



中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

中国力促可持续披露达成全球共识

NA2

第四批新高考平稳落地



A4



Mobileye Elie Luskin: 中国市场在智驾技术方面引领全球的进步

与老板对话 ND4

在人工智能技术的蓬勃发展过程中，端到端模型在自动驾驶领域展现出显著优势，通过将感知、规划、决策等核心模块融合于统一的神经网络体系内，使智能驾驶得以更贴近人类驾驶者的行为模式，从而大大地推动了高级驾驶辅助系统(ADAS)和智能驾驶系统的规模化生产和应用。与此同时，这一发展趋势也催生了

市场对芯片、数据资源、计算能力等底层基础设施的全新需求。

作为全球自动驾驶解决方案领导者之一，Mobileye 已经向全球交付了2亿颗芯片，同时有超过1.7亿辆汽车搭载了Mobileye 技术。同时，作为中国高级驾驶辅助系统(ADAS)和智能驾驶市场的重要参与者，近年来，Mobileye 也与吉利

集团、一汽集团、上汽集团、长城汽车、东风集团等公司在多款重要车型上达成了长期战略合作。

近日，对于 Mobileye 在人工智能时代下，如何看待智能驾驶市场的变化，以及 Mobileye 在中国市场的未来战略规划等问题，《中国经营报》记者专访了 Mobileye 副总裁及中国区董事总经理 Elie Luskin。

社评

坚持文化传承发展 拒绝“千城一面”“拆真建假”

6月8日是2024年“文化和自然遗产日”，而端午假期则是从6月8日到10日三天。作为世界人类非物质文化遗产，端午“邂逅”“文化和自然遗产日”，让今年的端午假期显得格外不一般，相信会吸引越来越多的人外出旅游，赏自然遗产之壮美景色，品文化遗产之深厚底蕴。

近年来，我国不断推动非物质文化遗产与旅游在更广范围、更深层次、更高水平上融合，更好地满足人民群众日益增长的精神文化需求，让越来越多的游客能够感受到中华民族五千多年的优秀文化。

然而，在端午假期我们徜徉在各个旅游城市、旅游景区体验赛龙舟、祭龙、祈福、攘灾等端午传统习俗时，也会遗憾地发现，不少古城“千城一面”，遍地开花的古镇都似曾相识，同质化的问题越来越严重。

它们的建筑风格几乎一律都是青砖绿瓦、瓦舍勾栏、小桥流水，古镇商业街售卖的特色美食小吃、民俗产品也大体相同。特色美食大都是味道大同小异的臭豆腐、鱿鱼、烤肠等类似的小吃。民俗产品无外乎是手串、手镯、梳子、银器等。

同质化的背后，不少古镇因吸引不了游客成为“空镇”，也有一些正在建设的古镇“烂尾”而沦为“鬼镇”。比如，据媒体报道，济南宋风古建设5年来，项目进展缓慢，甚至一期工程都尚未完工，从“明星项目”到如今疑似“烂尾”；湖南张家界的大庸古城，在周边已经有溪布街、古庸城、大庸府城三个古镇的前提

下，这座古镇仍在2016年开建，2021年开始运营，近年来一直处于亏损状态……

古城古镇为何会出现同质化越来越严重的问题？为何会出现亏损甚至烂尾的现象？一个重要的原因就是部分古镇在建设过程中，进行的是简单的复制粘贴，把古镇开发搞成了工业化、流水线式的批量生产。它们没有本身存在的历史建筑、传统民俗做依托，也没有深入挖掘本地历史文化特色，仅仅是凭空“造城”“造镇”。一座座只有躯壳、没有文化内核的“假古镇”“假古城”，最后只能让游客用脚投票。

无独有偶。近日有中央媒体报道，产粮大县吉林省长春市农安县4年前征占黑土地建设“君子兰特色小镇”，而今却只见高档别墅不见特色产业，沦为“空镇”。近年来，全国其他地方与农安县“君子兰特色小镇”类似的小镇还有不少，既没有特色产业，也少有特色产业，最终都沦为“空镇”。

如何解决上述“空城”、“空镇”和“千城一面”的难题？如何防止“拆真古迹、建假古董”的闹剧再次上演？在文化传承发展座谈会上召开一周年之际，深入学习领会习近平文化思想，重温习近平总书记关于文化遗产保护传承的重要论述意义重大。

2023年6月2日，习近平总书记在文化传承发展座谈会上指出，在五千多年中华文明深厚基础上

开辟和发展中国特色社会主义，把马克思主义基本原理同中国具体实际、同中华优秀传统文化相结合是必由之路。“如果没有中华五千年文明，哪里有什么中国特色？如果不是中国特色，哪有我们今天这么成功的中国特色社会主义道路？”

只有立足波澜壮阔的中华五千多年文明史，才能真正理解中国道路的历史必然、文化内涵与独特优势。”

反观我们正在进行的城乡建设和旅游开发，只有和当地悠久的历史文化结合起来，深入挖掘当地特色的民俗文化，遵循当地传统的建筑风格，才能有自己的特色。如果脱离了自身历史和特色文化，终将留下“千城一面”的尴尬，修建出来的东西也将没有自己的“魂”。

经常出差或者外出旅游的朋友们仔细观察可以发现，我们大部分城市似乎都“长得”差不多，让人略感乏味。试想一下，如果首都北京没有了故宫、颐和园、长城，上海没有城隍庙、豫园、黄浦滩，南京没有夫子庙、秦淮河，杭州没有西湖、灵隐寺……那这些城市还有自己的“魂”吗？还能吸引无数中外游客到访吗？

仔细梳理，我们遗憾地发现，今天很多城市特别是新建城区，确实“丢了魂”，它们同文化越来越远，同传统越来越远。我们的城市有许多历史记忆，特别是一些历史悠久的老城区，是最宝贵的东西，不能因为浮躁、无知而破坏掉。但不少

地方在城市建设中“重新城、轻老城”“拆真古迹，建假古董”，它们因为丢失了自己的历史文化而丧失根基，因为缺失了自身特色风貌而泯然众人变成了“千城一面”。

传承文化不是要简单复古，城市建设会不断融入现代元素，但必须同步保护和弘扬传统优秀文化，延续城市历史文脉。不少城市的规划建设者，并未深刻领会这点，他们对城市文化保护价值“后知后觉”，对城市建设规律“无知无畏”，众多城市的旧城因此被拆掉，众多城市的历史文脉因此被割断。

当前，我国各地正在进行大规模的城市更新，“拆真古迹、建假古董”的事情也仍时有发生。对此，我们应引起足够的重视。对于“拆真古迹、建假古董”，习近平总书记强调：“要保护好前人留下的文化遗产，包括文物古迹，历史文化名城、名镇、名村，历史街区、历史建筑、工业遗产，以及非物质文化遗产，不能搞‘拆真古迹、建假古董’，那样的蠢事。”

我们在城乡建设和文旅发展过程中，要深刻领会习近平总书记关于文化传承发展的重要论述，从五千年中华优秀传统文化中汲取丰富治理智慧。只有守住城市的风貌特色，守住城市的“魂”，只有立足于城市的历史积淀，保护文化遗产、挖掘人文资源，注入开放、包容、鲜活的时代元素，才能让每个城市有自己的特色、个性和魅力，才能让城市文化与精神永远延续下去。

本期热词

资金黑洞

近日，亿利洁能(600277.SH)公告称：“亿利财务公司对于公司存放在亿利财务公司的39.06亿元货币资金的用途主要是向亿利集团及其关联方发放贷款，近日公司获悉相关贷款已被划分为次级贷款，公司存款存在重大可收回性风险。”

激辩上市公司隐秘“资金黑洞” B1

AI换脸

自2023年以来，“通过AI换脸和拟声技术实施诈骗”的新型骗局频繁登上新闻头条，引发大众关注。在机构侧，数据显示，在全球范围内，有接近一半(46%)的企业遭受过合成身份的欺诈，90%的受访企业认为这种行为已日益严重。

AI换脸拟声威胁金融防线 机构“深伪”对抗全面升级 B8

战英伟达

近日，谷歌、Meta、微软、AMD、英特尔、博通、思科、惠普八大科技巨头宣布成立新联盟，旨在推动一个叫作Ultra Accelerator Link(UALink，超级加速链路)的行业标准。据悉，该标准支持多个AI加速器互联、内存结构新标准以及超以太网覆盖，大有合谋对抗英伟达之意。

八巨头抱团挑战英伟达 AI芯片市场风云再起 C1

茶咖厮杀

今年，星巴克曾多次表明不参与价格战，但产品实际价格明显在降低，有不少消费者在社交平台上分享用超低价买到星巴克的体验，如“三杯49.9”“双杯39.9”“单杯7折券”等。

“一杯星巴克9.9”背后：茶咖并道厮杀 D1

经济大势

A1~A4

商务部：“中国产能过剩”是个伪命题 A2
50座城市培育出7338家 A3
专精特新“小巨人”企业

营商环境

B1~B16

普华永道诚信之殇：卷入财务造假 B3
房贷投放竞争加剧 B5
银行出招“抢客” B7
调整产品及资产结构 B7
寿险迎战兑付高峰 B9
当文旅局长远离“郭有才”们 B9
上海住房租赁保供稳价实践： B10
让新市民、青年人住下来留下来 B10
起底华仁药业14亿元欠款方： B14
列入失信被执行人

智在公司

C1~C8

“6·18”幕后： C2
取消预售 菜鸟“变阵” C4
卫星领域再添新贵 C4
三大央企出资40亿元成立时空信息 C5
抢滩马来西亚 C5
中国车企“下南洋” C7
华为余承东： C7
不排除进军20万元以下车型 C8
拼抢网红IP盛宴 C8
车圈高管涌入直播间

消费连锁

D1~D4

“不老药”NMN被建议下架 D2
进口政策再起波澜 D3
习酒“大变动” D3
后“张德芹时代”走向何方？



中经传媒智库



本报官方微信



6 942626 144086

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

ESG掀新篇章

中国力促可持续披露达成全球共识

本报记者 杜丽娟 北京报道

随着中国财政部近日发布《企业可持续披露准则——基本准则(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》),国家统一的可持续披露准则体系雏形初现,它的实施将引导企业践行可持续发展理念。由

中国力量

中国财政部近日推出了中文版“S1”,这表明ISSB准则正在各国逐步实施,对市场各利益相关方来说,该策略发布得十分及时。

在加速低碳转型成为全球经济可持续发展的共识背景下,可持续信息披露准则的制定也进入提速期。

2022年以来,ISSB(国际可持续发展准则理事会)、美国证券交易委员会和欧洲财务报告咨询组陆续发布气候信息披露准则征求意见稿,进一步规范了企业在气候与可持续发展方面的信息披露。

在此基础上,中国财政部近日发布的《征求意见稿》,则成为中国可持续披露准则体系建设大幕拉开的一个重要标志。

《征求意见稿》明确了中国可持续披露准则体系,对企业可持续信息披露提出一般要求,适用于在中国境内设立的按规定开展可持续信

此,中国ESG(环境、社会和公司治理)掀开新篇章。

据悉,中国财政部发布的《征求意见稿》,主要以国际可持续披露准则(ISSB准则)为基础,内容兼具国际准则有益经验和中国国情特色,这确保了企业在气候、可持续发展等方面的信息披露的全球可比。截

息披露的企业。在坚持“以我为主”基础上,《征求意见稿》借鉴了国际可持续准则理事会所发布的两项国际可持续披露准则,特别是其“可持续相关财务信息披露一般要求(以下简称“S1”)”的有益经验。

德勤中国可持续发展与气候变化研究院院长谢安认为,《征求意见稿》与S1在信息质量特征、披露要素和相关披露要求上总体保持了衔接,这有利于我国可持续披露准则与国际可持续准则实现趋同。

对于中国财政部发布的可持续披露准则相关要求,国际社会高度关注。

范易谋认为,中国财政部近日推出了中文版“S1”,这表明ISSB准则正在各国逐步实施,对市场各利益相关

至目前,全球有20多个司法管辖区已采用与ISSB标准一致的披露准则,这意味着,推进可持续披露要求已经在多数地区形成了共识。

国际可持续准则理事会主席范易谋(Emmanuel Faber)在接受《中国经营报》记者采访时表示,按

国内生产总值(GDP)计算,20多个司法管辖区的体量占全球经济总量的一半以上。“随着时间的推移,我们相信更多司法管辖区也会积极使用ISSB准则,这对落实全球可比的可持续披露准则具有重要意义。”范易谋说。



近日,中国统一的可持续披露准则体系雏形初现,内容兼具国际准则有益经验和中国国情特色。
视觉中国/图

方来说,该策略发布得十分及时。

按照《征求意见稿》起草说明,到2027年,我国企业可持续披露基本准则、气候相关披露准则将相继出台。到2030年,国家统一的可持续披露准则体系将基本建成。

谢安认为,《征求意见稿》既基于我国实际,有利于准则的制定和

实施,也有利于我国可持续披露准则与国际准则实现趋同和互操作性,这可以降低中国企业积极参与全球经贸投资活动和产业链的额外成本,从而促进不同国家或地区可持续披露经验的相互借鉴和融合,并为全球可持续治理和可持续发展贡献中国力量与智慧。

ISSB全球共识

目前全球有超过20个司法管辖区已决定使用或正在采取措施,在其法律或监管框架内引入ISSB准则。

在中国发布可持续披露准则相关内容后,国际财务报告准则基金会也发布了《关于采用或以其他方式使用ISSB准则的首份司法管辖区指南》(以下简称《指南》),《指南》主要梳理了各经济体对ISSB准则的落实情况。

根据《指南》,目前全球有超过20个司法管辖区已决定使用或正在采取措施,在其法律或监管框架内引入ISSB准则。从影响力看,这些司法管辖区的GDP总量占全球GDP的近55%;其股票市值占全球市值的40%以上;其温室气体排放量占全球的一半以上。

范易谋表示,从推进情况看,在已经使用ISSB准则的20多个司法管辖区中,只有少数司法管辖区提出了修改建议,绝大多数都在寻求与ISSB准则完全一致。“对他们来说,《指南》是一个非常有用的工具,它可以帮助各司法管辖区进行双边对话。”

当越来越多的司法管辖区开始推进或考虑采取措施,将ISSB准则作为一种全球基准时,这也为可持续相关披露全球可比提供了基础。

在市场人士看来,ISSB准则的

2023年6月26日,ISSB正式对外发布《国际财务报告可持续披露准则第1号—可持续相关财务信息披露一般要求》(IFRS S1)和《国际财务报告可持续披露准则第2号—气候相关披露》(IFRS S2),这标志着可持续信息披露从以自愿披露为主向强制披露要求的重大转变。

ISSB准则已于2024年1月1日开始的年度期间生效,但对企业的具体影响时间取决于各国家或地区采纳以及强制要求适用的时间。

在市场人士看来,ISSB准则的

发布,是全球可持续披露基线准则建设中的重要里程碑事件,它的实施,对提升全球可持续发展信息披露的透明度、问责制和效率,具有重要影响。

这一点也从范易谋的调研中得到印证。

在对非洲,包括肯尼亚和尼日利亚等地访问后,范易谋认为,使用ISSB准则可以为当地吸引必要的资金,这将提高这些司法管辖区的贸易能力。比如,提高供应链追溯能力,帮助企业更好地测量碳足迹等。

15城实施城市更新行动 中央财政最高补助12亿元

本报记者 杜丽娟 北京报道

财政部近日发布《2024年城市更新行动评审结果公示》,从2024年起,中央财政支持部分城市实施城市更新行动,其中首批拟对15个

资金聚焦难推进项目

随着各地支持政策的出台,城市更新项目数量不断增加。

据不完全统计,2021年全国411个城市共实施2.3万个城市建设新项目,总投资达5.3万亿元。2022年全国共实施6.5万个城市建设新项目,总投资达5.8万亿元,涉及既有建筑改造,老旧小区、老旧街区改造,城市生态修复,以及新城建等多种类型。

截至2023年11月底,全国共实施各类城市更新项目约6.6万个。总体来看,全国范围内2023年城市更新项目显著多于2022年,预计总投资也将高于2022年。

新一轮城中村改造

对于2024年城市更新行动部署安排,住建部建筑节能与科技司副司长张雁曾表示,将指导各地在城市更新工作中,统筹利用存量资源,合理确定建设工程,把社区设施落实落细。

《中国经营报》记者了解到,2023年7月,国务院常务会议审议通过了《关于在超大特大城市积极稳步推进城中村改造的指导意见》,该政策的出台将推动超大特大城市及城区300万以上人口城市进入新一轮城中村改造发力期。

城市给予定额补助。

自2021年城市更新被首次写入《政府工作报告》后,住建部在21个城市(区)开展了第一批城市更新试点工作。在为期2年的试点中,各地陆续出台城市更新的政

策,以探索建立城市更新配套制度政策。

根据中指研究院的监测,2023年,全国超15个省份出台了30多条政策,超96个地级及以上城市出台了129条市级城市更新政策。

在此基础上,财政部近日也发布了《2024年城市更新行动评审结果公示》,从2024年起,中央财政支持部分城市实施城市更新行动,其中首批拟支持的15个城市为:石家庄、太原、沈阳、上海、南京、杭州、合肥、福州、南昌、青岛、武汉、东莞、重庆、成都、西安。

根据此前财政部发布的《关于开展城市更新示范工作的通知》要求,中央财政按区域对上述示范城市给予定额补助。

其中,东部地区每个城市补助总额不超过8亿元,中部地区每个城市补助总额不超过10亿元,西部

地区每个城市补助总额不超过12亿元,直辖市每个城市补助总额不超过12亿元。资金根据工作推进情况分年拨付到位。

一位财税人士表示,对于动辄几十亿元甚至上百亿元的项目来说,中央财政的补助金额所能覆盖的范围比较有限,但是通过城市补助资金,可以撬动更多的社会资本参与进来,这也是中央希望城市补助资金可以发挥的一个作用。

“目前的城市更新项目按照标准会分配一定比例的中央补助资金,这部分补助资金和地方政府自有资金,可以作为项目启动资

金或前端投资,带动更大投资,从而推动城市更新项目的实施。”该人士说。

对于中央补助资金在城市更新行动中究竟可以发挥多大的作用,业界对此也比较关注。

吴建钦表示,中央财政支持部分城市实施城市更新行动,总体来看具有重要的作用。“根据我们的了解,中央财政补助资金的使用方向,主要集中在以往比较难推进的公共空间更新、老旧片区改造等领域,这有利于加强示范城市公共空间的更新,也会最大程度惠及居民。”吴建钦说。

元水平。

吴建钦介绍,此轮超大特大城市中村改造与之前棚户区改造具有较大的不同。“首先,此次城中村改造主要集中在22个超大特大城市,上一轮棚改是全国性的,特别是三、四线城市体量更大;其次,相比上轮棚改,此次城中村改造主要以多元化资金来源为主,而此前棚户区改造,政策性银行专项贷款占近七成。”

住建部相关数据显示,截至2023年10月底,全国各地城中村改造入库项目406个,预计总投资1.8

万亿元。

根据中指研究院的调研,去年以来,各地已将城中村改造作为重大民生工程推进,大力推进城中村摸底调查、项目入库、政策制定、计划编制等各项工作。

整体来看,新一轮超大特大城市城中村改造较以往各地开展的城中村改造更加强调实现经济、社会、人文、生态等多元化的改造目标,这对一些具有丰富改造经验的综合性企业来说,是一次不错的发展机遇。

2024.6.10 CHINA BUSINESS JOURNAL 中国经营报

主编/郝成 编辑/孟庆伟 美编/郭婵媛 校对/陈丽
mengqingwei@cbnet.com.cn

商务部:“中国产能过剩”是个伪命题

本报记者 索寒雪 北京报道

国所谓“非市场政策和做法”,提出将监测所谓“产能过剩”的负面影响,并考虑采取措施确保公平竞争环境。

商务部新闻发言人何亚东在上述发布会上明确指出,近一段时间,一些国家在炒作“中国产能过剩论”。

随后的6月1日,商务部长王文涛表示,对中国新能源汽车“产能过剩”的叙事从时间、空间和行为角度看,都是一个伪命题。

近日,七国集团财长和央行行长会议发表公报,指责中

中国技术具有竞争优势

近期,美国、欧盟等方面称中国制造的电动汽车和太阳能电池板、储能存在所谓“产能过剩”问题。

何亚东表示,一些国家指责中国通过政府补贴“打造不公平竞争优势”,造成“市场扭曲”,这完全是歪曲事实。

据了解,中国制造业在电动汽车和太阳能电池板、储能等领域技术保持着世界先进水平。

彭博新能源财经的清洁能源专家周忆表示:“中国与其他市场成本的巨大差距,主要得益于中国在长时储能技术商业化应用方面的全球领先地位。当其他国家仍处于长时储能技术商业化开发的早期阶段,中国已经在政策推动下开发吉瓦级别的大型项目。这一点在压缩空气储能和液流电池方面尤其如此,过去两年,中国在这两个技术领域都创造了世界最大项目新纪录。长时储能在中国的安装速度非常惊人。”

周忆表示:“国外长时储能技术目前仍难以与中国产锂离子电池储能进行竞争,后者的价格在全球最低。就单位投资成本而言,目前只有少数长时储能技术,如天然洞穴压缩空气储能技术,可以与锂离子电池储能一争高下。”

同样,中国的新能源车企

世界产能不足

不久前,知名学者郑永年在“中国品牌日”期间向在场的记者从经济学的角度进一步阐释了产能过剩的误区。他指出,产能过剩在经济学中并不是一个绝对的概念,而是一个相对的概念。

从全球范围来看,绿色产能不是过剩,而是严重不足。

根据国际能源署测算,2030年全球新能源汽车需求量将达4500万辆,是2022年的4倍多;全球光伏新增装机需求将达到820吉瓦,是2022年的约4倍。

全球市场对新能源产品的潜在需求巨大,而中国制造恰好可以弥补这一需求。

郑永年表示:“中国产能过剩不成立,这是西方的一些政治人物在讲,但是企业界和社会反应不一样,英国和法国的销售商,正在积极建设比亚迪的销售渠道。”

欧盟中国商会也表示:“今年1月份以来,欧盟已经对华密集出台多起贸易保护主义措施;如此频密的对华贸易保护主义措施致使中欧经贸摩擦风险陡然升高,或陷入失控甚至走向危险的境地,令人担忧。”

商务部也表态,近期欧盟多个成员国、汽车产业界强烈反对中方采取贸易保护主义措施,避免影响中欧经贸合作大局。

何亚东表示:“希望欧方切实考虑各界关切,与中方通过

对话协商妥善处理经贸摩擦,照顾双方合理关切。中方将密切关注调查进展,并将坚决采取措施捍卫中国企业的合法权益。”

针对一些国家的指责,商务部更针锋相对地指出:“反观一些指责中国的国家,近年来滥用不公平、非市场手段,实施大量违规的关税措施、歧视性补贴政策、针对性投资限制、无底线单边制裁,打造排他性‘小圈子’,严重破坏公平竞争。真正的公平竞争,应当是自己努力跑得更快,而非想方设法绊倒别人;应当是开放合作、平等互利,而非封闭排他、拉帮结派;应当是遵守已形成国际共识的规则,而非随意破坏和篡改规则。”

目前,中国企业比较关注欧盟对华电动汽车反补贴调查、欧盟《外国补贴条例》《国际采购工具》。6月1日,正在西班牙访问的王文涛在巴塞罗那主持召开中资企业圆桌上表示,中方密集向中方射出的保护主义“三支箭”,致使中欧经贸摩擦风险陡然升高,或陷入失控甚至走向危险的境地,令人担忧。”

讽刺的是,中国对欧洲出口的电动汽车仅占欧洲8%的市场份额,却被一些媒体批评为“泛滥”,而德国近80%的汽车产量销往国外,则被誉为“汽车强国”。

《2023年度中小企业发展环境评估报告》显示：

50座城市培育出7338家专精特新“小巨人”企业

本报记者 孙丽朝 北京报道

在我国，数量占九成以上的企业都是中小企业，它们是推动创新、促进就业、改善民生的重要力量。习近平总书记高度重视中小企业发展，强调中小企业有灵气、有活力，中小企业能办大事，要加强对中小企业创新支持，为中小企业发展营造良好环境。

中小企业的发展环境如何，是我

们观察整体营商环境的重要指标。

近日，工业和信息化部中小企业发展促进中心发布的《2023年度中小企业发展环境评估报告》（以下简称《报告》）显示，惠企政策进一步落地见效，企业获得感满意度提高。市场准入壁垒持续破除，市场主体活力有效激发。优质企业培育工作走深走实，中小企业创新动能日益增强。

《报告》显示，近年来，国家大力

推动商事制度改革和市场准入负面清单制度改革，企业进入市场的制度性成本大幅下降，市场准入效能持续提高，有效激发市场主体活力，中小企业数量稳步增长。据统计，全国中小企业数量由2021年的4800万户增加至2022年的5200万户，增长率达8.3%。2023年全国新设经营主体3272.7万户，同比增长12.6%，其中新设企业1002.9万户，同比增长15.6%。

数字化转型稳步推进

各参评城市中小企业不愿转、不敢转、不会转的状况有所缓解。

据了解，2023年度中小企业发展环境评估在原有36个城市（直辖市、计划单列市和省会城市）基础上，新增了14个评估城市，参评城市共计达到50个，涵盖全国中小企业数量的56%。评估指标体系也经过优化，由5个一级指标、24个二级指标和40个三级指标组成，涵盖市场环境、法治环境、融资环境、创新环境和政策环境五个维度。评估通过地方材料填报、企业网上调查、实地调研等多种方式获取数据，共收集有效问卷近5.2万份。

从中小企业发展环境综合得分情况来看，副省级以上城市中，上海、深圳、北京、广州、杭州、南京、宁波、青岛、武汉、厦门位列前10位；地级市中，苏州、合肥、无锡、金华、泉州、长沙、东莞、石家庄、郑州、南昌位列前10位。

中小企业数字化转型也在稳步推进。2023年6月，工业和信息化部、财政部开展中小企业数字化转型城市试点工作，通过中央财政资金，支持30个中小企业数字化转型试点城市共15个重点行业、超1.5万家中小企业数字化改造，共有29个参评城市位列其中。

副省级以上城市中各维度表现较优秀城市

序号	市场环境	法治环境	融资环境	创新环境	政策环境
1	深圳市	重庆市	上海市	北京市	深圳市
2	广州市	杭州市	北京市	杭州市	上海市
3	上海市	南京市	深圳市	武汉市	北京市
4	厦门市	广州市	宁波市	广州市	南京市
5	青岛市	宁波市	南京市	深圳市	广州市

本报资料室/图

《报告》显示，根据中小企业数字化水平评测系统有关数据，广州、无锡、苏州、杭州、上海等城市中小企业数字化转型整体水平相对较高，各参评城市中小企业不愿转、不敢转、不会转的状况有所缓解。

对于中小企业发展最关注的融资问题，《报告》介绍，中小企业普惠金融服务可得性持续提升。截至2023年年底，全国普惠型小微企业贷款余额29.06万亿元，同比增长23.3%，比各项贷款平均增速高13.1个百分点；2023年新发放普惠型小微企业贷款平均利率为4.8%，同比下降0.5个百分点。各参评城市2022年普惠型小微企业贷款余额占人民币贷款总余额比重均值为10.1%，余额增均值为25%。

山东一家交通类工业企业负责人对《中国经营报》记者介绍，近年来，国家出台了包括减税降费、优化审批流程等一系列支持中小企业发

展的政策，中小企业营商环境不断提升，法治保障得到强化，企业活力和韧性也进一步提高。但由于中小企业在供应链中仍处于相对弱势地位，被核心企业拖欠账款情况较为普遍。

许多订单无法收到现金，下游

核心企业通常以银票、商票甚至核

心企业自己的供应链债务凭证来结

算，增加了中小企业账期和营业负

担。”该企业负责人说。

上述企业负责人还为记者算了一笔账：一单普通的合同，从垫付钱购买原材料，到完成生产、交付，资金的周转周期通常超过两年。“也就是说，生产采购的钱花出去两年之后，我们才能真正收到回款。”他说。

《报告》中的调查显示，85%的中

小企业知晓减税降费政策，满意度

较高。2023年，全国新增减税降费及退税缓费超过2.2万亿元，中小微

企业受益金额占比达64%。

多地创新提升服务体系

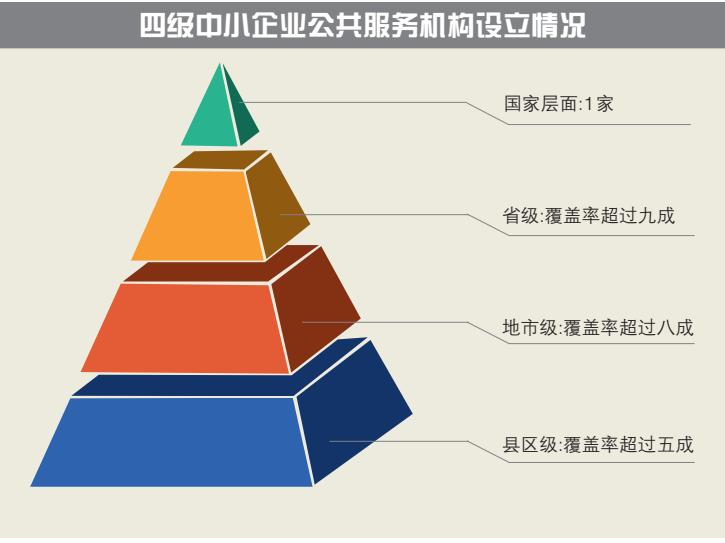
据统计，有超过30个参评城市全面建立包容审慎执法机制。

《报告》显示，2023年共举办“百场万企”大中小企业融通对接活动1800多场，参与企业11万家，达成合作意向2万多项，签订合作协议1.2万项，合同总金额达5300多亿元。据统计，参评城市累计培育7338家专精特新“小巨人”企业，占全国比例超过60%；专精特新中小企业和创新型中小企业占全国比例亦超过60%。其中，北京、深圳、上海、苏州、宁波、杭州、武汉等7个城市专精特新“小巨人”企业数超过300家，无锡、宁波、苏州、襄阳、北京、杭州等6个城市每万户中小企业中专精特新“小巨人”企业数超过4家。

《报告》中，还对参评城市优化中小企业发展环境主要经验做法，进行了较为详细的介绍。

在行政审批上，如苏州市多元联动设立的“融驿站”、天津市打造“一窗受理、并行办理、一天办结”的“津味套餐”服务体系、海口市推行的“一照（证）通行”改革、长沙的“无证明城市”建设、赣州市的信用修复机制等成为入选案例。

在构筑司法保护屏障方面，上海为涉案小微企业合规开辟“快车道”、金华探索民事执行“输氧玻璃罩”机制、杭州构建“社会调解优先、法院诉讼断后”诉源治理模式、石家庄建立企航法律服务中心及14个区工作站成为优秀案例。据统计，有超过30个参评城市全面建立包容审慎执法机制；超过40个城市在市场监管领域全面推行部门联合“双随机、一公开”监管，深入落实信用监管、“互联网+监管”等



本报资料室/图

创新监管方式。

在创新银行贷款模式上，北京对首次贷款补贴政策采用“免申即享”、西安推出“技术交易信用贷”、南京创新发展市场化增信知识产权证券化项目受到了好评。

在创新生态建设方面，合肥与大院大所共建37家协同创新平台，组建的“场景创新促进中心”、成都打造的“科创通”平台、青岛市探索发展的“云端研发”模式、厦门市编制发布的“企业创新税收指数”，以及北京推出专精特新中小企业十项服务举措被《报告》选入，作为优秀借鉴案例。

《报告》也指出，当前外部环境的复杂性、严峻性、不确定性上升，我国经济持续回升向好的基础还不稳固，部分中小企业经营困难。

评估发现，为持续推动完善中小企业发展环境，进一步稳固

中小企业生产经营企稳向好态势，切实提振企业发展信心，还需重点关注解决以下几个方面的问题：

具体为：企业普遍面临用工成本及原材料成本上涨、国内外订单减少、销售回款难等三大难题。

在创新生态建设方面，合肥与大院大所共建37家协同创新平台，组建的“场景创新促进中心”、成都打造的“科创通”平台、青岛市探索发展的“云端研发”模式、厦门市编制发布的“企业创新税收指数”，以及北京推出专精特新中小企业十项服务举措被《报告》选入，作为优秀借鉴案例。

《报告》也指出，当前外部环境的复杂性、严峻性、不确定性上升，我国经济持续回升向好的基础还不稳固，部分中小企业经营困难。

评估发现，为持续推动完善中小企业发展环境，进一步稳固

央行持续呵护跨月流动性

机构称6月份资金面有望保持稳定

本报记者 谭志娟 北京报道

5月末，地方债发行明显提速，且6月特别国债发行期数增多，市场对政府债供给放量冲击资金面的担忧有所升温。

而进入6月份，央行3日到5日连续三天开展“地量”逆回购操作：6月5日，央行发布公告称，为维护银行体系流动性合理充裕，当日人民银行以利率招标方式开展了20亿元7天期逆回购操作，中标利率1.80%。

Wind数据显示，本周央行公开市场将有6140亿元逆回购到期，其中周一至周五分别到期20亿元、20亿元、2500亿元、2600亿元、1000亿元。

但央行公开市场在跨月前进行了大规模投放：5月31日，央行开展1000亿元7天期逆回购操作，单日净投放980亿元。统计显示，全周累计净投放6040亿元，资金面维持平稳。

对此，中国银行研究院研究员梁斯6月5日接受《中国经营报》记者采访时分析说：“月末时点，流动性需求往往会有上升。5月末

市场操作仍然保持低量模式，MLF等量续做，资金呈净回笼态势。

财通证券认为，在资金利率方面，5月资金面呈现两个特点，一是资金面持续宽松，二是流动性分层继续缓解甚至“消失”。

据国盛证券方面统计，近半个月，由于跨月影响，央行通过OMO实现货币投放6290亿元，到期回笼270亿元，净投放6020亿元；货币市场利率小升，DR007、R007、Shibor（一周）中枢分别环比上升3.0bp、3.2bp、2.5bp，但整体升幅不高，显示当前流动性仍然合理充裕。

6月政府债发行增多，这对市场有哪些影响？

财通证券分析认为，6月政府债总供给规模趋于走高，但在到期规模大幅抬升的背景下，政府债净融资压力或将缓解。

财通证券方面解释称：一方面，一般国债供给较前两月保持稳定，而超长期特别国债较5月多出2期。“预计6月国债发行规模在1.14万亿元左右，考虑到6月国债到期规模大幅抬升至8040亿元，6月国债净融资额预计回落至3300亿元左右。”财通证券分析称。

记者注意到，6月将发行4只超长特别国债。根据财政部之前公布的特别国债发行安排，6月将有1只20年期、2只30年期和1只50年期共4只特别国债发行。

另一方面，地方债发行节奏或继续加快，实际发行或进一步接近甚至超过计划规模。

财通证券分析称：“预计6月地方债发行总额或约8500亿元，在地方债4454亿元到期情况下，月地方债净融资规模或在4000亿元左右。整体来看，6月政府债合计发行规模在2万亿元左右，净融资规模约7340亿元。”

不过，中信证券研究所预计，6月政府债整体净融资规模在5000亿—6000亿元。从过往来看，6月往往是财政支出大于收入，预计下个月政府存款将减少8000亿元，形成市场流动性。如果不考虑逆回购和MLF的影响，6月基本不存在流动性缺口，预计资金利率不会明显偏离政策利率，但资金利率波动可能会较5月有所放大。

在流动性影响因素方面，梁斯对记者表示：“6月份是半年末时点，根据以往经验，税收变化、监管考核、政府债券发行、MLF到期、结售汇变化等均会对流动性需求带来影响。”

但梁斯同时强调，整体来看，今年以来，信贷“冲时点”现象有所缓解，对市场流动性扰动下降，且货币市场关键利率品种月末的表现相对稳定。

由此梁斯表示，综合多种因素的影响，6月市场对流动性需求可能会上升，预计监管部门将综合市场因素变化进行流动性投放操作，帮助市场跨越特殊半年末时点的影响。

财通证券还分析认为，从资金供需角度看，6月政府债到期规模抬升下净融资压力缓解，而财政“收少支多”或对资金面构成支撑，预计政府存款将下降5600亿元；此外，6月是信贷大月，银行缴准规模季节性增加，或将消耗超储3000亿元；而外汇占款、货币发行对流动性的影响预计有限。由此，总的来说，在排除逆回购和MLF到期因素的情况下，银行体系资金压力预计不大。

展望后市，梁斯也认为：“6月份资金面整体将保持稳定，不会有太大的变化。”

两部门完善城际、市域铁路监管制度

“四网融合”或推地方先行、标准协同模式

本报记者 孙丽朝 北京报道

府提上日程。

近日，交通运输部、国家铁路局联合发布的《关于加强城际铁路、市域（郊）铁路监督管理的意见》（以下简称《意见》）提出，支持城际铁路、市域（郊）铁路、城市轨道交通在枢纽场站换乘衔接，深入推进安检互认、资源共享、票制互通、支付兼容，推动满足基础设施、机车车辆、通信信号等标准体系兼容和运营管理一体条件的城际铁路、市域（郊）铁路与城市轨道交通实现直通运营。

近年来，我国城镇化建设进程加快，城际铁路、市域（郊）铁路发展迅速。交通运输部综合规划司有关负责人表示，客观来看，城际铁路、市域（郊）铁路发展也存在一些问题。一是监管界面不清晰。部分线路的规划审批和项目批复不一致，线路属性不明确，监管边界模糊、监管责任存在争议。二是管理制度不健全。铁路行业现行法规制度和标准规范，对多层次轨道交通网络下的城际铁路、市域（郊）铁路实际情况考虑不够。三是衔接协调不顺畅。城际铁路、市域（郊）铁路与干线铁路、城市轨道交通存在物理衔接不畅、标准兼容不够、运营协同不完善等问题，旅客出行换乘、安全检查等环节尚有不便。

由于历史原因，当前国内绝大部分客运铁路线路均由我国国家铁路集团有限公司（以下简称“国铁集团”）及下属企业负责运营。近年来，随着地方成为市域铁路和城际铁路的投资主体，自主运营被越来越多的地方政

备需要取得国铁集团的技术评审，并更新相关产品技术方案，这需要想办法调动国铁集团积极性。

该人士建议，对于地方自主运营，且不跨线至国铁的城际和市域铁路，应该赋予地方政府更多自主权，让地方自主运营的城际、市域和地铁线路先行融合。

在完善监管制度方面，《意见》提出，要完善技术标准体系。优化《城际铁路设计规范》，完善市域（郊）铁路设计、验收、造价等相关标准，推进在装备技术、工程建设、运输服务等技术标准方面适应“四网融合”发展，在土建工程、信号制式、供电制式、通信信息系统等方面实现不同轨道交通系统技术标准协调配套和相互兼容，实现城市内外交通有效衔接，提高出行服务快速化、便捷化水平。

就优化行政许可制度，《意见》要求，根据城际铁路、市域（郊）铁路特点，优化铁路运输企业经营、机车车辆驾驶人员资格、机车车辆设计制造维修进口许可相关管理办法及实施细则，明确许可办理条件和工作流程，方便城际铁路、市域（郊）铁路运输企业、机车车辆驾驶人员、机车车辆设计制造维修进口单位按照规定申请取得相应许可。

《意见》鼓励省级交通运输主管部门根据本地区城际铁路、市域（郊）铁路技术特点、服务区区域出行要求等，通过深化体制机制改革和制定地方性法规规章等多种方式，建立与本地发展实际相适应的监管制度和监管方式。

第四批新高考平稳落地 改革十年选拔人才更科学公平



2024年6月7日，沈阳某考点，结束语文考试的考生。

视觉中国/图

本报记者 孟庆伟 北京报道

6月7日开始，全国进入“高考时间”。今年全国高考报名人数达到了1342万，这一数字刷新了历史纪录，相比去年增加了51万人。

《中国经营报》记者梳理数据发现，自2018年起，全国高考的报名人数已经连续七年持续增长。值得关注的是，今年随着黑龙

江、甘肃、吉林、安徽、江西、贵州、广西7个省份迎来新高考首考，第四批高考综合改革也平稳落地。截至目前，全国已有21个省份落地新高考。

今年是新高考改革实施十周年，教育部分五批指导了29个省份进行高考综合改革，基本形成了分类考试、综合评价、多元录取的中国特色招生考试模式，健全了促进公平、科学选才、监督有力的体制机制。

高考报名人数高峰或仍将持续十余年

今年，高考报名人数增幅较上年虽然收窄，但并不意味着录取率一定会提升。

2018年，我国高考报名人数达975万，创下2010年以来的新高。此后的第二年，该数据突破千万，并一路上涨至2024年的1342万。

“参加高考的人，主要是高中毕业生（十八岁左右），所以高考人数大体上与十八年前的出生人口数正相关。但由于参加高考的人中也有一部分是复读生，所以高考人数与十八年前的出生人口数也不是完全的正相关关系。”人口学者何亚福向《中国经营报》记者表示。

记者梳理发现，今年参加高考的人，主要是在2005年和2006年出生的，国家统计局数据显示，这两年我国出生人口数分别为1617万人和1584万人。

何亚福预计，近年来的高考人数，复读生占比约30%，大部分还是应届生参加高考。中国出生人口从2018年开始显著下降，近两年更是跌破1000万。所以，等到2018年以后出生的人口参加高考时，高考人数会显著下降。

国家统计局数据显示，2005年之后的十年，我国每年出生人口基本保持在1600万左右，2016年，全年出生人口达到1883万的高值后，开始呈逐年下降趋势。2018年，我国出生人口1523万，比上年(1764万)减少了241万，更比2016年减少360万。

按此推测，高考报名人数高峰或还将持续十余年。

记者梳理数据还发现，近年来，高考报名人数与十八年前出生人口数的比值呈增大趋势。比如2018年，二者的比值是55.1%，此后不断上涨，到了2024年，这一比值增长到84.7%。

对此，何亚福认为，这可能有两方面原因，一是读高中的人越来越多，二是复读生参加高考的人数有所增加。

教育部数据显示，我国高中阶段毛入学率稳步提高，2023年，这一数据为91.8%，比上年提高0.2个百分点，比2012年的85%提高6.8个百分点。同时，高等教育入学机会也在进一步增加。2023年，高等教育毛入学率60.2%，比上年提高0.6个百分点，比2012年的30%翻了一番。

今年，高考报名人数增幅较上年虽然收窄，但并不意味着录取率一定会提升。数据显示，2023年，普通职业本专科招生1042.2万人，录取率超80%。

教育改革是教育发展的内生动力。2014年，国务院印发《关于深化考试招生制度改革的实施意见》，启动了新一轮考试招生制度改革。这也是我国自恢复高考以来最系统、最全面的一次考试招生制度改革。

高考对高校选拔人才和中学

的教育教学具有重要的调节和指挥作用，关系到千家万户的切身利益。也因此，高考综合改革无疑是其中最关键的环节。

十年来，教育部相应出台了一系列考试招生改革的文件和配套政策，分五批指导了29个省份进行高考综合改革，基本形成了分类考试、综合评价、多元录取的中国特色招生考试模式，健全了促进公平、科学选才、监督有力的体制机制。也正是在这种改革思路下，此前“一考定终身”、“唯分数论”的顽疾正逐渐被破除。

随着今年第四批和明年第五批新高考落地，稳健推进十余年的我国新一轮的高考综合改革，也将迎来一个阶段性成果。

“新高考的重要价值，就是要破除‘一考定终身’，扩大学生的选择权。总体看来，不论是‘3+3’模式，还是‘3+1+2’模式，都扩大了学生的学科选择权，引导学生根据自己的学科兴趣选择学科组合。”21世纪教育研究院院长熊丙奇向记者表示。

2014年改革启动当年，上海、浙江就率先成为第一批高考综合改革试点省份，并于2017年迎来新高考首考。当年，北京、天津、山东、海南4省份接过改革接力棒，成为第二批改革试点省份。

展现更大担当、做出更大贡献；在服务和融入新发展格局推动高质量发展上当好排头兵、争创新地位；在全面深化改革扩大高水平对外开放上敢为人先、开拓新局面；在积极探索超大城市现代化治理新路子上走在前列、引领示范。

重庆市将“奋力谱写中国式现代化重庆篇章”这一提法，列入了重庆市委六届五次全会审议通过的《中共重庆市委关于深入学习贯彻习近平总书记视察重庆重要讲话重要指示精神奋力谱写中国式现代化重庆篇章的意见》中。

“六个区”是重庆市紧扣“两大定位”谱写中国式现代化重庆篇章的重要路径，概括说就是3个先行区、2个示范区和1个引领区。

相比此前重庆市委六届二次全会提出的现代化新重庆“五个新”奋斗目标，此次“六个区”的提

高考综合改革稳步推进

今后，学生将拥有选择权，并在中学阶段就意识到要为自己“设计”未来。

高考综合改革最核心的内容，就是考试科目的调整。两批进行改革的6省份，取消了文理分科，采用了“3+3”模式，即第一个“3”为语文、数学、外语3科必考科目，第二个“3”为考生自主选择的3门高中学业水平等级考试科目。统考科目采用全国统一试卷，选考试卷则由各省组织实施。

就北京新高考“3+3”模式，时任北京教育考试院新闻发言人臧铁军曾表示，按照这一方案，学生将不再简单地被划分为文科生、理科生，而是更加多元。在原来的考试机制中，学生无法选择考试科目，因此很少思考自己真正喜爱什么。今后，学生将拥有选择权，并在中学阶段就意识到要为自己“设计”未来。

新高考改革试点，将倒逼基础教育改革、优化学生评价体系、促进学生全面发展。然而，先行试点过程中，却出现了曾备受关注的“物理遇冷”“化学弃考”等现象。公开资料显示，2017年，浙江和上海的新高考首考，两省份选择物理科目的考生还不足30%。

但按照2017年上海市教委的文件，当年上海37所普通本科高校的1096个专业(类)中，提出最多的选考科目是物理，有415个，占专业(类)总数的37.9%；其次是化学，有337个，占30.7%；再次是生命科学，有222个，占20.3%；最后是地理、历史、思想政治分别为

47个、41个、26个。

厦门大学考试研究中心主任、博士生导师刘海峰，厦门大学考试研究中心博士研究生、贵州大学副教授唐本文等人发表在《中国教育学刊》的《十年新高考改革的试点推进与成效评价》一文，对试点省份弃考物理做了回顾分析。文章称：在浙江省推出“3+3”科目改革试点之初，由于学生为获取高分而趋利避害，高校专业选考科目要求过于宽松和技术科目的挤压等原因，浙江省高考选考物理的人数较改革前大幅缩减，出现“物理遇冷”现象。

物理作为理工类专业的基础学科，选考人数大幅下降会严重影响高校相关专业的人才培养。该文章称，已有研究表明，新高考改革后，浙沪学生的学业优势有所减弱，部分填报理工类专业但未选考物理的学生，在进入高校后出现明显的学业衔接障碍。

为了矫正该现象，2018年3月，教育部印发了《普通高校本科招生专业选考科目要求指引(试行)》，要求高校必须明确各专业选科要求，学生报考该专业时必须修习相关专业指定的高中课程，否则不能报考。

“这就为高中生的投机性选科做法关上了大门，这将对矫正物理选科人数大幅下降起到重要的引导作用。”山东省教育厅相关

负责人表示。

也正因此，2018年第三批改革启动后，高考科目设置发生了调整，从“3+3”转向了“3+1+2”选科模式，“3”是指统一高考的语文、数学、外语3个科目，“1”是指考生在物理、历史两门选择性考试科目中选择1个科目；“2”是指考生在思想政治、地理、化学、生物4门选择性考试科目中选择2个科目。按照要求，统考科目采用全国统一试卷，选考科目由各省自行组织命题。

针对考试科目的改变，教育部基础教育化学教学指导委员会委员、霍邱一中原校长杨明生表示，“3+1+2”模式，既有对传统高考的继承，也有一定的创新，不仅完美实现了高考改革的平稳过渡，有助于已经建立起来的招生体制机制的延续性，而且也充分体现了高考改革的精神，很大程度上满足了人们对高考改革的期待。

新高考改革十年成效如何？刘海峰、唐本文等基于超10万份调查问卷的研究显示，各主体对新高考改革的成效评价整体较高，但不同地区、主体对新高考改革的评价存在差异，总体看，新高考改革的目标基本实现。研究人员认为，未来改革还需要在不同科目成绩赋分的等值问题、“3+1+2”模式中物理与历史科的分值和权重问题、最优考生群体赋分区分度不够等问题等方面不断优化完善。

高校有的放矢培养人才

有分析称，高招比例向理工农医类倾斜，意味着考生若选择这些专业，高中阶段选择物理、化学是前提。

实际上，考试招生制度改革与我国高等教育人才培养是紧密呼应的。习近平总书记高度重视学科专业设置工作，强调要优化同新发展格局相适应的教育结构、学科专业结构、人才培养结构。

近年来，为了适应经济社会发展与国家发展战略所需，我国深入推进高等教育学科专业结构调整。官方数据显示，目前全国普通高校本科专业布点总数6.6万个，较2012年新增1.7万个，撤销和停招了近1万个专业点，每年调整幅度将近5%。专业动态调整力度之大前所未有，推进了一场数量足够多、力度足够大、频度足够高的专业结构改革。

2023年4月以来，为有的放矢培养国家战略人才和急需紧缺人才，提升教育对高质量发展的支撑力、贡献力，推动形成新生产力，更好服务中心现代化建设，教育部、国家发展改革委等多部门先后两次发文，部署高校学科专业设置调整优化改革。

教育部高等教育司相关负责人表示，按照改革时间表，2025年，我国将优化调整高校20%左右学科专业布点，新设一批适应新技术、新产业、新业态、新模式的学科专业，淘汰不适应经济社会发展的学科专业，基础学科特

别是理科和基础医科本科专业点占比进一步提高；建设一批未来技术学院、现代产业学院、高水平公共卫生学院、卓越工程师学院，建成一批专业特色学院。

高校专业的增与减，意味着我国育人之变，并直接投射在高招环节。近年来，高招工作持续向理工农医类专业倾斜，引导人才向国家战略需求领域聚集，各地也在指导高校主动调整人才培养结构与规模。

以上海为例，2024年，上海采取增量倾斜和存量调整结合的方式，将理工农医类本科招生比例提高到50%以上；同时，扩大重点产业人才培养规模，聚焦集成电路、人工智能、生物医药等重点产业和基础理科；严控过剩学科专业和办学条件不足高校的培养规模，调减单点招生规模过大、增速过快、市场需求不足、毕业生毕业去向落实率偏低的学科专业招生计划。

推动文科类专业调整人才培养方向，鼓励高校围绕国家战略需求，加大涉外法治、知识产权、国际组织、国际传播、数字经济、金融科技等方向的复合型人才培养力度。

有分析称，高招比例向理工农医类倾斜，意味着考生若选择这些专业，高中阶段选择物理、化

学是前提。

不久前，教育部发布的2023年度普通高等学校本科专业备案和审批结果显示，为引导和支持高校开设国家战略和区域发展急需的新专业，新增设24种新专业：立足服务国家战略需要，设置大功率半导体科学与工程、生物育种技术等专业；聚焦科学前沿和关键技术领域，深化“四新”建设，设置电子信息材料、智能视觉工程、智能海洋装备等专业；推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，设置中国古典学等专业；聚焦服务健康中国战略需求，落实体育强国建设部署，设置健康科学与技术、体育康养、足球运动等专业。

对未来专业调整的走向，教育部高等教育司负责人表示，未来将强化动态调整，实施专业目录年度更新发布机制，完善本科专业类的设置与调整机制、动态调整国家控制布点专业和特设专业；同时，通过实施专业预申报制度、加强对增设专业的论证和公示等举措，提升专业设置质量，引导高校做强优势特色专业，避免简单跟风；推动省级教育行政部门立足服务区域经济社会发展，引导高校增设战略性新兴产业相关专业、区域发展急需紧缺专业，建设特色优势专业群。

重庆市长胡衡华：紧扣“两大定位”打造“六个区” 2027年GDP拟冲4万亿

本报记者 程维 北京报道

6月5日上午，国务院新闻办在北京举行“推动高质量发展”系列主题新闻发布会重庆专场，重庆市委副书记、市长胡衡华率队，就该市未来几年的发展重心做了阐释。他说，该市将紧扣“两大定位”，重点打造“六个区”。

重庆市2023年的GDP增速为6.1%，成为中西部地区首个GDP超3万亿元的城市，该市计划在2027年将GDP总量做到4万亿元。

胡衡华说，习近平总书记今年4月赴重庆视察时，赋予重庆奋力打造新时代西部大开发重要战略支点、内陆开放综合枢纽“两大定位”。

胡衡华在新闻发布会上，围绕“打造新时代西部大开发重要战略支点、内陆开放综合枢纽谱写中国

式现代化重庆篇章”做介绍。

他说，打造新时代西部大开发重要战略支点，强调大保护、大开放、高质量发展，要求重庆当好支撑、做好示范。打造内陆开放综合枢纽，不仅是交通枢纽，更是人流、物流、资金流、信息流等资源要素的集散地，目的是引领内陆地区开放发展。

重庆的解决方案是，重点打造“六个区”，来落实和兑现“两大定位”。

这“六个区”分别是西部地区高质量发展先行区、内陆开放国际合作引领区、超大城市现代化治理示范区、城乡融合乡村振兴示范区以及美丽中国建设先行区。

重点打造“六个区”的战略性举措，源自该市5月24日举行的重庆市委六届五次全会。该会议决定，该市要在引领西部服务大局上

展现更大担当、做出更大贡献；在服务和融入新发展格局推动高质量发展上当好排头兵、争创新地位；在全面深化改革扩大高水平对外开放上敢为人先、开拓新局面；在积极探索超大城市现代化治理新路子上走在前列、引领示范。

重庆市将“奋力谱写中国式现代化重庆篇章”这一提法，列入了重庆市委六届五次全会审议通过的《中共重庆市委关于深入学习贯彻习近平总书记视察重庆重要讲话重要指示精神奋力谱写中国式现代化重庆篇章的意见》中。

“六个区”是重庆市紧扣“两大定位”谱写中国式现代化重庆篇章的重要路径，概括说就是3个先行区、2个示范区和1个引领区。

相比此前重庆市委六届二次全会提出的现代化新重庆“五个新”奋斗目标，此次“六个区”的提

法，侧重于产业方向。

胡衡华对“六个区”做具体阐释时表示，第一个区是“西部地区高质量发展先行区”，在去年经济总量突破3万亿元的基础上，力争到2027年重庆直辖三十周年时，迈上4万亿元新台阶。

“实现这个目标并不轻松，要靠创新制胜、靠制造支撑、靠服务赋能，以先进制造业为骨干，加快发展现代生产性服务业，构建现代化产业体系，打造新质生产力动力源。”胡衡华说。

据了解，重庆的近邻四川省2023年的GDP总量突破了6万亿元，其经济总量跻身全国前五位。

而重庆市重点打造的第二个区，是“内陆开放国际合作引领区”。胡衡华说，推进西部陆海新通道建设，着力点是完善国际物流大通道集疏运体系。

2023年，重庆市地区生产总值增长6.1%，成为中西部地区首个

GDP超3万亿元的城市；今年一季度增长6.2%，经济社会发展开局良好、回升向好。

胡衡华说，重庆作为制造重镇，拥有全部31个制造业大类，坚持工业立市、制造强市不动摇，加快构建现代化产业体系。

老工业基地焕发新活力，智能网联新能源汽车、新一代电子信息制造、先进材料正加快成长为万亿元级产业集群，汽车产量超过230万辆、新能源汽车产量突破50万辆，全球每生产3台笔记本电脑就有1台是“重庆造”。现代生产性服务业赋能先进制造，西部金融中心集聚1800多家金融机构，软件和信息服务业形成“满天繁星”的发展趋势，从业人员两年增加近15万、总量达到36.9万，主营业务收入突

破3600亿元。

在胡衡华提及的上述指标中，2023年重庆汽车产量超过230万辆，但并不是该市汽车产量的最高值，最高值为2016年，汽车年产量为315.62万辆。此后曾出现连续多年的巨幅暴跌，后在2021年、2022年出现缓慢回升。

区域协作、开放发展拓展新空间，成渝“双城记”越唱越精彩。目前，西部陆海新通道通达123个国家和地区的514个港口，越来越多的重庆产品跨越山海、走向世界，重庆这座内陆城市已经成为向西南开放的前沿。

胡衡华还称，重庆市政府治理效能提升，带来营商环境的持续改善，目前该市累计设立外商投资经营主体超过7200家，在渝世界500强企业达到319家，各类经营主体的活力不断增强。

激辩上市公司隐秘“资金黑洞”

本报记者 杨井鑫 北京报道

近日,亿利洁能(600277.SH)公告称:“亿利财务公司对于公司存放在亿利财务公司的39.06亿元货币资金的用途主要是向亿利集团及其关联方发放贷款,近日公司获悉相关贷款已被划分为次级贷款,公司存款存在重大可收

回性风险。”

一时之间,市场哗然,财务公司也被置于舆论的风口浪尖。

《中国经营报》记者从中国财务公司协会获悉,亿利集团因流动性枯竭,无法偿还在财务公司的贷款,导致上市公司在财务公司的存款被集团实质占用且未真实披露,国家金融监督管理总局

已多次采取监管措施,要求集团和财务公司整改,并对违规事项进行立案调查。

上市公司的资金放在财务公司是否安全?高存低贷是否涉及利益输送?财务公司是否为大股东侵占上市公司资金提供了便利?日前,多家财务公司高管对相关问题予以了集中回应。

独立性是“生命线”

在强监管、严监管,进一步加强股东股权管理的大背景下,绝大部分财务公司能够坚持法人独立性,立足功能定位,服务集团和实体经济。

“上市公司大股东侵占上市公司资金的违规行为在市场上一直都存在。相比之下,如果没有财务公司,可能大股东更容易侵占上市公司资金,这并非财务公司导致的侵占行为。相反,财务公司在其中是一个‘吹哨人’的角色。”江苏一家大型集团财务公司负责人回应《中国经营报》记者提问时表示。

他认为,个别财务公司出现风险是由于整个集团体系的垮塌,风险不在财务公司,而是在个别企业老板。

对于上市公司资金存放于财务公司的安全性,海信集团财务公司副总经理舒鹏则表示,上市公司的资金归集到财务公司,并不意味着资金流向了大股东。按照监管和政策要求,财务公司是独立的非银金融机构,与集团母公司有风险隔离制度。

实际上,市场对于企业集团财务公司的诸多质疑在于:财务公司会不会受制于集团企业而放弃独立性?

上述财务公司负责人告诉记者,监管机构对于集团企业推荐的高管人员的审核非常严格,集团也需要按照监管的标准和要求拟推荐人选,通过监管的高管资格审核以及考试后,其任职资格才予以核



目前,国内财务公司数量有239家,高风险的财务公司仅3家。

视觉中国/图

准。而财务公司的关键业务岗位也备受关注,以保证财务公司的人事独立。

万向财务公司总经理刘奔琳表示,合规经营是基本,监管对财务公司与上市公司关联交易已有明确且细致的规定。

2024年4月,《国家金融监督管理总局关于促进企业集团财务公司规范健康发展提升监管质效的指导意见》(金规〔2024〕7号)明确规定了企业集团要维护财务公司独立法人地位,严禁企业集团

滥用股东权利,越权干预财务公司经营管理,违规挪用财务公司资金。

中国财务公司协会副会长陶东平认为,目前国内财务公司数量有239家,但是高风险的财务公司仅3家。不能把个别高风险财务公司的违法违规行为,作为财务公司的一般情况。在强监管、严监管,进一步加强股东股权管理的大背景下,绝大部分财务公司能够坚持法人独立性,立足功能定位,服务集团和实体经济。

能薅税务羊毛? 税优保险宣传乱象丛生

本报记者 陈晶晶 北京报道

2024年5月以来,多家保险公司推出税优类保险产品,对于个人养老金保险也加大了上新力度。此外,保险中介公司也上线了多款税优健康险,包括税优护理险、税

延养老保险等。

值得一提的是,税优类保险产品多年来的发展一直不温不火,如今却成为险企争相布局的“香饽饽”。

《中国经营报》记者调查发现,当前,税优类产品成功占据营销宣传优先位,但是有的产品营销被自

“节税权益+保单收益”合成爆款产品?

目前,保险公司主要通过自营销销售平台、保险代理人及合作保险中介机构联合销售税优健康险产品,同时也在各个渠道加大营销推广力度、扩大该类产品的覆盖面。

据悉,保险公司及保险中介营销税优保险产品的一个重要宣传点是税收抵扣便利。

慧择保险经纪储蓄险产品负责人叶鹏程分析指出,不论是今年年初的“开门红”活动销售热潮,还是2月份“报行合一”下的产品停售潮,很大程度上透支了客户需求。尽管居民储蓄需求旺盛,但在一轮又一轮的“炒停售”之下,单纯的收益已难以对消费者形成吸引力。正因如此,在相对同质化的年金险、分红险等理财储蓄属性之外,险企需要更多考虑保险产品的长期服务、节税等其他属性,以吸引更多的消费者。

记者点开一篇阅读量过万的营销税优健康险自媒体文章了解到,该文章底部评论区有较多网友询问税优产品抵税特性以及每年抵税金额等情况。

“因为每年申报退税,次年便能获得退税反馈,这与传统养老金需要二三十年以后才能感受到价值相比有明显差异,客户获得感强,教育成本低。以1.2万元的个人养老金产品为例,由于政策

性收益福利、节税客户的刚需,销售难度会比较低,客户推广速度效率会很高,假如一年有10万个客户投保,这也有12亿元的保费,如果是百万级的客户,则是百亿级的保费,且每年客户都有需求,总保费收入很可观。”叶鹏程进一步表示。

业内人士对记者表示,购买税优类保险产品后可以在计算个人所得税汇算时获得一定比例的税收减免或退税优惠,对消费者而言吸引力比较大。

需要注意的是,税优保险产品税收优惠的吸引力也体现在其带来的眼球度和流量。

据业内人士反映,近段时间,一些自称是保险经纪人的自媒体账号,公开营销个别保险公司的税优保险产品,并将产品冠以“高收益”的名号进行重点销售。

例如,多个自媒体账号发布文章,集体将中荷人寿“互联网岁岁享税优护理保险”标注为“年化收益突破10%”“年化复利超4.5%”的高收益、“薅羊毛”产品。该文在测算收益时,会按照个人所得税最高水平45%退税所得,然后加上在某一年龄段、某一缴费时间、某一保障期限内的保险产品收益,简单相加得出每年“年化10%收益”。

对于一些自媒体营销宣传产品乱象,记者从中荷人寿方面获悉,其已发布公告维权。中荷人寿在公告中称:“近期,我司发现

媒体营销号带偏了。

近日,有不少业内人士向记者反映,大量保险自媒体账号发布关于营销“抵税神器,复利收益超过10%”“年化复利超4.5%还送免费体检”的税优类保险文章。还有自媒体营销号直接发布短视频介绍

称:“保单收益增长很快,算上抵税的金额,收益率会更夸张,每年复利达到了4.53%,薅国家税务羊毛的好机会!”

税优保险年化收益真能超过4%或10%吗?是误导还是名副其实?

需要注意的是,该产品说明和介绍书均未显示产品收益超过4%。一位资深保险经纪人吴先生对记者表示:“所谓的‘年化4%’‘10%’‘薅国家羊毛’的表述,就是制造宣传噱头、歪曲解读。凡是宣传税优类保险产品收益超过4%的自媒体营销号,都是把税优健康险个税抵扣部分纳入产品收益,合计计算税优保险产品收益,玩数字游戏。保险从业人员宣传销售税优类保险产品时,需要特别注意,消费者自身退税权益,不能与保单利益混为一谈。”

叶鹏程也提示称:“税收优惠是国家政策性福利,均有额度限制,比如税优健康险每年限额2400元/人,个人养老金税优每年限额12000元/人,且有一定的参加门槛要求,并不适用于所有人。消费者决定购买保险产品的核心考量因素,是依据自身和家庭的保额缺口进行相应额度的产品配置。税优额度有限,不一定能覆盖客户的需求缺口,可以根据自己的资金规划做相应的比例搭配。同时,也要对税优产品进行理性分析,产品本身的设计和利益是否满足自身需求。”

对于一些自媒体营销宣传产品乱象,记者从中荷人寿方面获悉,其已发布公告维权。中荷人寿在公告中称:“近期,我司发现

拓展赛道 挖掘新客户

在保险业内,适用个人所得税优惠政策的商业保险被称为税优保险产品。追溯其发展历程,税优健康险试点至今已经走过了9年时间;2018年,税延养老保险开始试点,并于2023年与个人养老金并轨;2022年,我国推出个人养老金制度,对个人养老金实施递延纳税优惠政策。

近两年,国家大力支持税优保险发展,政策也进一步扩大了适用个人所得税优惠政策的商业保险产品范围。2023年7月,监管发布《关于适用商业健康保险个人所得税优惠政策产品有关事项的通知》,将适用个人所得税优惠政策的商业健康险产品范围扩大至商业健康险的主要险种,包括医疗保险、长期护理保险和疾病保险。

2024年5月,国家金融监督管理总局发布《关于银行业保险业做好金融“五篇大文章”的指导意见》,要求丰富税优健康保险产品供给,探索包含长期护理服务、健康管理服务的商业健康保险产品。

险企动作也较为积极,包括大型国有控股、中外合资、外商独资等在内的各种性质的保险公司,均加速开展这项业务,税优类保险产品也在持续上新。

从税优类保险产品的节税效果来看,消费者在投保税优健康险之后,所缴纳的保险费可以在当年(月)计算应纳税所得额时予以税前扣除,扣除限额为2400元/年。同时,在个人养老金制度方面,个人向个人养老金资金账户缴费,按照12000元/年的限额标准,在综合所得或经营所得中据实扣除。显然,这类保险产品有一定的节税效果。

当前,保险公司争相发力税优类保险产品,其背后的逻辑是通过税优产品,可以精准地进行客户识别和筛选,以便后续进一步服务客户。

叶鹏程对记者表示:“税优产

品的销售是一个重要的‘敲门砖’,会带来客户家庭保障和财富规划的整体需求,衍生出更多的产品和险种购买需求。对于业务人员也是重要的获客和识别价值客户的工具,对于客户有明显的福利价值,也能体现从业人员的价值,有助于为业务人员带来信心,尤其是新人伙伴可以借此产品快速积累客户、提升对保险的认可和专业度。此外,从已有客户出发,在协助报税环节对客户家庭成员及相关情况有更多的了解,并可将客户进行分层管理,后续深入挖掘客户需求,从而更有效地达成业务。”

据《中国统计年鉴2022》,2022年全国个人所得税纳税人数为6512万人。换句话说,这6000余万人囊括了中国主要的中产和富裕群体,同时也是商业保险公司重点开拓的客户群体。

据一家寿险公司精算人士分析,纳税人群有6000多的基本盘。继续细分,这部分群体可分为两类,一类是25到40岁之间的工薪阶层,这类群体的需求偏向于基础性保障;另一类是40岁以上、有一定财富积累的中高净值人群,这部分群体购买力强,更可能是税优类保险的主要客群。

“针对潜在的客户需求可以大概将税优保险分为两种:一是税优类医疗保障型产品,典型代表如中高端医疗产品。这类主要匹配中产阶层差异化的需求,通过税优政策刺激提升投保意愿,降低投保门槛。二是以满足客户‘节税’要求为出发点,为保险公司提供高净值客户增量。这类产品可以把养老财富和养老服务相结合,代表险种是储蓄型长护险。长护险本身兼顾储蓄功能和保障功能,既能与寿险公司主力的储蓄型业务结合,提高保障杠杆,也可借助税优方式获得收益。”上述精算人士称。

“稳”字当头 多只理财产品提前退场

本报记者 张漫游 北京报道

日前,多家理财公司发布公告称,提前终止部分理财产品,

并给出“为充分保护投资者权益”的理由。

在业内人士看来,在净值化时代,此举是理财公司希

望暂停一些波动相对大的产品,将资金投向更稳健的产品,以适应投资者稳健投资的需求。

面对当前的市场环境,分析人士建议,投资者需要认识到理财产品的收益不确定性正在增加,投资的难度也随之上升。

投资者在选择理财产品时,应优先考虑那些拥有强大投研能力的理财公司所发行的产品。此外,为了降低市场波

动对投资回报的负面影响,投资者应考虑延长投资期限,以期在长期内获得更稳定和可预测的收益。

保障投资者权益

提前终止理财产品的举措,是银行理财机构适应净值化时代,为保护投资者权益而采取的措施之一。

近日,民生理财发布公告称,根据产品合同约定,该公司决定于2024年6月4日提前终止民生理财富竹安盈一年封闭1号理财产品、富竹安盈一年封闭8号理财产品,并在提前终止日后两个工作日内进行收益分配。

不仅民生理财,交银理财、华夏理财、广银理财等公司日前均发布了终止部分理财产品的公告。

关于近期部分理财公司终止理财产品的原因,普益标准研究员姜玲称,一方面是部分理财产品设计的目标止盈产品,在达到止盈目标收益率后,提前终止该产品;另一方面,在近期债市波动影响下,部分产品业绩表现与预期收益有所偏离,为保障投资者利益,银行理财机构终止了认购规模较小,且运行时间不长、业绩表现有限的理财产品。

5月28日,交银理财发布公告称,根据市场以及投资运作情况,该公司将于2024年6月21日提前终止交银理财稳享大湾区价值投资一年定开2号理财产品;将于7月12日提前终止交银理财稳享大湾区价值投资一年定开3号理财产品。

对此,交银理财方面表示,产品销售机构交通银行(601328.SH)对上述两款产品的风险评级为3R平衡型,该两款产品均为一年定开型,最近一次分别将于2024年6月及7月开放。近年来,低波稳健的理财产品更受欢迎,由于该款产品风险评级中等,产品波动相较低风险产品略大,受众客群相比传统低波动产品较小,产品规模均偏低。同时,产品开放期通常会面临较大比例赎回申请,资产交易成本高,且规模进一步缩小,对存量客户产生影响。为避免过小规模带来的效率与公平问题,故在下次

开放期前酌情考虑根据产品合同约定关停相关产品。

“在近期多家银行理财公司发布的产品提前终止公告中,都有‘市场情况’‘保障投资者利益’等类似表述。从整体来看,自2022年银行理财市场遇‘压力测试’以来,银行理财机构以多种方式适应宏观经济及市场波动影响,这种提前终止理财产品的举措亦是银行理财机构适应净值化时代,为保护投资者权益而采取的措施之一。”姜玲告诉《中国经营报》记者,具体而言,部分产品在设计时或包含止盈或止损策略,是目标收益管理或风险控制的重要手段。值得注意的是,提前终止的产品在整体市场中所占份额并不大,因此并未显著影响存款流向银行理财市场的趋势。

在普益标准看来,如今传统高收益资产减少,迫使理财公司不得不寻找新的投资渠道和资产类别。同时,投资者的收益预期与理财产品实际收益相比可能存在落差,理财公司需要更好地管理投资者预期。

谈及提前终止理财产品对投资者的影响,普益标准研究员黄诗慧分析认为,一方面可能意味着投资者无法获得预期收益,也可能会减少因理财产品业绩不佳导致的资金损失程度;另一方面,若投资者没有提前安排其他的理财计划,被返还的本金及收益或将闲置在账户中,无法产生收益。“理财产品提前终止的核心原因是保障投资者权益,因此,投资者在购买理财产品前应综合权衡自己的财务状况、风险承受能力、流动性需求等,谨慎选择投资标的,合理构建自己的投资组合,将风险压缩到最低水平。”黄诗慧表示。

树立长期投资理念

理财投资者应选择投研实力较强的理财公司发行的理财产品,并尽量拉长投资周期,减少净值波动对投资收益的影响。



理财公司希望暂停一些波动相对大的产品,将资金投向更稳健的产品,以适应投资者稳健投资的需求。

视觉中国/图

产品发挥大类资产投资优势,为具备一定风险承受能力的客户提供弹性收益目标。

值得一提的是,在理财产品提前终止的同时,理财产品投资还面临“资产荒”的情况。

在普益标准看来,“资产荒”的本质并不是可投资资产的缺失,而是兼顾低风险、高收益的“优质”资产的缺失。银行理财市场在净值化转型后,风险偏好低,追求收益的稳定,倾向于大量配置货币市场类和固定收益类资产,存款利率、债券到期收益率的普遍下降,导致理财产品收益持续下滑,不及投资者预期,发行机构迫于市场压力,急需寻找新的优质资产以平衡产品风险和收益。

就银行理财产品如何满足不同客户的差异化理财需求而言,广银理财方面表示,可以搭建货架式产品体系:现金管理类产品主要满足客户流动性、稳定性需求;固收类产品以稳健收益为目标,鼓励客户长期持有,持续优化客户的持有体验;多资产

合目前市场行情,导致投资者对理财产品的收益预期高于实际,产品实际运作时,通过现有的各类资产配置难以获取与业绩比较基准相匹配的收益。

“银行理财真净值时代,旧有的预期收益率不再有,理财净值波动加大。真正回归代客理财后,理财收益完全取决于实际投资结果,收益率存有较大的不确定性,业绩比较基准难以反映真实净值情况。”招商证券(600999.SH)银行业分析师廖志明团队建议,在新形势下,理财收益不确定性上升,投资难度明显加大,理财投资者应选择投研实力较强的理财公司发行的理财产品,并尽量拉长投资周期,减少净值波动对投资收益的影响。

普益标准方面分析认为,由于优质资产稀缺,投资者可能难以找到既能提供满意回报又符合风险偏好的投资项目,导致

整体投资组合的预期收益率降低。同时,资产短缺可能推高某些资产的价格,降低其未来升值空间,增加资产变现的难度,要求投资者更加重视资产的流动性管理。此外,投资者可能需要采用更加复杂多样的策略,比如增加另类投资、跨境投资、使用衍生品等,以挖掘潜在的投资机会。

对于配置策略重点方向,普益标准方面建议主要有三个方面。一是关注长期债券,尤其是在货币政策宽松环境下,长期债券可能提供稳定的收益来源,特别国债的发行有助于缓解债市“资产荒”,为投资者提供更多选择;二是增加对黄金、高质量债券等防御性资产的配置,以对抗市场不确定性,保护投资组合免受剧烈波动的影响;三是遵循行为金融学的启示,采取长期投资视角,避免频繁交易,减少交易成本,专注于长期价值投资。

存款“搬家”寻增值路径 资产配置多元化何解?

本报记者 秦玉芳 广州报道

2024年初以来,银行存款规模首次下降。

4月以来,银行体系存款规模环比减少近4万亿元。其中,住户存款环比减少1.84万亿元,主要为活期存款。与此同时,银行理财规模持续增加。

存款规模首降

中国人民银行发布的金融机构人民币信贷收支表显示,4月末存款类金融机构各项存款规模292346亿元,较3月末减少3.8万亿元。其中,住户存款减少1.84万亿元,主要为活期存款规模下降。

华创证券在最新研报中表示,自2023年起,多家银行着手调降存款挂牌利率,并且压降高成本存款,一方面是高成本存款到期不续作,另一方面是大额存单限额。存款利率下降叠加限制手工补息,资金部分流向其他更有吸引力的稳健理财产品。

在此过程中,稳健型银行理财产品成为存款“搬家”的重要选项。

易观千帆银行理财咨询专家韦玲艳指出,从银行存款规模环比下降而理财规模持续增长可见,资金有从银行存款向理财产品转移的趋势,并且在市场利率下行和监管引导降低存款成本的背景下,银行理财投资者寻求更高收益的意愿增强,银行理财产品也由于相对稳定性和逐步提升的收益率成为优选之一。

惠誉评级亚太区金融机构评级董事徐雯超强调,近期存款回流银行理财趋势明显,并且仍在持续。随着存款挂牌利率多次下调,甚至出现中长期存款利率倒挂现象,叠加近期禁止

且风险可控的理财产品。

随着理财收益下行趋势凸显,个人投资者对长期债券、基金、股票等多元化资产的配置需求也在明显升温,以分散风险并寻求更佳的投资组合回报。从机构层面来看,为了满足投资者多元化配置需求,理财机构也在加强委外配置合作。

短期限固收类理财产品的高流动性、相对高收益、低波动等特性,与部分投资者的需求匹配。尤其固收类产品规模增速加快。招商证券(600999.SH)在近日发布的《存款“搬家”驱动理财规模持续增长》一文中强调,根据产品投资性质来看,现金管理类产品存续规模为8.66万亿元,较前值回升922亿元;固定收益类产品存续规模为19.48万亿元,较前值回升2139亿元。

华宝证券方面也指出,在3月底以来增长的2.89万亿元理财规模中,非现金固收类理财规模增长了2万亿元,现金管理类理财规模增长了0.9万亿元,混合类和权益类理财规模则有所减少。从产品期限看,1个月内期限产品规模占比提升,日开型理财产品规模小幅下降,其他期限理财产品占比变化不大。

未来一段时间,理财产品承接存款的趋势或将持续。根据光大证券研报,5月以来理财收益率中枢为3.4%。“脱媒”力量延续,理财规模增量或呈现“小月不小”。考虑到当前手工补息整改仍在持续,对公存款“脱媒”预估二季度将有持续体现。

不过,国盛证券也明确,叫停手工补息带来存款外流的高峰期或已过去。

截至5月末,存续理财产品突破29万亿元。存款“搬家”后的居民资产配置趋势,正在成为理财市场关注热点。

业内人士分析认为,随着存款利率持续下降,储蓄产品对投资者的吸引力正在减弱,居民寻找资产保值增值的其他途径意愿增强。从市场反映来看,投资者更倾向于相对高收益

多元化配置需求升温

理财规模增长的同时,存续理财产品收益率持续下行,使得投资者对多元资管产品配置意愿升温。

招商证券研报显示,近一个月现金管理类理财收益率延续下行,截至5月末,现金管理类理财收益率中枢为1.86%,较上月底下降8个基点,跌破1.9%。展望中长期,债券收益率趋于下行,叠加禁止存款手工补息影响,下半年理财产品可预期的年化收益率可能降至2%出头。理财收益率走低可能使得理财规模增长放缓。

普益标准研究员李振宇认为,随着理财产品“业绩比较基准”的普遍下调,个人投资者可能需要适当调低对新购理财产品收益率的期望值。

华宝证券分析指出,随着存款利率的不断下行,原先高息储蓄、大额存单等居民熟悉且无风险的投资方式可能越来越少,且收益在不断走低,但居民渴望财富增长跑赢通胀的需求不会减少。在低利率环境下,投资者需要合理分配资金,在留存一定的现金储备之外,按照自己的需求在低风险收益稳定的债权类资产和高风险高收益的权益类资产等大类资产间进行分配,均衡投资。

韦玲艳也表示,随着存款利率的下调,投资者更倾向于从传统低风险的存款转向寻求有更高且稳健收益的理财产品,以弥补存款利息收入的减少。同时,投资者趋向于资产的多元化配置,如银行理财产品、债券、基金、股票等,以分散风险并寻求

更佳的投资组合回报。鉴于市场不确定性增加,短期限和具有较高流动性的现金管理类理财产品受到欢迎,便于投资者灵活调整资产配置。

此外,市场分析人士普遍认为,除银行理财产品外,长期债券资产也将成为个人投资者平衡收益的重要选择。在李振宇看来,配置策略上,个人投资者可以关注长期债券,尤其是在货币政策宽松环境下,长期债券可能提供稳定的收益来源,特别国债的发行有助于缓解债市“资产荒”,为投资者提供更多选择;二是增加对黄金、高质量债券等防御性资产的配置,以对抗市场不确定性,保护投资组合免受剧烈波动的影响;三是遵循行为金融学的启示,采取长期投资视角,避免频繁交易,减少交易成本,专注于长期价值投资。

“还可以增加对黄金、高质量债券等防御性资产的配置,以对抗市场不确定性,保护投资组合免受剧烈波动的影响。”李振宇表示。

不仅对大类资产的多元化配置需求增强,个人投资者对理财产品的配置多元化趋势也在凸显。传播星球APP联合创始人于曦表示,投资者对理财产品的配置意愿呈现出多元化和个性化的特点:一方面,更加关注产品的风险收益特性、投资门槛、流动性等因素;另一方面,寻求更加灵活的产品配置策略,如根据市场环境和自身风险偏好调整配置比例,以及通过组合投资方式降低单一产品的风险等。

基于此,金融机构也在积极进行产品布局,以满足新环境下投资者日渐多元的资产配置需求。

吕爽表示,2024年初至今,由于黄金走势相对较优,不少银行推出了“固收+黄金”的

创新型理财产品。随着我国利率水平的逐步降低,为了在低利率环境下获取更优收益,从境外经验来看,投资者或也将开始逐步接受配置贵金属、境外资产的理财产品。

徐雯超也表示,在近期《防范化解金融风险问责规定(试行)》的推动下,金融机构更加注重理财产品在结构调整、风险管理等方面高质量发展,而不是单纯追求规模增长,更加注重整体产品结构的优化,推动中长期产品的布局。

吕爽强调,当前,现金管理类产品、固收定开式产品等产品运作同质化,部分银行理财产品也在通过压降费率等方式提升竞争力。不过,过度压降费率以及同质化产品竞争加速行业“内卷”,影响机构整体盈利能力,或限制机构拓展全类型产品和强化投研体系。为应对相关问题和挑战,部分理财公司持续推进消费者教育和客户分层。同时,探索扩充权益投资范围,布局权益、FOF、量化、衍生品等多条产品线,对应搭建研究不同资产策略的投研团队,以提升多元化配置策略投研服务能力。理财公司也在探索对于另类产品的投资策略,稳步拓展对境外资产的投资渠道。

为增加理财产品对投资者的吸引力,理财机构也在加强与外部资管机构合作。中金公司(601995.SH)在最新研报中表示,随着理财存续存款类资产逐步到期,预计理财机构或加大与公募基金公司在主动管理领域的合作。

普华永道诚信之殇：卷入财务造假

本报记者 郭婧婷 北京报道

受恒大地产财务造假事件影响，国际知名四大会计师事务所普华永道正在经历信任危机。

近日，证监会对恒大地产债券欺诈发行及信息披露违法案作出处罚决定，并表示“正在推进对相关中介机构的调查”。

作为恒大地产的审计机构，普华永道被推向风口浪尖，中国石油(601857.SH)、中国人保(601319.SH)、中国中铁(601390.SH)等多家上市公司也相继宣布取消与普华永道的合作。

今年年初以来，压实资本市场“看门人”职责成监管重中之重。据《中国经营报》记者不完全统计，截至5月31日，超8家会计师事务所因审计的上市公司出现财务造假，收到证监会及各地证监局开出的行政处罚决定书。

南开大学金融发展研究院院长田利辉在接受本报记者采访时分析，恒大地产造假和解约事件对普华永道影响严重，可能会导致业务流失、声誉受损和法律问题。20余家上市公司的改聘不仅意味着直接的财务损失，还可能引发连锁反应，导致更多潜在客户流失。声誉是会计事务所核心价值之一。恒大地产财务造假事件直接损害了其专业性和公信力，导致其声誉严重受损。此外，普华永道可能还将面临来自投资者和监管机构的法律诉讼和处罚，进一步加剧其经营压力。

受访人士预计，新“国九条”之后，审计行业将会面临更加严格的监管和更高的合规要求，审计机构需要加强自身建设，提高专业能力和职业操守，以适应行业的发展和变化。会计事务所在接客户时需要考量客户的财务健康状况和诚信度，更需要注重自身的专业性和独立性，优化内部流程和严格质量控制，以提高审计质量，赢得市场信任。

被多家上市公司“退单”

今年年初以来，出于多重原因，普华永道被20余家A股或港股上市公司改聘。

经调查，证监会认定，2019年至2020年期间，恒大地产通过提前确认收入进行财务造假，虚增收入5641.46亿元，虚增利润920.11亿元。

普华永道作为恒大地产债券项目的审计机构，其对恒大地产2019年、2020年年报都出具了标准无保留意见的审计报告。

由此，证监会推进对相关中介机构的调查，普华永道作为审计机构难辞其咎。

屋漏偏逢连夜雨。今年年初以来，出于多重原因，普华永道被20余家A股或港股上市公司改聘。截至6月5日，中国石油、中国人保、中国中铁、招商港口(001872.

身处舆论与解约旋涡

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

根据上市公司发布的公告，不难看出，普华永道丢失的大单被安永、毕马威、德勤为代表的三大会计师事务所“鲸吞”。

值得一提的是，安永拿下了中信达(01359.HK)、中国人保、招商银行(600036.SH、03968.HK)、迈瑞医疗(300760)等6家大单，审计费用合计约1.5亿元。

记者注意到，“大单客户”变更审计机构之后，其2024年审计费用普遍下降。比如，招商银行改聘安永，审计费用由3722万元降至2980万元；中国人保改聘安永后，审计费用由2023年的1597万元降至2024年的1350万元；中国中铁改聘德勤为审计机构，审计费用由3310万元减少至2500万元。

对此，田利辉认为，审计费用普遍下降是监管政策影响下客户议价能力的提升和市场供求关系的改善。包括新“国九条”在内的监管政策鼓励上市公司在提高审计质量的前提下降低审计费用，以减轻企业负担。这样，上市公司在选择审计机构时更加注重性价比，而非排名和关系，进而拥有更强的议价能力。随着更多会计事务所的进入和竞争的加剧，审计服务市场竞争可能出现供大于求的情况，导致审计费用下降。

康德智库专家、北京市京师

SZ)、招商蛇口(001979.SZ)等大型央国企相继发布公告，将其年报审计机构由普华永道更换为其他会计师机构，合计金额超2亿元。

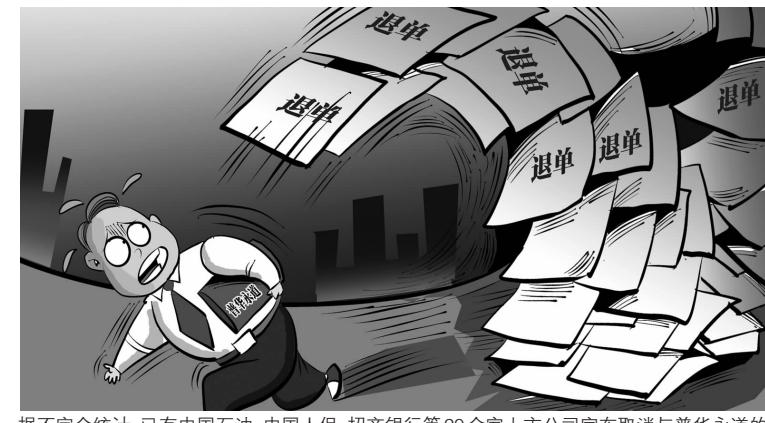
从上述上市公司披露的信息来看，变更原因较多，普华永道的连续委聘年期已经达到国家规定服务年限。不过，也有一部分上市公司对变更原因没有具体说明，还有部分上市公司变更理由为“拟续聘会计师事务所近期相关事项尚待公司进一步核实”，业内猜测这或与恒大地产债券欺诈发行及信息披露违法案相关。

今年3月19日，招商蛇口曾发布关于拟变更会计师事务所的公

告，称鉴于德勤华永审计团队已经连续多年为公司提供审计服务，公司拟聘请普华永道担任公司2024年度会计师事务所。而6月5日最新的公告显示，招商蛇口改聘毕马威华振会计师事务所为公司2024年度会计师事务所。

Wind数据显示，2023年，普华永道审计的A股上市公司百余家，涉及金融业、交通运输、软件和信息技术服务业等多个行业，所获审计费超8亿元，其中，最高审计薪酬来自中国银行(601988.SH)，其审计费用高达1.93亿元，13家客户审计费用亦达千万级别。

“大单”丢失重创普华永道审



据不完全统计，已有中国石油、中国人保、招商银行等20余家上市公司宣布取消与普华永道的合作。这给普华永道在中国市场的业务带来了严峻挑战。

视觉中国/图

计业务，5月30日晚间，中国石油公告表示，取消续聘普华永道为2024年度审计机构。此前，双方约定，续聘费用预计为4850万元。

记者注意到，在取消聘用之前，中国石油、中国人保已经连续三年聘用普华永道为审计机构，3

目前恒大地产财务造假影响还在蔓延，普华永道身处舆论漩涡，市场也在讨论普华永道会成为第二个安达信吗？

2002年，美国“安然造假事件”导致全球五大会计师事务所安达信被美国证监会罚700万美元并禁止5年内从事业务，最终因信誉受损而破产。从此“五大”变“四大”。

在田利辉看来，普华永道目前虽遭遇困境，但其品牌实力和市场地位仍较强，是否会成为第二个安达信还需观察其后续应对措施和监管环境。

在倪一心看来，作为国际头部会计事务所，普华永道遭遇此次事件后，行业竞争格局也可能发生一定的变化。其他会计事务所在接客户时，可能会更加关注客户的财务状况和诚信度，以及审计机构的专业能力和职业操守，以避免类似的风险。

4月16日，普华永道官方公众号回应称，该匿名信含有有关普华永道及部分合伙人的不实信息，相关言论与事实明显相悖，严重侵害了普华永道的商业声誉和合法权益，造成了恶劣影响。

值得指出的是，今年4月，一封名为“是谁把普华永道带入恒大这个火坑的？”的举报信流传开来，信中指控：普华永道未能建立及维持有效的质量监控制度，以确保审计素质以及遵守专业准则和适用的法律及法规要求；向恒大提供审计及其他专业服务时，未能遵守有关客户承接及维持客户关系的专业准则；未能分配适当人员负责会计师事务所质量管理体系的关键职位，有可能损害事务所的监控职能；未能对恒大的审计执行适当的审计程序。

关于普华永道是否会面临被恒大清算人起诉，以及是否要参与赔偿投资者损失的问题，倪一心表示，目前还无法给出确切的答案。

他分析这取决于以下几个因素：

首先，恒大清算人是否决定起诉普华永道。

其次，普华永道是否存在违法违规行为。

如果普华永道在审计过程中存在违法违规行为，那么它可能面临被起诉的风险。最后，投资者损失是否与普华永道的审

计程序。

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

《中国经营报》记者就配合监

管调查进展、上市公司解约情况、

公司经营战略调整等问题联系普

华永道在华分支机构——普华永

道中天会计师事务所，截至发稿，

没有收到回应。

信托公司化解风险加速度 地方国资展现实力担当

本报记者 樊红敏 北京报道

信托公司风险化解进程正在加速推进。

6月4日，四川信托发布相关公告表示，根据《信托受益权转让合同》约定，由四川天府春晓企业管理有限公司(以下简称“春晓公司”)代表已签约的自然人投资者参与四川信托

机构风险化解迎重大进展

今年4月1日，国家金融监督管理总局四川监管局发文，同意四川信托依法进入破产程序。4月23日，四川信托发布《关于四川信托有限公司风险处置进展的公告》称，法院正式裁定受理四川信托破产重整申请，并指定四川信托清算组担任管理人。4月28日，四川信托重整接管工作会在川信大厦举行，管理人正式进场，依法接管四川信托财产和营业事务。

与此同时，四川信托实控人“宏达系”的破产重整也迎来突破。根据5月28日四川信托股东宏达股份(600331.SH)发布的最新公告，已确认蜀道投资集团有限责任公司(以下简称“蜀道集团”)为四川宏达(集团)有限公司(以下简称“宏达集团”)、四川宏达实业有限公司(以下简称“宏达实业”)重整投资人。

具体来看，宏达股份于5月27日收到了控股股东宏达实业管理人的相关告知函，其中提到，经宏达集团、宏达实业管理人与意向投资人蜀道集团谈判，现已确认蜀道集团为二者重整投资人，宏达集团

破产重整程序。按照成都市中级人民法院公告要求，债权人应于2024年6月6日前向四川信托管理人申报债权。

春晓公司已于2024年6月4日，代表全体已签约自然人投资者向四川信托管理人完成债权申报。

此外，近日市场上消息称，长

安信托正在与投资者商讨部分项

目的风险化解方案。根据风险化

及宏达实业、重整投资人、管理人三方已经签署重整投资协议，且已经各方盖章并生效。重整投资人将承接重整后宏达集团、宏达实业100%股权，并承接宏达实业所持宏达股份26.39%股权，对应大约5.36亿股股票。

天眼查显示，宏达集团目前持

有四川信托32.04%的股权，宏达股

份持有四川信托22.16%的股份。

另外，在四川信托风险处置过

程中，蜀道集团也扮演着重要角

色。天眼查显示，蜀道集团是春晓

公司持股50%的股东。这也意味着，蜀道集团将通过参与“宏达系”

重整，间接控股四川信托。

长安信托风险项目化解方面，

根据近日市场传出的消息，其与投

资人商讨的部分风险项目化解方

案具体如下：“1年期兑付，本金打

折兑付70%；2年期兑付，本金打折

兑付80%；3年期兑付，本金打折兑

付90%；4年期兑付，本金兑付100%，分4年兑付清，每半年付一次本

金，期内利息与逾期利息全无；5

年期兑付，本金兑付100%，分5年

兑付清，按银行活期付息。另外，

解决方案，投资人可以选择5种不同期限的资金兑付方案。

《中国经营报》记者注意到，地

方国资是四川信托、长安信托、安信信托风险加速化解幕后主力，地方国资企业正在通过

参与高风险信托机构重组，增资、

增持属地信托公司等方式来支持

属地信托公司的风险化解工作。

部分项目前期兑付的收益要用以

抵扣本金。”

就上述市场消息，长安信托在

回复本报记者时表示：“目前，

长安信托以‘保护投资者权益’

为出发点，一直与受托客户保持着

有序沟通，共同商讨相关事宜。与此

同时，我们正按照‘信托三分类’

的要求，积极开展主营业务，持续推

进信托转型。”

记者根据公开信息梳理，2023

年，多家高风险信托机构风险化解取得重大进展。2023年2月份，华

融信托股权重组工作完成，中国信

托业保障基金有限责任公司持有

华融信托76.79%，成为华融信托第

一大股东；2023年5月份，新华信

托公告破产，成为我国自2001年《中

华人民共和国信托法》颁布以来首

家破产的信托公司。2023年4月，

安信信托成功向特定对象上海砾

安投资管理有限公司(以下简称“上

海砾安”)发行43.75亿股股票，

募资90.13亿元；5月，公司完成企

业名称工商变更登记，更名为“建

元信托股份有限公司”，安信信托

正式退出历史舞台。

国资实力是风险化解关键

记者注意到，四川信托、长安

信托、安信信托风险加速化解幕

后，均有地方国资的参与。

天眼查显示，蜀道集团由四川

发展(控股)有限责任公司100%

控股，后者由四川省政府国

有资产监督管理委员会和四川省

财政厅分别持股90%和10%。

长安信托推进部分风险项

目兑付背后，2023年11月，监

管方面核准了长安信托增加注

册资本、调整股权结构的请示，同

意长安信托注册资本由33.3亿

元增加至53.24亿元；同意西安

证监会严惩资本市场违法违规： 上市公司被立案数量同比激增近六成

本报记者 罗辑 北京报道

证券监管“长牙带刺”正从严落实。

Wind数据显示，截至5月末，今年以来已有51家上市公司（注：按披露口径统计）因公司涉嫌相

立案数量达近年同期之最

2024年，被证监会立案调查家数达到51家，成为近年之最。

整体来看，近年来“严监严管”的趋势越发明显。

回溯前三年同期的上市公司立案情况，Wind数据显示，2021年1月到5月末，合计6家上市公司被证监会立案调查。2022年同期，合计14家上市公司被证监会立案调查，同比翻番。2023年同期，上市公司被证监会立案数量上升到32家，相较上一年同期数量再度翻番。到2024年，在去年同期的基础上，该数据持续增长，被证监会立案调查家数达到51家，成为近年之最。

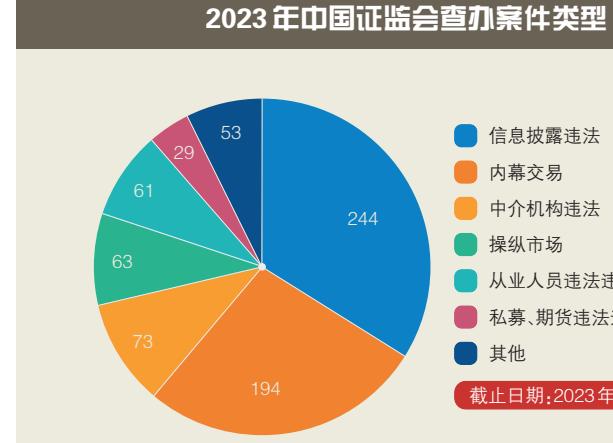
梳理案由，近四年上市公司遭立案的原因主要是涉嫌信息披露违法违规，其余部分主要涉及操纵证券市场、短线交易、内幕交易等。以今年来的立案情况来看，信息披露违法违规主要指向财务造假、未在规定期限内披露年报等。

今年2月4日，证监会官网曾发文提到，信息披露是资本市场健康有序运行的基础，是投资者作出价值判断和投资决策的前提，是证监会监管执法的重中之重。在此背景下，盘古智库高级研究员江瀚提及，信披问题的严监管还将延续，“今年以来，上市公司立案数量激增代表了整个市场的监管从严态势。当前证监会监管工作围绕‘强本强基，严监严管’，从提高发现能力、完善工作机制、强化责任追究、突出打防结合等方面综合施策，证

券违法违规行为，被中国证券监督管理委员会（以下简称“证监会”）立案调查。相较去年同期，今年被立案调查的上市公司数量同比增长近六成，约59.38%。从案由来看，有八成以上被立案调查上市公司涉嫌信息披露违法违规，其余则主要是存在内

幕交易以及三家上市券商因业务过程中涉嫌违法违规而被立案调查。

多位业内人士指出，这一现象表明了中国证券市场监管环境的日趋严格和规范化，严监管的态势对于维护市场秩序、保护投资者权益具有积极意义。



工具和绕道减持方案、为上市公司相关方违规减持提供便利的行为敲响了警钟，也体现出监管对中介机构各类业务合规经营的严格要求。

此外，进一步扩大统计口径。Wind数据显示，今年以来，上市公司披露因公司、实际控制人、股东、控股子公司等相关方涉嫌违法违规遭到证监会立案的公告高达68份（含同一家公司多个相关方遭立案的情况）。其中，关于实际控制人或原实际控制人收到证监会立案告知书的公告合计11份。这也意味着，当前监管呈现出紧盯“关键少数”的趋势。

实际上，目前交易所也在通过多维施策压实“关键少数”的责任。例如，深交所不断加大公开认定不适合担任上市公司董监高的实施力度。其中，2024年以来，已对多家上市公司合计12名“关键少数”采取3年至10年不等的公开认定措施。

全方位立体式追责提振市场信心

在压紧压实“看门人”责任方面，坚持“一案多查”、坚持“双罚制”。

从上述各项数据可以看到，当前监管正围绕信息披露问题，加强穿透式监管，完善全方位立体式追责，推动资本市场正本清

源”等违法违规成本正在迅速攀升，这将威慑、遏制相关违法违规行为，从而“正本清源”推动形成市场良好生态。

徐西江提到，以发行人面临的违法违规成本来看，“如今信息披露问题不仅受到监管密切关注，而且监管层对于该违法违规行为的打击力度也正在加强。在当前证券监管‘长牙带刺’的要求下，这些遭立案的上市公司除了面临股价波动、声誉受损、资本运作如重组、增发受限外，若查实存在违规行为，上市公司还将面临多重监管处罚，若情节严重，甚至面临退市，以及刑事责任和民事赔偿的多重风险。”

江瀚进一步补充道，除了发行人外，监管对于资本市场违法行为链条上的中介机构、“关键少数”也在不断加强监管和处罚力度，多方面提升其违法违规成本。

在今年2月证监会召开的龙年首场新闻发布会上，证监会首席检查官、稽查局局长李明提到，除了企业、券商投行、会计所、律所等资本市场服务机构是证监会严监管重点，对于证券服务中介机构，证监会将坚持“一案双查”，督促、警示“看门人”切实归位尽责。同时，对于上市公司实控人、董监高等“关键少数”，证监会将打好“组合拳”，通过打击惩处、清查追偿、限期整改、移送公安，让其“人财两空”。

根据5月15日证监会披露的2023年执法情况综述，2023年，证监会查办证券期货违法案件717件，同比增长19%；作出行政处罚539件，同比增长40%，处罚责任主体1073人（家）次，同比增长43%；市场禁入103人，同比增长47%；罚

没63.89亿元，同比增长140%；向公安机关移送涉嫌证券期货违法犯罪案件和线索118件，有力维护资本市场运行秩序，有效保护投资者合法权益，打击证券期货违法行为成效持续彰显，“零容忍”打击高压态势不断巩固。

同时，在压紧压实“看门人”责任方面，坚持“一案多查”、坚持“双罚制”等。其中，2023年，证监会共对25家中介机构、94名从业人员作出行政处罚。在紧盯“关键少数”方面，2023年，证监会查处的上市公司中32家已被强制退市，向公安机关移送相关涉嫌犯罪上市公司42家。如泽达易盛、紫晶存储欺诈发行案中，公司及责任人分别被证监会处以14250万元、9071万元罚款，公安机关对十余名责任人员采取刑事强制措施，两家公司均因重大违法强制退市，投资者获得超过13亿元民事赔偿，对敢于以身试法的上市公司形成强大执法震慑。

曾任某投行执行董事的香港中文大学（深圳）高等金融研究院客座教授郑磊提到：“证监会对资本市场违法违规行为的严监管背后，是中国资本市场正在逐步走向规范化、透明化。实际上，当前严监管的态势是推动中国资本市场健康发展的必要措施。随着资本市场的不断扩大和发展，上市公司的数量和规模也在不断增长，监管面临的难度和挑战也在增加。如今，监管部门不断加强监管力度，加大对违法违规行为的处罚力度，将有利于维护市场的公平、公正、公开原则，保护投资者的合法权益。此外，市场参与各方也需要加强自律和规范，共同推动市场的健康发展。”

六大行年中集体发“红包” 多家中小银行跟进

本报记者 慈鹏 北京报道

《中国经营报》记者注意到，多家银行近期公开表示拟进行中期分红。目前，六家国有银行均表示

计划中期分红，亦有多家中小银行参与。部分银行表示，后续制定2024年度利润分配方案时，将扣除已派发的中期利润分配金额。

业内人士告诉记者，商业银行

六大行集体参与

邮储银行（601658.SH）近日发布公告显示，董事会审议并通过了关于2024年度中期利润分配相关安排的议案。根据经审阅的该行2024年上半年财务报告，合理考虑当期业绩情况，在2024年上半年度具有可供分配利润的条件下，邮储银行拟实施2024年度中期分红派息，中期股利总额占2024年上半年度合并报表口径下归属于银行股东净利润的比例不高于30%。

同时，邮储银行表示，后续制定2024年度利润分配方案时，将考虑已派发的中期利润分配金额。2024年度中期利润分配方案将根据相关法律法规及本行公司章程有关规定，履行公司治理程序后实施。

截至目前，六家国有银行均表示拟进行中期分红。在分红比例上，多家国有大行表示，2024年度中期分红派息总额占集团实现的归属于母公司股东净利润的比例不高于30%。

在股份行中，民生银行（600016.SH）领衔中期分红。5月31日，民生银行公告称，根据经审阅的2024年上半年财务报告，合理考虑当期业绩情况，在本行2024年上半年具有可供分配利润的条件下，拟实施2024年度中期分红派息。2024年度中期现金股息总额占集团当期实现的归属于本行普通股股东净利润的比例不高于30%。后续制定2024年度利润分配方案时，将扣除已派发的中期利润分配金额。

据记者统计，截至6月5日，中小银行中，至少8家银行计划中期分红，包括江苏银行（600919.SH）、兰州银行（001227.SZ）、上海银行（601229.SH）、苏州银行（002966.SZ）、南京银行（601009.SH）、齐鲁银行（601665.SH）、沪农商行（601825.SH）、紫金银行（601860.SH）。

举例来说，沪农商行近期公示《关于公司2024年中期分红安排的议案》，表示2024年中期分红条件为上半年合并报表归属于本行股东的净利润为正；2024年中期分红比例上限：中期分红以最近一期经审计的未分配利润为基准，合理考虑当期利润情况，不超过相应期间归属于本行股东的净利润。

沪农商行表示，根据中国证监会简化中期分红审议程序，压缩实施周期，引导优质大市值上市公司中期分红的政策导向及相关要求，拟提请股东大会同意上述分红条件及上限。后续，董事会将在符合上述利润分配的条件下根据股东大会决议制定并实施具体的2024年中期分红方案。

中期分红对年底分红有何影响？农业银行（601288.SH）、中国银行（601988.SH）、建设银行（601939.SH）均表示：“后续制订2024年度利润分配方案时，将考虑已派发的中期现金分红因素。”工商银行（601398.SH）表示：“后续制定2024年度利润分配方案时，将扣除已派发的中期利润分配金额。”

中国银行研究员李佩伽表示，

开展中期分红，是落实新“国九条”推动一年多次分红、预分红、春节前分红要求的重要措施。高频分红对于个人投资者吸引力较为强劲，后续或有更多中小银行效仿，

推动实施中期分红。根据国有大行公告表述，多数银行的2024年中期分红，与2024年度分红的合计占利润比例或将维持与2023年相当。

银行中期分红能够提升投资者获得感，具有积极意义，通过多次分红和早期兑付可让投资者提前获得部分收益。从银行角度看，多次分红有利于提升投资者信心，稳定银行股价，提升投资价值感，增强投资者对于银行股票持有的信心和意愿。但是，从银行资本积累看，如果仅是每年年底分红，银行可利用此前积累的利润进一步做新投放或其他资产安排，更改为多次分红后，资金就需提前预留。

记者注意到，此前曾有股份行多次实行年度两次分红的模式，另外，也有个别国有银行实行过中期分红，但不是普遍现象。

长城证券研报观点显示，部分投资者认为如果总分红比例不变，中期分红意义有限，但实际上意义重大。从投资回报流动性角度，即使每年分红金额不变，更高频分红回报也会带来高流动性价值和确定性更强的现金流。中期分红也有利于投资者更稳定、长期持有红利型银行股，支撑股价持续上涨。

以前在年度分红模式下，间隔周期较长，部分资金可能倾向于在股权登记日前买入，后续派发股息且股价逐步实现“填息”后择机交易。高频分红对于个人投资者吸引力也非常强劲，港股市场的汇丰银行长期以来实行季度分红，被视为本地投资者的稳定储蓄理财工具。

今年4月发布的《国务院关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》，业内也

多家银行分红比例超30%

一直以来，A股银行板块是较为稳定的分红“大户”。

Wind数据显示，截至6月4日，42家A股上市银行中，41家银行公布了分红方案，合计分红金额达到6133亿元，较2023年增加256.49亿元，其中，国有大行分红占比最高，其分红金额合计超过4000亿元。Wind数据显示，截至6月4日收盘，银行板块今年以来涨幅超18.29%，在申银万国一级行业中排名第一；多家银行的分红比例超过30%。

杨海平告诉记者，由于业绩存在差异，不同的上市银行提升分红比例、推进多次分红的空间也不尽相同。他预计部分业绩基础较好的上市中小银行会跟进。

上述长城证券研报指出，后续仍有更多中小银行可能效仿，推动实施中期分红。考虑资本约束，预计多数银行中期+年度总分红比例不改变。目前发布议案的银行并未公告中期分红具体实施

方案。考虑银行业目前仍处于净息差下行、ROE（净资产收益率）收窄的盈利承压周期，多数银行的核心一级资本充足率都偏低，且目前资本市场再融资监管收紧，上市银行外源式补充资本的方式非常有限。根据国有大行公告表述，多数银行的2024年中期分红比例仍将维持与2023年相当。

根据多家银行公告信息，中期分红方案最终取决于机构经营情况及其他一些因素。杨海平表示，在当前的市场环境下，商业银行提升经营能力应从两个方面着手：一是要加快战略管理范式进化，基于自身的实际，从科创金融、数字金融、普惠金融、绿色金融、养老金融等方面寻求建立、巩固或者扩大自身的市场优势。二是大力提升业务管理和风险管理的精细化程度，向管理要效益。

对于下半年银行如何应对经营压力，李佩伽表示：“一是应稳定好净息差，扩大中间业务收入来源，加大理财业务、资金托管业务发展。二是控制好不良资产，谨防不良资产率进一步上升，关注房地产及其他领域业务风险。三是加强差异化发展，当前我国金融机构同质化经营已成为影响银行价值创造的重要因素，加快走差异化、特色化和专业化发展之路刻不容缓。大型银行可发挥规模优势，在综合化、国际化方面迈出更大步伐，中小银行要发挥熟悉本地优势，在服务区域经济发展、特色产业方面加快金融产品创新，努力成为‘小而美’‘小而特’的银行。四是把握货币信贷供需规律和新特点，聚焦‘五篇大文章’，投向更加契合经济转型方向。”

上市银行2023年度累计现金分红总额前15强

证券简称	分红总额(亿元)	分红比例(%)
工商银行	1,092.03	30.00
建设银行	1,000.04	30.06
农业银行	808.11	30.00
中国银行	695.93	30.01
招商银行	497.34	33.92
交通银行	278.49	30.03
邮储银行	258.81	30.00
兴业银行	216.05	28.02
中信银行	174.32	26.01
平安银行	139.53	30.04
光大银行	102.22	25.06
民生银行	94.57	26.40
浦发银行	94.22	25.67
江苏银行	86.25	30.00

截止日期:2023年12月31日

数据来源:Wind

房贷投放竞争加剧 银行出招“抢客”

本报记者 秦玉芳 广州报道

随着调整最低房贷利率下限、下调个人住房公积金贷款利率、央行设立3000亿元人民币再贷款计划支持存量房购买等系列政策相继落地，商业银行涉房信贷业务相

整也越受市场关注。不少银行通过多样化灵活还款模式吸引购房借款人。

与此同时，去年以来多种因素影响下，银行个人住房按揭贷款规模收缩，消费金融增长乏力，使得零售信贷业务发展压力凸显；近来，不

少银行积极调整个人住房按揭业务策略，以缓冲零售信贷增长压力。

在利率持续下调、同业竞争加剧的背景下，银行个人住房按揭贷款靠“价格”优势获客的空间越来越小，预计未来会推出更多的创新举措来吸引客户。

灵活还款多样化创新

银行需要更加严格地控制风险，同时也要面对市场需求变化进行产品优化设计，以满足客户的多样化需求。

5月份以来多地调整房贷首付比例，银行纷纷跟进，宣布首套房最低首付比例下调为15%，利率也普遍降至3.35%左右。

与此同时，各种降低购房压力的灵活还款模式频出。

近日，有银行推出按约定期数每期月供、最后一期一次性偿还余本金的“气球贷”还款模式备受市场关注。

“气球贷”即根据气球“前小后大”的形象来形容还贷金额“前小后大”。易居研究院研究总监严跃进指出，鉴于今年房贷政策史上最为宽松，且购房者的收入状况出现了很多变化和新情况，才有了“气球贷”此类做法的出现。

在严跃进看来，若是按最近两年还款者的收入状况看，确实会呈现先低后高的情况，这也就是所谓的“前小后大”，这一点和“气球贷”的“前小后大”特征比较匹配，所以其本身和居民家庭或购房者的收入状况有一定的相似性或匹配度。

严跃进强调，当前买房的人以刚性需求和改善性需求的客群居多，但首付比例调降后，会导致购房客户月供额增加，还款压力上升。针对这种情况，银行推出“气球贷”这类灵活的还款计划，是为了增强对购房按揭客群的吸引力。

除了“气球贷”之外，越来越多的银行灵活调整个人住房按揭还款方式。例如，多家银行推出“先息后本”还款模式，每个月可以只还利息，“最低偿还本金1元”。部

分银行App信息显示，这种降低月供的周期可延长至24期（即2年）。

某银行还推出多种还款模式，包括前三年内付息不偿还本金的二阶段还款、每两周还本付息一次的双周供等。

据康德智库专家、上海市光明律师事务所陈铁娇律师分析，去年以来，银行涉房贷款不良率上升，断供住房规模也在大幅增长，这给当前商业银行住房按揭贷款业务带来了新的挑战和难题。银行需要更加严格地控制风险，同时也要面对市场需求变化进行产品优化设计，以满足客户的多样化需求。

为了应对这一挑战，各家银行积极调整业务策略。中国企业资本联盟副理事长柏文喜指出，银行积极创新产品设计，推出更适合市场需求的住房按揭贷款产品；同时也在通过线上线下多种方式获客，并提高了客户准入门槛。

招联首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼也表示，2022年以来我国房地产市场走势疲软，居民住房消费信心和意愿下降，房地产供求关系发生重大变化。在这种情况下，银行推出灵活多样的还款方式，有助于减轻借款人前期偿还贷款的压力，进而激发居民住房消费需求，提振住房消费的意愿和能力。特别是对工作时间不长、但未来收入有望增加的年轻人而言，较低的贷款购房门槛、灵活的还款方式

具有一定吸引力。

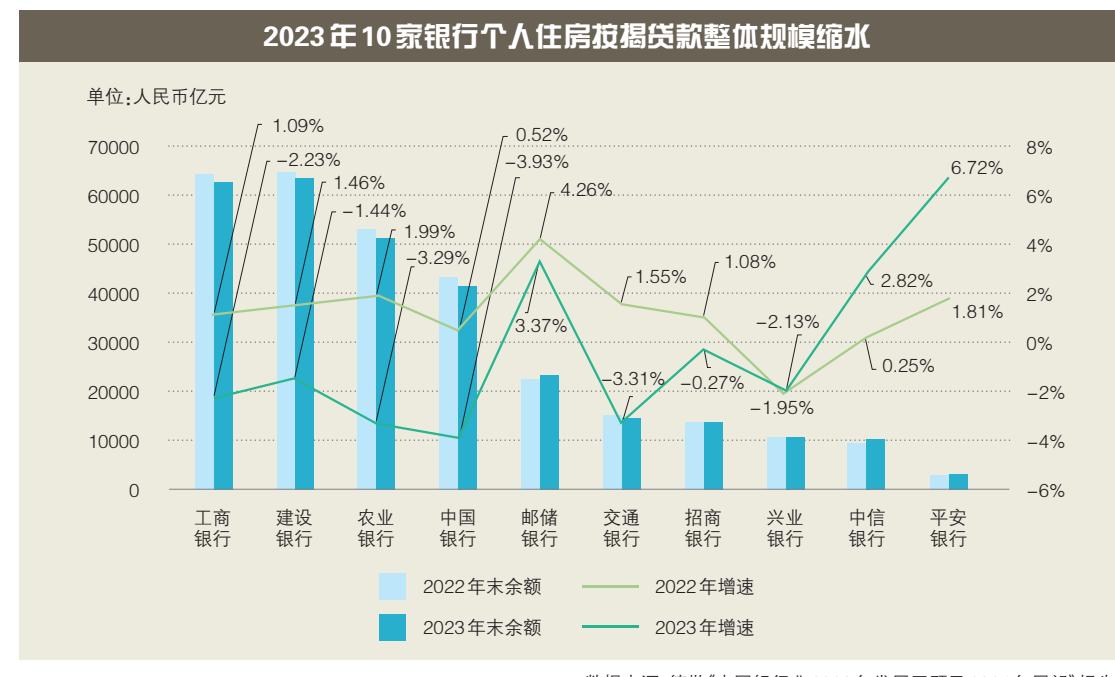
“对银行而言，通过住房信贷产品创新，提供差异化、人性化的服务，满足不同的借款人的现实需要，有助于提升产品的竞争力，进而扩大信贷市场份额，保持住房贷款业务平稳发展。”气球贷这样的产品只是还款方式的改变，应偿还的贷款本息总量并未减少。”董希淼说。

各种房贷灵活还款业务的创新，关键在于违约风险的管控。在严跃进看来，当下信贷政策相对宽松，但关键要控制风险，确保信贷的投放和贷款人的还款能力是匹配的；否则，如果拉高杠杆，一旦贷款人收入状况出现变动，就会出现违约风险。

严跃进认为，从银行角度来讲，一方面要积极发放贷款；另一方面也要警惕风险，审慎评估购房者收入状况，避免后续收入状况不及预期，购房者压力会变得越来越大，会产生不可控的贷款违约和金融风险问题。

严跃进指出，建议对贷款申请人的职业情况、工作年限、工资收入和零工收入、信用状况、产业情况、过往购房情况和贷款情况等进行审核，细化不同群体的收入曲线结构和趋势，以更精准推进差异化和个性化的房贷还款计划和产品。

董希淼也表示，借款人应基于个人和家庭需求，合理评估还款能力，理性申请个人住房贷款，选择适合自己的还款方式，不可因为前期还款压力较小而盲目借贷。



数据来源：德勤《中国银行业2023年发展回顾及2024年展望》报告

按揭贷款内卷加剧

在居民加杠杆意愿不足的情形下按揭贷款投放的竞争会愈演愈烈，预计未来银行会推出更多的创新举措来吸引客户。

个人住房按揭贷款的还款方式灵活多样、创新不断，反映出银行在涉房信贷政策宽松背景下积极布局的趋势。

某股份银行零售业务人士向《中国经营报》记者透露，相比往年，今年的零售信贷业务压力更大，不仅消费信贷需求下降，还因为前两年累积的不良风险爆发，使得银行不得不提高授信门槛，现在只能针对优质客户发力。“但实际上银行的目标优质客群都差不多，只能通过降价、优惠等活动吸引客户，导致各种信贷业务都越来越‘卷’。消费金融这块都已经卷得差不多了，但年初以来规模增长不太理想，银行迫切需要新的业务增长点，以缓解零售信贷业务增长压力。”

年初以来银行零售信贷增长乏力。财信证券在最新研报中指出，2024年一季度，大部分上市银行以对公信贷投放为主，在信贷结构上，对公贷款占比较年初有所提升，而零售信贷占比较年初下降，且企业信贷增速远高于个贷，显示经济内生动能仍有不足，零售需求有待复苏。

作为零售信贷业务重要板块之一的个人住房按揭贷款规模也在缩水。德勤中国金融服务业研究中心

心在近日发布的一份报告中指出，在存量房贷利率调整、提前还款规模扩张的背景下，银行个人房贷业务整体承压。截至2023年末，10家商业银行的个人住房按揭贷款余额缩水5353亿元，降幅1.78%。

德勤在报告中分析指出，2023年经济形势不佳、就业市场疲软等因素导致人们对购房的信心下降，从而减少了对按揭贷款的需求，零售增长疲弱。

二季度以来，各种“认房不认贷”、“双限”解除、限价松绑、首付比及利率下调等房贷政策的相继出台，使得银行对个人住房按揭业务布局的积极性明显回弹。

上述股份银行零售业务人士表示，相比其他零售信贷产品，个人住房按揭贷款资产更为优质。

“尽管近期因为房价下调导致很

多存量贷款客户出现违约风险，但整体来看这类贷款的不良还是可控的。”

德勤在报告中指出，住房按揭贷款与个人信用挂钩，抵押率较低，押品相对稳定，2023年末不良贷款率较低，10家商业银行住房按揭贷款平均不良率为0.47%。

随着银行对个人住房按揭贷款业务布局回温和优质目标客群的聚焦，行业内卷也在持续加剧。

华福证券在最新研报中指出，随着按揭贷款利率的持续下调，按揭贷款资产的利差也已经下降到较低的水平，银行“价格”的空间越来越小。在居民加杠杆意愿不足的情形下银行按揭贷款投放的竞争会愈演愈烈，因此各家银行势必会不断优化产品设计以及改善服务体验等来争夺客户。预计未来各家银行会推出更多的创新举措来吸引客户。

不过，市场分析认为，短期内个人住房按揭信贷增长仍有较大局限性。惠誉评级在报告中认为，尽管监管方面要求下调最低首付比例，惠誉预计评级中资银行仍将保持审慎的授信政策及总体稳定的风偏好。全国住房抵押贷款的贷款价值比(LTV)约为60%，惠誉预计中短期内该比率不会大幅上升。大部分新住房贷款的发放集中在一二线城市，因为这些城市的房价相对更稳定。

德勤也在报告中指出，宏观经济下行压力加大，居民收入预期不稳定，以及房价持续下跌的影响，导致购房者的置业意愿相对较弱。在这种情况下，居民收入预期尚未恢复、房价下跌预期较强等因素仍然是限制购房需求释放的关键因素。

从融资到结算 银行护航跨境电商“出海”

跨境电商：小额、高频、海量

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

跨境电商保持高速增长势头。商务部数据显示，2024年一季度，我国跨境电商进出口额5776亿元，同比增长9.6%，其中出口4480亿元，同比增长14%。

《中国经营报》记者了解到，跨境电商企业的金融需求主要集中在融资、结算和汇率风险管理三方面，银行也在创新相关产品。

交通银行(601328.SH)国际业务部相关负责人指出，区别于传统贸易，跨境电商呈现出“小额、高频、海量”的特点，这要求银行不仅要大幅提升资金结算效率，还要不断创新服务模式，并且应用大数据、人工智能等先进技术，及时响应跨境电商企业的多样化需求和快速发展的市场环境。

商务部有关负责人介绍，我国跨境电商整体规模从小到大、从大到优，成为我国外贸发展的有生力量。目前，我国跨境电商企业数量已超12万家，跨境电商企业累计在海外注册商标超3万个。过去5年，我国跨境电商贸易规模增长超10倍。

谈到跨境电商的快速发展，前述受访交通银行国际业务部相关负责人分析，一方面，有关部门先后出台简化通关程序、提供税收优惠等支持政策，为跨境电商企业创造了良好的经营环境；另一方面，全球化进程的加速和互联

银行服务：采购、交易、物流到支付

当前，金融服务对跨境电商的帮助涵盖了从采购、交易、物流到支付等的全链条，服务内容包括境外银行账户、海外收款、外汇结算、融资贷款、保险及衍生的风控金融产品等诸多方面。

2023年12月，国务院办公厅印发《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》提出，充分利用全国一体化融资信用服务平台网络、国家产融合作平台，强化金融机构对内外贸企业的服务能力。在依法合规前提下，鼓励金融机构依托应收账款、存货、仓单、订单、保单等提供金融产品和服务，规范发展供应链金融。推广跨境融资便利化试点政策。扩大本外币合一银行结算账户体系试点范围，支持更多符合条件的支付机构和银行为跨境电商等新业态提供外汇结算服务。

中国银行(601988.SH)研究院银行业与综合经营团队主管邵科告诉记者，相对于一般的贸易型企业，跨境电商的金融需求更加复杂和多元，主要包括：

一是账户服务。一般而言，跨境电商在平台开店需要使用信用卡开立账户进行收款和付款，由于普遍采取多平台、多店铺的运营模式，跨境电商对开立信用卡，特别是多张信用卡的金融需求较为旺盛。但是，部分中小型跨境电商可能会面临国际信用卡申请困难、授信额度较低以及资金用途不规范等问题。

二是支付结算服务。跨境电商的交易行为必然需要支付结算服务，特别是跨境支付结算涉及跨境消费者、境外平台、境外及境内支付机构等多个主体，信息流的准确传输、资金流和物流的实时跟踪难度相对较大，成本较高。

三是融资服务。大型跨境电商往往需要建立海外仓，跨境融资压力较大，中小跨境电商规模小、信用资质较差、担保和抵押物不足，难以达到银行贷款门槛，或者面临贷款

额度不足、利率较高问题。

四是汇率风险管理服务。跨境电商面临多币种交易的汇率风险，亟须汇率风险管理服务，但是中小跨境电商往往业务规模较小，且缺乏专业外汇人员，银行服务难以有效覆盖。

五是现金管理服务。跨境电商在国内外均有资金留存，需要跨境统一调配管理服务。目前国内银行可以提供全球一体化资金池服务，但是规模门槛以及单客收费较高，部分跨境电商难以企及。

六是海外税务服务。当前，越来越多的国家要求在当地经营的跨境电商为当地交易额进行纳税，但国内银行业的相关服务和产品供给依然不足。

“在支付安全风控及防欺诈方面，由于跨境支付链路长、节点多，各环节中蕴藏着不同的风险，包括用户欺诈、虚假交易欺诈、洗钱欺诈等，由此衍生的拒付欺诈率会在很大程度上影响着出海企业的海外布局。”施南飞如是说。

前述交通银行国际业务部相关负责人告诉记者，根据跨境电商“小额、高频、海量”的特点，该行采取了一系列风险防控措施，保障金融创新在安全的前提下进行：严格遵循政策要求，在各地监管指导下开展跨境电商金融服务；完善风险管理机制，制定事前准入、事

中监控、事后抽查标准，保障资金安全合规；强化科技应用，通过大数据分析和人工智能手段，监测和分析跨境交易真实性、合理性，助力跨境电商企业健康发展。

记者从宁波银行(002142.SZ)了解到，该行通过对接花旗银行和渣打银行，以银银合作模式，为在亚马逊开店的跨境电商企业提供安全、高效、低成本的跨境电商收结汇服务，主要包括店铺管理、跨境收款、原币提现、结汇报价、数据报送等。宁波银行已对接亚马逊前三大主流站点北美站、日本站、欧洲站，跨境电商收款覆盖全球12个国家。

邵科认为，在账户服务方面，银行可以在监管允许的框架下，优化“一张主卡、多张虚拟卡”的信用卡服务模式，有针对性地缓解中小跨境电商申请信用卡困难、授信额度不足等问题。在支付结算服务方面，强化跨境供应链金融服务，进一步规范跨境电商信息传输格式，加快推进“阳光化收汇”。在融资服务方面，创新信用贷款模式，基于线上订单及其他经营流水信息进行信用及还款能力分析，为跨境电商核定循环信用贷款额度，缓解担保和抵押物不足问题。

“银行的跨境贸易收付款系统主要面向大型外贸企业，但参与跨境电商贸易的中小微企业和商户也十分活跃，这些客户群体数量多且业务相对零碎，支付公司能够为其提供更高效的服务。支付公司与银行的合作可以整合优势资源，共同为跨境电商企业提供一站式综合金融服务解决方案。”施南飞说道。

与AI大模型共舞 银行迎战“未来金融”

本报记者 王柯瑾 北京报道

“拥抱AI”已经成为一个广泛共识，银行正在加快金融AI大模型探索建设。

《中国经营报》记者注意到，近期多家银行金融AI大模型建设更进一步。具体表现在，多家银行宣布与科技公司签署联合协议，并通

过创新实验室渠道，在金融AI大模型领域开展实践研究，促进AI大模型技术在金融行业的广泛应用。

在业内看来，AI大模型将成为金融科技的下一站风口，中长期看，金融AI大模型的应用将推动商业银行数字化进入AI+的新阶段。

“我国金融业拥有大规模的实

时数据，通过构建垂直领域AI大模型，不仅可以充分发挥这些数据资源的价值，还能驱动金融科技创新发展和银行业的数字化转型。”中国银行(601988.SH)研究院博士后马天娇向记者分析，“随着技术的不断进步和监管的完善，AI大模型将改变银行运营模式，显著提升银行的运营效率，极大改善客户体验。”



金融AI大模型的应用将推动商业银行数字化进入AI+的新阶段。

视觉中国/图

合力探索金融AI大模型更多可能

稳妥推进商业银行与科技公司在AI大模型方面的合作，将对商业银行数字化经营、数字化管理产生积极影响。

AI大模型是指拥有超大规模参数（通常在十亿个以上），超强计算资源的机器学习模型，能够处理海量数据，完成各种复杂任务，如自然语言处理、图像识别等。而金融AI大模型是指应用于金融领域的拥有大量参数和复杂结构的机器学习和人工智能模型。它们可以从海量的金融和经济数据中提取特征和规律，并建立高效的预测或分类模型，帮助金融机构做出更好的决策。

《2023金融业大模型应用报告》显示，一方面大模型具有更好的泛化能力，能够建立拟人化的思维链推理能力，不需要额外的训练或梯度更新。另一方面，大模型的能力引起开发范式的转变，开发成本、交付周期大幅降低，AI应用长尾问题得到有效解决。在大模型能力的加持下，各行各业都选择拥抱这一轮科技浪潮，将迎来范式转换与场

景变革。

记者注意到，近期多家银行披露金融AI大模型探索新动态。

民生银行(600016.SH)与阿里云公司签署联合创新协议，并举行联合创新实验室揭牌仪式。联合创新实验室将在金融级云原生和AI大模型领域开展实践研究，在云原生研发平台、容器计算、大模型技术和应用等多个课题结合双方优势资源开展创新探索，深入挖掘先进技术在银行的高价值应用场景。

记者也从苏商银行了解到，该行与北京邮电大学签署金融大模型研究战略合作协议，基于通用大模型技术与AI算力能力，共同在AIGC、AI平台、金融云服务等领域开展研究，落地应用场景，加快培育新生产力。根据协议，双方将合作开发专为金融行业设计的大模型应用平台，通过整合大语言模型技术、多模态向量库技术及检索增强

生成技术，孵化自主可信的金融行业大模型，在智能投顾、智能风控、智能办公等垂直领域应用上，达到行业领先水平，加速推动金融服务的智能化、数字化转型。

苏商银行方面表示，该行在2023年组建研究团队，开展大模型技术应用研究。目前，该行已取得多个金融大模型领域的知识产权，在客户画像生成、代码生成、智能客服等场景开展了有效落地应用。如在客户画像生成领域，利用AI技术，能够在2小时内完成之前需要2个月才能完成的报告生成工作量，显著提升了全行的运营效率和服务质量。

中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平分析认为：“在监管部门的指引下，稳妥推进商业银行与科技公司在AI大模型方面的合作，将对商业银行数字化经营、数字化管理产生积极影响。”

推动数字金融进入AI+新阶段

AI大模型一经诞生便深入渗透股市投资、风险管理、金融知识传输与服务、金融研究等领域。

近年来，多家银行将金融AI大模型建设和应用作为金融科技战略以及数字金融大文章的重要内容。

如建设银行(601939.SH)投产金融大模型，构建大模型向量知识库，打造“文生图”工具，深入推进生成式人工智能技术在智能客服、市场营销、投研报告、智慧办公、智能运营、智能风控等场景的应用。作为核心编写单位，联合中国信息通信研究院发布国内首个金融行业大模型标准。使用异构图神经网络算法，经历历史数据验证有效提升了企业风险预警效果。

随着金融AI大模型探索的深入，银行相关专利申请也不断公布。国家知识产权局数据显示，去年12月以来，有7项与“大模型”相关的发明公布，涉及5家商业银行。申请内容涉及：代码大模型的测评方法、装置、计算机设备和存储介质；基于大模型和RPA的网络安全监控处理方法及介质；基于大模型的催收敏感词质检方法和装置；基于大模型的智能报表生

成方法及其系统；大模型数据保护方法、系统、设备、存储介质及程序产品等。

近日，记者从苏商银行了解到，该行成功申请一项基于大模型应用的银行客服系统升级方法、系统及装置的发明专利。该项发明专利是苏商银行参与的国家自然科学基金项目的阶段性成果，通过大模型技术应用，可以更加精确地理解客户需求，并提供定制化解决方案，从而显著提升客户服务体验。

苏商银行方面表示，近年来，该行推动AI大模型在前中后台多个业务场景落地应用，实现数字技术对金融服务的赋能。如在客户画像生成领域，利用AI大模型技术解决了信息交叉验证和可靠性等问题，使得客户画像生成效率提升5倍，促使金融服务更加个性化和定制化。同时，针对该行普惠客户较为集中的125个国民经济行业领域，该行补充上下游信息，构建完善产业链关系图谱，并基于AI大模型开展高效客户画像工作，进一步

提升数据风控能力，实现对普惠客户更加精准的风险识别和金融支持。

“AI大模型一经诞生便深入渗透股市投资、风险管理、金融知识传输与服务、金融研究等领域。例如，线上客服功能，AI大模型利用强大的信息整合技术，有望解决银行与客户之间信息不对称问题，进一步增强用户咨询体验，提升交互效率。再如，投资顾问服务，通过深度学习，或可以分析客户是否过度投资于某种特定资产，并为其匹配合适的产品。又如，风险管理方面，可以利用其计算能力扫描资本市场中的潜在不当行为，检测并预防欺诈和洗钱，为各项业务的安全开展提供助力。此外，AI大模型在编写和测试代码、多语言翻译、协助创作等方面表现优秀，未来可能大幅提高工作效率，节约人力资源成本。”马天娇向记者分析。

中长期看，杨海平表示：“金融AI大模型的应用将推动商业银行数字化进入AI+的新阶段。”

大模型的挑战与应对

大模型的应用可能带来的数据安全以及其他可能的合规与风险问题值得警惕。

尽管大模型在金融科技领域具有巨大的潜力和优势，但创新也意味着将面临新的挑战。

在招联金融首席研究员董希淼看来，金融是AI大模型最重要的应用领域之一。但大模型尚在快速发展之中，开发机构应从技术、安全、开放生态、隐私保护等多方面继续改进和提升，增强大模型赋能金融的能力。金融机构应在依法合规的前提下利用好大模型等技术，升级优化金融类App，提升数字化的客户服务、产品营销、贷后管理等能力，努力结合实际做好数字金融大文章。

在杨海平看来，商业银行运用大模型只能是建立在体系化思考之上的渐进过程，其最有可能的路径是从外围业务走向核心应用。“率先发生变革的领域是智能客服、客户数据分析与精准营销、理财业务中的陪伴式服务等，逐步将变革传导至风险控制、产品设计以及场景化金融服务等领域。”

在实际落地过程中仍面临一些挑战，如数据隐私和安全、模型的可解释性、预测的准确性以及伦理法律保护等。

因此，马天娇建议，银行应健全AI大模型安全应用制度，建立内容审核监管、知识产权保护、数据安全等机制，保障各参与方的合法权益；将AI相关风险纳入整体风险管理的合规管理框架中，对模型数据参数进行定期评估和交叉验证，并使用压力测试模拟校验，及时披露模型决策机理、运行逻辑和潜在风险，提升算法的可解释性、透明性与公平性；建设覆盖全金融系统的、快速共享的反欺诈数据交换平台，开发用于欺诈检测的AI模型等。

银行“6·18”营销生变 自营渠道力度加码

本报记者 慈玉鹏
北京报道

电商“6·18”购物节已拉开序幕，近期多家银行通过一系列活动让利消费者，如信用卡返现、积分加倍、专属优惠券等。《中国经营报》记者采访了解到，相对往年，目前银行参与“6·18”大促活动更加注重自身渠道营销建设，部分活动要求用户通过其App参与。

同时，记者采访了解到，目前银行开展“6·18”活动营销更加重视客户画像应用，此举不仅有助于精准定位目标客户，还能提升营销活动的效率和效果。而银行提升客户画像的应用能力主要路径是通过全面采集和整合数据、提升数据分析能力、加强跨部门协作以及保护客户隐私，从而更精准地找到合适客户。

自营渠道营销力度增大

对于今年“6·18”大促活动，银行自营渠道参与度愈发深入。

招商银行(600036.SH)App在“6·18”期间推出“砸金蛋返现”活动，已注册招行App的实名认证用户参与活动时，5月20日至6月20日每天可获得1次参与砸金蛋资格，有机会随机领取消费返现奖励。使用消费券时，用户需在微信、支付宝、京东、美团、抖音、拼多多及携程内使用招行储蓄卡进行快捷支付，满足消费返现券核销条件，权益将在招行App内自动核销返现入账。

中国银行(601988.SH)近日发布“手机银行京东‘6·18’购物狂欢节”活动，活动期间，客户在手机银行“京东优选”在线购物，完成交易且单笔订单支付金额满30元，可于

活动结束后获赠20元京东支付优惠券。该行强调，本活动仅限客户通过中国银行手机银行“京东优选”商城下单并完成支付方可参与，通过京东App等其他渠道不可参与活动。

兴业银行(601166.SH)南京分行近日发布“这波618，来点‘兴’价比！”活动，指出活动期间每自然月内，客户兴业银行信用卡指定线上消费金额累计满2666元，且笔数累计满3笔，达标后T+3日（含）即可至“兴业生活App”指定活动页面以6个信用卡积分兑换总价值10元（5元×2个）的红包（为刷卡金满减券）。值得注意的是，兴业银行强调，指定线上消费包含支付宝、微信、京东、兴业生活App等支付渠道消费。

画像应用价值凸显

记者采访了解到，银行目前推动“6·18”活动营销更加注重客户画像使用。某天津地区股份行银行人士告诉记者，今年“6·18”部分活动会优先触达画像匹配的用户。

陆岷峰表示，在大数据和人工智能技术的支持下，银行能够分析消费者的消费习惯和行为特征，进而制定个性化的促销方案。例如，为具有高消费潜力的客户提供专属的信用卡消费返现、分期免息等优惠活动。通过这种精准营销，不仅能够提升客户满意度，还能提高转化率。

针对如何提升画像应用能力，

石大龙表示，一是打通商业银行内部各类系统之间的客户信息，建立统一的客户信息中心，实现客户信息的一键通查，从而更加精准地为客户进行画像；二是对客户进行分类，利用客户画像对各类营销活动的受众客户群体进行分析，针对不同画像的客户群体提供多样化的玩法和权益，提高营销活动的针对性，直击不同客户的需求痛点。

陆岷峰则建议，一是商业银行

上海大学上海科技金融研究所高级研究员陆岷峰告诉记者：“从此次‘6·18’大促预热阶段来看，金融机构更加注重自营渠道的建设，包括但不限于手机银行App、微信公众号等。通过这些自营渠道，金融机构希望在购物节这一消费旺季中，提升交易规模和分期规模等业务领域的表现。这种策略的变化反映了金融机构希望借助数字化平台，更加精准地触达用户并提供个性化服务的趋势。”

苏商银行客户分析总监石大龙表示：“与往年相比，银行在今年‘6·18’主要变化在于更加注重促进消费者使用本行银行卡或信用卡进行绑卡消费，对消费贷款等贷款类产品的营销力度减弱。主要是因为

在低息差背景下，银行进一步降低消费贷款利率进行促销的价值减弱，而通过绑卡消费这种形式能有效增加银行的客户活跃度，尤其是自有渠道的客户活跃度，为今后的其他业务营销奠定客户基础。”

针对如何提升“6·18”活动影响力，石大龙建议，一是设置丰富的奖品福利，尤其是有象征意义的大奖，如集卡送茅台、送小米汽车等，通过能够迅速抓住用户眼球的奖品福利，扩大营销活动的影响力；二是增加游戏互动，尤其是分享类活动，刺激用户主动分享银行的营销活动，比如可以通过集卡、开盲盒等形式，刺激用户主动分享营销活动，提高用户分享的积极性，促进用户增长和转化。

陆岷峰则指出，银行应积极与

平台及商家合作，打造联合营销活动。“6·18”购物节期间，各大电商平台和商家都投入大量资源进行促销，银行可以通过与这些平台和商家合作，推出联名信用卡、联合促销活动等。例如，银行可与京东、天猫等平台合作，为用户提供刷卡立减、积分兑换等多重优惠。这种合作模式不仅能够吸引更多消费者，还能增强不同品牌之间的协同效应。

同时，陆岷峰建议，在“6·18”购物节期间，银行可以通过优化线上线下服务流程，为客户提供便捷的支付和消费体验，比如提供24小时客服支持。“这些措施能够显著提升用户的满意度和忠诚度，从而为银行赢得长期的客户资源。”

提升客户画像的应用能力。比如国内多家银行借助于某公司成功实现客户的画像与营销，大幅度提升市场份额，精准地获得客户，增加了市场运营能力，取得了明显的经济与经营效益。

同时，陆岷峰表示应注意保护客户隐私与数据安全，客户画像涉及大量的个人信息，银行在数据采集和应用过程中必须高度重视客户隐私保护，应遵循相关法律法规，建立严格的数据管理和安全机制，确保客户数据不被滥用或泄露，以赢得客户的信任和支持。

调整产品及资产结构 寿险迎战兑付高峰

本报记者 陈晶晶 北京报道

“六年前我买了一款年金险产品，缴费三年期，保险期间是终生。现在手头紧张，我的这笔保单可以退保取回本金了，还赚了一些收益。”消费者王先生说。此举背后，折射出当前寿险业面临

的挑战——产品集中兑付。

近期，人身险公司陆续披露2024年一季度偿付能力报告，各家报告中均公布了退保金额前三名产品。

据统计，76家人身险公司中，一季度退保金额超过1亿元的有70多款产品，甚至有个别产品退

保金额超过70亿元，退保率超45%。集中退保的产品以银保渠道销售的万能险、年金险等储蓄型保险产品为主。

某业内人士对《中国经营报》记者分析，当前集中退保的大多源自保险公司在2017年到2019年销售的储蓄型产品。之所以出

现集中退保，与“主动缩短退保无损失期限”的保险产品开发有关，即有些虽然是保障期限终身或者长达几十年的年金险、分红险/万能险，但在第五年或第六年无需承担本金损失就可退保，且保单还有收益，这在很大程度上为消费者在某一时间段集中退保埋下

了种子。

据悉，面对袭来的产品兑付压力，各方也都严阵以待。

“面对集中退保情况，相信各家公司会在前期产品规划和年度财务计划预算的时候已经考虑到了。能够积极通过相应的资产配置计划，保持公司的流动性充足，

以满足客户给付需要。从资产端和负债端来看，目前行业整体现金流较为充裕。”上述业内人士表示。

据一位寿险公司高管人员透露，为管理退保风险，有的保险公司正使用动态退保方案，来管理因高利率导致的退保飙升。此外，或将通过利率对冲方式应对利率波动。

退保金额前十产品合计超250亿元

产品退保率的上升与2018年、2019年热销的五年缴费期、六年缴费期满即有收益的偏储蓄理财保险产品有关。

根据险企2024年一季度偿付能力报告，一季度退保金额最高的产品为中国人民人寿保险股份有限公司(以下简称“人保寿险”)在银保渠道销售的“幸福保年金保险(B款)”。根据简介，该产品“是人保寿险推出的固定收益保险产品，既保证客户长期收益，又兼顾短期利益的保险理财计划”。

根据人保寿险偿付能力报告，2024年一季度，该款产品退保金额达到74.56亿元，综合退保率为45.12%。实际上，“幸福保年金保险(B款)”在2023年退保金额亦较高。根据披露，2023年一季度，该款产品退保金额超过了70亿元，达到71.59亿元，综合退保率为24.82%。该产品在2023年二季度退保约48.54亿元，综合退保率为22.22%。2023年四个季度，“幸福保年金保险

(B款)”年度累计退保金额为127.85亿元，年度累计退保率达到44.32%。

记者从中国保险行业协会人身保险产品信息库消费者查询获悉，人保寿险“幸福保年金保险(B款)”于2017年1月1日银保渠道公开销售。不过，该产品已在2018年4月1日停售。

对于该款产品集中退保的原因及相关情况，截至发稿时，记者尚未收到回复。

记者根据偿付能力报告统计发现，2024年一季度，有70多款寿险产品退保金额超过1亿元，这些产品来自30多家寿险公司。其中，退保金额排名前十的产品，其退保金额都超过了10亿元，合计退保金额超过250亿元。

一位精算人士对记者分析，产品退保率的上升与2018年、2019年

热销的五年缴费期、六年缴费期满即有收益的偏储蓄理财保险产品有关。

事实上，综合退保率也是反映险企退保情况的重要数据指标。

从2024年一季度数据来看，综合退保率数据超过5%的保险公司是大家养老保险股份有限公司，为5.48%，海保人寿保险股份有限公司、德华安顾人寿保险有限公司、农银人寿保险股份有限公司、人保寿险、泰康养老保险股份有限公司和长城人寿保险股份有限公司的退保率超过了2%，分别为3.16%、3.12%、2.17%、2.02%、2.01%和2.01%。另外有13家寿险公司的退保率处于1%—2%之间。

值得一提的是，寿险公司在2023年退保金额和退保率指标亦比往年高。

根据险企2023年偿付能力报告，2023年全年，寿险行业退保率

的平均值和中位数均高于2022年，且多家险企较2022年上升幅度明显。统计结果显示，2023年有17家人身险公司退保率超过5%，4家超过10%，从其产品类型来看，万能险和年金险的退保率亦较高。

中国保险保障基金有限责任公司发布的《2023中国保险业风险评估报告》显示，人身险行业转型仍处于攻坚克难阶段，退保情况需予以重视。受险企产品设计、销售行为和客户需求等多重因素影响，人身险行业出现退保金大幅增长、部分公司退保率明显上升的情况，退保高企使得公司流动性承压、声誉风险上升。

上述精算人士预测称，2024年人身险行业退保金额或比2023年稍微有所回落，但高现金价值产品引发的退保对保险公司现金流仍有一定压力。

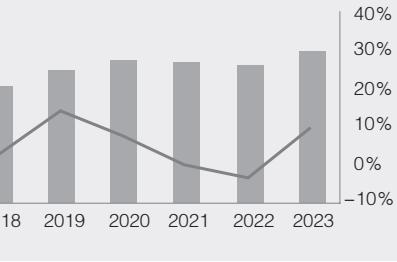
无论是监管部门还是保险公司，都已从过往的应战中摸索出了经验。

依据过往险企披露来看，缓解现金流压力的办法，通常包括保证负债端有保费持续流入，且保费规模增速应原则快于满期给付及退保增速；有大量的新的资本金注入，股东能伸手予以强大的资金支持；逐步改善产品结构，虽然期间难免伴有阵痛，但从长远角度来看，这是最行之有效的应对之策。

一位资深保险产品开发人士向记者表示：“近几年来，人身险行业持续从拉长负债久期、优化缴费结构、降低负债成本、增加保障内容、提升绩优代理人占比等方面来优化业务结构，因此给付压力相较于前几年有所降低。随着寿险产品结构进一步长期化，大多数寿险公司有能力应对满期给付与集中退保情况，行业现金流整体充裕，风险基本可控。”

上述人士还表示，“偿二代二期”对保险公司流动性风险的监管指标也有严格要求，既有实际经营指标(净现金流)、预测类指标(流动性覆盖率)，还有预测类回溯性指标(经营活动净现金流回溯不利偏差率)。这三类指标环环相扣，能够及时预警公司潜在的流动性风险。

今年3月份，国家金融监管总局局长李云泽也公开表示，关于风险防控，将重点在提升“四性”上狠下功夫，其中包括前瞻性，即下好先手棋，打好主动仗。进一步健全涵盖源头治理、



数据来源：惠普博华

监管提前监测

“偿二代二期”对保险公司流动性风险的监管指标也有严格要求。

据了解，监管部门每年年底会开展下一年度满期给付与退保风险监测工作，要求保险公司全面排查满期给付与退保风险情况，重点关注业务调整期等重要时间节点的风险情况，完善风险防控长效机制。

据一家寿险公司风控部负责人介绍，保险公司需要结合风险排查实际情况，撰写风险排查报告，并填写满期给付与退保年度统计预测表，反映公司风险排查工作组织开展情况；根据统计和测算的相关数据，评估未来五年满期给付或未来三年退保风险形势，重点分析发生现金流风险、满期给付与退保纠纷和非正常给付与退保事件的风险。

上述人士还表示，“偿二代二期”对保险公司流动性风险的监管指标也有严格要求，既有实际经营指标(净现金流)、预测类指标(流动性覆盖率)，还有预测类回溯性指标(经营活动净现金流回溯不利偏差率)。这三类指标环环相扣，能够及时预警公司潜在的流动性风险。

上述风控人士还表示，相对而言，个别小险企所面临的形势则要稍微严峻一些，尤其是过去几年在负债端高度依赖储蓄型保险、依赖利差的一些小险企，难言轻松。

“过度依赖高现金价值业务的小险企，在行业投资收益波动较大或下行、退保率或随之升高，而新单保费流入可能减缓的情况下，将面临进一步补充资本的压力，届时股东如无法拿出‘真金白银’增资，可能陷入困境。”上述风控人士称。

资产负债两端同时发力

有的保险公司通过资产、负债两端同时发力解决现金流压力，改善偿付能力。

公开资料显示，影响保险公司流动性的因素众多，其中包括保费收入、退保金、生存金、保险赔款以及各项费用等。集中退保对保险公司来说意味着利润压力，因为给付意味着前期利润的确认，同时负债规模和可用资金规模的减小，会对当期净利润产生压力，保险公司还可能因短期资金压力面临流动性风险。

需要注意的是，多家公司在一季度偿付能力报告中提及已提前做好现金流压力应对方式。

人保寿险在2024年一季度偿付能力报告中称：“公司持续加强现金流的预测、监控、分析和应急管理，根据预测情况提前做好现金流安排，保证充足的流动性来满足日常经营、退保、满期支付等要求，守住不发生流动性风险的底线。目前，公司流动性风险整体可控。”

对于个别万能险产品大规模给

付、账户现金流净流出的情况，有保险公司通过偿付能力报告中表示，已提前进行了相应部署，保证了各项支出的有效支付。如“提前进行万能账户资产负债匹配调整工作，提升账户流动性比率，在收益与成本匹配的同时，注重现金流风险影响。通过资产端的协调，弥补部分现金流需求保证各项支出的有效履行，有效防范了流动性风险”。

个别公司在偿付能力报告中还明确，“截至2024年一季度末，压力情景LCR3下未来3个月、12个月流动性覆盖率为预警区域。一是LCR3情景下不得考虑资产变现；二是新单保费较去年同期下降，同时退保支出急剧增加；三是因万能险保费计划调整，保费流入减少；四是公司经营计划调整，部分万能账户结算利率有所下调，退保及部分领取增加，导致业务支出增大。未来

继续从资产端和负债端，以及资产负债管理三个角度着手，综合考虑防范流动性风险，提升风险解决措施：一是改进产品设计、产品期限和产品结构；二是加强资产负债管理，强化资产与负债流动性错配风险管理，降低公司流动性风险；三是加强资产流动性管理并准备短期临时性流动性不足的方案。”

值得一提的是，记者获悉，有的保险公司通过资产、负债两端同时发力解决现金流压力，如采取控制高资本占用保险产品业务规模、调整资产配置结构等措施，改善偿付能力和核心流动性风险监管指标。

另外，记者统计发现，保险公司若现金流出现短期紧张，需要不计代价快速出手流动性较好的资产，或者是额外筹措资金，例如出售部分流动性较好的债券资产以筹措资金。

当然，历经多次给付高峰之后，

一位资深保险产品开发人士向

记者表示：“近几年来，人身险行业持续从拉长负债久期、优化缴费结构、降低负债成本、增加保障内容、提升绩优代理人占比等方面来优化业务结构，因此给付压力相较于前几年有所降低。随着寿险产品结构进一步长期化，大多数寿险公司有能力应对满期给付与集中退保情况，行业现金流整体充裕，风险基本可控。”

审计“问诊”城投

本报记者 石健 北京报道

随着2023年7月中央政治局会

议提出“要有效防范化解地方债务风险，制定实施一揽子化债方案”以来，全国地方债务化解工作进入攻坚阶段。

一方面，监管政策、窗口指导成为城投防范化解地方债务风险的约束机制。另一方面，审计工

也成为城投公司发现和解决问题的关键一招。多位城投行业人士在接受《中国经营报》记者采访时

表示，对于城投公司在举债融资中

存在的不规范问题以及在项目运

行中存在的风险问题，审计工作已

成为发现问题的重要手段。唯此

才能压实城投公司主体责任意识，实现防风险与促转型并行发展。

转型的前奏

“连续一星期，足不出户办公楼，但是每天微信步数都超过1.5万步。”说起最近的审计工作，江西一家县域城投公司投融资部负责人向记者描述了这样一个工作侧影。前不久，该城投公司所在省份进行为期两个月的国有企业审计工作，繁忙程度可想而知。

记者注意到，对于城投公司的审计包括几大方面，如融资成本、债务投向、市场化转型等。

眼下，城投审计成为常态化工作。而对于城投公司来说，继续通过市场化招聘专业人才来调整工作内容。在上述城投公司投融资部负责人看来，每次的审计重点不同，但是投融资都是重点之一。“对于审计而言，一方面是完成了上级的审计工作部署，另一方面也是为了完成工作的转型前奏工作。”

在多位城投行业人士看来，城投审计已经成为摸清底细儿和防范化解风险的重要环节。例如在资产审计方面，不少城投公司存在闲置资产一直处于“躺平”状态，但是经过审计并形成清查报告之后，闲置资产和预期价值就一目了然，便于未来的资产整合。

除了资产审计之外，山东某地审计局一篇文章显示，审计工作主要从具体业务入手，筛选出异常高息融资业务。审计过程中，可依据标准债券融资成本低于非标融资的

普遍规律，剖析每笔业务融资利率与融资类型是否匹配。值得注意的是，向融资中介支付咨询费、顾问服务费等居间费用，同样属于融资过程中支付的对价，计算过程应一并计入融资成本。若发现某笔融资利率存在异常，如某企业以11%综合成本承接了一笔融资租赁业务，而同期同等业务平均成本仅为8%，就应聚焦决策背后分析原因，重点揭示是否未经集体决策或擅自决策举借高成本融资，及背后可能隐藏的权力寻租或利益输送问题。

对此，有业内人士向记者透露，就区县城投来说，个别城投公司负责人被司法部门留置或者接受纪检监察部门审查调查，多数是因为融资居间费的原因。“虽然很多县域城投公司连AA级主体信用评级都拿不到，但这不是肆意发行非标融资的原因。就目前来看，很多县域城投公司也在积极压降非标融资比例，甚至很多公司已经做到了非标融资比例不超过15%。可能短期会出现资金困难，但是从长远来看，有利于城投公司整体防范化解地方债务风险。”

记者注意到，除了融资息费率

题是审计的重点之外，对于城投公司的审计亦包括偿付环节，债务成本高成为审计的重点之一。

东部省份一家城投公司融资部负责人直言，就在2023年年底，公司准备用一笔银行贷款偿还一笔非

期到期债务。但是贷款利率比以往略高1个百分点。为此，城投公司遭到了审计部门的问询。从如此严格的问询机制来看，其主要目的在于防范城投新增隐性债务。

采访中，无论是城投公司相关人士还是金融机构从业人员均表示，防范地方政府新增隐性债务已经成为一条不可逾越的红线，从过往的审计中，城投公司也逐步在从业中开始防范隐性债务的新增问题。有业内人士告诉记者，审计工作除了审计既有问题之外，也在警示城投公司在化解存量债务时有哪些动作不能做。“比如一些公益性项目，一些城投公司以为很‘巧妙’地将其包装为专项债项目，或者直接挪用专项债，用于偿还到期的城投债，这些都是重点审计的领域。再如少部分城投公司滥用特许经营权，虽然获取了资金，但是在审计环节也会被标注为违规资金并被问责。”

在多位城投公司负责人看来，城投转型是长期性、系统性的工程，而资金是根本，如果不从源头化解资金存在的隐患，那么未来即便有再好的项目，也无法发挥作用。值得一提的是，近年来，各省明确提出把城投公司转型作为“一把手”工程。可以见得，城投公司改革转型的道路上，多地呈现高度重视、高位推动、高效推进的机制，城投转型和

发展前景极为可观。

在新增隐性债务方面，审计工作报告指出，49个地区通过承诺兜底回购、国有企业垫资建设等方式，违规新增隐性债务415.16亿元。针对违规新增隐性债务问题，46个地区已将违规举借的196亿元隐性债务录入政府隐性债务统计系统，通过废除政府回购条款、支付拖欠工程款等偿还隐性债务110.21亿元，追责问责44人。对比来看，违规新增隐性债务415.16亿元，其中

306.21亿元已经通过计入隐债或偿还等方式，还有109亿元有待进一步整改。对此，中国投资咨询有限责任公司战略与管理咨询事业部负责人、研究中心主任王小文认为，对于各地政府和投融资平台公司而言，严防新增隐性债务是红线，在投融资工作中要严守合规底线，审慎开展前期工作，避免后期审计整改和问责。

而在专项债券管理相关问题方面，审计工作报告指出，一是专项债券申报环节的问题，20个地区通过虚假项目收入、低估成本等将项目“包装”成收益与融资规模平衡，借此发行专项债券198.21亿元。二是专项债券使用环节的问题，5个地区将50.03亿元违规投向景观工程、商业性项目等禁止类领域；47个地区违规挪用157.98亿元；5个地区虚报33个专项债券项目支出进度，至2022年年底有60.27亿元结存未用。

审计工作报告认为，本次审计抽查出的问题具有一定的代表性，相关整改工作也在持续推进。对于各地政府和平台公司而言，在专项债券发行和使用全过程中，不要过度包装项目预期收益，确保项目前期手续完备、成熟度高，使用环节切勿挪用债券资金，按工程进度支付避免资金结存。唯有如此，才能规范地使用专项债券资金，行稳致远。

AI换脸拟声威胁金融防线 机构“深伪”对抗全面升级

本报记者 李晖 北京报道

技术大爆发永远是一把双刃剑。随着生成式人工智能技术的发展和普及,技术门槛大幅降低,也为不法分子提供了机会。

2023年以来,“通过AI换脸和拟声技术实施诈骗”的新型骗局频繁登上新闻头条,引发大众关注。在机构侧,数据显示,在全球范围

深伪渐成金融业重要威胁因素

在已开展的移动端评测中,人脸识别产品首次送检被攻破的概率高达71%,二次送检被攻破的概率也有25%。

人脸识别技术以其高效的身份验证特性,在金融行业中广泛应用,这也导致相关领域面临的基于AI的人脸攻击案例开始抬头。

公开信息显示,2021年,一家大型银行受到来自IP地址为中国台湾的黑客攻击,该攻击7次通过了该行的人脸识别、6次通过了活体检测,最终导致多位储户损失合计数百万元。

记者从一家第三方评测机构获得的数据显示,在已开展的移动端评测中,人脸识别产品首次送检被攻破的概率高达71%,二次送检被攻破的概率也有25%。

AI换脸主要是使用深度合成技术。邹皓告诉记者,其技术逻辑是使用大量的人脸数据,通过深度学习算法和神经网络,训练模型识别理解人脸的关键特征。在换脸的过程中,使

技术对抗加速升级

近年来多家银行、金融科技公司都在加大对深伪对抗的资金和资源投入。

应对深伪攻击,与杀毒和造毒一样,是长期攻防对抗的过程。

“深伪攻和防是一个相对且不断精进的过程,你在进步,深伪也在进步,我们要做的就是跑在它的前面。”蚂蚁集团旗下可信服务平台ZOLOZ产品总监陶冶向记者表示。

今年4月中旬,ZOLOZ正式上线了深伪综合防控产品Deeper,实现在用户刷脸场景中有效拦截“AI换脸”风险。据陶冶透露:“蚂蚁集团实验室会通过GAN模型生成超30万测试样本,交给ZOLOZ Deeper进行判别训练,每个月还会对其进行超过2万次的攻防测评,模拟上百种伪造攻击情况。”

内,有接近一半(46%)的企业遭受过合成身份的欺诈,90%的受访企业认为这种行为已日益严重。

金融行业作为资金汇聚地一向是不法攻击的主要目标。中国信通院人工智能所安全与元宇宙部工程师邹皓在接受《中国经营报》记者采访时表示,虽然深度伪造(Deepfake,以下简称“深伪”)攻击在金融机构遭到的网络攻击中

绝对占比可能不是最高,但随着AIGC发展,生成一段伪造视频的技术门槛和所需资源越来越低,有可能将在下一阶段成为威胁金融行业安全的重要因素。

“用魔法打败魔法”是对抗技术攻击的核心要义。记者近期采访了解到,当前国内金融行业在防御人脸和声音深伪方面的投入不断加码,部分金融机构开发了防深伪的

检测模型以应对这一新型威胁,并加大相关领域团队建设,而一些领先金融科技公司也开始将相关技术能力产品化。

一家国有银行人脸业务项目负责人向记者表示,检测技术有一定的滞后性,新的算法需要样本积累和过滤,机构自身能做的是争取在犯罪前捕捉行为动机,无限贴近作案时点。

研究数据显示,虽然呈现式攻击目前仍是主流,但注入式攻击在2023年增加了200%。

奇富科技首席算法科学家费浩峻向记者表示,在辨识度上,深伪技术能够生成非常逼真的人脸图像和视频,使得伪造内容难以被肉眼识别,增加了攻击的隐蔽性;而利用对抗样本技术,针对特定的检测模型生成能够绕过检测的伪造内容。此外,模式上的升级,除了视频和图像,深度伪造技术还可以结合声音、文本等其他模态,实现更全面的欺骗;通常还会配合一定的隐私数据,以一定脚本去构建攻击方案,更难防御。

相比国内较为完善的证件管理环境和AI基础设施,一些新兴市场面临的威胁更加触目惊心。

根据身份验证提供商Sumsub最新年度报告,2022—2023年,全

球多国与深伪相关的身份欺诈案件激增,例如菲律宾的诈骗企图数量同比增长4500%。

“在东南亚地区,民众对个人信息保护的意识相对薄弱,证件管理体系尚待完善。由于肤色和五官特征与国内人群存在差异,在构建人脸识别算法的数据集时限制了样本的多样性,进而影响了人脸识别技术的准确率,”信也科技算法科学家吕强告诉记者。

他向记者表示:“在过去的几年中,传统的人脸识别算法主要依赖于端到端的合成技术。而当前,大模型技术的兴起使得底层架构趋向于对抗式生成网络。这种架构在训练过程中不断地识别并针对问题进行迭代优化,显著提升了合成图像的真实性。因此,我们需要在业务扩展过程中不断进行技术的调试和升级。”

司都在加大对深度伪造对抗的资金和资源投入。据费浩峻透露,公司持续加强对深伪技术背后算法的技术研发以及人才投入,在图像/视频、音频方向上都成立了专业的研究团队,以更好理解伪造内容的生成机制,并研发更有效的检测方法。

“目前我们最大的困扰是大量的不法中介,通过鼓动欺骗普通消费者的方法,来帮助消费者骗贷,从中获取暴利,对消费者和机构都带来了很大的伤害。”费浩峻直言。

据其透露,为应对这一挑战,团队已经开始通过多重的AI技术去识别这种行为,在对抗过程中模

拟攻击手段来训练检测系统不断升级自己的识别能力,并结合业务流程和业务行为,对用户风险行为进行预估,通过升级环境监测、语音情绪连贯性、声纹、对话异常分析等多种手段,对案件进行打击。

“只提供身份安全能力是不够的,在具体的业务中需要各种终端能力的结合,比如事前用身份安全,事中通过交易过程反欺诈,事后通过反监督机制整体做拦截。”陶冶表示。

从应对效果看,ZOLOZ在印尼和菲律宾的一些客户发现深伪类攻击后切换到Deeper,目前攻击已经是清零状态。

生成式AI在企业网络安全上的应用

35%	安全卫生&姿态管理分析与优化	26%	恶意软件分析
27%	告警与事件的数据扩充	23%	生成安全配置标准
26%	内部沟通	22%	工作流自动化
20%	风险评分	20%	威胁狩猎
19%	策略生成	19%	安全响应&取证调查

数据来源:奇安信《2024人工智能安全报告》

如何“比黑客早半步”

技术发展过程当中攻防需要不断演练,漏洞悬赏奖金和赛事则是业界“化被动为主动”的安全策略。

除了机构自身的研发建设,如何通过各界合作,寻找全行业对抗“技术作恶”的合力,实现“比黑客早半步”也至关重要。

记者了解到,针对人脸识别应用的安全、合规的问题,中国信通院在2021年4月发起了“可信人脸应用守护计划”。

同时,一些机构也开始在一些亟待提升的技术维度布局。比如信也科技将今年的“信也科技杯”全球人工智能算法大赛的主题定为“语音深度鉴伪”。

吕强告诉记者:“在一些关键价值场景中,AI生成的语音欺诈行为日益增多。尽管如此,语音鉴伪技术的发展却相对滞后。”我们期望在比赛中看到参赛者提出更多能够识别新型假语音,特别是大模型生成的假语音的方法,并希望这些成果能够应用到实际生产中。比赛结束后我们会开源比赛数据,用脱敏数据形成开源数据集,推进产学研合作。”

无论如何,业界针对类似攻击已经开始从认知和技术上构建更高标准的应对措施。

邹皓向记者透露,目前信通院已经研究和开发相关的安全能力评估标准和工具,帮助技术提供方、技术使用方提升生物特征识别系统的安全性和可靠性。在他看来,国内机构应当在技术研发、标准化建设和国际合作上进一步加强投入,并进一步建立健全数据保护机制。

大模型打响“价格战” 垂直赛道或成破题点

本报记者 蒋牧云 何莎莎
上海 北京报道

近期,国内大模型市场“硝烟弥漫”,阿里云、百度智能云、腾讯、科大讯飞等厂商旗下的大模型费用纷纷下调。在采访中,多位业内人士告诉《中国经营报》记者,此番降价

争夺市场份额

尽管较其他互联网大厂的模型发布时间较晚,但豆包大模型的价格却成功以企业级定价0.0008元/千Tokens(字符串),一经公布便成功“奇袭”。

不久后,多家大模型厂商也纷纷降价。阿里云宣布通义千问9款商业化及开源系列模型降价,其中,通义千问主力模型Qwen-Long,API输入价格从0.02元/千Tokens降至0.0005元/千Tokens,降幅达到97%;不久前发布的旗舰款大模型Qwen-max,API(数据服务接口)输入价格降至0.04元/千Tokens,降幅67%。百度智能云则在同一天迅速响应,宣布文心大模型两大面向企业的主力模型ERNIE Speed、ERNIE Lite全部免费。

隔天,腾讯云也公布全新大模型升级方案,主力模型之一混元-lite模型,API输入输出总长度计划从目前的4k升级到256k,价格从0.008元/千Tokens调整为全面免费。此外,多款混元大模型API输入价格都有50%—87.5%的降幅。同日,科大讯飞也宣布,讯飞星火API能力正式免费开放。其中,讯飞星火Lite API永久免费开放,讯飞星火Pro/Max API低至0.21元/万Tokens。

更多是各厂商之间在进行市场份额的争夺。

值得思考的是,“价格战”的背后,也反映出目前业内的大模型产品或服务同质化情况较为严重。多位业内人士指出,业内的一大模型采用了类似技术架构和算法,并使用公共数据进行训练,激

烈竞争下,急于推出产品,又使得厂商选择已获市场验证的服务模式,最终导致产品同质化现象严重。由此,各厂商如何在激烈竞争下寻求各自的突破口成为重要议题,其中,更具专业性的行业垂直大模型则显示出更大的发展潜力。

事实是,大模型产品自身拥有一定的降价逻辑,技术不断调整、迭代的情况下,推成本、调用成本的下降也能不断优化大模型产品的价格。对比海外的OpenAI,同样有着不断降价的趋势。自2023年年初以来,OpenAI进行了4次产品降价,最近一次为5月13日发布的GPT-4o,价格下降了50%。

对于价格调整的考虑,阿里云相关负责人告诉记者,此次的降价得益于公共云的技术红利和规模效应。例如,阿里云基于自研的异构芯片互联、高性能网络HPN7.0、高性能存储CPFS等核心技术产品,构建了极致弹性的AI算力调度系统,结合百炼分布式推理加速引擎,大幅压缩了模型推理成本,并加快了模型推理速度。

不久前百度在AI开发者大会上也提到,相比一年前,文心大模型的算法训练效率提升到了原来的5.1倍,周均训练有效率达到98.8%,推理性能提升了105倍,推理的成本降到了原来的1%。

不过,推理成本的降低并不代表研发成本的降低,尤其对比海外的芯片性能以及先发优势,国内大模型的成本优化和盈利能力还有

很大的挖掘空间。比如,百度2023年财报显示,公司研发支出为242亿元,较2022年增长4%。百度在财报中表示,这主要由于支持生成式AI研发投入的服务器的折旧开支及服务器机架费增加所致。

类似的,科大讯飞近期公布的一季报显示,报告期内,公司实现营业收入较去年同期增长26.27%;但第一季度归母净利润扣非净利润分别较去年同期减少2.42亿元和1.02亿元。亏损增加的原因之一就是在通用人工智能认知大模型方面的投入。报告显示,公司2024年第一季度在大模型研发以及核心技术自主可控和产业链可控,以及大模型产业落地拓展等方面,新增投入约3亿元。其中,研发费用8.42亿元,较去年同期增加1.26亿元。

在投入巨大且持续上升的阶段,对于此番大模型费用密集降价,有大模型企业人士向记者直言:“实际还是为了抢占市场份额,由于有的厂商大幅降价,其他参与者也只能跟上。”对此,也有多位业内人士向记者表示,大模型的研发,尤其是通用大模型需要的算力、基础设施投入之大,更多还是大厂之间的比拼,市场的其他参与者很难与之竞争。

专业性服务不可替代

值得思考的是,我国大模型实际仍处于发展初期。在这一阶段就开始“价格战”,在业内看来是市场产品同质化严重所导致。北京市社会科学院研究员王鹏向记者表示,从当前市场上大模型产品来看,很多都采用了相似的技术架构和算法,导致功能上的高度相似性。这种同质化现象使得厂商难以通过产品创新来吸引消费者,因此只能通过降低价格来争夺市场份额。

关于为何会产生同质化现象,王鹏表示,首先是技术成熟与算法相似性,导致了大模型在功能和性能上的趋同。其次,训练数据集的相似性也是原因之一,大模型的训练需要大量的数据,目前很多厂商都使用了相似的公开数据集进行训练,这也加剧了大模型之间的相似性。最后,在于市场竞争与用户需求,在激烈的市场竞争中,为了迅速占领市场,厂商更倾向于推出与市场上已有产品相似的大模型,因为这样可以降低研发成本和风险,同时可以满足用户对大模型的基本需求。

但不可否认的是,同质化背景下,降价对于业务的拓展有着一定效果。记者也观察到,不少专业性较强的企业,如金融机构近期都加强了与大模型厂商之间的合作。比如,泛华控股集团近日与百度智能云举行战略合作签约仪式,将共同打造AI保险销售助理“度晓保”,希望通过AI

大模型使客户享受到更加专业、便捷的服务。此外,基金投顾业务试点机构盈米基金也接入通义千问,用于升级旗下基金投顾平台“且慢”的AI智能助理“小顾”,为用户提供更加智能、全面的投资服务。

那么,此次通用大模型的集体降价,是否也会挤压到垂直领域,如金融大模型的生存空间?大模型的降价潮是否会向垂直大模型蔓延?

王鹏表示,通用大模型降价后,原本考虑使用金融等垂直领域大模型的企业或个人,可能会因为价格因素而转向通用大模型,这将对垂直领域大模型的业务空间造成一定程度的挤压。与此同时,面对众多相似的大模型产品,客户在选择时可能会感到困惑和无所适从,这进一步加剧了市场竞争的激烈程度。因此,王鹏判断,随着通用大模型市场竞争的加剧,价格战有可能会向垂直领域蔓延。不过,垂直领域大模型由于其专业性和定制化需求,可能会在一定程度上抵御“价格战”的冲击。这是因为垂直领域大模型通常针对特定行业进行深度定制和优化,提供专业化的解决方案。

综合看接下来的大模型竞争格局,中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅向记者表示,在通用大模型市场,由于“价格战”的持续进行,市场竞争将更加激烈。厂商需要不断提升技术实力和服务质量,以应对市场竞争。在垂直领域大模型市场,其特定行业中的专业性和深度优势仍然无法替代。因此,垂直领域大模型仍将保持一定的市场规模和增长潜力。同时,随着技术的进步和市场的成熟,垂直领域大模型的成本也有望进一步降低,从而推动价格下降,这将使得垂直领域大模型在市场中更具竞争力。

当文旅局长远离“郭有才”们

本报记者 吴静 卢志坤 菏泽报道

自去年以来,大理、淄博、哈尔滨、天水、开封等城市的“破圈”,为当地带来巨大的线下客流,成为诸多城市效仿对象。各个城市尤其是三、四线城市之间纷纷开启对线上注意力和线下客源的争夺,文旅营销花样不断翻新。

然而,在其他城市为流量争夺之际,近期,山东菏泽却选择了对“网

红”郭有才带来的流量主动“降温”。

《中国经营报》记者近日在菏泽走访了解到,随着郭有才直播地点的转移,以及菏泽牡丹赏花期的结束,无论是线上还是线下流量,菏泽已恢复往常。

文旅行业人士向记者表示,近年来城市文旅营销的创新之举虽值得肯定,但需要在具体的规划中,结合本地资源禀赋进行体系化运作,避免盲目追逐热点。

事实上,文旅营销虽有必要,但

优先级并不高,文旅本质上更重在做产品。文旅产业作为我国最早起步的行业之一,每年投入巨大,但多年来在产品打磨和服务质量上仍存在较大提升空间。

提升文旅行业供给侧质量,正在成为政策和各级部门的着力点。比如今年国家对入境游的便利性进行全面梳理,逐个打通堵点环节,无论是对提升国内消费还是吸引国外游客,都将释放巨大潜力。

网红流量成效之辩

记者从菏泽方面了解到,6月初时,郭有才已将直播地点转至济南。

今年5月9日,凭借着一曲翻唱的怀旧港风《诺言》,25岁山东菏泽小伙郭有才在抖音平台一炮而红。

5月10日时,其抖音账号粉丝只有19万,而在之后几天内,郭有才粉丝量迅速突破千万。随后,全国各地主播蜂拥而至,涌向其直播地点——菏泽南站。

据了解,该火车站建于1978年,是一座客货两用的火车站,不过已停运多年。附近有菏泽梅园学校、文贤高级中学等多所学校,以及多个居民小区。随着各路主播的到来,这个原本废弃已久的火车站瞬间变得熙熙攘攘。

菏泽当地政府也迅速行动,5月14日前后,菏泽政府部门连夜加班修缮路面,移动、联通、电信直接把信号车开到南站,并现场增设网络基站,同时还组织志愿者活动,为前来直播的人提供手机充电、道路指引、饭菜、菏泽特产,现场还有“簪花小哥”免费送水。废旧已久的“菏泽南站”四个字也被重新刷漆点亮。

5月10日至19日,菏泽文化旅游官方抖音账号连续更新了11条郭有才相关视频。5月17日时,该账号发布视频表示,郭有才已被聘为菏泽市文化旅游推荐官。

不过,面对大量客流造成的交通拥堵,5月16日,菏泽公安发布临时交通管制,原因是春季高考菏泽南站附近学校设有考点,需要给广大考生营造良好的考试和生活环境,5月17日至19日,菏泽南站广场停止一切文娱活动。当天,菏泽南站所属的牡丹区城管开始清理直播

场地,劝离扎堆直播的人群。

5月18日,有社交媒体账号发消息称“北大增设网红专业,郭有才被北大破格录取”,随后网络上关于出现“读书无用论”的论调再次引发争议。

尽管北大党委宣传部随即就此辟谣,但5月20日下午,菏泽南站原本即将搭建的大型舞台已被拆除,直播场地逐渐恢复平静。

据了解,当时正值菏泽牡丹赏花季的末期,在暂停菏泽南站直播场地的同时,菏泽方面将郭有才及其他主播的直播活动安排在了菏泽国花博览园南门广场举行。

不过,直播场地转移至菏泽国花博览园后,围绕着郭有才的直播热度开始下滑。从5月下旬以来,郭有才抖音账号更新减少。

记者从菏泽方面了解到,6月初时,郭有才已将直播地点转至济南。在经历了前两周的热度后,菏泽无论是线上还是线下流量已恢复往常。

至于被聘为菏泽市文化旅游推荐官后,后续郭有才与菏泽政府的合作方式是怎样的,记者多次联系菏泽文旅局,截至发稿时未获回复。

据了解,此前官方文旅部门通过引导网红流量从而获得外界对其城市文旅的关注已有相关案例。比如丁真走红后,四川甘孜文旅部门迅速将其签约为文旅国企员工,还将其打造为当地文旅代言人,持续为当地引流。

对于菏泽为何在热度最高时选择“割舍”郭有才带来的流量,同程研究院首席研究员程超功向记者表示,菏泽试图借助“网红”打开当地文旅业“流量密码”的做法表面上与此前淄博、

天水有相似之处,但又有本质区别。

具体来看,淄博和天水的网红元素是本地的物产,而菏泽试图借势的网红元素则是一个具体的人,前者均与本地的文旅消费有着天然的连接点,而后者则几乎没有任何连接点,且具有极大不确定性。

去年上半年,山东淄博因为“大学生报恩”网络热梗出圈后,当地政府通过打造“听劝的服务型政府”的传播定位,为大众提供新鲜的情绪价值,从而获得巨大的线下流量。去年年底,哈尔滨也效仿淄博,打出“宠南方游客”的传播牌,迎来一波文旅消费热潮。

程超功指出,各地在文旅营销中主动运用“网红”元素获取流量虽是值得肯定的创新之举,但在具体的规划中需要体系化运作,本地的地品牌形象、资源禀赋、客源结构、时间、契机等都需要考虑在内,避免盲目追逐热点。

公开数据显示,去年菏泽旅游人次和旅游收入在山东16个地市中排名均处于末尾。记者在走访中了解到,当地文旅旺季为牡丹赏花期,但每年时效有限,客群主要为省内周边游客。目前全市尚没有一家5A景区,星级酒店、度假休闲等体验类项目仍较缺乏。

“实际上,菏泽当地前期一系列运作也只是让相关元素的热度在直播圈内‘空转’,流量并未转向当地的文旅消费,而负面效应却逐渐显现出来。基于此,当地叫停相关直播活动的决策对于菏泽政府来说是及时止损。”程超功表示。



菏泽选择向网红流量说“不”。

本报资料室/图

文旅供给侧亟须提升

文旅本质上更重在做产品,很多城市其实不应该盲目跟风去“卷”文旅营销。

自去年以来,大理、淄博、哈尔滨、天水、开封等城市的“破圈”案例为当地带来了巨大的线下流量,对文旅消费促进效果显著,成为诸多城市效仿的对象,部分地方文旅部门在营销上加大力度。

对此,景鉴智库创始人周鸣岐则提出不同观点——“本质上,一个城市火不火,在什么时候、什么契机下火,完全是随机事件。”

他以重庆的洪崖洞为例表示:“其实它2006年时就已建好开业,但当时并没有火爆,而是在许多年后,重庆这座城市以及标志性建筑洪崖洞突然就火起来。今年年初哈尔滨的文旅消费热潮亦是如此,冰雪大世界已经营业20多年,只是今年年初刚好连同着哈尔滨一起火了一波。”

周鸣岐认为,文旅营销虽然有必要,但它的优先级并不高,文旅本质上更重在做产品,很多城市其实不应该盲目跟风去“卷”文旅营销。

事实上,各地的文旅营销每年都在做,并非只是近几年短视频平台崛起后才做的。周鸣岐表示:“只是现在有‘破圈’案例后,给很多城市一种自己也能火的幻觉,但对于城市而言,投多少广告会产生收益?收益的结果如何量化?这些都是无法保证的。况且,目前许多城市财政吃紧,对于地方政府而言,钱更应该花在刀刃上。”

据他介绍,我国文旅产业是最早起步的行业之一,每年的文

旅投资并不少,但多年来在产品打磨和服务质量上仍存在较大提升空间。

“前几年的核心问题是房地产资本在大规模投入文旅。常见的手段是开发商向地方政府承诺要打造一个文旅城,里面包含酒店、演艺、游乐园等,但开发商的核心目的是为了勾地、出售房子,后续的运营并非是其重点,只是作为房子、小区的配套。有时甚至连后续维护的费用都不够,房子出售之后,开发商撤退,如果继续运营则需要地方政府补贴,但大多情况下是烂尾。”

诸多因素影响下,过去文旅供给端存在的突出问题尚未完全解决,比如产品同质化,许多名山大川的游玩项目主要为爬山和逛古镇,景区内售卖的商品大同小异。周鸣岐表示:“与周边国家成熟的旅游市场相比,我国旅游的产品力、特色风情、性价比、服务品质、市场环境等方面还有很多需要完善的地方。”

值得注意的是,提升文旅行业供给侧质量正在成为政策着力点。以入境游为例,据了解,疫情影响消散后,去年入境游的恢复速度慢于出境游。今年两会期间,文化和旅游部部长孙业礼在“部长通道”答记者问时表示,对于入境游,今年将通过成立专门的协调机制解决入境游客支付难问题。此外,还会对入境的便利性进行全流程梳理,从签证到航班到入住酒店到购物到旅游,逐

个环节去打通。

3月份,国务院办公厅印发《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》提出,银行、支付机构要按照重点商户名录,加快推进境外银行卡受理设备软硬件改造,统筹考虑推动非接触式支付发展。

5月份,商务部汇编了《外国商务人士在华工作生活指引》,涵盖办理住宿、银行卡、社会保险、乘坐交通工具等事项。同时,交通运输部今年也将加快普及网络售票,推广应用电子客票,方便国内外人员持身份证、护照、外国人永久居住证等多种证件线上购票。

去年12月1日以及今年3月14日,我国先后对法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、马来西亚6国和瑞士、爱尔兰、匈牙利、奥地利、比利时、卢森堡6国持普通护照人员试行单方面免签政策。同时,今年以来,与安提瓜和巴布达、新加坡、泰国签署互免签证协定陆续生效,“免签”朋友圈持续扩容。

此外,叠加国际航班、邮轮的不断恢复,多家旅企数据显示,今年入境游客人数攀升,相关酒店、免税商品等产业业绩获得提升。上海、北京、广州、深圳、成都、杭州、重庆、青岛、南京、厦门等成为入境游热门城市。

“打磨好产品和服务,无论是对于促进国内文旅发展,还是吸引入境游客,都将释放出巨大消费潜力。”周鸣岐表示。

不满意7日内可退 长沙多家国企带头试水“购房无理由退定”

本报记者 方超 张家振 上海报道

多个国企项目首批“吃螃蟹”

“我们项目已参加‘购房无理由退定’活动,政策正式发出之后,就积极响应了。”6月6日,长沙梦想·麓隐桐溪项目营销负责人胡先生向《中国经营报》记者表示,其所在项目已于6月5日开始参加当地推行的“购房无理由退定”活动。

同一天,位于长沙市岳麓区的中国铁建·梦想·龙隐台项目营销负责人李经理也向记者确认,其所在项目“前天接到‘购房无理由退定’活动通知,今天正式向团队进行了政策宣贯”。

上述参与“购房无理由退定”活动的两个项目均为国企楼盘开发项目。据了解,长沙市房屋交易管理中心日前发布了《关于鼓励房地产开发企业自愿实施“购房无理由退定”承诺服务指引的通知》(以下简称《通知》),鼓励开发企业自愿实施“购房无理由退定”承诺。

“长沙市目前已4个项目参与‘购房无理由退定’活动。”6月6日,长沙市房屋交易管理中心相关负责人向记者表示,“该政策推出来后,有些企业还在犹豫,所以我们也在继续引导。”该负责人在当日进一步回复记者称,未来参与该活动的房地产项目和企业“有望持续增加”。

对此,同策研究院研究总监宋红卫向记者表示,长沙市推出“购房无理由退定”活动,与当地房地产市场去化承压、购房者积极性有待提升等因素密不可分,“预计部分开发商会积极跟进”。

作为全国首个发布“购房无理由退定”的省会城市,长沙市近期出台的《通知》明确提出,鼓励开发商实施“购房无理由退定”承诺,建立“购房无理由退定”诚信名录库。

根据《通知》,“购房无理由退定”承诺是指购房人因购买新建商品房需要在支付购房定金后,可以按照开发企业承诺的退定金时限申请购房定金,且无需说明理由。

对于外界关注的时限问题,长沙市相关部门明确指出,开发企业向购房人作出“购房无理由退定”承诺的时限不少于7日(含7日),具体时限由开发企业自行确定,并在销售现场醒目位置进行公示,同时应制定包括约定退定承

诺范围、退定条件等内容的无理由退定协议。

记者注意到,如同需要开发商自行确定时限一样,长沙市此次推出的“购房无理由退定”政策,并未强制要求所有企业参加。上述《通知》明确:“‘购房无理由退定’承诺,坚持政府鼓励倡导、企业自愿、承诺即受约束的原则。”

在强调“企业自愿”的原则下,长沙市多家国企开发的房地产项目成为首批“吃螃蟹者”。记者在采访中核实了解到,除梦想·麓隐桐溪和中国铁建·梦想·龙隐台项目外,另有其他国企项目参与其中。

“我们项目参加了‘购房无理

由退定’活动。”长沙万境潇湘营销负责人张经理在6月6日也向记者介绍,“此前一周就和我们在沟通这个事情,目前已正式启动。”

无独有偶,6月6日,长沙揽江院子项目营销负责人李先生也向记者确认,其所在项目也参加了长沙市“购房无理由退定”活动。“我们在5月底拿到新楼栋的预售证之后就参加了这个活动,当时我们也明确表示是自愿参加‘7天无理由退房’活动。”

记者注意到,参与“购房无理由退定”活动的长沙揽江院子、梦想·麓隐桐溪、中国铁建·梦想·龙隐台、长沙万境潇湘,皆为国企楼盘开发项目。例如,胡先生向记者

介绍,该项目开发商是湘江集团旗下梦想置业。

天眼查信息显示,在湘江集团股东中,长沙市国资委持股90%,湖南省国有投资经营有限公司持股10%。中国铁建·梦想·龙隐台项目开发商湖南桐溪置业则由湖南湘江新区发展集团和中国铁建集团各持有50%股权。

在6月6日晚上,据湖南省本地媒体报道,长沙市房屋交易管理中心对此前发布的《通知》进行解读,除长沙揽江院子、梦想·麓隐桐溪、中国铁建·梦想·龙隐台、长沙万境潇湘四大国企项目参与“购房无理由退定”活动外,新增了“长沙城发集团旗下所有项目”,

而长沙城发集团实控人同样为长沙国资委。

长沙市出台的《通知》,旨在通过优化购房环境、增强市场透明度,提升房地产市场的消费信心,引导房地产行业高质量发展。中指研究院长沙分院方面分析认为:“这既是政府推动房地产市场健康发展的创新尝试,也是对未来的探索。”

中指研究院长沙分院方面同时表示,《通知》鼓励房地产开发企业自愿实施“购房无理由退定”承诺服务,这一举措不仅促进房企提升自身产品质量和服务水平,同时可帮助购房者理性购房,增强消费者的购买信心和满意度。

在多位房地产业内人士看来,“购房无理由退定”活动在更大范围推广落地,还需要出台更多细则,落地效果也有待进一步观察。

宋红卫向记者分析:“有些开发商参与度不高的原因在于项目原本热销,如果后期出现大量退房群体,就会错过当时的营销窗口期,导致二次销售困难。”无理由退房“大多是开发商给出的承诺,还缺乏相关部门的全程监管和介入。”

不过,多位参与“购房无理由退定”活动的长沙市国企主导房地产项目营销负责人对记者表示,对活动带来的积极促销效果抱有期待。

张经理告诉记者:“参加‘购房无理由退定’活动会对销售起到促进作用,因为客户在看房过程中反复对比,在限购松绑政策和银行贷款利率变化比较快的情况下,有些客户在买房交定金时会比较犹豫,怕买错或者买了没有赶上利好政策。而推出‘购房无理由退定’活动,可以让客户在定房的时候减少一些顾虑。”

中指研究院长沙分院方面建议,针对参与“购房无理由退定”承诺的开发企业实行动态管理,并建立专门的“购房无理由退定”诚信名录库,使政府相关部门对房企实施信用监管,为购房者提供更全面的保障,同时构建一个更为诚信、健康的房地产市场环境。

政策落地效果有待观察

长沙市推出“购房无理由退房”活动,背后有哪些深层次原因?

“今年,长沙楼市销量面临持续下滑的压力,市内五区5月份成交约43万平方米,同比下降近三成,也是多年来5月份成交的历史最低水平。3月、4月成交量更低,仅为30万平方米左右。”宋红卫向记者表示。

宋红卫认为:“目前,各地都在推进‘以旧换新’政策,很多置换群体购买新房的前提在于二手房能否快速处置掉。长沙市出台鼓励‘购房无理由退房’政策,能够有效推动‘以旧换新’,同时可解决部分购房者的退房后顾之忧,提升购房者的积极性。”

对于政策宣传与现实落地间的差距,长沙市房屋交易管理中心相关负责人告诉记者,经过核实,梦想·麓隐桐溪和中国铁建·梦想·

上海住房租赁保供稳价实践：让新市民、青年人住下来留下来

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

在不断满足应届毕业生、网约车司机和外卖骑手等群体安居需求的同时，上海市的住房租赁市场发展也有望逐步趋于稳定。

据易居研究院报告，今年以来，上海市住房租赁市场行情已连续4个月“量价齐跌”。截至4月底，上海全市挂牌房源的平均租金为88.39元/平方米/月，环比上涨4.7%；同比继续下跌5.0%，但跌幅收窄。同时，上海全市挂牌房源数量环比减少39.2%，同比由增转降，减少至24.7%。

上海市部分板块的房产租赁中介也告诉《中国经营报》记者，受二手房挂牌量增加、保障性租赁住房(以

下简称“保租房”)加速入市等因素影响，尽管已经临近毕业季，但目前所在区域的挂牌租赁房源较去年同期相比并不是很多，价格也有所下降。

对于上海市住房租赁市场租金下降的情况，多位业内人士表示，这属于正常情况。易居研究院研究总监严跃进告诉记者，上海市住房租赁市场和房地产市场的走向是吻合的。“房地产市场降温，租赁市场也会受到影响。”

值得注意的是，上海市日前发布的新“沪九条”楼市新政也提出，支持企业购房用于职工租住。“对企业购买2000年前竣工、建筑面积在70平方米及以下的小户型二手住房用于职工租住的，不再限定购买住房套数。”

租房市场盘整

尽管总体租金水平在下降，但部分租客群体的租金压力并未得到有效缓解。

尽管总体租金价格下降，但目前部分群体的租住矛盾仍然突出。

“今年租金价格确实有所下降。”在上海市闵行区某大型房产中介机构工作的刘阳(化名)向记者表示，目前，自己所在板块的待租房源并不多。“这里属于虹桥商务区范围，和去年相比，房源比较少、很抢手。租金价格也有所下降，但由于房源数量少，租客的选择面并不多。”

据易居研究院统计数据，今年4月，上海全市挂牌房源数量环比减少39.2%，同比减少24.7%。不过，上海市核心区域的高价房源供应量却增加显著。“上海核心区域高价房源供应量突然增加，不仅抬升了市场整体的供应价格，也使得供求比来到了更高的区间，租客的议价空间再次扩大，现阶段成交价格已无明显上升空间。”克而瑞方面表示。

目前，上海市住房租金价格仍处于调整阶段。严跃进告诉记者，如果后续租金价格出现上升，这意味着市场调整将逐步到位。“经济

在复苏，市民对住房租赁的需求也会慢慢恢复，目前正处于一个关键的节点。”

尽管总体租金水平在下降，但部分租客群体的租金压力并未得到有效缓解。闵行区一位刚入行的司机王征(化名)告诉记者，自己最近租车跑网约车，每天工作约12小时，去掉6800元/月的租车费用后，到手6000元左右。“扣除每月的房租和日常开销后，可支配的钱并不多。目前，自己与人合租约60平方米的两居室，每月承担的租金接近2000元。”

统计数据显示，今年4月，闵行区住房平均租金约80元/平方米/月，环比上涨0.3%，同比下降2.2%。

与此同时，随着高校毕业季的来临，上海市租房市场租金价格或将小幅上涨。克而瑞方面分析认为，随着一年一度毕业季的到来，5至6月的租金或将上涨1%—2%，包括上海市在内的部分城市平均涨幅可能会在2%以上。

保租房分流需求

近期，在上海市住房租赁市场中，房源和客户都出现了一些变化。

针对租住矛盾突出的问题，上海市正对住房租赁市场进行进一步优化和调整。

在卢文曦看来，今年，上海市住房租赁市场租金价格同比下降属正常现象。“前几年租金较高，但近年来的市场需求增长不明显，价格就会出现下降。”卢文曦进一步表示，今年，上海市住房租赁市场仍受季节性波动影响，但总体来看租金价格不及去年同期。

此外，上海市不断松绑楼市调控政策也在一定程度上影响了租金价格走势。上海市闵行区华漕镇一位房产租赁中介告诉记者，今年以来，上海市楼市调控政策不断松绑，二手房挂牌量持续增加，自己所在板块的个人租赁房源挂牌量不如去年同期。“今年和去年同期相比，个人租赁房源的挂牌量减少了，同时租金也在下降。”

完善供应体系

在“十四五”期间，上海市计划新增建设筹措保租房47万套(间)以上。

针对目前网约车司机、外卖骑手和应届毕业生等存在租住矛盾的青年人、新市民群体，上海市正加大住房保障力度。

据上海市住建委消息，“青春启航 安居筑梦”保租房毕业季进校园(第三季)系列活动已于日前启动。“今年，上海市将通过政府、高校和保租房项目企业联动，组织一批区位便捷、户型合适、价格合理的保障性租赁住房项目，定向保障住房困难的应届高校毕业生。”上海市住建委方面表示。

在此次活动中，专项活动安排了30余个保租房项目、房源约3000套(间)，主要分布在上海市浦东新区(含临港)、徐汇、静安、虹口、长宁、闵行、嘉定、松江等

区。其中，大部分房源为已供应房源(现房)，少量房源为今年6月将交付的准现房房源。户型则主要为一居室、二居室，价格分别在1500—2500元/月和2500—3500元/月。

除了加大对高校毕业生群体的保障力度外，上海市也在缓解包括网约车司机、外卖骑手等在内的城市一线劳动者的住房难题。

记者在采访中了解到，日前，上汽集团旗下享道出行和华润有巢在上海市闵行区合作，为网约车司机提供“一张床、一间房、一套房”的居住福利保障，首批8位享道出行优秀司机代表收到了“新家”钥匙并正式入住。

相关资料显示，华润有巢公

寓社区(马桥AI店)，位于上海市闵行区马桥人工智能创新试验区内，社区占地面积4.2万平方米，总建筑面积近12万平方米，提供共计2475套精装公寓。

其中，“新时代城市建设者管理者之家”位于华润有巢公寓社区(马桥AI店)5号楼，这也是上海市闵行区首个“新时代城市建设者管理者之家”，共提供440张床位、138套房源，旨在为一线劳动者提供“一张床”安居保障服务。

今年4月，类似闵行区华润有巢公寓社区的“新时代城市建设者管理者之家”，上海又新增了3个正式运营项目，合计新增床位数超过700个，和今年前3个月相比，月均增速达到220%。

根据计划，在“十四五”期间，

上海市计划新增建设筹措保租房47万套(间)以上。其中，2024年将建设筹措7万套(间)，以满足新市民、青年人的租赁需求。

对此，严跃进告诉记者，保租房建设是上海市一项非常重要的工作。“保租房房源租金确实能让租客承受得起，这值得肯定，也体现了促进住房租赁市场更好发展的导向。”

在卢文曦看来，保租房是住房体系构建中非常重要的组成部分，对于支付能力不强的人群而言，能够保证他们的居住需求。“随着关注保租房的人越来越多，不仅使租赁期限中的租赁关系保持稳定，提供的房源品质都不错，租金价格也不会出现非理性上涨现象。”

“最强地级市”苏州全面取消限购冲击波

本报记者 方超 张家振 上海报道

在短短4个月后，有“最强地级市”之称的江苏省苏州市再度出手提振楼市。

6月2日，苏州市房地产长效机制试点工作组领导小组出台《关于进一步促进我市房地产市场平稳健康发展若干政策措施的通知》(以下简称“《通知》”)，即日起实施16条措施，加快构建房地产发展新模式，进一步满足居民刚性和多样化改善性住房需求。

苏州楼市新政带来的“冲击波”正持续扩散。“我们项目属于狮山核心板块，昨天一天就卖了七八套。”6月3日，苏州高新区一售房项目经理崔涛(化名)向《中国经营报》记者表示，该项目最小面积房源为156平方米，总价700多万元。

6月2日晚间，苏州市昆山市一房地产项目经理王含(化名)亦在朋友圈发文称：“周末两天累计到访236组，认购13套。”王含对记者表示，“最近市场挺好，看房买房的人很多。”

值得注意的是，在顺应楼市需求迈向高端改善的结构性变化的同时，苏州市也正顺势推出多宗容积率低至1.01的低密地块。6月5日，苏州市相城区挂牌出让2宗住宅用地，其中，元和街道地块容积率1.01，起始价3.618亿元，起始楼面价1.55万元/平方米，最终由苏州合启鑫、相城高新以底价斩获。

在苏州市无房可以随便买

“现在买房没有任何要求，只要在苏州市无房可以随便买，也不需要提供社保、公积金缴纳证明。”6月2日晚间，苏州市某房地产中介人士刘德(化名)向记者表示。

如刘德所述，苏州市出台的《通知》明确强调：“全市范围内不再审核购房资格。”

值得注意的是，这或是苏州市近年来第一次以官方文件方式明确提出买房“不再审核购房资格”。

楼市活跃度需进一步提振

除降低购房者置业成本外，苏州楼市新政也在供给端持续发力。

在多地推动国企入场收购存量商品房的情形下，苏州市也在政策中明确跟进执行。《通知》提出，推动商品住房去库存，坚持“以需定购”，组织地方国有企业以合理价格收购部分存量商品住房用作保障性住房。鼓励和支持有条件的企事业单位、社会主体购买商品住房用于职工租住。

《通知》还明确，加大房票推广力度，做好房票通兑工作，提高房票使用效率，具体措施包括建

立全市统一的房票房源库，房票房源库可纳入非住宅商品房、车库、地下车位等房源。

“供应端通过调整市场结构、优化建筑设计品质，力求提供更多优质住宅，满足居民多样化的住房需求，为推进房地产市场长远的高质量发展奠定基础。”中指研究院苏州分院高级分析师金珂表示。

在需求端、供给端打出系列“组合拳”背后，苏州楼市活跃度还需进一步提振。

“苏州市房地产市场供求同步下降，成交均价低位盘整，整体

查。但拿到房产证后，两年内相关房产仍不能出售。”今年1月30日，苏州市住建局一名工作人员向记者证实了上述传言。不过，苏州市相关部门彼时并未以文件形式确认。

除明文提出“不再审核购房资格”外，苏州市此次出台的楼市新政还推出了各种购房补贴政策，以进一步降低成本，满足合理住房需求。

根据《通知》，苏州市实施换

购住房个税退税优惠(执行至2025年12月31日)；实施购房契税补贴(执行至2024年12月31日)，对购买新建商品住房的给予50%契税补贴(最高不超过房屋契税计税依据的1%)，对“卖旧买新”的实施分层次购房契税补贴。

多位苏州市房地产业内人士对记者表示，在此前出台多轮利好政策刺激下，苏州市部门项目销售情况已有所好转。苏州高新区狮山板块一位房企人士向记者

表示：“近期，受各种利好政策影响，成交量的确上来了。”不过，一位全国TOP20房企苏州区域相关负责人告诉记者，目前还未看到苏州楼市新政对所在集团项目销售带来的直接影响。

诸葛数据研究中心首席分析师王小嫱向记者分析称，苏州楼市新政“短期对市场有着积极促进作用，提振市场信心，预计6月苏州的成交量将会继续上升，但短期难以反映到价格端上”。

事实上，早在2023年9月，苏州市出台的定向宽松政策提出：“满足改善性住房需求，对于购买120平方米及以上商品住房不再进行购房资格审核。”在近4个月后的2024年1月底，市场传出苏州市“全面取消限购、买房不再限面积及套数”的消息。

“从今天开始，在苏州市大市范围内购房没有任何要求，包括学历、户口、社保年限等，任何人有购房需求都不用再进行资格审

查。但拿到房产证后，两年内相关房产仍不能出售。”今年1月30日，苏州市住建局一名工作人员向记者证实了上述传言。不过，苏州市相关部门彼时并未以文件形式确认。

除明文提出“不再审核购房资格”外，苏州市此次出台的楼市新政还推出了各种购房补贴政策，以进一步降低成本，满足合理住房需求。

根据《通知》，苏州市实施换

购住房个税退税优惠(执行至2025年12月31日)；实施购房契税补贴(执行至2024年12月31日)，对购买新建商品住房的给予50%契税补贴(最高不超过房屋契税计税依据的1%)，对“卖旧买新”的实施分层次购房契税补贴。

多位苏州市房地产业内人士对记者表示，在此前出台多轮利好政策刺激下，苏州市部门项目销售情况已有所好转。苏州高新区狮山板块一位房企人士向记者

表示：“近期，受各种利好政策影响，成交量的确上来了。”不过，一位全国TOP20房企苏州区域相关负责人告诉记者，目前还未看到苏州楼市新政对所在集团项目销售带来的直接影响。

诸葛数据研究中心首席分析师王小嫱向记者分析称，苏州楼市新政“短期对市场有着积极促进作用，提振市场信心，预计6月苏州的成交量将会继续上升，但短期难以反映到价格端上”。

加大改善住宅供应力度

除了“一二手房成交量明显提升外，苏州市土拍市场也颇受市场关注。

好地大数据显示，今年1—5月，苏州市共成交39宗地，总成交建面163.47万平方米，总出让金额116.9亿元，排名江苏省第一。尽管如此，和2023年同期相比，苏州市今年前5月的出让金收入已同比减少67.3%。

对于苏州市土地供应、成交量明显下滑的现象，王小嫱表示：

“苏州楼市当前的去化周期在18个月左右，处于相对较高的水平，因此苏州市年内土地新增供应相对减少。”

苏州市也正对土地供应结构进行调整，通过推出更多优质低密度地块以更好满足高端改善需求。上述《通知》强调，在城市郊区不具备公共交通条件但景观、区位等条件较好的区域，以及国土空间规划确定的历史城区等，停止执行容积率不得低于1.0的供地标准。

记者注意到，在《通知》发布3天后，苏州市就开启了新一轮土拍。中指研究院统计数据显示，6月5日，苏州市相城区挂牌出让2宗住宅用地，总出让面积约7.5万平方米，总规划建筑面积约10.63万平方米，起拍总价达16.06亿元。

其中，元和街道地块容积率1.01，起始价3.618亿元，起始楼面价1.55万元/平方米，由苏州合启鑫、相城高新底价斩获。

不仅如此，今年3月，苏州市

市场持续下行。”金刚石云统计数据显示，今年4月，苏州市住宅市场普通住宅供应量为27.69万平方米，环比下降25%，成交量为24.69万平方米，环比下降22%。

诸葛数据研究中心监测数据显示，2024年1—5月，苏州新建住宅共成交9553套，与去年同期下降53%。王小嫱表示，“市场下滑幅度较大，政策出台主要是为了促进房地产市场平稳健康发展。”

多位苏州市房地产业内人士告诉记者，目前，苏州市新房市场呈现两极分化趋势，在一般情况

下，高新区、工业园区等核心区域

高端产品去化情况好于非核心区域的新房项目。

苏州市一位房企人士直言：“苏州市新房市场要看区域，‘东有金鸡湖，西有狮子山’，当地有钱人很多，一般都盯着这些板块，他们会出手购买品质好的项目，而在有些地方，新房降价都卖不动。”

和新房市场相比，苏州市二手房市场热度较高。克而瑞苏州房产测评数据显示，今年4月，苏州市二手住宅延续了上月趋势，保持了较高的活跃度，签约套数达

6628套，环比增加38.14%。但诸葛数据研究中心数据显示，今年1—5月，苏州二手住宅共成交23116套，与去年同期下降26.5%。

苏州市二手房市场能保持一定活跃度，是“以价换量”的结果。苏州市一位房地产业内人士对记者直言，和以前相比，“苏州市二手房价格也跌了不少，部分地区已跌到2017年左右的水平了”。不过，亦有房地产业内人士告诉记者，在近期利好政策刺激下，苏州市二手房成交量最近已经开始明显提升。

元/平方米，出让面积46465.37平方米，容积率仅为1.02。

“在部分区域停止执行容积率不得低于1.0的供地标准，主要是为了降低刚需盘供应，此举不仅有助于提升住宅品质及城市面貌，同时也符合当前土地市场的成交结构特征。当前房地产市场已经不是过去的刚需时代，而是以改善型需求为主，加大改善型住宅项目供应也为未来项目去化奠定基础。”王小嫱告诉记者。

广州每年拟供应万亩工业用地：构筑新质生产力生长空间

存量提质、增量提质

本报记者 陈婷 赵毅
广州报道

在2024年政府十大工作任务中，“加快发展新质生产力”被列在首位，成为各地一项重点任务。喊出“二次创业、勇立潮头”口号的广州，坚持“制造业立市”，着力培育高质量发展动能，为新质生产力构筑生长空间。

近日，广州正式印发《广州市关于优化空间载体支撑制造业高质量发展的实施意见》（以下简称《实施意见》），“1+3”一揽子政策，涉及工业用地高效利用、工业厂房建设、工业园区高质量发展等方面。其中，《实施意见》提出，到2028年，广州每年工业用地供应量不低于1万亩，约占年度建设用地供应总量的30%。

土地从哪儿来？每年万亩的供应规模是否适配广州产业发展所需？

第一太平戴维斯广州产业及物流地产服务部负责人张明杰在接受《中国经营报》记者采访时表示，广州工业用地的供应已经不局限于空白新土地招拍挂的单一渠道，“1+3”一揽子政策结合了城市更新的经验，扩充土地供应来源，助力实现每年万亩工业用地的供应目标。但从供应节奏来看，目前仍需要关注所供应土地与属地产业的用地需求相结合的特点，尤其是部分地区存在产业外流的情况。因此，在供应土地的同时应兼顾市场实际情况，把握好节奏。

制造业是广州产业的发展根基。为落实“制造业立市”战略部署，更好支持广州产业发展，《实施意见》将“1+3”一揽子政策正式印发实施。其中，“1”是《实施意见》；“3”为3个“若干措施”，分别为《关于推动工业用地高效利用的若干措施》《关于支持工业厂房建设的若干措施》《关于加快工业园区高质量发展的若干措施》，共21条具体举措。

上述文件提出，主要目标包括到2028年广州工业用地供应能力逐步增强，梯次空间载体体系建设成效明显，每年工业用地供应量不低于1万亩，占年度建设用地供应总量的30%左右。

工业用地供应总量不低于1万亩、占比约30%，是什么概念？

广州市规划和自然资源局发布的《广州市2024年建设用地供应计划》显示，2024年，广州计划供地3019公顷，其中工业用地

1300公顷（即1.95万亩），占比43%，2021—2023年，这一比例为24%—27%。从计划供应的规模来看，过去3年中仅2023年高于1万亩。

根据广州市规划和自然资源局披露，截至2023年年底，广州全市现状工业用地面积近400平方公里，居广东省第三，较2022年增加10平方公里以上，增量居广东省第一。其中，广州全市2023年供应工业用地10.4平方公里，是过去10年最高值的1.24倍，是过去10年平均值的1.63倍。截至2024年3月，广州全市现有储备工业用地约21平方公里，且仍在不断增加中，1—3月已供应2.22平方公里（即222公顷）。

“政策举措的金方良策转化为企业发展的真金白银，关键在于问题导向、精准施策。”

记者注意到，当前，广州产业发展面临工业用地存量低效和增量不足的瓶颈。对此，“1+3”政策提出围绕“增存调配”做好“加减法”。

具体而言，增量方面，通过加大工业用地供应力度，优化工业产业区块布局，拓展“带项目”“带方案”等供地通道，做好工业用地高品质供给的“加法”；存量方面，通过拓宽协议转让、股权转让等盘活路径，建立“增存挂钩”等用地激励机制，鼓励国企等主体盘活存量载体，建立“先安置、后搬迁”等企业临迁安置机制，做好低效闲置工业用地的“减法”。

张明杰对记者表示，上述最直接痛点的政策为“增存挂钩”，这有助于减少“盲目上项目”“为了规模而盲目扩张”等情况的出现。从政



广州开发区高产产业园REIT项目底层资产——创新大厦。

图片来源：广州市人民政府金融工作办公室

策的实施难度来看，需要理顺“增存挂钩”的逻辑关系，即对于企业的合理增量需求予以支持，对于存量土地的评估应更准确、细致，以及结合产业链上下游的情况进行通盘考虑。

“‘先安置、后搬迁’是个较好

的政策，但工业企业的生产设备、产线调试安装运行以及量产是个较为长期的过程，不能仅用暂时性的方案简单过渡，因此对于存量载体内的产业客户，可能需要做好冗余备份，在企业配合的前提下进行合理迁移。”张明杰进一步补充称。

“制造业立市”向纵深推进

自2022年广州市《政府工作报告》首次明确提出“坚持产业第一、制造业立市”以来，广州实施一系列改革创新举措，提升资源要素配置水平。

试点，对成功发行基础设施REITs产品的原始权益人发放一次性激励补贴，单个企业补贴最高不超过500万元。

记者注意到，今年4月，广州首例园区基础设施REITs项目——广州开发区高产产业园REIT正式获得中国证监会准予注册的批复，拟募集资金约20亿元。项目底层资产包括创新基地、创新大厦园区和创意大厦园区，总面积约27万平方米，项目估值总价20.17亿元，预计回笼资金约11.43亿元。截至目前，广州开发区高产产业园REIT尚未启动发行。

事实上，自2022年广州市《政府工作报告》首次明确提出“坚持产业第一、制造业立市”以来，广州实施一系列改革创新举措，提升资源要素配置水平。近年来，在广东省，

广州率先划定621平方公里的工业产业区块控制线，并纳入国土空间规划中，切实降低制造业综合成本，有效支撑产业结构调整升级。

制造业高质量发展，离不开科创资本助力。今年4月，广东两大国企——广州工业投资控股集团有限公司（以下简称“广州工控”）和广东省粤科金融集团有限公司达成合作，共同设立目标规模100亿元的科创投资母基金，以打造产业龙头及链条。广州工控方面对记者表示，百亿规模基金将重点围绕先进制造领域中新兴材料、核心部件、高端装备等产业链上下游，以及相关战略性新兴产业领域开展投资。“围绕新兴产业和未来产业，广州工控正在积极建设和完善科技创新体系，同时打造开放式生态合作。”

在多方努力下，“广州已在新能源、低空经济、大健康等产业有所沉淀，且培育了一批较为优秀的企业。未来广州还将继续朝着原有的优势赛道发力，从产业聚集上下功夫，链主企业带好头，上下游跟着走，形成协同发展的态势。”张明杰表示。

值得一提的是，5月29日，广州市人民政府办公厅印发《广州市低空经济发展实施方案》指出，广州以无人机和新型垂直起降航空器研发制造为低空制造业重点，以城市空中交通、低空物流、公共服务为低空飞行运营重点，力争到2027年，广州低空经济整体规模达到1500亿元左右，向全球生产销售“广州造”的首台飞行汽车，推动广州成为国内首个载人飞行商业化运营城市。

多地布局“未来产业”促新质生产力发展

本报记者 黄永旭 西安报道

日前，工信部新设“未来产业处”之事，一举引发各界关于未来产业热议。如今，全国各地加速未来产业布局方兴未艾，抢占未来产业赛道先机成为共识。

《中国经营报》记者了解到，

“未来产业”这个词，越来越频繁地出现在中央和地方的工作报告、规划文件里。目前，北京、上海、杭州、武汉、成都等城市都纷纷出台发展规划、实施方案等文件，全面布局未来产业。

北京社会科学院副研究员王鹏表示，我国正处于经济转型升级

的关键期，需要寻找新的增长点，而未来产业具有高附加值和高成长性，是推动经济高质量发展的关键。未来产业以科技创新为核心，其发展将推动我国在科技领域的突破和创新，而且，未来产业的发展将带动相关产业链的发展，创造更多的就业机会，促进经济增长。

发展未来产业，支撑推进新型工业化。

按照《实施意见》的发展目标，到2025年，未来产业技术创新、产业培育、安全治理等全面发展，部分领域达到国际先进水平，产业规模稳步提升。到2027年，未来产业综合实力显著提升，部分领域实现全球引领。

关于未来产业的定义，战略性、引领性、颠覆性、不确定性、前瞻性，五大特性引人深思。

“未来产业是指那些具有颠覆性技术、前沿技术、新质生产力的产业。这些产业通常具有高成长性、高附加值、高技术含量和高风险性的特点。”柏文喜表示，例如新一代信息技术、人工智能、生物技术、新能源、新材料、高端装备制造等领域。

王鹏表示，未来产业是指基于新兴技术，具有颠覆性、创新性、前瞻性的产业，能够引领未来经济发展的方向。未来产业是要求能够不断探索新的技术、商业模式和应用场景，而且能够带来更高的经济效益和价值创造，并快速扩大市场规模的产业。

面临机遇和挑战

当前，新一轮科技革命和产业变革加速演进，围绕科技创新的竞争继续升级，抢占未来产业高地成为国际竞争、国内发展的共同需要。

《实施意见》提到，全面布局未来产业，加强前瞻谋划部署。把握全球科技创新和产业发展趋势，重点推进未来制造、未来信息、未来材料、未来能源、未来空间和未来健康六大方向产业发展。而且，人形机器人、脑机接口、超大规模新型智算中心、量子科学、6G网络设备、量子计算机等产业被列为其中的标志性产业。

国家统计局数据显示，2024年1—4月，全国高技术产业投资同比增长11.1%，增速比全部投资高6.9个百分点，其中，高技术制造业投资同比增长9.7%。其中，航空、航天器及设备制造业投资增长49.6%，计算机及办公设备制造业

投资增长10.2%，电子及通信设备制造业投资增长9.9%。

在中央和地方高度重视未来产业的信号指引下，未来产业加速布局，高技术产业投资增长较快，我国未来产业的探索和发展已在路上，从上述数据表现，也可窥得一二。

对此，王鹏表示，目前我国布局未来产业的机遇和挑战并存。首先，科技创新的推动，促使新的前沿技术不断涌现，可以为我国未来产业的发展提供强大的技术支撑；其次，从中央到地方，各级政府

都在加大对未来产业的支持力度，为未来产业的壮大提供了良好的政策环境；此外，随着全球经济的复苏和消费升级，例如，在新能源、智能制造、生物健康等领域，市场需求持续旺盛，为我国未来产业的发展提供了广阔的市场空间。

与之相同的是，柏文喜也表示，我国未来产业的发展挑战和机遇并存。他建议，各地方政府应该积极把握机遇，加大对未来产业的政策引导和支持，加强技术创新，加强未来产业人才队伍建设，塑造良好的营商环境。

布局“未来产业”

自去年以来，国家发展改革委、工信部等部门持续释放加大力度发展未来产业、战略性新兴产业的信号。各地方迅速响应，多个省市和重点城市都有跟出台规划文件，全面布局“未来”。

2023年9月，北京市人民政府办公厅关于印发《北京市促进未来产业创新发展实施方案》的通知，提出面向未来信息、未来健康、未来制造、未来能源、未来材料、未来空间六大领域，打造未来产业策源高地。到2035年，成为全球未来产业发展的引领者。

2024年杭州市《政府工作报告》指出，要实施制造业焕新跨越行动，大力开拓生成式人工智能、人形机器人、元宇宙、量子科技、合成生物、脑机接口、未来网络等未来产业新赛道，争创国家未来产业先导区，战略性新兴产业增加值增长8%。

近年来，西安市也积极响应，

依托自身优势条件加速布局未来产业。西安市“十四五”规划中明确，要谋划发展量子信息、类脑智能、生命健康等一批未来产业；西安市第十四次党代会提出要前瞻布局量子科技、类脑智能、深海深空、前沿新材料等一批未来产业；

2024年西安市“八个新突破”重点工作提出要在未来产业上突出“敢”，大胆布局未来产业，抢占未来发展制高点。

日前，西安高新区发布《推动未来产业创新发展的实施方案》，明确将前瞻布局未来信息、未来空间、未来智造、未来健康、未来能源、未来材料六大领域。实施建设未来产业承载空间、加快未来产业主体培育等“六大任务”，开辟发展新领域、新赛道，塑造发展新动能、新优势，努力创建国家未来产业先导区。

记者梳理发现，从中央至地方，犹如春风拂过，如今未来产业已经遍

地萌芽。不光北京、上海、深圳等地制定了关于未来产业的发展规划、实施方案，杭州、合肥、成都、西安等城市也紧跟其后，全面布局未来产业。

规划出台与产业发展之间，还有最为关键的一环，那就是落地执行，各地方又该如何确保未来产业落地壮大？

王鹏建议，各地方政府要结合自身实际，制定具有可操作性的未来产业发展规划。出台一系列优惠政策，吸引企业投资，降低企业发展成本。整合地方资源，为未来产业发展提供土地、资金、人才等要素保障。

柏文喜认为，各地方应当通过建立完善的工作机制、加大政策支持力度、引导社会资本投入、加强人才培养等方式确保未来产业规划切实落地。同时，还需要加强与相关部门的沟通协调，形成工作合力，推动未来产业的发展。

百亿陕文投“换帅” 黄勇能否破解发展困局？

本报记者 王登海 西安报道

日前，有媒体报道称，陕西文化产业投资控股（集团）有限公司（以下简称“陕文投”）开会宣布重要人事任命，曾任铜川市委常委、副市长的黄勇出任公司董事长。

《中国经营报》记者观察到，在黄勇出任陕文投董事长之前，公司董事长职位空缺了半年多之久，而公司党委副书记、总经理卢涛涉嫌严重违纪违法，目前正接受陕西省纪委监委纪律审查和监察调查。

人事变动

陕文投开会宣布重要人事任命，曾任铜川市委常委、副市长的黄勇，现已接任公司董事长一职。

陕文投成立于2009年6月，目前，陕文投总资产达270亿元，是陕西省省属国有大型文化企业，同时也是陕西省实施“文化强省”战略的重要市场化运作平台，业务范围涉及影视生产、文化旅游、文化金融、艺术文创、文化传媒和商业等领域。

日前，有媒体报道称，陕文投开会宣布重要人事任命，曾任铜川市委常委、副市长的黄勇，现已接任公司董事长一职。

在此之前，中共陕西省委组织部已经对外宣布了黄勇即将担任省属大型企业领导职务的任前公示。

在黄勇接任之前，陕文投的董事长职位由王勇担任。不过，2023年9月22日，陕西省人民政府下发陕政任字【2023】159号《关于王勇免职的通知》，王勇不再担任陕文投董事长、董事职务，退休。

王勇退休后，陕文投尚未任命新的董事长，陕文投也未就其卸任事宜进行工商变更登记。天眼查显示，迄今为止，王勇依旧是陕文投法定代表人。

此次人事变动也意味着，在王勇退休后，陕文投董事长职位

值得关注的是，作为陕西省实施“文化强省”战略的重要市场化运作平台，近年来，陕文投在资产规模和业务经营规模保持快速增长的过程中，主要依赖外部融资来弥补经营和投资活动的资金缺口，这导致公司的债务规模持续增长，资产负债率也相应较高。

对于公司的人事变动以及相关经营情况的采访，5月31日，记者致函陕文投，其确认收到采访函，称将有专门人员负责回复。但是截至发稿，记者并未收到陕文投的回复。

经营现金流紧张

陕文投的主营业务收入主要分为文化经营活动收入、文化工程业务收入、其他主营业务收入。

除了人事调整之外，陕文投的财务健康状况亦是不容忽视的一环。

资料显示，陕文投的主营业务收入主要分为文化经营活动收入、文化工程业务收入、其他主营业务收入。其中文化经营活动以影视剧播映权收入和版权转让收入为核心，并涉及广告、电影放映和艺术品销售等领域。文化工程业务主要包括承建陕西省内景区、文化类场馆、景区建设等。

根据陕文投披露的财务数据来看，公司的营业收入在过去五年中呈现出波动增长的趋势，2019年至2023年，陕文投的营业收入分别为22.02亿元、18.61亿元、27.39亿元、28.92亿元和33.01亿元。尽管中间年份有所起伏，但整体趋势仍然是上升的。

然而，与营业收入的增长相对应的是，陕文投的净利润增长并不显著，上述同期分别为2157.99万元。

元、474.51万元、1078.61万元、1237.38万元和1382.72万元。

值得注意的是，在陕文投的财务数据中，现金流状况尤为引人注目。数据显示，2019年、2020年、2021年，陕文投经营活动产生的现金流量净额均为负数，分别为-1.40亿元、-5.85亿元、-3.04亿元，直到2022年，经营活动产生的现金流量净额才回正，2022年、2023年的经营活动产生的现金流量净额分别为1.01亿元、0.89亿元。

而2019年至2023年这5年中，陕文投投资活动产生的现金流量净额均为负数，分别为-7.63亿元、-4.55亿元、-20.14亿元、-16.73亿元、-11.14亿元。同期，筹资活动产生的现金流量净额分别为6.76亿元、5.90亿元、26.50亿元、17.38亿元、10.26亿元。

业内人士在接受记者采访时表示，这意味着陕文投的发展和扩张



陕文投在西安打造的首个沉浸式唐风市井文化街区“长安十二时辰”。

视觉中国/图

主要依赖于通过借款、发行债券等方式从外部筹集资金，而不是依赖于公司自身通过日常经营活动产生的现金流。

“依赖筹资性现金流可能导致公司承担更多的债务，从而增加财务风险。如果公司无法通过经营活动产生足够的现金流来偿还债务，可能会面临违约风险。同时，筹资活动通常涉及成本，如借款的

利息支出或债券发行的手续费等，这会增加公司的运营成本。”上述人士进一步指出，如果筹资活动受到限制，比如市场环境不佳导致筹资困难，公司的扩张和发展计划可能会影响影响，筹资性现金流的不稳定性可能给公司的现金流管理带来挑战，因此，需要更加谨慎地规划和使用资金，以确保流动性和偿债能力。

此外，2019年至2023年，陕文投的负债合计分别为138.47亿元、151.96亿元、187.70亿元、204.88亿元、213.90亿元，资产负债率分别为73.31%、75.11%、76.37%、74.40%、73.09%。

“由于前期投资的文化旅游景区项目调研费用支出、演艺、动漫、出版传媒等产业的初级阶段均占用了大量资金，现金回流速度慢，收入一般在后期逐渐体现，部分欠款回收力度受限，因此在重大文化项目开工建设前资金来源于借款，债务压力较大。”陕文投曾表示，公司资产负债率处于波动和偏高水平，这主要受制于文化产业投资的特殊性。

应收账款呈现高位态势

早在2019年，铜川照金公司、韩城风追司马管委会等就是陕文投主要拖欠账款公司。

除了现金流之外，陕文投的应收账款也呈现出显著的高位态势，其中不乏一些账龄较长、收回难度较大的款项。

数据显示，2019年末至2023年末，陕文投应收账款净额分别为32.08亿元、31.69亿元、35.39亿元、37.00亿元、33.92亿元，在总资产中的占比分别为16.98%、15.66%、14.39%、13.43%、11.59%。

在陕文投的应收账款拖欠单位中，铜川市照金景区投资开发有限责任公司（以下简称“铜川照金公司”）、韩城市“史记韩城 风追司马”文化景区建设管理委员会（以下简称“韩城风追司马管委会”）等相关单位是主要欠款方。

根据陕文投披露的信息，截至2022年末，陕文投的前5大应收账款欠款单位分别是铜川照金公司、韩城风追司马管委会、韩城市城市投资（集团）有限公司（以下简称“韩城城投”）、靖边县文化和旅游文物广电局、韩城龙鑫盛世置业有限公司（以下简称“韩城龙鑫置业”），所拖欠的应收账款账面金额分别为11.67亿元、6.84亿元、2.21亿元、1.73亿元、1.20亿元，上述5家单位合计拖欠的应收账款为23.66亿元。

其中，陕文投与铜川照金公司产生的款项系铜川照金红色旅游名镇项目形成，与韩城市风追司马管委会和韩城城投产生的款项系

陕文投承担的“史记韩城 风追司马”的项目形成。

陕文投曾表示，公司对于铜川区域、韩城市应收款回款事项正在申请陕西省人民政府出面协调。

不过，到了2023年末，陕文投前5大应收账款拖欠单位有所变化，但是铜川照金公司和韩城风追司马管委会依旧是主要欠款单位，所拖欠的应收账款余额分别为8.3亿元和6.65亿元。上述2笔款项占陕文投应收账款总额的比例为41.61%。

记者查询陕文投历年财报发现，早在2019年，铜川照金公司、韩城风追司马管委会等就是陕文投主要拖欠账款公司。

安徽交控上海滩抢地“生意经”

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

在上海市土地市场，以交通业为主业的地方国企——安徽省交通控股集团有限公司（以下简称“安徽交控”）正成为“黑马”般地存在。

5月28日，上海市迎来今年第二批次集中供地。其中，单幅成交价格最高的地块——闵行区梅陇社区地块被安徽交控旗下两大房地产平台安徽省高速地产集团（以下简称“高速地产”）和安徽安联高速公路有限公司（以下简称“安联公司”）联合竞得。

《中国经营报》记者在采访中了解到，安徽交控对该宗地块可谓志在必得。早在正式拿地20天前，安徽交控方面便在官网发布了相关地块的设计招标公告，提前“剧透”了拿地计划。

事实上，安徽交控这一“外来户”已在上海市房地产市场初露锋芒，并在浦东新区唐镇板块打造了“红盘”项目安高申宸院。今年一季度，在项目热销之下，安徽交控冲进了上海区域房企销售额前10名。

选择在房地产市场调整期激进扩张，与安徽交控的整体战略密切相关。“十四五”期间，安徽交控提出了宏大的发展目标——“5355”战略，即在2025年之前实现资产规模5000亿元、投资3000亿元、非路产业利润贡献率超过50%，稳步回归中国企业500强并争先进位。

在安徽交控“5355”战略体系中，房地产业务有哪些布局和发展目标？高速地产和安联公司两大平台公司分别肩负着怎样的责任？对于相关问题，安徽交控宣传部门一名工作人员表示，已将问题转交给具体负责人。但截至发稿前，记者暂未收到进一步回复。

提前招标“剧透”拿地计划

在今年以来的上海市土拍市场，安徽交控这家安徽省属国企无疑是一匹“黑马”。

早在4月2日，安徽交控旗下的高速地产便发布了《闵行区浦锦街道MHPO-1302单元35-5地块设计招标公告》，项目总投资3.8亿元，而该地块实际上要在近半个月后才会公开出让。

4月16日，上海市迎来2024年一批次第二轮集中供地，其中竞争最为激烈的便是上述地块，吸引了包括华润与南通瑞城置业

在内的多家房企参拍。

公开资料显示，安徽交控成立于1998年8月，在主营合徐南和黄祁高速公路的同时积极发展房地产业。此后，安徽交控先后在北京市、深圳市和上海市投资成立房地产公司，打造了北京安联大厦、深圳安联大厦、上海安联大厦、上海东方金融广场等众多商办综合体项目。同时，安徽交控还在长三角、粤港澳大湾区投资开发了住宅项目。

高速地产则成立于2009年，拥有房地产开发一级资质。经过10余年的发展，高速地产囊括住宅、写字楼、星级酒店、商业、旅游度假等多种业态，项目主要集中在安徽省内的合肥市、芜湖市和黄山市等城市，总开发面积超1300万平方米。

中指研究院统计数据显示，2023年，高速地产销售额超161亿元，同比上涨23.2%，在全国排名第85位，排名上升27位，是唯一销售额破百亿元的安徽本土房企，成为了新晋“安徽一哥”。

一名熟悉安徽省房地产市场的业内人士告诉记者，高速地产原本属于安徽省高速公路控股集团，而安徽交控则属于原安徽省交通投资集团。

2014年，两家安徽省属集团合并重组，成立了如今的安徽交控，因此拥有了两大房地产开发平台。

安徽交控方面披露的最新数

据显示，截至2022年年底，公司总资产总额约3442.85亿元，资产负债率为63.27%，较2025年资产规模达到5000亿元的目标仍有较大差距。

另据《安徽交控公司债券年度报告(2023年)》，报告期内，安徽交控房地产开发业务实现营收70.40亿元，占总营收的比例仅为

此前的招标结果，上海天华建筑设计有限公司最终中标。

在高速地产提前招标“剧透”拿地计划一个多月后，类似的剧情重新上演。记者在安徽交控官网查询了解到，5月8日，高速地产发布了《闵行区梅陇社区03单元(MHPO-0303)01-26-01地块设计招标公告》，但由于投标人少于3个，招标最终于5月14日终止。

仅在1天后，高速地产再次发布了招标公告。这次高速地产找

来了“兄弟单位”安联公司作为帮手，终于“预言”成功。5月28日，上海市迎来2024年第二批次集中供地，总成交金额99.84亿元。其中，闵行区梅陇社区03单元(MHPO-0303)01-26-01地块由高速地产与安联公司联合体以54.64亿元的价格竞得，楼面价48407元/平方米，溢价率10%。

事实上，早在2013年，高速

地产就曾以11.5亿元竞得上海市

嘉定区马陆镇42-05地块，溢价

率高达110%，创下纪录。从2021

年起，高速地产和安联公司又在上海市开启“抢地模式”，接连落下4子，在土地市场累计斥资超136亿元。

“上海市作为一线城市，房地产市场相对较为安全，而很多其他城市的市场安全边际越来越窄。”在上海中原地产分析师卢文曦看来，在上海市只要不拿特别偏僻的地块，基本上不存在去化问题，销售压力也比较小。同时，上海市经济十分稳定，从而吸引了大批外地房企前来“抢地”。

区唐镇地块后，高速地产党委书

记、董事长胡为民曾表示，高速地

产正在瞄准政策机遇，实施“东进

战略”的投资布局理念，其中最

核心的就是布局上海市，这也

是落实“东进战略”的关键一步。

“我们对上海市未来的前景无限看

好，也足以证明我们深耕上海市

的决心和雄心。”

据了解，上述唐镇地块被高

速地产打造为安高申宸院项目。

2023年8月，项目首推322套房

源，认购数高达1202组，开盘即售罄，成交额超23.6亿元；当年11

月，该项目加推308套房源，认购

仍有1091组，销售额达25.1亿

元。今年3月，安高申宸院项目迎

来清盘，最后一批451套实现快速

去化，销售额约31.7亿元。

彼时，安徽交控党委书记、

董事长项小龙在走访安高申宸

院项目时表示，安徽交控与高

速地产要通力协作，确保项目高

质量运营，快速推进项目开发进

度；要推动物业服务向优质升

级，以优质物业服务促进项目口

碑提升，进一步扩大交控集团在

长三角龙头城市影响力，不断增强集团公司房地产板块综合实力和核心竞争力。

克而瑞数据显示，在安高申

宸院项目热销助推下，2023年，安

徽交控以85.37亿元的销售业绩，

位列上海区域房企销售榜第32位；今年一季度，安徽交控成功挤入上海区域房企销售额前十。

市，项目盈利空间普遍比较大，也要在拿地上做到有的放矢。

“安徽交控和建发股份这类

地方国企普遍资金实力雄厚，在

传统品牌房企收缩阵地上抓住

了机会，但在投拓节奏上仍然不

能过快，而是要慢慢做好项目和

产品，逐渐打响品牌。”卢文曦

表示。

四川金顶终止定增 5亿元在建项目费用何寻?

本报记者 陈雪波 卢志坤 成都报道

近日,四川金顶(600678.SH)发布《收到上海证券交易所〈关于终止对四川金顶(集团)股份有限公司向特定对象发行股票审核的决定〉的公告》,至此,四川金顶面向控股股东推进了一年多的定增以失败结束。

到底是谁实控?

两家公司被出具警示函,并记入证券期货市场诚信档案。

四川金顶是四川省内第一家水泥类上市公司,也拥有四川省规模较大的石灰石矿山。公司最初的控股股东是乐山市国资委。该公司的名字可能正是借用了公司所在地,著名旅游景区峨眉山景点的核心区域“金顶”。但几经波折,如今四川金顶的控股股东已经来到了另外一座名山老君山脚下——河南洛阳。

1993年,四川金顶在上交所上市。2004年,四川金顶控股股东变成华伦集团,但是,华伦集团在2010年破产重整后,将其所持四川金顶股权转让给了海亮集团。2017年,朴素至纯接替海亮集团成为其实控人。2020年12月,朴素至纯与洛阳均盈私募股权投资基金合伙企业(有限合伙)(以下简称“洛阳均盈”)签订协议,将其持有的四川金顶20.50%的股权的表决权全部委托给洛阳均盈,四川金顶的控股股东又变更为洛阳均盈。

彼时,四川金顶方面资料显示,古都丽景通过控制洛阳均盈的有限合伙人洛阳金元兴投资有限公司和执行事务合伙人深圳百富天盈私募股权投资基金管理有限责任公司,成为四川金顶的间接控股股东。

2022年12月29日,古都丽景向洛阳西苑国有资产投资有限公司转让洛阳金元兴投资有限公司51%股权,该部分股权随即被转让至洛阳西苑国有资产投资有限公司的母公司洛阳国苑投资控股集团有限公司(以下简称“洛阳国苑”)

《中国经营报》记者了解到,四川金顶计划募资的5亿元主要用于投建新的项目,比如在洛阳建设环保建材产业基地项目、在峨眉山推进金顶顺采废石(尾矿)综合利用生产线建设项目。但在定增终止之后,这些投资巨大的项目资金来源也成了新的问题。

绿氢公司收入不靠氢?

四川金顶随后多次发布公告解释称“公司不是‘氢能源概念股’”“公司无任何形成收入的氢能源相关产品”。

除了信披问题外,今年四川金顶还屡次因“真假氢能”问题进入投资者的视野。

在2022年9月,四川金顶注册了一家名为“四川新工绿氢科技有限公司”(以下简称“新工绿氢”的公司,注册地为成都市高新区。该公司的业务范围包括了“站用加氢及储氢设施销售”“电池销售”“气体压缩机械销售”等。

今年,氢能成为市场追逐的热点,因子公司新工绿氢名称中带有“绿氢”二字,四川金顶的股价也多次随市场关注度走高。不过,四川金顶随后多次发布公告解释称“公司不是‘氢能源概念股’”“公司无任何形成收入的氢能源相关产品”。今年5月初,成都市将氢能列入产业建圈强链行动的重点产业链,彼时新工绿氢公司也未有发声。

该公司与氢能技术确有关

推动新项目的钱从哪儿来?

在投资总额5.83亿元中,拟使用定增募集资金5.01亿元。

回到主营业务方面,四川金顶也一直在推动混凝土原主营业务的规模扩大。在实控人成为洛阳方面以后,四川金顶也在洛阳投资了新的项目:洛阳金鼎环保建材产业基地项目。此外,同时推进的还有金顶顺采废石(尾矿)综合利用生产线建设项目(以下简称“顺采废石”)、5G智慧矿山项目。

多项目同时推进需要大量的资金注入,根据该公司2023年财报,洛阳金鼎、顺采废石、5G智慧矿山项目到2023年已经分别投入了1.06亿元、1.7亿元、0.07亿元,到2023年年底在建工程总共投入达到了2.84亿元,2024年一季度



四川金顶面向控股股东推进了一年多的定增以失败结束。

视觉中国/图

联。四川金顶曾公开表示,公司全资子公司新工绿氢在制氢方面参与起草了中国国际经济技术合作促进会归口的两项标准。新工绿氢在四川金顶矿山还打造了“天工开物氢电耦合零碳矿山智慧园

区”项目。但这些项目获得的收益未知。

不过,新工绿氢公司在充电机器人方面却表现更为低调。今年3月,在回答投资者关于新工绿氢的主要产品时,四川金顶介绍

为“第一代自动驾驶储充机器人产品天工一号”。据了解,这是一种为新能源汽车进行移动充电的设备。而新工绿氢公司的氢能产业什么时候能产生收益?四川金顶未作介绍。

际需求等因素。”

在项目建设的过程中,四川金顶宣布该项定增终止,让人颇为费解。根据四川金顶此前披露的信息,受资金、市场等多方面因素影响,顺采废石、洛阳金鼎等建设项目已经存在建设进度低于预期的风险。与此同时,Wind数据显示,2023年四川金顶的资产负债率已经从2021年的57.20%增长至75.42%,2024年一季度进一步上升到了79.77%,压力渐增。

实际上,对四川金顶来说,近年主营业务的营收也在持续承压。该公司在2024年一季度报告中提到,报告期内矿石销量减少30万吨且售价降低2.82元/吨,减

少收入1318万元,氧化钙减少收入2039万元。反倒是铁路货运、网络货运、租金、外供电等业务的收入有不同程度的增加。

连续的主营业务走弱反映在了业绩上面,在2021年~2023年,四川金顶的营收分别为3.73亿元、3.58亿元、3.28亿元。三年归母净利润金额分别为6788.48万元、1296.71万元、-4123.7万元,连年下滑。

定增终止后,建设新项目的资金从何而来?新工绿氢公司的氢能业务进展如何?记者通过邮件、电话联系四川金顶,该公司电话回应记者表示,以公司公告为准,相关问题可以查阅公开资料。

日发精机大额收购 “后遗症”仍存

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

跨界通用航空业愿景下,浙江日发精密机械股份有限公司(002520.SZ,以下简称“日发精机”)2018年进行了大额收购。直至今日,该笔收购所涉Airwork公司仍对日发精机业绩产生着重要影响。

主营业务几经变动

资料显示,目前日发精机主营业务为数控机床生产销售以及货机租赁等。2023年,日发精机数字化智能机床及产线贡献营收55.84%,固定翼工程、运营及租售贡献营收37.88%,航空航天智能装备营收占比则在3%以下。

实际上,至少在十年前,日发精机尚未过多涉及航空装备市场。其主营产品近年来历经多次波动,并先后提出进一步聚焦航空产业,以及积极切入航空航天的数字化装配、零部件加工等。

过往披露信息显示,2014年,日发精机成立了日发航空装备,收购意大利MCM公司,并表示在航空领域形成了从简单的铝合金到高精度的铝、钛以及高温合金材料的加工、从金属材料的加工到复合材料加工、从零件加工到飞机的数字化整体装配。

日发精机主营产品中自2015年起新增了航天零部件加工,但直至2018年,相应产品营收占比均在1%以下;2019年至2021年相应产品营收占比增至2%上下,但自2022年以来再度收缩,2023年该产品营收占比已不足0.1%。

日前,深交所向日发精机下发年报问询函,要求说明子公司Airwork持续经营能力是否存在重大不确定性风险,并充分揭示风险。《中国经营报》记者注意到,自2018年以来,日发精机已多次因相关收购受到监管关注,近三年因相关事宜连收年报问询函。

业绩承诺引纠纷

2018年收购Airwork公司时,交易对方日发集团曾作出业绩承诺。根据相应承诺,2018年至2021年,Airwork公司分别应实现扣非净利润不低于2050万新西兰元、2450万新西兰元、3000万新西兰元及3250万新西兰元。

2018年和2019年,Airwork公司的业绩承诺基本完成,完成比例分别为98.72%和98.96%,日发集团依约对日发精机进行了业绩补偿。

此后受疫情及其他因素影响,日发精机还与日发集团签订补充协议,将上述业绩承诺期进行调整,2020年不再进行业绩承诺,整体业绩承诺期延后至2021

连续亏损

除主营业务变动外,上述收购后,日发精机营收与净利润等曾经历短暂提升,但近年来整体呈下滑态势。

数据显示,2018年日发精机实现营收19.69亿元,较2017年同比增长26.95%;实现归母净利润1.51亿元,同比增长154.71%。

此后2019年至2023年,日发精机营收分别为21.60亿元、19.15亿元、21.85亿元、21.39亿元及20.83亿元,除2019年及2021年同比增长外,其余3年同比均下降。同时自2020年以来,日发精机归母净利润已连续3年下滑,扣除非归母净利润已连续4年下滑。

自2022年以来,日发精机已连续2年亏损,其中归母净利润亏损收窄,扣除非归母净利润亏损则有所扩大。披露信息显示,2022年及2023年,日发精机分别实现归母净利润-15.30亿元和-9.03亿元。

亿元,实现扣除非归母净利润-7.26亿元和-9.40亿元。

值得注意的是,2022年及2023年,日发精机经营活动产生的现金净流量与当年净利润均存在重大差异。数据显示,2022年及2023年,日发精机经营活动产生的现金流量净额分别为3.51亿元和3.25亿元。

日发精机近两年大额亏损及上述重大差异均与Airwork公司相关资产减值有关。

2022年,Airwork公司对被扣留在俄罗斯境内的5架波音757飞机全额计提了资产减值准备约7.17亿元;2023年,出于清偿债务因素考虑,Airwork公司拟处置14架飞机机身及24台飞机发动机资产,也因此导致上述飞机相关资产需计提资产减值准备6.60亿元。

对于2023年出售相应飞机

资产的原因,日发精机在年报中解释称是由于2023年Airwork所从事的飞机租赁受到市场竞争加剧影响,出现部分飞机2024年租约到期不再续约的情况,及为了应对Airwork公司到期债务引起可持续性经营问题,加快资金回笼。

日发精机连续两年计提大额减值及其子公司Airwork持续运营情况也受到监管关注。2023年年报问询函指出,近年来Airwork持续大额亏损。2023年末,Airwork的流动负债超出流动资产8.01亿元,现金及现金等价物余额仅0.42亿元,共计7.83亿元银行借款及利息将于2024年7月31日前到期。

针对相关情况,深交所要求日发精机说明子公司Airwork持续经营能力是否存在重大不确定性风险,充分揭示风险;说明公司决

定出售飞机资产偿债的原因,后续是否存在进一步处置计划,其他飞机资产是否存在减值迹象,以及减值计提是否充分等。

实际上,除计划出售上述飞机资产外,2022年Airwork公司也因出售公司股权产生一定资产处置损失。披露信息显示,2022年第四季度,Airwork出售了其持有的直升机公司全部股权,受实际营运资本差额退还及汇率影响,Airwork公司2022年度因相关交易产生3.03亿元的资产处置损失。

对于剥离直升机业务原因,日发精机在年报中表示主要是基于实际经营情况、市场环境及公司未来着重发展高端装备制造领域的战略规划所作的决策,有利于公司聚焦高端装备制造领域业务的发展。

偿义务,日发精机正对其进行诉讼,目前一审尚未判决。同时披露信息显示,日发精机控股股东及其一致行动人股权质押比例接近100%。针对相应情况,深交所要求日发精机说明控股股东后续在股份质押下如何及时履行股份补偿及现金补偿义务,是否存在因股权质押无法完成股份补偿义务的风险等。

就相关问题,记者致电致函日发精机采访。对方回复称正在准备问询函回复及相关路演等,按规披露后会尽快回复相应采访。针对日发精机大额收购所涉资产后续处置事宜,记者也将持续关注。

起底华仁药业14亿元欠款方：列入失信被执行人

本报记者 张悦 曹学平 北京报道

近期，华仁药业(300110.SZ)发布了关于对深圳证券交易所年报问询函的公告。

在此前的问询函中，深交所对于华仁药业营业收入变化幅度、收购标的业绩承诺完成情况、市场费用等多个情况予以关注。

尤为引人注意的是，2023年末，华仁药业其他应收款中，按欠款方归集的期末余额第一名余额

为14亿元，报告期后尚未回款。《中国经营报》记者调查发现，该欠款客户国药药材股份有限公司(以下简称“药材股份”)为中国中药有限公司(以下简称“国药中药”)参股公司。2024年5月，国药中药在其官网中的声明表示，药材股份“管理混乱、多次实施侵害国药集团及公司利益的行为，且屡禁不止”。

药材股份近年涉及多起诉讼，中国执行信息公开网显示，其法定代表人已被限制高消费、公司

列入失信被执行人。

就双方业务款项偿还细节问题，记者致函药材股份，截至发稿时未得到回复，而药材股份官网显示的联系方式为空号。在采访过程中，药材股份官网显示的总部地址办公楼工作人员表示，该公司已经搬离该办公楼。药材股份注册地址物业人员亦表示，药材股份已不在此办公。

华仁药业对记者的采访也未做出任何回应。

国药拟退出

由于药材股份近年流动资金周转存在一定压力，无法在结束业务合作后一次性还清款项，经双方协商后约定原则用3年时间偿清完毕。

在问询函中，深交所关注到了华仁药业的其他应收款。报告期末，华仁药业其他应收款中，按欠款方归集的期末余额第一名余额为14亿元，款项性质为代垫款项，已计提坏账准备0.70亿元。

华仁药业方面表示，自2020年起，华仁药业子公司青岛医药开始增加医药原料贸易业务，主要客户为药材股份。药材股份按照订单式合同向青岛医药提出采购需求，青岛医药按照合同规定的产品名称、规格型号等标准，寻找合适的供应商进行采购，经验收货物无误后，采购业务完成；销售时青岛医药将货物转让给客户药材股份，客户出具数量、质量均无误并接收货物的确认函，后续客户按约定的账期汇款。

2023年上半年，青岛医药决定不再开展医药原料贸易业务。截至2023年末，上述业务产生的其他应收款余额约为14亿元，其中账龄1年以内的其他应

收款金额为6.9亿元，账龄为1—2年其他应收款金额7.2亿元，报告期后尚未回款。

由于药材股份近年流动资金周转存在一定压力，无法在结束业务合作后一次性还清款项，经双方协商后约定原则用3年时间偿清完毕。

公开信息显示，国药中药是中国医药集团有限公司(以下简称“国药集团”)子公司，拥有药材股份25%股权。值得关注的是，自2020年起，国药中药多次在其官网中发布涉及药材股份的声明。2020年，国药中药声明显示，公司参股药材股份及其子公司在营销宣传中违规使用“国药集团”“中国医药集团所属企业”等宣传用语，并违规使用国药集团商标。2021年国药中药的声明曾显示，由于药材股份业务经营方向与公司发展战略不符，公司正在积极推动股权转让事宜。

根据国药中药2024年5月发布的声明，鉴于药材股份管理混乱、多次实施侵害国药集团及公司

利益的行为，且屡禁不止，公司按照国务院国资委和国药集团的要求，全力推动参股股权尽快、完全退出，绝无可能对药材股份增持股份或提供任何形式的财务资助。

国药集团同样在其官网发布声明，自2016年11月起，国药中药在药材股份的持股比例持续为25%。作为参股股东，国药中药不参与该公司的日常经营管理，国药中药既非该公司的控股股东，国药集团也非药材股份实际控制人。针对药材股份虚构股东大会会议，伪造股东大会决议、伪造国药中药推荐董事签字及伪造、变造其公司章程等违法行为，国药中药已依法提起诉讼并获法院支持；就其伪造印章等涉嫌犯罪行为，已向公安机关依法举报，将严厉追究相关人员的法律责任。

就药材股份的相关情况，国药集团一位工作人员向记者表示，具体情况可以联系国药中药，同时可以参考公司官网的通知及公告。

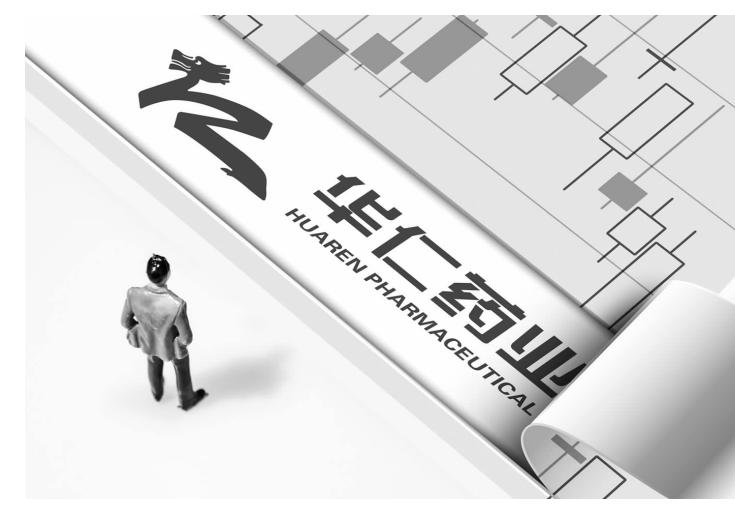
遍寻不着

原药材股份办公区约有300余平方米，由于费用问题于2024年3月被强制搬离。

根据药材股份官网信息，其总部位于北京市朝阳区环球金融中心西楼15层，记者近日前往此处时，该办公楼物业人员向记者表示，药材股份已经搬离，15楼目前为其他公司。此外，该工作人员表示，具体搬离时间“记不清楚，有几个月了”。

国家企业信用公示系统显示，药材股份2022年年报中的企业通信地址为北京市海淀区西四环北路15号依斯特大厦8层8201、8202。国药中药的登记住所同为北京市海淀区西四环北路15号依斯特大厦8层。记者来到此处后，国药中药的工作人员向记者表示，药材股份并未在此办公。对于与药材股份纠纷的相关情况，工作人员表示采访事宜须经过领导审批。

国家企业信用公示系统显示，药材股份的注册地址为



药材股份被指“管理混乱、多次侵害国药集团及国药中药利益行为”。视觉中国/图

北京市海淀区北三环西路99号院1号楼10层1001，即位于西海国际中心内。记者来到此处时，工作人员同样表示，该公司已从此处搬离。在与工作人员的交谈中记者得知，原药材股份办公区约有300余平方米，但平时并未有太多人员在此办公，药材股份由于费用问题于2024年3月被强制搬离，此后该工作人员未再见过药材股份工作人员。

药材股份2022年年报显示，除国药中药外，药材股份的

无实控人

药材股份不存在单一股东持股超过30%的情况，任一股东均无法单独对药材股份实现控制。

对于药材股份实际控制人的归属，早在此前已出现过争议，并涉及另一家已退市的医药企业吉林紫鑫药业股份有限公司。

2021年10月，国药兆祥(长春)医药有限公司(以下简称“国药兆祥”)成为紫鑫药业控股股东。2022年4月，紫鑫药业披露公告称，国药中药为药材股份第一大股东，同时根据药材股份股东大会决议和公司章程，国药中药委派选举的董事占其董事会半数以上，形成实际控制；药材股份持有国药兆祥100%股权，国药集团为公司实际控制人。

而后国药集团和国药中药均发布声明，否认为药材股份、国药兆祥的实际控制人。由此，

国药兆祥收到深交所关注函。

药材股份在其官网中表示，“国药中药既是药材股份第一大股东，又在新一届董事会中占3席(已经占药材股份董事会席位半数以上)，同时，相关董事兼任的高管职位对公司生产经营决策也产生重大影响，根据相关法律法规国药中药已经形成对药材股份的控制。”

此外，药材股份的公告还显示，经过了解，2021年12月13日药材股份56.4%的股权被吉林省白城市中级人民法院在人民法院诉讼资产网司法拍卖，最终神州孝宇健康管理有限公司以最高报价成交。神州孝宇健康管理有限公司依据本次法拍的

价格，将其拍得药材股份56.4%的股权分拆转让给国信广盈股权投资有限公司、中传华夏(深圳)实业有限公司、国药南方(海南)实业有限公司。

而根据紫鑫药业2022年6月发布的公告，截至本回复日，无股东委派选举的董事占药材股份董事会半数以上，无股东对药材股份形成实际控制。药材股份的各股东不存在一致行动关系，药材股份不存在单一股东持股超过30%的情况，股权较为分散且各股东持股份额较为接近，任一股东均无法单独对药材股份实现控制，药材股份无控股股东及实际控制人，国药兆祥无实际控制人。

股价“惊魂”七日：康方生物从闪崩到暴涨

股价“坐过山车”

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

近一周内，生物制药公司康方生物(9926.HK)股价先后创下近一年内最低与最高点。

5月24日，康方生物盘中一度大跌近45%，到达26.45港元/股。当时有市场消息称，公司自主研发的肿瘤免疫治疗药物依沃西(AK112)中国三期临床数据“不及预期”。同日，康方生物公告依沃西获国家药监局批准上市，但未能彻底挽救市场信心。

此后，康方生物股价连续四个交易日低迷，直至5月31日早间，康方生物公告依沃西对比默沙东帕博利珠(Keytruda，又称“K药”)单药一线治疗PD-L1表达阳性(TPS≥1%)的局部晚期或转移性非小细胞肺癌(NSCLC)的注册性三期临床试验(即“头对头”试验)结果超出预期。当日，公司股价一度大涨超87%，最高触及60港元/股。

短短7天，康方生物股价经历闪崩再到暴涨，但更牵动人心的还是依沃西在美国进行的全球多中心三期临床试验结果，这一数据将关乎其能否在境外获批上市。2022年12月，康方生物与Summit Therapeutics Inc.(以下简称“Summit”)达成合作，Summit被授予在美国、加拿大、欧洲及日本开发、商业化依沃西的独家许可权。近日，康方生物宣布修订许可协议，扩大Summit许可地区。

6月6日，康方生物相关负责人对《中国经营报》记者表示，依沃西在美国正在进行两项国际多中心临床研究，目前均处于受试者入组阶段，进展在预期之中。“公司对依沃西海外BD(BusinessDevelopment，商业拓展)合作的初心及目的是加速推进依沃西的海外开发和上市，以及推动公司的国际化发展，这也是公司选择合作伙伴的关键条件。”康

方生物方面曾对记者表示。

年报披露，在海外市场，康方生物和Summit共同推进依沃西在全球的临床开发计划。2023年5月，Summit宣布依沃西三期临床HARMONI试验在美国地区首例受试者给药，该试验为依沃西联合化疗治疗接受过第三代EGFR-TKI治疗后进展的EGFR突变的局部晚期或转移性非鳞状NSCLC，这一批准是基于一项在中国开展的随机、双盲、多中心三期临床研究，研究的主要终点为PFS、次要终点为总生存期(OS)。

康方生物在公告中表示，肺癌是世界范围内高发病率和高死亡率的常见恶性肿瘤。2020年世界新发肺癌病人超220万，中国新发病人数超过81万，其中

HR(获益风险比)为0.46，这是评估临床研究结果的核心数据，公司内部认为“数据相当正面”。随后，康方生物宣布依沃西获国家药监局批准上市的消息，适应证为联合化疗用于治疗经EGFR酪氨酸激酶抑制剂(TKI)治疗后进展的EGFR突变的局部晚期或转移性非鳞状NSCLC，这一批准是基于一项在中国开展的随机、双盲、多中心三期临床研究，研究的主要终点为PFS、次要终点为总生存期(OS)。

康方生物在公告中表示，肺癌是世界范围内高发病率和高死亡率的常见恶性肿瘤。2020年世界新发肺癌病人超220万，中国新发病人数超过81万，其中

NSCLC患者约占85%。EGFR突变是中国NSCLC患者最主要的突变类型，EGFR-TKI是其现行主要治疗手段，而该患者人群耐药进展后存在着广泛的未被满足的治疗需求。依沃西有望提供全新有效的治疗方案。

然而，这一利好消息还是未能调动二级市场的积极情绪，康方生物股价在5月24日收跌超20%。

5月27—30日，康方生物股价持续低迷。5月31日早上6:30，康方生物公告依沃西“头对头”试验结果：在意向治疗人群(ITT)中，依沃西组相较于K药组显著延长了PFS，HR显著优于预期；依沃西成为全球首个且唯一在三

期单药头对头临床研究中证明疗效显著优于K药的药物。“在真实世界中，约50%以上的NSCLC患者为PD-L1 TPS≥1%的患者，本次临床结果强有力地证明了依沃西在一一线治疗NSCLC的优异且广泛的临床价值。”康方生物在公告中表示。

公开资料显示，K药在2023年营收同比增长19%至约250亿美元，被冠以全球销售“药王”的称号。据此，依沃西给了行业巨大的想象空间。

消息一出，康方生物当日股价高开，盘中达到60港元/股，创下近一年内新高，截至5月31日收盘，康方生物报44港元/股，涨幅37.5%。

至6月6日收盘报41.4港元/股，跌幅5.15%。

创新药研发“九死一生”，公司股价受新药研发进展影响大幅波动的场景并非罕见。就在近期，另一家研发双抗药物的创新药企同样经历股价闪崩。

5月28日晚间，康宁杰瑞(9966.HK)披露KN046治疗晚期胰腺癌(PDAC)临床试验最新进展，这是一项多中心、随机、双盲、安慰剂对照的三期临床试验，旨在对未接受系统性治疗的不可切除局部晚期或转移性PDAC患者进行试验，用以评估KN046联合白蛋白紫杉醇及吉西他滨对比安慰剂组的疗效及安全性。数据分析显示，OS结果未达到预设的统计学终点。

次日(5月29日)，康宁杰瑞股价闪崩，盘中跌至2港元/股，较近一年内最高点13.46港元/股跌去约85%，截至当日收盘跌幅超44%，报收2.63港元/股。截至6月6日收盘，康宁杰瑞报收2.88港元/股，跌幅4.64%。

值得注意的是，研新药KN046的研发进展已在此前多次影响公司股价。

2023年5月18日，康宁杰瑞股价下跌超18%，次日，康宁杰瑞公告称KN046针对晚期鳞状NSCLC的三期临床试验OS暂未达到统计学显著差异，未能成功完成揭盲。2023年5月19日，康

宁杰瑞股价继续大跌，截至收盘时跌幅14.23%；2023年11月14日及15日，康宁杰瑞再次闪崩，股价跌至低于10港元/股，至今一蹶不振。当时有市场消息称，康宁杰瑞可能揭露KN046胰腺癌的临床试验，因此有投资者猜测是因三期临床结果提前泄露导致部分资金抢跑，股价大跌。



创新药研发“九死一生”，公司股价受新药研发进展影响大幅波动的场景并非罕见。视觉中国/图

“明阳系”的多事之秋： 遭MSCI中国指数剔除、被国网列入黑名单

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

在风电行业竞争加剧和盈利承压的背景下，明阳智能(601615.SH)于近日被MSCI中国指数剔除。

此外，其关联公司明阳电气(301291.SZ)以及中山明阳(即明阳

电气控股股东)，因贿赂行为，先后被国网湖北省电力有限公司、国家电网列入招标采购的黑名单。

明阳智能和明阳电气作为“明阳系”的两大核心企业，均由张传卫实际控制，两家公司先后于2019年1月和2023年6月上市，其业务和产

品主要聚焦于新能源领域。对于上述相关情形，截至发稿，明阳智能方面并未向《中国经营报》记者作出回应；明阳电气方面则向记者表示，公司的情况请了解公告。公司的信息披露是遵守上市公司信息披露规则和证监会要求进行的。

被MSCI中国指数剔除

在股价下滑背后，2023年风电招标规模有所下降，风电市场内卷加剧，包括明阳智能在内的头部风电企业遭遇了业绩“滑铁卢”。

MSCI指数是全球投资者关注的重要参考标准之一，也是全球投资组合经理最多采用的基本指数。

5月中旬，MSCI宣布了包括MSCI中国指数在内的最新季度指数调整结果，并于6月3日实施变更。其中，MSCI中国指数剔除56只成份股，新增10只成份股。而在剔除56只个股中，明阳智能赫然在列。

明阳智能是风电行业的龙头企业，业务主要涉及风机制造、风电场发电和电站产品销售业务等。

近年来，该公司通过风光储氢一体化布局，还拓展了光伏业务、新能源电站EPC业务及配售电业务等。

MSCI中国指数的成份股调整在一定程度上反映了市场投资取向的变化。

东方财富网数据中心显示，截至2024年一季度，明阳智能的持股机构(包括基金、QFII、社保、保险、券商、信托等)仅剩16家，共持股7.93亿股，持股市值74.58亿元。记者注意到，这相比2023年年底和2022年上半年的机构持股数量302家和649家，已经大幅减少。

从股价上来看，截至6月5日收盘，明阳智能的股价为10.37元/股，总市值236亿元。相比2022年6月30日的收盘价33.2元/股，跌幅高

达68.77%。年初(1月2日收盘)至今，明阳智能股价已下跌16.1%。

在股价下滑背后，2023年风电招标规模有所下降，风电市场内卷加剧，包括明阳智能在内的头部风电企业遭遇了业绩“滑铁卢”。

财报显示，2023年明阳智能实现营业收入278.59亿元，同比下降9.39%；归属于上市公司股东的净利润为3.72亿元，同比减少89.19%。从产品毛利率上看，风机及相关配件销售毛利率同比下降11.42%。

“2023年的装机不及年初预期，招标需求放缓，主要受央企管理层换届以及海上风电项目多种限制性因素的影响，风电项目的整体推进有所放缓。2023年下半年以来，干扰因素陆续解除，预计2024年的陆上风电小幅增长，海上风电有望迎来开工和装机的大年。”华福证券分析称。

对于业绩的变动，明阳智能方面给出多方面的解释：受行业周期影响，风电行业进入激烈的价格竞争阶段，风机中标价格整体下降，尤其是陆上风电；公司中标待交付的海上风电订单受不可抗力因素影响而发生延期交付，导致海上风机销售量同比下降；公司原计划在2023年第四季度完成的电站产品交易，主要交易标的因客观原因，交易发生延期，导致公司电站产品出售利润不及

预期。

进入2024年第一季度，尽管风电装机规模保持增长，但风电行业整体盈利仍然承压。相比之下，明阳智能归属上市公司股东的净利润为3.04亿元，同比扭亏。

一位新能源EPC企业人士向记者感叹道：“风机主机制造已经开始‘血拼’了。由于供需失衡，企业都在拼命降低价格。”

国金证券指出，2024年，陆上风电机组价格持稳，海上风电机组保持下降趋势。2024年1—4月陆上风电机组招标均价为1487元/千瓦，同比下降8.1%，海上风电机组中标均价为3402元/千瓦，同比下降10.1%。

记者注意到，深化降本控费，构建高效运营体系，依然是明阳智能2024年的经营举措。

关于2024年风电市场需求、价格战及盈利能力等看法，明阳智能方面并未向记者作出回应。

值得一提的是，尽管如此，但多家券商仍然给予明阳智能“增持”或“买入”评级。

长江证券分析认为，2024年海上风电装机有望接近翻倍，增至10GW，明阳智能有望实现产品结构升级。公司持续出售电站资产，有望贡献业绩增量。同时，明阳智能积极推进产业链协同降本，有望提振陆上风电项目毛利，进而带动2024年盈利修复。

被国网列入黑名单3年

被采取“熔断机制”，相当于期间暂停企业的中标资格，被列入“黑名单”则意味着期间公司不能参与投标。

除了明阳智能外，“明阳系”的另一家上市公司明阳电气因被国家电网及相关公司列入黑名单而受到关注。

明阳电气于2023年在深圳创业板上市，主要产品为箱式变电站、成套开关设备和变压器。

招股书(2023年6月)显示，明阳电气应用于新能源(含风能、太阳能和储能等)领域的的主要产品，销售收入均在50%以上。得益于此，2023年，明阳电气实现营业收入49.48亿元，同比增长52.91%；归属于上市公司股东的净利润为4.98亿元，同比增长87.67%。

财报显示，明阳电气已与“五大六小”发电集团、两大电网(国家电网、南方电网)、两大EPC单位(中国电建、中国能建)、通信运营商(中国移动、中国联通)、能源方案服务商(阳光电源、明阳智能、禾望电气)等知名或大型企业建立了长期业务合作关系。

其中，明阳智能、华能集团、阳光电源等为明阳电气近年来的前五大客户。2021年和2022年，明阳智能是明阳电气的第一大客户，明阳电气向其的输配电及控制设备销售额占比分别为25.53%和14.02%。

记者注意到，国家电网虽然并非明阳电气的前五大客户，但同样是电力行业里难得的重量级客户。根据明阳电气披露的数据，2022年在国家电网(含国网湖北省电力有限公司；下同)确认收入金额为0.29亿元(不含税)，占公司2022年度经审计营业收入的0.89%；2023年度确认收入金额为



在风电行业竞争加剧、盈利承压的背景下，明阳智能于近日被MSCI中国指数剔除。图为北京国际风能展览会明阳智能展台。视觉中国/图

0.67亿元(不含税)，占公司2023年度经审计营业收入的1.35%。

业内人士向记者表示，明阳电气的业务产品面对的市场竞争比较激烈，利润并不算高。目前，该公司业务主要集中在新能源领域，但是来自国家电网的业务收入并不多。

令人关注的是，5月7日和6月3日，国网湖北省电力有限公司和国家电网通过国家电网电子商务平台分别公布了供应商不良行为处理情况通报。其中，明阳电气和中山明阳均因贿赂行为被列入黑名单。

根据国网湖北省电力有限公司关于供应商不良行为处理情况的通报，2019年—2022年期间，明阳电气和中山明阳在武汉公司系统招投标活动中存在通过行贿方式中标的违法行为，依据2023年12月27日下达的湖北省荆门市掇刀区人民法院刑事判决书((2023)鄂0804刑初309号)和纪检监察机构查实，存在行贿行为。

因此，按照国网湖北省电力有限公司的通报，明阳电气和中山明阳被给予一定处理措施，即2024年2月23日—2027年2月22日在湖北省集中规模招标中列入黑名单3年。

按照国家电网进一步通报的处理措施，2024年2月23日一

2027年2月22日，明阳电气和中山明阳在国家电网系统招标采购中被列入黑名单3年。

这一事件引发媒体关注。为此，明阳电气方面发布了关于媒体报道相关情况说明的公告。

明阳电气方面称，公司与国网湖北省电力有限公司、国家电网的整体业务规模占公司业务比例较小，被采取“熔断机制”和被列入“黑名单”，不会对公司正常生产经营以及当期经营业绩和未来经营业绩造成重大不利影响。

业内人士告诉记者，被采取“熔断机制”，相当于期间暂停企业的中标资格，被列入“黑名单”则意味着期间公司不能参与投标。

记者注意到，在上述供应商不良行为处理名单中，鼎信通讯同样被采取“熔断机制”和被列入“黑名单”而引发热议。该公司由于未及时披露生产经营的外部条件发生重大变化等情形而被中国证券监督管理委员会青岛监管局下发《行政处罚决定书》。

关于相关事件的信息披露问题，明阳电气方面向记者表示，公司的情况请了解公告。公司的信息披露是遵守上市公司信息披露规则和证监会要求进行的。

明阳电气方面还指出，公司及相关人员均未收到任何有权机关签发的处罚文书。

业绩预告失准 荣盛石化触发监管警示

本报记者 陈家运 北京报道

近日，由于业绩预告数据出现明显偏差，荣盛石化(002493.SZ)收到了监管部门的警示函。

荣盛石化于5月30日发布公告称，公司及其相关责任人因信息披露的准确性问题，收到了监管部门的警示函。问题主要在于，荣盛石化今年1月公布的《2023年度业绩预告》中，曾预计其2023年度扣除非净利润将亏损4亿元至6亿元，但仅隔一个月，公司便将该净利润金额更正为盈利8亿元至10亿元。

对此，荣盛石化方面在接受《中国经营报》记者采访时表示，公司在之前进行业绩预告时，由于对公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益(2023年修订)》理解有误，未将符合经常性损益确认条件的政府补助分类为经常性损益，并基于此于2024年1月31日发布了《2023年度业绩预告》。2024年2月，公司业绩预告的修正对2023年度归属于上市公司股东的净利润无影响。

值得一提的是，荣盛石化在信息披露方面失准并非首次。在2023年，该公司就曾因为财务报告中收入确认不规范、会计差错等问题受到监管部门的监管措施。

中研普华研究员张星向记者表示，业绩预告失准可能导致公司收到监管部门的警示函或监管函，并被记入证券期货市场诚信档案。这不仅影响公司的声誉，还可能限制公司未来的融资和资本运作能力。另外，业绩预告是投资者决策的重要参考之一，失准的业绩预告可能导致市场对公司信任度降低，进而影响公司的股价和市值，也会损害投资者利益。

预告失准收警示函

5月29日，荣盛石化及其董事长李水荣、总经理项炯炯、财务总监王亚芳、董事会秘书全卫英收到浙江证监局警示函。

警示函内容显示，2024年1月31日，荣盛石化披露《2023年度业绩预告》，预计2023年度实现扣除非经常性损益后的净利润亏损4亿元至6亿元。2月24日，公司披露《2023年度业绩预告修正公告》，将上述金额更正为盈利8亿元至10亿元。公司业绩预告相关信息披露不准确。

浙江证监局对此表示，荣盛石化上述行为违反了《上市公司信息披露管理办法》(证监会令第182号)第三条规定。同时，上述涉事人员违反了《上市公司信息披露管理办法》(证监会令第182号)第三条的规定。对此情况，2023年5月，深交所也向荣盛石化下发监管函。

记者注意到，这并非荣盛石化首次因信息披露问题受到监管机构的警示。

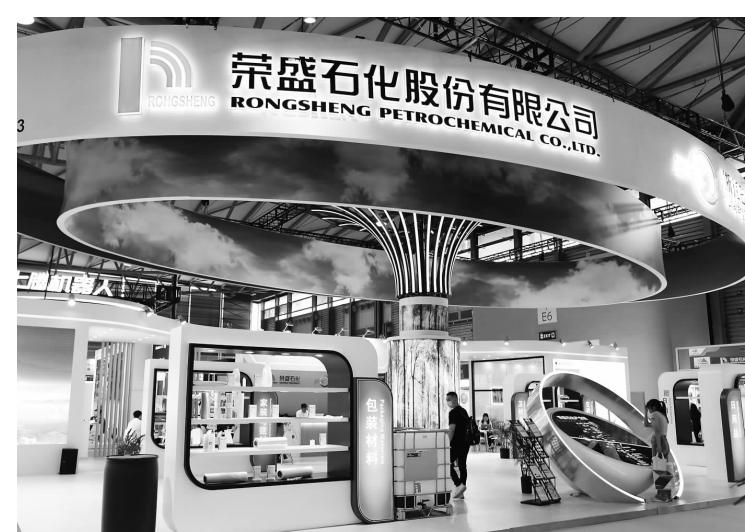
早在2023年1月，荣盛石化

非净利润8.20亿元，同比下降59.24%。回顾2022年，虽然荣盛石化实现营业收入2890.95亿元，同比增长57.91%，但净利润为33.40亿元，同比下降74.76%。

荣盛石化方面向记者坦言，近两年，由于世界经济复苏乏力，外部环境复杂性、严峻性、不确定性上升，石化行业整体承受着利润空间显著收窄、终端消费疲软等多重压力，公司利润受到一定影响。张星也表示，2023年，全球经济环境依然低迷，海外市场需要受到影响，工业品出口受阻，这对依赖出口的企业产生了较大的冲击，对整个产业链也造成了一定的影响。同时，国内消费市场复

苏缓慢，虽然国家出台了多项稳增长政策以助力企业盈利修复，但政策落地效果存在不确定性。此外，国际能源格局不稳定，能源、原材料等价格上涨，企业成本压力不断增大。

面对复杂多变的经营环境，2023年公司夯实管理基础，生产经营形势总体平稳，主营业务规模稳健扩张，实现营收同比增长12.46%，综合毛利率为11.49%。自2023年二季度开始，公司单季度均实现了盈利并呈现稳步向好的趋势。荣盛石化方面表示，随着国内整体经济环境复苏向好，公司不断通过产业链延伸，有效降低了业务成本，实现了上下游相互配套，也提高



近日，由于业绩预告数据出现明显偏差，荣盛石化收到了监管部门的警示函。图为第20届中国国际化工展荣盛石化展台。视觉中国/图

减2022年营业成本127.49亿元，对2022年净利润无影响。”

深交所表示，上述行为违反了本所《股票上市规则(2022年修订)》第1.4条、第2.1.1条的规定。

对于接连的监管措施，荣盛石化方面向记者表示，后续公司

及相关人员将严格按照浙江证监局的要求，持续加强证券法律法规学习，进一步加强对会计准则相关规定及信息披露要求的理解，强化信息披露事务管理，进一步提高公司规范运作水平，维护公司及全体股东的利益。

展望未来，荣盛石化方面表示，公司将继续依托特大型炼化一体化装置，优化能源利用，持续挖潜增效，凭借全球最大的芳烃产能和特有的国内外成品油销售渠道，为公司的稳健经营保驾护航。

此外，公司将继续推进新材料项目，并根据市场持续优化项目方案，在建项目中高附加值产品带来的竞争优势将进一步构筑公司的护城河。

东海证券对荣盛石化的前景也持乐观态度。其认为，在油价高位震荡的背景下，随着需求回暖，产品价差存在回升趋势，以及随着荣盛石化优质资产陆续投产，预计业绩有望逐步修复。

业绩增收不增利

在过去两年中，荣盛石化一直处于增收不增利的状态，这引起了投资者的关注。

5月6日，在荣盛石化举行的业绩说明会上，有投资者提问道：“从财务角度来看，对比同业，为何公司增收不增利？”

荣盛石化方面表示，公司营收随着项目投产相应增长。公司在一体化、规模化、配套工程、地理区位、先进工艺技术等方面存在竞争优势。同时，公司也在持续优化能源利用、挖潜增效、投产差异化产品，来提升盈利能力。

年报数据显示，2023年，荣盛石化实现营业收入3251.12亿元，同比增长12.46%；归母净利润11.58亿元，同比下降65.33%；扣

了公司的持续盈利能力及抗风险能力。

进入2024年，荣盛石化盈利能力得到进一步改善。一季度报告数据显示，报告期内，公司实现营业收入810.88亿元，同比增长16.30%，归母净利润5.52亿元，同比增长137.63%。

对于这一业绩表现，荣盛石化方面分析认为，2024年，市场需求已有回升迹象并将在未来进一步改善，相关部门出台了支持企业发展和稳经济的相关政策，为企业发展带来了很多机遇。在董事会和管理层的领导下，公司将按照既定方针落实好相关工作，既要保障现有项目能稳定释放效益，又要做好新建项

《鸣潮》上线 能否撼动《原神》“一家独大”格局

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

在第三次内测结束两个月后，《鸣潮》终于在近日上线。这款二次元开放世界手游，是库洛游戏旗下第一款全球同步发行的游戏，其甫一上线就登顶100多个地区的免费游戏榜。

《鸣潮》的上线经历一波三折。在内测期间，这款游戏因剧情问题被迫10个月内大改90%内容。而三测结束后，在一切都还未尽善尽美的情况下，库洛游戏就急忙将其推向市场。

首周收入近5亿元

目前，《鸣潮》TapTap评分为5.8，哔哩哔哩评分为5.5。其受到玩家诟病之处包括优化不足、剧情和叙事节奏不合理、玩法引导生硬等。

尽管在开服前后，《鸣潮》因剧情、人设、玩法创新等问题遭受质疑，但其商业成绩依旧有目共睹。

5月23日，《鸣潮》全球上线。胡小璐对记者表示，这款游戏在预下载期间就登顶全球107个地区的免费游戏榜，游戏上线当日登顶超100个地区的免费游戏榜。

庞大的下载量带来了可观的现金流。胡小璐告诉记者，据估算《鸣潮》首周收入大约5亿元，“这绝对算是在今年发行的二次元游戏中的翘楚了。”

《鸣潮》作为库洛游戏第一款自主研发且在全球发行的游戏，早在2023年3月就选择在海外游戏媒体IGN上公布11分钟实机演示。其上线前后不遗余力地在全球进行宣发投放。

根据广大广告主分析数据，《鸣潮》累计投放素材402天，累计去重投放素材约4200条，于2023年4月19日投放首条素材，在2024年4月15日开始了首轮大推，在距离上线4天之际开始正式上线预热。在纽约时代广场、日本秋叶原、涩谷等地出现了《鸣潮》的大屏和广告牌。

不过，由于上线匆忙且“撞车”热门游戏《地下城与勇士：起源》和《出发吧麦芬》，《鸣潮》作为一款备受瞩目的二次元开放世界新作，在国内的排行榜成绩并不惊艳。根据

不过，正式公测的《鸣潮》仍然因剧情、性能优化等问题引起广泛争议，评分也与其下载量、收入背道而驰，在TapTap和哔哩哔哩均为不及格。

而在4年前，《原神》公测后迅速席卷全球，由此开启了国内手游二次元时代。如今，《鸣潮》能否撼动《原神》的统治地位？

广大大数据研究院分析师胡小璐向《中国经营报》记者表示，在《鸣潮》以前，二次元开放世界手游中，《原神》“一家独大”。而目前，严格来讲，市面上的多端二次元开放世界手游只有《原神》和《鸣潮》两款。

10个月改写90%剧情

据玩家反馈，尽管《鸣潮》也有独特的战斗和“声骸”系统，但由于在大部分玩法、画风、UI风格上与同品类游戏非常相似，在游戏体验上给玩家带来极强的“即视感”，因而造成玩家没有新鲜感。

《鸣潮》开发商库洛游戏成立于2017年，此前的代表作品为ARPG游戏《战双·帕弥什》。2021年，《鸣潮》项目立项。

从首次测试到正式开服，“战斗优秀，剧情存在硬伤”的评价一直伴随着《鸣潮》。在2023年4月开始的第二次测试中，《鸣潮》因剧情争议被推上风口浪尖。

今年1月19日，《鸣潮》游戏官方旗下账号“稷廷研究员42号”发布一则对谈视频，透露开发团队对《鸣潮》90%的剧情进行了全面迭代，配套的台本、配音、任务动线、一部分美术资产、所有演出资源都被重做。而从这款游戏二测结束到今年2月三测开启，仅10个月时间。“留给我们剧情调整的时间只有半年多，但它要赶上其他模块做了三年的内容。很难描述这段时间团队所承受的压力。”在对谈视频中，《鸣潮》主创之一“东策划”说道。

由于产品迟迟未能上线，库洛游戏似乎也面临着较大压力。

2023年5月底，库洛游戏传出裁员消息。该公司一名前员工在社交网站透露，自己在距离试用期结束还有两天时，被通知解除劳动合同。记者去年12月联系到他

高自由度游戏仍稀缺

在2023年游戏市场中，IP化游戏和开放世界RPG游戏是重要的增量来源。不过，用户对产品品质的要求再次提升，这包括可实现范围内的最大地图、与现实世界中的一致性和更自由的玩法、达到真实世界中的细节标准。

2020年，《原神》上线之后，中国游戏行业经历了一轮开放世界游戏的立项热潮。

2021年年底，二次元MMO游戏《幻塔》正式上线，据Dataeye测算其前10天收入或达4.29亿元；《逆水寒手游》于2023年6月30日公测，截至今年4月在中国App Store手游收入排行榜位列第8名。

今年7月26日，网易旗下的《燕云十六声》预计上线。另外，



2024年5月24日，《鸣潮》游戏运营方在上海第一百货B馆3楼中庭举办《鸣潮》游戏线下打卡活动。

视觉中国/图

时，获悉其与库洛游戏的纠纷还处在司法进程中。

今年三测期间，尽管《鸣潮》剧情经过了大改，但据玩家反馈，剧情设计走向了另一个极端，仍难以提起玩家的兴趣。公测开启后，由于《鸣潮》的叙事节奏和剧

情争议，游戏评论区对增加主线剧情跳过功能的呼声很高。

此外，据玩家反馈，尽管《鸣潮》也有独特的战斗和“声骸”（游戏中的装备，需要通过大世界探索获得）系统，但由于在大部分玩法、画风、UI（用户界面交互）风格上

与同品类游戏非常相似，在游戏体验上给玩家带来极强的“即视感”，因而造成玩家没有新鲜感。

在《鸣潮》公测前后，记者曾就游戏剧情引起的争议、产品独特性等问题，多次联系库洛游戏方面采访，截至发稿未获回复。

新游扎堆竞逐暑期档 市场竞争“百舸争流”

本报记者 李哲 北京报道

暑期将至，各大游戏厂商早已开始摩拳擦掌。

5月28日SPARK2024腾讯游戏发布会上，腾讯方面就一口气带来新游密集发布

“《永劫无间》手游在4月份结束了测试。经过这次测试，我们感受到了玩家对这款游戏比较高的期待。预计的上线时间将在暑假期间。”5月23日，在网易2024第一季度财报发布会上，网易CEO丁磊说道。

此外，丁磊还透露：“3月份上线的《射雕》手游，我们对结果不是特别满意，我们现在有新的负责人和核心成员，在冲刺下一个版本，新的版本预计会在暑假期间放出来，我们会加强在游戏的趣味性、多人社交、美术风格方面的调整，相信网易在MMORPG方面的开发是有丰富经验的，我们对社交游戏充满信心。”

浦银国际在研报中提到，网易近期多款游戏发生调整，包括对游戏经济系统的修改，其表示是为了游戏产品的长期运营，预计会在短时间完成，不会影响游戏核心本质，目前从用户端已看到积极反馈。三季度将开启新一轮新游周期。此外，暴雪游戏未来重新回归也有望为网易带来增量。

记者注意到，在今年的“520游戏发布会”上，网易公开了旗下40余款产品的最新动态。其中，武侠开放世界游戏《燕云十六声》定档7月26日；生存夺金射击游戏《萤火突

了34款产品的最新动态。在此之前，网易方面也公开了旗下40余款产品的最新动态。其中，武侠开放世界游戏《燕云十六声》定档7月26日。

国经营报》记者表示，今年以来，在版号发放的利好刺激之下，游戏公司有充足的时间完成获批游戏在夏季的上架准备，使市场出现“百舸争流”的局面。



暑期将至，各大游戏厂商早已开始摩拳擦掌。图为网易游戏参加“2023东京游戏展”。

视觉中国/图

击》定档6月6日。也有部分此前已经公开过的新品，在本次发布会上带来了进一步的测试和定档消息。比如，废土射击游戏《破碎之地》宣布5月24日测试，SOC游戏《七日世界》定于6月8日宣布公测消息，卡牌RPG《突袭：暗影传说》宣布开启首次公众测试招募。

5月28日SPARK2024腾讯游戏发布会上，腾讯方面带来34款产品的最新动态。其中包括13款重磅游戏新品。

此前，5月21日，腾讯《地下城与勇士：起源》正式上线。根据第三方机构Sensor Tower统计，该游戏发布的一周时间内，苹果应用商店已获得6300万美元的收入。游戏研究公司Niko Partners估计，这意味着包括安卓商店在内的所有

移动平台上的玩家支出将超过1.4亿美元。

此外，库洛游戏旗下的《鸣潮》、米哈游旗下的《绝区零》、B站（哔哩哔哩）代理发行的《三国：谋定天下》等备受关注的游戏IP预计或已于第二季度上线。

张书乐表示，国内游戏公司会在暑期，尤其是ChinaJoy（中国国际数码互动娱乐展览会）前后，批量上新游，形成一种高度竞争态势，这是在过去年景中反复出现的。尤其是在版号放量的大背景下，获批版号的新游戏密集上线，也就十分正常。而目前看来，暑期档休闲益智类的游戏竞争比较激烈，其他游戏分散在多个垂类，形成了分众效果，未必会内卷，反而有一定外扩游戏增量用户的可能。

版号提供“弹药”

版号的常态化发放，则为游戏公司的“激战”提供了充足的“弹药”。

5月20日，国家新闻出版署公布了2024年5月国产网络游戏审批信息，共96款新游获批。包括6款移动兼客户端游戏，其余90款均为移动游戏。至此，今年已有570款游戏获批（含46款进口游戏）。

银河证券研报中提到，从数量上来看，上述通过审批的国产游戏共96款，较4月的95

款基本持平。此前国产游戏版号连续4个月（12月、1月、2月、3月）的发放数量超过100款，近两个月发放的版号数量虽略有下降，但仍明显高于去年的平均水平。

该机构认为，这是监管层对行业持续释放的积极信号：2024年前5个月版号发放数量为524款，对比去年同期的432款增长超过20%，版号稳中有增的发放趋势有望延续，这将推动行业供给端持续向好。

布局各有侧重

一些体量较大的游戏公司由于自身体量、研运能力、获批版号数量等原因，会显示出比其他游戏公司更猛烈进攻暑期档的状态。”张书乐说道，“事实上其他游戏公司也有新游推出，只是看上去形影只，如果没成为爆款，也难以引发业界关注。”

事实上，在5月过审的游戏版号中，多家游戏上市公司新游获批，其中包含了恺英网络旗下《百工灵》，吉比特旗下《搏击双城：重构》，三七互娱旗下《四季城与多米糯》，中青宝旗下《对决！剑之川》《米拉加尔战记》《像素战神》《星耀美美》，祖龙娱乐旗下《踏风行》，咪咕互娱旗下《猫王争霸》等游戏产品，而腾讯、网易在当月无新游

获批。

对此，某游戏公司人士向记者表示，新游产品对于游戏公司的业绩增长还是有着重要作用的。此前的游戏版号发放情况不难发现，版号政策并不会对所谓的“大厂”有所倾斜。

游戏作为创意类产业，即便是游戏公司规模巨大，也无法实现所谓赢家通吃的局面。体量较大的游戏公司往往采用“多生孩子好打架”的策略。其他游戏公司则会采用集中优势聚焦垂直领域的策略和思路。

记者注意到，库洛游戏在5月21日开启预下载的二次元开放世界游戏《鸣潮》，迅速受到玩家关注。公开信息显示，该游戏上线第一周，海外全平台首日流水就已经破亿元。早在上线前，

这款被称作对标《原神》的游戏在预约阶段就已突破3200万人次，并登顶全球100多个国家及地区的App Store免费榜。

由世纪华通旗下点点互动自主研发推出的《无尽冬日》手游版本同样表现出强劲的增长势头。该游戏于6月1日上线后排名不断上升，目前已进入iOS畅销榜TOP10。

“这些游戏公司都在早前开始进入到垂直赛道，特别是二次元、乙女和重度精品游戏，或许是今年暑期最亮眼的存在，也会是最有可能成为暑期档中崛起的新游戏潮流和超级爆款的可能领域，此外还有UGC游戏，也可能成为中小游戏公司弯道超车的重点赛道。”张书乐说道。

八巨头抱团挑战英伟达 AI芯片市场风云再起

本报记者 李玉洋 上海报道

若问最好的生成式AI算力供应商是谁，英伟达会是一个版本答案。它用以拳头产品GPU为代表的硬件产品和以CUDA为基础的软件解决方案，筑起了牢固的AI系统生态。

于是，“卖铲人”英伟达赚得盆满钵满。当地时间6月5日，英伟达(Nasdaq:NVDA)收涨5.16%，连续三个交易日刷新股价新高，总市值已达3.01万亿美元，在苹果、微软之后，成为全球第三个市值超过3万亿美元的公司，当前则是市值仅次于微软的全球第二大上市公司。

在此背景之下，友商英特尔、AMD、微软、Meta、OpenAI等公司在过去两年争相开始自研AI芯片也可以理解了。如今，在对抗英伟达AI芯片“霸权”的道路上，巨头们又有了新动作。

近日，谷歌、Meta、微软、AMD、英特尔、博通、思科、惠普八大科技巨头宣布成立新联盟，旨在推动一个叫作Ultra Accelerator Link(UALink，超级加速链路)的行业标准。据悉，该标准支持多个AI加速器互联、内存结构新标准以及超以太网覆盖，大有合谋对抗英伟达之意。

《中国经营报》注意到，UALink不只是在名字上对标英伟达的NVLink，在技术路线上同样也是。能够实现GPU到GPU高速通信的NVLink、用于扩展pod之外的Infiniband以及用于连

接到更广泛基础设施的以太网，这些技术让众多客户在过去数年间越来越倾向于购买英伟达的GPU。

最新消息显示，英伟达创始人兼CEO黄仁勋在2024年中国台北国际电脑展上公开了未来几年的GPU发展路线图，包括2025年的Blackwell Ultra、2026年的新架构Rubin以及2027年的Rubin Ultra。这意味着英伟达打破了以往两年更新一代的节奏，驶入一年一更新的快车道。

需要指出的是，英伟达的NVLink并不向行业开放，且NVLink已成为英伟达人工智能数据中心系统的标配。“UALink联盟企业正在努力创建一个开放、高性能和可扩展的加速器结构，这对于AI的未来至关重要。”AMD数据中心解决方案事业部执行副总裁兼总经理Forrest Norrod表示。

据了解，UALink专家组将制定用于管理数据中心中不同GPU之间连接的标准，并预计于2024年第三季度将这些标准提供给加入UALink联盟的公司。而博通则已开始生产UALink交换机。“谷歌、Meta、微软、AMD等对英伟达NVLink的垄断已经忍耐很久。”研究机构Omdia AI行业首席分析师苏廉节对记者表示，UALink的出现会减少业界对英伟达通信协议的需求，只不过对英伟达的龙头地位影响不大，但确实对业界是很重要的。



6月2日，英伟达CEO黄仁勋在中国台北国际电脑展上，发表“开启产业革命的全新时代”演讲。

视觉中国/图

价格战未熄火 大模型下一个战场在哪儿

本报记者 曲忠芳 北京报道

国产AI大模型在今年5月掀起的价格战火一直烧到了本月。6月5日，智谱AI在开放日活动上宣布对旗下全模型矩阵进行降价，这是该公司在不到一个月时间里做出的第二次价格下调动作。

《中国经营报》记者首先以智谱AI旗下GLM-3-Turbo作为考察目标，这是一款于2023年10月发布的大模型。今年5月11日，智谱AI宣布将GLM-3-Turbo模型每千tokens(token是大模型文本处理的最小单位)的价格从0.005元降低至0.001元，换算即可得出每百万tokens的价格为1元；到6月5日，GLM-3-Turbo的最新价格是每百万tokens费用为0.6元，不难看出，在不到一个月的时间里，GLM-3-Turbo的价格从5元/百万tokens历经两次降价达到0.6元/百万tokens。

针对近期的大模型厂商集体降价潮，智谱AI首席执行官张鹏回应称，大模型商业化策略“并不是简单的价格战”。智谱AI“切实通过模型核心技术的迭代创新和效率的提升，实现了应用成本的持续降低，以及客户价值的持续升级”。

大模型的价格战远未熄火，市场竞争日益白热化，如何将大模型转化为真正的生产力，如何在同质化严重的AI体(AI Agent)生态战中拔得头筹，打造出“杀手级”应用，已成为大模型厂商需要回答的新考题。

将大模型转化成切实生产力

智谱AI首席运营官张帆指出：“去年年初GLM大模型还是每千tokens为0.5元，到6月5日这一年多里完成了大幅降价。”在他看来，“价格(降低)是快速推动大模型API(应用程序编程接口)的必要路径，让AI更加普惠，从而使每个企业都能够非常容易地使用全系列模型服务”。

小米集团小爱团队总经理王刚在智谱AI开放日活动上指出，覆盖上亿用户的产品每日tokens接近2000亿至3000亿，如果想要覆盖所有用户，这一规模量级所需要的成本相对低端或大众的机

厂商纷纷加码AI体

模型迭代升级、价格持续下探，让企业应用AI大模型的门槛不断降低。更为重要的是，在众多的大模型服务平台，谁能率先构建起应用生态，甚至打造出一款“杀手级”的产品，更是摆在大模型厂商面前的考验。AI Agent，即AI智能体，或简称“智能体”“AI体”，是指由生成式AI生成的各类工具或助手等应用，目前已成为市面上主流大模型的标配功能，背后实质也是大模型厂商构建模型生态的重要一环。

器而言还存在一定的压力。大模型的降价，使产品运营方能够有机会将大模型能力覆盖全终端设备。同时他也强调，模型的性能效果同样重要，价格下降了，效果别跟着下降。

智谱AI方面介绍，除了GLM-3-Turbo之外，智谱AI的多模态图生文模型GLM-4V每百万tokens的价格从100元降至50元，而文生图CogView-3模型的价格则从0.25元/张下降60%至0.1元/张。更为重要的是，智谱AI的MaaS(模型即服务)开放平台进行了一系列升级，尤其是最新开源的GLM-4-9B模型、

GLM-4-Air模型。GLM-4-Air主打高性价比，每百万tokens花费1元，推理速度提升300%的同时，每秒可以输出71个tokens，超过人眼的阅读速度。

“2024年是AGI(通用人工智能)元年，AI技术增长进入了一个全新阶段。”张鹏指出，“技术曲线的陡峭与让更多人感受到AI强大生产力之间还有非常大的差距，如何把大模型能力真正用来帮助人们的工作、学习和生活，其中还有很多工作要做。”

据介绍，截至6月5日，智谱AI开放平台上的企业级用户数量超过30万，每日模型调用量已超

过400亿tokens。最近的6个月里，大模型API每日消费量呈现出50倍以上的增长，这些数据表明越来越多的企业真正把模型应用到了日常的工作中，初步完成了生产力的转换。

基于业务感知与洞察，张帆总结了企业客户对于大模型的四项集中需求：一是模型的性能强、速度快；二是服务成本更低；三是对于构建私有模型的需求；四是将模型转化为业务价值。针对这一需求趋势，智谱AI全面升级模型服务，帮助企业客户仅需三步可以完成私有模型的训练，即准备数据、创建微调任务、

部署训练完成的模型。企业可以选择LoRA微调、全参微调两种模式，前者主打高性价比，例如GLM-4每千tokens仅需0.4元，而GLM-4-Air只需要0.03元；后者则相当于探索模型微调的极限。

记者观察到，近一个多月，无论是OpenAI这些海外企业，还是国产大模型厂商，AI大模型的性能迭代、成本降低成为主流趋势，大模型朝着易用的方向加速前进。银河证券研报中指出，大模型领域价格战进入白热化阶段，推理成本的下降将持续推动AI应用加速落地。

中信证券在5月底发布的研报分析指出，AI智能体作为当前语言模型应用落地的最佳形式，有望将迎来技术转折。展望后续AI Agents应用的发展路径，成本优化将是焦点，目前的技术方案提供了多种针对成本问题的优化方案，但仍需要时间来进行实践，预测距离AI Agents应用落地还有6—12个月时间。因此，究竟哪家企业能在生成式AI时代率先打造出真正主流的“杀手级”应用，显然还有待时间的验证。

记者观察到，腾讯元宝“发现”页中已有数十款应用上线，覆盖外语学习、招聘、营销、绘画、美食、社交等各类工作生活场景。尤其值得一提的是，近期热播的电视剧《庆余年2》中的主要人物IP也已在元宝平台上线；阿里云的通义平台既提供了听课开会、办公提效、学习工具三大类“工具”，又在“百宝袋”中提供了趣味生活、创意文案、办公助理、学习助手等不同场景的多款垂直应用；另一家大模型应用Kimi的Kimi+平台提供的AI智

NVLink：将系统扩展为超算

NVLink、交换以太网结合在一起让英伟达把200多块GPU连接起来，成为一个AI性能“爆炸”的超算系统。

简单而言，NVLink是英伟达开发的一种总线及通信协议，采用点对点结构、串列传输，既可用于连接中央处理器(CPU)与图形处理器(GPU)，也可用于多个GPU之间相互连接的技术标准。

相比于传统的PCIe，该技术可实现多个GPU之间的高速数据传输和协同工作。2018年，英伟达首次向公众推出NVLink技术，其架构包括NVLink桥接器和NVLink交换机。

记者通过英伟达中国官网了解到，其NVLink技术构成多元，既包含软件协议，又有芯片这样的硬件。

根据英伟达中国的定义，NVLink由一个强大的软件协议组成，一般通过印在电路板上的多对导线实现，可以让处理器以闪电般的速度收发共享内存池中的数据。据了解，NVLink最初作为NVIDIA P100 GPU的互联通道推出，之后便与每一代新的NVIDIA GPU架构同步发展。

相比传统x86服务器的互联通道PCIe，NVLink主打的就是速

度快、能效低。比如，第四代NVLink连接主机和加速处理器的速度高达每秒900GB，是PCIe 5.0带宽的7倍多，而每传输1字节数据仅消耗1.3皮焦，NVLink的能效是PCIe 5.0的5倍。

另外，NVLink所包含的NVIDIA NVLink-C2C则是一种板级互联技术，它能在单个封装中将两个处理器连接成一块超级芯片，Grace Hopper超级芯片就是NVIDIA NVLink-C2C将Grace CPU和Hopper GPU连接而成。

对于NVLink的作用，英伟达中国用了一个形象比喻：“NVLink就像是乐高积木的凸粒和凹槽。”在2024年的GTC大会上，英伟达已对外公布了第五代NVLink，其总带宽达到1.8兆字节/秒(TB/s)，是上一代产品的2倍。

英伟达中国指出，NVLink是一项关键的技术，它可以让用户将模块化的NVIDIA DGX系统扩展成为一个AI超级计算机。

利用DGX内部的NVLink网络与两者之间的NVIDIA Quantum-2 InfiniBand交换以太网，用

户就可以将32个DGX系统模块连接成一台AI超算。例如，一台NVIDIA DGX H100 SuperPOD包含256个H100 GPU，可提供最高1 EXAFLOP的峰值AI性能。

总结来看，NVLink、交换以太网结合在一起让英伟达把200多块GPU连接起来，成为一个AI性能“爆炸”的超算系统。为什么英伟达要做GPU之外的硬件产品？其实这里面还有一个趣事。早在10多年前，英伟达首席科学家Bill Dally找黄仁勋谈面向HPC开发networking技术的问题，黄仁勋问他：“我们为什么要做一个net-working？我们不是一家开发GPU的公司吗？”

黄仁勋虽然有疑问，但后来还是全力支持该技术的开发。“但他当时的质疑是合情合理的。这个问题延伸来可能还囊括了英伟达为什么要收购Mellanox？为什么要做DPU(数据处理器)？为什么要做交换芯片和交换机？为什么要研究封装之间的光通信技术这些问题。”资深产业观察人士黄烨锋表示。

在今天GTC大会上，英伟达宣称Blackwell架构的GPU的推理能力相比于前代Hopper，有了30倍的提升。“这里的30倍当然不是芯片层面的，摩尔定律、超越摩尔或任何摩尔都做不到隔代30倍性能提升；特定数据格式的支持强化，以及更重要的NVLink互联技术升级、NVSwitch芯片引入，才是GB200 NVL22整个系统在多模态模型推理上达成30倍性能提升的关键。”黄烨锋认为，这些都是“底层硬件”，只不过是扩展到了系统层面，互联、存储、解热都是其中关键。

“解决跨节点通信的瓶颈，显然是生成式AI时代最关键的组成部分之一。这些东西对英伟达来说都属于生态，也是很多在PPT上吊打英伟达的竞争对手难以逾越的障碍。”黄烨锋表示。

而UALink的亦步亦趋，说明了微软、谷歌等巨头们从造芯之后，追赶英伟达的步伐又往前迈了一步。这也反过来证明，英伟达从做GPU开始向外拓展开发互联技术、以太网等的技术路径是符合行业发展趋势的。

苏廉节也表示，虽然这个联盟对于英伟达几乎没影响，但对业界很重要。

事实上，对标英伟达的NVLink，由于其是软硬件一体的，那UALink联盟成员会放弃已有的软硬件产品开发而按照该标准开发新的产品吗？

对此，电子创新网CEO张国斌表示：“一般就控制风险而言，大家会两手抓。目前来看，这些公司更有可能采取一种混合策略，而不是完全放弃已有的软硬件产品开发。这意味着他们将继续支持和发展现有的产品，同时逐步适应并整合新的开放标准。”

而根据UALink团队的对外发声，将UALink标准落地成产品2024年还太早，2026年将是一个快速实施的时间点。

“6·18”幕后：取消预售 菜鸟“变阵”

本报记者 李立
上海报道

物流曾经是马云最担心的“双十一”用户体验痛点，今年“6·18”电商平台都取消预售，物流也在尝试改变。

在马云彼时看来，“双十一”是整个中国商业基础设施的一个大考，也是中国技术的一个大考。物流曾经是其最担心的短板，2013年菜鸟网络成立，最初的商业设想也源于解决“双十一”短期内聚集的物流高峰。

随着“6·18”取消预售，物流的解题思路和方法也在发生变化。“第一波促销期间，多个产区包裹体量超过日常的5到6倍，有商家订单爆发增长达到十几倍，但快递服务做到了日常标准，部分时效指标、退换货服务指标等甚至优于日常。”菜鸟速递副总经理、618物流保障总指挥钱卫日前在接受《中国经营报》等媒体记者采访时表示。

AI助力“弹性”网络

“‘6·18’前夕，通过AI技术，菜鸟会每日更新预测单量数据，预测几大核心经济带包裹体量呈爆发式增长，提前大规模加开直发线路，绕过分拨。”

在业内人士看来，电商平台取消预售制，成为今年“6·18”物流快递企业面临的最大变化。

往年通过预售模式，商家可以提前掌握售卖情况科学备货；物流快递企业也可以预测单量情况，提前准备仓配资源。电商平台玩法变化为今年“6·18”峰值订单爆发量带来了一定程度的不确定性，将更加考验仓配企业快速反应、全链路协同的能力。

“今年是取消售后后的首个大促，从第一波大促情况来看，促销周期内包裹日均波动较往年更大。包裹洪峰来的时候，要能接得住，中途洪峰过去，要及时调整产能，避免产能浪费。”钱卫表示，这意味着快递网络的产能需要更具弹性，才能既确保消费者体验，又不会给商家增加成本。

“6·18”取消预售背后是更具弹

“菜鸟速递”攻向平价、差异化

“中国快递市场发展得足够快，也足够大，需要物流行业提供多层次的供给。”

除了菜鸟网络运力、算力持续升级，记者注意到，此前菜鸟推出的自营业务菜鸟速递，今年“6·18”正好接近一年，进一步攻向平价、差异化。

2023年6月28日，菜鸟集团CEO万霖在2023年全球智慧物流峰会上宣布，菜鸟推出自营快递业务——菜鸟速递。“中国快递市场发展得足够快，也足够大，需要物流行业提供多层次的供给。”万霖当时在现场表示，菜鸟速递会在提供品质服务的基础上，价格更普惠，“好用不贵，中小商家用得起”。

快递行业专家赵小敏认为：“菜鸟速递对快递市场来说是一种有益补充，消费市场容量足够大，还有广阔的发展空间，并不会与通达系这类经济型快递形成直接竞争关系。”

物流网络，在钱卫看来主要得益于干支线网络覆盖更为发达，数字化能力不断提升。

“‘6·18’前夕，通过AI技术，菜鸟会每日更新预测单量数据，预测几大核心经济带包裹体量呈爆发式增长，提前大规模加开直发线路，绕过分拨。”钱卫介绍，数据显示，“6·18”菜鸟速递全网包裹流转节点较日常出现了下降，这既降低了分拨操作成本，也加速了包裹流转。

“菜鸟日常建立了一套包括预警、产能预测以及产能调整模型，这些模型可以保障全链路实时监控包裹流转，同时具有预测功能，把一些可能产生异常的点，提前做预警处理。”钱卫透露，此次“6·18”之前，结合AI技术开发了预测模型，在大促中实验下来准确率非常高，可以在控制成本的基础上，更有效地配置资源保障整个线路的畅通。

“6·18”取消预售背后是更具弹



菜鸟网络广饶县快递集中配送中心，智能“统仓共配”系统正在快速分拣包裹。

视觉中国/图

另据菜鸟内部人士介绍，今年天猫“6·18”期间，面对单量预测准确性的问题，菜鸟与天猫、商家在平台营销策略、商家备货、单量计划等方面加强协同，持续提升供应链计划准确性。菜鸟自身也发挥在数字供应链方面的优势，通过现货算法预测商品销售情况，提前下发预包计划，提升物流时效。

上述菜鸟内部人士透露，依托于大数据，天猫“6·18”期间，菜鸟还在美妆洗护行业联合国际知名品牌商，首次尝试爆款单品末端下沉的新模式。

“此次大促的线上化数据模型、策略，在‘6·18’得到更好的检验，经过沉淀后会为后续‘双十一’大促运营带来更好保障。”钱卫表示。

场服务单一、价格偏高，市场需要平价好用不贵的快递产品，从而既保障物流体验，也降低生鲜农产品流通成本。菜鸟速递今年将全面进入生鲜产区，让产区消费者和商家有更多选择。

生鲜类物品快递损耗大，对时效要求高，菜鸟如何做到价格仅为竞争对手一半？石书生表示，菜鸟做生鲜的底气主要来自两个方面：

一个是依托自营体系，全链路可以实现稳定的分拣、送货上门，避免暴力分拣、配送带来的生鲜损坏；其次建立了更具性价比的包装和温控解决方案，覆盖核心区域的48小时内送达的线路，让保鲜有保障。

“菜鸟速递寄生鲜的价格比航空快递便宜大概一半。”一位体验过该服务的消费者给记者算了一笔

账：一箱5斤装樱桃，从河南发航空特快到省外，第二天送达，快递费大概需要50元。菜鸟速递的生鲜快递承诺在48小时内送达，价格只要24元。打包箱内配送的冰袋还没有完全融化，新鲜水果就已送到。

“大促期间加急件、生鲜件和直播件，菜鸟速递都有专门预案。确保加急件、生鲜件能优先转运，优先配送，直播件能提前下沉到分拨中心，提高包裹流转的速度。”菜鸟速递生鲜项目负责人李波对记者表示，今年整个目标是客户体验第一，再逐步去打开市场。从今春开始，菜鸟速递生鲜寄递已覆盖西湖龙井、洛阳新安樱桃、杭州塘栖枇杷和广东荔枝等多个水果产区。接下来主要的核心生鲜产区菜鸟速递都会参与进去。

探店经济爆火：体验更真实 场景更多元

本报记者 李静 北京报道

“95后”的麦子在创业失败后，转型做了旅行探店达人，专注于发现和挖掘家乡的人文历史。4年时间，麦子用170多条抖音，为网友刻画出一个面目清晰的江西，带火了很多家乡景点。

随着数字经济的蓬勃发展，以抖音为代表的生活服务平台成为广泛且高效连接生活服务和消费者的平台组织，在平台上逐渐产生了一种新型的消费模式——探店经济，即通过探店达人的实

地消费体验，打通线上线下、连接供需双方，为消费者提供消费建议，为商家引来客流的一种商业模式。

在平台上，像麦子这样的探店达人已经有百万之众。《2023抖音生活服务年度数据报告》显示，2023年探店达人数量增长2.89倍，助力实体商家增收946亿元。

近日，中国宏观经济研究院产业经济与技术经济研究所发布的研究报告《生活服务平台优体验、拓场景、促消费研究——以抖音达人探店模式为例》（以下简称《报

告》）分析指出，在我国消费由实物消费主导向实物和服务消费双轮驱动转变之下，探店经济作为新兴的消费模式，正以其独特的魅力和影响力改变着传统的消费习惯、营销策略、就业市场和文化传播。

“探店经济不仅升级了消费者的购物体验，为中小企业提供了新的营销路径，创造了多元化的就业机会，还成为城市品牌和文化传播的新渠道。”《报告》主笔、中国宏观经济研究院产业经济与技术经济研究所服务业研究室主任、研究员洪群联指出。

他的探店账号名叫“真探高文麒”，根据几十年的经验和对美食研究的积累，说出自己的看法。在高文麒看来，探店是为消费者而探，他们需要的是有参考价值的信息，因为“真实才能打动别人，只有真实才有价值”。

作为美食老饕，高文麒也会探

不只是美食，一些藏在大家熟悉城市中的秘境，也因为探店达人的“引路”，成为地方新晋的旅游胜地。

2020年夏天，麦子造访了距离江西省赣州市区14公里的龙潭瀑布。这里饶有野趣，水流一泻而下，蔚为壮观。在镜头前解说的麦子也很兴奋，语气难掩雀跃。

龙潭瀑布的视频发布后，原本一天只有几十个游客的景区，迎来了每日上千名游客。人流带动了消费，山下卖矿泉水的村民每天都有了几百元的收入。也是这条视频带来的宣传效应，政府拨款为景区建了步道。

“在传统的线下消费场景中，大量小众景区因地处偏僻、经济欠发达、不擅长营销，即使拥有原生态、高品质的特色景点和秀丽风光，也鲜为人知。这些小众的服务供应商长期处于长尾市场末端，消费者搜寻成本较高，信息差的存在限制了其消费选择。”《报告》指出，短视频传播面广、受众人群多，基于短视频直播的达人探店模式为地处闭塞、濒临倒闭的小店、老店、小众景区带来发展新机。

消费体验的革新升级

从2019年起，短视频、直播内容逐渐成为人们内容消费，以及连接实物和服务消费的重要纽带。

《报告》指出，通过短视频和直播平台，消费者可以近距离观察商品或服务的真实情况，体验仿佛身临其境的购物乐趣。这种新型的消费模式，不仅打破了传统购物的时间和空间限制，还极大地丰富了消费者的感官体验和情感联结。同时，短视频、直播的展示方式能生动、真实、全面地展示服务的内容和质量，最大限度减少商家与消费者之间的信息不对称程度，降低商品、服务的质量与消费感知之间的差异度，增强用户对商家服务的信任感。而且一些具有专业知识背景的探店达人，以真实公平的探店评价，不仅能给消费者提供高质量的消费指引，还能倒逼商家提升产品、服务质量。

60岁的中国台湾人高文麒是业界知名的老饕，他是《舌尖上的中国》《风味人间》等多部美食纪录片顾问，还出版过许多关于饮食文化的书籍，开过餐厅，担任多家餐厅顾问。

探店达人成为新就业方向

探店经济已经成为生活服务平台上高效连接商家和消费者的重要一环。平台聚合了数据、技术和资源，借助平台经济的融合性、创造性、机动性，越来越多的劳动者从固定工作转向灵活就业，从单一职业转变为多元就业，探店达人就是其中的典型代表。

抖音生活服务和巨量城市研究院发布的《2023探店数据报告》显示，2023年前三季度有165万名抖音探店达人赚到了钱，同比增长了131%，58万人凭借探店获得了稳定的收入。

安徽省阜阳市临泉县的程学艳是一名拥有3个孩子的全职妈妈。2022年，只有初中学历的程学艳参加了当地政府组织的探店技能培训班，依靠一个支架、一台手机加上录音设备走上了探店达人之路。2022年11月至2024年4月，程学艳用“农村小妹探店”的抖音账号发布了700多条探店视频，拥有2800多个粉丝。

流量虽不算大，她也能每个月挣到3000多元。

进入探店行业的从业者不一定具备特定的专业背景、掌握

特定的业务技能，只要有发现新店铺、尝试新美食、体验新服务的兴趣、热爱和付出，就可能成长为探店达人。不少达人最初都是“小白”，在“干中学”过程中逐步掌握拍摄编辑、推荐评价、文案策划等技能。并且，因为短视频、直播探店模式增加了工作场所、时间的灵活性，不少女性达人可以兼顾工作的同时照顾家庭。

如今，程学艳不仅是当地有名气的探店达人，还带动身边一群宝妈加入“县城宝妈探店团”，获得稳定收入。

城市品牌与文化传播的新渠道

探店经济在推动商业发展的同时，也成为城市品牌塑造和文化传播的重要力量。

以西安文化地标之一大唐不夜城为例，在2018—2019年经专业主播、博主拍摄的“不倒翁小姐姐”“摔碗酒”“毛笔酥”等视频内容在抖音走红，掀起了全国游客多轮旅游打卡热潮，不仅让全国的消费者对西安的历史文化产生了浓厚的兴趣，也极大地提升了西安的城市形象和旅游吸引力。

如今西安大唐不夜城已经在抖音形成了专门的入口页，集成了地图导航、项目门票、导游服务、汉服体验、旅行跟拍等服务内容和大量用户的真实评价与视频反馈，成为常年游客不断的热门景区。

《报告》分析指出，探店经济通过独具创意的视频展示，将本地店家的特色化服务通过平台向全国乃至全球的客户传播，极大地扩大了消费者的群体范围，为

城市汇聚八方人气，进而产生连锁的消费行动。当某个探店视频因特定的背景和内容引发观众和粉丝热烈讨论、持续在网络上走红时，就可能在拉动一个商家的同时，拉动一个商圈、一个街区甚至一座城市的消费。

探店达人通过展示产品和服务时，往往会融入本地历史、人文，特别是在探店经济高度集聚的餐饮、文旅、娱乐、酒店等领域，探店的行为本身就是传播展示城市形象的过程。达人的直播在介绍产品和服务的同时，也是在宣传城市的风景、历史文化、城市风情，无形中向消费者传递了城市的底蕴、彰显了城市的魅力，促进城市品牌塑造和美食、民俗等城市文化传播，成为展现城市风貌的重要渠道。

在发现自然秘境的过程中，麦子还意识到，江西是一个有着悠久历史和深厚人文积淀的地方，秀丽山水之外，更有丰厚的文化遗产。近4年的时间，麦子

走访了江西的300多个人文景观，例如，南昌市观西村海昏侯墓的发掘，是新中国考古的重大发现之一，以出土的金银器数量多而闻名；如今一片草场的鄱阳湖，曾发生过中世纪世界最大规模的水战；赣州安远的东江源头，原来是中国香港的重要饮水来源……

通过麦子的视频，更多的人深入了解了江西。后来麦子获得了各级文旅的合作邀约，甚至参加文旅部的城市推介会，为家乡江西代言。

当下，越来越多的地方政府部门主动拥抱互联网，通过生活服务平台和达人，向广大网友直播逛商圈、探店，推销本地非遗美食、老字号品牌，大力宣传推介地方文化和城市形象。从中央到地方，都有不少的政策在鼓励、支持探店经济的发展，随着探店经济行业规范的逐渐完善，探店经济有望成为推动消费升级、促进经济发展的新引擎。

手机续航继续开卷 6000毫安电池或明年普及

本报记者 陈佳岗 广州报道

在SoC芯片、屏幕、影像、快充等卖点越来越卷后，电池续航也成为近期各家手机厂商集中发力的领域。

手机厂商不仅把用在高端新能源车中的新电池技术放在旗舰手机中，且已经陆续下放至了中端手机中，比如vivo在近日推出的中端机vivo S19中搭载蓝海电池，能量密度达到809Wh/L、容

耀数字200系列搭载青海湖电池，能量密度高达740Wh/L。

而一年多以来，包括荣耀、vivo、华为、小米等在内的国产手机厂商都在纷纷加码对电池、续航技术的军备竞赛，并将其作为差异化竞争点，拿出了自己的高密度电池方案。从去年推出的荣耀Magic 5 Pro、华为P60 Art、vivo X100到今年的小米14 Ultra、vivo X Fold3、vivo X100 Pro、荣耀200系列、vivo S19，或许你可以看到，

“小米金沙江电池、vivo蓝海电池、荣耀青海湖电池、华为巨鲸电池”这些概念名词已经频繁出现在手机厂商新品的发布会上。

事实上，手机厂商在宣传这些电池中都不约而同地提到了“硅碳负极”，这不仅是近期手机新机中续航变长的一大原因，也是解决电池难题的关键技术。

IDC中国研究经理郭天翔对《中国经营报》记者表示，硅碳负

极体系电芯体积具有能量密度更高的优点，能使智能手机在待机时间明显增长的同时，使得电池体积可以大幅缩小，让手机可以做得更轻薄，比如折叠屏，或是有更多的空间给其他器件，比如影像，而且手机再也不用卷快充了。

荣耀内部专家亦对记者表示：“硅材料的克容量是石墨烯的10倍，对于提升电池容量还有很大的潜力。”

集体拥抱“硅碳负极电池”

硅碳负极材料技术是一种新型的电池材料技术，可以有效提高电池的能量密度与续航，该技术很早就被行业探索，最初引发大规模讨论可以追溯到特斯拉宣布应用在汽车动力电池上。

过去一年以来，包括荣耀、vivo、小米等在内的国产手机厂商纷纷加码对电池、续航技术的军备竞赛，并将其作为差异化竞争点，而硅碳负极材料技术可以说是当下国产手机厂商加码电池技术的一大“利器”。

据了解，硅碳负极材料技术是一种新型的电池材料技术，可以有效提高电池的能量密度与续航，该技术很早就被行业探索，最初引发大规模讨论可以追溯到特斯拉宣布应用在汽车动力电池上，2020年，特斯拉发布4680电池采用了高镍正极+硅碳负极材料，再加上全极耳和干电池技术，官方宣称新电池能量密度能达到300Wh/kg。然而，由于负极材料产能跟不上，仍无法大规模量产。除了特斯拉、比亚迪、蔚来、理想等国内汽车品牌也开始搭载硅碳负极动力电池。

而在消费电子领域，这一技术似乎商用得更快。

此前手机采用的主要还是石墨电池，记者梳理发现，首款将硅碳负极电池技术商用的智能手机可以追溯到2023年2月荣耀推出的Magic 5 Pro搭载青海湖电池，彼时，其号称是市场上售卖唯一厚度8mm以下、电池容量5000mAh以上的5G旗舰手机。随后华为发布P60 Art成为第二个用上硅碳负极电池技术的手机品牌。同年11月，vivo又在X100系列中



5月28日，荣耀全球首家旗舰店亮相成都宽窄巷子。

视觉中国/图

植入了蓝海电池，实现一次充电能连续听歌105小时。2024年2月，小米在14 Ultra中搭载金沙江电池也采用了硅碳负极技术，能量密度高达779Wh/L。

5月27日，荣耀将旗舰级青海湖电池的首次下放至荣耀200系列中，搭载5200mAh的青海湖高密度电池能量密度高达740Wh/L。

而高密度电池由于体积上的优势，也在进一步推动智能手机轻薄化的竞争。5月30日，vivo又将蓝海电池下放到定位中端的

vivo S19系列，“2024年已上市的手机5000mAh的电池容量只是及格门槛，只有5500mAh才能称为第一梯队，但这些机型的厚度在9mm上下，而在蓝海电池的支持下，vivo S19让7.19mm厚的机身，也能塞进6000mAh大电池。”

vivo产品营销总监朱慧敏介绍，vivo S19搭载第二代硅碳负极技术，是行业首款电池能量密度达到809Wh/L的手机，也是目前市面上消费者能买到的电池能量密度最高的电子产品，能量密度甚至超过汽车行业。在容量相同的前

提下，S19的电池体积比普通手机小十分之一，省出来的空间，能在寸土寸金的手机内部容纳5枚1元硬币，换来1000mAh的容量。

记者还了解到，努比亚去年年底推出的Z60 Ultra和vivo在今年5月中旬推出的vivo Y200系列都配备了6000mAh的大硅碳负极电池。

值得注意的是，“欧加三兄弟”OPPO、一加、真我尚未在手机上应用该技术。不过也有真我相关工程师对记者表示：“公司对高密度硅碳负极电池技术已有规划。”

有望推高手机平均电池容量

“伴随AI手机功耗提高，高能量密度电池是必然需求，硅碳负极具有良好发展前景，有望升级手机电池续航，为AI手机提供充沛动力。”

业内人士也预计，随着高密度电池技术的加速普及，2024年将有一大批容量高达6000mAh的智能手机上市。比如，Redmi Note 14系列就被爆料，有望搭载小米新一代高密度电池，最高容量可能达到6000mAh。

近年来，石墨对电池能量密度提升的贡献已经接近天花板，随着新型硅碳负极技术的进步以及量产成本降低，也对现有的石墨烯手机电池负极材料形成了代替趋势，更多的高容量手机上市，也有望推高智能手机整体平均电池容量。

“去年不少手机的电池容量还在5000mAh左右，今年可以看到5500mAh容量的机型上市不少，明年6000mAh的电池可能就普及了。”郭天翔对记者表示，在未来一段时间里硅碳负极材料技术是手机电池的趋势，而硅碳电池技术带来的电池容量到2024年仍还有约10%的增长空间。

除了驱动传统直板手机的轻薄化之外，在国产厂商冲击高端战略中占据着重要地位的折叠屏手机同样有着很高的轻薄化和电池长续航要求，也将受益于硅碳负极电池的高密度特性。比如，此前的横向折叠手机电池容量基本在5000mAh左右，机身展开状态下厚度大多超过5mm，而vivo X Fold3在高密度电池技术加持后，电池容量直接拉到5500mAh，机身展开状态下单边仅4.65mm，实现了大折叠的长续航和轻薄。再比如，竖向小折叠手机以往电池只有4000mAh左右的水平，有知名数码博主“数码闲聊站”爆料，在高密度电池加持后，新一代小折叠手机的电池有望达到5000mAh以上。而此前，华为Mate X5在高硅负极技术加持下，电池容量已经达到5060mAh。

而在一些行业人士看来，AI

手机发展也将受益于硅负极电池技术发展，上述荣耀内部专家表示：“从一些统计的数据上，我们能看到，手机应用越来越丰富，用户使用手机的时间也越来越长，同时随着现在AI手机尤其是端侧大模型的应用，对手机系统的算力需求也越来越大，这些都对手机能量提出了更大需求，需要手机在有限的空间内做到更大的电池能量，这也让围绕硅负极电池来做解决方案成为一项优秀方案。”

“伴随AI手机功耗提高，高能量密度电池是必然需求，硅碳负极具有良好发展前景，有望升级手机电池续航，为AI手机提供充沛动力。”国泰君安证券分析师舒迪在研报中甚至表示，硅碳负极这一电池技术有望成为AI手机电池标配。

根据SNE Research发布的报告，2023年硅负极市场约为1万吨，仅占2023年整个负极市场103.4万吨的1%。在负极材料市

场当前陷于严重供过于求态势、石墨负极行情跌跌不休、企业开工率普遍大幅走低的情况下，硅负极需求一枝独秀，也吸引了众多企业争相涌入，根据SNE Research梳理，目前涉足硅负极研发的中国、韩国、欧美企业已经增加到70家以上，有本土企业高管曾感言，硅负极之争恐怕将“开局即终局”。

“硅负极电池技术不仅仅是材料体系的开发，更涉及系统的软硬件协同工作。”上述荣耀内部专家对记者说道，手机行业是对电池体积能量密度要求最高的行业之一，硅负极材料的商业化不仅仅是材料体系的突破，同时围绕新材料体系的系统解决方案也会随之创新突破，如何做好硅负极电池，如何应用好硅负极电池都是行业要面临的问题。

“数据二十条”之后 数据产权制度呼之欲出

翘首跂踵

本报记者 秦鼎
北京报道

数据作为数字经济时代的新型生产要素，要充分释放数据要素价值，加快推动数据要素市场化、价值化进程，数据产权制度的确立是不可或缺的重要前提。日前，国家数据局党组成员、副局长陈荣辉透露将出台数据产权制度，面向构建统一开放、竞争有序的数据要素市场，出台数据产权制度，制定促进数据合规高效流通交易政策文件，建立数据要素收益分配安全治理机制，推出鼓励和支持公共数据、企业数据开发利用的政策文件。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，数据产权制度的出台将是我国家数据要素市场发展的重要举措。在解决数据产权界定、归属和利益分配等问题的同时，还需关注数据产权与数据共享的平衡，以推动我国数据产业的健康发展。

所谓数据产权，特指数字设备所有者或使用者对基于数据行为而产生的网络数据，享有使自己或他人在财产性利益上收益或受损的权利。其本质体现为数据运营者对数据资源合法权益的控制权，包括数据所有权、使用权、处置权等。

实际上，对于数据产权制度的出台，业内期待已久。2022年12月19日，《中共中央国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》(以下简称“数据二十条”)提出，要遵循现代市场经济产权制度的普遍规则，结合数据要素特性强化高质量数据供给，探索数据产权结构性配置制度，推进数据分类分级确权授权使用和市场化流通交易，逐步形成中国特色的数据产权制度体系。

王鹏认为，数据的非物质性、易复制性和无边界传播等特点使得数据产权的界定变得极为复

杂。这涉及数据的来源、处理、使用以及权益分配等多个方面。并且在数据产生、流通和使用过程中，涉及多方主体，如数据收集者、处理者、使用者等，如何合理分配这些主体之间的利益，确保各方权益得到保障，是制度落地的重要难题。

对此，奥优国际董事长张明表示，从“数据二十条”发布至今，未能正式落地的原因主要是具体的实施细则和监管机制还没有完全明确，最大的阻碍可能是技术手段、法规和伦理道德问题之间的平衡。

“制度体系不健全、技术支撑不充分、要素市场不完整。数据产权制度的构建涉及复杂的利益分配、权利界定和法律框架的建立，这些因素共同构成了数据产权制度落地的阻碍。”中国通信工

业协会数字经济平台委员会副会长高泽龙认为，“具体到多方面的复杂因素，包括但不限于技术层面的挑战(如数据确权的技术实现)、法律框架的构建(需要确保新制度与现有法律法规的协调一致)、经济利益的平衡(不同行业、企业之间对于数据价值和使用权



数据产权制度的出台是我国数据要素市场发展的重要举措。

业协会数字经济平台委员会会长高泽龙认为，“具体到多方面的复杂因素，包括但不限于技术层面的挑战(如数据确权的技术实现)、法律框架的构建(需要确保新制度与现有法律法规的协调一致)、经济利益的平衡(不同行业、企业之间对于数据价值和使用权

的争议)、以及隐私保护与国家安全的考量(确保数据流通不损害个人隐私或国家安全)。由于数据作为一种新型生产要素，其产权界定相比传统资产更为复杂，因此制度设计和实施需谨慎推进，这可能是导致制度落地需要较长时间的主要原因。”

地方先行先试

在制度建设层面，多个地区已将数据产权工作纳入本地数字经济发展规划、数据基础制度建设等相关地方性政策法规体系之中，同时陆续制定了数据产权登记管理办法等配套规范性文件。

例如，北京将开展数据知识产权工作列入《北京市数字经济促进条例》，浙江在《浙江省知识产权保护和促进条例》中明确规定，要建立数据知识产权登记制度，对数据知识产权进行保护。在登记实践方面，目前，北京、浙江、江苏、山东、福建、深圳等地

方已经开展数据知识产权登记工作。

日前，济南发布《济南市数据登记暂行办法》征求意见，其中，数据登记范围涵盖了数据资源、数据产品以及数据资产，而数据登记后，登记机构将发放数据登记证书，登记主体合法取得数据登记证书后，享有相应的数据资源持有、数据加工使用和数据产品经营等权利。其中，数据资产登记证书还可作为数据交易、融资质押、会计核算、争议解决的依据。

国家数据局局长刘烈宏指出，推动数据基础制度创新突破，释放数据价值。支持城市结合自身实际，加快推动数据资源产权、流通交易、收益分配、安全治理等数据基础性制度落地，构建动态更新、分类分级的数据资源管理体系，大力推动数据开放和数据要素高效流通使用。

然而，数据产权制度的建立并非一蹴而就。在实际操作中，还需要进一步细化相关规定，完善配套措施，确保制度的有效执行。在业内人士看来，与普通的

制度不同，随着人工智能、大数据等技术的发展，数据的收集、处理和使用方式发生了巨大变化。数据产权制度需要不断更新以适应这些变化，确保数据的合理利用和保护。并且需要平衡数据的产权归属和当下数据共享的需求。

张明认为，平衡数据的产权归属和数据共享的需求是一个复杂的问题。一方面，我们需要保护数据的产权，确保数据的合法使用和交易；另一方面，我们也需要促进数据的共享和开放，以推动数据经济的发展。

卫星领域再添新贵 三大央企出资40亿元成立时空信息

本报记者 谭伦 北京报道

中国卫星领域再添一家明星企业。

工商信息显示，中国时空信息集团有限公司（以下简称“时空信息”）日前在雄安新区注册成立，注册资本40亿元人民币，法定代表人为刘学林，经营范围含卫星导航服务、卫星通信服务、大数据服务、人工智能公共数据平台、地理遥感信息服务等。

股东方面，时空信息由中国卫星网络集团有限公司（以下简称“中

国星网”）、中国兵器工业集团有限公司（以下简称“中国兵工”）、中国移动通信集团有限公司（以下简称“中国移动”）三大央企共同出资成立。其中，中国星网认缴出资额为22亿元，中国兵工认缴10亿元，中国移动认缴8亿元，三家公司持股比例分别为55%、25%、20%。

对于时空信息将具体展开的业务，目前并未有公开信息。《中国经营报》记者也从其股东之一的中国移动进行了了解，相关负责人向记者表示，目前未有更多信息可以透露。不过，作为最大的出资方与占

股股东，时空信息与中国星网的业务联系目前被业界认为是最大概率的方向。

“从现有业务看，时空信息可能会成为中国星网在卫星业务方面的具体落地者。”Omdia资深首席电信分析师杨光分析推测，中国星网目前聚焦于我国卫星通信系统的研发和建设，而中国兵工与中国移动则分别拥有在北斗增强和卫星通信领域的技术和市场，时空信息作为三家公司联合的产物，其最终可能扮演卫星业务进入市场的整合者角色。

三大央企携手组建

工商注册信息中，时空信息的主要人员之一还包括曾在中国移动担任市场经营部总经理的首建国。

此番时空信息的成立如此吸引各界目光，离不开三家出资央企的影响力。

2021年成立的中国星网承担着我国卫星互联网的建设运营工作。公开信息显示，作为国资委出资的国有重要骨干企业，其目标是合并统筹国内原有包括鸿雁、虹云在内的低轨卫星星座计划，从而构建一个覆盖全球的卫星通信网络。

今年年初，据《参考消息》报道，中国星网计划打造一个由1.3万颗卫星组成的卫星网络，将在未来5年内发射其中约10%的卫星，到2029年发射卫星数量达1300颗，远期目标是在2035年完成1.3万颗卫星发射，以为新一代通信标准6G商用提供支撑。

“从长远看，6G的主要特征是天地通信一体化，而中国星网的主要强项是在卫星系统的设计和研发，因此在地面网络的打通和应用方面是需要有成熟厂商提供方案的。”杨光分析称，这就自然牵扯出时空信息另外两大股东中国兵工和中国移动的角色和作用。

同为国资委旗下央企，中国兵工成立于1999年。在其公开的各项业务版图中，与卫星产业强相关的一项工作是北斗地基增强系统的研制和建设，而后者是北斗卫星导航系统在实现精确定位领域的



视觉中国/图

重要组成部分。而中国移动作为目前国内移动通信领域的运营商，其在地面网络的优势自不待言。

通信业资深媒体观察人士周桂军告诉记者，从目前业内释出的信息看，低轨卫星系统未来势必将与导航应用业务打通，就如美国版的星链在地面也需要建设接收信号中继的基站，这也让中国兵工的作用进一步清晰。

值得注意的是，工商注册信息中，时空信息的主要人员之一还包括曾在中国移动担任市场经营部总经理的首建国。在杨光看来，这预示着中国移动未来在时空信息

的业务中或将发挥市场推广的重要角色。“如果时空信息将来承担我国卫星系统的落地和运营，那各地势必要有成熟的渠道和市场推广网络，这方面三家公司里只有中国移动能做到。”杨光表示。

此外，作为当前6G标准的制定参与者，以及未来6G网络的建设者，中国移动显然也将再6G空天一体化中起到关键作用。“中国星网负责卫星建设，中国兵工负责地面接收终端，中国移动负责地面网络的连通，以及各省市的业务市场推广。”周桂军分析认为，这或是三家央企参与此次时空信息组建的分工框架。

商业前景更为积极

除了注册地与中国星网同在雄安新区之外，时空信息的法定代表人刘学林也担任着中国星网的副总经理。

正式创立后，时空信息的商业前景即刻获得各界关注。

“可以注意到，这次时空信息的经营范围并不只包含卫星相关服务，也包括大数据、人工智能以及地理遥感服务等。”电信分析师付亮告诉记者，这可能意味着时空信息对于未来具体业务的展开没有设限，未来可根据探索和发展情况纳入新的业务。

以Space X为例，从最初的卫星发射到星链商用后的运营，乃至地面接收网络设备的生产制造，都是在不断探索中丰富起来的。付亮表示，这也可能是时空信息发展要走的一条路。

对于40亿元的出资规模，在杨光看来，虽然这一资金量不小，但考虑这只是首笔注册出资资

时空产业部署提速

时空信息已成为重要的战略性信息资源和核心生产要素，在地方高质量发展中发挥着不可或缺的重要作用。

除了三大央企的背景之外，时空信息这一命名本身所代表的产业意义也成为业界探讨的焦点。

记者注意到，在北斗定位导航服务出现后，时空信息的概念便已出现，并被视为重要的新型基础设施。根据国家测绘研究机构人士给出的定义，时空信息基础设施是带有时间和地理空间位置特征的众源数据和感知、存储、处理、共享、集成、挖掘分析、泛在服务所涉及的标准、技术、机制及硬环境的总称，是信息基础设施的一部分。

早在2021年，工信部便在印发的《关于加强智能网联汽车生产企业及产品准入管理的意见》中提出，要确保可靠的时空信息服务。企业应当确保汽车产品具有安全、可靠的卫星定位及授时功能，可有效提供位置、速度、时间等信息，并应满足相关要求，鼓励支持接受北斗卫星导航系统信号。

而且，卫星整体是高投入的产业，因而并不算大。而目前研发侧的重任更多在中国星网上，承担运营角色的时空信息在资金体量与需求方面会相对较少。

值得注意的是，除了注册地与中国星网同在雄安新区之外，时空信息的法定代表人刘学林也担任着中国星网的副总经理，这进一步印证了时空信息与中国星网在业务连接上的强关联。周桂军认为，从定位上看，中国星网纯技术色彩更为浓厚，而时空信息的角色更加面向市场，因此，这会让其在资本市场的前景更被看好。

杨光则认为，中国移动的加入，让时空信息的商业前景更有保障。因为对于中国星网而言，星网星座未来做大做强的一个重

要途径是开拓国际市场，尽可能扩大卫星服务的规模，而中国移动可以发挥其在全球通信产业内的影响力，与星网一起共同开拓国际卫星业务，从而实现共赢。

“整体来看，时空信息会是我国卫星产业在商业市场化探索上的一个积极尝试，虽然无法断言其未来能否成功，但目前来看，设计的思路是合理的。”杨光表示。

付亮则指出，时空信息也可能失败，或者后续有更好的企业冒出来，这都不奇怪，因为从全球各国经验看，卫星产业从来就是一个高试错率的领域，尤其是在商业化上，目前大家都没有经验，包括领先的美国。所以公众应保持更多耐心。

要素，在地方高质量发展中发挥着不可或缺的重要作用。RCC瑞达恒工程信息的数据显示，2024年以来，北京、山东、湖南等很多地区都已经启动了时空信息产业类项目，其中，商业航天项目造价金额超过20亿元，而时空信息建设项目造价金额接近13亿元。

“时空信息公司的创立，也将进一步加速时空信息产业的建设进程。”瑞达恒研究院经理王清霖表示，时空信息是涉及卫星导航、通信及大数据处理等技术的智能化基础设施，正在成为科技和产业竞争的新焦点。时空信息集团成立，意味着我国已经在国家层面开启了时空信息领域的商业化布局，整合6G资源、卫星通信等领域资源和技术，在技术方面可以较早地进行技术研发和更新，并在国际竞争中获得优势。

“国潮端午”起飞 暑期前出游黄金“捡漏”

本报记者 李立 上海报道

从国潮到汉服，从文博游到古镇游，受到新中式走红的影响，今年的端午作为

传统节日，与其他小长假相比“性格鲜明”。多方预测数据显示，今年的端午假期将是一届“国潮端午”。

美团数据显示，截至6

月1日，端午假期文旅预订量同比增长接近70%，北京、西安、成都、武汉、重庆等为TOP10目的地。其中，“国潮端午”成

为假期出游主题，北京、西安、南京等文化名城位列全国热门目的地前十；“民俗小城”变身“周边游”好去处，广东佛山、湖北宜昌、

福建泉州等地文旅预订量暴涨。

另外，携程方面提示，今年端午假期在“五一”和暑假之间，是暑期前出游

的黄金时间。去哪儿网方面则表示，端午假期与高考重合，旅客量暂无明显增长，这个假期难得“不贵不挤”。



视觉中国/图

多个OTA平台的预订数据显示，端午节是难得“不贵不挤”的小长假。

热度上升最高的目的地。

去哪儿研究员肖鹏告诉记者，小城游在这个端午依旧火热。从去哪儿平台的预订情况来看，有“仙居”之称的恩施人气直升，近一周端午酒店预订量较去年增长了三成；秦皇岛、景德镇、绍兴、日照、扬州、泉州、柳州、舟山、淄博、湖州、大同、台州热度较高。

赛龙舟是端午民俗。近一周以来，在去哪儿平台上，“龙舟”关键词搜索量环比上周涨136%。在“龙舟文化”浓厚的广东，佛山就以

非物质文化遗产项目——“叠滘赛龙舟”，成为今年端午假期的热门“民俗小城”。据美团数据，截至6月1日，当地文旅预订量同比增长超过80%，广州、深圳、东莞等广东省内城市出行热度最高。

在屈原故里——湖北宜昌则推出端午文化节，凭借汉服巡游、龙舟夜游等民俗活动，成为周边短途热门目的地；而在泉州、厦门等地，民俗踩街、王爷船巡海仪式等地方特色节庆也吸引更多游客前往。

暑期前最后“捡漏”

除了“性格鲜明”，端午假期也非常友好。截至目前，多个OTA平台的预订数据显示，端午节是难得“不贵不挤”的小长假，值得“捡漏”。

携程方面表示，今年端午假期正值6月上旬，高校陆续开始放暑假。趁着中小学生还未完全放假，00后大学生和“打工人们”都想抓住这个时间差。

从消费来看，端午假期非常友好。作为“五一”和暑假之间的假期，端午假期的酒店预订花费相对更低。截至目前，西安、烟台、威海、厦门等热门目的地的酒店单均花费较“五一”可省超过30%，较暑期也有约二至三成的优惠。

机票方面，端午假期，多条国内、国际热门航线往返机票价格在千元以内。针对学生出游趋势，旅游企业和航司也积极推出学生特惠。即日起至6月26日，国泰航空联合携程机票推出最高8.5折学生专属特惠，最低不到千元即可跨境，例如上海—曼谷770元起、厦门—东京940元起、北京—伦敦1550元起、北京—洛杉矶2600元起（前述均为不含税票价），旅行日期最晚至2024年9

月30日。

此外，由于端午假期与高考重合，旅客量暂无明显增长，这个假期将是难得“不贵不挤”的假期。在去哪儿平台上，端午假期首日（6月8日）北京直飞大连、温州、烟台、成都、银川、贵阳，上海直飞郑州、广州、深圳、天津、济南、广州直飞上海、南京、杭州直飞北京、珠海，成都直飞昆明、长沙，以及武汉直飞南宁、济南、重庆等均有裸票价格350元以下的机票在售，部分航线即使加上机建燃油费用，也比高铁便宜。

此外，端午+年假也可以在淡季“拼”出一个超长年假。肖鹏介绍，国内的云南腾冲、海南万宁等热门目的地在端午都没涨价，可以错峰出行；境外方面，西班牙马德里、俄罗斯莫斯科、美国塞班岛、澳大利亚墨尔本和悉尼等地酒店价格处于暑期前的低谷，在端午拼假出游比较划算。

不过同程方面也特别提醒，住宿方面，端午假期恰逢全国高考，旅游需求叠加本地考生住宿需求，国内各大旅游城市热门区域的酒店房源较为紧张，建议游客及考生提前预订酒店。

“国潮端午”深入小城

汉服造像、汉服主题酒店、国潮主题餐厅、园林茶馆点茶……“新中式游”热潮下，国潮元素正渗透到本地生活的方方面面。端午假期，北京、西安、南京等文化名城，成为假期沉浸式“新中式游”的好去处。

同程旅行发布《2024端午假期旅行趋势报告》显示，“新中式”是年轻人关注的旅行方式，各类传统文化相关的景区景点、演艺项目、非遗体验、节日活动等受到游客关注，国内目的地也纷纷推出节日相关活动，吸引游客前往。

美团方面告诉《中国经营报》，记者以西安为例，端午期间，本地各大景区将推出丰富多彩的文旅活动以及优惠措施，助推这股“新中式”出游热潮。在唐文化旅游标志性景区华清宫，游客在木华水清门前独立背诵《长恨歌》全文，即可免费入园参观。

除此之外，不少商家更融合城市特色与用户需求，不断创新“新中式”文旅供给，“汉服酒店”“国潮餐饮”等正悄然走红。“刘姥姥茄鲞”“凤姐火腿肘子”“宝钗胭脂鹅”……入围2024大众点评“必吃榜”的南京寻魏·金陵十二菜，以《红楼梦》主

题菜品吸引各地食客。“预计端午期间客流会同比提升20%左右，为了让更多食客品尝到我们的匠心菜品，门店会上线一些特色、实惠的套餐。”寻魏·金陵十二菜相关负责人吴金林介绍道。

记者注意到，结合此前小城游兴起，“国潮端午”的风也继续下沉。携程方面表示，市场偏好下沉趋势持续显现。对比今年和去年端午假期的酒店搜索热度，咸阳、徐州、宜宾、延安、长春、南昌、绵阳、芜湖、郑州和衡水是酒店搜索

抢滩马来西亚 中国车企“下南洋”

本报记者 方超 石英婧 上海报道

“中国企业需要成为全球化企业，而吉利控股集团也是以汽车为核心的全球化高科技企业，我们还是要持续地走出来，马来西亚就成为我们的首选。”吉利

控股集团高级副总裁、吉利国际控股(马来西亚)CEO魏梅对《中国经营报》记者表示。

吉利对马来西亚的重视始于2017年，当年，吉利控股集团收购马来西亚DRB-HICOM集团旗下宝腾汽车49.9%

股份，开始全面主导管理宝腾汽车。作为马来西亚人心目中地位极高的国产汽车品牌，宝腾汽车在吉利赋能下经历“起死回生”时刻，从连亏九年到营收翻三倍。

逐梦马来西亚的车企远不

止吉利。记者粗略统计发现，自2022年至今，已有长城汽车、比亚迪等五家中国车企进入马来西亚，最新一家车企则是广汽埃安，5月21日，AION Y Plus在马来西亚上市。

多位行业人士向记者表示，

与中国车企热门出海地泰国类似，马来西亚在地理位置、汽车产业基础等方面优势明显，在多项税收优惠政策激励下，当地新能源汽车市场潜力巨大。

当然，合规是中国车企出海的关键一环。炜衡(上海)律师

事务所高级合伙人王营伟就告诉记者表示，在中国出海过程中，需要“深入了解目标市场的法律法规及相关政策，包括反补贴、环境保护、知识产权、数据合规、供应链管理、经销、劳务等多个方面”。

入股两年扭亏为盈

作为东南亚唯一拥有完全自主汽车品牌的国家，马来西亚汽车产业曾经历飞速发展时期，而宝腾汽车是其最为典型的汽车品牌。

20世纪80年代，在“亚洲四小龙”经济腾飞影响下，马来西亚第四任总理马哈蒂尔提出“向东看”政策(Look East Policy)，提倡马来西亚学习日韩经济发展经验，并在1983年创建了马来西亚最大国营汽车公司——宝腾，马哈蒂尔亦被外界称为“宝腾之父”。

公开信息显示，1983年宝腾汽车成立之时，是一家由马来西亚重工业社和日本三菱集团旗下三菱汽车、三菱商事组成的联营公司，运营模式则为三菱提供技术，宝腾负责生产，其中，马来西亚重工业社和三菱系企业分别占据70%、30%股权，但在2004年、2005年，上述三菱系企业先后出售所持宝腾汽车股份，后者自此成为名副其实的国企。

作为马来西亚首个国产汽车品

牌，宝腾自诞生之时起，就备受马来西亚政府及民众重视。1985年，宝腾对外推出第一款量产车型Saga，此后对外推出Satria、Wira等车型，1993年，宝腾汽车在马来西亚当地市场占有率高达73%，成为当地家喻户晓的国民汽车品牌。

但在此后马来西亚进口汽车关税下调、缺乏技术积累等多重因素影响下，宝腾汽车深陷发展困境，在吉利入股前，宝腾汽车已连续九年亏损。2016年的公开报道显示，在销量持续下滑、经营遇挫的情形下，马来西亚要求宝腾汽车寻找一家“战略型外资合作伙伴”以获取“软贷款批准”。

“我们最开始有23家邀请企业，后来逐渐缩减到了15家、8家、3家，最后选择了吉利。”DRB-HI-

COM董事总经理、宝腾控股集团董事长丹斯里赛·法依沙近日对包括记者在内的媒体如此表示。

通过竞争成功入股宝腾的吉利，让宝腾再度腾飞，马哈蒂尔亦曾对此直言：“自从与吉利合作后，宝腾的好运就开始了！”

“2017年我们全年亏损12亿马币，相当于人民币20亿元。2018年对我来说是一个完整的年度，这个完整年度没有新产品，博越X70是在2018年12月份上市，但是这一年也减亏了4亿马币。”宝腾汽车CEO李春荣对记者如此表示。2017年8月22日，李春荣正式加盟吉利，出任宝腾汽车CEO。

李春荣进一步向记者介绍道：“2019年宝腾汽车实现了扭亏，盈利1.6亿马币，这些年来，即使在三年疫

情当中我们也没有亏损，经过六年多努力，销量实现了从低谷时期的6400辆，到去年年底的154000辆。”

相关数据显示，截至2022年年底，宝腾汽车实现营业收入翻三倍。2023年，宝腾总销量154000辆，同比增长9%，创下自2012年以来的最佳成绩。此外，宝腾汽车整体市占率翻番，达到19.4%，连续第五年稳居马来西亚市场销量第二位。2024年第一季度，宝腾汽车累计销量39150辆。

“宝腾汽车和吉利合作之后，增加了很多就业机会，我们从当年只有十几个人的小公司，经过五年时间，发展成为差不多有190人的集团。”马来西亚AJ GROUP CEO Eric Moo近日向记者表示，类似故事在当地宝腾经销商中并不少见。

全产业链深度赋能

从连亏九年到营收翻三倍，吉利是如何实现让宝腾汽车“起死回生”的呢？

“通过我们70天的努力，我们向董事会提交了一个十年发展规划，”李春荣向记者回忆，“在这个十年规划里面，我们有三个目标，第一个目标是尽快盈利，第二个目标是马来西亚第一，第三个目标就是东盟前三。”

宏伟目标之下，宝腾复兴却面临巨大挑战。马来西亚当地行业人士向记者介绍，在马来西亚车市，除了包括丰田、本田、马自达等日系车企外，当地还有另一大国产品牌Perodua也颇受消费者青睐，此外还有来自韩系、欧系等汽车品牌竞争。

市场竞争激烈，亟待“重生”的宝腾如何脱颖而出，重新赢得消费者？

吉利方面向记者介绍，其选择将旗下最畅销的紧凑型SUV“博

越”导入马来西亚市场。2018年12月12日，吉利战略入股宝腾汽车后推出的首款新车——宝腾X70在吉隆坡正式上市。

公开信息显示，这款车型上市半年累计收到订单32000份，交付量超15000辆，蝉联马来西亚SUV销冠。记者注意到，迄今为止，宝腾X70依然是马来西亚当地宝腾经销商的明星车型之一，被摆放在店内显眼位置。

在宝腾X70之后，宝腾X50、X90亦被吉利先后导入马来西亚市场，三款车型累计销量超20万辆。吉利方面介绍道：“宝腾X50、宝腾X90和最新增添的宝腾S70，成为细分市场领导者。”

除了燃油车型外，在全球车企加速新能源转型步伐的大背景下，宝腾汽车亦不例外。

“吉利在2015年就开始提出要进行新能源化，我们来到马来西亚就一定要成为一个新能源品牌领导者，所以我们在2022年就成立了宝腾的新能源汽车公司，2023年就把吉利合资公司Smart导入马来西亚，通过导入Smart，我们就掌握了新能源产品。”李春荣介绍道。

除此之外，2023年，宝腾汽车推出首款新能源车型宝腾X90，正式开启新能源转型之路。马来西亚总理安瓦尔·易卜拉欣对此表示：“这是宝腾40年来引以为豪的重要成果。”

记者注意到，除了产品导入外，在海外生产成本仍高于中国的情形下，吉利正发挥全产业链优势，全面赋能宝腾。

供应链方面，截至目前，宝腾汽车共拥有238家供应商。其中，2018

年以来先后有28家包括中国供应商在内的全球供应商参与到宝腾的事业中，并带来十余项新技术。

而在研发方面，2024年4月，宝腾汽车首个海外研发中心在中国宁波揭幕成立。吉利方面强调：“宝腾汽车的研发体系将与吉利深度融合，进一步提升宝腾的自主研发能力，开发出更多符合马来西亚甚至全球需求的车型。”

“走向全球化的过程中，对企业组织、产品、人才、价值观都是一场洗礼。”李春荣向记者强调，通过宝腾汽车这个中马双方合作案例，可以“看出吉利汽车在中国汽车行业领导地位，不是说靠一款车，靠一个商业模式做到今天，事实上是整个吉利汽车全体系化的能力反映在宝腾”。



2023年4月，吉利控股集团与宝腾汽车母公司——马来西亚DRB-HICOM集团签署深化合作框架协议。

中国车企押注马来西亚

巨大市场潜力之下，中国车企纷纷加码马来西亚。

公开信息显示，目前，马来西亚人口达到3370万。而作为东南亚第三大经济体，马来西亚人均国内生产总值超过1.2万美元，位居东南亚前列，较好的经济基础也带动了当地汽车市场发展。

马来西亚汽车协会数据显示，2023年汽车总销量达到79.9万辆，同比增长11%，连续两年突破70万辆。此外，2023年，马来西亚汽车总产量超77.4万辆，较2022年增长10%。

更值得注意的是，在税收优惠、市场需求等因素影响下，马来西亚新能源汽车市场增长势头良好，2023年，该国纯电动汽车与混合动力汽车合计销量为3.8万辆，同比增长69%。而今年一季度，马来西亚新能源汽车销量延续了这一增长势头。

巨大市场潜力之下，中国车企纷纷加码马来西亚。

2022年12月8日，比亚迪正式宣布进入马来西亚乘用车市场，并发布首款车型BYD ATTO 3。近20天后的2022年

12月26日，长城汽车马来西亚首家城市展厅落户雪兰莪州，首批欧拉好猫正式启动交付。

在长城汽车之外，奇瑞、哪吒等中国车企，则集体选择2023年进入马来西亚市场。如2023年5月份，哪吒汽车表示其首次亮相马来西亚车展，并于该车展上市哪吒V，正式进入马来西亚市场。

记者注意到，中国车企除了将新能源产品导入马来西亚外，也通过在当地设厂的方式谋求进一步深耕。如长城汽车与马来西亚大型制造业上市公司EPMB正式完成CKD组装合作签约，今年将正式启动组装生产长城汽车。

“新能源汽车因智能化、电动化的特点，数据合规贯穿营销、车联网场景等多个环节，车企需提前关注出口国家或地区对于数据保护影响评估、审批以及执法等方面的规定，做好数据分类分级，采取必要的管理和技术措施来保证数据安全。”王营伟向记者表示。

理想汽车“后悔”？裁员一个月后“召回”

本报记者 陈燕南 北京报道

近日，理想汽车在进行大规模裁员仅一个月后，开始召回部分被裁的关键岗位员工，被不少网友戏称为“裁员裁到大动脉”。

有媒体报道称，因此前的大裁员影响到产品测试开发，已有部分研发人员接到通知被召回公司，然而这些被召回的员工将不再享有之前协商的赔偿金。他们的合同将直接延续，无须再次经历试用期这样的繁琐流程。目前尚不清楚召回规模和各部门比例。

为“激进”买单

此前，有报道显示，理想汽车整体优化比例超过18%，预计涉及员工人数超过5600人。其中，销售服务运营部门优化超过400人，招聘部门从原来的200多人缩减至40—50人，智驾团队缩减到1000人以内。

一位理想汽车的智能驾驶部门员工表示，本轮裁员对内部研发测试部门影响极大，开发几乎停滞，测试仅靠少量低成本外部团队协助。

有业内人士认为，理想汽车此前的人力储备是按照最初预估的80万辆销量目标设定，而当前正在推行的裁员举措是在为这一激进的扩张目标“买单”。

据了解，2024年原本是理想的纯电大年。按照其去年年底的规划，今年3月发布MEGA，下半年发布3款纯电SUV。其中，M9、M8将在今年年内量产，M7预计在2025年一季度量产。到底，理想汽车

经济学家余丰慧对《中国经营报》记者表示，理想汽车近期遭遇了一系列挑战。此次召回关键岗位员工的行为，可能是为了应对包括市场环境的变化以及产品策略的调整。通过调整内部结构，以适应市场的变化。

资料显示，通过调整，理想汽车从一季度纯电车型MEGA上市成绩不佳的阴霾中逐步走出，5月交付新车35020辆，同比增长23.8%。

就上述情况，记者联系理想汽车官方，截至发稿，理想汽车官方暂未置评。

将有4款增程电动和4款高压纯电车型在售。

然而理想汽车首款纯电MEGA的“失利”打乱了理想汽车的规划。据了解，这款产品曾被寄予厚望。理想汽车多名高管曾数次宣称MEGA要成为50万元以上豪华车市场销量第一名，所以这款车也成为理想汽车今年80万辆销量目标的重要支撑。不过MEGA一上市就因外形被攻击，市场的反映以及销量都不达预期。

由此，理想汽车也开始了一系列动荡。

3月21日，理想汽车CEO李想在内部信中写道，理想误判了纯电战略节奏，错误地把MEGA的“从0到1”阶段(商业验证期)当成了“从1到10”阶段(高速发展期)进行经营。

随后李想取消了纯电车型的

召回计划。理想汽车也不得不将销量预期从80万辆下调至56万辆。

李想表示，理想汽车并没有因为短期的销量波动而失去信心。相反，这是公司在经历市场洗礼后，对竞争环境和自身实力进行冷静评估的结果，单纯的销量数字并不能完全反映公司的竞争力和市场地位。因此，理想汽车应放下之前设定的过于激进的销量目标，转而更加注重提升用户价值和经营效率。

据了解，此前，为了支撑80万辆的销量目标，理想汽车原计划将门店数量从去年的467家扩充至800家，进行了大量人员的招聘、店面改造、建设新店面等工作。有理想汽车员工表示，在这一轮调整中，门店扩张计划快速收缩，部分店面停止改造，一些新建设的店面也停止了装修。

组织架构“大动刀”

事实上，经历了波折之后，理想汽车正在不断进行调整。

4月3日，理想汽车发布内部全员公告宣布对现行的矩阵型组织进行升级。此次组织变动主要集中在理想汽车的CEO办公室，从原有涵盖品牌部、产品部、商业部、战略部、供应部的部门变更为“产品与战略群组”。

改名后的产物与战略群组，下设“产品线”部门和“质量运营”部门。在一季度财报会上，李想提到，组织架构调整中最重要的是，建立了一个名为“质量运营”的新部门，以此“让业务部门真正关注高质量的决策和运营效率，而不是关注流程”。

目前，理想内部的调整仍在继续。有报道称，业务重心向产品部转移后，理想将零售与交付部门合并，并下设了更细分的岗位。

有接近理想的人士认为：“这样的调整可能与零售和交付团队之间的摩擦有关。此前，零售和交付团队由于考核指标不同，难免会有摩擦，对零售端的销量产生不利影响。”据其猜测，零售和交付团队合并之后，目标趋于一致，更利于整体的销量增长。

记者注意到，经历了一系列调整，理想汽车的销量整体有所改善。数据显示，理想汽车5月交付35020辆，创今年新

高，且环比均实现两位数增长，分别为23.85%和35.8%；年累计交付量达到14.12万辆，同比增长32.54%。

不过，这得益于价格低于25万元的理想L6。有数据显示，理想L6在5月5日累计订单超4.1万辆，5月31日第2万辆理想L6正式下线，订单火爆加上产能快速爬坡，L6累计交付突破1.5万辆，成功拉动理想汽车交付量攀升。

有业内人士认为，理想汽车通过不断地纠错和反思显示出企业具有一定的自我调整能力，能够在面对问题时迅速作出反应，避免损失进一步扩大。这种纠错的勇气和决心是值得肯定的。但从另一个方面来看，这一事件也反映出理想汽车在管理和发展过程中存在的一些问题。

例如在裁员之前，是否充分评估了各部门的实际需求和人员配置？是否与员工进行了充分的沟通和解释？这些问题都值得企业深入思考和总结。

不过有分析指出，“先裁后召”的事件本质上是企业对市场缺乏一定的预判能力。在着手对企业进行“瘦身”的同时，又迎来了订单的高峰期。

另有业内人士认为，理想汽车的这场“先裁后召”的事件反映出当下不少企业在面临经济下行压力时的困境。在急于“止

血”的心态下，一些公司往往会选择“一刀切”的裁员策略，但这种做法不仅容易误伤企业的中坚力量，更可能从根本上动摇企业的人才根基。

余丰慧则对记者表示：“理想汽车此举可能会对企业的士气和员工忠诚度产生负面影响，因为员工可能会感到公司不守信用。企业应该与员工进行坦诚的沟通，解释决策的原因和影响，尽可能减少员工的疑虑和误解。”

他还表示：“裁员后的赔偿金是双方协商一致的结果，公司无权单方面改变。如果员工被召回公司，而公司不履行之前的协议，员工可以寻求法律援助，维护自己的权益。此外，员工还可以考虑向劳动监察部门投诉，以保护自己的合法权益。”

柏文喜则认为，裁员后召回员工，且不再提供赔偿金，这在法律和道义上可能存在争议。“员工在面对这种情况时，首先需要了解自己的权益，包括但不限于合同条款、劳动法规定等。员工可以通过以下方式保障自己的权益：与人力资源部门或法律顾问沟通，了解召回的具体原因和条件；审查合同条款，确保公司的做法符合合同规定和相关法律法规；如果感到权益受到侵犯，可以寻求法律援助，保护自己的合法权益。”他表示。

日本车企违规警示录

本报记者 陈燕南 北京报道

6月4日,日本政府有关部门对丰田汽车展开突击搜查。当日上午,日本国土交通省进入丰田汽车总部。

日本国土交通大臣齐藤铁夫表示:“我们将确认不正当行为的事实,并根据结果严格按照《道路运输车辆法》处理。”另有国土交通省官员表示,后续还将对本田、马自达、雅马哈和铃木汽车进行现场检查。

据了解,此前,日本国土交通省共责成85家企业开展内部调查,

5家车企被点名 涉嫌数据造假

丰田汽车公司董事长丰田章男认为,生产周期和程序漫长复杂、没有人能掌握全部流程等可能都是造假原因。

此次日本五大车企违规事件曝光,起因于丰田子公司大发汽车。去年4月,大发汽车被曝有两款车型涉及对汽车车门饰板、汽车侧面撞击安全性测试进行违规操作。

由此日本国土交通省进入大发汽车本部进行核查。由于大发汽车为其他日本车企代工,各车企用的零部件供应商大致相同,调查范围遂进一步扩大到85家汽车制造商、设备制造商和其他公司。丰田、马自达、雅马哈发动机、本田和铃木的测试造假行为这才逐渐被查出。

据了解,本田汽车在噪音测试报告中有虚假陈述;铃木汽车对制动装置测试结果进行了虚假陈述。同时,马自达、雅马哈在测试中均有虚假陈述。丰田的3款在产车型在行人保护测试中提交虚假数据,4款已停产车型在碰撞试验中非法加工试验车辆。

目前,马自达、雅马哈、本田和铃木多达31款车型被指存在类似违规行为。其中马自达有5款车型

以确认是否存在违规行为。通报显示,丰田、马自达、雅马哈发动机、本田技研工业和铃木等5家公司在车辆性能与测试环节方面存在数据造假行为。

那么,对于中国市场的车型有没有影响?对此,本田中国对《中国经营报》记者回应称:“此事件仅限日本市场,不涉及在中国市场销售的Honda车型。Honda在中国销售的车型均在切实应对中国法规的基础上,展开销售。”

同时,记者从丰田中国官网获悉,其发布的《丰田中国关于认证申请相关的声明》中显示,经过确

认,一汽丰田、广汽丰田与雷克萨斯在中国市场销售的车型与本次事件无关。

事实上,日系车企的违规行为也给了汽车行业“一记重锤”。针对此次事件,中国汽车工程学会名誉理事长付于武对记者表示:“丰田、本田等5家企业的数据造假事件暴露后,引起了我们极大的震动。这次包括丰田在内的车企出现了篡改数据、数据造假的行为,这对汽车产业来说是不能被允许

的,具有非常重要的警示意义,即任何企业都不能置于法制管理之外。法制,就是标准和法规。即使标准和法规再苛刻,这就是汽车产业的法,任何企业都不例外。汽车产业的永恒主题是安全、节能、环保,我们必须进行法制化管理。”

另有业内人士分析,由于内部调查尚未完全结束,日本国土交通省检查也刚刚开始,问题进一步扩大的可能性仍存。



多家日本车企因违规致歉,部分涉事车型停产。

视觉中国/图

官房长官林芳正在记者会上表示遗憾,称这种行为“损害了日本汽车产业的信誉”。日本国土交通省已指示暂停部分目前正在生产的汽车和摩托车的出货,并要求对消费者做出详细说明。今后将结合现场检查结果,基于相关法规进行处理。

另有报道显示,马自达在两个测试类别中共有5项测试存在违规行为,马自达于5月30日向日本国土交通省进行了报告,此次发现的违规行为涉及生产的150878台车辆和销售的149313台车辆。据马自达方面透露,问题所涉及的车型分别是昂克赛拉、阿特兹以及MAZDA 6,而现款MX5 RF和马自达2将会面临暂停销售。

针对车企违规事件,日本内阁

本田相关负责人也举行了记者会向公众道歉。本田方面称,自2009年以来,该公司在车辆噪音测试、发动机测试等方面存在不当行为,涉及的车辆总数约为435万台。本田方面还称,但这些车在性能上没有缺陷,都符合相关标准。

马自达汽车称,对由此给客户、业务合作伙伴、经销商以及所有其他与马自达有关的利益相关者带来的不便和担忧表示诚挚的歉意。

汽车产业分析师中西孝树表示,如果丰田和马自达相关车型停产两个月,减产规模很可能达到2万-3万台。日本汽车工业的产业链长、关联企业众多,停产和停止出货时间过长,可能给正在缓慢复苏的日本经济带来重创。

“对中国汽车企业同样有警示作用”

专家认为,全球化日益发展的今天,法规将会越来越严,中国汽车品牌挑战很大。

对于消费者备受关注的中国

车型是否会受到一定影响的问题,记者注意到,《丰田中国关于认证申请相关的声明》中表示,相关认证实验按照中国法律法规,在中国管理部的监督指导下完成,不存在安全和品质问题;今后,丰田将继续严格遵守相关法律法规,秉承公开透明的原则,为广大中国消费者提供安心、安全的产品和服务。

本田中国则回应记者称:“关于此事件中所涉及的Honda车型,已在公司内部进行了技术验证和实车试验等测试,确认满足相关法规标准,对法规所规定的整车性能并无影响,而且已均为停产车型。此外,目前及今后在日本销售的Honda车型,在获取汽车型号认证的试验中不存在不当行为。”

有业内人士认为,虽然目前中国并未受到日系车企集体造假事件的影响,但是连续性、大面积的集体造假行为,也在一定程度上损害了日系车企的品牌信誉。

据了解,最近几年,日系车企频繁被曝数据造假消息。有业内人士认为,这或许与日系车企的扩张战略有关。丰田章男曾表示,为了迎合更多汽车消费者的需求,丰田采取了扩张战略,在这样的战略指导下,公司将优先考虑新车的开发周期和效率生产。

但是欲速则不达,丰田已经意识到问题的严重性,丰田汽车公司社长、董事社长佐藤恒治在今年2月强调,企业经营必须像马拉松一样,进行周期主义考虑。即使放慢发展速度,也需要重振昔日的丰田体制,这是公司

安身立命的根本。

日本瑞穗银行商务解决方案部主任研究员汤进认为,近年来,随着电动化、智能化技术的发展,日本车企在燃油车时代打造的“皮实、省油、耐操控”等优势正在消失。光环下的自大和新能源车崛起引发的焦虑是这次集体造假的诱因之一,或许会为日本汽车制造业走下坡路埋下伏笔。

汤进认为,丑闻曝光后,多家企业的多种车型停产,影响到整个产业链。如果日本制造业今后不彻底改善,日本的“工匠精神”会光芒不再。

付于武对记者表示:丰田等5家企业的欺骗行为对日本企业有警示作用,对中国汽车企业同样也有警示作用。中国汽车产业正在快速发展,我们强调高质量发展,并且在海外不断布局。在全球化背景下,中国汽车产业更应该做到安全、节能、环保,并按照出口目的国的标准法规来约束自己,满足质量要求。如果不能满足这些要求,对我们的海外发展将是巨大的损害。

他进一步表示,虽然过去几年,国内在法律环境和市场环境建设方面做了大量工作,但更多关注资质管理和产品认证,而全过程的监管还不够严谨。他认为,全球化日益发展的今天,法规越来越严,如欧洲即将实施的欧七标准,以及新能源汽车发展中制定的一些法规,中国汽车品牌要按照这些标准来规范,挑战很大,但通过适应法规以及技术提升,汽车产业会迈向更高质量的发展。

国内固态电池产业加速推进 千亿赛道呼之欲出?

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

近几年频频见诸报端的固态电池近日热度强劲攀升,成为汽车圈最热门的话题之一。

5月29日,据《中国日报》报道,中国政府相关部门牵头,或将投入60亿元支持全固态电池研发,其中宁德时代(300750.SZ)、比亚迪(002594.SZ)、一汽、上汽、卫

蓝新能源和吉利共6家企业或获得政府基础研发支持。据悉,该项目经过严格筛选后,将具体分为七大项目,聚焦聚合物和硫化物等固态电池技术路线推进。

因具有更高的安全性、更长的循环寿命、更高的能量密度、高功率特性以及更强的温度适应性等优点,近几年来固态电池快速“升温”,全球多个国家相关企业

均在争抢固态电池最先量产的“荣誉”。

中国科学院院士、清华大学教授欧阳明高此前在一场行业论坛上表示,全固态电池具有技术颠覆的性能潜力,目前动力电池产业已经迎来新一轮材料创新周期,我国需要跨越创新周期,迎接国际新一轮动力电池技术之争。

“在构成锂离子电池的所有材料中,只有电解液是易燃易爆的。很多锂离子电池的燃油、爆炸事故,也都是由于电解液出现了问题。固态电池不再使用电解液,使其提高了安全系数。”真锂研究创始人、总裁墨柯在接受《中国经营报》记者采访时表示,国家向全固态电池技术开发投入60亿元,或将带动社会资本以及相关

企业向这一领域注入更多资金,以推动我国固态电池技术的发展,这将对我国固态电池产业发展带来积极意义。从60亿元的投资人可以看到,相对于此前,国家对固态电池产业的发展明显更为重视,接下来可能投入的力度也会越来越大。

“此次60亿元的投入聚焦了硫化物、聚合物等不同技术路

线,规避了押注单一技术路线的风险,也有利于固态电池技术发展的多元化,给予了企业更大的自主空间。”财信证券分析师杨鑫表示,此次针对6家企业的全固态电池研发专项投入,进一步整合了国内的研发力量,有望加速全固态电池的发展速度,预计全固态电池有望在2027年实现量产装车。

重新审视“颠覆性技术”

固态电池被视为动力电池的一场颠覆性革命。

根据液态电解质在电池材料中的质量百分比含量的不同,业界将锂电池分为液态电池(25%)、半固态电池(5%-10%)、准固态电池(0%-5%)和全固态电池(0%)。

近几年来,固态电池一直处在汽车圈内人士的视线之中,固态电池概念个股在资本市场亦持续活跃。一个中原因是固态电池被认为是锂离子电池的“终极形态”。

当前,液态锂电池是全球锂电池主流技术。不过,现有液态锂电池能量密度已经接近理论上限,与此同时,液态锂电池使用的有机液态电解液具有易燃、易泄漏等问题使其存在安全隐患。

相对于液态锂电池,固态电池不再使用液态电解质,取而代之的是热稳定性高、不易燃的固体电解质,因而在安全性上更具优势。固态电池还能兼容更高性能的正负极材料,可以大幅提升锂电池能量密度,使电动汽车实现更高续航里程。此外,固态电池还具备高功率特性以及更好的温度适应性,使电动汽车充电速度更快、使用场景更多元。基于上述优点,行业内认为固态电池是“下一代电池技术”。

“近10年来,以硫化物固态电解质为代表的新型固态电解质发展迅猛,离子电导率赶上甚至超过了液态电解质。目前,大家已经形成共识,全固态电池是公认

的‘下一代电池技术’的首选方案,被列入中国、美国、欧盟、日韩等主要国家的发展战略,也成为下一代电池技术竞争的关键制高点。”今年1月底,欧阳明高在中国全固态电池创新发展高峰论坛上表示,从全球固态电池产业的布局来看,中国企业的数量最多,其次是日本,日本企业的数量虽然不多,但实力很强。韩国也是如此。

相较于日本、韩国等企业在全固态电池领域的深耕积淀,我国进入固态电池赛道的时间更晚,而且主要是以科研机构和院校为支撑,产业化的进程更慢。总体而言,目前我国固态电池技术处于产品导入前的技术萌芽阶段。

在目前主流的液态锂电池体系中,我国在全球动力电池产业版图上占据举足轻重的地位,全球排名前十的动力电池企业有6家来自中国。而要大举发展固态电池,记者在采访中了解到,行业内目前存在矛盾纠结的心态。

行业内较为普遍的看法是,从原料及基材生产、电芯及电池包装配、电池生产应用到电池回收,全固态电池将对现有电池全生命周期产业链造成巨大冲击。

“固态电池技术如果成熟了,动力电池产业现有的材料很多都用不到。首先,对于电解质的需求,将从液态转换成固态,这是两种完全不同的材料体系,意味着目前生产电解液的企业要去生产固态电解质。这存在一定的难

度,因为我们在这方面没有积累。其次,隔膜也将被完全取代。这些年来,在隔膜产业中我们投入了大量的资金,建立了优势,而这些优势在固态电池时代基本上也会荡然无存。在正极材料方面也存在同样的问题。”墨柯告诉记者,“如果要大力发展固态电池,就意味着我们要进行自我革命,这对企业而言的确是很接受。但是,我们如果不进行自我革命,将来有很大的概率会被别人颠覆。”

欧阳明高此前曾表示,就算全固态电池在2030年实现产业化,它要想替代液态锂电池50%的市场份额也需要20—30年时间。但需要注意的是,对于汽车技术而言,达到1%的市场份额已经是一种预警。

在欧阳明高看来,全固态电池的发展是未来的必经之路,要守住优势、防止被颠覆,我国动力电池产业应坚持液态电池与全固态电池平衡发展的定位和目标,加大对全固态电池的研发布局。

国家从资金层面给予支持,使业内对固态电池产业的信心有所增强。深蓝科技高级项目总监周安健认为,在此次60亿元国家研发项目的支持下,我国全固态电池的研发将提速,预计3—5年内或追赶上日本、韩国的发展水平,预计我国全固态电池在2027年可小规模示范装车,2030年实现大规模量产装车。

尚需解决技术与成本等难题

固态电池目前尚未走至量产上车的关键节点。从整个行业来看,全固态电池实现产业化的时间被设定在2027—2030年。

虽然目前行业内还存在比较大的顾虑,但是从目前的情况来看,固体电池赛道入局者众多,其中包括传统动力电池企业、整车企业等。对于全固态电池而言,谁能够真正率先量产,谁就会占据主导权。在此背景下,多家企业正在加快固态电池领域的研发和应用进度。

国轩高科(002074.SZ)5月17日在第13届科技大会上发布了全固态“金石电池”。其称,目前公司已具备半固态电池产业化能力,建成半固态电池产能2GWh,此次发布的全固态电池预计将在2027年进行小批量上车试验,产业链完善情况下在2030年实现量产。

清陶能源与上汽集团(600104.SH)的合资公司——上汽清陶计划于2026年实现全固态电池正式量产,并完成样车测试,2027年搭载全固态电池的智己汽车新车将实现量产并交付用户。

宁德时代(300750.SZ)首席科学家吴凯近期在一场行业会议中则表示,全固态电池的成熟度指标若用1—9数字表示,宁德时代目前的成熟度在“4”的水平,目标为2027年到“7—8”的水平。在他看来,2027年宁德时代全固态电池实现小批量生产的机会很大,但受成本因素制约,大规模生产

尚不能实现。

相对于国内企业现阶段主要瞄准半固态电池产品进行开发,海外企业多采用全固态电池路线。

记者注意到,宝马汽车与Solid Power达成合作,预计2025年推出固态电池原型车,2030年量产固态电池车型。大众汽车则与QuantumScape进行合作,预计2025年建立固态电池量产线。奔驰与辉能、Factorial Energy等合作,计划2028年批量生产固态电池。丰田计划2025年推出全固态电池混动汽车,2030年推出全固态电池纯电动汽车。

目前,全固态电池主要分为聚合物体系、氧化物体系、硫化物体系和卤化物体系四种技术路径。多位业内受访人士告诉记者,现阶段,全固态电池无论哪种路线都面临困境和瓶颈,有许多科学问题尚未解决。全固态电池要真正迎来产业化,行业就必须直面挑战。

“尽管固态电池具备高能量密度、高安全性和快速充放电的优点,但受到固态电解质、电极材料的固有性质限制,固态电池目前性能有限,固—固界面点接触、界面阻抗大,产线兼容低,生产成本高。”国轩高科首席科学家朱星宝5月31日在一场主题峰会上表示。

在周安健看来,从产业化角度来讲,全固态电池的关键挑战是商品化属性不足,成本过高,制作条件严苛。他认为,目前固态电池成本远高于液态电池,仍不具备商品属性。固态电解质目前制备条件

苛刻,工艺难度大,用到的部分原材料价格较高。同时,全固态电池对生产工艺、成本和质量控制也提出了更严苛的要求。

墨柯在采访中对记者表示,目前考虑成本问题还为时尚早,对于任何一个新技术而言,成本并不是在发展早期就应该考虑的问题,首先需要把产品先做出来,在这之后再考虑降低成本的问题。在早期,液态锂电池的成本也非常高。

“固态电解质的生产对于温度和湿度等各个方面的要求都极为苛刻,因此对于其生产的开发很费时间。目前,三星在硫化物固态电解质以及对应的电池技术的开发方面相对来说比较领先,三星在2023年开发出了20Ah固态电池,在2023年也把第一条生产线做出来了。但按照三星的计划,要在2025年才能够量产20Ah固态电池,也就是说它还要计划用2年的时间去解决工程化方面的问题。”墨柯认为,对于固态电池的发展而言,技术的沉淀和积累非常关键。

虽然在多个维度面临较大挑战,但从长期来看,行业内普遍认为固态电池市场广阔。研究机构EVTank在一份白皮书中指出,基于对固态电池技术路线和降本路径的研判,预计到2030年全球固态电池的出货量将达到614.1GWh,在整体锂电池中的渗透率预计在10%左右,其市场规模将超过2500亿元,主要为半固态电池。

华为余承东：不排除进军20万元以下车型

本报记者 陈靖斌 广州报道

一向专注于中高端车型的华为鸿蒙智行，却打起了20万元以下车型的“如意算盘”。

日前，在粤港澳大湾区车展上，面对大家关心的华为鸿蒙智行的更低价的车型，也就是15万—20

推出20万车型“卷价值”？

余承东却透露将推出20万元以内的车型，这一举动引发了业内的广泛关注。

专注于中高端车型市场的华为鸿蒙智行，近期却宣布计划进军20万元以下的车型市场。这一消息在粤港澳大湾区车展余承东与360董事长周鸿祎深入讨论的对话中首次透露。

周鸿祎建议余承东推出售价在15万—20万元之间的车型，认为这一价格区间更符合中国老百姓的主要购买需求。对此，余承东回应称，华为鸿蒙智行正在努力降低成本，未来推出不带激光雷达、售价在20万元以内的车型是可行的。

此前，余承东在接受记者采访时曾明确表示，华为鸿蒙智行主要聚焦于中高端产品，并不打算涉足20万元以下的市场。他强调，希望未来能够与其他厂商一起做大新能源汽车市场。然而，随着市场竞争的加剧和用户需求的变化，华为鸿蒙智行显然也在重新评估其市场策略。

在未来汽车先行者大会上，余承东进一步阐述了他的观点。他认为，在智能电动网联汽车领域，

价格战下竞争激烈

2024年，新能源汽车市场的价格战可谓全面爆发，据不完全统计，包括燃油车品牌在内，已有40多家车企相继推出补贴或降价优惠。华为鸿蒙智行计划切入20万元以下的汽车市场，使国内汽车市场的价格战愈发激烈。

2024年，新能源汽车市场的价格战可谓全面爆发。新年伊始，比亚迪率先发起攻势，将两款荣耀版车型的价格降至8万元以内。紧随其后，理想、小鹏、广汽埃安、特斯拉等品牌纷纷跟进，通过调整价格和推出补贴政策来争夺市场份额。

4月，这场价格战达到了白热化阶段。4月11日，小鹏G6全新580 Plus发布，限时售价为17.99万元，比去年6月的20.99万元起售价低了3万元。仅仅9天后，4月20日，小鹏汽车再次推出5亿元购车

万级，华为常务董事、终端BG董事长、智能汽车解决方案BU董事长余承东也作出了回应。余承东表示未来不带激光雷达的版本杀到20万元以内没有问题。

值得注意的是，余承东此前曾表示，华为鸿蒙智行主要专注于中高端产品，不会涉足20万元以下的

市场。然而，这次他主动透露可能进入20万元以下的汽车市场。

对此，国际智能运载科技协会秘书长张翔向《中国经营报》记者表示，对于车企而言，提高市场占有率、销量和排名，才能真正提升品牌价值和影响力，而华为鸿蒙智行要在国内进一步提升销量，必须

从高端市场扩展到低端市场。

张翔指出：“理想和蔚来都是走这条路，华为鸿蒙智行也不例外。如果华为鸿蒙智行不走这条路，那么它的市场将被竞争对手抢走。而华为鸿蒙智行切入20万元价位的车市场，也意味着更多小车企将会因此尽快出局。”



本报记者 陈靖斌 广州报道

比亚迪是全球卷王NO.1，因为其具有超低成本的制造能力。相比之下，华为鸿蒙智行不擅长低价竞争，而是注重提升产品的价值、智能化、豪华感、舒适性、安全性和高质量的用户体验。余承东强调，华为鸿蒙智行通过智能化技术的创新，能够为用户创造更大的价值。

“我们不擅长制造超低成本的低价产品，我们希望这个产业能够正向良性循环。善于卷价格的厂商可以继续卷价格，而我们专注于提升价值，为产业增值，实现共赢。”余承东表示。

然而，余承东却透露将推出20万元以内的车型，这一举动引发了业内的广泛关注。

汽车分析师张翔指出，汽车品牌“卷价值”意味着车企依靠品牌价值来盈利，而不是进行价格战。他认为，目前国内一些头部企业在“卷价值”方面表现出色，而华为鸿蒙智行在品牌价值上还有一定差距。他举例说，比亚迪和理想汽车销量大，

具有规模经济效益和高利润，能够投入更多资金进行研发，形成正向循环。比亚迪的仰望U8就是“卷价值”的成功案例。相比之下，华为鸿蒙智行的销量和市场占有率为还需进一步提升，以增强品牌影响力。

事实上，从5月的数据来看，鸿蒙智行的表现与竞争对手相比确实还有一定差距。

6月4日，鸿蒙智行官方公布了其品牌旗下上个月的交付数据。5月，鸿蒙智行全系交付新车30578辆，全年累计交付148098辆。

比亚迪发布的5月产销快报数

据显示，比亚迪新能源汽车5月交付量达到331817辆，今年前5个月累计交付量已达1271325辆。比亚迪同时宣布，其新能源车累计交付量达到760万辆，预计很快将突破800万辆的里程碑。

理想汽车在5月交付新车3.5万辆，同比增长23.8%。截至5月31日，理想汽车累计交付77.46万辆。

相比之下，鸿蒙智行的5月交付量仅为比亚迪的约十分之一，尽管与理想汽车的月度交付量相当，但其全年累计交付量仅为理想汽车的约六分之一。

2024年，新能源汽车市场的价格战可谓全面爆发，据不完全统计，包括燃油车品牌在内，已有40多家车企相继推出补贴或降价优惠。华为鸿蒙智行计划切入20万元以下的汽车市场，使国内汽车市场的价格战愈发激烈。

补贴，其中，小鹏G9和G6限时减免2万元，P7限时减免最高5万元，P5则有1.5万元的置换补贴。

吉利系品牌也不甘示弱。4月15日，吉利银河E8推出了两款龙腾版车型，售价分别降至16.58万元和21.58万元，较之前的起步价格下调了1万至1.3万元。4月17日，领克新能源车型领克08 EM-P推出新款，起步价降至17.58万元，比原先的20.88万元起售价低了3.3万元。

特斯拉也在压力下加入了这场价格战。4月21日，特斯拉全系车

型降价1.4万元。在全球大裁员的背景下，特斯拉需要通过增加销量来维持体系的发展和股价的稳定。

截至目前，价格战仍未停息。

据不完全统计，包括燃油车品牌在内，已有40多家车企相继推出补贴或降价优惠。

华为鸿蒙智行也计划切入20万元以下的汽车市场，使国内汽车市场的价格战愈发激烈。

盘古智库高级研究员江瀚在接受记者采访时表示，商业策略常常会根据市场环境、消费者需求以及内部资源的变化进行调整。华为鸿

蒙智行最初可能认为专注中高端市场是其战略方向，但随着竞争加剧和消费者需求多样化，他们发现进军低价市场能够带来更大的市场份额和品牌影响力。

产业观察家洪仕斌也认为，从华为鸿蒙智行原来的战略定位和目标来看，他们希望通过提供中高端汽车产品来提升其技术在汽车行业的影响，并推动汽车行业的技术进步。是否进入20万元价位以下市场，可能更多是基于其对市场定位和战略目标的考量。

长安汽车朱华荣：“卷”是“良币驱逐劣币”回归良性竞争最好方式

本报记者 陈靖斌 广州报道

“最近行业也卷出了‘四位老汉’直播推广。竞争从最初的卷成本、卷价格、卷技术，到现在的卷高管、卷用户、卷服务，更是产生了新卷王——卷流量。流量也是生产

新、智、合、卷”

在本次论坛上，朱华荣以四个字总结了汽车行业的变化——“新、智、合、卷”。这些关键词不仅浓缩了行业的最新发展趋势，也为未来的发展方向指明了道路。

在“新”的方面，朱华荣指出，随着科技的不断进步，汽车产业正在从单纯的交通工具转变为综合性出行产品、服务和生态系统的一部分。汽车已经不再只是一个代步工具，而是逐渐演变为集移动多功能空间、智能计算终端、数据采集载体和移动储能单元于一身的“智能汽车机器人”。朱华荣表示：“新汽车与新生态的时代正在到来。”

三点建议提速发展进程

近期数据显示，中国汽车产业已在国际市场上展现出强劲的竞争力，并有望加速成为世界级品牌。

根据乘联会秘书长崔东树在5月31日发布的数据，2024年4月全球汽车销量达到700万辆，同比增长3%，环比下降了15%。虽然这个数字比2018年4月的峰值低10%，但仍处于历年中位水平。同时，2024年1至4月全球累计销量为2836万辆，同比增长4%。值得关注的是，中国车企在4月的全球

力，是生产要素，高管本身就自带流量。”6月6日，在“2024中国汽车重庆论坛”(CACS2024)上，长安汽车董事长朱华荣分享了中国汽车行业的新竞争趋势，这种趋势也推动了行业内卷的进一步深化和提升。

《中国经营报》记者了解到，朱

华荣提到的“四位老汉”，除了他本人外，还包括长城汽车董事长魏建军、吉利汽车董事长李书福和奇瑞控股董事长尹同跃。

朱华荣认为，这种行业内卷是“良币驱逐劣币”的正常过程，是促进行业快速回归良性竞争的最佳

方式。

他表示：“‘内卷’本身意味着对卓越的追求，这种竞争将提升中国品牌的高度，并最大化用户利益，真正为用户创造价值。我相信，在未来10年内，将有更多的中国品牌通过这种竞争成为世界级品牌。”

管行驶约400公里。我特意向交管部门报备了，否则网友们可能会批评我违法驾驶。”他特别强调：“自动驾驶是豪华汽车的最大特征，而安全是最大的豪华。”

在谈到“合”时，朱华荣表示，尽管当前面临地缘政治和逆全球化等挑战，但汽车行业的新合作依然充满活力。“其实，现在有些合作还没有对外公开。”朱华荣强调，长安汽车始终保持开放合作的态度，积极拓展合作伙伴关系。长安汽车与华为、地平线、中国移动等企业进行了全面合作，并与英飞凌等合作伙伴深入推动“铁三角”合作模式，旨在

共同打造一个安全、互信且具有竞争力的产业链和供应链。

朱华荣认为，全球汽车行业并没

有走向逆全球化，而是更加积极地拥抱全球化，通过全产业链的加

速合作实现共赢发展。

最后，谈到“卷”，朱华荣指

出，汽车行业的竞争已经达到了

新的高度。“最近，行业内的‘四

位老汉’都开始通过直播带货，卷

出了新高度。”他打趣道，“6月5

晚上我还和其他‘三位老汉’讨

论过今天的发言，他们都同意我提

及这件事。”朱华荣的幽默让全场

气氛更加轻松。

应坚持实事求是的原则进行品牌和产品宣传，避免透支社会和用户对行业的信任。

其次，强化科技创新：行业应快速突破并解决诸如智能驾驶安全、补能效率等关键问题，并配套完善相关法律法规，以推动汽车产业的高质量发展。

最后，践行共建“一带一路”倡议：行业应推进高水平的对外开放，贯彻长期主义和本地主义，履行社会责任，从“走出去”向“走进去”转

变。通过创造更多的税收、GDP和就业机会，助力当地经济和社会发展，强化与当地企业的合作共赢，为全球用户提供更好的产品与体验，推动全球汽车产业的可持续发展。

朱华荣还表示，长安汽车有幸见证并参与了行业的变革，并期待着未来的无限可能。未来，长安汽车将继续坚持开放合作，坚定不移地迈向世界一流汽车品牌，为全球汽车产业的发展贡献长安力量。

广汽集团曾庆洪：企业的目标是盈利“内卷”不利于长期主义

本报记者 陈靖斌 广州报道

广汽集团必须坚持长期主义，以坚定的信念和持久的韧性谋求长远发展。

“广汽集团要有定力、有韧性、有格局，制定长远的战略目标，而不是眼前去‘卷’。”曾庆洪表示，“去年我就提到这个观点，我们必须站在国家的高度，通过长期主义来实现长远发展。因此，我们加快了‘万亿广汽 1578’发展纲要的规划，重点关注转型升级、能源生态和国际化等五大领域。”

据《中国经营报》记者了解，曾庆洪提到的长期主义‘1578’发展纲要，旨在为广汽集团未来的发展奠定坚实基础。该规划包括：聚焦5大增量、夯实7大板块、落实8大行动。广汽集团力争到2030年实现年产销475万辆以上，营收达到万亿元，利税达到千亿元，成为产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流科技企业。

新能源市场占有率达36%

面对汽车行业“内卷”的现象，曾庆洪认为“内卷”不是长远之计。他指出，要解决内卷问题，关键在于坚持“服务国家战略，服务人民需要”的长期主义。

“长期主义对汽车行业来说尤为重要。什么是长期主义？它意味着有一个长期目标，并持之以恒地去实现。对于企业来说，这不仅是一种格局的体现，更是一种视野的展现。长期主义能够帮助企业在持续创新和创造价值的过程中，避免陷入短期博弈和灵活游戏。”曾庆洪表示。

中央明确指出，发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必经之路。2020年10月20日，国务院办公厅发布了《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》，为我国新能源汽车产业的发展指明了方向，推动汽车产业实现高质量发展，加速建设汽车强国的步伐。

规划中明确了两个重要目标：到2025年，新能源汽车的销售量应达到汽车新车销售总量的20%左右；到2035年，我国

建议推动“油电同权”

对于汽车产业的未来发展，曾庆洪指出，尽管新能源汽车的迅猛发展带来了转型升级的喜悦，但过快的发展也伴随着隐忧。这就像“甘蔗没有两头甜”，有利必有弊，不能只看到成绩而忽视潜在的风险。

“新能源汽车的快速发展无疑是一件好事，但其超预期的增长，尤其是相对于产业规划的非常规发展，对传统汽车产业造成了巨大冲击。”曾庆洪说道。

首先，新能源汽车的发展虽然带来了收入增长，但利润没有相应增加。随着传统燃油车市场份额的下降，其带来的利税也在减少。同时，新能源汽车享受的税收减免和优惠政策，使得依赖汽车产业的省市面临巨大的财政压力，稳增长、稳税收和保就业的任务变得更加艰巨。

其次，海外市场对燃油车的需求依然很高。近期我考察了巴西、墨西哥和美国，发现这些地区的燃油车仍占主导地位。推动新能源汽车可持续发展以及营造公平竞争环境造成不利影响。”曾庆洪表示。

善。作为重要的出口市场，绝大多数国家仍然以燃油车为主。比如在美国，消费者购买本田和丰田的新车仍需排队等候。因此，我们不能因为追求新能源汽车而放弃燃油车的发展，必须进一步完善燃油车的产业链，提升中国汽车产品在海外市场的竞争力。

最后，产业政策应在确保能源安全的前提下，基于多能源结构，鼓励各种车型的均衡发展。“如果新能源汽车的市场占有率达到50%，我们可能在2025年就实现50%的市场占有率达到50%。”

对此，曾庆洪建议，应认真研究推动“油电同权”的措施，支持传统汽车企业的转型升级，均衡发展新能源和燃油车。“在政府采购、汽车牌照、购车限制和消费补贴等方面，我们应该研究如何支持新能源汽车和HEV(混合动力电动车)等多能源方式的并行发展。不能总是偏向一方，否则会对国家能源安全、企业健康可持续发展以及营造公平竞争环境造成不利影响。”曾庆洪表示。

拼抢网红IP盛宴 车圈高管涌人直播间

本报记者 郭阳琛 杨让晨 石英婧
上海报道

“企业家做IP是‘一把手’工程，也是必修课。”6月1日在2024（第二届）未来汽车先行者大会上，360集团董事长、创始人周鸿祎向众多“车圈大佬”传授自己的流量秘诀，他呼吁企业家亲自下场打造个人IP，建立与消费者的直接联系。

近水楼台先得月。由于360集团是其重要股东，哪吒汽车联合创始人、CEO张勇自然而然地成为周鸿祎“企业家IP”理论的第一个学生。

《中国经营报》记者注意到，除了日常亲自运营社交媒体、与用户积极交流，张勇还在6月2日公开直播中向周鸿祎“取经”：“哪吒汽车要

不要改名？”但6月3日，张勇又在社交媒体直言：“最近也感受颇深：都不创业了，都去干‘企业家IP’了。”

事实上，面对如今的“内卷”市场和销量压力，车企纷纷打造企业IP竞逐流量的心理无可厚非。但归根结底，汽车行业并非娱乐场，技术底色和产品品质才是安身立命之本。

“目前，汽车行业内的汽车饭圈化、技术流量化是一个过渡阶段。”上汽集团副总裁祖似杰在接受记者采访时表示，对于流量，传统汽车需要向消费电子学习。“做技术是由浅入深，但和用户接触是由深到浅，公司希望做到正流量的管理，把我们的声音传递出去，把用户的反馈更好地拿过来。”

“企业家IP”相继涌现

“企业家IP”带来了销量的波天富贵，使得越来越多的车企高管下场抢流量。

在此背景下，长城汽车、广汽集团、比亚迪等多家车企的高管均入驻微博、抖音、视频号等社交媒体平台，“企业家IP”开始涌现。

亟待扭转销量的哪吒汽车，更是在张勇的带领下主动进行“议程设置”。例如，5月下旬，张勇在线发布“哪吒汽车CEO征集令”：“手下解决不了的都推给一日CEO，当天重要的决策也是一日CEO来做”，一时引发较大的舆论关注。

与此同时，车企也主动接近周鸿祎这样的“网红”企业家，试图获得更多的曝光和流量。

4月18日，周鸿祎宣布将把迈巴赫600卖掉，换成国产的新能源智能网联车。一时间，蔚来、小鹏、极氪、极越、阿维塔等品牌纷纷自荐。360大楼下也停满了众多品牌的新能源智能网联车，仿佛一个小型车展。

一个多月后的5月24日，“卖掉迈巴赫，拥抱新能源”的周鸿



本报资料室/图

祎，作为首批车主代表，受邀参加了下定的第一辆国产新能源新车——极氪009光辉的交付仪式。

说到选车理由，周鸿祎表示，首先，在他发布网上征集视频后，极氪是第一个予以响应，并第一个提供试驾车的车企；其次，作为豪华四座极氪009光辉很好地满足了他对舒适度的追求；最后，安全是最大的豪华，极氪009光辉的

主动安全、被动安全以及隐私安全他都非常看重。

除了称赞新车，周鸿祎还进一步为360和极氪“带货”。当天，360集团和极氪签署了战略合作协议。360将充分结合极氪在新能源汽车领域数字化建设及智能化转型的业务场景，提供全方位的技术支持。

“主动借助周鸿祎这样的‘流

量担当’来宣传品牌和新车，是典型的企业营销‘议程设置’。”一名资深公关人士告诉记者，在企业营销和公关中要想获得最大的影响力，除了借助社会中已经有影响力的事件‘蹭热点’，更重要的是结合用户的认知规律造一波‘热点’，即在用户的精准洞察中制造值得用户关注的‘议程’，就汽车行业而言，安全性无疑是最重要的。

唯流量论不可取

针对流量问题的是是非非，已经在汽车圈引发了广泛讨论。

“今天听到一个冷笑话，最近也感受颇深：都不创业了，都去干‘企业家IP’了。”所谓物极必反，就连周鸿祎的“忠实门徒”张勇也提出了质疑。

对此，周鸿祎回应称，自己说的也不一定对。有人擅长做（企业家IP），那就应该出来做；有人不擅长做，那就不应该做。他告诫张勇：“不要因为哪吒L的订单多了，就又开始飘了，还是需要继续保持谦虚谨慎的态度，坚持把流量做好，不管流量是自己创造的还是蹭来的。流量代表着获客能力，流量代表着用户对你的知晓度。”

随后，张勇又澄清道：“我是最支持企业家做IP的，因为我是

最大的受益者，我不能端着碗砸了锅。”

对此，祖似杰表示，传统汽车需要向消费电子学习。现在有互联网，广大的群众可以发声，可以有流量传递，上汽也加强流量管理。

事实上，不久之前，上汽集团旗下智己汽车便在新车发布会标错小米SU7 Max参数，因而与新晋“顶流”小米汽车摩擦不断。

智己汽车联席CEO刘涛告诉记者，在此营销事件后，智己汽车在很多地方做了复盘。单纯地去博一些流量，既不是智己汽车的特色，也不是智己汽车所擅长的，智己汽车要把技术强项和用户场景作为未来营销的真

正重点。

“在品牌运营、流量管理等方面，智己需要向互联网公司学习，但这并非唯一需要关注的部分。任何一个新品牌必须要找到自己的路，而不是简单地对标其他品牌。”刘涛进一步阐释道。

“现在的流量需要引起警醒。流量有好的一面，但如果追求绝对的流量，一切唯流量论，不仅无效甚至是有害的。企业和品牌需要明确自己的客户，有效地表达、保持清醒。”沃尔沃汽车集团全球高级副总裁、沃尔沃汽车亚太区总裁兼CEO袁小林也感慨道。

“流量时代，企业家IP一定程度上可以推动品牌销量，但必

须给予产品品质和技术底蕴。”一家传统合资汽车品牌营销负责人也对记者表示，总要有人踏踏实实为用户做一些第一眼看不到的坚持和创新，比起宣传一个手机支架，我们更希望在以自动驾驶为代表的“黑科技”上取得突破。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜认为，车企应平衡好技术和流量之间的关系。一方面，在宣传过程中应该注重真实性和准确性，同时也要考虑到汽车技术的晦涩难懂，加强技术传播和普及工作；另一方面，应对流量有敬畏之心，不能仅仅为了注重流量而忽略了产品的质量和安全。

周鸿祎“传授”流量秘訣

作为与周鸿祎关系最为密切的汽车人之一，张勇在直播中向周鸿祎“取经”。

“明星代言人的时代已经过去，短视频时代企业家应当参与到企业IP中，建立与消费者的联系。”在周鸿祎看来，现在消费者的头脑已经被短视频格式化，企业传播方式需要随之改变。

“对企业来说，用户在哪里，企业家就应该到哪里。如果一家企业没有流量，就无法获客、无法和客户沟通，更无法获得销量。企业家做短视频和直播时要平视用户，不能高高在上、不能讲大道理，更不能自吹自擂。”对于自己做“企业家IP”的心得，周鸿祎阐释道。

6月2日，作为与周鸿祎关系最为密切的汽车人，张勇便在公开直播中向周鸿祎“取经”，“哪吒汽车要不要改名？”记者注意到，这一问题源自今年4月北京国际车展上，周鸿祎对哪吒汽车提出了改名的建议，随后张勇在网络发起了公开投票。

据此次公开投票数据，在1.3万名网友的投票中，仅有21.7%的网友支持沿用“哪吒汽车”一名，另有37.48%的网友表示应改名为“合众”。在部分网友看来，目前越来越多的年轻人选择“躺平”，类似动画片中“我命由我不由天”的哪吒

精神，难以让用户产生共鸣，应与哪吒汽车精神进行切割。

周鸿祎在直播中表示，品牌定位应多听取用户的意见，要和用户做朋友。“哪吒”给用户一种玩具的感觉，形象是个小孩子，应该多做形象更新和沟通。”不过，周鸿祎也表示，自己的立场不重要，重要的是用户如何看待。

但在直播现场的多位业内人士看来，改名对于现阶段的哪吒汽车而言，并非最重要的事。哪吒汽车要站得高一些，跳出包围圈、成为引领者，要做一个基业长青的品牌，这才是品牌的内涵。

除了哪吒汽车品牌名称的改名讨论外，哪吒汽车的产品序列命名也颇受关注。相较于宝马、奔驰、小米等“字母+数字”的命名方式，哪吒汽车采取“哪吒+字母”来对产品命名，例如哪吒X、哪吒GT、哪吒S等。

对此，周鸿祎表示，产品命名要学会“吸精大法”，把别人好的为己所用。“下一辆车可以叫S8，叫S9可能产品力支撑不够，8又比7大。大家也期待一下，下款以数字命名的哪吒汽车产品会尽早面世。”

汽车街成功赴港IPO 二手车电商平台生意好做了？

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“我自己觉得二手车（行业）大有可为，会长这次拔得头筹，应该成了二手车行业的一个领军大哥，我在背后支持你们，带动整个行业的进步。”4月29日，天安二手车创始人褚振亮在抖音上传了一段与车圈新晋“网红”周鸿祎合拍的视频，周鸿祎在视频中如上说道。

《中国经营报》记者注意到，上述视频上传的前一天，周鸿祎以拍卖的形式将陪伴了自己多年的迈巴赫S600卖出，现场最终以990万元的高价成交，最终拍卖买受人为褚振亮。

在褚振亮和周鸿祎的对话中，“二手车”三个字被多次提及，在喧嚣的流量场中获得外界关注。褚振亮坦言：“我们现在二手车这个行业很难，我其实也是为二手车代言。”

不可否认，周鸿祎的卖车事件在给自身和褚振亮带来巨大流量关注的同时，客观上也让更多的人关注到了整个二手车行业的发展。但诚如褚振亮所言，目前二手车行业处境不轻松。

记者注意到，除了上述事件外，被称为中国最大的二手车交易平台的汽车街发展有限公司（以下简称“汽车街”，02443.HK）成功赴港上市，这也提升了整个二手车行业的关注度。

不过，虽然汽车街已经成功上市，但其面临的难题仍不少，这其中包括市场竞争日趋激烈、净利润连年下滑等问题。对于上述问题，记者在6月4日、5日多次致电并致函至汽车街官方，相关工作人员称会查看采访函，但截至记者发稿，尚未收到汽车街的回复。

二手车电商平台闯关IPO

时间回拨至5月31日，汽车街在香港联交所主板成功上市，其发售价为10.2港元，首日盘中最高涨超63%，截至收盘涨26.86%，报12.94港元/股，总市值为108亿港元。

据悉，汽车街成立于2014年6月，由汽车交易及二手车拍卖平台美国CoxAutomotive旗下的美瀚、润华投资，中国汽车流通协会引领下的核心百强经销商集团等共同发起并出资成立。

杨爱华为汽车街的创始人，在汽车行业从业经历丰富。从1999年起，其就创办了宝信汽车（现为广汇宝信），并在上海开出首家4S店，成为奥迪在中国的首批授权经销商之一。

记者了解到，作为一家二手车

交易平台，汽车街主要利用其线上线下一体化的拍卖模式提供端到端、高度标准化及可靠的二手车交易解决方案，以帮助卖家（主要是4S店）及买家（主要是专业买家）优化二手车交易流程，提高其二手车业务的效率及盈利能力。相关数据显示，截至2023年12月31日，已有超过6900家4S店曾通过汽车街的平台处置二手车。

成立10年，汽车街获得过两轮融资。仅以2019年为例，汽车街在当年完成了1500万美元A轮融资，腾讯通过ImageFrame出资1000万美元、京东通过Dazzling出资500万美元。

据灼识咨询的数据，就2022年的交易量而言，汽车街是全国最大的二手车交易服务提供商。2022

年，通过汽车街的交易平台交易的二手车约为16万辆，在中国二手车交易服务提供商的市场份额为12.6%。2023年，通过公司的交易平台交易的二手车约为17.6万辆。

汽车街也是全国线下拍场数量最多、线下服务地理覆盖最广的二手车交易服务提供商。截至2023年年底，其在中国74个城市设立79个拍场，提供的线下服务覆盖全国317个城市。

但在财务数据上，汽车街表现并不亮眼。招股书显示，2021年—2023年，汽车街收入分别是6.7亿元、4.67亿元，以及4.92亿元，对应净利润为1.65亿元、0.68亿元和926万元。

对于净利润的下降，汽车街在招股书中表示，2021年至2022年

的年度净利润下降主要是2022年的毛利减少，这主要是2022年二手车的交易量因为新冠疫情再度爆发而锐减，且公司聘请了更多拍卖师和评估师，导致劳工成本增加所致。而2022年至2023年的年度净利润下降，则与公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债公允价值的变动等有关。

值得注意的是，作为汽车街公司主体的上海澍勋电子商务有限公司社保人数不超过5人。天眼查显示，2021年—2023年，上海澍勋电子商务有限公司社保人数分别为3人、2人、3人。对于该公司为何社保人数较少，记者也在采访函中提及，但截至发稿，同样没得到回复。

记者注意到，在汽车街之前，二手车电商行业曾经历多轮广告

大战，二手车电商平台虽然获得了较高的关注度，但真正由电商完成的二手车交易比例并不高。一位不愿具名的二手车行业资深从业者表示，实际上，电商平台在二手车交易中所占的比例基本可以忽略不计。

“二手车电商要想蓬勃发展，前提是要新车电商能发展得好。”上述人士直言：“问题是现在标准化的新车都没能在电商上发展好，那么‘一车一况，一车一价’的二手车就更难。”

不过，上述人士也坦言：“现在有一个比较有意思的现象，在二手车的短视频赛道里，相较于标准化的新车，‘一车一况，一车一价’的二手车更容易与消费者互动，形成交易。”

行业发展步入阵痛期

6月3日，中国汽车流通协会发布的新一期“中国二手车经理人指数”(UCMI)显示，5月份二手车经理人指数为42.9%，同比下降5.2个百分点，环比下降2.7个百分点。

对于当下二手车市场的发展现状，上述不愿具名的二手车行业资深从业者向记者分析道：“新车市场和二手车市场是具备联动效应的。从历史规律来看，如果新车销量上扬，那么二手车交易量会跟着上扬。如果新车出现滞销，二手车也会跟着滞销。

只要新车保持着一定的交易规模，二手车势必也有一定的交易规模。国内的二手车都是新车换出来的，现在二手车市场增长缓慢，意味着新车的增长也缓慢，这背后涉及的就是其策划消费购买

力的问题。”

对于5月二手车的市场表现，优信相关负责人告诉记者：“优信作为一家长期主义的公司，坚持看好未来二手车市场，优信现在的模式得到了市场、消费者和资本的认可，优信相信在上升的市场环境中，会获得具有很好的发展空间，优信不在意个别月份的市场波动。”

优信负责人还表示：“目前中国机动车保有量超过3亿辆，超过美国汽车保有量2.8亿辆的规模。中国2023年二手车交易量为1841万辆；与美国二手车汽车交易量3710万辆还有较大差距。中国二手车、新车销售比例大概在1:0.67，远远低于美国市

场；在市场规模上来看，目前中国二手车已经形成万亿市场规模，仍有广泛的发展空间。专家预计2030年，二手车市场规模超过3万亿元。因此，中国市场二手车交易量、交易规模都会保持增长。”

谈及新车价格战带来的影响，上述行业人士表示，新车价格战带来的问题之一就是消费者对二手车的惜售。“对中国的很多消费者来说，汽车依旧是大宗商品消费。如果他们看到新车降价，自己想买，但二手车卖不出价格的时候，就会犹豫是否要购买新车。”

上述行业人士还表示：“新车降价对二手车的经营环节影响非常大，它会将二手车历史上所形

成的价格体系打乱，以前个别二手车商在收车时会参考第三方的数据，但现在他们不参考了。此外，现在一部分的二手车商也在惜售，他们会将收来的二手车作为资产放在店里。”

“不是所有的二手车商都有‘割肉’出售的能力和决心，它们把收来的二手车作为资产放在店里，这样会带来恶性循环。当他们有库存且不急于销售的时候，有客户来购买二手车的时候，他们会刻意地进行压价，这样会进一步导致二手车价格崩塌，消费者会更加惜售。”上述人士直言：“如果新车价格不稳定下来，今年二手车市场缓慢增长的状态或许将持续存在。”

“一杯星巴克9.9”背后：茶咖并道厮杀

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近日，星巴克卷入9.9价格战登上热搜榜并引发众多关注，不少消费者发现星巴克变相降价了。

今年以来，星巴克曾多次表明不参与价格战，但产品实际价格明显在降低，有不少消费者在社交平台上分享用超低价买到星

巴克的体验，如“三杯49.9”“双杯39.9”“单杯7折券”等。

《中国经营报》记者走访星巴克门店得知，参与活动的范围不涉及传统咖啡单品，其中大部分产品属于茶饮或者轻咖啡因饮品。一边宣称“不参与价格战”，一边推出各种折扣优惠，星巴克究竟打的什么牌？对此，记

者向星巴克方面发去问询，截至发稿未获回复。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏认为，基于这两年的咖啡价格战，星巴克及其他品牌试图用不同的策略来应对，比如通过创新品类、联名等方式扩大消费客群，但“低价”仍然是国内快消领域最有效的拉新方式。

“9.9一杯”？

虽然星巴克一直坚持没有直接降价，但加大了给用户发送优惠券的力度。

在某社交平台上，有不少消费者分享购买到低价星巴克的经验。“这需要参与星巴克及美团平台的学生身份认证，并叠加美团平台抽中10元红包。”有购买经验的大学生小麦提示到：“需要很幸运地抽中10元红包，并且是特定促销产品。”

记者通过上述相关操作后，未能成功购买到9.9元一杯的星巴克单品。目前来看，星巴克尚未从门店和各种线上渠道推出9.9元的产品，买到“9.9元星巴克”可能是临近“6·18”，消费者利用平台各种补贴实现满减的小概率事件。某平台负责咖啡茶饮业务的工作人员向记者估算，目前星巴克方面所计算的折扣价格应该是高于9.9元。

盘古智库研究院高级研究员江瀚指出，“9.9一杯”反映了市场竞争的激烈程度，星巴克可能希望通过降价策略吸引更多消费者，提升市场份额。自去年库迪咖啡(以下简称“库迪”)和瑞幸咖啡(以下简称“瑞幸”)掀起了价格战后，不足10元一杯的咖啡在某种程度上助力了品牌的野蛮生长，星巴克也感受到了竞争压力。

上海爆品码头平台创始人、蓝

狙策划董事长刘大贺则认为，这说明星巴克开始理解并迎合中国市场了，“毕竟在内卷时代，‘超高性价比’才是业绩增长的灵魂。”

然而，这场价格战能持续多久，尚未可知。虽然从市场方面来看，品牌在不断拓店，新店数量不断增加，但从最新财报来看，瑞幸和星巴克两家咖啡巨头的业绩并不理想。其中，瑞幸出现增收不增利的情况并再现亏损。根据其披露的2024年第一季度财报，当期瑞幸营收62.8亿元，同比增长41.5%；净亏损8320万元，去年同期净利润为5.648亿元。

星巴克则出现营收、净利润双下滑的情况。财报显示，星巴克2024财年第二季度营收为85.6亿美元，同比下滑2%；净利润为7.7亿美元，同比下滑15%。整体营收增长也未及预期，据星巴克首席财务官Rachel Ruggieri介绍，将2024财年全年的全球收入增长预期从之前的7%—10%调整为较低的个位数增长。

同时，库迪、Seesaw等品牌频传闭店消息。近期，库迪向媒体宣布将延长现行门店补贴政策2年。记者从库迪方面相关人负责人处确认得知，其咖啡平价策略

将持续进行。

记者注意到，今年2月以来，瑞幸主动缩减了每周9.9元覆盖的产品范围，但在4月30日的业绩会上，瑞幸咖啡董事长兼首席执行官郭谨一对价格战仍没有“松口”迹象。

此外，记者注意到，虽然星巴克一直坚持没有直接降价，但也加大了给用户发送优惠券的力度，在直播间和团购里卖更多的优惠券，如238元10杯、107元5杯等，平均每杯价格为20—25元。但优惠之后的星巴克咖啡产品仍旧稳定在20—30元，保持着9.9元的2—3倍；同时，顺势推出了更平价的产品范畴。

文志宏告诉记者，“储值卡”

“次卡”等业务虽然能够充实企业整体的现金流，但不利于门店的健康运转。

针对财报里星巴克的交易量上涨、客单价却在下滑的情况，星巴克中国董事长兼CEO王静瑛在业绩分析会上表示，平均客单价的下降来自于两个方面：随着消费者变得更加谨慎，星巴克的高价产品出现销量下滑，不过这类产品占比相对较小；星巴克正在进行有针对性地促销以提供个性化优惠，这有助于优化其销售额和利润。

多位消费者对记者表示，只有需要提神，下午才考虑喝咖啡，不然会选择喝奶茶或水果茶。显然，不少品牌注意到了这种需求，星巴克推出了更多低咖啡因单

茶咖同营成趋势

从市场层面来看，茶和咖啡正在成为品牌增长的“双驱动轮”。

近年来，国内一众本土咖啡品牌不断生长，很多年轻消费者的首选品牌也变得不再单一，星巴克的平价产品策略，不仅是当下企业在激烈厮杀中的生存之道，更是品牌设法吸引新客流的举措。

记者注意到，星巴克早期推出新品的频率并不高，但通过查询星巴克自家小程序发现，“三杯49.9”“双杯39.9”“单杯7折券”等优惠券，所涉及的产品包括生咖、冰摇茶等都是这两年的新品，尤其是生咖，简介显示为“轻咖啡因饮品”，并限制了消费时间即16:00以后。

江瀚认为，受经济环境影响，消费者的购买力受到一定程度的制约，更加注重消费的性价比，追求物超所值的消费体验。星巴克需要在降价的同时，确保产品质量和服务水平以保持品牌形象。此外，一个品牌如果能同时做好茶和咖啡，可能会增加其投资吸引力，因为这表明品牌具有较强的市场适应能力和创新能力。

从市场层面来看，茶和咖啡正在成为品牌增长的“双驱动轮”。例如，尚未完全打破地域限制的茶颜悦色，旗下“鸳鸯咖啡”早已成为长沙的又一招牌。蜜雪冰城、茶百道的相关人员曾告诉记者，他们也看准了这一趋势，因此开始布局子品牌。更多企业则在产品中将两者结合，如瑞幸的茶咖，以及近日登上微博热搜的霸王茶姬的“万里木兰”。

多位消费者对记者表示，只有需要提神，下午才考虑喝咖啡，不然会选择喝奶茶或水果茶。显然，不少品牌注意到了这种需求，星巴克推出了更多低咖啡因单

品，瑞幸也推出了诸多冰茶产品，一向以精品咖啡占领消费者心智的Manner也推出了零咖系列。

一般来说，受成本影响，同一品牌下茶饮价格比咖啡更低，这在星巴克的优惠产品中也有所体现。但今年以来，咖啡期货价格的上涨推动了咖啡类产品成本的增加。从事全球咖啡生豆贸易的马丁表示，由于受到减产和资本炒作的影响，今年咖啡生豆价格被推高。尤其是4月份的这轮上涨，导致很多中游的烘焙厂商吃不消，对于咖啡品牌来说，原料成本也在不断增加。

江瀚指出，今年咖啡产品的品类分类更细化，以满足不同消费群体的需求，比如植物基底、咖啡豆等。整体而言，企业的硬实力也很重要，供应链将成为一个比拼重点。近一年，瑞幸和星巴克分别在江苏昆山花费数亿元打造了咖啡烘焙工厂，行业“马太效应”会更明显。

从星巴克部分产品的优惠时间来看，正是客流量较少的时候，优惠能够帮助提高此时间段的坪效。

文志宏指出，以“第三空间”著称的星巴克，其店型规模普遍大于同类连锁品牌，门店运营压力也不小。

著名顶层设计专家、清华大学爆点战略营销顾问孙巍认为，“星巴克9.9元”更像是一个噱头，用来吸粉拉新、获取新用户，同时也是面向对手的有效防御。积极加入价格战将会有效压制对手，或会阻挡对手规模进一步扩大。他进一步提到，品牌拉新最有效的方式有三种：一是打性价比超级爆品；二是更快地推出更多新品以吸引尝新的消费者；三是品牌联名破圈，扩大消费圈层。

这样来看，今年星巴克在这些方面的战斗力拉满。除了低咖啡因饮品，星巴克也盯上了潜在的消费人群。今年4月，星巴克官方上线了“学生卡”优惠活动，包括每月一次的单笔消费满30元获得一张中杯美式券、次月起每月一张优惠券、首次开卡有一张19.9元星冰乐券。5月，星巴克与QQ黄脸表情推出“联名冰杯”与周边商品活动。

当然，能享受学生优惠的品牌也不只星巴克。美团页面显示，学生优惠活动从2024年1月1日起上线，认证后的学生可以享用优惠券，覆盖品牌有星巴克、瑞幸、茶百道、肯德基等。喜茶在更早前也在自家平台推出了学生优惠折扣。

艾媒咨询数据显示，2023年中国咖啡行业市场规模达6178亿元，预计2025年有望突破万亿元。广阔的市场吸引了资本的目光，近几年通过投资培养了不少新品牌，随着茶饮品牌加入咖啡赛道，竞争进一步加剧。

值得一提的是，此前提价还是星巴克提振盈利能力的法宝。有消费者反映，2022年前后，星巴克曾两次提高其食品和饮品的价格。

当时任星巴克CEO的Kevin Johnson表示，涨价是为了应对通货膨胀和与疫情相关的劳动力市场问题所带来的利润挤压。

目前，星巴克已进入中国20余年，再度过了野蛮增长的时代后，其正站在发展的十字路口。记者发现，广州首家星巴克门店将在6月底闭店。据了解，该店于2003年开业，曾是星巴克在广州地区第一家24小时营业门店，后因门店的业务调整，更改营业时间，不再24小时经营。

中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

提质增效 低碳绿色发展



扫码了解更多

“不老药”NMN被建议下架 进口政策再起波澜

本报记者 孙吉正 北京报道

日前，多家媒体报道称，5月31日晚，多个电商平台突然被告知，“不老药”NMN(β-烟酰胺单核苷酸)自6月1日起，不得再通过跨境电商平台在国内销售。同时，有消息称，海关总署发布的政策通知要求，不得在跨境电商平台销售(1210、直邮、cc)原产国(地区)为中国台湾、中国澳门、美国、澳大利亚、德国、瑞士、英国、新加坡、西班牙、荷兰、匈牙利、丹麦、瑞典、捷克、挪威、波兰、奥地利、法国等含NMN成分的食品。

《中国经营报》记者从相关企业方面得知，截至发稿，相关政策并未向企业方下达，且各大平台的NMN产品仍在正常销售，甚至很多品牌参与到了“6·18”的促销中，但其中金达威旗下的产品已显示相关地区无法购买。金达威方面对外回应称，公司有接到电商平台的通知，该通知建议各品牌商家对含NMN成分的产品作下架处理。

近年来，相关部门对于NMN的政策未有定数。2023年，获得批号的保健品数量较往年大幅度上涨，成为自2018年以来获批产品数量最多的一年。科信食品与健康信息交流中心主任钟凯告诉记者：“相关部门对NMN政策收紧的原因，主要是资本市场对于该领域的舆论投入过大，因此，为了避免消费者对该产品的盲目推崇，就要求相关企业以及平台控制该产品的销售。”

抗衰老卖点难进中国市场

2019年，NMN产品开始进入中国市场，国内涉足NMN业务的企业逐渐增多。

根据公开资料，2010年，美国科研人员发现NMN具备“强健人体细胞功能的作用。”通俗讲，就是可以延缓功能器官的衰老。在随后的几年，各类NMN产品陆续面市。目前，在日本及一些地区，NMN被批准做成保健食品。

2019年，NMN产品开始进入中国市场，国内涉足NMN业务的企业逐渐增多。长期以来，由于我国并未批准任何NMN类产品的许可，因此根据《关于公布跨境电商零售进口商品清单的公告》，NMN作为维生素B族的衍生物被列入跨境购“清单”在跨境电商平台销售。

此前，记者调查了解到，目前我国已经成为NMN原料的最大

生产国之一，很多国内的厂家均是NMN主要原料的生产方，在初步加工之后，出口国外或者中国香港，进行最后的加工和包装，最后再通过跨境电商进口至内地，且已经形成了产业链。目前，我国跨境电商上销售的NMN类产品，主要来自美国、加拿大、日本、德国、澳大利亚、瑞士、中国香港等国家和地区。

其中，很多品牌的产品仅仅针对中国市场，并未在国外出售。对此，金达威也曾受到投资者的质疑，为何在美国注册的NMN品牌却仅在中国销售。金达威方面的回答是“公司计划在2021年底前在美国推广销售”。2021年，金达威正式回应，相关产品已经在美国

亚马逊电商平台向海外市场销售，其他相关事项均在进行中。

记者注意到，NMN在国内审批的进程本是加速的。2022年1月，NMN作为化妆品新原料的备案被国家药监局通过。彼时，业内普遍认为，这代表着NMN在化妆品领域的应用开始松绑，被视为行业发展的利好消息。2023年1月28日，国家卫生健康委正式受理NMN作为食品添加剂新品种。

但在2023年5月，国家卫生健康委官网发布新一批的食品添加剂新品种不予行政许可决定书，包括NMN在内的21种新品种被列入名单中。而日前相关电商平台的下架建议，使得NMN正式进入国内市场又增加了许多不确定性。

“NMN产品的功效并不被监管部门认可，依旧存在诸多问题以及监管盲区。”行业人士樊晓军告诉记者。

截至目前，国内网售关于NMN的相关文献主要集中在工艺以及理论研究，并未有相关的人体和临床试验。樊晓军告诉记者，NMN的抗衰老功效在国内并未有相关的临床试验支撑，且相关功效并不在规定的保健品功效范围之内。因此，在未来的一段时间内，NMN想要以抗衰老的名义进入中国市场，仍有待商榷。

今年4月，海关总署进出口食品安全局发布的《关于跨境电商渠道购买含NMN成分食品的风险提示》指出，跨境电商零售进口商

品按个人自用进境物品监管，相关商品符合原产地标准或技术规范要求，但可能与我国标准或有关要求存在差异。2023年4月，北京一品天然信息技术有限公司所经营的压片糖果就因宣传其含有NMN成分，被北京市朝阳区市场监督管理局罚没20.8万元。

“就产品功效来看，目前NMN产品不可能以‘抗衰老’的功效通过相关部门的审批，继而成为保健品，因为国内保健品的功效仅限于27种，其中不包括延缓衰老。”樊晓军说，“但不排除未来NMN产品会以其他功效通过审批，一旦通过审批就意味着，在国内NMN产品不允许有任何关于延缓衰老功效的宣传。”

商业价值不减

有媒体称，2019年全球NMN市场规模约为1.5亿美元，而到2025年，市场规模有望达到140亿美元。

虽然NMN产品在国内未被允许作为食品和保健食品，但其商业价值不减。国内的保健品龙头企业华熙生物、汤臣倍健等均在此领域有所布局。

在2023年，国家市场监督管理总局发布《保健食品新功能及产品技术评价实施细则(试行)》，鼓励引导企业、高校、科研机构等开展保健食品功能创新和产品研发。“这意味着国内限制保健品的功效仅限于27种的局面，未来可能会被改变。”钟凯认为，因此未来NMN仍具备市场发展前景。

具体来看，有媒体称，2019年

全球NMN市场规模约为1.5亿美元，而到2025年，市场规模有望达到140亿美元。中信证券发布的NMN深度行业研报显示，中国市场近些年保健品行业发展迅速，行业过去10年复合增速9.5%。根据测算，目前国内每1%保健品人口对应的NMN市场空间为304亿元，伴随未来抗衰老产品的不断推广，保健品行业远期市场有望达到千亿规模。

樊晓军告诉记者，虽然目前NMN产品具有很高的人气，但从保健食品行业来看，其消费人群主要集中在高净值的年轻群体中，因此规模

有限，“目前，由于大环境的影响，直销和传销受到了高强度的监管，这就使得NMN产品不能落地销售，也使得其在国内的受众有限。”

对此，钟凯认为，目前并未有强制性的文件完全禁止NMN通过跨境电商进入到国内，只是不断地发出警示、通告以及限制卖家宣传，也是在限制市场规模的同时，给予企业研发的窗口和机会。

值得注意的是，NMN在国内已经被允许作为化妆品原料。根据国家药监局化妆品原料备案信息平台的信息， β -烟酰胺单核苷酸其备案号为国妆原备字20220002，

该新原料的备案日期显示为2022年1月24日。且国家药监局发布的信息显示，目前，已有多家企业以NMN作为化妆品原料备案获得国家药监局通过。公开资料显示，2009年至2019年，中国获批上市的化妆品新原料仅有4个。但自《化妆品安全评估技术导则(2021年版)》实施以来，新原料备案全面提速，尤其是NMN，一年时间内4家企业备案5次。

“目前含有NMN的化妆品已经应用到线下的美容院、美容机构，主要的产品渠道还是源自日本以及中国香港地区。”一名化妆品

领域的相关人士告诉记者，很多线下的门店对于相关产品的政策并不了解，但看到境外有更好的产品，总是会以各种方式很快在国内进行售卖和宣传。

在化妆品领域，日本、澳大利亚等国家已经抢先将NMN应用在化妆品领域，涉及面膜、水乳、气垫霜、精华液等品类。目前，在电商平台销售的含有NMN的化妆品主要来自日本。美妆行业专家白云虎说：“NMN在化妆品领域具备非常大的市场前景，未来将会有相当多的具备生产和研发资质的企业跨界而来。”

网红高端雪糕遇冷 企业开卷产品附加值

本报记者 许礼清 北京报道

盛夏来临，雪糕也逐渐进入销售旺季。与往年“网红雪糕、雪糕刺客”等讨论话题不同，今年平价雪糕成为关键词。

6月2日，“冰淇淋重回5元时代”登上微博热搜，截至发稿，话题阅读量超过6000万。6月5日，“茅台冰淇淋买一送一没人吃”引发热议。而曾经以高价被称为“雪糕刺客”

的钟薛高也开始走平价化路线，其创始人林盛直播卖红薯还债更是透露出网红高端品牌的经营困境。

网红高端雪糕遇冷的同时，平价雪糕的价位实际上也在整体上移。各个品牌通过跨界联名、口味升级、渠道创新等方式实现产品迭代升级。不难发现，中高端市场将是各个品牌争夺的主要方向。但随着消费者消费心理和消费需求的变

化，如何创新产品、提升附加值是每个品牌面临的问题。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪告诉记者，《中国经营报》记者，网红高端雪糕的逐渐消失在于其“网红”标签明显，过于追求新颖和流行，而忽视了消费者心智认知，没有成功地在消费者心智中占据独特且有价值的位置，而雪糕市场未来的竞争趋势将会更加注重品质和体验。

宏宝莱冷饮世界负责人全春平此前在接受媒体时表示：“我们今年进货的总支出比去年少了二三十万元，也就是说比去年少卖出了几十万元的雪糕。”在她看来，除了顾客消费意愿变化和市场竞争加剧外，美团、拼多多等平台的社区团购依靠低廉的价格给线下批发店带来了巨大冲击。

而对于品牌方来说，竞争也体现在对渠道的把控上。记者注意到，不管是小商超还是大型连锁超市，主流品牌系列产品依旧占据更大排面。

中国食品行业分析师朱丹蓬表示，当下消费者的消费思维和行为都发生了变化，逐渐偏向理性消费，更加注重性价比。这就导致超高端的“雪糕刺客”逐渐退场，市场整体朝着中高端发展。今年的雪糕市场处于“掐头去尾”的情况，这也说明中高端才是未来的主流方向。

为何网红高端雪糕难以占据市场？盘古智库高级研究员江瀚认为，市场上存在大量的雪糕品牌和产品，消费者有更多的选择空间，因此难以形成高价垄断。同

时，一些网红高端雪糕产品质量不稳定，在追求独特性和创新性的同时，忽视了产品质量的稳定性和口感的一致性，导致消费者在购买后产生失望感。一旦消费体验和价格不匹配，就会加剧心理落差。同时一些网红高端雪糕缺乏持续的品牌和市场建设，产品力和品牌力都不足以支撑其长红，毕竟高复购率才是王道。

此外，与雪糕消费属性也不无关系。詹军豪表示：“雪糕作为一种快速即食消费品，具有即时满足、季节性明显等特点，消费者在购买时往往追求的是即时的口感享受和短暂的清凉。因此，大多数消费者对价格敏感度相对较高。其他的耐用性产品或奢侈品高价之所以有市场，主要得益于能为消费者‘彰显价值’。显然，雪糕目前的附加值能够支撑的价格有限。”

正如上述所言，消费者张小姐在谈到网红高端雪糕时表示，不是几十元消费不起，只是觉得没有必要，与几元的雪糕带来的体验并没有太大差别。只有出去旅游时买过价格较高的文创雪糕，主要也是为了拍照发朋友圈。

《2022—2027年中国雪糕行业市场全景调研与发展前景预测报告》(以下简称“报告”)统计分析显示，网友对单个雪糕的接受价位大多在3—5元，占比为37%；其次是5—10元，占比为33.9%。不难看出，10元内的雪糕受众更为广泛。



上海黄浦区南京路步行街附近销售的各种式样的文创雪糕。

视觉中国/图

提升价值感

实际上，也并不是所有的网红高端雪糕都没有市场。在这条赛道上，文创雪糕尽管受过诟病，但还是受到不少消费者的追捧。

作为文旅热度的“加分项”，文创雪糕已经成为各个景区、博物馆、旅游目的地的标配。而在不少知名景区，排队买文创雪糕也成为一道亮丽的风景线。对于不少游客而言，举着文创雪糕拍照发社交平台已成为旅游的一个固定项目。

记者注意到，甘肃文旅在今年出圈之后，各种西北特色风味文创雪糕开始走俏市场。今年“六一”，武汉文旅集团旗下《夜上黄鹤楼》联名推出会发光的黄鹤楼冰激凌；此前国家植物园开展的“植此春色”春季文创市集，也推出了国植文创桃花冰淇淋、“郁金香萌芽”文创冰淇淋等多款文创产品。

但文创雪糕的售价并不低。记者发现，一般产品售价都在15元到25元，大多高于主流雪糕的售价。

那么，为何文创雪糕价格高却仍有市场？江瀚告诉记者，随着消费者对个性和品质的追求越来越高，对产品的独特性和文化内涵也越来越重视。文

创雪糕将传统文化元素与现代设计相结合，创造出具有独特性和文化内涵的产品，满足了消费者对于个性和品质的追求。在某种程度来说，文创雪糕的消费实际上是消费者对于传统文化以及场景体验的消费。一旦离开特定的消费场景和文化底蕴的背书，文创雪糕也就缺乏了消费动力。

此外，多位业内人士在采访中都提到一个关键词就是价值感。以哈根达斯为例，一定程度上给现制冰淇淋品类顶开了价格天花板。除了原材料、制作工艺、口味等卖点外，其长期的高端市场定位和奢华的品牌形象，在消费者心智中已经占据了“冰淇淋中的奢侈品”的位置。这种定位吸引了追求品质和体验的消费者，使其在价格上具有较高的溢价空间。

社会消费趋向已经由原先单纯的物质消费转变为重视从物质消费中体验精神消费。可以看到，新消费使雪糕被赋予了社交情感、文化追求、格调品位等情感价值。因此，国内品牌也开始通过跨界联名、场景体验等方式提升产品附加值。

“雪糕市场未来的竞争趋势将会更加注重品质和体验。随着消费者对于品质和体验的要求越来越高，企业需要通过提供高品质的产品和独特的消费体验来赢得消费者的青睐。同时，企业也需要通过创新和差异化来打造独特的品牌形象和市场定位。”詹军豪说。

下多个系列品牌通过品牌冠名、跨界联名等方式，打破品牌圈层，提升品牌价值。例如，冰+和勇闯天涯superX联名推出冰+勇闯天涯啤酒冰淇淋。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示，消费者对于联名款产品的期待不仅是产品本身，还包括了背后的故事和情感连接。因此，这类产品成功出圈也在于它们能够将文化元素与雪糕产品相结合，创造出独特的体验和品牌价值。

伊利方面告诉记者，2024年，为平衡冰淇淋产品的美味、健康与营养，适配分享、办公等崛起新场景，陆续推出多款新品。例如，绮炫品牌捕捉到了冰淇淋向甜品发展的趋势，打造了一口独立分装迷你冰淇淋绮玲珑。同时，以口感加码、情绪加分实现消费者的体验升级。

“雪糕市场未来的竞争趋势将会更加注重品质和体验。随着消费者对于品质和体验的要求越来越高，企业需要通过提供高品质的产品和独特的消费体验来赢得消费者的青睐。同时，企业也需要通过创新和差异化来打造独特的品牌形象和市场定位。”詹军豪说。

习酒“大变动”后“张德芹时代”走向何方？

又现“上市猜想”

本报记者 刘旺
北京报道

尽管相关方已经站出来辟谣，但“习酒上市”的猜想仍在挑逗着酒业人的神经。

事情源于5月29日，国家市场监督管理总局发布公示，贵州省黔晟国有资产经营有限责任公司（以下简称“黔晟国资”）拟收购贵州习酒投资控股集团有限公司（以下简称“习酒集团”）51%的股权。交易后，黔晟国资将持有习酒集团51%的股权，贵州省国资委持有习酒集团49%的股权。

与此同时，一直以来外界传闻的习酒集团“借壳上市”对象——贵绳股份(600992.SH)，其大股东的控股股东也正是黔晟国资。随后，贵绳股份股价在几天内持续上涨。

《中国经营报》记者注意到，上市传闻的背后，习酒也正经历着变动，尤其是前董事长张德芹调任贵州茅台之后，习酒的战略走向成为业内关注的热点话题。

重新出发

被“习酒上市”猜想影响到股价的不仅仅是贵绳股份，还有贵广网络，该公司在5月30日上午股价涨超9.6%，一度接近涨停。

不过，上述两家公司分别于6月1日和6月4日发布了澄清公告，否认与习酒“借壳”有关。但相关话题还是受到了广泛讨论。

要知道，过去很长一段时间习酒的动作都被外界解读为在为上市做准备。在过去，外界认为习酒

上市的最大阻碍是与贵州茅台同业竞争的问题，但2022年7月，茅台集团将所持习酒82%的股权无偿划转给贵州省国资委，习酒正式在茅台体系当中独立出来。

而在此前，习酒公司升格为“贵州习酒投资控股集团有限公司”，张德芹也回归“总舵手”职位，这都曾引发外界对习酒的“上市猜想”。

此外，习酒近年来销售增长，也被认为为其上市打下了业绩基

础。2022年，习酒销售额超200亿元；2023年，业内预计其销售额在220亿元—230亿元。

香颂资本执行董事沈萌认为，从当前监管环境和政策导向来看，白酒企业IPO或借壳上市并不容易。

记者注意到，自2016年金徽酒上市之后，至今再也没有白酒企业成功在内地资本市场上市。

另一边，关于习酒上市的声音

却日渐沉寂。记者注意到，2021年，贵州省发展和改革委员会还曾提到，培植提升习酒、国台、金沙、珍酒、董酒等一批在全国具有较强影响力的骨干企业，加快推动企业上市，培育一批国家级、区域级知名企业。

但贵州省2023年度上市挂牌后备企业名单显示，仅有国台酒业、仁怀酱香酒、小糊涂仙等5家涉酒企业在列，习酒并不在其中。

白酒行业专家蔡学飞告诉记者，从习酒的经营来看，不论是它的销售规模、销售利润还是产品结构、全国影响力，都是具备上市公司条件的。同时，考虑习酒在习水县和贵州地方经济、政府税收、就业等方面的价值，上市能够进一步发挥这样的价值，所以说习酒的上市是政府、行业、企业、社会多方的共同意愿。“但从目前的环境来看，上市可能不是一个好的时机。”

博奕与共生

实际上，在此次“上市猜想”背后，习酒正在经历“大变动”。首先是张德芹调任贵州茅台，4月29日晚，贵州茅台发布公告称，根据贵州省人民政府相关文件，推荐张德芹为贵州茅台酒股份有限公司董事、董事长人选。

记者注意到，目前，习酒集团的董事长和总经理人选还未确定，现阶段的负责人是副董事长及副

总经理汪地强。

其次，在张德芹调离的同时，习酒集团的规格也得到提升。贵州省人民政府宣布，组建省管大一型的贵州习酒投资控股集团有限责任公司董事会、经理层班子，撤销省管大二型的贵州习酒投资控股集团有限责任公司董事会、经理层班子。

习酒集团升级为省管大一型企业，与茅台集团平级。业界分析

认为，贵州省借此次人事变动和股权转让提高习酒集团规格，或有意培养新酒类板块增长极。

实际上，当地政府正在希望打造茅台之外的白酒增长极。今年3月，贵州省工信厅印发的《关于加快发展先进制造业集群的指导意见》中提到，壮大以优强企业领航的贵州白酒企业舰队，打造世界一流酱香型白酒产业集群，力争到2027年集群规模突破3000亿元。

公开资料显示，大二型企业是

国有资本占比较低的企业，更注重市场竞争和经济效益；大一型国有企业是指国有资本占比较高的企业，注重公共利益和社会责任，不仅是追求经济效益，还包括满足公众需求、保障社会福利以及实现可持续发展。

显然，习酒不管是人事还是股东层面，都较之前有了很大不同，可以说是重新出发。

博弈与共生

在不久前的贵州茅台2023年度股东大会上，张德芹表示，自己在履新茅台一个星期后，曾回了一趟习酒，他对习酒的核心团队说，“你们记着，和茅台的竞争将会加剧，习酒的‘套路’我知道，茅台未来的‘套路’你们不一定知道。”他还表示，希望两家企业在竞争中相互完善，不会动用资源去帮助，但会鼓励习酒前进。

有意思的是，在此之前的2月1日，茅台集团领导班子到习酒调研交流时，根据媒体报道，张德芹彼时表示，要“做好茅台‘航空母

舰’的‘护卫舰’”。

蔡学飞认为，这句话反映了张德芹朴素的价值观和危机意识。一方面，整个国内白酒行业处于持续下行的周期当中，一些产品的动销比较差，渠道压力比较大；另一方面，习酒近几年已经成为贵州酿酒板块的重要增长极，这无形中也确实给茅台带来了竞争压力。

“当然，更多的信号是传递出，在未来茅台和习酒可能会有更多的互动，共同面对外部的市场竞争，做大贵州酿酒板块。”蔡学飞表示。

但无论如何，正如张德芹所说，习酒与茅台之间存在着一定的竞争。具体来看，似乎习酒的每一款产品在茅台都有竞品存在。习酒君品与茅台1935同处于千元价格带；习酒窖藏1988则与赖茅形成了竞争关系；金钻则与茅台王子酒狭路相逢。

重点是，张德芹对习酒的“套路”确实一清二楚。公开资料显示，张德芹自2010年接任习酒集团“一把手”，在产品文化、产品定位、品牌推广、市场布局等方面做了大刀阔斧的改革，在一系列措施下，

公司销售收入2010年超过10亿元。期间张德芹也曾短暂离开，但习酒一直保持持续增长。

不过，在关注竞争之外，行业人士对茅台与习酒形成合力，共同带动贵州白酒发展有着更多期待。在蔡学飞看来，张德芹本人历经茅台与习酒体系，熟悉两家企业内外部环境，可以说，其调任茅台有利于习酒未来更好地协调与茅台的地方资源，在外形成推广合力，共同做大做强贵州酱酒，特别是对于正在进行全国化与高端化布局的习酒来说，更加熟悉与通畅

的人员结构与沟通平台，有利于其借鉴茅台经验，推动企业的高质量发展。

“目前习酒的人事调整刚刚完成，现有的管理团队也有原张德芹团队的人员，而且像君子之品、东方习酒这些品牌战略，已经执行了多年，会有一定的延续性和惯性，因此在短期内习酒不会发生太大的变化。”蔡学飞表示，但长期来看，习酒必然要走出一条不同于茅台的发展道路，比较二者的发展阶段、品牌基础、产品特色等还是有所差异，这是必然结果。

牛肉价格跳水引上游承压 供给已连增十余年

本报记者 蒋政 郑州报道

牛肉价格在终端市场的持续走低，一边让消费者直呼“牛肉自由”，另一边让肉牛养殖和屠宰端倍感压力山大。

根据农业农村部的数据，牛羊肉批发市场的价格在30元每斤边缘浮动，正处价格洼地。而多家肉牛

养殖企业告诉《中国经营报》记者，当下育肥牛繁殖育肥全行业进入整体亏损、局部微利的状态。

牛肉市场价格由供需关系决定。多位业内人士表示，我国牛肉供应处于过剩状态。根据记者统计，我国牛肉产量已经连续十年保持增长状态，进口牛肉则实现十一年连

增。另外，奶业行情低迷亦使得淘汰牛被补充到了肉牛产业。

艾媒咨询CEO张毅告诉记者，肉牛产业的市场行情会加速行业集中度和规模化程度的提升。同时，伴随着大型肉牛养殖企业发展壮大，对于其养殖效率、渠道拓展、品牌化和高端化建设会有促进

作用。“结合当下市场行情，要想改变肉牛产业链的盈利情况，需在生产端提升效率，尤其是饲料配方优化、遗传育种技术等。另外，肉牛产业链要进行多元化经营，在品牌化上投入更多精力，提升产品的附加值，开拓高中低等不同层面的市场空间。”张毅说。



当下育肥牛产业链的繁殖、育肥等所有环节进入整体亏损、局部微利的状态。

视觉中国/图

增。

另外，

奶业行情低迷亦使得淘汰牛被补充到了肉牛产业。

艾媒咨询CEO张毅告诉记者，肉牛产业的市场行情会加速行业集中度和规模化程度的提升。

同时，伴随着大型肉牛养殖企业发展壮大，对于其养殖效率、渠道拓展、品牌化和高端化建设会有促进

作用。“结合当下市场行情，要想改

变肉牛产业链的盈利情况，需在生

产端提升效率，尤其是饲料配方优

化、遗传育种技术等。另外，肉牛

产业链要进行多元化经营，在品

牌化上投入更多精力，提升产品

的附加值，开拓高中低等不同层

面的市场空间。”张毅说。

值得关注的是，当下牛肉供

仍处增长状态。国家统计局数

据显示，今年一季度，全国肉牛出栏

1199万头，同比增长0.7%；肉牛产

量186万吨，增长3.6%。

河南贝吉尔肉食品有限责

任公司相关负责人提到，近年来

奶业行情低迷亦使得大量的淘汰牛

被补充到了肉牛业，预计2024年有

120万头奶牛要屠宰，更让供应关

系雪上加霜。

新疆一家奶牛场相关负责人

表示，奶业低迷，奶牛最终归宿也

是牛肉。不过，它们做不了牛排之

类的高端产品。

如何应对市场变化？

事实上，我国牛肉品牌缺乏标准建设，并且在品牌化方面仍有很大提升空间。

通常情况下，肉牛养殖周期为18个月，包括繁殖、幼崽生长、育肥等多个环节。

整体来看，我国内牛养殖生产现状以广大农户分散饲养为主，小规模饲养和中等规模育肥场育肥为辅，大规模的饲养育肥很少。

雨轩食品相关负责人告诉记者，肉牛养殖行业集中度较低，中国内牛养殖规模领先的前30家企业肉牛存栏量为76.2万头，占比不到全国牛存栏1%。

张毅认为，结合近两年的变化来看，市场正在由零散逐渐迈向规模化。尤其是当下肉牛养殖上游呈现亏损，会导致行业集中度和规模化养殖的提升。

品牌营销专家路胜贞也提到，本轮价格波动的另一个原因是，部分龙头企业在做产业延伸。位于肉牛产业链某一环节的企业开始向养殖、加工、流通全产业链延伸，比如科尔沁牛业、重庆恒都、中禾恒瑞等。这种延伸会有意无意地出现资本挤压，并带动行业集中度提升。

根据农业农村部肉牛产业监测预警工作组监测数据，2023年12月份，肉牛养殖户数同比下降1.8%，肉牛养殖规模场数量同比增长3.8%，肉牛养殖集中度和规模化水平有所提高。

“在资本的推动下，头部企业的养殖规模、养殖效率、市场渠道开发等都会获得显著助力。未来牛肉产品的品牌化和高端化建设，将成为未来主流企业发展的重要方向。这对于提升自身盈利能力、行业竞争力非常重要。”张毅说。

记者注意到，当谈及应对当下市场波动时，多位行业人士均提到差异化和高端化发展。

河南贝吉尔肉食品有限责任公司相关负责人表示，建议控制进

口牛肉数量，减少市场供给数量。

雨轩食品负责人则表示，国产牛肉的优势在于鲜、风味，这是进口冷冻牛肉比不了的。与其在价格战中煎熬，不如放手把低端市场交给进口牛肉，紧盯消费需求，把握消费升级的大势，切入高端化消费市场和细分市场。

事实上，我国牛肉品牌缺乏标准建设，并且在品牌化方面仍有很大提升空间。

今年3月初，平凉红牛系列团体标准正式对外发布，包括《平凉红牛种群鉴定标准》等6项团体标准。

涵盖种群、繁育、饲养、屠宰分割等多环节、全链式的平凉红牛标准。业内普遍认为，标准先行对于当地肉牛产业的规划化、科学化、标准化提供很大助力，有利于打造国内知名牛肉品牌。

“在全国范围来看，我国牛肉缺乏品牌。尤其是在拥有高品质牛肉产品的基础上，整个产业需要向品牌化和高端化方向发展。”张毅说。

不过，路胜贞认为，整体上我国的牛肉消费水平还很低，人均牛肉消费远低于猪肉和鸡肉，更低于欧美国家。当务之急并不是推动我国牛肉的高端化，而是要通过集约化生产流通方式，进一步把牛肉消费成本降低，把改善生活用的牛肉变成普通餐必须的产品。

“我国牛肉还没有实现产品分级模式。要想改变目前产业盈利低的状态，应该进行肉牛分类。一部分企业进入高端市场，在产业链上进行全产业链布局。另一部分以满足白肉向红肉转型的大众性肉食升级需求为主。通过产业整合，提升各环节的效率、效益，满足基础市场需求。同时，以区域为中心，在各个肉牛产区实施资本融合，实施大肉牛产业链闭环，解决行业分散、规模效益低等问题。”路胜贞说。

声音

中国市场在智驾技术方面引领全球的进步

访 Mobileye 副总裁及中国区董事总经理 Elie Luskin

在人工智能技术的蓬勃发展过程中,端到端模型在自动驾驶领域展现出显著优势,通过将感知、规划、决策等核心模块融合于统一的神经网络体系内,使智能驾驶得以更贴近人类驾驶者的行为模式,从而大大地推动了高级驾驶辅助系统(ADAS)和智

能驾驶的规模化生产和应用。与此同时,这一发展趋势也催生了市场对芯片、数据资源、计算能力等底层基础设施的全新需求。

作为全球自动驾驶解决方案领导者之一,Mobileye 已经向全球交付了 2 亿颗芯片,同时有超过 1.7 亿辆汽车搭

从基础辅助驾驶走向高阶智驾

《中国经营报》:Mobileye 以前是以摄像头和芯片为主要产品的公司,是什么原因促使 Mobileye 转向提供包括感知、驾驶策略以及传感器在内的系统方案?

Elie Luskin: 首要因素是行业和技术的演进。纵观当今汽车行业,智能驾驶正从基础的辅助驾驶逐渐向更先进、更复杂的自动驾驶转变。从全球视角来看,智能驾驶行业的发展势头显而易见,体现在对可脱手(hands-off)智驾系统需求的不断增长。中国市场不断涌现的创新以及新产品的推出,影响着全球汽车主机厂(OEM),迫使后者更多地考虑上市时间、成本以及整体性能,特别是安全性和便利性。这一趋势为 Mobileye 创造了巨大的机遇。

有鉴于此,Mobileye 也在不断扩展自己的智驾产品线。Mobileye 目前拥有 5 个级别的智驾产品。Mobileye 的产品组合具有高度可扩展性和适应性,旨在促进汽车制造商向更高级别的自动驾驶过渡。

其次,中国市场在智驾技术方面是在引领全球的进步,这也推动了智驾解决方案提供商进行更强大功能的研发。中国市场对技术开发度高、接受度高,正大步迈向“智能化”阶段。Mobileye 认为中国的消费者对于新技术更加渴求,中国的客户是先进技术方案的早期采用者。

具体来说,中国市场已经开始加速向高端智驾系统、多摄像头系统、多传感器配置的高端架构发展的方

向迈进。在西方市场,目前这种配置可能只是测试产品。

中国市场的独特需求也是 SuperVision 平台选择在中国首发的原因。SuperVision 是我们为中国客户量身定做的智驾方案,是目前行业内最具成本效益和可靠性的选择之一。到 2024 年第一季度,SuperVision 系统的部署量已达到 20 万辆,并且我们预计这一数字在明后两年会大幅增加。

此外,是业务模式和营收的考量。从平均系统价格来说,在低阶的基础驾驶辅助业务上,每辆车可能给 Mobileye 带来的是 60~100 美元的平均收入,而在自动驾驶,即 SuperVision 系统以上级别领域,来自每辆车的收入基本在 1000~50000 美元的区间。从业务模式来说,在 ADAS 阶段,Mobileye 的方案核心是 EyeQ 系列 SoC 芯片,而在 SuperVision 之类的自动驾驶平台上,Mobileye 除了集成芯片系统还提供内容,也就是“软硬一体”的全栈解决方案,这将是 Mobileye 在未来几年重要的业务增长点。

《中国经营报》:2023 年全车智驾 L2 等级及以上的 SoC 全球出货量已超过 6000 万颗,最大的出货量依然来自 Mobileye,但还是主要集中在低阶智驾上,相较于高阶智驾,低阶智驾市场未来会发生什么变化?

Elie Luskin: “安全为先,日渐普及,成本可控。”这是在 Mobileye 眼中 ADAS 领域的三个核心维度。

第一,安全是 ADAS 技术和方案

载了 Mobileye 技术。同时,作为中国高级驾驶辅助系统(ADAS)和智能驾驶市场的重要参与者,近年来,Mobileye 也与吉利集团、一汽集团、上汽集团、长城汽车、东风集团等公司在多款车型上达成了长期战略合作。

近日,对于 Mobileye 在人工智能时代下,如何看待智能驾驶市场的变化,以及 Mobileye 在中国市场的未来战略规划等问题,《中国经营报》记者专访了 Mobileye 副总裁及中国区董事总经理 Elie Luskin。



的基础,是在任何情况下都不能被牺牲和妥协的。第二,过去十年的智驾行业发展推动了基础 ADAS 部署率的提高,时至今日仍有进一步发展的空间。我们看到中国市场正在引领全球智能驾驶产业。就国内整车厂而言,在过去几年,ADAS 在中国平价汽车中的渗透率大幅提升。多年来,Mobileye 同合作伙伴一起,与车企密切合作,建立了跨多代 EyeQ 产品的长期合作关系。我们期望继续利用我们与一级供应商的牢固合作关系,扩大我们在关键市场的影响力,并把握长期业务增长机会。

第三,成本效益是智驾领域的另一个重要元素。目前的行业竞争异常激烈,特别是中国市场,造车领域有太多选手,生态系统复杂,而很多企业共同的挑战是成本和盈利,因此我认为他们急需高性价比和高度可扩展性的方案。如果系统成本过高,那么每生产一辆车都在不断亏损。归根结底,能够控制成本的公司才能生存下去。以安全为前提的成本优势,正是 Mobileye 的优势所在。

自主可控“还给”客户

自主品牌“还给”客户

《中国经营报》:日前,Mobileye 推出了 Mobileye DXP 驱驶体验平台,客户可以自己打造定制化的智驾系统,将此平台开放的初衷是什么?

Elie Luskin: 随着智能化在购车消费者心中重要性的提升,汽车厂商希望其“自主可控”的心态愈发明显。一方面汽车厂商希望自己的智驾系统有差异化的表现,另一方面智驾公司很难针对每款车型进行高投入的定制化开发。

供应商帮助 OEM 实现差异化开发,通常的做法有两种:第一种是供应商提供基础的感知参考算法,OEM 建立完整的感知、规控和控制部分,这种方法能够形成差异化,但开发失败的可能性比较高。之所以容易开发失败,很大原因是感知本身是不完美的,尤其针对消费级的自动驾驶,系统成本要做妥协。而规控算法需要与感知层紧密集成,如果感知发生变化,规控必须相应调整。但如果在这两个地方由供应商和主机厂分工,集成的难度将大幅提高。

第二种是让供应商处理感知与规划,只让 OEM 自定义控制部分,这种方法的问题在于缺乏差异化和可扩展性。要么 OEM 拿到一套与市面上其他产品没有差异的方案,要么 OEM 会有大量需求找到供应商,供应商必须建立一个庞大的支持团队。

而 Mobileye DXP(Driving Experience Platform) 跟前两种方法都不

同,DXP 的思路是将界限设定在感知和规控之间。简单来说,Mobileye 将智驾系统针对目标感知、交通规则以及安全等这些通用的部分作为基础的平台输出,而将车速控制、变道风格、加减速控制等差异化的部分驾驶风格定义成可调校的接口。有了 DXP,我们针对不同车企定制化的时候就不需要从零做起。

《中国经营报》:中国的智能驾驶品牌众多,但从目前情况来看,智能驾驶的体验是参差不齐的,是什么原因导致的?

Elie Luskin: 我们可以看到,智能驾驶技术不是单一的软件或者硬件系统,而是芯片、传感器、软件、硬件、地图等方面整合,从而也注定了系统本身的复杂性。我们需要深入地了解软硬件之间的相互作用是什么、核心是什么、用什么算法来支持对应的核心。所以,我们看到一边是行业参与者越来越多,一边是消费端参差不齐的智驾体验,这其实并不奇怪。

当今世界,尤其是在中国市场,智驾是车企的必争之地。这吸引了包括通用技术公司到芯片制造商等各类企业加入赛道。然而,智能驾驶解决方案的开发需要丰富的技术专业知识和大量的数据积累。要达到最佳性能,更是需要软件和硬件组件之间的无缝协调。

具体到智驾的高端和低端市场,分别有一些因素导致了智驾产品的不同体验:在高端智驾应用方面,越来越

多的主机厂采用“车企自研算法+高算力芯片”的开发模式。这里,芯片厂商的 SoC 集成芯片系统,虽然算力优越,但可能并不是专为 ADAS 设计的。我们知道智驾系统比较复杂,有各种各样的传感器,还有各种激光雷达、毫米波雷达等,彼此间的配合是很重要的;另外自研的软件性能很大程度上决定于各主机厂的研发能力,对于车企而言,自研的压力是很大的,需要巨大的研发投入,而他们同时有降低成本和尽快盈利的诉求。

在低阶智驾方面则完全不同,我们看到有一些车企,在集成芯片系统使用上,为了降低成本忽略了安全,使用了非车规级的系统,我们认为这样的做法是非常不可取的,也使得智驾体验不可控。如果忽略了安全的话,那么还需要什么 ADAS 的系统呢?安全是 ADAS 技术和方案的基础,是在任何情况下都不能被牺牲和妥协的。

《中国经营报》:Mobileye 如何平衡与中国本土企业的竞合关系?

Elie Luskin: 近几年,在中国智驾行业的快速发展进程中,崛起了一批本土企业。我们在中国市场的竞争对手已经从国际 Tier1 变成本土企业,但我们相信 Mobileye 丰富的行业经验和广泛的解决方案能为客户带来更多价值。从 Mobileye 的角度来说,我们的竞争优势主要体现在三个方面:第一是安全性,第二是我们的高性价比,第三是可扩展性。尤其是

目前中国的车企面临着价格方面巨大的压力,因此我认为他们急需高性价比和高度可扩展性的方案。当然,安全永远应该是重中之重。

Mobileye 无论在高端市场还是低端市场都具有独特的竞争优势。而且,Mobileye 在帮助国内车企出口方面也有很大优势。在低端 ADAS 产品上,国内友商可以提供价格低廉但性能有差距的产品,但可能达不到西方监管机构的要求,或者想要达到监管要求就需要投入更多的成本,竞争力就会降低;而在高端产品方面,主机厂自研是一种方式,但成本更高,Mobileye 在这方面具备优势。

在合作层面,Mobileye 在中国拥有一个非常庞大的生态系统,其中包括几乎中国所有的车企以及 Tier1 企业。同时,我们还有完整的合作伙伴体系。可以说在生态系统合作伙伴的挑选上,Mobileye 非常地认真。我们所挑选的合作伙伴都是负责任的,都是把安全放在首位的。我们也积极聆听生态系统合作伙伴的想法,为我们的最终决策提供重要参考。

总的来说,Mobileye 对中国市场乃至全球市场,持有非常乐观的态度。中国市场是到目前为止全球 Mobileye 最大的单一市场,而今年的趋势也非常好,我们看到更多的中国车企在使用我们的产品,现有的中国车企客户也在纷纷调高他们从我们这里采购的数量。

并不是一个新概念。早在 2016 年,Mobileye 创始人、总裁兼首席执行官 Amnon Shashua 教授和 Mobileye 首席技术官 Shai Shalev-Shwartz 教授就发表了一篇阐释端到端系统的论文。我们熟悉端到端技术,且在它大规模流行之前,我们已经开始研究其在智驾领域的应用。我们认为端到端技术带来的好处是非常明显的,问题只在于:是不是仅依赖端到端技术就能解决智驾应用的所有问题?

《中国经营报》:那除了端到端方案,Mobileye 还有哪些好的方向路线?

Elie Luskin: 我们并不认为单一方案就能解决所有问题。端到端可

以作为系统当中的一个重要组件,它们能理解道路上发生的大部分场景,但在处理非典型的情况时会有困难。

相比具体走什么技术路线,Mobileye 认为关键问题还在于 MTBF (Mean time between failures, 平均无故障工作时间),一套智能驾驶系统可以撑多久才需要人工接管?证明一套系统比人类驾驶更好,我们需要 100000 小时的驾驶数据,而这很容易通过由几百辆或几千辆汽车组成的车队在几个月的时间内收集到。

老板秘籍



1 简历



Mobileye 如何实现成本收益平衡乃至盈利?

目前的行业竞争异常激烈,特别是中国市场,造车领域有太多选手,生态系统复杂,而很多企业共同的挑战是成本和盈利,因此我认为他们急需高性价比和高度可扩展性的方案。如果系统成本过高,那么每生产一辆车都在不断亏损。归根结底,能够控制成本的公司才能生存下去。

自 2018 年

加入 Mobileye 中国团队,Elie Luskin 作为 Mobileye 中国区董事总经理,全权负责 Mobileye 在中国市场的业务活动和管理。

在开拓中国前装市场中发挥了核心的领导作用,持续引领 Mobileye 在中国的技术创新与市场突破,为公司在中国的发展奠定了坚实的基础,使 Mobileye 成为中国高级驾驶辅助系统(ADAS)和自动驾驶市场重要而活跃的力量之一。

2 深度

“端到端”并不能解决所有问题

在智能驾驶技术飞速发展的今天,智能驾驶汽车正从科幻走向现实,并且高级驾驶辅助系统(ADAS)的发展正在提速。目前,汽车行业智能化进程正处于由 L2 级向 L3 过渡阶段,研究机构 Counterpoint research 作出预测,2024 年全球具备 L3 级 ADAS 水平的乘用车销量将超过 25000 辆,而中国市场是重要的推动力量,预计到 2026 年,中国 L3 级乘用车装机量将超过 100 万辆,占总出货量的 10%。

在向 L3 级别自动驾驶过渡的过程中,“端到端”技术被普遍认为是实现目标的“终极方案”。自 2024 年起,这一概念迅速成为汽车行业的热点话题,各大龙头企业纷纷将目光聚焦于端到端智能驾驶解决方案,并将其视为击败竞争对手、掌握市场周期的重要武器。

端到端是将感知、分析、决策整合在一起,端到端的路线意味着系统功能更聚焦、易维护且拥有更高性能上限、更接近人类驾驶行为。然而,“最终解”未必是唯一解。记者注意到,Mobileye 早在 2016 年就开始研究端到端技术在智能驾驶领域的应用,与此同时,Mobileye 也在考虑一个问题:是不是仅依赖端到端技术就能够解决智驾应用的所有问题?

正如 Elie Luskin 所言:“端到端方案能从 0 很快地推进到 95%,但完全依靠这一方案要达到 99.9999999%,会面临问题。而对于事关安全的智驾方案来说,试错空间是极小的。”

自动驾驶无疑是智驾的重要发展方向,但如一把钥匙无法打开所有的门,一个方案也无法解决所有的问题。诚然,在探讨 ADAS 技术和方案时,我们往往会陷入各种技术路线的选择与讨论中,但无论如何,安全始终是不能忽视的核心要素。安全不仅是 ADAS 技术的基石,更是必须坚守的底线。