



本报官方微博



本报官方微信

# 中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

## 六部门:小微企业贷款还本付息再延半年

NA2

### 从天上看经济



NA5

新征程·新期待·新作为 2022中经金融高质量发展峰会

NB2~B3

当前,世界百年未有之大变局加速演进,新一轮科技革命和产业变革深入发展,国际力量对比深刻调整,我国发展面临新的战略机遇,未来五年是我国全面建设社会主义现代化国家开局起步的关键时期。

党的二十大报告指出,高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。必须完整、准确、全面贯彻

新发展理念,坚持社会主义市场经济改革方向,坚持高水平对外开放,加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。要坚持把实现人民对美好生活的向往作为现代化建设的出发点和落脚点,着力维护和促进社会公平正义,着力促进全体人民共同富裕,坚决防止两极分化。

金融在国家经济社会

的发展当中有着非常重要的使命。过去十年,我国金融业保持快速发展,综合实力进一步增强。金融供给侧结构性改革不断深化、产品日益丰富、服务普惠性持续提高,为经济社会高质量发展源源不断注入强劲动能。而随着国家对高质量发展目标和要求的提出,金融的发展亦需发挥相应的作用。

2022年11月16日,由《中国经营报》主办的“2022中经金融高质量发展峰会”以网络直播形式举行。峰会围绕高质量发展主题,携手权威专家学者、金融机构高管等,聚焦金融支持实体经济、助力乡村振兴、促进共同富裕等热点话题,凝聚推动我国迈上全面建设社会主义现代化国家新征程的金融力量。

社评

### 加速培育专精特新企业 夯实产业链供应链安全基座

据《人民日报》报道,党的十八大以来,我国中小企业发展取得显著成效,创新能力加速提升,累计培育8997家专精特新“小巨人”企业、6万多家专精特新中小企业。

所谓“专精特新”,是指具有专业化、精细化、特色化、新颖化发展特征的中小企业。“小巨人”企业则是专精特新企业里的佼佼者。截至2021年底,全国中小微企业数量达到4800万家,包括“小巨人”在内的大批专精特新企业正是其中的领头羊与排头兵。它们为稳链强链补链提供了基础支撑,也是扩大就业、改善民生、促进创业创新的中坚力量。

一般而言,提到企业发展,不管是在社会观念中,还是政府在优化营商环境、招商引资的过程中,都会不自觉地“首推”大中型企业。典型如全国500强、世界500强,自然是备受追捧的明星企业。但一个国家的经济和产业是一个复杂的生态系统,不能只有大企业。一方面,大企业也是从小企业成长起来的,另一方面,任何一家大企业的健康发展都离不开一批协同配套能力突出的中小企业作为支撑。

比如,目前专精特新“小巨人”企业中,超六成都是深耕工业基础领域,超九成为国内外知名企配套,其中400多家成为航空、航天等领域的“配套专家”。如果说大企

业在一个国家的经济和产业发展中扮演着“挑大梁”的角色,它们往往最受瞩目,那么专精特新企业则是大企业、大产业发展的“后盾”与“底座”,它们虽然多是默默无闻的“隐形冠军”,但重要性同样不可低估。

事实上,相对于复合型的大企业,专精特新企业最突出的特点是,专注细分领域,掌握某项独门绝技。这些年我们经常说到产业发展“卡脖子”问题,而专精特新企业就可以说是为解决这一问题而生的。当我们的市场主体中,有越来越多的能在各个细分领域掌握关键核心技术的专精特新企业,产业链发展的“断点”“堵点”也就能被最大程度化解,从而摆脱“卡脖子”之忧,将产业发展和技术竞争的主动权握在自己手中。

党的二十大报告提出,着力提升产业链供应链韧性和安全水平。要实现这一目标,加速培育更多的专精特新企业,把产业链的基础做得更扎实,是绕不开的一环。实际上,近年来专精特新企业在政策层面受到更多的重视,就与当前全球产业链的竞争加剧直接相关。去年财政部、工信部联合发布了《关于支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知》,明确提出2021—2025年,中央财政累计安排100亿元以上奖补资金,引导地方完善扶持政策和公共服务体系,分

三批重点支持1000余家国家级专精特新“小巨人”企业高质量发展。足见专精特新企业在新发展格局中的战略分量。

专精特新企业要成为细分领域的“王者”,创新是关键。据相关统计,目前全国专精特新“小巨人”企业共设立国家级、省级研发机构超一万家,平均研发人员占比达28.7%,平均研发强度达8.9%,平均拥有有效发明专利15.7项。并且70余家“小巨人”企业近三年荣获过国家科学技术奖,1500多家专精特新“小巨人”企业近两年承担过国家重大科技项目。可以明显感觉到,专精特新企业在国家科技创新大局中所扮演的角色越来越重要。这离不开它们自身的努力,也表明国家对专精特新企业的培育行动是卓有成效的。

当然,也要看到,专精特新企业毕竟属于中小企业,细分领域的竞争又愈发激烈,它们的抗压能力也相对较弱,且在发展初期往往未能形成稳固的市场根基,同时还面临数字化转型等难题,这决定了宽松、开放的市场环境和周到的营商环境服务,对它们来说都很重要。比如,专精特新企业多属于轻资产企业,在融资方面的优势就明显不及大中型企业。这就需要在助企服务中有针对性地解决它们的融资难、融资贵问题。此外,在人才吸引力、创新资源汇聚等方面,中小

企业一般也普遍面临着成长的烦恼。因此,营造让专精特新企业蓬勃发展的生态,对营商环境的优化提出了更高的要求。

特别是在当前的经济下行压力之下,包括专精特新企业在内的中小企业往往面临更大困难,要为它们雪中送炭,稳住发展信心,这更加考验助企政策的系统性、精准度。今年的《政府工作报告》提出,要在资金、人才、孵化平台搭建等方面给予专精特新企业大力支持。这些宏观要求需要各地因地制宜地落实落细。另外,专精特新企业的成长速度,也与大中小企业协调发展机制的完善程度息息相关。今年5月,工信部、国家发展改革委等11个部门联合印发相关通知,要求以创新链、产业链、供应链、数据链、资金链、服务链、人才链为着力点,构建大中小企业相互依存、相互促进的发展生态,这方面的工作需要加快推进。

还要注意的是,所有企业的发展都必然有一个过程,培育专精特新企业既需要讲究政策的精准性,但同时也要求地方政府应该少一点功利性,把目光放得长远。常识是,唯有整个营商环境和市场生态健康化,才能为更多专精特新企业的萌芽和壮大提供肥沃土壤,从而更有力夯实产业链供应链安全的基座。

### 经济大势

A1~A8

- 电子烟消费税转嫁博弈 ..... A4
- 千亿金融工具到位 ..... A8
- 城投迎来“撬动资金”

### 营商环境

B1~B20

- 监管鼓励中长期资金加大科创债投资 ..... B6
- 银行加速入局
- 百亿“惠民保”蝶变 ..... B7
- 密集调研上市公司 信托争相“掘金”A股 B8
- 住建部要求做好“保租房”监测评价 ..... B10
- 将纳入地方政府绩效考核
- 利好政策暖风频吹 ..... B13
- “保交楼”或将再提速
- 长租公寓迎来新风口 ..... B15
- 头部玩家竞逐资管赛道
- 眼科连锁“押注”视光服务 ..... B17

### 智在公司

C1~C8

- 三季报双双增长 ..... C3
- 中国两大晶圆代工企业逆势扩产
- 马斯克大“动刀” 推特是福还是祸? ..... C4
- 上海迎混动政策切换窗口期 ..... C5
- 供需两端追赶免费绿牌“末班车”
- 破局“贵电” ..... C7
- 车企加速完善新能源产业链布局

### 消费连锁

D1~D4

- 乳业下半场争夺赛加速 ..... D2
- 企业寻新增长线
- 折扣店业态升温 国内模型待探索 ..... D3
- 争做全球领先的高铁零部件供应商 ..... D4

### 本期热词

#### “惠民保”

据媒体报道,2023年度惠民保产品在低门槛、低保费的基础上,对主要责任、保费定价、增值服务等方面进行调整,扩展了投保范围、保障责任,降低了免赔额。同时,越来越多的地方惠民保产品将新市民纳入投保范围。

让“惠民保”更惠民

#### “十六条”

业内人士指出,“金融十六条”对当前房地产行业存在的痛点问题给出强有力的政策支持,也因此备受关注。据报道,多家银行举行内部会议,讨论进一步加大房地产信贷投放力度,提供开发贷、过桥贷款等金融服务。同时,加大房地产企业并购的贷款或发债融资支持。

“金融十六条”:支持房地产稳健发展

#### “硬科技”

加大对“硬科技”企业的支持力度本应当是证券市场必须做出的一种积极姿态,就我国目前的经济发展情况来看,经济总量已经上去了,经济速度也较快,但在科技实力方面与发达国家还在一定差距。

沪港交易所竞相加码 “硬科技”在资本市场迎来春天

#### 营养餐

学校食堂由学校自主经营、统一管理,不得对外承包或委托经营。未建设食堂或暂时不具备食堂供餐条件的地区,应加快学校食堂建设与改造,明确实行食堂供餐的时间节点,在过渡期内可采取企业(单位)供餐。

学生营养餐改善提速 供应链管理迈向精细化



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

# 六部门:小微企业贷款还本付息再延半年

本报记者 谭志娟 北京报道

为进一步加大对小微企业等市场主体支持力度,深入落实好稳经济一揽子政策和接续政策,助力稳住经济大盘,近日,人民银行、银保监会、财政部等六部门联合印发《关于进一步加大对小微企业贷款延期

## 进一步延期还本付息期限

《通知》明确,对于2022年第四季度到期的、因疫情影响暂时遇困的小微企业贷款(含个体工商户和小微企业主经营性贷款),还本付息日期原则最长可延至2023年6月30日。延期贷款正常计息,免收罚息。

叶银丹告诉记者:“从金融机构角度看,通过对小微企业进一步延期还本付息,支持小微企业渡过难关,有助于避免大量小微企业倒闭,也有助于稳定金融机构资产稳定。”

王青还表示,今年5月出台的稳住经济大盘一揽子政策中包括“商业银行等金融机构继续按市场化原则与中小微企业(含中小微企

还本付息支持力度的通知》(以下简称《通知》),对于2022年第四季度到期的小微企业贷款,鼓励银行业金融机构按市场化原则与企业共同协商延期还本付息。

就此,中国银行研究院研究员叶银丹日前在接受《中国经营报》记者采访时分析称:“小微企业的稳定健

业主)和个体工商户、货车司机等自主协商,对其贷款实施延期还本付息,努力做到应延尽延,本轮延期还本付息日期原则上不超过2022年底”。此次《通知》的要求,意味着最长延期还本付息期限再延长半年。

中国民生银行首席经济学家温彬指出,2020年以来,为应对疫情对市场主体的冲击,人民银行等部门出台了中小微企业贷款阶段性延期还本付息政策,有效缓解了中小微企业资金周转压力。《关于对中小微企业贷款实施临时性延期还本付息的通知》下发后,截至2020年5月15日,中小微企业到期贷款本息延期规模已超1.3万

亿元,超过40%的中小微企业到期贷款得到各种形式的接续融资支持,助力企业实现尽快复工复产,支持实体经济恢复发展。

为进一步纾解中小微企业困难,推动企业有序复工复产,提高金融服务的针对性、有效性,2020年3月1日,银保监会及人民银行等五部门联合印发《关于对中小微企业贷款实施临时性延期还本付息的通知》。

满足小微企业贷款延期需求对金融机构管理服务能力提出了更高要求。一方面,金融机构需要积极创新延期贷款产品服务,为小微企业办理相关业务提供便利;另一方面,也要持续提高业务能力,做到精准识别真正需要延期还本付息的小微企业。

为充分调动银行业金融机构的积极性,《通知》还提出,人民银行综合运用多种货币政策工具,保持银行体系流动性合理充裕;金融监管部门落实好小微企业不良贷款容忍度等差异化政策;各级财政部门在考核国有控股和参股的银行业金融机构2022年经营绩效时,应充分考虑延期还本付息政策的影响,给予合理调整和评价。同时,鼓励政府性融资担保机构对有贷款延期需求的企业延长担保期限,继续提供增信支持。

叶银丹对记者说:“这体现出政策在缓解企业当期压力的同时还放眼长远,以有效措施稳定市场预期、提振主体信心、增加发展后劲、培育好实体经济的根基,这既是当前保持经济运行在合理区间的重要支撑,也是未来实现经济高质量发展的重要基础。”

业界专家预计,在该项政策的支持下,四季度小微企业贷款(普惠金融口径)有望保持高增势头。

叶银丹对记者说:“预计四季度小微企业贷款(普惠金融口径)

持政策进一步加码。其背景是四季度新冠肺炎疫情(以下简称“疫情”)扰动升温,一些小微企业和个体工商户经营困难加剧。因此,着眼于保就业、稳增长,政策面正在加大对小微企业的定向支持力度,重点是缓解这些市场主体的流动性压力。”



视觉中国/图

亿元,超过40%的中小微企业到期贷款得到各种形式的接续融资支持,助力企业实现尽快复工复产,支持实体经济恢复发展。

为进一步纾解中小微企业困难,

持,有助于更大力度、更广范围地保市场、稳就业、助民生,实现稳经济和防风险的多重平衡。

叶银丹对记者说:“预计四季度小微企业贷款(普惠金融口径)有望保持较高增长势头,年末同比增速较三季度末的同比增速可能略有加快。小微企业贷款(普惠金融口径)余额同比有望将连续四年保持20%以上的高增水平,远高于同期各项贷款余额同比增速。这一方面体现出疫情发生以来金融持续加大对实体经济支持力度的效果,另一方面也体现出政策和金融资源向小微企业、社会薄弱领域及群体倾斜取得了较好的效果。”

叶银丹对记者说:“这体现出政策在缓解企业当期压力的同时还放眼长远,以有效措施稳定市场预期、提振主体信心、增加发展后劲、培育好实体经济的根基,这既是当前保持经济运行在合理区间的重要支撑,也是未来实现经济高质量发展的重要基础。”

业界专家预计,在该项政策的支持下,四季度小微企业贷款(普惠金融口径)有望保持高增势头。

叶银丹对记者说:“预计四季度小微企业贷款(普惠金融口径)

亿元,超过40%的中小微企业到期贷款得到各种形式的接续融资支持,助力企业实现尽快复工复产,支持实体经济恢复发展。

叶银丹对记者说:“这体现出政策在缓解企业当期压力的同时还放眼长远,以有效措施稳定市场预期、提振主体信心、增加发展后劲、培育好实体经济的根基,这既是当前保持经济运行在合理区间的重要支撑,也是未来实现经济高质量发展的重要基础。”

# 中国人口学会会长翟振武： 把握生育新态势 应尽快构建整体性生育支持政策体系

本报记者 孟庆伟 北京报道

人口发展是关系中华民族发展的大事情，习近平总书记强调，人口问题始终是我国面临的全局性、长期性、战略性问题。也因此，促进人口长期均衡发展要持续用力、久久为功。

党的二十大报告提出，优化人口发展战略，建立生育支持政策体系，降低生育、养育、教育成本。

“这是促进人口长期均衡发展

的一项重要举措，是对新时期中国人口新形势的积极回应，体现了中国生育政策调整的新方向。”中国人口学会会长、中国人民大学人口与发展研究中心教授翟振武向《中国经营报》记者表示，党的二十大报告提出构建生育支持政策体系，既表明了国家对生育大力支持的态度，更强调了生育支持政策需成体系。

近些年我国出现了一些新的因素推动了生育率的快速下降，尽

管国家已给出了明确的政策指引，出台了一系列生育支持政策，但翟振武认为，这些政策的实施力度、执行程度和落实难度各不相同，政策之间的协调性、相关性和整合性也不尽如人意。因此，现阶段尽快构建一个整体性的生育支持政策体系显得尤为重要。

“生育支持政策体系应该是一个经济社会文化等多方面因素全覆盖、成长周期全覆盖、孩次全覆盖的政策体系，只有运用整体性思

维建立符合中国国情、覆盖面更广、时效更长、全方位的生育支持政策体系，才能切实解决中国家庭不敢生、不愿生的问题，使生育率得到提振，逐步回到一个合理的水平上来。”翟振武强调。

当前我国人口形势呈现哪些新特点？生育支持政策体系应包含哪些内容？未来体系建立健全的着力点应该在哪些方面？就上述问题，翟振武日前接受了记者的专访。

## 生育率下降的速度和幅度都非常大

2017年后生育率的变动体现了生育政策调整效应消失后的生育水平发展趋势，充分说明中国的总和生育率已处在一个较低水平波动的时期。



翟振武

中国人口学会会长、中国人民大学人口与发展研究中心教授

《中国经营报》：近年来我国人口形势出现了哪些新变化？从全球看，我国生育率处于什么水平？

**翟振武：**中国总和生育率的变化在近几十年来总体呈下降趋势，尤其在近年来出现快速下跌。

中国的总和生育率自20世纪70年代以来持续且快速下降，至20世纪90年代初跌破人口更替水平。这一阶段生育率下降的主要原因是计划生育政策的实施。20世纪90年代之后，中国总和生育率始终保持在更替水平以下，社会经济因素对生育率的影响越来越明显。

2000年以后，中国进入内生性低生育阶段，生育水平长期保持低位，生育政策的作用不断减弱，社会经济因素成为影响生育率的主要因素。2010年之后，中国生育政策经历了数次重要调整，生育率阶段性回升以后，近几年回落并出现进一步下降的趋势。

第七次全国人口普查数据显示，至2020年，中国的总和生育率已降至1.3的历史最低水平。观察第七次全国人口普查数据可以发现，2017年以来，中国育龄妇女总

## 人口长期均衡发展需要积极生育支持政策支撑

“三孩”政策的提出和实施已不仅是为了提升生育数量，更是与改善家庭福利、促进个人发展、推动两性平等、缓解“工作-家庭”冲突等多元目标相交织。

《中国经营报》：生育率持续低迷，会对我国经济社会发展带来哪些影响？

**翟振武：**长期的低生育水平以及生育率的快速下降会给国家的经济社会发展带来一系列的风险和挑战，最直观的问题就是少子化危机和老龄化问题，由此引发劳动力绝对数量减少、劳动力成本上升，家庭养老功能急剧弱化，公共财政、社会保障、养老服务、医疗卫生系统承受巨大压力等。

而现阶段，影响生育率的因素已经从根本上发生了变化，计划生育政策的作用已微乎其微，社会经济文化等方面的因素上升为影响生育率的主要因素。因此，仅从政策上放开对生育数量的限制已经不足以使生育率回升，必须要针对阻碍生育的各种因素尤其是近年来出现的新因素制定有针对性的相关政策，才能真正切实有效地提振生育率。

过去几十年，中国集中力量发展经济，随着经济水平的提高，社会发展水平也大幅提升。但一些公共服务领域的发展还比较迟缓，生育支持类的服务更是十分欠缺，这进一步强化了某些新因素对生育率提升的阻碍作用。

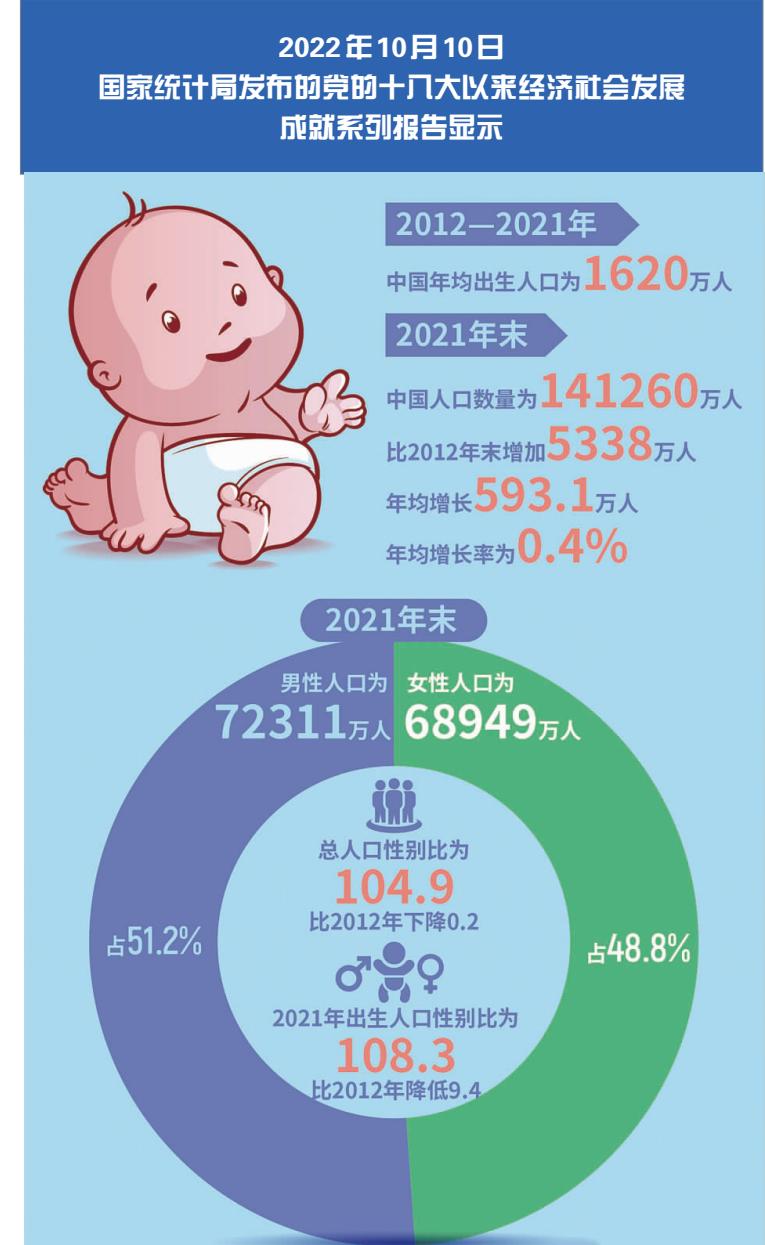
因此，在中国的总和生育率长期低迷并在近几年急速下降的背景下，加大生育支持力度，尽快建立完善的生育支持政策体系是非常必要的。

《中国经营报》：为什么说单独放开生育对提振生育率的作用有限？建立生育支持政策体系的紧迫性在哪里？

**翟振武：**为了应对生育率的持续低迷，国家近10年来不断对生育政策进行调整。先是逐步放开对生育数量的限制，分别于2013年和2015年通过“单独二孩”和“全面两孩”政策。同时，根据2012年党的

《中国经营报》：影响近些年我国生育率快速下降的因素主要有哪些？

**翟振武：**生育水平受多方面影响，但近些年出现的一些新的因素



第七次全国人口普查数据显示，至2020年，中国的总和生育率已降至1.3的历史最低水平。  
视觉中国/图

见），为加快建立积极生育支持政策体系，推动实现适度生育水平、促进人口长期均衡发展提供了有力支撑。

《指导意见》中提出，要发展普惠托育服务体系、完善生育休假和待遇保障机制、构建生育友好的就业环境，这些政策有助于缓解女性面临的“工作-家庭”冲突。加快完善住房保障体系、精准实施购房租房倾斜政策、发挥好税收金融等支持作用，可以帮助家庭解决生育养育教育成本过高的问题。提高学前教育

育普及普惠水平、提高义务教育均衡发展水平可以降低家庭的教育成本、适度缓解教育焦虑。加强生理卫生等健康教育、积极营造生育友好社会氛围则是从舆论宣传的角度推动科学、积极的婚育观念。自“三孩”政策发布后，各地政府也纷纷响应，积极制定、落实相关政策，尤其是在发展普惠托育服务体系、降低生育养育教育成本、完善生育休假和待遇保障机制等方面频频出台政策，以加紧建立和完善积极生育支持措施。

## 生育支持政策应强调整体性

相关政策法规应该为主管部门赋权，明确其协同部门应配合履行的职责范围，这样才能减少沟通成本，为生育支持政策体系发展提供有力的制度保障。

《中国经营报》：这两年我国密集出台了诸多生育支持配套政策，对此你如何评价？就建立生育支持政策体系，你有何建议？

**翟振武：**尽管国家已给出了明确的政策指引，出台了一系列生育支持政策，但这些政策的实施力度、执行程度和落实难度各不相同，政策之间的协调性、相关性和整合性也不尽如人意。因此，现阶段尽快构建一个整体性的生育支持政策体系显得尤为重要。

一是应建立经济社会文化等多方面因素全覆盖的生育支持政策体系，防止制定单兵独进的生育支持政策。

生育是家庭的基本功能之一，往往是家庭综合考量多种因素后发生的行为，整个生育决策的完成会涉及经济因素、社会因素、文化因素、制度因素等多个方面。政府在提供相应的生育支持政策时，如果仅仅从单一的角度考虑、设计相关政策，往往难以获得成效。

比如，政府对于有孩子的家庭给予减税、发放育儿补贴等经济支持，但是由于社会托育服务体系不完善，家庭难以照料孩子。如果托育体系建设不到位，家庭仍然不会做出多生育的决策。再比如，现在各地政府几乎都有延长产假的举措，但现实中，由于就业保障制度不完善，很多女性因为担心职业中断或影响职位发展，仍然选择提前回到工作岗位或是少生育，甚至干脆不生育。因此，想要有效地提振生育率，靠单一的政策是难以实现的，需要有涉及多方因素的成体系的政策方案。

在新技术快速发展的今天，尤其不能忽视文化传播的力量。在考虑社会经济影响因素的同时，必须还要将文化因素考虑在内，营造友好的生育环境，创造和谐的舆论氛围。

二是应建立成长周期全覆盖的生育支持政策体系，不能只关注“生”和“育”。

家庭生育养育孩子并不是一个短期事件，其影响涵盖了从怀孕、生育到孩子成长甚至成家立业的一个长达几十年的过程。家庭在做生育决策时往往也会将未来几十年家庭受到的影响考虑进来。而由于当代社会的风险性在增强，为了规避生育所带来的不确定性，人们的生育行为也更为保守。

现行的生育支持政策大多着眼于降低家庭的生育和早期养育成本，而对于孩子的长期发展没有足够的保障。但实际上，伴随孩子的整个成长周期，父母要投入大量的时间、精力和资金到孩子的教育、培养乃至婚嫁之中，甚至在孩子成家立业后还要继续对孙辈进行抚养。

一个需要关注的现象是，中国历来是一个存在严重的性别选择现象的国家，出生性别比长期高于正常水平，然而，近些年来，随着“全面两孩”政策的出台，很多家庭理想的子女性别构成是一儿一女，而不是两个男孩。这说明家庭在进行生育决策时，会对孩子成长的全周期成本（包括婚娶成本）进行考量，而不是简单的生和育。另一值得注意的问题是，孩子自小长大接触到的社会环境、生育文化会对他们未来的生育意愿产生影响，如果能构建一个生育友好的舆论环境，让孩子从小树立积极的婚育观，将对他们未来的生育意愿起到积极作用。

因此，政府在政策设计的过程中，应尽可能将孩子成长的全周期纳入考虑，为家庭提供长期的生育保障。

三是政策应建立孩次全覆盖的生育支持政策体系，不能仅指向“三孩”家庭。

自“三孩”政策出台后，各地

政府也出台了生育支持配套政策，但很多政策是针对二孩、三孩的额外奖励，尤其是对三孩家庭的奖励，对一孩往往没有给予足够的政策支持。比如，某些省份规定的产假，生育一孩产假天数明显少于二孩、三孩。某些地市细化了育儿补贴的细则，但基本都是对二孩、三孩的补贴，一孩则不享有相关补贴。与生育相关的住房补贴往往也是以二孩、三孩家庭为奖励对象。

然而，尽管“三孩”政策在数量上放开了家庭生育三孩的限制，但“配套实施积极生育支持措施”的涵义并不是只对三孩实施生育支持措施，而是对全社会实施生育支持政策。在中国一孩生育意愿低迷的情况下，对一孩的生育支持同样也很重要。如果生育支持政策仅指向多孩家庭，而家庭生育一孩的体验较差，则根本不会考虑再生育。因此，应该构建覆盖所有孩次的生育支持政策体系，为所有家庭提供良好的生育环境和政策保障。

四是尽管各地陆续出台各种生育支持政策，但现有政策呈碎片化状态，政策之间互不相连，各自为政；覆盖面较窄，覆盖时期较短；许多政策落地较难，政策制定后缺乏必要的监管措施，尚未形成一个完整的政策体系。

在构建中国生育支持政策体系的过程中，我认为可以借鉴整体性治理的相关理念，运用整体性思维制定和落实相关政策。

在新技术快速发展的今天，尤其不能忽视文化传播的力量。在考虑社会经济影响因素的同时，必须还要将文化因素考虑在内，营造友好的生育环境，创造和谐的舆论氛围。

二是应建立成长周期全覆盖的生育支持政策体系，不能只关注“生”和“育”。

家庭生育养育孩子并不是一个短期事件，其影响涵盖了从怀孕、生育到孩子成长甚至成家立业的一个长达几十年的过程。家庭在做生育决策时往往也会将未来几十年家庭受到的影响考虑进来。而由于当代社会的风险性在增强，为了规避生育所带来的不确定性，人们的生育行为也更为保守。

现行的生育支持政策大多着眼于降低家庭的生育和早期养育成本，而对于孩子的长期发展没有足够的保障。但实际上，伴随孩子的整个成长周期，父母要投入大量的时间、精力和资金到孩子的教育、培养乃至婚嫁之中，甚至在孩子成家立业后还要继续对孙辈进行抚养。

一个需要关注的现象是，中国历来是一个存在严重的性别选择现象的国家，出生性别比长期高于正常水平，然而，近些年来，随着“全面两孩”政策的出台，很多家庭理想的子女性别构成是一儿一女，而不是两个男孩。这说明家庭在进行生育决策时，会对孩子成长的全周期成本（包括婚娶成本）进行考量，而不是简单的生和育。另一值得注意的问题是，孩子自小长大接触到的社会环境、生育文化会对他们未来的生育意愿产生影响，如果能构建一个生育友好的舆论环境，让孩子从小树立积极的婚育观，将对他们未来的生育意愿起到积极作用。

因此，政府在政策设计的过程中，应尽可能将孩子成长的全周期纳入考虑，为家庭提供长期的生育保障。

《中国经营报》：“人口规模巨大的现代化”这一特点，为我国制定长期人口发展政策提出了哪些要求？

**翟振武：**党的二十大报告提出，中国式现代化是人口规模巨大的现代化。我国14亿多人口如果整体迈进现代社会，规模将超过现有发达国家人口的总和，艰巨性和复杂性前所未有，发展途径和推进方式也必然具有自己的特点。因此，我们在制定人口政策时，必须要更为审慎，必须要充分考虑中国的特殊国情。

党的二十大报告提出构建生育支持政策体系，既表明了国家对生育大力支持的态度，更强调了生育支持政策需成体系。

只有运用整体性思维建立符合

中国国情、覆盖面更广、时效更

长、全方位的生育支持政策体

系，才能切实解决中国家庭不敢生、不愿生的问题，使生育率得到提

振，逐步回升到一个合理的水

平上来。

# 电子烟消费税转嫁博弈

本报记者 杜丽娟 北京报道

本着完善消费税制度而施行的电子烟消费税,自11月1日正式开征以来,已连续多日成为舆论讨论热点。在这场涉及生产企业、品牌方、烟草公司以及零售网点的产业

## 税负转嫁

目前行业有一些品牌方也在和上游企业协商,大家也都希望整个链条中,每个环节上的利益各方能自己消化一部分税负,而非全部转嫁终端。

“目前我们主张将烟弹的门店零售价稳定在不超过99元/盒的水平,一盒烟弹有三颗,平均下来单颗的价格是33元,这和市场上定位在20~30元的香烟价格相当,基本上符合大众消费水平。”电子烟行业人士方大同(化名)告诉《中国经营报记者》。

方大同表示,定价机制调整背后,主要是应对电子烟消费税的开征。

在财政部、海关总署、税务总局联合发布的《财政部海关总署税务总局关于对电子烟征收消费税的公告》(以下简称“33号公告”)中,对电子烟消费税政策进行了明确,并规定2022年11月1日起施行。

对市场而言,33号公告的对外发布,标志着电子烟计征消费税尘埃落定。公告明确将电子烟纳入消费税

链条中,各方的关注点都聚焦在征税后的税负转嫁上面。

简单来说,就是电子烟消费税开征以后,上游企业增加的税负成本是全部向下游转嫁,还是转嫁一部分,这同样是线下门店最关心的问题,因为这事关几十万家零售网点的“生计”。

“即使上游企业全部把税负成

本转嫁下游,在法律层面并不存在

违规违法,但可能影响整个生产链

条的可持续性。对企业来说,税负最终是否转嫁以及转嫁多少,主要由企业自身在行业的地位决定,如果上游企业拥有较强的话语权,通常会通过提高出厂价转嫁部分税收负担,这在行业属于正常现象。”一位税务人士介绍。

征收范围,适用从价定率方法确定适用税率,对生产(进口)、批发环节的纳税人分别适用36%、11%的税率。

一直以来,价格都是电子烟消费的敏感因素,如果按照目前的价格上调,那将会造成大量价格敏感型用户的流失。

众所周知,线下店铺经营是电子烟厂商唯一的选择。此前,国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局曾联合发

布《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》,明令禁止电商平台、客

户端等线上营销渠道进行电子烟的销

售。从这个角度看,电子烟消费税开

征后,整个链条的末端就是线下门店。

“其实在消费税开征以前,电子烟烟弹的价格已经调过一次,从单颗20多元调整到现在的30多元,对零

售网点来说,价格一直上调虽然品

牌的利润会增加,但却可能影响零售

网点的销量。”方大同说。

根据《2021电子烟产业蓝皮书》的数据,截至2021年末,国内的电子烟零售网点数量达到了19万家,其中,授权店的数量为13万家左右,集

合店的数量为500~700家,而专卖

店的数量最少,全国共有47455家。

一位电子烟第一梯队品牌方负

责人介绍,电子烟消费税开征后,多

数品牌也上调了批发价与零售价,其

背后的逻辑是,上游生产企业按照

36%征收消费税后,其增加的税负再

转嫁给品牌方,然后品牌方再层层转

嫁给烟草公司,之后烟草公司按照提

高后的批发价给到线下零售门店,最

终消费者也会承担部分税负。

“去年开始,电子烟行业的监管

越来越严格,这说明监管部门也希望

行业能够规范发展,对我们来说,只

有行业越来越规范,蛋糕才能做大,

品牌和零售门店也才能有更好的发

展。”方大同说道。

小,这意味着,毛利率与实际销售获

利也在收窄,这将导致实体店利润的

下滑。

事实上,作为一种价内税,消费税通常主要由生产者缴纳,但最终的税收负担由谁来承担,则取决于

如何定价。其原理是,如果定价还

保持过去的毛利率,比如把增加收

的税转嫁到其定价里,这就是下游

来承担。而如果加价幅度小于加税

幅度,意味着,生产企业自己承担了

一部分,但在大多数情况下,税提高

以后价格也会增长。

中国电子商会电子烟专业委员

会秘书长敖伟诺在接受媒体采访

时表示,目前各品牌在国内的售价,

近期会进行调整,最终与消费者接

受程度达至动态平衡,具体体现在零

售终端的售价需要进一步观察。

对此,上述税务人士建议,如果

从事电子烟生产、批发业务的纳税

人不能准确掌握相关纳税信息,

可以咨询主管税务机关,以了解消

费税税种认定情况。



电子烟消费税开征以后,部分品牌上调了批发价和零售价。图为南昌一家电子烟销售点。

## 监管趋严

电子烟纳入消费税征收范围后,是在烟税目下增设电子烟子目。

一直以来,由于电子烟是按普通消费品征税,因此其综合税率也低于传统烟草,这使得电子烟行业得以快速发展。《2021电子烟产业蓝皮书》数据表明,2021年中国电子烟行业的市场规模达到了197亿元,同比增长36%。

然而,随着电子烟市场规模的大幅增长,一些技术并不成熟的企业也加入电子烟行业,同时为了追逐利益,有企业还推出各种口味的调味电子烟,导致整个行业鱼龙混杂。

之后,伴随各类监管政策的发布,我国电子烟行业也迎来多方监管。

2021年11月,电子烟被正式纳入烟草监管体系后,此后的一年时间里,

国家相继出台《电子烟管理办法》《电子烟强制性国家标准》(国标),并明确要求禁止销售

调味电子烟,以规范电子烟的监督与管理。

在33号公告中,电子烟纳

入消费税征收范围后,是在烟

税目下增设电子烟子目,这是

国家对电子烟参照卷烟进

行规范管理的重要步骤,有助于

保障税制公平。

国家税务总局相关负责人介绍,按照33号公告的规

定,纳税人从事生产、批发电子烟业务的,按生产、批发电子烟的销售额作为计税价格。其中,电子烟生产环节纳税人采用代销方式销售电子烟的,以经销商(代理商)销售给电子烟批发企业的销售额(含收取的全部价款和价外费用)为电子烟生产环节纳税人的计税价格。

举例来看,某电子烟消费

税纳税人2022年12月生产持

有商标的电子烟产品并销售

给电子烟批发企业,不含增值

税销售额为100万元,该纳税

人2023年1月应申报缴纳电

子烟消费税为36万元(100万

元×36%)。

如果该纳税人委托经

销商(代理商)销售同一电子烟

产品,经销商(代理商)销售给

电子烟批发企业不含增值税

销售额为110万元,则该纳税

人2023年1月应申报缴纳电

子烟消费税为39.6万元(110

万元×36%)。

值得注意的是,33号公告

还进一步鼓励电子烟出口,根

据国家税务总局的解释,消费

税征税范围仅针对中国境内

销售产品,出口的电子烟产品

免征消费税,并且还享受原来

退税13%政策。

**中国经营报**  
CHINA BUSINESS JOURNAL

## 2023年《中国经营报》“订阅号”已经启动, 您将在哪站上车?

创建于1985年的《中国经营报》,由中国社会科学院主管,中国社会科学院工业经济研究所主办,《中国经营报》社有限公司出版。本报是以经济活动的参与者为服务对象、以经济新闻为主要产品的综合信息服务平台,见证了中国社会生活与商业生活的变迁,也见证了企业家群体的兴起与发展。

**全国发行 彩色印刷**

**订阅价格**

**240元/年**

**邮发代号:1-76**

**服务电话: 010-88890120**

▶▶▶全 国 邮 局 均 可 订 阅

### ▶报社订阅直通车

拼多多店



贝果 APP



《商学院》微店



中国经营网



《中国经营报》微店



《中国经营报》小程序



《商学院》小程序



《商学院》APP



淘宝店



中国经营报  
CHINA BUSINESS JOURNAL

# 从天上看经济

**编者按**/在科技创新日新月异的当下,遍布于地球外层空间的卫星以及由此而来的数据,可以为理解这个蓝色星球的经济运行,提供一个全新的视角与维度。

公共治理、金融、大宗商品、农业等都可能成为卫星遥感数据分析经济运行这一创新的受益者。在人类不长的历史长河中,预言未来似乎总是某种神话,但是,当大数据可以揭示某种规律的存在时,神话正在变成现实。

这一切也正在经历去魅的过程,创新对于人类社会所施加的影响,其实就从身边开始。



比利时安特卫普港局部遥感影像图

受访者/图

## 卫星下的宏观经济数据:更精准、更可见

本报记者 屈丽丽 北京报道

卫星遥感与商业决策,这两个看似“风马牛不相及”的内容,在今天正呈现出越来越紧密的关系。

从中欧班列到港口物流,从美洲大豆到印度水稻,从建筑工程到路网工程,从钢厂生产到城市夜间灯光,从山洪灾害到高温干旱,从湖体变瘦到地质灾害,卫星遥感数据的应用为人们打开了新的视野,爆发出前所未有的社会价值和商业价值。

### 一个新兴的市场

但随着BAT等多家科技巨头公司的加入,以及其他行业资本的涌入,商业航天将很快成为群雄逐鹿的新战场。

在风靡金融圈的美剧《亿万》(Billions)中,曾经描述了这样一个情景,华尔街对冲基金利用卫星数据分析经济和行情,以获取阿尔法收益。事实上,这并非完全虚构的电影情节,而是真实场景的再现。

根据美国卫星产业协会(SIA)发布的数据,全球卫星数据服务产业正迅猛增长,2018年全球卫星产业总收入就已经达到2774亿美元。在细分的卫星发射业、卫星制造业、卫星服务业和地面设备制造业四个领域中,仅卫星数据服务产业规模就已经接近1300亿美元。

记者获得的行业内信息也显示,美国麦肯锡等咨询公司每年仅SAR(合成孔径雷达)卫星数据购买量就高达7000万~8000万美元,雀巢公司为其产地环保评估所采购的SAR卫星数据每年也在2000万美元左右。

此外,根据美林美银的预测,到2045年全球商业航天的产值将达到2.7万亿美元。作为商业航天产业链的最终利润产生环节,卫星应用服务产业面临的国际市场空间将十分巨大。

如今,伴随我国政策的大力支持,国内商业航天产业拉开序幕。遥感卫星数据的商业化价值,也开始逐渐被国内的商业银行、资管公司、券商、政府的研究部门甚至是决策部门关注和认

9月16日,国务院新闻办发布了8月份的国民经济数据。据国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司司长付凌晖介绍,8月份,国民经济持续恢复,工业生产回升,规模以上工业增加值同比增长4.2%。同时,固定资产投资实现今年以来首次回升,1~8月份,全国固定资产投资同比增长5.8%。

而早在四天前,9月12日,四象科技发布的2022年8月宏观经济卫星数据就显示,无论是建筑施工面积,还是高速公路竣工里

程,包括中国十大钢铁厂的生产活跃指数等,都出现了较大的反弹回升迹象,显示出了国民经济持续恢复发展的良好态势。

毋庸置疑,宏观经济数据是制定国民经济发展目标、战略和方针政策的重要前提,决定着国家重大决策和宏观调控的方向和重点。

早一步获得这些数据,就可以为政府主管部门留出更多的决策空间,为商业企业增加更多的前瞻性和判断力。

四象科技联合创始人、首席

产品官俞雷告诉《中国经营报》记者:“卫星遥感数据在经过专业解译之后,可以为政府、金融、大宗商品、农业等诸多领域的客户提供服务,拥有非常重要的商业应用前景,目前这方面的需求正在逐年增加,发展迅速。”

俞雷认为:“这一方面是疫情发生后人们不便实地调研,另一方面,在人工智能和大数据时代,无论政府决策,还是商业决策,越来越需要多个维度的宏观经济数据的相互验证。”

可,从而逐渐诞生了一个新兴的市场。

智研咨询发布的《2022~2028年中国商业遥感卫星行业市场全景调查及投资前景预测报告》显示:“从细分市场来看,2021年我国遥感卫星产业市场规模为118.12亿元。其中,数据费用市场规模为20.21亿元,加工服务市场规模为32.03亿元,应用市场规模为65.88亿元。”

智研咨询认为:“数据分析在遥感大数据、经济中的应用刚起步,结合深度学习的人工智能方法,能够进行实时、可靠的经济发展分析,为国际经济政策的制定提供有力的支持,并将在投融资领域的行业应用中起到重要作用。”

不过,遥感卫星数据的商业化应用处于一个漫长的产业链尾端。所以,虽然市场需求逐渐显现,并蕴藏巨大的商业价值,但在国内的关注度却并不够。

业内人士李风(化名)告诉记者:“遥感商业化是个发展的市场,国内传统的卫星企业包括中国四维、航天宏图、长光卫星、天仪研究院、中科星图、东方至远和国遥新天地等,主要侧重卫星数据和系统服务。新兴的遥感商业化企业包括佳格天地、大地量子等,主要集中在以农业为主的遥感应用,结合机器学习等进行监测和预测相关信息。”

在美国,从21世纪初开始,由于航天政策向深空探测转变,近地轨道空间的太空活动被NASA交由私营企业负责,从而开启了卫星数据商业化的应用。目前,比较有名的企业,除了Maxar、Airbus、Planet、ICEYE和Cappella等商业卫星数据商,还有Satellogic、Blacksky和OrbitalInsight等遥感卫星数据和地理空间情报公司。

值得注意的是,这些公司的经营模式有很大的差别。以地理空间情报公司Blacksky为例,它利用卫星和其他来源数据,为从农业到保险的广泛行业提供图像和数据分析服务。它不是单纯地做情报分析或者解译,而是向前端扩展进行卫星采购,服务对象包括港口、机场和建筑工地等检测和现场监控,83%的收入来自政府和联邦机构。

另外一种方式是某颗卫星在轨成功以后,商业应用公司包下所有的数据。这样,通过卫星资源共享服务,用户只需要支付一份经费,在需要的时间或者成像范围内使用卫星资源,相对原有只是单纯采购数据模式更有利用户,同时也降低商业卫星研制运行成本。目前,包括四象科技在内的国内卫星公司开始陆续采用这种模式。

显然,遥感卫星数据的商业化在国内还处于新兴市场的早期阶段,但巨大的机会已经显现。

李风告诉记者:“由于政策放开时间短,优秀的团队和项目有限,成熟商业模式和市场格局尚未形成,国内商业航天领域目前仍处于蓝海状态。但随着BAT等多家科技巨头公司的加入,以及其他行业资本的涌入,商业航天将很快成为群雄逐鹿的新战场。”

的确,公开信息显示,包括华为、阿里、腾讯、小米、吉利、碧桂园在内的诸多行业巨头开始在商业航天产业领域进行布局。以阿里为例,联合长光卫星、Maxar技术、四维测绘、超图软件等顶级卫星影像产业链公司发布数字地球引擎,汇聚全球数百颗卫星影像的数据集,向社会提供集智能分析及可视化为一体的服务。

2022年4月,中关村论坛系列技术交易活动中,其新技术新产品首发专场(航空航天领域)活动举办了空天领域的专场,市科委、中关村管委会二级巡视员刘航在致辞中指出:“市科委、中关村管委会将围绕市委市政府在空天领域的重大部署,整合各类资源,打通产业链创新链供应链,着力在关键核心技术方面有所突破。”

事实上,卫星数据的价值挖掘就是一项核心技术。当海量数据不再成为稀缺资源的时候,如何利用云计算、人工智能挖掘这些数据背后的趋势判断和商业价值,就成为卫星数据服务商的核心竞争力。

“卫星数据的内容包括工地总面积、地面建设面积、主体建造面积、封顶完工面积等20多个经济指标。”

改善。

事实上,早在半年前,将卫星数据引入宏观经济的研究视野就已在券商研报中不时出现,而经济缓慢而持续回升的信号也不断呈现。

就在今年2月,西部证券发布题为《基建、疫情与稳增长的不确定性》的宏观经济研报,其中引用四象科技提供的卫星数据显示,2月三大经济带建筑工程施工未明显反弹,中西部高速公路里程新增显著。

2022年8月3日,一篇《物流“罢工之夏”的文章,让人们看到欧美主要港口的历史性拥堵。在文章中,四象科技根据卫星遥感影像监测结果,统计了2022年5~7月欧美主要港口船只数量,以及港口集装箱堆放面积,为身处全球产业链的中国企业的商业决策提供数据参考。

就在今年上半年,有关部门关注了四象科技的基建指数产

品,希望对他们关注的烂尾楼情况进行跟踪,通过建筑工地设施及人员等的影像变动情况,及时发现部分已经停工的工地,为政府决策提供支持。这意味着,未来的卫星数据可以具体监测到某一个房地产商所有工地的情况。

以“中国建筑工程开工指数”为例,借助国内外遥感卫星对施工面积 $\geq 0.5$ 平方公里的建筑工地数据的扫描监测和分析挖掘,以及光学、SAR等多种成像技术手段的充分融合,实现对大型建筑工程开工情况的大面积监测,并通过状态监测将工地内部处于不同施工节点的地块面积进行分类统计,帮助投资者及行业用户精准预判下一阶段各类施工建材需求。

俞雷告诉记者:“卫星数据的内容包括工地总面积、地面建设面积、主体建造面积、封顶完工面积等20多个经济指标。”

### 解译数据源

算法不同,即使是同一个数据源,出来的结果也会有差异。

“遥感”,学科定义在物理科学上是指不直接接触物体,从远处通过探测仪器接收来自目标物体的电磁波信息,并经过对信息的处理,判别出目标物体属性的过程。

卫星遥感为航天遥感的一个组成部分,以人造地球卫星作为遥感平台,主要利用卫星对地球和低层大气进行光学和电子观测。

从卫星下来的数据源,被称作“遥感数据”。从遥感数据到最终用户的应用,并不能一步到位,中间需要一个解码的过程,涉及数据综合处理、地物智能识别,以及分析判别等多个环节。

俞雷告诉记者:“从卫星图像到满足用户需求是一个专业解析的过程,首先要做的是卫星数据的预处理,就是实现从数据到图像或者高精度图像的过程。这一环节的核心问题是算法,算法不同,即便是同一个数据源,出来的结果也会有差异。对卫星和载荷的功能有比较深入的理解,才能够处理出符合用户需求的一些产品。”

俞雷说:“其次,要进行数据融合,具体地说,就是对光学、红外、雷达等多源多谱段数据进行融合。因为在遥感和地球观测领域,不同成像方法、不同波段和分辨率的数据并存,多样化的数据需要协力才能发挥更好的作用。”

举例来说,目前很多的遥感公司是以光学遥感为主,也就是对相机拍摄的照片形式的数据进行处理。而四象科技的核心优势是对SAR卫星数据的融合处理,因为雷达不受天气的影响,但光学遥感遇到云雨天气可能就很难发挥作用。”

### 商用成本考量

光学遥感数据相对便宜一些,红外、雷达数据会相对贵一些。

李风告诉记者,成本问题是遥感数据应用还没有完全发展起来的一个重要因素。

“如果价格太高,超过了客户的预算,或者超过了现有手段的成本,那么遥感就没有优势了,所以性价比是我们现在要帮客户解决的重要问题。”俞雷告诉记者。

俞雷说:“当下遥感数据的成本仍然较贵,虽然已有上百颗商业遥感卫星,但它们之间价格差别很大,有些卫星数据会很贵,有些相对便宜一些。我们在做产品的时候也会综合考虑,根据用户的需求来分析,用性价比最高的数据来实现,我们会建议客户满足需求就可以,不需要追求冗余的精度,要从成本上综合考量。”

举例来说,遥感数据中,光学遥感数据相对便宜一些,红外、雷达数据会相对贵一些。有些情况下需要运用三种数据并进行融合,但有些情况下一种数据就可以,比如大气能见度良好的情况下,北方地区用光学就够了,但是像四川等西南或南方地区,因为云雨天气的问题,可能会用到合成SAR数据。所以,到底是用光学、雷达还是红外要看应用场景,不会确定说只用哪一个。

俞雷告诉记者:“遥感数据商都有自己的价格体系,一般是按照分辨率划分,亚米级分辨率的SAR数据,每平方公里约为几十元或上百元,米级的可能是每平方米几十元甚至几元钱。光学数据和红外数据价格又不一样。”

此外,数据价格与时效性也有关系,需求紧急的、加急的和常规的历史数据,价格差异非常大,所以,这里面选择的范围就比较大,需要对这些数据有一个清晰的认识和定位。

俞雷告诉记者:“目前银行客户和大宗商品期货的客户对遥感数据的需求比较多,定制服务在数据成本上没有严格量化标准,需要根据客户的需求来衡量,但通常会占到成本的50%左右。指数产品主要面向金融领域或基金行业的研究员,这是一个标准化的产品系列,成本会随着数据的丰富以及客户量的增加而逐渐降低。”

对于标准化产品和定制化产品的市场需求,俞雷告诉记者:“大部分客户使用的是一个持续更新的标准数据库,除非有定制需求,我们来做单独的定制。”俞雷说:“以标准化的指数产品为例,有些客户会在这个基础上提新的需求,通常分为几类:一类需求是,因为我们宏观经济通用指数产品是按月度来进行发布,有些客户觉得这一个季度变化有点剧烈,会要求从提高监测频次、定制周度监测,我们会给他们提供专门的服务;另一类需求是,我们的通用产品偏宏观,比如建筑工程方面重点关注京津冀、珠三角、长三角这些核心区域,但有一些研究员关心的是局部省或者局部市,我们可以用分辨率更高或者质量更好的数据,提供指定区域定制服务。”

核心话题 ▶

## 消费双重迭代 助力共同富裕

文/刘戈



作者为重阳金融研究院高级研究员

党的二十大报告明确指出，我国到2035年基本实现社会主义现代化，而其中一大标志，就是人均国内生产总值（人均GDP）达到中等发达国家水平。

国际货币基金组织（IMF）将发达经济体分为两类，在所确定的39个发达经济体中，最发达和中等发达的经济体分别有24个和15个。属于中等的15个经济体，人均GDP的中位数是25000美元。希腊、匈牙利、斯洛伐克等申根国家中人均收入较低的国家，人均GDP是20000美元左右。

2021年，中国人均GDP达到12500多美元，基本和俄罗斯、阿根廷、马来西亚、墨西哥等国家处在一个水平。在未来的十几年时间里，中国要跻身中等发达国家，需要将人均GDP再提高一倍左右。

数据显示，全球完成工业化的发达国家和地区人口总和不超过10亿人。作为一个人口超过14亿人的大国，中国实现现代化，整体达到中等发达国家人均GDP水平，就如同发达国家的人口突然增加1.4倍。无疑，这将极大地改变世界财富结构，也将根本上改变国际社会的话语权权重，堪称是人类历史重大的里程碑。

中国式现代化既有各国现代化的共同特征，更有基于自己国情的中国特色。让一个人口规模巨大的国家实现现代化，既有由于巨大的地区差异形成的挑战，也有14亿人口形成的统一巨大市场的独特优势。如果把中国省级行政区和一些国家相比，会给人更加直观的感受。中国北京、上海等一线城市的人均GDP已经和西班牙、捷克等欧洲国家处在同一水平，而在后边

认为个性化、特色化、高端化才是商业品牌发展的前景。这种看法仍然是中国商业咨询机构每天向客户传递的主流逻辑，无论是创业者还是经理人都不假思索地接受这种观点。

实际上消费到底是“分层化”还是“趋同化”，和当时社会贫富差距的变化趋势密切相关。在贫富差距趋于扩大的时代，消费更趋向于“分层化”，而在贫富差距趋于缩小的时代，消费将更趋向于“趋同化”。中国的专家和商业咨询机构一直把“分层化”作为消费行为的唯一规律，原因在于他们接受的理论恰好来自于美国最近几十年贫富差距又重新趋于扩大的时代。

而最近几年以及可以预见的几十年内，中国贫富差距缩小、中等收入人群的大量增加将成为必然的趋势。这不仅仅是政府的政策导向，共同富裕的需要，同时也是工业化的必然规律。

中国社会即将迎来中等收入阶层比例迅速增长，这种变化将重构人们的行为模式和消费心理，消费领域商业模式也必将因此发生巨大变革，这是第一重迭代。同时数字化革命也一如既往深刻地改变着消费经济，这是第二重迭代。“模式迭代”和“数字迭代”将同时决定消费经济的发展方向。

著名经济学家迟福林在他主编的《消费主导——中国转型大战略》一书中提出：我国消费需求增大是一个中长期的客观趋势。我们走向消费主导既面临重大的历史机遇，又具备基础条件。其中最重要的基础条件就是我国的城市化还在快速推进中，依然会有大量的农民工进

入城市，还有已经进入城市的“半城市化”农民工完全市民化。另外一个基础条件就是数字化工具的全面普及。

改革开放之后，最早的创业几乎都是从零售、生活服务和快消品生产开始的。一直以来，这条“泥泞的路上”挤满了没钱、没资源、没技术的草根创业者。

最近几年，事情开始发生变化，互联网游戏领域出身的唐彬森创立了饮料品牌元气森林、互联网出身的庄辰超创立了便利店品牌便利蜂、北大硕士张天一毕业就开了米粉店、曾担任百度工程师的孟兵开了西少爷肉夹馍连锁店，这些背景不同的创业者，选择消费服务和快消品作为了自己的赛道，从他们的背景履历看，在传统叙事逻辑里，似乎是一种向下的选择。更让人想不到的是，刚好跨过60岁关口的新东方创始人带着一帮老师在抖音上卖起了农产品。在董宇辉“破圈”之前，大部分人都认为一家教育公司转型做零售不会有成功的机会。

这种不约而同、义无反顾的选择，每个人、每个公司都有自己的因缘。但共同的背景是，他们对中国下一个发展阶段趋势有着清晰或模糊的相似判断。

除了由于生活方式的变化带来商业模式迭代，数字经济的发展所推动的工具迭代将有助于消费率的持续提高。那些跨界进入传统消费领域的创业者，看到的就是这种机会。

数字化带来的最大变化是传统行业使用工具的革命性变革。这给传统行业的转型和模式创新带来巨大的机会。互联网和数字技术的逐

渐成熟并工具化意味着所有行业都可以顺畅地使用这种工具，互联网不再是传统行业转型和创业的障碍，而成为实现行业迭代的帮手。

数字经济边际效益递增、边际成本递减的效应非常明显。而工业经济边际效益和成本的变化却是波动性的，是不确定的。数字技术降低市场交易成本，降低企业组织成本，在超大规模人口形成的统一市场中，效益更加明显。

数字经济让“大平台+微企业”成为消费经济中的重要模式，将在很大程度上改变传统消费经济大中小微企业科层式布局的传统格局。直播带货模式的火爆，展现出这种新模式的魅力。无数小微企业和个人创业者，通过短视频和直播开展自己的生意。个人凭借数字工具低成本创业，将造就无数个既是老板又是员工的“新型个体户”。这种企业边界和经营模式的变化，开辟了劳动致富的新舞台，本身具有共同富裕的先天基因。

餐饮企业倒闭，是新冠肺炎疫情时代的常态。三年时间下来，从街上就能大体看出商业模式发生的巨大变化。零售小铺明显少了，餐馆关停停但总数基本不变，美容机构多了，药店多了，奶茶店多了，宠物店多了。街边餐厅的门脸逐渐变小，很多门面房辟出来几平方米租给了卖炸鸡、卖鸡蛋灌饼、卖奶茶的小店。

分析这种变化，可以发现服务业迭代的密码。

我注意到一个卖麻辣小龙虾的连锁加盟小店，只有夫妻两个人经营。三年了，还一直开

着。这个店很小，大概十几二十平方米，没有堂食，只做外卖。小龙虾是品牌方直送的，加工也很简单。

和店主聊了聊得知，疫情前，在刚开业的时候，他们的主要精力就放在了如何让周围的居民都去下小程序上，甚至手把手地帮助上门的顾客在小程序或各平台下单。从短期利益上来说其实这么干很傻，因为还要给平台分账。疫情来了，餐馆都没法开门。这个时候就显现出新商业模式的威力，小店每天门口都挤满了外卖小哥，这种状况经常持续到深夜。

一家小型连锁餐饮企业生存与成长的背后，是“双重迭代”的必然结果。

中国经济一方面正在经历从工业化中期到工业化后期的迭代，同时也经历着数字化对工业化的迭代。双重迭代，在双倍不确定的同时，是双倍的机遇。双重迭代之下，消费率的提高、消费经济的发展将对我们这样一个超大规模人口国家的共同富裕产生积极的推动作用。

如果你是一个中国经济发展的观察者，你应当已经发现，一些消费领域的新趋势正在中国悄然发生。

有一次，在星巴克，我发现一位穿着物业维修工装的年轻人点了咖啡，坐在窗边玩手机，从他局促的举手投足看，应该是第一次。前不久，经常来我家干活的小时工决定乘飞机返乡，而这也是她第一次坐飞机。

这些潜藏在消费场景下的微妙变化在若干年之后一定会成为影响市场的重要因素，也必将引发商业模式的迭代。

囊中江湖 ▶

## 让“惠民保”更惠民

文/梁发芾



作者为财税史学者

据媒体报道，2023年度惠民保产品在低门槛、低保费的基础上，对主要责任、保费定价、增值服务等方面进行调整，扩展了投保范围、保障责任、降低了免赔额。同时，越来越多的地方的惠民保产品将新市民纳入投保范围。

这个惠民保是什么产品呢？首先需要弄清楚这个保险的大概情况，下面才好继续深入分析。

2020年2月印发的《中共中央国务院关于深化医疗保障制度改革的意见》要求，到2030年，全面建成以基本医疗保险为主体，医疗救助为托底，补充医疗保险、商业健康保险、慈善捐赠、医疗互助共同发展的多层次医疗保障制度体系。就是在这样的政策背景下，惠民保作为补充医疗保险的一款产品诞生了。这是由政府牵头，商业保险公司推出的一款普惠型补充医疗保险。也就是说，惠民保不是社会保险，而是一种商业保险，是由政府参与（惠民保产品多由地方银保监局和医保局等部门指导）的补充医疗

保险，它的保障范围和基本医疗保险是相衔接的。具体说，在保险期间内，被保险人因疾病或意外，在基本医疗保险定点医疗机构住院所产生的在当地基本医疗保险报销范围内的合规医疗费用，经当地基本医疗保险和大病保险报销后，应由其个人自付的部分，可以由惠民保适当报销。

由于政府的参与，惠民保近年迅速发展，相关报告显示，截至2021年底，已有27个省份推出了200余款惠民保产品，参保总人次达1.4亿，保费总收入已突破140亿元。

社会普遍认为，惠民保是一件利国利民的好事。那么，惠民保有什么优点呢？

关键有三点：不限年龄，不管多大年龄，都可以参与；无需

体检，有什么疾病都不会影响参保；保费较低，各地一般一年是几十元或100多元，费用不高。与一般商业医疗保险相比，惠民保有巨大的吸引力。因为一般的商业医疗保险不接受高龄人群和身患较重疾病的患者参保，商业医保的价格一般也不低。

但惠民保的优点其实也是它的缺点，优缺点完全是一体两面。保险业面临的最棘手的问题是逆向选择和道德风险。逆向选择是说，因为信息不对称，积极参与医疗保险的人可能是那些知道自己身体状况的健康不佳的人，而那些健康状况良好的人反而不会积极参保。这样，一项医疗保险吸引来的可能都是些病人，而健康人就不会积极参与。如果这样的话，保险机构就会面临巨大的赔付压力。这就是逆向选择。那么怎么应对逆向选择呢？保险机构一般的做法就是进行身体检查，甚至调查投保者以往的就医治疗记录。这样就可以将那些健康不佳的人排除，只吸收健康状况正常的

人参保。另外，因为高龄人群健康欠佳且风险很大，商业保险机构一般要么干脆拒绝他们投保，要么制定区别政策，增加保费，降低赔付。商业保险的这些做法当然无可厚非。因为商业机构以利益为重考量，不可能做赔本买卖。社会医疗保险又是怎么对待逆向选择呢？社会医疗保险是通过强制性普遍参保的制度解决这个棘手问题的，就是说，社会医疗保险强制所有社会成员不管健康与否，年龄大小，一律参保，这样也就消除了逆向选择的问题。

惠民保是补充性的商业保险，既不强制实施，又不问参保者的年龄和健康状况，当然会吸引来大量高龄的、健康状况不好的人参保。这种情况下，商业保险机构可能面临赔付造成的亏损问题。尤其在保费本身也不高的情况下，如何保证赔付和可持续呢？事实上，根据业内人士分析，惠民保在赔付方面确实还是存在一些需要认真分析的问题。比如，有的地方的惠民保规定年度内免赔额为2万元，即

2万元以下免赔。有人算了一笔账：社会医疗保险能够报销纳入医保支付费用的70%左右。那么，惠民保能够报销的就是社保报销70%后剩余的30%那部分，这部分如果没有达到2万元，是不予报销（或者叫赔付）的。投保者一年内医疗费用达到多少才可以享受报销待遇呢？经测算，一年住院治疗时医保支付范围内的费用达到6.67万元，医保报销70%即4.6万元后剩下2万元，才达到惠民保的赔付起点。低于这个数字，惠民保是不赔付或报销的，而高于这个点以后，按照超过2万元的部分进行报销，但报销比例到底是多少各地也不一样，总之不会将超额部分全额报销，仍然是按照一定比例报销。假设报销比例是80%，如果你住院治疗医保支付范围的费用是8万元，医保报销5.6万元，剩余的2.4万元超出2万元的4000元按照80%报销，将能够得到3200元。这就是说，如果一年中的住院费用相当高，惠民保还是划算的，如果费用不高，这笔钱也就补贴其他人了。据估计，

参保人群中大部分人是得不到什么赔付的。这当然可以理解，因为医疗保险就是以健康人补贴不健康人的互助机制，只要没灾没病，一年花百十元也没有什么大问题。不过这种情况显然与普惠还是有一定距离的，在保证盈利的情况下，降低免赔额是非常重要的，惠民保在这方面确实应该有所改进。

惠民保作为一种保险产品，开发出来的时间不长，其中存在的长处短处还未完全显现，一切都在探索中，希望在探索中不断完善。这项意在造福百姓，有意给当前社会医疗保险作补充的险种，应更为普惠一些。在宣传中，一定应该将惠民保的优缺点向投保者清晰地作出说明，不要只是宣传它的几项显而易见的优点，也应该明确告诉大家，这项保险的投保人，在什么情况下才可以受益。不要误导计算能力理解能力不强的老年人热情投保，在出险后赔付时却遭遇失望和遗憾，埋下纠纷的种子，最终影响这项惠民措施的实施。

商业点评 ▶

## 教育培训机构应对“不过包退”经营模式尽快纠错

文/毕舸



作者为财经评论员

近日，某知名公务员考试培训企业遭遇众多学员投诉，根据学员提供的协议显示，退费应在30个至45个工作日到账，原本应在8月份结清结果却一拖再拖，至今仍未收到这笔应有的退款。

企业宣传“不过包退”，结果却无法履行退费承诺，这一现象在教育培训机构中并非个案。对于众多学员来说，企业打出“不过包退”的保底承诺，让学员感觉承诺背后是企业的教学和财务实力双重保证，也就愿意为此付费。

对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺。“不过包退”的承诺，明显具有诱导性，属于典型的违法之举。

从常理而言，教育培训机构“不过包退”的承诺也违背公考规律。以国家公务员考试为例，2022年全国报名人数首次突破200万人，通过资格审查人数与录用计划数之比约为68:1。由于学员的素质、能力不一，要达到100%“包过”的公考培训效果几无可能。这意味着，通过“不过包退”承诺

所招揽的学员越多，能够顺利“上岸”的学生比率会越低，企业所要赔付的学费也就越多，导致企业之前所付出的师资、课堂租金、运营等相关成本无法收回。就此而言，企业“不过包退”承诺无法兑现，是必然出现的后果。

作为企业，管理者不可能不清楚“不过包退”模式存在的风险，然而为了追求业绩和利润，依然推出此类培训班，招收了大量学员，并且在学员无法通过考试之后，拒不履行如期退费的合

同约定，严重损害了学员权益。

更令人质疑的是，如果企业连现有学员权益都无法切实保障，又凭什么再面向社会招生，带来更多不可控风险？

按照《民法典》等相关法律规定，如果是合同的当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。采取“不过包退”模式的企业应按照相关合同规定，尽快退还未过

考试学员的学费，否则会面临更多学员投诉乃至起诉，承担相应的法律责任。

其次，企业还要对“不过包退”的经营模式尽快纠错，防止其继续对更多学员的错误引导及权益损害。

作为教育培训服务企业，更应谨记教育的本质是诚信为本。“不过包退”的噱头式宣传，所带来的品牌及市场公信力损失，恐怕远大于所获小利，如此投机做法，迟早也会遭到有关部门的严管。

# 金融科技赋能 供应链票据再贴现“精准滴灌”

本报记者 郑瑜 何莎莎 北京报道

在工业企业利润恢复加快、利潤行业结构积极向好的背景下，制造业企业也正在积极调整自身。

《中国经营报》记者了解到，在破解应收账款过高难题

票交所在供应链票据平台实现票据等分化签发，增强了票据支付的灵活性。

作为企业因销售商品、提供劳动等经营活动而形成的债权资产，应收账款一旦占比过高，将严重影响企业的正常经营。

据国家统计局数据，2017年~2019年，我国规模以上工业企业（涵盖41个工业大类行业）应收账款净额（应收账款总额-坏账准备）分别为13.56亿元、14.61亿元、15.63万亿元，应收账款占流动资产的比率分别为25.4%、25.85%、26.44%，应收账款平均回收天数分别为39.1天、47.4天、53.7天，呈逐步上升趋势。其中，中小工业企业应收账款在2017年~2019年占全部工业企业应收账款比重均高于60%，占流动资产比率亦高于整体水平，远高于发达经济体20%左右的水平。

应收账款票据化在供应链金融体系里扮演着基石一般的重要角色，对缓解中小企业应收账款淤积、改善中小企业现金流状况具有重要意义。

2019年，央行行长易纲在陆家嘴金融论坛上提出“支持上海票据交易所（以下简称‘上海票交所’）在长三角地区推广应收账款票据化”。

2020年，央行等八部门在《关于规范发展供应链金融，支持供应链产业链稳定循环和优化升级的意见》中提到，提升应收账款的标准和透明度，支持金融机构与央行认可的供应链票据平台对接，支持核心企业签发供应链票据，鼓励银行为供应链票据提供更便利的贴现、质押等融资。

“票交所在供应链票据平台实

稳产业链过程中，许多产业公司正在收回外包业务，缩小供应链范围，提高企业生产的稳定性。而面对产业集群的积极变化，货币政策工具创新支持实体经济的力度也在不断加大。金融服务正在滴灌产

链上的各个环节。

11月以来，上海、天津、四川、湖南、广东及山东等多地中国人民银行（以下简称“央行”）落地域内首单供应链票据再贴现业务。

多位业内人士表示，在供应链

融资创新模式下，供应链金融科技平台与银行正在发挥协同作用，共同开展综合金融服务。“供应链票据+再贴现”模式能够进一步提高用票灵活性，发挥货币政策工具的精准滴灌作用，支持普惠金融发展。



对于手机制造企业而言，盘活应收账款的需求更为迫切。视觉中国/图

企业。”上海票交所副总裁孔燕曾在接受采访时表示。

据了解，上海票交所建设开发的供应链票据平台在2020年4月试运行，中企云链、简单汇、欧冶金服等首批接入。票交所数据显示，截至2021年，票据市场业务总量167.3万亿元，同比增长12.9%。其中，中小微企业

用票企业家数达到314.73万家，占比98.70%；中小微企业用票金额达到69.10万亿元，占比72.19%。

内蒙古银行研究发展部总经理杨海平透露，供应链票据发展实际上是在构建一个以供应链票据为核心的支付、融资新生态，以逐步取代当前应收账款为主的商业信用体系。

供应链票据在防范操作风险方面独具优势，对于广东、浙江等制造业头部省份推动制造业企业的良性发展有着积极的作用和意义。

记者在采访中了解到，业内的一致共识在于，供应链金融风险主要集中于信用风险与操作风险两方面。在核心企业多为央企、国企的情况下，良好的信誉与支付能力、巨大的体量可以极大程度缓解信用风险。因此，如何验证一笔资产的真实性、如何验证贸易背景，如何降低核验成本等，都是摆在金融机构面前的难题。

供应链票据在防范操作风险方面独具优势，对于广东、浙江等制造业头部省份推动制造业企业的良性发展有着积极的作用和意义。

“以手机为例，其结构部件细

小到按键，广东的生产企业都比较多；又比如现在手机的屏幕，一般有四层材料，从最上面的玻璃到第二层的触摸感应器、再到第四层的

背板，用途各异，供应商也不少，所以手机制造企业的供应商相对于粮食深加工企业的供应商而言，盘活应收账款的需求更为迫切。”TCL（集团）旗下供应链金融科技服务商简单汇信息科技（广州）有限公司（以下简称“简单汇”）董事长童泽恒告诉记者。供应链票据嵌入供应链收款场景，是从源头上将应收账款票据化。在供应链票据签发环节运用多种技术手段对交易背景材料进行核验，对交易身份、金额等交易关键信息进行多重对比，并将交易过程和验证结果上链，使得票据签发端的交易背景可查可视，然后通过票交所供应链票据平台端口与各大金融机构实现互联互通，实现核心企业信用的传导，进一步引导末端

持票企业与金融机构对接融资，降低中间沟通成本及财务费用，从而达到持票企业融资成本进一步降低的效果。

“对于如手机零部件类的供应商而言，身处环节众多、链条较长的行业中，应收账款高企、融资难融资贵问题相对突出，而传统金融机构在保理模式下，确认中小企业贸易背景真实性需要耗费人力物力实地考察，一方面核心企业确权的积极性较低，另一方面操作环节道德风险事件频频发生。在这些行业中，以低成本实现电子化、以科技手段实现线上化审核就非常重要的。”童泽恒补充道。

童泽恒表示，供应链平台发展的关键点之一在于提升操作层面的便利性，进一步发挥数据与科技

价值，提升企业使用便利度。“在过去审核一单业务可能需要半个小时，在经过多年技术积累后，现在我们平均只需要13分钟。”

数据显示，截至目前，简单汇平台供应链票据累计签发817笔、累计贴现753笔、累计背书330笔；累计交易规模146.95亿元。

近日，在央行济南分行指导下，日照银行获得当地人行4000万供应链票据再贴现支持，成为全国首批供应链票据再贴现业务。此次业务由产业供应链的核心企业在简单汇平台签发供应链票据，支付给其上游供应商进行流转，由供应商持票向日照银行发起贴现申请，并由日照银行向当地央行办理再贴现，进一步推动中小微企业融资增量扩面提质增效。

童泽恒表示，供应链平台发展的关键点之一在于提升操作层面的便利性，进一步发挥数据与科技

价值，提升企业使用便利度。“在过去审核一单业务可能需要半个小时，在经过多年技术积累后，现在我们平均只需要13分钟。”

童泽恒表示，供应链平台发展的关键点之一在于提升操作层面的便利性，进一步发挥数据与科技

价值，提升企业使用便利度。“在过去审核一单业务可能需要半个小时，在经过多年技术积累后，现在我们平均只需要13分钟。”

童泽恒表示，供应链平台发展的关键点之一在于提升操作层面的便利性，进一步发挥数据与科技

价值，提升企业使用便利度。“过去

## 贴现利率低于同类票据

近两年来，央行广州分行积极推动供应链票据发展，支持省内金融机构提升供应链金融服务能力。

应链票据给予政策支持。在再贴现资金的支持下，企业的贴现利率较浙商银行广州分行同类票据融资利率低92个基点。其中另外2家为惠州本地企业，涉及高端电器制造、液晶显示器件生产领域。2家企业持有的供应链票据源于下游企业支付货款，贴现业务分别由中信银行广州分行和惠州相关金融机构办理，两家机构对其的贴现利率均明显低于同类票据贴现率。

近两年来，央行广州分行积极推动供应链票据发展，支持省内金融机构提升供应链金融服务能力。此次供应链票据再贴现业务在广东的成功落地，是供应链票据新场景应用的又一次成功探索，为省内供

应链票据的规范发展提供了政策引导和支持，拓宽了产业链中小微企业票据融资渠道，降低了企业融资成本，为企业发展增添了活力和动力。

谈及商业银行目前面对供应链科技服务需求时，童泽恒表示，应从两方面来考虑，一方面是银行总行角度，其重点工作是产品制度和流程建设。所以，科技公司要配合银行的产品创新，需要具备专业的金融产品研发能力，才能在产品规划、风险控制、流程设计和运营管理等环节与合作银行配合和互补。同时，要能够支持银行的系统和流程测试，这不但需要具备敏捷测试能力，还需要坚实的客户基础，才能够支持合作机构完成创新试点、跑通业务流程。“另一方面是银行业务一线的角度，其关心的是切入区域内优质企业供

应链，打通业务‘最后一公里’。所以，科技公司需要帮助合作银行实现业务落地，这除了要完善产品功能、减少操作断点外，还要具备有效的线下运维能力，才能帮助企业与银行降低沟通成本，及时处理业务流程中的异常。”

# 《个人信息保护法》正式施行

本报记者 刘颖 张荣旺 北京报道

垃圾短信、骚扰电话、垃圾邮件源源不断，冒名办卡透支欠款、案件事故从天而降、账户钱款不翼而飞……这些都是可能因为信息泄露而造成的安全隐患。

随着《中华人民共和国个人信息保护法》（以下简称《个保法》）在11月

## 数据互联互通渐行渐近

正式实施，这些问题将得到解决。与此同时，金融机构的数据共享也将进一步规范。过去一年，隐私计算技术在金融机构之间迅速普及，后者通过深度挖掘脱敏数据，持续完善自身的风控体系与精准营销模型。

金融机构在业务运营中积累了大量高质量、高价值的数据，但这类数据仅与金融业务相关，而一

制提供了强有力的支撑。

据北京中关村科金技术有限公司（以下简称“中关村科金”）隐私计算方面的专家透露，国内大型国有银行、股份制商业银行、大数据交易所和地方大数据局等单位非常重视隐私计算技术的应用，自2019年开始相关的招标逐年增多，相关基础设施建设正在逐步完善中。

童宁指出，由于多方安全计算的技术复杂、开发难度大，因此布局这类技术路线的多为技术型企业，建设以多方安全计算为底座的数据流通基础设施。对于联邦学习，由于当前人工智能产业蓬勃发展，并伴随相关数据安全需求递增，且联邦学习有较多成熟的开源社区，开发难度相对较低，因此众多企业投入研发基于联邦学习的隐私计算产品。对于可信执行环境，由于对硬件的依赖及国外芯片的限制，国内相关产品相对较少，但已有一些企业在国产化硬件上进行了研发投入。

童宁指出，不同技术在实践中常组合使用，在不同应用场景下强化数据安全和隐私保护。其中，多方安全计算可实现在无可信第三方的情况下，多个参与方共同进行一项计算。每一方只能获取自己的计算结果，无法通过计算过程推测出其他任意一方输入的数据。在金融场景下，可应用于联合统计、联合查询、联合建模、联合预测等。联邦学习是实现在各方机器学习原始数据不出库的情况下，通过对数据的加密流通与处理来完成多方机器学习模型训练。联邦学习是在人工智能开发过程中，为了保障用户隐私和数据安全而提出，因此广泛应用于智能化金融服

务场景中。可信执行环境是通过在中央处理器中构建一个安全的区域，保证区域内的程序和数据的机密性和完整性。TEE是安全隔离的执行环境，为受信任应用的运行提供了比普通操作系统更高级别的安全保障。

童宁指出，由于多方安全计算的技术复杂、开发难度大，因此布局这类技术路线的多为技术型企业，建设以多方安全计算为底座的数据流通基础设施。对于联邦学习，由于当前人工智能产业蓬勃发展，并伴随相关数据安全需求递增，且联邦学习有较多成熟的开源社区，开发难度相对较低，因此众多企业投入研发基于联邦学习的隐私计算产品。对于可信执行环境，由于对硬件的依赖及国外芯片的限制，国内相关产品相对较少，但已有一些企业在国产化硬件上进行了研发投入。

童宁指出，不同技术在实践中常组合使用，在不同应用场景下强化数据安全和隐私保护。其中，多方安全计算可实现在无可信第三方的情况下，多个参与方共同进行一项计算。每一方只能获取自己的计算结果，无法通过计算过程推测出其他任意一方输入的数据。在金融场景下，可应用于联合统计、联合查询、联合建模、联合预测等。联邦学习是实现在各方机器学习原始数据不出库的情况下，通过对数据的加密流通与处理来完成多方机器学习模型训练。联邦学习是在人工智能开发过程中，为了保障用户隐私和数据安全而提出，因此广泛应用于智能化金融服

务场景中。可信执行环境是通过在中央处理器中构建一个安全的区域，保证区域内的程序和数据的机密性和完整性。TEE是安全隔离的执行环境，为受信任应用的运行提供了比普通操作系统更高级别的安全保障。

童宁指出，不同技术在实践中常组合使用，在不同应用场景下强化数据安全和隐私保护。其中，多方安全计算可实现在无可信第三方的情况下，多个参与方共同进行一项计算。每一方只能获取自己的计算结果，无法通过计算过程推测出其他任意一方输入的数据。在金融场景下，可应用于联合统计、联合查询、联合建模、联合预测等。联邦学习是实现在各方机器学习原始数据不出库的情况下，通过对数据的加密流通与处理来完成多方机器学习模型训练。联邦学习是在人工智能开发过程中，为了保障用户隐私和数据安全而提出，因此广泛应用于智能化金融服

## 互联互通方面仍存挑战

目前，国内隐私计算处于增长期，在政策、技术、产业方面均有很多进展。

隐私计算技术的普及，很大程度解决了金融机构之间数据交流合规问题，但隐私计算技术在安全、性能、互联互通等方面仍存在不小挑战。

中关村科金隐私计算方面的专家表示，绝对安全并不存在，但在合理的通信带宽和算力投入的前提下，基于多方安全计算协议和密码学算法的隐私计算在B端企业联合建模这一场景是安全的。

目前，国内由信通院牵头成立的隐私计算联盟，以及金融行业的国家金融科技测评中心（银行卡检测中心、BCTC）、中国金融认证中心CFCA等机构均可对隐私计算产品开展安全测评，对产品的安全性进行评判。目前，中关村科金自主研发的隐私计算平台正在进行（CFCA）多方安全计算金融应用产品测评，通过在安全性、标准化、合规化等多个层面经过严格检验，满足金融场景下数据共享和数据合作的需求，在保护数据安全与隐私前提下，更高效地赋能金融场景，促进数据价值释放。

性能方面，上述专家表示，由于多方安全计算协议的引入和新型密码学算法的使用，产生了大量额外的通信、存储和加解密计算需求，性能目前仍然是限制隐私计算广泛应用的重要因素。优化加解密算法的效率、降低通信开销等仍然是目前隐私计算技术研究的热点。

“互联互通可能是隐私计算广泛应用的最大瓶颈。”中关村科金隐私计算方面的专家表示，联邦学习还存在一些其他问题，如数据传输效率的问题。模型训练会涉及到大量的运算，那么各方联合建模就会涉及到大量的数据进行交互的问题。比如像在梯度下降的时候，每一步的梯度迭代都会涉及到通信成本。所以，通信效率这块也是联邦学习在落地过程中会遇到的挑战。此外，还有像机构与机构之间样本分布不均衡的问题等。

“目前，索信达控股正在研究多方安全计算，我们将多方安全计算问题和联邦学习场景相结合，这在联邦学习未来也是一个非常有前景的研究方向。”邵俊表示。

目前，国内隐私计算处于增长期，在政策、技术、产业方面均有很多进展。

隐私计算技术的普及，很大程度解决了金融机构之间数据交流合规问题，但隐私计算技术在安全、性能、互联互通等方面仍存在不小挑战。

中关村科金隐私计算方面的专家表示，绝对安全并不存在，但在合理的通信带宽和算力投入的前提下，基于多方安全计算协议和密码学算法的隐私计算在B端企业联合建模这一场景是安全的。

目前，国内由信通院牵头成立的隐私计算联盟，以及金融行业的国家金融科技测评中心（银行卡检测中心、BCTC）、中国金融认证中心CFCA等机构均可对隐私计算产品开展安全测评，对产品的安全性进行评判。目前，中关村科金自主研发的隐私计算平台正在进行（CFCA）多方安全计算金融应用产品测评，通过在安全性、标准化、合规化等多个层面经过严格检验，满足金融场景下数据共享和数据合作的需求，在保护数据安全与隐私前提下，更高效地赋能金融场景，促进数据价值释放。

性能方面，上述专家表示，由于多方安全计算协议的引入和新型密码学算法的使用，产生了大量额外的通信、存储和加解密计算需求，性能目前仍然是限制隐私计算广泛应用的重要因素。优化加解密算法的效率、降低通信开销等仍然是目前隐私计算技术研究的热点。

“互联互通可能是隐私计算广泛应用的最大瓶颈。”中关村科金隐私计算方面的专家表示，联邦学习还存在一些其他问题，如数据传输效率的问题。模型训练会涉及到大量的运算，那么各方联合建模就会涉及到大量的数据进行交互的问题。比如像在梯度下降的时候，每一步的梯度迭代都会涉及到通信成本。所以，通信效率这块也是联邦学习在落地过程中会遇到的挑战。此外，还有像机构与机构之间样本分布不均衡的问题等。

“目前，索信达控股正在研究多方安全计算，我们将多方安全计算问题和联邦学习场景相结合，这在联邦学习未来也是一个非常有前景的研究方向。”邵俊表示。

# 千亿金融工具到位 城投迎来“撬动资金”

本报记者 石健 北京报道

11月16日,国家发展和改革委员会(以下简称“国家发改委”)针对政策性开发性金融工具支持重大项目建设的落实情况给予解答。目前,7399亿元金融工具

## 多家城投迎新股东

股权投资模式是基金公司直接入股项目实施主体,但不参与具体经营,目前大部分公司采取这种模式进行运作。

近期以来,多家城投公司的股权结构发生变化。

今年9月,山东一家城投公司发布公告称,根据公司股东会正式决议,将吸收国开基金为新股东,公司类型变更为其他有限责任公司,新股东国开基金以货币形式出资5510万元。公告股权变更的同时,该公司还表示,股权结构变动不会导致公司控股股东和实际控制人的变化,公司董事、监事、经理任职不变,不会影响公司的日常管理、生产经营及偿债能力。

10月,吉林一家城投公司工商信息亦发生变更。天眼查平台显示,农发基金以货币形式认缴增资7.069亿元人民币,对应持股46.91%。

天眼查平台显示,国开基金于今年7月成立,由国家开发银行100%持股,业务范围是以私募基金从事股权投资、投资管理、资产管理等活动,以及以自有资金从事投资活动,主要承担基础设施投资基金的投放任务;农发基金则由中国农业发展银行100%控股。企业预警通统计显示,截至今年10月,国开基金对外投资20家公司。农发基金则对外投资16家公司,合计出资19亿元。

对于上述两家公司公司的投资模式,一位正在谋求引进新股东的城投公司负责人表示,基础设施基金公司主要采取股权投资、股东借款等方

资金已全部投放完毕,支持的项目大部分已开工建设,正在加快形成实物工作量。

《中国经营报》记者注意到,随着政策性开发性金融工具的投入使用,多家城投公司迎来新股东。今年7月,国家开发银行成立了国

开基础设施基金有限公司(以下简称“国开基金”),中国农业银行则成立了农发基础设施基金有限公司(以下简称“农发基金”)。

“两家政策性基金公司成立后,便以股权投资或股东借款的方式投向城投公司。多家城投公

司迎来新股东,实现了资本增厚,补充了现金流缺口。”一位城投公司负责人告诉记者,“因为金融工具资金投向具有导向性和针对性,具有撬动总投资的作用,有利于城投公司项目运作,尤其在交通水利、民生等领域。”



金融工具对稳投资发挥了积极作用,有力补充了重大项目建设资本金,支持了一大批“十四五”规划内既利当前,又利长远的有效投资重要项目,主要投向交通水利、能源领域、民生领域等。

## 更趋向成熟项目

此次政策性开发性金融工具的投放,主要表现两方面内容,一是提振信心,强化地方政府投融资能力。二是区域选择上会存在分化,经济好、项目成熟的平台,更容易获得支持。

分化,经济好、项目成熟的平台,更容易获得支持。

根据370个获得政策性金融工具投资项目分析来看,安信证券研报认为,政策性开发性金融工具用于项目资本金,且不超过全部资本金的50%,按主要基础设施项目20%的资本金比例计算,可撬动10倍总投。在统计的样本项目中,政策性开发性金融工具的期限在12年至20年之间,利息前2年享有财政贴息。此外,政策性开发性金融工具也较易获得政策性银行、商业银行、专项债等后续配套融资,部分项目还采用“投贷联动”的模式,在发放政策性开发性金融工具的同时即由政策性银行或商业银行发放中长期贷款作为配套。

采访中,有业内人士向记者介绍,政策性金融工具曾在2015年至2017年进行推行,设立专项建设基金。该项基金曾经用于制造业、基建投资以及三农建设等领域。“随着专项债发行体系不断完善,专项建设基金的使用区域平缓。”

对本次政策性开发性金融工具投放使用应该注意的问题,该业内人士认为,“应该警惕在运作后续所产生的隐性债务风险。不过,随着防范化解隐性债务风险已经进入严监管的阶段,各地也会在实际操作中注意避免问题出现,一是严控投放项目的使用范围,二是确保项目不出现亏损,将风险控制在可控范围之内。对于金融工具使用,关键还在于形成实物量。”

# 民营企业征信再获备案 各路资本筹谋商机

## 民营公司备案再受关注

本报记者 李晖 北京报道

近期,中国人民银行(以下简称“央行”)杭州中心支行公示了浙江同信企业征信服务有限公司(以下简称“同信征信”)企业征信机构备案。同期,今年第8家地方国资企业征信公司海南征信完成备案。

在个人征信牌照几乎“冻结”的背景下,地方政府和民营公司开始对企业征信表达出浓厚兴趣。今年以来,包括上海联合征信、四川征信、重庆征信、陕西征信等先后完成备案。

作为上市公司同花顺(300033.SZ)的控股子公司,此次公示备案的同信征信为2022年全国首家民营企业征信机构,这让市场对几年未开闸的民营企业征信备案升起一丝希望。

一位征信市场咨询人士向《中国经营报》记者透露,其近两年接触的咨询企业征信牌照的机构就有近200余家,可见市场需求旺盛。在他看来,企业征信业务不触碰个人数据、不潜藏金融风险,可以适度给予市场主体更多发展空间。然而,企业征信的商业模式和产品水平并不高,企业征信报告本身的含金量和适用场景也需要进一步挖掘。

按照官方定位,企业征信机构是按一定规则合法采集企业信用信息,加工整理形成企业信用报告等征信产品,有偿提供给经济活动中的贷款方、购销方、招标方、出租方、保险方等有合法需求的信息使用者。其核心解决的是中小微企业的信贷可获得性问题。央行官方数据显示,截至2022年8月末,在人民银行分支机构备案的企业征信机构136家,已实现企业注册登记等公开信息的全覆盖。

需要注意的是,个人征信信息事关个人隐私和财产安全,企业征信信息事关企业商业秘密和

市场竞争力,因此,不同于个人征信极其严格的持牌管理,企业征信采取的是宽松的备案登记制。一位上海国资数据公司高管向记者表示,这种宽松态度基于大多数企业有能力保护其核心数据的认知,但企业核心数据的难获取、难验证,也成为这类征信机构最难突破的障碍。

按照央行发文,其按照“稳定数据来源、有先进信息处理技术、有明确市场需求”的原则,依法为企业征信机构办理备案。不过出于审慎因素,2016年~2018年,央行曾一度实质性停止内资机构的企业征信备案近三年。

## 政策窗口寻找商机

如今,征信行业面临的政策环境已不一样。在《征信业务管理办法》刚性的合规压力下,金融机构必须要找合规持牌机构进行合作。

上述企业征信机构内部人士就告诉记者,其机构提供的报告模板中有一些信息由于涉及上下游企业商业机密,在监管审核中被提出需要改进。“此外受益于征信新规,数据方必须经由征信机构再到银行。目前通过一些企业征信领域走通道或仅仅粗加工一下的市场价也在8万~12万/年。”

相比于市场趋之若鹜的个人征信牌照,对企业征信具体应该做什么,即使是很市场参与者也未必深刻理解。

作为舶来品,1987年,国际老牌企业征信机构邓白氏将这项业务引入到国内来,开创了中国企业家征信业务先河。当时的

背景是,外资企业进入中国市场,跟中国企业进行贸易投资合作,就需要调查中国企业的资信情况。中金分析团队认为:“邓白氏编码+专有数据+完备的评分体系+权威机构的认可”成为这家企业征信代表公司成功发展的基石。

根据中金研报,数据类型上,邓白氏收集的企业信息和提供的信用数据项内容包括但不限于:企业历史和营运数据、公共记录信息;包括破产、法院判决、质押、诉讼等;财务能力评价和商业信用评价;财务指标信息(部分)包括流动资产、流动负债、总资产等,以及贸易支付信息等。这类数据的复杂程度也远超过个人征信维度。

刘新海告诉记者,企业征信严格意义上应该算是一种专业征信,每个行业的模型不一样,很难规模化复制能力,给出统一

的评级体系。此外,小微企业数据信用信息财务信息严重缺乏,而对比个人数据,企业违约绝对值有限,缺乏建模必要的海量数据。“最重要的是,中国的小微企业的财务数据真实性较低,企业征信无法依据这些数据做出有效判断。”

这也让中国的企业征信市场迄今为止还没有一家“邓白氏”式的机构,甚至没有一家堪称“头部”的机构,在130余家备案机构中,活跃的可能只有几十家。

根据央行10月发布的最新数据,央行企业征信系统接入金融机构3811家,收录9874.6万户企业和组织信息,日均提供查询服务27.3万次。2022年前8个月累计提供信用评分、反欺诈、企业画像、联合建模、决策支持等征信产品征信服务达52亿次。

前述征信机构内部人士透

旗下大数据企业信息背景征信查询平台”的企洞察APP,已经形成覆盖信息查询、风险预警的一系列功能。

从企业查询到企业征信,是水到渠成的发展路径。除了已经获得备案的天眼查关联公司,据前述征信咨询人士透露,万得在2020年也曾对此备案表达过兴趣。

资深征信与大数据研究人士、全联并购公会信用管理委员会常务副主任刘新海告诉记者,此前企业征信一直是弱监管,但有段时间想备案的机构太多,一拥而上,但这些公司业务并不太涉及信贷产业链,出现了炒作倒

卖苗头,因此监管有所顾虑。事实上,企业征信是一个非常狭窄的市场,在国内完全独立的第三方很难开展作业,常作为大型企业的某一块分支业务,需要有数据源优势,以及生态和业务线良好协同。

一位企业征信机构内部人士向记者透露,实践中,拥有数据开发和建模优势的国有大行或一些头部金融机构更倾向寻找拥有直接数据源的机构“直连”,而一些拥有核心数据的委办部门也不希望数据落入没有强大背景的第三方手中,因此不少企业征信机构的境遇一度非常尴尬。

商户或者高度依赖企业主个人信用,因此可能还会与个人征信出现交集。

在刘新海看来,国内企业征信机构应该致力于打磨更精细化的征信产品。比如通过复杂网络建模来做企业关联性风险分析。“市场价值很大,但能提供的机构非常少。”但他也认为,目前征信新规实质上给企业征信机构撕开了一些新的商业空间,金融机构“绕开”征信机构的条件消失了,如果能拿出优秀的产品,企业征信机构有可能进入发展的快车道。

何为优秀的企业征信产品?此前有征信专家也指出:企业信用管理最终价值体现在促进业务,扩大业务与自由现金流的双增长。很多企业家不了解,认为信用管理工作或者信用管理部门只产生消耗,不创造利润,其实这是误解。

# “金融十六条”:支持房地产稳健发展

本报记者 郝亚娟 张荣旺

上海 北京报道

为促进房地产市场稳定发展，监管持续加大对房地产行业的支持力度。日前，央行、银保监会联合发

## 供需两端齐发力

今年以来，地产稳增长政策的特征在于双管齐下，需求和供给两端均进行大规模的放松。

据悉，“金融十六条”围绕保持房地产融资平稳有序、积极做好“保交楼”金融服务、积极配合做好受困房企风险处置、依法保障住房金融消费者合法权益、阶段性调整部分金融管理政策、加大住房租赁金融支持力度等作出要求。

植信投资研究院资深研究员马泓向《中国经营报》记者分析，“金融十六条”涉及了短期和中长期的政策，这些政策让房地产市场吃了一颗“定心丸”。具体而言，一是保持房地产融资平稳有序。与之前政策相比，新的变化在于对部分开发贷、信托贷款等存量融资予以合理展期。近期已经看到房企融资边际出现明显改观，预计未来

## 拓宽金融支持渠道

“金融十六条”提出积极探索市场化支持方式，这进一步拓宽了支持“保交楼”的路径，更大限度激活市场活力。

记者注意到，在“金融十六条”之前，相关部门已出台多条举措改善房企融资环境。例如，中国银行间市场交易商协会11月8日发布《“第二支箭”延期并扩容 支持民营企业债券融资再加力》提到，在人民银行的支持和指导下，将继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具（“第二支箭”），支持包括房地产企业在内的民营企业发展融资。

与此同时，银行涉房贷款投放不断加快。中金公司研报指出，“保交楼”导向下，银行对公房地产贷款支持力度增强。今年第三季度，银行开发贷余额同比增长2.2%，抵押补充贷款(PSL)连续两个月净增超过千亿元，可能与“保交楼”相关信贷支持有关。此外，房地产融资供给端政策持续加码，继8月央行推出2000亿元政策性“保交楼”专项贷款后，9月以来国有大行和股份

布《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》(以下简称“金融十六条”)。

业内人士指出，“金融十六条”对当前房地产行业存在的痛点问题给出强有力的政策支持，

也因此备受关注。据报道，多家银行举行内部会议，讨论进一步加大房地产信贷投放力度，提供开发贷、过桥贷款等金融服务。

同时，加大房地产企业并购的贷款或发债融资支持，

因此备受关注。据报道，多家银行举行内部会议，讨论进一步加大房地产信贷投放力度，提供开发贷、过桥贷款等金融服务。

同时，加大房地产企业并购的贷款或发债融资支持，

中国首席经济学家论坛研究院院长盛松成撰文指出，随着此次政策推动房企经营恢复以及个人住房贷款风险化解，金融机构面临的真实风险也将逐渐消退，最终平稳度过房地产行业调整期。

一个阶段房企资金来源状况将转向好。

二是积极做好“保交楼”金融服务，明确这部分资金支持主要由政策性银行提供。自8月中下旬以来，多部门出台措施，通过政策性银行专项借款方式救“烂尾楼”，全国商品房竣工和施工面积在此后的两个

月出现明显改观，后续预计房地产建设类指标仍有进一步改善空间。

三是积极配合做好受困房企风

险处置，主要聚焦在商业银行、资

产管理公司等金融机构合理运用

并购贷款及其他不良资产处置方

式，有效有序化解风险，推动加快

资产处置节奏。

四是加大住房租赁金融支持

力度。此前央行已经明确，住房租赁信贷不纳入房地产贷款集中度管理考核指标。党的二十大报告提出“租购并举”，意味着未来金融机构将加大诸如住房租赁贷款、房地产保障性租赁住房REITs等金融工具的使用，更好地发挥创新金融工具对房地产市场的长期支持。

中信建投方面指出，“金融十六条”的出台是地产政策正式转向的最后一步，也是下一个阶段地产企稳复苏的第一步。今年以来，地产稳增长政策的特征在于双管齐下，需求和供给两端均进行大规模的放松。需求端方面，今年两会之后启动了密集的“因城施策”购房政策，全国近300个城市放松了“限

贷、限购、限售、限价”的购房限制；供给端方面，在年中“保交楼”政策的要求下，对房企项目端给予政策和资金的大力倾斜，鼓励地方国企、银行和地产企业三方共同参与保交楼，对稳定居民和市场信心起到关键作用。

值得注意的是，“金融十六条”提出支持各地在全国政策基础上“因城施策”，实施好差别化住房信贷政策，支持刚性和改善性住房需求。在易居研究院智库中心研究总监严跃进看来，该规定相比9月的《阶段性放宽部分城市首套住房贷款利率下限》有新内容，后续类似“-30个基点”的地方操作或增加，二套房贷或也存在下调的空间。



“金融十六条”对当前房地产行业存在的痛点问题给出强有力的政策支持。视觉中国/图

稳，避免房地产持续萎缩拖累经济增长。从金融机构角度看，允许贷款合理展期和不调整贷款风险分类，可在短期内避免银行不良贷款规模明显上升，贷款集中度管理政策优化给予银行更多调整时间，这都有助于金融机构稳健经营。

盛松成认为，“金融十六条”出台后，优质房企的融资需求将保持稳定，受困房企的风险处置出清将加快，这均有利于企业经营逐渐企

稳，避免房地产持续萎缩拖累经济增长。从金融机构角度看，允许贷款合理展期和不调整贷款风险分类，可在短期内避免银行不良贷款规模明显上升，贷款集中度管理政策优化给予银行更多调整时间，这都有助于金融机构稳健经营。

明源地产研究院撰文指出，“金融十六条”提出积极探索市场化支持方式，对于部分已进入司法重整

## 相关解读

# 化解房企流动性风险 银行保函可置换预售资金

本报记者 杨井鑫 北京报道

日前，银保监会、住房和城乡建设部、人民银行联合印发《关于商业银行出具保函置换预售监管资金

## 置换监管资金纾困

伴随着监管防风险政策的推进，各地对房地产企业的预售账户资金监管越来越严。

去年以来，多地纷纷加大对商业品房预售资金的监管力度，并在账户的透明度上进一步下功夫。广州、西安、武汉等36个城市陆续出台相应政策，其核心是老百姓的购房款应该直接存入相应的商品房预售资金监管子账户，房地产开发企业不得以任何形式私自截留或挪用。

在此背景下，预售资金可提取比例降低、提取难度加大。今年2月初，正荣地产对外解释房地产企业资金困局时提到，该企业可用的预售资金占到总资金的5%左右，受限比例高达95%。

## 市场需求较高

“由于地方的政策不同，对于预售监管账户的资金提取也有不同要求。”一家中小银行相关负责人向记者透露，按照当地的监管要求，在有银行保函或者保险履约险的情况下，房地产企业能够提取到部分预售监管账户资金。

中国仲裁法学研究会金融仲裁专业委员会主任卜祥瑞发文称，保函置换预售监管资金业务的本质，是商业银行对房地产企业提供信用支持，银行应择优选择房地产企业规范开展保函置换预售监管资金业务。

资金有关工作的通知》，指导商业银行按市场化、法治化原则，向优质房地产企业出具保函置换预售监管资金。

据《中国经营报》记者了解，由

于各地对预售资金监管的政策差异，通过银行保函置换预售监管资金的做法，此前已在部分地区试行。从市场来看，受限于政策层面未明确放开，此前银行该项业务规模很小，仅

部分中小银行有尝试。但是，该项业务在房地产企业的需求很大。

业内人士预测，政策明晰后不少银行将跟进，而业务的推动会不断提速。

相关统计显示，截至上半年末，在已披露的41家房地产企业中，受限资金占到了总资金的29%，并且在迅速提升。部分企业的受限资金占比甚至超过70%。一个形象的表述是，一些房地产企业的账面上趴着几百亿元的资金，而大部分处于被监管状态，不能用于还贷，而企业也贷不到款。

根据银保监会网站消息，《关于商业银行出具保函置换预售监管资金有关工作的通知》的发布，是为了支持优质房地产企业合理使用预售监管资金，防范化解房地产企业流动性风险，促进房地产市场平稳健康发展。

银保监会相关负责人表示，监管额度内资金拨付使用时，保函金

额相应下调，确保监管账户内资金始终不低于项目竣工交付所需资金额度的70%。如房地产企业未向监管账户内补足差额资金，保函金额不得调整。此外，要求商业银行合理确定保函期限，确保与项目建设周期相匹配。

同时，监管对于保函可置换金额有明确的限制，即置换金额不得超过监管账户中确保项目竣工交付所需资金额度的30%，置换后的监管资金不得低于监管账户中确保项目竣工交付所需的资金额度的70%。

银保监会相关负责人表示，监

管额度内资金拨付使用时，保函金额相应下调，确保监管账户内资金始终不低于项目竣工交付所需资金额度的70%。如房地产企业未向监管账户内补足差额资金，保函金额不得调整。此外，要求商业银行合理确定保函期限，确保与项目建设周期相匹配。

此外，对参与该项业务的银行资质亦有相应要求。具体包括：监管评级4级及以下或资产规模低于5000亿元的商业银行，不得开展保函置换预售监管资金业务；商业银行不得向作为本银行主要股东、控股股东或关联方的房地产企业出具保函置换预售监管资金；企业集团财务公司等非银行金融机构不得出具保函置换预售监管资金。

该负责人表示，市场需求很大，但是银行做的规模有限，还是担心风险。一旦银行出具了保函，相当于承担了相应的风险。有的银行会引入国有担保公司、保险公司等一些机构来分担这些风险。

“因为该项业务不用银行出资，对中小银行来说积极性更高，不用考虑资金成本，相当于类信贷业务，但房地产企业通过保函提取资金的成本实际也不低。”该负责人指出。

在监管政策明确之后，国有大行在该类业务上的优势或将体现出来。

一家国有大行浙江分行信贷部人士告诉记者，国有大行该类业务在江浙地区做得不多，最主要的顾虑是政策上并没有明确。同时，业务的流程要走授信流程，而房地产企业的授信是实行名单制管理，上报总行审批难度也很大。而政策明确之后，银行内部已经要求加强对优质房地产企业和优质项目提供支持，而关于预售监管资金的提取也会成为接洽的内容之一。总体来看，市场需求较高，这类业务推进起来难度不大。

银保监会相关负责人指出，商业银行在出具保函置换预售监管资金时，要参照开发贷款授信标准，选择经营稳健、财务状况良好的优质房地产企业，保函额度全额计入对房地产企业及其所属集团的统一授信额度。要通过保证金、房地产企业反担保以及其他增信措施，防范保函业务风险，按要求计提风险资本，提取风险准备。一旦出现垫付，出函银行要及时向房地产企业采取追索措施，保全债权安全，垫付资金应足额计提拨备、真实分类，不得隐藏风险。

《征求意见稿》修订内容覆盖股

东监管、公司治理、业务营销、消

费者权益保护等多项内容，意在

着力解决银行业监管工作面临

的突出问题，切实提高金融治

理体系和治理能力现代化水平。

业内人士分析认为，此次修

订是在坚持和巩固中国特色

“强监管”金融体制基础上的一

次重要的“系统升级”。

# 股东监管、消费者保护成关注重点 银行业“强监管系统”升级

本报记者 王柯瑾 北京报道

时隔16年，《中华人民共和国银行业监督管理法》(以下简称“《银行业监督管理法》”)迎来大修订。

近日，银保监会发布《中华人

进银行业稳健运行、整治银行业市

场乱象、防范和化解银行业风

险提供了有力的法律保障。

近年来，随着银行业对外开

放和创新的不断深入，银行业金

融机构资产规模持续增长，金融

市场化程度不断提高，《银行业监

督管理法》部分规定相对滞

后，某些重要领域存在空白，难

以满足监管实践的需要。

银保监会官网发文表示，为落

实党中央、国务院关于健全金

融法治的决策部署，加强和完善

现代金融监管，提升金融监管透

明度和法治化水平，银保监会持

续推动《银行业监督管理法》修

改工作，在深入研究论证、总结

国内外经验、广泛征求意见的基

础上，形成《征求意见稿》，现向

社会公开征求意见。

《征求意见稿》主要修改的内

容包括：坚持以人民为中

心，完善审慎监管规则，加强行为监

管，切实保护金融消费者合法权

益；坚持依法监管的基本原

则，努力实现监管全覆盖，提高对股

东、实际控制人违法违规行为的打

击力度；健全风险处置机制，完善早

期干预制度，丰富风险处置措

施，提升处置效率。

银保监会方面表示，本次修

改工作以习近平新时代中国

特色社会主义思想为指

导，以防化解金融风

险、高质量发展提供法律保

障。”光大银行金融市场部宏观

研究员周茂华在接受《中国经

营报》记者采访时表示。

招联金融首席研究员、复

旦大学金融研究院兼职研究员董希淼告诉记者，“此次修

订，是根据新形势、新变化对银

行业监管提出的新的要求，在借

鉴国际经验、总结国内实践的基

础上，对《银行业监督管理法》

进行的一次‘系统升级’。

据了解，《银行业监督管理法》作为一部专门的监管法，体现了我国建立完善专业化银行业监

管体系的实践需要，具有很强的

系统性、专业性，其颁布实施为推

动银行业健康可持续发展。”

据了解，《银行业监督管理法》作为一部专门的监管法，体现了我国建立完善专业化银行业监

管体系的实践需要，具有很强的

系统性、专业性，其颁布实施为推

动银行业健康可持续发展。”

# 新征程·新期待·新作为

## 2022中经金融高质量发展峰会

### 季为民:提升综合服务能力 推动金融高质量发展

本报记者 曹驰 北京报道



**季为民**  
中国社会科学院工业经济研究所副所长  
中国经营报社社长

在“2022中经金融高质量发展峰会”上,中国社会科学院工业经济研究所副所长、中国经营报社社长季为民发表致辞指出,推进高质量发展,金融服务要更加普惠,不断提升金融服务实体经济能力,探索金融支持科技创新、绿色发展等方面路径机制。

季为民表示,刚刚闭幕的中国共产党第二十次全国代表大会,是在全国各族人民踏上全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的关键时刻召开的一次十分重要的大会。党的二十大为新时代新征程党和国家事业发展、实现第二个百年奋斗目标指明了前进方向、确立了行动指南。

贯彻新发展理念、推动高质量发展,是关系现代化建设全局的一场深刻变革。党的二十大报

### 田利辉:金融高质量发展需确保稳定和资本有序

本报记者 石健 北京报道



**田利辉**  
广西大学副校长,南开大学金融发展研究院院长  
田利辉在“2022中经金融高质量发展峰会”上主题演讲时表示,当今世界处于不确定性的时代,面对“黑天鹅”频发、“灰犀牛”来袭,资本不应追逐短期利益,而应关注长远发展。“资本要更好

之际,如何实现高质量金融发展?广西大学副校长,南开大学金融发展研究院院长田利辉在“2022中经金融高质量发展峰会”上主题演讲时表示,当今世界处于不确定性的时代,面对“黑天鹅”频发、“灰犀牛”来袭,资本不应追逐短期利益,而应关注长远发展。“资本要更好

地发展,首先应实现有序发展。资本不能过度追逐短期利益,而应长远考虑,聚焦核心,要坚守金融稳定,服务实体经济,推动科技创新、实现普惠发展,践行“双碳”经济。同时,金融要关注科技发展。如果说科技是时代发展的“发动机”,那么“油”的供给则需要金融机构。”

迈向第二个百年奋斗新征程

#### 迈向高质量金融时代

“2008年,我国成功应对全球金融危机带来的影响。2015年,国内股市在经历骤然下跌之后趋于平稳,同时,我国成功处置了金融诈骗及犯罪案件。”回顾我国以往金融行业发展,田利辉认为,“这些风险的成功处置,得益于监管层有节有序地推动,即使市场有更大变动,我们也能够抵御风险。”

田利辉认为,进入高质量金融时代,首先要确保金融稳定,要确保资本有序稳定,不能水牛取粟。尤其要开展金融供给侧结构性改革,这与实现高质量金融发展密切相关。

那么,如何确保金融稳定?田利辉提到:“早在2017年,习近平总书记对维护金融安全提出6项任务:一是深化金融改革;二是加强金融监管;三是采取措施处置风险

#### 服务实体要聚焦“实”

近年来,服务实体经济成为金融行业的主要工作。对此,田利辉认为,发展新道路很明晰,要服务金融稳定,不能进行“击鼓传花”的炒作,而要进行服务实体经济、普惠金融的发展。要进一步理解资金本是社会的一部分,而不能只注重自身利益的增长。“金融供给侧结构性改革需要不断地推进,让资本相对‘便宜’下来,实现资源优化和分配。”

田利辉认为,金融服务实体经济,首先要聚焦“实”。比如中央提出要“房住不炒”理念,这就需要金融机构支持居民家庭合理住房贷款需求,增强个人贷款投放能力,支持房地产企业合理融资需求。要强调房源的消费属性,不能强调金融属性。随着房地产业进入新时代,同时也要求资本要理解

其中的真实含义。”

在服务实体经济的同时,田利辉还认为:“要在服务实体经济中把实际价值提升上来,资产价格不断上涨,才能带来资本的丰厚回报。但是,防止资本脱离实际、防止资本的资金空转,要进行资本资源的优化。比如低碳或碳中和相关企业可以考虑绿色贷款的申请,获得更低的贷款利率,也可发行绿色债券。通过推动注册制改革,股票市场也在更好地服务实体经济。让金融机构发展更稳健,推动实体经济的价值投资不断上涨。”

不过,田利辉也提示说:“要注意普惠发展,实现共同发展。比如‘三农’贷款,就是实物价值增长。普惠金融中,除了‘三农’,城乡市场融合也是很重要的部分,中国城镇化已经形成了3亿新市民,金

### 张奥平:中国资本市场正经历“制度大变迁”

本报记者 易炼君 北京报道



**张奥平**  
经济学家、增量研究院院长  
人民网创投专家咨询委员会特聘专家

提升产业链供应链韧性和安全水平,着力推进城乡融合和区域协调发展,推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。

党的二十大报告指出,高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。在经济上,要建设现代化产业体系,推动经济实现

质的有效提升和量的合理增长。

作为助力实体经济高质量发展的中坚力量,资本市场需要进一步发挥专业优势,为创新驱动发展战略、新型工业化建设注入金融动力。

经济学家、增量研究院院长、

人民网创投专家咨询委员会特聘专家张奥平表示,当前我国资本市场正在全面实行股票发行注册制改革,以健全资本市场功能,促进资本市场向着更加市场化、法治化、国际化的方向发展。

张奥平

经济学家、增量研究院院长  
人民网创投专家咨询委员会特聘专家

#### 立足创新驱动

“中国经济总量与美国经济总量的差距正在不断地缩小,大国之间的竞争需要经济发展作为支撑。而科技创新是经济发展的核心力量。因此,对外我们需要创新驱动来跨越‘修昔底德陷阱’。”他进一步指出,从全球主要经济体的发展经验来看,成功跨越“中等收入陷阱”的经济体也都实现了从要素驱动到技术驱动、从传统的基建、房地产投资驱动转向技术创新驱动。

那么,如何实现创新驱动?张奥平表示,整体而言,我国正在驱动企业朝着“专精特新”,数字化转型、绿色低碳技术改造的方

向发展。

张奥平分析,党的二十大报告重点提出了要支持“专精特新”企业的成长,推动制造业高端化、智能化、绿色化发展,要将战略新兴产业作为新的增长引擎,构建新一代信息技术、人工智能、生物技术、新能源新材料、高端装备、绿色环保等新引擎的增长。同时提到,要构建优质的、高效的服务业体系,推动现代服务业与先进制造业、现代农业深度融合。此外,也指出要加快物联网、数字经济

发展,以及要构建现代化基础设施体系等。

张奥平分析,党的二十大报告

“对于中小银行来说,推进普惠金融,服务中小微企业,既是监管部门的要求,也是中小银行‘门

双匹配’普惠金融是必选项

陈树军

廊坊银行党委委员、副行长

当户对’的金融业务,是发展的必选项。”廊坊银行党委委员、副行长陈树军发表主题演讲指出。

陈树军表示,在廊坊银行的五年规划中,将普惠金融放在一个重

点发展位置,

廊坊银行

将在四个经营单元——公司银行单元、分支行单元、零售信贷事业部单元、数字银行单元同步推进,深耕市场,质量并举,行稳致远。

陈树军

廊坊银行党委委员、副行长

点发展位置,廊坊银行将在四个经营单元——公司银行单元、分支行单元、零售信贷事业部单元、数字银行单元同步推进,深耕市场,质量并举,行稳致远。

陈树军

廊坊银行党委委员、副行长

123家上市公司 总募资额268亿元 总市值近2000亿元

# 改革创新错位发展 北交所持续高质量扩容

本报记者 罗辑 北京报道

2022年11月15日，北交所迎来开市“一周年”。一年以来，北交所市场运行总体平稳，各项制度安排有效运转，服务中小企业创新发展的能力持续提升。截至11月14日，北交所共有上市公司123家，其中，中小企业占比77%，民营企业占比86%，超八成集中在战略新兴产业、先进制造业；49家为国家

级“专精特新”小巨人企业，创新特征鲜明。

这些数据背后，各类机构也拉开了业务新篇章。

这一年，券商布局的深度广度不断提升，多业务线借助北交所这一深化注册制改革的重要“阵地”推动产品创新、服务创新，进一步提高服务创新型中小企业能力、满足投资者不同类型交易需求。与此同时，在北交所开市之初就密集

## 券商助力创新实践

作为突出差异化、错位发展的交易所，北交所紧紧围绕服务中小企业创新发展这一主题进行了各项制度创新。

北交所官方数据显示，截至11月14日，北交所123家上市公司总股本173.35亿股，总市值达到1965.06亿元，流通股本96.42亿股，流通市值达到1136.06亿元。

为进一步提升市场功能，今年7月份以来，北交所以政府债为突破口，逐步探索债券市场建设。截至11月14日，北交所债券市场已累计发行政府债券46只，合计规模近6500亿元。其中国债12只，规模5467.40亿元；地方政府债34只，规模1015.16亿元。投资者方面，截至11月14日，北交所合格投资者开户数超520万户。

这无疑为券商打开了一个广阔的增长市场。此前就深耕新三板市场的开源证券在北交所开市以来抓住机遇完成了多单投行项目，在研究方面得到市场认可。

除了中小券商瞄准这一市场，头部券商也在大力布局。银河证券相关人士告诉《中国经营报》记者，“在北交所宣布设立后，就将北交所业务确定为投行发展战略之一，并举全公司之力共同培育及拓展北交所业务。截至目前，今年银河证券已完成3单北交所IPO项目，前三季度承销规模位居北交所第二名。同时，据北交所披露的9月上半月开户情况显示，中国银河证券总户数位列市场第二名。”

国金证券投行相关人士也对记者提到：“在北交所开市之初，国金证券即把北交所定位于投行整体多层次资本市场业务的一部分，着眼于满足不同客户的不同融资需求，将各交易所融资平台作为服务客户的工具，有条不紊地推进相关业务。实际上，国金证券一直致力于服务创新型中小企业的发展，北交

所‘专精特新’企业的定位与我们的客户存在一定程度的重合。从目前情况来看，我们创新层储备及北交所意向客户数量正在增长，但这不是公司刻意推动的结果，而是北交所的吸引力增强与客户实际需求相互碰撞的结果。”目前国金证券已推动两家企业在北交所注册，另有四家企业正在审核过程中。

作为突出差异化、错位发展的交易所，北交所紧紧围绕服务中小企业创新发展这一主题进行了各项制度创新。正如国金证券上述投行人士所说，北交所为券商开辟了一套服务中小企业的“工具库”。

今年9月，硅烷科技(838402.BJ)

上市，其成为北交所首只采用询价发行方式的股票。彼时，全力推动硅烷科技询价发行落地、首吃“螃蟹”的保荐机构正是银河证券。银河证券相关负责人提及，与北交所的沟通中，北交所明确提出鼓励优质企业尝试询价发行方式。最终询价发行方案被采用，而询价结果较公开发行底价提高了约20%。此后银河证券又推动了微创光电(430198.BJ)锁价定增，该发行开创了北交所战略投资者锁价参与认购上市公司向特定对象发行股票的先河，进一步完善了北交所向特定对象发行股票的定价方式。

“北交所开市一年来，精准赋能‘专精特新’，为上百家创新型中小企业提供融资服务。目前，以服务创新型中小企业为目标的北交所，已然成为创新型中小企业的聚集地。国金证券顺应北交所的业务方向，重点在专精特新，在高端装备、新能源、科技软硬件、新材料等领域下功夫，已经注册及在审的6家北交所企业，有3

家为国家级‘专精特新’小巨人，一家为广东省‘专精特新’中小企业。”国金证券上述投行人士提及。

参与精选层和北交所网下打新、战略配售的VC/PE(风险投资/私募股权投资)布局也在进一步加大。

“北交所开市后，各类市场主体参与较为踊跃，各方资源加速汇聚的良性生态逐步形成。”北交所相关负责人在接受媒体采访时说，下一步，北交所将大力推进市场改革创新，持续推进北交所高质量扩容。



## 完善北交所业务生态

北交所与新三板有很好的联动机制，而在新三板市场，做市制度已运行多年，因此北交所引入混合做市具有良好的基础。

随着北交所继续扩容，券商从投行、经纪、研究、直投到即将推出的两融，相关业务线的覆盖将不断加大，同时相关条线的业务量也将随之增长。

国金证券上述人士提到，北交所定位于服务创新型中小企业主阵地，服务对象“更早、更小、更新”，服务链条更长，对中介机构尤其券商提出了更高要求，“国金证券已将北交所业务作为公司层面重要战略方向，加以坚定布局与推动，通过多部门联动，从投行、投资、研究、做市等方面全力推进，致力于打造完善的北交所业务生态。”

具体来看，国金证券在北交所的布局中，投行、研究协同，各项资源向投行倾斜的同时，将北

交所市场作为重点研究覆盖领域并积极布局。直投、债券方面，持续加大“专精特新”企业服务力度，引导资本要素向创新领域聚集，打造投融资一体化的综合金融服务模式，在稳步推进北交所保荐业务的同时，加大对创新型中小企业的直接投资。同时，提前进行北交所再融资及债券业务布局。此外，“财富+投行+投资”联动，为北交所上市公司的股权激励、增减持、回购等业务提供解决方案。

银河证券总裁王晟也提到，未来银河证券将继续发力北交所业务。其中，投行与直投方面，持续加大“专精特新”企业服务力度，在稳步推进北交所保荐业务的同时，加大对创新型中小企业

的直接投资。在投资者方面，以扩大“客群”与“AUM(资产管理)规模”为核心，开拓潜在合格投资者。在产品方面，加大对北交所业务的系统建设投入，尽早推出覆盖北交所上市企业的投顾产品。

值得注意的是，市场曾提出北交所引入混合做市的预期，对此国金证券上述人士提到：“北交所与新三板有很好的联动机制，而在新三板市场，做市制度已运行多年，因此北交所引入混合做市具有良好的基础。证券公司做市交易对证券公司的内控、合规和风控等要求较高，国金证券后续也将结合新三板做市经验，为北交所做市业务做好各项准备。”

## 增量资金+多样化投资者

随着北交所持续扩容、交易制度的不断完善，各类投资主体的布局将持续深化、投资规模占比也将持续增长。

北交所不仅吸引了券商的布局，各类机构投资者也在积极把握机遇。数据显示，截至11月14日，超580只公募基金参与北交所市场，11只北交所主题基金获批注册，社保基金、保险基金、合格境外机构投资者等均已入市。与此同时，私募股权投资基金也深度参与北交所市场。梳理北交所123家上市公司前十大股东名录可以看到，不少PE/VC位列北交所上市公司的大股东席位。

“北交所聚集了创新型中小企业，自然也吸引了关注战略新兴产业、先进制造、‘专精特新’企业的资本在这里汇集流动。随着北交所这一年以来的发展，上市公司规模扩容和交易活跃度均在逐步提升，公募基金等机构投资对北交所的投资积极性也随之提升。可以预判，未来随着北交所持续扩容、交易制度的不断完善，各类投资主体的布局将持续深化、投资规模占比也将持续增长。”一位“公奔私”的从业人员说。

在他看来，目前机构中，一级

市场的股权投资者在北交所的投资相对较多，“这是北交所所面向的企业特征决定的。未来这种情况或还会持续。”

北京社科院研究员王鹏提到，“北交所聚焦于‘专精特新’、创新型中小企业，换句话来说其专注于发展周期偏早的但拥有创新研发能力、自主知识产权、处于潜力赛道的企业。而VC/PE一直以来专注于孵化、培育、促进科技创新中小企业成长。拥有优质项目储备、专注某个科技赛道的VC/PE通过项目在北交所的上市，获得知名度、实际利益，建立自己的护城河，并可进一步开发针对北交所渠道的产品进行募资。其次，在投资方面，北交所提供的网下打新、战略配售等多元交易方式，便利投资。同时，投后管理方面，VC/PE可通过北交所聚集更多资源、进一步助力企业成长。最后，北交所增加了退出方式，有利于VC/PE形成商业闭环。北交所对VC/PE的募投管退均有所助力。”

北京南山投资创始人周运南从与新三板联动方面提道：“由于申请北交所上市企业必须是挂牌满12个月的新三板创新层企业，北交所对新三板起到了龙头撬动功能和反哺作用，众多VC/PE机构可以在6000余家新三板挂牌企业中精挑细选适合自己的投资标的，实现北交所Pre-IPO式的投资。同时，北交所对沪深两市具备上市门槛不高、上市速度较快、持股10%以下不限售等特点，也为VC/PE提供了便捷的上市退出通道。”

日前北交所公告称，北证50成分指数拟于11月21日发布实时行情。北交所相关负责人表示，北证50成分指数的发布为市场各方跟踪观察、投资操作提供了重要参考，便于投资者了解北交所上市证券整体表现，满足指数化投资需求。配套北证50成分指数，行情授权与指数基金开发正在有序推进，将为市场引入增量资金和多样化投资者。

# 个人养老金基金扩容 公募切入养老投资场景

本报记者 任威 夏欣 上海报道

个人养老金投资公募基金的政策公布后，各家公募基金加速备战。

继首批入选个人养老金可投资标的Y份额基金产品亮相后，第二批合格的养老目标基金纷纷

## 备战

此前，五部门密集出台关于个人养老金的政策文件，标志着国内个人养老金正式落地。证监会同日发布《个人养老金投资公开募集证券投资基金管理暂行规定》，明确个人养老金参加公募基金的制度安排。

华夏基金、易方达基金、富国基金等公司也成为首期个人养老金公募产品的基金管理人。记者在采访中了解到，各家公募基金对于个人养老金业务高度重视，在产品设计、搭建投研团队方面都做足了准备。

“公司已收到中国证券登记结算有限责任公司(以下简称‘中登公司’)关于个人养老金基金行业平台验收测试结果的通知，成为首批通过测试的基金公司之一。”广发基金相关人士告诉记者，目前公司已完成涉及系统的功能开发准备，与中登公司养老金基金行业平台完成对接，同时积极参与中登公司及人社部组织的多轮功能测试，率先通过展业前的验收测试。

广发基金上述人士还表示，公司正在根据新发布的各项规章制度

获批。据《中国经营报》记者不完全统计，截至2022年11月18日，至少有33家基金公司陆续公告为100余只养老FOF产品成立Y类份额。随着符合条件的养老目标基金陆续增设Y类份额，首期个人养老金可投资基金名录或将发布。

作为国内抢先布局增设养老目标基金Y类基金份额的基金管理人，华商基金旗下3只养老FOF产品均已获批增加Y类基金份额。

华商基金资产配置部总经理孙志远表示，公司利用专业化分工的优势，让FOF基金经理和所投公募产品的基金经理各司其职。从FOF管理的角度，更看重资产配置和基金优选两个维度的能力。

与此同时，“公司重视战略和战术资产配置，以基于基本面逻辑的中期量化资产配置模型为锚，在尽量兼顾交易损耗与投资期限前提下，尽可能降低客户的时机选择要求，力争即使客户在较差的时点入场，经过一定的投资时间也能赚到钱。”孙志远说。

除此之外，子基金的优选也是华商基金的关注重点，孙志远表示，基于中国主动基金具有中长期业绩的优势，利用相关模型把全市

度的要求，对内做好制度建设与完善、产品梳理排布等工作，对外则是与各大托管行及销售机构对接增设基金Y份额、系统联调联测等工作。

作为国内抢先布局增设养老目标基金Y类基金份额的基金管理人，华商基金旗下3只养老FOF产品均已获批增加Y类基金份额。

从组织架构来看，平安基金专门成立了养老金投资部。平安基金养老投资总监高莺表示，作为个人养老金投资标的的管理人，平安基金将高标准、严要求，配备专业团队、针对性健全内部控制及风险管理机制，确保资金闭环运行、资产安全独立，落实长期考核、长期评价要求。

“平安基金将尽力做好公募养老产品的布局和投资，与基金行业平台做好系统对接和数据交互，按时保质报送数据；做好养老投教和宣传推介管理，开展养老金融教育，普及养老投资理念，加强投资人对养老政策与养老产品的理解，更好地服务个人养老金投资需求。”高莺说。

以投资者利益为核心，服务居民财富管理需求，同时也反映出公募基金自身对个人养老金业务的高度重视。

值得一提的是，Y类份额的特点是管理费、托管费的费率优惠，相对于普通份额而言，大多养老FOF的Y类份额在产品综合费率上减半。

万家基金也率先通过了个人养老金基金行业平台的测试，有四只养老目标基金产品获批设立Y类份额。

据悉，万家基金较早配置了经验丰富的专业人员对养老金相关领域开展研究，积极参与个人养老金制度的建设，参加了监管部门组织的个人养老金政策相关课题研究，并成立了养老金部专门进行相关业务的筹备工作。

作为业内首批全国社保、企业年金以及公募养老目标基金管理人，华夏基金在养老领域积累了20年投资经验，并有着优异的长期投资业绩，无论是管理规模还是组合数量都居于行业前列。截至2021年底，华夏基金管理的各项养老金规模超3500亿元。此外，公司还构建了以养老金投资团队、养老金年金团队、外部行业专家三位一体的投资管理金字塔，以专业创造投资价值。未来，在个人养老金时代开启的大背景下，华夏基金将继续秉持长期视角，为投资者提供更专业、更优质、多样化的养老投资解决方案。

## 降费

11月16日，华夏基金公布7只养老目标基金新增Y类份额，至此，华夏基金共有9只产品被纳入个人养老金可投资基金，在全市场可比的公募基金公司中，入围数量行业第一。

“首批次养老FOF产品的Y类份额的成立仅是一个开始，后续还会有更多公募机构和产品增设Y类份额。”祁嫣然表示，随着个人养老金政策的深入，各类公募产品将不断纳入个人养老金基金体系，为投资者提供更加全面的养老投资产品和服务。

据了解，个人养老金制度相比第一、第二支柱更为独立自主，个人只要有余力就可建立和参与，可自主选择购买包括公募基金在内的多种金融产品。此外，个人养老金制度还可享受税收优惠政策，考虑到政策或有较大的扩展空间，税收优惠的力度未来有望提升。

投资人通过个人养老金资金账户申购的基金份额类别称为Y类基金份额。Y份额享受销售服务费、管理费、托管费等费用优惠，收益分配方式默认为红利再投资，鼓励投资人长期投资。

广发基金相关人士表示，公募基金自诞生之日起就始终坚持普惠金融的发展导向，施行费率优惠让利于民，不仅有利于直接降低投资者参与个人养老金投资的成本，更体现了行业的初心使命。

“费率的降低实际提升了投资者的费后回报，短期看不明显，但在中长期的复利效应下可能会

累积可观的回报。”华商基金相关人士表示，以华商嘉逸养老目标日期2040三年持有期混合型发起式基金为例，A类份额管理费0.9%，托管费为0.15%，Y类基金份额较A类基金份额享有五折的费率优惠，在不考虑基金投资收益的情况下，可节省费率约0.53%/年，如果持有5年、10年甚至30年，那么这将是一笔可观的费用，并且基金投资收益越高，省钱效果越明显。

“对于养老金投资者，由于资金是退休或达到一定条件后方可领取，投资期限通常为10~30年，较一般用来投资的资金要长得，理论上这类资金的风险承受能力很强，但由于市场的波动特征，导致很多投资者的风险承受意愿较低，赚了钱就想落袋为安，人为缩短了投资期限，使得长期收益不高。”孙志远指出。

在孙志远看来，Y类基金份额通过费用节省的复利效应，鼓励投资者长期持有，形成了公募基金权益投资能力和长期资金的完美润滑，让养老金的风险承受能力能够匹配其风险承受意愿，进而更好地力争获取市场给予的长期回报。

万家基金相关人士表示，养老金是居民为保障退休生活而准备的资金，个人养老金业务具有鲜明的普惠大众的性质，Y份额费率降低充分体现了让利于民的政策思路，也是个人养老金践行共同富裕的具体措施。



# 金融活水支持租购并举 银行试水“租赁基金”

本报记者 慈玉鹏 北京报道

党的二十大报告提出，要加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度。在住房租赁发展过程中，金融的资源整合和赋能作用要充分发挥。

近年来，关于加快发展和支持保障性租赁住房的相关政策文件陆续出台，推动银行等金融机构参与住房租赁项目建设。

《中国经营报》记者了解到，截至目前，多家国有银行、股份制银行纷纷入局，例如建设银行旗下建信住房租赁基金近期募集资金规模为人民币300亿元，投资房企存量资产，致力增加市场化的长租房和保障性租赁住房供给。

## 强化支撑 银行机构陆续涉“租”

目前多家银行已纷纷试水及规划住房租赁金融战略，住房租赁成为银行的重点规划板块。

11月8日，建设银行宣布，建信住房租赁基金（有限合伙）、建信住房租赁私募基金管理有限公司正式成立，并与北京、重庆、湖北、成都、南京、广州、佛山等地签署基金意向协议，以及签署首批十余个项目收购协议。

据了解，建信住房租赁基金募集规模为人民币300亿元。其中，建设银行认缴人民币299.99亿元，建信信托有限责任公司全资子公司认缴人民币0.01亿元。截至目前，重点推进项目20余个，项目资产总规模超过100亿元。基金投资项目成熟稳定后，可通过REITs发行或国家政策许可的市场化转让方式退出。

## 市场广阔 依法合规创新迭代

当前，支持租赁住房行业发展的同时还要坚持对房地产市场的调控，避免资金违规流向房地产投资领域。

2021年发布的《国务院办公厅关于加快发展保障性租赁住房的意见》（以下简称《意见》）强调，加大对保障性租赁住房建设运营的信贷支持力度，支持银行业金融机构以市场化方式向保障性租赁住

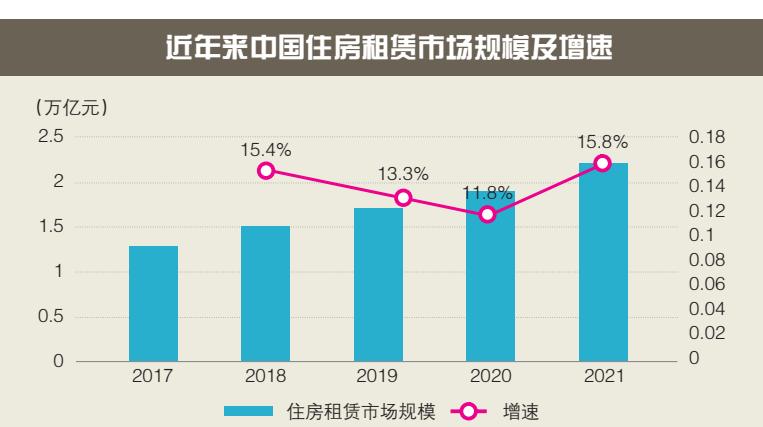
今年以来，住房租赁金融政策陆续出台。2022年2月，中国人民银行、银保监会发布《关于保障性租赁住房有关贷款不纳入房地产贷款集中度管理的通知》；同月，银保监会、住房和城乡建设部发布《关于银行保险机构支持保障性租赁住房发展的指导意见》，鼓励国家开发银行、商业银行、保险机构、信托公司等加大保障性租赁住房金融支持力度。

5月，证监会、国家发改委发布《关于规范做好保障性租赁住房试点发行基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）有关工作的通知》，在《关于银行保险机构支持保障性租赁住房发展的指导意见》的基础上，对

于以REITs形式支持发展保障性租赁住房提出了更为明确的规定。

目前多家银行已纷纷试水及规划住房租赁金融战略。国有银行方面，工行、建行、农行等银行均有所行动。比如，2022年2月，兴城人居地产集团分别与建行四川省分行、工行成都分行签订保障性租赁住房战略合作协议，拟在未来工行成都分行将向兴城人居集团提供约100亿元融资授信支持，签约时2.4亿元的首期保障性租赁住房贷款就已发放到位。

股份制银行方面，今年6月10日，兴业银行与福建省住建厅在福州签署住房租赁工作全面战略合作协议，计划未来五年向福建省住房租



数据来源：智研咨询

赁市场各主体提供不少于1000亿元人民币意向性授信支持，在战略规划研究、住房平台建设、重点项目授信、金融创新研发等领域加强合作，探索住房租赁合作新模式。

目前，住房租赁成为银行的重点规划板块。例如，建行将住房租赁列入“三大战略”之一；平安银行2022年上半年提及，要切实做好房地产贷款均

衡有序投放，重点支持保障性住房和租赁住房开发及运营，符合政策导向的房地产项目并购；兴业银行2022年上半年报提及，将主动加大对绿色经济、住房租赁等领域的信贷投放，推动转型发展；民生银行2022半年报提及，将以项目融资为基础，开拓保障性租赁住房融资，支持优质房企并购出险房企优质项目等业务。

实施房地产信贷管理时予以差别化对待。

下转 B6

**忙在牧场田园 照样贷款自由**

**邮储银行线上信用户贷款**

**简单** 免担保免抵押纯信用    **透明** 除利息外无其他费用    **快捷** 足不出户极速放款    **方便** 线上申请随支随还

具体年化利率详见贷款合同

A股股票代码：601658  
H股股票代码：1658  
客户服务热线：95580  
网址：www.psbc.com  
[扫一扫查看更多]

中国邮政储蓄银行  
POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA

三农金融

# 稳健投资需求上升：大额存单热销 养老金融成配置热点

本报记者 秦玉芳 广州报道

近段时间以来，居民对稳健类产品的需求持续攀升，其中对于定期存款产品的投资意愿趋高，大额存单成为当前投资者配置的主力之一。

三季度社融数据显示，今年前三季度居民存款增幅超过2020~2021年前三季度的平均水平。央行三季度相关调查报告显示，居民储蓄意愿持续较强，近6成居民倾向于“更多储蓄”。

业内人士分析，资本市场波动使得投资者风险偏好持续下行，尽管利率下调，但投资者对大额存单等稳健类存款产品更为青睐；不过随着市场预期的改善，投资者资产配置多元化趋势将逐步显现，尤其养老金融等将成为下一步投资配置关注的热点。

## 大额存单热销紧俏

近期不少银行大额存单产品额度紧俏。某股份银行零售业务人士向《中国经营报》记者表示，最近一段时间大额存单产品销售情况较好，一般上线开售后一两天内基本都能售完全部份额，部分产品甚至开售几秒就被抢空。

城商银行等银行也加大了大额存单产品的销售力度。某沿海地区城商银行官微公告显示，该行11月

### 养老金融产品配置升温

银行大额存单等定期存款类产品市场紧俏的同时，其利率却仍呈现持续下行态势。据银行公告显示，9月份以来银行定期存款利率一降再降，部分银行3年期大额存单利率已突破3%。

但为何投资者对大额存单的认购热情不减反增？刘银平指出，今年以来，经济增长压力加大，新冠肺炎疫情对部分居民收入也有一定影响，股市行情不佳，理财产品收益率不稳定，老百姓的避险情绪升温；存款类产品虽然利率有所下降，但凭借其高安全性依然受到居民青睐，尤其是大额存单市场热度上升。

业内分析人士普遍认为，近期受美元持续加息影响，资本市场波

16日9点发售一款大额存单产品，年化利率最高3.35%，20万元起购。某民营银行宣布最新上线一款大额存单产品，年化利率可达4.05%，并允许存入后自由转让，单笔转让50万元以内。

热衷于定期存款尤其大额存单产品，已成为当前投资者资产配置的主要趋势。央行社融数据显示，前三季度人民币存款增加22.77

万亿元，同比多增6.16万亿元；其中，住户存款增加13.21万亿元。

银行网点对存款类产品销售力度也在增强。融360数字科技研究院分析师刘银平表示，相对于理财产品，银行更喜欢推荐存款产品和银保产品，存款产品安全性高，而且银行网点及员工都有一定的揽储指标；与之相对的是，银行员工代销理财产品佣金较低，且理财产品向净值化转

型之后，不能为投资者带来稳定的收益，银行推销产品难度上升。

某股份银行广州一支行理财经理透露，近期向投资者推荐的产品也多以大额存单、活期等存款类产品为主。“主要是大家对利率下行的预期比较认同，且基金、理财等净值产品破净概率相对较高，相比之下投资者更愿意购买锁定收益的存款类产品。”

中国金融四十人论坛(CF40)研

究部副主任、中国金融四十人研究院青年研究员朱鹤在近日刊发的文章中分析指出，从资产配置的角度来说，居民部门在增加预防性储蓄的同时，把更多的增量资产从房产端转移到了定期存款端，这是居民部门在主动调整家庭资产结构。

在居民部门对房地产市场的预期得到实质性好转之前，盈余转化为定期存款的趋势可能会继续存在。

使用的无风险利率上升，美股市场，特别是科技股价出现大幅调整，这在短期内同时对A股等其他股市也可能有溢出性的冲击。

不过，随着对市场预期的改善，投资者资产配置偏好也会逐步调整。丁孟指出，由于市场预期到明年3月美元利率或将触顶（目前联邦基金利率期货隐含大约有65%的概率联邦基金利率目标区间会上升至5%以上），这一波美元加息的负面影响也已大概率体现在价格中，其对未来资产价格的负面影响预计会逐步减弱。

在此背景下，多元化资产配置的趋势也将渐趋显现。朱鹤认为，政策的重点应放在尽快稳定居民部门对房地产市场的预期上，同时为

居民部门提供更具包容性的金融理财产品，尤其是权益类产品，帮助居民部门实现更加合理且更可持续的金融资产配置。

值得关注的是，投资者对养老理财产品的关注热度也在持续上升。刘银平分析表示，一方面由于其业绩比较基准明显高于其他理财产品；另一方面是因为其风险整体不高，大多为中低风险理财产品，且引入了风险保障机制，可以在一定程度上防止产品净值大幅波动。

Wind数据统计，截至2022年11月17日，89只养老理财产品单位净值和累计单位净值均超过1；其中5只产品近半年总回报率超过3%。

随着养老金管理办法的落地，

投资者对养老金融资产的配置将越加丰富。银保监会日前发布的《商业银行和理财公司个人养老金业务管理暂行办法（征求意见稿）》明确，符合个人养老金可投资条件的养老保险和公募理财产品；银行同时开展个人养老金资金账户业务和代销其他个人养老金产品业务。

光大证券分析认为，整体而言，现阶段各类机构所提供的商业养老产品具备不同的风险收益特征，由于国内个人养老金尚处发展初期，短期来看偏稳健的养老保险、养老理财或将更受投资者青睐；长期来看，个人养老金或以公募基金或养老目标基金为载体流入权益市场，其长期资金属性有利于资本市场健康发展。

# 监管鼓励中长期资金加大科创债投资 银行加速入局

本报记者 杨井鑫 北京报道

近日，国资委和证监会发布《关于支持中央企业发行科技创新公司债券的通知》，提出了健全科技创新金融服务支持机制、发挥中央企业创新引领支撑作用、增强促进实体经济创新发展合力等方面内容。其

## 政策支撑

科创债的利率较低，有利于降低企业融资成本，而融资期限较长，与科创企业发展周期更加匹配。

2022年5月20日，上海证券交易所和深圳证券交易所所在证监会的统一部署下协同发布了科创债的适用指引。

所谓科创债，是指由科技创新领域相关企业发行的公司债券，或者募集资金用于支持科技创新发展的公司债券。科创债的正式落地是沪深交易所发挥服务国家创新驱动发展战略和产业转型升级功能的又一强有力举措。

短短两个月之内，科创债在市场就成功发行了20多只，募资规模超过300亿元，平均发行期限为4.05年。国投集团、三峡集团、华鲁控股、江苏永钢等一批科创债在发行中认购非常火爆，尤其是三峡集团科创债票面利率低至0.1%，当时的投标总量规模在10万亿元级别。

相关统计数据显示，截至9月

中，该通知明确表示鼓励商业银行、社保基金等中长期资金加大科技创新公司债券（以下简称“科创债”）投资，引导降低融资成本。

据《中国经营报》记者了解，自今年5月监管正式推出科创债之后，市场追捧的火爆程度空前。由于发行债

券的融资门槛不低且具备“硬科技”等核心竞争力，多数科创债都得到了市场高度认可。而在融资规模快速增长的同时，银行等机构的中长期资金供给是未来市场构建完善生态体系的重要一步，也将是科创引领产业转型实现产业经济高质量发展的关键所在。

## 证监会推动构建科创企业全生命周期债券融资支持体系

○ 2017年

推出创新创业公司债券，拓宽初创期、成长期企业的融资渠道。

○ 2021年

开展科技创新公司债券试点，将支持对象拓展到成熟期企业转型升级等领域。

○ 2022年

推动科技创新公司债券试点常态化，将创新创业公司债券纳入科技创新公司债券统筹管理，并进一步完善发行主体、资金用途、信息披露和配套安排等制度措施，发布有关业务指引。

据公开资料整理

底，科创债发行共计45只，规模合计为456亿元。同时，科创票据发行56只，规模合计480.3亿元。在发行的体量上看，科创票据的规模略大于科创债。

从融资主体看，科创债的市场需求较高。在今年7月份国新办举行的上半年央企经济运行情况新闻发布会上，官方披露上半年央企的研发经费投入为3786.2亿元，同比增长19.7%。作为产业链的核心，央企已经在不断提高科技创新能力，并通过创新驱动带动产业的转型升级。

7月22日，国资委和证监会曾专

门举办了中央企业科创债融资支持座谈会，中航工业、中兵工业、中国电科、中石化、中国诚通、中国铁建、中国交建等中央企业代表均参加并提出了相应的建议。其中，企业直言希望科创债机构投资者群体能进一步拓宽，引导商业银行、保险机构等机构投资者参与科创债的发行、认购、交易投资等，提高科创债交易的活跃度。

从科创债的优势看，目前发行科创债的利率较低，有利于降低企业的融资成本，而融资的期限较长，与科创企业发展周期更加匹配。

## 银行入局

目前银行在科创票据的发行上不断有业务落地，对于科创融资的支持力度持续加大。

在服务科创企业过程中，目前商业银行通过各种方式打造特色的科创融资体系，不仅加大了信贷的投放规模，也积极参与到了科创债和科创票据等债券发行认购中。

7月18日，珠海格力集团有限公司发行科创债券，债券简称“21格力K1”，期限为3年，发行利率达3%，低于2022年科创债市场平均估值约20BP，成为珠海市首单10亿元科创公司债券。厦门国际银行珠海分行主动认购2亿元额度。

“与科创债相比，商业银行目前在科创票据上的参与度更高。”一位股份制银行人士称。

据介绍，科创债和科创票据的融资主体差异不大，但是两者分别在交易所和银行间债券市场落地，银行在科创票据的发行上能够更好结合票据承销、票据认购等业务实现综合化服务，有助于银行提升一揽子的业务收益，而银行在科创债投资中仅扮演资金方角色，能够通过资产配置分散投资风险。

该股份制银行人士认为，与科创债融资主体相比，科创票据的相关要求会更严格。按照科创票据的发行主体要求，科创票

据发行主体需具备国家企业技术中心、高新技术企业、制造业单项冠军、专精特新“小巨人”、技术创新示范企业等科技创新称号中至少一项，而这些对于科技属性的评定门槛高，解决了银行对于科技价值难以评估的障碍。

同时，科创票据对于资金的用途更加聚焦，而科创债的资金用途相对广泛，前者更利于银行对于风险的把控。

记者了解到，目前工行、建行、农行、兴业、中信、浦发等银行均在科创票据的发行上不断有业务落地，对于科创融资的支持力度持续加大。

对于央企科创融资的支持，一家国有大行相关负责人则认为，银行在央企融资中大多采用战略合作总对总模式或重大项目合作模式，对接企业集团财务部或者财务公司，而科创债往往

是旗下子公司或孙公司融资时所采用，银行可能更愿意通过支持的科创基金或旗下子公司实现间接的投入。“这些资金的投资期限与科创企业的融资周期更加匹配。”

对于目前科创债的利率，该国有大行相关负责人认为，当前科创债的融资利率不断创新低，

首批科创债的利率大多低于2.8%，这降低了融资主体的成本。但是，中小银行的资金成本却比较高，这约束了银行直投债券意愿。

华泰证券的一份研究报告显示，商业银行做自营投债的过程中，以持有到期为主，具有低杠杆、短久期的特点。银行自营投资在绝对规模上具有较大的体量，在操作方式上体现出长期配置资金寻求长期稳定回报的特点，总体以买入持有为主，并基于对周期的判断进行资产结构调整，但交易频率明显低于交易性资金。此外，银行是货币市场上的主要融出方，自营投资业务一般不会再通过融入资金的方式加杠杆。由于资金来源于负债，银行的投资会受到严格的监管，风险承受能力和意愿会相对偏弱。

“市场对于科创企业看重的是高成长性。从科创债的角度来看，可转换科创债比较受到市场的青睐。”上述国有大行相关负责人认为，该债券能在特定时间内转换为公司股票，也能够持有到期获得本金和利息，不少科创企业也存在较大的投资价值。

# 重塑金融生态 银行探索元宇宙新蓝海

本报记者 王柯瑾 北京报道

元宇宙概念炙手可热，引得银行等金融机构纷纷布局。

近日，《中国经营报》记者注意到，继AI虚拟数字员工、数字藏品之

## 三大探索方向

随着扩展现实、数字孪生以及区块链技术的发展，元宇宙作为整合多种高新技术而产生的新型虚实相融的互联网应用和社会形态，为商业银行探索多元化金融服务和数字化转型展开了全新视野和想象空间。

以南京银行为例，该行在元宇宙领域继续发力，日前正式上线元宇宙数字空间“你好世界”。据了解，“你好世界”是一片可在线交互和游戏的虚拟天地，这片充满未来感的梅花形空中岛屿，轮廓形似南京银行梅花图案，岛屿悬浮在云间，遍布森林、草地、湖泊等地貌。“你好世界”以“Hi钻”为兑换工具拥有独立的经济系统，南京银行将真实的电子账户开户业务、金融产品知识普及、营销活动宣传及分享以沉浸式、交互式的体验贯穿其中，以电子账户为桥梁打通虚拟世界和现实世界，为用户带来全新金融服务体验。

易观分析金融行业高级咨询顾问苏筱芮表示：“将数字藏品与银行传统业务进行融合用于银行客户的运营，一方面能够赋予传统业务以全新的生机与活力，另一方面也能够在巩固客户、打造银行多元生态方面作出创新改进。”

据了解，下一步，南京银行还将藉此进一步推动网点转型，并根据元宇宙特点打造具有元宇宙基因的场景金融产品，打造线上与线

后，南京银行正式上线元宇宙数字空间“你好世界”。在第五届中国国际进口博览会贸易投资对接会上，中国银行展示了该行打造的元宇宙场景。

记者在采访中了解到，当前银行探索元宇宙主要有三大方向，

下双线体验相结合的服务模式，为客户提供沉浸式金融交易体验。

中国银行在进博会上推出了“人工智能体验专区”，体验区聚焦运动、办公、工业、教育等七大应用场景，设计了互动体验、多媒体展示、虚拟营业员服务等诸多环节，利用科技展现未来金融生态，打造元宇宙场景。

元宇宙是与现实世界相融共生的虚拟世界，当前还处于应用的早期阶段。记者在采访中了解到，目前银行元宇宙探索主要聚焦在虚拟数字人、数字藏品和虚拟营业厅三大领域。

中南财经政法大学数字经济研究院高级研究员金天告诉记者：“目前虚拟数字人是银行探索元宇宙的主要方向，这些虚拟数字人既可以在智能客服、语音机器人等领域替代人工操作、延展服务场景、实现降本增效，也可以通过扮演虚拟品牌官、虚拟主播等角色塑造品牌形象、激活年轻客群。除此以外，已有部分银行尝试推出数字藏品，目前主要是起到营销宣传作用。未来虚拟营业厅也将更多走入行业实践，即通过融合VR技术创造沉浸式的客户体验，为网点服务创新升级探索更多可能性。”

中国银行研究院博士后刘晨告诉记者：“自2021年起多家银行开始对元宇宙进行探索，一是围绕场景金融应用创新建设推出的

即：虚拟数字人、数字藏品、虚拟营业厅。在分析人士看来，当前银行业正处于深度转型进程之中，借助此类形式能够顺应市场热点，拓展品牌影响力，也能在打造多元生态方面作出创新。

数字人和虚拟营业厅，其中数字人主要替代银行重复性较高的部分工作，有效降低人力成本，包括与客户交互、业务营销、常规培训等。而虚拟营业厅则是在数字人的基础上，结合AR/VR、云计算、AI、5G等技术支持，融合业务场景、嵌入业务流程，实现与客户在虚拟场景中的多元互动，提升客户交互体验。二是围绕零售业务类型，丰富推出的数字藏品，通过区块链技术形成数字化作品或艺术品，兼具数字属性和稀缺性，有助于强化和用户的多维度连接，提升用户黏性。”

不过，零壹研究院院长于百程

也提示：“目前银行推出的虚拟数字人、数字藏品、虚拟营业厅，是元宇宙中的一个组成部分或初级形态，但还远不成熟。此外，银行作为金融机构，与元宇宙有一定的结合空间，比如搭建元宇宙金融场景平台，成为元宇宙中数字资产交易的服务方和支付机构等。”

于百程认为：“元宇宙被称为下一代互联网，国际上主流的互联网等机构都在布局，虽然阶段性具有泡沫特征，但也绝不是虚无缥缈。元宇宙与未来经济社会的结合，有可能产生出与当下完全不同的经济模式和增量市场空间。因此，包括银行在内的国内各类大型机构，在元宇宙上进行一定的研究和应用探索是必要的。”

没有在国内成功上市的中介型长租公寓，造成前期私募股权投资人退出渠道不畅，企业进一步发展受限。

一位重庆地方金融系统相关人士表示，银行业支持住房租赁发展面临的主要困难和问题是，首先，市场基础设施仍较薄弱。政府主导的住房租赁市场信息管理平台虽然已初步建立，但与商品房销售的网签系统相比，住房租赁信息平台对市场交易方的覆盖不足，登记备案不具备强制性

## 机遇与挑战并存

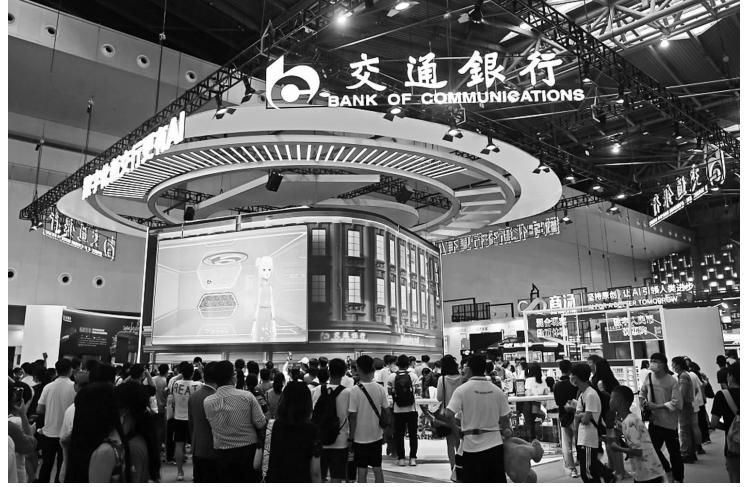
元宇宙预示着银行业务方式或将发生巨大转变，也将为银行创造新的发展空间。

刘晨认为：“一是形成较强用户黏性的竞争优势。区别于现实金融服务存在明显同质性，元宇宙构筑的场景金融具有特色化、个性化、差异化的明显特征，从目前主要银行布置的元宇宙营业厅来看，机构间对于未来元宇宙空间存在不同的理解和想象，未来围绕客户感知、连接、服务能力提供的个性化服务内容有望形成各家银行的特有竞争优势。二是形成完整的元宇宙网点。通过数字孪生及虚拟共生技术，银行的多数业务可直接迁移到元宇宙中的数字孪生世界，实现现实世界与元宇宙世界的数据互通，打造专项服务元宇宙空间客户的的产品和服务。三是虚拟资产抵押信贷、数字支付工具创新等也将为银行创造一定的增量空间。”

推出元宇宙相关业务或产品，是对银行综合能力的考验。

刘晨表示：“一是关键技术应用创新能力。银行应以客户需求为导向，着力提升对客户的数字化感知、连接和服务能力，在重点领域和场景开展应用创新，并结合阶段性评估情况扩展应用范围。二是金融服务能力。元宇宙具有分布式、去中心化的特征，有效降低信息不对称的同时各银行间也面临高度透明的竞争。

银行应着力提升金融服务能力，搭建模块化的业务体系，贴合不同场景，建立有效的业务体系。三是风险管理能力。元宇宙世界中，任何资产都以虚拟形式存在，虚拟财产投机炒作、代币融资等



在世界人工智能大会上，交通银行的卡通动漫虚拟人通过真人动作捕捉技术与观众趣味互动。

视觉中国/图  
违法金融活动防范压力较大。银行应当具备较强的风险防范感知、分析、决策、执行能力，以满足自身稳健经营和可持续发展的长期要求。”

谈及银行探索元宇宙的未来趋势，刘晨表示：“元宇宙相关应用可以突破物理空间限制，延长金融服务边界。搭载元宇宙赋能智慧金融，银行可以将金融服务覆盖更广泛的长尾客群，提供无处不在、无时不在的便捷金融服务。此外，未来商业银行基于元宇宙形成的数字空间，有望衍生出区别于物理空间下的新业态、新场景和新商业模式，形成以数字资产、数字服务为基础的新型数字金融服务生态。”

不过，银行在探索过程中，也需要提前预判相关的风险并加以防控。

金天表示，银行进军元宇宙领域需要注意几方面问题：“一是能否充分整合已有的优势产品和服务，实现与元宇宙新场景、新生态的无缝衔接，否则可能落入空有噱头、华而不实的陷阱；二是能

具有房屋的经营权，无法提供有效抵押物。二是住房租赁开发贷款资金存在被挪用风险。在当前房地产市场调控的背景下，既要大力支持房地产租赁企业的发展，又要防止房地产企业违规借道融资，金融服务机构缺乏有效的管理手段，两者难以平衡。”

前述国有房地产企业人士建议，在当前实施“租购并举”，保障全民“住有所居”的大环境下，支持租赁住房行业发展的同时还要坚持对房地产市场的调控，避免资金流向销售型住宅地产、商业地产等领域。”

上接B5

某国有银行住房金融部人士表示，“十四五”规划期间，保障性租赁住房建设目标870万套，蕴藏着超过3万亿元投资，空间非常广阔。首先，地产和金融的运作息息相关，如何去发展房地产新模式，必然要求金融服务模式要随之变革；其次，百姓和客户是金融服务的对象，以客户为中心，永远是金融机构发展的要求；最后，房地产金融也有不断创新迭代的要求，其发展模式也要随着市场和行业的变革而发生相应的变革。

住房租赁金融发展的同时，部分问题值得关注。某国有房地产业人士指出：“由于租赁住房行业金融退出渠道匮乏，传导至前端投资，导致前期投资权益型资金不足，住房租赁行业很难形成高效快速的集中投资能力。重资产模式下产权退出缺乏渠道，正在发展的类REITs在税收政策、交易渠道等方面仍有一定限制。租赁经营模式的股权融资退出不畅，因大多数企业盈利能力尚未达到国内上市条件，目前还

要求，尚不能有效发挥政府监管、行业自律、信息公开、信用评价、租金公允定价等功能。其次，商业可持续性体现不充分。现行政策和市场环境下，住房租赁市场仍属微利市场，需要政策的扶持。

同时，上述重庆地方金融系统相关人士指出，房地产开发与房地产租赁较难分清业务边界与资金流向，金融风险管理难度较大。“一是住房租赁企业缺乏有效增信手段。部分市场经营主体只

资金违规流向房地产投资领域。“以金融支持住房租赁市场的发展，精确引导相关融资资金投入到住房租赁市场的建设中至关重要。因此，需要建立资金闭环监管体系，完善相关的资金隔离制度系统，对以租赁住房金融产品融资的资金严控资金流向，如对于发行租赁住房REITs融资资金，需发行人承诺并持续监督其继续投向租赁住房建设，避免资金流向销售型住宅地产、商业地产等领域。”

前述国有房地产企业人士建议，在当前实施“租购并举”，保障全民“住有所居”的大环境下，支持租赁住房行业发展的同时还要坚持对房地产市场的调控，避免资金流向销售型住宅地产、商业地产等领域。”

降低参保门槛 拓宽报销范围

# 百亿“惠民保”蝶变

本报记者 陈晶晶 北京报道

覆盖全国百余城的“惠民保”正在掀起一波升级潮。

11月1日,2023年度广州市“穗岁康”个人投保正式开放。与2022年版本相比,2023年“穗岁康”在原

## 覆盖136城

截至2022年10月,包含新上市、续保上市,“惠民保”项目产品已经超过300款,覆盖29个省份、136个城市。

“惠民保”,即城市定制型商业医疗保险,作为具有普惠性质的商业健康险,是商业保险参与多层次医保体系的制度创新。

最新行业交流数据显示,截至2022年10月,包含新上市、续保上市,“惠民保”项目产品已经超过300款,覆盖29个省份、136个城市,覆盖城市数已超过了全国地级市总量的30%。累计保费收入约260亿元,其中2022年有效保单接近1.2亿,年度保费收入约130亿元。

本报记者梳理发现,各地2023年升级版“惠民保”扩大了保障人群、拓宽报销范围。

以2023年度广州市的“穗岁康”为例。与2022年版本相比,2023年“穗岁康”将参保人群再度扩面:将在广州市居住的持有《广东省居住证》的年限从2年放宽至1年,进一步扩大对常住居民的覆盖范围,实现“应保尽保”;将广州南沙区就业、居住和就读的港澳居民纳入覆盖范围,推动粤港澳三地医疗保障互通互融。此外,增加支持广州各级各类的高层次人才纳入覆盖范围。

越来越多新升级的“惠民保”将保障人群扩展至“新市民”群体。

9月19日,“南京宁惠保”三期项目上线,此次在参加南京市基本医疗保险人员的基础上,扩展了参加江苏省内基本医保的直系亲属,以及在南京工作、生活满一年的“新市民”。

有基础上,进一步优化升级,在保障与服务方面,呈现更加普惠的特点。

《中国经营报》记者注意到,除广州之外,北京、杭州、常州等地的“惠民保”产品也在升级迭代。升级过后的“惠民保”产品不仅扩展了保障责任和增值服务、降低了赔付门

槛,还进一步将“新市民”纳入承保范围。难得的是,大多数产品保费价格与升级前基本一致。

尤其需要指出的是,惠民保“一城多保”的格局,正逐步转变为各地政府或医保局牵头、多家保险公司联保共保的“一城一保”。



目前,全国大部分地区的“惠民保”项目参保率相对较低。

视觉中国/图

10月11日,常州市2023“惠民保”正式上线,在常州工作或生活半年以上的,在其他地区已参加基本医保的“新市民”均可参与投保。

记者统计发现,截至2022年9月底,已有17个“惠民保”项目支持“新市民”人群参保,初步统计新市民群体参保人数超3000万人。

众托帮联合创始人兼总经理龙格对记者表示,将“新市民”纳入参保范围,有利于提高参保率,在一定程度上解决“新市民”医疗保障不足的问题。

此外,部分地区升级版的2023年“惠民保”还降低了赔付门槛、增加健康管理服务,满足居民多层次健康保障需求。

记者从北京银保监局获悉,新上线的2023年“北京普惠健康保”在保费195元不变的基础上,降低免赔额,优化特药结构;将自费责任免赔额健康人群降至1.5万元;特定既往症人群降至2万元;特药责任免赔额统一降至0元,国内特药数量增加至40种;健康管理服务数量由25项增至42项,覆盖就医陪护、上门护理、

居家康复及上门检测四大类服务。

2023年杭州市“西湖益联保”,与2022年保障内容相比,总保额从最高315万元升至320万元,“大病保险补充医疗保险”起付线由1.3万元降至1.1万元,“医保目录外自费诊疗项目及自费材料补充医疗保障”的起付线从0.7万元降至0.5万元,保险责任新增了“医保超限项目”,并新增了罕见病药品种类。

聊城市2023年“聊惠保”在保费保持不变的基础上,医保范围内住院医疗费用、特定药品医疗费用年起付线均从2万元降至1.7万元,特殊疗效药品医疗费用年起付线从2万降至1万元。此外,患病人员享受与健康人群同样的保障,赔付比例由原来的30%提升至80%。特定高额药品数量由38种扩增至49种,包括38种特定药品和11种特殊疗效药品。

一家大型财险公司“惠民保”业务负责人向记者表示,降低免赔额度设置、提高赔付比例更多的是政府指导下,对“惠民保”更加惠民的定位要求,在保本微利的前提下,将保费赔付给罹患大病的市民。

据了解,为解决失能人员护理难题,我国已经从2016年开始试点建立长期护理保险(以下简称“长护险”)制度,至今已覆盖全国49个城市、1.45亿人。但同时,长护险制度也面临着诸多难题,集中体现在保障和护理服务供给不足方面。

《中国经营报》记者注意到,近

## 从“多”逐渐向“一”整合

需要注意的是,在市场和各地政府力量共同作用下,“一城多保”正在向“一城一保”转变。

实际上,2021年以来“惠民保”迅猛增长,在向三四线城市渗透的同时,出现了“一城多保”现象。如浙江杭州、浙江宁波、福建福州等地先后推出了三款甚至更多“惠民保”产品。

杭州市民最早可参保的包括“杭州惠民保”“杭州市民保”“西湖益联保”等。福州市民最早可参保包括“八闽保”“福民保”“福惠保”“榕城保”。

针对部分地区出现的一个城市多款“惠民保”的现象,中国银保监会有关部门负责人曾表示,定制医疗保险的地域特征很强,目前确实出现了一个城市多个项目的情况。银保监会认为应该坚持“一城一策”的原则,体现地域特征,基于当地经济发展水平、基本医保和大病保险等有关数据,开发契合当地群众实际医疗保障需求的产品。

业内人士亦分析称,“一城多

保”会造成参保人数分散,从而影响到参保率,不利于“惠民保”稳定性。

目前,全国大部分地区的“惠民保”项目参保率还较低,个别地区甚至不足5%。

中国人寿再保险有限责任公司(以下简称“中再寿险”)总经理助理、北美精算师李奇近期在一次公开访谈中透露,2022年所有上市“惠民保”项目中,平均参保率为18%,约55%的参保率没达到15%。在浙江、广东等省份小部分参保率达到40%-50%及以上。

需要注意的是,在市场和各地政府力量共同作用下,“一城多保”正在向“一城一保”转变。

根据公告,2021年8月,宁波市“市民保”和“甬惠保”在保障期结束后全新升级合并为“天一甬宁保”。该产品由宁波市地方金融监管局、宁波市医疗保障局和宁波银保监局等政府单位共同指

导,10家保险公司共同承保。

今年7月8日,湖南长沙市“星惠保”宣布升级为“惠民保”。

资料显示,“长沙星惠保”最早推出于2020年7月,而“长沙惠民保”则是在2021年7月正式上线。

10月27日,“北京京惠保”官方微博公众号发布公告称,“北京京惠保”将于11月30日到期并停售,历史保单的后续服务仍将由“北京京惠保”公众号提供。在北京京惠保”宣布停止运营之后,作为该产品的承保公司之一,北京人寿加入“北京普惠健康保”共保体。至此,北京原有的三个“惠民保”产品仅剩一款“北京普惠健康保”。

上述财险公司“惠民保”业务负责人对记者表示,“一城一保”能有效发挥保险“大数法则”的优势,提高参保率,从一定程度上减少商业保险公司的采购成本、运营、营销成本。

## 推进长期可持续

业内普遍认为,惠民保长期保持稳定运行,构建和完善多层次医疗保障体系,需要政府行政机制与市场机制的有机融合。

近年来,“惠民保”如何实现高质量可持续的发展,一直以来是市场关注的焦点。

事实上,惠民保的可持续性发展受多个因素影响,包括保障责任、产品价格、投保率、赔付率等。以赔付率为例,如果理赔率过低,可能导致产品缺乏吸引力,降低参保积极性;如果理赔率过高,则可能导致相关险企“赔穿”。

业内普遍认为,惠民保需要长期保持稳定运行,构建和完善多层次医疗保障体系,这都需要政府行政机制与市场机制的有机融合,促进惠民保新业态的形成。

中再寿险、镁信健康在共同发布的《2022年惠民保可持续发展趋

势洞察》中分析称,惠民保的可持续发展,应该从以下三大方面入手:一是筹资可持续性,主要通过产品合理定价、多维度提升客户体验、争取政府参与开放医保个账、专业化的城市营销策略提升老百姓参保意识等方面提升参保率;二是支付可持续性,主要从自费保障责任的精细化设计划定赔付范围,探索产业融合创新支付模式降低赔付成本等提升基金支付效率;三是实现医保局、银保监、央企保险机构等多主体间的数据互通互联,提升惠民保产品创新、精准定价、规范高效运营能力。

对于保障惠民保类产品可持续发展,北京银保监局相关负责人表

示,普惠金融的本质要求是构建成本可负担、商业可持续的长效机制。

“主要从强化与基本医保和医药行业的融合协同、加强对产品运营的科技赋能、加强政府与监管部门的指导和监督等方面入手。比如加强医疗健康大数据在产品责任规划和精确定价中的应用,让保障责任更符合实际需要,提高产品精算的准确性。另外,通过强化与基本医保、医疗机构的信息协同,提高保险公司数字化理赔的风险管控能力,能够识别必要及合理的医疗费用,并在此基础上探索构建医疗过程监督、医疗费用管控等健康险经营核心能力。”北京银保监局相关负责人认为。

# 试点六周年:长期护理保险突进

本报记者 杨菲 郑利鹏 北京报道

9年前,湘潭市刘梅(化名)的母亲意外摔倒,此后,行动便全部依赖轮椅,饮食起居也无法自理。刘梅曾尝试过请保姆,但是高昂的费用令她压力倍增。更重要的是,保姆无法提供专业的复健服务。

坚持了几个月后,刘梅不得不选择辞职照顾母亲。

刘梅的案例是中国家庭的一个缩影。随着老龄化社会的到来,越来越多的“刘梅”正在或将要面对一个难题——如何在经济能力范围内最大限度地保障失能人员的基本生活权益。

据了解,为解决失能人员护理难题,我国已经从2016年开始试点建立长期护理保险(以下简称“长护险”)制度,至今已覆盖全国49个城市、1.45亿人。但同时,长护险制度也面临着诸多难题,集中体现在保障和护理服务供给不足方面。

《中国经营报》记者注意到,近

## 第六险“长跑”

长护险制度,是指以长期处于失能状态的参保人群为保障对象,重点保障重度失能人员基本生活照料和与基本生活密切相关的医疗护理等所必需的费用,被称作除养老、失业、工伤、生育和医疗这“五险”之外的“第六险”。目前,市场上的长护险主要分为政策性长护险和商业长护险。

根据全国老龄办、民政部、财政部2016年共同发布的第四次中国城乡老年人生活状况抽样调查结果,我国失能、半失能老人人数达4063万人,占老年人口的18.3%。

在此背景之下,2016年6月,人

社部办公厅发布《关于开展长期护理保险制度试点的指导意见》,在15个城市和2个重点联系省份开展长护险制度试点。2020年,国家医保局会同财政部印发《关于扩大长期护理保险制度试点的指导意见》,在2016年启动首批长护险制度试点基础上,试点城市又进一步扩大到49个。

历经两轮试点,长护险制度框架逐渐清晰。华中师范大学公共管理学院副教授徐芳公开撰文指出,两轮试点后不仅明确了长期护理保险的社会保险属性,还明确了长期护理保险调查结构、低水平、广覆盖、保基本的筹资

与保障水平,尽管筹资主体还有较大差异,但筹资比例有趋同的倾向。而且,吸纳市场与社会力量参与到长护险制度体系的建设中来,尽管各地商业保险嵌入的深度和广度尚有差异,但基本制度逻辑已经清晰;此外,因地制宜地制定长护险的服务供给方案,在服务供给部分呈现出较大差异,特别是服务资格审核与定点服务机构结算等方面各有规范与标准。

在长护险制度框架大体建立后,2021年至今,长护险制度的规范、标准进一步明晰。

具体来看,2021年,国家医保局

会同民政部发布《长期护理服务失能等级评估标准(试行)》,明确了长期护理服务的评估指标、实施要求、评估结果的判定方法;同年,由民政部、国家发改委联合编制的《“十四五”民政事业发展规划》,提出了推动建立长期照护服务项目、标准、质量评价等行业规范和全国统一的老年人能力评估体系;中国银保监会办公厅《关于规范保险公司参与长期护理保险制度试点服务的通知》(银保监办发〔2021〕65号)的出台,意味长护险制度在经办和资格审核环节在全国范围内形成了统一的标准和规范。

根据国家医保局统计,截至2021年,长护险定点护理服务机构6819个,护理服务人员30.2万人。另据不完全统计,我国现有的50余万名养老护理员,远不能满足养老服务需求。

同时,护理服务水平也有待提高,对外经济贸易大学国家对外开放研究院研究员孙洁曾指出,护理服务需求与供给不对称,庞大的老年人健康、医疗和护理服务需求给现行康养体系带来严重挑战。另外,长期护理的服务对象和服务内容具有特殊性,但当前服务机构的专业能力和服务人员的服务质量尚未能与长护险相匹配。

## 激活存量寿险市场为长护险融资蓄力

近期,监管部门发布《征求意见稿》,不仅给长护险制度当前面临的难题提供一些解决思路,也是促进长护险制度可持续发展的重要机会。

《征求意见稿》中核心的“转换业务”是指人身险公司根据投保人、被保险人自愿提出的申请,将处于有效状态的人寿保险保单中的死亡或满期给付责任,通过科学合理的责任转换方法转换为护理支付责任,支持被保险人在因特定疾病或意外伤残等原因进入护理状态时,提前获得保险金赔付。

针对如何在存量市场中解决长护险筹资问题,中国人寿再保险有限责任公司产品开发部高级经理王明彦公开撰文指出,在《征求意见稿》中,监管部门通过“寿险转长护险”给出了方案,商业长护险在后流量时代面临的是一个存量保险市场,通过激活存量寿险的大盘子为长护险融资蓄力,降低长护险的销售门槛。与此同时,逐步加强市场对于长护险的认知,推动行业培育长护险运营、销售、服务能力,为长护险的进一步发展、做好增量市场拓展提供样本和抓手。

银保监会人身险部健康险处处长宫瑞光曾公开表示,“转换业务”可以充分发挥寿险存量准备金作用,在一定程度上更好地激发护理需求。当前,老年人,特别是失能老人对护理需求认识较为深刻,但同时,老年人想买长护险杠杆较低,保险公司出售这一产品风险及成本均较高,而年轻人又意识到自己需要这项业务。通过

## 筹资渠道与支付依赖医保基金

六年来,长护险制度在发展过程中解决了一部分失能人员的护理问题,减轻了失能人员家庭经济负担。但同时,长护险制度也面临着诸多难题,集中体现在保障和护理服务供给不足方面。

中国保险行业协会与瑞士再保险发布的《中国商业护理保险发展机遇——中国城镇地区长期护理服务保障研究》指出,从保障上来说,现阶段社保长护险在覆盖范围和保障程度上都较为有限。尽管目前多数试点城市的长护险交由商业保险公司承办,但其筹资渠道与支付仍严重依赖医保基金,而医保基金自身已经面临较大的给付

压力。因此如果社保长护险无法形成独立的筹资与支付体系,必将影响其可持续发展及参保对象的保障水平与范围,甚至导致医保基金的入不敷出。

关于多元筹资机制方面,国家医保局表示,资金筹集是关系长护险制度长期平稳可持续的关键性政策。遵循社会保险基本原则,长护险资金筹集明确由国家、单位和个人共同负担,并明确职工人群以单位和个人缴费为主,原则上同比例分担。有条件的地方应探索通过财政等其他筹资渠道,对特殊困难退休职工缴费给予适当资助。同时,做好长护险与其他相关护理

补贴政策的衔接,建立与经济社会发展和保障水平相适应的筹资动态调整机制。

上述瑞再研究院发布的报告指出,从护理服务供给方面来看,护理服务内容和服务提供者存在供需结构不匹配的情况。中国护理服务行业还处于发展初期阶段,面临着护理人员短缺、年龄结构不合理、护理队伍专业性不强、缺少统一的行业标准等较为突出的问题。目前,我国失能人员超4000万,如果按国际上失能老人与护理员3:1的配置标准推算,至少需要1300万护理员;按中国民政部标准5:1,也至少需要护理员800万。

此外,转换业务试点的推出也有利于积累行业基础数据,进一步推动长护险制度的可持续发展。宫瑞光指出,长护险在产品设计方面面临的一个较大困难是发生率的数据不确定。在初期探索过程中,银保监会利用了不少经办长护险的保险公司数据以及部分公益平台的数据,但目前仍然没有足够的数据支撑。转换业务试点的推出,可以有效提供包含老年人进入护理状态之后的死亡率等在内的数据,为今后推动政策性长护险和开发商业长护险,提供更好的数据支撑,促进行业积累经验和基础数据,利于长护险制度的长远发展。

# 密集调研上市公司 信托争相“掘金”A股

本报记者 陈嘉玲 北京报道

进入四季度，在A股市场持续震荡、板块轮动加速的背景下

下，信托公司纷纷加快了调研步伐，力图通过更深入的投研挖掘投资机会。

《中国经营报》记者通过

Wind数据统计获悉，今年10月份，30家信托公司累计调研上市公司达335次，涉及192家A股公司，相较于9月份的

100家环比增长92%，较去年9月份的132家同比增长45.45%。其中，计算机、医药生物、电力设备、半导体等行

业备受青睐。

受访信托业内人士认为，当前A股市场的整体估值处于相对低位，信托公司做好充分

的调研和案头工作，提前发掘低估品种，为接下来的股债投资做好预案，或能更好地把握布局机会。

## 年内6家信托调研个股过百

根据Wind数据，2022年内，53家信托公司参与了上市公司调研活动，其中6家信托公司调研次数和调研个股数均“过百”。

进入四季度后，信托公司密集调研上市公司，热情不减。

Wind数据显示，截至2022年11月9日，10月份以来，32家信托公司合计调研了210家A股上市公司，累计调研367次。

虽然因国庆假期影响，10月份工作日明显要少，但是信托公司对上市公司的调研力度相较于9月份有增无减。从涉及的信托公司来看，建信信托、中融信托、华能信托、上海信托、兴业信托较为“勤奋”，累计调研次数均超过30次。

其中，建信信托自10月份以来调研个股数量为59家，包括上证主板8家、深证主板22家、创业板17家、科创板11家和北证1家。以10月份18个工作日计算，建信信托平均每日“解密”3家上

市公司。

若拉长观察周期来看，今年以来，建信信托调研总次数达330次，涉及个股233家。

根据Wind数据，2022年内，53家信托公司参与了上市公司调研活动，累计调研总次数为2573次。其中6家信托公司调研次数和调研个股数均“过百”，包括华能信托、建信信托、华宝信托、中融信托、上海信托和云南信托，调研总次数分别为347次、330次、311次、252次、237次和154次，调研涉及个股数分别为240家、233家、230家、198家、159家和135家。

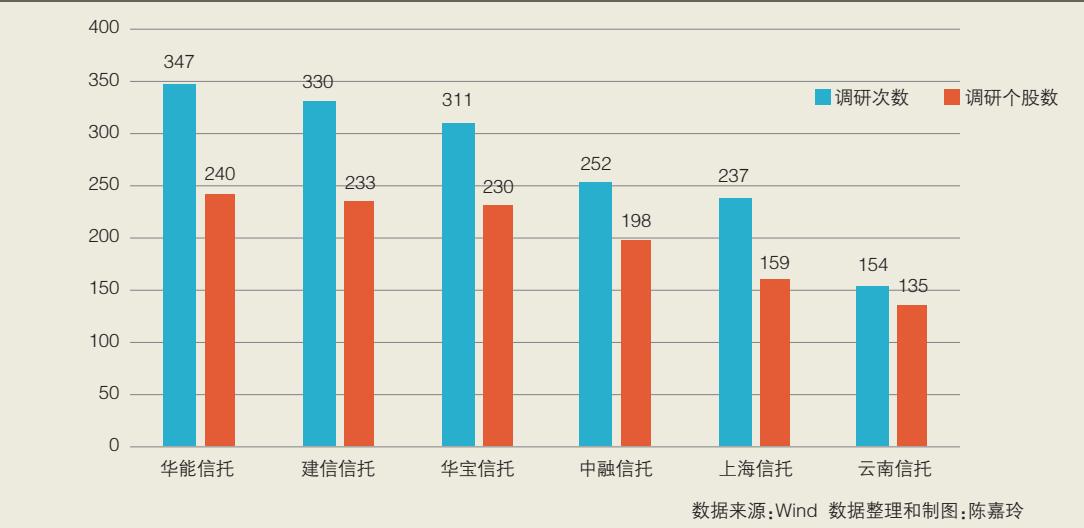
针对信托机构加大调研工作这一现象，百瑞信托博士后科研工作站研究员魏文臻杰此前对本报记者分析表示，其中一个重要的原因是，随着A股在深跌后估值调

整，成长类的下行空间有限而上升空间较大，比如科技、医药等。

“由于上市公司的定期财报数据往往较为滞后，而股票反映的是公司未来现金流的贴现，所以需要对目标公司的财务数据及未来计划做更深层次的调研，比如拆解模型重估数据，与财报的数据对比等。”魏文臻杰说道。

某信托研究员也指出，当前信托业正处于“非标转标”的重要转型期，各家信托公司发力证券投资类业务，把握资本市场机遇。而信托公司通过调研上市公司及行业发展的基本面，直观了解上市公司经营管理、高管团队等财报难以展示的情况，并分析预测上市公司未来的发展前景，为股票投资决策提供支撑和依据。

调研次数和调研个股数均“过百”的信托公司



## 高端制造关注热度上升

与此前相比，有色金属、高端制造、新能源等相关领域的个股，被纳入信托公司调研名单的数量有所增加。

机构所调研的个股标的历来是市场关注的重点，信托公司在调研标的的选择上，扎堆多个热点标的。

据了解，今年10月份，容大科技(688005.SH)、高测股份(688556.SH)、华阳集团(002906.SZ)成为信托“团宠”的前三甲，分别获得10家、8家、7家信托公司前往调研。此外，数字政通、长远锂科、晶盛机电、瀚川智能、中矿资源等均吸引了6家信托公司调研。

从行业来看，计算机、医药生物、机械设备、电子元件、半导体等行业仍是热门，均有超过10家企业吸引信托公司参与调研。与此前相

比，有色金属、高端制造、新能源等相关领域的个股，被纳入信托公司调研名单的数量有所增加。

实际上，除了调研活动外，在三季度的加仓操作中，信托公司也用“真金白银”透露了自身的选择。东方财富Choice数据统计显示，截至今年三季度末，共有233家上市公司的前十大流通股东里出现信托资金的身影。从持仓变动来看，信托资金新进48只个股的前十大流通股东之列，还对二季度已持仓的21只个股进行了增持。

其中，紫金矿业(601899.SH)、中航机电(002013.SZ)已连续两个

季度获得信托公司增持，航宇科技(688239.SH)、天和防务(300397.SZ)、航天动力(600343.SH)等航天科技和军工装备领域的个股在今年三季度获得信托公司的加仓。

沪上一位信托公司相关业务负责人则表示，这些调研重点个股可能没有特殊的含义，可能和短期市场的公司路演时间点、个别估值较低或者业绩情况有关。

也有受访对象坦言，自三季度以来，市场上诸多成长赛道的公司，估值回到合理甚至被低估的位置。目前正加紧调研，争取把握逢低布局的机会。

## 建议优化持仓结构

有金融机构建议要优化持仓结构，“多看少动”。

中航信托宏观策略总监吴照银近日在接受《中国经营报》记者采访时也分析指出：“整体来看，目前宏观经济和资本市场都处于底部区间，未来向上是非常确定的。明确了这一点，就应该在底部进行布局，做好充分的调研和案头工作，以备在机会来临时能够迅速大规模出击。正是基于这样的逻辑，信托公司在10月份开始大面积调研，掌握充分的经济基本面和上市公司基本面信息，并做好布局，为接下来的股债投资做好预案。”

展望后市，多家信托公司投研人士提到当前市场具备较好的投资性价比，价值股、赛道股或有估值修复的机会。

建信信托最新投研观点认为，

当前Wind全A的PB估值处在历史十年的底部区域，处在低于估值中枢一倍到两倍标准差之间，具备投资性价比。我们继续看好三季度报中医药、科技、信创中的部分子行业逐渐有景气改善或高景气维持的趋势，因此这些子行业里面的部分公司，值得越跌越买，现在建议继续加仓。

策略方面，华宝信托认为，目前需要保持战略定力与正确站位，避免恐慌，维持均衡持仓，随着市场的企稳反弹，价值股、赛道股都会有估值修复的机会，其中基本面向好或政策支持的行业个股将有更好的向上弹性。需要回避或调仓的是三季报显示基本面出现实质性恶化或股价估值尚在高位的

股票。总之保持耐心，坚守长期主义，静待市场回归是11月的中心策略。

此外，也有金融机构建议要优化持仓结构，“多看少动”。上海信托在10月底发布的投研观点就指出，综合考虑经济弱修复态势、通胀温和以及人民币汇率压力等因素，预计国内利率将重回窄区间震荡走势，上行空间取决于经济修复的斜率，下行空间则要看是否有降息可能，当下二者概率均低，进一步延伸至债券类资产的投资配置，建议优化持仓结构、提升持仓券质量，杠杆回归中性偏低水平，多看少动、不做信用下沉，观察政策推进及经济修复的实际进度，静待更优的市场机会。

# 事涉4亿人 多险企推出“次标体”专属健康险

本报记者 陈晶晶  
北京报道

“带病人群”在投保时通常会被“一刀切”拒保。

公开数据显示，我国有着庞大的亚健康以及慢病人群，其中全国慢病群体已超4亿人。这类非标准健康体人群（记者注：亚健康

人群与慢病人群均被保险行业统称为“次标体”）与健康体相比，出险概率、健康管理成本更高，风险也更为复杂。

而如今，这一状况正在转变。《中国经营报》记者注意到，今年以来，头部大型保险集团、中型寿险及产险、专业健康险及互联网险企，均

积极投身于慢病保险市场创新大潮，持续推动“带病体”保险市场创新发展，为“带病体”人群提供更丰富、多元的产品选择。

## “带病”人群保障不足

目前，全国慢病人群数量已超4亿人，15岁以上人群发病率超34%，65岁以上人群发病率超60%。在“老龄化”快速演进、慢病“年轻化”以及医疗技术进步提高带病生存年限等因素下，我国“带病体”人群规模仍将持续增长。

不过，传统的重疾险和人身险更多倾向于对健康人群的保障，目前超8000亿元的健康险市场，保费大部分来源于健康人群。

麦肯锡发布的《奋楫：正当当时：中国商业健康险的挑战与破局》报告显示，在2.2万亿元人民币的非医保支出中，商保赔付支

出占比仅达10%（约2200亿元），且集中在中青年人群的重疾类赔付。商业健康保险对轻疾、慢病及老年人群的保障明显不足，其赔付支出仅占非医保支出的7%左右，疾病覆盖存在巨大的市场空白。

值得一提的是，国家和有关部门近两年多次出台相关政策，鼓励推动保险行业对于慢病保险的探索和创新，扩大服务覆盖面。

2021年9月，国务院印发的《“十四五”全民医疗保障规划》中指出，要更加注重发挥商业医疗保险作用，引导商业保险机构

创新完善保障内容，提高保障水平和服务能力。同年10月，银保监会下发《关于进一步丰富人身保险产品供给的指导意见》指出，提高老年人、儿童保障水平，进一步提高投保年龄上限，加快满足70岁及以上高龄老年人保险保障需求。适当放宽投保条件，对有既往症和慢性病的老年人群给予合理保障。科学厘定产品价格，简化投保、理赔流程，积极开发适应老年人群需要和支付能力的医疗保险和老年人意外伤害保险产品。加强老年人常见病的研究，加快开发老年人

特定疾病保险。围绕儿童生活、教育、医疗等方面实际需求，积极开发有特色的教育年金保险、残障儿童保险、儿童特定疾病保险等产品，加大对儿童先心病、罕见病等的医疗保障。

2022年1月，银保监会人身险部向各公司下发《关于我国商业健康保险发展问题和建议的报告》，深入剖析了当前商业健康保险发展中的问题，并指出相当一部分医疗保险缺乏专业化核保政策，简单将带病体、老年人拒之门外，持续保障的作用发挥不够，主观筛选人群规避赔付风险。

上也是各具特色。

例如，今年11月份“开门红”期间，友邦人寿推出《友邦如意悠享系列重大疾病保险》，覆盖结节和“三高”人群非常关心的三种轻度疾病。

此外，中荷人寿、同方全球人寿推出的“超越一号”、“凡尔赛plus”重疾产品也对患有三高、肺结节、乳腺结节、乙肝、甲状腺癌、抑郁症等多种疾病。从保险类别看，主要以报销型医疗保险为主，以给付型医疗险及重疾险为辅。从保障责任看，以往住院医疗费用报销为主，部分产品提供

质子重离子、特药等费用报销，部分创新产品包含手术意外保障、“确诊即赔”的“给付型”医疗保障、“报销+给付”的融合型医疗保障等责任。

不过，业内人士表示，当前“带病体”保险市场处于初级发展阶段，保险公司还需要同医疗机构、药企、慢病管理服务商等做好协同，进一步探索“带病体”人群核心需求以及当前“带病体”保险核心痛点，协同推进产品创新。

## 产品逐渐多元化

目前来看，险企参与意愿逐渐提升，越来越多的险企加速创新推出“带病体”保险相关产品。

今年以来，依托现有的定价与营运能力，保险公司针对乳腺疾病、甲状腺疾病、肝病、心脏病、脑血管疾病等病种，已经在非标准健康体领域进行了初步的尝试，推出了针对患有单病或患有多种疾病的可投保的健康险。这些产品不仅在覆盖人群、投保门槛方面不尽相同，在保障范围和服务内容

与服务，也将进一步提升保险产品的溢价和盈利能力。

事实上，挖掘高质量医疗数据，可以为风险管理夯实基础。目前各大健康险公司纷纷探索合法合规、规模化、系统化的医疗数据获取模式，包括与政府开展数据合作，以及通过医院系统获取诊疗数据两种模式。

圆心惠保首席战略官陈佳、战略规划经理邹亮亦撰文表示，做好“带病体”保险的风控，需要多维度发力：一是数据端的积累，包括医保体系的医疗及理赔数据，商保体系的理赔数据，药企、药店、医院等主体的用药及诊疗数据，公立医院及私立体检机构的体检数据，以及血糖血压等智能检测设备的高频检测数据等；二是经验及能力的积累，包括医保慢病经办及商保“带病体”保险的经验积累，以及当前保险科技领域在“带病体”保险产品设计及智能核保、风控的探索与实践；三是慢病管理的介入，通过提前介入“带病体”人群病程周期，管控病程进展，降低并发症及重症发生率，进而降低理赔风险。未来，在数据持续积累和丰富、经验及能力持续增强助力下，险企整体风控能力将持续提升，推动“带病体”保险业务可持续发展。

## 加强风控能力建设

不过，目前险企承保“带病体”人群也存在一些风险，包括数据不足、投保人与样本偏差、疾病发展趋势分析偏差造成的定价偏差等。并且，由于险企主要数据来源大多是内部运营数据，客户提供的个人信息和特定医疗机构的对接资源等，这些数据呈现碎片化特征，难以形成系统性的稳定数据支持。

一家寿险公司理赔人员对记者表示，“当前阶段受到数据缺乏、经验不足等影响，保险公司面临较高的经营风险，尤其是理赔风险。‘带病体’保险可持续发展的关键在于能否做好风控，精准、合理、有效地管控赔付风险，进而控制好整体经营风险。在保障‘带病体’人群疾病风险的同时，确保经营端的可持续。”

上述麦肯锡报告也指出，风险保障能力不足是中国商业健康险面临的一大紧迫挑战。对险企而言，加强风险管理能力建设，有效提升保险产品设计的科学性和精准性，并构建端到端精细化营运体系，是打造未来核心竞争力的关键所在。在此方面“破局者”有望率先切入庞大的带病人群市场，在精准控制风险的前提下，显著扩大可保人群范围，提升营业收入。同时，基于细分人群风险洞见而打造的定制化产品

# 促进区域协调发展 ——认真学习宣传贯彻党的二十大精神

京津研发 河北转化

## 河北加速构建协同创新共同体

本报记者 夏晨翔 北京报道

科技创新是促进区域经济高质量发展的重要举措，对推动区域产业技术变革和优化升级起到至关重要的作用。

### 打好核心技术攻坚战

正是围绕着新一代电子信息、高端装备制造、生物医药等主导产业，坚持打好核心技术攻坚战，河北省在科技创新方面才频频摘得“硕果”。

河北同光半导体股份有限公司（以下简称“河北同光”）成立于2012年，是一家专业从事第三代半导体碳化硅单晶衬底研发、生产的“专精特新”企业。

2020年，河北同光与中国科学院半导体研究所合作实施的5G通信宏基站用大尺寸、低缺陷SiC单晶片成果转化项目获得了重大科技成果转化专项200万元资金支持。

通过攻关，项目组掌握了高可用厚度直径6英寸碳化硅单晶生长技术，突破了我国高可用厚度碳化硅制备瓶颈，晶体生产成本降低30%以上，实现高质量、低成本6英寸碳化硅单晶衬底的产业化，助力破解我国因衬底品质、成本问题而

党的二十大报告指出，要强企业主导的产学研深度融合，强化目标导向，提高科技成果转化和产业化水平。

《中国经营报》记者了解到，近年来，河北省深入贯彻京津冀协同

制约下游器件发展的难题。

据了解，因其功能强大，碳化硅衬底材料被广泛应用于新能源汽车、光伏发电、轨道交通、智能电网、航空航天以及5G通信、卫星、雷达等领域。

“在电动汽车领域，如果采用碳化硅芯片，可以实现在电池不变的情况下，续航力增加10%。在5G通信领域，网络速度之所以快，也是因为它有一颗以碳化硅衬底材料为基础的强大心脏。”河北同光相关负责人告诉记者。

在河北，坚持科技创新、攻克技术壁垒的案例比比皆是。

2021年，唐山国芯晶源电子有限公司与南开大学合作的5G通信

发展战略和创新驱动发展战略，以加快构建京津冀协同创新共同体为主线，有力有效承接北京非首都功能疏解，着力推动京津科技成果在河北转化孵化，加快构建“京津研发、河北转化”的创新协作新模式。

来自河北省科学技术厅的统计数据显示，连续三年，河北省吸纳京津技术合同成交额超过200亿元。2021年，吸纳京津技术合同成交额首次突破300亿元，达到354亿元，同比增长69%。

设备用小型化OCXO及专用IC研发与产业化项目同样获得了重大科技成果转化专项200万元资金支持。

据了解，OCXO恒温晶体振荡器主要用于通信基站等通信设备中，作为频率基准源，提供精准的时钟信号，对通信网络工作稳定性起着至关重要的作用。但是长期以来，国内通信设备厂商一直采用国外产品。

通过攻关，项目组提升了产业技术水平和行业整体制造水平，满足了国内诸多通信设备制造商5G通信领域高稳定、高可靠、低功耗、小型化的要求，实现了关键频率元器件国产化替代。

同时，项目组还突破了OCXO

小型化核心技术并实现了产业化。项目建成后，OCXO体积缩小30%，提高产品调整效率4-5倍、降低功耗30%以上，远销国内外市场，累计销售突破8000万元。

而正是围绕着新一代电子信息、高端装备制造、生物医药等主导产业，坚持打好核心技术攻坚战，河北省在科技创新方面才频频摘得“硕果”。

以半导体产业为例，目前，河北省在第三代半导体产业占据了全产业链技术布局的先发优势，拥有同光半导体碳化硅衬底材料产业，中电科13所芯片设计、加工、封装产业，长城新能源汽车制造产业，成为全国为数不多的布局全产业链的省份之一。

### 推动科技成果高效转化

在保定，瑞普（保定）生物药业有限公司与北京市农林科学院合作了国家一类新兽药鸭坦布苏病毒灭活疫苗（HB株）中试与示范项目。

将科技成果转化成现实生产力，是促进科技与经济高效结合的最佳途径。

在沧州渤海新区临港经济技术开发区，总投资1.35亿元的中试熟化基地已全面进入项目入驻阶段。

“基地重点服务于绿色化工、新材料、生物医药等产业，面向全国承接中试熟化等相关工作，合作单位南开大学为基地的建设和发展提供技术支撑和成果来源。”沧州市科技局相关负责人介绍。

据了解，目前，中试熟化基地已与南开绿色化工研究有限公司、北京龙基高科生物、沧州信联化工、爱彼爱和新材料、北京化工大学等单

位签订或计划签订中试合作协议。初步估算上述企业中试产品投产后，年销售收入将达6亿元以上。

预计在三年项目建设实施周期内，促成科技成果转化不少于10个，支持高新技术企业不少于40家。

在衡水，来自中国科学院工程热物理研究所的超临界二氧化碳发电技术被应用到了多个领域。

2017年，中国科学院工程热物理研究所以专利作为无形资产作价入股成立衡水中科衡发动力装备有限公司，建成了国内唯一的超临界二氧化碳离心压缩机测试平台，完成了兆瓦级离心压缩机测试，性能指标达到国际领先水平。

在保定，瑞普（保定）生物药业有限公司与北京市农林科学院合作了国家一类新兽药鸭坦布苏病毒灭活疫苗（HB株）中试与示范项目。

此外，通过这一核心技术，该公 司还完成了透平机、回热器和冷却器等部件研发，建成了兆瓦级超临界二氧化碳发电实验机组。该实验机组的核心部件之一高强度微通道扩散焊换热器实现了产业化，应用在氢能等高端换热领域，打破了国外垄断，填补国内市场空白。发电机组整机实现示范应用，可实现年销售额超1亿元。

在保定，瑞普（保定）生物药业有限公司与北京市农林科学院合作了国家一类新兽药鸭坦布苏病毒灭活疫苗（HB株）中试与示范项目。

该项目针对严重危害我国水禽产业的新发疫病鸭坦布苏病毒无

疫苗和无诊断试剂的现状，从鸭坦布苏病毒病发病机制、病毒生物学特性等方面开展研究，首创了鸭坦布苏病毒灭活疫苗和免疫学检测试剂。

凭借着鸭坦布苏病毒病防控技术从0到1的重大原创性成果，该项目获得6项发明专利，2项农业农村部颁发的一类新兽药注册证书，入选2021中国农业农村重大新产品，技术处于国际领先水平。

值得一提的是，该项目产品除在瑞普（保定）生物药业有限公司转化外，还转让授权4家单位生产，在全国各省市广泛推广应用，保障和促进我国水禽产业健康发展，取得了显著的经济、社会和生态效益。

## 注重协同发展 成渝地区民营经济发展提速

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

作为国民经济的重要组成部分，民营经济健康发展备受重视。“构建高水平社会主义市场经济体制”等重点任务近来在多份顶层规划或重要文件中频繁出现，争创民营经济示范城市、大力发展民营经济也日益成为各省市与各城市群经济发展部署中的高频词。

作为深处内陆的重要城市群，成渝地区双城经济圈自规划之初即提出了大力发展民营经济

等要求。近年来，成渝地区从民营经济示范城市创建、民营经济协同发展示范区建设、县域民营经济改革等多方面推进民营经济健康发展，逐渐探索出一条民营经济协同发展之路。

多位专家向《中国经营报》记者表示，民营经济同时具有机动灵活、内生增长动能强劲等优势，激发其活力，有助于成渝地区双城经济圈尽快成为高质量发展重要动力源和增长极，而协同发展则是成渝地区民营经济健康发展的必经之路。

### 经济发展“生力军”

作为我国经济社会发展的重要基础，民营经济在稳增长、促就业以及改善民生、科技创新等多方面发挥着重要作用，有着“五六七八九”的特征，即税收贡献超过50%，国民生产总值占比超过60%，技术创新和新产品研发占比超过70%，城镇就业超过80%，企业数量占比超过90%。

多位专家认为，在成渝地区双城经济圈建设中，民营经济同样发挥着举足轻重的作用。

“民营企业是经济微观基础的最大主体，是成渝地区双城经济圈发展的重要支撑。”重庆工商大学长江上游经济研究中心

研究员李然认为，成渝地区双城经济圈建设中，民营经济在稳定经济增长等方面作用突显，民营企业也是双城经济圈发展的重要支撑。

“民营经济在经济发展方面发挥着‘生力军’作用。”李然指出，2021年四川省、重庆市民营经济增加值占GDP比重分别为54.5%、59.6%，表明民营经济在川渝两地经济增长中占据重要地位。

除支撑经济稳增长外，民营经济在促进科技创新、吸纳就业以及对外贸易与投资等方面也有着不俗的表现。

“成渝地区双城经济圈建设

背景下，民营经济在科技创新方面发挥着‘主力军’作用，在吸纳就业方面发挥着‘主渠道’作用，在财政收入方面发挥着‘主动脉’作用。”李然指出，民营经济是技术创新的重要主体，近五年来川渝两地民营科技型企业数量增长400%以上，高新技术企业数量增长90%以上。

“成渝地区民营经济在对外贸易与投资方面也发挥着‘引领’作用。”李然表示，民营经济主体竞争意识强烈，为了扩大市场规模会积极开拓国际市场，2021年四川省、重庆市民营企业进出口额分别占相应地区进出口总额30%与40%左右。

作用愈发突显下，民营经济健康发展日益受到各方重视。实际上，早在成渝地区双城经济圈规划之初，大力发展战略性新兴产业即作为一项重要任务被提出，且协同发展被定调为地区内民营经济发展的主要路径。

《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》即提出要大力发展战略性新兴产业，并在政商沟通机制建设、川渝商综合服务平台搭建、民营经济示范城市创建等方面提出具体要求。

近年来，从民营经济协同发展示范区建设，到县域民营经济改革，以及地区内重点城市或示范区建设中，成渝地区的相关政策部署多围绕协同发展，地区内民营经济也在协同发展与合作之路上得以健康发展。

“近年来，受疫情等多种不利因素影响，成渝地区民营经济发展遭遇不同程度困难，但就整体而言，地区内民营经济依然保持着良好的发展态势。”李然指出，近年来成渝地区民营经济规模不断壮大、投资活跃

度较高，保持着良好的发展态势。2021年，四川省、重庆市民营市场主体数量增幅分别是7.6%、11.0%，重庆民间投资同比增长9.3%、9.6%。

不过，当前成渝地区民营经济仍面临不少问题。

“对比沿海地区，成渝地区民营经济总量不高、增速仍有提升空间。”李然认为，当前成渝地区民营经济还面临着后续增长乏力、民营经济对经济增长贡献率持续走低以及个体工商户活跃度和存活度表现不佳等问题，需要各方共同努力解决。

“川渝两地民营市场主体实有数量连续两年保持两位数增速，但私营企业与个体工商户表现出现分化。”李然指出，川渝两地私营企业数量增速连续三年走高，而个体工商户数量增速下滑，导致民营市场主体整体增速下降，2021年个体工商户新设数量出现负增长。

“首先还是要增加民营企业发

展信心，相信民营企业，依法保护民营企业权益。”汤继强认为，为促进民营经济健康发展，成渝地区相关政策要向精准化、个性化发展，不能“一刀切”，市场准入方面也要平等对待，并可尝试设立风险补偿资金，制度化解决民营企业融资难题。

李然则认为，成渝地区要围绕民营经济示范城市建设等重点工作，从扭转第二产业发展乏力态势，抢抓数字经济发展政策机遇，支持民企融入双循环格局以及激发中小微企业和个体工商户等市场主体活力等方面推动民营经济平稳健康发展。

“目前，成渝地区三产逐步恢复至疫情前水平，一产民间投资增速显著高于全国水平，但二产的发展势头及动能相对较弱。”李然认为，要扭转第二产业发展乏力态势，成渝地区需积极承接东部优势地区产业转移，推动产业链核心环节本地化、供应链多元化。

仍普遍不及大中城市，而除平等市场准入条件等共性路径外，县域民营经济还要格外重视人才引进与特色培育。

“就成渝地区而言，民营企业为县域经济发展、民生改善、扩大就业等作出了巨大贡献，已经成为县域经济的‘半壁江山’。”李然认为，成渝地区应从融资增信、降本减负、探索惠企服务直达方式以及探索转企升规机制等方面推动县域民营经济改革，探索建立“转企升规”协同推进机制，实施分行业动态管理、梯次培育。

### 协同发展

承担着城乡协同发展示范探索重任，近年来成渝地区双城经济圈还格外重视县域经济发展，并持续深化县域民营经济改革。

“县域是城乡融合的重要切入点，县域经济在城乡融合发展具有天然优势和独特作用。”李然认为，县域作为城市和乡村、工业和农业、国家和社会的联结点，以其为载体促进县域经济发展，可以推动城乡融合，较之于其上的省市和其下的乡镇更具稳定性和可操作性，因此近年来县域经济愈发受到各方重视。

### 县域民营经济改革

从成渝地区来看，李然指出，县域经济在成渝地区国民经济中占有相当比重，部分县可能发展成为新的经济增长点，结合县域经济在城乡融合发展方面的重要作用，近年来成渝地区格外重视县域经济发展。

不过，多重因素影响下，相较于大中城市，县域民营经济发展较为落后，市场主体活力仍待进一步激活。

“县域民营经济发展普遍落后于大中城市，导致我国经济末梢发展不良。”汤继强认为，县域民营经济起着固基强本的作用，当前发展

### 京津冀产业协作共进

今年以来，三河市已签约北京转移项目42个、总投资534亿元，累计承接项目154个、总投资903亿元。

推动京津冀协同发展，产业协作是重要引擎。

2020年，国家发展改革委发布《北京市通州区与河北省三河、大厂、香河三县市协同发展规划》，从国家层面为推动通州和北三县协同发展进行“顶层设计”。

毗邻通州的三河市，依托区位优势精准施策，确立了“科创燕郊、智造三河”的县域经济定位，聚焦北京“摆不下、离不开、走不远”的功能和产业，积极构建“北京研发、三河转化”产业协作新格局。

如在柔性引进高层次人才方面，《措施》提出，鼓励本省企业引进京津高校院所科研人员担任“科技副总”，满足相关条件的，可在河北申报职称评审，专业技术人员职称京津冀互认。

在共建科技研发和中试基地方面，定向委托京津一流高等院校与河北共建科技创新平台示范基地，承担省级重大研发任务。在各地布局一批中试熟化基地，提供中试熟化、测试认证服务，吸引京津项目、科技成果入驻熟化、孵化，对符合条件的基地项目，给予最高500万元经费资助。

此外，鼓励本省园区、企业在京津设立实验室、产业研究院、企业技术中心等研发机构，借力京津高水平科技资源和高端人才，推进创新要素跨区域链接。符合规定的纳入省级研发平台进行管理，按规定给予支持。



目前，河北省沧州市中试熟化基地已全面进入项目入驻阶段，正在开展厂房装修及设备安装等工作。

本报资料室/图

# 住建部要求做好“保租房”监测评价 将纳入地方政府绩效考核

本报记者 余燕明 北京报道

各大城市发展保障性租赁住房的年度监测评价结果，将纳入对地方政府的绩效考核。

日前，住建部、国家发展改革委、财政部联合印发了《关于做好发展保障性租赁住房情况年度监

测评价工作的通知》(以下简称《通知》，旨在结合工作实际，突出各项支持政策落地见效，切实在解决新市民、青年人住房困难方面取得实实在在进展等。

《通知》提出各省级政府将监测评价结果纳入对城市政府的绩效考核，进一步强化

监测评价结果运用，督促指导城市切实加快发展保障性租赁住房。

“监管层为加快发展保障性租赁住房制定了一整套较为完善的配套政策和管理制度，包括金融、财税、土地等配套政策，还有保障性租赁住房的准入、使

用、退出、运营等管理机制，确保让大城市存在住房困难的新市民、青年人受益。”克而瑞研究中心一位分析师对《中国经营报》记者表示，“更重要的是各项政策的落地与实践。目前来看，各大城市发展保障性租赁住房工作高质高效。”

## 重点关注目标制定与计划完成情况

新市民和青年人多、房价偏高或上涨压力较大的城市，在“十四五”期间应大力增加保障性租赁住房供给。

为做好发展保障性租赁住房情况年度监测评价工作，《通知》出台了细致的年度重点监测评价内容及评分参考。

据记者了解，具体内容及评分参考共分为四个大项及扣分项。其中，“确定发展目标，推进计划完成”总计30分，“建立工作机制，落实支持政策”总计30分，“严格监督管理”总计20分，“取得工作成效”总计30分，三个扣分项每例或每次扣5分。

在“确定发展目标，推进计划完成”的年度监测评价上，《通知》重点考核各大城市在摸清保障性租赁住房需求和存量土地、房屋资源的基础上，支持各类主

体参与建设保障性租赁住房，科学确定“十四五”保障性租赁住房建设目标，制定年度建设计划，并向社会公布；加快“十四五”保障性租赁住房建设目标落地实施；加快发展保障性租赁住房建设计划完成情况；保障性租赁住房使用情况；加快保障性租赁住房项目建设和完成投资情况等五个方面。

比如，新市民和青年人多、房价偏高或上涨压力较大的城市，在“十四五”期间应大力增加保障性租赁住房供给，未公布建设目标和年度建设计划或“十四五”期间新增保障性租赁住房占新增住房供应总量的比例低于10%的均不得分，占比10%~20%得4分，占比20%~30%得7分，达到30%及以上得10分。

已开工建设的保障性租赁住房套数占本地区“十四五”建设目标数的比例2022、2023、2024、2025年末应分别不低于40%、60%、80%和100%。比例高于或等于目标值的得5分；低于目标值20个百分点及以内的得2分；低于目标值20个百分点以上的不得分。

年度实际开工建设的保障性租赁住房套数大于或等于年度计划数的得5分；未完成的不得分。已出租的保障性租赁住房占累计已竣工保障性租赁住

房的比例达到90%及以上的得满分；未达到90%的，每低一个百分点扣0.1分；比例低于40%(含)不得分。年度保障性租赁住房完成投资占当年计划完成投资的比例达到100%及以上的得满分；未达到100%，每低一个百分点扣0.2分；比例低于75%不得分。

“考核内容与评分参考，实际上是为各大城市在‘十四五’时期加快发展保障性租赁住房设定了目标和节点，有助于城市政府制订计划和有序落实。”中指研究院一位分析师评价说，“打分标准与分数权重，反映了发展保障性租赁住房工作的轻重缓急。”

## 全面监督各项配套政策落实成效

纳入年度计划且已投入运营的保障性租赁住房项目中，已落实房产税税收优惠政策的项目比例达到100%的得5分。

在“建立工作机制，落实支持政策”的年度监测评价上，《通知》重点考核各大城市明确本地区发展保障性租赁住房的具体措施；建立市县人民政府牵头、有关部门参加的推进保障性租赁住房发展工作机制；加快推进保障性租赁住房项目认定工作；建立与税务部门的联动机制，确保保障性租赁住房建设经营单位凭项目认定书，落实住房租赁房产税税收优惠政策；建立与供水、供电、供

气等企业单位的联动机制，确保保障性租赁住房建设经营单位凭项目认定书，落实民用水电气价格政策。

另外还包括引导市场主体加强与金融机构的沟通对接，加大对保障性租赁住房建设运营的金融支持力度；对现有各类政策支持租赁住房进行梳理，包括通过利用集体建设用地建设租赁住房试点、中央财政支持住房租赁市场发展试点、非房地产企业利用

自有土地建设租赁住房试点、发展政策性租赁住房试点建设的租赁住房等，符合规定的均纳入保障性租赁住房规范管理等方面。

具体评分细则上，纳入年度计划且已投入运营的保障性租赁住房项目中，已落实房产税税收优惠政策的项目比例达到100%的得5分；未达到100%，每低一个百分点扣0.1分；比例低于50%的不得分。

获得信贷、REITs、专项债等资金支持的保障性租赁住房建设项目建设数占需要资金支持的保障性租赁住房建设项目总数的比例达到100%的得5分；未达到100%，每低一个百分点扣0.1分；低于50%的不得分。



各大城市发展保障性租赁住房的年度监测评价结果，将纳入对地方政府的绩效考核。

视觉中国/图

## 变相销售、违规经营等情形将扣分

《通知》重点考核新市民、青年人等群体对本地区发展保障性租赁住房工作的满意度在70%以上。

在“严格监督管理”的年度监测评价上，《通知》重点考核建立健全住房租赁管理服务平台，将保障性租赁住房项目纳入平台统一管理；加强建设管理，将保障性租赁住房纳入工程建设质量安全监管，并作为监督检查的重点。

《通知》还要求加强出租管理，根据不同的建设筹集方式，结合实际，明确保障性租赁住房准入和退出的具体条件、小户型的

具体面积标准以及低租金的具体标准，并抓好落实，确保保障性租赁住房符合小户型、低租金、面向新市民和青年人供应的要求；加强运营管理，出台具体措施，坚决防止保障性租赁住房上市销售或变相销售，严禁以保障性租赁住房为名违规经营或骗取优惠政策等方面。

在“取得工作成效”的年度监测评价上，《通知》重点考核新市

民、青年人等群体对本地区发展保障性租赁住房工作的满意度在70%以上，居住保障性租赁住房的新市民、青年人等群体满意度在90%以上；发展保障性租赁住房促进本地住房租赁市场稳定，市场平均租金价格变动在合理区间内；发展保障性租赁住房促进本地房地产市场稳定，新建商品住宅和二手住宅价格变动在合理区间内。

根据《通知》，对于发展保障性租赁住房情况年度监测评价，罗列了三种情形的扣分项，包括出现《国务院办公厅关于加快发展保障性租赁住房的意见》禁止的不得上市销售或变相销售情况的，每例扣5分；出现以保障性租赁住房为名违规经营或骗取优惠政策的，每次扣5分；发展保障性租赁住房出现负面舆情的，每次扣5分。

# 共同打造千百亿级产业集群 广清一体化迎来发展新机遇

本报记者 陈靖斌 广州报道

近日，广州市政府网站发布《广清一体化“十四五”发展规划》(以下简称《规划》)。根

据《规划》，到2025年，广(广州)清(清远)一体化将基本实现全方位高质量发展，一体化发展的体制机制全面建立，清远市南部地区到大湾区核心

“十三五”时期，广清在实施基础设施、产业发展、营商环境“三个一体化”的基础上，还将“公共服务”和“生态环境”增加到一体化发展中，

从而使得广清一体化发展从“三个一体化”提升为“五个一体化”。

科创中国高丞乡创服务团团长孙文华告诉《中国经营

记者，广清一体化打破空间壁垒，形成城市空间的重塑，这无论是对广州来说，还是对清远而言，都是新的发展机遇。

## 构建多通道交通体系

根据《规划》，广清将按照“统一规划、合理布局、适度超前、安全可靠”的原则，统筹推进交通、水利、能源和新一代信息基础设施规划建设。

“十四五”期间，广清将统筹推进广清轨道交通、高速公路、北江航道等重大交通项目和跨市公交系统建设，推动构建清远市南部地区与广州中心城区形成“半小时通勤圈”。

尤其在轨道交通方面，两市将构建多层次、多通道的轨道交通衔接体系。《规划》提出采用合理的轨道交通衔接模式，打造以高速铁路和城际轨道为主的快速轨道交通客运体系，实现广清轨道交通网络一体化和换乘一体化。

其中，重点推进广清城际铁路清远至广东省职教城段(北延线)和广州白云至广州北段(南延线)建设，并规划研究广清城际北延线西环段、广州东至花都天贵城际北延至清远等项目。加快推进广清城际实现公交化运营，争取尽早实现清远与广州中心城区的直接连通，真正实现“一张票、一张网、一座城”。

此外，“十四五”期间，广清还将共同推动新一代信息技术设施建设，以5G网络、高速光网、互联网协议第六版(IPv6)、移动物联网、工业互联网建设为重点，助力广州市打造粤港澳大湾区信息基础设施领先城市，推动清远市信息基础设施发展水平进入广东省粤东西北城市前列。

而对于广州市、清远市而言，产业发展也是区域一体化的着重发力点。

“十四五”期间，广清将深挖广清两市的资源禀赋和产业互补优势，以

产业合作园区为载体，以产业创新与转化平台为依托，以先进制造业、绿色生态产业、现代服务业为切入点，共同打造一批千百亿级产业集群。

根据《规划》，广清将深挖产业互补优势，构建深度对接的完整产业链条，探索“广州总部+清远基地”“广州前端+清远后台”“广州研发+清远制造”“广州孵化+清远产业化”等合作共建模式。并以两市产业共建园区为主要载体，在清远市全域重点打造新材料及精细化工千亿级产业集群，大力发展汽车整车、电子信息、先进装备制造、医药健康等五百亿级产业集群，培育数字印刷等百亿级产业集群。

《规划》还提出，以广州市融创文旅城和清远市长隆国际森林度假区两大主题公园为核心，联合打造跨区域精品旅游线路，探索设立“广清电子旅游卡”。加快推进清远市在广州各区打造产销综合服务平台，进一步完善粤港澳大湾区“菜篮子”产品清远市配送中心建设。

此外，“十四五”期间，将强化广清经济特别合作区先行先试的示范引领作用。优化合作区功能布局，根据广清产业园、广佛(佛冈)产业园、广德(英德)产业园、广清空港现代物流新城“三园一城”的要素禀赋条件，在清远市全域重点打造新材料及精细化工千亿级产业集群；同时，加快广州花都(清新)产业转移工业园、广州白云(英德)产业转移工业园等省级产业园区培育特色产业集群，依托两市产业共建园区培育形成100亿、500亿、1000亿级产业集群。

## 广清一体化再迎新机遇

事实上，在广州发布《规划》前，清远已在全方位深化广清一体化。

2022年清远市《政府工作报告》指出，五年来，清远市抢抓“双区驱动”“双城联动”及横琴和前海“两个合作区”建设等重大发展机遇，全方位深化广清一体化，入珠融湾迈出坚实步伐。

北江航道扩能升级工程、广清城际(一期)、“高接高”、汕昆高速、汕湛高速清远段等一批重大交通项目建成，高速公路、等级公路通车里程分别居广东省第2和第3，推动广清永高铁项目列入“十四五”铁路发展规划工作取得重大突破，“清远不远”优势更加凸显。

“放管服”改革、“数字政府”建设扎实推进，在广东省率先实现工建系统“一网通办”、率先实现政务服务自助机行政村全覆盖，“两减一即”指标保持在广东省前列，广清“跨城通办”事项达66个，各类市场主体净增10万户。更多优质资源实现互通共享，共建大湾区北部生态文化旅游合作区，建成大湾区“菜篮子”生产基地43个，303所学校、62家医院与广州市建立结对帮扶关系。

值得一提的是，在加快广清经济特别合作区建设方面，自去年7月以来，《广清经济特别合作区建设总体方案》获广东省省委省政府批复实施，“三园一城”发展势头良好，新动工项目57个、投

产项目27个。

广清产业园湖岸西路、华清产业大道(一期)建成，北部片区加快拓展，获广东省“年度经济功能区优秀奖”。广德(英德)产业园英红科创小镇、中南核心区、万洋美妆众创城、奥园文旅城4个特色产业板块初具雏形。

广佛(佛冈)产业园万洋众创城、中创材料谷等11个项目动工建设，初步形成“两谷两园两院”产业格局。广清空港现代物流新城建设加快推进，锦邦冷链物流园投入运营，综合服务中心项目启动建设。

未来，清远市还将坚持优势互补、高质协同，推动广清一体化水平持续提升，高质量建设广清经济特别合作区。

2022年清远市《政府工作报告》指出，清远将不断完善体制机制，加快管理机构实体化运作。强化“三园一城”招商引资和项目落地，力争新引进项目48个，新动工项目31个、投(试)产项目33个，投资增长22%以上。

进一步提升广清产业园软环境，推进广州路北延线、污水处理厂二期等项目建设，加快推动新塘组团、湖岸西路片区开发建设，实施“CSO首席服务员”试点。加快广佛(佛冈)产业园配套设施建设，全力推进生物岛拓展区、中科天机机器人研究院等项目建设。

完善广德(英德)产业园规划，做好中南片区前期工作，加快广建、温氏、皇朝家私等项目建设。理顺广清空港现代物流

产业新城管理体制，力争建成中国南部物流枢纽二期、启动三期建设。

孙文华表示，清远市优越的地理位置将为广清一体化的产业发展带来重大机遇。“清远占地1.9万平方公里，人口约396万，属于广东省地级市，清远市处于广东的中北部，靠近广州市和佛山市。而广州市长期对接清远市，两市已经有很深的合作基础，广清一体化以工业园合作为契机，从广州市的角度而言，可以腾挪空间将一些传统工业迁移到清远市，对企业来说也能够降低各类成本。从清远市的角度来讲，也可以通过工业园的建设，带动当地就业，逐步带动产业发展。”



根据相关规划，到2025年，广清一体化将基本实现全方位高质量发展。图为广清城际铁路开通首日，乘客在合影留念。 视觉中国/图

# 房企转型探索新模式

本报记者 余燕明 北京报道

过去两年来,越来越多的房地产商谋求转型发展新业务、探索新模式。

近日,鲁商健康产业发展股份有限公司(600223.SH,以下简称“鲁商发展”)发布公告称,公司拟将持有的房地产开发业务相关资产及负债转让至控股股东山东省商业集团有限公司或其所属公司。

据《中国经营报》记者了解,鲁商发展目前的主营业务为房地

产、生物医药、化妆品、原料及衍生品、添加剂。通过本次交易,鲁商发展将名下房地产开发业务相关资产置出,将聚焦于生物医药、化妆品、原料及衍生品、添加剂等大健康业务。

去年底举行的中央经济工作会议,针对房地产业首次提出“探索新的发展模式”。今年4月,证监会、国资委、全国工商联下发《关于进一步支持上市公司健康发展》的通知,提出“依法依规支持上市公司积极向新发展模式转型”。

记者注意到,今年以来,广宇

发展(000537.SZ)通过重大资产重组的方式,完成了原有房地产业务资产置出,置入了新能源发电业务,上市公司主要业务从房地产业开发与销售变更为风能和太阳能的开发、投资和运营;中国电建(601669.SH)通过资产置换的方式,将其所持房地产板块资产置出,置入优质电网辅业相关资产,实现了“去房地产化”。

另一家上市房地产商宋都股份(600077.SH)新设立了全资子公司浙江宋都锂业有限公司、浙江宋都锂业科技有限公司,尝试涉

足锂业相关领域,并拟垫资16亿元参与阿根廷锂钾有限公司年产5万吨碳酸锂盐湖提锂建设项目设备采购。

“广宇发展在今年顺利实现向风电光伏发电为主的绿色能源转型。虽然上半年营收因业务调整有较大下滑,但是利润大幅扭亏为盈。”西南证券研究发展中心一位分析师表示,“完成绿电转型后,广宇发展的资本结构得到优化。未来将研究拓展新业态、新模式,推动产业转型,打造综合型绿色能源服务产业群。”

## 房地产转型大健康

鲁商发展要彻底剥离上市公司营收比重最高的房地产业务相关资产及负债。

鲁商发展已经决定将聚焦大健康产业总体布局,向健康产业进行转型,致力于成长为国内领先的大健康产业综合运营商。

按照鲁商发展公告,预计本次交易会构成重大资产重组,但不会导致上市公司控股股东和实际控制人发生变更。

据了解,通过本次交易,鲁商发展将名下房地产开发业务相关资产置出,剩余其他业务2021年收入合计约31亿元,归母净利润合计约2.5亿元;2022年前三季度收入合计约25亿元,归母净利润合计约2亿元。

鲁商发展目前的主营业务为房地产、生物医药、化妆品、原料及衍生品、添加剂。若交易顺利完成,鲁商发展将聚焦于生物医药、化妆品、原料及衍生品、添加剂等大健康业务。该公司称,这次交易有利于改善上市公司的资产质量,提升可持续经营能力和盈利能力。

2021年,鲁商发展实现营业收入123.6亿元,其中房地产业务收入接近97亿元,占比78.4%;化妆品收入14.9亿元,占比12.1%;生物医药收入5.4亿元,占比4.4%;原料及添加剂收入2.4亿元,占比1.9%。2022年上半年,鲁商发展实

现营业收入48.4亿元,其中房地产业务收入32.8亿元,占比67.8%。

2008年底,鲁商发展通过重大资产重组及发行股份购买资产的方式,将房地产资产注入上市公司,实现了业务转型,主营业务由化纤新材料、纺织品、片剂、胶囊、热能电力的生产与销售、医疗服务、康复疗养、医疗咨询服务,转变为房地产业务,上市公司名称变更为“鲁商置业股份有限公司”。

从2016年起,鲁商发展开始拓展大健康养老产业,搭建了“医养康护游乐教”结合的多层次立体化的健康养老服务体系。2018年,鲁商发展受让了山东省商业集团有限公司持有的山东福瑞达医药集团有限公司全部股权,进一步完善了医药康养产业链条,“地产+医养”发展模式基本成型。

据了解,山东福瑞达医药集团有限公司主要从事药品、保健食品、化妆品、生物技术产品等的研发、生产与销售。由此,鲁商发展的主营业务从房地产业务延伸到了药品、化妆品、保健品和添加剂等。

当时,鲁商发展与控股股东山东省商业集团有限公司的战略思路是将优质医疗资产置入上市



今年,鲁商发展、广宇发展、中国电建等房地产企业相继转型发展新业务、探索新模式。

视觉中国/图

公司,充分发挥上市公司健康业务板块资本运作的平台作用。

2019年,鲁商发展制定实施了生物制药、生态健康“双轮驱动”战略,致力于构建融合健康地产、生物医药、健康管理等领域的复合型健康产业生态圈,精耕生物医药和生态健康的细分领域,以医药、医美、康养、投资为业务模块,向综合型健康生活服务集团转型。

鲁商发展在2019年也完成了上市公司名称变更,由“鲁商置业股份有限公司”变更为“鲁商健康产业发展股份有限公司”。

现在,鲁商发展要彻底剥离上市公司营收比重最高的房地产业务相关资产及负债,以山东福瑞达医药集团有限公司为核心企业,深入实施生物医药和生态健康产业双轮驱动,进一步向大健康产业转型。

# 以城市更新为契机 西安多举措改善居住条件

本报记者 黄永旭 北京报道

“小区经过升级改造,楼体外立面翻新、加装电梯、增设老年服务设施,不仅更好看,而且住着更舒服了。”西安市雁塔区某小区居民高兴地说。

近年来,西安市有序推进城市有机更新,涌现出易俗社文化街区、西影厂、老钢厂、幸福林带等一批优秀改造项目,老旧小区焕然一新、城市面貌改头换面成为街头巷尾热议的话题。

## 老旧小区换新颜

2021年11月,住房和城乡建设部发布《关于开展第一批城市更新试点工作的通知》,西安市上榜全国第一批城市更新试点城市。

在2022年西安市《政府工作报告》中,提出按照“政府主导、科学规划、突出重点、量力而行、防范风险”原则,稳妥有序推进老旧小区、老旧厂区、老旧街区和城中村等存量片区改造,着力解决基础配套、公共服务、消防和公共卫生等隐患问题。

今年6月,国务院办公厅对西安

市作出通报表扬,在《关于对2021年落实有关重大政策措施真抓实干成效明显地方予以督查激励的通报》中指出,西安市在城镇老旧小区改造、棚户区改造、发展保障性租赁住房方面工作成效明显。

西安市城中村(棚户区)改造事务中心方面表示,西安的城市规划、建设、管理、经营模式将逐步进入有机更新阶段。城市更新不再走以前大拆大建的老路,将以完善城市功能、提升老百姓获得感为目标。

改造的一个缩影。据了解,2021年全年,西安市改造老旧小区753个、880余万平方米。过去五年,西安市完成2008个老旧小区和599条背街小巷改造,打通断头路144条,城乡人居环境大幅改善。

西安市城中村(棚户区)改造事务中心方面表示,今后五年,西安市将继续实施城市更新行动,加快城中村、老旧小区、背街小巷等改造,提升水电气暖、道路等基础设施水平,不断完善城市功能。

除了老旧小区改造之外,西安市还把推动保障性租赁住房发展,作为破解市民“住房难”问题的重要举措。

记者了解到,2021年以来,西安市住建局积极推动保障性租赁住房发展,开展了一系列工作,在破解项目审批、土地供应、资金筹集等难题上求突破,切实把保障性租赁住房作为“十四五”住房保障工作的重点,确保各项政策落地见效,推动建立“多主体供给、多渠道保障、租购并举”的住房制度。

截至目前,西安市已累计筹集保障性租赁住房项目29个,约4.4万套。其中,有14个项目约2.1万套已发放保障性租赁住房项目认定书。

## 城改项目“加速跑”

日前,西安市多个项目迎来新进展,其中沙滹沱片区、西等驾坡片区、曲江新区东三爻安置小区等项目,正在加速建设。

西安市雁塔区沙滹沱片区城市更新项目是西安首批城市更新试点项目,也是重点民生项目,已于2021年10月正式开工。

该项目分为住宅区和商业区,商业区正在规划设计阶段,建成后主要用于酒店、办公、公寓及沿街商业,住宅区占地面积约111亩,分为地块4和地块7两个地块,建成后主要用于村民回迁,由11栋高层住宅、2栋高层公寓、1个幼儿园、4栋服务配套设施共18个单体组成,总建筑面积29.75万平方米,现场正在全力推进各楼宇主体施工进度。

陕建一建沙漠沱片区城市更新项目生产经理杨超表示,目前项目10栋住宅已经全面进入主

体施工阶段,其中一栋已经封顶,即将进入二次结构施工,预计2023年7月底完成所有主体施工任务,如期交付使用,力争村民早日回迁。

在雁塔区西等驾坡城市更新安置楼项目现场,塔吊林立,机械轰鸣,11栋包含安置楼和配套设施的单体建筑同时施工,一片热火朝天的景象。

据介绍,该项目总占地244亩,总投资69亿元。项目分为两个标段,一标段占地129亩,建筑面积31.2万平方米,规划建设20栋单体建筑。二标段占地115亩,建筑面积34.8万平方米,规划建设17栋安置楼及配套设施。

记者了解到,该项目是雁塔区重点民生保障项目,采取原址安置的方式,将安置西等驾坡村约721户,共3900余村民。项目配建商业、幼儿园和小学,以满足

## 城市更新高质量发展

党的二十大报告提出,坚持人民城市人民建、人民城市为人民,提高城市规划、建设、治理水平,加快转变超大特大城市发展方式,实施城市更新行动,加强城市基础设施建设,打造宜居、韧性、智慧城市。

此前,住建部发布的《关于在实施城市更新行动中防止大拆大建问题的通知》,对沿用过度房地产化的开发建设方式踩下了刹车,也明确指出,城市更新过程中要摒弃大拆大建行为。

西安市作为全国首批城市更新试点城市,没有现成的经验做法借鉴,试点的意义是探索城市更新“新措施”“新模式”。

西安市城中村(棚户区)改造事务中心方面表示,探索城市更新统筹谋划机制、探索城市更新可持续模式、探索建立城市更新配套制度政策,对于西安来说,是一个重要机遇。

2021年11月,西安市政府发布的《西安市城市更新办法》指出,城市更新工作应当遵循政府主导、科学规划、多方参与、量力而行、成果共享、防范风险的原则,优先保护生态环境和城市特色文化,顺应城市发展规律,统筹兼顾各方利益,以内涵集约、绿色低碳发展为路径,严防大拆大建,加强修缮改造,补齐城市短板,注重提升功能,增强城市活力,延续

## 新能源成为转型风口

鲁商发展、广宇发展、中国电建等房地产商顺利转型发展新业务、探索新模式,受益于其央企、国企控股股东在资源与业务上的协同支持。

广宇发展和中国电建在今年也都已经完成了房地产业务相关资产的剥离,实现了“去房地产化”,顺利向光伏、风电等新能源行业转型。

其中,广宇发展通过与控股股东鲁能集团有限公司及其关联方都城伟业集团有限公司进行重大资产重组的方式,将原有房地产业务资产全部置出,同时置入行业前景良好、竞争优势突出、发展前景较好的新能源发电业务资产。

此前,广宇发展的主营业务为房地产业务,房地产业务收入为上市公司主要收入来源。今年完成重大资产重组后,广宇发展的公司名称已经变更为“天津中绿电投资股份有限公司”,上市公司主要业务转型成了风能和太阳能的开发、投资和运营。

广宇发展方面称,通过重大资产重组,上市公司将实现业务转型,拓宽盈利来源,提升可持续发展能力、抗风险能力以及后续发展潜力,为整体经营业绩提升提供保障,符合公司股东的利益。

2022年上半年,广宇发展实现营业收入17.7亿元,归母净利润4.1亿元。当期累计完成发电量41.43亿千瓦时,较上年同期增长了2.24%。

广宇发展方面表示,上市公司已实现主营业务由房地产业向绿色能源产业的转型,将积极发展海上风电、光伏发电,大力开发海上风电,深入推动源网荷储一体化和多能互补发展,积极开展储能业务,实施差异化竞争,基本形成了“海陆齐发”的业务布局。上市公司将持续研究拓展新业态新模式,推动产业链延伸拓展、价值链向高端迈进,打造资产优良、业绩优秀的综合型绿色能源服务产业集群。

中国电建也是通过与控股股东中国电力建设集团有限公司进

行资产置换的方式,剥离了房地产业务资产,置入了优质电网辅业相关资产。

中国电建方面称,本次资产置换有利于减少上市公司与控股股东之间的同业竞争,同时置入优质电网辅业资产,有利于进一步优化上市公司资产、完善产业结构,置入资产整体盈利能力高于置出资产,有利于增厚上市公司的净资产收益率和每股收益,提高上市公司盈利水平和资产质量。

鲁商发展、广宇发展、中国电建等房地产商顺利转型发展新业务、探索新模式,受益于其央企、国企控股股东在资源与业务上的协同支持。而部分民企房地产商的新业务转型、新模式探索,则面临着更大的挑战。

今年初,宋都股份新设立了全资子公司浙江宋都锂业有限公司、浙江宋都锂业科技有限公司,准备涉足锂业相关业务,并计划垫资16亿元参与阿根廷锂钾有限公司年产5万吨碳酸锂盐湖提锂建设项目设备采购。

受此消息影响,宋都股份在二级市场的股价出现大幅波动,连续多个交易日涨停。不过,宋都股份拟垫资16亿元参与阿根廷锂钾有限公司年产5万吨碳酸锂盐湖提锂建设项目设备采购相关合作告吹,在转型探索锂业相关业务过程中的首次尝试遇困。

“探索新的发展模式,就是要让房地产业回归本质,实现健康发展和良性循环。现在保障性租赁住房、公募REITs、代建业务等,都具备新模式、新业态的特征。”一家大型地产商北京地区负责人告诉记者,“但是如果跨界太大、门槛过高、投入较大,必然存在风险。还是应该围绕房地产业链条上下游进行延伸探索,平衡风险、循序渐进。”



由老厂区改造而成的西安际华3511文创科技园。

王登海/摄影

安置群众的生活需要。预计2024年2月前村民回迁。

中铁十四局集团西等驾坡城市更新项目二标段工程师李春龙介绍,本项目住宅主体结构完成45%,已经完成首栋住宅的主体封顶,二次机构工程也在陆续开展,地下车库主体结构完成了60%。

此外,记者从西安市自然资源和规划局官网了解到,西安市灞桥区方家村城中村改造项目规划公示。方家村城改项目的3宗地块,总面积达160.5亩。其中

DK-4为住宅用地,DK-1、DK-2为教育用地。

而10月13日,雁塔杜城村城改项目也有新动作。杜城村3宗共264.212亩城改住宅用地底价成交。其中2宗共137.045亩住宅用地由陕西泰筑置业有限公司摘得,最高楼面价8102元/平方米;另1宗127.167亩住宅用地由陕西实泰置业有限公司摘得,成交楼面价8109元/平方米。天眼查信息显示,陕建地产将与俊发地产联合开发杜城村城改项目。

历史文化传承,推进城市持续有机更新,促进高质量发展、高品质生活和高效能治理。

西安市委宣传部方面表示,近年来,以新城老钢厂、碑林区老菜场、曲江大华1935、西影厂等更新项目为代表,西安市在城市更新方面做出了有益的探索和尝试。

在重点城市更新项目上,西安市城市更新要求保护老旧建筑与老街巷肌理,发展文化产业,延续城市文脉。

比如,西安火车站经过改造之后,彰显着西安古城的历史文化,南街古城墙,北接大明宫,形成“宫—站—城”的宏伟格局,打造了一个穿越千年的城市会客厅。

专家认为,通过科学的城市更新与积极的城市创新,梳理一座城市的空间肌理和文化经脉,能够为不同年代的城市留下空间基底,为城市里的人们留存记忆,保留与活化城市精神载体,再现一座城市的精气神,为城市焕发新活力、赋予新能量。

西安市委宣传部方面表示,西安将更加注重城市更新高质量发展,统筹生态环境保护和历史文化传承,让文化融入城市肌理,并启动实施幸福林带周边区域、洒金桥等重点片区改造,相信未来会有更多有品质有内涵的更新改造项目,成为西安新名片新地标。

# 政策多管齐下 房企流动性持续获支持

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

为稳定市场主体,促进房地

## 银行保函可置换预售资金

今年4月召开的中央政治局会议中提及,各地要从实际出发,优化商品房预售资金监管。

11月14日,银保监会、住建部与中国人民银行联合发布《关于商业银行出具保函置换预售监管资金有关工作的通知》(以下简称“《通知》”),允许商业银行按市场化、法治化原则,在充分评估房地产企业信用风险、财务状况、声誉风险等的基础上进行自主决策,与优质房地产企业开展保函置换预售监管资金业务。

按照《通知》,房企通过保函置换监管额度内资金的具体步骤为,当房企获得商业银行出具的保函后,可向住房和城乡建设部门请求释放预售资金监管账户相应额度的资金,随后监管账户行应配合住房和城乡建设部门做好必要的审核工作。当住房和城乡建设部门研究同意后,向监管账户行发出拨付指令,最后监管账户行根据住房和城乡建设部门拨付指令做好资金拨付,并全额减少账户管理额度。

对于可置换的金额,《中国经济报》记者了解到,《通知》规定置换金额不得超过监管账户中确保项目竣工交付所需的资金额度的30%,置换后的监管资金不得低于监管账户中确保项目竣工交付所需资金额度的70%。

对于房企按规定通过保函置换的预售监管资金,《通知》要求企业要优先用于项目工程建设、偿还项目到期债务等,不得用于购置土地、新增其他投资、偿还股东借款等。房地产企业要按约定承担监

产市场健康发展,近期行业政策多管齐下,帮助房企盘活经营性和融资性现金流。

11月14日,银保监会、住建部与中国人民银行联合发文,明确提出优质房企可凭借银行保函申

请置换预售监管资金,用于项目建设和偿还项目到期债务。

业内人士指出,此举将对房

企盘活预售资金起到积极作用,后续随着预售资金合理释放,以及专项借款、纾困基金以及配套

融资的逐步落地,房企项目开发有望实现良性循环,进而缓解企业流动性压力。



近期,监管部门相继发文,帮助房企盘活经营性和融资性现金流。视觉中国图

管账户内的资金补足义务,确保项目建设资金充足。

据了解,预售资金是房地产行业的天然杠杆,此前国内并未执行统一的商品房预售资金监管政策,各地对预售资金的监管多为要求房企将预售资金存入银行专用监管账户,只能用作本项目建设,不得随意支取、使用。但在实际执行中,过去开发商违规挪用预售资金用于竞拍土地或者是偿还土地购置费的现象时有发生。

自去年开始,各地加强预售资金监管的举措明显增加,部分地区甚至出现“一刀切”式监管。与此同时,金融机构对于房企融资愈发审慎,叠加去年下半年以来全国楼市销售遇冷,房企现金流承压下,行业风险事件频发。

今年4月召开的中央政治局会议中提及,各地要从实际出发,优化商品房预售资金监管。中指研究院指数事业部市场研究总监陈文静表示,今年以来,面对诸多房企的流动性问题,全国已有超110个省市调整预售资金监管政策,或放松资金监管为房企提供部分资

实际上,在此次《通知》发布之前,国内已有部分城市执行以银行保函等额提取商品房预售资金的制度,比如北京2021年11月发布的《北京市商品房预售资金管理办法(2021年版征求意见稿)》规定,房地产开发企业可凭非监管银行出具的现金保函免除同等额度的监管资金。

今年1月26日,住建部、中国人民银行、银保监会等联合印发的《关于规范商品房预售资金监管的意见》中对此项操作亦有涉及。据华泰证券统计,自2月以来,有近40城就预售资金监管出台新规,其中近20城在新规中提及保函置换模式,不过各地对于保函的额度、管理模式不一,也有部分地区直接发文表示对于监管账户不可出具保函。

“过去此类做法是存在疑虑的,有些地方甚至不允许。现在银行保函置换预售资金的操作被正式认可,后续将减少预售资金的沉淀,对于加快此类资金使用和周转有积极作用。”易居研究院智库中心研究总监严跃进表示。

## 缓解房企流动性压力

对债权债务关系复杂、涉案涉诉纠纷较多、对外担保额度过大、施工进度明显低于预期的项目,应审慎出具保函。

业内普遍认为,此次银行保函置换预售监管资金政策的出台,将对后续房企预售资金的盘活和流动性改善起到积极作用。

广东城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉解释:“此前,由于开发商存在融资多头、预售资金挪用等问题,当出现债务风险及一致的风险预期时,就会发现监管账户里的预售资金不够用。但此时,地方要‘保交楼’、银行要保贷款债权、信托要保权益、施工单位要工程款、供应商要材料款……当各方都要保权益,钱又不够用时,无奈的策略就是谁也不能动,于是预售资金监管账户被锁死了。”

李宇嘉指出,此次《通知》的出台实际上维护了预售资金监管的规则,意味着后续房企预售资金监管账户内的重点监管资金(等于项目竣工交付需要的额度)就可以释放出来了。“后续再加上专项借款、纾困基金以及配套融资等,将未售乃至未开发的部分动起来、循环起来,源头活水能四两拨千斤,从而实现整个项目的循环。”

李宇嘉认为,保函置换预售资金适用于未售、未开发项目。“特别是在政府牵头下,如果同一城市内,能将进度不同的各个项目协调起来,甚至如果能将项目之间、城市之间、省级之间联动起来,资金盘活和保交楼的效果会更好。”

陈文静指出,本次政策从全国层面对保函置换预售监管资金的方式提出细致要求,既允许房企以保函置换部分监管资金,提高资金流动性,又要求资金监管账户留存充足额度,保障项目竣工交付。预计后续各地的预售资金监管政策有望加快落地执行,为优质房企释放更多流动性。

据了解,对于保函出具的标准,《通知》规定,商业银行在出具保函置换预售监管资金时,要参照开发贷款授信标准,充分评估房地产企业信用风险、财务状况、声誉风险、项目销售前景和剩余货值等,与经营稳健、财务状况良好的优质房地产企业开展保函置换预售监管资金业务。而对债权债务关系复杂、涉案涉诉纠纷较多、对外担保额度过大、施工进度明显低于预期的项目,应审慎出具保函。

对于项目主体与总承包方存在关联关系的,要充分评估项目风险。“这说明此次银行保函政策主要是支持短期虽有流动性风险,但整体基本稳健的企业,而一些有明显流动性风险的企业则无法享受此类政策。”严跃进表示。此外,他指出,本次《通知》对于房地产企业要按规定使用保函置换的预售监管资金用途有一定突破,据了解,过去对于银行保函置换预售资金的操作,更多的是明确要用于工

程建设,比如有的地方只限定为“盖楼”。而此次则增加了新用途,即偿还项目到期债务,此举将减轻房企偿还到期债务的压力。

值得注意的是,除了明确允许银行保函置换预售资金操作外,近期政策层面也多管齐下,帮助房企盘活经营性和融资性现金流,进而稳定房地产市场。

11月8日晚,中国银行间市场交易商协会发文称,将继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具,支持包括房地产企业在内的民营企业发展融资,预计规模2500亿元,后续可视情况进一步扩容。政策出台后落地迅速,随后三日之内龙湖集团200亿元额度、新城控股150亿元额度的发债工作已在推进。

11月14日,记者从多家房企了解到,中国人民银行、银保监会已于近期出台了16条措施支持房地产市场平稳健康发展,内容涉及稳定市场主体;“保交楼”促进购房者信心恢复;支持个人购房信贷带动市场销售恢复等方面。

其中,两部门明确提出要对国有、民营等各类房地产企业一视同仁,鼓励金融机构重点支持治理完善、聚焦主业、资质良好的房地产企业稳健发展;鼓励债券、信托等多渠道支持企业合理融资需求;允许贷款、信托等存量融资展期1年等举措。

## 外资继续加码国内仓储物流类资产

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

近期,关于外资投资中国房地产的讨论备受瞩目。

《中国经济报》记者从业内人士处了解到,今年上半年,国内大宗交

### 新经济资产受青睐

戴德梁行近期发布的地产投资市场研究报告中提到,从中国整个房地产行业来看,物流资产项目投资热度不减,根据一些基金过去几个季度在房地产行业的主要投向发现,大量资金集中在物流地产。

10月24日,高盛资产管理与森瑶中国共同宣布,双方已成立合资公司,首期投资约6.75亿美元用于在中国收购、开发和运营一线城市及周边核心城市的新型工业、物流、冷链等新基建项目,首批合作的种子项目为4个位于大上海地区的新基建项目,共计24万平方米。

11月7日,普洛斯宣布最新一期中国收益基金——普洛斯中国收益基金VI(GLP CIF VI)完成募资。据了解,该基金资产管理规模达76亿元,将投资于中国19个城市的20处物流园区,均位于国家级物流节点城市或各自省份的重要流通节点,可租赁面积约213万平方米。该基金投资人为国内领先的保险机构以及其他普洛斯现有投资伙伴,普洛斯担任基金管理人及资产管理人。

据普洛斯方面披露,过去12个月,普洛斯在全球范围内的物流不动产基金募资共达133亿美元。截至目前,普洛斯在中国的物流基础设施总面积超过4900万平方米,不动产资产管理规模超过450亿美元。

11月8日,黑石房地产基金持有及管理的多元资产管理平台——龙地宣布,即将完成对粤港澳大湾区内面积约28万平方米的现

易中,内外资的占比情况与往年相比无明显变化。实际上,从外资落地情况来看,其投资偏好并无明显变化,依旧偏爱仓储物流类资产。

第一太平戴维斯华北区投资部负责人、高级董事李健表示,今

年以来,外资对国内资产的投资意向主要集中在产业园(如生命医疗科学园)、工业地产、长租公寓、物流、数据中心等资产类别上,这些产业过去并非传统开发商所关心的主流赛道。

代仓库的收购。据了解,自2017年以来,龙地已从纯物流平台迅速发展为覆盖仓储物流、长租公寓和商业办公的多元资产管理平台。在仓储物流方面,龙地目前已在18个城市进行了投资,管理着40多个物流园区,总建筑面积已超500万平

方米,年增速达17%,其中城市物流和冷链物流将受到更多关注。

此外,随着基础设施公募REITs的持续扩容,除了仓储物流外,

产业园区和保障性租赁住房等资产类别进一步受到外资关注。

11月10日,据媒体消息,凯德投资近日成立2只在岸人民币基金,即凯德投资中国产业园核心型人民币基金I期和II期(CBPCF I和CBPCF II),规模分别为3.8亿元和36亿元,总规模约40亿元,将聚焦投资于中国的产业园项目。

而在10月底,凯德还以15亿元成功购入杭州市钱塘区约40亩住宅地块,该项目计划建设服务型公寓200套以上,高星酒店客房200间,剩余部分做零售商业。

在这之前的8月,易商红木以2.68亿元的价格,收购了位于上海张江一个生命科学研发产业园;9月,博枫资产管理接盘了富力地产与合景泰富联手打造的上海市杨浦区新江湾城板块的嘉誉云景项目,建成其在中国的第一个租赁住宅项目。

李健表示,以上这些均属于新经济资产范畴,其与国内宏观经济增长密切挂钩,是目前国家鼓励发展的重点领域,相关项目的租金增长有底层逻辑支撑。这类资产的退出渠道可以是市场化大宗交易退出,也可以通过国内公募REITs退出。而传统的商办资产,目前还无法通过公募REITs方式退出,因此相较于而言新经济资产更易受到资本市场的青睐。

## 大宗交易仍处博弈阶段

中指研究院企业事业部研究负责人刘水指出,外资机构具有较强的跨周期经营能力,潜在的盈利价值是其进场投资的根本标准。此外,整体市场稳定、行业具有发展潜力、当前资产价格有优势等都是评判标准。

值得注意的是,外资所主要关注、投资的新经济资产并非此前开发商的主流赛道。从实际落地金额来看,即便有些资产是从出险企业手中收购,但由于整体资金规模有限,亦不足以成为房企纾困资金来源。

据了解,自去年行业内部分企业出现流动性危机以来,不少开发商频频抛售资产以加速现金流回流。以北京市场为例,据第一太平戴维斯三季度报告,北京写字楼市场处于供过于求,潜在买家会仔细甄别并对优质资产出手;酒店受疫情影响最大,虽成为抛售变现的主力资产,但不是热门标的;受疫情影响,购物中心吸引力在下降,部分商业零售配套项目通过法拍变现的频率在提高。

10月17日,京东司法拍卖平台显示,北京博瑞大厦以20.37亿元的起拍价成交。竞买人为北京拾捌时宜企业管理咨询有限公司,该公司由凯德(中国)商用有限公司持有100%股权。

据了解,博瑞大厦由北京特尔特物业发展有限公司持有,后者控股股东为永嘉集团有限公司,是辽宁大连的一家大型民营企业,该企业在陷入债务危机后,将博瑞大厦抵押给了厦门国际银行北京分行。此次拍卖,项目背后的债权人厦门国际银行。

公开信息显示,博瑞大厦位



近期,外资投资中国房地产的话题备受瞩目。

于北京CBD商务区与燕莎商圈

之间,此次拍卖的标的物为博瑞

大厦地下3层至地下1层、地上4

层至25层不动产,标的物建筑面

积约为5.82万平方米。根据第三

方评估,截至2021年9月,该栋物

业市场价约为29.1亿元,市场单

价约为5万元/平方米。该场拍

卖仅凯德商用一位买家报名竞

拍,最终底价成交,较评估价打了

七折。据悉,此次收购完成后,凯

德商用将对博瑞大厦进行资产升

级改造。

从实际成交情况来看,无论

是内资还是外资,今年的大宗

交易规模都有所下滑。根据

第一太平戴维斯向记者提供

的数据,2021年上半年外资大

宗商业房地产投资额约302亿

元,而今年上半年则下降至222亿

元。前三季度,外资投资金额约263亿元,而去年同期则为

500亿元。

与此同时,今年上半年,国内

大宗交易中,内外资的占比情

况与往年相比无明显变化。而至

三季度时,外资投资金额比例仅为

15%,相较于往年有所降低。

第一太平戴维斯方面表示,目前大宗交易市场卖方与潜在买家仍处于博弈阶段,卖方希望加速抛售资产进行变现,但潜在买家则会谨慎出手且对可售项目进行仔细甄别。自用型收购及通过司法拍卖渠道购得资产,有可能在年末进一步增加。李健表示:“还是需要考虑性价比,需要在市场价格上有较大折扣,资产的安全垫要够厚、够高,资本才会进入。”

此前,10月9日,盛京银行朝阳分行在阿里资产交易平台上拍卖转让所持王府世纪发展有限公司的债权,挂牌价格为11.2亿元。据了解,王府世纪欠付盛京银行朝阳分行的债务以位于北京市东城区东安门大街55号的王府世纪大厦作为担保抵押物。根据评估机构对王府世纪大厦的估值,截至2021年3月,王府世纪大厦的市场价约为15.39亿元。尽管挂牌价格仅为评估价的七折,但这项资产交易最终因无人出价而流拍。

# 利好政策暖风频吹 “保交楼”或将再提速

本报记者 方超 张家振 上海报道

在融资端利好政策频出的背景下,房地产板块正迎来久违的“高光”时刻。

11月14日,银保监会、住建部和央行等三部门印发的《关于商业银行出具保函置换预售监管资金有关工作的通知》(以下简称“《通知》”)指出,监管账户内资金达到住房和城乡建设部规定的监管额度后,房地产企业可向商业银行申请出具保函置换监管额度内资金。此举将帮助优质房地产企业缓解流动性压力,稳定房地产市场预期,促进房地产市场平稳健康发展。

而在央行和银保监会11月11日印发的《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》(银发〔2022〕254号,以下简称“254号文”)也备受业内关注。

“央行和银保监会联合发布的‘254号文’主要目的在于助力企业、市场纾困,增强了市场信心。”亿翰智库宏观首席研究员张化东在接受《中国经营报》记者采访时表示,“资本市场由此看到了房地产行业困境反转的机会,促成了A股、港股房地产板块一波急涨的局面。”

IPG中国首席经济学家柏文喜也向记者表示,“254号文”以及后续连续出台的优质房企可以用银行保函替代预售资金监管等务实性的措施,利好房企流动性恢复和楼市回暖。

“我们认为,供需两端新一轮宽松的想象空间正被打开,地产板块有望迎来修复。”中银证券分析师认为,“第二支箭”(民营房企债券融资支持工具)和“254号文”力度显著,较大程度地提振了市场信心,对受困的优质民企主体也产生了积极推动作用。

## 多重利好政策密集出台

“254号文”覆盖房地产市场复苏涉及的全产业链,力度超前、着力点精准,而且兼具指导性与可操作性。

房地产行业正密集迎来多重利好政策。其中,备受市场关注的“254号文”主送单位包括央行各分行、各银保监局、各大银行和信托、保险、金融资管公司,并抄送交易商协会(全称“中国银行间市场交易商协会”)。

记者梳理发现,“254号文”涉及保持房地产融资平稳有序、积极做好“保交楼”金融服务、积极配合做好受困房地产企业风险处置、依法保障住房金融消费者合法权益等六方面16条内容。

根据《新京报》报道,央行方面相关工作人员证实了“254号文”的出台之前,交易商协会透露出的“第二支箭”相关政策信息也引发

真实性,“这个文件目前只对央行、银保监会等相关部门内部传发,暂时不会对外发布,也不会发给房地产开发企业及个人,可以确定的是该文件属实,正在贯彻实施。”

柏文喜分析认为,“254号文”覆盖房地产市场复苏涉及的全产业链,力度超前、着力点精准,而且兼具指导性与可操作性,“对于促进房企融资环境和融资条件的改善意义重大,意味着房企生存环境正在持续改善”。

值得注意的是,在“254号文”出台之前,交易商协会透露出的“第二支箭”相关政策信息也引发

了外界关注。

交易商协会官网显示,在央行的支持和指导下,将继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具(“第二支箭”),支持包括房地产企业在内的民营企业发债融资。

据悉,“第二支箭”由央行再贷款提供资金支持,委托专业机构按照市场化、法治化原则,通过担保增信、创设信用风险缓释凭证、直接购买债券等方式,支持民营企业发债融资。“预计可支持约2500亿元民营企业债券融资,后续可视情况进一步扩容。”

不仅如此,银保监会等三部门



房地产行业频频迎来政策利好,资金保障将有助于房企“保交付”。图为阳光城西欧·文澜府迎来全盘交付。

本报资料室/图

11月14日发布的《通知》再度引发市场密切关注。在中指研究院指数事业部市场研究总监陈文静看来,《通知》从全国层面对保函置换预售监管资金的方式提出了细致要求,既允许房企以保函置换部分监管资金,提高资金流动性,又要

求资金监管账户留存充足额度,保障项目竣工交付。

“此次政策出台后,各地的预售资金监管政策有望加快落地执行,为优质房企释放更多资金流动性,但短期来看政策效果或有限。”陈文静同时表示。

高的房企融资环境改善”。

“我们认为,以上措施为金融机构进一步加大对房企的合理信贷支持提供了更多空间,坚定了市场对房地产行业融资修复的信心,有利于引导市场对民营房企风险偏好的修复。”光大证券分析师亦表示。

东兴证券研报则分析认为,在“第二支箭”和“254号文”的政策支持下,经营稳健的民企有望获得融资端的大力支持,市场对经营稳健的民企也将逐渐恢复信心。

## 房企融资环境迎来改善

聚焦主业、资质良好的民营房企,将获得更多房地产贷款支持。

在多重利好政策密集出台的大背景下,房企融资环境也正逐步迎来改善。

11月10日,交易商协会受理龙湖集团200亿元储架式注册发行,中债增进公司同步受理企业增信业务意向。11月12日,新城控股也发布公告称,为积极改善融资情况,优化债务结构,拟向其申请新增150亿元债务融资工具的注册额度。

对此,东兴证券分析师认为,在交易商协会发布“第二支箭”相

关政策后,仅隔两天就受理了龙湖集团200亿元储架式注册发行,“落地速度及金额体现了政策的力度与决心”。

“‘第二支箭’政策无疑有利于优质民营房企融资,进而缓解这些企业的流动性压力,并促进这些企业在可能的情况下并购出险房企项目,促进行业整合和复苏。”柏文喜同时表示,但“第二支箭”政策覆盖的范围到底有多大、具体操作方式和是否包括那些出险民企,目前还尚不明确。“无论如何,这一政策

对民企融资的支持作用和对市场信心的提振作用意义重大。”

在支持房企融资方面,除了“第二支箭”政策之外,“254号文”着重强调“对国有、民营等各类房地产企业一视同仁”;坚持“两个毫不动摇”,鼓励金融机构重点支持治理完善、聚焦主业、资质良好的房地产企业稳健发展。

“特别是聚焦主业、资质良好的民营房企,将获得更多房地产贷款支持。另外,在区分项目风险与集团公司风险条件下,个别出险房

企的优质项目也将会得到合理的房地产贷款融资支持。”中指研究院同时表示,相关政策的实施将改善金融机构对民营房企风险偏好和融资氛围,缓解民营房企信用快速收缩问题。

此外,“254号文”还强调支持开发贷款、信托贷款等存量融资合理展期,以及保存信托等资管产品融资稳定,也备受外界关注。申港证券分析师表示,这意味着“对合理的信托融资需求态度有明显缓和,这也将有利于信托融资占比

“254号文”的出台或将进一步助力房企“保交楼”提速。诸葛找房研究中心分析认为:“本次政策再次强调落实‘保交楼’,预计接下来‘保交楼’工作将会进一步推进,银行专项借款、金融机构融资支持等纷纷到位,双管齐下为保证项目按时完工提供保障。”

## “双管齐下”推进“保交楼”

政策再次强调落实“保交楼”,预计接下来“保交楼”工作将会进一步推进。

在“保交楼”成为当下房企“重中之重”的情况下,“254号文”亦强调要“积极做好‘保交楼’金融服务”。

记者梳理发现,“254号文”涉及“保交楼”的内容主要包括“支持开发性政策银行提供‘保交楼’专项借款”“鼓励金融机构提供配套融资支持”等,同时强调“保交楼”

专项借款,封闭运行,专款专用,专项用于支持已售逾期难交付住宅项目加快建设交付。

此外,“254号文”还强调称,对于新发放的配套融资形成不良的,相关机构和人员已尽职的,可予免责。

对于“尽职免责”的说法,有业内人士分析认为,此举可提升金融

机构及从业人员的放贷积极性,助力“保交楼”再提速。中指研究院直言:“此次出台的细则让金融机构的资金投向更为精准,使用更加高效,同时也免除了机构的后顾之忧。”

记者多方采访获悉,在政策利好等多方因素影响下,不少房企的“保交楼”行动亦在有序推进。

例如,阳光城(000671.SZ)方面近日表示,全集团上下在10月份开足马力,全力冲刺,“在吹响决战四季度号角的同时,增添了2万余套交付成绩”。截至目前,阳光城已累计交付近7万套住宅。今年前10个月,旭辉集团位于全国41座城市的98个项目已累计交付近5.8万套新房。



十年来,我国乡村振兴发展取得阶段性重大成就,历史性地解决了绝对贫困问题,实施乡村振兴战略,推动农业农村发展取得历史性成就、发生历史性变革。

十年来,累计完成投资14.8万亿元,建设各类保障性住房和棚户区改造安置住房5900多套,低保、低收入住房困难家庭基本实现应保尽保,1.4亿多群众喜圆安居梦。

现行标准下9899万农村贫困人口全部脱贫,832个贫困县全部摘帽,12.8万个贫困村全部出列,区域性整体贫困得到解决。

(数据来自国务院新闻办)



扫码了解更多

# 流动性政策密集出台 供需端协同发力稳楼市

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

11月份以来，房地产行业积极政策接连出台，促进市场平稳健康发展。

先是11月8日，中国银行间市场交易商协会（以下简称“交易商协会”）官网显示，其在人民银行的支持和指导下，会继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具（即“第二支箭”），支持房企在内的民营企业发债融资。再到11月14

## 融资获支持

预计可支持约2500亿元民营企业债券融资，后续可视情况进一步扩容。

根据中债信用增进公司披露，“第二支箭”延期并扩容政策发布后，交易商协会加快推进政策落实。11月14日，交易商协会受理美的置业150亿元中期票据储架式注册发行，目前正按照相关自律规则开展注册评议工作，中债信用增进公司同步受理了美的置业增信业务意向。此前，龙湖集团200亿元储架式注册发行也获交易商协会受理，目前已完成注册。

中债信用增进公司表示，储架式注册发行是市场化、法治化、公开透明的发债管理模式，企业可在注册有效期内结合需求分次发行。龙湖集团等可选聘多家机构组成主承销商团完成注册，后续每期发行时再结合实需确定当期发债规模、资金用途、主承销商。该模式可便利企业和投资人把握发行窗口、投资时机，提升市场投融资效率。

值得注意的是，在“第二支箭”支持政策框架下，中债信用增进公司对民营房企增信服务费率低于0.8%/年，仅为市场化增信服务费率的一半；同时，根据企业信用状况分档确定反担保比例。

上述工作的推进源于交易商协会官网近期发布的一项工作

日，中国银保监会官网发布《关于商业银行出具保函置换预售监管资金有关工作的通知》（以下简称《保函置换预售资金通知》），支持优质房地产企业合理使用预售监管资金。

消息面传递到资本市场，引起地产股的一波上涨。而在政策推进落实上，11月16日，中债信用增进投资股份有限公司（以下简称“中债信用增进公司”）公告称，交易商协会受理美的置业（3990.HK）150亿元储架式注册发行，龙湖集团（0960.HK）则已完成200亿元中期票据注册。

广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉对《中国经营报》记者表示，“当前，楼市供需两端相互制约，供需两端须同步发力、相互扶持和稳定预期，以实现‘保交楼’和行业稳定，这也正是近期所发布政策的基调。在供给端，围绕‘保交楼’还有一揽子纾困政策值得关注。”



房地产行业积极政策接连出台，促进市场平稳健康发展。

视觉中国/图

动态。

交易商协会官网显示，“第二支箭”由人民银行再贷款提供资金支持，委托专业机构按照市场化、法治化原则，通过担保增信、创设信用风险缓释凭证、直接购买债券等方式，支持民营企业发展融资。预计可支持约2500亿元民营企业债券融资，后续可视情况进一步扩容。

2018年，针对部分民营企业遇到的融资困难问题，经国务院批准，人民银行会同有关部门，从信贷、债券、股权三个融资渠道采取“三支箭”的政策组合，支持民营企业拓展融资。

其中，民营企业债券融资支持工具作为“第二支箭”，有力引导市

场机构改善对民营企业的风险偏好和融资氛围，缓解民营企业信用收缩问题，促进民营企业融资恢复，降低民营企业融资成本。

据中债信用增进公司透露，目前，除龙湖集团、美的置业外，还有多家民营房企正在开展发债注册筹备工作，并向其递交了增信业务意向。11月12日，新城控股（601155.SH）公告称，公司拟向交易商协会申请新增150亿元债务融资工具的注册额度。中信建投证券分析师认为，“第二支箭”将显著增强优质民营房企的信用背书，推动当前地产行业直接融资市场的修复，从而有效缓解房企的流动性压力。”

## 优质房企受益

房企要按规定使用保函置换的预售监管资金，优先用于项目工程建设、偿还项目到期债务等。

有关部门射出“第二支箭”之后，另一项直接指向房地产资金端的政策随即出台。

由银保监会、住建部、人民银行联合发布的《保函置换预售资金通知》指出，允许商业银行按市场化、法治化原则，在充分评估房地产企业信用风险、财务状况、声誉风险等的基础上进行自主决策，与优质房地产企业开展保函置换预售监管资金业务。

记者注意到，2021年下半年以来，受部分房企陷入流动性困难影响，多地持续收紧预售资金监管。2022年1月，住建部等三部门联合印发《关于规范商品房预售资金监管的意见》，统一监管标准和额度核定方式。

华泰证券分析师认为，事实上，持续收紧预售资金监管的措施

进一步加剧了房企现金流的压力，预售资金监管可谓是当前房企尤其是民营房企的主要痛点之一，《保函置换预售资金通知》正是三部门再次联合发文针对该痛点作出的反馈。

值得注意的是，《保函置换预售资金通知》明确了置换额度，保函置换金额不得超过监管账户中确保项目竣工交付所需的资金额度的30%，置换后的监管资金不得低于监管账户中确保项目竣工交付所需的资金额度的70%。其次，房企要按规定使用保函置换的预售监管资金，优先用于项目工程建设、偿还项目到期债务等，不得用于购置土地、新增其他投资、偿还股东借款等。

另一方面，三部委有关部门负责人答记者问时表示，商业银行在

## 市场情绪继续回升

当前，楼市供需两端须同步发力，促进楼市稳定。

供给端政策暖风频吹，在一定程度上提振了市场信心。

11月14日，德信中国（2019.HK）股价盘中上涨超过190%，截至收盘，涨幅仍达到约111%；新城控股、粤泰股份（600393.SH）等个股出现涨停。11月15日，三湘印象（000863.SZ）、中天服务（002188.SZ）分别收获4个、3个涨停板。到11月16日，地产板块个股表现开始出现分化。

对于供给端“对症下药”，李宇嘉认为，当前，楼市供需两端须同步发力，促进楼市稳定。另一方面，更加充分的资金盘活及“保交楼”效果寄希望于需求端的回暖。

9月29日，央行、银保监会发布通知，决定阶段性调整差别化住房信贷政策。符合条件的城市政府，可自主决定在2022年底前阶段性维持、下调或取消当地新发放

首套住房贷款利率下限。

9月30日，央行决定下调首套个人住房公积金贷款利率。即自10月1日起，下调首套个人住房公积金贷款利率0.15个百分点，5年以下（含5年）和5年以上利率分别调整为2.6%和3.1%。第二套个人住房公积金贷款利率政策保持不变，即5年以下（含5年）和5年以上利率分别不低于3.025%和3.575%。

诸葛研究院预计，随着需求端政策的持续发力且向热点二线城市传导，市场情绪有望继续回升。

11月15日，国家统计局发布的1~10月房地产开发投资销售数据显示，今年前10个月，全国房地产开发投资113945亿元，同比下降8.8%，其中，住宅投资86520亿元，同比下降8.3%；房屋新开工面积约10.37亿平方米，同比下降37.8%；房屋竣工面积约4.66亿平

方米，同比下降18.7%。其中，住宅竣工面积约3.38亿平方米，同比下降18.5%。

商品房销售和待售方面，1~10月，商品房销售面积约11.12亿平方米，同比下降22.3%，其中住宅销售面积同比下降25.5%；商品房销售额108832亿元，同比下降26.1%，其中住宅销售额同比下降28.2%。

10月末，商品房待售面积约5.47亿平方米，同比增长9%。其中，住宅待售面积同比增长16.6%。

到位资金情况方面，1~10月，房地产开发企业到位资金125480亿元，同比下降24.7%。其中，国内贷款14786亿元，同比下降26.6%；利用外资62亿元，同比下降13.5%；自筹资金44856亿元，同比下降14.8%；定金及预收款41041亿元，同比下降33.8%；个人按揭贷款20150亿元，同比下降24.5%。

# 新一轮家电以旧换新开启千亿级市场

## 家电年报废量预计超2亿台

本报记者 蒋翰林  
深圳报道

目前，全国各地正在陆续实施新一轮家电以旧换新补贴政策，以刺激消费需求，促进资源再利用循环经济的发展。

刚刚过去的“双11”，京东家电以旧换新订单金额是去年同期的7倍；苏宁易购全国门店以旧换新用户数增长超100%，其中北京、上海等城市有超万户家庭使用政府绿色节能消费补贴。

以旧换新并不是新鲜事物，距离2009年全国第一波家电以旧换新已经过去了十多年，这期间推出过多次以旧换新激励政策，并推动了消费者的更新热情。

据中国统计年鉴数据，目前我国家电保有总量已超32亿台，而家电使用期限大概为8~10年，故目前我国家电存量多为2009~2013年家电下乡和以旧换新政策期间购置，而这批家电正在进入集中报废更新换代期，家电行业也因此迎来以旧换新的窗口期。

今年“双11”，广州的刘女士在京东上用以旧换新的方式购买了一台洗衣机。她用旧洗衣机抵扣了300元，最终以3200元买下新洗衣机。第二天，拆机师傅上门拆卸旧洗衣机，拆完后，洗衣机品牌的安装师傅便上门装好了新洗衣机。刘女士将自己以旧换新的购物方式称为“续航式消费”。

像刘女士这样以旧换新的消费者越来越多。今年“双11”，京东家电每10个家电订单，就有2个享受以旧换新服务，以旧换新订单金额是去年同期的7倍。而在苏宁，今年“双11”则首次推出了跨品牌、跨品类的以旧换新，最高可获得800元补贴。

上门收旧机的师傅告诉刘女士，换新的旧机将被送至绿色拆解

企业，实现资源的再生再利用。以空调为例，一台废旧空调可拆解出钢、铜、塑料、铝，这些材料经过加工就能成为可循环的新材料，用来制作杯子、汽车等，废旧家电的循环使用，带来巨大的产业效益。

根据信达证券的研究报告，我国家用电器回收体系和相关细则已基本完善，若能按照理论报废量实现家电回收，以2019年基数测算，空调、冰箱、洗衣机、电视机、热水器5大品类仅家电回收环节的直接产业规模就可达到约250亿元。产业链中下游拆解带动更新消费规模预计将超过千亿元。

国家发展改革委的数据显示，目前我国家电保有量已超过21亿台，2022年报废量预计超过2亿

台。根据发达国家的经验，在进入相对饱和期后，家电产品消费将进入以更新需求为主的阶段。

华创证券表示，2009年以来以旧换新和家电下乡等刺激政策期间消费者购置的家电已进入大规模报废期，在“双碳”目标的大背景下，家电回收行业一方面受到国家政策的大力扶持，总体来看家电回收前景广阔。

今年以来，从国家到地方，不断出台政策促进绿色家电和家电回收。7月28日，国家商务部、发展改革委、生态环境部等13个部门联合发布了《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》，其中提出，要促进废旧家电回收行业发展。

该通知指导各地加快回收网点

建设，培育一批多元化的回收企业，改善回收处理的设施条件，提升回收人员的技术水平，打通生产回收拆解利用的链条，力争让老百姓足不出户就能把废旧家电妥善处置。

今年8月31日，广东出台《广东省加大力度持续促进消费若干措施》，鼓励各地市在2022年9月1日至11月30日开展家电“以旧换新”活动，省级财政对各市通过财政资金补贴八大类家电“以旧换新”的实际支出部分给予奖补。对珠三角（不含深圳）地市按实际支出的50%比例补贴，对粤东、粤西、粤北地区地市按实际支出的70%比例补贴，补贴力度可谓不小。

此外，也鼓励电商平台、家电生产（销售）机构、家电销售企业与

回收企业合作，制定家电回收补贴政策，确保落实家电“收旧”，如企业无法提供以旧换新证明，不得发放补贴资金。

广东是中国的家电制造大省，更是世界家电的制造中心。拥有着美的、格力、TCL、康佳、创维、格兰仕、华帝、万和、万家乐、小熊、新宝等一大批的知名企业和品牌。此次财政补贴的八类家电产品，既是市场消费的主力军，也是广东家电制造的主力产品。

不只是广东，公开信息显示，贵州、四川、江苏、重庆等省市以及大连、深圳、新乡等地市，在今年7月28日商务部等13个部门的政策出台后，都已在当地开始开展家电以旧换新等促销活动。

电子产品处理。据了解，截至2022年9月，美的累计输送拆解旧家电超40万台，完成了全年目标。

2022年家电市场整体不振，我国家电行业已从增量市场转为存量市场。奥维云网统计，截至今年9月，中国家电市场国内零售规模为5103亿元，同比下滑6.1个百分点。预计2022全年家电零售市场总规模下滑4.8个百分点左右。

独立经济学家、财经评论员王赤坤表示，家电消费经过高速发展，现在处于成熟阶段，行业消费达到峰值。与此同时，行业供给继续增加，供给平衡被打破，供给过剩，行业竞争进入白热化。对于企业来说，虽然以旧换新的成本较高，但可以帮助企业度过迭代痛苦期，将有机会在新的周期中把“失去的”赚回来。

## 六家企业发挥带头作用

家电回收也是实现碳达峰、碳中和“双碳”战略的客观要求。国际能源署（IEA）数据显示，家用电器是居民能源消耗的第二大来源，占住宅总能耗的20%以上（供暖后），这一比例在过去数十年一直保持增长。我国作为家电制造强国和消费强国，家用电器用电量约占全社会用电量的11.3%，高达30%的居民碳排放来自于家用电器。

格力电器董事长董明珠在2022年全国两会期间建议，持续推进废旧家电回收处理体系建设，规范废旧家电交易，严禁超期服役的废旧家电进入二手市场和农村市场；加强以旧换新政策的推广力度、补贴力度，可由国家出台总体要求，制定家电以旧换新方案，并针对高能效的绿色家电产品进行专项补贴。

中国家居设计产业互联网战略专家王建国表示，以旧换新模式来拉动消费，在业界操作已久，不是新生事物。只要是真正提升消费者体验并且使消费者享受到实惠，他认为系统性、规模性地解决“旧的不去，新的不来”消费抉择问题，还可以成为家电消费的流量新入口。

11月7日，国家发展改革委召开工作视频会议，要求完善废旧家

电回收处理体系，组织更多家电生产企业参与目标责任制行动。目前，废旧家电回收渠道主要有四种，一是个体户、废品回收站、电器维修点等“私拆”途径；二是京东、苏宁易购等电商平台或零售连锁店；三是家电品牌的服务渠道；四是专业废旧电器回收企业。

家电回收正在成为各大家电企业重点开拓的领域。国家发展改革委负责人在今年7月份的国务院政策例行吹风会上透露，2022年，海尔、格力、TCL、长虹、美的、海信6家家电企业共申报规范回收电视机、电冰箱、空调、洗衣机近1700万台，约占我国全年报废拆解量的五分之一。

其中，格力是国内最早设立环保子公司的企业之一，从2011年起先后设立了5家全资子公司，对本

品牌和其他品牌的废旧家电进行回收拆解及无害化处理。据其今年的半年报，截至2022年6月，格力已累计处理各类废弃电器电子产品超4320万台（套），报废汽车7万多吨，已转化再生铜料、铁料、铝料、塑料总计约65万吨。

海尔智家10月23日公告，公司投资设立的“再循环互联工厂”已于近期正式投产运营，工厂投资金额为3.69亿元。据介绍，再循环互联工厂可以将冰箱、空调、洗衣机等废旧家电拆解再生成可用部件及铜铁铝等金属和塑料等材料，实现材料循环再利用，家电拆解产能规划为300万台/年，塑料造粒产能规划为3万吨/年。

此外，美的在华北设立的全资子公司邯郸美的制冷设备有限公司，其营业范围就包括了废弃电器

# 长租公寓迎来新风口 头部玩家竞逐资管赛道

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在党的二十大再次强调“租购并举”的大背景下，长租公寓行业正迎来新“变局”。

日前，华夏基金华润有巢租赁住房REIT（以下简称“华润有巢REIT”）正式获得证监会发行批文，此前由北京保障房、深圳人才安居和厦门安居集团发布的首批3只保障性租赁住房REITs在沪深交易所同步上市交易，近日备受市场关注的“金融16条”亦强调，“稳步推进房地产投资信托基金（REITs）试点”。

## 打通“投融管退”闭环

近日，住房租赁市场出现的诸多新变化引发市场持续关注。

多单保租房公募REITs成功上市、百亿级住房租赁基金落地……近日，住房租赁市场出现的诸多新变化引发市场持续关注。

11月8日，全国首个住房租赁基金正式成立。当天，中国建设银行宣布成立建信住房租赁基金（有限合伙）和建信住房租赁私募基金管理有限公司，并与北京、重庆、湖北、成都、南京、广州、佛山等地相关主体签署了基金意向协议，以及首批十余个项目的收购协议。据悉，“租赁基金”

“IT”正式获得证监会发行批文，此前由北京保障房、深圳人才安居和厦门安居集团发布的首批3只保障性租赁住房REITs在沪深交易所同步上市交易，近日备受市场关注的“金融16条”亦强调，“稳步推进房地产投资信托基金（REITs）试点”。

《中国经营报》记者注意到，在租赁住房市场“投融管退”资金闭环已被打通的大背景下，长租公寓行业的玩家选择持续加码，如微领地CEO周君强表示，“我们的三年目标是规模能做到10万间”。

“未来，预计租购并举的住房

制度建设将全面提速，政府将大力推动住房租赁市场发展，进一步完善住房体系。”仲量联行同时认为，随着政策红利继续释放，住房租赁需求的稳定及逐步扩大，住房租赁市场也将迎来快速发展期，长租公寓赛道将持续引发市场关注。

## 各路玩家激战正酣

今年前三季度长租公寓开业规模正持续增长。

在“投融管退”资金闭环打通的大背景下，长租公寓赛道激战正酣。

“我们的三年目标是规模能做到10万间。”周君强近日表示，“对微领地而言，上市可能还需要一个较长的时间准备，我们现在要做的是拿到更多的项目、做好已拿的项目，服务好租户，先执行好三年规划。”

在喊出三年10万间目标的背后，微领地的几度转型之旅也受到外界关注。

相关信息显示，微领地于2011年创立于上海，三年后打造了租赁市场上首个重资产租赁大社区产品——微领地中环沪太路社区，从其拿地、建设、出租到运营历时3年，项目房源量突破1800间，常年出租率保持在95%以上。

但颇有意思的是，选择重资产

入局的微领地，此后却踏上了中资产包租模式之路，近年来又再度“回归”重资产模式，几度转轨，原因何在？

“秉承着每个项目都要盈利的理念，2020年公司也如期实现了盈利，当时基础设施的资产证券化政策已经落地了，资产管理的闭环打通，长租公寓步入下一个赛道。所以，微领地在2020年底回归重资产。”周君强如此表示。

无独有偶，雅诗阁近日也发声“加码发展在华长租公寓业务”。

据报道，雅诗阁中国董事总经理陈志商日前表示，伴随租购并举的住房制度建设全面提速，住房租赁需求的稳定将逐步扩大，住房租赁市场也将迎来快速发展期，长租公寓市场前景广阔。

陈志商在受访时表示，雅诗阁坚持原定战略目标，于2023年实现

## 保障性租赁住房再扩容

2022年是我国保障性租赁住房发展的关键一年。

值得注意的是，在“租购并举”政策背景下，随着保障性租赁住房进一步扩容，长租公寓“纳保”（纳入当地保障性租赁住房）现象正在显著增加。

“2022年是我国保障性租赁住房发展的关键一年”，ICCRA发布的《中国住房租赁市场三季度报告》显示，从去年提出“保障性租赁住房”概念以来，截至2022年三季度末，全国已开业房间规模中约有10.7%纳入当地保障性租赁住房（环比上涨了3.8个百分点），规模合计

为100450套（间），比二季度增加了38431套（间）。其中，“纳保比例最高的为租赁式社区，已纳保房间规模占总规模的31.3%”。

记者获悉，不少房企旗下长租公寓纷纷纳保，万科泊寓方面此前回复表示，其“响应国家政策号召，多渠道、多方式参与保障性租赁住房建设和运营”。

截至2022年7月31日，泊寓在北京、深圳、厦门、天津、佛山、长沙、武汉、成都等8个城市正式纳保50个项目、超4万间房源，另有5万

多间房源在申请纳保途中。

“随着住房保障体系的日趋完善，龙湖冠寓也积极布局保障性租赁住房，更好保障群体的基本住房需求。”龙湖方面此前回复记者称，截至目前，已有龙湖冠寓长沙金融中心店、龙湖冠寓武汉新壹城店、龙湖冠寓合肥创富工坊二店、龙湖冠寓天津南开王顶堤店等多个保障性租赁住房项目落地并开业。

对此，克而瑞研究中心就直言，“那些无法认定保障性租赁

住房、净现金分派率过低或不满足其他上市条件的项目暂时还无法进入保租房公募REITs这条新赛道。”

如在两个项目成功“纳保”后，旭辉瓴寓方面就表示，“未来，还将有1万套开业房源申请纳入保障性租赁住房体系”“持续投身于全国保障性租赁住房建设，助力保障性租赁住房在长租市场实现快速发展，为城市新市民、青年人带来多元化的租房选择和更舒适的租住体验”。

# 地产行业低碳转型加速 科技创新或成破局之道

本报记者 方超 石英婧 上海报道

“气候危机是存在的、压倒一切的、一直持续的，我们需要审视难题的每一部分，包括支撑全球经济的工业部门脱碳。”11月6日~18日，《联合国气候变化框架公约》缔约方第二十七次大会（COP27）在埃及海滨城市沙姆沙伊赫举办，据财新报道，大会主席萨米哈·舒克里（Sameh Shoukry）如此表示。

## 构建绿色发展生态体系

作为碳排放“大户”，房地产行业如何更好推进自身的减碳之旅，一直备受外界关注。

根据中国建筑节能协会发布的《2021中国建筑能耗与碳排放研究报告》显示，2019年，我国建筑全过程碳排放总量为49.97亿吨二氧化碳，占全国碳排放的比重为50.6%。

在此情况下，房地产行业又该如何践行“双碳”目标呢？

“碳达峰、碳中和目标的实现，

需要积极开展产业‘全生命周期’治理行动，达成全产业链上所有参与者纵向深耕，形成行业垂类共识。”仲量联行认为，更需要超越传统局限，将投资者、租户和城市横向拓展，聚合在一起，共同朝着可持续发展目标努力。

“围绕零碳战略、零碳资产和零碳运营三个维度，着力构建‘战略、路径、战术和工具四位一体’的方法论，多维度助力客户明确实施路径，制定集约化管理，分

析高效治理策略，以实现社会价值和经济价值最大化。”仲量联行表示。

“仲量联行作为‘一站式全周期零碳顾问’，持续走在零碳研究最前沿，一站式全周期的零碳解决方案将更好地满足中国市场需求，为城市和企业发展提供高质量的专业支持，‘碳’索更为精明高效的碳中和之‘道’。”仲量联行中国区执行董事、战略顾问部总监徐岱雄如此表示。

在地产行业低碳转型过程中，科技创新的重要性正日益凸显。

仲量联行认为，科技创新是实现碳达峰、碳中和目标的关键支撑。“低碳技术可以帮助中国房地产企业围绕源头减量、回收利用、能源替代、节能减排和负碳技术等举措，有效降低商业建筑全生命周期的碳排放，从而促进企业自身的绿色转型和可持续发展。”

据悉，今年，仲量联行携手生态伙伴联合发起的中国内地首个专注于房地产科技的企业联盟——城越UrbanLab迎来新的合作伙伴，正式开启城越UrbanLab 3.0，聚焦“建筑碳中和”赛道。

“城越UrbanLab 3.0的主题为‘科技赋能建筑碳中和’，这是对双碳目标进入国家议事日程、ESG概念不断深化的积极响应，

# 第一太平戴维斯孟喆：房地产企业应从上至下贯彻ESG理念

本报记者 郭阳琛 石英婧  
上海报道

“2030年碳达峰，2060年碳中和”（以下简称“双碳”）已经成为国家的顶层发展战略。在“双碳”发展目标驱动下，房地产行业已经成为国家监管和资本市场关注的焦点。

第一太平戴维斯中国区物业及资产管理部主管、高级董

## 房地产减碳势在必行

《中国经营报》：自我国明确提出“双碳”目标之后，ESG逐渐成为社会和企业的关注重点。在你看来，房地产业减碳的重点领域有哪些？房企ESG呈现怎样的特点？

孟吉：《中国建筑能耗研究报告》显示，我国建筑全过程能耗占全国能源消费总量的比例已超过50%，二氧化碳排放占全国碳排放的比重接近60%。因此，对房地产领域实施节能措施是非常有必要的。

建议以“双碳”发展目标为指导，引领企业实现ESG可持续发展，激励企业积极配置绿色资产，企业及其资产急需推动自身高质的绿色低碳发展。在具体ESG实践方面，企业需要针对ESG重要议题有专项的解决方案，包括设定减排目标、提高能源效率和采用可再生能源等内容。此外，企业

## ESG需融入房企战略

《中国经营报》：对于目前仍处下行的中国房地产以及债务承压的众多上市房企，以ESG评价体系为导向的绿色金融能带来哪些帮助？

孟吉：企业从传统的战略发展中融入ESG可持续发展体系，不是一蹴而就的。需要企业了解由传统上以利润为导向的经营模式向ESG模式整体转型的压力，企业在构建ESG体系初期，将可能花费大量人力物力，并且需要组织由上至下贯彻ESG理念，以逐步提升企业ESG绩效。

在解决诸如合规披露、提升评级水平、通过ESG体系真正提升企业日常运营管理水平等问题后，结合绿色金融才能最终实现提升企业韧性和市场竞争力的长远目标。

《中国经营报》：当前房企在落实“双碳”目标时有哪些难

点？应如何应对？  
孟吉：首先是自身运营现状不够了解，无法全面掌握运用数据，例如能耗与碳排放数据，造成底账不清；其次是由于盲目规划，导致缺乏整体碳中和战略规划、盲目开展改造及相关工作；再次是缺少闭环，如何保证碳中和规划落地，形成闭环式的碳管理成果；接下来是缺乏精细化与数字化手段进行标准化管理；最后会造成对开展“双碳”与ESG可持续发展工作为自身带来的效益不清晰。

企业在已有的平台能力基础上整合作业，做结合企业战略的配套规划，同时解决实实在在的需求。以业务思维开展数字化工作，助力公司业务数字化转型升级的同时，确保阶段“双碳”达成及企业ESG可持续发展目标的实现。

承诺，在2040年前实现所有业务运营的净零排放，并将从气候行动、健康空间及共融环境三个方面实施减排计划、衡量减排进展及成果。此外，仲量联行还承诺，作为可持续发展道路上的重要里程碑，公司所有办公空间将在2030年实现碳中和。

“作为全球气候治理的参与者、绿色低碳领域的探索者、国内低碳市场的开拓者，未来，仲量联行将继续充分发挥全球资源平台作用、合作伙伴战略作用和本地零碳实践经验，在中国提供全方位的可持续发展解决方案，助力企业实现双碳目标。”仲量联行表示。

仲量联行相关负责人同时强调：“这是仲量联行对双碳目标进入中国国家战略的积极响应，也是仲量联行作为房地产服务行业领袖布局科技创新与可持续发展的体现和实践。”



万科泊寓-莘庄疏影店 本报资料室/图

# 亮红灯:院内制剂和中药配方颗粒拟禁止网售

本报记者 娄国文 曹学平 北京报道

在《药品网络销售监督管理办法》即将施行之前,11月3日,国家药监局对《药品网络销售禁止清单(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)公开征求意见。

疫苗、血液制品、麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品、药品类易制毒化学品、医疗机构制剂、中药配方颗粒等被列为政策法规明确禁止

网络销售的药品。另外还有4类其他禁止通过网络零售的药品。

在9类政策法规明确禁止网络销售的药品中,医疗机构制剂、中药配方颗粒属于新增加的品类,因此尤其受到医药行业关注。

据了解,医疗机构制剂、中药配方颗粒的使用和销售政策分别是:医疗机构制剂只能在本医疗机构内使用,中药配方颗粒不得在医疗机构以外销售。不过,近几年由于互联网医院等新业态的

产生,部分医疗机构制剂、中药配方颗粒在互联网医院渠道销售,规模比较大。今年6月,国家卫健委等部门发文规定,医疗机构制剂低浓度硫酸阿托品不得在互联网诊疗中开具。

“此次《征求意见稿》的公布,进一步加强了对医疗机构制剂和中药配方颗粒等药品的监管,这是对药品使用安全和行业监管秩序的综合考虑。这也说明药品网络销售监管时代的到来。”11月15日,

云南大学附属医院药剂科副主任药师麻琳瑜对《中国经营报》记者分析指出。

药师廖原(化名)对记者表示,《互联网医院管理办法(试行)》第二十条明确规定,不得在互联网上开具麻醉药品、精神类药品处方以及其他用药风险较高、有其他特殊管理规定的药品处方。医疗机构制剂、中药配方颗粒等应属于有特殊管理规定的药品。

## 规范市场

合理用药是指安全、有效、经济、适当地使用药物。从药学角度来讲,药品的安全是放在第一位的。

药配方颗粒,由患者自己选择。市场上,康仁堂、新绿色、一方等都是比较常见的中药配方颗粒品牌。”

对于此次中药配方颗粒在《征求意见稿》中被列为政策法规明确禁止网络销售的药品之一,刘乐表示比较惊讶。

刘乐说:“按照规定,中药配方颗粒不得在医疗机构以外销售。互联网医院实际上是依托于实体医院的医疗机构,在疫情之下,互联网医院为医患双方都带来了很大的便利性。如果只有实体医院可以开中药配方颗粒而互联网医院禁止的话,那影响面会挺大的。”

今年9月1日,《药品网络销售监督管理办法》由国家市场监管总局发布,12月1日将落地施行。此次在《药品网络销售监督管理办法》施行前,国家药监局对网络销售禁止清单进行补充,将医疗机构制剂、中药配方颗粒新增为政策法规明确禁止网络销售的药品。

对此,廖原向记者指出,医疗机构制剂实际上并没有正式获得国家药监局批准供应市场。而且《医疗机构制剂注册管理办法》规定,医疗机构配制的制剂不得在市场上销售或变相销售。因此,



院内制剂和中药配方颗粒拟列入政策明确禁止网售名单。视觉中国/图

医疗机构制剂不能通过网络销售,不是突然增加出来的,而是有据可查的。

廖原说:“医疗机构制剂在临床试验、审批流程、投入成本等方面与上市药品都有较大差距。现在,医疗机构制剂已经是部分新药的摇篮。将医疗机构制剂通过互联网医院销售到全国,跨过了医疗机构制剂和上市药品的界限。如果大家都选择这条‘捷径’,是不是可能造成市场秩序混乱呢?”

廖原表示,中药配方颗粒出现在网络销售禁止清单里也并不令人感到意外。此前中药配方颗粒作为试点使用,在购销和使用环节

比其他药品要求更高。2021年2月,国家药监局等部门发布的《关于结束中药配方颗粒试点工作的公告》也明确了中药配方颗粒不得在医疗机构以外销售。

“合理用药是指安全、有效、经济、适当地使用药物。从药学角度来讲,药品的安全是放在第一位的。现在,《征求意见稿》将医疗机构制剂和中药配方颗粒列为政策法规明确禁止网售的药品,这是出于安全用药的考虑。而且,网络药品销售处于发展早期阶段,‘先严后放’更有利于患者用药安全和市场流通监管秩序。”麻琳瑜说。

## 监管趋严

国家药监局将会同卫生健康部门落实、巩固、完善已有政策。

11月11日,一位熟悉中药配方颗粒的业内人士向记者透露,此前,有部分中间商在某电商平台销售中药配方颗粒,后来在中药配方颗粒厂家要求下平台进行了下架处理。现在,少部分电商平台还有一些隐性销售中药配方颗粒的情况。

记者查询发现,确实仍有少部分电商平台在销售中药配方颗粒。某商家店铺数据显示,该店铺已拼4.9万单,同时正在进行“双11”年度大促活动。

“从店铺显示的销售数据来看,销量还不少,说明老百姓对中药配方颗粒的需求还是挺高的。这些线上零售的一般是医疗机构。此次中药配方颗粒被列入政策法规明确禁止网络销售的名单,如果互联网医院也不能再开中药配方颗粒,对行业将会有一定影响。”该业内人士说。

11月16日,国家药监局公布了第三批药品安全专项整治典型案例。其中,2021年10月,广州市君悦大药房连锁有限公司以人工排队方式从正规医疗机构凭处方购买获取“二甲硅油乳膏”“肤乐霜”等医疗机构制剂,并通过京东商城“君悦大药房旗舰店”销售,涉案药品货值金额14.87万元。2022年3月,该公司被处以没收违法所得14.87万元、罚款44.63万元的行政处罚。

国家药监局表示,《药品管理法》第七十六条规定,医疗机构配制的制剂不得在市场上销售。本案中,当事人通过网络平台在全国范围内公开销售医疗机构配制的制剂,致使院内制剂流向市场,进而使得群众未经医师指导用药,对公众用药安全带

来极大隐患。药品监管部门通过网络监测等多种方式,依法对其进行严厉查处,有效保障了公众用药安全有效。

记者注意到,中药配方颗粒结束试点以来,多位专家在两会期间通过提案向相关部门提交对行业发展的建议。今年10月,国家药监局官网连续公示了多份对人大代表建议的答复。

其中,10月26日,国家药监局在《对十三届全国人大五次会议第6188号建议的答复》中对张伯礼院士表示,结束中药配方颗粒试点工作后,国家药监局继续保障中药配方颗粒质量和安全监管,多措并举引导行业健康发展。

国家药监局表示,部署各级药品监管部门组织对医院周边、个体诊所等重点区域、网络销售等重点环节进行重点检查。要求各级药品监管部门加强组织领导,构建网格化的精准监管格局;严格履行职责,对于发现的线索追根溯源,一查到底;加大查办力度,对中药配方颗粒生产、销售、配送及使用调剂等环节的违法违规行为依法严查重处。目前,相关工作正在按计划有序推进。

另外,10月27日,国家药监局官网公示的《对十三届全国人大五次会议第4817号建议的答复》(以下简称《答复》)也提到了医疗机构制剂通过互联网医院等新业态销售的情况。

《答复》表示,下一步,国家药监局将同卫生健康部门落实、巩固、完善已有政策,不断加强对医疗机构制剂临床使用的管理,保障医疗机构制剂质量和服务安全。

# 心脏起搏器省际联盟集采“提速扩面”

本报记者 苏浩 曹学平 北京报道

心脏起搏器作为一种植入于体内的电子治疗仪器,通过脉冲发生器发放由电池提供能量的电脉冲,通过导线电极的传导,刺激电极所接触的心肌,使心脏激动和收缩,从而达到治疗由于某些心律失常所致的心脏功能障碍的目的。

事实上,心脏起搏器集采并不是第一次出现。

作为我国起搏器植人大省,江苏省早在2019年就率先开展了双

腔起搏器的集采。彼时集采降价幅度温和,平均降幅约为15.86%。此后,云南、青海、安徽、山东、福建等省份相继开展心脏起搏器集采。由于心脏起搏器价格昂贵,患者要求降价的呼声也很高。

北京大学人民医院心血管内科主任医师李学斌在接受《中国经营报》记者采访时表示,心脏起搏器拥有非常高技术门槛,且国产心脏起搏器高度依赖进口的芯片、导线、电池等核心技

术产品。在现阶段双腔起搏器集采后1万多元的售价情况下,双腔起搏器价格能否压到更低,还有待考量。

而此次广东省联合江西省、湖北省共同开展的心脏起搏器集采又将有哪些新变化?为此,记者电联了广东省药品交易中心,工作人员向记者表示,关于集采最新进展会在交易中心官网披露,相关内容以官网发布的信息为准。



目前国内心脏起搏器企业仍占据较低市场份额。视觉中国/图

一个问题。

广东省此次开展的心脏起搏器联盟集采,其降价幅度是否会再被拉大?《征求意见稿》显示,在报价方面,此次心脏起搏器耗材集采采用梯级报价形式,申报企业应按照量价挂钩的原则,根据联盟地区2021年实际采购量,按产品类别以注册证为单位合理申报梯级价格和梯级采购量。同类别每个注册证按照3个梯级分别报价、报量,即第一梯级价格P1、第二梯级价格P2、第三梯级价格P3。

而在中选规则方面,《征求意见稿》指出,一方面,具有全国带量采购最低价的注册证,其申报

的第一梯级价格不高于该注册证对应类别的全国带量采购最低价,则该注册证获得对应类别拟中选资格;另一方面,无全国带量采购最低价的注册证,其申报的第一梯级价格比该注册证对应类别全国最低采购价的降幅大于或等于25%,则该注册证获得对应类别拟中选资格。

这或意味着,针对单腔、双腔起搏器等已集采过的品种,企业只需填报目前的全国最低价即可中选。而像未被集采过的三腔起搏器、除颤器等,则需要在目前的价格基础上自降25%,方可直接拟中选。

## 国产起搏器奋起直追

据渤海证券研究所统计分析,我国心脏起搏器供应主要来自美国的三巨头美敦力(43.0%)、雅培的圣犹达(23.7%)和波士顿科学(17.8%),合计占84.5%市场份额;来自欧洲的百多力和索林集团,合计占11.2%的市场份额。而本土起搏器生产企业如微创医疗(00853.HK)、乐普医疗(300003.SZ)、先健科技(01302.HK)仅占据5%左右的份额。

受限于技术门槛,多数国产起搏器在芯片、导线、电池上仍然依赖进口,国产化仍有难度。

为了攻占心脏起搏器的技术高地,国内起搏器生产企业开始通过并购、合作研发“切入”。

2014年,微创医疗与索林(LivaNova前身)成立合资公司创领心律管理医疗器械(上海)有限公司(以下简称“创领心律”),获得索林产品在中国的独家销售权,并开始自主研发国产起搏器。

在江苏省2021年5月开展的第五轮公立医疗机构医用耗材联盟带量采购中,创领心律作为唯一一家本土起搏器生产企业入选。微创医疗2021年年报显示,公司心律管理中国业务实现收入1360万美元,较上年同期增长53.7%(剔除汇率影响)。

乐普医疗在收购秦明医学后正式进入心脏起搏器市场。

2021年6月1日,福建省医保局公布第二批医用耗材集中带量采购中选结果,其中心脏双腔起搏器类仅乐普医疗一家国内企业中标,其他均为国外公司。

不仅如此,2021年12月9日,陕西省公共资源交易中心发布

《省际联盟省(区、兵团)心脏起搏器集中带量采购拟中选结果》。其中,非兼容MRI心脏起搏器有乐普医疗和创领心律两家本土企业中选,平均价格在1.6万元上下,乐普医疗给出1.28万元的最低价。据悉,此次省际联盟集采包括了陕西、甘肃、宁夏、新疆、新疆建设兵团、湖南、广西、海南等省(区、兵团),是国内起搏器最大规模的一次集采。

乐普医疗2021年年报显示,报告期内,其单、双腔起搏器累计植入超过10000台。同时,公司Qinning8632全自动起搏器及核磁共振兼容全自动起搏器、治疗心衰的CCM和治疗帕金森的脑起搏器产品也正在研发中。

而先健科技则是与美敦力达成战略合作,借助跨国巨头的技术和资源,双方合作研发的“芯形”HeartTone系列植入式心脏起搏器在2017年12月获得NMPA批准。先健科技自主研发的8301型临时起搏器分别于2019年、2020年获FDA和CE批准上市。

据先健科技2022年中报,2022年上半年公司起搏电生理业务贡献的营业额约为4370万元人民币,同比增长187.5%。据了解,先健科技起搏电生理业务主要包括植入式心脏起搏器及心脏起搏电极导线。

在业内看来,尽管目前国内内心脏起搏器企业仍占据较低市场份额,但随着本土企业创新研发进程加快,不断开拓市场,具有价格优势和性价比的起搏器会为更多患者带来“心”的生机。

## 降25%即拟中选资格

随着我国人口老龄化问题日益加剧,心血管病患病率持续增长。国家心血管病中心发布的《中国心血管健康与疾病报告2021》显示,我国每5例因病死亡病例中就有2例死于心血管病,而截至目前,我国心血管病患病人数总计达3.3亿人。

在此背景下,我国心脏起搏器市场需求不断增长。第25届全国介入心脏病学论坛发布的数据显示,2021年我国心脏起搏器临床应用植入量达9.9万台,同比增长15.1%。

李学斌告诉记者,根据心脏起搏器作用特点的不同可分为单腔起搏器、双腔起搏器、三腔起搏器(CRT)、植入性心脏转复除颤器(ICD)和无导线起搏器(胶囊起搏器)等。

据统计,2019年至今,江苏、安徽、青海、山东、福建等省份都开展了心脏起搏器集采。除了安徽同时开展了单腔、双腔起搏器集采外,其余省份都是双腔起搏器集采,平均降幅在13%~69%不等。

具体来看,青海双腔心脏起搏器平均降幅为13%;福建双腔心脏起搏器平均降幅为36.92%;安徽单腔、双腔起搏器平均降幅为46.75%;山东集采平均降幅为51.86%。

心脏起搏器一旦植入身体,就会终身携带,因此,起搏器植入后的人工随访、售后服务便至关重要,这其中还涉及到人力成本。”李学斌指出,若将起搏器价格降得过低,无法覆盖人工成本,那么起搏器售后服务也会成为一

个问题。

广东省此次开展的心脏起搏器联盟集采,其降价幅度是否会再被拉大?《征求意见稿》显示,在报价方面,此次心脏起搏器耗材集采采用梯级报价形式,申报企业应按照量价挂钩的原则,根据联盟地区2021年实际采购量,按产品类别以注册证为单位合理申报梯级价格和梯级采购量。同类别每个注册证按照3个梯级分别报价、报量,即第一梯级价格P1、第二梯级价格P2、第三梯级价格P3。

而在中选规则方面,《征求意见稿》指出,一方面,具有全国带量采购最低价的注册证,其申报

# 眼科连锁“押注”视光服务

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

日前,华厦眼科医院集团股份有限公司(301267.SZ,以下简称“华厦眼科”)登陆创业板。按2021年的收入规模计算,其成为国内第二大眼科连锁上市公司,仅次于爱尔眼科(300015.SZ)。

招股书显示,华厦眼科拟将募资的约30%(约2.3亿元)投入区域视光中心建设项目,在全国新建200家直营视光门店,提供医学验光服务,这也是公司此次IPO募资中最大一笔支出的用途。

在已上市的眼科连锁机构中,何氏眼科(301103.SZ)的视光服务在今年上半年成为占比最大的收入来源。2020年及2021年,公司该业

务的收入同比增速均超过20%。在布局上,何氏眼科采用“1+N”全国拓展战略,即1个眼科医院带动N个视光诊所。今年上半年,公司共新设和改建7家视光门诊。

对于视光服务的“押注”,华厦眼科、何氏眼科均不约而同地提及“为眼科医院导流”一说,其背后更看重的是青少年近视防控市场。

11月18日,何氏眼科方面对《中国经营报》记者表示,目前门诊店类别占公司视光门店一半以上,其次为医院店,验配店较少。公司布局的近百家视光门店中,已实现盈利门店占比约80%。视光服务主要针对青少年近视防控市场,这部分业务属于刚性需求消费,不存在明显的区域限制。

## 千亿级市场规模

中国视光市场规模从2015年约712亿元上升至2019年约990.8亿元。

11月7日,华厦眼科在创业板挂牌上市。招股书显示,华厦眼科IPO拟募资约7.79亿元,用于天津华厦眼科医院、区域视光中心建设、现有医院医疗服务能力升级、信息化运营管理体系建设、补充运营资金等5个项目。

其中,公司拟将2.3亿元投向区域视光中心建设,经过初步市场调研和筛选,拟在上海、重庆、四川等地新建200家直营店,分2年进行建设。根据项目可行性研究报告,该项目投资回收期5.25年(税后,含建设期),财务内部收益率(税后)14.96%。

华厦眼科表示,公司拟建设的视光中心主营业务定位为主要提供框架眼镜和隐形眼镜的验配及销售服务、角膜塑形镜(即俗称的“OK镜”)的销售服务以及眼视光相关日常维护服务。

截至目前,公司已开设23家视光中心,部分视光中心存在角膜塑形镜销售业务,但未从事角膜塑形镜的验配业务。对于此次IPO募投新建的视光中心,公司管理层将根据其未来的实际运营情况决定是否拓展角膜塑形镜的验配业务。其认为,角膜塑形镜作为新型的非

手术可逆视力矫正方式,在缓解近视发展方面具有临床效果,受到青少年视光矫正市场的青睐。

华厦眼科表示,区别于传统眼镜零售店,公司建设的视光中心可为患者带来医学验光、矫正、养护等专业的视光服务以及基础的眼科检查,对潜在有进一步就诊需求的患者,可为公司下属医院实现导流。

何氏眼科在2022年半年报中亦表示,“眼科医院与视光诊所形成良性互动,互相转诊相互导流,在眼科医疗和青少年近视防控两个领域同步拓展。”根据披露,按照视光门店设置场所和功能,公司的视光门店分为医院店、门诊店与验配店。

招股书显示,中国视光市场规模从2015年约712亿元上升至2019年约990.8亿元,期间年复合增长率约为8.6%。随着中国屈光不正患者人数的增加以及视光矫正单次价格的增长,预计2025年视光市场将增长至约1273.6亿元。根据弗若斯特沙利文统计,我国20岁以下近视人数从2015年的1.48亿人增长至2019年的1.69亿人,预计2030年将达到1.91亿人。

## 毛利率高达50%

近4个报告期,华厦眼科的屈光手术毛利率分别为45.35%、47.94%、52.55%、55.95%。

被视为服务于医院导流所开展的视光服务,其毛利率同样不可小觑。

2019年至2021年及2022年上半年,华厦眼科的配镜业务毛利率分别为54.49%、53.11%、56.43%及54.88%。报告期内,公司部分诊疗项目受到市场竞争激烈度增加、医保控费政策收紧等因素影响,毛利率呈现一定程度的下降,但由于屈光手术、配镜业务等高毛利率项目占比逐年增加,公司主营业务整体毛利率得以基本保持稳定。

上述对应期间内,公司配镜业务收入占比分别为9.18%、10.7%、12.01%及11.6%。2020年及2021年,该项业务收入分别同比增长18.46%及36.49%。2022年上半年,公司配镜业务收入约1.76亿元。

根据招股书,华厦眼科采购的主要配镜材料包括镜片(豪雅)、硬性隐形眼镜(CRT)、硬性隐形眼镜(普诺瞳)、硬性隐形眼镜(露晰得)等。其中,后三者属于角膜塑形镜,2022年上半年,这三款产品的采购单价

## 门槛与竞争

专业的视光服务能力显得尤为重要,主要可体现在验光师的专业度、营销人员的专业度和加工质检的专业度上。

随着市场需求规模的不断扩大,视光服务对于公司整体眼科诊疗服务布局的重要性逐渐凸显,但视光门店在实际落地运营中具有一定门槛,包括须符合相关法规要求。

华厦眼科表示,隐形眼镜及角膜塑形镜属于第三类医疗器械,因此拟建设的视光中心从事上述产品的销售需取得《医疗器械经营许可证》。如若拓展角膜塑形镜的验配业务,则需申请取得相应的《医疗机构执业许可证》。

此外,根据《卫生部关于加强医疗机构验配角膜塑形镜管理的通知》(卫医发〔2001〕258

分别为3100.7元/副、2148.88元/副、2434.3元/副。

记者从华厦眼科旗下青岛华厦眼科医院了解到,目前该院角膜塑形镜产品的售价区间为6000元~10000元,部分产品售价超过10000元。根据产地、材料、透氧性等不同,产品价格不等。

而对于收入贡献的占比情况,何氏眼科的视光服务在今年上半年收入约1.63亿元,占比达到约34.8%,成为第一大收入来源,毛利率为49.15%,同比增长0.51个百分点。

何氏眼科表示,受国家近视防控战略的推动,眼视光产业在中国正处于快速发展初期,市场空间巨大,同时具有受地域影响较小及对公立医院依赖较低的特点,公司视光收入占比一直较高。2019年至2021年,该项业务的收入占比分别为29.92%、32.66%、35.95%。

招股书披露,2018年至2020年及2021年上半年,何氏眼科的视光服务平均单价分别为699.22元/人次、683.31元/人次、701.82元/人次和778.45元/人次。2020



我国20岁以下近视人数预计2030年将达到1.91亿人。

视觉中国/图

年及2021年上半年的平均单价上升,主要是随着近视防控的升级,高单价的角膜塑形镜验配收入和数量占比增加所致。

在IPO募资中,何氏眼科拟将1.37亿元投向沈阳何氏医院扩建项目。根据规划,该项目正常运营后,拟提供屈光不正手术诊疗、白内障手术诊疗、视光服务等,形成屈光不正手术3320例/年,验光配镜量8000副/年,硬镜角膜塑形镜验配量5000副/年等眼科服务业务规模。

值得注意的是,随着角膜塑

形镜的引入,眼科连锁机构的视光服务毛利率几乎追平甚至超过白内障、屈光等手术项目的毛利率。

2019年至2021年及2022年上半年,华厦眼科的屈光手术毛利率分别为45.35%、47.94%、52.55%、55.95%;白内障手术毛利率分别为31.39%、29.4%、35.15%、35.32%。

2022年上半年,何氏眼科的屈光不正手术矫正服务、白内障诊疗服务的毛利率分别为49.19%、33.49%,分别同比减少5.04个百分点、5.55个百分点。

# 资本竞速失眠创新药赛道

本报记者 张悦 曹学平 北京报道

“吃过药之后,思维逻辑好像开了0.5倍速,但能够好好睡一觉了。”长期失眠的庞宇(化名)告诉《中国经营报》记者。

记者梳理发现,目前国内的失

眠治疗药物以仿制药物为主,根据公开数据,目前仅浙江京新药业股份有限公司(002020.SZ,以下简称“京新药业”)的安达西尼胶囊提交了新药申请。

此外,先声药业集团有限公司(02096.HK,以下简称“先声药

业”)发布公告显示,于11月15日与Idorsia Pharmaceuticals Ltd.(以下简称“Idorsia”)就失眠症药物Daridorexant订立独家授权协议,

先声药业将获授该产品在大中华地区的开发及商业化的独家权利。根据公告,该药物于2022年1月,FDA批准Idorsia的Daridorexant,该药物商品名为QUIVIVIQ。

先声药业方面介绍,除肿瘤、自身免疫领域外,神经系统治疗领域一直是先声药业重点聚焦的三大领域之一,先声药业在该领域深耕多年,拥有包括先必新在内的多个全球首创新药和国内首仿药,本次海外引进的Daridorexant将成为公司在神经系统产品组合的有力补充。基于巨大的市场空间、未被满足的临床需求,以及公司多年来在神经系统治疗领域的深耕,先声药业看好失眠药物的市场,也对加入这一领域充满信心。失眠人群日渐年轻化,这部分人群对睡眠质量有更高的要求和消费能力,且更容易接受为了失眠而就医,随着社会的发展容易产生各种各样的焦虑,公司相信未来失眠创新药的市场空间巨大。

雷美替胺为日本武田制药公司研发的口服催眠药物,是第一个应用于临床治疗失眠的褪黑激素受体激动剂,2005年获得FDA批准,用于治疗难以入睡型失眠症,对慢性失眠和短期失眠也有确切疗效。

有镇静作用的抗抑郁剂(如曲唑酮、米氮平、氟伏沙明、多塞平等)。《指南》显示,有些处方药超说明书使用范围来治疗失眠,包括抗抑郁药和抗癫痫药等。一些非处方药和中草药也用于失眠的治疗,包括抗组胺药、褪黑素和炒酸枣仁等。

庞宇告诉记者,在失眠之初,他曾尝试过褪黑素与酸枣仁膏,经医院确诊为抑郁症后,在医生的建议下,他还先后使用过舍曲林、曲唑酮和氟伏沙明等药品。庞宇介绍,目前其使用较多的失眠药物为地西泮,由于该药物是处方药且担心长期服用产生依赖性,他一般服用频率为每周1至两次。

《指南》显示,FDA批准的用于失眠治疗的药物包括部分BzRAs,褪黑素受体激动剂、多塞平和食欲素受体拮抗剂等。有多款海外已上市的失眠药物,目前并未在国内上市。

雷美替胺为日本武田制药公司研发的口服催眠药物,是第一个应用于临床治疗失眠的褪黑激素受体激动剂,2005年获得FDA批准,用于治疗难以入睡型失眠症,对慢性失眠和短期失眠也有确切疗效。

月获得了美国食品药品监督管理局(FDA)的批准。

近期,京新药业在投资者互动平台表示,安达西尼针对重度失眠患者,具有疗效显著和安全性好的特点。公司认为该药物能顺利获批,未来具有较好的市场前景。

就失眠药物的研发相关情况,记者致电京新药业,工作人员表示不便接受采访。

就签署协议后的工作安排,先声药业方面对记者表示,双方签署合作协议后,公司将尽快推动国内的临床研究,并争取在最快的时间

内申报获批,基于此前同美国G1公司就全球首创新药曲拉西利的合作进度,从合作签约到附条件上市仅用时708天,公司对Daridorexant在国内的早日上市表示乐观,希望国内饱受失眠困扰的患者能早日用上该款全球创新药。

## 助眠需求巨大

先声药业方面介绍,失眠药物市场空间巨大,且存在巨大的未被满足的临床需求。据卫健委精神障碍诊疗规范(2020年版)数据,失眠障碍患病率为10%~20%,中国约有2亿~3亿人患失眠。第三方数据显示,中国镇静催眠药物行业市场规模2023年或将达到270亿元。与巨大的市场需求相比,当前国内获批上市的抗失眠药物有限,需求与现实之间,存在巨大的空间。

据了解,医学中失眠的常见疗法包括心理治疗、物理治疗、中医治疗、药物治疗等。在药物方面,目前常见用药主要包括地西泮、唑吡坦等苯二氮卓类药物以及唑吡坦、右佐匹克隆等非苯二氮卓类药物。根据健康产业数据平台中康CMH提供的数据,2021年全国二级以上等級医院镇静安眠品类药物销售额58.64亿元,同比增长11%。

2017年《中国失眠症诊断和治疗指南》(以下简称《指南》)显示,药物治疗推荐用药顺序为短、中效的苯二氮卓类药物(BzRAs)或褪黑素受体激动剂(如雷美替胺)、其他BzRAs或褪黑素受体激动剂、

2014年,经FDA批准,默沙东的Suvorexant成为第一个上市的用于治疗失眠的食欲素受体拮抗剂;日本卫材公司研发的食欲素受体拮抗剂Lemborexant(商品名为Dayvigo)则在2019年获得FDA批准;2022年1月,FDA批准Idorsia的Daridorexant,该药物商品名为QUIVIVIQ。

先声药业方面介绍,除肿瘤、自身免疫领域外,神经系统治疗领域一直是先声药业重点聚焦的三大领域之一,先声药业在该领域深耕多年,拥有包括先必新在内的多个全球首创新药和国内首仿药,本次海外引进的Daridorexant将成为公司在神经系统产品组合的有力补充。基于巨大的市场空间、未被满足的临床需求,以及公司多年来在神经系统治疗领域的深耕,先声药业看好失眠药物的市场,也对加入这一领域充满信心。失眠人群日渐年轻化,这部分人群对睡眠质量有更高的要求和消费能力,且更容易接受为了失眠而就医,随着社会的发展容易产生各种各样的焦虑,公司相信未来失眠创新药的市场空间巨大。

雷美替胺为日本武田制药公司研发的口服催眠药物,是第一个应用于临床治疗失眠的褪黑激素受体激动剂,2005年获得FDA批准,用于治疗难以入睡型失眠症,对慢性失眠和短期失眠也有确切疗效。

## 创新药待上市

西南证券研报显示,在失眠创新药研发方面,国内目前进展较快的药物分别是京新药业的安达西尼、扬子江药业的YZJ-1139以及东阳光药的HEC83518,前者已经提交NDA,后者则分别处于III期、I期临床。

今年4月,京新药业发布公告显示,安达西尼胶囊(即“EVT201胶囊”)是治疗失眠障碍的1类小分子新药。与传统的GABA受体完全激动剂相比,在运动障碍、后遗效应、耐受性、乙醇相互作用、身体依赖性、记忆力损伤等不良反应方面,具有明显的优势。公司于2021年11月完成该药品的III期临床试验,达到主要终点和次要终点,并于2022年3月向药监局递交上市申请。截至公告日,公司在该药品上累计已投入研发费用约为2亿元。

10月底,有投资者在投资者互动平台向京新药业提问“安眠药预计上市时间还要多久?”

京新药业表示,“安达西尼胶囊(EVT201胶囊)目前已完成III

期临床并获得了国家药品监督管理局签发的药品注册证书,预期上市时间在2023年。根据国家药品注册相关的法律法规要求,药品在获国家药品监督管理局注册申请受理后转入国家药品监督管理局药品审评中心进行审评,目前正处于审评中,完成时间、审批结果均具有不确定性。”

此外,京新药业11月以来对多位投资者分别表示,公司积极推进相关准备工作,未来如果能够获批,希望尽快投放市场。目前该药物在CDE正常评审中,是否获批仍有不确定性,希望投资者关注相关风险。

先声药业方面介绍,自1998年食欲素及其受体被发现以来,Idorsia的研究团队一直致力于该领域科学研究,并发现对食欲素系统的拮抗可让失眠患者保持自然睡眠结构,由此开发出双促食欲素受体拮抗剂Daridorexant。它通过阻断促醒神经肽——食欲素与其受体结合,从而降低过度活跃的中枢觉醒。

此外,先声药业方面表示,公司始终坚持创新药研发的差异化创新与协同创新,具体而言,即为“聚焦差异化、坚持更有效”,在立项之时更注重项目的临床价值,以及是否具有差异化的创新点,公司认为Daridorexant符合这一要求。

# 动视暴雪与网易“分手”:14年“蜜月期”缘何终结

本报记者 许心怡 吴可仲 北京报道

动视暴雪与网易长达14年的合作史戛然而止。

11月16日,动视暴雪率先在其官网宣布,与网易现行代理协议到期后,旗下大部分游戏在中国大陆将停止服务。随后,网易方面表示接受停止合作的决定。

《中国经营报》记者获悉,动视暴雪和网易的合作长达14年,双方尚未进一步透露造成续约失败的具体原因。动视暴雪声明中透露出继续将暴雪游戏在中国发行的意愿,但暴雪产品未来在中国的“接棒者”是谁尚不得而知。

网易2022年三季度财报显示,代理暴雪游戏对网易净收入和净利润的贡献仅占个位数百分比,协议到期对网易的财务表现不会构成实质影响。

## 14年蜜月期

2012年,暴雪与网易续约代理协议,并将首发产品《暗黑破坏神3》中国运营权交予网易。



11月16日,动视暴雪率先在其官网宣布,与网易现行代理协议到期后,旗下大部分游戏在中国大陆将停止服务。网易方面表示接受停止合作的决定。图为ChinaJoy中国国际数码互动娱乐展上的暴雪娱乐与网易联合展台。

视觉中国/图

动视暴雪与网易的合作始于2008年。彼时,暴雪娱乐将旗下《星际争霸2》《魔兽争霸3》系列作品以及暴雪游戏平台战网的中国代理权交给网易。次年,网易获得《魔兽世界》的代理权。

此后十余年间,网易是暴雪在中国唯一的游戏代理商,双方多次顺利续签代理协议,并就《炉石传说》《暗黑破坏神3》《守望先锋》等产品达成合作。2019年,暴雪娱乐与网易公司续签在华游戏运营权至2023年,续约产品包括《魔兽世界》《星际争霸》系列、《暗黑破坏神》系列、《炉石传说》、《风暴英雄》和《守望先锋》。

网易2009年递交给美国证监会的陈述表显示,网易为获得《魔兽世界》《星际争霸2》《魔兽争霸

3》以及战网代理权共支付3.015亿美元,包括授权、版税、咨询等费用。《魔兽世界》代理权易主网易重新开放后的2009年8月,这款游戏同时在线的人数一度达到最高峰,全球有1310万人进入这个虚拟世界。而网易2009年四季度的游戏收入则在《魔兽世界》的带动下环比增长40.4%,同比增长61.8%。

2012年,暴雪与网易续约代理协议,并将首发产品《暗黑破坏神3》中国运营权交予网易。2014年,《暗黑破坏神3》国服上线,很快达成200万份销量。

同年,由暴雪推出的卡牌游戏《炉石传说》在中国与全球同步公测。在产品上线后的一次财报电话会议上,网易CEO丁磊透露:“这

款游戏现在在全球运营,其中中国市场排名第一,不管是用户数,还是营业收入都比其他国家多,包括美国。(这款游戏)很受中国用户的欢迎。”

2016年5月,《守望先锋》发售,上线不到半年就获得了全球超过2000万名玩家。次年年初,网易宣布,《守望先锋》国服销量超500万份。

2018年,暴雪和网易的合作拓展至游戏开发领域——将“暗黑”IP手游化,于2022年上线了《暗黑破坏神:不朽》。动视暴雪2022年半年报显示,《暗黑破坏神:不朽》发售后在100多个国家和地区登上下载榜榜首,6月在美国应用商店畅销榜中名列前十,游戏超一半玩家是动视暴雪新用户。

## 双方合作中断

如果动视暴雪计划继续在中国大陆运营暴雪游戏,或许意味着时隔14年,暴雪产品国服又要更换代理商。

双方顺利合作十余年,转折却突如其来。

11月7日,在2022年三季度财报中,动视暴雪初步释出或与网易中断合作的信号,并透露与网易签订的代理协议所产生的收入约占动视暴雪2021年合并净收入的3%。然而,动视暴雪与网易的合作集中于暴雪部门,与动视部门和King部门并无密切联系。整个2021年,动视暴雪的净营收为88.03亿美元,这其中的3%约为2.64亿美元。具体到暴雪部门,这部分收入占比或达10%以上。2021年,亚太地区对整个动视暴雪的收入贡献占比达12%,可见与网易签订的协议对暴雪的收入贡献并不低。

11月16日,动视暴雪官网发布声明称,由于与网易签订的代理协议将于2023年1月23日到期,大部分暴雪游戏将在中国大陆停止运营,包括《魔兽世界》《炉石传说》《魔兽争霸III:重置版》《守望先锋》《星际争霸》《暗黑破坏神III》《风暴英雄》,原因是暴雪娱乐和网易没有达成符合暴雪运营原则和对玩家及员工承诺的续约协议。

根据该声明以及动视暴雪三季度财报,暴雪和网易对《暗黑破坏神:不朽》的共同开发和发行源

## 动视暴雪多指标下滑

2021年发售的《使命召唤:先锋》市场表现未达预期。

动视暴雪2022年三季度财报显示,该公司多项指标同比下滑,而《暗黑破坏神:不朽》在中国的发行一定程度上缓解了下降趋势。该公司三季度获得收入17.8亿美元,同比下降14%;净预定收入为18.3亿美元,同比下降3%;净利润4.35亿美元,同比下降32%;月活跃用户数(以下简称“MAU”)3.68亿人,同比下降6%,环比上升2%。

其中,动视部门实现收入4.8亿美元,同比减少25%。动视暴雪方面表示,2021年发售的《使命召唤:先锋》市场表现未达预期。不过,该公司方面表示,动视部门三季度净预定量环比有所增加,预计四季度业绩在《使命召唤:现代战争2》的支撑下能实现同比增长。

于另外一份独立协议,不受上述协议到期的影响。

暴雪娱乐总裁Mike Ybarra表示并不打算退出中国市场:“近20年来,我们一直通过网易和其他合作伙伴将游戏带到中国,非常感谢中国社区给予的热情,他们的热情和创造力激励着我们,我们正在寻找替代方案,以在未来将我们的游戏带给玩家。”

11月17日,网易方面对媒体回应,非常遗憾动视暴雪先行宣布停止合作,将不得不接受此决定。“一直在尽最大努力和动视暴雪公司谈判,希望推进续约。经过长时间的谈判,我们仍然无法就一些合作的关键性条款与动视暴雪达成一致。”

17日下午,网易方面在暴雪中国官网发布公告,宣布11月23日起关闭暴雪游戏产品在战网以及客户端内的充值服务及用户注册入口,2023年1月24日0时起正式停止暴雪游戏产品的运营,关闭战网登录以及所有游戏服务器,同时关闭客户端下载。公告称,游戏服务器关闭后,各游戏内的所有账号数据及游戏数据将被封存,玩家已充值但未消耗的网络游戏虚拟货币以及付费购买且仍未失效的游戏时间将在暴雪游戏产品停止

运营后开始安排退款。

对于现阶段的网易,由于代理游戏需要剔除运营成本、利润分成、版权费等各项费用,暴雪游戏不再是“香饽饽”。11月17日,网易发布2022年三季度财报,其中显示,代理暴雪游戏对网易在2021年以及2022年前9个月净收入和净利润的贡献仅占个位数百分比,这些代理协议到期不续对网易的财务表现不会构成实质影响。

如果动视暴雪计划继续在中国大陆运营暴雪游戏,或许意味着时隔14年,暴雪产品国服又要更换代理商。2009年,《魔兽世界》代理商从九城变更为网易,产生了一系列移交过渡的问题,导致《魔兽世界》在中国一度停服一个半月。

此外,进口游戏更换代理商,或面临重新申请版号的问题。根据国家新闻出版总署等三部门发布的通知,经新闻出版总署前置审批或进口审批的网络游戏,变更运营单位的,须重新办理前置审批或进口审批手续,自运营单位变更之日起至重新获得批准期间,网络游戏应停止一切运营服务,违者按非法网络出版处理。

记者就续约中断、暴雪游戏意向合作伙伴等问题联系动视暴雪和网易方面,截至发稿未获得回复。

奇》系列手游的玩家游玩总时长已经连续五个季度实现同比增长。King部门MAU大约为2.4亿人,比去年同期下降了2%。

得益于《暗黑破坏神:不朽》登陆中国市场,暴雪部门三季度收入增长10%,达到5.43亿美元。今年7月,《暗黑破坏神:不朽》国服上线,一度登顶中国免费应用下载榜,进入畅销榜前十,带动动视暴雪移动游戏收入同比上升14%,达到9.32亿美元。暴雪部门当季MAU约为3100万人,与去年同期的2600万人相比增长明显,环比增幅达到15%。

手握《糖果粉碎传奇》的King部门游戏内净预定收入同比上升了8%,收入同比增长6%至6.92亿美元,付费用户数实现两位数百分比的同比增长。《糖果粉碎传奇》系列手游的玩家游玩总时长已经连续五个季度实现同比增长。King部门MAU大约为2.4亿人,比去年同期下降了2%。

今年1月,微软方面宣布计划作价687亿美元收购动视暴雪。对于这起交易的进展,动视暴雪CEO Bobby Kotick表示,相关合并协议预计在2023年6月前完成。目前,该收购案仍在欧美多地面临审查。11月8日,欧盟委员会表示,对微软拟收购动视暴雪的反垄断调查进入深入阶段,原因是该交易可能会减少游戏机和个人电脑游戏发行、游戏和个人电脑操作系统市场的竞争。该机构称,担心微软可能会阻止其他游戏发行商获得动视暴雪的游戏,特别是《使命召唤》。

# 借力世界杯 望尘科技能否乘势而起?

## 聚焦运动游戏市场

本报记者 李哲  
北京报道

北京时间11月21日,卡塔尔世界杯首场比赛正式打响,这场体育盛会吸引着全球体育迷的目光。而在资本市场,聚焦运动游戏赛道的望尘科技也伺机而动。

近日,望尘科技向港股发起冲刺。招股书显示,其营收来源主要依赖《足球大师》、《NBA篮球大师》及《最佳11人——冠军球会》这几款体育游戏。

事实上,2022年对游戏市场而言并非顺风顺水。运动游戏则属于相对小众的板块,随着市场增速放缓,竞争必将更加激烈。从整体来看,运动游戏的市场占比相对较低。其中,2021年,在线运动游戏市场仅占中国整体网络游戏市场约2.7%。

## 增收不增利

近年来,随着国内游戏市场规模逐渐增长,望尘科技的营收也水涨船高,但其净利润表现却呈现逐年下滑的趋势。招股书显示,望尘科技的营收主要来源于玩家在游戏中购买虚拟道具。财务数据显示,2019年至2022年1至6月,该公司分别实现营业收入3.79亿元、4.05亿元、4.60亿元和2.95亿元,净利润分别为4570万元、4070万元、3940万元和2030万元。2019年至2021年,望尘科技的营业收入复合增长率约为10.2%,但净利润呈现出逐年下滑趋势。

对上述业绩表现,截至记者发稿,望尘科技方面未作出回应。

年1—6月,国内游戏市场的实际销售收入为1477.89亿元,同比减少1.8%。其中自主研发游戏实际销售收入1245.82亿元,同比下降4.25%;海外的实际销售收入达89.89亿美元,同比增长6.16%,但增长率有所下降。与此同时,2022年上半年用户规模同比略有下降。

《报告》中提到,新冠肺炎疫情影响下,国内游戏市场实际销售收入同比有所下降,用户规模稳中略降,用户增长红利近乎消退,进入存量竞争时代。

事实上,美国、日本等全球主要游戏市场同样在承受压力。而从整体来看,运动游戏的市场占比较低,仅占全球网络游戏市场总规模的4%—6%。其中,2021年,在线运动游戏市场仅占中国整体网络游戏市场约2.7%。从营收角度来看

看,随着我国游戏市场的逐渐扩大,运动游戏的营收规模也随之增长,2016年中国在线运动模拟游戏市场的收益约为16亿元,五年间,逐渐增长至2021年的43亿元,复合年增长率为21.9%。

对此,丁道师表示,从历年主机类游戏的畅销榜单中,体育游戏都会在其中占据一席之地。而在PC端,主机类游戏也是重要品类。但是体育游戏在移动端的表现却始终不温不火,因为其对设备的操作性相对较高,而手机上操作空间有限。这一情况不仅局限于体育类游戏。在《王者荣耀》《和平精英》出现之前,那些大型游戏在手机端都很吃亏,而连连看等休闲游戏反而在手机端成为爆款。整体上来说,手机相比主机或者PC,更

适合轻量级的游戏。

中国的手机游戏行业在快速发展的同时竞争也在加剧。根据弗若斯特沙利文报告,截至2021年底中国在线运动游戏市场大约有480家公司。市场较为分散,存在许多市场份额影响力不大且相对较小的公司,而在市场中,营收占比最高的公司占据运动游戏市场份额的19.6%,为行业主导者。

随着智能手机普及,一方面引爆了移动游戏市场,与此同时,手机游戏行业的进入门槛相对较低,导致近年来新涌入市场的从业者增加。与此同时,海外游戏厂商进入中国市场也加剧了竞争。

面对激烈的市场竞争,成立于2013年的望尘科技聚焦相对小众的运动游戏赛道,其营收主要依靠旗下

书显示,目前,望尘科技与FIFPro、NBA、NBPA、曼城足球俱乐部、祖云达斯足球俱乐部在内的体育赛事或俱乐部订立协议,2019年至2022年6月分别产生特许费4012万元、4771万元、4774万元和2981万元,分别占总成本约19.3%、21.3%、20.0%及20.4%。

这也进一步影响了望尘科技的毛利率。招股书显示,2019年至2022年6月,望尘科技毛利率分别为45.2%、44.6%、48.2%和50.5%。虽然其毛利率呈现出逐渐增长的趋势,但这一数字较其他游戏公司而言仍然偏低。

尽管陷入“增收不增利”的怪圈,但海外市场在望尘科技的总营收中占比正在逐年增加。财报数据

显示,望尘科技源于海外的用户充值金额,由2019年的4024万元上涨至2021年的1.13亿元,增幅达到180.82%,占总充值额比重由10.8%提升至23.5%。可见,海外市场未来或将成为望尘科技的业绩增长点。

望尘科技在招股书中提到,其大部分收益来自三款现有手机游戏,预期这三款游戏在未来一段时期内仍会继续产生我们的大部分收益。倘若在这期间游戏产品经历用户数量下滑等因素影响,公司的业务、财务状况及经营业绩或受到重大不利影响。

# 问道碳中和：“双碳”目标之下中国如何转型？

本报记者 范阳阳 吴可仲 北京报道

党的二十大报告指出，推动经济社会发展绿色化、低碳化是实现高质量发展的关键环节；积

## 碳中和的国际合作与竞争

截至2021年底，已有来自70个国家、15个行业的2253家公司同意或承诺SBTi的减排目标，相关公司市值超过全球总市值的1/3。

为共同应对气候变化挑战，减缓全球变暖趋势。2015年12月，近200个缔约方共同通过了《巴黎协定》，该协定对2020年后全球如何应对气候变化做出了行动安排。

朱民表示，碳中和全球治理机制的沿革也是从2015年的巴黎会议开始，该次会议形成了碳中和目标的基本概念和框架，描述了如何将该目标演化为全球治理机制，也明确了本世纪中叶的最终目标，是全球关于碳中和治理的完整出发点。

朱民讲道，直到2021年的格拉斯哥会议，才最终完成了巴黎会议的实施细则，解决了各个国家在减排分配方面的冲突，是碳中和全球治理机制的重要突破。这次会议建立了承诺和审查体系，消除了国际气候合作的一个关键障碍。此外，就“以国家自主贡献代替总体的减排目标”也达成一致，开启了自下而上的气候治理模式。从之前多次会议来看，碳中和治理的主要机制可以概述为国家自主贡献机制（NDCs）、可持续发展机制（SDM）、技术开发和转让机制、增强行动和资助的透明度的框架、

极稳妥推进碳达峰碳中和。

11月11日，以“碳中和—国际视野谋篇布局”为主题的“第二届碳中和博鳌大会”在海南博鳌举行。《中国经营报》记者从会

上获悉，此次会议深入探讨了全球应对气候变化的共识和措施、欧盟碳边境调节机制、中国“双碳”目标顶层设计、碳中和愿景下区域和企业如何做好战略转型布

局等议题。

清华大学国家金融研究院院长、国际货币基金组织原副总裁朱民表示，中国新的发展方式要求我们必须要解决气候问题，中

国的经济规模也决定了我们必须成为全球碳中和的核心参与者。改革开放40余年，中国处在赶超阶段，而绿色经济和碳中和带来的全新范式给了中国一个机遇。

## 金融助力平稳转型

在未来40年，中国或将以绿色发展这一新的方式实现自身的现代化。

在走向碳中和的过程中，亦离不开来自金融领域的支持。

中国社会科学院学部委员、国家金融与发展实验室理事长李扬表示，金融科技的发展可以帮助解决气候变化、碳中和等领域遇到的突出问题，如外部性难以内部化、难以计量验证、信息不对称、商业可持续性差等，这些问题依靠传统的金融手段都难以很好地解决。

“我们现在所讨论的东西在未来可能会有辉煌的前景，但同时需要考虑到这些都属于‘创造性的破坏’，所以需要转型金融来平滑此过程。”李扬讲道。

李扬表示，经济在由过去的粗放式发展向高质量发展转变过程中，会涉及很多金融资源，如过去累积的有可能会变为不良资产，今后投放的也未必就有很好的商业可持续性，所有这些都需经济来承担，因此就有了转型金融的问题。

据李扬介绍，转型金融要面对三种情形：一是非绿、高碳企业通过投资来实现低碳甚至零碳；二是一些无法实现低碳、且生活必需的企业和行业，通过转型金融调整社会资源来弥合其不利影响，如碳捕捉、碳汇等都需要金融支持；三是一些永远无法转绿的企业，就要利用低成本的金融方式有计划、有步骤、平滑地引导相关资本的退出。

李扬进一步讲道，因为我们面临一个伴随巨大风险的转型，这些风险需要新的金融理念、手段、政策和工具来加以管理，这也是发展转型金融的重要意义所在。“转型金融问题于2019年被提出，目前正在被全球央行热烈讨论。”

关于国际金融规则方面，朱民表示，目前来看主要是“TCFD”（气候相关财务信息披露工作组）。该组织是由金融稳定委员会（FSB）于2015年成立，旨在为全球金融机构、企业和投资者建立一致的气候相关金融披露框架与规则。目前，已有超2600家机构支持TCFD的信息披露框架。

“今后上市公司可能需要进行两套披露，一套是传统的财务披露，一套是和可持续相关的气候变化披露。这会影响企业的估值、现金流和收益，带来的冲击将会非常巨大。”朱民强调道。

在未来40年，中国或将以绿色发展这一新的方式实现自身的现代化。

在朱民看来，中国新的发展方式要求我们必须要解决气候问题，中国的经济规模也决定了我们必须成为全球碳中和的核心参与者。改革开放40余年，中国处在赶超阶段，而绿色经济和碳中和带来的全新范式给了中国一个机遇。

朱民讲道，因此，中国应以引领者的定位，坚定支持多边主义框架下的碳中和，推动全球碳中和治理规则的谈判；要主动参与全球共同目标和行动方案的设定，确定具有共同利益的合作领域；要秉承共同、可持续未来的理念，更加积极地参与全球气候谈判和国际规则制定进程，来推动建立公平合理、符合新发展理念的全球气候治理体系。



在未来40年，中国或将以绿色发展这一新的方式实现自身的现代化。图为甘肃张掖抢抓国家能源建设“双碳”目标，大力发展风电产业。

视觉中国/图

系列法令，希望成为全球碳中和领域规则制定的领导者。

朱民表示，美国也将气候变化视为国家安全的核心优先事项，对内以碳中和为目标推动经济向低碳转型，对外以气候外交强化全球领导力和影响力。其目标是“5个零”（零碳电力、零碳交通、零排放汽车、零碳建筑、零废物制造），途径是通过抓技术来推市场，即以储能、碳捕捉、可再生氢能、电动汽车、零碳建筑、下一代核能等6大技术来推动相关核心产业的发展。

“为此，美国在科技上提出了一些非常有野心的目标，如提出，

未来10年要将能源成本降低90%。”朱民引述道，“届时，氢（能源）将降至每公斤1美元；通过核聚变实现度电成本低于1美分；太阳能从晶硅到钙钛矿；储能成本下降90%；合成燃料取得大发展；电网被彻底改造。”

“近期，美国《通胀削减法案》的主要内容就是关于碳中和的激励和竞争。该法案计划用3690亿美元推动碳中和及其国内新能源产业的发展——通过补贴鼓励消费者购买清洁能源产品，通过补贴、减税鼓励企业进行可再生能源的消费、生产和投资。”朱民讲道。

## 增量创新驱动绿色转型

绿色化和数字化是“天生一对”，创新型减碳会加速能源等传统高碳行业的数字化进程。

“中国能源和经济的绿色转型会走一条什么样的道路，是一个复杂问题，也是大家都很关心的问题，或可从改革开放的历史中汲取一些有益的经验和智慧。”第十三届全国政协经济委员会副主任、国务院发展研究中心原副主任刘世锦表示。

据他介绍，从改革开放的过程可以看到，一些新生力量由小到大、由配角逐渐成为主角。如民营经济起初是“拾遗补阙”，但由于其生的活力、韧性和竞争力，后逐步成长为国民经济中发挥“五六七八九”作用的主力军。对外开放也是如此，最初起步于沿海少数地区的“三来一补”，之后带动中国成为全球性的贸易和投资大国。

“正确理解和处理增量与存量的关系，对转型成功至关重要。”刘世锦强调道。因此，能源转型亦须走“增量优先、以新代

旧、激励创新、市场驱动”之路。

刘世锦认为，在能源转型过程中，成本变化是一个重要驱动因素。因为作为存量的传统高碳能源，尽管目前仍有一定减碳空间，但潜力有限、成本增加；作为增量的零碳或低碳的新能源，随着产量扩大、技术改进，成本会不断下降。因此，新能源较旧能源的减碳成本优势在增加，这会驱动新旧能源比例的转换。

“在现实生活中，我们可以观察到3种不同的减碳类型。第一种是衰退型，即通过减少生产来减少碳排放；第二种是增效型，即提高碳生产率，用同样的排放实现更多的产出，如‘节能减排’；第三种是创新型，即通过新的技术、工艺、方法等，在相同产出下，实现低碳、零碳、甚至负碳排放，如风、光、水、生物质等可再生能源发电。”刘世锦概括道。

刘世锦分析称，增效型减碳体现了积极的导向，在技术落后、

管理粗放情况下有较大提升空间。不过，随着技术、管理的进步，其碳生产率提升会出现递减，且即使碳生产率达到很高水平所使用的资源仍属高碳。

在刘世锦看来，创新型减碳跳出了已有的技术和产业圈层，具备前两种减碳类型所没有的特点和优势。“创新的内在冲动性和不确定性，决定了很难限定其边界，试想如果可控核聚变能够成功并商业化，将在多大程度上改变人类对可再生能源的认知版图。”

长期以来，许多人对应气候变化不是很乐观，一个重要原因是成本过高。

刘世锦表示，通过创新型减碳会大幅降低应对气候变化的成本，如光伏发电近10年的成本下降了80%~90%，已低于燃煤发电，且仍有进一步下降的潜力。同时，创新型减碳会产生更多的附加效用和福利，如新能源汽车的

低使用成本、良好操控性、更好的自动驾驶能力等。

此外，绿色化和数字化是“天生一对”，创新型减碳会加速能源等传统高碳行业的数字化进程。

“因此，今后应该建立以碳排放‘双控’为目标、减排与增长双赢的核算方法和运行机制。”刘世锦讲道。为此，需要建立全方位支持绿色技术创新的“碳替减”市场。

刘世锦表示，碳替减市场应有很强的包容性，既包括绿电等绿色能源产品，也包括钢铁、有色、建材、化工等高碳行业能够产生碳替减的产品，还可包括森林碳汇等负碳技术产品及个人消费领域的碳排放权交易。

刘世锦进一步表示，还应形成区域自主减排责任体系。增量优先的关键是扩大对技术创新产品的市场需求，这又直接取决于减排责任体系的有效性。鼓励各个地方的主动性，提出既合乎本地实际

又有一定挑战性的减排目标，形成省、市、区县、直至开发区层面的减排计划和可追溯的减排责任要求。

刘世锦认为，碳替减市场和减排责任体系建立后，将会形成市场导向，并促进减碳、增长、降本、提效协同推进的内在机制，实现由能耗双控向碳排放双控的转变。

他展望道，彼时，高碳、高收益的企业可以拿出部分收益购买碳替减额度，来平衡自身碳账户，不必再限产、停产，从而打开增长空间。率先建立这套机制的地区，也因对低碳产业更有吸引力，将形成招商引资新风口，尤其是西部清洁能源资源丰富地区，可以优先发展绿色低碳、高载能在内的新型绿色产业。

“此外，须加快核算、碳账户为重点的绿色微观基础制度建设。无论是碳替减市场或减排责任体系，前提是有一个合格的碳核算基础，相关工作应该加快、抓好。”刘世锦补充道。

# 聚丙烯进入下行通道 三季度企业利润承压

本报记者 陈家运 北京报道

受成本高企、需求疲软等因素影响，今年前三季度聚丙烯（PP）行业相关上市公司的业绩并不乐观。

其中，立志打造国内最大聚丙烯新材料生产商的东华能源（002221.SZ）在前三季度营业收入为220.09亿元，同比增长2.58%；归属于上市公司股东的净利润为1.59亿元，同比减少84.48%。此

外，上海石化（600688.SH）前三季度实现归母净利润亏损20.03亿元，同比止盈转亏；茂化实华（000637.SZ）实现归母净利润464.64万元，同比减少86.79%。

对于净利润下滑的原因，东华

能源方面表示，受到地缘政治不稳定因素影响，原材料价格持续高位运行，造成生产成本大幅度增加。同时，需求端受制于全球经济下行压力以及新冠肺炎疫情影响，盈利水平呈现阶段性下降。

金联创塑料分析师滕美霞接受《中国经营报》记者采访时表示，今年以来，PP生产企业的利润表现不乐观。其中，油制法PP在年初尚有利润，但后来由于油价高企且居高震荡，油制法PP的利润出现

亏损。煤制法PP则受益于煤炭保供稳价措施，亏损在逐渐减小。同时，今年海外经济衰退，出口订单回落明显。“金九银十”为传统型需求旺季，需求一般会好转，但今年未有明显好转迹象。

## 利润承压

PP是全球第二大通用合成树脂，占合成树脂总消费量的30%左右，在汽车工业、家用电器、电子、包装及建材家具等领域应用广泛。

今年前三季度，受成本高企、市场低迷影响，PP企业的盈利承压。

10月29日，东华能源发布2022年三季度报告称，公司前三季度实现营业收入220.09亿元，同比增长2.58%；归属于上市公司股东的净利润为1.59亿元，同比减少84.48%。此外，10月27日，茂化实华发布的2022年三季度报告显示，前三季度公司实现营业收入51.33亿元，同比增长38.73%；归属于上市公司股东的净利润464.64万元，同比减少86.79%。上海石化前三

季度实现营业收入577.79亿元，同比下降6.60%，归属于上市公司股东的净利润为亏损20.03亿元，同比止盈转亏。

其中，东华能源方面表示，今年前三季度，公司净利润较去年同期减少8.42亿元，下降82.33%，主要是因为：一方面受新冠肺炎疫情影响，下游工厂开工率不足、终端需求下降；另一方面受乌克兰局势影响，原材料价格上涨所致。

滕美霞分析认为，2022年内PP市场涨后震荡回落，以华东市场PP拉丝为例，最高价出现在3月份，价格为9700元/吨，主要是因为乌克兰局势升级带动油价大幅上涨，PP各产品出现不同程度的跟涨，下游企业陆续开工逐步提升

补库行为，市场库存消耗明显。随着乌克兰局势出现缓和迹象，油价快速回落，PP市场跟随急跌，商家悲观情绪浓厚，市场低价资源不断涌入市场。

滕美霞表示，7月和8月，正值高温天气，部分地区相继出台限电政策，同时正处需求淡季，下游维持偏低负荷生产，且限电政策发酵后，使得需求面更加疲弱，聚丙烯行情弱势运行；9月和10月，市场在经历短暂的上涨后便开启下滑模式，利好支撑力度有限，新装置逐渐释放产量，供需矛盾加剧，市场上行动力不足。截至11月9日，PP拉丝主流价格徘徊在7700~8000元/吨。三季度，PP拉丝均价为8118元/吨，较去年同期跌523元/吨，跌幅为6%。

但与行业现状截然相反的是，产业资本对于聚丙烯项目的投资热情依旧。

目前，东华能源已经实现丙烯产能180万吨/年，聚丙烯产能近200万吨/年；规划未来5年，将在茂名等地再新增400万吨聚丙烯产能。其中，茂名基地正在建设60万吨/年PDH（丙烷脱氢制丙烯）、40万吨/年PP、20万吨/年合成氨及配套设施，预计2022年底建成投产；第二套60万吨/年PDH、两套40万吨/年PP能评和环评指标已取得。

据金联创统计，2018—2022年，中国聚丙烯产能呈延续增长趋势，近5年增长率为3.03%~16.78%，年平均增长率为10.27%。2018年的增长率为3.03%，是近五年最低的一年。最高的一年为2020年，增长率为16.78%，

当年新增产能为400万吨，其余年份增长率在10%以上。截至2022年10月，我国聚丙烯总产能达3487万吨，年内我国聚丙烯新增产能为280万吨，预计年底仍有新增产能投产。

上海石化方面则表示，下半年，全球经济滞胀风险上升，国内经济增速有望实现回升并保持在合理区间。随着需求复苏，稳增长等政策发力，汽车、地产、家电等领域需求有望提升，预计国内成品油、化工产品需求回暖，石化产业链价格传导或趋于顺畅，行业整体走势向好。但同时由于国际油价走势不确定性增强，国内炼油化工产能集中释放，公司效益压力将进一步加大。

滕美霞认为，2023年，聚丙烯市场将进入新一轮的产能扩张期，市场供应有望大幅增长；而与此同时，受

各种因素扰动，国内需求已经呈现出增长乏力的趋势，同时全球新冠肺炎疫情反复，预计需求进一步趋弱，在此大背景下，聚丙烯市场将逐步进入供需失衡的局面，2023年聚丙烯价格大概率普遍下滑。

据滕美霞预计，2023年春节后，市场将进入需求淡季，PP行情全年或延续低迷走势。3~5月，部分企业计划检修或提振市场心态，市场偶有拉涨。6~7月，需求相对减弱，价格以下探为主。自8月中下旬开始，PP行情逐渐转暖，接下来的“金九银十”将带来下半年需求的繁荣，维持较高点，预计年内的次高峰将维持在9~10月。11~12月，随着电商节的来临，或将带动一波需求补仓，但其余时间内若无宏观利好消息提振，市场将难涨易跌。

# 涤纶长丝“旺季不旺”企业欲减产破局？

本报记者 陈家运 北京报道

2022年三季度，涤纶长丝行业表现“旺季不旺”，头部企业的业绩普遍下滑。

其中，桐昆股份(601233.SH)在第三季度的营业收入同比下降14.01%，净利润同比下降118.09%。此外，东方盛虹(000301.SZ)实现营业收入164.65亿元，同比上涨17.14%，实现归母净利润亏损5879.78万元，同比下降105.78%；恒力石化(600346.SH)营业收入同比增长9.14%，净利润同比下降147.66%。

桐昆股份方面在业绩说明会上表示，国际油价剧烈变动、新冠肺炎疫情反复、美联储处于加息通道造成外需萎靡等因素导致三季度长丝需求呈现“旺季不旺”的特征，企业生产经营面临很大挑战。

“涤纶长丝需求不佳，行业减产潮或将来临。”隆众资讯分析师朱雅琼在接受《中国经营报》记者采访时表示，10月底以来，涤纶长丝行业下游织造、印染开机率均呈现下滑趋势。10月初，江浙地区化纤织造开机已降至六成偏下水平；11月中旬，整体开机率进一步下降至55%附近。内需不足，海外同样面临需求萎缩的境况，由于欧洲能源危机，圣诞节订单大幅缩减，随着冬季订单逐渐告罄，包含涤纶长丝在内的聚酯产业链将提前进入假期模式。部分涤纶长丝厂商已陆续降负，行业开机率由10月底的73.42%下降至11月10日的64.39%，降幅达9.03%。

一位涤纶长丝上市公司高管也告诉记者，现阶段涤纶长丝延续三季度需求疲软态势，叠加库存持续增加，从时间线上看，整个行业减产在即。

## 市场低迷

日前，多家涤纶长丝上市公司公布了三季报，企业普遍“增收不增利”。

涤纶长丝也称“聚酯纤维”，处于石化产业链的中游，其上游为石油化工类产品，下游为纱线、面料等纺织类产品。依据用途不同，涤纶长丝分为民用涤纶长丝和工业用涤纶长丝。民用涤纶长丝主要应用于服装、家纺和产业用等领域，就产量而言，民用涤纶长丝远高于工业用涤纶长丝。POY、FDY及DTY是民用涤纶长丝的主要品种。

今年以来，涤纶长丝行业运行存在明显的压力。企业面临高成

本、低需求、高库存、低效益等问题的考验。

目前，多家涤纶长丝上市公司公布了三季报，企业普遍“增收不增利”。

桐昆股份发布的2022年三季度报告显示，第三季度，公司实现营业收入173.37亿元，同比下降14.01%；归属于上市公司股东的净利润为-3.66亿元。前三季度，其实现营业收入471.89亿元，同比下降6.27%；归属于上市公司股东的净利润为19.35亿元，同比下

降68.59%。另外，东方盛虹第三季度实现营收164.66亿元，同比增长17.14%；归母净利润亏损5879.78万元；前三季度东方盛虹实现营收467.08亿元，同比增长16.17%；归母净利润为15.77亿元，同比下降59.99%。

长江证券研报显示，三季度以来，纺服传统“金九银十”呈现“旺季不旺”态势，需求持续走弱导致库存增加，价格走低，行业出现亏损。第三季度桐昆股份POY、FDY、DTY不含税平均售价分别

约为7119元/吨、7789元/吨、8501元/吨，分别环比下降322元/吨、258元/吨、524元/吨，尽管原料PTA、PX、MEG价格亦有回落，但丝环节整体盈利仍持续恶化。

隆众资讯数据显示，从利润角度看，截至10月24日，涤纶长丝POY150D/48F报7550元/吨，FDY150D/96F报8225元/吨，DTY150D/48F报8925元/吨，POY利润为-161.02元/吨，FDY利润为13.98元/吨，DTY利润为175.0元/吨。中金证券研报指出，三季度为

涤纶长丝传统旺季，行业产销率环比提升，但下游需求仍不及往年，较为低迷。截至三季度末，涤纶长丝库存略有下滑，不过仍位于历史同期高位。

同时，因长时间产销清淡，涤纶长丝企业成品库存进一步累积。据隆众资讯统计，截至10月20日，涤纶长丝FDY库存为31.1天，环比上升2.3%；涤纶长丝POY库存为31.3天，环比上升5.03%；涤纶长丝DTY库存为38.7天，环比上升2.93%。

## 减产保价

涤纶长丝成本端支撑不足，同样面临需求萎缩带来的供应矛盾加剧的处境。

因涤纶长丝产品价格下行，加上需求疲软等因素导致利润缺失，部分企业选择减产保价。

记者从多家上市公司了解到，多数产能规模较大的公司均有一定减产计划。

“事实上，现阶段涤纶长丝开机率处于近年来同时期的历史低

位，目前行业开机率处于较低水平，基本接近年内最低点。”朱雅琼表示，近年来，由于涤纶长丝持续扩充产能，使得涤纶长丝供应压力不减。

朱雅琼分析称，按照往年惯例，经历“金九银十”需求旺季后，涤纶长丝行业平均库存降至

15~20天，处于相对安全的水平，不过今年库存持续处于高位。与此同时，下游坯布成品库存也居高不下。10月底以来，涤纶长丝下游织造、印染开机率均呈现下滑的趋势。10月初，江浙地区化纤织造开机已降至六成偏下水平，11月中旬，整体开机

率进一步下降至55%附近。内需不足，海外同样面临需求萎缩的境况，由于欧洲能源危机，圣诞节订单大幅缩减，随着冬季订单逐渐告罄，包含涤纶长丝在内的聚酯产业链将提前进入假期模式。

在朱雅琼看来，涤纶长丝成本

端支撑不足，同样面临需求萎缩带来的供应矛盾加剧的处境。因此，涤纶长丝“稳价”难以持久，市场难逃盘久必跌的魔咒，预计11月中后期，随着下游织造企业开机率逐渐下降，涤纶长丝逐渐开启阴跌模式，随着库存压力不断增大，跌势也将逐渐由暗转明。

## 洗牌加速

行业低谷或将加速洗牌，格局有望持续优化。

虽然行业处于低谷，但龙头企业产能布局战略依旧在有条不紊地进行。

记者注意到，目前，涤纶长丝行业处于持续整合阶段。

2015年至2021年，涤纶长丝行业产能逐步扩张，新增产能主要集中在涤纶长丝和炼化龙头企业，小型企业逐步退出市场，行业五家龙头企业(桐昆股份、恒力石化、荣盛石化、恒逸石化、新凤鸣)市占率从29.8%提升至54.6%。涤纶长丝行业龙头企业在生产规模上具备明显优势，且在工艺成熟度、

产品稳定性以及生产成本控制方面具备了较强的竞争力。

其中，桐昆股份正在建设的项目包括南通嘉通石化240万吨涤纶长丝+500万吨PTA项目、桐昆(沭阳)240万吨长丝(短纤)项目、安徽佑顺120万吨长丝项目。另外，新凤鸣预计至2022年底将新增约30万吨的涤纶长丝产能和60万吨的涤纶短纤产能，届时其将拥有涤纶长丝产能660万吨，涤纶短纤产能120万吨。

2022年年初，恒力石化再添年产160万吨高性能树脂及新材料项目和年产260万

吨高性能聚酯工程，这两个项目合计投资240亿元。

多家机构表示，行业低谷或将加速洗牌，格局有望持续优化。龙头企业新增产能稳步释放，化纤龙头有望底部反转。

记者注意到，恒力石化、桐昆股份、新凤鸣不断向上游开拓一体化布局。其中，新凤鸣在独山能源500万吨PTA产能的基础上又规划了400万吨PTA产能。

恒力石化人士向记者表示，其已经构筑形成了以上游“油、煤、化”融合的“大化工”平台支

撑和下游“丝、膜、塑”兼具的新材料研发积累为主的产业发展基础与格局，并持续深挖技术、管理、成本、效率与创新构筑的动态护城河。

恒力石化方面认为，在面临复杂的外部环境时，高附加、多品种的产业链上下游一体化运营与产品组合供给方式，在油价下行期具备更好的防御性，在油价上扬、需求回暖阶段也具备更强的盈利弹性，也从最大程度上稳定并抬升了企业的盈利能力中枢。

桐昆股份方面也表示，在PTA方面，其子公司嘉兴石化拥有420万吨产能。2022年下半年至2023年上半年，南通生产基地计划完成两套250万吨PTA项目投产，届时将拥有近1000万吨PTA产能，基本可以实现PTA原材料自给自足。

对此，长江证券研报指出，当前涤纶长丝行业正经历低谷，行业处于景气低迷周期，成本管控能力较差的劣势产能或将加速退出，行业集中度有望进一步提升，龙头话语权有望持续增强。

# 深耕洁净空气领域 美埃科技登陆科创板

在洁净空气产业深耕多年后，美埃(中国)环境科技股份有限公司(以下简称“美埃科技”，688376.SH)在资本市场迎来收获期。

2022年11月18日，美埃科技登陆科创板。美埃科技此次公开发行股票不超过3360万股，募资7.1亿元用于生产扩能项目、研发平台项目及补充流动资金。

## “硬”技术获青睐

美埃科技前身为设立于2001年的“南京埃科”，设立时注册资本为60万美元，后经增资及股权转让，于2020年整体改制为股份有限公司。

美埃科技主业为空气净化和大气环境治理产品的研产销，核心产品包括风机过滤单元、空气过滤器等，主要应用于半导体、生物医药等行业的洁净室空气净化。报告期内(2019年~2021年及2022年上半年)，公司来自半导体和生物医药等行业的收入占比为81%、72%、73%和69%。

同时，基于公共医疗卫生领域的空气净化需求，美埃科技大力推进医用空气净化设备的研发、生产及销售业务，亦逐步研发积累大气环境治理方面的技术，积极开拓工业除尘除油雾、VOCs治理市场。

风机过滤单元广泛应用于半导体、生物制药、食品加工等行业洁净室(厂房)中，是空气净化的关键设备。该设备主要用于洁净室的吊顶或洁净区域的上方或侧面，搭配或内置过滤器来提供稳定的洁净气流，通过气流的推出作用和稀释作用将室内污染物高效净化，从而达到高洁净度的要求。

在业务开展过程中，美埃科技以产品的研发、设计及制造为重心，结合客户的需求及应用场景提供整体空气净化产品解决方案。其风机过滤单元、空气过滤器等核心产品主要运用自主技术进行生

产，主要通过直销方式为客户提供产品及服务。

美埃科技所在的空气净化行业，属于多学科交叉的技术密集型行业，前沿技术研发需要综合应用空气动力学、材料学、动力机械震动、噪音学、机电、控制、系统集成等多领域知识。行业技术创新和市场推广应用，要求美埃科技不断地进行技术升级迭代。在此背景下，公司逐年加大研发投入。

报告期内，美埃科技研发投入分别为2943万元、2569万元、4687万元和2459万元，占同期营收之比分别为3.7%、2.9%、4.1%和4.3%。

目前，公司已拥有26个专业实验室和近400台套研发测试仪器；截至2022年6月末，公司员工总数为734名，其中研发人员129名，占比达18%。

美埃科技围绕空气净化及大气环境治理相关技术，不断拓展产品的应用领域并改进自身的生产技术，已取得众多技术成果。

报告期各期，美埃科技来自核心技术应用所贡献的营收分别为7.8亿元、8.4亿元、10.3亿元和4.7亿元，占同期主营业务收入比例分别为98%、93%、89%和82%，研发技术产业化效果较为显著。

凭借突出的研发和产业化能力，美埃科技也已将核心技术逐步转化为优质产品对外销售，成为众多知名企业的供应商，并为相关企业的办公楼宇供应空气净化设备。

## “呵护”半导体发展

空气洁净技术是半导体产业发展的重要基石和保障。

面对芯片领域的严峻形势，发展芯片技术成为国家“十四五”规划的重中之重。

而芯片制造的全产业链，从高端半导体制造、IC制造、封装测试等各环节，都离不开极高洁净度空气的环境保障。如果生产过程中空气洁净程度达不到要求，产品良率会受到很大影响。洁净室也成为半导体制造环节重要的一环，甚至直接决定最终的产品成败。

美埃科技2002年起进入半导体洁净室领域，以20多年积累的研发技术实力和客户专业工艺制程应用经验，为半导体洁净室客户

提供针对性解决方案。

2006年至今，美埃科技为多家工厂供应FFU、高效/超高效过滤器、化学过滤器等产品，用于保障其历代产品线对空气洁净度的要求。

同时，公司为国内28纳米光刻机制造商——上海微电子装备(集团)股份有限公司光刻设备工艺制程所需的国际高洁净等级标准(ISO Class1级)洁净环境提供解决方案并已验收合格，助力国内光刻机事业突破技术难题。

此外，在海外市场，美埃科技为一些国际半导体厂商的合格供应商提供空气净化产品。公司在产品核心技术指标、客户信赖度等方面

处于国内品牌的领先地位。

近年，随着半导体行业的快速发展，洁净厂房新建项目增加带动美埃科技的收入增长。报告期内，公司源自半导体客户的收入占比高达50%、45%、49%和48%。

## 未来市场可期

通过20余年的发展，美埃科技已成为国内洁净室设备领域中规模较大的企业之一。

近年来，随着芯片、液晶面板、生物医药及食品加工等行业的产业升级和产品更新换代，大量企业新建高水准的洁净厂房。据咨询机构沙利文研究数据，中国洁净室设备市场规模在2019年已超900亿元，2024年将超1400亿元。

受此影响，液晶面板厂商和芯片厂商大量采购空气净化产品，为公司发展提供了有利外部条件。与此同时，其凭借多年来对于市场的理解和投入，以研发创新驱动发展，建立覆盖全国的销售网络，使公司产品保持较高的市占率和毛利率水平。

报告期内，美埃科技分别实现营收7.9亿元、9亿元、11.5亿元和

5.7亿元，实现净利润0.71亿元、0.82亿元、1.1亿元和0.63亿元，2019年至2021年公司营收和净利润分别实现20.45%和22.84%的年均复合增长率。

目前，美埃科技拥有位于南京、天津、中山、成都及马来西亚等地的六个工厂，生产厂房面积超过4万平方米。公司目前生产风机过滤单元及空气过滤器等核心产

品，通过各大工厂及服务网点的布局，可确保产品及时供应全国大部分区域。

此次，美埃科技拟通过IPO进一步助推公司未来发展。所募集的7.1亿元中，4.2亿元拟用于“生产扩能项目”，1.5亿元拟用于“研发平台项目”，剩余1.4亿元将用于“补充流动资金”。

自2001年成立以来，美埃科技立足中国市场，将工业级超洁净技术应用到商用和民用领域，从进气到排气，从过滤单元配套到整机设备到系统集成，通过持续创新来满足不断增长的空气净化产品需求。

未来，美埃科技将以市场为导向、创新驱动为驱动，依托国家产业政策，大力拓展下游市场和应用领域，延伸上游核心材料开发，研发新技术及新应用，提升生产制造能力及质量，并推动空气净化产业发展，致力于成为全球领先的洁净空气设备制造商和服务商。 广告



# 沪港交易所竞相加码 “硬科技”在资本市场迎来春天

本报记者 陈佳岚 广州报道

日前,上海证券交易所(以下简称“上交所”)科创板总经理蔡建春在第五届虹桥国际经济论坛“中国资本市场高质量对外开放”分论坛上提及,上交所将持续提升服务科技创新能级。坚守科创板“硬科技”定位,鼓励和支持更多“硬科技”企业上市,打造支持科技创新的良好市场生态。

不久前,港交所也挂出针对特

专科技公司的上市制度咨询文件,建议通过增设《香港联合交易所有限公司证券上市规则》第18C章,包括考虑降低新一代信息技术、先进硬件、先进材料、新能源及节能环保、新食品及农业技术这五个“硬科技”行业内的专科技公司在港上市的门槛。

不到一个月,两大交易所都在积极释放出信号要加码对“硬科技”企业上市的支持力度。

著名财经评论员谭浩俊在接

受《中国经营报》记者采访时表示,加大对“硬科技”企业的支持力度本应当是证券市场必须做出的一种积极姿态,就我国目前的经济发展情况来看,经济总量已经上去了,经济速度也较快,但在科技实力方面与发达国家还存在一定差距,特别是一些企业的核心竞争力,为此必须加大对“硬科技”企业的支持力度,尤其是在“卡脖子”技术、高端技术等领域。

我国经济发展正从高速增长

阶段转向高质量发展阶段,科技创新成为推动经济发展的重要战略举措。安永华南区审计服务主管合伙人徐菲对记者表示,“硬科技”成为推动中国经济高质量发展的新引擎,也是我国创新驱动发展战略的关键环节,在此大背景下,“硬科技”领域的发展将会保持高增长态势,“硬科技”企业已迎来发展的黄金时代,而资本市场将是“硬科技”企业成功之路上的重要助力。

## 交易所纷纷加码

“这对‘硬科技’企业来说是机遇,对两大交易所的发展实际也是一种机遇。”

上交所科创板“硬科技”赛道主要包括新一代信息技术、高端装备、新材料、新能源、节能环保、生物医药等六大领域。港交所第18C章咨询版本涉及的五大专科技行业为新一代信息技术、先进硬件、先进材料、新能源及节能环保、新食品及农业技术。

“港交所18C章与科创板在新一代信息技术、先进硬件、先进材料、新能源及节能环保行业领域均存在交叉重合,但港交所第18C章中的新食品及农业技术不在科创板重点推荐领域列举的具体行业中,而科创板的生物医药领域则对应港交所18A章标准。”徐菲向记者分析,港交所18C章的咨询文件与上交所科创板在行业定位存在相似之处,但二者各有侧重。此外,从表面看,两大交易所是在竞争,但如果更详细地去分析,就会发现沪港两地交易所更多是协同与互补。

安永分析指出,港交所18C章主要关注预期市值且上市要求更高,预期市值需达80亿或150亿港元,注重上市发行人历史融资情况。科创板则整体考虑企业市值、收入、利润、现金流等综合财务表现。安永还认为,上交所科创板与港交所18C章的上市路径各有优势,并有交叉呼应,有利于科技创新企业选择适当的路径尽早完成上市目标。

“科创板提出了不同于传统板块的上市要求,为具有相对技术先



近年来,“硬科技”的创新和突破愈发受到各方关注和重视。

视觉中国/图

进性的创新型高科技企业利用资本市场不断发展提供了孵化成长的机会;而港交所经过对比研究美股、A股等对科技公司的上市要求,本次针对专科技公司上市规则的修订将大幅降低科技企业,特别是‘硬科技’公司在港上市的营收门槛,对商业化程度不足的大型科技公司来说将是重要的发展机遇。”徐菲对记者表示。

科创板运行三年来,支持“硬科技”企业上市成为上交所持续推进的一项动作。近日,蔡建春指出,上交所将坚守科创板“硬科技”定位,鼓励和支持更多“硬科技”企

业上市,打造支持科技创新的良好市场生态。积极支持科创债、双创债发行,不断拓宽科技创新领域的多元融资渠道,将不断促进投融资协调平衡发展。他表示,接下来将继续落实全面深化改革任务。坚持注册制改革“三原则”,切实承担起改革实施主体责任,进一步发挥科创板改革“试验田”作用,优化上市审核、发行承销、交易等一系列制度机制。

关于上交所持续支持“硬科技”企业上市的表态,谭浩俊表示,

积极支持“硬科技”企业上市,不应当

成为交易所一时的需要,而应当

成为交易所的常态化工作,并纳入到交易机构、引荐机构、中介机构的考核范畴。

与此同时,香港正凭借其背靠祖国内地的独特优势和成熟的资金流动机制,也在满足“硬科技”类企业在港上市的多元化需求。

关于两大证券交易所都在对“硬科技”型企业采取一些比较倾斜的政策,在谭浩俊看来,“这对‘硬科技’企业来说是机遇,对两大交易所的发展实际也是一种机遇,交易所不可能都是房地产、虚拟经济等产业的公司,也需要更多的科技型的实体企业。”

如果交易所没有一些很好的“硬科技”企业做支撑,整个交易市场的健康度、稳定性、对投资者的吸引力也会受到影响。

传统的行业,推出新的针对科技行业的章节也是为了能够吸引到更多高质量的发行人到港交所上市。

“两地交易所吸引更多‘硬科技’公司上市,也为提升自身在国际资本市场的竞争力。”徐菲说道,香港交易所自2018年4月开始进行了一系列上市制度改革,逐步优化调整主板上市规则,新增了第18A章、第8A章及第19C章,向新经济、科技公司敞开大门,持续为科技公司的融资需求提供支持;同时,这些新经济、科技公司也正不断重塑香港资本市

场的结构,让香港资本市场焕然一新。中国经济规模会持续增长,全球都乐于投资内地资产,希望从中国快速增长的红利中分得一杯羹。由此可见,吸引更多新经济、科技公司赴港上市,为国际投资者提供更多元化的投资标的,不仅能提升港交所在国际资本市场的吸引力和竞争力,也是应对市场竞争最直接的手段。

在谭浩俊看来,如果交易所没有一些很好的“硬科技”企业做支撑,整个交易市场的健康度、稳定性、对投资者的吸引力也会受到影响,为此交易所关注“硬科技”企业,实际上也是关注交易所自身和资本市场的健康发展,也是关注投资者对资本市场的兴趣所在。

“硬科技”公司的活力和韧性,成为助力实体经济高质量发展的一支生力军。

此外,在不少业内人士看来,面对复杂的国内外形势和多重超预期因素的冲击,“硬科技”公司表现出的活力和韧性是交易所们加大对“硬科技”公司争夺的一大因素。

截至10月31日,上交所科创板480家上市公司披露了2022年前三季度经营业绩信息。总体来看,科创板公司在面对复杂的国内外形势和多重超预期因素冲击下,前三季度整体业绩延续稳步增长态势,实现营业收入、归母净利润同比较大幅度提升,充分体现了“硬科技”公司的活力和韧性,成为助力实体经济高质量发展的一支生力军。

据上交所方面提供给本报记者的资料,科创板运行三年多以来,已经汇聚了超过480家上市公司,成为“硬科技”企业上市首选地,也是注册制实施以来专精特新企业上市的主要集聚地。IPO募集资金超过7300亿元,其中包括45家未盈利企业、8家特殊股权架构企业、6家红筹企业、19家第

五套标准(指《上海证券交易所科创板股票发行上市审核规则》中给出的科创板的五套上市标准)上市公司。这些不符合此前A股上市条件的特殊类型企业,借助科创板登陆境内资本市场实现直接融资,并在上市后取得了跨越式发展。

谭浩俊表示,近年来,“硬科技”企业对经济稳定、经济增长确实发挥了非常重要的作用,为此,

支持“硬科技”企业不仅仅是上市公司政策,国家各相关部门的政策也应该向“硬科技”企业倾斜,政府部门和交易所、融资平台等都应该对“硬科技”企业给予更多的关注和关心,同时“硬科技”企业也应该抓住机遇。

# 各地相继设立交易所 抢滩数据交易市场

本报记者 秦泉 北京报道

多位业内人士在接受《中国经济报》记者采访时表示,在数字化转型深入推进的大背景下,数据是重要的生产要素,正在加快重塑企业的生产方式和商业模式。数字交易所将有力推动数据要素流通、释放数字红利、促进数字经济发展,实现产业绿色化、智能化和高端化发展。

## 蹄疾步稳

《中国互联网发展报告(2022)》显示,2021年我国数字经济规模增至45.5万亿元,总量稳居世界第二。党的二十大报告中强调,要加快发展数字经济,打造具有国际竞争力的数字产业集群,建设数字中国。在数字经济阶段,数据成为最核心的生产要素,培育数字要素市场成为关键。

今年4月,中共中央、国务院印发了《关于加快建设全国统一大市场的意见》,也明确提出加快培育数据要素市场。

数据要素市场构建的关键一环便是数据交易,可以最大限度释放数据的经济效益,必然要求不断拓宽数字市场的深度、广度,在最大范围内促进数据流动、交易。

北京市京师律师事务所律师张立文对记者表示,随着互联网的发展,社会发展进入数字时代,数据已被列为新的生产要素,生产要素若要持续保持高价值,就要有商品属性,可流通、可交易是必然的选择。

“数据交易和商品交易不同,数据交易的权属不同,数据是一种用益权,而不是所有权,数据上的权益可以分割。数据需求种类由需求主导,有了需求再去匹配合适的数据,数据交易包括数据服务。数据存在结构性和非结构性两种情形,也存在数据污染,所以需要经过处理方可进入流通市场。数据交易后传输的方式,包括数据包、API接口(应用程序接口)的数据流和可视化数据报表。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林向记者解释道。

在相关政策的推动下,全国掀起了新一轮的数据交易市场建设浪潮,多地政府、企业争相入局,抢滩数据交易新赛道。北京、上海、广东等地都通过构建数据交易平台的模式,推动数据要素汇聚、流通、交易。

11月15日正式成立的深圳数据交易所,据悉累计交易已达11.07亿元,覆盖场景53个,交易笔数415笔,已收录入库超过55大类的数据资源信息,涵盖超过600多个数据产品。

在深圳数据交易所成立之前,国内最早成立的大数据交易所为贵阳大数据交易所,于2015年开始运营。在此之后,国内的大数据交易机构遍地开花,北京国际大数据交易有限公司、苏州大数据交易服务有限公司、深圳数据交易有限公司、上海数据交易有限公司、广州数据交易所等机构相继诞生。

由国家工业信息安全发展研究中心发布的《2022年数据交易平台发展白皮书》显示,截至2022年8月,全国已成立44家数据交易机构,平台的注册资本多数介于5000万至1亿元间。

对于各地陆续成立数据交易机构的原因,盘和林从四个方面分析道:其一是响应国家政策号召,促进数据要素流通;其二是利用数据交易所推动当地数据相关产业发展;其三是将数据灰色交易纳入正轨,纳入到监管渠道,完善数据安全生态;其四是释放数据价值,包括政府数据和国企数据通过规范渠道实现交易流通。

张立文也认为,数据交易所的相继成立,响应了公共数据要素开放和扩大数据在金融、政务、医疗等行业合作的机遇。数据的价值在于“物尽其用”,设置一种高效机制,使数据高效安全地流通起来,最大程度地挖掘数据价值,这是数据要素市场发展的核心一环。

## 仍待破局

国家工业信息安全发展研究中心副主任何小龙此前提到,2021年全球数据交易总规模达到2000亿元,中国占八分之一,即250亿元。中国数据交易市场逐步形成场内交易和场外交易共同发展的态势,但目前场内交易占比不足5%。

天使投资人、知名互联网专家郭涛认为,当前,数据交易还处于起步阶段,在数据确权、定价、交易和监管等各个环节均存在诸多待处理的问题和挑战,急需解决。

盘和林指出,当前数据交易要解决的,一个是数据权属问题,对于数据权益各方的利益分配尚不明确,数据出售方越权处置数据行为较为普遍。

任何东西要实现交易,首先都需要确权,数据同样如此。但是,当前数据虽然数量巨大,但数据的事前确权成本过高,使得数据权属不清、价值不明,难以清晰划定数据权属。并且在数据确权、数据流通等环节,缺少支撑性的法律法规,这样就使得数据市场价值开发处于灰色领域。

深圳数据交易所副总经理王冠认为,数据确权相关立法有待进一步完善。因为数据交易涉及到多方市场参与主体,如何去构建可持续的产业生态,最重要的是明确权益分配机制,所以数据确权在里面扮演了非常重要的角色,因此希

望数据确权相关的立法尽快完善。数据交易,面临的另一个问题是便是数据安全问题。盘和林认为,合规风险、数据丢失破坏的风险贯穿于数据流通的整个过程。另外,还有数据过于集中,无法释放数据价值的问题。

数据交易就意味着数据开放的程度更高,但这意味着数据安全面临的威胁将更多。事实上,近年来,数据安全问题频发,反映出数据要素市场存在的技术、法律、流通风险,数据要素在存储、流通、使用过程中,数据安全防护依旧存在困难。

虽然国内陆续出台了涵盖网络安全、数据安全、个人隐私保护等方面的一系列相应的法律法规和标准,建立了以国家安全为核心的数据安全和个人信息保护的法律框架,但在落地实操方面还不健全,使得数据纠纷、数据违法行为等事件的处理缺乏法律规则依据,操作细则仍需进一步完善。

盘和林建议,从需求出发,向上追溯数据流通链条,针对每一个数据流通链条制定标准和规则,规范数据流通、交易行为。另一方面,可以考虑对数据交易各方进行资质管理,并对交易方的技术能力、数据管理状况进行年度审核,看数据交易方是否符合数据交易规则。企业要设立合规官,管理数据交易事项。

# App“删用户视频”风波背后：隐私保护与规范开发之失？

本报记者 李玉洋 上海报道

近日，有网友发布视频称，在得物App购买商品后发现存在问题，于是拍摄视频准备反馈给得物官方，却收到来自华为手机“得物

App删除了视频，已成功拦截”的系统通知。

App竟“动手”删除手机里的文件，这刺痛了广大用户个人信息保护的神经。对于“有没有删掉视频”这个疑问，得物需要给用户们

一个解释。

根据得物两份公开说明，得物方面表示，已第一时间联系用户和手机厂商进行核查。经内部团队核实，平台从未删除用户手机相册中的“原视频”，删除的是临时“缓存文

件”，用户所使用的华为手机系统可能检测到了得物App对临时缓存文件的处理，触发了系统拦截通知。

对于得物相关说明，以及与上述网友、手机厂商最新的沟通情况，《中国经营报》记者联系采

访得物方面，其回应称，近期已对App进行优化、更新，类似情况今后应该不会再出现。记者注意到，此前包括豆瓣、小红书等App都曾传出过类似情况，最后判定结果都为App清理系统缓存，为

手机系统误报。

针对此类情况，民间互联网安全组织网络尖刀创始人曲子龙对记者表示，这其实是一个开发不规范的问题，App开发人员可以通过规范开发来避免这种误解。

## 定向删除视频“没必要”

虽然从技术上来说定向删除视频并不是难题，但问题是App运营方一般不会冒着违法的风险去操作。

在视频中，上述网友表示得物App涉嫌通过调用用户手机权限，删除手机里与问题货物相关的视频。“删了两条视频，其中一条是开箱确定商品是有问题的，另一条是去专柜做对比的。”该网友称想要得物给出一个说法。

据了解，得物App拥有“假货举证”功能，用户可以通过该功能进行相关申诉。“用户举证假货要从App内完成举证，举证无论上传视频还是照片，都需要获取相册权限，否则根本没办法上传。”曲子龙表示，得物App获取了手机相册的操作权限，因为不只是安装过程会获取相册权限，逻辑上无论从“免费鉴别”“上传头像”“实名认证”“社区动态”“拍摄图片”“拍照搜商品”等功能都会涉及到获取相册功能，任何一种操作都会触发“获取相册权限”的提醒，而拒绝哪一次都无法正常使用这些功能。

从这种角度来看，用户想要使用App的某些功能，就得同意把相册等手机权限授予给App。那么从技术实现角度来说，App获得相册权限后是否就能定向删除某个视频？得物的声明显示，对于用户海量的视频数据，得物方面没有相应技术能力进行批量识别，甚至定向删除。

对此，曲子龙表示：“相册权限分为‘只读’和‘读写’权限，在开发过程中授权流程是一致的，大部分开发者为了方便，默认都是获取读写权限，免费鉴别、拍摄图片、拍照搜商品这些功能都需要调用相机拍照，而拍完照要存储，所以可以辅助证明App拥有完整的读写权限。”

“既然是完整读写权限，则App拥有相册内容的删除权限。”曲子

龙认为，在用户进行了App的视频上传后，App厂商就已经根据用户上传的内容获取到了该文件的文件名、哈希值，“纯技术探讨的前提下，既然是一个已知文件，又是用于用户举证的工单流程环节，App本身都会通过IMEI(国际移动设备识别码)和用户手机号给用户建档，在已经拥有该App相册完整读写权限、且APP在运行状态下，定向去找到某个用户的某个手机上的文件，把它删除掉并不是复杂的技术问题”。

虽然从技术上来说定向删除视频并不是难题，但问题是App运营方一般不会冒着违法的风险去操作。“《民法典》第一千零三十五条规定处理个人信息的，应当遵循合法、正当、必要原则，不得过度处理；《个人信息保护法》第五条规定处理个人信息应当遵循合法、正当、必要和诚信原则，不得通过误导、欺诈、胁迫等方式处理个人信息。”上海汉盛律师事务所高级合伙人李曼律师告诉记者，个人信息处理者在处理信息前需要基于用户同意等法定原因，且需要充分告知用户数据处理的目的和方式等信息，确保其知情权。如果App擅自删除用户手机视频，则不符合法律规定，也有违诚实信用原则，涉嫌侵害了公民的隐私权和财产权，公民有权提起诉讼或进行维权。

记者注意到，在声明中，得物方面也表示“完全没有任何动力去做删除用户相册等不合规的行为”；曲子龙也认为用户完全可以使用系统原生相机再拍一遍证据，找第三方机构鉴定后去相关部门投诉，App厂商确实没有必要干这么蠢的事情。

## 规范开发可避免

是什么导致了删除App缓存文件而触发了手机系统拦截提示功能？

在另外一份声明中，得物方面称App删除的是为避免占用用户手机空间的临时缓存文件，并非用户手机内的原视频。

“用户在App中编辑、处理、上传视频过程中，系统生成临时缓存文件，上传成功后清除缓存。该用户手机系统检测到得物临时缓存文件的处理，触发了系统拦截通知。”得物声明中还指出，App为了缩短编辑视频用户等待时间、避免影响原用户视频，采取临时缓存文件方案，该方案也是行业各大知名App进行视频处理的通用方案。

记者也注意到，类似事件也发生在国内多家互联网厂商的产品上，豆瓣、拼多多等知名App均曾被手机系统检测到删除照片或视频。比如，去年10月，豆瓣对“个别用户反馈华为手机提示豆瓣删除图片”发表说明，称当用户处于网络较差的环境时，系统认为帖子页同时发送多个带图回复，会导致误将用户上传的图片当成缓存文件删除。

2021年1月，网友联系拼多多客服上传了相关截图，结果和客服结束对话后不久，其手机收到了“检测到‘拼多多’已删除照片或视频”的vivo服务提醒。拼多多当时回应称，当用户在App的客服聊天页面点击“拍摄”并完成拍照后，立刻点击发送，这一图片就会被保存至系统相册；如果用户对照片做剪辑、美化等编辑操作，App会保存一张拍完的图片到系统相册，类似于缓存，待用户完成编辑和发送后，App会删除原图，保留编辑后的图片，这一举动导致了vivo系统

认为有删除图片的操作。

从具体技术角度来说，是什么导致了删除App缓存文件而触发了手机系统拦截提示功能（即手机系统误报）？曲子龙表示：“App开发过程中对于文件缓存其实是可以选择存放位置的，正常开发会有两种存放位置：一是在自己的App目录下创建缓存文件，二是到用户相册这个目录创建。App删除自己App目录下的文件，对于系统来说肯定风险等级低于删除用户相册里文件的操作，所以正常情况下，App开发者都是建议把缓存文件存入到自己的App目录下来避免此类‘尴尬’，这是一个很常规的开发技巧。”

“如果把缓存文件保存到用户相册再操作删除，他们所陈述的缓存删除逻辑触发了手机厂商的相关风险提示，确实从技术上成立。”曲子龙补充道。

那么，要如何更好地避免这种误解？曲子龙表示：“iOS和安卓的开发环境不同。相比iOS的沙盒机制，对于安卓来说，系统相册其实是手机厂商通过系统自带的MediaProvider收集整理的聚合结果，所以即便是在自己的App目录下创建文件夹，也会被MediaProvider索引到。”

也就是说，App创建的临时缓存文件（包括视频、图片等）也包含在系统相册中。“这时候就需要‘.nomedia’，从字面就能看出来

视觉中国/图

no（不是）media（媒体文件）就等于这不是媒体文件，只要把‘.nomedia’文件放在任何一个文件夹下，都会把该文件夹下所有媒体文件隐藏跳过MediaProvider不被扫描。”曲子龙指出，如果App规范开发在自己的App目录下创建一个缓存文件夹“cache”（缓存），里面再放一个“.nomedia”文件，就能避免手机系统的拦截提醒。

“作为一个安全从业者，说实话，国内主流厂商很多App的研发确实都没有遵循这样的开发规范，写代码的工程师也好，企业的管理人员也罢，建议还是多看看规范，注意一下这些问题。”曲子龙说。

# 推大规模股权激励计划 立讯精密意欲何为？

本报记者 陈佳岗 广州报道

在连续几日的股价震荡后，“果链一哥”立讯精密工业股份有限公司（以下简称“立讯精密”，002475.SZ）祭出大招。

11月13日晚，立讯精密发布2022年股票期权激励计划，拟向3759名激励对象授予1.72亿份股票期权，约占本次激励计划签署时公司股本总额的2.42%。此次激励计划授予的股票期权自授权日起满12个月后，激励对象可以在未来60个月内按照20%:20%:20%:20%的比例分5期行权。

不少分析机构指出，立讯精密这一股权激励动作彰显了其对未来五年增长的强烈信心。招商证券电子行业首席分析师鄢凡直言：“逆周期推出，彰显长线信心。”

值得注意的是，立讯精密计划发布后，东海证券、天风证券等多家机构纷纷推荐买入，但目前市场反应较平淡。激励方案发布第二天，立讯精密股价涨近0.99%，直至11月15日，其股价又迎来一波上扬。

香颂资本执行董事沈萌在接受《中国经营报》记者采访时表示，美国科技大厂都在裁员或冻结招聘准备过冬，作为产业链下游企业必然会受影响。苹果调整生产订单计划，“果链”企业也会受到影响，这些对投资者来说是负面的消息，所以立讯精密此时推出股权激励是为了向市场传达自己对未来的信心，但潜台词也是未来业绩可能会承受较大压力。

## 目标每年增收300亿

立讯精密自上市以来，此前共实施过四次股权激励计划，分别为2015年9月、2018年8月、2019年3月及2021年10月。其中，此前授予股票数量最大的一次为2018年授予了9730万股，占当时公司总股本的2.36%。本次激励股票数量则高达1.72亿股，约占激励计划签署时公司股本总额的2.42%，授予的股票期权的行权价格为每股30.35元。这是为2010年上市以来的最大规模股权激励计划，涉及激励对象也是最多的一次，达3759名，包括公司董事、高管、核心骨干（含上市以来工作满12年且近三年表现优异的忠诚员工）。

值得注意的是，立讯精密此

次股权激励以未来5年的营收规模为考核指标，未涉及净利润考核目标。

据公告披露，本次股权激励以公司未来5年的业绩为考核指标，即2023年、2024年、2025年、2026年、2027年的营业收入分别不低于2300亿元、2600亿元、2900亿元、3200亿元、3500亿元，实现逐年递增300亿元营收目标。

也就是说，公司2024~2027年的年增长率考核目标分别为13%、11.5%、10.3%、9.4%，五年后营收要突破3500亿元。

从立讯精密披露的财报来看，其2022年前三季度实现营收约1453亿元，同比增长79.3%；

2021年全年实现营业收入1539亿元，同比增长66.43%。记者注意到，拉长时间周期来看，立讯精密过去五年的年营收增速都不低，仅2020年营收增速为47.95%，其年份营收增速都在55%以上。

以此来看，对于过往年营收增速一直不低的立讯精密而言，要达成激励计划所要求的营收增长目标，似乎不是什么难事。

此外，此次立讯精密设下的营收增速目标也普遍低于机构给出的业绩预测。从各大券商机构给出的预测来看，机构普遍预计公司2024年营收便可突破3000亿元。

当下，立讯精密主要业务产

品包括电脑互连产品及精密组件、汽车互连产品及精密组件、通讯互连产品及精密组件、消费性电子及其他连接器及其他业务，其中，消费性电子业务营收占大头，且深度绑定苹果公司。对于公司未来5年营收增长将靠哪些业务拉动，以及为何仅设置营收考核目标等问题，记者通过发邮件等方式联系采访立讯精密方面，但截至发稿未获回复。

“立讯精密未来实际盈利能力有望高于考核目标下的业绩水准。”东亚前海证券分析师彭琦在研报中预测，由于公司的iPhone组装业务以投资收益形式体现，未体现在营收考核目标中，因此

考核指标未能反映公司全部的增长潜力。同时，随着汽车、通信、元宇宙（除大客户外）等业务的加速增长，公司实际收入增长有望超过考核目标下的计划增速。

不过，在沈萌看来，立讯精密只是为了给市场传递信心，可能也会面临一些挑战。

立讯精密在公告中表示，未来五年的行权业绩指标是综合考虑了公司的经营环境、经营状况、发展规划等相关因素，业绩指标设定合理、可测。对激励对象而言，业绩指标明确，同时具有一定的挑战性；对公司而言，业绩指标的设定能够促进激励对象努力尽职工作，提升上市公司的业绩表现。

## 汽车业务拉动效果仍需观察

根据立讯精密的公告，若授权日在2022年12月，则公司预计股份支付费用总计16.6亿元，将于2022~2027年分6期摊销，分别为0.55亿元、6.4亿元、4.3亿元、2.9亿元、1.7亿元、0.8亿元，其中，2023年为股票期权摊销成本最高的年份，金额高达6.42亿元，并非小数目。而2021年，立讯精密实现净利润为78.21亿元，该年份的摊销额占净利润比重约8%，摊销成本并不低。

“2022~2027年的摊销费用叠加2018年、2019年、2021年三期方案的存量，公司在2022~2027年的激励摊销费用合计达

到4.29亿元、8.68亿元、5.54亿元、3.59亿元、2.07亿元、0.78亿元，尤其给2023年、2024年归母净利润带来不小额外摊薄。”鄢凡认为，虽然激励摊销费用大幅增加，但有助于锁定关键人才，助力公司长线发展，立讯精密也依然能消化较大幅度激励摊销费用。

立讯精密方面坦言，本激励计划的股权激励成本在公司经常性损益中列支，股权激励成本的摊销对本激励计划有效期内公司各年度净利润有所影响，但是不会影响公司现金流和直接减少公司净资产，且若考虑到股权激励计划将有效促

进公司发展，激励计划带来的公司业绩提升将远高于因其带来的费用增加。

彭琦认为，若本次计划授予的1.7亿份股权期权全部行权，预计可募集金额约52亿元（2021年经营性净现金流净额73亿元），将全部用于补充公司流动资金，同时公司拟募集135亿元的定向增发申请已于11月8日获得证监会批准，资金的募集和现金流的补充有助于保障公司现阶段业务的快速扩张。

彭琦指出，大客户对供应链要求越来越高，汽车连接器和域控制器等相关业务也在开始加速，吸引和保留核心人才对公司

不断增长。按照公司目前在汽车产业投入和布局的状况来看，预计对公司贡献的拉动效果可以看到2035年。”

值得注意的是，立讯精密此次推出股权激励计划草案的时间恰好在市场传出立讯精密有望接手歌尔股份失去的苹果AirPods Pro2订单，并成为AirPods Pro2的独家组装厂商的时间节点上，不过这一“利好”传言似乎也未对立讯精密有较好的资本市场提振作用。

有业内人士指出，在这一节点推出激励计划，给予较高的行权条件，颇有给市场吃“定心丸”的意味。

# 三季报双双增长 中国两大晶圆代工企业逆势扩产

本报记者 秦泉 北京报道

11月10日,两家国内晶圆代工企业中芯国际(688981.SH)、华虹半导体(01347.HK)接连发布了第三季度业绩报告。

## 业绩双双增长

智能手机和消费电子去库存速度缓慢,客户流片意愿不强。工业控制领域虽然相对稳健,但增幅有限。汽车类终端消费韧性,行业尚有需求缺口。

中芯国际财报显示,公司第三季度实现营业收入131.71亿元人民币,同比增长41.90%;净利润31.38亿元人民币,同比增长51.10%。毛利率为38.9%,同比增加5.8个百分点,环比下降0.5个百分点。

中芯国际管理层评论:“第三季度营业收入为人民币131.7亿元,出货量略有下降,但平均销售单价因产品组合优化小幅上升,收入和上季度持平。由于外部需求下行,内部部分工厂进行了岁修(注:每年有计划的维修和养护工作),同时折合八英寸月产能环比增长了3.2万片,产能利用率为92.1%,较上季度下降了5个百分点。综合上面各个因素,第三季度毛利率为39.2%,环比下降0.2个百分点。”

分业务收入占比来看,中芯国际智能手机收入贡献在第三季度环比略有增长,不过,智能家居和消费电子较上季度有所下滑,分别为14.9%和23.3%。

赵海军表示,从产业周期来看,智能手机和消费电子去库存速度缓慢,客户流片意愿不强。工业控制领域虽然相对稳健,但增幅有限。汽车类终端消费韧性,行业尚有需求缺口。在这样的环境下,公司坚持客户产能动态调整的策略。虽然业绩不可避免地受到影响,但在公司全体员工的努力下,实现了第三季度的目标。

芯谋研究高级分析师张彬磊告

《中国经营报》记者注意到,在业内普遍认为芯片进入下行周期的情况下,两家公司在第三季度销售收入均实现同比增长30%以上,除此之外,两家公司归母净利润、毛利率同比也实现了不同

程度的增长。

中芯国际公司联席首席执行官赵海军表示,2022年7月以来,从宏观环境来看,消费需求疲弱,国际局部冲突带来的全球能源危机、高通胀、货币波动等导致全球经济

复苏乏力,给全球产业链和区域产业链带来了不同程度的业态变化和挑战。产业分工体系和布局正在发生深刻的调整,原有的全球产业链循环受到干扰,甚至被阻断,区域化进程在艰难中推进。

## 逆势扩产

近两年,半导体行业经历了史无前例的“缺芯潮”。从车用芯片到消费性电子族群全都受到影响,这也让许多芯片厂开始加强投资力度,扩充产量以改善此状况。

在业绩实现增长的同时,中芯国际与华虹半导体不约而同地选择了扩产。

据悉,中芯国际前三季度资本开支约313亿元,并将全年资本支出从320.5亿元上调至456亿元,前三季度增加8.5万片/月产能。

赵海军表示,公司秉承一贯谨慎规划的原则,依据市场长期需求进行中长期的资本开支规划,建设进度可能根据市场情况、采购周期的长短等原因做适当的调整。未来5~7年,公司有中芯深圳、中芯京城、中芯东方等总共约34万片12英寸新产线的建设项目。基于这些项目长远安排的原因,公司要支付长交期设备提前下单的预付款。因此,全年资本支出从320.5亿元上调至456亿元。

张彬磊认为,第三季度中芯产能利用率下降5个百分点至92.1%。进入第四季度,消费电子市场进入去库存阶段,产能利用率或还将下降。未来2~3年,随着中芯在北京、天津、深圳等地的12英寸产线产能逐步投产,中芯12英寸晶圆营收占比有望快速增长。

与中芯国际相同,华虹半导体也计划斥巨资扩产。11月4日,华虹半导体的IPO获得上交所受理,拟募资180亿元,其中近70%募集资金用于华虹无锡12英寸生产线扩产。据悉该项目计划建设一条投产后月产能达到8.3万片的12英寸特色工艺生产线。

唐均君表示,华虹无锡二

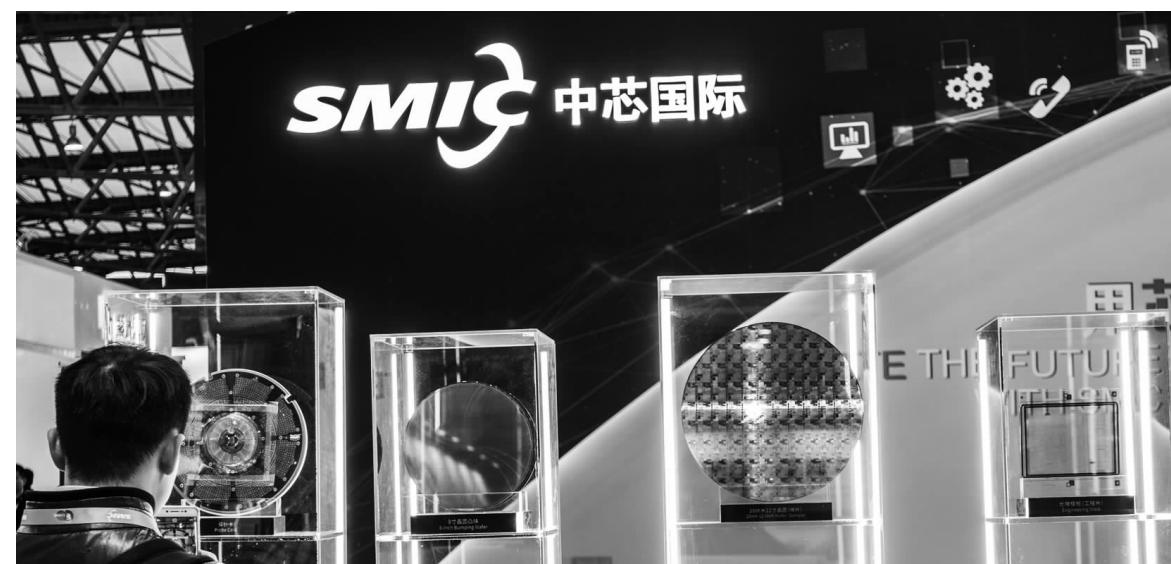
次增资扩产项目正在抓紧建设,产能预计在明年二季度完全释放。

不仅仅是中芯国际与华虹半导体,近两年,半导体行业经历了史无前例的“缺芯潮”。从车用芯片到消费性电子族群全都受到影响,这也让许多芯片厂开始加强投资力度,扩充产量以改善此状况。但随着半导体下行周期的到来,有业内人士担忧,未来产能的集中释放恐将造成产能过剩的情况。

不过,赵海军解释道,目前中芯国际在半导体代工行业的市场份额为6%,自身产能的变化并不会影响整个行业的供求关系。而整个晶圆代工行业,又仅占半导体行业整体市场规模的约20%,即使晶圆代工行业扩产,也不会造成产业迅速供过于求或供不应求。

“从中芯国际与华虹半导体本季度营收表现来看,成熟工艺领域其实大有可为。美国的制裁,产业下行周期的影响,国内先进工艺发展受限。需要在先进工艺层面韬光养晦,成熟工艺层面奋发有为。如果因种种因素不能一时‘长高’,就应先‘长壮’。当下功率产品、超越摩尔等新技术路线大有机会,可做大做强。”芯谋研究分析认为。

对于财报和在建项目建设进度等问题,记者致电致函中芯国际与华虹半导体方面,截至发稿,未获回复。



不仅是中芯国际与华虹半导体,近两年,半导体行业经历了史无前例的“缺芯潮”。

视觉中国/图

告诉记者,中芯先进工艺营收占比不足10%。

美国出口管制新规对其运营有不利影响但可控。中芯国际该季度营收同比增长34.7%,主要来自产能和价格的双增长。本季度中芯国际产能新增了3.2万片,增幅近5%。但消费市场低迷对中芯国际营收影响较大,消费电子芯片在中芯国际营收中的占比接近六成。

作为国内另一家代工巨头,华虹半导体总裁兼执行董事唐均君表示,华虹半导体在2022年第三季度业绩保持向好。各大特色工艺平台的市场需求持续饱满,尤其是非易失性存储器和功率器件。8英寸晶圆厂和12英寸晶圆厂均保持满载运营,产品平均销售价格同比

环比均有成长。

财报显示,华虹半导体第三季度销售收入再创历史新高,达6.299亿美元,同比上升39.5%,环比上升1.5%;期内净利润为6540万美元,同比上升83.7%,环比上升22.9%;归母净利润则为1.039亿美元,同比上升104.5%,环比上升23.8%。

从收入结构来看,得益于下游功率器件、模拟电源、高端MCU芯片的需求较好,华虹半导体8英寸产线实现收入3.8亿美元,同比增长22.1%,环比增长8.5%。但是由于逻辑射频、CIS(CMOS图像传感器)等下游需求疲软,12英寸产线收入则环比下滑7.9%,其中出货量环比下滑14.1%。

芯谋研究总监李国强分析认为,华虹该季度营收同比增长39.5%,主要来自12英寸晶圆,其营收同比增长近80%。12英寸晶圆量价齐升,出货量(付运晶圆)同比增长41%,拉动营收增长0.52亿美元;单价同比增长27%,拉动营收增长0.57亿美元。两者合起来共增长约1.09亿美元。同时环比保持稳定增长,在产业下行时难能可贵。8英寸晶圆营收增长主要来自单价上涨,主要因素为新能源汽车与充电桩、光伏发电等市场火爆,进而带动高端功率器件如IGBT(绝缘栅双极晶体管)、SJNFET(超级结型MOSFET)和MCU(微控制单元)等产品需求爆发,呈现量价齐升的态势。

与中芯国际相同,华虹半导体也计划斥巨资扩产。11月4日,华虹半导体的IPO获得上交所受理,拟募资180亿元,其中近70%募集资金用于华虹无锡12英寸生产线扩产。据悉该项目计划建设一条投产后月产能达到8.3万片的12英寸特色工艺生产线。

唐均君表示,华虹无锡二

# “物联”超过“人联” 中国移动物联网产业迈入新时代

本报记者 谭伦 北京报道

中国移动物联网产业发展进入了新时代。

11月15日,工业和信息化部信息通信发展司副司长赵策在首届移动互联网大会(以下简称“本届会议”)上透露,截至9月底,我国移动物联网连接数累计达到17.5亿户,较年初增长3.5亿户,占全球移动物联网连接总数的比例超过70%。

《中国经营报》记者注意到,早在今年8月,工业和信息化部发布的《2022年1—8月通信业经

济运行情况》就显示,截至8月末,我国三家基础电信企业发展移动物联网终端用户16.98亿户,较移动电话用户16.78亿户多出2000万户,首度实现“物联”超过“人联”。这也意味着,我国正式进入了“物超人”时代,成为全球主要经济体中首个实现“物超人”的国家。

对此,中国通信标准化协会理事长闻库在本届会议上表示,“物超人”是一个非常重要的节点,“物超人”初步体现了物联网的规模效应,将为下一步快速发展起到很好的促进作用。

## 由爆发到超越

作为万物互联的新一代形式,移动物联网是以蜂窝移动通信技术和网络为载体,通过多网协同实现泛在连接、万物互联的数字信息基础设施。根据GSMA全球移动通信协会(GSMA)给出的定义,目前移动物联网主要包括面向低速率应用的NB-IoT(窄带物联网)、面向中速率应用的4G LTE Cat1网络以及面向高速率和低时延应用的5G网络,在智能制造、远程控制、车联网、智能家居、智能表具、智慧医疗、智慧交通等领域有着广泛应用。

早在上世纪90年代,移动终端的出现首度拉开了我国移动物联网产业发展的序幕。经历了近20年通信技术的数次迭代后,2020年5月,随着NB-IoT纳入5G标准,我国移动物联网产业开始进入爆发期。截至2021年底,我国蜂窝物联网用户达13.99亿户,快速逼近移动电话用户规模,两者差距由2020年4.58亿户快速缩小至2021年2.44亿户。

截至2022年7月,这一差值缩小至500万户,这也意味着,2022年前7个月,我国蜂窝物联网终端用

户净增了2.68亿户,月均增长382.6万户,最终在今年8月完成了对移动电话用户数规模的超越。

对于这一“物超人”的里程碑成就,出席本届会议的两位院士也给予了高度评价。在中国工程院院士邬贺铨看来,物联网是互联网发展新阶段的表现形式,连接物打开了网络应用的另一个维度,未来工业互联网、智慧城市、智慧家居等应用将会爆发性增长。中国工程院院士郭桂蓉表示,移动物联网能够积极促进垂直行业的数字化、智能化转型,推动消费升级需求,我国移动物联网的新成就,将有力推进我国新基建、网络强国和数字中国战略的落地实施。

超越之余,赵策援引数据表示,截至9月底,全国NB-IoT、4G、5G基站数分别达到75.6万个、596.2万个和222万个,标志我国已建成全球规模最大的移动物联网产业链。

这意味着移动物联网已经成为推动经济社会数字化转型的新引擎,促进信息通信业高质量发展的新动能,带动产业实力不断提升的新力量。”赵策指出。

## 多重挑战待解

虽然取得了卓越成就,但产业的急剧发展无可避免地伴随各种问题。站在新的起点,摆在我国移动物联网产业面前的挑战,仍然严峻。

宏观环境的政策指导与保障仍是业内聚焦的议题之一。在闻库看来,我国移动通信产业之所以发展得好,最主要的原因是在一系列政策引导下,企业已经将这张网做到了极致。因此,在NB-IoT的网络覆盖上,国家应该出具一些指导性的文件,推动运营企业把NB-IoT窄带物联网做好。

闻库进一步指出,我国当前已经有近3亿的NB-IoT终端规模。在应用接口方面,应给垂直行业提供丰富的应用接口;同时不断降低耗电量。此外,对于一些2G终端,应该尽快用NB-IoT替代下来,通过2G频段释放和重耕,为移动通信带来新的发展机会。

而在郭桂蓉看来,作为新基建的重要组成部分,覆盖、应



“十四五”期间,移动物联网将成为承载大数据、云计算、人工智能等先进技术落地的重要表现形式。

视觉中国/图

用和产业则是需要正视的三大问题。覆盖方面,郭桂蓉指出,我国移动物联网覆盖范围和覆盖质量还有待提升,对覆盖质量要求较高的场景支持不足,应该进一步按需持续加强特定应用场景的深度覆盖;应用方面,急需拓展新的应用领域,探索成熟的商业模式,进一步探索、推广和扩展杀手级规

模应用。

而在产业化发展方面,郭桂蓉认为,我国当前移动物联网产业发展仍以供给方为主,行业供需的对接有待加强;同时,产业协同不足,小生态圈盛行导致联合供给能力较弱,应该加强各环节企业的跨领域合作,并形成产业合力。此外,应该加快推进一批示范应用项目的建设,辐射带动物联网产业及相关产业的发展,推进物联网产业和传统产业的深度融合。

此外,邬贺铨补充指出,物联网和互联网有所不同,由于连接物规模大,因而终端安全防护能力较弱。此外物联网会跟重要的基础设施关联,安全风险会急剧升高,这也意味着物联网网络安全会面临更大挑战。

## 催生新业态繁荣

随着中国建成全球连接规模最大的移动互联网网络,产业生态也日渐繁茂。截至目前,中国已形成涵盖芯片、模组、终端、软件、平台和服务等环节较为完整的移动物联网产业链。

尤其是在芯片、模组、终端三大领域,我国拥有凸显优势。中国信息通信研究院院长余晓晖日前撰文指出,据市研机构Counterpoint发布的统计数据,2022年第一季度,中国厂商占据了全球蜂窝物联网模块芯片出货量十大厂商半壁江山,排名第2到第7

位,其中,紫光展锐以25%的份额排名第二,翱捷科技以7%的份额位居第三;模组方面,移远通信、广和通、日海智能三家中国企业占据了全球移动物联网模组市场一半的份额,达到52.4%;终端领域,以三川智慧、金卡智能、宁波水表为代表的中国企业正大规模出海带动全球移动物联网发展,向全球提供中国方案。

基础产业链的繁荣,也为大数据、云计算等产业的进一步发展提供了基础底座。邬贺铨强调,物联网作为信息采集的前端,不仅是IT技术,也是OT(运营技术)技术的重要耦合点,其发展会让信息技术的发展,包括工业互

联网发展到达一个新的起点。

工信部方面已表示,“十四五”期间,移动物联网将成为承载大数据、云计算、人工智能等先进技术落地的重要表现形式。接下来,将面向重点场景实现网络深度覆盖,形成固移融合、宽窄结合的基础网络。进一步加强高端传感器、物联网芯片、操作系统等关键技术研究。加快移动物联网技术与千行百业的协同融合,推动经济发展提质增效、社会服务智能高效、百姓生活方便快捷。

# 马斯克大“动刀”推特是福还是祸？

本报记者 曲忠芳 李正豪 北京报道

11月17日，超级富豪埃隆·马斯克在社交媒体推特上发文：“人们不知道推特将会发展得多快。”如往常推文一样，评论区里既有拥趸的盛赞，又不乏批评者的嘲讽。此时，距离马斯克以440亿美元完成推特私有化已20天。

## 组织结构大“动刀”

在收购之初，马斯克曾扬言要裁掉推特75%的员工，后来这一数字改成了50%，在执行阶段初期又改成了25%。

记者综合多方公开信息整理，马斯克从10月28日至11月17日这20余天里，最为引人注目的大动作就是裁员。这里需要指出的是，近一段时间以来，裁员潮席卷美股科技企业，包括Meta(NASDAQ: META)、亚马逊(NASDAQ: AMZN)等均启动了大规模的裁员，以此降低运营成本，应对美国通货膨胀、经济下行等压力。不同于这几家硅谷科技巨头颇显温和的企业文化风格，马斯克对推特的裁员动作，在被裁员工看来非常“粗暴”而“强硬”，员工纷纷在推特上发文吐槽。

据《纽约时报》报道，推特的前CEO、CFO(首席财务官)等高层人员均是被邮件通知开除的；马斯克在内部提到“公司有大量的负现金流，破产也不是不可能的”，在发给全员的邮件中，马斯克明确提到，要求从现在起员工必须每周在办公室工作至少40个小时。“那些能够坚持不懈并为胜利而战的人，推特是一个好地方。”“那些不理解的人，我完全理解，但推特不适合

相比于交易进行阶段时的一波三折，在马斯克正式入主推特后，“剧情”似乎更加跌宕：包括推特CEO帕拉格·阿格拉瓦尔在内的数名高管辞职离开，原7500名员工中的近一半被解雇，蓝V认证付费订阅服务推出仅一周就紧急下线，甚至马斯克还发出不排除推特破产可能性的警告……与此同时，作为特斯拉(NASDAQ: TS-

LA)、Space X等公司的拥有者，马斯克还要处理因巨额薪酬遭特斯拉股东起诉、Space X新一轮融资等事情。美国媒体在报道马斯克对推特的一系列动作时，普遍使用了“混乱”一词。

不过，马斯克表示，预计推特的基本组织结构调整将很快完成，还在推特上发出“人们不知道推特将会发展得多快”的文字。但“商

业强人”马斯克对推特的大刀阔斧改造能否成功？推特未来将去向何方？业界各方保持着强烈的关注，并充满好奇与疑惑。

针对马斯克的裁员计划、新管理层的搭建以及对于推特未来的发展愿景，《中国经营报》记者通过电子邮件联系马斯克、推特方面欲做进一步采访，截至发稿前暂未获得回复。

半。推特的裁员还并没有停止，马斯克在内部信中要求推特员工做选择，要么继续留在公司，保持“长时间、高强度”的工作，要么领取3个月工资作为遣散费离开。

深度科技研究院院长张孝荣向记者指出，“当一个商业强人空降到一个业绩欠佳的公司，大刀阔斧的进行改革，必然会出现一些混乱的情形。”马斯克应该是原本就有“一个大幅度改造推特的想法，但对推特内部员工明显沟通不足，因此在执行方面会有一定的偏差”。

蓝V认证的本意在于拓展营收增长途径，提高订阅收入以抵消广告收入的下降，而且减少虚假账号。

推特上投放广告。

不过，蓝V认证服务的暂时下线并不代表马斯克的放弃。11月16日，马斯克在推特上宣布将在11月29日重新上线蓝V认证，并确保它“坚如磐石”。同一天里，苹果公司CEO蒂姆·库克在接受媒体采访时就马斯克收购推特表态，称希望后者“把好内容关”。记者了解到，内容治理是所有社交媒体的共同及长期课题，蓝V认证在国内的社交媒体中也常见，平台往往会对申请蓝V标识的账号设一套审核规则，同时每年收取一定的认证费用。

全联并购公会信用管理委员会

专家安光勇向记者表示，马斯克对于推特的改造刚刚开始，可能现在并不是进行评价的好时机。尽管马斯克常常表达出一些过激的、不适宜的举动，但在经营层面却常有不俗的表现，如特斯拉、Space X、星链等企业。对推特而言，要探索出成功的商业模式并不是一件容易的事情，不仅需要时间和精力，即使方向正确，也需要持续的打磨与迭代。马斯克在公开言论中抛出了一些想法，比如添加支付功能、打造类似微信的超级平台，从可行性角度考虑都不排除可能性，关键是如何找出并搭建适合的场景。

## 推特亟待“变”

推特自上线以来，既有过辉煌，也有过失误，其今日的困境是由于一系列重大决策失误造成的。

鹏飞在接受记者采访时指出，数字科技巨头的成功是不断变化的社会需求与科技供给形成的最优均衡。推特自上线以来，既有过辉煌，也有过失误，其今日的困境是由于一系列重大决策失误造成的，错过了移动互联网、图片社交、短视频等发展机遇，在迈向Web 3.0时缺乏足够的动力支撑。

今年7月《哈佛商业评论》刊出的一篇《埃隆·马斯克有战略吗？》中探讨了马斯克战略的特征，包括三个方面，即什么符合他要解决问题的愿景、如何设计一个组织来解决这些问题，以及为什么可以有效调动资源来实现这些解决方案，重点提及了马斯克在“视野”“全面控制”“资源”等方面展现的特质。而在马斯克唯一授权采访的传记作者——阿什利·万斯所著的《硅谷钢铁侠：埃隆·马斯克的冒险人生》一书中，马斯克在改造推特中呈现的强硬作风、对员工的严苛、对公司的全面控制等性格与风格，在Space X、特斯拉等公司管理中几乎也能找到对应。

马斯克在推特上持续保持着高度的活跃，当被问及或建议从外部寻找一位CEO来运营推特时，马斯克回应道自己将继续执掌推特直到它成为一个强有力的平台，“这需要一些时间”。

在张孝荣看来，推特未来会怎么样，这个问题现在还没有答案。马斯克的改造，在外界看来出现了预期之外的偏差，而我们现在只能持续观望。

除了裁员，马斯克执掌推特后对产品及业务战略也在试图做改革升级，马斯克的内部邮件中提到，当下经济形势严峻，推特非常依赖广告业务，70%的收入来自于品牌广告，这使得公司“更加脆弱”。马斯克警告，如果推特没有大量的订阅收入，很有可能无法在即将到来的经济衰退中生存。

11月5日，推特推出了全新的蓝V认证标记订阅服务，每月向用户收取8美元。蓝V认证的本意在于拓展营收增长途径，提高订阅收入以抵消广告收入的下降，而且减少虚假账号。早在收购交易阶段，马斯克就曾

# 中经传媒智库·中经参考

重磅发布

洞察政策走向 解读经济规律 前瞻全球战略 助推商业发展

- 汇聚中国社会科学院及知名机构专家资源
- 依托《中国经营报》社37年媒体传播平台优势
- 为企业家提供决策参考

观大势 智金融 产业策 智库说

每周为您提供高端的思想智慧和深度解读

中国社会科学院的智慧支持和战略指导、《中国经营报》社有限公司主办、中经传媒智库出品

联系订阅：陈老师 18611627538



中经传媒智库  
官方网站



中经传媒智库  
官方微博



广告

# 上海迎混动政策切换窗口期 供需两端追赶免费绿牌“末班车”

本报记者 夏治斌 张家振  
上海报道

“以前没觉得买车是件有多着急的事儿，但看着‘送绿牌’的时间马上截止，突然就有点儿紧迫感了。”家住上海市的高小军（化名）向《中国经营报》记者笑称。

高小军这两天正计划去4S店试驾插电式混合动力汽车（以下简称“插混汽车”），想赶上上海市免费上牌政策的“末班车”。他说：“我有电量焦虑症，手机电量低于60%就会想着赶紧去充电，所以并不适合开纯电动汽车。但又想着挂上上海市的车牌，所以综合下来插混汽车比较适合我。”

高小军的紧迫感源于上海市新能源汽车上牌政策的变化。根据上海市政府出台的《上海市鼓励购买和使用新能源汽车实施办法》（以下简称“《实施办法》”），自2023年1月1日起，消费者购买插混汽车（含增程式）的，不再发放专用牌照额度（即“绿牌”）。

随着截止时间日益临近，上海市插混汽车市场正迎来一波销量高峰，车企和消费者供需两端正加速追赶免费绿牌“末班车”。多位4S店销售顾问告诉记者，现在已是11月中旬，购买新能源汽车还需要经历政府审批通过、开票、提车和上牌等一系列流程。“所以综合来看，留给上海市消费者购买插混汽车的时间并不多，如果想购买最好在11月底前就要递交材料。”

## 插混汽车销售火热

上海市插混汽车销售火热与当地上牌政策变化密切相关。

中国汽车工业协会统计数据显示，今年10月，我国新能源汽车产销分别完成76.2万辆和71.4万辆，分别同比增长87.6%和81.7%，市场占有率达到28.5%。其中，插混汽车产销分别完成18.1万辆和17.2万辆，分别同比增长1.6倍和1.5倍。

近期，上海市的插混汽车市场更是异常火爆。“在11月24日之前下单，还是可以获得免费‘绿牌’的。受今年上半年上海市疫情防控等特殊因素影响，有些客户无法继续购买新车，造成有部分车辆成

为长库龄车。按照库龄时间的长短，我们还会有5000~15000元不等的定向优惠。”11月17日，位于上海市嘉定区的岚图汽车销售顾问向记者说道。

上述销售顾问同时告诉记者：“最近插混版岚图FREE卖得比较火爆，从11月初到现在，我们这家店就已经定了42辆车，有时候一天会定两三辆车。”

除岚图汽车火爆外，有荣威品牌销售顾问也向记者表示：“现在大家都在抢新车，有一辆现车就会被抢走。越早订就能越早提出，越

早走流程。店里停的很多辆插混版新车，都是客户在付款后走流程申请上牌照的。”

“购车资质审核需要5个工作日，才可以提车上牌。12月15日后再提交材料就来不及了。新能源汽车跟传统燃油车不一样，不是购买后就立马能上牌。”上述荣威品牌销售顾问同时表示，“现在接到的通知是额度下发后才可以提车。在有车的情况下，通过政府审批、开票、提车等流程还需要半个月左右的时间。”

江西新能源科技职业学院新能



上海市正处于插混政策切换“窗口期”，相关插混车型销售火爆。图为位于上海市嘉定区的上汽荣威某4S店。

本报资料图/图  
驱使消费者去抢购插混汽车。当然，也有很多消费者本身就喜欢插混汽车，因为它既可以充电也可以加油，能够缓解用电焦虑，跟传统燃油车相比油耗也比较低。”

## 向零排放车型倾斜

出于进一步降低碳排放的考虑，将政策向纯电动和氢能源等零排放车型倾斜。

根据《实施办法》，自2023年1月1日起，消费者购买插混汽车（含增程式）的，上海市将不再发放专用牌照额度。也就是说，从2023年开始，在上海市购买插混汽车的消费者将不再享有免费“绿牌”的福利，需要与燃油车一样拍牌。

上海市调整插混汽车上牌政策的原因何在？在汽车分析师任万付看来，上海市不再对插混和增程式混动车型发放免费牌照的原因有三：一是推广新能源汽车的阶段性任务已经完成；二是出于进一

步降低碳排放的考虑，将政策向纯电动和氢能源等零排放车型倾斜；三是通过控制汽车数量过快增长来减轻道路交通压力。“总体来看，该政策是在多方面综合考虑的基础上适时做出的调整。”

中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉也告诉记者，上海市此举主要还是从鼓励纯电动汽车的角度出发。“相较于七八年前，纯电动汽车的续航能力得以大幅提升，续航里程已从最初的80公里、120公里提升到500公里以上，续

航能力已基本可以满足短中途的出行需求。”

根据新一轮《上海市交通发展白皮书》预测，到2025年，上海市新能源汽车年产量将超过120万辆，新能源汽车产值将突破3500亿元，占全市汽车制造业产值35%以上。同时，根据计划，2025年上海市个人新增购置车辆中纯电动汽车的占比将超过50%。

对于上海市插混政策调整给插混汽车市场销量带来的影响，任万付分析认为，上海市取消对插混

和增程式混动汽车的优惠政策，对整体汽车市场来说会有一定影响，毕竟上海市此前曾是这两大车型的重要销售市场。“但这种影响是暂时的，从全国市场来看，插混和增程式混动车型的销量都在快速增长，市场份额也在不断增加，其他区域市场将会弥补上海市市场变化的缺口。”

作为国内汽车产销重镇，上海市调整插混汽车上牌政策是否会吸引其他城市跟进？对此，颜景辉表示，一方面要看国家在插

混汽车政策方面有无重大变化；另一方面也要看各地新能源汽车的发展状况。

“对于上海市取消插混和增程式混动汽车免费发放牌照的做法，其他城市跟进的概率不大。一方面，近几年政策层面都在呼吁取消或放宽汽车的限牌限购政策；另一方面，汽车工业在国民经济中的地位越来越重要，反其道而行之并不是明智之举。”任万付告诉记者，上海市实行的是拍牌政策，而其他的大部分城市都可以免费上牌，跟进的意义不大。

## 抢抓政策切换“窗口期”

限牌城市的插混牌照额度收紧引起的政策风险会对插混汽车销量形成短期扰动。

“拍一张蓝牌要花费约10万元，最后还不一定能拍到，所以插混汽车的性价比对我来说是最佳的。”高小军表示，免费绿牌肯定是很上海消费者选择插混车型的原因之一。“如果把拍牌的近10万元放到买新能源汽车的预算中，可以增加很多个购车选项。”

记者注意到，2022年10月的沪牌拍卖结果显示，该月个人额度投放1.61万辆，个人在用车有效额度委托拍卖1342辆，合计拍卖总数

17442辆，参加拍卖人数165106人，比9月减少了13507人，中标率为10.6%。最低成交价为91500元，平均成交价为91611元，比9月的92426元减少了815元。

“绿牌并非购买插混汽车的决定因素。”光大证券研报分析指出，“市场认为限牌城市的插混牌照额度收紧引起的政策风险会对插混汽车销量形成短期扰动。”

车企也正抢抓上海市插混汽车政策切换的“窗口期”。日前，岚

图汽车方面发文称：“作为参考，根据此前的《实施办法》，自2023年1月1日起，消费者购买插混汽车（含增程式）的，上海市不再发放新能源专用牌照额度，考虑到上牌流程等手续，实际办理上牌的截止时间为12月15日。”

据了解，针对上海地区插混及增程式混动等车型需求激增、一车难求的情况，岚图汽车方面正全力协调供应链资源，快速调整生产计划，调配2000辆插混版岚图FREE

及岚图梦想家紧急发往上海市，以满足当地消费者在政策切换前的购车及上牌需求。

任万付分析认为，插混汽车受消费者青睐的主要原因是比传统燃油车更省油，比纯电动汽车价格更低。“省油是插混汽车相较于传统燃油车而言的优势，而价格优势则是相对于纯电动汽车而言。当然，插混汽车也有缺点，比如维修保养的成本会高一些，毕竟需要同时维护两套系统。”

“主流插混车型侧重价格敏感的燃油车潜在用户，因此插混汽车凭借经济性、智能化优势，成为10万~20万元区间燃油车的有力竞品。”光大证券上述研报指出，“插混汽车由于盈利性强于纯电动车型，因此产品布局更加灵活。我们判断，后续插混汽车市场空间放开的驱动因素将不局限于牌照放开，预计客群定位准确度、技术对应的产品竞争力、品牌力的提升、产能爬坡是导致销量规模差异的关键。”

# 车市实探：热门新能源车型提车需等待1~3个月 合资品牌优惠幅度较大

本报记者 陈燕南 北京报道

离2022年结束只剩下不到两个月，车市正式打响了“收官之战”，对此，《中国经营报》记者对汽车终端市场进行了调研和采访。

“虽然现在北京有疫情，但是并不影响店内的客流量，一天能有20批次的客户到店看车。”一位比亚迪的销售人员对记者表示。长城汽车的销售人员则向记者表示，“快到底了，不少消费者都希望能够在年底前提上新车。与此同时，购置税减半政策或将在年底结束，所以咨询以及订车的消费者也很多。店内依

然可以达到一天一两百人的客流量。”

近日，乘联会发布的数据显示，10月我国乘用车市场零售销量为186.3万辆，同比增长7.2%，环比下降4.4%，2013年以来首次出现“银十”销量低于“金九”的情况。

但是值得关注的是，自主品牌一路高歌猛进，继续维持增长态势，在市场份额中逐渐占据了半壁江山。数据显示，10月自主品牌零售销量达94万辆，同比增长22%。环比增长5%，占市场总零售份额的51.5%，同比增长6个百分点。

在此情形之下，合资品牌也

在全力赶超，在新能源领域发起了“反攻”。继特斯拉以及福特

电马MustangMach-E全系售价下调之后，11月15日，奔驰发布了对部分EQ车型的零售价进行相关调整的说明。其中，EQS的4款车型售价分别下调20.46万元至23.76万元，调整后价格区间为84.5万元至131.4万元。对此，奔驰方面在接受记者采访时表示，秉承对客户负责任的原则，针对在2022年11月16日前购买上述车型的相关客户，我们将支持相关授权经销商，根据购车发票金额和此次调整后的厂商建议零售价的差额，提供专属补贴方案。

## 自主品牌跻身10月销量榜前三

“近几年，大街上的自主品牌汽车逐渐多了起来，尤其在新能源领域中，出现了许多新鲜的面孔，而且在外形内饰以及智能化应用上，都感觉比较时尚前卫。”不少消费者向记者表示。

记者在采访中了解到，即使处在年末大促时期，自主品牌的价格浮动也并不大。“哈弗H9优惠一万元左右。”“宏光MINI年底大促的活动大致能优惠1500元。”销售人员告诉记者。与此同时，更多的自主品牌在价格上则没有优惠。“红旗H5新上市，所以没有任何优惠。”一汽红旗的销售人员向记者表示。“由于比亚迪处于供不应求状态，所以全系车型没有优惠。再加上现在芯片短缺、产能有限、现车较少，提车需要等待1~3个月。”比亚迪的销售人员告诉记者。除

此之外，理想、埃安等品牌也表示没有优惠。

“因为不少自主品牌主打的是性价比路线，本身定价就比较低，利润也不高，所以不会有太大的优惠幅度。再加上自主品牌知名度在不断提高，认可和购买的消费者也越来越多。”有业内人士向记者表示。

乘联会数据显示，在10月车企狭义乘用车批发量排行榜中，自主品牌占据前十位中的六席。其中，比亚迪、吉利汽车和长安汽车的批发销量排名前三，实现对合资品牌的初步超越。这是首次集体超越一汽-大众和上汽大众，跻身销量榜前三。

具体来看，10月，比亚迪汽车零售和批发销量双双突破20万，分别高达20.6万辆和21.8万辆，增速分别达到134.6%和143.7%。

吉利汽车，批发销量为15.23万辆，同比增长36.4%，排在第二；长安汽车则以26万辆的微弱优势超过一汽-大众，同比增长43.1%。

自主品牌的优异表现，离不开新能源汽车以及海外市场的助力。乘联会数据显示，10月，自主品牌新能源车零售渗透率为52.9%。从10月国内新能源车的市场结构来看，包括造车新势力在内的自主品牌在新能源汽车的市场份额已经达到74.4%。自主品牌出口量为19.4万辆，同比增长46%。

平安证券研报认为，随着芯片供给逐步恢复，未来几年汽车更新周期有望加快，叠加车企全球战略加速，预计我国汽车年销量空间仍较大，自主品牌市场份额有望大幅提升至60%~70%。

## 合资品牌开辟第二战场：“线上直播到晚11点”

随着自主品牌不断“攻城略地”，豪华品牌和合资品牌正在上演“反击战”。

“本田CR-V降价5万元，M-NV降价2万余元。”本田的销售人员王军（化名）告诉记者。“虽然现在还是缺少现车，但是活动力度不小，‘双11’热促将会持续到月底，例如热门车型轩逸可以优惠2万~3万元。”东风日产的销售人员告诉记者。

除此之外，更多的合资品牌也加入了优化价格的阵营。“现在是买合资品牌车的好时机。”一位从事汽车终端零售批发的业内人士对记者表示。记者从该人士了解到，众多合资品牌，包括广汽本田、别克、沃尔沃、雪佛兰、大众等正在进行万元降价促销，诸如途锐、XC90、昂科旗等部分车型根据指导价优惠幅度可达10万元左右。他还表示，“不少车型进行了二次降价。比如沃兰多20款轻混自动劲享版原本优惠5万元，目前能优惠5.4万元；沃尔沃XC4原本优惠7万元，目前能优惠7.5万元”

事实上，在不久之前，福特中国和特斯拉就进行了调价。福特中国电动车事业部宣布，自10月31日起，福特电马MustangMach-E全系售价下调2万~2.8万元。特斯拉则将Model 3与Model Y分别下调1.4万元至3.7万元不等。此次调价之后，部分Model Y车型售价已经低于30万元关口，对不少车型产生了更大的竞争压力。在调价后不久，特斯拉又进一步推出保险补贴方案，11月30日之前下单的

用户最高可减8000元保险。

无独有偶，11月15日晚，一则奔驰关于部分纯电车型厂商建议零售价调整的消息成为焦点。奔驰发布公告，自2022年11月16日起对部分EQ车型的厂商建议零售价进行相关调整。具体来看，奔驰EQE的4款车型售价分别下调5万元至5.07万元，调整后价格区间为47.8万元至53.43万元；EQS的4款车型售价分别下调20.46万元至23.76万元，调整后价格区间为84.5万元至131.4万元；AMG EQS 53的两款车型均降价19.86万元，调整后售价为148.6万元和154.7万元。

奔驰方面对记者表示，中国是全球最具活力及增长潜力的新能源汽车市场，也是奔驰践行“全面电动”战略的重要核心市场。近年来，我们见证了中国新能源市场的快速发展、逐步升级，也积极在高端及豪华细分市场进行产品引入和布局；同时，我们不断洞察市场趋势、收集市场反馈、聆听客户需求，在发展中不断汲取宝贵经验，以灵活调整市场运营策略来匹配不断变化的市场需求。

事实上，合资品牌不仅仅在价格上进行发力，也开始积极探索线上营销等创新营销模式。“云看车”“沉浸式互动”等形式在增加品牌曝光率的同时，也意在发掘消费新场景中的全新增长点。

正值晚上10点，虽然大部分4S店都已闭店，但是线上直播间正热闹。记者观察到，“1成首付、0手续费、6重粉丝好礼”“双十一卖汉兰达双擎送ipad”“粉丝特价车

限时专享超低月供”“试驾看车送好礼”上述字眼出现在各大汽车品牌的直播间里，主播们也正在不遗余力地推销各类车型，从而吸引消费者到店看车。

一位本田的工作人员王军（化名）对记者表示，除了日常的销售工作，店内晚上都会进行直播。王军表示：“不少消费者白天在上班没有办法到店看车，所以上会有专业的工作人员在线上推荐车型并且也可以回答和搜集大家提出的问题。店内每天有三场直播，晚上的直播会在11点结束。”

有分析认为，消费者正在从单一的商品消费向体验式消费转变。车企可以借助数据技术能力，深度洞察用户需求并利用丰富的标签体系，挖掘到目标潜客。同时搭建企业公私域流量池，以客户为中心，与客户建立更直接、更有温度的连接，从而进一步提升营销效率，实现用户全生命周期的培育和转化。

乘联会秘书长崔东树表示：“车企促销力度保持在高位，主流车企均追加了优惠活动力度，正在努力弥补前期因新冠肺炎疫情造成的销量损失，争取季度预期目标达到最好结果。与此同时，电动化和智能化驱动下，乘用车新品魅力不断提升。以高端新能源龙头企业为代表的新能源车降价，也会给11月新能源车市场带来新增需求，此次降幅大且品牌号召力强，其降价后部分车企迅速跟进车险补贴或增加终端促销，有利于11月的新能源车销量小幅提升。”

计划总投资金额超万亿元

# 动力电池赛道火热 地方国资企业加速入局

本报记者 于典 张家振 上海报道

随着市场需求持续增长，动力电池行业的扩产规划纷至沓来。据不完全统计，今年以来，动力电池领域计划总投资金额已超过万亿元，其中半数项目投资规模在100亿元以上。

以行业龙头孚能科技(赣州)股份有限公司(以下简称“孚能科技”，688567.SH)为例，公司日前披露的定向增发结果显示，拟募集资金33.18亿元，发行对象最终确定为3家来自广州市国资委旗下的公司。

## 定向增发终落地

值得注意的是，三位新股东的背后实控人均指向广州市国资委。

自去年9月首次发布公告以来，孚能科技历时一年多的定向增发最终正式落地。

根据公告，孚能科技此次定增发行1.4亿股，最终发行价格为23.7元/股，募集资金总额为33.18亿元。发行对象最终确定为广州工业投资控股集团有限公司(以下简称“广州工控”)、广州产业投资控股有限公司(以下简称“广州产控”)和广州创兴新能源投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“创兴新能源”)。

据了解，广州工控、广州产控和创兴新能源三家企业的认购资金分别为11.71亿元、11.01亿元和10.46亿元，对应获配股数分别为0.49亿股、0.46亿股和0.44亿股。本次发行完成后，三家企业将分别持有孚能科技4.08%、3.84%和3.65%的股权，分别位列第三、第四和第五大股东。

值得注意的是，三位新股东的背后实控人均指向广州市国资委。市场人士分析认为，这或许意味着孚能科技此番引入的真正大股东为广州市国资委，其入股孚能科技的初衷或是为了弥补当地动力电池方面的短板，强化与头部动力电池企业的合作。

根据孚能科技此前披露的定增预案，募集资金主要用于高性能动力电池项目和科技储备资金，通过购置高端智能化关键制造设备，进一步提升公司动力电池的技术水

对此，市场分析人士认为，广州市国资企业入股孚能科技，也是希望能够填补动力电池产能方面的空白，满足当地汽车产业的电池需求，探索出相对完整的动力电池生产模式。未来，孚能科技与当地的合作将更为紧密，或将在广州市域进一步加大产能建设。

对于上述说法，孚能科技相关负责人日前在接受《中国经营报》记者采访时表示：“如果公司与广州市国资企业有进一步的合作进展，会以公告形式对外披露，具体信息以公告为准。”

平及生产工艺，扩充高端产能。

孚能科技方面表示：“募集资金到位后，公司总资产和净资产将同时增加，资产负债率将有所下降；公司整体资金实力和偿债能力得到提升，资本结构得到优化；募投项目的实施有利于实现公司业务的进一步拓展，巩固和发展公司在行业中的竞争优势，提高公司盈利能力。”

除了引入外部股东、加速对外融资外，孚能科技电池项目的建设步伐也在加快。例如，孚能科技年产30GWh新能源电池项目，近日已在江西省赣州市正式开工建设。

从8月初发布拟与赣州经济技术开发区管委会签订《投资合作意向协议书》的公告，到如今项目正式破土动工，间隔仅3个月，孚能科技的产业布局和项目推进速度可见一斑。

而随着产能持续释放，孚能科技的营收也在快速增长。财报数据显示，今年前三季度，孚能科技实现营收86.3亿元，同比增长339.22%。尽管孚能科技业绩整体呈亏损状态，但亏损幅度较2021年同期减小，且已在年度二季度单季度实现了盈利。

对于营收快速增长的原因，孚能科技方面表示：“公司订单较上年同期大量增加，随着公司新建产能逐步爬坡完成，产销量较上年同期实现大幅增长，加之售价提升，公司营业收入实现大幅增长。”

## 扩产计划再加码

今年年内动力电池领域已至少公布了75个投资计划，总投资金额超过万亿元。

事实上，孚能科技加速推进项目落地，只是动力电池企业掀起扩产热潮的一个缩影。

今年以来，动力电池企业的扩产浪潮可谓“一浪高过一浪”。近期，在不到半个月的时间里，宁德时代、中创新航、欣旺达、孚能科技和蜂巢能源等头部企业纷纷宣布了相关扩产消息。

10月底，欣旺达东风宜昌动力电池生产基地项目在宜昌高新区生物产业园正式开工。该项目计划总投资120亿元，规划建设30GWh动力电池产能，项目分两期建设，其中一期为20GWh产能。

同期，蜂巢能源在四川遂宁基地举行了蜂巢能源遂宁动力锂离子电池项目投产仪式，标志着蜂巢能源在西南地区的第一个生产基地进入投产阶段。

与此同时，动力电池企业在产业链上下游的布局也在加快。近日，国轩高科子公司国轩科宏旗下的高端正极材料项目投产仪式在安徽省合肥市庐江高新区举行。据了解，该项目投产后，国轩科宏将具备年产10万

吨高端正极材料产能，而待20万吨产能全部达产后，产值将突破百亿元。

另据不完全统计，今年年内动力电池领域已至少公布了75个投资计划，总投资金额超过万亿元，其中有近半项目的投资规模在100亿元以上。

对于推进扩产计划的原因，多家动力电池企业给出的原因可概括为：“为满足公司未来业务发展和市场拓展的需要，确保客户订单及时履约交付，公司拟相应进行产能建设，进一步完善生产基地布局。”

今年以来，国内动力电池的产量和装机量不断增加，市场需求不断增长也让动力电池企业更依赖于产能扩张。中国汽车动力电池产业创新联盟日前发布的数据显示，今年1~10月，我国动力电池累计产量达425.9GWh，同比增长166.5%；累计装车量达224.2GWh，同比增长108.7%。

此外，根据能源市场调研机构SNEResearch公布的测算数据，到2025年，全球动力电池产



随着需求不断增长，动力电池企业在大力推进扩产计划。图为孚能科技赣州新基地年产30GWh新能源电池项目举行开工仪式。  
本报资料室/图

销缺口将达37%，装车量缺口将达25%，将持续供需紧张的状态。

兴业证券发布的研究报告指出，在新能源汽车市场延续高景气度的背景下，动力电池装机需求同步上升。主要电池企业均在加速扩张，宁德时代预计到2025年底的产能可达700GWh以上，中国企业的竞争能力将进一步增强。

“汽车产业加速迈向电动化、新能源化，是全球范围内的确定性发展趋势。目前，动力电池的扩产预期不仅来源于新能源汽车的发展，也包括储能等多个领域都有较大的需求。”业内人士在接受记者采访时也表示，头部企业也在加速扩产，在扩大市场份额、实现规模化效益的同时，保持行业领先和优势地位。

## “筑巢引凤”促发展

面对万亿级大市场，各地也在积极“筑巢引凤”，发挥自身优势构建相关产业链。

有业内人士在接受记者采访时表示，相较于企业层面的募资扩产计划，市场之所以对孚能科技保持较高的关注度，核心在于地方国资企业入局新能源动力电池赛道。

事实上，在众多动力电池企业加速产能扩张的同时，其对于资金的需求也愈发旺盛。而面对原材料的价格波动和产能建设所需的大量资金，引入资金实力雄厚的国资企业，无疑将有助于动力电池企业加快新项目建设的进程。

广东省体制改革研究会执行会长彭澎认为，广州市国资企业和孚能科技的合作可谓是一场

“双向奔赴”，能够实现双赢。“一方有钱，一方有技术。广州市的新能源汽车企业此前主要将宁德时代作为动力电池供应商，现在通过地方国资企业入股孚能科技，多了一个供应商，甚至还能参股或控股，是一个不错的选择。”

据中国科学院院士欧阳明高预测，2025年，中国动力电池出货量将超过1TWh，产值超过1万亿元。面对万亿级大市场，各地也在积极“筑巢引凤”，发挥自身优势构建相关产业链。

以正在打造“新能源之都”的江苏省常州市为例，目前共有动力电池企业超80家，产业规模超700亿元。其中，蜂巢能源和

中创新航等头部动力电池企业的总部均设在常州市。

相关统计数据表明，截至2021年底，常州市动力电池已建、在建总产能超过260GWh，在全球范围内处于领先地位。仅在今年上半年，常州市的动力电池产能就占据了全国总产能的三分之一。

而在今年召开的世界动力电池大会上，四川省宜宾市共签约动力电池和新能源汽车配套项目48个，涵盖正极材料、负极材料、隔膜、电解液、铜(铝)箔、结构件和电池回收利用等多个领域，签约总金额962亿元。

值得注意的是，动力电池行

业扩产热潮之下的产能过剩风险也是市场关注的焦点。在业内人士看来，在纷纷扩大产能的同时，如何进一步加强统筹规划布局，推动动力电池行业高质量发展同样关键。

“目前，新能源汽车正成为站在‘风口’的行业，吸引了大量技术、资本的汇拢、集聚，加之地方政府也有转型升级方面的愿望，在各方因素的共同作用下，部分省市、地方确实存在着盲目投资和重复建设的情况。”工信部副部长辛国斌此前公开表示，“但我们认为，这些问题在发展中的问题，随着产业的成长、成熟，都会逐步消化解决。”

# 上汽集团祖似杰：电动化上半场 智能化下半场 终极一定是生态化

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“生态域的推出是为了将手机和物联网完全串联。没有割裂的车机生态，手机和智能汽车之间的APP可以相互流转，无论是从信息安全角度还是从APP使用流畅性角度，都可以使手机和智能汽车成为彼此生态域的一部分。”日前，上汽集团副总裁、总工程师祖似杰在接受《中国经营报》等媒体记者采访时如是说道。

## 向“电动+智能+生态”时代“全速前进”

当前，绿色低碳发展已成为全球共识，数字科技创新方兴未艾，汽车产业正经历前所未有的大变局。这两年，在国家政策、企业创新、用户认可的综合作用下，我国新能源汽车实现了“快速发展”，并正向着“电动+智能+生态”更高阶的智能汽车新时代“全速前进”。

在新赛道上，中国车企正在完成从“跟跑”到“并跑”再到“领跑”的角色转换，上汽集团也在持续努力探索智能汽车新时代“场景创造价值、数据决定体验、软件定义汽车”的实现路径。

众所周知，智能汽车区别于传统汽车的最大特征，就是具备“自学习、自成长”的能力，离不开软硬件的支撑。在硬件方面，上汽充分发挥龙头作用，努力担

近日，第二届上汽零束SOA平台开发者大会在上海举行。在本届大会上，上汽集团和OPPO联合发布了《生态域白皮书》，通过向全行业开放技术标准和开发资源，共同建设一个“服务可定制、多端可接入、品牌可兼容”的智能汽车生态圈。

据悉，上汽集团和OPPO首创物联世界的全新物种“生态域”，并将其以“域控制器”的形式引入整车电子架构，通过软件定义的手

段，率先开启智能汽车、智能手机

### “生态互融”。

记者了解到，广泛兼容的“生态域”，能够实现不同端之间的发现和连接，从数据传输、软硬件框架、标准建立等多方面支撑生态系统的建立与拓展，打通不同硬件、操作系统和模块之间的交互壁垒。

除了“车-机跨端融合”的“生态域”外，今年以来，上汽集团继续携手生态伙伴在电动智能网联新能源赛道上稳步前行。初步构建“157X”创新技术体系，包括重组

设立“创新研究开发总院”，强化软件、人工智能、大数据、云计算、网络安全“五大数字化能力”。

此外，上汽集团还推出包括纯电动、混动、燃料电池三条技术路线的整车平台和动力电池、动力总成、电驱、软件架构四大关键系统在内的“七大技术底座”，以及汇聚业内众多科创头部企业的“技术创新生态”，进一步夯实核心竞争力，为打造更智能的产品与服务持续赋能。

似杰列举了上汽集团过去一年在产品、技术、海外业务，以及生态合作方面的诸多成果。

以生态合作为例，似杰表示，电动化上半场，智能化下半场，终极一定是生态化，整个智能网联汽车变成一个大的生态，就像手机一样，手机本身不重要，重要的是手机的生态。

“比如地平线，我们是它的第一大股东，我们还投了20多家国内的芯片公司，我们瞄准打造中国的车规级芯片，为整个行业做贡献，所以在芯片、操作系统的一些产业链建设上投入了比较大的资源。”似杰表示，“同时随着新能源汽车市场渗透力提升，我们在电池、电驱的产能上，还有工厂的智能化改造上，已经能够满足下一步产能的需求。”

## 率先开启车、机“生态互融”

据悉，智能汽车作为一个新物种，将成为联通万物的超级移动终端。上汽集团联合OPPO在行业内首创“生态域”概念。一方面，率先实现了手机生态与汽车的跨界融合，推出了“车与手机”应用场景下的30项功能，并将不断拓展到智能穿戴、智能家居、智能办公等IoT(Internet of Things,物联网，缩写为“IoT”)领域，实现智能技术的跨界跃迁，满足用户“场景连续、多端协同”的需求。

另一方面，上汽集团将秉持“开放合作”的理念，打通不同品牌的手机、不同品牌的智能汽车，都可以加入到这个未来用户智能生活的大生态，以用户为本的企业价值观也因此得以实现。”似杰表示。

基于最大的移动IoT平台——智能汽车、先进的整车电子架构和面向服务的软件平台，“生态域”将帮助智能手机等IoT设备以“域”的存在形式接入智能汽车大生态，打通家庭、出行、办公等一系列场景，为用户打造一个连续完整、服务随人、开放灵活的智能生活全新体验。

对于生态域的推出，似杰表示，“生态域联合实验室作为上汽零束和OPPO深化战略合作的一部分，双方将共同投入、共享产权，一起开展生态域领域的底座技术和商业模式探索，与第三方共享OPPO应用服务开发者平台和上汽SOA开发者平台的开发资源，形成面向物联网世界的开放生态，促进生态域形成新的行业标准。”

记者了解到，通过生态域的

支持，智能汽车与智能手机能够真正实现无感连接、资源共享、数据互通。如通过手机触屏、麦克风进行输入，通过车载屏幕、扬声器进行输出，场景应用都能实现跨端无缝流转，包括用户的App、文件、生活习惯也可一并同步，满足场景连续、多端协同的用户需求，享受服务随人、开放灵活的智慧出行新体验。

“生态域的发展是为了促进形成新的行业标准。生态域的标准建立之后，不同品牌的手机、不同品牌的智能汽车，都可以加入到这个未来用户智能生活的大生态，以用户为本的企业价值观也因此得以实现。”似杰表示。

除此之外，生态域的应用流转可以自动适配中控屏、副驾屏以及后排屏幕对应的尺寸，将手机丰富的应用生态与智能座舱深度融合，给用户带来最舒适贴心的驾驶体验。

对于开发者而言，生态域支持一次开发多端部署，实现手机与车机间能力互调、应用服务分布协同，还可以让开发者自由推广、分享应用，并通过订阅、授权、增值服务等获取收益，大大提升开发效率。

似杰表示：“生态域的共生是为了吸引更多的生态合作伙伴（包括手机厂商和车企等）。这不仅是丰富用户体验、壮大智能电动汽车生态的需要，也是智能化技术实现跨界跃迁的必然，将会重新定义汽车产品，改变用户的生活方式。”

# 破局“贵电” 车企加速完善新能源产业链布局

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

“缺芯、贵电”已成为汽车行业发展的新挑战。今年1~9月,长安汽车因为‘缺芯、贵电’损失60.6万辆汽车产能,特别是一系列新能源智能化新产品。”在2022中国汽车论坛上,长安汽车董事长朱华荣如是表示。

当前,新能源汽车发展按下加速键,中国汽车工业协会数据显示,新能源汽车10月产销分别达到76.2万辆和71.4万辆,同比增长87.6%和81.7%,市场占有率达到28.5%,再创新高。

## 车企求解“贵电”

针对“贵电”,朱华荣建议汽车行业应依法开展一次反暴利行动,坚决打击国内外个别企业对原材料的囤积与炒作,整治电池行业乱象。

随着新能源汽车市占率、动力电池原材料价格双双突破历史新高,整车厂的利润却不见起色,“贵电”导致的成本压力让整车厂“坐立不安”。

在2022中国汽车论坛上,比亚迪执行副总裁廉玉波谈及目前新能源汽车发展面临的挑战时,提及“产业链整体风险抵抗能力不足,碳酸锂等价格波动带来很大影响”。

同样在该论坛上,朱华荣谈及动力电池涨价时表示:“从我们掌握了解的情况看,这一轮涨价我认为是资本的恶性炒作,部分卖家惜卖,买家囤货,中间商囤积居奇,使电池的价格一路飙升。”

针对“贵电”,朱华荣建议汽车行业要在国家部委的支持下,依法开展一次反暴利行动,坚决打击国内外个别企业对原材料的囤积与炒作,整治电池行业乱象。企业内部则要加强一系列标准化的工作,提升通用化水平,降低成本,提升效率。

对此,在该论坛上,工业和信息化部装备工业一司副司长郭守刚指出,要确保新能源汽车关键资源的供应,打击投机炒作等不正当行为。

而上海钢联最新数据显示,纯电车型所需的动力电池原材料锂电池价格再次上涨,电池级碳酸锂涨5000元/吨,均价报58.75万元/吨,工业级碳酸锂涨5000元/吨,均价报57.5万元/吨,再创历史新高。

《中国经营报》记者注意到,随着原材料价格飞涨,上游动力电池厂商不断拓展新市场的同时,下游整车厂正不断思考应对方案,包括拓展多元化供应商、亲自上阵探矿等。同时,整车厂也在着手完善新能源产业链布局,通过合资、收购等形式与产业链企业合作,保障并稳定关键零部件供给,改善并优化成本结构。

## 未来3年动力电池或将产能过剩

高工锂电董事长张小飞认为,未来3年电池产能过剩是结构性过剩伴随着周期性过剩,仅市场前十的电池厂商能保持产能紧平衡。

近期,国家自然资源督察集中调研座谈会指出,要促进矿产资源有序开发,提升战略性矿产资源供应保障能力等。随着动力电池需求越来越大,动力电池厂商无惧原材料涨价,对开发和业务拓展的需求日益增长。

中国汽车动力电池产业创新联盟的最新数据显示,10月我国动力电池装车量为30.5GWh,同比增长98.1%,环比降低3.5%。其中磷酸铁锂电池装车量19.7GWh,占总装车量64.4%,同比增长133.2%,环比降低3.6%。

其中宁德时代以14.76GWh的当月装机量排位第一,市场份额达48.33%。在2022中国汽车论坛上,宁德时代党委第一书记、董事长助理孟祥峰表示,

碳酸锂价格问题是新能源汽车产业的发展过程必须面对的痛点,除了建立完善产业链生态外,还需要通过技术研发和创新来解决,而宁德时代欲通过钠离子电池产业化解决部分锂资源供应紧张和锂价暴增问题。

除了宁德时代,欣旺达同样也在抓紧研发新型电池技术。此前,欣旺达发布的超快充电桩SCF480,体积利用率突破72%,充电功率高达480kW,充电10分钟续航可以超400公里,未来产品续航里程可以从700公里迭代提升至1100公里。

## 拓展新能源汽车业务

完善新能源产业链布局已成为车企转型的重点。

当新能源汽车的快速发展遇上“贵电”等问题,整车厂正加速对新能源产业链的布局以掌握核心零部件。11月,广汽集团与广州产投集团就组建百亿级汽车产业基金、布局和引入产业链项目等达成全面战略合作。

双方将重点开展三方面合作:一是在广州产投集团牵头组建的1500亿元广州产业母基金下,探讨



在2022中国汽车论坛上,长安汽车董事长朱华荣表示,今年1~9月,长安汽车因为“缺芯、贵电”损失60.6万辆汽车产能。 本报资料室/图

与大多数电池厂商一样,欣旺达也在加速扩张。最新公告显示,欣旺达控股子公司欣旺达电动汽车电池有限公司将为德国大众HEV项目量产供应动力电池包系统。

目前,欣旺达的HEV电池产品已与国内有HEV需求的大部分车企展开合作,并已开始批量交付。

此外,欣旺达电动汽车电池有限公司还拟与枣庄高投等5家政府平台企业,通过合伙企业以增资扩股的形式向山东欣旺达投资30亿元,投资款分三期,各期分别为10亿元,用于山东欣旺达采购设备等固定资产;其中,欣旺

达电动汽车电池有限公司占25%,投资7.5亿元。

值得一提的是,11月,欣旺达还与中伟新材料股份有限公司签署《战略合作框架协议》,就海外镍、锂等资源开发利用进行深度合作,共建冰镍、锂资源产线。

为获取海外发展等所需资金,当月,欣旺达发行的全球存托凭证(GDR)已在瑞士证券交易所上市,共计2875.9万份,对应的基础证券A股股票约为1.438亿股,发行价格为15.3美元,募集资金总额约为4.40亿美元。

随着动力电池厂商争相扩产,

产能过剩成为近期行业争议的热

点。高工锂电测算,2022~2024年,动力电池出货量分别为490GWh、850GWh、1010GWh,而这3年电池厂商建成产能分别为1000GWh、1550GWh、2200GWh,其中有效产能分别为800GWh、1200GWh、1600GWh,超过出货量。

在11月中旬的高工锂电年会上,高工锂电董事长张小飞表示,预计2022年国内动力电池出货量增速将由2021年的183%降至117%,而未来3年或将进一步下降,同时,未来3年电池产能过剩是结构性过剩伴随着周期性过剩,仅市场前十的电池厂商能保持产能紧平衡。

此前,广汽集团与广州产投集团已多次合作。广州产投集团累计出资近60亿元支持广汽集团及旗下广汽埃安、如祺出行、众诚保险公司发展,已成为广汽埃安外部最大的战略投资者。广汽集团将在资本端、项目端进行互补。当前,完善新能源产业链布局、拓展新能源汽车业务已成为车企转型的重点。除了广汽集团与

# 对话长城皮卡张昊保:皮卡不等于货车 行业需要打一场“认知战”

本报记者 陈茂利 北京报道

“皮卡行业迫切需要打一场认知战。”近日,中汽协皮卡分会理事长、长城汽车皮卡品牌CEO张昊保在接受《中国经营报》等媒体记者采访时表示,“皮卡这么多年发展比较慢,是(因为)认知历史的归类还是把它归到货车当中,导致在政策层面不能和乘用车平起平坐,尤其在路权、形象上满足不了用户基本的需要。(实际上)这个品类的多用途属性非常强。”

自2016年皮卡“解禁”试点以来,国家对放开皮卡进城的重视程度从部委上升到国务院层面,近几年皮卡销量成增长趋势。今年1~10月,皮卡累计销量达到42.8万辆。

不过,必须正视的是,当前皮卡发展面临部分地区限制进城、15年强制报废、每年年检、节假日无法享受高速免费等问题。

就破局皮卡认知局限,推动皮卡市场扩容等问题,在将近两个多小时的采访中,张昊保分享了自己的想法和规划。

采访中,他多次强调“改变皮卡过往货车形象”的重要性和迫切性。张昊保认为,接下来,皮卡行业迫切需要打一场“认知战”,虽然皮卡的货车形象根深蒂固,改变原有认知代价非常高,但“认知战”关乎市场扩容,甚至关乎皮卡企业生存。

## 要激活皮卡“玩”的属性 延展更多触角

《中国经营报》:近期,皮卡行业内一件大事就是中国汽车工业协会正式成立皮卡分会。而长城汽车当选分会首届理事长单位,你也被推选为首届理事长,在推动皮卡分会成立方面做了哪些工作?

**张昊保:**中汽协皮卡分会的成立,是中国皮卡发展史上的里程碑事件,标志着皮卡在汽车消费中的发展潜力得到认可。

长城皮卡一直以实际行动推动皮卡解禁及皮卡分会的成立:先是联合中汽协、乘联会及更多皮卡企业共同助推皮卡新标准出

台,让皮卡迈出了身份转变的第一步。随后,在皮卡全面解禁来临之际,长城炮率先进入解禁城市,推动政策落地实施;在皮卡分会的筹备上,长城皮卡更是不遗余力,活跃在与相关部门交流沟通的一线,对于一切有利于行业发展、为解禁发声的组织机构展现了大力支持的态度。

《中国经营报》:推动皮卡从货车向多用途车型发展,下一步,皮卡分会在大方向上要破解哪些问题?

**张昊保:**近年来,皮卡解禁在全国范围内有序推进,解禁城市

不断增多,皮卡市场呈现强大潜力。《多用途货车通用技术条件》的正式实施,也让皮卡有了明确的身份标准。我们非常高兴地看到,中国皮卡的春天已经到来。

(虽然)皮卡迎来了发展的时代机遇,但同时也充满挑战。15年强制报废、每年年检、节假日无法享受高速免费等问题,还在影响着皮卡行业的发展。皮卡仍然属于小众品类,消费者对皮卡的认知不足、市场渗透率低、皮卡文化还处于初级阶段。我们仍需合力共创,为皮卡行业拥有更好的未来继续努力奋斗。

我们将定期召开年会,深入探讨国内外皮卡的最新动向和趋势,推动各类限制皮卡消费政策规定的更新升级,为政府部门制定皮卡管理政策提供建议,推动皮卡全面解禁。

《中国经营报》:你在主题演讲的时候,多次提及并强调要改变皮卡认知,打一场认知战,具体是怎样一场认知战?

**张昊保:**皮卡这么多年发展比较慢,是(因为)认知历史的归类还是把它归到货车当中,实

际上,皮卡品类的多用途属性非常强。

目前高端的皮卡产品,已经具备了轿车的舒适性、SUV的越野性、旅行车的休旅性、轻型货车的装载性,完全覆盖了用车全场景。

在各地陆续推动皮卡解禁的大环境下,利用大环境打一场认知战,关乎企业生存。因为一个企业生存时间是有限的,推出一个产品的保鲜期是有限的,如何保证所有企业能存活,那就是打一场认知战推动市场扩容。

是和更懂用户的改装公司共同共创的产品,产品改装出来很惊艳。共创既避免了厂家对市场部分研发不足的问题,也解决了产品个性化大量拓展的问题。此外,公司在不同阶段都会邀请用户参与,通过共创来打造更符合用户需求的产品。

以上是从三个2.0来实现面向用户的未来全球化品牌的打造。

## 以品类创新推动皮卡市场扩容

《中国经营报》:在过去几年里,长城炮以一己之力拓宽了皮卡市场。但今年开始,国内一些头部自主品牌开始布局皮卡市场,甚至有些产品在研发设计之初就极具针对性,面对未来这些车型的竞争,长城皮卡是怎样的态度?

**张昊保:**皮卡解禁之后,多家乘用车/商用车企业“跨界”加入皮卡市场,皮卡行业成为高预期的蓝

海市场,行业竞争加剧。越来越多车企入局,说明皮卡的价值得到了重视和认可,有利于皮卡市场的繁荣发展,为用户提供更高品质的皮卡产品。长城炮欢迎更多跨界者加入,群策群力共谋中国皮卡行业发展。

《中国经营报》:面对越来越“卷”的皮卡市场,以及对标明确的竞争对手,长城皮卡内部有怎样的准

备,将如何保持现有的顶端优势?

**张昊保:**针对皮卡市场发展新形势,今年8月,长城炮正式发布品牌2.0战略,将全面TO C,打造全球化用户品牌。长城炮将持续坚持品类创新、用户共创和全球化发展,持续推动皮卡解禁,助推皮卡市场扩容。

2.0战略,第一是产品2.0。产品2.0是指通过品类创新生产全球

化产品,比如说山海炮、未来的X炮,用中高端品类来实现整个乘用车化技术的彻底升级,以品类创新推动皮卡市场扩容。

第二是渠道2.0。长城炮创建了皮卡行业首个专属APP,为用户提供全生命周期、全链路数字化体验,目前用户已突破100万。

第三是用户运营2.0。我们有很多用户“共创”的产品,比如黑弹

是和更懂用户的改装公司共同共创的产品,产品改装出来很惊艳。

共创既避免了厂家对市场部分研发不足的问题,也解决了产品个性化大量拓展的问题。此外,公司在不同阶段都会邀请用户参与,通过共创来打造更符合用户需求的产品。

以上是从三个2.0来实现面向用户的未来全球化品牌的打造。

## 明年推出多款新能源皮卡

《中国经营报》:新能源是汽车行业近年来的主旋律,来势汹汹,你对于皮卡市场未来在新能源领域的发展有何判断和预测?目前,长城炮在混动、纯电动、氢能等新能源产品方面,有怎样的规划?

**张昊保:**长城汽车有足够的技术支持做新能源皮卡产品,有混动技术和自己的电池公司。做新

能源产品关键是把握场景适应性和用户适应性。产品推出早了,会造成研发上的浪费;出晚了,市场就没了。应该跟着皮卡进化节奏来。

关于皮卡的研发和预研我们都做了,包括混动和电动高端产品,即商用化的电动新能源产品和乘用化的新能源产品双线。尤其

在山海炮系列里,我们会推出轻混车。明年,将能看到更多新能源皮卡产品。

《中国经营报》:皮卡是全球汽车市场不可或缺的重要组成部分,在国外皮卡特别流行,每年的销售体量特别大,很多皮卡品牌都在布局海外市场。作为皮卡领导品牌,长城炮的全球化布局是怎样的?

**张昊保:**这两年皮卡海外出口是爆发式增长的,这支撑了国产皮卡与国际接轨。很多中国品牌在国外销售的皮卡价格是高于国内的,好一点的产品平均售价都在20万元以上,而国内皮卡主流价位依然在10万~15万元之间。

在国外,长城炮出口效果非常不错。我们产品的乘用化、智能化

# 兰博基尼前三季度营业利润达5.7亿欧元 订单排产至2024年第一季度

本报记者 陈燕南 北京报道

近日，兰博基尼发布财报显示，前9个月的营业额为19.3亿欧元，与去年同期相比增长30.1%。营业利润同比增长高达68.5%，达到5.7亿欧元。相应的销售利润率29.6%，超过去年同期(22.8%)。

“持续提升的业绩彰显出兰博

基尼品牌的强劲实力。客户订单已经排产至2024年第一季度。”兰博基尼汽车公司主席兼首席执行官史蒂芬·温科尔曼(Stephan Winkelmann)在接受《中国经营报》记者采访时表示。

事实上，2022年对超豪华品牌来说是一个特殊的节点。从兰博基尼到法拉利，从迈凯伦到玛莎

拉蒂，越来越多的超豪华品牌开始迈向电动超跑的赛道之中，与此同时，各路新能源车企也争相涌入这一蓝海。竞争的加剧加速了内燃机的终结之路，不过也拉开了电气化时代的序幕。

“从整体汽车市场来看，中国市场的确涌现出许多新兴品牌，他们拥有自己的技术优势，有机会争取全

球市场的一席之地，并为全球汽车市场带来更多竞争。从超级豪华跑车细分市场来看，情况又有所不同。因为超豪华品牌拥有深厚的历史传承和品牌根基，而这些特质还需要时间的积累。我们认为，电动技术的发展日新月异，我们坚信我们会成功，并将优秀的产品带到中国市场。”史蒂芬·温科尔曼对记者表示。

## Huracán车型较去年增长11%

“目前宏观经济仍存在不稳定性，但公司展现出了强大韧性。我们预期今年将达成史上最佳的财务业绩。”

兰博基尼方面表示，今年的盈利增长主要来自汇率的优势、销量的提升和因产品组合和个性化定制需求上升而带来的单车平均收益增加。

数据显示，前9个月，兰博基尼全球交付量为7430辆，相较于2021年同期增长8%。美洲区域、亚太区域以及欧洲、中东及非洲区域这三大主要市场均有增长。就单一市场销量而言，美国市场同比增长8%，中国内地及香港、澳门市场涨幅5%，德国、英国、日本分别增长16%、20%和26%。

在所有车型中，Huracán的

增长表现最为显著，全球交付2378辆，较去年同期增长11%。另外，就交付量而言，超级SUV Urus也取得了销售佳绩，1月至9月共交付4834辆，增长7%，这也是Urus自2018年上市以来最高的销量纪录。

兰博基尼汽车公司执行总经理兼首席财务官Paolo Poma(保罗·波马)提到：“目前宏观经济仍存在不稳定性，但公司通过主营业务和财务指标的增长展现出强大韧性。我们预期今年将达成史上最佳的财务业绩。”

据了解，兰博基尼计划在未

来几年实现更具挑战性的财务目标，将年盈利率提升至22%~25%之间。那么，将在何时实现以及该如何实现呢？针对这一问题，史蒂芬·温科尔曼表示，我们希望在2025年之前保持这一财务数据，2025年之后计划达到25%的目标。

“经济学的第一课就是‘不要入不敷出’。如果想在未来进行再投资，就要赚到可以用于投资的资金，同时留出足够的储备金用于发展。所以我们已经制定出未来几年里明晰的产品开发计划。目前的客户订单等待时间超过18个月。客户愿意等待这么

长时间来获得一辆兰博基尼，一方面是个好现象，说明我们的产品具有足够的吸引力，但同时也提醒我们要更加谨慎地管理好订单库。”

他还表示：“为了实现刚才提到的既定目标，我们还需要做好几件事：第一是谨慎管理好订单库，不要过度扩张；第二是尽最大努力来保护品牌价值，确保品牌的增长；第三是一如既往地开发出真正让消费者认可的产品。我们始终希望客户买到的不仅仅是一辆座驾，更是满足了一个梦想。”

“首款纯电动车型将在2025年至2030年期间推出，这将是兰博基尼的第四条产品线，预计是一辆2+2布局的双门GT车型。”

碳排放量将降低50%。”

据了解，2022年是兰博基尼车型搭载纯粹V12内燃机发动机的最后一年。9月，兰博基尼最后一辆Aventador下线。

其生产线员工自2011年起皆全力投入生产，成功打造了兰博基尼历史上最具代表性车型之一。与此同时，兰博基尼也推出许多新产品向品牌辉煌历史致敬，其中包括HuracánTecnica亮相，Urus家

族中全新设计的Urus S和高性能衍生车型Urus Performante发布，后者还在以极富挑战性而闻名的派克峰上创造了SUV类别的全新纪录。

在年底于迈阿密举行的巴塞罗那艺术展上，兰博基尼将展出Huracán全地形版，作为对纯内燃机发动机时代的告别。兰博基尼认为，这款车型势必会再次影响业界，并在超级跑车市场开辟一个全新细分领域。



兰博基尼汽车公司主席兼首席执行官史蒂芬·温科尔曼(Stephan Winkelmann)

## 中国成为全球第二大单一市场

对不少人来说，如若超级跑车失去轰鸣作响的发动机，可能也就意味着失去了灵魂，兰博基尼会延续有辨识度的设计以及坚持更加出色的操控性能以保持品牌的独特性。

得益于稳定的供应链以及清晰的政策导向，目前，中国已经不仅是全球最大的汽车市场之一，也成为了技术创新的发源地。不少车企都认为中国市场是车企的必争之地，并提出了诸多“在中国，为中国”的战略计划。

对此，史蒂芬·温科尔曼深表认同并表示：“中国市场对兰博基尼来说非常重要，目前已成为兰博基尼全球第二大单一市场。未来中国市场还将一直占据重要地位，这不仅是因为其庞大的市场规模，还在于中国市场拥有大量的技术创新。”

他还表示：“对很多消费者来说，汽车是另一生活空间，他们希望在车里感受到如同在家里或其他居住场所享受的舒适感，所以会有车联网等需求。所以，对我们来说很重要的是，可以在产品开发过程中更好地融合客户对生活方式的需求。我们也希望能有机会在兰博基尼车型中开发出更多的功能，比如客户在赛道上可以到中控屏上呈现出自己的特殊头像，能够时刻与外界互联，享受信息娱乐系统带来的更多个性化选择和舒适休闲的用车体验。我相信这也将是未来成功的关键。”

不过对不少人来说，如若超级跑车失去轰鸣作响的发动机，可能也就意味着失去了灵魂，那么兰博基尼该如何保持其品牌的独特性呢？史蒂芬·温科尔曼表示，为确保兰博基尼在未来仍被视为梦想之车，需要做到以下两点：首先确保极具颠覆性和辨识度的设计，能够让人们立刻认出是兰博基尼车型；其次是在电动化转型中，要具有更加出色的操控性能，性能是很多方面的综合体现，其中包括兰博基尼独有的驾驶激情。

## 未来两年实现所有产品的混动化

“首款纯电动车型将在2025年至2030年期间推出，这将是兰博基尼的第四条产品线，预计是一辆2+2布局的双门GT车型。”

Huracán和Urus。到2025年，产品销售占比将一半是超级SUV Urus，一半是超级跑车。”

他还表示：“电动化进程的下一阶段——首款纯电动车型将在2025年至2030年期间推出，这将是兰博基尼的第四条产品线，预计是一辆2+2布局的双门GT车型。我们对兰博基尼的超级跑车也可以实现纯电动化这一点充满信心，并将证明这一点。与此同时，到2025年，二氧

碳排放量将降低50%。”

据了解，2022年是兰博基尼车型搭载纯粹V12内燃机发动机的最后一年。9月，兰博基尼最后一辆Aventador下线。

其生产线员工自2011年起皆全力投入生产，成功打造了兰博基尼历史上最具代表性车型之一。与此同时，兰博基尼也推出许多新产品向品牌辉煌历史致敬，其中包括HuracánTecnica亮相，Urus家

族中全新设计的Urus S和高性能衍生车型Urus Performante发布，后者还在以极富挑战性而闻名的派克峰上创造了SUV类别的全新纪录。

在年底于迈阿密举行的巴塞罗那艺术展上，兰博基尼将展出Huracán全地形版，作为对纯内燃机发动机时代的告别。兰博基尼认为，这款车型势必会再次影响业界，并在超级跑车市场开辟一个全新细分领域。

# 对话戚晓晖：2023年是北京现代关键一年

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

在20周年庆祝活动举办的这个夜晚，北京现代营销事业本部副总经理戚晓晖显得十分忙碌。

在现场乐队气氛躁动热烈的歌曲之后，上身着白色卫衣、下身穿蓝色牛仔裤，留着一头齐肩黑色短发，戴着一副黑框眼镜，浑身散发着年轻气息的戚晓

晖，在炫丽的舞台灯光聚焦以及数以千计参会嘉宾的目光注视之下走向舞台中央，激情澎湃地发布了全新菲斯塔N Line以及第五代途胜L 8AT两款新车型，并隆重地宣布了北京现代即日起启动“2025向新计划”。对北京现代管理层而言，其肩上的担子并不轻松。

作为中国加入世贸组织后被批准的第一个汽车生产领域的合

资企业，在2002年初创之时，北京现代在德系、美系、日系合资企业已稳居中国市场的背景下，创造了“当年签约、当年建厂、当年投产”的业界奇迹。

2013年，北京现代首次突破“百万大关”达成年销103万辆，迎来了巅峰时期。2016年，北京现代达到了114万辆的历史最高销量，这一年也是北京现代连续四年销量突破100万辆。不过，

难以回避的是，从2017年开始，北京现代开始面临发展压力，销量跌出“百万辆俱乐部”，2021年其年销量仅为38.5万辆。

近两年，如何提振公司发展，实现转型，成为北京现代的当务之急和最重要的课题。今年3月18日，现代汽车联合北汽集团为北京现代共同注资60亿元，并宣布组建全新管理团队。在股东双方的强力支持下，在行

业面临芯片短缺、油价上涨、原材料成本上涨等因素的背景下，北京现代宣布将积极求变，转型提速，在电动化转型、产品升级、渠道布局优化以及年轻化转型等方面发力。

“北京现代已连续五个月实现销量稳定增长，我们计划在2025年达成年销50万辆以上的销售目标。”近日，在20周年这个重要的时间节点上，戚

晓晖接受了《中国经营报》等媒体的专访。她告诉记者，北京现代要在2025年实现燃油车全面混动化，达成混动产品年产销30万辆规模的目标。同时，北京现代将在2023年推出专属EV车型。北京现代正在加快新能源车型推出节奏，加速回归合资车企主流阵营，“我们的目标是成为合资品牌电动车市场的领头羊”。

## 2023年将推出首款纯电品牌车型

《中国经营报》：今年是北京现代成立20周年，明年又是一个新的开始，北京现代刚刚启动了“2025向新计划”，2023年北京现代调整的侧重点是什么？眼下，造车新势力、自主品牌正在引领新能源汽车赛道，合资品牌尚未掌握较大话语权。未来几年，在新能源汽车方面，北京现代将如何进行调整？

戚晓晖：北京现代目前正在进行产品结构调整，去年我们陆续停产了10万元以下的燃油车，未来我们会推出更多20万元左右有竞争力的车型。在结构调整的同时，我们也在推行品牌向上战略以及进行渠道的调整。明年，我们的战略核心仍然是推进产品结构的调整，其中最主要的是，明年我们将迎来第一款纯电品牌的车型。

在国内新能源汽车市场，目前新能源汽车产品市占率已经达到了30%，可以说燃油车市场是一再退缩。在这样的情境下，从北京现代来讲，首先是要保持自己固有的优势。燃油车市场虽然一再退缩，但是燃油车市场仍然占有总体汽车市场70%的体量，仍然有很多的用户需求。燃油车是北京现代的核心优势，这一核

心优势我们要继续保持，对现有的SUV车型、轿车车型的产品力进行提升是我们首先要做的，我们要守好自己的大本营。

其次，我们要拥抱新能源，我们纯电品牌的首款车型将在明年推出，我们也将于2025年之前推出3款~5款新能源汽车，包括轿车和SUV车型。燃油车是我们的核心优势，从纯电动车产品来看我们也不差，因为现代汽车艾尼氪(IONIQ)品牌在全球新能源汽车领域，无论是技术还是销量，无论是纯电动车还是氢能源车，均保持领先。从明年开始，北京现代会把现代汽车新能源方面的产品以及技术引入到中国。

《中国经营报》：合资品牌不缺好的产品，不管是在混动上还是纯电技术上都很稳，但是终端销量却很少，因为其价格相对自主品牌高，这让消费者没有办法走进合资品牌。从明年开始，在纯电以及混动市场上，北京现代会采取怎样的价格策略和打法？

戚晓晖：关于合资品牌在混动车以及新能源车方面价格高的问题，我们的看法是，价格高不代表就有高额的利润，价格高是因

为我们产品值这个价格，可能也有成本因素在这里面。成本为什么会高，我们在推出产品之前会进行验证，并且我们在产品打磨和质量验证方面的周期会比较长。大家对于自己的产品在公司内部要达到怎样的质量和标准，在行业里可能会有一些差异，这都会带来成本上的变化。合资品牌在新能源产品上价格相对较高，是因为它要坚守对于品质的要求。

《中国经营报》：合资品牌不缺好的产品，不管是在混动上还是纯电技术上都很稳，但是终端销量却很少，因为其价格相对自主品牌高，这让消费者没有办法走进合资品牌。从明年开始，在纯电以及混动市场上，北京现代会采取怎样的价格策略和打法？

戚晓晖：关于合资品牌在混动车以及新能源车方面价格高的问题，我们的看法是，价格高不代表就有高额的利润，价格高是因

## 渠道调整已基本到位 将聚焦品牌年轻化

《中国经营报》：北京现代此前曾表示要引入新的销售渠道，未来随着新能源车型逐步引进、增加，北京现代在销售渠道方面会采取哪些举措？

戚晓晖：作为一家汽车企业，我们与客户进行沟通的最主要的方式就是通过渠道，大家都会去做线下渠道，经销商就是我们的生命线，渠道没有了，厂家就没有了。因此，从去年到今年，北京现代一直在做经销商渠道的调整和转型，调整的核心是，与经销商共建优质渠道、保留优质渠道。优质的渠道既能保障经销商的利益，同时也能保障我们对客户服务的质量。目前，我们对经销商渠道的调整已经基本到位。

与此同时，北京现代也在致力于搭建和运营线上渠道。线上渠道是“2C”的渠道，使厂家能更好地与消费者直接沟通，线上渠道也迎合了年轻人对于消费的需求和痛点，“透明化”的消费更能吸引到年轻消费者。线下渠道从A店到B店价格并不是很透明，会有差异化，消费者要不断地去询价，但如果有厂家线上渠道存在的话，能够形成更大的能量。

线下线上渠道相结合是行业中长期的发展方向。

当前，造车新势力正在大力推“商超店”，北京现代要不要做？对于这个问题，我们的回答是，北京现代在全国有500多家优质线下销售渠道，这些渠道现在都是健康良性的，通过这一年多以来一系列调整基本达到了我们想要的一个结果。我们不会放弃我们在好地段、现有的优质经销商渠道，付出大量资金和成本去另做渠道。

未来，在新能源汽车方面，我们要分析新能源车型要推出的时候面向的是哪些市场，在这些市场现有的经销商渠道是什么状况。如果经销商渠道覆盖不足的话，我们会考虑补足我们的渠道，但是如果经销商渠道覆盖充足的话，我们会选择更好地去利用好现有的经销商渠道。

《中国经营报》：年轻群体已逐渐成为主流消费群体，对于这一变化，北京现代在品牌营销等方面将如何进行优化布局？

戚晓晖：其实不只是北京现代，现在各大车企甚至是各个行业的各个品牌都在往消费年轻化方向

转型，北京现代一直在跟着潮流走。从年轻化转型来看，北京现代首先要做的是进行产品转型。

我们在20周年活动上推出的全新菲斯塔N Line以及第五代途胜L 8AT两款车型就是相对比较年轻化的车型，特别是N Line这个高性能品牌，迎合了年轻人对于驾驶体验高性能车的需求。

除了推出这两款车型以外，我们在产品上也会引入更多的包括辅助驾驶、智能网联等新技术，在产品技术上更多地去迎合年轻人的消费需求。

年轻化转型最根本的是产品的年轻化，同时也是沟通方式、体验方式的年轻化。除了在产品设计上融入运动等设计理念，搭载智能网联等全球领先的造车方面的技术，还应该做到真正不打扰客户的服务，怎样做到更便利、更快捷、更温暖、不打扰的服务是我们接下来要思考的。

北京现代将以“让用户不被服务困扰”为宗旨，在产品定义和流程设计阶段，即充分提前考量用户的“自由”是否被充分尊重，做到不约束客户、不“绑架客户”、不“套路”客户。



北京现代营销事业本部副总经理戚晓晖

# 学生营养餐改善提速 供应链管理迈向精细化

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近日,教育部联合国家发展改革委、财政部、农业农村部、国家卫生健康委、市场监管总局

和国家疾控局七部门印发了《农村义务教育学生营养改善计划实施办法》(以下简称“《实施办法》”)。

《中国经营报》记者注意到,此

次《实施办法》在供餐方式上,要求营养改善计划实施地区和学校应大力推进学校食堂供餐。学校食堂由学校自主经营、统一管理,不得对外承包或委托经营。未建设

食堂或暂时不具备食堂供餐条件的地区,应加快学校食堂建设与改造,明确实行食堂供餐的时间节点,在过渡期内可采取企业(单位)供餐。

中国教育科学研究院研究员张家勇指出,营养餐计划实施以来,政府财政投入不断增加、国家和地方试点覆盖面越来越高、受益学生越来越多、配餐方式和配

餐质量越来越好,营养餐计划从试点变常态,从“吃得到”到“吃得饱”再到“吃得好”,充分体现了党和政府对农村青少年健康成长的高度重视。

## 营养改善

十年来“营养改善计划”试点地区男女生的平均身高和体重水平逐年升高。

饿着肚子,或是自带大米和菜到学校吃“黄豆蒸米饭”“红薯蒸米饭”,这是一位乡村老教师对十几年前在学校解决午餐的印象。

然而,这样的记忆随着2011年10月底国务院启动实施“农村义务教育学生营养改善计划”逐渐淡去,项目实施至今,中央补助从每人每天3元到4元再到5元,“一肉一菜一汤”的午餐已成标配,部分地区学校还开始试行自助式的午餐模式。

十年来“营养改善计划”试点地区男女生的平均身高和体重水平逐年升高。根据近日相关部门发布的监测数据,13岁男生平均身高和体重增量最多,达到7.5cm和6.6kg;12岁女生增量最多,身高和体重增量分别达到6.3cm和5.8kg,增长速度均高于同年龄段全国农村学生的平均水平。

此外,学生的生长迟缓率通常作为反映长期膳食营养摄入不足的主要指标。从生长迟缓率看,监测地区6~15岁学生成长迟缓率比2012年下降了5.7个百分点。但专家指出,身高和体重是反映学生成长发育和营养状况的基础指标,还是要关注学生的各项身体指标,监测地区中小学生也存在超重、肥胖现象。

多年从事公益推动营养与健

康生活方式科普的徐嘉博士指出,肥胖问题与摄入垃圾食品、高脂高热量食物、含糖饮料相关。早期国外一些学校食堂采取外包形式,食材相对劣质,导致学生肥胖与营养不达标同时存在。

英国皇家内科医学院院士、香港中文大学医院儿科医生梁淑芳认为,糕点不能作为天天加餐的食品,可以考虑用新鲜水果替代。她强调,“蛋糕面包等精加工食品比微量元素略微缺乏所导致的危害程度要严重得多。”

在营养专家看来,新鲜的蔬菜和水果可以为中小学生提供丰富的维生素、矿物质和膳食纤维,是均衡膳食的重要组成部分。能否让孩子吃上新鲜多样的“热菜”而非单一的面包牛奶,是衡量营养餐质量的重要标准。

据记者了解,这一计划的受益学生达4000多万人。目前,供餐模式主要以食堂提供午餐为主,少部分学校提供课间加餐、早餐和企业送餐的模式,2021年监测地区中仅1/3的中小学生每天吃3种及以上新鲜蔬菜,1/3的中小学生可以每天吃到水果。

针对相关研究中缺乏维生素A、维生素D和铁等营养元素的问题,徐嘉直言,“维生素A的缺乏与蔬菜摄入不足相关,绿色蔬菜是铁的优质来源,铁的吸收需要

维生素C,多吃蔬菜水果可帮助解决缺铁问题。维生素D缺乏可能由于晒太阳和运动不足,要多晒太阳和运动。学校在为学生供餐时更要注意提高五谷杂粮、新鲜蔬菜瓜果的比例。”

全球多项科学研究证明,向学生尤其是贫困学生提供校餐,是降低儿童营养不良率、改善学生认知能力和服务成绩的重要干预手段。

据悉,为进一步加强和改进农村义务教育学生营养改善计划工作,持续巩固营养改善计划试点成果,《实施办法》提出,应提供营养价值较高的畜禽肉蛋奶类食品、新鲜蔬菜水果和谷薯类食品等,不得提供保健食品、含乳饮料和火腿肠等深加工食品,避免提供高盐、高油及高糖的食品,确保食品新鲜卫生、品种多样、营养均衡。

徐嘉指出,“营养健康不能只依赖食堂或者营养餐搭配师,学生、家长、教师应主动学习营养与健康生活方式。健康教育对提升学生营养健康尤其关键,政府与公益人士可通过营养教育让家庭与学校按《中国居民膳食指南》提高蔬菜瓜果、五谷杂粮比例,实现‘健康中国’目标。这次《实施办法》的更新有不少亮点,例如提高对学生食堂的食材质量、人员资质的保障,以及加强对学校工作人员的营养健康教育。”

## 因地制宜制定标准

在关于采购管理的具体细则中,明确表示要完善大宗食材统一采购制度。

如何因地制宜制定营养餐食标准,让每个学生吃得更好成为当前营养餐面临的挑战。

据了解,《实施办法》实施地区和学校,将根据地方特点,按照安全、营养、卫生的标准,因地制宜确定供餐内容。供餐食谱应在县级卫生健康部门指导下,由学校根据当地市场食材供应等情况,运用学生电子营养师等膳食分析平台或软件制定并公示,确保膳食搭配合理、营养均衡。

张家勇认为,我国营养餐计划在不少方面具有优势,要发挥中国饭菜品种多样、美味可口、营养丰富等优点,满足不同民族、地区的个性化需求,营养餐覆盖广、受益人群免费享用,需要自上而下跨部门合作及多渠道的监管。

杭州余杭教育科学研究所原副所长陶华坤表示,学生营养餐要实行“精细化”管理。建立“互联网+明厨亮灶”,食品安全监控平台,严格落实校长、教师陪餐制度,同时因地制宜制定营养餐食标准,让营养师遵循营养平衡、饭菜适口、食物多样、定量适宜和经济合理的原则,确保学生的健康成长。

在《实施办法》实施过程中,各地也不断加大食堂建设力度,为推进食堂供餐提供保障。经记者查询,监测学校中有食堂的比例逐年增加,2012年~2021年增长超过30%。

业内人士张立表示,区别于普通学校食堂供餐,营养餐供餐模式由学校自主寻找供货商变为当地政府统一招标和采购,并要求学校负责人陪餐。同时,实施校财局管和报账制度,由政府公开招标、集中采购,学校食堂大宗食品及原辅材料统招、统购、统配、统运的模式成为主流。

然而,一些地方还存在食品安全管理不严格、供餐质量和水平不高问题。因此,《实施办法》也对供餐管理、采购管理、营养健康监测与教育等作出明确规定。

全国农村学生营养办有关负责人表示,在供餐方式上,要求各地大力推进学校食堂供餐。学校食堂由学校自主经营、统一管理,不得对外承包或委托经营。未建设食堂或暂时不具备食堂供餐条件的地区,应加快学校食堂建设与改造,明确实行食堂供餐的时间节点,在过渡期内可采取企业(单位)供餐。

《实施办法》在关于采购管理的具体细则中,明确表示要完善大宗食材统一采购制度。各实施学校食堂的大米、食用油、面粉、肉、蛋、奶等,均应纳入政府采购范围,由县级有关部门统一组织实施。鼓励探索采用框架协议采购方式实施。

此外,还鼓励各地积极推进

“农校对接”,建立学校蔬菜、水果等直供优质农产品基地,在保障产品质量安全和营养的前提下,减少食材采购和流通环节,降低原材料成本。

相关人员向记者透露,目前部分农村学校采购记录尚未实现无纸化、数字化,不利于保障学生的营养餐供应。像浙江、江西等多个省市地方政府此前为企业的“农鲜直采”计划提供了支持,这种经验可以复制,加速优质农产品从原产地直达学校。

梁淑芳表示,党的二十大报告指出的民族自信、民族自强,对中国健康非常关键。中国传统饮食是几千年摸索总结后适合中国人体质的,以五谷杂粮、蔬菜瓜果为基础,鼓励吃五谷杂粮、多种不同颜色的蔬菜瓜果。

陶华坤指出,营养餐计划是一项惠民工程,除了政府和教育主管部门外,要有专职人员负责学生营养餐管理工作,还需要加快营养餐的标准和法制化建设。他建议道,“学校要把营养餐当作德育课程来抓,把营养健康作为素质教育中的重要组成部分。”

张家勇也认为,可以借鉴日本“食育”经验,将营养餐作为劳动教育的重要契机,让学生养成饮食礼节,践行中华饮食文化,树立尊重劳动、热爱劳动的良好风气。

# “双11”背后:产品、渠道、品牌齐发力 蓝月亮构起护城河

## 洞察需求引领消费潮流

1959年,刚刚接触洗衣粉的国人,无论如何也不会想到,几十年之后的洗衣用品会延伸到内衣、毛衣、运动服专用清洗剂等多种品类,分类也增加增艳护色、去味除臭、除螨抑菌等多种功能。

前瞻产业研究院发布的报告中亦提到,未来洗涤用品将朝着浓缩化、多功能化和绿色化方向发展。

在这背后,是消费者需求的不断变化。随着城市化的发展和居民收入的提高,人们的生活节奏越来越快,对身体健康、环境保护的重视程度也越来越高,相对应的,对洗涤用品也提出了更高的要求。

作为市场经济的重要组成部分,无论是销售终端还是生产企业,都将满足消费需求放在了重要位置。这在刚刚过去的“双11”就有所体现,这一点在日化行业标杆品牌蓝月亮身上更为明显。今年“双11”,蓝月亮仍保持强劲增长势头,稳居多个电商平台多榜单之首。

“双11”亮眼表现的背后,是蓝月亮始终敏锐洞察消费需求、搭建全渠道体系、坚持独特的知识营销。上述围绕消费者展开的三个要素,显然已经汇聚到一起,形成了蓝月亮的“护城河”。

拆分蓝月亮的发展案例,或许能够给洗涤用品行业的发展带来新的参考样本。

十余年的“双11”,让越来越多的消费者参与到这一重要消费节点,这一阶段,自然而然地成为多元、多层次、个性化的消费需求进发的阶段。而只有那些精准满足多样化的消费需求的品牌,才能在“双11”期间获得较高销量。

今年“双11”,根据京东平台官方战报,蓝月亮持续位列京东衣物清洁品类销售榜首;同时天猫平台后台数据显示,蓝月亮近30天(10.13~11.11)以及“双11”当天均斩获天猫平台衣物清洁剂/护理剂

类目销售额第一;在抖音平台,蓝月亮斩获衣物清洁品类品牌榜、店铺榜销售额双第一(10.31~11.11)。

在产品端,蓝月亮旗下运动型

洗衣液、内衣洗衣液、泡沫抑菌洗

手液、洗衣机清洁剂等产品表现优

秀。这背后,反映出了蓝月亮在发

展过程中洞察消费者需求的能

力,这种洞察不是一蹴而就的,而是长

期坚持才能产生的结果。

运动型洗衣液是蓝月亮于2022

年5月推出的,在此之前,蓝月亮早

已注意到,运动健身已经成为一种

生活方式,汗味是运动衣物洗护上最大的清洁难题之一。南都大数据研究院的数据也提到,86.07%的受访者遭遇运动后衣物汗味难以通过传统洗衣液去除的情况。

针对此,蓝月亮通过微生物、化学纺织等多学科的交叉研究,创新性推出运动型洗衣液系列产品,不仅能去除衣物汗味,还能有效抑制衣物产生汗味,保护速干衣吸湿速干性能。

蓝月亮此举显然满足了运动人群的消费需求。数据显示,蓝月

亮运动型洗衣液自今年5月份推出以来,短短几个月销量就已达数千万。蓝月亮半年报披露,蓝月亮2021年及2022上半年新推出的衣物清洁护理新品,销售额占公司期内总销售额约7%。如此看来,蓝月亮旗下新品已然有了爆品的潜质。

回顾蓝月亮的发展历程可以发现,这种对消费者需求的洞察是刻在其企业基因当中的。2008年,在国内洗衣液市场占比很少的情况下,蓝月亮洞察到洗衣液

易溶解、易漂洗、温和不伤衣等优点,推出去污强、易漂洗的洗衣液配方,并在全国大力推广;2015年,蓝月亮根据大部分中国家庭每日洗8件衣服的洗涤习惯,创新设计出精准计量式泵头,1泵8g可洗8件衣服,极大提升洗衣操作便利性。

蓝月亮创始人罗秋平曾在自述中提到:“做最好的产品,把产品做到完美,就是蓝月亮的信仰。”而蓝月亮的这份信仰,正是基于对消费需求的洞察。

## 全渠道发展触达消费者

不可否认的是,近年来各类消费渠道和方式崛起,例如直播带货、即时零售等,正逐渐重构终端市场的格局。

对生产企业来讲,不管是传统零售企业还是电商平台,抑或是新兴渠道力量,都是不可或缺的触达消费者的渠道。尤其是年轻消费群体,线上消费已然成为了他们的一种生活方式。

而蓝月亮之所以能够在“双11”期间取得不俗的业绩,离不开其对主流电商平台的持续深耕。

从平台已经披露的公开战报

来看,蓝月亮取得多项佳绩:位列京东衣物清洁品类销售额第一名(10.20~11.11),在“京东11.11家清开门红战报·衣物清洁品牌风云榜”排名第一(10.31~11.11),根据“京东超市11.11家清终极战报”,蓝月亮28小时千万单品数量同比增长100%。

不仅如此,在新兴渠道蓝月亮同样收获良好的业绩表现,根据抖音官方战报,在“双11”全周期(10.31~11.11),蓝月亮斩获抖音电商“双11个护家清实时热卖榜”中,衣物清洁品类品牌榜、店铺榜销售

额双第一。

在保持线上渠道优势的同时,蓝月亮持续优化及扩大线下分销网络,线下渠道覆盖率和铺货率得到进一步提升,为更多消费者提供了便利的购买渠道。

根据2022上半年财报,其进一步深化了各省份和县区的覆盖度,实现高效率运营。线下渠道收入约14.07亿港元,同比增长超96%。其中线下分销商收入同比增长98.5%。

即时零售作为零售行业重要增量场,提升购物体验的同时全面

激发消费活力,受到越来越多消费者的青睐。中国连锁经营协会日前发布的《2022年中国即时零售发展报告》指出,近年来国内O2O(线上线下结合的商业模式)整体市场规模持续扩容,2021年已超过3.3万亿元,其中到家业务近5年增速超过60%。

蓝月亮在O2O平台同样取得领先地位,今年“双11”取得亮眼成绩。京东到家发布的“京东11.11大快消终极战报”显示,蓝月亮入选11.11趋势消费品牌TOP榜排名TOP1(11.11)。

在持续产品创新的同时,蓝月亮坚持以消费者为中心的全渠道策略,秉承“消费者在哪里,蓝月亮就把货铺到哪里”的渠道建设理念,持续推进渠道优化与改革,拓展消费者触达路径,传递洁净健康的生活方式。

此外,蓝月亮还积极推进数字化建设,提升产能布局、运营效率等以实现提质增效。

可以看到,蓝月亮在渠道方面多触点布局持续收获市场肯定,拉近品牌与消费者距离的同时,也为其实现可观的增量空间。

## 知识营销深化用户连接

以产品满足消费者,以渠道触达消费者,而在与消费者沟通交流过程中,其独特的知识营销体系则给消费者带来了良好的体验。

蓝月亮以消费者体验为核心构建知识营销体系,向消费者传递专业的洗涤方法和科学的洗涤知识,进而实现品牌差异化营销。

多年来,蓝月亮坚持落实“知识营销”战略方针,持续开展各类洗涤知识科普活动,走到消费者

身边,用实际行动解答消费者日常洗衣遇到的疑难问题。如在各零售网点,向商超及大卖场等业态驻店具备丰富清洁护理知识的“洁净顾问”,与消费者互动、提供售前咨询服务;在电商平台、社交媒体等线上渠道,成立专责团队开展在线营销;开通7×24小时客服热线随时为消费者答疑解惑。

此外,一年一度的蓝月亮节也是蓝月亮践行“知识营销”的重要途径。在今年举办的第十届蓝月亮节上,蓝月亮携手多方合作伙伴发起全民运动助力计划,为消费者奉上一场洁净与运动深度融合的全民运动嘉年华,持续拓展消费者触达路径,为消费者普及运动洁净知识,帮助消费者解决日常洗涤难题。

可以看到,蓝月亮通过用心服务和知识普及,持续深化与用户的连接,为消费者提供了超越洁净的价值。借力于此,品牌也得以挖掘更多增长可能性,赢得消费者信任,强化品牌感知,品牌认知度和影响力持续提升。

根据中国商业联合会、中华全国商业信息中心数据,蓝月亮洗衣液连续13年(2009~2021)获同类产品市场综合占有率第一,洗手液连续10年(2012~2021)获同类产品市场综合占有率第一;同时,根据Chnbrand发布的2022年(第十二届)中国品牌力指数(C-BPI)品牌排名和分析报告,蓝月亮洗衣液、洗手液连续12年(2011~2022)获行业品牌力指数第一名。

相关人士认为,蓝月亮在生产力、渠道力及品牌力方面已经构建起较强的护城河优势。在国内消费规模扩大、消费结构升级的总体态势下,蓝月亮以专业和专注助力行业消费发展新趋势,助力消费者洁净健康生活方式,同时也将进一步实现品牌长期价值的沉淀,推动公司实现长期高质量发展。

广告

# 乳业下半场争夺赛加速 企业寻新增长线

本报记者 于海霞 孙吉正 北京报道

当下,中国乳业已经进入了发展的新阶段,乳业之间的争夺也进入下半场。

## 竞争加速

基于三季度成绩单,各家乳企也对新一轮的战略进行了调整。

随着10月过去,三季报的业绩披露也戛然落幕。

根据Choice数据,目前A股有30家乳业概念股,今年前三季度共有26家盈利、4家亏损。其中,贝因美、妙可蓝多、均瑶健康的营收增幅表现亮眼,分别为45.78%、21.78%、20.62%。

其中,“奶酪第一股”妙可蓝多1月~9月营收为38.29亿元,同比增长21.78%;净利润为1.44亿元,同比增长0.21%。阳光乳业1~9月营收为4.24亿元,同比减少9.54%;净利润为9258.83万元,同比减少13.61%;皇氏乳业前三季度实现由亏转盈,净利增长达220.2%。

对于此次乳企成绩单,乳业人士王拓(化名)认为,虽然大多数乳企为盈利的状态,但各企业之间数据还比较悬殊,净利润在几十亿元以上的有几家,还有一些净利润不足一亿元的企业。

“究其原因,一方面,从去年下半年到今年上半年,乳企所用的原料价格出现上涨,这导致企业净利润同比下降。另一方面,当下市场竞争压力变大,乳企投入的市场费用也有所增多。”王拓表示。

基于三季度成绩单,各家乳企也对新一轮的战略进行了调整。

伊利股份董秘邱向敏在三季报业绩说明会上表示,目前伊利已经开始积极备战春节旺季,预计四季度收入有望达到两位

目前,各家乳企的三季报成绩单出炉,业内人士告诉《中国经营报》记者,就三季报来看,整个乳业市场呈现“冰火两重天”的局面,这也预示着接下

来企业之间的争夺进入“白热化”阶段。

独立乳业分析师宋亮表示,从目前到之后的一两年来看,乳制品行业和奶粉行业仍然具有一

定的消费刚性。大多企业在新一季度的战略有所调整。另一方面,即将进入年底,迎来乳品消费旺季,乳品行业消费市场趋势在这一阶段内被看好。



从“喝奶”向“吃奶”,我国奶酪业务实现了较快增长。  
视觉中国/图

数以上增长,同时全年利润率不下降目标不变;光明乳业党委书记、董事长黄黎表示,接下来将在新鲜品类上聚焦重点区域,建立标杆市场,进行重点品牌的高频投放,继续提升重点产品品牌力。

“即便一些乳品企业的业绩增幅没有达到资本市场的预期,但总

体来说,乳品行业仍然保持相对较好的增长态势,这也就造成在经历了一次次跌宕后,逐步出现恢复性的回升。”宋亮表示。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,党的二十大结束之后,乳制品行业受到政策红利的拉动。另外,更多的是优化疫情防控20条措施出台后,整个消费市场的复

苏迎来利好。

具体到市场层面,王拓对第四季度乳品市场表现保持乐观态度。他表示,根据国家统计局数据,9月乳制品产量同比增长5.8%,同时今年春节备货提前,对液态奶市场第四季度保持乐观,预计四季度液态奶市场将探底回升。

# 中国品牌向上:时尚零售行业迎来新阶段

本报记者 许礼清 北京报道

随着消费市场的不断更迭,时尚零售行业迎来新变化。近日,中

国连锁经营协会副会长武瑞玲对时尚零售TOP100企业2022年关键指标进行了解析,结果显示,尽管行业面临艰难挑战,但选取的63家企业

业中,4家企业半年营收超过百亿,近四成企业半年营收为10亿~20亿元。

这是一个积极信号,说明了尽

管在消费者消费习惯不断发生变

化,外资品牌不断瞄准中国市场,竞争日渐加剧的当下,中国市场零售品牌群体已然找到了应对之策。

实际上,回顾2022年,中国时

代推进品牌建设的指导意见》,也在推动行业更加高质量发展。

显然,中国时尚零售品牌已

然迎来了新的发展阶段。

## 行业现状

在中国连锁经营协会选定的中国时尚零售品牌TOP100样本当中,涵盖多个行业,包括服装服饰、鞋帽、运动服饰及用品、家纺、五金饰品、护肤美妆、潮流、书店等。

《中国经营报》记者发现,上述行业赛道当中,都包含着近年来受年轻消费者欢迎的企业,例如波司登、特步、海澜之家、林清轩等。

而从近4年TOP100企业品类分布情况来看,2021年TOP100新增潮玩、日用杂品、图书文教、3C数码品类,服装服饰品类的企业数在减少。

而据武瑞玲介绍,尽管受新冠肺炎疫情影响,但时尚零售TOP100

销售规模的增长速度依然令人惊喜。2021年时尚零售TOP100企业的销售规模达9294亿元,将近万亿。预计今年TOP100企业的销售规模会达万亿甚至突破万亿,行业中依然有很多优秀企业实现了逆势增长。

一方面是发展势头强劲;另一方面则是主流消费人群的更迭,消费习惯的变化。

“当下消费者的生活方式正在发生变化,正在重新定义性价比,消费者注重自我投资、取悦自己。社交媒体也带来了圈层经济,以服装为例,越来越多的消费者更希望得到一种情感认同,他们可以在不同

时段演绎自己的不同心情。”伊美丽集团副总裁董俊谈表示。

在此情况下,要求企业为消费者提供的产品和服务,也要随之作出改变。

海澜集团董事长周立宸表示,当前,中国社会步入了高质量发展期,人们对于服装的追求,从过去的寻求公共价值,发展到了满足个性化自我表达阶段。在这种状况下,海澜集团也提出了新的品牌价值主张。以产品价值为载体,未来海澜之家将以四大设计原则为方向,打造品牌独有的人性化服饰体验。

此外,企业选择在不同的场景为消费者提供不同的产品。董俊

谈介绍:“消费诉求升级方面,我们调研出场景更对味,例如,就是我们现在有各种各样的场景,工作、生活、露营、度假等,根据场景生活所需求的衣服去进行匹配,而不是简单的从正装到休闲装的概念,越来越细分。”

据了解,随着消费者的生活方式和消费属性在进行改变,品牌矩阵也需要全方位打造,伊美丽及时让各子品牌进行补充;此外,伊美丽通过多元化策略,让产品从服装延伸到香水、护肤、办公用品、家具类等。

董俊谈认为,时尚融入生活,品牌要为消费者带来生活的时尚,让人们成为时尚的创造者、传播者。

司登以新一代数字技术和羽绒服传统的经营模式深度融合,将大数据、智能制造融入企业设计、生产、物流、销售、服务等关键环节,独立研发拥有自主知识产权的软件系统和大数据中心,打通前端销售、终端库存与后端供应链生产的流程。波司登建成了国家级智能制造示范工厂以及行业领先的中央智能配送中心,搭建羽绒服行业规模最大、技术最先进、产业链最成熟的现代服装制造体系。

不过,不管是鞋服、美妆还是首

饰,大多以传统制造为主,在数字化转型上,有部分企业仍存在阻力。

“首先启动难。业务和工具如何来进行高度的适配。其次招募难,如何将数字化作业的相关从业人员可以与总部品牌立场拉在一

起。另外推进难,在探索当中不断寻找有效的作业标准或者方法,不断迭代推进的动作。最后见效难,前面很多作业标准没用,在整个体系上遇到一些卡点。”昌盛恩表示。

昌盛恩认为,基于零售企业数字化业务落地卡点和业务本质,微盟萃取出了以见效为目标的智慧零售业务落地蓝图,并通过微盟SaaS系统,智慧零售解决方案,助力品牌智慧零售业务的落地。

要客集团联合创始人&CEO周婷也认为,“今天我们的零售效率体

现在能不能自建电商体系、私域体

系,能不能把到店和到家两条线同

时打通。特别是让我们的数字化能

现现有店铺,而不是让数字化电商

抢走我们线下的业务,实现有机的结合。”

## 寻找下半场新机会

如今,乳企之间的竞争已经进入下半场,想要争夺更多的蛋糕就必须寻找新机会。

资本市场的不确定性并不能阻

碍乳企前进的步伐。受疫情影响,民众对营养健康、提高免疫力的关注度大幅提高,乳制品消费需求逐步上升,迎来了很多发展机遇。

根据欧睿数据,我国乳品行业的市场规模从2006年的1684亿元增加至2020年的6388亿元,年均复合增速为10%。预计未来几年我国乳品市场将延续增长态势,2025年我国乳品行业的市场规模有望达到8100亿元。

如今,乳企之间的竞争已经进入下半场,想要争夺更多的蛋糕就必须寻找新机会。朱丹蓬表示,“目前,中国乳业进入了‘高、精、尖’的节点,不难看出,现在的乳企在往细分化、高端化、功能化方向发展,这也预示了整个中国乳业产业结构的提升。”

具体到市场层面,可以看到,对细分品类的布局成为当下乳企的共识,在奶酪品类的发力尤为显著。

据了解,奶酪业务在我国市场起步较晚。在2019年奶酪发展高峰论坛上,时任农业农村部副部长于康震也指出,一杯牛奶强壮一个民族,一块奶酪兴盛一个产业。让消费者从“喝奶”向“吃奶”转变。受居民消费水平提升、消费者对奶酪认知度提高以及餐饮需求多样化等因素影响,我国奶酪业务实现了较快增长。

欧睿数据显示,国内奶酪市场近年平均增速为20%~25%。奶酪赛道的潜力也引得传统乳业品牌蒙牛、伊利、光明等“下场”。10月3日,伊利集团旗下新西兰威士兰乳业与新西兰乳企生产黄油、奶酪等乳制品的老牌企业Canary Foods进行股权交割,完成对Canary Foods 100%股权的收购;10月23日,澳优宣布以1.3亿元收购荷兰羊奶公司Amalthea Group 50%股份;此外,国内近年也涌现出不少新兴奶酪品牌,如

奶酪博士、妙飞、芝仕坊等。

艾媒咨询方面认为,目前国内人均乳制品消费量对比欧美等发达国家仍有距离,随着消费者乳制品的消费频次和消费类型将逐渐增多,中国干乳制品市场将迎来高速增长。

除此之外,当下产品高端化已成为趋势。凯度消费者指数中国城市家庭组数据显示,2021年前三季度,常温乳品基础产品、常温乳品中端产品和常温乳品高端产品销售额均有所增长,其中基础产品和高端产品增速较中端产品更快,高端产品渗透率较高。

自2005年,蒙牛特仑苏诞生,拉开国产奶的高端化序幕。如今,从饲料、牧场、牛种、原奶到奶产品、成分、加工技术乃至包装,为了给用户提供一杯更健康的奶,乳企内卷升级。

其中,产品功能化是其高端化的重要表现形式。将目光放到现在的乳制品市场,不难发现,无论是酸奶还是白奶,被赋予功能性的乳制品正在不断增加。功能上从补钙、无乳糖延伸到了助眠、美容等概念,可选择的产品、口味也越来越多。

乳制品业内相关人士告诉记者,当下,在牛奶中额外添加功能性成分颇为常见,比如添加胶原蛋白、玻尿酸等成分。伊利、蒙牛、光明、君乐宝等巨头都已布局开发研究功能性的乳制品,有针对性儿童群体、女性群体的,还有针对糖尿病、高血压与老年人群体的,以满足不同消费者的需求。

值得注意的是,乳业的高端化还有很长的路要走,此前宋亮曾表示,“高端化是从基础营养转向专业营养,符合全球食品发展趋势,未来乳企将通过配方、工艺的升级,赋予乳品更多的功能性。但高端化依赖基础研究、技术创新和稀缺资源的积累,且消费者消费力及认知亦需培育,故高端化仍需时间。”

## 迈向品牌化、高端化

增长是大势所趋,但竞争也是一直存在。

根据周婷介绍,截至目前,超过600个国际品牌来到中国,仅仅2020年一年就有3000个品牌进入中国市场,未来3~5年还有不低于2000个高端小众定制品牌、设计师品牌、奢侈品牌通过跨境电商或者电商平台进入中国,中国的企业竞争将加剧。

“当下必须重新思考我们到底在市场上要面对什么样的客户,谁是我们的客户。”周婷认为,中国品牌想把握高质量消费,就是要品牌化和高端化发展。

实际上,企业也在朝着品牌化和高端化迈进。

林清轩创始人孙来春表示,做品牌就要做长红品牌,中国需要一批可以做几十年甚至上百年的品牌,这样国家才有真正的国货。

“中国制造在全球依然处于领先地位,作为头部品牌我们一定会持续投入加大中国的制造行业,并且让高质量制造成为时代的主流。”周立宸说。

以特步为例,其发布了新品战略为“世界级中国跑鞋”,“比如我们推出世界级中国跑鞋的品牌定位,这不只是一个发布会,这是整个公司整体能力的一个提升。包括产品、品牌、渠道、电商、终端、商品、组织等等方面是全方位的提升。”特步(中国)有限公司特步品牌CEO田忠表示。

高德康表示,“唯有创造用户价值的品牌才能获得可持续增长,每一个品牌的发展都是在和时代年轻消费者的交流互动中迭代进步的,年轻人是时代的潮流,是拥抱时尚的主力军。”

时尚零售品牌的发展一定要跟着社会的进步以及消费者价值理念的变化不断迭代,不断自我创新和自我变革。一定在市场和消费者的交流互动中形成品牌的市场服务。”

而在奥康集团董事长王振滔看来,企业升级的密码是行业的骨气+品牌的志气+产品的底气。这一切来自企业洞察市场的信心、坚定国货自强的决心以及打造品牌的初心。

实际上,安全在政策端,国家发改委等七部门联合发布《关于新时代推进品牌建设的指导意见》,鼓励消费品行业发展个性定制、规模定制,在汽车、纺织服装、消费类电子、家用电器、食品、化妆品等领域,培育一批高端品牌、“专精特新”企业。

专精特新,是指中小企业具备专业化、精细化、特色化、新颖化的特征,“专精特新”企业是未来产业链的重要支撑,是强链补链的主力军。据了解,中国时尚零售品牌TOP100当中的化妆品企业林清轩,就被认定为“专精特新”企业。“实现企业高质量发展,在国家政策层面,目前是一个非常好的红利期。”武瑞玲认为。

# 折扣店业态升温 国内模型仍待探索

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

近年来,折扣店新兴品牌不断出现,例如折扣牛、好特卖、小象生活、嗨特购等,折扣店业务的核心

## 折扣店业态升温

德国知名零售品牌奥乐齐在上海开了门店。

《中国经营报》记者注意到,不少新兴的折扣店品牌已经获得了资本的投资。天眼查信息显示,2019年10月到2022年8月,折扣牛获得三轮融资,最近两轮融资金额分别达近亿元、千万级美元,投资机构包含红杉中国、真格基金等知名机构;2021年4月以及2022年6月,小象生活分别完成天使轮和A轮融资,融资金额分别高达数千万元。

除此之外,一些零售大企业比如物美、盒马等也做了相关业务。根据媒体报道,今年下半年物美在北京开出折扣店。盒马方面,去年10月在上海开出第一家奥乐齐店,根据2022盒马新零售大会上盒马CEO侯毅的说法,盒马

是为消费者提供有性价比的产品。同时,一些零售大企业比如物美、盒马等也布局了相关业务来作为自身零售体系的补充或者是多业态的探索。除此之外,还

有国际零售企业也进入了中国市场,德国知名零售品牌ALDI(奥乐齐)于2019年进入中国市场,定位在社区超市,主打“国际品质,社区价格”。

已经在全国开了50多家奥乐齐店。对于大量折扣店品牌的兴起,北京京商战略研究院院长赖阳向记者表示:“前期有相当一部分的线下折扣店发展起来且出现了大量品牌商折扣商品的原因在于,新冠肺炎疫情(以下简称‘疫情’)初期,很多商家没有准确预测到疫情对销售的影响,导致产能在预期渠道中没有卖出去,只好倾销甩卖的商品。而这种店一出现就得到消费者的欢迎,因此获得了关注。”

除此之外,德国知名零售品牌奥乐齐在上海开了门店。根据奥乐齐官网信息,奥乐齐致力于让消费者享受到“国际品质,社区价格”。如今上海的门店数量已增至31家。除了线下门店,奥乐齐亦提供奥乐齐小程序商城、饿了么、美团外卖和京东到家等线上选购渠道。

赖阳表示:“奥乐齐在德国是通过对接一些优质的供应商,同时运营成本低,比如说货架更加简洁,在德国一些食物是整箱放在门口,消费者买完一箱就扔,减少理货搬运等这些成本。同时卖的都是性价比强的、畅销的产品,这导致库存压风险低。另外,由于具备性价比,则可以吸引到消费者。以上是奥乐齐在德国成功的优势。跟国内的一些经销商比,这些国际零售企业在在中国发展会有供应链的优势,在价格、品种上也会有一定的优势。”



折扣零售店尤其受年轻人喜欢,方便他们选购折扣商品、临期食品、进口食品。

视觉中国/图

# 挂面市场区域割据 产业提速向中高端转型

本报记者 刘旺  
北京报道

中国人从两千年前就开始吃米面油,千年以后的消费者可能还是要吃米面油。作为“面条王国”的中国,造就了“挂面”这一品类的巨大市场空间,也引发了众多行业参与者。

除了消费者耳熟能详的金沙河、金龙鱼、克明面业、今麦郎等挂面品牌,另一家来自“中国粮仓”河南的挂面企业——想念食品,近期因披露招股说明书引发市场关注,其有望成为继克明面业之后的挂面第二股。

作为居民刚需,挂面这一品类市场已经日趋成熟,但据想念食品招股书披露,挂面行业近年来集中度加剧,小规模生产企业逐步退出行业竞争,但规模企业的市场占有率进一步提升,竞争日益加剧。

在此背景下,挂面企业如何将在研发生产端将产品做出新花样,似乎影响着自身的发展前景。

## 传统主食的市场割据

根据华经产业研究院数据,面条产业在我国具有悠久的历史,作为我国传统主食产品之一,在面制品中消费量第一。挂面行业近年来高速扩张,从2011年到2021年,全国挂面市场规模从约220亿元增长到约700亿元,年复合增长率达到约12%。

尽管挂面市场规模巨大且增长迅速,但细数当前的市场参与者,并无一家品牌独大的情况出现,各个品牌呈现区域割据的情况。

以克明面业为例,其渠道虽然遍布全国,但优势区域集中在华中、华南、华东以及西南;中粮集团旗下挂面品牌福临门、香雪,主要集中在河南郑州、濮阳及山东、辽宁部分地区;金沙河则重点在东北、华北、西北等地区。

而此次冲击资本市场的想念



挂面品类的巨大市场空间,吸引了众多行业参与者进入。

食品,根据其招股书披露,其构建了以南阳市为大本营、以河南省为重心,辐射华中、华南、华东等区域的营销网络。

## 如何做出新花样?

拥有5000年小麦栽培历史的中国人,对面食的要求是严苛的。

但根据公开报道,长期以来,挂面市场以低端产品为主,价格在5元以下的挂面市场份额高达60%,8元以上挂面的市场份额仅为10%。

朱丹蓬认为,国内挂面行业仍然以低端产品为主,企业大多通过拼价格的方式竞争。而从长远来看,中国挂面产业需要提升产品价值,向中高端市场转型。

产品价格低,成本端却在上涨。今年7月,克明食品便发布公告称,鉴于小麦价格增幅过大,经营成本上涨,为了持续向消费者提

供优质产品和服务,促进市场及行业良性发展,公司决定从2022年7月16日开始上调各系列产品的销售价格,平均上调幅度为5%左右。

成本叠加同质化竞争,使得企业必然要扩品类或者提高规模降成本。

益海嘉里金龙鱼方面告诉记者,在挂面领域,金龙鱼通过高品质、扩品类、树品牌,谋求自身和行业发展。为打破高含量荞麦挂面的工艺技术被国外垄断的局面,金龙鱼立足自主技术创新,试验与尝试,打造出了更高含量、更富营养的产品,含有丰富膳食纤维,及一般谷物所没有的赖氨酸和芦丁的

## 多种商业模式并存

一些大型零售企业增加的折扣店业态,更多是对已有系统的补充或者是企业对于多业态的探索。

记者注意到,不同类型的折扣店在模式、供应链等方面也都是有所不同的。以参省会员店savelots为例,该企业主要经营零食、酒水、洗护、日化等品类,目标客群为18~35岁的女性,在经营上采取会员制模式,9.9元办理会员。目前参省会员店savelots有30家直营门店。

对于做到低价的原因,参省会员店savelots方面向记者表示:“在门店装修上,尽量控制装修成本。另外,对比传统渠道,参省会员店savelots与供应商的合作方式更便捷、成本更低,大大降低了供应链的履约成本,并通过低的商品加价率,最终在保证商品质量的前提下,做到了产品价格更低。”

对于一些大型零售企业增加的折扣店业态来说,更多是对已有系统的补充或者是企业对于多业

态的探索。根据媒体报道,对于物美新开的折扣店,物美负责人称店里主要销售的是物美大卖场的换季商品以及销售完不会再上货的汰换商品。在2022盒马新零售大会上,已经有多个业态的盒马方面表示未来将会大力发展奥乐齐业态。

对于此类折扣店,赖阳表示:“传统的商超会有大量的临期或者是一些破损等需要处理的商品。这些商品如果集中在一个折扣店或者是在小型奥特莱斯店去销售的话,对于企业清理库存、减少损失是有帮助的。因此一部分商超企业会去做自己旗下的折扣店,但是这个折扣店只是处理自己体系内的一些折扣商品,并不会大规模发展。”

在外资零售企业方面,与目前中国新兴的折扣店品牌有所不同,

奥乐齐进入中国之后则定位是社区超市。记者在一家奥乐齐门店注意到,所在门店开在中高档社区中,位置不大,SKU不是特别多,但是有不少品牌、产品是属于较受欢迎的产品。同时,门店有比较丰富的烘焙、生鲜以及半成品菜。另外,店铺中的人员不多,收银采用智能化设备,不需要运营人员。

资料显示,奥乐齐进入中国之后持续深入社区,坚守“国际品质,社区价格”的理念,希望通过开发优质的自营商品、利用奥乐齐全球的采购资源为消费者提供价值。其中,“奥家厨房”是奥乐齐本土化的一个重要元素,在奥乐齐厨房区以及即食冷藏区有丰富的满足周边消费者需求的食类商品,品牌通过“奥家厨房”更好地营造社区超市的现场氛围。

价格。”

同时,记者注意到,不少新兴的折扣店品牌采用加盟的方式进行扩张。对此,丁利国表示:“加盟模式的目的是减少扩店所需要的资金投入,此外,加盟商自己管理自己的店会比较尽心尽力,这是一种轻资产运营模式。”

对于折扣店的未来空间,文志宏向记者表示:“折扣店在国外是一个非常成熟的业态。在国内,我们知道比较多的属于奥特莱斯这类比较高端的服装百货类。现在我们所谈到的折扣店是偏向于经营杂货、日用品、食品类的折扣店,这类折扣店在国内的发展其实也是在最近这几年。从国外的整个发展趋势来讲,国外折扣店品牌规模大的有几万家店,市值也很高。由此来看,这个业态未来的发展空间是很大的。”

外,一些还会采用销售非知名品牌产品或是做自有品牌商品来达到产品的低价。

对于以上现金采购的方式,赖阳指出:“现金采购的风险要比传统超市跟厂家合作高,传统超市跟厂家合作不采用现金买断,而是采用卖不出去退货的方式。用现金支付的情况下,企业把东西全买过来,当然有的东西没有临期的问题,但是当这些东西积压在仓库里一直卖不出去是占压资金的,时间长了越积越多,库存最后还得低价甩卖。”

对于折扣店获得低价的方式,零售行业专家丁利国向记者表示:“一般来说,要做到高折扣无非是通过几种途径:大量集采,采购量越大,供应商的支持就越多;库存商品打折或清仓,譬如食品临期商品或非食的库存清仓商品;控制毛利,部分促销产品通过低毛利甚至负毛利策略销售。”

记者注意到,根据目前市场上部分折扣超市公开资料,对于做到低价的方式,一些企业会采用现金采购的方式,采购保质期较长的商品,以此降低采购价格,同时由折扣店自身去承担库存的风险。另

外,一些还会采用销售非知名品牌产品或是做自有品牌商品来达到产品的低价。”

对于以上现金采购的方式,赖阳指出:“现金采购的风险要比传统超市跟厂家合作高,传统超市跟厂家合作不采用现金买断,而是采用卖不出去退货的方式。用现金支付的情况下,企业把东西全买过来,当然有的东西没有临期的问题,但是当这些东西积压在仓库里一直卖不出去是占压资金的,时间长了越积越多,库存最后还得低价甩卖。”

对于部分折扣店会销售非知名商品产品的情况,文志宏向记者表示:“非知名品牌产品由于品牌知名度很低,其在零售终端的动销率相对低,此时其品牌溢价也较低。而此时进入零售折扣店的话,就能够谈到一个很好的

量众多,观研报告网数据,2009年国内挂面企业数达到4000家。随着行业竞争愈发激烈至白热化阶段,无明显品牌、渠道、成本优势的中小型企业逐渐被市场淘汰,2017年挂面企业减少到900家,2020年企业数进一步减少约为300家。

根据中国食品科学技术学会数据,2021年挂面企业产量全国排名前五的有金沙河、克明食品、想念食品、中粮粮谷和金龙鱼。

其中金沙河市占率为22%,克明面业市占率8%,排名第二,想念食品市占率4%,排名第三,中粮粮谷和金龙鱼分别位列第四和第五,市占率均为3%。

食品行业产业分析师朱丹蓬认为,未来我国挂面产业将继续大分化,即“强者恒强,弱者更弱”。

九德定位咨询公司创始人徐雄俊认为,中国挂面行业还处在品牌化的初级阶段。虽然形成了一些品牌,但是这几大品牌

的市场占比还不高,市场上还存在很多中小品牌,甚至每个省份都有一些当地的区域品牌占据一定的市场份额。“在挂面行业,老百姓的品牌认知度仍然不是很高。”

在食品饮料营销专家于润洁看来,造成这种市场现状的原因还是在于挂面的单位毛利较低。“有挂面厂家曾经这样总结:挂面成本麦子运送到工厂,卸货的时候,掉到地上的麦子,扫起来的就是利润,扫不起来可能就没有利润了。利润低,如果运距远了,就很难覆盖运费成本。只能靠规模支持盈利水平。”

另一方面,行业竞争日益加剧是不争的事实,行业正在走向集中化。

挂面行业发展早期,市场准入门槛低,企业同质化严重且数

量众多,观研报告网数据,2009年国内挂面企业数达到4000家。随着行业竞争愈发激烈至白热化阶段,无明显品牌、渠道、成本优势的中小型企业逐渐被市场淘汰,2017年挂面企业减少到900家,2020年企业数进一步减少约为300家。

根据中国食品科学技术学会数据,2021年挂面企业产量全国排名前五的有金沙河、克明食品、想念食品、中粮粮谷和金龙鱼。

其中金沙河市占率为22%,克明面业市占率8%,排名第二,想念食品市占率4%,排名第三,中粮粮谷和金龙鱼分别位列第四和第五,市占率均为3%。

食品行业产业分析师朱丹蓬认为,未来我国挂面产业将继续大分化,即“强者恒强,弱者更弱”。

益海嘉里金龙鱼方面告诉记者,在挂面领域,金龙鱼通过高品质、扩品类、树品牌,谋求自身和行业发展。为打破高含量荞麦挂面的工艺技术被国外垄断的局面,金龙鱼立足自主技术创新,试验与尝试,打造出了更高含量、更富营养的产品,含有丰富膳食纤维,及一般谷物所没有的赖氨酸和芦丁的

的工艺对品质的影响还是比较大的,做面对工艺有很高的要求。

“5年前,挂面车间的粉尘还是非常厉害的,现在几乎是一尘不染了。挂面企业在近几年工艺提升得非常迅速,进入预包装食品赛道,在产品工艺上是比较有经验的。”

但相对来说,营销端仍需补强。“在过去,挂面行业讲究的是‘一张脸’,不需要做额外的推广,经销商认的是公司。但预包装食品不论是终端表现形式,还是消费者推广,都依赖品牌的作用,包括货架管理、日期管理、品牌推广等,都会提出更高的要求。”于润洁表示。

声音

# 争做全球领先的高铁零部件供应商

访华铁股份董事长宣瑞国

交通强国、铁路先行。近年来，中国铁路网络不断完善，城市轨道交通建设如火如荼，运输效率不断提升，轨道交通为畅通中国经济循环奠定了坚实基础。

截至2022年6月，中国铁路营业里程达到15.2万公里，其中高铁4.1万公里；地铁里程超过7200公里。在这背后，众多的轨道交通配件供应商是保证中国庞大轨道交通网络运输安全、车辆快速平稳、

运行舒适的一块块基石，正是这些企业的不懈努力，构建了中国庞大的轨道交通网。广东华铁通达高铁装备股份有限公司(简称“华铁股份”)即是其中的佼佼者之一。

华铁股份主营业务涵盖轨道交通车辆给排水及卫生系统、辅助电气系统、车身及车端连接系统、空调系统、制动系统、车内设施、大型养路机械等多品类十余种产品的研发、生产、销售及服务，是中国

## 多品类发展应对市场下滑

未来，华铁股份在列车制动、大空调和车门大修等方面都会有比较大的发展。兼并收购作为公司战略，我们会持续保持。

**《中国经营报》：**2020年以来，受疫情影响，全国铁路客流和城市轨道交通客流都下滑严重。疫情对公司业务影响如何？

**宣瑞国：**疫情造成铁路旅客客流量下降、列车行驶数量下降已近三年，这对华铁股份的业务有一定影响。但总体来讲，华铁股份是一家多品类的轨道交通车辆零部件供应商，公司在目前市场增长缓慢，甚至出现下滑情况下，采取了一些灵活经营策略。

例如，华铁股份在持续进行品类扩张。2021年华铁股份收购湖南博科瑞新材料有限责任公司(简称“湖南博科瑞”)，今年又收购了山东嘉泰交通设备有限公司(简称“山东嘉泰”)剩余49%股权，这些有扎实基础的行业配件领先企业，弥补了行业下滑给公司带来的影响。

同时华铁股份也利用行业低潮，积极开拓各个铁路局集团公司售后维保市场。此外，我们也特别关注正在迅速发展的城市轨道交通市场，并在其中积极布局，把华铁股份在高铁车辆配件产品布局延伸到如地铁、轻轨领域，这将给企业经营带来持续性成长。

**《中国经营报》：**华铁股份在轨

道交通高端装备自主创新上的探索、研发和应用具体有哪些实例？

**宣瑞国：**自2004年开始从事铁路客车相关零部件配套，2006年伴随中国高铁提速，先后从日本、德国引进了闸片、电池和给水卫生系统，以及从瑞典引进了烟雾报警系统。2014年实现首列复兴号国产化整车，在过去十多年中，华铁股份在上述领域把完全依赖外商的零部件组装业务全部实现了国产化。

目前，华铁股份对这些高铁零部件的国产化能力已达到100%，所有零部件的软、硬件在中国研发、设计及生产。例如，给水卫生DTC控制系统(数字式卫生间控制器)，作为一个数据采集、控制、通信、健康诊断等多功能高度集成的电子系统，需要考虑车辆环境的地域温差、冲击振动，尤其是车辆复杂的电磁环境对设备的影响，通过对产品不断研发和反复的验证，整车产品全部满足现车况要求，应用效果超过国外同类型产品。

同样电池部件也是经过10多年发展，实现BMS(Battery Management System，电池管理系统)系统和电池系统在线维修、维护，全生命周期监测。

## 布局列车零部件后市场

我们会积极在海外市场进行兼并收购，进行产品研发、市场开发，进一步拓展我们市场总量，使华铁股份成为国际级高铁车辆零部件供应商。

**《中国经营报》：**未来10年，您整合旗下国内外轨道零部件产业的目标是什么？

**宣瑞国：**我们企业发展与中国高铁引进、消化、吸收，到实现轨道交通零部件国产化的步伐同步。在最初的10年，我们主要业务对象是中国中车，特别是中国中车的新造业务。现在全国高铁列车保有量已达4300多列，未来可能会达到6000~8000列，甚至更多。列车零部件的后续市场有巨大发展空间。

所以近几年，我们持续围绕各个铁路局集团公司建立服务网点、售后服务中心，加强与最终用户合作，希望在提供稳定可靠产品的同时，增值服务也能给企业带来新助力。

发展国铁业务的同时，我们也密切关注和投入城市轨道交通业务。近期，华铁股份和几个城市的地铁集团将达成战略合作或合资合作。迅速成长的城市轨道交通市场，也给了华铁股份持续发展空间。

中国轨交零部件企业不仅是属于中国的，也是属于全球的。当前

中国高铁营运里程超过4万公里，占全球高铁总里程的3/4，中国中车已成为全球最大的高铁总成车辆制造商，巨大的中国市场一定会培育出全球规模的轨道交通车辆零部件运营商。

我们会积极在海外市场进行兼并收购，进行产品研发、市场开发，进一步拓展我们市场总量，使华铁股份成为国际级高铁车辆零部件供应商。

**《中国经营报》：**华铁股份旗下各个企业在5G+工业互联网和工业4.0数字化方面，具体有哪些探索？在智能制造领域有哪些应用？

**宣瑞国：**这主要体现在两个方面：第一，我们现有的主力工厂青岛亚通达和山东嘉泰，生产过程都已实现数字化，并充分使用ERP(企业资源计划)、MAX(3D建模)等先进软件，以规范和指导生产全流程。在生产装备、测试工具等方面，我们都采用了数字化设备，确保生产质量全程监控。

第二，我们在给水卫生、电池和座椅这三个产品的市场占有率非常

国家铁路集团有限公司(简称“国铁集团”)和中国中车股份有限公司(601766.SH，简称“中国中车”)的重要供应商。

中国轨交零部件企业如何“走

出去”？后疫情时代，轨道交通配件企业增长点在哪里？优秀的轨道交通装备企业应具备哪些特征？……针对这些问题，《中国经营报》记者专访了华铁股份董事长宣瑞国。



**《中国经营报》：**华铁股份在近两年先后收购了香港通达和山东嘉泰等轨道交通装备制造企业，华铁股份的收购、并购逻辑是什么？

**宣瑞国：**兼并收购是全球铁路车辆零部件企业一个常见的发展道路。例如全球知名的轨道交通零部件制造商德国克诺尔(Knorr-bremse)和美国西屋制动(Wabtec)在成长过程中，都曾经历过上百次收购，才达到今天几十亿美元的规模。

华铁股份在2016年通过收购香港通达100%股权，开始从传统业务向新兴的高铁车辆零部件业务转型，这次收购也造就了我们未来发

展的基础。

此后，华铁股份又收购了山东嘉泰及湖南博科瑞51%股权。在这一过程中，我们顺利实现了品类扩张。现在我们有20多种产品，其中给水卫生、电池和座椅产品是国内高铁零部件企业中无可争议的龙头。我们通过与全球最大的轨道交通零部件公司美国西屋法维莱合资，引进了8种关键产品技术，经过多年发展，已陆续获得产品资质。

未来，华铁股份在列车制动、大空调和车门大修等方面都会有比较大的发展。兼并收购作为公司战略，我们会持续保持。

们确定了三个战略：第一是为中国市场带来增量；第二是中国的管理优化企业成本；第三是中国制造提高BVV的全球竞争力。这三个战略目标在过去5年中得到了充分的落地。

此外，我们通过降本增效、加强管理、减少库存、增加现金流等措施，提升了BVV的整体经营效益。

虽然在2020~2022年，我们也受到了疫情的影响，但在疫情之下，我们成功地保证了整个工厂持续开工。中国业主所采取的应对疫情措施获得了BVV管理成员和工会的充分拥戴。

对于第三个战略目标，即把BVV高铁轮对的技术转移到中国生产，利用中国制造的成本优势，扩展BVV的全球竞争力。目前，我们计划在国内建立一个本地轮对工厂，全套引进德国设备。未来，BVV将在中国和德国同时拥有两大生产基地。

我们相信未来BVV的业绩会持续增长，成为全球第一的先进轮对制造商。

**《中国经营报》：**BVV是德国百年企业，全球知名的高速轮对供应商，作为民营企业，谈谈您收购BVV的设想、初衷和对BVV的未来愿景和规划？

**宣瑞国：**BVV诞生于1842年，今年是180周年。这是一家享誉全球的轮对供应商，它生产包括高铁和机车车辆轮对，在欧洲德语区有着绝对的市场占有率，也是中国高铁市场仅有的两家轮对供应商之一。在美国地铁和有轨电车市场，BVV也保持着非常高的市场占有率。

2016年我们获得一个机会，成功的收购了BVV。在收购初期，我

们绝对有理由冲击行业冠军。

全球的轨道交通零配件企业都在竞争，但是中国的零配件企业面对着这么好的母体市场和背景市场，我们有强大的发展动力。

**《中国经营报》：**您带领旗下企业进入中国铁路行业十几年，最大的感触是什么？

**宣瑞国：**中国铁路行业是一个高速发展的行业，过去20年的时间，中国的铁路行业发生了翻天覆地的变化，从一个追随国外先进技术的配角，变成领先全球的主角。而且中国幅员辽阔，人口众多，给了我们在其他国家市场无法实现的应用场景。

最后一个是所有企业的共

作为零配件企业，我深刻地感

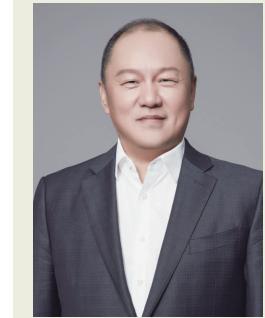
受到铁路行业对于安全的重视和监控是无与伦比的。尤其是高铁车辆，对每一个零配件质量监测都非常严格且细致。中国的铁路零配件安全标准是全球最严格的，这对包括BVV在内的全球供应商都是压力，也是带领行业提升安全水平和管理水平的动力。

最后一点，中国铁路人是非常进取的。按照规划，到2035年，全国高铁将达7万公里，与2020年底的3.8万公里相比，15年的时间，增长近一倍，这说明中国高铁仍有巨大发展空间。

## 老板秘籍



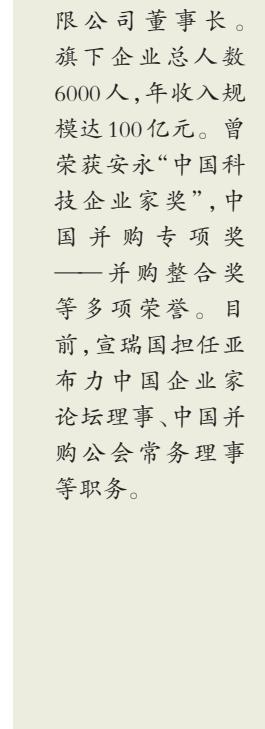
### 疫情对公司业务影响如何？



#### 简历

宣瑞国，1968年11月生，安徽合肥人。1990年毕业于中国人民大学国际政治专业。现任华铁股份董事长，德国波鸿交通技术集团(BVV)董事长，中国自动化集团创始人、董事会主席，北京康吉森自动化技术股份有限公司董事长。旗下企业总人数6000人，年收入规模达100亿元。曾荣获安永“中国科技企业家奖”，中国并购专项奖——并购整合奖等多项荣誉。目前，宣瑞国担任亚布力中国企业家论坛理事、中国并购公会常务理事等职务。

### 华铁股份的收购、并购逻辑是什么？



#### 深度

## 家国情怀促企业发展基业长青

从2005年7月起中国内地首条设计速度350千米/时的高铁开工建设，至今中国高铁产业已走过17年。在这17年中，中国高铁实现了从“追赶者”到“领跑者”的跨越。截至2021年底，全国铁路营运里程突破15万公里，其中高铁超过4万公里。

近年来，中国的铁路人持续深化高铁自主创新，形成了涵盖时速160、250、350公里等不同速度等级，适应高原、高寒、风沙等各种运营环境的复兴号系列产品。以复兴号为代表的中国高铁成为一张亮丽的国家名片。

众多的高铁零配件供应商也抓住机会，迅速扩大市场，伴随着中国高铁一起成长。宣瑞国和他的华铁股份在20多年的时间里，多次落子，每次时机都恰如其分。

2011年，受“7·23”甬温线动车事故影响，铁路投资大幅降低，业内唱衰中国高铁的声音络绎不绝。但宣瑞国仍坚定看好中国高铁市场发展，选择在2012年收购青岛亚通达。经历了低谷之后，2013年伴随着中国高铁建设的复苏，青岛亚通达的发展也进入快车道。

收购德国企业BVV的故事如出一辙。由于轻视中国高铁用户的需求，2016年BVV在中国甚至全球的业务都陷入低谷，濒临破产。正是在这个时候，宣瑞国抓住机会，带领团队一举完成收购。BVV成为中资企业后，快速而灵活地适应了中国市场，业绩节节攀升。

创新、冒险与坚持是企业家的本能，宣瑞国是一个天生的创业者。在这一次次落子成功的背后，是对行业敏锐的观察和果敢的抉择。

采访中，记者感受到宣瑞国作为企业家深深的家国情怀。他将企业发展同国家与民族命运紧密结合在一起，这既能破解企业发展过程中的现实困境，又能在无形中影响企业员工的精神追求。这种隐形力量促进企业发展使其基业长青。

(本篇文章均由本报记者孙丽朝 路炳阳采写)

## 中国铁路市场仍有巨大发展潜力

按照规划，到2035年，全国高铁将达7万公里，与2020年底的3.8万公里相比，15年的时间，增长近一倍，这说明中国高铁仍有巨大发展空间。

**《中国经营报》：**在您看来，优秀的轨道交通企业应该具备哪些特征？

**宣瑞国：**我觉得轨道交通企业最重要的是产品质量。我们所从事的是大规模客运的交通行业，对人的安全有重要责任。中国高铁的安全标准与核电站是相同的。作为一个轨道交通装备制造业企业，保证所生产的产品质量和安全，这是第一位的。

第二位是持续的研发能力。过去十几年，中国高铁走过了引进、消化、吸收再创新过程，高铁成为中国亮丽的名片，也成为中国高端制造业的一个旗帜。我们所走过的路，是一个持续科技研发投入的过程。

科技领先是中国高铁未来长期发展的火车头。

我们零配件企业作为中国高铁供应链当中的重要环节，过去10年中，在研发方面我们一直不遗余力，实现了全部的国产化，更在原有国外引进技术的基础上，实现了全面的技术提升，保证了中国高铁弯道超车。

最后一个方面是所有企业的共性特点，就是增长的动力。中国运营着全世界3/4的高铁里程，中国中车已经是全世界最大的高铁总集成商，它的规模超过了全球第二、第三和第四大整车装备制造的总和。在这一背景下，作为轨交零配件制造商，

我们绝对有理由冲击行业冠军。

全球的轨道交通零配件企业都在竞争，但是中国的零配件企业面对着这么好的母体市场和背景市场，我们有强大的发展动力。

**《中国经营报》：**您带领旗下企业进入中国铁路行业十几年，最大的感触是什么？

**宣瑞国：**中国铁路行业是一个高

速发展的行业，过去20年的时间，中国的铁路行业发生了翻天覆地的变化，从一个追随国外先进技术的配角，变成领先全球的主角。而且中国幅员辽阔，人口众多，给了我们在其他国家市场无法实现的应用场景。