,现房占商品住宅销售面积的比重从2021年的10.4%提升至2023年的18.7%。

冲刺“金九银十”

眼下,楼市已进入“金九银十”阶段。不论是广州推行“购房即交房、交证”,还是深圳土地出让要求住宅现售,这些举措都与新房市场直接相关。

克而瑞提供的数据显示,近五年(2019年至2023年)广州楼市“金九银十”期间商品住宅的成交套数分别为12933套、21231套、13476套、11426套、12960套,其中2020年的成交套数最高,突破2万套。但在供应端,近三年广州商品住宅供应套数持续减少,去

年“金九银十”期间仅供应1万套出头,较2021年同期减少约60%。据克而瑞不完全统计,今年9月至10月,预计广州全市有13个新盘入市,主要集中在南沙区、黄埔区、增城区、花都区、海珠区和越秀区。

据克而瑞监测,今年前8个月,广州商品房合计网签面积609.12万平方米,同比下降19%;成交金额1922.42亿元,同比下降21%,仅优于2020年同期。8月,广州商品住宅供应面积40.87万平方米,环

比增长15%;成交面积47.92万平方米,环比下降29%。二手房市场方面,据广州市房地产中介协会统计,8月,广州全市二手住宅网签8872套,网签面积88.28万平方米,环比分别下降11.58%、12.8%。

一位不愿具名的全国性开发商相关负责人对记者表示,7、8月份作为楼市传统淡季,广州各房企推盘持更谨慎的态度。不少开发商已在9月释放新一轮购房优惠,渴望共同提升“金九银十”的市场活跃度。

龙湖集团方面对记者表示,为抓住“金九银十”传统销售旺季的机会,公司在广州的项目计划加推优质房源,同时推出折扣优惠、“一口价房源”、成交抽奖送茅台等促销措施。

在深圳,尽管二手房交易量在8月也出现一定程度的回落,但从今年前7个月的表现来看,8月二手房网签量4671套仍处在年内相对高位水平。新房市场方面,据深圳市房地产中介协会统计,8月,深圳全市成交住宅新网2537

套,环比下降3%,同比增长15.4%。新房市场呈现持续小幅下滑态势,但相对去年同期,其交易量有一定增幅。

深圳市住房和建设局提供的数据显示,8月末,深圳新房住宅可售房源50500套,住宅去化周期延长至22.2个月;非住宅可售套数为29868套,去化周期缩短至58.1个月。根据深圳中原研究中心统计,9月,深圳全市有13个楼盘计划入市,分别位于宝安区、南山区、福田区、龙华区、龙岗区和坪山区。

诉讼缠身资金承压 正平股份上半年再亏7800万

本报记者 王登海 北京报道

继2022年度、2023年度亏损后，今年上半年，正平路桥建设股份有限公司（以下简称“正平股份”，603843.SH）再一次出现亏损。

日前，正平股份发布2024半年报，今年上半年，公司实现营业收入5.53亿元，同比下降13.79%；归属于上市公司股东的净利润亏损0.78亿元，比上年同期增长7.22%。

《中国经营报》记者观察到，

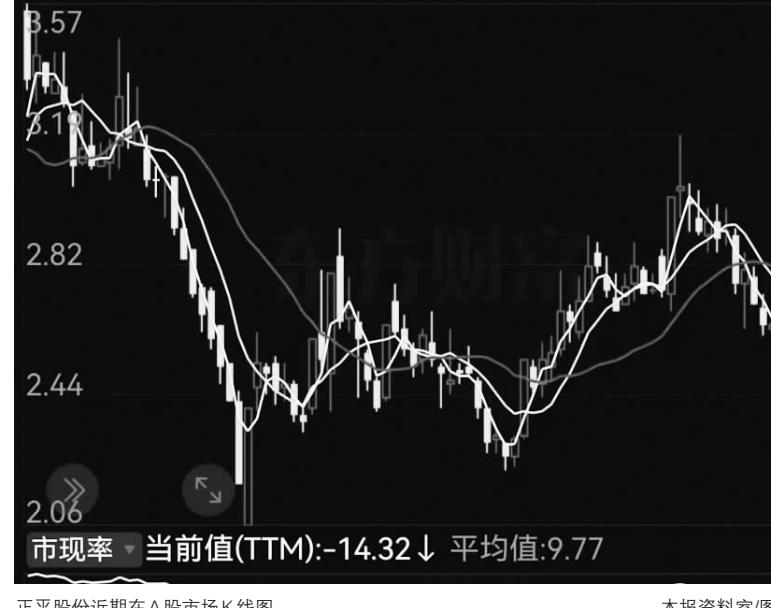
2022年度、2023年度，正平股份就连续2年出现亏损的情况，2022年度归属净利润亏损2.14亿元，2023年度亏损额度扩大到5.32亿元。

与此同时，今年以来，正平股份的新增诉讼、仲裁事项不断增多，今年4月份，正平股份就公告称公司连续12个月内累计诉讼、仲裁事项共计35起，涉案金额约19167.12万元，约占公司最近一期经审计归母净资产的14.81%。到了8月29日，正平股份公告称，新增

诉讼、仲裁事项共计43起，涉案金额约9926.37万元，约占公司最近一期经审计归母净资产的10.20%。

随着连续亏损以及诉讼、仲裁事项的不断增加，正平股份资金周转压力也随之增大，不仅无法按期归还从募集资金账户借用的用于补充流动资金的1.9亿元闲置募集资金，同时，由于公司未及时支付相关应付账款，相关方提起诉讼并向法院申请诉讼保全，正平股份募集资金专户也被冻结。

未来，正平股份将如何实现扭亏为盈，并有效应对诉讼与仲裁案件，以减轻对公司运营的潜在不利影响？关于公司未能如期全额归还用于补充流动资金的募集资金，以及与诉讼和募集资金相关的事宜，记者致电正平股份，对方仅表示募集资金账户被冻结一事属实，其他的问题由于相关负责人不在暂时无法解答。此外，记者致函正平股份，截至发稿未收到其回复。



正平股份近期在A股市场K线图。

正平股份解释是系部分在建项目进度不及预期，大项目中标额下降，新中标项目尚未形成较大

产值所致；归属于上市公司股东的净利润亏损0.78亿元，比上年同期增长7.22%。

连年亏损

这不是正平股份第一次亏损。

正平股份成立于1993年，于2016年9月5日在上海证券交易所上市。公司主要从事交通、水利、电力、城镇、文旅产业等基础设施的投资、建设、运营、设施制造、综合开发等业务。

2023年度，正平股份实现营业收入19.06亿元，较上年同期下降14.25%；归属于上市公司股东的净利润亏损5.53亿元，较上年同期减少148.92%；扣非后归属母公司股东的净利润亏损5.16亿元，较上年同期减少133.18%。

对于营业收入的下降，正平股份在2023年年报中解释称，主要系在手订单减少且新中标项目尚未形成较大产值，加之部分项目施工进度不及预期所致。而对于净利

润亏损，正平股份则认为，该年度施工业务收入及毛利额比上年同期减少较多，而管理费用、财务费用等与往年相当，同时公司承建项目的计量签认和工程款支付进度滞后，公司根据会计政策将对合同资产和应收账款计提相应减值准备并按准则计提减值准备所致。

事实上，这不是正平股份第一次亏损，2022年度，正平股份的业绩就开始下滑。当年，公司实现营业收入22.22亿元，同比下降55.87%；归属于上市公司股东的净利润亏损2.14亿元，同比下降328.68%。

今年上半年，正平股份的业绩依旧没有修复，延续了此前2年的下滑趋势，上半年实现营业收入5.53亿元，同比下降13.79%，

新增诉讼仲裁事项43起

正平股份本次新增诉讼、仲裁事项共计43起，涉案金额约9926.37万元。

一边是业绩连续下滑，另一边正平股份所涉及的诉讼、仲裁事项不断增多。

今年4月29日，正平股份披露的《关于公司及子公司累计涉及诉讼、仲裁事项的公告》称，根据《上海证券交易所股票上市规则》的有关规定，公司对公司及子公司连续12个月内（2023年4月至2024年4月）累计涉及诉讼、仲裁事项进行了初步统计，累计诉讼、仲裁事项共计35起，涉案金额约19167.12万元，约占公司最近一期经审计净资产的14.81%。

上述诉讼、仲裁事项中公司及

子公司作为原告/申请人的共计4起，涉案金额约756.28万元；公司及子公司作为被告/被申请人的共计31起，其中：尚未开庭1起，涉案金额75万元；已开庭尚未裁决的1起，涉案金额2727万元；一审已判决提起上诉的1起，涉及的应付款项约385.41万元，涉及的相关费用约15.75万元；已判决（已调解、已和解、已裁决）正在执行的共计28起，初步统计涉及的应付款项约14282.64万元，涉及的相关费用约925.04万元。

记者梳理到，正平股份的上述35起案件主要集中在建设工程

合同纠纷、买卖合同纠纷、股权转让纠纷、工程款合同纠纷、租赁合同纠纷和装饰装修合同纠纷等，其中，建设工程合同纠纷和买卖合同纠纷数量最多。案件分布在青海省、甘肃省、贵州省、陕西省、河南省等地，其中，青海省的案件数量最多。

8月29日，正平股份再次发布公告称，公司再次对公司及子公司目前涉及的诉讼、仲裁事项进行了梳理，本次新增诉讼仲裁事项共计43起，涉案金额约9926.37万元，约占公司最近一期经审计归母净资产的10.20%。

上述诉讼、仲裁事项中，公司及子公司作为原告/申请人的共计7起，涉案金额约1799.51万元；公司及子公司作为被告/被申请人的共计36起，其中：尚未开庭2起，涉案金额190.19万元；已开庭尚未判决的2起，涉案金额189.14万元；正在调解的3起，涉案金额2189.67万元；一审已判决提起上诉的1起，涉及的应付款项约11.15万元，涉及的相关费用约0.11万元；已判决（已调解、已和解、已裁决）正在执行的共计28起，初步统计涉及的应付款项约5199.63万元，涉及的相关费用约346.97万元。

易主四年多原实控人再成大股东 正威新材控制权变更在即？

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

易主4年后，正威新材(002201.SZ)控制权或将再度回到原实控人手中。

超10%股份被司法处置

披露信息显示，深圳翼威所持正威新材超10%股份近日将被司法处置。

其中，3.87%的股份被司法拍卖，且被九鼎集团竞得。公告信息显示，这部分股份数量为2521.01万股，今年5月份曾被深圳市银阙新材料有限公司（以下简称“银阙新材料”）以2.61亿元竞得。

值得注意的是，银阙新材料与深圳正威（集团）有限公司（以下简称“正威集团”）旗下公司有业务合作。2021年，银阙新材料与正威集团旗下公司共同投资设立了河南龙恒金属科技有限公司，双方各占50%股份。

正威集团全资控股深圳翼威，且正威集团与正威新材实际控制人均为王文银。不过，2023年10月，正威集团法定代表人及董事长、总经理均由王文银变更为孙学勇；今年5月，该公司监事由王文生变更为范方志，部分董事退出。

上述正威新材股份被银阙新材料竞得后并未完成过户，而是由法院安排于近日重新进行拍卖。相应情况或与当初竞得价格有关，按照当时收盘价计算，银阙新材料以2.61亿元竞得的这部分股份数市值约1.62亿元，相差近1

亿元。

近日相应股份重新被拍卖，由九鼎集团竞得，竞得价为9499.17万元。按照竞拍当日收盘价计算，这部分股份数市值约1.03亿元，竞得价格有所折价。

此外，近日深圳翼威所持正威新材10.40%的股份被法院裁定以物抵债。

这部分股份曾分为两份标的被司法拍卖，分别约6229.64万股及549.74万股，占正威新材总股本比例分别为9.56%及0.84%。相应股份经司法拍卖流拍后，被青岛市中级人民法院裁定归青岛海控投资控股集团有限公司（以下简称“青岛海控”）所有，案由为深圳翼威、正威集团、正威国际集团有限公司股权转让纠纷。

至此，若上述司法拍卖及以物抵债所涉股份最终都完成过户，深圳翼威持有正威新材股份将减至1340万股，占公司总股本2.06%；深圳翼威及其一致行动人持有正威新材股份将减至5472万股，持股比例减至8.40%。

届时，青岛海控将持有正威新材10.40%股份，九鼎集团及其一致行动人顾清波将持有正威新材至少26.67%股份，正威新材控制权将重回顾清波手中。

鼎集团）竞得；同时，深圳翼威所持10.40%公司股份被青岛市中级人民法院裁定以物抵债，若相应股份最终都完成过户，可能会导致公司控制权发生变更。

《中国经营报》记者注意到，九鼎集团原为正威新材大股东，是正威新材原实控人顾清波名下企业。至今年6月，九鼎集团及其一致行动人顾清波已再次成为正

威新材第一大股东。

除上述司法处置事项外，深圳翼威及其一致行动人所持正威新材股份已全部被冻结。九鼎集团及顾清波则通过司法拍卖在内

的途径频繁增持正威新材，对比2019年超17元/股的转让价格，近来正威新材股价已跌至5元/股以下，九鼎集团增持价格也颇具优势。

深圳翼威所持股份已全被冻结

除上述被司法处置的股份外，深圳翼威及其一致行动人西安正威新材料有限公司（以下简称“西安正威”）所持正威新材股份已全部被冻结。

实际上，在2023年年报中，正威新材就提示称，公司控股股东深圳翼威及其一致行动人西安正威的股份已全部被冻结（含轮候冻结）或部分质押。

根据今年年初的公告信息，深圳翼威所持正威新材100%股份被冻结，其中共27%股份被再冻结，

原实控人频繁增持

控股股东遇“多事之秋”，九鼎集团及其一致行动人顾清波近来则多次增持正威新材。

相关资料显示，正威新材是国内规模型纺织型玻纤制品生产企业、全球增强砂轮用玻纤网片供应商，公司及全资子公司主要从事高性能、特种玻璃纤维及制品、玻璃纤维增强复合材料的研发、制造、销售。

2019年8月，顾清波与正威集团、王文银签署相应协议约定，顾清波将其持有的正威新材6500万股股份转让给正威集团或其指定的第三方，相应股份占正威新材股份总数的19.55%。此后双方将实际股权受让方变更为深圳翼

威，并于当年12月完成相应股份转让及过户登记，正威新材控股股东变更为深圳翼威，实控人变更为王文银。

实际上，此前隶属于九鼎集团时，正威新材曾用名为“江苏九鼎新材料股份有限公司”。2019年易主后并未立即更名，于2021年才更名。

除上述司法拍卖买得股份外，今年3月27日，九鼎集团成功竞得深圳翼威所持正威新材2099.61万股股票，并于5月份完成过户登记手续。

相应股份完成过户后，九鼎集团及其一致行动人合计持有正威新材20.35%股份，深圳翼威及其一致行动人合计持有正威新材股份

冻结日期为2023年11月至2026年11月，冻结申请人为福州市中级人民法院，冻结原因未知；西安正威所持正威新材100%股份被冻结，冻结日期同样为2023年11月至2026年11月，申请人为成都市中级人民法院，原因亦未知。

上述公告还透露，深圳翼威所持正威新材2099.61万股将被司法拍卖，如相应司法拍卖最终成交，深圳翼威及其一致行动人仍为公司控股股东，不会导致公司控制权发生变更。正威新材在相应公告

中还表示，截至公告披露日，深圳翼威及其一致行动人所持股份未发生其他被拍卖的情形。

但随后，正威新材接连发布多份公告，披露控股股东所持股份被司法拍卖及进展情况。

实际上，上述公告披露已严重延期，因未及时

披露控股股东及一致行动人股权被冻结、未及时披露控股股东股权拟拍卖事项，正威新材及王文银还于今年5月收到监管警示函。

相应警示函指出，2023年11月24日，福州市中级人民法院对深圳翼

威持有的正威新材5.28%股份执行司法再冻结（质押转冻结）；2023年11月27日，成都市中级人民法院对深圳翼威持有的全部正威新材股票执行轮候冻结，并对西安正威持有的全部正威新材股票执行司法再冻结。公司董事长兼董秘王文银于2023年12月19日知悉该事项，但公司直至2024年1月12日才予以披露。

此外，正威集团目前也面临多项诉讼。天眼查信息显示，目前正威集团列为被执行人信息共51次，被执行总金额达到95.47亿元。

总价为11.53亿元，平均每股转让价约17.74元。

对比来看，今年以来九鼎集团方面的增持价格有明显优势，近日2521.01万股股份竞得总价为9499.17万元，折合每股约3.77元；今年3月份竞得的2099.61万股总价约1.22亿元，折合每股约5.83元；今年5月份以来，九鼎集团还多次增持正威新材，彼时正威新材股价已跌至6元/股以下，且持续至今。

就相应问题，记者致电正威新材董秘办采访。对方表示，因此阶段为半年报编制披露期间，按照法规不得接受对外媒体采访，敬请关注查阅公司公告。

从“蓝海”卷到“红海” 上市物企加速开拓第三方市场

本报记者 方超 张振
上海报道

营收、净利润增速双双下滑，上市物企2024年“半年考”成绩单难言亮眼。

克而瑞物管数据显示，2024年上半年，上市物企营收同比增长4.7%，增速较去年同期同比下降6.1个百分点，净利润则同比下降

营收净利增幅下滑

上市物企营收增速放缓，还与物业市场竞争加剧、外拓难度进一步加大和并购市场冷淡有关。

克而瑞物管数据显示，2024年上半年，上市物企实现营业总收入1466.6亿元，同比增长4.7%，增速较去年同期下滑6.1个百分点。纵观整个行业，仅有碧桂园服务(06098.HK)和万物云两家上市物企营收规模突破了百亿元大关。

尽管行业整体承压，但依然有多家物企营收跑赢了大市。以滨江服务(03316.HK)为例，财务数据显示，今年上半年营收达到16.50亿元，同比增长38.7%。这一增速也助力滨江服务成为2024年上半年上市物企营收增速冠军。

此外，德商产投服务(02270.HK)、苏新服务(02152.HK)、越秀服务(06626.HK)、彩生活(01778.HK)营收增速分别为36.5%、

很难与开发商“一刀两断”

当前大部分物企隶属于房地产母公司，要完全市场化还是有一定难度。

在整体业绩表现不理想的同时，上市物企独立性也受到外界关注。

例如，在摆脱对地产母公司的依赖方面，2024年上半年，万物云的开发商关联交易占比同比已下降至10.1%。来自关联方的应收账款为38.18亿元，增幅达到53.52%。

“万物云是‘万科养大的孩子’，双方水乳交融，是剪不断、理还乱的关系，我们既希望能保持业务的相对独立性，同时感情上又很难做到投资人说的‘一刀两断’。”万物云董事长朱保全在近期召开的万物云中期业绩发布会上表示。

记者注意到，在努力摆脱对地产母公司业务依赖的同时，不少上

29.9%。此外，多家上市物企净利润持续亏损。

《中国经营报》记者注意到，截至9月4日，仍有瑞森生活服务(01922.HK)、佳源服务(01153.HK)两家上市物企半年报“难产”。其中，佳源服务近日发布公告，宣布进一步延迟刊发2022年年度业绩、2023年中期业绩、2023年年度业绩、2024年中期业绩，并将另行公

告刊发相应年度业绩及寄发报告的时间。

在业绩压力持续增大的同时，如何进一步摆脱对地产母公司依赖、在细分赛道树立自身优势、加速开拓第三方市场等，成为上市物企亟待解决的问题。例如，万物云(02602.HK)管理层日前在2024年上半年业绩会上坦言，物企很难与开发商“一刀

两断”。

“物业管理行业正从增量与存量并重的‘蓝海市场’转向以存量为主、增量为辅的‘红海市场’，未来行业竞争肯定会更加激烈。”中指研究院物业事业部总经理牛晓娟向记者表示，尽管竞争激烈，但预计到2025年，全国物业管理规模仍将超过300亿平方米，空间足够容纳众多企业参与。



在杭州澜颂奥府小区，滨江物业服务工作人员正在登记访客信息。 本报资料室/图

跨界开拓新赛道新业务

除拓展非住宅板块业务外，也有多家物企正跨界进入环保服务领域。

为了应对日益激烈的市场竞争，多家物企加速开拓“第二增长曲线”。

牛晓娟也向记者分析称，今年上半年，上市物企盈利表现差，也与“关联方应收账款减值准备及前几年并购形成的商誉减值，进一步压缩了利润空间”直接相关。

“上市物企包括社区增值在内的高毛利业务开展不及预期，导致利润受影响。同时，包括人力成本在内的各项成本上升，也直接影响物企的盈利能力。”牛晓娟直言。

物企半年报可发现，目前依然有相当数量物企在管及合约面积中，来自独立第三方的占比较低。在此情形下，上市物企业绩也受到地产母公司影响。

“物企与开发商大多存在业务关系。由于开发商面临较大的资金压力，物企难以按时收回部分应收账款，这对现金流和财务状况带来了一定的影响。”牛晓娟表示，“当前，物企的确很难与开发商‘一刀两断’。但长期来看，来自第三方在管面积增长趋势不变，物企的独立性将进一步提升，地产开发商对于物企的影响也有望进一步降低。”

与龙湖智创生活类似，永升服务也正谋求非住宅业态进一步突围。据永升服务方面介绍，今年上半年，公司聚焦医院、学校、企业等重点业态赛道，新拓展了苏州贡湖科创园、西宁青海大学附属医院等超过180个非住宅项目。截至今年6月底，公司非住宅物业实现收入约10亿元，占公司总收入的比重为40.8%。

除拓展非住宅板块业务外，也有多家物企正跨界进入环保服务领域。

8月26日，世茂新能·淮安RDF项目签约暨启动仪式在江苏省淮安市淮阴区举行。世茂

服务方面表示，该项目由世茂服务和中证投融联合打造，通过创新升级一般固废的收集、运输、处理模式，可将一般固废生产成可替代煤的低碳燃料，以实现固废再利用。

“对于世茂服务而言，RDF项目是一项既创新又跨界的尝试，是多元化业务发展的延伸，是‘城市大管家’战略实践落地的重要组成部分，更是我们向环保服务相关产业迈出的战略性一步。”世茂服务执行董事、总裁邵亮表示。

受到市场关注的是，在当前物业市场中，不少物企开拓各类新赛道多时，但基础物业服务依然占据较高比例，“第二增长曲线”表现并不理想，原因何在？

“新赛道有其专业壁垒，物企面临着竞争力不足，缺乏相应技术、经验和资源问题。”牛晓娟分析认为，整个大环境不利于新赛道的开辟，消费降级、投入萎缩等进一步打压了物企开拓创新的勇气。

对于开拓多元化业务，牛晓娟建议，物企应该首先聚焦自身“能力圈”，“建议物企根据自身能力和战略规划，将企业核心资源、核心能力聚焦到核心业务上，追求聚焦深耕，同时要前瞻性地培养创新思维和跨界业务能力，以适应开展细分赛道业务开拓需要。”

“最赚钱”航司如何炼成？

春秋航空的“抠门”生意经

本报记者 郭阳琛 张振 上海报道

频频被乘客投诉、吐槽服务问题，春秋航空(601021.SH)反而成为国内“最赚钱”的航空公司。

财报数据显示：2024年上半年，春秋航空实现营业收入98.75亿元，同比增长22.97%；净利润13.61亿元，同比增长62.28%。

在业绩实现大幅增长背后，低成本的“抠门”文化，已深深融入春秋航空的DNA中。《中国经营报》记者了解到，春秋航空董事长王煜

的代步工具至今仍是一辆大众Polo，去外地出差也是坐经济舱往返。在今年3月正式从父亲手中接过春秋航空的“帅印”后，王煜还一直在那间不足20平方米的办公室里办公，甚至连门口的“副总裁”标志都没更换。

而在经营管理层面，春秋航空作为国内首家低成本航司，坚持“只用空客A320系列窄体机、只设经济舱位”“高客座率、高飞机利用率”“低销售费用、低管理费用”的发展模式。例如，通过不设置头等舱与

公务舱，可以让春秋航空多卖10%-15%的机票。

“得益于低成本航空的商业模式，在目前的周期中受宏观因素的影响较小。”在2024年上半年报业绩交流会上，春秋航空董事会秘书陈可表示，民航市场客源正在下沉，对公司而言合适的客人也在增多，因此客座率能够保持在相对高的位置。同时，公司在以成都天府机场为代表的新基地增加航班，在利用率低时便于有充足的时间和空间去调整，选择一些比较好的市场。

受益于航线结构改善

“近几年，公司的航线结构有较大改善，在二线市场的增量比较多。从旅客结构来看，受益于航线结构改善，公司的商务旅客也有一定比例的增长。”对于今年上半年的盈利表现，春秋航空方面解释道。

据了解，春秋航空近年来围绕现有基地，最大程度地挖掘市场需求，推进骨干航线网络建设，把握二线城市发展机遇。自2020年开始，春秋航空陆续在兰州市、南昌市、大连市、西安市和成都市这五大新进省会级机场加大运力投放，实现了国内基地深度和广度的提升，进一步完善了国内基地布局和航线网络。

推动国际航线恢复，依然是春秋航空今年的工作重点。据陈可介绍，目前，韩国航线航班量已超过2019年同期水平，日本航线恢复率则接近100%，航点共8个，超过

2019年峰值。在东南亚方面，受益于中泰两国推行签证互免政策，泰国航线运力恢复较快，仍是公司运营的第一大国际航线。

财报数据显示，今年上半年，春秋航空总体可用座公里(ASK)同比上升21%，超过2019年同期29%。其中，国内航线超过2019年同期的61%，国际航线恢复至2019年同期的超七成，港澳台航线恢复超四成。日利用率为9.3小时，同比提升14%，已恢复至2019年同期的83%。

在收益方面，今年上半年，春秋航空整体客座率为91.3%，同比上升3.4个百分点，相较2019年同比小幅下降0.4个百分点；客公里收益同比下降2.4%，相较2019年同比增长8.0%。

文旅业快速复苏也是带动春秋航空盈利增长的一大原因。

春秋航空方面表示，旅游消费在居民消费中的比例迅速提高。而航空作为大交通出行方式，占据航旅产业链的起点。航空公司作为优质的流量平台，在“互联网+”推动下，航旅合作也愈加紧密。公司控股股东春秋国旅是全国最大的旅行社之一，公司拥有独一无二的航旅合作优势。

值得一提的是，今年，航空是低价机票屡见不鲜，淡季甚至出现“税前零元飞日本”的景象，这反而成为春秋航空的发展机遇。

“价格波动是有下限的，这一下限就是运营成本。”陈可分析认为，低成本航司的核心就是相对低的成本，能进入的市场和掌握的客源跟传统航司不一样。另外，公司目前的利用率空间比较大，未来两年利用率提升仍可以贡献成本的摊薄效应。

成本控制支撑“低票价”策略

王煜的“抠门”生意经源于其父亲——春秋航空创始人、前董事长王正华。

2009年，王正华去英国伦敦出差，住的是地下室旅馆，乘坐的是公交地铁。而在希斯罗机场会见英航总裁时，王正华也选择乘坐机场大巴和摆渡车，这也让英航总裁对他敬重有加。

据了解，企业家自上而下地贯彻低成本文化，也让春秋航空恪守“两单”“两高”“两低”的经营模式。

所谓“两单”，是指单一机型和单一舱位。据介绍，春秋航空全部采用空客A320系列机型飞机，统一配备CFM发动机。因此，公司可通过集中采购降低飞

机的购买和租赁成本、飞机自选设备项目成本等，同时控制飞机发动机大修成本。

“公司的飞机只设置单一经济舱位，不设头等舱与公务舱，可提供的座位数较采用两舱布局运营的A320机型高10%-15%，可以有效摊薄单位成本。”春秋航空方面进一步表示。

“两高”是指高客座率与高飞机日利用率。记者了解到，一方面，由于低价优势，春秋航空的客座率在航空业保持领先；另一方面，春秋航空更多地利用延长时段方式(8点前或21点后起飞)飞行，从而增加日均航班班次，提升飞机的日利用率。由于固定成本占主营业务成本的比

重约为1/3，因此大幅降低了运营成本。

“两低”则是指低销售费用与低管理费用。以销售费用为例，春秋航空以电子商务直销为主要销售渠道，通过发布特价机票之类的促销优惠活动，吸引大量旅客在本公司网站预订机票。同时，春秋航空还通过积极推广移动互联网销售，拓展电子商务直销渠道，有效降低了销售代理费用。

春秋航空方面直言，有效的成本控制，为公司在不影响盈利能力的前提下实施“低票价”策略提供了有力支持，可通过推出各类主题特价机票抢购活动吸引更多旅客。

廉价航空需求日益旺盛

近日，有乘客在机场因登机行李箱超标2厘米，与春秋航空工作人员发生争执，要求将随身物品取出后托运行李箱，或支付700元超规行李费，引发社会广泛关注。

春秋航空方面回应称，收钱不是最终目的，主要是为了减少“三超”(超大、超重、超件)行李上飞机。春秋航空的客座率常年都较高，“三超”行李进入客舱更易造成登机以及下机时的拥堵，且占用额外的客舱空间，降低了旅客乘机体验，还可能影响航空安全。

记者注意到，春秋航空经常因可带行李尺寸较小、退改签费用高等问题遭遇乘客不理睬乃至投诉，社交媒体平台上

也充斥着对其空间小、收费杂、有推销等问题的吐槽。

春秋航空的低成本模式在提升经济效益的同时，也在客观上降低了旅客服务质量。对于由此引发的旅客投诉、吐槽等问题，记者向春秋航空方面发送采访提纲寻求采访，相关负责人表示，相关问题不方便回答，具体可以参考财报内容。

事实上，低成本航空在全球民航业中的占比越来越大，但在我国的发展速度相对较慢。据亚太航空中心统计，2014—2023年，亚太地区的国内航线市场份额从25.7%攀升至28.3%，国际航线市场份额从5.7%提升至13.9%。自2024年

年初至今，我国低成本航空占国内航线市场份额仅为12.7%。

“低成本航司无论从数量还是市场份额来看仍然较小，且经营模式和目标客群定位相对海外同类型公司较为模糊，但市场需求结构化、差异化转变的趋势刚性不可逆，我国大众化航空出行需求将日益旺盛，未来市场前景广阔，潜力巨大。”亚太航空中心方面分析称。

民航局财务司司长潘亿新此前曾表示，现阶段，中国已经具备了大力发展低成本航空的条件，同时也符合行业发展战略导向。“随着城镇化战略的推进，三、四线城市对航空的需求会快速增长，特别是对廉价航空的需求会更加明显。”

“尔滨热”未能带动净利增长 大连圣亚仍深陷“大白鲸”旋涡

本报记者 陈雪波 卢志坤 北京报道

近日,大连圣亚(600593.SH)披露了该公司2024年半年报。今年上半年,公司营业总收入2.01亿元,同比上升10.29%,归母净利润

多起千万诉讼缠身

在8月16日大连圣亚发布的《关于诉讼、仲裁进展的公告》中,该公司披露了6起诉讼,其中被起诉5起。

近期,大连圣亚仍受一起涉案金额曾高达2.5亿元案件的纠缠。今年2月,云南海洋魅力公司(以下简称“海洋魅力”)和昆明土投公司(以下简称“昆明土投”)起诉了大连圣亚。据公告,海洋魅力、昆明土投与大连圣亚于2016年12月、2017年6月签订协议,三方约定对“大白鲸·滇海奇幻王国项目”进行项目投资和建设。

在大连圣亚资金迟迟未到位的背景下,海洋魅力因项目建设需要垫付项目工程款1.03亿元,且大连圣亚也未按约收购海洋魅力不低于70%的股权,导致项目难以继续推进,海洋魅力不得不承担委托贷款的利息成本,导致相关经营及项目开发难以为继。

根据诉讼请求,海洋魅力、昆明

“大白鲸”搁浅多年

在今年上半年财务报告中,大白鲸千岛湖文化主题乐园水下世界项目减值1702.70万元。

昆明的大白鲸·滇海奇幻王国项目只是大连圣亚庞大的“大白鲸”计划中的一小部分。大连圣亚的“大白鲸”计划原包括了上游原创儿童文学、中游图书、影像等动漫衍生品,下游儿童及海洋公园,准备最终打造出一个全产业链主题公园。

2013年9月13日,大白鲸世界儿童乐园全国首家店——哈尔滨哈西万达广场店就已经开业。随后的两年时间里,大白鲸世界儿童乐园又在哈尔滨、西安、青岛、广州、上海等20座城市的万达广场内开业21家分店。大连圣亚还喊出了“五年内,成为国内儿童主题乐园的领导品牌;十年内,成为中国的‘蓝色迪

1228.19万元,同比下降36.47%。虽然哈尔滨旅游市场在年初呈现出空前热度,但这未能帮助大连圣亚净利润保持增长。

大连圣亚在回应《中国经营报》记者采访时表示,净利润下跌是因

为综合费用增加导致的,其中扣非净利润下跌确实比较明显。

记者注意到,伴随着公司利润的波动,近年来大连圣亚在“大白鲸”项目上的纷争不断,其中涉及多地的多个诉讼案件。

归属母公司股东的净利润及增长率



虽然哈尔滨旅游市场在年初呈现出空前热度,但这未能帮助大连圣亚净利润保持增长。

数据来源:Wind

扣非净利润腰斩

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为919.72万元,同比减少56.94%。

2023年年底,哈尔滨旅游因当地细致入微的服务,在极短的时间内突然火爆,全国各地的游客涌向哈尔滨。今年春节假期(2月10日—17日),哈尔滨市累计接待游客1009.3万人次,日均同比增长81.7%;实现旅游总收入164.2亿元,按可口径同比增长235.4%,创下历史新高。

大连圣亚旗下的很多成熟项目,正是在哈尔滨。根据大连圣亚介绍,该公司有哈尔滨极地公园海洋馆、哈尔滨极地公园极地馆、哈尔滨极地公园恐龙馆、哈尔滨极地公园北极熊体验馆等项目。

但哈尔滨旅游的火爆并未能帮助大连圣亚净利润实现增长。在今年上半年,该公司营业收入2.01亿元,同比上升10.29%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为919.72万元,同比减少56.94%。

关于净利润下滑的原因,大连圣亚在半年报中解释称,主要系报告期内文旅游业、消费理性回归,报告期内大连景区游客

数量有所下降导致景区收入较上期减少、报告期资产处置及收到政府补助产生非经营利得综合所致。

该公司在电话中进一步向记者表示,大连多年积压的一些纠纷导致综合费用增加,也使得净利润下滑。今年上半年,哈尔滨市场对公司营收、利润的贡献还是比较大的。

伴随“大白鲸”项目遇困和净利润下滑,大连圣亚及其股东也陷入窘境。去年7月,公司披露其第一大股东大连星海湾投资累计被司法冻结股份约3095万股,占其所持股份比例的100%,占公司总股本的24.03%。今年年初,大连圣亚第二大股东磐京股权投资基金管理(上海)有限公司至今累计有1825.16万股被司法轮候冻结,占其所持股份比例的100%,占公司总股本的14.17%。记者注意到,大连星海湾金融商务区投资管理股份有限公司已经列入失信被执行人,大连圣亚同样也还在失信被执行人名单之中。

启动奠基仪式,计划于2019年内完

成极地旱雪和酒店的土建工程,完成海洋馆施工图设计并获得海洋馆施工许可证,开展海洋馆土建工程,但未按计划建设完成。大连圣亚未按照协议约定完成对海洋魅力的股权转让义务并承担相应的工程款项。

在昆明大白鲸案件之外,大连圣亚还面临多起案件的赔偿。根据大连圣亚8月16日发布的公告,海南中汇建筑装饰工程有限公司向三亚鲸世界海洋馆有限公司、大连圣亚、三亚中改院教育文化产业投资有限公司索赔4202.13万元,二审已经判决,大连圣亚承担连带清偿责任。

在8月16日大连圣亚发布的《关于诉讼、仲裁进展的公告》中,该公司披露了6起诉讼,其中被起诉5起,包括合同纠纷、劳动争议纠纷,以及追索工伤保险待遇纠纷等。其中鲸天下商

业管理(大连)有限公司起诉大连圣亚案件中,涉诉金额112.42万元。

接连的诉讼增加了大连圣亚的负债压力。在2023年年底,公司的预计负债从前一年的61.64万元增长28倍,至1803.42万元,主要原因即为母公司依据诉讼判决确认待付款预计负债增加所致。

记者致电大连圣亚,该公司介绍称,昆明项目的二审还没有开庭,案件导致的影响还不能确定,涉及金额没有2.5亿元那么多,可能是几千万元,大连圣亚承担连带责任。

报告中,大白鲸千岛湖文化主题乐园水下世界项目减值1702.70万元。

近些年,大连圣亚的业绩也坐上了过山车。2020年,公司营收下滑至1.14亿元,扣非净利润亏损0.84亿元。当年9月,大连圣亚公司由内讧引发高管的肢体冲突,也让公司的管理陷入混乱。此前,本报在2020年12月曾报道,大白鲸项目品牌受益人为大连圣亚高管的关联人。

近日在接受记者采访时,该公司向记者介绍,目前“大白鲸”计划中主要在推进营口项目,建设进度大概到70%—80%。前几年疫情导致资金紧张,所以还没有建成。而镇江项目还在协商过程中。

海南离岛免税市场持续承压 中国中免上半年营收利润双降

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

国内文旅消费持续承压下,今年国内免税市场整体下滑态势明显。

近日,免税巨头中国旅游集团中免股份有限公司(1880.HK;601888.SH,以下简称“中国中免”)发布了2024年中期业绩报告。

上半年,公司实现营业总收

三亚免税业务收入下滑

据了解,中国中免为国内文旅消费行业头部央企,2011年,海南离岛免税政策正式实施,中国中免在海南布局了三亚市内免税店。

2017年—2019年,其先后通过收购日上免税行(中国)和日上免税行(上海)51%的股权以及海南省免税品有限公司51%的股权,拿下首都机场国际区、上海虹桥国际机场、浦东国际机场等的免税经营权,不断完善免税业务版图,是持有经营牌照在国内经营所有种类免税店的唯一集团。

财报显示,上半年公司实现营收312.65亿元,其中免税商品销售贡献216.7亿元,有税商品贡献91.58亿元,其余为其他收入。

分地区来看,海南地区收入167.85亿元,上海地区收入85亿元(即日上上海),其余地区收入为58.59亿元。

公司上半年业绩下滑,主要受海南离岛免税市场整体低迷影响。据了解,中国中免在海南的营收主要来自三亚市内免税店,公司销售情况与出入境和到访海南旅客量、旅客购买转化率密切相关。

上半年,海南两机场客流出

入312.65亿元,同比下降12.81%;实现归母净利润32.83亿元,同比下降15.07%,扣非归母净利润为32.38%,同比下降16%。其中,二季度公司实现营收124.6亿元,同比下滑17.4%;归母净利润9.76亿元,同比下滑37.6%。

《中国经营报》记者了解到,上半年,受海南离岛免税整体销售疲软影响,中国中免海南地区

经营承压影响业绩表现。不过,机场免税业务因租金协议优化以及国际客流复苏而得到改善,对整体利润有所对冲。

8月底,市场期盼已久的市内免税政策发布,作为目前市内免税店布局最多的头部企业,业内预计将于10月份正式实施的市内免税政策有望为中国中免带来业务增量,但具体成效尚待观察。

2020—2021年疫情期间,市场相应的旅游、奢侈品等消费升级需求转向在国内消化,而以海南离岛免税业务为主的中国中免则成为这部分需求的承接主力,业绩在当时迎来爆发。但从2022年开始,其业绩便出现下滑,去年受国内文旅、消费复苏影响有所恢复。

今年以来,海南省持续落实促销费举措,5月份时已推出支持离岛免税企业促消费、支持文体旅商展联合促消费活动、继续发放消费券、支持入境旅游等20条具体举措;8月下旬量发2400万元消费券,分别发放机票消费券900万元、免税消费券1500万元,预计该活动将持续到10月。

机场业务有所恢复

海南离岛免税业务承压之际,上半年中国中免的机场免税业务因租金协议优化以及国际客流复苏而得到改善。

上半年,中国中免在北京机场(含首都国际机场、大兴国际机场)免税门店收入同比增长超过200%,上海机场(含浦东国际机场、虹桥国际机场)免税门店收入增长将近1倍,净利润均实现大幅增长。

其中,报告期内日上上海实现营业收入85亿元,同比上升3.7%,归母净利润为3.1亿元,较去年同期盈利839万元显著改善。据了解,2019年上半年,日上上海收入为

77.34亿元,归属于上市公司股东的净利润为3.21亿元,上半年日上上海已恢复至与2019年同期水平。

记者了解到,这得益于国内游和出境旅游的快速恢复,上海机场国际及地区旅客吞吐量恢复较好。

根据上海机场公布的数据,7月上海机场国际旅客吞吐量已恢复至2019年同期的89%,航班量恢复至93.6%;地区旅客吞吐量及航班分别恢复至72.5%和81.01%。此外,北京首都机场国际及地区旅客吞吐量及航班在7月分别恢复至2019年同期的55.11%和56.06%。

另外,在免税市场景气度仍较低的情况下,中国中免也在通过降低租金成本进而提升公司盈利能力。去年12月底,中国中免宣布与北京、上海机场分别签订租金补充协议。根据新协议,首都机场T2、T3航站楼和上海虹桥、浦东机场对中免商城的提成比例分别由47.5%、43.5%、42.5%统一调整为按不同品类在18%—36%之间取值。按照实际情况,分成比例大约在20%—25%之间,较原有比例大幅下降。

值得注意的是,更新的协议还加深了中国中免与机场的合作绑定,除标准品免税门店外,珠宝、腕表门店的租金也争取到了更高的盈利空间。

圳、天津、武汉、西安、长沙和福州8个城市,各设立1家市内免税店。此外,在额度方面,《办法》规定旅客在市内免税店购买免税商品不设购物限额。

上述名单上的19家中,有6家来自于中国中免旗下,分别布局在北京、上海、三亚、大连、青岛、厦门。此外,去年3月份,中国中免宣布以12.3亿元增资中国出国人员服务有限公司(以下简称“中服出”),成为该公司第二大股东,持有49%股权,通过此次交易,中国中免获得“入境后市内免税牌照”,并一次性揽获中服在上海、北京、杭州、重庆等共计12家市内免税店。

今年7月16日,中国中免在发布的关于2024年度“提质增效回报”行动方案的公告中提到,在聚焦免税主业、稳存量拓增量一项中,特别提到“持续关注市内店运营方案”。

记者就后续公司在提升市内免税店业绩方面将有何举措联系中国中免方面,截至发稿未获回复。

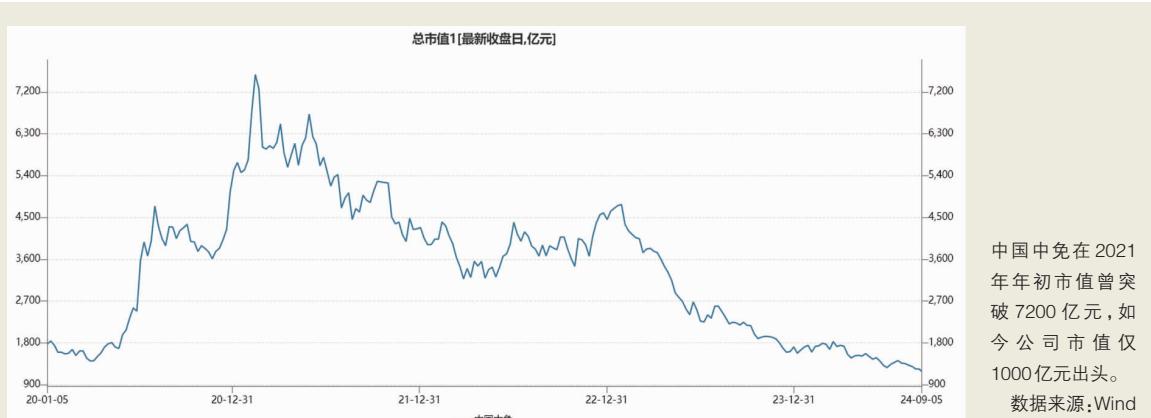
市内免税业务或受益

8月27日,财政部、商务部、文化和旅游部、海关总署、税务总局联合印发《关于完善市内免税店政策的通知》,明确自2024年10月1日起,按照《市内免税店管理暂行办法》(以下简称《办法》)规范市内免税店管理工作,促进市内免税店健康有序发展。

据了解,此次《办法》拓宽了免税店适用旅客范围。此前我国市内免税店主要包括离境市内免税店和外汇商品免税店。前者主要

面向即将离境的境外旅客,后者面向符合特定条件要求的入境中国籍旅客。而《办法》将市内免税店面向的旅客统一为:持出入境有效证件即将于60日(含)内搭乘航空运输工具或国际邮轮出境的旅客(包括但不限于中国籍旅客)。

目前,市内免税店和转型为市内免税店的外汇商品免税店名单共有19家,分布在北京、上海、厦门、青岛、大连等13个城市。此次《办法》明确,将在广州、成都、深



半年亏损超亿元 手套“双雄”之蓝帆医疗掉队

本报记者 张悦 曹学平
北京报道

近日,蓝帆医疗(002382.SZ)发布2024年上半年报,报告期内公司实现营收30.06亿元、同比增长32.88%,净利润-1.6亿元。有部分市场投资者对比同行业公司上半年业绩,英科医疗(300677.SZ)净利润5.87亿元、同比增长100.24%,中红医疗(300981.SZ)净利润3252.99万元、同比上升758.15%。

蓝帆医疗业务板块分为心脑血管事业部、健康防护事业部和应急救护事业部。以一次性手套为核心的健康防护业务是蓝帆医疗的传统优势业务,在售手套品类包括PVC、丁腈、乳胶和TPE/CPE/聚氨酯等,公司年产能超过500亿支。

就上半年的业绩变动情况,蓝帆医疗在近日接受《中国经营报》记者采访时表示,蓝帆医疗核心业务板块主要营业构成与其他公司有较大差异,无法直接对净利润进行对比。仅从健康防护事业部来看,2024年上半年营收同比增长超过40%,利润层面仍呈现经营亏损,但比去年同期亏损大幅收窄,且二季度已实现扭亏为盈。

此外,蓝帆医疗方面表示,自2024年二季度以来,健康防护事业部已盈亏平衡,技改带来健康防护事业部效率提升、工艺进步、设备更新,原材料价格上涨导致的产品成本的上涨幅度低于产品价格上涨幅度,公司预估三、四季度利润也会逐月、逐季度向好。公司认为心脑血管事业部和健康防护事业部仍会维持量价齐升的行情,2024年下半年从利润角度来讲,将会优于上半年。

手套行业持续出清

未来丁腈手套产品价格将会呈现稳步增长的态势,但尚未出现产品价格大幅上升的信号。

公告显示,蓝帆医疗一次性PVC手套2024年上半年出口数量比去年同期上涨35%,出口市场份额上涨至近25%;丁腈手套2024年上半年出口数量较去年同期增长42%,出口市场份额超21%。蓝帆医疗近日投资者关系活动记录表显示,虽然丁腈手套产能规模和PVC手套产能规模近乎一致,但丁腈手套的单价和利润率贡献率较PVC手套高,这也是2024年上半年及未来毛利率、净利率持续不断改善的原因。

报告期内,蓝帆医疗健康防护产品营收22.80亿元,占营收比重75.86%。子公司山东蓝帆新材料有限公司收入同比增加44.18%;淄博蓝帆防护用品有限公司收入同比增加325.59%;山东蓝帆健康科技有限公司收入同比增加12.52%;

心脑血管业务仍在亏损

心脑血管事业部亏损主要由于公共卫生事件的发生和国内支架集采后营收下滑,无法覆盖各项费用支出。

蓝帆医疗认为,2024年上半年,公司心脑血管事业部和健康防护事业部对营业收入均有比较显著的贡献,呈现量价齐升的状态。不过,蓝帆医疗心脑事业部尚在亏损。

蓝帆医疗心脑血管事业部主要产品为冠脉植介入、结构性心脏病以及和心脏植介入手术相关的医疗器械产品,公司设备产能超过187万条/年。半年报显示,报告期内蓝帆医疗财务费用0.95亿元、同比增长27.13%,主要系报告期心脑血管事业部筹资活动增加财务费用所致。

蓝帆医疗方面表示,心脑血管事业部亏损主要由于公共卫生事件的发生和国内支架集采后营收下滑,无法覆盖各项费用支出。但是,近年来随着国内集采支架的提价和创新产品的不断商业化放量,心脑血管事业部已逐步从

淄博蓝帆新材料有限公司收入同比增加31.17%;淄博蓝帆健康科技有限公司收入同比增加13.01%。但半年报显示,部分从事手套业务的子公司净利润为负值。

蓝帆医疗方面表示,2024年上半年行业产能还处在逐步出清阶段,健康防护事业部在上半年手套产品综合销量、综合生产量较去年同期增长近37%,产销量的大幅增加带来营收同比增长超过40%。同时,公司自2023年四季度陆续启动了若干重大技改和降本项目,目的是提升产线运行效率,加强原辅料的回收利用和持续提高自动化水平。从运行效果来看,2024年上半年降本增效效果已开始体现,毛利率较去年同期提升约8个百分点,其中6月毛利率提高至近10%。2024年3月起,丁腈手套价

格有较为明显的增长,公司丁腈手套产能利用率大幅提升。从丁腈手套来讲,2024年上半年受丁腈胶乳价格上涨的影响,产品价格上涨。本质上,这是一波原材料价格推动产品价格上涨,但也客观反映了丁腈手套的渠道库存基本消化完毕,主流客户恢复常态化采购,上下游需求和供给情况改善带来行业产品价格的上升和盈利的修复。因此,公司预计未来丁腈手套产品价格将会呈现稳步增长的态势,但尚未出现产品价格大幅上升的信号。根据全球丁腈手套的需求形势,丁腈手套的生产订单是比较饱满的,且已经持续了一段时间。

对于国内和海外主要的生产手套厂商目前的开工率相关情况,英科医疗近日投资者关系活动记



未来一次性手套行业向头部聚集以及向中国转移的趋势会进一步加快。视觉中国/图

录表显示,国内的一些头部企业已经基本满产,但一些中小厂商的开工率较低,在40%—50%。高成本落后产能,仍然在持续退出,随着这些落后产能的持续退出,未来

整个行业的集中度将会进一步提升,行业格局也会更加清晰。此外,未来一次性手套行业向头部聚集以及向中国转移的趋势会进一步加快。

白云山前董事长被查余波

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

连日来,白云山(600332.SH)管理层频繁动荡。

9月1日晚间,白云山公告董事张春波因个人原因辞职,其不再担任公司及子公司的任何职务。事实上,张春波已于8月30日缺席公司董事会会议,这场会议事关白云山2024年半年度报告、利润分配方案等重要事项的审议、表决。与此同时,有市场消息称张春波已被有关部门带走调查。

就在8月30日,广东省纪委监

董事突然辞职

白云山是在收到张春波递交书面辞职报告的第三天,宣布其辞职的消息。

按照原先计划,张春波应出席公司8月30日上午召开的第九届董事会第十四次会议,但其最终没有按时出现,也未委托其他人代为出席并行使表决权。自始至终,有关张春波缺席会议、辞职的原因,白云山方面均公告为其“个人原因”,并称没有其他事项须提请公司股东注意。

尽管如此,管理层暗流涌动还

是引起了市场对公司经营影响程度的忧虑。眼下,白云山控股子公司广州医药股份有限公司(以下简称“广州医药”),白云山控股股东)原党委书记、董事长李楚源接受纪律审查和监察调查的消息。据悉,李楚源涉嫌严重违纪违法。在这一官方通报前,白云山于7月22日收到李楚源的辞职报告,其因个人原因辞去公司董事长、执行董事等一系列职务。据白云山当时公告,李楚源与公司董事会并无意见分歧,也没有任何其他事项须提请公司股东注意。

9月3日,广州医药董事会秘书室相关工作人员对《中国经营报》记者表示,目前公司经营一切正常,其所收到的采访函已交由白云山方面负责处理。记者同步致函致电白云山方面,但截至发稿,对方未作进一步答复。

记者翻阅过往公开信息获悉,白云山合作伙伴北京康业元投资顾问有限公司(以下简称“康业元”)曾在2019年发布关于李楚源涉嫌违纪违法的实名举报信,称其涉嫌隐瞒利润及收入、财务造假等,但该事件最终以2021年7月康业元发布致歉声明收场。

针对李楚源被查的消息,记者也尝试联系康业元实际控制人张建蓉,询问其是否了解其中详情等,但截至发稿,张建蓉的手机一直处于无人接听状态,记者向其发送短信也未回复。

拟挂牌子公司遭问询

牵一发而动全身。

李楚源辞职后,7月24日,广州医药收到了白云山发来的函,当中称为了广州医药董事会的正常运作,提请广州医药董事会尽快召集和召开临时股东大会免去李楚源的董事职务。两天后,免去李楚源董事职务的议案被审议通过。

据广州医药方面披露,李楚源不直接参与公司日常经营管理。不过,就李楚源辞职所涉及的控股股东合法合规性,新三板挂牌审查部还是对广州医药单独发出一轮审核问询。挂牌审查部要求广州医药结合李楚源辞去白云山任职的具体情况说明对白云山经营合规性的影响,是否符合《挂牌规则》第十六条相关规定;结合李楚源于公司的任职情况及经营决策参与情况,补充说明李楚源相关事项对公司正常经营是否存在重大不利影响,公司是否符合《挂牌规则》第十六条相关规定。

经记者查阅,《挂牌规则》第十六条相关规定主要涉及申请挂牌公司的合法合规性,公司应当依法合规开展生产经营活动,具备开展业务所必需的资质、许可或特许经营权等,不存在最近24个月内,申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济

秩序行为被司法机关作出有罪判决,或刑事处罚未执行完毕等七种情形。

广州医药是白云山大商业板块的核心子公司,由白云山直接持股90.92%,白云山是广州医药控股股东。广州医药成立于1951年,主要从事各类医药产品的批发及零售业务,其中,医药批发业务是其主要的收入来源。根据商务部发布的《药品流通行业运行统计分析报告》,2022年,广州医药主营业务收入位列全国医药流通企

业第七位。

事实上,早在2019年,白云山就曾计划分拆广州医药到香港联交所上市,目的是为进一步拓宽公司境外融资渠道,加速公司国际化战略的实施。2021年7月,广州医药发行境外上市外资股(H股)获得中国证监会核准。但仅过去约一年,白云山宣布中止推进广州医药发行境外上市外资股并上市相关工作,主要是考虑到中国证监会

出具的核准批复有效期已经届满,香港资本市场环境变化以及结合白云山及广州医药的发展规划所做出的决定。

2023年12月,白云山宣布广州医药终止首次公开发行境外上市外资股并申请在新三板挂牌。广州医药挂牌后,仍是白云山合并报表范围内控股子公司,广州医药未来还将根据资本市场环境及战略发展需

要,择机寻求在北京证券交易所上市。2024年6月,广州医药申请在新三板挂牌获受理。

申报稿显示,2022年—2023年,广州医药营收分别约492.82亿元、525.91亿元,净利润分别约6.2亿元、6.6亿元。值得注意的是,广州医药所在的大商业板块是白云山近年营收占比最高的业务(约70%),也是近两年收入保持持续增长的业务,但其毛利率不高,一直不超过10%。

大南药、大健康板块是白云山的高毛利业务,前者主要为医药制造业务,后者主要为饮料、食品、保健品等产品的生产、研发与销售,毛利率均在40%以上,但近年均出现营收增长乏力的态势,始终在100亿元左右徘徊。2024年上半年,公司大南药、大健康板块收入分别同比下降2.04%、7.24%,大商业板块同比增长6.12%。白云山还有一个大医疗板块,目前处于布局与投资扩张阶段。

2024年上半年,白云山增收不增利,营收同比增长2.68%至约410.43亿元,净利润同比下降9.31%至约25.5亿元,扣非净利润同比下降9.92%,且经营性现金流净额为负,同比下降174.97%至约-20.37亿元。白云山在半年报中表示,主要原因是公司下属子公司报告期内购买原料及药品所支付的现金同比增加。

ST新潮近百亿要约收购终止 交易曾被举报涉嫌违规

本报记者 李哲 北京报道

由于股权分散,山东新潮能源股份有限公司(以下简称“ST新潮”,600777.SH)曾出现“内斗”风波,如今其控制权之争又迎来新变数。

8月24日,ST新潮公告披露,其于近日收到北京汇能海投新能源开发有限公司(以下简称“汇能海投”)发来的《山东新潮能源股份有限公司要约收购报告书摘要》(以下简称《要约收购报告书摘要》)。汇能海投拟以3.10元/股的要约价格,收购ST新潮31.28亿股。

要约收购被举报

有相关举报称汇能海投可能涉嫌未如实报告披露一致行动人与实际持股情况等违法违规行为。

按照《要约收购报告书摘要》,本次要约收购为收购人汇能海投向除收购人以外的上市公司全体股东发出的部分要约收购,要约收购股份数量为31.28亿股,占上市公司总股本的46%,要约价格为3.10元/股。以此计算,要约收购金额约为97亿元。

在发起要约收购之前,ST新潮的股价长期在3元/股以下的区间徘徊。对于3.10元/股的要约收购价格,ST新潮方面在回复记者采访时表示,该要约收购价格系由要约收购方确定,依照相关规定,公司目前无法对这一价格作出评价。这一价格体现了对公司价值的认可。

记者了解到,截至《要约收购报告书摘要》签署日,汇能海投持有ST新潮3.39亿股股份,占总股本的4.99%。如果要约收购完成,汇能海投将持有ST新潮超过50%的股权,进而成为其控股股东。

在发布要约收购公告后,ST新潮股票于8月26日、27日和28日连续3个交易日收盘价格涨幅偏离值累计超过12%。

然而,就在《要约收购报告书摘

股,占总股本的46%。不过,仅几天之后,ST新潮就公告宣布终止该交易。公告显示,汇能海投与相关股东存在构成一致行动人的情形。

在此之前,上述交易就被举报,汇能海投可能涉嫌未如实报告披露一致行动人与实际持股情况等违法违规行为。

对此,ST新潮方面向《中国经营报》记者表示:“公司确于7月收到投资者投诉举报材料,称汇能海投未如实报告披露一致行动人与实际持股情况,存在违法违规嫌疑,并提供了相关证据材料。”

要》发布的同日,ST新潮发布了收到上海证券交易所上市公司管理二部《关于山东ST新潮股份有限公司股东要约收购公司股份事项的监管工作函》(上证公函[2024]1151号,以下简称“上交所工作函”的相关公告。

公告中提到,有相关举报称汇能海投可能涉嫌未如实报告披露一致行动人与实际持股情况等违法违规行为。

对此,ST新潮方面向记者表示:“公司确于7月份收到投资者投诉举报材料,称汇能海投未如实报告披露一致行动人与实际持股情况,存在违法违规嫌疑,并提供了相关证据材料。”

此外,ST新潮方面透露,其此前已遵照《上市公司收购管理办法》第三十二条的规定开展调查核实工作,目前已对举报中的相关信息予以确认核实;董事会将继续按照上交所工作函要求,对收购人的主体资格、资信情况及收购意图进行调查,对要约条件进行分析,对股东是否接受要约提出建议,并聘请独立财务顾问提出专业意见。

股东背后的“关联关系”

通过关联操作,自今年上半年对ST新潮进行股权增持的股东盛邦科华、汇能海投、内蒙古梵海之间似乎存在着千丝万缕的联系。

记者获取的一份证券投资者爆料信息显示,2023年12月至2024年3月期间,多名投资者在短时间内集中通过公开市场买入、司法拍卖等方式成为ST新潮的股东,包括“北京盛邦科华商贸有限公司”(以下简称“盛邦科华”)、“汇能海投”、“内蒙古梵海投资管理有限公司”(以下简称“内蒙古梵海”)等。

记者查阅ST新潮2024年上半年财报了解到,今年上半年,盛邦科华增持ST新潮3.75亿股,持股比例5.51%;汇能海投增持623.9万股,合计持股3.39亿股,持股比例4.99%;内蒙古梵海增持3.10亿股,持股比例4.56%。

爆料信息显示,上述经营主体可能存在千丝万缕的关联关系,构成一致行动人。

天眼查信息显示,盛邦科华的法定代表人为“李明静”。

又一起“宝万之争”?

ST新潮同样面临着股权分散的问题,甚至一度形成“双头董事会”,引发“内斗”风波。

围绕ST新潮要约收购的一系列操作,不禁让外界联想到此前的“宝万之争”。彼时,万科因股权分散而资产又较为优质,受到了“宝能系”的觊觎。

而ST新潮同样面临着股权分散的问题,甚至一度形成“双头董事会”,引发“内斗”风波。

2024年上半年报告显示,在ST新潮的前十大股东中,宁波国金阳光股权投资中心(有限合伙)持股6.39%,为公司第一大股东。盛邦科华、汇能海投、内蒙古梵海的持股比例分别在ST新潮的股东中位列第二、三、五位。

对于股权分散的问题,ST

上述爆料信息显示,名为“李明静”的参保人于2021年6月至2022年11月期间的社保缴纳单位为北京鼎兴房地产开发有限公司(以下简称“鼎兴房地产”)。而鼎兴房地产的控股股东则为内蒙古汇能集团汇能房地产开发有限公司(以下简称“汇能房地产”,持股97%),同时,郭建军持股3%。

天眼查信息显示,郭建军在汇能海投担任董事、经理职务。同时,郭建军在汇能控股集团有限公司(以下简称“汇能集团”),曾用名“内蒙古汇能煤电集团有限公司”担任董事。此外,汇能房地产是汇能集团全资子公司,而汇能海投则是内蒙古汇能煤电集团有限公司的全资子公司。

此外,天眼查信息显示,郭建军在内蒙古开远实业集团有限公司(以下简称“开远实业”)持股

90%,为其实际控制人。开远实业对外投资了鄂尔多斯市普冉能源有限公司(以下简称“普冉能源”)及内蒙古开远商贸有限公司(以下简称“开远商贸”)。其中,开远商贸持有鄂尔多斯市德润私募基金管理有限公司(以下简称“德润私募基金”)15%股权,而德润私募基金的董事长刘彦操持有内蒙古梵海投资管理有限公司18%股权。同时,刘彦操在普冉能源担任监事。

通过上述关联操作,自今年上半年对ST新潮进行股权增持的股东盛邦科华、汇能海投、内蒙古梵海之间似乎存在着千丝万缕的联系。ST新潮2024年财报显示,盛邦科华、汇能海投、内蒙古梵海合计持有ST新潮15.06%股权。而其最终则疑似指向了汇能海投的母公司汇能集团以及其实际控制人郭金树。

汇能集团官网信息显示,其

成立于2001年,总资产1350亿元,是一家以煤炭、电力、化工为主业,以新能源、新材料、现代煤化工产业为新的发展方向,集物流、金融、地产、路桥、水务等产业于一体的大型股份制民营企业。2023年,该集团实现含税销售额682亿元,上缴税费135.7亿元。在中国民营企业500强中位列第240位。

记者就上述关联关系以及对ST新潮的要约收购事宜联系汇能集团方面采访,截至发稿未获回应。

就在多方猜测让ST新潮的此次要约收购蒙上疑云之际,8月30日,ST新潮收到汇能海投发来的《通知函》,经对照《上市公司收购管理办法》第八十三条相关规定,汇能海投与相关股东存在构成一致行动人的情形,其决定终止筹划本次部分要约收购ST股票的相关工作。

广汇能源上半年业绩下滑 短期债务逾151亿元

本报记者 陈家运 北京报道

8月31日,广汇能源(600256.SH)发布2024年半年报告。报告显示,上半年公司实现营业收入172.49亿元,同比下降50.84%;归母净利润14.55亿元,同比下降64.70%;扣非净利润14.92亿元,同比下降63.61%;经营活动产生的现金流量净额为26.25亿元,同比下降42.70%。

尽管业绩承压,但广汇能源

也迎来利好消息。在上述业绩发布的当天,广汇能源公告披露,其于近日收到国家发展改革委下发的《关于新疆淖毛湖矿区马朗一号煤矿项目核准的批复》(以下简称《批复》)。广汇能源方面表示,其将严格根据核准批复要求,积极推进该项目的整体建设及开采,及早产出经

济效益。广汇能源方面在接受《中国经营报》记者采访时表示,今年上半年,公司业绩较去年同期有所回调,主要系公司主营产品煤炭、天然气、煤化工产品市场价格下行所致,符合市场情况及行业趋势。随着马朗煤矿的建设和开采,优质煤炭产

能的释放,将为公司贡献新的利润增长点。

不过,记者注意到,截至2024年6月末,广汇能源短期有息债务达到151.22亿元。其中,短期借款为103.91亿元,一年内到期长期借款为30.29亿元,一年内到期的融资租赁为17.02亿元,而货币资金仅为34.86亿元。



第八届中国—亚欧博览会广汇能源展台。

判断和出现时间的预测出现一定偏差。

煤炭业务方面,上半年我国原煤产量22.7亿吨,同比下降1.7%。动力煤市场整体呈现先跌后涨态势,价格重心有所下移。上半年,CCTD秦皇岛5000大卡动力煤平仓均价为776.25元/吨,同比下降12.84%。

卓创资讯天然气分析师王冉向记者表示,今年上半年,国内LNG市场价格整体呈现“跌-稳-涨”趋势,价格重心整体向下调整。这一期间,国内LNG市场长时间处于供强需弱的局面,成本端变动对市场价格的影响较为明显。同时,由于国际天然气市场动荡,导致LNG现货进口成本低位较往年提前,造成我们对于国内市场价格低值的

现利润总额为3168.6亿元,同比下降24.8%。

广汇能源方面表示,公司能源化工产品均执行市场定价机制,在上述背景下,为规避风险,公司主动缩减贸易规模,致天然气、煤化工产品销量下降。在产品产销量、销售价格共同影响下,公司2024年上半年营业收入及利润有所下降。

针对下半年LNG市场表现,王冉表示,LNG市场供应能力稳步提升,预计供需双增,价格遵循季节性规律或将逐渐上升,但同比去年预计呈现下跌走势,淡旺

季价差将有所缩减。

与此同时,赵丽对下半年煤炭行情也给出了她的见解。她指出,国内煤矿生产稳定、进口煤数量持续高位,国内煤炭供应比较充足;而经济复苏不及预期,国内能源消费量增长相对迟缓,虽有金九银十、迎峰度冬等传统用煤旺季支撑,用煤需求存在改善空间,但整体支撑仍偏弱。预计2024年下半年国内动力煤市场供需关系整体或仍较宽松,煤价仍存下行压力,部分时间段受需求端支撑增强影响煤价或有反弹,但反弹空间受限。

短期债务承压

随着业绩及现金流下滑,广汇能源的负债承压。

从广汇能源半年报数据来看,2024年6月末,公司短期有息债务达到151.22亿元。其中,短期借款为103.91亿元,一年内到期长期借款为30.29亿元,一年内到期的融资租赁为17.02亿元。

值得注意的是,广汇能源2024年6月末货币资金仅为34.86亿元。同时,公司扣非净利润为14.92亿元,同比下降63.61%;经营活动产生的现金流量净额为26.25亿元,同比下降42.70%。不难看出,短期债务与货币资金、经营活动现金流存在差额。

对此,广汇能源方面向记者分析,公司的偿债资金主要来源于储备充足的货币资金和稳定的经营性净现金流。公司货币资金较为充裕,2024年6月末货币资金为34.86亿元。2023年经营活动产生的现金流量净额为65.98亿元,2024年1—6月经营活动产生的现金流量净额为26.25亿元。预计2024年下半年及2025年上半年

新增利润增长点?

尽管广汇能源上半年业绩下滑,但其备受瞩目的马朗煤矿项目获得了批复。该项目作为新疆大型煤炭基地建设的重要组成部分,旨在保障煤炭的稳定供应,并进一步优化煤炭产业结构。

广汇能源方面向记者表示,马朗煤矿是公司拥有的大型露天矿,也是新疆“十四五”规划重点建设项目之一,符合新疆提出的加快发展煤炭煤电煤化工产业集群,积极建设绿色矿业产业集群等“八大产业集群”和“三基地一通道”建设的战略定位。

半年经营活动产生的现金流量净额稳中有增。同时,国家发展改革委核准了马朗一号煤矿露天部分建设规模1000万吨/年,作为新的利润增长点,进一步保障了经营性现金流。

广汇能源方面表示,公司一直保持较高的资信水平和多元化的融资渠道,资信情况良好,为公司发展提供有力资金支持。截至2024年6月30日,金融机构授信总额为287.63亿元,已使用授信金额为238.64亿元,尚有48.99亿元未使用额度。近年来,公司授信稳中有增,且多为循环授信,融资渠道通畅,进一步确保债务到期偿付。

此外,广汇能源方面还表示,公司的资产负债率为54.25%,处于较低的合理水平,资金运转正常,不存在偿债压力。未来公司将坚持“控投资、降负债、调结构、提质量”的方针,利用现有的盈利优势,结合未来投资计划,在保证项目投资、现金分红及日常生产经营资金需求的同时持续压降负债总额。

根据上述《批复》,马朗一号煤矿采用露天井采的开采方式。此次核准露天部分建设规模1000万吨/年,其中常规产能800万吨/年、储备产能200万吨/年。

广汇能源方面表示,该煤矿煤炭资源储量18.09亿吨,是优质的动力和化工用煤。同时,公司所拥有的煤矿资源地处新疆东大门,具备区位、通道、煤质、成本等多重竞争优势。随着马朗煤矿的建设和开采,优质煤炭产能的释放,将为公司贡献新的利润增长点。

暴利时代终结 光伏巨头如何穿越周期?

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

8月底,A股沪深两市光伏企业的半年报披露收官。

不出意外,在这一轮调整周期,曾经赚得盆满钵满的光伏一体化组件巨头,也未逃过供需错配导致的价格下跌的冲击。其中,昔日“光伏一哥”隆基绿能(601012.SH)亏损超52亿元,新晋组件出货“老二”晶澳科技

业绩集体受挫

未来光伏产业链价格能否反弹,关系着企业盈利能力的修复。

2024年上半年,晶科能源、天合光能、隆基绿能和晶澳科技的业绩或大幅亏损,或大幅下滑。由于技术选择、产能规模、业务布局、市场渠道、销售策略等不同,四家企业的业绩表现也存在差异。

其中,晶科能源营业收入为472.51亿元,同比下降11.88%;归母净利润为12亿元,同比下降68.77%。同时,其归母扣非净利润为2.19亿元;天合光能营业收入为429.68亿元,同比下降12.99%;归母净利润为5.26亿元,同比下降85.14%。同时,其归母扣非净利润为3.98亿元。

相比之下,隆基绿能和晶澳科技分别亏损52.43亿元和8.74亿元,同比下降157.13%和118.16%。

影响业绩变化的共因是光伏供需错配,主产业链各环节价格下跌。记者粗略统计第三方数据,截至上半年末,光伏多晶硅、硅片、电池、组件的价格相比2023年同期均价已经下跌超39%、50%、60%和45%。

以隆基绿能为例,造成本期业绩亏损的原因主要包括产品销售增量不增收、对参股多晶硅企业的投资收益减少,计提存货减值损失影响。其中,报告期内公司存货跌价损失及合同履约成本减值损失达48.7亿元。

同一市场环境下,业绩表现不同与业务构成和产能规模无关。

从业务上看,上述四家企业均形成了光伏一体化制造产能,隆基

(002459.SZ)亏损近9亿元,而晶科能源(688223.SH)、天合光能(688599.SH)虽然保持盈利,但净利润却出现大幅下滑。

《中国经营报》记者注意到,在价格跌破成本线的市场环境下,光伏巨头同样面临存货跌价损失、参股多晶硅企业亏损,并且规模越大亏损越多的局面。但也有光伏巨头因产品更具竞争力,全球化程度更高,经营业务多元

化更具风险抵御能力。

如今,光伏产品价格行至底部的共识已基本形成,但每一个光伏巨头又无不意识到本轮周期调整的复杂性和长期性。晶澳科技方面此前便在业绩说明会上表示:“目前各环节盈利较难,晶澳科技做好了长期坚持的准备,练好自己的内功,全球市场每年还是保持增长状态,我们会谨慎面对此次行业周期调整。”

布局企业享受市场红利;企业制定的市场策略不同,部分企业选择保营收,部分企业选择保市占份额;组件企业品牌影响力不容忽视,可以提升企业的市场竞争力,吸引更多的消费者;此外,海外市场政策变化及企业的海外市场布局战略也对组件出货产生影响。

晶科能源方面表示,公司盈利能力更好,首先是受益于市场能力,也就是供大于求时全球布局能力和品牌影响力带来的收益。另外,公司推动TOPCon成本持续下降,相对于竞争对手保持领先。同时公司在手订单饱和度高,后续出货确定性强,在合同前置情况下有长单价格收益。

当然,除此一体化制造之外,多元化的业务协同布局也让企业分散了风险,增加了抗风险能力。天合光能方面表示,受制于产业链供需失衡,光伏产品市场价格大幅下降的影响,天合光能组件业务盈利能力有所下降。但得益于公司在分布式光伏系统、光伏电站等多元化业务的前瞻性布局,上半年公司依然实现了整体盈利。

未来光伏产业链价格能否反弹,关系着企业盈利能力的修复。

近日,上游多晶硅和硅片涨价氛围浓厚,但情绪尚未传递至组件端。晶澳科技方面在业绩说明会上提及,第三季度和第四季度的组件交付价格下降趋缓,但下半年价格仍有可能承压下行。当前行业处于底部,在价格下降的趋势下,存货有进一步减值的可能。



2024年SNEC光伏展会上的晶澳能源展台。

本报资料室/图

把控财务风险

“造血”不足且又保持项目续建,身处光伏低谷周期内,光伏企业进行了相应的资金储备。

“当前,光伏市场出清的过程复杂且充满不确定性,出清周期超出此前预期。”王建告诉记者,未来市场出清的进程可能会持续较长时间,光伏企业需在保持技术和市场领先的同时,注重风险管理。

在业内看来,如今,保持技术领先和全球化市场布局,是保证企业竞争力的基础。但短期来看,保证现金流,资金储备充足是光伏企业穿越周期的保障。

2024年上半年,隆基绿能、晶澳科技、天合光能和晶科能源的经营活动产生的现金流量净额分别为-64.13亿元、-18.59亿元、-1.57亿元和-16.19亿元,均为负数,“造血”能力同比降低。

尽管如此,四家组件巨头仍未停止扩张步伐,均有在建项目在推进,但扩张速度不同。

对比2023年同期,晶澳科技在2024年上半年的投资活动现金流量净额由-67.40亿元变为-81.14亿元,系电站投资及续建产能项目的现金支出增加。其中,公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金83.01亿元,同比增加;晶科能源的投资活动现金流量净额由-71.59亿元变为-37.12亿元,系购买长期资产支付的现金减少。其中,公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金44.67亿元,同比减少。

天合光能的投资活动现金流量净额由-69.97亿元变为-84.92亿元。

亿元,系公司产能扩张而购建长期资产现金支出增加。其中,公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金83.42亿元,同比增加;隆基绿能的投资活动现金流量净额由-14.08亿元变为-37.82亿元,系联营企业分红减少。其中,公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金仅为3.41亿元,同比减少。

“造血”不足且又保持项目续建,身处光伏低谷周期内,光伏企业进行了相应的资金储备。

2024年上半年,晶澳科技筹资活动现金流量净额为205.57亿元,系借款增加;隆基绿能筹资活动现金流量净额为78.17亿元,系借款融资流入增加;天合光能筹资活动现金流量净额为92.85亿元,系借款现金增加。相比之下,晶科能源筹资活动现金流量净额为-14.74亿元,系取得银行借款金额减少。

晶澳科技方面表示,上半年公司为了应对未来的不确定性进行了储备资金,新增250亿元借款,其中超60%是3—5年期的长期借款,银行和金融机构的风险评估对公司比较认可,沟通顺畅;现阶段,公司对资本性支出采取更加审慎的评估,主要是支付以前年度的投资尾款,近期资本性支出呈下降趋势。

晶科能源方面提示资产负债率高的风险,表示“如果公司不能有效进行资金统筹及资金管理,可能对公司的日常经营及偿债能力造成不利影响”。

合盛硅业增收不增利 上半年净利润下滑超45%

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

受经济形势、行业状况以及市场供求关系变化等因素影响,硅基新材料巨头合盛硅业(603260.SH)在2024年上半年业绩承压。

8月29日晚间,合盛硅业发布的半年报显示,报告期内,公司实现营业收入132.72亿元,同比增长11.18%;归属于上市公司股东的净利润9.78亿元,同比下降45.12%。

合盛硅业方面对此解释到,报告期内工业硅及有机硅产品销售价格下降,以及光伏产业链相关产品部分产能释放,由于该等产品市场价格下降,计提跌价,是利润减少的主要原因。

国金证券分析指出,2024年上半年,全球经济增长乏力、地缘政治风险加剧、下游市场需求增速放缓等因素叠加,工业硅、有机硅和多晶硅行业整体呈现出供应增速领先于需求的态势,市场价格持续承压。

对于下半年市场走势,合盛硅业方面未向《中国经营报》记者予以回应。隆众资讯相关分析师在接受记者采访时表示,预计下半年工业硅现货价格将围绕成本端波动,若下游需求有明显好转,或产能调控,则价格有望回升。另外,有机硅价格上涨动力不足,跌幅空间有限,基本已经跌到成本线附近。

而多晶硅价格的反弹有待供需进一步调整。InfoLink Consulting光伏分析师杜加恩此前分析,2024年—2025年,光伏产能供过于求形势严峻。2024年光伏产业链的价格反弹迹象不明显,很难出现反转。

主业承压

公开资料显示,合盛硅业由罗立国于2005年8月创立,并于2017年10月在上交所主板上市,其主要从事工业硅、有机硅及多晶硅等硅基新材料产品的研发、生产及销售。

作为我国硅基新材料行业中业务链最完整、生产规模最大的企业之一,截至2024年6月末,合盛硅业拥有工业硅产能122万吨/年、有机硅单体产能173万吨/年。

其中,工业硅是由硅矿石和碳质还原剂在矿热炉内冶炼成的产品,上游原材料主要包括硅石、煤炭及石油焦等,下游可用于生产有机硅、多晶硅和硅铝合金等,应用领域包括光伏、建筑、电子、日用化学品、合金、汽车等行业。

据中国工业和信息化部数据统计,从工业硅的主要需求领域来看,有机硅和硅铝合金市场呈

现相对平稳态势,多晶硅领域作为工业硅的最大需求端,上半年全国产量达106万吨,同比增长74.9%,其对工业硅的消费拉动依然较为显著。

但是,受阶段性供需不平衡影响,工业硅的市场价格持续承受下行压力,目前仍处于底部震荡阶段。中金公司的数据显示,自2024年以来,工业硅价格基本呈现单边下行走势,从年初的1.56万元/吨下跌至当前的1.18万元/吨,跌幅达24%。

隆众资讯工业硅分析师王丽向记者表示,工业硅市场在2024年下半年仍将以“高库存”“低需求”的局面呈现在市场上,同时新增产能的不断投放,也使得供应仍处宽松局面,外加下游多晶硅、有机硅市场的低迷,降低了对原材料价格的支撑,使得现货市场

价格仍承压运行。

王丽认为:“整体来看,暂无利好因素拉动价格上涨,预计下半年工业硅现货价格将围绕成本端波动,若下游需求有明显好转,或产能调控,则价格有望回升。”

有机硅是对含硅有机化合物的统称,上游工业硅是主要供应原料,下游产品包括硅橡胶、硅油、硅树脂和硅烷偶联剂。

合盛硅业半年报显示,2024年上半年,有机硅行业整体表现为大稳小动。一季度,鉴于国内市场的传统旺季来临,需求呈现回暖趋势,下游产业积极响应,加速库存补充,这一系列积极变化触发了有机硅市场的周期性上涨行情。然而,步入二季度,市场需求逐步进入季节性调整期,呈现出转淡态势,与此同时,部分新产能项目投产并释放产能,增加了

苹果表现虽疲软，但“果链”企业业绩向好

“果链”巨头集体走出大客户依赖

本报记者 陈佳岚 广州报道

今年，消费电子行业复苏明显，上游产业链多家公司业绩都

在显著回升中。

近日，上市企业半年报集中发布，上游产业链企业立讯精密(002475.SZ)、蓝思科技(300433.SZ)、长盈精密(300115.SZ)、舜宇光学科技(2382.HK)、鸿海(2317.TW)等不管是A股还是港股、台股上市公司陆续“交卷”，业绩整

体呈现出复苏的态势，其中，大多是果链公司。

《中国经营报》记者留意到，尽管iPhone销售业绩表现欠佳，

但整体上，多家果链企业业绩在2024年上半年呈现复苏态势，净利润实现同比增长，其中，诸多果链企业业绩向好，还得益于公司

非果链业务的驱动。近年来，果链企业为摆脱对苹果的过度依赖，纷纷加强了公司的多元化业务布局。

多家电子产业链企业业绩整体向好

上游零组件厂商整体回暖的原因在于自去年下半年以来零组件厂商库存已经明显下降，供应链也进入回升态势，上游零组件进行了不同程度的涨价，使得上半年多家零组件厂商业绩回暖。

财报显示，立讯精密今年上半年实现营业收入1035.97亿元、归母净利润53.96亿元，同比增速分别为5.74%、23.9%。蓝思科技上半年的营业收入和归母净利润分别同比增长43.07%、55.38%，分别为288.67亿元、8.61亿元。鸿海上半年营收达2875亿元新台币，同比增长4%；净利润571亿元新台币，同比增长25%。长盈精密营收同比增长30.15%，净利润同比增长30.15%，净利润同比扭亏为盈。

同时，舜宇光学科技上半年实现营收188.6亿元人民币，同比增长32.1%；归母净利10.79亿元，较去年同期增加约147.1%；丘钛科技(1478.HK)2024年上半年未经审核收入约为76.75亿元，同比增长约40.1%。

这些消费电子产业上游企业业绩集体向好背后，多家公司都提到了消费电子市场回暖的因素。

比如，蓝思科技主营消费电子业务，其在财报中提到了“消费电子市场回暖，推动产业价值提升”。立讯精密董事长、总经理王来春在近日的投资者调研中谈到上半年公司经营情况时表示：“消费类电子板块，今年以来国际上一些不稳定的短期因素仍然存在，全球经济处于弱复苏状态。”

舜宇光学科技表示，收入增加主要是因为基于智能手机市场有所回暖，手机镜头及手机摄像头模组的收入增加。丘钛科技则表示，业绩回暖因素包括全球智能手机情况好转，集团在全球主要智能手机品牌的合作份额提升，



5月31日，中国台北，鸿海集团董事长刘扬伟出席股东大会，并宣布2024年鸿海AI服务器营收中国/图

车载和物联网(IoT)领域的摄像头模组业务取得明显进步，使得摄像头模组销售数量同比增长约30.8%，产能利用率较同期明显改善，中高端摄像头模组产品占比提升改善了毛利率相关。

IDC全球专业代工与显示产业研究团队资深研究经理高鸿翔对记者分析，上游零组件厂商整体回暖的原因在于自去年下半年以来零组件厂商库存已经明显下降，供应链也进入回升态势，上游零组件进行了不同程度的涨价，使得上半年多家零组件厂商业绩回暖。

从全球智能手机市场来看，IDC的数据显示，2024年上半年

全球智能手机出货量达到5.74亿部，同比增长超7%，智能手机市场在经历波动后重新步入增长轨道。从PC市场看，Canalys数据显示，2024年第二季度，全球PC市场蓄力增长，台式机和笔记本的出货量达6280万台，同比增长3.4%，已连续三个季度实现增长。

尽管歌尔股份上半年营收出现同比下滑，但净利润却迎来大幅反弹。财报显示，歌尔股份上半年实现净利润12.25亿元，同比增长190.44%。歌尔股份也提到：“2024年上半年，全球消费电子行业有所复苏，部分新兴智能硬件产品市场需求回暖。”

非果链业务有亮点

一直以来，立讯精密、蓝思科技、鸿海、歌尔股份等由于对苹果的销售占比较高，对苹果的依赖程度高。不过如今，这些“果链”巨头也在通过多元化战略来降低对单一客户的依赖，寻求企业更稳定和可持续的增长。

此前，苹果公布的财报显示，其硬件业务表现出现分化，Mac收入连续两个季度增长，iPhone收入却连续两个季度下滑。其中，Mac的销售额在2024年第二财季(即自然年第一季度)同比增长了4%，达到74.5亿美元；Mac在2024年第三财季(即自然年第二季度)收入同比增长2.5%至70.1亿美元。

而2024年第二财季iPhone营收为459.6亿美元，同比下降近10%；2024年第三财季，iPhone收入为392.96亿美元，同比下滑0.9%。苹果在中国市场面临的竞争压力更大，今年第二财季苹果大中华区的销售额下降了8%至163.7亿美元；第三财季，苹果大中华区营收下降6.5%至147.3亿美元。

记者留意到，尽管苹果iPhone硬件业绩表现欠佳，但多家果链巨头业绩表现却不错。其中，部分果链企业业绩向好还得益于非果链业务的增长驱动。

一直以来，立讯精密、蓝思科技、鸿海、歌尔股份等公司由于对苹果的销售占比较高，对苹果的依赖程度高。不过如今，这些“果链”巨头也在通过多元化战略来降低对单一客户的依赖，寻求企业更稳定和可持续的增长。

从2024年半年报来看，比如，蓝思科技营收增长还受益于非苹果客户的组装业务以及新能源业务汽车业务。蓝思科技提到了公司加速产业链垂直整合的ODM或OEM模式开发及量产智能手机、支付终端、PC、笔记本电脑、智能家居等智能设备，带动了公司销售规模增

长。2021年，蓝思科技投资30亿元在湘潭建设蓝思智能终端智造一期项目，以手机组装起步，进入智能穿戴、平板/笔记本电脑、汽车电子等领域。目前，湘潭蓝思整机组装订单客户包含小米、魅族、蔚来等。

蓝思科技半年报还显示，2024年上半年，公司来自智能汽车及智能座舱类产品营收高达27亿元，上年同期为22.8亿元。

比如，鸿海的主要业务包括“消费智能产品”“云端网络产品”“电脑终端产品”“元件及其他产品”四大类别。记者梳理鸿海财报了解到，2024年上半年，“云端网络产品”及“元件及其他产品”两大品类拉货明显，鸿海云端网络产品营收8637亿元新台币，而上年同期为6564亿元新台币。元件及其他产品营收1788亿元新台币，上年同期为1485亿元新台币。

鸿海集团发言人巫俊毅称，在客户强劲需求的带动下，鸿海集团第二季度AI服务器营收环比增长超过六成，在鸿海整体服务器营收中占比达到四成以上。预计AI服务器的强劲需求会持续，维持AI服务器将贡献今年服务器全年营收四成的看法不变。巫俊毅同样预测，四大产品领域表现方面，云端网络产品类别及元件与其他产品类别今年有望优于预期，将是今年业绩成长的两大动力。

再比如，立讯精密汽车业务板块是占比最少的，但却是上半年表现的大亮点，立讯精密半年报显示，2024年上半年，汽车业务板块实现营收47.56亿元，同比增长高

达48.30%，远远高于消费电子和通信这两大业务板块的同比增长率。

而近年来，歌尔股份转投VR/AR产业，目前还没能给其带来较好的业绩。歌尔股份的主要业务包括精密零组件、智能声学整机、智能硬件三大板块业务。歌尔股份半年报显示，以VR设备、游戏机等为主的智能硬件业务2024年上半年营收同比下滑32.31%，拖累了公司业绩。根据华创证券研报，该业务下滑主要是受到游戏机组装项目在产品生命周期后段的正常降量这些因素影响。

资深产业经济分析师、钉科技创始人丁少将对记者分析，果链企业业绩向好，与今年以来消费电子产业逐步回暖有关，也与这些企业积极调整业务结构，向多元化、高端化方向战略升级有关，说明这些企业在稳住苹果业务基本面的情况下，逐步形成更多元和更高附加值的增长拉力。

需要注意的是，这些主动布局多元化业务的“果链”巨头们发展也面临着挑战。比如，立讯精密目前汽车业务的体量占比仅有4.59%，距离其10年达到2000亿元规模的目标仍有挑战，蓝思科技目前汽车业务的体量占比也不到10%，歌尔股份智能硬件业务营收占比近半，但由于XR行业发展不及预期，如今却成了公司业绩的拖累。

对于果链企业多元化布局的原因，丁少将表示：“企业要做的是通过技术创新和业务拓展，使自身具备业务调整的弹性空间，而不是把鸡蛋都放在一个篮子里。”

AI眼镜成新风口 各方争相入局

本报记者 秦枭 北京报道

中国版“RayBan-Meta”

2024年，AI席卷各行各业，也赋予了基础智能眼镜全新的生命力，使其不再局限于听音乐、打电话等功能，而是具备了多模态交互、个性信息处理的能力。尤其是在Meta与雷朋的合作推出Ray-Ban Meta眼镜后，AI眼镜在全球掀起了新的AI硬件浪潮。

第三方调研机构IDC的数据显示，2024年第一季度全球智能眼镜出货量同比增长了200%以上。与此同时，全球各厂商也在加速布局AI眼镜。

Meta宣布即将在9月份举办的“Connect大会”上发布新款AI眼镜，苹果、谷歌、三星和亚马逊等科技巨头也纷纷传出布局AI眼镜的消息。

国内亦然，AR眼镜厂商雷鸟创新与博士眼镜成立合资公司，欲打造中国版的“Ray-Ban-Meta”。

雷鸟创新创始人兼CEO李宏伟对《中国经营报》记者表示，AI眼镜首先必须是一款佩戴舒适、可靠的眼镜，其次才是一款具备AI功能的智能设备。对于AI眼镜这一全新的品类而言，科技企业与专业眼镜验配终端的合资模式是推动其快速发展的关键要素。

AI眼镜并没有明确的定义，但市场将其归纳为在传统近视眼镜、老花镜、太阳镜等基础上，融入了人工智能技术的眼镜。与AR眼镜不同，人工智能眼镜侧重于虚拟与现实融合，转为侧重于利用AI增强语音交互功能。

北京市社会科学院研究员王鹏表示，相较于传统AR眼镜，AI眼镜在多个方面展现了显著的优势。这些优势不仅体现了技术的革新，也标志着用户体验的全新提升。AI眼镜通过集成先进的人工智能技术，超越了传统AR眼镜的局限性，为用户提供了更加智能化和个性化的服务。

2021年9月，Meta与雷朋在

瞄准7亿潜在用户

AI眼镜作为可穿戴设备，在低成本的同时为消费者带来更高效率，市场空间巨大。

博士眼镜COO夏冰表示，科技企业与传统眼镜厂商的经验相融合，才能真正为用户提供最佳体验。中国近视人口近7亿，智能眼镜的目标用户近视比例会更高，专业眼镜验配终端在智能眼镜大潮中将发挥至关重要的作用。

华福证券指出，随着显示单元加入AI智能眼镜，模组能力不断迭代，以及各个厂商在AI+AR

2021年9月便开始了对AI眼镜的尝试，双方联名推出了初代智能眼镜Ray-Ban Stories，但截止到2023年2月仅售出了约30万副。不过，2023年9月，双方的第二代联名产品Ray-Ban Meta亮相，迅速赢得了市场的认可。

根据IDC的数据，2023年第四季度和2024年第一季度，Ray-Ban Meta出货量分别达36万台、10万台；截至2024年第二季度，该产品的出货量已经超过了100万台，预计2024年全年出货量有望超过150万台。

轩睿基金总经理盖宏表示，相较于第一代产品，Ray-Ban Meta与日常的眼镜无异，在功能

眼镜的场景上不断探索，未来AI+AR眼镜有望跑通效率提升类场景，向消费级放量，并在短期实现百万台出货量、中期实现千万台出货量的目标。

虽然市场空间巨大，但眼镜的AI智能化并非简单的技术叠加，其背后是传统眼镜与新技术的深度融合。一方面，AI眼镜需要在紧凑的眼镜结构中集成麦克风、扬声器、芯片和电池等元器件和智能化能力，其背后离不开科技企业的技术支持。

方面集成了Meta AI，可以实现语言交互，在解决用户佩戴舒适度痛点的同时，也满足了广泛用于室内外日常场景的需求。与此同时，在AI终端相对匮乏的情况下，Ray-Ban Meta也正适宜地押中了AI的风口。

Meta创始人兼CEO马克·扎克伯格认为，将来售价在300美元左右的AI眼镜将成为爆款，可能吸引数千万甚至上亿的消费者。

除Meta外，其他厂商也蠢蠢欲动，苹果、谷歌、三星和亚马逊等科技巨头布局AI眼镜的消息不胫而走。国内方面，小米、华为、魅族等厂商均发布了AI眼镜。

此前，华为与GENTLE

MONSTER联名推出了音频眼镜，韶音也推出了运动太阳智能眼镜。近期，华为最新的智能眼镜2和小米米家音频眼镜也相继上市。值得注意的是，罗永浩此前在直播中也透露，其创立的细红线将于9月正式推出两款新品，行业普遍猜测，将是AI音频眼镜。

王鹏表示，从当前的市场动态和技术发展趋势来看，AI眼镜市场正在迅速崛起，呈现出蓬勃发展的态势，并且已经处于一个新的风口上。Meta的发布计划标志着AI眼镜的商业化进程正在加速，而其他科技巨头的介入则进一步提升了市场的热度。

作为AR眼镜“四小龙”之一

的雷鸟创新，选择了和Meta相似的路线，与知名的传统眼镜厂商博士眼镜成立合资公司，欲打造中国版“RayBan-Meta”。

事实上，雷鸟创新与博士眼镜的合作由来已久。2022年，雷鸟创新便与博士眼镜成立了联合实验室。此后，博士眼镜更是参投了雷鸟创新轮融资。

对于此次合作，李宏伟指出，一家新兴科技公司想要制造佩戴极为舒适的智能眼镜，需要一段时间的积累。而两家公司的合作有望打造出一个真正舒适、无限接近普通眼镜的产品。更为重要的是，博士眼镜的加入，会让消费者更加相信其产品品质。

夏冰表示：“从我们的视角来看，智能眼镜首先应是一副眼镜，外观和传统眼镜接近，舒适度高，核心是怎么做才能成功。”李宏伟认为：“AI眼镜首先必须是一款佩戴舒适、可靠的眼镜，其次才是一款具备AI功能的智能设备。这个产品的逻辑跟AR眼镜其实不完全一样，AR眼镜中‘眼镜’与‘智能化’的权重可能是5:5。但在AI眼镜中，前者的权重要远高于后者，先解决用户对于‘眼镜’本身的需求，其次再加入AI以及智能化的模块。”

“猪八戒”被曝缓发工资 公司呼吁员工共渡难关

本报记者 颜世龙 北京报道

“我们7月份的工资到8月底才发。”日前，猪八戒股份有限公司

工资延迟发放

猪八戒2017年公司年报显示参保人数为1200多人，但到了2023年，工商年报披露参保人员为不足400人。



在面对巨大偿债、诉讼纠纷等情况压力下，“猪八戒”如今是选择回到“高老庄”，还是继续上路“取经”？

偿债压力巨大

2020—2022年和2023年上半年，猪八戒流动资产合计为11.78亿元、8.69亿元、4.77亿元、3.91亿元，而流动负债合计则为26.26亿元、23.75亿元、7.91亿元、7.70亿元，流动比率均小于1。

Wind数据显示，2020—2022年和2023年上半年，猪八戒总营收及同比增速分别为7.69亿元、6.03%、7.82亿元、1.68%、5.56亿元、-28.97%和2.57亿元、-12.91%，下滑趋势明显。

财报披露上述同期各年度，客户合约收入和收入占比约为5.94亿元、78.5%、5.93亿元、77.2%、4.10亿元、75.8%、2.06亿元、81.8%。上年份来自政府方面的收入及占比分别为1.63亿元、21.5%、1.75亿元、22.8%、1.31亿元、24.2%，0.46亿元和18.2%。

上年份，猪八戒的营业总成本分别为8.77亿元、8.34亿元、7.57亿元和3.42亿元。同期，净利润及同比增速分别为-2.67亿元、3.54%、3.51亿元、-31.71%，2.27亿元、35.25%和0.76亿元、45.53%。净利润增速较快。而同期销售毛利率分别为63.70%、60.70%、58.88%和56.09%，亦呈现下滑趋势。

2020—2022年和2023年上半年，猪八戒流动资产合计为11.78亿元、8.69亿元、4.77亿元、3.91亿元，而流动负债合计则为26.26亿元、23.75亿元、7.91亿元、7.70亿元，流动比率均小于1；同期总负债分别为30.70亿元、25.79亿元、9.82亿元、9.49亿元；同期股东权益合计-6.61亿元、-9.82亿元、-0.61亿元和-1.38亿元。

在现金流方面，2020—2022年和2023年上半年，经营活动现金流净额分别为-0.35亿元、-0.94亿元、-2.03亿元和-0.99亿元；投资活动现金流净额分别为1.43亿元、2.82亿元

元、2.84亿元和166万元；筹资活动现金流净额分别为0.96亿元、-3.11亿元、-2.10亿元和-0.25亿元。

财报披露，2020—2022年和2023年上半年，公司成交客户数分别约为25.98万个、33.07万个、25.96万个、10.07万个；成交额分别为54.48亿元、84.05亿元、113.89亿元和76.38亿元；平均客单价分别为2.11万元、2.54万元、4.43万元和7.59亿元。

在复购率方面，企业服务平台业务复购率分别为40.7%、51.8%、56.0%和55.2%，指挥企业服务业务分别为60.9%、57.3%、58.0%、49.9%，产业服务业务分别为19.0%、28.4%、28.2%、19.6%，企业服务平台业务、指挥企业服务业务及产业服务业务的复购率分别为46.1%、53.2%、56.7%和53.7%。

猪八戒在财报中披露，公司主要面临的风险是过往的录得亏损净额，日后未必可维持盈利能力。

记者多次致电猪八戒董事长朱明跃均未接听，后来以短信以及邮件形式分别向朱明跃及公司官网所示的联系邮箱发送采访请求，但截至记者发稿前均未获得回应。不过，在记者发稿前，公司方面向员工下发通知显示：“关于工资发放问题，公司高层及股东正在竭尽全力想办法解决，也请大家放心、安心工作。猪八戒在职伙伴有1300多人，背后代表着1300个家庭，我们每个八戒人都希望公司能够渡过难关，我们每个人、每个家庭才有保障。是非对错已成过往，当下艰难时刻，希望兄弟们同舟共济，共渡难关。”

上市路遥

猪八戒和宁波赛伯乐恒江股权投资合伙企业(有限合伙)等投资方签署了相关协议，这些协议当中包括一项撤回投资的权利。

猪八戒多次尝试IPO未果。冲击上市的历程最早要追溯到2011年，猪八戒选定在海外上市，并于开曼群岛成立公司以建立可变权益实体架构。但在2015年，猪八戒放弃海外上市计划。2017年猪八戒决定转战A股上市，2019年7月，猪八戒网向重庆证监局提交上市辅导备案，但并无后续进展。2022年，猪八戒又将目光转向港交所，在首次递交的招股书失效后，又于2023年4月第二次向港交所递交招股书，但再次失效；2023年12月17日第三次递表港交所，如今又一次失效。

猪八戒表示，由于A股上市的时间表不确定并且相对较长，而港交所的时间表可以预见，同时考虑到港交所能提供一个接触外国资本以及海外投资者的国际平台，所以自2022年以来不断向港交所递表发起IPO冲击。

招股书披露，猪八戒和宁波赛伯乐恒江股权投资合伙企业(有限合伙)等投资方签署了相关协议，这些协议当中包括一项撤回投资的权利。该权利在猪八戒首次向港交所提交招股书前终止，但是若遭撤回、拒绝或退回，撤回投资权利将自动恢复，上述投资方将有权利要求猪八戒实控人、重庆猪八戒实业有限公司及(或)猪八戒回购股份。

天眼查显示：猪八戒大股东重庆猪八戒实业有限公司(以下简称“猪八戒实业”)持股24.5991%，猪八戒实业实控人为朱明跃，股权处

是中国主要的定制化企业服务电商平台，重庆本土数字经济领域龙头企业，服务交易领域独角兽企业。猪八戒平台注册用户超过3300万，服务种类650余种，服务覆盖全球25个国家和地区。

于出质和冻结状态；第二大股东重庆市博恩科技(集团)有限公司持股15.6119%，被列为限制高消费企业、失信公司，股权出质和被冻结；重庆两江新区产业发展集团有限公司(以下简称“两江产业公司”)持股13.986%，股权亦处于出质和冻结状态，两江产业公司实控人为重庆两江新区管理委员会；持股0.4167%的重庆市财信环保投资股份有限公司亦被列为限制高消费。而类似股权出质情况的股东还有多家。

Minimax闫俊杰：大模型快就是好 可有时候慢是为了更快

本报记者 李玉洋 上海报道

大模型是拼速度的领域，但有时候慢可能是另一种快。

近日，国内AI独角兽企业Minimax上海稀宇科技有限公司(以下简称“Minimax”)在首届开发者大会“MinimaxLink伙伴日”上低调发布视频模型abab-video-1，输入提示词就可生成时长最高6秒的视频，主打高分辨率、高帧率。

换个说法，Minimax所说的视频模型类似于OpenAI的Sora这种文生视频模型。作为Minimax的创始人兼首席执行官，闫俊杰认为，“快”是该公司底层大模型的核心技术研发目标，不过，该视频模型晚了Sora好几个月。

“为什么我们的推出要晚一两个月？核心是我们在解决一个更难的技术问题，即如何能原生训练算力比较高的东西。”闫俊杰对《中国经营报》记者表示，在训练视频生成能力时，需要先把视频转化为一个个token(令牌)，而这些token会非常长，随之复杂度就越高，“我们其实上半年主要干的事是把复杂度降低一些，把压缩率变得更高，所以晚了一两月”。

Minimax介绍，根据内部评测以及跑分，该公司的视频模型比Runway的效果更好。目前，可灵已推出会员订阅计划的商业化模式。那么，Minimax视频模型的商业模式将会如何？对此，闫俊杰表示：“我们的策略是先再等一两周，新的东西出来之后，到了一个更加满意的状态，可能会考虑(采取)一些商业化举措。”

他还提到，由于模型进步速度很快，AI生成视频尽管还不能替代传统的渲染引擎，但为创造出《黑神话：悟空》这样的3A游戏，“至少能提供一种可能性”。

到更加满意状态才考虑商业化

尽管未提及视频模型的商业化路径，但闫俊杰表示：“整个公司的商业化基本上分成两个形式，一个形式是我们的开放平台，现在已经有2000多家的客户，包括很多知名的互联网公司，也包括传统的企业。这里面本来就有用户使用声音和视觉的能力，不是所有的公司都像快手一样可以自己做，我们是一个很好的合作伙伴，这是to B部分。”

“第二个是我们自己的产品里也有广告的机制，广告可以做商业化的变现。”闫俊杰认为，在目前的阶段，“最重要的东西还不是商业化，而是真正地让技术达到广泛可用的程度”。

技术相对复杂的AI生成视频(视频模型)，成为今年大模型厂

商的展示实力或“秀肌肉”的一个惯常操作，OpenAI开了这个头。今年2月，OpenAI发布视频大模型Sora，但至今未公测。4月，生数科技发布视频大模型Vidu；6月，快手发布视频大模型可灵；7月，智谱AI生成视频模型清影正式上线……

Minimax出于什么考虑要做视频模型？闫俊杰表示，本质在于人类每天消费的大部分内容是图文和视频，文字占比不高，“为了能够有非常高的用户覆盖率，以及更高的使用深度，作为大模型厂商，唯一的办法是能够输出多模态的内容，而不是只输出单纯的基于文字的内容，这是一个非常核心的判断”。

他进一步提到：“只是在之前我们先做出来文字，又做出

来声音，很早前做出来了图片，现在技术变得更强，(可以)把视频也做出来。这个路线是一以贯之的，一定要能做多模态。”之前Minimax做出大语言模型，又做声音模型，接着是图片模型，“只是现在技术变得更强，把视频也做出来。这个路线是一以贯之的，一定要能够做多模态”。

在AI算法工程师张昱轩看来，虽然Minimax并未公布视频模型的具体参数和技术要点，但从所展示的模型生成视频中可以看出公司的算法还是很强的，而快手的可灵相对来说工程技术更好。

闫俊杰对记者表示：“不管是

视频、文本、声音，Minimax团队

的核心研发思路不在于要让算法

提升5%、10%，比较重要的是能否提升几倍，如果能提升几倍就一定要做出来，只提升5%就不太值得做。”

据了解，Minimax的视频模型目前只是第一版，将先免费提供给用户使用一段时间，很快会有新版本。“后续会在数据、算法本身，包括更加方便使用的细节，比如现在只提供了文生视频，未来图生视频、文+图生成视频，以及可编辑、可控性都会陆续出来。”闫俊杰说。

《黑神话：悟空》的热度依旧，AI又在游戏中创造了新玩法。日前，谷歌在一篇论文中指出，他们打造出了首个完全AI驱动的实时游戏引擎——GameNeGen，能以每秒20帧实时生成经典射击游戏《毁灭战士》的游戏

画面，所有游戏画面都是根据玩家操作，与复杂环境进行交互而实时生成，每一帧都由扩散模型预测。

那么，未来AI实时生成3A游戏大作还会远吗？闫俊杰表示，《黑神话：悟空》采用的还是传统建模渲染的方式，这种方式进步速度已经很慢了，而生成视频和生成文本是一样的，两年前生成文本可能完全不可用，但现在变得可用，且发展速度很快。

“(视频生成)其实都只是一个开始，因为这只是第一年，接下来的进步速度一定会变得非常快。我不太知道能否替代掉传统的渲染引擎，但是至少能够提供一种可能性，从长期看，进步越快的东西就越好。”闫俊杰表示。

使用量显著增长 模型竞争力增强

快，是闫俊杰多次提到的关键词。“不管是做MoE还是Linear attention，还是其他的探索，本质上还是让同样的效果模型变得更快。”闫俊杰表示，快就是好，意味着同样的算力可以变得更好，这是Minimax做底层研发的思路。

同时，他还指出，如何让模型的错误率持续降低、无限长的输入和输出，以及多模态，是行业需要持续解决的三个挑战。

据公司介绍，Minimax在过往经历了两次关键的底层技术变革，包括MoE(Mixture of Experts，混合专家模型)和Linear Attention(线性注意力)。今年4月，该公司研发出的新一代基于MoE+Linear Attention的模型，水平比肩

GPT-4o。公开资料显示，Minimax是一家成立于2021年12月的人工智能初创公司，由商汤科技前副总裁、研究院前副院长闫俊杰创立，成员主要来自商汤科技这些知名AI公司。

天眼查显示，今年3月，Minimax完成了B轮的6亿美元融资，投资方为阿里巴巴，其估值达到25亿美元。此前的2023年6月，Minimax完成了超2.5亿美元的A轮融资，投资方为腾讯投资。

创立一年后，Minimax自研了文本到视觉、文本到语音、文本到文本三个模态的基础模型架构，并在基础模型之上构建起一个计算推理平台。

在产品上，Minimax同时兼顾B端和C端市场，C端应用有角色扮演类AI聊天应用Glow、AI社交软件星野、AI语音对话助手海螺问问等，B端则是为企业提供定制化的API接口，允许企业接入ABAB模型的各种能力，火山引擎、金山办公、钉钉、智联招聘、阅文等公司都在使用其服务。官方数据显示，目前Minimax的模型每天与全球用户进行超30亿次交互，处理超3万亿文本token、2000万张图片和7万小时语音。一年前，Minimax交互时长仅为Chat-GPT的3%，现在这一比例已提升至53%。

自5月以来，大模型领域掀起价格战，API降至“白菜价”。谈及

大模型价格战时，闫俊杰指出，有了价格战后，很多传统的企业开始愿意使用大模型，“客观地来说，非常大地提高了模型的调用量”。

同时，这也从侧面推动模型性能的进步，中国的大模型在东南亚等海外也有了竞争力。“国内的模型正是这么激烈的竞争，推着大家一定要往前赶，目前至少在非英语国家的语种上也能够有一个跟GPT不相上下的水平。”闫俊杰表示，竞争不可避免，就要努力做到最好，乐观的一面显示两个积极的变化：一是国内大模型的使用量在显著地增长，二是中国的模型在海外确实越来越具有竞争力。

当谈及与互联网大厂可能发生正面竞争时，闫俊杰表示，能做的就是把有可能变强的事无限地放大，一个是技术如何提升，另一个是如何跟用户做更好的共创。

FTTR用户突破2000万 运营商增收锚定家庭人口

本报记者 谭伦 北京报道

领衔中国通信产业链的龙头——电信运营商的半年报已披露完毕，在强调高质量发展的语境下，从传统业务中开拓新市场已成为电信运营商寻求业绩破局的发力点。

固网宽带业务是运营商三大优势传统业务之一，也是此轮运营商创新增收的亮点。根据工信部2024年上半年通信业经济运行数据，三大运营商的固网宽带业务保持了同比5.4%的增长，拉动电信业务收入增长0.8个百分点。而反映在此轮财报中，便是更为具体的FTTR用户规模增长。

FTTR全称译为“光纤到房间”技术，即将光纤基础设施从信息箱延伸到每个房间，打通千兆接入最后“黄金10米”，从而实现全屋的Wi-Fi覆盖，提升千兆光网的体验。财报显示，截至2024年6月，三大运营商FTTR用户已经突破2000万大关。其中，中国联通FTTR用户发展至超过905万；中国电信FTTR用户规模增长7.2倍，超过600万户；中国移动FTTR用户同比增长296.4%，提升至505万户。

“运营商传统业务过去几年一直面临同质化竞争与价格战竞争的挑战，因此陷入瓶颈期，而FTTR的增长，侧面反映了运营商积极应对的努力，这也是观察未来几年运营商业务创新的一个重要切面。”Omdia电信战略高级首席分析师杨光表示。

据华为光产品线副总裁袁勇强预测，到今年年底，我国FTTR用户数将达到3700万。伴随FTTR用户规模的快速增长，三大运营商的新型业务生态也初具形态。

破解管道困局

如何破解“管道化”困局成为运营商近年来开启业务转型的核心议题。

固网宽带作为运营商重要的基础业务与资源，在贡献营收的同时，也一直在强化运营商的“管道化”色彩。而移动互联网在过去十多年的崛起，无疑让这一趋势更为明显。随着网络作为基础设施的承载角色越发浓厚，运营商在整个市场中的地位也更为边缘化，主打应用的互联网厂商成为攫取网络市场红利的主角。

在此背景下，如何破解“管道化”困局成为运营商近年来开启业务转型的核心议题。杨光认为，运营商的思路主要包括革新传统业务并增加数字化创新业务收入，后者也是广为外界关注的

“第二增长曲线”，而在传统业务方面，运营商也需要拿回主动权。

“移动互联网市场的教训让运营商逐渐明白，应用才是占领消费级市场最重要的产品，而相比移动互联网发展的迅猛，迟缓的固网设施需进行升级，才能在其基础上更好地开发应用。”杨光表示，这也使得千兆宽带的推进提上日程。

国内的千兆网络试点工作起步于2015年，同年上海、南京等地率先设立千兆光纤示范小区，随后一年，其他地区的运营商开始推出千兆宽带商用服务。但起步之初，应用场景的缺乏，让消费级

用户对千兆宽带并不感冒，截至2020年年底，我国千兆用户规模占比仅为1.3%。

但随着国家对于数字中国建设的重视，政策层面开始发力。2021年《政府工作报告》中提出“加大5G网络和千兆光网建设力度，丰富应用场景”，随后工信部下发《“双千兆”网络协同发展行动计划（2021—2023年）》，使得千兆宽带发展进入加速期。

中国信通院日前发布的数据显示，截至2024年7月底，我国三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达6.56亿户，比上年年末净增1977万户。

重夺内容入口

在个人工作和出行场景下的“连接入口”，消费者与运营商之间呈现弱关联性，唯独在家庭场景中，消费者与运营商之间呈现强关联性。

回顾运营商在移动互联网时代的得失，杨光认为，重夺内容入口是运营商发力FTTR的另一大意义。在其看来，从早期试图通过飞信这些短信服务类产品直接触达消费者开始，运营商非常清楚入口的重要性，在与互联网厂商的较量中败下阵后，运营商也曾束手无策，但这为其后创新积累了重要经验。

联通华盛通信有限公司副总经理陈伟丰此前撰文指出，以

“人”为主体视角，个人数字化的应用场景包括工作场景、出行场景和家庭场景三类。其中，在个人工作和出行场景下的“连接入口”，消费者与运营商之间呈现弱关联性；唯独在家庭场景中，消费者与运营商之间呈现强关联性，两者之间的连接就是基于运营商的光纤接入，光纤与光猫之间具有强耦合关系。

因此，其认为，家庭数字化场景下的终端、网络和业务是高度

耦合关系。固定光纤接入的个性化施工特点以及终端、网络和业务耦合关系，促使运营商掌控智慧家庭的“连接入口”。

周桂军表示，智慧家庭可以作为内容端的入口，也是包括终端、内容、应用、服务在内的复合产品生态。以IPTV高清视频为例，就是与宽带业务绑定的一种视频服务产品，除了需要配套的电视盒与高清显示屏终端外，也需要提供内容，这都为运营商的

带动产业生态

伴随运营商对家庭宽带设备的加速集采，包括10G PON、Wi-Fi6、光模块及光纤光缆产业链将迎来发展机遇。

据国际电信咨询机构OVUM预测，到2025年，我国智慧家庭市场规模将达到537亿美元（包含智能家居软硬件售卖收入、通信连接服务收入、工程服务收入等），相关智慧家庭产品出货量将增长至8.1亿台，年复合增长率超过20.0%。

而从细分产业链拆解，FTTR解决方案通常由主光猫、从光猫、家庭光网络、云端管理平台四部分组成。这也意味着，从终端产品到软件，FTTR将带来产业链的

全面跟进。华西证券研报指出，伴随千兆宽入户的渗透率不断提升，FTTR这样的优质组网模式有望成为下一代家庭宽带升级中的重要演进方向。

其中，伴随运营商对家庭宽带设备的加速集采，包括10G PON、Wi-Fi6、光模块及光纤光缆产业链将迎来发展机遇。在产业链上游层面，FTTR及相关智慧家庭市场快速渗透的过程中，也将带动相关国产AI芯片、通信光电器件的替代。

目前，国内数模混合芯片厂商赛思电子便宣布量产国内首款针对通信基建、VOIP网关等应用的光猫语音芯片，以全力加码FTTR全光组网建设。同时，2024年3月，益思芯科技也发布了国内首款自主研发的Nandgate FTTR芯片，预计10月底量产，该产品在28nm制程下可达到600MHz，能通过以太网交换机与PON MAC模块实现高效数据流处理。

产业链跟进之下，政策层面也在进一步形成利好运营商FT-

TR发展的产业环境。8月31日，工信部部长金壮龙表示将推动5G、千兆光网等规模部署和应用后，包括工信部在内的十一部门9月4日联合印发《关于推动新型信息基础设施协调发展的通知》，提出基础电信企业要深入开展“双千兆”网络建设，协同建设5G与千兆光网，推动IP承载和光传输融合发展，促进接入网、城域网和骨干网同步扩容升级。

杨光认为，在业务层面，FTTR目前虽然属于运营商的创新

云中屏等终端，融合当前包括高清视频、智能家居在内的业务，让运营商能够在固定网络基础上进行应用创新，从而找到破解“管道化”的途径之一。



视觉中国/图

深度布局提供了条件。

而5G、AI、VR/AR等前沿技术的出现，则为运营商的智慧家庭业务提供了技术实现的基础。“这是早年间运营商想做而无法做到的。”杨光表示。此外，三大运营商针对智慧家庭也推出了智能组网、安防监控、家庭云、全屋

智能（HDICT）、家庭权益等一系列增值业务，为创新收入提供了更多元的渠道。

公开财报信息显示，2024年上半年，中国移动智慧家庭市场业务收入达到人民币698亿元，同比增长7.5%；中国电信智慧家庭业务收入人民币107亿元，同比增长14.4%。

业务，占比不高，但其落子背后的智慧家庭业务却已成为运营商的重要收入来源，也是助力消费市场接受千兆光网基础设施部署的重要应用，因此，政策推动将有利于产业更快发展。

据宽带发展联盟前瞻预计，“十四五”期间我国FTTR的改造将带来超1300亿元的改造空间，并带动超过5000亿元的市场发展空间。随着运营商持续启动FTTR设备集采，细分市场将迎来更快速的增长。

影视业上半年业绩承压 行业待“春天”

本报记者 张靖超 北京报道

随着财报季进入尾声，影视行业各大公司的财报陆续披露完毕。

分行业来看，电影行业受行业大盘拖累，仅有光线传媒、华谊兄弟等个别公司在上半年实现了营收与净利润的同比增长。但鉴于第二季度市场下滑明显、暑期档表现低迷，相关公司业绩将在未

来一季度继续承压。

剧集市场，阅文集团旗下的新丽传媒成为行业中的亮点，而华策影视、柠萌影视等公司都在不同程度上出现了业绩下滑。根据第三方机构德塔文的统计，在6—8月，剧集开机率出现明显下降，这也意味着剧集公司必须提高单部剧的质量与收入，同时探索其他的增长曲线。

院线：二季度承压拖累上半年业绩

拓普研究院《2024上半年电影市场研究报告》数据显示，2024年上半年内地电影总票房237.73亿元，同比下降9.5%，同时，上半年的观影人次同比下降9.27%至5.48亿。

在这种背景下，固定成本较高的院线上市公司也成为行业低迷时期，受到冲击较大的一方。

万达电影、横店影视、金逸影视、上海电影、中国电影、文投控股、幸福蓝海这7家以院线为主要业务的影视公司，在今年上半年的合计盈利仅1.83亿元，除上海电影外，其余6家皆是营收、净利润双降。

具体来看，作为行业头部的万达电影，今年上半年的多个关键指标在同类企业中依旧保持了领先姿态。上半年的累计市场份额与去年同期持平达16.9%，直营影院市场份额为14.6%，国内直营影院实现票房31.3亿元（不含服务费），观影人次达到0.75亿。

但同时，万达电影上半年的净利润同比大降72.65%至1.17亿元，经营性现金流净额同比下降77.59%至5.37亿元。另一家头部院

电影出品投资：光线传媒逆势增长

在电影行业的上游，以电影内容制作见长的电影公司，业绩走向较为分化。

上半年，只有光线传媒做到了营收、净利双向同比增长，而且两项数据的增幅均超过100%。不仅如此，公司经营活动产生的现金流量净额也在今年上半年末由亏转正，同比增长406.46%至5.82亿元。

但需要注意的是，光线传媒上半年营收为13.24亿元，净利润为4.73亿元，其中第一季度的营收就达到了10.7亿元，净利润为4.25亿元。这也意味着该公司第二季度的营收和净利润分别为2.64亿元和4800万元，两项数据环比大幅下滑。

到了第三季度，在暑期档，光

线传媒投资、发行的影片《从21世纪安全撤离》截至目前累计票房仅1亿元出头。

从光线传媒目前公布的储备影片中，《哪吒之魔童闹海》无疑是其中最受关注的。该片的前作《哪吒之魔童降世》于2019年暑期档上映，拿下50.35亿元票房，是2019年中国内地年度票房冠军，并且是中国影史票房最高的动画电影。尽管光线传媒董事长王长田曾在6月底公开表示，备受期待的《哪吒之魔童闹海》会于今年和观众见面，但影片目前尚未有确切的上映日期。

另一家电影公司华谊兄弟在今年上半年取得了近三年来的首次半年度盈利，尽管盈利额只有0.25亿元，但公司的后续待映电

影和待播剧集项目较为丰富，包括周星驰导演的《美人鱼2》、冯小刚与赵丽颖再度合作的《向阳·花》以及由管虎执导、朱一龙与吴磊共同主演的《东极岛》等。不过，华谊兄弟披露的信息显示，以上影片最早也要在今年第四季度方才能与观众见面。

此外，华谊兄弟还在今年8月正式创建短剧厂牌“华谊兄弟火剧”，与阅文集团合作的男频短剧《鸿天神尊》将于9月上线。据悉，该短剧采用AI技术与实景拍摄的先进合成方法进行制作，剧内呈现的一些场景是与阿里巴巴ideale-AB创新实验室联合使用AI生成。

过去几年靠国产战争大片赚得盆满钵满的博纳影业也遇到了困境。公司上半年的亏损较去年

同期虽显著缩窄，但第一季度博纳影业则实现了盈利，这也表明在第二季度，博纳影业也遇到了业绩环比下滑的情况。

此外，博纳影业在暑期档交出的主控、主投大制作影片《传说》，目前的累计票房还未突破8000万元，另一部由李少红执导的《红楼梦之金玉良缘》票房更只有550万元出头。

“今年暑期档的市场表现不佳，这会在一定程度上打击行业的信心，一些头部项目影片可能只会更加热门的大档期才会放出，预计9月份很难有大片上市。”上述影院管理公司的人士说。

综上，在第三季度，主营业务与电影行业相关的公司业绩或许将继续承压。

剧集：新丽传媒成增长“独苗”

在电影之外，聚焦于剧集的上市公司的日子大多也不好过。

财报显示，作为“电视剧第一股”的华策影视上半年营收、净利润双降，报告期内，华策影视仅首播了《我们的翻译官》《承欢记》《请和这样的我恋爱吧》三部剧集。受新剧确认收入同比大减影响，公司的电视剧制作发行收入同比减少96.8%，降幅在主营业务中达到最高。

华策影视在上半年的影院票房收入和电影销售收入也分别同比下滑43.54%、36.14%。

柠萌影业在今年上半年仅推出了一部版权剧《你也有今

天》。这部剧集在优酷播出后取得了不错的热度成绩，剧集的周边产品销量还拿下了2024年上半年阿里鱼剧集类周边销量TOP1，甚至在海外引发了一阵规模不小的追剧潮，以超千万次的观看量打破了泰国头部流媒体平台TRUEID内的中文剧集的观看纪录。

然而，柠萌影业今年上半年的营收、净利润还是出现了不同程度的同比下滑，由盈转亏。

幸运的是，柠萌影业在新增长曲线探索上表现亮眼。上半年，公司商务定制短剧收入较去年同期增长3.8倍，其中集合了悬

疑和无限流元素的《救救我全家》连续四周霸占抖音平台短剧热播榜TOP1。同时在付费短剧中，柠萌影业也产出了多部C端充值金额超2000万元的作品。

新丽传媒则是剧集中为数不多表现突出的。

阅文集团的财报显示，得益于电影《热辣滚烫》，剧集《与凤行》《庆余年2》《玫瑰的故事》等相关运营项目的“四连爆”，旗下新丽传媒在今年上半年营收10.5亿元，实现利润3亿元，同比近乎翻番。不过，这并不意味着新丽传媒可以高枕无忧了。

据德塔文方面统计，今年6月至8月中旬，剧集市场新剧开机有20部，相较去年同期的38部，今年同期开机率同比下降了47%，开机数量近乎腰斩。

“实际上，这几年的剧集市场，爱奇艺、优酷、腾讯视频是重要的力量，不过他们也在进行战略上的调整。”一位长视频平台的人士说。

德塔文方面认为，新剧开机率下降一方面是三大平台在不同程度上进行降本增效或实施精品化战略，会在一定程度上影响开机数量，另一方面则是短剧对长剧的冲击。

上半年游戏财报透视：腾讯网易领跑

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

据《中国经营报》记者不完全统计，截至9月5日，至少37家上市游戏公司已经发布中期报告。其中，19家公司实现了收入增长，15家公司实现收入、利润双增长。从营收规模来看，今年上半

年，腾讯(00700.HK)和网易(09999.HK、NTES.US)依然以断层优势领跑，在中国游戏市场占据绝对龙头位置。在A股市场，世纪华通(002602.SZ)以92.76亿元的营收规模跃居首位；三七互娱(002555.SZ)紧随其后，营收为92.32亿元。

腾讯重回竞技赛道

相比腾讯，网易上半年增收不增利。

腾讯在上半年实现营收3206.18亿元，同比增长7%；净利润895.19亿元，同比增长72%。其中，在第二季度，腾讯的增值服务业务同比增长6%，达到788亿元。

腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾在财报中表示：“我们的本土市场游戏收入恢复成长，国际市场游戏收入加速成长，得益于数款长青游戏用户参与度的提升，以及若干新游戏的成功发布。”

财报显示，在第二季度，因《PUBG MOBILE》表现强劲，以及Supercell游戏人气的提升，腾讯国际市场游戏收入增长至139亿元，增幅均为9%；本土市场游戏收入恢复同比增长，增长9%至346亿元，主要由于《无畏契约》的收入增长及《地下城与勇士：起源》(以下简称《DNF手游》)的成功发布。

马化腾点名了数款业绩贡献较大的竞技游戏：《王者荣耀》和《和平精英》第二季度流水恢复同比增长，《火影忍者》手游月均活跃账户数达到1000万，新品《DNF手游》激活数百万IP粉丝，Supercell旗下《荒野乱斗》流水同比增幅超10倍。

今年上半年，腾讯多项措施着力于竞技游戏。

6月20日，《王者荣耀》国际服(Honor of Kings)上线东南亚、北美、欧洲、日韩和拉美等市场，游戏上线后迅速登顶东南亚、北美等12个市场的免费榜。

游戏市场调研公司Sensor Tower发布的《游戏聚焦2024年上半年回顾》显示，手机、Steam游戏全球畅销榜TOP10中，《王者荣耀》位列第二名。《王者荣耀》等产

品的全球发行在今年上半年推动MOBA品类游戏的下载量从1.21亿次大幅上升至2.15亿次。

《DNF手游》于今年5月21日上线，表现强劲。Sensor Tower数据显示，截至7月，该游戏已连续两个月包揽中国iOS和全球手游月度畅销榜榜首，并在70天时间内通过iOS渠道创下6亿美元的收入。

在腾讯财报电话会议上，该公司高管透露，腾讯方面对《DNF手游》的可持续性非常乐观，其中一个原因是这款游戏上线60多天后的留存表现良好。此外，该高管还透露，《DNF手游》有充足的储备内容，“它的开发周期非常长，后续内容也非常丰富。这些内容都已准备好了，我们可以择机发布”。

腾讯方面在电话会议上表示，将更多以内容为驱动的游戏体验融入竞技游戏中。预计于9月上线的射击游戏《三角洲行动》或将成为这样一个代表。腾讯方面表示，《三角洲行动》将是一个将电影化3A体验和竞技性PvP玩法结合起来的例子。

《元梦之星》在这次财报中并未被提及。《元梦之星》是腾讯于2023年年底推出一款派对游戏，被外界视为网易《蛋仔派对》的对标产品。根据App数据分析平台点点数据，《蛋仔派对》9月5日在游戏免费榜排名第13名，近一个月来基本在第10名上下；《元梦之星》在游戏免费榜排名第57名，与竞品相比较逊色。

相比腾讯，网易上半年增收不增利。其实现营业收入同比增长6.69%，达到523.38亿元，其中游戏及相关增值服务业务净收入



《DNF手游》参展2024年ChinaJoy。

本报资料室/图

为415.16亿元。但同期净利润同比下降1.61%，为146.31亿元。

根据点点数据，在网易上半年所有新游中，仅有《永劫无间》手游与《世界之外》首月iOS端流水突破了5000万元，同时在市场数据的延续性上没有出现明显下滑。

网易副总裁胡志鹏在电话会议上表示，《永劫无间》手游目前有着稳定的用户活跃数量，有七成的玩家未曾玩过《永劫无间》端游，有接近一半的玩家是网易的新用户。

点点数据显示，网易上半年推出的另外四款新游《射雕》《指环王：纷争》《歧路旅人：大陆的霸者》《萤火突击》首月iOS流水合计不到1亿元。相比之下，去年公测的《逆水寒》手游在今年7月流水依然高至1.61亿元。

另外，尽管《蛋仔派对》积累了大量用户，反映到流水上其转化率偏低。记者从网易方面了解到，《蛋仔派对》全球累计注册用户突破6亿人次，创作者数量超4000万。点点数据显示，目前其在游戏畅销榜排名第39，与其用户量相比偏低。

对此，网易CEO丁磊在电话会议上表示，公司正在对《蛋仔派对》用户和收入的比例关系做积极的探索，可能需要一点时间找到收入上的平衡。

由世纪华通旗下点点互动推出的《无尽冬日》系《Whiteout Survival》的国内版本，是一款将策略和放置结合的冰雪末日生存游戏。其于4月推出小游戏版本，截至9月6日在微信小游戏畅销榜排名第三位；6月，《无尽冬日》在App Store手游收入榜空降至第19位。

上述三款游戏有一个共同的特点：主打轻量放置玩法，通过给玩家“降肝减负”杀入同品类赛道。

根据Sensor Tower数据，《出发吧麦芬》5月空降中国App Store手游收入排行榜第11名，6月上升至第8名。《出发吧麦芬》宣发负责人对记者表示，这款游戏将“放置类的轻”与“MMO的重”中的一些内容做了结合，希望让随着工作的深入与年龄的增长，没有空余时间游玩MMO游戏的玩家可以体会到RPG的乐趣。

财报显示，心动公司2024年上半年营收为22.2亿元，较上年同期的17.53亿元增长26.7%；净利润2.5亿元，同比增长143.8%。《出发吧麦芬》和《心动小镇》这两款游戏的成功推出为心动公司带来收入和用户的增长。

由世纪华通旗下点点互动推出的《无尽冬日》系《Whiteout Survival》

轻量放置赛道成风口

随着游戏收入的增长，世纪华通买量费用也相应增加。

除了腾讯和网易，上半年上市游戏公司中，冲入销量榜前列的游戏产品还有心动公司(02400.HK)《出发吧麦芬》，世纪华通《无尽冬日》，B站(哔哩哔哩,09626.HK,BILI.US)《三国：谋定天下》在App Store手游收入榜空降至第19位。

世纪华通方面对记者表示，相比传统的COK-like来说，《Whiteout survival》对重度SLG进行了中度化改造，在前期弱化了原本应在SLG中占据核心地位的探险、收割资源等玩法，将更重的笔墨放在了构建“模拟经营+末日冰雪生存”这一生态闭环上。

得益于游戏等业务的推动，世纪华通在上半年的营收和净利润双双实现大幅增长：营收92.76亿元，同比增长53.33%；归母净利润11.58亿元，同比增长33.41%。

财报显示，心动公司2024年上半年营收为22.2亿元，较上年同期的17.53亿元增长26.7%；净利润2.5亿元，同比增长143.8%。《出发吧麦芬》和《心动小镇》这两款游戏的成功推出为心动公司带来收入和用户的增长。

随着游戏收入的增长，世纪华通买量费用也相应增加。报告期内，该公司销售费用为29.61亿元，增长了135.54%。世纪华通方面称，这主要系游戏业务收入大幅上升，市场推广费同步上升。

世纪华通方面对记者表示，相比传统的COK-like来说，《Whiteout survival》对重度SLG进行了中度化改造，在前期弱化了原本应在SLG中占据核心地位的探险、收割资源等玩法，将更重的笔墨放在了构建“模拟经营+末日冰雪生存”这一生态闭环上。

得益于游戏等业务的推动，世纪华通在上半年的营收和净利润双双实现大幅增长：营收92.76亿元，同比增长53.33%；归母净利润11.58亿元，同比增长33.41%。

世纪华通方面对记者表示，相比传统的COK-like来说，《Whiteout survival》对重度SLG进行了中度化改造，在前期弱化了原本应在SLG中占据核心地位的探险、收割资源等玩法，将更重的笔墨放在了构建“模拟经营+末日冰雪生存”这一生态闭环上。

世纪华通方面对记者表示，相比传统的COK-like来说，《Whiteout survival》对重度SLG进行了中度化改造，在前期弱化了原本应在SLG中占据核心地位的探险、收割资源等玩法，将更重的笔墨放在了构建“模拟经营+末日冰雪生存”这一生态闭环上。

站创下过去8年的最高纪录，6月收入环比增长380%，首次闯进榜单前十。该游戏的成功上市，使得B站在二次元手游领域之外实现破圈。

DataEye研究院负责人刘尊对记者表示，在《率土之滨》和《三国志：战略版》长期主导的“三国”题材SLG游戏市场，《三国：谋定天下》能突出重围，核心原因之一在于它是首个“低氪减负”的产品，让不少泛用户、非SLG核心玩家也能体验SLG的乐趣。

今年第二季度，B站游戏收入同比增长13%至10.1亿元。这让其有望在今年实现盈利。B站方面表示，将通过重塑策略游戏吸引年轻受众，以获得更多游戏收入；随着广告和游戏业务的增长，毛利率还有大幅提升空间，预计在第三季度可实现盈亏平衡。

在小游戏方面，腾讯未着重投入全新产品，但作为平台方获益颇多。财报显示，在小游戏平台服务费及手游虚拟道具销售增加等因素的推动下，其第二季度社交网络收入同比增长2%至303亿元，增值服务业务毛利同比增长12%至450亿元，毛利率由去年同期的54%提升至57%。在第二季度，小游戏流水增长30%。

中手游由盈转亏 下半年能否逆风翻盘？

本报记者 李哲 北京报道

近日，中手游(00302.HK)发布了2024年上半年业绩报告。财报显示，中手游在上半年实现营业收入12.3亿元，同比下滑19.7%，利润则由上年同期的盈利5099.5万元，变为亏损2.41亿元。

从各业务板块表现来看，中手游的小游戏、海外市场以及IP授权业务实现增长，但是，占总营收81.1%的游戏发行业务，营收出现17.8%的下滑，这直接拖累了中手游的业绩表现。

获客成本居高不下

财报数据显示，中手游在上半年实现营业收入12.3亿元，同比下滑19.7%，利润则由上年同期的盈利5099.5万元，变为亏损2.41亿元。

对于经营业绩下滑，中手游方面在财报中表示，由于公司计划于2024年4月发行的《斗破苍穹：巅峰对决》延期到2024年6月发行，计划于上半年发行的《斗罗大陆：逆转时空》延期至2024年9月上线，且自主研发的游戏《仙剑世界》于报告期内仍处于测试期，未能产生收益，导致营收同比下降19.7%。

此外，产生净亏损的主要原因是由于中手游投资的部分企业在报告期内经营表现欠佳，导致中手游计提了相应减值及其他非经营性开支合计1.76亿元；及计提了非经营性金融资产减值6290万元。除上述非经营性减值、其他非经营性开支等因素影响，中手游在报告期内经营性

业务仍持续产生盈利。记者注意到，在中手游的主营业务中，游戏发行业务的营收占比达到81.1%，而这项业务的营收在上半年同比下滑了17.8%。

对此，中手游方面向记者表示，上半年，行业内新产品市场竞争持续加剧，多款行业重点游戏上线，使得获客成本居高不下，也影响了用户付费意愿，这些都是大家要共同面对的变化和挑战。

公司旗下《航海王热血航线》《射雕群侠传之铁血丹心》等多款游戏已经上线超过两年，其营收能力出现下滑。以上多种原因使得游戏发行收益下降。

至于将《斗破苍穹：巅峰对决》《斗罗大陆：逆转时空》这两款游戏延期发布，中手游方面表示，上半年行业内包括《DNF》《鸣潮》等多款重点新游戏上线挤压市场，抬高了整体市场的获客成本，也影响了用户付费意愿。中手游根据业务布局和运营策略，下半年

将有序地推出已做好准备的各款优质游戏，尽快提升业绩。“基于我们已准备多时产品上线计划，我们对公司接下来的业绩增长和长线发展充满信心。”

受游戏开发收入下降以及多款自主研发游戏由第三方渠道商发行，使得游戏开发收入对应的渠道成本上升影响，中手游的毛利同比下滑27.8%，毛利率由上年同期的33.6%下降至30.2%。

财报显示，基于《仙剑奇侠传》IP打造的开放世界游戏《仙剑世界》被中手游寄予厚望。

中手游方面介绍称，《仙剑世界》定于今年10月10日开启第四次测试，iOS预约将于近期正式开启。年内将全力推进《仙剑世界》正式上线。截至目前，《仙剑世界》的预约量已近500万，在上线前将努力突破1000万。另外，《仙剑世界》是跨端游戏，在PC端上的毛利率将有机会达到近70%。在三测“风启测试”中，《仙剑世

界》PC端的次留61%、三留52%、七留36%，付费率18%，活跃ARPU(每用户平均收入)值35元，测试数据表现较好。但移动端性能在三测中，由于仍存在较多问题，所以还需要进一步优化。

中手游方面表示，由于《仙剑世界》是一款开放世界RPG游戏，预计产品上线后将采用内容型游戏运营策略，发挥IP价值优势、文化内涵、产品高品质和玩法创新性，通过跨终端发行、短视频、直播和社交传播，以及配套的影视动画内容来穿透更多玩家，增强用户黏性，降低获客成本，获得长线运营的超额利润。加以结合渠道资源合作，不会带来销售和投放费用压力。同时，开放世界是未来重要的游戏形态，可以有效提高游戏用户承载规模，延长游戏生命周期，提升游戏生命周期收入。“开放”与“创造(UGC)”两大元素将带来游戏时长和LTV(生命周期价值)的提升。

中手游方面介绍称，《仙剑世界》定于今年10月10日开启第四次测试，iOS预约将于近期正式开启。年内将全力推进《仙剑世界》正式上线。截至目前，《仙剑世界》的预约量已近500万，在上线前将努力突破1000万。另外，《仙剑世界》是跨端游戏，在PC端上的毛利率将有机会达到近70%。在三测“风启测试”中，《仙剑世

小游戏带来新增长点

尽管中手游在上半年业绩承压，但小游戏市场的发展为其业绩带来了新的增长点。

《2024年1—6月中国游戏产业报告》(以下简称《报告》)显示，2024年1—6月，小游戏收入166.03亿元，同比增长60.5%。其中内购产生的实际销售收入90.98亿元，同比增长81.56%；广告变现收入75.05亿元，同比增长40.74%。小游戏市场收入已连续三年保持高速增长，其中内购收入占比也在逐年提升。

中手游在半年报中提到，创新小游戏将为游戏行业带来更多新鲜的用户，并成为公司全新的业务增长点。2024年上半年，中手游推出了《消个锤子》《主公别跑》等新游戏，并计划在年内持续推出包括《乡村爱情之经营人生》《春秋玄奇》和《三千幻世》等多款小游戏产品，实现小游戏发行业务的进一步增长。

中手游方面向记者表示，其在小游戏业务方面核心竞争力在于：自身IP游戏生态里的头部IP优势，及过往丰富的IP游戏发行经验。多款自研产品均可采用App与小游戏并行模式发行。如《城主天下》《乡村爱情故事》等。

此外，中手游方面介绍称，2023年《九州仙剑传》和《全民枪神：边境王者》等多款小游戏为公司带来了超过6亿元营收，2024年上半年新推出的《消个锤子》等产品延续了过往发展态势。此前与

恺英网络合作的放置挂机手游《仙剑奇侠传：新的开始》于2023年内上线，在微信小游戏排名中取得畅销榜第五的成绩，再次验证了IP吸量能力。

此外，游戏出海已成为国内游戏公司业绩增长的新亮点。近日持续火热的《黑神话：悟空》也再次点燃了游戏公司的出海热情。

《报告》显示，2024年1—6月，中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为85.54亿美元，同比增长4.24%。

记者注意到，2023年12月在中国港澳台地区上线的《新仙剑奇侠传之挥剑问情》，在其上线首月获得上述三个地区苹果应用商店免费榜第一名、中国香港及澳门地区苹果商店畅销榜第一名、中国台湾地区苹果商店畅销榜第三名的成绩。为此，截至2024年6月30日止六个月，中手游海外业务收入1.76亿元，同比增长41.5%，海外业务收入占中手游总营收的比重达到14.3%。

对于未来的业绩发展，中手游方面向记者表示，下半年，在IP精品游戏方面，重点游戏《斗罗大陆：逆转时空》即将在9月25日上线，《聊天群的日常生活》、《火影忍者：木叶高手》以及《新三国志曹操传》也将于年内上线。此外，上半年上线的《斗罗大陆史莱克学院》以及年中上线的《斗破苍穹：巅峰对决》在下半年将持续发力，释放利润贡献。

“明星效应”难复制 车圈流量争夺战驶入“十字路口”

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

从今年北京国际车展快速升温的车圈流量，在第二十七届成都国际汽车展览会（以下简称“成都车展”）开始降温。

“前面还有300多单，这边暂时点不了咖啡。”成都车展媒体日上午10点，成都车展举办地西部国际博览城的某一连锁咖啡店店员就

对《中国经营报》记者表示，目前店内已经爆单，并且暂停接单。

据成都车展组委会方面介绍，今年的成都车展规模再创新高，不仅延续往届11个展馆，还首次启用9号展馆，室外展区扩容也升级，设立超大5000平方米面积汽车技术展示区，整体展览规模跃升至22万平方米。

但爆单的咖啡和扩大的场馆规模并不意味着今年的成都车展

迎来了“泼天”流量。在北京车展受人潮追捧的“企业家IP”雷军和周鸿祎均未现身成都车展，尽管诸如余承东、尹同跃等车企高管仍然登台为自家产品带货，但相较于今年上半年的北京车展，成都车展的流量仍稍显逊色。今年，如火如荼的车企流量争夺战，已驶入“十字

路口”。

中欧国际工商学院市场营销学副教授张玲玲告诉记者，车企借势流量的案例或许不具有可复制性。“超级明星现象认为，一小部分的明星会占据绝大多数的关注度和内容的传播声量，大多数人费很大的工夫也达不到这样的效果。”



第二十七届成都车展于8月30日至9月8日在成都举办。 本报资料室/图

值得关注的是，当天除了车企和到场参与报道的媒体记者外，在车展现场的销售人员也有不少。

记者在成都车展媒体日现场注意到，在媒体日开展前的某品牌VIP贵宾室内，销售主管就已经聚拢销售人员，并且一再强调，在成都车展上要尽可能留住顾客。“要学会引导顾客、留存顾客，大家是来卖车的。”同时各类卖车直播也挤满车展的展台。相关数据显示，2023年，成都车展共产生整车订单35028辆，成交金额达到60.87亿元，观众人数达到90.2万人次。

流量的“诱惑”

流量能够使消费者形成认同，并且可能会产生转化。

为什么在今年上半年众多车企会对流量趋之若鹜？在多位业内人士看来，汽车行业“流量热潮”对于车企而言或许有诸多作用。

在张玲玲看来，流量对于企业的价值在于，流量能够让更多的用户产生认知，从而形成认同，认同可能会产生转化。“雷军特别懂消费者。他在内容传递过程中，能够自带热点，在与消费者沟通的过程中，也会让消费者感到距离很近。雷军打造个人IP，就是在传递他的个人价值，这其实是一个非常有效率的方式。他把价值传递给了用户群体，这个用户群体在未来的某个契

机下，有可能就会成为他的用户。”

里斯品类创新战略咨询汽车行业负责人、高级顾问赵春璋则告诉记者，今年的车市“流量争夺战”是基于目前营销环境的产物。“一方面由于竞争加剧，且部分新能源新品牌入局，需要更大的流量和关注度。企业CEO极具公关价值，自带流量，通过CEO个人流量可为品牌带来更多的话题和关注度。另一方面，整个营销媒介和方式也发生了变化，从图文广告到电视广告，从短视频到直播，消费者的触媒方式变化也带来新的营销方式，这更能够迎合年轻消费群体接受信息的方

式，更有效率。”

不过，赵春璋进一步对记者表示，在流量之下，各个汽车品牌更该思考的是：要传递给消费者什么信息？什么信息对于消费者是有价值的且能够留在消费者的认知中？“缺乏了定位的营销和流量都是无意义的。”

这也体现在各大车企的销量数据中。记者注意到，汽车圈的“流量明星”小米汽车成绩斐然。据目前小米汽车发布的交付数据，小米汽车已连续3个月达成破万辆交付目标，预计将于11月提前完成全年10万辆的交付目标。

但有人欢喜有人愁。相较于今年同样没少用“流量密码”的极越、智己、阿维塔等新势力品牌交付量较为尴尬。相关数据显示，极越和智己在今年8月分别交付2117辆和6117辆，同为新势力的零跑汽车、蔚来在8月的交付量已经分别达到了30305辆和20176辆。

情况类似的还有阿维塔。近来官宣认购华为引望股份并且采用华为乾崑3.0系统的阿维塔，在今年8月交付3712辆，较上年同期增长88%。但相较之下，华为与赛力斯合作打造的定价相近的问界M7在8月已经交付了10261辆。

流量“光环”散去 透视车企财报的真实底色

本报记者 陈燕南 北京报道

汽车市场喧嚣了大半年，数据正在给出真实的答案。

此前，小米汽车卖一辆亏6万元的新闻热议不断，抛下了流量“光环”之后，汽车行业深度转型期上有不少企业“增量不增利”的事实正摆在眼前。

近日，各大车企发布了半年报，《中国经营报》记者梳理发现，一向低调的长城汽车则成为利润增速最高的车企，净利润暴增419.99%至70.79亿元，比亚迪则成为A股唯一一家营收规模超过3000亿元的车企。尽管如此，大部分企业仍处于亏损状态。

据了解，今年上半年，由于小米、华为的加入，汽车行业成为备受关注的行业。小米科技董事长雷军进场之后，各大车企老板也反复出现在了屏幕前，就连“红衣大叔”周鸿祎也时常在汽车行业凑起了热闹。但长城汽车董事长魏建军一句“我们不需要周鸿祎试驾，我们让广大的用户得到认可，才是认可”则证明了在流量“喧嚣”过后，企业未来还是需要依靠求真务实留在“牌桌上”。

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪对记者表示，在竞争激烈的市场环境中，流量成为一种重要的资源。然而流量只是一个工具。流量只是潜在的消费者群体，企业真正立足还需要依赖产品本身的质量和市场接受程度。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜在接受记者采访时表示，针对车企半年报冷热不均的表现，可以看出市场竞争激烈，车企真正能实现盈利的方式包括技术创新、成本控制、市场拓展、品牌建设以及探索新的商业模式和盈利点。

20万元以下成最卷价格带

虽然目前新能源汽车的渗透率正在不断提高，各大车企的新

能源汽车也在高歌猛进，但是也有不少车企陷入了增收难题。

汽车之家研究院认为，主要车企盈利压力急剧增大，只有极少数厂商盈利增加。20万元以下成最卷价格带，20万—30万元高端品牌降价带动增长，30万元以上市场出现萎缩。

今年上半年，理想汽车的销量有所增加，但是却出现了1.2亿元的经营亏损，而去年同期为经营利润20.3亿元，理想汽车上半年净利润为16.9亿元，同比下降47.8%，接近腰斩，而去年同期，理想汽车的净利润是32.4亿元。

除了理想汽车，小鹏汽车也有相同的情况。数据显示，小鹏汽车上半年累计交付52028辆，同比增长25.6%。上半年实现了146.6亿元的营收，同比增长61.20%，不过

事实上，目前汽车行业正在经历价格战和转型的双重挑战，由于品牌众多，竞争激烈，在利润承压之下大部分企业的亏损正是常态。不过，也有不少企业跑出了属于自己的“加速度”。

长城汽车半年报显示，营收同比增长30.67%至914.3亿元，净利润暴涨419.99%，达到70.8亿元，甚至比去年全年的净利润还多出了几千万元。

这意味着，长城汽车单车的盈利能力正在大幅提升。粗略估算，2023年，长城汽车单车净利润为5707元。而到了今年上半年，长城汽车的单车净利润达到1.28万元。基于单车盈利能力提升，长

城汽车上半年的毛利率也从去年的18.73%回归到了20.74%的健康水平，不仅创下近7年来的新高，甚至还超过了同期的比亚迪和理想汽车。

而之所以实现利润大幅增长，长城汽车在财报中指出了原因：海外销售增长和国内产品结构的进一步优化。

今年上半年，长城汽车实现56万辆销量，同比增长7.79%，而海外销售20.15万辆，同比增长62.59%，占据总销量36%。而在长城汽车产品结构优化的过程中，坦克品牌立下了汗马功劳。今年上半年，坦克品牌累计销售11.57万辆，同比增长98%，占总销量比

重为20.73%。

“汽车市场的竞争主要集中在新能源领域，各个价位段的竞争都非常激烈，价格战打得如火如荼，我们无法回避。但在此过程中，我们意识到，新能源市场不仅是价格战的战场，还是产品竞争的赛道。我们必须找到进入新能源领域的独门秘籍，或者说差异化的竞争优势。”长城汽车首席增长官李瑞峰表示。

奇瑞捷豹路虎常务副总裁马振山也有相同观点。他对记者表示：“企业可能就是要实现差异化的产品、造型和功能。今年呈现出像方盒子一样的汽车在市场上比较火爆，而且价格也比较稳定。

解决方案BU董事长余承东介绍，华为和赛力斯合作的问界M7 Pro成本很高，把钱花在了看不见的地方，售价24.98万元起。目前，每卖一辆车会亏近3万元。

“汽车行业是非常依赖于规模经济的产业，在未达到规模经济区间的时候，单车成本很高。”中国汽车流通协会专家委员会委员章弘表示，“作为消费者，选择汽车品牌不仅仅只看车企品牌的盈利状况，更应该看重产品的质量、技术创新能力、售后服务以及个人对智能化配置的需求。”

“对于新品牌来说，赔钱赚吆喝在一定程度上是必要的，因为这可以帮助它们快速积累品牌知名度和用户口碑，为未来的盈利打下基础。然而，如何将流量转换成利润是所有车企都需要思考的问题。”传播星球App联合创始人由曦对记者表示。

所以，我觉得拥有个性化车型的企业也会在市场中立住脚跟。”

他还认为，规模化不但能够降本，也能让整体的质量体系进一步完善。同时，有技术优势的企业能够持续成长，利润也会更多。

同样值得一提的是比亚迪，在营收体量和净利润上依然保持着领先地位，2024年上半年，比亚迪营收3011.27亿元，同比增长15.76%；归属于上市公司股东的净利润136.31亿元，同比增长24.44%，利润规模远超其他车企。比亚迪销售毛利率超20%，其中汽车相关产品（营收占比75.82%）毛利率更是同比提升3.27个百分点至23.94%。柏文喜对记者表示，比亚迪、

长城汽车能够实现利润增长，主要是因为在新能源汽车市场的布局较早，技术积累深厚，产品竞争力强，以及有效的成本控制和市场策略。比亚迪通过技术创新和规模化生产实现了盈利，而长城汽车则通过优化产品结构和提升智能化水平，保持了稳定的盈利能力。

魏建军曾说，企业要讲究实事求是，没有造血能力，不盈利的企业是走不长远的。确实如此，当流量的光环褪去，消费者最终还是会选择那些真正具备品质和技术实力的产品。而未来的路途还遥远，如何实现长期发展则成为企业的重要命题。

自动驾驶企业集体亏损 何时迎商业化曙光？

本报记者 陈靖斌 广州报道

在国内，智能网联汽车的发展得到了政策的积极支持，无人驾驶市场的规模也在不断扩大。尽管如此，众多自动驾驶企业仍面临着长期亏损的困境。

这种亏损不仅是中国企业面临的问题，也是全球自动驾驶领域的普遍挑战。以全球 Robotaxi（无人驾驶出租车）市场为例，Cruise 在 2023 年的亏损高达 24.14 亿美元。

即将在美股上市的文远知行也在其招股书中披露了财务情况：从 2021 年至 2023 年，公司调整后的三年净亏损总额超过 13 亿元。此外，“Robotaxi 第一股”如祺出行的财报显示，尽管 2023 年上半年三大核心业务均实现了增长，收入达到 10.37 亿元，同比增长 13.6%，但报告期内仍亏损 3.32 亿元。

自动驾驶企业自发展至今已近八年，然而，至今仍没有一家企业能够真正实现盈利。

回溯到 2016 年前后，自动驾驶作为人工智能最具应用前景的方向，迅速崛起，大量创业公司如雨后春笋般涌现。然而，短短两年后，行业便迎来了寒冬。一方面，人们逐渐意识到自动驾驶的商业化落地短期内难以实现；另一方面，国内一级市场募资难度增加，投资机构变得更加谨慎。投中数据显示，截至 2023 年，自动驾驶行业的总融资额已不足 2021 年的四分之一。

进入 2024 年，自动驾驶产业热度高涨。尤其是萝卜快跑近期的进展，再次引发全球对这一行业的密切关注。但自动驾驶企业是否能够走出亏损困境？依然是业界亟待解决的难题。虽然前景仍然充满不确定性，但不少企业在加速商业化落地的过程中，逐渐缩小净亏损幅度。这些努力为看似漫无尽头的行业前行之路，点亮了一丝希望。

“烧钱”的游戏

事实上，自动驾驶技术的不成熟使得研发投入成为众多自动驾驶企业的主要支出之一。

自动驾驶行业在中国拥有巨大的发展潜力。

根据弗若斯特沙利文的数据，2023 年中国出租车和共享出行市场规模分别为 3680 亿元和 3547 亿元，预计到 2028 年将分别增长至 4876 亿元和 7513 亿元，年复合增长率分别为 5.79% 和 16.2%。这两大市场均被视为无人驾驶出租车的潜在替代市场，因此吸引了大量产业链企业积极布局。

尽管如此，参与其中的众多企业仍面临持续亏损的挑战。

以文远知行为例，自 2021 年以来，公司一直处于净亏损状态。根据其 IPO 文件，文远知行在 2021 年、2022 年和 2023 年的净亏损分别为 10.073 亿元、12.985 亿元和 19.491 亿元。2023 年上半年和 2024 年上半年，净亏损分别为 7.231 亿元和 8.817 亿元。

不过，经过非国际财务报告

准则（non-IFRS）调整后，亏损情况有所改善。调整后的数据显示，公司在 2021 年、2022 年和 2023 年的净亏损分别降至 4.268 亿元、4.017 亿元和 5.017 亿元；2023 年上半年和 2024 年上半年的净亏损分别降至 2.315 亿元和 3.161 亿元。

文远知行还强调，相较于全球其他公开上市的 L4 级自动驾驶公司，公司在 2021 年、2022 年和 2023 年的净亏损是最少的。

此外，被称为“Robotaxi 第一股”的如祺出行近日发布了上市后的首份财报。根据其 2024 年中期业绩公告，2024 上半年如祺出行实现收入 10.37 亿元，同比增长 13.6%；净亏损 3.32 亿元，同比有所收窄。

对此，国际智能运载科技协会秘书长张翔指出：“自动驾驶行业目前仍处于发展初期，技术尚未成熟。尤其在私家车领域，L3 级别的自动驾驶水平尚未达到，

这已成为技术发展的瓶颈。消费者对智驾功能的车辆积极性不高，因为当前技术仍不足以实现双手完全离开方向盘的驾驶体验，导致市场覆盖面有限，因此智驾公司的估值普遍偏低。”

事实上，自动驾驶技术的不成熟使得研发投入成为众多自动驾驶企业的主要支出之一。

文远知行的数据显示，2021 年至 2023 年及 2024 年上半年，公司研发费用分别为 4.43 亿元、7.59 亿元、10.58 亿元和 5.17 亿元。

如祺出行在 2024 上半年的研发支出也达到 7352 万元，同比增长 27.5%。截至 2023 年年底，如祺出行的产品及研发团队人员数量占员工总数的 44.2%。

文远知行的相关负责人表示，自动驾驶领域面临的技术研发难题确实是一大挑战。特别是软硬件一体的自动驾驶解决方案的稳定性和可靠性，需要产业链



文远小巴在法国巴黎。

本报资料室/图

各方共同努力，尤其是车辆前期设计阶段就应进行多方协同合作。他指出，前装量产是实现 L4 级自动驾驶规模化运营的关键。

未来的两到三年，人工智能领域的竞争会非常激烈。财报数据显示，2024 年第二季度，百度的自动驾驶服务萝卜快跑供应的自动驾驶订单约 89.9 万单，同比增长 26%。截至 2024 年 7 月 28 日，萝卜快跑累计为公众提供的自动驾驶出行服务订单超过 700 万单。

此外，地平线于今年 3 月底向港交所递交招股书，拟发行不超过 11.5 亿股境外上市普通股，预计筹集约 5 亿美元资金，主要用于

高级辅助驾驶（ADAS）和高阶自动驾驶（AD）解决方案及技术研发、合营企业、营销及运营等需求。招股书显示，2021 年至 2023 年，地平线营业收入分别为 4.67 亿元、9.06 亿元、15.52 亿元，营收复合增长率达 82.3%，毛利分别为 3.31 亿元、6.28 亿元、10.94 亿元。

值得关注的是，地平线虽然营收增长快速，但仍然处于亏损状态。招股书显示，2021 年至 2023 年，地平线分别产生年内亏损 20.63 亿元、87.20 亿元及 67.39 亿元，而经调整亏损净额（非国际财务报告准则计量）分别为 11.03 亿元、18.91 亿元、16.35 亿元。

无人驾驶出租车探路商业化

尽管面临持续亏损的困境，自动驾驶企业仍在努力打造商业闭环，推动全球商业化落地，不断增强自身的盈利能力。

无人驾驶出租车规模化商业化的落地，对自动驾驶企业而言是一大难题。

文远知行的相关负责人指出，ROI（投资回报率）是否符合市场需求和预期，取决于多方面因素，包括激光雷达等硬件成本的持续降低、实现纯无人运营以降低运营成本，以及大规模车队的建立以提高算法复用性和降低研发成本。此外，许多国家尚未建立支持自动驾驶汽车大规模测试及运营的政策和法律环境，这为自动驾驶企业的规模化商业化带来了挑战。

小马智行副总裁张宁此前也表示，无人驾驶出租车要实现规模化商业化，需在单一城市投放 500 至 1000 辆，才能可能达到收支

平衡。无人驾驶出租车的运营背后，企业需要投入大量资源，如调度系统和地勤维护体系等。

张宁透露，根据小马智行的测算，在北上广深等城市，当投放量达到 1000 辆时，运营才有望实现盈亏平衡；在这一平衡点之后，随着每增加一辆，成本会进一步下降，毛利率则会提高，进入正向循环的自我造血阶段。张宁还表示，小马智行有望在 2025 年至 2026 年左右，在某个城市实现千台无人驾驶出租车的落地运营。

尽管面临持续亏损的困境，自动驾驶企业仍在努力打造商业闭环，推动全球商业化落地，不断增强自身的盈利能力。

截至目前，文远知行的 Robotaxi 业务已经落地于阿布扎比、

广州、北京、鄂尔多斯、南京等多个城市，并成为首批获准在北京开展无人驾驶出租车纯无人商业化收费运营试点的企业之一。此外，文远知行还在北京南站和大兴机场高速等地进行自动驾驶测试和收费试点，牌照获取和业务落地速度在行业中处于领先地位。

小马智行也在北京、广州和深圳实现了无人驾驶商业收费运营。截至目前，小马智行的无人驾驶车辆已在公开道路上累计行驶超过 3500 万公里。

如祺出行也在无人驾驶出租车商业化方面取得了多项重要进展。今年 8 月，如祺出行还宣布获批在横琴粤澳深度合作区全域开展 Robotaxi 路测。今年 6 月，如祺出行成为全国首批获准开展 L3 自动

驾驶上路通行试点的出行科技平台，将与广汽乘用车组成联合体，共同推进 L3 自动驾驶车辆服务。

百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏表示，长期以来，无人驾驶出租车一直被行业视作一个非常先进的领域，以至于没有人能够准确预测到底需要多长时间才能真正实现，但百度即将实现区域性的收支平衡。“我们在不断通过创新降低成本，随着第六代无人车 Apollo RT6 车型的大规模测试，我们预计，RT6 车型正式投入运营后将带来持续性的成本降低。”

李彦宏表示，萝卜快跑所有的车都归属百度运营，由百度承担硬件资金支出以及折旧成本，对各种商业模式、合作伙伴关系

持开放态度，“目前，萝卜快跑的业务重点仍是在关键城市实现收支平衡。从长期来看，我们的目标是通过技术许可等轻资产模式进行创新，以抓住市场机会。”

针对自动驾驶企业目前普遍面临的亏损难题，张翔建议可以从较为简单的场景入手盈利，将复杂的场景逐步推迟至后期，这是帮助自动驾驶公司暂时缓解亏损的有效方式。“例如自动驾驶扫地车，可以替代人工并降低成本，这也是一个良好的切入点，政府应对此大力支持。”

北京社科院副研究员王鹏则指出，特定的业务模式或技术创新，如端到端自动驾驶技术和高精地图与自动驾驶的深度融合，可能成为打破当前亏损局面的关键。

CEO 夏一平发布会落泪 极越汽车销量还有救吗？

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

“1月份卖了 200 多（辆），2 月份卖了 100 多（辆），我自己也很难受。”近日，面对惨淡的销量，极越汽车 CEO 夏一平在接受记者采访时几度哽咽落泪。

相关数据显示，2024 年 1—8 月，极越汽车销量仍不足 6000 辆，相较之下，理想、领克和蔚来的头部造车新势力的月销量早已突破两万辆大关。

《中国经营报》记者注意到，为推动低迷的销量，极越汽车主要拿出两大“武器”。首当其冲的是百度在 AI 和自动驾驶领域已经有十多年的研发经验，投入了超 1500 亿元，使其能够采用“纯视觉+端到端大模型”的

流量没带来销量

“（极越）是一个后来者，如果按照别人做的事情照葫芦画瓢，但你的基础又没有别人好就不可能成功。别人的成功，是因为他们已经有了体系化能力，所以你不可能去（盲目）学别人。”对于极越汽车发展的不顺，夏一平分析道。

记者了解到，从今年 1 月开始，极越汽车对整个营销和销售团队进行大换血，并且由夏一平亲自带队，开启对营销和销售端的变革，效仿小米集团创始人雷军进行直播，试图通过打造“个人 IP”推动销量，但实际效果却不如人意。

1 月，夏一平使用纯视觉领航辅助，从上海一路开到杭州并全程直播；4 月 15 日，夏一平与百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏也开展了一场“跨界直播”，这也是李彦宏时隔 7 年再次直播体验智驾系统。

相关数据显示，2024 年 1—6 月，极越汽车的销量分别为 218 辆、147 辆、511 辆、362 辆、1001 辆和 461 辆。

“我们过去没有做什么，只是更加地努力。”夏一平表示，极越汽车做

“炮轰”小米遭反噬

公开资料显示，极越汽车前身是集度汽车，是百度与吉利在 2021 年 1 月共同成立的汽车品牌，百度占股 55%，吉利占股 45%，并于 2022 年 6 月发布了首款概念车 ROBO-01。

而在 2023 年 8 月，正式更名为极越汽车，吉利持股占比提升至 65%，定位为高端智能汽车机器人品牌，产品也更名为“极越 01”于当年 10 月正式上市。

但据夏一平此前透露，2023 年 4—5 月，极越汽车有长达近半年时间没有对外宣传。这也导致尽管背靠吉利和百度两棵大树，极越汽车的品牌知名度始终不高。

因此，极越汽车渴望“出圈”。“我讲营销效率，花一分钱能对应到一个用户。你可以正向营销，也可以反向营销嘛。当你骂我的那一刻，我也算成功了，因为

你已经知道极越了。”夏一平如是表示。

但最终难逃流量反噬。8 月 22 日，极越汽车公关负责人徐继业发朋友圈“炮轰”小米引发广泛关注。“小米汽车每辆车亏 6 万元，放在以前这就叫作倾销，是最恶劣的商人本质。”徐继业说。

对此，夏一平迅速发布了内部信，对该事件通报处罚。夏一平表示，这段言论并不代表公司观点，更不符合公司的价值观。内部信责成公司相关部门对徐继业进行严厉批评，并进一步要求各位严守公司传播纪律，不妄议友商、不散播与公司价值观相违背的言论。

夏一平还强调，每一个奔赴在造车征程上的创业者、每一家为中国新能源汽车崛起而奋斗的企业，都是为之不易和值得尊敬的。

事实上，这并不是极越汽车



2024 年至今，极越汽车销量不足 6000 辆，提振销量是当务之急。

本报资料室/图

首次“对线”小米。2024 年 4 月，一位极越汽车员工在社交平台发文称，在提车小米 SU7 创始版并参加首批交车仪式的 5 天后，自己被极越开除，但公司没有支付赔偿金。

此后，极越汽车方面回应称，上述员工严重违反极越公司规定，从而解除劳动关系。该员工是极越社交媒体岗位的运营人员，却以个人名义在社交平台开

设矩阵账号，大肆宣传友商产品，时间长达 3 个月，违反了劳动合同规定的“不得从事与公司相竞争的业务”的条款。

对于流量与销量的关系，罗岗认为，流量是营销的一部分，但并不是最重要的一部分。极越做的是汽车，但最核心的是智能化，理念是产品和用户驱动。除了房子，汽车几乎就是最大的消费品，产品驱动的属性是比较强的。

是“纯视觉+端到端大模型”技术路线。

“很多人都认为，纯视觉不如激光雷达的智驾安全，但我想说极越的纯视觉感知能力，已经超过了主流激光雷达。”夏一平表示，纯视觉的方案迭代速度更快——系统可将多个小模型合并成大模型，并将多余的参数释放给视觉模型，使得在同一场景下，纯视觉可以获得更多的信息量，数据种类丰富，更适合大模型的训练。

一名不愿具名的汽车分析师认为，消费者对于智驾普遍更愿意为品牌买单，比如特斯拉和华为。至于究竟采用的是哪种技术路线，消费者反而并不是特别在意。

因此，极越汽车如果想擦亮自己的智驾招牌，应该通用可视化、通俗易懂的方式让消费者理解“端到端”技术的优势，而不能单纯依靠“蹭流量”。

“极越这个品牌的知名度并不高，且销售网点较少，给消费者一种不太可靠的印象。另外，极越目前的产品力优势不大，仅有的智驾功能也并未形成真正的亮点。”张翔感慨道。

张翔进一步表示，汽车行业竞争很激烈，极越汽车后面发展还会遇到很多难题。极越汽车并没有自己的马斯克和雷军，如果股东方不愿意进一步投资推动市场营销，之后有可能会被市场淘汰。

固态电池商业化加速 未来三五年有望与锂电池成本打平

本报记者 陈茂利 北京报道

“要将电动化进行到底，全力攻克下一代电动化核心技术——全固态电池技术，估计2030年左右全固态电池可能产业化，技术再上一个台阶。此外，全固态电池会使我们的安全再升一个档次。”

中国科学院院士、中国全固态电池产学研协同创新平台理事长欧阳明高曾在接受《中国经营报》等媒体记者采访时表示。

近日，在2024世界动力电池大会上，欧阳明高再次强调发展全固态电池的重要性，但他同时指出，要循序渐进。“电池(技术)不是一天就能被颠覆的，欲速不达，循序渐进，可能是最快的速度。要面向2030年大规模产业化，不要一上来就提很高的目标。”

随着现有液态锂离子电池密度已接近理论极限，产业链上的企业正在攻关新一代电池技术。其中，全固态电池因高安全性和高能量密度被行业视为最具潜力的“下一代动力电池”。

不只中国，日、韩、美、欧等国家和地区也在加大力度布局全固态电池，力图率先取得优势。宁德时代副总裁孟祥峰表示：“固态电池现在很热，日韩也在这个赛道上努力，中国很多企业都在努力，但仍然需要创新型企业和大型化工企业进入，要保证我们的产业链建起来。”

资本热潮下的固态电池

“未来的1—2年，我们要突破600Wh/kg的固态电池的研发。”

2024年，固态电池赛道成为受投资人关注的板块之一。近期，固态电池概念股日趋活跃，9月4日，德尔股份、科恒股份、南都电源收获20%的涨停板。

消息面上，中创新航、鹏辉能源、德尔股份、宁德时代等公司接连传出固态电池领域最新进展。

8月28日，中创新航、鹏辉能源两家动力电池厂商在同一天发布了固态电池领域的最新成果。

其中，中创新航发布的“无界”全固态电池技术，能量密度达430Wh/kg，容量50Ah；同时在电池运行压力、寿命、功率方面均取得重要突破，计划于2027年装车。

鹏辉能源发布20Ah和2000mAh两款软包全固态电池，能量密度为280Wh/kg，未来有望做到300Wh/kg以上。该公司披露，

预计2025年启动中试研发并小规模生产，2026年将正式建立产线并批量生产。

值得一提的是，通过独特的电解质湿法涂布工艺，鹏辉能源成功绕开氧化物固态电解质高温烧结过程，避开陶瓷材料固有脆性，大幅简化工艺。

“采用此工艺的固态电池，整体成本相较常规锂电池成本预计仅高出15%左右。未来3—5年，随着工艺不断优化及材料进一步降本，有望达到与常规锂电池相同成本。”鹏辉能源方面介绍。

除了上述两家公司，记者关注到多家固态电池概念股在固态电池领域均有最新进展。

德尔股份在回应投资者提问时表示，目前固态电池产品已通过第三方机构的针刺试验、过充过放试验

和加热试验。同时，公司已与江铃新能源签订了《固态电池战略合作协议》，共同致力于固态电池领域的创新和发展。

南都电源在互动平台表示，公司自2017年开展固态电池的研制工作，并于2020年承担浙江省固态电池重点研发计划，目前固态电池产品能量密度可达350Wh/kg，循环寿命2000次，已通过热箱、短路等安全项测试，各项指标顺利完成，将于今年四季度完成项目验收。

全球动力电池龙头企业宁德时代近日在接受机构调研时提及，公司在全固态电池上持续坚定投入，技术处于行业领先水平，2027年有望实现小批量生产。

宁德时代董事长曾毓群表示，宁德时代在全国固态电池的研发已有七八年，对比全球发展情况应该

是“领先一大步”或者说是“second to none”(首屈一指)。

值得关注的是，近日，中国科学院青岛生物能源与过程研究所武建飞研究员带领的先进储能材料与技术研究组，研发出用于全固态锂电池的新型硫化锂正极材料，能量密度超过600Wh/kg，与目前已商业化的锂离子电池相比，其能量密度高出1倍有余，且成本更低。

中国科学院院士陈军今年3月曾透露：“团队已经研发出400Wh/kg的固态电池。未来的1—2年，我们要突破600Wh/kg的固态电池的研发，充一次电，电动汽车就可以跑1000公里以上。”

在安全性和能量密度方面远超液态锂离子电池是企业研发固态电池的动力。“为什么中国需要全固态电池？因为全固态电池具有技术颠覆的性能潜力。”欧阳明高解释，全固态电池还有高安全性、高能量密度、高功率特性，以及温度适应性更宽等特点。

多家机构的研报显示，目前，液态锂电池能量密度的理论极限在350Wh/kg左右，主流液态三元锂电池的能量密度可以做到260Wh/kg—280Wh/kg，其中，能量密度在250Wh/kg左右，对应续航500公里—700公里，固态电池能量密度有望达到500Wh/kg，续航里程有望翻倍实现1000公里以上。

欧阳明高介绍：“我们的实验表明，全固态电池1C(C是用来表示电池充放电能力倍率)充电循环可以达到1000次，5C充电循环可以达到10000次，这也是全固态电池成为未来动力电池重要发展方向的因素之一。”

2027年有望小批量生产

固态电池在材料设计、制造工艺、装备生产和成本控制等方面还有较长的路要走。

“当前(固态电池)行业最高水平只到4(10分制)，做出了一些器件样品，进行了一些实验验证。”曾毓群的话在一定程度上给反应热烈的资本市场降温。

比亚迪首席技术官(CTO)孙华军表示：“目前，我们实际的状态还是从早期的实验室到工程化这个转化的过程。”

即便已有企业给出了固态电池市场化推广时间表，但从实验室到工厂，从样品到量产，这条路注定不会一帆风顺。要想在汽车行业实现大规模应用，固态电池在材料设计、制造工艺、装备生产和成本控制等方面还有较长的路

要走。

欧阳明高等业内人士认为，固态电池研发推进要“循序渐进”。“我做燃料电池的体会是一次解决一个问题。固态电池也一样，首先要解决固态电解质的问题，先把这个问题解决，我们不要正极也变、负极也变、电解质也变，怎么可能一次都解决。”

他认为，固态电池的参数也需要一步一个脚印慢慢提升，而不是迅速在热管理、能量密度、充电速度等方面完成对传统液态电解质电池的超越。

欧阳明高举例，可以先把固态电池的安全性提高到300Wh/kg磷

酸铁锂电池那种安全性，再解决固态电池在不同温度下表现的稳定性问题，进而将负极材料切换为硅碳路线。

产业层面对固态电池量产给出的时间表是2027年。曾毓群举例，如果用数字1—9表示固态电池技术和制造的成熟度，1是刚刚开始涉及该领域，9是技术成熟可以投入大规模生产。

“公司的全固态电池研发项目目前处于4的水平，目标是到2027年达到7—8的水平，有望实现小批量生产全固态电池。”宁德时代曾在接受机构调研时表示。

曾毓群指出：“全固态电池关

键在于材料和化学体系，最难的是界面问题，即颗粒与颗粒间的离子传输。”

孙华军判断，2027—2029年将会是硫化物固态电池的示范期，主要针对中高端电动车。2030—2032年，硫化物固态电池会进入拓展期，将运用到主流电动汽车。

此外，全固态电池的成本也是其商业化的“拦路虎”。根据产业链上的公司公布的数据，当前半固态电池成本已远高于商用化的液态电池成本。考虑到电解质材料变化、生产工艺改变、产品质量控制经验不足导致的工程验证周期长等多重因素，全固态电池成本

会更高。

欧阳明高院士工作站董事长兼总经理华剑锋在接受钛媒体采访时直言：“原材料其实都不贵，但要做成固态电池就贵了，毕竟现在固态电池的产业链还未形成规模，没有批量生产的设备。”

他举例，比如生产材料的湿度要控制在一个极低的水平，或电解质需要在一种惰性气体下才能制备，这就要求比较高的成本。孙华军表示：“随着固态电池的发展，一些技术相对成熟之后，在产业链构建上会有一些变化，比如硅碳在固态电池里面可以有100%应用的机会。”

宾利汽车安睿轲：推迟电动化时间表不影响转型信心

本报记者 尹丽梅 张硕 成都报道

“首款宾利纯电动车型的发布时间由于大众汽车集团内部平台应用延期而稍有推迟。与此同时，我们计划于2030年实现全系产品纯电动化的原定时间表也将有所延后。”

近日，在2024成都国际车展上，宾利汽车中国内地及香港、澳门执行总经理安睿轲(Kim Airey)在接受《中国经营报》等媒体记者采访时作出上述表述。不过，安睿轲称，上述计划的调整并

不会动摇宾利汽车电动化发展的决心。

“宾利汽车的电动化发展路线和方向仍然未变，在‘Beyond 100’商业战略之下，未来宾利汽车会坚定地向纯电动化的方向迈进，宾利汽车计划于2026年推出第一款纯电动车型。”安睿轲说道。

此前，宾利汽车的计划是在2025年推出首款纯电动汽车。宾利汽车的电动化转型战略主要分为两步：第一步是实现全系车型的混动选择；第二步是推出纯电车型。虽然推迟了纯电动

技术路线的发展规划，但是宾利汽车目前已经实现全系车型混动化的目标。

“前不久，我们在上海发布了搭载全新超高性能混动系统的新欧陆GT极致版车型，标志着宾利汽车全系车型均提供插电混动版选择这一里程碑的实现。目前，我们仍处于全力推进插电混动系统应用的转型过渡阶段。根据市场反馈和需求，我们预计插电混动版车型的过渡阶段会比此前预想得更长一些。”安睿轲表示。

力系统。

搭载全新超高性能混动系统的全新欧陆GT极致版车型，是宾利品牌有史以来动力最为澎湃的公路座驾，最高车速达335公里/小时，加速表现也非常优异，0—100公里/小时加速时间为3.2秒。

新车型经过精心设计，通过工程和技术上的升级，为客户带来更加出色的驾控体验和行驶安全。例如，新车搭载了最新一代电气架构，还在信息娱乐以及驾驶辅助技术等方面有了显著提升。

新欧陆GT极致版和新欧陆GT敞篷版预计在2025年一季度末至二季度初开始交付中国内地客户，中国香港及中国澳门的新车交付时间预计会稍早几个月。

《中国经营报》：在推出纯电动车型之前，宾利汽车是否会在中国市场独立建设充电网络？

安睿轲：目前，宾利汽车为客户提供家庭充电解决方案，未来还会采取其他措施或技术，但一切的出发点都是致力于提升客户日常用车的便利性，而非建设宾利品牌的独立充电网络，未来宾利汽车将充分利用中国广泛分布的公共充电设施网络。

将持续提升在华车型的数字化功能

《中国经营报》：今年市场环境比较低迷，整体来看，超豪华汽车市场不少品牌的利润、营收都在下滑。在这样的环境下，宾利汽车今年在中国市场的销售成绩如何？宾利汽车在中国市场上会在哪些方面进行调整？

安睿轲：作为超豪华汽车品牌，宾利汽车的市场表现自然也受经济环境的影响，经济环境走势将直接影响宾利客户及潜在客户群体的购车意愿。不过，我们对于宾利汽车目前在中国市场的表现依然非常满意。

目前的市场环境与新冠肺炎疫情之后的消费反弹有一定关系。在经历了大规模的消费反弹后，市场自然会重新进入调整阶段，我们认为目前低迷的市场环境是正常现象。与此同时，不同的车型也有其产品周期，这一周期性也会对市场表现带来一定的影响。

2024年上半年，宾利汽车在华销量与去年同期相比下降13%。前不久，我们在上海发布了新欧陆GT极致版以及新欧陆GT敞篷版车型，中国客户对于这两款新车的反馈非常好。目前，我们已陆续接到相关新车订单，期待新车型对宾利品牌下半年的销量产生积极影响。

对于宾利汽车而言，我们会专注于满足市场需求，并根据市场的需求量进行生产安排，不会提前制造出过多车辆投入到市场当中，以此保证宾利座驾的独特性和品牌价值。

《中国经营报》：对于中国市场，宾利汽车是否制定了中长期目标规划？进入一个新的经济周期以后，宾利汽车将如何定位中国市场？

安睿轲：我们始终认为中国对于宾利汽车而言是非常重要的市场。

近几年，中国市场和美国市场在销量上交替占据宾利汽车全球第一或第二大市场的位置。就今



宾利汽车中国内地及香港、澳门执行总经理安睿轲。

视觉中国/图

年截至目前的销量数据而言，美国市场暂居第一，中国市场位于第二。

经济周期对于任何一个国家来说都是无法避免的，但这是正常的市场经济周期，我们依然对中国市场保持着充分的信心和乐观的态度。

从短期来看，我们对于未来的发展持审慎的态度，宾利汽车会作出相应调整，譬如根据市场需求进行工厂排产。目前，我们已陆续接到相关新车订单，期待新车型对宾利品牌下半年的销量产生积极影响。

对于中国市场，宾利品牌将实行的策略可以概括为三个方面：一是持续引入创新产品，满足消费者对高品质生活的追求；二是加强品牌建设，提升品牌影响力和美誉度；三是优化客户服务体验，为消费者提供更加便捷和高效的售前、售中和售后服务。

《中国经营报》：我们观察到润富富豪排行榜会发现，这几年中国富豪阶层的年龄段在发生变化。与过去几年或者目前的全球市场相比，宾利汽车在中国市场的客户群出现了哪些变化？如何应对这样的变化？

安睿轲：近年来，宾利汽车在

华客户呈现年轻化趋势，目前平均年龄为39岁，是全球平均年龄最低的消费市场，而且这一趋势有望持续。

此外，从宾利汽车在华车主的结构来看，女性车主比例显著提升，最受女性车主青睐的车型是欧陆GT和添越。

针对这一变化，在设计和生产方面，宾利汽车会始终坚持现代化和全球化视野，从而吸引更多的年轻客户。

在中国市场，我们会持续提升宾利车型的数字化功能，所有2025年款的宾利车型都将搭载全新的My Bentley App Studio数字生态系统。

通过这一系统，宾利客户可以将众多车辆及第三方应用程序直接下载安装至车载信息娱乐系统，尤其是适合中国数字化生态系统的应用程序。中国客户常用的音乐、视频、游戏、导航、泊车和充电等应用程序都可以无缝集成至信息娱乐系统，车载中控大屏、驾驶位显示屏、抬头显示屏均可实现与应用程序的无缝连接。未来，我们还会根据市场反馈和客户声音进行持续开发，覆盖更多应用程序。

大陆集团上半年营收净利双双下滑

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“我的主要诉求就是要大陆集团中国区以公司的名义做出澄清，并删除网络上的诽谤诋毁内容，来恢复我的名誉。”9月4日，大陆集团原自动驾驶和出行事业群中国区负责人罗沄向《中国经营报》记者直言。

就在接受记者采访的13天前，罗沄起诉大陆投资（中国）有限公司、大陆智行科技（上海）有限公司、大陆集团中国区总裁汤恩的名誉侵权诉讼，在上海市嘉定区人民法院开庭。

罗沄告诉记者：“我8月份正

空降高管遭遇内部举报

直到2023年7月，一封内部举报信的出现，给罗沄在大陆集团中国区的工作按下了“暂停键”。

在担任大陆集团自动驾驶及出行事业群中国区负责人之前，罗沄在行业内已经有着丰富的从业经历，既有在博世、海拉电子等巨头的从业经历，又有在国内初创公司的管理经验。

时间回拨至2021年3月，大陆集团宣布将ADAS事业部升级为自动驾驶及出行事业群，罗沄作为空降兵担任大陆集团自动驾驶及出行事业群中国区负责人，并有很大的自主权。

“当时加入大陆集团，是因为我的前老板加入了大陆集团，他要主导大陆集团的一系列变革，我认为是非常正确的。”回想选择加入大陆集团中国区的原因，罗沄告诉记者，“像大陆集团这样的企业转型，都是大象转身，它需要有能力、有魄力的人来帮助他们实施变革，才能转型成功。”

罗沄坦言：“我过去在美国十几年，在中国大概十年的工作经历，既帮助国外企业深度本土化，包括和中国企业的成功合资，也帮助国内一些企业开拓全新市场，我个人很喜欢这种全新且有挑战的事情，如果能够帮助大陆这头大象转型成功，对我来说有挑战，但我也非常感兴趣。”

好在国内，就参加了庭审，当天庭审从下午1点多到晚上7点，绝大多数时间用在了原告方大量证据及证人证词的举证、质证及认证，现在就是按照流程在走，后面双方仍会进行必要的文字辩论，我也向法庭申请传唤涉嫌诽谤罪的举报人。”

“互联网上对我的一些污名化信息，给我个人带来了很大的影响。”罗沄告诉记者，“员工的清白和公司是连在一起的，他们有责任和义务来为这件事做出澄清。但现在的争议点就是大陆集团中国区非但没有站出来做出澄清，而且非常强硬，即使是在大陆

集团德国总部给我开具了澄清函之后。”

对于罗沄提起的诉讼，大陆集团中国区相关负责人向记者表示：“对于此次法律纠纷，目前正在诉讼过程中，我们将坚决以法律手段捍卫公司的名誉和合法权益。员工是大陆集团业务发展的重要基石与财富，我们致力于为所有员工提供一个公平、相互尊重的工作环境。大陆集团在此郑重声明，我们始终恪守当地的法律法规，一直以来都是以诚信和专业的态度开展业务。公司坚信通过透明、公正的法律程序，我们的商誉也将得到公正的评价和保护。”



大陆马牌轮胎在上海的一处服务点。

本报资料室/图

加入大陆集团后，罗沄推行了一系列的举措，比如与地平线成立合资公司、对内调整组织架构、对外投资积极构建生态等。“四年前我对行业面临的挑战就看得很清楚，我们为什么要和地平线成立合资公司，而不是做一般的战略合作，我那时候就跟大陆说要做到‘你中有我，我中有你’，大家共进退。投资不是主要目的，与中国本土的创新供应链深度合作，这才是企业转型的机会所在。”

直到2023年7月，一封内部举报信的出现，给罗沄在大陆集团中国区的工作按下了“暂停键”。而根据公开报道，智驾方案平台化的

供应商切换则是上述举报信的主要内容。

罗沄告诉记者：“供应商的切换不存在任何问题。第一，我是产品战略的直接负责人，技术层面的事情我很了解，我知道哪家技术可以，哪家技术不可以。第二，整个切换的过程也是非常公开透明，且持续的时间很长。我们与技术、采购等同事，甚至是在中国和德国的管理层，都有着四、五个月时间的公开讨论，这个供应商的切换绝对不是私下操纵的。为什么切换？这是因为老供应商提供的方案从技术上已不适合我们，且他们的报价还高50%。”

近半营收依赖奇瑞汽车 大昌科技IPO“踩刹车”

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在经历三轮审核问询后，汽车零部件公司安徽大昌科技股份有限公司（以下简称“大昌科技”）最终选择撤回IPO。

8月30日，深交所官网披露，因大昌科技、保荐人撤回发行上市申请，根据《深圳证券交易所股票发行上市审核规则（2024年修订）》第六十二条，深交所决定终止对大

昌科技发行上市的审核。

《中国经营报》记者注意到，在撤回IPO之前，大昌科技已经历三轮问询，其中，因近半营收依赖奇瑞汽车，大昌科技业务独立性、与奇瑞汽车的交易公允性，受到监管密切关注。

“如果公司未来与奇瑞汽车的合作关系发生重大不利变化，包括奇瑞汽车的汽车零部件需求大幅减少、公司的主要产品由于技术迭代

原因难以满足奇瑞汽车的需求、市场竞争加剧导致供应份额减少等情况发生。”大昌科技坦言，将对公司经营业绩带来重大不利影响。

在过度依赖单一客户之外，大昌科技还因前五大客户集中度较高、安全生产事故频发等引发外界质疑。而公开信息显示，大昌科技实际控制人钟华山谋求推动公司上市已有十多年时间，但在经历三轮问询后，大昌科技最终选择对IPO“踩刹车”。

三轮问询后终止IPO

在冲击IPO一年多时间后，大昌科技对首次上市按下了“暂停键”。

公开信息显示，大昌科技位于安徽省芜湖市鸠江区，曾用名“芜湖市中兴机械技术开发有限公司”（以下简称“中兴机械”），现有广州中益机械有限公司、芜湖中瑞汽车零部件有限公司（以下简称“芜湖中瑞”）等9家分子公司，主要从事冲压和焊接汽车零部件及相关工装模具的研发、生产和销售。

大昌科技对上市“憧憬已久”，《经济日报》在2008年2月份报道，“2008年春节后，钟华山的新打算是对自己的公司进行股份制改造，请会计师事务所对自己的这个‘小作坊’评价。‘我这都是为今后上市做好准备呢！’”

十五年后，大昌科技正式开启冲击IPO。

2023年6月27日，深交所官网披露了大昌科技首次公开发行股票招股说明书（申报稿），大昌科技招股书显示，其拟募资3.74亿元，主要投向合肥汽车零部件智能工

厂项目、汽车零部件智能化生产线技术改造项目等。

记者注意到，对于合肥汽车零部件智能工厂项目，大昌科技寄予了厚望，“本次发行募集资金投资项目‘合肥汽车零部件智能工厂项目’计划投资总额为30000.00万元，其中拟投入募集资金18900.00万元，将在合肥新建生产基地，项目建成投产后，将对公司经营规模的扩大和经营业绩的提高产生较大影响。”

尽管如此，但深交所在审核问询函中，要求大昌科技结合与大众安徽、大众一汽零部件等客户的项目定点及期后合作情况、相关车型推出时间及预计销量、新建合肥基地产能情况等，说明其与包括大众在内的新客户的合作稳定性，“合肥基地是否存在较大的产能消化风险，发行人的应对措施”。

大昌科技此后表示，根据其目前已经取得的大众汽车、比亚迪、江淮汽车、奇瑞汽车相关零部件定点及量产情况，并结合目前正在洽谈业务情况，其预计合肥基地

2024年度和2025年度冲压需求分别达到1537.81万次和2784.46万次，按照目前的冲压设备计算产能利用率将达到48.50%和87.82%。

“公司已取得大众安徽、大众一汽零部件的项目定点，且期后持续获得新的项目定点，公司与大众安徽、大众一汽零部件等新客户合作具有稳定性，公司已经采取了产能消化的措施。”大昌科技认为，合肥基地不存在较大的产能消化风险。

记者注意到，自2023年7月开始，深交所对大昌科技累计发出3轮审核问询。具体而言，深交所分别在2023年7月24日、2024年1月30日、2024年3月26日，对大昌科技发出第一轮、第二轮、第三轮审核问询函。

深交所官网显示，2024年7月26日，大昌科技对深交所第三轮审核问询函进行了回复，但仅仅一个月后，大昌科技就向深交所递交了《撤回首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的申请》，此举意味着其按下了IPO“暂停键”。

中国区身陷前员工诉讼漩涡

德国总部澄清后再维权

而让罗沄对前东家提起诉讼缘于2023年7月的举报信事件。

而让罗沄对前东家提起诉讼缘于2023年7月的举报信事件。当时罗沄被举报存在潜在的非合规行为，涉及其在对供应商采购流程上的不合规行为，包括干预关键软件模块合作项目定点、公开让外公司员工主导大陆AM核心开发等。但内部举报信遭到泄露，被公开传播。

据罗沄表述，2023年9月，在合规调查仍在进行，没有任何实质证据的情况下，其被免除大陆集团自动驾驶及出行事业群中国区负责人职务。罗沄表示，这一系列事件给其带来很大的负面影响，且自己多次与大陆集团中国区交涉，要求公司告知调查的内审结果，并向自己出具澄清函，但都无果。而后罗沄联系德国总部获得了澄清函。

遭内部举报后，罗沄配合公司的调查。2023年9月，罗沄称他从大陆集团中国区被动离职，他本人并没有签署《劳动合同终止通知书》。“事情发生后，很长一段时间我自己都不知道是怎么回事

中国市场一直是重要增长引擎之一

除了中国区发生的上述事件外，大陆集团2024年上半年的业绩表现也备受外界关注。

除了中国区发生的上述事件外，大陆集团2024年上半年的业绩表现也备受外界关注。大陆集团2024年半年报显示，大陆集团上半年的总销售额约为198亿欧元，同比下滑4.5%；调整后的息税前利润为9亿欧元，同比减少16.2%；净利润为2.52亿欧元，同比下降57.4%。

记者注意到，基于目前市场趋势预测，大陆集团全球调整了本财年预期。大陆集团目前预计，集团销售额约为400亿欧元至425亿欧元（此前为约410亿欧元至440亿欧元）。

大陆集团中国区今年上半年的表现如何？大陆集团中国区相关负责人告诉记者，大陆集团中国区上半年的业绩总体表现不错，中国市场一直是大陆集团的

重要增长引擎之一。事。后面重找工作，但一些猎头就跟我说，这件事是我名誉的负资产，企业需要给解释，有问题就是有问题，没问题就要澄清，不然行业里会宁可信其有，很多事情就没办法往下推。”罗沄直言。

罗沄告诉记者，正是基于上述原因，他找到大陆集团中国区，要求告知内审的结果并做出澄清。“跟大陆集团中国区交涉了两三个月被拒绝后，最后还是找到德国总部向我提供了澄清函。”

记者也获得了大陆集团德国总部出具的澄清函，并有大陆集团内部审计负责人、首席合规官的签字。上述函件内容显示：“在收到涉及某些供应商的利益冲突和腐败行为的举报后，大陆集团进行了彻底而广泛的调查。调查由集团内部审计专家进行。调查没有发现任何具体的证据证明与供应商相关的利益冲突，并且没有证据表明您（罗沄）有任何类型的腐败行为。”

除此之外，上述函件还表示，在调查开始之前，信息已经在大陆集团不知情的情况下泄露，并

且对大陆集团的利益造成损害。“我们谴责未经授权的信息泄露，并采取了适当措施。”

而在上述函件中，大陆集团德国总部还明确表示，罗沄离开大陆集团并非基于与腐败有关的任何调查结果。“跟德国总部大概交涉了两个礼拜，中间交换了几个邮件。”罗沄表示。

罗沄告诉记者：“拿到德国总部的澄清函后，我本来也就继续找工作了，但后面回国发现，举报信带来的影响还在继续，我就要求大陆中国给我做出澄清，但他们的态度很强硬。”

“最后我就选择了起诉。”罗沄直言，“举报信事件之后，自己离职大陆中国，每个月也会有一两个猎头找到我，大多数的猎头可能不知道这件事，我一般会主动提一下这件事，有些资深猎头就告诉我，大陆中国欠我一个澄清，不然行业宁可信其有，也不想人事往高层推我的时候，带去不必要的麻烦，这也就是我为什么要跟大陆集团对簿公堂，也要坚持的事。”

专为电动汽车开发的电动汽车轮胎。“此外，我们还与中国各领先的合作伙伴共同合作，构建中国出行生态系统，实现高质量和可持续发展。”

罗沄也向记者坦言，在举报事件发生后，他自己是选择相信公司的。“事情发生后，我自己也很着急，因为这不光影响我个人，也会影响公司和业务。中国区领导还来到我们这里开了个全会，让我什么都不要说，什么都不要做，意思是公司会妥善解决这件事情的。”

对于举报信给自己找工作带来的负面影响，罗沄直言：“虽然现在整个市场的行情不算太好，但如果大陆中国不给我澄清，恢复我的名誉，这对找工作肯定还是有比较大的影响。”

大客户“依赖症”难解

终止IPO的背后，大昌科技与奇瑞汽车的紧密联系，受到市场密切关注。

公开信息显示，2000年3月，大昌科技前身中兴机械成立，刚开始仅是一个只有几十人的“小作坊”，但一年后的2001年，中兴机械就成为奇瑞汽车一级供应商，开始向奇瑞汽车提供左（右）加强板—A柱内板、刹车管支架—前纵梁等冲压单件产品。

一般而言，汽车主机厂对零部件供应商有严格的认证机制，其对供应商认证严格、周期较长，需要零部件厂商投入大量的资源和时间才能获得一级供应商资格。大昌科技也在招股书中坦言，“对于拟进入汽车零部件行业的企业来说存在较高的主机厂认证壁垒”。

在此情形下，大昌科技前身中兴机械，却在成立一年后就成为奇瑞汽车一级供应商，引发市

场广泛质疑，大昌科技的一级供应商“速成秘籍”究竟是什么？

记者注意到，在对深交所第三轮审核问询函的回复中，大昌科技仅列出了其与奇瑞汽车的合作经历，对仅用时一年就成为奇瑞汽车一级供应商的原因，并未进行说明。

大昌科技快速成为奇瑞汽车一级供应商的原因，或许能在《经济日报》2008年的一篇报道中找到些许答案。

“2000年，正是奇瑞汽车快速发展的一年。奇瑞不断上马新项目，需要大量设备安装、配件企业。”《经济日报》曾引述钟华山的话表述，“我跟奇瑞采购部门签订了协议，BP机、手机24小时开机，随叫随到。当时，很少有企业能做到这一点。我的公司有模具设计生产能力，技术也得到了奇瑞一批老专家的认可，开始成为奇瑞汽车

安全生产事故频发

大客户“依赖症”难解的另一边，大昌科技还因短短两个月内发生两起安全生产事故，而受到外界关注。

芜湖市政府官网显示，2023年6月27日，芜湖市应急管理局发布《鸠江区发生一起机械伤害事故》通报显示，2023年6月26日，鸠江区芜湖中瑞发生一起机械伤害事故，造成1人死亡。

不过在一个多月后的2023年8月6日，芜湖市鸠江区应急管理局采用“四不直”方式对相关企业进行安全检查，芜湖中瑞亦在其中，鸠江区应急管理局发布的信息

显示，在芜湖中瑞，“检查发现吊装作业人员未佩戴安全帽、1台叉车安全带有损坏未及时检修、多台叉车操作人员未系安全带”。

“这些问题暴露出企业主体责任落实不到位，吸取生产安全事故教训还不深刻，问题举一反三意识还不全面，安全隐患排查整治力度还不彻底。”鸠江区应急管理局如此指出。

记者注意到，在芜湖官方部门指出大昌科技旗下公司，“吸取生产安全事故教训还不深刻”的情形下，大昌科技在2023年8月再度发生安全生产事故。

2023年8月15日，芜湖市应急管理局发布《鸠江区发生一起机械伤害事故》通报显示，2023年8月13日，大昌科技发生一起机械伤害事故，造成1人死亡。而这起事故，在IPO过程中，也受到监管层关注。

对于“短短两个月时间内发生两起生产安全责任事故的原因”“前五大客户比例远超同行均值几十个百分点的原因”等问题，记者此前致电致函大昌科技，其董事会办公室工作人员称，公司相关领导最近出国、不在公司，截至发稿，记者未收到进一步回复。

与辉同行变“平行”:东方甄选路在何方

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近日,天眼查App显示,与辉同行(北京)科技有限公司发生工商变更,王杰琳卸任财务负责人,由马楠接任。但王杰

琳仍在东方优选(北京)科技有限公司、东方甄选(珠海)旅游文化有限公司等多家公司担任监事。

这是否预示着与辉同行进一步与东方甄选脱离关系,财务切

割更加清晰?而东方甄选在“分手大戏”后发布的2024财年财报显示,自营产品及直播电商业务的毛利率下降,公司称这主要由于东方甄选举办会员日活动推广,以及持续销售更多利润率较低的农产品所致。

对于东方甄选未来是否仍以农产品为主、继续做自营品牌,《中国经营报》记者联系了东方甄选方面,截至发稿仍未回复。

壮士断腕

在业界看来,财务负责人的退出是与辉同行进一步与东方甄选脱离关系。

7月25日,东方甄选宣布将旗下子公司与辉同行100%股权转让给董宇辉,交易金额为7658.5万元。“单飞”后,董宇辉个人抖音号和与辉同行粉丝数量保持增长,截至9月6日,粉丝数量分别为2689万和2322.3万,40多天涨粉超50万和160万。根据蝉妈妈数据,与辉同行直播间近30天的日均销售额为1000万至2500万元,超过东方甄选的750万至1000万元。

对比之下,东方甄选主账号粉丝减少20万左右,但销售额并未受到太大影响,8月销售额达到2.3亿元,环比7月的1.86亿元有所提升。但8月东方甄选再次跌出带货达人月榜前十的位置。

失去超级主播董宇辉,对东方甄选来说颇有些“壮士断腕”的意味。申万宏源研报预测,鉴于东方甄选业务出现较大调整,其2025财年全年GMV将下滑至69.4亿元。

8月23日晚,东方甄选(01797.HK)发布2024财年年报。截至2024年5月31日止年度,东方甄选实现总营收70.72

亿元,同比增长56.8%;东方甄选总GMV为143亿元,同比增长43%。

盘古智库高级研究员江瀚认为,从总GMV的角度来看,其增长进一步证明了东方甄选在市场上的强劲表现,以及其业务模式的可持续性和盈利能力。而从订单数量的角度来看,东方甄选抖音已付订单总数在2024财年达到了1.8亿单,相比2023财年的1.36亿单有了显著的增长,体现了东方甄选在抖音平台上的强大影响力,也反映了其消费者基础的持续扩大。

值得注意的是,东方甄选实际处于“增收未增利”的状态。财报显示,持续经营业务及已终止经营业务的调整后净利润为22亿元,这里面包含了东方甄选出售教育业务取得税后利润13亿元。

其持续经营的直播电商业务调整后净利润为7.09亿元,与去年同比有所下降。

记者注意到,最新财报还列出了东方甄选为与辉同行支付的费用明细,显示2023年12月22日至2024年6月30日期间,与辉同行未经审核除税前溢利为1.86亿元,纯利1.41亿元。其中1.29亿元分派给了董宇辉,剩余的约1200万元

差额由与辉同行公司保留。

这也印证了新东方创始人、东方甄选董事会主席兼CEO俞敏洪在7月26日沟通会上所透露的,“原定50%的1.41亿元利润已打给董宇辉。”

彼时这笔“分手费”还掀起一片热议。除了财报所披露的1.41亿元,当时与辉同行的作价为7658万元,俞敏洪称“宇辉购买公司的钱我安排了,公司是送给宇辉的”,并解释“宇辉持有与辉同行所需的股权购买款,我也按符合上市公司规则和公司章程规定的方式予以安排支付。”由此计算,这笔“分手费”达3.58亿元。

不过,“分手费”的估值和交付流程和评估遭到质疑。当时钛媒体创始人赵何娟发了一篇《俞敏洪与董宇辉是否涉及上市公司利益输送和内幕交易?》的文章,认为这是一起典型的公司高管MBO (Managements Buy-Out)案。对此,东方甄选暂无回应。

据了解,MBO即管理层收购,指被收购公司的管理层以融资方式取得资本,并以此购买所管理的公司股份或资产,使本公司的控制权或所有权易手为本公司的管理层人员,进而对本公司

司进行重组并获取收益的并购活动。

盈科上海股权高级合伙人章卉争指出,由于收购通常需要巨额资金,而管理层人员自有资金很难完全满足收购之需,因而多数需要借助融资完成,所以MBO通常被视为杠杆收购的一种特殊形式。作为同时掌握经营权和所有权的公司管理层人员,在MBO中可能存在着利益冲突。由于MBO多是杠杆收购,其资金来源也是一大问题。

记者注意到,9月3日和4日,东方甄选发布公告斥资回购股。对此,记者询问东方甄选方面未来有何计划,截至发稿尚未回复。

7月25日,东方甄选表示,公司董事会计划根据股东在2023年11月3日的年度股东大会上的一般授权,以及可能的其他授权,在未来一年内,通过公开市场回购不超过5亿元的公司股份。7月26日,董宇辉“单飞”消息公布后的第一个交易日,东方甄选股价大跌23.39%,收盘报9.5港元/股,总市值97.97亿港元,一日蒸发近30亿港元。截至9月5日,其报12.58港元/股,市值回归至董宇辉“单飞”消息公布前。

“山姆”设想

在东方甄选的股东大会上,除了与董宇辉“切割”的说明,俞敏洪还为东方甄选提出了一个野心勃勃的新设想:希望借助新东方地面教学点探索新的业务模式,自营商品对标山姆。

俞敏洪提到,“希望依托800个新东方地面教学点,能探索出一个线上线下相结合的模式,和全国新东方合作开设地面服务店、会员店、旗舰店。这种模式,成本比较低。新东方的各教学点也有家长流量,对于家长也是一种服务。”“我们有点往那个方向走,但是我们的理想,应该还要比山姆更加丰满一点才行。”

零售行业专家、百联咨询创始人庄帅指出,从线上的品牌发展来看,结合线下渠道布局才能扩大规模,实现长久发展。

今年以来,东方甄选在供应链和自营品方面发力,并试图探索文旅产业,各方面业绩均有所突破。在业内看来,800+个教学点,是东方甄选的既有资源,也是线下流量优势,将线上流量引导到线下,同时提供更直接的服务和体验,增加用户的黏性和满意度,提升东方甄选的市场竞争力。

而从真实利润表现来看,东方甄选持续经营业务的毛利为17亿元,同比增长14.1%;但东方甄选持续经营业务的毛利率由2023财年的38.2%减少至2024财年的25.9%。东方甄选在财报中解释,主要由于会员日活动推广及产品组合变动所致,即东方甄选售出更多通常利润率较低的农产品。

零售专家胡春才表示,目前中国的农业属于分散的市场,但蔬菜占全世界70%、水果占全世界1/3、养殖水产品占全世界60%,因此就做出品牌而言有很大的想象空间,

未来中国很有可能出现“佳沛奇异果”这类品牌。当下农产品的地理

标识发展正热,若东方甄选能够真正做好品质的把关,结合地理标识实现双重“背书”,那就有可能发展成农产品为主的自营品牌企业。

庄帅认为,任何品类都可以做自有品牌。“东方甄选做自营和自有品牌也有一些时间了,也做出了几十亿的规模,证明市场空间肯定是存在的,但是当下自有品牌竞争的激烈程度不亚于零售商和电商平台,所以做起来肯定也有很多诸如品牌建立、渠道建设、运营管理、产品研发、供应链管理等方面挑战。”

但结合目前“增收不增利”的情况来看,东方甄选还需要考虑投入回报比。财报显示,持续经营业务的总营收成本总额从2023财年的24亿元增加101.6%至2024财年的48亿元,销售及营销开支也增长了5个多亿。

此前,东方甄选就与京东买菜联合做小时达的即时零售业务,由京东履约,东方甄选通过直播铺货和推广。对于当下自营产品的周转情况和运输成本增加,东方甄选是否考虑在供应链上进一步投入,截至发稿尚未回复。

和与辉同行依赖抖音平台不同,记者注意到,东方甄选不仅退出了淘宝直播,还在有意识地“去抖化”。财报显示,东方甄选2024财年的GMV增加43%至143亿元,其中来自抖音的GMV占大部分。记者注意到,2023年东方甄选推出了自有App,近九成自营新品都会选择在App首发,而且注重私域渠道的运营,其会员群活跃程度也较高。2024财年财报显示,东方甄选的自有App也成为自营产品的核心渠道。

此外,东方甄选也在与国际合作署展开联合直播,但如何通过直播渠道拓展国际化商品,未来之路怎么走,多位业内人士表示“看不透”。

股票代码:603589

口子窖
真藏实窖 自然兼香

举杯邀明月
杯满人团圆
口子窖祝全国人民中秋快乐



广告

盒马进入新调整阶段 持续探索核心业态

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

今年以来,盒马在不断地进行调整和扩张。自严筱磊担任盒马CEO之后,更加侧重“聚焦核心业态”作为发展策略。《中国经营报》记者了解到,盒马鲜生和盒马NB是目前重点发展的主力业态。根据微信公众号“盒马情报局”发布的内容,2024年6月,盒马门店数

突破400家,进驻30余个城市。

连锁经营专家李维华向记者指出:“盒马在试错多次之后,必然拥有在不同业态上的经营数据的分析和统计,最后选择聚焦盒马鲜生和盒马NB也是根据之前的经营数据分析以及对未来趋势的判断。事实上,这两个业态或者商业模式在盈利性上是不错的。”

聚焦核心业态

目前,盒马鲜生以及盒马NB是盒马主要聚焦发展的两个业态。

2024年3月,侯毅卸任盒马CEO,由盒马CFO严筱磊接任。对于管理层变动之后盒马的调整,盒马方面向记者表示:“严筱磊担任盒马CEO之后,会更加聚焦方向,也在带领公司努力实现常态化盈利。目前盒马的盈利状态表现良好。此外,今年4月,基于消费者端的反馈和需求,盒马重启了会员制度。”

记者了解到,目前,盒马鲜生以及盒马NB是盒马主要聚焦发展的两个业态。连锁产业专家、和弘咨询总经理文志宏向记者指出,盒马鲜生是定位于中高端生鲜食品的一个综合类业态,而盒马NB是更聚焦于社区、更加注重高性价比的一个小型业态。

“盒马经过近十年的快速发展,在零售业态方面也做了很多创新和探索,呈现出线上、线下多业态的格局。但无论是从市场角度还是从企业自身的资源、能力的角度,多业态齐头并进地发展未必是最好的选择,因为过多的业态可能会消耗企业很多资源,让企业的能力不一定能得到很好的发挥。这个时候对业态做重新梳理,进行聚焦,我认为从战略层面来讲是非常有必要的。”文志宏向记者指出。

在百联咨询创始人庄帅看来,盒马经过了两个阶段的发展,“第一阶段属于尝试各种业态的阶段,在这段时间,盒马根据自身的供应链能力不断去尝试各种业态,看哪个业态更适合自己的发展,同时也根据市场的竞争做相应的调整;第二阶段也就是现在这个阶段,确认了主力业态的发展,目前来看,通过竞争形式以及盒马自身的组织架构、运营能力、供应链体系,确定了盒马鲜生和盒马NB两个主力业态发展。我认为这符合其自身供应链体系、组织结构的能力。另外,在整个市场竞争环境下,这两个业态也是目前盒马竞争力最强的。”庄帅表示。

在盒马的业态方面,2020年盒马在上海浦东开出首家X会员店,进入会员店赛道,之后X会员店不断发展。据记者了解,目前,基于大的市场环境变化,以及“聚焦核心业态”的发展策略,今年盒马主动关闭了两家会员店。

艾媒咨询CEO张毅向记者表示:“关闭会员店反映了公司在战略调整中,既有灵活性也有务实的态度。同时,这也能在客观上体现出X会员店的经营是不成功的,但是在当前的市场环境和经营压力下,这也是无奈之举。”

探索折扣化之路

在行业专家看来,目前盒马也并未停止折扣化变革,只是选择在盒马NB业态中去实施。

2023年,盒马展开“折扣化改革”,推出线下专享价、减少SKU、停止会员制等制度。对于目前该“折扣化改革”的持续情况,记者没有从盒马方面获得回应。可以注意到的是,在今年4月,盒马又重启了会员制度。

张毅指出:“盒马2023年的折扣化改革和后续动作一定程度上是通过垂直供应链建设来提高商品的价格竞争力,实现商品品质向上走、价格往下走的目标,短期内对毛利率会形成一定程度的影响。但长期来看,如果其供应链和门店运营管理到位,对于提升消费者的购物体验和满意度以及提升企业的盈利能力是有帮助的。今年4月份,盒马重启会员制,也体现出其在平衡折扣化改革所带来的负面影响。”

与此同时,在行业专家看来,目前盒马也并未停止折扣化变革,只是选择在盒马NB业态中去实施。庄帅指出:“我认为,盒马的折扣化是处在发展的第一个阶段,是在业态创新里面尝试。目前来看,也让其积累了一定的对于折扣化改革的经验。在我看来,盒马的折

未来空间如何?

赖阳认为,网红爆品有可能获得消费者长期认同,但也有相当多比例的爆品热闹一阵之后消费者就不再消费了。

值得一提的是,在目前的零售市场中,盒马的优势与挑战并存。

零售行业专家胡春才此前向记者指出:“盒马的学习力较强,比如在业态创新速度、供应链建设速度,还有营销上有很多新的玩法等。其核心竞争力是在创新的速度上面,包括业态的创新以及经营举措的变化。我感觉到盒马的变化速度要比其他企业快,基本上一到两个月就会有一些新的东西出来,比如新的

折扣会落地到盒马NB业态去进一步执行。因此,盒马折扣化的进程还是在延续的,只不过不再覆盖所有业态,而是集中在盒马NB这样的社区折扣店业态中大力发展。”

有媒体报道,盒马在2025财年前将开出300家NB折扣店,不过这一说法记者并未从盒马方面得到证实。对于盒马NB事业部的业态,据记者了解,盒马NB是硬折扣店,是主力业态;盒马鲜奥莱是软折扣店;盒马NB自提是线上线下自提形式。

9月3日,记者在上海市浦东新区一家盒马NB店中注意到,店铺中商品覆盖蔬菜、水果、乳品、食品饮料、零食、日化等品类,同时,店中有大量盒马NB品牌产品,记者注意到,盒马NB品牌商品普遍具有性价比。

庄帅告诉记者:“盒马NB实际上更多可以对标奥乐齐这样的社区折扣店业态体系,其用户需求是对生鲜折扣商品需求量比较大的群体。目前来看,盒马的活鲜、快消品、供应链体系包括盒马的自有品牌体系是能够支撑该业态的发展。”

“盒马NB主打的是自有供应



位于上海浦东新区成山路的盒马NB门店。

链和自有品牌的商品,强调了高性价比,对追求经济实惠的消费群体尤其下沉市场人群是一个主打点。其商业模式相对比较灵活,加盟体系和社区团购相结合,对于下沉市场也许是一个机会。在竞争力方面,盒马NB在供应链管理和物流体系上相对比较成熟,在价格优势的产品输出方面具备能力。”

对此,庄帅表示:“盒马的小店业态是具备加盟基础的,因为其投入更小,选址更加灵活,同时整个运营体系也相对简单。”

在扩张模式上,根据公开资料,

上半年,盒马NB在上海崇明开出首家加盟店。盒马方面表示:“目前位于上海崇明的盒马NB加盟店为试点状态。截至目前,盒马NB店仍是自营模式。”同时,盒马NB事业部的另一业务盒马NB自提已经正式宣布全面开放加盟。

“现在消费者在商超类的消费核心是生鲜类产品,而盒马的这些方面在消费者心目中有一定的口碑。下一步,如何让其生鲜的长项更长是其未来面临的核心挑战。生鲜则包括冰鲜产品、新鲜的蔬菜、水果、肉食以及预制菜、冷冻食品、主食、快餐、素食等。这些方面都是未来消费者的需求,且在商超业态中最具备增长潜力和空间。”

赖阳进一步指出。

白酒行业业绩分化加剧 高库存亟待破局

本报记者 党鹏 成都报道

截至目前,A股与H股市场中的21家白酒上市公司均已交出今年上半年的答卷。根据东方财富

Choice数据,21家上市公司合计实现营收2477.27亿元,同比增长13.14%;合计实现归属于上市公司股东的净利润964.34亿元,同比增长13.07%。

与此同时,21家白酒公司中,有6家营收同比下降。此外,营收不足10亿元的公司数量增至5家,包括酒鬼酒、金种子酒、天佑德酒、海南椰岛、皇台酒业。其中,酒鬼酒的营收从去年的15.41亿元降至9.94亿元,跌幅高达35.50%。此外,营收出现下滑的还有顺鑫农业、舍得酒业、金种子酒、皇台酒业;4家公司净利润不足1亿元,包括金种子酒、天佑德酒、皇台酒业、海南椰岛。

中国酒业协会此前发布的《2024中国白酒市场中期研究报告》显示,2024年白酒市场“库存高企”问题突出。

《中国经营报》记者注意到,目前白酒行业已经普遍认识到

这一问题,纷纷采取营销创新、渠道创新等去库存,从而解决库存“堰塞湖”可能带来的系统性风险。就此,白酒行业专家蔡学飞认为:“积极地看,我认为,行

业目前正在市场筑底阶段,有望明年春节前后出现行业的库存拐点,部分优势市场与品牌开始恢复性增长,从而带动行业的周期性发展。”

业绩持续分化

根据上市酒企发布的业绩报告,今年上半年,营收排名第一的依然是贵州茅台,其营收同比增长17.56%,达834.51亿元。但营收超过200亿元的白酒阵列从“茅五洋”如今扩展到了“茅五洋汾”,洋河股份与山西汾酒在上半年的营收分别为228.76亿元、227.46亿元,差距越来越小。

同时,部分区域名酒企如今世缘、迎驾贡酒和珍酒李渡等表现可圈可点。其中,今世缘实现营收73.04亿元,同比增长22.36%;迎驾贡酒实现营收37.85亿元,同比增长20.44%;珍酒李渡实现营收41.33亿元,同比增长17.46%。

蔡学飞举例说,比如今世缘,在上半年整体经营质量走强,特别

是以“国缘”“今世缘”为代表的100元以上系列产品营业收入全线增长,江苏省内、省外市场也同步实现增长,都说明公司仍处于强势扩张态势,产品结构向高端化转型,长三角区域的市场外拓战略顺利推进。

但是21家白酒公司中,有6家营收同比下降,营收不足10亿元的公司数量增至5家,包括酒鬼酒、金种子酒、天佑德酒、海南椰岛、皇台酒业。其中,酒鬼酒的营收从去年的15.41亿元降至9.94亿元,跌幅高达35.50%。此外,营收出现下滑的还有顺鑫农业、舍得酒业、金种子酒、皇台酒业;4家公司净利润不足1亿元,包括金种子酒、天佑德酒、皇台酒业、海南椰岛。

蔡学飞举例说,比如今世缘,在上半年整体经营质量走强,特别

经销商、终端零售商表示库存增加,超过30%表示面临现金流压力,超过40%表示实际销售价格的倒挂程度有所增加,超过50%表示利润空间有所减少。

肖竹青认为,“目前中国酒业是一个存量市场,未来有可能是一个缩量市场。各大酒业龙头企业目前的去库存是一个此消彼长的状态,就是某企业库存去化快一些,就会堵塞其他企业去库存去化的机会,因为整个社会白酒消费的场景减少已经是大家公认的真相。”

就此,蔡学飞认为,关于库存问题,最近几年白酒行业由于产能过

剩,动销降低导致了行业性出现高库存的风险。但是分情况来看,名酒由于具有很强的社交属性,因此在商务、宴席、礼品等市场具有刚需性,因此,相应的高库存没有太大的风险,并且情况也会随着下半年市场的回暖,企业自身积极的控量行为而慢慢改善,逐渐恢复正常态势。但是那些缺乏品牌支撑的酒企库存则会长期存在,而且可以从半年报看得出来,目前大多数酒企都在降低合同负债,来给渠道商减压,从而试图用时间换空间,控量保价,恢复渠道弹性,提振市场信心。

“在21家上市酒企之外,如果算上以白酒为主的岩石股份和青海春天,则愈发显出两极分化的趋势。其中,岩石股份实现营收1.91亿元,同比下滑77.32%,净利润亏损0.77亿元;青海春天实现营收1.38亿元,同比增长28.82%,净利润仍亏损5987万元。

白酒行业专家肖竹青研究了上市公司酒企半年报业绩报表,发现业绩增长来源主要三个方面:通过开发新产品,迎合市场需求,酒企开发了降档降价的新产品,通过新产品招商带来了业绩增长;通过开发新经销商、新客户,包括华润啤酒的金沙摘要,包括今世缘,都谈到了开发省外新经销商取得突破,通过招新经销商取得业绩突

破;通过增加渠道费用投入,通过大力度渠道促销压货来实现的业绩增长,包括金徽酒等众多上市公司酒企,半年报体现出销售费用明显增加,酒企已经陷入“不促不销”的内卷同质化竞争状态。

“随着名酒企持续深化渠道下沉与市场深耕,聚焦于中低端产品市场的区域酒企面临着市场边缘化风险。中国酒业步入了新一轮的竞争格局重塑期,行业的调整与转型预计将持续数年之久,而产业则需要更多时间来进行恢复、优化与升级。”蔡学飞认为,“从半年报来看,行业存量挤压趋势愈发明显,此消彼长的替代式增长成为主流,酒业整体分化趋势不断加深。”

家应积极开发新产品,布局电商、酒店体验等新渠道、新模式,并且开展厂商一体化营销改革,加强厂商合作效率,在细分市场与渠道寻找新增量。”蔡学飞建议。

即使如此,对于水井坊新任总经理胡庭洲而言,仍持有乐观态度。他公开表示,目前白酒行业仍处在调整周期,存量竞争更加激烈,市场加速向名酒企业和优势产区集中。总体来看,2024年上半年白酒市场依然表现出坚实的抗风险能力与持续的发展韧性,白酒作为与时间为友的产业,具有穿越周期的先天优势。

高库存有待“休养生息”

随着库存高企,当前厂商和经销商的博弈也进入深水区,尤

其是很多渠道开始拒绝“吸货”“提前打款”。这从财报就可窥见一斑:如古井贡酒、今世缘、舍得酒业、酒鬼酒等酒企,其半年报存货数据显著增加,经销商预收款(合同负债)却显著下降,这另一方面也是企业主动作为。

基于此,很多酒企开始进行产品和渠道的变革,以期望给经销商宽松的环境,化解当前库存高企的风险。

泸州老窖方面介绍,今年下半年将围绕“市场高渗透、网点高覆盖、消费者高开瓶”推进中秋国庆双节旺季及下半年营销工作。在品牌塑造上,结合“浓香700”年度品牌主题开展包括“窖主节”“流动的博物馆”等全国性活动,举办网球、高尔夫等体育赛事,强化消费者互动、提升品牌活跃度。在渠道上,实施挖井计划,拓展营销网点,优化渠道利润分配方式,增加战略终端数量。在消费者培育方面,持续实施消费者124建设,扩大公司产品消费群体和核心意见消费者数量,提升消费者体验,促进消费者开瓶。

胡庭洲曾透露,公司将通过持续密集的市场调研与竞品动态观察,精心部署下半年营销策略,包括稳固并扩大分销网络、提升臻酿八号品牌影响力、增强一线销售团队实力、推出经销商

长期激励措施等。

具体而言,水井坊表示将持续关注价值链稳定,在市场波动态势下建立了与经销商和商业伙伴的深度信任与合作关系,确保业务健康可持续发展。同时,公司继续优化门店与经销商网络配备,在重点城市和核心市场拓展门店,通过BC联动促进动销,扩大市场基础,助力业务发展。

与此同时,肖竹青说他通过调研发现,汾酒通过付费控制了200万个终端,实现了年度包量直供,实现了年度优先陈列,实现了年度控价销售。泸州老窖在全国付费展销,影响90万个终端实现了进店/有效陈列/有效控价,导致整个白酒销售终端提高了竞争门槛。“因为有汾酒和泸州老窖大规模地建设厂家直供的终端,通过付费陈列提高了整个竞争的门槛,造成了行业进一步内卷,渠道促销力度彼此抵消,恶性竞争进一步升级。”

“建议上市公司酒企应该理性降低业绩增长预期,主动帮助渠道伙伴去库存,让渠道经销商和终端伙伴休养生息,以渠道压货支撑业绩增长不可持续,目前茅台酒外的众多名酒市场成交价格倒挂越来越严重,渠道经销商和终端烟酒行卖酒不赚钱就会失去推销的积极性。”肖竹青表示。

暑期游学市场：需求升级与理性消费博弈

本报记者 李媛 北京报道

新学期已经到来，在海淀头部学校重点班读书的满意（化名）还在跟同学讨论暑假期间的欧洲游学经历。

2024年暑期的游学市场虽有所回暖，但也呈现出显著的分化。随着疫情影响逐渐退去，很多国家边境限制放宽，促使越来越多的家庭恢复了游学计划。然而，与过去几年的狂热不同，如今家长们的选

择更加慎重，特别是在高额费用与实际收益之间的权衡尤为明显。根据相关数据，尽管整体旅游业在2023年后有所复苏，许多家庭选择让孩子出国游学以开阔视野，但市场表现并未如预期般全面反弹。一

在刚刚过去的暑假，同样上初中的紫萱的妈妈也给闺女报名了英国游学项目，“我们是通过课外培训的一家知名英语机构报名的，约上

了一个同年级的好朋友，这一次只是初步长见识，从行程和内容看，更像是一场高档的文化游，而不是严格意义上的学习体验。下一步想深入游学，为将来去香港读书打个基础。”紫萱妈妈说。

实际上，游学一直以来都是家长希望给予孩子不一样的教育体检，或者是开拓视野认识世界的一种途径和方式。

明智留学墨尔本总部教育留学顾问Daisy对此深有体会：“2023年疫情后，当我们重新打开大门与世界连接，我们接待和帮助了大量的中国家长为孩子们安排游学体检，多数集中在七八月的暑假，这段时间恰逢澳大利亚的第三学期。”

Daisy把游学的家长群体根据情况做了划分，第一类是家长陪伴孩子，还约着熟悉的朋友一起来，每

“家长对游学的期待和评估愈加理性，而这背后也折射出游学市场日益复杂的局面。”北京市工商联副主席、振兴国际智库理事长李志起分析认为。

“无论是国外游学还是国内研学，未来这个市场会越来越细分，家长也会比之前更加理性，心态和认知会有所调整，游学市场会逐渐分化和洗牌。”李志起进一步表示。

如今家长们的选择更加慎重，特别是在高额费用与实际收益之间的权衡尤为明显。

天孩子们上学，家长们可以逛街、生活，这样的方式更像是旅游，孩子们有自己认识的人，或者说遇见了别的中国学生，自成一派，达不到与当地孩子融入的目的；第二类是家长带着孩子来，孩子研学的同时，家长也会选一个当地人较多的学校安排自己的时间，周末可以带着孩子四处转转，平时还给孩子上延时班，有时候也会选择周末的补习班，利用有限的时间，锻炼孩子的英文交流和写作能力；第三类则是家长给孩子选择当地的寄宿家庭，行程被安排得满满的，真正的是用心感受和体会文化；第四类是家长不来，大一点的孩子跟着老师出来，自己组队在语言学校学习，然后安排活动，相对自由一点。“总之，就是看父母对于游学的定位，到底想要通过游学达到怎样的目的？未来的游学效果

完全取决于父母个人的意愿和期待，量身定制的会更加满意，而不是千篇一律。”Daisy说。

李志起认为：“游学产品，尤其是高端国际游学，已经不再像过去那样是追求高消费家庭的标配。家长们开始将更多精力放在项目的性价比和教育回报上。”

主营文史类研学的“行走的文史课”负责人马女士告诉记者，今年暑假他们的业绩基本持平，“这离不开家长们的支持和肯定，我们这样的研学口碑和品牌非常重要，走的是‘小而精’的路线。与那些规模大、项目广的机构相比，我们更加注重体验的深度和教育内容的独特性，这让家长们感受到游学的真实价值。”值得一提的是，采访的时候马女士还在哈尔滨踩线，为下一步拓展路线、设计新产品做准备。

游学市场的分化

理性消费的趋势并不意味着游学市场将持续低迷，而是促使了很多家长重新审视游学的实际价值与效果。

业内专家表示，尽管游学和研学是家长们普遍认可的孩子成长路径之一，但它们毕竟属于非刚需消费，受到经济环境的波动影响较大。随着全球经济形势的不确定性增加，家庭的消费优先级正在悄然改变。一项权威报告显示，全球经济增速放缓以及生活成本上升，正在迫使许多家庭在非必要开支上更加审慎。事实上，这种理性消费的趋

势并不意味着游学市场将持续低迷，而是促使很多家长重新审视游学的实际价值与效果。“家长们不再仅仅盲目追求高价项目，而是开始关注这些项目对孩子的具体成长帮助，包括学术能力提升、跨文化交流以及全球视野的拓展。”一家大型游学机构的负责人表示，过去几年高端游学项目价格普遍在4万—6万元，而现在很多家长在选择时会更关注是否能

与孩子未来的留学、职业规划相契合。

Daisy则分析说：“不少家长认为短期游学难以显著提高孩子的学术表现，因此更倾向于选择一些能让孩子深度融入当地文化和社会的长期游学项目，而不仅仅是参观名校或景点。”Daisy指出，未来游学市场的方向将是高度定制化与多元化，满足不同学生和家庭的需求，将成为机构竞争的

关键点。经营国内少年军营项目的负责人朱涛则提到，虽然今年的招生情况不如往年，但他认为这是市场自我调整的过程。“部分家长选择价格较低、行程较短的国内游学项目，以降低经济压力。这种变化并不完全是因为游学市场不景气，而是家长们在选择时更加注重项目的体验和教育价值。”

理性选择的背后

随着游学市场的分化与调整，未来行业发展方向正在逐步清晰化。业内普遍认为，定制化、个性化的游学项目将成为市场的主流，家长更加注重孩子在海外学习的实际效果和长期影响。

个性化与定制化游学将主导市场

Daisy进一步指出，未来的游学项目很可能会与国际留学和职业规划更加紧密地结合。

随着游学市场的分化与调整，未来行业发展方向正在逐步清晰化。业内普遍认为，定制化、个性化的游学项目将成为市场的主流，家长更加注重孩子在海外学习的实际效果和长期影响。

“游学的真正价值不仅仅在于短期的语言能力提升，而是孩子们通过亲身经历学习到的跨文化认知和解决问题的能力。”上述大型游学机构的负责人指出，随着市场逐步成熟，家长不再单纯追求豪华路线和高价标签，而是希望游学项目能够与孩子的个性发展和未来规划紧密结合。相关数据显示，2024年暑期，虽然有部分游学项目因高费用和过度包装失去市场竞争，但定制化服务正逐步成为市场新宠。一些教育咨询机构甚至开始推出“家庭参与式游学计划”，家长和孩子可以共同参与游学项目的设计，甚至可以选择根据孩子的兴趣和未来发展方向定制专属课程和体验。这类项目不仅更贴近家庭需求，还能让孩子在学习过程中保持高度的参与感与自主性。

他告诉记者，随着家庭消费观念的转变，游学的价值也不再仅仅体现在短期的语言学习和名校参访上，而是通过文化体验、社会实践和全球视野的开拓，让孩子们在全球化的环境中找到自身的发展方向。对于游学机构来说，这意味着未来将面临更加多样化的市场需求，以及更加激烈的竞争。在这一背景下，如何提供真正具有教育意义和个性化体验的游学项目，将是行业赢得未来的关键所在。

酒企打响中秋营销战 旺季动销迎考验

本报记者 阎娜 孙吉正 成都报道

“金九银十”被视为酒水行业的销售旺季，近期，白酒企业已开始备战中秋，通过中秋节营销活动、折扣促销等手段以期抓住旺季流量，扩大销售及提振信心。

中信证券研报近期指出，白酒行业即将迎来中秋国庆双节旺季动销检验，在需求疲弱、酒企竞争加剧背景下，如何动态平衡增长和库存

压力将变得尤为重要。

白酒行业专家蔡学飞向《中国经营报》记者表示：“中秋假期是人们大量走亲访友、举办婚喜宴席以及旅游聚会的高频时段，也是整个酒类销售、消费与传播的重要时期。其中，宴席与礼品的酒类消费开始升温，市场需求进一步放大。同时，行业分化趋势整体没有变化，需要时间去修复渠道与价格，整体观望情绪比较浓厚。”

酒企花式促动销

“预计今年中秋整体销售比较平淡，以优先消化已有库存为主。”虽然中秋旺季将至，河南的酒商王然（化名）依然在拿货方面很谨慎。在采访中，不止王然，多位受访者都表示“此轮旺季的复苏存在不确定性”。

基于此，酒企纷纷在节前举行中秋动员大会，提振渠道信心。据各酒企官方资料，泸州老窖召开旺季备战动员会，重点围绕开瓶、动销等核心指标做营销部署；洋河持续加大对经销商赋能培养力度，为备战中秋提早蓄能；金沙酒业将中秋会战的时间轴拉长至10月末，将中秋战役分阶段、分节奏落地，优化双节旺季任务分解，并推进终端门店建设、促动销和高端客户服务。

由于中秋是白酒行业一年中比较关键的节点，除了是传统销售旺季外，还反映当前白酒市场的成色和下半年风向。今年酒企的中秋营销在8月左右就已开启，各酒企通过举办文化节、演唱会、冠名中秋节晚会等形式提升品牌声量，此外，白酒品牌还通过节日促销提升销量。

在品牌营销方面，郎酒近期举办了中秋博饼文化节，旗下七大战略产品组团亮相；口子窖、金种子举

视中秋晚会的互动合作伙伴，以此加强品牌的曝光度。在产品创新方面，为满足消费者多样化、个性化消费需求，部分酒企推出具有节日特色的限量版或特别版产品，如茅台、洋河等酒企推出了中秋礼盒。

记者走访成都酒水市场发现，虽未到中秋节，永辉、沃尔玛、红旗连锁等连锁超市和烟酒店均已开始白酒促销活动，包括买一赠一、满减活动及价格折扣等。电商平台也不例外，除促销活动外，不少白酒品牌的官方旗舰店已将首页更换为中秋节相关内容。

蔡学飞向记者表示：“酒类消费具有节庆特征，而中秋假期是人们大量走亲访友、举办婚喜宴席以及旅游聚会的高频时段，也是整个酒类销售、消费与传播的重要时期，往往中秋节前两周是重要的销售高潮，其中宴席与礼品的酒类消费开始升温，市场需求进一步放大。此外，受到理性消费回归及其他因素的影响，今年中秋具备性价比的大众酒品也开始快速上量，整体市场呈现出回暖态势。”

酒类营销专家肖竹青认为：“今年中秋假期和国庆假期可以带动两波市场行情，能够有效扩大市场需求。不过，为抢占中秋节消费旺季，各大酒厂渠道促销政策水涨



某商超白酒促销活动。

船高，可能会抵消促销效果，中秋节后白酒市场价格倒挂现象有可能会加剧。”

对于中秋白酒消费市场行情，华泰证券预计，中秋假期、国庆假期应以环比改善、渐进式复苏方向为主。

部分酒企对中秋预期显示出了中性偏淡的态度。水井坊披露的投资者关系活动记录表显示：“今年中秋旺季，我们保持谨慎乐观的态度。”泸州老窖则在投资者交流会上表示：“今年中秋白酒动销预计不会有太大变动。存量市场竞争下，今

取更多份额。”

业内认为，马太效应之下，此轮销售旺季或将延续分化态势。其中，高端酒相对稳健，次高端继续承压，区域酒分化加大。肖竹青表示：“在此背景下，千元以上价格带，名酒尚可支撑价格，二线品牌及区域名酒或会出现价格倒挂、动销不畅等现象。”

此外，肖竹青分析指出，今年中秋节白酒消费可能会趋于理性：“高性价比名酒、百元价格内纯粮瓶装酒迎来放量增长。物美价廉的白酒小礼盒会取代一部分月饼消费和螃蟹礼品消费场景。”

酒企密集宣布控货稳价

值得注意的是，相较于往年中秋，白酒企业在节前有一轮涨价，今年白酒并未出现集体涨价，甚至还出现了酒价下跌的情况。

以飞天茅台为例，据酒价数据统计平台“今日酒价”数据，9月5日，2024年散飞批发价格为2365元/瓶，原箱批发价格为2610元/瓶，而最近一个多月来，茅台批发价格跌多涨少，8月5日，散飞和原箱批发价分别为2420元/瓶和2700元/瓶。与去年9月5日相比，散飞和原箱批发价有所下跌，彼时价格分别为2785元/瓶和3005元/瓶。

“往年中秋节前一个月都是拿货高峰期，今年中秋白酒销售还不及去年，此外，今年酒商之间竞争激烈，正逢中秋节前白酒需求提升，一些大商想尽快出货，相互之间比拼价格，使得酒价较节前低一些。”白酒批发商赵森（化名）告诉记者。

就上述问题，酒企表示不置评。“价格是供需关系决定的，虽然中秋节庆，宴席、礼品等消费带来市场需求的扩大，但是刺激程度有限，整个酒类行业依然呈现出库存高企、价格倒挂、预期不佳等问题。这些都导致整体消费信心不足，加上临近节庆，酒企又主动加大促销力度来抢占市场，供给量不断加大，需求量却没有明显增加，综合因素导致了产品价格的下跌。”蔡学飞表示。

中原基金董事、执行合伙人晋育锋分析指出：“一是随着原有的白酒重度消费人群，即70后、60后的年龄增长，对白酒消费量的自然下降；二是白酒行业对于年轻消费群的教育认知和引导转化，目前仍然处在初级阶段。此外，白酒行业库存

高企，商务聚饮宴席类的白酒消费场景近年来有所减少，综合以上因素，影响了中秋白酒的动销情况。”

酒水行业研究者欧阳千里认为：“在中秋前一个月，渠道预期高，所以表现为涨价；临近中秋，预期并未到来，市场表现为非必须不购买，叠加直播电商及其他补贴销售，所以导致中秋价格下跌。”

记者查询各电商平台了解到，53度飞天茅台在淘宝、拼多多百亿补贴频道售价为2309元/瓶，均低于当日批发价2365元/瓶。由于线上补贴后的价格低，有客户想以更低价拿货，这样一来，批发商的利润更薄甚至是赔钱出货。”赵森说道。

近期，多家头部酒企密集宣布控货稳价，以维持市场与销售商利益。据公开报道，茅台取消“大箱”投放及开箱政策；五粮液对第八代五粮液持续优化投放节奏；泸州老窖对52度国窖1573经典装发出停货通知。在头部企业带动之下，有助于恢复整体市场信心。

此外，不少酒企还在金融政策、奖励政策、付款要求等方面做出改善，保证渠道的良性运转。由于上半年动销平淡，渠道压力同步增长，构建厂商命运共同体也成为酒行业今年来常提及的话题。

今年春季糖酒会期间，盛初集团董事长王朝成曾表示：“构建厂商命运共同体，厂商之间要有一个正常的分利结构。同时企业也要尊重市场实际，要相信来自市场一线的数据，来针对性地做产品设计。在目前行业困难的情况下，白酒企业应该主动承担更多的责任。”

1. 播种机

内容宣发和社交裂变

得益于近年来社交平台的快速发展,当一款游戏本身拥有足够优质的内容,这款产品就可能自带流量。近期,《黑神话:悟空》成为这样一个典型案例。

据广大大数据研究院分析师胡小璐观察,与国际3A大作相比,《黑神话:悟空》的营销投入不算大。根据广大大抓取的数据,《黑神话:悟空》在海外投放广告累计数量约300条。不仅广告数量少,视频广告素材也多以预告片混剪内容为主,基本没有特别制作广告素材。

然而,这样一款在营销上没有多大投入的产品,本身却具备了足够的市场号召力、品牌影响力和舆论话题性。《黑神话:悟空》不仅完成了发布首日收回成本、一周内销量破千万套,跨品联名接到手软的商业成绩,还带动山西各地的风景名胜出圈,将中国神话故事和背后的中国传统文化推向海外。

《黑神话:悟空》的爆火并非一蹴而就。早在2020年8月20日,《黑神话:悟空》就公布了一则13分钟实机演示视频。视频中精美细腻的画面、复杂华丽的招式动作、《西游记》题材的故事背景迅速调动起玩家的热情。

“《黑神话:悟空》的首支实机演示直接镇住了中国玩家。可以说,看完PV(Promotion Video,推广视频)后,几乎所有人都在等,等石猴破石而出。”胡小璐表示。

这个实机视频发布后,很快在B站(哔哩哔哩)冲上热门第一。截至今年9月5日,这则视频仅在B站的播放量就接近6000万。

这是中国玩家们首次在一个国产游戏的推广视频中看到中国游戏比肩国际大作的制作质量。而这种质量并非完全依靠技术的堆砌,还兼顾了玩家的视觉体验。

曾经在上海科乐美、上海艺电、上海育碧等公司任职的资深游戏从业人员黄家炜对《中国经营报》记者表示,《黑神话:悟空》首曝视频中展现的很多技术,比如粒子特效展示、场景模型,对于见识过国际3A大作的玩家来说并不特别惊艳,最关键的是视频中3C游戏元素的展示。

3C最早是由育碧公司提出的游戏设计概念,指角色(Character)、摄像机相机视角(Camera)和控制(Control)。高质量的3C往往能让玩家处于一个专注且享受的“心流”状态,是游戏品质坚实的基础。

“尤其是和灵虚子的那场战

斗中,摄像机镜头的调整和角色动作适性,正确的走跑跳动作,没有国产游戏过去那种常常出现的廉价感,给玩家提供了真正可以和欧美同类型游戏‘掰手腕’的视觉体验。”黄家炜说道。

伴随这个实机视频公布的,还有一则Q&A(问答)公告。该公告中提及,《黑神话:悟空》采用一次性买断制的经典单机付费模式,不排除有发售DLC(Downloadable Content,可下载内容)与非数值向内购内容的可能。

“《黑神话:悟空》身上有太多的Buff(增益):主创明星团队、《斗战神》核心成员、《西游记》IP、‘中国首款3A单机大作’的标签。”胡小璐说道,前大厂员工出走,埋头开发并不被中国厂商看重的大型单机游戏,这样理想主义的故事本身就具有传奇色彩,足以拉高公众的期待。

此后每一年,《黑神话:悟空》立足于自身产品品质,配合它自带仪式感的视频宣发,每一个动作都能引发玩家关注:2021年8月20日,其释出12分钟虚幻引擎5实机测试视频;2022年8月20日,其公布6分钟实机剧情片段;2023年8月20日,其公开首次线下测试直播回放;2024年8月20日,游戏正式上线。

今年8月8日,《黑神话:悟空》发布最终预告,展示了多个颇具中国特色的空镜,丰富多样的变身系统,令人目不暇接的动作招式,配上了带有佛教元素的电子音乐。可以说,这个预告本身就是一场视听盛宴,在游戏正式发布前将玩家的期待值拉向顶峰。截至9月5日,这个最终预告在B站的播放量已经超过1990万。

“对于普通团队来说,游戏宣传手段基本是广告投放、博主推广、平台推荐、品牌营销。其中,社交媒体营销无论是重要性还是性价比都高得吓人。”胡小璐表示,一个高质量的宣传视频本身就在社交媒体上拥有强大的裂变传播力,能够给予游戏更多关注度与出圈机会。

商业联名是游戏宣发的手段之一,而《黑神话:悟空》的联名规模令人咋舌。记者根据《黑神话:悟空》微博统计,其上线前后宣布了与十多个品牌的联动或合作。胡小璐表示:“单从品牌影响力来讲,只有2020年的《赛博朋克2077》可以相比,说打破纪录、创造历史也不为过。”

在把握住流量时机的情况下,联动对游戏方和品牌方是

《黑神话:悟空》:一款游戏何以火爆全球?

编者按/8月20日,《黑神话:悟空》在万众瞩目中正式发布后,一步步取得国产单机游戏破纪录的商业成绩。

根据国游销量榜统计,《黑神话:悟空》8月20日上线当日,总销量超过450万份,总销售额超过15亿元;8月23日,《黑神话:悟空》微博宣布,截至当日21时,其全平台销量已超过1000万套,全平台最高同时在线人数达到300万人;9月5日,根据海外数据分析公司VG Insights的估计,《黑神话:悟空》的总销量已经达到了1810万份,总收入已经超过了8.67亿美元(约合人民币61.55亿元)。

记者注意到,这款游戏的影响力已不限局在游戏圈内。它成为商业联名热衷选择的对象,各地文旅借势传播的支点,不同领域博主口中的热门话题。

大型单机游戏是国内游戏厂商很少愿意涉足的领域。《黑神话:悟空》从4年前首曝就成为焦点,到正式发布火爆出圈,这背后的原因是什么?它的成功又给国内游戏厂商带来怎样的启示?



中国驻印度尼西亚使馆“中国智能科技产品体验”开放日,“悟空”亮相引发体验和围观。

视觉中国/图

一场双赢。以瑞幸咖啡和《黑神话:悟空》的联动为例,双方都实现了话题度的提升,还实现了不同圈层的破圈效应,让两个品牌各自的粉丝用户相互认知和跨圈互动,“瑞幸联名黑神话悟空”词条一度登上微博热搜榜。

胡小璐认为:“这是瑞幸咖啡第一次与未上线游戏IP联动。瑞幸咖啡在游戏上线前一天推出‘腾云美式’,既把握住宣传黄金时间与预热流量,又避开游戏发售日,牢牢抓住用户与潜在用户眼球。联名咖啡的热卖既提前证明了‘黑神话’IP的消费号召力,也是瑞幸咖啡继茅台联动后的又一次出圈宣传。”

在游戏正式发布后,瑞幸咖啡和《黑神话:悟空》还宣布了第二波的联名活动。

参展也是游戏宣发的常规措施之一。游戏厂商往往通过

参展的方式,直接在现场与玩家交流,获得直观反馈;而玩家在线下近距离“触摸”自己喜爱的IP,也比线上更有实感。随着全球发行逐渐成为国产游戏的必选项,在海外参展也成为国内厂商的必要准备。

2023年,《黑神话:悟空》参加科隆游戏展,提供游戏试玩,并斩获了最佳视觉效果奖;今年6月,这款游戏参加了夏日游戏节,公布了全新宣传片及典藏版内容;今年,在游戏发布的当口,《黑神话:悟空》再次亮相科隆游戏展,重点展示了游戏在最高画质下的表现。

《黑神话:悟空》踩中了游戏发布前的每一个关键节点,并利用各种方式进行有节奏的宣发,充分调动起玩家的胃口。通过玩家自发的口碑相传和社交网络的裂变传播,《黑神话:悟空》未发先火,几乎已具备了一款爆款游戏的所有特征。

2. 成功保障

精品逻辑和项目管理

而在《黑神话:悟空》正式发售后,所表现出的产品品质基本满足了玩家的期待。截至9月5日,《黑神话:悟空》在Steam的好评率达到96%,WeGame推荐率为91.5%,Metacritic媒体评分82,用户评分7.9。可以说,玩家对《黑神话:悟空》的高期待并没有落空。

“6年来,在我的身后,是所有同事与合作伙伴不懈的努力,是各位玩家近乎盲目的信任与从未衰竭的鼓励,更是依托于祖国的繁荣、稳定、包容与远见。”游戏销量破千万套后,游戏科学创始人、CEO,《黑神话:悟空》制作人冯骥在微博发出这样一段话。

2020年,冯骥曾对游戏媒体触乐网透露,该游戏每小时开发成本为1500万元至2000万元。按照游戏时长15小时计算,这款游戏的开发成本至少为3亿元。

1:1还原的名胜古迹也为《黑神话:悟空》增色不少。据不完全统计,这款游戏在全国选取

了36个景点作为游戏背景,如山西的小西天、玉皇庙、铁佛寺等,四川的安岳茗山寺、重庆的大足石刻、杭州的灵隐寺、丽水的思寺等。

“与国外大作比,《黑神话:悟空》不能说很优秀,但可以说说明中国人能够做到同等水平。图像表现达到了虚幻引擎5应有的水平;3C是目前国内的最高水准,虽然打击反馈上还有一些问题;游戏的叙事稳妥,玩家基本能看明白,没有大的突兀感。”黄家炜评价。

长达6年的研发周期,数亿元的研发投入,1:1还原的名胜古迹……这已经在逐渐工业化、流水线生产的中国游戏厂商并不多见。这背后其实反映的是,游戏研发制作者对玩家和市场的尊重,及打磨游戏精品内在逻辑的呈现。真正用心投入的作品,游戏的品质会说话,玩家发自内心的认可和支持,让游戏厂商不仅挣到现在的钱,更赢得了未来的口碑。

为了能提供最佳视觉效果,《黑神话:悟空》采用最新技术,从虚幻引擎4迁移到虚幻引擎5。2021年8月20日,《黑神话:悟空》方面放出一段12分钟虚幻引擎5实机测试集锦,显示游戏实现了逼真的实时光照、精细地形和动态积雪。

“开发引擎升级带来的,是性能优化难度的降低和开发效率的提升。”游戏科学联合创始人兼技术总监招文勇在接受虚幻引擎官方的采访中说道,虚幻引擎5中的Nanite功能显著降低了场景的性能优化难度,而Lumen则让开发组无须考虑烘焙光影贴图或者用点光源伪造全局光照之类的方式,而且能够实时迭代光影效果,可以更快地生产出带有真实光照的关卡。

“《黑神话:悟空》的整个开发过程中,技术方面依托于虚幻引擎5强大的渲染能力,但更重要的是游戏科学的项目管理能力。”黄家炜评价道,“尤其是虚幻引擎4向虚幻引擎5的升级过

程中,开发组需要做好相应的升级分支和工具链测试,以避免原有的开发资源由于开发环境变动而作废。”

当下,有着丰富人才的中国游戏行业并不缺乏技术和美术经验,即使稍有落后也能快速赶上。但是,对于缺乏开发大型单机游戏经验的中国游戏厂商而言,如何合理地规划开发流程还存在盲点。而《黑神话:悟空》的成功推出,正是得益于团队对开发流程和产品内容量的合理把控。

“为了项目整体质量,游戏科学勇于主动砍需求和内容。对于一个项目管理者而言,最厉害的不是按时完成,而是解决问题的能力以及为了项目落地砍需求的能力,最重要的是整个工业化开发管线的部署能力。”黄家炜说道。

他认为,虽然游戏目前还存在一些可进步空间,但不可否认,《黑神话:悟空》已经初步达到国际3A大作的水准。

3. 最大底牌

民族情怀和文化自信

“我在埃及当刺客,在异世界当猎魔人,当猎龙者,当骑士,什么都当了。现在我终于看到一丝希望,我能回自己国家的异世界当猴哥。”2020年8月20日,《黑神话:悟空》首个实机视频发布后,评论区中出现这样一段话。

《黑神话:悟空》正式发布并火爆出圈后,这段话被网友在各个社交媒体平台转发讨论。

《黑神话:悟空》的相关讨论中,经常能看到玩家有关民族情怀的表达,这与它自带的中国传统文化IP有着紧密关系。《西游记》是中国四大名著之一,几乎所有中国人都认识故事中那只头戴金箍、手持棍棒的猴子。

而《黑神话:悟空》在《西游记》的基础上进行现代演绎。玩家在推进游戏过程中经过各式场景,遭遇各类妖魔鬼怪,根植于记忆中的电

戏玷污了他们心中的理想净土”。

黄家炜说的两项规定,是指2000年由文化部、公安部等部门联合下发的游戏机禁售令,以及2004年文化部发布的《关于加强网络游戏产品内容审查工作的通知》。2014年,随着外资企业被允许从事游戏游艺设备的生产和销售,游戏机禁售令相当于已解除。

黄家炜认为,上述两项规定让游戏引进渠道和游戏机市场正规化的进程遭到阻碍,而一些网络游戏乘机进入市场,通过鼓动玩家进行数值比拼然后大肆敛财,将中国游戏产业拖入牟利而不求质量的深渊,使得玩家在选择大型游戏时,不得不面临国产游戏空缺的窘境。

很久以来,电子游戏在国内的社会评价较低。它自带“玩物丧志”“精神鸦片”的标签,网络游戏普遍采取的畸形商业模式又加重了这一恶名。这导致即使后来出现较为优秀的国产作品时,中国玩家也不能给予恰如其分的认可和信心。

在这之后,《黑神话:悟空》首曝PV发布。“20年的情绪压抑在这一时刻都被激发释放,原来凭国人力量也能做到和海外3A同一水准的东西。”黄家炜说道。

黄家炜对记者提及,2018年曾有一篇文章在玩家群体中引起讨论——《为什么中国不会有3A游戏》,《黑神话:悟空》的出现如同是给这篇文章的一个回击。自从《傲视三国》和《秦殇》后,国内的单机游戏沉寂太久了,玩家也被那些低质量换皮数值游戏折磨得太久,正好也借此一视频进行了情绪上的爆发”。

中经传媒智库专家、游戏产业时评人张书乐对记者表示,《黑神话:悟空》在技术上说明国产游戏可以赶超国外3A大作,在数字媒体的综合技术上,中国已经进入顶流圈子;文化上,这款游戏完全采用中国风,带有强烈文化自信的悟空让世界为之震,恰恰说明了中国的文化正在全世界圈粉。

“游戏体现的文化自信,影响到国人,也通过亿万国人的主动传播,影响到全世界,让本来需要按月计算达成的传播和销量目标,在一周期内就得以迅速完成。”张书乐说道。

胡小璐认为,游戏中对传统文化的展现和对各地古建筑的还原也成为宣传亮点,为游戏额外增添了文化底蕴,“像是知名游戏IP《刺客信条》,也曾有‘旅游模拟器’的美称”。

“民族情怀需要切实的成就来支撑。”《黑神话:悟空》实现了技术和文化的顶流融合,让玩家的情怀自然爆发。这不是仅靠营销或传播手段就能达成的。文化出海和技术创新相辅相成,才是国产游戏未来更大爆发的底牌。”张书乐表示。

观察

压抑后的释放和爆火后的玩味

纵观《黑神话:悟空》从首曝到发布的全过程,其影响力的提升与玩家情绪的扩散密切相关。它的出现,成为国内游戏玩家多年来压抑情绪的发泄口。

游戏是一种娱乐产品,娱乐是人类的天性。而长久以来,游戏的价值在国内被低估,声誉不佳,玩家的正常娱乐需求被压制。这是第一重压抑。

电子游戏是绝佳的文化输出载体。中国有着悠久的历史和丰富的文化资产,但在电子游戏被扼制的情况下,这些文化内容很少通过游戏交互的方式得到表达和宣传。玩家很长一段时间里在大型游戏中接触到的是其他国家的叙述口吻,而祖国的文化历史却相对被埋没。这是第二重压抑。

在商业前景不明朗的情况下,部分厂商自行降级,推出粗制滥造的换皮产品,利用人性中的一些缺陷来扩大收入。长期以来,玩家在自己的文化圈内接触的游戏更多是套路化的商品,而非真诚而纯粹的作品。这是第三重压抑。

为此,玩家愿意密切关注《黑

神话:悟空》。当这款游戏最终证明其本身具备过硬的素质后,玩家也倾向于表达肯定,甚至不吝溢美之词。这些因素使得《黑神话:悟空》在发布后成功出圈,影响力扩散至全国,乃至海外。

大型单机游戏因漫长的开发周期、买断制的商业模式、难以估计的前景,很少被国内游戏厂商和资本看好。《黑神话:悟空》作为一款国产单机游戏最终能够成功推出,给国内游戏开发者带来的启示是,比起技术能力,更重要的是项目管理人员整体的统筹规划能力。

在记者看来,游戏科学第一次研发制作这样一款大型单机游戏,选择将自己擅长的美术和战斗系统发挥到极致,而在地图、关卡等方面则做到了不错的水准。它不追求面面俱到,但求某些方面足够令玩家惊艳。

《黑神话:悟空》本身是一款品质上佳的良心之作,它的火爆出圈让广大的中国玩家惊喜,但它火爆出圈的原因更值得中国游戏行业玩味、反思。本文文章均由本报记者吴可仲、许心怡采写