



本报官方微博



本报官方微信

# 中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

## 国资委将实施新一轮国企改革深化提升行动

NA2

### 2118天,给文明以《三体》



NA3



### 硅谷银行“闪崩”背后

商业案例 ND4

美国硅谷银行(Silicon Valley Bank,以下简称“硅谷银行”)倒闭被认为是自2008年金融危机以来美国最大的银行倒闭事件,并且导致了全球金融股市值三天蒸发了4650亿美元。

有着40年发展历史的硅谷银行是美国第16大银行。截至2022年末,硅谷银行资产规模达2120亿美元。硅谷银行主要为科技类企业提供融资等金融服务,相较于传统商业银行,硅谷银行的业务模式具有明显的独特性。

然而,从一纸公告到倒

闭接管,这一切只用了48小时。虽然美国财政部、美联储、联邦存款保险公司(FDIC)已发表联合声明,宣布对硅谷银行倒闭事件采取行动,但这场危机对全球资产价格、投资者风险偏好将产生深远影响。截至发稿(3月23日),第一共和银行、瑞士信贷陆续出现危机,欧美银行股受到重挫。

市场将美联储加息视为硅谷银行倒闭事件的重要原因之一。值得一提的是,当地时间3月22日,美联储再次加息25个基点,并在决议中表示美国银行

业健康、有韧性,但诸多倒闭事件将拖累经济增长。至此,自2022年3月进入本轮加息周期以来,美联储已累计加息475个基点,但美国通胀水平持续居高不下。

目前来看,硅谷银行事件造成的金融风险还在蔓延。硅谷银行倒闭事件是如何发生的?类似硅谷银行出现的流动性危机是否会蔓延?是否会发生系统性金融风险?本期商业案例,《中国经营报》记者将从硅谷银行事件的起因、警示及展望三方面,探寻硅谷银行倒闭事件始末。

社评

### 为消费回暖创造更优环境

基于消费在国民经济发展中的基础性作用日益凸显,商务部将2023年确定为“消费提振年”,3月是“全国消费促进月”。北京市商务局面向每位在京消费者发放最多1600元的“京彩·绿色”消费券,用于购买空调、洗衣机、手机等55类绿色智能商品;山东省今年上半年将发放2亿元汽车消费券;浙江等地派发文旅消费券促进旅游消费复苏……各地通过发放消费券等多种形式,促进消费加快复苏,不仅拉动当地经济增长,也将带动全国整体发展大盘,为企业带来充足的订单,让人们的生活质量得到改善。

挖掘居民消费潜力、为稳经济保驾护航,是国家今年实现高质量发展的一项重要任务。今年1—2月份经济数据显示,社会消费品零售总额达到77067亿元,同比增长3.5%,消费的改善和回升态势明显,直接带动市场向好企稳。充分把握当前消费活力不断增强的市场机遇,除了要继续实施已有的各项激励性政策外,还需加强政策的针对性,完善公共服务,营造公平开放的营商环境,从而更好地促进消费和提振经济。

其中,培育新型消费,应当成为推动供给侧和需求侧改革的重要引擎。近年来,随着国人收入

水平的提高、消费观的改变,越来越多的新型消费业态涌现。新型消费不仅能促进国内消费,还能改变市场态势,带来更多增量,符合中国经济转型与居民消费升级的需求。

可以看到,本地生活服务、直播电商、新能源汽车等新型消费领域,都呈现出快速发展态势,为消费者创造更多福利的同时,也催生出大量创业就业机会。因此,着力优化供给结构,通过政策引导,鼓励企业提供新型消费所需的优质商品和服务,成为当务之急。企业应持续加大研发投入,不断创新和拓展商品品类、服务范围。政府也需采取更多措施,推动供给侧结构性改革,为企业提供优惠政策,推动产业发展。

新型消费企业大多处于创业期,普遍缺乏资金、技术等方面的支持。因此,要培育新型消费,须加强金融系统的创新,包括贷款、投资、资本市场的制度完善,让更多新消费企业获得金融支持,有更多资金和资源,用于自身创新能力的提升。

此外,目前新型消费市场中的新兴产品种类日渐繁多,但是标准体系缺乏统一、完善的管理。其中所涉及的产品质量与安全问题,需要政府和相关机构加以重视,通过法律法规的完善,填

补管理真空,推动其规范化发展,如此也有利于对消费者权益的切实维护,让消费者有更多信心大胆消费。

新型消费是产业升级和转型的必然趋势,并且拥有巨大的发展潜力。政府和企业都需要重视对新型消费的培育,通过优化供给结构、多元化消费方式的推出、创新金融服务等多种措施,积极发展新型消费市场。有关部门还要加强管理、强化消费者教育,以确保新型消费发展的合规性、合理性和市场竞争力。

如果说,通过管理和服务创新,做大新型消费蛋糕,将成为关系到我国经济增量发展的重要举措,那么,对于已有的巨大存量消费市场,尤其是其中长期存在的痛点和堵点,也需加以重视,不断探索治本之道。否则,这些痛点、堵点不仅会严重损害消费者的利益,也会极大限制消费市场的发展潜力。

比如,我国已经建立了相应的消费者权益保障制度,但是在实际应用中仍存在不少问题。许多商家采用虚假宣传手段,误导消费者购买一些质量不过关或者性价比低的商品。

还有一些痛点问题,例如高

相关的零售服务等行业,仍存在明显的人才和技术创新瓶颈,缺乏高水平的服务人才,特别是在高端领域的人才缺口较大。这些痛点问题的解决,都需要政策、制度、标准等方面的持续推进。

也因此,政府应通过落实质量强国战略,加大产业升级和转型力度。同时加快构建先进、合理、完整的产业规章制度,并完善市场监管体系,加大执法力度,打击虚假宣传、假冒伪劣行为,推动市场竞争,提高消费者的购物体验和满意度。此外,还需要加强监管部门之间的协同配合和信息共享,降低对企业的监管成本,并推动行业协会加强行业自治,实现市场自律与政府监管的良性互动。

随着我国经济水平的不断发展和人民生活水平的不断提高,消费市场的发展潜力也备受重视。但如果缺乏足够的新型消费业态,就难以形成新的消费增长点,如果对已有痛点、堵点缺乏有效治理,则会严重影响消费市场的发展。因此,政府和企业应该积极寻找解决办法,“有形的手”加强市场规章制度和管理手段的完善,企业则专注于提升产品品质,加强科技创新和人才引进,由此方能实现超大规模内需市场的健康发展,为经济换挡加速做出更多贡献。

### 经济大势

A1~A4

推动券商规范加杠杆 ..... A2  
证监会发布衍生品交易监管办法  
加速“专精特新”中小企业培育和发展 ..... A4  
着力提升产业链供应链安全

### 营商环境

B1~B16

黄金“狂飙” ..... B2  
30年国债期货候场:丰富机构量化策略 增强业绩稳定性 ..... B4  
聚焦小微企业融资痛点 ..... B5  
“监管沙箱”测试运行  
掘金“医康养”及新兴产业 ..... B7  
险资加码私募股权投资  
相互“走亲戚”考察学习 ..... B9  
长三角合力打造全球产业高地

郑州楼市阶段性回暖 ..... B12  
“金三”行情可期

### 智在公司

C1~C8

AR市场“冰火两重天”:多个巨头受挫 消费级风起 ..... C2  
华为软件替代再进一步 ..... C4  
MetaERP即将公开亮相  
数十家品牌上百款车型扎堆降价促销 ..... C5  
多家车企高管宣称要打“价值战”  
跨国车企财报季来袭:销量下降营收利润反升 7家利润超百亿美元 ..... C7

### 消费连锁

D1~D4

美妆行业整“妆”再出发 ..... D2  
“寺庙咖啡”热背后:打造消费新场景 ..... D3

### 本期热词

#### 银行危机

随着美国银行业危机的发酵和演进,未来不排除更大机构出现风险,并在造成美国乃至全球金融危机的可能。此外,高盛研报显示,美国资产低于2500亿美元的中小银行承担了商业地产贷款的80%。市场普遍担心的是,在美国中小银行将遭遇寒冬的预期下,商业地产将受到冲击。

欧美银行危机传导链:或冲击商业地产

#### 医美乱象

“3·15”晚会展现了医美乱象的冰山一角。事实上,在医美市场仅有III类医疗器械可以被用于注射。中国整形美容协会医疗美容机构分会副会长、中国整形美容协会教育培训中心主任田亚华向记者介绍,近年许多不具备医疗器械资质的化妆品以及I类、II类超适应证的医疗器械被用于注射的情况仍然比较常见。

注射医美乱象起底

#### 手机北斗

当手机、手表等智能终端连卫星以后,卫星通信的未来还有哪些可能?日前,中国卫星导航系统管理办公室放出消息称,北斗三号全球卫星导航系统自2020年建成开通以来,持续提供功能强大的卫星导航服务,高精度、短报文等特色服务能力已得到充分验证。

北斗导航突进:成国产手机标配 更多行业应用待开发

#### 茶饮出海

近两年来,随着内地新茶饮竞争日趋激烈,越来越多的茶饮品牌开始关注国际市场,寻求海外市场增量。对此,多位专家表示,在茶饮市场的快速发展和消费升级的趋势下,海外市场成为茶饮品牌的新蓝海。

新茶饮出海:因地制宜寻增量



中经传媒智库



本报官方微信微店



6 942626 144086 &gt;

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

## 国资委将实施新一轮国企改革深化提升行动

本报记者 索寒雪 北京报道

在第二届国有经济研究峰会上,国务院国资委党委委员、副主任,中国社科院国有经济研究智库理事长翁杰明表示:“新时代以来,国资国企发生了根本性、全局性、转折性的重大变化,解决了一批长期想解决而没有解决的难题,培育了一批具有全球竞争力的世界一流企业,取得了载人航天、深海探测、深海深地探测、卫星导航等重

大科技成果,建成了港珠澳大桥、白鹤滩水电站等标志性工程,为中国式现代化理论和实践上的创新突破提供了有力支撑。”

他同时表示,国资国企将深入实施新一轮国企改革深化提升行动,坚定不移推动国有资本和国有企业做强做优做大,在建设现代化产业体系、构建新发展格局中发挥更大作用,为全面建成社会主义现代化强国作出更大贡献。

### 现代新国企加速涌现 “中国特色现代企业制度和国资监管体制更加成熟定型。”

随着国企改革的不断深化,国有企业发展方式发生了深刻转变,科技创新取得重大突破,高质量发展迈出坚实步伐,国有企业在推动经济社会发展,“顶梁柱”作用充分彰显。

对国资国企改革的研究是经济界十分关心的领域。

据了解,2020年11月11日,由中国社科院与国资委合作创办的中国社会科学院国有经济研究智库正式成立。两年多的时间里,共100多人参与课题研究,开展实地调研近百次,调研单位200多家,形成300余篇约400万字成果。

翁杰明表示,国有企业改革作为经济体制改革的中心环节,不断向纵深推进,为国有企业服务党和国家事业大局、推进现代化建设提供了强大动力。特别是进入新时代以来,以习近平同志为核心的党中央亲自谋划、亲自部署、亲自推

动国企改革,多次发表重要讲话、作出重要指示,全方位引领国企改革实践,推动企业政治面貌、精神面貌、发展面貌焕然一新。

“中国特色现代企业制度和国资监管体制更加成熟定型。全面贯彻‘两个一以贯之’,中国特色现代企业制度建设取得重大进展,中央企业、地方一级企业及重要子企业全部制定前置研究清单,各级国有企业基本实现董事会应建尽建,国资监管专业化、体系化、法治化‘三化’监管优势更加彰显,扎根中国土壤、彰显中国智慧、体现中国风格的国有企业治理体系初步形成,为世界现代企业治理提供了新范式。”他表示。

此外,充满生机活力的现代新国企加速涌现。国资国企改革坚持社会主义市场经济改革方向,不断强化企业独立市场主体地位,公司制改制全面完成,功能界定分类

首次实现,国有企业办社会和解决历史遗留问题全面扫尾。

据了解,全国国资系统监管企业2万多个公共服务机构、1500万户职工家属区“三供一业”基本完成分离移交,三项制度改革全方位破冰破局,经理层成员任期制和契约化管理全面推行,94%具备条件的中央企业和88.8%具备条件的地方国有企业子企业在开展中长期激励,企业发展活力动力不断增强。

与此同时,国有资本整体功能和配置效率显著提升。改革聚焦战略安全、产业引领、国计民生、公共服务等功能,持续调整优化国有资产布局结构。据了解,先后有27组49家中央企业以市场化方式实施重组整合,新组建或接收企业13家,加快布局战略性新兴产业,中央企业涉国家安全、国民经济命脉和国计民生领域的营业收入占比超过70%。翁杰明表示。

### 实施新一轮国企改革深化提升行动 以市场化方式大力推进战略性重组和专业化整合。

发展无止境,改革不停步。在总结改革成就的同时,新一轮的国企改革行动即将展开。据了解,国资委将以提高企业核心竞争力和增强核心功能为重点,深入实施新一轮国企改革深化提升行动,继续推动国有资本和国有企业做强做优做大,在建设现代化产业体系、构建新发展格局中发挥更大作用。

翁杰明透露,推进改革将在五方面着手。

一是围绕增强产业引领力深化改革,更好推动现代化产业体系建设。聚焦实业主业,以市场化方式大力推进战略性重组和专业化整合,加大新一代信息技术、人工智能

能、集成电路、工业母机等战略性新兴产业布局力度,加快在重要领域和关键节点实现自主可控,推动传统产业数字化、智能化、绿色化转型升级,引领带动我国产业体系加快向产业链、价值链高端迈进。

二是围绕提升科技创新力深化改革,有效发挥在新型举国体制中的重要作用。强化科技创新主体作用,积极打造原创技术策源地,推动“科改示范行动”充扩围,提升基础研究和应用基础研究能力,完善科技人才评价机制,构建以实效为导向的科技创新工作体系,提升投入产出水平,力争取得更多“从0到1”的突破。

三是围绕提高安全支撑力深化改革,着力提升安全发展能力水平。把维护经济安全、产业安全、国家安全放在更加突出位置,增强对重要能源资源的支撑托底作用,加大对通信网络、新技术、算力等新型基础设施建设的投资,切实提升应对各类风险挑战和不确定性的底气和能力。

四是围绕打造现代新国企深化改革,加快完善中国特色现代企业管理制度,推动“科改示范行动”充扩围,提升基础研究和应用基础研究能力,完善科技人才评价机制,构建以实效为导向的科技创新工作体系,提升投入产出水平,力争取得更多“从0到1”的突破。

五是围绕营造公平竞争市场环境深化改革,更大力度促进各类所有制企业共同发展。深入推进企业分类、政资分开,加快健全以管资本为主的国有资产监管体制,支持企业依法自主经营。完善企业功能界定与分类,建立与公益性业务分类核算相适应的补偿机制。积极稳妥深化混合所有制改革,提升国有控股上市公司质量,鼓励国有企业同各类所有制企业加强合作,共同谱写新时代新征程的创业华章。

## 推动券商规范加杠杆 证监会发布衍生品交易监管办法

本报记者 吴婧 上海报道

2023年3月17日,证监会发布了《衍生品交易监督管理办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》)。征求意见反馈截止时间为2023年4月16

日,证监会将根据公开征求意见情况,对该办法作进一步修改完善。

《办法》共八章52条,主要包涵总则、衍生品交易与结算、禁止的交易行为、交易者、衍生品经营机构、衍生品市场基础设施、监督

管理与法律责任、附则等内容。

招商证券非银金融首席分析师郑积沙认为,《办法》旨在贯彻落实《期货和衍生品法》,加强衍生品市场监管、支持证券期货经营机构业务创新,有利于促进行品市场

健康发展,长期将有助于推动券商衍生品业务的高质量稳健发展。

一位券商人士对《中国经营报》记者表示,衍生品交易行情与宏观环境存在相关性,所以仍需警惕短期恐慌情绪持续扩散导致的冲击。

### 规范衍生品市场

在国信证券金融首席分析师王剑看来,衍生品包括利率类、外汇类、权益类、大宗商品类、信用类。我国目前已形成了银行间场外衍生品市场、证券期货场外衍生品市场以及商业银行柜台场外衍生品市场三大市场体系,其中银行间市场的场外衍生品模式以外汇交易中心平台为主导,证券场外衍生品整体以证券公司柜台为主,机构间市场为补充的模式。

证监会相关负责人表示,《期货和衍生品法》已于2022年8月1日

起施行。《期货和衍生品法》将衍生品交易纳入了法律调整范围,充分吸收二十国集团在2008年全球金融危机后达成的加强衍生品监管的共识,借鉴国际成熟市场经验,确立了单一协议、终止净额结算、交易报告库等衍生品交易基础制度,并授权证监会作为衍生品市场监管机构对衍生品交易场所、衍生品经营机构准入、交易者适当性管理、集中结算等内容作出具体规定。

中信建投证券非银金融与前

瞻研究首席分析师赵然认为,《办法》在全面落实《期货和衍生品法》规定、充分吸收境外衍生品市场实践经验的基础上,以问题为导向,兼顾灵活性和前瞻性,主要遵循了功能监管、统筹监管、严防风险、预留空间等四大原则。

事实上,经过近几年的发展,证监会负责监管的衍生品市场逐渐形成了证券公司柜台衍生品市场、期货公司风险管理子公司柜台衍生品市场和证券期货交易场

所衍生品市场三个线条。

不过,证监会相关负责人透露,随着市场规模的扩大,衍生品市场监管也逐渐暴露出不少问题,包括监管标准不统一、功能监管缺位、监管规则效力层级较低、内容有待完善,监测监控体系缺乏协调、行政监管力量薄弱等。为加强衍生品市场监管,促进行品市场健康发展,防范和化解金融风险,有必要贯彻落实《期货和衍生品法》,在部门规章层面出台一部统一规范衍生品市场的规则。

### 统筹不同市场的监管

在郑积沙看来,《办法》规范衍生品交易行为,强化衍生品市场监管,为我国快速发展的衍生品市场夯实了制度基础。2021年,我国场内衍生品市场成交量75亿手、成交额581万亿元,2017~2021年CAGR分别为25%、33%,现阶段我国家衍生品市场交易量持续高增,品种日益丰富,且相较发达国家未来仍有广阔的增量空间。2021年,我国证券公司场外衍生品业务累计新增名义本金规模高达8.4万亿元,同比剧增77%,2020年这一增幅更是高达162%。其中,场外期权存量初始名义本金规模近1万亿元,较年初增加30%;全年累计新增3.6万亿元,同比增加39%;收益互换存量初始名义本金规模约1万亿元,较年初增加97%;全年累计新增4.8万亿元,同比增加121%。相比

银行间,我国证券场外衍生品市场体量虽小,但增长速度惊人。衍生品市场监管体系的完善,将引导我国家场内和场外衍生品业务规范健康发展,短期监管压力虽增但无碍中长期的广阔增长前景。

王剑认为,从市场生态看,大型券商可以成为衍生品做市商向市场提供流动性,同时为资管机构和工商企业提供避险和获利解决方案,中小金融机构成为市场自营交易者。从国际经验看,境外投行场外衍生品业务以做市和代客交易为主,通过扩大业务规模、获得息差,获取低风险非方向性收入成为营收来源。根据BIS(国际清算银行)统计的2022年中期数据,全球场内衍生品名义本金约为80万亿美元,同期场外规模为590万亿美元,对我国而言场外比场内业

务有更大发展空间。

广发证券非银金融首席分析师陈福认为,《办法》从资本市场的全局出发,充分考虑市场之间的联系,加强衍生品市场与证券市场、期货市场之间的监管协同合作,防范监管套利,消除监管真空;推进交易标准化,鼓励进场交易和集中结算,提高非集中结算衍生品交易的风险防控要求,落实衍生品交易报告制度,严厉打击利用衍生品交易进行违法违规行为或规避监管行为。

在陈福看来,衍生品合约的开发实行报告制,衍生品交易应当以服务实体经济为目的,以满足交易者风险管理需求为导向。限制开发结构过度复杂的衍生品合约。衍生品交易场所组织开展新品种衍生品合约的交易或者变更交易

方式,应当按照要求向中国证监会报告;衍生品经营机构开发新品种衍生品合约,应当按照衍生品行业协会的规定向其报告。

王剑认为,“资管新规”实施后,证券行业受益于机构投资者增加和净值型产品扩张。衍生品尤其是场外衍生品业务对券商业务资质、资本水平、杠杆扩张能力有较高要求,截至2022年底,仅有8家券商获得场外期权一级交易商资质。郑积沙认为,我国衍生品市场起步较晚但发展迅速,衍生品相关政策逐步完善,衍生品市场服务经济发展功能不断增强,龙头券商早已在衍生品业务领域布局发力。无论在国内还是国外,衍生品业务都具有强者恒强的特点,业务集中度较高,综合实力强劲的券商在衍生品市场中容易形成垄断。



基建高增速为稳定并扩大总需求奠定基础,支撑1~2月中国经济总体持续恢复。视觉中国/图

### 财政支出前置发力

## 一季度基建投资增速或达10%

本报记者 谭志娟 北京报道

挖掘机作为基础设施建设的“标配”,是反映基础设施建设的风向标。

近日出炉的央视财经挖掘机指数显示,2月份我国各项基础设施建设稳步推进,全国各类工程机械设备平均开工率为53.77%,继续保持加速态势。其中挖掘机作为项目开工信号,一直处于高开工状态,2月份挖掘机单月平均开工率为57.47%,超过今年1月的54.79%。在业界看来,这表明我国新一批重大基建项目陆续展开。

不仅如此,《中国经营报》记者

注意到,在资金方面,财政支持力度加大。目前财政部公布的数据显示,1~2月全国一般公共预算收入同比下降1.2%,增速较去年底明显回落,但支出明显加快、“前置发力”特征显著,基建是主要发力方向。

在业界专家看来,今年稳增长动能在于消费与基建。当前基建投资在2022年高增速的基础上继续保持高增长,这与建筑业PMI(采购经理指数)指数回升以及挖掘机指数等上升相匹配。考虑到当前基建的资金端和项目端情况均表现良好,预计今年一季度基建投资增速有望达到10%左右。

### 年初基建投资延续高增长

记者注意到,年初基建投资延续高景气:1~2月份,基础设施投资同比增长9.0%,增速比全部固定资产投资高3.5个百分点。其中,铁路运输业投资增长17.8%,基本扭转了去年低位的局面。

对此,中国财政学会绩效管理专委会副主任委员张依群日前在接受《中国经营报》记者采访时分析说,我国基建投资始终保持高增长态势,这主要源于四个方面:

一是得益于国家扩大政府基建投资政策的持续稳定释放,为扩大基建投资提供了强有力的政治支持。二是积极财政政策持续发力提效,地方专项债券发行提前释放、项目提前谋划、投资靠前推进,为基建投资提供了强有力的资金支持。三是国家疫情防控政策做出重大调整后,市场活跃度明显提升,社会投资消费逐步回暖,经济企稳回升态势和增长预期更趋明朗,为基建投资提供了良好的环境支撑。

四是是我国经济发展和民生改善还存在很多短板,一些基础设施不足、质量不高、功能不全问题还需要进一步完善提高,也为加大基建投资力度提供了必要空间。

中金公司研报也认为,2023年基建投资将保持8%~10%的中高增速,且实物工作量将好于去年。考虑到2023年一季度基建加快赶工,基建投资增速有望达到10%左右。

### 专项债有望继续提供资金支持

在资金支持方面,从财政支出看,一般财政支出明显加快、财政前置发力特征明显。有关数据显示,1~2月一般财政支出同比增长7%,较去年底明显加快(去年12月同比3%),其中基建相关支出增速由负转正至4%。

不仅如此,今年的《政府工作报告》提出,积极的财政政策要加力提效,赤字率拟按3%安排,今年拟安排地方政府专项债券3.8万亿元。

有迹象显示,今年专项债发行继续前置提速:2022年11月财政部提前下达了2.19万亿元的2023年新增专项债额度,将在上半年发行完毕。

据华泰证券统计,1~2月新增地方债共计1.1万亿元,其中一般债2355.3亿元,专项债8252.7亿元,较2022年的同期水平大体相当。有数据显示,截至今年3月中旬,已披露的3月地方债发行计划额度达7432亿元,新增专项债占绝大多数。

华泰证券分析师易峘认为:“专项债发行前置将继续为重大基建项目提早开工发力提供资金支持,有望继续支撑财政支出上行。”

今年1月,国家发改委有关官员也表示,今年将进一步发挥好各项投资政策“组合拳”效应,以高效有

力举措推动投资跑出“加速度”。一季度,将加快推动提前批次地方政府专项债券发行使用,加快下达一批中央预算内投资计划。

从全年来看,受访专家预计全年基建投资也有望维持高增长。

张依群对记者表示:“全年基建投资将会在较高起点上保持相对均衡的增长速度,预计全年基建投资增速会在7%以上,更重要的是今年在财政加力提效积极政策的作用下,基建投资的针对性、精准性、有效性、质量性将会得到进一步提高,既要过好‘紧日子’,又要保证必要的投资强度和对经济的有力支撑,将会是今年基建投资的主要基调和关键动力。”

国信证券分析师任鹤也持类似看法,2023年开年基建投资维持高增长,预计全年基建投资增速保持7%~9%的高增长。在任鹤看来,水利、能源、交通等细分领域延续2022年高增长态势,城市综合开发、生态环境修复等将创造新的基础设施建设需求,基建投资增长具备可持续性。

开源证券分析师何宁在研报中还称,高增速具备延续性,并无滑坡之忧,预计在项目、资金、意愿“三轮驱动”下,全年基建增速或超10%。

# 2118天,给文明以《三体》

本报记者 郑丹 金华 北京报道

“这几年,你拍了很多烂戏,我也拍了很多烂戏,我们要不要一块儿拍个好作品?”2019年时,灵河文化CEO白一骢跟导演杨磊开玩笑说。

这部“好作品”,是被誉为为中国迄今为止最杰出的科幻小说《三体》。杨磊知道,不抓住这个机会,自己一定会后悔。“如果让一个不是《三体》粉丝的导演来拍,我不放心。”

## “拍得寸步难行”

如同闯入了“三体”游戏,让剧组彻头彻尾地体验了一回“乱纪元”。

44岁的杨磊穿一件印有剧中天线图案的白色卫衣,面露疲惫,时而喝一大口加浓的美式咖啡,提提神。

这段时间,身为“社恐”的他频繁面对镜头,接受采访与会议连线,熟练地回答关于拍摄《三体》的一切问题。一开口便会发现,他身上明显还弥漫着一股当初沉浸于《三体》的兴奋劲儿。

“我想让更多人知道《三体》,这样我也没白干四年。”电视剧开播后的一个月内,他发布了168条朋友圈,全是《三体》的宣传内容。说着,他摸摸锃亮的脑门儿,过去几年,头发掉了许多。

回顾整个拍摄过程,如同闯入了“三体”游戏,让剧组彻头彻尾地体验了一回“乱纪元”。

2020年七八月份,浙江多地气温近40摄氏度,大太阳明晃晃地悬在空中,地面烫脚。这一年,也被世界气象组织认定为过去十年来最热的年份。

动作导演张林东要对百来号群演进行20多天的军事动作培训,力求还原“古筝行动”中的多国特种兵联合作战场景,所有演员身

## “拍《三体》是我职业生涯的荣幸”

“他是想拍好片子的人,这个我丝毫不担心。”

故事开端于2019年6月,上海电视台,白一骢问邻居杨磊,要不要拍《三体》,杨磊心里一惊,没有应答,转头告诉了搭档陆贝珂。

为此,作为《三体》重度粉的陆贝珂兴奋了一整天。陆贝珂对科幻的痴迷有多重?一位员工说,陆贝珂有次喝得酩酊大醉,拉着大家讲宇宙观,讲不明白不罢休。

早在2006年,刘慈欣在《科幻世界》杂志连载《三体》时,经营特效公司的陆贝珂就想过,如果有制片公司找自己拍摄《三体》,该准备哪些东西、怎么报价。“我想过其中的技术问题,但我从来没有想过要做它的视觉导演。”

陆贝珂跟杨磊一起创业,也是因为重度科幻迷的共同身份,一拍即合。他们的目标,就是拍科幻类题材。两人时常写科幻故事,念给对方听。电脑里的故事存档了很

## “这戏应该是成了”

“之前我一直在骗所有人,我们一定能做好,但其实我心里也打鼓。因为拍摄环境很糟糕,《三体》的内容表达以及未来的市场,都不是很明朗。”

“拍《三体》就是开荒。开荒是什么概念?就是你可能死在这条路上。”白一骢时常这么跟身边人讲。他们在险象环生的荒野里迁徙,又屡次在绝处逢生。

2020年4月,剧组一行车队从北京南下,每人携带一张纸质核酸报告,前往横店筹备开机。

“那几个月,作为制片组最担心的就是,千万别有人感冒,千万别有人阳了,千万别有人被隔离,千万不能把我们拍摄地给封了。”白一骢说。

他第一次有信心,是剧组开机的第二天,7月11日,要展现一场小伊文斯的“世界末日”。原著中,小伊文斯此刻面对的是被2万吨原油污染的海洋,海鸟在黑油里扑腾至批量死亡。

为凸显真实,杨磊提议,直接将一桶黑色颜料从小演员头上浇下去。执行导演潘宇跪在男孩儿面前,面带痛苦状嘶吼,示范对方呈现崩溃的情绪。他不停地用言语刺激男孩:“把这些海鸟(道具)想象成你的宠物狗,养了很多年,现在你的小狗死了!死了!”

男孩盯着潘宇,黏糊糊的黑水从他头上滑落,情绪慢慢涌上来。最终,剧组看到了小伊文斯,他捧着海鸟跪在那里,单薄的身体爆发出张力,撕心裂肺地冲父亲哭喊:“它

此前,腾讯公司副总裁、腾讯在线视频首席执行官孙忠怀拍板开发《三体》剧集时,也讲过类似的话。当时腾讯内部决策层产生了很大分歧,孙忠怀心里也没底。“总觉得如果我们不开发,交给别人,不太甘心。”

白一骢后来坦言,得知有机会做这么好的项目时,兴奋当即大过了所有理智。“当时的感受是,大概率是做不好的,如果真的做坏了,

最好我们也能参与一下。”

2016年4月28日,灵河文化与游族影业(现三体宇宙)成立第一个《三体》工作群,命名为“你们都是虫子”,由此拉开序幕,前后建立了上百个《三体》相关主题的工作群。

2118天后,由白一骢担任制片人、杨磊导演的《三体》剧集收官。一个新的工作群已经建立起来——“真理总沾点灰”,《三体II》的改编开始了。

《三体》是否成就了杨磊?面对《中国经营报》记者提问时,杨磊想了一下:“我必须要承认这一点,以后,没有人会说是杨磊拍了《三体》,而会说这是《三体》的导演杨磊。”



受访者/图

最高处说话时,下面的拍摄组已经扛不住风力了,好在上面的演员能抓住栏杆。“风非常大,头发、衣服完全不可控了,最后顶着风把那一小段拍完,赶紧撤。”

同年11月中旬,西伯利亚寒流加速南下,导致东北大面积出现特大暴雪。《三体》剧组赶往黑龙江,实地却不下雪。“我们2019年底就在黑龙江搭好景,等冬天白雪覆盖屋顶,结果没雪。”白一骢只能临时安排剧组实施预案,将东三省的所有造雪机都搬过去。零下30多摄氏度,他们在黑龙江人工造雪,水一倒进造雪机,马上被冷冻,机器时不时停止运转。

“我们吊了一个12米×12米的蓝布架子,唰一下倒了,几个人差点儿被扫到船底下去。”B组导演邵国伟回忆,拍摄叶文洁与伊文斯在邮轮上吊了一个12米×12米的蓝布架子,唰一下倒了,几个人差点儿被扫到船底下去。”B组导演邵国伟回忆,拍摄叶文洁与伊文斯在邮轮

雪花还没落地,就变成了冰碴儿,冷冷地砸在脸上,那种滋味儿不好受。用白一骢的话说,拍得寸步难行,天天跟雪打架,天天跟雪拼命。

这活儿。“他是想拍好片子的人,这个我丝毫不担心。”

果然,杨磊写给腾讯视频负责人一封信,表达自己对于《三体》的情怀。“能够拍《三体》是我职业生涯的荣幸,所以我想了很久,向您做这个请求,不管结果如何,至少今生无悔。”

腾讯在线影视内容制作部副总经理、《三体》总制片人李云在后来接受采访时表示,正是这封信打动了自己。“既然导演还没定,我们就定杨磊吧。”

在那之前,腾讯视频和制片方灵河文化已经拉了一份国内导演的长名单,从中挑选。腾讯视频制片人汪悍曾向几位导演发出邀请,有人感兴趣,有人拒绝,其中一位大导演回复:“我对这个作品带有敬畏心,出于这种敬畏心,我不敢去碰。”

杨磊的名字,也出现在这份长名单中,一个靠后的位置。在白一骢看来,杨磊只要没疯,一定会接到《三体》的B组导演。

“我们为什么会死?为什么要这样?”

看到这一幕,白一骢被震慑了。“我就觉得,这个团队有成功的可能性。之前我一直在骗所有人,我们一定能做好,但其实我心里也打鼓。因为拍摄环境很糟糕,《三体》的内容表达以及未来的市场,都不是很明朗。”

顾问团队保持沟通,在此基础上,追求艺术效果。

也是因为如此极致追求“真实感”的诚意,国家纳米科学中心、北京正负电子对撞机国家实验室、天文观测基地等科研机构纷纷为《三体》剧组敞开了大门。这是迄今为止,北京正负电子对撞机国家实验室与国家纳米科学中心第一次允许剧组进入拍摄。

剧组惊讶地发现,原来科研人员们大多也是《三体》粉丝,为了这部电影能够被成功影视化,他们愿意助一臂之力。

来自《三体》粉丝的鼓舞,不只如此。一次,剧组在横店附近,发现了适合拍摄“撞船”戏份的场地,但被另一个古装剧组租走了,扎起一堆蒙古包。杨磊一行人为赶拍摄进度,自称“纪元”剧组,跟对方借用场地被拒。

闲聊期间,对方得知眼前的剧组实际在拍摄《三体》,随即改变了态度。当天拔掉所有帐篷,第二天集体撤出场地,留下一句话:“你们一定要好好拍啊,不要辜负我们这些科幻迷的一片心意。”

一位主创跟记者形容,换作其他任何一个剧组,在这种情境下,可能都不会有这样的待遇。“我特别吃惊,包括杨导在内的现场所有

在已有的诸多报道中,国产剧《三体》被冠以至高荣誉。它弥补了国内硬科幻题材剧集的空白领域,成为中国科幻发展的里程碑作品,其口碑一路飙升,目前豆瓣评分已经涨至8.6分。

《三体》是否成就了杨磊?面对《中国经营报》记者提问时,杨磊想了一下:“我必须要承认这一点,以后,没有人会说是杨磊拍了《三体》,而会说这是《三体》的导演杨磊。”

## “我们就管原著粉了”

他们终日游荡于每一个小说人物的内心深处,感受角色的命运悲欢。

剧集播出后,总编剧田良经常会被问,是不是照着原著抄,改编难度更小一点?但她跟记者形容:

“《三体》让我当时有一种我要去死的感觉,一度抱着老白(白一骢)大哭,说我能力真的不行,帮不到你。”

实际上,田良经是白一骢心目中最合适的人选,他们曾联合打造出多部爆款。但《三体》确实传导出一股难以名状的“疼痛感”,刺激着每一位主创的中枢神经。

初期,整个《三体》项目团队都不知道影视化的选择到底对不对。不论是白一骢,还是腾讯视频,甚至刘慈欣本人也迷茫,不知道电视剧要怎么改。当所有人都没有主意时,编剧必须承担起探路人的角色,他们索性将所有可能改编的方案全部做出来。相比以往不到一年的创作周期,《三体》的改编破天荒地拉长到四年,前后写出20多个版本,再一个个淘汰。

“我们在寻找对的东西,整个过程会让人觉得是不断地失败。”高压之下,有编剧成员选择离开,新人再进来。那是一种接近窒息的创作氛围,好像怎么写都不对,以至于团队养成一个习惯,但凡任何一个成员感觉哪个地方可能不太对,大家立即停止手头工作,探讨原因。

人物不对,用200%的力气把人物想透,写出来还不对,就是构建出了问题,推倒,重构。他们终日游荡于每一个小说人物的内心深处,感受角色的命运悲欢。当写到杨冬发现母亲真实身份是ETO统帅时,工作室的人都落泪了。“杨冬就要结婚了,已经放弃了物理学,决定做回一个普通人,但那一刻,缝合的伤口又被撕开。当时我们几个人边写边哭,完全被那段内容包裹住了。”

为不错过任何一个闪现的灵感,改编团队每人备一套《三体》,确保第一时间能抓到书,及时寻找答案。这些书下场惨烈,全部被批为不合格,我们管原著粉了。”

## “不断追加资金投入”

中国科幻这个昔日小众的题材,已然成为一片亮灿灿的蓝海。

当被问及有没有遗憾时,杨磊说,我尽力了。“确实资源有限,钱也有限,你不能犯太多错误,想好了就必须得一枪打过去,打错也没第二枪可打,所以你每一枪都得打准。”

剧组始终在探索,如何在资源有限的情况下性价比达到最高,每一步都走得小心翼翼。汪悍贤在接受采访时称,为迎合《三体》原作中的时间背景,“三体”游戏被设计成类似于2007年3A游戏大作的形式,这样既避免了恐怖谷效应,也减少了制作成本和周期。

在做三体人“脱水”的特效时,与原著中躯体水分缓慢排出的方式不同,陆贝珂采用的特效是,脱水的同时伴随着剧烈的抖动。“缓慢变干,没有太大的冲击力和刺激感。我们也没有那么多钱,让脱水镜头持续很久,通过这种抖动,规避了一些计算上更复杂、投入资金更多的细节效果。观众的视觉会被这种抖动吸引,其他地方就可以淡化。”

全剧最烧钱的剧情,非“古筝行动”莫属。历经四个月勘景、拍摄,最终呈现时长只有20余分钟。为还原出像扑克牌一样摊开的“审判日号”,剧组找来几十吨钢,用挤压机逐个挤压成钢片,再将一条条钢片焊成一艘轮船,突出船在应力后扭曲变形的感觉。在后期特效资金投入方面,“古筝行动”占全剧特效预算近1/4,单位时间资源使用达到最高。

按照白一骢最初设想,“古筝行动”这种大规模动作戏,应该打造出美国大片里的氛围;在慷慨激昂的音乐伴奏中,直升机呼啦啦悬在空中,军用悍马车队从四面八方呼啸而来,特种兵倾巢而出。实际情况是,没有大型作战基地,没有部队支持,也不可能有直升机,全靠后期特效处理。“真是找不着,没有人给我们用,最可怕的是,我们的道具库里没有可以用来拍摄这种戏的车。”

当他们发现西安有一个悍马俱乐部时,团队考虑租赁一批接近2007年款式的悍马改装,租金一天3万元。白一骢一算账,知道这事儿没戏:租10辆车,一天30万元,

注得面目全非,其中几本书的封面不知所终。

“我后来想,为什么不把我换了?”田良经猜测,应该是在一次剧本汇报中,剧本得到了各方老板的认可:大结构没问题,有可取之处,团队也不错。但这种夸奖背后隐含的事实,是剧本没有真正意义上通过,田良经这样想,她高兴不起来,继续埋头改编。“所有改编都要基于小说本身的严谨和克制,就好像我们拿到一个科学公式,要做推导和验证,可以说如履薄冰。”

在实际改编中,团队没有办法在原著粉与全频段观众之间做一个好的平衡。全频段观众的流量,无疑也是很大的诱惑,但代价是“魔改”原著;从创作者角度考虑,白一骢倾向于“能不改最好不改”。“因为你很清楚,改了之后的危险和麻烦是什么。”

2017年底,平台方腾讯视频、制片方灵河文化、版权方三体宇宙,以及原著作者刘慈欣,就“是否要遵循原著?遵循到什么程度?”开了长达10小时左右的会议。

会上,灵河文化展示了筛选后的三套剧本,分别是75%的原著、80%的原著,以及90%的原著。每一套方案的文件内存存在50G左右,包含视频、图片等素材,以此判断观众的接受度。最终,由孙忠怀拍板,按最贴近原著的版本。他很笃定地说,我们就管原著粉了。

当天出席会议的人,对原著捍卫到什么程度?白一骢想起了一个有趣的细节。“那天,大刘还提出一些有意思的东西,但是很多被我们否了,因为他要改原著,我们不让他改。”

2019年初,灵河文化打磨出第一版剧本,腾讯视频反馈比较满意。田良经知道,这一次,大方向对了。下半年,确定终稿后,接力棒传给了总导演杨磊。

杨磊很坚定,无论如何,要最大程度地保持原著的味道,田良经松了一口气。

由于一些不可控因素,电视剧也没有充足的时间去渲染特效。“目前大家还挺宽容的,认为我们的特效还可以。其实我们自己知道,渲染不够。”白一骢记得,中间为赶进度,有特效公司组织员工带着机器,找酒店办公,成本高昂。到后面,钱熬不住了,时间也熬不住了。开播前一个月,还在处理特效细节。

种种难题下,不断追加资金投入,给项目的超期、延期、“开绿灯”,是孙忠怀能给到的所有支持。他此前在接受媒体采访时说:

“像《三体》这样‘定海神针’量级的作品,不仅要看商业价值,艺术价值和口碑价值也是并重的。这些东西不能用钱来衡量,所以对于创作团队的支持,从我的角度来说,是比较重要的事情。”

“这部戏的开发周期,远远超过了我们大部分的剧集,这是一块非常难啃的骨头。”腾讯在线视频副总裁王娟在《三体》幕后纪录片中也表示,腾讯视频在《三体》项目上的投入,每个环节都已经按照最高的标准进行推进与支持。

白一骢认为,中国科幻题材之所以难拍,很大程度在于,背后没有科幻电影工业基地可以依托。与以往的民国、古装、玄幻等题材不同,科幻题材在国内找不到成体系的工业化拍摄场景。例如拍宇宙空间站的飞行舱,一应俱全的横店无法满足,甚至全国都很难找到。

相比而言,好莱坞从上世纪五六十年代已经开始尝试科幻题材,成体系的工业化拍摄基地日趋成熟,不断更新迭代,以至于很多人认定,科幻是专属于西方的题材。

目前国内已有的科幻影视作品,逐步在市场打开一个口子,但要撬动中国科幻类电影工业的发展,还需要时间沉淀。换种角度看,这也意味着,中国科幻这个昔日小众的题材,已然成为一片亮灿灿的蓝海。

下转 A4

# 加速“专精特新”中小企业培育和发展 着力提升产业链供应链安全

文/李先军

党的二十大报告提出要“支持‘专精特新’企业发展”“着力提升产业链供应链韧性和安全水平”。作为产业链供应链的重要节点，“专精特新”中小企业不仅是我国

## 我国“专精特新”中小企业发展及其支撑产业链供应链安全的主要成效

近年来，随着培育和支持“专精特新”中小企业发展的政策体系日趋完善，市场主体发展环境的持续改善，“专精特新”中小企业发展迅猛，成为支持我国产业链供应链安全的重要主体。具体来看，我国专精特新“小巨人”企业发展表现出如下几方面特征。

一是企业数量快速增长，相关政策效果显著。2018年工业和信息化部发布《关于开展专精特新“小巨人”企业培育工作的通知》，决定在各省省级中小企业主管部门认定的“专精特新”中小企业及产品基础上，培育一批专精特新“小巨人”企业。自培育工作开展以来，专精特新“小巨人”企业认定数量累计8997家，其中，第一批复核通过155家，第二批认定通过1584家，第三批认定通过2930家，第四批认定通过4328家。除了传统的财税、金融、人才、服务体系建设、市场开拓、产业、用地用能、知识产权保护政策等，一些精准支持的科技创新与知识成果转化、数字化转型、大中小企业融通发展等专项政策，成为支持“专精特新”中小企业的重

要促进力量。

二是企业聚焦细分领域做深做精，主导产品市场竞争能力较强。专精特新“小巨人”企业主营业务收入占营业收入比重的平均水平为98%，其中八成占比在95%及以上。专精特新“小巨人”企业从事特定细分市场平均时长16年，其中七成深耕10年以上。从主导产品国内市场占有率整体情况来看，一半专精特新“小巨人”企业处于10%~30%之间。这些企业聚焦主业，长期扎根产业细分领域，专注经营主导产品，不仅具有强大的市场竞争力，更成为提高产业链供应链韧性和竞争力的重要主体。

三是企业的行业分布较为集中，成为实体经济和新兴产业发展的主要支撑。专精特新“小巨人”企业主要集中在制造业，四批专精特新“小巨人”企业中制造业企业有8092家，占比为89.9%；战略性新兴产业专精特新“小巨人”8641家，占比为96.04%。其中，高端装备、新材料、新一代信息技术等战略性新兴产业中专精特新“小巨人”数量占第四批4328家的36.36%、25.59%

快速发展，对产业链供应链安全的支撑能力显著提升。下一步，应切实创新和落实“专精特新”中小企业的培育和发展政策，强化重点产业和重点区域“专精特新”中小企业的支持力度，并切实提升对“专精特新”中小企业的服务效能。

和22.75%，其中尤以支撑数字经济发展的新一代信息技术发展最为迅猛。此外，生物技术、新能源汽车、绿色环保产业专精特新“小巨人”数量和占比快速提高，我国经济的绿色发展特征凸显。

四是企业对重要产业具有较强的支撑能力，成为保障经济安全的重要依托。九成“小巨人”企业至少为一家国内外知名大企业直接配套。专精特新“小巨人”企业在制造强国战略重点领域分布中属于高端新材料、5G新一代信息技术、新能源汽车和智能（网联）汽车领域企业数量排名前三，占比分别约23.1%、9.7%、9.2%。这些企业不仅成为产业链中龙头企业的重要供应商，更在产业发展中发挥重要的“补短板”作用，成为新格局下维系国家产业链安全的重要节点。

但是，与1.7亿户市场主体相比，我国“专精特新”中小企业数量还不足，尤其是中西部地区的差距更大，这不利于我国进一步推动经济高质量发展、保障产业链供应链安全和进一步完善现代产业体系。

## 加速“专精特新”中小企业培育和发展 提升产业链供应链安全的政策建议

为进一步促进“专精特新”中小企业高质量发展，切实发挥其在产业链供应链中的支撑功能，建议进一步落实相关培育政策。逐步建立和完善优质中小企业评价体系和发展指数，强化“专精特新”企业运行监测，为政府“专精特新”中小企业培育和发展决策提供重要依据，为实现精准服务提供支撑。

一是创新“专精特新”中小企业培育和发展的相关政策并加快推进。强化“专精特新”中小企业培育政策，在“放水养鱼”支持中小企业普惠政策的基础上，重点强化对“专精特新”中小企业的精准支持，使其成为新时代支持中小企业发展政策的核心内容。强化创新政策的落地和可持续性，推动相关部门加快落实基础研发费用、企业创新投入税前加计扣除等相关税收政策，加大公共创新平台的运营资金投入并强化用户考核评价，鼓励企业加大基础研究的创新投入并探索联合创新。强化“专精特新”中小企业政策与相关政策的协同落地，例如加快推进《为“专精特新”中小企业办实事清单》、“千校万企”协同创新伙伴行动、大中小企业融通行动等相关政策的落地实施，细化地方实施细则和操作指南，形成支持“专精特新”中小企业发展的政策合力。创新政策工具支持“专精特新”中小企业发展，例如加快地方“专精特新”专板建设、扩大上市规模、探索地方专板的国内国

际开放，加快地方产业引导基金建设、“首台套”迭代升级等，探索更为有效的培育和支持政策。逐步建立和完善优质中小企业评价体系和发展指数，强化“专精特新”企业运行监测，为政府“专精特新”中小企业培育和发展决策提供重要依据，为实现精准服务提供支撑。

二是聚焦重点行业和区域，精准支持“专精特新”中小企业发展。围绕高质量发展的总体目标，进一步强化产业链供应链安全建设，聚焦重点行业尤其是战略性新兴产业、重点区域尤其是产业集聚区，强化产业链视角的研究，以产业链地图呈现产业发展和竞争现实，支持对“专精特新”中小企业的精准支持。大力支持重点产业“专精特新”中小企业培育，聚焦集成电路、航天航空、高端数控机床等为代表的战略新兴产业，从破解“卡脖子”和获取未来竞争优势的视角出发，重点支持相关产业“专精特新”中小企业发展。强化重点产业集聚区“专精特新”中小企业发展，围绕产业链部署创新链，强化对工业园区等集聚区内“专精特新”的精准化、高强度支持，发挥“专精特新”中小企业的创新扩散效应和企业集聚效应。着眼于产业安全和未来竞争的目标，强化对链主企业牵引产业链上下游“专

精特新”中小企业的支持，例如对采购“专精特新”中小企业“首台套”建设设备系统的链主企业给予财政和税收补贴，以用户补贴来推动“专精特新”中小企业加速国产替代。

三是创新服务方式和工具，更好地支持“专精特新”中小企业发展。要进一步完善中小企业公共服务模式，探索打造中小企业服务体系一体化在线平台，以网络化公共服务平台为企业和各类服务机构提供信息连接支持。扩大企业家专项服务，借鉴银河培训工程，利用高校科研院所的资源加大对企业家的再教育和培育，将双创投入与之整合，为企业主和潜在创业者提供基础的商业、法律、管理等方面培训，提升中小微企业主的基础能力。构建专业化服务体系和精准化帮扶机制，进一步创新服务模式，尤其是利用数字经济发展机遇提升对“专精特新”中小企业的服务水平，打造低成本、高效率的数字服务网络。强化行业协会的作用，促进重点产业的科技创新和大中小企业融通发展。强化学习交流和宣传推广，鼓励提高服务质量，树立标杆，推广优质中小企业专属服务产品。

作者系中国社会科学院工业经济研究所副研究员

# 制造业产业链现代化的内涵与特征

文/黄娅娜

制造业是我国经济社会发展的支柱，其发展水平和趋势直接影响整个现代化经济体系建设。提升制造业产业链现代化水平是我国“十四五”期间加快发展现代化产业体系与推动经济体系深度变革的重要抓手，是我国进行现代化国家建设的重要内容。制造业产业链现代化必须立足并适应未来我国经济高质量发展的新阶段，必须服务于国家发展战略全局，顺应时代发展的需要。从内涵来看，制造业产业链现代化应该是产业基础高级发展、科技创新引领前沿、链式结构完整协调、生态环境和谐适应、竞争优势全球领先和发展成果社会共享等多维度共同推进的现代化过程。

结合当前我国发展阶段与面临的挑战，我国制造业产业链现代化应具备强大、融合、高端、开放、自主、智能、绿色、韧性八大特征。

### （一）强大

强大的制造业产业链是指产业链具有强大的产值创造能力，对整体经济具有较强的带动作用，能有效促进经济高速增长。制造业是最主要的物质生产部门，为居民生活、各行业的经济活动提供其他任何行业都无法替代的物质产品。没有强大的制造业体系，我国

就会在综合国力的竞争中处于受制于人地位。通过几十年持续不断地推进工业化，我国已经建成了门类齐全、独立完整的制造业生产体系，拥有世界上最为复杂完整的各类制造产业链条，是全世界制造业规模第一的大国。制造业一直在我国经济增长中起到发动机的作用，同时中国作为“世界工厂”，强大的“中国制造”也为全世界人民提供了丰富的物质产品。

### （二）融合

融合的制造业产业链包含多重含义：一是产业间的相互融合，主要是服务型制造的发展。在数字技术革命、产业变革和消费升级的背景下，不同产业间的关联合作在逐步提升，最明显的特征是服务型制造的发展，即借助数字化、网络化、智能化技术，企业及时动态地与客户形成互动，科学统筹设计、研发、生产、销售、服务等环节，为客户提供丰富的增值服务。二是工业化和城市化的融合，产业链现代化带动全面的现代化。我国一直是通过工业化来带动城市化，制造业产业布局和发展规划也包含了与地方的资源环境、社会生活、文化背景的和谐相容，能产生全面的社会发展效应，从而实现全面的现代化。

### （三）高端

高端的制造业产业链是指提升中国制造在国际价值链中的

地位，培养高级生产要素，突破全球产业链“微笑曲线”的低端锁定，增强中国在中高端制造业领域的竞争力。20世纪九十年代以来，通过廉价的生产要素吸引国际产业转移，中国制造大部分以料加工、模仿跟随为主，因而长期停留在低端制造的阶段。近年来，我国逐渐从“制造大国”向“制造强国”转变，在我国制造业细分行业中，高技术制造业、装备制造业的比重快速增长。具体来看，光伏、新能源汽车、家电、智能手机等重点产业跻身世界前列，通信设备、高铁等领域的一批高端品牌走向全球。中国制造在全球产业链供应链中的影响力正持续攀升，从国际分工价值链的中低端向中高端迈进。

### （四）开放

开放的制造业产业链是指中国始终坚持开放合作、共赢发展，加强与全球产业链供应链的深度融合，努力推进比较优势不断提升、产业分工不断完善、合作共赢不断增强的发展模式。改革开放以来，我国从“引进来”到“走出去”，从加入世界贸易组织到共建“一带一路”，从建立自由贸易试验区到建立自由贸易港，对外开放水平达到前所未有的高度。在全球一体化的趋势下，跨国投资、贸易、金融以及全球产业链供应链已经把世界各国经济紧密联系在一起，

通过积极参与国际分工合作和竞争，有效发挥优势、取长补短。“开放”是新发展理念的重要组成部分，只有开放才能使得不同国家相互受益，共同繁荣、持久发展。

### （五）自主

自主的制造业产业链是指要关注产业链的安全问题，提高自主可控水平，降低产业对外依存度，解决产业链中的“卡脖子”短板问题。虽然我国制造业产业链的加工制造能力很强，但是制造业一些领域的核心零部件、基础元器件、先进生产设备、关键基础材料、高端研发和市场营销等环节还存在明显的短板，容易被西方发达国家“卡脖子”。中国工程院对我国制造业安全性评估结果显示，我国的集成电路产业的光刻机、通信装备产业的高端芯片、轨道交通装备产业的轴承和运行控制系统、电力装备产业的燃气轮机热部件，以及飞机、汽车等行业设计和仿真软件等基础能力弱，部分领域核心技术受制于人，存在安全隐患，揭示了提升我国制造业产业链自主可控水平的紧迫性。

### （六）智能

智能的制造业产业链是指将数据作为一种新型要素投入到生产中，利用数字化改造，提升产业链的智能化程度。数字经济的蓬勃发展赋予生产力和生产关系新的内涵和活力，不仅在生产力方面

推动了劳动工具数字化，而且在生产关系层面构建了以数字经济为基础的共享合作生产关系，促进了组织平台化、资源共享化和公共服务均等化，催生出共享经济等新业态、新模式，改变了传统的商品交换方式，提升了资源优化配置水平。

利用数字技术将分散或孤立的设备、产品、生产者、企业等以产业链、供应链、价值链等方式紧密连接起来，形成联动发展，推动制造业的智能化。制造业的智能化不仅要注重制造环节的智能化，更要注重研发、生产、供应、销售、服务等制造业全链条的全面智能化。

### （七）绿色

绿色的制造业产业链是指推动制造业绿色化转型，走低碳循环的发展路径，提高能源转化效率和资源利用效率，提升质量效益和可持续发展能力。随着制造业发展与资源环境制约的矛盾日益突出，为实现资源能源的高效利用和生态环境保护，主要发达国家纷纷提出绿色化转型战略和理念，“绿色制造”等清洁生产过程日益普及，节能环保、新能源、再制造等产业快速发展，并成为发达国家重塑制造业竞争力的重要手段。我国已正式宣布将力争在2030年前实现碳达峰、2060年前实现碳中和，这是我国基于推动构建人类命运共同体的责任担当和实现可持续发展的内在要求做出的重大战略决

策。在制造业领域，要紧紧抓住新工业革命有利时机，加快推广绿色技术装备，大力发展绿色制造产业，发展壮大节能环保服务业。

### （八）韧性

韧性的制造业产业链是指增强产业链供应链针对突发事件的风险应对能力，能根据市场的变化灵活、及时做出调整，具有较强抗冲击能力，从而保持产业链和供应链的相对稳定。新冠疫情全球大流行导致全球产业链供应链中断、供货渠道单一、应急能力缺失等韧性不足的风险集中暴露出来。从影响态势看，新冠疫情的冲击从对产业内部冲击转向内外两面冲击，从供给端冲击转向供需两端冲击，一系列的全方位冲击导致全球制造业产业链供应链危机的集中爆发。中国作为制造业的第一大国，是全球产业链稳链保供的“中流砥柱”，中国在促进全球产业链供应链的稳定畅通发挥了重要作用，对推动世界经济复苏做出了重要贡献，也体现了中国制造业的产业链和供应链具有强大的韧性。

作者系中国社会科学院工业经济研究所助理研究员，本文是研究阐释党的十九届五中全会精神国家社会科学基金重大项目“推进新型工业化与经济体系优化升级研究”（项目编号：21ZDA021），中国社会科学院登峰战略优势学科（产业经济学）项目的部分成果

上接 A3

## “给岁月以文明”

“科幻文学植根于科技发展，如果整个社会不太喜欢关注科学和科技，那确实没有科幻小说发展的土壤。但这些年，这个土壤其实是越来越丰厚了。”

1月15日深夜，白一骢蹲在一个小面馆门口，拨出一个电话：“老杨，你看吧，弹幕没把你骂死，还行。”杨磊听完不吭声，白一骢也沉默了，俩人都在悄悄抹眼泪。

《三体》电视剧在这晚9点半上线，他们谁也不敢看。直到12点多，出了一部分正向反馈，白一骢才点开视频。“我很勇敢地开启了弹幕，看的时候就已经很难承受了。我们完全不知道会不会被认可的一个东西，突然被认可了。当时就很崩，很崩。”

此前，2020年12月14日，《三体》电视剧官博发布杀青专辑，1000多条留言中，大多表达对剧集

的失望；2021年11月3日，在腾讯在线视频V视界大会中，国产电视剧《三体》首度曝光预告片，迎来一片嘲讽。

2000多公里以外的杨磊，刚躲开剧组的庆祝邀请。他心里慌，害怕观众反馈出岔子，要是出去被别人认出来是《三体》导演，揪住骂可怎么办。

接完电话，杨磊把卧室门一关，电脑开始播放《三体》。根本放不了多少，放一会儿就哗哗哭。“真是管不住自己，眼泪呜呜就上来了，连哭好几天，我问自己为啥哭？不知道。”

《三体》占据了杨磊近4年时间，这些时间是怎么从他身上流过

的，身边的所有人都知道。

在前期筹备的一年时间里，灯光师尚伟见过杨磊每晚熬夜设计灯光和机位，把尚伟的活儿也抢着干了；拍戏的半年里，杨磊通宵工作以至于心脏差点儿犯病，演员张鲁一送药时吼他：“你是不是不要命了？”

后期剪辑的一年里，剪辑师津语和杨磊经常一起在机房捧着盒饭，各自盯着屏幕都不说话；为电视剧配乐与调色那年，杨磊给合作的音乐人半夜打电话，每次聊到凌晨三四点，如此打了7个月。“我老婆问我，是不是跟谁谈恋爱了。”

“这部剧如果7年前立项、5年

前开播，它的商业价值反而可能不会有现在这么高。”孙忠怀在接受媒体采访时分析，商业环境的成熟、观众观剧习惯的改善、付费习惯的养成、会员群体基础的扩大，都使得剧版《三体》现在播出的效果要比几年前播出好。“这些取舍是很难的，在推进过程中，其实无法精准预测到回报。”

不论怎么看，这都像一场代价昂贵的赌博。早在《三体》电视剧播出前，腾讯视频就花重金拿下了《三体Ⅱ》的影视开发版权。白一骢想想也后怕，如果《三体》第一部搞砸，今天的结局就是另一副模样。“我们肯定会被骂死，腾讯的账面损失也会按‘亿’计算。”

陆贝珂从中看到了社会对于科幻的接受度，如同火苗一样往上蹿。“科幻文学植根于科技发展，如果整个社会不太喜欢关注科学和科技，那确实没有科幻小说发展的土壤。但这些年，这个土壤其实是越来越丰厚了。”

如今，国家科学纳米中心前，开始有人打卡拍照。一位纳米中心的高级工程师笑着说道：“现在报我的研究生，都比以前多多了。”

“这是好事，我们做了一件对社会有意义的事情。”让杨磊欣喜的是，有些事情，悄悄地就发生了。一位朋友发来消息：“你拍的《三体》是什么东西呀？我家孩子马上要中考了，每天躲在窝里看

这个。”

杨磊觉得好笑。前阵子，在朋友的生日宴上，一个10岁的小男孩主动说起《三体》。“起初我没当回事儿，他戴一小眼镜，跟我聊二向箔，噼里啪啦地讲黑暗森林。”杨磊怔住了，“天哪，这是真的厉害，现在小孩儿都可以这样？”

“10岁啊！我10岁是不可能拿起《三体》来看的。”杨磊很兴奋，仿佛看到了人类一直在进化的证据，中国科幻释放的信号越发耀眼。“这就是种在他们心里的种子，等他们长大，种子就会发芽。”

2月14日那晚，《三体》电视剧正式收官，杨磊发了一条朋友圈：“给岁月以文明。”

# 欧美银行危机传导链:或冲击商业地产

本报记者 慈玉鹏 北京报道

近期,发端于美国硅谷银行破产的欧美银行危机持续发酵,美国签名银行、第一共和银行遭遇流动性危机、瑞士第二大银行——

## 银行“爆雷”潮起

继硅谷银行、签名银行之后,美国第一共和银行流动性危机爆发,且美国金融风险迅速蔓延欧洲。

2023年3月8日,美国硅谷银行宣布抛售210亿美元资产,预计产生18亿美元税后亏损。3月10日,该银行宣告破产。

3月12日,美国财政部(UST)、美联储(FED)和美国联邦储蓄保险公司(FDIC)发表联合声明宣布,因“系统性风险”,签名银行被关闭。

FDIC官网显示,成立两家过渡性银行,即美国硅谷桥梁银行(Silicon Valley Bridge Bank)和美国签名过渡性银行,承担两家倒闭银行的存款和债务。

3月22日,美联储和美国联邦储蓄保险公司宣布,延长对美国硅谷桥梁银行的投标窗口,将继续运营桥梁银行,同时探索战略选择,并称成立美国硅谷桥梁银行的目的,是拥有时间稳定该机构并将特许经营权推向市场。

继硅谷银行、签名银行之后,美国第一共和银行流动性危机爆发,

## 冲击下一站:商业地产

美国房地产贷款大部门来自中小银行,如果美国银行业危机持续恶化,科创和地产行业首当其冲受影响。

3月初,黑石集团旗下价值5.6亿美元的商业地产抵押贷款支持证券(CMBS)违约,引发全球加息周期中对房地产行业关注。相关分析认为,美国中小银行遭遇寒冬,将进一步促使商业地产承压。

摩根大通根据美联储每周公布的美国银行业存贷款公告计算,截至2023年1月,美国小型银行在商业地产(CRE)贷款中风险敞口高达70%。

英国《金融时报》官网信息,摩根大通资产管理公司CEO于当地时间3月21日公开表示,房地产是

瑞士信贷被重组收购等事件接连上演,引发市场高度关注。

北京时间3月23日,为应对通胀,美联储加息25个基点,达到历史新高,银行承压;同日,美国财长珍妮特·耶伦公开表示不考虑扩大

联邦存款保险的范围,该表态再次引发银行股下跌。

《中国经营报》记者了解到,随着美国银行业危机的发酵和演进,未来不排除更大机构出现风险,并存在造成美国乃至全球金融危机的可能。

此外,高盛研报显示,美国资产低于2500亿美元的中小银行承担了商业地产贷款的80%。市场普遍担心的是,在美国中小银行将遭遇寒冬的预期下,商业地产将受到冲击。



发端于美国硅谷银行破产的欧美银行危机持续发酵。

视觉中国/图

## 金融寒冬愈冷

这一轮美国银行业动荡仍在发酵和演进过程中,未来不排除更大机构出现风险,并造成美国乃至全球金融危机的可能。

据《今日美国报》3月19日消息,发表在美国社会科学研究网络上的一篇论文提及,继硅谷银行倒闭之后,即使只有一半的储户决定提取资金,186家银行将面临倒闭的风险,因为美联储为抑制通货膨胀而大幅加息,已侵蚀政府债券和抵押贷款支持证券等银行资产价值,如果没有政府干预或资产重组,随着FDIC的存款保险基金遭受损失,这些银行面临着投保储户受损的潜在风险。

俄罗斯卫星通讯社3月22日消息,雷曼兄弟前总裁劳伦斯·麦克唐纳(Lawrence McDonald)表示,硅谷银行破产后银行系统的信贷状况正在恶化,预计金融机构将进一步亏损,预计美国政府在当前危机期间稳定银行系统的支出将达到至少2万亿美元。

3月22日,美联储公开市场委员会(FOMC)宣布,将联邦基金利率目标区间上调25个基点到4.75%至5%之间,此次是自2022年3月以来第九次加息,为2007年10月以来的最高水平。

美联储主席鲍威尔3月23日在新闻发布会上表示,由于硅谷银行倒闭后银行系统面临压力,FOMC官员们曾考虑在3月

的议息会议上暂停加息,但通胀及就业问题超预期让加息成为共识。截至当日收盘,第一共和银行收跌近15.5%,美国银行、富国银行跌3.3%,花旗银行跌3%。

华创证券研究员洪锦屏表示,以硅谷银行为代表的一系列区域性银行,在放松的银行监管政策下埋下了资产风险,却没有应对激进加息的经验,硅谷银行的率先破产或许是特殊业务结构的个案,但其诱因却共通,作为市场单一最大股东的资管机构以及活跃的沽空资本或将使得风险的扩散难以避免,如果说此次美联储的加息是对2008年后美国银行体系的压力测试,硅谷银行显然没有通过,而盒子已经打开,风险扩散或难以避免。

上海金融与发展实验室主任曾刚认为,从硅谷银行风险暴露开始的这一轮美国银行业动荡,仍在发酵和演进过程中,未来不排除更大机构出现风险,并造成美国乃至全球金融危机的可能。

周茂华告诉记者,此次欧美银行业危机后续如何演绎仍存在不确定性,持续恶化对欧美经济、金融都偏空。需要关注后续欧美当局救助情况,能否避免欧美银行业挤兑多米诺骨牌效应。

## 相关报道

# 欧美银行业危机持续 中资银行股成“避风港”

本报记者 杨井鑫 北京报道

伴随着美国硅谷银行倒闭和欧洲瑞士信贷银行(以下简称“瑞信”)遭遇收购,欧美市场银行股出现大幅波动,尤其是瑞士信贷高风险债券的“一夜清零”在全球金融市场掀起了一场腥风血雨,市场的恐慌情绪持续蔓延。

而与之形成鲜明对比的是,中资银行股在这场全球银行业的风暴中受到的冲击比较有限,国有大行在短短的半个月中甚至迎来了

波逆市上涨的行情。

据《中国经营报》记者了解,在全球银行业不断爆出“黑天鹅”事件的同时,国内A股市场的投资者信心也会受到一定的影响。但是,由于A股银行板块的估值长期处于较低水平,金融风险也相对可控,海外市场的风险可能很难传导至中资银行股,相反会有部分海外资金流入国内A股市场避险。面对中国经济的强势复苏,部分估值偏低、资产质量稳定的标的会更受投资者的青睐。

记者梳理近期中资银行股的表现发现,自全球银行业危机以来,国内上市银行的股价相对稳定,海外市场的这一轮风暴对A股银行板块的冲击十分有限,尤其是国有大行在近两周甚至还迎来了一波逆势上涨的行情。

## 投资“避风港”

针对欧美的银行业危机对A股市场的冲击,市场上一直存在较大的分歧。部分市场人士认为,银行业危机可能会令美国结束紧缩的货币政策,对国内的资本市场反而有利。但是,也有机构倾向于硅谷银行事件的恶性示范效应,会引发新一轮的挤兑潮,给全球的市场造成更严重的负面影响。

对于海外市场银行股的表现,记者发现,自全球银行业危机以来,国内上市银行的股价相对稳定,海外市场的这一轮风暴对A股银行板块的冲击十分有限,尤其是国有大行在近两周甚至还迎来了一波逆势上涨的行情。

## 国有大行估值修复?

“银行板块的估值低,银行个股的分化是正常现象。”一家上市城商行高管认为,上市银行的经营情况差异很大,少数银行在行业内会“冒尖”得到投资者的青睐,不可能所有的银行股都上涨。

对于国有大行的这一轮行情,该高管表示,这一波上涨很可能与中字头央企的价值重估有关,这也是市场上的一个热点。“国有大行的估值的确不高,在海外市场风险爆发的背景下,银行股的投资可能部分会偏向于国有大行。”

Wind数据显示,3月8日至23日,A股42家上市银行中,有11家银行的股价上涨,包括工商银行(601398.SH)、建设银行(601939.SH)、中国银行(601988.SH)、农业银行(601288.SH)和交通银行(601328.SH)五大国有银行,而中信银行(601998.SH)股价涨幅达到了6%,居首位。有3家银行的股价在此期间表现为持平,其中包括邮储银行(601658.SH)。另外,有7家银行的股价跌幅超过5%,包括招商银行(600036.SH)、平安银行(000001.SZ)和5家城商行。

“由于海外市场银行股的风险暴露,全球的投资者的风险偏好降低,这也让市场对于国有大行和估值相对较低的银行更加青睐一些。”一家券商银行业分析师认为,A股银行板块在全球银行业危机中将扮演避风港的角色。

该分析师认为,银行指数在近三年总体呈现下跌态势,行业板块的估值一定有修复需求。“国有大行的股价在近期都创出了自2022年第四季度以来的新高,这也说明海外市场的影响并不大。”

针对美国银行业的危机,他还表示,中国的银行业不存在类似的风险。美国银行业出现硅谷银行倒闭的“黑天鹅”事件,主要

是受到加息冲击引发流动性危机,这与中国银行业没有可比性。“中国商业银行的流动性是很充裕的,流动性管理也比较到位,银行资金主要是以信贷的形式投放,与美国硅谷银行大量购买国债是完全不同的。”

英大证券首席经济学家李大霄表示,我国经济恢复势头良好,金融风险相对可控,加上我国已经设立金融稳定保障基金,金融安全正在加强,美国银行股风险并不会传导到中国,美银行股暴跌也不会传染到中国银行股。相反,我国银行股反而会成为A股市场的重要稳定力量,没有之一。

持续性。从分红角度看,五大国有银行的A股平均股息率达到6.77%,较10年期国债收益率溢价高达390bp,具备强劲吸引力。此外,国有大行经营稳健,在全球金融风险频发的背景下,对外资的吸引力将大幅提高,尤其利好真实资产质量稳健的国有大行。

该报告还认为,国有大行的真实资产质量被低估。例如,虽然头部股份行的不良贷款率低于国有大行,但实际上国有大行的逾期贷款全部纳入不良口径,逾期与不良偏离度全都低于100%,而中小银行普遍只是将逾期60天以上或90天以上的贷款纳入

不良口径。同时,风险分类新规2023年正式执行,旨在进一步做实资产风险分类,侧面说明当前主要银行的真实资产质量扎实。未来如果指标透明度大幅提升,对于投资者而言,优质银行的吸引力将大幅提高,尤其利好真实资产质量稳健的国有大行。

“国有大行的行情能否持续是一个综合因素,但是股价表现上看,银行股的投资风险不高,股息回报不错,长期持有也是一个不错选择。”上述银行业分析师称。

# 黄金“狂飙”

本报记者 顾梦轩 夏欣  
广州 北京报道

随着硅谷银行倒闭、瑞士信贷危机持续发酵，全球金融形势高度紧张。而在避险情绪推动下，纽约商品交易所黄金期货价格一度突破2000美元，再次逼近历史最高点。

值得注意的是，随着金价的持续飙升，相应的回调压力亦在不断聚集。北京时间3月23日凌晨，美联储宣布加息25个基

点，将联邦基金利率区间上调至4.75%~5%，上调储备金余额利率25个基点至4.90%。此前，市场普遍预期美联储加息已接近尾声。

上海黄金交易所日前发布通知称，近期影响市场运行的不确定性因素较多，市场风险明显加剧，价格波动显著增大。请各会员单位提高风险防范意识，做细做好风险应急预案，提示投资者做好风险防范工作，合理控制仓位，理性投资。

## 多重因素搅动金价

欧美银行业流动性风险相继爆发，叠加金融市场波动带来的避险需求，资金开始流入黄金市场。

近期，受多重因素刺激，黄金资产成为市场高度关注的焦点。

全球范围内，银行危机持续发酵，除硅谷银行之外，多家其他银行如第一共和银行和全球最大加密货币银行签名银行均传出破产消息。虽然美联储和财政部及时介入稳定了危机的蔓延，但市场的避险情绪已显著强化，黄金受到追捧。

在欧美银行业流动性风险相继爆发的情况下，市场预期美联储紧缩路径将受到明显影响，甚至出现了加息可能停止的声音。叠加金融市场波动带来的避险需求，资金开始重新流入黄金市场，全球ETF迎来了2022年5月以来的最大单周流入，国际金价也接连破关口阻力。

3月17日，仅一天时间，海外最大的黄金ETF GLD基金流入资金共计15亿美元，购买接近25吨黄金，充分反映市场机构投资者对银行金融机构倒闭事件的担忧，存款快速转移或者流入避险资产。

国内方面，3月1日~3月22日，全市场所有黄金ETF吸金总计12亿元，呈现上升趋势。

3月20日，瑞士联合银行集团（以下简称“瑞银集团”）30亿瑞士法郎收购瑞士信贷集团（以下简称“瑞信集团”），使得市场的恐慌情绪有所缓和，但是由此引发的瑞士信贷银行股份有限公司（以下简称“瑞信”）170亿美元的一级资本债一次性核销，引来市场各大知名投资机构的诟病，国际金价则在2000美元以下盘整徘徊。

博时黄金ETF基金经理王祥指出，随着3月19日瑞士政府的快速反应，瑞银集团就对瑞信集团的收购达成协议，可能致使飙升的黄金价格出现短暂的调整。“同时，欧洲央行周内顶住金融波动压力，继续加息50BP，尽管其累计升息幅度仍慢于美联储，因此本身具有更广阔的升息空间，但也将令美联储本月的利率决策陷入两难。”王祥说。

王祥分析，如若美联储亦同样维持对通胀的高压态度，则后续如硅谷银行般的流动性压力风险或频繁出现，避险需求将持续推动黄金价格。而若美联储暂时放缓加息步伐，欧美政策节奏上的差异又将推动美元走弱，亦对黄金价格构成支持。

## 央行购金需求旺

2021年~2022年央行购金加速增长，在2021年、2022年的同比增速分别高达77%和152%。

回望黄金近10年来价格走势，也是几经起落。2011年9月6日，黄金价格达到了1922美元/盎司，创下了历史新高；2013年4月12日，黄金价格发生暴跌，被称为“黄金大劫案”。仅2013年4月一个月时间，国际金价就暴跌了13%，这也是自1981年以来黄金最差的市场表现。

2015年开始，曾一度低迷的国际金价开始大幅飙升。2019年8月5日，国际金价突破了1460美元/盎司，创下6年来高位，此后黄金价格一路上扬，不到一个月时间，黄金价格突破1550美元/盎司，最高甚至达到了1554.56美元/盎司，累计涨幅超过20%。

2020年年初，疫情暴发，黄金价格连续上涨，2020年1月8日、2月24日、4月14日，国际金价突破了1600美元/盎司、1660美元/盎司、1785美元/盎司。

2021年，黄金价格一直高位震荡，但较2020年出现了回调。到

2022年10月，黄金价格又开始上涨，并创下了近9个月的新高。

世界黄金协会的数据显示，2010年~2022年黄金需求和供应年均复合增速分别为1%和0.8%，维持低速增长。从黄金需求的分项来看，珠宝制造、科技、投资、央行购金的年均复合增速分别为1%、-3%、-3%和25%。其中，央行购金的年均复合增速尤其突出，主要源于2021年~2022年央行购金的加速增长，在2021年、2022年的同比增速分别高达77%和152%。从黄金供应的分项来看，矿产金、再生金的复合增速分别为2%和-3%，也基本维持低速增长。

世界黄金协会数据显示，截至2022年第四季度，全球央行储备（外汇储备+黄金储备）总额为14.84万亿美元。其中，黄金储备为35494吨，按照2022年第四季度均价1813.8美元/盎司测算，总金额为2.07万亿美元，占全球央行储备比例为13.95%。

## 黄金投资再升温

从资产配置的角度，建议可以考虑在投资组合中配置5%到10%的黄金资产，对冲市场风险，提高风险资产回报率。

伴随着国际金价的持续走高，近期投资黄金的热度亦持续高涨。

展望后市，华安基金指数与量化投资部表示，银行危机发酵风险和通胀持续回落背景下，美联储“转鸽”概率显著提升，黄金投资价值得到重视，迎来配置机遇。通胀端，美国房地产市场已出现实质性降温，通胀中黏性较大的房租分项滞后于房地产市场，也有望在2023年第二季度出现实质性回落。从供需关系看，美元指数回落后，各国央行和机构加大黄金配置力度。

吴国清指出，2023年的黄金定价本质上正在反映两个层面的显著变化，一是周期性变化，即美联储暂时放缓加息步伐，欧美政策节奏上的差异又将推动美元走弱，亦对黄金价格构成支持。

带来的实际利率下降；二是结构性变化，即逆全球化、全球贸易多极化所带来的全球货币体系的深刻变革，导致黄金储备的购买需求（包括各国央行层面和民间层面）正在上升。

对于黄金投资的方式而言，排排网旗下融智投资基金经理夏风光指出，黄金适合以长期配置的手段来参与，不适合投机炒作。从长周期视角来看，黄金当前的价格仍然是值得关注的。投资者参与黄金投资大体有四个层面，保守型投资者和长期型投资者可以以实物金、金币等进行长期持有，稳健型投资者可以参与黄金ETF投资，进取型投资者可以参与黄金股票的



伴随着国际金价的持续走高，近期投资黄金的热度持续高涨。

视觉中国/图

诺安基金国际部总经理、基金经理宋青指出，2022年四季度，黄金价格出现一轮猛烈上扬，其核心原因是央行大幅购进黄金。

近期发生的金融机构破产事件及后续连锁反应，再次推动黄金价格快速上升。如果事件能够稳定，预计黄金价格或向下调整，但是空间有限。若美联储货币政策发生松动及欧洲央行货币政策发生松动，则有利于避险情绪的发酵，进一步推动金价。“另外，如果引发全球系统性的金融风险，虽然概率较小，则也会支持资金回流强势美元，造成金价波动。”宋青说。

前海开源基金执行投资总监吴国清指出，如果说从1973年布雷顿森林体系崩溃至今50年内，金价的涨跌更多体现的是周期性变化，那么站在当前前所未有的大变局的时期，我们有理由相信，黄金作为人类信用体系的终极量度，有望在周期性的反转叠加结构性变革力量的双重影响下大放异彩，预计大概率可以突破此前伦敦现货金价2020年8月创出的2075美元/盎司的历史高点，创出较高涨幅，甚至达到2300美元~2500美元/盎司的水平。

# 私人银行联姻私募基金 “爆款”产品藏玄机

## 全面注册制利好私募基金

本报记者 郝亚娟 张荣旺  
上海 北京报道

3月以来，多款私募基金发行火爆。

业内人士分析，一方面，随着我国经济的不断发展和投资者理财需求的不断提高，私募基金市场将会继续保持快速增长的势头；另一方面，随着全面注册制的推进，私募基金市场将会更加规范化和健康发展，为私募基金的长期发展提供了良好的环境。

《中国经营报》记者采访了解到，多家银行的私人银行将加大私募产品的引入。不过，也有分析人士提示道，很多销量火爆的产品往往没有太好的成绩表现，投资人与财富管理机构依旧无法摆脱“追高杀低”的宿命，主要是国内财富管理和私人银行机构的专业能力积累不足，以及经验还不够丰富所致。

伴随着经济逐步复苏，私募发行市场逐步回暖，多款私募基金“热销”。

总体来看，私募数量持续创新高。3月13日，中国证券投资基金业协会发布的《私募基金管理人登记及产品备案月报（2023年2月）》显示，截至2月末，存续私募基金管理人达22174家，管理基金规模达20.29万亿元，较上月增加510.11亿元，环比增长0.25%。

私募基金发行回暖有哪些原因？星图金融研究院研究员雒佑向记者分析称，目前A股处于震荡企稳的阶段，从基本面看，2022年

## 如何看待“爆款”现象？

根据《私募投资基金募集行为管理办法》，合格投资人即为具备相应风险识别能力和风险承担能力的机构或个人。个人方面，要求金融资产不低于300万元或者最近3年个人年均收入不低于50万元；机构方面，要求净资产不低于1000万元。较高的认购门槛意味着，能够购买私募基金产品的投资者通常来说都属于高净值人群。

实际上，高净值人群配置私募基金已成为一种趋势。中信建投证券方面指出，私募基金受到高净值人群的追逐，主要有多个方面原因，一是私募有着丰富的策略类型，可以满足高净值客户个性化的配置需求；二是私募基金赋予了基金经理很高的灵活性，为追求更好的风险收益比提供了可能；三是公募基金管理人的主要收入来源于管理费，而私募基金的主要收入是管理费+超额业绩报酬，这使得私募基金有

更多的行业盈利创下低位后在2023年同比必将反弹，比如出行、部分场景的消费（餐饮、影院、酒旅）、地产销售/开工/施工等都显示出经济发展的强度在回升。此外，国家在提内需、稳增长方面不断加码，宽信用力度较强，这为投资资本市场创造了有利条件。

在投资方面，信达证券策略团队指出，私募基金股票仓位在2023年2月环比微降0.34个百分点，此前私募仓位曾在1月大幅抬升。2016年至今，私募基金仓位的最高值在80%左右，大多出现于牛市中后期。北上资金虽维持了净流入，

更强的动力不断提高收益率。

记者注意到，2023年以来，私募产品在私人银行渠道“大卖”现象频出。

朱旭望分析称，首先，在资产配置方面，高净值人群对金融产品的认知和接受度普遍较高，也有更多金融理财的需求，目前我国股权投资类的产品种类并不像欧美国家那么丰富，能满足高净值客户理财投资需求的选择面不够广泛，而私募基金本身具有灵活度高、投资范围广、风险与收益并存的特点，成为高净值客户争相选择的必然结果；其次，私人银行与高净值客户的粘连度较高，由于高净值客户在市场上较难把握和选择合规运营的私募基金产品，而基于私人银行严苛的合规要求，可以大大降低高净值客户对私募基金产品合规性审核的成本，也同样导致了高净值客户更愿意购买私人银行承销

但净流入幅度明显放缓，2月北上资金净流入93亿元，而1月则净流入1413亿元，创历史新高。

著名私人银行专家杨诚信指出，国内资本市场已经经历了超过一年半的向下修正与盘整，目前市场气氛比较冷静，此时募集的权益类产品有更大概率能在未来交出相对好的成绩。

值得一提的是，全面注册制的推进和行业监管趋严也为私募基金发展带来新机遇。2月下旬，中国证券投资基金业协会发布了修订后的《私募投资基金登记备案办法》及配套指引，将从2023年5月1日起施行，对私募基金的登记标准、业务合规运作、信息披露等做出明确要求。

上海博和汉商律师事务所高级合伙人朱旭望律师在接受记者采访时表示，从个人投资者角度，A股全面注册制已经正式启动，投资者对市场的评估和分析将大大增加难度和成本，“将钱交给专业人士打理”的理念也将快速深入人心，这对私募基金行业犹如一针强心剂，也会是私募基金行业发展的重大利好。

“在监管更加透明的前提下，私募基金行业必将发生优胜劣汰，通过合规化经营和业绩比拼的竞争，

逐渐脱颖而出一批优质的私募基金管理人；私募基金灵活度高、投资范围广、风险与收益并存的特点，私募基金行业也在吸引越来越多优秀私募基金经理和优秀海外基金经理，形成良性循环，势必吸引更多金融消费者将私募基金产品纳入其资产配置的一部分。”朱旭望如是说。

“以往由于缺乏适当的监管，导致信息相对不透明、规范相对宽松的私募基金（包括私募证券投资基金管理人与私募股权投资基金）的数量比公募基金还要多，整个行业良莠不齐的问题突出，因此监管制度的改善是有必要的。”杨诚信补充道。

财观念和认知上的差距，进而提升客户经理团队维护长远的客户关系的能力。

方德金控首席经济学家夏春认为，从国外和国内的经验来看，私人银行并不具备明显的筛选和配置基金的优势，但在理解客户需求层面具有较明显的优势，未来以“买方投顾”为核心的私人银行发展模式将逐渐取代目前以“产品销售”为特色的发展模式。

对投资者而言，认购私募产品需注意什么？朱旭望指出，作为金融消费者，选择与自己风险承受能力相匹配的产品。在购买私募产品之前，充分调查私募基金管理人的资质，过往的业绩、市场口碑以及信用信息；金融消费者应当时时关注私募基金管理人定期或临时进行的信息披露，及时行使自己作为私募基金投资人的合法权益，维护自身财产安全。

# 财富管理服务信托步入快车道:未来趋向账户制、场景化

本报记者 樊红敏 北京报道

种种迹象显示,财富管理服务信托的发展潜力正在加速释放。

最新数据显示,2023年1月,新增家族信托92.07亿元,环比增长40.44%;新增保险金信托规模89.74亿元,环比增长67.05%,规模增长创下近11个月新高。

与此同时,其他财富管理服务信托细分业务落地次第展

开。比如,云南信托首单家庭服务信托成功落地;浙金信托落地首单企业财富管理服务信托;中融信托落地首单员工养老保障服务信托……

《中国经营报》记者注意到,在商业逻辑上,财富管理服务信托明显区别于传统信托财富管理业务。也因此,其发展一方面已明显呈现出一些新趋势;另一方面也给信托公司带来诸多新的挑战。

## 回归财富管理

信托分类改革本质是要推动信托业务真正转型,回归本源。

对于财富管理服务信托迅猛发展,百瑞信托家族与慈善办公室负责人张羽在接受记者采访时表示,近几十年来,我国经济规模实现了跨越式发展。国内居民财富逐年增加,无论是高净值人群还是中产家庭人群,对于财富保值、增值和传承的需求均日益增强,驱动着财富管理服务信托行业的迅猛发展。

北方信托创新发展部总经理王栋琳也向记者表示,财富管理服务信托迅猛发展缘于财富管理市场的快速发展。2013年底中国大资管机构(包括信托、基金、券商资管、保险资管)资管产品规模约30万亿元,再加上银行理财存续规模,合计约40万亿。到2021年底,中国各类型机构资管产品规模已达130万亿元以上。中金公司预计,到2030年,我国资管行业的管理规模有望达到300万亿元。

此外,王栋琳强调,信托行业已进入深度转型的阶段,监管层推动信托业务三分类改革,其本质是要推动信托业务真正转型,回归本源。资产服务信托是三分类改革中种类最多、内涵最丰富的一部分,而其中财富管理服务信托服务覆盖面最广、想象空间最大,因此各家信托都在抓紧布局。

3月21日,中国银保监会正式下发《关于规范信托公司业务分类的通知》(以下简称《通知》),

将信托业务重新划分为资产管理信托、资产服务信托和公益慈善信托。其中,资产服务信托项下的财富管理受托服务信托又被进一步细分为家族信托、家庭服务信托、保险金信托、遗嘱信托、特殊需要信托、其他个人财富管理信托、法人及非法人组织财富管理信托等7个业务类别。

五矿信托财富管理中心总经理何飞近日在接受相关媒体采访时表示,信托终于要真正“回归”做财富管理了。他表示,《通知》的出台给了我们非常有效的工具,以及制度上支持的空间,特别是扩大至中产客户家庭的资产隔离与保护,针对未来场景化需求的规划和安排。这将引导信托公司丰富服务内涵,发挥信托制度优势与竞争优势,推动信托财富管理走向高质量发展之路。”

“从2022年新业务三分类政策酝酿出台,不少信托公司就已纷纷开始调整发展战略,以更好适应监管政策方向。”王栋琳也向记者提到。

以家庭服务信托为例,记者梳理发现,2022年信托业务分类改革启动以来,至少已有上海信托、中航信托、长安信托、云南信托、北京信托、五矿信托等多家信托公司启动了家庭服务信托业务,更多信托公司此类业务也在筹备之中。

## 探索农业金融 助力乡村振兴

访中粮信托党委副书记、副总经理、董事会秘书于泳

本报记者 陈嘉玲 北京报道

当前,差异化定位、特色化发展成为信托业战略共识。中国信托业协会相关报告也指出,我国信托业服务实体经济将呈现出差异化、专业化和精品化的趋势。

面对行业差异化转型发展的当下,中粮信托给出这样的答案;一是坚持打造最熟悉资产的金融机构,实现“现有业务+上下游”的圈层发展;二是对标国际先进,打造“最懂资产+多元产品创设+出色投资收益”模式,建立差异化竞争

的护城河。

实际上,自成立以来,中粮信托坚持服务实体经济、服务集团主业的业务定位,在农业领域深耕十余年,围绕农业上下游展业,并不断探索创新服务模式,比如,探索通过土地服务信托助力农业适度规模经营。

如何运用信托工具服务“三农”?在国家粮食安全战略和乡村振兴背景下,信托机构在农业领域将迎来哪些业务机遇?带着这些疑问,《中国经营报》记者采访了中粮信托党委副书记、副总经理、董事会秘书于泳。

## 土地服务信托助力农业适度规模经营

《中国经营报》:自成立以来,中粮信托业务发展比较稳健,资本实力及风险防御能力进一步增强。在信托业差异化转型发展的当下,公司的定位和方向是什么?

于泳:中粮信托作为中央企业持牌金融机构,依托中粮集团强大产业背景,坚持服务实体经济、服务集团主业的业务定位,持续发挥金融专业化经营优势,不忘初心、行稳致远。公司在高质量发展中践行金融工作的政治性和人民性,深化产融结合、强化金融担当,为产业发展提供源头活水。

一是坚持打造最熟悉资产的金融机构,实现“现有业务+上下游”的圈层发展。增强对行业、产业的理解,将金融服务嵌入企业管理、资产运营,提升资产价值,让信托公司所管理资产成为资产组合中的压舱石。不断以现有业务为支撑,向上下游延伸,全力打造高产能、高效能、高赋能的圈层发展模式,实现向“微笑曲线”两端延伸。

二是对标国际先进,打造“最懂资产+多元产品创设+出色投资收益”模式,建立差异化竞争的护城河。精准把握不同经济周期下的行业机遇,以多元化、灵活化的经营策略,把握趋势性机会、交易性机会、资产升值机会,持续向下扎根行业。

《中国经营报》:中粮信托在产融结合、农业金融领域做了哪些探索?

于泳:中粮信托在农业领域深耕十余年,定位于服务集团主业、助力乡村振兴,围绕农业上下游展业,通过理论研究与业务实践相结合,互促互进,不断探索创新服务模式。

业务模式探索方面,中粮信托在现有业务基础上,开展土地服务信托课题研究,探索通过土地服务信托助力农业适度规模经营。联合吉林省农业农村厅共同赴吉林省长春市、四平市、松原市进行调研,为后续开展业务奠定良好的理论基础。随着农业现代化的发展,土地整合和规模化经营是提高耕地使用效率的主要路径,土地服务

信托将成为金融服务农业,推动农业现代化的有效手段。

业务实践包括稳定农业上游生产、助力农业下游销售。一是为中粮成员企业下游仓储客户融资,设计针对非标农产品仓单的质押融资信托产品;二是为中粮成员企业下游经销商融资,由成员企业推荐合作多年的优质经销商,为经销商提供货款资金支持;三是为蒙牛上游牧场融资,调研牧场及供应商的融资需求,信托提供供应链金融产品;四是为上游种植户融资,由成员企业以作物订单款作为还款保障,协助稳定农业上游原料供应。

在种植业务方面,中粮信托创新的以投资形式开展合作种植业务,如中粮信托与中粮贸易共同投资玉米种植业务,并按比例获取投资收益,该模式通过规模化、现代化的种植方式实现了粮食的丰产,增加了单位面积粮食产量,为提高农业生产效率做了良好的尝试。

## 商业逻辑生变

商业逻辑的变化也让信托财富管理业务呈现出一些新的发展趋势。

值得关注的是,从传统的信托财富管理业务到财富管理服务信托,信托公司财富管理业务的商业逻辑也在发生变化。

对于财富管理服务信托与传统财富管理业务商业逻辑上的区别,王栋琳总结为以下几点:一是业务起点从找资金转向找资产,从服务融资客户转向服务委托人;二是资产产品从非标为主的固收资产转向多品种多策略资产;三是资产管理方式从单一资产转向多资产组合;四是管理重心从事前转向事中事后;五是信托财产不再只是现金资产,期限也不再是短期,信托也不一定是立即生效;六是盈利来源从收取利息转向收取管理费用。

商业逻辑的变化也让信托财富管理业务呈现出一些新的发展趋势。

比如,信托账户价值的凸显。根据张羽的介绍,百瑞信托财富管理服务信托的产品形式中,已设置了账户信托、企业账户信托产品。王栋琳也向记者提及,2023年北方信托计划立足特定需求群体,积极推动账户制服务信托试点。此外,据记者了解,国投泰康信托设置了账户信托业务部;中航信托推出

## 尚存多重挑战

信托公司发力财富管理服务信托尚需解决多个痛点,比如,发掘客户需求有待加强,多元化资产配置能力不足等。

尽管财富管理服务信托多个细分领域均已呈现出良好的发展态势,但在行业内人士看来,信托公司在推进财富管理服务信托业务发展方面,还面临着多重挑战。

以家庭服务信托为例,某行业研究机构近期撰文表示,该业务的客户和账户数量较家族信托至少翻10倍,期间管理的内容还要加上净值型标品产品的资产配置、组合投资、业绩披露与客户沟通、监控与调仓等投中和投后工作。“靠家办部门的十几个或者几十个人来干这一大堆事,想想都觉得头皮发麻。”

王栋琳也向记者表示,由于财富管理服务信托完全不同于传统

“六合·鲲鹏”信托账户服务品牌;上海信托为客户创设了专属的“睿赢财富信托账户”。

对于信托账户的价值内涵,张羽认为主要体现在三个方面:一是专属性。每一个符合条件的居民和家庭都可以创设一个信托账户,相当于设立一个专属的财富管理信托账户,专账管理,具备一定的独立性;二是金融性。信托账户具有灵活的资产投向优势,投向现金、股票、股权、不动产、保单、收益权/受益权等,真正实现大类资产配置,这是银行、券商、基金等其他机构所不具备的;三是社会性。未来随着账户信托的进一步发展,与家庭事务相关的保险保障、退休计划、子女教育等附加服务,也会逐渐嵌入进来,满足客户家庭事务管理层面的非金融性需求。

“未来信托账户有可能成为家庭的标配账户,也是银行账户以外的金融系统重要账户,甚至也可能成为整个财富管理市场的基础工具,它能满足从普通家庭至高净值家庭金融领域和非金融领域的多方面需求,从金融机构的角度,可以提升客户黏性,促进各类型金融机构共建财富管理生态圈。”张羽称。

服务的场景化则是信托财富管理业务发展的另一个趋势。国投泰康信托财富首席规划官孟昊桀近日表示,未来财富顾问要更多关注服务信托的账户功能和场景性的痛点需求。五矿信托财富管理中心总经理何飞近日也曾公开表示,真正的财富管理应基于客户及客户家庭的财富需求,进行一系列的规划安排,最终达成场景功能的实现。

金乐函数信托分析师廖鹤凯在接受记者采访时表示,“场景”对于财富管理服务信托来说就是把服务落到生活的具体方面,让客户真切地感受到财富管理服务信托能解决自己日常中的问题和需求,给生活质量带来实实在在的提升。“目前信托公司发力财富管理业务的主要着力点,就是整合资源为客户提供专业的‘全场景’财产受托服务。”

对此,王栋琳向记者表示,从业务落地角度,服务场景可能比信托业务品种更重要。信托公司要在特定场景下获得委托人的需求,再匹配以合适的业务品种,而不是拿着某个业务品种去销售。“基于服务的场景化,特定服务领域未来可能诞生在具有绝对优势

## 财富管理服务信托 7大子类别

- ▶ 家族信托
- ▶ 家庭服务信托
- ▶ 保险金信托
- ▶ 特殊需要信托
- ▶ 遗嘱信托
- ▶ 其他个人财富管理信托
- ▶ 法人及非法人组织财富管理信托

数据来源:《中国银保监会关于规范信托公司信托业务分类的通知》

的龙头信托公司,例如,专门围绕乡村振兴开展服务信托的信托公司,或者专业化服务老幼群体的信托公司。”

拓展,除了银行保险之外,各类型金融机构、社会组织、律所、服务机构等都可能成为潜在渠道。此外,信托公司的数字化、运营、风控、内控、考核都要与之相适应。”

“从传统信托财富管理业务到财富管理服务信托,信托公司的发展战略也需要进行相应的一些调整,比如打造自身的资产配置能力,尤其是标品信托产品体系;持续提升客户的服务满意度;塑造品牌价值,吸引新客户;科技赋能,提升效率,降低运营成本,优化客户体验等。”张羽如是建议。

## 金融机构助力农业实现产业闭环

《中国经营报》:近年来,我国全面推进乡村振兴,加快推进农业农村现代化。在此过程中,包括信托在内的金融机构扮演了什么角色?

于泳:金融机构在乡村振兴中更多的是发挥价值判断和资源配置的作用,助力农业发展获取资金支持,整合资源实现产业闭环。

一是提供金融服务,满足农业项目各阶段的金融需求。农业领域的快速发展离不开资金的投入,金融机构设计创新投融资产品,为农业经营主体提供发展所需的资金。金融机构发挥各自的业务优势,融合信托、保险、期货、基金等服务,提供金融产品组合方案,助力农业项目快速发展。

二是引入产业链资源,助力农业实现产业闭环。农业产业链逐渐完善,金融机构以产业链可持续发展为依托,通过整合产业资源,带动上游农资服务商、中游经营主体、下游生产加工等全产业链发展,加速产业集群,并实现金融资金的产业闭环管理。

《中国经营报》:目前,在农业产业链的上游,农民贷款难是个世界性难题,难就难在银行对农民贷款缺少“安全感”,农民贷款缺少抵押担保,一旦借款户出现“意外”,银行没有“抓手”。信托能否解决这些问题?

于泳:农业领域融资慢、融资难的问题始终存在,一方面是缺乏有效的抵质押物,另一方面则是缺乏标准可控的生产流程。信托应用范围充满想象力,在农业领域展业过程中,要发挥

灵活优势,以客户需求为中心,设计综合且创新的金融产品,以产业链、金融链的“手”帮助信托控风险。

产融结合,以产业链思维兴业。中粮集团深耕农业产业,以“粮头食尾”“农头工尾”为抓手,中粮信托对内依托集团优势资源,对外整合农业产业核心资源,持续加强全产业链建设。上游环节,引入专业化公司的过程监管、技术指导等服务,加强农事管理,为农业的“露天工厂”提供相对标准化的作业指导和监督,以此增强对农业生产流程的把控。下游环节,对接农业产业优质订单,以订单农业模式实现回款资金的有效监管,并协助专业化公司夯实上游业务,促进一二三产业融合,推动农业产业化发展。以中粮糖业为例,中粮糖业与农民签订甜菜订单,以其订单款协助信托回款,此外,中粮糖业向农民提供甜菜种植指导,监督管理种植过程,大幅降低了种植风险。

融结合,开展金融资源协同。农业是个生产过程复杂、产业链长的行业,面临种植管理、盗抢、价格波动等一系列风险,组合金融产品是应对多元风险的解决方案。中粮资本旗下有银行、保险、期货、信托等金融机构,融融结合是结合业务需求,个性化配置金融产品套餐,为农民提供组合一站式金融服务。以吉林玉米种植项目为例,通过信托+保险+期货的组合金融产品,既解决了融资所需,又规避

了自然灾害风险与市场价格波动风险。

《中国经营报》:具体而言,信托如何在提供农业产业链融资服务的同时做好风控,金融科技在其扮演了怎样的角色?

于泳:农业产业影响因素复杂,且以生产经营所得为主要还款来源,因此信托从投前获客到投后管理,需要做到全流程风控。投前获客方面,中粮信托结合十余年的农业金融经验,逐渐形成筛选客户的评价机制,从资信状况、种植经验、履约情况等多个维度综合评判,并与专业化农业企业合作,借助其在农业一线领域的实践经验,共同筛选优质客户,从源头把控风险。金融科技则可以提高获客的精准度,大数据和人工智能技术帮助信托机构更准确地识别潜在的农业客户,提高获客效率,优化客户风险评估流程。

投后管理方面,稳定的农业生产经营是还款的重要保障,信托机构需监控农业生产过程,确保生产环节顺利开展。信托机构可定期收集生产经营数据,并借助农事服务团队或中粮集团成员企业的一线力量,实现生产过程的监督管控。数字农业科技的应用正在普及,通过物联网设备、遥感信息、AI等技术积累大量农业数据,金融科技可充分利用数据成果,形成大数据分析模型和风险预警系统,及时发现和处理潜在风险,并依托农业大数据资产,构建数据驱动的农业服务生态体系。

下转 B4



中粮信托党委副书记、副总经理、董事会秘书于泳

# 30年国债期货登场：丰富机构量化策略 增强业绩稳定性

本报记者 陈嘉玲 北京报道

期货市场“上新”又有新动态。近日，中国金融期货交易所（以下简称“中金所”）发布通知称，就30年期国债期货合约及相关规则向社会征求意见。这是自2018年以来，又一次的预备上市国债系列期货合约。中金所分别在2013年9月、2015年3月及2018年8月分别上市了5年期、10年期及2年期国

债期货合约。

对于30年国债期货即将“隆重”登场，业内人士分析认为将进一步完善国债期货产品体系，给长期利率提供风险管理工具，提升服务实体经济的能力。从市场角度来看，国债收益率曲线结构将更为合理，将极大丰富国债期货曲线交易的策略空间，还将为交易型机构带来更多品种与策略选择空间，量化机构策略有望更灵活。

## 提供长期利率风险对冲工具

30年期国债期货的推出为超长端利率资产提供高效的风险对冲工具，提升市场定价效率。

根据中金所发布的《关于30年期国债期货合约及相关规则向社会征求意见的通知》，30年期国债期货的交易代码为TL，合约标的面值为100万元人民币、票面利率为3%的名义超长期国债。

“目前，中金所已经上市了2年期国债期货（短期）、5年期国债期货（中期）和10年期国债期货（长期），就缺乏超长期国债期货。”广州金控期货研究中心副总经理程小勇在接受《中国经营报》记者采访时分析指出：“30年期国债期货的推出将完善国债期货产品体系，给长期利率提供风险管理工具，提升国债期货服务实体经济的能力。从海外金融期货发展的经验来看，国债期货包括短期国债、中期国债、长期国债和超长期国债期货，可以满足不同机构的需求。”

据了解，当前，海外市场上市的超长期国债期货包括：芝加哥商品交易所集团（以下简称“芝商所”）推出的经典国债期货和超长期国债期货、欧洲期货交易所推出的德国超长期国债期货，以及美国洲际交易所推出的英国超长期金边国债期货。其中，芝商所的长期和超长期国债期货，交易较为活跃。

“根据海外上市30年期国债期

货经验，超长期品种相对短、中、长期品种成交量占比较低，交易频率相对更低、投资周期较长，更多为配置型机构持有。”广发期货发展研究中心研究员叶倩宁在研报中分析认为，30年期国债期货上市将带来超长期利率风险对冲工具，进一步吸引长期资金入市，完善市场投资者结构。

“2020年开始，银保机构逐步入市，但市场缺乏超长期债券套保和久期管理工具，一定程度上影响银保机构参与市场程度不高，保险机构曾着重提出对超长期风险对冲产品的需求。”叶倩宁认为，30年期国债期货的推出为超长端利率资产提供高效的风险对冲工具，将进一步提升银保等配置型机构的参与意愿，逐步丰富市场投资者结构，提升市场定价效率。

程小勇认为，推出30年期国债期货将为金融机构提供更多资产配置的工具。超长期国债投资周期较长，适合金融机构进行长期资产配置。一方面，推出超长期国债期货，可以构建中性投资组合，降低资产配置的系统性风险。另一方面，场内期货流动性较好，通过30年期国债期货可以替代现券的多头策略，也可以更好地进行久期管理。

## 激发机构参与热情

30年期国债期货上市后将吸引长期资金进入国债期货市场，进一步完善市场投资者结构。

本报记者注意到，目前中金所的3个国债期货主力合约成交量整体稳定在较高水平，10年期国债期货始终受到市场较明显的偏好，近年来日成交量基本稳定在4万手至6万手之间，当前近20日平均日成交量为6.21万手。

参与热度不断提升，侧面说明国债期货正在被市场更多参与者所接受。从国债期货上市以来的表现来看，参与者主要以金融机构为主，包括券商固定收益部、自营部、公募基金和私募基金，以及允许符合条件的试点商业银行和具备投资管理能力的保险机构。

某股份制银行一位托管部人士告诉本报记者，目前在国债期货市场中较为活跃的群体是券商自营，其中个别中小型券商较有特色；同时一部分量化基金也在积极参与。此外，银行委外也有不少资金参与其中。

而从美国超长期品种多头投

## 极大丰富策略工具箱

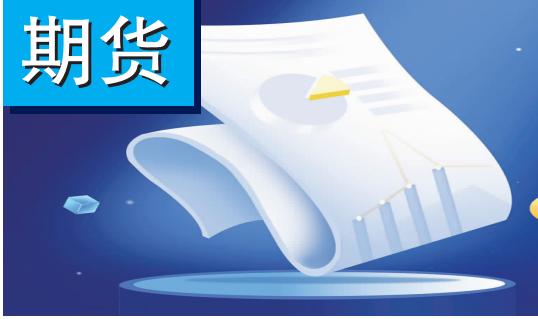
30年期国债期货品种的上市，对于一些以对冲策略为主的基金而言，极大地丰富了策略工具箱，丰富了收益率曲线和套利交易策略。

在国债期货的操作中，中性套保策略是众多基金较为一致的选择。也有基金采取曲线操作的策略，比如有债基去年二季度时同时做多2年期和5年期合约，做空10年期合约，利用收益率曲线的特点进行操作。

据了解，国债期货策略主要分为风险管理策略和资产配置策略，其中风险管理策略包括久期管理、多头替代和空头套保；资产配置策略包括方向交易、跨期套利、跨品种套利、基差套利以及交叉策略等。

“30年期国债期货品种的上市，对于一些以对冲策略为主的

## 国债期货



2013年9月6日，5年期国债期货上市交易。  
2015年3月20日，10年期国债期货挂牌上市。  
2018年8月17日，2年期国债期货挂牌交易。  
2023年3月17日，中金所就30年期国债期货合约及相关规则征求意见。

视觉中国/图

资者结构来看，60%以上的多头持仓为配置型资产管理机构持有；50%以上的空头持仓为杠杆基金持有。也就是说，美国超长期品种多头需求以资管机构替代现货配置为主，空头以杠杆基金持有进行长期限对冲为主。

叶倩宁分析指出，由于我国30年期国债主要由银行、保险等配置型机构持有，预期我国30年期国债期货上市后将为配置型机构提供有效的长期利率风险管理工具，吸引长期资金进入国债期货市场，进一步完善市场投资者结构。

在程小勇看来，随着30年期国债期货的上市，将有更多的金

融机构参与国债期货，尤其是商业银行和保险公司，商业银行作为现券的主要持有方面，亟待需要国债期货对现券进行风险管理，包括价格对冲和久期管理。

“30年期国债期货的推出将直接激发保险机构的参与热情。”

一位期货公司国债期货研究员分析指出，保险机构尤其是寿险公司的负债久期偏长，而国债期货具备成本低、流动性好、灵活性高的优点，保险机构通过参与30年期国债期货，可以在不调整资产结构的前提下快速完成对债券投资组合的久期调整。

南华期货债券分析师高翔亦对本报记者分析表示，一直以来

超长期限对应标的的缺失，使得以持有长期现券为主的保险机构在套保的时候面临期限错配的问题，因此30年期国债期货合约的问世能够进一步促进保险机构参与国债期货交易的积极性。

除了银行、保险等主要债券投资者外，公募基金也是其中重要参与者，其持仓呈现不断增长趋势。兴业期货一份最新研报显示，截至2022年年底，在债券型基金和灵活配置型公募基金中，有约2%的产品参与了国债期货，其中有只产品在国债期货上的持仓市值占其产品净值超过20%，最高占比达到38%。

# 超预期降准提振股市债市

本报记者 顾梦轩 夏欣  
广州 北京报道

央行超预期降准又给A股市场打了一剂“强心针”。3月17日，央行公告称，为推动经济实现质的有效提升和量的合理增长，打好公共政策组合拳，提高服务实体经济水平，保持银行体系流动性合理充裕，决定将于3月27日减低金融机构存款准备金率0.25个百分点（不含已执行5%存款准备金率的金融机构）。本次下调后，金融机构加权平均存款准备金率约为7.6%。

天相投顾基金评价中心相关人士在接受《中国经营报》记者采访时指出，央行此次降准，除了引导金融机构进一步加大对实体经济的支持力度、降低融资成本外，一方面可以缓解由于近期欧美部分银行出现流动性危机所造成的市场恐慌，另一方面可以满足国内商业银行由于大量投放信贷所导致的资金需求。

国泰基金预计，此次降准释放长期流动性5000亿元-6000亿元左右，使得3月跨季更加平稳。

## 改善市场风险偏好，修复估值

至于“硅谷银行事件”是否是此次降准的诱因，博时基金宏观策略部分析，从以往货币政策调整的历史看，由于围绕硅谷银行事件和瑞信的海外金融经济变化并未到达足够大的“量级”，不太可能是本次降准触因；当前准备金并非信贷投放的硬约束，故也排除信贷投放不力。

从A股市场表现来看，降准消息公布后，3月20日、21日、22日三天，上证指数上涨0.47%、深证成指上涨1.94%，创业板指上涨2.1%。

从资金动态看，按照万得行业三级分类，截至3月22日的五个交易日，资金流入最多的三个行业是

互联网软件与服务、半导体设备、电子设备、仪器和元件以及通信设备三个行业领域。另外据Wind数据，3月20日、21日、22日三天，北向资金合计成交量为3274.58亿元。

从历史上看，就A股市场而言，只有少数时候，降准传递了货币政策转向信息（如2018年6月），大多数时候均代表政策的宽松在延续。

博时基金宏观策略部指出，在上述两种情况下，A股后续走势均主要依赖于其后增长、盈利等方面信息的变化。准备金率并非一个大量级的货币政策工具，很难单独

扭转经济趋势。故历史上看降准之后A股并没有呈现较为一致的向上或向下走势。“考虑到上述信息，较难认为A股会因降准而持续上涨。但考虑到当前经济仍处于恢复态势，A股估值也处于中性水平，A股中期的趋势仍然较佳。”

光大证券研报认为，降准再次释放了积极的政策信号，有利于增强市场预期，但A股当前的主要矛盾不在流动性，降准的边际提升效应有限。

上述研报指出，目前的股票市场仍未从估值和盈利预期下修的双重压制中恢复，降准虽然难以直

接对这两方面因素产生影响，但降准有助于增强市场对于宽信用持续性的预期，而信用企稳是企业盈利企稳的重要前瞻指标，从而间接增强市场对于企业盈利修复的信心，进而改善市场风险偏好，也有利于估值修复。

债券市场方面，国泰基金认为，降准对于债市有一定提振，中短端确定性利好，长端利好有限。目前一年期AAA同业存单已经在2.7%附近，接近MLF利率。本次降准将使得资金进一步收紧的担忧消退，存单和短债收益率有望下行。长债在海外金融风险加剧，资

金担忧缓解，国内经济修复速度达到拐点的情况下仍然处在顺风状态。但是长端需要关注去掉“促进综合融资成本稳中有降”后，过去两年持续下行的广谱利率，如存贷款利率是否会重现上升趋势。

博时基金宏观策略部指出，历史上，降准后债券收益率往往下行。但在近两年，由于降准已成为一种偏中性的技术操作。降准后利率下行并不明显，甚至有时反而会有所上行。总的来看，其对短端的作用更大，长端利率走势还是取决于基本面的变化，预计本次降准后情况也是如此。

## 利好银行、地产、TMT等多个板块

降准将为A股市场的哪些板块带来利好？

中融基金认为，降准利好银行股，将增加银行可贷资金，使银行资金充裕；利好地产股，可贷资金增加意味着地产公司与购房者可向银行贷到更多资金，从而提升地产市场需求。

国泰基金方面指出，权益市场方面，降准之后市场流动性得到补充，同时政策的适当呵护也有利于市场风险偏好的提升，利好权益资产。未来我们仍偏好以中期视角关注如下行业机会：第一，中国特色估值体系下价值重估的国央企；第二，成长中具备政策支持和景气

改善潜力的计算机、TMT、高端制造；第三，疫后需求修复的医疗器械、医疗服务；第四，衰退预期与避险需求对黄金价格构成支撑的贵金属板块。

“总体来看，降准会间接降低企业融资成本，促进实体部门信贷支持，但直接效果有限。短期内，

降准可提升投资者信心，对股市具有情绪提振作用。但目前企业中长期贷款同比增速已位于历史高位，需警惕其下降带来的股市回调风险。”中融基金有关人士说。

谈及公募基金领域，天相投顾基金评价中心有关人士表示，降准虽然不能直接影响公募基

金领域，但是降准有助于拉动国内经济增长，提升上市公司赢利能力和企业估值水平，从而使得公募基金净值保持增长，吸引投资者将更多的资金配置到公募基金中。同时，财富增长效应将使得投资者更加愿意、敢于消费，进一步促进国内消费增长。

上接 B3

## 信托赋能农业全产业链

《中国经营报》：全国两会上，《政府工作报告》将“稳定粮食生产和推进乡村振兴”作为今年重点工作部署。在国家粮食安全战略和乡村振兴背景下，面向农业产业链和供应链，未来信托机构面临的业务机遇有哪些？

**于泳：**在保障粮食安全、加快建设农业强国的背景下，农业发展乘势而起，也为信托机构顺势而为提供了广阔的布局机会。

一是适度规模化为信托展业铺开道路。国家鼓励农业适度规模

化经营，在各项政策推动下，“碎片化”农业经营逐步向适度规模化发展，小田变大田、一村一块田也在推进试点，农民合作社、家庭农场、农事服务公司等新型经营主体逐渐增多，农业经营规模和效益不断提升的同时，对金融的需求也不断增加。信托机构结合市场需求和农业生产特点，设计更加专业化和个性化的金融产品，有望迎来更大的市场空间和更丰富的业务机会。同时，适度规模化有助于提高农业生产效率和质量，降低农业生产的风险，亦有助于管控信托资金风险。

二是农业现代化为信托展业夯实基础。农业产业正在加速产业升级，农产品的标准化程度亦在提升，部分品类已转为高标准的“工业品”，这为信托机构设计金融产品、加强过程管控奠定了“标准化”基础。随着农业科技的不断创新和应用，传统的农业模式正在被现代化的农业所取代，数字农业让耕种管收全流程实现数据化、精准化、智能化，也为信托搭建智能风控模型奠定了“数智化”基础。

**《中国经营报》：**中粮信托在农业金融领域的发展规划和展业思路是怎样的？

**于泳：**中粮信托在农业金融领域，坚定“服务集团主业，助力乡村振兴”的业务战略，以信托赋能农业全产业链。

发展规划上，一是聚焦农业领域，在确保粮食安全、守住耕地红线的国家战略指导下，通过金融服务实现产融结合、促进双赢合作。三是投资联动，依托产业资源挖掘优质项目，通过产业基金达成在投资联动模式下的长期合作和双向赋能，特别是围绕产业链绿色创新升级、突破产业链断点堵点卡点等方面积极作为、精准发力，为中粮集团打造粮食供应安全产业链建链强链补链发挥金融助力。

展业思路上，中粮信托结合过往业务经验、自身能力定位以及展业环境分析，形成三个维度的聚焦策略，一是赛道聚焦，聚焦农业产业链、种植链、养殖链、数字农业方向拓展业务；二是客户聚焦，聚焦优质农业产业公司的发展战略，发挥信托服务优势，拓展业务合作；三是项目聚焦，围绕项目落地实现单点破局，迭代升级可复制的模式。中粮信托在农业领域持续深耕，将探索以信托服务践行乡村振兴战略，坚持以服务集团主业打通农业一二三产融合，追求以综合金融产品赋能农业全产业链，助力我国农业现代化发展。

# 聚焦小微企业融资痛点 “监管沙箱”测试运行

本报记者 王柯瑾 北京报道

金融科技正成为金融行业创新与竞争的制高点，各家银行在这场竞赛中已按下高质量发展的“加速键”。

《中国经营报》记者注意到，今

## 聚焦小微及农业企业融资痛点

“监管沙箱”项目聚焦小微企业、农村企业符合中央关于金融供给侧结构性改革的安排部署，符合人民银行发展数字普惠金融的导向。

党的二十大报告明确提出，坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位。到2035年，实现高水平科技自立自强，进入创新型国家前列。

加快实施金融科技创新监管工具，强化对金融科技创新的引领、护航和孵化作用，可以为金融赋能实体经济高质量发展保驾护航。

金融科技创新监管工具，又称“监管沙箱”，旨在引导持牌金融机构、科技公司在依法合规、风险可控的前提下，探索运用新兴技术驱动金融创新，着力提高金融服务实体经济的能力。

“监管沙箱”是监管者在控制风险的前提下，构建一个可依条件豁免相关监管后果和法律责任的相对独立的“安全空间”，以鼓励企业的产品、服务、商业模式等方面创新，从而有效防范金融创新风险的实验性监管机制。

“监管沙箱”是适应金融科技创新的监管创新，本身包含了容错试错机制在里面，是金融科技创新背景下提升监管灵活性、寻求对金融科技产品或业务实施数字化监管的一种探索。随着“监管沙

年以来，各地金融科技创新监管工具创新应用探索提速，除大行参与外，中小银行也表现出高度积极性。

近日，四川省金融科技创新监管工具实施工作组面向社会公示新一批创新应用，应用主要聚焦大数据、物联网、人工智能等前沿技术，

破解高原畜牧养殖、中小微企业经营等场景中因信用信息不对称引起的金融支撑不足问题，不断创新数字化普惠信贷产品，助力乡村振兴提速增效。此外，今年2月，深圳10个金融科技创新监管工具创新应用已进入测试运行阶段。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华分析认为：“区域监管部门引导加快科技金融发展，有助于金融机构加大小微企业、民营企业、科创企业等领域支持；激发微观主体活力，促进科技创新，突破技术难题，促进产业转型升级。”

数据、图像识别等技术，实现对牦牛活体抵押物的智能化管理和动态化检测，并基于多维度数据构建涵盖贷前、贷中、贷后全流程风控模型，辅助银行更好评估牦牛活体抵押物价值及牦牛养殖户、个人养殖户的经营风险，为其提供更为精准、便捷的畜牧业抵押贷款服务，有效缓解高原牦牛养殖面临的资金压力。

杨海平表示，“农村地区地域广阔，人员居住相对分散，农村金融服务运营成本相对更高。农业经营的不确定性较大，农村金融风险管理难度相对更大。此外，农村基础设施相对落后，数字鸿沟相对更为明显。”

杨海平表示，“‘监管沙箱’项目聚焦小微企业、农村企业符合中央关于金融供给侧结构性改革的安排部署，符合人民银行发展数字普惠金融的导向。人民银行发布的《金融科技发展规划（2022—2025）》将公平普惠作为重要原则，在打造数字绿色金融服务体系任务中，重点提到了金融科技在农村金融领域的应用。”

下一步，四川省金融科技创新

监管工具实施工作组将在人民银行总行的统筹指导下，积极引导金融机构、科技公司等市场主体把握好金融数字化转型、金融科技赋能乡村振兴、金融数据综合应用试点等重点工作，将技术应用新、服务公众多、影响范围广的金融科技创新应用纳入监管，推动技术创新成果更高质量落地应用并服务公众，助力金融服务降本增效。

今年以来，除了新公示的创新应用项目外，人民银行深圳市中心支行消息显示，2023年2月20日，深圳新一批创新应用在经过辅导公示、登记声明后，正式进入测试运行阶段。据了解，人民银行深圳市中心支行已组织开展测试“百行征信信用普惠服务”“基于人工智能技术的绿色信贷服务”等10个创新应用。

人民银行深圳市中心支行表示，下一步，将持续深入实施金融科技创新监管工具，深化粤港澳大湾区金融科技创新监管合作，不断打磨出既满足市场需求又符合监管要求的优质产品服务，构建深圳守正创新、安全可控、普惠民生、开放共赢的金融科技新生态。

## 中小银行加大投入积极参与

对中小银行来说，需要加大数字化技术方面的投入，加强人才队伍建设等，提升金融科技创新监管工具创新应用探索能力。

上述四川省金融科技创新监管工具创新应用的申请机构为农商行和农村信用联社，此前，多家城商行也积极参与其中。

2019年12月，人民银行支持北京在全国率先启动金融科技创新监管试点，2020年4月扩大试点范围至上海市、重庆市、深圳市、河北雄安新区、杭州市、苏州市等六市（区）。从试点应用项目申报主体看，中小银行已经成为金融科技“监管沙箱”试点的重要参与主体，中小银行充分发挥本地优势，着力破解小微企业融资、涉农金融服务方面的难题。

中小银行互联网金融联盟调查显示，金融科技的突飞猛进也加速了监管创新，“监管沙箱”是其重要代表。“监管沙箱”通过提供一个“缩小版”的真实市场和包容审慎的监管环境，为金融机构提供了可以测试其创新性产品、服务、商业模式和机制的弹性监管空间。问卷调查结果显示，九成以上受访银行认为“监管沙箱”试点对中小银行参与金融科技创新实践、隔离和降低创新风险具有重要的影响，其中55.36%的受访银行表示“监管沙箱”试点的影响“非常重要”，37.50%的受访银行表示这一影响“重要”。

3月16日，在中国金融科技生态建设与发展论坛（厦门）上，北京金融科技产业联盟常务副理事长潘润红在致辞中表示，当前我国金融科技在推动金融业高质量发展中取得了诸多成效：近年来，各地监管部门也在积极出台科技金融发展扶持政策，引导金融机构创新科技金融产品和服务，提升金融对小微企业、民营企业、科创企业的支持力度。银行部门也在积极推动金融科技发展，尤其是中型银行投入持续在增加。”周茂华表示，“对中小银行来说，需要加大数字化技术方面的投入，加强人才队伍建设等，提升金融科技创新监管工具创新应用探索能力。”

金融科技繁荣发展的局面初步形成，通过“监管沙箱”、金融科技赋能乡村振兴示范工程、金融数据综合应用试点等举措，促进了金融产业公平、合规、可持续发展等。

零壹智库特约研究员于百程表示，“金融科技创新监管试点目的是在风险可控的前提下，推动科技在金融中的应用，提升金融业务效率。试点在区域上不断扩容，在领域上不断拓展，在应用上不断成熟。这些领域要么是金融服务实体经济中的难点，要么是未来经济可持续发展的方向，体现了金融科技在赋能金融业务上的价值。”

近年来，各地监管部门也在积极出台科技金融发展扶持政策，引导金融机构创新科技金融产品和服务，提升金融对小微企业、民营企业、科创企业的支持力度。银行部门也在积极推动金融科技发展，尤其是中型银行投入持续在增加。”周茂华表示，“对中小银行来说，需要加大数字化技术方面的投入，加强人才队伍建设等，提升金融科技创新监管工具创新应用探索能力。”

此外，在创新应用项目测试运行甚至落地投产后，商业银行还要根据金融科技产品的属性，做好持续管理工作。“持续关注‘出箱’投产产品的运行情况，关注其技术表现和市场反应，特别是消费者投诉相关信息，关注相关监管规则的变动。并且对项目持续开展阶段性评估，以决定其是否继续运营以及如何修改完善等。”杨海平表示。

# ChatGPT火爆出圈 人工智能赋能银行迈入新时代

本报记者 张漫游 北京报道

人工智能（AI）技术并非新鲜事物，但ChatGPT和“文心一言”作为人工智能通用大模型横空出世，掀起了人工智能应用的新一轮浪潮。

此前，人工智能运用的都是专用人工智能模型，往往只能在具体的领域内产生一定的效果。而ChatGPT代表了人工智能通用大模型的最新进展，显示了大模型的巨大影响力。

与此同时，银行业也推出了人工智

能的通用大模型。近日，中国工商银行在业界率先研制投产自主可控的人工智能金融行业通用模型，通过此通用模型，可以初步探索出自主可控通用模型应用于金融行业的实践，有助于提升数字金融服务的精准度和效率。

- 浙江证券认为：
- 在银行客服层面，对于客服、催收等人工的替代，与ChatGPT关联最直接，银行应用最广泛，或将开启深度智能化阶段；
- 在业务前端层面，对于财富管理、小微客户、个人消费贷款等标准型产品，客户识别有望进一步细化，产品匹配有望更加精准；
- 在业务中端层面，诸如授信报告、审批报告、贷后管理报告等强格式性案头工作，如能以ChatGPT替代，可有效提高运营效率；
- 在科技基础层面，银行投入人工智能相关研究需要持续投入资源，特别是要投入支持模型运转及数据计算的算力资源。

## 竞逐通用大模型风口

近日，工行再次披露了在人工智能方面的新进展：发布基于华为昇腾AI的金融行业通用模型，即在业界率先研制投产自主可控的人工智能金融行业通用模型。这也是华为昇腾AI大模型全流程使能体系在金融领域的一次成功尝试。

所谓大模型，是指容量较大、用于深度学习任务的模型，通常具有海量的参数和复杂的架构，具有涌现性、扩展性、复合性的特征。

这一模型具有大算力、大数据、大网络结构等技术特点，通过模型训练让千亿个神经元（参数）组成具备记忆和推理能力的深度神经网络，可快速便捷地适配业务场景需求。与以往相关模型相比，这一通用模型具有更丰富的通用知识、更强的学习与

推理能力，以及海量的金融专业知识，可更好地降低人工智能应用成本、缩短研发周期、提升识别准确率。

事实上，人工智能交互和决策在金融领域的探索已经有很多年。据《麦肯锡全球人工智能调查报告》数据，近60%的银行已经整合了至少一项AI功能。最常用的AI技术包括：处理结构化运营自动化工作的机器人流程的自动化（36%），用于营销和客户互动的机器智能对话技术（32%），以及基于机器学习和深度神经网络的用于信用卡核卡或贷款审批的风控管理技术（25%）。

但人工智能大模型则不同。此前，ChatGPT和“文心一言”作为人工智能通用模型，也在业内掀起了轩然大波。

ChatGPT由初创公司OpenAI于2022年11月推出，其为基于生成式预训练变换模型（Generative Pre-trained Transformer，GPT）的人工智能聊天机器人，能够提供与人类语言相近的文字回应，ChatGPT自面世以来随即成为全球焦点。内地领先的搜索引擎公司百度宣布于今年3月推出与ChatGPT类似的服务“文心一言”，消息宣布当日股价急升15%。

截至目前，邮储银行、中信银行、苏州银行等多家银行已宣布接入“文心一言”。“文心一言”是百度基于文心大模型技术推出的生成式对话产品，具备跨模态、跨语言的深度语义理解与生成能力，可应用于搜索问答、内容创作生成、智能办公等领域。

## AI通用大模型巅峰银行前中后台

任泽平团队发布的报告指出，现阶段，各界海量的数字化需求使得大模型路线以“通用智能”思路降低算法边际成本，增强人工智能落地应用场景的经济性。大模型不需要每次就单独的项目派出大量专家花数月驻场收集数据、调试模型、进行训练模型等，只需用大量数据和足够大的算法去训练一个足够大的通用模型，再通过量化、剪枝、知识蒸馏等模型压缩方法把大模型变小，就能高效地进行模型生产，可避免“手工作坊”的AI生产方式，能够覆盖各种长尾场景，大大降低复制成本。

人工智能已进入“大模型时代”，这将如何改变银行业？

以工行人工智能金融行业通用模型为例，《中国经营报》记者了解到，目前，该模型已被应用于多个业务领域。如在客户服务领域，工行应用该模型支撑智能客服接听客户来电，显

著提升了对客户来电诉求和情绪的识别准确率，能够更精准有效地响应客户需求，并且可以大幅缩减维护成本；在风险防控领域，工行实现了对工业工程融资项目建设的进度监控，监控精准度提升约10%，研发周期缩短约60%；在运营管理领域，模型的应用帮助智能提取期限、利率等信贷审批文件核心要素，提升了信贷审批效率。

从已宣布接入“文心一言”的银行来看，“文心一言”相关技术的应用主要集中在智慧网点、智能服务等领域。如邮储银行表示，“文心一言”技术将在智能客服、数字员工、虚拟营业厅等场景进行应用；百信银行也明确，将把百度的智能对话技术成果应用在数字金融、AI数字人、数字营业厅等领域。除了前端的服务外，在后端的投研及风控领域，银行也在探索“文心一言”运用的可能。以兴业银行为例，该行指出，将集成“文心一言”技

## GPT-4



本报资料室/图

## 持续完善自身人工智能产品运营能力

进入到通用人工智能时代，大模型应用将成为这个时代的主要操作系统。然而，近日科

学技术部部长王志刚指出，我国人工智能自然语言处理模型要做到ChatGPT算法的实时性和有效性不容易，还需要做大量的工作。

任泽平团队认为，如果过度依赖国外的深度学习框架，未来一旦它们被“战略封闭”，

中国就有在关键领域被“卡脖子”

的风险。因此，国内亟须破局之道，需要大厂引领、技术突破，破除“卡脖子”忧虑。

近日，工行金融科技研究院发布的《商业银行人工智能应用实践及趋势展望》（以下简称“《展望》”）指出，当前人工智能领域仍然处于快速发展阶段，新技术理念在不断衍生和试错的同时也伴随着市场化的过度渲染包装现象出现，商业银

行也需要加强前瞻研判工作，与科技公司、科研院所和同

业伙伴等保持广泛的交流和联

动，就新技术的当下成熟度和发展前景形成洞见，指导新技术理念的跟进策略。尤其对于通用型相对成熟的技术和产品，可以考虑以采购引进的方式快速形成能力；对于需要与行业数据、知识深度融合的智能产品和解决方案，宜综合考虑采购和自研的策略，同时对外购引入产品加强标准化技术纳管，以保证产品的可持续运营能力。

谈及下一步银行业人工智能的发展方向，《展望》认为，银行要持续完善人工智能产品运营能力。对于AI产品的持续化运营，头部科技公司尤其是互联网公司有着以北极星指标为引导的成熟方法论，为商业银行提供了借鉴经验，但在运用实践中，仍然存在种种挑战，需要各机构结合自身特点探索有效的运营模式。

工行金融科技研究院指出，在人工智能的原料——数据方面，传统商业银行的业务

数据归属业务部门，承担着数据管理、安全的主体责任，跨部门的数据提取和使用流程较为复杂，尤其在AI模型投入使用后的数据回流方面往往无法满足持续运营的要求，存在数据孤岛的现象。工行金融科技研究院建议，后续应当通过制度规范和技术两方面的提升，在保障数据安全和理顺权责关系的基础上，促进数据在企业内的高效合规流转使用。

“此外，传统商业银行有着覆盖率可观的线下网点和经验丰富的线下营销团队。通过多源数据融合，AI分析结合交互式BI（商业智能）展现，赋能网点营销业务，是传统商业银行AI应用的重要一环。此外，如何对线下营销活动的策略、实施方法、成效评估过程进行数字化改造，纳入数字化运营体系，也有待未来进一步研究和实践。”工行金融科技研究院方

# 多地保租房建设提速 银行加大住房租赁信贷投放

本报记者 杨井鑫 北京报道

3月22日,作为首都住房保障体系主力军的北京保障房中心有限公司与工商银行、国家开发银行、建设银行、农业银行、中国银行、交通银行6家金融机构签署了战略合作协议。

## 保租房建设提速

不少地方都有保障性住房建设的重大项目,银行会根据项目的不同情况给予相应的资金支持,确保建设项目的顺利推进。

作为老百姓安居紧密相关的一项重要工作,各地的保障性租赁住房建设已然提速。

3月22日,北京保障房中心有限公司与6家银行签署了一份总金额高达1800亿元人民币的战略合作协议。该公司总经理金焱表示,北京保障房中心将努力增加公租房供给、满足城市特殊困难群体住房需求,同时大力开拓保租房市场,加大对城市新市民、青年人等新就业群体的保障力度,充分发挥全市保租房市场的“稳定器、压舱石”作用。

据介绍,北京保障房中心始终把拓展融资渠道、推进融资创新摆在重要位置,已逐步建立起多元化融资体系。未来北京保障房中心有限公司将持续聚焦住房保障领域的主责主业,利用多渠道、多品种的融资体系,为北京保障性住房事业高质量发展贡献力量。

已披露信息显示,目前北京保障房中心持有各类保障性住房项目近180个,房源超过16万套,

协议。根据协议,由每家银行为北京保障房中心有限公司提供300亿元人民币的意向性融资支持,总合作金额达到1800亿元人民币。

据《中国经营报》记者了解,住房租赁市场发展是构建房地产发展新模式、确保房地产市场平

稳健康发展的重要一环。在国家政策明确要求加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度之后,近期多地陆续发布了保障性住房租赁政策和工作目

标,并上马了部分项目。由于这类项目涉及到新市民安居金融服务,银行也围绕住房租赁市场进行了信贷产品和服务模式的创新,加大了信贷投放力度。

● 2月24日,人民银行、银保监会发布《关于金融支持住房租赁市场发展的意见(征求意见稿)》,围绕加强住房租赁信贷产品和服务模式创新、拓宽住房租赁市场多元化投融资渠道以及加强和完善住房租赁金融风险管理等三方面支持住房租赁市场发展。



本报记者 秦玉芳 广州报道

已入住家庭8.6万户,帮助约20余万居民改善了居住生活条件。

3月22日,在成都市政府的专场新闻发布会上,成都市住建局副局长王建新表示,成都“十四五”期间计划筹集保障性租赁住房30万套,解决好新市民、青年人等群体住房问题,其中TOD项目将建设保障性租赁住房5万套于年内推出。

与此同时,成都市地方金融监督管理局联合四川银保监局等部门于近日出台了《成都市关于加强新市民金融服务工作实施方案》,其中在支持住房租赁市场发展方面提到,鼓励银行业金融机构向改建、改造存量房屋形成非自有产权租赁住房的住房租赁企业提供贷款。企业自持运营的租赁住房具有持续稳定现金流的,可将物业抵押作为信用增进方式。鼓励银行业金融机构针对符合条件的个人承租者依法依规提供住房租赁消费贷款。

3月17日,陕西省政府发布消

息称,今年将建设保障性租赁住

房2万套,帮助新市民、青年人等群体解决住房困难问题。强化公租房分配管理。扎实推进棚改三年攻坚行动、公租房问题项目清零行动,确保问题项目化解清零。

近日,上海市房屋管理局也发

布相应的消息称,截至2022年底,

上海保障性租赁住房已累计建设

筹措38.5万套,累计供应22万套。

今年,上海将继续加大保障性租赁

住房建设筹措和供应力度,全年计

划新增建设筹措7.5万套,相关任

务指标已经分解落实到各区。

3月9日,湖南省政府也发布了《关于加快发展公共租赁住房的工作意见》,其中提到了大力吸引社会资本投资、建设和运营公

共租赁住房。

“保障性租赁住房与民生相

关,也是银行信贷投放的一个重

要领域。”一家股份制银行人士表

示,由于不少地方都有保障性住

房建设的重大项目,银行会根据

项目的不同情况给予相应的资

金支持,确保建设项目的顺利推

进。

目前很多银行在保障性租赁住

房领域的信贷规模增长都比较

快,银行授信力度加大。

截至目前,工行北京市分行

围绕城市更新、重大项目、民生保

障等重点领域,累计审批信贷项

目600余个,金额超万亿元;累计

支持各类政策性住房项目150余

个,提供融资规模达2300亿元。

2月28日,兴业银行郑州分行

发放住房租赁回购项目融资9亿

元,融资方为郑州航空港正创保障

房租赁管理有限公司,这也是该行

单笔金额最大的租赁住房项目。据

了解,郑州航空港正创保障房租赁

管理有限公司是住房租赁运营回购

主体,该项目是公司首个通过回购

安置房用于住房租赁的融资项目,

总投资16亿元,总建筑面积32.38

万方,运营后可提供房源1932套,

能够有效满足区域住房租赁需求。

2022年11月,西安市住建局与国家开发银行陕西省分行、建设银行陕西省分行等7家银行签订《发展保障性租赁住房战略合作协议》。按照协议,7家银行“十四

五”期间将对西安市保障性租

赁住房提供贷款、债券等各类金

融支持不少于2100亿元。

在模式的创新方面,记者注

意到建行正在“探路”住房租赁基

金的模式支持住房租赁市场。

2022年10月19日,建信住房租

赁基金正式成立,截至2023年3月,

建信住房租赁基金已签约项目13

个,向市场提供长租公寓约7600

套,项目涉及6家开发商。

今年1月17日,建设银行旗下

建信住房租赁基金与万科集团联

合创立的“建万住房租赁投资基金”在北京举行揭牌仪式。

双方携手成立的基金规模高达100亿

元,其中建信住房租赁基金(母基

金)认缴出资约80亿元。

2月28日,建设银行发布公告称,

建信住房租赁基金将与北京

长期以来,租赁住房项目面

临投资回收期长、资金使用效率

低等问题。银行支持该类项目需

要在创新的同时,探索一个成熟

的模式。”一家券商分析人士表

示,“保障性租赁住房具有一定的公

益性质,前期一次性资金投入较

大,租赁期间有可持续的现金流

。银行对这种长期项目支持,主要是完善支持体系建设,以确

保金融支持的可持续性。”

今年1月17日,建设银行旗下

建信住房租赁基金与万科集团联

合创立的“建万住房租赁投资基金”在北京举行揭牌仪式。

双方携手成立的基金规模高达100亿

元,其中建信住房租赁基金(母基

金)认缴出资约80亿元。

2月28日,建设银行发布公告称,

建信住房租赁基金将与北京

长期以来,租赁住房项目面

临投资回收期长、资金使用效率

低等问题。银行支持该类项目需

要在创新的同时,探索一个成熟

的模式。”一家券商分析人士表

示,“保障性租赁住房具有一定的公

益性质,前期一次性资金投入较

大,租赁期间有可持续的现金流

。银行对这种长期项目支持,主要是完善支持体系建设,以确

保金融支持的可持续性。”

今年1月17日,建设银行旗下

建信住房租赁基金与万科集团联

合创立的“建万住房租赁投资基金”在北京举行揭牌仪式。

双方携手成立的基金规模高达100亿

元,其中建信住房租赁基金(母基

金)认缴出资约80亿元。

2月28日,建设银行发布公告称,

建信住房租赁基金将与北京

长期以来,租赁住房项目面

临投资回收期长、资金使用效率

低等问题。银行支持该类项目需

要在创新的同时,探索一个成熟

的模式。”一家券商分析人士表

示,“保障性租赁住房具有一定的公

益性质,前期一次性资金投入较

大,租赁期间有可持续的现金流

。银行对这种长期项目支持,主要是完善支持体系建设,以确

保金融支持的可持续性。”

今年1月17日,建设银行旗下

建信住房租赁基金与万科集团联

合创立的“建万住房租赁投资基金”在北京举行揭牌仪式。

双方携手成立的基金规模高达100亿

元,其中建信住房租赁基金(母基

金)认缴出资约80亿元。

2月28日,建设银行发布公告称,

建信住房租赁基金将与北京

长期以来,租赁住房项目面

临投资回收期长、资金使用效率

低等问题。银行支持该类项目需

要在创新的同时,探索一个成熟

的模式。”一家券商分析人士表

示,“保障性租赁住房具有一定的公

益性质,前期一次性资金投入较

大,租赁期间有可持续的现金流

。银行对这种长期项目支持,主要是完善支持体系建设,以确

保金融支持的可持续性。”

今年1月17日,建设银行旗下

建信住房租赁基金与万科集团联

合创立的“建万住房租赁投资基金”在北京举行揭牌仪式。

双方携手成立的基金规模高达100亿

元,其中建信住房租赁基金(母基

金)认缴出资约80亿元。

2月28日,建设银行发布公告称,

建信住房租赁基金将与北京

长期以来,租赁住房项目面

临投资回收期长、资金使用效率

低等问题。银行支持该类项目需

要在创新的同时,探索一个成熟

# 掘金“医康养”及新兴产业 险资加码私募股权投资

本报记者 陈晶晶 北京报道

作为周期长、稳定性高的长期稳定资金，险资正在成为中国私募股权投资市场的重要参与者、推动者。

近日，由国寿资本投资有限公司作为管理人发起设立的合肥国寿碳峰碳中一期股权投资基金合伙企业(有限合伙)(以下简称“中国人寿‘双碳’基金一期”)正式出资落地，

项目总规模约18.32亿元。作为基石投资人，中国人寿财险公司认购12.8亿元。据介绍，中国人寿“双碳”基金一期重点投向新能源电力投资、新能源车产业链、新物流科技、氢能、储能以及绿色医疗等国家战略布局核心的关键领域。

3月15日，大家保险首只健康养老私募股权投资基金设立完成，基金规模50亿元。该基金专注于养老产业领域投资，包括赋能保险

主业发展的养老社区布局及养老产业链上下游优质企业股权等。

《中国经营报》记者梳理发现，中国人寿、中国人保、中国太保、泰康保险等多家保险公司或旗下资管机构参与私募股权投资热情较高，投资方向主要包括新基建、新能源、医疗健康等领域。

根据中国保险资产管理业协会(以下简称“保险资管协会”)公布的数据，2022年共登记保险私募

基金21只，同比增长23.53%；规模达到1218.28亿元，同比增长13.75%，增速较快。

业内人士表示，私募股权投资不断升温，既源于政策大力引导，也基于险资自身需求。面对利率下行、权益市场波动、经济转型升级等大环境，险资配置难度加大，而医康养及新兴产业的企业资金需求正好与险资追求长期稳健投资收益特性匹配。

## 双重路径积极参与

相较于其他险企，大型保险集团由于旗下牌照齐全，参与私募股权投资时，LP、GP大多由自家子公司担任。

近年来，保险投资私募股权基金的限制逐渐放开。在利率下行、经济转型升级趋势等因素推动下，险资对股权投资的重视与日俱增。2022年全年，保险资管协会共登记(注册)保险私募基金21只，较上年同期增加4只，登记(注册)规模1218.28亿元，较上年同期增长13.75%；登记(注册)股权投资计划23只，较上年同期增加9只，登记(注册)规模577.15亿元，较上年同期增长8.76%。保险私募基金数量增长，反映出险资对私募股权投资市场的配置需求逐渐提升。

公开数据显示，2022年前11个

月，中国人寿、太平洋人寿、光大永明人寿、泰康人寿、阳光人寿、长城人寿、大家人寿、英大泰和人寿、中华联合保险、国华人寿等均通过LP形式参与，合计出资超130亿元；获得险资投资的私募基金管理人包括中金资本、红杉中国、晨壹基金、启明创投、鼎晖投资、源码资本、君联资本、高榕资本等。

据了解，目前险资参与私募股权基金主要有两种路径：一是以LP(有限合伙人)身份参与出资；二是作为GP(普通合伙人)，既可以为管理人，又可以是出资人。

而随着投资经验的不断积累，

保险资金参与私募股权投资身份开始从LP(有限合伙人)向GP(普通合伙人)倾斜。

据记者统计，2022年，共有8家基金管理公司(各保险资产管理公司下属子公司)登记(注册)21只保险私募基金，其中平安创赢资本管理公司、国寿金石资管公司、太保私募基金公司、远见共创资本分别登记5只、5只、4只和3只，北京泰康投资、人保资本股权投资公司、华泰宝利投资、太平创新投资4家机构均登记1只。

值得一提的是，相较于其他险企，大型保险集团由于旗下牌

照齐全，参与私募股权投资时，LP、GP大多由自家子公司担任。以总规模100亿元的国寿金石华奥风光股权投资基金为例，该基金由中国人寿寿险公司任有限合伙人(LP)，中国人寿资产管理公司担任受托人，国寿金石公司担任管理人。

业内人士对记者表示，“自己做GP，可以更好地开展风险管理，且管理费、劣后超额收益分成不用让渡给他人。只要投资项目能够产生稳定可持续、符合预期的现金流，甚至可以长期持有，这是险企近年来青睐成为GP的原因之一。”

## 契合保险资金属性

截至2022年底，保险私募基金投向中涉及绿色产业的登记(注册)规模为858亿元，重点投资可再生能源等项目。

业内普遍认为，由于保险资金规模大、期限久，保险资金开展股权投资可以在满足行业资产配置需要、分散投资风险的同时，为实体经济提供更多资本性资金，进一步增强经济中长期发展韧性，并为战略性新兴产业等现代产业体系建设提供长期稳定资金，促进产业整合与优化升级。

从登记的保险私募股权基金名称看，医疗健康、集成电路/半导体/芯片、物流等行业比较集中，较容易获得险资青睐。

例如天津远见金融融和零碳一号股权投资基金合伙企业(有限合伙)，远见共创资本为基

金管理人兼普通合伙人，由金风科技、中电投融和资产、百瑞信托、大家人寿等出资，以投资新建陆上平价风力发电站项目为主，基金总规模8亿元，存续期限5年。

中国保险资产管理业协会党委书记、执行副会长兼秘书长曹德云公开表示，截至2022年底，保险私募基金投向中涉及绿色产业的登记(注册)规模为858亿元，重点投资可再生能源等项目。

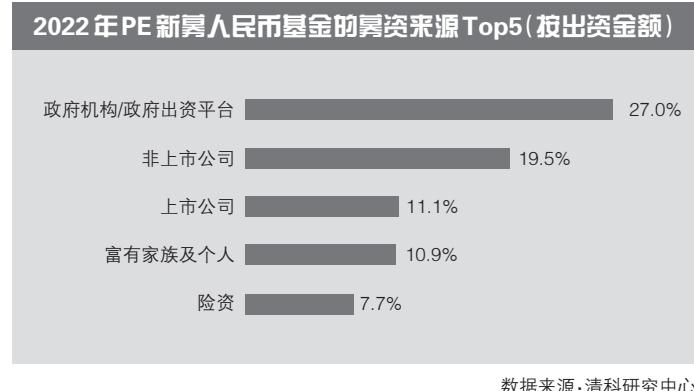
中国保险资产管理业协会调研信息显示，保险私募深刻理解保险资金需求，可根据保险资金管理要求及投资偏好提供定制服务，避

开与追求高风险、高收益的市场化私募基金进行同质化竞争，并在现金流稳定、确定性强、资金规模大等基础设施、清洁能源及医养健康等领域形成差异化竞争优势和主导发展态势。

大家资产管理有限责任公司法律合规部/监察部总经理李欣阳、法律合规部/监察部资深法律合规经理李梦园公开撰文指出，在高质量发展和“双碳”背景下，保险资金股权投资的新机遇有四个方面，包括医药、养老等大健康产业；碳达峰碳中和对能源结构产生颠覆性变革，为新能源产业带来长坡厚雪的投资机会；贯彻

“制造强国、科技兴国”的发展战略，“专精特新”类企业；消费复苏带来的修复与升级，促进国产消费品牌崛起等。

创新方舟投资总监杨光对记者表示，“在实际操作过程中，与天使投资和创投基金相比，大部分险企更倾向于投资中后期企业或成熟度高且拥有较高的DPI(现金回报率)的企业。比如有些保险公司要兼顾考核机制与投资周期的匹配，会优先考虑投资那些能尽快实现上市的项目。如果要吸引保险资金增加对创投基金与早期项目的投资，实际操作难度很大。”



数据来源：清科研究中心

## 秉持“挑剔”且审慎投资态度

险企对于不同类型基金的管理人在出资、投资范围、投资策略、决策机制、管理规模、专业团队、内控管理机制方面要求各不同。

实际上，虽然对投资私募股权基金较为热情，但险资具有负债属性，一直以来，险资对私募基金管理人的管理能力、业务开展情况、资金安全性高度重视。

“目前，我们公司对私募股权投资保持相对谨慎的策略。”一家保险系私募股权平台内部人士对记者表示，“我们除了全面评估这些PE/VC基金是否契合公司战略规划，即股权投资是否与保险主营业务形成协同优势，还会对股权投资基金管理人及拟投基金进行合规性审查。”

杨光亦对记者表示，险企对于不同类型基金的管理人在出资、投资范围、投资策略、决策机制、管理规模、专业团队、内控管理机制方面要求各不同。

李欣阳、李梦园公开指出，针对股权投资基金管理人及拟投基金的合规性审查方面，重点关注的内容基本涵盖“募、投、管、退”的全生命周期管理：基金及其管理人的登记备案情况、交易架构、投资目标、投资方案、投资策略、投资标准、收益分配、决策管理机制与风险管理制度、核心团队人员构成、历史过往业绩、退出方式、信息披露等。此外，在实际操作上，通常还将面临私募基金双GP

结构设计、关联交易审查、国有资产交易程序等问题，需要不断磨砺投资管理能力、解决投资难点与痛点、提升行业经验与核心竞争力。

“监管发布了2022年险资VC/PE白名单，获得A类评价私募股权投资基金管理人共126家。就在这些A类白名单里面，保险公司都还会挑排名很靠前的机构合作。保险资金还是很‘挑剔’的，要求比较多，能符合他们需求的项目确实有限。”杨光说。

值得一提的是，为加强保险资金投资私募股权基金监管，保障保险资产安全，2022年11月底，银保监会发布的《关于私募股权投资基金管理人不良记录名单的通报》显示，被列入不良记录名单的私募股权投资基金管理人共13家。上述通报要求，各保险机构依据相关规定和程序，停止与名单中私募股权投资基金管理人的投资合作，不得与其发生任何业务往来，审慎与其核心管理人员开展任何业务往来。

业内人士表示，监管机构适时发布不良记录名单，对于保险资金有序合规开展股权投资有积极作用，与此同时，保险公司自身在选择投资合作伙伴时，也在做充分调研，加强合规管理。

# 近50万亿涉农贷款高速增长 金融机构严控户均额度降风险

## “做小做散”降风险

本报记者 郭建杭 北京报道

党的十八大以来，乡村振兴战略全面推进。为了将更多金融资源配置到农村经济社会发展的重点领域和薄弱环节，更好地满足乡村振兴多样化金融需求，央行及银保监会下发了《金融服务乡村振兴考核评估办法》。此后，涉农贷款持续增长。

央行数据显示，截至2022年末，全国本外币涉农贷款余额49.25万亿元，同比增长14%，增速比上年末高3.1个百分点。全年增加6.22万亿元，同比多增1.65万亿元。

对于金融机构而言，涉农贷款全面列入了商业银行监管考核，其中农户贷款考核指标单列。结合央行公布的涉农贷款增长数据可知，农村金融市场贷款需求、农户生产经营情况稳定，金融机构服务乡村成效显著。

在金融机构加大服务乡村，加大对农户贷款投放力度的同时，对于如何降低农户贷款的风险引发前所未有的关注。

《中国经营报》记者了解到，大额农户贷款和小额农户贷款背后有着不同的风控逻辑。小农经济下的小额农户贷款的风险并不高，只要农户有还款意愿，二三十万元的贷款还款成功率很高；相反，50万甚至上百万元的大额农户贷款，一旦出现风险则会超出借款人能力承担范围。

在近期中国普惠金融研究院容会组织的主题讨论中，邮储银行总行三农金融事业部总监黄小东认为，长周期来看农户贷款风险相对较大，同时其风险特征表现还受到不同区域、不同时间段的影响。

对于农户贷款的风险性来自哪些方面等问题，黄小东认为，这首先是农业行业特征决定，农业行业受我国“人多地少”的自然禀赋限制，行业整体利润率较低。小农经济中的农户贷款抗风险能力也相对较低，一旦遭遇冲击容易形成风险。其次，一些地方也存在农户信用意识不足，容易受到影响和污染的情况。此外，农村熟人社会还易发生“多人承贷一人使用”等问题。

对于涉农贷款的风险性，此前银保监会就要求银行业金融机构努力实现涉农贷款增速高于全

部贷款平均水平，对涉农不良贷款给予更大的容忍度。银保监会在2021年初明确提出，对普惠型涉农、精准扶贫贷款不良率高于自身贷款不良率3个百分点以内的，可不作为监管评级和银行内部考核评价的扣分因素等正向引导政策。

在政策全力支持乡村振兴，督促银行保险机构持续加大“三农”信贷投放的背景下，银行业机构从业者也在探索如何进一步降低农户贷款的风险。

如何才能够降低农户贷款的风险？多位从业者都认为，“做好额度管控，避免出现过度授信是降低农户贷款风险的有效办法。”

黄小东指出，“大额贷与小额贷风险逻辑不同。一定额度以下的小额业务主要看农户本身的还款意愿。但额度达到一定程度，则要看借款人的经营能力，看其

自身种植、养殖的经验情况。如果经营能力不行，还款意愿再强可能也还不上。”同时，他坦言，“实际上，农业产业风险对于大型银行来说影响不大，正常的拨备计提可以覆盖产业风险，最害怕的是非经营性因素造成的风险，如冒名贷款等。”

对于农户贷款业务，江山农商银行副行长王锋认为，户均额度小是降低农户贷款风险的有效办法。同时，他进一步指出，“首先农户贷款本质是分散风险；其次公司承担有限责任，个人承担无限责任，所以公司是存在恶意逃废债的现象，但农户贷的借款人还款的意愿还是比较高的。”

对于农户贷款的核心风控手段，王锋表示，“我们做农户贷款，除了少数因为原则问题不能贷的农户之外，对于其余的农户就是贷多少的问题。为此，我们做了全市农户

数字画像，给农户分层，对于不同的农户给予不同的贷款额度。”

据了解，截至2022年末，江山农商银行各项贷款余额243亿元，各项贷款同比增长21.6%，高于人民币贷款增速，也高于全国农信系统贷款增速。在本地市场份额也是达到35.44%，整体的不良贷款率仅0.62%。

上述成绩的取得是依靠江山农商银行坚持做小做散的市场定位和做大做强零售业务的发展战略。在江山农商银行243亿元的贷款规模中，个人贷款余额142亿元，占全部贷款比重达到58.44%。个人有贷户达到5万户，户均只有28万元。

专注于农户贷款的小额贷款机构中和农信也有相同观点。中和农信副总经理白雪梅表示，“农户贷款额度不高的情况下风险可以规避，要保持避免

客户过度负债，农户贷的额度不能太高。”

在对具体的客户风控把握时，白雪梅认为需要做好以下三点：首先是选择正确的借款人；其次是设计好自己的贷款产品，贷款额度；最后，保持机构自身管理水平是降低农户贷款风险的准则。“把握借款农户没有不良嗜好，机构和借款客户之间彼此信息对称。”

此外，白雪梅认为，农户贷款的风险性高低还受贷款机构的管理水平、团队的运营情况影响。

公开信息显示，中和农信依托全国4000多名乡村基层员工，在2022年末，中和农信的金融业务覆盖全国20个省市自治区的460多个县域，在中西部地区的业务为主，目前在贷余额为152亿元，户均余额为4万元，90天以上的不良率控制在1.58%，在贷客户数是37.4万户。

像，包括所从事行业、地域，用款需求和周期等问题。其次，网商银行服务农业产业链上的多个环节，包括种植、流通、销售等，通过产业链上的用户交易，遥感卫星技术所追踪的种植情况以及农业电商客户的库存、订单、流水等，动态地了解它的生产经营状况，这样对服务客户的风控把握以及贷后的处置都会有更好的判断。

未来，在技术进步，央行征信意识普及率逐步提高，以及银行信贷业务合规化经营水平不断提升的当下，农户贷款在银行各类贷款业务中的重要性将日渐凸显。

## 农户贷走向数字化

常年扎根农村的农信体系是农户贷款不可或缺的力量，是农贷市场主力军。在做农户贷款时，近些年农信系统借助数字化转型，实现了更高效高质的农户贷款，并取得了一定进展。

在农户贷款方面的具体做法上，江山农商银行开展了“无感授信，有感反馈”的数字化整村授信模式。截至2022年末，江山农商银行农户评级授信21.8万户，授信金额达到了417亿元，户均的授信额度约为19万元。

对于农户贷款业务的具体经营方向，王锋指出，“从收益覆盖风

险的角度来看，农户贷款的收益总

体要高于其他贷款。具体从数据上可以看出，2018年—2022年，江山农商银行小额农贷利率基本维持在较各项贷款平均加权利率高100个BP左右，但各项贷款平均加权利率从2018年开始至今降幅已经达到23.36%。另外，本行线上小额农贷不良率0.16%，在风险可控的前提下，高收入低风险对我们来说就是创造价值的。”

王锋坦言，“实际上随着借款人还款能力提高和受通货膨胀的影响，在近几年收回了很多此前放出去的农户核销贷款，这也是用时来换空间”。

在农户贷款业务的经营逻辑，黄小东认为，“农户贷业务的核心逻辑就是，通过拨备覆盖产业风险，通过不断降低运营成本和非产业风险，保证定价能够覆盖风险，来推动农村信贷业务的商业可持续性。”

此外，互联网银行通过技术赋能在农户贷款业务方面也取得成绩。公开信息显示，网商银行大山雀系统将卫星遥感技术结合了人工智能的模型和算法，将卫星识别的结果应用到了涉农信用贷款的模型当中，服务于全国的种植农户。

# 城投运营“瞄准”政策红利 “拼盘”开发走热

本报记者 石健 北京报道

进入春季，城市更新、片区开放等项目相继在多地上

马开工。《中国经营报》记者注意到，综合打包项目成为不少典型性片区开发中运营的新模式。

什么是综合打包项目？一位参与该类项目的行业人士告诉记者，“综合打包项目即将公益性项目和经营性项

目进行综合打包，充分利用政策红利和资源配置，实现城投公司经营性收益。但是，也要注意城投在开展综

合打包模式中的项目选择，是否符合综合打包的政策要求，是否符合当地的经营环境。如果综合打包项目能够

顺利落地，一方面可以实现城投公司业务增长，另一方面还可以倒逼城投投融资市场化。”

## “综合打包项目”渐流行

城投若想进军EOD领域继而想综合打包项目，还需要考察自身的经营性项目与公益性项目是否具有强产业关联性。

一位城投公司负责人告诉记者，综合打包项目主要适用于典型性片区开发，因为在典型性片区开发中，会有中央或者地方的政策支持，比如财政资金、土地政策、金融配套支持等，如果单凭经营性项目或者公益性项目并不能够使得政策红利最大化，但是通过综合项目打包，可以让项目更好落地。

综合打包项目究竟应该可以应用到哪些具体项目之中？对此，有业内人士告诉记者，“一般综合打包项目针对的是典型性片区开发，即EOD模式、城市更新、特色小镇开发等。”

而记者通过采访发现，眼下，使用综合打包项目较多的则是EOD模式。

山东一位城投公司负责人告诉记者，“所谓EOD模式就是打造绿色生态办公区，即以生态保护和环境治理为基础，以特色产业运营为支撑，推动公益性强、收益差的生态环境治理项目与收益较好的关联产业项目有效融合一体化实施，组合开发，从而实现关联产业反哺生态环境治理，既提升生态环境质量又促进项目建设和产业发展，将生态环境治理带来的经济价值内部化。”

对于如何进行项目打包，该负责人进一步介绍说，“EOD模式最大优势在于支持项目总体进行打包开发，打包范围非常广，可以包括已建、在建或未建项目、公益、准公益性或经营性项目，又或者一二三、三产项目，都可以进行总体打

包，拼盘开发。其次是多元资金拼盘。从资金渠道来看，PPP、社会资本、中央预算内补助等均可用于EOD项目开发。更值得关注的是，不足部分还可以由政策性银行解决。最后是助力片区开发。推动由传统的‘平台融资+土地财政’模式转向‘EOD+片区开发’模式，筹划得当可形成内循环，规避政府信用背书和还款承诺。”

不过，亦有业内人士认为，城投若想进军EOD领域继而想综合打包项目，还需要考察自身的经营性项目与公益性项目是否具有强产业关联性。“但是这针对EOD项目，因为EOD毕竟具有较强的专业属性，对于像城市更新、特色小镇开发这类项目，国家明确鼓励项目与周边的土地进行综合开发利用，因为这类属于全产业开发。”

虽然眼下不少城投公司正通过试水综合打包项目来实现收益，但是也有不少城投行业人士认为，在实际操作中，实现市场化平衡并非易事。一位行业人士告诉记者算了一笔账，“比如一项公益性项目需要投资10亿元，在不计算融资成本的情况下，但是10年期收回，那么一年就要有1亿元的经营性利润。需要注意的是，这1亿元并非经营性收入，而是经营性利润，那么实际的经营性收入要大于1亿元，这并不是一件容易的事情。虽然有关方面也在鼓励该做法，但是还需要城投公司进行很好的项目评估。”

“此外，还应该与当地实际相结

合。”对于承接哪些项目，该行业人士说，“比如今年来说，文旅项目预计会市场环境而走热，但是也要看当地是否有充沛的旅游资源。如果有资源，那么可以通过综合打包的方式，打造一个新的消费产品和新的经营增长点。但是，如果城市或者只是县域内并没有相应的旅游资源，则要慎重考虑后续收益问题。”

在该行业人士看来，眼下进行的综合打包项目应该遵循“宜小不宜大”的原则，“尽量将投资额控制在公司资金可承受的范围之内，以‘做一个项目是一个项目’为目标，这样才能够实现城投平台高质量发展”。

## 亟待市场化运作

综合打包项目能否融到相应的资金，与城投自身的资质和资金状况密切相关，也同时要求城投平台不能依靠政府寻找资金，而是通过市场化融资运作。

记者也注意到，综合打包项目需要投资的资金通常为几亿元到十几亿元，甚至有的项目要在几十亿元。对于如何打通融资渠道，一位正在参与综合打包项目的城投公司业务人员告诉记者，“首先应该考虑配置资金的时限问题，眼下我们正在打包的项目需要将资金配置到10年以上。公益性项目投资收益期限要明显长于其他商业项目。对于片区开发、城市更新、生态环境治理等地方政府项目，投资收益期限在10年至20年之间，甚至更长。从投融资角度来说，一方面需要金融机构给予长达

10年以上的贷款，另一方面自然也需要配以10年以上的项目资本金。”

对于资金来源，该工作人员认为，“实际上，综合项目打包也是倒逼城投平台能够走市场化道路，拥抱金融机构。目前，对于综合打包项目一般城投平台采取的方式是‘资本金+项目贷款’”。但是，城投一般能够拿出的资本金在20%左右，剩下的大部分资金需要通过金融机构融资。所以，综合打包项目能否融到相应的资金，也与自身的资质和资金状况密切相关，也同时要求城投平台不能再依靠政府寻找资金，而是通过市场化融资运作。

经营性项目与公益性项目的综合打包方式的基本原理容易理解，但是在项目实施过程中却存在着较大的难度和众多需关注的要点。无论是政府、社会资本还是金融机构，都应对自身参与的项目进行认真、深入的剖析，从合规性、合理性、可融性的多重角度，编制出具有落地性的方案。”

不过，有金融机构负责人告诉记者，对于综合打包项目来说，虽然城投公司有意与金融机构进行对接，但也是双向选择的过程。“公益性项目因其性质和类别比较简单，容易被金融机构接受，也就是说融资比较方便。但是对于其中的经营性项目，则需要进行甄别。比如现在市场上比较活跃的经营性项目包括康养文旅、

房地产、商业等各种产业。但是经营性项目存在一定的不确定性，一些项目在投入运营后可能不会带来比较稳定的收益。对此，这也提示城投公司在进行综合项目打包的过程中，要对自身的项目进行评估和审查，尤其是要与金融机构做好沟通工作。”

在上海国有资本运营研究院投融资中心首席专家罗桂连看来，城投要想综合项目打包，自身也需要用市场化方式和逻辑推进具体项目运作。“城投要想转变为真正的市场竞争主体，难度是有的。但是，从现在开始，就要作出改变，比如新增公益性项目的投资，需要建立公益性项目实现机制。首先，城市公益性项目的投资计划，要跟城市长期综合财力相匹配，不能过高标准过大规模。其次，新建公益性项目要跟存量资产盘活、公共资源有效利用、城市人口集聚和产业发展更好地匹配。”

罗桂连认为，要深度挖掘公益性项目的长期综合财力要素，比如土地出让金、工商企业税收收入、城市功能提升红利等方面。“这样产业发达，才能成批培育上市公司的部分城市，还可以通过产业投资，享受资本市场的红利。”罗桂连提示说，“承担公益性项目投资建设任务，是城投存在的起点。城投们要基于这个起点，构建起可持续的发展模式。”

## “撬动”县域商业 城投争取专项债“活水”

本报记者 石健 北京报道

眼下，多地县域城投公司正在参与县域农贸商超、商业综合

体建设。

西南某县域城投公司负责人告诉《中国经营报》记者，“随着消费市场复苏，县域商业需求

加大，我们也在积极承接有关项目。”记者注意到，除了承接项目，一些县域城投公司也在争取专项债“活水”用以盘活项目。

现代研究院高级研究员康峰在接受《中国经营报》记者采访时说，“推进县域商业体系建设，助力全面推进乡村振兴的一

件大事，地方城投公司可积极参与其中，在升级改造一批商贸中心、大中型超市、集贸市场等基础设施的同时，加强与各方合作

交流，挖掘新的业务点，以此加速自身转型发展、助力推进乡村振兴、促进农村消费和农民增收、带动区域经济发展。”

## 县域寻“商”机

云南某县城投公司负责人徐明(化名)告诉记者，“此前，因为缺乏相应的资金支持，我们很少承接县域商业体的项目。但是，一方面去年财政部将消费领域纳入专项债范围，另一方面今年消费市场已经开始复苏，我们也在承接县域商业项目上开始发力。”

对于争取专项债资金的情况，徐明说，“专项债资金我们正在争取，但同时我们也在不断储备优质项目，以便在审批环节更容易获取资金。”

记者注意到，眼下多地县域承接商业项目，与“县域商业体系建设”有关。2023年中央一号文件提出，要“加快发展现代乡村服务业，全面推进县域商业体系建设”。

商务部公布的信息显示，县域商业体系建设已经取得一定实效。一方面，县乡村商业网络不断完善。2022年，全国建设改造县城综合商贸服务中心983个、乡镇商贸中心3941个。不少“乡镇大集”、便民超市经过改造，环境焕然一新，功能更加完备。另一方面，农村物流配送体系持续健全。2022年，全国支持建设改造县级物流配送中心506个、乡镇快递物流站650个。通过整合物流资源、

发展共同配送，推动让农村物流成本逐步降下来、配送速度快起来。

面对上述可观数据，中诚信国际研究院研究员闫彦明认为，“一方面，城投可以关注与居民消费直接相关的农产品批发市场、城乡商业步行街、大宗商贸中心、社区生活综合服务区等领域，寻找机会得到专项债资金支持。”

根据今年预算报告“继续支持实施县域商业建设行动，充分挖掘县乡消费潜力”相关表述，县乡消费项目或将得到重点支持，相关项目层级将进一步下沉，推动释放县乡消费潜力。

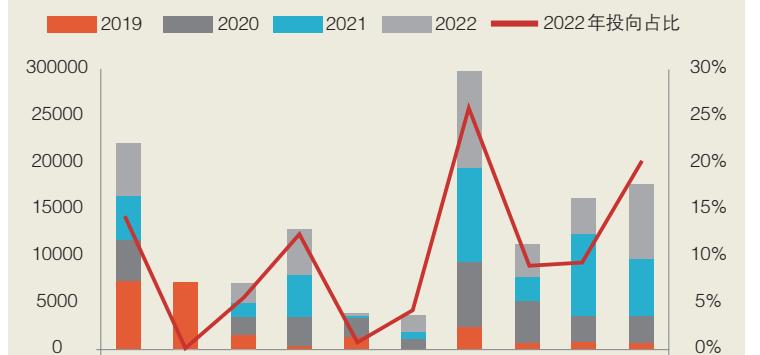
一方面，在居民消费中发挥基础性、关键性作用的物流领域仍是重要投向，围绕“完善现代物流体系”要求，城乡物流等项目或持续增加，同时有利于培育新消费需求的绿色消费产业园区、电子商务示范基地等产业园区项目也有望增加，力图实现“以投资带消费”的政策目标。”

从承接县域商业建设，到争取消费领域专项债资金，最终实现业务顺利落地，记者注意到，各地也在通过紧锣密鼓地制定相关政策来实现新发展。

2月8日，河北召开全省县域商业建设行动工作推进会，提出

将加快建设以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的一体化县域商业体系。到2025年，在具备条件的地区，基本实现县城有连锁商超和物流配送中心、乡镇有商贸中心、村村有便民商店；2月10日，内蒙古提出将继续推进县域商业建设行动，以人口相对聚集的乡镇为重点，支持商贸中心、大中型超市、集贸市场完善冷链、打包、食品加工等设施，补齐基础设施短板。建设改造一批县级物流

配送中心和乡镇快递物流站点，提高物流配送效率；2月23日，中共江西省委、江西省人民政府印发了《关于全力做好2023年全面推进乡村振兴重点工作实施方案》，提出实施县域商业建设行动，完善农村商业设施，健全县乡物流配送体系，加强农产品物流骨干网络建设，培育农村物流服务品牌，推广“农产品+大同城”寄递服务，推进农村客货邮融合发展。



资料来源：民生证券研究院  
注：2022年投向占比为2022年内投向分布

## 争取专项债支持

不过，在采访中记者也了解到，由于此前接触县域商业业务不多，一些县域城投公司在开展相关业务时存在疑问。

对此，康峰提示，“县域商业的运营存在难度，对城投公司和社会资本合作提出新要求。县域商业资产运营主体大多运营水平不高，造成县域商业资产普遍存在商业资产分散、业态布局不合理、市场低端等问题，地方城投公司应加强与专业的资产运营商合作，对自有或并购的存量商业资产，根据属性和现状，因地制宜地制定差异化的改造升级方案，挖掘乡村消费潜力，盘活存量商业资产，带动当地经济发展。”

康峰提到，还应该以此为契机加强城投在农村物流体系的建设。“物流体系服务运行管理效益低，对城投公司整合邮储和供销资源提出新要求。农村物流点普遍存在分布不合理的现状，造成农村物流服务业务经营收益低下。地方城投公司应加强与邮储和供销社的合作交流，站在全县角度科学谋划物流点的布局。同时挖掘供销社的存量资产投资价值，通过经营性资产收益覆盖物流配送服务的亏损，真正意义上打通乡村物流配

送‘最后一公里’。”

对于如何能够提质升级，闫彦明认为，在资金方面，城投公司应该完善专项债投融资对接机制，充分发挥投资撬动能力。“今年的《政府工作报告》强调‘政府投资和政策激励要有效带动全社会投资’，为切实发挥专项债带动扩大有效投资作用，应不断完善专项债项目投融资机制，拓宽专项债项目资金来源，有效解决资金到位难、不及时的问题。一是合理扩大专项债支持范围，并逐步提升专项债用作项目资本金的比例。持续探索适宜专项债投资的项目领域，发挥政府投资的引导作用；部分专项债作资本金比例较低的省份，或可适当加大对当地金融资源的协调及优质专项债项目的宣传，进一步发挥专项债资金及市场化资金的合力，扩大有效投资。二是继续引导金融机构加大配套融资支持。考虑到目前银行贷款参与专项债项目数量占比不足5%，应持续完善专项债项目投融资对接机制，并加强政策引导及政府协调，可积极培育为基建投融资提供专业化服务的机构，进一步加大金融机构融资支持意愿及力度。”



携手强化科技创新优势

## 相互“走亲戚”考察学习 长三角合力打造全球产业高地

本报记者 方超 张家振 上海报道

在长三角一体化发展上升为国家战略5周年之际，长三角地区——这片被称为中国经济最活跃、开放程度最高、创新能力最强的区域之一，已加速迈入创新驱动转型发展的新阶段。

《中国经营报》记者注意到，3月16日至18日期间，由上海市委书记陈吉宁，市委副书记、市长龚正率领的上海市党政代表团先后赴江苏省、浙江省和安徽省三省学习考察。据报道，在考察期间，三省一市

共商合作发展大计，携手推动长三角更高质量一体化发展、更好地服务中国式现代化建设大局。

在这场备受外界关注的“走亲戚”中，科技创新成为长三角地区三省一市主政者的主要关注点之一。陈吉宁在安徽省考察期间就强调，长三角地区要“在科技攻关上注重强强联合，结成更为紧密的创新共同体；在产业发展上加强优势互补，全力提升产业整体效能”。

而“推进高水平科技自立自强”“在实现高水平科技自立自强上共创优势”等描述也频繁出现在长三

角地区三省一市主政者的发言表述中。在全球经济面临的不确定性增强、全国加速构建新发展格局的大背景下，长三角地区正携手强化科技创新优势，加速“强链、延链、补链”，以此合力打造全球产业高地。

“接下来，整个长三角地区乃至长江经济带，要形成科技创新发展的共同体，形成科技创新的协同效应。”上海市社会科学院党委书记权衡分析认为，这对发展壮大长江经济带的新动能，培育国家经济高质量发展的增长极乃至高质量增长带，都很有现实和重大意义。

### 协力攻坚“卡脖子”技术

在广袤的长三角地区，诸多城市正坚定踏上科技创新引领之路。

“深化供给侧结构性改革，完善国家和地方创新体系，推进科技自立自强，紧紧依靠创新提升实体经济水平，不断培育壮大发展新动能，有效应对外部打压遏制。”2023年《政府工作报告》指出，“强化国家战略科技力量，实施一批科技创新重大项目，加强关键核心技术攻关。”

徐工机械总工程师、副总裁单增海日前在接受记者采访时也表示：“2017年，习近平总书记视察徐工时乘坐过的全地面起重机，如今通过技术升级，关键指标已达全球第一，整机国产化率也由原来的71%提升到100%，所有零部件均为中国制造，有力补上了‘中国制造没有芯’的短板。”

“我们始终牢记总书记‘很多

核心技术是求不到、买不来的’的殷殷嘱托，始终心怀产业报国志向，加快科技自立自强步伐，不断解决‘卡脖子’问题。”单增海表示。

“窥一斑而知全豹。”不只是徐工等企业，在广袤的长三角地区，诸多城市也正坚定踏上科技创新引领之路。

《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》(以下简称《规划纲要》)要求，长三角地区要瞄准世界科技前沿和产业制高点，共建多层次产业创新大平台。充分发挥创新资源集聚优势，协同推动原始创新、技术创新和产业创新，合力打造长三角科技创新共同体，形成具有全国影响力的科技创新和制造业研发高地。

以徐工总部所在地的江苏省

徐州市为例，2023年徐州市《政府工作报告》强调，要更加强化创新驱动发展。“坚持科技自立自强，加快建设国家创新型城市和‘科创中国’试点城市，打造科创平台建设新高地。”

合肥市委副书记、市长罗云峰近日也公开表示，合肥市将牢牢把握国家战略需求，广泛链接高端创新资源，深入推进区域科技协同创新，服务保障大科学装置等“国之重器”建设。

“携手打造G60科创走廊、科创金融改革试验区，高标准建设科大硅谷，联手开展量子科技、聚变能源、空天信息等前沿领域协同攻关，促进应用场景创新在更多城市落地，加快建设具有国际影响力的科创中心。”罗云峰表示。

### 昔日千年老码头 今朝文旅新地标

## 打造文旅深度融合的西津渡样本

单日接待游客量创下近三年新高、春节街区旅游收入同比增长31%……在文旅业加速复苏的大环境下，人气居高不下的镇江西津渡，文旅融合发展蹄疾步稳。

“不来西津渡，不算到镇江”，

公开数据显示，2023年元宵节期间(2月3日至5日)，西津渡共接待客流10.5万人次，其中元宵节当天近6万人次，创下近三年客流量新高峰，而在此前的春节期间，西津渡接待游客超过13.2万人次，同比增长48%。

游客量屡创新高的背后，则是凭借独特“津渡文化”名扬天下的西津渡，在文旅深度融合道路上持续发力的真实反映，而首批“江苏省示范步行街”等诸多荣誉，更是行业内外对西津渡实力的广泛认可。

国家提出：“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展。”引发外界关注的是，由千年老码头“变身”今日“网红打卡地”、城市新地标的背后，西津渡实现文旅深度融合的秘诀究竟何在？

### 活化保护 厚植城市文脉

“金陵津渡小山楼，一宿行人自可愁”“京口瓜洲一水间，钟山只隔数重山”……千百年来文人墨客的低吟慢唱，让西津渡于岁月流转中愈发厚重。

位于历史文化名城镇江西老城区的西津渡，史载其形成于三国时代，至唐代具有完备的渡口功能。如今，西津渡文化古迹众多，拥有“英国领事馆”旧址、“昭关石塔”等3处国家重点文保单位和38处省级文保单位，被专家誉为“中国古渡博物馆”的西津渡，更是我国历史最悠久、规模最大、保存最完善的渡口历史街区之一。

不仅如此，西津渡也因其丰富的非物质文化遗产而扬名天下，在西津渡，留下了诸葛亮、周瑜、西津渡、蒜山定计火烧赤壁等诸多历史传

说，此外，还产生了津渡文化等。而西津渡在成为3000年历史文化名城镇江“看得见的历史”的同时，也与所有历史文化名城中的文化街区类似，其也曾经历过一段复兴之旅。

将时间拉回到20世纪末期，由于街区基础设施不配套，房屋建筑岌岌可危，西津渡街区百姓仍然过着生煤炉、倒马桶的生活，要求改造的愿望迫切。为了让这条富有代表性的古老街区能焕发出新的光彩，充分展现它的文化价值，1998年镇江市成立了西津渡古街保护领导小组，并组建专门公司对西津渡历史街区进行保护。

引发外界关注的是，在这片承载如此厚重历史的文化街区，西津

渡是如何在进行保护的同时，实现更好的开发呢？活化保护无疑是其秘诀之一。

“保护过程中始终坚持一体化保护的原则”，西津渡专门成立文史研究中心，用研究成果指导制定保护利用方案；根据“抢救第一、保护为主”的方针政策进行文物修缮，“以人为本、自愿选择”“可走可留、可修可换”，以人为本引导居民参与保护和管理……多措并举，持之以恒，久久为功。

比如西津渡通过专门成立“西津渡文史研究办公室”，研究编制“西津渡文史研究工作意见”，推进“津渡文化”为核心的西津渡文史系列课题的研究，更形成了10大类超200万文字的文化历史研究成果。

此外，西津渡在保护维修工程中坚持规划领先，项目启动循序渐进。在对街区的历史和现状进行了缜密细致的调查的基础上，西津渡保护规划专家组相继提出了《西津渡古街区保护规划》《镇江市西津渡历史风貌区保护与整治规划》，并在建设过程中对实施前的具体设计方案小心求证，循序渐进，同时注重吸收优秀经验和做法，杜绝建设性破坏的发生。

“西津渡保护开发，不仅改善了人居环境，同时也提升了西津渡综合功能，增强了活力，走上西津渡复兴之路”，在城市历史文化街区的保护与开发中，西津渡无疑蹚出了一条可借鉴可复制的新路子，其保护与开发也被相关部门赞誉为历史文化街区的“西津模式”。

### 点亮“夜经济” 进发新活力

扩大内需、繁荣市场、创造就业……近年来全国各地把发展“夜经济”作为拉动城市经济、社会发展的主要引擎，作为镇江市的文旅地标，西津渡早已在点亮“夜经济”的过程中迸发出新活力。

西津渡按照相关要求，充分利用“城市中央休闲区”招牌，依托西津渡丰厚的历史文化底蕴和基础配套，培育夜间观光游憩、文化体验等夜间旅游经济产业，发挥好“镇江西津渡，早晚都得来”主题定位，创造

一个商、文、娱共融生命体。

在多地发力“夜经济”的大背景下，西津渡打法的独特之处何在呢？

立足发展基础与现状，西津渡形成了“一核三线六圈”的夜经济思路规划和体系，其中，“一核”意即打造具有西津渡明显辨识度的夜经济核心品牌：“镇江西津渡·早晚都得来”，“三线”则是开发“夜色西津”光影新动线、“文博西津”文化新动线、“烟火西津”商业新动线等三条夜游新动线。

“一曲笙歌春如海，千门灯火夜似昼”，在开发“夜色西津”光影新动线方面，通过结合山、水、城、街连点成线西津渡特有的清旷灵秀之美，完善和提升基础灯光，依托云台阁、鉴园广场等重要的文化节点打造情景灯光与艺术装置，植入丰富多彩的文化演艺活动，营造“动静相宜、虚实相生、光影交替、人景相容”游娱体验。

不仅如此，西津渡还通过构建“西津有味”特色美食圈、“西津有

礼”时尚购物圈、“西津有戏”文娱体验圈、“西津有型”健康康养圈等六大夜消费体验圈，全力推进夜经济消费产业拓展。

持续发力之下，西津渡收获了如潮客流，相关数据显示，在2015年至2020年期间，西津渡累计接待游客1700万人次，不仅如此，西津渡更是在2021年8月被江苏省文旅部门认定公布为第一批省级夜间文化和旅游消费集聚区，引发外界广泛关注。

### 全力“强链、延链、补链”

长三角地区正全力“强链、延链、补链”，合力打造全球新兴产业高地。

《规划纲要》指出，到2025年，长三角地区优势产业领域竞争力进一步增强，形成若干世界级产业集群。创新链与产业链深度融合，产业迈向中高端。“到2025年，研发投入强度达到3%以上，科技进步贡献率达到65%，高技术产业产值占规模以上工业总产值比重达到18%。”

在加速科技创新步伐的同时，长三角地区也正全力“强链、延链、补链”，合力打造全球新兴产业高地。

“近年来，在国家政策、企业创新、用户认可的综合作用下，我国新能源汽车实现了快速发展，并正向着‘电动+智能+生态’更高阶的智能网联汽车新时代‘全速前进’，智能网联汽车已成为新能源汽车产业‘下半场’竞争的高地。”零束科技有限公司(以下简称“零束科技”)党委副书记、纪委书记、工会主席刘懿艳表示。

以零束科技所在的上海市为例，据上海市经信委提供的数据，2022年，上海市新能源汽车产量为99万辆，约占全国的14%。而按照相关规划，到2025年，上海市汽车产业将力争实现制造和服务“两个万亿元”目标。

记者梳理发现，在“双碳”战略加速落地、全球汽车行业大力转型的背景下，新能源汽车赛道正受到越来越多城市的关注。其中，合肥市和常州市等长三角地区城市更是“异军突起”，并确立了打造“新能源之都”的目标。

“当前，新能源已成为长周期、宽领域、高成长的发展赛道。”常州市市长盛蕾日前表示，常州市正举全市之力打造“搬不走、压不垮、拆不散”的新能源汽车产业‘下半场’竞争的高地。”零束科技有限公司(以下简称“零束科技”)党委副书记、纪委书记、工会主席刘懿艳表示。

据盛蕾介绍，常州市新能源

整车制造领域北有“梦想”比亚迪、南有“理想”新势力，已形成“发电、储能、输送、应用”四端的生态闭环。2022年，产值突破5000亿元，产业集聚度全国第5，投资热度全国第1，正朝着“产值和市值两个过万亿元”的目标阔步前行。

除全力打造“新能源之都”的常州市外，拥有全国最大制造业集群的江苏省也正加快构建现代化产业体系，打造具有全球竞争力的产业高地。

据了解，2023年，江苏省将制定落实重点集群国际竞争力提升方案，加快实施产业基础再造、重大技术装备攻关、传统产业焕新等工程，深入实施产业强链行动计划，高标准建好10个国家先进制造业集群和16个省重点集群，推动新型电力和新能源装备、生物医药、海工装备等集群加快向世界级先进制造业集群跃升。

### 科创协同引领高质量发展

推动长三角地区形成区域层面定位分工合理、资源协同互补的良好格局。

领域合作存在现实障碍。

那么，在坐拥丰富创新资源和产业资源的情况下，如何进一步激发长三角地区的高质量发展新动能？“建议科技部继续加强对长三角科研院所联盟的指导，以顶层设计加速实际联合。”曹阿民表示，建议进一步发挥科技部的顶层设计作用，加强对三省一市科技创新的规划布局，推动长三角地区形成区域层面定位分工合理、资源协同互补的良好格局。

“充分运用长三角地区科技创新资源与开放优势，聚焦科技体制改革和人才培养，开展科研机构成果转化制度、应用技术标准化体系建设等试点，探索形成可复制、可推广的创新模式。”曹

阿民建议。

许礼进也表示，在人才协同方面，建议打造创新人才集聚高地，长三角地区三省一市积极探索创新引进人才方式，实施引进人才计划，建平台、立项目，把更多资源投入到“人”身上，加大科技人才的引进、培养、使用、激励力度，加大引进国外高端人才力度。

而江苏省产业技术研究院院长、长三角国家技术创新中心主任刘庆分析认为，长三角一体化已迈向3.0时代。“上海市建设具有全球影响力的科创中心，与苏浙皖巨大的产业需求结合，推动创新链与产业链深度融合，必将促进长三角地区跃升为引领全球发展的产业高地。”



### 抢抓黄金周 打造文旅新地标

自2023年以来，随着文旅业复苏的步伐不断加快，西津渡也通过抢抓春节黄金假期、持续创新业态，全力打造江苏乃至长三角地区的文旅新地标。

“人间烟火味，最抚凡人心”，2023年春节期间，西津渡游人如织，接待游客超过13.2万人次，同比增长48%，特别是1月26日(初五)当天，客流人数超3万人次，外地游客比例明显上升，占比达67%。

对于客流量的增长，西津渡街区商户无疑感受颇深，有商户表示，今年春节旅游消费市场明显复苏，烟火气“回归”年味儿浓，街区旅游综合收入近1000万元，同比增长31%，西津渡雅阁酒店、津桔酒店更是实现三天满房的佳绩。

在取得亮眼成绩的背后，则是西津渡在文旅业态上的持续创新。

今年春节，为营造浓厚的新春年味，西津渡街区游线上处处挂满喜庆、衬托浓浓的节日气氛的传统宫灯，重要节点设置“钱兔似锦”等造型灯组，吸引游客纷纷打卡拍照。

同时，推出的“HAPPY兔 U，

津彩新年”兔年新春主题活动，30余场的非遗民俗表演、传统戏曲演出等喜闻乐见的活动形式在街区各个节点铺开，而在吃和购方面，在西津渡核心街区小码头街，非遗、文创等丰富多彩的业态，满足游客多样性需求。

无独有偶，在2023年元宵节期间(2月3日至5日)，西津渡街区共接待客流10.5万人次，其中元宵节当天近6万人次，远超春节期间单日客流量纪录，创造近三年客流新峰值。

为营造元宵节的传统节庆氛围，西津渡融入了文艺汇演、猜灯谜、非遗活动等形式多样的文化体验内容，文旅资源深入融合。特别是元宵节当天的“欢天喜地闹元宵综艺专场演出”，以一场高质量的文艺演出与市民游客共度元宵佳节，同时，西津渡首次采用三路直播，全面展现西津渡节日、民俗、商户消费等体验。

“新的一年，新的开始，西津渡将继续深入推进文旅融合，丰富展演展示，提升业态，强化旅游产品创新，让游客全方位体验文旅融合成果，提升街区品牌价值，更能彰显城市魅力。”西津渡相关负责人表示。

广告

# 广东深耕边(跨)境经济 助推区域经济高质量发展

本报记者 陈靖斌 广州报道

长期以来,边(跨)境经济合作区都是我国深化与周边国家和地区的合作、推进高质量共建“一带一路”的重要平台,也是沿边地区经济社会发展的重要支撑。

近日,商务部等17部门印发《关于服务构建新发展格局推动边(跨)境经济合作区高质量发展若干措施的通知》(下称“《通知》”)。《通知》明确了5类15方面

政策举措,着力推动边(跨)境经济合作区高质量发展,优化顶层设计,促进改革系统集成、协同高效。这为广东省边(跨)境经济高质量发展迎来发展机遇。

《中国经营报》记者了解到,近年来,广东省也一直在持续深耕布局跨境经济。区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)助力广东农业大步迈向国际,为跨境电商发展注入新动能,促进新的贸易和投资机会,对广东省产业链供

应链影响日益显现,这为经济复苏注入了强劲动力,助推区域经济逆风前行。

资深金融业内人士、专栏作家黄涛向记者表示,商务部出台政策推动跨境经济合作区高质量发展,有助于促进跨境经济高质量发展。从更高的高度进行谋篇布局,有助于丰富和完善广东省跨境经济的布局,推进外贸产业发展,将带来政策利好,促进广东省跨境经济发展增添信心和动力。

## 边(跨)境经济迎利好

边(跨)境经济合作区有望更好地带动跨境产业链的发展,从而助推产业高质量发展。

边(跨)境经济或将成为沿边地区又一个经济增长引擎。记者注意到,在商务部近日印发的《通知》文件中提出,要畅通跨境物流和资金流,加大金融支持力度等。

另外,上述《通知》文件还提出,按照党中央、国务院统一部署,稳步有序研究推动有关边(跨)境经济合作区新设工作。研究在国家级开发区土地集约节约利用评价中对边境经济合作区单独排序,支持发展态势较好的边境经济合作区按规定程序扩区扩容建设、调整区位,盘活批而未供、闲置和低效利用等存量建设用地。加强在边(跨)境经济合作区内建设综合保税区的工作指导,支持有序建设保税仓库等保税监管场所,指导相关区域做好增值税一般纳税人资格试点相关工作。

同时,在拓展国际合作方面,《通知》文件还提出,加快通往边(跨)境经济合作区的跨境铁路、高速和高等级公路规划建设,推动相关国际道路运输协定商签进程。有序推动将更多边(跨)境经济合作区纳入资本项目外汇便利化政策支持范围,支持边(跨)境经济合作区实施贸易外汇收支便利化政策,与有关邻国开展双方货币跨境结算、现钞跨境调运、金融政策协

调等领域磋商与合作。指导支持有关边(跨)境经济合作区及所在省区用好RCEP等规则体系,进一步扩大RCEP实务培训,深化与RCEP成员国在科技创新、数字经济、信息通信等领域的合作。支持地方参与国际经贸合作。

除了上述利好之外,在支持产业创新与鼓励边民互市贸易多元化发展方面也出台相应的指导意见。例如,支持互市贸易进口商品落地加工等业态发展和相关园区建设,鼓励地方给予加工企业融资、土地等特殊支持政策。支持边(跨)境经济合作区所在地按相关规定申报建设加工贸易梯度转移重点承接地和国家加工贸易产业园。鼓励边(跨)境经济合作区因地制宜有序发展新能源、有机食品加工、民俗旅游、生态康养等产业。

此外,《通知》文件还提出,要用好边界管理经费,优化边(跨)境经济合作区所涉边界项目设计。充分利用外经贸发展专项资金等现有资金和投资渠道,引导支持边(跨)境经济合作区高质量发展。支持沿边省区将边(跨)境经济合作区符合条件的政府投资项目纳入专项债券支持范围。支持银行开展跨境人民币双向贷款业务。推动

将符合条件的边(跨)境经济合作区项目需求纳入商务部与相关金融机构的合作需求清单及相关跨境交易线上撮合平台、大数据等贸易融资体系,推广“白名单”“信保贷”等合作模式,创新提供定制化金融产品和系统化金融解决方案,按规定加大对小微企业首贷和信用贷支持,合理确定利率和费率水平。

事实上,边(跨)境经济合作区有望更好地带动跨境产业链的发展,从而助推产业高质量发展。

北京社科院研究院王鹏告诉记者,跨境经济合作区对于以往的保税区、电子商务示范区而言,跨境经济合作区所蕴含的内涵更丰富。“以往的保税区更多还是以加工贸易、进口贸易为核心,在保税区内享受到退税、保税的政策支持,电子商务示范区更多还是以跨境电子商务为主,而商务部目前要推动的跨境经济合作区,其范围和业务面更广,可以将数字贸易服务等一系列企业容纳进去。它比传统意义上的保税区、跨境电商示范区更具有功能性,可以引领未来相关行业的发展,涉及范围范畴更广,行业类别更多,产生的经济价值更大,带动就业,带动跨境产业链,供应链体系更加系统、重要与完善。”



3月11日,参观者在第60届中国(广州)国际美博会的跨境电商展位了解信息。

视觉中国/图

## 持续深耕边(跨)境合作

商务部研究院电商研究所副研究员洪勇告诉记者,目前边(跨)境合作仍面临着三大问题。

2020年11月,东盟十国以及中国、日本、韩国、澳大利亚、新西兰15个国家,正式签署区域全面经济伙伴关系协定(RCEP),标志着全球规模最大的自由贸易协定正式达成。

RCEP是为应对经济全球化和区域经济一体化的发展而提出的,其近年来在消除内部贸易壁垒、创造和完善自由的投资环境、扩大服务贸易方面意义重大。例如,RCEP在广东省农业迈向国际化方面就起到了重要作用,为广东省跨境电商发展注入了新动能,促进了新贸易和投资机会。

在RCEP生效前,广东省就强化顶层设计,出台了一系列促进农业对外合作和农产品出口指引性文件,指导各市探索创建广东省农业RCEP对外合作先行区、农产品RCEP国际采购交易中心。

通过积极推进广东省农业领域高质量对接RCEP,广东省各地积极探索创建RCEP农业合作园区,推动特色农产品走出去。在农业农村部农业贸易促进中心的指导下,德庆县、高州市、徐闻县、遂

溪县等地陆续创建RCEP农产品(国际)采购交易中心;韶关曲江探索建设韶关RCEP食用菌国际采购交易中心,让韶关特色食用菌和菌类预制菜走向海外;惠州市在惠阳区镇隆镇建设“省级荔枝RCEP国际合作先行试验区”,积极开拓日本、韩国、新加坡市场;广州市南沙区申报国家级农业对外开放合作试验区,创建RCEP预制菜展示体验中心;汕头、佛山、韶关、湛江、茂名、肇庆、潮州等地积极推动特色优势农产品出口,水海产品、菠萝、荔枝、贡柑、食用菌、预制菜、富贵竹、蝴蝶兰等出口RCEP成员国,呈现“多点开花”的局面。

商务部研究院电商研究所副研究员洪勇告诉记者,目前边(跨)境合作仍面临着三大问题,“一是贸易保护主义的挑战。各国之间存在的贸易壁垒、关税和贸易限制等不利因素,对跨境经济发展构成了困难。二是数字化、信息化等技术发展的不平衡。发展中国家在数字化和信息化方面的落后,对跨境经济的发展产生了制约作用。三是文化、语言、法律等方面

的差异。不同国家之间文化、语言和法律等方面差异,对跨境经济的发展造成了障碍。”

对此,洪勇建议,要加强国际贸易合作,推动贸易自由化。各国之间应该加强贸易合作,推动贸易自由化,降低贸易壁垒,减少关税和贸易限制,促进贸易便利化。其次要加强技术创新和人才培养。加强技术创新和人才培养,推动数字化、信息化和其他相关技术的发展,提高发展中国家在这方面的水平。此外,还要加强跨文化沟通和合作。各国之间应该加强跨文化沟通和合作,增进相互了解,促进文化融合,消除语言和法律上的障碍。

而王鹏则认为,目前跨境经济高质量发展难点问题首先还是需要体制机制创新,有更多的跟境外合作的平台;其次在政策方面,应该更加鼓励外向型企业去落地实施,除了贸易之外,还要增加生产活动。此外,他认为还需要注重对相关的人才进行引进、培养,让人才来发掘跨境经济的发展潜力。

# “上轨道、上台阶、上水平”甘肃力促营商环境提质提标

本报记者 王登海 兰州报道

“谁要跟企业过不去,我们就跟谁过不去。”从主政者的发言到政府公文,这种“硬核”表态宣示着甘肃省全面优化营商环境的信心。

## 攻坚突破营造一流营商环境

“谁要跟企业过不去,我们就跟谁过不去!谁砸了甘肃营商环境的招牌,我们就砸了谁的‘饭碗’。”前不久,在兰州新区召开的全省招商引资大会上,甘肃省委书记、省人大常委会主任胡昌升对全国、全世界的企业家发出邀请,并向企业家做出上述承诺。

事实上,这种“硬核”表态不是第一次出现在甘肃省官场,还曾写进了甘肃省政府办公厅发布的一份通知中。

2020年8月,甘肃省政府办公厅出台相关文件指出,要按照省委、省政府部署要求,以“谁跟企业过不去,我们就跟谁过不去”的

地处西北内陆的甘肃省,在营商环境中曾处于起点低、底子薄、优势不突出的困境。不过,近年来,甘肃省着力打造稳定务实的政策环境,相继出台优化营商环境的相关政策措施,通过重实情、出实招、求

实效,营商环境呈现“上轨道、上台阶、上水平”和“市场活力增强、投资吸引力增强、经济发展韧劲增强”的“三上三强”良好态势。

《中国经营报》记者注意到,今年以来,甘肃省将优化营商环境提

升到了前所未有的高度,把“西部领先、全国靠前”作为优化营商环境的工作目标,还成立了副省长带队工作专班,研究推进全省重大优化营商环境改革事项,持续打造市场化、法治化、国际化的一流营商环境。



各地相继推出新举措优化营商环境。

视觉中国/图

## 营商环境持续向好

甘肃省营商环境工作在起点低、底子薄、优势不突出的困境中,通过重实情、出实招、求实效,营商环境呈现“上轨道、上台阶、上水平”和“市场活力增强、投资吸引力增强、经济发展韧劲增强”的“三上三强”良好态势。

例如,庆阳市坚持将优化营商环境作为“一号改革工程”,按照“盯住有限目标,解决突出问题”的思路,以“服务型效能型”机关创建工作为抓手,聚合力出实招求实效持续优化营商环境,让企业投资更放心、更安心、更暖心。

鲜明态度,持续多维度、立体化、全方位推进营商环境优化,持续深化“放管服”改革优化营商环境,更好服务经营主体,更大激发市场活力。

近年来,甘肃省委、省政府高度重视营造一流营商环境,将营商环境建设作为发展的“生命线工程”来抓,着力打造稳定务实的政策环境,相继出台优化营商环境的相关政策措施。

2023年,甘肃省的《政府工作报告》提出,倾力营造一流营商环境,对标市场化、法治化、国际化标准,开展“优化营商环境攻坚突破年”活动,复制推广营商

环境创新试点改革举措,着力改善投资环境和市场预期。持续深化“放管服”改革,打通政务服务“最后一公里”。落实投资项目信用承诺制,构建公共资源交易“全省一张网”。加强数字政府建设,完善全省一体化政务大数据体系,全面提升“一网通办”水平,做实“甘快办”特色品牌,推动更多高频事项“集成办”“异地办”“掌上办”。

为有力推动甘肃省“优化营商环境攻坚突破年行动”落实落地,进一步破除影响和制约营商环境建设的突出问题,研究推进全省重大优化营商环境改革事

项,持续打造市场化、法治化、国际化的一流营商环境,今年1月,甘肃省还成立了副省长带队工作专班。

工作专班召集人为省委常委、常务副省长李晓波,成员来自省发改委、省纪委监委、省委组织部、省委宣传部、省高院、省检察院等近40个部门单位负责人。

“甘肃省将锚定‘西部领先、全国靠前’目标,把营商环境建设作为发展的‘生命线工程’来抓。”胡昌升表示,要让一流营商环境成为甘肃高质量发展的最亮“名片”、最好“招牌”、最强“磁场”。

我们选择来宁县投资,主要是看好宁县的营商环境做得好。从去年12月我们和宁县委、县政府接洽以后,到正式开工建设,仅用了一个月时间,从项目落地、土地变性到办理营业执照,也先后不到4天时间。”对庆阳市宁县持续优化营商环境为企业带来的便利,甘肃玉洁雅丝日用化工有限公司董事长胡庆平深有感触。

据介绍,甘肃玉洁雅丝日用化工有限公司是宁县去年重点招商引资的集现代化洗涤研产销为一体的企业,公司采用现代智能化生产设备、开放式数字化研产销一体

化平台,一期工程总投资2000万元,新建4条生产线,年内可生产2000吨洗衣液、2000吨洗发水、2000吨沐浴露、2000吨洗洁精,预计可创造年税收1000万元左右,并为当地群众提供120个就业岗位。

“宁县为企业提供‘保姆式’‘一站式’服务,让我们切实感受到了宁县营商环境的务实和高效。”胡庆平介绍说,目前企业所有手续已办理完成,预计企业4月中旬进入设备调试,5月就可以正式建成投产。

“今年以来,省内的各级领导、各个部门对营商环境的重视程度

明显提升,都已经认识到了优化营商环境的极端重要性和现实紧迫性。”甘肃某县的一名官员告诉记者,各部门都把优化营商环境作为工作的出发点和落脚点。

酒泉市政府方面也告诉记者,近年来,酒泉市委、市政府高度重视优化营商环境工作,成立由党政一把手任组长的优化营商环境工作领导小组,市委、市政府一把手统筹谋划调度,靠前指挥部署,顶格推动全市营商环境建设工作,各县(市、区)相应成立领导小组和工作专班,形成全市优化营商环境的协调推进机制。

## 以“硬监督”优化营商“软环境”

在甘肃省持续优化营商环境的路上,经常能够看到各级纪检监察机关的身影。

记者了解到,近年来,甘肃省全省各级纪检监察机关立足职责定位,发挥监督保障作用,持续治理营商环境中的突出问题,不断营造风清气正的政治生态和良好发展环境。

例如,张掖市临泽县紧扣营商环境优化,采取监督检查、明察暗访、实地走访、座谈交流、征求意见等方式,打出嵌入式监督、下沉式监督、专项监督“组合拳”,督促职能部门履职尽责,创新举措,持续优化营商环境,服务保障企业发展。

临泽县纪委监委还围绕违规指定中介服务机构、违规插手工程建设、惠企助企政策落实不力等8个方面问题,强化监督治理,严肃纠治破坏营商环境突出问题。将作风建设作为优化营商环境的切入点,聚焦经营主体普遍关注、反映强烈、易发频发的损害营商环境腐败和作风问题,深入开展专项整治,着力发现和查处乱收费、乱摊派、乱罚款以及不担当、不作为、乱作为等不正之风,构建亲清政商关系。

例如,庆阳市正宁县纪委监委围绕行政审批、政务服务、执法监管、法治保障、廉洁履责等开展整治,紧盯审批权、监管权、执法权靶向监督,采取明察暗访、跟踪督导和“红黑榜”通报等方式,严查为政不勤、执法不公,推诿扯皮、敷衍塞责和回避矛盾等损害营商环境问题。今年,已约谈12名执法人员。

事实上,早在2021年,甘肃省纪委监委就加强营造法治化营商环境出台《意见》,要求全省各级纪检监察机关以精准有力的监督推动优化营商环境建设法治化进程。

为切实提升监督效能,《意见》要求全省各级纪检监察机关加强调查研究,下沉一线,掌握各地、各部门在营造法治化营商环境方面进展情况,深入查找薄弱环节和短板缺项,列入监督清单,找准监督的关键点、切入点,对症下药,靶向治疗。聚焦法治化营商环境涉及的关键领域、关键人群、关键节点,针对性开展重点监督和专项监督,通过收集群众反映、抽查核实、查阅资料、参加列席会议、明察暗访、专题调研等多种方式加强常态化监督,及时发现问题、纠正偏差。

# 广州城市更新“蝶变”： 2023年投资目标2000亿元

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

“轰——”随着挖掘机机械臂一阵挥舞，一栋红砖旧房在飞扬的尘土中被拆除落地。

近日，《中国经营报》记者走访广州沥滘村改造现场发现，部分地块的拆卸活动正在紧锣密鼓地进行。据广州市海珠区南洲街沥滘经济联社（以下简称“沥滘经联社”）披露，3月18日，这一广州中心城区体量最大的城中村改

造项目集中开拆4宗地块，为下一步建设复建房及公共配套提速增效。

城中村改造是今年广州城市更新工作的重头戏。广州市《政府工作报告》提出，2023年全市城市更新年度固定资产投资目标将达2000亿元，同比增长超过60%。其中，对于计划推进的127个城中村改造项目，广州今年预计完成固定资产投资983亿元，占上述全市城市更新固定资产投

资目标的49%。

沥滘村作为今年第一批集中开工的城中村改造项目之一，同时被列入《广州市2023年重点项目计划》。事实上，自广东珠光集团有限公司（以下简称“珠光集团”）正式介入沥滘村的改造以来，这一“旧改航母”运转至今已长达11年。

日前，据珠光集团相关负责人透露，整个沥滘村项目目前已10宗地块动工。加之上述4宗地块集中拆卸，旧改蓝图正逐步兑现。

## 启动早、体量大、周期长、投资高

根据沥滘经联社披露，沥滘村日前集中开拆7#地块、58#地块、71#地块、62#地块，功能属性分别为复建商业、复建商业/商业设施、九年一贯制学校、公建配套/环境设施。

自广州地铁沥滘站E出口一走出，引入眼帘的便是悬挂在沿路两旁空置旧楼上的数张红色条幅，写着“共绘沥滘蓝图，聚焦城市发展”“城市更新，更出气象万千”“启动签约住新房，沥滘迈入新里程”等，有的甚至仅写着“拆啦！”二字，改造氛围浓烈。不到1公里的距离，围挡起来的建筑施工场就有接连几处。

根据沥滘经联社披露，沥滘村日前集中开拆7#地块、58#地块、71#地块、62#地块，功能属性分别为复建商业、复建商业/商业设施、九年一贯制学校、公建配套/环境设施。

3月20日下午，记者走访当天，上述地块的拆卸现场正在作业，机器的轰鸣声此起彼伏。同日，沥滘村改造项目首期实体样板房（位于25#地块，计划建成两栋37层住宅楼，为村民提供672套复建房）向全体权属人开放参观。据沥滘经联社透露，首期复建安置房户型的摇号工作将于近期启动。

根据广州市规划委员会于2022年8月审议通过的《海珠区沥滘片区（AH1017—AH1024规划管理单元）控制性详细规划》，沥滘片区将被打造为“面向下个100年的

新轴线，形成融合形象地标、生态地标、文化地标于一体的地标场所集群，进一步强化中轴南门户的标志性。

“沥”水之地，称之为“滘”。沥滘村南向珠江，北面海珠湖。上述文件显示，沥滘规划片区位于广州新城市轴线南端和珠江沿岸高质量发展带的交汇处，是重要的门户区域。沥滘村以“粤港澳大湾区滨水新地标”的定位，未来将以创新创意为主导，吸引高端商务办公及创业型办公孵化器进驻，规划商业办公建筑面积约288万平方米，实现产居比50%以上，全面推进片区产、城、居、商融合发展。

多年来，沥滘村是广州海珠区重点推进的城市更新项目之一。早在2001年，经广州市政府批准，沥滘村被定为广州市首批进行改造的城中村。不过，由于整体村落面积过大，改造方案几经“难产”。2007年，沥滘经联社与珠光集团签订《合作意向书》；2011年9月，沥滘村城中村改造方案通过批复，改造范围约151.42万平方米，规划建筑总面积约436.27万平方米，其中住宅面积243.4万平方米，非住宅面积192.87万平方米，总投资约300亿元。

据《南方日报》报道，2012年2月，沥滘经联社与珠光集团正式签约，后者正式拿下沥滘村改造项目，投资总额为23.8亿美元。

沥滘经联社表示，作为广州市“三旧改造”试点项目，沥滘村改造项目启动早、体量大、周期长、投资高，是广州市区重点推动的城市更新项目之一。沥滘村全面改造采用自主改造模式实施，由沥滘经联社作为改造主体，与珠光集团共同推动改造工作。2020年6月，由农业银行广州分行牵头，中国银行广州海珠支行等4家银行共同组成银团，对沥滘村旧改项目提供112亿元的资金支持。

值得注意的是，沥滘村是广州中心城区最大的城中村改造项目，片区共划分为70余个改造规划地块，每一地块的拆卸均要在地块签约率达80%的前提下进行，由沥滘经联社提出交屋申请，进而实施交屋拆卸。据沥滘经联社透露，当前，沥滘村项目已拆除平整13个地块，共拆除建筑物约64万平方米，提供平整土地面积约31公顷。

截至目前，沥滘村旧改项目的7块复建土地和3块融资土地已开工建设，并取得阶段性成果，整村签约率超过70%。



广州沥滘村旧改项目施工现场。

本报资料室/图

## 城市更新有序启动

随着广州城市更新的推进，规划统筹引领、更新连片谋划以及政策体系等方面有待进一步提升与完善。

事实上，沥滘村旧改于近期按下加速键并非无迹可循。

记者注意到，今年1月召开的广州市高质量发展大会提及，将加快沥滘村等项目的复建房建设，加快推进城市新中轴南段及新滘路沿线等“一轴一路”区域的更新改造。广州市住房和城乡建设局局长王宏伟表示，要坚持“拆、治、兴”并举，有力有序推进中心城区的城中村改造，全力推进城中村改造示范项目取得新突破。

此外，广州市《政府工作报告》指出，将以重点项目为抓手，加强城市重点片区改造。其中，重点推进城市新中轴线南段、珠江两岸、机场高速两侧、广州南站周边、东部枢纽等片区连片改造提升。

中指研究院发布的研报显示，城市的发展正在由“增量扩张”转向“存量更新”，开展城市更新已成为实现新型城镇化高质量发展的重要途径，也将成为新一轮城市竞争力打造的关键。

2月6日，《广州市城市更新专项规划（2021—2035年）》（公开征求意见稿）发布，根据规划，至

2025年，广州累计推进城市更新约100平方公里；至2030年累计推进城市更新约200平方公里；至2035年累计推进城市更新约300平方公里。

其中，至2035年，广州拟推进旧村庄旧城镇全面改造与混合改造项目297个，旧城混合改造项目16个，综合运用各项政策以“留改拆”混合改造方式推进，鼓励推进老旧小区微改造项目、外围地区乡村整治提升项目。

值得注意的是，上述文件指出，广州过去城市更新改造存在就项目论项目的情况，缺乏综合性、系统性的规划；城中村土地权属复杂、边界犬牙交错，自下而上推进的城市更新项目更多聚焦项目自身，存在零星式、碎片化推进的问题；仅靠现有政策难以覆盖多类更新模式与路径。

因此，随着广州城市更新的推进，规划统筹引领、更新连片谋划以及政策体系等方面有待进一步提升与完善。

2023年一开局，广州城市更新便开始冲刺。2月22日，广州

推动城市更新提速增效工作动员会暨第一批城中村改造项目集中开工活动在沥滘村改造项目现场举行。该会议指出，作为广州城市更新工作的牵头部门，当前，广州市住房和城乡建设局已牵头制定城市更新提速增效工作方案，明确今年相关项目任务清单。

记者获悉，今年，广州计划推进127个城中村改造项目，包括49个续建项目、20个新开工项目和58个前期项目。城中村改造是今年广州城市更新工作的重头戏。

具体而言，新中轴线（海珠）片区将重点推进康乐鹭江片区城市更新改造，今年将完成综合治理，启动拆迁和安置区建设；沥滘村将推进拆迁签约率超80%；罗冲围片区重点推进国有旧厂收储、西部临江大道、华为周边地区改造提升等项目；广州火车站片区将加快推进省市客运站、走马岗地块等收储工作，启动王圣堂、瑶台、沙涌南城中村改造，推动火车站站体改造和周边整治提升。

# 高原特色产业再“登高” 云南发力特色优势经济

本报记者 庄灵辉 卢志坤

北京报道

中国式现代化新征程上，云南省特色优势经济正被寄予厚望。

今年全国两会期间，中央领导在参加云南代表团审议时充分肯定云南各方面工作取得的成绩，也提出希望云南立足更好发挥自身优势，做好特色农业、旅游业等特色优势经济大文章。

多位专家接受《中国经营报》记者采访时表示，云南省发展特色优势经济是发挥自身优势的必然选择，符合绿色发展要求，发展好相关产业不仅能够促进云南省经济高质量发展，还能为全国提供经验样板。发展过程中，要准确研判自身具备的优势地位、优势水平与竞争者情况，选择合理的产业化与市场化路径。

“特色农业、旅游业等行业都是经过长时间市场竞争后，发展出来且能代表云南特色、发挥云南优势的产业。这类产业符合国家‘双碳’战略且是富民产业，因此发展好这些产业，能够为云南实现共同富裕提供经济基础，也能为全国提供经验样板。”中国社会科学院工业经济研究所区域经济室主任、研究员叶振宇表示，中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化，云南省生态和资源等优势明显，立足相关优势，做好特色优势经济大文章，不仅能促进云南经济高质量发展，也能为我国现代化建设树立好绿色发展样板。

## 发挥自身优势

区域市场一体化发展背景下，发挥自身优势并研判自身定位，已成为各地经济高质量发展的一项重要课题。

“当前全国区域经济发展进入了新发展阶段，加快形成优势互补的区域经济布局已经成为各地高质量发展的根本方向。”中央党校（国家行政学院）经济学教研部副教授、区域与城市经济创新工程首席专家蔡之兵表示，云南省发展特色优势经济是发挥自身优势的必然选择。

## 构建产业体系

立足自身优势基础上，还应考虑如何将相关优势产业化、市场化。

“特色优势到特色产业是绝大多数地区面临的共同难题。”蔡之兵认为，如何探索科学可行的产业化路径，是云南省做好特色优势经济大文章面临的挑战之一，同时产业化并非特色优势经济发展的终点，如何确保特色优势经济的市场化与利润率、能否构建市场认可的产业体系也是一项重要难题。

多位专家认为，将特色优势产业化关键是要注重发挥市场作用，

优化营商环境，同时要推动产业集群集约发展，加快构建市场认可、绿色低碳的产业体系。

“云南做强特色产业首先需要一个好的营商环境，同时要注重激发企业尤其是中小企业活力，破除制约电价等优势发挥的体制机制障碍。”叶振宇表示，做好特色优势经济大文章，除推动特色产业外，还要做好产业相关配套与服务，持续优化营商环境。

“要形成特色优势经济，相关产业应是富民产业，能够为中国式现代化的云南实践奠定物质基础；

（2022—2024年），对相关产业提出具体发展任务与目标。云南省还在该行动方案中指出，自身产业发展具有产业基础、要素优势、区位优势、生态优势以及发展环境等五大突出优势。

在生态优势方面，云南省提出，云南森林覆盖率位居全国第二，世界10大水电站4个在云南，全省绿色能源装机占比达85%，随着国家“双碳”战略深入推进，有利于充分彰显云南绿色低碳优势，助推云南促进绿色能源与绿色先进

制造业深度融合，拓展云南产业绿色低碳发展空间。

在蔡之兵看来，云南省发展特色优势经济还是发挥自身后发优势与比较优势，培育竞争优势的应有之义。

“做好特色优势经济大文章是云南省发挥自身后发优势的必然要求，也是云南省发挥自身比较优势的必然选择。”蔡之兵表示，在激烈的区域竞争格局中，发展特色优势经济有助于云南充分利用后发优势，加快提升自身经济产业竞争

等方面将更具优势。

“集群集约发展原则是欠发达地区提高发展水平与效率、增强发展竞争力的关键举措，是充分利用自身资源的必然路径，也是高质量发展对产业发展提出的必然要求。”蔡之兵也认为，云南省地级市与县市数量众多，倘若不协调统筹好不同地县的产业发展关系，整个云南省就很难形成发展合力，也就很难发挥自身特色优势。

“产业集群是区域协调发展下，各地产业发展、培育自身竞争力的必然选择。”蔡之兵表示，产业

力；同时特色经济是一个地区发展优势的重要组成部分，也是云南省发挥自身比较优势从而加快形成差异化产业体系的必然选择，有助于云南省充分发挥自身潜力。

“做好特色优势经济大文章是云南省培育自身竞争优势的必然路径。”蔡之兵还认为，特色经济是增强一个地区发展竞争力的重要因素，发展特色优势经济有助于云南省在全国区域经济产业格局竞争中，迅速培育新的竞争点与优势点。

集群是各地发挥规模经济、范围经济优势从而增强地区经济韧性的必然选择。只有形成产业集群，地区的产业体系才能真正形成规模优势，整个地区的发展才能在激烈的市场竞争中占据先机。

云南省在上述产业强省方案中也颇为重视相关工作，提出要牢固树立市场化、法治化、国际化理念，以低碳化、集群化、数字化、高端化为方向，以延链、补链、强链为重点，聚焦重点产业招大引强，把加快发展现代产业体系作为强省富民的根本抓手。

叶振宇表示，特色经济发展能够加速云南工业化与城镇化发展，同时基于生态优势的特色产业发展壮大并为老百姓增收，用实践证明绿色发展能够造福人民。

云南省在上述产业强省方案中也明确提出要以推动高质量

发展为主题，坚持主动服务和融入国家发展战略和全国发展大局，充分发挥区位优势、资源优势，找准融入新发展格局的发力点和突破口，推动成为国内市场与南亚东南亚国际市场之间的战略纽带、“大循环、双循环”的重要支撑。

## 推动高质量发展

从特色优势向产业化发展，进而推动相关产业集群化、体系化发展，同时全程注重绿色低碳与提质增效等，能够在提升云南省自身竞争力的同时，服务全国新发展格局，推动高质量发展。

“云南省2022年经济总量已经逼近2.9万亿元，即将成为西部

地区第四个3万亿量级的地区，通过发展特色优势经济，进一步增强自身经济实力，将极大地促进西部地区的高质量发展。”蔡之兵认为，云南省做好特色优势经济大文章，将为其他边境地区发展提供参考，夯实边境地区的高质量发展；同时有助于发挥民族地

区的比较优势，加快实现欠发达地区的跨越式发展，引领民族地区的高质量发展。

“做强特色优势经济，能够融入全国市场，在构建新发展格局中发挥云南应有的作用，也能为其他地区尤其是西部地区高质量发展提供云南模式。”

云南省在上述产业强省方案中也明确提出要以推动高质量

# 郑州楼市阶段性回暖 “金三”行情可期

本报记者 夏晨翔 郑州报道

“从过完年开始，看房的客户明显增多，有时候都能忙到晚上11点。”3月中旬，虽非周末，在郑州市龙湖熙上项目销售现场，看房者依旧络绎不绝。

近日，《中国经营报》记者走访发现，随着购房需求释放，叠加首

套房3.8%房贷利率进一步刺激，春节后的郑州楼市，迎来了久违的“暖意”。

统计数据显示，前两个月，郑州全市新建商品住宅累计销售17503套，成交面积197.89万平方米，同比增长40.73%。二手房方面，全市累计成交12422套，成交面积131.60万平方米，同比增长87.09%。

## 购房者相继出手

“真的不敢想象，现在市场还能出现需要‘抢房’的情况。”对此，王先生如是表示。

计划年底结婚的王先生，自春节期间之后，便奔波于郑州各个楼盘的销售现场，寻找心仪的“婚房”。

最后，王先生看中了龙湖熙上项目3号楼一套118平方米的三居室，均价约为12000元/平方米。但是，当他选择回家和家人沟通时，却被置业顾问告知，所看中的房源已被别的购房者锁定，建议考虑别的楼层。

再次考虑之后，王先生最终选择了该项目8号楼的同户型房源，但是均价已上调至13000元/平方米。

“真的不敢想象，现在市场还能出现需要‘抢房’的情况。”对此，王先生如是表示。

“其实像王先生这种情况很常见，现在我们每天的访客量都很多，特别是好的户型、好的楼层，稍加犹豫就被别的客户定了。而且我们现在要求单价每周上涨200元，所以就算房源还在，价格可能已经变了。”该项目一位置业顾问告诉记者。

位于郑州市金水区的美盛教育港湾项目，销售情况同样“火热”。

“我们在2月底推出了四期博学苑项目，精装修，均价约为21000元/平方米左右。开盘当天就到了300多组客户，因为人太多，置业顾问忙不过来，有的客户都没有被接待，只能自己先了解了解。”该项



图为美盛教育港湾售楼处，销售人员宣称，项目新推房源，一周内成交近三成。 夏晨翔/摄影

目一位置业顾问表示。

他告诉记者，在开盘后的一周时间里，该项目推出的165套房源已经成交了60套，揽金1亿多元。

值得一提的是，记者了解到，目前该项目还推出了“月供补贴”的优惠政策。如购房者购买一套117平方米的房源，即可获得每月3000元的“月供补贴”。

“购房之后，我们每个月会以现金的形式返给客户3000元，连续返还18个月，共计54000元，相当于帮你们补贴了月供。”该置业顾问告诉记者。

对于为何有这一操作，其表示，“因为我们的售价已经是政府规定的最低价格了，不能再便宜了，只能

在市场持续低温多时的郑州，能否在3月这个传统的销售旺季继续迎来“金三”，成为各界关注的焦点。

不过，郑州当地业内人士对市场回暖的持续性表示担忧。部分人士表示，郑州楼市库存依然较高，去化周期较长，市场需要更多时间的修复。

## 成交量大幅提升

“我市商品房市场正处于回暖复苏的阶段，预计3月份二手房交易也会继续保持稳中向好的态势。”

是一个重大利好因素，对于当地房地产市场的回暖起到了极大的促进作用。”易居研究院研究总监严跃进分析称。

首套房利率的下调也直接刺激了当地的房地产市场。

贝壳研究院郑州分院数据显示，1月29日政策发布之后，贝壳平台线上日度商机增长明显。30日达13372组，为近半年以来最高值。政策发布后的第一个周日，二手房的日度带看突破2900组，新房单日带看超800组，也达到了近半年单日最高峰值。

从成交方面来看，新房、二手房日度成交均呈明显上行趋势，第一个周日，新房单日成交突破百单，二手达184单，为近6个月单日最高值。

“积压的置业需求在年后加速释放，加之本次房贷利率下调，对于刚需和改善型购房者都

## 政策端持续利好

王欢分析称，从整个市场面来看，库存等核心指标并未有明显的逆转，依旧维持在较高水平。

事实上，记者在走访中注意到，“交付力”已成为当地新房市场中，各项目都会重点强调的“关键词”。

而随着郑州市“保交楼”专项行动的持续开展，购房者也逐渐对当地的新房市场恢复了信心。

据了解，自去年起郑州市就强力实施开展了“保交楼”专项行动，通过“统借统还、政府回购、项目并购、破产重组”及地产纾困基金“4+1”模式，加快各房地产项目可持续建设。

3月3日，郑州市召开2023年全市住房保障和房地产管理工作会议。会上强调，使用第一批专项借款的60个“保交楼”项目，10月底前全部建成交付；使用第二批专项借款的82个项目，年底前建成交付50%。交办的不动产办证类问题楼盘6月底前动态清零，停工烂尾类项目12月底前化解大头落地。

此外，郑州市还启动了购房节、房展会等活动，鼓励房企让利促销。郑州下辖各县市(区)

万平米，同比增长87.09%。

而诸葛找房数据研究中心提供的数据同样显示，今年2月，郑州新建商品房成交14829套，较上月增加6619套，环比上涨80.6%，同比上涨134.5%。从近12个月成交走势来看，月均成交套数为8386套，该月成交14829套，高于近12个月平均成交量76.8%。

存量房方面，2月份郑州二手房成交5825套，较上月增加114套，环比上涨2%。从近12个月成交走势来看，月均成交套数为5254套，该月成交5825套，高于近12个月平均成交量10.9%。

值得一提的是，从二手房调价房源来看，今年2月，郑州涨价房源为13542套，较上月上涨93.5%。郑州近两个月涨价房源量在6999套以上波动。与此同时，该月涨价房源占比回升，凸显业主信心有所提振。

# 代建渐成房企新增长极 需求端客户日益多元

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

自去年以来，在地产行业

去杠杆的背景下，为追寻稳健、安全发展，企业对于轻资产、高盈利、抗周期的代建业务愈加青睐。

随着众多房企纷纷入局，代建正在由一个分支赛道开始走向

独立赛道。某头部代建企业指出，代建未来将成为房企独立的业务和新的利润点。

与此同时，除了商业代建之外，纾困项目、国央企及城投公司开发项目，以及政府主导的保障

类租赁住房建设所带来的增量业务，使得整个代建赛道客户类型变得更加多元。

## 由分支赛道变成独立赛道

今年2月底，龙湖龙智造与大家保险集团旗下另类资产管理平台——大家投控就温州市滨江商务区16-01、02、04、05、06、07地块项目达成开发管理合作。据了解，这是龙湖龙智造在浙江签下的首个建管项目。该项目位于温州市滨江商务区核心板块，总建筑面积约40万平方米，预计总投资额40亿元。

早在去年9月份时，龙湖集团就曾与大家投控合作，获得超高层综合体“苏州双子金融广场”代建开发权。该项目位于苏州新区狮山核心CBD，是一个集住宅、公寓、写字楼、商业、酒店等多功能业态于一体的超级综合体项目。龙湖龙智造在其中提供包括开发建设、可售业态销售管理及品牌使用等全过程的代建管理相关服务。

作为代建领域新入局者，龙湖龙智造拓展势头迅猛。去年8月份时，龙湖集团宣布入局代建领域，并发布代建品牌——龙湖龙智造。龙湖集团内部将其归类于服务业中的智慧营造板块，该项业务结合了定位策划、开发管理、虚拟建造、数字孪生、EPC服务、智慧城市整体解决方案等产品服务模块，协同为客户提供一站式全周期的建造服务和营造服务。

随着近日龙湖集团发布2022年业绩公告，龙湖龙智造的业务进

展也一并公布，据龙湖集团首席财务官赵铁介绍，截至目前，龙湖龙智造已获取建管项目近40个，总建筑面积超过700万平方米。

据了解，自去年发布以来，龙湖龙智造已接连签约苏州、成都、重庆、北京、无锡等多个项目，目前已与包括大家投控、中铁城投集团、清华大学等在内的央国企、地方平台公司、AMC、保险公司及大厂高校等行业机构建立了良好的合作关系。赵铁表示：“通过龙湖龙智造入局代建行业是龙湖持续洞察行业机会、布局长期业务的重要战略，已成为集团服务业态的新增长极。”

随着房地产行业进入下行阶段，具备轻资产、逆周期、高利润率特征的代建业务愈加受房企青睐。

从去年以来，越来越多的房企开始涉足“红海”。根据市场机构中指研究院的统计，2022年房企代建项目预计新签约建筑面积达到了11073万平方米，首次突破了1亿平方米，相比2021年增长了11.3%。

据不完全统计，截至2022年末，涉足代建业务的品牌房企已经超过了60家。其中既有绿城管理、中源建设、金地管理等早期入局者，也有旭辉建管、世茂管理、龙湖龙智造等新玩家。无论是全国化超大型房企如万科、中海、保利发展等，还是地方性大中型房企如联发集团、滨江集团以及建业集团等均有涉及代建业务。

## 客户类型更加多元

所谓代建，是指拥有土地的委托方发起诉求，由拥有项目开发建设经验的一方承接，双方实现合作开发。依据委托方性质的不同，代建通常可分为商业代建、政府代建、资本代建等。

以往，商业代建是多数代建企业的主要业务类型，代建领域客户相对单一，但是从去年开始，政府代建、纾困类项目、城投平台等需求增加，使得该赛道客户变得更加多元。

比如中原建业，公司以往客户是寻求商业代建的中小开发商为主，集中在三线及以下级别城市，去年受疫情和行业整体波动影响，这些城市面临较大的去化问题，2022年中原建业的新拓展面积、合同销售、净利润等经营指标同比均有所下滑。为了减少对单一模式的依赖，中原建业从去年下半年便开始加大政府代建、资本代建、问题项目纾困等业务的落地。

根据业绩公告显示，截至2022年底，中原建业共与14家地方政府平台公司、8家国企签订战略合作协议，共签约14个政府代建项目，签约面积201万平方米。

在政府代建方面，中原建业主席及非执行董事胡葆森表示，公共住房、旧城改造，尤其是城投平台土地资源盘活的需求，是公司未来代建增长的重要驱动力。

据了解，自去年以来，城投平台的代建需求在整个代建领域中增长最为突出。自从2021年第二批次集中供地以来，不少城市拿地主力由过去的民营房企转变为城投平台和央国企。

以中原建业的大本营——河南市场为例，2022年政府所供应地块中有超过三分之二被城投公司竞得。中原建业相关负责人告诉记者，其中不少城投公司自身并没有相应的开发经验和地产全流程管理经验，之前也从未同时操盘过多个楼盘，因此后续需要寻找合作方，比如将地块委托给代建企业进行代建代售即是一种合作方式。

克而瑞研究中心高级研究员易天宇表示，对于城投平台来说，通过招拍挂拿地可以做大其资产，前期可以利用土地进行抵押融资来补充其流动性，后期可待当地销售市场止跌反弹时，通过自建或引入第三方代建来盘活项目，尽可能减少销售回款周期。

随着销售市场的回暖，今年前两个月，中原建业在管项目实现合约销售额33.68亿元，同比增长54.7%；合约销售建筑面积56.8万平方米，同比增长58.5%。

“虽然还没有回到2021年最好的水平，但今年的业绩会较去年有明显的增长。”胡葆森认为，目前地产销售市场已经触底，来

自城投平台、纾困类项目相关的代建需求增多，此类代建业务发展空间较大。

为了提升公司今年业务拓展力度，中原建业推出了城市合伙人模式。据了解，中原建业合伙人理事会于2022年12月成立，从190位合作伙伴中选取13位战略合作伙伴。合作之后，这些城市合伙人各地市发挥自身资源进行签约，加速业务扩张。这13个城市合伙人自身的资产规模就已超过2000亿元，自中原建业成立以来，已经和13位合作伙伴累计签约超过了1000万平米，在今年1月份的集中签约中，城市合伙人贡献了超150万平方米签约面积，占集中签约面积的43%。

据中原建业管理层表示，城市合伙人会是公司未来发展的主要增长极。目前公司已在筹备第二次集中签约，项目数量在30个左右，预计合伙人的项目会达到60%以上。

除了城投平台带来的代建需求外，代建企业另一个业务增长点来自于保障性租赁住房的建设需求。根据公开信息，“十四五”期间全国新增保障性租赁住房的总建筑面积约6.09亿平方米，平摊到2021~2015年，意味着每年新增1.2亿平方米保租房建设需求。据了解，政府对于多数保租房、安置房等政府公益性工程的代

建，会更倾向于央国企或拥有央国企股东背景的市场化主体，以及地方品牌影响力较大的当地企业。

事实上，代建行业的头部效应已愈加明显，据中指研究院统计，从2022年新签约项目建筑面积维度来看，预计排名前五的企业所占代建市场份额约为58.6%，较2021年提升了5.4个百分点。

此外，在各地“保交楼”压力下，纾困类项目亦成为资本代建新机会点。易天宇表示，金融机构普遍不具备操盘开发能力，但具有资金和资源双重优势，拥有较全的金融牌照且可以为开发项目提供增量资金支持；而代建商拥有较为丰富的房地产项目开发经验，但传统“重资产、长周期”模式的开发业务存在较大的资金压力。金融机构选择与代建商合作，通过优势互补，可以实现项目价值的最大化。

实际上，部分头部代建企业的政府类代建和资本代建业务占比正在迅速攀升，比如绿城管理2022年新拓代建项目签约总建筑面积中，政府类业务、国有企业委托方及金融机构占比达76.5%。

据克而瑞统计，当前房地产代建行业整体规模仍然相对较小，整体开发市场的渗透率很低，对标欧美代建参与度可达20%~30%，这意味着国内代建行业未来仍有较大增长空间。

民企拿地热情上升、整体溢价率提升

# 华东土地市场进入“春分”时节 多地迎来土拍开门红

本报记者 方超 张家振 上海报道

“日月阳阴两均天，玄鸟不辞桃花寒。”随着春分节气的到来，大地春暖花开，华东地区土地市场也正逐步升温。

3月17日，江苏省南京市

2023年首轮土拍正式落幕。据了解，南京市此轮土拍共推出11宗地块，最终全部顺利成交。其中，4宗地块封顶摇号、3宗地块溢价成交、4宗地块底价成交，共计揽金176.68亿元，平均溢价率7.98%。

## 三地揽金近500亿元

杭州市今年首轮土拍的地块触顶成交比例进一步上升，整个华东地区土地市场的热度也回升明显。

南京市2023年首轮土拍颇受房地产业界关注。

相关资料显示，在南京市2023年首轮土拍中，11宗地块全部成功出让，合计揽金达176.68亿元，土地出让总面积约41万平方米，总规划建筑面积约91.25万平方米，成交楼面均价为19364元/平方米。

诸葛找房数据研究中心分析认为，在供地政策优化调整的支撑下，南京市土地市场似乎也逐渐开启了“少量多次”的供应模式。其中，南京市主城区多宗核心地块备受开发商追捧，建邺区G03地块和雨花台区G05、G06地块的竞争颇为激烈。

“从最终的土拍结果来看，溢价

成交、触顶成交地块都是位于河西南部、雨核等热门区域，而江北、溧水以及前期外界比较看好的南部新城和江心洲板块，最终都是小幅溢价成交或底价成交。”南京市某地产研究机构分析师钟涛（化名）向记者分析，南京市2023年首轮土拍结果表明，南京房地产市场正呈现出局部回暖的趋势。

除南京市外，苏州市和杭州市已在今年2月先后完成2023年首轮土拍，土地市场亦保持着较高热度。

2月16日~23日，苏州市2023年首轮土拍顺利收官。公开资料显示，苏州市此轮土拍共推出11宗地块，起始总价130.29亿元，最终11宗地块全部成功出让，其中3宗地块触顶摇号、

在南京市土拍迎来“开门红”之前，同处华东地区的江苏省苏州市和浙江省杭州市也均已完成2023年内首轮土拍。2月23日，苏州市2023年首轮土拍落锤，最终11宗地块成交，成交总金额约140亿元，而杭州市2023年首轮

土拍总出让金额达到182.2亿元。《中国经营报》记者注意到，在以苏州、杭州和南京为代表的华东地区2023年首轮土拍中，民营房企参与度开始回升，并成为外界关注的焦点。例如，在南京市2023年首轮土拍中，伟星房产

以31亿元的价格夺取竞争激烈的建邺区G03号地块。而在杭州市2023年首轮土拍中，滨江集团耗资约34亿元竞得三宗地块，成为该轮土拍中的最大赢家。

多位房地产业内人士在接受记者采访时表示，苏州市、杭

州市和南京市均已顺利完成2023年首轮土拍，土地市场热度回升明显。这也与上述城市增加优质地块供给，楼市暖意渐显等因素密切相关，而后续举行的合肥市土拍等亦有望延续这一升温趋势。

## 多地楼市暖意渐显

“杭州新房供应涨幅明显，逐步回归常态，成交虽有回调，核心改善盘依旧高热。”

春江水暖鸭先知。记者梳理发现，在民营房企积极参与、土拍市场热度回升的背后，则是地处华东地区的多座城市楼市开始逐步回暖。

国家统计局日前发布的2023年2月全国70个大中城市商品住宅销售价格变动情况显示，上海市、南京市、杭州市和合肥市等多座华东地区城市新建商品住宅和二手住宅销售价格环比均有所上涨。

以南京市为例，我爱我家南京研究院分析认为，今年2月，南京楼市“小阳春”提前到来，全市二手房成交7808套（含高淳、溧水），环比增长17%，同比大增93.4%；市场活跃度明显提升，交易量持续走高。在价格方面，南京市二手房成交均价为31679元/平方米，环比下降6.6%，同比则上涨2.5%。

“南京市房地产市场正在慢慢好转。”钟涛向记者表示，不过总体而言，南京楼市今年还会处于平稳修复阶段。“预计南京楼市今年上半年处于横盘震荡状态，下半年才会有明显修复迹象。”

易居克而瑞浙江区域数据显示，今年2月，杭州市十区商品住宅成交面积87.1万平方米，环比下降10%，成交均价30594

元/平方米，环比下降16%。但易居克而瑞浙江区域分析认为：“杭州新房供应涨幅明显，逐步回归常态，成交虽有回调，核心改善盘依旧高热。”

在二手房市场方面，杭州贝壳研究院统计数据显示，今年2月，杭州市二手房成交量达7396套，环比1月涨幅达到133%。这一数据亦创下了自2021年6月以来的网签最高值。

另据克而瑞苏州房产测评统计，今年2月，苏州市区商品住宅的供应面积为23.13万平方米，同比增加155.66%；成交面积约44.67万平方米，同比增加48.66%。

记者梳理发现，宁波市和合肥市等华东地区城市也将拉开2023年首轮土拍的大幕。根据合肥土地网日前发布的《2023年第一批集中供地挂牌公告》，合肥市2023年首轮土拍拟推出6宗涉宅用地，在地块总量减少的同时，6宗地块全部要求精装交付。

“土地供应量少，有利于加速存量项目去化。在楼市回暖、入市房企增加、市场库存不多的情况下，如果土地市场热度提升，对楼市整体回暖会有更大帮助。”合肥市房地产业内人士对记者表示，合肥市土拍规则调整或将推高房价，提升房企的利润空间。

## 民企参拍积极性提升

凭借31亿元的拿地金额亦让伟星房产高居南京市2023年首轮土拍房企拿地金额排行榜首位。

房企伟星房产更受关注。

在南京市2023年首轮土拍中，建邺区G03地块受到诸多开发商追捧，开拍1分钟即触顶摇号，最终被伟星房产以楼面价43173元/平方米、总价31亿元的代价拿下。这一楼面价仅次于葛洲坝地产此前摘得的河西G14地块，该地块楼面价高达45213元/平方米，此后被开发为葛洲坝南京中国府项目。

凭借31亿元的拿地金额亦让伟星房产高居南京市2023年首轮土拍房企拿地金额排行榜首位。

“在2022年南京市土拍中，伟星房产等民营房企积极参与其

中。”南京市房地产业内人士告诉记者。近年来，伟星房产频频加码南京房地产市场，并已在南京市摘得4宗地块。

此外，在苏州市和杭州市等地2023年首轮土拍中，民营房企亦成为外界观察当地房地产市场热度的重要切入口。

在杭州市2023年首轮土拍中，杭州本地知名民营房企——滨江集团耗资34亿元摘得3宗地块，分别位于未来科技城、良渚和大江东，总建筑面积为20.7万平方米。

“自集中供地以来，滨江集团在杭州市一共竞得了46宗含宅地

额为182.2亿元，平均溢价率9.3%。

记者梳理发现，目前已经完成2023年内首轮土拍的苏州市、杭州市和南京市三城，在土地市场揽金已累计近500亿元，无流拍土地、溢价率提升等成为共同特征。

“杭州市今年首轮土拍的地块触顶成交比例进一步上升，整个华东地区土地市场的热度也回升明显。”华东地产房地产业内人士向记者表示，南京市和杭州市等长三角地区头部城市正持续受到开发商关注，土地市场回暖明显。但像地处苏北、皖北等地的长三角地区三四线城市土地市场热度“并不会有太大的上升空间”。

块（全口径数据），成为最大的‘地主’。”克而瑞研究中心认为，在杭州市2023年首轮土拍中，民营房企共摘得7宗地块，超过半数。

据克而瑞研究中心统计数据，除滨江集团外，浙江中豪、中腾置业、杭州富阳山水和伟星房产等浙系房企亦均有所斩获，且浙江中豪、中腾置业均为在触顶摇号阶段竞得。“从拿地企业多元也能看出本次土拍的热度。”

而在苏州市2023年首轮土拍中，尽管招商蛇口和建发股份等央国企依然为拿地主力，但亦出现朗诗地产和山西万信等民营房企身影，并成功竞得了土地。

# 家电智能化成发展趋势 华帝集成烹饪中心切入智能厨电赛道

“高质量发展”“多维度转型”成为厨电乃至家电业发展核心，绿色化、智能化厨电也成为了家电行业走进寻常百姓家的未来发展趋势。

2022年以来，国家相关部门印发《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》，提出各地要发挥政府部门、行业协会、电商平台

和家电生产、流通、回收企业等各方面作用，通过政府支持、企业促销等方式，开展家电“以旧换新”活动，全面促进智能冰箱洗衣机空调、超高清电视、手机以及智慧厨卫、智能安防、智能办公、智慧康养等绿色智能家电消费。

今年1月，广东召开全省高质

量发展大会，明确提出“高质量发展是广东的根本出路”。华帝作为广东智能厨电行业的代表，同时也是家电制造业高质量发展的企业，也在始终紧跟国家发展的步伐，从品牌、产品、制造等方面不断寻求突破，将中国厨房引向未来的同时，凸显高质量发展韧性与活力。

其中，华帝推出集成烹饪中心以切入智能厨电赛道，华帝集成烹饪中心主打高效烹饪、优质性能及功能集成，采用上排烟道设计，避免破坏地柜原有布局，分模块集成，机柜一体，黑色百搭设计简约大气，即使旧屋电器换新也可以轻松匹配。

2023年，随着华帝发布新产品集成烹饪中心，集成烹饪中心这条赛道上多了一位实力选手。

为了更好地满足消费者的需求，华帝相关人士曾表示，集成式厨电把多种功能组合在一起，可以做到多种电器之间的功能联动，让使用更加便捷、智能和高效。“它是家电多样化和厨房空间小型化趋势的必然产物。”

华帝集成烹饪中心功能高度集成以及高效烹饪的设计确实凸显出家电多样化和厨房空间小型化的趋势。华帝相关人士将其简要地概括为“一米空间七合一15分钟4菜1汤。”

何为“一米空间七合一15分钟4菜1汤”？指的是，它仅在1米空间就融合了烟机、灶具、蒸箱、烤箱、空气炸锅、隔水炖盅、保温饭盒七大产品功能。在面积受限的厨房内，其满足了功能齐全，动线更有序的诉求，使厨房空间更具舒适性。

华帝集成烹饪中心不仅有技术升级加持，并能够同步进行多种烹饪方式，这使得烹饪效率极大提高。通过烟灶、烟蒸、烟蒸烤等多种烹饪方式的联合启动，在空间、智能、健康、体验等方面都做到了高度集成的华帝集成烹饪中心，让厨房烹饪更加游刃有余。



## 数字化为智能提供技术支持

华帝集成烹饪中心之所以能顺利问世，实际上也得益于国家鼓励家电制造业数字化转型升级的大趋势。

目前，《数字中国建设整体布局规划》提出，要做强做优做大数字经济，推动数字技术和实体经济深度融合，在工业等重点领域，加快数字技术创新应用。

《中国家电工业“十四五”发展规划意见》提出，要加快数字化、智能化、绿色化转型升级，不断提升家电行业的全球竞争力、创新力和影响力，到2025年成为全球家电科技创新的引领者。

作为日常生活中的必需品，在推动家电行业向国际领先地位迈进的同时，也应注重消费者对智能化家电产品的实际需求，畅通流通与消费渠道，打造消费新业态，构建消费新场景，帮助消费者感受到新家电带来的生活方式转变，进一步挖掘消费潜力。

智能制造的数字化升级，同时也是华帝走高质量发展路径的另一体现。为提升企业竞争力，实现长期良性发展，近年来华帝持续加大信息化管理以及自动化设备的投入，以推进、深化企业的智能制造发展。

官方数据显示，近几年华帝已投入超过3亿元用以升级现有工厂。

在产品生产自动化方面，华帝先后投入烟机、灶具、燃气热水器多品类产品的自动化生产线，用以

保证产品的高效、高质量输出。自动化设备投产后，华帝实现整体产能提升43%。

在信息化整合建设方面，华帝快速推动OA、SRM、MES、高级排程等系统上线，通过信息化拉动市场端和工厂端的需求，优化资源配置，快速满足市场需求。如2022年“双11”电商大促活动期间，华帝耀世三腔系列新品实现整体订单发货周期提升了40%，效率提升显著。

信息化系统建设及自动化硬件设备投入双线并行之下，华帝进一步实现了结合企业业务特征的智能化管理，保证了高品质产品的生产，以及降本增效的提升。

智能制造无疑是未来产业的发展趋势。结合既有基础，华帝逐步完善推进智能制造发展及数字化转型升级的整体规划，为构建厨电行业数字化、智能化、自动化的标杆示范制造基地不懈奋斗。华帝提到：“未来将继续加大产业升级投入，计划建设数字化、智能化的高端厨房电器示范产业园，实现智能生产、仓储物流的新模式，向智能工厂发展，打造中山‘灯塔工厂’标杆。”

从制造到智能制造，华帝的向上突破，不仅逐步夯实高质量发展的根基，使企业获得穿越时代周期的强劲发展动力，也为中山智能家电产业集群的打造，发挥了企业的带头作用。

广告



# 注射医美乱象起底

本报记者 张悦 曹学平 北京报道

今年央视“3·15”晚会再次展现了注射类医美行业乱象。

广州暨肽因子生物科技有限公司、旭日美业商贸有限公司、遇太美生物科技有限公司、依圣姿生物有限公司等多家企业被点名。节目显示,多种类型、名称的“美容针剂”出现在各类医美、化妆品展会上,没有资质的工作人员甚至当场可以为消费者进行注射,各类产

## “三无”、套证产品风险大

注射不明物质对人体和面部的伤害非常大,注射后很难通过药物或其他手段代谢。

近年,随着轻医美的走俏,注射填充类项目作为轻医美的重要组成部分之一,也受到众多求美者的追捧。

中泰证券研报显示,医美注射产品按功能分类,可分为填充材料、补充材料、支撑材料、萎缩材料等。刘滢介绍,由于有些产品具备复合属性,临床中对于某些产品的分类并没有明确的界限,既属于注射类,也属于填充类,肉毒毒素也可以划分至注射品类。对于注射产品的用途,比如求美者所熟悉的肉毒毒素,主要对应的是眉间纹的改善,在实际应用中可能会扩充使用范围用于瘦脸、瘦肩、瘦小腿和面部提升等,也会制作成复配制剂用于抑制皮脂腺分泌、改善毛孔粗大和皮肤肤质等。

一位前三甲医院整形科医生向记者表示,实际上,确实存在很多没有资质的产品和私立工作室、美容院等从事医美,有些求美者为图便宜,大胆尝试,但本质上是有害无利。

田亚华介绍,有些欧美国家的产品在当地主管机关取得了医疗器械许可,但由于其配方较为复杂或与我国国家药品监督管理局审核标准存在差异等原因,部分品牌以“化妆品”资质进口然后被用于注射,特别是部分美白、溶脂、三文鱼水光产品有着高市场

品最终流向市场。生产厂家的工作人员坦承,这类打着化妆品旗号、实则用于脸部注射的美容针剂的厂家很多都没有生产许可证件。

广州市市场监督管理局3月15日深夜通报显示,央视“3·15”晚会曝光了医疗美容行业投诉的问题,其使用的产品涉及广州生产企业,广州市、区市场监管部门已立即行动,第一时间赶赴现场,对涉事企业进行核查处置,对涉事产品进行封存、组织开展抽

检。后续依法依规严查严处情况,将及时向社会通报。就核查处置最新进展,《中国经营报》记者致函致电广州市市场监督管理局,3月23日,该局工作人员表示相关材料正在呈批过程中,将尽快向社会通报。

“3·15”晚会展示了医美乱象的冰山一角。事实上,在医美市场仅有III类医疗器械可以被用于注射。中国整形美容协会医疗美容机构分会副会长、中国整形美容协

会教育培训中心主任田亚华向记者介绍,近年许多不具备医疗器械资质的化妆品以及I类、II类超适应证的医疗器械被用于注射的情况仍然比较常见。

上海交通大学医学院附属第九人民医院激光美容科主治医师刘滢向记者表示,注射不明物质对人体和面部的伤害非常大,注射后很难通过药物或其他手段代谢,甚至可以说是注射后“有去无回”。



视觉中国/图

后“有去无回”。

刘滢表示,一般情况下合规产品代谢的速度较快,比如水光一般2—3周自然代谢,交联玻尿酸6—12个月不等,而“三无”产品的成分并没有经过任何严谨的循证医学研究,很可能生产厂家自己都说不清楚。刘滢介绍,其此前接触过的一位患者,注射不明物质后出现脸部问题长达数十年,情况经常反复,在用药后略有缓解但遇到环境变化或身体问题时又出现症状,“有点像肿瘤一样失控”。刘滢表示,比如此前国家禁止的生长因子注射、乳房填充等,为求美者带来了非常多的影响和伤害。

对于注射不明物质带来的风险,刘滢表示,其在线上线下接诊时遇到过很多因注射没有资质产品而出现问题的患者,“比如出现异物肉芽肿,在脸上形成小肉球状的鼓包,有的患者一年后仍然可能无法恢复。”刘滢表示,注射不明物质对人体和面部的伤害非常大,注射后很难通过药物或其他手段代谢,甚至可以说是注射

世界性流行。根据世界卫生组织(World Health Organization, WHO)发布的数据,全球约有2.96亿慢性乙肝(chronic hepatitis B, CHB)感染者,82万人死于感染所致的相关疾病。

3月21日,新通药物方面向

《中国经营报》记者透露,公司乙肝药物甲磺酸帕拉德福韦片(1类新药,以下简称“PDV”)预计今年第一季度正式提交NDA(新药上市申请),目前进展符合预期,按计划稳步推进中。

## 监管不断趋严

2021年以来,相关部门出台多个医美行业监管政策,行业加速出清利好头部合规企业、合规产品以及合规龙头机构。

在政策方面,医美方面医疗器械的监管不断加强。2021年11月,国家药监局医疗器械标准管理中心发布了关于征求《医疗器械分类目录》调整意见的通知,用于注射到真皮层,主要通过所含透明质酸钠等材料的保湿、补水等作用,改善皮肤状态的注射用透明质酸钠溶液按照III类器械监管,通知已于2022年3月正式落地。透明质酸(即玻尿酸)是水光针的常见成分,政策的出台也被市场认为是推动医美行业合规发展的一针“强心剂”。

2021年以来,相关部门出台多个医美行业监管政策,中泰研报证券显示,行业加速出清利好头部合规企业、合规产品以及合规龙头机构。

为了避免医美乱象,田亚华认为可以从政策监管、消费者教育等方面进一步采取相应的措施。田亚华表示,我国市场中既有医疗美容又有生活美容,其中生活美容机构数量庞大,存在相当比例的生活美容机构直接、间接进行了医疗美容的超范围服务,而无论是直接注射、微针还是滚针等方式,都属于违规行为,需要加强监管、从重处罚。而对于合法的具备医疗美容资质的部分机构而言,也存在超范围应用的情况,因而消费者进行医美时也要“验明正身”,检查产品是否具有III类医疗器械的许可证,保护自身身心健康。

田亚华也认为,目前政策上对于一些医美产品的审批仍有改进空间,比如某些已经具备外国医疗资质的产品在国内注册使用时,由于医美产品迭代速度较快,在国内很容易出现旧一代产品具备相关资质、而新一代产品不具有资质的情况。

对于消费者如何选择医美注射,刘滢表示,一定要选择合规的医生、合规的机构、合格的产品。具有执业医师执照的医生是进行医美的基础门槛,有些省份可能

还会进一步的要求,同时要选择经过卫健委批准的合法医疗机构,此外则是选择具有批文的产品。刘滢表示,目前很多注射产品会有自己的防伪码,与热玛吉、超声炮等光电类设备一样可以通过扫码验证。

刘滢提到,比如一位求美者希望进行鼻唇沟注射,那么其可选择的范围主要集中在玻尿酸、胶原蛋白、聚左旋乳酸类等,可以了解三个品类中哪些产品获得了国家III类医疗器械批文,再进一步进行选择。刘滢也表示,目前很多求美者并不清楚如何去专业网站查询相关信息,因此也建议相关行业协会或单位梳理合格产品清单进行公示,以便求美者更方便地选择合规产品。

对于“3·15”晚会曝光的很多“三无”产品,刘滢介绍道,除了通过国家药监局官网进行查询外,对于消费者而言最简单的辨别方式就是通过产品包装后面是否具有械字号批文来判断。目前获批III类医疗器械的产品类相对单一,消费者很容易辨别。玻尿酸等III类械字号产品的审批非常严格,一般情况下从研发到接近临床需要8—10年的周期,中间还需要经历细胞实验、动物实验、人体实验等多个流程后才能获得国家批文,因而目前市场中获得III类器械的产品实际上并不多,主要包括玻尿酸类、胶原蛋白类以及聚左旋乳酸类(PLLA)等。

与很多化妆品甚至没有资质的产品相比,在价格方面,合规产品也有着明显不同。刘滢介绍,以公立医院为例,收费标准一般主要分为材料费用和注射费用两部分,比如某进口品牌的肉毒毒素,其所在医院100单位的售价(即药费)为2000余元、注射费用为1500余元;民营机构多按部位进行收费,如肉毒毒素用于鱼尾纹或眉间纹单部位1000余元或者更低。而对于美容院而言,并不允许进行有创操作。

# 新通药物“押宝”乙肝市场

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

每年3月18日是“全国爱肝日”,2023年的主题是“主动检测、扩大治疗、消除乙肝危害”。

乙型肝炎病毒(HBV)感染呈

世界性流行。根据世界卫生组织(World Health Organization, WHO)发布的数据,全球约有2.96亿慢性乙肝(chronic hepatitis B, CHB)感染者,82万人死于感染所致的相关疾病。

近期,科创板成功过会并准备提交注册的西安新通药物研究股份有限公司(以下简称“新通药物”),其核心产品即聚焦于乙肝、肝癌等重大疾病领域。

3月21日,新通药物方面向

《中国经营报》记者透露,公司乙肝药物甲磺酸帕拉德福韦片(1类新药,以下简称“PDV”)预计今年第一季度正式提交NDA(新药上市申请),目前进展符合预期,按计划稳步推进中。

值得注意的是,近段时间以来,乙肝用药领域接连传来创新药研发的相关进展。

就在3月20日,歌礼制药(1672.HK)公告称,皮下注射PD-

L1抗体ASC22(恩沃利单抗)用于乙肝功能性治愈的II期扩展队列期中数据将于今年第三季度公布。此前,该公司在亚太肝脏研究协会2023年会上口头报告指出,皮下注射ASC22可以实现慢性乙肝功能性治愈。

## 核心产品源自收购

新通药物招股书显示,乙肝(乙型病毒性肝炎)是由HBV引起的,以肝脏炎症为主要表现的传染病,临床表现有食欲不振、肝痛、乏力等。慢性乙肝感染的发病机制较为复杂,迄今尚未完全阐明。在中国原发性肝癌和肝硬化的患者中,由乙肝病毒引起的比例分别达80%和60%。

乙肝治疗目前可归纳为三大治疗方案,即直接抑制病毒繁殖(抗病毒治疗)、功能性治愈和完全治愈。根据临床肝胆病杂志刊载的《慢性乙型肝炎临床治愈(功能性治愈)专家共识》,慢性乙肝完全治愈难以实现,功能性治愈(又称“临床治愈”)是目前治疗的理想终点。

根据弗若斯特沙利文提供的数据,目前主流用药核苷(酸)类药物(用于抗病毒)约占乙肝用药市场的80%。国内已获批上市的一线核苷(酸)类药物分别是葛兰素史克的TDF(富马酸替诺福韦二吡呋酯片)、吉利德的TAF(丙酚替诺福韦片)和百时美施贵宝的ETV(恩替卡韦片)。2021年6月,江苏豪森药业集团有限公司自主研发的创新药艾米替诺福韦片(核苷类逆转录酶抑制剂,以下简称“TMF”)获批上市,成为一线核苷(酸)类药物之一,用于慢性乙肝成人患者的治疗。

值得一提的是,新通药物在研的治疗慢性乙肝药物PDV也属于核苷(酸)类药物。

招股书显示,2011年,新通药物与凯华药物研究有限公司(以下简称“凯华”)合作开展PDV、富马酸海普诺福韦片(潜在长效性肝靶向抗乙肝病毒药物)的研究。2015年,公司通过收购凯华,获得PDV和晚期原发性肝癌药物注射用MB07133两个产品,以及富马酸海普诺福韦片化合物专利和HepDirect技术。

新通药物称,引进上述产品及技术后,公司对其进行实质性改进和创新,形成了晶型、制备工艺、适应证等专利保护,开展了完整的新药研发工作,“PDV是公司基于HepDirect专有技术开发的首个产品”。

今年3月16日,公司抗癫痫注射剂(CE-磷苯妥英钠注射液)获批上市。除此之外,公司最接近商业化的两款核心产品为PDV和MB07133。

对于PDV与已获批的4款一线核苷(酸)类药物的主要区别,新通药物方面对记者表示,PDV已完成III期临床试验的核心临床阶段,主要临床数据显示在有效性方面,该药品指标数据优于TDF,而TAF和TMF的直观数据低于TDF。

安全性方面,PDV具有突出优势,病人耐受性好,与试验药物相关的不良事件显著低于TDF。此外,PDV在肾脏和骨骼等方面的安全性更佳,对血脂影响更低,长期用药心脑血管疾病隐患小。

新通药物方面透露,公司计划在2024年启动XTYW001(抗乙肝病毒衣壳蛋白抑制剂)和PDV的联合用药,希望达到乙肝功能性治愈。

值得注意的是,除抑制乙肝病毒已经上市的核苷(酸)类药物及干扰素类药物外,其他靶点或机制的抗乙肝病毒药物目前均为在研中,但进度引人注目。

今年2月,亚太肝脏研究协会2023年会公布了多项治疗慢性乙肝新药的研究数据。其中,腾盛博药(2137.HK)称,II期研究中期结果显示,BRII-835(也称为VIR-2218)与BRRI-179(也称为VBI-2601)联合疗法安全且耐受性良好,与单独使用BRRI-835或BRRI-179相比,该联合疗法诱导了更强的抗乙肝表面抗原(HBsAg)抗体应答,并改善了HBsAg特异性T细胞应答。歌礼制药则表示,ASC22取得积极的II期研究结果,包括慢性乙肝患者皮下注射ASC22 1mg/kg(每两周治疗一次)治疗24周安全且耐受性良好,可诱导HBsAg下降,甚至HBsAg清除。

《2022年鉴》显示,2021年全国大部分城市的乙肝发病率和新发人数均呈现增长趋势。近十年来,全国每年乙肝新发人数仍在90万—100万。根据《慢性乙型

## 仿制药价格低廉

乙肝病毒感染是一个主要的全球健康问题。根据WHO提出的“2030年消除病毒性肝炎作为公共卫生危害”的目标,届时慢性乙肝新发感染率(与2015年基线相比)要减少90%、死亡率减少65%、诊断率达到90%、治疗率达到80%。

根据《2022中国卫生健康统计年鉴》(以下简称“《2022年鉴”)),2021年我国乙肝新发人数为97.68万人,相较于2020年的90.63万人增长8%。

值得注意的是,由于乙肝预防知识及乙肝疫苗的普及,我国乙肝新发人数在2013年出现下降趋势(新发人数较2012年同比下降11%,2013年新增约96万人),2014—2017年之间新发人数达到较为稳定的状态,增速在±2%区间浮动。不过,2017年开始,我国乙肝新发人数出现较大幅度增长,并再次突破100万人,2018年和2019年基本维持年新增100万病例的速度,2020年新发人数同比下降10%至约90万人。

《2022年鉴》显示,2021年全国大部分城市的乙肝发病率和新发人数均呈现增长趋势。近十年来,全国每年乙肝新发人数仍在90万—100万。根据《慢性乙型

肝炎防治指南(2022年版)》,目前我国慢性乙肝的诊断率和治疗率仅分别为22%和15%。

弗若斯特沙利文分析指出,过去20年,中国已经通过婴儿乙肝疫苗接种,实现将5岁以下儿童HBsAg携带率降至1%以下的目标。免疫接种计划使HBV感染人数持续下降,2020年中国乙肝病毒携带者人数达7140万人,预计2025年将进一步下降到6580万人,2025—2030年中国乙肝病毒携带者人数年复合降低率预计为-2.4%,乙肝病毒感染者转为慢性乙肝患者比例约为30%—40%。

目前中国所有的新型乙肝抗病毒药物包括核苷(酸)类似物、干扰素和重组细胞因子基因衍生蛋白均已进入国家医保目录。当前,国内乙肝用药市场呈现仿制药和创新药相互竞争的局面。除了4款一线核苷(酸)类药物(均为创新药),国内已获批上市销售的还有两款仿制药,分别是正大天晴药业集团股份有限公司等药企生产的恩替卡韦以及成都倍特药业股份有限公司等药企生产的富马酸替诺福韦二吡呋酯片。

值得注意的是,上述两款仿制药均已纳入集采。集采后(按集采价格中位数计算),恩替卡韦仿制药、富马酸替诺福韦二吡呋酯片仿制药在2021年的单人次年治疗费用分别为209元、206元,而同期非集采价格下(以销售额占比较高的仿制药企对应产品的销售定价)的治疗费用分别为2148元、3537元。不过,集采下,乙肝仿制药对于占据更高的市场份额似乎未能显示出优势。

根据弗若斯特沙利文数据统计,在中国,治疗慢性乙肝的核苷(酸)类药物中,创新药销售额占比从2017年的31.87%增加至2021年的47.15%,仿制药销售额占比由2017年的68.13%下降至2021年的52.85%。据其预计,中国核苷(酸)类药物市场将从2025年的123.3亿元增长至2030年的183.7亿元,主要是由于以疗效为导向开发的创新药具有重大临床和商业化价值所致。

对于未来公司产品上市后所面临的市场竞争,新通药物方面对记者表示,“PDV为1类新药,临床和商业化价值突出,可以自主定价,不会受到仿制药集采的影响。创新药物基于稳定的疗效和市场认可度,在市场营销方面更受到临床医生的肯定。”

# 煤化工蝶变：“以氢代煤”焕发新机

## 绿氢替代煤炭

本报记者 陈家运 北京报道

在“双碳”背景下，煤化工通过与绿氢耦合焕发新机。

近日，煤化工龙头宝丰能源(600989.SH)公开透露，其位于内蒙古鄂尔多斯市的“绿氢+煤”制烯烃项目一期已于3月正式开工建设。项目总产能300万吨/年，其中40万吨是用绿氢替代煤炭进行生产。

中研普华研究员李芬珍子在接受《中国经营报》记者采访时表示，“绿氢+煤”制烯烃项目是指利用清洁能源技术——绿色氢能源技术和传统煤化工技术相结合，实现高效、低碳、可持续的烯烃生产的产品。项目的原理是将煤转化为烯烃，并在生产过程中使用绿色氢能源代替传统的煤制气和加氢过程中所需的天然气或重油等化石燃料。这不仅有助于减少化石燃料使用量和二氧化碳排放，促进清洁能源转型和环境保护，还具有优质原料资源、良好的市场前景和经济效益等方面的优势。

宝丰能源方面向记者表示，其积极响应“双碳”号召，本着推动煤基新材料产业高端化、低碳化、集群化发展、保障国家能源安全的目标，在内蒙古鄂尔多斯市图克工业园区，建设全球最大单厂规模最大的“绿氢+煤”制烯烃产业基地，这是全球唯一一个规模化用绿氢替代化石能源生产高端化工产品的项目，有助于引领煤化工产业转型升级、绿色发展。

煤化工行业通过与绿氢耦合创造出了新的发展机遇。

公开资料显示，宝丰能源主营业务为现代煤化工，包含煤气化、煤焦化、绿氢三大产业链。其中，煤气化产业链通过煤炭生产甲醇，进一步生产烯烃(聚乙烯、聚丙烯、EVA)等。

根据宝丰能源披露的信息，其上述煤化工项目包括260万吨/年煤制烯烃和40万吨/年植入绿氢耦合制烯烃项目。按照规划，项目于2023年3月前完成各项施工准备工作，18个月建成投产，实现以氢换煤、减碳增效。

根据氢能生产来源和生产过程的排放情况，氢能又分为：灰氢、蓝氢和绿氢。其中，绿氢是利用可再生能源(例如太阳能、风能、核能等)发电后转化为电能，将电能通过电解水制氢设备转化成氢能。

## 行业竞争变局

现阶段大规模建设“绿氢+煤”制烯烃项目可抢占市场优势。

据宝丰能源介绍，结合最新的先进技术与装备，上述“绿氢+煤”制烯烃项目全部建成后的能源转化效率将达到47.54%，单位产品水耗9.16吨/吨烯烃、单位产品能源消耗1.71吨标煤/吨烯烃，各项能效指标均优于行业当前标杆水平。

早在2021年4月20日，宝丰能

## 市场景气度回升

随着需求复苏，稳增长等政策发力，行业整体走势向好。

3月10日，宝丰能源披露2022年年度报告，公司2022年实现营业收入284.3亿元，同比增长22%；实现归母净利润63.03亿元，同比下降10.9%。

宝丰能源方面分析称，2022年，受原油价格总体持续高位的支撑，聚乙烯、聚丙烯价格总体中幅波动。自二季度开始，聚乙烯、聚丙烯价格波动下行，但到了年末，

价格开始回升。

根据金联创统计数据，2022年，油制聚丙烯利润以震荡下行为主，基本维持在盈亏线以下，低点在5月份，为-2697元/吨，高点在1月份，为353元/吨。煤制聚丙烯利润年内先涨后落，三季度以低位震荡为主，低点为195元/吨，高点为1845元/吨。岁末年初，受国内外经济向好预期的影响，利润水平开始回升。

现阶段，煤化工行业通过与绿氢耦合创造出了新的发展机遇。

多年前，宝丰能源已开始着力打造绿氢全产业链。2022年，其已建成全球规模最大的电解水制氢厂，并在全国首创将“绿氢”成功直供化工系统，替代化石能源生产高端化工材料，实现了煤化工与绿氢耦合发展。

金联创塑料分析师滕美霞在接受记者采访时表示，近年来，国内煤电节能减排改造、减污降碳激励约束政策正在逐步改善，宝丰能源今年3月开工建设的“绿氢+煤”制烯烃项目可以通过改变工艺路线中的化学反应减少碳排放，绿氢耦合煤化工不仅能大幅减少碳排放，同时将使同等化工用煤产出更多的化工产品。



近日，宝丰能源公告披露，其位于内蒙古鄂尔多斯市的300万吨“绿氢+煤”制烯烃项目一期已正式开建。图为银川宝丰能源厂区。  
视觉中国/图

宝丰能源方面表示，上述项目中，40万吨/年烯烃装置以可再生能源发出的绿电制取绿氢替代煤炭进行生产，是全球单厂规模

最大的“绿氢+煤”制烯烃产业基地，在产能规模和技术水平两方面同时创下全球煤制烯烃项目的新开标。

动传统煤化工向清洁化、低碳化方向发展；打造绿氢和煤化工产业链，拓宽了产业发展空间。

宝丰能源方面向记者表示，上述内蒙古项目全部建成后，其煤制烯烃总产能预计占全国煤制烯烃总产能的30%，成为全球最大煤制烯烃生产企业。

聚丙烯合计对外依存度为25.65%，同比下降2.71个百分点。

一位聚丙烯企业人士告诉记者，近年来，聚丙烯新增产能很大，市场供需逐步偏向过剩状态。但是，从中长期需求端分析，聚丙烯从净进口转化为净出口，从全球来看并没有过剩。随着需求复苏，稳增长等政策发力，汽车、地产、家电等领域需求有望提升，行业整体走势向好。

# “锂业新贵”的生意经：剥离非锂业务 持续加码主业

本报记者 范阳阳 吴可仲 北京报道

盛新锂能集团股份有限公司(以下简称“盛新锂能”，002240.SZ)交出了锂资源行业首份“成绩单”。

3月6日晚间，有着“锂业新贵”之称的盛新锂能披露2022年年度报告。2022年，盛新锂能实现营收120亿元，同比增长299%；归母净利润55.5亿元，同比增长541%，业绩创历史新高。

《中国经营报》记者以投资者身份致电盛新锂能，该公司人士表示，公司近年陆续剥离人造板

材、林木和稀土等非锂业务，持续聚焦锂矿、锂盐主业，且随着新项目于2022年投产，公司锂盐产能已增至7万吨/年。目前，公

司上游锂资源的自给率接近20%，随着津巴布韦萨比星锂钽矿项目的投产，预计自给率将提升至50%左右。

## 业绩创新高

研究机构EVTank数据显示，2022年全球新能源汽车销量达1082万辆，同比增长62%，渗透率超13%。其中，中国2022年新能源汽车产销量分别为706万辆和689万辆，同比分别增长97%和93%，市场占有率达26%。

下游强劲需求带动锂价大涨。亚洲有色金属网信息显示，2022年全年，电池级碳酸锂价格由年初的27.75万元/吨上涨至年末的51.95万元/吨；电池级氢氧化锂由21.35万元/吨上涨至52.05万元/吨；锂精矿价格由2560美元/吨上涨至6010美元/吨。

在此背景下，盛新锂能业绩创出历史新高。财报显示，公司2022年实现归母净利润55.5亿元，同比增长541%，利润规模超十余年的盈利之和。

民生证券研报显示，盛新锂能2022年锂产品产销量分别为4.77万吨和4.75万吨，同比分别增长18%和13%；锂精矿产销量分别为5.43万吨和5.80万吨，同比分别增长30%和55%。“产销两旺、量价齐升”推动业绩增长。

同时值得注意的是，截至2022年底，盛新锂能总资产和总负债分别为184亿元和54亿元，同比分别增长152%和149%，负债率为29%，较上年微降0.4%；经营、投资和筹资活动现金流净流量分别为17.3亿元、-28.2亿元和47.8亿元，同比增加15.1亿元、-25.1亿元和39.1

亿元。

对此，民生证券研报显示，盛新锂能经营活动现金净流大幅增长，主要是由于其锂盐销售带来的现金增加；盛新锂能资金实力较强，资产负债率整体保持下降趋势，为未来国内外锂资源的并购增储和锂盐产能的扩张提供了资金保障。

产能方面，盛新锂能2022年年报显示，公司现有锂盐产能为7万吨/年，包括旗下致远锂业位于四川省德阳市于2020年四季度建成投产的4万吨锂盐项目；旗下遂宁盛新位于四川射洪于2022年1月投产的3万吨锂盐项目。此外，公司为固态/半固态电池发展做准备，旗下盛威锂业目前已建成金属锂产能500吨，另有500吨金属锂产能处在建设中。

“以目前7万吨/年的锂盐产能计算，公司上游锂资源的自给率为20%左右，未来随着非洲津巴布韦萨比星项目的投产预计提升至50%左右。”盛新锂能方面人士表示，目前公司体系内在产的锂资源项目主要有两处：一是国内江西奥伊诺矿业约7.5万吨/年的锂精矿，二是南美阿根廷SDLA盐湖项目2500吨碳酸锂当量的锂资源。

光大证券研报显示，除自有锂资源外，盛新锂能通过与金鑫矿业、银河锂业、ABY公司、AVZ矿业、DMCC公司等境内外企业签署长期采购协议，来保障原料供应。

## “变道”锂资源

同A股多家锂资源上市公司类似，盛新锂能亦是近年新晋的锂业“后起之秀”。

盛新锂能往期年报信息显示，公司前身为威华股份，自2008年在深交所主板上市以来，其主要从事人造板材及林木业务等。

2017年，通过接受表决权委托的方式，深圳盛屯集团有限公司(以下简称“盛屯集团”)代替李建华成为盛新锂能的控股股东，姚雄杰成为公司实控人。在盛屯集团入主前后，盛新锂能开始涉足锂盐、锂矿业务，并不断将经营重心向锂业倾斜。

盛新锂能披露信息显示，2016年，公司通过对致远锂业和

万弘高新进行增资并取得其控股权，将业务延伸至锂盐及稀土等新能源材料领域；2019年，从包括关联方盛屯集团等在内的6方手中，以9.2亿元收购盛屯锂业100%股权，因后者子公司奥伊诺矿业主要从事锂辉石矿采选和锂精矿销售，遂将公司业务延伸至更上游的锂矿领域。

同期，与永兴材料(002756.SZ)、天华超净(300390.SZ)等一边进军锂业、一边守住原有主营业务的上市公司不同，盛新锂能近年则在持续剥离非锂业务。

上述盛新锂能方面人士表示，近年公司陆续剥离人造板材、林木和稀土等非锂业务，进一步

聚焦主业。“旗下的5家人造板材公司，从2020年10月开始就不再纳入并表范围。上市公司体系内的部分林木业务，后续也会根据情况适时进行剥离。”

相关公告显示，2020年，盛新锂能以9.3亿元将旗下5家纤维板公司的55%股权出售给关联方盛屯集团和宏瑞泽实业，完成对人造板业务剥离；2021年，将其子公司万弘高新51%股权以1.38亿元出售，剥离稀土业务。

与此相应，2019—2021年，盛新锂能来自锂资源相关业务的营收分别为5.1亿元、6.9亿元和27.9亿元，占比逐年提高；而来自非锂业务的营收分别为17.7亿元、11亿元和1.4亿元，占比日渐萎缩。

2022年年报显示，当期公司锂产品业务贡献营收120亿元，占比达99.9%，实现毛利润72亿元，占比达99.9%。

在锂电赛道上飞奔的同时，值得注意的是，盛新锂能于2022年末通过定增方式引入产业链巨头、下游客户比亚迪作为战略投资者，以42.99元/股向后者非公开发行4663万股股份，募资20亿元。

目前，比亚迪现以4663万股持股，位列盛新锂能第三大股东。盛新锂能方面表示，双方将在原料购销和加工、技术合作、矿产资源开发、产业链协同等方面进一步深化合作，实现资源共享、优势互补。

木绒矿山的探转采等。

对于未来5年的发展战略，盛新锂能在近期投资者关系活动中表示，公司将继续加大对锂电新能源领域的投入，保障在产项目的生产经营，推动在建项目的建设进度。同时围绕四川、非洲、阿根廷等地继续寻求优质锂资源，加强资源储备，并根据未来市场需求适时扩大产能规划。

值得一提的是，伴随近期的锂价回落，盛新锂能3月21日报收36.72元/股，较去年高点的69.38元/股已下滑近半。

## 持续加码扩产

“盛新锂能冶炼端开启全球化布局，远期产能或达13万吨/年，将成为国内头部锂盐生产企业之一。”上述民生证券研报表示。

2022年年报显示，盛新锂能除上述已投产的7万吨/年锂盐产能外，旗下印尼盛拓正在推进位于印度尼西亚苏拉威西省莫罗瓦利县莫罗瓦利工业园(IMIP)内的年产6万吨锂盐项目，预计2023年底建成投产。

锂矿方面，2021年末，盛新锂能以7650万美元获得津巴布

韦萨比星锂钽矿项目总计40个稀有金属矿块的采矿权证，矿块面积合计2637公顷。公司表示，其中5个矿权对应20万吨锂精矿产能，相关项目将于近期建成投产；剩余35个矿权也将准备进行勘探。

盛新锂能方面人士表示，“如公司年报所披露，津巴布韦萨比星相关项目原定于近期投产，不过因当地近期遭遇暴雨，所以具体投产日期需根据当地天气情况而定。印尼盛拓的6万吨锂盐项目正在建设中，该项目包括5万吨的

氢氧化锂产能和1万吨的碳酸锂产能，预计在今年底投产。”

此外，在上游资源自主可控方面，盛新锂能还与地质勘探起家的中矿资源(002738.SZ)在津巴布韦设立合资公司，共同寻找优质锂矿资源项目；在津巴布韦、尼日利亚、刚果(金)等地分别设立全资子公司，加强对非洲地区锂矿资源的关注和布局；推动阿根廷SDLA盐湖项目技改工作和Pocitos盐湖年产2000吨碳酸锂当量的中试生产线建设，推进其他参股盐湖项目的勘探工作；推进

# AIGC热潮汹涌 游戏掀起产业变革？

本报记者 李哲 北京报道

近日，ChatGPT概念在资本市场迅速蹿红，关于人工智能对生产方式的变革话题也引发热议。而在游戏领域，AIGC（即AI Generated Content，利用人工智能生成内容）的竞争布局已经白热化。

## 刺激产业发展

AIGC可以帮助开发者提高游戏生产效率，通过AI辅助程序化和工业化人物场景美术和建模等，降低游戏研发成本。

同以往的人工智能产品不同，目前AI技术水平已经超越了能存会算的计算智能阶段，并迈入能听会说、能看会认的感知智能阶段。随着人工智能算法的逐渐强大，对各行各业的影响和带动效应正在逐渐显现。

记者注意到，在经历过2022年的低迷之后，游戏市场在2023年迎来反弹，伴随着人工智能的发展，游戏这个科技领域的超级试验场再次活跃起来。

中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长敖然曾在公开场合提到，当前，我们正处在互联网技术和范式变革的前夜，游戏产业与下一代互联网技术有着非常深刻的关联。

速途研究院院长丁道师提到：“因为玩家对游戏效果的需求逐渐提升，对包括云服务、网络质量、硬件设备的要求也随之增加。这无形中刺激了产业的发展。”

业内人士认为，集合了文字、图片、动画、视频等数字资产的游戏行业与AIGC有着极高的契合度。同时，作为科学技术应用的超级试验场，游戏行业无疑将成为人工智能技术最先应用的领域之一。

《中国经营报》记者获悉，作为前沿科技应用的超级试验场，游戏同AI的融合可谓无缝对接。当前，众多游戏公司正在积极拥抱AIGC。无论是在预习制作端融入AIGC技术实现降本增效，还是在游戏应用端融入GPT（生成预训练转换器）进而代替人工，当

前，AIGC的应用已经在游戏领域迅速蔓延开来。

海通证券传媒互联网首席分析师毛云聪表示，“我们在元宇宙里观察到的每一帧画面，都需要大量的算力和消耗，靠人工创作工作量非常大，需要聪明的AI来创造内容。”

王冠然撰文指出，千人千面的智能NPC使开放世界游戏更加逼真，提升游戏的自由度和沉浸感；同时游戏AI智能提升，丰富游戏体验；未来想象空间在于游戏AI有望推动实现游戏内容的“无限”生成。从UGC（用户生成内容）到AIGC，AIGC可以极大程度丰富可玩游戏内容，涉及关卡、地图的游戏例如沙盒类、Rogue-like等品类，或涉及对话、剧情的游戏例如RPG（角色扮演类）、AVG（文字冒险类）等品类均有产品升级潜力，从而提高玩家的游戏意愿、黏性和付费意愿。此外，AI技术和AIGC还能升级游戏的表现力。更为重要的是，AIGC可以帮助开发者提高游戏生产效率，通过AI辅助程序化和工业化人物场景美术和建模等，降低游戏研发成本。

此外，光大证券研报中提到，AIGC游戏应用前景广阔，有望助力形态升级和产业变革。短期，AIGC技术有助于提升游戏开发效率，降低开发成本和开发门槛。中期在AI生成内容的版权、监管等政策完善后，AIGC技术有望大幅改善游戏体验。长期来看，AIGC技术有望全面助力游戏形态升级和产业变革。

中信证券研究院传媒首席分析师王冠然撰文指出，游戏、内容、文旅等文娱板块将是有望率先实现AIGC落地的行业之一，同时AIGC赋能文娱行业的核心在于提高内容的生产效率+生产出更优质的内容，实现降本增收，有望推动游戏、内容、文旅等文娱行业的进一步发展。

此外，随着ChatGPT这类实用性强、话题度高的产品出现，有望催化各行各业对于AIGC重新认知。游戏、内容、文旅等文娱板块有望率先实现AIGC落地的行业之一。

## 着手布局抢市场

AIGC产品已经被应用在众多游戏公司的产品研发过程中。

对于游戏公司而言，降本增效无疑是2023年的关键词之一。而在游戏研发制作过程中，AIGC的加入正在为游戏行业带来新的变化。

3月20日，《时空中的绘旅人》游戏在其官方微博发布消息称，该游戏计划逐渐迭代并替换初代技术方案的配音内容（与卿书版本的活动、卡组剧情），后续也将与网易互娱人工智能实验室保持长期合作，并持续优化叶瑄角色语音质量。

记者了解到，《时空中的绘旅人》是一款由网易研发的世界观基于“平行宇宙”概念的剧情恋爱手游。由于2022年8月后，原叶瑄配音演员无法正常开展工作，经与合作方沟通，采取暂代方案“提取此前声音特征”制作配音。但是随着游戏版本更新及品质需求，原有技术方案无法适配新增的语音内容需求。

随后，经过与网易互娱人工智能实验室沟通后，技术团队采用新的方案，根据叶瑄专属声音模型，新的声音模型具有更流畅的听感及丰富的情感表达。根据2023年2月游戏内问卷调查结果，叶瑄新声音模型实装后的用户评价均高于早期AI配音（2022年与卿书版本）。

此外，米哈游研发的律政恋爱推理手游《未定事件簿》于2022年9月发布微博提到，莫弈（未定事件簿中角色）配音演员因暂时无法参与语音收录的工作。为避免后续游戏内莫弈相



当前，众多游戏公司正在积极拥抱AIGC。

视觉中国/图

乐作品，效率大幅提高、成本大幅降低，同时使传播更迅速；从音乐的使用场景看，功能型、氛围型的音乐以及游戏和元宇宙BGM，通过AI制作很快能高效满足交互的需求。AI创作会使音乐产业提速以及效率化。

昆仑万维方面表示，未来昆仑万维将全面激活昆仑万维内部多元业务的“神经系统”，提升元宇宙、文娱、社交等业务板块的内容生成能力，助推内部业务的动能切换。

除将AIGC应用于产品开发端外，在游戏应用方面同样有所渗透。汤姆猫方面表示，该公司未来计划将“会说话的汤姆猫家族”IP与ChatGPT、人机交互、语音识别等互联网新兴技术深度融合。

其中，音乐制作领域的AI应用已经初见成效。昆仑万维旗下天工乐府SkyMusic是国内第一款商用级作曲AI模型，目前面向全球音乐市场，已在美国、韩国、印度尼西亚等国家及全球180多个音视频平台发行了近20首人工智能生成歌曲。

业内人士表示，从音乐制作角度看，借助AI对海量的版权数据的学习，搜集成功的音乐作品的共性，可能快速创作出新的音

此外，在2月15日，网易旗下的《逆水寒》手游已经安装了国内首个游戏GPT，NPC能和玩家自由对话，并且基于对话内容，自主给出有逻辑行为反馈，且与游戏机制深度融合，可以进一步丰富游戏内容。

# 游戏引擎拓写现实：Unity如何构建智慧城市？

本报记者 许心怡 吴可仲  
北京报道

曾一度受到资本追捧的“元宇宙”概念，如今褪去高大上的光环，落入更接近实际、更加惠民的板块中——智慧城市便是其中之一。

在智慧城市构建中，数字孪生城市是重要一环。IDC《2022年中国智慧城市市场分析及2023年十大预测》认为，数字孪生城市是中国智慧城市需重点关注的技术和场景之一。中国信息通信研究院《数字孪生城市白皮书（2022年）》指出，数字孪生城市逐步深入到城市全要素表达、业务预警预测、场景仿真推演、态势感知智能决策等多个环节，正成为各地智慧城市建设或城市数字化转型的重要探索方向。

上述白皮书介绍，数字孪生城市技术集成性高，其中核心技术至少包含六大部分：标识感知、GIS与新型测绘、孪生建模、可视化渲染、仿真推演、交互控制。其中可视化渲染技术来源于计算机图形学和图像处理技术理论，通过WebGL或游戏引擎工具将3D模型生成图像、视觉效果的过程，能够真实展现物理世界全貌。

作为全球应用广泛的通用游戏引擎之一，Unity的兼容度与易用性使它可以被快速适配至各行各业的不同应用场景中。Unity中国方面对《中国经营报》记者表示，作为实时3D引擎，Unity能够提供一整套综合解决方案，利用实时三维等技术，助推城市的智能化升级。

## 游戏引擎构建数字孪生

Unity引擎在数字孪生的营建中，主要提供两项技术支持：虚实同步与实时渲染。虚实同步让物理世界与其数字映射体之间建立了实时对应；实时渲染则让高密度人群、真实光照、雨雪状况等可以在虚拟画面中呈现真切表达。

上述两项技术可以实现诸多功能。比如，真实世界中正在发生的可以无时差地传送至虚拟世界；通过在虚拟世界里的操作，也能实时指挥物理世界中的设备。“举例来说，前者可能是城市交通状况的数据实时可视化，后者则是生产线上的机械臂完全可以通过实时3D引擎来控制。”Unity中国方面介绍。

Unity中国方面称，Unity具备的兼容度与易用性使它可以被快速适配至各行各业的不同应用场景中。“作为实时3D引擎，Unity不仅能够呈现炫目的游戏与影视画

面，也能够提供一整套综合解决方案，利用实时三维、数字孪生、大数据、云渲染等技术和跨平台发布的优势，赋能水利、机场、轨道交通、能源等更多基建相关领域进行数字化转型，助推城市的智能化升级。”该公司方面称，未来将持续加大研发投入，致力于打造中国本土的、适配各类国产软硬件平台的数字生产力工具，丰富由实时图形渲染技术支撑的AR、VR、MR以及数字孪生体验，促进中国数字经济安全、稳定、健康发展。

数字经济的发展与网络、云计算等底层基础设施建设密切相关。在推动智慧城市发展方面，目前的基础设施是否存在短板？Unity中国方面回应称，从算力的铺建角度而言，中国速度已经非常可观。

Unity中国方面对记者表示，去年，其与中国移动咪咕携手，中



在智慧城市构建中，Unity能够提供一整套综合解决方案，利用实时三维等技术，助推城市的智能化升级。图为上海第五届进博会Unity展台。

视觉中国/图

国移动着力构建以“5G、算力网络、智慧中台”为重点的新型信息基础设施，发展“连接+算力+能力”的

新型信息服务体系，与Unity中国在实时3D技术的拓展辅相成。“算力与实时3D技术的同步发展

将为各行各业持续带来效率的迭代和体验的升级，智慧城市只是其中的众多板块之一。”

## 庞大虚拟走进现实

Unity为全球应用广泛的通用游戏引擎之一，占据移动游戏开发的过半市场份额。游戏开发工具能否顺利应用于智慧城市构建？Unity中国方面对记者表示，对于实时3D引擎而言，游戏、影视领域的需求与智慧城市、工业领域的需

求并不完全一致，可以说各有侧重，所以Unity面向不同行业的使用场景，也推出了不同的垂直产品与定制化服务。

据Unity中国方面介绍，游戏与电影更注重画面质量与效果，因此Unity为开发者提供了各类高清渲染管线以制作更极致的画面；而在非游戏领域，如何将物理世界中的数据在虚拟世界中实时地进行有效可视化才是关键，同时也要不断降低软件的使用门槛，让更多从业者可以快速入门。“比如去年我

们在智慧产线领域推出的UMT工具包，就可以帮助制造业从业者在免代码的操作中快速搭建虚实同步的柔性产线。”

关于如何将现实物理世界中的有效信息搬进数字世界中，Unity中国方面表示，在硬件层面会由不同末端设备负责采集，而在软件层面会由不断进步的各种技术负责分析原始数据，继而提取不同维度的有效信息，再由实时3D引擎完成仿真模拟与实时渲染，最终不断提高城市管理的效率与颗粒度。

据悉，Unity于2019年宣布与主流BIM工具集Autodesk进行合作，计划实现Unity与Autodesk产品之间的数据互通，并在不久之后发布专攻建筑工程领域的垂直软件产品Unity Reflect。“借助Unity Reflect，用户即便不具备编程基础，也可以一键将模型连同BIM信息转换为3D模型。”Unity中国方面称。

2020年，Unity与Autodesk的产品原生集成进一步加强，双方将BIM建筑信息模型设计和协调解决方案插件Unity Reflect集成至云设计与施工管理软件Autodesk BIM 360，从而搭建了可以进行实时设计审查、协作的全新工作平台。

Unity中国方面表示，该平台可连接建筑设计师、工程师及业主，实现即时的可视化设计修改，并且支持在PC、iOS、安卓、AR/VR的跨平台查看；平台中的AR模型1:1呈现建筑效果图，真实展现建筑设计和细节变更，便于设计师快速发现并修正问题。“Unity强大的渲染能力，也让真实光照、建筑立面材质等的呈现更逼真自然。”

对于智慧城市的构建，Unity中国方面表示，Unity已经能实现

将庞大的城市搬进线上世界。此前，挪威第四大城市特隆赫姆通过Unity打造出一个精确的、可交互的虚拟城市，从而让公众参与到“特隆赫姆2050”的城市规划之中。

另外，在上海国际汽车城的项目中，Unity助力构建了整个安亭区域超过100平方公里范围内城市道路区域的数字孪生，实现对500公里道路场景的实时精准还原。

“该数字孪生项目不仅将物理空间的真实场景和开放道路等静态数据映射到数字世界，创造出地形、建筑和周边植被环境，还将真实场景中的行人、其他车辆、天气、光照等动态数据悉数纳入。”Unity中国方面表示，该项目为复杂交通状态下的自动驾驶研发提供了完整的解决方案。

# 北斗导航突进:成国产手机标配 更多行业应用待开发

本报记者 李玉洋 上海报道

2022年9月6日,华为Mate 50成为全球首款支持北斗三号短报文通信的大众智能手机。目前,北斗三号短报文通信已经成为国产智能手机推出新产品的标配。2023年3月23日华为最新推出的智能手机P60系列和智能手表Watch Ultimate又首发了北斗三号短报文双向通信

功能。

当手机、手表等智能终端直连卫星以后,卫星通信的未来还有哪些可能?日前,中国卫星导航系统管理办公室放出消息称,北斗三号全球卫星导航系统自2020年建成开通以来,持续提供功能强大的卫星导航服务,高精度、短报文等特色服务能力已得到充分验证。

如果要对这一消息划重点

的话,短报文是一个,另一个则是高精度。多位受访者告诉记者,当前高精度应用已成为全球各大卫星导航系统的发展热点。“我们在北斗二号规划前期就参与北斗产业链,从基带芯片做起,可以看到北斗在安全监测、自然灾害监测、民航位置追踪、农机自动驾驶等领域的高精度应用越来越多。”北斗

产业链公司——北京华力创通科技股份有限公司(以下简称“华力创通”)董秘办工作人员对记者表示。

此前,北斗卫星导航系统工程总设计师、中国工程院院士杨长风也指出,当前高精度应用逐步向普适化、标准化演进,北斗应用已从解决“有无”,迈入解决“更高精度、更加可信、更优服务”的新阶段。

## 已成国内手机标配

现在不管是网络基站还是智能手机等终端设备,基本都已经支持了北斗系统。

据了解,北斗导航系统是继美国全球定位系统(GPS)、俄罗斯格洛纳斯卫星导航系统(GLONASS)后的第三个全球定位导航系统,由我国自主建设运行,北斗三号卫星核心器部件国产化率100%。目前,北斗三号导航系统已在全球超过120个国家和地区得到应用。

“导航、定位、授时是卫星导航系统正常的功能,不管是GPS、北斗,还是伽利略、格洛纳斯,它们之间的区别在于精度以及覆盖范围,比如俄罗斯的格洛纳斯可能在高纬度地区覆盖更好一点。”市场调研机构Omdia首席分析师杨光对记者表示,现在不管是网络基站还是智能手机等终端设备,基本都已

经支持了北斗系统,“通常情况是多系统平行,哪个信号好用哪个。”

杨光还提到北斗短报文业务发展背后的一个故事。“在第一代北斗系统的时候,我国还没有能力做GPS那种星座,所以用了同步轨道的双星定位方案,需要地面终端发送一个短报文才能定位。后来北斗演进到和GPS类似的星座系统,但最初的功能被保留下来,可以支持短报文服务,这是北斗独有的特色。”他说。

在Sat5G卫星通信标准发起人、世域网通创始人郭正标看来,如今北斗芯片的价格基本与GPS芯片持平,没有太多的成本差异。据央视财经此前报道,北斗系统28nm工艺芯片已经量产,22nm工

艺芯片即将量产,大部分智能手机均支持北斗功能,支持北斗地基增强高精度应用的手机已经上市。

对于北斗和手机芯片厂商之间的合作,杨光认为,现在手机SoC(系统级芯片)中支持多种卫星导航系统,涉及知识产权授权之类的商务条款,已拥有成熟商务模式,总的来说并不复杂。“国家监管部门要求所有在中国入网的终端设备都需要支持北斗,高通很积极,很早就表态要支持北斗了。”杨光说。

“北斗已成国内发行新手机的标配,但在国际化上的认同感还有待提高。对各国消费者来说,如果没有强制要求装机支持北斗导航,那么往往这些手机并不需要兼容

北斗。毕竟基带芯片厂家如果兼容北斗,需要缴纳相关费用。”郭正标表示。

长城证券指出,北斗系统不但可以使我国摆脱对GPS系统的过度依赖,并且“北斗+”生态也将进一步打开更庞大的民用市场。前述华力创通董秘办工作人员也表示,公司将把高精度服务用于民航定位上,目前正在做相关测试。

“现在国内企业做北斗的比较多,一来是政策支持力度比较大,二来是北斗可以和地基增强站做结合,在国内的精度可以做到比GPS精度更高,所以有了这个高精度服务之后,就可以用在测绘等很多领域。”郭正标说。

航已在中国全境内建设框架网基准站和区域网基准站,面向行业和大众用户提供实时厘米级、事后毫米级定位增强服务。

对于北斗高精度定位增强服务,千寻位置将方向锚定在车道级导航赛道。所谓车道级导航,指的是用户在驾驶过程中,可获得手机导航应用提供的亚米级(小于1米)车道导航。当司机需要变换车道,比如临近转向路口或者高速匝道时,车道级导航会提供更精细的车道级动作指引。

杨长风表示,做好时空智能应用,必须发挥好北斗地基增强系统“一张网”的作用,并和云计算、大数据、人工智能等新兴技术有机融合,让北斗高精度定位增强服务,像水、电、煤一样,真正触手可及、随需而用。

长城证券研报显示,北斗导

航深度应用,定位精度实现从道路级进化到车道级别,给百姓的导航体验带来了革命性变化。”杨长风表示。来自千寻位置方面的案例显示,一名广州出租车司机自从在广州城市快速路上开启车道级导航,平均每月可以省下400元的交通违章、罚款等费用。

根据千寻位置提供的最新数据,目前,支持千寻位置高精度车道级导航能力的手机出货量已超过2300万部,覆盖华为、荣耀、小米、vivo等手机品牌的十余款旗舰机型。



北斗系统高精度应用的领域越来越广,愈发受到各方关注。

视觉中国/图

## 发展多种导航定位授时技术

2035年前建成以下一代北斗系统为核心,更加泛在、更加融合、更加智能的国家综合时空体系。

马继华认为,北斗产业的发展需要一个逐渐形成规模的过程,应用越来越多,设备越来越便宜,用户越来越多,从而形成正循环。然而,目前也需要破除三方面的掣肘。

“一是破除观念壁垒,树立北斗应用信心;二是破除技术难题,继续研发新一代高精度芯片;三是破除应用壁垒,逐步推进更多行业的普及应用。”马继华说。

未来卫星通信还有哪些可能?对此,郭正标表示:“下一步可能是发展低轨导航增强卫星,可能就是在现有北斗导航卫星系统的基础之上。另有一种可能是通(信)导(航)遥(感)一体化之后,低轨导航功能和通信功能合二为一,低轨卫星自带原子钟,并通过下行链路进行定位授时。这个系统不一定是北斗系统,可能是融合在现在的星网星座系统当中。”

此外,郭正标还表示,GNSS(全球导航卫星系统)功能与5G网络相融合的RTK(载波相位差分技术)导航体系也是一个发展趋势,可以进一步提高PNT(综合定位导航授时体系)导航授时精度,同时丰富应用场景,尤其是大

颗粒度多路径复杂环境下的测绘,比如户外汽车、无人机实时路径绘制。

中国卫星导航系统管理办公室称,在加速推进北斗规模应用市场化、产业化、国际化发展的同时,北斗系统还将积极发展多种导航定位授时技术,2035年前建成以下一代北斗系统为核心,更加泛在、更加融合、更加智能的国家综合时空体系,提供基准统一、覆盖无缝、安全可信、便捷高效的定位导航授时服务,为未来智能化、无人化发展提供核心支撑。

前述华力创通董秘办工作人员表示,多种导航定位授时技术包含差分定位、惯性导航,郭正标则指出最新的导航定位授时技术是PPP-RTK,且已经商用。据了解,载波相位差分技术和精密单点定位技术(PPP),是高精度卫星导航定位中应用最为广泛、也最具有代表性的两种技术路线。

RTK技术收敛时间短,但受基站距离限制;PPP技术不受基站距离限制,但收敛时间过长。直到2005年,随着PPP-RTK概念的提出,以及技术的不断进步,高精度卫星定位才开始在全世界范围内实现大规模商业应用。

## 高精度定位服务增强

“只有具备精确可靠的时空标签,才能达成物理世界和数字世界的精准映射,从而实现基于时空的感知、计算和协同。”

导航授时是北斗主要应用之一,即通过卫星给各种网络端设备提供精确的时钟服务。“在万物互联时代,各种各样的网络设备与局域网,在运行中需要经常‘对表’(时间同步),以保证信息通畅,卫星的原子钟能提供最精准的服务。”通信行业资深分析师马继华说。

“当下无论是自动驾驶、元宇宙还是数字经济,越来越多依赖于智能感知和数据驱动,数据像石油一样维系着整个数字世界的运转,数据想要互通、发挥有效赋能作用,需要有统一的时间和空

间基准来进行对齐,只有具备精确可靠的时空标签,才能达成物理世界和数字世界的精准映射,从而实现基于时空的感知、计算和协同。”国家北斗地基增强系统建设与运营方千寻位置CEO陈金培如此表示。

杨长风表示,做好时空智能应用,必须发挥好北斗地基增强系统“一张网”的作用,并和云计算、大数据、人工智能等新兴技术有机融合,让北斗高精度定位增强服务,像水、电、煤一样,真正触手可及、随需而用。

长城证券研报显示,北斗导

航深度应用,定位精度实现从道路级进化到车道级别,给百姓的导航体验带来了革命性变化。”杨长风表示。来自千寻位置方面的案例显示,一名广州出租车司机自从在广州城市快速路上开启车道级导航,平均每月可以省下400元的交通违章、罚款等费用。

根据千寻位置提供的最新数据,目前,支持千寻位置高精度车道级导航能力的手机出货量已超过2300万部,覆盖华为、荣耀、小米、vivo等手机品牌的十余款旗舰机型。

# 报告称我国数字人才缺口超过2500万

本报记者 曲忠芳 李正豪  
北京报道

日前发布的《产业数字人才研究与发展报告(2023)》(以下简称“《报告》”)指出,当前我国数字人才缺口约在2500万至3000万左右,且缺口仍在持续放大。

《中国经营报》记者了解到,本次推出的《报告》是国内首次对11个重点产业的数字人才发展的全面梳理与分析,对各行业企业的数字化转型和人才管理具有重要的参考价值。调研团队花费了6个月时间,针对政府、企业、求职者以及高校多级主体进行访谈,调研内容包括公开政策研究、招聘平台数据采集与分析、第三方报告案头研究、企业深度访谈、调查问卷等,全面获取了行业企业数字化转型需求及数字人才信息。其中包括由公司决策者、业务主管、员工和HR填答的近2500份调查问卷,以及与11个不同行业高管交流得到的近100份访谈资料。

报告编制单位之一人瑞人才科技集团(以下简称“人瑞人才”)CEO张建国在接受记者采访时表示,数字化转型并非简单单地将数字化技术叠加运用在企业管理中,一个企业要实现数字化转型,需要经过对企业组织架构、业务模式、人才结构、管理体系、企业文化等方面做系统性的转化。

## 数字人才供需与分布不均衡

目前,关于“数字人才”并没有一个明确的定义,去年9月审议通过的《中华人民共和国职业分类大典(2022年版)》,首次增加了“数字职业”标识,共标识数字职业97个。数字职业、数字化人才越来越成为社会各界关注与讨论的热点话题。

张建国介绍,《报告》中对数字人才的理解是指拥有信息通信技术专业技能的人才,以及与信息通信技术专业技能互补协同的跨界人才。《报告》将重点调研的11个重点产业对数字人才的需求分成了数字产业化和产业数字化两大类别。

对于数字产业化行业而言,专业人才成为实现业务发展、高效管理的关键支撑。调研显

示,未来3年,首先是数字产业化企业最需要运营人员和开发人员,其次是算法人员、销售人员和产品经理,说明技术革新与商业模式创新是助推数字企业发展的两大动力。同时,数字技能的培养和应用也成为共识,46.4%的企业期望员工能接受数字技能和跨学科技能的培训,43%需要员工使用数字化办公系统。而从产业数字化行业企业来看,数字化转型着重关注管理全面转型、数字人才储备和提升数字化相关技能。

调研显示,70.8%的企业高度重视针对数字化转型企业管理的配套转型,大部分企业也将加强数字化相关技能人员的储备(67.7%)和提升公司数字化技能以适应数字业务发展(60%)视作

数字化转型的必经阶段。

数字人才的分布和数字经济发展水平高度一致,数字人才大量聚集在一线城市和新一线城市。《报告》显示,2022年下半年数字人才需求最大的前十大城市中,除了一线城市——广州、深圳、北京、上海占据前四位之外,后六个为新一线城市,如武汉、成都、西安等。前十大城市合计占全国数字人才的75%。从岗位来看,一线城市需求量最大的前五类岗位是C++人才、半导体技术、产品经理、Java人才、嵌入式软件开发,新一线城市则表现为Java人才、电气工程师、电商运营、通信技术工程师和嵌入式软件开发。从薪资水平来看,一线城市、新一线城市数字人才岗位的月平均薪资分别为18328元、13563元。

《报告》对于人工智能、芯片、物联网、互联网、游戏、元宇宙六个数字产业化行业从整体现状、企业视角、岗位类型、胜任力等多维度剖析了人才策略。以芯片产业为例,芯片行业对顶尖人才要求较高,但企业人才供给显著低于产业发展速度,企业普遍面临人才招聘难、培养速度跟不上的难题。芯片行业在上游芯片设计领域的人才缺乏情况较为普遍,且对人才的要求更高,具备一定的壁垒;而中下

游的人才供给相对充分。目前缺口最大的三类人才是开发人员、产品经理、算法人员。

产业数字化重点调研行业包括智能制造、智能汽车、金融行业、生物医药、新零售,《报告》则从人才数量及质量、关键岗位、人才胜任力等维度同样剖析了人才现状及相应策略。其中,智能制造行业数字化转型步入深水区,转型重点从IT基础设施搭建过渡到以数字技术推动业务转型,

以及对数据的治理与应用。《报告》显示,未来3年智能制造数字人才供需比预计从1:2.2扩大至1:2.6,约70%的受访智能制造企业目前数字人才占整体员工的比例不足10%。

针对数字人才供应不足的问题,人瑞研究院率先提出了数字化时代企业构建“井”型人才的理念,以更有效地实现“精准匹配”。张建国解释道,所谓“井”型可以理解为纵向与横向各包含两



视觉中国/图

编制《报告》的另外一家单位——德勤中国合伙人陈岚告诉记者,当前各行业的数字化进程正在加速,企业普遍面临数字化转型意识不足,数字人才成本高、缺乏培育在职人才的必要内部技能和专业知识等挑战。《报告》从客观的角

度分析,发现各行业数字化进程的特点和难点,以及各类企业数字化转型中遇到的问题,总结归纳好的经验方法,并针对困扰绝大部分企业的“数字人才不足与培养”问题提出解决方案,期望能助力更多的企业成功数字化转型。

新迭代,远程办公、视频会议、多地协同等工作组织形式得以实现和应用,推动灵活用工从基础劳力型工作向更复杂的技术性、专业性工作延伸。对于企业来说,将是一种更加灵活敏捷、高效的多元用工模式,而从社会价值视角来看,有望打破现有的人与岗位的固化与僵化,实现形式上“去劳动关系化”,劳动者从“单位人”向“平台人”的转变,实现社会化人力资源的持续增值。

# AR市场“冰火两重天”:多个巨头受挫 消费级风起

本报记者 陈佳岗 广州报道

近日,谷歌公司在其官网宣布,已停止销售Glass En-

terprise Edition(谷歌眼镜企业版),其作为专门针对商业用户推出的增强现实(AR)设备将于今年9月份停止软件支

持。此举标志着谷歌眼镜产品线的终结。

而近段时间,AR行业似乎遇到了寒流,AR隐形

眼镜厂商Mojo Vision宣布裁员75%,并将市场转向研发MicroLED技术。微软则传出公司AR眼镜团队受到

了裁员影响。

国外的AR产业发展仿佛蒙上了阴影。不过,《中国经营报》记者注意到,国

内AR品牌热情高涨。在B端AR项目遇冷的同时,消费级智能眼镜仍在异军突起。

## 多家巨头的AR项目受挫

2022年全球AR/VR头戴式设备出货量仅有880万台,同比下滑20.9%。

谷歌是业界最早推出智能眼镜的一批厂商,早在2012年就推出了第一款AR眼镜Google Glass。但由于价格昂贵、功能鸡肋、侵犯隐私等一系列争议,Google Glass的普及率并不高,2015年,Google Glass基本停止向消费者销售,此后,谷歌将智能眼镜市场瞄准企业客户。Glass Enterprise也成为Google Glass的后续产品。

“这并不是一个令人惊讶的消息,谷歌最初的眼镜产品距今已经10年了,而这个最新版本只是对原始设计的增量改进,已经有4年的历史了。”TechInsights执行总监David MacQueen对记者表示,谷歌未跟上步伐,主要有两个原因:首先,与竞争对手相比,谷歌眼镜是首款功能有限且过时的产品;其次,其在市场增长快速的中国市场影响力有限。

有行业人士向记者指出,谷歌这款产品正式停售前其实早就没什

么水花,业内这两年基本没什么人谈论,不是这两年XR(扩展现实:虚拟现实VR、增强现实AR、混合现实MR的总称)产业发展的亮点,也不是目前AR品类主流的形态了,发展至今是产品定价、定位、内容等多种原因共同导致的。

而谷歌并不是个案。2023年1月,致力于为医疗领域以及日常使用开发的AR隐形眼镜厂商Mojo Lens宣布裁员75%,未来将专注于MicroLED技术。Mojo Vision首席执行官Drew Perkins表示:“全球经济下滑、资本市场极度紧张以及先进AR产品的市场潜力尚未得到证实,这些都导致Mojo Vision无法找到额外的私人资金来继续开发Mojo Lens。”

另一边,微软似乎也遇到了麻烦,据彭博社报道,微软计划裁员万人,其混合现实硬件HoloLens团队受到很大影响,其中包括AR眼镜HoloLens业务,原因与军方减少对

微软AR设备的采购相关。

不仅如此,据媒体爆料,Meta将在2024年推出其首款AR眼镜,但后续因裁员等种种原因目前该项目进展不明。

国外多家AR厂商发展似乎也逃不过经济下滑等带来的连锁反应。

David MacQueen指出,几乎所有科技公司一样,微软已经裁员,包括其混合现实部门的员工。然而,大多数裁员都在虚拟现实方面,微软的虚拟现实社交网络AltSpace已经关闭,“混合现实”平台(实际上是虚拟现实)也已经结束。微软继续开发Mesh平台,该平台更侧重于AR功能。

根据IDC研究报告,2022年全球AR/VR头戴式设备出货量仅有880万台,同比下滑20.9%,其中全球VR出货量同比下滑了21.4%,全球AR出货量同比下滑2个百分点左右。

## 消费级智能眼镜市场异军突起

2022年全球AR/VR头戴式设备出货量仅有880万台,同比下滑20.9%。

但这并不意味着AR市场不被看好。相反,自去年以来,国内智能眼镜品牌发展迅猛,甚至不少AR初创企业仍在近期完成了融资。在AR市场,消费级智能眼镜正在异军突起。

2022年,国内Nreal、亮亮视野、雷鸟创新、李未可、Rokid等初创品牌先后推出了自家的AR眼镜。其中,Nreal在2022年以近10万台的出货量占据了全球AR市场榜首。

IDC的报告指出,往年AR产品主要为高价位的商用型号,新品涌入使得2022年AR产品的平均单价大幅下滑。到2022年第四季度,500美元(约合人民币3450元)以下的AR产品出货占比已经接近90%。

除了初创品牌之外,手机厂商们也跃跃欲试。2022年9月,联想T1智能眼镜发布。12月,OPPO发布了重量仅约38克的双目AR眼镜OPPO Air Glass 2,华为也推出了智能观影眼镜Vision Glass。小米在2023年MWC世界移动通信大会上发布了小米无线AR眼镜探索版,荣耀观影眼镜(HONOR Vision Glass)也在2023年3月6日亮相。

“我们有一个非常大胆的判断,这一次平台更迭,中国会跑在世界的最前面。”对于中国AR品牌在过去一年的表现,Nreal创始人兼CEO徐驰表示,15年前,智能手机出来的时候,无论是硬件端还是系统端、交互端,中国相关人才储备、知识储备都不够;但15年后,供应链以及移动互联网培养的巨大人才储备、庞大的市场已经让中国完全有机会在这波新浪潮下更快创新和引领行业。无论对美国还是欧洲,在快速迭代过程中,中国完全具备优势,能够冲在最前面。

这种“冷热不均”不仅表现在国外厂商遇冷、国内厂商却积极布局,也表现在企业级和消费级

市场的发展差异。

在过去很长一段时间里,商业用户在AR领域的培训和现场服务应用一直处于领先地位,但这类情况在2022年有所转变,消费级AR眼镜成为各大厂商争相布局的重点方向。

IDC增强和虚拟现实研究团队的研究主管Ramon T. Llamas指出,“随着更轻的外形、更明亮的显示屏、清脆的声音和越来越多的游戏列表的出现,早期采用者已经把目光投向另一个方向。再加上VR游戏的广泛流行,即使商业市场依然在不断增长,但消费者市场将会引领AR/VR领域。”

“以国内市场为例,2022年AR品类中有82.9%的出货量均为消费级产品。2022年可以说是国内智能眼镜发展非常迅速的一年,低价位段的产品已经快速占领市场。”IDC中国高级分析师赵思泉对记者表示,2022年全球AR消费级市场同比增长121.1%,商用级市场同比增长50.9%。

记者了解到,以B端市场为主的影创科技(Shadow Creator)2022年曝出大规模欠薪、遭遇市场困境等,也影响到了商用级AR市场的表现。

赵思泉也提到,微软HoloLens 2022年在国内商用市场还是有相对稳定的出货,但其定价及应用范围等都使得用户数相对有限。

对于未来,根据Wellenn XR的推测,到2024年全球AR头显出货量可能从2019年的42万台飙升至150万台。

IDC方面向记者预测,2023年,全球消费级AR出货预计同比增长82.3%,企业级AR预计同比增长43.3%。

赵思泉对记者表示,企业级AR市场目前仍存在产品价格居

高不下、技术门槛较高、工人的学习成本高等行业难点,目前来看主要是制造业用AR产品更多,仍有较多场景可开拓。

“现在的消费级AR更像是智能穿戴眼镜,真正增强现实的应用很少,所以技术门槛不高。”赵思泉同时也提醒道,国内厂商们也还是面临融资环境不稳定、初创企业在消费市场知名度较低,整体消费市场较为低迷、产品同质化严重等诸多现实问题。

“AR仍然存在很多挑战,关键的技术战场之一是镜头技术。苹果、谷歌、微软、Meta和Snap的研发预算都相当大,它们都花费了额外的资金收购拥有AR镜头技术的公司,这显示了创建高质量AR显示器的重大挑战。对于消费市场来说,挑战甚至比企业市场更大。因为对于消费市场来说,挑战不仅在于制造有用的东西,还在制造好看的东西。”David MacQueen举例,Magic Leap和HoloLens都拥有令人惊叹的技术,但消费者不会佩戴如此笨重的设备。这不仅与镜头有关,还与其他组件有关,这需要形式与功能之间的潜在权衡。

尽管谷歌暂停了Glass Enterprise Edition,也并不意味着谷歌放弃了AR。谷歌方面称仍然致力于增强现实技术。谷歌发言人Patrick Seybold表示:“多年来,我们一直在将AR构建到许多谷歌产品中,我们将继续寻找在我们的产品组合中带来新的、创新的AR体验的方法。”

David MacQueen对记者表示,他也期待谷歌未来会有AR产品。值得注意的是,自上一版谷歌眼镜发布以来,其已经收购了North、Radium等AR显示公司。为此,在不久的将来,很可能有一款来自谷歌的、显示屏得到大幅改进的产品。



2022中国国际服务贸易交易会期间,AR游戏体验区引“围观”。

视觉中国/图

## AI 2.0是什么? 李开复押注筹办新公司

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

3月19日,创新工场董事长兼CEO李开复发朋友圈圈称,“我正在亲自筹组Project AI 2.0,一个致力打造AI 2.0全新平台和AI-first生产力应用的全球化公司,这是一家由技术愿景驱动,拥有卓越中国工程底蕴的创新企业,在全球范围内号召世界级的人才,加入我们一起打造这个世界级的公司!”

就相关问题,《中国经营报》记

者联系采访创新工场方面,对方引用李开复的话表示,“AI 2.0是绝对不能错过的一次革命。我们之所以称为AI 2.0,而不是某些产品的代号,因为这些产品其实有多种的内涵,它带来革命的机会大家远远没有看到。我知道在网上都在谈一些很酷的国外的产品,但那些产品只是冰山一角,以后的机会将远远更大,它会是一个平台级别的趋势。”

盘古智库高级研究员江瀚告

诉本报记者,AI从起步到全面普及将是一个非常长的过程。AI这个概念从上个世纪的二三十年代就已经开始有了,然后AI的应用从上个世纪的六七十年代就开始提出了,上世纪90年代又有过一次大的风潮。然后到了21世纪的今天,可以说几轮风潮下来,人们会发现AI从提出概念到应用是需要大量的技术进行支撑的,目前应该是人类离应用AI最近的一次,但是能否实现完全的落地还是一个问题。

江瀚对记者表示,“AI在C端应用场景非常多,比如监控设备、自动制作生成视频,这些都是偏视觉类的AI。还有自然语言类的AI,你看到的ChatGPT,包括文心一言,这些都是自然语言类的AI。另外在金融领域、客服领域、市场营销领域,都有比较多的应用。”

那么, AI公司最重要的能力是

什么? 李开复表示,在人工智能的

时代,数据是新的石油,谁数据多

谁就占了大的优势。AI 2.0时代是一样的,但还需要精准自动标注。

精准的标注就是,做人脸识别

要把张三、李四标注出来,做语音

识别要把里面讲了什么话标注出

来,这个标注很重要,因为AI靠标

注学习。另外,还要有大规模计算

能力以及AI专家。”

“抖音为什么火呢? 虽然抖音

更多的视频是人拍的,但这些视频

## 竞相入局

人工智能和ChatGPT火了,多家企业纷纷入局。

数据显示,目前排队申请百度智能云文心一言企业版API调用服务测试的企业用户已突破10万,与百度智能云基于文心一言展开合作咨询已达6815条,文心一言已有超85万人申请测试。

百度为什么要急着推出文心一言? 百度董事长兼首席执行官李彦宏表示,是需求推动了文心一言的面世,“百度的很多产品,从搜索到智能云,再到自动驾驶,到小度,大家都有需要,更重要的是我们的客户需要、合作伙伴需要”。

同时,李彦宏认为,文心一言是一个新一代的大语言模型、生成式的AI产品。这是一个非常典型的、要靠“反馈”才能不断提升的模型,这也是为什么很希望及早把它给发出来。

此外,从美团退休的王慧文也要在AI领域创业了。美团董事长兼首席执行官王兴将以个人身份参与王慧文创业公司“光年之外”的A轮融资,并出任董事。王兴说,“AI大模型让我既兴奋于即将创造出来的巨大生产力,又忧虑它未来对整个世界的冲击。老王和我在创业路上同行近二十年,既然他决心拥抱这次大浪潮,那我必须支持。我个人将参与老王的创业公司光年之外的A轮融资,并出任董事。”

“AI 1.0的时候,人类还能做很多事情。AI 2.0是一个巨大的源泉,能做的东西比人类多太多了,但它也不能完全覆盖所有的事情。AI 3.0会更大,但也不会覆盖人类全部的事情,因为人类



AI和ChatGPT火热,引各方竞相入局。

金沙江创投董事总经理朱啸虎最近表示,ChatGPT太强大了,对创业公司很不友好。创业公司基于ChatGPT能够创造的价值非常单薄。ChatGPT太强大,不利于创业公司,但反而利好每个行业中的现有玩家。现在,已经拥有使用场景的玩家,通过ChatGPT很容易就能为自己的产品加上人工智能的功能。比如HR部门里,有几个人是专门回答员工福利问题的。今天,这些人全部可以被ChatGPT替换掉。

“AI 1.0的时候,人类还能做很多事情。AI 2.0是一个巨大的源泉,能做的东西比人类多太多了,但它也不能完全覆盖所有的事情。AI 3.0会更大,但也不会覆盖人类全部的事情,因为人类

# 黄仁勋提AI“iPhone时刻”欲推计算光刻革命？

本报记者 李玉洋 上海报道

3月21日晚，英伟达(NASDAQ:NVDA)召开的GTC开发者大会犹如“深水炸弹”，在AI领域掀起巨浪。而让人印象最深刻的是，英伟达创始人兼CEO黄仁勋提出的全新概念：“我们正处于AI的‘iPhone时刻’。”

黄仁勋所谓AI的“iPhone时刻”，即AI技术正在迎来爆发式增长，将成为数十年来最有前途的技术领域之一。在此次GTC 2023大会上，英伟达发布了专为ChatGPT这样的大语言模型设计的GPU H100 NVL/AI超级计算服务DXG Cloud等多款针对AI的最新技术。

值得注意的是，英伟达还发布了让计算光刻变得更加“聪

明”的软件库cuLitho。尽管英伟达此前针对生物制药、化学、气候预测、量子计算等领域也发布过一些中间件和软件库，但都属于常规操作，这次针对芯片制造工艺——计算光刻的举动显得有点特别。

有受访者告诉《中国经营报》记者，cuLitho是一个用于运算式微影函数库，可以缩短先进制程芯片的光罩时程、拉升良率并大幅减低晶圆制作的能耗，英伟达此举意义重大。“英伟达的计算光学加速，确实对先进节点的光刻有所帮助。”一家国内排名靠前的IC设计公司研发人员表示，常规的光学近场修复耗时耗力，尤其是5nm节点以下工艺挑战很大，用AI加速能够分担很大一部分工作量。

## AI的“iPhone时刻”

黄仁勋指出，人工智能发展至今，对社会的影响可能像苹果iPhone打开智能手机市场那样。

在本次大会上，黄仁勋多次提及生成式AI，将ChatGPT称为AI的“iPhone时刻”。2022年11月底，OpenAI发布聊天机器人ChatGPT，迅速引发全球旋风，仅用两个月全球独立访问用户便过亿。

黄仁勋认为，生成式AI是一种新型计算机，一种可以用人类语言进行编程的计算机，每个人都可以命令计算机来解决问题，这之前是只有程序员才能接触的领域，而现在每个人都是程序员。正如此前的互联网一样，生成式AI也将重塑每个行业。

针对部署像ChatGPT这样的大语言模型(LLM)，英伟达发布了AI重磅产品H100，它将英伟达的两个H100 GPU拼接在一起。“当前唯一可以实际处理ChatGPT的GPU是英伟达HGXA100。与前者相比，现在一台搭载四对H100和双NV-LINK的标准服务器速度能快10倍，可以将大语言模型的处理成本降低一个数量级。”黄仁勋说。

英伟达还介绍，会把由8块

旗舰版A100或H100芯片集成的DGX超级AI计算系统通过租赁的方式开放给企业，每月租金为37000美元，以推动加速这轮大语言模型引领的AI繁荣。

“我们在欧美与云服务提供商合作，提供英伟达的DGX系统AI超级计算机的能力。在中国，我们有特别定制的Ampere和Hopper芯片。这些会通过中国云提供商，比如阿里巴巴、腾讯、百度这些企业提供落地的能力，我完全相信他们有能力去提供顶级的系统服务，对中国初创公司一定会有机会来开发自己的大语言模型。”黄仁勋在接受媒体采访时说。

此外，英伟达还推出云服务NVIDIA AI Foundations，提供语言、数据和生物学模型的定制服务，与Adobe、GettyImages、Shutterstock等进行合作。

“人工智能的iPhone时刻已经开始。”黄仁勋指出，人工智能发展至今，对社会的影响可能像苹果iPhone打开智能手机市场那样。

## 用软件做建模的计算光刻

光刻图案未来将一步步走向模糊，或者说没有很高的保真度。

据黄仁勋介绍，所谓计算光刻就是为芯片生产制作光掩模(photomask)的技术，掩膜是一种平面透明或半透明的光学元件，上面有芯片加工所需的图案，并通过曝光将图案转移到光刻胶层上。

光刻加工过程开始后，通过控制光刻机的曝光和开关操作，可以将光束根据掩膜上的图案进行分割和定位，使得光束只照射到需要曝光的区域，从而将芯片上的图案转移到光刻胶层上，实施芯片光刻。

“其实，光刻就像是用‘光刀’在晶圆上‘雕刻’一样。而雕刻需要刻出特定图案。这个图案首先要呈现在光掩膜上。掩膜板就像是漏字板，激光一照，通过镜头，漏字板上的图案也就落到了硅片上。”长期关注半导体行业发展的资深观察人士黄烨锋生动地解释光刻原理。

事实上，晶体管、器件、互联线路都需要经过这样的光刻步骤。因为每种芯片都要经历多次曝光，所以光刻中使用的掩膜数量不尽相同。“实际生产要复杂得多，比如现在的芯片上下很多层，不同的层



有业内人士表示，英伟达针对计算光刻发布的cuLitho，此举意义重大。

视觉中国/图

就需要不同的光刻和掩膜板，且某些层如果器件间距很小，就可能需要多次光刻。”黄烨锋说。比如，NVIDIA H100(台积电4N工艺，800亿晶体管)需要89张掩膜，英特尔(Intel)的14nm CPU需要50多张掩膜。

黄烨锋指出，光刻过程其实很反常识，比如要在晶圆上光刻一个类似“+”的图案，那么掩膜板要做成形似二维码样的图案。对此，英伟达先进技术副总裁Vivek Singh解释说，半导体经过几十年的发展，晶体管互联间距变得越来越

小，但“大概30年前，晶体管的尺寸变得比(光刻机所用的)激光波长还要小，于是衍射效应就产生了，晶体管成像就会变得模糊。”

“对于相机而言，当光圈小到某种程度以后，照片受到衍射效应的影响就会显著增大，导致画面解析力的大幅下降。实际上，超高像素(或小像素)也受制于衍射效应。”黄烨锋表示，尽管光刻机所用光源也发生过几次大的迭代，比如目前讨论最多的DUV(深紫外线)和EUV(极深紫外线)，但哪怕是波长显著变小的EUV极紫外光刻，

其波长与器件间距之间的差异，也变得比过去更小，“换句话说，光刻图案未来将一步步走向模糊，或者说没有很高的保真度。”

因此，计算光刻得以切入，借助计算光刻缓解衍射效应所带来的像差对芯片制造的不良影响。据黄烨锋介绍，此前ASML中国就曾提起过计算光刻，计算光刻已是ASML(阿斯麦)的“铁三角”业务之一。“ASML说计算光刻是通过软件对整个光刻过程来做建模和仿真，对工艺流程做优化，比如说形貌优化、掩膜板修正等。”他说。

## GPU通用计算加速的又一方向

GPU加速后，生产光掩模的计算光刻工作用时可以从两周减少到8小时。

随着晶体管和互联线宽的持续微缩，掩膜板的复杂度越来越高，相应的对计算光刻的算力要求也变高。

“按照过去15年的趋势，如果某个foundry(集成电路代工厂)现有3座数据中心，那么未来10年内就要100座这样的数据中心。”Vivek Singh说，“功耗方面，45兆瓦可能还能接受，但如果是45兆瓦，问题就比较大了。对此，英伟达给出的回答是全新的AI加速技术cuLitho。”

Vivek Singh还提到，包含于计算光刻中的OPC(光学临近效应修正)含有大量矩阵乘法运算，这种运算很适用于GPU加速。说到底，计算光刻也是GPU通用计算加速的某

个应用方向，站在这个角度看，就不难理解英伟达发布cuLitho加速库了。

此前，这种“精雕细琢”的计算光刻依赖CPU(图形处理器)服务器集群。据介绍，英伟达cuLitho可以实现在500套DGX H100(包含4000颗Hopper GPU)完成与4万颗CPU运算服务器相同的工作量，但速度快40倍，功耗低9倍。

可见，GPU加速后，生产光掩模的计算光刻工作用时可以从两周减少到8小时。台积电可以通过在500个DGX H100系统上使用cuLitho加速，将功率从35MW降至5MW，从而替代用于计算光刻的4万台CPU服务器。也就是说，传统的计算模式两周才能完成的

任务，同时使用英伟达的芯片和软件就能在一夜之间搞定。

值得注意的是，黄仁勋还提到了cuLitho在台积电2nm工艺中的使用。借助cuLitho，台积电可以缩短原型周期时间，提高晶圆产量，减少芯片制造过程中的能耗，并为2nm及以上的生产做好准备。据悉，台积电将于6月开始对cuLitho进行生产资格认证，并会在2024年对2纳米制程开始风险性试产，2025年开始量产。

“可以大胆预测，对于IC设计中的版图设计，这个AI工具(指cuLitho)应该也会有很大帮助。”前述国内IC设计公司研发人员表示。不过，对于cuLitho是否运用

AI，Vivek Singh并没有明确回答。

对于是否支持旧工艺的问题，Vivek Singh表示，cuLitho是用作提升解析力、消除衍射的计算光刻，那么对于存在这种需求的工艺来说都适用。“不过，我认为这还涉及到成本和foundry的选择问题，包括cuLitho究竟能多大程度提升良率。”黄烨锋说。

英伟达方面表示，除了台积电之外，还正在与ASML、Synopsys合作，将这种技术推向市场。Synopsys表示，正将cuLitho软件库整合到EDA软件中，而ASML则是“与英伟达在GPU和cuLitho方面紧密合作，计划将GPU支持整合到所有的计算光刻软件产品中”。

# 比亚迪入股昆仑芯引关注

## 百度之“芯”

昆仑芯缘何被比亚迪相中，原因或许在于这家号称“百度之芯”的子公司所致力的目标。

“昆仑芯正研发的第三代AI芯片，是针对高阶自动驾驶系统，未来会考虑推出定制的车规高性能的SOC系统级芯片。”在2022年举行的百度Apollo Day技术开放日上，昆仑芯科技CEO欧阳剑如是介绍。

此前，昆仑芯AI芯片已经迭代

两代，其第一代产品诞生于2018年，这一采用100%全自主研发XPU架构、三星14纳米工艺、算力达到260TOPS的AI芯片最初定位是云端全场景。发布两年后量产实现2万片。

“昆仑芯首代产品的汽车色彩还没有那么浓。”CHIP全球测试中心中国实验室主任罗国昭向记者表示，彼时包括BAT在内的互联网巨头都在布局并推出AI芯片，但由于

AI的商用场景非常多，百度对于昆仑芯初代的产品定位还未明晰。

自2019年始，国内智能与电动汽车产业开始爆发式增长，而百度也开始挺进造车领域。2021年1月，百度宣布正式组建智能汽车公司，以整车制造商的身份进军汽车行业。同年，百度智能芯片及架构部从集团独立出来，成立了如今的昆仑芯。

同年8月，昆仑芯二代问世，

这一支持NLP、视觉、语音等各种类型算法的迭代版本被视为百度入局车芯的标志。百度方面也于随后宣布昆仑芯二代已完成无人驾驶场景端到端性能适配，第三代将于2024年初量产。而据欧阳剑在2022年底披露，昆仑芯二代已经出货数万片，并实现亿元级商业收入。

半导体产业分析师季维认为，相比于一代产品，昆仑芯二代在支

持自然语言处理、计算机视觉、语音以及传统机器学习等车规芯片的功能性上已经越来越明显，加上百度纯自研的架构，因此，将是百度未来主打的AI芯片产品。

值得注意的是，在日前举行的备受关注的文心一言发布会上，李彦宏介绍，在文心一言的四层AI架构的布局中，昆仑芯正是位于芯片层。“这也表明百度未来会在昆仑芯上投入重金。”罗国昭表示。

## 比亚迪的半导体版图

比亚迪入股昆仑芯的意图，在其董事长兼总裁王传福抛出“新能源汽车的上半场是电动化，下半场是智能化”的观点后，便已进一步明晰。

“汽车智能化，本质还是复杂场景下由车机系统处理各类问题的计算能力。”季维表示，因此汽车智能化水平的比拼，比拼的其实还是算力，这也是业内认为半导体将主导未来智能汽车时代的主要原因。

## 车企巨头抢滩“造芯”

比亚迪的入局，也让目前已成红海的汽车芯片市场，竞争更加白热化。

记者注意到，除比亚迪外，目前包括小米、蔚来、小鹏、理想等造车新势力，以及大众、上汽、东风、长城等传统车企，都已经开始自研或者合作参与到这场“造芯”运动之中。

“和比亚迪一样，芯片短缺带

比亚迪的半导体版图也由此开始构建。2020年4月，在对比亚迪微电子等子公司进行重组后，比亚迪成立了比亚迪半导体有限公司，业务范围覆盖功率半导体、智能控制IC、智能传感器和光电半导体的研发、生产和销售。

“2020年开始的缺芯潮或许加重了比亚迪的忧虑。”季维表示，很多国内造车新势力在那一轮缺芯潮中被迫减产，尤其是高端芯片，因此给很多车企造成了很大困难。

比亚迪也许也是其中之一。记者注意到，进入2021年后，比亚迪明显加快了在芯片领域的布局。在投资宁波、广东、长沙、西安、济南等5家半导体子公司后，比亚迪又投资了闻泰电子和中科院微电子所两家DSP(数字信号处理器芯片)厂商，受到业界关注。

同年，比亚迪重磅宣布了与国内车规芯片独角兽地平线以及GPU巨头英伟达达成商业合作。按照计划，2023年上半年起，比亚迪

将在部分新车上搭载英伟达DRIVE Hyperion平台，实现车辆智能驾驶和智能泊车，而搭载地平线征程5的比亚迪车型最早将于2023年中上市。

窥探比亚迪半导体版图的投资策略，罗国昭分析称，从智能座舱、操作系统、视觉算法到各类传感器，比亚迪几乎是全领域涉足，而且基本是与智能汽车的产业核心需求同步，因此，此次

投资昆仑芯，应该也是看中了前者未来在高端智能驾驶系统上的投入。

但鉴于当前比亚迪在昆仑芯的持股比例，罗国昭认为，比亚迪不太可能直接参与昆仑芯的研发环节，但或许会作为合作伙伴，提出自身的场景需求。

据不完全统计，截至目前，比亚迪及旗下公司投资的半导体企业接近20家，涵盖设计、材料、设备等产业链各个环节。

生，就被市场淘汰了。”他指出。与此同时，季维指出，汽车芯片是专业性很强的功能性芯片，这意味着使用场景较为单一。“如果只是企业自给自足，而没有足够的商业化需求，那是非常不划算的事情。”他表示，巨大成本与商业模式的不清晰，会是未来国内车厂造芯的主要挑战。

# 华为软件替代再进一步 MetaERP即将公开亮相

本报记者 秦泉 北京报道

近日,在“难题揭榜火花奖”颁奖典礼上,华为公司创始人任正非在发表讲话时这样说道:“在过去三年时间里,华为完成了13000+颗器件的替代开发,同时还实现了4000+电路板的反复换板开发……今年4月份我们的MetaERP将宣誓,完全用自己的操作系统、数据库、编译器和语言……做出了自己的管理系统MetaERP软件……后续许多设计工具也会上华为云公开放给社会应用,逐步克服断供的尴尬。”

任正非的这段讲话引发业内

广泛关注,其中关于“MetaERP”的发言还引发了资本市场的连锁反应。

《中国经营报》记者注意到,3月20日开盘,国产ERP相关概念股大幅拉升,但两大龙头股价重挫,其中用友网络(600588.SH)跌停,金蝶国际(00268.HK)盘中跌幅超20%、当日收跌18.77%。当日华为有关人士回应称,“MetaERP仅供内部使用,进军ERP市场系误读。”用友网络也回应称,该消息影响不大,公司目前经营一切正常。ERP不是一个简单的工具软件,涉及设计流程、经验提取和实施交付

等一整套环节。不管是国内还是国外的ERP公司想要形成一定的市场规模,都是经过几十年的发展。金蝶国际也表示:“华为的MetaERP是面向内部的,即便是面向外部,金蝶也是其中的核心战略合作伙伴。”

经过这些澄清和回应,金蝶国际、用友网络股价分别于3月21日、3月23日有所反弹。

业内人士对记者表示,不管市场反馈如何,就任正非在讲话中寥寥几句提及的替代成果而言,信息量极大,应该是攻克了很多的难关。

## “千无声处听惊雷”

软件被陆续断供后,华为经过短暂的调整,选择了一条自主之路。

ERP是一种主要面向制造业进行物质资源、资金资源和信息资源集成一体化管理的企业信息系统,也是以管理会计为核心可以提供跨地区、跨部门、甚至跨公司整合实时信息的企业管理软件。同时,ERP还可以针对物资资源管理(物流)、人力资源管理(人流)、财务资源管理(财流)、信息资源管理(信息流)进行一体化集成。

华经产业研究院预计,2026年全球ERP软件市场规模可达664亿美元,我国ERP软件市场规模近年来增速维持在10%以上,预计到2027年达到682亿元。东北证券研报显示,当前,国内厂商占据国内ERP市场份额近8成份额,其中用友(40%)、浪潮(20%)、金蝶(18%)位列前三。但在ERP高端市场上,SAP和Oracle合计占比达50%,仍有较大的国产替代空间。前瞻产业研究院2021年研究报告显示,SAP和Oracle分别于1995年和1989年进入中国市场,在国产ERP厂商羽翼未丰时抢占了市场先机,填补了当时大企

业对ERP系统市场需求的空白,占据大量的市场份额。

早前的华为与SAP、Oracle、Salesforce等全球管理软件公司都有合作,华为的ERP一直采用Oracle系统加一部分的自主研发。但是,自从2019年5月16日,美国开启对华为的“制裁”之后,华为的Oracle系统就陆续被停供。

任正非说道:“当时我们提出一个口号‘要用世界上最好的零部件和工具造世界上最好的产品’,我们实现了。后来突然受到‘制裁’,别人不能给我们提供零部件、工具,我们就傻了。”

据华为内部人士向记者回忆,最初“禁令”下来的时候是凌晨,大部分的产品线都动起来了,小到一颗螺丝都要追溯是否来自美国或者涉及美国方面的技术。

软件被陆续断供后,华为经过短暂的调整,选择了一条自主之路。在经历了近4年的蛰伏后,华为已经完全用自己的操作系统、数据库、编译器和语言,做出了自己的管理系统软件MetaERP。任正

非表示,MetaERP已经历了公司全球各部门的应用实战考验,经过了公司的总账使用年度结算考验,“我们公司的账是业界中很复杂的,这成功地证明了MetaERP是有把握推广的。许多设计工具也上华为云公开放给社会应用,逐步克服了断供的尴尬”。

据悉,今年4月,华为还将举办MetaERP宣誓。在一些重要领域、关键事项中,誓师大会是华为常见的“宣誓仪式、启动仪式”,如去年华为曾举办关于军团成立的誓师大会,任正非出席大会并讲道:“我认为和平是打出来的,我们要用艰苦奋斗,英勇牺牲,打出一个未来30年的和平环境,让任何人都不敢再欺负我们。”

资深业界人士透露,从去年12月开始,华为已连续发布了11款软硬件开发工具和服务,华为自身的产品线研发,已经切换到自己的工具上。构筑起了一套涵盖软件开发全流程、全环节的软件开发生产线,并形成了一站式、全流程、安全可信的作业平台。

## 突破西方垄断仍需努力

中国的软件产业经过多年发展和追赶,已基本构建了相对完整的结构脉络,但总体仍十分孱弱。

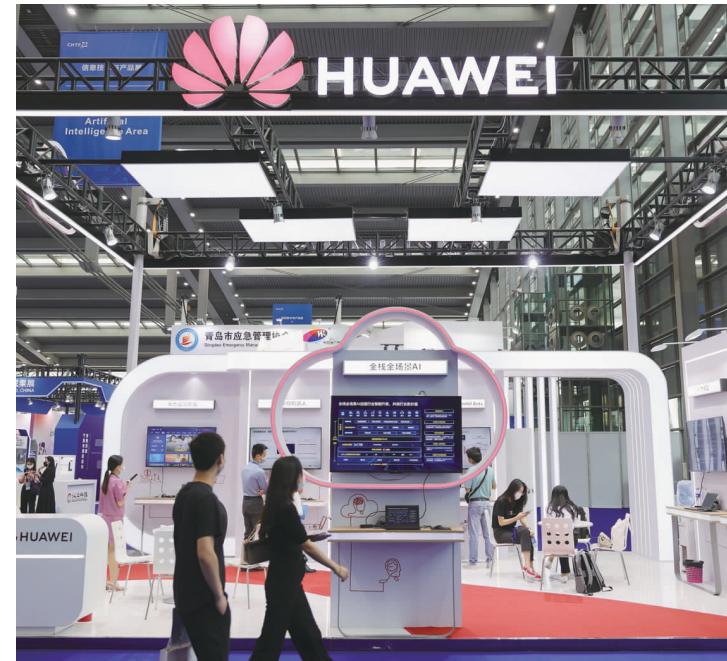
无论是现在的用友还是金蝶,或者是以后的华为,解决国产软件基础工具“卡脖子”的问题,都是一场韧性与耐力的比拼。

业界公认的三大基础软件——操作系统、数据库、中间件,西方厂家长期处于垄断地位。中国软件协会的调研数据显示,2020年,在全球操作系统、基础软件(含桌面、数据库、云操作系统、工具软件等)领域,美国公司的业务收入约0.81万亿美元,占全球比例五分之四。我国基础软件份额较少,国产软件的国内市场份额仅为5%,国产操作系统的国内市场占有率仅4%。

2020年《中国工业软件白皮书》显示,国产工业软件在生产控制、经营管理、运维服务的国内市场中能占到50%、70%和30%的份额,可是在最重要的研发设计类软件中,国产率只有5%,也就是说有95%的研发设计软件需要国外,特别是西方企业授权。

不仅如此,在软件开发工具方面,大量软件企业直接购买美国商用工具,国产软件工具链大量依靠开源技术包装而成,一旦受到国外制裁,开源技术平台被禁用,将会直接导致业务停摆。从业务领域看,被制裁风险较小的是信息管理类工具,如需求管理、测试管理;风险比较大的是代码仓、制品仓、检查等与出包强相关的工具。即,越是核心的工具被制裁的风险越大。

华为面临的问题,正是国产软件的一个缩影。据不完全统计,目前已有超过600家中国企业和机构被列入美国所谓“实体清单”。相关商品和技术的制裁



解决国产软件基础工具“卡脖子”的问题,是一场韧性与耐力的比拼。 视觉中国/图

管控,可能直接导致相关方生产停滞,威胁企业和机构的生存安全。不过,近年来华为在软件自主研发方面的成果有目共睹,操作系统方面有鸿蒙和欧拉等,数据库有高斯,现在又迎来了MetaERP,逐步突破制裁管控应该是有了相当的信心。

上述业内人士指出,从底层芯片到操作系统、根技术、开发工具和各类应用软件服务,美国的数字化生态体系已经“枝繁叶茂”,中国的软件产业经过多年发展和追赶,已基本构建了相对完整的结构脉络,但总体仍十分孱弱。从整个软件生态来看,中国软件产业在各个环节与美国比,仍有很大差距。其中,在软件生产工具方面,美国的Microsoft、Github Java等公司和平台已十分强大,我国仍缺少匹配的类型公

司,只有有限的自主工具。这一基础软件方面如受制裁,如同软件之根被限制把控,无法再生产出上层枝繁叶茂的软件应用。

不过,在华为一众国内厂商的努力下,国内软件行业正待百花齐放。据华为方面介绍,华为自研的部分软件已经通过华为云对外提供服务,服务华为的同时,也服务好其他企业。据透露,华为近期还与伙伴发布一系列硬件开发工具软件,实现硬件工具的自给自足。

解决国产软件基础工具“卡脖子”的问题,是一场韧性与耐力的比拼。正如华为副董事长、轮值董事长徐直军所说:“雄关漫道真如铁,而今迈步从头越。打造从沙子、矿石到产品的领先产品研发工具,彻底摆脱对西方产品开发工具的依赖。”

— 经营 成 就 价 值 —  
**中国经营报**  
CHINA BUSINESS JOURNAL

# 低碳出行 绿色生态

## LOW-CARBON TRAVEL AND KEEP GREEN ECOLOGY



国六B实施倒计时

# 数十家品牌上百款车型扎堆降价促销 多家车企高管宣称要打“价值战”

本报记者 夏治斌 石英婧

上海报道

“蝴蝶效应”正在当前的国内车市上演。随着东风系推出“史无前例”的购车补贴，由此引发了一场车市降价促销的“龙卷风”。

随着国六B实施进入倒计时，一众传统新势力品牌入局价格战。据《中国经营报》记者不完全统计，目前卷入价格战的汽车品牌已超过40家，涉及的车型上百款。其中流量最大的当属东风雪铁龙C6，其因为补贴9万元而被消费者疯抢。

“全国都在抢，你的消息都晚了。”3月14日晚，当记者以购车者的身份向武汉某东风雪铁龙经销商李海（化名）咨询时，他向记者如是坦言道，“现在买C6舒适版需要加3000元。”

不过，在价格战势头正猛之时，也有车企明确表示不会降价，这其中包括蔚来、保时捷等；也有像零跑、理想等造车新势力推出90天保价的措施。

面对国内车市掀起的价格战，乘联会在3月22日发布的文章显示，“3月乘用车市场零售向好，但湖北本次降价促销的营销策略较为出圈，在行业内外均引发了较大范围的讨论，在主机厂和经销商层面引起了一定程度的恐慌。各地促销战带来车市混乱。”

此外，中汽协也在3月22日撰文呼吁理性对待本轮汽车促销，市场应尽快回归正常秩序。“此轮降价的炒作应尽快降温，使行业回归正常运行状态，确保全年行业健康平稳发展。”

## 车企降价促销众生相

在东风系推出降价补贴政策后，多家车企纷纷跟进。

“C6现在就十几辆了，预购的话要从速。”3月14日，李海忙着说道，“你是湖北户口吗？不是湖北户口买不了，但你要是有湖北的亲戚朋友可以先购买了，3个月后可以再过户给你。”

李海接着说道：“我们已经订出去很多辆了，之前有近300辆的库存，十来天的时间就剩下不到20辆了。现在的行情是要加价3000元，你可以先打一个意向金或者定金，意向金不保证你能拿到车，但定金可以保证你拿到车。”

为何降价？东风雪铁龙相关负责人告诉记者，“为积极践行政府提振汽车消费的精神，同时回馈消费者的支持与信赖，我们推出此次区域性、限时性的惠民短期补贴政策，让利于民。”

为何是东风雪铁龙C6被疯抢？上述负责人表示，“东风雪铁龙C6火爆看得见的是价格因素，看不见的是品牌在品质、服务、用户体验上的精益求精。C6有着‘价格香、品质好、服务无忧’的优点。拥有‘顶级三大件、2900mm超

长轴距、MCS大师底盘’等越级产品实力。”

C6的市场热度居高不下。3月23日，当记者再次联系李海时，他告诉记者现在C6只有4辆了，都是之前交了意向金没来提的。“C6是一天一个行情，现在要车要加5000元了。”

而这样的高流量也让非湖北区域的东风雪铁龙经销商想沾沾光。3月18日，在上海嘉定区的某东风雪铁龙4S店内，销售人员顾明（化名）指着店内的一辆2017款的C6说道：“这辆二手C6是客户的，你看都已经上了上海的车牌，我们租过来放在店里展示的。”

顾明告诉记者，这辆二手的C6租到店里已经一个多礼拜了，顾客来了可以看看外观。“C6在全国都知道，我老家的朋友都问是不是很便宜。我们做直播也可以增加流量，引流过来了，看C6没有车了，看看旁边的凡尔赛也可以。”

被消费者疯抢的C6订单如何？东风雪铁龙相关负责人告诉记者，“在此次惠民补贴的推行之

下，大批用户热情下单抢订C6，导致工厂生产和物流运输都面临较大的压力。在资源受限的情况下，湖北的订单达到10倍以上的增长。”

由于用户的关注度非常高，商机同样达到数倍增长。东风雪铁龙主力车型C6、C3XR更是冲上汽车网站的第一名，其他热销车型如凡尔赛和天逸也是大幅度提高，排名前列。

上述负责人还表示：“针对这一情况，我们已经对生产和运输等关键环节做出了针对性的调整，在保证产品品质的前提下，短时间提升生产和交付能力，以便能够更快地将东风雪铁龙C6产品交付到用户手中。”

而在东风系推出降价补贴政策后，多家车企纷纷跟进。奇瑞集团3月11日发布消息称，旗下奇瑞、星途、捷途、奇瑞新能源四大品牌，重磅发布购车钜惠政策，开启百亿惠民购车季。上汽大众也在3月16日晚推出“全车系限时现金优惠”活动，优惠总额达37亿元，单车



上汽大众位于上海的某4S店，“37亿元上汽大众全系限时补贴”“上汽大众漩涡风暴抢购会”等宣传标语赫然在目。  
本报资料室/图

限时优惠至高5万元。

中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉告诉记者：“各行各业都想追求一季度开门红。但在汽车市场这块，前期消费已经有些透支，在这种状态下，很难再进一步刺激市场，如果要刺激消费，最直接的手段就是降价。只是这一次的力度较大，引起的市场震动比较大。”

以上汽大众为例，记者了解到，上汽大众本次补贴活动从即日起持续至4月30日，覆盖大众品牌旗下全系车型。其中，途昂家族限时优惠3.5万元，途观家族限时优惠2.5万元，两个SUV车系均可享至高5年0利率，以及6000元—1万元的置换补贴。

3月18日傍晚，记者来到上海某上汽大众4S店，前来观车的人仍不少。前台接待处的海报写着“37亿元上汽大众全系限时补贴”“上汽大众漩涡风暴抢购会”等话语。销售人员告诉记者：“活动虽说是到4月30日结束，但到那时候最高5万元的车型可能没车了。”

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔告诉记者，车企降价促销的本质是产能过剩，导致库存压力大。“车企需要一定的产销量来维持企业的正常运营，如果每个月的销量太低，那企业就没办法维持运转。但这样的降价促销也不可能长期进行，车企降价后的利润会降低，甚至是亏损。”

## 多方呼吁聚焦“价值”

对于这一轮的降价潮，众多车企高管也呼吁要聚焦在价值上。

“现在不敢买，怕买了之后再有更大的优惠，那我就觉得自己吃亏了。”3月19日，家住安徽马鞍山的杨力（化名）向记者笑着说道。而他此前已经在计划买车了。

而实际上，诸如杨力这般持币观望的消费者并不在少数。中国汽车流通协会在3月17日发布的文章中得到印证。文章显示：“据协会调研，除武汉外全国各地4S店到店客流量大幅增长，成交量却显著下降，部分消费者开始持币待购、等待降价补贴政策。”

“3月燃油车促销，随着国六A

清库存的公开化，各车企厂商加速大力度的促销，火爆的背后是需求的集中释放为代价，对后续汽车市场的正常秩序带来压力。”乘联会表示。

中汽协也在3月22日的文章中表示：“随着汽车产业转型升级步伐加快，传统车企在电动化、智能化、网联化领域投入巨大，承受稳定经营和转型升级的双重压力，企业盈利能力较弱。当然，降价处理库存，适当回收成本是正常经营措施，但不能因此沦为价格战。价格战不会长久，物有所值是永恒的

商业法则。”

对于这一轮的降价潮，众多车企高管也呼吁要聚焦在价值上。3月20日，上汽大通总经理郝景贤在与本报记者在内的媒体交流时直言：“我们是市场竞争的一部分，要深度参与、积极应对市场竞争，但我们也不主动参与或者是主动挑起价格战。”

“价格战到最后对谁都不好，从长期来讲对消费者也不好。”郝景贤补充道：“价格是次要的，关键还是提供给消费者的价值，而且是可持续地提供给消费者认可的价

值，这更重要。”

在3月21日举办的吉利汽车2022年业绩发布会上，吉利汽车集团CEO淦家阅也表示，吉利打“价值战”、不打“价格战”。“企业之间的竞争是产品竞争，产品之间的竞争是成本竞争，吉利通过自身技术能力与成本管控上的优势，专注打造高价值的产品。”

淦家阅表示，江浙区域发达的民营经济保证了吉利成本供应链体系的强大，公司自身核心产品动力总成、电机、电控、电芯等陆续量产，通过供应链整合控制成本，形

成汽车产业链红利，进而为客户带来价值优势。“因而吉利不必参与价格战竞争，而是聚焦品牌战、价值战、技术战、服务战、道德战，塑造更高的品牌形象，持续为用户创造价值。”

信达证券研报指出，汽车产品的适度下调，有助于激发消费者的购买需求，但采取简单的价格竞争策略绝非长远之计，尤其是在当前电动化智能化大变革浪潮下，车企更应围绕“技术、产品、服务”，通过先进技术降本、新产品拉动、优质服务来保持消费者黏性。

# 价格战背后：产业玩家博弈重分利润 长期竞争技术为王

本报记者 陈茂利 北京报道

当后补贴时代遇上降价潮，车企该如何做到既保销量，又保利

润，且不伤品牌？2023年汽车产业上最有发展潜力的自动驾驶和动力电池领域将会有哪些新的变化和发展趋势？

## 价格战重组产业格局

据不完全统计，已有超40个汽车品牌加入“降价促销”大潮，整车厂和汽车产业链上的企业是如何看待这一场降价潮？

“最近汽车行业的降价对于所有的车企以及整个新能源汽车产业的影响还是很大的，2023年进入后补贴时代，降价潮将考验车企的综合运营能力和市场应对能力，对于极狐汽车也一样。”段立飞表示。

“现在市场整体降价的情况确实愈演愈烈，从特斯拉打响降价的第一枪开始，包括比亚迪、东风在内的新能源车企和燃油车企都开始跟风降价。我个人认为，这次降价潮

## 以产品创新应对竞争

价格战只是暂时的，整车厂又将如何保持在市场中的长期竞争力？段立飞告诉记者，极狐汽车把提升用户体验作为发展的重点，以此来应对未来多变的市场竞争。

记者了解到，对于行业这一波降价潮，极狐汽车已预先提出了一些应对措施，比如通过升级用户体验来提升产品竞争力。为此，极狐汽车成立了以“主定位、重体验、强项目”为核心职责的商品创造中心。

“商品创造中心走在产品前端，

近日，在主题为“汽车降价愈演愈烈，造车应该何去何从”的2023年中国经营报触角学院线上沙龙上，极狐阿尔法S产品总监段立飞、极狐考

拉产品总监孙佳、金羽新能源研发负责人杨扬、禾多科技公关总监翟明翀分享了对当下降价潮的想法、建议，以及对2023年行业发展趋势的判断。

是汽车产业变革的一个大信号。随着比亚迪、“蔚小理”、特斯拉等新能源品牌不断崛起，燃油车品牌的空间不断被压缩，传统汽车产业格局正在不断地被打散、重组，整个汽车行业正面临“百年未有之大变局”。”杨扬表示。

孙佳认为，“消费者并不是觉得车不值钱，或者希望车辆降价，而是不愿为当前同质化严重的市场竞争买单。客户感知不到车辆的新鲜点，感知不到真实的场景化需求，是拒绝付款的。实际上，消费者对车的需求往往是和空间需求重叠的，这是市场上一直以来的忽视点。”

杨扬建议，“目前正是汽车市场

发展的窗口期，车企需要从过去的不断扩大车型矩阵以满足不断增长的需求量的思维，过渡到如何打造核心竞争力、避免同质化竞争的思考之中。”

“从行业角度来说，我觉得‘降价先要降本’，这才是一个正常的发展趋势。降本是摆在产业链上所有从业者面前的非常重要的问题。”翟明翀表示。

翟明翀告诉记者，“对于自动驾驶行业和企业来说，我们还处于初期的研发阶段，很多场景需要积累数据，才能够让机器学习更多的知识。通过海量的数据‘喂养’机器，才能做OTA的迭代，这个过程

中十分‘烧钱’。而如何高效地运用数据，让系统利用真正有效的数据，对自动驾驶公司来说是非常关键的技术，也是降低成本的重要领域。禾多科技自身也在这方面积极努力，打造更具性价比的方案。”

对于汽车行业价格战将持续多久，长城汽车总裁魏建军在接受记者采访时指出，价格战不会持续太久。“因为中国的汽车企业大部分是上市公司，基于上市公司的财报，大家可以判断‘掀桌子’能持续多久。为了一些经营的问题‘掀桌子’，当经营问题解决得差不多时就可以结束了。为了资本市场拿钱而‘掀桌子’，当产业回归本质的时候也就不再掀了。”

面对行业中产品高度同质化，车企只能拼“价格”这把刺刀，孙佳呼吁，打破汽车圈固有的指标竞争模式，以客户的场景需求为中心进行创新。

孙佳介绍，极狐推出的第一款以场景驱动的车型考拉在功能上

便实现了破圈。“考拉是一个破圈产品。比如我们跟合作伙伴进行持续一年多的联合共创，以汽车的标准，全球第一次定制了电动、智能、可联网、随车智能化的儿童座椅，而且是从新生儿童一直定制到6岁阶段。”

“行业内普遍在谈论和调整开发思路，很高兴越来越多的车企是以场景化的方式做驱动，而不是在现有的同质化指标对比和配置堆叠的现状下不断加码，这是一个好现象。”孙佳称。

## 电池发展以科技为本

自动驾驶从低阶走向高阶仍需要投入大量资金，翟明翀坦言，当前提高用户体验是比降本更重要的事情。

翟明翀强调，作为一家全栈式自动驾驶研发公司，提升产品体验非常重要。“我们关注体验是为了什么？是要让广大消费者真正从车的行驶能力、智能能力、服务能力中体验到智能汽车的便捷与优点。一辆智能的车会减轻你在驾驶过程中的很多烦恼，解决你的出行痛点，有了这个基础，我们的用户就会更广泛地去接受、去使用我们的产品。”

对此，杨扬表示，金羽新能源将紧跟市场发展趋势。“我觉得主要有三个方面（趋势）：第一是高能量密度；第二是高安全。其对应的是续航焦虑和安全焦虑，这两个焦虑也是电池应用端一直面临的很严峻的问题，当前我们在技术方面也主要围绕这两个难点去进行突破；第三则是在满足客户需求的情况下，尽可能地降低成本。这三点之间是需要平衡的，是我们一直在努力的方向。”

而对于多种电池技术路线，杨扬认为应该多元地去看待。他举例说明：“前期，磷酸铁锂电池基本上占主要优势，但三元锂电池出来之后，整个磷酸铁锂的市场份额被急剧压缩，但是近几年，磷酸铁锂电池又重回市场主流。这是因为此前行业认为，磷酸铁锂的能量密度已经到了天花板，有其发展的局限性。但是近几年来，它的可靠性和成本，使它能够更适应市场的需求。但是这并不意味着三元锂电池从此就没有机会，发展趋势需要结合更多的因素去判断。”

“当前，不管是安全焦虑，还是说里程焦虑都是因为现在电池的技术发展跟不上实际市场需求。”杨扬表示，“其实从技术到产品中间的路径很长，需要从实验室走到小试，走到中试，再走到量产，在此过程中怎么样保证这个技术实际切实、可行，能够去应用。我们在发展过程中遇到的问题就是，你这个东西实验室可行，到底产业化不可行？在这过程中，经历了各种

# 造车新势力寻觅新盈利模式 人事调整同步开启

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

“从去年年底开始，小鹏汽车果断地进行战略复盘和调整，大刀阔斧地推进组织架构优化，并选择自我颠覆，在更高的维度和平台上进行真正的二次创业。我认为小鹏汽车即将迎来

## 高层变动频现

由高层开始的大刀阔斧的变革让造车新势力得以顺势调整管理架构，使之更扁平且聚拢。

面对瞬息万变的外部环境，造车新势力开始思索自身内部变革，以期提升综合实力，抢占未来更多市场发展机遇。

根据小鹏汽车2022年财报，当年，小鹏汽车总交付量约12.08万辆，较2021年增长23.0%；汽车毛利率(即汽车销售毛利占汽车销售收入的百分比)为9.4%。截至2022年12月31日，小鹏汽车现金及现金等价物、受限现金、短期投资及定期存款共计382.5亿元(约合55.5亿美元)。

对于小鹏汽车而言，2022年发生了一系列“颠覆性”变革。在何小鹏看来，这些变革意味着小鹏汽车已开启了真正意义上的“二次创业”。其中，组织架构调整最为重

转折点。”日前，小鹏汽车发布2022年财年及第四季度财报，并召开电话会议，小鹏汽车董事长何小鹏如是说。

实际上，经历2022年宏观经济大环境变化及新能源汽车行业竞争“双重挑战”，包括小鹏汽车、阿维塔汽车、问界汽车等造车新

势力正逐步调整自身前进方向，对组织架构、产品规划、渠道营销以及成本控制等进行升级，重塑消费市场对品牌的认知，在激烈的市场竞争中获取新的份额。

根据公告，小鹏汽车2022年总收入为268.6亿元，较上年增长28.0%；赛力斯方面，预计2022年

度实现营业收入335亿元到350亿元，同比上升100.38%至109.36%。尽管营收上涨，但大多数新能源车企仍在探索新的盈利模式，包括但不限于通过提升整车零部件集成度、调整生产节拍等方式控制成本，从而提升利润空间。

## 重塑品牌形象

近年来，包括小鹏汽车、赛力斯等造车新势力均渴望重塑品牌形象，吸引目标市场。

在高层调整带来的系列变动影响下，造车新势力的产品矩阵、品牌形象也渴求带给市场不一样的认知。

在王凤英加入小鹏汽车后，小鹏汽车的品牌定位、产品矩阵等方面均较此前更为清晰。具体而言，小鹏汽车的产品从原来瞄准25万元~30万元级别市场，调整至瞄准18万元~35万元级别市场。

在产品方面，小鹏汽车主力车型P7的升级款P7i已于3月10日正式上市，并启动交付。何小鹏透露，小鹏P7i发布后，小鹏汽车门店进店量和试驾量达到最近几个月以来

的最高水平。

得益于此，目前小鹏汽车3月新订单量环比已有所增长。对此，何小鹏表示：“这是我们在全面变革后打的第一个胜仗，也让内部的士气相当振奋。”小鹏汽车方面预估2023年第一季度总交付数量约为1.8万辆~1.9万辆，收入预计为40亿元~42亿元。

除了升级迭代的小鹏P7i，小鹏汽车2023年第二款重磅新车型小鹏G6将于4月上海车展亮相，并在今年二季度末正式发布和启动交付。据悉，小鹏G6售价区间在20万元~30万元内。何小鹏认为，小

鹏G6在量产爬坡后将取得超过小鹏P7约2~3倍的月销售目标。同时，小鹏汽车还将在今年下半年针对家庭推出一款全新的纯电七座MPV，这也将是小鹏汽车推出的首款MPV车型。

实际上，渴望重塑品牌形象的造车新势力不仅有小鹏汽车。3月，问界汽车在官方宣传图中悄然增加了“HUAWEI”字样，引发市场猜测双方关系生变或华为是否亲自下场造车。

针对问界汽车文案和图片出现“HUAWEI问界”的字样，华为方面

在接受媒体采访时表示，HUAWEI问界是华为生态汽车品牌，是华为开创的全新商业模式。华为提供电动化、智能化零部件等核心软硬件技术，并通过产品定义、用户体验、质量管控、渠道零售以及品牌营销帮助车企卖好车，在帮助车企实现商业成功的同时带动华为智能汽车零部件的规模化销售。

赛力斯方面则表示，公司与华为长期深度跨界合作关系及合作模式均没有发生变化。双方进一步深化联合业务合作，未来将推出更多受用户欢迎的、具有竞争力的新产品。



新能源汽车如何实现盈利依旧是行业关注的焦点。

本报资料室/图

## 多措降本提升利润空间

通过提升零部件集成度、电池技术升级、调整生产节拍等方式控制成本，新能源车企正在探索新的盈利模式。

当前，新能源汽车如何实现盈利依旧是行业关注的焦点。一直以来，新能源车企惯用提升整车零部件集成度、调整生产节拍等方式控制成本，从而提升利润空间。

长久以来，特斯拉对成本的控制备受业内热议。特斯拉超级工厂对缩减生产过程中产生的不必要成本以及提升零部件的集成度均能突显成本优势。今年1月，特斯拉官宣，4680大型圆柱电池已经熬过了量产的最困难时期。这意味着，4680电池未来将迎来批量化生产并装车，而特斯拉汽车的生产成本将大降54%。

在上述电话会议中，何小鹏表示：“我认为一个非常重要的点是，一家企业要有超强的成本控制能力，这也将是小鹏汽车接下来赢得竞争的核心能力。我们将通过平台模块化和技术创新两个方向降本。”

从今年开始，小鹏汽车纯电动整车平台、电子电气架构、动力系统、智能辅助驾驶软硬件都将进入到平台化，进入真正的体系化造车阶段。此举将有利于提升整车制造集成度、管理效率等，并间接影响单车利润。

对于降本，何小鹏提出具体目标，即近两年内，通过技术创新、配置优化等多种手段，实现自动驾驶的BOM成本降低50%，整车硬件含动力系统成本

降低约25%。

具体到制造环节上，整车PACK(即新能源汽车电池包)可降本40%~50%。此外，小鹏汽车正在进行电芯平台化设计，在电芯的平台化生产及大续航综合提升后，小鹏汽车可实现电芯大幅降本。

截至2022年底，小鹏汽车现金流超380亿元。基于此，小鹏汽车将完成对两大生产基地的投资，同时打造三个车型平台，支撑未来产能、产量以及车型平台的推出。同时，小鹏汽车将在自动驾驶三大核心方向前进，即覆盖场景、客户体验和软硬件成本。

在电话会议发言的最后，何小鹏表示：“我创业的初心从来不想做成一家小而美的企业或者跟别人一样的企业。我们愿意牺牲短期的销量，以便在中长线能获得更大的成绩。”

其再次重申，小鹏汽车当前的重点将围绕组织、产品、营销、成本等建设和提高，持续苦练内功。对于未来销量展望，何小鹏认为，从2023年三季度开始，小鹏汽车的销量将会出现环比增长和同比增长。

对于小鹏汽车种种内部变革，资本市场给予了一定的正面反馈。3月15日至17日，小鹏汽车美股股价连续三日上涨，每股报价最高达9.49美元，其中17日涨幅最高达6.12%。

# 2022年营收净利润双增 吉利汽车新能源智能化全面转型

本报记者 夏治斌 石英婧  
上海报道

“汽车行业是需要规模的，只有规模才能产生利润。在此背景下，吉利在全面向新的过程中，规模化将逐渐显现出巨大优势。”3月21日，在吉利汽车控股有限公司(以下简称“吉利汽车”，0175.HK)2022年全年业绩发布会上，吉利汽车行政总裁及执行董事桂生悦如是说道。

桂生悦进一步表示：“吉利综合战略、公用平台基础等将支撑公司达到规模效应，进一步降低竞争成本。吉利的规模效应一旦成型，将构成很多同行不具备的差异化优势，这也是吉利有信心‘迎头赶上’的底气所在。”

《中国经营报》记者了解到，吉利汽车2022年累计销量1432988辆，同比上涨8%，营业收入1480亿元，同比增幅高达45.6%，创历史新高；新能源汽车销量增长300%，销量占比由去年的6.2%进一步提升至22.9%；出口销量占比提升至13.8%，增加5.1个百分点。

在利润方面，吉利汽车2022年归母净利润同比增长8.5%至52.6亿元；财务状况保持强劲，总现金水平上升20.4%至337亿元，创历史新高。此外，从产品输出到技术输出，吉利汽车技术授权共实现16.6亿元收入，同比增长29.9%。

记者注意到，2023年吉利汽车定下的全年销量目标为165万辆，其中新能源汽车销量较2022年翻番。桂生悦直言：“基于多年来对汽车事业的不懈坚持和踏实耕耘，吉利对未来的长期发展仍然充满信心。”

## 新能源智能化转型加速

面对火热的新能源赛道，车企纷纷加码布局。在过去一年，吉利汽车持续夯实纯电、混动、换电、甲醇等多技术路线新能源生态布局，进一步加快新能源智能化领域的技术创新。

2022年，吉利汽车新能源产品(含吉利、几何、领克、极氪、睿蓝)销量328727辆，同比增长超300%，单月新能源渗透率多次突破30%，成为国内新能源增速最快的车企。其中，极氪全年交付71941辆，超额完成7万辆目标，成为主流新能源唯一完成目标的品牌。

以极氪品牌的发展规划为例，安聪慧表示，极氪2023年定下14万辆目标没有改变，并且有信心能够完成上述目标。“对于2025年实现65万辆，我们也是充满了信心。”

吉利汽车坚定智能化新能源转型，紧跟市场变化，从用户需求场景出发，不断完善新能源品牌的矩阵，旗下吉利、领克和极氪三个品牌保持品牌的独立性，同时又进

行差异化的竞争，来满足不同细分市场的需求。”吉利汽车集团董事长、吉利汽车执行董事、极氪智能科技CEO安聪慧说道。

“成立不到两年的极氪，目前已取得亮眼成绩，其作为吉利新能源布局的先行部队，主攻豪华电动车市场，将带领集团加速转型；领克主攻中高端电动车和新能源市场；吉利品牌则主要覆盖大众化电动车和新能源市场。”桂生悦表示。

以极氪品牌的发展规划为例，安聪慧表示，极氪2023年定下14万辆目标没有改变，并且有信心能够完成上述目标。“对于2025年实现65万辆，我们也是充满了信心。”

吉利汽车坚定智能化新能源转型，紧跟市场变化，从用户需求场景出发，不断完善新能源品牌的矩阵，旗下吉利、领克和极氪三个品牌保持品牌的独立性，同时又进

行差异化的竞争，来满足不同细分市场的需求。”吉利汽车集团董事长、吉利汽车执行董事、极氪智能科技CEO安聪慧说道。

吉利汽车执行董事淦家阅指出，在新能源转型步伐上，吉利的产品布局是非常多的，近两年将主要集中在银河上，会陆续推出7款车型，今年二季度将会推出银河L7，三季度将会推出银河L6，四季度将会推出银河第一款纯电产品E8，到明年我们也会推出L5、E6等产品。“整个银河战略，实际上是吉利新能源的一个既定战略，代表了吉利进入新能源第二阶段。银河的布局是带领吉利要全面新能源化的一个标志。”

吉利汽车的新能源转型还在不断提速。2023年2月23日，“吉利银河”正式发布，吉利新能源战略暨全新产品正式揭晓。吉利银河分为“智能电混L系列”和“智

能纯电E系列”。

吉利汽车集团CEO、吉利汽车执行董事淦家阅指出，在新能源转型步伐上，吉利的产品布局是非常多的，近两年将主要集中在银河上，会陆续推出7款车型，今年二季度将会推出银河L7，三季度将会推出银河L6，四季度将会推出银河第一款纯电产品E8，到明年我们也会推出L5、E6等产品。“整个银河战略，实际上是吉利新能源的一个既定战略，代表了吉利进入新能源第二阶段。银河的布局是带领吉利要全面新能源化的一个标志。”

吉利汽车的新能源转型还在不断提速。2023年2月23日，“吉利银河”正式发布，吉利新能源战略暨全新产品正式揭晓。吉利银河分为“智能电混L系列”和“智

能纯电E系列”。

新一代“NOA高阶智驾辅助系统”已应用于博越L，后续还将在领克、吉利最新产品上应用。2022年6月，“吉利未来出行星座”首轨九星成功发射入轨，未来将完成72颗低轨道卫星组网。天地一体化高精定位、卫星遥感AI、天基通信服务等技术将推动吉利在出行领域的持续变革。

在智能座舱领域，由亿咖通科技战略投资的芯擎科技打造的“龙鹰一号”芯片，是全球领先、国内唯一的7nm车规级智能座舱芯片，将于2023年年中实现量产，首发领克。此外，吉利汽车2023年推出的全栈自研分布式操作系统——银河NOS，速度体验超越新势力标杆，将引领智能电动车从软件定义迈向生态定义的新时代，为用户创造更好的出行体验。

值得一提的是，对于当下国内车市的价格战，淦家阅表示，企业之间的竞争是产品竞争，产品之间的竞争是成本竞争，吉利汽车通过自身技术能力与成本管控上的优势，专注打造高价值的产品。“江浙区域发达的民营经济保证了吉利成本供应链体系的强大，公司自身核心产品动力轴承、电机、电控、电芯等陆续量产，通过供应链整合控制成本，形成产业链红利，进而为客户带来价值优势。所以，吉利不必参与价格战，而是聚焦品牌战、价值战、技术战、服务战、道德战，塑造更高的品牌形象，持续为用户创造价值。”

## 平均单车毛利同比增11.1% 品牌价值向上

财报显示，2022年吉利汽车单车销售收入10.3万元，同比增长29.6%，平均单车毛利1.75万元，同比增长11.1%。

此外，极氪品牌持续刷新中国豪华智能纯电价值高度，2022年交付71941辆，超额完成全年7万辆目标，成为主流新能源唯一完成目标的品牌。

据悉，极氪001作为豪华车市场万辆俱乐部中唯一的中国品牌豪华纯电车型，平均订单金额超33.6万元，多月蝉联30万元以上中国品牌纯电车型销量冠军。极氪第二款车型原生纯电豪华MPV——极氪009，已于2023年1月开启交付，平均订单金额达52.7万元。

带，产品溢价能力持续提升，创造了中国高端汽车品牌价值新高度。

此外，极氪品牌持续刷新中国豪华智能纯电价值高度，2022年交付71941辆，超额完成全年7万辆目标，成为主流新能源唯一完成目标的品牌。

据悉，极氪001作为豪华车市场万辆俱乐部中唯一的中国品牌豪华纯电车型，平均订单金额超33.6万元，多月蝉联30万元以上中国品牌纯电车型销量冠军。极氪第二款车型原生纯电豪华MPV——极氪009，已于2023年1月开启交付，平均订单金额达52.7万元。

在资本市场，今年2月，极氪宣布完成7.5亿美元A轮融资，投后估值130亿美元。“极氪在去年12月初已经向美国SEC秘密递交了第一次申请，目前正在监管审核中，后续如果市场的窗口时机适合，将择机进行公开递交，并努力去完成上市。”安聪慧说道。

“公司会持续关注资本市场的动态，大家知道近期市场变化很大，不排除未来还有什么变化，我们会持续关注资本市场动态，同时结合公司自身业务的发展情况，研究部署完成上市的最佳时点。”安聪慧说，“上市挂牌不是企业经营发展的唯一目标，对极氪

而言，现阶段和未来一定持续专注产品的打造和技术的提升，聚焦用户体验，坚持与用户共创，持续提升销量和用户的口碑，这是我们该做的。”

吉利控股集团CEO、吉利汽车副主席、执行董事李东辉也表示：“吉利控股集团上市动作不是为了IPO而IPO，不是片面追求市值的安排。吉利推动相关资本战略，主要考虑两方面，一方面是为了增强相关品牌影响力，另一方面是提升吉利控股集团抵御风险能力。这些都是为了吉利汽车的发展，因为吉利汽车是吉利控股集团的基盘和核心业务。”

# 跨国车企财报季来袭： 销量下降营收利润反升 7家利润超百亿美元

本报记者 陈燕南 北京报道

尽管汽车行业在过去一年遇到了诸如受疫情、芯片供应短缺、国际冲突等多种不利因素影响，但从跨国车企的财报来看，不少企业在过去一年里都交出了一份优异的“成绩单”。

《中国经营报》记者梳理发现，在销量方面，丰田汽车2022年全球汽车销量达到了1050万辆，连续第三年成为全球销量最高的汽车制造商，现代汽车的销量则首次

跻身全球销量榜第三位；在财务数据上，虽然大部分跨国车企的全球销量受到不同程度的下滑，但是营收和利润有着不同幅度的增长，其中大众集团以2792亿欧元（约为3049亿美元）成为了营收最高的跨国车企。

与此同时，据不完全统计，2022年利润超过百亿美元的主流跨国车企有7家，分别是大众汽车集团、宝马集团、梅赛德斯-奔驰、特斯拉、通用汽车、Stellantis集团以及丰田汽车。

## 销量降营收利润长

据记者不完全统计，有九家跨国车企实现了营收利润的双增长。

2022年，在激烈的竞争中，丰田汽车依然保住了全球最畅销汽车制造商的桂冠，并进一步扩大了对大众汽车集团的领先优势，占据全球汽车市场约13%的份额。与此同时，现代汽车及起亚已悄然赶上，2022年全球销量达到684.5万辆，首次跻身全球销量榜第3位；特斯拉也成为了2022年中的黑马，销量一路攀升，创造了131.38万辆的交付新纪录；奔驰乘用车则交出了204.07万辆、同比增长5%销量的成绩，在轻型商务车方面的销量为41.53万辆，同比增长8%。

事实上，除现代汽车及起亚、特斯拉、梅赛德斯-奔驰之外，大多数车企的全球销量均成不同程度下滑态势。但是据记者不完全统计，有九家跨国车企实现了营收利润的双增长。

例如大众汽车集团在跨国车企中，营收以及利润都较为领先。相关数据显示，2022年大众汽车集团营收为2792亿欧元（约为3049亿美元），同比增长11.6%；息税前利润为220亿欧元（约为239.7亿美元），同比增长9.5%。

除了大众汽车集团之外，宝马集团、梅赛德斯-奔驰的财务表现也较为稳健。财报数据显示，梅赛德斯-奔驰2022年营收同比增长12%至1500亿欧元（约为162亿美



图为奔驰电动化转型产品EQE。

陈燕南/摄影

元），息税前利润显著增长28%至205亿欧元（约为223亿美元）。宝马集团全年总营收超1426亿欧元（约为1553.9亿美元），同比增长28.2%，与此同时，宝马集团在汽车业务方面的表现则较为优异。数据显示，宝马集团汽车方面总营收约为1236亿欧元（约为1348亿美元），较2021年增长了29.5%；汽车业务息税前利润约为106.35亿欧元（约为115.97亿美元），同比增长7.8%；汽车业务息税前利润率为8.6%。

此外，现代汽车及起亚、Stel-

lantis集团以及丰田汽车的表现也同样亮眼，其中，现代汽车年度总营收和净利润分别同比增长21.2%和40%以上；起亚年度总营收和净利润分别实现了23.9%和13.6%的同比增长。Stellantis集团的营收和净利润则分别实现同比18%和26%的增长，调整后经营利润率为13.0%，并提前实现了“到2030年实现调整后经营利润率大于12%”的目标。丰田汽车的营收和息税前利润分别为2792亿美元和266.59亿美元，分别增长8.82%和28.64%。

而在美系车企之中，特斯拉虽然在营收规模上不及福特和通用汽车，但是在盈利能力上一举超过了福特汽车和通用汽车。数据显示，特斯拉2022年总营收814.62亿美元，同比增长51.35%，息税前利润为138.32亿美元，同比增长112.93%；通用汽车2022年营收为1567.35亿美元，同比增长23.41%，息税前利润103.14亿美元，同比增长10.62%；福特汽车营收1580.57亿美元，同比增长15.93%，息税前利润为64.09亿美元，同比增长27.34%。

## 兰博基尼首席执行官史蒂芬·温科尔曼：

# 2022年营业额创新高 客户订单已排满18个月

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

如果说2022年全球车企在供应链短缺等背景下经营背负较大压力的话，那么豪华超跑品牌兰博基尼却呈现出一种不同的姿态。

2022年，兰博基尼营业额达到23.8亿欧元（约合人民币177.41亿元），较2021年同比增长22%；营业收入为6.14亿欧元（约合人民币45.74亿元），相比2021年增长56%；2022年是兰博基尼营业额连续增长的第五年；在2022年，兰博基尼达成了史上

最高交付量，交付量首次超过9000台。近日，兰博基尼披露了上述信息。

兰博基尼汽车公司主席兼首席执行官史蒂芬·温科尔曼（Stephan Winkelmann）近期在接受《中国经营报》记者采访时表示：“兰博基尼的业务持续增长，在2022年再次达成卓越目标。伴随着这些业绩数据的公布，兰博基尼也迎来了十分重要的一年——公司成立60周年，并步入Direzione Cor Tauri（向金牛座之心前进）发展规划的第二阶段，这项前所未有的投资项目将引领我们进一步增

长，使财务表现持续优化，提升兰博基尼品牌和公司的价值。我们已做好准备以面对2023年的诸多变化和挑战，并继续向全新高度迈进。目前，公司的客户订单已排满18个月。在此基础上，我们得以专注于实现下一个目标，以十足信心面对未来。这是兰博基尼可被载入史册的黄金时代，我们将持续寻求增长。”

在兰博基尼汽车公司执行总经理兼首席财务官Paolo Poma看来，“近年来，在严峻的经济和地缘政治形势下，公司始终展现出强大韧性以及能够实现出色经济和财

务业绩的实力。2022年是公司有史以来所有财务和商务业绩表现最好的一年，这意味着我们可以对品牌和公司的价值增长持乐观态度。”

2023年是兰博基尼成立60周年。史蒂芬·温科尔曼告诉记者，2023年对于兰博基尼来说意义非凡，今年3月底其将推出Aventador继任车型，代号为LB744的首款HPEV（High Performance Electrified Vehicle）高性能混合动力超级跑车。这款新车将在4月中旬的上海国际车展进行亚太首秀。

## 2022年营业额创新高达23.8亿欧元

“从2022年业绩表现来看，兰博基尼在全球范围内取得了非常大的成功，在中国市场也是如此。2022年受到疫情影响，完全掌握市场走向不容易。但是通过对中国的分析，我们看到了政府对于经济发展的信心。我们相信在2023年尤其是下半年，经济会有利好发展。”史蒂芬·温科尔曼在专访中告诉记者。

兰博基尼2022年财务业绩再创纪录。2022年，兰博基尼在全球的交付量达到9233台，较2021年增长了10%。公司营业额创史上新高，首次突破20亿欧元，达到23.8亿欧元，相比去年增长了22%，相比2017年翻了一倍多。营业利润为6.14亿欧元，相比2021年增长56%。与此同时，其营业利

润率达到25.9%，为其所在细分市场的最佳表现，使兰博基尼在超豪华跑车领域名列前茅。

在2022年复杂多变的全球环境下，兰博基尼为何能取得不俗的成绩？史蒂芬·温科尔曼对记者表示：“由于地缘政治的影响，我们通过全球其他地区的供应商尽量弥补了供应链的中断，并重新协调了区域市场的车辆分配。”

从各个细分市场来看，相比于2021年，2022年兰博基尼在亚太区域的交付量增长了14%，位于领先地位，美洲区域的交付量增长了10%，欧洲、中东及非洲区域的交付量增长了7%。

其中，2022年，美国市场凭借2721台的交付量继续位居兰博基尼区域交付量榜首，增长率为

10%。中国内地及香港、澳门市场的交付量以1018台位居第二。紧随其后的是德国市场，交付量达到808台，同比增长14%。英国市场的交付量则达到650台，同比增长15%。日本的交付量则为546台，同比增长22%。

“目前，从市场规模来看，中国是兰博基尼全球第二大单一市场，我们相信2023年仍会保持这一地位。中国拥有全球最大的汽车市场，但其超豪华跑车细分市场规模却不是全球首位。这由很多原因造成，但中国市场依然拥有巨大的潜力空间。此外，兰博基尼品牌在中国市场拥有大量忠实拥趸者，中国车迷社群也在不断壮大。我们将在2023年进一步促进业务增长。”史蒂芬·温科尔曼对记者表示。

就车型而言，兰博基尼超级SUV Urus以5367台交付量继续领跑，较2021年增长了7%。其次是增长显著的Huracán车型，共交付3113台，同比增长20%。Aventador车型于2022年9月停产，全球交付量为753台。

2023年兰博基尼将如何继续走好发展之路？史蒂芬·温科尔曼对记者表示，2023年一个重要的挑战是通货膨胀，特别是欧洲能源价格的不断攀升。“针对这一问题，兰博基尼有着切实有效的长期规划。同时，意大利央行的利率政策也有助于抑制通货膨胀。对于2023年，我们仍持谨慎乐观的态度，第一季度开局良好，但对全年做出清晰的预估还为时早。”

## 豪华和纯电车型成为利润“密码”

纯电车型将成为跨国车企的销量支撑点和利润增长点。

那么跨国车企为何会出现销量下滑、但营收利润增长的趋势呢？Oliver Wyman董事合伙人张君毅分析，受到供应链紧张等因素影响，2022年国际车企的产能相对不足，致使国外市场竞争并非过分激烈，车企通过产品结构调整，将有限的产能向利润更高的车型倾斜，因而使得利润有所提升。

梅赛德斯-奔驰就是其中优秀的案例之一。记者注意到，此前，梅赛德斯-奔驰在战略发布会上表示，奔驰将重新划分三大产品矩阵，包括高端豪华、核心豪华、新生代豪华，其中75%以上的投资将用于高端豪华、核心豪华两大细分市场。

事实证明，正是梅赛德斯-奔驰把产品开发资源及资本专注于市场上盈利最可观的板块，以及最有竞争力的细分市场，从而确保其有了更强的结构性盈利能力。在其明星产品梅赛德斯-奔驰C级车、GLC SUV和纯电EQE的不俗市场成绩的拉动下，2022年梅赛德斯-奔驰核心豪华车型全年销量同比增长9%。2022年梅赛德斯-奔驰乘用车调整后销售利润率由上年同期的13.1%上升至14.6%。

而大众集团业绩的稳步提升则主要来自于超豪华车型以及电动汽车。得益于市场对高配置豪华车型需求的持续回升，兰博基尼、宾利和杜卡迪品牌订单量持续保持高位。2022年，大众豪华品牌销售收入增长至618亿欧元（约为674亿美元），而2021年为559亿欧元（约为609亿美元），大众旗下豪华品牌利润率增长至12.3%，而2021年为10.6%。

而更为重要的是，大众集团在电动化转型方面取得了重大进展，数据显示，2022年，大众集团共向全球客户交付了572,100辆纯电动汽车，同比大涨26%，占其总交付量的6.9%，高于2021年的5.1%。大众首席财务官兼首席运营官Arno Antlitz也表示：“纯电动汽车使得集团的整体营业收入和营业利润得到提升。”

而宝马集团业绩的持续发展也与大众相似，负责宝马集团财务的董事彼得博士表示：“宝马集团正在进行有史以来最大转型的同时

保持了盈利能力。我们极具竞争力的产品，特别是电动车型和大型豪华车，使这一切成为可能。良好的现金流很好地支持了我们的研发和创新。”

数据显示，宝马集团2022年纯电动车型销量达21.5万辆，同比增长107.7%。与此同时，宝马集团在2022年研发投入超过66亿欧元（约为71.9亿美元），同比增长5.2%。研发费用主要用于研发新车型和第六代BMW eDrive电力驱动技术。

当前，大部分的跨国车企都抓住了“纯电”这一核心盈利密码。宝马集团对记者表示：“纯电车型将是集团的主要销量增长点。预计三年内（截至2026年），纯电动车型将占到集团全球销量的三分之一。到2030年之前，集团全球年度销量的50%以上将是纯电动车型。”大众方面表示，“到2025年，全球售出的每5辆汽车中预计就将有1辆是纯电动汽车。”

而日系三剑客丰田、本田、日产也正在重新审视其电动化战略。日产（中国）投资有限公司副总经理新仓治对记者表示：“日产纯电动技术和日产e-POWER技术是实现电驱化的两大支柱。日产汽车计划扩大电驱化，在2030年初期在主要市场推出的新产品将全部实现电动化。”

为了实现电动化目标，各大跨国车企也决定加大投入。例如在2022年度财务会议上，大众官宣了未来5年的投资计划，集团计划在2023年至2027年向最有利润潜力的业务方向投资1800亿欧元（约为1962亿美元）。其中包括推进集团的电池战略，扩大北美地区业务，强化在中国的数字化实力和产品竞争力等。“超过三分之二（68%）的资金将投入与数字化、电动化相关的未来领域。在上一个五年计划中，这一比例是56%。”

福特则计划投入500多亿美元用于电动化研发，通用汽车则宣布投入350亿美元推进电动化。通用汽车董事长兼CEO玛丽·博拉表示，2023年是奥特能电动车平台的发力之年，相信雄厚的研发实力和生产及供应链体系将助力通用实现电动车业务盈利。

## 2024年底全系车型实现混动化

2023年被定义为混合动力新时代。史蒂芬·温科尔曼对记者表示，在中国市场，兰博基尼将会在3月底推出代号为LB744的首款HPEV高性能混合动力超级跑车。这款新车还将在4月中旬的上海国际车展进行亚太首秀。在首秀之后至9月底，兰博基尼将会启动一系列有关这款车的活动，包括各种形式的静态品鉴和动态试驾。

据悉，兰博基尼全新一代旗舰跑车LB744采用的是“单体式车身”结构，即从航空学汲取灵感、完全以碳纤维打造的全新单体式车壳。其全新的架构和动力系统可以输出超1000马力的强劲动力，动力总成由全新12缸内燃机发动机和3台电机组成，搭载一台首次适配12缸兰博基尼跑车的突破性双离合变速箱。与此同时，新车还匹配了横置布局的全新8速双离合变速箱以及可以在纯电动模式与倒车使用的四轮驱动系统。

全新V12超级跑车，即首款插电式混合动力车型的发布，将是兰博基尼向全系车型混动化迈出的第一步。据悉，兰博基尼全系车型实现混动化这一计划将于2024年底前实现。

值得注意的是，中国的超级跑车市场与全球其他市场有着较大的差异性，譬如消费者相较于更年轻，这要求进入中国市场的车企需要进行战略的调整。

“兰博基尼在中国市场的用户非常年轻，在全球范围内是最年轻的，这对于兰博基尼来说是一件很好的事情，因为我们可以长时间陪伴客户，与客户共同成长。”史蒂芬·温科尔曼对记者表示，“我们的最大挑战是要确保能够为消费者不断打造出梦想车型，无论是内燃机车型还是电动汽车。一个至关重要的点是，要展现出车型不仅是一个可持续的出行解决方案，同时还具有更卓越的性能。”

“我们能够看到在包括中国市场的全球范围内，混动车型越来越广泛地获得了消费者的认可。因此兰博基尼的混动车型和电动车型在中国市场有着广阔的机会。我们要做的就是在创造更多的契机，例如今年将重启品牌在中国的赛事，这是一个非常好的能够让消费者近距离接触品牌的平台。”史蒂芬·温科尔曼告诉记者，重新开展常态活动，对于吸引消费者、构建消费者和品牌之间的互动是至关重要的。混合动力车型作为从内燃机车型到电动车型的过渡阶段，也为兰博基尼提供了足够的时间，让消费者充分了解混合动力和电动汽车的创新技术。

记者从兰博基尼方面了解到，为推进电气化转型等计划，至2028年，兰博基尼将投入25亿欧元（约合人民币186.36亿元），这是其有史以来最大的一笔投资。

全年销量有望突破400万

# 行业龙头卡位新能源商用车赛道

本报记者 于典 石英婧 上海报道

随着汽车市场的整体复苏回暖，商用车行业的新能源化进程正在显著加速。

中汽协数据显示，今年2月，国内商用车产销分别为31.7万辆和32.4万辆，环比分别增长61%和79.4%，同比分别增长13.5%和29.1%。与此同时，各大车企也锁定新能源转型目标，加快推广新能源车型。数据显示，2022年，我国

## 今年有望实现20%~25%的销量增长

商用车一直被誉为国民经济的晴雨表，商用车产销恢复高增长，也进一步展现了中国经济的强大韧性。

“过去我们进出城区老要卡着时间点，防止违反限行措施。现在换上了绿牌，运货和工作安排都更方便了，每个月油钱还能省下不少。”近日，江苏扬州一位更换了新能源卡车的货运司机告诉记者。

作为汽车产业的基础，商用车长期以来一直被誉为国民经济的晴雨表。商用车产销恢复高增长，也进一步展现了中国经济的强大韧性。

展望2023年，中汽协方面预测，今年国内商用车总销量将达到380万辆，实现15%的同比增长。而在此前的“2023中国商用车产业大会”上，中国汽车流通协会商用车专委会秘书长钟渭平则给出了更为乐观的预期，认为国内商用车市场今年有望实现20%~25%的销量增长，整体销量预计达到400万辆左右。

## 政策利好带动密集上新

商用车新能源化已然成为当前热门赛道之一，各大商用车企业积极在新能源转型领域跑步前行。

与此同时，在技术、政策、用户需求等多方面因素推动下，商用车新能源化已然成为当前最为热门的赛道，各大商用车企业积极在新能源转型领域跑步前行。

事实上，商用车企加码新能源的背后，离不开政策的利好对于需求释放的推动。近期，工业和信息化部等八部门联合印发《关于组织开展公共领域车辆全面电动化先行区试点工作的通知》，在全国范

## 技术驱动下半场

梳理各家商用车企业在技术路线上的布局发现，各大品牌普遍在混动、纯电、换电等路线上多线布局。

值得注意的是，当前新能源产品销量、市场渗透率虽有较大提升，但整体来看行业尚处于起步阶段。相较于乘用车，商用车作为生产资料，用户更为关心的是车辆的投入产出比，包括采购成本、运营成本和二手车交易等。

宇通客车方面表示：“新能源车型除产品自身的性能表现外，整个运营生态的建设、保障更是用户关注的核心。可以说，当下新能源轻卡的竞争，不单单是产品层面的竞争，更是涵盖产品运营生态的企业力的竞争。”

新能源商用车总销量达到23.77万辆，较2021年同期增长近90%，新能源商用车销量或将持续迎来高速增长期。

目前，宇通客车以“车轮上的美好力量”为主题，开启了新能源商用车行业首场12小时接力轮播活动。宇通新能源商用车家族悉数亮相，涵盖交通运输、基建重工、矿用装备、物流配送、智能驾驶等产品覆盖社会生产生活各个领域。

值得注意的是，由于价格和维

护等购置门槛，不少消费者对新能源商用车仍处于持币观望的状态。对此，德力新能源汽车有限公司选择“一元试用”作为旗下大力牛魔王D01的破冰锤。据悉，本次大力牛魔王D01十城千辆试用活动将贯穿2023年全年，活动于3月9日率先在长沙拉开序幕，随后推广至北京、深圳、郑州、安阳等全国十座重点城市。

对为何选择“试用”作为构建用



拥有全系商用车生产资质的宇通，凭借新能源核心“三电”技术，保持在行业领先的技术研发力。

本报资料室/图

是混动商用车的全面转型。

江淮汽车相关负责人告诉记者：“2月轻卡市场迎来了销量的全面提升，江淮汽车旗下江淮1卡销量同比增长超10%。江淮1卡基于对轻卡市场的深刻认知，得出了轻卡市场未来是燃油、混动和纯电轻卡三分天下的判断，并布局燃油+混动+纯电三驾马车发展战略。”

宇通客车发布2023年2月产销

快报显示，2月宇通客车生产量为1206辆，同比增长122.5%，环比增长1.3%，销售788辆，1~2月累计销售2049辆。此外，继今年开年签下乌兹别克斯坦800辆客车大单之后，沙特阿拉伯的550辆客车订单也开始批量交付，出口额再攀高峰。截至目前，宇通在“一带一路”沿线国家出口新能源客车达1469辆，在全球34个国家和地区实现良好运营。

快报显示，2月宇通客车生产量为1206辆，同比增长122.5%，环比增长1.3%，销售788辆，1~2月累计销售2049辆。此外，继今年开年签下乌兹别克斯坦800辆客车大单之后，沙特阿拉伯的550辆客车订单也开始批量交付，出口额再攀高峰。截至目前，宇通在“一带一路”沿线国家出口新能源客车达1469辆，在全球34个国家和地区实现良好运营。

品牌的混动轻卡。而相较于传统燃油轻卡，其在节油表现上的优势，也为用户带来全生命周期性价比最优的超高价值。”

而作为新能源商用车的代表，宇通轻卡也在筹划新品发布。据悉，3月25日，宇通轻卡T系列产品将全球首发。宇通客车相关负责人告诉记者：“宇通轻卡T系列产品承载着宇通轻卡征战轻卡市场的雄心壮志。”

氢能在纯电的车辆驱动匹配技术方面已经非常成熟并积累了丰富经验。目前公司的4.5吨轻卡已签订500辆订单；49吨氢燃料牵引车型收到200辆订单，目前陆续交付中。

钱得柱告诉记者：“公司未来三年的发展目标要以安阳为根基，以河南城市群为核心市场，整合上下游资源，打造成为整个产业链的链主地位；广东城市群为拓展市场，短期内以广州、中山为突破口抢占市场。目前在市场上运营氢燃料已交付90多辆，未来三年整体销量规划2000辆，总体产值规划30亿元。”

## 戴姆勒卡车2022年财报“出炉”：

### 利润大涨55%

预计2023年将继续保持增长

本报记者 张硕 北京报道

近日，戴姆勒卡车控股公司（戴姆勒卡车）迎来了上市后第一个财年的高分“成绩单”。

《中国经营报》记者从戴姆勒卡车方面了解到，尽管面对供应链的制约以及通货膨胀带来的成本压力，戴姆勒卡车成功实现了2022年的财务目标，并对2023年的发展前景持积极态度。在强劲市场需求的带动之下，戴姆勒卡车在商用车市场的销量、收入、息税前利润、自由现金流和每股收益均实现了增长。

财报显示，2022年，戴姆勒卡车板块在全球的销量为520,300辆，较上年(455,400辆)增长14%，突显出戴姆勒卡车强

大的市场地位。虽然核心市场的需求依然强劲，新订单与待交付订单均保持高位，但供应链瓶颈仍对生产运营造成持续影响。在销量显著增长、强劲净定价、汇率利好和服务业务积极发展的推动之下，2022年集团收入增至509亿欧元，较上年(398亿欧元)增长28%。

据了解，2022年的盈利和销售回报率同样表现良好。调整后息税前利润增长55%，达39.59亿欧元(2021年：25.52亿欧元)，2022年实体业务调整后销售回报率为7.7%(2021年：6.1%)。戴姆勒卡车实体业务自由现金流增长12%，达17.46亿欧元(2021年：15.56亿欧元)。每股收益(EPS)3.24欧元，较2021年增长

14%。总体而言，戴姆勒卡车在2022年成功克服了供应链瓶颈的影响，实现了盈利和利润率提升的目标。

戴姆勒卡车董事会主席杜墨(Martin Daum)表示：“2022年对我们而言是非常特别的一年，也是在诸多方面充满挑战的一年。最为重要的是，作为一家独立运营的上市公司，戴姆勒卡车在首个财年成绩斐然。强劲的业绩表现充分表明我们成功应对了来自外部环境的挑战，无论是地缘政治的影响、持续的供应链紧张还是高通胀问题。我们不仅在提升盈利空间方面成果喜人，在引领可持续交通发展与应对气候变化领域也取得了重要的进展。”

长城汽车总裁穆峰：

## 坚守造车底线 秉持“长期主义”策略

本报记者 张硕 陈茂利 北京报道

远远高于同期纯电动汽车90%的增速。

“坚守自己的造车底线。一方面，秉持‘长期主义’发展策略，打造智能新能源(产品)，坚持为大部分用户造符合他们真正需求的车。另一方面，始终以用户为中心，绝不拿用户做实验。”

近日，《中国经营报》记者就长城汽车提出的回归“造车初心”、以生态布局破解当前行业“价格战”等问题对长城汽车总裁穆峰进行了采访。

2023年要想取得160万辆的销量目标，实现近50%的大幅增长，长城汽车必须回答“如何打赢新能源之战”这一问题。

对于如何“打赢”这一被反复问到、反复琢磨、反复思考的问题，穆峰心中早已有清晰的答案：“长城汽车将重点集中在智能新能源的发展，长城汽车的智能新能源发展思路不是攻城略地，而是让造车回归本质。”

“我们的友商通过新能源开创了巨大的蓝海市场，根据市场规律，蓝海是暂时的，红海是最终的。新能源必然会挤压燃油车的市场份额，大家进入想象当中的蓝海市场时，实际上已不仅仅是新能源汽车之争，而是整个产业和市场之争，这就是我们2023年面临的竞争格局。”穆峰分享了自己的思考。

相对于战略层面的思考，长城汽车拿出更务实的方案——全新智能四驱电混技术Hi4。相对一些经营的问题“掀桌子”，当经营问题解决得差不多时就可以结束了。为了资本市场拿钱而“掀桌子”，当产业回归本质的时候也就不再掀了。”

长城汽车方面介绍，全新智能四驱电混技术Hi4实现三大革新，分别为三动力源双轴分布的混动“新构型”、iTVC智能扭矩矢量控制系统的“新突破”、机电耦合传动系统的“新高度”，拥有2套动力总成，最高系统功率340kW，可覆盖A~C级车型，混动专用发动机以当前行业最佳的技术配置实现了41.5%的最优工程热效率。

2023年，长城汽车将上市11款新能源产品，其中包括4款纯电车型、7款混动车型。2024年，长城汽车全系新能源产品将全面普及四驱，并实现以两驱的价格购买四驱。

不难看出，长城汽车之所以选择将插电式混动技术作为打入新能源市场重要突破口，原因在于该技术的增长潜力。乘联会数据显示，2022年，插电式混动汽车(全年零售销量)160.5%的增速

远超行业平均水平。

“长城汽车的生态布局不

是从今天开始，而是从今天收获。”穆峰表示，“它是以整车为核

心，全面布局新能源、智能化等

等相关技术产业，实现多物种

相互作用，并持续进化的全生

态体系。”

“长城汽车将不断加大研

发投入、持续筑牢森林生态体

系的基础。”穆峰表示，“稳

固的技术支持，是长城汽车建

立强大市场信心的根基，也是产

品力和服务力不断提升的动力。”

## 上市首年成功收官

记者梳理戴姆勒卡车独立上市的第一年，在诸多领域取得了重要进展。资料显示，为实现引领可持续交通发展的目标，集团相继推出了一系列新产品与服务，包括多款零排放车型(ZEV)：电动福莱纳eCascadia开始在北美批量投产，梅赛德斯-奔驰eEconic在德国也进入批量投产阶段。在“2022汉诺威国际商用车及零部件展(IAA)”上，梅赛德斯-奔驰eActros Long-

Haul纯电动长途重卡斩获“2023年度卡车创新奖”。量产版eActros LongHaul单次充电续航里程达到约500公里，并支持高性能快充。戴姆勒卡车子公司三菱扶桑卡车客车(FUSO)在日本和欧洲推出了纯电动下一代FUSO eCanter。

同时，新产品的推出也带来了显著的利润：新一代赛特拉Top-Class和ComfortClass，新款梅赛德斯-奔驰Tourider，专为北美市场

## 2023年整体销量将达到51万至53万辆

资料显示，尽管2023年的宏观经济形势依然不容乐观，能源价格居高不下和供应链紧张的问题仍将持续，但戴姆勒卡车预计在商用车重点销售市场实现强势增长。集团在北美和欧洲两大重卡市场的销量预计在28万至32万辆之间。戴姆勒卡车预计2023年将实现51万至53万辆的整体销量。

戴姆勒预计营收将大幅提升，实体业务收入将介于530亿欧元至

开发的旅游客车，以及戴姆勒卡车北美公司推出的全新西星57X长途卡车。戴姆勒卡车还宣布了其在巴西的梅赛德斯-奔驰部门与戴姆勒客车部门的重组计划，突显出积极自我的举措对实现2025年前盈利提升的目标所起到的重要作用。

此外，在2022财年，戴姆勒卡

车董事会和监事会将在2023年6

月21日举行的年度股东大会上提

议每股派息1.30欧元。

后息税前利润达到40亿欧元，创下了集团息税前利润的纪录。我们的现金周转状况依然稳健。同时，我们希望通过首次派息分红来建立具有吸引力的资本配置政策。虽然目前相较我们的目标仍有一段距离，但我们的整体盈利能力正在稳步提升，在市场通货膨胀态势之下依然势头不减。未来，我们将采取更多积极举措，进一步提升财务表现。”

# 新茶饮出海：因地制宜寻增量

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近两年来，随着内地新茶饮竞争日趋激烈，越来越多的茶饮品牌开始关注国际市场，寻求海外市场增量。

## 竞相扬帆出海

2018年在新加坡开出首店的喜茶，目前也试图用全球合伙人形式再次走出国门。

近日，蜜雪冰城悉尼店的排队盛况引起了不少澳洲留学生的关注。在悉尼大学的Mia告诉《中国经营报》记者，“刚开业时我也去排队买了一杯！满满的自豪感！”

Mia认为，这份自豪感来源于文化认同感，在悉尼的世界广场开着一家中国的网红奶茶店，可爱的“雪王”就这么出现在澳大利亚最繁华的中心黄金商圈。

据了解，在该店2月刚开张时，从中午十二点到晚上十点，排队的队伍排到了拐角，首日营业额突破了2.4万元。实际上，2018年越南河内就出现第一家蜜雪冰城，在开业当天，这家店卖出了近1400杯茶饮，随后蜜雪冰城海外拓展版图接连扩展到了泰国、新加坡、日本、韩国。

而2018年在新加坡开出首店的喜茶，目前也试图用全球合伙人形式再次走出国门。3月9日，喜茶事业合伙助手微信小程序上的开放合作区域显示，目前喜茶已开放海外市场的事业合伙人申请，包括日本、新加坡、泰国、越南、马来西亚等海外区域。

记者注意到，从2021年底开始，蜜雪冰城陆续出现在泰国、新加坡和马来西亚。这几年来，不少新茶饮出海聚焦在东南亚地区。墨腾联合2022年发布的数据显示，东南亚消费者一年在新茶饮的消费高达36.6亿美元（约268亿元人民币）。

商务部研究院电商所副研究员洪勇认为，“东南亚地区人口众多，消费市场巨大，特别是在年轻人和城市居民中，茶饮消费受到越来越多的欢迎；东南亚地区的饮食文化与中国相似，茶文化也深入人心，茶饮口味相对接近，这使得新茶饮公司的布局更加容易；东南亚地区经济的快速发展，人们的消费水平也在逐步提高，茶饮消费市场也随之增长，这为茶饮企业提供了更多的机会。”

柏文喜则认为，新茶饮品牌更倾向于东南亚市场，是因为这一区域市场对其而言属于相对熟悉、消费习惯与国内差异较小、国内顾客市场渗透率较高的区域，目前自身的管理模式和供应链也更容易拓展和延伸到这一区域市场。

记者注意到，从2021年底开始，蜜雪冰城陆续出现在泰国、新加坡和马来西亚。招股书显示，蜜雪冰城在印尼和越南发力最猛，截至2022年3月，其已在这两个国家开了566家门店。

据悉，落地在成都青白江区的蜜雪冰城智能生产加工和出口基地及亚洲总部项目负责四川、重庆、云南、贵州及东南亚、南亚地区的市

场拓展、原料供应、运营管理及销售结算。蜜雪冰城集团副总裁孙建涛曾对外公开表示，“未来我们将依托青白江的国际班列优势，让很大一部分产品搭乘班列出口。”

柏文喜认为，新茶饮目前主要的布局策略不一，这与各自的品牌定位、产品组合、目标市场以及发展策略规划有关，因此其具体落地实施情况将会影响到各品牌与产品线未来的发展速度、市场地位以及营收和业绩等。

事实上，2018年喜茶和奈雪的茶曾不约而同将新加坡作为出海第一站。相关投资人认为，这是因为新加坡的消费水平更高，其单价更有优势。针对东南亚消费者的喜好，喜茶推出过相关产品。据新加坡的消费者反映，新加坡人尤其喜欢吃榴莲，喜茶曾推出过限定款的榴莲冰淇淋。

良与创新后的新茶饮，无论是其产品调性、市场形象与推广方式都有较强的国际化适应性。他强调，“未来海外市场确实值得深耕，这就类似于咖啡文化进入中国这一传统的茶文化消费市场的历程。”

10%~15%是较稳妥的中速发展。

中国商业联合会专家委员会委员赖阳认为，总体来看，与在境内快速拓店相比，新茶饮企业在海外市场的发展步伐更小，发展速度也更慢。

柏文喜直言，目前来看，虽然部分茶饮品牌取得了初步成功，但出海对其管理和供应链而言既要实现本地化，又要实现国际化，两者之间的恰当平衡与良好结合，是保证新茶饮品牌出海成功的前提和依托。

霸王茶姬方面透露，其将产品营销作为吸引流量的重点。比如，主打新中式风茶饮的霸王茶姬在进入东南亚时，曾推出“盲盒杯”，即把奶茶杯做成中空杯，并在底部空间里加入小礼物，让消费者到店后去感受中式文化环境，在海外做对标咖啡的“茶”的社交空间。

此外，霸王茶姬方面表示，会选择同定位的品牌进行合作，比如和马来西亚的国宝级锡器品牌皇家雪兰莪合作推出纪念杯、和高端矿泉水品牌依云合作推出冷泡茶等。

## 如何因地制宜？

业内人士告诉记者，相比于水果茶占据主流的国内市场，奶茶在东南亚更受欢迎。

茶饮作为一种中国文化的代表性消费品，拥有悠久的历史，其开拓市场的行为和中国文化故事的传播相辅相成。而出海需要面对的挑战和机遇并存，只有通过深入了解市场、优化产品和服务，才能在海外市场生存并取得规模化增长。

赖阳认为，新茶饮在海外市场的发展前景非常可观。他解释道，“因为这些国家消费需求广阔，一方面大量的华人消费者有这样的需求，另一方面在国际上非华人的茶饮消费人群也在持续增长。所以，很多海外的中小茶饮品牌收益相当可观。”

据记者了解，CoCo、贡茶、快乐柠檬等品牌也早已进军欧美市场。美国联合市场研究机构调查，预计到2023年，全球奶茶销售额将高达人民币205.7亿元。

赖阳指出，过去几年，新茶饮品牌在产品、选址、运营、供应链、商业模式的本地化方面有所积累，但在海外开拓时相对稳妥和保守，因为进入海外市场的主要挑战在于进军陌生市场的初始投入的成本较高，连锁品牌出海对企业管理的要求也不低，企业出海需要考虑是采取直接自营，还是海外联营合作，或者是加盟的模式。

赖阳认为，目前来看，加盟模式相对容易，但从品质、口碑到加盟管理都对企业有所挑战，而直营的话，成本很高。

他举例说，“如果一个茶饮品牌在某个地方开自己的直营店，则需要在当地建立供应链体系，同时派出自己的经营管理团队，以及培训当地的员工。与当地的一些个体、独立的品牌茶饮店相比，这一系列的成本投入要高得多，因此必须要有足够的规模化发展，但规模化发展需要更多的运营投入，必须

达到相当大的规模，才能够实现投资与收益的平衡。”

“蜜雪冰城的发展一直是加盟模式，因此其加盟的管理运营经验相对丰富，在进行海外移植管理时就会容易一些。”赖阳总结道。

业内人士告诉记者，相比于水果茶占据主流的国内市场，奶茶在东南亚更受欢迎。这与台式奶茶在东南亚的发展有关，珍珠奶茶更是在东南亚地区流行了近20年。贡茶自2009年开始在海外布局，眼下海外门店数也在1000家左右。

洪勇指出，新茶饮企业在选择目标市场时，首先要了解本土竞争情况，包括本地品牌和国际品牌，从而制定渠道策略。

据了解，在悉尼店试营业前，蜜雪冰城为了迎合当地市场，采用线上营销方式，在三天预热期里卖出了超过10万元人民币的优惠券。前段时间，香飘飘旗下的兰芳园丝袜奶茶出现在美国Costco卖场中，成为首个进驻美国Costco的中国奶茶品牌。

据上述业内人士透露，CoCo目前在加拿大扩展店面，贡茶、日出茶太、一芳等在欧洲掀起一波开店狂潮。

洪勇还提醒道，新茶饮公司需要了解目标市场的市场准入和法规，包括食品和饮料行业的法规和标准。公司应该遵守当地的法律法规，并确保其产品符合目标市场的标准和规定。

此前，新加坡卫生部长王乙康指出，卫生部和保健促进局将从现泡饮料下手，进一步协助人们减少糖分的摄入。到2023年底，咖啡店售卖的现泡饮料、鲜榨果汁以及泡泡茶等将被要求贴上“Nutri-Grade”标签。

经营 成就 价值  
**中国经营报**  
CHINA BUSINESS JOURNAL

**爱心捐赠  
筑梦前行**  
**CARING DONATION  
AND MARCH FORWARD**

# 加码研发拼“内功” 美妆行业整“妆”再出发

本报记者 许礼清 北京报道

万物逢春，美妆行业的新征程已经启程。

近日，各个美妆品牌在陆续交出成绩单之后，纷纷紧锣密鼓地开启全新的战略布局和改革。《中国经营报》记者采访多家美妆企业了解到，提高品质、优化体验等方面成为品牌方们接下來的发力点。“我们跟踪最新市场趋势和消费者

需求，观察到当下消费者需求变化呈现出品质化、中高端化、优体验。”提及当下消费者需求变化时，珀莱雅相关负责人如是说道。

记者了解到，品牌方们都对2023年的美妆市场抱有期待。而消费复苏、消费升级无疑会给行业带来利好，尤其是在国潮背景下，通过网络大主播的流量加持，本土美妆品牌发展迅速。不过，随着国际品牌的不断深入布局，

新品牌的不断涌现，行业竞争也在日益加剧。

上海悦妆信息科技有限公司总经理白云虎表示，当下，消费者需求已经发生变化，梳理国际品牌的业绩和过往发展路径，可以看到，美妆不能一味地去打“价格战”，而走向中高端的底层逻辑还是品质。同时，美妆品牌尤其是现阶段的本土品牌，一定不要走进流量“陷阱”。

## “卷营销”转变为“卷研发”“卷功效”

从现阶段美妆企业的动作来看，“研发”越来越受到关注。

相较前三年，今年的化妆品市场更加活跃。据国家统计局发布的零售数据，1—2月化妆品的零售总额为656亿元，同比增长3.8%，这也是继去年7月之后首次的正增长。在新的消费环境中，美妆行业的发展展现出了新的趋势和变化。

“从产品、供应链和消费者洞察三个方面来看未来国内美妆发展趋势，可以观察到国货品牌从‘卷营销’转变为‘卷研发’‘卷功效’的趋势。具体而言，国货品牌正在加码研发投入，通过知识产权、研发团队、创新成果等，打造有竞争力的高质量产品；也在构建更敏捷的供应链，帮助企业提前预测并有效应对未来的不确定性和系统性冲击；同时，相比国际品牌，国货品牌拥有更贴近中国消费者的洞察。”珀莱雅相关负责人表示。

在过去很长一段时间，国货美妆正是靠着大规模营销占领消费者心智，而从现阶段美妆企业的动作来看，“研发”越来越受到关注。

记者从珀莱雅处获悉，在品质化消费趋势下，珀莱雅不断加大研发投入，其2022年上半年研发费用率2.33%，母公司半年度研发费用率为4.69%（2021年同期为3.76%），2022年前三季度研发费用率为2.41%，研发费用为9537万元。

这在另一家国货品牌贝泰妮身上也有所表现，该公司相关负责人向记者透露，2023年，耗资近5亿元的贝泰妮新中央工厂



像雅诗兰黛小棕瓶这样耳熟能详的产品，充分展现了大单品的强劲势能。 视觉中国/图

已于今年3月13日正式竣工投产。不仅将大大提升集团供应链效率，降低对于部分供应商和生产商的依赖，完善供应链内部闭环，也能响应国家绿色减排的发展理念。

对于为何会有这样的转变，从业者的感触或许最为深刻。上海家化相关负责人表示，美妆消费者的观念、行为变化，消费渠道变化以及细分、个性需求的变化，对企业未来发展方向具有一定的启示作用。

而“卷研发”的另一个原因，或许与细分赛道的高速发展不无关系。将视线聚焦到产品的细分赛道上可以发现，功效护肤赛道或许将成为品牌方角逐的竞技场。

前瞻产业研究院数据显示，预计到2025年，功效性护肤品的

市场规模将增长至1250亿元。根据公开资料，目前，国产新品牌、老品牌，国外大牌都纷纷来“抢食”功效护肤赛道。早期的主角多是薇姿、雅漾等国际大牌，近几年薇诺娜成为新晋品牌，“国产玻尿酸第一股”华熙生物已推出多个功能性护肤品牌，同为玻尿酸大厂的福瑞达也不甘示弱，推出了颐莲、瑷尔博士等功效型护肤品牌。

对此，逸仙电商相关负责人告诉记者，功效护肤等细分领域势头正猛。而护肤品类的发展也更考验企业的研发能力、品牌建设能力、渠道能力。在过去这一年，化妆品行业加速进入品牌精耕、聚焦质量的时代，近两年间国货美妆品牌对研发的重视肉眼可见地在上升，行业进入比拼“内功”的新阶段。

显然，在经过流量助推、营销活动等快功夫之后，美妆行业正在慢下来，不是放弃营销彻底转变，而是兼顾营销与研发、服务等。

这种慢最直观的体现就使企业不断地将数字化、智能化融入到美妆行业的发展当中，或是利用高

## 多样的品牌逻辑

在品牌战略上，不同的美妆企业做出了不同的选择。

记者发现，在企业不约而同加大研发投入的同时，在品牌战略上，不同的美妆企业做出了不同的选择。有的集中推行大单品战略，也有的选择多品牌发展。

就大单品战略，回顾过往几年，有太多耳熟能详的产品成为了某一功效或者品类的代名词，例如雅诗兰黛小棕瓶、娇韵诗双抗精华等产品，充分展现了大单品的强劲势能。

这在国货品牌也有所体现。据了解，珀莱雅自2020年启动大单品战略以来，相继打造了红宝石精华、双抗精华等大单品。这一战略也让珀莱雅的成绩表现亮眼。近日，珀莱雅发布2023年1—2月主要经营数据。经初步核算，报告期内，公司实现营业收入7.9亿元左右，同比增长25%左右；净利润0.8亿元左右，同比增长33%左右。

对于大单品战略，白云虎认为，“传统的美妆消费习惯是有连带性的，比如水乳或者眼妆部分的成套使用。但现在很多销售成为主阵地，尤其是主播在有限的时间内介绍产品时，使用单品的效率更高，同时价格比套装礼盒

更低，更能刺激消费者产生购买行为。”

“企业做大单品一定不是完全独立的，而它是在某个系列中具有领导作用，同时其他产品也不错，能够以点带面，比如从精华，逐步拓展至眼霜、面霜、面膜、水乳品类。此外，大单品需要科研创新去支撑，比如雅诗兰黛小棕瓶等都是通过技术研发创新不断升级迭代。”白云虎表示。

行业人士高先生告诉记者，一个有潜质的大单品应该具备三大特点。首先是独特性，即产品具有独特的功效、配方或设计，能够满足消费者的特定需求。其次是可复制性，即产品的制作工艺和原材料可以被稳定地复制，以确保产品的品质和一致性。最后是品牌本身已经在市场上建立了一定的声誉和信誉，消费者对品牌有一定的认知和信任。

而除了坚守大单品战略，也有企业选择多品牌发展。贝泰妮相关负责人告诉记者，“未来贝泰妮集团将持续挖掘深厚的品牌积淀，拓展多品牌发展的无限可能。”

同样走多品牌战略的逸仙电

商则是彩妆+护肤品业务。从逸仙电商的商业版图来看，除了彩妆品牌完美日记等，还收购DR.WU达尔肤、EVE LOM和Galenic法国科兰黎等护肤品牌。从业绩上看，2022全年护肤业务实现营收增至12.4亿元，增长44.8%，占总营收比例上升至33.5%。

逸仙电商相关负责人告诉记者，对逸仙电商来说，护肤和彩妆是同样重要的业务，在彩妆及护肤的大众、中端、高端，公司都希望有品牌相应的布局，从而服务不同年龄层的消费者，提供给他们更立体化的变美方案。

实际上，多品牌并行发展的战略，也有一定的底层逻辑。产业经济投资专家、海南博鳌医疗科技股份有限公司总经理邓之东告诉记者，当前国货美妆市场的爆发式增长，很大程度上靠营销驱动，对比国际品牌，本土品牌还处于比较初步的发展阶段，市场产品品类尚不丰富，市场热度、认知度有待进一步培育，核心硬核技术缺乏。未来，需要培育本土新锐品牌，提高本土品牌市场竞争力和出海能力。

域流量池（包含私域与公域结合）包括旗下王牌薇诺娜基于微信小程序搭建的“专柜服务平台”和“小程序商城”、公众号、视频号、微信群和线下导购等。

对于上述情形，白云虎认为，做品牌需要的是打磨好产品，建立自己的阵地，反复接触用户，与用户深度沟通，建立黏性。尤其是本土美妆品牌需要时间去沉淀，去做一个长期主义者。

“在优化用户体验过程中，要用数字化的方式去挖掘，比如以AI人工智能、Block Chain区块链和XR虚实交互等为底层技术的加持下，将线下渠道的场景，以数字孪生复刻的方式实现线上重塑，可以为消费者提供随时随地的3D空间感体验和互动。”白云虎表示。

# 名酒企发力百元价格带 抢滩百元酱酒新高地

本报记者 阎娜 党鹏 成都报道

大众酱酒赛道正在扩容。近期，

多家企业推出了定价百元价格带的产品，例如茅台集团旗下茅台保健酒业公司推出定价156元的百元酒，

习酒推出了定价168元的产品等。

在业内看来，随着酱酒市场的日渐成熟及酱酒价格带的不断细分，走

向大众市场是行业发展的必然趋势。

受访者纷纷向《中国经营报》记者表示，经过过去几年酱酒企业

对消费者的教育，酱酒的消费场景

正在增加，大众酱香的发展具备潜力，名酒企入局或进一步带动大众

酱香走向繁荣。此外，酱酒行业或迎来洗牌，中小贴牌酒企或面临大浪淘沙。

## 占位百元价格带

近期，茅台保健酒业公司在多地召开“茅台家族百元酱香分享交流会”，并推出定价156元的台源酒。上个月，在贵州习酒2023年经销商市场工作会上的新品发布环节中，定位于大众酱香的“圆习酒”正式亮相。

头部企业对行业往往有“风向标”作用，他们布局大众酱香为行业指出了一个发展方向。品牌管理专家、九度咨询董事长马斐表示，“酱酒品牌推出百元价位产品主要是两个原因：首先是根据经济发展的规律，预判经济走势做出的决策；其次

是根据大量的市场调研，有这个价位段的消费需求。这对以往不少酱酒只走高端是一种提醒，也是全价位段的竞争需求。”

“其实百元价位段酱酒企业一直在做，只是后期在酱酒黄金期价格提高了而已。”马斐指出，“当前随着消费升级和酱酒热带动的涨价之后，百元价格带较为缺失，头部企业此时入局是为了补全这个价格带。”

目前，酱酒中高端市场已是一片红海，谋求“向下”或可以形成错位竞争。白酒行业专家蔡学飞表

示，“目前高端与次高端酱酒市场基本都被名酒垄断，品牌格局已经固化，新兴品牌只能从大众酱香市场寻找新的发展空间。”

“在千亿茅台的引领下，习酒、郎酒以200亿元成为头部品牌；国台跻身百亿俱乐部，被称为酱酒新领袖；而60亿元的金沙、50亿元的珍酒、30亿元的钓鱼台等品牌也被看作中坚力量，后面还有潭酒、夜郎古等众多发展型酱酒品牌，酱酒高低搭配、相互补充的品牌格局已经形成，走向大众市场成为行业发展的必然趋势。”蔡学飞说道。

此外，名酒企布局百元价格带有利于推动酱酒品类的普适化和引领酱酒的可持续发展。酒业营销专家肖竹青表示，“对于消费者而言，现在酱香酒价格整体客单价高，知名酒企未来将提供更多入门级、大众消费的酱酒，会促进酱酒市场进一步扩容。”据他预测，在酱香酒产业规模化、品牌化发展中，有全国性品牌孵化能力和消费者动员能力的酱香酒品牌将赢得更大发展空间。考虑到消费者需求的多样性，预计这类品牌也将推出更多平价酱香酒。

另一方面，过去一年，酱酒的产能与利润均保持了双位数增长，放眼全国，酱酒的整体渗透率依然有待提升，酱酒在次高端与高端市场的增长潜能长期存在，中高端市场依然大有可为。”

酱酒专家、权图酱酒工作室首席专家权图也在近日公开演讲中表示，“从酱酒品类基因出发，所有酱香企业首先要考虑做好300—600元价格带，其次是千元价格带。不要看到市场有一点回落，就选择做大众酱香，如果没把次高端、高端做好，大众价格带也不容易做好。”

## 考验仍存

值得注意的是，目前市场上百元酱酒并不多见。记者走访了成都市多家商超和酒类连锁店，发现传统商超的酱酒多以茅台、习酒为主，百元左右的产品占比不多，部分酒类连锁店主推500元以上中高端产品。

“不少酒企认为百元酱酒利润较薄，不愿去做。”茅台镇一位酱酒行业的从业者向记者表示，“酱酒的生产工艺决定了其成本，坤沙工艺加上人工成本，营销成本等很难做到百元内价格。这也意味着受利润影响，百元酱酒的摊子并不容易铺大。”

从大众酱酒赛道来看，目前整个大众酱酒市场并未形成标志性的核心单品。而百元价格带竞品较多，定位百元的酱香产品或直面与其他香型的竞争。

不过，名酒企发力百元酱酒并非拍脑袋决策，更重要的是利用平价酒开发下沉市场。在茅台集团2023年度市场工作会上，茅台董事长丁雄军曾明确提出“茅台保健酒业公司要深耕社区、农村等基层市场，主营100—500元产品，打造优质大众化白酒品牌”。

“在农村、县域市场，消费者对价格较为敏感，因此售价更低的贴牌产品并不少。头部企业发力大众酱香，对下沉市场来说，在带来有品质保障产品的同时，能‘良币’驱逐‘劣币’。”河北一位酒商表示。

马斐指出，“中低价位产品首先考验的就是渠道力，既包含产品力、渠道力，也包含品牌力，特别是厂家、经销商的渠道运作能力等。对于百元产品来说，酒企需要长期战略，不可急于求成，培育经销商和消费者要双管齐下，要在渠道占有量和开瓶率上下功夫，没有十年八年，难有大单品形成。”

蔡学飞表示，“百元价格带是目前国内分布最广泛，也是消费群体最大的一个主流价格带。百元价格带不同于传统的高端酒类市场，主要针对商务、宴席、礼品等，百元产品更多的是针对走亲访友、家宴、团建等市场，主打性价比，所以酒企一方面要加强酱酒的品质推广，另一方面要主动融入相应的消费场景，提高亲和力，打造品牌黏性、消费黏性，增强复购，逐渐扩大百元酱酒的品牌、品类影响力，以及大众酱酒市场竞争力。”

## 寻求增量市场

近两年，酱酒市场竞争加剧，名酒企业为获取更多市场份额，采取双品牌战略。在新的发展形势之下，名酒企开始发力大众酱香，均意在补齐价格带，寻求新的增长极。

此外，动销放缓和价格倒挂是不少酒企不得不面对的难题。权图酱酒工作室发布的《2022—2023年中国酱酒产业发展报告》指出，“2023年仍然是复苏之年，渠道库存和价格倒挂仍然是悬在酱酒产业头上的两把利剑，需要厂家未来1—2年积极应对和调整。”

上述报告指出，“除茅台以

外，几乎所有酱酒企业的主线产品均出现价格倒挂现象。主线酱酒产品倒挂虽然在2022年有一定普遍性和特殊性，但最核心原因还是在于厂家对渠道压货太多。”可见，酒企布局大众酱酒，或是为了寻求增量市场，促进动销，回流资金。

蔡学飞表示，“全国酱酒产能接近60万吨，而且还在快速增长，大量的产能要消化，酱酒从高端次高端走向大众市场是必然趋势。”

基于酱酒五年生产周期的特点，主流酱酒企业需要提前进行产能储备，才能应对未来的竞争。去

年，头部酒企加速扩产能，多家企业都陆续公布了扩产计划，根据贵州发改委公布的31个新建项目名单，预计2023年，仅贵州就将新增酱酒产能20.68万吨以上。“未来整个行业可能新增酱酒产能59万吨，消化这部分产能也是酒企走向大众市场原因之一。”蔡学飞表示。

不过，蔡学飞认为，虽然大众酱香是一个新的机会，但盲目大众化不可取。他表示：“一方面，酱酒的高端品类价值已经形成，过去一年，酱酒以占行业10%的产能占据了行业接近40%的利润，盲目走大众化可能有拉低品类价值的风险；

# “寺庙咖啡”热背后：制造消费新场景

本报记者 黎竹 刘旺 杭州报道

今年开春以来，寺庙旅游火起来，寺庙正成为新一代消费者的打卡胜地。来自携程的数据

显示，今年2月以来，预订寺庙景区门票的人群中，90后、00后占比接近50%。寺庙中的咖啡馆更是火爆，北京潭柘寺和浙江杭州永福寺、台州龙兴寺等都吸引了

如潮水般涌来打卡的年轻人。近日，业内出现一种声音：年轻人不要把希望寄托在神佛之上，奋斗才是硬道理。但不久后，也有媒体指出，这一现象释放了旅游行

业复苏的信号，年轻人一边热衷寺庙游一边奋斗，亦带动了寺庙的文创产业。

业内专家认为，今年各地都在着力提振消费，而寺庙这一类

由不同空间承载、嵌入不同文化意涵并由此汇聚流量的场景，成为城市在咖啡消费趋势下吸引消费者的新“战场”。

中国食品产业分析师朱丹

蓬表示，随着咖啡消费人群的持续扩容，其消费场景也进入多元化、全方位的发展阶段，寺庙只是其中的一个流量场景，未来将会有更多的新场景出现。

## 排队等“慈杯”

目前来看，咖啡、餐饮和文创是寺庙的主要周边。

近日，雍和宫官网公告显示，目前每天预约接待6万人次，从3月9—17日的余票数量来推算，雍和宫这段时间的每日客流量至少在4万人次。而灵隐飞来峰景区，每日的7万余张门票不到下午两点就被抢空了。据悉，该景区内拥有1600年历史的永福寺，被称为“钱塘第一福地”。

据00后大学生小雅讲述，永福寺法物流通处的咖啡是今年开学后的“打卡必选项”，而永福寺更凭此一跃成为“网红寺庙”，消费者排队15分钟到一个小时不等，只为买到一杯“慈杯”咖啡。

“慈杯”的工作人员告诉《中国经营报》记者，“‘慈杯’咖啡其实前两年就已经存在了，网上特别火的

‘咖啡盲盒’是今年新春推出的特别款，撕开咖啡杯包装，就能收到寺庙的随机祝福语。现在暂时没有，但您可以明年新春再来体验。”

在社交平台上，记者看到关于“慈杯”咖啡的攻略分享，大到景区如何游玩、如何购买相应文创，小到咖啡杯有哪些祝福语，分享者通过这些展示了自己的独特消费。

同样在灵隐景区，“法喜寺”近来也很受年轻人追捧，其“十八籽”和“白菩提”手串需要消费者排队买单、再排队付款、最后排队领取，“三次排队”才能完成“一次消费”。记者从被围得水泄不通的购物处外围看，大多数是18—30岁的年轻人。

目前来看，咖啡、餐饮和文创是寺庙的主要周边。北京潭柘寺的



视觉中国/图

就需要六七名咖啡师轮流换班。

猫叔咖啡创始人毛作东认为，从传播的角度来看，开咖啡馆、做手串周边等动作都能够吸引更多的年轻消费者。尤其咖啡作为目前颇具热度的打卡符号，能够形成传播态势并引发二次传播。

## “寺庙消费”火热

从目前各寺庙对咖啡馆的管理来看，其归属也并不统一。

一面是历史悠久的佛门之地，一面是时尚潮流的打卡体验，寺庙制造的这种“冲突感”使游客做到了主动消费，很好地做到了宗教场所与商业开发的平衡。

毛作东向记者透露，曾有龙泉寺相关负责人向其打听素饼的运营策略。他预测到，“如果少林、武当也做了咖啡，肯定也会迎来新一波客群。”

经记者了解，之前在“少林热”的文化潮流下，少林寺果断抓住了崛起的良机，并走上商业化之路。1998年，少林寺成立实业公司，经营少林禅茶和少林素饼生意，2002年，创办名为少林书局的出版公司，2007年，成立少林欢喜地有限公司，经营体育用品、文化用品和旅游纪念品等，同时开始在少林寺常住院内经营餐馆……

专家认为，少林寺为几乎所有

寺庙的商业化之路做了一个模板。后来，寺庙的商业化不再被允许私人承包，于是各方寺庙也在通过线上线下各种途径来扩大自身的影响。

记者注意到，在抖音上，@灵隐有18万粉丝，既可以给寺庙带来流量，又能帮助寺庙普及佛教相关知识。而在线下，吸引更多人来访寺庙、增加寺庙营收也成为当下寺庙相关管理者的主要工作内容之一。

毛作东认为，营销需要洞察消费者需求。当下主动踏进寺庙的年轻人不少，如何将其转化为消费者，需要全面布局的运营模式来推动。

据记者观察，永福寺推出的周边很贴近当下的年轻消费者，比如有萌版佛祖、神兽，配上接地气又戳心的文案，比如“你这么棒棒，我佛尽该喜欢你”等，反差感拉满。

目前，苏州、杭州等多处南方地

区寺庙开放了“一周体验”“两天体验”，甚至有“三天两晚”的内观体验课程，包括禅修、抄经文等，一般项目都是免费的。相关人员向记者介绍，参与者需要花费的时间较之前减少，也能增加参与人数。一位打卡寺庙体验的B站UP主告诉记者，自己发布的相关视频有很多粉丝感兴趣，“私信都回复不过来”。

据《中国经营报》早前的报道，少林寺的主要收入来源是门票收入和香火。少林寺的门票管理归当地政府，收入70%归政府所有，30%归寺院。

从目前各寺庙对咖啡馆的管理来看，其归属也并不统一。永福寺的工作人员则告诉记者：“目前是寺庙内部在负责‘慈杯’咖啡的招聘事宜，营收流水的收款方为法物流通处。”

五台山佛教协会相关负责人

表示，“目前五台山景区内寺庙IP的打造是由各‘寺管会’（全称为寺庙民主管理委员会，是中国各宗教寺庙的民主管理组织）具体负责，包括餐饮、各类文创产品。”

南普陀寺相关负责人透露，南普陀寺咖啡馆目前是由寺庙方面在管理。但其同时提到，南普陀寺实业社是以佛教文化为契合点，建立了现代化的企业制度体系，现发展为集餐饮、食品加工、旅游、接待等多项服务为一体的综合性企业，“目前该企业正在进行茶饮研发，作为茶饮的运营方，各项事宜由企业方面负责。”

此外，部分寺庙景区内的空间则归街道管理。与灵隐寺并称“姐妹寺”的灵峰寺目前正在由街道方面修缮，该景区内半园茶室的主人透露，其茶室空间是与景区管辖的街道洽谈租下的，自己负责茶室的一切营收。

# 春茶上市 文化赋能竞逐高端化

## 文化赋能茶叶产业

本报记者 党鹏 成都报道

随着各地春茶陆续开采，“春茶节”“采摘节”“诗歌节”等也纷纷拉开帷幕。与此同时，茶叶企业也借助传统茶文化，为各大品类和品牌进行赋能。中商产业研究院发布的有关报告显示，预计2022年绿茶的市场规模就高达1837亿元。随着2023年采摘季的到来，以绿茶为主的春茶竞争日趋激烈。

根据天眼查系统为《中国经营报》记者提供的数据，2022年新增茶叶相关注册企业数量为17万余家，其中有10余家获得不同轮次的融资。

“今年以来，人口的流动性、商务的恢复、礼品市场的进一步复苏、中国茶叶市场的整体复苏和恢复，有着非常好的宏观土壤和红利。”中国食品行业研究员朱丹蓬表示，春茶的高端化是未来发展的一个趋势。因为春茶有它的稀缺性、独特性和差异化，如何做到高端化、品牌化、专业化，是未来春茶很重要的发展方向，也是需要行业思考和实践的。

在中国茶叶公司看来，国内3000亿元的市场份额中，绿茶占比超过60%，市场容量接近2000亿元。为此，在抢占西湖春茶资源，推进“全国一盘棋”计划成为其公司战略。根据中茶公司介绍，其已在浙江杭州、安徽黄山、湖南长沙、陕西紫阳建成四大骨干自有生产中心，并打造了信阳毛尖、碧螺春、

### 构建消费者体验新场景

对于新锐茶叶品牌理真而言，除了让游客在蒙顶山体验茶园之美外，目前正在着手建设线下茶叶的体验门店。“我们希望打造一个新形象、新定位、新主张、新空间。”理真茶叶品牌运营负责人广聚农的总经理翟丽丽表示。

记者注意到，目前茶叶企业正在构建线上与线下、门店与景区等多重茶叶体验和消费新空间，以此提升茶叶品牌形象。

“目前在成都、北京、重庆、西安、天津、济南等20多个省市有300

南京雨花茶、峨眉雪芽、崂山绿等多个具有传统文化沉淀与代表性的名优绿茶基地。

3月9日，在贵州湄潭县，在茶山上举行了一场庄重古朴的祭茶仪式，由此拉开了2023年的春茶采摘节。3月17日，第十九届蒙顶山国际茶文化节先发站——理真·春天里的蒙顶诗歌节，则让诗人们和

游客一起吟咏古今诗篇，感受蒙顶山茶的意境。

“今年，竹叶青再次聚焦和围绕‘春茶的历史’及‘茶文化’开展营销和传播。”竹叶青茶叶品牌负责人介绍，他们与演员张晓龙联袂打造了一个“春茶文化短片”，借助“春茶的最佳代言人”——一生爱茶的古代名人苏轼，演绎自古以来

中国人对春茶鲜美的追求。

“茶与诗歌、酒与诗歌的完美结合，赋予了茶与酒不同的精神特质，也成为企业借力传统文化营销，为品牌赋能的一种策略。”西南民族大学营销学教授刘德昌认为，这种赋能要与当地的历史文化、产品的历史基因进行精准结合，并借助新媒体矩阵进行传播，才能更好

地激发品牌的活力和生命力。

就此，朱丹蓬认为，茶叶一直都具有礼品的属性，如何把价格跟价值做得更加匹配？“打文化牌应该是所有大品牌茶叶都在做的一项工作。随着整个中国茶文化的提升，以及消费者对于价值导向的认可，像这种文化类的活动，以及茶文化的传播都得到非常好的加持。”

### 高端化背后的资本动力

“今年茶叶受经济复苏的加持，整个价格应该比往年有10%—15%的涨幅，这个符合当前经济的发展趋势，也匹配了国内茶叶消费的特征以及趋势。”朱丹蓬预测说。

记者注意到，今年春茶上市后，无论是蒙顶山茶，还是龙井茶等，一些头部品牌推出的新茶价格主要集中在每斤5000—20000元之间。在千元价格带以上，各地的春

茶品牌更是不胜枚举。

“随着国内居民收入水平的提高和大众健康意识的提升，更多的人关注到茶品牌，而在茶叶消费上，则更为关注品质，这给了绿茶更好的发展机会。”竹叶青方面表示，目前，公司虽然推出了满足不同需求消费者的产品，但是这并不代表着高端战略的改变，“一方面我们意识到消费者在饮茶需求上日渐多元化，国民饮茶风气的

兴起，应该是每个茶企乐见其成的。另一方面这也是品牌满足不同消费者需求的尝试，传播茶文化、传播中国茶带来的身体与精神上的有益之处。”

在朱丹蓬看来，烟酒茶是很多资本看中的，比如酱酒有很多的资本也在加持。“茶叶也是属于礼品，是高毛利的一个行业，它受到资本的青睐跟追捧在意料之中。”

根据天眼查数据，截至目前，

茶叶相关企业有150万余家，其中，2021年新增注册企业数量为19万余家，2022年新增注册企业数量为17万余家；从地域分布来看，福建、广东、云南，三地相关企业数量位居前列，分别拥有24万余家、23万余家以及14万余家；据不完全统计，2021年20余家、2022年10余家茶叶相关企业获得融资。

记者注意到，在去年2月完成两轮融资的新锐品牌一念草木中，

累计融资数千万元，其产品覆盖六大茶叶品类，主要针对年轻人市场，产品为中高端价格区间。

此前，艾媒咨询预测，中国茶行业增幅基本维持在8到11个百分点之间，2021年市场规模达到2910.3亿元，2022年可突破3000亿元，达到3210亿元。显然，中国作为全球最大的产茶国和茶叶消费市场，茶叶行业未来将保持长期平稳向好发展的趋势。

## 1. 爆发

## 倒下的硅谷银行

硅谷银行亦坦言，在美联储快速大幅加息带来的高利率环境下，在该银行有存款的初创公司正急于提取现金。硅谷银行出售了手头绝大部分的可供出售金融资产，以换取流动性来支付存款提款。

一切要从一纸公告说起。

当地时间3月9日，硅谷银行发布了一份意外的声明，称已经出售了资产负债表中大量的“可交易”证券组合，以达到重新投资这些资金的目的。同时，还将向投资者发行12.5亿美元普通股，同时发行5亿美元可转换优先股，此外，私募股权公司General Atlantic同意购入5亿美元硅谷银行的普通股，这一轮硅谷银行计划融资总额达到22.5亿美元。

“可出售证券”主要指的是其投资于美国国债和机构债券的总额20亿美元的固定收益产品。这些产品的久期在3.6年左右，收益率为1.79%，出售这些证券将使硅谷银行面临18亿美元的税后亏损。

硅谷银行称，上述融资行为是“战略性措施”，是为了重新调整该银行的资产负债表以增强资产的敏感性，并锁定融资成本，从短期更高的利率水平中获益，同时更好地保护净利息收入和净息差并增强利润率。

消息传出后，引发投资者恐慌性抛售，硅谷银行股价暴跌。

截至3月9日收盘，硅谷银行股价暴跌60.41%，创1998年以来最大跌幅，单日市值蒸发95.8亿美元(约合人民币660亿元)；随后3月10日美股盘前，硅谷银行股价再遭重挫，跌幅一度达50%。

监管部门应声而动。

3月10日，美国联邦存款保险公司(FDIC)发布声明称，美国加州金融保护和创新部(DFPI)当日宣布关闭硅谷银行，并任命FDIC为破产管理人。硅谷银行金融集团首席执行官格雷格·贝克尔在3月10日给员工的一段视频留言中承认：“难以置信的艰难48小时”导致硅谷银行倒闭。

硅谷银行1983年成立于美国，是硅谷银行金融集团的子公司，拥有27家办事处，3家国际分公司，商业关系网涉及亚洲、欧洲、印度和以色列。2022年末总资产规模达2118亿美元，按照合并资产排名来看，为全美第16大银行。

相较于传统商业银行，专注于科技领域投资的硅谷银行的业务模式具有明显的独特性，ROE

## 2. 蔓延

## 中小银行经历“冲击波”

植信投资研究院秘书长邓志超认为，当前要防止单个流动性风险蔓延为整个美国金融市场的流动性危机，关键要做好两点：一是政府及时介入破产银行，注入流动性，同时向公众明确处理方案；二是尽快稳定市场信心，防止恐慌情绪蔓延。

硅谷银行引发的恐慌情绪随后蔓延至美国更多银行。

当地时间3月13日美股开盘，三大指数集体低开，道指跌0.89%，纳指跌0.87%，标普500指数跌0.99%。多家银行股暴跌，第一共和银行停牌，开盘跌67%创纪录最大跌幅；西太平洋合众银行开盘初触发熔断，此前跌约35%；美国阿莱恩斯西部银行停牌。

当地时间3月12日，美国金融监管机构宣布两项重大事宜，一是关系硅谷银行储户资金兑付，称已于当日采取行动，为确保所有存款人的资金安全，硅谷银行的储户自3月13日起可以支取所有资金；二是宣布了又一家银行——签名银行(Signature Bank)被纽约州金融服务局关闭。

此外，数字交易平台欧易OKX称，FDIC已入驻第一共和银行，该行资金汇兑交易已停止。

在美联储持续加息缩表下，商业银行必须通过付出更多代价才能挽留客户，或在某些情况下以较大的折扣出售部分低收益资产来应对储户取款。尤其是中小银行早已开始遭遇流动性的考验。

据央视新闻报道，经济学家朱迪·谢尔顿在接受采访时表示，近日，美国多个高校经济学家联合完成的一项研究显示，美联储

硅谷银行  
“闪崩”背后

**编者按/**美国硅谷银行(Silicon Valley Bank,以下简称“硅谷银行”)倒闭被认为是自2008年金融危机以来美国最大的银行倒闭事件，并且导致了全球金融股市值三天蒸发了4650亿美元。

有着40年发展历史的硅谷银行是美国第16大银行，截至2022年末，硅谷银行资产规模达2120亿美元。硅谷银行主要为科技类企业提供融资等金融服务，相较于传统商业银行，硅谷银行的业务模式具有明显的独特性。

然而，从一纸公告到倒闭、被接管，这一切只用了48小时。虽然美国财政部、美联储、美国联邦存款保险公司(FDIC)已发表联合声明，宣布对硅谷银行倒闭事件采取行动，但这场危机对全球资产价格、投资者风险偏好将产生深远影响。截至发稿(3月23日)，第一共和银行、瑞士信贷陆续出现危机，欧美银行股受到重挫。

市场将美联储加息视为硅谷银行倒闭事件的重要原因之一。值得一提的是，当地时间3月22日，美联储再次加息25个基点，并且在决议中表示美国银行业健康、有韧性，但诸多倒闭事件将拖累经济增长。至此，自2022年3月进入本轮加息周期以来，美联储已累计加息475个基点，但美国通胀水平持续居高不下。

目前来看，硅谷银行事件造成的金融风险还在蔓延。硅谷银行倒闭事件是如何发生的？类似硅谷银行出现的流动性危机是否会蔓延？是否会发生系统性金融风险？本期商业案例，《中国经营报》记者将从硅谷银行事件的起因、警示及展望三方面，探寻硅谷银行倒闭事件始末。



当地时间2023年3月20日，美国圣莫尼卡，硅谷银行的标志展示。视觉中国/图

下，在该银行有存款的初创公司正急于提取现金。硅谷银行出售了手头绝大部分的可供出售金融资产，以换取流动性来支付存款提款。

“在流动性宽松时期大量吸收存款并配置长期限的债券资产，导致潜在的利率风险大幅增加，美联储加息成为问题暴露的导火索。疫情期间美国实施量化宽松政策，手握大量存款的硅谷银行规模快速上涨，买入大量利率较低的美国国债和MBS产品。2022年美联储大幅加息至4.5%，使得市面上的债券收益率升至5%~7%，导致硅谷银行面临巨额的浮亏，资产负债压力陡然增大。”马天娇分析称。

硅谷银行亦坦言，在美联储快速大幅加息带来的高利率环境

规定，以降低类似硅谷银行倒闭事件再次发生的可能性。

美国参议院银行业主席、民主党参议员谢罗德·布朗(Sherrod Brown)3月14日亦将银行倒闭的部分原因归咎于2018年的监管放松，但他表示，国会收紧银行监管的可能性很小，因为他已经看到了银行游说团体和华尔街对国会的影响。他同时敦促美联储采取行动，实施更严格的监管并暂停加息。

激进加息“极大地”增加了银行体系的脆弱性。受此影响，美国至少有186家银行面临与硅谷银行类似的境况，届时即使只发生小规模的挤兑，也将有更多银行面临“爆雷”。

投资研究公司TS Lombard的一份报告认为，美国小型银行似乎正面临融资乏力和不良贷款率上升的复杂局面。相比大银行，小银行的存款准备金更低，因此抗风险能力更弱。

同时，美联储还单独发表声明，宣布将向“符合条件”的银行提供更多资金，以确保它们“有能力满足所有储户的要求”。为此，美联储将创建一个融资项目，银行可用美国国债等有价证券或其他资产为抵押，获得贷款，从而让银行“在面临压力时无需迅速出售有价证券”以获得资金。同时，美国财政部将从一笔专项基金中抽调至多250亿美元，向美联储的这一融资项目提供支持。不过，美联储表示，预计最终无需动用财政部的资金。

中信证券分析认为，尽管市场担忧硅谷银行事件可能传导到整个美国银行体系，但短期中信证券判断硅谷银行事件仅为个别，其引发美国系统性金融危机的可能性较低。“当前美国存款机构储备金余额为3.0万亿美元，相对2020年低点高出1.6万亿美元，仍处于比较健康的位置。另外，近三个季度美国四大银行的一级资本充足率也持续反弹，摩根大通、花旗、美国银行、富国银行分别为13.2%、13.0%、11.2%、10.6%，反映其具备的偿债能力较好。因此，我们认为，目前美国金融体系仍较为稳定，短期市场或存在对风险事件过度反应的可能。”

植信投资研究员秘书长邓志超认为，当前要防止单个流动性风险蔓延为整个美国金融市场的流动性危机，关键要做好两点：一是政府及时介入破产银行，注入流动性，同时向公众明确处理方案；二是尽快稳定市场信心，防止恐慌情绪蔓延。

“从FDIC、美国财政部和美联储的应对来看，基本已经做到了以上两点。但恐慌情绪可能很难一下子消散，特别是在不久前美联储鹰派表态且未明确后续加息路径的情况下，不少美国银行与硅谷银行一样存在严重的资产负债结构错配问题。美国政府的介入，可能只会缓解部分恐慌情绪，但是否可以从根本上解决问题，目前尚不明朗。”邓志超如是说。

现实情况是，美联储的加息步伐并没有停止。当地时间3月22日，美联储宣布将联邦基金利率目标区间上调25个基点到4.75%至5%之间，利率升至2007年9月以来最高水平。

## 3. 影响

## 系统性金融风险会来吗？

工银国际首席经济学家程实认为，目前，硅谷银行事件引发系统性金融危机的概率尚不大，对于金融市场的冲击仍在可控范围。

硅谷银行事件爆发后，全球金融市场恐难“独善其身”。

邓志超总结道，全球金融可能面临三重风险：一是美国金融市场风险持续暴露，美国经济陷入衰退，冲击全球金融市场稳定；二是硅谷银行事件产生的恐慌情绪通过预期传染

全球金融市场，与硅谷银行业务模式类似的全球金融机构都可能面临挤兑风险；三是资本大规模回流美国等发达经济体救急，带崩流出国金融市场。“这三重风险可能具体体现在，全球股市大幅下行引发投资者集体的风险规避；美国收益率大幅波动短暂失去了‘定价之锚’功能，全球资产价格随之大幅波动；美元指数下跌后，可能因避险情绪高企而再度走高，从而冲击全球外汇市场。”

中金公司亦分析指出，除了关注美国银行业，还应关注一些非银金融机构的风险。

过去十多年，由于传统银行体系受到严格监管，诸如对冲基金、货币基金、保险和养老金等非银金融机构在金融市场中的重要性显著上升，“做市”能力不断增强，但这些机构游离于金融监管之外，且在长期低利率环境中待得太久，也积累了久期错配、杠杆过高、流动性不足等问题，随着利率快速上升，这些风险很容易暴露，若不注意也可能蔓延至整个欧美金融体系。2022年英国央行加息，叠加财政政策过于激进，一度引发英国国债利率大幅攀升，养老金折价抛售资产，带来“股债汇”三杀。由此可见，非银机构的风险不容忽视。

中信建投证券黄文涛团队也认为，从基本面来看，若美国通胀压力持续时间超预期，继续加息可能引发经济活动大幅放缓，削弱家庭和企业的偿债能力，并导致拖欠、破产等财务困境增加；房价上涨持续削弱家庭购买力，利率的大幅上升也在增加企业的借贷成本；高于预期的利率可能导致金融市场波动加剧，市场流动性面临压力，可能引发房地产在内的资产价格调整，并冲击金融

机构，提高银行融资成本，从而对资产价格、信贷供应和经济产生进一步的负面影响。

不过，工银国际首席经济学家程实认为，目前，硅谷银行事件引发系统性金融危机的概率尚不大，对于金融市场的冲击仍在可控范围。

程实表示，就重要性而言，硅谷银行业务范围单一，对整个金融系统的重要性相对较低，与当年雷曼兄弟的情况不同，硅谷银行资产为2000亿美元左右，雷曼兄弟资产规模为6400亿美元左右，更重要的是雷曼兄弟牵涉了数万亿美元的衍生产品，而这部分影响之深、波及范围之广，也是雷曼兄弟破产导致剧烈连锁反应的重要原因。

就流动性指标而言，白雪认为，风险冲击导致近期流动性紧

张程度有所抬头，但流动性环境总体未见明显收紧，短期内向流动性风险演化的可能性很低。“从衡量流动性的多个指标表现来看，硅谷银行事件的冲击确实短暂抬升了流动性的紧张程度。不过，目前来看，美元流动性环境并未出现实质性的大幅收紧，因此短期内向流动性风险演化的可能性很低。”

就资产质量而言，程实认为，硅谷银行虽然持有的美债与MBS遭遇了严重的价格下滑，但本质上美债与MBS仍是高质量资产，出现流动性风险主要是因为高利率状态与硅谷银行本身资产配置方式导致资产与负债不匹配。

另外，程实认为，硅谷银行事件有美国监管机构托底拯救，避免了硅谷银行事件的进一步发酵。

北京时间3月23日，在谈到硅谷银行事件时，美联储主席鲍威尔表示，硅谷银行管理层的“严重失误”导致银行面临流动性风险，其倒闭也凸显出了银行系统需要更好的管控。同时，鲍威尔强调：“硅谷银行破产是一个例外，美国银行体系不存在广泛的弱点。过去一周，美国银行系统的存款流动已经稳定，银行系统健康且具有韧性。”

## 观察

## 硅谷银行破产“警示录”

风险管理是金融机构的生命线。尤其面对当前全球金融环境存在的多种不确定性，金融机构的投资能力面临更多考验。硅谷银行事件给监管部门和金融机构上了一课。

清华大学经济学研究所副所长王勇撰文指出，硅谷银行事件带来三个启示：首先，银行资产负债结构应该多元化，尽量避免单一的客户来源。

银行是一个多边市场，资产负债结构和客户多元化，才能够有效应对风险。硅谷银行单一的客户来源和资产负债结构，在过去来看是一个很好的利基策略，但硬币的另一面是其抵御风险能力不足。其投资多元化程度不及大型银行，投资组合中超过一半都是1年期到5年期的无风险国债，这也为后来的危机埋下了祸根。

其次，王勇认为，监管部门应该对金融机构加强监管。

硅谷银行单一的业务集中在垂直领域，该行并没有为应对客户提款留出充足的现金。而我国一些地方的银行也受地域限制，业务仅仅局限于当地，(核心)资本充足率、存款准备金率相对不足，很容易受到冲击。监管部门应该重点监管这些资产结构或服务地域局限在当地的金融机构，提高资本充足率和存款准备金率。

最后，王勇建议，央行在制定货币政策时，不仅要考虑政策对大型金融机构的影响，也要考虑对中小型金融机构的影响，保持宏观审慎的态度。

我国银行业的发展应注意什么？如何“避雷”？

上海新金融研究院(SFI)副院长刘晓春指出，从商业银行经营的角度来看，硅谷银行的特色业务并没有出现风险，然而，因为其成功的特色业务形成了非常特殊的资产负债结构，糟糕的商业银行资产负债管理与经营管理能力是导致它崩溃的主要原因，对我国中小银行资产负债管理而言，主要有以下启示：

在客群经营方面，中小商业银行根据自身禀赋，拓展特定的客户群，提供特色服务，形成差异化的核心竞争力，是一条非常好的发展路径。不过客户群或行业的选择必须考虑可持续性。如果选择的客户群和行业周期性特征明显，会给经营埋下隐患。我国个别银行曾经搞过行业事业部，但随着行业整体进入下行周期，事业部就难以维继。硅谷银行所选择的领域，虽然会有波动，但总体是一个持续发展的领域。

在资产负债经营管理方面，单纯的信贷风险管理能力并不能保障一家银行的安全运营，即使是特色经营，也要关注特色周围的业务机会以平衡集中度风险。

在可持续发展方面，银行不仅要提升信贷风险管理能力，还需要提升资产负债的经营管理能力。银行在支持实体经济中，始终要把资产负债安全经营放在第一位，以确保银行的可持续发展。

本文文章均由本报记者郝亚娟、张漫游采写