

取消差异化财政税收补贴 国务院重申公平竞争规则 A2

探访图们江出海口:14公里的梦想与780公里的现实 A4



市场内卷加剧 超豪华品牌宾利的“穿越”之道

与老板对话 ND4



对于宾利汽车,中国消费者并不陌生,它以优秀性能和超豪华定位闻名全球,在中国汽车市场也一直享有较高的声誉。

宾利汽车总部位于英国克鲁,世界上第一台宾利汽车诞生于1919年,1998年宾利汽车被纳入大众汽车集团麾下。在105年的发展历程中,宾利汽车见证了汽车行业的巨大变迁。

在燃油车时代,宾利汽车

创造了不少传奇。譬如,推出了欧陆GT、欧陆飞驰等经典车型,其手工缝制的宾利真皮内饰以及木质饰板亦颇受市场追捧。如今,汽车行业已身处电动化、智能化的时代浪潮之中,传统格局被打破,新的秩序正在建立,汽车产业的玩法与规则迎来重塑。

进入新的产业时代,作为一家拥有百年历史的传统超豪华汽车品牌,宾利汽车如何看待和面对电动化、智能化转型

浪潮?近几年,超豪华汽车品牌的消费群体年轻化趋势明显,如何才能更好地把握新消费群体的需求?当前,汽车市场“内卷”严重、竞争激烈,超豪华汽车品牌对市场的变化有着怎样的感受?又如何穿越低迷周期?带着这些疑问,《中国经营报》记者近期专访了宾利汽车中国内地及香港、澳门执行总经理,大众汽车(中国)销售有限公司集团总经理安睿轲(Kim Airey)。

社评 A

市场之手!还是看不见的好

近日,吉林市在成功举办世界锅包肉大赛后,宣布拟组建餐饮名品推广办公室暨锅包肉办公室。这一消息随即引发热议,有网友笑称此举打响了“暑期文旅战第一枪”,折射出当前各地文旅争夺战之激烈;也有人因此联想到20多年前的“馒头办”——以促进食品安全之名设立,却演变成了收费、审批机构并最终被废除。

吉林市及时作出回应,称该办公室人员不占用编制,旨在推广包括锅包肉在内的吉林饮食文化,促进全市锅包肉产业高质量发展,工作内容将由局内多个业务科室合作完成。然而,仅凭一个办公室,能否真正让锅包肉出圈,并带动文旅产业发展,值得我们深入探讨。

近年来,随着国内旅游市场的蓬勃发展,各地纷纷挖掘特色资源,打造文旅品牌。美食作为具有广泛群众基础的文化符号,自然成为文旅争夺战的新“战场”。从小龙虾、螺蛳粉之争,到淄博烧烤、甘肃麻辣烫,到如今的锅包肉,美食俨然成为地方文旅的“流量密码”。

以美食带流量,以流量促旅,这一思路无可厚非,毕竟美食与旅游有着天然的联系。然而,我们也应看到,美食文旅并非简单地将美食与旅游捆绑,更需要从市场、产业、政府角色等多维度进行深入思考。

纵观世界各地美食推广的成功案例,我们可以发现,美食推广并非一蹴而就,而是需要长期、系统的努力。例如,泰国政府将美食作为

国家形象的重要组成部分,通过全球开设泰国餐厅、举办美食节等方式,让泰国美食走向世界;日本寿司则借助影视作品和连锁店模式,成功打造了全球知名的美食品牌。意大利的那不勒斯通过举办年度披萨节,吸引了全球各地的美食爱好者。

上述成功案例的共同点在于,它们都注重将美食与文化、旅游深度结合,打造完整的文旅体验。同时,政府、企业、市场等各方力量的协同合作,也是美食文旅推广成功的关键。

餐饮业是公认的市场化程度较高的行业,其发展主要依靠市场机制。政府在其中的角色更多是引导和规范,而非直接干预。因此,吉林市设立锅包肉办公室,应注重发挥政府的引导作用,避免成为公众担心的“馒头办”。

但这也绝不意味着,锅包肉办公室可以作为噱头、吉祥物“躺平”。结合世界美食、文旅成功案例,政府在推动美食品牌建设上,依然大有文章可做。比如,刚刚举办的世界杯大赛,就很好地提升了锅包肉的知名度和美誉度。

此外,行政力量还可以通过标准设立实现市场规范,从而引导锅包肉上下游提质升级,更可以通过适当的政策支持和资金扶持,鼓励行业企业带来创新发展——据媒体报道,目前,东三省拥有与锅包肉相关的企业超过一千家,但品牌效应、创新能力却依然薄弱。

如果说以上只是行政介入产业的常规套路,那么文旅业特殊的产

业属性,或许可以给锅包肉办公室带来更多思考:以锅包肉为代表的美食招牌,怎样才能避免成为一时网红,为地方文旅作出更大贡献和持久引流?

以淄博烧烤的文旅IP为例,其成功引流同时,也引发了业界担忧:如果一个地方只有特色美食,其文旅的张力和未来会怎样?毕竟,没有人会因为一种在别处也可以吃到的美食,便会千里迢迢冲动消费——于文旅产业而言,这很难成为其长久发展的根基。

文旅业的特殊性,在于其拥有超越感官、物质消费之上的精神享受。因此其具有高度融合性、强烈地域性、明显季节性、对公共服务依赖性强等特点,这也注定行政力量在此具有不可推卸的介入职责——交通、住宿、餐饮、安全等方面,均需要行政力量的保障和引导。

同时,一如美食、文旅产业,远不同于工业消费品,其一方面完全无法流水线生产,另一方面又难以寻找绝对的、普遍适用的行业标准。甚至,从消费者角度而言,其天然存在适配性差异,且难以彻底消除,就像一个喜甜的美食家,可能永远都难以对重盐食物产生好感。

从这个角度来看,促进文旅发展的重担,似乎远非一个锅包肉办公室能够承担。锅包肉办公室出圈,更像是一次讨巧的战术胜利,而想要在文旅产业上有所作为,则需要更大的战略思考,以及更为广泛、深度的跨部门、跨业务合作与研究。

比如,当地的文旅资源诸如自

然风光、历史文化、风俗习惯等,能否与美食有更进一步的融合,让消费者不仅仅在味蕾上产生共鸣,更生发出全感官、深层次的念念不忘?与周围文旅资源相比,吉林市还有哪些可以进一步出圈,而不仅仅是美食?已有的文旅资源中,哪些在公共服务层面更有提升空间?

每一个问题背后,都隐藏着一个需要结合文旅共性与本地特性的研究课题,值得当地的行政部门为之持续努力。因此,锅包肉办公室可以是一个开端,但绝不会是终点。而要解答这些课题,我们又不妨回到文旅业发展的本质上,即作为特殊产业,其创新与发展,应该以谁为主体,走怎样的发展逻辑。

尽管在文旅发展的世界历史中,行政力量表现突出,且众多旅游资源由政府拥有、主管,但我们依然要从市场竞争层面看到,无论是数量、竞争、创新力,其主体仍是企业。其发展遵循的基本依据,仍是市场规则。

吉林省设立锅包肉办公室,是推动文旅发展的一步棋。然而,要真正让美食带动文旅业,就需要我们必须尊重文旅市场天然的主体分配、规则构建原则,让行政力量摆正角色,做好引导,充分利用企业和市场的力量,打造具有吉林特色的美食文旅品牌。

锅包肉办公室的设立只是一个开始,未来还有很长的路要走。希望吉林省能够以此为契机,深入挖掘美食文化内涵,创新发展模式,让锅包肉成为吉林文旅的一张闪亮名片。

本期热词

普华换帅

过去一段时间,先有内部员工举报赵柏基存在有悖会计准则的行为以及管理混乱等问题,后有证监会公布对恒大地产的惩罚,并表示将对相关中介机构进行调查。随后,普华永道被多家上市公司“改聘”。截至发稿,其业务排名前十的客户中,有8家选择与其“分手”,近30家上市公司“改聘”其他“三大”会计师事务所。

普华永道亚太区换帅“退单”难题待解 B1

大家“瘦身”

公告还披露,本次产权转让如导致国家出资企业及其子企业失去标的企业实际控制权的,交易完成后标的企业的不得再继续使用国家出资企业及其子企业的字号、经营资质和特许经营权等无形资产,不得继续以国家出资企业子企业名义开展经营活动。

万亿大家保险“瘦身” B8

转让“三界”

华为方面回应《中国经营报》记者称,将继续支持赛力斯造好界、卖好界。华为一贯坚持不造车,而是利用领先的智能网联汽车技术,持续帮助车企造好车、卖好车。华为将继续与车企为用户打造卓越的智能汽车产品,提供极致的智慧出行体验。

华为接连转让“三界”商标意欲何为 NC1

华熙风波

对于“明星员工”,企业那套管理普通员工的统一标准还适用吗?企业又应如何管理运营以及平衡个人影响力巨大、风格鲜明的员工?短视频时代,企业家IP和个人IP,让企业和品牌活生生地展示在消费者面前。但也要看到,个人IP还属于新兴事物,对待他们或许需要新体系和新方法,否则带来热度的同时风险也更大。

华熙生物风波背后:如何避免网红员工与企业博弈? ND1

经济大势

A1~A4

三季度地方债将迎发行高峰 A2
支撑基建投资加速

博汇股份“补税5亿元”背后 A3

营商环境

B1~B16

地方城投融资再现“灰色”通道: B4
资产服务信托变身融资产品

科技金融纵深破题 B5
七部门合力绘就高质量发展路线图

浙江义乌:小商品做成大生意 B9

北京二手房6月反弹明显 B12
新房仍承压

光伏资本降温: B15
IPO折戟与面值退市并存

智在公司

C1~C8

数字人直播带货行至十字路口 C3
巨头态度两极分化

全球大模型版图初现: C4
国产占比36% 落地应用成关键

字谷科技撤回上市申请 C6
两轮车换电是门好生意吗?

开源模式受追捧 C7
汽车行业打响“数字化底座”之战

突增上亿元预付款 C8
谁在“掏空”ST三圣?

消费连锁

D1~D4

养生茶饮市场快速增长 D2
打破同质化成突围关键

百亿饮料产值背后的咸宁高新区范本 D3



中经传媒智库



本报官方微信



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

取消差异化财政税收补贴

国务院重申公平竞争规则

本报记者 杜丽娟 北京报道

上市公司“补税”风波背后，推进公平竞争政策，成为消除市场竞争壁垒的一个重要内容。

8月1日，《公平竞争审查条

优惠政策频出

部分地方政府为了快速获得招商引资成果，而滥用税收优惠政策，这破坏了全社会的招商引资环境，同时也容易形成不正当竞争。

6月中旬开始，上市公司迎来年报披露季。随着多个公司陆续发布年报，部分公司取得的税收奖励、财政奖励和产业扶持资金等被要求收回，这成为舆论关注热点。

《中国经营报》查询近年年报，发现企业被迫回的奖励或补贴，原因大致有几种情况：有的企业因未按照招商引资协议的约定履行合同义务被要求收回，有的则是因“不符合相关政策、为规范财政支出行为”而被迫回，有的是因为“企业取得的款项违反了国家税收法律法规和政策的规定，属无效行为”而被迫回。

“其实从这些披露内容看，这些公司被迫回补贴的原因不尽一

致，这说明实际操作中，企业仍存在一些不合规定行为。”一位财税人士对此分析。

事实上，自1994年分税制改革以来，在财政分权治理制度下，政府间竞争的主要方式是对各种资源的竞争，而招商引资是各级地方政府一个重要手段。由于这些奖励或补贴政策直接决定着地方政府招商引资的增长水平，因此，尽管中央三令五申，但地方出台各种优惠政策的行为依然屡禁不止。

一位咨询公司人士告诉记者，通常情况下，地方政府的招商文件中包含的优惠政策有税收返还、土地出让金优惠、固定资产投资补助、物流成本补助、一事一议

政策和租金优惠等内容。

对于税收返还，则主要与企业的缴纳税收额度挂钩，奖补资金大部分来自地方政府的本级税收收入。而土地出让金优惠是地方政府在土地出让过程中提供优惠，如先征后返、列支等方式，将部分土地出让金返还给企业。

对企业来说，地方出台的这些优惠政策，吸引力究竟有多大？

举例来说，如果某公司要去某地级市投资，按照该地招商引资优惠政策，将对企业缴纳的增值税和企业所得税给予支持和奖励，同时享受地方财政留存部分的80%奖励，增值税地方留存50%，企业所得税地方留存40%的优惠。

这种情况下，如果企业缴纳

防止出台排除、限制竞争的措施，努力为各类经营主体公平竞争营造一个良好的环境。“取消差别化财政奖励或补贴，目的就是防止有的经营者凭借某些特殊政策来获取不正当的竞争优势。”

增值税100万元，地方留存50万元，最高可以获得40万元的支持奖励。企业所得税按照100万元来算，地方留存40万元，最高也能获得32万元的支持奖励。

上述咨询公司人员介绍，随着征管手段的提升，企业当月纳税，次月就可以获得财政支持奖励。“通过享受奖励，企业不仅能降低现金流压力，也能间接提高盈利能力，这可以获得更多的信贷支持，从而促进企业的发展”。

然而，随着各地优惠政策增多，一些问题也随之而来。比如，部分地方政府为了快速获得招商引资成果，而滥用税收优惠政策，这破坏了全社会的招商引资环境，同时也容易形成不正当竞争。

公平竞争规则

不得限制外地或者进口的商品要素进入本地市场，也不得阻碍本地经营者迁出，或者商品要素的流出。

为营造良好公平的竞争环境，中央从2000年开始，逐步清理和规范地方的优惠政策，同时要求各地不得违法违规出台税收优惠政策。在市场人士看来，此举将倒逼欠发达地区改善营商环境、完善产业链配套。

今年的《政府工作报告》也提出，要把出台公平竞争审查的行政法规列为国务院的重点工作，并纳入2024年的国务院立法计划。

今年6月6日，国务院总理李强签署国务院令，公布《条例》。

国家市场监督管理总局反垄断总监许新建指出，《条例》的出台，对于加快建设全国统一大市场、保障各类经营主体依法平等使

用生产要素、公平参与市场竞争，具有十分重要的意义。

在商品要素的流动方面，《条例》明确，不得限制外地或者进口的商品要素进入本地市场，也不得阻碍本地经营者迁出，或者商品要素的流出；不得排斥、限制外地经营者参加本地的政府采购、招标投标等经济活动。

周智高表示，在影响生产经营行为方面，《条例》要求，不得强制或者变相强制经营者实施垄断行为，也不得违法干预实行市场调节价的商品要素价格水平，或者超越法定权限制定政府指导价、政府定价，要切实维护企业的经营自主权。

伴随《条例》施行时间的临近，取消差别化奖励后，地方政府的招商工作如何破局？

根据审计部门的调研，当前要推进政府退出“越位”领域，通过分析地方政府对竞争性领域财政扶持的必要性，推动地方政府在招商引资中引入市场竞争机制，以市场需求决定土地资源配置，以市场需求确定土地出让价格。

上述财税人士建议，各地可以探索以区域内龙头企业为原点，寻找和弥补产业链的薄弱环节，尝试打造产业集群，进行有针对性的招商。

一个可参考的案例是，浙江嘉善县互联网通信小镇，经过系统评

估，小镇的创建者一次性拿出1100亩土地交给光通信领域的领军企业——富通集团，并由企业按产业链布局统一规划。

与此同时，嘉善县还邀请了100多家企业负责人实地考察，并与富通集团形成产业链关系的上下游18家企业达成了落户协议。

记者了解到，通过产业链招商，可以减少企业之间的经营成本，并通过上下游关系或协作关系，提升了企业的效益。

上述财税人士表示，产业链形成后，可以有效促进地方就业、拉动基础设施建设、增加税收收入，这对促进地方经济发展具有重要价值。

新疆规划多条外送通道 太阳能发电装机增长117.1%

本报记者 索寒雪 和田报道

随着新疆新能源产业的迅速发展，建设电力外输通道的需求迫在眉睫。《中国经营报》记者近日了解到，“疆电外送”的第五通道也正在规划之中。

“我们土地资源不缺了，光资源也不缺了，现在需要一些消纳

电力的能力。好消息是，国家已经牵头规划，把我们的新能源电力通过贵州送往其他省，让新能源作出更大贡献。”新疆一家央企地方公司负责人向记者表示，“未来将有五条通道，实现‘疆电外送’。”

另一位电力行业电力销售部门人士向记者证实，国家实际上

已经在规划第四条通道和第五条通道，都是以新疆为送出端，向甘肃和四川两条通道外送。

该电力行业人士补充道：“外送通道主要是消纳新能源，其实也匹配了一些火电，通过新疆，输送到大江南北去，所以对于新能源我们也会坚定不移地去发展。”

记者了解到，“疆电外送”第五通道正处于研究论证中。

新疆电网调度统计数据表示，截至2024年5月底，新疆发电总装机容量约15056.1万千瓦，同比增长28.4%，其中太阳能发电装机容量约3729.8万千瓦，同比增长117.1%，风电装机容量约3615.8万千瓦，同比增长29.1%。



中广核和田洛浦100万千瓦光伏项目现场。

索寒雪/摄影

能源项目清单，7月底开工，当年

12月29日实现全容量投运，是国内首个下半年核准下半年完成投运的百万千瓦级光储项目。”

据了解，该项目总投资37.6亿元。光伏区域内地貌为沙漠化荒漠地貌，地貌较为单一，场地平整开阔，地形起伏不大，总占地面积28472亩。场址北侧临近G3012吐和高速公路，交通便利。

该项目负责人向记者表示：

“项目于2023年7月4日被纳入自治区2023年第一批市场化并网新

该项目规模类似的光伏发电项目。

谈及新疆光伏发电领域快速发展态势，该项目负责人向记者表示：“从2019年起，我们每年都会参加一次行业大会，每次也只有300人。但是从2023年开始，我们去参加这种会议的时候，会议人员规模已基本上达到了800人，从参会人数可以直观地看到行业正在快速发展。”

目前，其他央企也正在建设与

下转 A3

三季度地方债将迎发行高峰 支撑基建投资加速

本报记者 谭志娟 北京报道

挖掘机是基础设施建设的“标配”，也被业界视为经济的“晴雨表”。

《中国经营报》记者日前注意到，挖掘机国内销售从3月到5月连续3个月实现同比正增长，6月份表现也比较亮眼。根据CME(芝加哥商业交易所)的最新调查研究，2024年6月挖掘机内销市场预计达到7300台，同比增长20%。

在业界看来，挖掘机销量增速“转正”意义重大，不仅反映出我国工程机械市场持续回暖，也反映出基建项目开工率持续上升。

在基建资金的支持方面，三季度地方债有望迎来发行高峰。

民银研究统计显示，从各地公布的发行计划来看，三季度新增地方债发行规模高达19669亿元，较去年同期增加6053亿元；加上10676亿元地方债到期规模，预计三季度地方债发行规模在3万亿元左右，较去年同期增加约3000亿元。按此计算，四季度新增地方债发行规模约8200亿元，占全年新增限额的17.7%。

就此，民生银行首席经济学家温彬认为，“鉴于上半年地方债发行进度偏慢，且地方债在四季度发行可能会影响资金在年内的使用进度，近期各地加快部署地方债发行工作，三季度地方债发行会明显提速，支撑基建投资较快增长。”

发债高峰将至

记者注意到，2024年《政府工作报告》安排了4.62万亿元的新增地方债限额，其中专项债新增限额为3.9万亿元，创历史新高。

公开数据显示，今年上半年，全国地方债发行约3.5万亿元，同比下降约20%。其中，新增专项债发行逾1.5万亿元。东方金诚还统计显示，上半年，共有35个省市(含计划单列市)发行地方债，其中广东、山东、江苏、河南发行量均超过2000亿元，合计10453亿元，占同期总发行量的30.1%。其中，6月共有25个省市(含计划单列市)发行地方债，其中河南、河北、安徽发行规模均超过500亿元，合计发行2219亿元，占当月总发行量的33.1%。

1—6月，从资金投向看，基建占比保持高位，有力支撑重大项目建设。民生银行研究院数据显示，1—6月发行的用于项目建设的新增专项债中，投向基建领域占比68.4%，虽然比1—5月回落2.4个百分点，但比去年全年高5.3个百分点，继续保持较高水平。

记者了解到，通过产业链招商，可以减少企业之间的经营成本，并通过上下游关系或协作关系，提升了企业的效益。

上述财税人士表示，产业链形成后，可以有效促进地方就业、拉动基础设施建设、增加税收收入，这对促进地方经济发展具有重要价值。

由于上半年新增专项债发行进度不足五成，这意味着下半年发行任务还比较重，业界专家预计三季度或将迎来新增专项债的发行高峰，也是地方债整体的发行高峰。

近日，中国人大网公开的《国务院关于2023年中央决算的报告》在部署下一步财政工作时也明确，加快增发国债资金、地方政府专项债券资金和中央预算内投资使用进度，放大政府投资带动效应，争取早开工、早见效。

有迹象显示，地方也加快了债券发行的节奏。

目前，福建全省已发行新增债券714亿元，下一步，福建省财政厅表示将尽快分解下达新增债务限额，适当加快债券发行使用节奏，进一步发挥其扩投资、稳增长作用。

山西省财政厅近日公开表示，下半年将持续加强市场研判，科学筹划债券发行，项目成熟一批发行一批，发挥政府债券调结构、

促投资、稳增长的积极作用，进一步提升债券资金使用效益，为山西省高质量发展蓄势赋能。

就此，浙大城市学院文化创意研究所秘书长林先平日前接受记者采访时表示，三季度地方债发行提速的原因主要有三方面：

首先，随着经济形势的逐渐好转，地方政府对于基础设施建设的需求也相应增加，因此需要加快地方债的发行进度；其次，一些地方政府的财政状况有所改善，有能力承受较高的地方债发行成本；最后，为了支持地方经济的发展，地方政府也在积极推动地方债的发行工作。

奥优国际董事长张明对记者分析说：“政策鼓励、地方需求和市场环境的变化是导致三季度地方债发行提速的主要原因。”

据张明具体解释说，一是政策层面鼓励地方积极发行地方债，以支持基础设施建设，促进经济增长。这为地方提供了更多的资金来源，使得地方能够更快地发行地方债。二是地方政府也希望通过发行地方债来缓解财政压力，提高财政可持续性。三是市场环境的变化也为地方债发行提供了更多的机会和便利。

张明举例说明，例如，随着金融市场的开放和金融市场的逐步成熟，地方债的发行和交易也变得更加便利和规范。

张明认为，如果三季度地方债发行提速，可以为基础设施建设提供更多的资金支持，从而推动基础设施建设是促进经济增长的重要手段之一，而地方债的发行可以为基础设施建设提供稳定的资金来源，降低建设成本，提高建设效率，从而促进基建投资的整体发行高峰。

近日，中国人大网公开的《国务院关于2023年中央决算的报告》在部署下一步财政工作时也明确，加快增发国债资金、地方政府专项债券资金和中央预算内投资使用进度，放大政府投资带动效应，争取早开工、早见效。

基建投资有支撑

林先平告诉记者，“根据目前的情况来看，预计三季度基建投资增速会有所加快。”

在林先平看来，这主要是因为地方债发行提速可以为基础设施建设提供更多的资金支持，同时，一些地方政府也加大了对基础设施建设的投入力度。这对于三季度稳增长具有重要意义。基建投资增速的加快可以促进经济的增长，增加就业机会，提高人民生活水平，同时也可以为下一轮经济增长打下坚实的基础。

张明也预计，三季度基建投资增速会加快，地方债发行提速和财政政策调整等因素将为三季度稳增长提供更多的支撑和保障。

“地方债发行提速可以为基础设施建设提供更多的资金支持；同时，随着经济的恢复和消费的回升，基础设施建设的需求也

会增加。这将有助于稳定经济增长，促进经济的复苏和发展。此外，随着财政政策的积极调整和金融市场的进一步开放，资本市场的发展也将为基建投资提供更多的融资渠道和机会，进一步提高基建投资的效率和效益。”张明解释说。

中信建投研报也表示，近日多地公布的三季度新增专项债发行计划较二季度有所增加，预计随着超长期国债投入使用，专项债项目在三四季度持续开工，下半年基建增速有望抬升。

值得注意的是，温彬还表示，尽管三季度地方债供给量大幅增加，但考虑到权益类市场波动加大，正令资金持续流向债券市场避险，同时伴随着内外部约束逐步缓解，货币宽松节奏或有所加快，降准降息仍存落地空间。

博汇股份“补税5亿元”背后

本报记者 程维 宁波报道

近日,创业板上市公司宁波博汇科技股份有限公司(以下简称“博汇股份”,300839.SZ)公告称,该公司“因经营资金困难”停产。此前该公司曾公告,因被当地税务部门查补消费税,其2023年6—12月需应税3亿元,2024年一季度需应税2亿元。

《中国经营报》记者调查发现,该笔补税是因国家税务总局对重芳烃、混合芳烃等自2023年7月1日起按新计税标准计税导致。博汇股份在新规下,迅速将原有的重芳烃“升级”为重芳烃衍生品——该公司认为,其重芳烃衍生品已不在税务总局的调税范围之列,而税

务部门仍按重芳烃计税;但当地税务部门相关工作人员认为,博汇股份将重芳烃火速“升级”为重芳烃衍生品,有避税嫌疑。

值得注意的是,国内重芳烃价格目前大致为6250元/吨,但博汇股份2023年所售重芳烃及衍生品的价格仅为3606元/吨,约为市价一半。

此外,2024年一季度,博汇股份近90%的重芳烃及衍生品均为对内销售。

因博汇股份以“领导不在”拒绝受访,因此目前暂无法进一步确认,该举措的目的是利益输送还是避税。

至记者发稿时止,国家税务总局宁波市镇海区税务局未对记者的采访函做回复。

税务部门:应依法依规缴纳税款

该公司2023年亏损2.0294亿元,2024年一季度亏损9942万元。

6月13日,创业板上市公司博汇股份发布公告称“基于目前公司经营资金困难”,于2024年6月12日起,对40万吨/年芳烃抽提装置、40万吨/年环保芳烃油生产装置及相关配套装置进行停产。

该公司的这一公告,并未将税收因素列为停产的直接原因。

不过,博汇股份在其2023年年报、2024年一季报,以及给深交所的回复等多个公告中,提及税务部门对其主要产品重芳烃衍生品按重芳烃课税,导致该公司在2023年年报、2024年一季报中,不得不计提损失,致使该公司2023年亏损2.0294亿元,2024年一季度亏损9942万元。

3月末,博汇股份公告称,该公司收到国家税务总局宁波市镇海区税务局解税税务所送达的《税务事项通知书》,要求该公司的“重芳烃衍生品”按“重芳烃”缴纳消费税。

该公司称,经该装置生产的重芳烃衍生品2023年7—12月共销售14.0372万吨,2024年1—3月共销售8.5万吨(预估)。如按税务通知书的要求,按重芳烃缴纳消费税,

则对公司2023年度利润及2024年一季度的利润影响分别约为3亿元和2亿元,对公司2023年度业绩以及未来年度生产经营均产生重大不利影响。

不过,5亿元并非确定数字,还需以年审会计师审计后的数据为准。

此事引起广泛关注。

6月14日22:14,国家税务总局宁波市镇海区税务局发布《关于宁波博汇化工科技股份有限公司有关涉税情况的通报》,对此进行回应。

该通报称,根据税收风险筛查情况,该局发现博汇股份存在少缴消费税风险,经综合研判,于2023年11月6日向企业送达了风险提示单,并多次开展了纳税辅导和约谈。

“在企业不主动配合消除涉税风险的情况下,我局根据有关政策规定,于2024年3月27日向其下发了《税务事项通知书》,要求企业对相关应税产品依法依规缴纳税款。截至目前,企业未予缴纳。下一步,我局将进一步加强与企业沟通,继续争取企业配合,深入做好政策辅导,依法依规处理。”回应称。

博汇辩称:加工后的重芳烃衍生品不是重芳烃

博汇股份认为,该公司生产的重芳烃衍生品,不在国家税务总局列举的应税范围内。

镇海区税务局相关工作人员6月19日对《中国经营报》记者表示,税务部门作为一级国家机关,始终严谨、规范,不存在一些传言所说的随意情况。不过,至记者发稿时止,该局未就记者提出的问题做出正式回复。博汇股份董秘办的工作人员在请示领导后,以“领导外出开会”为由,拒绝接受记者采访。

4月15日,博汇股份在深交所的回复中称,目前“重芳烃衍生品”“重芳烃”两种产品均没有相关的行业和国家标准。

该回复称,行业一般根据产品形态、外观、碳数分布、主要组分、产品用途等来区别,产品名称是根据含有的主要组分来定义。重芳烃衍生品和固态重芳烃在外观上很接近,都呈棕褐色、墨绿色或黑色。

此外,博汇股份还认为,重芳烃是分子量大于二甲苯的芳烃混合物,是一种以碳九芳烃为主要成分的混合芳烃,存在液态和固态两种形态。呈液态重芳烃碳数分布以碳9—碳10为主,分子

固态状,组分主要为芳烃类化合物,在具体组分碳数分布上存在区别。

博汇股份认为,芳烃衍生品饱和烃含量较低,芳烃与胶质含量之和一般为55%—90%,含有大量单环(一般带有较长烷基侧链和/或并有环烷环)、双环、三环、四环、五环芳烃和噻吩等衍生物,分子量分布在300—700;70%以上组分的最低碳数在15以上,实测碳数主要集中在25—55,在常温常压下呈固态,外观呈棕褐色、墨绿色或黑色。

此外,博汇股份还认为,重芳烃是分子量大于二甲苯的芳烃混合物,是一种以碳九芳烃为主要成分的混合芳烃,存在液态和固态两种形态。呈液态重芳烃碳数分布以碳9—碳10为主,分子

蹊跷:售价比市场价低一半

中石化旗下的镇海炼化2024年6月28日的重芳烃出厂价为6250元/吨,而博汇股份以内部销售为主的价格仅为3606.28元/吨。

一季度重芳烃衍生品内部销售3.37亿元。

据博汇股份2023年年报,该公司2023年共生产重芳烃及重芳烃衍生品33.16万吨,销售17.2万吨,实现销售收入6.2亿元。据此测算,2023年度该公司重芳烃及重芳烃衍生品的售价为3606.28元/吨。

由于重芳烃衍生品是在重芳烃的基础上进一步提炼后的产品,因此重芳烃衍生品的生产成本,理论上应该比重芳烃更高,通常其售价也会比重芳烃更高。

“重芳烃及重芳烃衍生品每吨卖3606.28元,你们公司测算出每吨需缴纳2105.2元消费税,税率占售价的比例高达58.37%?税率占销售收入的六成比重?”记者向博汇股份相关工作人员求证其



记者实地探访发现,博汇股份的工厂大门,偶尔有大型罐车进出。其公告显示,2023年该公司生产了33.16万吨重芳烃及重芳烃衍生品,只销售了17.2万吨,产量中有近一半变成了库存。目前无法确认其停产的另一个原因,是否与去库存有关。

程维/摄影

量为100—150,主要组分偏三甲苯、甲基乙基苯、均三甲苯、均四甲苯等,外观无色透明。呈固态的重芳烃组分重叠度高、烃类化合物复杂,最低碳数在11以上,无清晰的组分表达,颜色随碳数增加逐渐加深至黑色。

博汇股份认为,该公司生产的重芳烃衍生品,不在国家税务总局列举的应税范围内。因为该公司生产的重芳烃衍生品,在常温常压下呈暗褐色及黑色固态,并且

从生产工艺、产品属性、主要成分,抑或是常温常压条件下的物理状态等各项指标,与《成品油消费税征收范围注释》规定的石脑油均具有明显差别,例如重芳烃衍生品密度一般大于1,而石脑油密度一般在0.7左右,重芳烃衍生品不应属于应税消费税的征收范围。

因此,博汇股份认为,该公司2023年7月前生产销售的重芳烃,以及2023年7月后生产的重芳烃衍生品均无需申报缴纳消费税。

税务部门:应依法依规缴纳税款

该公司2023年亏损2.0294亿元,2024年一季度亏损9942万元。

6月13日,创业板上市公司博汇股份发布公告称“基于目前公司经营资金困难”,于2024年6月12日起,对40万吨/年芳烃抽提装置、40万吨/年环保芳烃油生产装置及相关配套装置进行停产。

该公司的这一公告,并未将税收因素列为停产的直接原因。

不过,博汇股份在其2023年年报、2024年一季报,以及给深交所的回复等多个公告中,提及税务部门对其主要产品重芳烃衍生品按重芳烃课税,导致该公司在2023年年报、2024年一季报中,不得不计提损失,致使该公司2023年亏损2.0294亿元,2024年一季度亏损9942万元。

3月末,博汇股份公告称,该公司收到国家税务总局宁波市镇海区税务局解税税务所送达的《税务事项通知书》,要求该公司的“重芳烃衍生品”按“重芳烃”缴纳消费税。

该公司称,经该装置生产的重芳烃衍生品2023年7—12月共销售14.0372万吨,2024年1—3月共销售8.5万吨(预估)。如按税务通知书的要求,按重芳烃缴纳消费税,

则对公司2023年度利润及2024年一季度的利润影响分别约为3亿元和2亿元,对公司2023年度业绩以及未来年度生产经营均产生重大不利影响。

不过,5亿元并非确定数字,还需以年审会计师审计后的数据为准。

此事引起广泛关注。

6月14日22:14,国家税务总局宁波市镇海区税务局发布《关于宁波博汇化工科技股份有限公司有关涉税情况的通报》,对此进行回应。

该通报称,根据税收风险筛查情况,该局发现博汇股份存在少缴消费税风险,经综合研判,于2023年11月6日向企业送达了风险提示单,并多次开展了纳税辅导和约谈。

“在企业不主动配合消除涉税风险的情况下,我局根据有关政策规定,于2024年3月27日向其下发了《税务事项通知书》,要求企业对相关应税产品依法依规缴纳税款。截至目前,企业未予缴纳。下一步,我局将进一步加强与企业沟通,继续争取企业配合,深入做好政策辅导,依法依规处理。”回应称。

银行消费贷“卷”利率 多头借贷风险隐现

本报记者 杨井鑫 北京报道

伴随着一系列刺激消费政策的陆续落地,创新消费贷产品正在成为银行投放信贷的新增长点。

为了争夺优质客户市场,部分银行的消费贷利率已经低至3%

消费贷“卷”利率

银行信用卡告别了高速增长期,个人住房贷款也走下了神坛,消费贷则在信贷投放的补缺中成为新增长点。

据了解,招商银行闪电贷对于纯新户的贷款利率最低可至2.9%,额度30万元。北京银行京e贷推出了6月特惠,最低贷款利率2.98%起。同时,部分银行有发放利率优惠券或启动利率打折活动,银行消费贷产品的利率已经从“4”的时代逐渐走向了“2”的时代。

对于消费贷而言,银行对于客户的画像越来越精准,并匹配了不同的额度。有的银行是以白领为主,通过客户住房公积金的情况给予更高额度的贷款,对客户所在的公司有较高要求,一般是以政府职能部门或央企国企为

主。有的银行则是以存量客户为主,对于在该行有住房贷款或购房理财的客户提供相应的授信。

同时,针对一些更高层次的人才,不少银行也推出过一些定制产品。比如,中国银行青岛分行联合青岛市人才工作领导小组办公室推出过一款最高额度200万元的“人才消费贷”。农业银行河北省分行推出过一款“以旧换新”消费贷产品,额度最高达100万元。

为了增强消费贷产品的竞争力,银行消费贷产品“先息后本”的还贷模式比比皆是,而有的贷款期限甚至最长能够到5年。

消费贷利率越来越低,银行的利润空间很小。银行消费贷市场越来越“卷”,根本原因有两个,稳定贷款规模和争抢优质

但是多数银行对消费贷的额度有严格限制。为了贷到更多的资金,消费者同一时间向多家银行申请贷款能够实现“提额”。但是,通过多头借贷导致的过度负债情况增加了消费者偿债压力,一些消费者也因此出现断贷的情况。

客户资源。”一位城商行人士告诉记者,多数银行对于新用户的优惠力度更大,对业务的增量更看重,“在市场需求不足的情况下,如果贷款投放不出去,银行可能更难。”

统计数据显示,截至2023年末,全国本外币住户消费性贷款余额19.77万亿元,同比增长9.4%;全年增加1.75万亿元。这其中包括商业银行消费贷、信用卡,以及非银行机构消费贷。

从2023年上市银行披露的消费贷看,截至2023年末,21家银行个人消费贷总规模已超过4万亿元,同比增长24.3%;18家上市银行个人经营贷总规模同比增长近30%。其中,交通银行、农业银行两家国有大行的个人消费贷同比增长86.25%和75.63%。

多头借贷风险

对于多头借贷的风险,市场上曾经有一则笑话:让一个人同时向10家银行申请信用贷款,一家30万元,就能够拿到300万元资金,也足够一些人一辈子花了。但是,这则看似杜撰的笑话却在现实中真实地上演了。

家住北京朝阳区的李晓峰的消费贷已经逾期一段时间,沉重的债务让她喘不过气,甚至将手机也设置成了陌生电话一律拒接状态。

“2021年,个人因为投资急需一笔资金,大概300万元,经过熟人介绍认识了一个中介公司,在其帮助下向银行申请了贷款。”李晓峰表示。

李晓峰告诉记者,中介公司在收取了她一笔中介费后,以她的名义向7家银行同时申请了消费贷,最高的一笔贷款额度有100万元,最低的额度仅10万元。“仅几天的时间贷款就陆续批下来了,总共350万元。”

记者从李晓峰提供的征信记录上看到,她贷款的银行以国有大行、股份制银行和头部城商行为主,贷款的时间很集中。

“中介对于这些银行的贷款门槛和条件很熟悉,同一时间申请贷款并提供征信,一些银行很难发现是多头借贷。”李晓峰认为。

据李晓峰介绍,她所在的公司属于国企,资质也很不错。一些银行在线上连线之后,对其条件很认可,但是她绝口不提向多家银行申请贷款的情况。“这期间申请贷款和贷款审批下来有一个时间差,同一时间向多家银行申请,可能就都能通过。”

“不同银行的还款方式和期限有一些差异。有的银行是先息后本,这部分贷款的压力小一些。有的银行则是等额本息,就需要还得更多。”李晓峰表示,起初一个月的还款在8万元左右,后面的还贷压力越来越大。

李晓峰告诉记者,2023年下半年,她当时在银行的一笔消费贷出现了逾期,想继续找银行贷款时,已经没有银行能够给贷款了。

李晓峰的情况并非个例。北京的张女士同样是通过中介向7家银行申请消费贷,贷款额度更高。

“后来的债务压力越来越大,部分贷款逾期了,家里最后是通

过卖掉房产才将债务都还上。”张女士告诉记者。

“客户通过一两家银行申请消费贷是比较容易的。但是,同时向5家以上银行申请数百万元的贷款,客户的偿债能力很难跟上,这其中的风险就比较大了。”一位股份制银行人士表示,从消费贷的产品设计和风控措施来看,贷款规模控制是一个重要手段。银行根据客户的收入、流水等评估其偿债能力,由此确定贷款的规模。但是,多头借贷让这些风控措施失效了。

对于同一时间向多家银行申请贷款的行为,该股份制银行人士认为是一种“钻空子”的行为,原因是一些银行对于多头借贷的防范措施没有那么严格。多数银行在考量客户的负债时是以征信情况为依据。有的银行对消费贷客户征信要求比较高,只要有3家银行授信,或者多家银行进行了征信查询,就直接拒贷。但是,有的银行授信条件比较宽松,就让多头借贷钻了空子。”

上述股份制银行人士不建议客户向银行申请消费贷时多头借贷。“消费贷的贷款周期一般不会太长,一旦逾期了对个人的影响是方方面面的。另外,银行也要加强消费贷的风控措施,避免该类风险的蔓延。”

上接 A2

当地居民增收2万元

此前,新疆曾经批复过一些100万千瓦光伏项目,但是中广核该项目是第一个动工建成的。

项目建设也带动了当地居民的就业。中广核人士向记者表示:“当地工人来项目工作,每人增收2万多元。”

中广核也投入了精力和资金对工人进行培训,联合当地一个技

工学校做培训,为一些农民增加了工作技能。

中广核人士介绍说:“我们这个项目结束以后,他们也相当于多了一种工作途径,为自己的生活增加了一个收入来源。”

据了解,中广核的这个光伏项

万根柱基础、233万块光伏组件建设任务,对现场施工组织协调及维稳安保工作考验巨大。中广核通过采取网格化管理方式,同时协调政府设立警务站、医务室、公交站等设施,并以双语方式有效做好人员教育和日常管理。项目的建设,带动了洛浦2000余名少数民族群众在家门口实现就业,人均增收超过2万元,同时项目周

边自发形成了“巴扎”(

探访图们江出海口：14公里的梦想与780公里的现实

本报记者 程维 辉春报道

2024年5月，中俄发布1.2万字的《中俄联合声明》，提及“双方将同朝鲜民主主义人民共和国就中国船只经图们江下游出海航行事宜开展建设性对话”，各界将其解读为图们江出海口将迎来历史性发展机遇。

在吉林省珲春，最近的现实出海口，是780公里外的丹东。



2009年，中国将图们江区域开发上升为国家战略，长吉珲大通道，是指长春-吉林(省会)-珲春的通道。图为珲春通往朝鲜的圈河口岸，该口岸正在大幅扩建。 程维/摄影

望海兴叹

吸引游客目光的图们江，其干流总长525公里，中朝界河段长510公里，俄界河长15公里，流域面积33168平方公里。

“看嘛，铁桥的那边，远处的黑色小山坡后面，就是日本海。”

5月23日，几位游客在龙虎阁的观景台上，一边“一眼看三国”，一边议论着远处的那片海。

龙虎阁，是吉林省延吉州珲春市防川风景区内的一栋11层仿古建筑。所谓“一眼看三国”，即站在龙虎阁的观景台上，往东南方向望去，右侧是朝鲜，左侧是俄罗斯，中间的近景是中国。当然，远景全都是俄罗斯和朝鲜。

事实上，绝大多数时候，由于距离较远，游客是看不到日本海的。所以，海，只能靠想象。人们从一丝灰暗的天边，想象那就是海，那就是看得到、摸不着、走不到的日本海和太平洋。

游客们可以带着无限的想象离开，而他们身后的珲春，却已经直面坚硬的现实，几十年未见变化。

肉眼通常看不到日本海的原因是，从龙虎阁往俄朝大桥（南偏东）方向望去，离日本海的距离为14公里，这也是中国通过图们江进入日本海及太平洋的最后14公里——一个想象与现实的距离。

多数游客并不知道，如果他们从正东方向望去，视线越过俄罗斯领土，会距海更近，只有9.9公里。

而更吸引游客目光的图们江，其干流总长525公里，中朝界河段长510公里，俄界河长15公里，流域面积33168平方公里。

图们江的中方末端，归珲春市管辖，近年来，珲春市将靠近图们江末端的区域打造成了一个防川风景区，主打“一眼看三国”这一卖点。几年前，防川风景区的龙虎阁景点距离游客中心只有1.3公里。后来，当地在龙虎阁景点外4.5公里处新修了一个游客中心，外来车辆不得再经“图防线”公路，直达龙虎阁景点。

龙虎阁景点的门票为70元，4.5公里的车票价格为7元。但是，如果有人步行或突破“图防线”公路上的景区工作人员拦截点，龙虎阁的工作人员会禁止游客靠近该景区一层平台，要求游客买门票，才可进入景区一层平台，再乘电梯到龙虎阁的10楼、11楼“一眼看三国”。

相比于外界热议，《中国经营报》记者在实地探访时发现，吉林省当地省、州、市都处于一种云淡风轻、波澜不惊的“等消息”状态。毕竟，那14公里的图们江出海口，在过去几十年里，曾多次被各种信息，激发出巨大的想象力，但却未见实质性变化。

在吉林省珲春，最近的现实出海口，是780公里外的丹东。

闭塞的“出海口”

在东三省中，珲春是距离日本海及太平洋最近的出海口。所以，打通图们江出海口，对东三省出海具有重要作用。

“图们江出海口通航的事儿，前些年也有消息说要通，但是实际上没通。”珲春市两位酒店从业者对记者称，因为珲春地处吉林、辽宁、黑龙江的东南角，如果图们江出海口不通航，珲春就是这三个省中最闭塞的区域之一。

目前，珲春市的普通酒店，一个房间最低会卖到每晚37元至80元。除了旅游者，前往该市的流动人口并不多，该市的酒店从业者称，如果图们江出海口通航问题解决了，珲春将成为东三省的主要出海口之一，届时，珲春的酒店业和其他经济板块，都将得到较大发展。

珲春市2024年《政府工作报告》显示，2023年，该市城镇、农村常住居民人均可支配收入为3.2万元和1.8万元。

这意味着，该市城镇和农村居民的每月可支配收入分别为2667元和1500元。

珲春市的养牛和草莓种植产业较为有名，2022年的牛存栏数量为3.8万头。有一个细节可以同时反映该市的物价、餐饮业、牛肉价格及消费水平：餐馆中的一份32元的卤肉拼盘，约有卤好的牛肉1斤，另有牛杂（内脏）、猪杂半斤，加配黄瓜、萝卜、大葱共半斤——这甚至可以让两个成年人吃饱。

水下碍航物

“目前中方的渔船即使是在捕鱼期，也无法通过图们江出海口到日本海、太平洋捕鱼”。

网上曾有人称，图们江最后14公里“在捕鱼期，渔船可以通航”。但记者实地查验发现，当地渔船在捕鱼期时，只能在图们江出海口14公里上游，在中、朝共有的图们江河段内，可以下江捕鱼、航行。

上述航管局工作人员向记者确认：“目前中方的渔船即使是在捕鱼期，也无法通过图们江出海口到日本海、太平洋捕鱼。”

防川村旁的圈防线公路旁，当地渔政部门还立了一块长约4米、高2.5米的组合公告牌，上面列出了吉林省农业农村厅的禁渔期时段公告，下江捕鱼的船只许可、渔具限制及证书、船员资质等。该组合公告牌还列出了17种保护鱼类的名称及图片。

5月24日晚，记者在距离龙虎阁1.3公里处的原游客中心旁，发现一艘长约15米的小型清淤船正在清理航道，得知该航段的水深

一直在努力

1886年至1938年，珲春通过图们江出海口，曾经通航过52年。

记者注意到，在公开信息中，围绕图们江最后14公里能否通航，怎么通航，中俄朝三方应该形成什么样的通航机制、规则，仍有待进一步讨论。

不只是珲春市，延吉州、吉林省相关部门的工作人员，也均对记者称：图们江出海口打通事宜，还得等到国与国之间，以及国家层面的谋划、确定后，方能有进一步举措。

这给外界一种“等通知”的感觉，但现实就是这样。

在本次《中俄联合声明》后，外界普遍认为，图们江出海口迎来历史性机遇，以及迎来重大发展机遇。然而当地与外界的看法，似乎有所差异。

当地人称，最近几十年来，关于图们江的说法，出现过很多次，也公开过很多次，但实质上并未出现实质性变化。所以，除非有一艘中国小货船驶过图们江出海口的最后14公里，或从外海驶来一艘小货



图们江出海口，铁桥桥头左侧以下为俄罗斯，江右侧为朝鲜，图上方远处约14公里则是日本海。有赭色木质栈道区域为中方领土。 程维/摄影

都有。其中班次最多的是飞往首尔的航班。

也就是说，该机场今年4月份后，每天最多只有36架飞机起降。

延吉至珲春有高速公路，长108公里，1小时可抵达。但是，从珲春市到“一眼看三国”的防川风景区仍有62公里，还需要1小时。

如果从长春开车至珲春，507公里，需要5个多小时。不过，预计明年将开通长春至珲春的客运专线，届时可2.5小时抵达。哈尔滨至珲春为630公里，沈阳至珲春660公里。

珲春没有机场，前往珲春需经延吉州的延吉机场中转。但是，延吉机场每天的航班不多，譬如5月22日22时，经长春中转的一个航班降落后，该机场的工作人员就关灯、关门、准备下班了。

现阶段，延吉机场每天进港只有36个航班，其中部分航班按每周一、三、五或其他时间节点飞行，个别航班每周只有一班。前往北京、上海、广州、长春、首尔的航班每天

都有。其中班次最多的是飞往首尔的航班。

也就是说，该机场今年4月份后，每天最多只有36架飞机起降。

延吉至珲春有高速公路，长108公里，1小时可抵达。但是，从珲春市到“一眼看三国”的防川风景区仍有62公里，还需要1小时。

如果从长春开车至珲春，507公里，需要5个多小时。不过，预计明年将开通长春至珲春的客运专线，届时可2.5小时抵达。哈尔滨至珲春为630公里，沈阳至珲春660公里。

珲春此前称拟建机场，但是，目前还没开建。2023年11月，珲春市人民政府曾公开回应称，珲春民用运输机场现处于选址阶段，后续前期工作包括预可研初步设计等相关阶段。前期手续完备后方可开工建设珲春民用运输机场。

地图显示，在东三省中，珲春是距离日本海及太平洋最近的出海口。

海口。所以，打通图们江出海口，对东三省出海具有重要作用。

此前有网络消息称，图们江出海口因俄朝大桥里水面的高度只有7米至11米，以及该大桥附近有历史遗留的碍航物等，只能通行300吨的船只。

通常，万吨级货轮的吃水深度为9.3米，其需要的航道深度大致为10至15米。

其余级别的货轮吃水深度分别是，5万吨11.3米；10万吨14米左右；20万吨17米；25万吨19.1米左右；30万吨20.4米左右。上述吃水深度根据船只的长度、宽度有所变化。

如果图们江出海口通航事宜得到解决，该江究竟能通行什么样的船只？目前图们江航道的水深大致是多少米？

“这是秘密。”吉林省航道管理局图们江防川航道管理分局的工作人员5月24日答道。

由于图们江较浅，泥沙淤积会导致河道出现巨大变迁。譬如在2009年时，前述10个规则摆布的水下碍航物处，全都掩埋在一个长约870米、宽约210米的沙丘下，此时的图们江，江面宽度只剩朝鲜一侧的120米左右。

不过，此后该沙丘逐年变窄，至2018年时，已经基本全部消失。

目前还无法确认，是否因该处集中分布的水下碍航物导致沙丘成型，以及在上游泥沙流失减少及水量充沛后沙丘消失。

此前，曾有学界称，如果中方获得图们江最后14公里出海口的通行许可，中方将会快速清理航道，且与俄、朝两方商议，寻求有关解决俄朝铁路大桥碍航的方案——那是一座已经建成几十年的、锈迹斑斑的桥。学界认为可以拆除旧桥，新建一座桥下通航高度更高的铁路桥。

第九条称，“苏方在与其有关方面同意中国船只（悬挂中国国旗）可沿本协定第二条所述第三十三界点以下的图们江（图曼纳亚河）通海往返航行”。

该协定还补了一句：与此航行有关的具体问题，将由有关各方协商解决。

在公开信息中，这一“协商解决”，到2024年时，已经33年，却未见新的变化。

这期间，1990年5月和1991年6月，国家海洋局和吉林省政府举行了图们江科学考察活动。2009年8月30日，《长吉图开发区开放先导区规划》经国务院批准，图们江开发上升为国家战略。

2009年9月，交通部与吉林省交通厅进行了图们江复航可行性论证。

上述每一个动作，都曾激起人们广泛的关注，但终未见到更确定性的现实变化。那14公里，仍横亘在那里。

进一步观察，沿着这3组规则

大致只有3米左右。

有消息称，日据东北期间，曾在图们江出海口的水下设置了混凝土阻航障碍，记者查阅了自2005年以来的卫星高清照片，发现俄朝图们江大桥上游110米处，确有6个相对规则摆布的水下碍航物，江水稍低时，这些水下碍航物就会明显露出一部分来。

1985年的卫星照片，因精度严重不够，无法显示这些水下碍航物，甚至连俄朝铁路大桥都模糊不清。

2005年至2023年12月的高清卫星照片显示，这些水下碍航物露出水面的形状，很像是钢构物。

从卫星角度看，这些水下碍航物长约6米至10米不等，宽约3米至6米不等。每2个为一组，按上下游相距10米左右分布。每组之间按横切江面方向相距20米规则摆布。

进一步观察，沿着这3组规则

大致只有3米左右。

普华永道亚太区换帅 “退单”难题待解

本报记者 郭娟娟 北京报道

日前,处于舆论中心的普华永道会计师事务所(以下简称“普华永道”)迎来新变化。

7月3日,《中国经营报》记者从普华永道获悉,“2024年7月1日起,赵柏基已经退休,不再担任普华永道亚太及中国主席,由李丹担任普华永道亚太及中国主席。”

过去一段时间,先有内部员工举报赵柏基存在有悖会计准

则的行为以及管理混乱等问题,后有证监会公布对恒大地产的惩罚,并表示将对相关中介机构进行调查。随后,普华永道被多家上市公司“改聘”。截至发稿,其业务排名前十的客户中,有8家选择与其“分手”,近30家上市公司“改聘”其他“三大”会计师事务所。

如今,新帅就位,作为首位领导国际四大专业服务公司在华业务的中国内地人士,李丹首先要面对的或是前任留下的“退单”难题。

李丹先生现居上海,是两个孩子的父亲,也是阿森纳足球俱乐部的忠实球迷。他喜欢在空余时间骑自行车,探索大自然。”普华永道中国官网如是描述李丹的个人爱好。

简历显示,李丹1971年出生于苏州城郊的一个普通工薪家庭,自1993年从上海财经大学会计系毕业后就加入普华永道,是普华永道在中国内地首批招聘培养的本土应届毕业生的一员,一直服务至今,是30年的老兵。

1997年,李丹获得事务所的海外派遣机会,到普华永道美国圣路易斯市分所工作两年,在加入普华永道10年后晋升成为合伙人,主要职责是为跨国公司、民营企业和国有企业复杂的境内外上市融资和并购交易等方面提供服务。

2015年,李丹被任命为普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)的首席合伙人。任职期间,普华永道中天在中国注册会计师协会发布的年度排名中持续排名前列。

值得一提的是,2015年,李丹被财政部授予“全国先进会计工作者”的荣誉称号,成为国际四

大会计师事务所中第一位获此殊荣的专业人士。

中国注册会计师协会官网信息显示,从2022年7月起,李丹任普华永道亚太地区审计业务主管、普华永道全球审计领导小组成员。

此前,普华永道亚太和中国区主席职位由赵柏基担任。据普华永道官网,赵柏基是加拿大特许会计师协会会员及香港执业会计师公会会员。2015年,赵柏基被推选为普华永道中国主席,2017年,出任普华永道亚太主席。

记者了解到,今年两会,李丹同赵柏基联合提交了《关于提振港股A股资本市场,服务国家发展战略的提案》。谈及如何进一步优化A股市场生态,该提案建议从三个战略环节着手。记者注意到,其中一个战略抓手是,持续提高上市公司的整体质量。在入口端,通过市场化、法治化、国际化的审核理念和审核机制筛选出优质的企业;同时,也要有一定的容错机制,使得审核者敢于放行有发展潜力的企业上市。在出口端,加大退市力度,尽快出清已经无法给投资者带来回报的公司,实现优胜劣汰。

多家大客户改聘

恒大地产造假和解约事件对普华永道影响严重,可能会导致普华永道业务流失、声誉受损和法律问题。

李丹上任后会对普华永道亚太和中国区业务和管理做哪些变革?普华永道方面表示,李丹将带领普华永道中国深入实践“解决重要问题,营造社会诚信”的企业使命。

中国注册会计师协会数据显示,与同属“四大”会计师事务所的其余三家机构相比,普华永道中天2022年度、2021年度、2020年度的事务所业务收入均居首位。而此时的普华永道,受恒大地产财务造假事件影响,正面临多重挑战。

经调查,证监会认定,2019年至2020年期间,恒大地产通过提前确认收入进行财务造假,虚增收入5641.46亿元,虚增利润920.11亿元。普华永道作为恒大地产债券项目的审计机构,其对恒大地产2019年、2020年年报都出具了标准无保留意见的审计报告。

一边是陷入恒大地产财务造假事件,靴子尚未“落地”;另一边是其他“三大”会计师事务所对其市场份额的虎视眈眈。

自2024年初以来,普华永道被近30家A股或港股上市公司改聘。截至7月3日,中国银行(601988.SH)、中国电信(601728.SH)、中国人寿(601628.SH)、中国石油(601857.SH)、中国人保(601319.SH)、中国中铁(601390.SH)、上海电气(601727.SH)、招商银行(600036.SH)等大型央企相继发布公告,将其年报审计机构由普华永道更换为其他会计机构。据记者不完全统计,“丢单”合计金额超5亿元。

从上述上市公司披露的信息来看,变更原因较多。部分上市公司变更理由为“拟续聘会计师事务所近期相关事项尚待公司进一步核实”“基于审慎原则”,亦有部分上市

公司对变更原因没有具体说明。

Wind数据显示,2023年,普华永道审计的A股上市公司百余家中,涉及金融业、交通运输、软件和信息技术服务业等多个行业,所获审计费超8亿元。其中,最高审计薪酬来自中国银行高达1.93亿元,13家客户审计费用亦达千万元级别。

据记者统计,2023年,普华永道年度审计费用排在前七的公司都选择与其分道扬镳,2023年仅上述7家公司合计审计费用高达4.5亿元,占普华永道年度审计费的56%。年度审计费用超过千万元级的客户仅剩世纪华通(002602.SZ)、顺丰控股(002352.SZ)、上海建工(601010.SH)、中国铝业(601600.SH)、ST易购(002024.SZ)。

中国电信、上海家化(600315.SH)等大客户在今年第一季度通过续聘普华永道议案。但记者注意到,上市公司对近期低调取消续聘。受访业内人士告诉记者,通常会定好续聘后,无特殊紧要情形,企业不会改聘当年年报审计机构。

南开大学金融发展研究院院长田利辉在接受记者采访时分析称,恒大地产造假和解约事件对普华永道影响严重,可能会导致其业务流失、声誉受损和法律问题。20余家上市公司的改聘不仅意味着直接的财务损失,还可能引发连锁反应,导致更多潜在客户流失。声誉是会计事务所核心价值之一,恒大地产财务造假事件直接损害了其专业性和公信力,导致其声誉严重受损。

“此外,普华永道可能还将面临来自投资者和监管机构的法律诉讼和处罚,进一步加剧其经营压力。”田利辉进一步表示。

根据上市公司发布的公告,普华永道丢失的大单被安永、毕马



作为首位领导国际四大专业服务公司在华业务的中国内地人士,李丹首先要面对的或是前任留下的“退单”难题。
视觉中国/图

了普华永道的商业声誉和合法权利,造成了恶劣影响。

4月19日,香港财务汇报局发布公告,表示关注到举报信指控事项,将对普华永道“展开调查”。若发现任何失当行为或违反《会计及财务汇报局条例》的情况,将采取“严厉的执法行动”。

记者逐一查询中国恒大(3333.HK)年报统计,普华永道为其提供审计服务的14年间,收取的审计费约2.7亿元。

康德智库专家、北京市京师(上海)律师事务所倪一心律师在接受记者采访时分析称,根据目前的信息和《注册会计师法》的相关规定,普华永道作为中国恒大的审计机构,如果被发现存在违法违规行为,可能会面临以下处罚:一是警告,由省级以上人民政府财政部门给予警告;二是没收违法所得,对于普华永道从中国恒大收取的约2.7亿元审计费,可能会被全部或部分没收;三是罚款,根据相关法规,他预计普华永道面临的罚款金额可能在2.7亿至13.5亿元之间。

城投转型“两驾马车”:压降平台 分类施策

压降平台逻辑

本报记者 石健 北京报道

近日,十四届全国人大常委会第十次会议听取审议了2023年中央决算报告。报告指出:“完善地方政府债务管理”,“分类推进融资平台公司改革转型,加快压降平台数量和隐性债务规模”。

随着防范化解地方债务风险及城投平台转型升级,2024年,多地在地方政府的主导之下,压降平台数量、推动分类转型已经成为拉动城投公司转型升级的“两驾马车”。

对此,多位城投行业人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,随着政府投融资体制改革和国资国企改革的不断纵深推进,以及城市建设投融资行业监管政策的持续加码,地方国有企业改革重组和转型升级的步伐逐步加快,而转型的首选举措仍是进行整合重组。同时,各地分类推动城投转型,实现国有资产保值增值。

近年来,压降城投平台已经成为城投转型的主要工作之一,但是对于如何压降,各地有着不同的压降逻辑。

不过,在多位城投公司负责人看来,压降城投平台数量不是“简单粗暴”地关停平台,也不是一味地大平台“吞并”小平台,而是需要根据平台实际,因地制宜地压降平台数量。

陕西一家区县级城投公司负责人告诉记者,目前陕西省采取了“以市带县”的整合模式,市级城投公司通过参股、业务整合的方式带动县区城投整合。除了少数地区外,原则上市级平台不超过4家,国家级开发区平台不超过3家,省级开发区和县(区)级平台不超过2家。这

意味着,市级城投公司在未来将发挥更大的作用。

除了上述模式外,有地方国资人

士向记者透露,压降平台不仅是数量层面的问题,还涉及资产、业务等方面整合。

“比如有些城投公司体量较大,存在一定的资产规模,那么未来可能会不再承担公益性项目的融资职能,资产整合之后,自负盈亏开展业务。不过,对于资产规模小、主体信用评级低,甚至没有主体信用评级的,以及存在存量债务和大量诉讼问题的平台公司,如果有业务未来有发展增量,可能会被拆分整合,而原有平台公司则逐步退出市场或者关停。”

2024年3月,财政部部长蓝佛

架,同时根据各企业集团整合重

组中面临问题的难易程度,分步

推进实施。

一组数据的背后,也显示出石

家庄市国企改革的成效。

2023年10月,石家庄关于2022年度企业国有资产情况的报告披露:全市国企资产总额同比增长22.85%,国有资产保值增长率达101.31%。

对于在转型中如何调整城投

平台在政府投融资活动中的职能问题,现代咨询研究院院长丁伯康认为,一是按照国家调控经济发展和产业布局要求,积极引导政府投资的方向,履行好政府投资导向的职能;二是对已经授权经营管理,

包括控股、参股的企业和国有资

产,实施国有股权(资产)管理、规

范企业经营、提高投资效益,确保

国有资产的保值增值,履行好国有

或将通过行政手段压降其中大部分,保留少量发展趋势好、具有显著产业特征的区县级平台。

中证鹏元研究发展部研究员王婷认为,县区级融资平台或是重点压降目标,具体思路是控制高层级融资平台数量,整合和清退低层级低资质融资平台。区县级平台的地位和重要性趋于下降或将是大概率事件,市级平台将成为各地融资平台的主力。

具体到平台层面,其中资产规模较大、仍有转型空间的平台,在清退资产规模小和空壳类企业,并大力整合融资平台,带动高层级平台增长、低层级平台压降。当前,非重点省份的区县级(含开发区)城投平台数量占全市场的55%,未来

经营导向的市场企业;二是如何从资产导向的政府平台转型为价值导向的经营企业;

三是如何从做大做强的政府平台转型为做强导向的竞争企业;

四是通过实施城镇化建设项

目,将公益性项目投资和市场化运

作有机结合,做好经营城市大文

章,不断降低投资成本,增强自身

盈利能力,履行好为政府财政收入

做贡献的职能。

丁伯康进一步指出:“实现地方政府投融资平台的发展转型,要体现市场化、规范化和科学化取向。这既是地方政府投融资平台转型的方向,也是从根本上提高平台企业生存和发展能力的有效途径。地方政府投融资平台的转型发展,主要应该解决好五个方面的问题:一是如何从融资导向的政府平台转型为资本控股型导向的现代企业。”

值得注意的是,一些地方政府在推动城投公司分类转型中,也通过政策端不断为城投公司卸下“历史包袱”。

2023年11月,洛阳市人民政

府披露《关于进一步深化预算

管理制度改革的实施意见》提出:

“切实划清政府与企业责任界

限,分类推进融资平台公司市场化转

型,严禁政府以企业债务形式增加隐性债务以及通过金融机构违规融资或变相举债。”

日元暴跌背后的“诱惑”

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

今年以来,日元持续贬值,日元兑美元跌破160的整数关口,创

购物赚了 投资亏了

对于前往日本购物的消费者实实在在享受到了优惠。不过,囤日元的投资者很可能被套在了高位。

7月2日,日元兑美元汇率跌至38年以来新低,1美元可以兑换161.75日元,今年以来跌幅达到14.8%。

日元持续贬值,各国消费者蜂拥日本“买买买”。北京的王先生告诉记者:“今年已经过去3次日本了,东西确实很划算。不考虑退税和打折,一件电子产品的价格大概是国内的8折。”

在换汇方面,王先生表示:“我们每次都提前兑换一部分现金,主要是考虑到偏远地区支付不方便;购物的话主要是支付宝实时汇率结算,因为买的金额不算大,提前兑换很多的话,一是没有研究过汇率走势,二是相差没多少。”

“从5.0到4.6,补了3次,累积换了五六万元了。想着旅游的时候买到东西能花掉,结果买的时候,直接刷卡不但汇率优惠还有满减折扣和积分。比我用手上的现金划算多了。”浙江的陈女士在社交平台上表示。

“省下的就是赚到的。”对于前往日本购物的消费者实实在在享受到了优惠。不过,囤日元的投资者很可能被套在了高位。

投资者吴女士分享道:“年初觉得日元很便宜了,换了5万元人民币的日元,没想到还在跌,亏大了。”

中国外汇交易中心显示,7月4日银行间外汇市场人民币汇率中间价为,100日元兑人民币4.4517元。今年1月初,日元对人民币还是“5”时代。渣打中国财富管理部首席投资策略师王昕杰指出,年初以来,日元兑人民币贬值约10%。

谈到日元暴跌的原因,中国

1986年以来的新低;日元对人民币也进入“4.4”时代。

趁着日元贬值,赴日旅游人数大幅攀升,成为日本消费市场的重要“买家”,也有投资者寄希

望于囤日元获利。

兴业研究公司汇率高级研究员张梦在接受《中国经营报》记者采访时表示,投资者如果有日元购汇的需求,包括旅游、留学、贸

易等,可提前购入日元,否则不建议囤日元。因为外汇市场波动大、变化快,不容易进行择时,且境内投资者面对的日元可投资品种较少。



趁着日元贬值,赴日旅游人数大幅攀升,成为日本消费市场的重要“买家”,也有投资者寄希望于囤日元获利。
视觉中国/图

值得一提的是,4月26日至5月29日期间,日本当局投入了高达9.8万亿美元(约合613亿美元)进行外汇干预。这一规模超出了市场此前9.4万亿美元的预期,也打破了2011年创下的9.1万亿美元年度最高纪录。

在中证鹏元国际评级有限公司全球策略与商业管理主管张

文韬看来,日元贬值是由日本央行货币政策变化所引发的。“3月,日本央行宣布将短期利率目标定在0至0.1%之间,并退出收益率曲线控制政策,从此日元进入了陡峭的汇率下行通道。如果将时间跨度再往前延展,自2022年起,在美元的暴力加息和日本央行彼时的货币政策综合

影响之下,日元对美元息差已经很大。考虑到日本如今已逼近3%的通胀水平,日本的实际利率为全球最低之一,这进一步加剧了利差效应,对日元形成了持续且庞大的下行压力。从更长期的视角来看,日本自身的经济体制仍然是决定日元汇率的核心因素。”张文韬表示。

余额宝进入“1.5时代” 稳健理财“开卷”

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

超长期特别国债遭“疯抢”、货币基金规模大幅上涨……投资者扎堆涌向稳健理财。

流动性较高+风险较低

近日,余额宝“跌破1.5%”上了热搜。Wind数据显示,截至6月25日,天弘余额宝货币基金7日年化收益率达1.4970%,创出2022年12月20日以来新低。而货币基金规模仍在逆市上涨,截至5月底,整体规模较年初上涨18.35%。

谈到货币基金收益率下降的原因,鑫元佳享120天持有期债券型证券投资基金拟任基金经理黄轩向《中国经营报》记者分析称,主要有两方面:一方面是因为债券收益率持续下行。今年3月以来,实体融资需求较弱,银行间市场流动性较为充裕,债市短端利率出现了明显的下行。而货币基金主要投资于剩余期限在397天以内的短期债券、剩余期限不超过1年的银行同业存单、银行存款等,这些短端资产收益率的降低也使得货币基金收益率同步下降。

另一方面,尽管货币基金的收益率整体走低,但仍然有大量资金不断涌入货币基金市场。根据中国基金业协会数据显示,截至今年4月末,公募市场货币基金规模增长至13.43万亿元,增幅相比年初增加2.16万亿元,增幅

受访人士指出,当前货币政策保持宽松,“低利率”环境助力经济稳步复苏,资金面整体自发性宽松,资金利率整体下行,货币基金收益率逐步下降。

在此背景下,兴业经济研究

咨询股份有限公司权益研究员林泓涛建议,投资者可以通过基金这个工具,在多元配置的中寻找收益。基金不仅可以配置股票基金和货币基金,像商品基金、债券基金、QDII基金同样值得关注。

丽娟认为,投资者应根据自身的风险承受能力和投资目标来调整资金配置。对于风险厌恶型投资者,尽管货币基金的收益率已不如以往,但其流动性和安全性依然具有优势,可以继续作为现金管理工具的一部分。而对于愿意承担一定风险的投资者,可以考虑多元化投资组合,除了货币基金以外,也可以考虑以中短期债券投资策略为主的基金。货币基金主要投资于短期利率债、短融、银行同业存单、同业存款等,组合平均剩余期限不超过120天,而以中短期债券投资策略为主的基金则主要投资流动性较好的、剩余期限在1年—3年内的高评级债券,例如国债、金融债、企业债等。

“从过往历史来看,这类中短期债券在波动率和收益率方面也实现了不错的平衡。以中短期债券的代表指数中债-综合财富(1—3年)指数(CBA00221.CS)为例,Wind数据显示,近10年来(2014.1.1~2023.12.31),其年化波动率不超1.60%,平均年化波动率仅为0.94%;在收益率方面,该指数每年均取得正回报,且平均收益年化收益达到4.28%。”刘丽娟补充道。

达19.17%。

值得一提的是,受资产端收益率下行影响,现金管理类理财产品的收益率也持续走低。华宝证券研究团队指出,2024年上半年,现金管理类理财产品7日年化收益均值为2.07%,同比下降了23BP,自4月以来呈持续下降趋势。

记者注意到,在存款利率下降的背景下,资金流向货币基金的趋势凸显。林泓涛指出,企业和个人投资者对流动性良好、风险较低的货币基金需求提升,在货币基金收益率降低的情况下依旧有较多的配置力量。

上海交通大学中国金融研究院联合蚂蚁集团研究院和蚂蚁理财智库发布的《中国居民投资理财行为调研报告(2023)》显示,在投资理财行为方面,2023年居民期望收益逐渐降低,理财产品配置偏好更加集中和偏向保守,公募基金配置继续降低。其中,权益类配置降低、固收类增加,体现出避险的特征。银行存款类、公募基金和债券类资产仍然是2023年居民投资比例最高的三项资产。

鑫元佳享120天持有期债券型证券投资基金拟任基金经理刘

建立多元化投资组合

“货币基金底层配置以短期债券、银行存款、逆回购等资产等配置为主,受资产端收益率下行的影响,货币基金收益率整体也是逐步下降。未来,在短期内货币基金收益率可能仍将持续下行并呈现市场分化的趋势。然而,从长期来看,随着宏观经济和市场预期的好转,货币基金收益率有望回升。”普益标准研究员姜玲指出。

刘丽娟分析称,从宏观经济角度,经济数据显示目前经济处于好转趋势中,但整体经济仍面临有效需求不足、社会预期较弱、地产投资与销售仍处低位的情况,宏观经济尚未出现显著改变。

从货币政策角度,未来货币政策或将在稳增长方向持续用力,后续降息降准都还有空间。在宏观经济出现显著改善之前,收益率上行空间也较为有限。但是,中国人民银行近期关于长债的公开发声以及未来可能出现的公开市场操作,可能给债市带来一定波动。

从银行间流动性角度,目前短端资金价格仍高于政策利率,也明显高于去年二三季度水平。受短端资金成本制约,中短期债券收益率相比长端仍有性价比。

从债券市场供需角度,今年上半年政府债发行节奏偏慢,下半年政府债发行提速或将对资金面形成扰动。上半年的社融数据显示,目前社会整体融资需求仍相对偏弱,资产荒格局尚未改变。如因一级供给增加导致市场流动性小幅收紧引发市场调整时,反而提供较好的投资机会。

总体而言,刘丽娟认为,基于

囤日元赚钱差有风险

日元虽然看似便宜,但是日本利率水平依然逼近0,因此投资者几乎无法从日元现金存款中赚取利息。

日元会继续贬值吗?投资者有哪些机会?

“日元走势直接决定于日美两国的利差变化。一方面,要关注美元的降息及其预期走势,这与美国经济增长、失业率以及通胀率高度相关。另一方面,要关注日元的加息及其预期情况,日本通胀情况明显,需要加息遏制通胀,但或将影响经济复苏进程。同时,日本长期实施低利率政策,企业和金融机构低成本借入日元资金投资于海外的现象突出,加息可能会带来较大的汇率风险和损失,引起金融体系的动荡。”邵科如是说。

张文韬分析称,美联储下一步的货币政策动向是影响日元汇率的最重要因素之一。尽管国际市场自年初以来便存在美元将进入降息周期的广泛预期,但预期时点却屡屡落空。很多国际投资者认为在美联储货币政策没有变化之前,日元的贬值压力将持续存在。特别是在近期日元对美元汇率跌穿160后,后续的日元汇率支撑水平目前看来并不清晰。

不过,惠誉评级经济分析师Jessica Hinds认为,日元将重新升值,预计日本央行今年将再进行两次小幅加息,而美联储将在9月开始降息。此外,日元相对于经济基本面看起来较弱,因此一旦利率差距开始缩小,应该有反弹的空间。

富兰克林邓普顿旗下布兰迪环球投资组合经理Carol Lye在接受记者采访时表示,2024年剩余时间和2025年的形势目前集中于通胀是否会维持在日本央行2%的目标,这也将影响日本央行最终加息的次数,日本央行仍有可能按照市场目前的预测逐步采取行动。然而,随着日本的产出缺口(经济实际产出与潜在产出之间的差异)有所缩小,薪资增长推动的实际支出加速可能会加剧通胀,并令日本央行面临加息压力。在这种情况下,市场很可能会争相消化未来两年内的多次加息。日元作为“最不

受欢迎”的货币之一,最终将随着与美国利差的缩小而反弹。

站在投资的角度,王昕杰分析称,在日元贬值趋势下,我国投资者可关注日元计价资产,比如日本股票。日本属于出口导向型经济体,因此日元贬值,会使得日本出口企业生产的产品的终端价格,核算成外币后显得很便宜,从而利好销售和企业盈利。另外,日本企业和个人拥有大量海外投资。据日本财务省数据,该国对外净资产规模已经连续33年保持世界第一。日元贬值意味着日本政府、企业和个人将从海外投资中获得资本利得和汇兑收益两重回报。

张梦也指出,日元贬值本身有助于使用人民币兑换成日元进行投资。除此之外,人民币作为另一重要的融资货币,人民币汇率与日元汇率的走势往往是趋同的,这意味着本币融资、外币投资(非日元)是受益的。

“囤日元并不是很好的投资方式。”王昕杰提醒道,日元虽然看似便宜,但日本利率水平依然逼近0,因此投资者几乎无法从日元现金存款中赚取利息,而中国相较于日本依然拥有显著的收益率溢价。此外,日本央行货币政策是朝着紧缩的方向,而中国依然维持宽松的货币政策环境,货币政策方向上的分歧相对利好日元。

在操作方面,王昕杰指出,国内投资者囤日元还要承担换汇成本,且外汇市场波动频繁,因此不论是日元还是其他外汇,一番操作下来,囤积外汇并赚取价差的方法,风险/回报比并不十分有吸引力,普通投资者须谨慎对待。

张文韬告诉记者:“从日元和美元的历史汇率区间看,日元的确处于近40年来的历史低位,这可能促使人们产生囤日元的念头。但投资者也应该思考,长期以来支撑日元价值的基本因素是否已出现某种变化,而这些变化将如何影响日元和日元计价资产的最终表现。”

票、债券、商品、现金等多种资产类别,以降低单一资产的风险。三是动态调整投资组合。投资者可定期(如每季度或每年)对投资组合进行平衡和调整,以确保其与个人目标保持一致。

林泓涛也指出,投资者可以通过购买基金实现多元化配置。

首先,商品基金中的黄金基金受益于近年来海外避险情绪的升温,以及主要经济体中央政府杠杆率的提升,在中长期具有较好的上涨驱动力。其次,对于低风险偏好投资者,债券类资产收益稳健且具有较强的流动性,在利率下行的背景下,债券基金净值

或有较优表现。最后,随着美联储降息时点的不断临近,第三季度是中长期战略性配置美债基金的重要时间窗口,但由于美债尚未进入趋势性下行阶段,短期内盈利的空间相对有限。

汇丰集团发布的一项面向全球大众富裕群体的最新调查显示,“不确定性”已成为市场的关键词,通过多元化资产配置构建资产配置组合,是应对不确定性、穿越周期的有效手段。全球化、多元化的资产配置可以更有效地分散财富管理组合的风险,让投资者更好地把握全球不同市场、不同资产类别的投资机遇。尽管中国内地大众富裕投资者的多元化投资意识不断上升,他们在实现多元化配置的过程中也面临着挑战。调查显示,市场走势不确定、管理投资组合的复杂程度增加、以及缺少足够时间进行研究等因素,都是投资者顾虑比较多的问题。

英伟达成“全球市值一哥” 纳指科技QDII还能上车吗？

本报记者 顾梦轩 夏欣
广州 北京报道

近期，美股科技板块持续狂飙，“芯片巨头”英伟达(NVDA.O)坐上“全球市值一哥”的宝座。这让不少重仓海外大盘科技股的投资者收益颇丰。

与此同时，纳斯达克指数涨幅惊人。Wind数据显示，截至7月2日，纳斯达克100指数、纳斯达克市值加权指数今年以来分别上涨18.93%、36%。

天弘基金有关人士在接受《中国经营报》记者采访时指出，近期美国的宏观层面无大变化，6月美联储议息会议无重大偏离预

科技巨头股价屡创新高

纳斯达克科技市值加权指数2023年取得了82.48%的收益。

景顺长城ETF与创新投资部基金经理张晓南指出，纳斯达克市场具有较强的科技属性。近两年美联储货币政策在降息边缘徘徊，而美联储当前目标利率已经维持在历史高位的5.25%—5.50%接近一年时间，导致美股甚至全球流动性受到抑制，理论上科技股将受影响更大。但随着2022年年底OpenAI旗下ChatGPT的出圈，当前全球正在酝酿新一轮的科技革命，而这次的主题就是生成式AI大模型。“本轮AI浪潮中最受益的一系列公司，如英伟达、微软(MSFT.O)、谷歌(GOOG.O)等均在美国纳斯达克市场上市。受到这些科技公司在AI浪潮中预期与基本面共振的影响，其股价也屡创新高，从而持续性带动纳斯达克指数的上涨。”张晓南说。

近两年美国股市的上涨主要是由科技龙头公司带动的，这

期情况。根据最新的点阵图指引，年内仍然有1—2次的降息可能性，市场预期跟美联储指引已经基本收敛到一致。美债收益率维持在4%—4.5%波动，利率水平不再成为市场重要扰动因素。但在行业层面，科技股依然是支撑美股持续创下新的重要力量。

“除英伟达外，另一只AI要素标的博通(AVGO.O)发布业绩，并宣布拆股计划，股价大幅上涨，市值一度突破8500亿美元。”天弘基金同时指出，与人工智能密切相关的科技股依然是市场最重要的投资主线，AI相关的芯片半导体亦持续获得资金增持。

科技巨头股价屡创新高

纳斯达克科技市值加权指数2023年取得了82.48%的收益。

种情况下科技股占优的纳斯达克股票市场龙头指数纳斯达克100会表现得更为出色。纳斯达克科技市值加权指数由纳斯达克100指数中的科技行业股票组成，并采用市值加权的方式构建，其中成分股基本囊括了本轮AI浪潮中最具有代表性的科技龙头企业，比如英伟达、微软、苹果(AAPL.O)、谷歌等。相较于标普500、纳斯达克指数及纳斯达克100指数有非常明显的超额收益，2023年取得82.48%的收益，其今年以来的收益率达到34.91%。

如果投资者比较倾向于参与当前火热的AI浪潮，聚焦科技龙头的纳斯达克科技市值加权指数是一个更好的选择。“但要注意，聚焦科技龙头意味着更为集中地持仓，相应的风险和波动也更大，投资者要结合自己的风险承受能力匹配适合自己的产品。”张晓南说。

纳指科技ETF脱颖而出

截至7月2日，全市场77只纳斯达克相关指数基金，年内全部取得正收益，超过20%的有6只。

海外科技股大放异彩，国内投资海外市场的QDII基金净值一路上扬。

Wind数据显示，截至7月2日，全市场77只纳斯达克相关指数基金，年内全部取得正收益，超过20%的有6只。其中，大部分基金跟踪纳斯达克100指数，也有少部分跟踪纳斯达克科技市值加权指数以及纳斯达克生物科技指数。

从业绩表现看，跟踪纳斯达克市值加权指数的景顺长城纳斯达克市值加权ETF(以下简称“纳指科技ETF”)脱颖而出。截至7月3日，该基金年内收益高达34.24%，不仅位列全部QDII产品首位，也位列全市场基金业绩第一(剔除成立不足一年的建信灵

活配置C份额)。

纳指科技ETF基金经理汪洋、张晓南在2024年一季报中表示，以人工智能为代表的科技创新正在如火如荼地发展，当前科技龙头的盈利预测普遍较为乐观，叠加2024年的无风险利率下降，预计科技股将继续呈现出强势表现。境外投资作为国内居民资产配置必不可少的一环，建议保持对海外科技类投资产品的关注。

文章分析称，纳指100指数被称为“宽基王者”，业绩归因，贡献度最高的板块就是科技股。纳指科技ETF就是把纳斯达克指数100中的科技股进行“提纯”。所以，长期业绩能够战胜纳斯达克100指数。

不过，记者注意到，跟踪纳斯



达克生物科技指数的相关基金表现不甚理想。在一众纳斯达克相关指数基金中，排在末尾的均是跟踪纳斯达克生物科技指数的基金，如汇添富纳斯达克生物科技ETF、广发纳斯达克生物科技ETF以及这两只基金的联接基金，上述基金收益多为3%—4%。

对此，汇添富纳斯达克生物科技ETF基金经理过蓓蓓在一季报中表示，对于美股医药股尤其是生物科技公司，创新所需的融资支持

是股价驱动的重要因素。本轮高利率环境结束的时间尚不确定，对于美股医药股的宏观推动力量微弱。但是在2020年全球疫情背景下，全球大型制药企业手中的现金资产相对丰厚，当下也可不需依赖利率市场来推动融资行为。因此，对于美股医药股的分析重心应该回归到对于医疗技术的跟踪和判断，新的药物研发技术平台对大病种的突破，有望拉动美股生物科技板块的投资热情。

关注溢价风险避免盲目投资

景顺长城基金看好美股科技龙头通过深厚研发、经营实力将预期兑现为业绩的能力，不过短期需注意交易拥挤带来的股价波动。

英伟达、OpenAI等已经吃到了第一波红利。后续产业链下游的模型推理、应用或将成为新的利润增长点。从长期看，这将为较深厚技术积累的科技龙头公司带来新的市场空间。

上述人士表示，AI的概念及相关投资由来已久，但在ChatGPT发布之前，这一技术距离实际的大规模应用仍然较远。而本轮AI的快速爆发更多的是因为生成式AI大模型的实际落地，而在这一技术大规模应用并改变实际的生活、生产之前，仍然有较长的路需要走。新兴产业的发展很难一帆风顺，AI的发展也难免遇到波折，由此带来相关公司股价的波动，投资者也需要对波动风险有所准备。

国泰基金表示，目前，投资者需关注龙头公司业绩兑现度、AI模型迭代以及应用端进展。业绩兑现度方面，基本面坚韧的龙头公司在经历一季度的可观上涨后，业绩的顺利兑现成为估值处于合理水平的必要条件，因此需持续跟踪传统业务利润增速和指引，以及AI业务贡献的增量是否符合预期。AI技术方面，目前模型端竞争格局仍未稳定，各公司基础模型能力的升级节奏对未来产业地位影响较大，值得重点观察。基于大模型的现象级应用是让AI投资转化为业绩的重要驱动，B/C端对应用产品的接受度和付费意愿是下阶段AI浪潮中需关注的核心问题。总体来看，景顺长城基金看

好美股科技龙头通过深厚研发、经营实力将预期兑现为业绩的能力，不过短期需注意交易拥挤带来的股价波动。

纳斯达克100指数成分股的行业分布除了信息技术外，还涵盖有消费、医药、工业等行业。纳指科技则对科技行业进行了提纯，个股权重也相对更高，由此，可能带来更高收益的同时，也蕴含更高的波动性和风险。景顺长城基金建议，投资者在选择纳指相关基金时，需要充分衡量自身的风险承受能力与对应产品的风险收益特征是否匹配。此外，纳指科技ETF当前有较大幅度的溢价，存在市场炒作现象，特别要提醒投资者关注溢价风险，避免盲目投资。

基金“中考”绩优者说：投资景气行业龙头 向确定性要收益

本报记者 顾梦轩 夏欣
广州 北京报道

2024年上半年的权益市场，可谓“生死难料”，由于市场波动性较大，诸多基金净值下跌。

虽然市场波动较大，但还是有不少基金无惧市场波动，跑出了优异的业绩。Wind数据显示，截至6月30日，全市场9227只主动权益基金

数字经济景气度高

盘点主动权益基金上半年收益，第一名是建信灵活配置C份额(35.15%)，但该基金成立于2024年2月，成立时间相对较短。

在成立时间一年以上，且排名进入前二十的基金中，宏利基金公司旗下的多只基金榜上有名，包括宏利景气领航两年持有基金(30.19%)、宏利景气智选18个月持有基金A/C(30.04%/29.85%)、宏利新兴景气龙头基金A/C(29.71%/29.31%)、宏利成长基金(28.75%)、宏利高研发创新6个月基金A/C(27.14%/26.96%)以及宏利转型机

遇基金A/C(25.96%/25.76%)。

此外，业绩突出的还有永赢股息优选基金A/C(29.97%/29.85%)、大摩数字经济基金A/C(28.12%/27.76%)、博时成长精选基金A/C(27.15%/26.81%)、西藏东财数字经济优选基金A/C(26.26%/25.78%)以及永赢长远价值基金A/C(25.7%/25.6%)。

从回撤率来看，排名前二十的主动权益基金中，回撤控制最好的是永赢股息优选基金(-5.19%)、永赢长远价值A/C(-5.75%)。其次是博时成长精选A/C，今年以来最大回撤仅为-7.98%。

得益于近两年数字经济产业

中，有3只基金上半年收益率超过30%，有49只收益率为20%—30%。

但也有一些基金业绩表现不佳，其中上半年最低收益率低至-38.67%，首尾相差近70%。

《中国经营报》记者统计发现，绩优基金并没有出现往年“英雄所见略同”的情形，基金经理均“各显神通”，在自己深耕的领域都有独特的发现，取得了丰厚业绩回报。

的爆发，排名前二十的主动权益基金中，有多只数字经济主题基金，如大摩数字经济基金和西藏东财数字经济优选基金。

摩根士丹利基金权益投资部副总监、大摩数字经济基金经理雷志勇在接受记者采访时指出，科技成长板块中，人工智能依然值得关注。目前全球AI产业巨头的大规模投入以及行业的渗透率还处于初级阶段，还未到从5%到30%的加速阶段。以算力为代表的IT基础设施受益于AI需求拉动，景气度仍在上行。

雷志勇进一步分析，从需求端看，多模态、AI应用和长文本限制问题的突破将持续拉动算力需求增长。从基本面来看，国内部分算力龙头企业业绩开始进入快速增长期，预计A股算力板块的二季度业绩增速会比一季度更好。从估值来看，算力板块的估值仍处于合理水平。在人工智能景气度依然向好的情况下，以光模块为代表的算力板块当前估值性价比比较合理。“未来，人工智能领域如果迎来类似于微信、抖音的更多超级应用的爆发，行业的投资视野会更加广阔，会有更多的原创性投资机会。”雷志勇说。

在鱼多的地方找鱼

宏利基金公司旗下多只基金入围主动权益基金前二十名的基金均由王鹏管理。除宏利成长基金和宏利转型机遇基金两只基金外，其余均成立于2020年以后，王鹏接手这些基金的时间也基本在2020年以后，只有宏利转型机遇基金A份额，王鹏是从2017年12月开始管理的。由于策略相似，上述基金的业绩表现也比较一致，在今年上半年均取得了25%—30%的丰厚收益。

若拉长时间观察，记者发现，王鹏管理的多只基金在2022年

和2023年的业绩均不太理想。根据Wind数据，2022年全年，王鹏管理的基金业绩范围大概集中在-20%左右；2023年，王鹏管理的基金业绩集中在-20%—30%；进入2024年，王鹏管理的多只基金业绩爆发，进入主动权益基金前列。

究其原因，或许跟王鹏不断切换赛道有关。记者查阅王鹏管理基金的季报发现，从2019年至今，王鹏重仓的领域一直在变化。以转型机遇基金A份额为例，2019年上半年，该基金持仓

和消费板块为主；2019年下半年至2020年上半年，重仓行业以科技电子板块为主；而2020年下半年至2022年，其重仓持股板块是以电力设备为主的制造业，尤其是炙手可热的新能源板块；从2023年开始，王鹏管理基金的第一大重仓行业由制造切换为科技，在2023年年中和年末的重仓比例高达89.92%/68.30%。

王鹏指出：“当前时间点我们仍然坚持‘投资景气行业龙头，追求戴维斯双击’的方法。选择那些长期空间大、短期业绩好的公

司，回避短期主题催化透支明显的公司。这种方法的核心是追求业绩超预期带来的估值业绩双升，长期超额收益明显，但在讲逻辑不讲业绩的阶段会相对弱势，但拉长时间这个方法的风险收益比仍然会突出。影响市场的因子太多，每个阶段都有不同的因子主导市场。我们要追求更高的胜率，就需要找出长期最客观的因子来做判断。我们坚持投资符合时代产业趋势的行业，特别是其中业绩增长出色的公司，努力获取超额收益。”

稳中求胜

与往年排名不同的是，今年基金业绩优秀者的投资领域各有各的重点，并未集中在某个板块或者领域(如2023年集中在AI)，在各自看中和认定的领域中，选出了优秀的公司。

以永赢基金公司许拓管理的两只基金为例，从其重仓股可以看出，许拓钟爱电力公司，但这两只基金的重仓股又不完全相同，可见许拓在这两只基金的投资策略存在一定差异。

许拓在接受记者采访时指出，永赢股息优选基金的投资目标是向确定性要收益，希望在波动率相对可控的基础上获得稳健回报，并不追求短期的快速爆发，投资风格稳健偏保守。具体投向上，他重点关注商业模式简单、清晰的公司，且质地较好、壁垒较高，财务稳健、分红可期，估值偏低波动偏小的相关标的。“永赢股息优选不是

赛道产品，也不是单纯按照股息率高低做排序，我们更多是基于股息的出发点，希望投向盈利改善或者分红政策改善后股息率能明显提升的低估值个股。”许拓说。

“永赢长远价值基金的投资目标是稳健的基础上适当增加净值弹性，风险偏好适中，在回撤可控基础上，希望所配置的部分方向，一旦被认可具备一定的向上弹性，投资风格稳健偏积极。”许拓表示，具体投向上更关注景气度的变化，希望有适当比例的仓位用来投向景气左侧估值较低的优质公司，但投资方向可能会适度分散以降低波动。

博时成长精选基金经理王凌霄则另辟蹊径，重仓资源品领域，选股小众。根据天天基金网信息，博时成长优选基金的前十大重仓股分别为：淮北矿业、平

煤股份、中远海能、中国海洋石油、洛阳钼业、藏格矿业、神火股份、江西铜业股份和中国石油股份等。

王凌霄在2024年一季报中阐述了自己青睐资源品领域的原因，她指出，近几年来，资源品股票的历史表现往往“昙花一现”。周期股的定价主要基于商品的高位，然而在过去，周期股的表现往往未能跟上商品的涨幅，市场未能充分反映景气周期的长度和股东资本回报的定价。从过去13年的数据来看，资源品经历了一个长期的熊市，商品价格普遍跑输通胀。

从产能周期的角度看，受到高利率、环保政策、能源转型等多重因素的影响，资源国和资源企业的资本支出压力巨大。因此，许多企业和资源国选择减少资本支出，增加分红和回

购，甚至联合减产以维持资本回报。当前资源品企业的股东回报率已经进入一个稳定的上升周期。“在这一周期中，周期股的表现有望超越商品。同时，我们幸运地发现在全球铜和油的资本支出收缩周期中，国内市场能找到仍在成本曲线左侧进行高质量资本支出的成长型资源品公司。这类资产在全球范围内都非常稀缺。”王凌霄如是说。天相投顾基金评价中心有关人士分析，通过斯徒泽指标来评估博时成长精选基金今年以来的收益风险交换效率可以看出，该基金在历史同期同类型产品中位于前1%的分位水平，收益-风险交换效率更高。这说明该产品在承担一定风险的情况下能够获取较高的超额收益，加之受今年以来权益市场回调的影响，该基金上半年业绩表现较好。

地方城投融资再现“灰色”通道：资产服务信托变身融资产品

本报记者 樊红敏 北京报道

融资渠道不断收紧的地方城投公司盯上了资产服务信托。

《中国经营报》记者注意到，近

非标政信信托OR类定融？

信托公司仅负责相关资产服务信托项目的登记备案工作，并不参与后续产品的包装融资过程。

记者注意到，一只名为“荆州市监利丰源财产权信托”的产品目前正在多个三方财富渠道进行募集。记者从三方财富人士处获得的产品资料显示，该产品分为1、2、3号，计划总融资金额不超过3亿元，期限不超过两年，产品转让方为监利市丰源城市投资开发有限责任公司（以下简称“丰源城投”），担保方为监利市城市发展投资集团有限公司（以下简称“监利城投”），起投额30万元，预期年化收益率7.5%，投资者认购资金汇入丰源城投在中国农业银行监利市支行开设的公司账户。

三方财富人士出具的上述产品备案资料是中信登公司于2024年3月22日出具给国通信托的“信托登记系统预登记形式审查完成通知书”，登记的信托产品名称为

监管多次进行风险提示

监管明确规定：资产服务信托不得为任何违法违规活动提供通道服务；明确资产服务信托不涉及募集资金。

实际上，早在2023年3月，原中国银保监会发布的《关于规范信托公司信托业务分类的通知》中就明确规定：资产服务信托不得为任何违法违规活动提供通道服务；资产服务信托不涉及募集资金；信托公司开展资产服务信托，原则上不得发放贷款，也不得通过财产权信托受益权拆分转让等方式为委托人融资需求募集资金，避免服务信托变相成为不合理融资通道。

2023年年底，监管方面再次提示此类业务风险。据相关媒体报道，2023年年底，国家金融监督管理总局派出机构下发文件，对信托公司进行风险提示。文件称，根

日，三方财富市场一些地方城投、国企正在以“****财产权信托”“****信托资产收益权”命名的融资产品募集资金。但与常规非标政信信托产品不同的是，这些产品起投额低

至30万元，投资者资金直接打入融资方公司账户，底层备案资料却是信托公司在中国信托登记有限责任公司（以下简称“中信登公司”）预登记的资产服务信托文件。

值得关注的是，此类业务涉嫌违反法律法规，扰乱金融市场秩序，对信托公司的信用及声誉造成负面影响。而且，监管方面及个别信托公司此前均曾提示过此类业务的风险。

“国通信托·亦泽五号财产权信托”（以下简称“亦泽五号财产权信托”）。

根据上述三方财富人士的介绍及记者获得的相关资料信息，亦泽五号财产权信托装入的信托资产是丰源城投作为借款人与监利城投作为借款人之间于2023年2月通过签署借款协议所产生的3亿元借贷债权，双方约定的借款利息为3.6%/年。

天眼查显示，监利城投为丰源城投的控股股东，持股占比98.15%，监利城投则为监利市国有资产监督管理局的全资子公司。

丰源城投相关债权报告显示，该公司是监利市最重要的城市建设投资和特许经营主体，承担着监利市城市基础设施建设的核心角

色。监利城投官网显示，该公司的经营范围包括政府授权的国有资产、资源和特许经营、投资资金的运营管理等。

众所周知，城投公司通过金交所非公开发行的定融产品多数起购金额数十万元，募集资金直接汇入融资方公司账户，备案机构为金交所或各类“伪金交所”。而非标政信信托产品，则由信托公司在中信登公司进行登记后发行，最低起购金额按照规定应不低于100万元，资金募集账户为信托公司方面开设的资金监管账户。

那么，上述融资产品究竟属于何种性质？该产品在包装融资整个过程中各参与方又分别承担何种职责？就上述问题，记者分别致电、致函丰源城投以及国通信托方面，但截至记者发稿，并未获

得回应。

某信托业内人士分析认为，信托公司备案的此类财产权信托属于资产服务信托类别，信托公司仅负责相关资产服务信托项目的登记备案工作，并不参与后续产品的包装融资过程。

北方某信托公司财富部门人士向记者透露，据其了解，市场上开展此类业务的信托公司总共也就只有几家，信托公司在这类业务中实际上仅承担通道角色，收益率大概在千分之二左右。

“财产权信托走的是信托公司通道，不过主要操盘的还是我们三方财富公司。”代销“荆州监利丰源财产权信托”的某三方财富人士也向记者表示，“信托公司的人不会出面做这个业务，他们就是办理一下登记。”

据近期监测发现，有企业以委托人身份与信托公司开展业务，将其应收账款等债权或其他权利作为信托资产，通过信托公司设立财产权信托。该委托人作为信托受益人违背与信托公司的合同约定，擅自将自身享有的信托受益权“拆分”转让至多个自然人，并获得自然人资金以实现“融资”目的。

上述文件同时要求信托公司按照审慎经营原则，一是加强对委托人及其标的债权或其他权利的事前尽职调查，严格审查标的债权债务人资质及债权真实性等要素，充分了解标的债权或其他权利作为信托资产的合法性。二是建立健全委托人合作名单管理，动态收

集分析委托人融资活动等信息，对一定期间内高频次、大规模实施以应收账款债权等为信托财产的委托人加强跟踪管理，防范利用设立财产权信托从事不当活动。三是在信托合同中明确规定设立约束条款，要求委托人不得实施拆分受益权等违法违规行为，对触发违约情形行为约定终止合作和其他维护信托公司合法权利内容。

此外，记者注意到，国民信托此前也曾发布公告，提示此类业务的风险。

2023年11月10日，国民信托官网发布《关于“认购信托受益权”事项告广大投资者的风险提示函》称：“近期我司收到财产权信

托涉及违规操作的投诉：个别委托人私下拆分信托受益权/收益权，并通过非金融机构与投资者签订《委托认购协议》，变相募集资金。”

国民信托在上述提示函中进

一步表示，根据监管规定不得通过

财产权信托受益权拆分转让等方

式为委托人募集资金。

目前我司财产权信托的《信托合同》中已明

确约定受益人不以任何形式转让

或拆分转让其持有的信托受益权，

任何人不得通过本信托或利用本

信托从事任何违法违规及犯罪行

为。财产权信托受益权/收益权私

下拆分转让行为，既违反监管规

定，亦违反《信托合同》约定。



非标融资渠道针对城投平台全面收紧，地方城投开始找寻新的融资通道。 视觉中国/图

城投“想方设法”拓展融资渠道

非标产品发行大省，其城投信托融资同比均大幅下行。

尽管风险已昭然若揭，但地方城投借道资产服务信托进行包装融资的冲动却依然难挡。对此，业内人士分析认为，由于当前城投公司的非标融资渠道不断收紧，各地城投只能被迫不断拓展新的融资渠道。

据了解，城投公司的非标融资渠道包括信托融资、金融租赁、发行定融等，目前这些城投非标融资渠道已经全面收紧。

根据申万宏源债券分析师金倩婧在梳理1—5月城投融资特点时的统计，全国城投平台共发行信托产品560.91亿元，较2023年1—5月同比下降61.86%。陕西、江苏、浙江、山东等非标产品发行大省，其城投信托融资同比均大幅下行，大多区域城投平台信托融资处于净偿还状态。

据相关媒体6月中旬报道，部分信托公司近期收到监管部门的窗口指导，明确地方平台项目展业标准。窗口指导的主要内容是，严格落实《关于金融支持融资平台债务风险化解的指导意见》(国办发〔2023〕35号文)，机构须通过“融资平台查询系统”查询确认相关平台是否列入监管名单中。若在名单之内，不管作为融资主体或者担

保主体，相关债务只减不增，降低高息非标融资。

金融租赁方面，5月9日，金融监督管理总局非银机构监管司党支部发表了一篇标题为《严控风险 发挥特色功能 推动非银机构更好服务高质量发展》的文章，文章显示，“推动金融租赁公司积极稳妥退出融资平台业务，严禁将不合规租赁物进行重组、续作。”

与此同时，金交所定向融资产品也在加速退出市场。6月21日，广东、海南、厦门等8个地方金融管理部门集中发布公告称，取消各自辖内金交所的业务资质，并提醒相关风险。据记者根据公开信息的不完全统计，截至目前，已有19家金交所被宣布取消业务资质。

“受近两年信托机构大幅缩减城投非标业务、信托暂停三方代销以及金融租赁公司退出融资平台业务等多重因素的影响，山东、云南、贵州、河南等省市出现了较多的城投非标逾期兑付舆情。目前城投的资金面非常紧张，各地政府对当前城投平台‘想方设法’地继续举债给予了更大程度的默许。”专注于城投与房地产的投研一体化综合金融服务平台西政投资集团近日撰文表示。

涉嫌信披违法违规暗藏“抽屉协议” 四川旅投集团及相关方被证监会立案

本报记者 罗辑 北京报道

被“隐藏”的协议

日前，四川省旅游投资集团有限责任公司（以下简称“四川旅投集团”）旗下的上市公司、思美传媒（002712.SZ）发布公告称，近日控股股东四川旅投集团、朱明虬、首创投资立案，主要是三方涉嫌信息披露违法违规。虽然具体细节并未披露，但就在几个月前，2023年12月浙江证监局曾对这三方采取了责令改正措施。

根据彼时的公告，浙江证监局查明，2019年8月至2020年10月，朱明虬及一致行动人首创投资向四川旅投集团分三次合计转让思美传媒29.99%股份，先后签署了共计11份协议，其中仅告知并通过上市公司披露了《股份转让协议》（3份）、《表决权委托协议》、朱明虬股份质押给四川旅投集团情况，但未披露《收购备忘录》。

虽然具体涉嫌违法违规的细节并未披露，但是，此前浙江证监局曾因信披问题对上述三方采取过责令改正的监督管理措施揭开了冰山一角。彼时其所涉事项主要是，在四川旅投集团收购思美传媒29.99%股份的过程中，交易各方共签署11份重要协议，但只披露了其中5份，存在6份被“隐藏”的协议。后者主要涉及对限售股收益权及后续交易的约定、业绩对赌、人事决议的投票约定等。

目前该调查进展如何？作为集合四川省文旅产业转型发展、文旅资源战略整合、国有资本文旅投资三大平台功能为一身的国有资本投资公司，四川旅投集团以及旗下上市公司均备受市场关注。

《中国经营报》记者多方联系四川旅投集团和思美传媒，截至记者发稿，暂未得到回应。多位法律及资本市场业内人士提到，若上市公司控股股东选择性隐瞒重大协议，涉嫌违反相关法律法规，相关方除了会因此受到监管部门的行政处罚外，还会面临因此受损的投资者依据《中华人民共和国证券法》（以下简称《证券法》）发起的索赔诉讼。

证监会对四川旅投集团、朱明虬、首创投资立案，主要是三方涉嫌信息披露违法违规。虽然具体细节并未披露，但就在几个月前，2023年12月浙江证监局曾对这三方采取了责令改正措施。

那么，这6份被“隐藏”的协议究竟是什么？为什么相关方选择“隐藏”、不按要求披露？根据记者梳理，这6份协议主要涉及部分股份收益权的转让及回购、业绩对赌、董事会会议关于重要人事任免的投票等多个方面。

其中，就股权收益权转让、回购等协议来看，主要因为与四川旅投集团的交易对手所持部分股权转让存在限售问题。

或面临投资者起诉索赔

目前，四川旅投集团、朱明虬及首创投资已被证监会立案。

康德智库专家、北京清律（上海）律师事务所合伙人齐鹏律师表示，仅就浙江证监局查明的情况来看，四川旅投集团、朱明虬（及一致行动人首创投资）为上市公司的新旧两任控股股东，而三方所涉及的是上市公司控股权转让的相关事项。其属于《证券法》明确规定的重要事项。包括新旧控股股东在内的交易方应当按照法律法规要求真实、准确、完整、及时地进行信息披露。“思美传媒的前后两任控股股东选择性隐瞒‘抽屉协议’，涉嫌违反《证券法》以及《上市公司信息披露管理办法》等法律法规，相关方除了会因此受到监管部门的行政处罚外，还会面临因此受损的投资者依据

《证券法》发起的索赔诉讼。”

北京时择律师事务所律师臧小丽进一步指出：“思美传媒的两任控股股东，选择性公示了部分协议，实际暗藏‘抽屉协议’，涉嫌违规。而除了股权转让事项涉嫌信披违规之外，思美传媒还曾因为‘蹭抖音概念’，先后被浙江证监局出具《行政处罚决定书》《警示函》，被交易所纪律处分。针对思美传媒的这两起违规，投资者均有权起诉索赔。”

2023年11月27日，思美传媒在交易日午间，选择性地回复了一则深交所互动易平台留言，称“抖音超市现阶段由本公司代运营”。随后，思美传媒股价被迅猛拉升，在此前股价近乎跌停的情况下强力翻转封死涨停，上演“地天板”。但当日收盘后，抖音电商

2019年8月，四川旅投集团与思美传媒时任控股股东、实际控制人朱明虬及其一致行动人首创投资，签署了一系列协议，以谋求思美传媒的控制权。其中四川旅投集团以协议转让方式受让朱明虬和首创投资持有的6040万股，占比10.39%。同时，四川旅投集团与朱明虬签署了《表决权委托协议》，约定将朱持有的11390万股股份（占比19.60%）对应的表决权委托四川旅投集团行使。同时，朱明虬承诺放弃所持剩余5385万股股份对应的表决权。通过上述协议，四川旅投集团拿到思美传媒股份6040万股，同时拥有表决权的股份数量合计为

17430万股，占当时上市公司总股本的29.99%，四川旅投集团成为控股股东。

之所以有单独的表决权委托，是因为朱明虬有部分股权涉及限售问题，因此交易上做了股权与表决权分离的设计。但是，为了控制这种收益权、表决权分离所带来的风险并最终达成相应股权的交易，双方又对相关股权的收益权、收益权的回购、限售条件解除后的股权交易做了进一步约定。这主要体现在未正常披露的《股份收益权转让及回购协议》《收购备忘录》《合作协议》等多份协议中。

就业绩对赌的来看，上述未

披露的协议中，也存在朱明虬承诺2019年上市公司经审计合并口径的归属于母公司净利润（以扣除非经常性损益前后孰低为准）不低于2.5亿元。如低于该标准，则朱明虬需在一定时间内向上市公司以现金方式按一定要求进行补足，以及进一步约定，按照四川旅投集团在上市公司享有的权益对应比例向四川旅投集团先行支付部分业绩补偿款。

此外，上述未披露的协议还约定了朱明虬、首创投资需依据法律法规及上市公司章程，配合并按照四川旅投集团要求达成重要人事的任免等内容。

在其官方账号辟谣称：“网传思美传媒代运营抖音超市，此为不实消息。抖音超市业务为抖音电商自运营。”

记者注意到，彼时思美传媒的时任董秘李某是2019年控股权变更后才被任命的，他此前为四川旅投股权投资基金管理有限公司总经理助理，而后其被浙江证监局出具警示函，今年2月思美传媒董秘岗位也进行了人事调整。

值得注意的是，连续的信披违规背后，根据思美传媒聘请的信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“信永中和”）指出，在进行思美传媒2023年度内部控制审计过程中，“我们注意到思美传媒公司关于信息披露方面的非财务报告内部控制存在重大缺陷。其中，思美传媒公司对

督促上市公司的股东、实际控制人配合上市公司及时履行信息披露义务方面存在内部控制缺陷，导致未能及时履行相关信息披露。同时，思美传媒公司对平台投资者提问的回复内容不真实、不准确、不完整。”

更进一步来看，思美传媒的控股股东、四川旅投集团是否应对上市公司的内控缺陷负有责任？实际上，多位接受采访的业内人士提到，四川旅投集团为国有企业，因涉嫌信披违法立案，可能面临“更多关注”。

中国金融智库特邀研究员余丰慧提道：“国有企业涉及国有资产的保值增值和公众利益保护等方面的责任，因此可能面临处分，最高可予以开除。”

复杂和严格的问责。”中国企业资本联盟副理事长柏文喜也提及：“国有企业在信披违法方面的问题可能会受到更多关注，在审查和处罚上也可能更加严格严厉。”

齐鹏律师进一步提道：“一般而言，国有企业作为上市公司的控股股东，在此类问题上除了面临证券监管部门的处罚，或可能因其具有企业的特殊属性，面临国资监管部门的问责。如针对国资系统派驻上市公司的人员，如具公职身份，根据此前《国有企业管理人员处分条例（草案）》（征求意见稿）中规定，瞒报、漏报重大风险及风险损失事件，编制虚假财务会计信息，造成不良后果或者影响等行为，将依据《公职人员政务处分法》第三十九条规定给予处分，最高可予以开除。”

改革开放谱新篇

科技金融纵深破题 七部门合力绘就高质量发展路线图

本报记者 王柯瑾
北京报道

科技金融“大文章”
谱写脉络进一步清晰。

近日,中国人民银行、科技部、国家发展改革委、工业和信息化部、金融监管总局、中国证监会、国家外汇局等七部门联合印发《关于扎实做好科技金融大文章的工作方案》(以下简称《工作方案》)。按照《工作方案》,针对科技金融运行全过程的相关基础制度和机制建设将进一步被强化;全链条全生命周期、多元化接力式金融服务模式开启,科技型企业将迎来一系列有效的金融助力。

今年以来,围绕做好金融“五篇大文章”,我国陆续出台相关指导意见、工作方案等。科技金融作为“五篇大文章”之首,在助力培育新质生产力方面发挥着举足轻重的作用,更是我国建设金融强国的题中之义。

与此同时,基于科技创新不确定性更大、风险更高、回报周期更长、重大技术成果转化和科技型企业发展需要时间等特点,壮大“耐心资本”也成为科技金融高质量发展的重要“助推器”,助力我国实现高水平科技自立自强。

新生态:多元化接力式金融赋能

此次七部委文件是体系化的深化落实思路,对建立多层次的科技金融服务、金融机构发展科技金融的管理框架优化等进行了安排。

今年以来,我国科技金融的投入力度明显增大。如中国人民银行推出了5000亿元额度的科技创新和技术改造再贷款,发放对象包括21家金融机构,以支持科技创新和技术改造项目的资金需求;证监会发布了资本市场服务科技企业高水平发展的十六项措施,旨在通过资本市场为科技企业提供更加全面和高效的金融服务。此外,金融机构也纷纷行动,围绕做好金融“五篇大文章”制定相关战略规划和投入金融资源。

“加大投入、大力发展科技产业,提高我国科技自主创新能力,既是增强我国信息科技产业链的安全性、保持产业链供应链稳定的现实需要,也是发展新质生产力、推进现代化产业体系建设的必然要求,在当前和未来都具有重大的战略意义和重要的现实意义。”招联金融首席研究员董希淼分析认为。

为进一步加强基础制度建设、

新动能:构建更好的制度和机制

各级政府和金融管理部门应为金融服务科技型企业创造良好的制度环境,更好地防范科技金融风险。

发展科技金融,重点是服务好科技型企业。董希淼认为,科技型企业虽然具有高成长性,但可能存在投资周期长、投资风险高等问题,同时普遍存在资产较轻、缺乏抵押物等现象。各级政府和金融管理部门应协同发力,综合施策,为金融服务科技型企业创造良好的制度环境,推动科技金融健康发展,更好地防范科技金融风险。

《工作方案》针对科技金融运行全过程,强化相关基础制度和机制建设。优化激励引导政策体系,完善科技创新和技术改造再贷款、支小再贷款、科技创新专项金融债券等政策工具,建立科技金融服务效果评估机制,充分调动金融机构积极性。建立健全科技金融标准

健全激励约束机制,《工作方案》出炉,为科技金融发展规划了明确的路线图。

《工作方案》推动金融机构和金融市场全面提升科技金融服务能力、强度和水平,为各类创新主体的科技创新活动提供全链条全生命周期金融服务,精准支持国家重大科技任务、科技型企业培育发展、战略性新兴产业发展和未来产业布局、传统产业技术改造和基础再造、国家和区域技术创新高地建设等重点领域。

中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平向记者分析道:“去年中央金融工作会议对做好‘五篇大文章’进行了重要部署,此次七部委文件是体系化的深化落实思路,对建立多层次的科技金融服务、金融机构发展科技金融的管理框架优化等进行了安排。该制度将在推进科技金融提档升级方面

发挥积极作用,由此对中国经济发展动力的转换、新质生产力的培育发展、高水平科技自立自强、现代产业体系构建等产生深远影响。”

据悉,《工作方案》围绕培育支持科技创新的金融市场生态,提出一系列有针对性的工作举措。全面加强金融服务专业能力建设,支持银行业金融机构构建科技金融专属组织架构和风控机制,完善绩效考核、尽职免责等内部制度。建立科技型企业债券发行绿色通道,从融资对接、增信、评级等方面促进科技型企业发债融资。强化股票、新三板、区域性股权市场等服务科技创新功能,加强对科技型企业跨境融资的政策支持。将中小科技企业作为支持重点,完善适应初创期、成长期科技型企业特点的信贷、保险产品,深入推进区域性股权市场创新试点,丰富创业投资基金资金来源和退出渠道。打造科技金融生态

《关于扎实做好科技金融大文章的工作方案》相关工作举措要点

- 1 支持银行业金融机构构建科技金融专属组织架构和风控机制
- 2 建立科技型企业债券发行绿色通道
- 3 强化股票、新三板、区域性股权市场等服务科技创新功能
- 4 完善适应初创期、成长期科技型企业特点的信贷、保险产品,深入推进区域性股权市场创新试点,丰富创业投资基金资金来源和退出渠道
- 5 打造科技金融生态圈,鼓励各地组建科技金融联盟

据公开资料整理

圈,鼓励各地组建科技金融联盟,支持各类金融机构、科技中介服务组织等交流合作,为科技型企业提供“天使投资—创业投资—私募股权投资—银行贷款—资本市场融资”的多元化接力式金融服务。

杨海平认为,当前科技金融发展仍存在短板。“最主要的难点是股权投资发展滞后。天使投资、创业投资、私募股权投资发展滞后且生态待优化,已经成为接力式服务构建中的短板。从商业银行的角度看,发展科技金融的主要方向是

投贷联动,投贷联动的核心在于‘投’,而股权投资也存在如募资难、退出难等突出问题。”

为破解上述难题,杨海平建议:“一是要大力发展中国特色的股权投资,即发展政府主导的基金从林模式,培育中国特色的‘耐心资本’。二是下大力气优化股权投资生态,鼓励企业设立CVC(企业风险投资),发展政府主导的S基金,研究出台体系化的股权投资机构鼓励政策,激发各类股权投资机构的活力和潜力。”

是发展新质生产力的核心要素,很多从0到1的原创性、颠覆性的早期科技创新活动难以产生立竿见影的投资回报,这就需要‘耐心资本’为企业提供长期而稳定的资金支持。”

在“耐心资本”的培育和壮大方面,中国人民银行方面也表示,下一步将认真贯彻中央金融工作会议决策部署,与有关部门建立联动机制,加强信息共享和政策协同,深入开展科技金融服务能力提升专项行动,搭建经验交流和研讨平台,推动《工作方案》各项举措落到实处,引导金融资本投早、投小、投长期、投硬科技,以高质量科技金融服务助力实现高水平科技自立自强。

一线调研

押注成长赛道 光大银行加码投贷联动

本报记者 杨井鑫 武汉报道

作为“五篇大文章”之首,科技金融在金融支持实体经济高质量发展中起到了至关重要的作用。今年5月,国家金融监督管理总局发布了《关于银行业保险业做好金融“五篇大文章”的

指导意见》,要求金融机构聚焦卡点堵点提升科技金融质效,结合科技型企业发展规律和特点,为科技型企业提供全生命周期的金融服务。

在银行服务科技型企业过程中,传统的授信模式往往与科技型企业现实情况难以匹

配。科技型企业的的发展具有较强的不确定性,银行授信风险较高。但是,银行贷款的收益却有限制。如何打破高风险低收益的困局,《中国经营报》记者近期对湖北省金融机构支持科技企业的情况进行了详细调研。


图为武汉长江计算硬件设备生产现场。
杨井鑫/摄影

公司的经营一直维持高速增长。“长江计算的客户涵盖了电信三大运营商,在三大政策行、国有六大行和十二家股份制银行也形成全面突破,在数字政府领域完成了多个标杆案例,同时在交通、电力、教育、央国企等多个重点领域也有了落地成果,公司业务的快速发展提供了充足的动力。”

记者了解到,2023年下半年,长江计算为满足公司高速发展资金需求,拟引入战略投资者进行股权转让,加速推动计算产业发展及上市。光大银行武汉分行在获悉此情况后,立刻与集团内兄弟公司光大金控进行对接,最终参与企业在北京产权交易所公开引进投资者的增资扩股项目,完成投资5000万元。

在光大银行支持科技企业的过程中,深化科技金融生态圈建设是其中一项重要举措,银行建立了包括券商、股权投资机构(VC/PE)、保险资管、政府产业投资平台、会计师事务所、律师事务所等机构资源在内的科技金融生态圈,为科技型企业提供包括股权转让、产业基金、投贷联动、上市辅导、财税法律咨询等在内的全生命周期金融服务。

记者了解到,目前光大银行推出了“认股权”重点特色产品,以加强投贷联动业务。由光大理财为近百家科技型企业提供优先认股权服务,同时成功将科技型企业认股权创新作为理财产品底层资产。

“认股权服务模式反响比较好。目前光大银行武汉分行与两家企业达成了合作,一家企业从事太

赛道决定成败

回顾当时对长江计算的第一笔5000万元贷款投放,作为项目负责人的光大银行金融港支行副行长王梅感慨颇深。

“光大银行首次给到企业的5000万元贷款支持具备了战略眼光和投资思维。也正是这一笔贷款,打开了双方合作的局面。”王梅表示。

在引入战略投资过程中,王梅称,光大银行牵线光大金控投资的效率也很高,仅三个月就完成了投资。当时多家头部的股权投资机构竞争,而光大金控从中胜出。“光大银行通过投贷联动的方式支持科技企业发展,也是银行支持科技企业的一个范例。”

光大银行武汉分行副行长陈新认为,赛道的选择是银行支持科技企业的关键。银行支持科技企业首先要选择的是行业。湖北省的产业集群数量有111个,其中武

构建生态圈

在光大银行支持科技企业的过程中,深化科技金融生态圈建设是其中一项重要举措,银行建立了包括券商、股权投资机构(VC/PE)、保险资管、政府产业投资平台、会计师事务所、律师事务所等机构资源在内的科技金融生态圈,为科技型企业提供包括股权转让、产业基金、投贷联动、上市辅导、财税法律咨询等在内的全生命周期金融服务。

记者了解到,目前光大银行推出了“认股权”重点特色产品,以加强投贷联动业务。由光大理财为近百家科技型企业提供优先认股权服务,同时成功将科技型企业认股权创新作为理财产品底层资产。

“认股权服务模式反响比较好。目前光大银行武汉分行与两家企业达成了合作,一家企业从事太空育种业务,一家企业从事大数据

汉市的产业集群包括了光电产业、集成电路、信息显示器、生物医药等等。

他表示,银行在支持科技过程中,要围绕产业发展的战略部署,抓产业集群龙头,然后沿着产业链做客户延伸。以长江计算为例,IT硬件的国产化替代是大趋势。具备科技和数字双重属性,符合国家支持实体重点领域的政策方向,银行会义无反顾地支持。

“湖北省的科技型企业有3万多家,数量还在持续增长;‘专精特新’企业3000多家,其中600多家属于国家级‘专精特新’企业。银行要对这些科技企业做识别和筛选,考验银行的经营能力。”陈新认为。

光大银行武汉分行信用审批部总经理助理王友全认为,从贷款审批的角度看,光大银行对科技企业的授信在风险评价上经历了一个很大的转变。“传统银行善于财

务指标分析。但是,在支持科技企业时,银行需要从财务指标分析转向技术分析,从看重盈利性指标向看重成长性指标转变,从看重历史性指标向长期预测性指标转变,从看重定量指标向定性指标转变。”

他认为,对于规模不同的大型、中型和小型企业,银行要通过不同的维度来评价,然后匹配不同的授信产品。目前小型企业主要以短周期的产品为主,而中型和大型企业则通过综合授信和项目贷款的方式授信。

数据显示,截至2024年6月末,光大银行科技型企业贷款余额超3500亿元,较年初增长超800亿元。其中,光大银行武汉分行科技金融贷款余额117.12亿元。“专精特新”中小企业对公贷款余额11.18亿元,较年初增长19.23%。“专精特新”中小企业对公贷款余额16.66亿元,较年初增长31.61%。

上的优势会更明显一些。”

对于光大银行服务科技企业的优势,王辉耀认为,银行服务大型科技企业的差异较小。尤其是对于股份制银行来说,重点落脚在服务中小科技企业上,而线上化将是最大的趋势。

据他介绍,光大银行将结合外部大数据,推出纯线上科创易贷产品,授信规模可达300万元。此前光大银行在行业内率先推出了首款线上“专精特新”贷款,而科创易贷的客户群体更大、覆盖面更广。“简化了尽调和后续审贷的环节,通过模型和客户数据分析能够实现秒贷。”

王辉耀称,中小科技企业的客户数量较大,完全依靠线下获客的方式成本较高,趋势就是往线上发展。银行能够通过客群的分层提供不同的金融服务,而科技企业通过线上融资也更加便捷。

理财配置转舵 债券基金“吸金”

本报记者 秦玉芳 广州报道

存量规模重回29万亿元后，6月份存续银行理财产品规模下降，环比缩减9000余亿元。尤其现金管理型产品存续规模缩减最为明显。

理财规模回调

在收益下滑压力下，为吸引投资者，理财机构纷纷开启新一轮降费促销。

受“季末回表”压力影响，6月份银行理财存续规模回调下降。根据普益标准数据监测显示，截至6月末，全市场理财规模28.06万亿元，环比缩减9445亿元。其中，现金管理型产品存续规模较5月末减少逾8000亿元。

华西证券在研报中指出，回顾6月以来理财规模周度变动情况，月初两周理财规模延续前一月增长态势，周环比分别为3967亿、93亿元，第三周随着季末时点临近，理财规模开始提前缩减，环比降1086亿元。

国联证券分析认为，从2021年以来的银行理财存续规模来看，每逢季末月银行理财规模较前一月均有所缩减，侧面体现理财回表现象确实存在，规模整体在5000亿元至15000亿元之间。今年4月以来，受禁止银行手工补息监管政策的影响，银行吸引存款能力有所下降，因此季末流动性指标监管压力料将加剧。

不过从实际表现来看，与往年相比，今年二季度末理财下降规模有所缩减。华西证券在研报中指出，全月来看，6月理财规模合计下降不及2020年以来同期降幅(2020—2023各年6月理财规模分别下降1.47万亿、1.40万亿、0.80万亿、1.18万亿元)。

从产品结构来看，现金管理类产

同时，理财产品收益率进一步下调，6月全市场新发理财产品业绩比较基准跌至2.97%。为了提升产品对投资者的吸引力，近来理财机构纷纷宣布限时下调部分产品费率，同时也在积极调整资产配置策略，增加债券型公募基金配置，以稳

固产品收益。

业内人士分析认为，未来债券型基金仍将是银行理财配置的主要方向，不过整体业绩基准下调趋势不改，投资者应建立分散投资意识，可以考虑更加多元化的资产配置组合。

品规模缩减居首。据普益标准数据显示，截至6月末，现金管理型、固定收益类、权益类、商品及衍生品类理财产品存续规模环比均有减少，分别减少8004.6亿、1468.9亿、8.8亿、24.8亿元。

1个月以内的理财产品存款规模变动尤为明显。国信证券研报显示，从不同期限类型的理财产品存续规模来看，截至6月30日，本周1个月以内的理财产品存续规模环比下降3.07%。

整体来看，银行理财存续规模季节性下降的同时，破净率也在回升。

从净值变化来看，国信证券分析指出，截至6月30日，理财产品累计净值为1.038元，环比下降0.13%。从理财产品固收类理财产品净值变化来看，累计净值1.041元，环比下降0.01%。截至6月30日，理财产品产品累计净值破净率为2.84%，较上一周上升1个百分点。

据普益标准监测数据显示，2024年6月24日至30日一周，理财产品共有2391款理财产品到期，环比增加275款，占全市场到期理财产品的71.52%。理财产品到期开放式固收类理财产品的平均兑付收益率(年化)为2.84%，环比下跌0.03个百分点，落后其平均业绩比较基准0.15个百分点。

新发理财产品业绩基准也在下调。根据普益标准数据，6月全市场新发理财产品业绩比较基准2.97%，较5月份的3.06%进一步下降。

在收益下滑压力下，为吸引投资者，理财机构纷纷开启新一轮降费促销。据理财公司官网公告显示，6月以来至今，10余家理财公司相继发布公告，调降旗下部分理财产品固定管理费、销售手续费以及托管费等费用，部分产品费率甚至调降为零。从调整的产品来看，本轮费率优惠主要以固定收益类和现金管理类理财产品为主。

普益标准分析认为，银行理财行业近期展开新一轮费率优惠战，目的在于应对收益下滑的压力，提高产品吸引力。这反映出理财市场竞争的加剧，同时也体现了金融机构在市场低迷时期对投资者利益的考虑，此举有助于在收益下滑时传达与客户共度难关的信号，短期内能提升产品吸引力。

然而，在普益标准分析看来，降费率也是一把双刃剑，长期来看可能压缩利润空间，不利于公司的可持续经营。理财产品需要提升产品管理能力，通过优质业绩和价值创造，而非单纯依赖价格战，以建立稳定的客户基础。

公募基金重回配置热点

债券型基金收益相对稳定，与大多银行理财客户偏好低风险产品的特点更加匹配。

不过，为了稳固理财产品整体收益表现，金融机构也在积极调整配置策略。

易观千帆理财咨询专家王玺指出，当前理财产品“资产荒”加剧，传统高收益资产减少，理财产品预期收益率降低，产品对客户吸引力下降，理财公司急需拓新探索。

“公募基金降费调整，交易成本大幅下降。在此背景下，银行理财增配公募基金有利于丰富和优化自身资产配置。”王玺认为。

王玺强调，对于银行理财来说，兼顾低风险、高收益的“优质”资产缺失，同时监管叫停手工补息，导致“资产荒”压力加大，促使银行理财更加积极配置流动性强、透明规范、品类丰富的公募基金产品。

从资产配置来看，今年以来银行理财产品对公募基金配置力度持续增强。普益标准研究员屈颖表示，在经历了2023年四季度的减配后，银行理财在今年一季度开始明显增配公募基金。“这一变化表明，随着市场环境的变化和银行理财投资策略的调整，公募基金重新成为银行理财配置的重要方向。”

屈颖认为，在基金类型的选择上，银行理财显示出更为灵活和精细化的策略。在屈颖看来，灵活配置混合型基金的规模较为稳定，而指数基金等其他类型的规模则出现缩减。这一调整表明，银行理财在资产配置上较注重风险控制和收益平衡。

王玺认为，未来，债券型基金将是银行理财配置的主方向，同时，理财公司或将适当配置长期绩优的权益类、可转债、可交换债类等公募基金，促产品

从投资性质来看，债券型基金越来越受银行理财产品青睐。盈米基金研究员李兆霆指出，从当前来看，监管叫停了手工补息导致银行理财持有的存款类资产利率下降，银行理财有可能将减配存款类资产的资金，转投到固收类基金上。“相比股票型基金，债券型基金风险相对更低，收益也更加稳定。”

在王玺看来，与其他公募基金相比，债券型基金收益相对稳定，与大多银行理财客户偏好低风险产品的特点更加匹配。

王玺进一步指出，当前债券型基金因其具有低风险、低波动、高流动性的特点更受理财资金的青睐，尤其是中短债基金是目前银行理财主流配置方向。

屈颖也强调，中长债基金和短债基金成为理财资金增配的重要方向：这一选择主要基于这两类基金相对较低的风险水平和较好的流动性，有助于银行理财在保障资金安全的同时，实现稳健的投资回报。

从市场表现来看，债券型基金净值上市趋势明显。国信证券在研报中分析指出，截至6月30日，全市场债券型基金资产净值为9.68万亿元，环比上升0.22%，其中中长期纯债型基金环比上升0.15%。

王玺也表示，在注重长期稳健收益的前提下，投资者也愈发注重多元化资产配置，并逐渐将含权的理财产品作为增厚产品收益的重要资产组成。

李兆霆还指出，未来理财可以关注指数化、低费率化以及投顾化三个方面的趋势，发挥被动投资的工具属性、更关注投资人持有体验感，灵活满足不同投资对象。

2024年市场存量银行理财规模情况统计

统计期	存续产品总量(款)	最新存续规模总计(亿元)	现金管理型		固定收益类		混合类		权益类	
			存续产品数量(款)	最新存续规模(亿元)	存续产品数量(款)	最新存续规模(亿元)	存续产品数量(款)	最新存续规模(亿元)	存续产品数量(款)	最新存续规模(亿元)
2024-07	41224	281153.7701	1316	75521.7362	35476	198212.5130	2089	5937.6848	719	347.0002
2024-06	41024	280646.5099	1313	74879.2043	35280	198328.0794	2090	5957.6120	719	346.8627
2024-05	41215	290091.3267	1267	82883.7834	35515	199796.9769	2099	5895.0585	715	355.6957
2024-04	41385	287446.3665	1245	85724.1022	35689	193219.7473	2179	6348.9708	626	399.9657
2024-03	41051	262158.1567	1252	76584.8881	35335	177132.6544	2211	6286.4309	621	411.2459
2024-02	41108	271073.2009	1146	84947.6353	35465	177554.6573	2261	6453.1727	609	380.4219
2024-01	41067	261616.5595	1018	82008.4142	35488	170916.0997	2350	6589.5015	592	388.6632

理财产品被罚2900万元 “未能有效穿透识别底层资产”为重灾区

5家理财子公司被罚

本报记者 慈玉鹏 北京报道

国家金融监督管理总局近日在官网披露多张行政处罚信息，涉及5家理财公司以及1家股份制银行，罚款共计3250万元。其中，5家理财公司被罚款2900万元。

《中国经营报》记者注意到，此次处罚的违法违规行为包括：单只公募理财产品持有单只债券超过净资产的10%、未以公允价值计量相关理财产品投资的金融资产、理财业务投后管理勤勉尽职义务履行不到位、非标底层资产到期日晚于封闭式理财产品到期日。

针对未能有效穿透识别底层资产问题，普益标准研究员黄诗慧告诉记者：“理财产品未能有效穿透识别底层资产的原因：一是部分理财产品嵌套基金专户、信托计划等产品，而在后期SPV穿透管理中，或在估值管理、监管报送、信息披露等方面存在不足。

记者采访了解到，“三定方案”后，理财监管力度和穿透性将会进一步加强，理财产品需建立完善的信息披露机制，加强内部管理、遵守相关法律法规。近期国家金融监督管理总局发布《资产管理产品信息披露管理办法(征求意见稿)》，未来也将是各家资管机构的整改方向。

记者统计发现，此次6家被处罚的机构涉及5家理财产品公司、1家股份制银行。5家银行理财产品公司中，4家违法违规行为涉及未能有效穿透识别底层资产，亦有4家涉及信息披露不规范。

另外涉及的违法行为包括：

单只公募理财产品持有单只债券超过净资产的10%、未以公允价值计量相关理财产品投资的金融资产、理财业务投后管理勤勉尽职义务履行不到位、非标底层资产到期日晚于封闭式理财产品到期日。

记者注意到，此次6次处罚监管均提及依据《中华人民共和国银行业监督管理法》(以下简称《监督管理法》)第二十一条、第四十六条及相关审慎经营规则进行处罚。

具体来看，《监督管理法》第二十一条显示，银行业金融机构的审慎经营规则，由法律、行政法规规定，也可以由国务院银行业监督管理机构依照法律、行政法规制定。

前款规定的审慎经营规则，包括风险管理、内部控制、资本充足率、资产质量、损失准备金、风险集中、关联交易、资产流动性等内容。银行业金融机构应当严格遵守审慎经营规则。

另外，《监督管理法》第四十六条规定，银行业金融机构有下列情形之一，由国务院银行业监督管理机构责令改正，并处二十万元以上五十万元以下罚款；情节特别严重或者逾期不改正的，可以责令停业整顿或者吊销其经营许可证；构成犯罪的，依法追究刑事责任；(一)未经任职资格审查任命董事、高级管理人员的；(二)拒绝或者阻碍非现场监管或者现场检查的；(三)提供虚假的或者隐瞒重要事实的报表、报告等文

件、资料的；(四)未按照规定进行信息披露的；(五)严重违反审慎经营规则的等。

记者采访了解到，部分公司已按要求整改。例如，某理财子公司表示：“6月28日，国家金融监督管理总局公布对公司进行行政处罚的决定，我司诚恳接受、坚决服从、坚定执行。我司此次处罚所涉问题均发生在2022年及以前年度，恰逢我司成立初期，监管指出问题已全部完成整改。我司将认真落实中央金融工作会议精神，坚定践行金融工作的政治性、人民性，始终坚持依法合规、诚实守信、稳健审慎、守正创新的经营理念，坚守风险底线，筑牢内控防线，为理财行业安全与发展做出信银贡献。”

黄诗慧表示：“本次监管连发多张罚单，反映了严峻的监管态势，而罚单中较为集中的事项也是未来理财公司重点整改的方向。一方面，理财公司需建立完善的信息披露机制，对披露的格式内容有清晰的规定，必须确保所披露的内容真实、准确、完整，不得有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；另一方面，需要加强内部管理和遵守相关法律法规，健全风险管理机制，持续改进合规性管理制度，以维护金融市场的稳定和投资者的合法权益。此外，需重视员工的能力培养，打造专业的风控团队和信息披露团队，同时加强数字化建设，提升系统管理能力，实现信息的自动化收集，落实理财业务展业新规范。”

共计对理财产品14次行政处罚

经记者统计，自2019年5月国内首家理财产品开业，目前，国内已有32家理财产品获批筹建，31家理财产品获批开业。开业的理财产品包括6家国有大行、11家股份行、8家城商行、1家农商行的理财产品以及5家合资理财产品。2023年12月29日，浙银理财产品获批筹建，目前尚未开业。

自理财产品成立以来，监管规则愈发明晰细化。截至目前，已陆续发布《商业银行理财产品公司净资本管理办法(试行)》《理财产品内部控制管理办法》《理财产品流动性风险管理办法》《理财产品销售管理暂行办法》等相关文件，对理财产品净资本、

内部控制、销售过程、理财产品等方面进行约束。

5月31日，国家金融监督管理总局公布2024年规章立法工作计划，其中包括制定《资产管理产品信息披露管理办法》等6部规章，这意味着理财产品信息披露将进一步规范化。

记者经国家金融监督管理总局网站统计，自理财产品成立以来，监管共计对理财产品14次行政处罚。近期6次行政处罚主要围绕信息披露不规范，及未能有效穿透识别底层资产，而此前部分处罚亦与该两项目违法违纪行为相关。例如，“理财产品信息披露及销售管

理不规范”“未按规定披露理财产品净值”“理财产品净值未及时反映底层资产”“未穿透登记理财产品所持有资产管理计划等的底层持仓情况”等。

另外，经记者统计，其他处罚较多的事项是：全部公募理财产品持有单只证券的市值超过该证券市值的30%、公募理财产品持有单只证券的市值超过该产品净资产的10%、开放式公募理财产品持有高流动性资产比例不达标等。

至今，已有部分理财产品经历2次处罚。2024年以来，已有6家理财产品遭到处罚。渝农商理财产品是2024年首家被监管处罚的理财产品，国家金融监督管理总局公示，6

月19日，渝农商理财产品持有单只证券市值超过该证券市值的30%，理财产品宣传推介材料审查不到位，被罚110万元。

从处罚额度看，今年上半年6家理财产品共计罚款3010万元，去年同期仅有两家理财产品共计被罚款585万元，同比增长415%，理财产品监管力度不断加大。

金融监管专家周毅钦告诉记者：“从近年来监管部门出具的理财罚单可以看出，处罚项越来越多、越来越细，监管要求越来越严格。特别是‘三定方案’后资管机构监管司主事，理财监管力度和穿透性将会进一步加强。”周毅钦表示：“近期，国家金融

监督管理总局办公厅向各理财公司通报监管发现的主要违法违规事实，其中部分问题涉及信托公司与理财产品开展的合作业务，这批罚单中比较集中的违法违规事实‘未能有效穿透识别底层资产’‘未以公允价值计量相关理财产品投资的金融资产’即和此有关，另外信息披露不规范也是这次罚单中较为集中的事项，近期国家金融监督管理总局针对部分信托公司、银行理财产品公司、保险资管公司下发《资产管理产品信息披露管理办法(征求意见稿)》，这是国家金融监督管理总局领域信息披露方面的顶层设计文件，未来也是各家资管机构的整改方向。”

宁科生物启动预重整 黄河农商银行“以物抵债”

股份曾流拍

本报记者 郭建杭 北京报道

上市公司进入预重整程序后，此前的涉诉债务有了更多解决方案。

近期，*ST宁科（600165.SH，以下简称“宁科生物”）股东大会通过《关于拟向法院申请重整及预重整的议案》。《中国经营报》记者以投资者的身份从宁科生物方面了解到，关于目前的重整进展，宁科生物“股东大会通过重整决议后，已收到法院启动公司预重整并指定临时管理人决定书。”

随着宁科生物的重整推进，宁夏黄河农村商业银行股份有限公司（以下简称“黄河农商银行”）此前因宁科生物产生的约1.1亿元（本息合计）债务逾期，在经过一年多的法律程序后，也在近期有了结果。

6月25日公告显示，黄河农商银行诉宁科生物的1.08亿元贷款案进入执行阶段，最终经法院判决，以宁科生物持有的黄河农商银行3586万股股份作价108189620元，交付申请执行人黄河农商银行抵顶债务。

黄河农商行方面表示：“银川市兴庆区人民法院出具《执行裁定书》，裁定被执行人宁夏中科生物科技股份有限公司持有的3586万股股权为本行的抵债资产，该笔资产转移类关联交易不优于非关联方同类交易。”

记者采访获悉，以股权转让的方式在上市公司的资金问题中是较为常见的法律判决手段，但由于银行股权监管严格，银行股被“以物抵债”的方案并不多见。近年来，也仅出现中国信达阶段性获得云南瑞丽南屏农商银行13%股权的少量案例。

在2023年5月，宁科生物因中科新材借款逾期导致其他借款加速到期，黄河农商银行提起诉讼。

公开信息显示，宁科生物前身新日恒力，于1998年A股上市，原是一家钢丝绳、预应力混凝土用钢绞线制造企业，2023年2月证券简称变更为宁科生物。

根据上市公司公告，宁科生物重要控股子公司宁夏中科生物新材料有限公司（以下简称“中科新材”），成立于2017年6月2日，经营范围为长链二元酸及其衍生化工产品、生物有机肥和硫酸钠等生物法生产的精细化工产品的研发、制造与销售。此前的数据显示，中科新材对宁科生物的营收贡献超过65%。

因经营周转原因，中科新材作为贷款主体分别于2021年、2022年向黄河农商银行进行四笔贷款，本息总计约1.1亿元，担保措施为上海中能、宁科生物、虞建明等做保证担保，恒力国贸办公楼作为抵押。

但随后，宁科生物陷入债务危机，中科新材也于2024年3月份停产。

近期宁科生物公告显示：“宁

科生物整体债务规模为26.30亿元，其中逾期债务总规模为19.10亿元，涉诉债务规模为16.58亿元。除子公司宁夏华辉环保科技股份有限公司的银行账户外，公司及子公司所有银行账户被冻结，严重缺乏用于偿债的资金和流动资产。并且，重要子公司中科新材目前处于临时停产状态，试产产量较低，结合公司目前债务风险巨大的情况，公司持续经营能力面临严重的负面影响，不能清偿到期债务且明显缺乏清偿能力，具备破产原因。”

对于子公司中科新材目前停产后复工复产进展，记者以投资者身份从宁科生物方面了解到，“截至目前，公司的生产恢复工作仍在进行，试产的产量较低，销售工作已在开展中，离完成真正意义的复工复产仍有相当差距。公司最终能否彻底完成复工复产，实现可持续的正常生产经营，仍具有不确定性。”

在2023年5月，宁科生物因

中科新材借款逾期导致其他借款加速到期，黄河农商银行向上海中能、宁科生物、中科新材、恒力国贸以及虞建明等多方提起诉讼，涉案金额约1.1亿元（本息合计）。最终，根据经法院判决及执行情况显示，2024年5月7日网络拍卖宁科生物持有的黄河农商银行3586万股股份，一拍以无人报名而流拍。

2024年5月，黄河农商银行依据银川市兴庆区人民法院出具《执行裁定书》接收宁科生物的银行股权抵债。

根据宁科生物公告显示：“兴庆区人民法院送达的《执行裁定书》显示，经双方当事人（注：申请执行人黄河农商银行，被执行人宁科生物）协商，确定处置参考价为154,556,600元，申请执行人向法院申请（2024）宁0104执3304、3308、3310、3313号四案以一拍流拍价格108,189,620元以物抵债”，以及“将被执行人宁科生物持有的黄河农商银行3586万股



数据来源：企业预警通

015.82)。股份所有权自本裁定送达申请执行人时起转移”。也就是说，经双方当事人协商，将宁科生物持有的黄河农商银行的3586万股股份以一拍流拍价格1.08亿元以物抵债，顶抵四笔债务合计1.08亿元。

的股份作价108,189,620元，交付申请执行人黄河农商银行抵顶被被执行人宁科生物（2024）宁0104执3304、3308、3310、3313号案件中的债务108,189,620元（分别为：9,038,832.4、35,510,427.9、37,940,343.84、25,700,

关注抵债资产处置

银行接受自己行的股权作为债务抵顶，在后续的资产处置方面主要涉及银行新股东引入，引入哪类股东、何时引入等问题，需要监管部门及银行目前的股东方的认可。

以物抵债的资产该如何定价？浙江金越资产管理有限公司副总经理徐晓丹告诉记者，“抵债资产的价格实际是由法院裁定的，根据裁定书进行确定价格并办理后续过户手续。”对于法院裁定抵债资产的价格时都会参考哪些因素，徐晓丹告诉记者，“法院裁定价格首先有相关的司法评估；其次以物抵债资产通常是拍卖失败后进行的以物抵债，所以抵债价格一般会参考变卖价格确定。”

关于银行接受抵债资产后的处置情况，徐晓丹认为：“抵债资产从资产流动性来说在一定期限内流动性较差，但不排除有个别的个性化需求，正好需要通过抵债资产的程序拿到需要的相对低价的资产。”

5月21日，黄河农商银行方面对于宁科生物的关联交易情况披露表示：“同意接收宁夏中科生物科技股份有限公司抵债的3586万股股权为本行抵债资产。”同时，该行指

出：“宁夏中科生物科技股份有限公司重大关联交易业务交易金额为1.08亿元，占本行上一季度末资本净额的2.37%。”

值得注意的是，商业银行在接受以物抵债过程中，抵债资产如何定价是至关重要的问题。在今年的几轮网络拍卖中，黄河农商银行的股权基准价格有过变化。

在2024年5月8日的拍卖中，宁科生物持有的黄河农商银行3586万股股份，评估价为1.5444亿元，起拍价为1.08亿元，双方当事人协商此次以4.31元/股的价格作为基准价，该笔拍卖以流拍结束。

2024年6月7日结束的宁科生物持有黄河农商银行40516614股股份的拍卖中，经双方当事人协商，当次以4.31元/股的价格作为基准价，起拍价为1.22亿元，评估价为1.7462亿元，该笔拍卖以流拍结束。

而即将开拍的黄河农商银行股权价格出现下浮。

网络拍卖显示：“2024年7月8日开拍，宁科生物持有的黄河农商银行1599万股的股份一拍，经双方当事人协商此次以3.017元/股的价格作为基准价，起拍价4824万元。”

在不良资产处置实务中，以物抵债和抵债资产处置是紧密相扣、有机结合的两个环节。通过以物抵债接收的抵债资产，需在规定的处置时限内予以处置，而办理以物抵债时对拟抵债资产的选择，则关系到抵债资产处置的难易程度及债权的最终受偿情况。因此，这两大处置类型面临的风险是相互交织、相互影响的。

财政部2005年印发的《银行抵债资产管理暂行办法》第18条规定，抵债资产收取后应尽快处置变现。以抵债协议书生效日，或法院、仲裁机构裁决抵债的终结裁决书生效日，为抵债资产取得日，股权应自取得日起两年内予以处置。据此，银行取得抵债股权后应当在两年内予以

处置。此外，抵债资产原则上应采用公开拍卖方式进行处置；不适用于拍卖的，可根据资产的实际情况，采用协议处置、招标处置、打包出售、委托销售等方式变现。

按照《银行抵债资产管理暂行办法》中关于股权两年内处置的要求，黄河农商银行对于取得的3586万股股份在下一步如何处置？宁夏金融监管方面是否同意了宁科生物以黄河银行3586万股股份作价1.08亿元来抵顶债务的方式？是否已经同意了股权的转移？对于这些问题，黄河农商银行方面也暂未回复记者。

徐晓丹告诉记者：“银行接受自己行的股权作为债务抵顶，在后续的资产处置方面主要涉及银行新股东引入，引入哪类股东、何时引入等问题则需要监管部门及银行目前的股东方的认可。此前在部分地区的城农商行中出现过类似的情况，一些银行原始股东中的民营企业破

倒闭时，相应的银行股份被拍卖，最终这些股份基本都会流转回控股股东，或者银行股东认可的股份收购对象。”

值得一提的是，宁科生物是黄河农商银行的主要股东。

黄河农商行方面公示：“宁夏中科生物科技股份有限公司持有本行14112.84万股股权，占比8.82%，是本行主要股东。”对于宁科生物与黄河农商行的关联交易情况，在黄河农商行2023年上半年度报告中提到：“最大法人关联方为宁夏中科生物科技股份有限责任公司，在本行用信余额10940万元，占本行资本净额的2.49%，上述关联方及其关联交易均符合《黄河农村商业银行关联交易管理暂行办法》中关于‘对一个关联方的授信余额不得超过本行资本净额的10%，对一个关联法人或其他组织所在集团客户的授信余额总数不得超过本行资本净额的15%’的规定。”

微信“分期”测试再扩围 考验长尾触达能力

本报记者 蒋牧云 何莎莎

上海 北京报道

近日，微信“分期”的灰度测试

再次扩大范围，开通服务的用户可以通过付款二维码下方的分期入口，或微信小程序、视频号店铺中进入，具体可用于吃饭、购物、看电影等，不支持转账、发红包等。

值得注意的是，相比较同业在消费金融领域的布局，腾讯在消费金融领域始终较为谨慎。面对日益激烈的市场竞争，微信“分期”的竞争优势如何？

对此，多位业内人士告诉记者，流

量为王的市场情况下，从“分期”额度流量入口来看，尽管微信的流量较大，

但微信小程序、视频号在交易端的影响力相对较弱。同时，我国长尾客群的开发程度较高，待“分期”全面上线后能否在业内激起水花仍待观察。

竞争优势不明显

近日，微信“分期”服务再次扩大内测范围，不少用户收到可以开通该业务的提示。记者了解到，“分期”是由重庆市微恒科技有限公司为用户从授信机构获得授信服务提供的综合性技术服务和解决方案。其中，“分期”的授信服务包括“消费时使用分期付款”模式和“消费后使用分期周转”模式，用户可以自主选择使用。

具体而言，分期付款是指授信机构在消费场景中，基于用户待支付的交易，提供分期授信服务的模式。“消费后使用分期周转”则是，授信机构在用户消费完成后，以该用户已完成支付且符合一定条件的交易作为参考因素，为其提供分期授信服务的模式。资金则由腾讯旗下深圳市财付通网络金融小额贷款有限公司（以下简称“财付通小贷”）及其他金融机构提供，支持线上线下场景，可分3期、6期、12期分期还款，消费500元以上可用，还款日将从零钱、零钱通、储蓄卡自动还款。费率方面，3期、6期、12期的每期利率分别为0.77%、

0.70%、0.67%，年化利率分别为13.75%、14.26%、14.45%。以消费500元，分3期为例，每期应还170.49元。

对于“分期”的产品定位，在业内看来，与阿里旗下的“花呗”或京东旗下的“白条”基本一致。小微信贷专家嵇少峰表示，从产品的底层逻辑来看，都是以消费场景为基础的消费信贷产品。与市场上其他产品相比，“分期”增加了消费门槛，从风控角度是更为理性的设置。

目前，“分期”主要适用于腾讯内部场景中，线上场景主要分布于微信小程序、视频号店铺中，线下则可以通过付款二维码下方的分期入口进入，具体可用于吃饭、购物、看电影等，不支持转账、发红包等。

其中，记者了解到，视频号的商业化是腾讯近年的工作重点之一。此前微信官方披露，2023年视频号GMV实现近3倍增长，视频号订单数量增长超过244%，商品供给数量增长约300%。不过，对比其他

互联网厂商发展已久的电商规模，微信依托视频号作为流量入口是否有优势？

对此，嵇少峰表示，微信自身的流量是庞大的，可以认为“分期”有着天然的流量优势。但他也指出，小程序与视频号目前在交易端的影响力相对较弱。相较而言，同行业的电商交易量更为庞大。特别地，抖音、头条等同行业的消费场景更为下沉，与消费金融业务更为契合。综合而言，仅看目前的产品信息，“分期”的竞争优势并不明显。

也有业内人士向记者表达了类似观点。该人士告诉记者，从近年头部互联网厂商的在消费金融的业务情况来看，依托社交应用流量转化，并获得电商交易量快速增长是消费金融产品规模扩张的重要前提之一。然而，在市场参与主体不断增加，且头部参与者的业务规模正在快速增长的情况下，腾讯方面的的产品虽然有一定竞争力，但能否依托后续“分期”的全面上线而快速扩大业务规模，还有待观察。

合规为首要任务

嵇少峰认为：“客观地说，国内的长尾消费人群，开发的深度已经比较深了，很多客户实际上是多头借贷的，加上激烈的市场竞争，行业很难因为新产品的出现而打开全新局面了。”

事实上，腾讯在消费金融领域的布局一直较为谨慎。此前，微信也曾灰度测试过“分付”产品，目前该产品同样尚未全面上线。根据产品介绍，“分付”主打“1元起付，随时可用、随时可还”，适合周转应急时使用。付款时选择分付作为支付方式，使用后已用额度将按日计收利息，可以随时还任意金额，提前还款不收手续费。关于“分付”与“分期”的定位区别是什么，相关产品未来预计何时能全面上线，以及在激烈竞争下如何获得竞争优势等问题，记者向腾讯方面发去采访函，截至发稿尚未收到正面回复。

关于公司整体在金融领域的发展情况，腾讯在2023年第四季度及全年业绩交流会上曾

表示，公司除了财富管理业务外，也提供分期付款等贷款服务，相关服务的利润率、附加值都较高。关于金融科技的总体发展，腾讯表示，首先要做到业务合规，其次也要确保以高质量的方式管理业务风险，从而为商家、消费者创造更多的价值。

事实上，腾讯在消费金融领域

的布局一直较为谨慎。此前，微信也曾灰度测试过“分付”产品，目前该产品同样尚未全面上线。根据产品介绍，“分付”主打“1元起付，随时可用、随时可还”，适合周转应急时使用。付款时选择分付作为支付方式，使用后已用额度将按日计收利息，可以随时还任意金额，提前还款不收手续费。关于“分付”与“分期”的定位区别是什么，相关产品未来预计何时能全面上线，以及在激烈竞争下如何获得竞争优势等问题，记者向腾讯方面发去采访函，截至发稿尚未收到正面回复。

利润方面，同样是财富端业务贡献更多。数据显示，金融科技及企业服务业务2024年一季度的毛利同比增长42%至人民

币239亿元，毛利率由去年同期的34%提升至46%。分部毛利增长乃由于高毛利率的理财服务及视频号商家技术服务费的贡献增长，企业微信与其他企业服务业务的商业化增加，以及云业务的成本效益提高。

值得注意的是，财付通小贷年内动作频繁，在1月增资，公司股东新增深圳市腾讯计算机系统有限公司，注册资本由100亿元人民币增至约105.26亿元人民币。又在获批注册50亿元额度的资产支持票据(ABN)后不久的1月末，发行了时隔6年来的首单小贷ABN。

对此，前述业内人士向记者分析，从业务发展策略的连贯性来看，财付通的增资与融资并不代表腾讯将加速业务的扩张。特别地，从行业背景来看，消费金融的参与者大多采取了审慎的经营策略，目前如何保证资产质量，以及业务合规等问题，是大多数参与者更为重视的。

万亿大家保险“瘦身”

本报记者 陈晶晶 北京报道

在多家外资机构陆续投资中国养老保险有限公司之际，大家养老保险股份有限公司（以下简称“大家养老”）这张稀缺牌照被挂牌出售。

近日，北京产权交易所发布大家养老33亿股股份（占总股本100%）转让项目公告，转让方为大家保险集团有限责任公司（以下简称“大家保险集团”）旗下大家人寿保险股份有限公司（以下简称“大家人寿”）、大家资产管理有限责任公司（以下简称“大家资管”）。该股权转让预披露日期为2024年7月1日至7月26日。

同时，公告还披露，本次产权转让如导致国家出资企业及其子企业失去标的企业的实际控制权的，交易完成后标的不得再继续使用国家出资企业及其子企业的字号、经

营资质和特许经营权等无形资产，不得继续以国家出资企业子企业名义开展经营活动。

对此，大家保险集团在接受《中国经营报》记者采访时表示，此次股权转让属于公司正常的经营决策，养老保险客户权益不受影响。

业内人士对记者表示，在当前政策支持保险业参与养老第三支柱发展的背景下，目前我国的专业养老保险牌照极具稀缺性。大家养老保险规模保持增长，这对于有意进入或扩大在养老保险市场布局的资本而言，具有较大吸引力。

实际上，近年来，大家保险集团旗下多个与保险主业协同性不强的非核心金融牌照相继被出售，包括成都农村商业银行股份有限公司、世纪证券有限责任公司、邦付宝支付科技有限公司（以下简称“邦付宝支付”）等。

从打包出售到分拆出售

此前，大家保险集团曾尝试以保险集团为主体打包出售，但两次公开挂牌转让都没有下文。

公开资料显示，大家养老成立于2013年12月31日，总部设立在北京，注册资本金为33亿元，是国内仅有的10家专业性养老保险公之一。大家养老的业务涵盖团体养老保险及年金业务、个人养老保险及年金业务、短期健康保险业务、意外伤害保险业务等。

根据公开数据，2023年大家养老资产总计63亿元，营业收入22亿元，净利润-1.6亿元。截至2023年年底，大家养老保险业务收入19.49亿元，其中养老实质属性业务占比98.23%，期交占比73.41%，13月保费续率93.71%。2024年第一季度，大家养老实现保险业务收入4.85亿元，净亏损1.37亿元。

近年来，大家保险集团不断推进养老社区布局，此次养老保险子公司挂牌，对于公众关心是否影响相应保单客户的养老社区入住权益问题，大家保险集团方面对本报记者表示，挂牌行为不会影响大家保险在健养产业上的布局，签订了养老社区权益确认函的客户，相关权益也不会受到影响。

值得一提的是，此次北京产权交易所发布转让大家养老100%股权信息只是进行预披露，并未透露交易底价、受让方资格条件等。公

告明确，本次股权转让行为尚待报请有权批准单位批准后进行正式信息披露，项目信息以正式信息披露内容为准。

需要注意的是，此前，大家保险集团曾尝试以保险集团为主体打包出售，但两次公开挂牌转让没有下文。

2021年7月，中国保险保障基金有限责任公司（以下简称“保险保障基金”）首度在北京金融资产交易所挂牌转让大家保险98.78%股权，其中包括保险保障基金的98.23%股权，中国石油化工集团有限公司持有的0.55%股权，彼时转让底价为335.7亿元。此次挂牌也一直处于信息披露状态的大家保险集团，其核心财务指标得以首次公开。数据显示，大家保险集团总资产接近1.2万亿元，处于盈利状态。

2021年8月，保险保障基金以302.12亿元的价格第二次公开挂牌，较第一轮挂牌价格打了九折。当年9月26日挂牌期满，仍未等到意向买家。随后，北京金融资产交易所撤下大家保险集团股权转让项目。

上述业内人士进一步分析称，大家保险集团整体体量庞大，将旗下保险子公司单独拆分出售，既能顺应当下市场形势，也能有效降低交易方门槛。

持续出售非保险资产

值得一提的是，从4月到5月，大家人寿陆续减持金融街(000402.SZ)股份。

需要注意的是，大家保险集团旗下多个与保险主业协同性不强的金融牌照或资产亦相继被出售。特别是在今年，其出售动作较为密集。

今年1月份，根据北京金融资产交易所官网挂牌公告，大家保险集团转让间接控制的第三方支付公司邦付宝支付100%股权，挂牌价为4.38亿元。

记者根据工商资料梳理，邦付宝支付由北京邦业保险公估有限公司（以下简称“邦业保险公估”）100%持股。大家电子商务有限公司（以下简称“大家电商”）持有邦业保险公估99.9%股权。北京安邦和谐网络科技有限公司（以下简称“和谐网络科技”）全资持有大家电商。而大家投资控股有限责任公司（以下简称“大家投控”）全资持有和谐网络科技。大家人寿保险股份有限公司（以下简称“大家人寿”）全资持有大家投控。大家保险集团持有大家人寿99.9838%股权。

记者注意到，同样在今年1月份，北京产权交易所挂牌成都厚德天府置业有限公司（以下简称“成都厚德天府”）100%股权及

约20.23亿元债权项目。

根据挂牌公告，成都厚德天府共有两家股东。其中，海口远见共创一号基金（有限合伙）（以下简称“海口远见一号”）持股85%，大家人寿全资子公司大家投控持股15%。海口远见一号的三家股东，大家投控、大家人寿和远见共创资本管理有限公司均为大家保险集团旗下公司。

不过，在4月2日，大家投控申请中止该项目。10日后，该项目又恢复挂牌交易。国家企业信用信息系统显示，5月22日，成都厚德天府变更一系列工商资料，成都交子公园金融商务区投资开发有限责任公司成为其唯一股东。

值得一提的是，从4月到5月，大家人寿陆续减持金融街(000402.SZ)股份。

4月7日，金融街发布公告称，2024年3月19日至4月2日，大家人寿通过集中竞价累计减持金融街股份约3013.3万股，占金融街总股本的1.01%。5月15日，金融街再次披露大家人寿股份减持情况。截至2024年5月6日，大家人寿持有金融街普通股

10家养老保险公司的净资产和股本情况 (单位:亿元)				
公司简称	母公司	净资产	总资产	股本
平安养老	平安集团	241.30	881.80	116.03
太平养老	太平集团	34.26	283.28	30.00
国寿养老	国寿集团	71.40	180.15	34.00
长江养老	太保集团	40.60	64.16	30.00
泰康养老	泰康集团	79.61	1051.04	70.00
大家养老	大家保险集团	35.22	62.98	33.00
新华养老	新华保险	53.21	71.65	50.00
人保养老	人保集团	43.45	97.51	40.00
恒安标准养老	恒安标准人寿	1.19	6.59	2.00
国民养老	—	115.52	214.22	111.50

数据来源：13精资讯

股票累计约2.35亿股，占总股本的7.87%。5月7日—5月13日，大家人寿通过集中竞价减持约2815万股，占总股本的0.94%。5月14日，大家人寿通过集中竞价减持股份约489万股，占总股本的0.16%。截至目前，大家人寿合计持有金融街股份比例下降至6.77%。

大家人寿在金融街简式权益变动报告书中进一步表示，截至本报告书签署之日，除本次权益变动外，大家人寿在未来12个月内将根据证券市场整体状况并结合上市公司的经营发展及其股票价格情况等因素，决定是否增加或减少其在上市公司中拥有权益的股份。

推进主业稳健发展

自2021年大家保险正式推出“大家的家”养老品牌以来，至今已完成17个城心医养社区、6个旅居疗养社区和9个居家安养照护中心及服务网点布局，落子超过20座城市。

公开资料显示，大家保险集团成立之后，在推进“瘦身”的同时，其各个保险板块业务也得到了稳健发展。

当前，保险业步入转型期，如何把握新的趋势，积极创新、谋求破局，成为所有市场主体的必答题。据采访了解，大家保险集团以养老为核心战略，通过旗下专业养老品牌“大家的家”打造“城心医养”“旅居疗养”“居家安养”等产品线，建立多层次养老服务体。

接近大家保险相关人士向记者透露：“大家保险有意借养老战略冲出保险红海，实现弯道超车，近两年赋能保险业务发展的效益已经显现。”

大家保险集团方面对本报记者表示，自2021年大家保险正式推出“大家的家”养老品牌以来，至今已完成17个城心医养社区、6个旅居疗养社区和9个居家安养照护中心及服务网点布局，落子超过20座城市。

记者注意到，大家保险集团旗下多家保险子公司偿付能力披露豁免期结束，大家财险、大家资管等均披露了2023年年报、偿付能力报告，相关经营数据也展露无遗。

年度报告显示，大家财险保费收入由2019年的43亿元增长到2023年的85亿元，年复合增长率约18%。前五大保险业务车险、责任保险、意外伤害保险、农业保险、

企业财产险保费收入分别为61.65亿元、7.35亿元、6.08亿元、3.95亿元、1.17亿元。今年一季度，大家财险实现保险业务收入20.46亿元，净利润为-0.82亿元。

大家人寿方面，近年来其在独立代理人、银保、经代、互联网等渠道均有布局。特别是独立代理人渠道，数据显示，截至2023年12月份，大家人寿独立代理人渠道实现期交保费12.5亿元，跻身行业前15名。2023年，大家人寿独立代理人渠道月人均期交产能达到7.8万元。

不过，目前大家人寿主力渠道仍是银保渠道。

大家人寿总经理郁华曾介绍，银保渠道既是支撑公司业务规

模的基石渠道，也是核心的价值创造渠道，还是费用和利润的主要贡献渠道。大家人寿银保采取“全渠道经营、多元化发展经营”策略。除国有大行、股份行外，大家人寿还进入更广大的城商行、农商行领域，拓展蓝海渠道市场。

大家资管方面，2023年实现营业收入5.42亿元，实现连续盈利，净利润为2.38亿元。

“公司高度重视战略风险，在公司整体风险偏好体系下，按照既定的风险管理目标，通过战略风险管理，将战略风险控制在公司可以承受的范围内，确保战略目标的合理制定和有效实施，推动公司稳定、持续发展。”大家资管在年报中表示。

上架“信用贷”产品 飞猪探路金融流量变现

招聘金融人才

本报记者 郑瑜 北京报道

互联网流量到金融流量变现似乎已经成为互联网平台心照不宣的多元化探索方向，从电商平台到短视频平台，从信息资讯平台到音频平台，都曾或浅或深地探索与涉足，试图在金融流量变现市场中分得一席之地。

日前，《中国经营报》记者发现，综合性旅游出行服务平台飞猪在安卓手机应用端版本的钱包功能中，上线了“借钱”展示栏，显示最高可借金额20万元，年化利率4.7%起，并且在展示栏下方出现“信用贷”入口，但是在不久之后该“信用贷”入口又从页面上消失。

上线“信用贷”的主要背景是什么？基于市场的调查和研究，飞猪发现了平台上哪些贷款需求？为什么在线之初就对产品进行了下架？记者向飞猪发去采访函询问具体产品细节，截至目前，暂未收到回应。

不过记者在7月4日发现，飞猪安卓手机应用端版本又重新展示了借钱页面。短短一周之内，“信用贷”页面入口经历了上架、下架，又重新上架，飞猪对于金融业务究竟有何计划和考量？

多位业内人士认为，对于现阶段想要切入金融的流量平台而言，已经并非发展的良机。

6月底，记者通过点击飞猪安卓手机应用端版本页面“信用贷”入口看到，其表示，贷款由金融机构提供，飞猪仅提供信息展示，其合作机构包括度小满、新网银行、拍拍贷。在7月2日发现原本“信用贷”入口消失后，记者分别尝试向上述三家合作机构了解合作情况，截至发稿，尚未收到回应。

但值得注意的是，在飞猪官方网站上，其已经开始招聘高级产品经理（金融信贷方向）、用户运营（支付金融方向）岗位人才。上述两个金融方向岗位招聘均更新于7月4日。

在具体职位描述中，记者看到，金融信贷高级产品经理需要负责互联网信贷产品C端流程设计，结合数据分析和用户洞察，持续优

化产品流程，提升核心业务指标；负责信贷业务系统，包括客户管理、资金管理、资金路由、支付等核心系统的设计，推动需求落地、跟进研发上线。要求熟悉互联网金融行业主流产品，具备亿级规模以上信贷产品设计与增长经验者优先；熟知借贷产品效率、客户体验、金融合作侧的关键环节，对客户需求有洞察与分析；优秀的逻辑思维与数据分析能力，熟练掌握SQL等数据分析工具，具备分析市场需求，用户商业价值的能力和创新能力，善于发现和挖掘数据价值。

支付金融的用户运营岗位则需要联动飞猪金融业务拓展团队，负责金融项目的产品落地及日常运营工作；结合飞猪场景及金融业务属性，协同团队输出用户画像及运营方案，共同构建飞猪金融服务心智，沉淀用户拉新及转化策略并实施落地，对业务规模负责等。

监管趋严

2020年7月正式发布的《商业银行互联网贷款管理暂行办法》

司等非金融机构。”

在星图金融研究院研究员黄大智看来，目前来看，旅游平台甚至放逐整个流量市场来看，上线助贷业务已并非个例。自2015年以来，流量平台对于互联网金融产业链的涉足已经成为趋势，但是大趋势下也有一些新的变化，比如对于流量平台不论是做金融产品营销展示还是导流都有了进一步的监管动作。

同时，该岗位需要具备3年以上金融机构或互联网金融从业经验，理解信贷/分期/发卡等业务的规律和逻辑，熟悉金融业务用户运营方法论，在相关业务用户增长、产品运营方面有成功项目经验，了解用户分层及流量转化、善于运用数据驱动业务。

北京市社会科学院副研究员王鹏表示，近年来，金融科技(FinTech)的迅猛发展为企业提供了新的商业机会。大数据、人工智能等技术的应用使得金融服务更加智能化和个性化。随着互联网的普及，互联网金融逐渐成为新的趋势，为传统金融行业带来了挑战和机遇。旅游消费往往涉及大额支出，且有时需要预付款项。借贷服务能为消费者提供灵活的支付方式。在用户端，随着消费观念的转变，越来越多的消费者愿意通过信贷方式进行消

费，以分摊支付压力。“旅游平台拥有大量的用户交易数据和行为数据，也有助于下一步进行精准的风险评估和产品开发。”

但是江苏微金创信信息科技有限公司董事长、小微信贷专家嵇少峰也直言，流量平台上线金融产品已经是普遍现象，尤其是偏消费类的信贷产品。然而，可以看到的是各家在比拼流量方面都没有很明显的优势，如今竞争也非常激烈；加之底层的风控手段与技术，各个平台的差距也相对较小。“行业内除了顶尖的流量平台以外，剩下大多数普通流量平台在金融产品的设计包括风控方面都没有突出壁垒。”他指出。

“目前，其实有效需求相对有限，在合理借贷额度范围之内，有偿还能力、风险可控的客群，其信贷需求在逐步收缩。长尾人群、低收入人群受到经济下行、收入下降

以及其他因素影响，虽然信贷需求有所上升，但是这部分客户负债率已经相对较高，风险较大，不属于有效需求，对于大多数平台而言，这是一个‘危险’的业务。”嵇少峰补充道。

嵇少峰表示：“如今，起步较早的大型流量平台，风险意识越来越强，在保证贷款总量的同时，对于风控的要求也越来越高，消费信贷进入了风险大于机遇的压力时期，前述长尾客群较难通过大平台的风控，这时候中小平台贸然进入（助贷）市场，其实已非良机。”

嵇少峰认为，虽然旅游平台布局金融业务逻辑清晰、场景风险可控，但是近几年消费信贷蓬勃发展，一部分人群的金融需求已经得到了满足，尤其是在旅游平台上的优质客群借贷需求已经不那么旺盛。而长尾客群其实在旅游场景内相对占比较低。

黄大智建议，在当前趋势下，场景与金融结合的方向或是流量平台的优选。比如大额消费时推行信用支付方式，这样不但可以提升客户体验，将金融服务嵌入到具体场景中，可以使客户在实际使用产品或服务时获得更便捷的金融支持。还可以在特定场景中提供金融服务，可以更有效地吸引目标客户，降低金融机构的获客成本。

改革开放谱新篇

浙江义乌：小商品做成大生意

本报记者 颜世龙 义乌报道

“恺撒的归恺撒，上帝的归上帝。”西方这句谚语在县级市义乌，显得更加具象化。

不问出身，不论信仰和国籍，更不看肤色，这里鲜见高知群体的高谈阔论，也少闻一线城市的风云时政和巨头科技。在义乌市，坐下来谈的是生意，可以是锅碗瓢盆，也可以是玩具头饰，甚至是小到几毛、几分钱的针头线脑。但就是这样的生意，在义乌小商品江湖中折射出了属于普

通人的生活本色和商海之道。

义乌市常住人口约190.3万人，其中外来人口约143.3万人，外国人就达30余万人，常住外商2.1万人，“含外量”不亚于北上广深等一线城市。随着国外客商蜂拥而至，产自全国各地各式小商品也源源不断地输出到东南亚、非洲、中东等地区市场，外贸业务正重新复苏、活跃起来。

《中国经营报》记者了解到，义乌正出现越来越多的外地人和“老外”面孔，有开着车进货的，也有骑电动车逛街选品的，经历了白天的

选品、砍价、搬货等忙碌，晚间又转场在街头练摊。酒桌上，各国语言混杂交织于啤酒、撸串、小龙虾等各色美食之间，安全、生意与惬意，被这座“世界小商品之都”调和得刚刚好。

除了现实中的砍价还价和酒酣耳热之外，随着速卖通、亚马逊、eBay等各类跨境电商平台的火热和自营、全托管等商业模式的加持，一个全新的跨境电子商务江湖也在成就着各式各样的小人物和背后的大生意。



作为“世界小商品之都”义乌市的主要商品集散地之一，义乌国际商贸城迎来八方客流。

颜世龙/摄影

义乌的“含外量”

如今，“含外量”已经成为一座城市经贸活跃度和全球化度量的一个重要标准。

刚刚从广州市飞到义乌市的印象设计师Varija Bajaj就和中国的同事一头扎进了义乌国际商贸城一区，这是她第一次来到义乌。但因为行程非常紧张，Varija Bajaj此行的目的是尽快为她的作品找到适合的辅料。即便不会说中文，但为了选品和初步询价，她还是从一楼逛到顶层，每当看到心仪的产品还会向商铺老板索要一张名片，并将产品和名牌一起拍照留档。

最终，Varija Bajaj相中了一家香薰店的产品，经过简单询问后，便仔细挑选起了样品，并称重后直接摆在地上，用马克笔依次将样品信息标注在旁边。

“这么多的店铺和商品，每一个价格都不同，等回到印度后，我将重新分析和排列挑选出来的样品，然后再交给中国的同事来砍价。”对于此行的采购流程，Varija Bajaj对记者说，“因为这里太大了，工作和行程也非常紧张，所以我们没有时间去吃饭，只能自己带着零食边逛边吃。”

在义乌市，除了像Varija Bajaj一样来进货的外商，也有很多外国人选择直接在当地开店。比如，来自阿富汗的Tawfiq Fazilat，他给自己取了一个中文名字——刘克。“我的阿富汗名字意思是所有好的东西都到我这里来。”这也和义乌很相似，汇聚全国乃至全球的好商品。

在义乌商贸城二区，刘克的店主营发电机、水泵等设备。自2017年在义乌市开店以来，他已然成了一名中国通。当记者夸他的中文水平很好时，他谦虚地说：“马马虎虎。”在采访间隙，刘克时常接到来自中国老板的电话，一开口便称呼对方：“你好，大老板。”

刘克介绍说，他是学习经济学专业出身，原本在阿富汗的大学里教书，为此还专门写了10本书。因

为家族一直在做贸易，所以他来到义乌市，其他亲戚则分别在阿富汗、沙特阿拉伯和欧洲地区分销来自中国的商品。

“我们的设备主要来自重庆市、江苏省和福建省等地，我的工作是负责卖货。产品都是我们自己注册、设计的品牌，工厂会根据设计要求来生产，然后再向其他国家发货。”刘克说，“我们走的是高质量和品牌化发展路线，锁定的也是高质量用户。”

正是由于向土地讨不到粮食，才使得义乌市老一辈人开启了“鸡毛换糖”的故事。

在全国商品市场擦亮招牌的为什么是义乌？因为“穷”。义乌市地处浙中、金衢盆地东缘，素有“七山一水二分田”之说，土地、植被等自然资源较为匮乏。也正是因为向土地讨不到粮食，才使得义乌市老一辈人开启了“鸡毛换糖”的故事。

据《新京报》此前报道，时任义乌县委书记谢高华回忆，之前，小商小贩常常被斥为“刁民奸商”，并被加以批判。当时由于没有新的明确政策出台，有关部门一如既往地对小商贩采取禁、阻、限、关的政策和措施，但是也打不倒、关不掉、禁不住、赶不跑。农民从事“鸡毛换糖”、小商品经营，成了当时义乌县委、县政府和有关部门一个头疼的“包袱”。在深入调研之后，谢高华决定开放义乌小商品市场，由此才开启了义乌市的商业传奇。

1982年9月5日，当地在一条臭水河上，用水泥板搭起了简易摊位。义乌县政府将原来的流动摊位统一集中，在街两边排成两排，让商贩们名正言顺地做生意。义乌第一代马路市场——湖清门小百货市场悄然开张。

1984年，义乌正式提出“兴商

在谈到在中国经商的感受时，刘克说，在义乌市吃穿住行都非常方便，想要什么样的产品都可以找到，完全不用再跑到其他地方。

如今，“含外量”已经成为一座城市经贸活跃度和全球化度量的一个重要标准。据了解，2023年，义乌市户籍人口为91.15万人，而常住人口达190.3万人。相关统计数据显示，2023年，入境义乌市的外商达36.87万人次，其中常住外商2.1万人。在作为配套之一的餐饮业中，纯外商开设的餐厅就多达500余家。

记者从义乌市商务局了解到，义乌市外贸进出口额已由2011年的255.04亿元增长至2023年的5660.5亿元，增长了21.2倍。2024年义乌市《政府工作报告》显示，2023年，义乌市市场主体总量达105.46万户，同比增长17.4%；新增25.8万户，占全省的1/7。国际商贸城日均客流量超20万人次。首次来义乌市的人员超40万人，首次来义乌市的大学生为4.65万人，均创历史新高。义乌市网络零售额稳居浙江省第1位。快递业务量达105.8亿件，同比增长13.8%，占全国1/12。

过十平方米，商户之间挨得非常近，当时在市场做生意的还以老一辈为主，报价时都要凑到客户耳边用一只手挡着嘴巴轻声说，担心被隔壁商户听到。老一辈几乎都是农民或装修工、泥瓦匠出身，没有什么文化，都是靠这种方式做生意。”

浙江中国小商品城集团股份有限公司市场运营公司副总经理陈知幸在接受记者采访时说，在1982年建成市场至今40多年的历程中，可以大致分为4个阶段，第一个阶段是“放开”。这得益于时任书记谢高华为首的党委和政府的胆略。第二个阶段是在90年代“走向全国”，将义乌从一个区域市场叫响到全国，这主要依赖铁路和“贸工联动模式”，有了产业支撑和交通才确立了全国龙头市场的地位。第三个阶段是在2000年中国加入WTO后，时任义乌书记楼国华提出要走“国际化”。“因为当时内贸已经发展得很好，突然提出要发展外贸，大家觉得很冒险，所以当时反对的声音也很大。但楼国华书记还是坚持了下来，现在来看他的眼光非常专业且独到。”陈知幸说，而如今的商贸城，在第四阶段已经开启了数字化、智能化转型。

来义乌市快20年的宁波人柴荣辉算是义乌商贸城的“老人”，也可以说是义乌的第二代生意人。“我们这一代的经商条件要比老一辈好很多，老一辈都是在钢棚搭建的市场里，柜台也只有一米宽。”柴荣辉说，“后来市场升级，每个摊位也不

浙商的外贸“生意经”

用最原始的办法和感情做外贸生意，才让义乌变得越来越国际化。

到柴荣辉这一代，可以说吃到了时代的红利，也沾了有文化的光。在商贸城二区里，几十平方米的商铺宽敞明亮，摆满了各式各样的电器产品，来自中东、非洲地区的客户在此选购商品也已经是轻车熟路。

回忆起创业之初的往事，柴荣辉仍旧心潮澎湃。“当时，央视一档创业节目叫《赢在中国》，节目的主题曲叫《在路上》，是国内很多知名企业家联袂献唱，可以说鼓舞了很多像我一样的浙江年轻人。”柴荣辉说，也正是凭着这股创业热情，让法律专业出身的柴荣辉在2006年走上了创业之路。

“我刚来市场时，这里面几条街的老板几乎没有会说英语的，一旦有外商来的时候，我就给老板们做翻译，久而久之外商们也知道了我本身就有店铺，所以慢慢地客人也就多起来了。”柴荣辉告诉记者，“当时，一些外商还教我应该怎么做产品，如何包装，这样他们才能卖得出去。”

柴荣辉清楚地记得，他第一位真正意义上的外国客户是一位孟加拉人。“第一年创业赚了5000元，过年期间全花完了。对于当时的我来说，第一年转行就赚钱并不是非常渴望和激动的事情。因为即便我出去上班，一年能赚将近10万元。”

“我们浙江人和其他地方的想法可能不一样，做生意要有一个过程，前三年亏本也是很正常的，但过后还没有开始赚钱，就有点‘窝囊’了。因为我们从小看到父母也是这么做生意的。做生意一定要坚持，即便觉得坚持不下去了也要坚持，这样生意才会慢

慢做大，而当5年、10年之后再回过头来看时，才发现与当初的情况已天差地别。”柴荣辉说。

正是因为坚持，柴荣辉在2010—2013年间，迎来了人生中的高光时刻，他经销的家电产品成为爆款，来自非洲、中东和南美等地区的客户订单纷至沓来。“当时，一款蒸汽清洗机一年能卖3000多万元，客户甚至要排队等货。”事实上，当时，整个义乌商品市场也呈现出跨越式增长态势。伴随着市场走俏，越来越多的年轻人开始来到义乌，加入外贸行业。

在柴荣辉看来，义乌的外贸生意，明显区别于其他城市。因为都是以小商品为主，而且相当一部分客户都是来自非洲、中东、东南亚等地区的发展中国家，相比国内和其他发达国家客户追求新潮款式，他们更喜欢“老款”。

就在记者采访间隙，一位来自巴基斯坦的客人进入柴荣辉的店铺，询问电熨斗价格，并最终选定了一款老款电热式熨斗，在将价格从50元砍到35元之后最终带走了这款产品。“国内和欧美地区的客户都在使用蒸气式熨斗了，但他们还是很喜欢老款电热式熨斗。”柴荣辉说。

“我们的生意不是像很多大企业一样，靠签订合同去约束双方，更多的是靠他们的道德和信仰。”柴荣辉告诉记者，“例如，我跟一位非洲地区的的朋友做生意，他家族的其他人慢慢地也会来找我拿货，就是这样靠一点点的口碑发展起来的，有时候还会通过赊账的方式给他们发货，这在大企业看来是不敢想象的。”

正是有像柴荣辉这样的浙商

电商崛起“线上”发展

到2022年，义乌市开始出现跨境电商全托管模式，由平台负责销售、运营、广告、客服和物流配送，商家只负责供货和开发新品即可。

从某种程度上来说，义乌市机械行业会长徐镜钱便是浙商能吃苦的代表人物之一。今年已经58岁的他，自1989年机械专业毕业后，就在机械行业摸爬滚打了30多年。从传统的国内贸易、海外贸易，到国内电商、跨境电商，到眼下热门的数字人直播带货，他抓住了每一波机会。

“在2015年以前，国内电商比较少，都是传统的贸易模式，渠道主要靠经销商，高峰期国内外的代理商达到300家。当时，国内市场的需求非常大，只要努力、勤快就能赚到钱，还会出现有钱也拿不到货的情况。那时公司销售额的九成由国内贸易贡献。现在，更多的是借助阿里国际站之类的线上渠道开拓海外市场，因为机械设备行业不只是销售，更重要的是客户服务，代理商更倾向于做大客户服务。现在外贸业务占比已经达到七成至八成。”徐镜钱说。

在2015年前后，徐镜钱就有一种预感，认为传统商业模式将越来越难，于是便成为较早一批踏上线上卖货之路的人。彼时，1688网站正在开展招揽实力商家的活动，凭借这一契机，徐镜钱正式踏入了电商行业。“当时，三家工厂每年都要在线上投入20多万元费用，这还不包括人员工资、生产成本等开支。也是在那一年，公司在线上渠道获得了200万元的回报。”

在国内线上渠道稳定后，徐镜钱又将目光放在了跨境电商赛道，2017年正式入驻阿里国际站。“现在，公司阿里国际站渠道有15名员工，分别负责运营、美工、客服、销售跟单等，每天还有12个小时用数字人进行直播带货。”正是得益于线上、线下渠道相结合的方式，徐镜钱的公司在



作为来义乌淘金的第二代生意人，柴荣辉正与外商交流产品款式。

颜世龙/摄影

高峰期产值高达5亿多元。

自2012年来到义乌市后，义乌市跨境电商协会会长徐俨就开启了了他的“草根创业”之路，从国内淘宝电商到跨境电商，见证了义乌商品贸易线上发展的历程。

“第一年创业，销售额做到了1000多万元，但这样的业绩在义乌市并不算什么。直到阿里巴巴推出了跨境电商平台‘速卖通’，才真正进入业绩爆发期。‘速卖通’可以向全球销售商品，并不是只针对某个国家，当时感觉这个前景非常好，于是在2013年成立团队正式进入了跨境电商行业。”徐俨说，在2015年以前，义乌市的商贸企业每天销售3000—5000单就已经很厉害了，但2015年后，每天几万单甚至是十万单也不新鲜，可以说进入了高速增长阶段。

到2022年，义乌市开始出现跨境电商全托管模式，由平台负责销售、运营、广告、客服和物流配送，商家只负责供货和开发新品即可。这样，商家或工厂可以把更多的精力投入到新品的设计和研发上。

虽然全托管模式遭到不少商家诟病，认为平台压低了行业利润率，但徐俨认为，平台之所以有溢价空间，是因为产品多数都是同质化或老款，当企业将更多精力放在新品研发上，利润空间必然更高，一般新品的利润能达到50%以上。“工厂、商家、平台应该集中力量发挥各自优势，任何行业不可能永远靠一款产品打天下，优胜劣汰是常态。”

记者从义乌市市场发展委员会了解到，2023年，义乌市实现跨境电商交易额1211.6亿元，同比增长11.8%，实现跨境电商保税进口（海关监管方式代码1210）销售额124.2亿元，同比增长77.68%。在从业主体方面，2023年，义乌市新设电商主体18.8万户，同比增长49.8%。全市工商登记注册电商主体数量累计超60.8万户，有1/3以上开展跨境电商业务。今年1—5月，义乌市实现跨境电商交易额633.29亿元，同比增长16.41%。

深圳豪宅市场“躁动”：验资千万项目开盘揽金100亿

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

深圳湾超级总部基地(以下简称“深超总”)时隔22年出让的一宗住宅用地开发近一年后，楼盘首批大户型产品迎来入市。

日前，中海地产(0688.HK)旗下深湾玖序取得预售证，推出293套建筑面积196—555平方米住宅产

品。根据公示信息，该项目毛坯备案均价为13.33万元/平方米，意向登记保证金为500万元。据悉，项目正式开放样板间后，需验资1000万元才能看房。开盘当天，深湾玖序发布销售“喜报”——“首开劲销100.2亿元”。值得注意的是，这一数据下方附带着一行意味深长的语句：“这个市场，需要挺身而出的英雄。”

百亿地块上的“顶豪”

中海地产对这一百亿级地块的规划也瞄准了高端市场。

深湾玖序从拿地开始就备受关注。

去年6月，深超总片区出让逾20年来的首宗住宅用地——T207-0060地块，土地面积约3.63万平方米，建筑面积约20.77万平方米，挂牌起始价108.98亿元，最高限价125.32亿元，这是深圳近10年为数不多的百亿级地块，也是目前深圳土拍宅地限价最高的地块。

公开信息显示，经过超30轮报价，参与竞拍T207-0060地块的开发商给出的报价触顶，竞拍转入竞自持租赁面积环节，最终由中海地产以125.32亿元和配建5.85万平方米全自持租赁住房面积的条件竞得，成交楼面价约6.03万元/平方米，溢价率15%。地块建成后，普通商品住房平均销售价格不高于13.33万元/平方米(不含室内装修价格)，打破了深圳以往新建商品房最高每平方米13.2万元的纪录。

值得注意的是，T207-0060地块所在的深超总片区商业写字楼林立，但住宅用地稀缺，近20年无住宅项目推出，上一块出让的宅地还是2001年由百仕达地产竞得的红树湾地块。事实上，T207-0060地块原规划仅为商业服务业用地，直至去年4月，

该宗地规划调整增加二类居住用地，随即挂牌出让。

而就在T207-0060地块成交前，深圳取消住宅户型比例要求的政策，即“90/70”政策(自2006年6月1日起，各城市年度新审批、新开工的商品住房总面积中，套型建筑面积90平方米以下住房面积所占比重，必须达到70%以上)，该政策的出台原本是为了调整住房供应结构，稳定住房价格。在此之前，深圳新出让住宅用地须按照“90/70政策”控制户型比例。这一调整也体现在T207-0060地块的出让条件中，公告显示其不限制户型比例，即无须遵照执行“90/70政策”。

中海地产对这一百亿级地块的规划也瞄准了高端市场。根据项目公示信息，“不限制户型比例”是深湾玖序的产品亮点之一，并称“打造可售纯粹大户型高端圈层社区”，提供196平方米、252平方米及328平方米的大户型产品及建筑面积400—600平方米顶层复式。除此之外，针对首批建筑面积分别约196平方米、252平方米、328平方米的预售房源，开发商为客户提供两种装修方案，价格在9500元/平方米到11800元/平方米不等。

近日，记者走访深湾玖序项

有业内人士认为，在当前市场，破百亿的单日销售额“极为难得”，但也有声音称，深湾玖序开盘没有“日光”(指房源当日开盘即售罄)并不理想。对于项目开盘当天的实际去化率，中海地产方面没有对《中国经营报》记者透露，其表示，深湾玖序首批交付时间为2027年9月，二批次将于今年二季度加

推，但具体时间待定。

值得注意的是，深湾玖序是“5·28新政”(深圳下调个人住房贷款最低首付款比例及利率下限)落地一个月内唯一入市的豪宅项目。据深圳中原研究中心统计，新政出台前后一个月，深圳全市一手住宅网签环比增长37.8%，二手住宅过户环比增长19.4%。



本报资料室/图

目看到，施工现场一片忙碌，挖掘机正在紧张作业，深湾玖序周边还有产业园、深超总C塔等项目同时在建。

深圳市房地产信息平台显示，深湾玖序于2024年2月开工，6月21日获批预售，批准预售面积约为7.61万平方米，批准预售的为2栋，合计293套住宅。6月22日，项目公示销售方案，并由公司自销团队负责销售，未启动第三方渠道。6月26日，深湾玖序公布意向登记人名册，共516批冻资客户入围。6月28日，项目进行线上公证选房阶段，6月28日—30日为线下签署商品房认购书及买卖合同(预售)等相关销售文件阶段。

据记者统计，截至7月3

日，深湾玖序首批预售房源中，处于“期房待售”(指房屋为期房，可以销售但尚未售出)状态的约65套，其余房源的状态均为“已签认购书”(指房屋已经签订认购书，但尚未签订正式的预售或现售合同)。

值得注意的是，深湾玖序开盘当天，中海地产位于上海的领邸玖序也进行第一次开盘，推出186—210平方米四房户型，备案均价约14.6万元/平方米，当日销售额约66亿元。6月29日，位于北京的中海京华玖序项目迎来开盘，主要户型为88—280平方米的二至四房，备案均价约17.5万元/平方米，开盘首日销售额约62亿元。

楼市持续“以价换量”

在调控政策密集出台的背景下，深圳楼市也发生了较为明显的变化。

“深湾玖序的开盘表现在一定程度上说明楼市的信心正在恢复。该项目共有516批客户认筹，而认筹条件为冻资500万元，参观样板房需验资1000万元，在这一条件下据悉也有约2000组客户前去看房，这说明深圳楼市的购买力还是挺强的，且豪宅的成交也会带动楼市的整体回暖，比如二手房市场的成交。”第一太平戴维斯深圳公司董事总经理吴睿对记者表示，“但这还远远不够，现阶段的楼市调控政策还有优化空间。”

今年，房地产政策主基调保持宽松，侧重点转向“去库存”。在调控政策密集出台的背景下，深圳楼市也发生了较为明显的变化。

2月，深圳市住房和建设局发布《关于优化住房限购政策的通知》，放宽限购政策，深户居民购房取消落户年限及个税、社保要求，非深户购房社保年限由5年改为3年；5月6日，深圳明确分区优化住房限购政策；5月28日，深圳宣布下调个人住房贷款最低首付款比例和利率下限。根据调整，深圳市首套住房个人住房贷款最低首付款比例由原来的30%调整为20%，二套住房个人住房贷款最低首付款比例由原来的40%调整为30%；首套住房商业性个人住房贷款利率下限由原来的LPR-10BP调整为LPR-45BP(3.5%)，二套住房商业性个人住房贷款利率下限由原来的LPR+30BP调整为LPR-5BP(3.9%)。

此次调整有利于降低居民家庭购房门槛，减轻还款负担，更好满足居民刚性住房需求和多样化改善性住房需求。

第一太平戴维斯华南区市场

研究部负责人谢靖宇对记者表示，自5月以来，在一系列重磅政策利好加持下，深圳楼市第二季度后半程活跃度明显回升，全市在该季度内成交面积环比增长10.5%至71.8万平方米。销售端市场表现有所改善，开发商的信心和预期也有所修复，从而推动价格止跌企稳。

从整个上半年来看，深圳楼市仍是二手房的主场。据乐有家研究中心统计，1—6月，深圳全市二手住宅过户成交21394套，同比增长32%，按半年度计算，是近三年的新高；新房网签(预售成交)12135套，同比下降25%。6月深圳全市二手住宅过户4172套，环比增长5%，同比增长73%，近四个月过户量均稳定在4000套左右。据深圳市房地产中介协会官方统计，6月，深圳全市二手房录得量(以二手房买卖合同为统计口径，并非最终成交过户套数)5309套，环比增长9%，同比增长66.3%。

价格方面，据乐有家门店的成交数据，6月，深圳全市二手住宅成交均价为6.05万元/平方米，环比下降4%，同比下降15%，“以价换量”的特征较为明显。上半年交易的二手住宅中，有超83%的房源以低于参考价20%以上价格成交的房源占比达26.45%。

谢靖宇认为，尽管上半年的政策组合短期内对楼市起到一定提振作用，但在当前形势下，市场信息能否持续性回升仍存在不确定性。鉴于此情况，中央及地方政府或将出台更多举措以巩固房地产行业平稳发展，深圳住宅市场仍存在一定政策调整空间。

半年出入境航班2万余架次

成都全方位打造国际门户枢纽城市

本报记者 陈雪波 党鹏 成都报道

近日，成都市公布了今年上半年航空客运数据。截至6月30日，成都航空口岸共有269万余人次、2万余架次航班出入境，较去年同期分别增长292%和222%。其中，外国人入境45.8万余人次，较去年同期增长572%。

快速增长的出入境数据背后，是成都打造国际枢纽城市的不懈努力。6月5日，中共成都市委十四届五次全体会议召开，提出加快建设国际门户枢纽城市，以高水平开放推动高质量发展，并确立了成都高水平开放的目标任务。

中国民航大学临空经济研究中心主任曹允春向《中国经营报》记者表示，北上广是传统的国际门户枢纽城市，成都是西南

(以下简称《决定》)。

《决定》中提到，力争到2027年，成都全面确立西部对外交往中心核心功能定位，内陆门户通达能力持续增强，外资外贸经济发展水平不断提高，世界文化名城美誉度显著提升，国际消费中心城市支撑功能基本完善，市场化法治化国际化营商环境保持国内一流水平。

到2035年，成都具有国际竞争力和区域带动力的开放型经济体系更加健全，将成为全国重要的对外交往中心，也将基本建成具有全球影响力的国际门户枢纽城市。

中国民航大学临空经济研究中心主任曹允春向《中国经营报》记者表示，北上广是传统的国际门户枢纽城市，成都是西南

重镇，拥有向西向南发展的链接力，也应该发挥出自身的区位特点和优势。



本报资料室/图

的国际及地区定期客货运航线已经超过70条，基本形成通达欧洲、美洲、大洋洲、非洲的洲际客运骨干航线网络，全覆盖亚洲主要航点。

曹允春介绍，成都是“一带一路”的重要节点城市，也是我国向南发展通道上的枢纽城市，是两条线的交汇点。成都拥有两座4F级国际机场，也行开了中欧班列，对外链接能力很强。另外，成都经济基础雄厚，这些都是打造国际门户枢纽城市的重要区位。

持续增长之下，成都天府国际机场一期的运载量未来也有可能饱和。成都市发改委党组书记、主任王峰君透露，今年成都天府国际机场二期项目将着手前期工作，预计明年启动。在未来，成都的空中通道将愈发繁忙，门户枢纽作用更加彰显。

在未来很长一段时间里，这些数据势必保持稳定增长的趋势。

今年6月2日，成都开通直飞巴黎的国际定期全货机航线，近期还将开通直飞米兰的国际定期直飞客货运航线。目前，成都在飞

塑造全球贸易重要节点

成都企业家的足迹已经遍布全球。6月26日，成都市工业企业代表团在沙特阿拉伯展开了一系列拜访和洽谈。这已经

是今年第三场“出海”拓市场活动，这次中东之行吸引了16家成都市重点企业参加。

近年来，成都企业的出海频率和出海成果在不断增加。在2023年，成都实现全年货物贸易进出口总值7489.8亿元，占四川省货物贸易进出口总值的78.2%。今年前5月，成都外贸进出口总值已经达到3200.7亿元，占全省外贸进出口总值的79.6%，同比增长7.2%。其中，进口1387.8亿元，同比增长29.2%。值得一提的是，今年1—4月，成都对共建“一带一路”国家进出口总额达到1126.8亿元，同比增长16.3%。

中龙顺通(成都)供应链管理有限公司业务经理郑高荣向记者介绍，该公司主要进口粮食、金属、橡胶，以及出口汽车及其配件，欧洲一些国家很喜欢中国出口的汽车，跨国铁路运输为

货物运输提供了极大的便利。

在成都也能看到越来越多的跨国企业设立分公司，英特尔、德州仪器、西门子、戴尔……这些大型海外企业落地中国成都，正是看到了这里商贸的枢纽便利和巨大的市场潜力。

成都的对外交流在持续加密加深。《决定》中提到，要推进对外贸易提能增效。深化产贸联动，建强电子信息、装备制造、航空航天、医药健康等重点外贸产业集群和鞋靴服装、家居家具、绿色食品、文化创意等特色外贸产业集群，发挥西部陆海新通道商贸中心功能，持续加强与东盟、拉美等新兴市场贸易往来，扩大高技术高附加值中间品贸易，创新发展绿色贸易，大力引育外贸枢纽机构、结算型平台企业，加快建设“一带一路”出口商品集散中心。

优势取代。

记者从《决定》中了解到，成都还将深度对接国际经贸规则。在自由贸易试验区研究对接区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)等国际高标准经贸规则，推动构建与高水平制度型开放相衔接的制度体系和管理模式。鼓励企业参与数字经济、低碳经济、人工智能等领域标准制定和修订，推进标准化国际合作交流。积极参与国家产品碳足迹管理体系建设，参与推进水电能源等碳足迹国际衔接互认，鼓励开展温室气体自愿减排交易。

成都能做的还有很多。“一座城市加快国际门户枢纽城市建设，还可以在海关通关速度、开通更多口岸、出台航权政策等方面做文章。”曹允春建议。

畅通立体跨境通道

“如果走海运到波兰，至少需要40天的时间。但从成都搭乘中欧班列，只需要10—13天的时间。”TCL光电科技(成都)有限公司供应链部负责人舒永君告诉记者，他所在的公司需要运送液晶电视零配件到波兰，中欧铁路为货物运输大大节省了运输时间，并且降低了运输成本。

去年全年，中欧班列(成渝)开行超过了5300列，位居全国第一。成都海关数据显示，今年前5月，成都中欧班列发运货值已经达到211.7亿元，同比增长21.6%。其中，进口35.6亿元，增长20.4%，主要商品包括汽车及其零部件、氯化钾、菜籽油等；出口176.1亿元，增长21.8%，主要商品为液晶电视及其零部件、汽车及汽车零部件等。

在陆地通道更为高效的同时，成都的空中通道也逐渐进入

完善外贸制度体系

今年，成渝地区双城经济圈建设已经进入第4个年头。成都作为西南地区的核心城市，不仅在“双圈”中扮演着重要角色，也在带动西部地区消费、东西部资源调配等方面承担着重任。

为了推动成都的枢纽角色更加突出，在中共成都市委十四届五次全体会议上，成都提出，将积极参与东中西部开放平台对接机制创新，持续深化与京津冀、长三角、粤港澳大湾区、长江中游城市群、中原城市群等区域合作对接，加强与上海浦东新区、深圳前海合作区、海南自由贸易港等国家重点先行先试区域的开放协同，推动科技成果转移转化示范区建设。

不仅如此，成都在国际舞台上还会有更多行动。为加快推动

成都外贸转型升级和高质量发展，聚焦稳链强链，建设贸易强市，今年4月，成都市印发了《成都市推动外贸转型发展支持政策》，从推动全市外贸优进优出、加快多元化国际市场拓展、促进外贸企业提质增效、强化外贸企业金融支持四个方面，实实在在地支持外贸转型发展。

但外贸之路依然会充满挑战。成都深处西南内陆，自古缺少海运条件。如何扬长避短，在新时代的国际交流中赢得先机？曹允春告诉记者，打造国际门户枢纽城市，就是要有客流量和货流量。旅客和货物为什么来成都？成都在空间上距离中国的政治中心和沿海经济发达地区都比较远，但随着成都开通了越来越多的国际航线，这些劣势正在被

套均总价亿元别墅“日光” 上海楼市企稳

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

“人生第一次现场‘打新房’，火热情况堪比‘买白菜’。每个人只有30秒选房时间，我激动到脸红心跳加速，感觉比高考还要紧张。”7月2日，购房者李丽（化名）向《中国经营报》记者回忆起购买中海顺昌玖里和恒昌玖里风貌别墅的场景。

6月27日，中海顺昌玖里和恒昌玖里风貌别墅正式入市，298

万元/平方米的单价刷新了上海市新房均价历史新高。据悉，上述项目共推出49套房源，建筑面积约285—545平方米，套均总价1.1亿元，最终成功实现“日光”。李丽也有幸成为顺利抢到房源的49名幸运儿之一。

无独有偶，就在一天后，位于上海市徐汇区滨江板块的中海领邸玖序同样“日光”，销售金额高达66.38亿元。这正是上海楼市年中冲刺热销的缩影。

6月27日，中海顺昌玖里和恒昌玖里风貌别墅正式入市，298

多个项目开盘热销

得益于多个项目热销，中海地产成功登顶今年上半年上海房地产销售榜。

“中海顺昌玖里和恒昌玖里首批推出的风貌别墅已经全部售罄，暂时没有退房的。今年下半年预计还会加推，风貌别墅看房前需要验资1亿元。”7月2日，中海顺昌玖里一名置业顾问如是表示。

这并不是中海顺昌玖里第一次“引爆”沪上楼市。早在今年3月，该项目作为上海市第三批次集中供应的新房项目，共计推出512套高层房源，均价17.2万元/平方米，套均总价4000万元。彼时，项目开盘首日便售罄，销售额近200亿元，这也刷新了中国房地产市场的开盘揽金纪录。

公开资料显示，中海顺昌玖里所在的建国东路67—71街坊历史风貌保护及城市更新项目，是上海市余留体量最大的毛地项目，位于黄浦区核心区域，北邻新天地，东接老城厢。根据规划，项目包括3栋超高层住宅和约30栋联排别墅，并包括历史文物保护建筑。

时间拨回至2020年4月，中

海地产因参与围标而被上海市相关部门禁止拿地3年。中海地产很快便拿出应对措施，当年7月29日，公司与上海市黄浦区政府签订了合作框架协议。

据悉，中海地产与黄浦区将在历史风貌保护及城市更新、高端居住、人才公寓、智慧社区、商务办公、物业服务等方面开展战略合作，项目开发周期为6年，总投资约590亿元。

在签订上述合作框架协议后，推动建国东路地区旧改项目正式进入实质性启动阶段。记者此前曾报道，2022年7月24日，建国东路68街坊和67街坊东块的房屋征收签约率突破90%，上海中心城区成片二级旧里以下房屋改造全面收官。

记者注意到，在2023年上海市第三批次集中供地中，中海地产和上海西岸开发公司联合体以240.16亿元底价拿下总案名为“西岸数智中心”的超级地块，这也是中海地产在围标事件后的

“持续释放的政策利好，促使市场逐渐出现企稳迹象。”易居克而瑞集团董事长丁祖昱分析认为，从最近几个逆势热销的项目来看，都位于城市强势区域且板块内供应稀缺，所推项目也都是房企产品力的代表之作。

中海地产上海区域相关人士向记者表示，不论是中海顺昌玖里、恒昌玖里，还是中海领邸玖序，今年下半年预计都还会加推新房源。



位于上海市徐汇区滨江板块的中海领邸玖序开盘实现“日光”。

本报资料室/图

新房成交创一年来新高

“持续释放的政策利好，使市场逐渐有企稳的迹象。”丁祖昱指出。

回顾今年上半年楼市运行情况，一季度末，优质项目集中入市，上海楼市迎来一波短暂回温；二季度，楼市回归稳定，尤其是打出“5·27新政”组合拳后，市场进一步回温。6月份，新房和二手房市场成交都迎来一波上扬行情。

上海中原地产统计数据显示，6月24日—30日，上海市新建商品住宅成交面积34.89万平方米，环比增长65.73%，是今年上半年周度成交的第二高点；6月份，上海市新建商品住宅成交面积80.5万平方米，环比增长61.0%，创下近一年来的新高。

上海中原地产市场分析师卢文曦告诉记者，6月，上海市入市产品共计33个，总面积达到89.7万平方米，环比增长59%。入市项目覆盖面广，从首改到中高端改善产

品一应俱全，中高端改善产品是供应主力，和市场需求契合度高，很快转化为现实交易数据。当期单价10万元以上楼盘达到5个，积压的高端改善需求得到充分释放，这波供应为成交做了足够铺垫。

“6月份成交出现大幅反弹在意料之中，本身基于上半年末的重要时间节点，房企出于完成半年业绩需要，加快推盘工作。”在卢文曦看来，同时，5月底上海市推出新的楼市政策，利好叠加促使成交开始释放。单纯从成交量来看，楼市成交量创近期新高，但从绝对量来看，只是落在合理区间内，供应释放不显著限制了成交量发挥。

“持续释放的政策利好，使市场逐渐有企稳的迹象。”丁祖昱指出，在6月的最后一周，除了在上海，深圳市和南京市也都连续出

现项目热销。最近几个逆势热销的项目都位于所在城市的强势区域，且板块内供应稀缺，并拥有核心资源优势。开发商都是央国企或有相关背景，都是这些房企产品力的代表之作。

与此同时，上海市二手房市场复苏力度更为明显。上海网上房地产数据显示，6月，上海市二手房网签26374套，环比增长41.1%，不仅创下2024年新高，也是过去3年来的新高。

卢文曦进一步表示，近期，上海市二手房市场较为活跃，有不少置换型买家已经成功售出手中的房源，预计这部分客户会成为新房市场的重要买家。“新房市场虽然比二手房回暖的速度要慢一点，但是置换链条已经打通，后续新房成交有望保持当前热度。”

从领涨全国到打折促销 金华楼市何以坐上“过山车”？

本报记者 方超 张家振 金华报道

“我们项目是金华市的高端小区，这套房源原单价2.3万元，原总价251万元。”金华滨江城投和品销售

经理韩明（化名）指着楼盘沙盘向《中国经营报》记者表示，“这套房源现在综合优惠接近50万元。”

目前，记者在金华市实地走访多个楼盘发现，打折促销已成为普

遍现象。当地房地产业内人士直言，与前些年需捆绑车位相比，金华市区新房市场“去年的折扣行情在8—8.5折，今年有些楼盘已经下探到8折以内了”。

在多个楼盘打折促销背后，金华楼市最近3年来的走势堪称“过山车”。就在3年前的2021年，金华市还因“新房涨幅位居全国第一”而引发广泛关注。“金华市其实

是三、四线城市楼市的一个缩影。”多位行业人士向记者介绍，自2021年年中开始，多座三、四线城市楼市热度逐步回落，打折促销成为房企为数不多且较为有效的市场竞争手段。但和其他城市相比，地处浙中的金华民营经济发达，经济基本面较好，在人口持续流入、楼市松绑政策支持等情形下，金华楼市或将进一步企稳。

多个项目打折促销

“滨江城投和品，浙中传承豪宅。”在滨江城投和品项目的建筑外立面绿网上，巨型广告语颇受过往路人瞩目。

“项目第一次开盘推出的5栋楼新房已经全部卖完，前几天刚加推了3号楼、31号楼和21号楼，现在还有部分房源在售。”韩明告诉记者，该项目由滨江集团与金华城投集团联手打造，“是金华城投集团拿的地，然后跟滨江集团合作开发，品质不用担心。”

尽管有滨江集团品牌“加持”，但滨江城投和品在售房源依然给出了不小的优惠。以31—1—702为例，韩明告诉记者，房源面积为109.28平方米，原单价为2.3万元，总价约251万元，在购房者满足学历、无房、购买车位等一系列条件下，现在仅需203万元左右，“综合下来差不多优惠了50万元。”

对于上述优惠条件，韩明进一步向记者介绍，购房者如果在滨江城投和品所在的金东区无房，每平方米单价可以直接减1000元，如果同时满足有孩家庭、大专及以上学历、凭这两个条件，总价可再减25万元。

“金华城投集团给出的这25万元优惠，不需要购房者先支付，直接在总价里减掉就可以了。”韩明同时表示，在上述一系列优惠后，购房总价还可以再享项目案场9.4折，具体包括认筹优惠2个点、按时签约优惠1个点、按揭贷款优惠1个点、买两个车位可以再优惠2个点。

“车位单价是16.8万元，两个一起买的价格是24.8万元。也可以不购买车位，但无法享受这2个点的优惠。”韩明表示。

在多重优惠政策刺激下，滨江

城投和品迎来热销，金华城投集团官方信息显示，今年6月，滨江城投和品首开产品登场即热销，单日劲销超5亿元。记者在项目售楼部走访过程中发现，的确有不少当地购房者前来观看、签约。

和滨江城投和品热销不同，记者在金华荣安华府、金华保利阅云台等项目走访发现，开盘以来尽管均已完成部分房源的交付，但仍仍有房源在售。

“项目在2021年10月开盘，到现在卖了两年半时间，还有差不多10套房源在售。”金华保利阅云台置业经理王涛（化名）向记者表示，12—1—1401房源原价260多万元，“现在各项折扣叠加后总价190万元左右，相当于打了7.5折。”

王涛告诉记者，在2021年刚开盘时房地产市场行情还可以，项目优惠幅度很小，总价优惠只有一两万元。“现在可选房源比较少，尾盘销售的折扣力度更大。”

无独有偶，金华荣安华府在交付后仍未实现完全清盘。记者走访发现，该项目打出了“买房不将就，可以现房何必期房”的巨幅广告，并标注有“仅剩8席”信息。荣安华府售楼部工作人员对记者表示，目前大概还有10套房源在售。“有些可能是工抵房，但在没签工抵协议的情况下，购房者也可以看房。”

和金华保利阅云台相比，金华荣安华府给出的优惠幅度并不大。“11—2—201房源面积97.94平方米，原单价2.47万元，总价约241万元，优惠下来大概231万元。”金华荣安华府上述工作人员表示，“现在没必要大幅降价销售，所剩房源本来也不多，卖得还挺好的。”

房价一度领涨全国

“金华为什么会有项目打折促销？因为需求变少了，只能通过降价去吸引潜在购房者。除金华市外，现在包括杭州市周边的项目也在打折。”中指研究院华东大区常务副总高院生向记者直言。

诸葛数据研究中心高级分析师关荣雪也告诉记者，金华楼市出现打折促销现象，主要是因为当地房地产市场供应充足，楼盘竞争激烈，需要通过促销手段吸引购房者。

“此外，现在经济增长有所放缓，居民消费力下降，购房需求减弱，楼盘需要通过降价促销来推进去化。推出大力度的折扣，短期内对项目去化有一定的积极作用，但不稳定的折扣措施也会加剧购房者担忧和观望情绪。因此，多样化促销活动的效果需理性看待。”关荣雪分析称。

频频出手提振楼市

金华市作为三线城市，新房市场何时能领涨全国？

克而瑞方面曾在一份调研报告中指出，金华楼市火热，与当地行政区划变化、货币宽松政策等密切相关。“学区炒作盛行，动辄8万—9万元/平方米的学区房，连带着新房里面有学区概念的项目也很好卖。”

关荣雪向记者分析称，一方面，金华市民间资本较为充裕，投资客带动自住刚需购房，导致市场情绪较高；另一方面，金华市2021年增加住宅用地供应量，加大推地力度，直接影响土地出让金收益增加，同时房企拿地价不断刷新，也成为市场高热的催化

剂之一。

值得注意的是，在政策持续出手调控、全国楼市下行等多重因素影响下，金华市房地产市场近年来“降温”明显。

以土地市场为例，浙报传媒地产研究院信息显示，2023年，金华全市涉宅地成交金额占比仅为2022年的73%，与2021年相比则更加相去甚远，占比仅为2021年成交金额的39%。

此外，在金华市土地市场，城投托底拿地的现象近年来较为突出，滨江城投和品所在地块最初即由金华城投集团摘得。2022年12月23日，金华城投集团以底价17.14亿元竞得该

地块。2023年9月22日，滨江集团获得上述地块51%的权益。天眼查显示，当年11月20日，上述地块开发公司“金华城兴置业有限公司”投资人发生变更，滨江集团成为股东，目前持股比例为51%。

“其实，金华楼市面临的问题和国内三、四线城市一样，房价整体都处在下行通道。”高院生表示，自2021年6月后，许多三、四线城市楼市开始降温。“此前，部分城市房地产市场热度过高，很大程度上与棚改推动和投资客参与相关。”

在楼市降温压力下，金华市陆续出台了一系列提振楼市措

施。例如，今年5月，当地出台政策，对2024年5月10日—6月30日在金华市区购买新建商品住宅的购房人，按合同成交金额的1%给予补贴。金华当地媒体报道称，自2022年6月以来，金华市区已实施多轮新建商品住宅购房补贴政策。

“金华市虽然是国内三、四线城市楼市下行的缩影，但经济基本面还可以，后续仍需继续出台支持政策，可以综合当地经济发展情况及楼市运行特点，在提高人口吸引力方面探索新的多元化利好政策，后续还会迎来新的市场发展机会。”关荣雪告诉记者。



为加速去化，金华市多个新房项目推出了打折促销活动。图为建设中的滨江城投和品。

本报资料室/图

大调控和监管力度，促进房地产市场平稳健康发展。

金华市2021年8月2日深夜出台《关于进一步促进我市房地产市场平稳健康发展的通知》，从

土地供应、住宅限售、公证摇号等10个方面入手进一步抑制投机炒房行为，例如，楼市新政规定在取得《不动产权证》满3年后方可上市交易。

“金华市虽然是国内三、四线城市楼市下行的缩影，但经济基本面还可以，后续仍需继续出台支持政策，可以综合当地经济发展情况及楼市运行特点，在提高人口吸引力方面探索新的多元化利好政策，后续还会迎来新的市场发展机会。”关荣雪告诉记者。

“金华市虽然是国内三、四线城市楼市下行的缩影，但经济基本面还可以，后续仍需继续出台支持政策，可以综合当地经济发展情况及楼市运行特点，在提高人口吸引力方面探索新的多元化利好政策，后续还会迎来新的市场发展机会。”关荣雪告诉记者。

北京二手房6月反弹明显 新房仍承压

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

6月29日—30日这个周末，北京房产经纪人张峰（化名）忙着给不同类型的客户打电话，“其中有一些客户早已看好房子，观望有一阵儿了。”

在这个周末，北京二手房住宅网签出现了罕见的高成交情况，6月30日一天，住宅网签高达864套。

据中原地产数据，6月29日、30日两天，北京二手房实际成交分别为900套、1100套，市场再次回到周末两天2000套的成交量。

交易市场的变化得益于6月26日北京出台的楼市优化政策。

6月二手房成交量同比上涨三成

今年6月是近几年来第一次出现环比仍在上涨的情况。

北京住建委网签数据显示，6月北京二手房网签量为14987套，环比5月上涨11.99%，同比上涨29.12%。6月份的二手房成交量，创下自去年3月以来15个月的新高。

据了解，往年二手房市场成交高峰一般在3月份，随后4、5月份走向平稳。而今年6月份是近几年来第一次出现环比仍在上涨的情况。

据中原地产研究院首席分析师张大伟介绍，周末成交量上涨主要是之前的部分网签为了符合新政策的房贷利率，重新进行了网签。

经纪人张峰告诉记者，此前楼市“5·17”政策后，北京市场尚未跟进细则，不少客户仍在观望，普遍认为后期房贷利率还会下调。另外，这次首付比例降低后，确实给了一些刚需群体“上车”的机会。

据北京链家研究院分析师冷会介绍，“6·26”政策出台后，6月27日至30日，北京链家二手住房签约量较政策出台前的6月20日至23日增长12.2%，新增客源量增长11.0%，带看量总体持平，说

自“5·17”楼市新政落地后，各地纷纷跟进出台细则，在广州、深圳、上海相继降首付、降利率、放宽限购条件后，北京也在6月26日发布楼市优化措施。

《中国经营报》记者采访了解到，在持续的“以价换量”下，6月北京二手房网签量环比上涨11.99%，同比上涨29.12%，创下一年多来的历史新高。

新房市场方面，“6·26”政策后4天内的成交套数在整个6月份中占比近30%。

不过，业内认为，从政策力度来看，本次北京市限购政策尚未作出调整，仅靠降低首付，对于扩大购房需求影响有限，未来依然有优化空间和预期。

新房持续“以价换量”

今年以来，北京新房售价低于销售指导价已十分普遍。

与成交量上升的二手房市场相比，目前北京新房市场则面临较大去化压力。中指研究院数据显示，5月份北京新房成交3207套，同比下降38.6%。6月1日—25日，新房成交2512套，日均环比5月同期下降2.9%，与去年同期相比下降46.6%。

“6·26”政策之后的首个周末，记者在顺义老城区的新房项目璞瑅润府内看到，前来咨询、看房的人较多。据了解，该项目户型为105—188平方米的三、四居，总户数为831户，6至11层为纯洋房。

置业顾问表示，项目的客户主要为居住在顺义区的改善型群体。在当天的售楼处现场，记者看到，很多以家庭为单位的客户正在由置业顾问带领着签约。“这两天签约的客户都是前期已经看过房子，但对于商贷利率有些犹豫，现在降了之后觉得没必要再等了，至于首付比例，大家还是能多交就多交。”

该项目地块为去年7月份由首开和华润联合竞得，于去年12月入市，销售指导价4.6万元/平方米。不过，置业顾问当天表示，开发商为了冲年中冲刺业绩会给出一些折扣，优惠后每平方米单价在4万元左右。北京住建委官网显示，该项目已签约的房源成交均价为38788元/平方米，约为指导价的84%。

业内人士介绍，北京的销售指导价在房价快速上涨时出台，最初的目的是对新房销售价格进行限制，销售指导价为最高限价。在销售指导价范围内，企业可以根据市场情况定价。

实际上，今年以来，北京新房售价低于销售指导价已十分普遍。

以上述顺义区为例，与璞瑅润府同属于顺义老城区板块的龙湖御湖境二期于去年9月入市，销

售指导价为4.6万元/平方米，目前网签均价44565元/平方米。售楼处置业顾问则表示，目前优惠之后每平方米单价在4.2万—4.3万元。同期，项目周边有二手房挂牌单价甚至低于2.5万元/平方米。

而在更受朝阳、昌平等外溢客群青睐的后沙峪板块，实际销售价格低于指导价也十分普遍。建发·观云于去年9月底入市，期房销售指导价为5.8万元/平方米，现房销售指导价为6万元/平方米，目前网签均价为55401元/平方米，而6月30日在售楼处走访时，置业顾问表示，开发商为了年中冲刺业绩给出的特价房源单价在5.2万—5.3万元/平方米。

另外，璟上兰园于去年11月底入市，期房和现房销售指导价与建发·观云一致，目前网签均价为49261元/平方米，而置业顾问给出的折扣价则为4.6万元/平方米。

受新入市项目降价影响，区域内尚未清盘的项目也开启了折扣。在走访中，记者了解到，于2021年入市的和光瑞府项目目前仅剩尾盘，置业顾问表示优惠后单价为每平方米5.2万—5.3万元，一套132平方米的房子折后总价约690万元，如果能在6月30日之前交10%首付款草签，还可以再给出1到2个点的折扣。而项目销售指导价为6.2万元/平方米。

张大伟表示，目前新房市场仍在“以价换量”。尤其是6月份，开发商为了冲刺年中业绩，部分新盘价格变动明显，特别是南城四环以外区域，出现了不少特价房，降价幅度能达到15%到20%，每平方米降幅将近1万元。“但‘4·30’新政后，五环外成交除



6月30日，北京跟进出台楼市“5·17”政策细则后首个周末，顺义某改善型新盘售楼处内，客户前来看房或签约。吴静/摄

北五环少数项目外，其他多数均没有明显变化。”

除了在价格上作出调整外，北京当前在售的新房项目普遍在产品打造、得房率上明显提升，实际上拉低了每平方米的价格。

在璞瑅润府售楼处样板间内，记者看到，几种不同户型的阳台设计吸引了诸多看房人的兴趣。据置业顾问介绍，项目105、123、136平方米的房源原本的得房率为80%—83%，但房间客厅及主卧的阳台为半封闭式的设计，面积全部算作赠送，再加上部分飘窗的赠送面积，实际得房率可达到97%以上。164平方米的户型原本得房率85%左右，加上拓展空间后得房率可达100%。

据了解，在这种设计中，赠送的阳台面积在房屋设计报批时为“防火挑檐”，但开发商会在后期建造时采用半封闭式处理，“有的客户觉得不安全的话，可以自己加个电动窗帘，这样阳台就变得非常实用。”置业顾问表示。

记者走访了解到，超高的得房率在如今的顺义区乃至整个北京新盘中并不少见，尤其是自去

年以来新入市的项目。比如建发·观云、璟上兰园，与璞瑅润府一样，均将“防火挑檐”设计为半封闭式的阳台，以增加实际得房率。

中指研究院监测数据显示，北京6月新房成交3870套，成交面积47.99万平方米。其中6月24日至30日新房成交套数1665套，成交面积22.27万平方米。新政发布之后的6月27日至6月30日成交套数为1224套，成交面积16.39万平方米，从成交套数来看，“6·26”政策后成交量在整个6月份中占比近30%。

从政策角度来看，本次北京限购政策尚未作出调整，业内认为未来依然有优化空间和预期，下半年随着核心城市政策效果逐渐显现，全国市场也有望逐渐筑底企稳。

“这次主要是降利率，首付从30%降到20%，总价高于500万元的，现在大部分人也不会选择满贷，所以降低首付影响不大，这次政策对于扩大需求量基数影响不算大，如果限购放开一些，比现在的政策影响要大。”经纪人张峰这样说道。

经发物业上市股价即“跳水” 业务依赖大股东

募资扩张

本报记者 王登海 西安报道

7月3日，西安经发物业股份有限公司（以下简称“经发物业”，1354.HK，）在港交所上市，成为陕西物业第一股。

《中国经营报》记者观察到，经发物业是西安成长起来的一家地方性国有物业企业，目前公司的业务范围已经拓展到了西安、铜川、韩城和石河子4个地区，此次公司上市募资的主要用途就是收购其他物业公司进行业务拓展。

经发物业依托西安经开区的资源，近年来在管建筑面积和项目数量方面均实现了增长，营业收入和净利润也呈现出稳健上升趋势。

然而，上市之后的经发物业并未受到资本市场追捧，反而是上市首日股价跌幅就超过11%，次日股价再次下跌，跌幅超过17%，截至7月5日股市收盘，其股价已经从发行价每股7.5港元跌至每股5.86港元，市值缩水至3.9亿港元。

对于股价下行以及毛利率下降等问题，记者致电经发物业，对方称不接受采访，随即挂断电话。

较依赖政府资源

经发物业依托西安经开区的资源，政务类服务尤为突出，成为其收入的主要来源。

招股书显示，经发物业在上市前的股东架构中，经发集团、经发控股是经发物业的控股股东，而经发集团背后是西安经开区管委会，西安经开区管委会通过经发控股持股7.5%，通过经发集团持股67.5%；其他公众股东持股25%。

因此，在经发物业城市服务、住宅物业管理服务和商业物业管理服务

理服务3条业务线中，城市服务一直是经发物业的主要收入来源，

2021年、2022年、2023年，经发物业的城市服务业务收入分别为3.42亿元、4.10亿元、5.25亿元，分别占总收入的57.6%、58.00%、60.90%。

其城市服务业务包括为政府大楼、教育机构、医院提供清洁、秩序维护、设施维修保养等公共物业管理服务，以及城市环卫服务、城市增值服务，其主要客户就是政府机构以及公共机关。

数据显示，经发物业大部分的城市服务收益来自向西安经开区管委会提供的服务。

于2021年、2022年、2023年，向西安经开区管委会提供城市服务的收益分别为1.94亿元、2.18亿元、2.24亿元，分别占城市服务总收益的56.7%、53.1%、42.7%。

此外，招股书还显示，西安经开区管委会一直是经发物业单一的最大客户，第二大客户是经发控股集团。而公司的大部分收益也来自向二者提供服务，2021年、

2022年、2023年，经发物业向西安经开区管委会提供服务产生的收益分别为2.02亿元、2.25亿元、2.33亿元，分别占总收益的33.9%、31.8%、27.1%。同期，经发物业向经发控股集团提供服务产生的收益分别为0.45亿元、0.53亿元、0.54亿元，分别占总收益的7.6%、7.4%、6.2%。

不仅是城市服务业务，经发物业的其他业务也较依赖经发控股集团。

经发物业披露，2021年、2022

年、2023年，经发控股集团的所有新建物业均交付予经发物业管理。截至2023年12月31日，经发物业总建筑面积为550万平方米的30项在管物业由经发控股集团开发，占公司在管总建筑面积为38.0%。

2021年、2022年、2023年，经发物业向经发控股集团开发的物业提供住宅及商业物业管理服务产生的收益分别为1.86亿元、2.00亿元、2.08亿元，分别占同期住宅及商业物业管理服务所产生的总收益的74.1%、67.8%、62.4%。

而对于住宅物业而言，经发物业认为，部分亏损项目为安置房项目，这些项目收取相对较低的住宅物业管理服务费，且向上调整服务费的空间有限，在部分亏损项目的早期阶段，出租率通常较低，导致收入不足以覆盖成本。

而商业物业亏损，主要是在部分亏损项目的早期阶段产生了较高的成本。

毛利下降

值得一提的是，近三年来，经发物业的毛利率不断下降，2021年、2022年、2023年，经发物业的整体毛利率分别为14.5%、14.3%、13.7%。

经发物业表示，公司的整体毛利率受到城市服务、住宅物业管理服务及商业物业管理服务三条业务线的共同影响。

不过，城市服务作为经发物业最主要的收入来源，其毛利率却低

于其他业务线的毛利率，2011年、2012年、2013年，经发物业城市服务业务的毛利率分别为11.0%、10.0%、11.0%。

2021年、2022年，经发物业住宅物业管理服务业务的毛利率保持稳定，分别为16.7%、16.8%，但其后的2023年下降至14.7%。上述三年，公司的商业物业管理服务业务的毛利率分别为24.0%、25.3%、21.8%。

经发物业上市前毛利下滑，坏账也有所增加。2021年至2023年，其贸易应收款项分别约为1.26亿元、2.13亿元、2.14亿元，对应呆账及其他应收款项拨备分别为670万元、1190万元、1580万元。

此外，经发物业招股书还显示，2021年、2022年及2023年，经发物业分别有30个、39个及40个项目产生亏损。这些项目的亏损总额分别为

0.19亿元、0.15亿元、0.19亿元，

经发物业解释称，城市服务项目之所以亏损是因为公司以相对具有竞争力的价格获得了项目，以发展与既有客户的业务关系或在物业管理服务市场建立市场地位，但是亏损项目的早期阶段产生相对较高成本，同时，公司配置人员提供现场服务以符合部分亏损项目所需的服务标准，故产生额外成本。

“毕业游”订单激增 热门旅游城市备战暑期旅游

本报记者 黄永旭 北京报道

随着中高考结束和中小学生暑假的来临，铁路、民航等公共交通运输量显著上升，旅游市场迎来暑假游客高峰。

《中国经营报》记者梳理多个旅游平台数据了解到，避暑游、亲子游、研学游、毕业游等游玩选择受到

“毕业游”热度大增

自6月以来，高考、中考相继结束，暑假毕业旅游热度开始增加，毕业旅游订单量也迅速增加。

“带我儿子去了南京，满足了他一直以来的心愿，这一次毕业旅行儿子和我都非常开心，等他高中毕业了还要再来一次毕业旅行。”西安杨女士告诉记者，在其子中考结束之后，“我们一同去了南京博物院、鸡鸣寺和夫子庙，博物院真的非常值得参观，里面一些展品精美绝伦，巧夺天工。”

“我们在北京不仅感受到历史文化的厚重，而且看着天安门升国旗仪式，不由自主地感到骄傲与自豪”，兰州陈先生表示，经历了孩子中考之后，“毕业旅游不光是孩子的需要，更是全家人的需要，一来可以放松紧张情绪，二来也可以增进和孩子的沟通和感情”。

“想去山东旅游好久了，趁着这次超长且无压力的暑假，终于得偿所愿”，西安高三毕业生王梓（化名）告诉记者，高考前就已经做好了毕业旅游规划，“我和两个朋友商量好了，第一站是济南，然后是青岛、烟台、威海”。

事实上，自6月以来，高考、中考相继结束，暑假毕业旅游热度开始增加，毕业旅游订单量也迅速增加。

携程数据显示，6月以来，“毕业旅行”相关搜索热度环比上月提升超3倍。携程集团发布的《2024暑期旅游市场预测报告》显示，暑期00后整体旅游订单同比增长五成，占比提升3个百分点。预计7月录取通知书发布后，许多准大学生将到西安、北京、上海、

人们青睐。打卡主题公园、博物馆、历史文化遗迹、网红景点，或是前往海滨海岛、草原、沙漠探险，成为毕业旅行的流行趋势。

为了迎接暑假旅游旺季，各地文旅积极准备，调整文旅相关措施，不断推出丰富的暑假旅游产品和优惠政策，举办多样的文旅推介活动，积极开拓客源市场，抢抓旅游旺季。

迎接“暑期游”

在毕业季和暑期档的双重加持下，毕业旅行、亲子游等需求全面释放，旅游市场将迎来新一波出游热潮。

据央视新闻报道，7月1日，为期62天的2024年全国铁路暑期运输启动。7月1日至8月31日，全国铁路预计发送旅客8.6亿人次，日均发送1387万人次。国铁集团运输部相关负责人介绍，今年暑期学生流、旅游流、探亲流等出行需求旺盛，铁路客流将保持高位运行。

同程旅行发布的《2024暑运出行趋势报告》显示，自6月以来，全国主要城市的铁路及民航客流量快速增加，暑运第一波高峰已过。

第二波高峰预计出现在7月下旬至8月上旬，出行客流主要以暑期出游的游客为主，热门线路基本为暑期热门旅游线路。暑运的第三波出行高峰为8月下旬至9月初的开学季，出行客流主要以学生为主。

在毕业季和暑期档的双重加持下，毕业旅行、亲子游等需求全面释放，旅游市场将迎来新一波出游热潮。地方文旅部门也向游客“喊话”，举办文旅活动，提升旅游服务，拓展客源。

记者梳理发现，自6月以来，全国已有多个城市全面取消了景点预约制度，南京、成都、苏州等地绝大多数旅游景区和博物馆也取消了预约参观机制。

培育新场景

深化旅游业态融合创新，意味着地方应当积极将各种文化和旅游资源进行整合和优化，打造具有特色的文化和旅游产品。

进入7月，文旅市场迎来“暑期档”，文旅消费需求进一步释放，各地积极提升文化和旅游消费体验，更好地满足人民群众品质化、多样化、个性化消费需求。

近日，文化和旅游部举办2024年第二季度例行新闻发布会介绍，据初步统计，各地将在暑期举办超4000项约3.7万场次文旅消费活动，推出发放消费券、票价优惠、消费满减、折扣套餐等惠民措施，多措并举，助“燃”暑期消费市场。

《措施》提到，要培育文旅体育消费新场景，提出包括深化旅

游业态融合创新、推动城乡文旅提质增效、提升入境旅游便利水平、拓展文博体育消费空间四项重点任务。

国家发展改革委就业司负责人曾表示，一系列政策举措，旨在加速推动消费场景应用升级和数字赋能，进一步培育和壮大消费新增长点。深化旅游业态融合创新，积极发展冰雪旅游、海洋旅游等业态，鼓励发展旅游专列及其他旅游新产品。推动城乡文旅



随着毕业季来临，旅游城市迎来暑期旅游高峰。图为：西安网红打卡地永宁门。王金龙/摄影

济南市文化和旅游局推出“泉在济南·盛夏狂欢季”系列主题活动。聚焦暑期文旅消费热点需求，策划推出“潮流夜游”“惬意山水”“乡野露营”“快乐研学”等四大主题文化旅游活动，融创文旅城“夏日撒欢儿”计划、济南方特“泼水电音节”、明水古城“清照诗歌艺术节”、九如山“夜游秘境城堡”、九顶塔泼水狂欢节、印象济南·泉世界啤酒节、空谷花园露营节等60多项丰富多彩的夏日旅游活动，满足市民游客暑期旅游消费需求。

近日，甘肃敦煌推出了“2024毕业季·敦煌行”文旅活动，“喊话”毕业生前往敦煌旅游。据了解，“2024毕业季·敦煌行”文旅活动包

括“文化润心之旅”“诗与远方之旅”“仰望星空之旅”“相忆敦煌之旅”“味蕾青春之旅”等5大主题精品旅游线路。而且，敦煌还精心打造了“莫高记”“演艺记”“出关记”“旅拍记”等18款丰富多彩的旅游体验项目及相关优惠政策。

陕文投集团宣传部马石头告诉记者，在暑假旅游和“毕业游”高峰来临之际，陕西省内多个景区都推出了包括亲子游、研学游、“毕业游”等文旅活动和产品。以近年来火爆全网的长安十二时辰主题街区为例，2024年高考、中考毕业生，凭本人准考证及身份证、户口本原件，即可免费领取长安十二时辰主题街区门票一张，沉浸式体验盛唐文化。

提质增效，引导和扩大体育休闲消费。优化入境旅游产品和服务，提升入境旅游便利水平。

业内专家认为，深化旅游业融合创新，意味着地方应当积极将各种文化和旅游资源进行整合和优化，打造具有特色的文化和旅游产品。具体来说，地方可以通过创新旅游产品和服务，将文化、体育、健康、教育等产业与旅游业相结合，打造多元化的旅游业态，培育旅游消费新场景。

家电企业念起AI大模型“生意经”

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

家电行业从来不缺“讲故事”的素材。如火如荼的AI（Artificial Intelligence，人工智能）大模型正成为小家电“内卷”市场中的宣传标配。

“人工智能迅猛发展，特别是AI技术应用快速涌现，正加速推动传统行业向数字化转型升级，这为公司探索烹饪变革提供了新的思考方向和技术土壤。”日前，老板电器(002508.SZ)董事、副总裁何亚东公开表示。

据了解，老板电器推出的首个生成式AI烹饪大模型“食神”已正式亮相，将于今年10月开启测试，并于12月正式上线。“‘食神’能够借助生成式AI满足当下用户‘千人千面’的个性化烹饪需求。”老板电器方面表示。《中国经营报》记者注意到，除老板电器外，包括添可、苏泊尔(002032.SZ)等在内的家电品牌也正在提升AI大模型与自身家电产品融合步伐。

例如，添可方面宣布，公司旗下的食万3.0 Pro智能料理机与华为盘古大模型合作，基于盘古大模型5.0的高算力底座，借助AI技术赋能中餐数字标准化平台。

苏泊尔相关负责人也对记者表示，继在2023年发布行业内首个美食全场景方案平台“云饌”后，“云饌”平台在今年还推出了首个基于AIGC（Artificial Intelligence Generated Content，人工智能生成内容）的“AI美肌时刻”食养服务。

中国家电及消费电子博览会组委会发布的相关报告分析认为，AI技术正在深度融入产品的核心功能之中，为用户带来更为精准、个性化的智能体验。“智能向AI进阶，正在深刻改变家电及消费电子行业的面貌。AI的加速发展和应用正在将家电及消费电子领域的智能化推向更高层次。”

抢占AI大风口

AI大模型正在成为家电企业的“兵家必争之地”。

国金证券相关研报分析认为，家电传统品类的渗透率高，具备海量一手数据，且个性化需求复杂，设备具有智能化基础，有着天然的“AI+”落地优势。

老板电器副总裁周海昕日前也表示，“食神”大模型最重要的是数据、算法和场景。“从数据角度而言，公司打造了整个行业最专业的中式烹饪知识库，这既来源于公司对于公域数据的全链路覆盖和整合，也包括公司在烹饪领域多年沉

满足“千人千面”需求

AI大模型可以满足用户的个性化需求，拉满情绪价值体验，是推动AI与家电融合发展的主要原因之一。

“相对于传统厨电的硬件工具属性，AI烹饪大模型‘食神’更像是一个与用户心意相通的烹饪伙伴。”据老板电器方面介绍，“食神”能够通过观察烹饪世界里的温度、时间、光照、声音、气味、感

知用户的角色、身份、情绪、动作，并将用户的个性化数据与大模型数据匹配，不仅告诉用户怎么做菜，还能调动所有设备，和烹饪者协作把菜做出来。

周海昕表示，公司推出“食神”是基于用户对个性化产品的消费需求日益增长。“消费者越来越希望通过更加个性化的产品来实现自我表达，也希望通过一个产品、

司在智能烹饪领域创新推出了食万AI数字菜谱，这也是公司和华为双方合作的重点研发对象。”添可方面表示，食万AI数字菜谱不仅可以提供丰富的菜谱和烹饪教程，更能够通过人工智能技术实现烹饪数据化、美味标准化。

在AI技术加持下，添可开始进一步推动中餐的标准化。“华为盘古大模型在持续优化添可食万用户烹饪体验的同时，将帮助食万升级智能设备、优化烹饪能力，建立添可垂域模型下的AI菜谱应用，实现‘大厨技能家庭化’，加速

单一端口满足多个不同使用场景的需求。更重要的是，消费者希望产品具有更多的人文色彩，可以赋予其更多的情绪价值。”

“进一步通过AI大模型来加持，才有可能实现满足‘千人千面’的烹饪需求。”周海昕进一步表示，公司立足于打造一款更加个性化、充满人文和情绪体验的产品。“尽管老板电器不是

中餐数字标准化的最终实现。”添可方面表示。

苏泊尔相关负责人也向记者表示，目前，苏泊尔“云饌”平台的共创模式已经从PGC（Professional Generated Content，专业生成内容）提升到UGC（User Generated Content，用户生成内容），再发展到了AIGC，“基于AI的用户个性化专属应季食谱创作已在今年5月正式上线。”

南京证券相关研报分析认为，AI风口之下，各大家电品牌正积极探索“AI+家电”模式。伴随

人工智能应用价值的逐渐显现，从电视、冰箱、洗衣机、厨电到家庭服务机器人，几乎所有传统家电产品都在全力拥抱“AI”。

“整体来看，不同家电品类的AI化程度也有所不同。多个电视品牌已经将大模型应用到产品中，用于强化画质、语音、人机交互等功能。冰箱、空调等白电产品更倾向于借助AI技术优化某一项或几项具体性能。而像扫地机器人这类产品，AI已经成为产业发展的核心驱动力。”上述南京证券研报指出。

家电产品的结合实质上是家电企业提升产品附加值的手段之一。

资深产业观察家梁振鹏告诉记者，类似老板电器、苏泊尔这样的厨电、小家电企业，智能化对于自身产品而言有重要的提升附加值作用，“家电企业推出AI大模型的目的或许是为产品注入概念，将产品的价格、价值大幅提升。”

利好高端化转型

在业内人士看来，家电企业与AI大模型擦出“火花”，有利于企业开拓高端产品赛道，进一步加速转型升级步伐。

“对于家电企业来说，AI大模型的确能够成为新的增长点。”梁振鹏告诉记者，AI大模型能够提升产品的客单价，提升销售额或平均销售价格，有利于企业开拓高端产品市场，向高端化方向转型。

天风证券相关研究报告也表示，在行业巨头的推动下，AI、自

动驾驶、XR等技术逐渐成熟、产业基础逐步完善，定位由新兴产品向生产力演化，AI赋能全行业的趋势将更加明确。

“AI大模型赋能各垂直行业，当前各头部家电集团快于行业进行数字化转型，布局关键领域核心研发制造能力，供应链稳定性更高，降本增效能力强，使得产品结构持续升级、SKU效率持续提升，市场份额、经营效率与质量显著提升。”国金证券相关研报分析认为。

添可方面也表示，未来，添可将继续携手华为，深化在AI领域的合作，共同推动智能家电行业持续升级，满足用户对智能生活的美好向往。

苏泊尔方面向记者提供的资料显示，苏泊尔“云饌”平台将在今年9月、11月陆续上线带有离线

智能烹饪体验的“云饌”AIOT解决方案以及“云饌”数据画像等功能。“云饌”AIOT解决方案能够免安装App轻松链接美食，数据画像则能够精准洞察用户画像数据，指导产品创新及主动服务用户体验。

不过，在业内人士看来，AI和

现。”梁振鹏告诉记者，AI只是一种技术手段，如果消费者认为AI家电产品操作起来反而不够简单、方便，就容易成为家电企业宣传炒作的“噱头”。

“在消费降级的大环境下，唯有趋势产品、创新产品才能更好地刺激消费需求释放，带动行业增长。”奥维云网方面分析认为，从厨卫市场需求来看，新增需求不足，焕新成为绝对主力，体验升级将成为产品发展重点。

违规使用募集资金 均胜电子连收监管函

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

用募投资金支付员工日常报销款、采购冰箱及净水器等,如此违规行为,令宁波均胜电子股份有限公司(600699.SH,以下简称“均胜

违规划转超1.4亿元至一般户

智能汽车研究院因偿还往来款需要,于2023年11月将募集资金专户中约1.46亿元划转至均胜电子一般户。

相关资料显示,均胜电子主营汽车电子业务、安全业务、功能件业务等。其中汽车电子业务主要包括智能座舱、智能网联、智能驾驶、新能源管理等,汽车安全业务则主要包括安全带、安全气囊、智能方向盘和集成式安全解决方案相关产品。

均胜电子此次违规使用的募集资金为其2020年募集,彼时均胜电子通过非公开发行募集资金24.74亿元,用于产能扩建项目和补充流动资金。

根据过往披露,均胜电子募投的产能扩建项目建设地点本位于宁波市高新区冬青路555号新工业城,项目规划实现年产能新能源电池管理系统90万件,智能座舱电子产品1420万件(其中空调控制系统1070万件、驾驶控制系统及

子”)连收监管函。

近日,中国证券监督管理委员会宁波证监局(以下简称“宁波证监局”)向均胜电子下发《行政监管措施决定书》,指出其在募集资金使用过程中存在多次违规行为。对此,

宁波证监局决定对均胜电子及相关人员采取出具警示函的行政监管措施,并记入证券期货市场诚信档案。因相关违规问题,均胜电子日前还收到交易所监管工作函。

《中国经营报》记者注意到,均胜

中控面板350万件),项目建设期36个月,投资总额为21.24亿元,拟使用募集资金18亿元。项目实施主体本为公司全资子公司宁波普瑞均胜汽车电子有限公司。

不过,均胜电子于2022年4月新增全资子公司宁波均胜智能汽车技术研究院有限公司(以下简称“智能汽车研究院”)、宁波均胜新能源研究院有限公司(以下简称“新能源研究院”)为上述募投项目实施主体,并计划新增上海为募投项目实施地点。

均胜电子于今年3月28日发布项目结项公告称,上述产能扩建项目已于2023年12月31日达到预定可使用状态,该项目承诺投资募集资金17.74亿元,截至2024年2月29日已累计投入14.77亿元,节

余募集资金3.56亿元(含募集资金专户累计收到的银行存款利息收入、闲置募集资金现金管理收益、手续费等合计约5947.68万元)。

募投项目虽已结项,但在此期间均胜电子多次违规使用募集资金。其中,智能汽车研究院因偿还往来款需要,于2023年11月将募集资金专户中约1.46亿元划转至均胜电子一般户。此后均胜电子分多次将相应款项转回智能汽车研究院募集资金专户,直至2024年3月25日才归还完毕。

监管函指出,均胜电子上述事项未履行内部审议程序,也未及时进行信息披露,公司迟至2024年3月28日才披露相关情况。

对此,均胜电子解释称,公司出于归集募集资金、提高募集资金

电子此次违规使用的募集资金为其2020年募集。彼时,均胜电子通过非公开发行募集资金24.74亿元,用于智能汽车电子产品产能扩建项目(以下简称“产能扩建项目”)和补充流动资金。

在相应资金使用过程中,该募投项目实施主体一度将募资账户中的约1.46亿元转至一般户,直至2024年3月25日才归还完毕,而该募投项目于2023年年底就已达到预定可使用状态。



图为行业展会上,均胜电子展示公司生产的配件。

视觉中国/图

管理和使用效率考虑,本计划于2023年11月1日将智能汽车研究院募集资金专户下的约1.46亿元划转至公司募集资金专户,但由于公司相关工作人员操作失误,才将上述资金转至公司一般户。发现问题后,公司于当年11月2日、3日分别将上述资金中的4000万元及1亿元转回募资专户。

但上述过程中,仍余609万元未转回募资专户,相应资金及利息均胜电子于2024年3月25日才转回募资专户,对此其解释为“疏漏未转回”。均胜电子还声称,上述涉及募集资金在公司募集资金账户和一般户划转期间,公司不存在违规使用该等募集资金用于其他用途的情况。

非募投项目实施主体使用募资2亿元

监管函指出,均胜电子上述行为未按规定用途使用募集资金,且相关信息披露不真实、不准确。

除违规划转募集资金至一般户外,均胜电子还存在未按规定用途使用募集资金行为,其中除采购冰箱、净水器及绿植等用途外,非募投项目实施主体还使用募集的2亿元支付股权转让款。

用于非募投项目支出方面,智能汽车研究院将募资从专户转到一般户,用于支付员工日常报销款,代垫上海均胜百瑞自动驾驶研发有限公司(以下简称“上海均胜百瑞”)员工工资、食堂管理费、采

购冰箱、净水器以及绿植等。其中,上海均胜百瑞为均胜电子另一全资子公司,且并非募投项目实施主体。

监管函指出,均胜电子上述行为未按规定用途使用募集资金,且相关信息披露不真实、不准确。

对此,均胜电子解释称,由于部分智能汽车研究院研发岗位员工户籍为上海,考虑到该部分员工需要在上海当地缴纳社保及其他客观因素,智能汽车研究院委托上海均胜百瑞代垫支付该部分员工

工资薪酬,因此相应资金由智能汽车研究院将募资由专户转至一般户再转至上海均胜百瑞的方式进行支付。

均胜电子还声称,相应募集资金使用为公司募投项目研发相关支出或研发人员与客户、供应商进行技术合作研发活动的差旅费用等必要开支,且大部分符合相关资本化条件,上述涉及资金金额占公司本次募集资金净额比例相对较小。

对于采购冰箱、净水器等费

用,均胜电子则表示,智能汽车研究院存在使用募集资金专户直接支付募投项目研发部门使用的冰箱、净水器合计约1.55万元采购款的情况,公司本应使用自有资金进行投入,这部分费用占公司本次募集资金净额比例相对较小。

此外,均胜电子还存在非募投项目实施主体使用募集资金情形。

2022年11月17日,智能汽车研究院、新能源研究院共划转2亿元募集资金至募投项目合作方,但项目合作方随后就将这2亿元转

至上海均胜百瑞,用于上海均胜百瑞支付宁波沪鹏企业管理咨询有限公司的股权转让款。

对此,均胜电子解释称,相应股权转让交易发生在计划新增上海为募投项目实施地点背景下,彼时选定上海宝山区产业园作为首选意向标的,并计划购买5万平方米改造升级后的产业园,以满足募投项目的实施需求。相应股权转让正是为引进专业产业运营合作方,以提升上海宝山区产业园运营水平。

博雷顿赴港上市 股权频变动受关注

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

近日,博雷顿科技股份公司(以下简称“博雷顿”)赴港上市再有新进展。证监会要求博雷顿补充说明

关于股权变动、股权激励、股份代持等事项,并说明公司近一年新增股东原因、入股价格及定价依据,是否涉及利益输送等。

《中国经营报》记者注意到,此

毛利率逐年下滑

相关资料显示,博雷顿是一家新能源工程机械制造商,专注于设计、开发、销售新能源动力工程机械。

主要产品中,博雷顿的装载机与宽体自卸车这两大产品销售收入与市场份额等表现尤为亮眼。博雷顿在招股书中引用灼识咨询的资料显示,按2023年的出货量来算,该公司在中国所有新能源装载机及新能源宽体自卸车制造商中分别排名第三、第四,市场份额分别为11.2%、8.3%。

报告期内,博雷顿这两大产品也实现较快增长。其中,新能源装载机销售收入由2021年的0.85亿元增长至2023年的2.81亿元,营收占比也由42.2%增至60.6%;新能源宽体自卸车销售收入则由2021年的0.1亿元增至2023年的1.26亿元,营收占比由

5.0%增至27.3%。

不过,博雷顿另一主要产品牵引车销售收入则逐年下滑,营收占比也由2021年的43.8%骤降至2023年的6.1%。报告期内,该产品销售收入分别为0.88亿元、0.78亿元及0.29亿元。

整体来看,报告期内,博雷顿分别实现营收2.01亿元、3.6亿元及4.64亿元,2022年和2023年同比分别增长79.54%和28.78%,营收增速有所放缓。报告期内,该公司毛利率则分别为3.7%、2.3%、2%,呈逐年下滑趋势。

从成本来看,报告期内,博雷顿的原材料及零部件成本较高,分别为1.61亿元、3.07亿元及3.99亿元;该项成本占比均在80%以上,且由2021年的80.1%逐年递增至2023年的86.1%。

三年亏损超5亿元

毛利率逐年下滑同时,博雷顿已持续3年亏损,亏损额逐年扩大,3年累计亏损超5亿元。

披露数据显示,报告期内,博雷顿净亏损分别约为0.97亿元、1.78亿元、2.29亿元。对于亏损原因,博雷顿解释称,主要因为公司业务规模在逐步形成的同时,公司在开发产品、提高研发能力、建立销售系统及发展业务方面进行了大量前期投资。此外,磷酸铁锂电池价格波动的短期事件也对往期业绩有所影响。

近几年,雷博顿的经营现金流呈净流出状态。报告期内,博雷顿经营活动现金净流出分别约为

2.71亿元、2.9亿元、1.94亿元,3年净流出超7.5亿元。

对此,博雷顿在招股书中也提示风险称,报告期内,公司录得净亏损、净负债及用于经营活动的净现金流出,并预计净亏损及用于经营活动的净现金流出在未来短期内将持续,净流动负债状况也可能使公司面临流动资金不足的风险。

同时,博雷顿在招股书中也坦言其业务计划需要大量资金。“为满足未来的资金需求,公司可能需寻求股权或债务融资,这可能会摊薄股东的股权,并引入对营运或股息派付施加限制

的契约。”博雷顿表示,随着业务的扩大,公司预计将产生大量资本支出及营运成本,包括销售成本、销售开支、行政开支、研发成本及财务成本。公司拟继续作出投资且可能需要额外的资金。

在谋求上市前,博雷顿有过多轮融资。经历多轮融资后,博雷顿估值也由1.43亿元增至52.48亿元。此次赴港上市前,博雷顿还曾接受A股上市辅导,于2023年向证监会上海监管局提交A股上市辅导备案申请的通知,并于2023年4月—2024年1月递交了4份辅导进展报告,最终于2024年4月终止了A股上市流程,转向赴港上市。

也逐年下滑,主要产品售价有所下降。同时,该公司主要客户与主要供应商高度重叠,报告期内该公司向前五大供应商的采购额占比均在60%以上。

伴随着营收的增长,报告期内,博雷顿的费用支出也呈逐年增长态势。其中,销售开支分别为0.25亿元、0.47亿元及0.58亿元,行政开支分别为0.24亿元、0.59亿元及0.88亿元,研发成本则分别为0.33亿元、0.45亿元及0.69亿元。

在产品端,博雷顿主要产品的售价有所下滑。披露信息显示,报告期内,博雷顿的装载机销量由126台增至484台,平均售价则由67.3万元降至58.1万元。博雷顿解释称,公司战略上决定降低装载机售价,以应对激烈的市场竞争、原材料成本波动及调整产品组合。

博雷顿还表示,报告期内,其装载机售价因型号类型各异,介于50万—130万元。由于电芯及其他零部件的市场价格预计会下

降,预期目前型号的装载机价格将逐渐下降,但具有更大电池容量的未来型号价格将高于目前的产品。

除装载机外,报告期内,博雷顿的牵引车销量及价格均有降低,其中销量分别为153台、148台及66台,平均售价则分别为57.4万元、53.7万元及43.3万元。

博雷顿表示,其战略性地将主要重点转向装载机及宽体自卸车,并分配大部分销售及研发资源用于该等产品。2022年,博雷顿还推出售价更高的大型宽体自卸车。受益于上述因素,报告期内,博雷顿的自卸车产品销量及售价均实现增长,其中销量分别为11台、59台及88台,平均售价则分别为91.4万元、129.3万元及143.7万元。

股权变动情况被追问

成立之初,博雷顿本由上海海博玺电气股份有限公司(以下简称“博玺电气”)持股95%,由独立第三方雷发明持股5%。2018年,经过数次增资及股权转让,并经过A轮融资,博雷顿的控制权转向陈方明。

招股书显示,2018年A轮融资完成后,博玺电气、上海方翱、陈方明等分别持有博雷顿约17.59%、37.96及9.26%的股权。其中,上海方翱为有限合伙企业,实际控制人为陈方明,近年来该企业经历了多轮股权转让。

此后,博雷顿还经历了数轮融资及股权转让。至本次发行前,陈方明合计可行使博雷顿32.18%的投票权,湘潭财信、长江车谷、湖州青云等持股比例也均超过5%,其中不乏湖南、湖北等多地的地方国资身影。

博雷顿上市前的股权变动也引发监管关注。近日证监会发布公示材料,要求博雷顿补充说明关于股权变动、股权激励、股份代持等事项。

其中对于股权变动,证监

代垫募投项目合作方应支付的募集资金

智能汽车研究院在收到款项后于当日又将这1.46亿元转回至均胜电子一般户。

上述背景下,均胜电子还存在以自有资金代垫募投项目合作方应支付的募集资金行为。

2023年10月下旬,因上述上海宝山区产业园规划最终未获得政府审批同意,募投项目合作方北京联东金园管理科技有限公司(以下简称“北京联东金园”)拟变更与智能汽车研究院、新能源研究院的业务合作方式并支付相关款项,智能汽车研究院、新能源研究院则计划终止原相关募投项目并收回募集资金。

在此过程中,北京联东金园及其关联方至2023年11月1日累计仅向上海均胜百瑞支付1.2亿元,均胜电子则将自有资金2.04亿元用于代垫退还募集资金及相应利息用途。值得注意的是,均胜电子这2.04亿元自有资金中,约1.46亿元是退还原智能汽车研究院,但智能汽车研究院在收到款项后于当日又将这1.46亿元转回均胜电子一般户。

就相关问题,记者致电致函均胜电子董秘办采访。对方表示采访事宜需联系其PR部门,会将采访函转交相关部门,但截至发稿未获对方回复。同时,记者多次拨打对方提供的均胜电子PR部门电话,截至发稿均未有人接听。

为做好呼和浩特市传媒大厦建设项目债务核销化解工作,呼和浩特市文化旅游广电局多年来多方联系以下债权单位,均告无果。为充分保障债权单位合法权益,现将相关事宜公告如下:

一、各债权单位知悉本公告后,请立即与呼和浩特市文化旅游广电局综合保障中心联系(地址:呼和浩特市玉泉区石羊桥北路182号,联系电话:0471-3456118 15148030171),办理债权处理事宜;

二、本公告截止日期为2024年9月1日,逾期将视为各债权单位自愿放弃债务系统中呼和浩特市传媒大厦建设项目债权,呼和浩特市文化旅游广电局将按相关规定办理债务核销手续。

特此公告
附:呼和浩特市传媒大厦建设项目债权单位名单
呼和浩特市文化旅游广电局
2024年6月25日

- 附件:
呼和浩特市传媒大厦建设项目债权单位名单
1. 内蒙古城镇建设水文中心
2. 吉林安装集团股份有限公司
3. 徐州通域空间结构有限公司
4. 内蒙古富尔达电子有限公司
5. 江苏中金电器设备有限公司上海分公司
6. 佛山市柏克电力设备有限公司
7. 内蒙古远舰商贸有限责任公司
8. 呼和浩特市凯弘电气设备制造厂
9. 江苏华威线路设备集团有限公司
10. 呼和浩特供电局设计室

光伏资本降温:IPO折戟与面值退市并存

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

过去一年来,由于供需错配导致行业优胜劣汰效应显现,叠加资本市场强化监管力度,光伏企业进退资本市场的生态环境已然生变。

7月2日,因发行人和保荐人撤回IPO申请,深交所对祥邦科技IPO终止审核。而在刚刚过去的6月,中润光能、美晶新材、百佳年代等企业或其保荐人也纷纷撤回IPO申请。

事实上,这只是监管环境趋严形势下,光伏企业上市准入门槛提

高了一个缩影。《中国经营报》记者粗略统计,自2023年下半年以来,光伏行业中撤回IPO申请的企业近15家,甚至出现了如润阳股份注册批文失效而未能发行上市的情况。

一边是部分企业“入市”变难,另一边则是部分上市企业拉响了退市警报。6月14日—28日,ST阳光(600220.SH)、ST爱康(002610.SZ)等企业因连续20个交易日股价跌破1元/股而提示终止上市风险,且ST阳光被锁定于7月10日摘牌。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力向记

者表示,证监会于2023年8月宣布阶段性收紧IPO节奏以来,光伏行业撤回IPO申请的企业激增,这是对市场过热的一次理性降温。

朱克力认为,当前光伏市场正处于产能出清、优胜劣汰的关键阶段,部分上市企业股价持续跌破1元面值退市风险线,是市场进行自我净化的直接体现。股价既表现出部分企业在产能过剩、价格战激烈的背景下盈利能力下降,市场对其未来发展持悲观态度,也彰显了资本市场对光伏行业高质量发展的期待与要求。

上述企业IPO终止与监管环境趋严存在一定关系,财务指标、盈利成长性是影响因素之一。

IPO收紧,上市门槛和审核标准提高,这是光伏企业奔赴资本市场必须直面的现实问题。

从政策脉络上看,自去年8月证监会优化IPO、再融资监管以来,特别是今年4月资本市场新一轮“国九条”及其配套制度相继出台,严把发行上市准入关成为一个重要基调。

4月30日,沪深交易所发布修订后的《股票上市规则》《股票公开发行上市审核规则》等业务规则,各板块上市财务条件提高,板块定位要求进一步明确。

在此背景下,今年以来,三大交易所已公布终止审查(撤回材料+否决/终止注册)的企业已达300余家,超过去年全年。在光伏行业中,自2023年下半年以来已约有15家企业撤回IPO申请。其中,祥邦科技、中润光能、美晶新材和百佳年代等企业或其保荐人在近期撤回IPO申请。

在朱克力看来,证监会于2023年8月宣布阶段性收紧IPO节奏以来,光伏行业撤回IPO申请的企业

激增,这是对市场过热的一次理性降温。

祥邦科技与百佳年代都是从事光伏胶膜研发制造和销售的企业。其中,祥邦科技申报IPO于2023年5月获得受理,并于2023年6月IPO审核状态更新为“已问询”。7月2日,因祥邦科技和保荐人撤回IPO申请而终止上市审核。

中润光能是一家光伏电池企业,2023年其电池出货量位居全球第三。6月28日,深交所公布对中润光能创业板IPO终止审核的决定,直接原因是保荐机构海通证券撤回保荐。记者注意到,中润光能申报IPO于2023年5月获得受理,经两轮问询,于2023年12月获得上会审核通过。

在业内看来,上述企业IPO终止与监管环境趋严存在一定关系,财务指标、盈利成长性是影响因素之一。由于光伏供需严重失衡导致竞争加剧,价格快速下跌。自2023年四季度以来,光伏行业出现大面积亏损情形。中润光能方面向记者

者肯定了监管环境趋严的现实,但并未进行具体解读。

朱克力向记者表示,在审核节奏上,预计交易所将更加注重质量与效率的平衡,加强对拟上市企业基本面、盈利能力、创新能力和行业地位的审核力度,避免“带病上市”。门槛方面,可能进一步提升财务指标的硬性要求,同时加强对企业信息披露的真实性和完整性的监管,确保资本市场的健康发展。

引人关注的是,润阳股份注册批文到期却未能发行上市。

这一案例并不多见。润阳股份也是一家光伏电池企业,2023年其光伏电池出货量位居全球第五。润阳股份申报IPO于2022年3月便获得受理,到2023年6月证监会同意其首次公开发行股票的注册申请,整体而言其IPO进展较为顺利。

但随后一年过去了,润阳股份仍未发行上市。至于原因,润阳股份方面向记者表示:“不方便接受采访。”

拉响退市警报

这一现象不仅是对落后产能的淘汰警示,更是对整个行业转型升级的迫切呼唤。

如今,整个光伏行业正值落后产能出清阶段,叠加新“国九条”及其配套制度,进一步强化退市监管力度,光伏市场优胜劣汰的退市节奏也在加快。

证监会相关信息显示,今年以来,已有33家公司触及退市标准,其中面值退市22家。记者注意到,近期一批业绩不佳或经营不善的光伏企业股价频频跌破1元/股,以ST阳光、ST爱康、*ST嘉寓(300117.SZ)为代表的企业拉响了面值退市的警报。

按照《深圳证券交易所创业板股票上市规则》(2024年修订)第10.2.1条第一款第二项规定,若公司出现连续二十个交易日的股票收盘价均低于1元的情形,公司股票存在被终止上市的风险。

其中,ST阳光是一家以纺织为主业的企业。过去两年,其试图跨界光伏转型,并以大手笔投资光伏业务的动作引发外界关注。7月3日,ST阳光方面宣布,2024年5月16日至2024年6月13日,其连续二十个交易日的每日股票收盘价均低于1元/股,上

市所决定终止其股票上市,并于7月10日正式终止上市暨摘牌。

6月22日,ST爱康发布收到

终止上市事先告知书的公告称,

公司股票在2024年5月21日至

2024年6月18日期间,连续二十个交易日的每日收盘价均低于1元,触及股票终止上市情形,深交

所拟决定终止公司股票上市交

易。不过,ST爱康有权申请听证

或提出书面陈述和申辩,并在十

个交易日内提交。

6月24日,*ST嘉寓发布公

司股票存在可能被终止上市的风

险提示称,当天公司出现股票收

盘价首次低于1元情形,公司股

票存在可能被终止上市的风险。

记者注意到,截至7月4日收盘,

*ST嘉寓股价为1.04元/股,但仍

需打好股价保卫战。

不仅如此,按照*ST嘉寓7月3

日的公告,公司被实施其他风险警

示和退市风险警示的情形并未消

除。并且,*ST嘉寓还面临重整可

能,或被叠加实施退市风险警示。

在朱克力看来,当前光伏市场

正处于产能出清、优胜劣汰的关键

阶段,部分光伏上市企业股价持续跌破1元/股面值退市风险线,这是市场进行自我净化的直接体现。

朱克力表示,股价表现作为市场情绪的晴雨表,深刻反映了行业内部的竞争格局变化。既表现出部分企业在产能过剩、价格战激烈的背景下盈利能力下降,市场对其未来发展持悲观态度,也彰显了资本市场对光伏行业高质量发展的期待与要求。这一现象不仅是对落后产能的淘汰警示,更是对整个行业转型升级的迫切呼唤。

隆众资讯光伏分析师方文正向记者表示,为推动光伏行业健康发展,促进行业优胜劣汰,预计下半年我国将通过政策和市场双重发力。一方面出台激励政策(比如补贴、上网电价和规模管理等方面)支持光伏制造和应用端发展,鼓励先进技术创新和光伏装机;另一方面发挥市场机制淘汰落后和过剩产能。预计下半年市场淘汰速度将加快,三、四季度停产减产现象更为明显,四季度到明年开始陆续有企业退出光伏市场。



图为安徽阜阳某光伏企业生产车间。

视觉中国/图

头顶百亿负债 陕西黑猫拟借私企7.5亿元纾困

本报记者 陈家运 北京报道

6月29日,陕西黑猫(601015.SH)公告称,公司与张家港市宏元昌隆装备科技有限公司(以下简称“宏元昌隆”)协商,后者向公司提供不超过7.5亿元财务资助,使用期

限1年,借款利率为5%/年,公司以所持参股公司陕西建新煤化29%股权为本次借款提供质押担保。

《中国经营报》记者注意到,由于近年来的收购扩张,陕西黑猫的债务承压。截至2024年一季度,其总负债已达117.97亿元。早在去

年,陕西黑猫曾欲融资不超过27亿元“补血”,但该计划后被终止。截至2023年末,陕西黑猫尚未使用的银行授信额度也仅剩4.37亿元。加之陕西黑猫业绩连续亏损,2023年其净利润亏损5.12亿元,今年一季度再亏2.12亿元。

针对上述借款事宜,截至发稿,宏元昌隆方面未向记者作出回应。陕西黑猫董秘办人士向记者表示:“此次接受7.5亿元资金援助,主要是考虑到其利率较低,可以置换高利率贷款,降低财务费用支出,优化财务结构。”

从陕西黑猫的财报可以看出,2021年年末至2024年一季度,其总负债分别为99.55亿元、104.22亿元、110.49亿元和117.97亿元;资产负债率分别为48.03%、48.49%、52.91%和55.14%。

随着公司业务规模的扩大,陕西黑猫总负债呈持续增长态势。自2021年开始,陕西黑猫为了摆脱对上游原材料的外部依赖,开始收购张掖市宏能煤业有限公司股权。2022年9月,陕西黑猫公告,全资子公司新疆黑猫拟以5.78亿元收购天津前进实业持有的库车金沟煤矿100%股权。

然而,在收购扩张背后,焦炭市场价格开始走低,对陕西黑猫的业绩造成了冲击。财报显示,2022年

其实现净利润2.78亿元,同比下降81.8%,2023年净利润亏损5.12亿元,2024年一季度亏损2.12亿元。

截至2023年年底,陕西黑猫的账上短期借款为20.16亿元,一年内到期的非流动负债为11.8亿元,总负债为117.97亿元,货币资金为15.56亿元,其中14.05亿元因承兑汇票保证金、信用证保证金、定期存款受限,无法覆盖其短期借款。

值得注意的是,2023年4月,陕西黑猫计划发行可转债募资不超过27亿元,后其公告表示,经综合评估和审慎分析,决定终止该事项。截至2023年末,陕西黑猫尚未使用的银行授信额度为4.37亿元,2022年为12.66亿元。

对此,中研普华研究员邹志丹

向记者表示,到2023年末,陕西黑猫的银行授信额度只剩下4.37亿元。这表明公司在融资方面面临一定的压力,授信额度相对较低。“我们推测主要有两点构成陕西黑猫向私企借款的原因:一是出于对融资成本的考虑。协议中,借款年利率为5%,相比较高的银行贷款利率,这一利率更为有利。二是优化债务结构。陕西黑猫可能希望通过与宏元昌隆的交易,优化其债务结构,减少高利率负债,降低整体融资成本。这笔融资规模虽然不小,但可能是陕西黑猫策略性融资的一部分,不仅仅是为了短期资金需求,目的是通过与其他企业或机构的合作,陕西黑猫可能在寻求长期稳定的资金来源和合作伙伴。”邹志丹说。

主业低迷

陕西黑猫主营业务聚焦于焦化产品、煤化工产品和煤炭产品的生产和销售,涵盖焦炭、甲醇、合成氨、LNG、BDO和精煤等。其中,焦炭为公司最主要的产品。2023年焦炭的销售收入达到136.47亿元,尽管同比下降了20.09%,但依然占公司总营业收入的73.40%。

对于公司2023年业绩大幅下行的原因,陕西黑猫方面解释称,这主要是受到上游煤炭行业及下游钢铁行业市场的影响,导致公司主要产品销售价格同比下跌,整体毛利率下滑,主营业务亏损。

邹志丹告诉记者,从焦炭产业链上游看,上游煤炭价格是陕西黑猫的主要成本之一。由于煤炭价格持续高位,导致陕西黑猫的主要原材料成本较高,对公司的盈利能力产生了负面影响。从焦炭产业链下游看,陕西黑猫的焦炭销售价格受到下游钢铁行业市场的影响。近年来,钢铁行业市场低迷,焦炭需求不足,销售价格同比下降,进一步挤压了陕西黑猫的利润空间。

进入2024年,焦炭行业低迷状态并未好转。

“2024年上半年,河北地区准一级冶金焦均价为2028元/吨,较上年同期下跌10.44%。6月25日,河北焦炭价格收于1910元/吨,该价格较年初下跌了22.4%,价格重心下移。上半年焦企平均盈利-61.5元/吨,同比下滑42.08%,一季度焦炭价格持续下行,焦化亏损较多,二季度价格略有回升,利润逐步修复。”卓创资讯焦炭分析师傅高一告诉记者。

尽管在6月底焦炭价格完成了一轮上涨,利润水平逐步

行政处罚

随着企业规模的持续扩张,其内部管理压力也迎来“考验”。

5月29日,陕西黑猫发布公告,公司全资子公司张掖市宏能煤业有限公司(以下简称“宏能煤业”)及宏能煤业总经理海龙分别收到了国家矿山安全监察局甘肃局出具的《行政处罚决定书》。

公告显示,宏能煤业存在六大安全方面的问题。具体为:宏能煤业违规将今年3月开工的三采区回风下山、轨道下山作为独立工程承包给温州二井建设有限公司;温州二井建设有限公司花花草滩项目部未按规定对3月份新招录工人进行安全生产培训,有6名

工人未经培训合格入井作业;矿井1300轨道大巷、胶带大巷、回风大巷200米至700米处巷道浆皮开裂,支护失效;矿井雨季前未组织开展水害应急预案演练;矿井三采区回风下山内使用串车提升,未在倾斜巷内安设能够将运行中断绳、脱钩的车辆阻止住的跑车防护装置;矿井三采区回风下山提升机在用钢丝绳(直径18.5毫米)未进行性能检验。

基于上述违规行为,宏能煤业被责令停产整顿3日,进行隐患排查治理、安全培训教育,并被罚款139万元。另外,负责人海龙被罚款7万元。

事实上,近年来陕西黑猫因安全和环保问题已多次受到处罚。早在2018年12月,陕西黑猫子公司就因环境污染遭到生态环境部点名通报,指出其旗下龙门煤化工在4套焦炉烟气脱硫设施前预留烟气旁路,本应用于应急状态下的事故排放,却频繁通过旁路直排烟气。到了2021年12月,中央第三环保督察组发现龙门煤化工在其东侧的黄河干流河道内修建导流拦水坝,其背水一侧的黄河河道内违法倾倒固体废物问题日益突出。

据公司年报显示,2023年,陕西黑猫及其子公司因环保原因收到

9份处罚决定书,累计罚款金额约141万元。

对此,经济学家宋清辉分析指出,首先,多次因违法违规受到处罚会影响公司的形象,其在投资者眼中的投资价值也会受到影响;其次,各类惩处也会增加公司的成本费用;最后,有惩处就说明公司内部管理效率低,经营存在一定隐忧。

不过,陕西黑猫方面表示,上述罚款,公司及子公司已全部缴纳完毕,相关主管部门均已出具证明不属于重大违法违规行为。以上环保处罚事项公司采取了积极的整改措施,问题及时得到整改,未对公司生产经营产生不利影响。

尽管在6月底焦炭价格完成了一轮上涨,利润水平逐步

修复,但下半年焦炭市场的供需预期依然不容乐观。傅高一认为,焦炭全年供需预计处于宽平衡状态,在僵持局面下焦炭价格预期偏弱。他预测,在工业传统旺季和采暖季等特定时段,焦炭价格有望一定程度回升,但整体而言,终端需求的偏弱以及刚需的减少,将使得焦炭市场进入累库周期,这一阶段一般伴随着价格重心的下移。长远来看,邹志丹分析称,首先是供给端产能变化。近年来,焦炭行业持续进行产能优化和结构调整。以2023年为例,全国焦化行业在价格跌宕起伏的大背景下,依然保持稳步发展。2023年我国焦炭产量为49260万吨,同比增长3.6%,为历史最高水平。新增焦炭产能4358万吨,淘汰产能5168万吨,显示了行业在产能整合与升级方面的努力;其次是需求端消费变化。焦炭的主要需求来自钢铁行业,钢铁行业的兴衰直接影响着焦炭的消费量。近年来,受国内外经济形势和钢铁行业去产能政策的影响,焦炭需求呈现出波动下降的趋势。同时,焦炭出口市场也面临一定的压力,如出口量增长缓慢、价格下滑等。

在邹志丹看来,近年来,焦炭行业利润水平受到多种因素影响,如原材料价格、市场需求、政策调控等。在部分年份,由于下游钢铁行业需求疲软、原材料价格高企等原因,焦炭行业利润水平较低甚至处于亏损状态。不过,随着行业整合和产能优化的推进,以及国内外经济形势的发展

“三国”SLG游戏“三足鼎立”

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

常年两强相争的“三国”SLG(策略类游戏)领域出现了新的竞争者。

由B站(哔哩哔哩)代理的《三国:谋定天下》于近日上线后,一度登顶App Store游戏免费榜。点点数据显示,其上线近一个月来,在App Store游戏免费榜位于前30名内,在游戏畅销榜未掉出前10名。

券商机构预计,《三国:谋定天

下》首月(30天)流水达5亿~8亿元,2024年贡献收入8亿~13亿元。这款产品的出现扭转了外界对B站的悲观预期。截至7月3日,B站股价较《三国:谋定天下》上线之前上涨了11.9%。

DataEye研究院负责人刘尊向《中国经营报》记者表示,《三国:谋定天下》得以成为爆款,得益于其“降肝减负减氪”模式和与之相配的买量投放,让不少泛用户、非SLG核心玩家也能体验SLG的乐趣。

B站意外搅局

在广告业务未能撑起一片天的情况下,游戏业务又始终没有爆款出现,B站的前景一度不被外界看好。

SLG品类中,常有“三国”题材新品出现。然而,多年来这一赛道的长青产品只有网易的《率土之滨》和灵犀互娱的《三国志·战略版》。

《率土之滨》于2015年公测,在移动端开创了区别于COK-like(类《列王的纷争》玩法)的率土like SLG游戏,采用路径型的沙盘大地图。在这款游戏中,玩家通过招募、养成武将来增加战力。游戏采用赛季制,保证了较高的玩家留存率。

《三国志·战略版》于2019年公测,由光荣特库摩授权。这款游戏将历史事件与战法相结合;玩家可以通过收集武将解锁历史上的他们所对应的事件,并获得相关战法。游戏官网显示,其玩家数量达到8000万。

《三国:谋定天下》的出现改变了“三国”SLG“两强争霸”的格局。点点数据显示,7月4日,《三国:谋定天下》在App Store游戏畅销榜排名第7,《率土之滨》排名第24,《三国志·战略版》排名第20。

今年1月,《三国:谋定天下》正式定名并开启测试,就令不少玩家感到意外——这款游戏的代理发行方为B站。尽管B站多年来有意与“二次元”标签切割,但它仍被视为“二次元大本营”,并且B站此前代理的游戏产品以二次元风格为主,这使得外界很难将B站与一款画风古朴厚重的SLG游戏联系到一起。

游戏业务曾经是B站的收入支柱,近年来却表现疲软。2021—2023年,B站游戏业务收入一再下

滑,从50.91亿元下降至40.21亿元。

2022年,由B站代理发行的《暖雪》曾引起一定讨论度,但作为一款买断产品,它并不能持续贡献流水;2023年,被B站寄予厚望的《闪耀!优俊少女》下架,主打3D空战玩法的《斯露德》预计于今年10月9日停运。在《三国:谋定天下》公测之前,B站游戏业务的收入支柱是《碧蓝航线》《FGO》等上线多年的老游戏。

在广告业务未能撑起一片天的情况下,游戏业务又始终没有爆款出现,B站的前景一度不被外界看好。而《三国:谋定天下》不仅开服表现惊艳,作为一款SLG游戏也有着长期贡献流水的潜力,它的出现改变了投资者的悲观预期:截至7月3日,B站股价较《三国:谋定天下》上线之前上涨了11.9%。

交银国际6月18日研报显示,基于目前流水表现,预计《三国:谋定天下》首月(30天)流水达5亿~8亿元,预计2024年贡献收入8亿~13亿元。B站下半年游戏收入有望加速增长,拉动全年游戏收入增长12%~20%。

另外,《三国:谋定天下》制作人在5月底品鉴会上透露出海意向。交银国际方面指出,《三国志·战略版》国际服流水占比最高超25%。参考《三国志·战略版》的情况,该机构认为“三国”SLG游戏在全球市场受众广泛,《三国:谋定天下》出海或可助力B站打开海外市场,提升品牌知名度及市场影响力。

格局何以生变

《三国:谋定天下》得以成为爆款,得益于其“降肝减负减氪”模式和与之相配的买量投放。

《三国:谋定天下》的出现使移动端国产“三国”SLG真正地呈现“三足鼎立”之势,且目前《三国:谋定天下》风头盖过了《率土之滨》和《三国志·战略版》。

关于B站选择代理《三国:谋定天下》的原因,这款游戏的目标受众等问题,记者联系B站方面采访,截至发稿未获回复。

为什么在相同题材下,《三国:谋定天下》可以打破原有格局?

在SLG,特别是“三国”SLG赛道,除了小游戏以外,低氪减负的产品只此一家。这让不少泛用户、非SLG核心玩家也能体验SLG的乐趣。”刘尊对记者表示,《三国:谋定天下》得以成为爆款,得益于其“降肝减负减氪”模式和与之相配的买量投放。

刘尊认为,上一款通过这一方式成为爆款的是《逆水寒》手游。这款游戏没有沿袭MMO游戏(大型多人在线游戏)中为财力付费的传统,而是侧重外观付费,通过薄利多销获取高额流水。上

市场百花齐放

SLG的研发趋势包括精品化、融合创新等。

近几个月来,多款SLG游戏上线,题材、玩法百花齐放。

在“三国”题材领域,除了《三国:谋定天下》,还有《三国群英传:鸿鹄霸业》即将上线;点点互动旗下末日冰雪题材游戏《无尽冬日》系此前海外爆火的《Whiteout Survival》的国服版,在国内上线不到一个月登顶微信小游戏畅销榜;《野兽领主:新世界》是一款动物题材的SLG游戏,其开发商星合互娱此前曾打造出另一款小众题材的SLG游戏《小小蚁国》;此外,还有《荒野迷城》《曙光防线》,网易基于指环王改编的《指环王:纷争》,莉莉丝旗下《万龙觉醒》预计在今



哔哩哔哩(B站)参展中国二次元盛会Chinajoy动漫游戏展。

视觉中国/图

线一年以来,《逆水寒》手游每个月在中国App Store手游收入排行榜基本位于前10名。

在《三国:谋定天下》品鉴会上,该产品制作人介绍,这款游戏提供自动铺路、一键预约攻城、练兵所升级、武将置换系统、土地开

发等功能来给玩家减负;“减氪”措施包括角色抽取成本较传统SLG游戏降低,彻底抛弃小卡包出新卡设定,取消建筑升级等待时间,仅需消耗资源。

刘尊还介绍,《三国:谋定天下》找了大量其他SLG联盟高玩

(高端玩家)站台,支撑起了这款游戏初期的流水和玩家生态;另外,三国文化在B站爆梗、出圈,且B站年轻一代的玩家逐渐成长起来,95后也接近30岁了,使得B站的受众更容易接受一款“三国”题材的游戏。

市场百花齐放

SLG的研发趋势包括精品化、融合创新等。

近几个月来,多款SLG游戏上线,题材、玩法百花齐放。

得益于《Whiteout Survival》在海外的成功,点点互动2023年收入相较去年同比增长56.96%,占母公司世纪华通收入超44.21%。世纪华通方面对记者表示,《Whiteout Survival》成功的关键在于抓住了冰雪末日生存题材在手游市场的缺口,“在《Whiteout Survival》之前,我们推出了《Frozen City》。我们为这款产品在前期做了大量题材测试,最后选择了冰雪题材,之后再进行玩法的迭代和测试,通过验证之后再进行全面开发和正式立项。《Whiteout Survival》同样如此。”

“今年会成为SLG大年,主要

是因为版号常态化发放,特别是进口版号的增加,有较多SLG新游是‘出口转内销’。另外,这一赛道玩家的付费能力、市场空间可观。”刘尊表示。

他认为,SLG的研发趋势包括精品化、融合创新等。

“在融合创新方面,典型如《三国:谋定天下》加入了MMO的职业模式;如《指尖无双》《无尽冬日》初期是放置、模拟经营玩法,我们常说的SLG休闲化、轻度化就是这类。”刘尊举例道,与其他品类玩法、轻度玩法的结合是SLG的一大趋势,“个人认为随着新游持续增加、立住,‘萝卜青菜各有所爱’,有人喜欢重度硬核,

有人喜欢轻度休闲。只不过喜欢轻度休闲的玩家会更广泛,因此轻度休闲的游戏就存在更多潜在机会;相反,喜欢重度硬核的玩家,可能会持续留存在《率土之滨》《三国志·战略版》。”

另外,对于SLG游戏题材多样的现象,刘尊认为,厂商选择独特题材是为了降低获量成本,不一定能实现破圈,“能降低获量成本的题材、画风在这一赛道就有独特优势,如动物题材、海底题材等。不过,独特题材也会带来破圈难题,即能否破圈获取不关注这类题材的玩家。如果题材中没有人,以动物、蚂蚁、水族为主角,那么代入、共鸣会是问题。”

游戏中的新质生产力:AI催动产业变革

探索前沿技术

本报记者 李哲 北京报道

当前,各行业都在围绕新质生产力寻求创新发展着力点。

新质生产力带动社会发展离不开科技创新。如今,在数字经济浪潮下,催生了大量的新产品、新服务和新模式。游戏作为各种新兴数字技术的“超级试验场”扮演着越来越重要的角色。

《中国经营报》记者注意到,许多游戏企业已引入人工智能技术及工具,在研发、生产、营销等方面大大提升了项目推进效率。

世纪华通(002602.SZ)方面表示,近年来,公司持续探索AI工具在游戏产业的应用潜力,全面部署AIGC工具,不仅实现了降本提质,还增强了公司的技术优势,同时也为游戏行业AI工具应用开辟了更多可能性。

AI为游戏赋能

现阶段,游戏产业已成为诸多前沿科技的应用场,其科技属性持续提升。

《报告》中提到,人工智能、游戏引擎、虚拟现实、网络技术(如云技术)、图形渲染、感知交互(如动作捕捉、机脑接口)六大关键性技术被游戏从业者高度关注,技术突破有望推动产业发展。其中超八成从业者认为人工智能推动作用显著。

昆仑万维(300418.SZ)CEO方汉表示,昆仑万维在2020年就入局了大模型领域。“我们有86%的营收来自海外,而且海外开展的业务主要是内容和社交。2020年GPT-3.0刚刚出来的时候,我们马上意识到这是AIGC的里程碑,也就是内容生成方面的里程碑。在我们看来,AI不管是ToC还是ToB,本质上还是软件服务。既然是软件服务,就需要遵循正常的商业模式,就要看

量发展注入充满“智慧”的新动能。

不过,中国游戏产业在产品研发、市场营销、用户数量、游戏出海等多个环节仍面临挑战,需要走精品化路线,提升全要素生产力,从根本上实现可持续发展的目标。伽马数据发布的《中国游戏产业新质生产力发展报告》(以下简称《报告》)中提到,游戏从业者调研中,九成受访者认为未来游戏产业生产力的进一步优化主要有赖于研发技术的进步,从业者专业性和管理架构也被认为是游戏产业发展关键,这与新质生产力发展所强调的关键要素不谋而合。

张毅君表示,当前,人工智能正

以前所未有的速度发展普及,成为新一轮科技革命和产业变革的重要驱动力量,势将对全球经济社会的发展和人类文明进步产生深远影响。在此背景下,游戏行业作为科技创新和技术应用的重要“试验场”和“孵化器”,既迎来产业升级、技术突破的良好机遇,也肩负着前所未有的发展重担和社会责任。

谈及在人工智能方面的探索,世纪华通方面表示,近年来,公司持续探索AI工具在游戏产业的应用潜力,全面部署AIGC工具,不仅实现了降本提质,还增强了公司的技术优势,同时也为游戏行业AI工具应用开辟了更多可能性。其中,在

球范围内AI相关投资快速增长,而中国游戏企业也进行了大量对外投资,行业整体投资在2021年达到高峰。截至2023年年末,TOP50中国游戏厂商投资AI企业超过百次,对产业链上、中、下游均有布局。截至2023年年末,中国头部游戏企业投资AI企业达113次。

三七互娱方面在接受记者采访时提到,目前,公司生成式AI技术已成熟应用于2D绘图、智能客服、本地化翻译、文案生产、协同办公等模块,大幅提升人效。

从企业具体技术领域布局来看,TOP50游戏企业中,在人工智能、数字孪生、引擎开发、云技术和XR等新质生产力关联领域有所布局的企业占近八成。整个游戏产业通过不断的技术研发和应用,不断提升生产效率与产品服务水平,实现了生产力的质量变革。

游戏业务方面,世纪华通强化了技术、数据和美术等资源的整合,提升敏捷开发与协同共创能力,助力企业实现游戏“精品化”与“长线运营”战略,进而赋能全行业创作者。目前,世纪华通旗下的盛趣游戏已在研发、设计、测试、运营、客服等环节积极接入AI工具。

三七互娱(002555.SZ)方面表示:“我们也在探索AI进一步丰富游戏性的更多可能,内部持续研究更多新奇玩法及创新体验,包括研究通过AIGC推荐与生成玩家偏好的图像、元素、玩法的方式,降低创作门槛,帮助玩家参与创作,探索打造非线性游戏流程体验的可能性。”

《报告》统计数据显示,超99%受访者所在的公司或部门已通过多种渠道引入AI技术和工具。具体到研发层面的应用表现,绝大多数受访者表示AI技术对整体项目效率有所提升,约八成感知效率提升超20%,约一成受访者认为AI能够带来50%以上的效率提升。

三七互娱方面表示,以公司研发的美术设计平台“图灵”为例,该系统为研发、发行各业务线合计AI-2D绘图每月产量超过28万张,通过实施AI制作2D美术的新流程平均可节省60%~80%工时。

世纪华通方面提到,盛趣游戏旗下《传奇》《龙之谷》《彩虹岛》《饥荒》等知名IP产品都接入了AI工具,可替代一大半2D画面美术工作,降本增效成果显著;在质量控制端,由盛趣游戏质量管理中心孵化的AI自动云测平台“极测信息”,已

我们内部也做了一款由AI生成图像、文字、音频的创新实验性项目,来探索更多的可能。”

记者了解到,2023年,三七互娱推出了旗下首个虚拟人“葱妹”,并在其开发过程中加入了AI、动作捕捉等技术。三七互娱方面表示:“在过去的一年中,我们围绕‘葱妹’IP开展了多次跨界合作,大大提升了这一IP的影响力和其背后的内涵。例如代言产品、出任网络安全数字宣传员等。我们希望通过这一虚拟形象,提升技术储备,打造IP+文旅的新质生产力,也可以帮助我们更好地打开Z世代的用户群体。”

形成一整套AI测试解决方案,可实现游戏产品全自动化测试,还能够为包括游戏在内的其他数字内容开发商提供定制的产品测试服务。

《报告》中提到,游戏产业短时间内在AIGC理论层、模型层和应用层均有显著成果。从布局情况来看,在研发端应用层布局比例最大,近半头部游戏企业已利用AI提升生产能力,并构建智能生产管线,或进行虚拟内容生产,包括虚拟角色、数字人,帮助用户生成互动内容等。

世纪华通方面提到,通过自主研发的平台,极测信息不仅抢占了自动化测试系统的先发地位,还有望推动业务模式的转变。除此之外,公司还成功开发了艺术资产及AIGC创作管理平台,持续研发NPC小镇、AI造字、智能代码助手等应用。

华为接连转让“三界”商标意欲何为

本报记者 秦枭 北京报道

一纸公告划破了夜的宁静。7月2日晚间,赛力斯(601127.SH)称其控股股东公司赛力斯汽车拟收购华为持有

25亿元转让

从面市之初,华为、问界、赛力斯三者之间的关系在外界看来一直是一个谜。

2021年年底,在蔚来、小鹏、理想等造车新势力的重围中,华为和赛力斯联合推出AITO问界品牌新能源车。在问界的汽车上,都会有大写的英文字母AITO,这几个字母其实是英文单词的缩写,来源于“Adding Intelligence to Auto”,翻译成中文即“将智能化融入汽车”。

比起其他造车新势力,问界推出新产品的节奏鼓点密集。第一款车型问界M5,在2021年年底的华为冬季旗舰新品发布会上亮相;半年后,第二款车型M7和第三款车型M5 EV也相继面世。仅用15个月就实现了大定10万辆,成为最快达成这一里程碑的新能源汽车品牌。

然而,从面市之初,华为、问界、赛力斯三者之间的关系在外界看来一直是一个谜。

外界对于华为再熟悉不过,而赛力斯汽车的前身是“重庆巴县凤凰电器弹簧厂”,自创立之初便以零部件制造为起点,专注于摩托车、汽车减震器的生产和销售,其初始资产尚不足30万元。随后,在2003年,该企业进军整车制造领域,与东风集团共同成立了“东风渝安车辆有限公司”。到2007年,重庆小康汽车集团有限公司正式成立,并在2011年进行了名称的变更,正式更名为重庆小康工业集团股份有限公司。

自2016年起,该公司开始积极布局新能源领域,寻求更为广泛的发展空间。2019年,小康股份与华为达成战略合作,共同探

的已注册或申请中的919项问界系列文字和图形商标,以及44项相关外观设计专利,收购价款合计25亿元。

对此,华为方面回应《中国经营报》记者称,将继续支持赛力斯

探索智能电动汽车的未来。经过两年多的深入合作与研发,双方在2021年冬季,成功推出了合作的首款车型——问界系列M5,并正式上市销售。这一里程碑式的事情,标志着双方在智能电动汽车领域合作取得实质性进展。随后,在2022年8月2日,公司再次进行了名称的变更,由“小康股份”正式更名为“赛力斯”。

2023年3月,AITO问界于多个平台公开发布了宣传海报,显著地将原先的标语“AITO问界”变更为“HUAWEI问界”。此举在汽车行业产生了广泛的关注和讨论,同时也激发了外界对于华为是否亲自涉足汽车制造领域的猜测和讨论。

为此,华为内部多次发布关于汽车业务决策的公告,多次强调“华为不造车”,并且不允许华为品牌和汽车商标组合使用,禁用“HUAWEI问界”“HUAWEI AITO”的标志。AITO问界门店也迅速拆除与华为有关的宣传物料,销售人员不再被允许用“华为问界”“HUAWEI AITO”等说法来推销产品。

华为常务董事、终端BG董事长、智能汽车解决方案BU董事长余承东也曾就“华为是否造车”一事作出回应:“大家说华为不造车,其实准确的解释是华为不单独造车,我们做智能驾驶解决方案,不造车怎么行?不造车怎么活下来?必须造车!但是华为不单独造车,而是和车企一起造车。”

实际上,华为与车企的合作分

造好问界、卖好问界。华为一贯坚持不造车,而是利用领先的智能网联汽车技术,持续帮助车企造好

车、卖好车。华为将继续与车企为用户打造卓越的智能汽车产品,提供极致的智慧出行体验。



华为赛力斯问界M9新能源电动汽车,亮相合肥华为体验店。视觉中国/图

为三类,分别是垂直零部件供应、HI(Huawei Inside)模式,以及华为智选模式。其中,HI模式为车企提供全栈智能汽车解决方案,华为智选模式由华为深度参与产品定义、造型设计、营销、用户体验等环节。这三种模式合作的深度由浅到深。

问界则是华为智选模式的代表,时至今日,问界系列已然成为新能源汽车的“顶流”。数据显示,AITO问界全系2024年6月单月交付突破4万辆,创历史新高。其中,AITO问界M9 6月交付17241辆,累计大定超10万辆;AITO问界M7 6月交付18493辆,上半年累计销量突破11万辆。

在此大好形势下,此次华为与赛力斯关于问界系列商标的转让计划,出乎业内人士的预料。

不过,据知情人士向记者表

示,华为与赛力斯当前合作模式不会受到影响,双方还签订了《进一步深化联合业务合作协议》,同时,消费者体验也不会受影响。

据悉,根据合作协议,在原合作框架不变的前提下,赛力斯与华为充分发挥各自优势,聚焦赛力斯汽车旗下的AITO问界品牌,双方联合设计、联合营销,为用户提供高端智能电动汽车产品和智慧出行解决方案,共同实现商业成功。

“用户对AITO问界汽车的购买、使用、售后体验及权益也不会受到影响,不必担心。”上述知情人士表示。至于华为线下终端旗舰店是否会继续摆放并销售问界相关车辆,记者向华为方面求证,截至发稿,未获回复。记者致电一些华为线下专卖店,对方表示:“没有接到相关通知。”

不止“界字辈”

重新定义客户关系、多元化生态合作、面向所有车企做生意,将是华为汽车业务的主要思路。

去年11月,华为正式发布了智慧出行解决方案新战略,并推出了华为智选车业务新业态——鸿蒙智行。据“鸿蒙智行”微信公众号7月1日晚消息,鸿蒙智行2024年上半年累计交付194207辆,登上中国新势力品牌上半年销量第一,其中6月,鸿蒙智行全系交付46141辆。

“界字辈”也被看作是华为智驾的代表。截至目前,鸿蒙智行已经推出问界、智界和享界3个品牌,除上述问界车型外,与奇瑞联合推出了智界S7,享界S9由华为和北汽联合打造。

值得注意的是,华为在近期陆续将“界字辈”的商标转让。今年5月底华为将其注册的运输工具类“享界”商标转让给北京新能源汽车股份有限公司。该商标系华为于去年5月申请,11月完成注册。而在6月初,华为又将其注册的两个运输工具类“智界”商标转让给奇瑞。上述商标系华为于2013年10月、2019年9月申请,并分别于2015年4月、2020年4月完成注册。

在业内人士看来,与“界字辈”划清界限则是华为想更好地加码智驾业务。上述知情人士表示:“华为态度及鸿蒙智行方案不变,商标转让后,华为鸿蒙智行/智选模式边界更清晰,华为进一步表明不造车,而是帮助车企造好车、卖好车。”

余承东在今年早些时候也表示,华为精力有限,目前只聚焦在“四界”品牌上(前述三界外,傲界将由华为联合江淮推出)。接下来,重新定义客户关系、多元化生态合作、面向所有车企做生意,将是华为汽车业务的主要思路。

2024年被看作是智驾规模商用的元年。进入2024年,华

为车BU(华为智能汽车解决方案事业部)动作不断,朋友圈不断扩容。1月,由华为全资持股的深圳引望智能技术有限公司成立。3月,深圳引望在上海、杭州、东莞、南京、苏州等地也成立子公司。东方证券研报分析指出,深圳引望或将装载华为车BU技术和资源,后续将成为一个股权多元的技术开放平台。

今年4月,华为发布了以智驾为核心的全新智能汽车解决方案品牌华为乾崖,带来了全新升级的“乾崖ADS”“乾崖车控”“乾崖车云”等解决方案。华为智能汽车解决方案BU CEO 靳玉志表示,华为发布乾崖智能汽车解决方案,旨在把智能带入每一辆车,引领全球汽车第二个百年变革。

靳玉志表示,智能化是汽车下一个百年的变革,所以电动化的下半场也是智能化,这是大的趋势所在,所以我们利用华为过去在ICT领域30多年积累的技术,包括通信技术、IT技术、无线技术、光通信技术、数据通信技术、云端的华为公有云技术等,我们会把这些技术运用在汽车智能化过程中,更好地辅助汽车智能化,包括造好车,这个方面大方向是对的。我们会在这个领域里坚定不移地持续进行高强度投入,确保在这个领域里帮助车企在大变化中始终处于领先地位,振兴中国整个汽车产业。

据不完全统计,仅2024年就有包括东风的岚图、猛士,长安的深蓝、阿维塔,广汽传祺,北汽的极狐和享界,以及赛力斯问界、奇瑞智界、江淮等十多个品牌的十多款车型搭载HUAWEI ADS方案上市。华为预计,截至2024年年底,搭载华为智驾系统车型保有量将突破50万辆。

服务器操作系统CentOS 7停服 迁移工作“危”“机”并存

本报记者 陈佳岚 广州报道

2024年6月30日,随着CentOS 7版本迎来停服,于2014年发布的开源类服务器操作系统的CentOS全系列版本生命周期画上句号。随之而来的是国内大批使用CentOS的用户面临操作系统停服后数据泄露、网络攻击、技术支持缺失、业务瘫痪等风险。

在业内看来,CentOS 7的停服导致大量用户需要寻找替代方案,给其他开源操作系统提供了机会,包括中国的自主创新操作系统。

事实上,CentOS官方在2020年年底就宣布CentOS 7将在2024年6月30日结束支持,也给了行业迁移留下了很多缓冲时间,而服务器操作系统上下游进行替换的考量或计划已历时多年。中国软件评测中心联合麒麟软件、统信软件等机构编制了《CentOS服务器操作系统停服应对实践指南》,提供了CentOS安全维护方案,并在自主空间公共服务平台上上线了“CentOS停服应对专区”,中国主流的服务器操作系统厂商已经提出了多种迁移和替代方案,并已取得了一定成果。

谈及行业迁移替代现状,一位服务器操作系统相关人士对《中国经营报》记者表示,目前CentOS迁移已经进入深水区,各行业都在积极尝试开展迁移工作,而金融和运营商等行业在依然属于领跑者和排头兵。

市场新机遇

据中国通信标准化协会指导发起的开放数据中心委员会(ODCC)发布的《2023年中国服务器操作系统市场研究报告》,中国服务器操作系统市场占有率达到近80%为Linux服务器。而在Linux服务器操作系统市场份额中,CentOS 7和CentOS 8(2021年12月31日停服)是众多企业和机构的首选服务器操作系统。

服务器操作系统客群涉及互联网、政府、金融、电信、制造、科教、医疗等多个行业。

2020年年底,CentOS官方宣布结束CentOS Linux的开发,并将全部投资转向CentOS Stream。按照计划,CentOS 7会在2024年6月30日结束支持。

CentOS的停服意味着漏洞更新的停止,缺少安全保障的企业业

务将无法进行,促使社区和企业寻找和开发替代方案。在业内看来,CentOS停服也为国产服务器操作系统的厂商带来了些许机遇,在中国主流的服务器操作系统厂商如麒麟软件、统信软件、龙蜥操作系统等都发布了自己的迁移和替代方案。

麒麟软件对记者表示,当前,我们产品的整体性能、安全性等方面已经接近国外产品的水平,同时在本地化等服务、国产软硬件支持适配生态上也展现了自己的特色和能力。而在行业推广方面,麒麟操作系统已在党政、金融、能源、通信、交通等行业信息化及国家重大工程建设提供安全可信的操作系统支撑。

而另一家服务器操作系统企业相关人士也对记者表示,从停

服影响带来的风险来看,一部分安全风险意识较强的用户从得到停服消息开始,便积极进行了替换探索,总结符合这类用户自身情况的经验,形成了属于自己成熟且标准的方式方法,并按照这些经验和方法,全面开始了替代工作,替代范围也从办公辐射到了经营管理类业务,直至核心生产类业务系统。

而近期可以看到,随着CentOS停服时间的到来,服务器操作系统相关厂商持续在针对CentOS停服的举动,积极配合用户开展替换探索。

今年6月,浪潮信息与龙蜥社区联合发布服务器操作系统云峦KeyarchOS V5.8新版本(KOS V5.8 SP2),并与龙蜥社区启动“停更无忧”行动计划,为无法完成替

换的用户提供安全保障。



7月4日,世界人工智能大会在上海世博中心开幕,安全、自主成一大主题。视觉中国/图

服务器系统迁移软件“有易”迎来更新版本。

尽管CentOS的退出给服务器操作系统上下游进行迁移留下了很多缓冲时间,行业也在持续优化迁移方案的功能以及取得了一些经验,麒麟软件表示,已为客户提供专用迁移工具,迁移难度有所降低,但个别场景还存在难度。国产软硬件与国外先进软硬件间,经历几十年发展而形成的差距,不是短短几年时间就能追上。

CentOS 7的停服确实对许多依赖该系统的用户和组织产生了影响,也并不意味着国外开源操作系统的时代的结束,开源操作系统的生态系统是多样化的,并且持续发展中。

CentOS停服为本土服务器操作系统厂商带来机会的同时也加剧了服务器市场的竞争,《2023年中国服务器操作系统市场研究报告》提到,CentOS拥有成熟且庞大的生态系统,包括社区、开发者、软件包和工具等,本土服务器操作系统厂商在短时间内可能很难建立一个与之完美匹配的生态系统。因此,CentOS在国内较大的市场份额将会被其他操作系统厂商瓜分,导致市场竞争加剧。

迁移方案仍是主流

当下,用户对于迁移新操作系统的兼容、安全稳定可靠还是存在些许顾虑,麒麟软件表示,迁移到新的操作系统最先要解决的是软硬件兼容,这一挑战仍很大,原来针对CentOS的优化在新软件上也要重新优化。此外,在安全风险方面,国产操作系统的安全能力到底怎么样,能否实现国外产品的相关替代?这些都是对于用户目前在迁移到国内操作系统过程中最关注的问题。龙蜥社区理事长、阿里云基础软件部副总裁马涛也认为,操作系统对于各类不同厂商的板卡、机器等硬件是否兼容,以及能否长期安全稳定地运作是操作系统迁移的挑战。

而记者也了解到,从CentOS迁移到新系统平台需要做大量的

麒麟软件方面也提到,CentOS迁移的工作不会是一蹴而就,在这一过程中,有一大部分可以做直接的迁移,但是有少部分还要做专门的适配和少量开发,更少的一部分可能是无法迁移,要做完全的重新开发,现实迁移过程中也会面临比较复杂多样的情况。

“由于底层操作系统的替换,还是存在比较大的工作量以及成本考量,当前有的企业在选型阶段,有小部分企业也在试点过程中,也有企业已尝试开始准备进行规模化替代,每个阶段的都有。”麒麟软件表示。

而记者也了解到,从CentOS迁移到新系统平台需要做大量的

业务和兼容性测试,技术门槛和成本比较高,致使无法快速迁移至其他操作系统,而安全加固方案也成为了行业应对CentOS停服的另一种解法。

比如,操作系统厂商麒麟信安不仅有麒麟信安CentOS透明迁移方案,还在今年5月推出了基于CentOS的安全加固套件V2.0软件以及CentOS系统全栈安全加固解决方案。

“CentOS安全加固方案能提供过渡性选择方案,给用户继续使用CentOS带来安全防线,降低因系统替换带来的业务中断和损失。”麒麟信安方面表示,该方案包含漏洞修复、最小化裁剪、安全配置增强、外

AI催生PC换机潮 2028年中国出货量将增长60倍

本报记者 谭伦 北京报道

AI热潮渗透下,沉寂已久的消费级电脑市场即将迎来爆发期。

日前,市场研究公司IDC发布的研报指出,AI已成为智能终端的新宠,包括AI手机和AI PC(即搭载AI功能的个人电脑),而2024年也会成为AI PC发展元年。IDC预计,到2028年,中国下一代AI PC的年出货量将是2024年的60倍。

同时,其他研究机构也给出了乐观展望。Canalys预计,2024年全球AI PC的出货量将达到4800万台,占今年PC总出货量份额的18%。至2025年,全球AI PC出货量将猛增至1亿台以上。2024年至2028年间的复合年增长率(CAGR)将达到前所未有的44%。

Counterpoint Research调研的数据表明,2024年第一季度,全球PC出货量较去年同期上升了3%,这是在全球PC出货量连续八个季

度下滑之后首次出现正增长。Counterpoint认为,这一增长部分得益于AIPC兴起、各行业出货量逐渐回升以及新一轮设备更换周期等多重因素的共同推动。

与传统PC相比,AI PC能够完成更多的运算,在更多场景辅助用户的工作、生活、学习、创意等。更强大的辅助功能会在诸多场景带来新的用户需求。交互方面,AI PC具备个人智能体,从语音和屏幕交互的基础上,在语义理解和图像交互上有进一步提升,未来可能发展至裸眼3D、生物识别等方面。”IDC中国高级研究经理陈舒歆向《中国经营报》记者表示。

陈舒歆指出,下一代AI PC将成为未来PC市场的主要拉力,除了大算力、生态及应用等指标外,合乎消费者性价比预期的价格以及多模态更为自然的交互,对AI PC未来的发展速度以及对整体PC市场未来的保有率都至关重要。

全新协作模式催生需求

AI PC是PC的第三次变革,通过AI为用户体验和生产力带来革命性的改变。

近5年来,除经历新冠疫情居家办公带来的短期增长外,PC市场整体其实趋于低迷态势。据IDC测算,2023年,亚太地区(包括中国和日本)的传统PC市场出货量衰退了16.1%,至9780万台。

但是,2023年大模型带来的AI风潮,让PC市场重新看到曙光。在业内人士看来,AI重新带火PC市场,除消费市场本身的需求外,更代表了一种全新的工作形态和模式。

陈舒歆表示,PC作为AI普惠较为合适的智能终端,不仅在端侧具备一定的算力,可以完成不联网的本地数据训练和大模型的计算,也可以通过云端做更多功能的应用,所以整体来讲,AI PC能够很好地成为消费者的辅助工具,在满足用户一定需求的基础上,实现对传统PC的一大步升级。

“AI PC是云端与本地端协作的一种新模式,它的运算效率、存储空间、交互方式、应用生态等都更高效、更开放、更适合当前的应用场景。”瑞达恒研究院首席分析师王清霖告诉记者,AI PC之所以获得市场看好,这是主要原因。

英特尔中国区技术部总经理高宇则向记者表示,AI PC是面向轻薄笔记本市场的新物种,特指具有CPU+GPU+NPU的轻薄笔记本形态。相对于传统PC的最大区

别,是AI算力得到了针对性的提升。可以说,AI PC是PC的第三次变革(第一次是小型化带来的个人电脑普及,第二次是移动化与网络化带来的变革),通过AI为用户体验和生产力带来革命性的改变。

这一革命式的形态演进,也让AI PC在行业周期、产品端、消费端三个维度下获得了新的生命力。王清霖表示,从行业周期看,PC行业和互联网行业当前恰好处于PC更换设备的一个重要时期,而在AI技术的发展情况下,AI PC恰好成为换机的一个新选择。

“而从产品端看,此前一段时期,PC设备的销售进入低谷,行业急需一些新的卖点来获得消费者关注,以及资本市场的期待,甚至被寄希望为大模型落地的主要终端。”王清霖表示,此外在消费端,随着AI设备的普及和应用业务的不断深入,消费者基于需求和猎奇心理,也会在一定溢价幅度内,倾向选购AI PC等设备。

不过,陈舒歆认为,虽然目前AI PC还在初级阶段,大模型的完善,和不同的软件之间的配合还需要加强,在这个过程中,不论大模型厂商,还是软件厂商都有很多机会。“从PC本身,PC厂商大模型的建立、存储的提升、算力要求的不断提高以及相应的散热等需求都会增加。”陈舒歆向记者指出。

芯片巨头率先抢占市场

包括英伟达、英特尔、高通在内的芯片巨头成为此轮AI PC浪潮中布局最为积极的先行者。

与传统PC一样,AI PC的核心部件为芯片。但由于AI所需的巨量算力需求,AI芯片成为一条全新赛道,为市场提供了无尽想象的空间。因此,包括英伟达、英特尔、高通在内的芯片巨头成为本轮AI PC浪潮中布局最为积极的先行者。

作为目前AI算力芯片界的王者,英伟达联合PC厂商在日前举行的Computex展会上推出了四款全新的AI笔记本。英伟达创始人黄仁勋指出,未来的笔记本电脑和PC将成为AI的载体。人们的PC将能够托管带有AI的数字人类应用程序,让AI以更多样化的方式呈现并在PC上得到应用。他指出,PC将成为至关重要的人工智能平台。

黄仁勋透露,目前全球已有1亿台搭载英伟达GeForce RTX的AI PC投入使用,且这个数字还在不断增长,预计将到达2亿台。

PC芯片的老牌巨头英特尔则更为稳健。针对AI PC,英特尔于2023年末推出了内部视为“基石”的酷睿Ultra系列,代号Meteor Lake,该系列芯片基于4纳米制程打造,集成了NPU在内的新型AI处理单元。后者可为低强度的AI任务,如照片、音乐和影片处理等,提供更佳的效能表现,并缩短回馈时间、延长续



今年5月,微软发布了新款Surface系列电脑,遵循其Copilot+标准,以运行人工智能模型。

视觉中国/图

航,从而CPU和GPU则用于更复杂的AI任务,协同NPU发挥强大的算力。

高宇向记者表示,目前已经拥有800万片酷睿Ultra处理器交付市场,预计在今年将交付超过4000万片英特尔酷睿Ultra处理器。到2027年,市场近60%的新PC将会是AI PC。

据高宇介绍,代号Lunar Lake的下一代酷睿Ultra处理器即将问

世,该系列的AI性能将提升3倍,并带来120 TOPS的平台AI算力,为来自20家OEM的80多款AI PC提供动力。

而另一大有志于竞逐AI PC的巨头,则属于在智能手机领域领风骚的高通。2023年10月,高通宣布推出骁龙X Elite,随后又于今年4月推出骁龙X Plus平台。截至目前,宏碁、华硕、戴尔、惠普、联想、微软和三星等全球OEM厂

商推出了超过20款由骁龙X系列独家支持的Windows 11 AI PC,正在陆续上市。

高通中国区相关负责人向记者表示,对于AI PC产业前景,高通不做过预测,但公司对PC OEM厂商的说法持乐观态度,据PC OEM厂商们预计,在未来3年内,Windows 11 AI PC将有望达到其市场销售额的60%左右。

软硬革新与丰富场景

随着软硬层面的发展,应用场景也将成为AI PC的另一大卖点。

除了给芯片和设备在内硬件产业链带来市场机遇,AI PC给产业及生态即将带来的改变也备受关注。王清霖认为,在带动硬件的主机、芯片市场起量后,AI PC将逐步带动电池、输出设备、输入设备、系统操作软件以及应用软件的适配性发展。

软件及应用层面的革新无疑是行业最关心的议题。随着ChatGPT及一众大模型的出现,PC终端与云端大模型的协同所带来的巨大想象空间,大幅拉高了AI PC的市场期待值。而囿于法规,目前中国完整使用Copilot的全部功能,这也让中国的AI PC市场在软件层面的竞争更趋激烈。

在此背景下,陈舒歆认为,中

国厂商的个人智能体就变得更加重要,每个厂商的端侧和云侧的大模型会产生较为重要的影响。“我们认为,未来中国市场是以端云结合为主要发展方向,每个厂商的AI端侧和云侧大模型配合其他相关软件为主要的形式,在交互模式方面也会有进一步的变化,从现在的按键、文字、语音,到后期可能包括裸眼3D、生物识别等方面。”陈舒歆表示。

具体而言,陈舒歆指出,对于中国的产业链来讲,首先在硬件方面,算力、内存、电池、散热等方面的需求都会有提升,同时,软件端也会在大模型的完善上不断推进,到最终用户端,对于用户的理解、如何吸引用户、

能否满足核心需求、定价、都会成为影响AI PC最终体量的重要因素。

随着软硬层面的发展,应用场景也将成为AI PC的另一大卖点。王清霖认为,结合当前的技术发展情况和需求情况看,AI PC会在商业应用方面率先发力,比如办公、AI创作、视频剪辑等。结合用户需求来看,个人娱乐需求也会是AI PC的长期发力赛道,但在这些领域中,对画面呈现、交互体验以及较高的逻辑判断等方面的要求会比较高。

陈舒歆则表示,AI PC的到来使PC未来的应用场景更加丰富,包括to C端的一些垂直场景,以及to B端的一些行业场景。IDC认为,有六大场景均在等待场景

定义的一些杀手级应用,包括未来工作、教育学习、娱乐生活、智慧出行、运动健康和智能家居、AI PC会成为工作和生活的重要辅助工具。

不过,陈舒歆指出,AI PC还在发展的初期,不论从厂商的大模型落地,还是从软件端的协同,不论是端侧还是云侧,AI PC目前都还没有进入成熟阶段。

“而对于消费市场,AI PC能做的其实也非常多,比如在厂商AI PC发布会上展示的帮助孩子完成作业,以及在AI PC概念刚兴起时引起很大关注的AI绘图功能等,其实在消费端都有一定的吸引力。”陈舒歆指出,这些都是AI PC在后续层面值得关注的应用趋势。

云手机加速落地 商业化前景几何

本报记者 秦枭 北京报道

5G商用5年多以来,取得了前所未有的成果。但随着新的业务需求更加多样化、复杂化,行业对5G网络能力提出了更高要求。

5G-A(5G-Advanced)成为5G网络下一步升级演进的必由之路,

并且已在产业内形成共识,是确定性产业发展趋势。5G-A的第一个标准版本3GPP Rel-18已于今年6月18日正式在上海冻结,这是5G产业发展的里程碑事件,标志着2024年成为5G-A商用元年。

今年以来,各地5G-A应用也

的网络保障云手机正在加速落地,只需要一块屏幕,就能够突破手机配置束缚,带来各种新的功能和玩法。

多位业内人士对《中国经营报》记者表示,云手机的商业化前景是广阔的。随着云计算技术的发展和网络基础设施的完善,云

陆续落地。基于大带宽、低时延

的学习工具,云手机都能轻松下

载并运行。而且,云手机还支持多平台、多设备之间的无缝切换,可以在任何时间、任何地点,通过任何设备接入云手机,继续未完成的工作或娱乐。

值得注意的是,对设备要求极高的3D游戏,云手机都能流畅运行。

中国移动的一位工作人员向

记者表示,游戏画面渲染等工作都是云端完成,本地手机只需接收渲染后的视频流,这大大降低了本地手机玩高端游戏的门槛。

上述工作人员表示,将手机本地存储、计算、渲染全部迁移到云上,操作系统以及各种应用均运行在云端,由此带来算力增强、手机瘦身、多号多身份、安全办公等优势功能,用户体验更流畅、安全、便捷。

手机的应用场景不断扩大,例如远程办公、在线教育、游戏娱乐等。但同时,云手机的技术和稳定性需要进一步的完善和优化,尤其是安全隐私问题,当用户将所有数据存储到云端之后,如何确保用户数据的安全是一项重大的挑战。

在一些业内人士看来,云手机的应用场景远不止于此。华为运营商销售部总裁陈浩表示,新通话和云手机作为个人数字业务入口,车联网和视联网作为行业联接新机遇,已经探索出“5G+云+AI”融合创新的发展之路。在体验方面,云手机已达到“类真机”体验。接下来,通过将画面分辨率升级到2K,时延逐步降低到100ms,云手机会更高清,更跟手,基本实现“真机”体验。

萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊表示,云手机的商业化前景是广阔的。随着云计算技术的发展和网络基础设施的完善,云手机的应用场景不断扩大,例如远程办公、在线教育、游戏娱乐等。此外,云手机还可以为企业提供更高效、灵活的IT解决方案,因此市场潜力巨大。

伪需求or真风口

中移互联网有限公司副总经理李斌日前透露:“经过一年的打磨,云手机取得了一些突破,用户发展迅速,市场潜力巨大。其用户规模已经破千万,累计月活用户超200万,流量拉动效果明显,核心用户的日均使用时长达到了43分钟。”

分析机构贝哲斯咨询报告显示,安卓云手机市场目前处于起步阶段,但随着云计算技术的不断的发展和普及,安卓云手机市场前景广阔。全球安卓云手机市场规模预计将在未来几年内保持高速增长,预计到2025年市场规模将达到数十亿美元。

事实上,云手机并不是近几年才出现的,早在2011年,华为便推出了Vision(远见)和Spark(火花)两款云手机,用户可以分享云内容,也可以将本地数据云储存在云端。在此之后,包括中国电信、百度、腾讯、中国移动、阿里等公司也曾宣布研发云手机相关产品,但那时,云手机仍只是一个概念产品。

盖宏表示,当时的云手机在功能上并没有体现出比智能手机更多的优越性,而且当时的3G网络无法支持“云手机”流畅的运行,再者就是,使用“云手机”将耗费太多宝贵的流量,而3G流量费用一直

居高不下。

虽然,如今随着5G和云计算的快速发展,云手机已经从一个概念产品走向商业化落地,但在手机市场依然缺乏用户规模。

盖宏表示,价格和必要性是评价一个应用的重要指标,“云手机”价格看似便宜,但想要获得好的体验,每年的资费仍处于一个较高的水准,而且对于普通用户来说,仍是“可有可无”的。其认为,“云手机”重点面向的仍是企业级别的用户群体。

对此,郑磊表示,云手机大范围商用还面临一些问题:首先,需要解决数据安全和隐私保护的问题,确保用户数据的安全性和稳定性;其次,需要提高云手机的性能和稳定性,以满足用户对于高性能和稳定性的需求;此外,还需要进一步降低云手机的成本,以吸引更多的用户。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛也认为,首先,云手机的普及需要高速且稳定的网络环境,而目前全球还有很多地区的网络条件并不理想;其次,云手机的隐私保护问题也需要解决,确保用户数据的安全是一个重大的挑战;最后,云手机的商业模式还在探索阶段,如何制定合理的收费标准和服务模式也是一个问题。

数字人直播带货行至十字路口 巨头态度两极分化

本报记者 李静 北京报道

人工智能的发展,让数字人的成本大幅降低,在电商平台利用数字人进行直播带货,逐渐成为商家更经济的选择。

但在今年上半年,不同的电商平台面对数字人直播带货却走上不同的路径。一边是快手、视频号先后表示,将限制对数字人直播的流量;另一边则是京东、百度电

商表示支持数字人直播带货。其中,京东创始人、董事局主席刘强东和京东集团CEO许冉均亲自下场,为数字人直播带货摇旗呐喊。当然,还有一些电商平台例如

拼多多,尚未对数字人直播带货进行明确表态。

为什么不同的电商平台,面对相同的数字人技术,却有着不一样的选择?

“不同电商平台在数字人

直播带货上呈现出不同的态度,其实反映了它们在生态建设上不同的战略和发展方向。”电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营在接受《中国经营报》记者采访

时说道,这些战略和方向既包括了对内容生态、技术创新、用户体验和商业利益的权衡,也需要考虑合规性和监管的要求以及市场竞争和用户需求的变化。

快手、视频号向“左”

进入今年6月,另外两大短视频平台视频号和快手先后对数字人直播带货亮出了“黄牌”。



不同电商平台在数字人直播带货上呈现出不同的态度,反映了它们在生态建设上不同的战略和发展方向。
视觉中国/图

进入今年6月,另外两大短视频平台,视频号和快手先后对数字人直播带货亮出了“黄牌”。6月7日,视频号修订了《视频号橱窗达人发布低质量内容实施细则》,将“非真实直播”内容纳入管理范畴,其中就包括使用AI工具生成的虚拟形象进行直播的行为。对违反规定的达人可能采取包括但不限于减少直播推荐、账号推荐限制以及直播带货能力限制等处罚措施。

6月19日,快手电商发布公告,对于那些利用AIGC辅助创作的直播内容,快手不会给予特殊的流量扶持,尤其是那些利用低成本AIGC生产低质量内容的行为,平台更是坚决抑制。针对使用快手官方数字人产品女娲的电商直播间,快手不会再给予额外的电商流量。而对于使用非官方AIGC技术生成的直播内容,快手电商将严格执行“播放录制内容”的相关规则,具体依据《发布低质量内容实施细则(达人)》。

接近腾讯的人士对记者表示,视频号对数字人直播带货进行限制,主要是视频号希望并鼓励真人主播能跟观众进行实时的互动,为用户提供更好的直播观

看体验。“目前该规则修订还在汇总整理意见阶段,根据拟修订的内容,平台的限制举措主要包括减少直播推荐、减少账号推荐、限制直播带货能力等。”

可以看到,快手在公告中也有类似的表达——“我们非常高兴并愿意接受和拥抱科技所带来的一切创新,同时更希望看到真实的直播内容,鼓励商家/达人和老铁们进行实时良好的互动,建立更加深厚的情感、提供更好的购物体验”。

赵振营对记者指出,在视频号和快手的公告中都强调了内容的“真实性”,平台希望通过限制数字人直播,鼓励更多真实、实时的直播内容,以保持其平台内容的真实性和可靠性。进一步来说,快手和视频号都认为,过度依赖数字人直播可能在互动性、真实性和情感连接等方面存在不足,从而影响用户的观看体验和购买决策。

深度科技研究院院长张孝荣还对记者指出,快手和视频号等平台可能还在考虑如何制定合理的规范来管理这一新兴领域,确保用户体验和平台生态的健康发展。

京东、百度向“右”

目前,公模数字人的价格已经降到1万元以下,定制数字人的价格,根据需求不同价格在2万—8万元不等。

与视频号、快手不同的是,京东和百度电商在今年都把数字人直播作为重点发展项目。

在大模型技术快速发展的当下,百度电商也在利用AI技术向“智能电商”进军,其中数字人直播带货是重要战略方向之一。在今年年初的百度电商生态大会上,百度副总裁、百度电商总经理平晓黎表示,2023年百度电商GMV同比增长594%。在平台交易额中,由AI大模型参与促成的交易占比达到20%。

据此前的公开信息,百度电商希望让每一个商家都能拥有一个智能数字人直播间,并计划在2024年,向百度电商商家开放10万个数字人的免费名额,同时向用户发放1亿元的数字人直播间消费券。

百度电商大力推动数字人直播,背后寄托了业务增长的期望。“可能不止10万个(免费数字人名额),我们希望在2024年通过AI对商家、用户进行规模化的覆盖,能够给百度电商带来跨越式的增长。”平晓黎当时在接受记者采访时说道。

京东也是数字人直播带货的拥趸。今年4月京东创始人、董事局主席刘强东就以数字人的形式开启直播首秀,在“采销东哥AI数字人”40分钟的首场直播中,直播间整体订单量破10万,直播间观看人数超1300万,突破历史峰值。5月底,京东集团CEO许冉的AI数字人也正式亮相。今年京东“6·18”,总裁数字人直播也成为一个重要宣传点,依托京东云言犀自研技术,京东为18位品牌总裁制作了AI数字人。

京东消费与产业发展研究院数据显示,在今年的京东“6·18”期间,京东的数字人主播直

播时长超过了38万个小时,用户互动次数超过400万次。京东也表示,数字人主播和真人主播接力,可以为消费者提供24小时不间断的直播服务,这种方式和解决方案也为品牌和商家带来了更加低成本、高转化的新增长。

“京东和百度是看到了数字人技术在直播带货领域的潜力和优势,加上自身在这一领域具备一定的技术优势,因此选择支持数字人直播带货,以促进该技术的进一步发展和应用。”赵振营对记者说道。

百度电商商业业务部负责人、慧播星平台负责人吴晨霞对记者表示,目前来看,数字人直播和真人还有些差距,但是从数据上来看,互动以及下单转化率跟真人直播正在逐步接近。“尤其是下单转化率,在偏标品商家的数字人直播间已经超过了真人直播间的转化率。随着数字人直播间的体验逐渐提高,我觉得用户、消费者的接受度会越来越高。”

“在直播间场景中,影响消费者下单的因素包括产品质量、价格、直播内容的吸引力、互动性以及对主播(无论是真人还是数字人)的信任感。”张孝荣说道,普通消费者对数字人直播的接受度因人而异,部分消费者对新鲜事物保持好奇和开放的态度,愿意在数字人直播间下单;而另一些消费者则可能更偏爱与真人主播的即时互动和真实感。

赵振营对记者表示:“如果数字人直播能够提供真实、有价值的产品信息,并且其推荐的产品符合我的需求和预算,我可能会考虑下单。但也会比较关注直播间的可信度、产品质量和售后服务等方面。”

目前来看,商家对于数字人

的接受度还是比较高的。目前,公模数字人的价格已经降到1万元以下,定制数字人的价格,根据需求不同价格在2万—8万元不等。

吴晨霞透露:“在百度电商平台,一半左右的商家都在尝试数字人,占比还在持续上升,并且新增商家的接受度更高。”京东方面表示,截至“6·18”大促结束,京东言犀数字人已累计服务品牌超5000家,带动GMV超百亿元。

平晓黎认为,现在的AI电商时代,事实上没有再诞生出一个新的流量载体,在人货匹配效率的本质链条上还是一模一样的。智能电商如果通过数字人直播带货,能够帮助商家把成本降低,提高人货匹配效率,就能给商家带来更高的利润率。

百度称,实测数据显示,目前百度数字人能为商家降低近80%的直播运营成本。珠宝品牌潮宏基2024年2月在京东启用数字人直播,按照平均日播10小时的标准,结合人工、设备、场地等成本,每月可节省2万—3万元的费用。

对于一些电商平台限制数字人直播的做法,京东方面表示:“数字人直播间和真人直播间的本质都是直播,以直播运营为王。在数字人领域,目前更多地表现出人机协作共生的价值,首先是数字人直播可以作为补充;其次,在人机接档的直播间,数据表现优于纯人直播间或纯数字人直播间;另外,在货架电商中,可以把商品详情转化为视频化内容,发挥数字人直播的价值。”

京东方面还透露:“将进一步提升数字人直播的体验,以及探索千人千面的数字人,还会针对行业,如美妆、鞋服、百货会推出专有的数字人形象和音色。”

纪录片也能“生财有道”

本报记者 倪兆中 上海报道

纪录片是记录时代变迁、传承文化、促进交流的重要艺术形式,在全球化的今天,正以其独特的艺术魅力和深刻的文化内涵,成为推动文明交流互鉴的重要力量。

据中国视听大数据统计,在2023年全年上星频道播出的电视节目中,纪录片是继电视剧和新闻节目之后,播出时长排名第一的内容。同时,在各种互联网平台上,越来越多的短纪录片也不断走红。

虽然纪录片的受欢迎程度在提高,但其商业价值一直受到人们质疑。纪录片到底能不能盈利、如何实现盈利,也是困扰行业已久的问题。《中国经营报》记者注意到,在日前召开的上海电视节上,多位优秀的纪录片制作人给出了让人欣喜的答案,纪录片同样具备商业价值,同样能够实现盈利。

国产纪录片方兴未艾

纪录片同故事片一样,也是由国外传入。中国纪录片学会副会长、纪录片导演夏蒙说,纪录片一进入中国就带着“中国特色”,早期的纪录片主要拍摄一些时事、地理影像,近些年也发展出一些自己的特点,比如美食类纪录片的成功,“可能在美国无法理解,但这就构建起了一种中国审美”。

随着时代的变化,纪录片更加全面、深入地领略到这个时代的风采,同时其本身也在发生变化。

商业价值不可小视

相对于其他视听节目,纪录片要想实现盈利更为困难。尤其是作为产业,既要考虑其艺术元素,又要实现其商业价值,一直是行业难题。不过随着行业的发展,如今的国产纪录片也找到了其“挣钱”的模式。

阿里大文娱优酷纪录片频道总监韩芸提到,优酷的纪录片在两年前就实现了盈利,主要是依靠互联网的平台功能。他们在经营上把纪录片分成三端——G端、B端和C端。G端为政府,B端为商业客户,C端则是用户。

“我们把纪录片作为一个国家相册,作为一个体现社会责任

的工具,产出的内容是长期的,对社会的影响也是久远的,这是G端的内容。”韩芸说,G端主要靠财政、文旅等面向的资金支持,并不建议社会企业进入,因为里面竞争太激烈。

在商业客户方面,优酷上线的所有自制纪录片全部实现招商。韩芸说,对商业客户而言,最重要的是传播和触达率。“在B端片子经营中,我们会把至少一半的精力放到市场宣发上,让我们的纪录片能够承载客户的需求,真正地触达他想触达的用户。”

C端的用户收入,则主要是靠用户充值。韩芸介绍,观众是否愿

意对内容付费,取决于内容是否真正所需。他们在后台看到用户画像,比如其性别、年龄、地域等,再进行精准推送。

与此同时,为了吸引用户,韩芸也提到了在创作方面的变化,比如会借鉴爆款剧集、爆款综艺的制作方式。“以前用户的集中力是15秒,现在年轻用户的集中力只有8秒,如果一开始没有非常吸引人的内容,那可能也就没有后续的内容。”

在韩芸看来,让纪录片盈利并不是一个伪命题,关键是要想明白为什么而做,最理想的状态是G端、B端、C端三端都占,但现实中

该网站的总编辑张延利也认为,国产纪录片这几年的发展势头很不错,受众群体越来越广。他表示,根据他们的梳理,现在纪录片受众的年龄层次在逐渐下沉,在诸如B站之类的视频网站上,很多年轻人在看纪录片。

除了打造纪录片库,张延利也致力于纪录片IP的打造。他说,要形成一个IP,首先要有优质的内容,有深刻的主题,具备这样的因素才会产生影响力。同时还要考

虑其传播力度。“我们为电视台生产一部每集50分钟的纪录片,还要为互联网平台细分,多元化的作品适应多元化的平台,才能打造优秀纪录片的IP。”

张延利特别提到,在目前的传播环境下,一定要考虑作品的长尾效应,比如在很多互联网平台上,点击量靠前的都是一些非常经典的纪录片,即便制作时间已过去很久,但是对观众仍然具有吸引力。

该台的纪录片中心主任王立俊说,他们中心有接近200人,而一般一个省级卫视的纪录片团队只有二三十人,甚至可能更少,所以他们面临的第一件事情就是如何让团队活下去。

“广告收入很少,我们不能完全靠广告,还要靠其他融资手

段。”王立俊说,上海广播电视台纪录片中心有16个工作室,最初王立俊给每个人都发了一本书,要求学习其中的经营之道,经过长期磨炼,打造出了一支具有战斗力的团队。“他们不但有内容创制能力,同时还有市场判断力。”

王立俊说,由于历史原因,上海广播电视台纪录片中心暂时没能实现盈利,但商业价值也不可小视。因为纪录片中心成立之前,原来的亏损数额巨大,但经过这些年的努力,现在已经减亏75%左右,未来亏损会进一步缩小。

全球大模型版图初现：中国占比36% 落地应用成关键

本报记者 曲忠芳 北京报道

“元宇宙”展区里各种各样的数字人“争奇斗艳”，大模型专区里众多品牌厂商同场PK，数字技术“让天下没有假章”，虹膜识别技术从高保密场景向企业级场景拓展，机械臂熟练地制作各种口味的咖啡饮料……7月2日至5日，2024年全球数字经济大会(GDEC)在北京召开，让观众真切感受到数字技术在日常生活、办公场景中的广泛渗透和深入应用。

《中国经营报》记者从大会现场了解到，中国信息通信研究院院长余晓晖发布了《全球数字经济白皮书(2024年)》(以下简称《白皮书》)。《白皮书》显示，全球主要国家数字经济持续快速发展。2023年全年，美国、中国、德国、日本、韩国5个国家数字经济总量超过33万亿美元，同比增长超8%；数字经济占GDP(国内生产总值)的比重达到60%，相比2019年提升了8个百分点。

发展数字经济，要协同推进数字产业化和产业数字化。关于数字产业化，余晓晖表示，人工智能是近两年来最火热的领域。据《白皮书》统计，全球人工智能核心企业约有3万家，美国、中国分别占34%、15%，除此之外，英国、印度、加拿大、德国等国家人工智能企业发展也较快。

AI火热：中国已有71家“独角兽”

“随着人工智能大模型应用爆发式发展，智能算力需求激增，算力成为战略资源和科技竞争焦点。”

《白皮书》显示，截至目前，全球人工智能大模型数量为1328个(包含同一企业、同一模型的不同参数版本)，美国的AI大模型数量位居第一位，占比44%，位居第二位的中国大模型数量占比为36%。

从AI企业来看，余晓晖介绍，截至今年一季度，全球AI企业接近3万家，美国、中国占比分别为34%、15%。从2023年至2024年第一季度，全球AI独角兽已有234家，新增数量为37家，占新增独角兽企业总量的40%。其中，美国的AI独角兽企业有120家，中国AI独角兽企业则有71家。这里需要

说明的是，行业内所称的“独角兽企业”通常是指成立不超过10年、估值超过10亿美元、少部分超过100亿美元的未上市企业。

“要真正把人工智能的潜力释放出来，不仅仅是模型的问题，还涉及技术、算法能力的提升、工程化的部署，以及训练数据、开源系统、硬件协同、模型框架芯片等的协同问题，还有模型服务的商业模式问题。随着人工智能大模型应用爆发式发展，智能算力需求激增，算力成为战略资源和科技竞争焦点，主要国家高度关注算力互联，并开展多方探索。”余晓晖如是说。

大模型落地：如何成为新质生产力

大模型正向专业化、场景化、行业化发展，坚持“小切口、大纵深”的原则，走“专小高效”之路，找到“明星场景”是传统产业数字化转型、智能化改造的必由之路。

AI大模型作为数字技术中最前沿的热点，未来如何发展与推广？如何将AI技术转化为真正的新质生产力，赋能千行百业创新升级？这些问题成为全球数字经济大会期间与会者的热议话题。

“大模型如何才能引发工业革命？必须得把大模型拉下神坛。”360集团创始人周鸿祎强调，“不能被OpenAI牵着鼻子走”，通用大模型“说话头头是道”，但企业、政府真正应用后会发现它缺乏行业深度。大模型正向专业化、场景化、行业化发展，坚持“小切口、大纵深”的原则，走“专小高效”之路，找到“明星场景”是传统产业数字化转型、智能化改造的必由之路。

在大会现场“大模型”专区，本报记者注意到，百度智能云、阿里云、智谱AI、百川智能、面壁智能等多家大模型企业同场“争锋”，在展示自家大模型性能的同时，也介绍了在重点行业、主要场景中的落地探索及增长空间。百川智能创始人、CEO王小川提出，大模型是智能时代的基础设施，创造新的价值和伙伴关系。医疗是大模型“皇冠上的明珠”，大模型有望实现院

内、院外的全病程管理和预防、诊断、干预三个环节的精准医疗。

智谱AI公司CEO张鹏表示，预训练大模型具有强大的多场景任务通用和泛化能力。GLM-4模型适配多种芯片的高效训练和推理框架，在多模态和智能体能力上显著提升，赋能千行百业数智化转型。在面壁智能联合创始人、CEO李大海看来，大模型训练成本、耗电量、碳排放急剧攀升，打造全球领先的轻量高性能大模型，成为大模型未来发展新的重要方向。

值得注意的是，知乎最新推出



图为2024年全球数字经济大会现场。

曲忠芳/摄影

四个层面持续推动大模型加速迭代演进，为千行百业数智化转型提供有力支撑。一是提升算力基础设施建设，优先在海淀、朝阳、亦庄、京西建立4个E级智算中心，扩

大京津冀蒙算力合作规模，规划建设支撑万亿参数大模型训练要求的超大规模智算集群；二是高水平建设数据基础制度先行区；三是加速实现大模型应用落地及见效。

的产品“知乎直答”也出现在“大模型”展示专区中。知乎创始人、董事长兼CEO周源表示，知乎是国内首批中文大模型研发企业，继“知海图AI”大模型、社区原生AI功能“发现·AI搜索”后，知乎上线“知乎直答”，它是一个全新的生产力工具，是AI搜索功能的正式产品化。

百度智能云副总裁喻友平指出，大模型技术在企业知识管理、客服和营销等多个应用场景中发挥出重要作用，有效推动企业快速实现业务增长与效率提升。阿里云副总裁、中国信息化百人会执委安筱鹏则从

算力层面发出提醒，他提出了智算集群的“三个不等式”，即芯片性能不等于智算集群性能、自主可控不等于技术封闭、技术可用不等于商业可行，大规模智算需要具备技术先进、生态开放、商业可行三大特点。

华泰证券研究报告分析，国产基础大模型是一条充满挑战和前景光明的道路。中国企业在基础大模型的研发实力虽然和美国科技巨头企业存在一定的差距，但中国也是美国以外、少数具备足够的人才、数据、应用场景和资金准备，能够对基础大模型进行持续研发投入的国家。

摩尔线程张建中：万卡集群已成大模型预训练的最低标配

本报记者 李玉洋 上海报道

众所周知，由OpenAI提出的Scaling Law(尺度定律、缩放定律)

已是大模型行业的“金科玉律”。

同摩尔定律相比，Scaling Law对于芯片公司具备怎样的意义？对此，国内GPU初创公司摩尔线程

创始人兼首席执行官(CEO)张建中表示：“Scaling Law是大模型时代的牛顿定律。”他还指出，Scaling Law的持续奏效，是引领大模型之

争的暴力美学，而万卡集群已成为大模型预训练的最低标配。

摩尔线程在7月3日重磅宣旗下AI旗舰产品夸娥(KUAE)智算集群解决方案实现升级，从当前的千卡级别大幅扩展至万卡规模。不过，张建中认为，即使加速卡的规模够大，也不等于好用。对用户来说，什么样的单点超大规模

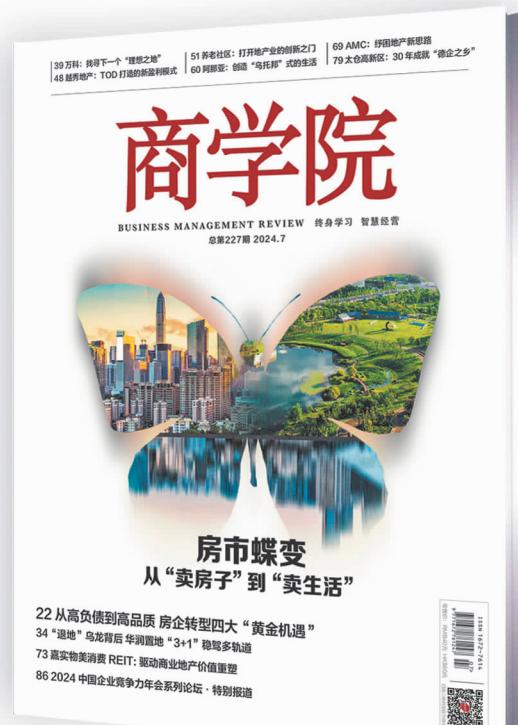
算力集群是好用的？“规模够大+计算通用+生态兼容”是摩尔线程的版本答案。

《中国经营报》记者了解到，摩尔线程今年至少上线一个万卡智算集群，且该万卡集群不是国产GPU和英伟达GPU的异构混训系统。据悉，摩尔线程联合中国移动、中国联通、桂林华崛大数据科

技有限公司等进行了战略签约，将在青海和广西落地三个万卡集群项目。

“我们希望做纯摩尔线程的算力，即用自己的算力建设一个万卡集群，这样用户更好用，效率也更高；同时也便于我们运营、升级、服务和软件调试等，让国内更多用户尝试。”张建中说。

2024年7月新刊抢先读



广告

保交房、消化存量商品房，这些关键词成为当下房地产市场最热门的议题。与此同时，中国人民银行连续发布了多条购房新政，这些政策的亮点在于其全面性和创新性，不仅覆盖了购房首付比例、房贷利率等多个方面，更在保障购房者权益、促进市场健康发展上迈出了坚实的一步。

与以往的政策相比，此次政策“组合拳”更加注重市场的实际需求和购房者的切身利益。通过降低首付比例、取消房贷利率下限等措施，旨在降低购房门槛，激发市场活力；而通过保障交房、消化存量商品房等措施，则旨在维护市场稳定，保障购房者权益。这些政策背后所承载的更深层次意义，是让房屋回归其本质属性——居住。如今我们正迎来一个从房屋到家园的变革时代。这不仅是房地产市场的转型，更是人们居住理念和生活方式的升级。

那么，在这场变革中，我们将面临哪些新的机遇与挑战？地产企业又是如何抓住这些机遇，应对这些挑战的？本期《商学院》杂志将深入解读新政下的房地产市场变化，带您领略从房屋到家园的蝶变之旅。

• 热点 HOT NEWS •

34 “退地”乌龙背后

华润置地“3+1”稳驾多轨道

39 万科：找寻下一个“理想之地”

48 越秀地产：TOD打造的新盈利模式

51 养老社区：打开地产业的创新之门

60 阿那亚：创造“乌托邦”式的生活

69 AMC：纾困地产新思路

73 嘉实物业消费REIT：驱动商业地产价值重塑

86 2024 中国企业竞争力年会系列论坛·特别报道

订阅

《商学院》杂志全年订价480元

本期零售价40元

邮发代号：2-520

订阅咨询电话：010-88890090

在线零售

淘宝：<https://zjyd.taobao.com/>

拼多多：https://mobile.yangkeduo.com/mall_page.html?mall_id=543690507



纸质刊订阅

商学院APP

千卡到万卡不是简单“堆卡”

据了解，Scaling Law认为模型的性能与模型的规模、数据集大小和训练用的计算量之间存在幂律关系，即模型的性能会随着这三个因素的指数增加而线性提高。传统AI模型参数量通常在数万至数亿之间，而大模型的参数量则至少是亿级，并已发展到万亿级的规模。

那么，Scaling Law带来什么样的结果？根据张建中的发现，这个结果是大语言模型市场中涌现出很多人工智能创新公司，“这么多的企业，他们的方法都是一样的，就是参数量不断增加，数据量不断增加，当然他们对于算力的需求也在不断增加”。

而训练时间变得非常重要，不

管多大的模型，大模型公司希望在两周之内、最迟在一个月内把大模型训练出来。张建中举例称，假设要训练一个5000亿参数的模型，它有15TB的数据，如果只有1000P的算力，那3年都训练不完，结果就是退出大模型竞赛。如果把训练时间压缩到一两周或最迟一个月，那么10000P是最低保障。“所以，万卡集群是最低配置，万卡以上的智算中心才有价值。”张建中表示。

有关数据显示，OpenAI的单点集群在5万张卡左右，谷歌的是2.6万张卡，Meta则是2.45万张卡。而国内情况相对较差，仅字节跳动一家单点集群过万。根据《界面新闻》报道，一家头部国产服务器厂商提到，去年国内建智算中心都以万卡

为目标，今年整体需求水涨船高，开始以5万卡作为新的目标。

可见，“万卡集群是大模型训练的最低标配”这个说法有据可循。在张建中看来，万卡集群和千卡集群，虽然卡的数量增加10倍，但背后的复杂度是指数级增加的。“有两个非常重要的问题，一是通讯，二是稳定性。”张建中表示，前者在于要做到计算、存储和通信之间的平衡，千卡与万卡很不一样；后者则在于集群规模越大越不稳定，而提高稳定性，有很多方面需要改进。

目前，摩尔线程的千卡智算中心的算力利用率(MFU)已达到50%，而万卡的目标是达到60%，同时保证99%以上的稳定性。

国产AI芯片百花齐放

在AI大模型浪潮下，AI芯片执牛耳者英伟达赚得盆满钵满，市值也不断飙升，今年一度超越微软、苹果，成为全球市值最高的公司。

然而，放眼当下全球市场，英伟达的GPU十分紧俏，即使有钱也未必能买到，尤其是高端GPU，加上一些其他原因，国内大模型公司更是很难获得英伟达高算力的GPU。

需要指出的是，国内早就有对标英伟达的公司，比如壁仞科技、天数智芯、瀚博、摩尔线程等。“(AI芯片)百花齐放是国家鼓励的，所以我相信会有很多企业在不同领域发挥他们的作用。”张建中指出，这些企业当中有的提供专用芯片，有的在某一些领域里提供专门的行业解决方案，有的做训练，有的做推理，而摩尔线程期望在通用计算方面能做得更好。

那么，和国内同类型公司相比，摩尔线程如何做到差异化？张建中表示，从技术路线的选择上看，摩尔线程是国内唯一一家用全功能GPU去实现各方面通用加速计算能力的公司。

“我们的产品可以为客户提供一个更好的、可选择的国产化工具，在国外产品无法使用时，可以很容易在国产平台上快速使用起来。所以，我们会在各种不同的能力上进行储备。”他表示，摩尔线程过去花了4年时间，把GPU的图形能力、编解码能力、科学计算能力以及人工智能训练推理能力都做了提升，“确保我们的产品可以给客户真正使用，我相信这个差异化还是很明显的”。

根据无问芯穹产品副总裁李玉晨的分享，在“4+2”(4指的是4种国产GPU，2指的是英伟达、AMD的GPU)6种芯片异构混合训练中，相比同构训练性能损失小于10%的情况下，摩尔线程的产品分别支持英伟达的百卡混训和AMD的千卡混训。

此外，张建中还提到，摩尔线程的GPU目前几乎和国内所有的CPU企业完成了适配，并且还携手国内所有的CPU、操作系统共同打造了一个叫PES联盟的生态系统，由此可在国内形成一个真正的本土化完整生态。

与此同时，摩尔线程还在加筑护城河。比如对标英伟达的NV-Link，摩尔线程推出了卡间互联技术MTLink。“MTLink现在已经到了2.0版本。在交换机方面，我们还没有交换机芯片，是用行业里的交换机芯片去搭建我们的集群。”张建中指出，未来摩尔线程会自研或者和行业合作伙伴一起研发下一代大规模交换机。

欧盟电动汽车临时关税生效 车企借道新合资模式出海

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在欧盟对中国电动车加征关税“阴霾”下，中国车企正借道新合资模式加速出海。

6月19日，奇瑞与捷豹路虎对外发布信息，双方近日签署战略合作意向书。据悉，基于该合作意向，奇瑞与捷豹路虎的合资公司——奇瑞捷豹路虎将推出并制造一系列电动产品，搭载奇瑞电动化平台，使用捷豹路虎授权的“Freelander神行者”品牌。

“捷豹路虎和奇瑞的全新合作模式放弃从国外引进车型的传统思路，转而扶植合资企业自主研发新的电动化产品线，这代表合资企业转型突围的全新思维。”捷豹路虎中国方面表示。不过其相关工作人员对《中国经营报》记者表示，捷豹路虎与奇瑞的合作，不属于“反向合资”。

“一石激起千层浪”，在新合资模式渐成趋势的大背景下，奇瑞与捷豹路虎的合作讯息，迅速引发市场广泛关注。对于双方合作的具体产品、未来出口规模等问题，奇瑞汽车相关工作人员回复记者表示，关于上述具体内容“暂时还没有对外发布”。

捷豹路虎与奇瑞的合作，无疑是中国汽车技术赢得海外车企认可的一个缩影。大众入股小鹏、奥迪与上汽合资等颇受瞩目，而业内首个“反向合资”公司零跑国际，也在近日迎来新进展，据报道，零跑部分车型将在欧洲投产。

“中国车企正加速走向海外。”威尔森高级汽车行业分析师张一夫向记者表示，在当前中国电动车出口面临关税壁垒的情况下，“反向合资”模式对中国车企出海具有一定帮助作用。但其他提醒，从长远角度而言，中国车企仍需克服困难更深入地走向全球市场。

捷豹路虎再度“牵手”奇瑞

公开信息显示，奇瑞与捷豹路虎近日签署战略合作意向书，双方拟共同推进全新合作模式。双方在声明中同时表示：“旨在进一步强化其合资公司——奇瑞捷豹路虎的产品矩阵，迈向正在到来的电动化时代。”

“充分利用双方的优势资源，融合奇瑞汽车在中国汽车市场的领先地位，以及捷豹路虎在全球独树一帜的品牌渊源和设计实力，开创互利互惠、共赢共创的发展前景。”奇瑞与捷豹路虎在声明中表示。

记者获悉，在奇瑞与捷豹路虎的全新合作模式下，捷豹路虎旗下的“Freelander神行者”将实现“重生”，并独立于奇瑞现有产品线及捷豹路虎四大新现代豪华品牌家族。

零跑车型已在欧洲投产

今年5月14日，零跑汽车与Stellantis集团对外宣布，两家公司已通过关于成立零跑国际的所有必要性审批，由Stellantis集团主导的零跑国际正式组建完成，该合资公司由Stellantis集团和零跑汽车分别持股51%和49%，零跑国际总部位于荷兰阿姆斯特丹。

据了解，合资公司零跑国际独家拥有向大中华地区以外的全球其他所有市场开展零跑汽车的出口和销售业务，以及独家拥有在当地制

中国技术反向输出成趋势

奇瑞汽车相关工作人员提供给记者的信息显示，“Freelander神行者”将提供主流市场定位的电动汽车产品系列，通过特定网络先期在中国销售，未来将实现海外出口。

“Freelander神行者”一开始是为中国市场生产制造，如果这条路走得好，当然我们不排除出口。那谈到出口的时候，需要什么？那就是全球性的质量标准，这方面也是捷豹路虎的所长。”捷豹路虎中国方面如此认为。

记者注意到，作为“Freelander

合资生产汽车12年后，捷豹路虎再度“牵手”奇瑞发力新能源汽车市场。

据悉，归属于捷豹路虎的“Freelander神行者”曾是路虎品牌旗下车型，于1997—2015年在市场上大获成功，2016年由发现运动版替代。而市场对此好奇的是，在新能源汽车市场，捷豹路虎为何重启一个多年前的品牌呢？

“从全球角度来看，‘Freelander神行者’是一个好品牌。我们想做的是增量，而非取代任何奇瑞或捷豹路虎的一部分产品，所以经过认真讨论，大家共同的意见是‘Freelander神行者’是最合适不过的品牌。”捷豹路虎中国相关方面提供给记者的信息如此显示。

在外界看来，“Freelander神行者”或有助于奇瑞捷豹路虎提

欧盟关税“阴霾”下，零跑T03车型已在Stellantis的波兰工厂成功组装。

造零跑汽车产品的权利。

“我们在这个合作伙伴关系当中有多重好处，首先能够帮助我们进一步加速上市时间，能够提供更加具有成本优势的电动车，经济性是我们在电动车全球扩张过程中面临的首要问题。”5月14日，Stellantis集团全球CEO Carlos Tavares彼时对包括本报在内的媒体记者如此表示。

值得注意的是，在今年5月份成立零跑国际之时，欧盟对中国

凭借电动化与智能化优势，中国车企反向输出技术已成为行业趋势。

“Freelander神行者”电动化平台技术输出方的奇瑞汽车，早已对外释放出技术反向输出给海外车企的信息。

今年4月份的直播活动中，奇瑞汽车董事长尹同跃就透露，欧洲两家豪华品牌将采用奇瑞星途世纪元的技术平台打造高端车型，一家已接近落实签约，另一个海外品牌正在谈判中。此后市场传出捷豹路虎采用奇瑞平台的信息，但奇瑞汽车彼时予以否认。

进一步梳理可发现，在零跑、奇瑞之外，近年来，上汽、小鹏等也

升工厂产能利用率，助力捷豹路虎加速开拓中国新能源汽车市场，以及进一步推动奇瑞走向海外市场。

以提升产能利用率为例，公开信息显示，奇瑞捷豹路虎成立于2012年11月，奇瑞与捷豹路虎双方股比为50:50，是国内首家中英合资的高端汽车企业。奇瑞捷豹路虎常熟生产基地于2014年开业并正式投产，总年产能20万辆，但公开数据显示，今年1—5月，奇瑞捷豹路虎零售量约1.8万辆。

对“Freelander神行者”具体的产品线规划，捷豹路虎中国方面向记者提供的信息显示：“双方正在积极沟通并推进相关进展”“全新



近期，零跑T03首批试生产车辆已在Stellantis集团位于波兰的工厂成功组装。图为零跑汽车生产工厂。

本报资料室/图

开启这一全新的合作模式，并结合重生的‘Freelander神行者’品牌的独特魅力，将赋予奇瑞捷豹路虎更为广阔的发展前景。”捷豹路虎全球首席执行官Adrian Mardell在6月19日表示。

“在中国这一全球规模最大、增速最快的电动汽车市场，通过携手

产零跑汽车还尚待披露。”

“零跑国际运营模式相较当前其他中国车企产品出海，正常市场情况下，推进更高效、更快；极端情况下，零跑国际抗风险能力更强。”零跑汽车相关负责人向记者介绍，“在没有关税限制的市场，零跑汽车将直接出口；在有限制的市场，Stellantis集团将帮助零跑汽车实现本土化生产，即零跑汽车出口汽车零部件，Stellantis集团负责组装生产。”

5月5日生效，最长持续4个月。

记者注意到，在欧盟对中国电动车加征关税的“阴影”下，零跑国际此前已调整相关策略。

多家媒体近日报道，零跑T03车型首批试生产车辆已在Stellantis集团位于波兰Tychy的工厂成功组装。Stellantis中国回应称：“如果经济效益上可行，零跑汽车的产品可在Stellantis集团旗下的全球任何一家工厂进行生产，其部分车型将于欧洲生产，但具体是哪些工厂将生

其也表示，借助海外品牌在全球市场销售仅能作为过渡手段，从长远角度而言，中国车企需要做的是进一步走向海外，“扎根中国、放眼全球”。

“中国汽车产业链全球相对竞争力的快速增长，是中国汽车全球化的核心驱动力。出海将成为未来10年汽车产业的下一个爆发点。整车角度上，全球化市场和品牌运营能力、全球化的研发和生产体系，是决定主机厂出海成败的关键。”国金证券研报认为。

斥资25亿收购华为问界资产 赛力斯回应称将为出海做准备

本报记者 陈靖斌 广州报道

斥资25亿收购问界商标

7月2日晚，赛力斯集团股份有限公司(以下简称“赛力斯”，601127.SH)发布公告，称其控股子公司赛力斯汽车有限公司计划以25亿元的总价收购华为技术有限公司及其关联方持有的919项已注册或申请中的问界系列文字和图形商标，以及44项相关外观设计专利。

赛力斯相关负责人对此回应称，此次商标转让旨在强化产品与商标的市场认知一致性。AITO问界品牌将专用于双方联合业务合作的车型，赛力斯与华为将继续在AITO问界品牌车型上进行联合定义和联合设计，全心全意为用户服务，带来更多AITO问界新品。

与此同时，《中国经营报》记者注意到，赛力斯拟以25亿元收购问界商标和专利的消息引起公众广泛讨论。许多网友认为这是为AITO问界出海做准备。对此，赛力斯方面并未否认。赛力斯相关负责人独家回应记者称：“这是AITO问界品牌走向国际化的开始。”

此前，国际智能运载科技协会秘书长张翔向记者分析指出，华为作为美国制裁对象，其鸿蒙智行系统在出海时可能会面临美欧的制裁。他表示：“鸿蒙智行目前似乎没有明确的出海计划，这与华为的特殊性有关。”

然而，随着华为问界商标的转让，这为问界车型的出海铺平了道路。张翔进一步解释道：“赛力斯收购问界商标后，拥有自主知识产权，作为车企出海，华为只是供应商，这样受制裁的风险较小。此外，赛力斯收购华为问界后，可以直接使用赛力斯问界的商标。如果美国再想制裁华为，赛力斯受波及的风险也较小。”

国内、印尼销量“两重天”

赛力斯计划收购华为持有的919项问界系列文字和图形商标以及44项相关外观设计专利，总价为25亿元的消息一经发布，立即引发网友的广泛热议。众多网友直言这是赛力斯为AITO问界品牌出海做准备。

记者就此消息第一时间向赛力斯方面进行核实，赛力斯相关负责人并未否认。她独家回应记者说：“这是AITO问界品牌走向国际化的开始。”

赛力斯的前身为“小康股份(601127.SH)”，主要生产东风小康汽车。自2021年12月与华为合作推出问界汽车以来，公司于2022年7月更名为“赛力斯”。在华为的技术支持下，赛力斯的销量和股价均实现显著增长。华为深入参与了问界的定义、设计、研发和销

售等多个环节，为赛力斯提供技术和品牌背书。

值得注意的是，早在2018年，赛力斯的前身小康股份就已在海外市场——印尼建厂布局。然而，AITO问界的出海计划却一直未能实现。一方面，赛力斯在国内市场的AITO问界系列销售火爆；另一方面，赛力斯的小康印尼却面临销量低迷的困境。

最新数据显示，AITO问界系列在2024年6月的单月交付量突破4万辆，创历史新高。其中，AITO问界M9在6月交付17241辆，累计订单超过10万辆；AITO问界新M7在6月交付18493辆，上半年累计销量突破11万辆。预计更多AITO问界新品将在年内陆续推出。

为进一步表明不造车，而是利用自身优势帮助车企造好车、卖好车。鸿蒙智行一直是华为在电动汽车定义、设计、研发、销售等方面深度参与的合作模式，与其他智选伙伴的合作也不会受到影

响。赛力斯和华为的合作模式自其开始以来，就一直强调双方在资源和技术上的互补优势。赛力斯的负责人强调，这次商标和专利收购将进一步巩固赛力斯在高端智能电动汽车市场的竞争力。赛力斯在问界品牌汽车上将拥有充分的话语权，有利于其在市场上的独立运作和品牌建设。同

然，印尼汽车工业协会(Gaikindo)的数据显示，今年1—5月，小康印尼旗下品牌DFSK生产的GLORY 560 1.5T 6M/T LUX-URY、GLORY I-AUTO、GELO-RA Blind Van (4X2) M/T等8款车型的销量总计仅为422辆，同比去年下滑38.8%。今年5月单月销量也仅有87辆，同比下滑32.6%，市场份额仅为0.1%。

面对国内日益“内卷”、价格战愈加激烈的汽车市场，国内车企纷纷出海谋出路。国内市场销量与印尼市场销量的巨大反差，也促使赛力斯重新思考AITO问界的出海策略。

尽管AITO问界作为高端豪车，但由于与华为的紧密关联，其出海需要慎重考虑。

张翔指出，华为仍是美国制裁

的对象，华为通过这次交易获得了可观的资金支持，可以进一步投入到其核心零部件的研发中，从而提升其市场竞争力。

张翔也对这次收购进行了分析和解读。他认为，这次收购对双方合作不会有负面影响，反而是一个双赢的局面。他表示：“赛力斯通过收购掌握了问界的知识产权，在问界品牌汽车上拥有充分的话语权。而华为通过这次交易获得了资金支持，可以进一步专注于核心零部件的研发，提升其市场竞争力。”

张翔进一步指出，这次收购强化了“华为不造车”的战略。他

解释道：“收购后，华为向车企表明其不造车的立场，只是帮助车企打造品牌，并最终将品牌交给车企。”

张翔还提到，如果华为继续持有问界商标，可能会让其他大车企感到顾忌，担心华为掌握了他们的核心竞争力。而现在，华为将问界商标卖给赛力斯，车企们可以放心地与华为合作，不用担心华为会成为竞争对手。华为只是利用其品牌知名度和销售网络帮助车企卖车，而不会干涉车企的核心业务。这也意味着华为履行了其不造车的承诺，而是继续专注于其核心零部件的研发和销售。

布局海外市场。他指出，泛东南亚市场包括东南亚11国、澳大利亚、新西兰和印度共14个国家，人口数量占全球的30%。预计到2030年，该市场的汽车销量将突破1500万辆，其中增量空间达到600万辆，新能源汽车市场潜力巨大。然而，由于泛东南亚市场中各国的产品结构差异大，用户消费偏好各不相同，市场进入具有一定的复杂性。

康波特别提到，泰国、马来西亚和印尼作为泛东南亚区域的重点市场，已经吸引了众多中国车企的入驻。他表示，赛力斯在2018年全面启动运营的SO-KONINDO(小康印尼)标志着赛力斯首个海外基地成立。该项目投资规模达1.5亿美元，年产量可达5万辆，是印尼首个投产的新能源汽车制造商。

宇谷科技撤回上市申请 两轮换电是门好生意吗?

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“我们外卖员的电瓶车几乎都是换电的，因为充电时间会比较久。”7月2日，外卖员高林(化名)一边打开换电柜门拿出充满电的电池，一边向《中国经营报》记者说道。

记者现场注意到，从打开柜门到换好电池，整个过程不超过一分

钟。高林告诉记者，换电整体很方便，每个月会有200多元的租金，但换电是不限次数的，快没有电了就来换一次。

与高林一样，使用换电的用户并不在少数。根据弗若斯特沙利文《中国电动两轮车换电服务市场研究报告(2023)》，2022年中国电动两轮车换电渗透率为22.5%，预计2026年电动两轮车换电市场渗

透率将上升至54.1%。

正是因为电动两轮车换电市场潜力巨大，深度布局的“玩家”越来越多，杭州宇谷科技股份有限公司(以下简称“宇谷科技”)便是一例。

作为国内领先的电动两轮车充换电设备和服务提供商，此前宇谷科技意欲冲击“换电服务第一股”。不久前，因公司、保荐人撤回

发行上市申请，深交所终止了宇谷科技发行上市审核。

对于公司撤回IPO申请的原因及未来是否会重启IPO等相关问题，记者致函并致电宇谷科技方面，相关负责人在给记者的书面回复中称：“基于宇谷科技自身业务发展方向及战略规划考虑，公司决定撤回IPO申请。后续是否重启IPO等情况，请关注公司信息披露。”

宇谷科技闯关创业板

招股书显示，此番冲击深交所创业板上市，宇谷科技拟募集资金总额为10.94亿元。

招股书显示，宇谷科技的主要产品及服务为换电服务和充换电设备。具体来看，换电服务指的是宇谷科技通过自主研发的软硬件，包括锂电池、换电柜和换电系统等，为客户提供换电服务，终端用户通过手机APP等客户端应用程序操作，实现线下自助更换电池。

宇谷科技换电业务系统为“这锂换电”。在换电服务模式下，终端用户无需购买电池。首次使用时，用户需进行账号注册、身份认证并购买套餐，扫码取出换电柜中的电池使用。后续再次使用时，用户可通过手机APP寻

找附近的换电柜，进行扫码后将使用后的电池放回换电柜中，再取出换电柜中充完电的电池，即可正常用车。单次换电用时一般在一分钟内。

截至2023年6月末，宇谷科技的换电业务已经布局了北京、上海、广州、深圳、杭州、成都等66个城市，上线运营换电柜2.37万台、电池51.75万个，在网用户数39.11万个。

宇谷科技上述数据表现在市场的地位如何？根据弗若斯特沙利文《中国电动两轮车换电服务市场研究报告(2023)》，在电动两轮车换电市场，宇谷科技处于行

业第一梯队。

谈及公司较为亮眼的市场表现，宇谷科技相关负责人向记者表示：“公司拥有从换电设备研发、生产到投放、运营的全产业链优势，具备软件、硬件、AI技术深度融合创新研发能力，以及低成本、高效率、精细化的综合经营管理能力。公司研发了换电业务系统‘这锂换电’，自主生产锂电池和换电柜，并将大数据、AI等技术创新应用至电池安全控制、能耗管理、业务运维及用户管理等环节，实现了先进制造业与现代服务业的深度融合发展。”

对于公司产品和服务解决骑手续航焦虑、提高补能效率的优势，上述负责人称，公司自主研发了基于深度学习的安全检测技术，构建了换电设备异常检测平台，实现了从数据分析、算法识别到风险决策的全流程、自动化的安全监管体系，保障换电设备和用户使用安全。

招股书显示，此番冲击深交所创业板上市，宇谷科技拟募集资金总额为10.94亿元，募集资金分别用于智能换电产品生产及运营中心项目、研发中心建设项目、补充流动资金。

综合毛利率连年下滑

换电柜的建设维护成本、电池采购等都需要大量的资金支持。

招股书显示，2020年—2022年以及2023年1—6月(以下简称“报告期内”)，宇谷科技充换电设备销售实现收入及占比出现大幅下滑，收入分别为4186.41万元、2232.02万元、540.62万元和201.55万元，仅占比分别为47.92%、9.83%、0.97%和0.50%。

对此，宇谷科技相关负责人告诉记者，公司充换电设备销售金额逐年下降，主要原因是公司换电服务业务发展迅速，公司资源向换电服务业务倾斜，导致充换电设备销售业务规模下降。

对于充换电设备销售收入占营业收入的比例逐年下降，上述本保持稳定。

负责人告诉记者，主要原因包括郑州冉路等下游客户自身需求减少；业务资源向换电服务倾斜，市场开拓力度下降等。

报告期内，宇谷科技综合毛利率分别为44.58%、33.82%、28.54%和26.58%。宇谷科技称，下滑的原因主要系换电服务毛利率下降，毛利率相对较高的充换电设备销售收入占比下降。

值得注意的是，宇谷科技相关负责人向记者表示：“2023年1—6月，随着原材料电芯价格开始回落以及收入结构趋于稳定，公司毛利率与去年同期相比，基本保持稳定。”

而在研发费用方面，报告期内，宇谷科技研发费用分别为921.13万元、1093万元、1843.65万元和1273.54万元，占当期营业收入的比重分别是9.82%、4.78%、3.30%和3.13%。

换电柜的建设维护成本、电池采购等都需要大量的资金支持。

对于公司发展的后续资金，宇谷科技上述负责人告诉记者，公司经营情况良好，投资步伐稳健，各期经营活动产生的现金净流量良好，公司会采取多种方式来满足后续企业经营过程中需要的资金。

值得注意的是，“这锂换电”

在黑猫投诉平台上有着不少投诉。“公司主营业务终端用户群体庞大，第三方社交及客服平台存在一定量的关于产品和服务质量的反映属于行业正常现象，公司针对用户投诉情况已建立投诉处理机制，保障用户权利。”宇谷科技相关负责人表示。

上述负责人进一步告诉记者：“公司始终高度重视产品和服务的质量管理和客户体验，及时了解消费者投诉动态，持续关注网络投诉平台的投诉事项，及时处理消费者反馈和诉求，比如黑猫投诉，公司回复率、完成率均超过95%，处于行业较高水平。”

起底魏桥集团造车局中局

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

作为近些年市场上最为火热的赛道之一，造车这条赛道从不缺乏跨界入局者，这其中既包括恒大、宝能、雅居乐等知名的房地产商，也有华为、小米、百度等互联网科技企业。

6月6日，中国越野车的象征“212”举行了品牌发布会。发布会上，二一二越野车有限公司总经理陆云然宣布“212”由单一车型正式升级为品牌，并发布了首款全新车型。

二一二越野车有限公司由北京汽车制造厂(青岛)有限公司(以下简称“北汽制造”)百分百控股。透过股权穿透，北汽制造则由魏桥国科智行(山东)装备科技有限公司控股。

此外，在“212”品牌发布会上，魏桥创业集团董事长张波，魏桥创业集团董事、副总经理张敬雷，魏桥新能源汽车管理总部总裁陆付军，北京汽车制造厂常务副总裁赵涛等悉数到场。

“212”品牌只是魏桥创业集团进军汽车行业的一个缩影。实际上，魏桥创业集团已经在汽车行业进行了深度布局，譬如与华人运通进行战略合作；投资洛鹤智能，赋能极石汽车等。

对于公司布局汽车行业的动力和优势等相关问题，《中国经营报》记者联系采访魏桥创业集团，相关负责人称，魏桥创业集团作为投资方，不涉及到具体的业务经营，具体的业务可以采访相关子品牌。

对于魏桥创业集团的造车棋局，黄河科技学院客座教授张翔表示，作为山东最大的民营企业，魏桥创业集团面临着转型挑战。“新能源汽车是当下市场的风口，市场增长率很高，也有着广阔的发展前景。从战略上来看，魏桥创业集团入局汽车行业是正确的决策。”

魏桥助力“212”焕新

官网显示，魏桥创业集团是一家集纺织、染整、服装、家纺、热电等产业于一体的特大型企业。2012年以来，魏桥创业集团连续12年入选世界500强，2023年位列第172位。

“212”车型诞生于20世纪60年代的北京汽车制造厂。北京汽车制造厂则成立于建国初期，1958年6月20日生产出第一辆“井冈山”牌轿车，1966年BJ“212”轻型越野车正式投产。

记者注意到，2001年北京汽车制造厂改制为北京汽车制造厂有限公司(以下简称“北汽制造厂”)，现已成为一家大型民营企业，主要生产基地位于山东省青岛市。公开资料显示，北汽制

造厂目前独立拥有“BAW(注册号：59236826)”、“‘212’图形(注册号：56509809)”、“‘212’(注册号：56526126)”等注册商标，拥有“212”品牌系列汽车产品完整的知识产权。

天眼查显示，北汽制造厂的三大股东分别是北汽制造、山东富路勇士汽车有限公司(以下简称“山东富路”)、上海沁雍新能源发展有限公司，持股比例分别是90.7%、5%、4.3%。

“212”品牌再出发离不开魏桥创业集团的助力。在品牌发布会上，陆云然发布“212”品牌logo，并提到未来的“212”越野车品牌将践行魏桥创业集团“为国创业，为民造福”的核心价值观。

多维度布局新能源汽车领域

近年来，新能源汽车始终保持着高增长的态势。中汽协数据显示，1—5月，新能源汽车产销分别完成392.6万辆和389.5万辆，同比分别增长30.7%和32.5%，市场占有率达到33.9%。

行业整体向好的背景下，布局新能源汽车领域的企业日趋增多，魏桥创业集团也是一例。2023年7月18日，魏桥创业集团与李沧区政府签署了魏桥新能源汽车管理总部、新能源汽车中央研究院等4个项目的合作协议。6月3日，魏桥新能源汽车管理总部办公楼开始启用。

5月11日，以“铝启新程 惠及九方”为主题的魏桥新能源商用车战略品牌发布大会暨雷驰·信V70量产交付仪式在临沂市举行，魏桥

创业集团发布“仁义礼智信”商用车品牌。

实际上，魏桥创业集团过去已经在新能源汽车领域进行了多重布局。以极石汽车为例，2023年9月，魏桥创业集团战略投资洛鹤智能，深度赋能极石汽车，总投资额达10亿美元。

极石汽车由北汽制造厂制造。张波也曾表示，魏桥创业集团将继续加大投入，持续提升北汽制造厂的智能制造超级工厂能力，持续深度赋能极石汽车，并成为极石汽车的坚实后盾。

极石01是极石汽车的首款车，定位于35万元级中高端市场。今年3月，有关极石汽车的销量引发外界广泛关注。极石汽车3月11日发布声明称：“作为一个

据悉，“212”品牌首款车型计划在第四季度之前上市，销售渠道会采取直营和代理模式，现在终端门店装修已经在计划之中。这意味着，“212”品牌首款车型今明只有3个月的销售期。

记者了解到，关于销量目标，“212”品牌现在并没有一个具体的数字作为要完成的KPI，而是要更多的通过品牌和产品的输出，去发现更多的场景化需求，根据这些需求，未来可能会有更多不同版本的车型产出。今年的重点是从品牌的角度出发，让大家知道这个品牌的价值，并且会一直走下去。此外，像品牌的产品实力、用户的体验也会是品牌今年工作的重点。

在上述声明中，极石汽车还对外表示，今年1月的实际销量为855辆，2月的实际销量为552辆(春节长假因素)。除了深耕国内市场以外，公司也在积极开拓国际市场。

对于今年上半年交付情况和年度销量目标的完成率，极石汽车相关负责人告诉记者：“关于销量问题，极石作为一家初创品牌，目前仍处在发展阶段；在目前相对激烈的竞争环境下，极石汽车通过针对细分市场的定位和发力，也在持续获得来自用户的认可和欢迎。”而对魏桥创业集团对极石

众所周知，近年来，国内汽车市场有了翻天覆地的变化，智能电动汽车日新月异。据悉，“212”品牌在电动化、智能化方面都会布局，电动汽车是在公司整个产业布局范围之内的。

记者注意到，“212”品牌目前开发了两个平台，分别是WY专业越野平台和WB平台。其中，WY平台兼容传统燃油和混合动力系统，可拓展出多种越野产品，包括三门版及皮卡产品，像“212”品牌的首款车就是基于该平台打造的。WB平台就是针对新能源越野车领域而开发的。

“212”由单一车型升级为品牌，它最大的优势在于它是国人记忆中的一个标签，它的历史文

化资产。“212”品牌方表示，不会丢弃这部分的优势，并会将这种汽车文化做得更加丰富。

在外界看来，现在“212”品牌隶属于魏桥创业集团，魏桥创业集团的长期主义、企业定力和以做实业为核心的理念，这些对品牌也会有着重要的影响。除此之外，像魏桥创业集团很早就在新能源领域进行相关的布局，对“212”品牌未来的电动化发展会有很好的启示作用。

对于当下汽车行业现状，“212”品牌方负责人表示，汽车行业虽然现在很“内卷”，但“212”品牌还是想踏踏实实地去做一些实事，魏桥创业集团也会指导品牌要秉承长期主义做事情。

业务与现在汽车行业的发展大势高度关联，当汽车零部件朝着轻量化的方向发展，这本身就给魏桥创业集团带来了新的发展机遇。“魏桥创业集团布局铝业多年，一定掌握了很多的矿产资源，在铝矿的开采和加工中也会有着自己的核心技术。”

“如果是新能源汽车使用铝材，意味着它的整车质量会减轻，这样它的续航里程就会延长。如果是燃油车使用铝材，那它的油耗就会降低，进而减少负积分的产生。”张翔表示，这会帮助汽车企业实现新能源的转型。“这意味着，即便魏桥创业集团自身不入局整车制造，它通过铝业务想必也已经跟汽车上下游产业有着深度的合作，车企可以去采购它的铝产品。”



7月2日，上海“这锂换电”的一处换电柜，不时有外卖员、闪送员前来换电。 本报资料室/图

两轮换电市场规模或达千亿级

换电模式在To B端的应用，近年来市场渗透增速很快，千亿级蓝海市场可期。

“由于车电分离，电池集中充电、快速换电、统一管理，在加强电动两轮车安全管理、预防火灾事件发生方面，换电模式有较好的优势，同时也降低快递、外卖骑手等营运人员的等待时间，便捷性较好。”中关村新型电池技术创新联盟秘书长于清教向记者说道。

于清教进一步表示：“换电市场锂电池需求的增长动力主要来自同城配送、共享出行、外卖等To B端。换电模式在To B端的应用，近年来市场渗透增速很快，千亿级蓝海市场可期。目前，从B端到C端换电转型的试点也陆续在各地开启，但电动车车型不统一、换电电池标准不统一是阻碍两轮换电市场大幅扩容的主要因素，特别是C端换电，建议加强相关政策引导和标准规范，引导各大换电平台良性竞争，同时提升技术创新、运营服务等能力，加强换电网络的铺设，重视换电消费习惯的培养，推动盈利模式走向成熟。”

雅迪相关负责人告诉记者，两轮换电市场的发展会随着城市换电网络的铺设得到更多普及机会。“以换代充”的模式，可以更好地解决包括安全事故频发、充电效率不足、续航焦虑等用户痛点，以更安全、充电快、兼容强、优防护等优势获得广大用户的认可。

电池技术的进步也在深刻影响着电动两轮车换电市场的发展。于

清教告诉记者，中国电池产业研究院统计的数据显示，2023年中国电动两轮车销量达到5520万辆，占全球销量的81.9%，刚需且市场容量巨大，随着换电用户群体的增长以及换电渗透率的提高，换电柜铺设需求同步增长，锂电池技术的发展进步，正为电动两轮车提供了更长的续航里程和更快的充电速度。

记者注意到，今年3月，基于对电动出行领域的深入洞察，雅迪开创的全球首个“钠电以换代充”新模式在深圳启动。“电动车换电刚性需求不容忽视，在内部竞争和技术变革挑战下，换电行业进入调整变革期，钠电池换电可解决用户面临的充电慢、充电难、充电安全、续航焦虑、补能焦虑、成本问题等挑战，对于产业链来说是利好的探索。”于清教说道。

记者了解到，在换电过程中，雅迪钠电池可支持换电柜内置的超级快充，15分钟即可充80%，可实现即换即走的快速充换电。与此同时，这一模式还将大数据实时监测引入电池的全生命周期当中，在方便用户使用的同时，也提升了电池的安全性、便捷性和高效性。

对于电动两轮车换电模式未来的发展规划，雅迪相关负责人告诉记者：“我们坚信更安全、便利的换电出行模式一定是未来新能源出行领域的主要发展风向，因此，雅迪也将长期在这一领域研发探索。”

开源模式受追捧 汽车行业打响“数字化底座”之战

本报记者 尹丽梅 张硕 重庆报道

对于中国汽车产业而言，一个不容忽视的当务之急是要着手对“卡脖子”技术的攻关。其中，以汽车操作系统为代表的基础软件，是近年来行业内所讨论的汽车产业“卡脖子”技术的核心领域。

“在国内汽车行业，大家都在‘卷’应用、‘卷’服务、‘卷’功能，但是很少会‘卷’到底层基础软件。”中国汽车工业协会技术部主任兼软件分会执行秘书长尤强

在零观汽车特别节目——由中国汽车工业协会汽车纵横全媒、《中国经营报》、中经传媒智库联合举办的直播中接受《中国经营报》记者专访时表示，人有人脑，车有车“脑”，底层基础软件就是车“脑”最核心的部分，车“脑”发育得好不好，由底层基础软件决定。

“我们只有建立了自己的软件技术，开发国产操作系统以及基础软件，才算为智能网联汽车的发展打好了地基，也才能在地基的基础上去建高楼。”

汽车操作系统是智能汽车的

“灵魂”。奇瑞汽车股份有限公司副总经理、大卓智能科技有限公司总经理谷俊丽向记者表示：“目前，智能汽车已经进入产业化时期，产业化是一定要讲究生态的，而芯片和操作系统是生态的核心。”

当前，新能源汽车的发展已经进入智能化“下半场”，智能汽车已经进入规模化量产的实质性比拼阶段。

中国电子科技集团有限公司总师召集人、首席科学家饶志宏告诉记者，近几年，中国在智能

网联汽车方面获得了快速发展。我们要看到，安全与发展是“两个并重”的问题，发展越快我们越要注意相关安全问题，尤其是网联化方面的问题。智能网联汽车是相当复杂的“一张网”，汽车只是整个网络中的一条边，或者说是端上面的一个节点，我们要系统性地考虑这张网涉及的相关安全问题，车、路、云、网、图这五个方面相关的安全问题都要成体系地考虑进去，尤其是在智能化应用带来了更多风险的背景下。

开源模式呼声高

用开源共建的方式，大家一起来开发底层基础软件平台和操作系统，才能在尽可能短的时间内把短板补齐。

在中国智能网联汽车技术快速发展的背景下，关键核心技术层面的诸多困难和挑战如影随形，操作系统、大算力芯片技术等领域均存在短板。

汽车操作系统近两年来在行业内备受关注。普华基础软件股份有限公司总经理助理王琴用较为通俗的表达解释了何为汽车操作系统，以及操作系统对汽车的意义和作用。

“操作系统在车上的作用是，对下，它要承接芯片的一些功能，把芯片的作用发挥出来。如果没有操作系统以及基础软件，芯片造得再好它的作用也没法体现；对上，它要承接丰富的应用。我们可以把汽车操作系统理解为汽车上面的一个‘数字化底座’。”王琴说道。

近年来，业界关于重视基础软件的自主创新和研发，建设智能网联汽车自主可控的操作系统的呼声越来越高。业内认为，对以汽车

操作系统为代表的基础软件相关技术的攻克，将直接关乎中国在全球汽车产业转型中扮演怎样的角色。

目前，行业内一个较为普遍的认知是，开源将是开发操作系统以及基础软件最有效率的一种方式。

这是基于现实的考虑。在中国一汽基础软件工作组组长李岩看来，操作系统业务本身开发难度大、周期长、投入人员多。对于这样一个底层、共用的基础软件，需要产业链上的多家企业共同推动，这其中包括操作系统供应商、基础软件中间件供应商、芯片供应商和算法供应商联合研发和共同推进。因此，开源是一个很好的解决问题的方式。“一个闭源的操作系统可能需要某一方或者说某一个供应商持续对它进行投入并运营。但是，开源操作系统如果由整个行业去共同维护和治理，它就能够更快地成长起来。”

“在基础软件领域，我国一直在加快追赶的步伐，一直在强调‘强基固魂’。之前，我国主机厂很多都经历过自研基础软件的阶段，但是大家最后发现，仅靠一家企业很难做出能够满足自身需求的底层基础软件。从建立生态的角度来看，我们需要有一个统一的底层核心共性技术基础平台。业内认为，用开源共建的方式，大家一起来开发底层基础软件平台和操作系统，才能在尽可能短的时间内把这块短板补齐，这是我们未来的发力点。希望国家在这方面能提供更多的政策支持。”尤强表示，对于底层核心技术尤其是操作系统来说，各个企业纷纷涌向赛道参与竞争是一场灾难。操作系统需要有一个强大的生态去支撑，如果大家都去开发各自的操作系统，未来的生态就会变得七零八落。从底层核心技术的角度来看，汽车芯片也会随之变得无所适从。

王琴亦持类似的观点。她认为，汽车操作系统是共性底层技术，投入周期长，成本高，可以通过开源的方式进行解决，通过开源共建，建立信任，将行业的力量集聚起来共同开发维护，不需要大家重复地投入，这样可以节省整个行业的成本。

值得关注的是，国内首个规模化、量产级的开源安全车控操作系统——“小满”在近日正式启动。“小满”的发布意味着，我国汽车操作系统开源已进入新征程。

湖北芯擎科技有限公司副总裁兼产品规划部总经理蒋汉平告诉记者，作为芯片设计行业的“老兵”，芯擎科技对开源非常看重。芯擎科技设计的高算力的芯片，都能够为“小满”这样的开源社区提供一个强大的算力底座，让更多参与者在这个社区中发挥自己的优势。同时，“小满”也可以为芯片行业提供新的思路，促进行业不断地迭代。



车“脑”发育得好不好，由底层基础软件决定。

视觉中国/图

大模型“上车”既是突破也是新契机

大模型不是一个“轻飘飘”的技术，它很“烧钱”，非常考验企业的实力。

除了操作系统以及基础软件外，大模型“上车”也是当下汽车行业颇为关注的话题，行业内正在探索用端到端大模型实现高阶智能驾驶。

智能驾驶系统目前普遍分为感知、预测、规划三个模块，端到端模型将三个模块融为一体，从感知端输入信息，在执行端直接输出结果，因此叫“端到端”。

汽车公社总编辑石勘告诉记者，“端到端”技术路径虽然是在今年大火的，但实际上它并不是今年才出现的一个名词和概念，特斯拉也并非“第一个吃螃蟹”的企业，丰田汽车在很早以前就已经尝试过“端到端”技术路径。

“在智能驾驶中，传统的做法是，很多模块涉及的规则则需要我们单独地去进行人为的定义，但‘端到端’是让系统自我学习、训练和构建规则，大模型是在深度学习之上又往前行进了一步。‘端到端’有优点也有短板。优点是我们没有必要再采用更复杂的介入方式，效率会更高。但短板是，这个系统必须要经过大量的自我学习、自我训练，投入和成本会很高。”石勘认为，“端到端”技术的发展还需要对成本、时间以及技术难度等方面

进行综合考量。

在谷俊丽看来，大模型既是对智能车发展的一大突破，也是一个新的契机。大模型代表的是产业的一种积累，一种新的跃迁、新的技术形态、新的数据形态、新的算力形态。未来两三年，很多车载算法或许会用上大模型。

不过，谷俊丽认为，大模型不是一个“轻飘飘”的技术，它很“烧钱”，非常考验企业的实力。据悉，特斯拉今年要投入100亿美元到大模型，OpenAI每年也要投入上百亿美元。“大模型不是一家企业找几个人就可以做，它需要企业整体科研投入、技术高度、基础设施都要匹配得上，所以大模型对企业一把手是个考验。”

谷俊丽告诉记者，国内应用科技的发展步伐向来走得比较快。“希望应用科技能够牵引大模型走得越来越深入，我国未来在特定的领域也能出现自己创建的一些大模型。在智驾层面，我们对于AI Model的驾控其实已经不亚于美国，虽然跟特斯拉比还有一定差距。对于我国汽车产业而言，要以应用为牵引，充分发挥我们的优势。我相信，大模型将对智能汽车的演进起到很大的助推作用。”

东南亚多国抛出“橄榄枝” 中国汽车产业链各显身手“下南洋”

本报记者 尹丽梅 张硕 北京报道

目前，国内市场仍陷于低效“内卷”，为打破现有“囚徒困境”，几乎所有主流汽车产业链企业均将目光放到了海外市场上。近两年，东南亚市场成为新能源汽车扬帆远航的重点区域。

根据中国汽车流通协会乘用

车市场信息联席分会秘书长崔东树近期披露的数据，2024年1~5月，我国新能源汽车出口量排名前五位的国家依次是巴西、比利时、英国、泰国、菲律宾，分别为130967辆、115318辆、67956辆、54744辆、45115辆。

业内有观点认为，未来新能源汽车将成为我国中长期出口核

心增量。分区域来看，欧洲将成为新能源汽车出口核心市场，东南亚将是第二大市场。

实际上，中国汽车加速走向海外也符合汽车产业全球化布局的逻辑。回溯历史可以发现，汽车产业是在全球生产、全球销售中发展壮大起来的。业内认为，新能源汽车是全球化融合度极高

的产业，开放合作是支撑新能源汽车发展的强大动力。

在“碳达峰”背景下，如何在复杂多变的国际局势下深化沟通交流，共同推动全球新能源汽车产业创新发展，如何应对产业、技术发展的风险挑战，成为业内人士热切关注的话题。

“世界各国都制定了交通转

型目标，向绿色清洁的新能源转型迫在眉睫。没有任何一个国家、一个企业在新能源领域能‘包打天下’，国际合作是大势所趋，新能源汽车的研发、制造、使用、服务全生态链都需要开放与合作，因此推动国与国之间政策、标准等方面的协同与统一十分重。”近日，中国电动汽车百人会

副理事长兼秘书长张永伟在由全球新能源汽车合作组织GReEM主办的首届全球新能源汽车合作发展论坛(GNEV2024)上表示。《中国经营报》记者了解到，上述论坛近期在新加坡召开，参会代表包括东南亚各国政府领导、国际组织、行业机构负责人、院士、专家及产业链相关企业。

东南亚各国“盼君来”

中国电动汽车在东南亚发展势头强劲。泰国、印度尼西亚、马来西亚等东南亚国家均制定了相关政策，意欲吸引中国电动汽车企业入场。

“为了实现可持续发展的目标，泰国在2017年就出台了包含氢能源车、混动车、电动车以及新燃料车在内的下一代汽车发展战略，并为各类汽车企业营造最有吸引力的商业环境，致力于将泰国打造为亚洲汽车生产制造基地。”泰国工业部常务副秘书、办公室信息技术与通信中心主任Dusit Anantarak在上述论坛上说道。

有着“亚洲底特律”之称的泰国是全球重要的汽车生产国之一。近年来，泰国政府高度重视汽车电动化转型，政策支持力度大。泰国设定的目标是，到2030年将电动汽车产量提高到汽车总产量的30%。

近两年，在电动化领域有着领先优势的中国车企抓住机会，在泰国掀起了新一轮投资热潮，与泰国市场上的“老大哥”日系车企展开正面竞争。

根据泰国相关机构此前发布的数据，随着中国电动汽车全面开拓泰国市场的步伐不断加快，2023年，中国品牌车型已占据泰国电动汽车新

车销量的80%，在泰国新车市场的份额同比提升1.2倍，达到11%，与日系车争抢市场份额。而中国汽车工业协会披露的数据显示，今年5月，在泰国市场上纯电动汽车销售量排名前十的企业中有6家来自中国。

7月1日，广汽埃安宣布泰国智能生态工厂将于7月中旬正式竣工，同时第二代AION V也将全球同步下线。7月3日，比亚迪披露消息称，比亚迪泰国工厂将于7月4日竣工，届时第800万辆新能源汽车也将同步下线。

同样看好电动汽车未来前景的还有印度尼西亚。印度尼西亚电动汽车工业协会会长、总统办事处幕僚长General (ret.) Dr. Moeldoko在上述论坛上表示，电动汽车代表着汽车产业的未来，印度尼西亚在镍及电动汽车其他原材料方面有丰富的储量，而且发布了加速动力电池及电动汽车相关产业的支持政策，在电动汽车产业发展方面具有优势，未来将进一步拓展充电设施建设。

记者了解到，目前印度尼西亚是东南亚第一大汽车市场。按照印度尼西亚的规划，到2030年电动汽车销售量将占到整体市场25%。

作为东南亚国家的制造枢纽，

马来西亚也希望从电动汽车产业发展中获益。在政策上，马来西亚将目前的电动汽车的进口税和关税减免延长至2025年，拆组电动汽车的税务减免延长至2027年。马来西亚设定的目标是，在2030年将电动汽车销售占比提高到15%，2040年提高到30%。

马来西亚已出台相关发展战略，希望能将马来西亚打造成区域电动汽车制造枢纽。马来西亚还推出了激励电动汽车充电设施建设的相关措施，促进电动汽车普及，减少交通领域碳排放。”马来西亚投资发展局新加坡办事处主任Vinodan Tulisi Nathzan在上述论坛上说道。

在电动化上，菲律宾也已制定了雄心勃勃的规划，计划在2040年前实现50%的电动汽车市场渗透率。为此，菲律宾政府出台了一系列激励政策，鼓励国内外企业加大对新能源汽车和充电设施领域的投资力度。

有业内人士对记者表示，东南亚地区庞大的人口基数以及快速增长的经济实力，当地政府对电动化转型的扶持引导以及当地汽车市场依然保持较高的利润率，是许多中国车企“走出去”的关键因素。

值得关注的是，中国车企在大举进军东南亚市场的同时，我们也要看到，东南亚汽车市场目前仍由日系车企占据领导地位，2023年日系车市场份额高达74%。

有业内人士对记者表示，与国际巨头相比，中国车企的海外业务仍处于“婴儿期”。接下来，如何在东南亚市场进一步抢占市场、撕开更大的口子、打出中国电动汽车品牌响亮的招牌，仍然是一个颇具考验的挑战。

赛力斯集团副总裁康波在上述论坛上表示，在东南亚市场上，赛力斯集团打造了跨界合作的创新模式，不断探索创新，通过智能化塑造豪华标签，打造出领先的品牌。5月，康波在一场行业论坛上谈到东南亚市场时也提到，中国车企出海不仅要立足当下，以贸易打开局面，更要着眼长远，跳出“贸易”的思维局限，主动拥抱本地化，与产业链合作伙伴创新合作，共建海外产业链价值链。

“尽管新能源汽车是大势所趋，但是新能源汽车不仅仅指电动汽车。在东南亚市场，长城汽

车没有在纯电路上孤注一掷，走的是纯电、混动、氢能的渐进式路线，随时根据市场调整。如果当地市场充电不方便，我们就提供可靠的智能化燃油车。”长城汽车(泰国)总经理崇保玉说道。

在飞书CEO谢欣看来，企业出海很难绕开合规问题。“有些企业出海，尚未盈利，就在合规方面遭遇较大困难。我们在长期服务客户出海的过程中发现，出海企业须在数据隐私与安全、跨国数据传输、数据保留期限方面有清晰的认知和准备，才能确保合规。”

上汽通用五菱印尼汽车有限公司总经理石国勇认为，在东南亚市场，金融服务非常重要，“车企最好能给购车消费者提供信贷支持”。在标准统一方面，上汽通用五菱印尼汽车有限公司通过在印尼成立首家电动汽车本地化生产工厂，获得了印尼当地电动汽车标准制定领域的一定话语权。

记者了解到，中国汽车品牌凭借新能源汽车，大举进军马来西亚、印度尼西亚、泰国等东南

亚市场的背后，并非“看山还是山”，而是将东南亚市场视作开拓全球市场的“桥头堡”。

张永伟认为，在当前的绿色发展背景下，全球新能源汽车发展趋势良好，而且气候行动日益紧迫，各国都将发展新能源汽车作为交通减碳的重要方式。整体上看，当前全球新能源汽车呈现“三个加速”的发展趋势：新能源汽车市场在加速扩大，新能源汽车技术在加速迭代，新能源汽车功能在加速演化。

在全球新能源汽车渗透率快速增长的过程中，如何解决全球供应链稳定的问题引起关注。在上述论坛上，多位业内资深人士表示，要打造畅通高效、互利共赢的全球汽车产业供应链体系，需要整个供应链的参与者携手合作，共建高度国际化的开放与合作机制。

“目前，新能源汽车产业面临着宏观环境的挑战，供应链、成本控制方面都受到了影响，市场环境变得越来越复杂。作为供应链企业，博世会坚持与时俱进，去适应市场的不断变化。”博世泰国总经理Joseph Hong说道。

突增上亿元预付款 谁在“掏空”ST三圣？

本报记者 娄国文 曹学平 北京报道

以医药和建材为主业的ST三圣(002742.SZ)连续3年受困于大股东资金占用问题。

日前,ST三圣对深圳证券交易所2023年年报问询函进行了回复。ST三圣方面称:“公司近年来多

新增大额预付款“反常”

事实上,过去,三圣股份曾多次出现在无商业实质的情况下,通过向供应商支付预付款,最终将资金转移至实控人的情况。

在自身经营遇困的情况下,2023年,ST三圣却出现了大额的预付款。截至2023年12月31日,ST三圣预付款项余额为2.01亿元,期初仅为0.83亿元。期末余额较期初增加1.18亿元。

在2023年年报问询函中,ST三圣被要求列示最近两年预付款项期末余额前十名的情况,说明前述预付对象与公司、控股股东及实际控制人、第一大股东、董事、监事、高级管理人员等是否存在关联关系或导致利益倾斜的情形,是否存在资金占用等情形。

记者查询发现,ST三圣2023年年初预付款项为0.83亿元。2023年第三季度报告显示,截至当年9月30日,预付款项金额为8076万元。而截至2023年12月31日,预付款项合计为2.01亿元。这意味着,ST三圣预付款项中1.18亿元是在第四季度支出的。为何集中在第四季度支付预付款呢?主要支付对象又是什么公司呢?

从ST三圣披露的信息来看,2022年前十大预付对象有医药公司也有建材公司,采购内容包括对氨基苯酚、水泥、萘系粉剂、配件等,预付比例从11%到100%不等。

然而,2023年ST三圣预付款比较反常。第一,2023年前十大预付对象出奇地一致,预付对象均位于重庆,均与ST三圣建材业

次发生实际控制人非经营性占用公司资金的情况,且截至期末资金占用仍未解决,公司由于债务违约被诉讼,已基本丧失融资能力。公司存在债务违约并因诉讼导致银行账户和资产冻结等,对公司正常生产经营也产生了不良影响。目前,公司希望通过破产重整的方

式,引进投资者和资金,系统性解决公司的债务问题。”

ST三圣方面表示,公司拟向法院申请重整及预重整,目前正在根据相关要求推动重整前期准备工作,法院能否决定公司进行重整,公司的重整申请能否被法院裁定受理以及具体时间尚存在不确定性。

《中国经营报》记者发现,ST三圣连续3年亏损,持续经营能力存在重大不确定性,巨额债务缠身。2023年第四季度,ST三圣却新增了上亿元的预付款。

就公司经营相关问题,记者联系了ST三圣方面,不过截至发稿未获回应。



截至2023年12月31日,ST三圣预付款项余额为2.01亿元。

视觉中国/图

务相关,采购内容均为砂石材料,并且预付比例均为100%。第二,截至回函披露日(6月28日),预付款尚未结算。第三,预付金额第一和第十的两家单位均为个体工商户。第四,前十大预付对象的预付金额约为1.07亿元,而前十大预付对象2023年交易金额仅约为1878万元。并且,其中有4家单位的交易金额为0。

对于2023年度预付款金额大幅增长的原因,ST三圣方面解释称,在公司资金紧张、市场信誉降低的双重影响下,公司对供应商的议价能力下降,导致公司在采购砂石、水泥等大宗材料时需要预付货款。对于期末预付款项,因尚未取得充分的资料和证明文件,预付账款大幅增加的合理性仍需进一步核查。

针对问询函中关于是否存在资金占用的问题,ST三圣方面表示,前述预付对象与公司、控股股东及实际控制人、第一大股东、董事、监事、高级管理人员等是否存在资金占用等情形。”

事实上,过去,三圣股份曾多次出现在无商业实质的情况下,通过向供应商支付预付款,最终将资金转移至实控人的情况。

2018年5月至12月,ST三圣以预付款形式向部分供应商划出资金合计4.49亿元,上述款项经由供应商按公司指令划转至公司控股股东、实际控制人潘先文控制的重庆青峰健康产业有限公司账户。另外,2020年1月至2021年3月,ST三圣向包括重庆弘行天下商贸有限公司在内的多家供应商支付无商业实质的大额预付款项,合计约2.77亿元,该部分款项最终也划转至控股股东控制的公司或相关账户。

高级管理人员等是否存在关联关系或导致利益倾斜的情形,无法确定是否存在资金占用等情形。”

事实上,过去,三圣股份曾多次出现在无商业实质的情况下,通过向供应商支付预付款,最终将资金转移至实控人的情况。

大股东占用上亿元多年未决

针对ST三圣2023年年报,天健所形成保留意见的基础共有5项,包括资金占用及违规担保事项、预付供应商款项事项、诉讼事项、合川采矿权事项、持续经营能力事项。

最近3年,ST三圣持续亏损,主要是高额融资成本、计提减值准备及建材板块盈利能力下降。2021年至2023年,ST三圣营收分别为24.89亿元、20.77亿元、20.3亿元,归属于上市公司股东的净利润分别为-3.33亿元、-3.18亿元、-4.52亿元。2024年第一季度,ST三圣营收为3.48亿元,归属于上市公司股东的净利润为-0.35亿元。

ST三圣原主营业务为建材化工,2015年起通过收购重庆春瑞医药、吉林百康药业等进入医药行业,建材与医药成为ST三圣两大主要业务。

近几年,ST三圣建材板块业务收入不断下滑,而医药板块业务收入比较稳定。2023年,建材板块和医药板块业务收入分别为10.48亿元和9.82亿元,占比分别为51.62%和48.38%。

自2021年起,天健所连续3年对ST三圣年报出具保留意见。随着问题的爆发和积累,天健所形成保留意见的基础事项也逐渐增多。

针对ST三圣2023年年报,天健所形成保留意见的基础共有5项,包括资金占用及违规担保事项、预付供应商款项事项、诉讼事项、合川采矿权事项、持续经营能力事项。

ST三圣资金占用及违规担保事项是其中最重要的一项,发生于2019年,不过至今问题未完全解决。

2019年5月,ST三圣和关联方重庆市碚圣医药科技股份有限公司(以下简称“碚圣医药公司”)共同与重庆市万盛区恒辉小额贷款有限公司(以下简称“恒辉小贷公司”)签订1亿元的《借款合同》,恒辉小贷公司将该贷款划入碚圣医药公司。该借款事项未经ST三圣公司董事会、股东大会批准。在借款期限届满后,碚圣医药公司未归还全部借款本息。该借贷纠纷的二

审判决显示,ST三圣与碚圣医药公司需共同偿还借款本息及相关费用。

截至2023年12月31日,ST三圣按照判决确认了其作为共同借款人需向恒辉小贷公司偿还的借款本金和利息共计0.79亿元,并确认对碚圣医药公司应收债权0.86亿元。

另外,2019年6月,实控人潘先文控制的SSC公司向银行借款,ST三圣海外子公司三圣药业有限公司(以下简称“三圣药业”)为该笔借款提供抵押担保。由于SSC公司未能及时还款,三圣药业及三圣建材有限公司代SSC公司归还借款本息,造成了资金占用。

ST三圣2023年年报披露,截至2023年4月30日,公司控股股东、实际控制人及其关联方非经营性占用公司资金(含利息)余额1.13亿元,占公司最近一期经审计净资产的32.79%。此外,公司违规担保余额1367.36万元。

今年5月10日,重庆证监局对ST三圣和潘先文下发《行政监管措施决定书》,要求将所有占用资金及利息、违规担保事项应在收到本决定书之日起6个月内全部归还、解除。这意味着ST三圣应在今年11月10日前解决上述资金占用和违规担保问题,否则其股票交易面临停牌以及被实施其他风险警示的可能。

ST三圣上述资金占用及违规担保问题已经持续多年,但截至今年6月28日,ST三圣控股股东及其关联方仍未制定可执行的有效方案。

而ST三圣实控人潘先文更已身陷囹圄。今年1月5日,ST三圣发布公告称,重庆市第一人民法院出具了《刑事判决书》被告人潘先文犯操纵证券市场罪,判处有期徒刑2年,罚金100万元。犯擅自发行股票罪,判处有期徒刑一年。潘先文被决定执行有期徒刑2年6个月,缓刑3年,罚金100万元。

实控人变更未信披 百花医药定增“落空”

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

“历时3年,因为警示就那么黄了?”互动平台上,有投资者对百花医药(600721.SH)宣布终止定增发出疑问。

近日,百花医药公告决定终止向特定对象发行股票事项,这

是基于发行对象控股股东的发展策略、实际情况等原因。该定增事项于2021年5月开始推进,终止前已通过上交所审核,尚需中国证监会批准方可实施。

值得注意的是,百花医药此次定增发行对象是其兄弟公司,二者拥有同一个控股股东——

新疆华凌工贸(集团)有限公司(以下简称“华凌工贸”)。按照百花医药的披露,华凌工贸是影响此次定增终止的主要因素。

事实上,百花医药定增只差“临门一脚”之际,华凌工贸内部暗流涌动。

今年2月,华凌工贸被增资,

其实际控制人发生变更,进而导致百花医药增加一名实际控制人——米在齐,为百花医药实际控制人米恩华、杨小玲夫妇之子,但相关责任人没有及时将该事项告知百花医药并披露,且未按规则要求及时聘请财务顾问。

上市公司实控人变更,受到

市场高度关注,可能对公司股价和投资者决策产生较大影响,同时也是发行上市审核过程中应当报告并申请中止程序的事项。6月7日,上交所对百花医药控股股东及实控人通报批评;6月17日,百花医药公告收到新疆证监局警示函。

控股股东是否面临资金承压?其运营现状是否会对百花医药造成影响?7月2日,百花医药方面对《中国经营报》记者表示,采访问题涉及公司经营信息,按照相关规定和要求,为确保信息披露的公平性,相关情况参考公告。

未及时信披“吃函”

自成立以来,百花医药维持经营离不开融资。Wind数据显示,百花医药上市以来已累计募集资金约29.76亿元。

根据定增预案,百花医药拟向新疆华凌国际医疗产业发展有限公司(以下简称“华凌国际医疗”)非公开发行股票,募资约3.39亿元。由于华凌国际医疗为华凌工贸的全资子公司,因此,前述事项构成关联交易。

百花医药在公告中表示,此次向华凌国际医疗非公开发行股票同样具备必要性和可行性。

但就在推进到最后一步之际,百花医药决定终止定增,这其中是否另有隐情?

华凌工贸官网显示,该公司主要从事商业服务、地产开发、对外贸易、畜牧业等。据百花医药披露,华凌工贸2023年营收为101.14亿元,净利润为3.55亿元,今年一季度营收18.46亿元,净利润0.51亿元,期末资产净额为242.86亿元。华凌工贸未来一年内需偿付的债券金额为7.4亿元。

值得注意的是,华凌工贸曾在今年2月获得一笔增资,但该项目后续为百花医药带来相关违规记录。

2月4日,米在齐100%持股的华凌集团投资控股(新疆)有限公司(以下简称“华凌控股”)与米恩华、杨小玲签订协议,其通过向华凌工贸增资6亿元,持有华凌工贸54.5454%股份,成为百花医药间接控股股东。值得注意的是,华凌工贸曾对华凌控股100%持股,其在今年1月退出,由米在齐接盘。

2月8日,华凌工贸完成工商变更登记手续并取得营业执照。上述增资后,米在齐通过华凌控股间接持有百花医药20.83%的权益,一举成为百花医药实际控制人之一。至此,百花医药实控人变更为米在齐、米恩华、杨小玲,三人目前均未在公司中任职。

上交所对百花医药控股股东及实控人纪律处分决定书显示,上述实控人变更事项发生在上交所对公司定增申请审核期间。百花医药直接控股股东、间接控股股东和实控人未将相关事项主动告知公司,且按规则要求及时聘请财务顾问,导致公司实际控制人变更事项披露不及时,也未按规定及时向上交所报告并申请中止相应发行上市审核程序或者发行注册程序。相

关责任人直至3月2日才披露权益变动报告书,并于3月14日披露财务顾问核查意见,百花医药在3月6日才将上述事项作为此次发行会后事项报送至发行上市审核系统。对此,相关责任主体也进行了申辩,但上交所纪律处分委员会经审核认为,相关违规事实清楚,对华凌工贸、华凌控股、米在齐、米恩华、杨小玲予以通报批评,该纪律处分将通报中国证监会,并记入上市公司诚信档案。

6月14日,百花医药收到新疆证监局警示函。该函件显示,百花医药于2月21日获得控股股东工商变更信息,并知晓相关事项,但迟至3月2日才发布《关于控股股东增资暨公司增加实际控制人的公告》(以下简称《公告》),违反了相关规定。

记者注意到,百花医药在《公告》中声称其是在3月1日收到通知。百花医药为何隐瞒其知晓相关信息的真实时间?这其中又是否涉嫌利益输送?还有待公司进一步解释。与此同时,百花医药表示收到警示函事项不会影响公司正常生产经营活动,但半个月后即宣布终止定增。

定增筹划了3年

在宣布终止前,百花医药已将定增推进了3年。

2021年,百花医药董事会、监事会及股东大会审议通过公司非公开股票方案相关议案;2022年2月,公司收到申请受理单,随后进行审核反馈意见回复,当年5月,公司将定增有效期延长至2023年6月14日。2023年5月,百花医药再次将定增有效期延长至2024年6月14日,近4个月后,定增事项通过上交所上市审核中心审核,公司随后提交注册稿,等待审核批准。今年5月,公司第三次将定增有效期延长至2025年6月14日,但一个月后,定增被直接宣布终止。

2021年5月,百花医药与华凌国际医疗签订股份认购协议,当中拟定的认购数量约1.12亿股,认购价格为3.01元/股。今年3月,认购数量修订为约7364万股,发行价格为4.6元/股,募资总额不变。在此其间,百花医药股价曾在2021年11月及2023年10月冲破10元/股。

百花医药在公告中表示,华凌国际医疗拟认购公司定增,是控股股东看好公司未来发展前景,支持公司业务发展的重要举措。

工商信息显示,华凌国际医疗成立于2016年12月,主要业务为经营医疗技术研发、医疗技术咨询

等,但最近三年,华凌国际医疗未实现营业收入,截至2023年末,华凌国际医疗总资产为141.7万元,负债1.26万元,净利润为-4.06万元。值得一提的是,根据预案,华凌国际医疗拟使用自有或自筹资金参与此次百花医药定增。

百花医药在预案中表示,定增一方面是为增强公司资金实力,实施“仿创(仿制药、创新药)结合”,助力公司实现“长板做优”“补齐短板”等战略发展规划;另一方面,缓解流动资金压力,提高公司抗风险能力,保障公司的持续、稳定、健康发展。

百花医药目前是一家CRO(医药研发外包)公司,主要提供小分子化学药品研发和注册申报、多肽药物开发,组织实施一至四期临床试验、生物等效试验、医学科学服务、研发立项咨询服务等。

此前,百花医药主要从事煤炭和煤化工行业。2016年,公司并购南京华威医药科技集团有限公司(以下简称“华威医药”),同时置出亏损的煤炭业资产,正式进入医药研发行业。不过,百花医药未能就此实现华丽转身,并入公司的华威医药连续3年(2016年—2018年)未完成业绩承诺,合计完成率为69.42%,百花医药在2018年亏损超

8亿元。

此后数年,百花医药业绩频繁波动。2019年扭亏为盈,净利润约3438万元,2020年再度陷入亏损,净利润约-3.2亿元,2021年扭亏,盈利约5982.7万元,2022年又亏损约3475.5万元。

2023年,百花医药营收约3.7亿元,同比增长5.54%,净利润约1297.2万元,同比增长137.31%,经营活动产生的现金流量净额同比增长16.74%至6208万元。今年一季度,公司营收同比增长20.03%,净利润同比增长209.02%,继2023年后保持盈利。

对于去年业绩的增长,百花医药方面表示,主要是公司积极开拓市场,报告期内新签订单5.13亿元,包括医药研发新签订单2.61亿元、临床服务新签订单2.52亿元。公司在手订单12.3亿元,同比增长20.6%。同时,公司加强应收账款催收力度,公司现金流有所增加。今年一季度,公司研发部门加强项目进度和研发效率管控,项目交付能力提升,达到收入确认的节点较去年同期增加。

截至2024年3月31日,百花医药持有的货币资金同比下降60%至8069.8万元,主要是公司在报告期内购买银行理财。

华熙生物风波背后： 如何避免网红员工与企业博弈？

本报记者 许礼清 北京报道

从董明珠到雷军、俞敏洪，再到孟羽童、董宇辉，当下，企业对个人IP的打造和运营，似乎成为了营销工作的关键一环。但同时，网红员工的个人IP与企业相互博弈的故事也在不断上演。

近日，华熙生物(688363.SH)与旗下品牌“夸迪”前产品运营总监枝繁繁的纷争持续发酵。先是枝繁繁

发文表示自己被前公司职场霸凌。随后，华熙生物发文称，“华熙生物的任何品牌从未基于个人形象和/or能力得以发展”。《中国经营报》记者注意到，此前枝繁繁曾以“夸迪品牌主理人”的身份而被熟知，并在抖音平台为品牌带货。这引发了大众对于个人IP和企业如何平衡发展的讨论。对此，记者联系华熙生物方面进行采访，对方未给出具体回复。

这不禁让人思考，对于“明星

员工”，企业那套管理普通员工的统一标准还适用吗？企业又应如何管理运营以及平衡个人影响力巨大、风格鲜明的员工？

多位行业专家认为，短视频时代，企业家IP和个人IP，让企业和品牌活生生地展示在消费者面前。但也要看到，个人IP还属于新兴事物，对待他们或许需要新体系和新方法，否则带来热度的同时风险也更大。

如今枝繁繁的离开，对于整件事件的社会评价呈现出两极分化的趋势。不少网友和枝繁繁表现出了共情，这也把华熙生物推上舆论风口。

清华大学爆点战略营销顾问孙巍告诉记者，有些企业有意识打造员工个人IP，通过IP营销获取流量和带货，这是可取的办法，只是大部分个人IP不会火起来。但是，一旦个人IP火起来了，给企业带来了流量，个人IP就有了粉丝拥戴力量。这时候企业要设计好网红主播的利益激励，才能更好驾驭“黑马”，按照企业的意志前行。如果处理不好关系，就会出现矛盾，造成企业品牌资产的损失。

“企业家IP和个人IP对于塑造新生活方式或价值观的新消费品牌是最适合的。消费者对于生活方式和价值观品牌的认同，是基于心理和情感上的共鸣和偏爱，这更加强于对产品功能的认可。但当消费者认为生活方式和价值观品牌与自己心中的理想代表不一致时，通常也意味着毁灭性的‘翻车事故’，品牌形象会快速崩塌。”品牌营销专家于润洁说。

詹军豪强调，这种方式对于消

费导向型、服务导向型以及创意产

纷争再现 目前来看，关于个人IP崛起对于企业品牌影响的话题讨论热烈。

近日，华熙生物官方公众号发布《关于华熙生物个别离职员工违规事件的声明》。尽管没有指名道姓，但业界普遍认为这是对前员工枝繁繁接连通过社交媒体指控华熙生物“职场霸凌”的回应。华熙生物称，相关个人是在恶意攻击炒作个人IP，并违反了竞业禁止约定。关于枝繁繁的“品牌主理人”身份，华熙生物公开予以否定，称“未设置过品牌主理人职务”。

公开资料显示，2017年，枝繁繁加入华熙生物旗下夸迪品牌，成为彼时夸迪的产品运营总监和创始团队成员之一。2024年3月，枝繁繁在社交平台上发布了一则视频，暗示已离开夸迪。目前其个人品牌“繁妆”已经面世。

目前来看，个人IP崛起对于企业品牌的影响的讨论热烈。从品牌建设的角度来看，与品牌捆绑过深的员工一旦离开并且重新自立门户，对品牌的影响明显。同时，这场纷争也反映了个人IP与企业品牌之间的复杂关系。

在短视频与电商直播“新人”培育计划组织者袁帅看来，通过个人IP，企业能够更直接、更真

实地与消费者沟通，展示企业的日常运营、产品生产过程、企业文化等，从而增强消费者对品牌的信任感。个人IP具有强大的影响力和号召力，能够带动产品销售。如董宇辉在直播中的推荐往往能迅速转化为销量。通过个人IP，企业可以与消费者建立更加紧密的互动关系，形成良好的社群氛围，增强用户黏性。

尽管当下枝繁繁与夸迪已经“分手”，根据公开信息，回顾过去合作的过程可以看到，起初，枝繁繁通过社交媒体平台，尤其是抖音平台，分享护肤知识、日常生活和行业内幕等，以专业美妆人士的身份与粉丝建立了联系。同时，枝繁繁利用自己的影响力推广夸迪产品，进一步加深了消费者对她个人IP的认知。

2020年3月，该品牌首次出现在李佳琦直播间，而后枝繁繁亲自下场直播“带货”，使得个人IP与品牌捆绑更紧密。更为关键的是，枝繁繁还参与了各种行业会议和公开演讲，并以“夸迪主理人”的身份出现，持续加强个人与品牌的深度绑定。

“员工个人IP”如何管理？

思考如何管理明星员工IP或许已经迫在眉睫。

类似于华熙生物与枝繁繁这样，反映出企业与明星员工IP之间管理运营问题的，不在少数。

就如董宇辉作为东方甄选的明星员工，在直播带货领域拥有极高的人气和影响力。然而，“小作文”事件引发了公众对其与东方甄选关系的猜测。这暴露了企业在管理明星员工个人IP时可能存在的问题，如沟通不畅、个人言论与企业形象的冲突等。

近日，在东方甄选美丽生活直播间，人气主播顿顿公开表示对公司以及对公关部门的不满，公开表达了对公司管理的失望，特别是对公司开新账号不与主播沟通和公关部门在互联网舆情出现时的不作为表示不满。这番言论在社交平台上引起了广泛讨论。记者联系到东方甄选，对方表示目前不方便接受采访。

更早之前，孟羽童作为董明

员工个人IP和企业终有一战？

直接将老板打造成IP或是一种解法，但也存在局限性。

近几年，有不少企业因员工个人IP受到影响的事件，这让外界也产生了“员工个人IP和企业终有一战”的探讨。

多位业内专家对记者表示，员工个人IP与企业之间的博弈并非不可避免，可以通过有效管理和策略避免矛盾升级。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪认为，关键在于双方的定位和合作模式。企业可以通过合同条款明确双方的权利与义务，确保个人IP的发展方向与企业战略相吻合；建立共享机制，让个人IP从企业发展中获益，增强其归属感；同时，也可以通过打造多元化品牌生态，将个人IP视为品牌矩阵的一部分，而非唯一核心，这样既可以发挥个人IP的优势，又能避免过度依赖带来的风险。

詹军豪强调，这种方式对于消

费导向型、服务导向型以及创意产

业的企业更为有效，如零售业、教育业、娱乐业等。但它并非所有企业或时代的必要手段，企业文化以及个人IP与品牌定位要保持一致性。

“有能力的员工永远和公司

存在一种博弈关系，核心还是驾驭好‘激励和控制’两层关系。”孙巍说。

詹军豪强调，这种方式对于消

费导向型、服务导向型以及创意产

业的企业更为有效，如零售业、教育业、娱乐业等。但它并非所有企业或时代的必要手段，企业文化以及个人IP与品牌定位要保持一致性。

<

养生茶饮市场快速增长 打破同质化成突围关键

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近日,南京一家中药养生茶饮店在社交平台上走红。据悉,门店通过AI模拟中医的“望闻问切”,为消费者量身定制“对症”茶饮。这是继“中药奶茶”出圈以来,中式茶饮在养生赛道上的又一新现象。

当下,中医药文化的复兴以及药食同源的发展理念,为养生茶饮市场注入了新的活力,推动其市场规模快速增长。艾媒咨询数据显示,2023年中国养生茶饮市场规模为411.6亿元,同比增长27.3%,预计2028年中国养生茶饮市场规模有望突破千亿元。

业内专家们认为,近几年来,

由于居民收入的提升、健康文化的传播等多种因素,国民健康诉求升级。在中国食品产业分析师朱丹蓬看来,养生饮品之所以能够形成风潮,是因为匹配了年轻消费者对“喝”的健康需求,随着市场规模不断扩大,未来市场还会出现细分化、规范化、品牌化的发展特点。

养生新潮流

“养生”是新中式茶饮和咖啡商家们在寻找新增长点上的一个抓手。

“感觉这是一次新奇的体验”,网友小吉告诉《中国经营报》记者,在南京某中药养生茶饮店,她通过智能舌面诊仪检测出痰湿质,AI推荐的相应饮品为“荷叶清身茶”,主要配料有陈皮、荷叶、山楂等,并且显示了相应的茶饮功效。

记者注意到,除了南京外,重庆、郑州等地也有类似的中药养生茶饮店,即引入智能舌面诊仪、脉诊仪增加了“辨体”流程,通过AI为消费者量身定制“对症”茶饮,吸引了不少年轻人到店打卡。大众点评菜单显示,这些饮品单杯均价约20元。

据了解,养生茶饮品类具有多元化的特点,可分为袋泡茶类、固状膏体类、瓶装饮料类、冲泡粉末类以及门店现制类。

近两年来,很多医院和中药连锁品牌已开发并推出一系列中药饮品,有的门店还需要排队购买。据悉,这些品牌一般是结合中医文化,开发融合中药、茶、咖等创新养生饮品。

同时,“养生”是新中式茶饮和咖啡商家们在寻找新增长点上的一个抓手。北京无韵诗咖啡店主理人告诉记者,夏季对凉爽去火的需求高涨,“椰香绿豆冰沙拿铁”是结合消费者养生需求所做的特调,目前是店内最受欢迎的饮品之一。

不仅如此,向万店规模迈进的



北京一养生茶饮店内售卖的养生茶包及相关产品。视觉中国/图

新茶饮品牌也捕捉到了这股养生的新潮流。茶百道相关负责人曾告诉记者,姜汁桂圆红枣茶、姜汁枸杞黑糖奶茶两款产品,采用红枣、枸杞、桂圆、姜汁等具有养生标签的原料制作而成,更加聚焦女性用户,上市以后最高单日销量跃居到了热销Top5的位置。

据中国副食流通协会饮品分会秘书长、全食展组委会总经理王海宁观察,当下养生类新茶饮品牌还处于一个起步阶段,并没有出现头部品牌,这与原有的新茶饮市场趋于饱和有关,同时也与养生茶饮分类过多有关,养生茶饮的饮用方式多种多样,口味同质化也较为明显,想要进一步发展还需要做出差异化的产品。

记者通过走访门店看到,目前也有不少品牌瞄准养生赛道、提前布局,在产品品类和门店运营方面建立自身独特性。例如,澳洲保健品牌Swisse的营养颜究美茶馆中含有燕窝、红豆等材料;长春堂·顺时而饮(以下简称“顺时而饮”)则根据不同节气打造了专属茶饮;盒马推出了玉米须玄米茶及其他产品。

值得注意的是,这些品牌的“醉翁之意”也并非只有“饮品”,它们把门店作为销售终端,从上游材料端推出了其他品类产品,最典型的就是养生茶包。比如盒马旗下的健康养生滋补品牌盒补推出了决明子菊花茶及其他固体饮料产品,顺时而饮门店则有类似中药包的养生茶包。

创新品类

近几年中医药文化的复兴为茶饮市场注入了新的活力。

随着国民健康意识的提升,健康需求将成为中国食品行业持续迭代的推动力。因此,企业更应当关注到消费者的真正需求,不能只将创新停留在产品层面,要深入到消费者的认知和心理规律中,如此才能真正得到市场的认可。

多位专家建议,药食同源是挖掘功能性饮料的宝矿,但养生饮料并非消费者认知中的品类,真正有价值的品类必须是高频、刚需、可见效、符合消费习惯的细分赛道。

对于如何扩大消费者认知,著名顶层设计专家、清华大学爆点战略营销顾问孙巍指出,时代更迭和消费变化趋势越来越快,打造新的品牌认知需要从产品的爆点进行顶层设计。

他进一步解释道:“首先,要找到爆点,产品是解决客户哪些刚需、痛点,比如口感、解困,有什么与众不同的优点,比如价格低、新品创新;其次,要围绕精准客户爆点来打造品牌,需要考虑‘圈哪些粉’‘在哪里种草’,让粉丝产生共鸣,然后结合线下门店、线上短视频、私域流量进一步扩大消费客群;最后,要借助事件引爆、限量销售、联名活动、会员活动的设计方案引燃爆点。”

记者注意到,近几年中医药文化的复兴为茶饮市场注入了新的活力,市场规模快速增长的同时,不少黑马借此创新,在市场中获得了一席之地。

其中,中式养生瓶装水作为一个新品类,其市场仍在不断扩大。前瞻研究院《2024年中国中式养生水行业发展趋势洞察报告》显示,2023年中国中式养生水市场规模达到4.5亿元,同比增

长超过35%。

此外,从中式养生水整体格局来看,上述数据显示,90%以上的市场份额在元气森林和可漾的手里,其中,可漾入局于2018年,凭借先手优势占据一部分市场份额,2023年,元气森林自在水一经发布,不到一年时间销售额破亿,占据过半的市场份额。此外,行业参与者也在快速增加,好望水、六养、多乐多等多个品牌入局。

据元气森林方面介绍,元气森林自在水已经成为他们内部增速最快的新品之一。他们在调研中发现,当下年轻人都在追求养生,既要颜值高,又要好喝、带一些功能的产品。据悉,从今年开始,该产品已大量投入线下渠道。

孙巍认为,元气森林的产品开发能力较强,能够在4—5元价格带推出养生水新品类,目前来看是一次不错的尝试。但要想成为气泡水这样的大单品,可能还面临很多挑战,“首先,需要持续不断地推出多种养生水,慢慢渗透市场和教育市场;其次,养生水的市场扩大,需要更多饮料厂商跟进,一起拓展市场,才可能促生持续繁荣。”

记者注意到,红豆、薏米类养生水正在持续渗透线上和线下,

实现全渠道的贯通,未来可能成为无糖饮料的有力替代品。《2024年中国中式养生水行业发展趋势洞察报告》显示,预计到2028年,中式养生水将替代超过30%的无糖饮料市场,市场规模将达到约103亿元。

但纵观整个中式养生水市场不难发现,当下这类产品基本集中在红枣枸杞、红豆薏米、绿豆水等口味,尤其是红豆薏米水几乎

是每个品牌都有的口味,产品同质化明显,品牌之间的差异性主要集中在价格和配料方面。

朱丹蓬指出,目前市面上与大健康概念挂钩的水,在不同渠道也有销售差价,整体来看比无糖茶的价格更高。他以某款红豆薏米水的价格举例,“这个水在711、罗森等便利店卖6元左右,但在一般商超的销售价格是5元左右。”

记者注意到,目前市场上红豆薏仁水的配料表集中在3—5种之间,可漾将新旧包装配料表的成分从5种换成了3种,减少了“赤藓糖醇”“三氯蔗糖”这两个配料。而好望水的薏米水会特地强调每瓶配料的含量。

在政策端,近年来,越来越多的药食同源类物质被列入相关名录。2020年年初,国家卫生健康委和国家药品监督管理局联合发布公告称,将当归、山柰、西红花、草果、姜黄、荜茇等6种物品纳入《食药物质目录》。2023年11月,党参、肉苁蓉(荒漠)、铁皮石斛等9种物质也加入食药大军。截至目前,已有102种原料被批准为食药物质,这无疑给药食同源类产品的研发和生产提供了更多的可能性。

王海宁建议,养生新茶饮要考虑药食同源、风味稳定,目前养生饮品市场可能存在产品质量、标准不一的问题,在市场发展过程中需要通过行业自律和市场规范逐步解决。这对产品创新、供应链建设和规模扩张提出了新要求,对企业来说成本可能会增加,但同时也为企业提供了更多的机会和空间,可以通过创新研发和供应链管理等方面,提高产品的附加值和市场竞争力。

绿茶餐厅四战港交所 餐饮上市难题何解?

四次有何不同?

本报记者 刘旺 北京报道

三年四战港股,绿茶餐厅又一次成为餐饮行业焦点。

《中国经营报》记者注意到,近日,绿茶餐厅再次向港交所提交上市申请。经过两年的策略调整,绿茶餐厅以营收和净利润双双刷新纪录的佳绩,向资本市场展示了其强劲的财务表现。

值得注意的是,绿茶餐厅一直将“翻台率”作为其核心竞争力,创始人王勤松曾强调,每天至少4次的翻台率是绿茶餐厅的底线,而7次则是上限。他曾表示,4次翻台率是衡量大众餐饮成功与否的关键指标。然而,在最新的招股说明书中,绿茶餐厅的翻台率并未达到此前设定的行业标准。

尽管翻台率有所下降,绿茶餐厅的业绩却逆势增长,这背后的原因为值得探究。

在第四次冲击IPO的过程中,绿茶餐厅面临着哪些压力和挑战?通过分析其招股说明书和业务发展策略,我们或许可以对绿茶餐厅的经营之道有所了解。

2004年,绿茶的雏形——绿茶青年旅社,在杭州西湖景区设立。2008年,王勤松与妻子路长梅在杭州西湖畔创立了第一家绿茶,一度成为消费者的打卡地。彼时《杭州日报》旗下都市快报如此形容:“想要再复制一个绿茶,估计很难。”

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏认为,绿茶的定位偏快时尚风格,无论是装修风格还是菜品、价格,都比较容易被消费者接纳,加上彼时消费升级的转变,能够快速受到市场的青睐也很正常。

但网红属性如此强的绿茶餐厅,上市之路却相对曲折。回顾过往,绿茶餐厅曾在2021年3月、10月及2022年4月三次提交上市申请,但均未成功。

近日,绿茶餐厅再次向港交所发起冲刺,这已是其第四次尝试在港交所上市。时过境迁,绿茶餐厅

餐饮业拥抱资本

近年来,餐饮行业的资本市场活动日益频繁,品牌与资本的结合成为一大趋势。行业内部,多个餐饮品牌陆续获得资本的青睐和资金注入,表现出资本市场对这一领域的浓厚兴趣。

特别是在细分的面馆市场,2021年就见证了13起融资事件,涉及金额超过人民币14亿元。这为陈香贵、张拉拉、马记永等品牌提供了快速扩张的契机。

进入2024年以后,融资活动持续活跃。梦想餐饮品牌、牛肉饭连锁“牛大吉”和拌饭连锁“米悦朝鲜族拌饭”等均宣布获得了数千万元的融资,显示出资本市场对餐饮业的持续看好。

但另一面,诸多中式餐饮企业的IPO进程并不顺利。据记者不

厅在最新的招股书中展示了一份令人备受鼓舞的成绩单。

从业绩数据来看,2021年至2023年,公司营收稳步增长,分别为22.93亿元、23.75亿元和35.89亿元,而净利润也在2023年达到了2.96亿元,2023年营收净利创下六年来的新高。

门店数量亦显著增加,2023年新开设89家门店,使总数达到360家,同比增长30.44%。

不过,值得注意的是,近年来的数据显示绿茶餐厅的翻台率有所波动,2018年至2023年间,翻台率分别为3.84次/天至3.30次/天。王勤松曾强调,在低价位吸引客流的策略下,翻台率是餐厅盈利的核心。

此外,客单价自2021年起也呈现小幅下降,从60.5元降至61.8元。尽管如此,绿茶餐厅的营收和净利润增长表明,公司在市场上的

竞争力依然强劲。

绿茶餐厅是如何在翻台率和客单价下降的情况下实现业绩增长的?这引发了外界讨论。

记者注意到,这与其降本增效不无关系。招股书显示,绿茶餐厅在过去三年中,原材料及耗材的成本占比持续降低,得益于公司建立的直采中心,有效降低了采购成本。同时,新店开设的成本也得到了优化,从原先的平均320万元至370万元调整至240万元至370万元。

显然,通过这些措施,绿茶餐厅在管理上做减法,在供应链上做加法,成功地将成本控制与效率提升结合起来。

中国商业联合会专家委员会委员赖阳分析了绿茶餐厅翻台率下降的现象,并将其与整个餐饮行业的发展周期联系起来。他表示,尽管绿茶餐厅的业绩在当前行业中仍然算是较好的表现,但与10年



近日,绿茶餐厅再次向港交所提交上市申请。视觉中国/图

前相比,确实存在差距。在10年前,绿茶餐厅以其创新的商业模式在餐饮界脱颖而出,但随着时间的推移,市场上出现了越来越多的类似餐饮业态,这无疑加剧了绿茶所面临的竞争压力。

赖阳进一步指出,绿茶餐厅

其次是标准化以及标准的与时俱进,要迎合新消费群体的消费习惯和口味,让标准适应市场需要;最后是模式化以及管理模式人性化,要摆脱对后厨的依赖,建立新的激励机制。

实际上,绿茶餐厅与其他餐饮品牌有着一定区别,如绿茶餐厅目前仍坚持主品牌运营,而其他餐厅有不少都选择了开发子品牌。如海底捞的海捞火锅;呷哺呷哺的呷哺呷哺、趁烧等;还有九毛九集团旗下的太二酸菜鱼、赏鲜悦木牛肉火锅。

还有在规模上,行业集中度不高的情况下,绿茶餐厅也希望于通过规模扩张来获取更多的市场占有率。其募集资金用途,

其中之一就是用于扩张餐厅网络。据了解,2024年,绿茶餐厅计划新开设112家,然而,截至2024年6月11日,绿茶餐厅新增22家餐厅,仅完成新增门店计划的20%左右。

在未来,绿茶餐厅计划在2024年至2027年期间每年开设112至213家新餐厅,其中大部分位于三线城市,这也表明了其对未来市场的积极预期和扩张野心。

这已经是绿茶餐厅第四次冲击IPO,其想必也已经在多个方面做好了准备。对于扩张策略、菜品创新等问题,记者采访绿茶餐厅方面,相关负责人表示目前在聆讯期内,不能接受任何采访。

高质量发展调研行

百亿饮料产值背后的咸宁高新区范本

本报记者 许礼清 北京报道

落户企业400余个、饮料产业链产值规模达100亿元……这些亮眼的数据都指向同一个地方——湖北省咸宁高新区。

据悉,咸宁在推动湖北省促进中部崛起的发展中发挥了重要作用,例如,奥瑞金、安利、元气森林、今麦郎等一大批国内外知名饮料品牌相继落户咸宁高新区。与此同时,在咸宁高新区不断优化营商环境下,企业也得到了更好发展。为了更好开拓市场,元气森林选择将第4家自建厂落户咸宁高新区。

元气森林华中区公共事务部总经理朱佳州告诉《中国经营报》记者,与传统意义的工厂不一样,元气森林咸宁工厂是一座

花园式工厂。于2021年5月签约落户咸宁高新区,7月破土动工,12月正式投产第一批产品,工厂全部配备无菌碳酸生产线。从建设到投产仅用5个月时间。这都得益于咸宁高新区多方面的支持,例如给行政审批开绿色通道、完善配套设施、金融支持政策等。

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、总编辑季为民表示,在当下国家大力推进中国式现代化的背景下,咸宁在湖北省促进中部崛起的发展重任中潜力很大。咸宁“水经济”产业布局,以及园区企业的数字经济创新、绿色工厂建设等,是咸宁践行高质量发展、推进中国式现代化的重要行动。

创新之城的发展之路

穿越千年光阴,咸宁将它的历史底蕴,与现代营商环境充分地融合在一起。

从中国湖北省省会武汉市南行80公里,就来到了被称为“鄂南明珠”的咸宁市。

咸宁称谓起源于宋真宗景德四年(公元1007年),取《易·乾象》“万国咸宁”之义,将永安易名咸宁,寓全郡安宁之意。咸宁历史更加悠久,夏商为荆楚地,秦属南郡,汉属江夏郡,明清属武昌府。

穿越千年光阴,咸宁将它的历史底蕴,与现代营商环境充分地融合在一起。这个地方的故事始于2006年7月,当时它还只是一个普通的经济开发区,但随着时间的流逝,逐渐成长,变得越来越重要。

2015年2月,咸宁高新区得到省政府的认可,正式更名为咸宁高新技术产业园区。两年后,也就是2017年2月,再次升级,成为国家级的高新技术产业开发区。在这里,有400多家企业安家落户,其中有98家是规模较大的企业,还有64家是拥有高新技术的企业。这些企业在饮料食品、电子信息、生物医药、先进装备制造和新能源新材料等领域发挥

着重要作用,形成了鲜明的产业特色。

记者了解到,咸宁高新区在过去的3年里,每年都在科技部火炬中心的评价考核中取得了进步,2020年甚至排到了第98位。在全省12个国家高新区的年度评价中,连续3年都排在了第5位。

此外,咸宁高新区非常重视科技创新,已经建立了22个省级科研平台和34个市级工程技术研究中心,还有20个市级校企合作共建中心和13个院士专家工作站,这些都是推动科技创新的重要力量。在咸宁高新区里,有许多知名的大企业和行业领军企业,比如红牛、南玻、安利等世界500强企业,还有佳顺轮胎、元气森林等行业内的佼佼者。这些企业不仅在这里发展壮大,还带动了整个区域的经济发展。特别是以红牛为首的饮料产业链,已经形成100亿元的产值规模,成为咸宁高新区的一大亮点。

咸宁高新区正以其创新和活力,不断推动着咸宁乃至更广泛地区的经济发展。

助力“水经济”发展

咸宁高新区助力“水经济”产业集群化发展。

中国有一句俗语,叫作“靠山吃山,靠水吃水”,这是古人智慧的凝结。指的是,根据自己所处的地理环境和条件来选择适合的生活方式或谋生手段,强调了因地制宜、顺应自然的重要性,体现的是一种务实、灵活的生活智慧。

而咸宁高新区将这种智慧运用到助力产业发展上,即充分利用自然资源,引进相关产业龙头,带动经济发展。

记者了解到,咸宁市得天独厚的水资源和绿色生态环境,为咸宁“水经济”发展提供了坚实的基础。

咸宁市对水安全极为重视,此前就发布《咸宁市水安全保障“十四五”规划》,明确水利高质量发展的总体思路、规划目标、主要任务和保障措施。规划包括四大类155个项目,总投资451.4亿元,其中“十四五”期间规划投资185.7亿元,以支持水经济及相关产业的发展。

此外,咸宁高新区也在助力“水经济”产业集群化发展,以中国红牛湖北生产基地为龙头,奥瑞金、元气森林、安利等为支撑的饮料产业链产值规模达100亿元,其中红牛饮料年产量超14亿罐。

“保姆式服务”为企业保驾护航

咸宁高新区管委会成立了专门的项目服务团队,负责协调解决项目建设过程中遇到的各种问题,提供一站式服务。

在企业入驻的过程中,咸宁高新区也向外界展示了营商环境上的“咸宁速度”。

朱佳州告诉记者,2021年5月签约,7月破土动工,到了12月,第一批产品正式投产。也就是说,元气森林在咸宁的工厂,从建设到投产仅用了5个月的时间。

“这离不开咸宁市提供的‘保姆式服务’,从项目立项、环评、文评、建设、施工、竣工验收、投产达效,高新区管委会每天看进度,每周抓协调,每月全调度,实现了项目从签约到开工最短时间最高效率,刷新了行业内同体量工厂的建设速度。”朱佳州表示。

据朱佳州介绍,高新区管委会成立了专门的项目服务团队,负责协调解决项目建设过程中遇到的各种问题,提供一站式服务。



得天独厚的水资源和绿色生态环境,为咸宁“水经济”发展提供了坚实的基础。

视觉中国/图

同时,咸宁高新区对水经济产业给予政策上的支持和荣誉表彰,如红牛饮料生产基地获省级、市级以上荣誉表彰100余项。

在自然资源之外,咸宁也在为“水经济”的发展带来更多可能性。中国社会科学院中国城市发展研究会副理事长贺可嘉认为,水深则鱼跃,城强则贾兴。在咸宁,水资

源不仅孕育了咸宁,也给产业发展带来无限的生机和活力。产业的兴盛发展与企业的不断创新有很大的关系。在近30年的发展过程中,华彬集团和中国红牛在坚守品质的同时,不断深入地进行数字化改造,积极拉动传统产业进入“数转智改”的升级进程,率先完成5G工厂建设,为同行业企业和上下游的

合作伙伴提供了很好的示例。贺可嘉建议,咸宁高新区可积极探索建设以饮料产业为主的数据资产化服务中心,推动相关企业的数据入表,探索并完成全国第一例饮料产业企业的数据资产评估入表标准化以及资产化挂牌交易,这将会为“水经济”转型发展起到非常好的拉动作用和示范作用。

“保姆式服务”为企业保驾护航

咸宁高新区管委会成立了专门的项目服务团队,负责协调解决项目建设过程中遇到的各种问题,提供一站式服务。

在企业入驻的过程中,咸宁高新区也向外界展示了营商环境上的“咸宁速度”。

朱佳州告诉记者,2021年5月签约,7月破土动工,到了12月,第一批产品正式投产。也就是说,元气森林在咸宁的工厂,从建设到投产仅用了5个月的时间。

“这离不开咸宁市提供的‘保姆式服务’,从项目立项、环评、文评、建设、施工、竣工验收、投产达效,高新区管委会每天看进度,每周抓协调,每月全调度,实现了项目从签约到开工最短时间最高效率,刷新了行业内同体量工厂的建设速度。”朱佳州表示。

据朱佳州介绍,高新区管委会成立了专门的项目服务团队,负责协调解决项目建设过程中遇到的各种问题,提供一站式服务。

据透露,咸宁市政府为元气森林的建设项目提供了行政审批绿色通道快速通道,简化了审批流程,缩短了审批时间,确保项目能够快速启动。同时,政府提供了必要的土地支持,确保工厂建设用地的供应,并且在土地转让租赁方面给予了优惠政策。

而在基础设施上,市政府投资协助完善了工厂周边的基础设施,包括道路、供水、供电、排水等,为工厂的顺利建设和运营提供了良好的外部环境。

此外,市政府还提供了贷款贴息、税收减免等金融支持政策,降低了企业的融资成本和财务压力。并且出台了一系列人才引进和培养政策,为元气森林提供人力资源保障。

“保姆”并没有在工厂开工之

后就选择“离开”,而是持续地为企业保驾护航,包括加强教育、医疗、文化等公共服务设施建设,确保生产安全和环境安全等。最为重要的是,咸宁高新区已经形成完整的饮料产业集群,为元气森林提供了良好的产业配套。

咸宁高新区方面表示,依托得天独厚的自然生态和水资源优势,全区上下将坚定当好企业服务“店小二”,持续优化营商环境,强化产业链上下游配套,为企业提供更加优质高效便捷的服务,持续做大做强饮料产业,让咸宁因水而更加美好。

在咸宁高新区的支持下,元气森林获得2023年咸宁市工程技术研究中心和2023年湖北省节水企业等称号。当然,咸宁高新区在为企业提供全方位保驾护航之后,很多企业也会选择用自己的方式去反哺地方。

朱佳州告诉记者,元气森林对当地产业集群经济发展有几方面的助力。

首先是原料采购本地化,会优先与咸宁或周边的农产品供应商合作,这样既能保证质量,又能支持当地农业发展;其次是共享共建,利用工厂生产基地辐射周边省份市场,与当地经销商能够紧密合作,共同开拓和维护市场,并实现销售网络的覆盖和深化;最后则是社会责任,元气森林在积极参与当地的公益事业,一方面提升企业的品牌形象,另一方面也能促进当地社会和谐发展。

显然,咸宁高新区的发展实践,形成了一个以企业为核心,涵盖产业链上下游多个环节的循环经济体系。不仅促进了当地经济的全面发展,也为其他区域提供了可借鉴的模式,带来新的可持续发展样本。

汇聚产业集群 打造世界级饮料生产基地

本报记者 孙吉正 北京报道

2004年,“中部崛起战略”在《政府工作报告》中首次被提出,并在第十一个五年规划期间(2006年—2010年)上升为国家战略。在“中部崛起战略”提出20周年之际,中部地区的高质量发展

再次成为政策热点和各领域专家关注的焦点。

其中,咸宁在加速湖北省崛起上贡献了重要力量。《中国经营报》记者了解到,在产业链的协同带动下,一大批国内外知名饮料品牌相继落户咸宁高新区,并实现了产业集群化发展,推动咸宁

市“一瓶水”经济逐步壮大。

截至目前,咸宁市共有12家食品饮料产业规上企业,覆盖产品研发、生产、灌装、物流配送等全产业链条。下一步,“一瓶水”年产量有望突破100亿罐,食品饮料产业年产值有望突破500亿元。



图为元气森林和红牛在咸宁的工厂和生产基地。



本报资料室/图

“水经济”孕育新产业

据悉,咸宁水资源丰富,地表水总量达80亿立方米,地下水可开采量为3.6亿立方米/年,具有弱碱性、富含锶、储量足等优点。依托山清水秀的自然生态,咸宁明确将饮料产业作为地方主导优势产业,目前,饮料产业已成为该区特色最鲜明、链条最完备的支柱产业。

截至目前,咸宁高新区落户企业400余个,以中国红牛湖北生产基地为龙头,奥瑞金、元气森林、安利等为支撑的饮料产业链产值规模达100亿元,其中红牛饮料年产量超14亿罐。

咸宁高新区表示,自2005年中国红牛湖北生产基地落户以来,在产业链的协同带动下,奥瑞金、安利、元气森林、今麦郎等一大批国内外知名饮料品牌相继落户园区,并实现了产业集群化发展,推动咸宁“一瓶水”经济逐步壮大。

据了解,咸宁高新区聚焦打造“具有国际影响力和知名度的世界级饮料生产基地”,2023年实现营收超300亿元,产出饮料超70亿

罐,其中红牛年产饮料超14亿罐;通过支持奥瑞金并购美国波尔,打造全球最大的金属包装企业,将总部落户咸宁,年产能片罐130亿罐,占全国市场份额的四分之一;吸引雀巢咖啡、三得利、百威等近400个饮料品牌落户,建成集研发、生产、包装、营销等上下游配套完整的产业链条。

红牛维他命饮料(湖北)有限公司总经理葛海一介绍了中国红牛在湖北咸宁的发展历史和现状。自项目签约,经过20年的发展,中国红牛湖北生产基地已成为咸宁食品饮料龙头企业。截至2023年,已累计生产红牛191.52亿罐。在新质生产力“数转智改”的驱动下,基地大力推动人工智能和5G技术在生产制造中的应用,对设备设施进行智能化改造。红牛工厂已经入选省级5G全连接工厂名单,实现了咸宁市5G全连接工厂项目“零”的突破。

中国红牛的发展离不开咸宁这片热土的滋养。2024年7月1日,元气森林的咸宁生产基地投资10亿元,其核心生产区域

日,华彬集团迎来40周年华诞,中国红牛湖北生产基地累计产量也将突破200亿罐。“作为功能饮料行业的龙头企业,我们将继续深耕细作,助力咸宁高新区打造‘具有国际影响力和知名度的世界级饮料生产基地’。”葛海一表示。

在华彬和红牛的带领下,诸多企业纷纷在咸宁落户投产。2017年8月,安利(中国)的运动功能饮料引进中国,落户咸宁高新区。据悉,XS运动功能饮料创造了上市29小时售出1000万罐的销售额。次年3月,安利(中国)的全资子公司捷通(咸宁)食品科技有限公司成立,主要从事食品饮料类产品的开发、生产、加工和销售以及进出口业务。

今麦郎饮品(咸宁)有限公司则于今年3月引进一条世界领先的饮用水生产线,年总产值可达5.5亿元,产品将销往湖南、江西、广东、广西、海南等省份。中国红牛的发展离不开咸宁这片热土的滋养。2024年7月1日,元气森林的咸宁生产基地投资10亿元,其核心生产区域

为采用世界领先的无菌碳酸冷罐装技术的万级洁净车间。目前,该基地室内已建成沉浸式观光通道。同时,连接144亩森林公园的工业生态旅游基地廊道正在抓紧施工中。

按照工作部署,咸宁高新区将健全“一转一、一加一、一引一”招商机制,强化与中国饮料工业协会及其他机构合作,依托元气森林、黄鹤楼饮品、今麦郎等重点企业开展产业链供应链招商,积极引进软饮、代糖等核心配套企业,3年内饮料产业综合产值将突破500亿元。

对于咸宁高新区的务实精神,元气森林方面表示,咸宁高新区秉承元气森林项目无小事的观念,充分发扬“店小二”精神,坚持为元气森林提供全方位立体式的服务。各个职能部门针对企业发展面临的问题,多次上门协调服务,大家能感受到高新区政府亲身爱企的创业情怀和高效务实的干事风格。

强壮“一瓶水”产业链

目前,咸宁高新区内的食品饮料产业链条趋于完善,已形成集生产、包装、印刷等上下游配套的完整产业集群。

据了解,园区内不仅拥有全球最大的两片罐生产基地奥瑞金,还拥有上市公司华源印铁。其中,奥瑞金的罐体加工,以及华源包装的印刷配套能力、装备水平、产品质量,均处于国内领先地位。坚实的产业基础,为咸宁建设“世界级饮料基地”提供了保障。

2024年是咸宁市“项目建设攻坚年”。“我们每年拿出可用财力的70%以上,用以支持饮料企业转型升级、新品研发、人才引进,企业受益面达100%。”咸宁高新区党工委副书记、管委会主任金山在此前的会议中表示,这些惠企政策,包括在全省率先建立从产品研发、工艺流程到知识产权、运输流通等“一站式”服务体系,让企业放心投资、安心经营。据了解,近年来咸宁高新区

依托丰富资源和现有产业基础,通过发挥龙头企业品牌的带动作用,成立食品饮料产业联盟,全力发展健康食品饮料产业,重点围绕食品饮料产业世界知名品牌和国内行业百强开展产业链招商,加速打造世界饮料生产基地。

安利(中国)方面表示,2020年,安利(中国)总裁裁放随中国对外友好协会组织的跨国公司代表团赴武汉考察后,感受到湖北科技创新的硬实力以及营商环境不断优化的软实力,更加坚定了加码增资湖北的决心。因此,2021年,国内首家安利大健康智创园在咸宁建立,2021年6月正式启动施工,6个月快速建成交付使用,创造了安利全球最快速度建成一家工厂的纪录。

咸宁高新区管委会相关负责人介绍,经过10多年培育,食品饮料企业一家接一家签约落户,壮大了“一瓶水”产业链,大窑汽水、北冰洋等一批食品饮料优质项目也在推进之中。

声音

市场内卷加剧 超豪华品牌宾利的“穿越”之道

访宾利汽车中国内地及香港、澳门执行总经理安睿轲

对于宾利汽车，中国消费者并不陌生，它以优秀性能和超豪华定位闻名全球，在中国汽车市场也一直享有较高的声誉。

宾利汽车总部位于英国克鲁，世界上第一台宾利汽车诞生于1919年，1998年宾利汽车被纳入大众汽车集团旗下。在105年的发展历程中，宾利

见证了汽车行业的巨大变迁。

在燃油车时代，宾利汽车创造了不少传奇。譬如，推出了欧陆GT、欧陆飞驰等经典车型，其手工缝制的宾利真皮内饰以及木质饰板亦颇受市场追捧。如今，汽车行业已身处电动化、智能化的时代浪潮之中，传统格局被打破，新的秩序正在建立，汽车产业的玩

法与规则迎来重塑。

进入新的产业时代，作为一家拥有百年历史的传统超豪华汽车品牌，宾利汽车如何看待和面对电动化、智能化转型浪潮？近几年，超豪华汽车品牌的消费群体年轻化趋势明显，如何才能更好地把握新消费群体的需求？当前，汽

不刻意追求销量和市场占比

《中国经营报》：目前中国汽车市场“内卷”，宾利汽车的感受是什么？借助智能化与电动化趋势，一部分中国汽车品牌在逐步进军超豪华汽车市场领域，你如何看待这种现象？

安睿轲：不论是全球超豪华汽车市场还是整个市场经济环境，都存在发展的循环，目前正处在一个比较低迷的节点。

相较于2022年，2023年宾利汽车的销量有所降低，这个销量成绩符合目前市场的状态。面对当前的市场环境，我们会通过公司内部调整进行车辆生产以及供给的有效管理。宾利汽车是订单制生产，产量将根据市场的实际需求作出相应调整，因此并不会面临巨大的市场压力。

市场虽然在整个经济循环中会有起伏，但宾利汽车如何呈现品牌形象并不会随着经济环境的变化而变化。

在订单制生产的准则下，宾利汽车追求的是保证宾利座驾独一无二的特性以及宾利汽车的品牌价值。客户与宾利品牌、产品之间的互动以及客户的购车体验，对我们而言非常重要，我们期待能够与客户有深度的交流。

目前的市场趋势以及竞争促使我们不断地创新，宾利品牌自创立以来一直秉持不断追求创新的精神，也不断赋予“当代奢华”新的定义，这是我

们在过去取得成功的根本原因，也是我们面向未来最大的底气。

我并不认为宾利品牌与上述中国本土汽车品牌处于直接的竞争关系中。当消费者去购买奢侈品的时候，他们并不是简单去对比不同的产品及其价格，而是更希望找到与自身需求产生共鸣的产品。

《中国经营报》：今年，宾利汽车在销量以及战略方面有哪些规划？你认为超豪华汽车市场低迷行情将持续多久？

安睿轲：销量和市场占比并不是宾利汽车刻意追求的目标，我们更在意的是确保品牌的超豪华属性和稀缺性，并重视价值增长。

眼下，我们会基于自身市场战略，以自己的方式对产品及品牌进行市场推广，从而与客户的品位产生共鸣，并且做到为客户提供多样化、个性化定制服务。

宾利汽车今年计划推出更多客户体验活动，令客户拥有更多机会与宾利品牌和产品进行互动以及更深入的了解，这一点会贯穿到整个销售过程中。

宾利品牌非常期待可以通过好的设计和产品给予客户更多的灵感和启发，从而吸引越来越多的中国客户关注宾利品牌，并成为我们的新客户。

对未来，我个人持谨慎乐观的态

度。从宾利品牌的角度来说，我们并

不会对未来作一个具体多长时间的预

期。但是，我们始终会高度关注市

场市场“内卷”严重、竞争激烈，超豪华汽车品牌对市场的变化有着怎样的感受？又如何穿越低迷周期？带着这些疑问，《中国经营报》记者近期专访了宾利汽车中国内地及香港、澳门执行总经理，大众汽车（中国）销售有限公司集团总经理安睿轲（Kim Airey）。



定制服务需求攀至新高

《中国经营报》：据你观察，近几年中国市场超豪华汽车目标客户群的需求发生了怎样的变化？对于宾利汽车而言，要更精准地抓住客户的需求，应该做什么？

安睿轲：中国客户整体趋于年轻化。就宾利汽车而言，目前在中国市场，宾利车主的平均年龄大约是40岁，而全球其他市场宾利车主的平均年龄均在50岁以上。

与此同时，宾利汽车在中国市场的女性车主比例高于其他市场。根据在华注册车主数据，宾利汽车的女性客户占比约30%，个别车型甚至可达到40%。

中国用户更年轻、女性客户更多，意味着个性化的需求更高。

2023年，宾利汽车个性化定制服务需求攀至新高。具体来看，有四分之三的客户在宾利品牌提供的460亿种标准配置的搭配组合之外，选择了由宾利汽车个性化定制部门MULLINER（穆莱纳）提供的定制化服务，这一需求较2022年同比增长43%。2023

年，选择MULLINER个性化定制增项及MULLINER车型的中国客户，相较两年前已经翻了一番。

中国客户对于个性化定制的需求也进一步增长，同时他们对于细节的关注度以及对于审美的要求也越来越高。越来越多的客户通过自己的座驾勇敢地表达自我，对宾利品牌而言这是一件好事。因为个性化定制服务是我们的强项，宾利汽车个性化定制部门MULLINER拥有悠久的车身定制工艺传承，可以充分满足这一需求。

2024年，宾利汽车推出了3款专为中国市场打造的特别版MULLINER定制车型，专属定制细节的设计灵感源自宾利汽车中国客户、经销商，吸纳了许多中国本土传统文化。

当这些客户定制需求传达到英国总部之后，MULLINER部门拥有精密的设计软件以及完善的流程和工艺，能够帮助客户把他们期待的图案或设计变成现实。在个性化定制的设计制造过程中，宾利汽车总部的资深设计师与中国本土团队进行了

深入的沟通。这个“共同创造”的过程令宾利汽车得以更充分地了解并满足客户的需求，并更深入（理解和开发）中国市场。

《中国经营报》：在销售服务方面，利用数字化手段渗透销售网络，从而更精准地触达客户，是不少车企正在推进的举措，宾利汽车的相关思路是怎样的？

安睿轲：在经销商展厅提供更多数字化的服务，可以让中国客户与宾利汽车位于英国克鲁的总部工厂进行更好的沟通，譬如展示一些高科技模拟车型的细节，这肯定是我们未来会注重的方向之一。

不过，数字化体验并不能替代客户亲自来到我们的线下展厅，甚至来到英国克鲁工厂所能感受到的真切体验。如果我们有机会邀请客户前去参观宾利汽车位于克鲁的总部工厂，一定会让客户产生更加深刻的印象以及引起更多情感的共鸣。当许多台宾利座驾呈现在眼前，各种各样的设计组合将带来无穷的想象和灵感启发。

的驾驶体验。

如果驾驶者期待澎湃的动力，宾利汽车可以带来充满激情的驾驶体验。澎湃动力是宾利品牌代表性特点之一。大家熟悉的高扭矩和高动力输出等性能表现，也将在未来宾利汽车的纯电动车型上实现。如果驾驶者期待更加舒适、静谧的乘车体验，同样也可以从宾利座驾中获得。

《中国经营报》：电动化同样是全球车企关注的焦点，宾利汽车目前在电动化方面的进展如何？对于一个超豪华品牌来说，减碳和可持续发展也是比较重要的课题，对此宾利汽车的思路是什么？

安睿轲：2020年，宾利汽车发布了“Beyond100”商业战略。基于“Beyond100”商业战略，我们计划在2024年年底为全系车型推出插电混动版本选择，并计划于2026年发布首款纯电动车型，在2030年实现全系车型的纯电动化。我们会在未来5年时间中给

大家带来更多电动化方面的信息。电动化转型是宾利品牌未来非常重要的一个发展方向。

宾利汽车非常坚定地走可持续发展路线，并计划在2030年全面实现碳中和。这不仅是指在汽车动力总成方面的电动化转型，也包括从原材料采购到整个生产流程和工艺全产业链发力，以及与经销商网络共同合作来实现全面碳中和。

在经销商层面，宾利要求官方授权经销商网络实现碳足迹完全绿色，目前宾利品牌聘请了第三方独立评估机构对经销商做全面评估以达到要求。

同时，我们坚持用100%可再生能源来为宾利汽车位于英国克鲁的总部工厂提供能源的供给。我们在员工停车场安装了整个欧洲地区规模最大的太阳能板，相当于9个足球场的面积（共36418块，占地60911平方米），且已经做到了100%的工厂用电都来自于太阳能板。

老板秘籍



1

目前中国汽车市场竞争激烈，宾利汽车如何应对？

面对当前的市场环境，我们会通过公司内部调整进行车辆生产以及供给的有效管理。宾利汽车是订单制生产，产量将根据市场的实际需求作出相应调整，因此并不会面临巨大的市场压力。

市场虽然在整个经济循环中会有起伏，但宾利汽车如何呈现品牌形象并不会随着经济环境的变化而变化。

在订单制生产的准则下，宾利汽车追求的是保证宾利座驾独一无二的特性以及宾利汽车的品牌价值。客户与宾利品牌、产品之间的互动以及客户的购车体验，对我们而言非常重要，我们期待可以跟客户有深度的交流。

目前的市场趋势以及竞争促使我们不断地创新，宾利品牌自创立以来一直秉持不断追求创新的精神，也不断赋予“当代奢华”新的定义，这是我们在过去取得成功的根本原因，也是我们面向未来最大的底气。

简历



安睿轲，现任宾利汽车中国内地及香港、澳门执行总经理，大众汽车（中国）销售有限公司集团总经理。

安睿轲深谙汽车行业，拥有30年汽车领域的经验，在战略制定、销售、渠道建设和发展、公司运营及金融服务等方面，有着丰富的工作经验。

安睿轲于2002年加入宾利汽车，曾在位于英国克鲁的宾利汽车总部负责全球经销商网络管理工作，随后于宾利汽车美洲市场出任首席运营官（COO）一职。另一方面，宾利汽车远不只是一个装有四个轮子的新电子设备，我们更希望大家可以静享车内的奢华体验，与宾利产生情感共鸣。未来，宾利品牌会持续重点突出人性化、情感化的驾驶体验。

应如何在燃油车的体验感和智能化转型中实现平衡？

宾利汽车已做好了充分的准备，迎接变化和趋势。一方面，我们肯定会顺应智能化这一市场趋势，我们正逐步在各个车型上应用或升级一些智能化功能与服务。

另一方面，宾利汽车远不只是一个装有四个轮子的新电子设备，我们更希望大家可以静享车内的奢华体验，与宾利产生情感共鸣。未来，宾利品牌会持续重点突出人性化、情感化的驾驶体验。

深度

市场风云变幻 要保持定力牵住“牛鼻子”

当前，汽车行业已经进入巨变时代，应如何锻造韧性，是行业内每个企业都必须回答的问题。

相对于主流汽车市场的“喧嚣”，超豪华汽车品牌的阵脚更多了几分“淡定”，但这并不是说超豪华汽车市场听不见“炮火”。随着全球经济的下行，超豪华汽车市场也被市场压力和焦虑的情绪所笼罩。

虽然市场环境发生了一些变化，面临一定的压力，但是超豪华品牌还没有到自乱阵脚的地步，而是依然保持定力，沿着自己的航道笃定前行。

最近4年来，记者与宾利汽车3位高层管理人员进行过5次对话。在这些对话中，他们都谈到了面对这几年市场的风云变幻，宾利汽车最为核心的战略在于要做好个性化定制服务，坚持创新，以及为客户提供更好的购车体验。在宾利汽车看来，能在这三个方面不断提升竞争力才算是牵住了“牛鼻子”。

在市场打法上，超豪华汽车品牌与需要“走量”的车企有着截然不同的思维，前者更强调产品定制，定制对其而言意味着更高的利润。

在宾利汽车方面看，在个性化定制方面，宾利汽车需要更加精进。对于超豪华汽车细分市场而言，个性化定制具有决定性意义。宾利汽车要在这方面不断地去加强，包括对于车身实体元素的定制，也包括在数字化服务方面的定制。

当前，在新势力车企的“搅动”下，汽车行业变得非常活跃，汽车行业不得不面对更高强度、更快节奏、更大变数的市场竞争，即便是超豪华汽车品牌也难以回避其对汽车行业带来的影响力。

在安睿轲看来，虽然宾利汽车在市场上有着自己独到的优势和地位，但宾利汽车也必须在前进的过程中去适应市场的趋势和变化，去自我革新和不断进步。

“我们不能完全仰仗品牌本身的力量，而在既有品牌的基础上不断创新。”安睿轲认为，不断创新、不断地重新定义细分市场，是宾利汽车仍然引领超豪华汽车市场的一个重要原因，也是宾利汽车赖以穿越产业和经济周期的“法宝”。

除了持续创新与做好定制服务，105年的品牌历史积淀让宾利汽车明白，与客户进行深度的交流、多维度提升客户购车体验也是一个需要抓住的“锚点”。“我们要做的就是去仔细观察市场的动态，仔细地做研究，做好自己应该做好的事情，服务好我们的客户。”安睿轲的这句话阐明了宾利汽车面对市场变局的应对思路。