



# 经营成就价值

# 中国经营报

## CHINA BUSINESS JOURNAL

# 唤醒“沉睡”资产 中央纪委国家监委紧盯国资监管 ▶A2

## 美联储降息 黄金投资何去何从?

▶B2



### 打造金融“高速公路”要有足够耐心



作为中国金融对外开放大潮下的第一批“弄潮者”，美国运通在中国的合资机构——连通(杭州)技术服务有限公司(以下简称“连通公司”)2020年正式挂牌开始在国内开展业务。在打破国内银行卡清算市场“一家独大”历史的同时，也开启了外资机构在金融基础设施领域“搭桥铺路”的探索之旅。

开业四年，全球新冠疫情、国内支付市场竞争、经济

换挡等挑战接踵而至，与此同时，数字经济、技术迭代、信用卡市场转型、外卡便利化等机遇亦层出不穷。应对中国市场的变局，这家背靠百年全球名企的“新公司”，如何找到一条符合当下中国市场需要的本土化之路？

朱亚明是连通公司开业以来的第二任CEO，她在2023年2月正式加入连通。朱亚明此前在银行和保险领域有丰富的履历经验，也由此沉淀了金融领域难得的跨

### 与老板对话 ▶D4

界视角。她执棒连通以来，根据公司所处的市场环境和竞争优势，确定了高端、跨境、收单三大战略重点，连通也由此开始了在华发展的第二阶段。

在与《中国经营报》记者的交流中，朱亚明多次强调美国运通“穿越经济周期”的百年业务经验与对中国市场的长期信心。与以往任何时期不同，这种经验在当前全球经济环境与中国市场现状下，可能显得更加重要。

### 社评 ▶

## 央行货币政策框架逐渐完善

时隔四年，美国联邦储备委员会(以下简称“美联储”)降息的靴子终于落地。

北京时间9月19日凌晨，美联储宣布，将联邦基金利率目标区间下调50个基点，降至4.75%至5.00%之间的水平。这是美联储自2020年3月以来的首次降息，此举标志着美联储货币政策开始由紧向宽松转向。

随着美联储降息的尘埃落定，全球市场“热启动键”强势启动，这深度影响着全球资本流动与资产定价要素，国际金融市场的基准环境或将发生系统性的调整和变化。

对中国市场来说，未来的货币政策走势备受关注。

在货币政策工具箱创新举措中，中国人民银行近日在二级市场买卖国债的举动成为货币政策框架逐渐完善的一个重要信号。

近日，中国人民银行发布公告称，2024年8月人民银行开展了公开市场国债买卖操作，向部分公开市场业务一级交易商买入短期限国债并卖出长期限国债，全月净买入债券面值为1000亿元。

2024年第二季度中国货币政策执行报告指出，充实货币政策工具箱，丰富和完善基础货币投放方式，在央行公开市场操作中逐步增加国债买卖。

8月30日，央行在公开市场买卖国债的操作正式落地。而央行净买入国债，实际上是向市场投放

了基础货币，这进一步增加了市场流动性，同时也传递出货币政策对稳增长、扩内需等方面的支持力度。

对市场而言，央行买卖国债会逐渐淡化MLF(中期借贷便利)的货币投放作用，这将持续完善货币政策框架。据悉，MLF是央行向符合一定资质要求的银行提供的一种特殊贷款。

与常备借贷便利(SLF)相比，中期流动性管理工具更能稳定社会预期。也就是说，创设MLF既能满足当前央行稳定利率的要求，又不直接向市场投放基础货币。

然而，考虑到今年后续MLF到期量较大，央行选择在此时买卖国债，可以淡化MLF利率的政策色彩，同时也会提升市场的自主定价能力。

央行统计数据显示，今年9—12月，MLF到期量分别为5910亿元、7890亿元、14500亿元、14500亿元，央行此次净买入的1000亿元国债也成为货币投放方式替换的重要窗口期。

随着央行买卖国债操作的落地，央行在流动性投放机制上也更加市场化，这将对我国金融体系的流动性、资产定价、财政金融协调等产生重要影响。目前，业界达成的共识主要体现在三个方面：

首先，从流动性来看，央行在二级市场购买国债，将使所有参与机构平等地获得流动性支持，这改变了结售汇业务优先银行流动性的情况。

其次，从资产定价角度看，国债收益率是金融资产的“锚”，金融产品和金融工具主要以国债收益率作为定价基准。随着央行在二级市场购买国债，未来金融机构贷款利率或将更多关注国债收益率及其利差变化。

最后，从财政金融协调看，央行购买国债后，有利于更好平衡债券发行这样的财政工具，这会对金融市场流动性产生重要影响。

整体来看，央行在二级市场买卖国债的目的是作为流动性管理和货币政策工具的一部分，向商业银行注入基础货币，并通过商业银行传导到实体经济，短期可以通过置换到期的MLF，提供中长期流动性。

这种操作有助于提高央行对市场预期的管理能力，增强其调节市场流动性的灵活性。此外，央行增加投放基础货币的自由度后，也减少了对外汇储备的依赖度。

现行法规明文禁止央行在一级市场购买国债，但允许央行在二级市场上买卖国债。

从过往历史看，2000—2003年，央行多次开展买断式交易国债的操作，主要是尝试通过买卖国债进行流动性调节。

自2004年以来，该操作交易量逐渐减少。这一时期，央行主要通过外汇占款提供基础货币和流动性。

2014年9月，中国人民银行创设MLF，交易对象为符合宏观审慎管理要求的商业银行、政策性银行，

可通过招标方式开展。之后，央行主要通过MLF、PSL等(计入央行资产负债表“对其他存款性公司债权”科目)提供基础货币和流动性。

值得注意的是，在稳健货币政策主导背景下，央行此次净买入国债也被部分市场人士视为财政赤字货币化的操作。

对此，中国人民银行曾多次公开表态称，把国债买卖纳入货币政策工具箱，不代表要搞量化宽松，目前我国货币政策仍有充足空间，财政状况健康可持续，并不需要实施量化宽松政策。

央行指出，把国债买卖纳入货币政策工具箱，是将其定位为基础货币投放渠道和流动性管理工具，与其他工具综合搭配，共同营造适宜的流动性环境。

从中长期角度来看，央行将二级市场国债买卖重新纳入公开市场操作工具箱，也是货币政策新框架转型的重要体现，该操作不仅可以丰富货币政策工具箱，也能提高央行对市场预期的管理能力，最终有助于稳定长债利率，促进经济健康发展。

可以看到，在密切关注主要发达经济体的货币政策调整情况的同时，中国的货币政策继续坚持“以我为主”，优先支持国内经济发展。总体来看，中国人民银行正在灵活运用多种货币政策工具，保持货币信贷总量合理增长，推动社会融资成本稳中有降，有力支持经济回升向好。

### 本期热词 ▶

#### 消费增长

中秋假期的文旅市场，延续着火热的势头。文化和旅游部数据中心测算，2024年中秋节假期，全国国内出游1.07亿人次，按可口径较2019年同期增长6.3%；国内游客出游总花费510.47亿元，较2019年同期增长8.0%，旅游市场的强劲复苏态势明显。

中秋假期内出游人次破亿 三季度消费有望稳步增长 ▶A3

#### 融租入澳

澳门特区融资租赁行业“再添新丁”，截至2024年9月，澳门特区共批准设立了7家融资租赁企业。在多位行业人士看来，在澳门设立融资租赁公司，不但可以享有政策上的优势，更可以通过澳门作为支点，辐射粤港澳大湾区企业。

澳门租赁大市场 ▶B1

#### 6G产业

全球6G标准化工作进入实质阶段，这是中国公司首次牵头新一代移动通信的首个标准制定工作，在4G和5G时代，这一角色分别由美国、欧洲运营商担任。同时，政府部门、研究机构、垂直行业和终端公司的参与数量也从8家增长到46家，这反映出全球对于共同推进6G商用的重视。

中国公司牵头 全球首个6G场景需求标准通过 ▶C1

#### 科技转化

学校和企业的合作迎来热潮。9月14日，教育部、江苏省共建首个全国高校区域技术转移转化中心，目前已已有20所左右高校参与建设。高校和企业的“双向奔赴”，也让更多高校科技成果尽快转化为现实生产力。

校企合作热潮来袭 ▶D1

#### 经济大势

A1~A4

医疗领域扩大开放试点 ..... A2  
乐城先行区将迎来更多国际合作

票房悬殊 电影重映市场冷暖自知 ..... A4

#### 数智引领“碳”索未来

▶ B16

#### 营商环境

B1~B16

淳厚基金狂揽8张罚单之后 ..... B3  
推进股权整改

量价齐跌 银行代销基金待破局 ..... B6

城投转型新赛道：培育大模型产业 ..... B7

广深楼市抢滩“金九” ..... B9

中国船舶重组方案出炉 ..... B13  
超1100亿元吸收合并中国重工

**引领健康用网 成就青少年未来** ▶ C2-C4

#### 智在公司

C1~C8

花万元为自行车“变装” ..... C5  
Cityride为氛围感买单

车企花式冲刺“金九银十” ..... C6

燃油车降价“打破头” ..... C7  
东风日产转型艰难

高管“组团”减持上亿元 ..... C8  
三一重工能否撑起集团万亿市值梦？

#### 消费连锁

D1~D4

珀莱雅“二代”接棒 增长能否延续 ..... D2

卤味三巨头门店减少近1800家 ..... D3  
行业拐点将至



中经传媒智库



本报官方微信微博



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

# 唤醒“沉睡”资产 中央纪委国家监委紧盯国资监管

本报记者 索寒雪 北京报道

盘活闲置资产是贯彻落实党

的二十大精神,完整、准确、全面贯彻新发展理念,推动经济社会高质量发展的重要举措。

9月18日,中央纪委国家监委网站发文《紧盯国资监管责任落实 推动补齐管理短板 唤醒“沉

睡”资产》。文章指出:“有效盘活存量资产,对于提升基础设施运营管理水平、合理扩大有效投资以及

降低政府债务风险、降低企业负债水平等具有重要意义。”

在市场看来,中央纪委国家监

委发文明确要紧盯国资监管责任落实,表明有效盘活存量资产的改革已进入关键阶段。

## 严禁“单外有单”

当前,我国国有资产现状复杂,增加了资产有序管理的难度。同时,由于资产监管部门众多,也存在职责不清等现象。

事实上,在国有企业中,国有资产闲置并不少见,而部分国有资产长期闲置,甚至会被非法占用或变卖,这造成了国有资产损失浪费,严重影响国有资产保值增值。

一位国有企业人士向《中国经营报》记者表示:“我们在城区的一个办公大院里有几个空置的房间,一直没有被利用,已经被遗忘了很长时间。”

在该人士看来,国有资产闲置浪费的例子非常多。“还有一处房产,被之前的企业负责人以低价出租给个人,租期长达20年,我们希望能收回该房产,尤其是当前企业效益不好,如果可以收回来,也能弥补企业部分开支。”

现实中,资产闲置的问题与企业领导者关系密切。

从近年来纪检监察机关查处的

案例看,有的党员领导干部不正确履行职责,造成国有资产闲置浪费;有的热衷上马基建项目,造成国有资产重大损失和严重闲置浪费。

根据纪检监察部门的通报,中国银行内蒙古自治区分行原党委书记、行长张凤槐热衷上马基建项目,利用职务便利为他人谋取利益,收受他人财物,数额特别巨大,造成国有资产重大损失和严重闲置浪费,受到开除党籍处分。

国有资产保值增值是国有企业考核的一项重要内容,对于国有资产处置,国有企业负责人担任重要角色,而向腐败和固有顽疾“亮剑”,则需要企业“一把手”勇于担当。

国企改革能否成功,关键在于企业“一把手”想不想改革、敢不敢“亮剑”。”山东一家知名国企负责人向记者表示,“不想改、不敢改

就是‘岗位腐败’,占着位子不担当就是国有资产变相‘流血’,‘一把手’只有自己‘屁股’干净了,才能敢于‘亮剑’。”

当前,我国国有资产现状复杂,数量庞大、种类繁多、分布广泛,涵盖经营性资产、非经营性资产,以及行政事业性单位的资产和自然资源,这增加了资产有序管理的难度。同时,由于资产监管部门众多,也存在多头管理、职责不清等现象。

基于此,国有资产管理也变得尤为复杂。

前述文章强调,各级纪检监察机关坚持问题导向,紧盯国资监管责任落实,织牢织密监督网络,推动全面梳理存量资产、盘活闲置资产,提升国有资产治理能力,促进资产保值增值。

划转资产土地性质为划拨,无法形成可抵押的有效资产,办理出让手续,所需税费支出又不堪重负。

土地性质为划拨,无法形成可抵押的有效资产,如果要办理出让手续,所需税费支出又不堪重负。“此外,个别资产是20世纪90年代划转的,至今未办理任何产权登记手续。推进工作难度比较大。”

不仅如此,改革中还存在另一个阻力:按照企业股份制改革和新会计制度的要求,无产权登记的固定资产是不能入账的,也无法办理产权及财务移交手续。

李锦认为,由于这部分无证不动产,以及变卖的收支都不会

入账,很容易造成企业“账外账”情况,这无形中造成了国有资产的严重流失。

此外,相关的法律法规也不健全。

目前,从中央到省、市还没有盘活闲置资产的相关政策与制度,尤其是人员安置问题复杂、难度大,主体单位盘活措施专业性不强。国有资产的处置往往通过行政命令以“关、停、并、转”等方式进行资产划拨,不能根据市场的要求和企业之间的内在经济联系进行产权的合理转让。

## 推进资产共享

盘活国有资产要寻找新的突破口,全面梳理各地区基础设施等领域存量资产情况,建立盘活存量资产台账,实行动态管理。

2022年5月25日,国务院办公厅印发《关于进一步盘活存量资产扩大有效投资的意见》。《意见》认为,有效盘活存量资产,形成存量资产和新增投资的良性循环,对于提升基础设施运营管理水平、拓宽社会投资渠道、合理扩大有效投资以及降低政府债务风险、降低企业负债水平等具有重要意义。

盘活资产的目的就是资金向重点项目集中。

湖南省国资委人士向记者透露:“目前,全省产业转型升级步伐加快,围绕产业集群建设,湖南省正在推动增量资本和存量资源向优势产业集中。”

据悉,湖南省目前正大力实施监管企业战略性新兴产业培育,共有38个项目纳入省重点建设项目,包括兴湘集团与中国商飞合作大飞机地面动力学实验平台、华菱湘钢5G智慧工厂等一批重大项目加快建设。

然而,盘活国有资产的难度仍比较大。

李锦建议,要寻找新的突破口,聚焦重点领域、重点区域、重点企业,全面梳理各地区基础设施等领域存量资产情况,筛选出具备一定盘活条件的项目,建立盘活存量资产台账,实行动态管理。

具体来说,可以通过前期摸底排查,将企业资产按照未抵押资产、已抵押资产、拟处置资产等

## 2023年以来国务院和主要部委出台资产盘活相关政策文件

政策文件	时间	部门	主要内容
《关于印发盘活存量资产扩大有效投资典型案例的通知》(发改办投资〔2022〕1023号)	2023.1	国家发展改革委	评估筛选了24个典型案例,涵盖REITs、PPP/特许经营、产权交易、作价入股等八类盘活方式
启动不动产私募投资基金试点,发布《投资不动产私募投资基金试点备案指引(试行)》	2023.2	证监会、中国证券投资基金业协会	盘活存量资产,防范风险主题,规范不动产投资基金投资不动产投资业务,包括特定居住用房
发起设立了国有企业存量资产优化升级基金	2024.1	国资委	基金总规模400亿,主要投向存量规模较大、增长潜力较大的国企基础设施、闲置土地、专利技术及经营性资产等
《关于全面推进基础设施领域不动产投资信托基金(REITs)项目常态化发行的通知》(发改投资〔2024〕1014号)	2024.7	国资委	全面推动基础设施REITs常态化发行
批准国有企业土地资产盘活专项基金	2024.7	国资委	基金总规模为300亿元,重点投向国有企业盘活利用存量土地和既有建筑,提高国有资本配置效率
发文《紧盯国资监管责任落实 推动补齐管理短板 唤醒“沉睡”资产》	2024.9	中央纪委国家监委	强调国资监管责任的重要性,并提倡全面查清与激活未充分利用的资产

数据来源:国务院网站、国家发展改革委网站、证监会网站、中央纪委国家监委网站

进行分类管理,并建好相关台账档案,确保每项资产能够最大化运行。

在李锦看来,当前盘活方式

主要是推进资产共享共用、加强资产调剂、实施公物仓管理、开展资产出租、处置、探索资产集中运营管理。

创造市场机遇和提供参考案例。”

市场认为,外资医院可以充分利用乐城先行区真实世界研究助力中国市场准入等政策红利,发挥医工平台汇聚的产业基金、CRO(Contract Research Organization,委托研究机构,也称临床研究机构,即接受药厂或生技公司委托进行研究服务的机构)等资源优势。

值得注意的是,乐城先行区对外资建医院有多项相关支持政策,还叠加了海南自贸港政策,比如有外籍医师执业快速审批程序、“双15”税收减免优惠(企业所得税最高按15%征缴,个税最高按15%征收)、便利的国际人才引进政策等。

早前,财政部、国家卫健委等部委曾发布《关于海南自由贸易港药品、医疗器械“零关税”政策的通知》明确,海南全岛封关运作前,对在乐城先行区内注册登记具有独立法人资格并经认定的医疗机构、医学教育高等院校、医药类科研院所,进口规定内的药品、医疗器械,并按政策规定使用的,可免征进口关税、进口环节增值税。

“乐城将以此为契机加强与国际顶尖医疗机构、研究机构的合作,形成技术创新集群,提升整体医疗服务水平和科研能力,逐步成为世界一流医疗创新高地。”该负责人说。

在业界看来,外资的进一步放开将大大促进乐城先行区的医疗服务体系建设,尤其是引进先进的管理模式、医疗服务标准和医疗技术创新。

# 医疗领域扩大开放试点 乐城先行区将迎来更多国际合作

## 促进医疗技术革新

本报记者 孟庆伟  
北京报道

中国医疗领域扩大开放又迈出了重要一步。

近日,商务部、国家卫健委、国家药监局发布《关于在医疗领域开展扩大开放试点工作的通知》(以下简称《通知》),拟允许在北京、天津、上海、南京、苏州、福州、广州、深圳和海南全岛9地设立外商独资医院(中医类除外,不含并购公立医院)。

作为目前全国唯一的“医疗特区”,海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区(以下简称“乐城先行区”),成为我国医疗医药领域体制改革先行先试的重要区域。

乐城先行区管理局医疗发展处相关负责人告诉《中国经营报》记者,此次允许在试点地区设立外商独资医院等扩大开放的新政,对乐城先行区来说,将吸引更多国际先进医疗技术和资源的涌入,这有利于促进医疗技术革新和医疗服务量的提升。

乐城先行区作为“医疗特区”,享有“特许医疗、特许研究、特许经营、特许国际交流”以及真实世界研究等一系列特殊政策。

截至目前,乐城先行区累计引进特许药械超430种,累计惠及患者8万人次,已成为国际创新药械快速进入中国市场的最主要通道。

“同时,乐城的医疗资源集群优势、特许政策优势与开放的营商环境将使其在国内医疗创新和国际合作中具备更大的竞争力,推动医疗旅游及尖端医疗服务的发展。”乐城先行区管理局医疗发展处相关负责人说。

该负责人介绍,目前,园区在营医疗机构中,有2家合资医疗机构,包括海南德雅医院(港资控股)和永远幸(海南)医院(日资控股)。

按照《通知》,此次拟允许外商设立独资医院的试点地区有9个,包括北京、天津、上海、南京、苏州、福州、广州、深圳和海南全岛。

在该负责人看来,相较其他试点地区,乐城先行区是全国首个开

展真实世界数据应用试点的区域。在国家医保局的大力支持和指导下,海南多部门联动,探索把特许药品在乐城先行区使用形成的真实世界数据转化为真实世界证据,助力国家医保准入决策。

该负责人介绍,目前已有16款产品,包括12款医疗器械和4款国际创新药品,利用乐城真实世界数据辅助临床评价加速在国内获批上市。

与此同时,海南在中央各部的指导下,联合多部门积极推动全球创新药械在中国注册审批,可以大幅缩短全球创新药械在中国注册审批

时间,极大降低全球创新药械进入中国市场的成本,是吸引国际药企与乐城先行区开展合作的核心政策。

该负责人介绍,目前已有1款产品通过乐城产生的真实世界数据被纳入国家医保目录,还有6款产品计划利用真实世界研究数据参加2024年的医保准入谈判。

该负责人表示,外资准入的进一步放开,将为乐城先行区的真实世界研究带来更多国际合作机会,特别是与全球领先的制药

公司和科研机构的合作将更加广泛。这有助于乐城先行区吸引更多高水平的国际研究项目,提升其在全球临床研究领域的地位。

记者注意到,在乐城先行区的建设中,管理者多次强调“体系建设”的重要性。该负责人表示,乐城先行区可以借助外资的力量,打造更为完善的医疗服务体系,推动跨国合作的深度与广度。



乐城先行区/供图

有效降低外商独资医院设立的相关成本。

该负责人表示:“园区内外资背景的医疗机构与国际优质医疗资源有良好的合作基础,将为后续更多外资医院通过乐城进驻中国

## 国际合作机会增加

真实世界研究试点,是乐城先行区诸多政策中最受瞩目的一个。2019年6月,国家药监局和海南省政府在乐城先行区启动临床真实世界数据应用试点。

据悉,临床真实世界数据应用试点是国家赋予乐城先行区的核心政策之一,用于支持特许药械在中国注册审批,可以大幅缩短全球创新药械在中国注册审批

时间,极大降低全球创新药械进入中国市场的成本,是吸引国际药企与乐城先行区开展合作的核心政策。

该负责人表示,乐城先行区可以借助外资的力量,打造更为完善的医疗服务体系,推动跨国合作的深度与广度。

# 中秋假期国内出游人次破亿 三季度消费有望稳步增长

本报记者 谭志娟 北京报道

中秋假期的文旅市场，延续着火热的势头。文化和旅游部数据中心测算，

## 传统文化成为热点

赏月夜游、古镇游等以中秋文化为核心的特色旅游在中秋假期成为热点。

记者注意到，中秋小长假期间，赏月夜游、古镇游、短途游等特色项目较为火爆。飞猪数据显示，亲子周边游和青年返乡游累计占比近半。其中，一、二线城市的亲子乐园、大型文旅活动举办地成为三口之家周边游热门景点，三、四线城市的古镇、古城、古村落成为青年返乡团圆游热门景点。

携程旅行报告显示，各大城市的夜游船、园林古镇、集市等成为年轻游客赏月的热门聚集地。

中秋节前后一周，国内古镇园林夜游相关旅游搜索热度环比上涨77%，夜间游船热度环比上涨42%。

川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳在接受记者采访时表示，中秋假期为期三天时间较短，对游客来说，更倾向于选择在当地、远郊地区或周边城市进行短途旅行。

不仅如此，赏月夜游、古镇游等以中秋文化为核心的特色旅游在中秋假期成为热点。

陈雳认为，这些元素反映了游客对传统文化和休闲旅游的热爱，这是旅游市场在消费新形势下的成功转型。

北京社会科学院副研究员王鹏在接受《中国经营报》记者采访时表示，1.07亿人次，体现了旅游市场的强劲复苏态势。“预计随着消费者出行信心的恢复，未来国内旅游市场将继续保持增长态势。”

数据显示，中秋假期期间全社会跨区域人员流动量预计日均超2.05亿人次，比2023年同期增长28.2%。其中，铁路客运量预计超过4299万人次，民航预计累计发送旅客511.16万人次。

华创证券研究所副所长、首席宏观分析师张瑜在最新研报中指出，由于去年中秋节是9月29日，与国庆假期相连，这使得今年全社会跨区域人员流动、部分机场客流创新高，并进一步提高了同期各项出行数值。“对于今年假期消费的最终表现，可能还需结合国庆数据做进一步观察。”

在人员流动量方面，交通运输

## 政策推动家电消费

中秋假期首日，门店电脑以旧换新销售增长263%，“逛购体验，一站换新”成为中秋家电消费新风尚。

在游客出行热的同时，换新政策也推动了中秋假期家电消费。

7月末，国家发展改革委、财政部联合对外发布了《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》，从加大设备更新支持力度、加力支持消费品以旧换新两个方面明确了10项具体举措。

民生证券统计显示，截至中秋假期前，已有13个省市出台加力政策，政策内容主要集中在统筹配套国债资金，提高补贴标准，扩大补贴范围。

中秋假期首日，苏宁数据显示，门店电脑以旧换新销售增长263%，空调、冰箱、洗衣机、彩电、厨卫等品类增长均超100%。“逛购体验，一站换新”成为中秋家电消费

新风尚。

民生证券研究院首席经济学家陶川认为，消费“下沉”的背后，多地加力扩容“两新”政策积极应对。

国家统计局9月14日发布的数据显示，8月份，社会消费品零售总额38726亿元，同比增长2.1%。其中，8月份，在消费品以旧换新政策因素带动下，家用电器和音像器材类零售额从上月同比下降2.4%转为同比增长3.4%，其中，高能效等级家电零售额实现两位数增长。

然而，政策在实际执行中也面临一定的挑战和困难。

王鹏指出，这些挑战涉及政策宣传、资金补贴、产品认证等多个环节，具体操作中也存在一定的执行难度。“我们建议，当前政府和企业需要共同努力，确保政策的顺利实施和市场的健康发展。”

未来有望推动家电行业向高效、智能、绿色方向发展。

传播星球App总经理付学军对记者表示，在当前的经济环境下，政策的引导和支持对于消费的提振作用显而易见，尤其在促进家电消费方面，政策能够给予消费者更多的购买激励和优惠，这会带动整个家电市场的繁荣，进而推动经济的增长。

尽管政策执行存在难度，但多位受访专家认为，中秋假期对经济仍然产生了显著的拉动作用。

飞猪发布的《2024中秋假期出游快报》显示，2024年中秋假期旅游预订总量较元旦、清明、端午假期均显著增长，是年内三天假期的最高点。其中，境内游人均预订量环比端午假期增长5%，出境游人均预订量与端午假期基本持平。



数据来源：文化和旅游部政府门户网站

## 消费保持增长态势

随着以旧换新与促消费政策的持续发力，叠加进入“金九银十”传统消费旺季，消费潜力有望得到进一步释放。

尽管政策执行存在难度，但多位受访专家认为，中秋假期对经济仍然产生了显著的拉动作用。

飞猪发布的《2024中秋假期出游快报》显示，2024年中秋假期旅游预订总量较元旦、清明、端午假期均显著增长，是年内三天假期的最高点。其中，境内游人均预订量环比端午假期增长5%，出境游人均预订量与端午假期基本持平。

在陈雳看来，中秋假期有效

带动了旅游市场的活跃，促进了餐饮、零售业的进一步增长；同时，假期也对以旧换新政策产生了进一步催化作用，消费者通过假期时间线下选购，带动终端销售实现较快增长。

对于三季度消费走势，陈雳认为，随着以旧换新与促消费政策的持续发力，家电终端销售实现较快增长，同时叠加进入“金九银十”传统消费旺季，消费潜力有望得到进一步释放，带动旅游、餐饮、零售等服务业持续复苏，因而预计三季度

消费市场保持稳步增长。

在受访专家看来，三季度消费市场将继续保持增长态势。虽然增速可能受到一些不确定因素的影响而有所波动，但整体趋向向好。

在热点领域方面，王鹏认为，品质生活、健康消费、绿色消费等领域将继续保持快速增长态势。此外，随着旅游市场的复苏和国庆等节假日的到来，旅游消费和礼品消费等领域也有望迎来新的增长点。

BMW 7系

广告 | 展示产品配置仅供参考，实际配置信息以中国上市产品为准

# 票房悬殊 电影重映市场冷暖自知

本报记者 倪兆中 北京报道

近期,随着《食神》《西游记之孙悟空三打白骨精》等影片的重映,电影重映这一话题再度引发人们的关注和讨论。

## 重映频率不断上升

这些影片的重映已不再是单纯的怀旧,更多的是一种商业策略。

事实上,电影重映并非新鲜事物。在20世纪,由于受当时技术的限制,影片只能在特定的时间和地点上映,人们想要再次观影,就不得不重映。同时,遇到特殊时期或特定纪念日,也有一些经典电影重映。

随着科技的进步,尤其是高分辨率和3D技术的普及,使得老片经过修复、升级后能够以更好的画质、音效呈现给观众。例如1998年上映的《泰坦尼克号》,其曾在2012年推出3D版本重映,再次收获大批观众。

除了技术原因外,影片重映也有一定的情怀因素,不少观众渴望

美霖文化电影负责人杨祎晨告诉记者,当前能够重映的影片一般都是经典或者曾经大卖的电影,这样可以在竞品不多的市场环境下获得可观的票房,吸引观众再次走进影院。

然而,并不是每一部重映影片都能在票房上取得成功,票房的悬殊揭示了市场的复杂性。在经典与情怀之外,如何平衡市场与观众需求,获得观众的再度认可,已成为电影行业面临的新课题。

## 重映。

除此之外,今年暑期档重映的还有《功夫之王》《灌篮高手》,以及最近的《红色恋人》《西游记之孙悟空三打白骨精》等。这些影片的重映已不再是单纯的怀旧,更多的是商业策略。

杨祎晨表示,适合重映的影片需要具备一些比较明显的特点,比如具有一定的知名度和口碑,或者拥有固定的粉丝群体,如某些IP改编的电影。“如果是具有时代意义或特殊纪念价值的影片,如重大历史事件纪念、著名人物诞辰之类,也比較适合重映。”

今年重映的影片中,大部分重映影片的票房都在200万元以下,多为几十万元到100多万元。

万元票房。

据记者不完全统计,今年重映的影片中,只有《你的名字》一部影片票房过亿元,《沙丘》获得的900多万元票房已算是上好成绩,而其他大部分重映影片的票房都在200万元以下,多为几十万元到100多万元。由成龙、李连杰主演的《功夫之王》,自8月3日重映以来,目前票房只有2.3万元。

还有一些影片初次上映时就票房不佳,重映时仍不理想。比如《哪吒之决战龙神》,2022年上映时只有4.9万元票房,重映时也只有3万元票房。而《一个人的江

湖》2018年上映时只有7.1万元票房,重映时只有74元。

在今年票房不佳的重映影片中,周星驰的《食神》此前曾被诸多影院看好,不过自8月31日重映以来,截至目前也只有600多万元票房,远低于预期。

悠渡影城都江堰店总经理刘安星表示,起初考虑到周星驰有一定的影迷群体,加之这部电影又是首次登陆内地影院,票房应该有保障。“重映首日影院排了三四场,但两天时间几乎没有卖出去票,最后不得不更换排片。”



本报资料室/图

## 旧片重映还需适度

大量电影重映可以满足不同观众的需求,但也容易降低观众对电影的期待,因此重映需要适度。

对于片方来说,重映影片和上映新片存在诸多区别。最明显的就是制作成本,重映影片因不需重新拍摄,尽管技术修复和转换需花费一定费用,但相比新片的高额投资,依然是十分经济的选择。

不过要顺利重映一部影片,需要多个步骤和多方配合。杨祎晨介绍,片方在电影重映时,首先要注意版权问题,确保拥有合法的版权,在宣传推广时,要找准目标受众,制定合适的宣传策略,此外还要与影院沟通协调,争取能够实现较好的排片。

与此同时,获得影片重映的资格,涉及复杂的版权交易和法律问题。

一位从事影视知识产权的律师向记者表示,版权问题通

常涉及原始制作公司与发行方的授权,这需要进行充分的法律和商务谈判。很多经典影片的版权归属复杂,尤其是年代久远的作品,其版权可能经过多次转手和分割,处理起来需要细致耐心。

在宣传和发行方面,重映电影可以相对节约资源,因为影片已积累了知名度和观众基础。但想要获得更多票房和市场热度,适度的宣传是必要的。而这种营销策略多以“情怀牌”为主,强调影片历史和经典地位。

但观众是否愿意为这种情怀走进电影院,则存在诸多不确定性。从事传媒行业的林女士是周星驰的粉丝,十分期待周星驰的《食神》重映,但在看到一些

营销公司将“欠星爷一张电影票”作为营销重点时,她表示无法认同。

此外,观众对影片的态度也会影响排片,如果观众购票率低,影院也会降低排片。刘安星告诉记者:“对影院来说,其实并不在乎是新片上映还是旧片重映,只要能够给影院带来票房,就会增加其排片,反之也一样。”

杨祎晨认为,总体来看,电影重映对片方和影院都有益,片方可以获得额外票房,影院可以吸引观众,但获益多少则取决于市场表现。“大量电影重映固然可以满足不同观众的需求,但也容易引发审美疲劳,从而降低观众对电影的期待,因此重映需要适度。”

(注:文中电影票房收入数据均来自灯塔专业版)

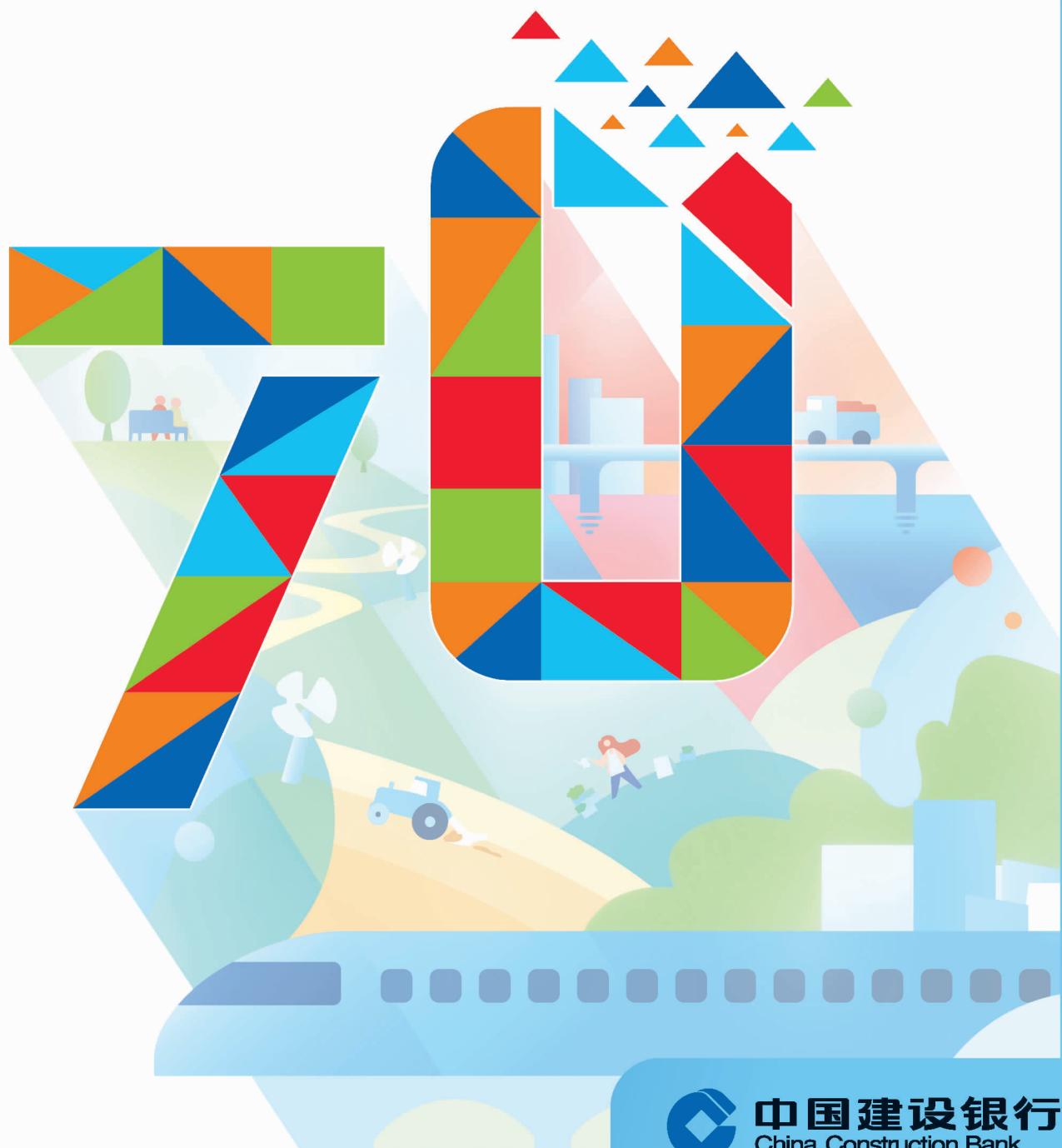
## 重映票房多不理想

今年重映的影片中,大部分重映影片的票房都在200万元以下,多为几十万元到100多万元。

尽管不少片方把影片重映当作一种新的营销方式,但重映影片的票房悬殊。灯塔专业版数据显示,早前周星驰的《大话西游》重映时票房收入超过2亿元,今年重映的《你的名字》,在重映首日票房高达3793万元,目前已获得近1.4亿元票房。

不过今年以来,重映的大部分影片票房都不理想,甚至一些过去曾票房大卖的影片也是如此。比如,位列中国影史票房榜第11位的《孤注一掷》,去年上映时取得了38亿元的票房佳绩,今年8月24日重映以来,目前仅获得90多

**建设美好生活**  
中国建设银行成立七十周年



中国建设银行  
China Construction Bank

客户服务热线: 95533  
网址: www.ccb.cn





# 黄金投资何去何从?

本报记者 郝亚娟 张荣旺  
上海 北京报道

四年来首次,美联储宣布下调

## 黄金上涨动力十足

由于全球主要央行实施货币宽松政策、地缘政治风险、美国总统选举、黄金ETF强劲需求以及场外实物需求等因素的推动,黄金价格可能在2024年年底达到每盎司2700美元,并在2025年中期达到3000美元。

北京时间9月19日,美联储宣布,将联邦基金利率目标区间下调50个基点,降至4.75%—5.00%之间的水平。这是美联储自2020年以来首次降息,此次降息标志着美国“40年来最激进加息周期”结束,正式转向进入到底周期。

瑞银财富管理投资总监办公室(CIO)方面认为,美联储降息利好黄金,因为这意味着持有非生息资产的机会成本下降。黄金上涨势头有望延续。投资需求增加将驱动金价进一步上行,预计金价明年6月有望上看2700美元/盎司。面对宏观和地缘政治的不确定性,从投资组合角度来看,黄金的避险属性也使其颇具吸引力。

华安基金方面也认为,美联储降息利好黄金。在国际市场上,黄金的价格是以美元为计价单位,而且黄金“自然是货币”。当美元升值时,相对来说黄金的购买力下降,导致黄金价格下跌;反之,黄金价格上涨。并且,美元与黄金都有一定的抗风险属性。当美元走势疲软时,投资者更偏向于利用黄金来分散风险。美联储降息后,美元收益率下降、美元投资需求降低、美元指数下跌等因素,对黄金价格形成利好。

华安基金方面分析称,长期来看,黄金价格与美债实际收益率呈反向变化关系。因为黄金是非生息资产,在实际利率上升时,持有

利率50基点。受此消息提振,纽约商品交易所(COMEX)黄金期货价格一度突破2620美元/盎司高位。

分析人士指出,黄金价格将受到三方面支撑,美联储降息提振黄金表现;全球央行购买黄金储备上升亦形成对现货金的支撑;地缘政治事件会引发市场的不确定性和

风险规避情绪,黄金作为传统避险资产仍然受到追捧。

黄金价格将继续冲高还是回调?投资者又该如何布局?



数据来源:Wind,统计区间为2016年1月1日—2024年6月30日

## 多元投资分散风险

金价当前已处于历史最高位,或将面临较大的波动,投资难度有所上升,普通投资者应注意仓位控制,理性投资,避免盲目追高。

世界黄金协会发布的2024年二季度《全球黄金需求趋势报告》显示,二季度全球黄金需求总量(包含场外交易)同比增长4%至1258吨,创下该项统计以来最强劲的二季度需求。二季度场外交易(OTC)需求强劲,同比显著增长53%至329吨,为全球黄金需求提供助力。

除了美联储降息对黄金市场带来提振外,黄金的避险属性也使其受到投资者青睐。

“自1953年以来的11次经济衰退期间中,黄金平均回报率为11.8%。地缘政治风险加剧也推动了避险需求,中东紧张局势的升温也是黄金价格的支持性因素。而即便在其他相对和谐的区域,即将到来的美国大选也带来了另一层政策不确定性。这些因素强化了我们在多元化投资组合中提升黄金的配置。面对经济衰退、地缘政治、通胀和政府缺乏财政纪律等风险,黄金是有效的避险工具。”王昕杰指出。

对此,王昕杰分析,9月确实是风险资产较为低迷的月份,除了黄金,美股在过去50年,9月也是回报最差的月份。但今年的状况可能有些不一样,美联储降息落地对黄金来说仍然会有一定程度的推动。另外,黄金在市场波动加剧时有着出色的表现记录。

展望金价走势,李跃峰指出,

由于全球主要央行实施货币宽松政策、地缘政治风险、美国总统选举、黄金ETF强劲需求以及场外实物需求等因素的推动,黄金价格可能在2024年年底达到每盎司2700美元,并在2025年中期达到3000美元。

应变化,但黄金本身的收益风险特征却长期不改。Wind数据显示,过去八年,黄金具有不错的表现,国内AU9999七年收益取正,具有良好投资价值。

在当前行情下,投资者该如何把握入场机会?

华安基金方面建议,对于未持有黄金的投资者来说,相对于投资实物黄金,黄金ETF的投资门槛较低、流动性更强、操作更方便。在投资组合中加入黄金,能多元化投资分散风险,但一次性全部投入的风险较高,可以考虑采用定投的方式,摊薄成本。

叶倩宁分析称,9月正值三季度末,受到市场流动性收紧因素影响黄金往往表现不佳,然而目前美联储降息“落靴”,叠加在“去美元化”背景下央行购金的节奏保持稳定,地缘局势使避险需求不减,都对金价形成支撑。若金价高位回调,则有利于长线投资者低位配置,因此整体易涨难跌。

中信建投(601066.SH)在报告中提示道,金价当前已处于历史最高位,短期来看,或将面临较大的波动,投资难度有所上升,普通投资者应注意仓位控制,理性投资,避免盲目追高。黄金是一种投资资产而非投机资产,将黄金作为长期投资的一部分,有助于在不确定的市场环境中为投资组合增加一定稳定性。

# 理财产品提前“退场”:及时止损or落袋为安

本报记者 秦玉芳 广州报道

近来,理财产品频频“提前终止”再度引发市场关注。数据

显示,今年以来提前终止的净值型理财产品共1583款,同比上升23.96个百分点。

理财产品提前终止情况越

来越受市场关注的背后,也凸显出今年以来理财产品“提前退场”情势的加剧。

市场分析认为,当前市场震

荡加剧、不确定性增加,理财产品提前终止多是为了能够更好地帮助投资者将收益落袋为安,并非意味着产品发生亏损。

同时,理财机构也在强化多元资产配置的策略调整,增加债基、同业存单等风险低、收益相对稳定的资产,以满足投资者低

波稳健的多元化投资需求。展望后市,理财资金或将持续增加组合的债基资产配置,以抵御利率风险和信用风险的影响。

## 理财“提前终止”更为密集

9月以来,理财产品“提前终止”的情况更为显著。

交银理财宣布,将于2024年9月30日提前终止交银理财稳享固收增强1年定开40号(私银专享)理财产品。中原银行9月10日发布公告称,添鑫18月定开2号理财产品提前终止,终止日单位净值0.971754。松阳农商银行公告显示,根据理财产品说明书“提前终止权的行使”条款约定,将于2024年9月25日提前终止松阳农商银行丰收喜悦1号开放式净值型理财产品。

此外,徽银理财于9月12日接连发布3份公告,将提前终止旗下三款“智盈”固收增强系列产品。徽银理财在公告中明确,由于资产价格波动、资产变现损失、产品止盈到账时间等因素的影响,产品触发止盈条件时,产品管理人不保证投资者本理财产品实际投资年化收益率达到或超过产品止盈目标收益率,有可能低于目标止盈收益率甚至本金损失。

与此同时,近期越来越多的金融机构在微信公众号官网发布有关理财产品提前终止行为的推文,重点聚焦该市场操作的原因及影响。

某股份制银行官微推文中强调,理财产品提前终止并不意味着发生亏损。当宏观经济环境发生变化或其他原因发生时,产品管理人会基于专业的投研判断综合评估投资风险,提前终止理财产品,防止因市场波动导致收益回

落,有助于减少投资者因产品继续运作可能遭受的更大损失,本质上还是在保护投资者的利益。

根据普益标准数据统计,截至2024年9月18日,今年以来提前终止的净值型理财产品共1583款,去年同期为1277款,同比增加306款,上升23.96个百分点。

净值化转型后,银行理财因触发合约条件而提前终止的情况屡见不鲜,缘何近来尤甚?济安金信基金评价中心副主任张碧璇认为,资本市场波动较为剧烈,投资者风险偏好下降,理财产品通过设定止盈条款提前终止能够更好地帮助投资者将收益落袋为安。

收益率下降的同时,理财产品净值波动也在加剧。信达证券在研报中明确,截至8月底,全市场理财产品破净率为4.15%,环比上升1.06个百分点。

中金公司也在研报中分析指出,2024年8月全市场破净产品支数占比为3.3%,环比上月的1.5%有所抬升;从典型的产品净值来看,固收+和纯固收产品净值在1月以来稳步抬升,不过8月末有小幅回撤,净值窄幅震荡。

在张碧璇看来,理财产品净值化带来的产品收益波动增大,会导致投资者持有体验下降,管理人设定提前终止条款既可以在市场波动增大,产品业绩表现不佳时提前终止,减少投资者的潜在损失;也可以在市场表现较好时及时止盈,避免可能超预期的回调侵蚀投资者收益。

对投资者而言,张碧璇表示,理财产品的提前终止虽然出于更好地保护投资者利益的目的,规避更大的投资风险,但通常会打乱投资者原本的投资计划,甚至影响投资信心。

## 多元资产配置需求凸显

理财产品频频止盈退场的同时,金融机构也在强化对多元化配置策略的产品布局。整体来看,年初至今理财产品对债券及存款类资产配置力度减弱,对公募基金、同业存单、海外资产的配置热度在持续上升。

据银行业理财登记托管中心发布的《中国银行业理财市场半年报告(2024年上半年)》(以下简称《报告》)显示,截至2024年6月末,理财产品投资资产合计30.56万亿元,同比增长10.32%。从理财资产配置情况来看,截至6月末,债券占比43.8%、现金及银行存款占比25.3%,较去年年末分别减少1.5个和1.4个百分点。其中,理财产品持有信用债12.57万亿元,占总投资资产的41.13%,占比去年同期减少2.73个百分点。

整体来看,理财持有公募基金占比持续提升。《报告》显示,截至6月末,理财资产配置同业存单占比11.8%、公募基金占比3.6%,较去年年末分别增加0.5个和1.5个百分点。

中金公司研报显示,截至2024年6月末,理财持仓公募基金规模达到11002亿元,相比2023年年底增加4899亿元。基金持仓规模增加,一方面与理财规模增长有关,另一方面也与上半年债市走牛,理财通过基金增加债券久期暴露有关。从重仓资产来看,理财更多的配置纯债基金,但是不同理财产品对久期的偏好存在差异。

张碧璇指出,今年以来金融经济数据走势偏弱,地产政策调整未能起到太大的提振作用,权益市场波动较大,市场风险偏好较弱,多重因素影响下债市整体走强,因此资管产品对纯债基金的配置也较为积极。

普益标准研究员李振宇也指出,理财倾向于投资风险较低、收益相对稳定的公募基金,目前市场上绝大多数的理财产品都是固收类,以投资债权类资产和货币市场类资产为主,因此配置债券型基金和货币型基金更符合理财产品的定位。

理财产品配置公募基金在增厚收益的同时,也面临着一些潜在的风险。

普益标准研究员张翘楚认为,相对于银行理财而言,公募基金持有较高比例的权益类资产,而近期权益市场的波动风险相对较大,A股市场各行业涨跌分化较为明显,一旦权益市场大幅回调,将直接影响基金市场的收益,持有对应基金作为底层资产的理财产品,其净值也会受到较大的波动影响。

在张翘楚看来,目前市场上公募基金产品种类繁多,但业绩表现参差不齐,这对理财机构的配置策略和基金选择能力存在一定的挑战。“一旦理财机构尽调不充分或未对持有基金的底层资产做充分的风险披露,潜在风险不断的积累或将对理财产品带来超预期的收益波动影响。”

展望后市,债基依然是理财产品平衡风险、增厚收益的增配选项。在张碧璇看来,后续债市可能波动加剧的背景下,理财资金可能会增加对防御性资产的配置,比如更短久期、高信用评级债券组合的基金产品,以降低利率风险和信用风险的影响。

农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅也表示,在下半年债市波动加剧的背景下,理财资金对基金特别是纯债基金的配置策略可能更加注重风险控制和流动性管理。部分理财公司可能会调整投资组合,降低对高风险资产的配置比例,增加对低风险、高流动性资产的配置。

李振宇也指出,后续公募基金增配的步伐短时间内可能会继续维持。市场上的优质资产仍将较为稀缺,叠加平滑信托整改和债市博弈情绪仍存等因素,理财短期内欠配压力仍将较大,而委外基金投资作为能增厚理财收益、提升资产配置多样性的投资方式,或将持续受到各理财机构的青睐,未来公募基金仍有较高的配置性价比,大概率会持续保持增配趋势。

此外,下半年,理财产品对同业存单、QDII基金、美元等多元资产的配置需求也在持续增加。中信建投分析认为,在“资产荒”和低利率背景下,理财公司多资产管理便显得尤为重要,其主要内容为跨资产类别配置,以实现风险分散和收益最大化。

# 淳厚基金狂揽8张罚单之后 推进股权整改

本报记者 顾梦轩 夏欣 广州 北京报道

发酵数月的淳厚基金股权之争迎来高潮。9月14日,上海证监局官网一口气公布8份行政监管措施,涉及基金管理人淳厚基金2份,8份监管措施均为“旧账”。

在淳厚基金旗下基金产品的2024年中期报告中,淳厚基金仅选择性地披露了2份上海证监局下发的行政监管措施,被媒体质疑“虚假披露”。

虽然8份行政监管措施均为9月14日发布,但从落款处的下发时间看,其中,有7份监管措施的下发时间为今年3月18日,只有一份的时间是8月14日。

在行政监管措施中,上海证监局称,邢媛在决定处分持有的淳厚基金股权时,未按规定及时履行重大事项报告义务,违反了有关法律法规。邢媛任职的淳厚基金未依法履行股权事务管理义务,在已知悉公司相关股权变动的情况下,未能准确判断股东对公司经营管理的影响并依法及时报告相关信息,不符合有关法规。

而对于淳厚基金二股东柳志伟、前任董事长李雄厚等几位股东的监管措施中,上海证监局表示,柳志伟与多人签订淳厚基金股权转让协议并支付股权转让款,严重影响公司股权结构和公司治理稳定,对公司运作产生重大影响;淳厚基金李雄厚在决定处分持有的淳厚基金股权时,未按规定及时履行重大事项报告义务,公司前任董事长贾红波任职未依法履行股权事务管理义务,在已知悉公司相关股权变动的情况下,未能准确判断股东对公司经营管理的影响并依法及时报告相关信息,不符合有关法规。

基于上述高管违法犯规行为,上海证监局责令邢媛在收到本决定书之日起30个工作日内改正,在改正违法行为前不得行使股东表决权、分红权、优先认购权、查阅复制权及公司章程规定的其他股东权利,并对邢媛采取监管谈话的行政监管措施。

行政监管措施显示,上海证监局还责令柳志伟在收到本决定书之日起60个工作日内改正,并在前述期限内将其持有的淳厚基金全部股权转让给合格的受让人。在全部股权转让完成前,不得行使股东表决权、分红权、优先认购权、查阅复制权及公司章程规定的其他股东权利;责令

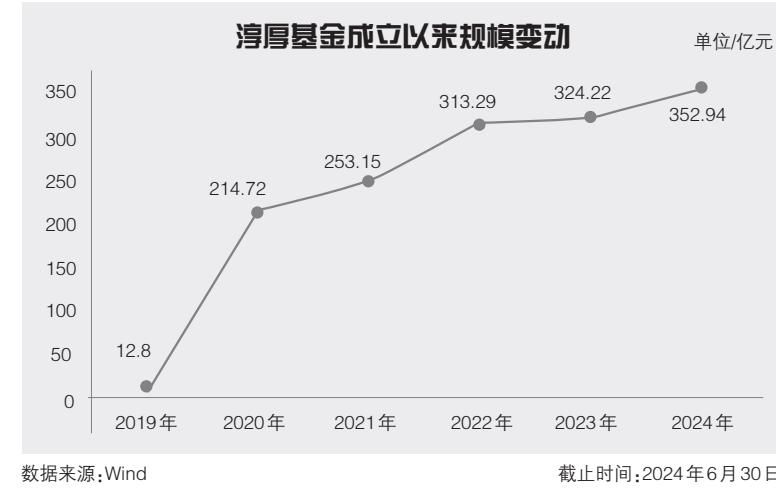
剩下的行政监管措施涉及淳厚基金两任董事长、公司总经理以及公司股东等5人。

9月17日,淳厚基金公开了持牌发起人、总经理邢媛关于公司股权转让、董事会无法有效召开、信息

披露等有关情况的申明(以下简称“《申明》”)。同时,淳厚基金发布临时公告称,上海证监局上述行政监管措施自作出至今已近6个月,在此期间,公司一直积极主动向监管机构及时汇报整改工作的有关情况。

此外,公司的高管、投研团队和员工一直较为稳定,无任何经营风险。

《中国经营报》记者注意到,虽然淳厚基金的“内斗”激烈,但公司的产品运作似乎没有受到太大影响,近三年资产规模呈现增长态势。



数据来源:Wind 截止时间:2024年6月30日

及上海证监局答复。

对于上述8份行政监管措施都是针对过往事件的处理,新古律师事务所主任律师王怀涛表示,监管机构在不同的时间公布罚单的原因可能是多方面的,比如等待行政程序、内部审查流程、等待更多的相关信息以确保公布的完整性和准确性。在某些情况下,监管机构可能需要时间来完成对违规行为的调查,或是在公布之前与相关方进行沟通。此外,监管机构也会选择在某个时间点集中公布一系列罚单,以便更有效地传达其监管立场和加强市场监管信号。因此,即便罚单是3月下发,监管机构也可能会选择在9月公布,这也符合监管机构的一般做法与程序。

王怀涛指出,从上述8份行政监管措施来看,上海证监局已经根据《证券投资法》和相关管理办法,对违规行为进行了详细的调查,并依据法律规定作出了相应的处罚决定。这些处罚决定包括责令改正、暂停行使股东权利、监管谈话、认定为不适当人选等。这些措施旨在纠正违规行为,保护投资者的合法权益,并维护证券市场的秩序。“监管机构在作出处罚决定时,会考虑到违规行为的性质、严重程度、对市场的影响等因素。”王怀涛强调。

值得注意的是,在淳厚基金旗下基金产品的2024年中期报告中,淳厚基金仅选择性地披露了2份上海证监局下发的行政监管措施,被媒体质疑“虚假披露”。

淳厚基金方面在接受记者采访时表示,根据信披格式和准则要求,仅信披公司和高管的相关行政监管措施,不包括股东的行政监管措施。

淳厚基金方面表示,作为公司持牌发起人大股东,邢媛与监管机构一直保持着紧密沟通,积极推进并尽快完成公司的股权整改工作。公司也积极配合监管机构曾多次联系二股东柳志伟,希望其能返回境内与监管机构及公司处理相关事宜,但皆无后续回复。

目前,因柳志伟的多重身份问题及董事会无法有效召开,正待监管机构进一步的处理意见。淳厚基金称,公司也已切实全面做好了与相关股东及其董事会关联人员的风险隔离切割措施。

淳厚基金强调,上海证监局3月18日系列行政监管措施下发后,公司多次向监管书面汇报股东柳志伟三重身份涉嫌非法持有境内金融机构股权以及因此带来的整改无法推进、董事会无法有效召开、部分行政监管措施面临无法推动、公司信息披露格式无法满足监管格式要求的前提下,上海证监局仅于8月14日处理了未按照信披格式予以信披的行政监管措施,基于上述情况,公司并未签收8月14日行政监管措施。该行政监管措施截至目前尚未按照有效法定程序送达公司,故此,公司旗下产品半年报未信披该项尚存在争议的行政监管措施,后续公司将依然对有关问题和监管保持沟通。

在《申明》中,淳厚基金亦表示,公司董事会无法有效召开造成公司的正常对外信息披露格式暂无法满足监管格式要求的问题,公司以多种渠道、多种方式书面向监管机构不断反映上述情况以及汇报可能引发的问题,并且提出了可能可以采取的应对措施及建议解决方案。

## 以持有人利益为优先

截至2024年二季度,公司的公募非货管理规模已达到352.94亿元,在全市场22家个人系公募基金公司中排在第6位。

淳厚基金一系列匪夷所思的股权斗争发酵至今,投资者最关心的问题就是公司旗下基金产品的正常运作是否会受到影响,持有人的利益是否会受到损害。

淳厚基金在《申明》中表示,截至2024年二季度,公司的公募非货管理规模已达到352.94亿元,在全市场22家个人系公募基金公司中排在第6位。公募权益产品和固收产品运作稳健。淳厚基金方面在接受记者采访时也表示,之前发生的一切事件均为公司股权事务管理,与所有经营业务无关。公司整体运营平稳,经营团队保持稳定,各项业务均有序推进,不涉及任何经营风险。

数据亦可佐证这一说法。Wind数据显示,2021年末、2022年末、2023年末,淳厚基金管理规模分别为253.15亿元、313.29亿元和324.22亿元;2024年上半年,也就是淳厚基金“内斗”的高峰期,公司规模依然从2023年末的313.29亿元增长至352.94亿元。

天相基金评价助手数据显示,目前淳厚基金在管基金共44只,其中偏债主动类(偏债混合基金、中长期纯债债券基金、短期纯债债券基金、二级债券基金、固定收益类混合基金、可投转债债券基金)占比最多。从2021年末至2024年6月30日,公司旗下偏债主动基金取得较好的5.99%正收益,由此可能会激励投资者申购,带来公司规模的增加。

天相投顾基金评价中心有关人士表示,根据2024年二季度天相公募基金管理人综合评级结果,淳厚基金三年期综合评级、三年期主动股混评级和三年期主动债券评级均为AAAAA。通过对公司整体收益情况的统计,可以看到自成立以来淳厚基金各类基金产品除股票基金外收益均为正,债券基金和混合基金均取得较好的正收益,且股票基金和混合基金均跑赢市场同类产品水

平。其中,债券基金自成立以来年化绝对收益2.86%,混合基金自成立以来年化绝对收益9.75%。公司现有投研团队中多数核心成员从公司成立或初创期便加入公司,伴随公司成长至今。根据淳厚基金中期报告,淳厚基金坚持价值投资理念,在传统行业和新兴领域均有涉及,具有一定行业覆盖度,均衡配置。在历经牛熊市的转换时仍保持债券基金和混合基金正收益,具有一定管理实力。

淳厚基金在接受记者采访时表示,邢媛作为公司持牌发起人大股东,一直在与监管机构保持着紧密沟通,积极推进并尽快完成公司的股权整改工作,公司也已切实全面做好了与相关股东及其董事会关联人员的风险隔离切割措施。

公司股权纷争为公司股权事务管理,与所有经营业务无关,不涉及任何经营风险。目前,公司旗下所有产品均运作稳健,未出现任何流动性、估值、投资、交易等方面问题。公司投研团队稳固,成立以来无核心人员离职,且产品业绩表现较为优秀。中国银河证券基金研究中心数据显示,截至2024年6月,淳厚基金过去三年的长期主动股票投资管理能力排名4/109,长期主动债券投资管理能力排名5/110。

淳厚基金方面表示,上述事件对投资者利益无影响,如有最新相关情况公司将予以事实为依据进行公开信息披露和公告。公司始终以持有人利益为优先,今后也将一如既往,坚持稳健经营,不负投资者的信任和支持。

对于后续整改,淳厚基金表示,公司拟通过推进员工持股计划来解决相关股东的股权问题,在公司股权结构理顺后妥善完成董事会的改组工作,这样既符合专业自然人持股公募基金法规政策导向要求,也能实现公司的长期稳定发展。

# 信托公司异地部门整改倒计时

本报记者 樊红敏 北京报道

在2024年年底前,信托公司要完成的异地部门整改任务,为完成监管目标,信托公司正在积极行动。

2023年3月,国家金融监督管理总局(原中国银保监会)发布《关于规范信托公司异地部

延期整改时间不超过1年

为优化信托公司跨区域经营模式,促进信托行业改革转型发展,更好服务实体经济,2023年3月28日,原中国银保监会颁布《异地部门新规》。

按照这一新规,信托公司根据业务发展需要、中长期发展规划、内部控制水平和风险管理能力等,原则上可在全国6个城市设置异地部门。同一城市所设异地部门在同一地址集中办公,数量不超过5个,异地部门设置不符合要求的信托公司应于3个月内报送整改方案,明确整改方式与风险防范措施,经属地监管部门审查后,于2024年年底前实施完成整改工作。确有困难的,属地监管部门可根据信托公司报告情况适当延期,延长期限不超过1年。

信托公司不得在住所所在地以外设立异地管理总部。属地银保监局应于3个月内完成信托公

司现有异地管理总部监管评估。对确有必要保留异地管理总部的,属地银保监局应指导信托公司主动向住所所在地或异地管理总部所在地地方党委和政府报告,明确承担属地风险处置责任、落实风险处置维稳任务意见后,原则上可保留一个异地管理总部。对不予保留的,督促信托公司制定管理总部回迁方案,于2025年年底前实施完成。

监管倒逼之下,信托公司异地部门整改进程明显提速。以陆家嘴信托为例,其今年上半年曾对外表示,根据《异地部门新规》的相关要求,自2024年4月1日起,陆家嘴信托在宁波不再设置异地财富部门,原宁波财富部门合并至杭州财富中心,客户服务内容不变。

今年6月初,吉林信托官网按照《异地部门新规》要求,公布了两

门有关事项的通知》(银保监规〔2023〕3号,以下简称“《异地部门新规》”)要求,信托公司可在全国6个城市设置异地部门,同一城市异地部门不超过5个,且不对外挂牌,2024年年底前完成整改,确有困难延期不超过1年。信托公司应在官方网站公开异地部门名称、地址等

信息。业内人士向《中国经营报》记者表示,异地部门整改对多数信托公司来说并非难事。但对于少数前几年展业激进,设立异地部门较多,或者存在“双总部”情况,业务团队主要集中在异地的信托公司来说,整改起来会比较棘手。

个异地部门的信息,分别是南京信托业务部和上海信托业务部。

交银国际信托在今年年中工作会议上,就下半年经营管理工作进行部署时也提到,“稳步推进异地总部和异地部门整改”。

今年8月26日,陕国投A(000563.SZ)发布第十届董事会第十七次会议决议公告称,“为优化公司跨区域经营模式,促进转型发展,更好服务实体经济,公司对异地部门整改方案进行调整”。上述会议审议通过了《关于异地部门整改方案有关内容调整的议案》。

此外,记者注意到,有个别信托公司已在官网公示了异地部门名称、地址等信息。比如,杭州工商信托官网公示了北京业务部、上海业务部、成都业务部、宁波业务部4个异地部门的具体地址及联系方式。

## “双总部”整改难度较大

在业内人士看来,对于多数信托公司来说,异地部门整改并非难事。

“我们没有设立异地管理总部,只保留了几个异地业务团队,不属于监管规定需要整改的范畴。”南方某国资信托公司内部人士向记者表示。

北方某国资信托公司相关人士告诉记者:“我们异地部门本来就没有超过5个,也不存在什么整改难的问题。”

不过,对于一些前几年展业比较激进,尤其是设立“双总部”或主要业务团队在异地的信托公司来说,整改起来确实存在较大的整改压力。

据悉,作为可以全国展业的金融机

构,绝大部分信托公司在注册地之外设置了异地部门,部分信托公司异地部门数量较多。仅从异地营销部门来看,根据《中国信托行业发展报告(2020—2021)》调研,

深耕属地业务

值得一提的是,异地部门整改,实质上也是信托公司资源的重新配置与优化。各信托公司异地部门整改方案和推进情况不一,或与各家公司对其自身整体定位和后续发展战略考量不同有关。

记者从某地方国资信托公司内部人士处了解到,其所在公司目前仅保留了4个异地部门,而且公司还要裁撤其中两个异地部门。

对于异地业务大幅收缩,上述

被调研公司平均设置8个区域财富中心,部分信托公司区域财富中心数量甚至超过20个。

“目前主要是几家‘双总部’或者主要业务团队在北京,注册地却在其他地区的信托公司存在整改压力。”某信托公司研究发展部人士向记者表示。

“异地部门重设这个难度不大,而且现在业务不好做。信托公司也想收缩布局,整合一部分人员。但异地管理总部整改有点难度,因为需要沟通政府部门,但是从展业等角度来看,大部分异地管理总部会保留下来。”某资深行业研究人士向记者表示。

据悉,作为可以全国展业的金融机

构,绝大部分信托公司在注册地之外设置了异地部门,部分信托公司异地部门数量较多。仅从异地营销部门来看,根据《中国信托行业发展报告(2020—2021)》调研,

深耕属地业务

人士表示:“因为业务转型的需要,现在业务都很难做,对于公司来说发挥好自身的优劣势,精耕本省业务更为重要。”

此外,记者注意到,今年上半年,山东国信(01697.HK)董事长岳增光也曾撰文称,财富管理业务依赖地缘基础和政策优势,抢抓异地部门设置新规下其他信托公司退出山东的政策机遇,立足本省,扩建财富,加快建设标品销售队伍,扎稳省内客户基本盘。

政府批准,目前,该信托公司保留了注册地+北京“双总部”,另外,还在上海、杭州等4个地方设立了异地业务部门。

“我了解的情况是,目前多数公司还在调整当中,尚未有明确的结果;包括我们的整改方案也还在等公司董事会审议。”西部某信托公司内部人士向记者透露,异地部门整改造成部分人员离职或跳槽,是不可避免的,毕竟撤销部门、改变办公地点或者调整办公模式和考核模式之类的情况一定会出现。

“按照《异地部门新规》的要求,行业百分之八十的公司都能做到,只有少数几个大的信托公司执行起来比较困难,需要进一步与监管沟通,但因为《异地部门新规》中提到,确有困难允许信托公司申请延期执行,所以行业目前都在观望。”有信托公司高管如是说。

新规出台之际,中国信托业协会特约研究员袁田曾撰文表示,《异地部门新规》旨在优化信托公司跨区域经营模式,促进信托公司改革转型发展,更好服务实体经济。在符合监管要求基础上,信托公司应该以此为契机,结合业务新分类积极主动谋划区域性的战略业务布局,更好服务本地生活,抓住本地客户流量,做精做深场景金融和信托服务的有益尝试。

# 大数据+人工智能助力 监管剑指“守门人”内幕交易

本报记者 郭婧婷 北京报道

证券从业人员利用内幕消息炒股稳赚不亏吗？答案是否定的。

近日，证监会官网披露两则行政处罚决定书。其中一则处罚书震惊金融圈，“投行老总”“内幕交易”“亏损50%本金”“反被监管巨额罚款”“禁入市场”这几个关键词组成了一个吸引眼球的故事。

另一则行政处罚决定书显示，一名券商工作人员曹某，借他人名义买卖股票，两年半亏损77万元，被证监会处以20万元罚款，合计“损失”近百万元。

近年来，证券行业中出现了一些违规行为，如内幕交易、操纵市场、信披违规等，除了上市公司高管、大股东等，资本市场“守门人”亦沦陷其中，包括中介机构人员、金融机构从业人员等也卷入内幕交易。

“券商投行参与内幕交易案的特点是信息优势明显、专业性强和影响范围广。券商投行人员在工作中能够接触到大量的未公开信息，具有天然的信息优势。而且，券商投行人员通常具备专业的金融知识和投资经验，能够更加巧妙地运用各种交易策略和手段进行内幕交易。”南开大学金融发展研究院院长田利辉在接受《中国经营报》记者采访时表示，由于券商投行在资本市场中的重要地位和影响力，其参与内幕交易可能会对多个市场主体产生重大影响，如上市公司、投资者、市场信誉等。

“这些案例提醒我们，即使是在信息高度透明的今天，仍有人试图通过非法手段牟取私利，但最终难逃法网。对于投资者而言，应该增强自我保护意识，避免盲目跟风，选择正规渠道投资。”中国金融智库特邀研究员余丰慧在接受记者采访时分析称。

## 投行员工违规炒股反巨亏

除了光大证券，今年以来，还有多家券商投行负责人被查。

证监会发布的行政处罚书清晰地还原了事情的来龙去脉。光大证券投资银行总部原总经理赵某因内幕交易星星科技股份，亏损532万元，被证监会处以460万元罚款，合计“损失”千万元，并遭受10年证券市场禁入的严厉处罚。

2020年2月17日，光大证券康某结合星星科技情况和融资规则，设计了相关重大资产重组方案。两天后，康某向赵某汇报本次重大资产重组项目的情况，赵某指示康某进行重组项目的可行性分析。2月22日，赵某参与了与该项目的视频会晤。3月15日，星星科技发布相关重大资产重组公告。

在利益的驱使下，赵某决定铤而走险，利用这些信息进行股票交

易，企图通过内幕交易谋取不正当利益。

2020年2月25日、28日，赵某使用“赵某江”证券账户合计买入星星科技160.16万股，成交金额1141.2万元。

然而，事与愿违，市场的变化超出了他的预期。2021年8月18日、19日，赵某累计卖出所持有星星科技全部160.16万股，成交金额609.6万元。经计算，上述交易亏损532.6万元。赵某的内幕交易行为不仅未能带来预期的收益，反而造成了巨大的经济损失。

证监会最终认定，星星科技发布的相关重大资产重组方案在信息公开前属于2005年《证券法》第七十五条第二款第一项规定的内幕信息。该内幕信息形成时间不

晚于2020年2月22日，公开于2020年3月15日。赵某属于内幕信息知情人，知悉时间不晚于2020年2月22日。

因此，证监会根据《证券法》第一百八十七条规定，对赵某处以400万元罚款。根据2005年《证券法》第二百零二条规定，对赵某处以60万元罚款。

根据相关法律，证监会对赵某采取10年证券市场禁入措施，在禁入期间内，除不得继续在原机构从事证券业务或者担任原上市公司、非上市公众公司董事、监事、高级管理人员职务外，也不得在其他任何机构中从事证券业务或者担任其他上市公司、非上市公众公司董事、监事、高级管理人员职务。

对于该事件，光大证券向媒体

回应称，坚决支持证监会对公司前员工行政处罚的决定，将严格按照公司问责制度规定，对责任人严肃责任追究，并举一反三，进一步开展全面自查整改。

田利辉表示，这些案例提醒市场参与者，在经营主体的制度背景下，即使有信息优势，也不能保证交易一定成功；同时，任何企图通过非法手段获利的行为都将受到法律的严惩。

值得关注的是，除了光大证券，今年以来，还有多家券商投行负责人被查。8月，国元证券负责投行业务的总裁助理、投资银行总部原总经理王晨被有关部门带走调查，海通证券投行负责人姜诚君被有关部门遣返回国调查。9月6日，申万宏源证券承销保荐有限公司，申万宏源证券承销保荐有限公司

任公司执行总经理王昭允日前被监察机关依法留置。

9月14日，因作为证券从业人员，曾存在买卖股票的行为，北京证监局发布关于对20人出具警示函行政监管措施的决定。

近年来，证券从业人员利用他人账户违规炒股的案例频出，证券从业人员炒股会带来哪些影响？

在田利辉看来，证券从业人员炒股，特别是违规操作，会对市场造成严重不良影响，包括但不限于扰乱市场价格机制、破坏市场竞争、损害投资者利益等。此外，此类行为还会对金融机构的声誉产生负面影响，导致客户信任度下降，进而影响公司的业务发展。

## 操纵市场、内幕交易案处罚同比增长10%

上半年操纵市场、内幕交易类案件，证监会处罚责任主体85人(家)次，同比增长约37%。

2024年以来，证监会对涉嫌内幕交易的监管持续加强，采取了一系列措施来打击和预防内幕交易行为。

所谓内幕交易是指证券交易内幕信息的知情人和非法获取内幕信息的人在内幕信息公开前，买卖该证券，或者泄露该信息，或者建议他人买卖证券的违法行为。

证监会官网发布的信息显示，上半年对操纵市场、内幕交易类案件共作出处罚45件，同比增长约10%，处罚责任主体85人(家)次，同比增长约37%，罚没金额约23亿元，同比增长约9%。

不过，从近年来的监管处罚案例来看，内幕交易的惩罚对象多为上市公司及董监高人员，券商中介结构人员进行内幕交易的案例较少。

今年5月16日，上海市第一中

级人民法院(以下简称“上海一中院”)通报该院10年来依法审理的证券期货犯罪案件情况显示，近10年，该院及辖区法院审结证券期货犯罪案件209件，其中内幕交易、泄露内幕信息犯罪案件22件，利用未公开信息交易犯罪41件。

上海一中院副院长徐世亮表示，实施财务造假、操纵市场、内部交易等，离不开资金、技术等黑灰产业的配合帮助，极易形成产业链。

2024年以来证监会处理的内幕交易案件呈现哪些特点？对此，余丰慧分析，2024年以来，证监会处理的内幕交易案件数量显著增加，特点表现为涉及面广、涉案金额大、手法隐蔽多样。特别是券商投行人员参与的内幕交易案，往往利用职务之便获取未公开重要信息，进行非法交易。这类案件的特点在

于信息获取渠道特殊，且通常涉及较为复杂的金融产品和交易结构，给调查和取证带来较大难度。

“在识别和打击内幕交易方面，证监会积极采用大数据和人工智能技术，比如通过建立异常交易监测模型来自动筛选可疑交易记录，利用机器学习算法分析海量数据，快速锁定潜在违法行为。例如，在一起内幕交易案中，监管机构借助AI技术发现了交易者之间异常的资金流动模式，进一步调查后确认了内幕交易的事实。”余丰慧表示。

今年年初证监会新闻发布会上，证监会首席检查官、稽查局局长李明表示，证监会将通过全方位监控、大数据碰撞、多渠道收集、智能化分析等多维技术手段构建“穿透式”线索筛查体系，对操纵市场、内幕交

易行为进行精准识别、严厉打击。

萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊在接受记者采访时指出，证监会正在积极探索运用大数据和人工智能技术来识别和打击内幕交易行为。例如，他们可以利用大数据分析技术监控和分析市场的交易数据，以发现异常交易行为和模式。同时，他们也可以使用人工智能技术来训练和开发更准确和高效的算法，以识别潜在的内幕交易行为。在实际案件中，这些技术已经被用于检测和追踪交易活动，以帮助监管机构确定违规行为并采取适当的行动。

内幕交易对证券市场的公平性和效率有哪些影响？余丰慧关注到，内幕交易破坏了证券市场的公平竞争原则，降低了市场的透明度和效率，使得中小投资者处于不利地位。近期，有关方面正考虑进一步完善相关法律法规，加大对内幕交易行为的惩处力度，提高违法成本，保护投资者权益。比如，探讨引入集体诉讼机制，允许受害投资者联合起诉，共同追讨损失。

“内幕交易严重破坏了证券市场的公平竞争原则，损害了投资者利益，降低了市场效率。它会导致资源配置失衡，影响资本市场的健康发展。至于法律改革方面，随着技术的进步和金融市场的复杂化，监管规则也会相应调整，以适应新的挑战。”田利辉表示。

受访人士称，此案提醒广大投资者：投资须谨慎，不应轻信所谓的“内部消息”，而应基于公开透明的信息作出理性的投资决策。只有这样，才能在风云变幻的市场中稳健前行。

中国经营报  
CHINA BUSINESS JOURNAL



扫码了解更多

以人为本  
科技向善而行

# 美联储降息 企业结汇意愿增强

本报记者 郝亚娟 张荣旺  
上海 北京报道

近段时间，人民币汇率持续升值。尤其是9月19日美联储宣布降息50个基点后，市场人士普遍预期，人民币汇率将迎来升值机会。

在此背景下，如何管理汇率风

## 人民币汇率迎来升值机会

人民币连续两个月较大幅度升值，迫使此前观望、积压的结汇需求集中释放，提升结汇率。

北京时间9月19日，美联储宣布将联邦基金利率目标区间下调50个基点，降至4.75%—5.00%，为4年来美联储首次降息。同日，中国人民银行授权中国外汇交易中心公布，银行间外汇市场人民币汇率中间价为1美元对人民币7.0983元。

中银证券全球首席经济学家管涛表示，美联储50个基点降息落地，打开了全球货币宽松周期的序幕。从去年9月份开始，境外机构已经连续12个月持续净增持人民币债券累计达到1.35万亿元，而且美联储降息有助于缓解人民币汇率调整压力。

华泰证券宏观研报称，整体来看，美联储以50个基点开启降息周期，追上其他主要央行降息节奏；50个基点降息也并未造成市场恐慌，预计美联储仍将继续降息，年内累计降息幅度预计达到100—125个基点。美联储降息周期开启有望进一步减轻人民币汇率面临的由利差形成的外汇流出压力，并打开国内货币政策空间。

自7月以来，人民币汇率已开启一轮显著的升值周期。首都银行（中国）有限公司（以下简称“首都银行”）相关负责人分析，人民币汇率升值，一方面出口企业压力增加，人民币升值会使以人民币计价的商品在国际市场上价格上升，从而降低出口产品的竞争力，导致出口企业的利润空间缩小。此外，企业出口收汇之后结汇的价格会随着人民币

升值而变差，使得企业面临汇率波动风险。另一方面进口企业受益，人民币升值意味着购买用于支付的外币时，汇率逐渐向有利的方向发展，使得进口商品的成本降低，进口企业可能因此受益。

“对于有外币债务的企业，人民币升值意味着偿还外债时的购汇成本降低，企业能够减少财务支出，降低整体负债成本。同时，企业的对外投资成本下降，这有助于提升国内企业在国际市场上的并购与投资能力。”上述首都银行相关负责人补充道。

从企业的结售汇来看，9月18日，国家外汇管理局公布的2024年8月银行结售汇数据显示，按美元计值，2024年8月，银行结汇1902亿美元，售汇1914亿美元。其中，银行代客结汇1834.03亿美元，银行代客售汇1824.94亿美元。

东方金诚研究发展部总监冯琳接受记者采访时分析：“8月数据更能体现市场情绪的银行代客结售汇数据大幅改善。其中，代客结汇1834亿美元，结汇率为62.2%，连续两个月小幅上升；代客售汇1824.9亿美元，8月代客结售汇顺差9.1亿美元，结束了此前连续13个月的逆差局面，当月售汇率也降至65.9%，较上月大幅下行9.3个百分点，是当月出现银行代客结售汇顺差的主要原因。这代表外汇市场情绪大幅改善，人民币贬值预期显著降温。”

“一般而言，人民币汇率波动

报》记者采访时表示。

受访人士指出，美联储降息后，短期内人民币有望保持强势状态，企业结汇需求还有释放空间。对于企业而言，在汇率双向波动常态化的背景下，应当秉持“汇率中性”原则，主动采取套期保值及其他手段有效管理汇率波动风险。

## 企业与银行互相配合

企业可与合作的银行达成共识，共同管理汇率风险，如通过远期锁汇产品，在合同签订时就将汇率风险锁定。

当前，人民币汇率弹性增强、双向波动成为常态，企业在日常进出口贸易、外币债务、对外投资、工程项目等方面均面临一定的汇率风险。

9月11日，中船防务（600685.SH）董秘答复投资者表示：“人民币汇率波动起伏较大，对手持外币和应收款项造成一定波动。为规避外汇风险，防范和降低财务风险，本集团持续加强汇率走势分析，制定汇率风险防范方案，以生产经营为基础，以套期保值、风险防范为目的开展外汇衍生品交易，采用远期合约等外汇衍生产品，对冲进出口合同预期收入和手持外币资金的汇率波动风险。”

“需要强调的是，汇率波动本身不是风险，波动是市场参与者集体行为的映射，市场也会产生与本身有关的信息。”幻视公司外汇团队告诉记者，双向常态化波动对做好准备的企业来说，提供了更多增强企业利润的机会。“波动无时不在，常态化的双向波动给企业提供了更多的机会赚取利润或者控制风险。传统意义上锁汇已无法有效应对变化的市场，可以运用策略思维及金融衍生品以期达到‘非对称’的收益风险比。”

那么，人民币汇率双向波动，企业该如何应对？“在实际业务中，由于回款周期的不确定性，不少企业会根据预估账期区间和市场行情择机、分批建仓，构建多点位多期限的仓位布局。根据企业全年进出口量，制定金融衍生工具仓位比例，并根据市场预期和订单情况及时进行调整，一方面可灵活应对收付汇量的不确定；另一方面开展即期交易，和金融衍生工具形成对冲。”幻视公司外

汇团队指出。

上海经信产业数智研究院副院长沈佳庆告诉记者，尤其是出海的企业，管理好汇率风险是其必选项。企业可与合作的银行达成共识，共同管理汇率风险，如通过远期锁汇产品，在合同签订时就将汇率风险锁定；还可以采取出口订单和应收账款外汇套期保值，业务品种包括但不限于远期结售汇、外汇掉期、外汇期权等，进行一定的风险对冲；企业还可选择通过境内外市场结算分离，形成内外两套循环体系的方式，隔离汇率波动风险。

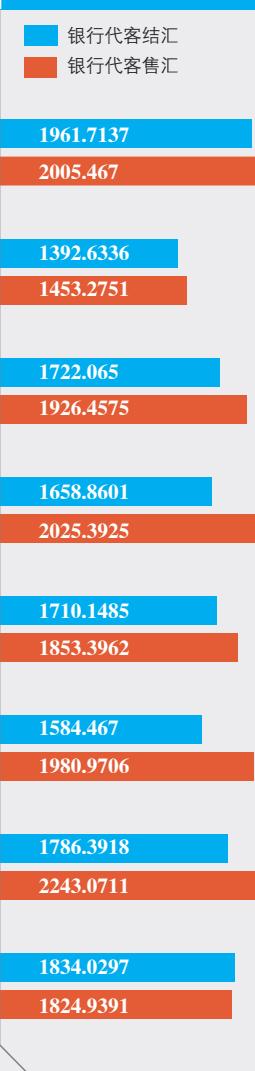
上述首都银行相关负责人建议，企业应建立起一套完整的汇率风险管理机制，如使用套期保值工具（远期结售汇、期权、掉期等），坚持“汇率风险中性管理理念”来规避汇率风险，平抑因汇率波动带来的可能损失；通过多元化的结算货币组合来降低单一货币波动带来的风险，比如出口企业有外币收入的情况下，可借入外币债务实现自然避险；及时跟踪和预测汇率走势，并及时与合作银行沟通交流外汇市场观点，根据市场情况灵活调整外汇交易策略，确保外汇敞口处于可控范围内。

记者注意到，监管部门也积极推动金融机构建立健全企业汇率风险管理长效机制。9月初，国家外汇管理局在跨境金融服务平台上建设了“企业汇率风险管理服务”应用场景，并在10个省市开始试点。

“企业汇率风险管理服务”应用场景以优化企业外汇汇率风险管理为目标，在企业授权的情况下，为银行提供企业收付汇、结售汇、平台上历史衍生品签约信息及履约情况，助力银行在对衍生

## 2024年银行代客结售汇数据

（单位：亿美元）



数据来源：国家外汇管理局官网

品业务的审核中，合理评估业务规模，防控业务风险，同时便利企业合理制定人民币对外汇衍生品方案，降低汇率风险。

# 金融助力瞪羚与独角兽企业加速跑

本报记者 王柯瑾 北京报道

自7月30日中共中央政治局会议明确提出“要有力有效支持发展瞪羚企业、独角兽企业”以

## 跳出传统思路做金融

7月30日，中共中央政治局召开会议，分析研究当前经济形势，部署下半年经济工作。会议指出，要培育壮大新兴产业和未来产业，有力有效支持发展瞪羚企业、独角兽企业。

瞪羚企业是指创业后跨过“死亡谷”，以科技创新或商业模式创新为支撑进入高成长期的中小企业，主要活跃在新兴工业、新一代信息技术、生物健康、人工智能、金融科技、节能环保和消费升级等领域，具有创新能力强、专业领域新、发展潜力大的特点。这类企业犹如非洲草原上具有极强奔跑和跳跃能力的群居动物瞪羚一样，虽然个头不大，但是跑得快、跳得高，被普遍认为极具发展成为独角兽企业的潜质。而独角兽企业，一般指成立时间不超过10年、估值超过10亿美元，且具备独有核心技术、独特竞争优势和市场潜力的未上市公司。瞪羚企业和独角兽企业都是创新型企业的典型代表，是发展新质生产力的重要力量。

中央决定支持瞪羚企业和独角兽企业发展，这对金融供给提出高要求。

近日，记者从兴业银行（601166.SH）了解到，该行将瞪羚

来，全国各地迅速响应，纷纷出台新政策、新方案，旨在加速推动这两类高成长性企业的发展。这一系列举措不仅彰显了国家对创新型企业的重视与扶持，也为瞪羚

企业、独角兽企业提供了更为广阔的发展空间和机遇。

《中国经营报》记者观察到，银行业已经开始积极调整策略，将瞪羚企业与独角兽企业列为重

点服务对象，并跳出传统的金融支持框架，以创新性的产品和方案，为这些高潜力企业提供更加精准、高效的金融助力，赋能企业实现更快速度的成长与发展。

瞪羚企业和独角兽企业属于特定阶段的科创企业，融资具有一定特点。中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平分析认为：“瞪羚企业和独角兽企业的融资很难与传统融资理念、传统金融产品合拍。同时，由于瞪羚企业和独角兽企业属于科创企业中的佼佼者，其在融资方面又具有不同于一般科创企业的特点，需要金融机构精准触达企业综合需求。”

杨海平认为，金融机构支持这两类企业，应立足自身实际持续完善科创金融体系，升级科创金融战略，配合科创企业的梯度培育政策。“一是以股权投资为重点，推进股债联动、投贷联动。二是推进赋能式金融服务。根据企业需求，针对关键领域、关键环节的特殊需求，在提供金融服务的同时，通过撮合服务，为其整合生产要素、开拓市场和资本运作提供智力和资金支持。三是探索推进顾问式、家庭医生式的金融服务，即充分发挥专家团队及链接各类机构的作用，为两类企业提供精准的综合解决方案。”

助力瞪羚企业、独角兽企业，

企业、独角兽企业作为重点支持对象，通过打造“商行+投行”“线上+线下”“金融+非金融”的全生命周期综合服务体系，助力企业成长。

位于江苏常州的江苏厚生新能源科技股份有限公司是世界高端锂电池隔膜制造商，近期成功跻身独角兽企业。鉴于该企业具备较高的技术和设备优势，兴业银行先行通过“投贷联动贷款”产品满足其日常经营需求。当该企业启动Pre-IPO轮融资时，兴业银行又通过“股权+债权”组合模式，联动股权投资基金支持企业快速发展。

然而，对于发展到一定阶段的瞪羚企业、独角兽企业，银行仅凭传统的金融服务往往无法完全满足企业的发展需求。“我们要跳出金融做金融，构建‘金融+非金融’的科技金融服务模式。”兴业银行相关负责人表示。

以兴业银行的实践为例，在金融支持之外，该行着力满足瞪羚企业、独角兽企业在科技系统、研究咨询、产业对接等方面的“非金融”服务需求，建立“行业专家库”，深耕“区域+行业”研究，为政府部门、高新区、科技型企业充当智库，提供研究支持。

态。“各类金融机构应协同发力，铸牢金融服务的耐心和定力，构建覆盖瞪羚企业、独角兽企业融资各阶段的多层次金融服务体系，有力有效支持企业发展。”中国银行（601988.SH）研究院研究员刘晨表示，“一是持续完善风险投资体系。发挥天使投资作用，围绕产业园区建立天使投资人与企业间的交流合作平台。逐步健全风投补偿机制，基于前期风投机构成功经验加强风投机构跟投、连投。二是围绕瞪羚企业的不同阶段构建企业全生命周期金融服务。金融机构应当不断完善服务，探索提供以信用、知识产权质押和应收账款质押等新型押品为主的贷款产品，加强机构间股贷联动、投融结合，提供针对瞪羚企业从创业初期到跨越‘死亡谷’直至成为独角兽企业过程中的全周期金融服务。同时，深度挖掘企业发展各阶段的金融科技应用场景，探索金融科技的赋能形式和应用场景搭建。最后，加强资本市场直接融资支持。进一步完善多层次资本市场建设，充分健全退出机制和信息披露渠道，着力减少资本市场对潜在瞪羚企业、独角兽企业的投资风险。”

## 匹配风险和收益

当前，金融支持瞪羚企业、独角兽企业仍有待进一步完善。

首先，在发现和识别瞪羚企业、独角兽企业方面缺乏有效机制。刘晨表示：“从政策方面看，对有较强潜力的瞪羚企业、独角兽企业可能还缺乏有效的发现机制、培育机制。特别是当前瞪羚企业的认定多以各高新区出台政策为准，缺乏为企业承担试错风险的意愿和有效机制，由此导致潜在瞪羚企业从初创期到成长长期过渡阶段可能缺少有效的激励政策。”

其次，对企业高速扩张阶段资金支持质效有待提升。刘晨表示：“大部分以爆发力强、高成长性为特征的瞪羚企业、独角兽企业在技术研发、扩大经营规模等各环节都需要大量资金支持，且对资金时效性要求较高。但从商业银行角度，这类企业多以中小企业为主，需要压降生产经营成本，较难承担高额贷款利率。同时，这类企业呈轻资产化、整体规模较小、风险规避和应对能力相对不足等特点，多因抵押物不足或缺乏担保而在商业银行贷款审批过程中受限。此外，商业银行金融科技应用和创新有待提升，通过金融科技赋能金融产品创新，从企业信用审核、贷款审批、创新融资等方面推动融资效率提升仍然有待加强。”

从银行角度而言，服务瞪羚企业、独角兽企业的过程中，还需要平衡收益和风险。“服务瞪羚企业、独角兽企业，银行面临的主要问题是风险和收益的不对等性。”杨海平告诉记者，“要解决这一问题，除了要依托政府

部门的认定、风险分担机制之外，重点是继续完善投贷联动产品和远期共赢的利率定价机制，以及依托产业数字金融平台识别和管理风险。”

光大银行（601818.SH）金融市场部宏观研究员周茂华分析认为：“独角兽企业一般具有创新力强、发展潜力大等特点，普通金融机构投资此类企业面临一些潜在风险。首先，独角兽企业属于创新型企业，本身风险相对高；其次，这些企业面临技术创新能力与市场竞争力的挑战和压力；最后，如果合理估值存在一定难度，而该类企业稀缺容易受到资金追捧、炒作，就可能面临估值虚高的风险等。”

“此外，独角兽企业快速成长、发展离不开资本力量，对于独角兽企业而言，融资需要一些风险承受力高、具有战略眼光的耐性资本与之匹配。”周茂华表示。

综合来看，杨海平认为，金融支持瞪羚企业和独角兽企业质效依然有待进一步提升。“从根本上说，需要在金融强国的目标下，进一步推动科技金融升级。一方面需要考虑进一步优化细化北交所、科创板上市审核标准，加快资本市场生态优化。另一方面要加快培育中国的耐性资本，借鉴深圳、合肥等地经验，打造基金丛林；充分发挥法治利长远、稳预期的作用，继续修复PE/VC生态，防止非法金融活动继续破坏股权投资生态，努力营造支持创业风险投资的良好氛围。”

周茂华建议：“未来需要推动多层次资本市场发展，鼓励私募、风投基金积极参与瞪羚、独角兽等科创企业发展。同时，完善资本市场交易规则制度，拓宽瞪羚企业、独角兽企业融资渠道。”

# 量价齐跌 银行代销基金待破局

本报记者 杨井鑫 北京报道

在存款利率下降和“手工补息”叫停的影响下，银行理财市场规模持续修复，部分高收益产品遭到疯抢。但是，银行基金代销市场却恰恰相反。

## 市场格局生变

六家国有大行上半年的权益类公募基金保有规模达到1.09万亿元，较2023年同期减少了约3300亿元。

9月13日，中国证券投资基金业协会披露了今年上半年基金销售机构公募基金销售保有规模。在本次榜单中，原有的“股票+混合基金”口径调整为“权益类基金”，新增的“股票型指数基金”单独销售数据。

从公布数据看，公募基金代销市场格局一年来出现了较大变化。作为银行系代销机构“一哥”的招商银行(600036.SH)上半年“痛失”权益类基金老大的位置，由蚂蚁基金取而代之。同时，国有大行和股份银行的权益类基金代销规模一年来均有不同程度的缩水，且股票型指数基金保有规模与券商、第三方的规模差距较大。

具体来看，在权益基金保有规模方面，数据显示，蚂蚁基金、招商银行和上海天天基金销售有限公司上半年权益基金保有规模分别为6920亿元、4676亿元和3433亿元，其中蚂蚁基金上半年权益基金保有规模增长2328亿元，而招商银行同期规模缩水了352亿元。

国有银行和股份行的权益类公募基金代销规模一年来均有明显下滑。统计数据显示，六家国有大行上半年的权益类公募基金保有规模达到1.09万亿元，较2023年同期减少了约3300亿元。其中，工商银行(601398.SH)、建设银行(601939.SH)、中国银行(601988.SH)、交通银行(601328.SH)、农业银行(601288.SH)和邮储银行(601658.SH)的权益类公募基金保有规模分别为3261亿元、2462亿

元、1830亿元、1557亿元、1323亿元和461亿元，同比分别减少了839亿元、814亿元、654亿元、409亿元、346亿元和238亿元。

股份制银行中，兴业银行(601166.SH)、平安银行(000001.SZ)、民生银行(600016.SH)、浦发银行(600000.SH)和中信银行(601998.SH)五家股份制银行权益类基金的保有规模排名在11至17位之间，保有规模位于700亿元至800亿元之间。与2023年同期相比，股份行公募基金保有规模减少最多的超过300亿元，而最少的也在100亿元以上。

在股票型指数基金保有规模方面，头部银行的规模与券商、第三方有较大差距。其中，国有六家大行和招商银行七家银行的股票型指数基金保有规模仅1095亿元，尚且不到蚂蚁基金保有规模的一半。

在非货币市场基金保有规模方面，上半年银行之间也出现了较大分化。招商银行、邮储银行、兴业银行等银行上半年的非货币市场基金保有规模实现了正增长，而工商银行、建设银行、农业银行、中国银行、交通银行等银行上半年的非货币市场基金保有规模则有不同程度的下降。

“在银行净息差持续下行时，不少银行对中间业务收入增长寄予厚望，而代销业务是其中很重要的一部分。由于市场不景气，多数银行都采取了以价补量的策略，主动调低了手续费，但是效果并不明显。”一家券商分析师认为。

模差距较大。

据《中国经营报》记者了解，由于公募基金发行遇冷，而ETF和债券基金销售费率较低，今年上半年不少银行代销收入降幅都超过了两位数，出现了“增利不增收”的情况。银行销售端的基金

代销“量”在下行，销售费用的“价”也大幅打折，市场行情陷入了一个尴尬的境地。与此同时，在股市持续震荡的行情下，监管加大了对银行基金销售违规行为的打击力度，这也让银行卖基金越来越难。

## 基金难销？

“现在市场行情不好的时候，有些销售乱象也都暴露出来，违规投诉也会越来越多。”

中间业务作为银行一项轻资本业务，尤其是财富管理中间业务既不会占用银行资本，也不会带来不良资产，所以被银行视为营收的增长极，而代销业务在其中也占据了重要地位。但对于银行代销基金而言，如今所有规模和收入数据都释放出一个信号，就是基金不好卖了。

作为深圳一家股份制银行网点的理财经理，曹慧(化名)对于网点基金销售任务考核比较抵触。

“行情不好的时候，卖出去一款基金产品，很可能会损失一个客户。”曹慧表示，一旦基金亏损，往往影响的是客户对银行的信任度。“虽然银行代销的产品并没有赔偿的责任，但客户也会责怪银行对产品的筛选和推荐有问题。”

曹慧向记者坦言，目前由于市场因素一些客户持有的基金仍在亏损中，银行很难向这些客户加大营销力度。“市场好的时候，基金产品才好卖；反之，谁也不愿意当冤大头。”

面对银行的基金销售任务，曹慧表示压力很大。“银行支行一般都有代销产品的任务，支行将任务摊派到网点，并对理财经理进行相应考核，指标挂钩绩效和奖金。由于任务是总体考核，一个人完不成，也就是全支行、全网点受影响。”

“在一线网点工作，基金提成还是比较可观的。但是，不好卖也是真的。理财经理能做的就是尽量推荐。实在卖不出去的，可能也就只能找亲戚兜底，亏了肯定也会被数落。”曹慧认为，“市场好的时候，客户赚钱了也就什么都好。但是，现在市场行情不好的时候，有些销售乱象也都暴露

出来，违规投诉也会越来越多。有的是银行销售确实有问题，有的则是客户的情绪表达。”

9月14日，重庆证监局发布行政执法通告，对辖内多家银行违规事宜进行披露，均涉及基金销售业务。除未取得基金从业资格人员进行销售外，部分还存在宣传推介材料片面夸大基金经理过往业绩、不对基金销售业务适当性进行自查等问题。

记者了解到，在代销基金过程中，为了吸引投资者，只展示基金经理管理较好的业绩似乎是行业的“潜规则”，监管的处罚也为整个行业敲响了警钟。在销售过程中，展示基金经理过往业绩需覆盖该基金经理管理的全部同类产品的过往业绩，选择性披露或避重就轻的披露都会被认为片面、夸大宣传或误导销售。

一家国有大行人士向记者表示，“控风险”是当前金融监管政策的核心，而银行对业务合规性的重视也被提到了前所未有的高度。从银行制度上看，各家银行在销售业务方面要建立全流程规范，包括产品准入环节，对代销产品进行充分尽调与审核，审慎选择，严控代销产品准入环节；在产品销售环节，严格遵守代销业务销售规范，加强投资者适当性管理，加强信息披露和风险揭示，不得采取夸大、虚假宣传等方式误导客户购买产品等。

“在银行基层出现的基金代销不规范现象，很大程度是与考核指标压力大、行业之间竞争激烈有关。”曹慧认为，为了得到客户的信任，银行理财经理也希望规范销售行为避免纠纷，更希望客户都能够通过银行购买产品赚到钱。

# 120家涉改机构清产核资 内蒙古农商银行筹建衔枚疾进

本报记者 郭建杭  
北京报道

国内第二家统一法人省级农商银行业已官宣。

近日内蒙古自治区农村信用社联合社(以下简称“内蒙古农信联社”)公告显示，内蒙古农信联社、93家内蒙古农信法人机构及其发起设立的26家区内村镇银行(以下简称“涉改机构”)已分别完成内部公司治理程序，审议并通过了以新设合并方式组建内蒙古农村商业银行(以下简称“内蒙古农商银行”)相关事项并形成决议。

根据内蒙古农信联社相关公告可知，德勤华永会计师事务所、天职国际会计师事务所等3家会计师事务所自2024年上半年就已开始参与到内蒙古农信联社的涉改机构中进行清产核资及资产评估工作，根据相关约定，服务期预计6个月；此外，北京市金杜律师事务所自上半年开始为内蒙古农信联社的改革工作提供专项法律工作，项目预计至少15个月。

在此之前，湖北、贵州、江西三地均在年内透露将组建省农商联合银行，江苏省联社也在日前公告启动江苏农商联合银行组建工作。

## 提早布局

近两年，内蒙古农信联社循序渐进地推进改革。2024年初，内蒙古农信联社工作会议上提及，要“紧紧抓住国家启动新一轮农信社改革历史契机，用好用足改革政策，做实做细各项基础工作，为整体改革减轻阻力、探索路径、积累经验”。

2023年内蒙古自治区《政府工作报告》中也指出，要“推进农信社和村镇银行产权制度、组织形式改革，提升治理能力和水平”。

在近期内蒙古农信联社发布的公告中明确，120家涉改机构以新设合并方式组建内蒙古农商银行，涉改机构的债权债务由内蒙古农商银行承继，涉改机构授权内蒙古农商银行筹建工作小组推进组建内蒙古农商银行具体工作，包括但不限于聘请中介机构实施清产核资及资产评估工作等。

记者注意到，对于筹建工作中

涉及的聘请中介机构实施清产核资和资产评估工作，实际上在2024年上半年就已进行准备工作。

内蒙古农信联社官网显示，2024年3月初，发布“内蒙古农信社专项法律服务项目招标公告”以及“内蒙古农信社清产核资及资产评估服务项目”两项招标公告。根据公告内容，清产核资及资产评估对象为全区农信系统121家机构，包括自治区联社本级、全区93家法人机构及其发起设立的区内27家村镇银行，中标结果显示，德勤华永会计师事务所(特殊普通合伙)为排名第一的中标人，为该项目牵头中介机构，负责自治区联社、呼和浩特、包头、锡林郭勒、乌兰察布、赤峰地区等机构(含该地区法人机构发起的村镇银行)的清产核资及资产评估工作；排名第一的中标人为天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)，承担鄂尔多斯、巴彦

淖尔、阿拉善地区等机构(含该地区法人机构发起的村镇银行)的清产核资及资产评估工作；排名第三的中标人为立信会计师事务所(特殊普通合伙)承担呼伦贝尔、兴安盟、通辽地区等机构(含该地区法人机构发起的村镇银行)的清产核资及资产评估工作。根据相关公告，自签订合同之日起至完成所有清产核资及资产评估工作止，服务期预计6个月。

“内蒙古农信社专项法律服务项目招标公告”显示，北京市金杜律师事务所为中标人，自专项法律服务合同签订之日起至专项法律工作结束止，该项目预计至少需15个月。

值得注意的是，在3月份发布的清产核资及资产评估服务中显示，清产核资及资产评估对象为全区农信系统121家机构，包括27家村镇银行，但在近期的公告中涉改

机构数量为120家。数量的变化或与村镇银行的吸收合并有关。

公开信息显示，5月24日，经内蒙古金融监管局批复，内蒙古呼和浩特市金谷农商银行获准吸收合并包头市东河金谷村镇银行，并承接该行的债权、债务。

国泰君安研报认为，省联社改制过程中需关注改制目的和改制成本两方面内容，报告认为，对于大部分区域而言，实现“法人治理”和“银行化险”的改制目的与低改制成本几乎构成“不可能三角”。

对于组建内蒙古农商银行过程中承继内蒙古120家涉改机构债权债务的资金来源，以及对于原股东安排等问题，内蒙古农信联社方面表示暂无法回应，需等待后续相关公告。

内蒙古农信联社公告显示，涉改机构原股金处置方案及涉改机构清产核资基准日到内蒙古农商

银行开业期间权益归属，根据涉改机构审议通过的决议执行，本次组建内蒙古农商银行尚需取得相关部门的核准。

公开信息显示，在2023年3月30日，2023年内蒙古自治区专项债券一期(支持中小银行发展专项债)成功发行，发行期限为10年，发行金额200亿元，募集资金用于内蒙古自治区26家中小银行资本补充项目。这26家中小银行均属于内蒙古自治区农信系统，包括农村信用合作联社、农村合作银行以及农商行。

此外，2020年12月、2021年8月内蒙古自治区分别完成发行85亿元、77亿元支持中小银行专项债，通过转股协议存款方式注资中小银行。累计完成发行的三次中小银行专项债中有262亿元用于补充34家旗县域农信法人机构资本金。

## 积极化险

内蒙古农信联社官网介绍，内蒙古农信现有法人机构93家，其中农商银行37家、农村合作银行3家、统一法人社53家，营业网点近2200个，村级助农金融服务点8600多个，员工近3万人。截至2023年末，内蒙古农信联社全区农信系统资产规模8418亿元，各项存款余额6721亿元，各项贷款余额4361亿元。

在此次官宣将成立内蒙古农商行之前，改革化险是内蒙古农信系统工作中出现较高的词汇。化解风险是农信联社改革目的中绕不开的话题，自内蒙古农信联社

启动组建内蒙古农商银行工作以来，从内蒙古农信联社到基层行社都有所行动。

2024年9月10日，内蒙古农信联社召开全面提升不良资产清收处置质效专题座谈会和加快推进村镇银行改革化险工作座谈会，党委书记、理事长(提名)刘丰主持并讲话。

会议分别听取了包头、呼伦贝尔等地区机构及工作专班风险处置经验成效，部分村镇银行改革化险工作部署和推进情况汇报，分析解决问题资产清收处置和村镇银行改革化险工作中的堵

点难点问题。座谈中，刘丰与大家边谈边议，把问题摆上来，与班子成员、相关部门负责同志会诊研究，现场“派单”、推动发展。

刘丰强调，清收处置没有捷径，要站在维护债权的角度，全力以赴依法清收，实事求是制定能落地的还款计划，抓紧出台、敢于出台切实可行的促收挽损政策；问题资产处置没有底价，要把好评估公司准入关，充分论证、合理评估、科学决策，通过正规渠道、公开竞价方式，实现资产的最优处置变现，履行好报批报备程序，坚决防止内外勾结、压价出售，新

官放大旧责。

8月9日，河套农商银行召开问题资产管理清收处置督导座谈会，党委书记、董事长赵建强指出，要下真功、念真经，坚决摒弃“收息靠放贷、本金靠重组、收贷靠押品、不良靠剥离”的改革化险错误观念，把深化改革作为高质量发展的根本动力；包头农商银行也在7月26日召开党委会议，学习改革化险，业务发展的相关内容。

2024年以来，各省农信系统深化改革进程加速。贵州省《政府工作报告》提到，推进贵州农商

联合银行组建工作，支持地方法人金融机构做强做优；2月，湖北省国资委召开全省国资国企工作电视电话会议提出，湖北省将深入实施新一轮国企改革深化提升行动和高质量发展五年行动，完成湖北农村商业联合银行组建；4月，江西省联社召开社员大会，审议并通过了关于审议取消江西省联社法人资格并组建江西农商联合银行等相关议案。此外，江苏省农信联社也于近期公告称，决定在江苏省联社基础上，启动组建江苏农村商业联合银行。

# 城投转型新赛道：培育大模型产业

本报记者 石健 北京报道

随着新质生产力不断培育壮大，人工智能正成为不少国资拓展的新赛道。

沙丘智库通过对97家国资央企的调研和梳理显示，截至2024年8月，已有23%的国资央企发布自研或合作建设大模型，服务于企业内

部实现降本增效的同时为外部行业赋能。

《中国经营报》记者近期了解到，济南城市投资集团有限公司（以下简称“济南城投”）自2023年开始探索建设“大模型创新工厂”，推动当地产业升级和新质生产力发展。

济南城投旗下的智耘（山东）城市运营科技有限公司（以下简称“智

耘科技”）主要从事城市新型城市基础设施相关领域建设，公司总经理钟宸在接受本报记者采访时表示：城投布局大模型产业，需要结合自身城市投资开发的主业优势和特点，发挥平台的资源整合作用，聚集和培育本地的大模型产业集群，串联需求侧和生产侧的产业链生态。济南城投的思路是以高新科

技产业带动片区发展，促进高端人才和企业入驻，提升区域商业、住宅活性，推动片区土地资源升值，加快向城市综合运营服务商转型升级。

“大模型技术的研发并非城投擅长的领域，我们更多的是布局、培育、聚集和发展大模型产业。”他表示。

## 布局方向：提供算力到培育工厂

基础大模型在赋能行业应用过程中，需要进行繁重的垂直行业训练与微调开发工作，投入巨大的人力和算力，对此大模型企业进退两难，行业客户左右摇摆。

2024年2月国务院国资委召开的中央企业人工智能专题推进会提出：中央企业要“开展AI+专项行动，强化需求牵引，加快重点行业赋能，构建一批产业多模态优质数据集，打造从基础设施、算法工具、智能平台到解决方案的大模型赋能产业生态”。

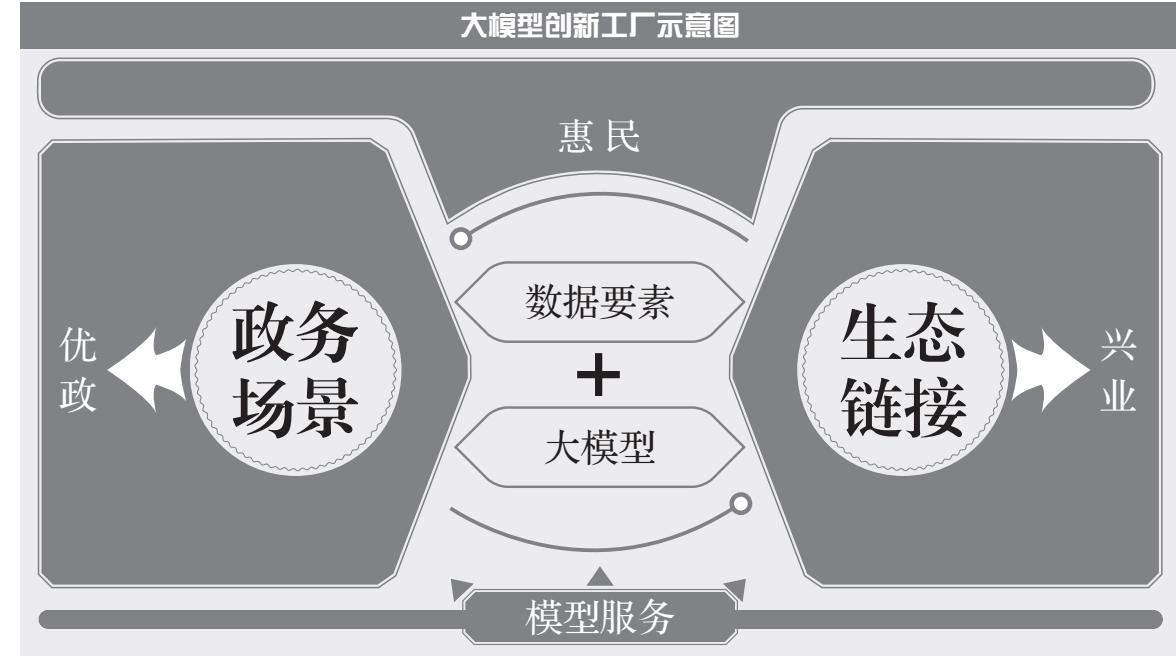
2024年，转型已经成为地方国资、城投平台发展的头等大事，而大模型产业发展的巨大潜力也引发了城投浓厚兴趣。

据记者了解，济南城投此前多次赴商汤科技、京东科技、浪潮集团、中关村科技园、国家超算中心等行业龙头企业、科技产业园和科研机构学习考察后决定布局人工智能产业。

对于城投来说，转型不是跟风，更非盲目，需要的是在盘活原有资产的基础上，拓展新业务，实现营收增加，更好促进片区发展和土地资源价值提升。如何在有限的资金和资源之下，实现产业布局搭建以及未来的可持续盈利模式，成为济南城投首先思考的问题。

钟宸告诉记者，在深入调研后，最终济南城投决定首先建设人工智能算力中心，保障稀缺的智能算力资源供给，并以此为基础，策划建设大模型创新工厂。“大模型技术的研发并非城投擅长的领域，我们更多的是布局、培育、聚集和发展大模型产业。”

记者了解到，目前投产的济南人工智能算力中心，算力规模已经达到1000P(FP16)，可以为人工智



刘洋/制图

能大模型公司带来算力资源的基础性保障。在钟宸看来，人工智能算力中心就如同济南城投此前投资建设的道路和桥梁，只有搭建了基础设施，才能够保障城市的运营。算力中心作为一种稀缺的新

型基础设施资源，同样为新质生产力产业发展带来支撑保障。

在上述调研中，智耘科技团队注意到，不同行业对人工智能的需求呈现出碎片化、多样化的特点，基础大模型在赋能行业应用过程中，需要进行繁重的垂直行业训练与微调开发工作，投入巨大的人力和算力，对此大模型企业进退两难，行业客户左右摇摆。有些从事

大模型的科技大厂和创业公司，前后融资了数百亿元，但仍然面临市场拓展和企业盈利的问题。

“对于一个企业，买一个基础

模型可能只需要二三百万元，但是如果要形成一个完整的应用场景和定制化的大模型产品，则需要两三千万元。为此，大模型工厂首先要解决的就是大模型生产和应用的成本问题。”钟宸直言。

因此，对于大模型工厂，如何降本增效、赋能企业是业务重点。对此，济南城投相关负责人接受记者采访时表示，大模型工厂的本质逻辑是将大模型应用的生产链条，按照制造业工厂流水线的方式进

行梳理和拆解。大模型行业应用可以按照数据准备、模型训练、工程实施和应用开发来组织实施，进行技术人员、算力资源、工艺流程的缜密设计后，可实现集约化、专业化、流程化的标准化开发流程。

“我们会引入国内头部的大模

型研发企业入驻模型工厂，提供国内最先进的基模型库、算法工具库和训练数据集等，让企业有充分的选择机会。对于厂商来说，也能快速找到各环节的优质合作伙伴，不需要再对大模型生产的每个环节进行研发，只需要保障自身优势的产品研发即可，由此降低大模型应用的生产成本。”该负责人表示。

## 业务逻辑：搭建场景供给服务

“济南城投本身的收益是比较多元的，比如通过收取入驻厂家的服务费，大模型生产培训的服务费和周边产业收益，大模型工厂对地价、房价的拉动等，都将为城投带来更加可观的收益。”

记者注意到，城投通过布局大模型业务进行转型探索已经初见趋势。

武汉市科技创新局官网发布的《市科创关于2024年度第一批科技成果转化项目拟立项的公示》中，武汉城投水务集团牵头的城市水资源智慧水务大模型入选科技成果转化项目，并获得资金支持。

此外，公开信息显示，北京一家国资公司通过成立人工智能子公司的形式，开展人工智能双创服务平台、智能机器人研发等业务。

对于未来“大模型创新工厂”的规划路线图，济南市大数据局局长张熙在“2024中国国际大数据产业博览会”（以下简称“数博会”）上介绍，“大模型创新工厂”旨在通过数据要素与人工智能技术的融合，推动产业升级和新质生产力发展。目前，构建了“1+1+4+N”的服务体系，即一个实体园区、一个线上产业园、四个核心平台能力和多个场景应用。

“由济南城市投资集团倾力打造的智想城-AI智园，作为大模型创新工厂实体空间载体，具备区位、配套等多项优势，并在政策、金融、技术和人

才领域提供丰富支持；大模型工厂目前已具备1000P高性能算力资源服务能力，并配套建设了城市数据网、可信数据空间等基础设施，为数据要素流通提供安全可信的网络和平台环境。”张熙在数博会上介绍。

记者注意到，在“大模型创

新工厂”之外，实体产业园区的招商引资模式也在变化。

济南城投一位负责招商引资的工作人员介绍说：“以往招

商引资逻辑是给企业带来了税

收优惠和资金奖励，但是投资

过后，项目往往并不持久，难以

达到预期效果。因此，我们现

在的逻辑是将自身的角色从需

求端转向供给端，把头部企业拉过来，共同建立和运营大模型生产基地，配套充足的算力基础设施资源、政策保障的数据资源、便利的生产工具和上下游产业链。让企业在里面有更低的生产成本，并且能够可持续地创造利润和效益，培育和发展本地的人工智能产业链。”

据其透露，目前园区已经吸引了全国排名头部的十余家厂商，正在陆续签约入驻大模型创新工厂，通过场景侧和生产侧的串联，不断夯实产业基础。

对于济南城投而言，除了转型业务搭建之外，更关心的还是未来能否可持续盈利的问题。

对此，钟宸表示，虽然大模型工厂还未正式投产，但是基础设施的建设已经基本具备条件，首批模型工厂模式生产的先导项目也已经在规划中。“济南城投本身的收益是比较多元的，比如通过收取入驻厂家的服务费，大模型生产培训的服务费和周边产业收益，大模型工厂对地价、房价的拉动等，都将为城投带来更加可观的收益。”

在钟宸看来，济南城投平台推动的大模型业务，有助于城投转型实现闭环。首先是解决土地资源要素的问题，通过发展高价值产业，引进了企业和人才，盘活土地资源和配套资产。从发展模式上进行创新，打造“科技+产业+人才+资本”的片区开发新模式，组建济南市“大模型工厂”生态聚集区。

记者注意到，目前济南城投围绕大模型产业拟组建基础设施投资基金和产业基金，用于扶持大模型产业生态高速发展，未来还将增加更多的投资模式。

# 收单外包管理再细化 评价机制或取代评级机制

## 遏制灰色业务

本报记者 蒋牧云 何莎莎  
上海 北京报道

中国支付清算协会（以下简称“协会”）近期发布《收单外包服务自律管理办法》（以下简称《办法》），其中对持牌机构以及外包服务商提出细化的要求，比如，外包机构广告不得使用“一机多商户”“刷单”等文字，持牌机构应每年对有关外包机构至少开展一次独立安全评估等。

作为伴随移动支付崛起的全新而重要的业态，收单外包一类“无牌”机构近年来逐步被纳入监管视野。

《中国经营报》记者了解到，此次《办法》进一步强调了持牌机构的主体责任，并且在对持牌机构、外包服务机构的管理要求中做了多处细化。而在采访中，业内人士则向记者指出，《办法》中提出将设置外包机构的评价机制，该机制可能将取代此前的评级机制。

资深支付人士孟凡富则向记者表示，此次《办法》进一步强化了持牌机构的主体责任，并细化了具体要求。

加强收单外包服务机构备案管理的通知》，要求已开展收单外包服务的外包机构，应于2024年7月31日前通过收单外包服务机构备案系统向协会提出备案申请，完整、准确登记合作商业银行、非银行支付机构外包服务关系，并取得备案证明。

协会数据显示，截至7月31日，已成功完成备案的收单外包服务机构数量达30022家，其中包括聚合支付机构645家；取消备案的收单外包机构数量为334家，另有15家机构显示为拟取消备案的状态。

有支付机构人士告诉记者，收

单业务的“停薪”一部分原因就是来自监管加强，合规风险不断增加的综合影响。为何收单外包会成为监管关注的重点？采访中，多位业内人士告诉记者，收单业务一直以来都存在类似信用卡套现的“灰色地带”。由于机构、外包服务商、消费者等多方参与者确实实现了多方受益，多年来依赖这一灰色业务生存的机构也缺乏转型动力。

灰色业务持续，也对行业发展带来不小的风险。

不久前，拉卡拉（300773.SZ）发布的《致收单业务合作方的一封信》中就提到，近段时间业内某些

收单外包机构采用所谓的“POSP模式”进行违规展业，宣传“自主变更商户信息、破二除五、一机多商户”等，造成了商户名称频繁变动，而这已引发清算机构监控预警，并对商户名称修改次数绝对值排名靠前的收单机构采取管控措施。

此前协会也曾指出，由于市场发展速度较快、外包机构数量众多、资质良莠不齐，部分机构的管理没有跟上，外包市场还存在一些问题和风险，主要包括：部分收单机构对合作外包机构准入审核不严、未在协会登记全量合作外包机构信息；个别支付机构合作外包机

构未备案比例较高、低等级外包机构占比过高；部分外包机构涉嫌推荐虚假商户或违法违规商户，部分外包机构涉嫌为商户提供结算账户设置和修改服务甚至提现服务；部分外包机构存在信息安全防护和个人信息保护不到位的情况，违反了法规政策和自律管理要求，妨碍了外包市场健康规范发展。

因此，协会指出：需要进一步加强收单外包服务自律管理，规范外包机构服务行为，促进外包服务市场健康发展，维护支付受理市场秩序，优化支付服务水平。

## 细化多处要求

某支付机构合规负责人向记者表示，较前期相关文件，本次《办法》确立了“先备案、后展业”基本要求。如果本条要求能严格执行到位，预计参与收单外包市场的机构数量和质量将持续得到优化。

资深支付人士孟凡富则向记者表示，此次《办法》进一步强化了持牌机构的主体责任，并细化了具体要求。

比如，机构需在合作明确外包服务的范围以及合作地域。又比如，在禁止支付机构外包的服务范围内，增加了受理终端采购。在尽职调查的范围内，增加了与持牌机构之间关联关系等。外包机构自身管理方面，则细化了机构自身的资质条件，以及人员的管理要求等。比如外包服务资质中，新增了符合资质的个体工商户（仅能从事

人力资源外包）。

孟凡富认为，依据对政策的理解，外包机构的评价机制可能将取代此前的评级机制，评价结果将更为简明了。

2020年8月，协会发布《收单外包服务机构备案管理办法（试行）》，建立了收单外包服务机构风险信息共享和动态评级机制。而此次最新《办法》中则提出，协会将依规建立外包机构信息共享及服务评价机制。

具体而言，持牌机构根据协会组织制定的收单外包服务评价管理规范，按期完成对有关外包机构的评价工作，协会根据评价结果实施自律管理，并定期发布评价结果。评价结果为不合格的，持牌机构不得与其开展外包服务合作。已开展合作的，应在评价结果之日起

20个工作日内，有序终止合作。

即使是已经备案的外包机构，若发生从事支付外包服务，但未与合作持牌机构签订协议、虚假宣传、拒不配合行业自律检查和调查、违规改装受理终端等违法行为的，根据情节严重程度，协会依规对其降低评价、取消备案、纳入黑名单管理，并依规采取警告、约谈高级管理人员、强制性培训教育、通报批评、公开谴责等自律惩戒措施。

除此之外，《办法》中也再次强调了外包服务的规范，比如，外包机构应当围绕服务质量、安全保障等进行真实、合理的广告宣传，准确披露持牌机构名称及联系方式，广告内容中不得使用或者变相使用“零扣率”“低扣率”“费率自由定义”“商户滚动切换”“一机多商户”“T+0”“D+0”“即时到账”“刷单”

“套现”等涉嫌不正当竞争、误导消费者或者违法违规行为的文字。禁止网上销售POS机（包括MPOS）、刷卡器等受理终端。

在一系列背景下，当前机构端对外包的管理机制还有哪些优化调整空间？

前述支付机构合规负责人向记者表示，目前市场上头部外包服务机构和SAAS服务商的确普遍存在业务转包、分包的情况，对于该类情形难以做到彻底杜绝或一刀切，但是为了避免潜在风险，可采取一定的措施来进行有效预防：譬如严格审核把控合作机构资质，确保引入机构的规范性；可在外包合作的协议条款中，明确如果出现相关违规或风险情形，其需要承担的违规及损失赔偿责任等。

记者注意到，拉卡拉在前述的

发文中就提到，公司在收到预警后立即展开自查，确认未涉及“POSP”严重违规作业行为，商户名称修改次数占活跃商户的比例极低。然而，当某些商户在拓客端、商户App发起名称修改时，拉卡拉在审核流程方面确实存在进一步改进的空间。接下来，公司将全力开展以商户入网及信息变更规范化为重点的自查改进活动，引入更为先进的AI技术，强化作业管。

此外，拉卡拉副总裁吴琦在近期的公开演讲中也强调，将进一步督促外包机构完成备案，未能落实的解除合作；明确禁止外包机构从事或变相从事支付核心业务；建立风险管理机制及日常监测机制，对有关外包机构开展定期安全评估跟踪，并通过各种形式开展专项培训。

# “首月6毛钱”卖保险再抬头 多名消费者陷“星火保”套路

本报记者 陈晶晶 北京报道

被监管多次禁止以“首月0元”“首月1元”“免费保障”等为噱头的误导投保“套路保”行为，正在卷土重来。

近日，多位消费者反映：根据收到的短信提示引导，点击进入一家名为“星火保”平台保险产品推广页面，该页面代理销售的一款名为“600万医疗保障”的保险产品中，首

页醒目处标注着“600万元大病小病都能保”“6毛/月”等宣传标语。输入个人信息后，左下方保险费用测算显示，称保险收费仅需0.02元/天，折合0.6元/月。

《中国经营报》记者注意到，在公开投诉平台上，涉及关键词“星火保”的投诉帖已有800多条，主要关于“短信电话骚扰”“六毛钱引诱投保”“骗保”“虚假宣传”等。

“星火保”披露的客户告知书

显示，“星火保”的运营主体为安行天下保险经纪(上海)有限公司(下称“安行天下经纪”)，合作的保险公司已达到30家。

上述问题已经引起一些地区执法部门注意。公开信息显示，目前青海省海东市河湟新区公安分局、河南省洛阳市公安局瀍河分局均已通过官方微信发文点名“星火保”扣取消费者保费，公安帮助其追回一事。

## 首月“优惠”套路

记者点击“加入保障”后，系统自动弹出弹窗，信息包括“投保须知”“免责声明”“健康告知”“客户告知书”等，在点击“我已阅读并同意所有内容”后，并不需要逐一打开并阅读前述一系列文件，就可以直接跳转到支付界面，支付价格为0.6元。

此前各大平台频频出现“首月0.1元”“首月1元”的短期健康险产品营销，消费者领取后从次月起被扣取保费，引起了大量投诉。虽然这种营销模式被监管部门多次叫停，但是相关“变种”依然存在。

有消费者向记者反映，市场上仍有“首月6毛钱”这类营销的保险产品，但是与之前在公开社交平台高调宣传不同的是，这些产品通过短信、电话、定向推送等形式隐蔽传播给单独个人。

购买过“星火保”保险产品的王女士(化名)向记者称，自己收到“星火保”发来的短信，每个月只需几毛钱，认为很便宜就填了相关资料。过了1个月查询账单才发现被扣费，“星火保”自2024年8月开始，将保费从原来的0.6元提高至每个月100元，其间从未接到过“星火保”的告知电话。

9月上旬，记者点击消费者提供的短信投保链接操作后，弹出“600万医疗保障”“本产品由泰康在线财产保险股份有限公司承保(以下简称‘泰康在线’)”字样，点击确认后，进入下一个页面显示，产品名称为“泰康E家安康百万医疗保险”，“600万大病小病都能保”“6毛/月，小投入大保障”宣传语占据半个手机屏幕，同时还有智能语音同步播放：“人人要有一份保险，发生意外或生病，不用卖车卖房，到处求人借钱。”

“星火保”公开的宣传材料显示，泰康在线“E家安康百万医疗保险”产品费率在有社保的情况下，不论年龄，每个月为0.6元；无社保情况下，每个月为2元。

记者点击“加入保障”后，系统自动弹出弹窗，信息包括“投保须知”“免责声明”“健康告知”“客户告知书”等，



“星火保”推送链接截图

在点击“我已阅读并同意所有内容”后，并不需要逐一打开并阅读前述一系列文件，就可以直接跳转到支付界面，支付价格为0.6元。

“0.6元只是第一个月扣的，后续每个月都不是这个价。我申请退保以后，还有电话和短信来骚扰让我投保。”王女士对记者表示。

记者查询公开投诉平台发现，多位消费者与王女士经历类似。另有多位消费者公开发帖投诉称：“星火保”诱导用户免费领取保险，泄露用户电话号码信息，天天有不同地域的电话对我进行骚扰。”

记者在“星火保”浏览完产品信息并输入手机号码后，并未支付保费。随后也连续收到了多条短信提醒投保。

对此，记者致电“星火保”客服了解相关情况，客服人员对记者称：“您输入信息后，我们业务员在平台看到了会以为您有投保意愿，后续就会主动联系您。”

值得一提的是当记者浏览完产品宣传页面点击返回时，“星火保”还推荐了一款“安享E生百万医疗

险”，价格显示为0.6元/月，并标注了原价需要30元/月的信息。

对照“星火保”披露的该产品费率表来看，以26—30岁为例，有社保的费率每个月30元，但是实际交费时首月只需要交0.6元，消费者实际交费与保险公司产品费率不符。

不过，9月18日，记者再次打开几天前“星火保”发送的短信投保链接发现，输入相关信息后，界面提示记者由于不符合投保条件，无法投保。同时，最新界面展示的该款百万医疗保险已经由“0.6元/月，原价需要30元/月”宣传语变为“每月保费30元”。

对此，前述“安享E生百万医疗保险”所属财险公司向记者表示：已要求“星火保”对我司产品的销售活动充分告知，目前平台答复对我司产品开展的“支付立减”已全部停止。

此外，还有消费者在公开投诉平台称：“以低价保险为噱头诱导老人投保并开通自动续费，我家老人根本搞不懂什么原因就被扣了220元。”多名消费者也均发帖称，在不知情的情况下被自动扣费，目前想要追回费用。

## 损害消费者知情权？

广东省连越律师事务所合伙人周庆元对记者表示，通过不当宣传以低价为“诱饵”充当保险产品销售的引流工具，严重损害了消费者的知情权。而消费者享受的首月优惠本质上属于保险机构的变相返佣行为。

对于“星火保”以“首月保费6毛钱”营销，但后续被自动扣费、保费出现激增的情况，多位律师在接受记者采访时表示，这些做法侵犯了消费者最基本知情权。

北京格丰律师事务所主任律师郭玉涛对记者表示：“根据《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消费者权益保护法》)的相关规定，消费者享有知情权，包括消费者对价格的知情。具体到上述案例，保险消费者不仅应该对第一个月价格有知情权，还包括对后续价格的知情权，类似上述情况属于误导性的宣传，损害了消费者知情权。”

事实上，根据监管发布的《关于规范互联网保险销售行为可回溯管理的通知》，互联网保险销售页面应对保险产品充分说明，披露信息准确、完整，保障消费者知情权；应充分尊重消费者意愿，由投保人自主确认已阅读后，进入投保流程，保障消费者自主选择权；应设置单独页面向投保人展示说明免除保险人责任等重要条款。

而“星火保”平台销售的多款

## 监管严打仍“冒头”

保险中介采用这样的销售方式，背后原因可能包括：保险市场竞争激烈，一些主体难免采用违规方式进行不正当竞争；保险中介内部的合规管理不到位。

周庆元对记者表示，近年来，针对互联网保险销售，监管部门已多次发文进行规范，行业内涉嫌违规的情况有所收敛。然而，这种“首月6毛”曾被监管叫停且已沉寂多年的模式再度出现，令人担忧。

记者梳理发现，在2020年12月、2021年11月、2022年7月，监管已就“首月0元”“首月1元”等欺骗投保人问题，对多家保险公司、保险经纪机构予以公开通报和处罚。

在2023年8月，监管部门叫停了保险公司免费赠险或引导消费者升级“首月××元”的产品，要求相关保险公司自查整改、严肃内部问责，并表示自查整改不到位的将采取进一步监管措施。

2023年11月6日，监管部门向各保险公司下发的《关于进一

百万医疗险产品的“投保须知”“特别约定”“健康告知”“客户告知书”等系列重要信息，只需消费者点击一键“我已阅读并同意所有内容”后，便可支付保费。

同时，关于产品《自主重新投保及授权代扣服务协议》也一并放在上述“我已阅读并同意所有内容”中。这份协议显示，投资者授权安行天下经纪就购买保险产品的保费支付事宜执行代扣服务，从本人绑定的银行账户，第三方支付平台账户中托收相应资金，其中包括每月需支付的保费、自主重新投保时支付的保费等。

如果客户没有打开这份文件阅读，很可能在不知情的情况下，达成了自动扣款的协议。

广东省连越律师事务所合伙人周庆元对记者表示，通过不当宣传以低价为“诱饵”充当保险产品销售的引流工具，严重损害了消费者的知情权。而消费者享受的首月优惠本质上属于保险机构的变相返佣行为。

“依据《消费者权益保护法》第十条第二款以及《网络交易监

督管理办法》第十八条的相关规定，经营者若采用自动展期、自动续费等方式提供服务，需在消费者接受服务前以及自动展期、自动续费日期前五日，以显著方式提醒消费者注意，由消费者自主进行选择；在服务期间，要为消费者提供显著且简便的随时取消或变更的选项，且不得收取不合理费用。自动扣费的做法违反了上述规定。”周庆元对记者说。

此外，根据消费者在公开投诉平台发帖内容，除了以“首月6毛钱”营销产品外，“星火保”还利用免费赠险方式进一步引导消费者升级保险产品。

据此前业内人士透露，免费赠险或引导消费者升级的“首月××元”保单，核心目的不是为了销售这一张保单，而是将其当作“钩子”，方便进行二次转化，引导消费者购买其他保险产品。大部分是二次转化成价格略贵的百万医疗险，有部分年纪大的消费者被转成防癌医疗险，年轻人则转化为标准百万医疗、一年期重疾险、意外险等。

# 消费金融行业融资竞速 金融债发行规模创新高

本报记者 郑瑜 北京报道

消费金融公司融资再加速，今年以来行业机构完成ABS(资产证券化业务)合计超过百亿元；完成金融债发行超过400亿元，发行规模达到历史新高。

近期，河南中原消费金融股份有限公司(以下简称“中原消费金融”)获批注册60亿元ABS。此外中国货币网披露，中原消费金融拟在9月20日至24日发行不超过20亿元金融债。

同期，国家金融监督管理总局发布的批复文件显示，核准重庆小米消费金融有限公司开展资产证券化业务的资格。

招联首席研究员董希淼告诉《中国经营报》记者，在目前宏观政策加码提振消费的背景下，消费金融公司正在发挥更加积极的作用。支持消费金融公司扩大融资渠道，有助于增强消费金融公司资金实力，扩大信贷投放规模，更好地支持居民扩大消费、改善生活。但需要看到在资本补充方面，目前消费金融公司受到约束较多，这是下一步要解决的重要问题。

有头部消费金融公司人士表示，消金行业ABS发行将持续保持活跃，有助于推动消费金融机构为消费者提供更优质便捷的服务。同时，也有助于各家金融机构提升自身业务规范性和风险管理能力，以适应市场变化和发展需求。

## 年内五家发行ABS

政策助推下，行业融资进程正在不断加快。

2023年下半年，中央人民银行出台政策大力支持消费金融公司、汽车金融公司发行金融债券和信贷资产支持证券，募集资金积极开发特色消费信贷产品，满足居民消费升级需求。此后，国家金融监督管理总局党委召开扩大会议传达学习中央经济工作会议精神，明确提出要“加快发展消费金融”。

在此背景下，如何增强资金实

力，提升抗风险能力，提高发展质量，突出消费信贷功能，更好满足人民群众多样化的金融需求，成为持牌消费金融机构的“必答题”。这也让优化融资结构变得尤为迫切。

延续去年消费金融行业的火热融资，年内多家消费金融公司也完成了ABS发行。

据Wind统计，国内消费金融公司2023年共发行18笔ABS，规模合计251.41亿元，发行规模和发单量均创下历史新高。

截至今年9月10日，马上消

费金融股份有限公司(以下简称“马上消费金融”)、中原消费金融有限公司、杭银消费金融有限公司、南银法巴消费金融有限公司5家机构完成发行ABS合计106.76亿元。

上述持牌消费金融公司中层曾对记者表示，融资能力是消费金融公司重要的竞争力，多元化融资渠道反映出消费金融公司良好的发展情况，有利于优化资产负债结构，形成良性循环的融资体系。我司后续将继续加强与银行及同业

的合作，通过同业拆借、金融债、ABS、银团贷款等方式拓宽资金来源，进一步合理融资结构。

该中层直言，上述方式一方面将拓宽公司市场化融资渠道，筹集低成本中长期稳定资金，减轻流动性压力并增强抵御风险能力；另一方面有助于公司为业务后续开展提供充足的资金支持，提高消费信贷供给能力，拓宽业务覆盖面，实现金融服务与消费环节的紧密衔接。

根据公开资料，中原消费金融

于2021年1月获批发行ABS，是全国第14家获得ABS资格的消费金融持牌机构。2022年7月，中原消费金融首单ABS成功发行。

截至目前，中原消费金融已顺利发行了8期ABS，规模合计109.53亿元，发行规模仅次于捷信消费金融有限公司、马上消费金融、兴业消费金融股份公司，位居行业第4位。叠加此前已顺利发行的约110亿元资产证券化产品，中原消费金融累计获批的ABS额度已达170亿元。

“由于国内消费金融公司暂未公开上市(IPO)，也不满足发行优先股的条件，目前只能通过增资扩股的方式补充资本，资本补充渠道单一。因此，对消费金融公司而言，探索丰富资本补充渠道和工具，比如，建议差异化支持消费金融公司发行二级资本债券概率还是会稳步增加。”

不过，董希淼直言，目前消费金融公司在资本补充方面受到约束比较多。

王诗强补充表示，短期内，中小消费金融公司在一定程度上面临资产荒，发行ABS的空间和潜力比较有限，但是头部消费金融公司拥有大量优质借贷客户，信

## 金融债发行突破440亿元

值得注意的是，除了ABS融资，消费金融公司金融债的发行也创出新高。

自2024年以来，招联消费金融股份有限公司(以下简称“招联消费金融”)、兴业消费金融股份公司、中银消费金融有限公司、杭银消费金融有限公司、中原消费金融、马上消费金融等9家消费金融公司已累计发行27笔，规模合计444亿元。6月以来消费金融公司发行金融债规模已接近上半年总量。

作为首批获得金融债发行额度的消费金融公司，招联消费金融

融方面对记者表示，自2023年下半年监管机构重新放开消金公司发行金融债以来，各家消金公司开始申报债券额度，今年开始进入债券密集发行期。截至2024年7月，招联消费金融累计成功发行5期共96亿元金融债，发行利率在2.1%—2.55%，全部实现了多倍认购。此外，公司在行业内引入了增发权机制，发行人可根据发行当天的市场情况选择增发债券额度。

公开资料显示，截至2024年7月，招联消费金融2020年首次发行金融债以来，总计发行金融债

券251亿元，居行业榜首。

冰鉴科技研究院高级研究员王诗强表示，消费金融公司发行金融债、ABS等标准化融资产品，只要公司经营业绩、经营年限、资本充足率等满足监管要求，均可申请发行标准化产品。监管部门会根据具体发行情况进行审核，并考虑市场发行节奏，批准相关产品上市。

王诗强补充表示，短期内，中小消费金融公司在一定程度上面临资产荒，发行ABS的空间和潜力比较有限，但是头部消费金融公司拥有大量优质借贷客户，信

贷规模增长较快，标准化产品发行潜力和空间巨大。此外，近些年成立的消费金融公司，可能因为经营年限达标，也有发行ABS等标准化产品的动力。因此，整体看，消费金融市场ABS、金融债等标准化产品发行数量和规模大概率还是会稳步增加。不过，董希淼直言，目前消费金融公司在资本补充方面受到约束比较多。金融债券、信贷资产支持证券这些解决了资金问题，但没有解决资本问题。所以怎么来补充资本其实更值得关注，是下一步要解决的重要问题。

董希淼还呼吁金融管理部门在资本补充、产品创新、科技赋能等方面，采取更多的支持政策，以更大力度支持消费金融公司良性创新和高质量发展。

# 广深楼市抢滩“金九”

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

“提前祝您中秋愉快！我们中秋不放假，可免费开车接送带看深圳全市新房，购房即享团购优惠、补贴。”中秋假期前夕，深圳房产中介朱洋（化名）正逐一向手里的客户发送节日问候，同时希望借此机会吸引更多客户假期到访，冲刺一波成交。

眼下，楼市已来到“金九银十”传统销售旺季，《中国经营报》记者

## 加快去库存

有房企相关负责人对记者表示，其所在公司于“金九银十”期间推出的促销房源包括清栋产品，公司为这些房源设置了“一口价”优惠措施。

“中秋特惠，仅卖三天”“中秋签单有福利”“金九购房季享好礼”……今年楼市“金九”率先在中秋假期掀起一波热度。“中秋节第一天过来看房的客户非常多，从上午9点到下午3点，我已经带看了5组客户。”广州房产中介温伟（化名）对记者如此说道。

据中指研究院统计，今年中秋假期，广州有超过40个楼盘推出“一口价”、特价房源等营销活动，有2个项目集中开盘。从整体情况来看，市场热度及到访量较此前有所上升，尤其是新开盘项目，由于其较优的地理位置和较高性价比吸引了众多购房者到场，但尚未在成交端有所体现。9月15日—17日，广州新房合计成交面积约1.4万平方米，日均成交量同比下降65%。

在深圳，除了开发商常规促销活动外，政府前期还推出住宅装修改造补贴支持，但居民购房仍较为谨慎，多以观望为主。根据深圳中原研究中心提供的数据，中秋假期，深圳新房成交量与前个周末（9月7日—8日）基本持平。乐有家研究中心方面表示，中秋假期三天，深圳乐有家门店二手房日均成交量及带看量较以往周末均没有

注意到，各方市场主体动作颇多。一位全国性房企相关负责人对记者表示，公司广州项目借势推出限时低价房源，配合新楼栋加推“抢收”。某头部房企相关负责人透露，公司在“金九银十”期间推出“大促购房神券”，有效期至2024年12月31日。除此之外，房地产中介机构自身也发起营销活动，喊出“新房1元秒杀1平方米”的吸睛口号。

刚刚过去的中秋假期是一场热

身赛。根据中指研究院统计，中秋假期期间（9月15日—17日），25个代表城市新房日均销售面积为12.9万平方米。其中，广州、深圳日均成交面积分别为0.7万平方米、0.4万平方米，广州核心区域新盘上升的到访量尚未反馈至成交层面，深圳新房市场整体表现相对平淡。从目前情况来看，今年楼市“金九”平淡开局，业内期待政策在9月底关键节点发力，进一步助推楼市。

明显上涨。

中指研究院指出，深圳楼市短期内库存去化压力较大，客户选择性较多，进一步加剧观望情绪，二手房市场成交表现略好于新房市场，“老破小”及高性价比房源在以价换量的带动下维持一定热度。

事实上，进入9月，整体市场活跃度不及预期。据克而瑞统计，2024年9月1日—12日，30个重点城市新房成交规模环比小幅下降，且明显不及去年同期水平。具体来看，30个重点城市总计成交面积约295万平方米，较今年8月1日—12日下降6%，较2023年9月1日—12日下降18%。其中，一线城市成交回落最为明显，北京、深圳成交均显乏力；二线城市成交总体维持稳定，宁波、长沙等地成交表现有所改善；三、四线城市在低基数前提下成交环比增长19%，同比下降1%，佛山、惠州等成交表现相对亮眼，环比、同比均呈现增长趋势。

值得注意的是，按照以往，开发商集中推盘叠加前期累积需求的释放催生了楼市“金九银十”，但在今年，房企的推盘积极性有所不足。根据克而瑞统计，9月，28个重点城市预计新增商品住宅供应面积

703万平方米，环比下降4%，同比下降59%，远不及今年二季度月均供应水平，与一季度月均供应699万平方米基本持平。其中，一线城市供应环比增长10%，二线城市供应环比下降5%，三、四线城市供应显著收缩。分城市来看，广州集中放量，供应量环比增长33%，但房企在深圳的推货节奏预期稳中有降，预计整体供应量环比下降22%，或不足3000套。从供应结构来看，重点城市刚需、改善、高端产品的供应比例分别为45%、42%和13%，呈现“以刚需、改善为主，高端为辅”的供应结构。

在开发商推盘积极性不高背后，当前楼市仍以去库存为主。有房企相关负责人对记者表示，其所在公司于“金九银十”期间推出的促销房源包括清栋产品，公司为这些房源设置了“一口价”优惠措施。与此同时，有不少楼盘以“今年买今年住”“现房销售”为卖点吸引客户到访。

当市场下行，存货的变现能力直接关系到企业的生存与发展。据克而瑞统计，2024年上半年，74%重点房企的已竣工存货占比较今年年初有所上升，缓解库存压力是房企当前主要经营目标。

## 期待政策再优化

每年9月底是楼市政策密集出台期。

“金九”已过半，在供应缩量、观望情绪较浓的影响下，新房市场的运行仍在承压。部分年轻的意向购房者向记者表示，在当前环境下，“边看房边等政策”已经成为他们的常态。

据不完全统计，今年前8个月累计出台约450次房地产调整政策，其中7月的频次高达68次，目前年内单月的政策出台频率高于去年水平。

5月17日，中国人民银行、金融监管总局联合发布一系列被称为“史诗级”的楼市利好政策，包括取消首套住房和二套住房商业性个人住房贷款利率下限、降低居民购房款首付比例最低至15%、下调个人住房公积金贷款利率、设立3000亿元保障性住房再贷款等，引起广泛关注，各地也积极落实。但除此之外，近期其他需求端政策力度和影响均有限。

克而瑞分析认为，进入9月，房地产政策端仍有发力空间，一方面是包括9月底在内的关键政策节点将至，另一方面是当前新房、二手房市场活跃度下降，成交动力不足，市场信心需要提振。“考虑到9月下旬业绩冲刺、项目集中备案等因素，9月全月一、二手房成交规模有望超过8月，但成交增长幅度可能有限。”

国家统计局发布的数据显示，1月—8月，新建商品房销售面积60602万平方米，同比下降18%，其中住宅销售面积同比下降20.4%；新建商品房销售额59723亿元，同比下降23.6%，其中住宅销售额同比下降25%；住宅投资52627亿元，同比下降10.5%；住宅施工面积496052万



楼市已来到“金九银十”传统销售旺季，图为广深铁路沿线一处在售楼盘。陈婷/摄影

平方米，同比下降12.6%。

据克而瑞统计，1月—8月，30个重点城市二手房日均成交量382套，较2023年中秋国庆假期（中秋和国庆假期连休）、2022年中秋假期日均成交量分别增长104.9%、236.8%，二手房市场成交端凸显一定韧性，成交表现好于近两年中秋假期。

中指研究院研究副总监徐跃进分析认为，每年9月底是楼市政策密集出台期，预计放宽核心城市限制性政策仍是优化需求端表现的重要方向，各地在降低房贷利率、交易税费等方面仍有进一步的调整空间，购房补贴力度也有望进一步加大。去库存方面，目前受收购价格、资金成本、房源错配等因素影响，地方国企收储落地节奏较慢，未来若能在收购存量房用途范围、收购对象范围、金融支持等方面继续优化，市场信心有望有所修复。“从趋势来看，9月底有望迎来楼市政策优化。在政策支持下，预计四季度的市场成交将有所回升。”

# 实探中秋成都楼市：到访量普增 下单仍谨慎

本报记者 陈雪波 卢志坤  
成都报道

“中秋假期可以有2

个点的优惠，这已经是近期很低的价格了。”9月17日是中秋节，成都金牛区一楼盘的置业顾问向《中

## 借势中秋多样促销

中秋节当天，记者在成都北一环外的龙湖观萃售楼处遇到了一组来自绵阳的购房者，一对父母趁着假期为26岁的儿子在成都看房子，还带着15岁正在读高中的弟弟。

像他们这样在中秋节在售楼处度过家庭不在少数，记者在另外一个售楼处看到，有一组家庭带了五六位家人为购房出谋划策。在龙湖观萃项目售楼处，同样人来人往，置业顾问用加快节奏的语速为购房者介绍着项目情况。记者了解到，该项目目前的优惠政策包括了中秋节总价优惠2%、三天内签约总价优惠1%，同步购买车位总价优惠2%。一套备案价为393万元的房子，叠加各种优惠过后的销售价格能够降至370万元。中秋节当天，售楼处现场不时会传出庆祝成交的礼炮、砸金蛋的声音，十分热闹。

位于成都西三环外的保利西堂和煦售楼处里的购房者也几乎坐满了所有的沙发。记者了解到，该项目在中秋假期同样给出了总价优惠5万元的促销措施。在叠加各项优惠之后，109户型的房子单价可以低至2.1万元/平方米，而在两年前周边新房价格还一度高达2.7万元/平方米。

单价降低的同时，其他条件也对购房者更为有利。目前成都首套房的首付比例为15%，首套房房贷利率为3.25%。置业顾问

称，这些购房成本相较此前已经降低了很多。

据保利西堂和煦置业顾问介绍，在假期第二天，售楼处的人甚至多到无处可坐。他告诉记者，在中秋三天时间里，该项目总共成交了十来套房子，算是成交比较好的项目。

在中秋假期，成都有不少新房项目都发布了节日引流活动。比如建发缦云设置了中秋抽奖，轨道城市投资集团旗下的几个TOD项目推出了传统文化体验活动，西宸春天项目举办民俗游戏，成都高投赠送伴手礼，龙湖的一些售楼处则有“到访即领500龙珠积分”的活动。

虽然多数新房项目都有中秋节促销活动，但记者走访的多个项目现场均没有布置繁复的节日场景，甚至都很难看到中秋节的庆祝条幅，只通过置业顾问口头介绍中秋优惠相关政策。与此同时，项目沙盘和户型微缩模型也不再是售楼处的标配，取而代之的是架空层健身房、儿童活动空间、图书馆、会客厅等购房者能在入住后经常使用到的实景展示。

中指研究院方面告诉记者，随着中秋假期的到来，成都推盘节奏明显加快，假期前一周，31个项目集中取证，仅节前最后一天（9月14日）就有11个项目取证。同时，多个项目针对中秋节推出相关活动，如最高8个点折扣、购

房送产权车位、团购优惠、特价房、送物业费等。

根据中指研究院监测，节日期间项目售楼部到访人数普遍增加，热门项目表现明显，如成华区某项目到访人数超400组。

贝壳研究院成都分院资深分析师吴倩雯向记者表示，近期成都楼市依然疲软，看房的人有所增加，但购房依然比较谨慎，整体市场的低价趋势比较明显。

在成都之外，其他城市的中秋节楼市表现也不尽如人意。麟评居住大数据研究院监测数据显示，2024年中秋假期（9月15日—9月17日）重点12城新建商品住宅总成交1670套，日均成交557套，较去年中秋国庆“双节”日均成交量下跌43.2%，并且今年中秋假期新房日均成交量处于2018年以来最低水平。

麟评居住大数据研究院指出，除了因假期出游返乡热情上升、购房需求释放滞缓存在的影响外，今年以来，新房市场表现长时间面临调整压力，成交端缺乏较为稳定的上涨动力。再结合今年以来的政策环境，尽管政策总体延续宽松基调，“以旧换新”、优化公积金贷款等楼市支持政策继续发力，但不排除市场对政策调整的免疫性有上升趋势，加之经济就业环境预期不稳，市场改善力度有限。

随着时间进入9月中下旬，成都持续了一个月的高温稍有消退，一些新房项目的人气也

逐渐走高。记者走访看到，一些售楼处里挤满了看房的人，不少售楼处也把下班时间延迟到

了晚上8点。机构监测结果表明，中秋假期成都新房项目到访量普遍增加。

## “金九银十”有望带动市场情绪？

在市场不景气的影响下，今年前8个月，成都土地供应也有所减少。

1—8月累计供应72宗，合计3639亩，同比下降38%；累计成交64宗，合计3210亩，同比下降43%。前8个月成都TOP10拿地企业以央国企为主，其中中海地产拿地金额居首，成都东部集团拿地面积第一。

土拍速度减缓的同时，成都推盘数量也有所减少。8月成都监测到开盘套数约629套，较上月减少200套，且主要集中于核心区域。但认购表现尚可，8月监测开盘的平均认购率约为80%，环比上升8个百分点。因开盘项目以主城区改善产品居多，去化整体表现较好。

成都当地的房地产市场优化政策也在继续。今年8月12日，成都发布新政，在本市范围内新购买住房，只核查购房人在拟购房所在区（市）县范围内住房情况，无住房的，认定为首套房；为取得购房资格纳入保障性租赁住房房源库的住房，未出租或租赁合同已终止的，可自愿申请提前退出保障性租赁住房房源库，并解除上市交易时间限制。

8月15日，成都又开启住房“以旧换新”，鼓励房地产开发企业积极参与新房、存量房交易联动，对“以旧换新”的购房者按照市场化原则予以形式多样的激励或补贴。



中秋节当天，一些成都购房者来到售楼处看房。陈雪波/摄影

不过，相比于新房，成都二手房的成交更加活跃。8月成都二手房成交量依然维持高位，成交套数为17494套，是新房的2.7倍。今年1—8月成都二手房成交套数为139859套，同比下降6.9%；二手房成交面积为1349万平方千米，同比下降5.6%。

价格方面，国家统计局最新数据显示，8月成都新房价格环比降低1.2%，同比降低3.2%；8月成都二手房价格环比降低0.5%，同比下降8.7%，依然处于下探趋势。

不过，业内机构依然保持乐观。中指研究院分析指出，成都各区对“以旧换新”政策逐步细化，目前已有多达120余个项目参与“以旧换新”。在“金九银十”传统购房旺季以及政策利好落地推动下，预计成都楼市情绪将有所上升。

# 原董事长被抓后 临沂城发财务“大洗澡”

本报记者 颜世龙 北京报道

日前,据临沂市纪委监委消息,临沂城市发展集团有限公司(以下简称“临沂城发”)原党委书记、董事长李东春严重违纪违法被开除党籍和公职。

早在今年3月20日,临沂市纪委监委发布消息,李东春涉嫌严重违纪违法,目前正接受审查和监察调查。次日,临沂城发投资开发(营销)总监范飞飞也因涉嫌严重违纪违法,正接受沂南县纪委监委纪律审查和监察调查。目前,临沂城发官网已无法显示关于李东春的任何相关信息。

《中国经营报》记者注意到,紧随李东春、范飞飞接连被带走的消息之后,临沂城发于11日后的4月1日便开会研究“会计差错更正”,包括对多个会计科目进行调整增减,其中仅岸堤水库

水体资源专有使用权账面原值方面,无形资产就调减约40.26亿元……

临沂城发于近日发布的中期财报显示,上半年其总营收约为44.79亿元,同比增长34.26%;

净利润为-1.02亿元,同比下滑12.38%;归母净利润为-0.71亿元,同比下滑19.44%。

作为肩扛临沂新旧动能转换责任大旗的临沂城发,或许正在迎来一场大考。

## 市委巡视,高层接连被查

今年3月20日,临沂市纪委监委便发布消息称,李东春涉嫌严重违纪违法,正接受审查和调查。

日前,经临沂市委批准,临沂市纪委监委对李东春严重违纪违法问题进行了立案审查调查。

依据有关规定,经临沂市纪委常委会会议研究并报临沂市委批准,决定给予李东春开除党籍处分;由临沂市监委给予其开除公职处分;收缴其违纪违法所得;将其涉嫌犯罪问题移送检察机关依法审查起诉,所涉财物一并移送。

而在今年3月20日,临沂市纪委监委便发布消息称,李东春涉嫌严重违纪违法,正接受审查和调查。次日,范飞飞经临沂市纪委监委指定管辖,目前正接受

沂南县纪委监委纪律审查和监察调查。

据记者了解,李东春是在卸任董事长职务半年后被调查的。2023年10月,临沂城发发布的《关于董事长、法定代表人变更的公告》显示,原公司董事长、法定代表人李东春已到退休年龄,经中共临沂市委免任,李东春不再担任公司董事长职务,由李伟担任公司董事长。根据临沂城发的章程规定,董事长是公司的法定代表人。

出生于1964年7月的李东春曾任临沂(地区)财税局干训班教

师,临沂市财政局、临沂市经济开发投资公司干部,2015年起在临沂城发任职。在很长一段时间内,李东春都是董事长、总经理一肩挑。

2023年9月,临沂市委第一巡察组向临沂城发党委反馈巡察情况,市委第一巡察组组长陈肖东指出,临沂城发存在的问题有:落实党中央决策部署和省市委工作要求有差距,国企改革推进标准不高,现代化管理能力有待提升,推动国企做强、做优、做大有差距,防范和化解重大风险能力不强;落实全面从严治党部

署要求不够有力,违反中央八项规定精神问题依然存在,财务内控机制薄弱,招投标程序不规范;领导班子自身建设不够坚强有力,党建引领作用发挥不够,干部队伍建设有短板;巡察反馈问题整改不彻底。同时,巡察组还收到反映一些领导干部的问题线索,已按有关规定转有关方面处理。

李东春彼时表示,临沂城发将把巡察反馈问题整改作为当前一项重大的政治任务,深入分析巡察反馈问题的成因,坚决做到即知即改、全面整改。

## 调整会计差错减记超40亿元

其中,在岸堤水库水体资源专有使用权账面原值方面,无形资产调减40.26亿元。

2023年4月,财政部对临沂城发下达的《行政处罚事项决定书》[财监法(2023)89号]显示,临沂城发2020年、2021年向不同的会计资料使用者提供编制依据不一致的财务会计报告,同一年度两份财务会计报告载有的资产、负债、所有者权益等方面的数据存在明显较大差异。该行为违反了《会计法》第十三条、第二十二条等规定,决定给予罚款5万元的行政处罚。2023年7月20日,穆迪服务发布评级报告称,将临沂城发的评级展望由稳定调整为负面。

2023年年报显示,也正是在李东春被纪委监委带走后的第11天(2024年4月1日)后,公司董事会第九次会议一举审议通过了20项“会计差错更正”。其中,在岸堤水库水体资源专有使用权账面原值方面,无形资产调减

40.26亿元;临沂城发钢基新材料科技有限公司商誉减值准备1.79亿元;费县梦想家影视基地有限责任公司长期股权投资减值0.38亿元……

也正是在同一天,临沂城发通报了关于上述巡视整改进展,表示“坚持高位推动,在责任落实上下硬功夫;坚持问题导向,在检视查摆上下真功夫;坚持成果转化,在整改成效上下实功夫”。记者注意到,临沂城发对巡视组所反馈的24个方面问题均给予了回应,其中在“关于财务制度执行不严格”方面,临沂城发显示“已完成”。

相关整改情况一是召开财务共享中心推进会,计划实现资金集中管理,设立集团“资金池”。二是对未正确列入固定资产科目的相关资产,组织财务力量,做恰当会计差错更正、补提折旧、恰当

处理所得税事项。三是建立健全工会财务体系。四是加强会计人员的培训及考核。五是责令相关人员补附支付凭证及情况说明,同时记账人员在工会委员会会议作检讨,分管领导对其本人进行批评教育,并取消其记账资格。

记者在临沂城发于近日发布的半年报中看到,公司的受限资产表格疑似出现明显的编制差错。该表格的单位显示为“亿元”,若以此,则该公司截至今年6月末受限资产合计高达“64.25万亿元”。

临沂城发相关债券承销商东方证券股份有限公司相关负责人向记者表示,“64.25万亿元”系公司工作人员操作系统失误导致,与临沂城发没有关系。

在记者采访后,9月14日,临沂城发对外发布更正声明指出:

截至2024年6月,公司受限资产已将单位“亿元”更正为“万元”,

即受限资产金额约为64.25亿元。

记者了解到,今年8月2日,临沂城发发布的《关于2023年财政部处罚事项整改工作完成公告》显示,其迅速成立了整改领导小组,成立由集团总经理任组长、监事长任副组长的财务重大问题化解工作专班,表示要压紧压实责任,从严从实推进整改。全面建设集团财务共享中心,实现财务业务和资金的集中核算和管理,建设集团资金蓄水池,从源头上强化集团财务管理监督检查,及时发现并化解存在的苗头性问题。

临沂市财政局还于今年7月15日为其出具的《对财政部行政处罚所涉事项整改情况报告的函》指出,临沂城发对整改工作高度重视,逐条研究整改措施,全力以赴抓落实,整改完成且成效明显。



临沂城发多个会计科目进行调整,其中仅岸堤水库水体资源专有使用权账面原值方面,无形资产就调减约40.26亿元。图为临沂城发旗下的城发建工。公司官网/图

## 出现亏损

对于公司亏损的原因,临沂城发认为是因为业务主要在下半年结算,同时2024年上半年公司收到的政府补助金额暂时较少,导致公司暂时性亏损。

Wind数据显示,今年上半年,临沂城发迎来了自2022年以来连续7个季度的首次营收高增长,不过仍面临连续5个季度的归母净利润的亏损。

相关数据显示,今年上半年,临沂城发营业收入为44.79亿元,同比增长34.26%;净利润为-1.02亿元,同比下滑12.38%,而同期全省可比中位数为0.48亿元;归母净利润为-0.71亿元,同比下滑19.44%;资产总计720.86亿元,同比增长8.14%;股东权益为251.32亿元;毛利润率为13.98%,净利率为-2.27%。

临沂城发办公室相关负责人在接受记者采访时表示,当前全国经济形势正在下滑,集团也正在转型阶段,所以企业效益出现了一些变化。从上半年集团经营情况来看,总体上保持了平稳有序的发展;从业务上来看,当前房地产市场非常不景气,市场预期没有好转,同时购房者观望情绪很重,所以集团房地产销售板块不及预期,从而使得收入出现了一些变化。“临沂全市也在转型,正在加大新兴产业的布局,但临沂房价现在跌得很厉害,一些房地产楼盘确实很艰难。我们还在做保交楼、稳民生的工作,一些房地产项目是要顺利交付,目的是增强市场的信心,我们不能不负责任。”

不过,记者也注意到,之所以临沂城发亏损严重,与其高企的成本密不可分。上半年,其营业总成本高达46.31亿元,其中营业成本38.53亿元,税金及附加1.88亿元,销售费用0.85亿元,管理费用2.11亿元,研发费用为817.21万元,财务费用为2.86亿元。

# 提高房屋面积透明度 多地探索按套内面积计房价

本报记者 黄永旭 西安报道

房地产行业公摊制度之争绵延多年,未有定论。近日,湖南湘潭房地产政策中,“套内面积”计价方式,再一次引发关于公摊面积的热烈讨论。

《中国经营报记者》了解到,公摊面积作为购房过程中一个重要因素,常常成为购房纠纷的焦点。从众多消费者

维权案例可以看出,由于公摊面积的定义和计算方式并不透明,致使购房者难以判断房产真实价值,从而遭受了权益损害。因此,按套内面积计价方式的出现,才引起了“取消公摊”的猜想与讨论。

关于公摊面积的讨论再度冲上热搜,“取消公摊面积”的呼声也日益高涨。那么,取消公摊面积的时机真的到了吗?

## “只是计价方式不同”

我国现行的《商品房销售管理办法》中规定,商品房销售可以按套(单元)计价,也可以按套内建筑面积或者建筑面积计价。

随着房地产市场的不断变化,购房者对房屋价值的认知与需求更加明确,按套内面积计价这一更为透明的方式,开始逐步进入大众视野。

9月5日,湖南省湘潭市发布了《湘潭市促进房地产市场高质量发展的若干措施》,明确要优化住房销售方式,房地产开发企业可实行按住房套内面积(不含公摊面积)计价宣传销售。

记者发现,湘潭市并不是第一个探索按套内面积计价方式的城市,早在5个月前,广东省肇庆市发布通知,从5月1日起,全市实行按套内面积计价宣传销售方式,成为全国第一个全面实行按套内面积计价的城市。

“因为公摊面积确实是存在的,按套内面积计价只是改变了房屋价格的计算方式,并不会影响同一套住房的总价。反而调整后,房屋单价提高了,购房人又会产生另一种质疑,认为房价提高了,更买不起了。”首都经济贸易大学京津冀房地产研究院院长赵秀池表示,实行按套内面积计价的做法,初衷是好的,但未必起到应有的作用。

记者从多位房地产从业人员处了解到,长期以来,房地产交易流程中,一般是以房屋建筑面积为计价方式,其中就包含了公摊面积。体现在房屋产权证上面就是房屋建筑面积,包含了套内建筑面积和公摊面积。“在商品房宣传销售过程中,这种计价方式的确会存在公摊面积不透明的情况,购房者对于公摊面积、套内面积存在信息差,导致很多公摊面积占比高的项目购房者认为自己被坑,从而产生很多纠纷。”

西安房地产行业资深分析师朱郁表示,按套内面积计价政策的相继出台,反映当前购房者对市场透明度的需求。因消费者对购房透明度的需求更加迫切,对传统按总建筑面积计价方式感到不友好、不合理,这当中包含了公摊面积,导致实际面积与支付费用不对等的情况,需要更为透明的“保障”。所以,按套内面积计价的政策,可以降低购房者的顾虑,有利于购房者对房屋价值的判断。

“相较于按建筑面积计价,按套内面积计价方式对购房者来说,能够更直观地了解实际购买的居住空间大小,减少了因信息不对称所引发的纠纷。”中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜认为。

## “公摊问题复杂而多维”

如今房地产发展现状下,实行按套内面积计价取代传统的计价方式,逐渐演变成一种趋势。在促成这种趋势和变化的过程中,“公摊面积”可谓功不可没,是其中绕不开的重要因素。

多年来,购房者普遍反映公摊面积不透明、不公平,增加了购房成本,降低了实际居住体验。因此,公摊面积引发的纠纷不绝于耳,社会各界对于“取消公摊面积”的呼声也不曾中断。

成都一位购房者秦风(化名)告诉记者:“买房的时候不太懂,当时宣传是建筑面积120平方米,对我们小两口来说,是挺大的了。但是,收房之后,实际使用面积不到70平方米,公摊系数超过了40%,感觉上当受骗了。”

后来,总算知道了房屋总建筑面积、套内建筑面积、套内使用面

积、公摊面积这些概念,只能说公摊面积这里水太深了。”

公摊面积制度在我国存在已久。2001年施行的《商品房销售管理办法》中明确,商品房建筑面积由套内建筑面积和公用建筑面积共同组成。因此,公摊面积是指由整栋建筑的产权人共同分摊所有的整栋建筑公用部分的建筑面积。

通俗地说,大家普遍认为,公摊面积指的是建筑物中所有业主共同使用的区域面积,包括但不限于电梯井、楼梯间、公共走廊、物业管理用房等。

柏文喜表示:“实际上,公摊面积是一个计算出来的概念,在购房过程中,购房者看不见、摸不到的概念。而且,公摊面积的计算方式复杂,标准也不统一,购房者往往难以弄明白,但很多购房者因此而花了许多冤枉

钱。”因此,随着房价的上涨,即使是小比例的公摊面积,也意味着较大的经济负担。

“但是,公摊面积是客观存在的,如入户大堂、电梯井等,这些空间对于住宅功能是必要的。因此,是否应该取消公摊面积,需要综合考虑多方面因素,短期内全面取消公摊面积可能面临挑战,但长期来看,随着市场的发展和制度的完善,这一模式有可能逐渐被改革或替代。”柏文喜说。

朱郁则表示:“关于公摊面积制度的去留是一个复杂而多维的问题,涉及购房者权益、房地产市场规范、开发商利益等多个方面。关于是否应该取消公摊面积制度,仍需要综合考量。”

朱郁认为,目前的公摊面积制度有其优势、合理性。公摊面

积制度通过按比例分摊公共区域的维护费用,可以避免某些业主过度使用公共设施而导致的资源不均,能够确保公共资源的合理分配与使用。且公摊面积的存在有助于提升建筑的整体品质和居住体验,因为公共区域的良好维护直接影响到居住的生活质量。

“同时,公摊面积制度也存在一定程度的弊端,比如计算方式不透明。公摊面积的计算缺乏统一标准,不同开发商对公摊面积的计算方法可能存在差异,导致购房者在不知情的情况下支付了额外的费用。而且,公摊问题难以监管,具体标准和细则不明确,给了开发商很大的操作空间,容易出现‘乱公摊’和‘只公摊成本,不公摊收益’的问题。某种程度上来说,增加了购房者负担。”朱郁说。

都是全赠送;其次就是在保证品质和居住体验的情况下,尽量缩减公摊面积。”

以西安保利某项目为例,该项目建筑面积188平方米型产品,赠送其南向及侧向外挂露台和奇偶层错层面积。阳台、飘窗赠送面积19.5平方米,露台赠送面积30.9平方米,总共赠送面积为50.4平方米,赠送率约为27%,得房率为106%。

朱郁表示,长远来看,公摊面积制度或逐步向更加合理、透明的方向演变。随着越来越多城市和项目优化住宅产品,提高得房率的趋势也更加明显。

## “得房率才是硬指标”

湘潭市公布实行按套内面积计价之后,引发了广泛的关注和讨论。在热情高涨的讨论中,除了“取消公摊面积”的声音之外,“提高得房率”也成为新晋焦点。

面对房地产市场供求关系发生重大变化的新形势,去年中央作出了重要的战略部署,其中之一就是构建房地产发展新模式。而且,住建部部长倪虹也在多次会议中强调,要“下大力气建好房子”,优化增量住房。

因此,根据政策导向,多地将优化增量住房作为发力点,而

提高得房率也顺理成章成为各界共识。深圳、佛山等多个城市相继出台政策,鼓励建设高品质住宅,开发高得房率产品。在市场方面,越来越多的新房项目开始将得房率当成营销卖点,一些得房率较高的项目也跃升为购房者关注重点。

西安某房企高管何婧(化名)坦言:“眼下的房地产市场,只有高得房率才能吸引客户,这个已经是硬指标了。业内有句玩笑话说,现在进入第四代住宅时期,谁家产品得房率低于90%都不好意思出来卖房。”

何婧表示:“简单来讲,第四代住宅就是拥有‘错层式’的挑高露台的大平层产品。目前,西安第四代住宅项目主要分布于高新区、港务区、曲江新区及航天板块,项目得房率大部分都超过了90%,甚至有产品得房率达到近110%。”

“这一类产品共同的特点就是,面积大、得房率高、总价高。之所以能做到超高得房率,其原因在于两方面:最主要的是赠送面积,基本上这类产品结构内阳台面积都是半赠送,而‘错层式’挑高露台面积

# 应战百亿矿权纠纷 新湖集团力保各板块正常经营

本报记者 郭阳琛 张振 上海报道

一桩涉资超百亿元的露天煤矿股权纠纷，让浙江省知名企业新湖集团重回公众关注视野。

公开资料显示，2010年，新湖集团收购北京华易隆鑫贸易有限公司（以下简称“北京华易”）全部股权，并由此获得新疆宜化矿业有限公司（以下简称“新疆宜矿”）50%股权。但由于北京华易原股东涉入行贿案件，新湖集团持有的新疆宜矿股权被判决返还至湖北省宜昌市国资委。

“截至2023年12月31日，新疆宜矿未分配利润为67.37亿元，股东权益为73.71亿元，北京华易所持股权转让价值超过百亿元。这个结果对于

持续投入巨资、多年从未分红的新湖集团是飞来横祸，公司因此‘伤筋动骨’。”日前，新湖集团相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示。

受此影响，一方面，新湖集团面向内部员工发行的理财产品——华鑫信托两只产品出现兑付问题，涉事金额高达46.8亿元；另一方面，包括新湖集团在内的新湖系企业不得不处置持有的新湖中宝（600208.SH）和湘财股份（600095.SH）两大上市公司股权。

据了解，新湖集团已提起申诉。“目前，公司最重要的事情除了把矿权拿回来外，就是力保集团旗下各板块公司的生产经营。”新湖集团上述负责人表示。

## 矿权纠纷“次生灾害”

“股权纠纷已对新湖集团造成了资金损失和‘次生灾害’。”

时间拨转至2010年，刚刚向鼎浙江首富、风头正盛的新湖集团实控人黄伟瞄准了远在新疆的煤矿生意。

当年6月，新湖集团与北京华易自然人股东经多轮沟通谈判后，斥资2.05亿元收购北京华易7名自然人股东持有的100%股权，从而获得新疆宜矿50%股权。新疆宜矿为北京华易与湖北宜化（000422.SZ）下属公司设立的合资企业。同年11月，新疆宜矿取得国家发展改革委正式颁发的150万吨/年采矿许可证。

新湖集团相关负责人强调，在收购前，北京华易只拥有49%的新疆宜矿股权。为此，新湖集团提出了一个前置条件，需占股50%取得控制权。股权最终收购完成，这1%的股权来自于一家民营企业。

“最大的波折出现在2017年。当年，湖北宜化子公司新疆宜化发生重大安全生产事故，被纳入安全生产不良记录‘黑名单’管理。”新湖集团相关负责人告诉记者，彼时，新湖集团和湖北宜化负责人向相关监管单位说明新疆宜矿是新湖集团实际控制企业，才使新疆宜矿最后被单独从“黑名单”中解除。

根据相关资料，自2018年始，新疆宜矿产能进入爆发期，先是从150万吨/年增至700万吨/年，2019年又增加到2000万吨/年。

## 处置股权回笼资金

截至目前，黄伟和新湖集团仍持有新湖中宝23.72%股份，为公司第二大股东。

“我现在的资产被人给‘抢’走了，给大家添堵了。矿拿回来，大家的钱才有落；拿不回来（我）就不知道了，可能我都要破产了。”面对新湖集团员工理财兑付问题，黄伟此前当众回应道。

相关资料显示，新湖系企业自2012年起以“福利性产品”名义，鼓励员工购买公司定制的、由华鑫信托发行的信托产品，每年开放2次，或存续或到期还本付息。投资者一年期、二年期、三年期的收益率分别为10%、11%、12%。

上述信托产品资金最终流向了新湖集团。截至目前，华鑫信托·新湖集团单一资金信托尚有31.32亿元及预期收益未兑付；华鑫信托·信源5号集合资金信托尚有15.49亿元本金及预期收益未兑付。

对此，新湖集团相关负责人告诉记者，由于新湖集团所投矿产出现问题，导致无法再支撑上述信托产品的高利息，员工集中兑付而形成了挤兑。同时，看到集团重大资产受损，银行、债主蜂拥而至，“现在就算集团手头有一点钱，也是先还银行再还债主，最后才是信托产品”。

## 新湖中宝“改名换姓”

衢州发展方面表示，衢州国资入股较好地提升了公司的信用和融资渠道。

随着时间的推移，新湖中宝进一步与新湖集团完成切割。

8月19日，新湖中宝召开2024年第五次临时股东大会，审议通过了变更公司名称和变更公司注册地址的议案，并于8月21日完成相关工商变更登记手续，正式更名为衢州信安发展股份有限公司。自9月6日起，公司证券简称由“新湖中宝”变更为“衢州发展”。

财报数据显示，2024年上半年，衢州发展实现合同销售面积20.78万平方米，合同销售收入43.26亿元，分别同比上升22.62%和145.92%；实现营业收入126.19



新湖集团涉矿权纠纷的五彩湾一号矿，目前年产煤3000万吨。

本报资料室/图

新湖中宝则发布澄清公告称，华鑫信托·新湖集团单一资金信托非上市公司设立的产品，其底层资产不涉及上市公司，其资金未投入公司，公司也未投资该产品。上述信托产品的后续兑付安排与公司无关，不会影响公司的正常经营，也不会对公司的财务报表产生影响。

在急于撇清关系背后，新湖中宝作为老牌房企早已深陷债务泥沼，黄伟无奈之下在2021年选择向衢州国资求援。当年11月，新湖中宝将注册地址迁至衢州市。

2023年2月，新湖集团与衢州市新安财通签署股份转让协议，拟转让8.6亿股，占据总股本10.11%，转让价格为2.64元/股，涉及金额约为22.7亿元；2024年1月，新湖集团及其一致行动人恒兴力与衢州智宝签署股权转让协议，转让所持公司18.43%的股份，转让价款合计现金30亿元。

巧合的是，上述信托产品最近一期认购打款截止日是2024年6月6日，就在这一天新湖集团及其一致行动人向衢州智宝协议转让新湖中宝股份事项完成。至

此，衢州国资出资的衢州智宝及其关联人合计持有新湖中宝28.54%的股份，正式成为第一大股东，合计投入资金52.76亿元。

值得一提的是，截至目前，黄伟和新湖集团仍持有新湖中宝23.72%股份，为公司第二大股东。

如今，新湖集团深陷经营困境，新湖中宝也频频为其债务提供担保。最新数据显示，截至8月31日，新湖中宝对新湖集团及其控股子公司提供的担保余额合计27.72亿元，占公司最近一期经审计净资产的比例为6.49%。

生物医药等高科技和先进制造领域的投资。要发挥趣链科技、邦盛科技、相芯科技等投资企业在数字经济生态建设方面的引领作用，推动互联网、大数据、人工智能、区块链和实体经济的相互融合，进一步发挥其在推动数字产业化、强化数字经济安全体系中的重要作用。

“此外，聚焦衢州氟硅产业优势，布局高端制造业的相关领域。重点拓展新能源电池负极材料、氟化工及数码喷印等两大产业链。加快已布局的高科技产业平台化发展生态建设，快速提升公司价值。”衢州发展方面表示。

在2023年年度股东大会上，衢州发展方面表示，公司持续关注区块链、人工智能、芯片设计、

# 发力新业务领域 九阳股份急解豆浆机“依赖症”

本报记者 杨让晨 张振 上海报道

以豆浆机业务起家的九阳股份（002242.SZ），正在努力摆脱对单一品类的依赖。

根据九阳股份日前公布的2024年半年度报告，今年上半年，九阳股份实现营业收入43.87亿元，较上年同期增长1.6%；归母净

利润为1.75亿元，较上年同期下降29.04%。

具体来看，今年上半年，包括豆浆机在内的食品加工机系列业务占营业收入的比重上升3.42个百分点，营业收入同比增长13.57%。同时，西式电器系列、炊具系列、其他产品等业务营业收入分别较去年同期下降9.96%、

## 净水器被指出现异味

自今年3月以来，黑猫投诉平台上出现了不少关于九阳净水器的投诉，主要投诉集中于虚假宣传、出现异味等情况。其中，一位消费者表示，在今年5月购买了一台九阳加热一体净水器，但不到一个月就出现异味，还有同小区业主购买的同款九阳净水器也出现同样问题。

此外，还有消费者投诉称，今年1月购买安装了九阳净水器，但在5月开始出现异味，在售后维修后情况依然没有得到解决，购买同款产

品的买家也反映有类似问题。公开资料显示，今年8月，九阳股份方面在回复投资者对净水器业务相关提问时表示，公司深耕净水业务多年，致力于推动太空科技在家庭净水器产品上的技术落地与升级。“2024年全新发布的太空热小净R5 Pro产品能够提供6年长效滤芯，再叠加AI智能滤芯寿命监测系统，在水质好的地区，滤芯或可使用7至8年。”

九阳股份相关负责人告诉记者表示，公司对产品很有信心，产品质

## 不同品类业绩分化

除开拓新业务赛道外，九阳股份原有的业务格局也在发生变化。

据2024年半年报数据，今年上半年，九阳股份食品加工机系列业务营收较去年同期增长了13.57%，毛利率较上年同期增长0.04%。

对此，九阳股份方面回应记者称，这是由于公司一直以来坚持“创新”和“健康”的品牌发展理念，持续不断地推出具有差异化的高品质产品，通过消费者洞察，适时推出了小容量豆浆机和变频轻音

破壁机等食品加工机系列产品，为公司该品类实现了优于行业的表现，且该品类实现了逆势增长。

梁振鹏告诉记者，豆浆机业务实现增长，表明豆浆机在中国市场还有需求，并且九阳股份的部分豆浆机产品正向高端转型。“在销量基本保持不变的情况下，高端豆浆机产品拉升了整个产品品类的均价，可以提升销售额。”

与此同时，九阳股份另外两大业务——营养煲系列和西式电器

25.74%和59.52%；其他业务营收则大幅增长52.8%。

事实上，九阳股份近年来一直在努力摆脱对单一品类的依赖，通过拓展新品类，进入包括净水器在内的新业务领域。但有不少消费者在相关投诉平台反映，九阳净水器存在安装使用不久后出现异味情况。

量没有问题，且公司净水技术也应用于中国空间站，保障航天员的饮用水。“同时，网上也可看到更多用户对九阳产品的好评反馈，但对于个别消费者的合理客观诉求，公司也真诚接受，并会积极给予处理，欢迎大家通过九阳官方客服电话与公司联系，公司非常期待客户真实的使用体验反馈。”九阳股份方面表示。

中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜对记者表示，净水器出现异味情况，公司应立即对相

对于上述问题，九阳股份相关负责人在回应《中国经营报》记者采访时表示，公司对产品很有信心，产品质量没有问题，且公司净水技术也应用于中国空间站，保障航天员的饮用水。“公司产品出厂前均符合国家相关技术与质量标准要求，净水器产品也取得了水效认证、母婴认证等权威认证。”

量没有问题，且公司净水技术也应用于中国空间站，保障航天员的饮用水。“如果确实是产品质量问题，公司应当主动召回相关产品，并为消费者提供更换或维修服务；同时，企业应加强内部质量管理，确保今后生产的产品能够符合质量标准，并通过官方渠道向公众通报情况，保持与消费者的沟通，维护品牌形象和消费者信任。”

资深产业观察家梁振鹏也对记者表示，如果产品确有质量问题，企业应按照“三包”规定，基于消费者需求免费进行包修包退包换。

关产品进行质量检测，确认导致问题的原因。“如果确实是产品质量问题，公司应当主动召回相关产品，并为消费者提供更换或维修服务；同时，企业应加强内部质量管理，确保今后生产的产品能够符合质量标准，并通过官方渠道向公众通报情况，保持与消费者的沟通，维护品牌形象和消费者信任。”

奥维云网数据显示，2024年上半年，厨房小家电整体零售额261亿元，同比下降5.4%，零售量1.31亿台，同比上涨0.4%。“出现量涨额跌的结果，一方面表明消费者需求仍在，另一方面也反映出理性消费主导下行业价格竞争更加激烈，消费者对低价产品有更明显的倾向性。”奥维云网方面表示。

## 寻求多元化产品布局

据了解，为更好贴近市场，摆脱对单一产品依赖，九阳股份正大力开展多元化战略布局。

“公司将一如既往地坚持聚焦发展小家电主业，通过持续发挥洞察消费者需求及快速满足需求的优势，努力满足人民群众对美好生活的向往，致力于将公司打造成为全品类的高品质小家电领导企业。”九阳股份相关负责人对记者表示，食品加工机系列产品营收同比增长以及西式电器、炊具等产品营收下降并不会对公司多元化产品布局带来影响。

在多位业内人士看来，九阳股份开展产品多元化布局，是企业着眼长期发展的战略选择。包括豆浆机在内的食品加工机的营收增长，表明公司在核心产品上仍具有竞争优势，而其他品类营收下滑或是市场环境变化和公司战略调整的结果。

柏文喜告诉记者，九阳股份可以利用在食品加工机领域的成功经验，通过产品创新、市场拓展和品牌建设等措施，推动其他品类发展，实现多品类均衡增长。“同时，九阳股份也应密切关注市场动态，灵活调整产品策略，加大产品创新研发力度，以应对不断变化的市场需求。”

今年3月，九阳股份方面在投资者关系活动上表示，作为国内小家电的领导企业，公司对国内消费环境一直保持密切的关注和十足的信心，并及时积极地作出相应策略调整，努

力做好每一件产品，服务好每一位用户。市场的波动是客观存在的，消费者对于美好生活、更好产品的追求始终存在，因此公司需要更专注于提升改善消费者的使用体验。

“公司2023年重点进行了系列化产品开发的尝试，太空系列2.0和漫生活系列于2023年首次上市。其中，太空系列更多是专注于技术上的差异化，漫生活主要专注于用户体验和设计上的差异化，公司希望未来有更多的品类加入这两个系列。”九阳股份方面表示，2023年公司已经做出了初步尝试，相信有了成功的经验积累后，公司系列化产品会在2024年带来更优表现。

梁振鹏对记者表示，尽管九阳股份在小家电领域寻求多元化发展，但目前的效果还不够好。与其他行业内龙头企业相比，公司在厨房小家电领域多元化方面还有一定差距。

“九阳股份在西式电器、炊具等产品方面的专业度、品质、创新能力、技术研发等需要迎头赶上，想办法进行提升。”梁振鹏表示。

奥维云网方面表示，从小家电发展周期看，行业的变革和发展永远依靠品类、产品创新驱动，产品趋同、技术停滞很难激发消费者的购买力。因此，需要企业不断投入研发力量、贴近用户需求、创造有竞争力、有消费体验的产品，激发小家电市场消费需求。

# 中交地产收购母公司物业资产 央企整合加速?

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

中交地产股份有限公司(000736.SZ,以下简称“中交地产”)近日发布公告称,拟向控股股东收购其所持有的物业公司100%股权。

## 收购物业公司

目前交易对价尚未披露,中交地产称将采用自有资金方式支付。

9月11日,中交地产发布公告称,公司正筹划以现金方式收购中交交通建设集团有限公司(以下简称“中交集团”)及其下属子公司持有的中交物业服务集团有限公司(以下简称“中交物业”)100%股权。

截至公告披露日,中交集团、中交房地产业务有限公司(以下简称“中交房地产业务”)、中交一公局集团有

消息发布后,中交地产股票连续2个交易日(2024年9月13日、9月18日)收盘价格涨幅偏离值累计达到20%。

《中国经营报》记者了解到,在宣布收购物业公司之际,中交地

董事长李永前提交书面辞职报告,在其任职期间,地产行业调整持续深入,中交地产已连续多年增收不

增利,公司千亿销售目标渐行渐远。压在中交地产未来新任主帅肩上的担子,显然并不轻松。



2018年—2022年,中交地产营收从89.48亿元升至384.67亿元,但同期归母净利润则分别为8.1亿元、5.4亿元、3.47亿元、2.36亿元和0.34亿元。

中交房地产是中交地产直接控股股东,也是中交集团为推进内部房地产板块整合所设立的专业化子集团,旗下拥有绿城中国(03900.HK)与中交地产两个上市平台。

目前交易对价尚未披露,中交

地产称将采用自有资金方式支付。待交易完成后,中交地产将持有中交物业100%的股权,中交物业将成为中交地产的全资并表子公司。

## 物业成房企转型抓手

中交地产此前也有少部分物管业务,去年其物业管理服务收入1065.21万元,同比增加40.52%,不过仅占总收入的0.03%。

据了解,中交物业成立于2022年12月13日,注册资本3亿元。此前中交集团党委副书记刘翔曾表示,组建中交物业是中交集团优化产业布局、增强发展后劲的关键一步。

根据中交物业此前官微,“走高质量上市发展之路”被写进公司目标指引。控股股东中交房地产业务曾在2022年12月23日通过官微发布了一则招聘公告,面向社会为中交物业征选一名副总经理,当时的条件中,除了工作经验限制,“具有物业公司IPO经历优先”也被写进招聘条件中。随后中交物业引入了明星职业经理人、龙湖智创生活前执行董事及首席运营官曾益明。

不过,中交物业在成立之时,国内物管企业独立上市之路就已遇冷。据了解,在地产行业高歌猛进之时,房企纷纷拆分物管板块寻求上市,以完善业务体系。回顾物企上市的几个阶段可以发现,房企分拆物业上市数量从2017年起出现明显增加,2019年和2020年是房企上市密集期,期间碧桂园服务(6098.HK)、融创服务(1516.HK)等头部房企的物管板块纷纷成功上市。

2020年上半年时,物管企业在资本市场获得极高估值。但从当年下半年开始,房地产行业调整深

入,物业股亦随之开始出现回落,但彼时寻求上市依然是许多物企的首要选择。

2021年上半年,依然不断有物企尝试冲刺上市,当年6月份,10家物企密集递表,打破物企单月递表数量纪录。但从2021年下半年开始,受地产行业政策收紧和房企信用事件影响,港股物业板块热度也骤然下降,当年递交招股书的物企等待审核时间明显加长。

之后,随着房企流动性危机频发,不少企业纷纷抛售资产以求快速回笼资金,物管资产首当其冲。除了卖股引战、抵押出售外,部分物企还为地产母公司进行财务担保、直接借款、兜售资产,甚至还出现资金被母公司违规挪用的现象。当时,业务独立性一度成为物管行业关注的焦点。

然而,面对行业的持续下行,不少房企开发业务面临亏损,资本市场上股价不断走低。寻找新的增长曲线、谋求转型,甚至剥离开发业务成为众多房企不得不面对的现实。物管业务现金流相对稳定,被业内认为具有较强的抵御周期波动的属性,重新成为房企转型的一个抓手。

在中交地产宣布收购中交

业之前,行业已有类似案例。2022年5月,建发国际(1908.HK)收购建发物业(2156.HK)35%股份,股权转让后,建发物业再次成为建发国际的附属公司,并实现并表。

今年5月27日,华发物业(00982.HK)宣布私有化退市计划,而在此之前,其已经将股权转让回地产母公司,营收与利润在华发股份(600325.SH)并表。华发股份称华发物业完成退市私有化之后,可以更好地专注于长期战略,更加精准地进行地产与物业之间的资源共享和整合。

此外,去年3月份,珠江股份以28.04亿元将所持有的房地产开发业务相关资产负债置出,同时作价7.79亿元置入珠江实业集团及珠江健康合计持有的珠江城服100%股权。重组完成后,珠江股份从地产开发商变更为物业管理及文体运营公司。

具体到中交物业,公开信息显示,

其依托于中交集团全产业链和综合一体化服务,布局有“大城市服务”与“大交通服务”两大赛道,业务范围涵盖公建、商写、住宅、港口、陆路、空港六项核心主业。

根据中交房地产业务的数据,

2023年其下属物业管理营业收入

5.07亿元,较2022年增加1.74亿元,

物业管理营业成本4.05亿元,较2022年增加1.11亿元,主要是因为业务规模增长;物业管理毛利率20.06%,较2022年上升8.28%,主要是因为业务规模增长,人工成本增长缓慢。

今年上半年,中交房地产业务贡献收入2.63亿元,较去年同期的2.73亿元有所减少;但对应成本2.29亿元,却较去年同期的2.23亿元有所增加。

据了解,中交地产此前也有少部分物管业务,去年其物业管理服务收入1065.21万元,同比增加40.52%,不过仅占总收入的0.03%。

对于此次收购,中交地产表示,交易完成之后,公司将新增物业管理业务,实现房地产业务产业链的延伸,助力公司拓展轻资产业务。本次交易也符合公司经营发展的需要和长远发展战略规划,有利于公司提升资产质量和盈利能力,增强抗风险能力和持续经营能力。

公告披露后,中交地产股价持续走高。9月12日收盘报7.42元/股,较前个交易日上涨3.78%;9月13日收盘报8.16元/股,上涨9.97%;9月18日当天涨停,收盘报8.98元/股。

记者就收购后的整合规划联系中交地产方面,对方表示暂以公告为准。

## 公司董事长辞职

在开发业务上,2020年中交地产要冲刺500亿元销售额,到2023年要突破千亿大关。

在收购计划公布两日后,9月13日,中交地产发布公告称,公司于9月12日收到董事长李永前的书面辞职报告,由于工作变动原因,其申请辞去董事长、董事会战略与执行委员会、提名委员会委员职务。

关于新任董事长,中交地产表示将进行重新选举产生。在此之前,李永前将继续履行相应职务。

而在当天发布的另一份公告中,中交地产表示已召开了第九届董事会第41次会议,通过关于选举郭主龙为董事会董事的决议,并在9月30日举行的股东临时大会上进行审议。

与此同时,在9月12日,中交地产控股股东中交房地产业发布了董事长变更的公告。因工作需要,经中交集团研究决定,任命郭主龙为中交房地产业务董事、董事长及法定代表人;免去李永前董事长、董事、法定代表人的职务。据了解,郭主龙现为中交房地产业的党委书记,而此次任命或意味着其将对中交房地产业党工“一手抓”。

公开信息显示,李永前于2014年入职中交集团,之后被派遣到绿城中国任职。在绿城中国任职期间,李永前见证了绿城中国销售规模从几百亿到千亿元的突破,以及旗下代建业务绿城管理(9979.HK)上市。

2019年时,其从绿城中国执行总裁的岗位调回中交地产担任总裁职位,并于2020年初出任中交地产董事长。其在任职初期就曾提出,要“复制绿城中国,创新中交地产”,并效仿其轻重资产并举的开发模式。在开发业务上,2020年中交地产要冲刺500亿元销售额,到2023年要突破千亿大关。

随后,中交地产在土地市场竞争高歌猛进,2020年共计拿地635.59万平方米,较上年增长176.9%,土地购置总价款535.8亿元。

亿元,权益价款252.54亿元。

但是,自2021年下半年以来,楼市情况急转直下,各线城市销售惨淡、房价不断下行。与此同时,行业风险事件频发,消费者购房意愿较低。

在此情况下,中交地产业绩

也如同其他同行企业一样出现下滑。此外,因为前期拿地成本提高以及销售端限价等因素影响,公司部分项目毛利空间有限,盈利空间收窄。2018年—2022年,公司营收从89.48亿元升至384.67亿元,但同期归母净利润则分别为8.1亿元、5.4亿元、3.47亿元、2.36亿元和0.34亿元。去年实现营收324.68亿元,同比下降15.59%,归母净利润则亏损16.73亿元。

前段时间发布的中期业绩报告显示,上半年,中交地产实现营收89.8亿元,同比微增2.48%;归母净亏损9.83亿元,同比亏损幅度扩大72.86%;利润总额为-9.22亿元。

今年1—6月,中交地产全口径签约销售面积43.4万平方米,较上年同期减少56.73%;签约销售金额81亿元,同比减少62.26%;销售回款113.4亿元,较上年同期减少53.97%。

在现金流方面,上半年中交地产经营活动产生的现金流量净额7.44亿元,同比下降75.16%;期末现金及现金等价物余额为66.48亿元,较上年同期下降近半。

值得注意的是,李永前在回到中交地产后,曾有意推动公司代建业务发展。不过,该项业务目前在行业内并不突出。去年,中交地产代建业务新签货值114.63亿元,实现代建回款0.52亿元。而同期,绿城管理代建项目销售额为1068亿元,同比增长22.1%;销售面积同比增长46.7%至861万平方米。

记者就此次人事变动联系中交地产方面,对方不予置评。

# “家装第一股”东易日盛陷诉讼漩涡 今年涉诉案件已超过过去十年总和

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

在闭店风波及流动性风险等因素影响下,东易日盛家居装饰集团股份有限公司(002713.SZ,以下简称

“东易日盛”)陷入诉讼漩涡。

9月18日晚间,东易日盛再度披露其新增累计诉讼、仲裁情况。截至目前公告披露日,除该公司已披露的诉讼、仲裁事项外,其新增累计发生

的诉讼、仲裁事项金额合计约为1010.25万元,超过公司最近一期经审计净资产绝对值的10%以上。

《中国经营报》记者注意到,2024年以来,东易日盛涉诉案件数量明显

增多,至今已发布近20条涉诉公告。同时,自2010年以来,该公司涉及诉讼案件超1200件,2024年其为被告的案件数量就已超600件,已超过此前十余年合计涉诉数量。

## 亏损扩大

除直接影响员工数量外,东易日盛近年来的闭店风波还对其业绩形成一定影响。

“报告期内公司出现大额亏损,主要原因是公司根据战略规划关闭部分低效店面引发负面舆情产生连锁反应,导致多家门店经营陷入停顿,被动闭店。”东易日盛在今年的半年报中表示,公司大额亏损与闭店因素有关。

数据显示,今年上半年,东易日盛归母净利润为-5.4亿元,同比下降260.47%;扣非归母净利润为-3.47亿元,同比下降122.97%;营收也同比下降34.02%至8.82亿元。

这并非东易日盛首次亏损。2022至2023年度该公司已连续两年亏损,归母净利润分别为-7.51亿元及-2.08亿元,扣非归母净利润分别为-7.60亿元及-2.16亿元。

“公司已积极采取措施提升经营及流动性。”在今年半年报中,东易日盛表示,公司在减少各项投入,持续调整公司内部组织结构,压缩管理成本;同时推进多渠道、多形式融资,并通过处置公司办公写字楼、厂房、仓库等资产,子公司资产抵押贷款、融资租赁贷款等方式全力筹措资金。

“公司正积极寻找外部战略投资者。”东易日盛表示,董事长陈辉作为实控人,

诉讼数量达近十余峰值

资料显示,东易日盛成立于1997年,于2014年上市,是A股首家家装领域的上市公司,被外界称为“家装第一股”。半年报显示,该公司主要从事面对个人客户的整体家装设计、工程施工、主材代理、自产的木作产品配套、软装设计及精装后的家居产品等家居综合服务。

今年以来,由于闭店风波及流动性风险等因素影响,东易日盛官司缠身,至今已发布19条涉诉公告。

从案件数量来看,今年4月底以来,东易日盛涉诉案件数量出现明显增长。

过往披露的信息显示,截至今年4月30日,东易日盛及控股子公

司连续12个月内累计诉讼、仲裁事项涉及案件共计116件,涉案金额合计约5929.08万元。

此外,彼时东易日盛还在起诉中铁十二局集团有限公司(以下简称“中铁十二局”),诉因是装饰装修合同纠纷。东易日盛申请裁决对方向其支付各类费用共约2689.73万元。

此后不到两个月时间,6月28日,扣除上述中铁十二局案件外,东易日盛及控股子公司近12个月内尚未结案的案件已增至234件,涉案金额合计增至约1.1亿元。

值得注意的是,今年4月底,由于上述中铁十二局案件影响,东易

日盛及控股子公司涉案金额中,超半数为原告案件,约3087.08万元;至今年6月底,其为原告的案件金额占比已不足两成,为被告的案件金额则超八成,约0.92亿元。

此后,自7月份以来,东易日盛陆续发布17份公告,披露其新增诉讼、仲裁事项外,该公司新增累计发生的诉讼、仲裁事项金额合计约1010.25万元。

今年7月份以来,东易日盛未再披露其累计诉讼案件数量,不过,多方数据显示,该公司2024年诉讼案件数量增长明显,已超过过去十余年总和。

从披露数据来看,截至去年4月底,东易日盛及控股子公司连续12个月内累计诉讼、仲裁事项涉及案件共计71件,涉案金额合计约4087.21万元,案件数量及合计金额均低于今年同期。

此外,天眼查数据显示,2010年以来,东易日盛发生的司法案件超1200件,其中发生于2024年的共637件,且该公司为被告的案件共622件,占比均已过半。

整体来看,上述超1200件司法案件中,东易日盛为被告方的案件接近1100件,占比超86%。涉诉案件由中,装饰装修合同纠纷居多,占比超30%。

## 已资不抵债

除官司缠身外,今年来东易日盛还发生银行借款逾期情形,且面临部分银行账户冻结、大规模闭店等不利情形。该公司在半年报中指出,公司现金流高度紧张。

值得注意的是,近年来东易日盛资产负债率增长明显,至今年上半年已超110%。2021年及此前年度,该公司资产负债率基本在70%上下,且2018年以前基本维持在60%左右,2022年以后则骤然增至90%以上。数据显示,2022年、2023年及2024年

上半年,该公司资产负债率分别为91.07%、92.89%及114.04%。

此外,近年来东易日盛还陆续关停部分门店,今年来其闭店影响颇大,引发监管在内的多方关注。

“2021年末以来,受行业景气度下行和公司战略规划调整的影响,公司为适应市场变化、优化内部经营结构、减少低效店面,有序整合、关停了部分门店,如将小面积店面陆续整合到同城大店、关停部分低效店面。”今年6月份,东易日盛在回复监管关

注函时表示,2023年,公司关闭店面15处,2024年关闭门店13家。</

# 中国船舶重组方案出炉 超1100亿元吸收合并中国重工

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

A股上市公司有史以来规模最大的吸收合并交易预案出炉。

9月18日晚间，中国船舶

## 换股比例1:0.1335

中国船舶的换股价格为37.84元/股，中国重工的换股价格为5.05元/股，均高于停牌前双方的股票价格。

因筹划此次交易，两大公司于今年9月3日开市起停牌，至此次复牌未超10个交易日。

根据此次双方披露的交易预案，中国船舶将向中国重工全体换股股东发行A股股票，交换该等股东所持有的中国重工股份。

经双方协商，本次换股吸收合并中，中国船舶和中国重工的换股价格按照定价基准日前120个交易日的股票交易均价确定，并由此确定换股比例。

其中，中国船舶的换股价格为37.84元/股，中国重工的换股价格为5.05元/股，均高于停牌前双方的股票价格。

照此计算，中国重工与中国船

(600150.SH)与中国重工(601989.SH)双双发布公告称，将由中国船舶通过向中国重工全体股东发行A股股票的方式换股吸收合并中国重工，完成后中国重工将终止上

市并注销法人资格，中国船舶成为存续公司。两家公司于9月19日复牌。

《中国经营报》记者注意到，根据双方已披露的预案，此次换股合

并中，中国重工的股票交易均价确定为5.05元/股，每1股中国重工股票可换得0.1335股中国船舶股票，目前中国重工的总股本为228.02亿股，此次交易总价将超1100亿元。

项目	资产总额	营业收入	资产净额
被吸收合并方(中国重工)	19754463.92	4669382.48	8322357.14
交易金额			11515027.84
吸收合并方(中国船舶)	17783216.86	7483850.44	4834859.17
被吸收合并方/吸收合并方	111.08%	62.39%	172.13%
交易金额/吸收合并方	64.75%	-	238.17%
《重组管理办法》规定的重大资产重组标准	50%	50%且>5000万元	50%且>5000万元
是否达到重大资产重组标准	是	是	是

注：上表中资产净额取最近一个会计年度经审计合并报表归属于母公司所有者净资产。

根据《重组管理办法》，本次交易构成中国船舶的重大资产重组。

中国船舶与中国重工的相关资产情况。

图片来源：公司公告

成后，中船工业集团持有存续公司的股份数量约为20.07亿股，持股比例为26.71%，仍为存续公司的控股股东。中国船舶集团合计控制存续公司的股份数量约为37.05亿股，控股比例为49.29%，为存续公司的实

际控制人。

因此，本次交易完成后，存续公司的控股股东仍为中船工业集团，实际控制人仍为中国船舶集团，最终控制人仍为国务院国资委，均未发生变更。

中国船舶在近日业绩会上表示，在本轮船舶行业复苏背景下，中国船舶、中国重工顺周期启航，坚定切入“高、精、尖”高端船舶产品细分市场。

中国船舶集团建成世界一流船舶集团，成为全球船舶行业的领军者奠定坚实的基础。

除聚合发展优势外，此次交易另一重要目的是规范同业竞争。

“本次交易将规范中国船舶集团旗下船舶总装业务主要同业竞争，整合融合科研生产体系和管理体系，推进各成员单位专业化、体系化、协调化发展。”中国船舶在近日业绩会上表示，在本轮船舶行业复苏背景下，中国船舶、中国重工均为中国船舶集团控制的下属上市公司，在船舶制造、维修领域业务重合度较高，构成同业竞争。

和提升产业链整体竞争优势，形成产品多样化、建造数字化、产业绿色低碳化的高质量发展格局。

“通过本次交易，中国船舶、中国重工下属船舶制造、船舶维修业务统一整合并入中国船舶，有利于规范同业竞争，维护上市公司及中小股东利益。”双方在此次预案中也均表示，2019年中船工业集团和中船重工集团联合重组后，中国船舶、中国重工均为中国船舶集团控制的下属上市公司，在船舶制造、维修领域业务重合度较高，构成同业竞争。

## 打造全球一流造船厂

中国船舶在近日业绩会上表示，在本轮船舶行业复苏背景下，中国船舶、中国重工顺周期启航，坚定切入“高、精、尖”高端船舶产品细分市场。

对于本次交易目的，双方在预案中均表示，要抓住行业机遇，打造建设具有国际竞争力的世界一流船舶制造企业。

“存续公司将紧抓船舶制造业转型升级和景气度提升机遇，打造建设具有国际竞争力的世界一流船舶制造企业。”双方在预案中表示，本次交易从合并双方发展战略出发，通过核心资产及业务的专业化整合以及技术、人员、生产能力、客户、品牌、供应链等核心资源协调，充分发挥合并双方协同效应、实现优势互补，聚焦价值创造、提高经

营效益、提升品牌溢价，有效提升存续公司核心功能、核心竞争力。

“为进一步聚焦国家重大战略和兴装强军主责主业、加快船舶总装业务高质量发展、规范同业竞争、提升上市公司经营质量，公司与中国重工正在筹划本次交易。”在不久前的业绩会上，中国船舶回复投资者提问时表示，从行业影响力看，重组后的公司将凭借强大的科研创新实力、先进的管理水平和精湛的制造工艺、丰富的产品结构和生产线，抓住行业机遇，提升全球行业影响力，持续引领全球船舶工业发展，为

## 双瑞股份IPO：资金拆借频繁 土地闲置成谜

本报记者 王登海 西安报道

作为中国船舶集团有限公司的成员企业，中船双瑞(洛阳)特种装备股份有限公司(以下简称“双瑞股份”)当前正致力于上市准备，以期在资本市场上获得新的发展机会。

《中国经营报》记者观察到，2021年至2023年，双瑞股份营业收入连续三年实现增长，分别达到12.62亿元、13.36亿元和16.11亿元，净利润

也呈现出正向增长，分别为1.05亿元、8996.83万元和1.11亿元。但与此同时，公司的应收账款也水涨船高，占流动资产的比例和同期营业收入的比例呈现上升趋势。

此外，双瑞股份在将自有资金存放在关联方的财务公司的同时，也向关联方拆借资金，并因此承担了不菲的财务利息支出，同时，公司在洛阳募投的两个项目所涉及的土地已经闲置多年。

## 应收账款增加

双瑞股份前身是洛阳双瑞特种装备有限公司，设立于2005年，由七二五所下辖的八室(锻钢)、十室(膨胀节及压力容器)、十二室(桥梁支座)组建而成。

资料显示，目前，双瑞股份共有16名股东，其中洛阳双瑞科技产业控股集团有限公司(以下简称“双瑞科技”)持54.53%的股份，为公司控股股东，中国船舶集团通过双瑞科技、武汉船机、青岛双瑞、厦门双瑞、双瑞控股、中船天津资本、七二五所合计间接持有公司71.07%股份，为公司的实际控制人。

招股书显示，双瑞股份是一家专业从事桥梁安全装备、管路补偿装备、特种材料制品、高效节能装备、能源储运装备相关产品的研发、制造、销售的重点高新技术企业，产品应用于桥梁建筑、能源化工、舰船制造、供热工程等领域。

在经营业绩方面，双瑞股份在2021年至2023年的营业收入呈现逐年增长，分别为12.62亿元、13.36亿元和16.11亿元，年增长率分别为7.59%、5.87%和20.59%。同期，净利润也有所增长，分别为1.05亿元、8996.83万元和1.11亿元，年增长率分别为8.29%、-14.04%和23.35%。

其中，桥梁安全装备业务是双瑞股份营收贡献度最高的核心业务，同期公司桥梁安全装备收入分别为59452.72万元、59204.13万元

和70024.80万元，占各期主营业务收入的比例分别为47.73%、44.88%和43.88%。

不过，双瑞股份的应收账款水涨船高，分别为6.86亿元、8.54亿元和9.43亿元，同比增长率分别达到了52.49%、24.51%、10.35%，其增长速度要高于公司收入增长速度。

不仅如此，双瑞股份的应收账款在同期流动资产和营业收入中的占比也较高，上述同期，分别占流动资产的比例分别为32.49%、41.35%和40.25%，占同期营业收入的比例分别为54.37%、63.94%和58.51%。

“公司客户以铁路公路交通建设和服务化工、舰船制造、供热工程等领域的大型国有企业为主。该等客户信用状况良好，但回款手续较为复杂、流程较慢，可能会导致公司应收账款余额持续增加。”在招股书中，双瑞股份也表示，如果宏观经济形势恶化或者客户自身发生重大经营困难，导致回款情况较公司预期发生重大差异，公司的应收账款可能出现损失，将对公司的经营状况和盈利情况造成不利影响。

2022年度，公司计提的信用减值损失为2500.22万元，比2021年多计提1881.08万元。2023年度，公司计提的信用减值损失为1626.25万元，计提金额仍然较大。计提的信用减值损失主要为应收账款及应收票据坏账损失等。

## 土地闲置

根据双瑞股份披露的信息，公司此次上市计划募集资金6.54亿元，募集资金拟用于特种装备研发中心项目、高品质不锈钢及合金材料产业基地项目、余热利用及冷热联供产业化基地建设项目选址地点在湖北省鄂州市鄂州经济开发区。

记者观察到，双瑞股份在洛阳募投的2个项目已经获得了土地使用权，但是土地已经闲置多年。

根据双瑞股份披露的信息，截至2023年12月31日，公司拥有4块工业用地，分别为洛市国用(2012)第04011139号、(2014)第04012234号、洛市国用(2014)第04012267号、洛市国用(2016)

## 资金拆借

除了存在土地闲置情形，双瑞股份的关联交易也是外界关注的重点。

数据显示，2021年度、2022年度、2023年度，双瑞股份重大经常性关联交易采购金额分别为4577.49万元、6305.74万元、5105.40万元，占营业收入的比例分别为4.99%、6.39%、4.22%。重大关联交易销售金额分别为12840.57万元、17217.76万元、24871.68万元，占营业收入的比例分别为10.18%、12.89%、15.44%，呈现上升趋势。

此外，双瑞股份在报告期内还存在关联代收代付、租赁关联方厂房及机器设备的情况。

而在众多的关联交易之中，双瑞股份在将自有资金存放在关

联方的同时，还存在向七二五所和中船财务拆借资金的行为。

根据双瑞股份披露的信息，2020年度，双瑞股份向七二五所拆借资金8次，总金额达到4.4亿元，向中船财务拆借资金1次，资金额度为0.4亿元；2021年度，双瑞股份向七二五所拆借资金11次，合计金额达到了6.06亿元，2022年度，双瑞股份向中船财务拆借资金4次，资金额度为1.99亿元。

2021年度、2022年度、2023年度公司在中船财务的存款分别为53679.28万元、27907.09万元、52178.99万元，上述存款产生的利息收入分别为22.55万元、149.02万元、70.84万元。

资料显示，中船财务系中国船舶集团旗下非银行金融机构，为集团旗下各单位提供金融服务。双瑞股份作为中国船舶集团的成员单位，在中船财务开立了账户。

“通过与关联方的借款和存款，拟上市公司能够灵活地管理其流动性，确保在关键时刻迅速获取资金，满足运营需求。”业内财务专家指出，在大型企业集团中，内部资金的合理调配是提高资金使用效率的关键。

“然而，如果上市公司将资金

闲置情形。但是对于上述地块自取得以来至今未进行开发建设的具体原因，公司是否已经或预计将会因土地闲置而产生任何费用，包括但不限于土地闲置费、罚款等问题，双瑞股份没有明确披露，记者尝试联系采访，也未得到回复。

“国家出台了一系列土地管理制度法规，加大了对土地闲置的处罚力度，未能按定期限动工开发项目的企将面临土地闲置处罚和征收土地闲置费的风险，甚至可能导致土地被无偿收回。”业内专家表示，如果企业能够及时处理闲置土地问题，如缴纳土地闲置费、制定合理的解决方案等，且相关部门确认不会对企业造成重大不利影响，则可能不会构成实质性障碍。反之，如果企业未能妥善处理闲置土地问题，则可能影响上市。

以低于市场利率存放于关联方财务公司，同时从关联方借入高利率资金，这可能被视为一种隐性的资金占用或利益输送，特别是在缺乏合理商业理由和平等交易原则的情况下。”财务专家进一步指出，如果上市公司能够通过存款利率上浮和贷款利率下浮等策略，合理利用关联方财务公司的金融服务，以降低融资成本并提高资金收益，那么这种交易可能对公司是有利的。

双瑞股份为何在自有资金存放在关联方财务公司的同时，又向关联方拆借资金？上述拆借资金的利率是如何确定的？公司在有资金存款时向关联方拆借资金的必要性是什么？对此，记者致函双瑞股份，截至发稿，未收到对方回复。

## 船舶工业转型升级

2024年上半年，全球新造船市场成交2920万修正总吨，同比增长27.6%，较近五年同期均值增长49%。

实际上，打造世界一流的船舶制造企业目标背后，是当前船舶工业转型升级的大背景。

当前，中国已连续14年保持造船完工量、新承接订单量、手持订单量世界第一，市场份额超过50%，稳居世界第一。

这一成绩的取得，与上一轮船舶周期及船舶业转型升级不无关系。21世纪初，在全球贸易及退役船舶增加等因素影响下，新一轮船舶上升周期开启。在此轮周期中，中国造船业凭借劳动力优势及入世契机等实现迅猛增长。不过，此轮增长中，中国造船业主要抢占的是中低端船型，产品附加值有限。

此次两大上市公司重组，瞄向的则是高端市场。

“国家相关部门相继出台政策支持船舶工业转型升级需求，全面推动船舶制造业高端化、绿色化、智能化、数字化、标准化发展。我国造船行业发展迎来重要机遇。”双方在预案中均表示，存续公司将紧抓船舶制造行业转型升级和景气度提升机遇，打造建设具有国际竞争力的世界一流船舶制造企业。

中国船舶还表示，下半年，公司将结合产能布局和发展规划，更好把握中高端、绿色船型更新及细分船型市场需求，持续深化与国内外知名航运船企、能源公司、金融租赁公司的战略合作，坚决做好“事先算赢”，坚持智慧营销，做精做优品牌船型，争取批量化优质订单，进一步优化产品结构。

# 好大夫在线被蚂蚁集团收购：互联网医疗困在盈利模式中

本报记者 娄国文 曹学平 北京报道

成立18年的知名互联网医疗平台“好大夫在线”被蚂蚁集团收购了。

近日，好大夫在线所属的互动峰科技(北京)有限公司(以下简称“互动峰”)和北京新医强国科技有限公司(以下简称“新医强国”)接连进行了股权结构变更，蚂蚁集团子公司上海云扬企业管理咨询有限公司已成为好大夫在线上述两家所属公司持股100%的股东。

好大夫在线创始人王航、投资人雷军等均已从股东列表中退出。支付宝副总裁、数字医疗健康事业部总经理张俊杰成为两家公司的法定代表人。

对于此次收购事项，9月14日，《中国经营报》记者联系了好大夫在线和蚂蚁集团。好大夫在线方面对记者表示：“现在暂无更多

消息可以分享。”蚂蚁集团方面未对记者采访进行回应。

记者注意到，目前，支付宝医疗健康板块的在线问诊服务中，已经接入了好大夫在线、微医、阿里健康等平台的医生。该板块还展示了“90万真实医生入驻支付宝”的信息，用户可以向好大夫在线平台上的医生问诊以及查看来自好大夫在线平台的历史医患问诊交流信息等。

一直以来，互联网医疗企业普遍面临难以盈利的困境。好大夫在线作为互联网医疗行业的拓荒者，始终坚守互联网医疗服务。然而过去几年，好大夫在线多次传出裁员纾困的消息。天眼查数据显示，互动峰的参保人从2017年的434人下降至2023年的24人，新医强国的参保人数从2021年的383人下降至2023年的56人。

## 行业拓荒者

截至2024年9月，好大夫在线已累计服务超过8900万名患者。

好大夫在线成立于2006年，是国内起步最早的互联网医疗龙头企业之一。

据官网数据，好大夫在线拥有数量众多的优质医生群体。截至2024年9月，好大夫在线收录了国内10000余家正规医院的94万名医生信息，其中，28万名医生在平台上实名注册，直接向患者提供线上医疗服务。在这些活跃医生中，三甲医院的医生比例占到73%，具有很高的医疗服务权威性。截至2024年9月，好大夫在线已累计服务超过8900万名患者。

据公开信息，好大夫在线自

成立以来获得过多轮融资。2007年，好大夫在线获得雷军和联创策源的天使投资300万元；2008年，获得A轮融资300万美元；2011年，获得B轮融资，挚信资本领投，融资金额为数千万美元；2015年，获得C轮融资，金额为6000万美元；2017年，获得D轮融资2亿美元，由腾讯领投。

据本报此前报道，在过去十多年的发展过程中，互联网医疗行业主要经历了早期探索、多地试点、政策突破、防控推动、规范发展等多个阶段。2014年之前，互联网医疗行

业还处于早期探索阶段。移动互联网的普及让互联网医疗进入千家万户，但是这个阶段的互联网医疗还是以信息提供和咨询服务为主，没有涉及严肃的诊疗环节。

2015年至2017年，多地开始互联网医疗试点。2018年，好大夫在线在银川试点获得成功。其成功的主要原因是把互联网医疗和中国西部地区缺乏高端专家资源的需求联系了起来，因此获得了监管层的支持。2018年，互联网医疗银川模式受到充分认可。

新冠疫情发生后，患者线下就诊渠道受阻，越来越多公立医院开设互联网医院，互联网医疗概念更加深入人心。

2022年6月和8月，《互联网诊疗监管细则(试行)》和《药品网络销售监督管理办法》接连发布，奠定了互联网医疗和医药电商规范化发展的基础。目前，互联网医疗已成为我国医疗服务体系的重要组成部分。

不过，由于优质医疗资源紧缺以及国内患者对医疗服务的付费意愿较低，互联网医疗平台容易产生服务纠纷。



近日，蚂蚁集团成为好大夫在线控股股东，支付宝医疗健康板块已接入好大夫在线业务。

## 终途是卖药？

多家上市公司主要依靠医药电商业务，同时布局互联网医疗，实现“药品销售+医疗健康服务”的生态闭环。

目前，国内以互联网医疗为主营业务的公司并无成功上市者，而阿里健康(00241.HK)、京东健康(06618.HK)、方舟健客(6086.HK)等已上市公司主要依靠医药电商业务，同时布局互联网医疗，实现“药品销售+医疗健康服务”的生态闭环。

2024年上半年，京东健康营收为283亿元，同比增长4.6%；盈利(净利润)为20.34亿元，同比增长30.22%。

京东健康主要收入也来自销售药品和健康产品。2024年上半年，京东健康销售药品和健康产品的收入为239亿元，占该公司当期营收的84.45%。线上平台、数字化营销及其他服务收入为44亿元，占比15.55%。截至2024年6月30日，该平台过去12个月的年度活跃用户数量达到1.81亿。2024年上半年，日均在线诊疗量超48万。

2024年7月，方舟健客成功在港股上市。虽然宣称为在线慢病管理平台，实际上，方舟健客业务也以医药电商为主。据半年报，2024年上半年，方舟健客总收入为13.22亿元，其中线上零售药店用户会员总数达到7700万。

阿里健康主要业务包括医药电商平台业务、医药自营业务、医疗健康及数字化服务业务等。

2024财年，阿里健康医药电商平台业务收入为23.29亿元，同比增

## 曾裁员纾困

“自去年12月开始的一系列业务调整以来，公司亏损情况快速改善，并于4月实现当月打平。”

虽然经过多方面尝试和探索，好大夫在线的业务始终聚集于互联网医疗，并且坚持“三不做”，即不卖药、不自建线下医院、不做医疗广告。死磕互联网医疗虽然充满理想主义色彩，但也导致好大夫在线本身缺乏盈利能力。

2022年12月，王航给好大夫在线全体员工发内部信，称“必须具备活下去的能力”。

该内部信表示，由于疫情和经济环境的影响，现阶段公司需要立即进行战略及组织架构调整，以加强业务的抗风险能力，迎接接下来可能面对的挑战。

王航表示，必须做好三件事：首先，公司必须立即摆脱对融资的依赖，果断地成为一家自负盈亏的企业；第二，立即调整工作重心，由创业期的以产研为主，快速转型为以市场开拓为主；第三，立即调整组织结构，适应新的工作重心，加强公司的生存能力，加快业务发展速度。

“在新的考验面前，公司必须具备活下去的能力，因此我不得不遗憾地宣布，即日起公司开始实行岗位调整，一些曾经和我们一起奋斗过的同事将会离开。对此，我深感不安和抱歉。我们的同事都非常优

秀，做出这样的决策，我非常艰难和不舍，但我们不得不承受这样的损失和痛苦。”王航在内部信中称。

2023年6月，王航发布《公司最新情况说明》。王航在信中介绍：“自去年12月开始的一系列业务调整以来，公司亏损情况快速改善，并于4月实现当月打平。同时，公司业务依然保持良性、健康，稳居互联网医疗服务行业第一，服务质量稳定，社会公信度优异。”

王航称：“去年，在资本市场压力之下，公司多个股东提出撤资、要求公司回赎。鉴于公司现金不足以完成回赎，为保证股东利益，

管理层在近一年的时间里，一直在努力寻找价值理念一致的新战略出资方，并获得了实质性进展，拿到了当前市场的最优方案。但资本市场整体低迷之下，此方案仍难达到股东预期。”

员工数量变化反映在减少的参保人数上。天眼查数据显示，近几年，好大夫在线所属的两家公司互动峰和新医强国的参保人数均呈现不断下降趋势。2017年至2023年，互动峰的参保人数分别为434、399、411、357、53、56、24。2021年至2023年，新医强国的参保人数分别为383、242、56。

# 计提商誉减值太随意 睿智医药被监管警示

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

## 资产减值不合规

时隔9个月，睿智医药(300149.SZ)再度收到广东证监局下发的警示函。

公告显示，广东证监局根据相关规定对睿智医药进行现场检查，发现该公司存在商誉及长期资产减值不合规、内控制度不完善、信息披露不规范等违规行为，上述问题导致睿智医药2022年、2023年年报披露的相关财务数据、内部控制自我评价报告不准确，违反了《上市公司信息披露管理办法》相关规定。

值得注意的是，睿智医药于去年12月底曾收到来自广东证监局的警示函，内容同样涉及资产减值、信息披露等，而公司在今年1月发布的整改报告中表示：“整改长期有效，后续将持续规范运作。”

公司为何接连收到警示函？上次整改措施是否真正落实到位？近日，睿智医药董事会办公室相关负责人接受《中国经营报》记者采访时表示，公司去年收到的警示函源于监管机构的一次常规检查，近期主要是针对公司商誉减值进行了一次现场检查。“公司对商誉减值的判断主要基于公司自身及行业因素。关于这次警示函对公司财务数据的影响，公司目前还在讨论中，后续会提供包含整改措施的正式答复。”

2023年，睿智医药对子公司计提商誉及长期资产减值约8.41亿元，业绩由盈转亏，净利润为-9.08亿元。据上述负责人称，今年将是公司“非常重要的调整期”。

近年来，睿智医药商誉及长期资产减值事项影响重大，该项内容成为监管机构重点检查对象。

9月13日，睿智医药披露收到来自广东证监局的警示函，经现场检查，广东证监局发现公司存在商誉减值测试不合规、长期资产减值不准确、相关内控制度不完善及三项信息披露不规范行为，时间跨度为2022年—2023年。

有关睿智医药商誉减值测试不合规行为，主要涉及三家子公司。其中，睿智医药对上海睿智化学生物研究有限公司(以下简称“上海睿智”)2022年度商誉采用收益法进行减值测试时，未谨慎考虑行业及自身不利因素对相关业务的影响，预测CDMO(医药研发及生产

服务)业务销售收入未来五年持续大幅增长，较为乐观，对资产组包含的睿智医药江苏有限公司(以下简称“江苏睿智”)及凯惠睿智生物科技(上海)有限公司(以下简称“凯惠睿智”)CDMO业务销售收入预测不谨慎、依据不充分。

财报显示，上海睿智、江苏睿智在2022年对睿智医药净利润影响达10%以上。到2023年，凯惠睿智加入前述两家子公司的行列，对睿智医药当期净利润的影响也达到10%以上。睿智医药的商誉主要是于2018年购买上海睿智股权所产生，截至2022年12月31日，公司商誉账面价值约8.6亿元，占资产总额22.46%。

2022年，睿智医药对上海睿智

计提商誉减值准备约2.32亿元，期末余额增至6.42亿元。当年，睿智医药对上海睿智商誉计提减值准备时，评估该资产组可收回金额的关键参数包括预测期间为2023年—2027年，营收增长率在7.47%—12.73%，利润率9.36%—15.58%，净利润1.25亿—3.34亿元。

事实上，上海睿智2023年经营业绩不及预期，营收同比下降5.7%至8.81亿元，净利润8230.22万元，同比下降47.6%。2023年，上海睿智商誉发生减值，确认商誉减值损失约6.95亿元，可收回金额约为8.83亿元。

不过，警示函指出，睿智医药对上海睿智2023年度商誉进行减值测试时，在公司经营情况未见明

显好转的情况下，计算折现率所建立的模型中使用的关键假设参数“特定风险报酬率”由2022年度的4%下调至2023年度的3.5%；公司2022、2023年度商誉减值测试中资本性支出假设数据口径不一致，未区分CRO(医药研发服务)业务和CDMO业务谨慎预测未来资本性支出。上述情形不符合《企业会计准则第8号——资产减值》相关规定。

除了商誉，睿智医药还存在长期资产减值不准确的行为。2022年，睿智医药对江苏睿智计提大额长期资产减值准备，但公司在CDMO业务订单下滑、业务形势发生不利变化、CDMO业务核心团队及负责人离职等减值迹象的情况下

下，未对凯惠睿智计提长期资产减值准备；2022年，公司对其他非流动资产——169万元关联方押金不计提减值157万元等。

广东证监局在警示函中指出，睿智医药相关内控制度不完善。“鉴于近年来睿智医药商誉及长期资产减值事项影响重大，公司未就商誉减值测试和长期资产减值测试的执行频率和情形作出规范，未合理规定符合本公司业务实际的常见商誉减值迹象范围和识别流程，未对可收回金额计量方法、假定、数据的选择和运用以及特定计量模型、关键假设、市场参数的调整和改变作出相应规定。上述情形不符合《企业内部控制基本规范》第四条等相关规定。”

团队进行扩充，提升团队主动性及获客能力，同时增强公司内部风控管理。

关于公司当前对市场的判断，上述负责人对记者表示，整体市场在2022年下半年进入相对低迷的状态，行业在此之前高速发展，目前已进入逐步调整的阶段。2024年，海外生物医药融资环境已经显现回暖迹象，相较之下，国内环境直至今年依然没有出现很明显的改善。“在外部环境不是很好的背景下，同行也或多或少出现收入下滑的情况，我们今年的重点更多在于调整内部管理，包括降本增效，所以今年将是一个调整期，同时也希望明年业绩会有一个比较大的改善。”

## 业绩继续承压

睿智医药出现资产减值不合规行为背后，公司近年业绩同样因资产减值受到重大影响。

2023年，睿智医药对收购上海睿智形成的商誉和长期资产计提减值金额约8.41亿元，而上海睿智是睿智医药的核心资产，对应期间内，睿智医药净利润同比下降33.83%，由盈转亏。

睿智医药在年报中指出，由于商誉减值测试的结果很大程度上依赖于管理层采用的假设，特别是收入增长率、毛利率、折现率等涉及管理层的估计。这些估计均存在重大不确定性，受管理层对未来市场以及经济环境判断的影响，采用不同的估计和假设将对商誉可收回金额产

生重大影响。

财报显示，睿智医药主要为客户提供药物发现、开发以及生产服务。2022年以来，全球生物医药行业进入阶段性调整，市场融资环境发生变化且持续影响部分创新药企业的研发投入和产品管线进度，全球生物医药环境调整对CRO/CDMO行业产生了阶段性影响。也就在这一年，睿智医药CRO/CDMO业务营收同比下降12.38%，毛利率同比下降5.51%至23.37%。值得注意的是，公司在报告期内剥离了益生元和小分子CDMO业务。

2023年，睿智医药全面聚焦CRO/CDMO业务，主营业务包括化学业务板块、药效药动业务板

块、大分子业务板块。报告期内，公司仅药效药动业务获得收入增长，其他业务均出现收入下滑。其中，化学业务营收约3.27亿元，同比下降9.61%；药效药动业务营收同比增长6.57%至5.95亿元；大分子业务同比下降18.46%至2.06亿元。睿智医药当期营收约11.38亿元，同比下降14.19%，毛利率24.82%，同比增长1.6%。

今年上半年，睿智医药营收约4.65亿元，同比下降16.56%，净利润为-6290.65万元，同比下降188.88%。公司在半年报中指出，收入同比下降主要是由于创新药行业复苏不及预期以及市场竞争激烈等影响，公司订单获取未达预期；净利润同比大幅下降主要是在

收入下降的情况下，虽然公司在严格控制成本，但厂房租金等固定成本变化较小，导致成本的下降幅度低于收入的下降幅度。

值得注意的是，上半年，睿智医药业务全线下滑，包括在去年唯一取得增长的药效药动业务。其中，化学业务、药效药动业务、大分子业务收入同比分别下降21.06%、4.55%、39.33%。公司药效药动业务板块包括药代药动业务和药理药效业务，报告期内，药代药动业务营收约1.59亿元，同比增长15.46%；药理药效业务营收9933.83万元，同比下降25.27%。

睿智医药董事会办公室相关负责人对记者表示，公司下半年的经营重点主要包括对海外BD

# Unity“人头费”被废止 收费模式曾引发游戏圈众怒

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

时隔一年，游戏引擎供应商Unity推出的Runtime费用政策被宣告废止。

9月12日，Unity宣布，这项根

据游戏安装数量计算的“人头费”被即刻废止。与此同时，Unity宣布调整各个版本的收费政策，Pro和Enterprise的订阅价格将上调，而Personal的免费范围将扩大。

2023年，Runtime费用政策一

经推出就引发游戏圈震荡，造成众多开发者对Unity的不满，进而引发该公司管理层换血。同时，Unity还面临着人员冗余、利润长期无法转正等问题。其在2024年初大幅裁撤了四分之一的员工。

2024年第二季度财报显示，Unity当前的主要问题体现在广告业务上，而非引擎业务。出于对Grow业务恢复增长可能性的谨慎判断，Unity下调了全年收入预期。

## 废止“人头费”

如今，在Runtime费用政策推出一周年后，Unity方面宣布正式将其废止。

9月12日，Unity宣布，废止根据游戏安装量计算的Runtime费用。

Unity新任CEO Matthew Bromberg发表博文称：“在与我们的社区、客户和合作伙伴深入沟通后，我们决定取消游戏客户的Runtime费用，即刻生效。非游戏领域的工业客户不会受到这一调整的影响。”

一年前的9月12日，Unity表示，将在2024年根据游戏的安装量引入Runtime费用：当一款游戏的营收和安装次数达到一定门槛，将触发Runtime费用，其中Personal和Plus版的收费门槛是过去12个月收入达到或超过20万美元，安装量达到20万次；Pro和Enterprise版的门槛是100万美元收入和100万次安装量。

据介绍，Unity引擎主要由两个重要软件部分组成：Unity编辑器和

Unity Runtime。Unity Runtime是在玩家设备上执行的代码，每次游戏被下载时，Unity Runtime也会被安装。

在此之前，Unity的收费模式为：在游戏收入达到一定门槛的前提下，各版本向开发者收取固定年费或月费。

Runtime收费模式被公布后，引起全球范围内大量游戏开发者的抗议。对此，Unity方面多次追加解释，并提出补救方案。

Unity方面曾表示，90%以上的客户不会受到收费政策变化的影响。受影响的通常是游戏下载量和收入取得了相当大的规模，且已达到安装和收入门槛的客户；对尚未取得大量流水的创作者来说，Runtime费用很低（或者没有），而对于已经大获成功的创作者来说，费用也是一次性收取。

此外，Unity方面还解释称，

Runtime费用仅针对2024年1月1日之后新产生的下载量，并且重复安装、欺诈性安装、试玩版、部分游戏demo和自动化安装等被排除。

尽管如此，对收费新政的抵制狂潮仍未停止。

不到两周后，Unity不得不宣布更改收费方案：Runtime费用没有被彻底取消，征收门槛提高到过去12个月收入达到100万美元；另外，在修改后的政策下，用户可以报告“2.5%收入分成”和“以每月新用户数量计算的金额”两项数据，择低缴纳费用。

如今，在Runtime费用政策推出一周年后，Unity方面宣布正式将其废止。

Matthew Bromberg发博文称，Unity不能在与客户产生冲突的情况下追求“游戏开发大众化”的使命，这项使命的核心必须是建立在信任基础上的伙伴关系。

与此同时，Unity方面宣布部分版本引擎将涨价，对头部开发者收取更高昂的费用，而对个人开发者则放松免费使用的范围。

Matthew Bromberg博文显示，Pro的订阅价格将上调8%，Enterprise的订阅价格将上调25%，而Personal的收入和资金上限从10万美元提高到20万美元。

“在过去的三个月里，我有机会与许多人进行交流，听到了你们一再表达的愿望：希望Unity能够保持强大，并理解价格上涨是推动游戏行业发展的必要条件。但涨价并不需要以一种标新立异和有争议的新形式出现。”Matthew Bromberg在博文中这样说道。

关于Unity在推出可替代方案后，仍然选择废止Runtime费用的原因，以及引擎涨价后的发展方向，记者联系Unity方面采访，对方表示不予回复。

## 反对声四起

尽管后续Unity推出可选方案，此事仍使得该公司在各个方面面临重创。

去年，Unity的Runtime收费新政猝然公布，一石激起千层浪。大量开发者涌入Unity社区，就Runtime追踪安装数量、下载定义标准等方面追问详情。不少开发者表示反对Unity的Runtime收费模式，称将更换开发引擎。

在去年9月23日，Unity关闭留言通道前，针对这一政策的眼贴评论多达300多页、1.5万多条。

北美的独立游戏开发商反对尤为激烈。《Among Us》开发商Innersloth、《杀戮尖塔》开发商Mega Crit、《咩咩启示录》开发商Massive Monster等纷纷在社交网站上

喊话Unity，表达对Runtime费用的抗议。游戏发行商Devolver Digital称：“下次来找我们发行游戏一定要告知所使用的引擎，这是重要信息。”

Unity征收“人头费”，对于进入门槛为免费的游戏开发者来说影响较大，对于买断制游戏的开发者而言则影响较小。

位于重庆的单机游戏开发商帕斯亚科技对记者表示，Unity征收Runtime费用可能会引起一大批免费游戏开发者的强烈反感，“因为游戏运营模式的不同，免费游戏需要一大批用户下载才能产生内购收

入。而对于前期大批免费下载的用户，如果每一个都要按照安装数量给Unity付费，势必产生一大笔成本。所以这一决策会导致的结果是，收入好的头部开发者不在乎，腰部开发者能扛住，但大量小型开发团队会在开发引擎的选择上重新权衡”。

尽管后续Unity推出可选方案，此事仍使得该公司在各个方面面临重创。

2023年10月，Unity宣布CEO John Riccitello卸任总裁、董事长兼董事会成员职务。IBM前总裁James Whitehurst担任了临时CEO数个月后，现任CEO Matthew

Bromberg于今年5月上任。

Matthew Bromberg曾在移动游戏开发商Zynga，以及美国艺电任职，在游戏行业拥有20多年的从业经验。

除了管理层换血，2024年伊始，Unity还进行了大幅裁员，裁撤规模达1800人，约占员工总数的25%。

中小游戏开发者对Unity的信任大幅下降。据游戏设计比赛GMTK Game Jam统计，今年参赛的作品中，使用Unity的比例为43%，而在2023年这一比例为59%；免费引擎Godot的使用比例大幅提高，在所有参赛作品中占比37%，远高于去年的19%。

# 中手游版图扩容：逾7000万元收购“仙剑”IP海外版权

## “仙剑”IP收益下降

本报记者 李哲  
北京报道

承载无数玩家情怀的“仙剑”IP易主。

近日，中手游(00302.HK)公告披露，其全资子公司SuperNova与游戏公司大宇资讯订立转让协议。此次转让的主要标的是大宇资讯及其关联公司除大陆以外拥有与《仙剑奇侠传》IP有关的版权。此次并购将以现金和发行股票的方式完成支付，共计支付金额折合人民币约7633万元。

谈及此次并购，中手游方面向《中国经营报》记者表示，此举完善了“仙剑”IP版权链，为其未来更好走向海外市场做好铺垫。其实，早在2021年，中手游就已将《仙剑奇侠传》IP大陆版权收入囊中。如今，在中手游的版图中，《仙剑奇侠传》IP已成为其业绩的主要支撑点。

公开资料显示，SuperNova是中手游的全资子公司，主要从事手机游戏发行。而大宇资讯主要从事计算机游戏、客户在线游戏、网页线上游戏和手机游戏开发、IP授权和游戏发行。

记者了解到，此次并购的主要标的是大宇资讯及其关联公司拥有与《仙剑奇侠传》系列游戏及该系列游戏现有及未来衍生的演绎作品（包括但不限于单机游戏、网络游戏、动画、动漫及电影）以及音乐、文字作品、美术作品、视听作品及录音录像作品（无论该等作品乃于签署转让协议之前或

是之后创作）有关的所有注册或未注册的知识产权（包括但不限于著作权及商标权）、竞争性权益、商业机密、普通法项下的商誉及相关权利。

9月11日，大宇资讯在元大证券网站上发布的公告信息显示，大宇资讯拟将持有《仙剑奇侠传》除大陆以外IP转让予SuperNova，该公司系中手游100%持股子公司，交易价格为人民币1830万元与中手游新发行普通股股份3800万股。

中手游公告提到，此次并购将以1830万元现金及由中手游按发行价每股1.68港元向大宇资

讯发行及配发3800万股股份的方式结付。共计作价7633万元。

2021年8月，中手游曾以约6.42亿港元的价格收购大宇资讯旗下北京软星49%的股权及《仙剑奇侠传》IP在大陆地区的完整所有权（其中，收购《仙剑奇侠传》大陆地区的版权价格为3.76亿元）。此前，2018年中手游曾以2.13亿元的价格购买北京软星51%的股权。

如此次收购完成，中手游将掌握《仙剑奇侠传》IP在全球的完整版权。谈及此次将《仙剑奇侠传》的IP海外版权收入囊中，中手游

方面回应记者采访时表示：“此举完善了我们‘仙剑’IP版权链，为未来‘仙剑’IP更好走向海外市场做好铺垫。”

对于上述交易，截至发稿，大宇资讯方面未向记者作出回应。

然而，根据大宇资讯的经审核账目，《仙剑奇侠传》IP近两年的经营状况呈现下滑态势。公告内容显示，截至2022年12月31日，目标IP《仙剑奇侠传》IP权益产生的收益为4134.7万港元，净利润为2564.9万港元。而截至2023年12月31日，目标IP权益产生的收益降至1119万港元，净利润则亏损

522.2万港元。

面对权益收益处于下行阶段的《仙剑奇侠传》IP，中手游为何还要将其收入囊中？

在公告中，中手游方面表示，《仙剑奇侠传》IP多次获得中国大陆官方和社会组织颁发的知名IP奖项的冠军，兼具影响力和商业价值。

中手游方面还表示，多年来，其计划提升《仙剑奇侠传》的IP价值，并培育IP活力及影响力发展。“公司立足中国，在全球范围内拓展业务，有能力有信心推动该IP的发展。”

## 上半年由盈转亏

2024年上半年报显示，中手游在上半年实现营业收入12.3亿元，同比下滑19.7%；利润则由上年同期的盈利5099.5万元，变为亏损2.41亿元。

其中，在《航海王热血航线》《射雕群侠传之铁血丹心》等多款游戏产品营收能力下滑之际，IP授权业务成为中手游上半年的业绩亮点。财报显示，上半年中手游的IP授权收益约1.07亿元，同比增长79.0%。

记者了解到，中手游的IP授权业务，主要围绕“仙剑”IP展开。其中，包括联手爱奇艺拍摄《仙剑四》影视剧，基于《仙剑奇侠传六》改编的影视剧《祁今朝》，与腾讯影视合作的基于《仙剑奇侠传一》改编的影视剧《又见逍遥》，以及基于“仙

剑”IP制作《仙剑奇侠传一》及《仙剑奇侠传三》动画番剧等。中手游在2024年半年报中提到，其坚持围绕《仙剑奇侠传》IP开展自有IP运营业务。

可见，在当前中手游的经营体系中，“仙剑”IP被寄予厚望。其中，《仙剑世界》这款游戏产品则是中手游当前的重点。

中手游方面表示，目前其最重要工作在于做好“仙剑”IP首款开放世界游戏《仙剑世界》的开发，该跨端游戏未来也将在全球发行。

据中手游方面介绍，《仙剑世界》是一款开放世界RPG游戏，预计产品上线后将采用内容型游戏运营策略，发挥IP价值优势、文化内涵、产品高品质和玩法创新性，通过跨终端发行、短视频、直播和

社交传播，以及配套的影视动画内容来穿透更多玩家，增强用户黏性，大幅度降低获客成本，获得长线运营的超额利润。

记者从中手游方面获悉，《仙剑世界》定于今年10月10日开启第四次测试，iOS预约将于近期正式开启。中手游年内将全力推进《仙剑世界》正式上线。截至目前，《仙剑世界》的预约量已近500万，在上线前将努力突破1000万。

中手游方面表示，《仙剑世界》是跨端游戏，在PC端上的毛利率将有机会达到近70%。在三测“风启测试”中，《仙剑世界》PC端的次留61%、三留52%、七留36%，付费率18%，活跃ARPU（每用户平均收入）值35元，测试数据表现较好。但移动端性能在三测中，由于仍存

在较多问题，所以移动端还需要进一步优化。

值得注意的是，此次中手游收购的是大宇资讯所持有的《仙剑奇侠传》IP海外版权。而当前我国游戏出海正处于增长态势。

《2024年1—6月中国游戏产业报告》显示，上半年，中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为85.54亿美元，同比增长4.24%。

记者注意到，中手游在上半年的海外业务收入1.76亿元，同比增长41.5%。该业务收入占中手游收益的比重达到14.3%。

而中手游在大陆以外地区的营收增长主要来源于港澳台地区。2024年半年报显示，中手游自有IP《仙剑奇侠传》打造的角色扮演类卡牌游戏《新仙剑奇侠传

之挥剑问情》于2023年12月上线，上线首月获得上述三个地区苹果应用商店免费榜第一名、香港及澳门地区苹果商店畅销榜第一名、台湾地区苹果商店畅销榜第三名的成绩。

此次中手游将《仙剑奇侠传》IP海外版权收入囊中，其主要发力方向或将面向亚洲区域。在公告中，中手游方面表示，全面收购《仙剑奇侠传》的全球知识产权及利益，将巩固其IP游戏的生态竞争力，确保IP游戏策略的长期稳定实施。

中手游方面还表示，其将加大投资，以通过结合年轻使用者偏爱的娱乐形式，创造更多优质内容及互动体验，将《仙剑奇侠传》打造为具有一流全球影响力的中国游戏品牌。



第六届进博会技术装备展区Unity展台

视觉中国 / 图

## 下调收入预期

游戏行业的收缩使得引擎的使用率下降，而Unity恰恰在此时推出Runtime费用政策，进一步失去开发者的信任。

Runtime费用政策，进一步失去开发者的信任。

不过，随着补救方案的提出，Unity的引擎业务似乎已经重回正轨。财报显示，Unity当前的主要问题体现在广告业务上。

根据Unity2024年第二季度财报，其营收达4.49亿美元，同比下降16%；净亏损为1.26亿美元，同比收窄35%；息税折旧摊销前利润从第一季度的7900万美元跃升至1.13亿美元，增幅约为45%。

亏损减少主要是因为年初的大裁员起到了作用，其经营费用同比下滑17%，毛利率则回升至76%。

2022年，Unity将移动广告平台ironSource作价44亿美元纳入囊中，进一步完善其从开发制作、付费用户获取到广告变现的游戏产业链。这项举动增加了Grow业务的收入。然而，对ironSource的合并，以及2021年对视觉特效公司Wētā Digital的收购，使得Unity人员数量迅速攀升，构成极大的成本负担。

2023年，全球游戏行业面临裁员潮。育碧、EpicBioWare、Bungie、微软、Frontier、Twitch、Digital Bros、艺电等公司都曾在2023年先后公布了不同程度的裁撤计划。游戏行业的收缩使得引擎的使用率下降，而Unity恰恰在此时推出

对Grow业务恢复增长可能性的谨慎判断，Unity将全年收入预期从17.6亿—18亿美元，预计同比下降2%—3%。不过，对于Create业务，Unity方面判断其下半年的收入增长将主要来自游戏引擎和工业引擎订阅的持续增长。

出于对Grow业务恢复增长可能性的谨慎判断，Unity将全年收入预期从17.6亿—18亿美元，预计同比下降2%—3%。不过，对于Create业务，Unity方面判断其下半年的收入增长将主要来自游戏引擎和工业引擎订阅的持续增长。

面对权益收益处于下行阶段的《仙剑奇侠传》IP，中手游为何还要将其收入囊中？

在公告中，中手游方面表示，《仙剑奇侠传》IP多次获得中国大陆官方和社会组织颁发的知名IP奖项的冠军，兼具影响力和商业价值。

中手游方面还表示，多年来，其计划提升《仙剑奇侠传》的IP价值，并培育IP活力及影响力发展。“公司立足中国，在全球范围内拓展业务，有能力有信心推动该IP的发展。”

# 数智引领“碳”索未来

2024中经能源科技创新发展论坛  
2024 CBI Energy Technology Innovation and Development Forum



季为民

中国社会科学院工业经济研究所副所长，  
中国经营报社社长、总编辑



朱子涵

通威股份可持续发展负责人



朱彤

中国社会科学院工业经济研究所研究员



董秀成

对外经济贸易大学中国国际碳中和  
经济研究院执行院长



詹娟

华合碳科董事长



胡豪杰

仁新企业集团副董事长、总裁，  
仁新机器人焊机执行总裁

## 季为民：能源数智化转型是实现“双碳”的关键

本报记者 董曙光 北京报道

9月12日，在由中国经营报社主办的“数智引领‘碳’索未来——2024中经能源科技创新发展论坛”上，中国社会科学院工业经济研究所副所长，中国经营报社社长、总编辑季为民指出，能源产业的数字化、智能化转型是实现碳达峰碳中和目标的关键。

季为民首先强调了能源在经济社会发展中的基础支撑作用，指出能源保障和安全事关国计民生。他表示，近10年来，能源产业的发展成果不断涌现。新能源竞争优势明显提升，装机规模连续多年实现全球领跑，光伏产品已经成为外贸出口“新三样”之一，昔日被“卡脖子”的一些核心技术、设备也已经实现了国产化突破。

不过，季为民也指出，在取得一系列发展成果的同时，当前我国能

源发展仍面临安全保障压力大、绿色低碳转型任务重等挑战。面对百年未有之大变局，国际形势风云变幻，不稳定、不确定因素增加，在复杂多变的内外部环境下，全球能源供应链和产业链安全遭受冲击。

在此背景下，党的二十届三中全会对能源产业的发展作出重要部署，提出要健全绿色低碳发展机制、加快规划建设新型能源体系、建立能耗双控向碳排放双控全面转型新机制、积极稳妥推进碳达峰碳中和。季为民指出，能源产业的绿色低碳转型，事关碳达峰碳中和大局。他认为，必须加快推动数字化、智能化转型，以提升能源产业的核心竞争力。

季为民表示，在新质生产力的引领下，当前以人工智能、高端智造为代表的战略性新兴产业的发展风起云涌。特别是数字化、智能化等技术的落地应用，极大推动了

能源传统产业的转型升级，对推动能源高质量发展、积极稳妥推进碳达峰碳中和具有重要意义。

同时，在政策层面，国家已相继出台《数字中国建设整体布局规划》《关于加快推进能源数字化智能化发展的若干意见》等政策，旨在推动能源产业与数字化、智能化技术发展深度融合，以释放能源数据要素价值潜力，促进能源数字经济和绿色低碳循环经济发展，从而构建清洁低碳、安全高效的新型能源体系。

在季为民看来，现阶段我国能源产业仍处于数字化、智能化转型初期，也尚存在一些短板和问题。比如，部分企业对数字化认识理解不够透彻，生产发展模式仍较为传统；一些能源行业大数据没有充分打通，存在“数据孤岛”问题；网络安全保障能力有待提升。这需要业界达成共识，形成合力，才能更好地推动能源产业实现高质量发展。

## 詹娟：国内碳市场仍有巨大增量空间

本报记者 李哲 北京报道

9月12日，在由中国经营报社主办的“数智引领‘碳’索未来——2024中经能源科技创新发展论坛”上，华合碳科董事长詹娟表示：“从目前我国碳市场活跃度以及市场空间来看，与国外的碳市场相比，仍存在显著差距。或许可以借鉴科创板、北交所等资本市场的发展思路，允许合格的、经过认证的机构投资者参与碳市场，以促进其健康发展。”

詹娟进一步表示：“从目前我国碳市场活跃度来看，2023年全年碳交易量为2.2亿吨，而控排火电企业的规模为45亿吨。与国外地区相比，欧盟的碳价为70—80欧元，中国的碳价为100元，而我国碳市场空间跟国外的碳市场相比，确实存在很大差距。在实际操作中，我们接触的控排企业普遍反映CEA（碳排放配额）指标不足，但市场上

难以买到。虽然北京绿交所的CCER（国家核证自愿减排量）已经启动申报，但碳量仍然无法满足一些企业的履约需求。”

从现阶段来看，碳市场参与主体并不多。同时，由于当前碳市场处于发展初期，开发成本比较高，这是一个亟待解决的问题。

“在实际经营过程中，我们发现市场信息披露以及标准制定方面仍然存在提升空间。虽然市场信息披露要求非常严格，但我们遇到的一些业主单位以前的数据本身就不规范。同时，一些业主对自身数据的安全性存在担忧。因此，市场信息披露必须遵循公开、透明、公正的原则，同时也要结合当下实际，特别是产业的实际去考虑。”詹娟说。

詹娟介绍称，公司从2022年开始关注“双碳”市场，并且成立子公司华合碳科。华合碳科现在非常明确的身份就是碳商，专注于碳资

产开发和碳交易，这也是“双碳”发展带来的机遇。“对于碳商来说，要了解如何在碳市场中赚钱，同时，我们服务的客户、上下游的伙伴，大家既要控碳，又要维持一定的经济效益。这是当前碳市场面临的挑战之一。”

“从减碳的路径来看，一方面是减少碳排放，另一方面是把排出来的碳固定或收集起来。目前，大家更多聚焦于减少碳排放，如能源替代、技术创新等。”詹娟说道。

此外，詹娟介绍称：“基于公司碳商的定位，我们做了一些碳资产开发项目。比如，我们与地方政府签约，对当地的CCER进行预收储，并预付一些费用，有效提高了政府的积极性。当前，我国证券市场有100多家券商，而在碳交易市场中，真正符合资格或具备资金的碳商仍为数不多，这意味着碳交易市场仍存在巨大的参与空间和机会。”

## 朱彤：能源转型需更加重视效率和成本问题

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

9月12日，在由中国经营报社主办的“数智引领‘碳’索未来——2024中经能源科技创新发展论坛”上，中国社会科学院工业经济研究所研究员朱彤指出，“脱碳化”是能源转型的终极目标和转型的最重要约束条件。

朱彤强调，当前的能源转型具有特殊性，它是由气候变化倒逼而来，而非市场自发驱动，更多依赖政策驱动，这与历史上的转型大有不同。此次转型以零碳能源系统替代化石能源系统为主要内容、以碳中和为终极目标，其经济学特征是以损失部分效率，来实现脱碳目标。

朱彤认为，在能源转型过程中，需要更加重视效率和成本问题。“实际上，当前进行的能源转型本身就要损失部分效率来实现脱碳目标。如果对此不够重视则会

付出更大的成本，甚至影响未来脱碳转型的可持续性。”

“首先，我们正走向从免费碳排放向花钱减碳的发展阶段，与不脱碳相比，脱碳的转型需要支付更高的成本。其次，我们正从能量密度低、零碳可再生能源替代能源密度高的高碳能源转变。最后，为了实现脱碳目标，我们需要进行多次不同能源形态的转换，比如利用可再生能源电力制氢，为解决电力系统跨季节平衡问题又不得不利用氢来发电，这中间的转换同样要涉及效率损失。”朱彤指出，“从本质上讲，当前以脱碳为目标的能源转型，其概念本身不只是一个约束条件，它会影响到诸多方面，甚至转型路径、技术方案、商业模式等。”

朱彤认为，从个体和微观层面来讲，去中心化的分布式模式最适合可再生能源发展。当长距离输送的是波动性的风光电时，传输线

路的利用率更低，从而导致传输成本更高。

无论是集中系统，还是分布式系统，波动性风光电的增加，都大幅增加了对系统灵活性的需求，特别是当电力系统原来的冗余能力被消耗殆尽后。在朱彤看来，分布式能源资源是导致现有电力系统问题的根源，也是解决问题的钥匙。“分布式能源资源本身也能够提供灵活性，为系统带来价值。但在当前体制机制下无法发现和释放其价值。”

能源转型升级离不开数字化。其在提升能源使用效率、促进绿色低碳转型方面发挥着不可或缺的作用，是推动能源行业向高效、安全、稳定方向发展的重要力量。

在朱彤看来，数字化的最大价值就是提高了分布式能源效率，可以助力解决大量分布式能源与负荷的供需匹配问题。

## 董秀成：由能耗双控转向碳排放双控助力“双碳”目标

本报记者 董曙光 北京报道

9月12日，在由中国经营报社主办的“数智引领‘碳’索未来——2024中经能源科技创新发展论坛”上，对外经济贸易大学中国国际碳中和经济研究院执行院长董秀成发表主题演讲指出，由能耗双控向碳排放双控转变。

董秀成表示，之所以看重行政力，是因为在中国现行体制下，行政力具有强大影响力。尽管市场具有中国特色，需行政力与市场力并行，但往往行政力效果更为显著。当然，行政力也非万能，可能带来决策失误风险。然而，在推进如此重大的国家任务时，行政力

作用对中国而言至关重要。

董秀成提到，能耗双控包括能源消耗总量的控制和能源消耗强度的控制，但此政策在实施过程中存在误伤非化石能源发展、地方政府为实现考核指标采取不可接受做法等问题。因此，能耗双控需要向碳排放双控转变。

在谈到碳排放双控时，董秀成指出，这包括能源消耗总量的控制和单位GDP能耗的控制。该政策由国家能源局和国家发展改革委制定，通过将指标层层分解至各省市、地方及企业，并进行考核来实施。尽管这一政策仍在执行，但存在一些问题，如可能误伤非化石能源的发展，导致地方政府在转型过程中面临巨大压力，以及可能引发如人为拉闸限电问题。此外，它还可能误

伤化石能源的非动力利用，如将作为化工原料的煤炭、天然气计入能耗总量。

董秀成表示：“我们的目标是2060年实现碳中和，这一目标坚定不移且不可逆转。为了实现这一目标，碳市场的建立固然重要，但行政手段同样关键，因为它与地方政府官员的考核息息相关。”

目前，碳双控政策已初步出台，但能耗政策仍需维持一段时期，以实现逐渐过渡。在董秀成看来，需要逐步建立起完整的控制范围、控制模式、指标、统计考核和考核监督体系。尽管国家发展改革委已出台相关文件，但具体实施细则仍需进一步完善。总的来说，从能耗双控到碳双控的转变具有革命性意义，将对我国能源转型和“双碳”目标的实现产生深远影响。

## 朱子涵：中国企业需在全球ESG体系中从“做题家”变成“出题家”

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

9月12日，在由中国经营报社主办的“数智引领‘碳’索未来——2024中经能源科技创新发展论坛”上，通威股份可持续发展负责人朱子涵博士发表主题演讲并表示，为适应全球发展变化，我国企业有必要加强环境、社会和公司治理（ESG）工作，将ESG行动融入日常经营和管理。

朱子涵表示，通威股份在推动可持续发展、开展ESG行动过程中取得了一些成绩，也逐渐发现国内外企业之间存在一定差距，特别是话语权缺失的问题。

“从宏观到微观，当前企业无不意识到时代正在发生着前所未有的变化。”朱子涵说，随着全球气候变化，碳中和已成为越来越多国家的共识。中国可再生能源的装机规模不断提升，电气化水平持续提高，能源转型正在稳步

推进。在海外，如欧盟提出了绿色新政一揽子计划，不仅在本地经济发展中设置了减排边界条件，而且对进口产品也设置了以碳排放为主的技术门槛，对整个国际贸易环境产生了深远影响。在此背景下，中国也在制定自己的碳排放、碳足迹管理体系，并在中国证监会指引下，三大交易所发布了《上市公司可持续发展报告指引》，有助于提升中国在全球ESG体系中的影响力和话语权。

经过40余年的发展，通威股份实现了农业和光伏双轮驱动发展，搭建了完整的光伏产业链，形成了从上游硅料制造到下游电站垂直一体化经营布局，并成为唯一一家《财富》世界500强的光伏企业。

朱子涵表示：“通威股份确立了清晰的战略目标，即解决食品安全、发展清洁能源助力解决能源转型和安全问题。与此同时，公司也在思考如何成为一家世界级的能源公司，仅达到世界级的经济指标显然不够，而可持续发展则给公司提供了一个迈向世界一流企业的新发展思路。”

如何平衡ESG和盈利，这是通威股份经常被问及的问题。在朱子涵看来，企业在发展过程中必须将ESG纳入到公司日常经营和管理。过去3年，通威股份开展了不少ESG行动。

通过努力，通威股份ESG评级全面提升，如标普ESG评分位居我国半导体及半导体设备行业第一名。

朱子涵表示：“即使我们做得再好，在某些时候也都是一个‘做题家’的角色，按照别人的标准在做，并没有参与标准的制定。因此，我们需要共同努力进行正确的价值输出，敢于重新定义规则，从‘做题家’变成‘出题家’。这个过程需要社会各界的共同努力。”

## 胡豪杰：中国工业机器人前景大有可为

本报记者 李哲 北京报道

9月12日，在由中国经营报社主办的“数智引领‘碳’索未来——2024中经能源科技创新发展论坛”上，仁新企业集团副董事长、总裁，仁新机器人焊机执行总裁胡豪杰表示，仁新企业集团在该领域大有可为，特别是融合了3D视觉、SLAM自主导航和AI人工智能等前沿技术的工业机器人。”胡豪杰强调。

“可以说，以前的人工智能都是‘长了眼睛’，而现在的人工智能则真正‘长了脑子’。现在的工业机器人，AI不仅能让工业机器人识别工件，还能识别这是什么类型的工件，哪些是焊缝，哪些不是焊缝，包括焊接参数、焊接工艺。这些都是用人工智能通过视觉识别之后，自动生成轨迹、程序和焊接操作，过去焊接和切割不了的工作现在都可以轻松完成。以Open AI为代表的大型模型的诞生，标志着人工智能带领机器人走向下一个篇章。”胡豪杰说道。

谈及下一步的研发方向，胡豪杰表示，仁新企业集团正致力于“见缝就焊”的技术，以实现针对所有工件的标准化焊接，达到资深焊工的水平。“此外，我们还在探索两足行走的焊接机器人焊工，以适应像船舶制造和一些比较狭窄、高精度的空间领域的全自动化切割和焊接需求。”

机器人需求迫切。”

“在此背景下，我们的工业机器人在该领域大有可为，特别是融合了3D视觉、SLAM自主导航和AI人工智能等前沿技术的工业机器人。”胡豪杰强调。

“可以说，以前的人工智能都是‘长了眼睛’，而现在的人工智能则真正‘长了脑子’。现在的工业机器人，AI不仅能让工业机器人识别工件，还能识别这是什么类型的工件，哪些是焊缝，哪些不是焊缝，包括焊接参数、焊接工艺。这些都是用人工智能通过视觉识别之后，自动生成轨迹、程序和焊接操作，过去焊接和切割不了的工作现在都可以轻松完成。以Open AI为代表的大型模型的诞生，标志着人工智能带领机器人走向下一个篇章。”胡豪杰说道。

谈及下一步的研发方向，胡豪杰表示，仁新企业集团正致

力于“见缝就焊”的技术，以实现针对所有工件的标准化焊接，达到资深焊工的水平。“此外，我们还在探索两足行走的焊接机器人焊工，以适应像船舶制造和一些比较狭窄、高精度的空间领域的全自动化切割和焊接需求。”

胡豪杰向记者分享企业实例：“我们已为大型央企、国企打造的全自动化无人工厂，之前需要百余名操作员，而通过我们无人化智能工厂的改造，仅需要6名管理人员即可维持工厂运转。这些工厂的工作场景包含了高原地区、高能耗、高辐射领域，不适合人工操作。现在，通过无人化工厂项目，我们能实现24小时运转，不仅大幅提升了产品质量、精度和效率，而且用电量相比原来的老工厂也大幅降低，从而减少了当地的各类排放。”

# 中国公司牵头全球首个6G场景需求标准通过

本报记者 谭伦 北京报道

全球6G产业发展又进一步。

9月12日，全球通信国际标准组织3GPP的业务与系统技术规范组(SA)105次全会在澳大利亚墨尔本召开。会上，由我国运营商中国移动代表担任主报告人的6G场景用例与需求研究项目获得通

过。据悉，该项目是3GPP首个6G标准项目，并得到全球超过90家公司的支持。

在国际通信产业发展日渐成熟的今天，标准制定已成为每一代移动通信制式的前奏，而3GPP正是制定全球通信国际标准的重要组织，从3G、4G到5G，在经过国际电信联盟ITU制定的框架下，

3GPP都会集结产业企业，率先制定技术规范和标准，随即再推动其发展商用。因此，业内认为，此次标准通过，也意味着全球6G标准化工作进入实质阶段。6G产业化进程正式开启。

值得注意的是，这是中国公司首次牵头新一代移动通信的首个标准制定工作，而在4G和5G时

代，这一角色分别由美国、欧洲运营商担任。

根据会议释出的信息，相比5G，此次6G场景需求项目的支持公司多了一倍多。同时，政府部门、研究机构、垂直行业和终端公司的参与数量从8家增长到46家，也反映出全球对于共同推进6G商用的重视。

## 明确六大业务场景

除卫星通信外，工业互联网、远程医疗、无人驾驶、虚拟现实(VR)和增强现实(AR)是目前产业对于6G最有价值商用场景的共识领域。

根据已有规划，此次6G场景需求研究项目是如期推进6G标准进程的首要一环。在今年5月南京举行的“2024全球6G技术大会”上，3GPP的3位联席主席曾联合分享了6G标准推进时间表，分别是在2024年9月启动6G业务需求研究；随后，2025年6月，将启动6G技术预研；而到2027年上半年和2029年，则将分别启动6G标准制定，以及完成6G基础版本标准Rel-21。

《中国经营报》记者从中国移动方面获悉，业务场景定义了每一代通信系统的走向，是网络性能、功能设计及服务能力的根本，因此也是正式讨论技术标准前的准备

工作。“明确的应用场景会决定6G需要达到哪些数据指标，才可以保证性能上实现场景需求，因此，也被最先拎出来讨论。”Omdia电信首席分析师杨光告诉记者。

根据3GPP的工作流程，ITU早在2023年，就正式明确了6G的六大应用场景，包括沉浸式通信、超高可靠低时延、海量通信、泛在连接、通感一体化、通智算一体化，其中前三项是5G高带宽、低时延、海量连接三大性能的扩展与增强，而泛在连接重在解决当前全球通信存在的覆盖缺口，通感一体化与通智算一体化则分别在通信网络中新增感知与AI技术，从而更

好地实现通信与前沿技术的深度融合。

以泛在连接为例，这一性能在业内被称为天地通信一体化，其中天域部分通过引入卫星通信来实现。在此次全球6G场景用例与需求研究项目讨论中，卫星公司从0家增长到9家，便体现了其后所将发挥的作用。

根据ITU的定义，6G峰值速率将达到100Gbps，较5G提升10倍，时延将降至0.1毫秒，仅为5G的十分之一。中国移动研究院首席科学家易芝玲此前在全球6G技术大会表示，相比于5G，6G网络在传输速率、时延等层面均有显著提升，同

时6G用户体验也将得到大幅提升。

在易芝玲看来，6G将是通信技术、信息技术、数据技术等多种技术的深度融合与协同创新。其中，通智算一体化意味着感知、智能、算力、数据处理等能力的增加；而空天地全域覆盖需要重点关注低轨卫星，考虑其与地面蜂窝移动通信网络在业务、网络或空口层面的更优匹配。

而具体到细分领域，据记者不完全统计，多份市场研报显示，除卫星通信外，工业互联网、远程医疗、无人驾驶、虚拟现实(VR)和增强现实(AR)是目前产业对于6G最有价值商用场景的共识领域。

## 中国产业链积极跟进

从2020年到2024年6月，中国6G专利申请数量持续保持全球第一，中国6G专利申请中发明专利占比达到89.9%。

自2018年首次提出后，全球主要通信技术公司和科研机构便开始了对6G的愿景和需求的积极讨论。随着5G商用，美国、中国、日本、韩国等全球通信技术领先的国家纷纷成立了专门的6G研究机构，积极投入6G技术的研发。

在全球研发6G的第一集中，中国无疑是最积极的国家之一。早在2019年，我国便在工信部、国家发改委、科技部联合牵头和指导下，率先成立了IMT-2030(6G)推进组(以下简称“6G推进组”)，以作为我国推进6G发展的主要产业平台，联合产学研用各方力量，在6G愿景需求、技术研

发、试验验证、国际合作等方面持续推进6G发展。

2023年，我国6G推进组陆续开展关于6G系统架构和技术方案等方面的研究，同年，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。以频段为例，据工信部副部长张云明透露，在中国主要推动下，全球大部分国家在2023年末举行的世界无线电通信大会上新划分了6425-7125MHz共700MHz带宽的中频段6G频谱资源。

产业链方面，中国运营商也走在最前沿。中国移动在全球最早布局开展6G研究，包括成立未来

研究院、建立创新联合体以及牵引技术发展方向。同时，自2023年开始，中国移动也在致力建设原创技术策源地。中国电信则也在体系化地开展6G至简网络架构创新，截至目前，中国电信也提出了四层五面的6G卫星通信网络总体架构，完成多星多波束协同传输、6G星地频谱共享技术研究。

此外，华为在2020年宣布成立6G研究实验室，专注于太赫兹通信、超高速率传输等技术的研究。华为高级副总裁兼运营商BG总裁李鹏去年透露，华为已经与运营商合作完成了6G赫兹技术验证，可实现10Gbps的下行速率以及与C波

段频谱“同站点，共覆盖”的能力。

而在今年7月，北京邮电大学张平院士及其团队搭建的国际首个面向6G通信与智能融合的外场试验网(以下简称“6G外场试验网”)正式对外发布，验证了4G、5G链路具备6G传输能力的可行性。

此外，据赛迪顾问统计，2023年全球范围内6G技术论文发表量超过2800篇，其中我国超过1100篇，占比接近40%。同时，从2020年到2024年6月，中国6G专利申请数量持续保持全球第一，中国6G专利申请中发明专利占比达到89.9%，在6G发明创新方面具有明显优势。

# 欧洲生态设计法规将落地 中国手机厂商出海迎新挑战

本报记者 陈佳岚 广州报道

近日，市场分析机构Canalys发布报告指出，2025年6月20日，欧洲地区智能手机市场将迎来历史性变革，欧盟委员会将正式执行两项新法规，旨在设立新的能源标签和生态设计标准。然而，在新规下，2025年智能手机设计将迎来大变革，手机厂商正面临双重挑战：一方面，它们在产品设计上的自主空间受到了压缩；另一方面，运营管理的复杂性也显著增加。

《中国经营报》记者了解到，这一影响源自欧盟理事会早前通过的《可持续产品生态设计法规》(Eco-design for Sustainable Products Regulation, ESPR, 以下简称“欧洲生态设计法规”)。该条例是对现有生态设计指令(2009/125/EC)和能源标签框架的修订和扩展，通过建立可持续产品生态设计要求的框架，有助于提高产品的环境可持续性，其中，生态设计法规要求产品必须遵守生态设计要求才能进入欧盟市场流通或投入使用，包括产品的耐久性、可靠性、可重复使用性、可升级性、可维修性和翻新潜力，以及能效、水效和资源使用效率，再生、再造和可回收性能，以及废弃物产生、碳足迹和环境足迹等环境可持续性方面。

有行业人士对记者表示，目前多家手机厂商正在评估这一法规，对于厂商而言的挑战也比较大。

## 对智能手机设立生态设计标准

欧盟的《可持续产品生态设计法规》于2024年7月18日正式生效。该法规被视为欧盟委员会推动环境可持续和循环型产品的重要基石，旨在应对产品使用对环境造成的影响，助力欧盟实现气候和环保目标。法规最早实施时间是2025年6月20日。

根据新的能源标签条例，投放到欧盟市场的智能手机和平板电脑将必须显示其能源效率、电池寿命、防尘防水和抗意外跌落等信息。这也是欧盟第一次要求投放到其市场

的产品显示可修复性得分。新产品将使用现有的A-G级欧盟能源标签，欧盟范围内的数据库欧洲能源标签产品登记处(EPREL)将提供有关产品的额外信息。

Canalys指出，通过引入能源标签，欧盟委员会旨在引领厂商迈向更加绿色可持续发展的道路，并为消费者提供明智购物的新指南。然而，标签的实际效用在很大程度上取决于市场上各型号产品的分布情况。以电视机为例，目前市场上超过93%被追踪型号的能

效评级集中在E、F、G等级，这使得能源标签作为比较工具的有效性大打折扣。

欧洲生态设计法规对欧盟市场上的移动电话、无绳电话和平板电脑也提出了最低要求，包括满足耐用性、维修与再利用、可回收、透明度等要求。耐用性方面，要求产品能防意外掉落或划痕、防尘及防水，并足够耐用，电池在至少800次充放电循环后，还能保持至少80%的初始容量，从产品投放市场的那一刻起，承诺提供长达5年的操作

系统与安全更新；关于维修与再利用，要求生产者在5-10个工作日内向维修人员提供关键部件，直至产品型号在欧盟市场上销售结束后7年，在产品投放市场后至少5年，专业维修人员能使用更换所需的任何软硬件；可回收方面，厂商必须提供长达15年的拆解信息支持(步骤、工具和技术)；透明度方面，厂商必须在网上公开提供稀有矿物使用、指示性可回收性评分、产品中可回收成分的百分比、IP防护等级和电池续航时间等信息。

“法规旨在通过推广更持久耐用的智能手机，来降低消费者的更新换代频率，从而减少电子废弃物的产生。据联合国统计，当前全球电子垃圾的产生速度惊人，是回收速度的5倍之多。设计变更、软件支持年限的延长以及备件库存的管理，都将导致成本的攀升，使得厂商在平衡价格与利润之间步履维艰。”在Canalys看来，对厂商来说，欧盟委员会的生态设计指令影响更大，因为它的要求将影响厂商的设备设计、库存计划和软件支持等方面。

## 中低端产品或受影响更大

由于这一法规是欧盟提出的，为此，法规或首当其冲地影响在欧洲市场的手机厂商，Canalys数据显示，欧洲地区(不含俄罗斯)智能手机2024年上半年出货量6470万部，同比增长8.8%，厂商出货量排名方面，苹果市场份额36%、三星22%、小米17%、摩托罗拉6%、OPPO3%、荣耀3%、真我2%；从2024年上半年出货价值份额来看，苹果、三星、小米、谷歌、摩托罗拉、荣耀、OPPO位列前七。

不过，Canalys表示，面对统一的规定，不同厂商所承受的影响却各不相同。Canalys研究分析师钟晓磊对记者分析，苹果与三星两大巨头在欧洲智能手机市场合计占据了59%的销售量份额及高达80%的销售额份额，两大厂商拥有规模优势和成熟的高端产品线，控制成本的弹性空间高，且生产的很多高端

设备已符合目前法规中的大部分要求了(此前iPhone小部分电池的要求没法满足，但刚发布的iPhone 16系列已经改进)，所以对苹果和三星挑战不大，但两大巨头也需要思考怎么把这些领先的点传达给消费者，树立起生态品牌形象。

相比而言，中低端市场产品则面临更大挑战。“一是来自同行的激烈竞争，二是利润空间的日益压缩，这主要源于它们普遍聚焦于中低端市场，若无法实现大规模销售，在每台设备增加额外成本的情况下，比如延长软件支持年限等，盈利难度无疑将加剧。此外，随着设备使用寿命的延长以及二手市场的日益繁荣，新设备的总体市场规模(TAM)将逐渐缩减，这无疑给该领域的厂商带来了更大的竞争压力。在这样的市场环境下，能够长期稳健运营的厂商将屈指可数，

因为只有达到一定必要的规模才能实现可持续盈利。”钟晓磊表示。

记者也留意到，这些耐用性、系统升级、可维修的要求有利于推动环境可持续和产品循环，但同时也将使得智能手机产品更加耐用，或拉长换机周期。

而当下，手机市场增长乏力，智能手机换机周期已经拉长至51个月。对此，在业内看来，可维修、耐用与可回收的生态设计，在生产中低端手机产品的厂商中也有着不小的推广难度。

中国手机企业作为出海代表，在欧洲市场中占据着一定市场份额，当前，一部分中国企业正面临绿色壁垒等多重出海挑战。

针对这个法规政策，手机品牌如何看待，又将如何应对？为此，记者联系采访了小米、摩托罗拉手机、OPPO、荣耀、真我等厂商。截至发

稿，真我方面向记者表示：“真我会积极响应并遵守当地法规。”其他厂商则未就欧盟的该法案做出评论。

Canalys指出，自2022年法规草案首次发布以来，智能手机厂商及其供应商一直在调整产品和路线图。在接下来的9个月里，一场产品变革即将上演。任何希望在2025年6月20日之后继续在欧洲市场占有一席之地的智能手机产品，都必须符合新标准。

而记者也注意到，目前市场上出现的耐摔手机已经越来越多了，比如OPPO在千元机OPPO K11系列中植入了超抗摔金刚石架构，获得瑞士SGS金标五星整机抗跌耐摔认证，荣耀千元机荣耀X60i支持IP64级别的防水，十面抗摔，经过五星级SGS抗摔+抗挤压认证。

需要注意的是，欧洲手机市场主要是以高端产品为主，低端手机

市场份额整体较低，中国手机厂商们出海欧洲市场，也一直希望在欧洲高端市场有所突破。比如，荣耀近年来将欧洲视为“第二本土市场”，并希望通过在欧洲高端市场的突破，带动其全球化战略的推进。

事实上，面对欧盟的法规，此前也有厂商都进行了妥协，比如，欧盟推行标准化USB-C连接器，苹果进行了妥协，在2023年秋季推出的iPhone 15系列均舍弃了Lightning的设计并改为USB-C。也有媒体报道，iPhone 16 Pro系列的电池采用了不锈钢外壳包裹，增强了一体性，并通过触点连接，使得电池更换变得更加方便，此次的电池设计调整，也是和欧盟的新法规妥协，欧盟要求所有家用电器和消费电子产品中的电池应易于拆卸和更换，以提高产品的可维修性和减少电子废物。



这是中国公司首次牵头新一代移动通信的首个标准制定工作，而在4G和5G时代，这一角色分别由美国、欧洲运营商担任。

视觉中国/图

# 引领健康用网 成就青少年未来

**编者按**/从PC时代到移动互联网、从冲浪聊天到游戏与短视频，随着未成年人成为使用网络的主力群体，随之而来的网络沉迷相关问题也备受社会各界关注。  
近日，由中国社会科学院新闻与传播研究所、社会科学文献出版社、中国经营报社主办，中国社会科学院新闻与传播研究所媒介传播与青少年发展研究中心协办的“引领健康用网 成就青少年未来”《青少年蓝皮书：中国未成年人互联网运用报告(2024)》(以下简称《蓝皮书》)新书发布暨青少年科技创新发展优秀案例发布仪式近日在北京举行。

针对未成年人互联网运用的这些社会热点问题，最新出版的《蓝皮书》给出了回答，与会的专家学者、互联网企业与教育界代表也纷纷建言献策。 内容详见C2-C4

## 季为民：创建AI赋能的“陪伴式互联网”促进未成年人健康发展

本报记者 曲忠芳 北京报道

今年是我国全功能接入互联网30周年，也是党中央提出网络强国建设目标10周年。作为我国第一部关注未成年人与互联网发展的《蓝皮书》也迎来第十部的正式出版。9月12日，由中国社会科学院新闻与传播研究所、社会科学文献出版社、中国经营报社主办的《青少年蓝皮书：中国未成年人互联网运用报告(2024)》新书发布会在北京举行。

在发布会现场，中国社会科学院大学新闻传播学院教授、中国社会科学院工业经济研究所副所长、中国经营报社社长兼总编辑、《蓝皮书》主编季为民介绍，自2006年至今，中国未成年人互联网运用状况调查项目已完成了12次全国大调查。《蓝皮书》从2010年首次出版至今，已成为中央和地方政府部门、网络管理机构、未成年人研究机构、新媒体机构以及社会各界人士观察未成年人用网的独特窗口与权威平台。

季为民介绍，《蓝皮书》一共总结了2023年青少年用网呈现的12项新特征、新趋势，主要包括青少年首次上网低龄化、以休闲娱乐为主要目的、网络检索和内容创作技能明显提升、对负面效应感知度增强、网络素养课程普及率不高，以及网络流行语、游戏社交、网络模仿等渐成风尚等。

其中，《蓝皮书》显示，2023年青少年首次上网的年龄持续降低，10岁及以前首次上网的未成年人占比是63.8%，相比2022年提高了11.8%，低龄化趋势明显加剧。季为民表示，信息素养是数字化生存所需要的一项核心技能。

调查显示，几乎不能利用网络搜索解决现实问题的未成年人比例是大幅下降的，从2020年的

25.3%已经下降到2024年的6.2%，这表明未成年人用网络解决自己问题的能力在增强。调查显示，未成年人能够使用音频和视频进行网上创作的比例也在逐年增加。2020年是30.9%，2024年上升到50.9%，互联网成为未成年人自我表达的重要场景。

值得注意的是，青少年上网是家庭和子女相处的重要部分。从未成年人因为上网问题与父母发生争执和争吵的频率来看，数据显示，50.7%的未成年人有时或者偶尔和父母因为上网问题发生过争执，6.4%的未成年人经常发生争执，表明这一问题在家庭、监护人网络素养提高方面是需要高度重视的。家庭关系对未成年人上网行为有显著的影响。相关数据显示，在上网时间日均半小时以内的未成年人中有20.4%的家庭关系还是很好的，上网时间日均三小时以上的未成年人家庭关系较差，不太好、很不好的比例比较高，分别是33.9%、26.8%，这表明良好的家庭关系和未成年人上网时间的管理有一定的关系。

近两年来，AI技术发展迅速及广泛应用，也在潜移默化地影响着未成年人的认知。季为民表示，一方面，AI技术与AI设备逐步受到未成年人的关注，但另一方面，AI鸿沟也逐步显现，青少年群体的AI素养亟待提升。《蓝皮书》显示，部分

未成年人已经开始逐步使用AI的设备上网，其中城市地区使用AI设备的占比达到了20.5%，乡村地区是8.1%。未成年人在享受这种人工智能带来的便利的同时，也需要认识到它可能带来一些潜在的危害，学会防范应对一些风险。上过专门的网络素养课的未成年人比例只有19%。

季为民重点提到，未成年人的网络跟风模仿现象比较普遍，网络催生出社交焦虑、价值观混乱等。调查显示，86.7%的未成年人会在现

实生活中和同学交往、讨论、分享网络内容，约三分之二的未成年人认为，如果不知道网络的一些流行玩法就无法融入朋友圈，这表明，纷繁复杂的网络信息可能成为未成年人真假难辨、盲目跟风、易受误导的源头。13.5%的未成年人认为上网使其对社会和人的消极信息知道得更多了。

除此之外，青少年模式实际的使用率仍然较低，需从理念、内容、技术等层面进一步优化。《蓝皮书》调查显示，总是使用青少年模式的占比仅为6.6%，使用青少年模式的普及和实际使用的效果还不太理想，需要进一步优化。多数平台的青少年模式，在理念层面仍然采取强监管，使未成年人在用网时的感受不是太好，有受限制的感觉，没有给他们带来更大的优化。在内容上缺乏真正切合未成年人上网需求的优质内容，在技术层面仍然是以敏感词、敏感画面过滤为主，缺乏更智能化和个性化的推送机制，这些问题需要尽快解决。

面对未成年人互联网运用的现状及存在的问题，季为民表示，要创建AI赋能的“陪伴式互联网”，从而促进未成年人的健康成长。对此，《蓝皮书》呼吁，建议社会各界力量从三个方面携手努力，真正实现网络发展“以未成年人为本，与未成年人友好，为未成年人赋能”。

第一，要充分研判新一代的AI技术对未成年人用网的机遇和挑战，注重提升未成年人的AI素养。AI教育创新与未成年人的AI素养提升需要国家、社会、学校、家庭多方面共同进行研判，共同对未成年人进行指导和教育。可以通过制定素养标准，明确各方义务，构建AI素养培养体系，抓住新一代生成式人工智能技术带来的发展机遇，共同推进AI素养教育的普及，为未成年人构建一个安全有效的成长和学习环境。

第二，强化低龄儿童的用网教育，重视朋辈示范的作用，合理帮助



季为民

中国社会科学院大学新闻传播学院教授、中国社会科学院工业经济研究所副所长、中国经营报社社长兼总编辑、《蓝皮书》主编

未成年人树立正确的网络价值观念。低龄儿童上网初期是树立良好的用网习惯的关键时期。当前，未成年人低龄用网趋势越发明显。朋辈群体是未成年人模仿和学习的重要对象，所以要重视朋辈在未成年人用网过程中的示范作用，为未成年人提供榜样，来潜移默化地帮助未成年人提升用网素养。

第三，鼓励平台探索运用AI技术打造个性化陪伴式的青少年模式。一方面，鼓励各平台充分探索新一代的生成式人工智能技术，开发更具针对性的网络过滤软件，家长监控应用，如采用信息流+搜索相结合的纯净搜索模式，生成切合不同年龄段未成年人需求的优质内容池，建立适合不同年龄段的个性化陪伴式的青少年模式，实现从能用、管用、有效过渡到好用、爱用。另一方面，各平台也要针对不同年龄段未成年人的用网特点来提供足够的定制化和灵活性的内容，来满足未成年人网络空间中对自主权和探索自由的需求。此外，平台还应该通过探索运用AI技术，智能识别未成年人的网络行为和心理状态，及时发现和预警异常的行为，帮助家长和平台进行有针对性的干预，并且建立动态的调整机制，根据未成年人成长变化和使用反馈，及时调整管理策略和技术的推荐机制。

## 滕素芬：推动数字技术赋能助力青少年健康成长

本报记者 谭伦 北京报道

“这本《蓝皮书》既是互联网发展历程的见证者，也是我国未成年人网络保护工作的忠实记录者，为社会各界携手并进，共同做好未成年人网络保护工作提供了重要参考，也为相关工作对标实际需求，找准发力点提供了重要依据。”会上，共青团中央维护青少年权益部二级巡视员滕素芬指出，过去30年，互联网对我国青少年的成长产生了翻天覆地的影响。

她援引《第5次全国未成年人互联网使用情况调查报告》数据，截至2023年，中国未成年网民规模已达到1.93亿人，未成年人互联网普及率高达97.2%。可以说，互联网为青少年提供了获取信息、学习知识、交流思想和社交互动的便捷平台。

她特别强调，随着互联网的普及，未成年人网络保护体系正在逐步完善。从立法到政策层面，各级政府和社会力量已初步构建未成年人网络保护体系。她特别提到，自2020年以来，全国至少有20多部法律法规及政策文件提到“未成年人网络保护”相关内容，国家相继推出“净网”“护苗”等专项行动，主要网络平台也推出了青少年模式，进一步加强了技术防沉迷的防护措施，已经取得了显著的成效，未成年人的网络环境得到明显改善，网络乱象得到了有效遏制。

滕素芬指出，随着数字经济的蓬勃发展，青年已成为推动数字技术进步的先锋力量。她指出，青年在众多与数字技术相关的重大科技攻关任务中担负重任，在信息技术和科技应用服务业等以创新创意为关键竞争力的行业中，青年占比均超过50%。一大批由青年领衔、以数字技术为关键竞争力的“独角兽企业”“瞪羚企业”正在推动新一轮科技革命和产业变革大步向前。

在谈到如何守护青少年健康成长时，据其介绍，近年来，团中央以推动实施《中长期青年发展规划(2016—2025年)》为统揽，常态化开展网络安全自护教育，持续深化“权益岗在行动：向网络沉迷说不”等专项行动，推出《团团微课·青少年网络素养公开课》等精品力作，引导青少年争做“中国好网民”，连续六年跟踪调查全国未成年人互联网使用情况并发布相关研究成果，配合职能部门整治网络不法侵害。滕素芬呼吁，社会各界应继续发挥力量，共同营造健康、绿色、正能量的网络环境。

展望未来，滕素芬认为，随着人工智能和数字孪生等技术的快速发展，互联网的发展将进入一



滕素芬

共青团中央维护青少年权益部二级巡视员

个崭新的阶段。在此背景下，助力数智时代青少年健康成长应是一个需要长期关注的课题。就此，她从三方面提出了建议。

第一，让数字技术赋能青少年发展。滕素芬表示，数字时代为青少年提供了广阔的舞台，团中央坚持鼓励青少年开展智能科创，积极引导青少年面向未来推动数字化技术应用。她建议，社会各界共同努力，把数字素养培育融入家庭教育、学校教育、职业教育、社会教育中，大力培育高水平复合型青年数字人才，构筑以科技创新为先导的新质生产力人才格局，支持青年当好数字理念的传播者、数字技术的驾驭者、数字经济的创新者。

第二，加强对特殊群体的数字帮扶。滕素芬指出，农村青少年在互联网使用的质量上明显低于城镇青少年，数字鸿沟仍然存在。她建议，应加强农村地区，特别是留守儿童集中地区中小学、寄宿制学校的教育资源支持，推动数字教育均衡发展。此外，她还强调，应保障残疾青少年、低技能青少年、低收入家庭青少年等“数字弱者”生存与发展需求，解决数字不平等、数字剥削、数字歧视等方面的问题，要从政策上构建友好包容的数字社会。

第三，应紧跟技术前沿，完善未成年人网络保护策略。“随着AI技术的广泛应用，未成年人网络保护工作面临新的挑战。”滕素芬建议，要健全相关法律法规，健全各类智能产品的市场准入机制，提升对新型上网设备应用分发平台的监管力度，规制人工智能应用平台落实未成年人网络保护责任。同时，她特别提到，要加大打击AI诈骗的力度，防止未成年人在网络上受到不法侵害。

她最后表示，党的二十届三中全会提出了加强网络空间法治建设和健全未成年人网络保护工作的要求，团中央将继续携手社会各界，为数智时代青少年的健康成长保驾护航。

## 胡昕：要引导未成年人形成健康游戏观

本报记者 李哲 北京报道

“谈到青少年与网络空间这个话题，我首先想到四个字‘势不可当’。”世纪华通董事长助理、公关传播中心总监胡昕在发布仪式中表示，“要阻断这股洪流并不现实。”

对于如何在互联网时代守护青少年群体的健康成长，胡昕提出了三点建议：第一，注重平衡，未成年人需要掌握线上和线下生活的平衡，这对自身生长发育、健康体魄的养成至关重要。健康的

体魄和心智，对未成年人在未来的成长当中有很大的帮助。第二，培养辨别真伪的能力，互联网中的内容良莠不齐，青少年需要有辨别能力。第三，培养安全的意识，互联网存在诸如知识产权被侵犯、个人隐私被窥窃等问题。实际上青少年也是被网络安全侵害的重灾区，需要格外关注。

胡昕表示，企业的主动作为需要从自身出发。“比如我们举办了青少年网络素养夏令营，请青少年到企业里面来做探访、交流，我们

还专门请了心理学、教育类的专家学者，告诉未成年人，什么是网络成瘾，怎样保护个人隐私，怎样在网络上进行有益的社交。”

“很多孩子喜欢游戏，我们带他们参观了游戏研发的全过程，从游戏剧情世界观怎么构建，脚本怎么写，美术怎么画到程序怎么做，从而让孩子们知道，原来一个作品的诞生需要学习各种各样的知识。这对未来能够投身到数字内容或者数字时代是有帮助的，这是从ESG更高的层面去帮助提高他们的素养。”胡昕说道。



胡昕

世纪华通董事长助理、公关传播中心总监

## 季琳：家长不要忘了线下的陪伴

本报记者 李静 北京报道

中国少年儿童发展服务中心媒介与教育中心主任、《青少年蓝皮书》副主编季琳从2006年至今已经连续18年参与《蓝皮书》的调查项目。回顾18年的跟踪观察，季琳表示：“《蓝皮书》应该是目前连续跟踪观察未成年互联网运用数据方面时间最长的一个项目，并且在十几年中有很多的首次发现和重要成果。”

季琳举例表示，在2010年，《蓝皮书》首次发现未成年对于网

络信息的信任度出现了转折。2012年首次发现未成年人上网的速度和上网率超过成年人。1994年中国开始进入互联网，到2012年正好是18年。所以，也是在2012年的《蓝皮书》中首次提出了中国的未成年人是“网络时代的原住民”的概念。在对策建议方面，《蓝皮书》也首次提出了网络实名制，首次提出了设立未成年人专区，首次进行了网络暴力专题的调查，并且促成了青少年模式的广泛使用之有利于保护未成年权益的重大决策的实施。

对于今年发布的《蓝皮书》，季琳最突出的一个感受就是，家长对未成年人用网的素养在提升。

首先是家长对孩子使用互联网逐渐有了换位思考的理解。“多年的调查过程中，我们有针对未成年人的问卷，也有专门针对家长的问卷，但后来的调查中针对家长的问卷没有持续下去。”季琳解释道，多年做下来的过程中，孩子们对互联网的评价相对来说都是比较正面的，家长问卷没能坚持下去，其实可以看到孩子的观点和家长的观点是有差异的，甚至是反向的。

“今年发布的《蓝皮书》数据显示，青少年用网时，娱乐、学习、交流三大功能的数值已经比较平均，逐渐形成三分天下的状态，意味着青少年不只是把网络都拿来玩了。”季琳说道。

另外，换位到青少年的位置去思考，小学生早上七点钟左右要到校，晚上是五点左右放学。回家后还要写作业，初中、高中生还有晚自习，有些孩子还有课外班。季琳表示：“我认为未成年人从周一到周五是处于12—14个小时的高强度工作当中，应该比大部分成年人



季琳

中国少年儿童发展服务中心媒介与教育中心主任、《蓝皮书》副主编

看待孩子们对互联网的使用。”

进一步来说，如何提高家长对孩子使用网络的指导，季琳认为这需要全社会的共同努力，包括青少年模式的使用、企业的社会责任、科普文章等。特别是注重开发一些有利于未成年人的互联网功能，而不是纯娱乐的东西。

季琳还强调道，互联网时代的家长网络素养的提升固然非常重要，但更加重要的是不要忘了线下的陪伴。“家长只有真正地陪伴孩子，才有可能和孩子同频共振。”

# 引领健康用网 成就青少年未来

## 胡正荣:三个关键词构成《青少年蓝皮书》的特色优势

本报记者 曲忠芳 北京报道

“到今年,《青少年蓝皮书》已正式出版第十册,可以用三个关键词来概括总结它的特点。”

9月12日,在以“引领健康用网成就青少年未来”为主题的《青少年蓝皮书·中国未成年人互联网运用报告(2024)》(以下简称“《蓝皮书(2024)》”)新书发布会上,中国社会科学院新闻与传播研究所所长

胡正荣如是表示。

《中国经营报》记者在活动现场了解到,2010年出版的首部《青少年蓝皮书》是国内第一本关注未成年人与互联网发展的蓝皮书,起到了填补学术空白的重要作用。最新出版的《蓝皮书(2024)》首次提出了“创建AI赋能的‘陪伴式互联网’”的创新观点与行业洞察。

关于《青少年蓝皮书》的三个关键词,胡正荣指出,第一个特点

是“监测”。自2010年首部蓝皮书出版至今,形成了对中国青少年互联网运用现状的系统性、数据性的监测。今年出版的《蓝皮书(2024)》,完成了对全国10个省市、83所学校、9000多份学生样本的调研,这非常不容易。正是基于研究团队十年一贯地以第一手调研数据为依托而展开研究和编撰,形成了《青少年蓝皮书》系列深厚的价值与独有的特色。

“第二个关键词是‘研究’。”胡正荣表示,《青少年蓝皮书》的研究团队是一支覆盖中国社会科学院新闻与传播研究所内外、跨领域、跨学科的学者团队。长期以来,从研究规划、调研问卷设计、数据分析到专业研究等各个环节都形成了自身的优势与特色,奠定了《青少年蓝皮书》出版能够取得优秀成果的基础。

除监测、研究外,在胡正荣看

来,第三个关键词则是“对策”。他解释道,中国社会科学院是国家的高端智库,新闻与传播研究所是这一高端智库的重要组成单位。《青少年蓝皮书》完成了作为国家高端智库承担的包括青少年和互联网、青少年与新技术、青少年与意识形态等各方面研究任务,更为重要的是,形成了大量的对策研究报告和智库研究报告,而且产生了良好的社会效益。



胡正荣

中国社会科学院新闻与传播研究所所长

## 杨斌艳:不应一味给青少年上网贴“负面标签”

本报记者 谭伦 北京报道

作为中国青少年互联网使用领域的重要研究成果,《蓝皮

书(2024)》引发了广泛关注。

在发布会的圆桌对话环节,围绕“青少年如何健康用网”这一主题,中国社会科学院新闻与传

播研究所网络信息与智能媒体研究室副主任、《青少年蓝皮书》执行主编杨斌艳分享了她对青少年网络使用现状的思考和研究。

### 不应一味强调互联网危险性

社会应该更加关注如何引导孩子们健康使用互联网,而不是一味地强调互联网的危险。

杨斌艳首先回顾了团队自2006年以来对青少年网络使用情况的长期跟踪调研。她指出,青少年触网的低龄化趋势越来越明显,但这并不意味着互联网对青少年的影响一定是负面的。她特别提到,在2022年的发布会上,有一位小学生回答令她印象深刻。当被问及互联网的好处与坏处时,这位学生毫不犹豫地回答:“上网坏处很多。”这一回答令杨斌艳感到意外和反思。

在她看来,互联网作为一种新工具,理应带来积极影响,但当孩子们依然将其贴上“坏标签”时,社会、学校和家庭需要反思,是否在对孩子传达关于互联网的负面信息时过于强调其风险。

“孩子们如果从小就认为互联网是坏的,那我们如何期望他们在未来能够充分利用互联网,为自己和社会创造价值呢?”因此,杨斌艳呼吁,社会应该更加关注如何引导孩子们健康使用互联网,而不是一味地强调互联

网的危险。

对于社会关注的青少年使用互联网时长的问题,杨斌艳认为,社会和家庭存在不同的认知。她指出,青少年的上网时间在平时和周末差异较大,尤其是在放学后的空闲时间或假期,孩子们往往会花更多时间在线上游戏或社交媒体上。许多家长对此感到担忧,但杨斌艳认为,这与社会对青少年使用互联网的期待并不一致。

对此,杨斌艳指出,数据背



杨斌艳

中国社会科学院新闻与传播研究所网络信息与智能媒体研究室副主任、《青少年蓝皮书》执行主编

后隐藏着更为复杂的社会观念和价值变化。她呼吁,家长们在面对孩子上网时间问题时,应更多地考虑孩子的实际需求和使用目的,而非简单地限制他们的上网时间。

### 家长应带领孩子适应变化

近年来,青少年对明星、网红等职业的追捧有所下降,但对“AI高手”的关注度也随之降低。

随着互联网的普及,网络在很多家庭中已成为家长和孩子之间互动的纽带。杨斌艳指出,许多家庭中,孩子和家长之间的网络使用经验是双向流动的,孩子教家长使用新技术,家长则引导孩子如何安全上网。这种互动模式反映了家庭在青少年网络安全教育中的重要作用。

然而,杨斌艳也指出,家庭教育在实际操作中面临许多挑战。大部分家长并非高学历或具备丰富的教育经验,他们在面

对孩子的网络使用问题时往往感到无力。她强调,不能将所有的责任都推给家长,社会和学校也应为家长提供更多支持,帮助他们提高自身的网络素养和教育能力。

杨斌艳进一步指出,家长不应只是被动地接受社会对他们的要求,而应积极学习如何与孩子一起适应互联网时代的变化。她呼吁全社会共同承担起教育青少年的责任,营造一个健康、积极的网络环境。

杨斌艳特别强调了网络文化与网络文明在青少年成长中的重要性。她认为,青少年不仅是互联网的使用者,更是未来网络社会的塑造者。网络文化和网络文明的构建,将在很大程度上影响他们的价值观和社会责任感。因此,社会应更多地关注青少年在网络环境中的创造力和创新精神,而不仅仅是关注他们在互联网上可能面临的风险。

杨斌艳提到,近年来,网络流行文化已经开始在青少年群体中

展现出独有的特征,许多家长可能忽视了青少年的创造力。她呼吁,社会应给予青少年更多的关注和支持,帮助他们通过互联网探索未来、创造价值。

在讨论职业理想时,杨斌艳指出,近年来,青少年对明星、网红等职业的追捧有所下降,但对“AI高手”的关注度也随之降低。杨斌艳认为,这一现象值得社会反思,应该如何引导青少年积极拥抱人工智能等新技术,使其成为未来科技社会的重要力量。

### 社会应扮演更多积极角色

杨斌艳认为,社会应更多关注青少年在互联网上进行的非学科类学习。

目前,尽管我国在青少年网络素养教育方面取得了一定进展,但杨斌艳认为,由于地区发展不平衡,网络素养的普及依然面临巨大挑战。她特别提到,北京、广州等一线城市的网络素养教育发展相对成熟,但在中西部农村地区,许多青少年甚至无法理解“网络素养”这一概念。

杨斌艳强调,提升青少年的网络素养不仅仅是技术层面的需求,更重要的是观念层面的改变。许多农村地区的家长和孩

子对互联网的理解较为有限,这使得他们在面对互联网时容易盲目使用或沉迷其中。因此,杨斌艳呼吁,在推动青少年网络素养教育时,社会应更加关注欠发达地区的需求,帮助这些地区的孩子和家长从观念上提升对互联网的理解和应用能力。

在讨论网络学习与网络沉迷时,杨斌艳指出,青少年通过互联网进行学习的比例逐年上升,但其中存在一些问题。她提到,许多青少年使用相关App查找答

案,虽然这在一定程度上帮助他们完成了作业,但也可能削弱了他们的独立思考能力。

杨斌艳认为,社会应更多关注青少年在互联网上进行的非学科类学习,如科学普及、文艺欣赏、编程学习等。她呼吁学校和家长引导青少年在网络中探索更广泛的学习领域,帮助他们培养多元化的兴趣和技能。

其中,杨斌艳特别提到了一个值得关注的现象——抖音已经成为青少年获取新闻的主要

渠道,甚至超过了电视。杨斌艳认为,这一现象表明短视频平台在青少年群体中的影响力正在不断增强。在她看来,互联网平台的兴起不仅改变了青少年获取信息的方式,也对社会新闻传播模式产生了深远影响。

在此背景下,她呼吁社会各界在面对这一变化时,应积极探索如何通过这些新兴平台向青少年传递更多有价值的信息和知识,帮助他们在互联网信息海洋中筛选出有用的内容。

## 抖音青少年保护业务负责人:希望小朋友能主动开启青少年模式

本报记者 李静 北京报道

“在未成年人的识别上,首先抖音会要求用户做实名认证,帮助平台判断这个用户是不是我们的保护对象。同时,平台也有青少年模式,专门为青少年实名认证的用户提供保护。但我们并不想让用户和小朋友们认为,这是一种强迫式的,更希望他们能够主动开启青少年模式。”抖音青少年保护业务负责人于海洋发言说道。

于海洋介绍道,抖音的做法是基于青少年的喜好推荐适合青少年的内容,当他们下一次再进入抖音,可能就

会自主地进入青少年模式,因为在青少年模式里面,他们能很快找到自己愿意看的一些内容。“当然,青少年模式里面所有的内容,平台会先判断是否有益于青少年的身心健康,以及是不是对一些有害内容做了严格的隔离和严格的审核过滤。”于海洋补充道。

同时,抖音尽可能让青少年模式和非青少年模式的交互、界面没有太大区别,让他们不要有抵触感,更多的是喜欢在这个环境里面遨游。

于海洋表示,青少年在使用青少年模式遨游的过程中,平台会分为事前、事中、事后三个环节,分别判断他们在这些环节里面是不是会产生危险。



于海洋

抖音青少年保护业务负责人

## 杜森:应引导青少年更多将互联网作为工具使用

本报记者 李静 北京报道

在“携手共创造适合青少年成长的网络空间”的圆桌讨论中,斗鱼公共事务副总裁杜森认为,科学合理用网不是单纯地减少使用的概念,更多是需要引导青少年合理地运用互联网获得知识。

杜森指出,现在青少年使用互联网,更多是处于接收信息的状态,把互联网当作工具去使用的比例还相对较少。“所以,当我们在说科学用网的时候,可以引导青少年更多地将互联网作

为工具去使用,包括学习、娱乐、兴趣爱好等。”

现在各类互联网平台针对未成年人都有青少年保护模式,希望青少年在使用网络时处于一个比较安全的环境中。不过需要看到的是,目前针对青少年的内容还有很多值得探索和研发的部分。例如,现在很多城里的孩子并不了解中国的乡村,农村是什么样子、路边的农作物是什么可能也不知道。杜森介绍道:“在户外直播上,斗鱼会更偏向于把国内更广大的天地展示给青少年。”



杜森

斗鱼公共事务副总裁

# 引领健康用网 成就青少年未来

## 《青少年蓝皮书》发布 “陪伴式互联网”概念引发产学研界共鸣

本报记者 曲忠芳 北京报道

我国青少年互联网运用的基本情况如何？未成年人上网时有什么倾向爱好？家长应该规范未成年上网吗？家庭关系跟青少年上网频率有关系吗？手机App的青少年模式使用率高吗？……针对未成年人互联网运用的这些社会热点问题，最新出版的《青少年蓝皮书：中国未成年人互联网运用报告（2024）》给出了回答。

9月12日，由中国社会科学院新闻与传播研究所、社会科学文献出版社、中国经营报社主办，中国社会科学院新闻与传播研究所媒介传播与青少年发展研究中心协办的《青少年蓝皮书》新书发布会暨青少年科技创新发展优秀案例发布仪式在北京举行。《中国经营报》记者从现场了解到，首部《青少年蓝皮书》最早于2010年出版，是中国第一部关注未成年人与互联网发展的蓝皮书，在当时起到了填补学术空白的重要作用。到今年正式出版第十部，已成为社会各界人士观察未成年人用网的独特窗口与权威平台。在发布会现场，来自学术界、产业界的专家学者就《青少年蓝皮书》以及未成年人互联网运用的相关议题进行了学术交流与思想碰撞。

### 未成年人上网的趋势与问题

中国社会科学院新闻与传播研究所党委书记、副所长、《青少年蓝皮书》主编方勇介绍，《青少年蓝皮书》以全国在校中小学生为主要研究对象，抽样调查覆盖全国10个省市地区百余所学校，已经连续12年开展全国性问卷调查，累计完成学生样本超过9万人，出版了10部蓝皮书。

智能手表、机器人、学习机等开始更多地被未成年人使用。短视频在未成年人中的使用率高达96.6%。未成年人能够使用音频及视频工具进行内容创作的比例显著提升，从2020年的30.9%上升到今年的50.9%，这表明互联网成为未成年人自我表达的重要场景。

值得注意的是，家长规制未成年人上网现象比较普遍，家庭关系对未成年人上网行为有显著的影响。

中国社会科学院新闻与传播研究所网络信息与智能媒体研究室副主任、《青少年蓝皮书》执行主编杨斌艳在现场实时进行了一场对四位青少年的访谈。通过真实而坦诚的问答交流，让与会者对于青少年对互联网的看法，及其在用网方面的基本状况有了更直接、更新的认识。

《青少年蓝皮书》指出，当前未成年人使用互联网还存在“问题与风

险”。近两年AI技术的广泛应用对未成年人的认知产生潜移默化的影响，他们在享受便利的同时也需要认识及防范应对风险。数据显示，上过专门的网络安全课的未成年人比例只有19%，大部分人对人工智能技术的了解，主要还是依靠网络和课外实践，未成年人的AI素养亟待提升。未成年人的网络跟风模仿现象普遍，网络或者导致社交的焦虑，价值观混乱等问题时有发生。身心尚未完全健全的未成年人，纷繁复杂的网络信息可能成为未成年人真假难辨、盲目跟风的源头。

中国社会科学院大学新闻传播学院教授、中国社会科学院工业经济研究所副所长、中国经营报社社长兼总编辑、《青少年蓝皮书》主编季为民表示，与往年有所不同，《青少年蓝皮书》首次提出了“以未成年人为本，与未成年人友好，为未成年人赋能”的“陪伴式互联网”核心概念。

### 呼吁共建AI赋能的“陪伴式互联网”

针对如何建设AI赋能的陪伴式互联网，季为民从三个层面提出了对策建议。第一，充分研判新一代的AI技术对未成年人用网的机遇和挑战，来注重提升未成年人的AI素养；第二，强化低龄儿童的用网教育，重视朋辈示范的作用，合理帮助未成年人树立正确的网络价值观念；第三，鼓励平台探索运用AI技术打造个性化陪伴式的未成年人用网模式。

共青团中央维护青少年权益部二级巡视员滕素芬回顾总结了中国互联网发展30年对青少年群体产生的深刻影响。互联网不仅为青少年提供了获取信息、学习知识、交流思想和社交互动的便捷平台，还为他们带来了广泛的新兴就业机会。未成年人网络保护体系正在逐步完善。从立法到政策层面，各级政府和社会力量初步构建起未成年人网络保护体系。

中国社会科学院新闻与传播研究所媒介传播与青少年发展研究中心主任、《青少年蓝皮书》副主编叶俊在现场主持了“青少年如何健康用网？”的圆桌论坛。杨斌艳提出，不能一味地给青少年上网贴上“负面标签”，她呼吁，社会应该更加关注如何引导孩子们健康使用互联网，而不是一味地强调互联网的危险。

中国少年儿童发展中心媒介与教育中心主任、《青少年蓝皮书》副

主编季琳持类似看法，她认为未成年人数字素养的提升，关键在于家长要从一个孩子正常的交往需求、放松的需求去正确地看待互联网的使用。家长对孩子使用网络的指导能力也要提高。此外，还需要全社会的共同努力，包括使用青少年模式，企业也要有社会责任，注重开发有利于未成年人发展的一些功能。

“家庭是青少年健康使用互联网的第一道防线。”中国社会科学院新闻与传播研究所网络信息与智能媒体研究室副主任、《青少年蓝皮书》执行主编牟成梅总结道，家庭教育在青少年网络使用中有三大关键要素，即安全、协商和监管。首先，家长要确保孩子的网络安全，尤其是隐私保护；其次，家长应与孩子协商互联网使用规则，而不是采取强制措施；最后，适当的监管必不可少，但这应该基于尊重和信任的前提。

中国社会科学院新闻与传播研究所视听新闻与传播研究室副主任、副研究员曾昕提醒道，近年来青少年群体用网络去获取知识或者用网络辅助学习的情况越来越多，他们对网络的使用能力甚至已经超越了老师和家长，媒介反哺的现象越来越强。随着青少年网络使用频率增加，也对他们的线下社交产生了很大的影响。

就社会关注较集中的如何应

对未成年网络沉迷问题，中国社会科学院大学社会与民族学院教授、博士生导师沈杰给出了自己的建议和“解法”。他认为，青少年的自主性是解决网络沉迷问题的关键。通过教育和社会化过程，青少年可以形成自主决策的能力，而这种能力的提升将有助于他们更好地控制自身的网络使用行为。“网络成瘾问题的根源并不在于互联网本身，而在于社会是否能为青少年提供足够丰富和有意义的现实生活内容。”沈杰说道。

另外值得一提的是，尽管各大视频、游戏、直播等互联网平台早在2019年开始就试点推广“青少年模式”，但《青少年蓝皮书》调查显示，“总是使用”未成年人模式的占比仅6.6%，使用青少年模式的普及和实际使用的效果显然并不理想，需要进一步优化。在“携手共创新时代青少年成长的网络空间”的圆桌论坛环节，来自抖音、途游游戏、斗鱼、世纪华通等产业界企业的负责人共同交流和探讨了平台的责任与实践探索。其中，抖音青少年保护业务负责人表示，对于引导未成年人正确使用网络，企业能够做的就是在青少年模式里也尽可能让用户觉得跟正常模式的交互没太大区别，不要让未成年人产生抵触感。当未成年人在网络世界里遇到危险时，平台能有相关的干预机制，家长能够收到平台的反馈。

## 牟成梅：家庭是青少年健康用网的第一道防线

本报记者 谭伦 北京报道

“如今不管是支付交易还是获取信息，网络已经成为我们日常生活不可缺少的一部分。因此，我们不应仍然用‘虚拟’的

方式看待网络空间，试图回避、拒绝它的存在。”

9月12日，在《青少年蓝皮书：中国未成年人互联网运用报告（2024）》（以下简称《青少年蓝皮书》）新书发布会上，众多专家学者

者、教育工作者亲临现场并参与了相关问题的讨论。其间，就青少年如何健康使用互联网，中国社会科学院新闻与传播研究所网络信息与智能媒体研究室副主任、《青少年蓝皮书》执行主编牟

成梅首先对互联网的“虚拟”定位提出了不同看法，认为互联网早已不是“虚拟世界”，而是融入了人们的日常生活。



牟成梅

中国社会科学院新闻与传播研究所网络信息与智能媒体研究室副主任、《青少年蓝皮书》执行主编

功的案例：父亲负责控制孩子的娱乐时间，母亲则引导孩子如何保护隐私。这种良好的家庭教育模式使得孩子能够健康、合理地使用互联网。

牟成梅总结道，家庭教育在青少年网络使用中有三大关键要素：安全、协商和监管。首先，家长要确保孩子的网络安全，尤其是隐私保护。其次，家长应与孩子协商互联网使用规则，而不是采取强制措施。她特别提到，青少年对自主权的渴望使得强制手段往往适得其反。最后，适当的监管必不可少，但这应该基于尊重和信任的前提。

她还指出，很多家长在孩子

青少年能够在网络中健康成长。

“种一棵树，最好的时机是十年前，其次就是现在。”最后，牟成梅引用了这句流传甚广的名言指出，自2006年起，社会对青少年互联网问题的关注和努力已经取得了显著成效。展望未来，牟成梅相信，今天的讨论和行动，将为未来的青少年网络使用创造更好的环境，并帮助他们更好地融入互联网时代。

### 家庭是第一道防线

结合自己丰富的教育经验，牟成梅首先探讨了青少年上网的现状及家长在互联网使用中的引导角色。

在谈到青少年从短视频平台获取信息的现象时，牟成梅认为，这其实是年轻人适应新媒体环境的自然反应。她提到，家长和社会往往会假设传统媒体如电视才是获取新闻的正统渠道，但实际上，互联网已经改变了信息传播的方式。年轻人通过抖音这些平台获取新闻，是一种符合他们成长环境的方式。

“他们从一出生就接触互联网，这就是他们的生活方式，我们要接受并且接纳。”牟成梅指出。

### 学校和社会应加强协作

除了家庭教育，牟成梅进一步强调，学校也应在青少年网络素养的培养中发挥更大的作用。她指出，虽然现在学校开设了信息技术课，但网络伦理和道德教育内容还不够系统。她建议，学校应引入更系统的课程，帮助学生更好地理解网络社会的道德规范。

同时，她认为，学校应通过更适合青少年的方式来传授网络素养。例如很多学生已经不再通过

同时，许多新媒体平台在提供娱乐内容的同时，逐渐承担起了社会责任，官方机构和媒体也纷纷入驻这些平台。这表明，互联网信息平台正在朝着更加积极的方向发展。

在讨论家长对青少年上网的规范时，牟成梅指出，家长的学历与网络素养并不总是成正比。她以自己为例称，虽然并非成长在互联网时代，但通过自我学习，她能够与孩子在网络使用方面达成共识。

她强调，家庭是青少年健康使用互联网的第一道防线。她呼吁家长们不仅要提升自己的网络素养，还要学会与孩子有效沟通。牟成梅提到一个家庭教育成

功的案例：父亲负责控制孩子的娱乐时间，母亲则引导孩子如何保护隐私。这种良好的家庭教育模式使得孩子能够健康、合理地使用互联网。

牟成梅总结道，家庭教育在青少年网络使用中有三大关键要素：安全、协商和监管。首先，家长要确保孩子的网络安全，尤其是隐私保护。其次，家长应与孩子协商互联网使用规则，而不是采取强制措施。她特别提到，青少年对自主权的渴望使得强制手段往往适得其反。最后，适当的监管必不可少，但这应该基于尊重和信任的前提。

她还指出，很多家长在孩子

青少年能够在网络中健康成长。

“种一棵树，最好的时机是十年前，其次就是现在。”最后，牟成梅引用了这句流传甚广的名言指出，自2006年起，社会对青少年互联网问题的关注和努力已经取得了显著成效。展望未来，牟成梅相信，今天的讨论和行动，将为未来的青少年网络使用创造更好的环境，并帮助他们更好地融入互联网时代。

## 曾昕：青少年用网扩散化趋势明显

本报记者 李静 北京报道

9月12日下午，《青少年蓝皮书：中国未成年人互联网运用报告（2024）》（以下简称《青少年蓝皮书》）新书发布暨青少年科技创新发展优秀案例发布仪式在北京举行。

中国社会科学院新闻与传播研究所视听新闻与传播研究室副主任、副研究员曾昕有多年参与《青少年蓝皮书》的工作经验，多年的观察下，曾昕发现青少年用网扩散化的趋势明显。

青少年用网扩散化首先体现在用户人群上，青少年用网的比例正变得越来越大，并且从城市、城镇的青少年扩散到乡村地区的青少年。

扩散化的同时也体现在青少年用网的设备上。“早期我们做调查时，很多青少年还是使用计算机上网，甚至那个时候还有很多青少年是在网吧上网。这几年青少年用网设备越来越移动化，包括手机、iPad、智能手表等。”曾昕说道，另外，青少年用网时涉及的内容也呈现扩散化趋势。

曾昕指出，扩散化的表象下面，其实有越来越精准化和垂类的趋势。比如在深度访谈时，以前的青少年会经常说：“没有网，我的生活就完了。”现在更多的青少年说的是“如果没有芒果会员，我就over了”，“如果没有B站，我的生活就会很平淡”，他们对特定的内容和特定平台的依赖性趋势正在越来越强。

另外，曾昕指出青少年呈现出更多正向用网的表现。以前青



曾昕

中国社会科学院新闻与传播研究所视听新闻与传播研究室副主任、副研究员

少年用网目的更多的是休闲或者娱乐；当前青少年用网获取知识、辅助学习的现象越来越多。“我们

调查接触的很多青少年上网的平均时间是两到三个小时，大概有一半的时间花在网上学习及解决学习中遇到的问题方面，比如哪道题不会，他们会通过网络去寻找答案，在日常生活中遇到困难，以前的第一反应是找家长和老师，现在则是先上网搜索一下答案。”

网络对青少年的正向功能除了作为学校课堂的补充，对于生活也有很大的益处。“去年我们在做短视频类调查的时候发现，孩子在自觉通过社交媒体，主动获取生活的经验和技能，并且这个过程是非常自发的，不是老师或者家长硬性地要求我们的孩子。”曾昕说道，另外，现在很多青少年对网络的使用能力已经超越了他们的老师和家长，媒介反哺的现象会越来越强。

## 张尧：打击游戏黑产 守护未成年人成长

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

“面对互联网，最重要的是我们如何利用和使用它，让我们的工作、生活变得更好，如何平衡我们在网上冲浪时，用于工作和娱乐的时间。”9月12日，在《青少年蓝皮书：中国未成年人互联网运用报告（2024）》新书发布暨青少年科技创

新发展优秀案例发布仪式上，途游游戏副总裁张尧谈及未成年人保护工作时说道。

除了合理利用互联网，张尧认为，在互联网时代开展未成年人保护工作时，应该关注个人信息的保护，如定期修改个人的重要平台密码，以及懂得筛选信息。“网上充斥着各种各样的信

息。我们要有辨别真伪的能力，不要人云亦云，不要轻易相信一些虚假信息。”

“游戏企业和政府现在所做的工作已经得到了超过九成家长的认可，有八成以上的家长了解了一些未成年人保护的相关政策。”张尧说道，“我觉得这个价值是很大的：越来越多的家长认识到未成年

人保护的核心责任在于家长本身，企业、政府是辅助角色，关键是未成年人保护工作如何能系统性地做得更好。”

张尧还提到，游戏相关的黑灰产业是防止未成年人沉迷游戏的一大阻碍，应该引起重视。“这种黑灰产业通过向未成年人租售账号，兜售破解防沉迷机制的方

法，使未成年人可以绕开相关监管限制。”

“其实，现在很多游戏大厂联合执法部门打掉了一些黑产，还主动升级各家的技术，比如通过人脸识别和AI技术等，主动识别一些账号，并关停它们。我觉得这项工作的意义也很重大。”张尧表示。



张尧

途游游戏副总裁

# 花万元为自行车“变装” Cityride为氛围感买单

本报记者 陈燕南 北京报道

继 Citywalk 之后，Cityride 又“出圈”了。

在经历多年高压的工作之后，芝麻狐(化名)决定辞职。在很长一段时间内，他选择用旅行和骑行来重新找回生活的意义。在照片中，芝麻狐穿着宽松的衣服，戴着帽子和墨镜，或骑着，或推着黄色的自行车，穿梭在城市的大街小巷中，迎着阳光和微风，慢悠悠地度

## 网红款紧缺 限量版溢价

买一辆自行车只是起点，之后的费用才是重点。

记者在北京一家美利达看见，不到20平方米的空间密密麻麻地摆放着自行车以及各类零配件、维修工具，还有头盔、手套等物品。晚上9点，依然有一些消费者正在购买自行车，一位女性顾客在路边试车。

据工作人员(马利)介绍，这位女性顾客已经在店内买了3台车，今天是第4辆。“她和她男朋友都喜欢骑车，他们想各自拥有一辆山地车和一辆公路车。平时山地车用来骑着上班，公路车则用来玩。山地车更平稳一些，平时骑着上班更舒服一些，公路车则速度更快一些，骑起来更有乐趣一些。”马利说。

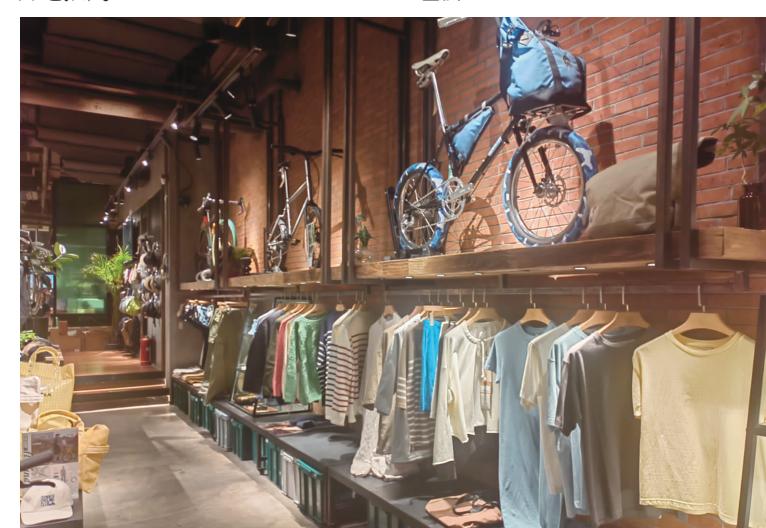
事实上，马利见证了不少骑行爱好者对自行车的更新换代。在他看来，骑自行车是能上瘾的。“一位男性顾客刚开始在店内买了一台两三千元的入门自行车，骑了一段时间之后，觉得不够过瘾，所以前几天刚换了一台价值大概在1.5万元的自行车，骑了几天后又觉得轮子不够轻快，又换了一组碳纤维的轮胎，价格在5000元，所以经过重组之后，这位男性顾客的自行车总价值在2万元。”

之后，记者进入一家崔克(TREK)看到，店内心中心的架子上正放置着一辆色彩“酷炫”的公路车，根据工作人员王海(化名)介绍，这款车算是全店配置最高的车型了，价格大概在13万元。“如果想要全款定制的话大概也需要15万元。另外还有不少人喜欢改装，这样一来，价格就没有上限了。”王海表示。

虽然价格不菲，但不少品牌的

过了一整天。“好像日子变得更慢了，也能细细地品味生活中的美好。”他对《中国经营报》记者表示。

今年开始，“夜骑长安街”的相关话题词条席卷全网，从建国门到复兴门这6公里的路段，已经成了今年北京最火爆的骑行路线，甚至出现了拥堵现象。问及众多人爱好骑行的原因，他们相同的感慨是，骑行能让人从现实的焦虑中短暂地抽离。



RE而意店内，除了售卖自行车，还售卖配件、服饰、饮品等货品。陈燕南/摄影

网红款仍处紧缺状态。王海指着第八代 Madone 说：“这个型号只剩下一台蓝色 L 码的，其他尺寸是缺失的，预计要12月份才能到货，有的可能明年才会来。主要还是工厂供应紧张，而且基本上到了一批就会迅速卖掉。”

另外限量版的自行车还存在溢价的现象。“小布(Brompton)柏林限量款，它是五个颜色拼出来的，市场中出现了一些溢价。加上运费以及税费等，我朋友当时买了不到3万元，目前的价位应该在4万元左右。”芝麻狐说道。

值得注意的是，天猫发布的《2024运动户外行业春夏趋势白皮书》显示，今年以来，公路车整车成交量呈现消费升级趋势，万元以上整车的市场份额扩张了1倍以上。单车配件在天猫成交金额同比增长70%，成交笔数同比增长超50%。

据了解，买一辆自行车只是起点，之后的费用才是重点。芝麻狐对记者表示：“2022年的时候购买了第一辆小布，后来陆续看到更好看的小布就及时入手，并且一直往轻量化方向去改装，从原本的12公斤改到了现在10公斤，同时，坐管和

几辆单车，三五知己，结伴探索城市隅角，共同领略深藏的风景。似乎当下，骑行已经不仅仅是一项低碳环保的健身运动，围绕着“生活感”和“氛围感”的骑行场景正在成为新消费的“触发点”。

为此，记者深入采访了骑行爱好者，探访了多家自行车门店，寻找自行车新兴品牌的创始人，企图挖掘骑行爆火背后的“双轮经济”。



RE而意店内，除了售卖自行车，还售卖配件、服饰、饮品等货品。陈燕南/摄影

坐垫也更换成了碳纤维材质的。另外 C 扣、前后灯、头盔都涉及安全，是必需品，所以也会买得更贵一些。还有小布每年都会出一些好看的配饰，遇到喜欢的也会买一些，水壶、挂包等也会购买。改装费用将近1万元。”

此外，维修保养也是一笔不菲的费用。“维修保养的价格在200—500元。”芝麻狐说，“有的零配件只有小布店内有，而且折叠技术也是小布比较独有的，所以维修成本是比较高的。”

“就算是最顶配的自行车，比如小布的T-line系列已经算是很高级了，但是爱车的人就会不停地改装，有新配置了或者新颜色了，就会想着换一组，有的人就喜欢把自行车当成大玩具一样玩，我了解到的有不少骑友，会花近十万元进行改装。”芝麻狐说道。

值得注意的是，天猫发布的《2024运动户外行业春夏趋势白皮书》显示，今年以来，公路车整车成交量呈现消费升级趋势，万元以上整车的市场份额扩张了1倍以上。单车配件在天猫成交金额同比增长70%，成交笔数同比增长超50%。

在一位骑行爱好者李萌(化名)看来，更换配件就像为自行车换“新衣”。在他展示的配件中，记者看到了五颜六色的零部件，晒出的“爱车”也同样形态各异。“不少人会根据今天的心情或者场合随时切换爱车的配置和颜色。”他表示。

## 成为社交新货币

品牌背后代表着文化和共识，选择了一台车就选择了一群人。

从最初的通勤到进行各类改装，到加入社群活动，到成为宣扬自行车文化的博主，芝麻狐已然成为一名资深“玩家”。

在社交平台上，芝麻狐骑着黄色小布的形象深受众多粉丝的喜爱。但成为一名博主，则是源于一些机缘际会。“最初想买小布，是因为它是折叠车，轻便小巧，能带上地铁，还可以解决家到地铁的‘最后一公里’的距离，结果爱上了自行车运动，后来在骑行中有其他车主为我拍摄了好看的照片，我分享在了网络上，得到大家的喜爱，于是就有不少品牌寻求合作。”

在芝麻狐的笔记中，记录了改装过程、骑行时刻、拍摄机位、旅行城市等，但更重要的是，芝麻狐获得了很多朋友。

“之前纯粹是基于通勤目的购买的自行车，没想到还能通过自行车进行社交。小布的社群是

和休息区，来自五湖四海的骑行爱好者一起围炉煮茶，一起生火烧烤，一起聊天合影。骑行营造出的氛围感正在吸引着越来越多的人。

在评论区，有不少网友咨询博主们的骑行服、护目镜、头盔等物品的链接，还有旅行场地、加入社群的具体信息。

记者发现，社交属性成为当前购买自行车中最为重要的元素之一。在不少骑行者看来，品牌背后代表着文化和共识，选择了一台车就选择了一群人。

“不少品牌都会建立自己的社群，来举办各类骑行活动。”一位崔克的工作人员告诉记者，“之前我们在内蒙古举行了一次为期三天的活动，其中有领队、补给，还有摄影人员，就是把大家的车拉到景点，然后大家一起在景点骑车聊聊天，一个人报名费大概千元。”

记者注意到，在各个社交平台上，不少骑行爱好者在视频中不仅分享了自己的骑行过程，还晒出了骑行目的地，有城市的街道和景点，也有山中的湖泊和森林，更有无数处随遇而安的角落。但不约而同的是，在聚集区

## 双轮踏出“氛围感经济”

近年来，重视氛围感、热衷体验感，为时下不少年轻人所青睐。

随着“骑行热”的持续高涨，骑行经济也迎来更多发展机遇。

“不少骑友骑着骑着就会想去参加赛事，于是就会购买更加适合自己的自行车和装备，所以还衍生出了飞艇师这样的职业，飞艇师的工作重点在于帮助骑手选择合适的自行车配件，并调整自行车以适应骑手的身体条件。”一位业内人士对记者表示。

从专业骑行装备销售到提供多元化骑行服务，从骑行新职业的衍生到骑行爱好者空间的打造……随着产业链的不断完善，新的消费业态正在层出不穷。

记者在北京一家名为“RE而意”的店内看到，除了销售自行车和配件之外，门店内还有咖啡、服装进行售卖。服装也并非骑行服和运动服，而是一些看起来比较休闲时尚的衣服。

RE而意创始人罗园表示，对于RE而意来说，第一阶段的

目前自行车品牌似乎也在向着这方面的趋势演进。记者了解到，RE而意近日打造了“自行车之家”，一个专为骑行爱好者设计的复合式体验空间。这里集路线咨询和自行车租售、清洗、维修、保养服务于一体，并融合服装、杂货销售、咖啡、饮品评选以及民俗体验。

值得注意的是，除了RE而意，还有更多的企业正在加入。企查查数据显示，近十年，我国自行车相关企业注册量逐年增加，且增速基本逐年攀升，尤其是2022年，我国累计注册70.3万家自行车相关企业，同比增加117.2%，达近十年增速高峰，在此基础上，2023年我国自行车相关企业注册量同比增加110.6%至148.0万家，接近2014年同期的27倍。

从场景营造到氛围感经济，带动了新的业态与体验。由此引发的相关消费行为，正在创造出一个又一个新的消费增长点。

# 从实验室“走向”生产线 固态电池研发量产提速

本报记者 尹丽梅 张硕 北京报道

固态电池的消息每一次迎来“更新”都会在行业内掀起波澜，这一次也不例外。

近日，丰田汽车固态电池生产计划已获得日本政府正式批准，并将于2026年正式启动固态电池的生产，其规划是在2030年后实现年产量9GWh的目标。几乎在同一时间，梅赛德斯-奔驰宣布，与美国电池初创公司Factorial Energy合作开

## 量产“上车”时间表不断刷新

在动力电池领域，固态电池总是能拨动企业的“敏感神经”。这是因为目前各个企业在固态电池方面基本上还处在同一起跑线上，而若某家企业一旦掌握先机，将颠覆市场格局。

丰田汽车是最早开始研究固态电池的汽车制造商之一，也是全球拥有固态电池专利最多的企业。近期，丰田汽车给出了将于2026年启动生产固态电池的消息。据悉，丰田汽车将在2027—2028年推出搭载全固态电池的纯电动汽车，随后实现每年数万辆规模的量产。

同为日系车企，日产汽车则计划在2028年度向市场投放全固态电池EV。本田计划将全固态电池搭载到2025年下半年上市的纯电动汽车上。

丰田以及其他日本企业一度全力押注固态电池，希望借助技术

发的新型全固态电池技术取得突破，有望将电动汽车的续航里程提高80%，预计将在2030年前实现量产。

固态电池被行业视为最具潜力的“下一代动力电池”。行业内普遍认为，现有液态锂电池能量密度已接近技术极限，难以在不增加体积和重量的前提下大幅提高能量密度。与目前行业广泛应用的锂电子电池相比，最大的不同在于用固态电解质代替电解液，在安全性、能量密度、循环寿命、充电速度等方面优

路线转换赶超中国和韩国企业在液态电池领域的优势。

梅赛德斯-奔驰与美国初创电池公司Factorial Energy共同开发的新型固态电池被命名为“Solstice”。相比液态锂电池，Solstice可以使电池重量减少约40%，并且在同等体积下能让电动汽车的续航里程提升80%，使其续航里程突破1000公里。目前这款电池正处于测试阶段。

国内相关企业也正在争分夺秒，试图加快固态电池的研发量产速度。

今年4月，广汽集团总经理冯兴亚宣布，广汽集团全固态电池计划于2026年上车，将首次搭载于昊铂车型。7月，上汽集团新任总裁贾健旭透露，上汽集团全固态电池已经开启了500天投产计划，进入投产倒计时。据悉，今年上汽集团的聚合物固态电池已在上汽集团

势明显。并且，固态电池在低温环境下表现更为出色，不易出现电池性能大幅下降的问题。

“在构成锂离子电池的所有材料中，只有电解液是易燃易爆的。很多锂离子电池的燃油、爆炸事故，也都是由于电解液出现了问题。固态电池不再使用电解液，使其提高了安全系数。”真锂研究创始人、总裁墨柯在接受《中国经营报》记者采访时表示，作为动力电池的一场颠覆性革命，固态电池是行业内十分

旗下智己汽车上率先使用，明年将考虑将其搭载到MG相关车型上。宁德时代、中国一汽、长安汽车、比亚迪等多家企业则将固态电池小批量上车时间表设定为2027年。

固态电池，特别是全固态电池的量产，事关科技主导权之争。

值得关注的是，与国外企业发力全固态电池不同，国内企业聚焦的主要是被称为过渡技术的半固态电池。半固态电池在短期内能够实现市场化，全固态电池则面临更大的技术挑战，从研发到商业化普及还有较长时间，但全固态电池被视作动力电池的“终极形态”。我国要防范全国固态电池带来的颠覆性风险。

“固态电池急不得，要一步一步来。”在近期举行的2024世界动力电池大会上，中国科学院院士、中国全固态电池产学研协同创新平台理事长欧阳明高表示，“大家

确定的技术发展方向。

从产业化进度来看，目前国内主流电池企业发布的全固态电池产品披露的量产时间基本都在2026—2030年。业内已经“迫不及待”，2024年以来，国内外多家企业“更新”其固态电池批量量产的时间表。

值得关注的是，记者在采访中了解到，固态电池制造成本高、技术难度大，短期内难以完全取代液态锂电池，目前许多公司的固态电池仍然处在研发和试验阶段。

觉得国外布局的进度很快，我们追不上，其实也没有那么着急。电池技术不是一天就可以被颠覆的，发展固态电池更是欲速则不达，解决问题需要循序渐进。我们首先应重点解决固态电解质的问题，然后解决负极的问题，再解决正极的问题。最开始固态电池的能量密度可能没有想象中高，但是可以聚焦在提高电池安全性、简化热管理上，我们的最终目标是要在2030年实现固态电池的大规模产业化。”

中信证券在最新发布的研报中指出，自2024年以来，我国固态电池行业出现半固态量产车型上市、半固态电池装车渗透率达1%等边际变化，产业化信号已至。纵观全球，当前日本全固态电池研发较为领先，但我国具备技术路线低风险、“小步快跑”节奏好、产业化条件充沛等优势，有望在半固态及全固态电池产业化下半场胜出。

## 尚需跨越技术、成本门槛

固态电池目前尚未走至量产上车的关键节点。

“如果用数字1到9表示固态电池的技术和制造成熟度的话，1是指刚刚涉及这一领域，9是指技术成熟可以投入大规模生产。当前行业最高水平只到了4左右，只是做出了一些器件样品，进行一些实验验证。”近期，在近期举行的2024世界动力电池大会上，宁德时代董事长曾毓群表示，宁德时代在全固态电池上，已经投入了7—8年的时间进行研究。研发全固态电池的关键，在于材料和化学体系的研究，而其中最为棘手的问题便是“固—固界面”问题，涉及材料科学、化学工程、物理学等多个学科交叉融合。

记者在采访中了解到，所谓“固—固界面”问题即固体电解质与电极材料之间的界面接触和化学稳定性问题。具体来看，“固—固界面”问题目前主要包括以下几个方面。其一，在固态电池中，固体电解质与电极之间难以实现完全的紧密接触，导致界面电阻升高，限制了离子在界面之间的有效传输。这导致电池性能下降，特别是在充放电过程中，电池的功率密度和能量密度会受到影

响。其二，固体电解质与电极材料之间在电池工作过程中会发生化学反应，导致界面处形成副产物。这些副产物可能阻碍锂离子的流动，增加界面阻抗，并降低电池的循环寿命。

与此同时，在充放电过程中，电极材料(尤其是锂金属负极)会发生显著的体积膨胀和收缩。这种体积变化会破坏固体电解质与电极之间的接触，导致电池性能下降甚至出现短路风险。

生产成本高是固态电池落地面临的另一大难题。目前，全固态电池的制造成本是锂离子电池的4—25倍。

墨柯在接受记者采访时表示，目前考虑固态电池的成本问题还为时尚早，对于任何一个新技术而言，成本并不是在发展早期就应该考虑的问题，首先需要把产品先做出来，在这之后再考虑降成本的问题。在早期，液态锂电池的成本也非常高。对于固态电池的发展而言，技术的沉淀和积累非常关键。

虽然在多个维度面临较大挑战，但从长期来看，行业内普遍认为固态电池市场广阔。研究机构 EVTank 在一份白皮书中指出，基于对固态电池技术路线和降本路径的研判，预计到2030年，全球固态电池的出货量将达到614.1GWh，在整体锂电池中的渗透率预计在10%左右，其市场规模将超过2500亿元，主要为半固态电池。

# 车企花式冲刺“金九银十”

本报记者 方超 石英婧 上海报道

“目前还是五年免息活动期间，购车预计能省2.2万元利息。”上海浦东一家特斯拉门店工作人员韩昊(化名)向《中国经营报》记者表示，“10月份就到第四季度了，五年免息活动可能会退坡。”

花式促销之外，车企当下也在密集推新冲销量，记者粗略统计发现，仅在9月，就有二十多款新车正式上市或预售，近期以来，上汽大

## 加速推新冲销量

瞄准“金九银十”行业旺季，车企正加速推新冲刺销量。

9月19日，蔚来旗下新品牌乐道汽车首款车型乐道L60正式上市，这款全面对标特斯拉Model Y的纯电产品，自今年5月15日正式亮相以来，一直备受行业关注。

“乐道L60目前预订单情况非常好，超过预期。供应链方面会有一个爬坡的过程，我们希望今年12月能达到1万辆的交付，我们希望明年的某个时候，能到单月2万辆。”蔚来管理层表示。

作为乐道品牌首款车型，蔚来对乐道L60的表现充满期待。蔚来管理层日前认为，乐道面向的市场是一个800万辆以上的市场，结合BaaS、充换电网络，非常有竞争力。“从销量上看，它的上限高很多。乐道的中长期经营目标是15%的整体毛利。”

除了乐道L60外，上汽大众帕萨特380TSI家族、领克Z10、极越07等重磅车型也在9月先后上市，以领克Z10为例，该车型是领克进入纯电领域的首款车型。

受到外界关注的是，纯电市场目前竞争日益激烈，而领克旗下首款纯电车型，却选择切入市场容量更小的C级纯电轿车市场，原因何在？

“虽然C级轿车不如SUV市场的销量，但C级市场销量的增长速度这几年却很快。”吉利汽车集团

众帕萨特380TSI家族、领克Z10、比亚迪2025款汉、蔚来乐道L60等明星车型纷纷上市。

“乐道L60自推出以来便受到市场的广泛欢迎，我们期待此新品牌能为我们在大众市场上占据有利地位。”蔚来CEO李斌日前表示，其预计蔚来第三季度的总交付量将再创新高，进一步巩固和扩大市场份额。

而在以旧换新政策刺激下，“金九”已迎来良好开端，乘用车市场信

息联席会(乘联会)数据显示，9月1—8日，全国乘用车厂商批发37.0万辆，同比去年9月同期增长1%，较上月同期增长41%；今年以来累计批发1631万辆，同比增长4%。

“‘金九银十’迎良好开局。”银河证券研报认为，地方补贴的陆续出台，有望带来消费者持币观望情绪的降低，推动消费者热情的进一步回升，为后续车市销量增长带来强有力的支撑。



“金九银十”车市旺季来临，车企“花式”招揽消费者。图为飞凡汽车上海门店。 本报资料室/图

高级副总裁、领克汽车销售有限公司总经理林杰认为，领克首款纯电车型进入C级车市场，由多种因素共同影响。

“第一，从A、B、C轿车尺寸级别来分，C级轿车对领克来说是空位的。第二，在吉利汽车集团的谱系中，C级轿车也是有空位的。领克整体的开发也是综合整个集团的产品开发规划而作出的安排。”林杰同时表示，“对于领克Z10，我们的目标是进入C级纯电细分市场的前三。”

记者梳理发现，除了已上市的领克Z10、极越07等车型外，自9月20日开始，车市迎来新一轮新品上市季，如9月20日当天，就有新款大切诺基4xe、锐骐6 Pro、深蓝L07、极氪7X、腾势Z9GT等6款车型上市。

“发布新品是车企冲刺销量的

重要手段之一。”中国汽车流通协会专家委员会成员景阳辉向记者表示，汽车行业一般有“金九银十铂金十一月”之说，在10月之前发布新品，有利于车企在四季度冲刺销量。

在业内看来，车市以旧换新政策的陆续出台，或将进一步刺激车市。据商务部发布的最新信息，截至9月14日零时，汽车以旧换新信息平台累计登记注册用户数超150万个，收到汽车报废更新补贴申请突破100万份。

“新车方面，下半年市场竞争热度持续。”信达证券研报认为，下半年入市的新车型，全面覆盖了入门级智驾车型、高端豪华轿车、中大型SUV、硬派越野等车型。“我们认为随着政策补贴进一步加码，叠加新车上市热度逐渐升温，汽车报废回收与新车换购量有望持续提升。”

## “花式促销”揽客

在加快新品上市步伐的另一边，车企也在销售终端“花式”揽客。

“我们现在购车优惠力度大，送的东西多。”安徽一家岚图汽车门店工作人员日前向记者表示，以岚图free 318两驱版本为例，“0首付贷款额为20万元，5年利息为24900元，月供3748元”。

不仅如此，上海长宁区一家上汽大众销售店工作人员日前向记者表示，大众ID3出众版，如果选择“0首付”购车，“贷款125000元，13个月可提前还款，13个月总利息6700元，贷款返利则达到19000元。”

在岚图汽车、上汽大众之外，特斯拉也推出五年免息活动。

“Model Y标准续航版价格24.99万元，现在是五年免息活动期间，首付7.99万元，月供为2833元。”韩昊向记者介绍，“第

三季度都是五年免息活动时间，预计能省下2.2万元利息，如果您本身打算全款购车，在参与该活动后，可以将剩余的17万元放

到银行理财，赚取更多利息。”

对于特斯拉推出的五年免息活动，中国汽车流通协会专家委员会委员章弘向记者表示，此举是通过间接降低消费者的购车门槛，“这种金融优惠方案既避免了直接降价带来的品牌形象的损害，又可以消除之前购车用户的不满情绪，一举两得，让特斯拉在激烈的市场竞争中继续保持优势”。

记者注意到，除了通过金融政策让利消费者外，不少车企还推出保值礼包、质保礼包等“花式”优惠活动，以吸引消费者，如9月14日，凯迪拉克全新XT5开启预售，其一口气对外推出“金

融礼”“置换礼”等8大礼包。

以凯迪拉克全新XT5推出的“保值礼”为例，该礼包主要内容为“3年8折保值回购权益”，凯迪拉克方面表示：“长期以来，中国豪华车终端市场价格波动较大，‘一周一价’的现象屡见不鲜，也让用户的购车体验大打折扣，‘何时出手’‘是否背刺’成为购车的最大痛点之一。”凯迪拉克方面认为，其推出的预售活动，目的是“降低用户的决策成本”。

无独有偶，上汽大众日前也宣布将动力总成的终身质保服务扩展至旗下所有燃油车型。在上汽大众销售与市场执行副总经理、上海上汽大众汽车销售有限公司总经理傅强看来，这是上汽大众对自身产品品质有信心的体现。

## 竞相打出“智驾牌”

高阶智驾加速落地的大背景下，在“金九”上市的诸多车型中，车企争相打出“智驾牌”。

作为百度与吉利联手打造的汽车品牌，极越汽车给外界最深的印象即在于智驾能力，以9月10日正式上市的极越07为例，该款车型就定位于“C级纯电AI智驾轿车”。

对于极越07的智驾能力，极越汽车方面表示：“极越ASD(Apollo Self Driving)是中国唯一、全球唯二的纯视觉高阶智驾解决方案，基于L4级自动驾驶大模型Apollo ADFM全新打造。”

而领克汽车相关负责人介绍，领克Z10采用路特斯机器人提供的定制高阶智能驾驶方案——LYNK LHP，全球布局，统一逻辑，已在全世界30个国家进行了场景验证，为用户提供安全、高效、舒适的高端智驾体验。同时，领克Z10至高可实现33项驾驶辅助功能。

“在更为高阶的NOA智能辅助驾驶方面，领克Z10的能力基本覆盖了用户日常出行的全

场景。高速NOA高阶智驾领航辅助，上市即交付，全国都能用，具有变道博弈的策略思考能力，变道、汇入匝道等操作，比高德地图预计的时间更快到达。”领克方面介绍，“城市NOA高阶智驾领航辅助，将通过后续OTA升级实现。”

记者注意到，随着车企竞相加码智能化，智驾也成核心卖点之一。

以近日上市的帕萨特Pro为例，上汽大众方面介绍，该款车型搭载了L2++级别IQ.Pilot智能辅助驾驶系统，由大疆车载团队基于中国特殊路况针对性研发，可实现0—130km/h范围内的L2++级驾驶辅助功能，只需按压方向盘左侧的按键即可开启。上汽大众方面强调：“该系统深度契合中国用户的驾驶习惯，全面领先市场上中高级燃油车型。”

“我想澄清一个误区，觉得‘聪明’好像就是电车的事情，跟油车没有关系；好像油车天生就是笨车，新能源天生就是‘聪明的孩子’。”傅强日前强调，“聪明不聪明首先要跟能源形式脱钩，要把这个观念先树立起来。”

颜景辉对记者表示：“新车

上市都以智驾、智能化为主要卖点，这其实顺应了消费者需求、产业发展趋势，消费者越来越重视智驾。”信达证券研报也认为，对消费者而言，智能化在消费者选购汽车中的重要性正日益提升。

“当智能驾驶算法层面逐渐收敛至‘端到端’架构后，数据+算力将成为核心竞争要素，头部车企或供应商能掌握更多更优的‘数据’，以及更强更快的‘算力’。”信达证券研报认为，优秀的智驾能力有望加强销量转化、最终强化车企马太效应，令智驾强者愈强。

# 本土独角兽集体赶考IPO 自动驾驶行业迎来“资本盛宴”

## 扎堆涌向美股和港股

本报记者 夏治斌 石英婧  
上海报道

“无智能，不造车。”伴随着智能网联汽车的蓬勃发展，自动驾驶行业也驶入发展“快车道”。尤其自2024年以来，国内自动驾驶赛道上的本土独角兽们，正在扎堆冲刺IPO。

今年8月，总部位于武汉的黑芝麻智能(02533.HK)在港交所上市，拿下“中国自动驾驶芯片第一股”的称号。除了成功IPO的黑芝麻智能外，还有数十家自动驾驶企业赶考IPO。

具体来看，排队上市的自动驾驶企业中，既包括芯片领域的地平线，也包括自动驾驶方案领域的纵目科技、文远知行等企业，港股和美股则成为它们冲刺IPO的目的地。

《中国经营报》记者注意到，早在2023年，就有来自激光雷达领域的禾赛科技(HSAI)和来自自动驾驶方案领域的知行汽车科技(01274.HK)，分别成功登陆美股、港股市场。

对于在行业普遍面临亏损的大环境下，公司营收和毛利如何逆势增长？9月11日、13日，记者致函并致电至知行汽车科技官网联系方式，但未收到回复。9月18日，投资者关系联络部门的工作人员告诉记者，会将采访需求与相关部门沟通，但截至发稿，尚未有回复。

追逐资本或是国内自动驾驶企业争相IPO的另一大原因。天眼查显示，2015年—2022年，纵目科技完成10轮融资，最近一次融资则发生在2022年3月。

记者同时注意到，在成功IPO之前，黑芝麻智能的融资也停留在2022年。天眼查显示，2016年—2022年，黑芝麻智能共完成9轮融资，最近一次是在2022年12月，由东风资产投资。

## 融资市场先热后冷

即使成功上市，破发、股价下跌也是自动驾驶企业的常见现象。比如黑芝麻智能，其上市发行价为28.00港元/股，开盘价为18.80港元/股，较行价下跌32.86%，上市首日破发。

不久前，黑芝麻智能发布了上市后的首份业绩公告。公告显示，2024年上半年，黑芝麻智能收入1.80亿元，同比增长69.2%；毛利率也从2023年同期的18.2%大幅提升至50.0%。

对于上述表现，记者发送采访提纲至黑芝麻智能投资者关系

者注意到，除了等待上市的自动驾驶企业外，已经有几家企业成功登陆了美股和港股市场。今年1月、8月，速腾聚创(02498.HK)和黑芝麻智能在香港交易所主板挂牌上市。实际上，早在2017年、2022年，纵目科技就已经挂牌新三板、冲刺过科创板，但表现都不好。

除了纵目科技、地平线外，国内的另一家自动驾驶初创公司小马智行IPO也不断传出消息。记

者注意到，过去三年，自动驾驶行业的融资情况呈现出先热后冷的趋势。“2016年左右，自动驾驶作为AI最有落地前景的方向，吸引了大量资本的关注和投资，但随着行业发展以及自动驾驶落地商业化短期内难以实现，加上一级市场整体萎缩，融资变得更加困难。”

上述行业资深从业者亦告诉记者，自动驾驶行业资金消耗巨

大。“在中国经历了接近10年的持续火热和大量资本投入和推动。但产业链当前并不成熟而且非常不健康，陷入恶性循环。行业本身特点是前期投入极大，包括技术研发、数据采集、测试等需要大量资源。”

“前期融资条款中的IPO时间对赌要求，通常从公司天使轮融资开始6年左右，2017年一

大。“在中国经历了接近10年的持续火热和大量资本投入和推动。但产业链当前并不成熟而且非常不健康，陷入恶性循环。行业本身特点是前期投入极大，包括技术研发、数据采集、测试等需要大量资源。”

值得注意的是，该资深从业者还告诉记者：“运动式的投入造成了大量浪费和同质化竞争。全产业链包括各个细分领域短期内很

2018年是中国自动驾驶公司的创业潮，近两年来迎来对赌到期。”对于为何今年自动驾驶企业纷纷推进IPO，以及行业出现上市潮的背后原因，辰韬资本执行总经理刘煜冬向记者解释道：“企业的估值较高，难以在一二级市场融资，但又需要大量资金以实现业务扩张。”

刘煜冬称：“不满足A股或科创板上市的盈利条件，(所以它们)选择港股或美股。实际上，目

前港股流动性极差，美股对中国公司并不友好，如果能够上科创板是更好的。”

除此之外，一位自动驾驶行业的资深从业者也告诉记者，2018年—2020年，自动驾驶行业处于风口期，吸引了大量的资本进入，而这部分资本投入到了5年—7年的退出期，因此退出压力巨大，甚至包括很多跟上市相关的对赌协议。而美股，特别是港股变成了明显的出路。

自动驾驶公司商业化不及预期的影响，2022年以来自动驾驶行业投资极其低迷，融资情况分化比较严重。“资本市场对公司的商业化进展要求更加严格，无人驾驶领域，聚焦特定场景、产品能够产生真实场景作业闭环和大规模商业化的公司能够获得资本支持；高阶辅助驾驶领域，形成广泛优质客户生态和市占率的公司能够获得融资。”

针对自动驾驶行业融资环境变化，以及何种企业能获得资本的青睐，刘煜冬称，受一级市场整体不景气，以及明星自

动驾驶公司商业化不及预期的影响，2022年以来自动驾驶行业投资极其低迷，融资情况分化比较严重。“资本市场对公司的商业化进展要求更加严格，无人驾驶领域，聚焦特定场景、产品能够产生真实场景作业闭环和大规模商业化的公司能够获得资本支持；高阶辅助驾驶领域，形成广泛优质客户生态和市占率的公司能够获得融资。”

成功上市也并非一劳永逸。刘煜冬表示，成功上市意味着公司有更多样化的获取资金的途径，但是对长期不盈利的公司，并不意味着安全。上市后面临的监管、盈利压力更大。“还未上市的自动驾驶企业需要实现商业化，在低迷市场环境中争取实现自我造血，活下来。”

联络电子信箱，并多次拨打企业在国家企业信用公示系统中提交的2023年年报中的联系方式，但始终未有人接听。

记者注意到，禾赛科技也在近期公布了2024年第二季度未经审计的财务数据，该公司实现营收4.6亿元，同比增长4.2%。与此同时，禾赛科技净亏损为0.72亿元，同比减少3.1%。

禾赛科技方面向记者表示，在全球激光雷达行业中，只有禾赛做到了保证大规模交付的同时，保持强健的财务韧性。禾赛

是行业首家提出将激光雷达推上“摩尔定律”轨道理念的公司。“一方面，禾赛与全球顶尖的主机厂和自动驾驶公司合作多年，把激光雷达领域的深厚技术积累转化成领先的产品性能；另一方面，在自主研发的垂直整合技术上不断突破，简化结构、降低成本、提升制造效率，将激光雷达推向更大规模的市场。”

根据公开报道，禾赛科技联合创始人、CEO李一帆表示，禾赛期待在2024年第四季度接近盈利。对于在提高营收和降低运营

成本采取的措施，禾赛科技方面向记者提到的举措包括“自主研发模块集成化技术，促进长期降本增效”和“自建工厂，保障大规模量产交付”。

以自建工厂为例，禾赛科技方面称，公司是最先提出自建工厂必要性理念的激光雷达企业。对于车载激光雷达这个历史上从未经历过大规模量产交付的产品而言，快速迭代和质量把控至关重要。“因此，对于激光雷达来说制造必须是研发的一部分，而自建工厂能更好地提升产品的迭代速度和大

# 燃油车降价“打破头” 东风日产艰难转型

本报记者 陈靖斌 广州报道

在新能源汽车的冲击下,东风日产的主销车型——日产轩逸,也被迫参与到这场愈演愈烈的“价格战”中。

伴随“价格战”的加剧,近日一则关于轩逸价格跌至4万元的传闻也迅速传播开来。甚至有消息称,一些经销商提供高达5.3万元的折扣,最

## 主要车型面临困局

东风日产轩逸陷入了价格下降与销量滑坡的双重困境,在这一市场环境下,关于轩逸降价至5万元甚至4万元的传闻也不胫而走。



“油改电”日产轩逸在北京车展展出。

降价至5万元甚至4万元的传闻也不胫而走。为核实这一消息,记者联系了佛山多家东风日产4S店。一位佛山禅城的经销商表示:“4万元买不到裸车,最低贷款加起来也要7万元左右,这些传言多是抖音直播间的一些二手车贩为蹭流量故意夸大宣传。”

尽管轩逸的实际降价幅度未达市场预期,但从当前的价格表现和销量变化可以看出,东风日产及日产中国正面临重大挑战。

日产中国发布的2024年8月销售数据更进一步揭示了其在华市场的严峻形势。数据显示,东风日产

低售价降至5.56万元。在广东佛山,部分经销商更声称,若消费者选择分期付款,价格可低至4.28万元。值得关注的是,轩逸的销量也在持续下滑。8月的轿车销量数据显示,轩逸已跌至第七位,而此前,这款车长期稳居销量排行榜的前四。

面对价格压力和销量的双重

## 一困局。

日产轩逸面临的困境,实际上也反映了东风日产在新能源转型过程中遇到的挑战。东风日产相关负责人坦言,艾睿雅等新能源车型与市场头部销量车型存在差距。现如今,东风日产的新能源转型能否成功并获得市场认可,仍然充满不确定性。

## 转型难获市场青睐

尽管东风日产强调了其在智能化领域的投入,但记者发现,东风日产在新能源领域的竞争力明显不足。东风日产的负责人对此坦言,艾睿雅等新能源车型与市场头部销量车型存在差距。

东风日产在面对中国新能源汽车市场日益激烈的竞争时,虽然表现出向新能源转型的意愿,但其重点仍集中在传统燃油车的智能化升级上。

“面对市场挑战,东风日产致力于在产品转型上守正创新,既要稳固燃油车的销量,也要快速推进新能源的转型。与此同时,公司正加速燃油车智能化的升级步伐,通过与顶尖科技公司的合作,全面提升内饰、配置、芯片算力和软件体验等各个方面。我们希望从‘油电同价’升级为‘油电同智’,使车辆的智能化系统与动力系统实现更紧密的结合。”东风日产相关负责人说道。

尽管东风日产强调了其在智能化领域的投入,但记者发现,东风日产在新能源领域的竞争力明显不足。

张翔指出,东风日产在新能源汽车领域的竞争力明显不足,其根本原因在于一直以来没有开发全新的电动车平台,而是依赖于“油改电”的方式。这种做法导致日产的电动汽车在技术参数和性能上,与中国本土的新能源汽车相比存在较大差距。

东风日产的新能源车型,如启辰大V DD-i超混动和艾睿雅,也未能在市场上取得显著成功。以艾睿雅为例,8月仅售出1469辆,远低于市场主流新能源汽车的销量。东风日产的负责人对此坦言,对于东风日产而言,艾睿雅等新能源车型与市场头部销量车型存在差距。

林先平则进一步指出,东风日产在技术研发、营销和市场竞争策略上均存在不足。在技术

层面,东风日产需要加大研发投入,提升新能源汽车在续航、充电速度和智能化水平等关键指标。同时,在营销策略上,公司需要强化对新能源汽车的宣传推广,以提升消费者对其产品的认可度与接受度。此外,东风日产应通过推出更多具有差异化和个性化的产品来增强市场吸引力。

尽管东风日产计划在未来三年内投入超过100亿元,研发核心控制、动力总成和平台技术,并计划到2026年推出7款新能源车型,但这些举措目前仍停留在规划层面,未能对当下的市场格局产生实际影响。

东风日产未来的技术布局,包括电池底盘一体化、800V超快充、超集成电驱系统、大模量座舱和智能底盘等,虽然展示了技术前景,但东风日产能否在短期内通过这些技术打破市场困局,仍面临巨大挑战。

张翔认为,东风日产要想在中国新能源汽车市场取得突破,必须进行更为大胆的战略转型。他建议:“日产需要制定长期在中国市场发展的规划,将研发重心转移至中国,利用中国的资源优势和强大的供应链体系。如果继续依赖日本本土的开发体系,东风日产将难以获得在中国市场的竞争优势。”

此外,张翔还强调,东风日产必须为燃油车逐步退出市场制定明确的时间表,以新能源汽车逐步替代传统燃油车。他认为:“如果东风日产不进行大规模的技术和产品创新,继续依赖过时的车型与技术,未来在中国市场的生存空间将越来越小。”

# 暂停江西锂云母业务 宁德时代如何开辟新能源盈利路径?

本报记者 陈靖斌 广州报道

## 锂市场波动影响公司业绩

近日,瑞银集团发布了一份题为《中国锂价见底》的研究报告,引起广泛关注。报告中指出,经过多方调查核实,宁德时代在9月10日的会议后最终决定暂停在江西的锂云母矿业。此决定被业内认为将对锂矿市场产生深远影响。

瑞银分析师认为,宁德时代的停产决定将使中国碳酸锂的月产量减少约8%,并有助于缓解当前的供过于求局面,从而推动锂价回升。瑞银预测,2024年余下的时间里,锂价可能会出现11%至23%的上涨。

宁德时代随后向媒体确认了这一停产消息。公司表示,基于近期碳酸锂市场的波动,他们将对宜春碳酸锂的生产计划进行调整。这一声明反映出宁德时代对市场动态的敏感性及其灵活的应对策略。

实际上,宁德时代暂停江西锂云母业务的决定背后,也在谋求新增长点,9月13日,宁德时代发布天行电池B-客车版。据悉,该电池可将新能源客车全生命周期延长至15年150万公里,并将客车行业动力电池最高能量密度提升至175Wh/kg。

针对此次宁德时代暂停江西锂云母业务的详情,《中国经营报》记者曾试图联系宁德时代以获取更多信息。但公司相关负责人回应称,目前无法就此事作出进一步评论。

## 寻求电池新增长点

宁德时代在暂停江西锂云母项目后,面对业绩受到锂价波动的影响,正在积极寻找新的盈利增长点。

今年7月,宁德时代推出了全新的商用车动力电池品牌“宁德时代天行”,并发布了两款搭载天行电池的商用车产品。

9月13日,宁德时代正式发布了天行电池B-客车版。该电池能够将新能源客车的全生命周期延长至15年或150万公里,并使客车行业的动力电池能量密度达到175Wh/kg的行业新高。这一技术突破不仅提升了电池性能,还为新能源汽车的推广与普及提供了有力支持。

目前,宁德时代天行B-客车版电池已与13家客户展开合作,计

划在80款车型上开发并应用此电池。宁德时代预计,到2025年,全球近一半的城市客车将实现电动化,现有的早期新能源客车也将迎来换代高峰。宁德时代通过创新的电池技术与解决方案,正在加速这一进程。

事实上,早在2013年,宁德时代就开始专注于客车领域动力电池的研发与生产。如今,全球已有超过38.5万辆客车搭载了宁德时代的电池。

电车汇的统计数据显示,今年7月,国内纯电动客车市场中的电池装车企业包括宁德时代、国轩高科、比亚迪和亿纬锂能四家,其中宁德时代的市场份额高达82.7%。

宁德时代客车业务部执行总

生积极影响。

锂市场的波动对整个行业产生了深远影响。碳酸锂价格自2022年11月达到每吨60万元的高点后,一路下滑。截至2023年9月,碳酸锂的价格已跌至7.35万元/吨。甚至在9月6日,碳酸锂期货主力合约一度跌破7万元/吨,创下上市以来的新低。这一价格下跌不仅给矿产企业带来了压力,也影响了下游锂电池生产企业的利润。

宁德时代的业绩也因此受到了影响。2024年上半年,公司营业收入为1667.67亿元,同比下降11.88%。原材料价格下跌导致电池成本相应下降,这是宁德时代连续三个季度营业收入同比下滑的原因之一。与此同时,上游矿业公

司如赣锋锂业和天齐锂业的业绩也受到了冲击,2024年上半年,两家公司都从盈利转为亏损。

产能利用率方面,宁德时代2024年上半年的产能利用率从2023年的70.5%下降至65.3%,虽然相比2023年同期的60.5%有所增长,但与2022年上半年的81.25%相比,仍处于较低水平。

经济学家余丰慧向记者指出,宁德时代暂停江西锂云母业务,主要反映了全球锂电池市场供需失衡的现状。“全球锂电池产能过剩,市场竞争加剧,企业不得不调整生产策略以应对这些变化。但这并不意味着国内锂矿产能将全面退出市场,而是企业为了优化资源配置、减少不必要的开支,作出的理性

决策。”他表示。

产业观察家洪仕宾也认为,宁德时代暂停锂云母业务,反映了全球供应链供大于求的现实。然而他指出,这可能预示着国内锂矿产能出清的拐点,但这并非唯一因素,还需考虑市场情绪和全球竞争格局等复杂因素。

宁德时代的这一决定也从更广泛的层面揭示了电池行业在技术进步、政策调整和市场需求变化等多重因素影响下的动态调整过程。

洪仕宾补充道:“对于宁德时代而言,这可能是一个重新审视并调整战略的契机,及时响应市场的变化,避免过度依赖自身矿产资源,而是通过多元化供应链保持其在全球市场中的竞争力。”

展新兴市场、加强国际合作的机遇。通过加大研发投入、优化全球布局,宁德时代有望进一步提升竞争力,积极应对全球市场的复杂局面。

与此同时,洪仕宾也表示,在当前全球政策环境不断变化的背景下,宁德时代应灵活调整其战略与布局,抓住政策壁垒和激励措施所带来的机会。洪仕宾建议,宁德时代可以通过技术创新与合作应对贸易摩擦的挑战,优化生产工艺、提高生产效率,并研发新型电池技术,以进一步巩固其在全球市场的竞争力。此外,深化与国际合作伙伴的关系,共同推动电池产业的可持续发展,也将成为宁德时代应对未来挑战的重要战略方向。

# 高管“组团”减持上亿元 三一重工能否撑起集团万亿市值梦？

本报记者 方超 张振 上海报道

“为什么董事长带头，每次在股价刚刚有点起色的时候，就要发减持？管理人员一直减持，自己都不相信自己企业，让股东怎么放心去持有。”日前，有投资者在上证e互动平台向三一重工(600031.SH)发问。

## 董监高集体减持套现

除减持金额较大外，“组团”减持的三一重工高管职位也颇高。

根据三一重工对外发布的股东及董监高减持股份计划公告，减持计划主要内容为：向文波、周福贵、俞宏福、刘华、刘道君、孙新良、席卿因个人资金需求，拟从2024年10月9日—2025年1月8日，通过集中竞价或大宗交易方式合计减持754.91万股，按照公告日收盘价计算，减持金额超亿元。

《中国经营报》记者注意到，在高管“组团”减持背后，是三一

投资者表达上述担心的源头，在于三一重工发布的高管减持公告。9月6日，三一重工方面公告称，因个人资金需求，公司7位高管拟通过集中竞价或大宗交易方式合计减持754.91万股，按照公告日收盘价计算，减持金额超亿元。

作为工程机械行业龙头企业，三一重工2020—2021年连续两年营收突破千亿元，市值最高超过4000亿元，在资本市场有“机械茅”

重工业绩近年来呈持续下滑势头。2022—2023年，三一重工营收增速分别为-24.38%、-8.44%，而在2024年上半年，三一重工营收同比下滑1.95%。

作为工程机械行业龙头企业，三一重工2020—2021年连续两年营收突破千亿元，市值最高超过4000亿元，在资本市场有“机械茅”

之称。不过，三一重工市值目前已回落至约1342亿元。

三一集团创始人梁稳根也在2022年表示，在三一集团的第五个十年（2026—2036年）里，要实现万亿市值目标。在业绩承压背景下，市值比高峰期已缩减超2000亿元的三一重工能否撑起三一集团万亿市值梦？



近日，三一重工核心高管集体减持引发市场关注。图为三一重工厂区。本报资料室/图

## 营收跌回2019年水平

今年上半年，三一重工海外收入增速已大幅回落至4.79%。

值得注意的是，在高管集体减持引发股价波动后，三一重工罕见“出手”，披露了月度经营数据。

9月9日晚间，三一重工发布《关于公司近期销售情况的公告》，详细披露了三一重工8月份国内市场销售情况，以及今年前8个月在非洲市场销售情况。

Wind数据显示，自2012年以来，三一重工仅发布过3份标题带有“销售”字样的公告。除了上述公告外，另外两份公告分别是2012年1月16日发布的《关于2011年挖掘机销售的简报》和2022年10月25日发布的《关于2022年前三季度海外市场销售情况的公告》。

根据最新数据，今年8月，三一重工国内小挖销售台量同比增长51%、中挖增长44%、大挖持平；非挖产品如混凝土机械、起重机械降

幅收窄。海外小挖销售台量同比增长16%、中挖增长32%、大挖增长63%；非挖产品如混凝土机械、起重机械延续上半年高增速。

而在营收方面，今年上半年，三一重工实现营收387.38亿元，同比下降1.95%；归母净利润为35.73亿元，同比增长4.8%；扣除非归母净利润为31.26亿元，同比下降19.09%。

记者注意到，三一重工今年上半年营收呈现“内降外升”态势。2024年半年报数据显示，三一重工国内营收为142.87亿元，同比下滑11.68%；海外销售收入达到235.42亿元，同比增长4.79%。海外收入占公司主营业务收入的比重达62.23%。

海外市场稳中有进，中国企业全球竞争力持续提升，海外市场

份额稳步扩大，市场前景广阔。”对于海外市场发展前景，三一重工在2024年半年报中乐观表示。

不过，三一重工海外业务营收增速已呈放缓趋势。

“报告期内，国际收入占营业收入比重56.88%，公司大部分收入与利润来源于国际市场。”三一重工在2023年半年报中表示，报告期内，实现国际销售收入224.66亿元，同比大幅增长35.87%。

而在今年上半年，三一重工海外收入增速已大幅回落至4.79%。

拆解三一重工海外业务版图发现，今年上半年，三一重工除了非洲区域营收同比增长66.71%外，亚澳区域、欧洲区域营收增速仅为个位数，而在2023年上半年，上述两大区域增速分别为22.07%、

71.56%。此外，今年上半年，三一重工美洲区域营收增速已从去年同期的22.65%下滑至4.19%。

“公司国际化稳步推进，全球贸易保护主义抬头，大国博弈及全球政治经济的复杂性将给公司国际市场带来不确定性。国内外经济同步增长但仍存在不确定性，市场竞争加剧，大宗商品价格波动以及人工成本上升等因素，可能对公司销售规模和效益产生影响。”三一重工方面表示。

受房地产行业周期影响，三一重工营收近年来呈现整体下滑趋势。Wind数据显示，2020—2021年，三一重工营收分别达到1000.54亿元、1068.73亿元，而在2022—2023年，营收分别逐步回落至808.22亿元、740.19亿元，2023年营收不及2019年的756.66亿元。

## 市值跌去超2000亿元

作为三一集团旗下龙头企业，三一重工无疑是三一集团冲击万亿市值梦的重点所在。

三一集团官网信息显示，1986年，梁稳根带领创业团队，成立了涟源茅塘焊接材料厂，即三一集团前身，将焊接材料做到市场第一。

“1994年，三一集团开始第二次创业，从涟源到长沙，从特种材料到装备制造，三一重工完成股权改革，驰援智利与福岛，收购普迈，成为全球建机三强。”三一集团官网显示。

在2023年2月28日举行的三一节表彰晚会上，对于“第三次创业”的目标，梁稳根强调，将坚定不移地实现“333、366”目标：3000亿元销售额、30000名工程师、3000名工人。工程机械、港口机械、煤机矿车成为世界第一，风能装备、新能源商用车、石油装备、电池装备、氢能装备、光伏装备成为中国第一，工业互联网、动力电池、光伏产业、建筑工业化、环保装备、投资协同实现破局。

相较于“333、366”目标，梁稳根提出的万亿市值目标更受外界关注。早在2022年，梁稳根再次提及万亿市值目标：在三一集团的第五个十年（2026—2036年）里，集团要实现万亿市值目标。

据媒体报道，三一集团方面曾公开对外表示：“万亿目标指三一集团所有上市公司市值总和，包括三一集团现在的上市公司

以及未来可能会上市的一些公司，是一个长期的目标。”

记者梳理发现，目前，三一集团旗下共有3家上市公司，分别是三一重工、三一重能(688359.SH)、三一国际(00631.HK)。作为三一集团旗下龙头企业，三一重工无疑是三一集团冲击万亿市值梦的重点所在。

彼时，三一集团官网文章称：“数据显示，2020年以来，三一重工股价已累计上涨135%，总市值从1500亿元翻番至3500亿元，增速跑赢行业平均涨幅及三大指数上涨幅度。相较于2019年1月2日的股价7.79元，涨幅则超过了400%。”

但截至2024年9月19日，三一重工市值已回落至约1342亿元，三一重能市值为280.72亿元，三一国际市值为131亿港元（约119亿元）。也就是说，三一集团旗下3家上市公司目前总市值仅为1741.72亿元，离万亿市值目标相差甚远。其中，和高峰期相比，三一重工市值已跌去超2000亿元。

对于如何提振股价、董监高减持频率有所提升等问题，记者9月11日致函三一重工方面。9月19日，三一重工相关工作人员表示，相关领导可能在出差，会转告领导。截至记者发稿，未获进一步回复。

## 五篇声明回应百余封“小说举报信”

# 东风公司“反腐记”

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

连发5篇郑重声明，东风公司或迎来“反腐风暴”。

日前，东风公司纪委通过其微信公众号“廉洁东风”连续发布了5篇关于反腐相关的声明。在上述声明中，东风公司直指律师熊某为了维护其弟弟，向东风公司纪委寄送100余封“小说材料”

一样的举报信，将东风公司纪委和相关地方纪检监察机关、公安机关等几乎所有的参与熊某弟弟案件的办案人员都“反反复复告了个遍”。

对此，《中国经营报》记者联系东风公司方面采访，东风公司相关负责人表示，由于涉及整个公司的纪检流程，目前公司没有掌握更

多相关信息。同时，该负责人也表示，公司纪检部门会按照合法、合规的流程推进相关事宜。

事实上，近年来东风公司反腐力度不断加大。记者注意到，自去年下半年至今年4月，东风公司已有超20人被查，生产、销售和研发方面都有人员涉及其中。



近年来，东风公司反腐力度开启高压模式，持续打造“廉洁东风”。图为东风汽车成都国际车展展台。本报资料室/图

11月，二审法院依法作出终审裁定，驳回上诉维持原判。

“不得不说熊某这一点抓得很准，因为纪检监察机关违法办案就会产生自始无效的法律后果，熊某弟弟自然就无罪释放了。”东风公司纪委在声明中指出，熊某向东风公司纪委寄送的100多封举报信和此次在个人公众号发布的内容，很重要的一部分就是违法办案，并且表示，熊某100余封举报信的目的是想通过干扰舆论，无罪释放其弟弟。

熊某的这一举动也为东风公

司的反腐工作造成一定影响。对此，东风公司方面表示，熊某作为律师，应该以法律规定的合法方式依法维护其弟弟的合法权利，而不应该以对办案人员诬告陷害的方式公然为腐败分子张目。

“熊某的行为干扰了东风公司纪委办案工作，对纪检监察干部造成严重不良影响，对东风公司纪委反腐败工作造成伤害，公司对熊某予以强烈谴责！任何妄图以一己私利阻碍东风公司纪委反腐败工作都是徒劳！”东风公司方面表示。

## 反腐力度不断加大

相关资料显示，自2019年起，东风公司的反腐力度就开启高压模式，截至2022年，东风公司纪委就已经立案551件、处分629人、留置75人。另据公开信息，2022年1月—2023年1月，东风公司已对“一把手”开展提醒、函询、诫勉，累计达到36人次，查处各级“一把手”问题33件、处分38人。

记者注意到，2023年至今，东风公司的反腐力度仍未减弱，在纪委声明五连发后，东风公司纪委又发布了东风公司原副总工程师方驰涉嫌严重违纪违法，目前正接受东风公司纪委和湖北省十堰市监委纪律审查和监察调查的通报。

据不完全统计，2023年下半年至今年4月短短的半年时间内，就有27名东风公司高管落马。其中东风雷诺、东风雪铁龙等合资车企成为腐败的重灾区。

具体来看，东风系合资车企的销量均较上年同期有所下滑。其中东风本田、郑州日产的累计销量分别较上年同期下滑19.05%和27.15%，达到27.59万辆和2.4万辆。另一东风系合资车企神龙汽车的累计销售量也较上一年同期下降16.25%，达到4.79万辆。

在盘古智库高级研究员江瀚看来，合资品牌是东风公司的现金流牛，但这些品牌目前并不景气。“这些品牌在合资品牌中曾经具有较强的竞争力和市场地位。例如，东风本田、东风日产和神龙汽车等

今年3月，东风公司纪委、湖北省纪委监委发布消息，东风雷诺原常务副总裁胡信东因涉嫌严重违纪违法，正接受东风公司纪委和湖北省襄阳市监委的纪律审查和监察调查。

根据通报信息，2012年胡信东调任东风雷诺常务副总裁，在任期间，胡信东利用职务便利，为亲友谋取利益，收受贿赂，严重违反了党的纪律和国家法律法规。

除此之外，还有东风雪铁龙。今年4月，东风公司纪委通报，东风公司中国东风汽车工业进出口有限公司监事潘家年涉嫌严重违纪违法，目前正接受东风公司纪委和湖北省十堰市监委纪律审查和监察调查的通报。

据不完全统计，2023年下半年至今年4月短短的半年时间内，就有27名东风公司高管落马。其中东风雷诺、东风雪铁龙等合资车企成为腐败的重灾区。

据东风公司目前公布的8月产销快报，截至今年8月，东风公司今年的累计产销量较上年同期分别下降8.2%和9.3%，达到98.7万辆和96.3万辆。

具体来看，东风系合资车企的销量均较上年同期有所下滑。其中东风本田、郑州日产的累计销量分别较上年同期下滑19.05%和27.15%，达到27.59万辆和2.4万辆。

在盘古智库高级研究员江瀚看来，合资品牌是东风公司的现金流牛，但这些品牌目前并不景气。“这些品牌在合资品牌中曾经具有较强的竞争力和市场地位。例如，东风本田、东风日产和神龙汽车等

在此之前，东风公司纪委还通报了东风雪铁龙品牌所有方神龙汽车营销中心原专员高先刚、神龙汽车产品企划部新事业部办公室原负责人饶杰涉嫌严重违纪违法的情况。

在今年中秋节假期前，东风公司纪委、监察专员办又在公众号“廉洁东风”对4起违反中央八项规定精神典型问题进行公开通报，涉及东风公司乘用车公司、东风德纳车桥有限公司襄阳工厂以及东风设计研究院有限公司等多个东风公司旗下公司、工厂的管理层。

东风公司方面表示，公司各级纪委要把节点监督同群众身边不正之风和腐败问题集中整治结合起来，坚持风腐同查同治，深挖背后的腐败问题，持续释放一严到底强烈信号，驰而不息纠“四风”、树新风。

据媒体报道，公司各级纪委要把节点监督同群众身边不正之风和腐败问题集中整治结合起来，坚持风腐同查同治，深挖背后的腐败问题，持续释放一严到底强烈信号，驰而不息纠“四风”、树新风。

中信证券方面进一步表示，未来合资公司的股权转让、整合以及国企之间的合并重组，或将成为合资车企下一阶段的常态。“对于包括东风公司在内的自有品牌竞争力相对较弱的大型国有汽车集团，由于其过往盈利主要依靠合资车企，而合资车企退出后产能难以在体系内消化，因此很有可能出现此类大型汽车集团之间的国有资产整合。”

# 校企合作热潮来袭

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

当下,学校和企业的合作正迎热潮。9月14日,教育部、江苏省共建首个全国高校区域技术转移转化中心,目前已与20所左右高校参与建设。

据教育部相关负责人介绍,这一区域中心将重点围绕国家重大战略需求和产业发展需要,结合区域优势产业布局建设,旨在以产业需求为牵引,集聚优势高校和创新资源,实现高校和企业“双向奔赴”,让更多高校科技成果尽快转化为现实生产力。

## 校企加快合作 在业内看来,校企合作热的背后在于科技成果的转化。

要确保在竞争中不被淘汰,对于企业来说最重要的是持续推出新技术、新工艺、新产品。

记者注意到,近年来,像华为、阿里巴巴等国内科技巨头,不仅加大自身研发投入,还积极与高校加强合作,推动前沿领域的产学研结合,以促进创新技术的快速落地。通过合作获取更多的创新技术资源和人才支持,也正成为国内企业应对激烈市场竞争的重要战略。

近期出现的一个明显的变化是:地方想办法“搭台”,让学校和企业能够“共舞”。

据悉,日前成立的全国高校区域技术转移转化中心(江苏)将由南京市、苏州市为核心承载区,聚焦生物医药、信息通信、先进材料等领域,搭建全国高校开放共享的“一站式”“全链条”公共转化平台,推动高校与企业“双向奔赴”、高等教育与区域发展深度融合。

另外,9月10日,四川省国资委与清华大学共同发起组建的高校科技成果转化基金正式成立,该基金总规模100亿元,首期规模30亿元,由川内16家国有企业共同出资设立。

在业内看来,校企合作热的背

中国国际科技促进会标准化委员会工作组主任严宏在接受《中国经营报》记者采访时表示,科研到产业化是一个漫长的过程,成果转化是一项系统性工作,不仅涉及高校内部的体制机制,还与外部产业链、资金链等因素的影响有关。高校科研成果硕果累累,企业和市场也存在相应的需求,但两者需要一个中间桥梁帮助交流和对接,促成这些技术和产品实现标准化、产业化。尤其对中小企业来说,向大企业的产学研经验取经,提高自身的市场竞争力也非常必要。

## 科技成果落地 高校院所的科技成果转化需要专业人士和机构协助推进。

科技成果转化是将科学研究和技术创新成果转化的实际应用的过程。然而,在实际转化中仍面临诸多困难,包括技术成熟度不足、市场需求不明确、资金支持不足、知识产权保护不力、产学研合作不够紧密等问题,这就导致在将科技成果转化为具有商业价值的产品或服务时,缺乏有效的商业模式。

在业内看来,想要跨越科技成果转化的“死亡谷”,专业的“中间方”也必不可少,才能一端连接着高校科研资源,一端紧贴着市场前沿需求,打通成果转化的“最初一公里”和“最后一公里”。

中国科学院院士、西湖大学校长施一公向媒体表示,高校在科技成果转化的过程中面临外部渠道不畅的难题,需要多头对接,多方找钱、找地、找合作对象,无形中增加了交易成本,影响了转化效率。

国家知识产权局发布的《2022年中国专利调查报告》显示,企业发明专利产业化率为48.1%,科研单位发明专利产业化率为13.3%,而高校发明专利产业化率仅为3.9%。这说明大量科技成果处于“沉睡”状态。

值得一提的是,科研成果转化的前提是科研具有产业化价值。

21世纪教育研究院院长熊丙奇指出,我国高校科研成果转化率低是一个老问题,其原因有三:科研成果本身就没有转化价值;高校不重视科研成果转化,研究项目结题后,科研成果就束之高阁;高校缺乏专业能力实施成

果转化,有市场转化价值的成果也转化不成功。

严宏认为,高校作为基础研究主力军和重大科技突破策源地,满载科技成果,应让潜藏在高校院所的一流科技成果,通过科技人员和大学生创业等途径实施转化。既懂技术又懂市场的复合型人才短缺,也是制约科技成果转化的因素之一,应构建科学、合理的成果转化机制,发挥专业中介的作用,甚至可以在项目立项时明确市场需求和设置转化率指标。

斯坦福大学有一句名言:永远不要让教授坐到谈判桌前。即具有极强专业性的工作者,需要高水准的专业人士接续完成,而教授应该专注于自己的研究领域。有投资者曾向记者透露,目前科技成果转化相关的基金在招聘时都偏好有生物医疗、人工智能、材料科学背景的复合型人才。

熊丙奇也认同“引入专业中介”这一观点,这样能够更好地评价项目的研究价值,包括评估成果有无转化价值,论证怎么实施转化,具体如何实施转化。

从教育体制的角度,熊丙奇进一步建议:“必须改革科研管理与评价体系,明确科研定位,扭转唯项目、唯论文评价。从地方本科院校的办学定位看,学校组织教师开展的科研,应该属于应用研究,而非基础研究。因此,以科研成果转化率来评价这些学校的科研投入效益是合理的。而这类院校开展科研,更应该立足于服务人才培养与市场应用需求,要求教师把科研成果、前沿技术应用

到教学中。”

与此同时,高校院所的科技成果转化需要专业人士和机构协助推进。美国波士顿学院技术转移及特许授权办公室主任文立民在浦江论坛上曾介绍道,麻省理工学院、哈佛大学所在的马萨诸塞州,就有约12万名全职人员在技术转移机构工作或提供专业的技术转移咨询服务。

科技部发布的《中国科技成果转化年度报告(高等院校与科研院所篇)》显示,2023年全国高校院所科技成果转化项目金额总体呈上升趋势。截至2023年年底,全国1038家高校院所成立了技术转移机构,高校院所专职从事科技成果转化的人员为17881名,高校院所与企业共建研发机构、转移机构和转化服务平台数量达19574家。

高校科技成果长期存在“不能转”“不好转”“不会转”“不愿转”“不敢转”五大问题。转让的问题在于,即使研究学者作为发明人,也无法掌控专利的后续情况,很多企业买断专利只是为了申请高新技术企业认定,获取税收优惠等政策扶持,并不会实际落地专利。

据了解,国外在高校成果转化方面有不少成功的典型案例,如商业巨头谷歌和思科,都是美国斯坦福大学专利转化而来。

化工专业博士赵旭(化名)告诉记者,国外教师如果想将某项科技成果商业化,可以与学校协定排他性使用或买断,该成果的专利比较好拿到,学

校、企业、教职员能够形成利益共享。

据悉,《贝多法案》被认为是美国科研转化史上的分水岭。在该法案制定之前,政府资助科研项目产生的专利权,一直由政府拥有,科研成果转化乏力,许多成果被闲置。该法案将知识产权收益“一分为三”:分别归于学校或公司、研发团队、负责转化成果的中小创新企业。这极大地激发了高校专利技术转化的热情。

很多新兴领域的成果转化都是“双向奔赴”。今年中关村论坛发布的10项重大科技成果中,有多项是由高校和企业共同参与完成的,覆盖光芯片、材料、量子等前沿领域。

目前,高校成果转化机制的变革采用了试点模式,其关键是让科研团队获得职务科研成果的专利所有权或长期使用权,激发他们的转换科技成果的主观能动性。比如2022年,上海交通大学发起了一项“天宫计划”,帮助科学家融资。

记者注意到,近日多个省市出台涵盖了综合政策、成果权益、国资管理、考核考评、转化促进等方面政策内容,进一步激发科研人员创新创造活力和动力。例如,广东省委办公厅、省政府办公厅印发《广东省深化职务科技成果管理改革实施方案(2024—2027年)》,提到要开展赋予科研人员职务科技成果所有权或长期使用权改革,对于“先转化后奖励”的,应给予成果转化人转化净收入或股权奖励不低于70%的比例。

中国经营报  
CHINA BUSINESS JOURNAL



扫码了解更多

# 产业融合 赋能乡村振兴



# 珀莱雅“二代”接棒 增长能否延续

本报记者 许礼清 北京报道

近日，珀莱雅化妆品股份有限公司召开了2024年第一次临时股东大会，披露了公司新一届高级管理人员变动。原珀莱雅联合创始

## 方玉友离任影响几何？

对于方玉友的功劳，珀莱雅方面也给出了肯定。

珀莱雅召开的2024年第一次临时股东大会上，备受关注的就是侯亚孟接替方玉友成为公司新一任总经理。

对于方玉友的离任原因，珀莱雅方面表示：“方玉友先生因个人原因不再续任公司董事、总经理，接下来仍为公司联合创始人兼董事会顾问，辅助公司战略规划及经营管理支持。”

据悉，珀莱雅成立于2003年，于2017年上市。2023年营收超过上海家化坐上国货美妆的“头把交

人、董事兼总经理方玉友卸任公司董事、总经理，原公司副总经理侯亚孟接棒出任新一任总经理。

据悉，侯亚孟为珀莱雅实控人侯军呈之子。在业内人士看来，“二代”此时接棒意味着开始进入

到珀莱雅的“舞台中央”。而当下的珀莱雅也正处于发展的高点。据了解，2024年上半年，珀莱雅再次以50.01亿元夺得国内美妆企业营收第一。

不过，在新流量以及新渠道的

助推下，美妆行业的市场竞争愈发激烈。未来，如何更好地守住位置，并寻找到新的增长引擎都将留给这位85后“二代”。因此，接棒之后，侯亚孟将带领珀莱雅走向何方也成为外界关注的焦点。

## “二代”接棒时机好坏？

年轻一代的管理者或许能够在国际化探索中发挥更大的价值。

对于侯亚孟接棒出任新一任总经理，外界最为关注的焦点之一是，新一代管理者是否会改变珀莱雅的一些既定战略或者发展方向。

对此，珀莱雅相关负责人告诉记者，未来公司发展的大方向是不变的，坚持创新、坚持对高质量发展的追求。后续的还在规划中，不确定朝哪个方向推进具体方案落地。

而对于新一任总经理，珀莱雅方面给出的评价是：“侯亚孟自2014年进入珀莱雅，就职于电商部门。2021年9月至今任公司董事、副总经理，深入公司一线，在品牌、产品、营销等方面积累了丰富的实践经验。”

盘古智库高级研究员江瀚认为，有这些经历，侯亚孟可以凭借对市场的理解，把握消费者需求，推动品牌形象的进一步升级和产品线的优化。另外，在营销方面，他的经验将有助于珀莱雅创新营销策略，提高市场响应速度和品牌曝光度，吸引更多年轻消费者的关

注和喜爱。

白云虎也表示，“创二代”应该会更具“创新思路”。更多的应该是“数字化营销能力”强，产品能力、团队能力等综合能力也要持续提升。

此外，业内多位专家提到作为“二代”的优势，首先是能够继承并延续公司创始人的愿景和精神，同时拥有更加开放和创新的思维方式。最重要的一点是珀莱雅目前并没有大的股权波动和争端，且老一代还在以各种形式辅佐，人际关系上相对不复杂。

记者注意到，临时股东大会审议了《关于选举公司第四届非独立董事》议案。投票表决情况表示，三位非独立董事侯军呈、侯亚孟和金衍华得票数占出席会议有效表决权的比例分别为89.9225%、89.0335%和94.1910%。也就是说近九成股东支持侯亚孟当选董事。

此次侯亚孟上任也被外界看作是为以后彻底接班铺路。“这样的安排有助于他逐步熟悉公司的业务和管理，积累经验和人脉资源，为未来的全面接班打下了坚实基础。”江瀚说。

但在新渠道以及新流量的助推下，新品牌层出不穷。同时国际品牌对中国市场也抱有必争的决心。

根据天眼查信息，记者注意到，虽然不再担任珀莱雅总经理、董事，但方玉友还是该公司第三大股东，目前其持有珀莱雅15.03%的股份，仅次于侯军呈和香港中央结算有限公司。

方玉友的离任是否会对珀莱雅

产生影响？上海博盖咨询创始合伙人高剑锋告诉记者，短期内不会对珀莱雅造成大的影响。首先，珀莱雅目前处于稳健的增长期，这说明现在的一些策略是行之有效的，加上珀莱雅整个团队已经比较成熟，“二代”接棒更多的是做好传承和创新发展。

其次，方玉友并不是完全离开，只是相对于以前退居二线，他还是董事会顾问，也会参与一些大的经营战略和决策，这样来保证新老管理团队平稳过渡，避免企业出现大波动的风险。

事实上，不管是并购还是品牌直接出海，抑或海外孵化品牌，“出海”似乎成了国货美妆品牌的共识。不过，目前国货美妆品牌更多的仍是处于出海卖货阶段，离“全球化”“国际化”仍有很长的一段距离。

而年轻一代的管理者或许能够在国际化探索中发挥更大的价值。高剑锋表示，很多例子已经证明“二代”在企业国际化道路上发挥的空间很大，且他们视野更广阔。而国际化的除了拓宽渠道，对品牌力的提升也有很大的助力作用。

“此外，品牌发展这么多年，如何保持品牌活力、年轻化也是重要的课题。此时交棒，‘二代’对于如何拥抱新生代的消费群体，包括新渠道、营销传播方面等可能有更好的理解。在发展模式上，尤其是并购投资方面，‘二代’可能用资本的方式来自我发展和扩张的步伐也会大一些。”高剑锋说。



此次侯亚孟上任也被外界看作是为以后彻底接班铺路。

视觉中国/图

## 未来如何书写？

2023年，珀莱雅主营业务收入线上渠道占比为93.07%。

在市场竞争激烈又瞬息万变的美妆市场，“二代”接棒者也必须有所为，同时面临着不小的挑战。

例如，随着珀莱雅管理层换届，关键人才流失的话题又被提起。而其他美妆品牌“招兵买马”的消息不断。根据公开报道，今年以来，珀莱雅首席科学官魏晓岚、首席营销官叶伟离职。此前的2022年，珀莱雅首席研发官蒋丽离职，后入职百雀羚。叶伟现为上海家化品牌营销咨询顾问。而在今年6月，上海家化聘任曾在宝洁、阿里巴巴、高鑫零售任职的小海担任新一任董事长。

对此，珀莱雅相关负责人告诉记者，对于上市公司来说，我们觉得体系化制度是基业长青的关键，个人的影响力在这个过程中相对弱化。其中，研发始终是我们的战略规划重点，研发的关注和投入是公司未来一直会做的事情。

在白云虎看来，国产品牌已经开始触达与国际大牌的“正面竞争”，同时也是后来者竞争的对象。

因此，珀莱雅未来如何把握线上渠道的“头部聚焦、流量成本上涨”等问题，如何更好地发展多品类、多品牌都是继任者需要思考和去做的工作。

记者注意到，2023年，珀莱雅主营业务收入线上渠道占比为93.07%。2024年上半年，主

品牌珀莱雅自播/达人播/其他的占比为3.5:4.5:2；彩棠品牌自播/达人播/其他的占比为3.5:5.5:1。

此外，无论是出于寻找第二增长曲线还是对标国际品牌，企业多元化布局以及高端化都不可避免。高剑锋告诉记者，从持续增长的角度来看，当主业或者主品牌做到足够专业或者一定体量时，掌舵人就会考虑多元化的问题。但多元化布局会分散资源从而存在很大的风险，因此要谨慎。

“高端市场长期以来被国际品牌牢牢占据，国货品牌在该领域缺乏竞争力。但随着国货美妆企业的崛起，实现高端化是必经之路。这需要企业提升科研实力以及产品品质。同时做品牌非常重要的一个方面就是品牌号召力。在有好产品的前提下，包括珀莱雅等一众国货企业

在打造品牌号召力方面，珀莱雅的表现值得肯定。对此，高剑锋说：“珀莱雅相关负责人告诉记者，对于上市公司来说，我们觉得体系化制度是基业长青的关键，个人的影响力在这个过程中相对弱化。其中，研发始终是我们的战略规划重点，研发的关注和投入是公司未来一直会做的事情。

在白云虎看来，国产品牌已经开始触达与国际大牌的“正面竞争”，同时也是后来者竞争的对象。因此，珀莱雅未来如何把握线上渠道的“头部聚焦、流量成本上涨”等问题，如何更好地发展多品类、多品牌都是继任者需要思考和去做的工作。

记者注意到，2023年，珀莱雅主营业务收入线上渠道占比为93.07%。2024年上半年，主

# 小县城大市场 连锁品牌抢占下沉消费蓝海

本报记者 许礼清 北京报道

从“小镇青年”到“小城游”再到“小城中产”，近年，关于县城和县域经济的话题总是能够在社交平台上引起高度关注和讨论。显然，县城已经成为了牵动中国经济发展的最重要因素。

## 县域经济蓬勃发展

作为连接城市和农村的交汇点，县城正迸发出新的消费活力。报告显示，2023年，中国县域社会消费品零售总额占比46.3%。麦肯锡预测，到2030年，中国有66%的个人消费增量都将来自县城。

“不是热门城市去不起，小城更有性价比。”这是近年来很明显的一个消费变化。各地小城在社交平台上频频出圈，独具特色的“小城游”成为众多年轻人的心头好。此前美团发

布的《2024年轻人县域旅居报告》显示，今年暑期，大理、平潭、荣成、敦煌、延吉等成为年轻人最爱去的县城。不仅如此，从“小镇青年”到“小城中产”，也是对县域消费崛起的写照。近日，“小镇青年的消费力不输一线白领”话题冲上微博热搜，引发了2000多万的阅读量。

这也得益于政策端的助推。今年的《政府工作报告》提出，要培育发展县域经济，补齐基础设施和公

共服务短板，使县城成为新型城镇化的重要载体。2023年，商务部表示，将实施“县域商业三年行动计划”，力争到2025年，在具备条件的地区基本建立较为完善的县乡村商业网络体系。

而对于下沉市场崛起更深层次的原因，零售电商行业专家、百联咨询创始人庄蔚认为，在国家相关政策的支持下，更多年轻人选择返乡创业或就业，下沉市场年轻消费者增加，消费力增强；一、二线城市之间的竞争日趋激烈，下沉市场更加广阔且竞争处于初级阶段，市场空间更大；随着“信息平权”时代的到来，下沉市场消费者接触到更多商品和品牌信息，更快接受和尝试新事物，让更多新品类、新品牌有增长机会。

盘古智库高级研究员江瀚也表示，随着县域经济的蓬勃发展，下沉市场的消费潜力被进一步释放，为消费品牌提供了更广阔的市场空间。

孙巍向《中国经营报》记者表示，“千亿县”扩容必然带来消费的繁荣。事实上，随着国家全力推进县域商业体系建设，众多消费品牌早已经将下沉市场作为重点发力的方向，新茶饮、连锁餐饮、咖啡品牌等纷纷开启县域市场竞争。

清华大学爆点战略营销顾问孙巍向《中国经营报》记者表示，“千亿县”扩容必然带来消费的繁荣。事实上，随着国家全力推进县域商业体系建设，众多消费品牌早已经将下沉市场作为重点发力的方向，新茶饮、连锁餐饮、咖啡品牌等纷纷开启县域市场竞争。

增加，消费力增强；一、二线城市之间的竞争日趋激烈，下沉市场更加广阔且竞争处于初级阶段，市场空间更大；随着“信息平权”时代的到来，下沉市场消费者接触到更多商品和品牌信息，更快接受和尝试新事物，让更多新品类、新品牌有增长机会。

盘古智库高级研究员江瀚也表示，随着县域经济的蓬勃发展，下沉市场的消费潜力被进一步释放，为消费品牌提供了更广阔的市场空间。

必然选择。目前书亦烧仙草在营门店中三线及以下城市门店数占比超六成，其中街边店、乡镇店、学校店占比接近60%。”上述负责人说。

孙巍认为，对品牌而言，下沉市场是增量市场，更是发展机遇；如今下沉市场正在经历新的发展契机，远远没有饱和，而是需要深刻迭代升级。而在内卷时代，“错位竞争，爆点制胜”，新茶饮闯入小镇，也是带来了新文化，引领了小镇新潮流，培育新消费，具有市场发展潜力。

“抢占更下沉的市场是未来企业发展的一个趋势，不过这考验着企业在供应链管理、品牌影响力和本地化运营等方面的能力。”福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪说。

“企业需要思考如何理解和满足下沉市场消费者的多元化、个性化需求；如何在保证产品质量和服务水平的前提下，有效控制成本，提升性价比；如何有效进行品牌建设和传播；如何应对来自本地竞争对手的激烈竞争，以及可能出现的消费者审美疲劳等问题。”江瀚说。

作为一直聚焦下沉市场的企业，控制成本是重中之重。

书亦烧仙草相关负责人告诉记者，在一个区域开店时，公司一般结合下沉市场情况、加盟商需求进行单店门店模型调整，

匹配更适合的建店成本、产品价格、人员配置投入等。在下沉市场的门店迭代中，降低物料成本、降低门店经营成本。比如30平方米的店铺整体投资预算最低12万元左右（不含租金），其中店铺装修成本下调20%左右。奶茶底料等核心大宗物料价格逐步优化下调。

茶百道方面告诉记者，公司的下沉打法是优先加密潜客商圈及其他战略区域，并通过提供激励及折扣（如加盟费折扣及运营管理培训课程）鼓励现有加盟商开设多家门店，并赋能加盟商提升运营效率与盈利能力。

孙巍告诉记者，针对县域市场，企业需要进行专业的消费和市场划分，譬如收入水平、文化消费、需求偏好、用户画像。我通常会将市场划分为“七大区、十大市场根据地”，因地制宜制定市场开发策略。“七大区”分为华东、华北、华南、华中、西北、西南、东北。“十大根据地市场”是成功品牌的核心，十个省级或城市，占总体市场贡献的70%—80%。

王静瑛表示，在低线城市需要更精细化运营。当进入一个县时，星巴克有一个非常不同的方法，以确保不只是开一家门店，而是为该地区、为该社区开设一家门店。这也意味着星巴克在管理上需要更灵活。

“未来五年，消费市场的竞争越来越激烈，赢得下沉市场的关键是既要品质优良，又要价格实惠，还要品牌形象引领，这就需要面对下沉市场走长期主义——‘内部降本增效、市场精准营销，打造捕获消费者独特的爆点’。”孙巍说。

## 市场竞争白热化

消费行业对县域经济的崛起最先有感知和体会。因此，下沉市场早已成为众企业的必争之地。

根据星巴克最新的财报，2024年第三季度新增门店213家，新店数同比增长约13%。新进入38个县级市场，并表示将继续挖掘巨大的蓝海机会。

星巴克中国董事长兼首席执行官王静瑛也在财报电话会上透露，在中国近3000个县级以上城市，星巴克已经覆盖了近900个。本季度，下沉市场的90天活跃会员规模增长迅猛，会员增速超过高线城市。

而新茶饮企业也将下沉市场作为重要发力点。例如，截至2024年6月30日，茶百道全国门店数达

8385家，其中，5341家茶百道门店位于二线、三线、四线及以下线级城市，占比超过63%。与去年同期对比，茶百道在四线及以下线级城市的门店数量净增长586家，同比增速超40%。

“中国的低线级城市仍存在较大市场空间。茶百道将继续渗透至拥有巨大消费增长潜力的低线级城市，进一步对二线及以下线级城市进行门店加密。”茶百道相关负责人告诉记者。

此外，截至2023年9月30日，在蜜雪冰城覆盖的全国市场中，约有300个地级市、1700个县城以及3100个乡镇。

一面是县域经济崛起带来的

机遇，而另一面则是激烈竞争所带来的挑战。在这场激烈的市场竞争中，跑马圈地不免让众多品牌短兵相接。尤其是咖啡和茶饮行业频繁传来“闭店”的消息，也反映出这场“肉搏战”的激烈。前不久，新茶饮品牌书亦烧仙草被曝出大规模闭店，甚至不少加盟商的二手设备出现滞销。对此，书亦烧仙草相关负责人告诉记者，网传的闭店1000多家这个数据并不准确，书亦烧仙草正在做转型调整，比如更加聚焦下沉市场。目前仍有近6000家门店，且最近两个月也在加快三、四线城市的拓店节奏。

“抢占下沉市场成为头部茶饮企业扩大规模和维持市场份额的

# 多家会员店闭店改造 麦德龙转型之路亟待破局

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

近日,有媒体报道,麦德龙会员店北京大成路店开始闭店改造。除了北京大成路店,麦德龙会员店上海首家门店、成都成华店也都在进行闭店改造。其中,麦德龙北京大成路店以及上海首

## 探索会员店业态

麦德龙官网信息显示,麦德龙大成路店商品SKU达到5600个,商品来自全球60多个国家和地区。

根据媒体报道,近日,麦德龙会员店北京大成路店开始闭店改造。根据麦德龙官网此前发布的内容,麦德龙北京大成路店于2022年12月开业,是麦德龙在北京的第5家会员店。

麦德龙官网信息显示,麦德龙大成路店商品SKU(最小存货单位),达到5600个,商品来自全球60多个国家和地区。进口、自有品牌商品达到45%以上,上架的特色首发新品高达7%。

除此之外,记者根据媒体报道以及公开资料统计,除了北京大成路店之外,麦德龙会员店在上海日月光中心店、成都成华店也都进行了闭店改造。其中,麦德龙会员店上海日月光中心店为麦德龙首家上海会员店,于

家门店均在2022年末开业,距离目前不到两年时间。

《中国经营报》记者注意到,2021年,在会员店赛道升温的背景下,原本以B端业务为主的麦德龙也进入了C端会员店赛道,宣布将模式升级成同时服务B端与C端,并且表达了要将中国市

场100家门店全部改造为会员店的计划。

对于麦德龙会员店具体的闭店改造原因以及目前经营情况,记者向麦德龙方面发送了采访提纲,麦德龙相关负责人表示“以官方公开信息为准”,此外没有给予其他回应。

事方面的变更。根据媒体报道,目前麦德龙中国副首席执行官陈志宇已经从麦德龙离职。陈志宇在加入麦德龙之前曾经担任沃尔玛中国副总裁,负责山姆会员店的电商业务。对于以上人事变更,记者向麦德龙方面求证是否属实,麦德龙相关负责人没有进行回应。

公开报道显示,在加入麦德龙之后,陈志宇推动了麦德龙会员店的发展。而陈志宇在加入麦德龙之前曾经担任沃尔玛中国副总裁,负责山姆会员店的电商业务。对此,百联咨询创始人庄帅指出,副首席执行官的变动对于企业的战略、运营节奏、组织稳定性、供应商关系肯定会有不同程度的影响。

除此之外,麦德龙还存在人



位于上海浦东的一家麦德龙门店。

本报资料室/图

# 卤味三巨头门店减少近1800家 行业拐点将至

本报记者 蒋政 郑州报道

“2024年上半年,行业整体面临严峻的经营压力,出清明显,龙头企业同样经受生存考验。公司开店策略转向精耕细作,提高门店经营质量。”9月12日,卤味企业绝味食品回应《中国经营报》记者。

## 关店背后的变局

“万物可卤”时代,卤味三巨头却出现了增长疲态。

财报显示,今年上半年,绝味食品实现营收33.40亿元,同比下降9.73%。门店数量净减少981家;煌上煌实现营收10.60亿元,同比下降7.53%。门店数量净减少360家;周黑鸭实现营收12.50亿元,同比下降11.65%。门店数量净减少445家。

若放眼整个卤味行业,赛道仍在扩容中。企查查方面提供给记者的数据显示,国内现存卤味相关企业8.86万家。近十年相关企业注册量呈整体增长态势,2023年全年注册2.18万家卤味相关企业,首次突破2万家,同比增长14.44%。截至9月中旬,已注册1.31万家。

多位行业人士提到,卤味市场

根据相关财报,包括绝味食品在内的“卤味三巨头”在今年上半年门店数量净减接近1800家,营收均呈现不同幅度的下滑。这较前些年行业争相跑马圈地、扩大规模的发展态势大相径庭。

记者注意到,同绝味食品一样,周黑鸭财报也显示:“不盲目追

求门店数量增长,将提升门店质量为核心目标。”不过,煌上煌在回应记者时表示,目前企业还是坚持包含“千城万店”在内的未来五年的发展目标和重大战略,计划在2024年新开门店2000家。

品牌营销专家路胜贞告诉记者,卤味市场整体容量已经接近

极限,卤味市场追求门店数量绝对增长的渠道扩张模式已经进入战略衰竭期。这是卤味行业进入转折期的一个明显信号。说明现有的产品结构和现有的渠道扩张模式将会面临挑战,卤味市场的增长规则要进入一个新的战略调整期。

店”的发展目标,计划在2024年新开门店2000家。

对于周黑鸭而言,其对门店的选址标准进行迭代更新。在上半年,该公司交通枢纽门店同比增加24家,商圈超门店减少693家,社区门店减少133家;煌上煌则采取收缩聚焦策略。截至今年6月底,其销售网络覆盖城市减少了11个。

艾媒咨询CEO张毅告诉记者,卤味企业的渠道搭建有很大的优化空间。交通枢纽的人流量大,但是市场对于该场景的消费需求和频次有点乐观了。从艾媒咨询的消费行为监测来看,消费者在该渠道的进店频率较其他行业属于低频。该类产品和渠道形式所对应的市场容量是否已经到了天花板,行业内还是需要警惕。

仅从龙头来看,周黑鸭和绝味食品已经明确表示,公司会更加看重门店经营质量。而煌上煌在回复记者时表示,会继续坚持“千城万

近两年的市场增长已经出现放缓。Frost & Sullivan 和红餐产业研究院的数据表示,卤制品行业增速明显放缓,2018—2023年CAGR(复合年均增长率)为6.42%,2023年市场规模约为3180亿元。

一边是不断涌入的市场主体,一边是整个赛道扩容放缓,卤味头部企业感受到了市场的压力。绝味食品提到,虽然上半年原材料价格同比有所下降,但行业整体面临严峻的经营压力,出清明显,龙头企业同样经受生存考验。

记者注意到,头部企业的单店营收也出现波动。信达证券在研报中披露,今年上半年,绝味食品平均单店营收为16.9万元,同比下降11%左右,主要系消费环境的影响;华福证券则提到,从店效来看,煌上

## 转型进行时

公开资料显示,麦德龙自1996年进入中国之后,以“现购自运”模式经营。

近年来,麦德龙一直在不断探索C端业务。公开资料显示,2012年麦德龙已经开放个人会员注册。2021年,在国内会员店热度之下,麦德龙正式进入了To C端的付费会员制赛道。

9月18日,记者在上海浦东一家麦德龙了解到,个人用户办理会员即可消费。而会员分为两种,免费会员与Plus付费会员,后者费用为199元/年。只是在购买商品时,付费会员获得的价格可以低于免费会员。以一包500克的自有品牌麦臻选柠檬脱骨凤爪为例,付费会员价格是69.8元,而普通售价是83元。

同时,记者注意到,成为麦德龙付费会员可返的优惠非常多。比如,有三张满50.1元减50元的全场优惠券、一张满149元减30元的App券等多种优惠待遇。

零售行业专家胡春才向记者表示:“过去,麦德龙供应的很多是一些小餐饮店、路边店、夫妻店等。后来随着互联网发展,电商兴起,街边店、夫妻店由于线上更方便、更便宜而直接在线上向生产厂家进货。在此背景下,麦德龙转型是一个必然的趋势。另外,从国际上看,Costco、山姆这些To C的会员店发展得更好些。”

但是,To B端和To C端的业务经营是有所差异的。胡春才表示:“To B业务对接的都是企业的采购商,不怎么依赖品牌、产品的宣传。而To C业务则面向消费者,很多消费者对于产品的认知存在盲区,因此需要引导、影响消费者,并且与消费者互动。企业如果在这方面做得不够好,那么从To B业务转型到To C业务的效果会打折扣。”

公开资料显示,麦德龙自1996年进入中国之后,以“现购自运”模式经营。据了解,“现购自运”特指的是仓储式商场的自助式批发模式,由顾客自行挑选商品,支付现金并运走货物。财报显示,2017—2018财年,麦德龙中国销售额达27亿欧元。迄今为止,在中国已经进入了60多个城市,拥有100多家门店。

在电商不断发展之下,从2009年起,麦德龙营收开始下降。根据麦德龙官网消息,2019年,麦德龙集团和物美科技集团达成战略合作协议,物美科技集团完成了对麦德龙中国80%的股份的收购,正式成为麦德龙中国的控股股东。麦德龙官网显示,物美科技集团现持有麦德龙中国100%股权。

对于当时麦德龙中国的出售,胡春才指出:“麦德龙当初要出售麦德龙中国也是因为当时麦德龙的模式在中国市场很难有空间。国外的电商较弱,很多小生产商还是需要麦德龙整个体系给自己供货。而在中国市场,电商平台改造了过去的模式。在以前,麦德龙的供应链优势可能更多还是体现在规模上,即一次性采购大量而带来的成本优势。很多小零售店、餐饮店经营者会感觉到麦德龙进货很方便。但随着电商发展,麦德龙就不再具备优势。”

中国商业联合会专家委员会委员、北京商业经济学会常务副会长赖阳向记者表示:“在云消费时代,消费打破时间、空间、地域障碍后,网上购物成为主流。在生活必需品的消费上,厂家从网上直接将产品提供给消费者。在跨越了一切中间环节的情况下,电商平台上价格进入了一个接近完全竞争的市场。因此,传统实体零售企业对于生活必需品的销售模式已经失去了根本性的竞争力,没有价格优势,也没有便利优势。过去,用户到麦德龙可能有采购价格的优势,而现在消费者在网上直购之后,麦德龙大面积店铺的运营成本过高。”

## 本土会员店空间如何?

随着会员店赛道升温,本土会员店品牌纷纷进入。

艾媒咨询数据显示,2012—2022年中国仓储会员超市行业市场规模持续增长,2022年中国仓储会员超市行业市场规模达335.0亿元,同比增长10.1%,预计2024年将达387.8亿元。

连锁产业专家、弘咨咨询总经理文志宏表示:“在中国大陆市场,会员店业态最具有标杆意义的是沃尔玛旗下的山姆会员店,在大陆市场的规模遥遥领先。我认为,目前会员店业态在中国市场还处在一个快速发展的早期阶段。会员店业态里不同企业之间的竞争并不是特别激烈,没有到短兵相接的时候。目前山姆会员店数量有40多家,而在美国市场中山姆、Costco分别都有五六百家店。相对来讲,会员店在中国的发展还有很大空间。”

随着会员店赛道升温,本土会员店品牌纷纷进入。2020年,盒马在上海浦东开出首家X会员店,进

入会员店赛道,之后X会员店不断发展壮大。2021年,家乐福开出首家会员店。2023年4月底,大润发M会员店在扬州开出首店。据介绍,9月M会员商店将会在无锡市开出第六家门店,年底之前还会开出江阴店。

但是随着企业的发展,不少本土会员店选择了收缩。2023年,家乐福首家会员店在上海成山路店停止营业。在盒马方面,据记者了解,基于目前大的市场环境变化,以及“聚焦核心业态”的发展策略,今年盒马主动关闭了两家会员店。

赖阳向记者指出:“实际上,很多企业发展会员店的原因是仅仅看到了山姆会员店的逆市上扬。但山姆的优势不是因为仓储会员店模式,而是在冰鲜冷链产品方面有严格的品质把控、采购卫生安全流程和审查机制。同时,由于山姆是量贩式、仓储合一的模式,其价

格也可以做到相对较低的水平。所以,价格跟同品质的产品相比有一定竞争优势。此外,山姆有全球采购供应链的优势,这方面是国内很多商家难以模仿的,甚至在互联网上也很难有如此全球采购的供应链能力。”

记者注意到,麦德龙在其官网的信息中指出:一方面,依托服务B端积累的供应链优势和全球五大采购中心;另一方面,基于多年来对公的批发业务也将商品价格做到最符合会员需求,麦德龙形成了“以优质低价回馈会员,以海量会员为基掌握供应链话语权”的良性循环模式。

对于麦德龙在会员店赛道上的竞争力,赖阳表示:“实际上,从本质上来说,麦德龙业态占用的空间大、在价格打造上不具备优势,在山姆这样的全球冰鲜供应链加速建设的情况下,麦德龙面临一定的竞争压力。”

## 行业迈向精耕细作

记者注意到,卤味巨头均已开始重视深耕门店的重要性,并将其作为接下来的重要工作内容之一。

煌上煌方面提到,公司将通过提升业态力、创新商品力、迭代服务力、夯实体制力、加速数字化力、升级品牌力和践行企业文化力等多方面措施来实现经营计划;绝味食品方面也告诉记者,公司目前的首要任务是提升单店营收和保障加盟商生存。

路胜贞认为,卤味增长遭遇瓶颈的首要问题是过多相信自身品牌溢价。在市场战略上过多地将资源分配到广告宣传、渠道拓展方面,而不是奉行长期主义,挖掘各个环节的降本增效,守护留住消费者。

“自2023年以来,消费者奉行的是实用主义、极简主义、多比价、重口碑的现实主义消费价值观。卤味品牌都在试图迎合消费者的这种变化。但是这种适应仅仅是依靠由大缩小式的包装游戏来适应消费变化,而不是一种自上而下的从企业自身的成本控制,真切地让利消费者。”路胜贞说。

江瀚则表示,健康、营养和个性化是卤味产品的发展方向和重心。具备健康营养、口感独特、品牌影响力强以及创新能力等特色的卤味品牌更容易跑出来并做大做强。卤味品牌还需要不断创新以推出符合不同消费者需求的新产品。

时积极探索线上渠道,扩大市场份额。

不过,作为休闲食品的细分赛道,产品力更加重要。卤味行业更应在产品端进行迭代和创新。

从整个卤味赛道看,卤味产品的发展方向是万物可卤、新品迭出。简单来说,卤味大致可分为休闲卤味、佐餐卤味和快餐式热卤。近年来卤味赛道快速增长的品类集中在佐餐和热卤。

在路胜贞看来,快餐、佐餐卤味是一个新赛道,但不适合所有卤味品牌。他们有各自的特殊要求。简单的叠加并不能改变卤味市场现状,一旦蜂拥而至,又会带来新的饱和状态。

“未来,休闲卤味快消化是一个总的方向。作为餐饮渠道的半成品、成品供应也将成为卤味企业的一个重要发展方向。但目前来看,卤味企业还没有这种转变。向大快消方向转移的卤味企业可能做大做强。”路胜贞说。

江瀚则表示,健康、营养和个性化是卤味产品的发展方向和重心。具备健康营养、口感独特、品牌影响力强以及创新能力等特色的卤味品牌更容易跑出来并做大做强。卤味品牌还需要不断创新以推出符合不同消费者需求的新产品。

声音

# 打造金融“高速公路”要有足够耐心

访连通公司CEO朱亚明

作为中国金融对外开放大潮下的第一批“弄潮者”，美国运通在中国的合资机构——连通（杭州）技术服务有限公司（以下简称“连通公司”）2020年正式持牌开始在国内开展业务。在打破国内银行卡清算市场“一家独大”历史的同时，也开启了外资机构在金融基础设施领域“搭桥铺

## 聚焦高端、跨境和收单三大战略

《中国经营报》：2023年7月，你正式被任命为连通公司CEO，目前已满一周年。在此期间连通公司主要完成了哪些战略与业务布局？最初设定的KPI指标完成了吗？

**朱亚明：**我是2023年2月加入连通公司，7月获得中国人民银行正式任命的。作为连通公司的股东，美国运通在中国的布局是长期主义的举措，公司对我提出的KPI并不是铺更多的网点，而是能够在我们的优势领域、特色领域做得更好。

连通根据自身优势、公司发展的阶段、市场现状和未来趋势等，调整了整体战略，聚焦“高端、跨境和收单”三大领域，进一步加强与支付生态合作伙伴们的合作。

高端战略上，我们与各行信用卡中心和私人银行携手挖掘财富客群，比如百夫长白金卡艺术家系列，做到了除美国市场外的全球首发，还有专为中国市场定制的Safari祥运卡也受到了欢迎。

跨境战略上，主要是为境内合作伙伴、跨境出海的中小电商企业和持卡会员们带来差异化的境外权益、服务和体验。如多轮跨境返现活动，丰富了持卡会员的境外权益，比如近期我们在香港叮叮车、天星小轮等一些场景创新上进行了探索。

收单战略上，2020年持牌展业后，在业内率先推出“一芯双应用”解决方案，实现一卡境内境外、线上线下通用，并通过和30多家银行、非银行支付机构和移动支付头部平台的合作，完成了国内上千万商户POS机的入网。目前国内绝大多数高端品牌酒店、连锁奢侈品店、免税店、高端商圈和高端餐饮商户都已能够受理美国运通内卡和外卡业务。

成立以来，连通已经成功为广州广交会、杭州亚运会、上海进博会、成都大运会等重大国际赛事和盛会的外卡受理工作保驾护航。今年，我们还在长沙召开了“2024年美国运通支付生态合作伙伴峰会”，携手合作伙

## 对中国市场盈利有足够耐心

《中国经营报》：对比国内普遍费率水平，外卡收单费率较高，在国内市场缺乏竞争力，也成为限制外卡发展的一大难点。今年以来外卡组织在各方协调下也进行了不同程度的降费，费率难降的核心原因是什么？

**朱亚明：**我们从2022年8月份开业起，外卡收单费率标准就已经直接对标国内。

具体来看，我们主动延长从开业起就执行的美国运通外卡费率补贴让利政策，而且积极配合各地中国人民银行分支机构和各地政府，为当地收单机构和重点商户提供包括外卡收单业务培训、测试卡、标识物料等支持。

提升支付便利化既是政府的号召，本身也是我们聚焦“高端、跨境和收单”三大领域的重要组成部分。

比如今年上半年，我们在深圳针对“港人北上”的情况，联合深圳市人民政府连续两个季度大力开展营销活动，并大大提升了广东省内美国运通外卡的受理商户数量。此外，还在国内举办的“2024年美国运通支付生态合作伙伴峰会”上，向上百位到场的行业协会、银行、非银行支付机构和移动支付平台的负责人发出倡议，呼吁全行业一起积极响应政府及监管号召，进一步优化支付服务并提升支付便利性，更好地助力中国支付行业高质量发展。

在推进支付便利化的进程中，清算机构处于核心位置，需要在发卡行、收单机构、商户间起到沟通协调

路”的探索之旅。

开业4年来，全球新冠疫情、国内支付市场竞争、经济换挡等挑战接踵而至，与此同时，数字经济、技术迭代、信用卡市场转型、外卡便利化等机遇亦层出不穷。应对中国市场的变局，这家背靠百年全球名企的“新公司”，如何找到一条符合当下中国

市场需要的本土化之路？

朱亚明是连通公司开业以来的第二任CEO，她在2023年2月正式加入连通。朱亚明此前在银行和保险领域有丰富的履历经验，也由此沉淀了金融领域难得的跨界视角。她执棒连通以来，根据公司所处的市场环境和竞争优势，确定了高端、跨境、收

单三大战略重点，连通也由此开始了在华发展的第二阶段。

在与《中国经营报》记者的交流中，朱亚明多次强调美国运通“穿越经济周期”的百年业务经验与对中国市场的长期信心。与以往任何时期不同，这种经验在当前全球经济环境与中国市场现状下，可能显得更加重要。



要进一步优化支付服务并提升支付便利性，更好地助力中国支付行业高质量发展。

接下来，我们会继续聚焦“高端、跨境和收单”三大战略，积极响应政府和监管号召，携手合作伙伴一起提供更多、更好、更接地气、更创新的差异化产品和服务。

《中国经营报》：国内信用卡发卡业务当前面临着发展拐点，连通作为连接银行、收单方、商户之间的中枢，也需要有所作为。你认为美国运通的经验有哪些中国市场可以借鉴？

**朱亚明：**从市场现状看，目前国内银行提供了太多同质化产品，很多银行开始意识到需要改变，从跑马圈地转向精耕细作。我们目前的机会是，市场空间还在，社会结构和群体需求在不断变化，其他国家面临的风险和积累的经验也可以借鉴。目前中国人均信用卡的持有量是0.5张左右，和美国、日韩人均3—4张比还有增长空间。

从营收结构来看，美国运通全球的收入不到20%来自消费分期这些利息收入，80%多则是来自年费和交易费，这带来了一个好处，其收入基本不受经济周期影响。

由于美国运通在境外自发卡市场的业务贯穿整个支付链条（涉及发卡、清算、收单），通过自己发卡可以快速捕捉到每个持卡会员的风险苗头，对于额度的升降也有更灵活的手段，特别是应对一些经济下行周期的时候，这种洞察力与灵活性非常重要。

从美国运通的经验讲，第一，发卡提供的权益要与持卡会员相关。第二，需要让持卡会员感觉他的权益与其付出的年费相比是物超所值的。这一点可以从美国运通的经营数据看出它的优势很厉害：美国运通在海外每年的续卡率超九成，远高于目前国内银行的续卡率。

我给团队的重要标准是：首先，我们发的卡不可以“不赚钱”，如果一张卡发出去银行不赚钱，要么停止，

要么重新调整。

其次，卡发出去之后，卡的活跃度怎么样？账单厚度如何？需要密切关注观察，我们不仅要看到发卡量，也要保证它的质是好的。

最后，这需要一个过程去打磨。我们现在与国内20多家银行有发卡合作关系，这20多家银行已经覆盖了中国境内发行信用卡市场的约九成。我们会从合作伙伴中选择几家目标一致的进行重点合作，希望能打造一批样本。

《中国经营报》：连通有国际视角和经验，但也需要吃透中国市场，你们具体怎么去赋能发卡方？

**朱亚明：**很多银行都正在重新思考收入来源，想发高端卡，尤其是有刚性年费的。

我们今年5月份在纽约举办了高端信用卡论坛，邀请了国内主要合作银行高层亲身体验美国运通如何发卡，如何服务客户，如何做风控以及端到端是怎么运作的，这是其他发卡

组织没有的经验。

我们发现在国内，高净值人群和使用高端信用卡的人群并不完全一样，也就是说高端信用卡持卡人不一定就是私行的客户。同时，我们也发现，年轻的新中产客群虽然暂时还未达到银行的私行门槛，但他们对自己的生活方式和品质很讲究，对特色的高端权益有需求，因此我认为不要预设门槛，先让有需要的优质用户享受到他们期待的产品和服务。

每家银行都有各自的特点，所以各家的信用卡持卡人群体画像也都不一样。我们基于“一行一策”策略，推出了面向合作伙伴的美国运通学院，请来美国运通全球的专家为国内合作伙伴做专题分享和专项合作等，希望与银行一起去探索符合其特色的发展道路，并联合授课专家去帮助他们解决一些实际问题。

作为全球支付行业高端市场的引领者，我们必须把这个事情做好。

## 对中国市场盈利有足够耐心

作用。做好减费让利的一个关键是，如何通过收单合作伙伴把卡组织的降费（优惠费率）更精准、充分地传递到终端商家去。

《中国经营报》：在目前国内胶着的支付竞争环境下，盈利不是一件容易事。我们注意到连通运营三年多还没有走出亏损，这种亏损是清算机构前期发展的一个常态吗？连通在国内的投入用在了哪些方面？是否有扭亏的拐点预期？

**朱亚明：**我们的双方股东一直都看好中国市场，对中国市场有着长期承诺。

清算机构之于支付业，就好比高速公路之于运输业。清算网络基础设施的前期投入是非常巨大的，我们这几年仍处于投入阶段，包括清算网络系统的建设和运维，合作伙伴生态圈的创建及业务经营和推广等。

从成效看，我们和20多家银行合作推出了160多款美国运通人民币信用卡和借记卡产品，和30多家银行、非银支付机构以及移动支付头部平台合作拓展商户受理网络，至今已完成了上千万商户POS机的入网工作。

《中国经营报》：今年6月，第二家合资清算机构万事网联开业了，连通服务客户的差异性体现在哪里？公司接下来主要的业务重心是什么？

**朱亚明：**美国运通在高端市场上的优势是全球公认的。一张卡配哪种权益、提供给客户什么活动只是一个文字性的承诺，但是礼宾服务是在另外一个维度，是不同的赛道。

建设一个全球化、高质量的服务网络，是需要几十年甚至更长时间深耕的，不是挖几个人甚至一个团队就能实现的，这是一个巨大的工程。

在产品和服务上，我们已携手多家国内银行推出了美国运通百夫长黑金卡和百夫长白金卡的人民币卡版本以及其他多款高端卡产品，并提供差异化的境内境外权益、旅行及生活礼宾服务、特色名仕活动和专属高端体验等。

在收单方面，目前国内绝大多数高端品牌酒店、连锁奢侈品店、免税店、高端商圈和高端餐饮商户都已能够受理在境内发行的美国运通内卡和在境外发行的美国运通外卡。

在增值服务方面，我们凭借独特的业务模式和在产品管理、客户管理、风险及信息管理领域的优势，多年来坚持把海外市场积累的行业领先经验与差异化能力与国内合作伙伴分享。

《中国经营报》：今年监管也针对卡基市场建设进行了一系列安排部署。此前在国内发展一直受限的一些非接触支付，是否还有发展甚至反超条码支付的机会？

**朱亚明：**中国市场很复杂，支付模式和技术发展也很快。董事会比较看重我有丰富的企业风控管理经验，以及对市场和客群的洞察和敏锐度。

清算机构和卡组织与发卡银行有很多业务关联，而保险产品中权益设计本质上也是理解人性需求。比如保险公司面对的是B端业务，清算机构也是做B端，所以跨度并不是很大。这些业务之间不是完全分裂，有相通之处，其实是一种循序渐进和水到渠成。

从磁条卡、芯片卡、手机钱包到

刷卡、拍卡等不同支付路径，我们都是随着银行卡技术变革而提供给持卡会员所期待的服务方式。美国运通坚持科技创新以客户体验为重，而不是为了创新而创新。作为银行卡清算机构，我们的定位好比是高速公路，不管是宽一些、窄一些，最终还是为了承接路上跑的各种车辆的通行需求。

国内市场非常大，已经有一些支付市场习惯形成，我们会充分尊重。我们的原则是顺势而为，不同客群、不同市场、不同消费场景下有不同的消费习惯，我们就尽可能满足美国运通卡会员对支付多样性的需求，让每位会员都能拥有便捷、安全、满意的消费体验。

《中国经营报》：你此前在国内外的银行、保险公司都有丰富的履职与管理经验，与之相比，进入支付清算领域有哪些新挑战？作为一位女性高管，你有哪些独特优势和经验与大家分享？

**朱亚明：**因为中国市场很复杂，支付模式和技术发展也很快。董事会比较看重我有丰富的企业风控管理经验，以及对市场和客群的洞察和敏锐度。

清算机构和卡组织与发卡银行有很多业务关联，而保险产品中权益设计本质上也是理解人性需求。比如保险公司面对的是B端业务，清算机构也是做B端，所以跨度并不是很大。这些业务之间不是完全分裂，有相通之处，其实是一种循序渐进和水到渠成。

## 老板秘籍



美国运通的经验有哪些中国市场上可以借鉴？

简历



朱亚明

现任连通（杭州）技术服务有限公司首席执行官兼总经理，全权负责带领公司实现加速发展和成长。

朱亚明在中国和加拿大的银行业与保险业拥有丰富的从业经历，是资深的高级管理者，曾先后服务于花旗银行、星展银行、渣打银行和安盛太平财产保险公司，在引领业绩增长和转型方面积累了丰富的经验。

她被《今日保》评为2021年“年度新任首席执行官”，并被上海市政府授予“2020年上海海外金才”称号。工作之余，她是上海外国语大学国际金融贸易学院客座教授。

如何吃透国内市场和赋能发卡方？

记者观察

## 在中国银行卡市场当好“陪练”

中国一直是美国运通重要的战略市场。40多年前的1982年，在国内改革开放大潮中，与中国有着百年情缘的美国运通重返中国内地市场。2020年，在中国金融对外开放的大潮中，美国运通在中国的合资机构连通公司成为首家入华展业的中外合资银行卡清算机构。

如何凭借美国运通独特的业务模式，在中国银行卡市场走出一条特色发展之路，是连通发展4年来回答的关键命题。

需要看到，当前在移动支付发展、人口结构与消费习惯改变等因素下，中国银行卡市场正在迎来关键拐点。

央行公布的《2024年第一季度支付体系运行总体情况》显示，截至2024年第一季度末，全国共开立信用卡和借记合一卡7.6亿张，环比下降0.85%。和2023年年末7.67亿张的总量相比，减少约700万张，这也是该指标连续第6个季度环比负增长。

拐点的价值在于危与机并存，发展瓶颈带来策略改变，策略改变则可能撕开新的业务空间。

朱亚明在交流中就谈到，一年来沟通的多家银行高管都明确表示了希望改变以往粗放式的发卡策略，加码精细化运营、深耕存量市场的决心。

这也给连通进一步发挥优势带来了机会。作为银行卡产业的枢纽，卡组织和清算机构在银行卡发卡、运营、收单链条上发挥的作用不容小觑。连通背靠的美国运通，由于体系内业务覆盖了发卡、清算、收单的商业闭环，其对客群理解和风险识别相比其他卡组织更加突出。这些经验可以通过连通在中国市场得到价值实现。

值得一提的是，连通并没有简单把自己放在“外来者”和“赋能者”的角色上。

在与朱亚明的交流中，她对连通定位一个让人印象深刻的是“给银行当好陪练”。

据记者从行业侧了解，借助于美国运通的经验与影响力，目前连通国内合作伙伴在获客率和活卡率等指标上，都超过了市场中的平均水平甚至更高。这也折射出中国银行卡存量市场上还有广阔的挖掘空间。

可以在中国市场当好“陪练”，来自当前市场转型期服务需求侧机构的意愿，也来自服务供给侧机构的禀赋。在交流中，朱亚明多次强调美国运通“穿越经济周期”的百年业务经验以及对中国市场的长期信心。在近期举行的上海外滩大会上，这家公司的高层也在继续传达这种进一步拥抱中国市场的意愿，美国运通全球网络服务总裁Mohammed Badi（穆罕默德·巴迪）就公开表示：“我们期待从上海出发，在中国进行更多的技术合作和业务投资，为这个重要的市场发挥更大作用。”

本版文章均由本报记者李晖采写