经营成就价值

WWW.CB.COM.CN 2024/1/1

新浪微博 weibo.com

本报官方微博 本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

总2536期/每周一出版/本期32版

新闻热线:(010)88890030

中国社会科学院主管

中国社会科学院工业经济研究所主办

社长、总编辑/季为民

零售价/ RMB5.00

金融为民 B1~B8

谋篇布局科技金融大文章 …… B3

普惠金融新方向:数字+绿色 B4

财富管理逐鹿“买方时代” …… B6

非银金融“力挺”惠民消费 …… B8

产业蝶变 B9~B16

城乡发展同频共振 …… B9
新型城镇化建设加速度

房地产进入新阶段 …… B11
房企整装再出发

“保交楼”攻坚再提速 …… B12

科技强国 C1~C8

AI狂飙 巨头竞速 …… C2

跨境电商“四小龙”出海元年 …… C3

从“汽车大国”到“汽车强国” …… C5
中国汽车笃定出发

造车新势力混战2023 …… C7

消费革命 D1~D4

体育赛事引擎轰鸣 …… D1
消费“马车”飞奔

餐饮行业强势复苏 …… D2
持续探索新增长点

存量竞争下的白酒业: …… D3
分化与变革加速

新年献词

寒冬挡不住春天的脚步

文/本报编辑部

冬至一阳生。

低温寒潮的侵袭渐渐退去,寒流中的人们翘盼春来。

中国经济企稳前行,中国的企业家们早已躬身入局,他们在攻克“卡脖子”技术上勇于发力,在探索“无人区”中敢于先行。新兴产业不断培育壮大,科技创新屡屡突破,新质生产力逐渐形成……源源不断的动力正在注入中国经济高质量发展的血脉中。

2023年,中国经济打出系列“组合拳”持续显效发力,经济回升聚沙成塔,彰显向好韧性。

这一年,党中央团结带领全党全国各族人民,顶住外部压力、克服困难,在稳中求进工作总基调中继续全面深化改革开放,完成了新一轮党和国家机构改革,推动经济恢复发展。

这一年,高水平对外开放持续扩大,全面注册制改革落地,成为资本市场改革发展又一个里程碑,资本市场由此开启高质量发展新篇章,“活跃资本市场”成为年度关键词,万亿元国债有效提振市场信心,引导经济回归常态化运行水平,有效保障市场行稳致远。

这一年,数字经济成为增长新引擎,科技创新实现新突破,以5G工厂、互联网医院、新型智慧城市、智慧物流等为代表的数字经济新赛道加速建设,数字化全面赋能实体经济,新质生产力加快形成,推动经济高质量发展的新动能展现出蓬勃力量。

2023年,中国经济稳中求进,一大批以坚韧之心修炼内功的中国企业,经过寒冬中的蛰伏,展现出了极强的生命活力。

这一年,一批批“专精特新”企业大显身手。越来越多看似“默默无闻”的中小企业在成长、在壮大,在各自的细分领域里成为掌握核心科技的领跑者。

这一年,电动化、智能化助力中国从汽车产销大国成为汽车出口大国。我国汽车出口一年超过480万辆,创造了单一国家年度出口规模新高,并超越日本首次成为年度世界第一大汽车出口国。中国新能源汽车产量累计达到2000万辆。从1辆到1000万辆,我们用时近30年,而从1000万到2000万辆,我们仅用时1年零5个月。

这一年,遥遥领先,成为Mate 60智能手机的代名词,它不仅打破了国产手机“缺芯”困局,还以强大的卫星通话功能展现了中国技术的硬实力。以鸿蒙为代表的国产操作系统应用范围不断扩展,强势改变了我国科技领域“少魂”的尴尬局面。

2023年,无数的企业和企业家、科学家在各自领域不懈奋斗,技术不断创新,产品研发屡上新台阶,为实现中国经济的高质量发展奉献力量。

这一年,国产大飞机C919完成商业首飞。为了这一天,以吴光辉为代表的研制团队与时间赛跑,把工作做到极致,包括亲自下场“极限挑战”考取航空器适航证。不到10年时间,他从满头黑发到白头。

这一年,全球首个陆上商用模块化小堆“玲龙一号”反应堆核心模块完成出厂验收,我国自研海底地震勘探采集装备“海脉”实现产业化制造。

这一年,在2023世界5G大会上,华为努力将5G-A带入了现实,依托网络特性,矿山、城轨、电网、制造等领域加速数智化升级,行业生态持续繁荣。

这一年,“连续创业者”“渐冻人患者英雄”蔡磊在抗击渐冻症的征程上实现重大突破。

2023年,科技创新成为助力中国经济和企业追求“遥遥领先”的关键,一系列前沿科技研究实现了重大创新和突破,一大批科技成果在世界舞台上留下了浓墨重彩的中国印记。

这一年,潘建伟、陆朝阳等研究团队同中国科学院上海微系统与信息技术研究所、国家并行计算机工程技术研究中心合作,成功构建255个光子的量子计算原型机“九章三号”,刷新计算机运算速度世界纪录,量子计算机研制之路迈出关键一步。

这一年,清华吴华强团队研制出新型芯片,能高效“片上学习”人工智能任务。在机器学习领域,“片上学习”较目前流行的“在线学习”又往前跨了突破性的一大步,这意味着机器学习能在硬件端直接完成,通过硬件层面的不断“自我学习”和“自我提高”,实现了高效率、低功耗,能耗只有常规系统的3%。

这一年,ChatGPT一经发布便引发全球关注,百度文心一言、阿里通义千问、腾讯混云、华为盘古等中国大模型不甘落后,百舸争流。

2023年,共建“一带一路”迎来10周年,从倡议到实践,从谋篇布局的“大写意”到细描精琢的“工笔画”,开放包容、互惠互利、合作共赢成为中国智慧、中国方案的完美答卷。

这一年,一次多方参与的千里跨国转运行动描绘了“一带一路”共建硕果的动人场景。2023年12月24日,重庆籍旅客江淼陪同因车祸受伤但又不适合乘坐飞机的妈妈从老挝万象上车,乘坐中老铁路列车顺利回国。据中国驻老挝大使馆统计,自2023年4月以来,已经有18名危重病人通过中老铁路这条国际生命通道转运回国治疗。

这一年,“六大经济走廊”中蒙俄、新亚欧大陆桥、中国—中亚—西亚、中国—中南半岛、中巴、孟中印缅经济走廊穿山越海,联通世界,中欧班列、蒙内铁路、中老铁路等跑出了“中国速度”。

这一年,印尼青山工业园、老挝万象赛色塔低碳示范区等一批标志性项目顺利开工,他们积极融入绿色理念,推广使用绿色技术,有效助力节能环保,得到有关国家民众广泛赞誉。

2023年,习近平总书记高瞻远瞩,明确提出要加快形成新质生产力。“新质生产力”,起点是“新”,包括能充分使用现代技术、高端先进设备的新劳动者和人工智能、工业互联网、虚拟现实设备等新劳动工具;关键在“质”,本质是创新驱动形成的高质量发展及其带来的高品质生活;落脚于“生产力”,起点就是要整合科技创新资源,引领发展战略性新兴产业和未来产业。

2024年,将迎来农历龙年。龙,向来是中华民族的精神图腾,象征着勇气、奋斗和不屈不挠。当前,我国已经全面开启社会主义现代化建设新征程,正以中国式现代化推进中华民族伟大复兴。

中国式现代化是一项前无古人的开创性事业,也是一个探索性事业,需要我们开拓创新,敢为人先。

2024年,我们共同向“新”向“质”向未来。

中经传媒智库 本报官方订阅微店

6 942626 144086

广告许可证:京海工商广字第0224号
本报常年法律顾问所: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

国内统一连续出版物号/CN 11-0151 邮发代号/1-76 社址:北京市海淀区玉泉山路23号院北区7号楼 邮编:100097 海外发行总代理:中国国际图书贸易总公司 海外发行代号:1613D 印刷:人民日报印务有限责任公司(北京市朝阳区金台西路2号)

营商环境优化建长效机制

文/索寒雪

“营商环境只有更好，没有最好”。2023年，中国在优化营商环境方面进一步增效提速。其中，在各地举办的圆桌会议，正在变成一种长效沟通机制，这一制度化建设，受到了来自世界各地企业的高度认可。

以武汉2023年9月份针对跨国企业的高层圆桌会为例，世界500强企业代表与国家发展和改革委员会（以下简称“国家发展改革委”）及地方政府围桌而坐，“今天坐在这里，是想听大家说一下，现实中遇到的问题。”国家发展改革委领导以“问题导向”开启话题。

包括IDG、嘉吉、埃克森美孚等全球40多家在华跨国企业代表，咨询政策细节，表达投资关注，更给出了各种建议。

而在2023年4月广州的粤港澳大湾区圆桌会议上，众多在华跨国企业代表甫一落座，国家发展改革委国际合作中心副主任付保宗即表示，会议旨在“及时协调解决企业反映的问题和合理诉求，为外资企业来华投资兴业提供更加优质的服务。”

于是，多家世界500强企业负责人表达了对粤港澳大湾区投资的关注，同时给出了进一步畅通投资的建议。

频次更高的圆桌会议，围绕着企业关心的具体问题，主旨明确、高效直接地举行着——2023年，由国家发展改革委、商务部建立的与外企、民企的对话机制趋于成熟。那张多方围坐讨论的“圆桌”，正在变成一个更广阔、更亲近、更坚固的沟通平台。

外资CEO们来中国

“2023年很多外资企业的CEO和其他高层访华，来拜访政府部门。”有关部门人士向《中国经营报》记者介绍，2023年完成中国之行的商业巨头包括：比尔·盖茨、马斯克、库克、高通CEO安蒙、英特尔CEO基辛格……

“中国是最大的市场，我们常说做基建，就要来中国。”在美国上市的工程软件公司首席运营官向记者表示。这家工程建设软件公司甘愿以小股东身份，与中国企业组建合资公司，参与到中国重大工程建设中来。

他来中国的另一个目的是想体验一下中国的高铁。“未来我们会和中国合作方一起去海外建设高铁。”他表示。

“我们非常坚定地投资中国，持续的投资将不仅在生产销售网络，也包括品牌建设、人才培养、与本地合作伙伴的共赢、与公益组织如青基会的合作。”亿滋中国区人士也向记者表示。

在高铁、基建的优势“品牌”之外，外企同样看好日渐注重科研的制造业企业。

“我们在中国本土已经深耕30年，在中国市场实现了完整的业务布局，包括一个国际研发中心、一个管理总部以及五个生产工厂和销售公司。我们也在打造全面的本地化，来快速响应客户需求。”一家中日合资空调企业中国区负责人向记者表示，目前中国的市场机遇非常难得，“我们可以降低最终能量消费端消耗，减少整体能源的使用，从而加速中国的碳中和进程。”

受访外企持续看好中国市场、投资中国市场，与我国近年来持续优化、创造了更加有利的投资环境密切相关。

2023年8月，国务院印发《关于进一步优化外商投资环境加大吸引外商投资力度的意见》（以下简称《意见》），从提高利用外资质量、保障外商投资企业国民待遇等六个方面，提出了新一批针对性强、含金量高的稳外资政策措施，其中“提高投资运营便利化水平。加大财税支持力度。完善外商投资促进方式”备受企业关注。

主动上门服务企业，成为2023年各地优化营商环境的重要举措。图为江西上饶工商联干部走访企业了解生产经营情况。 视觉中国/图

此外，国家发展改革委和商务部针对涉及内外资不合理差别待遇的专项清理，排查了可能存在的歧视外资企业的规定和措施。“目的是为外资企业营造更加公平的市场竞争环境，稳定外商在华长期投资的预期和信心，更加积极有效利用外资服务构建新发展格局。”

这次专项排查，在外企“朋友圈”中备受关注。有论者直言：中国正在构建的为企业服务新格局，让外资企业有了更多的获得感。

圆桌对话机制形成

“在很多城市，政府在企业税收、高管个税、往来便利方面都会提供很多帮助，甚至是‘一事一议’。”俄罗斯电商平台Ozon中国区负责人黄效经常被邀请参加招商会议，“在企业经营方面，地方政府也给予了很多的帮助，中国政府给外资的帮助还是在加大。”

“招商会从开始到结束，是当地书记亲自主持，可见政府对招商引资的重视。”一位随商务部参加省级招商座谈活动的外企人士向记者表示：“地方政府非常有诚意，我们的上下游企业已经在这里设立了工厂并且保持了多年的合作。”

2023年以来，为更大力度地吸引和利用外资，商务部开展了“投资中国年”招商引资系列活动。在启动仪式暨广东专场推介后，已先后举办“进博会走进吉林”“跨国公司龙江行”以及国家级经开区专场推介等10余场活动。

在外资营商环境逐渐改善的同时，民企的营商环境获得了更大的关注。2023年，国家发展改革委针对民营经济、民间资本，多次举办圆桌会议。

7月14日，《中共中央、国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》公开发布，一系列配套政策举措落地实施，推动民营经济向好发展因素持续累积，民营经济发展总体上呈现出稳中有进、稳中向好的基本态势，民营企业推动经济恢复向好的作用进一步彰显。

云图控股张鉴向记者表示：“主管部门经常主动约企业座谈，看看企业有哪些需求，还需要政府怎样的政策服务。我们希望国家指引方向，企业做更多技术交流，我们也愿意负责任地向全球进行技术输出，例如在磷资源分级利用方面，中国企业为代表的都是领先的，我们希望在全球粮食安全保障当中发挥更大的作用。”

2023年，中央编办正式批复设立民营经济发展局作为国家发展改革委的内设机构。“充分体现了以习近平同志为核心的党中央对民营经济的高度重视和深切关怀，体现了始终坚持‘两个毫不动摇’和‘三个没有变’，为促进民营经济发展提供了有力的组织保障。”国家发展改革委副秘书长兼人事司司长张世昕介绍。

据了解，民营经济发展局的主要职责是：跟踪了解和分析研判民营经济发展状况，统筹协调、组织拟订促进民营经济发展的政策措施，拟订促进民间投资发展政策。建立与民营企业的常态化沟通交流机制，协调解决民营经济发展的重大问题，协调支持民营经济提升国际竞争力。

国家发展改革委的数据显示，民营企业对促进外贸贡献进一步凸显。

海关数据显示，2023年前11个月，民营企业进出口20.24万亿元，增长6.1%，占我国外贸总值的53.3%，比2022年同期提升3.1个百分点。其中，出口13.62万亿元，增长5.3%，占出口总值的63%；进口6.62万亿元，增长7.6%，占进口总值的40.5%。

2023年前10个月，以人民币计价的民营企业进出口增长6.2%，比进出口总额增速快6.2个百分点，占进出口总额的比重达到53.1%，比2023年同期提升3.1个百分点，成为稳外贸的突出亮点。第二产业民间投资保持较快增长。扣除房地产开发投资后，民间投资增速较快，前10个月同比增长9.1%。

中国人民银行数据显示，2023年第三季度末私人控股企业贷款余额41.3万亿元，同比增长10.9%，较2022年年末提高2.6个百分点；9月末普惠小微贷款余额同比增长24.1%。

财税体制改革迎新突破

文/杜丽娟

在加力提效、注重精准、更可持续总基调下，2023年积极财政政策在收入增长趋势放缓的情况下，仍保证了一定的支出强度，这为巩固和增强经济回升向好态势，持续推动经济实现质的有效提升和量的合理增长奠定了基础。

2023年12月召开的全国财政工作会议指出，2024年要强化宏观政策逆周期和跨周期调节，继续实施积极的财政政策，适度加力、提质增效。在中央经济工作会议为2024年全年经济形势定下基调后，全国财政工作会议对财税政策的落地给出了具体实施路径。

立足新时代新征程，中央经济工作会议提出要谋划新一轮财税体制改革，作为财税体质改革领域的一个重要分水岭，分税制改革意义重大。尤其是2024年是分税制改革实施30年，在这样的时代背景下，改革的时针再次聚焦在分税制上，这意味着新一轮财税改革的突破口或将由此开启。

“先立后破”稳预期

2023年以来，中国经济呈现波浪式发展、曲折式前进，财政部门在加大财政宏观调控力度，扎实实施积极财政政策的同时，深刻认识和理解了当前财政经济形势的基础。

全国财政工作会议提出，要坚持“稳中求进、以进促稳、先立后破”，把握好“稳”和“进”的辩证关系，多出有利于稳预期、稳增长、稳就业的政策，为“进”创造稳定的发展环境。同时要把握好“立”和“破”的内在逻辑，该“立”的积极主动“立”起来，该“破”的在“立”的基础上坚决“破”，不断巩固稳中向好的基础。

在粤开证券首席经济学家、研究院院长罗志恒看来，“先立后破”是我国长期改革过程中形成的重要的工作方法论和重要的经验，这能够确保新旧模式平稳衔接，同时也可以避免经济和市场出现较大波动。

罗志恒表示，全国财政工作会议提出的“先立后破”主要有两层含义。一方面，在工作方法论层面，财政要积极地“先立后破”推动经济社会发展；另一方面，在具体的工作层面，财政要平衡好防风险与促发展、促进科技创新与推动传统产业转型升级的关系。

在财税人士看来，之所以提出“先立后破”，更多的是对2023年严峻复杂形势的应对之举，这将有力促进经济回升向好。

财政部部长蓝佛安表示，2023年我国加大了财政政策调节力度，打好政策“组合拳”，完善税费支持政策，降低了经营主体税费负担，同时管好用好专项债券资金，推动一批交通、水利、能源等利当前、惠长远的重大项目建设。

在这些举措中，作为助企纾困政策的一项重要内容，税费优惠政策的陆续出台进一步稳定了市场预期，也提振了市场信心。

根据国家税务总局发布的数据，2023年1—11月，全国新增减税降费及退税缓费18125.09亿元。分经济类型看，民营经济（包括民营企业和个体经营）纳税人新增减税降费及退税缓费13371亿元，占比73.8%。

其中从企业规模看，中小微企业受益最明显，新增减税降费及退税缓费11203.37亿元，占比达61.8%。

国家税务总局相关负责人表示，2023年党中央、国务院部署实施了一系列延续、优化、完善的税费优惠政策，税务部门多措并举推动各项税费优惠政策落实落细，这更好地服务保障了经营主体充分享受政策红利。

“提质增效”促回暖

按照中央经济工作会议要求，2024年我国将继续实施积极财政政策，在此背景下，积极财政政策也从2023年的“加力提效”转为2024年的“适度加力、提质增效”。

蓝佛安表示，“适度加力”主要是保持适当支出强度，释放积极信号，合理安排政府投资规模，发挥好带动放大效应，加大均衡性转移支付力度，兜牢基层“三保”底线，优化调整税费政策，提高精准性和针对性。

“提质增效”则主要在落实“过紧日子”要求、优化财政支出结构、强化绩效管理、严肃财经纪律、增强财政可持续性和强化政策协同发力等六个方面下功夫，推进财政管理法治化、科学化、标准化、规范化，把同样的钱花出更大的成效。

据悉，2023年在财政收入增长有限、紧平衡态势加剧的情况下，财政支出保持了一定的强度。财政部数据显示，2023年1—11月一般公共预算支出同比增长4.9%，两年平均增速为5.6%，一般公共预算与政府性基金预算支出之和两年平均增速为2.7%。

相比往年，2023年财政支出结构持续优化，教育、社保就业、卫生健康三大民生领域支出合计占比达38.5%，创近年来同期新高。具体来看，民生相关支出累计同比增速达到6.0%，高出整体增速1.1个百分点。

罗志恒认为，2023年通过拓展预算管理一体化建设范围、推动省以下财政体制改革等举措，财政资金使用效率和财政支出效能不断提高。“可以看到的是，当前财政支出政策不再是大水漫灌式的总量刺激，而是精耕细作，这对提高财政资金的使用效率具有重要意义。”罗志恒说。

基于此，全国财政工作会议强调2024年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年，做好财政经济工作意义重大。

中国社会科学院财政税收研究中心主任杨志勇认为，在适度扩大财政支出规模背景下，财政资金的带动作用将被放大，这会促进经济持续回升向好。此外，通过财政治理水平的提升，以财税力量助力科技攻关和先进制造业发展，这与经济高质量发展相得益彰。

谋划新一轮改革

随着2024年财政政策实施方向的确定，深化财税体制改革，进一步理顺政府与市场、中央与地方的关系也成为财税体制改革绕不开的一个话题。

党的二十大报告指出，要健全现代预算制度，优化税制结构，完善财政转移支付体系。2023年的全国财政工作会议也强调，要贯彻党中央决策部署，坚持系统思维、问题导向、先立后破，积极稳妥、谋划推进新一轮财税体制改革。

“站在全面建设社会主义现代化国家新征程这一新的历史起点上，我们比以往任何时候都更需要地方的积极性。其中，地方积极性的调动和发挥也须以能够全面反映地方实情、充分考虑地方利益的中央和地方财政关系格局为前提。”中国社科院学部委员、原副院长高培勇说。

在这样的背景下，实施了近30年的分税制改革又该如何走？

众多周知，1994年我国启动了分税制财政管理体制改革，分税制改革的直接目标是提高“两个比重”，即提高财政收入占国内生产总值（GDP）的比重和中央财政收入占全国财政总收入的比重，这与社会主义市场经济体制相适应。

我国新办涉税经营主体同比增长明显。图为福州某税务局办税服务大厅。 视觉中国/图

然而，受制于当时的条件，1994年改革所选择的分税制还不够完善，后虽经多次“打补丁”式的改革，但距离全面规范仍有较长的路要走。

杨志勇认为，1994年分税制改革的取向是正确的，但1994年之后政府间财政关系却出现了一定的倒退。比如1994年分税制改革所依据的“财权与事权相匹配原则”，在2007年变成了“财力与事权相匹配原则”。

对于这一变化，杨志勇解释称，原则的改变纵然可以解决一些地方的财力困难，但相比“财力”，“财权”更能强调中央和地方两个积极性，以“财力”取代“财权”，应该算是一次倒退。“我认为，比较合理的原则应是财权、财力与事权相匹配原则。”杨志勇说。

一直以来，作为财税改革的三大任务，政府间财政收入的划分都是一个难题，其不仅是中央和地方的财政关系，还涉及税制改革的配合。出于这些考量，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》围绕分税制财政管理体制蓝图也做出了总体勾画：建立权责清晰、财力协调、区域均衡的中央和地方财政关系。

高培勇表示，所谓权责清晰，就是要有清晰的中央和地方之间事权和支出的责任划分；财力协调，就是要形成中央和地方之间的合理财力布局；区域均衡，就是要稳步提升各区域之间的基本公共服务均等化水平，促进区域协调发展。

在财税人士看来，中央和地方财政关系在实践中有两条思路可借鉴：一是扩大中央事权；二是财权和财力适当下移，扩大地方财权，增加可支配财力。

“谋划新一轮财税体制改革是下一阶段的重要任务，只有深化改革，才能从根本上解决当前财政运行面临的一些难题。”罗志恒说。在他看来，谋划新一轮财税体制改革，要进一步理清政府与市场的关系，避免政府支出责任持续扩张，同时中央上收部分事权和支出责任，也可以减轻地方政府的支出责任和支出负担，这是下一步改革的方向。

活跃资本市场 推动金融强国建设

文/吴婧

2023年，是全面贯彻党的二十大精神的开局之年，也是金融监管改革之年。

2023年以来，我国经济发展回升向好态势持续巩固，市场需求逐步恢复，积极因素不断增多，彰显出强大的韧性和活力。做好经济工作，资本市场力量不可或缺。

凡是过往，皆为序章。2023年上半年，资本市场在现实与预期的反复博弈下呈现出整体震荡的走势。2023年7月24日召开的中央政治局会议指出，要活跃资本市场，提振投资者信心。以此为契机，各方面围绕如何“活跃资本市场，提振投资者信心”进行研究，监管层从投资端、融资端、交易端等方面综合施策、协同发力，加快推进建立中国特色估值体系的步伐。

2023年10月举行的中央金融工作会议首次提出“金融是国民经济的血脉”“加快建设金融强国”，强调金融的首要任务是为经济社会发展提供高质量服务。

展望2024年，在资本市场支持实体经济高质量发展导向背景下，预计资本市场将迎来长期的优质资产供应，资产质量或将持续提升。同时，在资本市场改革创新的推动下，与经济创新驱动发展相契合的金融体系和资本市场体系将加快推进完善。

中长期资金加速入市

中长期资金是资本市场的“稳定器”和“压舱石”。在信达证券非银金融行业首席分析师王舫朝看来，长期资金总体规模依然较为有限。中长期资金不足仍是制约国内资本市场健康发展的突出问题。目前中长期资金持股占比不足6%，远低于境外成熟市场普遍超过20%的水平。

一位券商人士对《中国经营报》记者表示，提振市场信心“暖风频吹”，但仍需加强市场监管、从严执法，严厉打击各种违法违规行为，完善“愿意来、留得住”的市场机制，才能真正增加对中长期资金的吸引力。

平安证券金融与金融科技行业首席分析师王维逸认为，自2023年7月中央政治局会议定调“要活跃资本市场，提振投资者信心”以来，资本市场利好政策不断落地，证监会明确将在投资端加大中长期资金引入力度，中央汇金增持四大行和ETF也体现了中长期资金加速入市的大趋势。

值得一提的是，2023年12月6日，财政部联合人力资源和社会保障部对《全国社会保障基金投资管理暂行办法》进行了修订，起草了《全国社会保障基金境内投资管理办法（征求意见稿）》。其中，“扩大投资范围”、“提高全国社保基金投资监管比例”以及“下调管理费率”等变化令市场颇感欣喜。

申万宏源证券非银首席分析师罗钻辉认为，整体来看，社保基金关系民生福祉，对于投资收益的稳健性和风险管理具有较高要求。同时，作为长期资金的重要组成部分，有望对资本市场发展产生深远影响，看好新规对社保基金运营表现及资本市场发展的积极作用。

需要关注的是，险资入市，给市场传递了积极信号。

2023年11月29日，新华保险和中国人寿发布公告，新华保险和中国人寿分别出资250亿元共同发起设立私募证券投资基金“鸿鹄私募证券投资基金”，同时，新华资产和国寿资产分别出资500万元共同发起设立基金管理人公司“国丰兴华私募基金”，担任私募证券投资基金的管理人。

王舫朝认为，作为行业头部，两家险企的合作积极响应监管鼓励长线资金入市的号召，险资作为重要的长线资金，在适当时点进入权益市场将给市场带来一定的示范效应，提振投资者信心。

降低投资成本

自2008年起固定为0.1%税率且单边征收以来，2023年我国证券交易印花税率历经15年之久再度迎来调整。2023年8月27日，财政部、税务总局发布公告，自2023年8月28日起，证券交易印花税实施减半征收。

在广发证券非银首席分析师陈福看来，历史上证券交易印花税调整具有较强的政策信号，证券板块超额收益显著。2000年以来，财政部曾4次公告下调证券交易印花税，执行后5日上证综指平均涨幅+7%，券商指数平均涨幅+13%；执行后10日上证综指平均涨幅+10%，券商指数平均涨幅+22%。当前与历次下调印花税背景相似，印花税下调在市场低迷时作为逆周期政策具有较强信号意义。

天风证券宏观首席分析师宋雪涛认为，结合当前市场环境来看，本次印花税的下调，相比于释放的资金规模来说，更大意义在于政策正面回应了市场的期待和担忧，有望解决目前横亘在市场中最主要的阻碍，包括预期悲观、情绪偏弱。

在王维逸看来，印花税由卖出方单边征收0.1%下降至单边征收0.05%，基于2022年224万亿元的单边A股成交额测算，此次下调将每年向市场让利1119亿元。印花税下调将有效降低投资者交易成本，有望提升投资者交易意愿、活跃资本市场。

中信建投证券策略首席分析师陈果认为，上世纪90年代以来，美国、日本、欧盟先后取消了印花税，目前股票印花税占我国税收的比例也较低，印花税减半征收对国家税收影响较小。另一方面，印花税的调降有利于在降低交易成本、活跃资本市场的同时提振企业估值、刺激居民消费、体现普惠效应。

2023年推进的另外一项重要改革，就是公募基金费率改革。

2023年7月7日，证监会印发了《公募基金行业费率改革工作方案》，公募基金费率改革正式开启，拟在两年内采取15项举措全面优化公募基金费率模式，降低公募基金行业综合费率水平。

金融是国民经济的血脉。2023年10月举行的中央金融工作会议，鲜明提出“加快建设金融强国”的目标。 视觉中国/图

此次费率改革将分三个阶段稳步推进：第一阶段以降低公募基金管理费率、托管费率为核心；第二阶段以降低公募基金证券交易佣金费率为主要内容；第三阶段主要为规范公募基金销售环节收费。

2023年12月8日，证监会发布了《关于加强公开募集证券投资基金证券交易管理的规定（征求意见稿）》，公募基金费率改革第二阶段开启。

在陈福看来，为避免费率“陡升陡降”，本次费率改革按照“管理费用—交易费用—销售费用”的实施路径，分阶段推进费率改革。公募基金行业第二阶段费率改革工作已经正式启动，将优化完善交易佣金分配制度，进一步强化对公募基金证券交易佣金分配行为的监管。

海通证券非银金融首席分析师孙婷认为，《征求意见稿》明确严禁将券商选择、交易单元租用、交易佣金分配等与基金销售规模、保有规模挂钩，严禁向第三方转移支付费用等。尽管2007年证监会已有相关规定，但在实际执行过程中并不严格。此次规范后，交易佣金将与基金销售等软佣松绑，研究实力强的券商集中度有望提升。

强化自律监管

股份回购作为资本市场的一项基础性制度安排，具有优化资本结构、维护公司投资价值、健全投资者回报机制等方面的功能作用。

2023年12月15日，证监会修订发布《上市公司股份回购规则》，自公布之日起施行。

在中信建投证券非银金融与前瞻研究首席分析师赵然看来，证监会鼓励上市公司依法合规运用回购工具，积极回报投资者，促进市场稳定健康发展，同时也将加大回购的事中事后监管，对利用回购实施内幕交易、操纵市场等违法行为依法严厉查处。

国泰君安证券非银金融首席分析师刘欣琦认为，本次修订提高了上市公司股份回购的便利度，有助于上市公司依法合规运用回购工具，积极回报投资者；强化自律监管措施，加强打击“忽悠式回购”等违规行为。同时，本次修订有助于资本市场平稳运行，增强信心、改善预期，助推活跃资本市场，健全有利于中长期资金入市的政策环境，引导投资机构强化逆周期布局，壮大“耐心资本”。

当前，百年变局加速演进，世界之变、时代之变、历史之变正以前所未有的方式展开。在中国式现代化进程中，引导资本市场把更多金融资源配置到经济社会发展的重点领域和薄弱环节是活跃资本市场的重要一环。党的二十大报告作出“我国发展面临新的战略机遇”的重大判断，同时强调“我国发展进入战略机遇和风险挑战并存、不确定难预料因素增多的时期”。

党的二十大报告强调，健全资本市场功能，提高直接融资比重。华安证券首席经济学家郑小霞认为，根据中央经济工作会议的2024年经济工作安排，“谋划进一步全面深化改革重大举措”被列为第三项重要任务，说明2024年需要关注党的二十届三中全会，重点关注活跃资本市场具体举措，尤其是中长期资金入市相关制度。

2024年货币政策有望保持“稳健略偏宽松”基调

文/谭志娟

2023年，在坚持“稳字当头、稳中求进”工作总基调下，我国货币政策精准施策、持续发力，加强逆周期调节，为实体经济提供了更有力的支持，巩固经济回升向好。

面向2024年，在中央经济工作会议明确“要坚持稳中求进、以进促稳、先立后破”“不断巩固稳中向好的基础”的目标下，货币政策如何发力至关重要。

中央经济工作会议历来被视为我国经济发展和政策走向的风向标。

在货币政策方面，2023年12月11日至12日举行的中央经济工作会议提出，“稳健的货币政策要灵活适度、精准有效。保持流动性合理充裕，社会融资规模、货币供应量同经济增长和价格水平预期目标相匹配。发挥好货币政策工具总量和结构双重功能，盘活存量、提升效能，引导金融机构加大对科技创新、绿色转型、普惠小微、数字经济等方面的支持力度。促进社会综合融资成本稳中有降。”

就此，中国首席经济学家论坛理事、启铼研究院首席经济学家潘向东日前接受《中国经营报》记者采访时分析说：“整体来看，2023年全年的货币政策是比较灵活适度和精准有效的，重点是加强货币供应总量和结构双重调节，盘活存量资金，提高资金使用效率，并且加大跨周期调节力度，强调同财政的配合，从而为经济回升创造良好的货币环境，同时也为推动金融支持实体经济高质量发展提供适宜的流动性环境。”

展望2024年，潘向东表示，预计我国货币政策将继续保持整体稳健的基调，由于对经济稳增长的诉求尚在，因此，货币政策走向预计会维持偏宽松的格局。

提升实体经济服务质量

受访业界专家预计，2024年我国货币政策有望保持“稳健略偏宽松”的基调。

民生银行首席经济学家温彬认为：“2024年，稳健的货币政策将根据内外部形势、流动性情况变化等相机抉择，充分运用各类总量和结构性政策工具灵活调整，保持流动性合理充裕，满足实体经济融资需求。”

在温彬看来，中央经济工作会议关于“灵活适度”的提法在2019-2021年均出现过，政策基调保持稳中偏松。而“精准有效”，一方面预示着包括PSL（抵押补充贷款）在内的结构性工具有望发挥更大作用，着力做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融“五篇大文章”；另一方面，将强化货币政策和财政、产业、区域、科技政策等之间的协调配合，积极盘活被低效、无效占用的金融资源，实现信贷结构“有增有减”、融资结构“有升有降”，提高资金使用效率，为经济高质量发展注入新动力。

潘向东也预计，2024年货币政策将继续保持整体稳健的基调。他表示：“从央行2023年第三季度货币政策执行报告以及中央经济工作会议的定调来看，2024年货币政策会更加注重做好跨周期和逆周期调节，同时也会兼顾平衡好短期与长期、稳增长与防风险、内部均衡与外部均衡的关系。同时，货币政策依然会加强与财政政策的协调配合，适时加大公开市场投放，平滑短期资金波动，并加大服务实体经济力度。此外，在‘流动性合理充裕’的要求下，会‘保持广义货币供应量和社会融资规模增速同名义经济增速基本匹配’，避免大水漫灌可能带来的资金空转的问题。整体总量仍是中性偏松的基调，结构上更加注重提升对实体经济的服务质量，这些都是值得市场关注的。”

东方金诚首席宏观分析师王青还对记者指出：“2024年货币政策定调‘灵活适度、精准有效’，将继续为经济运行提供有利的货币金融环境，着眼于提振内需，支持地方债务风险化解，2024年政策利率和存款准备金率有可能分别下调1次，而针对房地产的定向降息将持续推进；预计2024年新增信贷和社融规模会比上年有小幅多增。”

加大科创、绿转等支持力度

此次中央经济工作会议提出：“引导金融机构加大对科技创新、绿色转型、普惠小微、数字经济等方面的支持力度。”

2023年12月15日，央行党委召开的扩大会议也强调，加大对重大战略、重点领域和薄弱环节的支持力度。发挥好货币政策工具总量和结构双重功能，引导金融机构加大对科技创新、绿色转型、普惠小微、数字经济等方面的支持力度，做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融“五篇大文章”。

就此，潘向东告诉记者：“预计政策层面将注重加强对信贷方向的引导，支持对‘重大战略、重点领域和薄弱环节’的扶持，特别是持续支持普惠金融，支持绿色低碳、科技创新等领域发展，从而体现了结构性政策更加精准有效、定向性工具发挥更大作用的特点，将更多低成本金融资源转向科技创新、先进制造、绿色发展领域和中小微企业。”

王青还表示：“在结构方面，2024年结构性货币政策工具将受到进一步倚重，引导更多金融资源流向科技创新、先进制造、绿色发展、小微企业及房地产行业等重大战略、重点领域和薄弱环节。预计着眼于为平急两用基础设施建设、城中村改造、保障房建设等‘三大工程’提供长期低成本资金，2024年PSL有可能再出江湖，或由央行创设新的定向支持工具。”

公开数据显示，2023年以来，结构性货币政策聚焦重点、合理适度、有进有退，截至2023年9月末，我国各类结构性货币政策工具余额总计7万亿元。

促融资成本稳中有降

在融资成本方面，中央经济工作会议提出，“促进社会综合融资成本稳中有降”。

记者注意到，在2023年，央行通过8月下调公开市场逆回购操作和中期借贷便利（MLF）中标利率分别为10个基点和15个基点，推动实体经济融资成本稳中有降，使得目前的贷款加权平均利率处于历史低位。

就2024年经济工作的总体要求，近日举行的中央经济工作会议强调“要坚持稳中求进、以进促稳、先立后破”。 视觉中国/图

根据央行数据，2023年前11个月企业贷款利率为3.89%，同比下降0.3个百分点，继续保持在有统计以来的历史低位。

对此，潘向东表示：“当前我国通胀低迷，资产价格下跌，实际利率偏高，有效融资需求不足，需要通过进一步降低名义利率来稳定融资需求。而当前也处于金融业向实体经济让利的过程中，商业银行承担调降存款端成本的任务，从而保证其净息差处在合理位置。”

潘向东还称，近期不少商业银行先后进行了存款利率的下调，一方面有利于缓解银行净息差压力，增强支持实体经济的可持续性；另一方面，存款利率下降一定程度上能直接或间接推动贷款利率进一步下降，从而以较低的融资成本驱动实体经济融资需求。

在这方面，继2023年6月和9月后，银行迎来年内第三次存款利率下调。2023年12月22日起，多家国有大行宣布下调存款挂牌利率，不同类型及期限的存款品种挂牌利率下调幅度在0.1—0.25个百分点不等。在业界看来，存款利率下调将降低银行的存款成本率，缓解息差压力。

潘向东还对记者表示：“预计后续货币政策将继续宽松，带动利率趋势性下行。央行将进一步完善市场化利率形成和传导机制，发挥贷款市场报价利率改革效能，推动社会综合融资成本实现稳中有降。”

中国供应链：链接世界 互利共赢

文/索寒雪

中国是全球第二大消费市场和全球第一货物贸易大国，也是全球供应链上的重要国家，中国企业正在深入参与世界产业链、供应链。

“有几位俄罗斯和中亚的客户来询问我们的种子能否出口？他们非常感兴趣。”2023年12月，甘肃种子企业王经理在首届中国国际供应链促进博览会（以下简称“链博会”）上对《中国经营报》记者说。

他身后的一面展示墙都是企业研制的种子产品，这些种子粒粒饱满，被红色或黑色的包衣包裹着，“这是为了防止种子种在土地里的时候，被老鼠和虫子吃掉。”王经理解释说。

王经理的种子企业，正在和全国15家高校、科研机构合作，按照中国的地理环境，分区销售这些不同性状的玉米种子。对于出口去海外，他很感兴趣。“只是种子出口需要一定的审批，审批通过后，能够卖到海外，这是具有开创性的，说明中国的种子被世界看好。”

此时，在传统种植领域，很多国家的农户还在采用上一年留种的方式进行种植。

当王经理接待海外客户的时候，亚洲的中部已经进入冬季。中亚地区的很多国家是“一带一路”共建国。远在哈萨克斯坦进行农机销售的朱经理，正在收拾行囊准备回国，这里进入到冬季，农事停歇，意味着他一年的工作进入尾声。这一年里，他将中国近百辆中小型精量播种机、收割机从江苏销售到哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦，他经常去中亚农村见客户的时候，被羊群挡在高速公路上，但这一年对他来说是收获的一年，一些国家的农民还在使用古老的农耕工具，这里是中国农机产品的巨大市场。

云图控股总裁助理张鉴同样感受到了共建“一带一路”国家的巨大需求。“我们的化肥卖得非常好。”张鉴向记者表示，“在满足国内市场需求的基础上，我们很多化肥向共建‘一带一路’国家出口。”

2023年12月举行的中央经济工作会议，提出要提升产业链、供应链韧性和安全水平。图为我国举行的首届链博会。 视觉中国/图

张鉴还特别强调：“现在，中国制造代表着好的品质。”

农业产业链走出国门的一个重要前提，就是科创和制造能力的提升。不仅如此，中国的汽车、新能源、医药产业在融入国际产业链、供应链的环节中，表现突出。

布局6G时代

2013年12月，中央经济工作会议在北京举行，定调了2024年经济工作。会议指出，以科技创新引领现代化产业体系建设。要以科技创新推动产业创新，特别是以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能，发展新质生产力。完善新型举国体制，实施制造业重点产业链高质量发展行动，加强质量支撑和标准引领，提升产业链、供应链韧性和安全水平。

中央经济工作会议还指出，要大力推进新型工业化，发展数字经济，加快推动人工智能发展。打造生物制造、商业航天、低空经济等若干战略性新兴产业，开辟量子、生命科学等未来产业新赛道，广泛应用数智技术、绿色技术，加快传统产业转型升级。加强应用基础研究和前沿研究，强化企业科技创新主体地位。鼓励发展创业投资、股权投资。

与发达国家相比，我国制造业仍处于价值链的中低端，一些关键“卡脖子”技术受到制约，亟待补链强链。

“什么是自主产业链？华为就是自主产业链。”工信部一位部门负责人表示。2023年8月，在华为推出新款手机Mate 60系列之时，虽然入市宣传低调，但是市场出现了“一机难求”的局面。

国资委提出，要健全产业链。国资委和工信部一直携手积极补链，提升我国产业链韧性和竞争力，力争交出一份“中国方案”。

“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，推进产业基础高级化、产业链现代化。近年来，国资委成立专门领导小组和工作专班作出系统部署，推动中央企业勇当现代产业链“链长”。

国资委提出，要着力推动中央企业提升基础固链、技术补链、融合强链、优化塑链能力，不断增强产业链、供应链韧性和竞争力，在现代产业体系构建中更好地发挥支撑引领作用。打造国有企业现代产业链“链长”，是实现产业链现代化的有效方式。

中兴通讯股份有限公司董事长李自学在首届链博会上对与会记者表示：“中兴通讯已研发设计各类芯片120余种，操作系统具备工业级的高可靠性，在全球160多个国家商用，针对6G空天一体化网络前瞻性的技术，我们也进行了相应的布局和研究。”

“强化创新协同机制，开放联合创新，创新不仅要吹响攻关冲锋号，更要吹响共建集合号。”李自学说，“中兴通讯强化理论、技术、产品、产业环环相扣的产学研用创新体系，与100多家知名高校机构广泛合作，促进创新成果转化与应用。”

“发挥投研企业引领作用，通过创新联合体等形式，与数千家产业链上下游企业贯通融合，优化产业链创新的要素配置，促进系统、元器件、材料之间的创新并进，真正实现围绕产业链部署的创新链。”李自学说。

国企在科技领域的创新同样会获得资本市场的回报。

对于如何提升国有控股上市公司的价值创造水平，中国上市公司协会会长宋志平在接受本报记者专访时表示，关键要把国有控股上市公司的价值创造和资本市场的运行规律结合起来进行思考。他建议重视四方面的工作：一是把上市融资和引入市场机制相结合；二是把提高效益和创造价值相结合；三是把加强管理和强化治理相结合；四是把规模效益和创新发展相结合。

民企参与国内外供应链

“一些进口设备坏了之后，国外企业无法维修时，我们就会参与维修和设备生产。”一位石油行业民企相关负责人向记者表示，他们是如何进入到产业链中的。

国有企业健全产业链的过程，对民企也是完全开放的。

记者了解到，在进口设备受到影响后，中国专精特新“小巨人”企业迅速补位，与央企形成了紧密的合作。

“我们在很多装备上完成了国产化替代，在这个过程中，央企给予了很大帮助，我们可以深入现场。”一位石油行业装备制造企业负责人向记者表示，“能够参与制造这么高端的设备，是我们之前没想到的。”

这家石油装备制造企业获得了中石油和中石化的D轮融资。

“我们最近召开的招商会，有400多家供应链上的企业参加，我们带动着供应链企业共同发展。”一位央企人士向记者表示。

中国的产业链、供应链已经形成了共赢的生态圈。

中国科学院院士陈润生对记者指出，我国供应链正在经历一轮新的变革。供应链的链条正在不断缩短，供应链的扁平化程度正在不断提高。中国的供应链不再是单向流动的价值链，而是能促使多方共赢的商业生态系统，进而由平台模式搭建形成互利共赢的生态圈。

在中国供应链中，汽车产业脱颖而出。

中国汽车产业拥有从需求侧到供给侧的全产业链基础，在新能源、电池技术、智能化水平、智能驾驶等领域优势突出，推动中国市场从单一的汽车消费大国，向汽车技术合作大国转变，为全球汽车产业发展和经济持续增长带来了新的机遇。

2023年12月初，中国贸促会同工商界代表共同发布了《全球产业链供应链互联互通北京倡议》。

中国社会科学院世界经济与政治研究所研究员、国际贸易研究室副主任苏庆义向记者表示，从产业来看，必然是各产业链都和世界广泛联通。其中，链条越长的产业，和世界的联系越紧密。联通的方式有很多，如需要从外部购买原材料、高科技零部件等上游产品，有的是出口中间品到国外。

“中国是世界第一货物贸易大国，是全球供应链上的重要国家，中国的产业链稳定对世界至关重要。从中国和世界产业链的互动角度可以看到中国的需求，比如中国需要进口中间品，需要出口中间品和终端品到国外。也就是说，存在对国外市场或者国外采购来源的依赖。”苏庆义表示。

大国轨道交通为全球经济增长注入新动能

文/孙丽朝

2023年是“十四五”规划承上启下之年，也是推进轨道交通高质量发展的关键之年。这一年，轨道交通快速发展，不仅缩短了各站点的时空距离，还带动了产业结构优化升级，为沿线经济发展赋能。

轨道交通产业是“中国装备制造”的闪亮名片，也是我国制造业创新驱动、绿色发展的典型代表。2023年，中国轨道交通产业加大“走出去”步伐，成为培育和引领国际竞争新优势的重要依托。

全球各地飞驰的中国轨道交通列车，犹如一张张流动的中国“国家名片”，增益世界产业生态及民众福祉。

面向未来，中国轨道交通网将不断完善，以更好地服务于国家重大战略部署，为促进经济社会发展发挥出更大作用。

轨道交通建设稳步推进

作为拉动经济发展的“三驾马车”之一，投资一头连着需求、一头连着供给，带动性强、关联度高，是中国经济发展的稳定器。2023年，轨道交通投资对稳经济的作用愈加明显。

2023年前11个月，全国铁路完成固定资产投资6407亿元、同比增长7.4%，累计投产新线超过1800公里。截至2023年11月30日，全国高铁营业里程达到4.37万公里。中华大地，世界最大高铁网和现代化铁路网持续延展，亿万国民的出行之路越走越宽广。

2023年年底，昌景黄高铁、甬金铁路等项目也已进入通车前的最后冲刺阶段。中国国家铁路集团有限公司（以下简称“国铁集团”）预计，2023年全国铁路固定资产投资有望突破7600亿元，投产新线预计超过3000公里。

国铁集团称，将积极做好铁路工程前期工作，确保满足开工条件的项目能开尽开、应开尽开，充分发挥铁路建设投资拉动作用，带动关联产业链、供应链发展。

与此同时，城市轨道交通投资建设也在加速。中国城市轨道交通协会（以下简称“城轨协会”）2023年10月1日发布的数据显示，2023年前三季度共计新增城轨交通运营线路493.49公里。从运输能力来看，新增大运能系统（地铁）238.30公里，占比48.29%；中运能系统（含轻轨、市域快轨）167.96公里，占比34.03%；低运能系统（含有轨电车、电子导向胶轮系统、导轨式胶轮系统、悬挂式单轨）87.23公里，占比17.68%。

城轨协会称，到2023年年底还会开通城轨交通运营线路300公里左右，全年新增城轨交通运营线路总长度将超过800公里。

关于全年投资金额，城轨协会在2023年4月发布的报告中曾预计，2023年城市轨道交通计划完成投资额约4358亿元，预计车辆投资190亿元。

互联互通迎突破

近年来，国家层面一直在推动轨道交通“四网融合”。2019年2月，国家发展和改革委发布的《关于培育发展现代化都市圈的指导意见》指出，推动干线铁路、城际铁路、市域（郊）铁路、城市轨道交通“四网融合”，探索都市圈轨道交通运营管理“一张网”。2019年9月，中共中央、国务院发布的《交通强国建设纲要》也提出，建设城市群一体化交通网，推进干线铁路、城际铁路、市域（郊）铁路、城市轨道交通融合发展。

2023年，多制式轨道交通网融合有了新的突破。2023年11月30日，国内首条双流制轨道交通线路重庆江跳线列车可实现从江跳线圣泉寺站运行至重庆地铁5号线石桥铺站，换乘方式由“人换乘”进阶为“车换线”，逐步满足乘客“一车直达”的出行需求。

江跳线通过双流制技术（牵引供电系统采用直流1500V与交流25KV双制式转换），完成车体交直流供电系统的相互转换，实现了市域（郊）铁路与城市地铁贯通运营，属国内首例，在全国轨道交通领域具有示范性意义。

近年来，北京、江苏、广东等多地均在积极推进市域铁路、城际铁路与城市地铁互联互通。接近北京市政府人士对记者透露，北京市曾派团队赴重庆学习江跳线建设运营经验，并计划以市郊铁路东北环线为试点，推动该线路与地铁19号线实现跨线运营。“目前，该项目正在前期研究阶段，预计‘十四五’时期将有所突破。”

官方层面对于未来基础设施互联互通也更加重视。国家铁路局官网发布的消息显示，2023年12月15日，国家铁路局在上海召开长三角地区铁路基础设施互联互通调研座谈会。会议强调，要加强规划引领，构建一体化设施网络；强化标准支撑，推进基础设施软联通；加强政策保障，完善综合协同管理机制，着力提升以铁路为骨干的轨道交通网络一体化发展水平。国家铁路局将和有关方面共同做好综合枢纽一体化建设、安检互信、票务互通等重点工作，加快推进铁路等各类轨道交通基础设施“硬联通”和标准政策“软联通”。

2023年，我国轨道交通为沿线经济发展赋能效应进一步凸显。图为重庆轨道交通10号线。 视觉中国/图

“走出去”成果丰硕

2023年，中国轨道交通行业在海外市场表现突出。2023年10月17日，中国和印度尼西亚两国元首亲自关心推动的中印尼共建“一带一路”合作旗舰项目——雅万高铁正式开通运营，“千岛之国”的印尼跨入高铁时代，中国高铁首次全系统、全要素、全产业链在海外落地。

2023年是共建“一带一路”倡议提出10周年，也是中印尼建立全面战略伙伴关系10周年。10年来，中国大力推动铁路“走出去”，中欧班列累计开行超过7.8万列，为世界经济发展注入新动力，中老铁路、匈塞铁路、雅万高铁等一大批标志性项目陆续取得重大进展，铁路建设成为高质量共建“一带一路”的生动实践。

在雅万高铁正式开通的同一天，在第三届“一带一路”国际合作高峰论坛上，中国中车旗下中车长春轨道客车股份有限公司（以下简称“中车长客”）与塞尔维亚建设交通和基础设施部正式签署了塞尔维亚高速动车组车辆采购商务合同。

中车长客国家轨道客车工程研究中心副主任王成涛对记者表示，此次签约的高速动车组是根据欧洲互联互通技术规范（TSI）和欧洲技术标准，以及匈塞铁路具体需求，为匈塞铁路量身打造的电动车组，具有智能、绿色、舒适等特点。“依据欧洲行业标准，这也是中国时速200公里以上高速动车组首次出口欧洲。”

国铁集团副总经理王同军在2023年11月曾透露，按照构建“一带一路”立体互联互通网络行动要求，未来中国铁路将重点推动泛亚铁路、中亚铁路、欧亚铁路、西伯利亚铁路、两洋铁路、环球铁路等“一带一路”六大跨境铁路持续走深走实，助力区域互联互通和经济社会发展。

在城市轨道交通领域，“走出去”成果同样喜人。2023年1月24日，中国铁建下属子公司中国土木工程集团有限公司签署了尼日利亚拉各斯轻轨蓝线二期合同。线路全长约14公里，双线铺轨，新建6座车站。2023年6月6日，中国出口阿根廷胡胡伊项目首列车在河北唐山下线，这是中国首列出口新能源轻轨列车。2023年6月14日，新加坡陆路交通管理局授标中车四方股份公司联合体新加坡跨岛线项目车辆合同，包括44列6编组地铁列车，及11列车增购和长期支持服务，合同价值5.89亿新元（4.39亿美元），该项目将是中国轨道交通装备企业在新加坡的首个全寿命周期项目。

全球各地飞驰的中国轨道交通列车，犹如一张张流动的中国“国家名片”，增益世界产业生态及民众福祉。

2024
新年特刊

⇘B1

金融为民

编者按/2023年是全面贯彻落实党的二十大精神的开局之年。党的二十大报告将“坚持以人民为中心的发展思想”作为全面建设社会主义现代化国家必须牢牢把握的重大原则。对于金融业而言，坚持“金融为民”的发展理念，既是金融工作的本色，也是新时代赋予金融业的重任，更是推进金融事业高质量发展、建设金融强国的根本价值取向。

金融是国家重要的核心竞争力，2023年10月底召开的中央金融工作会议，全面系统擘画了金融强国建设的宏伟蓝图，明确了当前和今后一段时间内金融高质量发展的指导思想、根本遵循和行动指南，提出“做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章”。

方向既定，2024年金融业的崭新发展图景正徐徐展开。

金融监管变革

文/ 慈玉鹏

2023年，金融监管组织体系经历了较大变革：中央金融委员会、中央金融工作委员会组建，成为金融领域的最高决策层；国家金融监督管理总局设立，原“一行两会”监管体系变更为“一行一会一局”。金融监管职责重新进行划分，权责更加明确。

同时，金融监管规则不断优化。2023年推出了《商业银行金融资产风险分类办法》《保险销售行为管理办法》《期货交易所管理办法》《汽车金融公司管理办法》等一系列文件，根据金融市场变化，及时更新了业务监管模式。

业内人士表示，2024年，强监管、严监管态势将持续，地方金融监管职责将进一步厘清。同时，机构监管、行为监管、功能监管、穿透式监管、持续监管五大金融监管理念将进一步深化落实，全覆盖的金融监管体制机制将进一步完善，从而更好地把控风险，为金融事业发展保驾护航。

“一行一会一局”体系建立

2023年3月，《党和国家机构改革方案》（以下简称“《方案》”）发布，提出组建中央金融委员会，加强党中央对金融工作的集中统一领导，作为党中央决策议事协调机构。同时，设立中央金融委员会办公室，作为中央金融委员会的办事机构，列入党中央机构序列，不再保留国务院金融稳定发展委员会及其办事机构。另外，组建中央金融工作委员会，统一领导金融系统党的工作，指导金融系统党的政治建设、思想建设、组织建设、作风建设、纪律建设等。

根据《方案》内容，在中国银行保险监督管理委员会基础上组建国家金融监督管理总局，统一负责除证券业之外的金融业监管，统筹负责金融消费者权益保护，加强风险管理和防范处置，依法查处违法违规行为，作为国务院直属机构，不再保留中国银行保险监督管理委员会。

2023年11月，中国机构编制网发布《国家金融监督管理总局职能配置、内设机构和人员编制规定》及《中国证券监督管理委员会职能配置、内设机构和人员编制规定》。2023年10月，《中共中央办公厅 国务院办公厅关于调整中国人民银行职责机构编制的通知》发布。至此，三部门“三定”方案落地，职能及目标进一步明确。

中国银行（601988.SH）研究院研究员赵廷辰告诉《中国经营报》记者：“2023年11月10日，中央编委（办）发布《国家金融监督管理总局职能配置、内设机构和人员编制规定》，对国家金融监督管理总局的职责架构进行调整。国家金融监督管理总局职能部门大幅重构，涉及合并、拆分、新设以及维持原状等，形成‘全监管、无空白’的新监管模式。”

赵廷辰指出，2023年中央金融工作会议强调：“全面强化机构监管、行为监管、功能监管、穿透式监管、持续监管。”上述改革体现了这些要求，将对未来金融业监管和发展产生深远影响。第一，大型银行司、股份制和城商行司、农村中小银行司、财产保险司、人身保险司以及非银机构司等部门，履行对各类金融机构的日常监管职能，凸显监管统一全覆盖特征。第二，科技监管司、普惠金融司、资管机构监管司等分别从特定的业务实施功能监管。第三，逐步建成覆盖全面的金融稽查体系，稽查局组织对违法违规金融活动相关主体进行调查、取证，提出处理意见，银行机构检查局、保险和非银行机构检查局在现场检查的基础上提出行政处罚建议，行政处罚局据此进行行政处罚。第四，金融监管总局专门设立机构准入司，负责银行业机构、保险业机构、金融控股公司等法人金融机构的新设审查，审查范畴包括经营业务范围和高管任职资格等。

此外，根据“三定”方案，中国人民银行的金融市场司、宏观审慎管理局职能调整较大，不再保留金融消费权益保护局。中国证券监督管理委员会（以下简称“证监会”）内设19个正司局级机构，其中，新设立的综合业务司承担资本市场整体发展规划和重大问题研究、深化资本市场改革研究工作，起草综合性文件，承担跨业务条线有关工作的综合协调。

针对2023年金融监管的主要变化，金融监管专家周毅钦告诉记者：“一是新的金融监管决策议事领导机构，中央金融委员会、中央金融工作委员会组建完成，成为金融领域的最高决策层。二是新的金融监管体制，在银保监会基础上成立更高规格的国家金融监督管理总局，相关工作人员全部纳入公务员编制。三是新的金融监管职责划分，中国人民银行、国家金融监督管理总局、证监会等中央金融监管部门，以及地方金融监管部门的相关职责进行了重新划分，职责更加清晰，不留监管空白。四是新的金融监管理念，本次改革将强化机构监管、行为监管、功能监管、穿透式监管、持续监管五大金融监管理念。整个金融监管工作将积极贯彻中央金融工作会议精神，有效调整中央和地方政府金融监管职责，规范金融市场运行秩序，更好地支持金融创新，控制金融风险。”

强监管、严监管将持续

2023年，金融治理规则与时俱进，不断调整优化。

国家金融监督管理总局方面，2月发布《商业银行金融资产风险分类办法》，进一步明确分类资产的范围，厘清金融资产五级分类与会计处理的关系，优化部分分类标准；11月发布《商业银行资本管理办法》，修订重构第一支柱下风险加权资产计量规则，完善调整第二支柱监督检查规定，提升第三支柱信息披露标准和内容。12月发布《养老保险公司监督管理暂行办法》，弥补了养老保险公司缺乏专门监管规定的制度短板，进一步推动养老保险机构聚焦主业。

国家金融监督管理总局设立，职能部门大幅重构，形成“全监管、无空白”的新监管模式。 视觉中国/图

证监会方面，3月发布修订后的《期货交易所管理办法》，进一步落实《期货和衍生品法》要求，健全和完善相关制度规定；12月发布《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》，健全上市公司常态化分红机制，提高投资者回报水平。

另外，2023年《银行保险机构涉刑案件风险防控管理办法》《汽车金融公司管理办法》《信托公司监管评级与分级分类监管暂行办法》《上市公司股份回购规则》《期货市场持仓管理暂行规定》等一系列文件发布，全面优化监管规则。

国家金融监督管理总局党委书记、局长李云泽2023年12月公开表示，未来将进一步健全金融法治，做好法规政策的“立改废释”，与时俱进完善审慎监管规则，扎紧制度的“铁篱笆”。

李云泽同时指出，国家金融监督管理总局将在中央金融委员会的统筹领导下，协同构建全覆盖的金融监管体制机制，做到同责共担、同题共答、同向发力，确保监管无死角、无盲区、无例外。主要包括：一是中央金融管理部门对各自监管领域分兵把守，既要管“有照违章”，更要管“无照驾驶”。二是行业主管部门在职责范围内防范和配合处置本行业本领域的非法金融活动。三是相关职能部门严把登记注册、广告营销等关口，坚决防止乱办金融。四是国家金融监督管理总局将牵头建立监管责任归属认领机制和兜底监管机制，确保一切金融活动特别是非法金融活动有人看、有人管、有人担责，推动明确跨部门跨地区和新业态新产品等金融活动的监管责任归属。确实难以明确责任的，由国家金融监督管理总局负责兜底。

东北地区某金融研究人士表示，从2023年来看，金融监管加大了对违法违规行为的惩处力度，前三季度共处罚银行保险机构2978家次，处罚责任人员5512人次，罚没合计63亿元。而2022年，原银保监会银行保险机构的罚没合计为28.99亿元，相当于2023年前三季度的46%。2024年，金融监管将持续强监管、严监管态势，坚决做到“长牙带刺”。

北京地区某银行从业人士表示，我国目前金融行业总体风险可控。但值得注意的是，2023年10月底召开的中央金融工作会议指出：“经济金融风险隐患仍然较多。”从监管的态度上看，未来将继续加快推进中小金融机构改革化险，坚持分类精准施策，继续推动“一省一策”“一行一策”“一司一策”制订风险处置方案，有效降低金融风险。

周毅钦告诉记者，2024年的金融监管变化包括：一是金融类法律法规将会加快进度，包括金融稳定法、中国人民银行法、商业银行法、保险法、反洗钱法、银行业监督管理法等一系列相关法规的修订亟须在2024年加快推进，为金融业发展保驾护航。二是地方金融监管职责需要进一步理清，中央金融监管部门的地方派出机构和地方金融监管部门之间的职责划分需要进一步明确。三是“三定”方案实施落地，金融监管“长牙带刺”，紧紧围绕强监管、严监管，不断加大对于金融机构违法违规行为的惩戒和威慑。四是在金融改革过程中积极化险，及时处置中小金融机构风险，金融监管部门之间密切配合，稳妥推进重点机构改革化险工作。

宽货币下的信贷风险逻辑

文/杨井鑫

金融是实体经济的血脉，为实体经济服务是金融的根本宗旨。作为国家核心竞争力的重要组成部分，金融发展关系到中国式现代化建设全局。

近年来，银行信贷总量的高增长为实体企业创造了更好的融资环境，降低了企业融资成本，促进了资本积累和技术创新，推动了经济发展。与此同时，实体企业的盈利能力有所提升，市场竞争力增强，在一定程度上使得银行信贷的风险稳中有降。

实际上，不论是小微企业贷款还是制造业贷款或科创贷款，以往这类风险较高的贷款，如今则成为大部分银行信贷业务的重点。为何高风险领域贷款摇身一变成了银行争抢的“香饽饽”？这与银行的信贷风险逻辑有着密切关系。

2024年，在“稳经济”的政策引导下，加大信贷投放仍将是银行业的主旋律。同时，防范和化解金融风险也要求银行在金融风险上能够把好关，提升风险控制能力，尤其是创新使用新技术或模型，解决信贷主体需求和金融资源匹配的问题。

信贷增量创新高

金融支持“稳经济”被寄予厚望。信贷投放量加大，对经济企稳回升具有重要的推动作用。

2023年10月底召开的中央金融工作会议提出，要加快建设金融强国，并具体提出了金融要为经济社会发展提供高质量服务；要全面加强金融监管，有效防范化解金融风险；加强党中央对金融工作的集中统一领导的三项任务。

11月20日召开的中央金融委员会会议，审议通过了推动金融高质量发展相关重点任务分工方案，并要求按照分工方案要求严格履职尽责，全力推动各项任务落地见效。对于中国人民银行（以下简称“央行”）而言，最重要的工作是要着力营造良好的货币金融环境，注重做好跨周期和逆周期调节；对于国家金融监督管理总局而言，最重要的工作是全面加强金融监管，持续加大存量风险化解力度。

12月18日，央行召开经济金融形势专家座谈会，央行行长潘功胜表示，要为经济持续回升向好营造良好的货币金融环境，包括保持货币信贷总量和社会融资规模合理增长；加强与财政、监管等政策的协调配合，持续加大对重大战略、重点领域和薄弱环节的支持力度；合理把握利率水平，推动实体经济融资成本稳中有降；统筹内外均衡，保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定。

央行统计数据显示，截至2023年11月末，我国人民币贷款余额为236.42万亿元，同比增长10.8%。前11个月我国人民币贷款增加21.58万亿元，同比多增1.55万亿元。市场预计，2023年全年新增贷款规模可能达到23万亿元，将再度创出历史新高。

纵观历年的贷款数据，如今信贷投放的增速处在一个较高的水平。2016年我国信贷余额首次突破百万亿元，到2022年规模超过了200万亿元，而2023年11月末余额就超过236万亿元。

“这两年，不少企业生产经营面临较大的困难，有效融资需求下降。按照国家的决策部署，金融系统要从信贷总量、结构和可持续三个方面着力，加大对实体经济支持力度，全力以赴稳住经济基本盘。”接近监管的人士表示。

该人士称，在加大信贷投放的同时，盘活存量金融资源是监管当前的一项重要工作。银行要提升资金的使用效率，加大对重大战略、重点领域和薄弱环节的信贷支持，减少信贷资金投放后迅速以定期存款等方式回流到银行系统的情况。

11月8日，潘功胜在“金融街论坛”上亦表示，盘活存量贷款、提升存量贷款使用效率、优化新增贷款投向，这三方面对支撑经济增长同等重要。

民生银行（600016.SH）首席经济学家温彬称，2024年，在“稳健的货币政策要灵活适度、精准有效”以及信贷投放“总量适度、节奏平稳”的总基调下，货币信贷增长既会对实体经济保持稳固支持力度，又会强调可持续地平稳投放，更好匹配宏观经济发展和经营主体需求。金融机构将准确把握货币信贷供需规律和新特点，加强货币供应总量和结构双重调节，更好平滑月度和季度间波动，以信贷增长的稳定性促进我国经济稳定增长。

银行信贷总量的高增长为实体企业创造了更好的融资环境，降低了企业融资成本，促进了资本积累和技术创新，推动了经济发展。 视觉中国/图

风险稳中有降

在银行金融机构加大信贷投放的同时，银行业的不良率则在持续下行。国家金融监督管理总局发布的主要监管指标显示，截至2023年三季度末，商业银行不良贷款余额为3.2万亿元，不良率为1.61%，为8年来的最低水平。

《中国经营报》记者了解到，自2015年以来，商业银行不良率在8年间呈现倒V字结构。2015年商业银行整体的不良率为1.67%，此后5年间缓慢上行至2020年的1.92%，然后下降至当前的1.61%。

“与2017年以前相比，商业银行的经营环境和企业的融资环境有了翻天覆地的变化。”一家股份制银行人士表示，以前是企业求着银行放贷款，而今则是银行上门求着企业做贷款。同时，在政策的引导下，很多企业的贷款利率很低，银行之间在价格上的竞争很激烈。

值得一提的是，目前小微贷、科创贷、制造业贷款等均是各家银行信贷的重点领域，银行争相抢夺客户，这与十年前的情况截然不同。

上述股份制银行人士表示：“十年前，银行信贷都在‘垒大户’。小微企业贷款往往因金额小、风险高被银行拒之门外。可能100笔小微企业的贷款金额，比不上一笔规模企业的贷款金额，客观上造成了银行不太愿意发放小微企业贷款。但是，在利率市场化推进之后，银行息差收窄，政策鼓励银行业务下沉，并设置了监管考核指标，银行也意识到了小微信贷的重要性。”

“此前市场普遍比较担忧银行对小微企业贷款的资产质量情况。然而普惠金融已经推进10年了，不少银行的小微企业贷款不良率是低于该行平均不良率的。”该股份制银行人士表示。

按照她的说法，在银行尝试加大对小微企业信贷投放的同时，银行在商业模式上的探索和风控手段上的创新，对该项业务有着强而有力的支撑。以前，银行对于小微企业贷款大多是对单一企业的贷款。而今，该业务被放在供应链和产业链上进行，风控的手段也主要是基于对企业的画像，数据覆盖了企业的信息流、资金流、货物流。

农业银行（601288.SH）相关人士表示，银行在对科创企业授信过程中，对于风险认知的逻辑也在变化。比如，以往采用抵押形式向银行申请贷款的企业被认定为优质企业，企业贷款利率有一定优惠。但是，当下科创类贷款多数以信用贷款为主，采用抵押形式贷款的企业反而资质相对不高。“资质好的企业都是做的信用贷款，只有资质相对差一些的企业，银行才会要求企业以抵押的形式做增信。”

而对于银行而言，制造业的信贷风险也在随环境变化而变化。记者了解到，2017年以前，银行对于制造业贷款规模总体呈现下降趋势，部分银行的制造业贷款不良率也持续处在高位。现在，制造业贷款在2023年5月末已经突破了30万亿元大关，仅2022年一年的新增贷款就达到4.7万亿元。

上述股份制银行人士表示：“同样的制造企业，同样的银行，银行对企业风险评估的差异也会因为环境变化而有所不同，包括政策环境和企业融资环境，这从侧面也说明了金融对实体企业的重要性。”

她向记者解释称，由于宏观经济形势变化，不少制造业企业在2017年至2018年间遇到了经营困难，盈利能力下降，向银行贷款较难，形成了恶性循环。很多企业流动性紧张，融资成本上升，甚至停产倒闭。而今，银行加大了对制造业的贷款力度，降低了融资成本，企业流动性充裕，盈利能力有所上升，形成了良性循环。

实践证明，银行在加大制造业贷款规模的同时，领域贷款的不良率亦下降明显。上市银行业绩报显示，工商银行（601398.SH）2023年6月末制造业贷款余额为2.38万亿元，不良率为2.31%，而该行2020年年末制造业贷款余额为1.56万亿元，不良率为4.2%。建设银行（601939.SH）2023年6月末制造业贷款余额为2.14万亿元，不良率为2.15%，而2020年年末该行的制造业贷款余额为1.29万亿元，不良率为6.03%。

此外，银行贷款利率的下降对企业来说也意义重大。四川省一家制造业企业集团财务总监对记者表示，大型制造业企业的盈利能力比较稳定，但是毛利率总体不高，大概在6%～8%。一旦企业融资成本太高，肯定是直接影响企业的利润，甚至会让企业生产亏损。“近两年，银行贷款利率持续下行，每年企业在贷款利息上的财务支出减少就有几百万元，这对于制造企业经营的帮助非常大。”

“银行金融机构对于小微企业、制造业等重点领域和薄弱环节的信贷，更多时候体现的是银行的责任担当，并非利润方面的考虑。银行在对实体企业提供金融服务时，也不是看单笔信贷的利润，而是看整体的一揽子收益。银行在对企业让利的同时，帮助企业做强做大，也是与客户共同成长的一个过程。”上述股份制银行人士表示。

她认为，如今整个社会的信息透明度、企业信息的可视化程度已很高，社会上专业服务于授信调查的机构已经为银行做了很多前瞻性的工作，为银行工作提供了支持和便利。随着经济的发展，金融场景越来越丰富，银行相应的业务和产品创新也越来越多。同时，银行信贷审批、风险管理文化变革，已经打破了旧的思维和管理制度，在判断新事物上已经逐步与实际相结合。

“展望未来，监管一直强调金融的逆周期调节功能，信贷总量增加仍会是稳经济的一项重要手段。在银行信贷投放过程中，大数据、人工智能等新技术将更加广泛地应用于新场景，更准确地识别风险，以提升金融对实体经济的服务质效。”上述股份制银行人士指出。

从“关键一跃”到“走深走实” 资本市场释放枢纽效能

文/罗辑

2023年，随着陕西能源（001286.SZ）、中电港（001287.SZ）、江盐集团（601065.SH）等主板注册制首批10家企业正式上市，我国股票发行注册制改革全面落地。

这不仅标志着我国证券市场30余年来，股票发行制度改革圆满完成“关键一跃”，更标志着我国资本市场改革发展将继续向“深处”迈进。2023年10月底的中央金融工作会议，对发展资本市场提出了更高要求。会议提出，优化融资结构，更好发挥资本市场枢纽功能，推动股票发行注册制走深走实，促进债券市场高质量发展以及活跃资本市场等发展要求。

从“关键一跃”到“走深走实”，多位受访业内人士、专家指出，我国资本市场改革并非一蹴而就，而是统揽大局与多端协同、稳定预期和持续渐进的改革深化。下一阶段，随着构建中国特色现代资本市场的政策框架和投资端改革等具体举措出台落地，政策效果持续释放，资本市场生态将进一步改善，资本市场的枢纽功能将持续提升。

2023年12月14日，中国证券监督管理委员会（以下简称“证监会”）召开党委（扩大）会议，对2024年工作任务部署提出，扎实推动建设中国特色现代资本市场政策框架落地实施，加快建设安全、规范、透明、开放、有活力、有韧性的资本市场，为经济持续回升向好和中国式现代化贡献更大力量。

服务实体经济效能持续提升

作为资本市场改革的“牛鼻子”工程，全面实行股票发行注册制改革的顺利落地及平稳运行，有力加快了中国特色现代资本市场的建设，资本市场服务实体经济高质量发展的能力和水平大幅提升。

Wind数据显示，2023年A股IPO募资规模再次全球领先。截至2023年12月20日，A股完成IPO项目合计341个，总计完成约3490亿元的资金募集，首发项目平均募资规模约102亿元；增发331家，合计完成约3612亿元资金募集；可转债发行147家，合计完成约1375亿元资金募集。

虽然纵向而言，受多重因素影响，IPO数量和规模较2022年有所下滑，但横向比较来看，在2023年全球新股市场普遍疲弱的情况下，A股全年募资额约占全球筹资额的四成以上，沪深交易所位列全球IPO募资额前两位，持续释放服务实体经济效能。同时，就募资行业来看，资本货物（包括航空航天与国防、电气设备、机械等）、半导体与半导体生产设备、材料、技术硬件与设备、汽车与汽车零部件等五个行业占据了2023年A股IPO募资额的前五。在前十大IPO项目中，半导体企业更是占据了前三名，募资额占比超五成。

安永大中华区上市服务主管合伙人何兆烽表示：“随着全面注册制走深走实，资本市场对科技创新的制度包容性、适配性更强，市场结构更优，推动经济转型的能力显著提升。”

进一步来看，随着资本市场改革深化，多层次资本市场构建越发完善，市场生态向着健康良性发展。以北京证券交易所（以下简称“北交所”）为例，经过持续深化改革，2023年下半年以来北交所交投持续活跃，不少个股实现快速上涨。800余只公募基金以及社保基金、QFII等机构入场，“投早、投小、投新”生态逐步形成。

“2023年9月1日，《中国证监会关于高质量建设北京证券交易所的意见》发布，全面部署一揽子举措，为高质量建设北交所划定了清晰的改革发展路线图。此次全面改革立足当前、谋划长远，明确了北交所的未来发展目标。”国金证券投行相关负责人指出，目前来看，北交所各项配套措施的出台将持续推动北交所在高质量扩容、改善流动性方面快速迈进，服务创新型中小企业的能力不断提升，为支持高水平科技自立自强持续释放动能。

北京市社会科学院副研究员王鹏认为：“当前，中国经济结构转型升级、科技创新持续推进，定位为服务创新型中小企业的北交所改革深化、逐步发展成熟，不仅提升了资本市场对中小企业发展的金融支撑力度，也为不同需求的投资者提供了更多参与创新型中小企业发展机遇的窗口。长期来看，北交所市场的发展前景广阔，随着我国资本市场改革的深入推进和创新型中小企业的不断发展，北交所市场的规模和影响力有望进一步提升，而北交所市场的活跃和繁荣也将提升整个资本市场的活力和吸引力，让资本市场服务实体经济的效能持续提升。”

“2023年2月，全面注册制正式施行，资本市场制度变革再次取得突破性进展。与注册制改革同步发生的理念革新、机制优化，以及在把关方式、透明度、监管执法等方面的深刻变化则意义更为重大。”瑞银集团中国区总裁、瑞银证券董事长钱于军对《中国经营报》记者表示，“作为一家深耕中国市场30余年的外资机构，瑞银从注册制推行前的相关制度讨论，到全面注册制推行的各个重要时间节点，均积极参与。在实践中，我们亲身体会到了注册制改革为活跃资本市场、赋能实体经济、推动金融开放带来的积极影响。作为全面注册制的深度参与者，我们相信全面注册制的改革势必将向更广、更深的维度进发。”

壮大“耐心资本” 活跃资本市场

随着融资侧的多项重要改革顺利迈进，资本市场下一步的改革发展重点在哪里？

2023年7月，中共中央政治局会议首次提出：“活跃资本市场，提振投资者信心。”10月底，中央金融工作会议对“加快建设金融强国”“推动我国金融高质量发展”作出部署，其中再次提到：“活跃资本市场”。“整体来看，从2023年下半年开始，全面深化资本市场改革已迈入新阶段，改革的重心由融资端转为投资端。”中原证券非银分析师张洋提到。

2023年以来，一系列涉及投资端改革的实效举措出台，例如保险公司偿付能力监管标准优化、社保基金投资管理办法修订等，中长期资金入市通道不断打开。同时，交易成本持续降低，证券交易印花税实施减半征收、降低融资保证金、规范上市公司股份减持行为等政策组合拳相继出台，投资端改革进入实质性阶段。

在上述背景下，从投资机构的角度出发，安爵资产管理有限责任公司董事长刘岩提到，受益于全面注册制改革落地，包括创新性高质量高科技企业在内的许多优质企业成功上市，为投资者带来大量极具潜力的投资机会。此外，监管部门采取了一系列措施，一些市场操纵、内幕交易等不良行为得到有效遏制，这为维护市场的公正、透明、为市场的稳定和健康发展提供了有力保障。

上述政策趋势还将在2024年延续、深化。2023年12月，证监会召开相关会议提到，将扎实推动建设中国特色现代资本市场政策框架落地实施，并将大力推进投资端改革，推动健全有利于中长期资金入市的政策环境，引导投资机构强化逆周期布局，壮大“耐心资本”；坚守监管主责主业，有效防范化解资本市场重点领域风险；提升资本市场服务高质量发展的质效，有序推进资本市场高水平双向开放等多方面内容。

展望2024年，刘岩提到，期待在壮大“耐心资本”的推动下，银行、保险等大型机构在内的投资者更积极地参与证券投资市场，共同推动市场的发展和繁荣，进一步提高我国资本市场的竞争力和创新力。同时，期待监管层以优化注册制为核心，持续推动市场在IPO和退市方面更加市场化、灵活和高效的运作，并且持续加强市场监管，确保市场的公平、公正和公开。此外，进一步扩大对外开放，吸引更多的国际投资者参与，也为国内企业提供更多走向世界的机遇。

“在资本市场改革的新蓝图中，资本双向开放是不可或缺的一环。”钱于军表示，未来，随着中国资本市场的不断发展和开放，国际化、机构化和创新化三大趋势将起到重要的引导作用。“现在，随着中国经济进入高质量发展阶段，资本市场改革也正在扩宽广度的同时向纵深推进。我们热切期待中国资本市场在不断的创新与探索中发展演进，并让各类市场主体一同参与到改革与优化的历史进程中来。我相信，中国资本市场有望在全球范围内发挥重要作用，成为吸引大规模外资进入的一个主流市场，并为中国资本‘走出去’提供坚实的‘母国市场’基础。”钱于军指出。

王鹏从建设中国特色现代资本市场的角度展望称：“2024年，预计资本市场改革将继续深化，政策将表现出延续性、稳定性，市场预期将进一步落地，市场信心也有望提升。在资本市场服务实体经济的效能不断凸显的同时，股东的权益保障得到进一步提升，交易成本下降、投资通道打开，投资者的获得感有望得到持续改善。”

谋篇布局科技金融大文章

文/王柯瑾

科技是第一生产力，人才是第一资源，创新是第一动力。

近年来，我国高度重视提升金融服务实体经济质效、推动高质量发展。2023年10月召开的中央金融工作会议提出，做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章。科技金融成为五篇大文章之首，彰显金融服务科技创新的重要使命。

随着科技创新加快推进，金融科技不断迭代为金融业发展提供了源源不竭的动力和源泉。招联消费金融股份有限公司首席研究员、复旦大学金融研究院研究员董希淼分析认为，展望未来，金融机构需要用好金融科技创新发展科技金融，实现金融与科技“双向赋能”，进而促进科技与金融“双向奔赴”，共同做好科技金融大文章。

多层次金融生态 赋能科技创新

当前，我国正在推动完善全方位、多层次的科技金融服务体系。中国人民银行、科技部、国家金融监督管理总局、中国证监会联合召开科技金融工作交流推进会时指出，要聚焦科技创新的重点领域和金融服务的短板弱项，深化金融供给侧结构性改革，推动完善包括信贷、债券、股票、保险、创业投资、融资担保在内全方位、多层次的科技金融服务体系，不断提高金融支持科技创新的能力、强度和水平，为加快实现高水平科技自立自强贡献金融力量。

国家统计局数据显示，2023年前10个月，高技术产业投资同比增长11.1%，其中高技术制造业和高技术服务业投资分别增长11.3%、10.5%。高技术制造业中，航空、航天器及设备制造业，医疗仪器设备及仪器仪表制造业投资分别增长19.0%、16.7%；高技术服务业中，科技成果转化服务业、专业技术服务业投资分别增长37.3%、29.1%。

产业高速发展离不开金融的助力。从银行业角度看，多家银行机构通过加大科创企业贷款支持力度、探索科技支行专营机构、投贷联动等方式支持科创企业发展。

中国人民银行披露数据显示，截至2023年6月末，高技术制造业中长期贷款余额为2.5万亿元，同比增长41.5%，连续3年保持30%以上的较高增速；科技型中小企业贷款余额为2.36万亿元，同比增长25.1%，连续3年保持25%以上的较高增速；全国“专精特新”企业贷款余额为2.72万亿元，同比增长20.4%，连续3年保持20%以上的增速。

从资本市场角度看，我国推出了科创票据、科创公司债等债券产品，拓宽科技型企业直接融资渠道；设立科创板、北交所，深化新三板改革；引导创业投资和私募股权投资基金持续健康发展。中国人民银行数据显示，截至2023年6月末，科创票据、科创公司债余额约4500亿元，超过1000家“专精特新”中小企业在A股上市，创业投资和私募股权投资基金管理规模近14万亿元。

今年以来，证监会多次强调资本市场支持科技创新的重要性。2023年7月24日中央政治局会议后，证监会表示，制定实施资本市场服务高水平科技自立自强行动方案。证监会还提出，建立完善突破关键核心技术的科技型企业上市融资、债券发行、并购重组“绿色通道”，以及健全资本市场服务科技创新的支持机制，引导资源向科技创新领域集聚，激发市场科技创新活力，助推科技企业做优做强，畅通“科技-产业-金融”良性循环等。

展望未来，业内分析科技创新需要进一步健全全方位、多层次的政策和金融服务体系支持。

董希淼分析认为：“首先，股票市场和债券市场应进一步加大支持和服务力度。一是采取差异化措施，优先支持创新能力强、发展潜力大的科技型企业在主板市场上市，降低融资成本和企业杠杆率；突出‘更早、更小、更新’，推动更多‘专精特新’科技型企业在北交所、科创板、新三板上市，提升直接融资比重。二是大力发展债券市场，采取增信措施，支持更多科技型企业通过发行债券，获得持续的中长期融资，缓解融资难、融资贵等问题。三是创新投贷联动等服务模式，鼓励银行与创投机构合作，为科技型企业同时提供债权融资和股权融资，不断拓宽科技型企业融资方式和渠道。”

“其次，银行作为我国金融业的主体，应在科技金融发展中发挥更大作用。银行应突出重点，优化信贷资源配置，探索金融与科技融合新模式、新路径。比如，加大对先进制造业、高技术制造业、战略性新兴产业等领域科技型企业的全方位金融支持，提高对具有核心技术、成长性强的科技型企业的服务力度。银行理财公司也可以发挥牌照多元、机制灵活等优势，通过发行主题理财产品等方式，加大对科技型企业的投资。”董希淼建议。

此外，董希淼表示，高质量发展科技金融，对相关部门来说，要加大对科技金融政策支持，包括财税政策、货币政策等。此外，地方政府可以“建设科创金融改革实验区”为契机，做好三方面工作：一是进一步夯实数据基础设施，优化科技金融政策环境；二是强化政府引领，完善科技金融风险分散、分担和补偿机制；三是探索科技金融智库建设，加强对科技金融研究和品牌塑造。

多元化产品体系 破解融资难题

发展科技金融，重点是支持服务好科技型企业。科技创新型企业有其自身特点，需要金融机构不断完善产品与服务才能更精准地赋能其发展。

“科技型企业具有高成长性，但可能存在投资周期长、投资风险高等问题，同时普遍存在资产较轻、缺乏抵押物等现象。”董希淼认为。

为解决融资难题，多家银行探索破解之道。记者从建设银行（601939.SH）了解到，在企业评价方面，该行一是创新构建“科技型企业创新能力评价体系”。针对科技型企业轻资产、重智力、专业性强等特点，该行突破传统单纯依靠资产负债表、利润表和现金流量表“三张表”的评价体系，创新推出“科创评价”的第四张表“科技创新表”，着力突出科技属性，围绕知识产权这一核心创新要素，从技术转化能力、研发投入的稳定性和强度等多个维度，评价企业的持续创新能力，并进行差别化增信支持，将知识产权等方面的无形资产，从轻飘飘的纸张，转变为沉甸甸的信用，实现不看“砖头”看“专利”，帮助科技型企业更好发挥科技创新主体作用。二是推进科技成果评价改革试点工作，融合科创雷达、评价评估、信贷服务、股权投资、生态服务，打造科技金融“价值”服务体系，创新研发标准化评价方法工具。

科技型企业具有轻资产、重股权特征，需要长期限的“耐心资本”。建设银行强化母子公司协同联动，在信贷融资的基础上，提供股债联动、私募股权基金、债券发行、资管产品、保险产品等投融资业务的一体化服务，有效满足科技型企业个性化融资需求。在孵化阶段，以科创股权进行投资、培育，并提供产教融合等多项增值服务，助力企业快速成长；在育成阶段，支持企业通过知识产权、创新能力等科技属性获得信贷融资；在科技成果转化成熟阶段，针对头部科技型企业，提供并购贷款、并购重组财务顾问、跨境银团、并购债券发行等综合金融服务，协助企业开展境内外并购，服务企业引进来、走出去，配套对接高成长债等债务融资工具。

金融助力科技企业发展 （截至2023年6月末）

从资本市场角度看

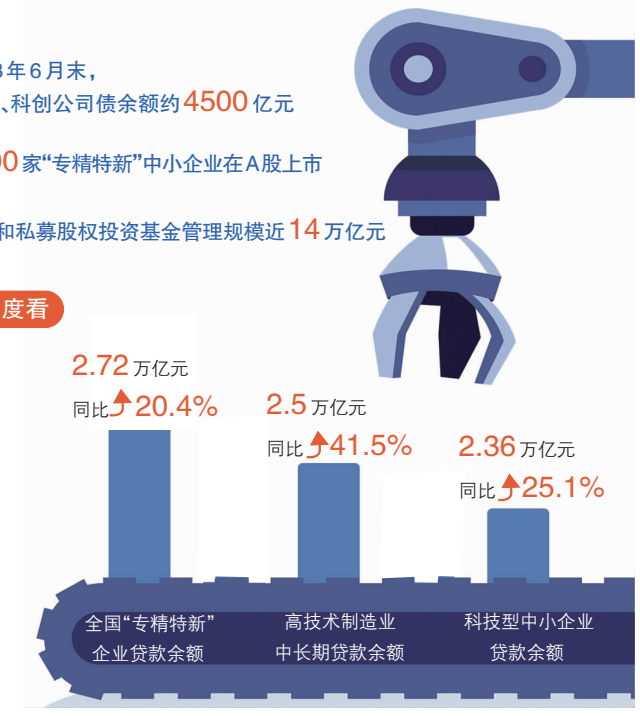
我国推出了科创票据、科创公司债等债券产品，拓宽科技型企业直接融资渠道；设立科创板、北交所，深化新三板改革；引导创业投资和私募股权投资基金持续健康发展

◆截至2023年6月末，科创票据、科创公司债余额约4500亿元

◆超过1000家“专精特新”中小企业在A股上市

◆创业投资和私募股权投资基金管理规模近14万亿元

从银行角度看



数据来源：中国人民银行

科技创新人才是关键。聚焦“人才”做文章也是金融机构探索科技金融创新的思路之一。

2023年，浙商银行（601916.SH）携手浙江大学推出“人才金融生态指数”。持续探索科技金融服务新工具，通过量化评价企业科技创新能力和人才生态情况，引导各类创新资源助力科技发展。

此外，浙商银行还携手科技部相关单位推出“科创积分贷”。以科技驱动为引擎，以智慧经营为理念，聚焦企业创新能力，引入企业创新积分权威指标，和科技部相关单位利用大数据全面构建适配科技企业特点的创新积分信贷量化模型，支持在企业无感知情况下，自动测算专属预授信额度，全面提升科技金融服务效能，全方位汇聚资源，助力科创企业成长。

从企业需求角度而言，时间的价值不亚于资金的价值，因此科技型企业对金融服务效率也有较高要求。

以建设银行为例，该行整合集团各类科技金融服务资源，设立“科创专区”线上平台，为科技型企业提供政策解读、产品介绍、在线融资申请、线上顾问、培训服务、信息共享等一站式、专业化、综合化服务，打造科技金融在线服务平台；创新以“创业者港湾”为载体的科技型企业综合服务机制，以金融服务为主线，广泛连接政府、高校、科研院所、创投机构、大型企业等合作方，为科技型企业提供政策、资金、管理、市场等多方资源，支持科技型企业早发现、早培育、早转化。

展望未来，董希淼表示，做好科技金融大文章还需要加快破除科技金融发展的四个“软约束”，即破除制度约束，构建更完善的法律环境；破除监管约束，应用监管科技，提升监管水平；破除机制约束，加快金融数字化转型；破除文化约束，培养数字文化和人才。此外，金融机构还需要进一步提高对科技金融的认识，以“一把手工程”高度来推动执行，并持续完善科技金融生态圈，加强内外部合作，有力支持我国科技创新飞速发展。

ESG绘就绿色金融底色

文/蒋牧云

近年来，可持续发展和环境保护成为全社会的重要议题，而作为我国实体经济高质量发展的强大动力，绿色金融得到了快速发展，绿色金融政策体系、绿色金融产品与服务、绿色金融国际交流都在持续加强。

此外，监管着力构建绿色金融体系，引导金融资源向绿色低碳领域倾斜，绿色金融在标准制定、信息披露、政策激励约束、产品和市场开发等方面取得了重要突破。

其中，ESG投资是绿色金融不可或缺的一环。回顾2023年，国内外ESG信披相关的政策文件陆续出台，尤其是国际可持续准则理事会（以下简称“ISSB”）发布的首批可持续披露准则格外受到业界关注。此外，越来越多的投资者将ESG因素纳入投资决策中，ESG整合、影响力投资等投资策略也成为了机构探索的重点。未来，ESG投资的重点值得市场关注。

重要标准文件出台

作为绿色金融的基础，信息披露准则是近年来监管关注及业内讨论最多的话题之一。在2023年9月的服贸会金融服务专题活动上，国家金融监督管理总局副局长周亮就表示，官方将进一步完善绿色金融统计监测和考核评价体系，研究制定绿色金融信息披露标准。

关于2023年发布的ESG信披政策，国内方面，包括2023年12月13日由中国保险行业协会发布的《保险机构环境、社会和治理信息披露指南》、中国证监会及国资委联合发布的《中央企业发行绿色债券流程与考核要求（征求意见稿）》等。

国际方面，最受业界瞩目的则是ISSB在2023年6月正式发布的首批可持续披露准则，分别为《国际财务报告可持续披露准则第1号——可持续相关财务信息披露一般要求》（IFRS S1）和《国际财务报告可持续披露准则第2号——气候相关披露》（IFRS S2）。

中信建投证券多因子与ESG策略首席分析师徐建华告诉《中国经营报》记者，IFRS S1和S2的发布意味着制定了全球范围内的企业可持续信息披露的通行基准。目前，英国、新加坡、日本、澳大利亚、加拿大等国家均宣布以ISSB准则作为国内可持续披露准则的制定基准。在中国市场方面，香港交易所已建议强制香港上市企业进行ESG信息披露，并与ISSB准则进行比较，拟于2025年1月1日生效。内地市场目前还没有明确的推行IFRS准则的时间表，但可以确定的是，IFRS准则的普及将是大势所趋。

惠誉常青ESG研究组联席董事贾菁薇表示，中国已经明确未来会将跟随ISSB的方向制定境内的企业ESG信息披露方法。将来如果有一部分中国企业可以遵循ISSB的披露框架，对于ESG投资者审阅分析公司ESG影响和资质可以带来很大便利，也有利于将境内境外企业遵循相同的披露框架进行比较。但因为ISSB作为第一个全球范围的标准，对公司的ESG信息披露提出的要求较高，境内企业熟悉和了解这套披露框架还需要相当一段时间。

那么，IFRS准则对我国ESG投资发展意味着什么，未来投资机构需要做那些准备？

在徐建华看来，具有权威性和一致性的报告标准能够显著提高信息披露的规范度，降低企业的漂绿风险，从而增强投资者对ESG的投资信心。此外，IFRS为企业提供了一个明确而规范的标尺，有能力的主体可以提前布局，向该标准靠拢，从而增加其ESG绿色背书和管理实践的透明度。

中央财经大学绿色金融国际研究院高级学术顾问、中财绿指首席经济学家施懿宸教授则告诉记者，此次IFRS S1特别要求企业披露与财务相关的ESG信息，比如鼓励企业披露与气候相关的收入、压力测试等。由此可以看出，该准则的一大目标是希望ESG信披能够与财务风险挂钩，这有助于金融机构真正读懂ESG报告。在这一标准下，企业披露的ESG数据质量将提升，ESG投资也将有更好的数据来源。

不过，徐建华也指出，引入国际准则并实现本土化仍然需要一定时间，首先是尽快确定符合国内企业ESG实践要求且与IFRS一致的标准框架；其次要保证信息披露的数据质量和一致性问题，以及涉及的短期成本提升问题，企业需要改进数据统计口径和报告系统，保证其披露数据可以真实反映ESG绩效。对投资机构来说，可以提前对IFRS准则以“框架应用+细节调整”的思路进行系统性研究，找出潜在的应用方向及调整方向，加强ESG的评估能力，与国内ESG信息披露领先的企业保持沟通，为投资决策提供更加前沿的数据和经验支持。通过提前规划与适应降低合规成本，通过保持沟通积累数据基础和实践经验，相信机构将在国内准则出台后发挥更大作用。

评级整合能力成为重点

信披规则的完备将带动ESG评级的进一步完善。在业内人士看来，有统一信披规则作为基础之后，投资者也需要建立一套全面完整的评价体系来将ESG因素整合到传统投资流程中。

不过，当前国内信披规则尚未完善，面对一家企业，不同评级机构给出的评级结果可能有很大差异，这背后受到哪些因素影响？ESG投资机构面对这一现象又该如何应对？

对此施懿宸表示，实际上，不同国家与地区对于ESG的重大议题并不相同，每个议题的权重也不同，以联合国提出的17个可持续发展目标为例，其中有一项为“消除贫困”，发达国家与发展中国家对于这一项目标的权重设置显然是不同的。加之不同评级公司的方法学不同，因此不同评级机构对于同一企业给出不同的评级实际是合理的。对于ESG投资机构而言，则需要根据自身的投资策略，选取相应的评级来进行参考。

贾菁薇也表示，不同评级机构建立了各自ESG评级的体系和方法论，所以会出现不一样的评级结果。目前很多投资机构也开始建立公司内部的ESG投资框架，通过参考不同的ESG评级机构体系，选取对自己评估最重要的因子来进行判断。

“当前ESG第三方评级认证机构数量较多，且不同机构之间评级方法和框架存在一定差异。因此在ESG实践中，我们主要遵循了两种思路：短期上结合多家权威评级机构数据进行综合分析，长期上尝试自主构建评级框架。例如我们曾对比分析标普、MSCI、ISSB以及相关国内机构的ESG评级指标体系，根据自定框架将不同机构的ESG评级指标进行匹配，并计算其在股票池中的覆盖率。”徐建华告诉记者。

不过，也有多位业内人士指出，虽然不同国家和地区的特色化目标有所不同，但要追求ESG投资的高质量发展，海外对本地特色目标如何理解十分重要，因此与国际接轨也是必不可少的。

对此，施懿宸告诉记者，中央财经大学绿色金融国际研究院与北京市地方金融监督管理局、德意志银行集团、中国邮政储蓄银行、中邮理财有限责任公司等共同发布了“STOXX邮银ESG指数”。该指数的编制基于中财大绿金院自主研发的ESG评级体系及数据库，其指标的设置基于全球契约组织十项原则，考量了中国特色化双碳政策和金融体系建设政策、增设了“扶贫（现已变更为‘共同富裕’）”“乡村建设”等指标并关注了中国特有的企业机制与社会管理模式，对于中国企业的评价更为客观合理，有助于提升中国本土ESG评级的公信力和影响力。

产品创新值得期待

与此同时，ESG投资的标的也在不断丰富，包括ESG主题基金、绿色债券、碳排放权等。在投资基础不断完善的背景下，未来对ESG相关产品的投资有哪些值得关注的重点？对此，多位业内人士也对2024年做出展望。

在绿色债券方面，贾菁薇表示，2023年尤其是下半年，受宏观市场影响，绿色债券发行规模出现了一定程度的下滑，2024年发行人的发行意愿是否强烈，值得关注。2023年12月初，国资委发布指导文件鼓励央企发行绿色债券并且严格要求了发行标准，如专门支持特定行业、发行中长期债券、寻求外部审核机构等，这些要求将如何支持一级市场的发行值得关注。

另外，贾菁薇预计，2024年对于全国碳市场的关注会继续增加。目前，生态环境部已经表明会尽快重启国家核证自愿减排量（CCER）交易，2023年10月已经明确了首批自愿减排项目类型，并公布了《并网光热发电方法学》《并网海上风力发电方法学》等四个重点方法学。这是否会带领市场对相关项目的需求增长，又将如何影响CCER价格和碳配额市场，并继续引导金融机构探索碳金融相关产品等，都值得市场关注。

此外，未来ESG产品创新有望进一步提升，ESG投资策略的实践将更加丰富。徐建华表示，在产品创新方面，一些创新品种，例如碳中和债、蓝色债券、ESG主题ETF、绿色REITs等创新产品份额将进一步扩展。在投资策略方面，以ESG基金为例，目前ESG主题基金投资策略集中在主题投资和筛选两大类，未来影响力投资策略、整合策略的ESG基金份额将进一步提升。

施懿宸则向记者表示，在2023年12月的《联合国气候变化框架公约》第28次缔约方大会的“自然日”主题活动上，中国宣布正式牵头发起“昆明—蒙特利尔全球生物多样性框架”，因此2024年将可能出现更多生物多样性相关的ESG产品。

综合而言，徐建华认为，2024年中国ESG投资将在国际上交出更加出彩的答卷。当前必须要认识到国际市场上ESG投资热度有下降趋势，这受到了整体经济复苏乏力、地缘政治影响。此外，ESG相关制度和监管的不完善也限制了市场的投资热情。在此背景下，国内ESG建设必须要在未来排除干扰、坚定信心，在“双碳”目标的指引下踏踏实实做好信息披露、漂绿风险管理的相关工作，引导企业在更加透明的框架下践行ESG理念。

普惠金融新方向：数字+绿色

文/张漫游

作为2023年10月中央金融工作会议提出的五篇大文章之一，普惠金融关系着民生福祉，被寄予了更多、更高期望。

2013年，党的十八届三中全会正式提出“发展普惠金融”。十年来，普惠金融在服务我国乡村振兴、共同富裕、科技创新等国家重大战略方面发挥了重要作用。

十年后，2023年10月，国务院印发了《关于推进普惠金融高质量发展的实施意见》（以下简称“《意见》”），明确了未来五年推进普惠金融高质量发展的指导思想、基本原则和主要目标，提出了一系列政策举措。其中，有序推进数字普惠金融发展及发挥普惠金融支持绿色低碳发展作用，将成为重要发展方向。

普惠金融再出发

2023年11月，中国银行业协会党委书记、专职副会长邢炜介绍并发布了《银行业普惠金融十年发展成效回顾与展望》（以下简称“报告”），其中提到普惠金融十年来取得的成绩。

报告指出，十年来，基础金融服务更加普及，银行机构聚焦大众金融、线上线下同步发力，目前全国银行机构网点覆盖97.9%的乡镇。小微金融主体融资更加便利，截至2023年9月末，全国小微企业贷款余额69.2万亿元，其中普惠型小微企业贷款余额28.4万亿元，近五年的年均增速约25%；普惠型小微企业贷款客户数4260.5万户，较2023年年初增加372.8万户。金融支持乡村振兴更加有力，截至2023年9月末，脱贫地区各项贷款余额12.1万亿元，同比增长14.2%，全国涉农贷款余额55.8万亿元，其中普惠型涉农贷款余额12.4万亿元，较2023年年初增长18.58%。

不过，如今普惠金融的发展依然面临一些待突破的难点。

中国银行（601988.SH）研究院分析指出，目前小微企业经营依然面临挑战，潜在风险压力犹存，且普惠金融领域贷款的高速增长一定程度上延缓了风险暴露。

为了进一步助力普惠金融高质量发展，《意见》明确了未来五年推进普惠金融高质量发展的指导思想、基本原则和主要目标，提出了一系列政策举措。

《意见》重点强调了六个方面的内容，银行业在其中亟须发挥重要作用。此次《意见》是2015年国务院印发《推进普惠金融发展规划（2016—2020年）》的进一步延伸，共有六个方面：一是突出加强党的全面领导，二是强调聚焦重点领域，三是强调保险和资本市场的作用，四是有序推进数字普惠金融发展，五是重视基础设施和发展环境建设，六是统筹发展与安全。

中国银行研究院认为，宏观层面，普惠金融有助于实现发展效率与社会公平相兼顾、相促进、相统一，对推进金融服务均衡充分发展赋能经济增长、践行金融工作政治性和人民性、推动共同富裕具有重要作用；机构层面，高质量普惠金融为金融机构开拓新的增长点，数字经济迅速发展，为加快数字化转型赋能普惠金融高效展业提供更多可能；个人层面，随着普惠金融深化扩大覆盖面，有利于提升居民整体金融素养，在提高金融韧性的同时防范相关风险，构建更健康的普惠金融生态体系。

数字化破除瓶颈

《意见》中提到，下一步要有序推进数字普惠金融发展。为何监管层会强调数字与普惠金融的结合？

“普惠金融面对的是量大面广的中小微企业，数量有上亿规模，包括但不限于县域小微企业、‘三农’及个人消费等大量的小微企业和个人，单靠银行传统的信贷方式不能有效支持这种金融需求。”中国人民大学重阳金融研究院研究员刘英分析称，数字普惠金融是将数字技术、数字金融应用于普惠金融，包括但不限于使用大数据、云计算、人工智能等数字技术，将为量大面广的普惠金融需求提供有力有效的金融支持和服务。

“比如过去一些中小微企业通过传统信贷方式无法获得授信，但借助大数据和云计算的机遇，银行可以全面长周期地了解中小微企业的业务发展、信用情况，能够把这些中小微企业纳入支持范围。由于数字金融的支持，金融机构可以在边际成本不高但是边际收益不变的情况下为普惠客户提供金融支持。”刘英说。

从融资成本看，中国银行研究院分析称，一直以来，在传统模式下普惠金融运营成本高企，成为制约其发展的关键因素。采取传统模式开展信贷业务时，普惠金融单件运营成本并不显著低于大中企业信贷，单件贷款运营成本均在数千元到万元水平，但利息收入却呈现量级差距。伴随着业务的专业化、数字化转型，普惠金融的运营成本持续下降。比如，设立专营机构，专业人员依托专属产品、专门流程和专业审批模式办理普惠金融业务；针对圈链模式、专业市场、产业集群进行批量营销和授信；利用大数据技术，通过线上申请、模型审批，实行全流程线上运营。

建设银行（601939.SH）方面亦指出，小微企业融资难、融资贵问题，究其症结主要在于银企信息不对称。聚焦这一问题，建设银行贯彻数字金融理念，创新以数据为关键生产要素，以模型为主要生产工具的数字普惠新模式，并成为人民银行发布的国内首个数字普惠金融行业标准（JT/T0269—2023）业务规范蓝本。

针对数字与普惠金融结合，不少银行已经在探索中。例如2023年，工商银行（601398.SH）数字普惠中心揭牌。据介绍，新揭牌的数字普惠中心，将专注于面向小微企业提供经营性线上融资产品的设计、研发与运营，深化数字科技应用，优化信贷产品体验，锻造“精准、流畅、聪明”的新品质。

构建普惠型绿色金融服务体系

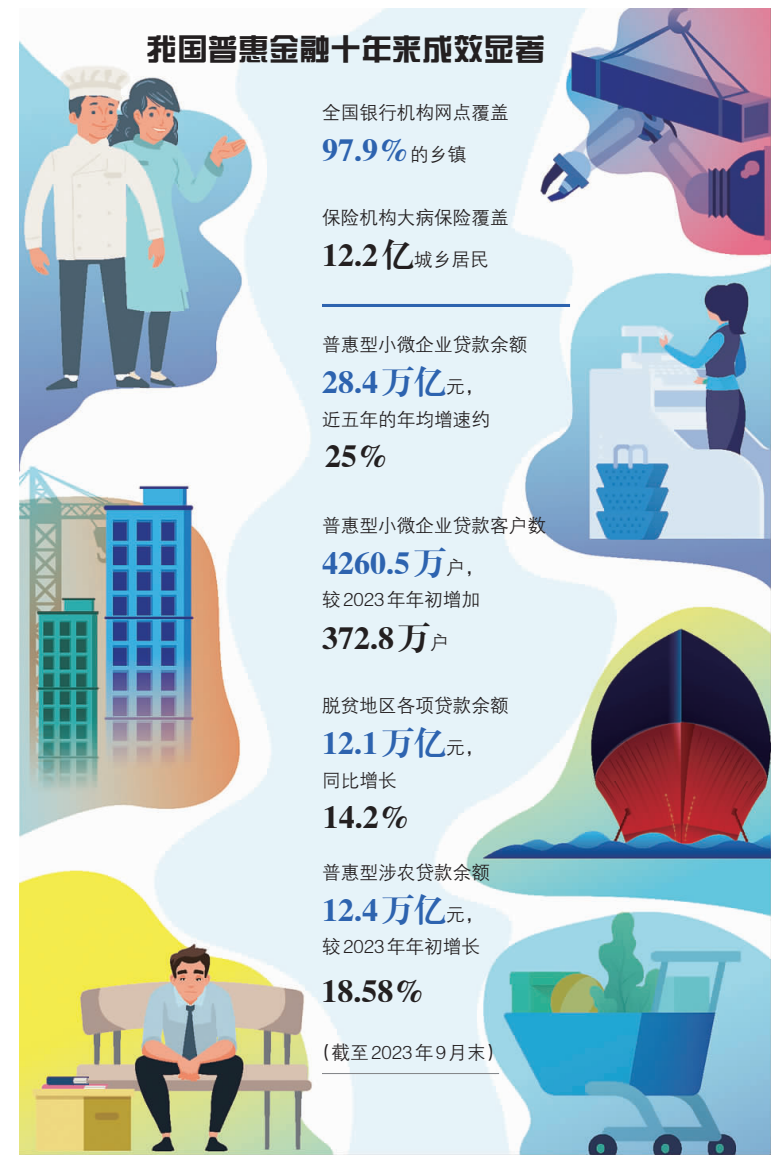
《意见》中提出，发挥普惠金融支持绿色低碳发展作用，在普惠金融重点领域服务中融入绿色低碳发展目标。

具体来看，《意见》提出要引导金融机构为小微企业、农业企业、农户技术升级改造和污染治理等生产经营方式的绿色转型提供支持；探索开发符合小微企业经营特点的绿色金融产品，促进绿色生态农业发展、农业资源综合开发和农村生态环境治理；支持农业散煤治理等绿色生产，支持低碳农房建设及改造、清洁炊具和卫浴、新能源交通工具、清洁取暖改造等农村绿色消费，支持绿色智能家电下乡和以旧换新，推动城乡居民生活方式绿色转型；丰富绿色保险服务体系。

在此之前，2022年2月，中央全面深化改革委员会第二十四次会议强调“促进普惠金融和绿色金融、科创金融等融合发展，提升政策精准度和有效性”。

谈及普惠金融要融入绿色低碳发展目标的原因，刘英告诉《中国经营报》记者：“绿色低碳有助于促进可持续发展、减少投资活动所带来的全球气温上升及其他环境威胁。让所有人平等地享受可持续发展，这与普惠金融业务及绿色金融的发展方向是一致的。普惠金融支持上亿的市场主体企业及上亿的个人消费者，在普惠金融服务中融入绿色低碳发展目标，可以平衡社会、经济和环境需求，实现全社会经济的高质量可持续绿色增长。”

近年来，绿色金融与普惠金融融合发展趋势显著。



数据来源：《银行业普惠金融十年发展成效回顾与展望》

新网银行相关人士总结称，从该行的实践看，小微企业进行绿色转型主要有两方面难点：一是资金限制，绿色转型需要大量的资金投入，如更换陈旧的生产设备、安装能源节约型系统、进行废物管理改进等，对小微企业而言是一笔不小的负担；二是人才储备不足，市场上绿色人才较少，小规模经营的企业难以配备专业的绿色、低碳技术人才，也难以提供相应培训，员工培训和参与对于绿色转型至关重要，但碍于成本、人力等诸多原因，小微企业一般较难提供绿色转型发展相关专业培训。

刘英建议，金融机构应创设普惠金融与绿色金融兼顾的金融产品。在金融产品服务对象、服务路径和服务方法上，需要兼顾普惠金融和绿色金融的特征，创设能够兼顾绿色金融和普惠金融的产品与服务。

“小微企业绿色发展需结合融资难问题进行综合考虑，数字普惠金融为解决小微企业融资难提供了可能。绿色数字普惠金融是绿色金融与普惠金融融合发展的路径。”新网银行相关人士建议，“金融机构应大力推进数字普惠金融发展。如新网银行就是运用数字技术实现全线上非接触展业，并运用大数据和人工智能技术精准地识别具有绿色特征的小微企业，践行绿色可持续经营模式，持续建设碳中和银行。”

刘英亦指出，金融机构可将数字金融与普惠金融、绿色金融进行融合。利用大数据、云计算、人工智能等数字金融在金融风险防范、信用贷款支持、批量支持及全过程、全流程、全周期的金融支持和风险防控中的作用，将数字金融内嵌于普惠金融和绿色金融支持的金融机构和金融业务当中。

“另外，为兼顾绿色金融和普惠金融的金融机构提供财税支持。对于同时提供普惠金融和绿色金融的金融机构及金融业务要大力鼓励和支持，可以考虑在财政贴息贷款、货币政策工具等方面给予必要的支持，鼓励绿色金融和普惠金融的融合发展。”刘英表示。

老龄化时代的金融解法

文/王柯瑾

人口老龄化趋势日益严峻是把双刃剑，一方面，给我国养老保障体系带来更大的挑战，另一方面也催生了养老产业以及养老金融的新机遇。

自2013年国务院发布《关于加快发展养老服务业的若干意见》首次提出养老金融服务至今已整整十年。2023年10月末的中央金融工作会议再次明确养老金融的国家战略高度，提出要做好科技金融、养老金融等五篇大文章。

2023年12月，民政部发布《2022年度国家老龄事业发展公报》显示，截至2022年年末，我国60岁及以上老年人口2.8亿人，占总人口的19.8%。另据国家卫健委测算，2035年左右，60岁及以上老年人口将突破4亿人，在总人口中的占比将超过30%，进入重度老龄化阶段。

业内分析认为，发挥金融的融通作用，探索创新养老金融产品与服务，助力社会发展长治久安是金融机构的责任之一。养老金融的发展离不开国家政策、金融机构以及国民个人的共同努力。

政策红利不断释放

党的二十大报告提出，实施积极应对人口老龄化国家战略，发展养老事业和养老产业，优化孤寡老人服务，推动实现全体老年人享有基本养老服务。

近年来，国家政策多次强调对养老事业发展的推动。

2022年4月，国务院办公厅印发《关于推动个人养老金发展的意见》（国办发〔2022〕7号），推动发展适合中国国情、政府政策支持、个人自愿参加、市场化运营的个人养老金。

2023年10月，国务院印发的《关于推进普惠金融高质量发展的实施意见》（国发〔2023〕15号）提出，提升民生领域金融服务质量。其中提到，完善适老、友好的金融产品和服务，加强对养老服务、医疗卫生服务产业和项目的金融支持。支持具有养老属性的储蓄、理财、保险、基金等产品发展。鼓励信托公司开发养老领域信托产品。注重加强对老年人、残疾人群体的人工服务、远程服务、上门服务，完善无障碍服务设施，提高特殊群体享受金融服务的便利性。积极围绕适老化、无障碍金融服务以及生僻字处理等制定实施金融标准。

同在2023年10月，为稳步推动专属商业养老保险发展，国家金融监督管理总局印发了《关于促进专属商业养老保险发展有关事项的通知》，明确相关业务要求，进一步扩大经营专属商业养老保险业务的机构范围。

中央财经大学证券期货研究所研究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平表示：“养老金融的发展关系到人口老龄化趋势下养老第三支柱的建设，并且养老金融的发展将逐步为金融市场提供较为充沛的长期资金来源，有望成为资本市场的压舱石，同时将对商业银行、银行理财子公司、公募基金、保险机构的业务结构产生重要影响。养老金融制度进一步优化、养老金融加快发展，既具有现实的需求，也符合中国金融业发展的顶层设计。”

产品体系日益丰富

养老金融是指为了应对老龄化挑战，围绕社会成员的各种养老需求所进行的金融活动的总和，包括养老金金融、养老服务金融、养老产业金融三部分内容。

2023年以来，以商业银行、保险公司等为代表的金融机构，持续在个人养老金的积累与保值增值方面做出尝试，深度支持养老产业发展，以及从老年人的核心需求出发，加大金融服务的适老化改造。

以建设银行（601939.SH）为例，该行将养老金融划分为养老金金融、养老产业金融、养老服务金融和养老金融生态四个部分。2023年以来，该行资金资管、公司、个人板块凝心聚力，密切配合，协同推进“1314”养老金融服务体系建设，取得了初步成效。主要包括：一是战略方向更加清晰。通过开展养老金融主题调研，科学把握我国养老金融所处发展阶段，深刻剖析建设银行养老金融存在的短板和问题，提出发挥优势、做出特色、提升养老金融竞争力的思路和举措。二是三大支柱齐头并进。第一支柱方面，启动社保卡三年攻坚工程，新增户数、资金沉淀提升效果明显；第二支柱方面，建立年金母子协同营销机制，建信养老金实现规模、市场份额双提升，投资业绩与年金托管规模保持行业前列；第三支柱方面，把握试点机遇，强化板块协同，发力布局产品，实现储蓄、基金、保险、理财等四类产品全覆盖，个人养老金业务初见成效，开户数、入金率同业领先。三是养老产业、养老生态生根发芽。加大养老产业信贷投放力度，贷款规模、户数增长势头良好，创新信贷产品与业务模式，助力破解养老产业轻资产、缺抵押问题。

2023年11月3日，中信银行（601998.SH）发布的《中国居民养老财富管理发展报告（2023）》（以下简称“《报告》”）称，银行业、基金业、证券业和保险业可通过提供个性化、专业化的专属产品及产品组合，满足不同年龄层次、收入水平、家庭结构、投资目标、风险偏好的客群在养老财富积累与财富管理方面的需求，形成差异化的养老金融产品特色，构建基于居民全生命周期的养老金融产品线。同时，养老投顾与全生命周期养老解决方案的深度绑定，可以推动养老投资者在践行长期投资理念的实践中获得长期收益，并形成正循环。

招联消费金融股份有限公司首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼表示：“通过养老理财产品、商业养老保险和养老目标基金的试点和应用，第三支柱养老体系的发展道路逐渐明晰。下一步还可以基于我国公众储蓄偏好来创新产品和服务，探索开展养老储蓄试点，进一步丰富养老金融产品供给，与养老理财产品、养老保险产品和养老基金产品等形成补充。在此基础上，金融机构应着眼于养老市场长远发展，构建更为完善的养老金融体系，抓住存款、保险、基金、信托等业务，挖掘养老金新产品和新产业，推动健全完善我国社会保障体系，在缓解我国日益增长的养老压力的同时获得自身发展。”

综合生态圈逐步完善

《报告》指出，随着社会进步和居民生活水平提高，人们将面临多元化的养老需求，这些需求不仅包括养老财富保值增值的金融需求，还包括退休养老生活的非金融需求。而对于个体来说，这些需求的满足需要一定的养老财富储备作为前提。因此，迫切需要各方共同努力，构建应对人口老龄化的养老财富储备体系，为满足多元化的养老需求打好经济基础。

兴业银行（601166.SH）相关负责人介绍称，作为首批获得个人养老金业务开办资格的商业银行之一，该行搭建了全链路、一站式的养老金融服务生态，实现从账户到产品，再到规划和服务的全方位配置。目前已形成以“专属服务、薪酬规划、增值权益、活动平台”为支撑的“安愉人生”养老金融生态圈。

在杨海平看来，未来商业银行推进养老金融高质量发展，重点可以在以下方面发力：“其一，与具备市场影响力的保险公司、公募基金合作，在互利互惠的基础上补齐养老金融产品线，依托商业银行的平台搭建养老金融产品超市。其二，与自身零售金融战略结合，与开放银行思路相结合，与非金融服务相结合，以数字化技术、数字化平台为依托，积极优化展业策略，大力营销养老金资金账户。其三，以个人养老金资金账户为圆心，持续优化养老金缴存、养老金咨询、养老金投资、养老金领取服务体验，打造养老金融服务品牌。”

董希淼认为：“资本市场与长期资金是相互依存的关系。养老基金、社保基金等长期资金是稳定资本市场的重要力量，有助于改善资本市场资金结构期限短的缺陷，降低市场大幅波动风险。与此同时，发挥基金在权益类投资方面的优势，强化基金服务养老能力，也能够使长期资金更好发挥资本市场‘压舱石’作用。”

与此同时，金融机构需要依靠投资者教育、产品设计、投资顾问等多样化方式，培养居民的长期养老投资意识。

中国银行（601988.SH）研究院中国金融团队主管级高级研究员李佩珈分析认为，对金融消费者而言，要从养老储蓄规划、养老资金保值增值、养老风险防范等多方面入手做好准备。“一是养成强制储蓄习惯，并将储蓄的资金投资于个人养老储蓄账户中。相对个人储蓄账户，个人养老储蓄账户具有强制、免税等特点，居民可养成定期增加养老储蓄的习惯。二是运用金融手段，做好养老资金的保值增值。养老理财产品由于投资期限长、资金锁定等特点，与一般理财产品相比，其收益率更高、更稳定的特点已开始显现，这为居民增加养老类理财产品配置提供了契机。三是做好风险对冲，防范由于大病重大变故导致的养老金消耗，增加重疾险保险产品配置。”

数字金融顺潮而行再出发

文/李晖

从2013年“数字金融元年”到2023年，金融数字化用十年的时间，走出了推动业务与技术有效融合的康庄大道。

2023年，数字金融正在发生怎样的蜕变？站在新的发展节点上，又该如何理解数字金融应有之义，并进一步校准发展目标？

《中国经营报》记者在采访中发现，2023年，数字金融在技术、业务场景和战场上都出现了新的迭代——大模型逐步成为机构技术越迁的新变量；数字化的业务场景从信贷走向保险、供应链等更多元的业态；在区域空间的“物理战场”上，跨境金融和出海正在为中国数字金融腾挪出新的发展空间。

展望2024年，这些趋势还将有更深层次的发展和落地，也将成为全面提升金融服务实体经济质效的重要路径。

技术迭代——大模型逼向业务“最后一公里”

2023年，在技术领域，大模型的热度无人能出其右。大模型也正在推进金融业数字化掀起第二波浪潮。

“很多大型银行、头部股份制银行是董事长、行长级别带队去科技公司做调研，而调研通常‘需要排队’。”2023年上半年，曾有国有大行技术负责人这样告诉记者。

机构对大模型的热情全年未减，并已进入实质性的推进阶段。12月27日，东方财富（300059.SZ）在投资者平台披露，公司自研金融领域大模型正按照主管部门相关要求推进大模型备案工作；12月22日，度小满宣布其“轩辕”大模型通过《生成式人工智能服务管理暂行办法》备案；11月，蚂蚁集团披露公司百灵大模型已完成备案，基于此的多款产品已陆续完成内测；11月下旬，腾讯云也发布了金融行业大模型解决方案……

从调研、研发、上马，到完成备案，面向特定行业的大模型不断落地，这也标志着机构推进的大模型渐入深水区。中国信息通信研究院云计算与大数据研究所人工智能部主任曹峰在近期回顾过去一年大模型的极速发展时表示，国内大模型市场已经经历了从基础大模型、行业大模型到大模型应用的“三连跳”，并在不断逼近金融业务的“最后一公里”。

在落地上，机构之间的生态共建已经初露端倪。

记者调研采访了解到，当前金融机构在部署大模型时，除了极少机构有能力进行独立自研，更多采用的是与第三方合作形式。与第三方合作有两种方式，一是与通用或行业大模型合作再进行微调，二是从云端调用接入大模型API（应用程序编程接口），完成私有化部署。目前，基于百度的文心一言、阿里的通义千问、腾讯的混元大模型，都做了面向金融行业构建生态合作伙伴的部署。

“百模大战”之下，机构在模型路线的分化也将进一步加剧。记者注意到，2023年12月，腾讯云牵头全球范围内首个金融风险控制领域的大模型国际标准，开始在大语言模型之外抢占话语权。

一位城商行技术负责人向记者表示，预计2024年这种机构的合作落地将进一步爆发，从通用大模型到真正有业务价值的行业大模型及相关应用，这一趋势变化将更明确。一些中小金融机构在头部机构的带动下，将会形成更清晰的技术选择路线与合作模式。

场景迭代——数字化改造走向多元金融

如果说在数字金融1.0和2.0时期，数字科技对于金融业务的改造多集中在信贷、理财等领域，在数字金融3.0阶段，数字化向多元金融、金融基础设施和实体经济渗透的趋势日益明显。

北京大学国家发展研究院副院长、北京大学数字金融研究中心主任黄益平近期公开指出，数字金融的业务重点可能发生转变。“过去，我国在大科技信贷和移动支付等领域取得了成功。诸多领域有待进一步突破，如供应链金融、智能投顾等。”他表示。

记者注意到，2023年以来，数字技术开始渗透金融业态的全价值链，与实体产业的融合更为密切。

中国人民银行等八部门近期提出支持民营经济的25条具体举措，其中包括鼓励金融机构积极探索供应链脱核模式，也被市场认为是下一阶段供应链金融业务数字化飞跃的新契机。

在五道口供应链研究院院长鲁顺看来，供应链金融当前已经从以银行为主导走向以“核心企业+科技融资+金融机构”多方为主导，其中的很多微创新值得关注。

一些平台型科技公司此前已经开始加大在此领域的投入。

记者注意到，京东科技2023年在酒水、3C数码、大宗商品、动产融资等领域均尝试了基于供应链金融科技的模式创新探索，并加大与产业融合力度。京东科技金融科技事业部相关负责人认为，供应链金融科技是助力产业、科技和金融三者良性循环的最佳结合点。

在业务推进思路上，该负责人认为，供应链金融科技给产业链本身带来的价值，不仅局限于解决中小微企业融资难、融资贵的问题，还应侧重为产业供应链创造更多元、更具穿透力和更长远的价值，比如提升产业链供应链的韧性和安全、提高产业链的全要素生产率、助力相关产业链构建成本优势等。据其透露，2023年京东供应链金融科技的企业主贷服务客户超70万，其中小微企业客户数占比超九成，个体工商户为主要用户类型。2023年三季度，企业主贷贷款余额同比增长61%，在贷客户数同比增长44%。

类似的趋势也出现在保险领域。

北京鑫科金融发展研究院执行院长甘玉涛向记者表示，2023年保险行业已经进入“大保险”时代。借助生成式AI、大数据等前沿科技工具，数字化开始嵌入保险全价值链、多场景中来，行业信息建设投入持续增加，全行业数字化转型进一步深化。

“特别是产品、渠道、模式等领域创新突出，新技术背景下促使过往许多‘不可保、不足保’的生产生活领域产生新的价值效应，比如网络安全险、农业保险等领域的定制化保险与技术应用。同时，致力于风险减量管理相关的科技投入增加趋势明显，例如车险领域的主动防御服务与智能服务，直接作用于相关防灾防损，增益风险管理。”甘玉清表示。

在通过保险科技赋能进一步助力实体经济上，中保保险资产登记交易系统有限公司（以下简称“中保登”）总经理袁平海在近期中国财富50人论坛年会上透露，中保登通过搭建“保实通”投融资综合服务系统，推动投融资各相关方数据体验的实质趋同，精准、快捷对接实体经济的重点领域，目前该系统已入库项目总投资规模超9000亿元，实现签约700亿元。

战场迭代——跨境金融+出海创新正当时

2023年以来，数字金融创新的主要场域从国内市场拓展到了国际市场。与此同时，在数字技术加持下的跨境支付与跨境金融业务的热度正在进一步提升，成为自上而下的“必选动作”。

在2023年11月第三届“一带一路”国际合作高峰论坛数字经济高级别论坛官方宣传片中，孟加拉国的电子钱包公司bKash CEO卡迈勒·奎德讲述了中孟双方通过共建移动支付产品提升交易效率的成功案例。

在这一案例中，来自蚂蚁集团旗下海外公司ZOLOZ研发的智能化可信身份认证技术帮助bKash解决了线上身份审核的效率和安全难题。ZOLOZ产品总监陶冶向记者透露，公司在孟加拉之外，也通过研究全球证件防伪算法体系，帮助不少共建“一带一路”国家的客户更好地应对身份被篡改、“薅羊毛”、洗钱等风险。同时，该公司也牵头制定了数字身份的ISO国际标准。

公开信息显示，中国科技大厂华为近年来也在通过合作，向bKash提供Mobile Money钱包的基础功能。这一现象，也从侧面折射出我国大型科技公司在东南亚等海外市场的角逐正在加剧。

记者注意到，在提升金融国际化水平的过程中，2023年，数字人民币在跨境业务领域已经开始提速。

官方信息显示，我国深度参与的多边央行数字货币桥项目（Multi-CBDC Bridge）已取得良好的突破和进展。人民银行数字货币研究所所长穆长春在2023年11月底公开披露，货币桥上的跨境支付模式，与现行跨境支付体系最大的不同点在于基于各地支付系统的互联，大幅缩短了支付链路。在货币桥中，银行可在无损合规的情况下大幅提升交易效率，还能有效降低跨境支付成本，交易成本可以降低至少50%。

在官方带动下，机构侧针对数字人民币的跨境业务实践也开始集中发力。记者注意到，2023年下半年以来，交通银行已落地服务贸易双边模式数字人民币跨境支付业务，中银香港首次以数字人民币完成黄金交易跨境结算，浙江稠州商业银行落地跨境物流供应链场景数字人民币融资支付业务……

黄益平也谈道，在数字金融这一领域的对外开放中，机构“走出去”策略更为关键。“在金融领域，企业拓展海外市场是不可避免的趋势，政府应致力于为企业营造有利于向外发展的政策环境。这种环境的优化可以从两个方面展开：一是加强国内监管政策环境，二是全面提升金融监管的国际接轨，甚至获得一定的国际规则制定的话语权。”他表示。

市场

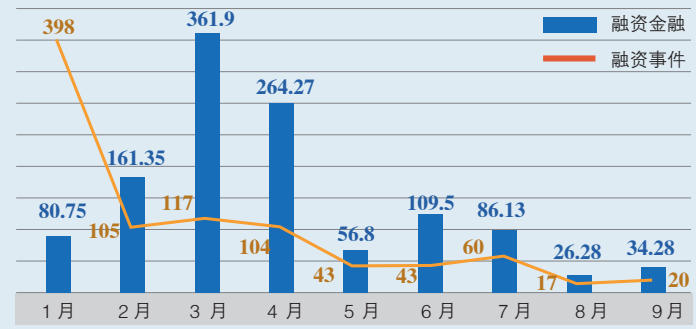
中国金融科技发展在全球处于领先

- 金融网络安全更加全面规范
- 数字化供应链金融迎发展新机遇
- 数字化转型是金融机构重点发力领域
- 数字人民币多个应用场景全国首创
- 北上广深金融科技产业聚集效应明显

融资

投融资仍然具有较高活跃度

2023年1—9月中国金融科技企业投融资金额及数量 （单位：亿元，笔）



注：金融科技融资活动主要集中在一季度，其后投融资活动规模逐步趋于稳定

监管

金融科技监管趋向更审慎全面

数字中国建设全面推进，2023年2月，中共中央、国务院印发《数字中国建设整体布局规划》，提出强化数字安全屏障。

金融科技监管沙盒具有强大示范效应。资本市场应用场景有数字人民币、中小企业ABS融资服务、非上市证券集中托管、反洗钱应用、债券风险分析等。

中国金融科技发展情况

资料来源：《中国金融科技与数字金融发展报告（2024）》

锚定“硬科技” 机构推动中长期资金入市

文/罗辑

2023年是中国资本市场改革关键年，也是全面注册制改革元年。

作为资本市场的重要参与主体，证券公司（以下简称“券商”）一方面承担着支持实体经济发展的担当，另一方面也肩负着为投资者理财、助力财富保值增值的重任。2023年以来，在资本市场改革不断走深、走实的背景下，券商多条核心业务线转型加速。其中，融资端，券商投行加大对科技创新企业的服务力度，助推高水平科技自立自强。投资端，券商财富管理加速向买方投顾模式转型，提升产品创设及产品供给能力，引导中长线资金“逆势入场”。

证券行业的自我革新，亦进一步推动了资本市场生态持续改善。2023年以来，服务创新型中小企业主阵地的北交所快速发展，A股市场“硬科技”含量大幅提升，中长线资金“逆周期投资”渐进，市场产品更加丰富多元。展望2024年，多家机构提到业务转型将持续深化，进一步助推资本市场发挥枢纽功能，不断提升服务国家战略和实体经济质效。

服务科技创新 细分赛道跑出投行竞争力

注册制是全面深化资本市场改革的“牛鼻子”工程，是发展直接融资，特别是股权融资的关键举措，也是完善要素市场化配置体制机制的重大改革。对于券商而言，全面注册制的落地意味着业务模式和发展预期的进一步转变。

Wind数据显示，截至2023年12月20日，82家券商合计承销规模约1万亿元。其中，IPO项目合计341个，总计募集资金规模约达3490亿元。以半导体、TMT等行业为主的科技创新企业，占据了2023年IPO融资规模榜单前列。

这一现象表明，券商加大了对科技创新企业融资需求的服务力度。事实上，通过积极对接“硬科技”企业的融资需求，不少券商完成了投行业务的弯道超车。

据了解，在近年异军突起的科技行业IPO市场中，不少中小型券商通过提升细分科技领域的投行服务能力获得了极为靠前的排位。这背后，或许正是券商投行差异化布局、主动拥抱高水平科技自立自强发展方针在业务、业绩层面的体现。

自试点注册制以来，A股新增上市公司千余家。其中，近一半为国家级专精特新“小巨人”企业。在这千余家企业的增量中，不少投行率先布局科技细分赛道，完成了业务排位从中游跻身前十的转变。

民生证券投行相关负责人对《中国经营报》记者讲道：“科创板试点注册制改革以来，民生证券以服务国家发展战略、助力实体经济发展为投行业务开展的核心指导思想，积极布局、重点开拓，投行业务整体取得了长足的进步。其中，积极服务我国关键核心技术创新企业，目前已成功保荐30余家企业登陆科创板，有效助力了高新技术产业和战略性新兴产业发展。同时，民生证券高度重视北交所业务，将该业务作为服务实体经济、促进科技创新、支持中小企业发展的重要抓手推动。目前，民生证券在高新技术产业和战略性新兴产业领域积累了大量客户，项目储备方面，截至2023年12月22日，民生证券在审北交所IPO项目8家，市场排名第三。”

深耕细分赛道，券商投行差异化竞争力凸显。国金证券投行相关负责人也提到，投行积极拥抱国家战略，业务聚焦、深耕细分行业，在业务全面覆盖基础上培育重点产业。“目前，在医药、汽车零部件、设备制造等行业企业的融资中已形成行业竞争优势。从近三年的IPO及北交所公开发行数据看，截至2023年12月15日，国金证券汽车与汽车零部件行业完成6个项目发行，A股市场中家数占比超过8%，排名市场第一；在制药、生物科技与生命科学行业完成5个项目发行，占比3.60%，排名市场第九；在信息与通信技术行业完成13个项目发行，占比3.86%，市场排名第九。”该负责人表示。

投资端改革启动 券商财富管理转型加速

资本市场牵着投融资两端。2023年以来，围绕投资端，政策信号频频释放。自2023年7月24日中共中央政治局会议指出“要活跃资本市场，提振投资者信心”后，围绕投资端，如推进公募基金费率改革全面落地、引导中长线资金入市等方面的一系列具体措施相继落地。在此背景下，券商作为资本市场重要参与主体，发挥资本市场功能，提高资本市场的活跃度，是应有之义。

“投资端改革最重要的举措是鼓励中长期资金入市，培育‘聪明资金’低点敢于逆周期投资、销售布局，同时推动行业机构进行业务改革，高质量发展，以引领市场。”中金财富董事长高涛提到，在此背景下，中金财富也在加快买方投顾业务改革，鼓励中长期资金入市。

具体而言，中金财富运用买方投顾的理念，引导客户逆向以组合方式配置权益资产，强调逆势配置、再平衡等长期投资观念，同时引入优质权益基金资产，逆势进行产品布局。数据显示，截至2023年三季度，中金财富买方投顾规模突破813亿元，产品保有量突破3600亿元，实现连续四年规模增长。

近年来，券商财富管理向买方投顾转型的路径已较为明确。这不仅是资本市场改革深化下的迫切转型要求，更为推动中长期资金入市、培育“聪明资金”这一投资端改革议题，发挥了抓手作用。

“从中金财富实践情况来看，相比于普通代销业务，基金投顾账户整体呈现出持有时长增加、进入时间点分散的特点。在市场下跌时，部分投资者还可以做到逆市追加。这些更理性、甚至有些‘逆人性’的操作，都有助于提升实际的投资体验。”高涛讲道。

除了向买方投顾转型外，随着资本市场有效性持续增强，财富管理市场多元化需求涌现，券商亦在从供给侧推动改革创新，力求从配置工具入手助力资本市场投资端效能发挥。其中，财富管理业务进入全面转型阶段的广发证券，2023年工作的一大重点便是持续深化供给侧改革。

“一方面，广发证券利用集团具备的产品创设及产品供给优势，深度整合资管、期货、股权、基金等资产端资源，打造了全天候、全球化、全品类产品线。另一方面，广发证券设立了金融产品研究所，构建了架构完备的专注财富管理研究的队伍。”广发证券相关人士说道，“2023年以来，在资产配置能力和产品整合能力的基础上，广发证券以不同起点金额、不同策略、不同形态、个性或标准化的方案设计，形成了系列客户服务解决方案，并通过分层的投顾团队、差异化的客户群体服务体系，使得不同客户群体均能找到适合自己的方案。”

精准有力支持高水平科技自立自强

多层次资本市场的完善有利于资本市场长期健康发展，并为投行带来增量业务的土壤。面对改革发展的历史性机遇，券商投行的一个共识在于围绕服务国家战略，通过准确把握多层次资本市场各板块定位，在推动资本市场高质量发展中，实现自我发展。

“未来，民生证券投行将继续重点加强新技术、新产业、新业态领域的业务布局，筛选符合国家产业政策、科技创新和应用能力突出、细分行业领域领先和具备一定优势、市场认可度高的企业，并针对企业的行业属性、业务特征、发展阶段、规范化运作水平，提供价值发现、保荐承销、财务顾问等投行服务，服务新经济和创新企业通过资本市场做大做强。”上述民生证券投行人士表示。

具体到2024年的发展战略上，上述国金证券投行负责人也提到，除了持续推动业务协同外，还将围绕资本市场部分新举措、新制度的出台，聚焦北交所扩容，更加精准有力地支持高水平科技自立自强。“‘加快实施创新驱动发展战略，加快实现高水平科技自立自强’是党的二十大报告中明确提出的战略部署。预计在未来一段较长时间内，资本市场都会围绕这一重要战略目标发力。在目前‘促进投融资两端动态平衡’的背景下，国金投行将把业务重点进一步转向对于符合国家战略的高新技术产业和战略性新兴产业的服务，在新技术产业化、规模化应用的大潮中寻找业务机会。把握好这个重点，就能很好适应创业板、科创板审核节奏的调整，也能把握北交所后续的发展大势。”

除了融资端，不少券商在围绕2024年投资端改革的大势中也提到，将进一步加快财富管理转型，引导社会资本参与实体经济转型升级。其中，上述广发证券相关人士提到，下一步除了提升投行专业化能力更好满足企业直接融资需求，助力上市公司完善治理结构、提升发展质量外，将继续加强财富管理综合服务水平，提升客户服务的广度和深度。通过产品与服务创新和经营模式转型，打造“一站式”客户综合服务平台，提升服务效率。并将进一步加强产业基金合作，支持国家战略性新兴产业发展。“产业基金可以引导社会资本参与实体经济转型升级，在资金汇聚、产业培育、科技创新等方面发挥重要作用。公司可以通过设立产业发展基金，引导金融资源流向‘卡脖子’技术短板、绿色经济等重点领域和薄弱环节，更好促进‘科技—产业—金融’良性循环。”该相关人士表示。

财富管理逐鹿“买方时代”

文/秦玉芳

自2023年以来，随着数字化转型的持续深入和居民财富管理需求的日益精细化、复杂化、多元化趋势凸显，财富管理机构在开放生态平台建设方面不断升级，财富管理数字化转型进入新阶段。

进入2024年，在数字金融战略推动下，以AI（人工智能）智能化原生驱动数字服务能力将充分激活财富管理的平台经济特征，成为下阶段财富管理业务增长的分水岭，助力金融机构实现从“买方销售”向“买方投顾”服务体系的转型。

数字开放生态建设提速

2023年，围绕手机银行APP版本的迭代升级，成为商业银行、保险公司等财富管理机构发力“大财富”转型布局的重要抓手。

招商银行APP12.0版本实现了交易、资产布局、资金周转等六大方面的焕新升级；交通银行手机银行8.0版本依托人工智能大数据分析能力，推出维度丰富的基金大数据榜单，助力客户进行产品选择和投资决策；广发银行近日发布手机银行9.0年度版本，也在立足客户需求打造个性化的线上服务新体验，加强居民财富管理服务供给；邮储银行手机银行9.0版本，推出“投资问诊-产品货架-财富规划”全方位财富资产配置服务体系。

易观千帆用户体验分析系统监测显示，截至2023年12月28日，手机银行服务应用APP版本迭代共计1323次，版本迭代关键词聚焦服务、体验、客户等。

在易观金融高级分析师王细梅看来，2023年以来，手机银行功能服务升级主要聚焦在财富管理和客户体验升级两大领域。“手机银行APP更加注重功能服务的体验优化，尤其是提升转账、存款、理财、基金等核心交易业务在页面布局、业务流程、业务逻辑等方面的体验。”

中国人民大学国际货币研究所在《中国财富管理能力评价报告2023（上）》（以下简称《报告》）中强调，财富管理APP已成为财富管理数字化的必要载体和服务工具，未来还可能会成为财富管理开放生态建设的重要平台。

《报告》认为，财富管理开放生态是指以财富管理上下游产业链为主体，通过连接技术平台，使用 标准化技术工具，将客户数据、金融服务等资源和能力开放给合作伙伴，以实现充分的场景、数据、能力和经验共享，为各参与者的高效运营与决策提供支撑，进而形成生态共建、共生共赢的业务创新范式。

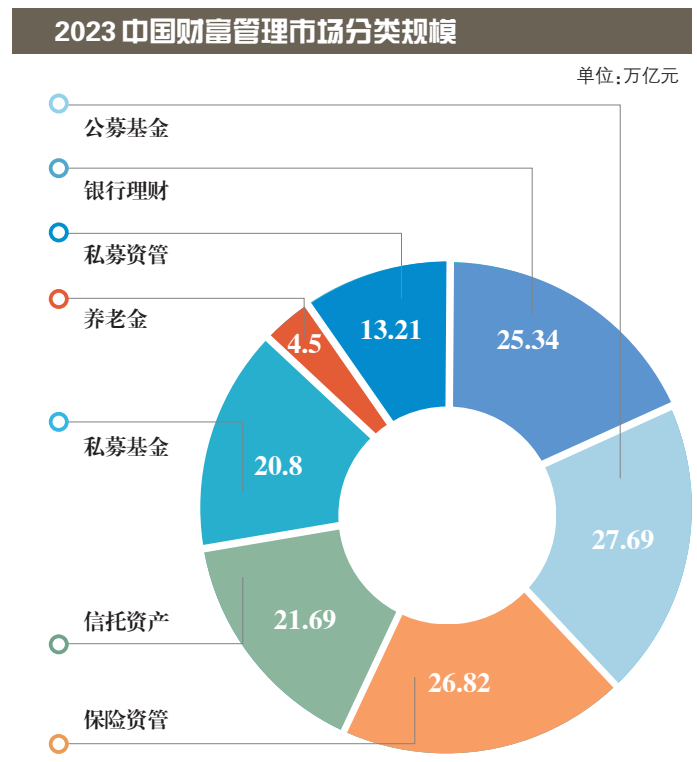
《报告》强调，各类机构共同构建开放的生态体系，已成为财富管理行业发展的重要趋势，而高效、普惠、完善的开放生态必须建立在扎实的数字化能力之上。

随着普惠型财富管理趋势的凸显，各财富管理机构越来越重视数字化能力的建设，通过人工智能、大数据、云计算等新技术的综合运用，拓展客群边界、降低服务成本、提高服务质量和效率、精准发觉客户需求等。

从发展路径来看，数字化已渗透到财富管理行业的方方面面和全生命周期，财富管理机构尤其商业银行愈加强化在数字化能力建设的投入，在前、中、后台三大板块着力布局，为开放生态平台构筑数字化能力基础。

作为财富管理开放生态建设的平台基础，手机银行APP的数字化转型也在加速深入，同业竞争愈演愈烈。

中国电子银行网联合贝塔数据发布《AIGC时代 手机银行财富管理能力建设白皮书》（以下简称《白皮书》）指出，当前手机银行财富能力建设呈现促活跃、强规划、深陪伴三大趋势。“在促活跃方面，重视高频互动场景与特色客群专区建设，提供内容陪伴服务，哺育客户财富心智；在强规划方面，优化产品货架，提升客户投中体验，上线资配规划功能，依客户需求因地制宜输出个性化配置方案；在深陪伴方面，重视投后，提供波动解读、调仓建议、持仓诊断等服务，增加客户留存。”



截止日期：2023年二季度末
数据来源：
国家金融监管总局
银行业理财登记托管中心有限公司
中国证券投资基金业协会
中国信托业协会
中国保险资产管理协会

展望未来，财富管理板块的手机银行数字化发展仍有较大的优化空间。《白皮书》认为，目前各家手机银行的发展仍面临产品基础数据和信息缺失、产品货架搭建智能化不足、产品购买旅程有断点等问题。随着手机银行APP迈入精细化运营阶段，如何通过数字化技术满足客户个性化需求，以及如何基于自身禀赋优势打造差异化价值，成为手机银行转型的重点方向。

AI赋能趋势加速凸显

随着财富管理数字化开放生态平台建设的转型深入，AI应用与财富管理业务的深入耦合，将成为下阶段金融机构“以用户为中心”业务发展的战略支撑。

越来越多的银行聚焦人工智能在财富管理领域的布局。如广发银行近日推出的手机银行9.0版本就将人工智能与数字人技术结合，上线“数字员工”服务。光大银行也基于人工智能打造财富客户线上销售平台，实现了线上理财产品在智能AI交互过程中的“听说读写”能力。

微众银行科技创新产品部负责人姚辉亚表示：“AI浪潮是未来数字金融发展非常重要的方向。过去我们做的很多产品创新，都是由数字技术和数据要素驱动的，体验和运营也都是数字化的，所以也叫数字原生银行。未来随着数字技术和数据要素应用的进一步深入，行业必然会迈入一个新的阶段；产品设计、研发、部署、运维等过程都将基于AI无处不在的理念进行，AI是功能的自然组成部分。”

这种AI智能原生，将驱动财富管理业务进入新的发展阶段。易观分析在最新发布的《中国银行业数智化转型趋势报告2024》中指出，开放平台成为银行财富管理核心基础设施，智能原生能力将成为财富管理业务增长分水岭。

易观分析认为，智能原生充分激活了财富管理的平台经济特征，财富开放平台所依托的业务中台、技术中台和数据中台等中台能力，以及知识图谱、自然语言识别、云计算等“数字底座”将成为财富管理部门数字化转型的核心基础设施。

易观分析还强调，智能原生对财富管理业务的模式创新主要是通过开放式财富管理平台来承接，平台作为客户的接入口，应该提高开放权限来提升对客户的服务和交互能力，打造能提供差异化客户体验的客户端APP。

在AI与智慧化能力的驱动下，以“买方投顾”为核心的财富管理模式也将势不可挡。易观分析指出，随着财富管理市场的发展和客户需求的升级，投资顾问服务已成为财富管理的核心能力，涵盖动态资产配置建议、良好的客户交互和全旅程客户陪伴的综合服务的智能原生能力将成为决定财富管理业务增长的分水岭，因此以客户为中心、以数智技术驱动的财富管理智能化升级将是下阶段主要工作思路。

华宝证券在《买方投顾专题报告》中也指出，未来真正的买方投顾式财富管理机构应兼备“买方”与“投顾”两个角度的标准，不仅包括从咨询到配置落地和检视跟踪等完整的流程体系的“投顾式服务”全程陪伴，也要求财富管理机构兼具专业的投研能力和资产配置系统。

这对传统的财富管理机构来说，不仅要进行服务理念的转变，更需要数字化、智能化系统的支撑。

未来，买方投顾式财富管理仍面临多方面的挑战。华宝证券分析认为，当前，在财富管理领域多数机构会选择私募基金作为载体，但国内财富管理市场仍有众多的中产家庭；缺少合适的载体，难以推动资产规模相对较小客群的业务展开。此外，买方投顾需要具备投资能力、对产品与信用风险的识别能力和与客户交流沟通的能力，而国内现有的分业经营现实下，机构各有所长，往往很难培养出兼备这些能力的专业人才。

易观分析也指出，目前，国内财富管理正处于基金销售向投顾服务转变的阶段，投顾服务内容和策略较单一，尚未深挖投资者需求；此外，银行投顾场景有待丰富和细化，以提高客户体验和满足个性化需求。

长远来看，以数智技术驱动财富管理智能化升级，构建“买方投顾”服务体系，将是大势所趋。但华宝证券也在上述研究报告中强调，在机构经营实践中做到纯粹意义上的“买方投顾”并不容易，对于中国的财富管理机构，可以先扎扎实实做好“投顾”服务，实现向“买方投顾”的升级，给此刻的中国财富管理行业带来更多的积极变化。

25万亿银行理财主打“低波稳健”

文/郝亚娟 张荣旺

2023年是资管新规落地第二年，银行理财进入全面净值化发展阶段。然而，低利率的市场环境叠加资本市场的波动，银行理财规模增长面临挑战，甚至一度被公募基金反超。

在此背景下，银行理财公司积极自救。一方面，理财公司出手自购、降低理财产品管理费率；另一方面，理财公司创新推出相应产品，如混合估值类理财产品、零钱组合理财产品、长期限封闭式理财产品等，主打“低波稳健”策略。

下一阶段，理财公司和投资者“双向奔赴”尤为重要。德勤中国指出，银行理财行业的净值化转型不仅改变了银行理财产品的性质，也给理财公司和投资者带来新挑战。理财公司需提供多元化产品和服务满足投资者需求，而投资者也需提高理财知识和风险意识，理性应对市场波动。

银行理财面临多重压力

2023年，银行理财逐渐走出“破净”阴霾，亦在不断调整理财产品供给来满足投资者需求。

银行业理财登记托管中心有限公司发布的《中国银行业理财市场半年报告（2023年上）》（以下简称《报告》）显示，截至2023年6月末，银行理财市场存续规模为25.34万亿元，相较2022年年末下降了8.35%。这是银行理财存续规模首次被公募基金反超。

在规模变化的同时，“低波稳健”已成为银行理财的主旋律。在产品类型方面，《报告》显示，截至2023年6月末，固定收益类产品存续规模为24.11万亿元，占比95.15%，较2022年同期增加1.32个百分点；混合类产品存续规模为1.11万亿元，占比为4.38%，较2022年同期减少1.52个百分点；权益类产品和商品及金融衍生品类产品的存续规模相对较小，分别为0.08万亿元和0.04万亿元。

融360数字科技研究院分析师刘银平指出，在经历“破净”潮、赎回潮之后，理财公司的产品配置策略也在发生改变，在资产配置上以“稳净值”作为重要目标，中低风险产品种类较为丰富，符合大部分保守型和稳健型投资者的理财需求。

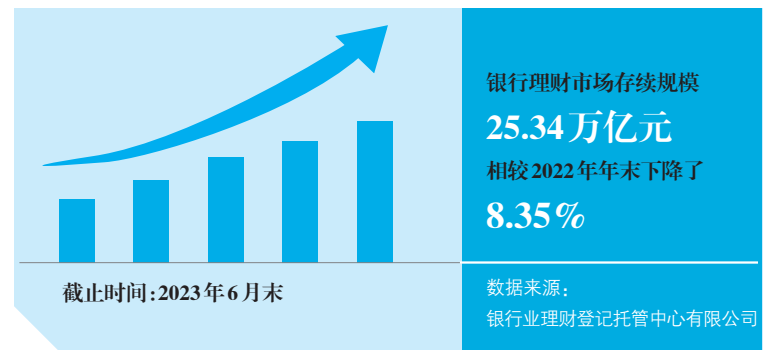
多家理财公司扎堆发行摊余成本法理财、混合估值理财。以混合估值理财为例，相比于采用单一市价法估值的理财产品，该类产品的估值波动更平稳。除了在产品估值法有所创新外，封闭式理财产品也成为理财公司的主力军，通过减少频繁的资金流动对理财产品运作的影响，有助于投资者积累更多财富和实现长期目标。

值得一提的是，2023年，零钱组合理财产品备受追捧。零钱组合理财产品除了支持大额赎回外，还支持多种应用场景，包括消费支付、转账、缴费、还款等，在使用上述功能的时候可以不赎回产品。这一背景是，2023年年初现金管理类产品新规正式实施，根据规定，银行理财在资产配置及申赎规则方面均参照货币基金管理，产品单日快速赎回额度只有1万元，超出部分只能进行T+1普通赎回。

为应对市场波动、提升投资者信心，理财公司也是拿出了真金白银。2023年以来，多家理财公司通过降低费率，部分产品固定投资管理费直接被降至零；亦有理财公司以自有资金购买旗下产品。普益标准指出，理财公司通过自购可以促进理财产品销售，确保新产品顺利发行，稳定和提高年末管理规模和市场占有率。

中国银行（601988.SH）研究院研究员杜阳指出，总的来看，2023年银行理财市场呈现三大变化：一是银行理财的数字化水平不断提升。随着金融科技不断进步，数字化转型对金融行业产生深远影响。银行理财产品更加注重线上服务和数字化体验，为投资者提供更加便捷高效的金融服务。二是银行理财的专业化水平不断提升。通过建设专业的投研团队、风控团队和销售服务团队，银行理财的投研能力、风险管理能力以及销售能力不断加强，持续提升投资者投资体验，满足投资者多元化的金融需求。三是更加注重主题理财产品的开发与设计，通过发力主题理财，提供独特的投资策略、投资标的或者投资方式，从而打造差异化竞争优势。例如，开发与ESG、科技创新等主题相关的理财产品，满足客户对于可持续发展和科技前沿的投资需求，享受政策红利。

不过，需要注意的是，银行理财还面临一些挑战。杜阳指出，当前银行理财面临的压力来自于三方面：一是银行理财产品收益率水平受债券、股票等底层资产价格影响较大。金融市场波动背景下，底层资产价格变化频率提高，理财产品净值波动加大，且大部分情况下，会出现净值下跌、收益水平下降，影响银行理财在资管市场中的竞争力，不利于长期可持续发展。二是当前投资者价值投资观念仍有待进一步深化，市场波动引发的理财产品净值波动可能会引起市场恐慌，投资者更倾向于赎回理财产品，如果形成赎回潮，会导致银行理财面临流动性压力。三是金融市场动荡对理财公司的风险管理能力提出更高要求，需要更加注重理财资金的安全性和收益的稳健性。同时，也需要花费更多成本稳定客户情绪、维护客户黏性，对理财公司的成本支出造成一定压力。



普益标准研究员邓皓之补充表示，银行理财面临产品收益率下降的压力。资管新规对非标资产配置比例的限制和净值化管理的要求，收益较高的非标资产投资受资管新规限制较大，此外，当前10年期国债处于历史偏低水平，债券收益率大幅下行使得银行理财投资压力显著上升，较高收益的资产荒开始愈演愈烈。

监管体系全方位完善

“行业监管力度的增强，监管体系不断完善和细化，推动着银行理财业务向更精细、更合规的管理方向发展。”德勤中国指出。

2023年11月，中国银行业协会发布《理财产品过往业绩展示行为准则》，进一步加强商业银行、理财公司在展示理财产品过往业绩时的行为规范。

德勤中国分析，以资管新规为核心，监管部门出台了一系列银行理财业务相关制度，对银行理财产品进行重塑和全方位调整，并围绕理财公司构建了主体监管制度体系。同时，随着资管新规的实施和理财公司专营化业务的发展，监管部门对银行理财业务管理提出了更高要求，形成了公司治理、业务、科技与数据四位一体的监管趋势。预计未来，将持续加大监管力度、出台更多细则，完善银行理财行业法律监管体系，推动银行理财业务向精细化、合规化管理发展。

展望银行理财的未来发展，刘银平认为，从外部因素来看，存款利率多次下调，存款产品对投资者的吸引力减弱，部分资金可能会流向银行理财、公募基金、保险产品，对银行理财来说属于利好。未来，长期存款利率仍有一定下降空间，对部分储户而言，可能会将目光投向净值稳定的现金管理类产品以及中低风险的固收类产品。接下来，银行及理财公司在资产配置方面依然主打“低波稳健”策略，大部分理财公司的封闭式产品采用混合法估值，同时侧重流动性管理，配置低风险资产以降低产品的净值波动，再通过降费来吸引投资者。对于保守型及稳健型投资者而言，理财产品仍然具有较大的配置价值，理财产品规模有望进一步上升。

中信证券明明团队指出，长期来看，加强投资者教育将是引导银行理财市场稳健增长的核心。银行理财产品发行机构应加强对投资者的投教工作，帮助市场形成对产品风险与收益认知的统一，推动资本市场逐步形成“卖者尽责、买者自负”的“真资管”环境，引导银行理财市场实现稳健增长和良性扩张。在投资策略上，银行理财产品发行机构除低波类产品外，可选择适当提高固收+产品的比例，呼应风险偏好回升的资金需求，通过提高产品收益率进一步吸引理财资金回流。此外，在保证风险管控合适的基础上，诸如养老理财这类创新型产品也值得机构积极布局，以满足投资者的多元需求。

在产品方面，德勤中国也提到，市场存续的银行理财产品中权益类产品占比较低。短期内，银行理财市场仍将以中低风险的固收、固收+产品为主。但从中长期看，权益投资作为利率下行的有效对冲手段，将成为各家理财公司可持续发展建设的重要一环。

面对银行理财市场的变化，投资者该如何应对？杜阳建议，投资者认购银行理财产品，需注意以下几点：一是要明确理财产品的申赎机制，确保所购买的理财产品能够有效匹配自身流动性状况。二是要对理财产品的风险水平进行评估，应在自身风险承受能力与投资能力范围内选择相关产品，可优先考虑财富管理能力强、风险管控水平高的平台进行购买。

邓皓之认为，首先是合理规划理财优先级。对于投资者来说，在金融市场波动时，流动性可能会受到影响。投资者应该关注投资组合的流动性，合理规划投资理财的优先级程度，确保在需要资金时能够及时变现，以保障身体健康以及未来生活的资金充足。其次是综合分析风险与收益。在波动市场的背景下通过分散投资来降低风险，投资于不同的资产类别、行业和市场。最后是提升个人投资素养。金融市场波动的背景下，投资者需密切关注金融市场的动态，包括政策变化、经济数据、国际形势等，以便及时了解市场变化和风险。投资者也可以通过系统地学习金融知识获得投资理财的技能，以了解资产流动规律、提升投资风险意识。

基金降费让利谋共赢

文/顾梦轩 夏欣

伴随公募基金市场规模愈加壮大，“基金赚钱、基民不赚钱”的问题亦愈加凸显，一场彻头彻尾的降费改革行动呼之欲出。

2023年7月7日，证监会发布了公募基金行业费率改革工作方案，详细部署了基金降费改革的阶段和相关举措，正式吹响降费改革的号角。交易佣金、申购费、赎回费、销售服务费等费率的改革渐次展开，涉及领域包括基金公司、券商、银行、第三方销售机构、买方投顾等。

为避免基金费率“陡升陡降”，本次费率改革按照“管理费用—交易费用—销售费用”的实施路径，分阶段推进费率改革。目前，第一阶段工作已顺利完成。

按照“管理费用—交易费用—销售费用”的实施路径，在完成第一阶段管理费用的调降后，证监会启动了对交易费用的改革工作。

国联基金在接受《中国经营报》记者采访时表示，经过降费改革，公募和券商原有的合作商业模式可能需要发生改变，基金公司或对整体的佣金分配架构进行重新调整，这同时也会对卖方服务发生一定的影响，利好头部的卖方研究，一定程度上也会推动研究队伍专业水平和研报质量的提升，能够通过加强研究提高服务质量的中小券商是有机会弯道超车。

降低投资者成本

降费改革第一阶段，公募基金管理费率调降初显成效。这一阶段，费率改革注重在主动权益类基金管理费率的调整上，要求新注册产品的管理费率、托管费率分别不超过1.2%、0.2%，存量产品于2023年年底前分别降至上述水平。

Wind数据显示，截至12月21日，全市场管理费率高于1.2%的权益类（股票+混合开放型）产品数量以及托管费率高于0.2%的权益类产品数量均占比2%左右。

记者采访了多家基金公司，其根据2023年6月底规模测算，公募行业每年可为投资者节约各项费用支出合计约140亿元。不仅能有效降低投资者成本，而且符合让利于民的监管导向。

管理费下调后，基金公司首当其冲。“我们公司有九成基金都已经降费，影响肯定是有的。”一位不愿具名的公募基金人士向记者表示。

晨星（中国）基金研究中心总监王蕊指出，第一阶段的降费有序调降权益类公募基金管理费率和托管费率，越来越多的基金公司加入到降费让利的行列，产品类型也从主动权益类基金逐步拓展到了指数基金、债券基金以及货币市场基金。同时，基金公司在市场化竞争中探索出差异化的“浮动费率”产品，让管理费收取更加合理，给投资者更好的体验。

天相投顾基金评价中心有关人士表示，众多基金公司已经开始对存量基金费率进行调降，并着手发行一些创新型的浮动费率基金，这不仅提高了投资者获得感，还使得行业健康发展并与投资者利益更加协调一致。此外，降低费率尽管对基金管理人的收入产生一定冲击，但从长期来看促进了市场的良性竞争以及优胜劣汰。

此外，由于费率改革时间相对较短，目前基金公司的降本增效和业务创新尚未达到理想的效果，想达成预期的成效仍需要一定的时间；由于目前各类让利型的浮动费率基金不断推出，相关监管制度以及投资者教育也应该同步加强。

降费潮不断推进之际，浮动费率新品也随之而来。一位公募基金业内人士指出，首批20只浮动费率基金已全部正式成立，进一步完善了公募基金产品谱系，有利于将基金管理人与投资者利益“捆绑”，促进行业发展与投资者利益同提升、共进步。

减少行业乱象

12月8日，为进一步加强公开募集证券投资基金证券交易管理，保护投资者合法权益，证监会研究制定了《关于加强公开募集证券投资基金证券交易管理的规定（征求意见稿）》（以下简称《规定》）。这标志着公募基金行业第二阶段费率改革工作正式启动。

一石激起千层浪。“《规定》出台后，意味着未来隐藏在“海平面”下的证券交易佣金率将合理调降，进一步降低投资者的持基成本；更进一步规范基金公司的交易行为，合理优化公募基金证券交易佣金制度，保护投资者合法权益。”一位公募基金业内人士向记者指出。

湘财基金指出，《规定》一方面是促使公募基金行业业务模式调整。由于交易佣金以及佣金分配比例的降低，整个公募基金行业的业务格局将迎来调整。同时，券商销售行为与交易佣金的脱钩也会对以往部分销售模式重新进行规范。另一方面是强调更严格的合规审核与信息披露。基金投资透明度会增加，特别是在交易活动方面，这将提升投资者的信心并可能吸引更多的投资，一些可能存在的利益输送的问题将有效减少。

王蕊也指出，调降交易佣金率一是有利于降低被动和主动管理基金的交易费用。二是强化基金管理人内部控制要求，尤其是严禁以任何形式向证券公司承诺基金证券交易量及佣金或利用交易佣金与证券公司进行利益交换，严禁通过增加证券交易量损害基金份额持有人利益。

不可否认，国内存在部分基金为了满足合作券商的佣金要求，人为制造高换手率，目的是为了获得券商提供的基金代销服务，在增加交易费用的基础上盲目扩张基金规模，损害持有人的利益。

王蕊指出：“在交易佣金率调降的背景下，基金公司不太可能通过提高换手率、增加交易量的方式支付更多的佣金。《规定》明确要求卖基金和交易佣金不能挂钩，只有研究服务才能够换取交易佣金，基金高换手率换取基金销售规模的模式将被颠覆，只有销售能力而缺乏研究能力的券商将被淘汰。基金公司需要从保护持有人利益出发，客观看待证券公司研究能力，选择扎扎实实做研究服务的券商，真正借助外部研究力量为基金的投资决策提供有力的支持。”

券结模式进入“快车道”

多位受访人士表示，新规之下，基金分佣将向头部券商、研究能力强的券商倾斜，中小券商也有望通过研究能力弯道超车。

与此同时，《规定》提出券结模式原则上不受分配比例上限的影响，券结模式和买方投顾的重要性将不断凸显。“券商传统的佣金收入在受到压力后，则可能进行相应的业务创新。因此券商可能更倾向于销售券结基金，大力发展买方投顾也可能为公募基金管理人以及券商带来新的业务增长模式。”天相投顾基金评价中心有关人士表示。

前述公募基金业内人士指出，《规定》出台后，将有利于推动券结模式的发展，公募机构对于合作券商的选择上会更侧重销售能力，头部券商具备明显的竞争优势，因为大规模券结基金的合作券商基本都是头部券商。

湘财基金指出，在新的市场环境下，券结模式深度绑定券商和基金公司，为券商增加收入的同时，也提高了基金公司的资金使用效率，基金可以参与融资融券、股票质押式回购等业务。此外，在券结模式下，券商对基金的交易行为实时验资验券，对异常交易行为起到了监控作用，有利于资本市场的公平交易。

“由于采取券结模式的基金不受此条规定影响，预计将推动券结模式发展进入‘快车道’，券商可通过持续提升综合服务能力，带动更多权益类产品选择券结模式，弥补分配比例上限带来的影响。”湘财基金有关人士表示。

第三阶段降销售费用

目前，公募行业降管理费、降佣金的进程正在有条不紊地推进中，新规的实施将推动基金行业和服务于其的券商机构进一步规范化、专业化和透明化。虽然短期内可能会带来一些收入下降和业务调整的压力，但从长远看，为投资者创造一个更加公平、有效的市场环境，将有助于整个资本市场的健康持续发展，最终实现多赢格局。

“后续认购费率和尾佣比例的调整将对销售渠道，尤其是银行、券商等传统销售渠道的基金业务产生较大影响（主要为申购费率的折扣），而基金公司方面将受益于尾佣比例的调降。”国联基金有关人士指出，后续对交易佣金费率调整，则将对券商研究所产生冲击。在这个时候推行降费，虽然给从业者带来了难度，但它也给行业带来了正面影响。它反映出监管层推动普惠金融的决心和方向。

对于公募基金降费改革的第三阶段举措，机构猜测结果不一。国联基金认为，第三阶段或许从基金销售环节降费为核心开始着手，这一系列改革的目的依然是通过各种形式的降费，对公募机构加强监管和规范，促进基金经理的管理水平提高，加强投顾队伍专业水平的建设，逐渐重拾当前投资者对公募基金这种投资方式的信心。

湘财基金预计将进一步降低三方代销机构尾随佣金比例，规范公募基金销售环节收费，更好地降低投资者交易成本与投资门槛，推动公募基金行业更为良好的发展生态。

“以基金销售环节降费为核心的第三阶段降费有望于2024年年底前落地，将对三方、银行等代销收入会带来一定压力，利好基金公司降低渠道费用。”前述业内人士说。

王蕊指出，费率改革助力解决基金公司、证券公司、销售机构与投资者之间存在的利益冲突问题，从改变背后的考核激励机制到扭转机构销售行为模式，让行业参与主体回归公募基金行业发展的本源，以投资者利益为出发点，做到真正符合行业发展的规律，“只有投资者赢了，行业才能赢。”王蕊说。

信托再出发：强调服务社会民生

文/樊红敏

2023年是信托行业发展历程中最具变革之年。

这一年，信托业务三分类新规实施，厘清了业务边界与服务内涵；分级分类监管政策落地，差异化监管正式启动；行业风险进一步出清，多家高风险机构风险处置工作迎来了重大进展；增资潮再起，中小信托公司集中补足资本金短板，增厚业务转型基础；高管变动频频，战略布局调整优化……

在变革中，信托业持续优化业务结构，重塑商业模式，以期找到可持续的盈利模式，重拾规模化增长。

厘清行业定位

信托业的使命和定位是随着社会的发展而不断变化的。2023年，随着业务分类改革、分级分类监管改革等政策文件的落地，信托行业的定位及发展方向愈加明晰。

监管层面对信托业务的分类改革酝酿已久。2023年3月，原银保监会正式发布《关于规范信托公司信托业务分类的通知》（以下简称“三分类新规”），将信托业务分为资产服务信托、资产管理信托、公益慈善信托三大类共25个业务品种，自2023年6月1日起实施。

业内认为，此次对业务分类的调整，本质上是对信托业重新定位，使信托行业回归到服务社会民生的本源业务。

“三分类新规的落地标志着过去对信托进行的融资类和投资类分类已成为历史。三分类新规之下，信托公司将逐步回归本源转型发展方向，发展成为真正的‘资产管理机构’，积极拓展资产服务信托、资产管理信托和公益慈善信托等信托本源业务。”百瑞信托战略发展部高级研究员孙新宝在接受《中国经营报》记者采访时表示。

国投泰康信托研究院高级顾问周小明也撰文表示，信托业是一个国家进入中高收入阶段后顺应理财金融服务需求而发展出的更高阶位的金融服务业态。信托三分类新规形式上是对信托业务的重新规范，实质上是对信托业在我国金融服务体系中的功能定位进行了更加清晰描述和界定。

“从信托业高质量发展的现实路径来看，需要把握时代脉络，紧扣时代主题，在信托业功能定位的框架内，将时代性和商业性进行有机结合。”周小明在上文中还提到，新时代的“新”字，核心是全面服务社会民生，具体体现在方方面面，比如服务实体经济、支持战略性新兴产业、优化资源配置、防控化解金融风险、促进和谐社会建设、推动共同富裕、服务人民美好生活等，每一方面都孕育着新的需求。在信托业务的每条赛道中，结合“新”字做文章，每家信托公司就能构造出适合自己高质量发展的差异化商业模式。

北方信托创新发展部总经理王栋琳在接受记者采访时也表示，在信托业“变革年”，信托业定位更加清晰地聚焦到支持实体经济高质量发展、满足人民群众美好生活需求、为受益人的最大利益处理信托事务。

“三分类新规强化了信托回归本源，从事信托业务应当立足受托人的定位，为受益人的利益最大化处理信托事务；这也是突出发挥信托制度优势，有助于与其他资管机构形成差异化发展模式。在这样的背景下，变化的关键应该更加聚焦、更加高效地服务实体经济发展和满足人民美好生活需要。”上海信托总经理陈兵也向记者表示。

同时，三分类新规也为信托公司差异化发展奠定了基础。三分类新规之下，信托业可以通过不同业务工具切入资产管理、财富管理、社会服务和公益慈善等服务领域和场景，给信托公司差异化发展提供了巨大空间和机遇。

2023年11月落地实施的《信托公司监管评级与分级分类监管暂行办法》则标志着差异化监管真正启动。

能力体系再造

新定位给信托业提出了更高要求。为加速向新三分类业务方向转型，信托公司从业务组合到商业模式，再到公司内部组织架构等均需要进行重塑和再造。

孙新宝表示，在新定位下，信托公司需要结合自身既往优势不断打造和提升自身核心竞争力，其中最主要的是提升投研能力，更好地支撑业务转型发展。要不断加强投研力量，包括人力投入、系统投入及外部合作资源投入等。同时还要同步提升科技、风控、运营、人力、文化建设等的支撑能力，更好地保障信托公司高质量转型发展。

王栋琳则认为，信托公司需要逐步建立与新定位相匹配的“五力”，即以标品投资和操作风险及法律风险管理为核心的风险管控能力、以大类资产配置和组合投资为核心的投资研究能力、以财富专家顾问和多元渠道拓展为核心的市场营销能力、以一站式全生命周期产品设计和产品筛选组合为核心的产品创设能力、以线上运营及资管服务和人工智能技术开发为核心的科技运营能力。

麦肯锡全球资深董事合伙人、中国区金融机构咨询业务负责人曲向军撰文表示，目前，国内信托业在业务组合、商业模式、组织体系、精细化管理模式上，正逐步推进四个转型：在业务组合上，过去信托业的业务组合比较单一，现在需要朝着多元化组合的方向发展，向服务型信托、资产管理信托、慈善信托和财富管理多元化发展，从行业专业化能力方面也有要从对地产、政信业务的高度依赖向产业端综合化拓展。在商业模式上，主动向受托服务和受托理财思路转变，即从过去以非标资产获取、非标项目审批为核心，转向关注机构自身的投研能力、产品设计能力、运营能力和客户服务能力。在组织体系上，过去的组织模式是围绕传统非标融资业务，设立多个平行展业团队，现在则围绕三分类新规下业务领域设立专业化前台团队，并强化总部配套中后台能力建设，实现对前台团队的赋能。在精细化管理上，过去偏向于粗放型管理，现在则更注重精细化管理，并将精细化管理落实到投研能力、运营能力、风险合规、人力资源、信息科技等关键能力的建设以及战略实施推动的精细化过程管理上。

实际上，从公开信息来看，2023年信托公司在推进转型方面的努力也显而易见。比如本报记者根据监管披露的信息不完全统计，2023年，共有12家信托企业增资获监管核准，合计增资规模超过200亿元。又如，据统计，截至2023年12月27日，2023年监管部门核准任职资格的信托公司董事长、总经理共有26位，涉及24家信托公司。

“这些都是行业顺应监管趋势、主动转型升级的表现。信托公司通过寻求更有耐心的长期稳定的资金从而增强资本实力、调整优化股东背景、重组高管团队，有益于进一步健全公司治理机制，加强风险防范能力。”厦门信托方面分析表示。

“在监管趋严和业务转型深化的大背景下，资本实力发挥着越来越重要的作用，除了满足监管要求外，还利于做大信托业务规模、缓释信托项目风险、探索创新业务等。而信托公司高管变动频繁，也反映出信托公司加快转型步伐的趋势，通过自上而下的战略布局适应转型发展需要。”孙新宝称。

行业分化趋势

2023年，信托行业监管框架已定，业务定位及边界进一步厘清。2024年是信托行业在“新三分类”下再出发的元年，行业发展会呈现怎样的趋势，又面临哪些机遇与挑战呢？

“从2019年房地产信托调控至今，信托经过持续近5年的业务转型，资产规模逐渐稳定，风险化解和处置加快，业务类型逐步清晰。2024年信托业应会进入‘先立后破、晓喻新生’的新阶段，新赛道、新客群、新渠道、新模式将会层出不穷。”王栋琳表示。

某央企信托公司发展研究部门人士向记者表示，2024年或是信托行业继续深刻转变的一年。一方面，三分类新规的配套政策会加快出台，诸如出台资产管理信托监管制度，进一步规范业务行为，同时对市场较为关注的现金类管理信托也可能对标其他资管产品，在投资范围、估值方式、流动性等方面有更详细的要求。另一方面，资产服务信托仍会深入探索，现在行业已经基本尝试了分类里的资产服务信托种类，未来是要聚焦重点方向，固化业务模式。

“整体而言，信托公司转型发展将进入深水区，不进则退，行业分化则是必然趋势，在新华信托破产案例后，行业优胜劣汰的机制会更加清晰。”上述央企信托公司发展研究部门人士向记者表示。

厦门信托方面也认为，行业未来的发展趋势将进一步分化，差异化发展的特征更加明显，可期待行业在百花齐放中聚焦各自资源禀赋和区域特色稳中向好发展。

就信托行业2024年面临的机遇与挑战，孙新宝认为，展望2024年，一是严监管态势将持续。2023年信托业务分类新规、分级分类监管等重磅文件发布，信托行业监管框架已基本成型，但相关配套制度的完善仍有很长的路要走。二是推动信托行业回归本源，服务实体经济高质量发展。资产服务信托内容丰富，发展空间广阔。他预计将在2023年基础上持续多点发力，如财富管理服务信托、行政管理服务信托等。资产管理信托将持续高速发展态势，成为越来越多信托公司的主要发力方向。三是绿色信托发展空间巨大。从宏观经济发展方向上看，绿色金融是中央金融工作会议“五篇大文章”之一，发展绿色信托是大局所向。从金融行业服务实体经济的角度来看，发展绿色信托是大势所趋。

王栋琳则认为，2024年，信托业在科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五大领域将面临难得的机遇。不过，王栋琳也同时强调，随着新旧产能更迭和经济周期波动，2024年行业风险处置压力不减，行业也需要结合新的定位重塑社会形象，新业务、新定位对公司战略布局和管理能力提出挑战，信托从业者还需要付出艰苦努力。

非银金融“力挺”惠民消费

文/郑瑜

2023年，中国消费市场不断释放经济增长的内需潜力，持续展现出了强劲韧性。在各领域、各品类促消费重点政策所形成的促消费扩内需一揽子政策体系之下，作为拉动经济增长的“三驾马车”之一，我国消费市场重新升起了市井烟火气。

提振消费的背后，离不开金融的“强助攻”。除了相关部门在2023年多次强调加大金融对消费的支持力度外，金融与金融科技机构在不同业态之中始终践行“金融为民”理念，拓展消费场景、挖掘市场需求、实施精准营销等举措频出，大力支持消费市场蓬勃发展。

消费市场的蓬勃复苏背后是服务消费、大宗消费的快速崛起。在促消费过程中，优化金融服务、提升金融支持消费效能是从业者们贯穿2023年全年的着力点。金融及金融科技如何支持消费充分发挥对经济发展的基础性作用？金融资源如何才能精准赋能消费、促进各项惠民政策更快落地见效？

服务消费提质增效

文化和旅游部在2023年3月发布了《关于推动在线旅游市场高质量发展的意见》（以下简称“《意见》”），6月，联合中国银行印发《关于金融支持乡村旅游高质量发展的通知》（以下简称“《通知》”），从“加大信贷投放”“推进产品创新”“开展综合服务”等方面，加大对乡村旅游高质量发展的金融支持。

上述《意见》中提到，银行等金融机构要为平台内小微经营者提供综合授信、业务贷款、装备赊销、信用贷款、融资租赁和保理等产业链金融服务；加强旅游消费类金融产品创新，为旅游者提供便利的产品分期贷款、小额消费信贷、先游后付等消费金融服务，加大旅游消费金融产品的宣传和合规教育，激发在线旅游平台的金融支撑能力和消费拉动能力。

金融与金融科技公司均在积极为行业发展注入能量，围绕“金融为民”的精神，全力推进国内居民消费与生活品质快速提升。

“2023年的旅游市场可以用‘火爆’来形容。2023年前三季度，国内旅游达到36.7亿人次，实现旅游收入3.7万亿元，同比分别增长75%、114%。居民旅游需求得到集中释放，居民出行大幅度增加。在带动相关消费扩大的同时，也促进了经济复苏。”文化和旅游部有关负责人在国务院新闻办公室日前举行的“权威部门话开局”系列主题新闻发布会上介绍。

《中国经营报》记者从中国邮政储蓄银行旗下控股持牌消费金融公司，中邮消费金融有限公司（以下简称“中邮消费金融”）处了解到，随着消费市场复苏，中邮消费金融已经瞄准旅游、快消、娱乐服务等行业，发掘与之相关的场景和平台，致力于为消费者提供更加贴心、个性化的场景消费金融服务。以旅游行业为例，中邮消费金融计划与旅游产品平台合作，在住宿、出行、景点消费等不同场景为消费者提供合适的消费金融产品，通过金融产品赋能，提升旅游产品的整体消费能力。

在民航领域，金融科技公司也在积极渗透。2022年11月，上海晓途网络科技有限公司（以下简称“信飞科技”）与明珠数字科技股份有限公司（中国南航集团资本控股有限公司旗下数字科技平台）共同出资收购了原归属于平安系的互联网小贷牌照。

根据信飞科技相关负责人对记者表示，从2020年合资成立明珠数字科技股份有限公司以来，双方已经积累了成熟的合作经验，在具体的业务经营当中，更擅长于助贷科技的信飞科技依托自身的风控能力、大数据分析处理效率和人工智能技术，携手更熟知航旅人群、产业链特征的南方航空，跑通了面向航旅人群的高效、精准、风险可控的机票分期业务。下一步，双方将共建航旅供应链金融服务平台，依托于明珠数科，结合行业发展实际，大力发展航空产业链金融业务，积极服务航旅金融生态圈合作伙伴，并通过不断完善和丰富“场景+科技+金融”业务逻辑，着力解决中小微企业融资难、融资贵问题，为中小微企业平稳健康发展保驾护航。

2023年提振消费一揽子政策

- 3月《政府工作报告》提出，把恢复和扩大消费摆在优先位置。
- 3月，文化和旅游部发布了《关于推动在线旅游市场高质量发展的意见》，促进各类旅游经营者共享发展红利。
- 6月，文化和旅游部办公厅、中国银行联合印发《关于金融支持乡村旅游高质量发展的通知》，加大对乡村旅游高质量发展的金融支持。
- 6月，商务部办公厅印发《关于组织开展汽车促消费活动的通知》，提出开展“百城联动”汽车节和“千县万镇”新能源汽车消费季。
- 7月，国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费措施的通知》发布，从6个方面提出了20条恢复和扩大消费的措施。
- 7月，商务部联合13部门印发《关于促进家居消费若干措施的通知》和《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》，促进家居产业提升和消费升级。
- 7月，国家发展改革委、工业和信息化部等六部门印发的《关于促进电子产品消费的若干措施》围绕加快推动电子产品升级换代、大力支持电子产品下乡、打通电子产品回收渠道、优化电子产品消费环境4个方面提出12条政策举措。
- 12月，中央经济工作会议上明确指出：“要实现2024年的经济增长目标，必须进一步加大力量提振消费，增加居民消费信心。”

据公开资料整理

汽车金融多措并举

作为大宗消费之一，汽车消费具有体量大、潜力足、产业带动作用强的特征，是消费增长与消费升级的基本盘。促进汽车消费对于我国促消费、拉动产业链高质量发展具有的积极作用。

有汽车金融公司相关人士告诉记者，2023年以来，国家出台了汽车下乡、二手车登记“一证通办”等一系列政策促进汽车消费，产业发展逐步向好。与此同时，汽车金融渗透率也在不断增长。

汽车金融公司纷纷积极布局，持续推出优惠政策，加大信贷投放，为供需对接注入金融“活水”，惠及民生。

2023年梅赛德斯-奔驰汽车金融有限公司（以下简称“奔驰汽车金融”）积极响应新能源汽车政策号召，为选择新能源汽车的客户推出具有吸引力的贷款产品。客户可以从最低首付15%、最长期限60个月或最低0%利率的各类新能源金融产品中选择符合需求的解决方案。

奔驰汽车金融相关负责人告诉记者，公司不断升级端到端的数字化服务流程，符合相关条件的客户最快可在10分钟内完成汽车金融贷款服务；此外，奔驰汽车金融已成功推出“预选通”服务，客户可通过简单操作，快速测算可申请贷款额度的预估，为客户带来一目了然、安全便捷的数字化金融服务体验。

福特汽车金融（中国）有限公司（以下简称“福特汽车金融”）有关负责人对记者表示，近年来，汽车消费结构加速演进，汽车金融消费者正朝着客群更细分、需求更多元的方向发展。2023年随着普惠金融的力度增加，更广大的消费者享受到金融服务带来的购车与用车体验的提升。更多的商业银行持续发力让消费者在购车时有更多的选择余地。

“作为主机厂汽车金融公司，公司的主营业务是为福特、林肯、江铃汽车的个人客户提供购车贷款服务，并为福特、林肯、江铃经销商提供批售融资业务。2023年，我司继续与主机厂紧密合作，向消费者持续提供具有吸引力的低利率金融产品方案，并在新车上市、节庆促销、车展期间联合主机厂推出定制方案。”上述福特汽车金融负责人表示。

据了解，2023年福特汽车金融注重数字化转型，开展更多电子功能以及线上服务，提高客户的购车体验，目前已推出了从贷前到贷后的全链路数字化工具，并上线了全新设计的金融管家3.0，为不同合同状态的客户提供差异化服务，持续丰富平台的自助服务功能，如用户可以在线更换还款银行卡、自助扣款、下载还款历史、申请延迟还款等。2022年年底在公司微信公众号、经销商店端和主机厂电商平台等多渠道推出面向新客的预审批功能，客户在拟购车初期可提前获知自己的预审额度，并可一键转化车贷申请。

数字消费业态蓬勃发展

在服务消费与大宗消费之外，发展即时零售、智慧商店等新零售业态，拓展新型消费也是提振消费的重点工作之一。

2023年，消费市场一大亮点就在广阔的农村市场中。国家统计局最新数据显示，11月，乡村消费品零售额达5975亿元，同比增长10.4%，增速比城镇高0.4个百分点，比10月加快1.5个百分点。

“促进消费要从重点消费领域抓起，农村消费是消费市场的重要组成部分，发展潜力巨大。”河南中原消费金融股份有限公司（以下简称“中原消费金融”）副总经理邵航表示。在激活农村地区消费活力、让乡村高质量发展红利惠及更多广大村落原住民方面，中原消费金融在2023年积极联合兰考县开展公益助农活动，在App中上线“乡村振兴公益助农专区”，并通过直播带货、短视频拍摄等创新模式为兰考县的“新三宝”红薯、蜜瓜、花生等农产品树形象、强品牌，为乡村产业发展拓渠道、找门路，多途径实施消费帮扶。

作为聚焦零售金融的消费金融公司，马上消费金融股份有限公司（以下简称“马上消费”）相关负责人向记者介绍，2023年公司发布了全国零售金融领域首个大模型“天镜”，通过大模型+组合式AI多模态能力，实现有温度的金融数字人。

据了解，在数字消费场景与消费金融、零售金融的有机结合方面，马上消费积累了1.8亿用户、100PB数据、10万+变量、20万张用户数据表和超过2000个模型，在零售金融的六大风险场景构建了全方位的风险管理体系。目前，马上消费每天能基于用户1000万个行为做出风险判断，每天做上亿次模型计算，每秒可以处理150万特征的计算。

值得注意的是，在发展新零售业态上，大型互联网科技公司也在行动。

据京东相关负责人透露，在近年的京东支付科技+消费金融双联动过程中，与3C数码行业迪信通集团（06188.HK）达成合作。2023年第三季度，迪信通引入了京东支付科技，后者提供了符合迪信通业务模式和场景的聚合支付服务。京东支付科技结合自身服务过自营支付业务的技术积淀，实现了迪信通全渠道与京东支付的对接。方案通过优化支付工具组合方式，为迪信通大幅降低了支付费率，在支付结算这一核心关口切实为迪信通的全渠道业务提质增效。

城投改革转型聚优势

文/石健

2023年是贯彻落实党的二十大精神的开局之年，是落实“十四五”规划的承上启下之年。对于城投行业而言，一方面，三年国企改革实现圆满收官；另一方面，在防范化解债务风险及转型升级上都实现了有益探索，积累了宝贵经验。

随着多地印发《国有企业改革深化提升行动方案（2023—2025年）》（以下简称“《方案》”），新一轮国有企业改革已经举旗定向。展望2024年，城投如何聚焦国资国企改革谋篇布局实现转型升级，值得关注。

中国城镇化促进会城市更新工作委员会副主任、现代咨询集团董事长丁伯康在接受《中国经营报》记者采访时说：“城投平台通过改革重组、优化整合，降低管理幅度和管理成本，提高国有资本运营效率。未来，按照市场规则发展，不能增加政府更多负担，也不可脱离政府，要建立起‘背靠市长、面向市场’的发展机制。”

对于城市更新热题，国家发展和改革委员会城市和小城镇改革发展中心原副主任、中国城市发展中心副理事长乔润令认为，城投公司要通过运营前置，解决城市更新招商、建设、赋予传统建筑价值、开发出可适应市场需求产品等问题。

回顾2023年：深化改革+防范风险

2023年是三年国企改革的收官之年，同时，新的三年改革方案开始实施。

在多位行业人士看来，2023年的城投平台在深化改革中，有效抵御了风险，为转型升级奠定了坚实基础。记者也在采访中注意到，多地政府及城投公司在推动工作中积累了大量经验。

洛阳市国资委党组书记、主任易勋告诉记者，洛阳提出要“两箱一平台”的改革理论。“‘两箱’，一是服务企业改革的‘工具箱’，二是防范企业风险的‘医疗箱’。为什么要建立这‘两箱’？改革需要决心，随着近年来国企的监管趋严，企业如何在严监管的背景下实现创新发展，这就需要政府为企业打造‘工具箱’，让企业敢为、敢首创。”

在易勋提到的“工具箱”中，即将经营业绩与企业领导人的聘用退出挂钩。“我们允许企业探索组合制、探索超额利润分享、探索股权激励、进行跟投等一系列举措，打造具体可落实、可操作的工具，这就是在有效空间内，为企业寻找适合改革的工具。”他表示。

对于如何理解防范化解风险的“医疗箱”，易勋说：“实践中，我们发现单独企业防范化解风险的能力有限，如果站在国资委层面，能够统一协调利用国有资源、财政资源、政府资源，那么企业抵御风险能力就会增强。所以，我们组建了企业的信保基金，确保企业出现不可预判的风险时，24小时内可以放贷。但由于企业风险的叠加，信保基金很容易枯竭或者流动性不强，我们又同时搭建了一个平滑基金，与信保基金互为补充，确保两只基金都可以起到防范风险的作用。这就是我们在‘医疗箱’里防范化解风险的措施。”

回顾2023年，深化改革和防范风险成为当年的发展主题。中国财政科学研究院金融研究中心主任赵全厚认为，城投公司盘活存量公共资源是防范财政风险和金融风险的重要举措，需要解决财务资产向金融资产的转换，将部分外溢性收益转化为“沉淀资产”，可以更好利用金融资源和社会资本。

随着经济进入高质量发展阶段，东北老工业基地的城投平台也在转型中焕发新貌。

黑龙江省鹤城建设投资发展集团有限公司（以下简称“鹤城投资发展集团”）是位于黑龙江省齐齐哈尔市的一家城投工作。公司成立之初，就以棚户区建设作为一项重要工作。谈及历史变迁，鹤城投资发展集团党委书记、董事长李鸿波对记者说：“齐齐哈尔市是新中国成立以来实现工业化进程较早的城市之一，随着市场经济的到来，不可避免陷入城市萎缩状态。只有通过城市改造和更新，才能让这座宜居生态城市的名片重新擦亮。”

在成功实现棚户区改造之后，鹤城投资发展集团开始思索如何转型。李鸿波说：“我们首先要把习惯于行政性思维的国有企业平台向自主经营、自主决策的国有企业转变。其次是由单一的融资平台向城市综合运营上转变。再次是由单一的城市基本建设向经营性产业转变。最后是由单纯的产业量向全产业链转变。”

2023年以来，特许经营权成为城投行业的发展热词。在李鸿波看来，在大力发展传统业务实现经营性收入的同时，也需要通过拿到特许经营权来实现增收。“我们拿到了全市的停车场特许经营权、户外广告特许经营权、充电桩的特许经营权、太阳能的特许经营权、部分风电的特许经营权等。通过这些特许经营，与银行合作可以拿到融资，同时也能增加集团今后的收入。”

展望2024年：提升评级+聚合经验

记者注意到，在2023年发布的《方案》中明确要求，国有企业要经过三年时间实现深化提升。对于城投公司如何实现深化和提升是行业普遍关心的话题。

在易勋看来，未来三年，国有企业需要在服务国家战略上下功夫。国有企业既有市场属性，又有经济属性，更需有政治属性。“比如大湾区建设、黄河高质量发展建设、长三角一体化发展建设、京津冀协同发展建设，这些都是国家战略，是国企专注的国之大者和国之要者。”

此外，易勋还认为，若想在未来三年取得实效，要求城投公司真正地实现市场化机制运营。易勋说：“三年行动对公司治理、人事、薪酬三项制度改革做出了市场化改革，这次提出要真正按照市场化的机制运营，说明‘三项制度’改革没有结束，要按照既定目标一直延续下去。此外，就是要实现‘两个加快’，一是加快建设世界一流企业，二是加快培育‘专精特新’企业，这是中央对国企提出的更高要求。”

采访中，记者注意到，不少城投公司已经在2023年开始注重主体信用评级的提升。

淮安市的国资管理模式为财政局和国资委合作的模式，这种合作模式在推动当地城投平台评级提升发挥了积极推动作用。淮安市财政局党组书记、局长、国资委主任、二级巡视员徐亚平对记者说：“我们提出了‘2+1+N’主体信用平台的目标，通过一年的努力，2023年实现了三个国企的AAA评级，五个AA+评级，在当前的发展形势下，较好提升了企业的总体质量。”

对于2024年的工作展望，徐亚平说：“下一步我们在评级基础上，2024年我们计划在提升评级1到2家公司，最终要实现五家公司AAA评级。同时，一定要削减不必要的公司，连续三年亏损的子公司则要进行削减。”

基于宏观调控去杠杆的背景，一些城投公司原有的融资方式需要改变，金融机构对城投的准入门槛提高。唐山控股发展集团股份有限公司党委书记、董事长王建祥，对于转变经营方式要与信用评级相关联，他说：“比如城投收购上市公司，可以扩大资产和收入规模，增加经营性现金流，改善净资产收益率等财务指标，提高经营管理水平。这也有助于提升城投信用评级，提高融资能力，降低融资成本，增强可持续发展能力。”

打造国有资本投资运营平台和市场化综合服务商是不少城投公司未来的发展定位目标。回顾2023年，随着城投转型升级不断深化，不少公司的重组“瘦身”工作已经完成。但是如何实现国有资本投资运营平台和市场化综合服务商的发展目标，还存在方向上的选择。

在无锡城建发展集团有限公司（以下简称“无锡城发集团”）党委副书记、总裁邹百青看来，城投作为地方融资平台，还是要做强自身的融资能力。“我们进行了‘三步走’，一是大力发展金融服务业，通过‘融资租赁+保理’的方式，做大工农公司资产。二是大力发展股权投资，我们取得基金管理人的资格，通过与头部企业合作，目前管理基金规模有20多亿元。三是加快实业发展，通过收购投资控股上市公司，并且继续加大注入投资力度。在投融资方面，我们参与建设了科创产业园，目前已经竣工，吸纳了130多家企业入驻。这些有益尝试都对公司的投融资壮大起到了一定的促进作用。”

记者注意到，在明确转型方向之后，无锡城发集团基本在“十三五”期间完成了存量债务的化解工作。目前，通过整体资产报表整体化运用之后，已经实现了转型目标，仅“金融+实业”这一转型方向，就为集团贡献了50%的利润。

福州城市建设投资集团有限公司（以下简称“福州城投集团”）党委委员、副总经理林胜则提出了“产业+资本”双轮驱动的发展思路。林胜告诉记者：“福州是数字中国的发源地，我们也在探索VR、AR、MR、全息技术，包括5G+智能化的模式、数字化应用场景，我们专门组建了一个二级集团公司，新基建集团目前数字化的模式，通过与头部的数字化公司合作实现新发展。”

2024
新年特刊

⇲B9

产业蝶变

编者按/“汉语盘点2023”中，“振”“高质量发展”分别当选年度国内字、国内词。历经3年特殊光景后，大到国家、城市、产业，小到家庭、个体，都比以往任何时候更需全力以“复”，重振经济、重拾信心，探寻高质量发展。

2023年，旅游业跑出复苏加速度，年轻消费群体崛起，“特种兵式旅游”爆火出圈，旅游消费强劲复苏；国家级都市圈持续扩容，为城市群高质量发展、经济转型升级提供了重要支撑；房地产行业进入新发展阶段，房企在告别“高杠杆、高负债、高周转”模式后，积极探索适合自身发展的新模式。

2023的钟声犹在耳畔，各行各业掀起复苏浪头，产业转型加速推进。如今，一切皆成过往，2024年的曙光已现，期待变化中的行业都能先立后破，新质生产力加速迸发。

城乡发展同频共振 新型城镇化建设加速度

文/黄永旭

“十四五”以来，国内外发展环境发生了重大变化，尤其是2023年，住房和城乡建设、能源安全、居民消费等正在以前所未有的方式发生着巨变。

然而，无论如何变化，从根本上都离不开产业发展对实体经济的有效支持。如何推动区域协调发展、建设现代化经济体系、推动经济高质量发展将成为2024年的重要任务。

日前，中央经济工作会议指出，必须把坚持高质量发展作为新时代的硬道理，完整、准确、全面贯彻新发展理念，推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。同时，还要求要把推进新型城镇化和乡村全面振兴有机结合起来，促进各类要素双向流动，推动以县城为重要载体的新型城镇化建设，形成城乡融合发展新格局。

伟大的事业从来不是如履平地、一蹴而就的。作为一个拥有14亿人口的发展中国家，要实现城镇化，就需要不断破解各种错综复杂的局面，从而绘就人类历史上最波澜壮阔的新型城镇化宏图巨制。

稳步推进城镇化

城镇化是现代化的必由之路。党的二十大报告指出“推进以人为核心的新型城镇化”，为新型城镇化指明了发展方向。

2023年12月27日，国家发展和改革委员会（以下简称“国家发展改革委”）网站发布消息称，国家发展改革委主任郑栅洁12月26日向十四届全国人大常委会第七次会议作《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》实施中期评估报告。

事实上，“十四五”规划《纲要》从经济发展、创新驱动、民生福祉、绿色生态、安全保障五方面提出了20项主要指标。其中，对推进新型城镇化提出了“城乡区域发展协调性明显增强，常住人口城镇化率提高到65%”的发展目标。

另外，2022年发布的《“十四五”新型城镇化实施方案》也对新型城镇化提出要求，明确到2025年，全国常住人口城镇化率稳步提高，户籍人口城镇化率明显提高，户籍人口城镇化率与常住人口城镇化率差距明显缩小。

根据郑栅洁所作评估报告，总体来看，“十四五”规划《纲要》提出的目标和指标的实现情况基本达到预期进度要求。20项主要指标中，有4项指标提前实现，常住人口城镇化率便是其中之一。

评估报告指出，目前我国城镇化水平和质量稳步提升。户籍制度改革持续深化，城区常住人口300万以下城市基本取消落户限制，新增2910万农业转移人口在城镇落户，城镇基本公共服务对非户籍常住人口覆盖范围持续扩大。城镇化空间格局持续优化，城市群主体形态更加巩固，都市圈建设步伐加快，推动超大特大城市加快转变发展方式，以县城为重要载体的城镇化建设深入实施。城乡融合发展体制机制和政策体系进一步健全，城镇基础设施和公共服务持续向乡村延伸覆盖，城乡居民收入比降至2.45。

《中国经营报》记者看到，国家发展改革委在《“十四五”新型城镇化实施方案》中，对新型城镇化发展形势作出判断：“十四五”时期，城镇化发展面临的问题挑战和机遇动力并存。我国城镇化质量有待进一步提升，户籍制度改革及其配套政策尚未全面落实，城镇基本公共服务尚未覆盖全部常住人口，城市群一体化发展体制机制尚不健全，大中小城市发展协调性不足，超大城市规模扩张过快，部分中小城市及小城镇面临经济和人口规模减少，城市发展韧性和抗风险能力不强，城市治理能力亟待增强，城乡融合发展任重道远。

受访专家认为，中国的城镇化进程取得了举世瞩目的成就，同时仍存在资源环境压力大、区域发展不平衡、城市基础设施和公共服务设施建设不足等问题和挑战，需要政府加大宏观调控力度，促进各类要素双向流动。

北京市社会科学研究院副研究员王鹏表示，新型城镇化是中国现代化进程的重要支柱，应以人为本，注重绿色发展，实现城乡融合发展，全面提升人民生活水平和幸福感。同时，要关注城市规划、基础设施建设、产业结构调整、人口市民化等多方面问题，确保城镇化进程健康、可持续发展。

破解城乡二元结构

城乡融合发展是事关中国式现代化全局的重大战略问题，是现代化的重要标志。长期以来，在我国发展面临的结构性问题中，城乡发展不平衡、不协调依然是最主要的问题之一，城乡二元结构特征依然明显。

其实，城乡二元结构并非近年出现的新现象。2013年召开的十八届三中全会就曾为城乡二元结构问题作出定义。会议指出，城乡二元结构是制约城乡发展一体化的主要障碍。必须健全体制机制，形成以工促农、以城带乡、工农互惠、城乡一体的新型工农城乡关系，让广大农民平等参与现代化进程、共同分享现代化成果。

受访专家解释称，城乡二元结构是在我国特殊时期经济建设的特殊产物，在特定的历史时期对发展经济做出了应有的贡献。然而，随着经济社会发展，城乡二元结构开始形成负面影响，主要表现就是扩大城市与乡村的发展差距，阻碍城乡一体化融合发展进程。

根据国家统计局公布的数据，2022年，我国城镇居民人均可支配收入49283元，农村居民人均可支配收入20133元，农村居民人均可支配收入仅为城镇居民人均可支配收入的40.85%。

长期存在的城乡二元结构，对我国城镇化建设形成了巨大的阻碍。近年来，城乡居民收入差距有所改善，但差距仍然偏大，而且在基本公共服务方面，城乡之间也存在较大差距，基本公共服务尚不均等。此外，城乡二元结构也导致了资源要素流动性不足，同时制约了城市和乡村的发展。因此，破除城乡二元结构势在必行。

王鹏认为，破除城乡二元结构的关键在于推进城乡一体化发展，包括政策制度一体化、基础设施一体化、产业发展一体化、公共服务一体化等。具体措施包括，完善城乡融合发展体制机制，推动城乡要素平等交换和双向流动；加大对农村基础设施建设的投入，提高农村生产生活水平；促进城乡产业协同发展，引导资金、技术、人才等优质资源向农村流动；加强城乡公共服务体系建设，提高农村基本公共服务水平。

中国城市发展研究院农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅表示，破除城乡二元结构需要从多个方面入手。首先，需要推进城乡基本公共服务均等化，加强农村基础设施建设，提高农村教育、医疗、社保等公共服务水平。其次，需要推进城乡产业融合发展，引导城市资本、技术、人才等资源向农村流动，促进农村产业升级和经济发展。而且，还需要推进城乡统一市场建设，打破城乡分割的体制障碍，促进生产要素自由流动。

图为江西省抚州市金溪县浒湾镇汤家村一带，稻田、公路、民居等构成了一幅美丽的秋日乡村画卷。 视觉中国/图

城乡融合协调发展

县城是连接城市、服务乡村的天然载体，在推进城镇化进程中，发挥着承载大城市辐射、带动小城镇发展的重要作用，是区域经济高质量发展的根本支撑。

2022年，国务院办公厅印发《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》，要求以县域为基本单元推进城乡融合发展，发挥县城连接城市、服务乡村的作用，增强对乡村的辐射带动能力，促进县城基础设施和公共服务向乡村延伸覆盖，强化县城与邻近城市发展的衔接配合。

2023年12月召开的中央经济工作会议指出，推动城乡融合、区域协调发展，要把推进新型城镇化和乡村全面振兴有机结合起来，促进各类要素双向流动，推动以县城为重要载体的新型城镇化建设，形成城乡融合发展新格局。

县城是我国城镇体系的重要组成部分。国家统计局数据显示，2021年年底，我国城镇常住人口为9.1亿人。其中，1472个县的县城常住人口为1.6亿人左右，394个县级市的城区常住人口为0.9亿人左右，县城及县级市城区人口占全国城镇常住人口的近30%，县及县级市数量占县级行政区划数量的约65%。

“县城是城乡融合发展的重要节点，是乡村振兴的重要载体。”浙江大学城市学院文化创意研究所秘书长林先平表示，需要加强县城基础设施建设，提高县城承载能力和吸纳就业能力，同时加强农村人口向县城转移的引导和支持，从而更好地推进新型城镇化，形成城乡融合发展局面。

袁帅表示，新型城镇化和乡村振兴战略都是为了促进城乡融合发展，实现城乡共同富裕，因此，在统筹新型城镇化和乡村全面振兴的过程中，需要发挥好县城的纽带作用，把握好城乡发展的协调性，促进各类要素在城乡之间自由流动和优化配置。

“新型城镇化可以带动农村人口转移和城市资本、技术、人才等资源向农村流动，促进农村产业升级和经济发展；而乡村振兴则可以提升农业现代化水平、改善农村生产生活条件和提高农民收入水平。通过这种有机结合，可以实现城乡之间的良性互动和共同繁荣。”袁帅表示。

城市更新上海实践：打造商业地产发展新引擎

文/郭阳琛 张家振

步入深冬的上海市节日氛围日渐浓厚，位于徐汇区徐家汇的东方商厦（旗舰店）则显得格外冷清。人流量不景气，也让这家有着30年历史的老牌商业体更新重建计划不得不提上日程。

作为沪上知名商圈，徐家汇正是上海市商业地产“内卷”加剧的缩影。一方面，受制于品牌业态陈旧等因素，东方商厦（旗舰店）、太平洋百货等传统百货不得不接受或重建或闭店的处境；另一方面，港汇恒隆广场等购物中心凭借精准定位和不断更新，牢牢占据着商圈“C位”。

2023年12月中旬召开的中央经济工作会议强调，要加大城市困难群众住房保障工作，加强城市更新和存量住房改造提升，做好城镇老旧小区改造，大力发展租赁住房。

《中国经营报》记者注意到，随着房地产行业进入存量时代，上海市不断推动城市更新和“城中村”改造，为城市更新领域提供了创新思路与范本。在此背景下，融合城市文化和历史建筑的商业街区，逐步成为市民青睐的购物休闲新选择，张园、蟠龙天地、鸿寿坊和龙华会等众多项目脱颖而出。

“这类项目都有一个共同点，常会充分挖掘所处地域的文化特色，将历史建筑和当地文化融合在一起，打造出独特的文化氛围。”戴德梁行华东区商业部高级助理董事陈云九向记者表示，将有历史基因的建筑突破自身原有功能，与商业进行有机结合，促使它们在上海市多样的商业空间中独树一帜，还通过空间个性化为消费者打造了记忆点。

老牌商业亟待变革

近日，记者走入东方商厦（旗舰店）一层，这里主要售卖以美妆、手表、珠宝为主的国际大牌，有4个店铺处于空置状态；二层女装区顾客最多，有市民在挑选商品；其余楼层的顾客则屈指可数，工作人员也较为清闲。

公开资料显示，东方商厦（旗舰店）于1993年开业，是上海市第一家综合型现代百货商场，也是当时徐家汇商圈唯一一个定位高档的百货商店。

有着30年历史的东方商厦（旗舰店），也在上海商业地产发展史上留下了浓墨重彩的一笔。据了解，该商场率先在商场里摆放钢琴，第一次搬走供营业员坐的椅子，并在业内首个推出了“全方位服务”规范。

2018年，东方商厦（旗舰店）曾进行过改造，但因未改变百货模式而收效甚微。一名美妆品牌销售顾问告诉记者，东方商厦（旗舰店）汇聚了众多美妆大牌，兰蔻及其他多个品牌在整个徐家汇商圈也仅有这一家门店。“但商场年代比较久远，布局相对老旧、紧凑，工作日客流量尤其少，一晚上有时只接待两三组顾客。”

正因如此，2023年11月，徐汇区与百联集团签署战略合作框架协议，百联集团将加快启动东方商厦更新重建项目，全力打造与世界前沿趋势接轨、具有全球影响力的商业新地标。

根据规划，更新重建后的东方商厦，商业部分定义为“当代东方艺术主题体验中心”，将零售、艺术、文化、生活方式交融，为消费者带来空间商业新体验；写字楼部分定义为“文商融合、多元活力的徐汇商务封面”，打造高调性、高品质、高服务的世界级商务中心。

事实上，上海市许多老牌百货商场都面临着类似的命运。2023年年初，在南京东路经营了26年的置地广场停止运营；“对门邻居”太平洋百货已于8月底谢幕；拥有72年历史的“上海六百”拆除重建计划也已酝酿许久。

在上海龙华会，通过城市更新新建的商业建筑与不远处龙华塔相映成趣。 本报资料室/图

陈云九分析认为，如今，主力消费群体聚焦在中青年群体，他们对于品牌及载体的需求是体验化、个性化、特色化。国内传统百货售卖的产品缺乏多样性和选择性，反观日本、欧洲等国家和地区的百货商场在橱窗设计、货品上新速度、会员权益等方面有较强积淀，这都是值得学习的发展方向。

塑造“精致烟火气”

在陈云九看来，为适应消费者需求和市场环境的变化，商业地产需要不断优化商业模式、更新品牌、调整业态，并与所在的商圈定位与功能进行结合。

在东方商厦（旗舰店）正对面，开业20余年的港汇恒隆广场已坐稳徐家汇商圈的“头把交椅”，而这离不开恒隆集团在2017年做出的一个决定：利用3年时间，完成商场空间和品牌的整体跃升。

恒隆集团相关负责人告诉记者，在3年时间里，公司对商场的南座及北座的外立面、内部建筑、动线设计、建筑结构，以及入驻品牌进行全线优化与升级，结合消费趋势提升奢侈品零售市场标准，满足商场年轻客户群的品味要求。

与此同时，港汇恒隆广场还积极发展“首店经济”。据恒隆集团相关负责人介绍，过去一年，项目引入了法国设计师品牌女装CLAUDIE PIERLOT新概念首店、全球首家DIESEL HUB、ROYAL COPENHAGEN全国首店、IKKS全国首店、Mahdi Mercredi全国首店等各类首店。“此举不仅可以不断地为消费者带来更新鲜的购物体验，也可以持续推动商业创新，助推品牌格调再进阶。”

进入城市更新时代，尤其是核心一线城市可供开发的土地越来越少，带有城市更新属性的全新商业项目会成为未来发展的重要引擎，2023年9月28日正式开街纳客的鸿寿坊便是如此。

据了解，鸿寿坊始建于1933年，历经近百年历史变迁，由瑞安房地产花费4年开发打造，并注入瑞安新天地旗下创新美食文化体验品牌FOODIE SOCIAL 3.0——鸿寿坊食集。鸿寿坊首批有60余个品牌，包括51个上海或区域首店，塑造“精致烟火气”的上海15分钟生活圈商业新范式。

瑞安房地产相关负责人表示，对于鸿寿坊原址的这片百年老弄堂，改造还原了典型的鱼骨状肌理石库门里弄结构，修复装饰主义建筑风貌，增加人本友好散步回廊，大面积旧砖循环利用，并采用环保低能耗、通风天窗等建筑更新手段，打造开合有致的里弄商业空间，希望同步实现城市功能完善与商业内容创新。

陈云九认为，如今的上海在挖掘存量商业的过程中，会将历史建筑的价值发挥到极致，同时秉承“修旧如旧”的概念，将历史建筑与商业有机融合。无论是“焕活”为开发商的商业运营空间，还是品牌端产品与活动的展示地，“期待更多未被挖掘的老旧建筑可以被激发其潜在的价值，并以焕新的商业面貌呈现给消费者。”

追求城市公共空间

不同于传统百货、购物中心等盒子商业，街区商业最大的特征便是可以将建筑空间与周边环境、四季时节组合起来，从而产生持续变化的场景，进一步吸引消费者。

近日，记者在位于徐汇区的龙华会看到，工作日顾客依旧络绎不绝，争相与不远处的龙华塔合影留念。2023年9月，作为上海市首座对望千年古刹的街区商业，龙华会集结超200家品牌一同开街。

龙华会相关负责人告诉记者，项目借由地下通道与龙华寺实现无缝衔接，从空中俯瞰则会发现地面街区建筑以龙华塔为轴心如扇面一般沿龙华路徐徐铺开。巷弄、连廊和露台开放、自然，市民行走其中、移步易景，龙华塔处处可见。

“龙华庙会这一属地文化也融入项目之中，以‘龙华街巷 妙会横生’的理念打造‘龙华妙会’IP活动，在尊重历史的基础上，自然过渡到商业的创新和先锋探索。”龙华会相关负责人进一步表示。

而在二楼连廊正对龙华塔的位置，龙华会打造了龙华戏台，呼应“梨园戏台”。据介绍，这沿用了始于宋代的传统木构件“垂花柱”，借由“垂花柱”与飞檐的元素再造，使“庙会戏”这一古老的集会风俗在现代环境中得以回应，希望借此成为一处将公众与个体、自然、传统相连接的场所。

同样的场景也在上海郊区上演。在距离上海市中心20余公里的青浦区徐泾镇，修旧如旧的历史建筑、蜿蜒曲折的小桥流水，吸引着众多本土市民和外地游客前来游览打卡。

而在10余年前，徐泾镇这座江南古镇还是典型的城中村样貌，私搭滥建严重，河道污水横流。作为上海首批完工亮相的城中村改造项目之一，蟠龙天地历经8年筹划、4年建设，完成了从郊区“脏乱差”到“网红打卡地”的蜕变。

“蟠龙天地打破千镇一面的面貌。”据瑞安房地产相关负责人介绍，一方面，整体规划超50万平方米，包括23万平方米公共绿地，涵盖六大主题公园、3公里环形步道和近万平方米的户外运动空间；另一方面，将江南建筑、自然水系、绿地空间融合，引入众多的创新业态，形成了以新天地商业街区为核心的“公园里的新天地”。

陈云九表示，通过历史建筑与各色品牌的融合，使商业载体不再单是销售场所，更成为了展现自身文化气息、与消费者产生互动的重要连接点。此外，这些与历史文化融合的商业载体能带动整个商圈的活力和价值。

国家级都市圈持续扩容 清晰勾勒发展路线图

文/庄灵辉 卢志坤

2023年，我国都市圈发展不断提速。

2023年4月份，沈阳市市长在央视节目上透露，沈阳都市圈已获国家发展和改革委员会（以下简称“国家发展改革委”）批复，成为国家第九个都市圈。此后，郑州、广州、深圳和青岛都市圈也以不同方式宣布已获国家发展改革委复函。

相较前两年，2023年宣布获批的几个都市圈都还未经国家发展改革委“官宣”，均为当地自行公布，其中青岛都市圈获批国家级都市圈的相关消息还几经波折，多平台上均已删除相应表述。但从获批数量来看，2023年“非正式”公布获复函的都市圈有6个，相较前两年有明显增长。

“都市圈发展首先并不是要培育和提升城市竞争优势，更多的是遵循以人为本原则去优化资源配置，让人们在城市中生活得更好，避免大城市病。”中国区域经济学会副理事长兼秘书长陈耀向《中国经营报》记者表示，2023年国家级都市圈扩容提速主要与各地深化了对都市圈的认识有关，同时多地也已具备都市圈发展基础；未经正式宣布则可能因为这些都市圈规划仅获原则通过，承载人口、经济规模、规划范围等具体方案尚需进一步细化修改，或待统一正式批复。

加速扩容

从国家层面来看，我国都市圈规划始于2019年。彼时国家发展改革委出台了《关于培育发展现代化都市圈的指导意见》，提出要培育发展一批现代化都市圈，形成区域竞争新优势，为城市群高质量发展、经济转型升级提供重要支撑。

此后自2021年开始，国家发展改革委陆续批复了一批国家级都市圈。其中2021年批复了南京、福州、成都3个，2022年批复了长株潭、西安、重庆、武汉4个。2023年以来，各地“非正式”公布获国家发展改革委批复或复函的都市圈则有6个。

“经过一段时期的摸索总结，各地逐步深化对都市圈的认识，规划方案也更接近国家都市圈发展目标与要求，因此获批速度就有所加快。”陈耀认为，除各方对都市圈认识愈加统一外，近年来不少超大特大城市以及有实力、有条件的大城市自身也已具备一定发展基础，在基础设施、产业发展、人口流动等方面与相邻城市之间已经形成了比较密切的联系，也是2023年国家级都市圈加速扩容的原因之一。

“都市圈发展其实符合城市化进程的客观规律，其发展速度主要与发展规律、现实基础有关。”中小城市研究院院长、中国社科院研究员牛凤瑞则认为，都市圈发展主要还是依靠市场力量推进，其发展速度也主要与城市化进程的客观规律有关。

“都市圈本质是中心城市的外溢，是中心城市进一步扩张的一种形式。”牛凤瑞表示，正确理解都市圈还应注重其与都市密集区的区分，都市密集区是以一个或若干个中心城市为主，由多个城市空间相对密集分布形成相对单一的地理单元，一般而言一个都市密集区内可以有多个都市圈，如京津冀都市密集区。

陈耀也认为，都市圈并非规模越大越好，不能把都市圈规划成城市群，否则在实际推进过程中可能因缺乏抓手而落空；城市群一般是在多个都市圈一体化基础上发展起来的，只有都市圈一体化程度提升，城市群发展才有抓手，因此一个城市群中往往有多个都市圈。

2023年新增国家级都市圈一览

- 沈阳都市圈：2023年4月，沈阳市市长在央视节目上透露，沈阳都市圈已获国家发展改革委批复。
- 杭州都市圈：杭州“十四五”规划实施情况中期评估报告显示：杭州都市圈规划获得国家批复，都市圈向心力不断凝聚。
- 郑州都市圈：2023年10月27日，河南省政府新闻办举行的郑州都市圈新闻发布会上透露出《郑州都市圈发展规划》在近期已正式获国家发展改革委复函，成为全国第10个获得复函的都市圈规划。
- 青岛都市圈：烟台市下辖海阳市政府网站在公布2023年政府工作报告重点工作落实情况时，在三季度工作取得成效中称“9月18日山东省政府常务会议审议通过了《青岛都市圈发展规划》，提出支持青岛都市圈市域铁路建设，目前已获国家发展改革委批复”。
- 广州都市圈、深圳都市圈：2023年12月20日，广东省政府网站发布了广州、深圳、珠江口西岸、汕潮揭、湛茂五大都市圈发展规划。其中，广州、深圳都市圈发展规划分别由广州、深圳市政府会同广东省发展改革委牵头编制，并经国家发展改革委衔接函复。

据公开资料整理

以人为本

实际上，对于都市圈辐射范围，国家已多次明确以1小时通勤圈为基本范围，近年多个国家级都市圈在获批前后也有明显变化，所涵盖城市数量及规划总面积等在获批后都有较大缩减。

陈耀认为，整体来看，都市圈规划范围还是要符合1小时通勤圈思路，在此基本范围内通过推进基础设施建设、公共服务一体化、生态联防联控等，能够促进城市间联系，使人民生活更便捷。

“为什么要设定1小时通勤圈？主要是从研究层面来看，1小时属于人们的极限通勤时间，超过这一时间后可能会对人们的生活品质及城市发展等造成明显影响，形成大城市病。”陈耀表示，从基本范围设定来看，都市圈规划突出了以人民为中心的发展思想，要在宜居宜业目标下推进城市发展，实现让人民生活更美好的愿景，因此现代化都市圈规划首先要适应现代人的生活和工作方式。

“都市圈的一个基本概念就是要同城化发展，都市圈范围内周边城市与中心城市要有密切的经济联系和强烈的互动关系，否则很难成为名副其实的都市圈。”牛凤瑞也认为，都市圈是中心城市发展到一定阶段向周边扩散的过程，受城市辐射范围影响，一般向周边空间距离上的扩散并不会很大，否则很难形成城市间的密切联系。

对于1小时通勤圈，多位专家认为应以地铁、公交等市内公共交通为主要评判标准，不能考虑高铁这样的交通工具。

“不能按照高铁计算1小时通勤圈范围，一个城市的辐射范围也不可能那么大。”牛凤瑞认为，除1小时通勤圈外，当前不少都市圈都是以行政区划为基础来进行规划，实际上还应区分城市的行政区划与人口空间聚集形态，以人口聚集区为主要依据划分都市圈范围。

“虽然省会城市也有一定业务联系，高铁也差不多一个小时能到，但我们很少往返省会城市通勤，平时生活在当地也足够了。部分同事家在省会城市也只是偶尔往返。”刘景（化名）告诉记者，其在一国家级都市圈周边城市工作，但很少会往返周边或省会城市通勤，且据其了解不少与省会城市联系紧密的行业也较少产生异地通勤情况，多数业务往来是通过线上方式进行，部分岗位则会异地设岗。

“通勤不能只考虑时间，还应考虑成本、交通工具承载能力等，因此不可能以高铁的1小时通勤圈确定都市圈基本范围，应主要以地铁、公交等市内公共交通为主要依据。”陈耀认为，除正确理解1小时通勤圈外，还应在公共服务共建共享过程中将一些就业岗位向适宜居住地区扩散，以推进职住平衡，避免“钟摆式”长距离通勤。

仍存较大发展空间

除1小时通勤圈基本范围外，我国还明确了都市圈的中心城市应主要涵盖超大特大城市或辐射带动功能强的大城市。多位专家认为，当前我国都市圈发展尚处于起步阶段，后续仍存较大发展空间，超大特大城市以及部分实力较强的大城市都有潜力发展都市圈。

“当前我国都市圈发展还处于起步阶段，总体获批的国家级都市圈数量还不算多，未来我国都市圈数量以及都市圈承载能力等方面还有较大发展空间。”陈耀表示，按照国家发展改革委相应指导意见，未来我国超大特大城市，以及有实力、有条件的大城市都具备发展都市圈的潜力，其中有实力、有条件的大城市应是城区常住人口超过300万的I型大城市。

“一个城市从聚集到外溢是发展的质变，首先需城市内在空间窄小，有向外扩张的内在需求。”牛凤瑞表示，后续都市圈发展首先要考虑的因素是城市自身发展能级与基础，当前我国城区常住人口超500万的城市多已经到都市圈发展阶段，后续随着城市内部空间越来越稀缺，这些城市必然走向周边扩散阶段。

“笼统上说，当前我国大城市数量还比较少，不少大城市规模也还不够大。”牛凤瑞认为，除都市圈持续发展外，后续我国各类型城市都将进一步发展扩大，尽管大城市周边在虹吸效应下中小城市发展会受影响，但远离大城市的中小城市仍会自行形成聚集效应，部分城区常住人口不足10万的县城及人口超10万的超级镇都有望成长为中小城市。

房地产进入新阶段 房企整装再出发

文/吴静 卢志坤

2023年，房地产行业继续深度调整，稳定房地产市场成为政策主线。

这一年，多项房企融资政策放开，中央多次呼吁一视同仁满足不同所有制房地产企业合理融资需求。同时，对于已经受困的房企，坚持市场化、法治化原则，推动并购重组，防止风险溢出。

至2023年三季度，房企债务重组工作进展加快，特别是境外债重组，多家房企均披露境外债重组方案初步框架或取得部分债权人支持。

但风险尚未消退，房地产行业供求关系的重大转变对所有房企提出了新的挑战。在行业规模收缩下，如何提高自身"造血"能力仍是企业所要持续面对的问题。

积极化债自救 防止风险溢出

"追求规模的惯性让公司在投资上过于乐观和激进，在管理上也存在授权过于下放等问题，导致安全垫不够厚，没能经受住这一轮考验。"

2023年3月底，出险房企融创中国（01918.HK）召开境外债务重组说明会。在这次会议上，董事会主席孙宏斌向投资人坦陈，自2021年四季度开始，行业持续发生变化，很多事情超出了预判，公司出现了流动性困难。

事实上，融创中国并非个例，自2021年下半年以来，伴随着房地产市场进入调整期并逐渐深化调整，销售端和融资端压力逐渐加大，叠加偿债高峰，陆续有房企遭遇流动性危机。

面对这一状况，从2022年年末开始，中央层面多部门发文定调房地产市场、提振市场信心。央行、原银保监会及证监会等部门，信贷、债券、股权"三箭齐发"，对于出险房企的纾困方向也从此前"救项目"转换至"救项目与救企业并存"。

2023年以来，三部门多次提及要有效防范化解优质头部房企风险，实施改善优质房企资产负债表计划。同时，延长房地产"金融16条"实施期限，指导金融机构用好3500亿元专项借款、2000亿元保交楼贷款支持计划；加大民营企业债券融资支持工具支持力度。

以融创中国为例，据了解，自出险以来，天津市政府第一时间为融创中国成立专班，指导帮助其纾困化险。同时，融创中国自身也积极承担起自救主体责任。执行董事兼行政总裁汪孟德表示："在出险之后，公司将工作重心放在两方面，一是全力保交付和基本运营；另一个是保价值，不再低价处置核心资产，这使得公司有一个好的恢复基础。"

中指研究院企业研究总监刘水告诉记者，在债务重组过程中，企业化债诚意、方案设计是否合理对于重组成功十分重要，诚意充足、方式多样的方案有助于债务重组顺利进行。

比如，融创中国近百亿美元境外债中，债权人结构复杂，2019个主体涵盖了长线基金、对冲基金、商业银行、个人投资者。一位接近企业人士告诉《中国经营报》记者，在制定方案时，融创尽量做到最大程度的公平，对所有债权人一视同仁，没有搞特殊优待；方案充分考虑了不同债权人的诉求，提供了留债展期、可转债、强制可转债、融创服务换股等多种灵活选择。

2023年11月，融创中国境外债重组生效，加之年初已完成了160亿元的境内债重组，其成为目前大型房企中第一个完成债务重组全部流程的企业，整体债务重组规模约900亿元。

据了解，2023年以来，越来越多的出险房企选择整体债务重组，缓解迫在眉睫的短期偿债压力，以便更好地聚焦保交楼和正常经营恢复。

从化债方式来看，出险房企采用最多的债务重组方案为债务展期，通过对还款期限、利率、付息频率、增信措施等条款进行调整，延长偿还时间。据刘水介绍，2021年以来，恒大、奥园、融创中国、龙光等多家企业提出债务展期方案，延长偿还时间。从展期时长上来看，富力、融创中国、碧桂园、奥园等企业境内债平均展期3年以上，有效缓解偿债压力；在增信措施上，部分债券提供实控人担保、土地使用权抵押、项目股权质押等补充增信措施。

也有部分房企以资产清偿债务，但此种形式通常与债务展期相结合，即以部分现金偿付债务，剩余债务进行展期。从目前房企做法来看，多数采取一定比例的现金偿还叠加剩余债务展期。也有部分房企通过实物资产，包括住宅、公寓、写字楼、商铺、车位等进行偿债。

此外，债转股作为另一种常见的债务违约重组方案，目前也有部分房企采用。除了上述融创中国境外债重组中包含了此种方式外，典型的还有华夏幸福。据了解，其通过以下属公司股权搭建的"幸福精选平台"和"幸福优选平台"的方式，抵偿债务金额。根据企业发布的信息，截至2023年10月31日，华夏幸福以下属公司股权搭建的"幸福精选平台"及"幸福优选平台"抵偿金融及经营债务合计金额为127.14亿元。

据刘水介绍，在化债工作完成后，出险房企仍有面临其他债务纠纷引起诉讼和仲裁的风险，这些诉讼和仲裁案件仍可能对企业正常经营产生负面影响。因此，房企还需尽快推动其他债务纠纷和解，以免影响来之不易的债务重组成果。

2023年落实"金融16条"，支持民营房企融资政策

时间	监管部门	通知&会议	相关政策内容
7·10	中国人民银行、金融监管总局	《关于延长金融支持房地产市场平稳健康发展有关政策期限的通知》	"金融16条"中两项有适用期限的政策统一延长至2024年12月底，引导金融机构继续对房企存量融资展期，加大保交楼金融支持。
8·1	中国人民银行	2023年下半年工作会议	支持房地产市场平稳健康发展。落实好"金融16条"，延长保交楼贷款支持计划实施期限，保持房地产融资平稳有序，加大对住房租赁、城中村改造、保障性住房建设等金融支持力度。
10·31	–	中央金融工作会议	促进金融与房地产良性循环，健全房地产企业主体监管制度和资金监管，完善房地产金融宏观审慎管理，一视同仁满足不同所有制房地产企业合理融资需求，因城施策用好政策工具箱，更好支持刚性和改善性住房需求，构建房地产发展新模式。
11·17	中国人民银行、金融监管总局、证监会	金融机构座谈会	坚持"两个毫不动摇"，一视同仁满足不同所有制房地产企业合理融资需求，对正常经营的房地产企业不惜贷、抽贷、断贷。继续用好"第二支箭"支持民营房地产企业发债融资。支持房地产企业通过资本市场合理股权融资。

数据来源：公开资料、中指研究院综合整理

抢抓政策窗口期 在发展中解决危机

对于企业而言，完成境内外债重组并非风险化解的终点。事实上，债务重组本质是"以时间换空间"，无论是展期还是债转股，延付的债务终究还是要偿付。

刘水强调："当前保交楼作为防风险、稳民生的核心目标之一，仍是房企经营的重点任务，房企仍需坚持做好交付，提振购房者信心。"

据了解，2023年以来，各地方政府陆续出台众多保交楼支持性政策，金融端也在引导资金流向保交楼项目。8月初，央行明确将2000亿元保交楼贷款支持计划期限延长至2024年5月底。根据11月中旬住建部披露的数据，2023年保交楼工作扎实推进，带动了全国房屋竣工面积同比增长近20%。

作为保交楼工作的主体，一位企业人士向记者表示，在目前的市场环境下，保交楼的顺利推进，能够显著提升购房者的信心，进一步促进企业销售的恢复，而销售回暖也为保交付提供有力支撑，这样企业才能逐步进入良性循环的发展轨迹。

更为重要的是，房地产企业中长期现金流情况和偿债能力仍有赖于资产质量和市场复苏。

在经历了前几年大规模扩张后，2023年以来，房企纷纷收缩战线，减少此前"多元化"布局，同时在土地投资端聚焦核心一、二线城市，以保证后续去化速度和利润率。

从销售端来看，2023年7月24日，中央政治局会议明确提出我国房地产市场供求关系发生重大变化。此番定调为监管部门和各地优化政策打开空间。随后，住建部等多部委出台了"认房不认贷""降低首付比例"等多项房地产优化政策。

随着新房销售规模见顶后逐渐回落，房地产行业步入新的发展阶段，重点城市改善性需求尚未得到满足。另外，住房双轨制改革后，消费者对房企产品品质和服务品质的要求提高。

在此背景下，2023年以来，不少房企基于市场变化与客户需求，调整产品结构，推出新服务体系或启动社区焕新等。比如，民营房企龙湖在供货端备货充足的状态下，加强首开项目去化管理，同时在所推产品上升级焕新，加强高端改善型产品推盘力度。

此外，当前支持房企融资政策加快落地。2023年11月，央行、金融监管总局、证监会联合召开金融机构座谈会，强调一视同仁满足不同所有制房地产企业合理融资需求，对正常经营的房地产企业不惜贷、抽贷、断贷；继续用好"第二支箭"支持民营房地产企业发债融资；支持房地产企业通过资本市场合理股权融资。

据公开信息统计，2023年，中债信用增进公司及其他金融机构已为12家民营房企发行的超190亿元债券提供多种形式的担保；股权融资方面，A股房企中，年内共有8家房企增发方案获得监管部门批准通过，其中3家已完成融资。业内人士建议，房企可与金融机构加强沟通，多渠道争取资金。

另外值得关注的是，自2021年中央经济工作会议首次提出"探索新的发展模式"以来，2023年12月的中央经济工作会议再次提出要"完善相关基础性制度，加快构建房地产发展新模式"，并提出具体要求。

刘水认为，在新形势下，伴随着行业探索新的发展模式，房企也应顺势而为，积极探索适合自身发展的新模式，轻重并举或是重要方向，存量运营重要性提升，代建、物业服务、商业运营、长租公寓等方面具备发展空间。

2024房地产展望：市场预期逐步好转

文/方超 石英婧

2023年，房地产市场呈现的诸多新动态成为行业关注焦点。

2023年7月召开的中央政治局会议提出，"适应我国房地产市场供求关系发生重大变化的新形势"，此后中央和地方政策持续发力。中指研究院数据显示，截至2023年12月25日，全国已有200余省市（县）出台房地产调控政策超660次，多数城市限制性政策完全放开。

在此背景下，多地住宅市场成交活跃度陆续走出下行区间，不仅如此，告别"高负债、高杠杆、高周转"旧模式之时，房地产行业也在加速"构建房地产发展新模式"。业内专家认为，房企应该积极探索适合自身发展的新模式，瞄准轻重并举方向，发力代建、物业、长租公寓等新蓝海市场。

展望2024年，房地产市场又将出现哪些新趋势？房企又该如何高质量发展？《中国经营报》记者邀请仲量联行中国区研究部总监姚耀、中指研究院常务副院长黄瑜对上述问题进行探讨。

整体仍处筑底阶段

《中国经营报》：2023年房地产市场深度调整，从市场供求、土地市场、房价等方面，如何评价这一年的行业发展？

姚耀：从2023年7月召开的中央政治局会议提出"要适时调整优化房地产政策，因城施策用好政策工具箱"以来，中央及各地政府部门持续加速优化楼市调控政策以力促房地产市场企稳回升，一系列需求端政策接连落地，市场预期逐步好转。多地住宅市场的成交活跃度在新政的支持下已陆续开始走出下行区间，呈现出企稳回暖的迹象。

在土地市场方面，2023年土地市场维持低温运行，房企拿地依旧较为审慎。一线及核心二线城市内位处核心区域的优质地块持续受到开发商的青睐。国有企业拿地热情相对活跃。在房价方面，市场依然处于磨底状态，根据最新的2023年11月新建商品住宅市场数据来看，一、二、三线城市的新建商品住宅房价均维持着微幅的下跌态势。市场依然期待一线城市出台进一步针对限购方面的不同程度的政策优化，来推动市场信心以及交易量的持续回暖，从而支撑价格的稳定。

黄瑜：2023年，房地产市场持续调整，整体仍处于筑底阶段，主要体现在以下几个方面，价格方面，新房价格波动调整，二手房价格持续下跌；供求方面，销售规模继续下行，库存高企下市场去化压力大；土地市场方面，整体低迷态势未改，住宅用地供求规模同比继续下降。

2023年土地供求两端继续缩量，根据中指数据，2023年1~11月，全国300城住宅用地推出、成交面积分别同比下降21.5%、28.0%，绝对规模均是近10年同期最低水平。优质地块成交规模增加，带动成交楼面均价结构性上涨，年底多个城市取消地价上限，优质地块竞拍热度提升，土地市场分化加剧。拿地企业中，央国企为拿地主力。

《中国经营报》：2023年以来，楼市调控政策持续优化，12月，京沪两大一线城市同时调整楼市政策。上述楼市调控政策效果如何？2024年楼市政策调整空间还有多大？

姚耀：自京沪两个一线城市同时调整普通住房标准和优化差别化住房信贷政策以来，两地住宅市场反馈积极，但持续性的回暖态势仍需巩固。新政实施后，一手及二手住宅市场活跃度皆有所回升。一手商品住宅市场方面，不同板块内优质新房的认购表现和去化速度较新政前进一步提升，其中二套改善性住房的购置需求出现了较明显的增长。2024年政策调控仍有空间，尤其是对于一线城市限购方面的政策进行优化。

黄瑜：2023年12月14日，北京、上海接连优化房地产政策，包括降首付、降利率，以及优化普宅认定标准等。

根据中指数据，2023年12月15日~12月24日，北京商品住宅成交2404套，日均成交240套，较12月1日~12月14日日均增长102.4%，个别项目集中网签带动成交量增长。2023年12月15日~12月24日，上海商品住宅成交3977套，日均成交398套，较12月1日~12月14日日均增长29.9%。

整体来看，因网签数据存在一定滞后性，当前新房网签数据增长或更多受到集中网签或前期集中入市项目带动，但整体效果尚不明显。从政策趋势上看，预计2024年，在市场过热阶段出台的限制性政策仍有望继续优化调整，供需两端政策均有发力空间；需求端，未来一线城市有望按照因区施策的方式，适度放开限购，核心二线城市或全面取消限购，更多低能级城市或通过发放购房补贴等方式促进购房需求释放。

加速构建新发展模式

《中国经营报》：目前，房地产行业在持续探索新发展模式，您如何评价2023年行业在这方面的进展？2024年，新发展模式将会出现哪些新趋势？

姚耀：2023年国家持续加大对保障性租赁住房发展的支持力度，在全面满足城市内新青年、新居民住有所居的目标上更进一步的同时，也让更多房企能够通过开发建设自有住房租赁业务进一步丰富资金来源。进入2024年，预计针对保障性租赁住房的利好政策将加速落地，对相关企业的融资支持力度将持续增大，住房双轨制将进一步落实。

黄瑜：预计2024年，新发展模式将加快构建。一方面，市场+保障的思路更加明确，保障房建设和供给或将迈出实质性一步。另一方面，预售制改革、土地制度改革、完善金融财税制度等方面也值得关注。

除此之外，"三大工程"加快推进，也有助于加快构建新发展模式，其中城中村改造预计2024年将有一批项目落地实施，"平急两用"或与低效、闲置基础设施结合，因地制宜实现资源再利用。

《中国经营报》：在"双碳"战略加速推进下，房地产行业已成为我国实现"双碳"目标的重要领域。目前，房地产行业"双碳"行动成绩如何？科技在地产行业的未来发展过程中将起到哪些作用？

姚耀：在"双碳"目标的推动下，绿色低碳的发展方向已成为房地产业内的共识。众多房企正积极投身于绿色建筑的推广，并获得了市场的广泛认可。

黄瑜：一是践行ESG理念是房企落实"双碳"的重要措施。房企积极发布ESG报告，目前在港交所上市的房企强制发布企业ESG报告，约有九成房企发布ESG报告。而A股上市房企普遍发布社会责任报告（CSR），且不具强制性，近五成房企发布社会责任报告。

仲量联行中国区研究部总监姚耀

中指研究院常务副院长黄瑜

二是绿色建筑是房地产企业践行"双碳"最主要的领域。近年来，优秀上市房企愈加重视绿色发展，将绿色理念贯穿于规划、设计、采购、建造、运营的全过程，不断追求绿色技术创新，打造更高质量的绿色建筑和健康建筑，对内倡导绿色办公，对外营造绿色社区，呼吁绿色生活。

2024年行业信心 有望逐渐修复

《中国经营报》：对2024年的房地产行业发展有何预判？2024年对房地产市场发展的有利因素有哪些？

姚耀：除了上述提到的内容以外，有两点值得重点关注：在商业地产中，一些政策及市场双轮驱动的产业正在比很多人预测更快的速度增长并影响着商业地产。无论是新能源车的上下游，包括自动驾驶等，还是战略新兴产业，如泛人工智能的进一步场景扩大，正在成为商业地产需求的新的力量。市场参与者，无论是在办公楼、零售地产、产业园区还是物流地产等领域，需要抓住这些产业带来的结构性机会。

在房地产科技方面，对于新兴随着人工智能、机器人技术、绿色低碳技术等在房地产行业的加速应用，未来科技将在提高企业运营效率、提升人性化体验以及推动可持续发展方面发挥更加积极的作用。

黄瑜：展望2024年，根据"中国房地产业中长期发展动态模型"测算，2024年全国房地产市场将呈现"销售规模仍有下行压力，新开工面积、开发投资或继续回落"的特点。

有利因素包括：一方面，当前监管部门及各级政府对房地产行业有了统一认识，未来各项有力举措预计将逐步落实并协同发力，政策环境到达临界点后，供需两端政策发力，有利于市场企稳恢复。

另一方面，2021年下半年以来房地产市场已经深度调整两年多时间，调整时间为历史最长，市场继续大幅下行的空间有限。

“保交楼”攻坚再提速

文/方超 张家振

2023年，在房地产行业经历深度调整的大潮中，“保交楼”进展情况成为外界关注的焦点所在。

在政府部门、房企、金融机构等多方共同努力之下，“保交楼”工作成效显著。相关统计数据显示，截至目前，在全国列入“保交楼”项目涉及的350万套住房中，已实现交付超268万套，总体交付率超76%。“保交楼”还带动了房屋竣工面积明显增长，“房屋陆续交付，对化解房地产领域矛盾纠纷起到了积极效果”。

2023年12月21日，住建部党组书记、部长倪虹在全国住房城乡建设工作会议上强调，2024年将做好四大板块、18个方面工作。其中，“保交楼”工作将落实属地责任，加强预售资金监管，加快预售制度改革。

日前，《中国经营报》记者从旭辉集团相关负责人处获得的统计数据显示，截至2023年12月22日，旭辉集团已累计交付超10万套新房。绿城中国相关负责人提供的数据显示，2023年1—11月，绿城中国已完成196个项目的交付工作。

在“保交楼”数量攀升的另一边，房企也瞄准地产行业变化趋势，不断打磨“产品力”与“交付力”，“交房即交证”、提前交付等正成为行业新趋势。例如，金科华东相关负责人向记者提供的信息显示，其所在区域有项目提前145天实现交付。

“2023年‘保交楼’工作比较显著的特点，是把这项工作当成首要任务，房企哪怕出现债务违约，也要优先‘保交楼’，体现了把民生问题放在首位的要求。”同策研究院研究总监宋红卫在接受记者采访时表示。58安居客研究院研究总监陆骑麟亦向记者表示，2023年，全国“保交楼”工作所有举措的核心是“保障购房者权益”。

多家房企交付量刷新纪录

2023年，自2022年7月启动的“保交楼”工作正持续推进。在“保交楼、保民生、保稳定”要求下，多家房企项目交付量不断刷新纪录。

旭辉集团相关负责人提供的信息显示，截至2023年12月22日，该集团已交付超10万套新房。“日前，旭辉集团又完成了全国四大社区、共计3336户的提前交付任务。”相关资料显示，2022年，旭辉集团的新房交付数量约为9万套。

中南建设相关统计数据显示，2023年1—11月，中南建设房地产板块在南京市、绍兴市、温州市、泰安市等52座城市累计交付136个批次、约8万套新房。而在2022年，中南建设房地产板块在全国累计完成了约7.2万套新房交付任务。

不仅如此，记者进一步梳理发现，多家房企在2023年前11个月的交付量已超过2022年全年。公开统计数据显示，2023年1—11月，融创中国已累计交付227个项目，合计约22.7万套住房，面积约3400万平方米，数量超过2022年全年。同期，金科股份累计交付新房总面积约1762万平方米，累计交付超12万套，而在2022年，金科股份交付量为8.3万套。

宋红卫告诉记者，“保交楼”工作完成较好的主要是一些大规模知名房企，但众多小型房企仍然没有很好地实现复工开工。陆骑麟则分析称，2023年前11个月，全国商品住宅竣工面积达4.79亿平方米，同比增加18.5%，同比增幅创新高。

“从‘保交楼’成效来看是十分显著的。”陆骑麟表示，“首先，这是从上至下、同心协力而达成的目标；其次，这也是购房者对国家‘保交楼’政策信心的表现，更是保民生、保信心的重要体现。

部分房企2023年度交付成绩单

序号	房企名称	交付情况（2023年前11个月）
1	绿地控股	20.5万套
2	新城控股	10.7万套
3	旭辉集团	9.4万套
4	中南建设	8万套
5	正荣地产	3.59套
6	中骏集团	3.3.万套
7	绿城中国	196个项目

数据来源：公开报道

比拼“交付力”“产品力”

作为“保交楼”的主力军，房企纷纷投身“保交楼”大潮，此举既是房地产行业提出的底线要求，也是房企践行社会责任的体现。

其中，多家房企在确保完成“保交楼”任务的前提下，更力求实现提前交付和“品质交付”。这也成为房地产行业的一大看点。

旭辉集团相关负责人告诉记者，2023年12月，莆田市旭辉时代城实现提前8天交付，重庆市旭辉·铂宸中央也提前8天交付，成都首批TOD示范项目——成都新津区天府未来中心一期项目，则提前9天开启973户新房交付。

金科股份华东区域相关负责人向记者提供的信息也显示，2023年10月，在集团“三保一促”策略引领下，亳州市金科府项目持续不懈严抓“保交楼”各项工作进度，着力打造项目产品力，最终实现提前145天交付。

“旭辉滨海江来一期天晖苑在交付过程中，做到了‘交付即交证’。业主在收房时即拿到了不动产权证书，实现了收房与拿证无缝连接。”旭辉集团相关负责人表示，这是公司倡导的“交付服务力”的直观见证。

值得注意的是，除力求实现如期交付、提前交付，“交付即交证”外，如何实现高质量交付也成为不少房企的“头等大事”。

中南建设方面表示，目前，公司已形成较为完善的交付体系，从风险管控、品质标准、过程管控、服务跟进等多个维度，形成了一套覆盖交付前、中、后全周期的标准化操作流程。

“2023年，‘保交楼’工作持续推进，并力求‘品质交付’和‘交付即交证’。在房企资金紧张的情况下，一些房企在及时交付和品质之间放弃了品质，那么推动‘品质交付’就成为保障购房者利益的重要一环。”陆骑麟分析认为，“房企在建工程项目都会在银行进行抵押，即使项目竣工后可能也会面临没钱解押的情况，通过探索‘交付即交证’举措，可以让购房者在及时收房、住房的情况下拥有房屋所有权，解除后顾之忧。”

宋红卫向记者直言：“‘交付即交证’背后体现出房地产市场‘内卷’严重，房企之间竞争加剧。除价格和‘产品力’外，交付标准也成为竞争条件，这也反映了购房者对于停工及烂尾项目的担忧，购房信心略显不足。”

陆骑麟也表示，在此轮楼市大调整背景下，房企正通过提升自身信用和产品品质，来增强购房者对房企的认可和信任度。从长期来看，这有利于楼市平稳健康发展，此举也应该在预售制度框架内大力推广。

出险房企如何“保交楼”？

在行业比拼“交付力”“产品力”的当下，出险房企如何进一步推进“保交楼”工作也备受瞩目。

2023年12月21日至22日，全国住房城乡建设工作会议在北京召开。会议指出，持续抓好“保交楼、保民生、保稳定”工作，稳妥处置房企风险，重拳整治房地产市场秩序。

中指研究院指数研究部总经理曹晶晶表示，2023年是“保交楼”的重要节点。上半年，监管部门加速推进一系列“保交楼、保民生、保稳定”的举措，1月央行新增1500亿元“保交楼”专项借款投放，加上2022年下半年投放的2000亿元，累计已推出3500亿元“保交楼”专项借款，同时提出设立2000亿元“保交楼”贷款支持计划。

“出险房企‘保交楼’在未来会遇到更大的困难。从目前情况来看，有资产抵押的条件才会得到‘保交楼’相关政策支持，前提是有抵押物。经过近一年的推动，大部分出险房企能抵押的资产基本都抵押了，后期面临的压力会增加。”宋红卫表示，“同时，随着预售资金监管力度不断升级，很多出险房企账面上有一定量的受限资金，不能用到‘保交楼’中，也会增加房企的资金压力。”

在当前形势下，出险房企应该如何进一步做好“保交楼”工作？“‘保交楼’最终的根源是资金问题，因此保证房企的资金链是重要一环。”在陆骑麟看来，“房企应该减少新开工项目，尤其是在部分库存较大、房价降幅较大的城市，即使开工也无法达成销售预期，极有可能会成为新的烂尾楼盘，因此要把有限资金全部用在履行‘保交楼’任务上。出险房企还要尽量将在建工程资产变现，将这部分回笼资金投入‘保交楼’中，同时放开融资渠道让土地资产拥有更通畅的变现方式。”

中指研究院方面分析认为，化解项目交付风险仍是2024年政策聚焦点之一，预计“保交楼”配套资金和政策将进一步落实，修复市场预期。同时，加强预售资金监管、改革预售制度或是“保交楼”重要配套举措。“此前住建部就已明确‘有条件的可以进行现房销售’，2023年已有多地试点现房销售。2024年，预计将有更多城市或地区推进试点现房销售，有望加快预售制改革进程。”

“目前，各地都在试点现房销售制度，一旦全面铺开，‘保交楼’将会成为历史。”陆骑麟分析称，对预售资金进行强监管，防止出现新的“保交楼”项目，也将是2024年的重点工作。

2023年房地产优化调整政策超660次

长三角地区探路前瞻性调控

文/杨让晨 张家振

“优化调整”“取消限制”“提振消费”，成为贯穿2023年全国楼市沉浮的关键词。

2023年7月下旬，中共中央政治局会议定调：“房地产市场供求关系发生重大变化”。此后，全国楼市政策优化调整迎来转折时刻，各大城市的限制性政策开始逐步松动，提振楼市消费、保障平稳健康发展成为主旋律。据中指研究院监测数据，截至2023年12月25日，全国范围内的楼市政策优化调整次数累计已达660余次。

其中，最引人瞩目的莫过于对一系列限购限贷、房价“限跌令”以及首付比例和房贷利率等限制性政策的取消和优化。《中国经营报》记者注意到，作为全国一线城市的上海市，在2023年9月和12月分别对楼市政策做出优化调整，取消首套房“认房不认贷”政策，并下调首套房、二套房的首付比例、房贷利率等，在全国发挥着“排头兵”“探路者”的角色。

事实上，2023年全年，包括上海市、南京市、杭州市和苏州市等地在内的长三角地区城市频繁对楼市限制政策进行优化，以提振楼市信心，出台的诸多新政策、新举措在全国范围内都具有前瞻性。

以南京市为例，2023年9月，南京市发布政策，成为全国首个全域放开限购的二线核心城市。苏州市住建局则表示，对低于备案价销售的新房目前暂时没有相关限制，这也意味着苏州楼市“限跌令”出现实质松动。

不过，多位接受记者采访的房地产行业内人士分析认为，2023年出台的一系列楼市优化调整政策虽然在短期内取得了一定成效，但从总体和长远来看并不及预期，2024年，楼市政策调控尚有进一步优化的空间。

松绑限制性政策走在前列

2023年，长三角地区的上海市、南京市、杭州市和苏州市等全国楼市热点城市均对原有限制性购房政策进行了优化调整，出台的部分前瞻性政策走在前列，对全国楼市而言颇有示范、引领意义。

2023年9月7日深夜，南京市发布多条楼市新政，宣布在玄武区、秦淮区、建邺区以及鼓楼区范围内购买商品房不再需要购房证明。这标志着南京市在全域范围内取消了限购政策，成为全国首个全域放开限购的二线核心城市。此后，多座热点城市跟进执行，对原有限购政策进行了优化调整。

全域放开限购政策，也在短时间内提升了南京楼市热度。受利好政策影响，南京楼市成交量在2023年9月开始回升。截至2023年11月底，南京商品住宅市场成交约44万平方米，环比上涨3.26%，实现成交规模连续3个月环比上涨。

不过，南京市房地产学会副会长李子墨在接受记者采访时表示，在2023年传统楼市旺季“金九银十”期间，南京楼市总体销售成绩并没有达到预期，市场观望情绪比较浓厚，政策利好刺激效果逐步减弱。“截至2023年年底，南京市房地产市场面临的去化压力仍旧较大。”

与之类似，上海市、杭州市和苏州市等长三角地区热点城市也陆续对相关限制性政策进行调整优化，并在扭转市场信心、提振楼市消费方面取得了显著效果。据克而瑞统计数据，截至2023年11月底，杭州全市商品住宅成交面积约90.3万平方米，环比上涨17%。不过，杭州市不同区域、板块间的分化趋势仍然明显，部分热门板块中签率仅有10%至20%，远郊区去化压力犹存。

值得注意的是，2023年10月，作为核心二线城市的杭州市在对楼市限购政策进行优化调整时，并未全域取消限购，而是将住房限购范围缩减为上城区、拱墅区、西湖区、滨江区。对此，中指研究院华东大区常务副总高院生对记者表示，这是由于杭州楼市本身的冷热不均现状决定的。

“杭州市限购政策优化调整后，核心板块热度明显升温，靠近核心板块的区域则出现板块热度外溢现象。”高院生进一步表示，“这是杭州市没有选择全域放开楼市限购政策的主要原因，因为部分板块的流动性较好，保持了一定的韧性和热度。”

除放松、放开限购政策外，长三角地区也有部分城市对限价政策做出了优化调整。据相关媒体报道，苏州市住建局日前表示，新房销售采取“一房一价”，具体由购房人和开发商确定销售价格，对低于备案价销售的新房目前暂时没有相关限制。这也意味着，苏州楼市“限跌令”已率先松动。

易居研究院研究总监严跃进告诉记者，苏州市取消楼市“限跌令”政策在全国范围内都有较大影响。“此前优化调整楼市政策都是和供给、需求有关，和价格相关的政策较少。在一定程度上，根据最新口径，商品房价格调整是市场化行为，房企自身是能够决定的，这也触发了市场和潜在购房者对价格的关注，所以苏州楼市在价格层面出现了新的重大调整。”

多角度降低购房门槛

除了对限购限贷、“限跌”等政策进行调控外，长三角部分城市在降低购房门槛、取消地价上限等方面也走在前列。

2023年1月，央行、银保监会建立首套房贷利率动态调整机制，针对新房价格连续下跌的城市，阶段性放宽或取消首套房贷利率下限，为各地房贷利率下调提供了空间。

2023年8月，央行、金融监管总局再度印发通知，明确首套住房商业性个人住房贷款最低首付比例统一为不低于20%、二套房则不低于30%，同时二套住房商业贷款利率下限也进一步下调。

作为一线城市的北京市、上海市在2023年12月也发布新政，首套房、二套房房贷利率均下调。其中，在政策调整后，上海市部分区域的二套房贷利率已降至4.4%，为北上广深四大一线城市中最低。

中指研究院统计数据显示：2023年12月，全国重点城市首套房平均房贷利率已降至3.86%，较2021年的高点下调了超过150个基点；二套平均房贷利率也降至4.41%，大幅降低了居民购房成本。

严跃进告诉记者，降低房贷利率实实在在降低了购房者的购房成本。“和执行‘认房不认贷’政策相比，将房贷利率、首付比例和普通住宅标准等进行调整的影响更大。”

此外，土地市场的限制政策也在逐步松动甚至取消。据不完全统计，目前已有包括南京市、福州市、杭州市、合肥市、苏州市、武汉市等在内的多座城市取消了地价限制。据2023年11月份的土地市场数据和表现，全国土地市场整体溢价率已经提升至7.2%。

对此，中指研究院方面分析认为，2024年，在取消地价上限的城市中，房企投资会更加聚焦，预计部分核心地块将竞拍出高溢价，但土拍分化趋势仍将延续，非核心区仍会出现底价成交甚至流拍现象。

“北上深有望根据市场变化优化土拍规则，如部分区域取消或提升溢价率上限。2024年，或有更多城市优化销售最高限价，让价格回归市场，此举有利于市场预期修复。”中指研究院方面表示。

供需两端持续发力 提振信心

尽管2023年楼市政策优化调整次数频繁并且力度不小，但在多位业内人士看来，政策效果总体不及预期，2024年楼市政策调整方向或将进一步细化，从供需两端精准、持续发力，以全方位提振楼市消费信心。

高院生在接受记者采访时表示，2023年，包括杭州市在内的全国大多数城市出台的楼市利好政策呈现出的提振效果周期比较短。“像过去一样指望某个政策能让房地产市场立马复苏，可能性不大。”

调控政策更加细化和具体，或会是2024年楼市政策优化调整的主要方向之一。以杭州市为例，高院生告诉记者，对于杭州市而言，“一区一策”调控基调可能会继续实行，并且可能会在支持人才、无房家庭购房等方面作出具体细化。“此外，未来随着市场变化，限价政策可能也会在杭州市局部放开，同时利率、购房补贴、契税减免等政策也会进一步作出优化调整。”

李子墨也对记者表示，未来，南京楼市政策还需要在供需两端精准、持续发力。在需求端，要降低购房成本和门槛、简化户籍制度，优化新增劳动人口的质量和结构，吸引更多的人落户南京；在供给端，则要加大对房企的资金支持力度，促进金融与房地产间实现良性循环，继续推进“保交楼”，化解楼盘交付风险。同时，随着城中村改造持续推进，取消地价限制等政策陆续出台，土拍政策或将继续放宽，从而带动土地市场活跃度提升。

中指研究院方面分析认为，从政策趋势上看，降低购房成本、降低购房门槛仍是2024年楼市政策优化调整的聚焦点，也是落实“以进促稳”的重要举措。近期，北京市、上海市大力度降低首付比例和下调房贷利率后，短期或以落实为主，未来各地政策仍有优化预期，核心城市降低首付比例、降低房贷利率仍有空间。

“除此之外，在需求端，未来一线城市有望按照因区施策的方式适度放开限购，核心二线城市或全面取消限购。”中指研究院方面表示。

在严跃进看来，一线城市未来限购政策是否调整，需要根据市场的运行情况进行统筹研究。同时，限购政策全面放松也应有时间次序，“一线大城市放开限购要参考二线城市的进度和效果，二线城市全部放开限购，一线城市可能才会跟进”。

克而瑞方面也分析认为，以政策调整推动房地产行业新平衡仍需时间。“作为经济复苏的重要一环，房地产行业当前面临的最大的问题来自于居民收入预期、购房信心能否恢复。从短期来看，房地产行业并不会出现以往政策刺激后的‘V’型大反转，筑底、低位震荡、脉冲式调整或是主旋律。”

2023房企自救实录

文/陈婷 赵毅

2023年12月，一波前所未有的寒潮骤然而至，全国多地一夜入冬。而仍在底部调整的房地产行业同样寒气逼人，活下去是硬道理也是当务之急。

为了活下去，“家族肯定会砸锅卖铁支持公司。”这是来自昔日“宇宙第一房企”——碧桂园董事局主席杨惠妍的“豪言”，月薪降到1万元的杨惠妍为房地产的残酷真相又增添了一笔。2023年，碧桂园面临“自创办以来的最大困难”，公司高管相继致歉，为守住企业生存底线展开自救。

为了活下去，遭遇股债双杀的房企“优等生”万科在自我澄清“非公司基本面出现任何问题”，但未能立即消除市场疑虑后，拉来国资股东站台回击“看空”。其中，深圳市地铁集团有限公司（万科第一大股东，以下简称“深铁集团”）表示将拿出真金白银承接万科部分城市更新资产，引起市场广泛关注。

为了活下去，中国奥园被传于2023年12月根据美国《破产法》第15章在纽约法院申请破产保护。对此，中国奥园方面对《中国经营报》记者回应称，该确认程序是推进境外债务重组的必要步骤，不是破产清算程序，其最终目的是境外重组计划成功实施。

有人说，多年以后回过头来看，2023年之于房地产势必非比寻常，行业在这一年真正进入“下半场”，旧的秩序逐渐被打破，新的秩序尚未建立。一场“先立后破”构建房地产发展新模式的探索正在路上……

碧桂园高管集体降薪

外界未曾想过，经过10余年培养的“地产二代”杨惠妍会是在碧桂园的艰难时刻登场。

自2023年3月份接过碧桂园董事局主席的位置以来，杨惠妍或未能享受到“宇宙第一房企”的光环，而是在为碧桂园还债、保交楼疲于奔命。

2023年8月，杨惠妍及碧桂园总裁莫斌共同署名发布一封致歉信，坦言“虽然公司上下已全力以赴自救，但市场整体尚未回暖，行业绝对规模下降，资本市场信心修复尚需时间，公司整体经营压力有增无减，面临自创办以来的最大困难”。

据碧桂园官方微信公众号披露，2023年12月8日，碧桂园召开月度管理会议，杨惠妍连续第四个月以“坚定信心，勇毅前行”为主题，鼓励公司上下保持信心努力前行，谋求更好的发展。

会上，杨惠妍表示：“杨惠妍家族作为碧桂园控股股东，全力为公司提供资金支持，上市至今已通过借款、增持股票、购买债券、以股代息等方式合计支持总额约410亿港元，且从未减持股票。家族肯定会砸锅卖铁支持公司，公司会努力探索出一条尽快恢复正常经营的有效路径。”

“砸锅卖铁”一言释出，2023年12月12日，碧桂园公告称，杨惠妍、莫斌、杨子莹（碧桂园执行董事、杨惠妍妹妹）、陈翀（碧桂园执行董事、杨惠妍丈夫）主动提出降薪请求，已于2023年11月1日起生效。四人调整后的年度薪酬均为12万元，其中，莫斌和杨子莹调整前的年薪分别为300万元、200万元，杨惠妍和陈翀均为37万元。

在此之前，碧桂园高管薪酬已有过多次下调。比如2022年9月，莫斌的年薪从1500万元下调至300万元，杨子莹的年薪从1000万元下调至200万元。根据碧桂园官方微信公众号披露，2023年，碧桂园尽最大努力削减行政费用开销，总额已较2021年降低近60%。

2023年万科A股股价走势震荡下行。 来源：Choice

杨惠妍在2023年12月月度管理会议上指出，未来12个月公司主要有“保交付、保经营和保信用”三项工作。近日，碧桂园内部人士也向记者表示，公司近期主要进行保交付工作，同时积极开展营销活动，提升销售业绩。

万科股债双杀获声援

不同于碧桂园自身公开遭遇困难，万科在2023年受到外部情绪波动影响，公司多只债券到期收益率大幅偏离，引发市场对其经营风险的担忧。

2023年10月下旬，万科2024年到期的“VNKRLE 5.35 03/11/24”“VNKRLE 4.2 06/07/24”到期收益率分别一度升至43.95%、60.65%，万科A股股价在2023年10月13—19日连续5个交易日持续下跌，2023年10月20日小幅回升，但仍在低位徘徊，此后一路震荡下跌。

股债双杀，也曾发生在出现债务违约的房企身上。

彼时，关于境内外部分债券交易出现异动，万科对投资者答复称：“并非公司基本面出现任何问题，主要是市场情绪波动所致。同时境外市场出现有关公司的不实猜测，导致公司美元债价格一度出现大幅波动。”

但万科的自我澄清未能彻底消除市场疑虑。2023年11月6日，万科面向金融机构召开线上交流会，深圳市国资委层面也派出了高规格的参会人员。

会上，深圳市国资委方面表示，万科是深圳国资体系重要成员，深圳市国资委充分认可和信任万科团队的专业性，万科长期坚持稳健的经营策略和财务政策，具备足够的安全性，并未出现传言所说的财务风险、管理风险。

深铁集团董事长辛杰进一步称，将根据市场情况有序释放“工具箱”，包括以市场化、法治化方式，承接万科在深圳的部分城市更新项目，帮助万科盘活大宗资产，为万科注入新的流动性，交易金额预计超过100亿元；深铁集团正在积极准备，择机购买万科在公开市场发行的债券。

2023年12月26日，记者向万科相关人士了解这一合作进展，得到的回应是：“暂时没有听说具体落地的新进展。”

当口号声归于平静，万科亦就深铁集团所提及的支持措施公告称：“尚无任何具体安排，存在不确定性。”市场深知，相较于真金白银“输血”，房企“自我造血”是解决资金链的关键。

上述公告显示，2023年1—11月，万科累计实现合同销售面积2209.2万平方米，合同销售金额3431.4亿元。不过，就在2023年12月27日，万科A股股价盘中跌至近5年来新低，为10.09元/股。作为行业风向标，万科距离收获“真正的安全”还有多远？

先活下去才有未来

房地产行业信心的恢复不止来源于坚守安全经营底线的房企，还来自出险房企对债务重组及恢复正常经营的推动。

2023年12月21日，有市场消息称，中国奥园根据美国《破产法》第15章在纽约法院申请破产保护。

中国奥园方面对记者表示，公司遵从重组财务和法律顾问的建议，已经向美国法院提出了关于对中国奥园债务重组协议安排计划的确认申请，以获得美国法院对中国奥园有关境外重组协议安排程序的认可。“该确认程序不影响公司的自主经营，不涉及集团境内主体的债务，不影响集团境内债权债务关系和正常经营。同时也是保护公司全体债权人利益，维护公司整体保交楼、保安全、保经营的必要措施。”

公司层面取得积极进展的背后，实则暗流涌动。自2021年年底被曝出经营困境以来，中国奥园通过出售资产、引入战略投资者等方式展开自救。公告显示，截至2023年6月30日，中国奥园已处于资不抵债的境况。

且近段时间以来，关于中国奥园裁员的消息甚嚣尘上，记者就此寻求中国奥园方面的回应，但无果。一位中国奥园前员工告诉记者，公司近两年持续裁员。

除了中国奥园，记者从多位业内人士处获悉，房企裁员、延发薪资已是常态。一位广东本地房地产企业在职员工向记者透露：“我们目前还能正常发工资，被裁的员工虽然可以拿赔偿金走人，但也只能是分期支付。”

随着房地产进入增速放缓、总量见顶的存量时代，市场供需关系发生了新变化，房企在告别“三高”（高周转、高负债、高杠杆）旧发展模式过程中时刻上演“生死时速”。危情与自救，成为2023年房企转型的高频词。不久前，融创完成境外债务重组全部流程，成为首家完成境内外债务重组的大型房企；万达通过引入新的战略投资者涉险过关，化解赎回期满的危机，都为当下出险房企提供了一条自救思路。

挑战仍在继续。购买者信心和预期的修复尚需时日，经营环境仍充满不确定性，房企只有先活下去，才有未来可言。

城市向“新”生长

文/陈雪波 卢志坤

实施各类城市更新项目约6.6万个，新开工改造城镇老旧小区5.3万个，惠及882万户居民，加装电梯3.2万部，增设停车位74.6万个，增设养老、托育等社区服务设施1.4万个，改造城市燃气及其他各类管道约10万公里……

这是近日在全国住房和城乡建设工作会议上披露的2023年前11个月城市更新领域的最新成果。

自2020年10月党的十九届五中全会明确提出“实施城市更新行动”以来，全国住房和城乡建设部（以下简称“住建部”）连续发布城镇老旧小区改造可复制政策机制清单。到2023年，这份清单已经有了7个批次，积累了大量改造经验和成功案例。

如今，城市更新在土地来源、资金筹集、规划设计、改造实施等方面已经有了诸多经验。但也要看到，城市更新依然面临着可持续经营差、多方统筹难、推进速度慢等多方面问题，社会资本参与积极性不高。为此，多地根据地方特点出台相关文件，试图解决这些问题，但路途依旧漫长。

体检先行 对症下药

2023年12月13—15日，国务院总理李强在四川、重庆调研。在成都的东郊记忆·成都国际时尚产业园，李强察看了老旧城区改造和工业遗存开发利用情况。东郊记忆·成都国际时尚产业园在多年前曾是国营红光电子管厂，在2011年成功改造为一个规模庞大的产业园区。如今这里已经是一个集国家音乐产业基地、国家AAAA级旅游景区、国家文化产业示范基地于一体的产业园，每年吸引数以百万计的市民、游客前来消费、体验。其保留的大量工业文化元素，成为吸引消费者的重要因素。

历史文化的保护是2023年城市更新的工作重点之一。在2023年7月发布的《关于扎实有序推进城市更新工作的通知》（以下简称“《通知》”）中，就首先提到了历史文化的传承保护：实施城市更新行动要保护传承历史文脉和塑造城市特色风貌。开展历史文化街区、历史建筑普查、认定和挂牌保护，做好历史建筑测绘、建档工作。

在一些地方文件中也制定了本地的历史文化保护方案。比如天津市发布的《天津津城城市更新规划指引（2021—2035年）》中就提及要坚持注重保护，延续历史文脉。以历史文化价值为导向，实现应保尽保。

但一座拥有悠久历史的城市，如何才能鉴别出其历史文化价值所在，又该如何制定适配的改造方案？城市体检成为其中必要的一步。住建部要求，要建立城市体检机制，将城市体检作为城市更新的前提。

具体来看，住建部要求各地要坚持问题导向，划细城市体检单元，从住房到小区、社区、街区、城区，查找群众反映强烈的难点、堵点、痛点问题。坚持目标导向，以产城融合、职住平衡、生态宜居等为目标，查找影响城市竞争力、承载力和可持续发展的短板弱项。坚持结果导向，把城市体检发现的问题短板作为城市更新的重点，一体化推进城市体检和城市更新工作。

北京市西城区真武庙五里三号院老旧小区改造的项目负责人告诉记者，在改造之前，团队深入每一户了解改造需求，还充分调研了项目的历史背景、产权问题。在对项目进行充分体检之后，才针对公区、室内制定了周密的改造方向，推出申请式退租、美好会客厅等方案，最终改造成果获得了小区业主、租客、周边居民的一致好评。

2020年11月，住建部发布了《城镇老旧小区改造可复制政策机制清单（第一批）》，从加快改造项目审批、存量资源整合利用等方面开始总结城市更新经验。到2023年6月，已经发布了7个批次的清单。从最新的清单来看，建立“先体检、后改造”已经是重要经验之一。

广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉分析称，明确城市更新要体检先行、对症下药，这跟过去增量主导的市场是完全不同的。政策做了顶层设计，还明确了政府的职能和规划，强调了规划管控、规划指标落地的问题。这些都源于进入存量时代后，存量房屋的规模已经足够大，拆除的成本很难得到平衡。

留改拆并举 推进土地复合利用

除了体检先行外，2023年11月自然资源部发布的《支持城市更新的规划与土地政策指引（2023版）》中还对土地使用提出了更为详细的要求：在城市更新过程中要加强土地的复合利用。

“之所以提出这样的要求，是因为在很多新兴业态中，居住、生产等配套可以在一宗地上完成，这是土地集约利用的结果。”李宇嘉解释称。

土地的复合利用旨在将宝贵的城市资源发挥出最大的价值，避免浪费和重复建设。同时，《通知》中还指出，要坚持留改拆并举、以保留利用提升为主，鼓励小规模、渐进式有机更新和微改造，防止大拆大建。

对现有资源的充分利用，常常能收到意想不到的效果。比如北京市大兴区兴丰街道的三合南里社区在改造过程中，把一处废弃的锅炉房改造成了便民服务综合体。闲置多年的锅炉房摇身一变成为了居民买菜、理发、健身、读书的场所，锅炉房原有的建筑主体还在，但其发挥出了更大的价值。

其实早在2021年8月，住建部就印发了《关于在实施城市更新行动中防止大拆大建问题的通知》，指出有些地方出现了继续沿用过度房地产化的开发建设方式、大拆大建、急功近利的倾向，随意拆除老建筑、搬迁居民、砍伐老树，变相抬高房价，增加生活成本，产生了新的城市问题。要求严格控制大规模拆除、大规模增建、大规模搬迁，坚持应留尽留，全力保留城市记忆。

中指研究院顾问咨询部运营总监吴建钦认为，留改拆并举、加强历史文化保护是城市更新的底线要求，因此相关部委发文均会重点强调。而强调土地复合使用是创新城市更新可持续实施模式的重要体现，土地用途兼容、建筑功能混合对解决原有用途闲置，满足社会对项目新的复合功能需求，最大程度激发土地价值具有重要意义。整体来看，目前各地的城市更新开展更加注重通过更新挖掘城市内在的特色化价值，逐渐由传统的“开发方式”向“经营模式”转变。

亟须降低 社会资本进入门槛

在城市更新行动正式发起3年后，社会资本的参与积极性如何？从事城市更新行业多年的愿景集团董事长陶红兵告诉记者，目前参与城市更新的企业依然以国企为主，民营企业还是很少，专业的企业也并不算太多。其中，实施难度大、回报周期长、承担风险高是劝退企业的主要原因。

陶红兵还表示，在老旧小区的改造过程中，常会面对需要多方统筹的困境。老旧小区往往拥有复杂的自身条件，小区改造需要多个部门协调管理，但很多地方的协调难度依然很大，这给改造工作造成了极大的阻力。“比如很多老旧小区需要新增停车位，这个工作就经常卡在部门协调上。”

虽然已经有很多实现了可持续经营的老旧小区改造案例，但在推广到更多小区的过程中依然障碍重重。陶红兵指出，城市更新中很多经营模式在理论上可以实现盈利，但在实际操作中能实现预期效果的却很少。此外，面对长达一二十年的回报周期，民营企业很难支撑，需要寻求更多的合作方式。

“城市更新往往涉及政府多部门，各环节仍然存在无法有效衔接，甚至会出现相关部门管辖范围之外的情况。”吴建钦指出，前期改造成本投入的确定性与后期经营的不确定性存在矛盾，经营类项目回收周期普遍偏长。同时，城市更新的市场需求仍无法与规划管控要求有效衔接，两者存在一定时滞。再加上部分项目产权复杂，对表决比例要求高，单一主体推进缓慢，这些都是接下来需要解决的问题。

李宇嘉也指出，未来，还是需要国有资本和市场资本充分发挥各自的功能。这要强调片区内的统筹平衡，比如一些项目的改造是亏损的，但在大片区的改造是有可能盈利的，这样统筹之后就能达到平衡状态。政府的资金主要用在刀刃上，比如一些公共设施、水电管线、学校和医院的打造等，这些能够降低社会资本进入的成本和门槛。这样一来，社会资本进入后能够进行市场化的运营开发，进而吸引更多的社会资本入场。

2023年全国层面部分涉及城市更新政策/会议

2023.6

《城镇老旧小区改造可复制政策机制清单（第七批）》

《城乡历史文化保护利用项目规范》

2023.7

《关于扎实有序推进城市更新工作的通知》

2023.9

《关于开展低效用地再开发试点工作的通知》

2023.10

中央金融工作会议

《开创城市高质量发展新局面》

2023.11

《实施城市更新行动可复制经验做法清单（第二批）》

《支持城市更新的规划与土地政策指引（2023版）》

《城市社区嵌入式服务设施建设工程实施方案》

2023.12

《关于全面开展城市体检工作的指导意见》

全国住房和城乡建设工作会议

资料来源：中指研究院综合整理

旅游市场强劲复苏 玩法更趋多元

文/夏晨翔

从“五天爬完五岳”的“特种兵式旅游”，到“一串难求”的淄博烧烤，再到各个景点都“感觉有1亿人来了”……2023年，国内旅游行业强劲复苏，出行需求集中释放，“人从众”的出游盛况更是在各个景区之中屡见不鲜。

在近日举行的“权威部门话开局”系列主题新闻发布会上，文化和旅游部副部长杜江表示，2023年的旅游市场的确可以用火爆来形容。

根据最新统计数据，2023年前三季度，国内旅游达到36.7亿人次，实现旅游收入3.7万亿元，同比分别增长75%、114%。居民旅游需求得到集中释放，居民出行大幅度增加。在带动相关消费扩大的同时，也促进了经济复苏。

中国旅游研究院预测，2023年全国国内旅游人次和旅游收入达到54.07亿次和5.2万亿元，分别恢复至2019年的90%和91%。

“特种兵式旅游”兴起

2023年，伴随着旅游行业全面复苏，旅游需求直线上升，以最高的效率看遍祖国河山的“特种兵式旅游”随之快速兴起。

据媒体报道，一位女生趁着周末放假，晚上坐八小时硬卧从郑州前往北京游玩，第二天利用一天时间打卡了天安门、前门、北海公园、鼓楼、南锣鼓巷、天坛公园等6个景点后，当天下午返程。

此外，亦有一位四川小伙儿利用“五一”假期，从成都出发，五天时间先后爬完了衡山、嵩山、泰山、恒山和华山。

无论是30小时往返1300公里游6个景点还是“五天爬完五岳”，这种以大学生群体为主，用尽可能少的时间打尽可能多的卡的高强度旅游方式，被网友统称为“特种兵式旅游”。

2023年1至9月，抖音上“特种兵式旅游”相关视频数近50万，仅4月视频播放量就达到了14.5亿次。而“特种兵式旅游”一词，也作为旅游行业的唯一热词入选了国家语言资源监测与研究中心发布的2023年度“十大新词语”之一。

同样被大学生群体带火的还有“淄博烧烤”。2023年2月，一群大学生在淄博烧烤店吃饭，并在抖音上传了一段相关短视频。淄博对大学生友好热情的人文氛围，以及视频中“烤炉+小饼+蘸料”的烧烤灵魂三件套，让淄博烧烤在社交媒体上爆火。

此后，“赴淄赶烤”“坐高铁去淄博撸串”等话题热度久居不下。进入3月份，淄博当地“烧烤”关键词搜索量同比增长超370%，“淄博烧烤”关键词全平台搜索量则同比增长超770%。“五一”假期，淄博站累计发送旅客24万余人次，较2019年同期增长8.5万人次、增幅55%。

在近日发布的2023年抖音热点十大旅行目的地中，淄博更是位居榜首。

“‘特种兵式旅游’和穷游本质上类似，都在意时间和性价比，但‘特种兵旅游’这一概念在社交平台上被广泛传播并效仿，有了潮玩的属性，形成了年轻人的消费新风尚。这说明年轻一代已经登上舞台，成为旅游消费的主力军之一，他们正在引领文旅消费的风潮，这是旅游目的地和景区应该着重研究的消费群体。”业内专家点评称。

冰雪旅游持续升温

随着元旦假期的临近，滑雪爱好者周胜已经“无心工作”了。按照他的计划，假期前一晚就要从北京赶到河北张家口市的崇礼区住下，养精蓄锐准备开启为期两天的滑雪之旅。

“我在北京冬奥会的时候了解到滑雪，就喜欢上了这项运动。我身边也没有滑雪很厉害的朋友，只是自己看视频教程学习技巧，再隔一两周去一次，现在我已经能够滑中级道了。”周胜告诉《中国经营报》记者。

北京冬奥会后，以滑雪为代表的冰雪运动热度飙升。冬季旅游项目中，越来越多的游客关注滑雪等体验性更强的旅行方式。

中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告（2023）》指出，中国冰雪旅游正在从“有没有”向“好不好”转变，冰雪旅游市场进入扩容提质并重的新阶段，冰雪文化和冰雪旅游加快融合发展，冰雪旅游振兴的信心正在恢复，承载着冬季冰雪梦想的诗和远方要回来了。

如今，冰雪旅游已形成了京津冀、东北地区、新疆等3个冰雪旅游大区，还形成了贵州、内蒙古、四川、陕西、西藏、湖北等冰雪旅游新兴集聚区以及若干以大城市为核心的冰雪旅游休闲消费中心。

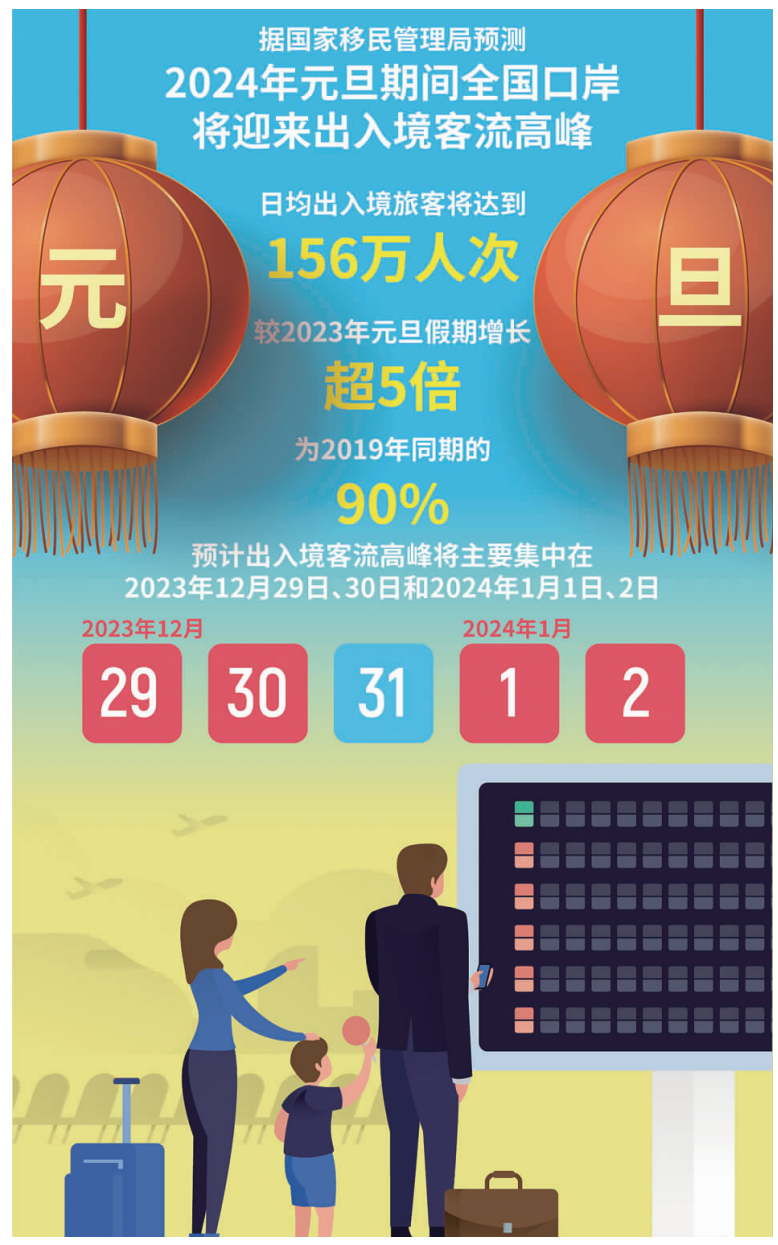
2023年11月伊始，东北地区、新疆等地雪场率先开板，带动冰雪旅游消费稳步升温，京郊雪场集中开板更是将周边滑雪热推向高峰。

途牛旅游网发布的《2023—2024冰雪季旅游消费趋势预测》报告指出，预计2023—2024冰雪季用户出游人次及旅游消费将迎来爆发式增长。

报告显示，2023年中秋国庆假期后至10月31日，途牛冰雪游相关产品搜索量持续增长，搜索量较9月同期增长124%。雪山、冰川、温泉、极光、滑雪、雪景、雾凇、冰雕、冰雪乐园、冰灯等关键词搜索热度位居前列。其中，雾凇、雪景、冰雪乐园、滑雪等关键词搜索量较9月同期均增长了3倍以上。

美团大众点评数据显示，2023年11月，“滑雪”相关搜索量同比大幅增长，滑雪门票团购订单量比2019年同期增长788%。携程数据显示，预订至2023年年底前的“滑雪”门票订单量周环比增长113%，较2022年同期增长近两倍，“滑雪”主题跟团游预订量周增长约70%，较2022年同期增长近三成。

携程研究院战略研究中心高级研究员谢晓青介绍，滑雪客群体量仍保持稳定增长态势，初学群体规模进一步扩大。以滑雪为核心项目的旅游产品也不断丰富，一方面推动了“滑雪+”的碎片化产品开发和精细化运营，同时也带动了滑雪目的地的综合休闲业态发展。



2023年，国内旅游市场火爆。中国旅游研究院预测，2023年全国国内旅游人次和旅游收入达到54.07亿次和5.2万亿元，分别恢复至2019年的90%和91%。国家移民管理局预测，随着国际（地区）航线航班持续恢复，元旦期间全国口岸将迎来出入境客流高峰，日均出入境旅客将达到156万人次，较2023年元旦假期增长超5倍，为2019年同期的90%。 视觉中国/图

2024年热度将延续

“冷运动”释放的“热效应”，也为2023年旅游市场的火爆写下了生动注脚。

近日，携程发布的《2024年元旦跨年游旅游洞察》显示，截至2023年12月15日，2024年元旦假期国内整体旅游订单量同比增长超3倍，酒店订单同比增长超5倍，机票增长205%，跟团定制游等度假订单增长240%。从搜索热度来看，携程平台上的境内机票搜索热度较2019年同期增长26%，境内酒店搜索热度较2019年提高170%。

从跨年人群来看，虽然仅有3天假期，但年轻人的出行热情却格外高涨。报告显示，2024年元旦假期，出行的主力人群为00后、90后、80后，分别占比33%、33%和23%。00后“特种兵”作为旅游圈的新生势力崛起，比肩90后在本次元旦小长假扛起了主力大旗。

事实上，自从2024年节假日安排发布后，出行的热情就即刻显现了出来。

2023年10月25日，《关于2024年部分节假日安排的通知》（以下简称“通知”）发布，2024年春节可连休8天，如果配合带薪休假，实际能够形成长达9天的“超级黄金周”。

航旅纵横大数据显示，通知发布后不到4小时，平台2024年元旦假期的机票搜索量增长至10月24日同时段的2倍；春节期间的机票搜索量提升到10月24日同时段的6倍左右。

同程旅行数据显示，消息发布后平台春节假期出行的机票搜索量较10月24日同一时段上涨7倍，部分游客已经开始搜索和购买2024年国庆假期出行的机票。

去哪儿数据同样显示，通知发布后不到半小时，平台上2024年春节期间的火车票、国际机票搜索量瞬时增长翻倍；上海、长沙已经出现第一波购票的旅客。从目的地来看，最受关注的境内目的地是三亚、大理、北海、海口、西双版纳。出境游搜索量增幅较大的目的地多为欧洲、澳洲等长线游目的地，前往澳洲、新西兰以及欧洲的签证咨询量明显增长。

“我们看到一个现象，2023年暑期几乎全国的博物馆都很难预约，博物馆几乎每天都是爆满的，显示出以文化资源为主要内容的旅游活动，越来越受到广大游客的关注和喜爱。2024年文化遗产、博物馆、科技馆、红色旅游等主题将继续受到广泛关注。”对于2024年国内旅游的趋势，途牛旅游网相关负责人分析指出，2024年，文化游将继续受到追捧，文旅融合更紧密。

此外，“反向旅游”将持续发展，小众目的地成为“黑马”。2023年暑期热门目的地的住宿、机票价格非常高，一部分消费者选择到冷门目的地度假。“反向旅游”反映出消费者的理念不断成熟。针对“反向旅游”的消费趋势，越来越多的平台正开发一些“小而美”的旅游线路。

人才、资金、产业向农村流动 赋能乡村全面振兴

文/王登海

自党的十九大报告中首次提出乡村振兴战略以来，各地主动入位，加快推进乡村全面振兴，在此背景下，各类特色乡村产业竞相涌现。

在甘肃省庆阳市，返乡创业者袁一渊带着资金、信息、技术和管理经验从事起苹果规模化种植，在成就自己的同时，带动了周边村庄一起走上增收路；在陕西省西安市，在大城市“卷不动”的冯玉龙回乡开了民宿，过上了不用朝九晚五的日子；在甘肃省金塔县，冬日的河西走廊寒风刺骨，而温室大棚内却是一派春意盎然的景象……

“资金、人才、产业正在向农村流动。”南京农业大学规划院上海分院院长、同济大学新农村发展研究院副研究员孙文华博士接受《中国经营报》记者采访时表示，乡村振兴战略实施以来，最明显的一个变化是，各种生产要素不断向农村转移。

超千万人返乡创业

2023年，甘肃省庆阳市的苹果全产业链产值突破100亿元，返乡创业者袁一渊的苹果种植基地也迎来了丰收。

袁一渊是庆阳本地人，早年间，他从事中国传统文化与企业管理工作，随着乡村振兴战略在我国全面实施，袁一渊也选择了返乡创业。

“庆阳市地处陇东黄土高原沟壑区，土层深厚，气候温和，自然条件得天独厚，是农业农村部划定的优质晚熟红富士苹果最佳适生区。”袁一渊告诉记者，2020年时，他了解到国家的政策不断向农村倾斜，凭借多年的市场经验和对当地情况的了解，他义无反顾地回乡创业，种起了苹果。

位于西峰区董志镇的“袁氏果业现代苹果产业示范园”是袁一渊在庆阳投资最早的高标准园区之一。与一般的农户分散种植不同，袁一渊返乡带回的不仅仅是真金白银的资金，还把信息、技术、知识和管理经验带回了家乡。

“我们聘请山东现代果业研究院和西北农林科技大学专家作为技术顾问，采用矮化密植与短枝乔化密植相结合的栽培模式，省工省力、早产丰产。”袁一渊告诉记者，董志镇的袁氏果业千亩生态苹果示范区按照现代果业建设标准与要求，引进以色列水肥一体化智能系统及相关专业打药机械，实现水肥、植保的机械化和自动化。

有品类无品牌、品牌意识薄弱，是我国农产品市场发展的一个弊端，没有品牌就意味着在市场上没有话语权，无法形成消费黏性。熟谙这一道理的袁一渊初涉农业就选择了走高端化与品牌化路线。他说，这要以特色化、标准化产品为基础。

为此，袁一渊注册了“袁先生”“袁氏金果王”“玉果王”等商标。“根据不同产品设计不同的品牌定位与产品线，满足不同市场与客户的个性化需求。”袁一渊说。

在董志镇种植基地的基础上，这两年来，袁一渊不断扩大种植规模，先后在庆城县庆城镇、环县环城镇通过土地流转的方式，扩建现代苹果种植基地。如今，袁一渊的3个种植基地已经超过3000亩，成为庆阳市现代果业龙头企业之一。

“2023年刚开始挂果，目前的收益还不明显。”不过，袁一渊对未来的形势充满了期待。他预计，盛产期全公司年产量可达1.5万吨，产值在1亿元以上。

袁一渊的苹果种植基地投入运营后，带动周边村庄一起走上了增收路。“村民不仅获得了土地流转金，还可以在园区打工赚钱。”袁一渊介绍，目前，3个基地雇佣当地农村劳动力500人左右，随着3个基地陆续进入盛产期，将雇佣更多农村劳动力。

事实上，在乡村振兴的背景下，如袁一渊一样，返乡创业者大有人在。农业农村部数据显示，截至2022年4月，全国各类返乡入乡创业人员超过1100万。

而袁一渊是这一群体的代表，成为时代的见证者、参与者。

乡村产业持续壮大

进入冬季，凛冽的寒风在西北大地上呼啸而过，而位于甘肃省酒泉市金塔县西坝镇双雁村的日光温室大棚中却“温暖如春”。

“仅2023年，西坝镇就新搭建了24座温室大棚，每个棚占地1500平方米左右，主要种植西红柿、西兰花和娃娃菜等。”西坝镇农综中心副主任万发兵介绍。

引导群众发展以日光温室和钢架拱棚为主的设施农业是金塔县推进产业振兴的有力抓手。金塔县方面介绍，近年来，金塔县按照“土地流转+合作社+村集体经济”的利益联营模式，积极发动全村群众参与土地流转，将土地资源收归村集体，重新规划田地管网布局，变“小地块”为“大耕地”，新建高标准日光温室，创新经营主体对接大市场，使“小农户”融入“大产业”，为农民致富、集体增收提供了有力保障。

据金塔县提供的数据，2023年，金塔县发展高效瓜菜25万亩以上，新改建日光温室1978亩，新建钢架拱棚3562亩。

而在陕西省西安市，乡村民宿产业也成为乡村振兴的一扇“窗口”。与袁一渊一样，陕西省西安市长安区的冯玉龙也选择了返乡创业，开起了民宿。

“很早之前就有这样的想法，但是一直没有付诸行动。”冯玉龙告诉记者，大学毕业后，他在北京工作了6年，“卷不动了，想换种活法”。

2023年，恰逢西安山村民宿火爆出圈，他毅然辞职回乡创业。“几乎每个周末都会满房，特别是旺季。”冯玉龙告诉记者，他本身具有自媒体运营经验，开了民宿以后，他在抖音等社交媒体上不断推广，“旺季的时候不愁客源”。

数据显示，目前，西安市共有线上民宿商户1000余家、客房5000余间、床位近1万张，其中乡村民宿150余家，城市民宿850余家，年交易额达1.42亿元。各具特色的民宿集群，不仅成为市民游客的新去处，还让更多农民吃上了“旅游饭”，带动了当地经济发展。

事实上，在乡村振兴背景下，全国各地的乡村产业在不断持续壮大。“随着乡村振兴战略的深入实施，现在已经达到了多种产业并存的状态。”孙文华表示。

“但是，乡村产业有别于传统的农业生产。”在孙文华看来，乡村产业是依托地区资源、农产品特色、生态环境、文化和空间等多重要素，创造适合乡村场景消费的各类场所、各种业态，符合高附加值、能带动农民增收等特征的产业体系。

不过，也有专家接受记者采访时表示，乡村产业要实现多元化发展，但不能简单地把城市的产业转移到农村，更不能把城市淘汰的产业向农村转移，而是在引导乡村发展新兴产业。

资源要素向乡村流动

袁一渊、冯玉龙二人返乡创业，只是中国乡村振兴路上的一个缩影。

“越来越多的人才在向乡村汇聚，越来越多的资本也在向乡村流动，越来越多的产业在乡村发展壮大。”孙文华向记者介绍，乡村振兴战略实施以来，最明显的一个变化是，各种生产要素都向农村转移。“国家对农村的投入越来越多，农村的产业也越来越多，也有人才向农村靠拢”。

以资金为例，孙文华介绍，2021年，中央一号文件提出“支持地方政府发行一般债券和专项债券用于现代农业设施建设和乡村建设行动”后，各地的乡村振兴专项债发行规模持续扩大。

“有农村基础设施类、农旅融合类、高标准农田、农产品种植养殖、公共服务配套等。”孙文华说，这些专项债的新鲜“血液”流入农业农村，改变了乡村面貌，提振了产业发展。

不过，人才仍然是乡村振兴最大的难点。“虽然这几年，返乡创业的人数不断增加，但是我国广袤的农村缺人尤其缺人才。”这是孙文华这几年的深刻感受。

孙文华告诉记者，过去，随着我国城市化进程加快，大量农村人口尤其是年轻人不断流向城市。现在，很多已经走出故土的年轻人又重新回来。但是，年轻人无法在农村扎根的原因在于农村的劣势，包括基础设施薄弱、公共服务不足、产业单一等问题。

事实上，近年来，乡村人才建设不断出现在国家政策文件中，乡村人才振兴的力度在不断加码，支持的内容涵盖面越来越广。

2021年，农业农村部印发《“十四五”农业农村人才队伍建设发展规划》，明确提出“健全人才引进政策体系”，引导各类人才返乡入乡兴乡。

近日，农业农村部、国家发展改革委等九部门联合印发《“我的家乡我建设”活动实施方案》，提出“鼓励退休干部、退休教师、退休医生、退休技术人员、退役军人等回乡定居，当好产业发展指导员、村级事务监督员、社情民意信息员、村庄建设智囊员”。

孙文华也明显感受到了各地政府对乡村振兴人才的渴望。这两年来，他作为乡村振兴领域的专家，被全国各地政府邀请授课，培育“新农人”。

前不久，孙文华给湖北“退伍军人班”授课，退伍军人学员的纪律给他留下了深刻的影响，“在他们身上展现出部队纪律的精气神，乡村振兴需要他们”。孙文华说，随着乡村振兴战略不断深入，退伍军人、退休人员等，未来选择返乡的人数还会进一步增长。

中国风电的海上增长和海外机遇

文/陈家运

2023年，对于风电行业而言是极不平凡的一年。

这一年里，市场竞争白热化，价格战此起彼伏。尽管如此，风电装机量依然取得历史性突破、多项技术不断创新、海外订单爆发式增长。

金风科技（002202.SZ）、明阳智能（601615.SH）、中天科技（600522.SH）等风电企业人士向《中国经营报》记者表示，2023年风电招标和装机量稳定上升，其中在陆上风电相对稳定下，海上风电及海外市场发展较为强劲。当前，多家企业表示看好未来海外海上风电市场，并已签订了不少2024年的海外订单。

竞争白热化

随着风电进入平价时代，行业竞争显得白热化。

在2023年，价格战硝烟弥漫。受此影响，部分企业的业绩下滑，盈利能力承压。

财报数据显示，2023年前三季度，金风科技、明阳智能、电气风电（688660.SH）、中船科技（600072.SH）等企业的净利润均有不同程度的下滑。

其中，明阳智能在2023年前三季度营收约209.58亿元，同比减少3.26%；归属于上市公司股东的净利润约12.28亿元，同比减少65.56%。金风科技2023年前三季度总营收293.19亿元，同比增长12.06%，但净利润为12.61亿元，同比下滑46.59%。

西部证券方面表示，据金风科技信息统计数据，2023年9月全市场风电整机商风电机组投标均价为1553元/kW，同比下滑14%，风机价格持续下降，公司风机业务盈利端承压。

2023年10月，远景集团高级副总裁田庆军在接受媒体采访时表示，风机价格战已经持续两年多，陆上风机单位价格从近4000元/千瓦到1500元/千瓦左右，海上风机单位价格已从7000元/千瓦左右降至3500元/千瓦左右，虽然几十年来风电成本不断下行，但近年价格的下降速度之快却是空前的。

对此，中研普华研究员高梦涵向记者表示，风电市场看似火热，但对整个行业来说，利润承压才是最真实的写照，利润率一路走低，成了不争的事实。在毛利率、净利率上，风电上市企业的表现都不太乐观。很明显，利润率的继续走低，说明竞争并没有缓解。

高梦涵认为，解决无序“价格战”问题，需要政策规范和引导，相关部门可以扮演“讲和”的角色。

尽管市场竞争激烈，风电产业未来的发展依旧被机构看好。

西部证券方面指出，金风科技在手订单饱满，4MW+订单占比97%。截至2023年三季度末，该公司在手订单总量31.51GW，其中外部订单合计29.94GW（已中标订单7.90GW，已签合同待执行订单22.04GW）。

此外，源达信息证券研究所认为，随着周期性扰动因素逐步消退，风电行业将步入发展新阶段。

海上风电成新增长点

回溯风电的发展历程不难发现，在过去的30多年里，其不断超越预期的发展速度，成为增长最快的能源之一。

2023年12月20日，国家能源局发布1—11月份全国电力工业统计数据。其中，风电装机容量约4.1亿千瓦，同比增长17.6%，取得历史性突破。

在2022年，中国风电新增装机容量就稳居全球第一，占全球新增装机容量的49%。其中，新增陆上风机装机容量32579MW，占全球新增陆上风电装机容量的32.6%，新增海上风机装机容量的5052MW，占全球新增海上风电装机容量的57.60%。

记者注意到，在我国陆上风电市场已经趋于饱和的背景下，海上风电因其具备资源丰富、单机容量大、发电量高等优势，成为风电市场的新增长点，业内企业纷纷将目光聚焦于此。

一位风电上市公司人士告诉记者，2023年海上风电成为公司重要的业绩增长点。公司已经在该领域持续投入资金扩大规模，并在技术上不断创新突破。

2023年，对于风电行业而言是极不平凡的一年。图为金风科技有限公司工人正在生产风力发电传动链主轴部件。 视觉中国/图

2023年7月，金风科技披露，拟在河北秦皇岛建设新能源装备产业基地，预计总投资133亿元，其中风电产业部总投资金额不少于93亿元。这是继2022年4月金风科技拟投资188亿元在浙江温州建设深远海上风电等项目后的又一大动作。

对此，金风科技方面表示，为把握国内海上风电市场快速增长机遇，进一步完善公司在主要沿海省份海上风电制造基地属地化布局，公司利用秦皇岛优良的港口及海上资源规模优势，充分发挥自有资源和风电产业链带动作用，打造金风科技北方海上产业基地。

此外，2023年6月5日，振江股份（603507.SH）发布公告，宣布与江苏省南通市海门区海门港新区分期建设海上风电产品生产基地，项目预计投资总额约50亿元。

国金证券研究报告指出，预计2023—2025年国内风电总新增装机年复合增速为16%，其中海上风电为73%，远高于陆上风电。参照各省“十四五”海上风电新增并网规划、现有海上风电项目开工&招标情况，预计2023—2025年海风新增装机将分别达6GW、10GW、19GW，年复合增速达73%。

中信证券方面预测，随着项目审批进程的加快，2023—2025年国内海上风电装机有望维持约40%以上的年均增长。

2023年10月，田庆军公开表示，目前不少企业都是海陆拉通，即“海上先行，陆上跟上”。这主要是指，在进行技术开发时，先考虑海上工况，例如海上风机叶片等零部件更重，挑战也更大，在完成海上风机的基础上，2—3年后再做减法应用于陆上，风机载荷降低，成本也将下降。

出海掘金

如今，海上风电的竞争已经延伸至海外。面对强劲的海外市场需求，国内企业纷纷出海掘金。

记者梳理发现，2023年，金风科技、大金重工（002487.SZ）、中天科技和明阳智能等公司接连斩获海外大单。

2023年12月17日，大金重工发布公告称，其全资子公司蓬莱大金海洋重工有限公司（以下简称“蓬莱大金”）于2023年5月与某欧洲能源开发企业签署了《海上风电单桩基础优选供应商协议》，供应德国北海地区某海上风电群项目，合同金额约5.47亿欧元（约合人民币41.52亿元）。

无独有偶。中天科技表示，其已在2023年半年报中披露海洋业务在手订单86亿元，其中包含公司在欧洲的多个海上风电项目；此前，亨通光电（600487.SH）方面表示，其在2023年持续中标国内外海上风电项目，在手订单充足；此外，明阳智能也正积极扩展以海上风电市场为主的海外业务，已经在以西班牙、意大利为代表的欧洲市场，以越南、日本、韩国为代表的亚洲地区展开布局。

对此，高梦涵表示，2023年国内风电新增装机量同比高增长，行业景气度呈回升态势。加之以欧洲为主的全球主要发达经济体海上风电市场增长，外部需求强劲。

高梦涵分析称，欧洲面临的能源危机，促使欧洲多国上调海上风电规划目标，但欧洲风力设备的产能无法满足扩张速度，这就为中国企业出海带来机遇。

国金证券方面表示，欧洲海上风电市场前景可观，多国政府出台政策或规划推进海上风电发展。欧洲各国政府海上风电规划以及第三方机构预测数据，在2022—2026年、2026—2030年、2030—2050年，欧洲平均年海上风电新增装机为6.6GW、25.3GW、14.6GW。预计到2026年、2030年、2050年，欧洲累计海上风电装机规模达到57GW、158GW、450GW。

“中国风电整机企业在开拓国际市场方面取得了积极成果，已然向全球市场证明了自己；况且，中国风电产业已经形成了一套完整的配套体系，可以为全球提供具有竞争力的产品，中国风电企业在技术、产品、产能、经验、价格等方面均具有明显优势。”高梦涵表示。

中国可再生能源学会风能专委会秘书长秦海岩也认为：“从技术、产品、产能、经验等角度来看，中国风电企业具备了全面参与国际市场竞争的实力。”

在高梦涵看来，未来风电行业的发展走势将受到技术进步、政策支持、市场需求和环保压力等多重因素的影响。新材料的应用，包括AI、无人机、数字孪生等智能化技术，会将风电行业带入智能时代。中国企业在未来的国际竞争中需要不断提升自身的核心竞争力，建立开放的创新体系，与高校、科研机构等开展合作，推进国际化战略，以应对更为激烈的市场竞争。

碳酸锂价格“一泻千里” 预计2024年跌幅收窄

文/李哲

2023年，碳酸锂价格经历了一场崩盘式的下跌，可谓“一泻千里”。其从年初的50万元/吨高位暴跌至年末的10万元/吨，给行业带来巨大冲击。

《中国经营报》记者注意到，在碳酸锂价格震荡下行之际，中小生产企业的利润所剩无几，而即便是一体化模式的上游巨头也未能幸免，利润空间大幅缩减。据统计，2023年多家锂矿上市企业净利润跌幅超过50%。

真锂研究创始人、总裁墨柯指出：“当前碳酸锂价格已经脱离了基本面，常规供需状态下不会跌到如今的局面。预计2024年碳酸锂现货价格或将跌破8万/吨。虽然预计2024年仍将处于下跌趋势，但跌幅不会像2023年这样。对锂电池产业，我们需要保持理性和正视现实的态度。”

价格跌势不减

回顾2023年碳酸锂价格走势，关键词之一便是“下跌”。

2023年1月3日，电池级碳酸锂较高点下跌5.75万元/吨，达到51万元/吨。在随后的4个月时间里，价格急速跳水，经历了近乎两次“腰斩”，一度跌至17.65万元/吨。

业内人士指出，2023年年初的新能源汽车国家补贴退坡在2022年年底透支、油车降价促销等因素导致新能源汽车下游需求增速放缓，引发产业链悲观预期，进而推动碳酸锂价格快速回落。

进入二季度，随着碳酸锂下游排产好转，供需关系逐渐平衡，碳酸锂开启反弹行情，电池级碳酸锂价格重回30万元/吨以上。

然而，好景不长。2023年7月21日，碳酸锂期货合约在广州期货交易所上市交易。在首日交易中，碳酸锂期货集合竞价后，碳酸锂2401合约（LC2401）开于23.89万元/吨。随后，碳酸锂再次进入下行通道。

谈及2023年三季度的碳酸锂价格走势，业内人士分析，随着碳酸锂期货上市，受一致的悲观预期影响，下游企业主动去库存，尽可能延迟采购，导致碳酸锂期货价格在上市后持续下跌。

而这样的悲观情绪在进入10月后并未停止，致使碳酸锂价格在2023年四季度进一步下探。碳酸锂LC2401合约价格一度跌破10万元/吨关口。截至2023年12月27日，碳酸锂LC2401合约报收于10.16万元/吨。

业内人士认为，2023年国庆节后，碳酸锂价格的持续下跌导致大部分外采锂矿石制备碳酸锂企业陷入亏损境地，进而导致企业减停产面积扩大。尽管下游采购需求疲软，但锂盐厂与贸易商在资金推动下仍强烈挺价并刻意炒作减产。

墨柯表示：“从目前市场的状态来看，2024年锂盐价格仍将处于下行趋势。短期内由于天气以及春节等因素影响，2024年一季度的碳酸锂需求量或仍将持续低迷。

2023年7月21日，广州期货交易所碳酸锂期货正式上市交易。 视觉中国/图

预计到2024年碳酸锂现货价格或将跌破8万/吨。”

产能供需失衡

近年来，随着我国在新能源产业的持续发力，以锂电池为主的新能源汽车呈现出强劲的增长势头。

在新能源汽车增长的带动下，上游锂盐产能迅速扩张，导致市场供需失衡和价格波动。

SMM（上海有色网）统计数据显示，截至2023年12月，我国磷酸铁锂月产能达35.6万吨，较2022年12月增加17.8万吨，增幅达到101.5%。新增产能几乎翻倍，而碳酸锂的需求量却并没有匹配这样巨大的增幅。

广发期货发展研究中心研究员张若怡指出：“碳酸锂的下游主要涉及锂电池。从上游来看，产能是比较充沛的，但开工率基本维持在40%—50%的状态。”这显示出市场供需失衡的现状。

被市场寄予厚望的储能市场也未能对锂盐价格带来有力支撑。数据显示，2023年1—11月我国储能电池产量为147.22GWh。2023年全球储能锂电池预计出货量为220 GWh，同比增长38.1%，增速下滑较为明显，出货量不及预期。业内人士表示，预计2024年全球储能锂电池的出货量接近290GWh，储能电池增速将继续放缓，难以为碳酸锂消费形成较大的利好。

此外，锂电池的另一个主要应用领域3C数码方面，2023年前三季度全球智能手机与平板电脑出货量均为2018年以来新低。随着用户换机欲望降低，在未有突破性产品量产来刺激用户需求的局面下，2024年消费电子出货量或将延续疲软趋势。

高工锂电调研数据显示，锂电池市场集中度上升，对上游材料供应商的需求量减少。在供给过剩下，锂电材料产业链开始陷入价格与毛利双降、账期延长等困局。2023年三季度，隔膜上市公司毛利率下降约40%，电解液领域下降约25%，负极领域下降约20%，三元正极下降约9%，铁锂正极下降约5%。上述细分领域的应收账期均普遍延长。

在此背景下，部分企业的扩产动作变得愈加保守。一家锂电池企业负责人告诉记者：“目前我们没有新增产能的计划，怎样最大限度发挥现有产能是我们最为关注的。”

“当前产能过剩的局面毋庸置疑，碳酸锂价格波动此前已经出现过。这一轮的价格波动在2024年仍将持续，直到市场内建立新的供需平衡为止。”墨柯说。

挑战与机遇并存

随着上游锂盐价格持续下行，2023年多家锂矿上市公司利润均呈现出不同程度的下滑。

财报数据显示，2023年前三季度，天齐锂业（002466.SZ）净利润下滑49.33%，赣锋锂业（002460.SZ）净利润下滑59.38%，盐湖股份净利润下滑53.65%，西藏矿业（000762.SZ）净利润下滑76.35%。

“锂电池是一条产业链，碳酸锂价格下行对上游锂矿将造成压力，对于下游电池厂则可以松一口气。”墨柯说。

墨柯表示：“锂电池产业链是我国制造业重要一环，在过去几年，由于新能源汽车市场的爆发式增长，锂电池产业链备受关注度，也体现在相关公司的股价上。”然而，在碳酸锂价格持续下行之际，包括国轩高科、亿纬锂能、宁德时代在内的多家锂电池制造企业股价也均呈现出下滑态势。

对于锂盐价格的持续下行，某锂电公司人士表示：“我们并不希望锂盐价格持续下行，这对整个行业的健康发展不利。现阶段企业与上游矿厂签订的大多是长协，希望碳酸锂价格能回归合理区间。”

宁德时代（300750.SZ）方面表示，公司对自身未来发展和行业前景充满信心。优质产能一直是稀缺的，不同锂电企业的产能有明显不同，差异主要源自企业的技术创新、制造能力、管理水平等方面。

事实上，无论是三元锂电池技术的研发，还是磷酸铁锂、固态电池以及近年来围绕锂电池产业的技术革新从未停止。“锂电池的技术革新一直在进行，甚至相对于传统的工业制造产业，锂电池的技术革新更快。”墨柯说。

中汽协在发布2023年11月销量数据时曾预测，2024年，我国汽车总销量有望达到3100万辆，同比增长3%，其中新能源汽车销量将达到1150万辆，同比增长20%。

“当前我国的新能源汽车市场正在持续增长，虽然未来的增速或将放缓，但其空间仍然是巨大的。这足以支撑锂电池产业发展。”墨柯认为，随着产业结构的调整，未来碳酸锂的供需关系将进一步重构，进而建立新的平衡。同时，储能市场目前仍处于起步阶段，对锂电池市场的带动效应不可小觑。

二次元游戏大年：新品涌现 竞争加剧

文/许心怡

两三年前厂商密集立项的二次元游戏在2023年扎堆涌现。据内容营销服务商DataEye研究院不完全统计，自2023年至今已有至少33款二次元新品发行。

二次元游戏井喷，显示出中国游戏厂商向内容转型的决心。

《环行旅舍》开发商BINGKOLO工作室向《中国经营报》记者表示，二次元游戏有更强的内容属性，开发商可以选择做不同风格和题材的内容。

不过，分析人士指出，二次元赛道已足够内卷，用户已经得到满足。游族少年工作室负责人戴奇表示，2023年赛道变得异常拥挤，这要求团队迅速做出反应，快速响应产品侧和发行侧。

快马加鞭上市

戴奇说："无论是研发团队还是发行团队，仅用2个月时间就快速完成了国内版本定制化调整，以及发行侧品牌、渠道、投放等一系列工作。"

游族网络旗下二次元卡牌游戏《绯色回响》于2023年6月获得国产网络游戏版号，10月上线发行。戴奇告诉记者，为了这款游戏国服的上架，团队默契配合，最终成功推动产品亮相。

作为一款"出口转内销"的产品，《绯色回响》于2022年在日本、东南亚上线，最高冲到了日本iOS畅销榜TOP7，刷新游族网络在日本地区畅销榜排名最高纪录，并挺进泰国、新加坡iOS畅销榜TOP4；2023年2月，这款游戏在中国港澳台地区上线，首日登上中国港台地区App Store和Google Play双平台免费榜TOP1。

《绯色回响》国服上线后取得了iOS免费榜第一、畅销榜前30名的成绩。"从我个人角度看，对目前成绩比较满意。产品在收益层面截至目前表现优异，通过了市场的第一关验证……当然，相较该产品在日本地区的成绩还有一定差距。"戴奇说道。

在《绯色回响》紧锣密鼓筹备上市的同时，众多二次元风格的产品也纷纷进入市场。据DataEye研究院不完全统计，自2023年至今已有至少33款二次元新品发行，其中27款已跌出iOS游戏畅销榜。

大量竞品的出现也给《绯色回响》带来压力。戴奇表示，在《绯色回响》大推期间，就有3款二次元游戏出现，"尤其随着市场转向存量用户竞争，产品众多使得这个赛道变得异常拥挤"。

《2023年中国游戏产业报告》显示，2021年至2023年，中国游戏用户规模增长率分别为0.22%、-0.33%、0.61%，连续3年增长率不足1%或有所下降。

为了应对挑战，戴奇的团队需要迅速做出反应，响应产品侧和发行侧，并且将用户的需求落实在版本上，"反馈的即时性是关键所在，这也得益于游族和少年工作室多年成功项目经验的积累"。

"在这个产品公测前，我们已经注意到市场环境的变化以及宏观经济的影响。所以，我们对《绯色回响》国服版本的数值和商业化进行了重构。这让产品在同期二次元游戏中取得了明显优势。"戴奇介绍，"另外，我们也根据国内用户习惯调整了较多的社交玩法。"

戴奇认为，虽然当下二次元品类竞争激烈，但其团队已经取得很多宝贵经验，有成熟的体系，未来团队会在这款产品上持续经营，并深耕这个赛道。

戴奇透露，团队正在抓紧对《绯色回响》国服补充赛季和周期性玩法，"我们注意到国内玩家对内容消耗非常快。特别是公测的前2个月，用户几乎消耗了日版半年的玩法和剧情"。

头部效应显现

大量新品的涌入，推动二次元游戏市场进一步扩张。《2023年中国游戏产业报告》显示，2023年，二次元移动游戏市场收入为317.07亿元，同比增长31.01%。二次元游戏用户群体付费意愿较高且能力较强，头部产品盈利能力尤其令人瞩目，少数新品的表现也异常强劲。

其中，米哈游的《崩坏：星穹铁道》于2023年4月下旬上线。凭借过硬的品质和丰富的内容，《崩坏：星穹铁道》甫一上市就登顶中国iOS手游畅销榜，进入美、日、韩等主要市场前三，一度成为米哈游旗下收入最高的手游，风头盖过《原神》。第三方研究机构伽马数据《2024中国游戏产业趋势及潜力分析报告》显示，《崩坏：星穹铁道》在2023年累计流水达数十亿元。

不仅如此，《崩坏：星穹铁道》运营不足一年便摘得App Store 2023年度游戏、Google Play 2023年度最佳游戏，以及TGA（The Game Awards）年度最佳移动游戏奖，可谓名利双收。

此前《原神》奠定了米哈游在二次元领域的地位，为新品《崩坏：星穹铁道》提供了声誉保障。而2023年二次元游戏赛道的竞争也让一些新兴厂商有了崭露头角的机会。

深蓝互动的《重返未来：1999》就凭借差异化题材成为2023年的一匹黑马。这款产品于5月底上市，连续3天登顶中国iPhone手游下载榜，跻身6月中国iOS手游畅销榜第18名。第三方研究机构Sensor Tower数据显示，仅凭这款游戏的成绩，深蓝互动2023年6月空降全球手游发行商收入榜第80名，位列中国手游发行商收入榜第31名。

移动应用分析平台七麦数据显示，《重返未来：1999》2023年11月在中国iPhone平台累计收入达到192.76万美元（约合人民币1362万元）。综合Data.ai和Sensor Tower数据推算，这款产品11月累计收入或可过亿元。

不过，拥挤的市场虽有佼佼者杀出，但更多的产品面临被边缘化、被挤出市场的风险。《2023年中国游戏产业报告》指出，二次元市场集中度较高，收入主要集中于头部产品，那些非头部产品的营收水平并不理想。

腾讯旗下的《白夜极光》于2021年登陆海外市场。记者从腾讯方面了解到，其上线时取得了将近16个国家下载榜前十、日韩两大市场第一和畅销前十的成绩，拿下了2021年Google Play"最佳游戏"和"最具创新力游戏"两项大奖。这款产品在国内市场也口碑甚佳，TapTap和B站评分长期稳居8分以上。

2023年二次元游戏井喷，显示出中国游戏厂商向内容转型的决心。图为米哈游开发的二次元游戏《原神》。 视觉中国/图

然而，考虑到腾讯的宣发实力，《白夜极光》国服2023年上线后的表现只能算不温不火。七麦数据显示，其上线近7个月来，在中国iOS平台累计收入为408.18万美元（约合人民币2884.63万元）。究其原因，《白夜极光》虽有精美的2D美术，但与众多表现力更强的3D美术作品相比，竞争力仍显不足。

BINGKOLO工作室旗下塔防游戏《环行旅舍》凭借精巧的关卡设计在玩家群体间赢得好评，然而其美术风格不够精美，剧情角色吸睛不足，使得商业成绩稍逊一筹。七麦数据显示，其上线6个月来在中国iPhone平台累计收入30万美元（约合人民币212.78万元）。2023年8月下旬，BINGKOLO工作室对记者表示，《环行旅舍》实际营收数据比第三方估算的要好一些。记者近日向其询问产品近况，该工作室尚未答复。

已经积累了庞大玩家规模的二次元老游戏，即便面对来自众多后起之秀的竞争，地位依然稳固。

根据Sensor Tower数据，《明日方舟》于2023年11月1日冲上中国iPhone手游收入榜第2名，其开发商鹰角网络11月收入达到10月的5倍，重回发行商收入榜第24名。

《原神》在2023年9月推出4.0版本。在新角色、新地图等内容的带动下，游戏收入环比增长31%，重回全球手游收入榜第7名，国内iOS手游收入榜第4名。米哈游当月收入实现了32%的同比增长，稳坐全球手游发行商收入榜第3名。

2023年11月上旬，《原神》新角色随着版本更新推出，日流水创下2023年最高纪录，并连续2天登顶中国iPhone手游畅销榜。11月该游戏移动端收入环比增长33%，位居榜单第4名。

内容导向转型

二次元产品迭出给玩家造成同质化的体验，加剧行业内卷，但也显示出中国游戏厂商开始重视内容生产。

BINGKOLO工作室方面告诉记者，二次元游戏有更强的内容属性，开发商可以在这一赛道上选择做不同风格和题材的内容。相比在游戏玩法上死磕，厂商在风格和题材上更容易做决定。

2023年二次元游戏集中涌现的原因要追溯到两三年前。BINGKOLO工作室表示，彼时厂商密集立项研发二次元游戏，此类产品的扎堆使得玩家对游戏品质的要求大幅提高。

时间回拨至2020—2021年，彼时中国移动游戏市场的最大变化是《原神》的出现和持续运营。其产品品质不仅拔高了移动游戏的水准，也将二次元游戏这一原本小众的品类推到更多玩家面前。

游戏行业从业者老黄（化名）告诉记者，《原神》的成功使得很多厂商意识到要向内容转变，要做出与之对标的产品。在这款产品出现之前，中国游戏的形态以引发数值攀比为主，轻视内容生产。但他也指出，《原神》并非花钱就能砸出来的产品，背后还有研发人员付出的努力和牺牲，以及资本的耐心和支持。

伽马数据高级分析师吕惠波表示，尽管二次元赛道对美术、玩法和剧情要求很高，但目前这一品类的游戏已经足够内卷。二次元用户的需求已经得到满足，他们觉得现有的产品已经足够好。为此，吕惠波建议游戏厂商关注一些受众未被满足的题材领域。

小游戏赛道崛起 未来市场可期

文/李哲

2023年，游戏市场分化的局面显现：一方面App端的大制作游戏投入越来越大，让中小厂商望而生畏；另一方面，小游戏市场崛起，玩家纷至沓来。

《2023年中国游戏产业报告》显示，2023年国内小游戏市场收入200亿元，同比增长300%。相比耗资巨大的3A大作，小游戏凭借较低的制作以及买量成本吸引了众多游戏公司的目光。除了腾讯之外，三七互娱、完美世界、掌趣科技等均在小游戏赛道加码布局。

游戏产业时评人张书乐向《中国经营报》记者表示，2024年，小游戏必然进一步发展，并结合短剧的真人属性、派对游戏的休闲属性等，让游戏内容、体验进一步丰富，满足玩家碎片化、多元化的游戏娱乐需求。

赛道异军突起

从《跳一跳》到《羊了个羊》，再到2023年长期登上小游戏畅销榜的《合成大西瓜》，小游戏为越来越多的玩家打开了游戏世界的另一扇大门。

小游戏即小程序游戏，是一种嵌在应用内部、无须下载可即点即玩的游戏产品形态。《2023年中国游戏产业报告》显示，2023年国内小游戏市场收入200亿元，同比增长300%。

从微信小游戏的发展历程来看，2019年，微信小游戏累计用户超过10亿。2020年小游戏MAU（平均月活跃用户数）首次突破5亿，人均时长同比增长50%。2023年，微信小游戏MAU超过4亿，游戏开发者数量超过30万。

《2023年中国游戏产业报告》显示，2023年国内小游戏市场收入200亿元，同比增长300%。图为Chinajoy中国国际数码互动娱乐展三七互娱展台。 视觉中国/图

业内人士指出，小游戏作为一种全新的游戏生态，其无须下载、即点即玩、体验轻便等特点，可以有效提高非游戏用户的转化率、抢占碎片化时间，为游戏市场带来新增量。

张书乐表示，小游戏本质上是5年前的手游（有客户端）在技术升级之下平行移植过来的产品，也形成了一种对此类游戏有黏性的用户迁移。同时，小游戏的获取便捷、操作简捷和社交传播属性，又让一些低频游戏玩家变为高频小游戏玩家，一些非游戏玩家也加入游戏娱乐之中，让其具有了增量市场属性。

国海证券发布的《小游戏行业深度报告》（以下简称《小游戏报告》）显示，从中长期看，小游戏或将在国内创造750亿元的市场规模，且竞争格局或好于App游戏市场。

微信从2018年开始发展小游戏业务。经过5年的培育，2023年小游戏成为提振腾讯业绩的推动器。2023年第三季度，以游戏为主的增值服务业务板块为腾讯带来757亿元的收入，同比增长4%。腾讯方面表示，视频号和小游戏等新兴业务贡献了高利润率的收入来源。

厂商加码布局

小游戏赛道的快速崛起必然吸引了众多企业的目光。

在微信小游戏畅销榜中出现了众多游戏上市公司的身影。其中，三七互娱、贪玩游戏（中旭未来）、恺英网络、中青宝、中手游等纷纷位列其中。

其中，三七互娱以七款游戏的数量一骑绝尘，而目前位列微信小游戏榜首的便是三七互娱旗下的《寻道大千》。

三七互娱方面表示，2022—2023年小游戏市场加速增长，成为国内手机游戏市场的重要增长点。小游戏目前已经形成了独立于App游戏的完整生态，对应用户更碎片化、更轻度的游戏需求。类似网页游戏之于客户端游戏，小游戏对比App游戏同样在用户触达、使用场景、游戏体验等都具备自身独特的优势；且借助微信、抖音等小程序平台的完善生态及运营工具，小游戏的长线留存要远远优于网页游戏，具备更广阔的畅想空间。

完美世界也在积极布局小游戏赛道。完美世界方面表示，一方面是原生制作的轻量级小游戏，目前公司已有团队在研发，并进行了小范围对外测试，反馈良好；另一方面是将符合小游戏特性的现有游戏进行改编，增加小游戏版本。

掌趣科技在2023年半年报中提到，其在小游戏市场积极探索，计划通过自研小游戏、成熟游戏项目和在研游戏项目新增研发小游戏版本等方式，进军小游戏市场。

吸引厂商扎堆布局小游戏赛道的原因之一便是较低的成本。"研发的成本相对较低，特别是如果将一些老游戏移植到小程序端，这个重新开发的成本是比较低的。"某游戏公司人士说道。

《小游戏报告》指出，当前小游戏仍然处于研发及发行商的红利期。以微信为例，小游戏研发及发行商分成比例为70%—77.5%，较App游戏高15%至22.5%。除微信外，抖音、快手、QQ、支付宝、美团等大用户量级的平台企业也在积极布局小游戏。在平台格局稳定之前，研发及发行商的红利有望延续。

未来三个趋势

《2024中国游戏产业趋势及潜力分析报告》显示，未来小游戏领域将呈现至少三个趋势：第一，小游戏领域仍存机会，这是由于激活其潜力的因素仍然存在，即质量提升、买量成本较低、跳转链路更完善、潜在用户多；第二，付费优化将成创收重点，这是由于小游戏用户具备内购付费、广告变现接受能力"双高"的优势，但对付费点、付费项目的要求与App版本有差异，因而能更早完善产品调优的团队将具备优势；第三，小游戏将更快进入高价值用户竞争阶段，这是由于竞品增加进而快速拔高获客成本，因而如果无法获取更多高价值用户，产品利润或将更快地被成本抵消。

"2024年，小游戏必然进一步发展。"张书乐认为，未来小游戏可以结合短剧的真人属性、派对游戏的休闲属性等，让游戏内容、体验进一步丰富，满足玩家碎片化、多元化的游戏娱乐需求。

张书乐表示："小游戏由于小，就尤其需要在创新上进一步突破，而不仅仅是移植手游。此外，游戏厂商还需要具备强劲的开发能力，以便快速迭代，广种薄收，并探索以小游戏为载体、通过云游戏体验将更多中度、重度游戏降维到小游戏之中。"

目前，小游戏的用户群体瞄准的是那些轻量化的玩家，而这部分玩家的充值意愿相对较低。以抖音小游戏为例，只玩小游戏的用户的月充值规模低于只玩App游戏的用户。

随着小游戏用户规模的提高，更多的精品游戏以及中重度游戏产品将陆续出现在小游戏之中。

《小游戏报告》显示，小游戏付费较App更为轻度。随着游戏品类逐渐向中重度扩展，混合变现及IAP付费模式快速增长，商业化潜力进一步提升。从付费方式看，小游戏生态的发展是从IAA开始并逐步过渡到IAP和混变产品。随着小游戏生产工具的优化，以及开发者投入的增加，小游戏在品质和玩法上具有突破，逐渐向中重度游戏（如动作射击、策略塔防、策略战争、卡牌和角色游戏）等品类扩展，中重度品类的增加带动混变付费模式的持续增长。

与此同时，随着小游戏的空间不断释放，监管问题同样不容忽视。"未来监管必然会进入到小游戏领域，避免其野蛮生长、偏离精品创新的大道。让小游戏中可能存在的劣币驱逐良币、'三俗'等问题在萌芽阶段即被遏制，对于小游戏行业健康发展而言，意义重大。"张书乐说道。

2024
新年特刊

⇲C1

科技强国

编者按/回望刚刚过去的2023年，中国科技领域亮点纷呈，在科技自立自强的道路上大步向前。

这一年，中国科学技术大学、中国科学院上海微系统与信息技术研究所、国家并行计算机工程技术研究中心联合构建了255个光子的量子计算原型机“九章三号”，运算速度比目前全球最快的超级计算机还要快一亿亿倍。我国在研制量子计算机的道路上迈出关键一步。

这一年，清华大学集成电路学院的团队研制出一颗“存算一体”的新型芯片，该芯片能高效“片上学习”不少人工智能任务。这一年，搭载LoongArch架构的龙芯3A6000问世，被评价为性能媲美英特尔酷睿十代芯片，获得国际认可。这一年，华为海思麒麟9000S在全世界范围内引发拆解热潮。

这一年，以欧拉为代表的服务器操作系统、以统信为代表的桌面操作系统、以鸿蒙为代表的物联网终端操作系统逐渐在中国市场站稳了脚跟。

凡此种种，困扰中国人多年的“缺芯少魂”问题，正在逐步得到解决。让亿万中国人寝食难安的“卡脖子”难题，也在逐步改善。

这一年，是中国5G商用的第四年，也是中国6G核心方案公布之年。我国6G推进组预测，6G技术的商用时间应该会在2030年左右。更加令人振奋的是，在目前的6G核心专利数量占比中，中国竟然以35%的比重位居世界第一。

这一年，互联网应用层面更是热闹非凡。AI领域，在ChatGPT发布并引发全球关注以后，百度文心一言、阿里通义千问、腾讯混元、华为盘古等中国大模型“百模”争流。电商领域，以Temu、SHEIN、速卖通AliExpress、TikTok Shop为代表的跨境电商“四小龙”在北美市场强势崛起，并带领“中国制造”走向海外。中国文化也伴随TikTok、爱奇艺、优酷、腾讯视频等长短视频平台积极“出海”，尤其是微短剧成为新一轮风口，中文在线旗下的ReelShort在2023年年底成为北美市场的现象级应用。而在全球首款支持双向卫星通信的智能手机——Mate 60系列的引领下，国产手机已集体进入双向卫星通信时代。

5G迈入商用第五年 行业应用走向深度融合

文/谭伦

迈向2024年，中国5G产业即将迎来商用第五个年头。

自2019年6月5G牌照发放以来，中国5G建设实现跨越式发展，建成了全球规模最大、技术领先的5G网络。工信部最新数据显示，截至2023年10月末，我国5G基站总数达321.5万个，占移动基站总数的28.1%。5G基站已覆盖我国所有地级市城区、县城城区，每万人拥有5G基站数达22.78个，在用户规模上，三家基础电信企业5G移动电话用户达7.54亿户，比上年年末净增19360万户；5G用户占移动电话用户的43.7%，占比较上年年末提高10.4个百分点。

在基础设施底座不断夯实的同时，在我国5G产业技术实力也在不断增强。截至2023年9月底，我国5G标准必要专利声明量的全球占比达42%，为推动全球5G发展提供了中国方案。同时，我国5G关键技术取得整体性突破，构筑了涵盖系统、芯片、终端、仪表等环节的较为完整的5G产业链。

在产业发展最受关注的应用层面，中国5G也斩获颇丰。《中国经营报》记者在世界5G大会上获悉，截至目前，我国“5G+工业互联网”项目建成超8000个，5G工厂项目达1800余个，5G行业应用已融入67个国民经济大类，应用案例数超9.4万个。5G在工业、矿业、电力、港口等垂直行业应用广泛复制，助力企业提质、降本、增效。

“预计到2025年，中国5G连接将超过10亿。”全球移动通信系统协会首席执行官洪曜庄表示，5G商用才过去短短四年，中国已成为全球5G领域的领导者之一。目前，中国拥有全球最多的5G基站和近8亿5G连接数。随着5G步伐加快，效益正遍及全球整体经济。到2030年，5G将为全球GDP增加近1万亿美元，其中近一半来自服务业及各应用领域。

适度超前推进5G建设

作为移动信号传输的基础设施，基站被誉为5G网络的“底座”。这一关键性的角色，也始终贯穿于过去五年中国5G网络部署进程。得益于此，我国5G用户的网络体验得到大幅提升。

中国电信研究院2023年2月发布的《2022年5G用户用网感知质量测评报告》显示，自5G建网以来，我国多数场景的室内外5G网络覆盖均有提升，且得益于运营商5G与4G网络建设运营的高效协同，5G用户在各类高频使用场景的语音和上网体验优良。

从不同城市看，一线城市的高速5G覆盖率达到85%以上，用户上网体验优良，非一线城市也达到了70%以上。从不同场景看，与2021年相比，商圈、交通枢纽、医院、高速公路和高铁沿线等多个重点场景的整体用户感知显著提高。

网络规模化建设带来的积极效应，也让我国在5G基站上的投入决心更为坚定。2023年年初，工信部部长金壮龙曾在两会期间表示，本年度我国将新建开通5G基站60万座，年底累计将超过290万座5G基站。而到了2023年7月，这一目标已提前完成，同月，我国5G基站首次突破300万座。

在此背景下，中国工程院院士邬贺铨指出，目前我国5G网络比4G网络下载快7倍，上行快3倍，5G的用户数已经占全国移动用户的43%，按照目前的进度，在2024年上半年5G用户就会超过一半。

“适度超前是我国5G建设近年以来秉持的重要原则。”Omdia电信战略高级首席分析师杨光告诉记者，虽然5G商用已经四年多，但我国5G网络质量还有巨大的提升空间，尤其是在偏远地区，700MHz频段5G基站的部署还处于推进初期，加上来自5G各类行业应用的巨大需求，适度超前仍是非常具有价值的建网原则。

为此，2023年9月，工信部强调，坚持适度超前，积极推进5G网络建设，持续拓展5G网络覆盖广度深度，推进城市地区重点场景5G网络深度覆盖，进一步向乡镇和农村地区延伸；同时，将开展“信号升格”专项行动，全面提升重点场景5G网络质量。

值得注意的是，中国广电宣布，通过与中国移动的共建共享，目前已建成700MHz 5G基站超60万座，这也标志着我国建成了全球最大的全程全网的700MHz 5G网络。杨光认为，这将有助于我国5G网络朝着深度与精细化部署更进一步，加快推动我国5G由“覆盖普及”向“高质量发展”转变。

5G与行业应用深度融合

建网是5G网络高效运转的基础，而应用则是5G获取商业回报的主阵地。随着5G为代表的新一代信息技术加速融入社会经济的各大产业领域，融合行业场景的应用正在成为5G加速拓展的关键。

早在2021年，“构建基于5G的应用场景和产业生态”便被首次写入“十四五”规划。同年，工信部联合九部委印发《5G应用“扬帆”行动计划（2021—2023年）》提出，到2023年，我国5G应用要形成深度融合新生态，实现重点领域5G应用深度和广度双突破，尤其着力推动5G应用在垂直行业形成规模化发展态势。

到2023年年底，5G应用已广泛融入97个国民经济大类中的67个，5G对各行各业的赋能作用日益深入。记者注意到，2023年10月工信部主办的第六届“绽放杯”5G应用征集大赛共有超过4.5万个参赛项目，其中工业、电力、矿山、医疗、文旅、港口、智慧城市成为5G应用最为高频的行业领域。

中国信息通信研究院副院长王志勤认为，5G应用正从“外围环节”向生产的“核心环节”延展，逐步改变行业核心系统。各行业、各企业通过云化、远程化等方式改变现有系统，实现无人化、智能化的升级改造。

以工业场景为例，邬贺铨日前表示，工业互联网是5G的主要应用之一，在机器视觉、遥控机器人应用等方面成果丰硕，随着5G能力的提升，还将在离散制造、流程制造的生产线中发挥更大作用。

工信部印发的《“5G+工业互联网”融合应用先导区试点建设指南》，着重提出培育一批网络解决方案，满足各类企业对5G工业专网灵活性、可管理性、安全性、定制化的需求，提升服务能力，形成示范推广效应。根据稍早前的计划，工信部明确将打造“5G+工业互联网”发展升级版，2023年推动不少于3000家企业建设5G工厂。

而面向更多元场景的5G融合应用，工信部相关负责人也明确表示，鼓励基础电信企业、行业龙头企业明确创新需求、共享创新资源、开放应用场景，协同培育5G行业应用生态；引导和推动广大中小企业积极参与5G技术创新、产品研发，打造5G融合应用创新中心、5G技术产业基地等创新载体，促进5G与垂直行业深度融合。

在邬贺铨看来，当前5G行业融合应用正迎来规模化发展的关键期，需要不同行业、不同领域形成合力，共同解决跨领域融合的难题，探索有效的商业模式和技术方案，突破技术标准和政策难点。

产业链迎5G-A商用元年

移动通信网络的代际更迭常以十年为界，商用一代，预研一代。随着5G商用五周年节点的来临，2024年将是承前启后的一年，中国通信产业也在为迎接新一代的6G网络做准备。

5G行业融合应用正迎来规模化发展的关键期。 视觉中国/图

2023年，由我国提出的5类6G典型场景和14个关键能力指标已全部被国际电信联盟采纳，中国企业也已经累积了近3万件6G专利。工信部相关负责人表示，我国6G技术已进入关键技术研究的初期阶段，预计2030年前后将实现商业应用。同时，我国6G推进组也于近日首次对外发布了《6G网络架构展望》和《6G无线系统设计原则和典型特征》等技术方案，为6G的发展提供技术路径。据推进组负责人透露，6G标准制定时间将在2025年左右。

5G迈向成熟，6G投入预研。在两代通信网络更替的中期，新一轮的无线技术创新——5G Advanced（译作“5G增强”，业内简称为“5G-A”或“5.5G”）成为当前业界落子的重心。作为5G网络的优化版本，5G-A不仅保持了5G原有的大带宽、低时延、万物互联的能力，还增加了上行超宽带、宽带实时交互、通信感知融合能力，有望实现10倍于5G的网速提升。

杨光向记者表示，对比国际电信联盟提出的6G的6大典型场景和15项关键能力指标，5G-A在原生AI、通感一体、超高精度定位等新指标方面与其重合度较高。因此，当前发展5G-A，也可以看作产业在为6G的落地做好产业储备。

面向5G-A，国内运营商也已做好充分准备。记者从中国移动方面获悉，目前该集团已提出5G-A双链融合行动计划，攻关智简通算一体、内生确定、无源物联等关键技术，取得积极进展；同时，中国移动也协同产业链分阶段开展5G-A新技术试验，建设5G-A自主创新研发测试平台，加速5G-A产业成熟和应用落地。

中国电信方面，除牵头拟定超级频率聚变、动态帧共享、中低频段共建共享等方面30余项3GPP国际标准，形成600余项专利外，其也于日前发布5G-A十大创新场景。此外，中国联通也已探索基于5G-A URLLC（超可靠低时延）的创新技术，并于2022年建成国内首条5G-A汽车焊装柔性试制产线，首次将5G技术应用在工业控制核心生产环节。

华为无线网络产品线副总裁、首席营销官甘斌指出，产业链已为5G-A的到来准备就绪，2024年将成为5G-A商用元年，未来两年则将迎来5G-A应用的集中爆发期。

面向未来，工信部副部长张云明也明确表示，下一步，工信部将持续夯实基础，提升多元化5G网络供给能力，同时前瞻布局5G-A技术研究、标准研制和产品研发，加快推进5G轻量化（RedCap）技术演进和商用部署。

AI狂飙 巨头竞速

文/曲忠芳

“这是疯狂的一年。我很感激我们向世界推出了一个人们真正喜爱并从中受益匪浅的工具，更重要的是，我很高兴2023年是世界开始认真对待人工智能（AI）的一年。”临近2023年结束之际，OpenAI首席执行官Sam Altman（山姆·奥特曼）在社交媒体上如是写道。作为2023年炙手可热的初创企业，《中国经营报》记者注意到，据调研机构CB Insights的分析，OpenAI的估值在一年内翻了三倍——2023年1月时，微软承诺向OpenAI投资100亿美元，其估值达到290亿美元；而到了12月，据多家美国媒体报道，OpenAI正在进行新一轮融资，瞄准1000亿美元的估值水平。与此同时，OpenAI推出的ChatGPT，首次被《自然》杂志破例列入2023年度科学人物名单，“以彰显生成式人工智能给科学发展和进步带来的巨大改变”。

ChatGPT的大火使人工智能在2023年真正“破圈”，一时之间，ChatGPT、大模型、生成式AI等名词流行普及，生成式AI成为新的创业投资“风口”，更为重要的是，ChatGPT背后参数量巨大、计算量巨大的深度学习大模型，使得科技巨头们要么调转“船头”，要么加快脚步，一场通往AGI（通用人工智能）方向、从大模型底座到应用生态的全面竞赛已然打响。

ChatGPT的大火使人工智能在2023年真正“破圈”。 视觉中国/图

“阻击”OpenAI：自研、投资、联盟

OpenAI在2022年11月30日推出了基于GPT-3.5大语言模型的聊天机器人ChatGPT，到2023年1月底，月活跃用户数即已破亿，3月份，新一代多模态大模型GPT-4面市，而到了11月7日，在首届开发者大会上，OpenAI又推出了最新的大模型GPT-4 Turbo，从文本长度、模型控制、知识库、多模态、定制化、高速率等方面对GPT大模型进行了性能的大幅升级。更为重要的是，继2023年3月推出ChatGPT插件功能，实现成功“联网”之后，OpenAI在11月底推出GPT商店，支持用户通过自然语言定制自己的GPT，上传至GPT应用商店后可获得收入分成。OpenAI鼓励企业使用其技术来构建基于AI技术和聊天机器人ChatGPT的人工智能体（AI Agent）。

如果把2023年AI发展视为一场戏剧，那么OpenAI毫无疑问担纲的是风头正盛的“主角”，当AI大模型按下加速键后，包括微软、Alphabet（谷歌母公司）、Meta（Facebook母公司）、苹果等科技巨头要上演的则是“阻击”战——阻止OpenAI“一枝独秀”，向AI新浪潮的制高点发起冲击，阻击的策略包括但不限于自研大模型、资本运作、开放联盟等。

其中，微软“近水楼台先得月”，早在2019年就成为OpenAI营利公司的首批投资人，此后继续追加投资额，2023年1月承诺向OpenAI投资百亿美元。微软成为OpenAI的独家云服务供应商，OpenAI在享受微软计算资源的同时也将大部分技术优先授权给微软产品。不过需要指出的是，微软显然并没有把所有筹码都押在OpenAI一家身上。2023年7月，微软与Meta的开源大模型Llama 2达成合作，同时与数据集成公司Databricks也建立了投资及合作关系。

一直在AI领域占据领先地位的谷歌，被ChatGPT的横空出世打乱了节奏，面对OpenAI及老对手微软的来势汹汹，不得不加速将AI技术成果向市场产品转化的进程。2023年3月，在GPT-4发布的前一天，谷歌面向开发者开放了5400亿参数的大模型PalM的API接口，不久推出了基于LaMDA大语言模型的Bard聊天机器人，正面阻击ChatGPT。2023年4月，Google Brain（谷歌大脑）与DeepMind合并，成立Google DeepMind，宣布将公司在AI领域的世界级人才、计算能力及基础设施等资源加以结合，创新研发大模型。12月6日，谷歌推出号称“迄今为止，功能最强大、最通用的人工智能大语言模型”Gemini（双子星）。谷歌官方表示，Gemini经过了当前大语言模型领域中广泛使用的32个基准测试，在其中大部分基准测试中，表现出了“最先进的性能”，不仅击败了OpenAI的GPT-4，甚至在MMLU（大规模多任务语言理解）基准测试中，成为第一个超越人类专家的模型。

而此前全力押注元宇宙的Meta则调整方向，祭出了开源、免费的Llama大模型，对于2023年7月升级推出的Llama 2，Meta首席科学家、2018年图灵奖得主之一Yann Lecun称“将改变大语言模型市场的格局”。12月，由Meta和IBM牵头，包括英特尔、甲骨文等老牌企业以及Hugging Face、StabilityAI等热门初创公司在内总计50余家科技公司、高校和机构共同成立了人工智能联盟。

值得一提的是，由OpenAI前高管于2021年创立的初创AI公司Anthropic，其产品Claude成为ChatGPT的有力竞争对手，由此使Anthropic成为巨头投资的“香饽饽”。

据The Information最新报道，Anthropic正在洽谈新一轮融资，融资规模将达到7.5亿美元。此轮融资将使Anthropic的估值达到184亿美元，是2023年早些时候41亿美元估值的近4.5倍。截至目前，Anthropic的投资者队伍中已包括亚马逊、谷歌、Salesforce、Zoom等。其中在2023年9月25日，亚马逊宣布向Anthropic投资至多40亿美元，双方将共同开发可靠、高性能的基础模型。

除此之外，与OpenAI同样有着深厚渊源的特斯拉CEO埃隆·马斯克在2023年成立了xAI公司，招徕了多名AI界专家，11月推出了叫板ChatGPT的Grok聊天机器人。尽管其目前尚存在诸多问题，但被业界视为OpenAI不可忽视的对手之一。

2024年竞争格局如何演变？

不难看出，AI大模型作为新的商业变革力量，任何一家企业或机构都不想错过“分蛋糕”的机会。AI大模型混战，谁主沉浮？要回答这个问题还为时尚早。发起成立AI联盟的IBM高级副总裁兼IBM研究院院长Dario Gil（达里奥·吉尔）指出：“如果你认为人工智能的未来将由两个、三个或五个机构决定，那你就错了。”亚马逊云科技全球产品副总裁Matt Wood此前表示，生成式AI尚处在一个非常初期的阶段，就像一场马拉松比赛。当比赛刚开始，如果只跑三四步就断言某某会赢得这场比赛，这显然是不科学的。这是一场长期的竞争，要拭目以待。

在2023年，大型科技企业在生成式AI领域的全面竞赛已然开启，覆盖并渗透至包括搜索、云服务设施、聊天机器人、AI办公助手、社交软件、终端硬件、算力设施等各个层面。例如长期以来在搜索市场霸占主导地位的谷歌迎来了老对手微软的新挑战；亚马逊AWS、微软Azure、谷歌云等公有云领域的竞争开始出现新的变数；办公套件、设计工具、社交平台等均有可能通过接入AI多模态大模型而催生出新的商业模式。而这一过程中，显然科技巨头之间在各个领域、场景中的竞争与合作关系有望发生改变。

谦询智库合伙人龚斌重点关注到AI终端侧的市场空间，他认为，与OpenAI、Meta等着重在“云”侧部署AI大模型相区别，在硬件领域占据有利地位的苹果主攻在端侧部署AI大模型。手机市场存量大，使用频率高，软硬件协同能力强，非常适合作为各类AI应用的接口设备，智能手机接入大模型成为AI Agent（智能体），将实现更多增强功能和新特性。据The Information报道，苹果与哥伦比亚大学研究人员于2023年10月低调推出了一个名为Ferret的多模态大语言模型，从最新发布的研究论文来看，苹果的重点或在其iPhone、iPad等消费设备上部署复杂的AI系统。

高盛最新的投资研究报告中将苹果、亚马逊、Alphabet、Meta、微软、特斯拉和英伟达这7只大型科技企业股统称为七大科技股，认为2023年七大科技股的表现远远好于大盘。英伟达2023年以来的涨幅超过200%，苹果2023年的股价飙升了近50%。这七家公司的总市值达11.5万亿美元。预计这一趋势将延续到2024年。不过，高盛研究部首席美国股票策略师David Kostin也提醒，鉴于预期已经很高，大型科技股的风险回报并不是特别有吸引力，对冲基金对这些公司的持股比例高于平常，股票投资者对人工智能的热情有可能出现“转变”。生成式人工智能可能会推动公司盈利增长高于预期，但在大多数情况下，预计人工智能对2024年盈利能力的影响有限。不难想象，2024年科技巨头在AI领域的投入会继续走高，与此同时催生更多的竞争与合作格局的变动。

从“百模大战”到应用赛跑

文/李静

2023年国内各大科技厂商和创业公司纷纷投入到大语言模型的研发中。从2023年3月百度率先推出“文心一言”，到阿里巴巴、科大讯飞、华为、京东、字节跳动等公司陆续推出了大模型产品，国内市场呈现出“百模大战”的状态。

然而，在国内各大厂商激战大模型时，市场另有一种声音逐渐升起——以百度创始人兼首席执行官李彦宏为代表的业内人士多次发言表示：“卷大模型没有意义，卷应用机会更大。”

2023年年底，硅谷风头大盛的一款大模型应用——AI视频生成产品Pika，仅4个人的团队就撑起来2.5亿美元的估值。同一时期的另一个重要事件是，OpenAI切断了字节跳动的API接口。顺福资本创始合伙人、行行AI董事长李明顺对此解释道：“这实际上反映出大模型公司开始害怕强应用，因为大模型逐渐变成明牌，大家较量的不再是技术底座，而是有多少用户、多少场景、有多少的钱持续去找算力。用户数、场景、投资能力会成为这一波大模型竞争的核心，在此背景下，大模型本身的重要性降低了。”

技术进步明显

大模型是2023年中国互联网科技领域的一大关键词。在ChatGPT的影响之下，由巨头引领，2023年千亿级参数规模大模型在国内陆续落地。具体来看，2023年3月百度发布“文心一言”；4月阿里发布“通义千问”，商汤科技发布“日日新”大模型；5月科大讯飞发布“星火大模型”；7月华为发布面向行业的“盘古大模型3.0”。赛迪顾问统计数据显示，仅在2023年1—7月，国内共计64个大模型发布。

2023年9—10月，百度、阿里、腾讯、科大讯飞等公司陆续推出了其大模型的最新版本，模型能力向GPT-3.5和GPT4看齐。

2023年11月，新华社研究院中国企业发展研究中心发布的《人工智能大模型体验报告3.0》显示，国内大模型厂商在技术实力上呈现出百家争鸣态势，与2023年8月相比，当前中国大模型产品进步显著。相比GPT-4等国际顶尖大模型，国内大模型起步较晚，但随着国内大模型的加速发展，参数量、训练量的堆积，部分国内大模型已经可以与国外大模型同台竞技。从参数量来看，智谱旗下ChatGLM2-130B的参数量达到1.3万亿，仅次于GPT-4，“文心一言”4.0的参数量也跻身万亿级别；从性能来看，“文心一言”“商量”等大模型在CLiB测评中的表现要好于Meta的LLa MA-2-70B大模型，与GPT-4的差距较小。

“2023年大模型领域的最大变化是模型的规模和应用范围的迅速扩大，背后主要原因在于数据量的爆炸式增长和计算能力的提升。随着互联网的普及和数字化进程的加速，每天都在产生海量的数据，这些数据为训练更大、更复杂的模型提供丰富的‘食粮’，使大模型能更好地理解和模拟现实世界。”中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力说，随着深度学习技术的不断发展和成熟，模型的性能和效率也在不断提升，为大模型的广泛应用提供了技术基础。同时，云计算、边缘计算等技术的发展也为大模型的训练和部署提供了强大的计算资源和基础设施支持。这些因素，共同推动了大模型领域的快速发展和变化。

“智能对话很早就在学术界开始了研究，并且有落地的产品，比如微软小冰，但它无法完成复杂任务。直到2022年11月OpenAI发布了ChatGPT-3.5，其解决问题的能力震惊世界。国内外的大量资本都在进入，导致大模型行业快速发展起来，仅国内就催生近300家大模型公司和科研机构。”八友科技CEO梁斌博士认为，市场的最大变化是所有参与者对大模型全面改造世界的信心，这个信心在之前是没有的，但现在大家看到了重大机会，都敢于投入。

2023年1—7月，国内共计64个大模型发布。
2023年9—10月，百度、阿里、腾讯、科大讯飞等公司陆续推出了其大模型的最新版本，能力向GPT-3.5和GPT-4看齐。
视觉中国/图

李明顺指出：“其实国内主流大模型和国外大模型的差距还在一年半以上，但这并不意味着国内大模型不行。国内的资本市场、以及做大模型的公司相对比较务实，商业化的考虑更多一些，更愿意结合场景做模型开发或者应用开发。而国外巨头更愿意在基础研究和前沿技术探索上投入。”

需要看到的是，大模型仍在继续向前发展中，行业也面临着一些亟待解决的难题。一览科技创始人兼CEO、工信部AI应用工作组成员罗江春对《中国经营报》记者指出，大语言模型在可扩展性、与人类价值的对齐、预训练成本、真实性和可信度方面也面临重大挑战。

梁斌还指出，算力被卡脖子是目前看来比较严峻的挑战。从数据的层面看，中国大模型对PGC数据（平台产生的数据）的处理能力和美国差距还很大，因为很多高科技内容、论文都是英文。

开发应用前景更好？

在“百模大战”的大环境之下，对于中小企业和创业者来说，卷入大模型的战争中有意义吗？李彦宏多次发言表示：“百模大战是对社会资源的极大浪费，更多资源应该放在超级应用上。”

“就像搜索引擎一样，大模型最后可能也只有那么几家能做起来。”千里马招标大数据平台创始人兼CEO王剑波对记者表示。

从技术的角度来说，OpenAI只是选择了深度学习中的Transformer架构，然后进行了改进，最后出现了“智能涌现”。如亚马逊CEO杰夫·贝索斯所言，大语言模型更像是“发现”而不是“发明”。

猎豹移动董事长兼CEO、猎户星空董事长王小川表示：“了解大模型的原理之后，各个公司都能做大模型，训练并行都是工程化的事情。”

“大模型训练技术只是一方面的难题，另一方面还需要足够的语料和足够的算力，其实就是源源不断的钱。”中关村现代信息消费应用产业技术联盟副理事长包冉认为，“只要有钱，做大模型其实是一个简单粗暴就能做的事情，但这个投入却是百亿美元级别，无论是成熟公司还是初创企业，动用百亿美元做大模型的决策难度非常大。”

但需要直面的是，技术的快速发展已经引发了行业波动。“行业正在从对AI技术的探索阶段，转向深入理解如何将这些技术有效融入具体的业务流程和服务中。面对这种变化，关键在于找到并掌握真实的应用场景、即时有效的数据反馈体系、有效的技术应用开发能力以及相对完整的产业链支持。”罗江春说。

对于大模型公司来说，挑战是怎么找到应用场景，因为场景其实分散在各行各业。王剑波对记者说道，大模型公司离客户比较远，常常是拿着AI的榔头到处去找钉子，但很多场景可能是伪需求，AI创造新场景的概率也很小。

这也引发了一些大模型公司对于强应用、强场景公司的警惕。在2023年年底OpenAI就切断了字节跳动的API接口。“像字节跳动这样拥有巨大用户基础的公司是OpenAI所害怕的，因为像字节跳动的很多产品未来会嵌入AI。”李明顺说道，尤其剪映（海外版为capcut）这样的短视频制作工具使用AI后，未来可能会成为全球第一的短视频工具，远远超过今天大家看到的Pika。

对中小创业者来说，大模型领域的创新正转向提供针对性强、高度定制化的垂直行业解决方案，即使是小的创业团体，站在大模型的肩膀上也能做出很成功的AI应用产品。

2023年国内大模型市场还有一个比较明显的变化趋势是多样化和深度集成。“变得更加专注于特定行业的需求，提供更为精细化的服务，如法律、医疗和金融等，以及对应的深度集成趋势，这种深度集成使得AI技术能更好地服务于特定行业的特定需求。”罗江春说道，市场对这些新型技术工具的接受度也在不断提高，企业和消费者开始更多地依赖这些AI工具来提高工作效率和决策质量。同时，对于这些技术的适应性要求也在增加，即它们需要能够根据不同行业和应用场景的具体需求进行调整。

“2023年下半年，在工业、游戏、电商、酒店等场景里已经出现了一些大模型应用。2024年基于场景和AI结合，产生大模型应用的情况还会继续发生。”但李明顺适时指出，如今大模型在行业中的认可度已经越来越高，凭空地去做一些基于大模型的轻度应用已经很难建立自己的壁垒，创业者还是应该结合自身的场景能力，尤其是基于过去积累的资源，通过行业壁垒来结合大模型做应用创新才有机会。

“垂直行业大模型、大模型应用的训练需要大量的行业内的高质量数据，在此过程中，如何有效地获取和处理数据、如何提高模型的性能和效率、如何保障应用的安全性和可靠性，都是亟须解决的问题。”朱克力表示。

跨境电商“四小龙”出海元年

文/李立

2023年，电商在国内争夺“全网最低价”，更紧张且刺激的战场，却在海外。

以Temu为代表的新一代跨境电商的“黑色星期五”（以下简称“黑五”，指11月第四个星期五），战绩出圈。虽然说跨境电商当前“围剿”亚马逊还为时尚早，亚马逊CEO安迪·贾西（Andy Jassy）却在最近一次访谈中，公开回应了亚马逊与中国电商之间的竞争。中国跨境电商在征战海外市场多年后，终于成为不容忽视的力量。

Temu与SHEIN的明争暗斗也是过去一年跨境电商领域最激烈的战场。反映到资本市场，Temu的母公司拼多多的市值一度超越阿里巴巴，成为美股中概股的市值第一。市场有消息称，SHEIN正在美国寻求上市，估值目标为900亿美元。《中国经营报》记者就此消息向SHEIN求证，对方暂未回应。不过中国跨境电商正在成为资本市场密切关注的对象却是不争的事实。

2023年，被认为是以Temu、SHEIN、速卖通AliExpress、TikTok Shop为代表的跨境电商“四小龙”出海元年。这意味着2023年以后，海外市场真正成为中国电商不可忽略的重要战场，对手也不仅仅是他们自己。

2023年“双11”期间跨境电商迎出货高峰。 视觉中国/图

“四小龙”抢跑

在黑五，亚马逊不再是线上的唯一赢家，以Temu为代表的中国跨境电商平台正在博取更多眼球。

Adobe Analytics数据显示，2023年美国市场的黑五线上销售额预计同比增长7.5%，达到98亿美元（约合人民币700亿元）。美国商务部的数据则显示，2023年美国电商销售额预计达到1.1万亿美元，同比增长7%。值得注意的是，尽管销售额继续增长，增速却创下2009年以来最低水平。

中国跨境电商带来的持续低价风暴与全托管服务模式显然吸引了更多的用户关注与卖家投入。从Temu率先抢跑开始，“四小龙”纷纷将黑五档期从2023年10月底延期到12月，并通过发放代金券、打出“Up To 90% Off”的促销形式来吸引用户。首次参加黑五大促的TikTok Shop，则对用户与商家进行双端补贴，推出了商品折扣、资源位及流量扶持等优惠政策。

来自Temu的消息显示，平台商家黑五订单翻倍，爆款卖断货。经营帽子生意的商家柳文海表示，仅黑五大促当天店铺帽子销量就突破10万顶，黑五期间准备的100多万顶帽子也基本卖完。保温杯商家王博文则透露：“整个黑五大促周店铺销量是前一周的两倍。”

SHEIN方面则表示，跨境商家在平台上卖爆了。2023年通过SHEIN平台参与到黑五大促的卖家，销售金额大多环比增长了好几成，有的卖家甚至得到了销量10倍的提升。“为海外用户提供的消费权益，包括不限于限时无门槛免邮、限时大额券等，以及派送新人优惠券。”SHEIN进一步表示。

不过记者注意到，各方都没有明确公布黑五期间的准确数据。平台竞争背后，中国卖家黑五销量逆势增长，弯道超车的故事频出。

亚马逊似乎不得不开始正视来自中国的对手。2023年12月6日，安迪·贾西在接受媒体采访时，公开回应了亚马逊与中国电商平台之间的竞争话题。在他看来，零售行业最终必须“为顾客做正确的事”，而消费者在意的无外乎广泛的选择、价格，还有快速交付。

就在同一天，亚马逊公开信息显示，从2024年1月15日起，售价低于15美元的服装产品的佣金比例降至5%，15~20美元的服装产品的佣金比例降至10%。

在业内人士看来，平台让利佣金，等于变相鼓励卖家降价，让卖家在价格战中有更多的空间让利给消费者。并且此举很大可能是在应对SHEIN在服饰类目上对自身市场份额的侵蚀。

Temu猛攻

在跨境电商“四小龙”中，拼多多旗下的Temu何以成为搅动市场的鲇鱼？

2022年9月上线，4个月之后Temu就迫不及待从北美开始攻向全球。2023年11月28日财报电话会上，拼多多董事长、首席执行官陈磊透露，多多跨境目前已帮助制造企业直接触达40多个国家的消费者，而这距离Temu上线刚刚过去一年。

知名跨境电商专家张周平认为Temu快速增长的原因有二：一是商业模式。Temu的商业模式跟拼多多国内电商的打法类似，一推出就高举高打，通过各种营销模式快速抢占消费者心智。二是极致性价比。高性价比的商品能快速吸引消费者，并且这类消费群体在全球市场潜力巨大。

久谦研究总监陈晨则认为，Temu的迅猛增长在于海外低收入人群在低客单、低毛利品类的需求没有被充分满足，加之海外通胀的背景与拼多多惊人的执行力。另外，陈晨认为，TEMU正是看到SHEIN用托管模式跑通了海外市场，作为后来者看到更大的机会，跟随进入了市场。

记者此前从拼多多内部人士处了解到，进军海外市场是拼多多早就圈定的计划。该内部人士透露，两三年前公司就有跨境计划。“当时的内部目标是，当拼多多在国内成为第二大电商平台，就可以出海。”

尽管有SHEIN在前，Temu把全托管模式推进得更彻底，2023年才是全托管元年。

所谓全托管模式，商家只负责接单、发货到多多跨境国内仓库，后续发货、运营、销售乃至售后等环节都由平台负责。“这样做的好处是，我只需要做好产品设计和品质，集中精力做最核心的事情。”Temu的初代商家戴小强（化名）告诉记者，做外贸转换思维很重要，“有人觉得我是给平台打工，其实是它给我打工，给我做客服和售后，帮我做推广。”

全托管模式下另一个需要检验的问题是，如何在极致性价比之下保证产品品质与商家利润。在Temu试运营初期，就有商家表示，最难的是如何过审，以及通过拼多多的模式赚钱。一位服饰品类的商家称价格较低的商品更容易通过平台审核，服装类的商品价格要低于阿里1688价格的10%~20%才更容易过审。

全方位战争

从长期看，全方位的战争不仅在Temu和SHEIN之间，跨境“四小龙”之间的竞争会更激烈。

张周平认为，中国跨境“四小龙”各个平台之间各有优势，平台定位也不尽相同。Temu的特点是快、极致性价比，背靠拼多多具备强大的资金储备、运营等方面的优势；SHEIN的特点则是先发优势、服装品类、强大的柔性供应链等优势；TikTok Shop的特点是流量优势明显，流量通过电商的方式来变现；速卖通的特点是品类齐全，品牌、用户基础等优势明显。

不过上述业内人士认为，尽管各有侧重，但海外战场更像是国内战场的延续。以Temu代表的拼多多、Tiktok代表的抖音系，以及耕耘海外市场多年的阿里速卖通都会将自身的优势基因带到海外。无论从公司层面还是从资本市场层面考量，这些跨境平台也不会将海外与国内市场做全面切割。从拼多多市值一度超越阿里巴巴市值的瞬间开始，注定2024年更多的目光和注意力会投向海外。

虽然都在大力推进全托管模式，各家的侧重点也各有不同。在陈晨看来，Temu是走1P（供应商卖家）全品类托管模式，还有很大空间可以做；SHEIN则以服饰为主。Temu出来之后，想要扩品类比较费劲，北美增长也放慢很多。TikTok Shop大部分业务在东南亚，主要以3P（第三方卖家）为主，还没跑通托管模式，流量优势比较强。速卖通以3P为主基本在欧洲和东南亚，但在北美做得并不算好。

不过一位接近阿里巴巴高层人士向记者透露，全托管模式最早由SHEIN提出，在供应链能力上做了很多能力整合。阿里国际数字商业集团CEO蒋凡调任海外后也在力推全托管模式，效果很明显。对商家最明显的效果是降本增效，同一个消费者可能在平台上下多个单，由平台统一组织发货、物流，可以以最可控的成本提升运营效率，是大家都发力全托管的重要原因。从长期看，现在论输赢为时过早。

战争的另一个纬度在于对海外零售市场的冲击，尤其对线上零售，中国军团的威力究竟有多大？

此前大摩研报称，美国大约15%的消费者用Temu购物，但从渗透率上，仍然低于沃尔玛、亚马逊这样的头部零售公司。大摩预计2023年Temu在美国的GMV大约86亿美元，占全美零售的市场份额为0.2%。亚马逊和沃尔玛的市场份额均为8.7%。

中金研报则预计2023年三季度和2023年Temu总GMV分别达57亿美元和180亿美元，长期GMV有望突破千亿美元级别，长期经营利润/GMV有望达到5%~10%。

“以目前的状况看，暂时还谈不上对亚马逊造成影响，Temu按照2023年总GMV170亿美元估算，在北美大约100亿美元，尚不足亚马逊2%；并且当前品类和人群还没有进入和亚马逊的重合地带；如果未来要抢亚马逊的生意，基础设施还有很大差距要补齐，至少要做到亚马逊的5%~10%才能说有显著影响。”陈晨认为。

记者还注意到，以服装自主品牌起家的SHEIN，正在朝“自营品牌+平台”双引擎发展模式发力。最明显的变化在于SHEIN越来越多强调服饰不再是唯一的优势，在2023年黑五开始前，SHEIN美国区总裁George Chiao特别表示：“SHEIN是时尚、美容、家居和生活产品的购物平台，希望SHEIN的黑五和网络星期一的促销活动能够满足消费者的所有假日购物需求。”

不出意外的话，SHEIN会加速在美国上市，这背后意味着中国跨境电商2024年的海外战争翻开新的一页。

“中国操作系统的根立住了”

文/秦枭

进入万物智联时代以后，操作系统作为数字经济安全底座的重要性愈发凸显。多年以来，国内很多机构和企业都曾经研发过自主操作系统，但存活下来者寥寥无几。不过，这种局面在2023年发生了明显的改变。

总结起来，到2023年年底，我国在桌面和服务器操作系统上已有统信、欧拉等国产厂商占据了国内市场的领先地位，这意味着国产操作系统生态的构建将形成加速态势；在手机操作系统方面，华为、小米、vivo等公司纷纷发布独立且不兼容安卓的操作系统，目标不仅是与安卓争锋，更是要在万物互联时代搭建独立自主的操作系统以及建立在此之上的生态。

“这说明中国操作系统的根立住了。”openEuler委员会副主席刘文清这样说道。

更多开发者投身其中，为中国操作系统生态的蓬勃发展注入新的活力。可以预见，生态建设将不断加速，中国操作系统将在市场上取得更加稳固的地位。

市场份额逐年增长

“操作系统作为保障国家信息安全和产业发展的基石，不仅是整个信息安全领域的核心，也是连接芯片与应用软件的重要桥梁。”中国工程院院士孙家广表示。

然而，在过去很长一段时间里，操作系统始终由海外的厂商主导，服务器端为Unix、Linux和Windows主导；桌面端为Windows、OS X主导，移动端为Android和iOS主导。

不过，流量监测公司StatCounter统计，Windows操作系统在中国的市场占有率已从2020年的87.09%下滑至2023年的80.82%；Linux操作系统的市场占有率从2020年的0.79%提升至2023年的1.90%。

由于Linux开源在国际上兴起，并且Linux系统作为开源操作系统具有灵活定制、结构层次清晰、运行效率高、运维成本低、较高的安全性等特点，国产操作系统大多选择以Linux为基础进行二次开发，Linux操作系统也成为国产操作系统主攻的领域。

1999年以来，国产操作系统一直以Linux为基础进行二次开发，国内的Xteam、蓝点、中科红旗、银河麒麟、中软Linux等大小公司在此之后相继成立。之后数年间，许多版本的国产操作系统陆续涌现，包括中标麒麟、Deepin、优麒麟、冲浪Linux、凝思磐石、中标普华等。但大部分国产系统并未形成足够的市场影响力。

近几年，国产操作系统厂商纷纷发力，红旗Linux、深度、银河麒麟等操作系统更加成熟。尤其是进入2023年，华为鸿蒙及欧拉、统信、阿里龙蜥等国产操作系统均取得了重大突破，呈现出一片欣欣向荣的景象。

《2023中国信创产业洞察研究》数据显示，截至目前，统信UOS桌面版发货量累计超过600万，市场占有率持续保持第一，统信服务器版发货量增速为行业第一。而IDC的报告预测，2023年中国服务器操作系统领域，国产操作系统openEuler系市场份额第一，达36.8%。

“2023年是中国操作系统开发者元年。”统信软件总经理刘闻欢对此说道。

用户在华为旗舰店内体验鸿蒙操作系统。 视觉中国/图

openEuler委员会主席江大勇表示，在开源界有一个叫生态裂谷的说法。“当你的份额超过19%的时候就能形成一种自循环。openEuler操作系统在20%左右是一个关键的节点，超过35%就会形成自加速。以前讲生态合作伙伴都是社区主动的，现在开始，用户和伙伴主动找我们社区，可能跨越生态拐点的意义更大一点。”

手机操作系统崛起

在国内，除了服务器和桌面端的操作系统外，各家厂商正致力于研发原本由Android和iOS主导的移动端操作系统，尤其是手机制造商。他们积极投入研发力量，以期在移动操作系统领域取得更多的话语权和市场份额。

2019年，华为就推出了自研HarmonyOS操作系统。2023年5月，Counterpoint公布的最新数据显示，华为HarmonyOS系统已成为安卓、iOS之后的第三大手机操作系统，并且数据表明，华为HarmonyOS系统的份额一直在增长。

2023年9月，华为宣布鸿蒙下一个版本HarmonyOS NEXT将完全自研系统底层，不再兼容安卓应用，只能运行鸿蒙原生应用。这一重大变化引发了互联网行业的关注，可以说，HarmonyOS NEXT承载着鸿蒙的全部期望。

2023年12月9日，华为常务董事余承东在“2023华为花粉年会”上表示，华为将在2024年推出非常有引领性、创新性、颠覆性的产品，其中就有鸿蒙原生应用与原生体验的产品。

就在华为HarmonyOS风生水起之时，2023年10月份，小米正式带来了全新的操作系统小米澎湃OS取代MIUI。在最底层的系统内核层，小米将自研的Xiaomi Vela系统内核与深度修改的Linux系统内核进行融合。新系统将从手机×AIoT（人工智能物联网），升级到人车家全生态。从个人设备到智能家居，再到智能出行，小米欲打造以人为中心的人车家全生态智能世界。

在华为、小米之后，vivo也在2023年11月1日发布全新自研操作系统蓝河操作系统BlueOS。值得注意的是，vivo自研的蓝河操作系统不兼容安卓应用，首先应用在智能手表中，目前暂未考虑应用于手机上。

从国内手机操作系统的发展路径来看，与Android和iOS专注于手机不同，不论HarmonyOS，还是小米澎湃，抑或BlueOS，重点都在于构建生态。

产业观察家王振涛对记者表示，不同设备类型意味着不同的传感器能力、硬件能力、屏幕尺寸、操作系统和开发语言，还意味着差异化的交互方式。同时跨设备协作也让开发者面临分布式开发带来的各种复杂性挑战，例如跨设备的网络通信、数据同步等。若采取传统开发模式，适配和管理工作量将非常大。而目前国内厂商做手机操作系统的目的是，无论是小到128KB内存的设备，还是达到GB级别内存的智能终端，都能被拉到同一平台来构建系统，进而实现智能设备之间的无缝互联。

生态构建仍是关键

研发系统容易，构建生态难。虽然越来越多的企业开始入局操作系统领域，各厂商研发的国产操作系统也在一些领域得到规模应用，但这些不同领域的众多操作系统之间相互割裂，形成一个个“软烟囱”，导致操作系统之间的生态没法打通。

正如中国工程院院士倪光南所说，操作系统的成功与否，关键在于生态系统，需要搭建起完整的软件开发者、芯片企业、终端企业、运营商等产业链上各个主体共生的生态体系。

刘闻欢也认为，生态是操作系统最宽的“护城河”，打造一条最宽的“护城河”，比单独某一项技术领先要好得多。

统信应用商店数据显示，目前，基于统信UOS的原生应用同比增长300%，达到6000余款。通常来说，个人常用软件约3000款。这意味着，基于国产操作系统开发的原生应用已经基本满足个人日常使用需求。

华为最新公布数据显示，TOP20移动互联网应用中已有近半数启动了鸿蒙原生应用开发，包括美团、B站（哔哩哔哩）、小红书、微博、高德、麦当劳、米哈游、去哪儿等。

但这对于一个尚处于成长期，且志在挑战海外公司长期霸主地位的国产操作系统还远远不够。根据StatCounter机构数据，目前国产操作系统的市场占有率较低，市场份额仍不足5%。一个健康稳定的生态系统是技术创新和产业发展的关键，构建一个开放包容共享的生态系统，要吸引更多合作伙伴加入其中，共同推动我国信息技术产业发展。

“开源是迄今为止最先进、最广泛、最活跃的协同创新模式之一。”开放原子开源基金会理事长、中国电子技术标准化研究院副院长孙文龙介绍，“在开放的操作系统平台上，开源软件和技术不断协作、成长，是推进基础软硬件建设的重要条件和基础。”

工信部信息技术发展司副司长王威伟也指出：“操作系统是软件领域的大国重器，产业要以开源为抓手，进行有益的软件探索。工信部将推动完善开源顶层设计，解决关键技术难题，推动产业链共同铸牢信息软件的‘灵魂’。”

国剧“出海” 微短剧开辟“新航线”

文/张靖超

在国内，以爱奇艺、腾讯视频、优酷等为代表的互联网公司一直被视为影视行业的新兴势力。近几年，这些新势力通过在流量、内容、技术等方面的积累，在电影、剧集、综艺等领域都占据了一席之地。与此同时，长视频平台也在不断探索、开拓海外市场。

这些新势力目前在海外“主战场”便是东南亚市场。这里的民俗文化与中国接近，在过去几年里，一直是国内影视公司取景拍摄、海外发行的重要地区之一。2023年，东南亚作为中国影视行业出海桥头堡的作用越发明显。

OneSight发布的《BrandOS TOP 30应用类（非游戏）出海品牌社媒影响力榜单》显示，2023年第三季度，WeTV、iQIYI、Bilibili、MangoTV分别拿下榜单前四位。

但相比于东南亚市场，消费能力更强的欧美市场一直以来更被中国影视人垂涎。不过，由于好莱坞和硅谷科技巨头在全球巨大的影响力，中国公司在此的存在感并不强。

2023年，又有一股新的影视业新势力出现，利用短视频的特点，新势力将微短剧这一新的内容品类成功“出口”到全球多个国家和地区。据《中国经营报》记者不完全统计，自2023年以来，先后已有网文平台新阅时代旗下短剧应用GoodShort、畅读科技的MoboReels、社交平台赤子城的Mini Episode、国内小程序剧平台九州文化的99TV和ShortTV等多个国内制造的微短剧App在海外上线。其中，多数出海的微短剧平台将北美市场作为出海主阵地。

东南亚成为“桥头堡”

长视频平台出海的一个重要原因在于，国内移动互联网的人口红利已大幅减少。与此同时，东南亚市场庞大的人口流量与娱乐消费需求又提供了无限的可能性。

Google、Temasek和Bain&Company联合发布的《2023年东南亚数字经济报告（e-Conomy SEA 2023）》（以下简称“《报告》”）指出，2023年东南亚数字经济GMV预计将以11%的速度增长至2180亿美元；到了2025年，东南亚数字经济GMV预计以16%的复合年增长率增长到2950亿美元。

市场的存量与增量对长视频平台来说都颇具吸引力，同时东南亚与我国文化的共性强、壁垒低，因此一直是国剧出海的主攻区域，并累积了强大的影响力和号召力。

事实也证明，长视频平台在东南亚更容易打开市场。爱奇艺在2023年第三季度财报中透露，爱奇艺国际版华语剧集播放时长同比增长23%，环比增长33%。《莲花楼》在第三季度的累计播放量、播放时长均居爱奇艺国际版第一，同时登顶东南亚、东亚及北美多区域市场播放量榜首。据“WeTV Always More 2024”会上的官方消息，WeTV（腾讯视频海外版）的月活跃用户已超过1350万，拥有超过2000条内容。

不过，在东南亚市场，格局尚未明晰，这里既有中国的影视新旧势力在布局，还有本土传媒机构，此外，欧美的奈飞、迪士尼等公司也对此非常重视。

奈飞在2023年年初发布的财报显示，2022年在亚太地区的内容投资达到了19亿美元（约合140亿元人民币），支出金额同比增长15%。其2023财年第三财季的财报显示，无论是截至2023年9月30日前3个月的表现，还是之前9个月的表现，奈飞在亚太地区的付费会员数量、来自每位会员的付费收入等多项运营数据都实现了不同幅度的同比增长。

2023年，微短剧作为一股新势力为中国影视行业出海打开了新思路。 视觉中国/图

可以看到，虽然东南亚的经济增长潜能、与国内文化相近形成的累积优势为长视频出海开辟了一条“捷径”，但想在东南亚站稳脚跟，还需要靠内容产品的实力。

一位长视频平台的人士向记者总结了三条经验：一是从当地用户的兴趣偏好和观影习惯出发，借助持续优化翻译字幕、语境转换和本地化配音等方式，降低观看门槛与推进文化融合，同时通过同步宣发上线消除内容时差；二是大手笔采购东南亚本土的影视版权；三是在本土自制内容上持续投入。

“无论是向东南亚输出的剧集，还是本土摄制的内容，最重要的是找到打破地域界限的普世价值，并且把这种价值观加入作品中，才能产生共鸣。”从事电影制片的金妍（化名）说，纵观过去几十年，能够风靡全球的作品，基本符合这一规律，只有这样，内容影响力才会更深远一些。

微短剧打开北美市场

2023年，微短剧在国内成为长视频平台、短视频平台、影视公司、国资传媒机构争先布局的赛道。与此同时，也有部分中国公司把微短剧的生意做到了海外。

其中，中文在线旗下的ReelShort在北美、欧洲的多个国家和地区的应用商店排名也一路狂飙。据数据分析平台Appfigures统计，其2023年11月前17天的下载量已超过190万，累计下载量超过1100万。

多位国内影视制作相关从业者对记者表示，近段时间来，包括国内的小程序剧分销商、长视频平台、影视公司、网文平台等很多不同类型的玩家都在积极寻求微短剧出海。就出海目的地而言，北美市场正在成为新的兵家必争之地，东南亚和中东地区也成为不少玩家试图开发的热土。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅介绍，从2022年年底开始，总部位于硅谷的ReelShort团队开始尝试更本土化的制作方式，采用海外拍摄班底，启用欧美演员，在保留中国火爆的短剧题材内核的同时，结合欧美观众更熟悉的狼人、吸血鬼等题材，从而打造更本土化的短剧。

而经过本地化包装、每集不到2分钟的欧美式“土味”短剧，在随后半年通过在TikTok、Facebook等社交媒体平台推广，吸引了越来越多的当地用户。

在张毅看来，短剧的本质是满足人的精神文化需求，只不过是通过低成本的方式满足人即时的、碎片化的娱乐需求，本就具备跨越社会地位与阶层、国别的能力。同时，随着工作压力的增加，这种需求越发凸显。

在采访中，多位受访者认为，如今，中国短剧出海已具备了很多基础条件。

一方面，虽诞生不久，但国内微短剧市场已经逐渐走向成熟。艾媒咨询报告显示，2023年中国微短剧市场规模有望达373.9亿元，同比上升267.65%。张毅认为，在人所追求的精神生活大体相通的背景下，微短剧在国内市场供需两旺，放在全球也大概率可以找到市场。

另一方面，微短剧也被许多影视行业人士称为“短视频版的网文”，此前中国网文成功出海，为微短剧打下了受众基础，同时为微短剧提供了丰富的、经过市场验证的IP源头储备；此后，TikTok在全球多个国家和地区开疆拓土，也为微短剧的推广与转化提供了便利的基础设施。

据记者不完全统计，2023年以来，先后已有网文平台新阅时代旗下短剧应用GoodShort、畅读科技的MoboReels、社交平台赤子城的Mini Episode、国内小程序剧平台九州文化的99TV和ShortTV等多个国内制造的短剧App在海外上线。其中，多数出海的微短剧平台将北美市场作为出海主阵地。

记者了解到，微短剧出海已经衍生出不同的模式。九州文化主要面向英语市场的ShortTV，短剧来源主要分为两种，一种是将题材和制作适合欧美市场的国内短剧通过翻译、重新配音后在平台上线，另一种是在欧美市场采购合适的小说IP，然后由自有及合作编剧团队进行剧本改编，剧本敲定后在海外联系当地团队执行拍摄与制作，这也是目前面向欧美市场的短剧平台更主流的出海方式。

而在商业模式上，目前出海的微短剧App普遍依靠付费及广告两大收入，不同的国家和地区，二者比例存在一定程度的区别。

不过，中国公司想要通过微短剧在欧美市场站稳脚跟，依然面临较大挑战，首当其冲的便是内容供给。公开资料显示，目前ReelShort大约一个月更新两部短剧，整个平台只有20多部短剧储备；ShortTV目前每月更新海外拍摄短剧3—5部，目前累计更新10部。而根据德塔文《2023年上半年微短剧市场报告》，2023年上半年国内共上新短剧481部，相比之下，现阶段出海短剧的数量少了很多。

“其次，欧美的演员一天也就工作8—10个小时，还有工会参与干涉。相比之下，国内的演员，尤其拍摄微短剧的演员基本上没有名气，片酬低，一天拍摄十几个小时也能接受。”金妍告诉记者，这一特点也让影视剧在海外本土拍摄制作的成本增加，生产周期拉长。在此情况下，微短剧出海想要制造出更多的爆款内容，或许还有很长的路要走。

热潮再起 人形机器人产业驶入商业化快车道

回望2023年，人形机器人赛道好不热闹，受政策支持、AI技术突破、投资热潮等利好因素共同推动，吸引了众多玩家的入局及加码发力。国内外众多知名企业或已通过投资向人形机器人领域布局；或加入下场研发人形机器人的队列。

2023年12月29日，创立超过11年的优必选（股票代码：9880.HK）正式在香港交易所主板上市。上市仪式现场，由熊猫机器人优悠递上锣锤，优必选董事会主席、执行董事兼行政总裁周剑与优必选全新一代工业版人形机器人Walker S一起上台敲响开市锣，这也是第一次由人形机器人敲锣的上市仪式。

Walker S与优必选董事会主席、执行董事兼行政总裁周剑一起敲锣

人类对于人形机器人的探索与开发，迄今已有半个世纪的历史，从最早只能缓慢静态行走的早稻田大学WABOT，到连续动态行走的本田机器人ASIMO，再到迭代升级中功能不断增强的波士顿动力Atlas，再到近两三年，随着政策的加持、相关技术的发展与成熟，多家行业巨头和创业公司入局，多因素加速推动人形机器人产业的大规模商业应用。目前行走速度最快的人形机器人ARTEMIS的缔造者、美国加州大学洛杉矶分校（UCLA）教授Dennis Hong在2023年7月公开表示：“如果三年前你问我机器人什么时候才能在生活中真正使用起来，我可能会说：‘如果这辈子能看见就不错了’，但今天再问这个问题，我可能就不这么认为了，因为已经解决了AI（人工智能）、机械手等很多关键的问题，所以有一天一定会实现梦想。”

与许多人形机器人研发者类似，周剑从小受到《变形金刚》电影的影响，一直幻想着未来有一天身边充斥着各种各样的机器人。2008年，在人形机器人还是冷门领域的时候，周剑带领团队投入人形机器人研发，并在2012年注册成立了优必选，以此为起点，一路见证并作为典型代表参与了国产人形机器人的跨越式发展。

超11年艰难探索之路

人形机器人是信息制造、材料、能源、生命科学等技术的集大成者，在工业生产、民生服务、国防安全等领域拥有巨大的应用潜力。2000年图灵奖获得者、中国科学院院士、清华大学交叉信息研究院院长姚期智指出，具身通用人工智能（AGI）最理想的身体形式，就是人形机器人。中国科学院院士、清华大学人工智能研究院名誉院长张钹认为，随着基础模型的突破，通用智能机器人是未来的发展方向。

当科技巨头、初创企业涌入人形机器人领域之时，周剑及其带领的优必选团队已经在这条通往人形机器人的道路上走过了11年。经历了创业初期的不断试错，2014年，优必选成功研发并生产Alpha机器人，实现了小型人形机器人的技术验证；2016年，成功研发Walker原型机，完成了大型人形机器人的技术探索；2018年1月，发布第一代Walker机器人，实现了中国双足机器人行走能力的突破；2019年1月，发布第二代Walker机器人，增加了人机交互能力；2021年7月，发布第三代Walker X，实现了更快更稳定的运动能力，更轻更安全的交互，同时AI能力提升，更聪明更亲和；2023年，研发工业版人形机器人Walker S。

截至2023年上半年，招股书显示，优必选全栈式技术拥有1800项机器人及人工智能相关专有技术。人民网研究院近期发布的《人形机器人技术专利分析报告》显示，中国是全球申请人形机器人技术专利最多的国家，累计申请数量已达6618件，已成为人形机器人全球创新“主力军”。以专利申请人维度统计，中国企业优必选是全球范围内持有有效人形机器人技术专利数量最多的企业，有效发明专利位居中国第一、全球第二，以技术申请活跃度分析，近五年年均申请专利数量接近200件，全球领先，多于本田、丰田、波士顿动力等企业。

招股书披露，从2020年至2023年6月30日，优必选总营业收入达28.3亿元，总研发投入近16亿元，平均研发开支占总收入的56.5%。截至2023年上半年，优必选已服务全球50多个国家和地区，拥有900多家企业客户，并已售出超76万台机器人。第三方国际咨询机构沙利文报告称，优必选是全球人形机器人行业的极少数市场参与者之一，并率先实现人形机器人的商业化。

作为优必选早期投资人的比亚迪联合创始人、正轩投资董事长夏佐全，曾评价周剑具备企业家精神和将产品商业化的能力。他指出：“优必选在发展过程中，周剑从国外、清华找最牛的人，把团队组建起来，并且能拢住人心；另外，周剑融资能力超强，用三寸不烂之舌去说服投资人，这也是公司十几年来一路发展起来的原因。”启明创投创始主管合伙人邝子平表示：“从一开始接触，我们就被周剑对于人形机器人行业的热爱以及不畏艰难、持续耕耘的企业家精神打动。”招股书显示，优必选此前已完成多轮融资，获得了包括腾讯、启明创投、鼎晖投资等知名企业及投资机构的青睐。

人形机器人的商业化范本

在产业界的共同努力下，人形机器人已然从科幻想象走进现实世界，而人形机器人如何从实验室产品转化成为兼具商业价值与社会价值的商品，仍是摆在所有从业者面前的一个考验。对此，优必选依托先发优势和中国完善的产业链，率先给出了自己的回答。

与C端消费市场相比，优必选在多番尝试后认识到，B端市场是行业早期发展阶段，人形机器人能够更快实现大规模落地应用的市场。自2019年起，周剑带领团队转变公司业务方向，开拓了人工智能教育、智慧物流、智慧康养、商用服务及消费级机器人等几大业务板块，商业化成果初步显现。招股书显示，人形机器人业务对优必选科技营业收入的贡献在持续增加，2023年首六个月贡献了724万元收入，比上一年同期数据有显著增加。2022年，人形机器人业务贡献了5184万元的收入，同比增长三倍有余，相较于2020年、2021年均有大幅提升。得益于人形机器人较高的技术壁垒，人形机器人相关业务在2022年及2023年首六个月均保持50%以上的毛利率。

目前，优必选聚焦于人形机器人的三大应用场景，包括工业制造、商用服务和家庭陪伴。其中，智能制造将成为人形机器人首个大规模应用的领域，人形机器人将重新定义AI时代的工人，把人从重复性的劳动中解脱出来。2023年，优必选研发了应用于工业领域的人形机器人Walker S，并与多家新能源汽车头部企业合作，分阶段规划人形机器人在制造业场景中的应用。商用服务场景是人形机器人最快应用的市场，优必选首批人形机器人Walker X已落地沙特阿拉伯NEOM新未来城，成为第一代大型人形机器人市民，提供智能化服务。而家庭落地场景则是人形机器人最具潜力的应用市场。

2023年10月20日，《人形机器人创新发展指导意见》（以下简称“意见”）出台，首次以单独文件形式对人形机器人发展做出全面清晰的战略规划部署。意见指出，人形机器人集成人工智能、高端制造、新材料等先进技术，有望成为继计算机、智能手机、新能源汽车后的颠覆性产品，将深刻变革人类生产生活方式，重塑全球产业发展格局。日前国家提出，2024年要推动高质量发展，以科技创新引领现代化产业体系建设，特别是以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能，发展新质生产力。加快推动人工智能发展。由此可以预见，包括人形机器人在内的人工智能领域发展将进一步提速。

除此之外，2023年以来，以ChatGPT为代表的生成式AI、AI大模型浪潮席卷全球，为人形机器人的发展带来了新的市场机遇和发展空间。英伟达创始人、CEO黄仁勋在“ITF World 2023半导体大会”上表示，具身智能是能理解、推理，并与物理世界互动的智能系统，是人工智能的下一个浪潮。据微软研究院的研究，ChatGPT能将人类自然语言转换成机器人的控制代码，有望与人形机器人技术相结合，催生更多可能性。在人形机器人行业迎来拐点的关键时刻，优必选作为一家长跑超过了11年的企业，有望率先冲向黎明，并以其在技术创新、商业化拓展领域的经验为后来者踏平崎岖。 广告

Walker X在迪拜世博会中国馆担任智能导览员

从“汽车大国”到“汽车强国” 中国汽车笃定出发

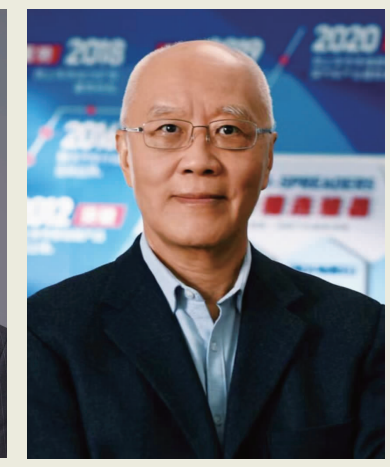
陈士华
中国汽车工业协会副秘书长

柴占祥
中国国际贸易促进委员会汽车行业分会助理会长

许海东
中国汽车工业协会副总工程师

崔东树
全国乘用车市场信息联席会秘书长

方寅亮
麦肯锡全球董事合伙人



李安定
新华社原高级记者

文/陈茂利

“中国成为全球最大汽车出口国”“新能源汽车销量创下历史新高”“价格战从年头打到年尾”“城市NOA加速落地”“华为设立新合资公司”“欧洲启动反补贴调查”“新势力淘汰赛加剧”。

2023年，是充满变化和挑战的一年。据中国汽车工业协会数据统计，2023年，全年汽车总产销量有望突破3000万辆“天花板”，实现同比增长11.7%。2024年，汽车行业将迎来哪些机遇与挑战，产业又将怎样变化？

就此，《中国经营报》记者采访了中国汽车工业协会副秘书长陈士华、中国国际贸易促进委员会汽车行业分会助理会长柴占祥、中国汽车工业协会副总工程师许海东、全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树、麦肯锡全球董事合伙人方寅亮、新华社原高级记者李安定，共同回顾2023年车市并展望2024年中国汽车行业的发展趋势。希冀从这其中找到一条中国汽车笃定向上的“成长之路”。

总产销量突破3000万辆

《中国经营报》：2017年，我国汽车市场产销已经站上了2800万辆关口，此后几年未能有进一步突破。据统计，2023年我国汽车总产销量将突破3000万辆大关，创下历史新高。未来中国汽车发展态势如何？销量还会有哪些变化？

陈士华：从当前国内外汽车市场情形来看，国际市场不确定性因素较多，2024年的重点应该是怎么来促进国内市场的增长，保证国内汽车市场健康发展，实现3%左右的增长。

2024年汽车行业发展在宏观层面有三重利好因素。第一，宏观经济稳定复苏，回升向好。权威机构预测，2024年我国GDP仍将保持稳步增长，可达5%。宏观经济的温和增长将有利于汽车市场的发展。第二，国家宏观产业和消费政策大力支持。宏观政策方面，我国仍然坚定不移地推动智能网联新能源汽车。第三，汽车产业热度不减。围绕汽车行业的技术、人力、资本的集聚效应，给汽车行业发展带来强大动力。

另外，微观层面也存在多重利好因素。汽车从传统的运输工具向第三生活空间的转变，刺激着用户的购买欲，有望推动汽车销量持续上升。

许海东：预计2023年我国汽车总产销量为3000万辆左右，其中乘用车销量为2600万辆左右，商用车销量为400万辆左右，新能源汽车销量为940万辆左右，出口量为480万辆左右。

预计2024年我国汽车产销量为3100万辆左右，其中乘用车销量为2680万辆左右，商用车销量为420万辆左右，新能源汽车销量为1150万辆左右。随着中国经济逐步恢复，预计汽车市场需求将继续保持稳定增长，未来中国汽车市场将进入3000万辆级别的新阶段。

崔东树：2023年全年乘用车零售有望达到2150万辆，同比增长5%，但较2017年峰值仍差220万辆，不过，加上出口的380万辆，加上国内经销商库存因素，2023年乘用车销量预计达到2550万辆。

2024年乘用车总体零售预计为2220万辆，较2023年增长3%。如果出口能继续保持较强增长态势，总体狭义乘用车销量将达到2650万辆，同比增长5%。

李安定：2024年，预计出口和内销都会增长，尤其是随着新的国产轿车的技术水平提高，销量会比2023年增长。不过，价格战造就了一个新的价格台阶，国内轿车价格整体会有所下降。

2024年回归价值创造

《中国经营报》：新能源汽车已经连续多年实现高速增长，2024年是否能继续保持“高增长”，新能源汽车市场将会呈现哪些发展趋势，车市价格战是否还会继续？

崔东树：2024年是新能源汽车市场的大年，年初将出现开门红暴增的局面，所以总体看车市呈现相对乐观的状态，因为预计年初的市场会非常好，在年初能看到较高的增长。新能源乘用车批发预计达到1100万辆，净增量达230万辆，同比增长22%，渗透率达到40%。

新能源出口方面，伴随着中国新能源的规模优势和市场扩张需求，中国制造新能源产品品牌越来越多地走出国门，在海外的认可度持续提升，以及服务网络的不断完善，由此新能源出口市场仍然向好，前景可期。

许海东：因汽车企业明显加大了对电动化领域的研发投入力度，2024年新能源汽车市场还会快速增长。

不过，2024年汽车市场还面临需求收缩、供给冲击和预期转弱三大压力。我们要稳中求进、以进促稳、先立后破，保持政策的连续性和稳定性，凝聚市场信心，提振社会预期。

陈士华：我希望2024年的市场能够更加健康平稳，能够不以价格作为竞争的最重要的手段，而是提高我们企业的产品综合竞争力，提高我们的品牌力。

方寅亮：从主机厂角度来说，价格竞争有存在的合理性，因为很多车企需要构建规模，实现对成本的控制，需要比较高的销量对投资、投放形成支撑。不过，我们还是希望未来市场逐步回归价值创造，因为当前“有量无利”对车企来说也是一种挑战。

2023年，中国车市步入淘汰赛阶段。2024年，怎么把每一款车型做好，怎么实现商业模式、运营模式的重构，通过模式的变化、升级来构建“利润池”和成本竞争力，对重新回归价值创造很重要。

出海要做好全球化布局

《中国经营报》：2010年至2020年，中国汽车出口量始终在100多万辆徘徊。2021年，出口出现爆发式增长，从过去100多万辆激增到201万，随后2022年突破300万关口，达到311.1万，同比增长54.4%，2023年预计出口量将达到多少万辆？这背后意味着什么？

柴占祥：把汽车国际化做好，我们应该坚持长期主义，谋求全球布局，进入一个市场，要先把当地市场了解清楚，把当地的政策、地缘政治风险、制造业和产业链的完善程度、劳动力市场和人力资源状况、自贸协定安排，乃至政局等各方面都了解清楚，在这个基础上，我们应该谋求与目的地国家的产业界、消费者共创共赢，真正实现走进去的愿景。

从某种意义上讲，中国汽车要想高质量地走到世界的前台，就要从日本汽车进入美国的经验教训中获得启迪，日本给我们蹚了路。日本汽车刚开始进入美国市场的时候，一度被认为粗制滥造。实际上，这期间，日本汽车在质量上、排放控制上做了扎扎实实的工作。历史的殷鉴不远，相信中国车企一定能够深刻反思，让我们的国际化进程行稳致远。

许海东：2023年，预计出口量达到480万辆以上，2024年出口量有望达到550万辆左右。中国车企向外发展非常不容易。在汽车标准方面，中国与国际标准并不统一，增加了出口企业的认证成本，国家间的关税壁垒依然较高。

另外，品牌打造可能是最困难的。中国知名品牌在海外的影响力并不大。上汽通过名爵出海，但名爵是上汽收购的欧洲品牌。吉利在欧洲销售极星、沃尔沃等品牌汽车，真正的中国品牌并没有打造出来。打造品牌是一个非常漫长的过程，中国车企必须不断推进。

同时，整车和供应链企业协同出海，产业配套体系发展方面，还缺少政策支持。中国品牌打造和实现高端化突破非常困难，需要政策长期支持。逆全球化思维进一步加剧。阵营划分及贸易保护负面影响不确定性增强。

陈士华：随着自主品牌出海，新能源汽车出口将继续发挥带动作用。本土汽车企业品牌力不断提升，得到了国内外的认可。中国品牌继续国际化发展，新能源汽车出口带动作用明显。车企以直接贸易出口的方式将有所改变，更多的企业会积极在海外进行生产布局。

化解“电动爹”补能焦虑 新能源汽车基础设施“升维”先行

文/陈燕南

随着寒潮天气的来临，电动车主的续航问题以及“补能”焦虑显著放大。在社交媒体上“只剩下30%电量就开始焦虑”“不是在充电就是在找充电桩的路上”“为了省电不敢开暖风，要在车里穿上大棉袄”的讨论不绝于耳。《中国经营报》记者在采访时了解到，不少电动车主一遇到冬天就开始犯难，直言养了一台“电动爹”。

一直以来，续航问题都是电动车主最为关注的话题。近日，某平台发布《2023冬测》测试了严寒情况下的混动车型纯电续航达成率，评测结果引发了众多车企的质疑，种种争议都将续航问题以及里程焦虑再一次聚焦在公众面前。

与此同时，2023年以来，关于基础设施方面的新闻屡上热搜。节假日期间，高速公路上车主为了争抢充电桩而大打出手。2023年夏季，多地的新能源车主则反映“公共充电桩充电涨价太快”“部分地区高峰时段甚至价格翻倍”。

而在这背后，其实是我国新能源汽车快速发展遇到的首要课题——新能源汽车基础设施的建设程度不足。在2023中国汽车充换电生态大会上，中国工程院院士孙逢春表示，目前，我国新能源汽车市场已经进入全面拓展期，新能源汽车推广应用的主要矛盾也从“里程焦虑”向“补能焦虑”转移，充电基础设施网络的服务能力成为行业关注的焦点，构建充换电产业高质量发展格局迫在眉睫。

基础设施利用不均衡等问题仍存

2023年年底以来，我国集中出现了寒潮、雨雪、低温、冰冻等各类冬季灾害性天气。据气象部门介绍，刚刚过去的这一轮寒潮是有完整气象记录以来12月最强的寒潮。

“下雪天气前挡风玻璃容易结冰，雨刷也刷不掉，所以需要开启暖风不停地吹，与此同时，座椅也需要加热，这样一来70%的电量续航只能达到150公里左右。”记者注意到，一位车主在分享自己用车经历的时候直言，在大雪天气下车辆续航会打较大的折扣，所以他认为，在冬季电动车充电是否方便显得尤为重要。

事实上，不仅在冬天，一到节假日期间，高速公路上充电拥挤的情况屡见不鲜。“近年来，新能源车主高速出行面临的充电桩少、充电慢等问题有所缓解，公路服务区充电服务保障能力得到提升。但随着新能源汽车保有量快速增长，服务区充电基础设施数量不足、发展不均衡、统筹利用不充分等问题依然存在。”交通运输部路网监测与应急处置中心出行服务处处长闻静表示。

与此同时，在中国汽车工业协会充换电分会、中国电动汽车充电基础设施促进联盟副秘书仝宗旗看来，广大农村地区仍存在公共充电基础设施建设不足、居住社区充电设施安装共享难、时段性供需矛盾突出等问题，也制约了农村地区新能源汽车消费潜力的释放。与此同时，他还认为，充电平台不互通，充电App功能也尚不完善，这其中包括无法预约、信息显示不准确、占位等问题，都成了电动车主充电难的“痛点”所在。

高效以及差异化补能的诉求愈发强烈

适逢临近春节假期，车主对充电基础设施的发展问题颇为关心。“如果要开新能源汽车跨越1000公里回家，我首先想到的是如何在路上解决快速充电的问题。”有车主表示。

目前高速公路的新能源汽车基础设施建设情况如何？闻静对此表示，高速服务区及公路沿线充电设施建设是新能源汽车远距离出行的保障。截至2023年11月底，全国已建设充电停车位的服务区共计6000余个，占高速公路服务区总数的95%。全国高速公路服务区累计建成充电桩2万个。

闻静还表示，科学谋划、统筹分类推进公路沿线充电基础设施建设改造，加快形成重要节点全覆盖、运行服务良好的公路沿线充电基础设施网络，是推进公路交通网络与能源网络融合发展的重要载体，是切实保障公众放心出行，化解电动汽车车主的“里程焦虑”和“补能焦虑”的“必答题”。

事实上，2023年，充换电成为备受新能源汽车行业关注的细分领域。国家部委和地方政府频频出台相关政策，支持充换电行业的发展。记者注意到，此前，国务院办公厅发布了《关于进一步构建高质量充电基础设施体系的指导意见》（以下简称“《指导意见》”）。

《指导意见》提出，到2030年，基本建成覆盖广泛、规模适度、结构合理、功能完善的高质量充电基础设施体系；建设形成城市面状、公路线状、乡村点状布局的充电网络，大中型以上城市经营性停车场具备规范充电条件的车位比例力争超过城市注册电动汽车比例，农村地区充电服务覆盖率稳步提升；充电基础设施快慢互补、智能开放，充电服务安全可靠、经济便捷，标准规范和市场监管体系基本完善。

“《指导意见》其实就是在慢慢引导行业，第一要往高品质发展，第二是实行差异化服务。这两年新能源汽车的推广应用是非常快速的。相比运营车辆，私家车辆更注重品质、服务。所以充电基础设施的建设越来越分场景了，比如社区充电、目的地充电、公共充电领域，乡村充电领域。事实上，不同车型的充电需求、充电技术、充电模式以及充电场景都完全不一样。”仝宗旗表示。

车企抱团形成充电联盟

记者注意到，面对新能源汽车基础设施不足等问题，越来越多的主体切入到了补能体系的赛道，共同寻求能够缓解车主焦虑的方法。

曾经，“充电5分钟，通话两小时”的广告语在手机行业内掀起了快充热潮，为手机用户解决了“电量焦虑”问题。如今，“充换电5分钟，续航300公里”的口号也正在汽车行业中上演。

此前，小鹏汽车超级补能发布会上，宣布S4充电桩首发上线，并打出了“充电5分钟，续航200公里”的超快充补能概念。在红旗品牌新能源汽车全球战略发布会上，中国一汽则发布了基于FMEs超级架构开发的3款红旗新能源家族产品。据介绍，代号E202的产品是一款B级纯电动SUV，该车装备800V超级快充，充电峰值功率达到600kW，能够实现充电5分钟，续航300公里。

事实上，品牌的补能网络和车主的用车体验息息相关，建设补能体系也被车企摆在了十分重要的战略位置。随着新能源汽车销量快速攀升，各个企业之间也逐渐形成了合纵连横之势。

近日，中国首个豪华汽车品牌的充电服务工作平台组织——中国充电联盟闪充委员会正式成立。该委员会由极星、沃尔沃、路特斯、捷豹路虎四家豪华品牌车企共同组成。在此之前，奔驰宝马宣布在中国共同建设超快充网络。

“换电站模式在目前的推广过程当中仍然面临着很多的挑战：第一，不盈利、投资大。一个换电站在一个区域的投资大概在500万元到1000万元，投资回收期在7到10年，甚至更长。第二，选址难、增容难。一个换电站从选址到运营至少得经历3到6个月的时间。第三，换电站的标准与电池标准不统一，不同的车辆匹配电池不一致，无法互联互通。蔚来汽车为行业提供了很好的解决方案，将同一换电网络多品牌共享化。通过场景的扩展逐步实现换电标准化和规模化，提升边际收益。”蓝谷智慧（北京）能源科技有限公司董事长王水利表示。

此外，王水利还建议，政府应出台政策，鼓励充换电的共享共用，支持充换电服务多车型多品牌，支持利用换电站设施开展充电、储能和智能微网业务，支持和鼓励换电站智能化升级，成为稳定新能源补能网络的新基建。

冲击与重塑 透视中国汽车产业棋局

盘点2023年中国汽车十大关键词

文/尹丽梅 童海华

2023年是中国汽车工业70周年，在这一年中，中国汽车市场可谓跌宕起伏。持续不断的价格战、新能源汽车保持快速增长、自主品牌市占率进一步提升、动力电池原材料碳酸锂价格大幅度回落、中国汽车出口创纪录、欧盟启动反补贴调查、新能源汽车下乡、合资车企进入合资2.0时代，2023年汽车行业热点事件令人目不暇接。

站在新的时间节点上，汽车全产业链正处于嬗变的过程中，如何先立后破，面临考验和压力。

在产业转型升级的大变局下，《中国经营报》记者梳理了2023年中国汽车发展十大关键词，希望将全产业链发展目光聚焦在如何实现加速产业升级、高质量发展上。当下，重塑产业结构、重构生态系统尤为关键，中国汽车产业正在积蓄力量，在短暂的“沉淀”之后，期待它演奏出更为澎湃的华彩乐章。

价格战不断

2023年的汽车市场硝烟弥漫，价格战成为贯穿全年的关键词。2023年，记者在各个行业论坛、采访中反复听到业内人士对行业深陷价格战叫苦不迭。易车总裁刘晓科近期在中国经营报社主办的2023中国汽车产业高质量发展论坛上表示：“我们统计了目前单车的优惠力度，已经达到了2.2万元，并且大概有71%的品牌在2023年采取了降价策略。”

2023年12月以来，车市的价格战仍在持续，已有比亚迪、理想汽车、零跑汽车、小鹏汽车、一汽-大众、智己汽车、起亚等超过20个品牌放出价格优惠活动。

价格战阴云之下，汽车行业利润空间受到挤压。中国汽车工业协会整理的国家统计局数据显示，2023年1—11月，汽车制造业完成营业收入90663.5亿元，同比增长11.2%；利润为4489.8亿元，同比增长仅为2.9%；利润率为5%，与1—10月相比增幅扩大0.1个百分点，与2022年同期相比下降0.7个百分点。

电进油退

汽车领域电进油退的现象已经越来越明显。

根据中国汽车工业协会的统计数据，2022年新能源新车销量占汽车新车总销量的比重尚仅为25.6%，而到了2023年11月，我国新能源汽车产销首次双双突破百万辆，新能源汽车的市场占有率已达到34.5%，这意味着传统燃油车的市场份额受到挤压。

业内人士普遍认为，新能源汽车的渗透率将持续提升。中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟2023年12月27日在媒体沟通会上表示，2024年我国新能源汽车产销规模有望达到1300万辆，增速约40%，全年的渗透率有望接近40%。

眼下，无论是新能源车企还是传统车企抑或是超豪华车企，均在加码对电动车的布局。在电动化转型的浪潮之下，可以预见的是，新能源汽车市场份额的不断扩大将加速产业新一轮洗牌。

自主“向上”

当前的汽车市场竞争不可谓不激烈。近两年，在中国市场上，凭借着在新能源汽车赛道率先抢跑，自主品牌完成了对合资品牌市场份额的反超。

全国乘用车市场信息联席会披露的数据显示，2023年11月，自主品牌零售达到115万辆，同比增长31%。当月自主品牌国内零售份额为55.3%，同比增加1.9个百分点。自主品牌批发市场份额达到59.7%，较2022年同期增加4.6个百分点；2023年1—11月，自主品牌累计市场份额为52%，相比2022年同期增加4.7个百分点。可以看到，2023年以来，自主品牌在进一步挤压合资品牌的市场份额。

2023年中国汽车产业在挑战和压力中“向上生长”。 本报资料室/图

根据全国乘用车市场信息联席会的统计数据，2023年1—11月，在厂商批发销量排行榜TOP 5中，合资车企仅有一汽-大众，其余4家均为自主车企，分别为比亚迪、奇瑞汽车、吉利汽车与长安汽车。而此前，“车市前三”的宝座长期被上汽大众、一汽-大众与上汽通用占据。

出口狂飙

继在2021年开始突破百万辆级平台期后，中国汽车出口在2023年继续一路狂飙。

凭借着在新能源汽车产业链上的优势，2023年一季度，中国汽车出口量已经超越日本，成为世界第一大汽车出口国。中国汽车工业协会披露的最新数据显示，2023年，我国汽车出口超过480万辆，将创单一国家年度出口规模新高。

政策“紧箍咒”

2023年以来，中国生产的电动车在国际市场上受到的掣肘越来越多。近日，法国公布首批有资格享受最高7000欧元补贴的电动汽车车型名单，其中中国制造的几款畅销电动车型均未入围。因为这几款中国产的电动车不满足法国新电动汽车补贴政策的要求，其补贴政策要求将碳积分作为获取补贴资格的条件。

除了法国外，土耳其在2023年3月亦宣布，对自中国进口的纯电动乘用车征收40%的附加关税。2023年10月，欧盟对中国生产的电动汽车亦正式启动反补贴调查。

与此同时，动力电池产业出口迎“紧箍咒”。2023年8月，欧盟新《电池法》正式生效，对电池原材料和制造过程碳排放提出严格要求。短期内，国际碳壁垒会削弱我国动力电池产业竞争力，提高国内动力电池企业、新能源汽车企业国际化发展的合规成本和风险。

价格“跳水”

2022年，由于锂矿价格大幅增长，导致动力电池价格波动较大，不少车企受制于动力电池供应问题而影响了产品的按时交付。并且，动力电池原材料涨价，对不少车企全年利润造成影响。

不过2023年以来，电池级碳酸锂的价格从2022年年底的最高点60万元/吨一路回落至2023年12月26日的10.25万元/吨，下滑幅度超过了80%。

电池级碳酸锂价格的下跌，使得动力电池以及电动车成本有所降低。2023年12月26日，宁德时代（300750.SZ）董秘在互动平台回答投资者提问时表示，随着新增产能逐步释放，锂价相应下行。锂价回归合理水平有利于进一步提升新能源车的市场需求，有助于新能源汽车产业长远发展。

高阶智驾热

自动驾驶是近几年的热点，2023年，入局者逐渐从“军备竞赛”中醒悟过来，呼吁回归商业本质。

多项调查数据显示，对于买车用户或已使用过智能驾驶的用户来讲，智能驾驶的最基本价值主要是驾驶安全、放心、轻松、缓解疲劳，这是目前自动驾驶最朴实、最迫切的需求。

当下，智能驾驶已成为用户购买智能汽车的TOP 3影响因素之一。一位资深业内人士对记者表示，大众越来越接受智能化，对于高级辅助驾驶的接受度、认可度已越来越高。与此同时，记者注意到，2023年智能驾驶市场一个显著的现象是，“内卷”已传导至智能驾驶领域。

新能源车下沉

随着城市汽车消费市场趋向饱和，国家正在推动低线级市场以及农村市场成为新能源汽车的增量市场。据记者不完全统计，目前已有河南、安徽、广西、广东、云南、浙江、山东、天津等多个省市和地区正在积极推进新能源汽车下乡活动。

中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉对记者表示，推动新能源汽车下乡，必须要加快推进充电基础设施建设，这是新能源汽车向乡村市场下沉的关键。与此同时，要推进新能源汽车下乡，还要从汽车产品的供应端发力，生产、投放更适合于农村以及五线城市汽车市场需求的产品。

产能过剩

2023年以来，动力电池产能过剩问题不时成为舆论关注的焦点，包括长安汽车董事长、党委书记朱华荣，蜂巢能源董事长杨红新，亿纬锂能董事长刘金成等资深业内人士均在公开场合对动力电池产能过剩问题表示担忧。

“预计到2025年，中国需求的动力电池产能约为1000GWh—1200GGWh，目前行业的产能已经达到4800GWh，产能出现严重的过剩。”此前，在2023年中国汽车重庆论坛上，朱华荣表示，动力电池从过去“少”电、“缺”电、“贵”电，到2023年迅速转换为产能过剩，产业必将回归到理性状态。

高工产业研究院（GGII）在最新披露的报告中指出，从产能利用率看，2024年国内动力电池市场有效产能（不含未开工及未通过下游验证的无效产能）利用率将低于60%，储能电池市场有效产能利用率将不足50%。多数新进企业新释放的产能成无效或低效产能。

合资2.0时代

如果要论在2023年车市中谁最焦灼，合资车企的身影将会伴随这一问题而出现。

“2023年的汽车市场竞争压力很大，合资车企的感受更加强烈。”一汽丰田汽车销售有限公司企划部部长赵东近期对记者表示，面对新能源的快速发展，传统燃油车受到不小的冲击，合资车企正面临着汽车大变局的挑战。

压力之下，一些合资车企急迫地想要寻求变革之路。记者注意到，在合资车企中，广汽丰田、东风有限、东风本田等正在构建新合资体系，从过往单向输出“拿来主义”的合资1.0时代，迭代到双向赋能“融合共创”的合资2.0时代，强调“在中国、为中国”的本土化运营思路。这样的举措可以帮助合资车企优化决策效率低下以及市场响应慢等“老大难”问题。

电动汽车百人会张永伟：下一代汽车产品或由中国市场定义

文/陈茂利

“2023年我国汽车整体销量有望突破3000万辆”“新能源汽车市场仍会保持高速增长”“汽车产业竞争将更加激烈”。

2023年12月27日，中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟在接受包括《中国经营报》媒体记者采访时分享了自己对2023年车市的判断以及对2024年车市的预期。

张永伟强调，2024年是很关键的一年，下一代汽车产品将由中国市场来定义。“汽车行业很多新技术会在中国市场率先应用，目前已经有这样的趋势；新车型会率先在中国投放。过去都是别人的车卖了几年之后到中国投放，别人的技术在西方国家验证之后才能推到中国市场。现在上述两个率先就是风向标，也就是汽车的定义策源地更多是在中国。未来两年，中国不仅仅会保持销量领先，在技术和规则定义上也能保持领先。”

新能源市场仍会保持高速增长

《中国经营报》：2023年，汽车总销量有望突破3000万辆大关，创下历史新高。对于2024年车市你有怎样的判断？

张永伟：2024年车市发展会有一些新的特点，大概有十个方面：第一，2024年，中国新能源汽车行业在全球中的地位将进一步提升，在国家经济社会发展中的作用也将进一步巩固。第二，产业竞争格局进入深度重塑期。2024年行业洗牌会加速，一部分企业有了成长的机会，而对一些企业来说日子会更加难过，这就是市场。第三，企业发展环境将会呈现更加内卷的特征。第四，产业发展以存量结构调整优化为主。第五，新能源汽车市场仍会保持高速增长。第六，新能源汽车国际化将成为一大亮点。第七，商用车新能源化、智能化将同步加速转型。第八，电池、芯片、操作系统等标志性技术有望进一步突破。第九，智能驾驶应用路线逐步清晰。第十，汽车与ICT、能源与产业融合速度加快。

《中国经营报》：新能源汽车已经连续多年实现高速增长，对于2024年，你的判断是仍会继续保持“高增长”，你判断的依据是什么？

张永伟：2024年，新能源汽车市场仍会保持高速增长。2023年新能源汽车的产销规模，包括我们卖出去的车蹦一蹦能够到1000万辆，我们觉得挺不容易的。按照新能源汽车增速30%—40%来算，2024年到1300万辆是不是有可能？当然有的机构说1100万辆，这是不是保守了一点儿。

我们从不同的车型来看，最上量的细分市场是10万—15万元的车，这是我们新能源汽车2024年发展的重点。此前，市场是“哑铃型”，10万元以下、30万元以上的新能源车卖得快，但是这两个市场不是我们的主力市场，过去几年，10万—15万元的细分市场都是以油车为主，这个是市场主力，这两年电动化开始向这个领域进军。再加上多元路线开始崛起，过去主要靠纯电，这两年PHEV（包括增程）开始崛起，市场结构更加合理，有纯电发挥优势的领域，也有PHEV发挥优势的领域。

此外，新能源汽车市场还面临有利的因素，国家会继续为新能源汽车发展给予政策支持，为新能源汽车使用创造更好的环境，特别是充电设施会加快建设。

所以从有利因素+市场来讲，我们觉得1300万辆还是值得期待的，这样渗透率全年下来就接近40%。

《中国经营报》：为了新能源汽车的普及，国家会进一步加快充电基础设施布局，2024年，对于超充桩和换电站，你有怎样的判断？

张永伟：过去，汽车行业不太关注超充，再早，我们都不关注充电，只关注生产，只负责把车造出来，产业的发展跟充电的基础设施发展不匹配，充电相对来说是滞后的，现在看来要同步，用传统的技术不行，解决不了汽车使用的主要矛盾，要快速补能、支持长里程的行驶，靠慢充解决不了快速补能的需求，也解决不了上高速长距离出城的问题。如果这两个问题不解决，新能源汽车的普及就会受到制约。

现在超充技术的出现对解决新能源汽车的使用矛盾是一个重大的贡献，所以超充网络的建设，特别是围绕着高速、城市的公共领域（建设），将进入井喷阶段。

解决好共享的问题、服务更多的用户，对换电行业来讲非常关键，要让它变成一个更加开放、更加服务于多元用户的网络，不光有应用场景，还一定要解决开放，这样才能把成本降下来，这就需要模式的创新。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟。 本报资料室/图

2024年车市将更加内卷

《中国经营报》：2023年车市非常卷，很多车企“增收不增利”，为什么不挣钱很多车还降价？

张永伟：没有技术升级能力的企业长期不赚钱，这是很不好的信号，但是有核心技术支撑的企业，现在不赚钱，将来就有赚钱的可能，核心是企业本身的底子怎么样、底层的东西是什么。当前，汽车行业的底层逻辑应该从创新、技术、研发突破开始，只要有这个底层逻辑，就不怕降价。

《中国经营报》：2023年，新能源汽车电池主要原材料碳酸锂价格大幅下调，这是否意味着2024年新能源汽车有进一步降价的空间？

张永伟：电池大概占整车成本的40%，过去电池主要原材料磷酸铁锂、碳酸锂太贵了，最高时60万元/吨，从5万元/吨涨到60万元/吨才用了不到8个月的时间，这样就加大了电池成本，电池企业又将成本分摊到单车。现在碳酸锂价格大幅回落，电池价格应该回归理性，所以汽车的电动化是可控的，不可控的是智能化成本，摄像头、雷达、芯片、软件这一堆“上车”的成本是不可控的、是要往上加的。一款车智能驾驶到L2水平时，单车光芯片的用量就得在300颗以上，在这种情况下，单车降成本压力巨大。

但是市场希望你降价，加上投放的新车太多了，大家都降价，当然不排除有些车企某款车涨价。且“新入局者”进入一个市场、投放一款车型，一定有比较缜密的价格策略，基于上述背景，我判断2024年价格战仍然会很激烈。

《中国经营报》：很多企业预判，2024年车市会更加内卷，你也提到，2024年，企业发展环境将更加内卷，是怎么个卷法，跟2023年车市内卷有什么不同？

张永伟：从竞争环境来看，汽车行业特别是新能源汽车行业，2024年、2025年发展环境将呈现更加内卷的特征。我们把它叫“内卷2.0”，不是不卷了，是进入了新的内卷模式。

未来，产品迭代的速度会加快，过去一辆车卖10年，现在一辆车能卖2年算是很好的了，单车销售规模已经不再是企业重要的目标，企业的目标变成了推新的速度，4年一款新车这是燃油车时代，现在进入了类似芯片行业的“摩尔时代”，12—18个月必须推出新的汽车产品，拼的是创新的速度。于企业来讲，创新的频度必须跟得上。这种卷不仅仅停留在商业层面的内卷，就是看谁会卖车、谁降价，这是商业操作层面的，而未来的内卷是在竞争力层面的卷，看谁更能创新、高频创新，这是汽车“摩尔时代”很重要的特征。

另外，市场也在变化，中国的市场将更加多元化和个性化，这种多元化、个性化是一把双刃剑，消费者更加喜新厌旧，你推出新产品，他可能就忘掉旧产品，对很多企业来讲，必须缩短汽车产品的生命周期，必须去满足新的需求。反过来讲，谁能够有这种快节奏，以快来打快，这些车企就是领先的企业。

行业格局重塑 互联网巨头加速入场

造车新势力混战2023

文/夏治斌 石英婧

“几家欢喜几家愁”或是当下造车新势力行业的真实写照。经过多轮淘汰赛，有些新造车企业仍活跃在舞台上，有些新造车企业则黯然离场。

《中国经营报》记者注意到，作为近几年最为火热的赛道之一，新能源汽车行业上演着魔幻与现实。尤其在2023年，造车新势力行业整体的竞争格局更是发生巨变。

回望2023年，“蔚小理”（蔚来、小鹏、理想）作为昔日造车新势力三大头部玩家，面临行业巨变，“三足鼎立”格局重塑。拜腾、天际、奇点等造车新势力则淡出舞台。

即便行业竞争日趋白热化，“华小魅”（华为、小米、魅族）等企业仍在加速竞逐智能电动汽车赛道，但如何在劲敌环伺下“走出来”并“走上去”，成为各家企业的新课题。

汽车行业分析师任万付告诉记者，从2023年的情况来看，造车新势力的发展呈两极分化趋势，2024年这个趋势将会更明显，个别车企面临被淘汰的危机。“华为、小米、魅族等手机厂商的加入，会使得汽车行业‘卷’得更厉害。与‘蔚小理’等不同的是，手机厂商自带流量，在软件层面更具优势，但能不能将优势转化为胜势，还需要时间来验证。”

2023年，造车新势力迎来洗牌，代表企业积极谋变。在2023年NIO Day上，蔚来发布了第四代换电站。 本报资料室/图

“蔚小理”格局生变

2020年6月6日，小鹏汽车董事长何小鹏在个人微博上晒出与蔚来董事长兼CEO李斌、理想汽车董事长兼CEO李想的合照。何小鹏还在上述微博中自嘲，称三人在忆苦思变。

彼时的“蔚小理”仍保持着齐头并进的节奏，蔚来仍是三家中的“带头大哥”。3年多之后，理想汽车因押对增程式汽车迅速崛起，在销量上更是与蔚来和小鹏拉开了巨大的差距。

数据显示，2023年1-11月，蔚来交付新车142026辆。截至2023年11月末，小鹏汽车2023年的累计交付量为121486辆。而理想汽车则在2023年前11个月交付325677辆。

2023年第三季度财报显示，理想汽车营收346.8亿元，净利润为28.1亿元；蔚来汽车营收190.7亿元，小鹏汽车营收85.3亿元，且蔚来汽车和小鹏汽车净利润尚未摆脱亏损。

在NIO Day 2023的媒体采访中，李斌也坦言，蔚来今年的发展没有实现公司既定的目标，与外界的期许存在一定差距。“这里面既有外部大环境的原因，也有公司自身的原因。”

“我们不能自欺欺人，要面对现实。但也不要妄自菲薄，要客观地认识自己的优缺点，要知道我们需要改进的地方，以及我们的优势在哪里，不能被别人带歪了节奏。”李斌表示，“我们要坚持自己的初心，想清楚的地方就要坚决地去做，有问题的地方就要坚决地改进。”

除了“蔚小理”三足鼎立的格局被重塑外，整个行业也发生着巨变，威马、爱驰、拜腾等多家企业难以从经营泥沼中抽身出来。以威马为例，2023年9月8日，APOLLO出行发布公告称，相关各方已同意终止收购威马协议，因此收购事项及配售事项将不会进行。公告提及终止收购的原因包括金融市场氛围持续不确定以及疫情后短期经济复苏缓慢等商业因素。

2023年10月10日，威马发布《告知函》，“近年来，因受疫情影响，资本市场不景气、原材料价格大幅波动及获取经营发展资金受挫等客观原因影响，威马陷入了经营困境。”因此，威马申请预重整并获得上海市第三中级人民法院的受理。

行业淘汰赛加剧的同时，位居第二梯队的造车新势力和国内车企巨头孵化的“创二代”也趁势追击，譬如零跑、哪吒、岚图、智己、阿维塔、极氪等车企之间的竞争也日趋白热化。

沃达福数字汽车国际合作研究中心主任张翔告诉记者，中国的汽车产业处于转型升级的重要阶段，取得了很多举世瞩目的成绩。“但在亮眼的成绩背后，我们汽车行业的集中度还不高。造车新势力行业正在洗牌，优胜劣汰，这也是产业进化的一个过程。

“华小魅”流量担当

“我们深知汽车工业之复杂，我们深知开拓之不易，向中国新能源汽车先行者致敬。”2023年12月27日，小米创办人、董事长兼CEO雷军通过个人微博如是发文道：“诚挚向比亚迪、蔚来、小鹏、理想、华为和宁德时代等公司致敬。”

雷军还发布多条微博，艾特上述公司的官微。小米汽车还在北京、上海、深圳等地的地标建筑上，通过灯光秀向上述车企打出致敬的口号。李斌、何小鹏也纷纷在微博上予以回应。

李斌称：“想起2013年1月的一个深夜，第一次跟雷总谈到要造车，今天雷总自己亲自下场造的车要跟大家见面了，热烈祝贺！一起加电，为用户带来更好的智能电动汽车产品！”

在宣布造车1000天后，雷军官宣2023年12月28日举办小米汽车技术发布会。雷军表示：“造车，百年赛道无捷径。坚持正向开发，从底层核心技术开始，十倍投入，造一辆好车。”

雷军还表示：“智能电动汽车的发展趋势，就是汽车工业与消费电子工业、智能生态的融合，而小米汽车将全面重新定义汽车工业的技术栈，这将是汽车工业技术范畴的一次重大跨越。这次技术发布会将是小米创办13年，技术积累的集大成展示。”

雷军和小米汽车的上述操作在汽车圈引起广泛的关注，使得外界对小米造车有了更高的期待值。实际上，除了小米直接下场造车外，华为和魅族也通过各种方式深度布局汽车行业。

就在小米技术发布会举办的前两天，“鸿蒙智行”首款豪华旗舰SUV问界M9上市，同样吸引了外界的广泛关注。华为常务董事、终端业务CEO、智能汽车解决方案BU董事长余承东在发布会上表示，问界M9的预订已经达到5.4万辆，将于2024年2月26日批量交付。

回顾2023年，华为在汽车行业进行了多维度的布局。比如华为智能汽车业务开放股权合作，并向多家车企发出合作邀请。除了华为、小米外，星纪魅族集团也在2023年宣布，将在2024年一季度启动DreamCar共创计划，为魅友们打造一款专属的MEIZU DreamCar MX。

在张翔看来，“华小魅”通过各种方式入局造车行业，会给行业注入新鲜的血液。“汽车行业本就十分‘内卷’，这三家都有着自己的生态系统，把这个系统优势嫁接到汽车上，将会是它们非常大的机会点。此外，它们的手机业务的群体规模都不小，它们线下有很多手机的销售中心，有很大的流量优势，也可以转移到汽车营销上，将用户体验做到极致。”

行业洗牌或加剧

回望2023年的车市，“内卷”可谓是当之无愧的高频词。2023年，为了提振自家的销量，各家车企纷纷开启“内卷”模式，价格“内卷”、技术“内卷”都很常见。

湘财证券研报指出，2023年前十大车企市场份额明显提升，市场趋于集中，激烈竞争中车企大洗牌在所难免。“部分传统车企在电动化转型道路上展现出坚定决心，传统车企实力雄厚，具有精打细算的成本管控能力，产品实用质优价廉适应大众市场，更有可能在激烈竞争中生存。造车新势力车型定位偏向个性化，有其特定客群，但是造车新势力不具有自我造血能力，依赖外部融资、烧钱拼市场难以为继，经受不住风浪，如今面临巨大挑战。”

如何在竞争对手林立的市场背景下，始终能够占得一席之地，成为造车新势力们共同面对的难题。任万付表示：“2024年造车新势力也将‘卷’得更厉害，同时两极分化更严重。”

岚图汽车CEO卢放也表示，2024年还会“卷”倒一批企业。在卢放看来，这种“卷”是市场上优胜劣汰的必然，2024年会更加残酷，所有的新能源汽车车企都要严阵以待。

张翔告诉记者，车企只有抢占技术制高点，其产品才能具备在市场上热销的基础。“比如像自动驾驶技术，若是哪家能够率先攻克，那么它家的产品肯定在市场上供不应求。”

记者注意到，面向行业长期存在的竞争，造车新势力也在多维度拓宽“护城河”，夯实自身优势。以蔚来为例，在NIO Day 2023上，蔚来发布四项核心技术，分别是自研智能驾驶芯片、自研全域900V高压架构、天行智能底盘系统、旗舰级安全标准。

以天行智能底盘系统为例，基于高性能、高安全、高智能三大基因，并为智能驾驶提前布局，蔚来首次将线控转向、后轮转向和全主动悬架三大核心硬件系统集成在一起，打造“SkyRide天行智能底盘系统”，这是目前全球唯一全线控智能底盘系统。

“铁打的营盘，流水的兵”。火热的新能源汽车赛道从不缺乏入局者，任万付告诉记者：“对于造车新势力来说，需要不断创新，引领行业发展方向，才能在未来的竞争中站稳脚跟。”

掘金细分市场蓝海 车企竞速小众赛道

文/方超 石英婧

2023年，“价格战”贯穿全年、车市竞争愈发激烈，寻求突围的车企正涌入MPV等传统小众赛道。

“我们正在规划MPV项目，”蔚来创始人、董事长、CEO李斌近日表示，“MPV是一个正在增长的市场，我们认为有很大的用户需求。”其同时透露：“在这个阶段，我们正在征求建议，以确保项目的成功。”

《中国经营报》记者注意到，在热度持续攀升的MPV赛道，蔚来仅是最新入局者之一，2022年特别是2023年下半年以来，沃尔沃EM90、理想MEGA、小鹏X9、上汽大通MAXUS大家7等密集亮相或上市。

而在MPV之外，车企也在竞相加码越野车赛道，2023年下半年以来，东风猛士917、捷途旅行者、方程豹豹5等越野车型先后上市，在汽车行业掀起一阵越野潮流。

“车企拓展MPV、越野车等细分领域，是谋求在稳住原有目标客户的基础上，开拓新客户发掘新市场”，中国汽车流通协会专家委员会委员颜景辉在接受记者采访时强调，目前车企最需要关注的地方，仍是提升产品竞争力。

新产品密集亮相

短短一年时间，多款产品密集亮相或正式上市，让MPV这个曾被不少车企所“忽视”的小众车型，收获外界极大关注。

将时间拉回2023年11月17日，彼时，2023广州车展正式拉开帷幕。作为2023年国内最后一场A级车展，2023广州车展展车总数为1132辆，包括全球首发车59辆、概念车20辆、新能源汽车469辆，而在诸多重磅新车中，MPV这一小众车型却成为外界关注焦点。

记者曾在2023广州车展现场注意到，不少车企携旗下MPV产品亮相展台，沃尔沃EM90、理想MEGA、小鹏X9等皆是各自车企旗下首款高端纯电MPV。而在2023广州车展中，江淮瑞风RF8开启预售，上汽大通MAXUS大家7也迎来正式上市。

如将时间线进一步拉长，2022年8月，腾势D9上市，几个月后的11月1日，极氪首款纯电MPV 009正式上市，而2023年10月，魏牌MPV品类首款产品魏牌高山上市。

在传统车企与新势力竞相入局的背后，MPV这一市场为何热度居高不下？

记者梳理相关资料发现，相比轿车、SUV等热门产品，MPV市场规模一直较小，其在中国市场的最高销量年份为2016年，达到236.05万辆，此后销量不断下滑，直至近年才有所好转，2022年销量94.23万辆，而在2023年1-11月，MPV销量为99.3万辆。

国泰君安研报认为：“国内MPV市场经历调整期之后，总量逐步趋于稳定，未来伴随经济回暖，同时消费者需求越来越多元化，市场总量有望迎来稳定增长时期。”

不仅如此，在行业人士看来，车企入局MPV市场，与开拓新市场、多孩家庭需求等因素密不可分。如在多孩家庭需求方面，颜景辉就直言：“目前二孩家庭较为普遍，七座布局的MPV，基本能够满足七口之家日常出行需求”。

记者注意到，除了热度不减的MPV外，自2023年以来，越野车赛道也涌入诸多车企，除了长城坦克系列、北汽BJ系列外，捷途旅行者、方程豹豹5、全新一代福特游骑侠Ranger也在2023年下半年迎来上市。

智研咨询数据显示，2022年中国硬派越野车产量为23.17万辆，同比增长17%，需求量为21.02万辆，同比增长25.8%。智研咨询认为，我国居民收入水平的提升及城市越野爱好者群体的发展，成为推动硬派越野车市场增长的新因素。

记者不完全统计，仅2023年，在MPV、越野车这两个细分领域中，就有二十多款新车亮相或正式上市，既包括传统车企推出的换代产品，也不乏新势力推出的新车型。

借道新能源发力蓝海市场

争相入局MPV、越野车等细分领域的背后，车企正借道新能源、加速掘金新蓝海市场。

“在过去以商用需求为主导的MPV市场中，新能源渗透率较低，主要在于早期新能源MPV使用场景受限、缺少优质供给，叠加里程焦虑和续航焦虑明显，市场需求空间有限。”国泰君安研报认为。

记者注意到，在2023年11月的MPV车型销量排行榜中，腾势D9排名第一，销量为10446辆，而别克GL8、传祺M8、赛那、传祺M6、岚图梦想家等紧随其后。其中，腾势D9、岚图梦想家皆为新能源MPV产品。

瞄准新能源MPV市场机遇的不仅仅有新势力，别克等传统MPV市场领头羊，当下也在加速新能源转型步伐。

“尽管竞品很多，但是整个GL8，特别是在2023年的MPV细分市场里，一直是TOP 1。别克世纪，从2022年12月开始交车，到目前差不多一年时间，一直占据在50万以上国内高端MPV的榜首。”上汽通用汽车别克市场营销部部长姚芾在2023广州车展期间曾如此表示。

纯电MPV产品层出不穷、MPV市场新能源渗透率提升，在此情形下，别克显然不愿“落后”于市场。

姚芾此前直言：“面对整个市场的变化，其实我们也非常重视别克GL8产品的电动化升级。所以我们也在进一步规划，以丰富和提升整个别克MPV产品的型谱布局，并加快这些产品的上市速度。”

不仅仅是加速新能源转型步伐，在进入MPV、越野车赛道之时，全力冲击高端市场，也成为不少车企的目标。

如2023年10月12日，2024款新岚图梦想家正式上市，官方售价区间为33.99万元-46.99万元，而理想汽车首款纯电MPV MEGA在2023广州车展开启预订，售价60万元以内，小鹏X9在预售阶段的价格为38.8万元。

而在行业人士看来，与自主车企此前集中在中低端MPV市场不同，目前新势力推出的MPV产品，定位于高端市场，且销量表现较好，以起售价达33.99万元的岚图梦想家为例，其在2023年11月的销量为3918辆，位居行业第6。

德邦证券研报认为，2022年下半年以来，众多造车新势力推出高端新能源MPV计划，自主品牌推出的高端新能源MPV旗舰车型价格区间集中在30万元-60万元，车内空间表现与舒适性普遍较好，智能化配置丰富，功能多样化，能够精准满足MPV市场家用需求。

“更多MPV新产品的上市将进一步扩张这个市场。相较轿车、SUV市场，高端MPV竞争更小，市场格局尚未完全稳定，存在差异化定位与定价的可能性，新的蓝海正在迅速形成。”申港证券研报认为。

“我们选择在中国市场首发上市沃尔沃EM90，首先是因为中国市场是一个非常庞大，也是非常好的市场，特别是高端MPV这个细分领域。”2023年11月，沃尔沃汽车首款纯电豪华MPV EM90全球首秀之时，沃尔沃汽车总裁兼首席执行官骆文襟（Jim Rowan）亦如此表示。

海外市场或成突破口

除了瞄准国内市场出现的新机遇外，不少车企还在谋求进一步开拓海外市场。

公开信息显示，2023年8月，岚图梦想家获得欧盟整车型式认证（EWVTA）；10月26日，岚图品牌在丹麦发布，位于哥本哈根的岚图展厅正式开业，岚图梦想家首度登陆欧洲并开启销售。

“特别是欧洲市场，之前已经提到岚图在挪威、丹麦、荷兰、芬兰等国家的布局。接下来，岚图将迅速拓展到其他欧洲传统汽车强国的市场。这些国家已经派出了团队前往中国，寻找新能源汽车和合作伙伴，显示出了他们对于帮助岚图开拓欧洲市场的强烈意愿。”岚图汽车CEO卢放近日如此表示。

不仅仅是岚图汽车，海外销量累计突破30万辆的上汽大通，其旗下的多款MPV产品，在海外市场关注度也颇高。

来自上汽大通方面的信息显示，2023年1-10月，其在东盟地区累计批售量创新高，成交逾2300辆，仅在泰国，大家9上市首年已突破1500辆大关，同时进入新加坡、马来西亚等市场，成为首款投放当地市场的专用电动豪华MPV。

不仅如此，上汽大通相关负责人在2023广州车展期间还透露，“在中国香港，大家9是当地第一款电动七座MPV，在进入香港市场不到三个月的时间，销量便突破500辆，在当地新车注册排行榜上排名首位。”

而在越野车领域，以皮卡为例，上汽大通方面表示，2022年其皮卡出口量占整体中国皮卡出口量的28.4%，位居市场第一，成为中国皮卡出海的头部品牌。据了解，目前，上汽大通皮卡产品已畅销全球六大洲，海外累计销量突破13万辆。

在业内看来，2023年1-11月份，中国汽车出口量达到了441.2万辆,同比增长58.4% ，2023年将超越日本成为全球第一大汽车出口国。在这其中，MPV、越野车等细分领域产品亦占据一定比例。而在全球新能源渗透率持续提升背景下，具备智能化等优势的中国车企MPV等产品出口量，或将迎来新增长。

“汽车出口持续景气，助力硬派越野市场销量增长，”太平洋证券研报此前就认为，“伴随国外越野及露营文化兴起，叠加国内企业产品性价比优势，硬派越野车出口有望持续增长。”

解码中国创新药闯关FDA样本

文/晏国文

“中国企业如果一直做仿制药，那就只能跟随在外国企业后面，永远无法实现超越。做创新药以及走国际化道路，需要有敏锐的眼光、长期的坚持，还需要一份情怀。”2023年12月13日，亿帆医药（002019.SZ）副总裁、亿一生物总裁和首席医学官李锡明博士在接受《中国经营报》记者采访时指出。

2023年下半年，中国创新药行业异常火热，一扫年初多款创新药出海失利给行业带来的阴霾。国产创新药出海提速，君实生物（688180.SH）的特瑞普利单抗、和黄医药（0013.HK）的呋喹替尼和亿帆医药控股子公司亿一生物的艾贝格司亭α注射液（中文商品名：亿立舒）等成功闯关，陆续获得美国食品药品监管局（FDA）批准上市。

李锡明介绍：“2023年年初，国内部分创新药企业闯关FDA失利，导致行业情绪比较悲观。年中，也有多家企业此前对外授权的产品遭遇‘退货’。下半年，多款国产创新药在美国获批，行业信心又开始逐步恢复。”

“现在，中国医药企业已经具备出海的能力和实力。但是，产品获得批件只是国际化的第一步，接下来关键看产品的商业化。中国创新药出海是大势所趋，但是也得做好思想准备——中国创新药的国际化征途不会一帆风顺，要始终抱着学习的态度，及时调整政策和适应新变化。”李锡明说。

“十几年磨一剑”

“2016年，亿帆医药收购了健能隆（亿一生物前身），主要是奔亿立舒和F-652来的，到2023年已经8年多了。在收购之前，亿帆医药就已经跟进了2年。这合计已经接近10年。另外在被收购之前，健能隆也已经深耕了多年。这款创新药的研发可谓十几年磨一剑。”谈起艾贝格司亭α注射液的研发之路，李锡明感叹真不容易。“同时，这也从一个方面反映亿帆医药做创新药、走国际化道路的决心。”

2021年3月30日，亿一生物就艾贝格司亭α注射液向FDA提交生物制品许可申请，并于2021年5月27日收到FDA的受理函。

2022年2月23日，亿一生物收到国家药品监督管理局签发的艾贝格司亭α注射液境内生产药品注册上市许可申请《受理通知书》。

艾贝格司亭α注射液的新药注册申请，不可避免地受到疫情防控的影响。2022年3月31日，亿一生物收到FDA的邮件通知，因旅行限制，FDA将推迟艾贝格司亭α注射液上市申请批复，直到现场检查完成。

2023年5月9日，亿帆医药控股子公司亿一生物的艾贝格司亭α注射液在中国获批上市。适应证为，成年非髓性恶性肿瘤患者在接受容易引起发热性中性粒细胞减少症的骨髓抑制性抗癌药物治疗时，降低以发热性中性粒细胞减少症为表现的感染发生率。

11月17日，艾贝格司亭α注射液获得FDA批准上市。另外，该药还在欧洲申报上市。

据亿帆医药公告，艾贝格司亭α注射液是目前全球G-CSF治疗药品中既与长效原研产品也与短效原研产品进行了头对头临床研究对比，达到预设目标并实现中国、美国、欧洲同步申报上市且已在中国、美国通过批准的新型长效升白药。

在国内，亿一生物与正大天晴及其子公司签订了商业化合作协议。在美国，亿帆医药相关子公司与美国ACROTECH公司签订独家许可协议，由后者在美国进行商业化。

李锡明向记者介绍，由于提前做足了铺垫工作，亿立舒在国内的商业化进展很快。“2023年5月9日，亿立舒获得国家药品监督管理局批准上市；6月15日，获得北京市药品监督管理局GMP生产许可。亿一生物、正大天晴等多方都已经提前做好了很多前期铺垫的工作。不到一个星期，6月21日，亿立舒就实现首次发货。在发货当天，全国就开出十几张亿立舒处方。”

2023年11月17日，亿帆医药艾贝格司亭α注射液获得美国FDA批准上市。 视觉中国/图

在获得FDA批准上市之后，艾贝格司亭α注射液何时能在美国市场开启商业化之路？这成为众多投资者关心的热门问题。12月底，亿帆医药官方在互动易平台回复投资者：“亿一生物正积极与合作伙伴制定美国具体销售计划，包括产品定价、与保险公司进行价格谈判等。”

李锡明向记者介绍，艾贝格司亭α注射液在美国的销售与国内的销售有所不同。首先需要在中国生产原液，原液运输到美国后，由当地CDMO（合同研发生产组织）生产制剂。由于当地CDMO需要排产，预计艾贝格司亭α注射液2024年年中在美国开启销售。

2023年12月27日，亿帆医药披露，艾贝格司亭α注射液成功被纳入NCCN（美国国立综合癌症网络）指南。艾贝格司亭α注射液进入NCCN指南将有利于通过美国商业保险和政府医疗保险报销，也有利于在中国更快地纳入相关治疗指南。

李锡明向记者介绍，亿帆医药还将对艾贝格司亭α注射液进行开发。“其实，亿立舒这个产品还有更多的优点。下一步，我们将从七八个方面来进一步开发。目前，重点开发的是当天给药，而国内同类产品是在化疗结束48小时之后才能给药。当天给药可以为患者节省医疗费用，提高患者依从性，提高医院病床周转率，减少医保支出。未来，公司还将开发艾贝格司亭α注射液新的适应证。”

选择适合路径

据东吴证券研报，自2020年以来，国产新药出海呈现爆发式发展。截至2023年12月24日，国产创新药出海共75项，总交易金额达390亿美元，创历史新高。其中，总金额超过5亿美元的海外授权已经多达25项。

“国内创新药对外授权的浪潮，第一波主要是PD-1/L1（细胞程序性死亡受/配体1），第二波主要是BTK，第三波主要是ADC，这些大多属于Me-too或者快速跟进产品。下一步需要有真正中国原创的东西。开发原创新药，应该是中国创新药企业的下一个目标或下一轮趋势。但是，不一定所有中国企业都愿意走这条路，毕竟风险很大。”李锡明说，“做第一个吃螃蟹的人很难，尤其是研发针对FDA还没有批的靶点。现在我们临床上在做的F-652就属于全新的靶点，FDA都没有批过任何针对此靶点的新药。在这个漫长的开发过程中，这个靶点是否管用，对哪个适应证管用，大家都还在摸索。”

国内创新药企业出海主要有自主出海、“借船出海”与联合出海三种模式。较多企业选择后两种模式，即在不同市场选择不同的本地合作伙伴，由本地合作伙伴对产品进行商业化。

在自主出海模式下，企业拥有更高的自主权，但是本地化难度较大。“借船出海”与联合出海模式相对灵活，企业借助本土化商业公司销售产品，双方共同分享收益。

李锡明认为，国产创新药走向国际市场，第一，要做好供应链，要把成本控制到最低。第二，需要考虑具体怎么做，是全打包让一家本土公司来负责，还是自己雇佣管理团队，或者完全自己组建销售队伍。

“对于中国企业的创新药到国际市场商业化，不同的公司应该根据实际情况，采用最适合自身的策略。我们采取的方式是外包，即选择当地强有力的合作伙伴进行产品的商业化，同时雇佣顾问来帮助和指导我们管理合作伙伴。这不一定是最好的商业化路径，但根据我们公司目前的情况，这可能是比较合适的商业化路径。”李锡明说。

李锡明指出，一款创新药的成功上市需要经历立项、临床前研发、临床试验、注册申报、生产、供应链、医保、定价、商业化……一家企业从头做到尾，这条路非常艰辛。对一些创新药企业来讲，如果背后没有大型母公司的长期大力支持，可能需要考虑分段进行，或只走其中的几步。

抓住创新药窗口期至关重要。李锡明说：“在市场竞争窗口期，时间就是金钱，时间就是一切。有时候，创新药商业化的窗口期就只有一两年，一旦没有抓住，产品的回报就会大打折扣。”

在创新药出海的市场选择方面，李锡明认为，目标市场的选择是创新药企业在做决策时应该慎重考虑的关键问题。考虑到政策风险，创新药出海市场选择的目标范围可以扩大一些，不能只盯着美国。欧洲、日本等发达国家或地区其实也是不错的选择。

2023：创新药出海“大年”

文/陈婷

经历2022年的低谷，2023年中国创新药出海的命运齿轮开始转动。

2023年12月12日，百利天恒（688506.SH）公告称，全资子公司与百时美施贵宝（以下简称“BMS”）达成独家许可与合作协议，BMS将独家负责BL-B01D1在全球其他地区的开发和商业化，潜在总交易额最高可达84亿美元，其中，BMS将支付8亿美元的首付款。此时，距离百利天恒敲钟上市不足一年。

在过往纪录中，8亿美元的首付款已成为国产创新药出海的天花板之一。2023年12月13日，百利天恒股价盘中涨至157.33元/股，创下公司上市以来的最高点。

风云际会，国产创新药闯关FDA（美国食品药品监督管理局）在2023年也有了瞩目的成绩。2023年10—11月期间的短短23天，君实生物（688180.SH）特瑞普利单抗、和黄医药（0013.HK）呋喹替尼、亿帆医药（002019.SZ）艾贝格司亭α注射液获FDA批准上市。

拨开资本市场的光环与迷雾，回归企业和产品的基本面，华安证券研究所副所长、医药首席分析师谭国超接受《中国经营报》记者采访时表示，从国内情况来看，大部分药企自2015年开始真正投入研发资源涉足创新药，近两年正是出成果的年份，而像BMS、礼来等百年跨国药企已走过多轮周期，需要不断寻找新产品以补充产品线。“两边都准备好了，机会合适便会开展合作。而打破出海纪录的大单品的出现，本质上仍是大家对新疗法寄予厚望。”

红利背后自是高门槛。“未来创新必定是大方向，海外毫无疑问是大市场，但需要企业拥有足够的耐心，保持中长期投入。真正具备出海能力的企业并没有特别多，如果只是随意探索，那将没有意义。”谭国超进一步称。

交易规模刷新纪录

以仿制药起家的百利天恒，在转型布局创新生物药领域也走上一条长达十余年的研发投入之路。直至2021年10月，百利天恒首款双抗ADC（抗体药物偶联物）产品（即BL-B01D1）在国内获批临床。

2023年，BL-B01D1的身影相继出现在美国临床肿瘤学会年会（ASCO）、欧洲医学肿瘤学会年会（ESMO）及圣安东尼奥乳腺癌研讨会（SABCS）上，其早期临床研究数据被公布。就在2023年年底，BL-B01D1宣布出海。

根据协议，百利天恒全资子公司SystImmune，Inc.（以下简称“SystImmune”）与BMS将分担BL-B01D1全球开发费用，以及在美国市场的利润和亏损。SystImmune将通过其关联公司保留BL-B01D1在中国大陆的独家开发和商业化权利，BMS将从中国大陆的净销售额中获得特许权使用费。在美国和中国大陆以外，SystImmune将从净销售额中收取分级特许权使用费。

合作协议生效后，BMS将向SystImmune支付8亿美元的首付款和最高可达5亿美元的近期或有付款；达成开发、注册和销售里程碑后，SystImmune将获得最高可达71亿美元的额外付款。不过，合作协议中所约定的里程碑付款需要满足一定的条件，最终里程碑付款尚存在不确定性。

消息一出，百利天恒股价在2023年12月12日开盘涨停，涨幅高达20%，公司总市值超过520亿元，较其上市首日收盘总市值增长超过300%。

市场沸腾背后，百利天恒只是2023年中国创新药license out（授权转让）交易规模再创新高的缩影。根据医药魔方数据库信息，截至2023年12月18日，2023年国内共发生近70笔创新药license out交易，已披露交易总金额超过350亿美元。

谭国超表示，事实上，中国创新药出海势头在2022年就已十分强劲，2023年再创新高，主要原因在于从2015年开始，国家政策进一步鼓励创新和创业，大部分企业从那时开始真正投入研发资源，直到2018年年底国家组织药品“4+7”带量集中采购后，国内医药从业者认识到仿制药或将没有前途，只有做创新药才有生存和发展的机会。与此同时，医疗VC（风险投资）机构和基金蓬勃发展，市场不缺资金，加上各种创新产业园和孵化器大力建设，利好政策施以辅助，国内药企研发实力不断增强，国产创新药在近两年陆续开花结果。

闯关FDA成功

国产创新药进入收获期，部分“先行者”闯关欧美发达市场成功。

2023年10月29日，君实生物公告称，特瑞普利单抗联合顺铂/吉西他滨作为转移性或复发性局部晚期鼻咽癌成人患者的一线治疗，以及作为单药治疗既往含铂治疗过程中或治疗后疾病进展的复发性、不可切除或转移性鼻咽癌的成人患者的生物制品许可申请（BLA）已获得批准，特瑞普利单抗成为美国首款且唯一获批用于鼻咽癌治疗的药物，也是FDA批准上市的首个中国自主研发和生产的创新生物药。

君实生物表示：“此前，美国尚无疗法获批用于治疗鼻咽癌，特瑞普利单抗填补了美国鼻咽癌的治疗空白。”

谭国超指出，选择出海的创新药至少应具备差异化。产品线如果不具备特别多的优势，出海的必要性将大幅减弱。“实际上，不管是‘first-in-class’（首创新药）、‘best-in-class’（同类最优），还是‘me-too’（药效与同类的突破性药物相当）等产品，若能够通过前期积累海外报批经验，拓展海外注册的途径、能力和渠道，与海外医疗机构建立合作，对于药企谋求发展来说也是可以选择的一个方向。”

出海具有高门槛，并非总是一帆风顺。

2022年5月，和黄医药公告称，FDA以数据不足以支持产品获批为由拒绝其自主研发的肿瘤药索凡替尼的上市申请。2023年，和黄医药出海选择牵手日本企业武田制药，后者获得呋喹替尼全球独家许可，在中国以外地区进行开发、商业化生产。这一次，呋喹替尼向FDA递交新药上市申请到正式获批上市，用时不到一年。

“退货”或是常态

国产创新药立足中国走向全球的过程中，挑战不可避免。

2023年7月11日，百济神州（688235.SH）公告称，基于战略和财务考量，经双方协商一致，百济神州终止与诺华（NovartisPharma AG）就欧司珀利单抗在相关国家和地区的独家许可权益。终止协议生效后，诺华不再享有选择权，百济神州重新获得了开发、生产和商业化欧司珀利单抗的全部全球权利。

2023年12月12日，百利天恒与百时美施贵宝达成合作，潜在总交易额最高可达84亿美元。 视觉中国/图

公告显示，2021年12月，诺华以3亿美元预付款、6亿美元或7亿美元的额外付款、18.95亿美元里程碑款获得百济神州欧司珀利单抗在美国、加拿大、墨西哥等国家和地区进行开发、生产和商业化的独家许可。

无独有偶，2023年9月，天境生物宣布收到艾伯维的通知，将终止双方于2020年9月签订的关于靶向CD47来佐利单抗的许可合作协议，终止协议于2023年11月20日生效。

谭国超表示，上述“退货”现象其实是合作过程中的常态。“即使是药企自己进行研发，若在二期或三期临床阶段出现问题，也会主动终止研发，这是很正常的现象。只不过2023年大家对于创新药出海的关注度更高，对交易发生退款变得敏感，但其实只是常态，且随着国内药企与海外公司的合作越多，国产创新药license out品类越多，在高基数的基础上，后续发生退货的数量也会越来越多，但也是在合理的范围内。研发总是存在不确定性，不需要过度理解这些现象。”

创新向来不易。事实上，除了研发，围绕国产创新药出海，如何实现商业化的命题被摆在突出位置。

2022年2月，传奇生物CAR-T细胞疗法产品西达基奥仑赛获FDA批准在美国上市，成为中国首个原创并成功出海的CAR-T产品。目前，西达基奥仑赛已在美国、欧盟、日本上市。2023年前三季度，西达基奥仑赛销售额达3.4亿美元，同比增长332%，公司预计2023年全年销售额将突破5亿美元。随着西达基奥仑赛销售快速放量，传奇生物的亏损有望进一步收窄并实现盈利。

“创新药实现商业化的过程不会特别快，企业必须得有足够的耐心，并且要持续进行尝试，不能中断。许多跨国大药企在国内做生意也得花费一段较长的时间才能逐步做到现在的水平。在国内市场尚未完全开拓的情况下，进军海外市场肯定也不容易。企业的出海战略需要具备持续性，这样出海才会有价值。”谭国超表示。

消费革命

编者按/2023年，是全面贯彻落实党的二十大精神的开局之年，也是实施“十四五”规划承上启下的关键一年，更是扩大内需，提振消费的一年。

作为拉动经济的三驾马车之一，消费成为推动经济高质量发展的主要动力。回顾2023年，国内消费市场加速回暖，不断释放经济发展的内需潜力，消费各行业也掀起了一次次“革命浪潮”，或是转型期的深度探索，或是调整期的分化变革，又或是消费结构的升级转型。这一年，我们见证了体育赛事的蓬勃发展，体育引擎拉动着周边产业更快地向前；这一年，餐饮行业加快复苏，企业竞争的“重头戏”蔓延到线上；这一年，白酒行业进入深度调整期，市场份额集中化、品牌争夺白热化、价格竞争激烈化、产区发展规模化愈发明显；这一年，新茶饮行业全面发展，酱香拿铁带动跨界联名持续爆火……

站在新的起点，不断扩大的消费市场将谱写出新的篇章。2024年伊始，让我们一起回顾2023年，展望未来。

体育赛事引擎轰鸣 消费“马车”飞奔

文/刘旺

2023年4月，中国棋手丁立人击败俄罗斯棋手涅波姆尼亚奇，荣登世界棋王的宝座。说起来轻松，但回顾来时路却发现一路荆棘。丁立人的参赛资格是递补来的，在系列赛中，多次落后又多次扳平，经历了20多天鏖战，最终才艰难胜出。有媒体评论称，丁立人“展现了钢铁般的意志”。

“钢铁意志”是中国体育健儿的共同属性。这种属性下，2023年，中国体育又一次取得了傲人的成绩。尤其是在很多大型赛事上，中国体育运动健儿给我们留下了太多的震撼。

体育赛事尤其是大型赛事正在带动着消费的增长。不管是各地马拉松赛事，还是贵州“村超”“村BA”，都成为拉动当地消费增长的引擎之一。不仅如此，体育事业的蓬勃发展，也带动了周边产业的增收。以运动装备为例，由赛事、体育明星带动的运动氛围，让全民运动的风潮更盛，拉动了相关产业的发展。

种种案例均在表明，不管是竞技体育成绩，还是体育精神的传播，抑或相关产业发展、促进消费增长，体育事业都给人们带来了巨大的惊喜。

竞技体育持续惠及群众

杭州亚运会和成都大运会，这是2023年在中国举办的规模最大的两个国际性赛事，中国体育代表团不负众望，均交出了一份完美的答卷。

不仅如此，2023年，中国女篮时隔12年再夺亚洲杯冠军；世乒赛上，中国队实现包揽5个项目冠军；苏迪曼杯世界羽毛球混合团体锦标赛，中国队成功卫冕；游泳世锦赛，中国队以20枚金牌的成绩位列金牌榜第一……

在一系列的亮眼成绩中，一些历史性突破更加让人动容。2023年8月，艺术体操世锦赛集体单项决赛中，中国队以36.550分获得5圈单项金牌，首次拿到世界冠军；中国棋手丁立人经过20多天鏖战，荣登世界棋王宝座。

毫无疑问，在2023年的各类体育赛事当中，中国体育运动员取得了运动成绩和精神文明的双丰收，不仅在体育精神上感染观众，也切实对群众体育的开展形成了带动作用。

此外，世界冠军效应明显，如丁立人的坚持不懈、冷静的精神使得国际象棋这个小众的青少年素质教育品类逐渐升温；2022年北京冬奥会，“带动3亿人参与冰雪运动”，这股热潮持续至今。

而最为明显的则是体育赛事和IP商业价值的提升。此前中国女足携手奢侈品牌PRADA引起广泛关注，而这则在一定程度上说明中国女足依靠拼搏和进取，商业价值在不断提升。

中国女足在2022年女足亚洲杯夺冠后，其各级赞助商已超过20个。此前，中国女足只是与一些品牌有过短暂的合作；如今，已经有了独立的赞助体系。不仅如此，中国女足的多位运动员签约伊利、纯水乐等品牌，迎来个人层面商业价值的提升。

当然，这离不开中国女足的积极进取和坚持不懈。2022年的女足亚洲杯上，中国女足时隔16年、历史上第9次获得亚洲杯冠军。

在国家队取得成绩之外，中国品牌对体育的热情还体现在对体坛巨星的喜爱上。2023年6月，梅西领衔的阿根廷队男足亮相“新工体”，与澳大利亚足球国家队进行友谊赛，一度引起了“梅西流量争夺战”。

足球邀请赛的官方赞助商达23家，不少品牌没能成为官方赞助商，就在转播画面中寻求露出。还有直播平台纷纷下场参与。2023年6月12日梅西将亮相“遥望安卓”直播间的消息一经发出，遥望科技(002291.SZ)尾盘迅速拉升，截至收盘涨5.13%，报收16.40元/股。

“体育+”生态效果显著

一面带动群众体育蓬勃发展，另一面，赛事体育在拉动消费上也展现了重要的引擎作用。

以无锡马拉松为例，超过70%的外地观众提前涌入无锡；哈尔滨马拉松，把比赛办成了“流水席”，参赛选手边跑边吃，成功将哈尔滨的饮食文化宣传了出去。

大型赛事的效应更加明显。2023年12月结束的成都国际乒联混合团体世界杯，实现票房约2800万元，联动赛事带动体育产业、住宿业、餐饮业等方面产值达2.6亿元；杭州亚运会举办期间，杭州的接待游客总人次、日均人次，相比2022年同期均实现了翻倍。

当然，赛事周边商品也是一大消费驱动力。据成都大运会执委会宣传部(开闭幕式部)党组成员、专职副部长苗峪源透露，成都大运会携手四川省体彩、中国邮政等单位，衍生开发了大运会蓉宝系列彩票、蓉宝主题邮品等爆款特许商品，大运会蓉宝系列彩票还开创了四川省即开型彩票的销售纪录，销售收入突破3亿元。

大型赛事拥有天然、强大的商业号召力，通过自身的品牌影响力和赞助商的联合宣传，对地区消费的促进更像是水到渠成的事情。但近年，一些不依靠商业化的赛事也成功带动了周边经济的发展，这就是“村”字头赛事。

贵州“村BA”，成为拉动当地消费增长的引擎之一。 视觉中国/图

目前，“村BA”“村超”，都不接受商业赞助，不收门票、不拉赞助，村民自己当办赛主体，与当地相关组织分工协作。尽管不接受任何商业赞助，仍然可以看到群众体育赛事对当地消费的带动作用。2023年3月25日至26日“村BA”赛事期间，黔东南地区旅游搜索热度较上个周末上涨276%，当地景区、用车等订单量也较上个周末大幅上涨，其中景区上涨143%，用车上涨超三成。

此外，贵州省黔东南州台江县台盘村围绕“体育+”大力推进产业发展。如抢抓“村BA”机遇推介台江“鲤吻香米”、稻花鱼、鲟鱼、西红柿汁等农特产品，瞄准篮球运动发展，带动篮球相关产品销售。

北京关键之道体育咨询有限公司创始人张庆也认为，对于乡村体育来说，有些赛事可以资本化，但有些不可以。“资本一旦介入，就会考虑投入产出的问题。作为非观赏性赛事，就要靠规模吸引赞助，久而久之会影响赛事的纯粹性。不过，在不影响赛事纯粹性的同时，赛事周边可以考虑进行投资，例如旅游、周边产品等。”

正如张庆所说，尽管赛事本身没有商业化的运作，但在外围，“村”字头联赛已带动了区域经济的发展，已经走出了一条“以赛为媒，带动商业”的发展路径。

显然，在2023年，不管是大型赛事还是乡村赛事，都探索出了适合自身发展，且能够有效拉动消费的“体育+”生态。

产业日益细分蓬勃发展

与体育相关的消费产业也在快速扩大规模，一个明显的趋势是，随着各类项目的崛起，相关运动装备市场已被区分得越来越细致，越发专业化。

在时间愈发碎片化的当下，人们会利用零散的时间进行运动，因此，跑步、健走等场地限制少、运动门槛低、锻炼时间灵活的运动成为热门项目。

这也带动了相关类目的销售增长。其中，骑行相关类目近半年来表现尤为亮眼，骑行裤、骑行眼镜、公路自行车等赛道近半年线上销售额同步增速均超40%。

不仅如此，由冰雪运动带动的冰雪装备也成为快速增长的运动装备赛道。艾媒咨询预计，2023年我国冰雪运动带动的市场规模将达8297.5亿元，2025年将超万亿元，2023—2025年复合年增长率将达18.8%。

此外，女子职业体育的发展也带动起更为庞大的细分市场。据德国Statista数据统计，2021年，全球女性运动服市场价值约为1780亿美元。预计到2029年，该市场增长将超过900亿美元，达到2690亿美元。

在国内市场，这一趋势也得以印证。京东曾发布报告显示，女性在游泳、冰上运动、滑雪运动等方面购买的商品件数持续增长，其中增长最快的商品品类包括飞力仕棒、握力器、拉力带等。而市场细分带来最直观的影响就是，运动品牌方纷纷朝同一方向发力。《中国经营报》记者注意到，目前，包括耐克、李宁、361° 在内的众多品牌，都已针对女性群体开发了一些专属运动装备。

清华大学品牌营销高级顾问孙巍认为，近年来，女性越来越关注健身运动，这增强了女性在运动健身方面的商品购买力，女性体育产业已成为一个快速增长的赛道。

2024年，巴黎奥运会将开幕，同时，亚洲杯、欧洲杯、美洲杯也将开赛，乒乓球团体世锦赛、羽毛球亚锦赛等也吸引了众多关注。

此外，四大洲世界花样滑冰锦标赛、F1中国大奖赛、中国网球巡回赛等多项赛事将落地中国，尤其2024年第四季度，超过10项赛事将在中国开赛，这为促进当地消费、品牌方营销、营造更加良好的体育氛围，带来了更多的想象空间。2024年，体育赛事这个引擎，必然拉动周边产业更快地向前。

餐饮行业强势复苏 持续探索新增长点

文/刘旺

回顾2023年餐饮行业，人们仍然会想到节假日餐厅门前排起的长龙，也会想到各个商家利用多个平台促销“激战”。

在餐饮行业，每个独立的个体，境遇都有所不同。不过可以确认的是，行业整体是日渐复苏的。2023年12月15日，国家统计局发布最新统计数据，2023年1~11月，全国餐饮收入47485亿元，同比上升19.4%，已经超过了2022年全年收入。

在这背后，餐饮企业纷纷做了很多尝试，在店里拓宽SKU（库存量单位），加入奶茶、冰淇淋等产品；创新用餐场景，摆摊、露台；有的品牌培训员工在店里跳起网红舞蹈，去线上引流年轻消费者；更有的品牌选择去海外拓展市场。

而透过跳动的数据可以看到，整个餐饮行业依然一半是海水、一半是沙漠，有人离场、有人仍在前行。2024年，餐饮企业或许面临着更多的发展可能。

2023年，餐饮业展现出了强势复苏的面貌。 视觉中国/图

销量提升

实际上，在2023年的几个关键节点，餐饮业都展现出了强势复苏的面貌。

第一个节点是2023年春节，彼时疫情影响减弱，节日、聚会点燃了餐饮业新的消费热潮。以海底捞为例，《中国经营报》记者在相关负责人处了解到，2023年1月26日正月初五迎财神吉日，海底捞单日接待顾客超135万人次，超越了元旦的阶段性客流高峰。

据商务部市场运行和消费促进司司长徐兴锋介绍，2023年春节期间，全国重点零售和餐饮企业销售额比2022年同期增长6.8%。

如果说2023年春节打响了餐饮业复苏的“第一枪”，“五一”假期则是行业集体迈向销售高峰的时刻。

美团数据显示，2023年“五一”假期中，全国餐饮消费规模较2019年增长92%，部分餐厅重现排队等位超过1000桌的景象。而假期前，全国餐厅堂食线上订座量较2019年同期增长了205%。据武汉餐饮业协会调研数据，“五一”假期，武汉仅小龙虾就“撮”了超300吨。

随后的“十一”假期，延续了餐饮行业的“假期状态”，但与“五一”不同的是，家宴、婚宴、聚餐等成为了行业增长的关键词，团圆家宴、亲朋聚餐、婚庆喜宴等成为餐饮消费新热点。

目前尽管离2024年春节还有一段时间，但记者在北京、河北部分地区的多家餐厅了解到，已经出现了年夜饭的预订，并且已有饭店年夜饭满位。

这也让从业人士对2023年餐饮行业的收官充满了信心。有餐厅经营者告诉记者，元旦假期前，三天假期的座位基本上已预订出去。因此，2023年12月的业绩有望超过2019年同期。

而将视线放到整个行业上，国家统计局发布最新统计数据显示，2023年1~11月，全国餐饮收入47485亿元。而中国烹饪协会发布的《2023中国餐饮供应链白皮书》显示，2023年中国餐饮总规模有望突破5万亿元大关，赶超2019年水平，创10年来新高。

行业“内卷”加剧

行业的强势复苏，吸引了很多创业者入场。企查查数据显示，2023年1～10月全国餐饮累计新增注册量为350.1万家，较上年同期多了37.4万家。但同时，2023年上半年餐饮相关企业吊销、注销量达到了47.19万家。

“一增一减”之间，显示出了餐饮行业的竞争压力。从资本层面看，2023年上半年，餐饮业融资出现了明显的降温，餐饮相关领域披露的融资事件共98起，与2022年同期相比，减少了50余起。在融资金额方面，2023年上半年披露融资总额仅有54.9亿元，较2022年同期减少63.0%。

在这背后是消费需求的变化。艾媒咨询CEO张毅指出，首先，消费者对于卫生安全更加注重，尤其对于餐厅的环境、食品的安全，包括原材料和成品等；其次，无接触配送、外卖等需求提升；对于绿色食品以及餐厅品质有了更多追求；最后，健康已成为主流，消费者对于健康餐饮越来越重视，食材安全，产品的新鲜、营养、健康尤其重要。

在新的需求之下，行业又开始了引流“内卷”。这首先体现在价格上，2023年9月，快餐连锁品牌西少爷在其公众号发文称再降价。此外，南城香推出了“3元早餐”活动；客单价在30～40元的和府捞面推出了“10元吃面”活动；海底捞推出品牌“嗨捞”，人均消费60～80元。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏认为：“首先，市场的竞争越来越激烈，价格已变成竞争非常重要的一种手段，比如说最近很多餐饮企业做团购，价格都打得很低。其次，也是顾客的需求，顾客总是在不断追求更具性价比的餐饮消费。最后，有些企业降价的背后是有能力支撑低价的，比如通过规模化、效率的优化和提升支撑降价。”

不过餐饮行业分析师林岳认为：“企业在降价的同时，一定要考虑平衡盈利问题，在降价后，利润率没有那么高了，非常考验企业在运营管理、供应链、原材料采购等方面的硬实力。”

价格战之外，对客流的争夺也是企业竞争的“重头戏”，线上直播是不少企业的选择，尤其受到火锅品牌的青睐。有媒体统计称，有一家火锅新品牌老板坚持每2天至少1条的频次在平台直播，个人号已经积累了4万粉丝，门店账号积累了2万粉丝，专场直播支付GMV（交易总额）超过330万元。

还有品牌创新了“直播+食材原产地溯源”的新模式，吸引了高达289.5万人次观看，通过引发用户情感共鸣，为商家创新销售方法探索出了新模式。

海底捞方面提供的资料显示，2023年3月17～19日，海底捞在抖音平台开启3·20生日嘉年华官方直播，邀请何广智及其他脱口秀演员分享与品牌的故事。活动期间，官方直播间曝光1.4亿，成为首个正餐官方直播破亿品牌。

为了吸引年轻消费者，海底捞更是在门店内让员工跳起了网红舞蹈“科目三”，数个相关话题陆续登上微博等平台热搜，抖音累计播放量超10亿次。

另一个品类西式快餐则侧重于规模上的竞争。记者注意到，目前肯德基已突破了万店规模；此前，麦当劳也曾公开表示，计划2023年在中国市场开业900家新餐厅；截至2023年1月5日，华莱士的门店数量已达到20118家；同期，“主营中国汉堡”的塔斯汀门店数量已经达到了2600家。

此外，西式快餐还在菜单创新上迎合本土消费者，如肯德基、麦当劳等品牌一直在做本土化的改良，肯德基还曾聘请10多位国内的专家学者作为顾问，负责改良、开发适合中国人需求的快餐产品。

食品饮料专家于润洁分析认为：“快餐类品牌重视产品的上新，中国美食繁多，为汉堡口味的丰富和创新提供了素材，而洋品牌的本土化更贴近中国人的口味，或有益于增加消费频次和提升拉新的效果。”

寻求新增长点

面临着国内市场的激烈竞争，也有不少企业选择探寻新的增长点。

以火锅赛道为例，艾媒咨询数据显示，预计到2025年中国火锅行业市场规模会增长到6689亿元，但增速将从2019年的10%降为2025年的4.3%。中国食品产业分析师朱丹蓬告诉记者，随着中国火锅行业高速扩容，行业已没有了地域、季节限制，但同质化也越来越高。

因此，整个行业都在探索新的增长点。小龙坎相关负责人曾对记者表示：“未来，火锅品牌将持续探索更多‘火锅+’的形式，例如较受消费者欢迎的‘餐+饮’形式，在火锅店内开设奶茶档、酒类档，都是在探索餐饮线下消费的更多可能。”

此外，还有贤合庄、卤校长的卤味铺，季季红、冒椒火辣的炸货铺，刘一手的流口水小面店中店等，分别引入了饮品、卤味、炸物、重庆小面等跨品类产品，丰富火锅的SKU。同时通过跨品类相互引流，提高坪效和人效。

记者注意到，行业头部品牌也在不断尝试。近日，海底捞在青岛开出了全国首家海鲜工坊。该门店与常规门店相比，既售卖蛤蜊、青口贝、八爪鱼等较为平价的海鲜，也售卖波士顿龙虾、老虎斑鱼、帝王蟹等较为高档的食材。

实际上，不论如何探索，追求的仍然是以丰富的产品形态来吸引消费者，因此业内有声音认为，未来餐饮行业的竞争，仍要在“吃”的基础上，为顾客提供更为丰富的体验。

IPG首席经济学家柏文喜认为，未来餐饮行业可能呈现以下几个发展趋势：首先，消费者对于健康、绿色、有机食品的需求将增加，企业需要关注并满足这一需求；其次，随着科技的发展，餐饮行业可能会出现更多的智能化、自动化的解决方案，如自助点餐、无人配送等；再次，外卖、互联网订餐等新兴业态将继续发展壮大；最后，消费者对于用餐环境、服务质量的要求也会提高，餐饮企业需要注重提升就餐体验和服务水平。总体来说，餐饮行业将朝着更加健康、智能、便捷的方向发展。

量贩零食赛道混战：进入“多方割据”阶段

文/许礼清

2023年，量贩零食赛道迎来了混战。

实际上，衡量一个实体业态的火热程度，从其开店密集程度上往往能获得最直观的感受。有媒体报道称，在江西一县城唯一一条商业步行街上就有5家量贩零食集合店“贴身肉搏”，除了门店的装修设计上不同，在产品种类上差异并不大。

激烈的竞争环境中，规模无疑是最好的利器。因此，有品牌选择合并来扩大规模。2023年9月，万辰集团旗下四大零食连锁品牌好想来、来优品、陆小馋、吖嘀吖嘀合并为“好想来”；11月，国内量贩零食两大品牌零食很忙、赵一鸣零食宣布战略合并成零食很忙集团。此外，还有零食参赛的老牌玩家良品铺子、三只松鼠、来伊份持续布局。量贩零食赛道已然成为了兵家必争之地。

跑马圈地

从最早的跑马圈地扩大规模，经历了一段时间的发展，零食赛道的明星玩家们选择组成“集团军”，来面对竞争更加激烈的市场环境，行业也随之进入了合并阶段。

先是零食很忙宣布投资“恰货铺子”数千万元，双方共同开发国内市场；紧接着，爱零食也宣布控股成都本地量贩零食连锁品牌“恐龙和泰迪”；而从食用菇菌转型到量贩零食赛道的万辰集团则更为直接，将旗下好想来、来优品、陆小馋、吖嘀吖嘀4个品牌合并，未来统一命名为“好想来品牌零食”。据媒体统计，合并之后的好想来，门店规模将突破3000家，跻身行业头部。再加上收购的“老婆大人”品牌，万辰集团门店数量累计超过了4000家。

但时间仅仅过了两个月，零食很忙才刚刚与赵一鸣零食合并为零食很忙集团。合并后，零食很忙集团的门店数量达到了6500余家，成为了量贩零食领域名副其实的头部企业。2023年12月18日，零食很忙集团获得好想你、盐津铺子控股共同投资的10.5亿元，分别投资7亿元和3.5亿元。

对此，和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏表示，两个品牌合并之后，首先是供应链得到整合，能力得到提升；其次是可以更好地面对投资机构，因为前端规模快速扩大对资本的吸引力更强，话语权也会更强。而对于盐津铺子、好想你等投资方来说，零食很忙庞大的规模体量可以更好地帮助其开辟下沉市场。

有统计数据显示，2021年年底，国内量贩零食门店总数仅有2500家左右，2022年门店数量约1.3万家，而据测算，到2023年年底全国量贩零食门店数量将达2.5万家左右。经过一系列的并购混战、上游食品企业站队，目前的市场格局为零食很忙集团拥有门店6500余家，万辰集团拥有门店4100余家，爱零食及旗下品牌拥有门店超过1400家。

显然，整个量贩零食赛道的竞争，已由跑马圈地快进到并购阶段。业内有声音认为，或许很快就会看到“万店品牌”的诞生。

2023年，量贩零食赛道除了在规模上狂奔，整个行业也展现出了新的发展趋势。零食在大型商超、商圈等零售渠道正在不断弱化，而在下沉市场和社区小店渠道不断壮大，量贩零食集合店也正在朝着下沉市场迈进。为此，零食有鸣除了在各地乡镇开设400余家门店，还在海南开设了80家门店，西藏开设了30家门店。

实际上，依靠规模效应来整合产业链，形成最低成本，是量贩零食的主要目标，因此，会从一二线往三四线，甚至县城、乡镇扩张。在产品上，企业也更加健康化和个性化。随着生活水平的提高和健康意识的提升，消费者对于零食已不再满足于美味解馋，而是更加注重零食的品质和健康。

这意味着量贩零食集合店不仅要加速扩店，更要构建一个更具效率和质量的商业模式，增加引进低糖、低油、低脂的产品来满足消费者需求，增加消费者的购买黏性。

低价竞争

量贩零食门店对品牌商的拉动力已然可见。比如盐津铺子，2021年与零食很忙、零食有鸣等量贩零食品牌加大合作。2022年，零食很忙超越沃尔玛和步步高，成为盐津铺子第一大客户。

这也是资本热衷这一赛道的主要原因。据不完全统计，仅2022年休闲零食赛道共计有11家相关企业获得融资，融资总金额约为13亿元。而仅2023年上半年，就有赵一鸣零食、零食有鸣等品牌获得资本青睐。仅5月，邻食魔珐宣布获得近千万元天使轮融资，零食有鸣宣布获得B+轮融资。

2023年，量贩零食行业竞争加速，进入到整合阶段。 视觉中国/图

实际上，正是不断扩大的规模和持续进入的资本，给了量贩零食集合店低价竞争的底气。在北京经营一家商贸公司的孟先生表示，在传统的经销模式下，零食从出厂到终端，要经过代理商、经销商、零售商等多个环节，许多终端还要加收“入场费”，线上渠道也不排除这种形式，许多线上终端也是需要费用的。但量贩零食集合店与厂家直接合作，大大缩减中间环节，降低成本。

“目前各量贩零食店，普遍在1200～1500个SKU（库存量单位），其中60%～70%是散装品，包括豆干素食、面包、海鲜/肉类零食、坚果、果干蜜饯等。”曾有行业人士对《中国经营报》记者分析称，量贩零食做到低价的原因，一是绕过经销商，从厂家直采；二是压缩各环节毛利。总部留10%左右的毛利，给加盟店铺的毛利是20%左右，所有店铺的价格是总部严格控制的，涨价绝对不允许，如果有降价促销的活动，需要总部严格审批。

老牌零食店显然已被量贩零食集合店搅动着神经，据了解，三只松鼠通过社区零食店来与各类零食集合店、零食折扣店同台竞技，已经开出了150多家门店。而良品铺子孵化了“零食顽家”，打出“便宜才是性价比”的口号。据官方最后披露的数据，截至2023年10月13日，零食顽家湖北省门店数超300家。

同时，行业显然已开展了低价竞争模式。良品铺子新帅上任后立即宣布降价，门店在售的300余款产品会员价平均降价22%，最高降幅45%。良品铺子官方称，最终的目标是要让80%的产品价格都变得更亲民。来伊份也推出了“周周有爆款”的促销活动，每周更新一款爆款产品，称可以让消费者节省30%~60%。而三只松鼠创始人章燎原也在朋友圈回应称，公司早在一年前就实施了“高端性价比”战略。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为，量贩零食店业态比拼的就是高性价比，这背后需要高效的供应链和规模作支撑。只有具备完善的供应链体系和实现一定的规模化，才能够缩减成本、降低价格，从而快速占领市场并提升竞争力。

“从定位来看，量贩零食店品牌更加强调性价比，同时，量贩零食店目前主要在下沉市场更加活跃，比如县域、乡镇市场等。从产品结构上来讲，量贩零食店的SKU会更多一些，同时，相比部分老玩家零食品牌以自有品牌的商品销售为主，量贩零食店兼具了自有品牌的商品和其他品牌的商品，并通过大规模的采购来获得价格优势。”文志宏表示。

信达证券研报认为，从竞争格局上来看，量贩零食行业初期竞争要义在于先发优势，中长期核心竞争要义在于供应链效率和内部组织管理效率，由于头部品牌跑马圈地的资源禀赋总归是有限的，行业初期易形成多强割据的格局。随着行业持续发展，行业有望强者愈强，具备核心竞争优势的头部品牌将不断挤压小品牌或者弱势品牌的市场份额，行业终局到底是“几超多强”还是“多强鼎立”跟行业头部品牌间的竞争力差距有关。

存量竞争下的白酒业：分化与变革加速

文/党鹏

说起2023年喝过的那么多奶茶，成都的唐洁女士最难忘的就是酱香拿铁，味道是其次，主要是赶了个潮流。

酱香拿铁是贵州茅台2023年跨界营销的产品之一。而跨界，已然成为2023年中国白酒行业面对新的调整时期，一种被动或主动的选择与创新。内卷、跨界、分化、高库存、国际化、创新升级等关键词，构成了2023年白酒行业发展的轨迹与趋势。

中国酒业协会理事长宋书玉在宜宾启幕的中国国际名酒博览会上坦言，2023年是酒业发展史上极不平凡的一年，酒业的周期性、结构性矛盾交织，总需求不足的矛盾凸显，呈现市场份额集中化、品牌竞争白热化、价格竞争激烈化、产区发展规模化等特征。

“2023年，中国酒业扛住了行业内外部的压力，保持了稳定的增长态势，同时出现了诸如茅台跨界、五代青花郎发布、梅见酒崛起、听花酒定型、国台牵手碧桂园、珍酒李渡港股上市、光良电影植入等创新，使得中国酒业在错综复杂的环境下获得了许多新的启发与突破。”白酒行业专家蔡学飞认为，需要理性地看到，中小型酒企在存量挤压市场环境下的挑战，库存过高、价格倒挂、需求转弱笼罩着行业的发展，酒企需要充分借鉴运用新技术与新模式实现转型，从而满足消费者多元化与个性化的市场需求，推动企业持续发展。

内卷中的变局

“我还有1000件高端白酒，希望能够在春节前消化完。”在中国国际名酒博览会上，经销商张先生向《中国经营报》记者坦言，他最担心的还是2024年一季度厂商会不会因为“开门红”的需要，向经销商压货。

记者注意到，早在2023年3月，宋书玉就提到消化库存已成为白酒行业2023年的首要任务。

但截至2023年年末，库存依然成为高悬于酒企头上的“堰塞湖”。根据Wind数据统计，截至2023年前三季度，A股20家白酒上市企业的存货总和为1363.54亿元，而截至2020年，这一数据只有985.46亿元。

高库存带来的就是白酒价格的倒挂。“因为社会购买力不足的基本面得不到根本性改善，一些酒企的真实情况也会随之暴露。经销商的容忍度是有限的，为了支付房租、工资或者贷款，会有更多的经销商选择低价抛货变现，这也是2023年茅台之外的白酒价格倒挂的根源。”白酒行业专家肖竹青认为，白酒上市公司管理层应该关注渠道库存“堰塞湖”的消化进度，压货要注意力度和速度，让渠道有休养生息的过程。

“让渠道伙伴活下来，是这些白酒上市公司可持续发展、未来渠道还能接着做贡献的前提。”肖竹青说。

对于经销商而言，面对行业的内卷，活下来的方式有很多。上述经销商张先生的方式是让自己的朋友圈变成卖酒的朋友圈，“必须走圈层营销的路子，加快动销才能消化自己的库存。”

记者注意到，众多头部品牌在布局2024年营销工作中，非常重视与各行业龙头企业互动交流。

比如五粮液在2023年的“12·18经销商大会”上明确宣布，2024年要求销售体系主动拜访中国500强企业；洋河股份组建了专业团队运作消费者意见领袖互访交流，针对各行业商业领袖量身定做合作方案；古井贡酒业和旗下黄鹤楼酒业，则非常重视与各大商会、协会、校友会互动交流。

肖竹青认为，在市场内卷时代，只有赢得消费者指名购买率，才能走出低价倾销的内卷困境。

“理性”的酱酒

“2023年新一季红缨子高粱的市场价格下滑25%左右，每斤为3.5—3.8元，一斤酱酒的粮食成本在15元以上。虽然总成本较往年有所下降，但是（不算人工成本、环保成本、水电气等）对于一些现金流紧张的中小酒企而言，只有减少下沙量。”在茅台镇设有酒厂的诗婢家1920酒业公司负责人张皓然表示，加上酱酒放置5年的资金成本、管理成本等，对于当前的很多中小酒企来说压力较大。

或许，这正是2023年下沙季以来，赤水河两岸许多中小酒企主动停窖、休窖的主要原因。

肖竹青表示，目前白酒行业社会库存大，尤其是酱酒赛道上，因为茅台镇有不少企业开发的贴牌酒充斥着社会渠道。所以2023年茅台镇的中小作坊和中小酒厂纷纷减少了下沙的数量。

蔡学飞认为，虽然没有具体的下沙量下滑数据，但市场普遍认为，全国酱酒下沙量保守估计下降15%—25%。

同时，郎酒、习酒、安酒、国台酒业等头部酱酒企业，在2023年也加大了下沙的总量，在酱酒赛道有多家酒企年产能超过3万吨。“市场份额向强者集中的趋势正在提速。”肖竹青表示，酱酒赛道即将迎来寡头垄断2.0时代，即企业需要具备消费者动员能力和品牌建设能力，“只有努力建设消费者心智资源占位和心理价位预期，才是酱酒未来竞争的关键。”

跨界与创新

2023年以来，贵州茅台在跨界上很是忙碌：5月，茅台集团董事长丁雄军宣布，截至当时，茅台冰淇淋累计销量已接近1000万杯；7月29日，茅台冰淇淋“小巧支”新品发布；9月，茅台和瑞幸的联名产品酱香拿铁上市，几度冲上社交媒体热搜。

不仅是茅台，包括泸州老窖、水井坊、古井贡、舍得等白酒企业，都纷纷在细分赛道进行跨界营销，或是与其他品牌联名，或是推出创新产品，或是结合体育赛事，迈开了跨界的步伐。

比如在冰淇淋领域，除了茅台冰淇淋，古井贡与八喜在安徽市场联名了冰淇淋；舍得与圣悠活合作推出的冰淇淋产品在盒马APP上市，迅速引起市场关注。

酒业生产车间，工人正在处理酒糟蒸馏白酒。 本报资料室/图

就此，肖竹青认为，多家酒企面临着增速放缓的挑战，因此，纷纷以谋求第二赛道、开启多元化经营、主动创新求变的姿态应对行业内卷的挑战。

其中，体育营销成为2023年白酒行业抓住的热点，在足球、羽毛球、网球、乒乓球、高尔夫等赛事中，都有中国白酒企业的影子。

在泸州老窖股份有限公司常务副总经理王洪波看来，体育是一种生活方式，白酒是中国人生活方式的一种体现。在赛事的选择上更应注重体现个性化的体育运动。

此外，洋河股份、泸州老窖、古井贡都对高端汽车品牌联合推广和粉丝群体跨界合作运营产生浓郁兴趣；贵州茅台旗下茅台1935也在积极探讨与国际汽车品牌联合展示和联合推广。

肖竹青发现，通过消费者行为轨迹和兴趣爱好轨迹分析可以完成清晰的消费者画像，基于成熟的大数据精准营销技术普及和门当户对的不同行业超级品牌跨界合作，中国酒业2024年跨界将迎来升级版。

分化的未来

宋书玉曾强调，2023年以来，流通端在库存积压、消费下降、预期转弱等方面承压大，表现在几方面：一是库存高企、动销缓慢；二是消费下行、发生分化和降级；三是中小酒商深陷生存危机、龙头企业增收不增利等情况。

相关数据显示，2023年前三季度，贵州茅台、五粮液、洋河股份、山西汾酒、泸州老窖、古井贡酒等6家酒企收入占20家白酒上市公司总收入的84.45%，而归母净利润占比更是达到92.22%。其中，贵州茅台和五粮液这两大龙头企业营收合计占行业比达54.28%。

王洪波告诉记者，白酒行业头部企业业绩相对较好，这是一些二、三线酒企退出带来的行业集中和利润集中。实际上白酒产能和销量都呈现出下降趋势，这也给白酒行业带来新的思考和课题：未来白酒企业的竞争将向品质延伸，是品质、品牌与服务的竞争。

肖竹青认为，未来白酒市场格局是K型市场态势，一方面茅台、五粮液、泸州老窖国窖1573面对的是高净值人群，这类人群收入受外界影响比较小，对价格不敏感，所以高端白酒还会有稳定性的增长；另一方面次高端白酒品牌会受到大环境影响。此外消费者购买力不足很难在短时间内改善，现在行业内卷化竞争加剧，白酒在餐饮渠道基本是负毛利。

“结合酒类的消费周期以及内外部社会经济环境，我们可以确定的是中国酒行业消费升级与分化趋势不会改变。”蔡学飞认为，同时随着品牌化与品质化进程加快，优势资源向头部酒企聚集，围绕着品类香型概念，酒业产区化进程不断加快。随着数字化技术以及消费者价值服务的发展，以直播电商、酒庄体验为代表的新模式开始崛起，这些都是未来中国酒业发展的重要内容。总的来说，中国酒业依然呈现出平稳增长的态势，酒的社交刚需属性也没有变化，这些都为未来的发展奠定了扎实的基础。

汽水争夺之年：群雄逐鹿

文/孙吉正

2023年，汽水再次成为饮料行业的焦点。在可口可乐、百事可乐两大头部企业的统治下，国内厂商纷纷加码汽水行业，希望挑战“两乐”的地位。前有元气森林推出可乐气泡水直接对标，后有湖北前首富兰世立带领武汉二厂火速上市。与此同时，大窑低调崛起，迅速席卷全国市场。

此外，2023年，汽水的食品安全问题也备受社会广泛关注，阿斯巴甜作为一些品牌汽水及无糖汽水的主要添加剂，近10年来争议不断。值得注意的是，在无糖的风潮之下，相关饮品受到消费者青睐。例如，作为农夫山泉运营近20年的产品之一，东方树叶爆发式的增长也印证了目前国内的无糖潮流。中国食品产业分析师朱丹蓬告诉《中国经营报》记者，无糖饮品崛起有其必然性，背后是中国新生代消费思维和消费行为正在发生颠覆性的变化。

抢食汽水赛道

在中国乃至全球的汽水市场中，可口可乐、百事可乐绝对占有统治地位。2021年，仅可口可乐在国内的汽水业务单品类营销就达到319亿元左右。放眼全国，几乎没有任何一家本土汽水品牌可以比拟。汽水市场也成为很多年来饮料企业避开的市场，只因“两乐”的地位几乎无可撼动。

2015年前后，大批原来被可口可乐、百事可乐并购的国产汽水纷纷复出，但从目前的发展来看，这些品牌几乎只能保有本土市场，即便像北冰洋、冰峰等发展势头较好的品牌，也只能辐射到华北、西北市场。

2023年，大量的品牌和资本杀入汽水行业。2023年年初，元气森林高调宣传将推出可乐味汽水，为了壮大国产汽水的声势，元气森林在发布会当天请到了天府可乐董事长、青岛崂山矿泉水董事长为其助威。两位掌舵人纷纷表达了“可乐作为一个品类，如今的市场缺少有力的参与者，欢迎有更多的品牌做可乐，给消费者更多选择”的想法。

作为无糖饮品的先驱者，元气森林的汽水产品一直是其重要的板块之一。在元气森林崛起的过程中，一方面要面对“两乐”的压力，另一方面也在不断调整内部架构。2023年全年，元气森林帮助经销商清理库存，减少经销商的压力。元气森林方面称，继续稳定经销商，并保证经销商的盈利能力，使两者成为真正的伙伴关系。

除了元气森林，2023年另一个高调的人物和企业则是兰世立和他的武汉二厂。2023年10月19日兰世立对外宣布，武汉二厂汽水通过并购方式，曲线登陆港股主板，成为“国产汽水第一股”。

在整个2023年的10月份，兰世立的个人热度达到了顶峰，“兰世立作为上一代企业家，其商业敏感度毋庸置疑，他意识到武汉二厂在一波国产汽水崛起中难以出彩，因此在新媒体的加持下，通过自身的影响力使武汉二厂的营销更上一层楼。可以说，兰世立赋予了武汉二厂热度和高度。”著名顶层设计专家、清华大学品牌营销顾问孙巍说。

2023年，在无糖的风潮之下，相关饮品受到消费者青睐。 视觉中国/图

相较于武汉二厂的高调，大窑汽水却在低调之间席卷全国。根据媒体披露的信息，2022年，其销售额达到32亿元，这样的规模在国产汽水中已位于第一梯队。根据大窑发布的信息，其广告登陆央视、机场、高铁、地铁等媒介，同时，大窑宣布在全国新建生产基地，且物流配送也已伸至南方地区。

与此同时，关于阿斯巴甜的食品安全问题一直在全球被反复讨论，早年间，百事可乐甚至一度在北美地区停用阿斯巴甜。

2023年7月14日，世界卫生组织发布的《阿斯巴甜危害及风险评估结果发布》显示，国际癌症研究机构援引对人类致癌性的“有限证据”，将阿斯巴甜归为可能对人类致癌之列。阿斯巴甜市场份额逐年减少，已从2015年的22%减少至2019年的8.6%。

无糖趋势引领

2023年5月，可口可乐在便利店、商超等终端价格出现不同程度上涨。从3.5元直逼4元，涨幅达到2.9%—11.4%。国盛证券报告显示，1990—2019年，可口可乐的产品单价复合增速为0.42%。

伴随着大宗商品价格上涨，可口可乐也经受了成本的考验。2022年财报显示，可口可乐营收430.04亿美元，增长11%；经营利润109.09亿美元，增长6%；全球单箱销量增长5%。

除了可口可乐，一些国际食品巨头也在近段时间内经历了成本上涨的问题。2023年2月，瑞士雀巢公司首席执行官马克·施奈德宣布，为应对原料价格上涨，该公司旗下产品2023年不得不继续涨价，但并未具体说明涨价幅度。相关数据显示，2022年，雀巢产品已涨价8.2%；养乐多方面在回应产品涨价时表示，是由于近年来原材料价格及其他经营成本持续上升等原因导致。

“像可口可乐、康师傅等老牌企业，在国内的经销体系非常成熟，且整体销售量非常大且稳定，因此可以将经销商的利润压得很低，由于销售规模较大，经销商并不会觉得利益受损。但很多后来者需要吸引更多经销商加入，因此给经销商的利润接近于终端利润，这就使得一些品牌的终端价格难以降低。”朱丹蓬说。

虽然部分企业受到成本上升的困扰，但饮料行业仍旧展现出很强的韧劲，尤其是无糖饮料的发展势头依旧亮眼。

艾媒咨询数据显示，2015—2022年中国无糖饮料行业市场规模由22.6亿元增至199.6亿元，预计2025年将达615.6亿元。未来，中国无糖饮料市场规模将保持持续增长态势。

2023年，在无糖趋势的引领下，饮料企业依旧展示出了一份不错的成绩单。

尼尔森数据显示，2022年东方树叶同比增长114%，增速超过即饮茶行业整体增速9倍以上。这是东方树叶连续第三年高速增长。尼尔森数据估算，东方树叶2023年零售规模可能会达100亿元。

三得利中国方面称，2023年8月，其乌龙茶占该公司近八成销售。2023年上半年，原味和花式乌龙茶均有大幅增长，并支持三得利中国乌龙茶约200%增长。

“消费者的颜值管理、体重管理、健康管理、营养管理已贯穿于重度消费人群，无糖饮品崛起有其必然性，三得利、东方树叶等产品的爆发则是必然性下的偶然产品，因为它们多年来一直站在这里，看到趋势很难，坚守长期主义不动摇更难。”朱丹蓬说，未来3年，无糖饮品领域将会处于消费扩容、市场扩容的阶段，这也是品牌进入的最好时机，但越是火热的行业，也就意味着竞争越激烈。

新茶饮全方位竞逐 行业激战白热化

文/许礼清

在经济持续转型与消费结构不断升级的宏观背景下，2023年新茶饮行业进入全面快速发展阶段。

回顾2023年的新茶饮行业，开店抢市场依旧是竞争的主旋律。《中国经营报》记者梳理发现，国内新茶饮市场已开启“万店时代”。例如，蜜雪冰城目前门店数量已超过3万家（含海外）；茶百道、古茗、沪上阿姨、书亦烧仙草等也在冲刺万店规模；喜茶、奈雪的茶等开放加盟以进一步快速拓展市场。

而在这场激烈的内卷中，新茶饮品牌已将战场延伸至下沉市场及海外市场。此外，酱香拿铁的爆火出圈，更是将新茶饮领域的跨界联名推至高潮。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示，2023年新茶饮行业内卷加速，降价、开放加盟、联名、下沉以及出海等，都是高度竞争中的破局之道。未来，市场占有率、门店规模化、供应链优势、产品的迭代创新及品牌的认知度和美誉度等都将是核心竞争力。同时，马太效应或将进一步加剧。

万店目标下的“狂奔”

新茶饮快速扩张尤其在下沉市场遍地开花的景象，消费者感受最深。回到县城老家的张乐表示，繁华的商圈几乎布满了新茶饮的门店，古茗、沪上阿姨、蜜雪冰城、一点点、茶百道等主流品牌已打造出一条“奶茶街”，基本以小型门店为主。

新茶饮行业的繁荣在数据上也得以体现。《2023新茶饮研究报告》显示，全年国内新茶饮消费市场规模有望达到1498亿元，至2025年预计进一步扩张至2015亿元。

行业规模扩容之下，跑马圈地仍是新茶饮品牌们的头号任务。而围绕2023年的第一个关键词就是“万店目标”。目前，蜜雪冰城率先迈入万店规模。“谁是下一个新茶饮万店品牌”，是2023年的热点话题之一。

早在公布2023年战略规划时，古茗方面就曾告诉记者，2023年预计增加3000家门店，或将成为下一个万店茶饮品牌；沪上阿姨也计划在2023年开设3000家门店，年底营业门店数量预计突破8000家，签约门店超过10000家。

对于新茶饮品牌对冲刺万店的执着，多位行业专家表示，万店是一个节点，突破万店规模，在销量上能够有很大的规模效应，给前端带来更高的品牌知名度，后端的采购成本进一步降低，供应链能力持续加强。

而万店计划的背后是新茶饮品牌加速抢夺市场。比起重资产且难规模化的直营模式，能够降低风险且利于快速拓展市场的加盟模式逐渐成为主流。

2023年4月24日，乐乐茶宣布，直营门店盈利模型打磨成熟，即将对外开放加盟业务；7月20日，奈雪的茶对外宣布，正式开放“合伙人计划”。而在2022年11月，喜茶就正式开放加盟，根据官方给出的数据，2023年上半年喜茶开出了超过1200家门店，门店总数超过2000家。

在这场激烈的“地盘争夺战”中，下沉市场成为新的角逐场。中商产业研究院报告提到，从2023年上半年新茶饮在不同城市线的外卖订单量来看，四线和五线城市的外卖订单量增速分别为30%和36%，远高于新一线至三线主体市场的28%增速，下沉市场空间被进一步打开。

茶百道公共事务总裁古计林此前表示，未来的下沉市场尤其像县域市场消费潜力大、活力足、空间广。目前，茶百道已在县城及以下市场拥有超过3000家门店。

“三、四线城市及县城等下沉市场消费潜力巨大，品牌忠诚度尚未形成，为新茶饮品牌提供了发展空间。”盘古智库高级研究员江瀚说。

“集体”出海

“终于可以点上一杯家乡的奶茶了。”不少留学生在社交平台上感慨道。而此前蜜雪冰城在悉尼开张时，就曾出现过从中午到晚上一直排队的景象。

国外消费市场的热情以及国内市场的内卷，使得一众新茶饮品牌将目光投向了海外市场，试图通过开辟国际市场寻求新的业绩增长点。

2023年，新茶饮品牌加快了出海步伐。3月，喜茶宣布开放包括英国、美国、加拿大海外事业合伙人申请；8月起，喜茶在英国、澳大利亚、加拿大等海外多个新的国家市场的核心商圈接连开出当地首店；12月8日，喜茶纽约百老汇店正式投入营运，由此进军美国市场。

此外，2023年2月，蜜雪冰城在悉尼开出门店，随后进军日本市场。截止到2023年11月，蜜雪冰城海外门店数量接近4000家。而根据蜜雪冰城公布的计划，到2028年将在日本开设1000家门店。12月1日，奈雪的茶泰国首店在Emsphere购物中心正式开启试营业。

往年已有部分新茶饮品牌试水海外市场，但2023年很明显的变化是出海速度加快，且出海队伍也在扩大。同时，东南亚市场成为大多数茶饮品牌出海的首站，2023年也已有茶饮品牌开始进军欧美市场。

朱丹蓬表示，部分新茶饮品牌已在国外市场形成一定的规模和品牌效应，而随着文化自信和新生代消费群体的需求变化，也给新茶饮品牌出海创造了一定的机遇。不过，海外市场也存在更加多元的挑战。

正如多位专家所言，除了饮食习惯、口味爱好等，海外市场的竞争也并不比国内轻松。记者梳理发现，CoCo、贡茶、快乐柠檬等一众品牌早已进军欧美市场。多位专家和从业者表示，无论是国内还是出海，供应链是核心。新茶饮品牌出海，目前仍旧面临着供应链、原材料、人才团队、品牌认知度等多重考验。

朱丹蓬也表示，供应链的完整度未来依旧是新茶饮领域竞争的一大重点。可以看到，近几年许多主流品牌都在积极搭建供应链体系，并且不断精细化升级。而未来拥有对供应链进行完整布局能力的企业，才能在激烈的竞争中占有优势。

联名掀热潮

2023年茶饮领域最火爆的莫过于跨界联名。9月4日，瑞幸咖啡与贵州茅台联手推出的酱香拿铁横空出世，瞬间引爆各大社交平台和朋友圈。家住北京朝阳区的张小姐对酱香拿铁的火爆程度印象最深，她回忆称，刚推出时，一早就有好多家门店表示售罄，自己是在推出几天后才买到一杯。

推出单日销量突破500万杯，成为现象级的酱香拿铁也将联名之风推到高潮。数据显示，平均3天就有一个IP联名出现在茶饮咖啡领域。据《饮品品牌联名营销观察报告2023》不完全统计，2023年前三季度，包括茶百道在内的18个新茶饮品牌的联名营销事件总次数达到了236次。

而跨界联名也让品牌频频爆单。10月12日，古茗与《天官赐福》动画正式官宣，部分主题店开售后半小时就爆单；5月，喜茶携手意大利奢侈品品牌FENDI，推出了限量特调饮品“FENDI喜悦黄”，一时间，“FENDI喜悦黄”在各地门店被抢爆；霸王茶姬与顶流《盗墓笔记》联名，采取与用户共创的形式，也让其登上数个热搜。

IPG中国首席经济学家柏文喜表示，通过与优质品牌或IP的合作能够提升品牌形象和品质认可度，突出品牌特点，结合对方资源和亮点，打造独特的产品，进而提高品牌的差异化竞争力，并形成一定的品牌壁垒。

不过，在内卷的联名活动背后，也反映出新茶饮品牌正在加速寻求流量和差异化的心理，想以此打破同质化带来的困局。

而相比前两年，资本在新茶饮领域的热情有所降低。显然，无论对消费者还是资本来说，产品同质化的新茶饮赛道都需要持续不断的“新鲜感”，由此，新茶饮品牌纷纷以拓展品类破局，而近几年同样火热的咖啡领域成为首选。

2023年4月，沪上阿姨推出咖啡子品牌沪咖鲜果咖啡；同月，古茗推出了闪萃咖啡系列；11月，喜茶在深圳开出了“喜鹊咖”的茶咖新品牌；12月，茶百道子品牌咖灰落地成都。

对于从业者来说，2023年是充满机会和挑战的一年。古茗创始人王云安表示，2023年，其对于品牌发展的新思路，有了更深的理解与体会。随着企业规模的发展与扩大，为了更加系统和有序地推进品牌发展，或许也失去了一些灵活性。流程和制度在一定程度上提高了效率，但有时也可能在应对复杂多变的市场环境时稍显僵化，需要在制度中找到平衡点，确保既能保持高效运营，又能及时应对市场的变化。公司计划于2024年，在创新和技术方面进行更深入的探索，以应对不断变化的市场需求。

而对于未来新茶饮行业的发展，有从业者向记者表示，新茶饮的发展空间离触顶还有距离，还没有真正形成成熟的新茶饮市场。未来几年，随着新茶饮品牌头部效应强化，行业竞争也会在供应链、门店标准化水平、加盟商运营管理体系、产品力及消费者服务上比拼，最终会进入一个相对稳定、成熟的阶段。

江瀚认为，创新驱动、数字化与智能化和多元化发展将是未来新茶饮品牌关注重点。消费者对于产品品质、健康、创新等要求不断提升，品牌在产品迭代升级、加深品牌与消费者的情感连接外，还要加强运用大数据、人工智能等技术手段，实现精准营销、优化供应链管理，同时探索更多元化的发展路径。